

발간등록번호

11-1543000-000698-01

가공식품 가격구조 분석

2014.12.



농림축산식품부

aT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

가공식품 가격구조 분석 연구

- 연구책임자 : 이정희(중앙대학교 경제학부 교수)
- 공동연구원 : 서용구(숙명여자대학교 경영학부 교수)
황성혁(농협경제연구소 부연구위원)
- 연구원 : 권진희(안산대학교 강사)
- 보조연구원 : 김효진(숙명여자대학교 박사과정)
주아름((주)FC창업코리아 대리)
이동형(중앙대학교 석사과정)
조은별(중앙대학교 학부과정)

사단법인 한국유통학회

목 차

[요약]

제1장. 서론	1
제1절. 연구배경	3
제2절. 선행연구 검토	7
제3절. 연구목적 및 내용	11
제4절. 유통마진율에 대한 이해	15
제2장. 국내 가공식품 물가지수 분석	17
제1절. 소비자물가지수 개요와 식품관련 소비자물가지수 종류	19
제2절. 가공식품 소비자물가지수의 추세 변화 분석	24
제3절. 식품 소비자물가지수 추세 변화 분석	42
제4절. 가공식품의 물가상승 기여도	51
제5절. 주요 국가와의 비교	55
제6절. 국내 식품물가 상승 주요 원인에 대한 탐색적 고찰	60
제3장. 주요 가공식품의 물가 및 국내 소재식품 시장 현황	73
제1절. 주요 가공식품의 물가 추이	75
제2절. 주요 품목의 물가변동 요인 실증분석	140
제3절. 국내 소재식품 시장 현황	172
제4절. 소결	201
제4장. 가공식품 제조원가 분석	211
제1절. 음식료품 산업군별 가격구조와 유통마진	213
제2절. 가공식품 품목별 원가분석	217
제3절. 소결	238

제5장. 주요 가공식품 유통마진 분석	241
제1절. 품목별 총 유통마진율	243
제2절. 도·소매업종별 유통마진율	247
제3절. 소매 업태별 유통마진율	251
제4절. 소결	260
제6장. 결론 및 시사점	263
부록	273
참고문헌	313

표 목차

<표 1-1> 최종 조사대상 품목	14
<표 2-1> 식품이 포함된 소비자물가지수 종류	22
<표 2-2> 소비자물가지수 품목성질별-지출목적별 가공식품 가중치	23
<표 2-3> 시대별 소비자 물가지수와 가공식품 물가지수 증가율	28
<표 2-4> 시대별 가공식품, 농축수산물, 공업제품, 서비스의 물가지수 증가율	30
<표 2-5> 소분류 기준 품목성질별 소비자물가지수의 시대별 증가율	32
<표 2-6> 소분류 기준 품목성질별 소비자물가지수의 시대별 증가율	33
<표 2-7> 시기별 소비자물가 총지수 상승률과 가공식품 소비자물가 평균 상승률 비교	35
<표 2-8> 가공식품 품목군별 분류표	37
<표 2-9> 가공식품 품목군별 소비자물가지수의 시대별 증가율	38
<표 2-10> 가공식품 품목군별 소비자물가지수의 시대별 증가율	40
<표 2-11> 가공식품 품목군별 소비자물가지수의 시대별 연평균 상승률	41
<표 2-12> 가공식품 품목군별 소비자물가지수의 시대별 연평균 상승률	42
<표 2-13> 시대별 소비자물가 총지수와 식품물가지수 증가율 비교	43
<표 2-14> 지출목적별 대분류 소비자물가지수 시대별 증가율 비교	45
<표 2-15> 지출목적별 대분류 소비자물가지수 시대별 증가율 비교	46
<표 2-16> 시기별 소비자물가 총지수 상승률과 식품 소비자물가 연평균 상승률 비교	47
<표 2-17> 지출목적별 대분류 소비자물가지수 시대별 연평균 상승률 비교	49
<표 2-18> 지출목적별 대분류 소비자물가지수 시대별 증가율 비교	50
<표 2-19> 지출목적별 품목군의 소비자물가 상승 평균 기여율	53
<표 2-20> 가공식품·농축수산물의 소비자물가 상승 기여율 추이	54
<표 2-21> 한국, G7, OECD 회원국의 식품 소비자물가지수 기간별 증가율	55
<표 2-22> 식품 소비자물가지수 기간별 증가율 국가 순위	57
<표 2-23> 한·미·일 식품 소비자물가지수 전년대비 기여도	60
<표 2-24> 우리나라 전체 곡물수급 실적	61
<표 2-25> 국제곡물 가격 동향	64
<표 2-26> 국제곡물가격과 가공식품 물가간의 관계 분석 결과	69
<표 3-1> 시기별 케이크 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	77
<표 3-2> 구조변화시기에 따른 케이크 소비자물가지수의 증가율, 변이계수, 연평균 상승률	78
<표 3-3> 시기별 빵 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	81
<표 3-4> 구조변화시기에 따른 빵 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률	82

<표 3-5> 시기별 비스킷 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	85
<표 3-6> 구조변화시기에 따른 비스킷 소비자물가지수의 증가율, 변동계수 ...	86
<표 3-7> 시기별 스낵과자 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	88
<표 3-8> 구조변화시기에 따른 스낵과자 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률..	89
<표 3-9> 시기별 라면 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	91
<표 3-10> 구조변화시기에 따른 라면 소비자물가지수의 증가율, 변동계수	92
<표 3-11> 시기별 초코파이 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	94
<표 3-12> 구조변화시기에 따른 초코파이 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률.....	95
<표 3-13> 시기별 떡 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	98
<표 3-14> 구조변화시기에 따른 떡 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률.....	99
<표 3-15> 시기별 아이스크림 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률 ...	101
<표 3-16> 구조변화시기에 따른 아이스크림 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률	102
<표 3-17> 시대별 설탕 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	105
<표 3-18> 구조변화시기에 따른 설탕 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률..	106
<표 3-19> 시대별 식용유 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	108
<표 3-20> 구조변화시기에 따른 식용유 소비자물가지수의 증가율, 변동계수	109
<표 3-21> 시대별 햄 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	111
<표 3-22> 구조변화시기에 따른 햄 소비자물가지수의 증가율, 변동계수	112
<표 3-23> 시대별 소시지 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	114
<표 3-24> 구조변화시기에 따른 소시지 소비자물가지수의 증가율, 변동계수	115
<표 3-25> 시대별 어묵 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	117
<표 3-26> 구조변화시기에 따른 어묵 소비자물가지수의 증가율, 변동계수 ..	118
<표 3-27> 시대별 생선통조림 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률 ...	120
<표 3-28> 구조변화시기에 따른 생선통조림 소비자물가지수의 증가율, 변동계수.....	121
<표 3-29> 시대별 우유 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	123
<표 3-30> 구조변화시기에 따른 우유 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률.....	124
<표 3-31> 시대별 분유 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	126
<표 3-32> 구조변화시기에 따른 분유 소비자물가지수의 증가율, 변동계수 ..	127
<표 3-33> 시대별 발효유 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	129
<표 3-34> 구조변화시기에 따른 발효유 소비자물가지수의 증가율, 변동계수	130
<표 3-35> 시대별 커피 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	132
<표 3-36> 구조변화시기에 따른 커피 소비자물가지수의 증가율, 변동계수 ..	133
<표 3-37> 시대별 탄산음료 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률	135

<표 3-38> 구조변화사기에 따른 탄산음료 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률···	136
<표 3-39> 시대별 과일주스 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률·····	138
<표 3-40> 구조변화사기에 따른 과일주스 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률···	139
<표 3-41> 변수 및 기호 설명·····	141
<표 3-42> 케이크 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	142
<표 3-43> 빵 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	144
<표 3-44> 비스킷 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	146
<표 3-45> 라면 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	147
<표 3-46> 초코파이 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	149
<표 3-47> 떡 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	150
<표 3-48> 스낵과자 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	152
<표 3-49> 아이스크림 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	154
<표 3-50> 설탕 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	156
<표 3-51> 식용유 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	158
<표 3-52> 햄 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	159
<표 3-53> 소시지 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	160
<표 3-54> 어묵 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	162
<표 3-55> 생선통조림 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	163
<표 3-56> 우유 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	164
<표 3-57> 분유 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	166
<표 3-58> 발효유 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	168
<표 3-59> 커피 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	169
<표 3-60> 탄산음료 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	171
<표 3-61> 과일주스 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과·····	172
<표 3-62> 설탕의 생산실적·····	173
<표 3-63> 2013년 설탕 유형별의 생산실적·····	173
<표 3-64> 2013년 설탕 생산업체 시장점유율·····	174
<표 3-65> 설탕 주요 원료(2013년 기준)·····	174
<표 3-66> 원당과 설탕 수입 현황·····	175
<표 3-67> 최근 3년간 국내 원당 수입량 국가별 현황·····	179
<표 3-68> 국내 원당 및 설탕 관세율·····	179
<표 3-69> 2013년 설탕 소매유통채널 비중·····	180
<표 3-70> 밀가루의 생산실적·····	182

<표 3-71> 2013년 밀가루 유형별의 생산실적	182
<표 3-72> 제분용 밀과 밀가루 수입 현황	184
<표 3-73> 최근 3년간 국내 밀 수입량 국가별 현황	184
<표 3-74> 국내 밀 및 밀가루 관세율	186
<표 3-75> 2013년 밀가루 소매유통채널 비중	187
<표 3-76> 식용 유지류의 생산실적	188
<표 3-77> 2013년 식용유지 유형별의 국내 판매액	189
<표 3-78> 식용유지 생산업체수 및 종업원수	190
<표 3-79> 2013년 식용유지 생산업체 시장점유율	190
<표 3-80> 대두유 생산방식에 따른 분류	190
<표 3-81> 식용유지 주요 원료(2012년 기준)	191
<표 3-82> 국내의 대두와 조유 수입 현황	191
<표 3-83> 최근 3년간 국내 대두 수입량 국가별 현황	193
<표 3-84> 국내 대두 및 대두유 관세율	194
<표 3-85> 2013년 가정용 식용유 소매유통채널 비중	195
<표 3-86> 커피의 생산실적	196
<표 3-87> 커피 생산업체수 및 종업원수	196
<표 3-88> 2013년 커피 생산업체 시장점유율	196
<표 3-89> 커피 유형별의 국내 판매량 추이	197
<표 3-90> 커피 주요 원료(2012년 기준)	197
<표 3-91> 커피 수입 현황	198
<표 3-92> 국내 커피 관세율	199
<표 3-93> 2013년 국내 커피 수입 주요 국가별 비중	200
<표 3-94> 2013년 커피 소매유통채널 비중	200
<표 3-95> 시대별 주요가공식품의 소비자물가지수 증가율	202
<표 3-96> 가공식품 가격 상승에 미치는 요인별 중요도	205
<표 4-1> 음식료품 세부산업별 제조원가비중	214
<표 4-2> 음식료품 세부산업별 매출원가율 및 매출총이익률 구조	216
<표 4-3> 2012년 품목별 제조업체 생산 이익 현황(법인)	228
<표 4-4> 2012년 품목별 제조업체 제조원가 현황	233
<표 4-5> 가공식품 품목별 소비자물가지수증가율-원재료가격 증가율 분석결과	235
<표 4-6> 주요 가공식품 제조원가율 및 매출총이익률	237

<표 5-1> 가공식품이 일반 소비재로 판매될 경우 유통마진율	246
<표 5-2> 음식료품 도매업 산업별 유통마진율과 변동계수	248
<표 5-3> 음식료품 도매업 세부산업별 유통마진율	250
<표 5-4> 음식료품 소매 업체별 유통마진율	251
<표 5-5> 대형유통업체 주요 가공식품 품목별 유통마진율	255
<표 5-6> 영세슈퍼마켓 주요 가공식품 유통마진율	256
<표 5-7> 중소슈퍼마켓 주요 가공식품 유통마진율	257
<표 5-8> 편의점 계약조건별 주요 가공식품 소매유통마진율	259
<표 6-1> 비스킷, 쿠키 및 크래커 수입량과 단가 추이	271
<표 6-2> 비스킷, 쿠키 및 크래커 수입량과 수입국가	272

그림 목차

<그림 2-1> 소비자물가 총지수와 가공식품 물가지수 추이	26
<그림 2-2> 소비자물가 총지수와 가공식품 물가지수 추이	27
<그림 2-3> 가공식품, 농축수산물, 공업제품, 서비스의 소비자물가지수 추이 · 29	
<그림 2-4> 가공식품, 농축수산물, 공업제품, 서비스의 소비자물가지수 추이 · 29	
<그림 2-5> 품목성질별 소비자물가지수 추이	33
<그림 2-6> 품목성질별 소비자물가지수 추이	34
<그림 2-7> 소비자물가지수와 가공식품물가지수 전년대비 상승률 추이	36
<그림 2-8> 가공식품 품목군별 소비자물가지수 추이	39
<그림 2-9> 소비자물가지수와 식품 소비자물가지수 추이	44
<그림 2-10> 소비자물가지수와 식품물가지수 연평균 상승률 추이	48
<그림 2-11> 우리나라, G7, OECD 회원국의 식품 소비자물가지수 추이	55
<그림 2-12> 2008년부터 2013년까지 OECD 회원국의 식품 소비자 물가 평균 상승률 ...	58
<그림 2-13> 한·미·일 식품 소비자물가지수 전년대비 기여도 증감율	59
<그림 2-14> 우리나라 곡물 자급률	61
<그림 2-15> 주요 OECD 국가들의 식량자급률과 가공식품 생산자 가격과의 관계 ...	62
<그림 2-16> 국제 곡물 가격 추이	64
<그림 2-17> 국제 옥수수가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전 년 동월 대비 상승률 비교: 1986.1~2014.11	65
<그림 2-18> 국제 옥수수가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전 년 동월 대비 상승률 비교: 2006.1~2014.11	66
<그림 2-19> 국제 밀가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전년 동 월 대비 상승률 비교: 1985.1~2014.11	66
<그림 2-20> 국제 밀가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전년 동 월 대비 상승률 비교: 2006.1~2014.11	67
<그림 2-21> 국제 대두가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전년 동월 대비 상승률 비교: 1985.1~2014.11	67
<그림 2-22> 국제 대두가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전년 동월 대비 상승률 비교: 2006.1~2014.11	68
<그림 2-23> 국제 원당 가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전년 동월 대비 상승률 비교: 1985.1~2014.11	68
<그림 2-24> 국제 원당 가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전년 동월 대비 상승률 비교: 2006.1~2014.11	69
<그림 2-25> 가공식품의 소비자물가 상승률과 음식료품 생산자 물가 상승률 추이	72
<그림 2-26> 가공식품의 소비자물가 상승률과 음식료품 생산자 물가 상승률 차이	72

<그림 3-1> 케이크 소비자물가지수 추이	75
<그림 3-2> 케이크 소비자물가지수의 구조변화	78
<그림 3-3> 빵 소비자물가지수 추이	80
<그림 3-4> 빵 소비자물가지수의 구조변화	82
<그림 3-5> 비스킷 소비자물가지수 추이	84
<그림 3-6> 비스킷 소비자물가지수의 구조변화	85
<그림 3-7> 스낵과자 소비자물가지수 추이	87
<그림 3-8> 스낵과자 소비자물가지수의 구조변화	89
<그림 3-9> 라면 소비자물가지수 추이	90
<그림 3-10> 라면 소비자물가지수의 구조변화	92
<그림 3-11> 초코파이 소비자물가지수 추이	93
<그림 3-12> 초코파이 소비자물가지수의 구조변화	95
<그림 3-13> 떡 소비자물가지수 추이	97
<그림 3-14> 떡 소비자물가지수의 구조변화	98
<그림 3-15> 아이스크림 소비자물가지수 추이	100
<그림 3-16> 아이스크림 소비자물가지수의 구조변화	102
<그림 3-17> 설탕 소비자물가지수 추이	104
<그림 3-18> 설탕 소비자물가지수의 구조변화	105
<그림 3-19> 식용유 소비자물가지수 추이	107
<그림 3-20> 식용유 소비자물가지수의 구조변화	109
<그림 3-21> 햄 소비자물가지수 추이	110
<그림 3-22> 햄 소비자물가지수의 구조변화	112
<그림 3-23> 소시지 소비자물가지수 추이	113
<그림 3-24> 소시지 소비자물가지수의 구조변화	115
<그림 3-25> 어묵 소비자물가지수 추이	116
<그림 3-26> 어묵 소비자물가지수의 구조변화	118
<그림 3-27> 생선통조림 소비자물가지수 추이	119
<그림 3-28> 생선통조림 소비자물가지수의 구조변화	120
<그림 3-29> 우유 소비자물가지수 추이	122
<그림 3-30> 우유 소비자물가지수의 구조변화	123
<그림 3-31> 분유 소비자물가지수 추이	125
<그림 3-32> 분유 소비자물가지수의 구조변화	126
<그림 3-33> 발효유 소비자물가지수 추이	128

<그림 3-34> 발효유 소비자물가지수의 구조변화	129
<그림 3-35> 커피 소비자물가지수 추이	131
<그림 3-36> 커피소비자물가지수의 구조변화	132
<그림 3-37> 탄산음료 소비자물가지수 추이	134
<그림 3-38> 탄산음료 소비자물가지수의 구조변화	136
<그림 3-39> 과일주스 소비자물가지수 추이	137
<그림 3-40> 과일주스 소비자물가지수의 구조변화	139
<그림 3-41> 케이크의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교	143
<그림 3-42> 빵의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교	145
<그림 3-43> 라면의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교	148
<그림 3-44> 떡의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교	151
<그림 3-45> 스낵과자의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교	153
<그림 3-46> 아이스크림의 생산자물가지수 상승률과	155
<그림 3-47> 설탕의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교	157
<그림 3-48> 소시지의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교	161
<그림 3-49> 어묵의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교	162
<그림 3-50> 우유의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교	165
<그림 3-51> 분유의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교	167
<그림 3-52> 커피의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교	170
<그림 3-53> 원당 및 설탕의 수입·생산자·소비자 물가지수 추이	176
<그림 3-54> 최근 30년간 국제 원당 가격 추이	178
<그림 3-55> 설탕 유통경로	180
<그림 3-56> 최근 30년간 국제 밀 가격 추이	185
<그림 3-57> 밀가루 유통경로	187
<그림 3-58> 최근 30년간 국제 대두 및 조유 가격 추이	193
<그림 3-59> 대두유 유통경로	194
<그림 3-60> 최근 30년간 커피 가격 추이	199
<그림 3-61> 품목별 소비자물가지수 증가율 : 85.1~14.10	201
<그림 3-62> 우유의 소비자물가지수 추이	203
<그림 3-63> 라면의 소비자물가지수 추이	204
<그림 3-64> 가공식품 가격 상승 공통요인에 대한 설명력	206

<그림 4-1> 음식료품 세부산업별 매출총이익률 추이	217
<그림 4-2> 라면 원재료가 및 가격변동추이	219
<그림 4-3> 설탕 원재료가 및 가격변동추이	219
<그림 4-4> 식용유 원재료가 및 가격변동추이	220
<그림 4-5> 어묵 원재료가 및 가격변동추이	220
<그림 4-6> 오렌지주스 원재료가 및 가격변동추이	221
<그림 4-7> 스낵 원재료가 및 가격변동추이	222
<그림 4-8> 우유 원재료가 및 가격변동추이	222
<그림 4-9> 분유 원재료가 및 가격변동추이	223
<그림 4-10> 커피 원재료가 및 가격변동추이	224
<그림 4-11> 2012년 품목별 원가구성 비중(법인)	229
<그림 4-12> 2012년 품목별 원재료와 부재료 비중(법인)	230
<그림 4-13> 2012년 품목별 생산인건비 비중(법인)	230
<그림 4-14> 2012년 품목별 생산이익비중(법인)	231
<그림 4-15> 가공식품 품목별 원재료 가격 증가 대비	235
<그림 5-1> 가공식품이 일반소비재로 판매 될 때 유통마진을	244

이용자를 위한 안내

- 유통마진(Marketing margin)은 최종 소비자 판매가격에서 제조원가(제품 생산과정의 재료비, 노무비, 제조 경비 등)를 제외한 것으로 유통·판매를 위한 임대료, 광고 선전비, 영업과 판매를 위한 직원들의 급여, 세금 등 판매비와 관리비, 이윤을 포함
 - 제조업체 측면에서 제조 유통마진율은 매출총이익률로 정의되며, 출고가에서 제조원가를 제외한 금액이 제조원가에서 차지하는 비중($(\text{출고가} - \text{제조원가}) / \text{출고가}$)으로 계산할 수 있음
 - 유통업체 측면에서는 유통마진율로 정의하며, 소비자가격에서 매입가격을 제외한 금액이 소비자가격에서 차지하는 비중($(\text{소비자가격} - \text{매입가격}) / \text{소비자가격}$)으로 계산할 수 있음
 - 본 연구의 유통마진율에는 판매장려금을 포함하지 않음. 그 이유는 판매장려금의 종류와 규모가 천차만별이기 때문에 일반화 시키는 것이 어렵기 때문임
 - 세부 내용은 1장 4절 유통마진에 대한 이해 참조
- 따라서 품목별 시장구조와 생산 및 소비 특성, 유통구조에 따라 유통 관리비와 이윤 등에 차이가 있고, 유통마진율에도 편차가 클 수 있으니 해석에 유의해야 함

요 약

- **지난 30년 동안 가공식품의 소비자 가격이 전체 소비자 물가보다 더 많이 상승함**
 - 가공식품 소비자 물가지수: 33.90('85년) → 113.88('13년) (235.9%↑)
 - 소비자물가 총지수: 34.21('85년) → 107.67('13년) (214.7%↑)
 - 농축수산물, 공업제품, 서비스 상품과 비교하여 가공식품의 가격이 지난 30년 동안 농축산물 다음으로 가장 많이 오름
 - 농축수산물(327.6%)>가공식품(235.9)>서비스(233.3)>공업제품(158.5)
 - 다만, 위의 상품을 보다 세분화하여 비교할 경우, 가공식품의 가격 증가율은 높은 편이 아님(13개 품목군 중에서 8위)
 - 석유류(444.1%)>수산물(424.6)>개인서비스(367.8)>농산물(339.3)>외식(307.8)>출판물(305.4)>축산물(239.0)>가공식품(235.9)>...>내구재(5.3)
 - 다소비·다생산을 기준으로 한 상위 20개 가공식품 품목에서 가격이 가장 많이 오른 품목은 비스킷(698.7%), 떡(459.4%), 생선통조림(422.7%), 우유(408.8%) 등의 순임
- **가공식품의 가격이 크게 상승하기 시작한 것은 2007~2008년 전 세계에 불어 닥친 애그플레이션 이후부터임**
 - 애그플레이션 발생 이전에는 소비자물가가 가공식품보다 더 높은 증가율을 기록함

<기간별 소비자물가 총지수와 가공식품 물가지수 증가율>

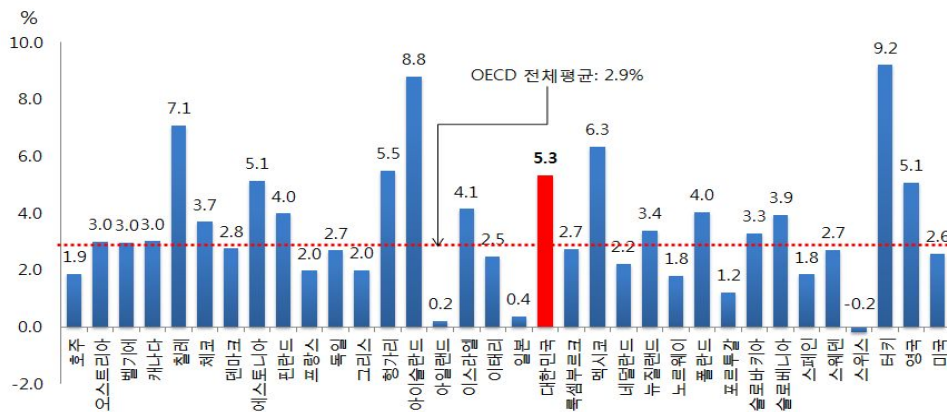
(단위 : %)

기간	소비자물가 총지수	가공식품 가격
외환위기 발생 이전('85~'97년)	92.8	71.4
애그플레이션 발생 이전('98~'06년)	24.2	17.3
애그플레이션 발생 이후('07~'13년)	19.2	38.0

- 애그플레이션 발생 이후, 가공식품의 가격이 농축수산물, 공업제품, 서비스 상품보다 더 크게 오름
 - **가공식품(38.0%)**>농축수산물(31.7)>공업제품(24.1)>서비스(14.4)
 - 품목군별로 비교할 경우, 애그플레이션 발생 이후 가공식품의 가격이 15개 품목군 중에서 두 번째로 가장 크게 증가함
 - 수산물(47.7%)>**가공식품(38.0)**>농산물(32.7)>석유류(32.5)>...>의약품(3.1)
- 1990년부터 2013년까지 한국 식품물가(가공식품과 농축수산물 포함) 증가율이 OECD 34개 회원국가 중 4위 기록

- 한국: 200.8%, G7국가 평균:60.7%, OECD 회원 평균: 118.3%
 - 한국의 식품물가 연평균 상승률이 5.3%로 OECD 전체 평균 2.9%를 상회하고 있음

<2008년부터 2013년까지 OECD 회원국의 식품 소비자 물가 연평균 상승률>
(단위 : %)



□ 지난 30년간 가공식품의 소비자물가 상승에 대한 평균 기여율이 점차 증가하고 있음

○ 평균 기여율: 5.8%(90년대) → 7.8(2000년대) → 11.4(2010년 이후)

※ 기여율: 소비자물가가 전년대비 1% 상승했다고 가정할 경우, 가공식품이 소비자물가가 1% 상승하는데 얼마나 기여했는지를 백분율로 환산한 것

○ 가공식품의 물가상승 기여율이 최근에 16개 품목군 중에서 3~4위를 기록함

- 과거에는 주로 개인서비스, 공공서비스 등의 가격 상승이 전체 물가 상승에 크게 영향을 줌

□ 국내 가공식품 가격 구조는 가격의 하방경직성과 가격 인상에 대한 소비자 전가 심화라는 특징을 가지고 있음

○ 가공식품의 가격 상승은 계단식 상승 형태를 취하고 있음

- 일정기간 동안 같은 가격을 계속 유지하다가 어느 시점에서 큰 폭으로 가격이 인상되는 형태임

- 이때 한번 오른 가격은 잘 내려가지 않는 하방경직성의 모습을 보이고 있음

- 이로 인해 소비자들은 가공식품의 가격이 항상 오른다고 느끼거나 비싸졌다는 인식을 갖게 됨

○ 가공식품의 소비자가격 상승률이 생산자가격 상승률보다 높게 나타남

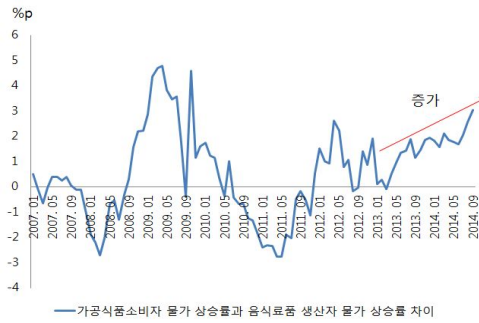
- 이는 음식료품이 시장에 출하된 이후 유통과정에서 가격 상승이 소비자에게 더 많이 전가됨을 의미함

- 유통시장의 경쟁 심화로 유통과정에서 판촉, 광고 등과 같은 판매관리비 등이 증가하면서 이러한 비용을 소비자에게 전가한 것으로 판단됨

<가공식품 가격의 하방 경직성
(예)라면의 소비자물가지수 추이>



<가공식품의 소비자물가 상승률과
음식료품 생산자 물가 상승률 차이>



□ 국내 가공식품의 가격은 주로 원재료비 인상과 비용 요인 때문에 상승하는 것으로 판단됨

- 국내 가공식품의 대부분이 수입 원료에 의존한다는 특성 때문에 수입 원료 가격이 가공식품 가격 상승의 주요 원인으로 작용
 - 가공식품 전체적으로 제조원가에서 재료비 비중이 증가하고 있는데, 이는 원재료 수입 의존도가 높은 가공식품의 가격인상이 주요 요인인 것으로 보임
 - 밀, 옥수수, 콩, 원당의 국제가격이 각각 1% 상승하면 가공식품의 물가가 전년대비 각각 0.93%, 0.80%, 0.91%, 0.90% 상승
 - 주로 라면, 초코파이, 스낵과자, 설탕, 식용유, 케이크, 빵, 비스킷 등의 가격이 국제 곡물 가격 인상에 크게 영향을 받음
- 국산 원료 비중이 높은 육가공품과 낙농품은 국산 원료 가격 상승이 가공식품 가격 상승의 주요 원인으로 작용
- 인건비 및 판매관리비 상승 때문에 가공식품의 가격이 인상됨
 - 특히, 빵, 떡, 아이스크림은 판매관리비 상승이 가격 상승의 주요한 원인이 되고 있음
- 한국은행 기업경영분석에 따르면, 제조원가에서 재료비 비중이 증가하고 노무비를 포함한 경비 비중은 약간 줄어드는 것으로 나타남

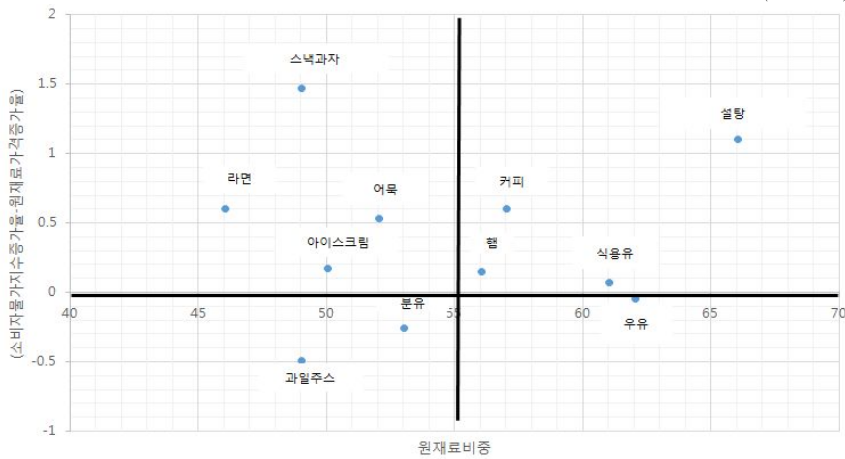
- 제조원가 중에서 재료비 비중 : 1995년 71.7%에서 2013년 78.1%로 증가
- 가공식품(주류제외)의 출고가격 대비 제조원가율은 증가하는 반면 출고가격 대비 매출총이익률(판매관리비+영업이익)은 약간 줄고 있는 것으로 나타남
 - 가공식품 제조원가율 증가세 : 1995년 74.7% → 2013년 78.8%
 - 가공식품 매출총이익률 : 1995년 25.3% → 2013년 21.3%
- 원재료 중 1차 신선식품의 비중이 높은 산업일수록 매출원가와 제조유통마진의 변동 폭이 큰 것으로 나타났으며, 대표적인 산업으로 ‘고기과실채소 및 유가공업’을 꼽을 수 있음
- 가공식품 제조공장의 제조원가를 세부적으로 살펴보면(2012년 aT 식품산업 분야별 원료 소비실태조사 자료), 원재료 비중이 높은 품목은 설탕, 식용유, 수산물통조림, 우유, 분유 등이며, 부재료비 비중이 높은 품목으로는 어묵, 라면, 과일음료 등이 있음
 - 전체적으로 매출원가(제조원가)에서 차지하는 원재료 비중은 약 48%, 부재료 비중은 약 7.8%이며, 노무비 비중은 약 15.7%로 나타남
 - 노무비 비중이 높은 품목으로는 과자·빵류, 떡, 과일음료, 아이스크림 등으로 나타남.
- 가공식품 원재료 가격과 소비자물가지수 관계 분석 결과, 11개 주요 가공식품 중에서 분유, 우유, 과일주스를 제외한 나머지 8개 품목이 원재료 가격 상승률보다 소비자물가지수 상승률이 더 높게 나타났음
 - 통계청에서 발표하는 가공식품 품목별 소비자물가지수(2011년부터 3년치 월별 소비자물가지수 변동률)와 소비자단체협의회에서 발표하는 가공식품 품목별 원재료가격(2011년부터 3년치 월별자료)를 활용하여 원재료 변동률과 물가지수변동률의 차의 평균값을 조사함
 - 스낵, 라면, 어묵, 아이스크림 같은 경우에는 다른 품목과 비교하였을 때, 전체 비용 중 원재료의 비중이 낮은 편(원재료 비중 55% 미만)임

에도 불구하고, 소비자물가지수증가율이 원재료가격 상승률보다 큰 것으로 분석되었음

- 특히 스낵과자의 경우 원재료 가격 상승률과 소비자물가지수 상승률 간의 격차가 가장 큰 품목으로 분석되었음
- 설탕과 커피의 경우, 원재료를 100% 수입하는 품목이기 때문에 국제 가격의 상승이 소비자물가에 전이되는 것이 클 수 있지만, 원재료의 가격 증가폭보다 소비자물가지수의 증가폭이 더 큰 것으로 나타남
- 우유, 분유의 경우 원재료비중이 비교적 높은 편이지만, 소비자물가지수의 상승폭이 원재료 가격 상승 폭보다 작은 품목으로 조사되어 원가의 증가분이 소비자가격에 상대적으로 적게 전이되는 품목으로 조사되었음

가공식품 품목별 원재료가격 증가 대비 소비자물가지수 증가율 분석결과

(단위: %)



자료: 소비자단체협의회 주요 가공식품 품목별 원재료가격(2011.01~2014.09)
 통계청 품목별 소비자물가지수(2011.01~2014.09)

□ 주요 가공식품 제조원가율 및 매출총이익률

- 유통업체 가공식품 구매담당 및 가공식품 제조업체 담당자, 그리고 유통 전문가들의 인터뷰를 통해 조사된 주요 가공식품(우유, 설탕, 라면, 분유, 발효유, 과일주스, 스낵과자, 비스킷, 어묵, 빵) 매출총이익률은 품목과 판로에 따라 차이는 있으나 전체 평균 약 25-45% 수준으로 나타남

- 매출총이익률이 주요 가공식품 평균보다 높은 품목은 과일주스, 생선 통조림, 스낵과자, 비스킷으로 나타남
- 그리고 매출총이익률에 포함된 영업이익이익률은 약 5% 내외로 하락하는 추세를 보이고 있음
- 브랜드력이 높은 제조업체는 영업이익이익률이 평균보다 높으나 브랜드력이 낮은 제조업체는 평균보다 낮은 것으로 나타남
- 가공식품 제조업체의 판로에서 대리점 비중이 높은 업체의 제조유통마진은 평균보다 높고, 대형유통업체 체인 비중이 높은 업체의 마진은 낮은 것으로 나타남

□ 한국은행 산업연관표를 활용하여 식품소매업 유통마진율을 분석한 결과, 가공식품이 일반 소비재(B2C)로 판매될 때의 유통마진율은 평균 28.7%로, 품목별로는 커피 및 차류(49.4%), 비알콜음료 및 얼음(40.4%), 가공육(36.9%), 조미료 및 첨가용식품(27.3%), 도축육(32.5%) 등으로 높게 나타남

- 이는 가공식품이 제조업체에 의해 식품소재 용도로 사용될 때(13.3%)와 음식점으로 판매 될 때(16.0%) 보다 높은 수치임
 - 일반 소비재로 판매될 때는 제조업체-영업소-도매-소매 등의 3~4단계를 거치는 반면, 제조업과 음식점으로 판매될 때는 직접 구입 혹은 2~3단계를 거치는 등 유통단계가 상대적으로 짧은 편임
 - 따라서 일반소비 부문은 다른 구입주체보다 유통마진율이 높음
- 유통마진율이 높은 품목은 중량이 크거나 운송 과정 상 냉장 등 위생관리 비용이 많이 들어 화물마진율이 높은 품목임
- 유통마진율이 낮은 품목은 원당(0.0%), 주정(0.0%), 사료(15.4%), 정곡(20.9%), 수산물 가공품(21.1%), 수산동물 저장품(22.%), 제분(23.4%) 등으로 대부분 식품제조업의 식품소재로 판매되는 비중이 높은 품목임

- 통계청 도소매업조사를 통한 유통마진을 분석 결과, 가공식품 도매업의 유통마진이 비가공식품 도매업의 유통마진보다 높은 경향이 있으며, 판매관리비율이 증가함에 따라 영업이익률은 감소하고 있음
 - 음식료품 도매업의 유통마진을 보면, 음료 및 담배 도매업의 유통마진율(2012년 31.9%)이 가장 높은 것으로 나타났으며 그 다음으로 가공식품 도매업(27.2%)과 비가공식품 도매업(16.5%) 순으로 높음
 - 가공식품 도매업의 2012년 판매관리비율은 23.3%로 2006년 21.0%에서 2.3%p 증가한 반면, 영업이익률은 2006년 6.2%에서 2012년 4.6%로 1.6%p 감소한 것으로 나타남
- 소매업의 유통마진을 분석 결과, 규모가 작은 슈퍼마켓이나 편의점의 경우 영업이익률이 점차 줄어들고 있는 것으로 분석됨
 - 가공식품의 비중이 높은 7개 소매업태의 유통마진을 분석 결과, 7개 업태에서 매출액 대비 판매관리비율은 증가하는 반면 영업이익률은 감소하고 있는 것으로 나타남
 - 2012년 대형유통업체 유통마진율 30.5%(판매관리비율 23.8%, 영업이익률 6.6%), 슈퍼마켓 유통마진율 19.8%(판매관리비율 16%, 영업이익률 3.8%), 체인화 편의점 유통마진율 31.6%(판매관리비율 16%, 영업이익률 3.8%), 음식료품 위주 소매업 유통마진율 28.2%(판매관리비율 16.7%, 영업이익률 11.5%)
 - 음식료품 위주 소매점은 주로 골목상권 소형 슈퍼마켓으로, 이들 영업이익률이 상대적으로 높은 이유는 자기 인건비를 별도 비용으로 계산하지 않는 등 정밀하게 계산하지 않아서 이러한 비용이 이익률에 포함되어 있기 때문임
- 소매 업태별 주요 가공식품 유통마진을 분석 결과, 소매업체의 마진믹스전략에 따라서 가공식품별 마진율이 다른 것으로 조사됨

- 대형유통업체 주요 가공식품 품목별 유통마진율은 평균 약 25%로 나타남
 - 어묵, 소시지, 햄과 같이 냉장보관 비용이 높은 상품의 유통마진율이 높은 것으로 조사됨
 - 나들가게 POS 데이터 분석에 따른 중소슈퍼마켓의 주요 가공식품 평균유통마진율은 약 22%로 조사됨
 - 슈퍼마켓의 경우, 우유, 발효유, 어묵, 햄 등의 유통마진율이 낮은 것으로 나타났으며, 생선통조림, 비스킷, 식용유, 스낵과자 등의 유통마진율이 높은 것으로 나타남
 - 편의점의 유통마진은 가맹계약조건에 따라서 편의점주와 가맹본부가 분배되며, 주요 가공식품의 평균 유통마진율은 약 35%인 것으로 나타남
- 통계자료 및 소매업체 담당자 인터뷰 결과, 경기침체와 대형유통업체 중심의 유통구조가 맞물리면서 판매촉진을 위한 판매관리비 증가가 가공식품 가격 상승을 견인하는 주요 요인의 하나로 나타남
- 경기침체로 인하여 매출액이 감소하기 시작한 대형유통업체가 소비자를 유인하기 위한 판촉행사를 과거보다 빈번하게 진행하면서 가공식품 제조업체의 판매관리비가 증가하기 시작함
 - 대형유통업체에서 발생하는 판촉행사의 비용은 대부분 식품제조업체가 부담하며 이는 식품제조업체의 비용증가에 영향을 미치고 있음
 - 식품제조업체는 적정이익을 보전하기 위해서 대리점에 추가적인 마진을 붙여서 상품을 판매함
 - 대형유통업체의 골목상권 진출로 대리점 체제가 무너지기 시작하면서 식품제조업체의 수익성은 점점 약화되고, 식품제조업체는 수익을 보전하기 위하여 가공식품 가격을 인상해야하는 상황에 직면함

서론

제1절. 연구배경

제2절. 선행연구 검토

제3절. 연구목적 및 내용

제4절. 유통마진율에 대한 이해

제1장 서론

제1절 연구배경

- 식품은 삶을 영위하도록 하는 가장 기초적인 필수재이기 때문에 식품의 가격 변화는 국민의 기본생활에 직접적인 영향을 줌
 - 특히, 저소득층은 고소득층에 비해 가계 지출에서 식품이 차지하는 비중이 높기 때문에 식품 가격의 상승은 서민경제 부담으로 이어짐
 - 실제로 국내의 경우 2007~2008년 전 세계에 불어 닥친 애그플레이션 현상으로 급격한 식품가격의 상승을 경험하면서, 국가경제에서 식품가격이 얼마나 중요한지를 깨닫는 계기가 됨
 - 이 당시 서민 생활과 밀접한 식품인 밀가루의 소비자 가격이 전년대비 60.0%, 국수는 42.7%, 라면 14.2%, 두부 16.2% 상승함
 - 또한, 식품 원가인상 요인의 빈번한 발생으로 식품가격 인상이 수시로 발생하여, 물가 상승에 대한 불안이 큼
 - 그래서 정부가 소비자 물가지수를 발표할 때마다 식품의 물가지수 변화에 대한 국민적 관심이 증가하고 있으며, 관심 품목도 농수축산물에서 가공식품으로 점차 전환되고 있음
- 최근 몇 년간 식품물가의 상승률을 살펴보면, 소비자물가 상승률을 초과하는 상황이 지속되고 있음
 - 2008~2013년간 소비자 물가(연간 자료 기준)는 13.9% 상승하였는데 식품물가¹⁾는 29.8% 증가하여, 소비자 물가 상승률보다 15.9%p 더 높은 것으로 나타남

1) 지출목적별 소비자 물가지수에서 '식료품 및 비주류음료'의 소비자 물가를 의미함

□ 특히, 최근에 가공식품의 물가 상승률이 식품물가 상승률보다 높아 가공 식품의 가격상승이 식품 및 소비자 물가상승을 견인한다는 논란이 있음

○ 소비자물가 상승의 기여도를 품목성질별로 살펴보면, 총 16개 품목군 (소분류 기준) 가운데 가공식품이 상위권에 위치하고 있음

- 예를 들어 2009년의 경우 소비자물가가 전년대비 2.76% 상승하였는데, 가공식품이 0.57%p 만큼 물가상승에 영향을 주었음
- 다시 말해, 2009년에 가공식품의 가격이 전혀 오르지 않고 전년도와 같다고 가정할 경우, 2009년 소비자 물가상승률은 2.76%에서 2.19%로 하락하게 됨
- 물가상승에 가공식품이 2009년도에 가장 큰 영향을 주었으며, 2011년과 2013년에는 4번째로, 2012년에는 3번째로, 2014년 2/4분기에는 2번째로 영향을 주고 있어 가공식품이 소비자 물가상승을 어느 정도 주도하고 있음

□ 이처럼 가공식품의 가격 상승이 물가상승을 주도하게 된 배경에는 원가 인상이 가장 큰 원인으로 지적되고 있음

○ 국제 곡물시장의 수급불안으로 인한 곡물가격 인상, 국내 기상여건 악화로 인한 농산물 가격 상승 등의 원가 상승 요인이 가공식품의 가격을 상승시킴

- 특히, 국내 가공식품은 수입원료 의존도가 30% 이상인 품목이 많고, 가공식품의 소재인 밀가루, 전분 등은 해외 의존도가 90% 이상으로 매우 높음
- 그러나 최근 몇 년 동안 국제곡물가격이 보합 또는 하락 추세를 보이고 있는 가운데, 원재료 가격 인상이 가공식품 가격 상승의 원인이라고 설명하기에는 부족한 면이 있음

□ 한편, 가공식품의 가격 상승 원인이 가공식품 유통구조에 있다는 논란이 큼

- 과거에는 식품 제조업체가 직접 유통 단계에 개입하여 자사의 판매정책을 실현하는 제조업 주도형 유통구조였음
 - 즉, 식품 제조업체가 직접 직영점이나 판매 대리점을 설립하여 소매상에게 판매하는 수직계열형 유통구조였음
 - 식품 제조업체가 희망소매가격의 이름으로 판매가격을 정해놓고 일정 범위 내에서 유통마진을 가져가도록 함으로써 소매상 간의 가격경쟁을 어느 정도 제한할 수 있었음
- 최근에는 유통업체의 대형화가 심화되고 대형유통업체의 바잉파워가 커지면서 대형유통업체가 식품유통시장을 주도하는 구조로 변모하고 있음
 - 유통시장에서의 Power Shift 발생: 식품제조업체 → 대형유통업체
 - 대형마트의 우월적 가격 협상력 및 드러나지 않은 거래비용 전가행위 등은 제조업의 비용부담을 증가시킴으로서, 제조업체들은 감소된 이익을 가공식품 가격에 반영하려는 동기가 야기될 수 있음
 - 또한, 판매가격의 설정 권한이 유통업체로 넘어감에 따라 유통업체간의 경쟁상황에 따라 가격을 탄력적으로 조정할 수 있게 됨
 - 그러나 대형마트가 경쟁을 통한 가격인하보다는 가공식품 유통채널에서 독점적 지위로 인한 가격 상승이라는 역효과가 발생함
 - 실제로 오픈프라이스(open price) 제도가 시행된 이후 빙과, 과자, 라면, 아이스크림의 가격이 더 오르자 이 품목에 대해서는 오픈프라이스 제도를 폐지함
- 이러한 대형유통업체가 주도하는 가공식품 유통구조 하에서, 유통마진 상승이 가공식품의 가격 상승의 원인이라는 가정을 배제할 수 없음
 - 식품제조업체의 수취가격을 ‘음식료품’의 생산자 물가지수로 하고, 유통업체 판매가격을 ‘가공식품’의 소비자 물가지수로 하여 분석할 경우,

- 2008~2013년간 ‘음식료품’의 생산자 물가는 22.3% 올랐으며, ‘가공식품’의 소비자 물가는 24.8% 올라 생산자 물가 상승률보다 2.5%p 더 높은 것으로 나타남
- ‘가공식품’의 소비자 물가 상승률이 ‘음식료품’의 생산자 물가 상승률보다 높아진 것은 유통업체 유통마진을 증가가 영향을 주었을 것으로 유추됨
- **가공식품의 가격상승이 인플레이션과 서민경제 부담의 원인으로 지목되고 있는 상황 속에서 가공식품 가격 변화 원인을 파악하는 것이 중요함**
 - 예를 들면 국제 곡물가격의 급격한 상승 등과 같은 대외적인 요인에 의해 가공식품의 가격 상승은 분석이 되었거나 어느 정도 예측이 가능함
 - 그러나 원가인상 요인이 발생하지 않았는데도 근거 없이 가격을 인상하여 소비자에게 부담을 주거나, 원가하락 요인이 발생했는데도 가격이 인하되지 않고 가격의 하방경직성을 보이는 것에 대해서는 원인이 분명히 알려져 있지 않음
 - 근거 없는 가격 인상 또는 가격 하방 경직성의 원인을 진단하기 위해서는 생산부터 판매에 이르는 과정의 생산원가 및 유통마진 등에 대한 자료가 필요함
 - 그러나 이러한 기초자료는 기업의 영업 기밀에 해당되는 사항이기 때문에 자료의 접근이 불가능하여 가격 변동의 원인을 정확히 파악하기가 쉽지 않음
- **그럼에도 불구하고 합리적인 물가관리 정책을 위하여 가공식품 가격 구조 분석을 통해 가격 변화의 원인을 면밀히 분석할 필요가 있음**
 - 따라서 본 연구는 공개된 식품가격통계 및 자료를 활용하고, 또한 식품제조업체와 대·중소유통업체를 포함하는 업계의 협조를 통해 가공

식품 원가 및 유통마진을 조사하여 가공식품의 가격추이 및 가격 구조를 분석하고자 함

제 2절 선행연구 검토

- 농산물의 가격구조 및 유통마진에 대한 연구는 그동안 여러 차례 진행되었지만, 가공식품의 가격구조 연구는 미미한 편임
- 가공식품의 가격구조와 관련된 연구의 대부분은 국제곡물 가격과 가공식품 가격간의 연관성을 찾는 내용이 주를 이루고 있음
 - 가공식품 원재료 가격 상승이 가공식품 가격에 미치는 영향, 국제 농산물 가격 상승에 대한 가공식품의 가격 반응, 경제 상황에 따른 체감 물가 차이 등에 관한 연구들임
 - 황의식 외(2011)는 거시경제 변수 측면에서 가공식품 물가변동 요인과 원재료 가격의 식품물가에 대한 가격전이 비대칭성, 수입원자재 가격에 따른 가공식품의 영향을 분석함
 - 가공식품 물가변동에 국제 농산물가격과 환율, 통화량, 이자율이 장기적으로 영향을 미치는 것으로 나타남
 - 비대칭성 분석에서는 대두유 가격이 식용유 가격에 그리고 원당 가격이 설탕 가격에 비대칭적으로 영향을 미치는 것으로 나타남
 - 수입원자재 영향 분석 결과, 밀의 경우 제분, 정맥에, 옥수수는 전분, 제분, 식물성 유지에, 대두는 식물성 유지, 두부, 장류, 제분에, 원당은 정제당, 발효 및 합성조미료 등의 물가에 큰 영향을 미치는 것으로 나타남

2) 대두유 가격이 오르면 식용유 가격이 큰 폭으로 오르고, 대두유 가격이 내리면 식용유 가격은 소폭 하락함. 또한 원당가격이 오르면 설탕가격은 오르는데, 원당가격이 내리면 설탕가격은 내려가지 않음

- 이용선 외(2001)는 수입원재료 가격의 상승에 따른 가공식품 원가 상승의 요인과 국제 원재료 가격 변화의 국내 가공식품 물가에 대한 파급영향을 분석하고 소비자의 물가상승에 대한 소비자들의 심리적 고통수준을 조사함
 - 국제 농산물 가격의 상승에는 중국과 인도의 식품 수요 증가, 에탄올 등 에너지 수요 증가에 따른 옥수수 사용량 증가, 이상 기후에 따른 생산 변동성이 커진 것이 영향을 준 것으로 분석
 - 소비자들을 대상으로 한 설문조사 결과, 소비자들이 식료품/비주류 음료의 물가가 많이 상승하였다고 인식하였으며, 그 다음으로 주거/수도/광열비와 같은 주택관리비, 외식/숙박 순으로 많이 상승하였다고 느끼는 것으로 조사됨
- 김성훈, 김배성(2010)은 국제 원료 농산물의 가격변동이 가공식품 가격에 품목별로 다르게 전이된다는 것을 밝혀냄
 - 생산 및 수입 이후 다른 유통단계별 마진, 환율, 운송비, 업체의 의사결정과 같은 요인들이 가격변동 반영 수준에 영향을 미치는 것으로 분석됨
- 김태훈, 김배성(2009)은 국제곡물가격 변동이 곡물가공품 가격에 반영되는 시차를 분석하였는데, 연구결과 품목별로 3~6개월의 연동시차가 있는 것으로 조사되었고, 계약, 선적 및 운송, 통관 등이 시차를 발생시키는 주요 원인으로 분석함
- 강중구(2009)는 외환위기 전후 물가상승을 주도한 품목을 분석하고 경기하강기에 체감물가가 높아지는 이유에 대해 연구하였는데 분석결과, 경기하강기에 소득감소가 더 큰 저소득계층의 경우 필수생활품 가격 상승에 따른 충격이 커져 물가 상승에 대한 부담이 더욱 높을 것으로 추정하였음
 - 외환위기 이전에는 서비스 부분이 물가 상승을 주도하였으나 외환위기 이후에는 농축수산물, 가공식품, 석유류가 물가 상승을 주도하였다고 분석함

- 장인성(2011)은 소비자물가조사와 체감물가 괴리의 원인이 무엇인지 살펴보고 물가지수의 소득계층별 비교를 통해 저소득층일수록 소비자물가지수보다 체감물가를 더욱 높게 인지하는 것으로 분석함
 - 소비자물가와 체감물가 괴리의 원인으로 크게 체감물가의 심리적 특성과 소비자물가지수의 대표성을 지적
 - 소득계층별 체감물가 분석 결과 최근 저소득층에서 물가변동성이 더욱 크게 나타났으며 이는 품목 간 대체가능성이 낮은 저소득층에서 이로 인한 효용이 더욱 낮아지게 된다고 하였음
- 김기옥 외(1990)는 횡단분석과 시계열분석을 통해 소비자의 주관적 경기전망이 그들의 소비지출패턴에 어떠한 영향을 미치는지를 연구함
 - 연구결과 소비자의 주관적 경기전망은 총 소비지출액의 증감에 영향을 미치기보다 총 소비지출액에서 차지하는 비목별 백분율을 변화시킴으로써 소비지출패턴을 바꾸는 효과가 있으며 이러한 경향은 고소득층에서 더욱 뚜렷하게 나타남
 - 낙관적 경기 전망에 따라 소비지출액이 늘어나는 비목은 대체로 그 백분율도 높아졌으며 이는 경기전망이 소비지출패턴에 미치는 영향이 고소득층에서 가장 뚜렷하였고 저소득층에서는 이와 무관하게 나타남
 - 가공식품 물가 상승이 전체 소비자물가 상승에 미치는 영향에 대한 분석에서는 다른 품목 중 가공식품의 물가파급효과가 비교적 낮은 것으로 나타남
- 김난도 외(2009)는 2005년도 산업연관표에서 음식료품을 가공식품 관련 부문과 가공식품 외 부분으로 분류하고 총 29개 산업으로 재분류하여 산업별 물가파급효과를 분석
 - 식품가격이 10% 상승하였을 경우를 가정하고 직접 파급효과에 대해 산업부분별 산출액이 총 산출액에서 차지하는 비중에 대한 가중평균을 적용하여 분석하였고, 이를 총 29개 산업의 전체 소비자물가에 미치는 영향을 분석

- 분석결과 29개 산업 중 가공식품산업의 소비자 물가과급 효과가 22번째로 타 산업 대비 물가에 미치는 영향이 비교적 적은 것으로 나타남
- 이정희 외(2013)는 소비자물가지수 자료를 이용하여 주요품목별 물가지수와 가공식품 물가지수가 소비자물가지수에 미치는 영향을 분석하였음
 - 분석결과, 소비자물가 상승에 가장 큰 영향을 미치는 품목군은 개인서비스(외식제외)이며, 이어서 공공서비스, 농수축산물, 외식, 가공식품 순으로 나타남
 - 그러나 소비자 대상 설문조사 결과 지난해에 비해 가장 많이 오른 품목으로 가공식품이 2순위로 지목되어(1순위는 농축수산물) 분석결과와 소비자 인식 간에 괴리가 있는 것으로 분석됨
- **가공식품 유통마진에 대한 분석은 최병옥 외(2012)와 김관수 외(2014)의 연구가 있음**
 - 도매부분과 소매부분에 대한 실태조사를 통해서 가공식품 유통구조의 문제점을 진단하고 가공식품 유통구조의 발전방향과 정책방향을 제시하고 있음
 - 최병옥 외(2012)는 도매부분과 소매부분의 실태조사를 통해서 가공식품 유통구조의 문제점에 대한 연구를 진행함
 - 도매단계의 업체(가공식품 대리점, 2차 도매업체 및 식재료 유통점)들과 소매단계의 업체(슈퍼마켓 및 식당)를 대상으로 한 실태조사를 통해서 가공식품 유통구조상의 문제점을 밝혀냄
 - 실태조사 결과를 토대로, 도매유통 부분과 소매유통 부분에서의 발전방향과 정책적 지원방향을 제시함
 - 가공식품 품목별 유통마진 분석은 가공식품업체 담당자를 대상으로 심층면접과 표적집단면접법을 통해서 원가분석 및 유통마진 분석을 실시하고 있음
 - 김관수 외(2014)는 주요 가공식품(두부, 간장, 고추장, 된장, 김치)를 대상으로 제조원가와 유통마진 분석을 실시함

- 주요 가공식품 제조원가 분석결과, 원재료 비중(매출액 대비 원가 구성 비중)이 평균 50%이상으로 가장 높은 것으로 분석되었음
- 각각의 가공 식품들의 유통채널별 마진율을 분석하여 품목별 특성과 유통구조에 따른 마진율의 차이를 분석함

제 3절 연구목적 및 내용

3.1. 연구목적

- 본 연구는 가공식품의 가격 및 원가구성과 유통마진 분석을 통해 향후 정부의 합리적인 물가관리 정책에 필요한 기초자료를 제공하는데 있음
 - 식품 및 품목별 물가변동 추이를 살펴봄으로써 가공식품 물가 변동의 특성과 소비자 물가 상승 기여도 등을 분석하여 현재 가공식품 물가수준에 대한 객관적인 정보를 제공함
 - 해외 선진국의 가공식품 물가에 대한 분석을 통해 국내 가공식품의 물가수준 적정성에 대한 비교 정보를 제공함
 - 식품의 제조원가 및 원가 구성, 주요 가공식품 14개 품목의 유통마진율을 살펴보고 식품 물가의 변동 원인을 검토함
 - 가공식품의 가격 구조와 물가의 관계를 이해하고 가공식품산업과 식품유통업 발전을 위한 업계 및 정부정책에 발전적 제언을 도출함

3.2. 연구내용

- 가공식품 및 품목별 물가변동 추이 분석
 - 식품분류 기준에 따른 식품 및 품목별 물가 변동 추이 분석
 - 가공식품 물가의 전산업, 제조업, 농산물 대비 수준 및 변동률 분석
 - 가공식품 물가의 소비자물가 상승 기여도 분석

- 한·미·일 식품 소비자 물가 변동 추이 및 소비자 물가 상승 기여도 분석
 - 커피, 설탕, 밀가루, 식용유지 소재품목의 시장현황 분석
- 원가구성 분석을 통한 물가변동 원인 검토
- 한국은행 기업경영분석 업종구분에 따른 원가구성 추이 및 구조 분석
 - 식품 제조업체의 원가변화와 영업이익률과의 관계 분석
 - 원가 변화와 가공식품 물가와의 관계 분석
- 주요 가공식품 14개 품목 유통마진 분석
- 산업연관표를 통한 도소매마진을 산출
 - 대형마트와 중소슈퍼마켓, 편의점을 대상으로 조사 품목에 대한 유통마진을 조사
 - 이를 통한 소매업체별 유통마진을 비교 분석

3.3. 분석방법 및 이용자료

□ 통계자료 및 문헌

- 식품 물가변동 분석 : 통계청에서 발표한 소비자 물가지수, 생산자 물가지수, 수입 물가지수 1985년~2013년(30년) 연평균, 분기평균, 월평균 물가지수를 이용하여 분석
- 식품산업 업종별 원가분석 : 한국은행에서 발표한 기업경영분석 업종구분에 따라 5개 업종(①고기, 과일, 채소 및 유지가공업 ②낙농 제품 및 식용빙과류 ③곡물가공품, 전분제품, 사료 및 조제식품 ④기타식품 ⑤비알콜음료 및 얼음) 자료 이용
- 산업연관표를 이용한 도소매마진을 산출 : 한국은행 산업연관표

□ 설문조사 및 심층인터뷰

- 기존 선행연구와 사전 인터뷰 등을 바탕으로 구조화된 설문지를 작성
- 설문지를 이용하여 식품제조업체, 도매업체, 소매업체 등 채널별 심층 인터뷰 실시

□ 자문회의

- 자문회의를 통해 조사결과에 대한 검증 실시

3.4. 조사대상 선정

- 소비자물가지수 물가변동 추이 분석 품목은 소비자물가지수 가중치 상위품목, 가공식품 매출액 순위, 가구 구매빈도가 높은 품목 3가지 기준에 부합하는 품목 중 전문가 의견을 수렴하여 20개 품목을 선정함
 - 식품 소비자물가지수 총 73개 품목 중, 물가변동 추이 분석품목(20개)을 제외한 53개 품목은 부록으로 제시
- 유통마진 조사품목은 소비자물가지수 조사대상 품목 중 할인 등의 이유로 유통업체별 가격차이가 크거나, 취급 소매업체가 한정되어 있거나(케이크), 제조업체의 조사협조가 어려운 품목(초코파이, 떡, 탄산음료) 등을 제외한 14개 품목을 선정함

<표 1-1> 최종 조사대상 품목

구분	물가 변동추이(20개 품목)	유통마진(14개 품목)
우유	○	○
케이크	○	X
분유	○	○
발효유	○	○
비스킷	○	○
빵	○	○
과일주스	○	○
라면	○	○
초코파이	○	X
소시지	○	○
떡	○	X
어묵	○	○
스낵과자	○	○
아이스크림	○	X
설탕	○	○
탄산음료	○	X
생선통조림	○	○
햄	○	○
식용유	○	○
커피	○	X

제 4절 . 유통 마진율에 대한 이해

- 유통마진(Marketing margin)은 최종 소비자 판매가격에서 제조원가(제품 생산과정의 재료비, 노무비, 제조 경비 등)를 제외한 것으로 제품 유통 판매를 위한 임대료, 광고 선전비, 영업과 판매를 위한 직원들의 급여, 세금 등 판매비와 관리비, 이윤을 포함함
- 김관수(2014)는 유통과정에서 제공된 도·소매 서비스에 대한 가격으로 유통과정에서 발생한 비용과 유통 참여자들이 취득하는 이윤의 합으로 구성된다고 정의 하였음. 유통마진은 임금수준, 가공 및 유통효율성, 유통업자의 경쟁 등에 의해 결정된다고 했음
 - 유통마진은 운송비, 포장비, 보관비, 하역비 등의 직접 비용과 인건비, 지대(임대료), 판매관리비, 수도광열비 등 간접비용으로 구분되며
 - 유통마진은 소비지지불가격에서 생산자수취가격을 제외한 금액으로 유통비용과 유통이윤이 포함된 개념으로 정의함
 - 유통마진율은 유통 단계의 총 마진(최종단계 판매가격 - 최초단계 구매가격)에서 최종 단계의 판매 가격을 나눈 비율로 정의됨
- 신선 농산물의 유통마진은 통상적으로 최종 소비자가 지불하는 가격에서 생산자 수취가격을 뺀 것으로 여기에는 출하작업비, 포장비, 운송비, 하역비 및 상장수수료 등 직접 경비와 점포관리비, 임대료 등 간접비용과 상업이윤이 포함됨
 - 김철민(2012)은 유통마진율을 유통마진을 판매가격으로 나눈 것으로 정의함
- 유통마진율은 최종 판매 가격에서 제조원가를 제외한 유통마진을 최종 판매가격으로 나눈 값임. 여기서 각 단계의 주체가 다음 단계 주체에게 판매하는 유통마진에 따라 매출총이익률(제조업체 유통마진율), 도매마진율, 소매마진율 등으로 나눌 수 있음

국내 가공식품 물가지수 분석

제1절. 소비자물가지수 개요와 식품관련 소비자물가지수 종류

제2절. 가공식품 소비자물가지수의 추세 변화 분석

제3절. 식품 소비자물가지수 추세 변화 분석

제4절. 가공식품의 물가상승 기여도

제5절. 주요 국가와의 비교

제6절. 국내 식품물가 상승 주요 원인에 대한 탐색적 고찰

제2장 국내 가공식품물가지수 분석

제 1절 . 소비자물가지수 개요와 식품관련 소비자물가지수 종류

1.1 소비자물가지수 개요³⁾

- 소비자물가지수(CPI: Consumer Price Index)는 도시 가구가 일상생활 영위를 위해 구입한 상품과 서비스 가격의 평균적인 변동 수준을 측정하는 지수임
 - 소비자물가지수는 기준 연도를 100으로 하여 비교 시점의 물가수준을 알려줌
 - 예를 들어, 현재의 소비자물가지수가 109.6이라 하면, 기준 연도 소비자물가 수준에 비해 9.6% 높다는 것을 의미함
 - 따라서 소비자물가지수는 기준시점에 대해서 현재의 물가수준이 어느 정도인가를 나타내는 지표임
- 소비자물가지수는 가구의 소비지출 추세를 반영하기 위해 5년마다 조사대상 품목과 품목별 가중치를 변경하고 있으며, 현재는 2010년 기준지수가 발표되고 있음
 - 조사대상 품목(2010년 기준): 가구의 월 평균 소비지출 총액에서 차지하는 비중이 1/10,000 이상인 481개(상품 327개, 서비스 154개) 품목으로 구성
 - 가중치: 전국 가구의 월평균 소비지출 총액 중 해당 품목을 소비하는데 지출한 금액의 비중을 말하며 1,000분비로 나타냄

3) 유춘권(2011), “소비자물가와 농산물가격의 이해”, NHERI 리포트, 제149호, 농협경제연구소의 자료 참조.

- 현재는 2012년을 기준으로 가중치를 개편하여 지수를 발표하고 있음
- 종전에는 가중치를 5년 주기로 개편하였는데, 2013년부터 가중치의 개편주기를 단축하여 연도의 끝자리 수가 0,2,5,7자로 끝난 해(年)의 가중치를 사용하도록 함으로써 지수의 현실 반영도를 높임
- 예를 들어 식료품의 가중치가 130.0이라는 것은 2012년 가구의 월 평균 소비지출 총액을 1,000으로 놓았을 때, 식료품 지출액 비중이 130.2라는 의미이며, 이를 백분비로 환산하면 13.02%에 해당됨

□ 소비자물가지수는 개별 품목의 가격지수를 산출한 다음, 품목별 가중치를 적용하여 유별(類別) 및 전체 물가지수를 작성하며, 가중산술평균방식인 '라스파이레스(Laspeyres)'식을 사용하여 산출함

- 개별 품목지수: 기준 연도(현재 2010년)의 가격을 100으로 했을 때 비교시점의 가격 수준
 - 개별 품목지수: $(\text{비교시점 가격} \div \text{기준시점 가격}) \times 100$
- 유별 지수: 특정 상품류에 속한 개별 품목의 지수를 가중산술평균
 - 유별 지수: $\sum(\text{개별 품목지수} \times \text{각 품목별 가중치}) / \text{유별 가중치}$
 - (예) 육류 지수: $\{(\text{국산 쇠고기 지수} \times \text{국산 쇠고기 가중치}) + (\text{수입 쇠고기 지수} \times \text{수입 쇠고기 가중치}) + (\text{돼지고기 지수} \times \text{돼지고기 가중치}) + (\text{닭고기 지수} \times \text{닭고기 가중치}) + (\text{소시지 지수} \times \text{소시지 가중치}) + (\text{햄 지수} \times \text{햄 가중치}) + (\text{육류통조림 지수} \times \text{육류통조림 가중치})\} \div \text{육류 가중치}$
- 총지수: 위와 같은 방식으로 각 유별 지수를 가중산술평균하여 산출
- 소비자물가지수는 481개 품목의 가격변동을 가중평균하여 작성하고 있기 때문에, 소비자들이 자주 구입하는 상품의 가격이 크게 올라도 그 상품의 가중치가 낮다면 소비자물가 상승에 크게 반영되지 않을 수 있음
 - 그래서 소비자물가지수와 체감물가 사이에 차이가 발생할 수밖에 없음

- 통계청은 물가 변동을 유형별로 파악하기 위해 소비자물가지수를 기본지수인 지출목적별분류지수 이외에 특수분류지수를 발표하고 있음
- 지출목적별분류지수는 조사대상 품목(2010년 기준 481개 품목)의 소비 지출의 목적에 따라 분류하여 작성한 지수
 - 식료품 및 비주류음료, 주류 및 담배, 의류 및 신발, 주택·수도·전기·연료 등 12개 비목(대분류)과 40개 중분류, 72개 소분류로 나누어 지수를 작성하고 있음
- 특수분류지수: 물가변동의 장기적 추세를 나타내는 ‘농산물 및 석유류 제외 지수’, 생활품으로 구성된 ‘생활물가지수’, 상품과 서비스로 구분한 ‘품목성질별지수’, 가격변동이 큰 ‘신선식품지수’ 등
 - 농산물 및 석유류 제외지수: 장기적인 기초물가를 나타내는 지수로서 근원물가지수에 가까움
 - 계절적 요인 등으로 물가 변동이 큰 농산물(곡물 제외)과 OPEC의 석유수출 감산합의와 같은 일시적인 충격에 의해 물가 변동이 큰 석유류에 해당되는 품목을 제외하고 나머지 품목들로 가격변동을 집계하여 작성한 지수임
 - 식료품 및 에너지 제외지수: OECD 기준에 맞추기 위해 농산물과 석유류 외에 축산물, 수산물, 가공식품, 전기료, 지역난방비 등의 품목을 제외한 337개 품목으로 작성한 지수
 - 품목성질별지수: 조사대상 품목의 특성에 따라 상품(농축수산물, 공업제품)과 서비스(공공서비스, 개인서비스)로 구분하여 작성한 지수
 - 생활물가지수: 체감물가를 나타내기 위한 지수로서 일상생활을 영위하는데 필수적인 142개 품목으로 구성됨
 - 월 1회 이상 구입하는 품목(두부, 라면 등), 소득의 증감과 관계없이 지출하면서 분기 1회 이상 구입하는 품목(쌀, 닭고기 등), 소비지출비

중이 높아 가격변동을 민감하게 느끼는 품목(한우쇠고기, 납입금 등) 등이 포함됨

- 신선식품지수: 생선류, 채소류, 과일류 등 기상조건이나 계절에 따라 가격변동이 큰 51개 품목을 대상으로 작성한 지수

1.2 식품부문 소비자물가지수의 종류

□ 소비자물가지수에서 식품과 관련한 지수를 정리하면 아래의 표와 같음

- 기본지수 및 특수분류지수는 지수 작성 목적에 따라 식품을 포함하고 있음
 - 지출목적별분류지수에서는 식품을 ‘식료품 및 비주류 음료’로 분류하였으며, 생활물가지수에서는 ‘식품’으로, 품목성질별지수에서는 ‘농축산물’과 ‘가공식품’으로, 신선식품지수에서는 ‘신선식품’으로 분류함
 - 다만, 생활물가지수에서 분류한 ‘식품’은 체감물가에 영향을 주는 품목만 포함되어 있기 때문에 전체 식품을 포괄하는 개념이 아님
 - 신선식품지수도 가격변동이 큰 농축산물만 포함되어 있기 때문에 전체 농축수산물을 포괄하는 개념이 아님

<표 2-1> 식품이 포함된 소비자물가지수 종류

지수의 종류	분류	품목수	가중치
지출목적별분류지수 (기본지수)	식료품 및 비주류 음료	134	139.0
	(식료품)	(124)	(130.0)
	(비주류 음료)	(10)	(9.0)
생활물가지수	식품	61	99.9
품목성질별지수	농축산물	71	77.6
	가공식품	73	71.8
신선식품지수	신선식품	51	40.7

- 식품 전체, 즉 농축수산물과 가공식품 전체를 포괄하는 물가수준을 잘 나타낸 지수가 지출목적별분류지수(기본지수)의 ‘식료품 및 비주류 음료’의 물가지수임
 - ‘식료품 및 비주류 음료’는 다시 11개의 소분류 항목으로 구성됨

<표 2-2> 소비자물가지수 품목성질별-지출목적별 가공식품 가중치

지출목적별 분류	해당 가공식품	가중치	지출목적별 분류	해당 가공식품	가중치
빵 및 곡물	밀가루	0.1	기타 식료품	소금	0.3
	국수	0.7		간장	0.6
	라면	2.5		된장	0.5
	당면	0.2		양념장	0.3
	두부	1.3		고추장	0.5
	씨리얼식품	0.7		카레	0.2
	부침가루	0.6		케찹	0.1
	케이크	1.4		드레싱	0.2
	식빵	0.4		혼합조미료	0.3
	빵떡	1.9		스프	0.2
육류	소시지	1.3	이유식	0.1	
	햄	1.5	김치	0.7	
	육류통조림	1.8	밀반찬	1.3	
어류 및 수산	오징어채	0.3	냉동식품	0.9	
	복어채	0.7	즉석식품	1.0	
	어묵	1.1	삼각김밥	0.4	
	맛살	0.3	커피	2.3	
	생선통조림	1.2	커피크림	0.3	
우유·치즈 및 계란	우유	5.7	커피·차 및 코코아	차	0.4
	분유	0.9		차음료	0.4
	치즈	0.5		과일주스	1.9
	발효유	2.3		두유	0.9
식용유지	참기름	0.5	생수·청량음료·과일주스	생수	0.5
	식용유	0.6		기능성음료	0.3
과일	과실통조림	0.4		탄산음료	1.3
채소 및 해초	단무지	0.4		혼합음료	0.7
	맛김	0.6	주류	소주	1.1
	초콜릿	0.5		과실주	0.3
사탕	0.5	맥주		2.0	
껌	0.2	막걸리		0.4	
과자·빙과류 및 당류	아이스크림	2.5		위스키	0.2
	비스킷	2.0		약주	0.1
	스낵과자	2.6	보건의료용품 및 장비·의약품	홍삼	2.0
	초코파이	0.7	가공식품	건강기능식품	3.7
	설탕	0.5		가공식품	73품목
	잼	0.1			
	꿀	0.4			
	물엿	0.2			

※ 11개 소분류 항목: 빵 및 곡물, 육류, 어류 및 수산, 우유·치즈 및 계란, 식용유지, 과일, 채소 및 해초, 과자·빙과류 및 당류, 기타 식료품, 커피·차 및 코코아, 생수·청량음료·과일주스 및 채소주스

- 다만, 식품을 지출목적에 따라 분류함으로써 신선농축수산물과 가공식품을 분류할 수가 없음

- 그래서 품목성질별지수에서는 식품을 ‘농축산물’과 ‘가공식품’으로 구분하고 있음
 - 가공식품에 73개 품목이 포함되어 있으며, 이중 소주, 맥주, 막걸리 등 주류 6개 품목, 홍삼과 건강기능식품 2개 품목, 그리고 생수 1개가 포함됨
- 본 연구 목적에 가장 근접한 식품의 개념은 품목성질별지수의 가공식품 물가지수임
 - 다만, 가공식품에 주류와 건강기능식품이 포함된 한계가 있지만, 분석의 편의를 위해서 통계청에서 분류한 가공식품의 기준을 따르고자함
 - 그리고 식품물가의 보조 지수로 지출목적별 분류지수의 ‘식료품 및 비주류 음료’ 물가지수를 활용함

제 2절 . 가공식품 소비자물가지수의 추세 변화 분석

2.1 가공식품 소비자물가지수 추세 분석

- 물가지수 변화의 추이를 분석하기 위해 기본적으로 변동률을 가지고 분석하게 됨
 - 물가변동률은 물가지수의 기준시점에 대한 비교시점에서의 증감률을 의미
 - 예를 들어 기준시점의 물가를 1985년으로 하고 비교시점의 물가를 2013년으로 할 경우, 이때 물가변동률은 2013년의 물가가 1985년도 물가에 비해 얼마만큼 변했는지 의미함
 - 연구자 등이 분석의 목적을 가지고 기준시점을 정함
 - 통상적으로 물가변동률 계산을 위한 기준 시점을 전년도로 하기 때문에, 일반적인 물가변동률은 금년 물가가 전년에 비해 얼마만큼 증감했는가를 나타내는 지표임

- 물가지수 자료가 월별 또는 분기별 자료이면, 물가변동률은 현재 월(분기) 물가가 전년 월(분기)에 비해 얼마만큼 상승 또는 하락하였는가를 나타내며, 이를 전년 동월(분기) 대비 변동률로 표현함
- 정부가 발표하는 물가상승률은 이 개념을 의미함

<물가변동률 산식>

$$\text{물가변동률(\%)} = \left(\frac{\text{비교시점 소비자물가지수}}{\text{기준시점 소비자물가지수}} - 1 \right) \times 100$$

전년 동분기(월)대비 물가변동률

$$= \left(\frac{\text{금년도 } \bigcirc \text{분기(월) 소비자물가지수}}{\text{전년도 } \bigcirc \text{분기(월) 소비자물가지수}} - 1 \right) \times 100$$

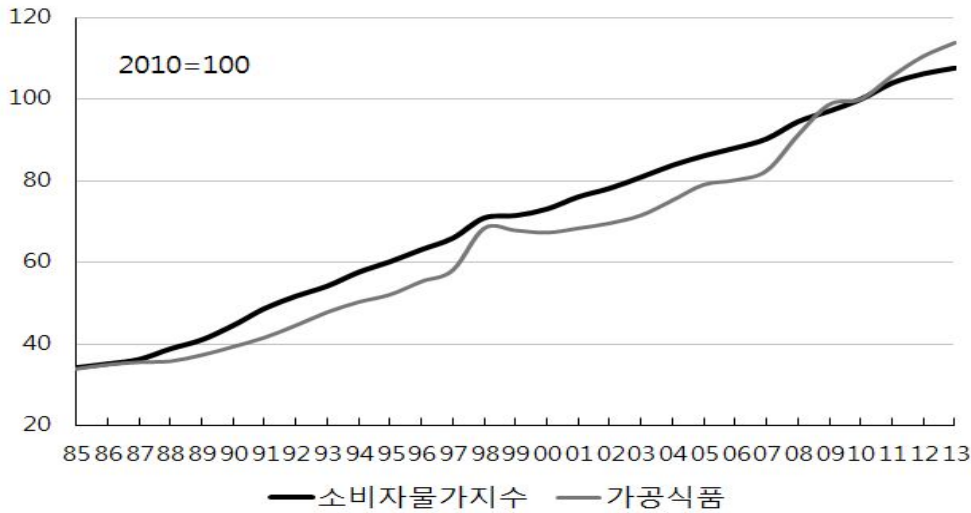
- 본 연구에서는 통상적으로 사용하는 물가변동률을 ‘물가상승률’로 명칭하고, 연구자에 의해 기준시점을 정해서 계산된 물가변동률은 ‘물가증가율’로 명칭함
 - 즉, 물가상승률의 기준시점은 전년도로 고정되어 있으며, 물가변동률의 기준시점은 연구자에 의해 임의적으로 변경될 수 있음
- 약 지난 30년 동안⁴⁾ 품목성질별 소비자물가지수의 증가율을 살펴보면, 가공식품이 소비자물가 총지수보다 더 많이 상승함⁵⁾
 - 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 가공식품의 소비자물가지수(이하 ‘가공식품’이라 함)가 33.90이었는데, 2013년 113.88로 이 기간 동안 235.9% 상승함⁶⁾(연간 자료 기준⁷⁾)

4) 분석기간이 1985년부터 2013년까지이기 때문에 보다 정확히 표현하면 28년이지만, 편의상 30년이라는 표현을 사용함

5) 소비자물가 총지수는 여러 종류의 상품들의 가격을 일정한 방식으로 평균한 경제지표를 나타내기 때문에 평균적인 물가변화라 할수 있음. 따라서 가공식품의 소비자물가지수를 소비자물가 총지수와 비교함으로써 가공식품의 물가변화가 평균을 기준으로 얼마만큼 변화했는지 알 수 있음. 따라서 가공식품의 소비자물가지수가 소비자물가 총지수보다 높으면, 가공식품의 소비자물가가 평균 물가 상승보다 더 많이 상승했다는 것을 의미하며, 반대의 경우에는 가공식품의 소비자물가가 평균보다 낮은 상승률을 기록했다는 것을 의미함.

- 반면에 1985년 소비자물가 총지수 (이하부터는 ‘소비자물가’라 함)는 34.21이었는데, 2013년 107.67로 이 기간 동안 214.7% 상승함

<그림 2-1> 소비자물가 총지수와 가공식품 물가지수 추이



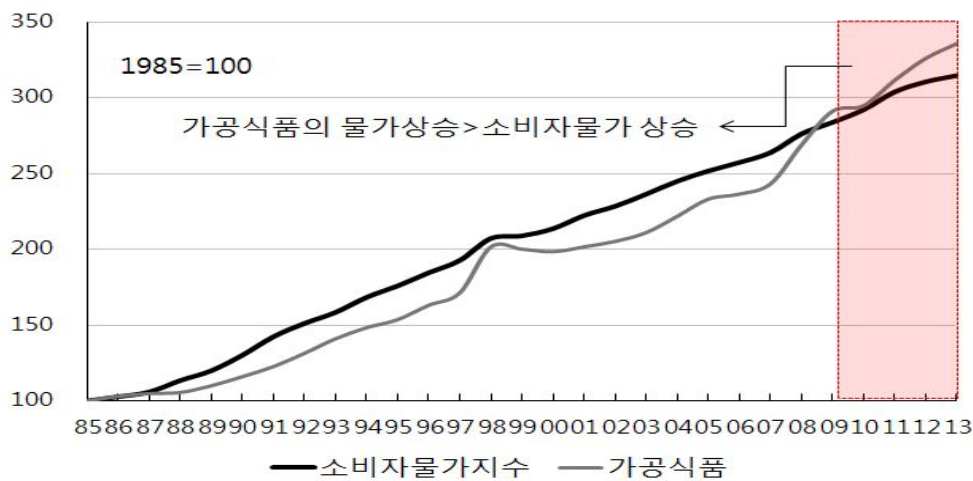
자료: 통계청, KOSIS

- 2007년 가공식품의 주원료인 국제곡물가격이 급등하면서 그 영향으로 2009년부터 가공식품의 물가지수가 소비자물가지수를 초과하기 시작함
 - 가공식품이 지난 30년 동안 내내 소비자물가보다 높았던 것은 아님
 - 2010년 기준 물가지수를 1985년을 기준(1985=100)으로 전환해서 물가지수의 추이를 살펴보면, 가공식품의 물가지수가 소비자물가지수보다 낮게 유지되다가 2009년 이후부터 가공식품의 물가지수가 소비자물가지수를 초과하기 시작함⁸⁾

6) 보다 정확한 표현은 2013년의 가공식품 소비자물가지수는 1985년 가공식품 소비자물가지수 대비 235.9% 증가함
 7) 본 연구는 장기적인 물가변화를 살펴보는 것이 목적이기 때문에 연간 자료를 이용하여 분석함.
 8) 정규철 외(2013)의 보고서에서 부문 간 물가상승의 장기적 추세 비교를 위해 2010년 기준의 물가를 1985년 기준으로 전환함. 모든 품목의 물가지수 출발이 100에서 시작하기 때문에 시간이 지남에 따라 어떤 품목의 물가가 더 많이 올랐는지 비교하기가 용이함.

- 1985년부터 2008년까지 가공식품의 가격은 169.03% 상승하고, 소비자물가는 176.29% 상승하여 가공식품의 물가 상승이 평균 물가 상승에 미치지 못함
- 반면에 2009년부터 2013년까지 가공식품은 15.3% 오르고, 소비자물가는 10.9% 상승하여 가공식품의 가격 상승 정도가 평균 물가 상승을 초과함

<그림 2-2> 소비자물가 총지수와 가공식품 물가지수 추이



자료: 통계청, KOSIS

- 시대별로 소비자물가지수와 가공식품 물가지수의 증가율을 살펴보면, 80년대 후반을 제외하고, 90년대, 2000년대, 2010년 이후 모두 가공식품의 가격 상승 정도가 소비자물가 증가율보다 높았음
 - 1990년대에는 가공식품의 가격이 72.5% 상승한 반면, 전체 소비자물가는 60.5% 상승하여 가공식품이 12.0%p 더 높게 증가함
 - 2000년대에는 가공식품이 46.7%, 소비자물가는 32.9%로 가공식품이 13.8%p 더 높게 증가함
 - 2010년 이후에는 가공식품이 소비자물가보다 6.2%p 더 높게 증가함

- 국가 경제에 중요한 영향을 미친 사건을 중심으로 시대를 구분하여 살펴 보면, 외환위기 이전(1985~1997년)과 애그플레이션 이전(1998~2006년)에는 소비자물가지수 증가율이 가공식품 물가지수 증가율보다 더 높았음
- 애그플레이션 이후(2007~2013년)에는 가공식품의 물가지수가 소비자물가지수보다 18.8%p 더 높게 증가함

<표 2-3> 시대별 소비자 물가지수와 가공식품 물가지수 증가율

(단위 : %)

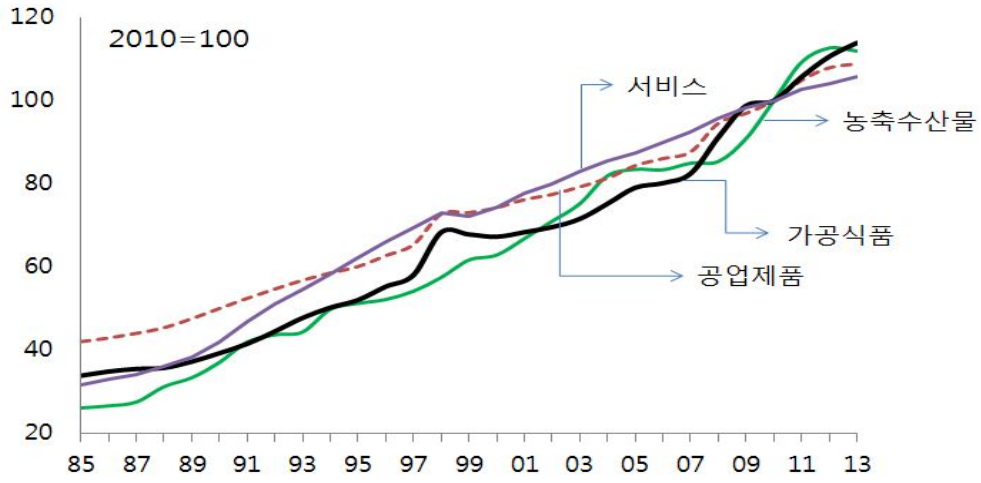
구 분	소비자물가 총지수	가공식품
전기간 (2013/1985년) ^{주)}	214.7	235.9
80년대 후반 (1989/1985년)	19.9	10.0
90년대 (1999/1990년)	60.5	72.5
2000년대 (2009/2000년)	32.9	46.7
2010년 이후 (2013/2010년)	7.7	13.9
외환위기 이전 (1997/1985년)	92.8	71.4
애그플레이션 이전 (2006/1998년)	24.2	17.3
애그플레이션 이후 (2013/2007년)	19.2	38.0

주) 2013년/1985년은 기준 연도를 1985년으로 하고 비교연도를 2013년으로 하여 1985년의 물가지수가 2013년의 물가지수와 비교하여 얼마만큼 상승하였는가를 나타낸 것임.

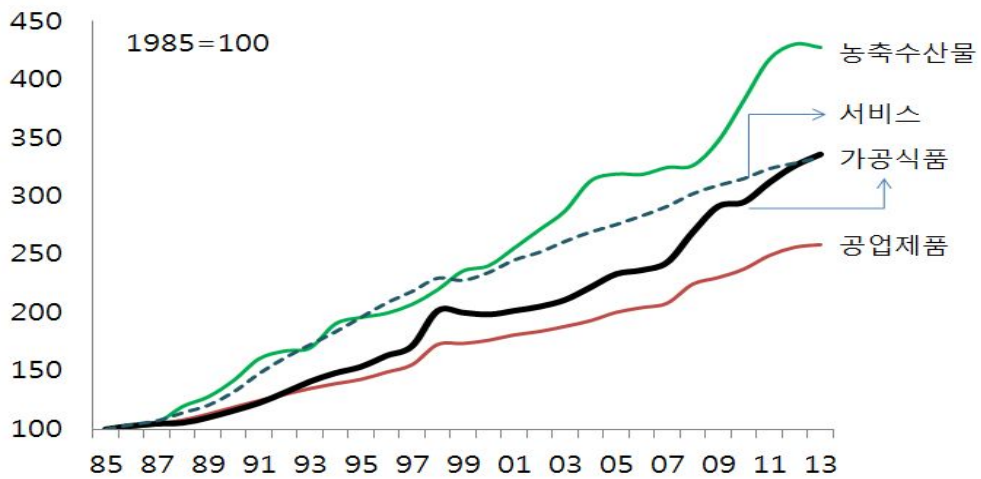
□ **가공식품의 물가지수를 농축수산물, 공업제품, 서비스 물가지수와 비교 시, 농축수산물, 가공식품, 서비스 순으로 증가율이 높았음**

- 지난 30년 동안 농축산물의 가격은 327.6% 상승하여 가장 높은 증가율을 기록함
- 이어 가공식품이 235.9%, 서비스 233.3%, 그리고 공업제품 158.5% 상승함
- 서비스의 가격이 가공식품의 가격보다 더 높은 증가율을 보였으나, 2013년도에 가공식품이 서비스의 가격 증가추세를 앞지름

<그림 2-3> 가공식품, 농축수산물, 공업제품, 서비스의 소비자물가지수 추이



<그림 2-4> 가공식품, 농축수산물, 공업제품, 서비스의 소비자물가지수 추이



<표 2-4> 시대별 가공식품, 농축수산물, 공업제품, 서비스의 물가지수 증가율
(단위 : %)

구 분	가공식품	농축수산물	서비스	공업제품
전 기간 (2013/1985년)	235.9	327.6	233.3	185.8
80년대 후반 (1989/1985년)	10.0	27.8	20.5	13.1
90년대 (1999/1990년)	72.5	66.3	72.6	46.0
2000년대 (2009/2000년)	46.7	44.5	31.9	30.5
2010년 이후 (2013/2010년)	13.9	11.9	5.8	8.8
외환위기 이전 (1997/1985년)	71.4	107.2	118.3	55.4
애그플레이션 이전 (2006/1998년)	17.3	45.0	23.3	18.3
애그플레이션 이후 (2013/2007년)	38.0	31.7	14.4	24.1

- 시대별로 살펴보면, 80년대 후반에는 농축산물의 가격이 가장 많이 올랐으며(27.8%), 90년대에는 서비스(72.6%)와 가공식품(72.5%)이 가장 많이 올랐음
 - 2000년대와 2010년 이후에는 가공식품의 가격이 각각 46.7%, 13.9% 오르면서 다른 재화에 비해 상대적으로 가장 많이 인상됨
- 국가 경제에 중요한 영향을 미친 사건을 중심으로 시대를 구분하여 살펴보면, 외환위기 이전(1985~1997년)에는 서비스의 가격이 118.3% 오르며 가장 높은 물가 증가율을 기록함
 - 애그플레이션 발생 이전(1998~2006년)에는 농축수산물이 45.0% 오르면서, 17.3% 오른 가공식품에 비해 27.7%p 높았음
 - 애그플레이션 발생 이후(2007~2010년)에는 가공식품의 가격이 38.0% 오르면서, 31.7% 오른 농축수산물보다 6.3%p 더 많이 상승함

- 가공식품의 물가지수를 품목성질별 소분류 기준의 품목 물가지수와 비교했을 때, 지난 30년 모두를 고려한 경우 가공식품의 가격 증가율은 높은 편은 아님
 - 지난 30년 동안 석유류 제품의 가격이 444.1% 증가하며, 비교 대상 13개 품목 가운데 가장 높은 증가율을 기록함
 - 이어서 수산물(424.6%), 외식 제외 개인서비스(367.8%), 농산물(339.3%), 외식(307.6%) 등의 순으로 증가율을 기록함
 - 반면에 가공식품의 가격은 235.9% 증가하며 비교 대상 13개 품목 중 8번째로 높은 증가율을 나타냄
 - 80년대 후반에는 수산물의 가격이 54.5% 상승하며, 가장 높은 증가율을 기록함
 - 이어서 외식(38.3%), 섬유제품(31.4%), 외식제외 개인서비스(31.0%) 등의 순으로 높은 증가율을 기록함
 - 가공식품의 가격은 10.0% 증가하며, 비교 대상 13개 품목 중 11번째로 높은 증가율을 나타냄
 - 90년대에는 석유류 제품의 가격이 158.9% 상승하며 가장 높은 증가율을 기록함
 - 이어서 외식제외 개인서비스(98.4%), 출판물(90.7%), 농산물(82.7%) 등의 순으로 높은 증가율을 기록함
 - 가공식품의 가격은 72.5% 증가하며, 비교 대상 13개 품목 중 8번째로 높은 증가율을 나타냄
 - 2000년대에는 축산물의 가격이 88.7% 상승하며 가장 높은 증가율을 기록함
 - 이어서 석유류(50.6%), 가공식품(46.7%), 외식제외 개인서비스(40.9%) 등의 순으로 높은 증가율을 기록함
 - 2010년 이후에는 농산물의 가격이 17.1% 상승하며 가장 높은 증가율을 기록함
 - 이어서 전기·수도·가스(15.0%), 가공식품(13.9%), 석유류(13.9%) 등의 순으로 높은 증가율을 기록함
 - 따라서 가공식품의 가격은 2010년 이후부터 상승하였음을 알 수 있음

<표 2-5> 소분류 기준 품목성질별 소비자물가지수의 시대별 증가율

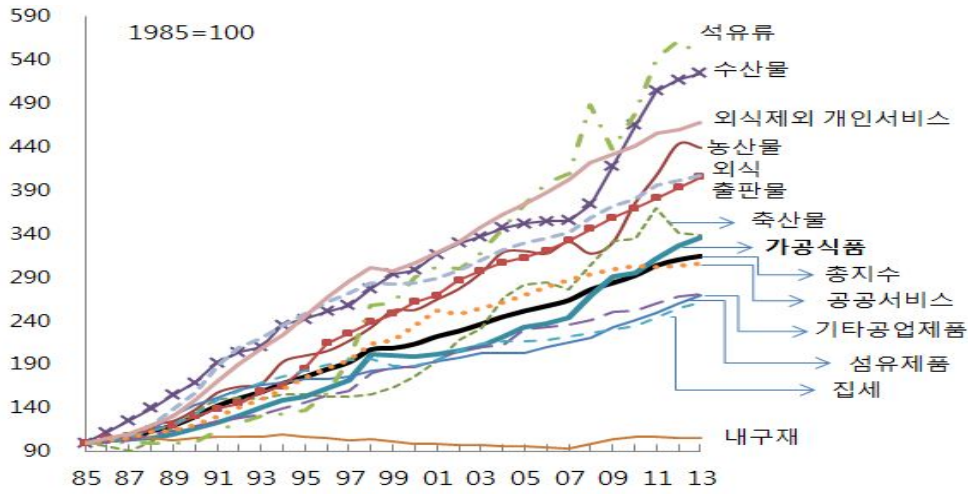
(단위 : %)

구 분	전 기간 (2013/1985년)		80년대 후반 (1989/1985년)		90년 대 (1999/1990년)		2000년 대 (2000/2009년)		2010년 이후 (2013/2010년)	
	가치	순위	가치	순위	가치	순위	가치	순위	가치	순위
총지수	214.7	순위	19.9	순위	60.5	순위	32.9	순위	7.7	순위
농산물	339.3	4	25.0	5	82.7	4	30.6	9	17.1	1
축산물	239.0	7	18.2	8	20.4	12	88.7	1	1.2	13
수산물	424.6	2	54.5	1	74.1	7	40.2	5	12.8	5
가공식품	235.9	8	10.0	11	72.5	8	46.7	3	13.9	3
내구재	5.3	13	3.3	12	-3.6	13	6.3	15	-1.6	16
섬유제품	169.9	11	31.4	3	28.6	11	23.9	11	12.2	6
출판물	305.4	6	19.8	7	90.7	3	36.9	6	9.1	8
석유류	444.1	1	-0.1	13	158.9	1	50.6	2	13.9	3
의약품	-	-	-	-	-	-	15.8	14	-1.5	15
화장품	-	-	-	-	-	-	17.0	13	5.1	12
기타공업제품	170.4	10	14.3	9	56.3	9	34.3	7	7.2	9
전기·수도·가스	-	-	-	-	-	-	-	-	15.0	2
집세	160.9	12	20.6	6	41.5	10	22.6	12	11.2	7
공공서비스	206.1	9	14.2	10	80.7	5	28.0	10	0.8	14
외식	307.6	5	38.3	2	78.3	6	31.0	8	7.1	10
외식 제외 개인서비스	367.8	3	31.0	4	98.4	2	40.9	4	6.1	11

기준연도 : 2010=100

- 2010년을 기준으로 작성된 물가를 1985년 기준으로 전환하면 물가상승의 장기적 추세에 대한 부문 간의 비교가 보다 용이해짐(그림 2-5 참조)
 - 모든 품목의 물가지수가 100에서 출발하기 때문에 시간에 지남에 따라 어떤 품목의 물가가 더 많이 상승했는지 알 수 있음
 - 2005년 이전에는 수산물, 외식, 외식제외 개인서비스가 높은 물가 상승을 보였으며, 2005년 이후 석유류 제품의 물가가 가파른 상승세를 보임
 - 반면에 앞에서 언급했듯이 장기간에 걸친 물가지수 추세에서 가공식품은 다른 품목에 비해 낮은 증가를 보이고 있음

<그림 2-5> 품목성질별 소비자물가지수 추이



자료: 통계청, KOSIS.

□ 가공식품의 가격 상승이 상대적으로 다른 품목에 비해 높아지기 시작한 것은 전 세계에 불어 닥친 애그플레이션 이후부터임

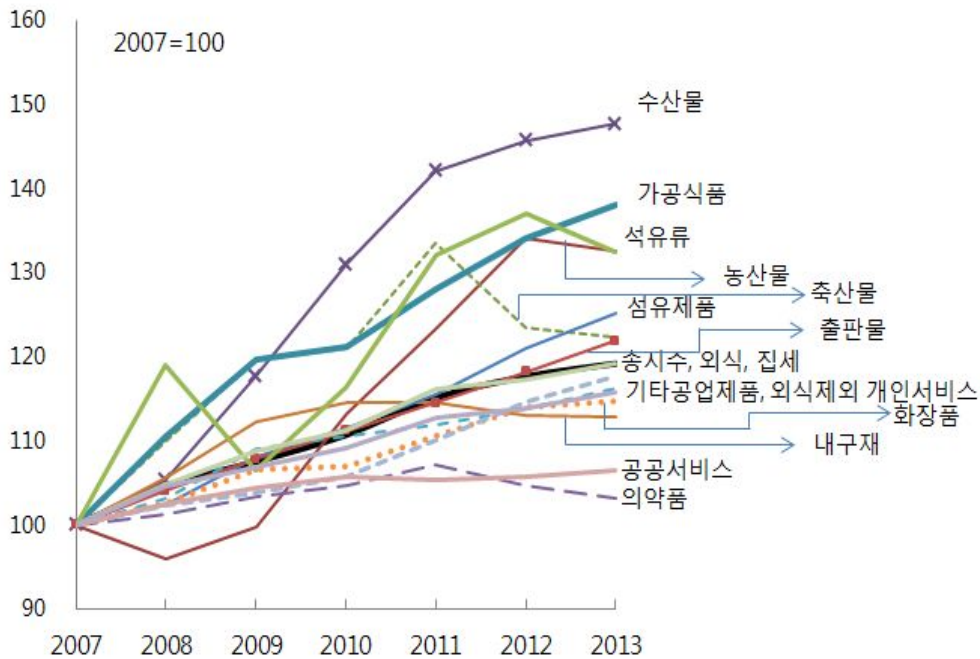
<표 2-6> 소분류 기준 품목성질별 소비자물가지수의 시대별 증가율

(단위: %)

구 분 (2010=100)	외환위기 이전 (1997/1985년)		애그플레이션 이전 (2006/1998년)		애그플레이션 이후 (2013/2007년)	
	가치	순위	가치	순위	가치	순위
총지수	90.3		24.2		19.2	
농산물	115.4	5	36.7	3	32.7	3
축산물	55.1	12	83.0	1	22.4	6
수산물	140.9	3	27.9	7	47.7	1
가공식품	69.3	10	17.3	9	38.0	2
내구재	3.4	13	-9.8	13	12.8	13
섬유제품	73.9	9	14.9	11	25.2	5
출판물	120.9	4	34.4	4	21.9	7
석유류	94.7	6	54.4	2	32.5	4
의약품	-	-	-	-	3.1	15
화장품	-	-	-	-	16.3	10
기타공업제품	59.6	11	29.2	6	14.8	12
전기수도·가스	-	-	-	-	-	-
집세	91.8	8	10.8	12	17.7	9
공공서비스	92.4	7	30.3	5	6.5	14
외식	164.0	2	24.9	8	19.2	8
외식제외 개인서비스	176.0	1	17.1	10	15.8	11

- 국가 경제에 중요한 영향을 미친 사건을 중심으로 시대를 구분하여 살펴보면, 외환위기 이전(1985~1997년)에는 외식제외 개인서비스의 가격이 176.0% 오르며 가장 높은 물가 증가율을 기록함
 - 애그플레이션 발생 이전(1998~2006년)에는 축산물이 83.0% 오르면서 가장 높은 증가율을 기록하였으며, 가공식품은 17.3% 오르면서 비교 대상 13개 품목 중에 9번째로 높은 증가율을 나타냄
 - 애그플레이션 발생 이후(2007~2010년)에는 가공식품의 가격이 38.0% 오르면서, 수산물 다음으로 두 번째로 높은 증가율을 기록함
- 반면, 2010년을 기준으로 작성된 물가를 2007년 기준으로 전환하여 2007년 이후의 물가상승의 추세를 살펴보면, 가공식품은 수산물 다음으로 높은 증가를 보이고 있음(그림 2-6 참조)

<그림 2-6> 품목성질별 소비자물가지수 추이



자료: 통계청, KOSIS.

□ 지금까지 가공식품 물가지수 비교를 통해 살펴본 결과, 가공식품의 가격 상승은 최근에 일어난 일임을 알 수 있음

- 특히, 2007년에 발생한 전 세계에 불어 닥친 곡물파동 이후, 가공식품의 가격이 급격하게 상승하고 있음
 - 따라서 최근에 소비자가 체감하는 가공식품의 가격상승은 더 높게 느껴질 수 있음

2.2 가공식품 소비자물가 상승률 분석

□ 지난 30년 동안 가공식품의 평균 물가상승률이 소비자물가 평균 상승률보다 높았음

<표 2-7> 시기별 소비자물가 총지수 상승률과 가공식품 소비자물가 평균 상승률 비교
(단위 : %)

기간	소비자물가 총지수 (A)	가공식품물가 (B)	B-A
전기간 평균 (1986~2013년)	4.2	4.5	0.3
1986~1989년 평균	4.7	2.4	-2.3
1990~1999년 평균	5.7	6.3	0.6
2000~2009년 평균	3.1	3.9	0.8
2010~2013년 평균	2.6	3.7	1.1
외환위기 이전 평균 (1985~1997년)	5.6	4.6	-1.0
애그플레이션 이전 평균 (1998~2006년)	3.3	3.8	0.5
애그플레이션 이후 평균 (2007~2013년)	2.9	5.2	2.3

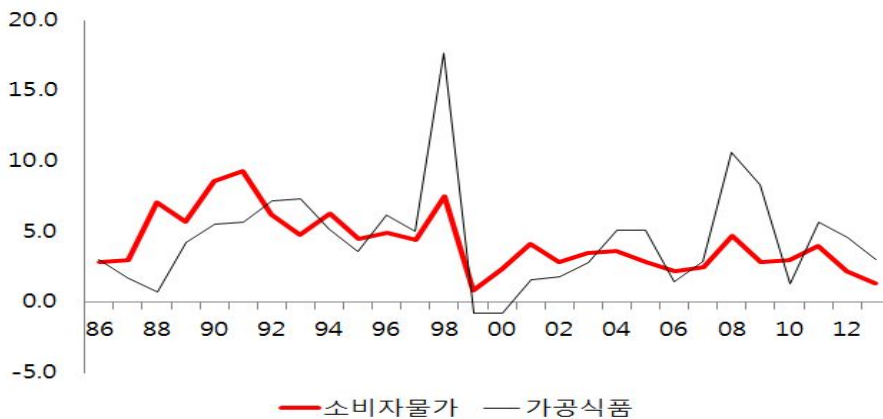
주1: 상승률=[(금년도 물가지수-전년도 물가지수)-1]×100

주2: 평균상승률= 상승률의 산술 평균

자료: 통계청, KOSIS.

- 1986년부터 2013년 사이에 가공식품의 평균 물가상승률이 4.5%로 소비자물가 평균 상승률 4.2%와 비교하여 0.3%p높음
 - 시기별로 나눠서 살펴보면, 1980년대 후반에 소비자물가 평균 상승률이 4.7%였는데, 가공식품의 평균 물가 상승률이 2.4%로 소비자 물가가 더 높은 상승률을 기록함
 - 그러나 1990년대, 2000년대, 2010년 이후에는 가공식품의 평균 물가 상승률이 소비자 물가 평균 상승률보다 각각 0.6%p, 0.8%p, 1.1%p 높았음(표 2-7 참조)
 - 특히, 전 세계적인 애그플레이션이 발생한 2007년 이후 가공식품의 평균 물가 상승률이 5.2%로 높아지면서, 소비자물가 평균 상승률과의 차이가 2.3%p로 크게 벌어짐
- 1998년 외환위기로 인해 가공식품의 물가상승률이 치솟았으며, 2007년부터 시작된 국제곡물 가격의 급격한 인상, 2012년 바이오 에너지 사용증가로 인한 옥수수 가격의 급격한 상승 등으로 이 기간에 가공식품 물가상승률이 급격히 상승한 것으로 여겨짐
 - 가공식품은 국제 곡물 가격과 밀접한 관련이 있다 보니, 국제 곡물 시장의 수급불안 문제는 국내 가공식품 가격에 직·간접적으로 영향을 주고 있음

<그림 2-7> 소비자물가지수와 가공식품물가지수 전년대비 상승률 추이
(단위: %)



2.3 가공식품 품목군별 소비자물가지수 추세 분석

- 가공식품의 원재료의 특성 및 용도에 따라 다음과 같이 분류하여 품목군별 소비자 물가지수를 산출함⁹⁾

<표 2-8> 가공식품 품목군별 분류표

품목군	해당 품목	실제 적용 품목 ¹⁾
곡류가공품	밀가루, 국수, 라면, 당면, 두부, 씨리얼식품, 부침가루, 케이크, 식빵, 빵, 떡 (11개 품목)	밀가루, 국수, 라면, 당면, 두부, 씨리얼식품, 부침가루, 케이크, 식빵, 빵, 떡 (11개 품목)
육류가공품	소시지, 햄, 육류통조림 (3개 품목)	소시지, 햄, 육류통조림 (3개 품목)
어류가공품	오징어채, 복어채, 어묵, 맛살, 생선통조림, 젓갈 (6개 품목)	오징어채, 복어채, 어묵, 맛살, 생선통조림 (5개 품목)
낙농가공품	우유, 분유, 치즈, 발효유 (4개 품목)	우유, 분유, 치즈, 발효유 (4개 품목)
식용유지류	참기름, 식용유 (2개 품목)	참기름, 식용유 (2개 품목)
채소·과실가공품	과실통조림, 단무지, 김치 (3개 품목)	과실통조림, 단무지, 김치 (3개 품목)
과자·빙과식품	초콜릿, 사탕, 껌, 아이스크림, 비스킷, 스낵과자, 초코파이 (7개 품목)	초콜릿, 사탕, 껌, 아이스크림, 비스킷, 스낵과자, 초코파이 (7개 품목)
양념조미식품	설탕, 물엿, 소금, 간장, 된장, 고추장, 양념장, 카레, 케찹, 혼합조미료, 드레싱 (11개 품목)	설탕, 물엿, 소금, 간장, 된장, 고추장, 양념장, 카레, 케찹, 혼합조미료 (10개 품목)
기타가공식품	스프, 이유식, 밀반찬, 냉동식품, 맛김, 잼, 즉석식품, 삼각김밥 (8개 품목)	스프, 이유식, 밀반찬, 맛김, 즉석식품, 삼각김밥 (6개 품목)

주1) 품목군별 물가지수를 산출할 때 해당품목과 실제적용 품목에 차이가 나는 것은 가중치 자료를 충분히 확보하지 못해서 발생함. 그러나, 포함시키지 않은 품목의 가중치가 작아서 품목군별 소비자물가지수의 추세 변화를 보는데는 큰 무리가 없을 것으로 판단됨

- 가공식품의 물가지수를 품목군별로 분류하여 살펴보면, 지난 24년 동안(1990~2013년)¹⁰⁾ 과자·빙과식품의 가격이 가장 많이 올랐음

9) 품목군별 소비자물가지수 산출방법은 1.1 소비자물가지수 개요 참조

<표 2-9> 가공식품 품목군별 소비자물가지수의 시대별 증가율

(단위 : %)

구 분	전 기간 (2013/1990년)		90년대 (1999/1990년)		2000년대 (2000/2009년)		2010년 이후 (2013/2010년)	
	가치	순위	가치	순위	가치	순위	가치	순위
총지수	141.7		60.5		32.9		7.7	
가공식품	235.9	순위	72.5	순위	48.6	순위	13.9	순위
곡류가공품	283.3	2	93.7	2	41.4	9	14.2	6
육류가공품	109.8	8	23.0	7	59.6	6	7.9	8
어류가공품	126.0	7	36.8	5	53.3	7	15.6	5
낙농가공품	155.2	6	39.8	4	60.1	5	12.8	7
식용유지류	90.8	9	18.5	9	72.2	1	6.9	9
채소·과실가공품	194.2	4	35.1	6	61.6	4	25.3	2
과자·빙과식품	307.9	1	113.6	1	63.5	3	17.3	4
양념조미식품	282.5	3	78.2	3	66.8	2	33.7	1
기타가공식품	157.6	5	18.9	8	44.6	8	23.4	3

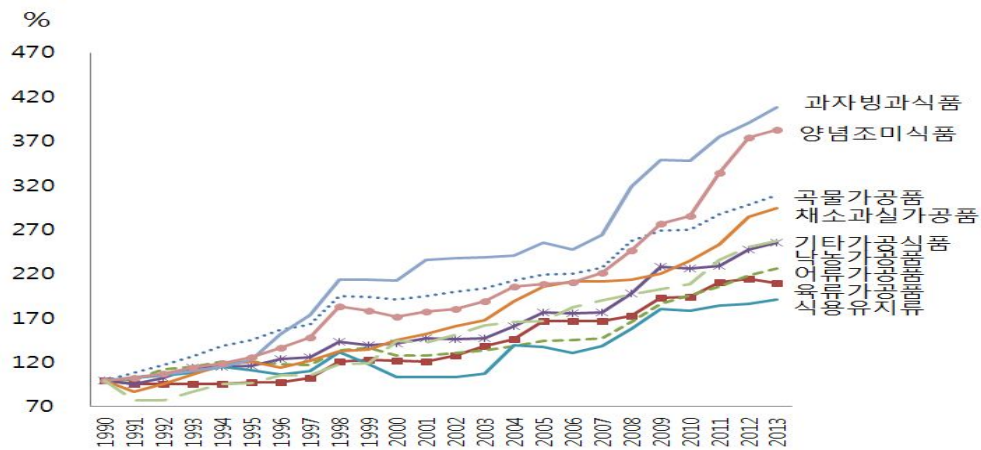
기준연도 : 2010=100

- 지난 24년 동안 과자·빙과식품의 가격이 307.9% 증가하며, 비교 대상 9개 품목 가운데 가장 높은 증가율을 기록함
 - 이어서 곡류가공품(283.3%), 양념조미식품(282.5%), 채소·과실가공품(194.2%), 기타가공품(157.6%) 등의 순으로 증가율을 기록함
- 90년대에는 과자·빙과식품의 가격이 113.6% 상승하며 가장 높은 증가율을 기록함
 - 이어서 곡류가공품(93.7%), 양념조미식품(78.2%), 낙농가공품(39.8%), 어류가공품(36.8%) 등의 순으로 증가율을 기록함
- 2000년대에는 식용유지의 가격이 72.2% 상승하며 가장 높은 증가율을 기록함
 - 이어서 양념조미식품(66.8%), 과자·빙과식품(63.5%), 채소·과실가공품(61.6%), 낙농가공품(60.1%) 등의 순으로 증가율을 기록함
- 2010년 이후에는 양념조미식품의 가격이 33.7% 상승하며 가장 높은 증가율을 기록함
 - 이어서 채소·과실가공품(25.3%), 기타가공식품(23.4%), 과자·빙과식품(17.3%), 어류가공품(15.6%) 등의 순으로 높은 증가율을 기록함

10) 1990년부터 분석한 이유는 개별 품목에 대한 가중치 자료를 1990년대부터 구할 수 있었기 때문임

- 과자·빙과식품과 양념조미식품이 가격 상승에 있어 상위 순위에 있어, 이들 품목군이 가공식품의 가격 상승을 주도하고 있는 것으로 판단됨
 - 이들 품목군의 가격상승이 높은 이유로 최근에 가격 상승이 높았던 곡물과 설탕을 주재료로 사용한다는 특징이 있음
 - 또한 이들 품목군들은 상위 몇 개 기업에 의해 시장이 집중되어 있는 특징이 있음
 - 양념류 시장과 조미료 시장에 CJ와 대상이 약 80~90%의 시장점유율을 차지하고 있음¹¹⁾
- 2010년을 기준으로 작성된 물가를 1990년 기준으로 전환하여 가공식품 품목군별 물가상승의 장기적 추세를 살펴보면, 과자·빙과식품, 양념조미식품, 곡물가공품의 순으로 가파른 상승세를 보이고 있음

<그림 2-8> 가공식품 품목군별 소비자물가지수 추이



기준연도 : 1990=100

- 국가 경제에 중요한 영향을 미친 사건을 중심으로 시대를 구분하여 살펴보면, 외환위기 이전(1985~1997년)에는 과자·빙과식품의 가격이 73.9% 오르며 가장 높은 물가 증가율을 기록함

11) 한국농수산식품유통공사, 가공식품세분화시장 보고서

- 애그플레이션 발생 이전(1998~2006년)에는 채소·과실가공품이 59.6% 오르면서 가장 높은 증가율을 기록하였으며, 애그플레이션 발생 이후(2007~2010년)에는 양념조미식품의 가격이 73.1% 오르면서 가장 높은 증가율을 기록함

○ 애그플레이션 발생 이전과 이후의 가격 증가율을 비교해보면, 육류가공품과 기타가공품을 제외하곤 모든 품목군들이 더 높은 증가율을 기록하면서, 애그플레이션 이후 전체적으로 가공식품의 가격이 높이 상승했음을 알 수 있음

<표 2-10> 가공식품 품목군별 소비자물가지수의 시대별 증가율

(단위 : %)

구 분	외환위기 이전 (1997/1990년)		애그플레이션 이전 (2006/1998년)		애그플레이션 이후 (2013/2007년)	
	가치	순위	가치	순위	가치	순위
총지수	48.1		24.2		19.2	
가공식품	47.7		17.3		38.0	
곡류가공품	63.2	2	13.0	7	35.8	7
육류가공품	2.7	9	37.1	3	26.0	9
어류가공품	17.0	6	8.5	8	53.8	3
낙농가공품	26.2	4	22.5	4	44.5	4
식용유지류	10.0	7	-0.9	9	37.9	6
채소·과실가공품	22.2	5	59.6	1	39.2	5
과자·빙과식품	73.9	1	15.8	5	54.3	2
양념조미식품	48.5	3	15.2	6	73.1	1
기타가공식품	6.0	8	54.3	2	35.7	8

기준연도 : 2010=100

□ 전년대비 평균 물가상승률을 살펴보면, 과자·빙과식품이 분석기간 (1991년~2013년)동안 6.5% 상승하여 가장 높은 상승률을 기록함

- 이어서 양념조미식품이 6.2% 연평균 상승률을 기록하였으며, 곡류가공품과 채소과실가공품이 각각 5.1%와 5.0%를 기록함
- 1990년대에는 과자·빙과식품이 연평균 9.1% 상승하며 가장 높은 상승률을 기록하였으며, 곡류가공품(7.7%), 양념조미식품(6.8%)의 순으로 높은 상승률을 기록함
- 2000년대에는 기타가공식품이 5.1%의 연평균 상승률을 나타냈으며, 이어서 과자·빙과식품과 낙농가공품이 5.2%의 연평균 상승률을 기록함
- 2010년 이후에는 양념조미식품이 8.6%의 연평균 상승률을 기록하여 가장 높은 상승률을 보였으며, 채소과실가공품이 7.5%, 기타가공식품이 6.2%의 상승률을 기록함

<표 2-11> 가공식품 품목군별 소비자물가지수의 시대별 연평균 상승률

(단위 : %)

구 분 (2010=100)	전 기간 (2013/1990년)		90년대 (1999/1990년)		2000년대 (2000/2009년)		2010년 이후 (2013/2010년)	
	상승률	순위	상승률	순위	상승률	순위	상승률	순위
총지수	3.9		5.4		3.1		2.6	
가공식품	4.8	순위	6.3	순위	3.9	순위	3.7	순위
곡류가공품	5.1	3	7.7	2	3.4	8	3.5	6
육류가공품	3.4	8	2.5	7	4.7	6	2.1	8
어류가공품	3.7	7	3.7	5	3.3	9	4.9	4
낙농가공품	4.3	6	4.0	4	5.2	2	2.9	7
식용유지류	3.2	9	2.2	9	4.9	5	1.4	9
채소·과실가공품	5.0	4	3.7	5	5.1	4	7.5	2
과자·빙과식품	6.5	1	9.1	1	5.2	2	4.0	5
양념조미식품	6.2	2	6.8	3	4.6	7	8.6	1
기타가공식품	4.5	5	2.5	7	5.7	1	6.2	3

<표 2-12> 가공식품 품목군별 소비자물가지수의 시대별 연평균 상승률

(단위 : %)

구 분 (2010=100)	외환위기 이전 (1997/1991년)		애그플레이션 이전 (2006/1998년)		애그플레이션 이후 (2013/2007년)	
	상승률	순위	상승률	순위	상승률	순위
총지수	5.8		3.3		2.9	
가공식품	5.7		3.8		5.2	
곡류가공품	7.3	2	3.6	7	5.0	7
육류가공품	0.4	9	5.7	3	3.5	9
어류가공품	2.4	6	2.5	9	6.6	3
낙농가공품	3.5	4	3.9	6	5.7	4
식용유지류	1.4	8	2.8	8	5.7	4
채소·과실가공품	3.3	5	6.3	1	4.9	8
과자·빙과식품	8.5	1	4.3	4	7.6	2
양념조미식품	5.8	3	4.2	5	9.0	1
기타가공식품	1.5	7	6.4	2	5.1	6

○ 국가 경제에 중요한 영향을 미친 사건을 중심으로 시대를 구분하여 살펴보면, 앞의 품목군별 물가지수 증가율 결과와 동일하게 나타남

- 특히 2010년 이후에는 양념조미식품과 과자·빙과식품이 가공식품의 가격상승을 주도하고 있음

제 3절 . 식품 소비자물가지수 추세 변화 분석

3.1 식품 소비자물가지수 추세 분석

□ 약 지난 30년 동안 지출목적별 식품 소비자물가지수¹²⁾가 소비자물가 총지수보다 더 큰 폭으로 상승하였음

12) 지출목적별분류지수의 '식료품 및 비주류 음료' 물가지수를 의미함

<표 2-13> 시대별 소비자물가 총지수와 식품물가지수 증가율 비교

(단위 : %)

기간	소비자물가 총지수 (A)	식품 소비자물가 (B)	B-A
전기간 (2013/1985년) ¹⁾	214.7	316.0	101.3
80년대 후반 (1989/1985년)	19.9	23.6	3.7
90년대 (1999/1990년)	60.5	68.5	8.0
2000년대 (2009/2000년)	32.9	49.4	16.5
2010년 이후 (2013/2010년)	7.7	13.4	5.7
외환위기 이전 (1997/1985년)	92.8	98.8	6.0
애그플레이션 이전 (2006/1998년)	24.2	36.1	11.9
애그플레이션 이후 (2013/2007년)	19.2	36.6	17.4

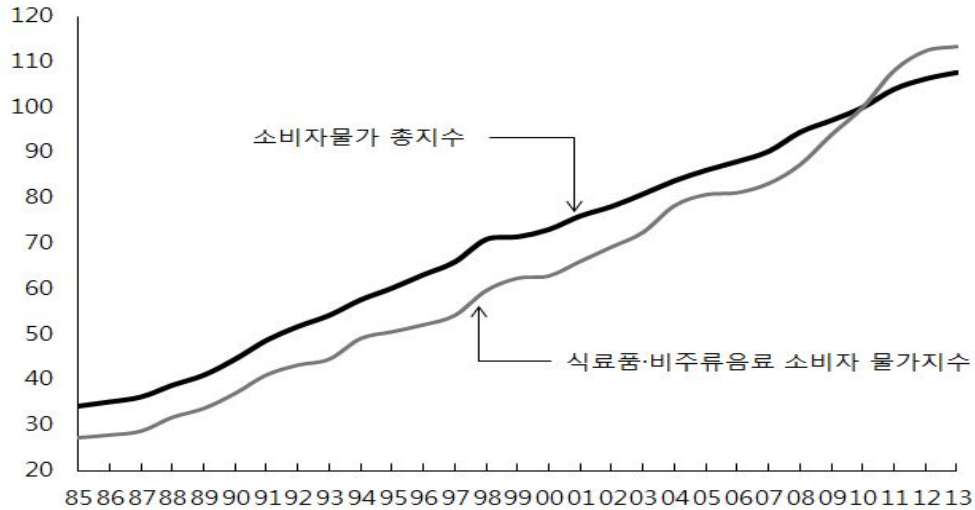
주1: 증가율=[(기준 연도 물가지수÷비교시점 연도 물가지수)-1]×100

예: [(1985년 식품 소비자물가지수÷1989년 식품 소비자물가지수)-1]×100

- 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 소비자물가 총지수 (이하부터는 ‘소비자물가’라 함)가 34.21이었는데, 2013년 107.67로 214.7% 상승함 (연간 자료 기준)
- 식품 소비자물가지수(이하부터는 ‘식품물가’라 함)는 1985년 27.25에서 2013년 113.39로 316.0% 증가하여 약 30년 동안 식품의 가격이 4배 이상 오름
- 1980년대 후반(1985~1989년)에 소비자물가는 19.9% 상승한 반면, 식품물가는 23.6% 상승하며, 소비자물가보다 3.7%p 더 높은 지수 증가율을 보임
- 1990년대, 2000년대, 2010년 이후 모두 소비자물가보다 식품물가가 더 큰 폭으로 상승함 (표 2-13 참고)
- 특히, 2000년대 식품물가 증가율과 소비자물가 증가율의 차이가 16.5%p로 다른 시기에 비해 가장 큰 차이를 보이고 있음
- 2000년대에 국제곡물가격 상승으로 인한 가공식품의 가격 인상, 이상 기후 현상으로 인한 농산물의 작황저조, 가축전염병으로 인한 축

산물 공급 부족 현상들이 맞물리면서 식품물가가 다른 기간에 상대적으로 높이 증가함

<그림 2-9> 소비자물가지수와 식품 소비자물가지수 추이



기준연도 : 2010=100

자료: 통계청

○ 특히 2008년 애그플레이션(agflation)이후, 식품물가가 가파른 상승을 보이고 있음

- 2008~2013년간 소비자물가는 13.9% 증가하였는데, 식품물가는 29.8% 증가하여, 소비자물가 증가율보다 15.9%p 더 높은 것으로 나타남

□ 식품의 물가가 교육부문 다음으로 가장 높게 상승함

<표 2-14> 지출목적별 대분류 소비자물가지수 시대별 증가율 비교

(단위 : %)

구분	전 기간 (2013/1985년)		80년대 후반 (1989/1985년)		90년대 (1999/1990년)		2000년대 (2000/2009년)		2010년 이후 (2013/2010년)	
	증가율	순위	증가율	순위	증가율	순위	증가율	순위	증가율	순위
총지수	214.7	순위	19.9	순위	60.5	순위	32.9	순위	7.7	순위
식료품·비주류·음료	316.0	2	23.6	4	68.5	5	49.4	2	13.4	1
주류 및 담배	189.2	6	11.4	9	70.6	4	37.2	4	4.0	8
의류 신발 및 의류	174.6	7	29.4	3	31.3	9	26.5	9	11.4	3
주택·수도·전기 및 연료	203.3	5	13.4	7	56.0	6	32.5	6	13.2	2
가정용품 및 가사서비스	100.8	10	19.6	5	26.8	11	19.2	10	7.0	6
보건	160.3	8	18.3	6	43.3	8	26.9	8	3.1	9
교통	297.5	4	12.4	8	112.1	1	35.0	5	9.9	4
통신	-32.9	12	-3.9	12	-12.5	12	-19.3	12	-4.3	12
오락 및 문화	52.6	11	10.9	10	27.6	10	0.3	11	2.9	10
교육	441.7	1	31.8	2	109.6	2	54.5	1	4.4	7
음식 및 숙박	304.1	3	37.6	1	78.2	3	30.9	7	7.2	5
기타 상품 및 서비스	153.1	9	9.7	11	44.7	7	46.5	3	0.3	11

주: 해당 기간에 가장 높은 상승률을 보인 상품군에 굵게 표시함

자료: 통계청

- 소비자물가지수 통계에서 지출목적별 대분류 소비자물가지수 추이를 살펴보면, 교육부문의 물가지수가 1985년 19.27에서 2013년 104.39로 441.7% 상승하며 12개 상품군 중에서 가장 높이 상승함
 - 이어 식품이 같은 기간 동안 316.0% 상승하여 두 번째로 높은 증가율을 기록함
 - 시기별로 나눠서 살펴보면, 1980년대 후반에는 ‘음식 및 숙박’ 부문이 가장 높이 상승하였으며, 1990년대와 2000년대에는 ‘교육’ 부문이, 2010년 이후에는 식품의 물가가 가장 많이 오름

- 2000년대 식품의 물가증가율이 교육부문 다음으로 높게 나와, 식품물가는 2000년대 이후부터 크게 상승한 것으로 판단됨

<표 2-15> 지출목적별 대분류 소비자물가지수 시대별 증가율 비교

(단위 : %)

구 분	외 환 위 기 이 전 (1997/1991년)		애 그 플 레 이 션 이 전 (2006/1998년)		애 그 플 레 이 션 이 후 (2013/2007년)	
	증가율	순 위	증가율	순 위	증가율	순 위
총지수	92.8	순 위	24.2	순 위	19.2	순 위
식료품·비주류 음료	98.8	4	36.1	3	36.2	1
주류 및 담배	76.7	6	44.3	1	6.2	11
의류 및 신발	76.2	7	18.0	9	23.6	2
주택·수도·전기 및 연료	83.1	5	23.5	6	22.3	3
가정용품 및 가사서비스	54.1	9	2.6	10	17.0	7
보건	70.7	8	30.4	5	9.2	9
교통	104.6	3	32.7	4	21.0	4
통신	-9.7	12	-18.7	12	-6.7	12
오락 및 문화	43.3	11	-2.8	11	7.8	10
교육	197.9	1	43.5	2	15.4	8
음식 및 숙박	168.1	2	18.1	8	19.3	6
기타 상품 및 서비스	54.0	10	18.8	7	21.0	4

주: 해당 기간에 가장 높은 상승률을 보인 상품군에 굵게 표시함

자료: 통계청

- 국가 경제에 중요한 영향을 미친 사건을 중심으로 시대를 구분하여 살펴보면, 외환위기 이전(1985~1997년)에는 교육 부문의 물가가 197.9% 오르며 가장 높은 물가 증가율을 기록함
 - 애그플레이션 발생 이전(1998~2006년)에는 주류 및 담배가 44.3% 오르면서 가장 높은 증가율을 기록하였으며, 식료품 및 비주류 음료는 36.1% 오르면서 비교 대상 12개 품목 중에 3번째로 높은 증가율을 나타냄

- 애그플레이션 발생 이후(2007~2010년)에는 식료품 및 비주류 음료의 가격이 36.2% 오르면서 가장 높은 증가율을 기록함
- 식품의 물가가 전반적으로 다른 상품군과 비교하여 높은 증가율을 보이고 있는 가운데, 애그플레이션 발생 이후 식품의 물가 상승이 더 높아졌다고 할 수 있음

3.2 식품 소비자물가 상승률 분석

□ 약 지난 30년 동안 평균적으로 식품물가 상승률이 소비자물가 상승률보다 높았음

<표 2-16> 시기별 소비자물가 총지수 상승률과 식품 소비자물가 연평균 상승률 비교
(단위 : %)

기간	소비자물가 총지수 (A)	식품 소비자물가 (B)	B-A
전기 간 (2013/1985년) ¹⁾	4.2	5.3	1.2
80년대 후반 (1989/1985년)	4.7	5.5	1.3
90년대 (1999/1990년)	5.7	6.4	0.7
2000년대 (2009/2000년)	3.1	4.2	1.1
2010년 이후 (2013/2010년)	2.6	4.9	2.2
외환위기 이전 (1997/1985년)	5.6	5.9	0.3
애그플레이션 이전 (2006/1998년)	3.3	4.6	1.3
애그플레이션 이후 (2013/2007년)	2.9	4.9	2.0

주1: 상승률=[(금년도 물가지수-전년도 물가지수)-1]×100

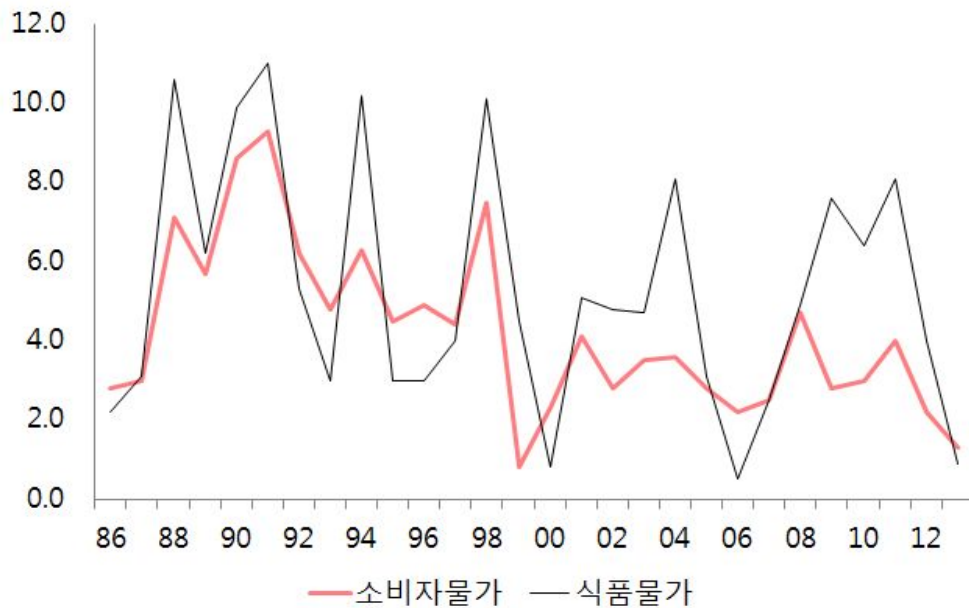
주2: 평균상승률= 상승률의 산술 평균

- 1986년부터 2013년 사이에 식품물가의 연평균 상승률이 5.3%로 소비자물가 연평균 상승률 4.2%와 비교하여 1.1%p 높음
 - 시기별로 나눠서 살펴보면, 1980년대 후반(1985~1989년)에 소비자물가 연평균 상승률이 4.2%였는데, 식품물가 연평균 상승률은 5.5%로 식품물가가 더 높은 상승률을 기록함
 - 1990년대, 2000년대, 2010년 이후에도 항상 평균적으로 식품물가 연평균 상승률이 소비자물가 연평균 상승률보다 높았음

- 다만, 소비자물가 연평균 상승률은 점차 감소하는 추세를 보이는 반면, 식품물가 연평균 상승률은 1990년대 이후 감소하는 듯하였으나 2010년 대 이후 다시 증가하는 양상을 띠고 있음

<그림 2-10> 소비자물가지수와 식품물가지수 연평균 상승률 추이

(단위: %)



자료: 통계청

- 지난 30년 동안 식품물가의 연평균 상승률이 교육부문 다음으로 가장 높은 것으로 나타남

<표 2-17> 지출목적별 대분류 소비자물가지수 시대별 연평균 상승률 비교
(단위 : %)

구분	전 기간 (2013/1985년)		80년대 후반 (1989/1985년)		90년대 (1999/1990년)		2000년대 (2000/2009년)		2010년 이후 (2013/2010년)	
	상승률	순위	상승률	순위	상승률	순위	상승률	순위	상승률	순위
총지수	4.2	순위	4.7	순위	5.7	순위	3.1	순위	2.6	순위
식료품·비주류 음료	5.3	2	5.5	4	6.4	4	4.2	2	4.8	1
주류 및 담배	3.9	6	2.8	9	6.1	5	3.4	5	1.1	9
의류 및 신발	3.7	7	6.7	3	3.8	9	2.5	9	3.5	4
주택·수도·전기 및 연료	4.1	5	3.2	7	5.4	6	3.2	6	3.8	2
가정용품 및 가사서비스	2.5	10	4.6	5	3.0	10	1.5	10	1.8	6
보건	3.5	8	4.3	6	4.4	7	3.2	6	1.2	8
교통	5.1	4	3.0	8	8.2	2	3.5	4	3.7	3
통신	-1.4	12	-0.8	12	-0.7	12	-2.3	12	-1.3	12
오락 및 문화	1.5	11	2.6	10	2.9	11	-0.1	11	0.9	11
교육	6.3	1	7.2	2	9.1	1	5.0	1	1.6	7
음식 및 숙박	5.2	3	8.4	1	7.5	3	2.8	8	2.3	5
기타 상품 및 서비스	3.4	9	2.4	11	4.2	8	4.1	3	1.0	10

주: 해당 기간에 가장 높은 상승률을 보인 상품군에 굵게 표시함
자료: 통계청

- 교육부문은 지난 30년 동안 연평균 6.3% 상승률을 기록하며 12개 지출목적별 대분류 상품군 중에서 가장 높이 상승함
 - 이어 식품이 5.3%를 기록하며, 두 번째로 높은 상승률을 보임
 - 시기별로 나눠서 살펴보면, 1980년대 후반에는 ‘음식 및 숙박’ 부문이 평균적으로 가장 높은 상승률을 기록하였으며, 1990년대와 2000년대에는 ‘교육’ 부문이, 2010년 이후에는 ‘식료품·비주류 음료’가 가장 높은 물가 상승률을 기록함
- <표 2-18>의 지출목적별 대분류 소비자물가지수 기간별 증가율의 결과와 마찬가지로 식품의 물가상승률은 2000년대 이후부터 본격적으로 상승하기 시작함

<표 2-18> 지출목적별 대분류 소비자물가지수 시대별 증가율 비교

(단위 : %)

구 분	외환위기 이전 (1997/1991년)		애그플레이션 이전 (2006/1998년)		애그플레이션 이후 (2013/2007년)	
	증가율	순위	증가율	순위	증가율	순위
총지수	5.6	순위	3.3	순위	2.9	순위
식료품·비주류 음료	5.9	4	4.6	3	4.9	1
주류 및 담배	4.9	6	5.0	2	0.9	10
의류 및 신발	4.9	6	2.3	9	3.5	2
주택·수도·전기 및 연료	5.2	5	3.2	6	3.2	5
가정용품 및 가사서비스	3.7	9	0.9	10	2.7	8
보건	4.6	8	3.6	5	1.5	9
교통	6.2	3	5.1	1	3.3	4
통신	-0.7	12	-2.3	12	-1.3	12
오락 및 문화	3.0	11	0.1	11	0.8	11
교육	9.6	1	4.5	4	2.9	6
음식 및 숙박	8.7	2	2.4	8	2.8	7
기타 상품 및 서비스	3.7	10	3.0	7	3.5	2

주: 해당 기간에 가장 높은 상승률을 보인 상품군에 굵게 표시함

자료: 통계청

- 국가 경제에 중요한 영향을 미친 사건을 중심으로 시대를 구분하여 살펴보면, 외환위기 이전(1985~1997년)에는 교육 부문의 물가가 연평균 9.6% 오르며 가장 높은 물가 상승률을 기록함
 - 애그플레이션 발생 이전(1998~2006년)에는 교통이 연평균 5.1% 오르면서 가장 높은 증가율을 기록하였으며, 식료품 및 비주류 음료는 연평균 4.6% 오르면서 비교 대상 12개 품목 중에 3번째로 높은 증가율을 나타냄
 - 애그플레이션 발생 이후(2007~2010년)에는 식료품 및 비주류 음료의 물가가 연평균 4.9% 오르면서 가장 높은 증가율을 기록함

제 4절 . 가공식품의 물가상승 기여도

- 지난 30년 동안 가공식품의 소비자물가 상승 기여율이 평균 7.10%로 다른 16개 품목군 중에서 6번째로 소비자물가 상승에 영향을 주었음

○ 기여도는 개별 품목의 가격변동이 전체 소비자물가지수에 어느 정도 영향을 주었는지를 나타내는 지표임

- 이는 개별 품목이 전체 물가를 올리는 영향력을 보여주는 지표이기 때문에 전반적인 물가 변동의 원인을 검토하는 차원에서 매우 중요함
- 기여도(%p) = $\{(비교시점\ 지수 - 기준시점\ 지수) \div 기준시점\ 총지수\} \times (품목\ 가중치 \div 전체\ 가중치) \times 100$
- 기여율(%) = $(기여도 \times 100) \div 총지수\ 상승률$

구분	총지수	농산물	가공식품
품목가중치	1000	44.1	71.8
2012년 평균	106.28	118.34	110.59
2013년 평균	107.67	117.12	113.88
상승률(%)	1.308	-1.03	2.97

- 2013년 농산물의 기여도:

$$\{(117.12 - 118.34) \div 106.28\} \times (44.1 / 1000) \times 100 = -0.05\%p$$

$$\Rightarrow \text{기여율: } (-0.05 \times 100) \div 1.308 = -3.87\%$$

- 2013년 가공식품의 기여도:

$$\{(113.88 - 110.59) \div 106.28\} \times (71.8 / 1000) \times 100 = 0.22\%p$$

$$\Rightarrow \text{기여율: } (0.22 \times 100) \div 1.308 = 16.99\%$$

○ 예를 들면, 2013년 소비자물가가 전년대비 1.308% 오른 상황에서 가공식품의 기여도가 0.22%p가 나왔다면, 소비자물가가 1.308% 오르는데 가공식품이 0.22%p만큼 기여했다는 것을 의미함

- 다시 말해, 2013년에 가공식품의 가격이 전혀 오르지 않고 전년도와 같다고 가정할 경우, 2013년 소비자 물가상승률은 1.308%에서 1.088%로 하락하게 됨
- 가공식품의 기여율이 16.99%라는 것은 2013년 소비자물가 상승률 1.308%를 100으로 놓았을 때, 가공식품이 16.99% 기여했다는 것을 의미함

- 1980년대 후반에는 소비자물가가 상승하는데, 외식제외 개인서비스(평균 기여율 20.37%)가 가장 많은 영향을 미쳤으며
 - 이어 외식(평균 기여율 16.80%), 집세(평균 기여율 12.81%)의 순으로 물가상승에 영향을 미쳤음
 - 가공식품은 소비자물가 상승에 4.36%의 영향을 미쳤으며, 13개 품목군 중에서 7번째로 높은 영향을 미쳤음
- 1990년대 역시 외식제외 개인서비스(평균 기여율 21.22%)가 소비자물가 상승에 가장 크게 기여했음
 - 이어 공공서비스(18.40%), 외식(12.37%), 농산물(7.69%)의 순으로 영향을 미쳤음
 - 가공식품은 소비자물가 상승에 평균 5.81%로 기여했으며, 순위로는 13개 품목군 중에서 7위를 기록함
- 2000년대에는 외식제외 개인서비스(23.42%)가 소비자물가 상승에 가장 크게 기여했으며, 이어 공공서비스(16.23%), 외식(10.75%)의 순으로 물가 상승에 영향을 미쳤음
 - 가공식품의 물가상승 기여율이 평균 7.76%로 15개 품목군 중에서 5위를 기록함
- 2010년 이후에도 외식제외 개인서비스(15.64%)가 소비자물가 상승에 가장 크게 기여했으며, 이어 집세(13.05%), 전기·수도·가스(11.54%), 가공식품(11.43%)의 순으로 물가 상승에 영향을 미침
 - 가공식품의 물가상승 기여율이 16개 품목군 중에서 4번째로 높은 것으로 나타남
- 세계 곡물과동이 있었던 2008년 이후부터 살펴보면, 가공식품이 소비자물가 상승에 13.56% 기여하며, 전체 16개 품목군 중에서 두 번째로 높은 기여율을 기록함

<표 2-19> 지출목적별 품목군의 소비자물가 상승 평균 기여율

(단위: %)

품목군	전기 간 평균	1986~1989 평균	1990~1999 평균	2000~2009 평균	2010~2013 평균	1998~2013 평균	2008~2013 평균
농산물	6.17	3.89	7.69	3.76	10.65	7.75	7.43
축산물	2.00	0.42	1.50	4.23	-0.73	3.02	1.38
수산물	1.61	2.27	1.57	1.12	2.24	1.77	2.36
가공식품	7.10	4.36	5.81	7.76	11.43	8.23	13.56
내구재	-0.23	5.86	-2.78	-0.22	0.02	-1.74	2.90
섬유제품	6.33	10.43	4.84	4.73	9.97	6.37	9.02
출판물	1.03	0.68	1.18	0.99	1.11	1.15	1.03
석유류	6.02	0.08	5.93	7.82	7.66	8.17	4.85
의약품	0.42	-	-	0.76	-0.35	0.42	-0.01
화장품	0.91	-	-	0.84	1.06	0.91	1.30
기타 공업제품	6.05	4.03	6.69	5.42	3.89	6.53	4.39
전기·수도·가스	11.54	-	-	-	11.54	11.54	11.54
집세	7.36	12.81	4.00	6.25	13.05	3.79	10.38
공공서비스	14.46	11.00	18.40	16.23	3.63	14.57	5.46
외식	12.15	16.80	12.37	10.75	10.47	8.95	11.76
외식제외 개인서비스	21.09	20.37	21.22	23.42	15.64	18.01	16.19

주1: 평균기여율= 기여율의 산술 평균

주2: 이론적으로 품목별 혹은 유별 가격의 물가변동 기여율 합계는 100%가 됨. 그러나 통계청의 물가지수 개편 시 신규 지수를 접속할 때 품목분류의 변경 및 그에 따른 가중치 변화를 반영하지 않기 때문에 오차가 발생함. 그래서 기여율 합계가 100%와 차이가 남(성호영·조덕래, 2013).

□ 과거에는 개인서비스, 공공서비스와 같은 서비스 상품의 가격 상승이 주요 물가상승의 원인이었지만, 애그플레이션 이후에는 가공식품의 가격 상승이 최근 물가 상승에 크게 영향을 미쳤다는 것을 알 수 있음

○ 가공식품의 소비자물가 상승 기여율이 시간이 지나면서 점차 높아지고 있음

- 가공식품의 지출비중(가중치)이 점차 감소하고 있는데도 불구하고 가공식품의 소비자물가 상승 기여율이 높아진다는 것은 그만큼 가공식품이 소비자물가 상승에 영향을 미친다고 할 수 있음

<표 2-20> 가공식품·농축수산물의 소비자물가 상승 기여율 추이

(단위: %)

연도	물가 상승률	가공식품		농산물		축산물		수산물	
		기여율	순위	기여율	순위	기여율	순위	기여율	순위
1986	2.75	7.78	6	1.87	10	-2.59	14	3.04	8
1987	3.05	4.07	9	4.54	7	-3.52	14	3.07	10
1988	7.14	0.69	11	6.78	7	2.79	9	1.36	10
1989	5.70	4.90	8	2.35	10	5.00	6	1.62	11
1990	8.57	4.16	8	4.36	7	3.26	9	0.99	12
1991	9.33	3.88	8	5.50	6	2.26	11	1.33	13
1992	6.21	7.08	6	2.75	9	0.40	14	0.99	11
1993	4.80	9.40	5	1.50	10	-0.19	14	0.60	12
1994	6.27	5.23	7	8.84	4	0.90	12	1.79	11
1995	4.48	5.05	6	3.18	8	0.11	13	0.64	12
1996	4.92	7.79	6	2.07	10	-0.54	13	0.72	11
1997	4.44	7.14	6	4.91	7	-0.12	13	0.58	12
1998	7.51	14.88	3	3.64	8	0.36	14	0.97	11
1999	0.81	-6.49	10	40.20	1	8.55	5	7.10	6
2000	2.26	-2.47	13	0.48	10	5.12	4	0.63	9
2001	4.07	2.63	11	4.75	7	4.10	9	1.53	13
2002	2.76	4.14	8	6.86	6	7.45	5	1.46	11
2003	3.51	5.16	7	7.74	5	3.50	11	0.68	13
2004	3.59	9.04	6	9.62	5	7.94	7	0.83	11
2005	2.75	11.97	5	0.76	10	4.18	7	0.51	12
2006	2.24	4.12	6	-1.64	15	1.19	11	0.33	14
2007	2.53	7.42	4	7.02	5	-2.42	16	0.06	14
2008	4.67	14.84	3	-3.76	16	4.32	9	1.10	12
2009	2.76	20.77	1	5.76	9	6.88	8	4.10	11
2010	2.96	3.11	10	18.32	1	0.83	12	3.98	8
2011	4.00	10.23	4	9.70	5	5.72	8	2.40	12
2012	2.19	15.40	3	18.45	1	-7.99	17	1.37	12
2013	1.31	16.99	4	-3.87	16	-1.45	15	1.22	12

주: 2000년까지는 13개 품목군, 2001~2009년 사이는 15개 품목군, 2010년 이후에는 16개 품목군에서의 순위를 말함

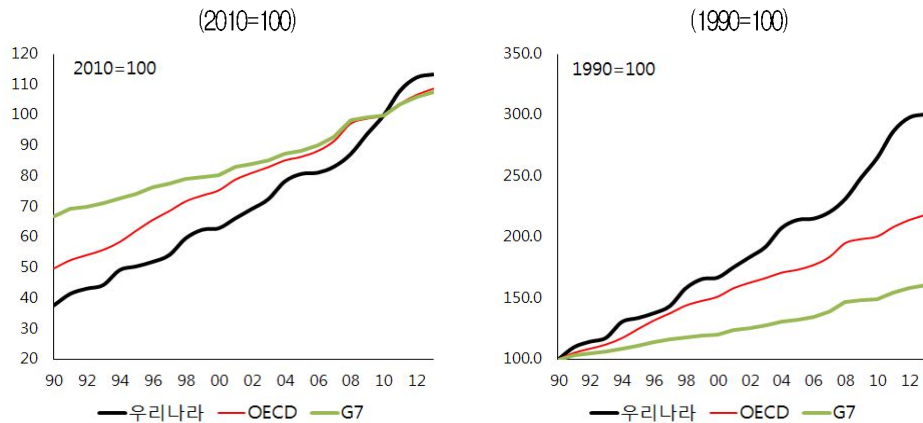
제 5절 . 주 요 국 가 와 의 비 교

□ 국내 식품(농수축산물과 가공식품 포함)의 소비자 물가지수의 상승 추세가 G7 및 OECD 회원국의 평균 식품 소비자물가 상승 추세보다 더 가파름

○ 1990년부터 2013년까지 지출목적별로 분류한 식품 소비자물가지수 증가율을 살펴보면, 우리나라는 200.8%, G7 회원국 평균은 60.69%, OECD 회원국 평균은 118.27%, 증가한 것으로 나타남

- 이는 1990년을 기준으로 한 한국의 식품 소비자물가가 G7 및 OECD 회원국 평균보다 2~3배 이상 올랐다는 것을 의미함

<그림 2-11> 우리나라, G7, OECD 회원국의 식품 소비자물가지수 추이



자료: OECD STAT.

<표 2-21> 한국, G7, OECD 회원국의 식품 소비자물가지수 기간별 증가율

(단위: %)

구분	우리나라	G7 회원국 평균	OECD 회원국 평균
2013/1990년	200.80	60.69	118.27
1999년/1990년	65.78	19.13	47.99
2009년/2000년	40.05	23.48	31.17
2013년/2010년	13.40	7.5	8.70
2013년/2008년	29.90	9.14	11.72

자료: OECD STAT.

- 기간별로 식품 소비자물가지수 증가율을 살펴보아도, 우리나라가 G7 및 OECD 회원국 평균보다 높은 것으로 나타나고 있음
 - 1990년대 우리나라는 식품 소비자물가지수가 65.78% 증가할 때, G7 및 OECD 회원국의 평균 증가율은 각각 19.13%, 47.99%를 기록함
 - 시간이 지남에 따라 선진국들의 식품 소비자물가지수 증가율과 우리나라 식품 소비자물가지수 증가율의 격차가 점차 줄어들어가고 있지만,
 - 2008년을 기준으로 했을 때, 우리나라는 29.90%, G7 회원국 평균은 9.14%, OECD 회원국 평균은 11.72% 증가하여 그 격차가 커져, 곡물과동으로 인한 2008년 전 세계 애그플레이션의 충격이 우리나라 식품물가에 더 큰 영향을 준 것으로 판단됨

- OECD 회원국가중에서 우리나라의 식품 소비자물가지수 증가율은 높은 편에 속함
 - 1990년을 기준으로 한 2013년까지의 식품 소비자물가지수 증가율은 27개 국가 중 7번째로 높게 나타남
 - 1990년대는 우리나라가 27개 OECD 회원국가 중 7번째로, 2000년대에는 34개 회원국가 중 6번째로, 2010년 이후에는 34개 회원국가 중 10번째로 높은 증가율을 기록함
 - 2008년을 기준으로 한 2013년까지의 식품 소비자물가지수 증가율을 고려할 경우, 우리나라는 OECD 34개 회원국가 중 4번째로 높은 증가율을 기록함

<표 2-22> 식품 소비자물가지수 기간별 증가율 국가 순위

순위	2013/1990년	1999/1999년	2009/2000년	2013/2010년	2013/2008년
1위	터키	터키	터키	터키	터키
2위	헝가리	헝가리	헝가리	칠레	아이슬란드
3위	멕시코	멕시코	멕시코	멕시코	멕시코
4위	슬로바키아	슬로바키아	아이슬란드	에스토니아	대한민국
5위	이스라엘	이스라엘	슬로베니아	핀란드	칠레
6위	그리스	그리스	대한민국	체코	헝가리
7위	대한민국	대한민국	에스토니아	헝가리	영국
8위	아이슬란드	포르투갈	칠레	아이슬란드	폴란드
9위	호주	이태리	호주	슬로바키아	에스토니아
10위	이태리	호주	스페인	대한민국	핀란드
11위	영국	미국	뉴질랜드	영국	캐나다
12위	미국	아이슬란드	이스라엘	슬로베니아	체코
13위	포르투갈	노르웨이	그리스	폴란드	슬로베니아
14위	룩셈부르크	영국	영국	오스트리아	이스라엘
15위	덴마크	아일랜드	캐나다	독일	슬로바키아
16위	뉴질랜드	덴마크	룩셈부르크	벨기엘	벨기엘
17위	오스트리아	룩셈부르크	폴란드	이스라엘	뉴질랜드
18위	캐나다	오스트리아	미국	룩셈부르크	오스트리아
19위	프랑스	네덜란드	벨기엘	덴마크	룩셈부르크
20위	노르웨이	캐나다	이태리	미국	독일
21위	아일랜드	프랑스	슬로바키아	캐나다	이태리
22위	독일	뉴질랜드	오스트리아	이태리	스웨덴
23위	네덜란드	독일	핀란드	포르투갈	미국
24위	핀란드	일본	덴마크	스페인	덴마크
25위	스웨덴	스위스	프랑스	네덜란드	네덜란드
26위	스위스	스웨덴	스웨덴	프랑스	프랑스
27위	일본	핀란드	아일랜드	스웨덴	호주
28위			포르투갈	뉴질랜드	그리스
29위			네덜란드	그리스	노르웨이
30위			노르웨이	아일랜드	스페인
31위			독일	호주	포르투갈
32위			체코	노르웨이	일본
33위			스위스	일본	스위스
34위			일본	스위스	아일랜드

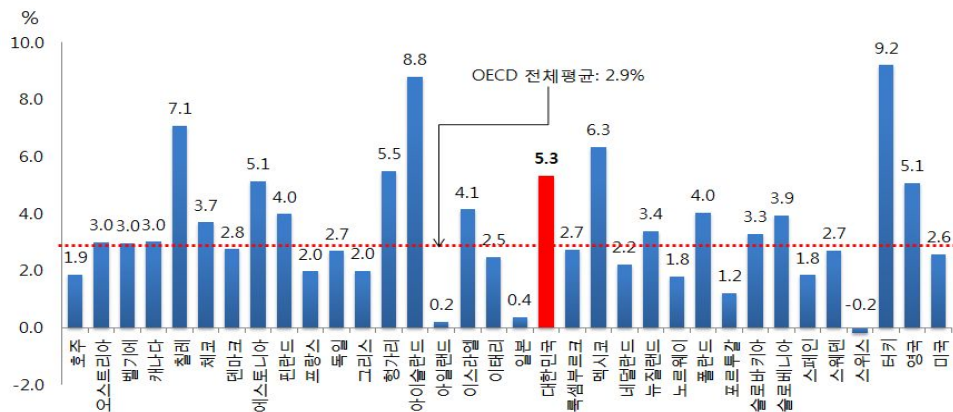
- 2008년부터 2013년까지 식품 소비자 물가상승률(전년 대비 증가율)의 평균을 살펴보면, 우리나라는 34개 OECD 회원국 중 6번째로 높은 상승률을 기록하고 있음

○ 우리나라의 식품 소비자 평균 물가상승률이 5.3%로 OECD 전체 평균 2.9%를 크게 상회하고 있음

- 우리나라보다 높은 나라는 터키(9.2%), 아이슬란드(8.8%), 칠레(7.1%), 멕시코(6.3%), 헝가리(5.5%)로 우리나라보다 국민소득 수준이 낮거나 최근에 경제적 어려움을 겪은 나라들임
- 반면, 선진국이라 하는 미국(2.6%), 프랑스(2.0%), 독일(2.7%), 일본(0.4%)과 같은 나라들은 OECD 평균 수준보다 낮은 상승률을 보이며, 전 세계적인 애그플레이션 이후에도 식품 소비자 물가는 안정세를 유지하고 있음

<그림 2-12> 2008년부터 2013년까지 OECD 회원국의 식품 소비자 물가 평균 상승률

(단위: %)



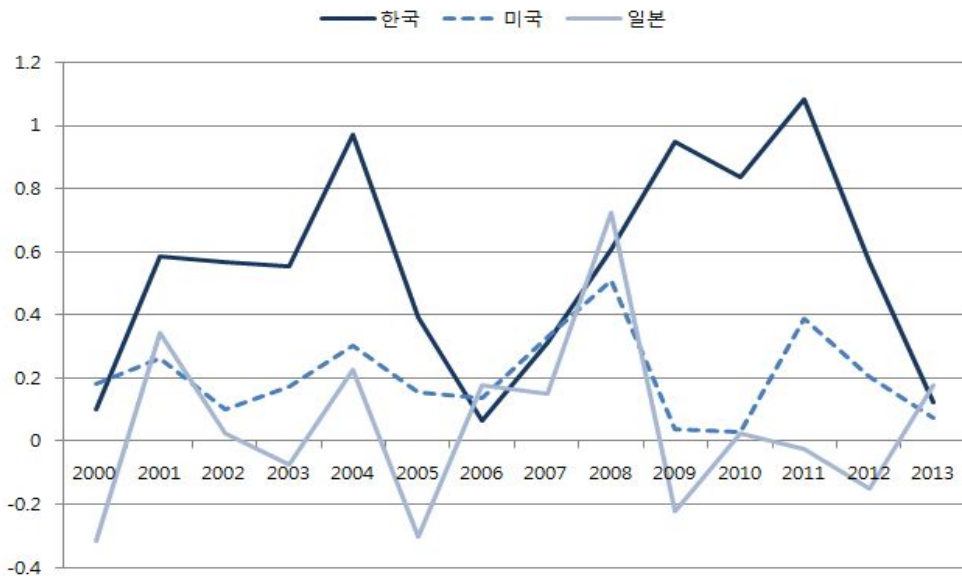
주: 해당 기간의 물가 평균 상승률은 전년 대비 식품 소비자물가지수 증가율을 산술 평균한 것을 의미함

자료: OECD STAT.

□ 미국과 일본과 비교하면, 2000~2013년 소비자물가지수에 대한 식품의 평균 기여도는 한국이 0.57%p로 일본(0.00%p)과 미국(0.21%p)에 비해 높은 수준인 것으로 나타남

- 한국의 경우 물가상승에 대한 식품 기여도가 2000년 0.1에서 점차 상승하여 2005년 1.0%p를 기록한 이후 등락을 거듭하다 다시 2011년 1.1%p 정점을 찍으며 2012년 0.6%p, 2013년 0.1%p로 하락함
 - 일본의 경우 물가 상승에 대한 식품의 기여도가 2000년 -0.3%p를 시작으로 등락을 거듭하다가 2013년 0.2%p로 전년대비(0.2%p) 보다 다소 낮아짐
 - 미국의 물가 상승에 대한 식품의 기여도는 동기간 0.1~0.5%p로 한국과 일본에 비해 큰 등락없이 안정적인 수준을 유지하고 있음
- 물가 상승에 대한 한국의 식품물가의 기여도는 가공식품(0.26%p) 보다는 농축수산물 신선식품(0.32%p)이 더 큰 상승 요인으로 작용함
- 외식 역시 일본(0.01%p)과 미국(0.16%p) 보다 높은 수준을 유지하고 있음

<그림 2-13> 한·미·일 식품 소비자물가지수 전년대비 기여도 증감율
(단위: %p)



주 1) 한국: 식료품 및 비주류 음료, 미국: food at home, 일본: food
 자료: 한국 통계청(kosis.kr) 미국 노동통계국(www.bls.gov), 일본 총무성 통계국(www.stat.go.jp)

<표 2-23> 한·미·일 식품 소비자물가지수 전년대비 기여도

(단위 : %p)

연도	물가상승률 (%)			식품									외식		
	한국	일본	미국	신선+가공			신선식품			가공식품			한국	일본	미국
				한국	일본	미국	한국	일본	미국	한국	일본	미국			
2000	2.3	-0.6	3.4	0.1	-0.3	0.2	0.1	-0.1	-	-0.1	-0.2	-	0.1	-0.1	0.1
2001	4.1	-1.1	2.8	0.6	-0.3	0.3	0.4	-0.2	-	0.1	-0.2	-	0.2	0.0	0.2
2002	2.8	-0.6	1.6	0.6	0.0	0.1	0.4	0.1	-	0.1	-0.1	-	0.4	0.0	0.1
2003	3.5	-0.2	2.3	0.6	-0.1	0.2	0.4	-0.1	-	0.2	0.0	-	0.4	0.0	0.1
2004	3.6	-0.1	2.7	1.0	0.2	0.3	0.6	0.1	-	0.3	0.1	-	0.5	0.0	0.2
2005	2.8	-0.2	3.4	0.4	-0.3	0.2	0.1	-0.2	-	0.3	-0.1	-	0.3	0.0	0.2
2006	2.2	0.2	3.2	0.1	0.2	0.1	0.0	0.2	-	0.1	0.0	-	0.2	0.0	0.2
2007	2.5	0.4	2.8	0.3	0.2	0.3	0.1	0.0	-	0.2	0.1	-	0.2	0.0	0.2
2008	4.7	1.1	3.8	0.6	0.7	0.5	0.0	0.0	-	0.7	0.8	-	0.6	0.1	0.3
2009	2.8	-1.7	-0.4	1.0	-0.2	0.0	0.5	-0.1	-	0.6	-0.1	-	0.5	0.0	0.2
2010	3.0	-0.5	1.6	0.9	0.0	0.0	0.7	0.3	-	0.1	-0.3	-	0.3	0.0	0.1
2011	4.0	-0.1	3.2	1.1	0.0	0.4	0.7	0.0	-	0.4	0.0	-	0.5	0.0	0.1
2012	2.2	-0.3	2.1	0.6	-0.2	0.2	0.3	-0.1	-	0.3	0.0	-	0.1	0.0	0.2
2013	1.3	0.9	1.5	0.1	0.2	0.1	-0.1	0.1	-	0.2	0.1	-	0.2	0.0	0.1
평균	2.97	-0.19	2.43	0.57	0.00	0.21	0.32	0.01	-	0.26	0.00	-	0.32	0.01	0.16

주 : 한국-식품 및 비주류 음료, 미국-food at home, 일본-food. 세부품목별로는 부록3 참조
 자료 : 한국 통계청(kosis.kr) 미국 노동통계국(www.bls.gov), 일본 총무성 통계국(www.stat.go.jp)

제 6절 . 국내 식품물가 상승 주요 원인에 대한 탐색적 고찰

6.1 국제 곡물 가격의 상승

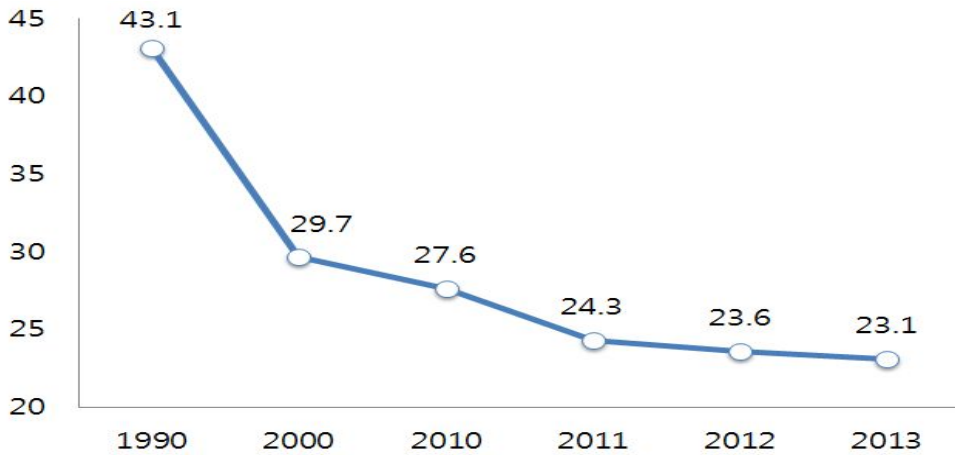
□ 국내의 낮은 곡물자급률이 가공식품의 소비자물가를 상승시키는 근본적인 원인임

○ 2013년 현재 우리나라 곡물 자급률은 23.1%로 낮은 수준임

- 우리나라 곡물 자급률이 1990년 43.1%에서 2000년 29.7%로 급격히 하락한 이후, 2013년에는 23.1%로 계속 하락하는 추세를 보이고 있음(그림 2-14 참조)

<그림 2-14> 우리나라 곡물 자급률

(단위: %)



자료: 농림축산식품부, 『양정자료』, 2014.

○ 이렇게 곡물자급률이 큰 폭으로 하락한 것은 기본적으로 쌀, 콩, 옥수수 등 국내 곡물 생산이 감소 내지 정체되고 있는 가운데 가공과 사료용 곡물 수요가 크게 증가하였기 때문임

- 곡물생산이 1990년도에 7백만 톤이었는데, 2013년 458만 톤으로 34.6% 감소함
- 반면, 곡물수요는 1990년 1,628만 톤에서 2013년 1,980만 톤으로 21.6% 증가하였으며, 이중에서 가공용은 32.6%, 사료용은 60.2% 증가함

<표 2-24> 우리나라 전체 곡물수급 실적

(단위: 천 톤)

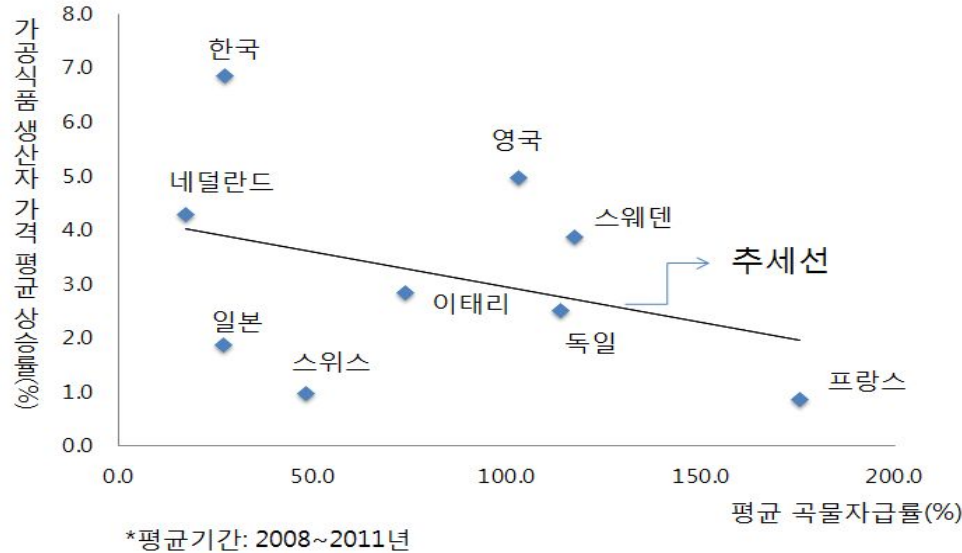
구분	1990	2000	2010	2013 (잠정)
생산	7,013	5,931	5,511	4,583
수요	16,282	19,961	19,939	19,800
식량	6,302(38.7)	6,164(30.9)	5,167(25.9)	4,838(23.6)
가공	3,291(20.2)	3,850(19.3)	4,386(24.2)	4,365(21.9)
사료	6,301(38.7)	9,285(46.5)	9,743(48.9)	10,094(49.2)
곡물자급률 (%)	43.1	29.7	27.6	23.1

주: 괄호안의 수치는 전체 수요에서 차지하는 비중을 의미함

자료: 농림축산식품부, 『양정자료』, 2014.

- 결국 우리나라는 식량의 대부분을 해외에 의존할 수밖에 없는 상황 속에서 국제 곡물가격에 의해 국내 식품 가격이 영향을 받는 물가구조를 갖게 됨
 - 국제곡물가격이 안정적이었던 과거에는 주로 국내에서 생산되는 농산물 수급 불균형에 따른 농산물 가격 상승이 문제가 됨
 - 그러나 최근에는 국제 곡물가격의 변동성이 높아짐에 따라 원재료의 해외의존도가 높은 가공식품의 물가상승률이 높아지고 있음
- OECD 일부 국가들의 곡물자급률과 가공식품 가격 상승률과의 관계를 살펴보았을 때, 식량자급률이 낮은 국가에서 가공식품의 가격 상승률이 높게 나타나는 사실을 확인할 수 있음(그림 2-15 참조)
 - 즉, 곡물자급률과 가공식품 생산자 가격 상승률 간의 반비례 관계가 있음
 - 2008년부터 2011년까지의 식량자급률과 가공식품 생산자물가 평균 상승률의 산포도를 그려보았을 때, 식량자급률이 낮은 한국은 가장 높은 가공식품 생산자 가격 상승률을 기록했으며,
 - 식량자급률이 약 120%에 달하는 프랑스는 1%의 가공식품 가격 상승률을 기록함

<그림 2-15> 주요 OECD 국가들의 식량자급률과 가공식품 생산자 가격과의 관계



자료: OECD/ 일본 농림수산성

- 다만, 가공식품의 가격 상승률에 영향을 미치는 요인이 곡물자급률 이외에도 거시경제 상황 등에 의해 영향을 받고 있기 때문에 일부 국가들은 곡물자급률과 가공식품의 물가 상승률과 반비례를 관계를 보이지 않음
 - 일본과 스위스 같은 경우 곡물자급률이 낮음에도 불구하고 경제 침체가 지속되어(2008~2011년 평균 경제성장률: 일본은 -0.6%, 스위스는 1.2%) 전체적으로 물가 상승이 낮은 상황 속에서 가공식품의 물가상승률도 낮아진 것으로 판단됨
 - 즉, 경기 침체로 인한 내수 침체로 수요 견인 인플레이션이 발생하지 않으면서 가공식품 또한 물가 상승의 압박을 받지 못해, 곡물자급률과 가공식품의 물가 간에 반비례 관계가 나타나지 않음
 - 영국은 고임금, 고세금, 고환율의 영향으로 전체적인 물가가 높기 때문에 곡물자급률이 100%임에도 불구하고 가공식품의 물가 상승률이 높은 것으로 판단됨
- 우리나라 가공식품의 가격이 2007년 이후부터 급격히 상승한 것은 국제 곡물가격 상승이 직접적인 원인으로 파악되고 있음
 - 2007년 이후 이상 기후 현상으로 인한 식량 생산의 감소, 중국·인도 등과 같은 신흥 경제국가의 식량 수요 증가, 선진국의 바이오 에탄올 사용량 증가, 국제 곡물 시장에 투기적 자본의 유입 등이 복합적으로 작용하면서 국제 곡물 가격이 급등함
 - 2008년에 밀의 가격이 사상 최고치인 톤당 439.72달러(3월 평균 가격)를 기록하였으며,
 - 2012년에는 옥수수과 대두의 가격이 사상 최고치를 기록하며, 각각 톤당 332.95달러(7월 평균 가격)와 585.75달러(8월 평균 가격)까지 치솟음
 - 2012년 치솟은 국제 곡물가격은 2013년까지 그 수준을 계속 유지하다가 2014년에 들어와서 하락하는 추세를 보이고 있으나, 전체적인 국제 곡물 가격은 과거에 비해 높은 수준을 유지하고 있음 (표 2-25와 그림 2-16 참조)

<표 2-25> 국제 곡물 가격 동향

(단위: \$/MT)

구 분	밀 ²⁾	옥수수 ³⁾	대두 ⁴⁾
최고치 ¹⁾	439.72	332.95	585.75
2005년 평균	98.41	152.44	205.76
2006년 평균	121.59	191.72	193.97
2007년 평균	163.26	255.21	263.67
2008년 평균	223.25	325.94	367.94
2009년 평균	165.54	223.43	359.27
2010년 평균	186.01	223.67	331.32
2011년 평균	291.78	316.20	378.86
2012년 평균	298.41	313.25	473.29
2013년 평균	234.68	307.69	481.55
2014년(1월~10월) 평균	195.72	289.04	476.22

주1) 밀은 2008년 3월, 옥수수는 2012년 7월, 대두는 2012년 8월이 최고치를 기록함

주2) 밀: No.1 Hard Red Winter, ordinary protein, FOB Gulf of Mexico

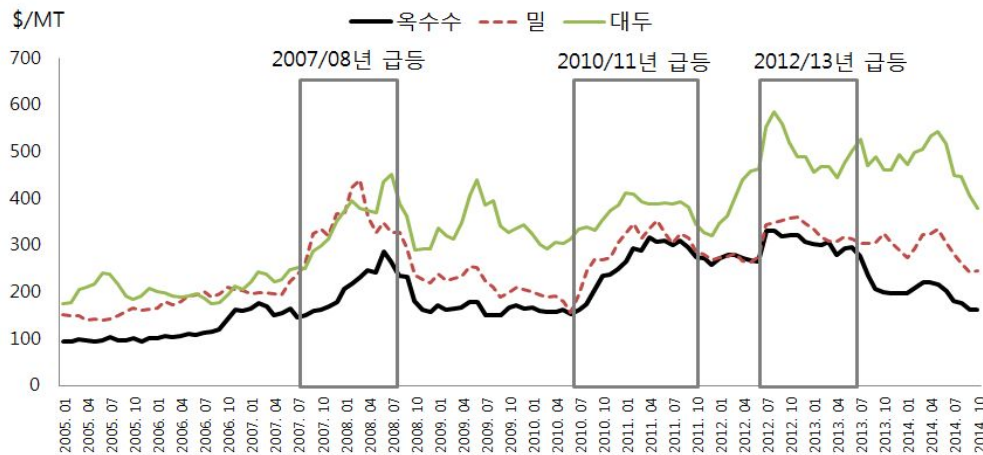
주3) 옥수수: U.S. No.2 Yellow, FOB Gulf of Mexico

주4) 대두: Chicago Soybean Meal Futures (first contract forward) Minimum 48 percent protein

자료: World Bank

<그림 2-16> 국제 곡물 가격 추이

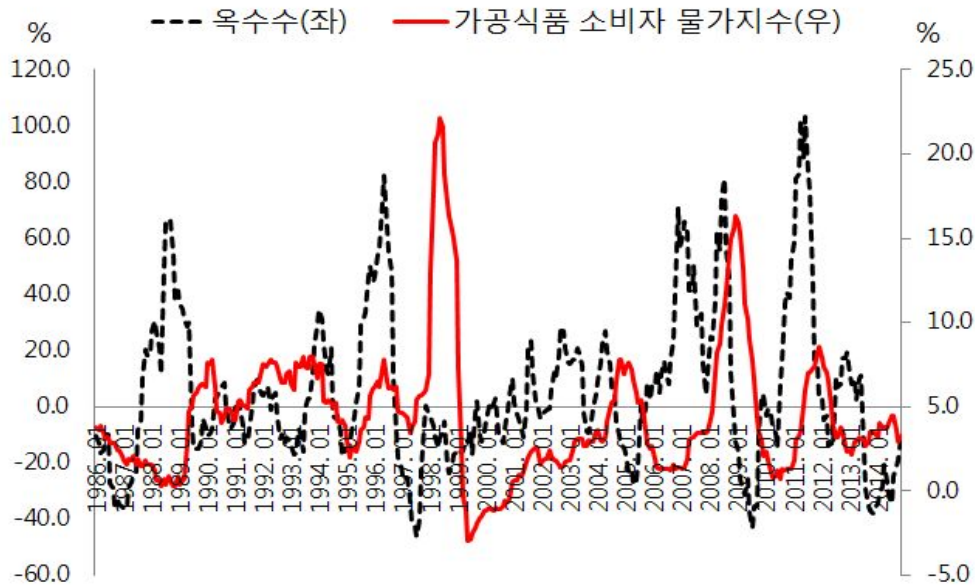
(단위 \$/MT)



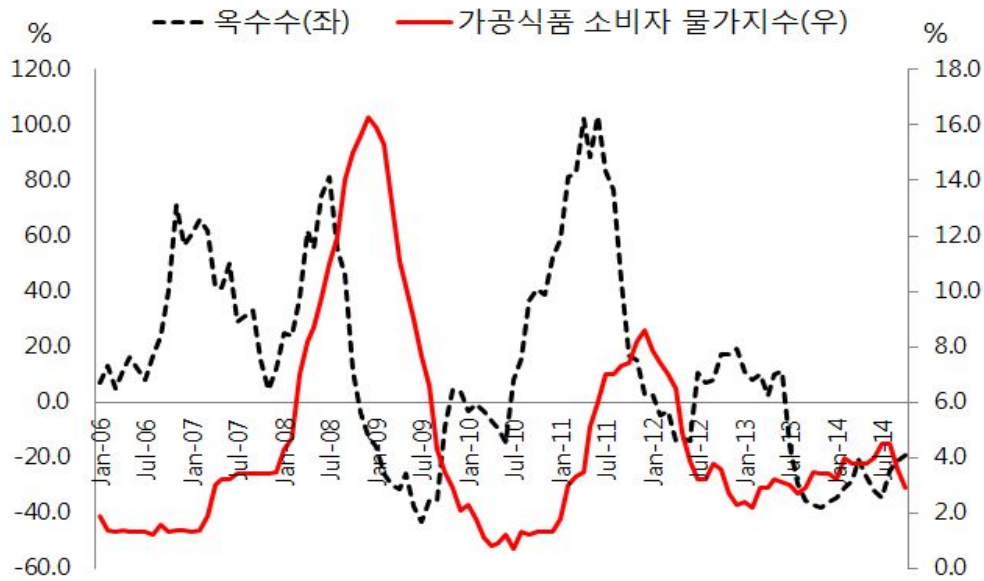
자료: World Bank

- 국제 곡물 가격 상승률과 가공식품 가격 상승률과의 관계를 살펴보았을 때, 시차를 두고 우리나라 가공식품 가격이 국제 곡물 가격과 연동되어 상승한다는 것을 확인 할 수 있음
 - 전년 동월 대비 가공식품 소비자물가 상승률과 옥수수, 밀, 대두, 설탕의 국제 가격 전년 동월 대비 상승률 비교해보면, 비슷한 패턴을 갖고 있음
 - 2007~8년 국제 곡물 가격의 급격한 상승 이후, 2009년에 가공식품 소비자물가의 급격한 상승이 발생함
 - 2010~11년 또 한 번의 국제 곡물 가격 상승 이후, 2012년 가공식품의 가격 상승 현상이 발생함
 - 2012~13년의 국제 곡물 가격 상승은 현재 국내 가공식품 가격 상승에 영향을 주고 있지 않지만, 추후에 가공식품 가격 상승에 압력을 작용할 것으로 보임

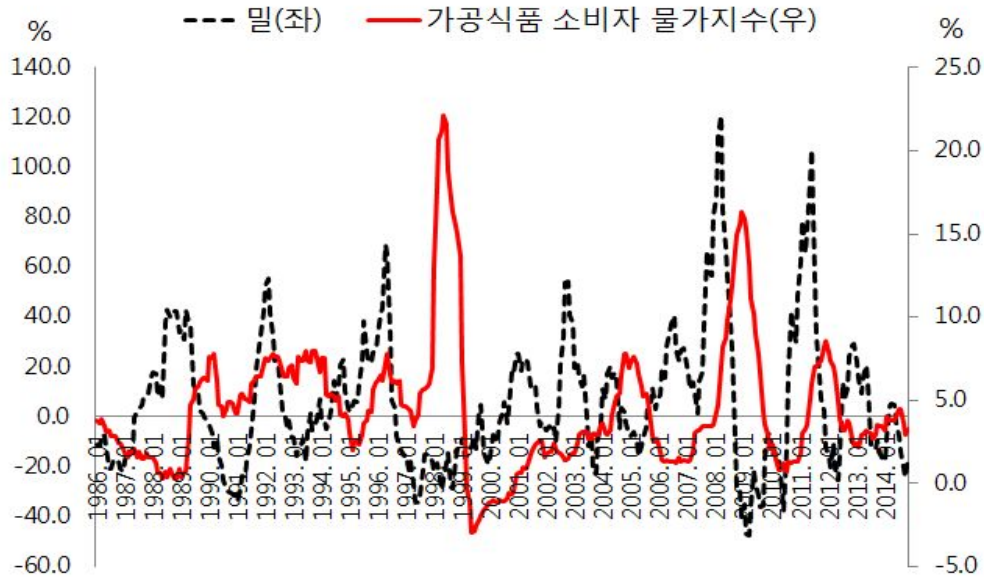
<그림 2-17> 국제 옥수수가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전년 동월 대비 상승률 비교: 1986.1~2014.11



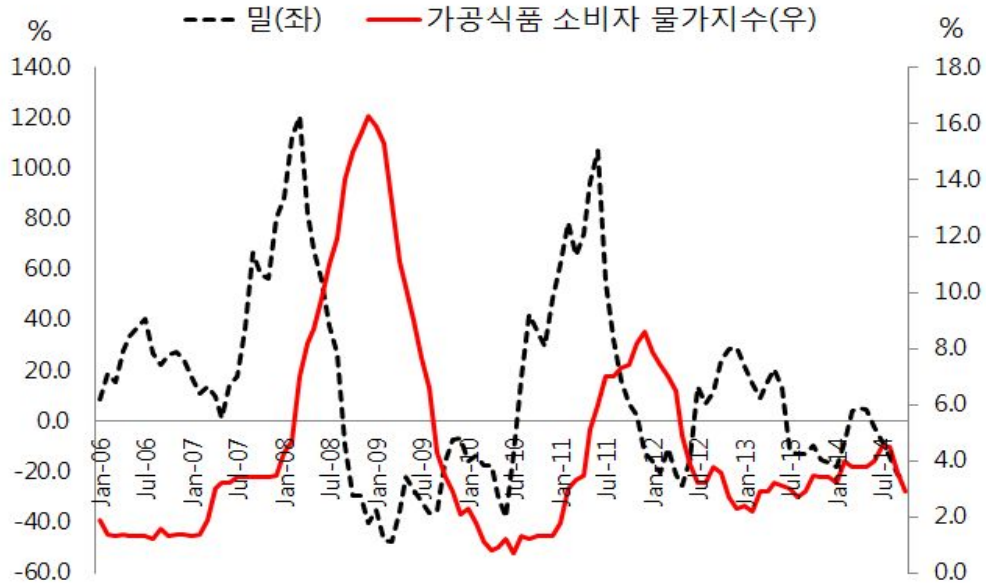
<그림 2-18> 국제 옥수수가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전년 동월 대비 상승률 비교: 2006.1~2014.11



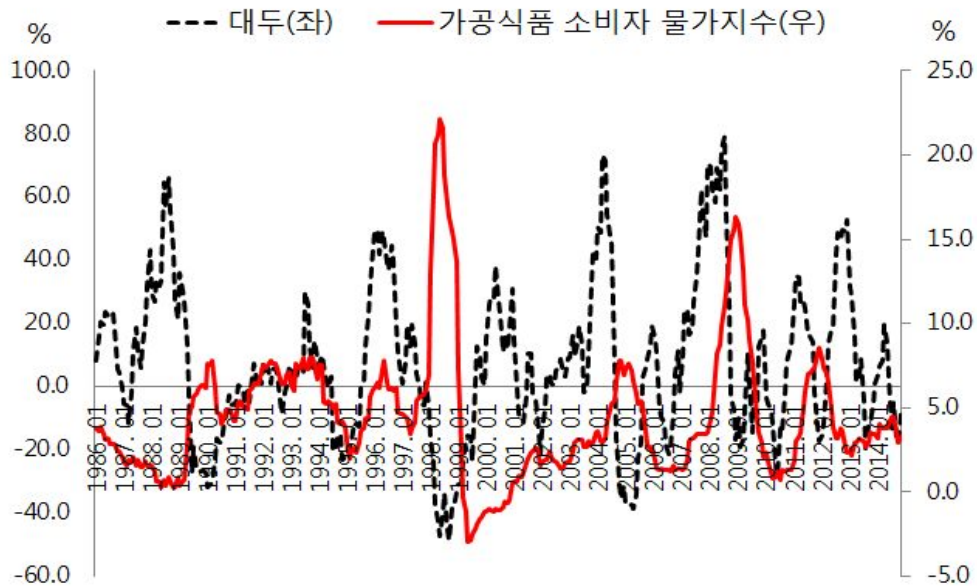
<그림 2-19> 국제 밀가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전년 동월 대비 상승률 비교: 1985.1~2014.11



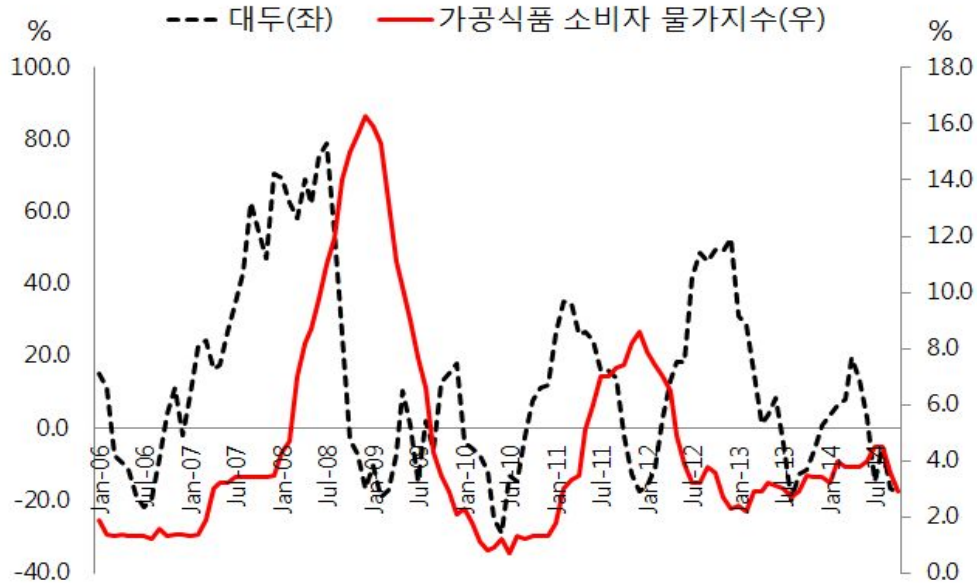
<그림 2-20> 국제 밀가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전년 동월 대비 상승률 비교: 2006.1~2014.11



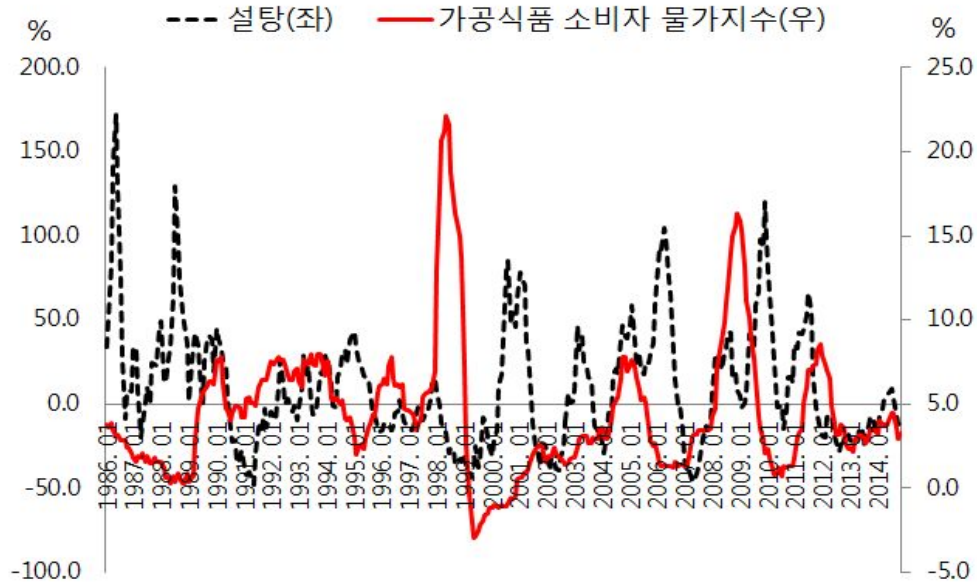
<그림 2-21> 국제 대두가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전년 동월 대비 상승률 비교: 1985.1~2014.11



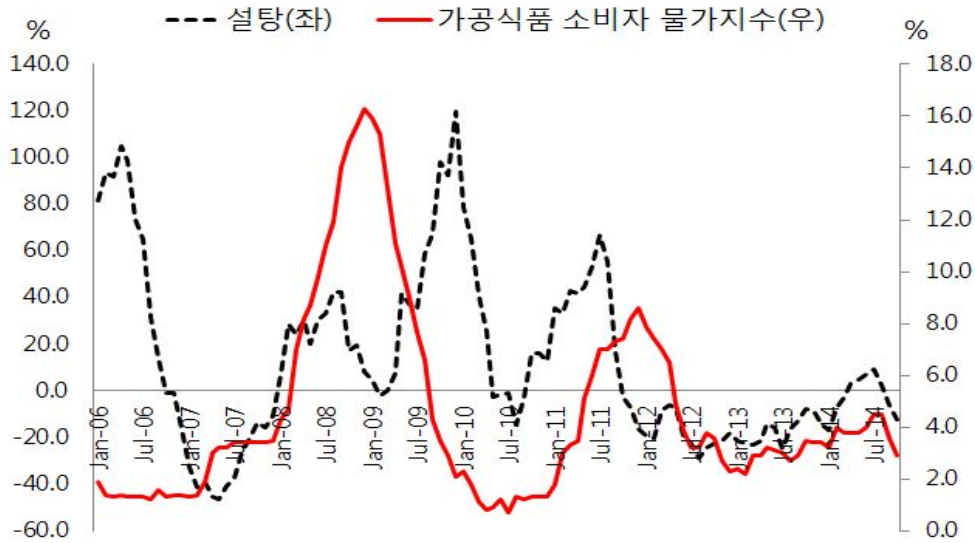
<그림 2-22> 국제 대두가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전년 동월 대비 상승률 비교: 2006.1~2014.11



<그림 2-23> 국제 원당 가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전년 동월 대비 상승률 비교: 1985.1~2014.11



<그림 2-24> 국제 원당 가격 전년 동월 대비 상승률과 가공식품 물가지수 전년 동월 대비 상승률 비교: 2006.1~2014.11



□ 국제 곡물 가격과 가공식품의 물가간의 관계를 살펴보았을 때, 원가 상승요인이 가공식품의 가격 상승에 어느 정도 영향을 미치고 있음

<표 2-26> 국제곡물가격과 가공식품 물가간의 관계 분석 결과¹⁾

구분	장기균형 ²⁾	단기 균형 ³⁾		
	계수값 ⁴⁾	조정 속도 ⁵⁾	1달전 계수값 ⁶⁾	2달전 계수값 ⁷⁾
밀	0.9316	-0.0050	0.4750	0.0035
옥수수	0.7957	-0.0031	0.0130	0.0022
콩	0.9069	-0.0034	0.0188	0.0093
원당	0.8973	-0.0011	0.0173	0.0067

주1) 가공식품 소비자물가지수와 각각의 곡물수입가격지수(원화기준) 간의 벡터오차수정모형 분석 결과임(분석기간: 1985.1월~2014.11월, 모든 변수에는 로그(log)를 취함, 단위근 및 공적분 검정을 거침)

주2) 공적분 관계식 결과 값임

주3) 오차수정항을 포함하는 벡터자기회귀모형의 결과값임

주4) 밀, 옥수수, 콩은 99% 신뢰수준에서 유의하며, 원당은 90% 신뢰수준에서 유의함

주5) 오차수정항의 계수값이며, 99% 신뢰수준에서 유의함

주6) 모든 계수값이 99% 신뢰수준에서 유의함

주7) 모든 계수값이 통계적으로 유의하지 않음

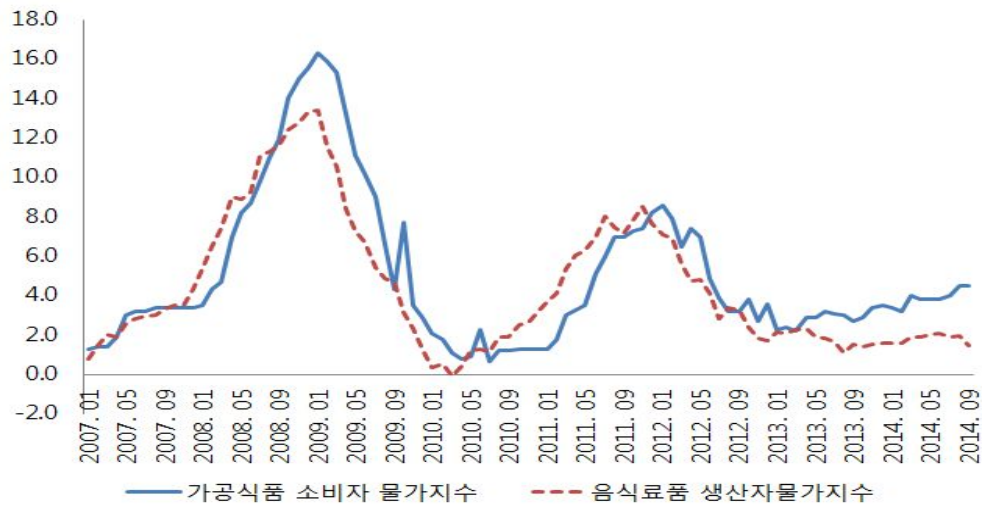
- 장기적으로 보았을 때, 밀의 수입가격지수가 1% 상승하면, 가공식품 소비자물가지수가 0.932% 오르는 것으로 나타남
 - 옥수수, 콩, 원당의 수입가격지수가 각각 1% 상승하면, 가공식품의 소비자물가지수가 각각 0.796%, 0.907%, 0.897% 오르는 것으로 나타남
- 단기적으로는 밀의 수입가격지수가 1개월 전에 1%p 상승하면, 가공식품 소비자물가지수가 0.475%p 오르는 것으로 나타남
 - 마찬가지로 옥수수, 콩, 원당의 수입가격지수가 1개월 전에 각각 1%p 상승하면, 가공식품 소비자물가지수가 각각 0.013%p, 0.019%p, 0.017%p 오르는 것으로 나타남
 - 2개월 전의 곡물의 수입가격 지수 상승이 현재 가공식품 소비자물가지수 상승에 미치는 영향력은 급격히 줄어들지만, 계수값이 통계적으로 유의하지 않음
- 조정속도는 곡물의 수입가격 상승으로 가공식품의 가격이 상승하였을 경우, 다시 원래 가격으로 얼마나 빨리 회복할 수 있는 가를 나타낸 지표임
 - 모든 곡물의 조정속도가 0.001에서 0.005사이의 값을 갖고 있어, 상승한 가공식품의 가격이 원래 상태로 회복되는데 오랜 시간이 걸림을 알 수 있음
 - 밀의 경우, 밀의 수입가격이 올라 가공식품의 가격이 올랐다면, 0.5%만 원래 가격으로 돌아오고, 나머지 99.5%는 계속 오른 상태를 유지한다고 할 수 있음
 - 따라서, 곡물가격 상승으로 가공식품의 가격이 상승하면, 가공식품의 가격이 다시 하락하기 쉽지 않다는 것을 의미함

6.2 유통업체의 유통 마진 증가

- 가공식품의 소비자 물가 상승률이 생산자 물가 상승률을 상회하면서, 유통과정에서 물가부담이 소비자에게 영향을 주고 있음
 - 음식료품 생산자물가와 가공식품 소비자 물가가 거의 같은 패턴으로 등락을 보이고 있으며, 생산자 가격이 소비자 가격에 시차를 두고 전이되고 있음
 - 2009년 이전에는 음식료품 생산자 물가가 가공식품 소비자 물가보다 더 높은 상승률을 보이다가 2009년부터 2010년 5월까지 가공식품의 소비자 물가가 음식료품 생산자 물가보다 더 높은 증가율을 기록함
 - 그 이후 생산자 물가가 소비자 물가보다 다시 더 높은 증가율을 보이다가 2012년부터는 음식료품의 생산자 물가보다 가공식품의 소비자 물가 증가율이 더 높은 증가율을 기록하고 있으며 그 차이가 점점 커지고 있음
- 가공식품의 소비자 물가상승률이 음식료품 생산자 물가 상승률보다 더 크다는 것은 음식료품이 시장에 출하된 이후 유통과정에서 가격 상승이 소비자에게 더 많이 전가됨을 의미함
 - 가공식품 유통구조의 복잡함이 원인이 될 수 있지만, 대형유통업체가 등장하면서 가공식품의 유통구조가 과거에 비해 단순해졌기 때문에 복잡한 유통구조에 그 원인을 돌리는데 한계가 있음
 - 유통시장의 경쟁 심화로 유통과정에서 판촉, 광고 등과 같은 판매관리비 등이 증가하면서 이러한 비용 등을 소비자에게 전가한 것으로 판단됨
 - 즉, 유통업체들의 유통마진 증가 때문에 가공식품의 생산자 가격 상승률보다 소비자 가격 상승률이 더 크게 나타난 것임¹³⁾

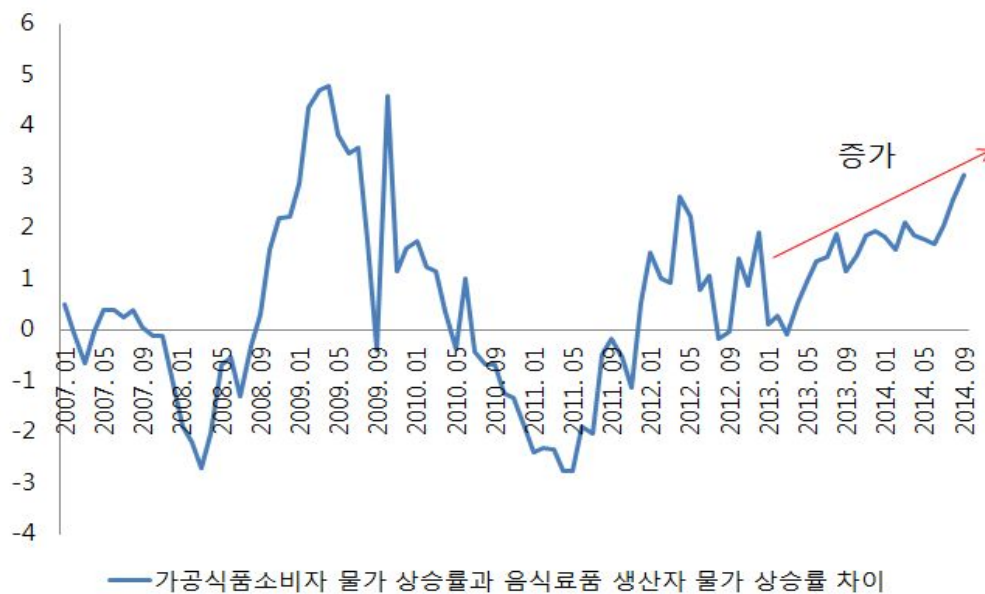
13) 유통업체 유통마진 증가는 산업연관표 가공식품 유통마진을 분석에 유통마진을 자료 제시와 함께 그 이유를 직관적으로 설명함

<그림 2-25> 가공식품의 소비자물가 상승률과 음식료품 생산자 물가 상승률 추이
(단위: %)



주: 전년동월 대비 상승률, 자료: 통계청, 소비자물가지수, 생산자물가지수

<그림 2-26> 가공식품의 소비자물가 상승률과 음식료품 생산자 물가 상승률 차이
(단위: %p)



자료: 통계청 소비자물가지수, 생산자물가지수

주요 가공식품의 물가 및 국내 소재식품 시장 현황

제1절. 주요 가공식품의 물가 추이

제2절. 주요 품목의 물가변동 요인 실증분석

제3절. 국내 소재식품 시장 현황

제4절. 소결

제3장 주요 가공식품의 물가 및 국내 소재식품 시장 현황

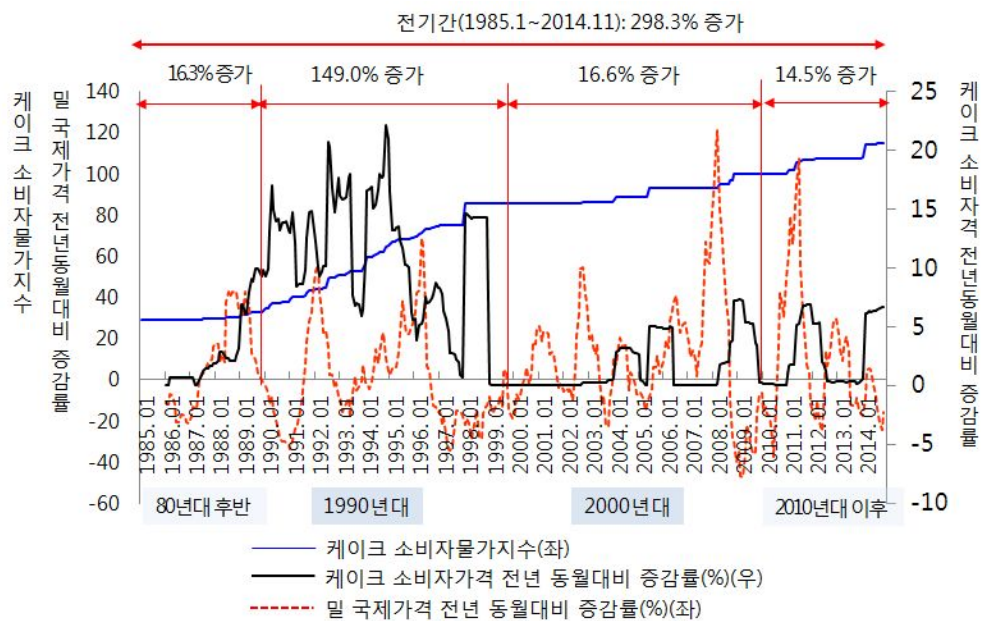
제 1절. 주요 가공식품의 물가 추이

1.1 케이크

1.1.1 케이크 소비자물가지수 추이: 시대별

- 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 케이크의 소비자물가지수가 28.753이었는데, 2014년 11월에 114.52로 298.3% 상승함

<그림 3-1> 케이크 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

- 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반('85~'89년)에는 16.3% 증가하였으며, 1990년대, 2000년대, 2010년 이후에는 각각 149.0%, 16.6%, 14.5% 증가함
 - 1990년대에 높은 경제성장률, 국제 유가 상승, 외환위기로 인한 대미 환율 상승 등으로 케이크의 소비자물가지수가 가장 많이 오름
 - 2000년대 이후에는 케이크의 가격이 안정세를 유지하면서 2000년 1월부터 2014년 11월까지 33.5%밖에 상승하지 않음
- 케이크 소비자물가지수의 변동계수¹⁴⁾를 시기별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.047, 1990년대 0.272, 2000년대 0.053, 2010년 이후 0.043으로 1990년대에 가장 높은 변동계수를 나타냄
 - 1990년대 케이크의 소비자가격의 변동성이 다른 기간과 비교하여 상대적으로 높았음을 알 수 있음
 - 반면, 2000년대 이후, 케이크 소비자물가지수 변동계수가 점차 줄어들고 있어 케이크 가격이 점차 안정세를 찾아가고 있음
- 케이크 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 3.09%를 기록하였으며, 1990년대, 2000년대, 2010년 이후에는 각각 10.37%, 1.56%, 2.59%를 기록함
 - 1990년대에 연평균 10%가 넘는 가장 높은 연평균 상승률을 기록함
 - 2000년대에는 1%대의 낮은 상승률을 보이다가 2010년 이후 2%대의 상승률로 올랐지만, 1990년대 연평균 상승률과 비교하면 매우 낮은 상승률을 보였다고 할 수 있음

14) 변동계수 = (특정기간의 케이크 소비자물가지수 표준편차) ÷ (특정기간의 케이크 소비자물가지수 평균)

<표 3-1> 시기별 케이크 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률

(단위 : %)

구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년대 이후
케이크 소비자물가지수 변동계수	0.047	0.272	0.053	0.043
케이크 소비자물가지수 연평균 상승률	3.09	10.37	1.56	2.59
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

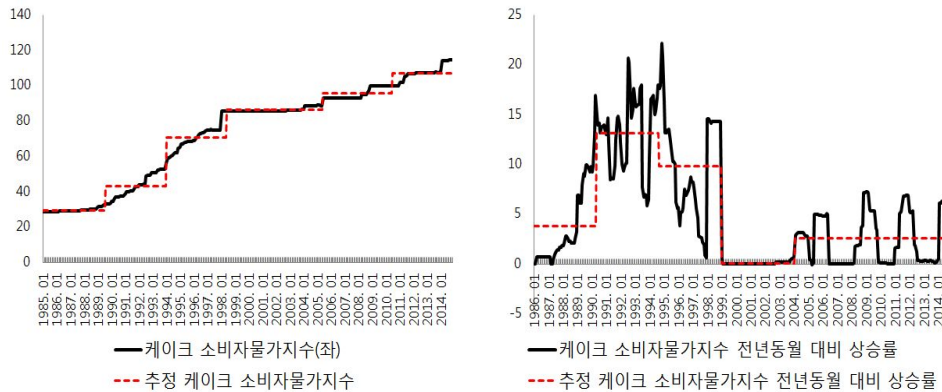
1.1.2 케이크 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

□ 케이크 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과¹⁵⁾, 총 5차례의 구조변화가 발생함

- 추정 케이크 소비자물가지수를 보면, 구조변화 시기 때에 케이크 소비자물가지수가 상승하는 모습을 보이고 있는데, 마치 계단형 상승 곡선의 모습을 나타내고 있음
 - 케이크 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 총 4차례의 구조변화가 발생함

15) Bai-Perron의 다중구조변화 모형

<그림 3-2> 케이크 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-2> 구조변화시기에 따른 케이크 소비자물가지수의 증가율, 변이계수, 연평균 상승률
(단위 : %)

구분	기간	증가율	변이계수	구분	기간	연평균 상승률
1기	1985.1-1989.7 ¹⁾	13.4	0.035	1기	1986.1-1990.4	3.80
2기	1989.8-1993.12	63.8	0.155	2기	1990.5-1994.8	13.14
3기	1994.1-1998.5	52.8	0.103	3기	1994.9-1998.12	9.84
4기	1998.6-2005.5	3.5	0.013	4기	1999.1-2004.1	0.08
5기	2005.6-2010.6	7.4	0.033	5기	2004.2-2014.11	2.59
6기	2010.7-2014.11	14.5	0.040			

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1989년 7월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 케이크 소비자물가지수는 1989년 8월부터 1998년 5월까지 두 차례의 구조변화가 발생했는데, 이때 물가지수 증가율이 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 증가율을 기록함
 - 1998년 외환위기 여파 이후 케이크 소비자물가지수는 2005년 5월까지(4기) 3.5%의 소폭 증가율을 나타냄
 - 2005년 6월부터 2010년 6월까지(5기)는 7.4%의 증가율을 기록하며, 케이크의 소비자물가지수 상승이 높아졌는데, 이 시기에 국제 곡물파동 등의 영향으로 다시 케이크의 가격이 오른 것으로 판단됨
 - 2010년 7월부터 2014년 11월까지(6기) 케이크의 소비자물가지수가 14.5% 상승함

- 외환위기 이후 4기, 5기, 6기의 케이크의 소비자물가지수의 증가율 추세를 보면 약 두 배씩 커지고 있음 (3.5% → 7.4% → 14.5%)
- 이에 따라 케이크 소비자물가지수의 변동계수도 2,3기를 제외하고, 4기부터 점점 커지고 있음
 - 4기에 변동계수가 0.013이었는데, 5기에는 0.033, 6기에는 0.040으로 점점 높아짐
 - 다만, 그 크기가 작아서 케이크 가격의 불안정성이 높아졌다고 판단하기가 쉽지 않음
- 어쨌든, 케이크의 소비자가격은 구조변화 시기를 거치면서 가파른 상승과 함께 가격의 변동성이 점차 커지고 있음
- 케이크 소비자가격의 연평균 상승률을 살펴보면, 1990년대에는 높은 상승률을 보이다가 1999년 1월부터 2004년 1월까지(4기)는 0.08%의 매우 낮은 상승률을 보임
 - 그러나 2004년 2월부터 2014년 11월까지(5기) 다시 연평균 상승률이 2.59%로 상대적으로 높은 상승세를 보임

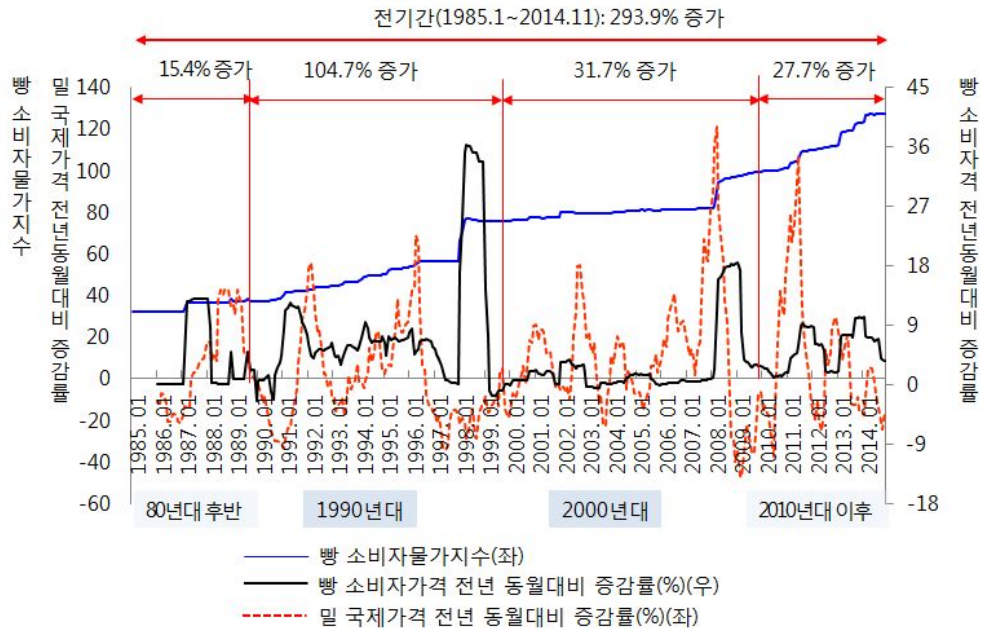
1.2 빵

1.2.1 빵 소비자물가지수 추이: 시대별

- 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 빵의 소비자물가지수가 32.279이었는데, 2014년 11월에 127.21로 293.9% 상승함
 - 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반('85~'89년)에는 15.4% 증가하였으며, 1990년대, 2000년대, 2010년 이후에는 각각 104.7%, 31.7%, 27.7% 증가함
 - 1990년대 말 외환위기로 인한 환율상승이 빵의 원재료인 밀의 수입가격을 상승시키면서 1990년대 빵의 소비자물가지수가 가장 많이 오름

- 2000년대 이후에는 빵의 가격이 안정세를 유지하다가 2008년 국제 곡물 파동으로 인한 밀 가격 상승이 원인이 되어 빵의 가격이 큰 폭으로 오른 뒤, 계속해서 상승하는 추세를 보이고 있음

<그림 3-3> 빵 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

- 빵의 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.064, 1990년대 0.234, 2000년대와 2010년 이후 모두 0.085로, 1990년대 변동계수가 가장 큰 것으로 나타남
 - 1990년대 빵의 소비자 가격 변동이 다른 기간에 비해 상대적으로 높았음을 알 수 있음
 - 2000년대 이후, 빵의 소비자물가지수 변동계수가 0.085로 하락하면서, 1990년대에 비해 상대적으로 빵 가격이 점차 안정세를 찾아가고 있음

○ 빵 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 3.68%, 1990년대에는 7.72%, 2000년대에는 2.78%, 2010년 이후에는 5.29%를 기록함

- 빵 소비자물가 연평균 상승률이 1990년대가 가장 높은 것으로 나타남
- 2000년대에 연평균 상승률이 2%대로 하락하였지만, 2010년 이후에는 5%대로 다시 큰 폭의 상승률을 기록함

<표 3-3> 시기별 빵 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률

(단위 : %)

구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년대 이후
빵 소비자물가지수 변동계수	0.064	0.234	0.085	0.085
빵 소비자물가지수 연평균 상승률	3.68	7.72	2.78	5.29
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

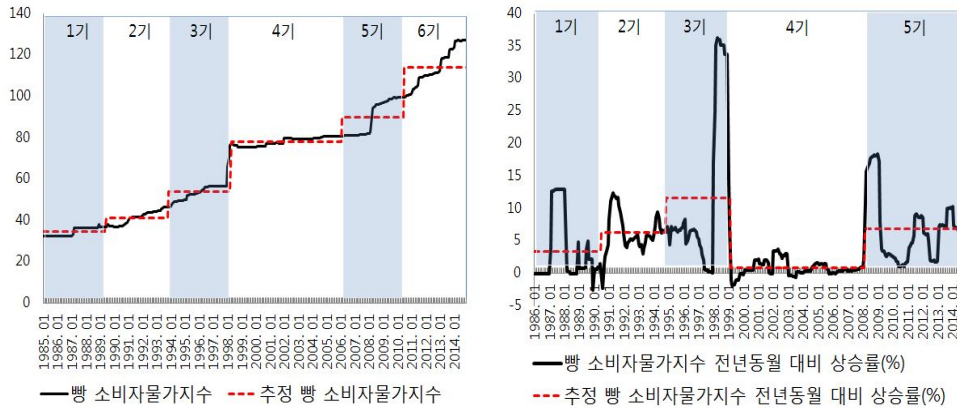
주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.2.2 빵 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

□ 빵의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 5차례의 구조변화가 발생함

○ 또한 빵 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 총 4차례의 구조변화가 발생함

<그림 3-4> 빵 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-4> 구조변화시기에 따른 빵 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률 (단위: %)

구분	기간	증가율	변동계수	구분	기간	연평균 상승률
1기	1985.1-1989.5 ¹⁾	13.8	0.063	1기	1986.1-1990.6	3.37
2기	1989.6-1993.10	26.7	0.079	2기	1990.7-1994.10	6.30
3기	1993.11-1998.3	63.9	0.099	3기	1994.11-1999.2	11.59
4기	1998.4-2006.1	5.0	0.025	4기	1999.3-2008.2	0.79
5기	2006.2-2010.6	23.2	0.092	5기	2008.3-2014.11	6.79
6기	2010.7-2014.11	27.6	0.079			

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1989년 5월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 빵의 소비자물가지수는 1993년 11월부터 외환위기를 겪은 1998년 3월까지(구조변화 3기)가 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 63.9%의 증가율을 기록함
- 1998년 외환위기 여파 이후 빵 소비자물가지수는 2006년 1월까지(4기) 5.0%의 소폭 증가율을 나타냄
- 2006년 2월부터 2010년 6월까지(5기)는 23.2%의 증가율을 기록하며, 빵의 소비자물가지수 상승이 높아졌는데, 이 시기에 국제 곡물과 동 등의 영향이 빵의 소비자물가지수의 급격한 상승을 불러일으킨 것으로 보임

- 2010년 7월부터 2014년 11월까지(6기) 빵의 소비자물가지수 증가율이 27.6%로 구조변화 5기보다도 4.4%p 더 높은 증가율을 기록함
- 외환위기 이후 4기, 5기, 6기의 빵 소비자물가지수의 증가율이 점점 커지고 있음 (5.0% → 23.2% → 27.6%)
- 빵의 소비자물가지수 변동계수가 외환위기 이후 구조변화 5기와 6기에 각각 0.092와 0.079를 기록하며, 빵 가격의 변동성이 높아짐
- 빵의 소비자가격이 구조변화 시기를 거치면서 가파른 상승과 함께 가격의 변동성이 점차 커지고 있음
- 빵 소비자가격의 연평균 상승률을 살펴보면, 1994년 11월부터 1999년 2월 사이에(구조변화 3기) 11.59%를 기록함
 - 1999년 3월부터 2008년 2월 까지(4기)는 0.79%의 매우 낮은 상승률을 보이다가 2008년 3월부터 다시 연평균 상승률이 6.79%로 급격히 오름

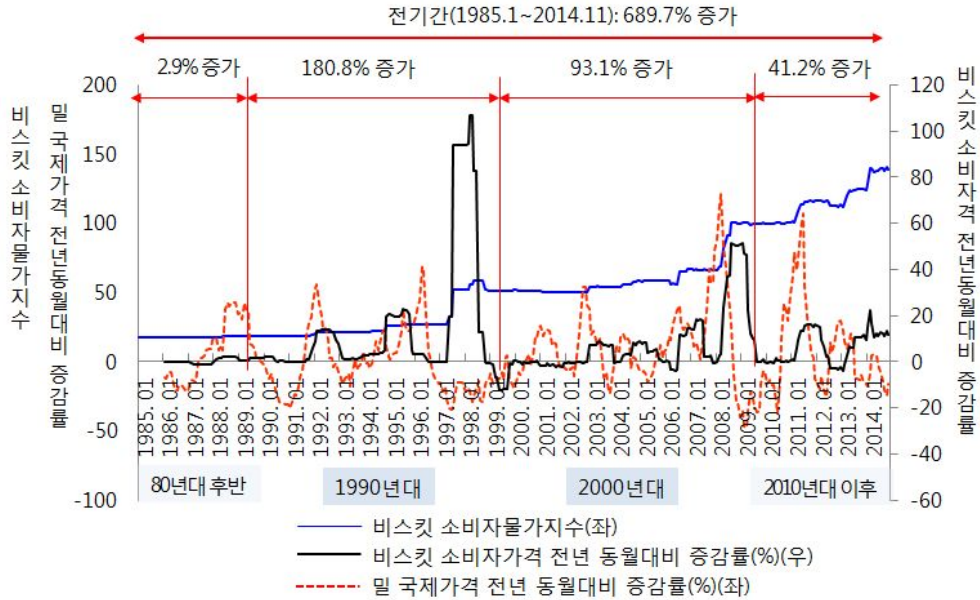
1.3 비스킷

1.3.1 비스킷 소비자물가지수 추이: 시대별

- 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 비스킷의 소비자물가지수가 17.848이었는데, 2014년 11월 139.47로 689.7% 상승함
 - 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 2.9% 증가하였으며, 1990년대에는 180.8%, 2000년대에는 93.1%, 2010년 이후에는 41.2% 증가함
 - 1990년대 말 외환위기로 인한 환율상승이 빵의 원재료인 밀의 수입가격을 상승시키면서, 1990년대 비스킷의 소비자물가지수가 가장 높은 증가율을 보임
 - 2000년대에도 비스킷의 소비자물가지수가 93.1% 증가하며 여전히 높은 증가율을 나타냈는데, 2007년 중반부터 시작된 국제 곡물가격 상승 등의 영향으로 비스킷의 가격이 2008년에 급등한 것이 2000년대에도 비스킷의 소비자물가지수가 높은 증가율을 보인 것으로 추정됨

- 2010년 이후에도 비스킷의 소비자물가지수 증가율이 41.2%로 여전히 높은 증가율을 나타내고 있음

<그림 3-5> 비스킷 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

- 비스킷 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.010, 1990년대 0.454, 2000년대 0.264, 2010년 이후 0.111로 나타남
 - 1990년대 가장 높은 변동계수 값을 기록한 이후, 점차 변동계수 값이 줄어들고 있지만, 곡물 가공식품의 다른 품목과 비교하여 변동계수 값이 상대적으로 높은 편임
- 비스킷 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 0.48%로 매우 낮은 상승률을 기록하였으며, 1990년대에는 13.53%, 2000년대에는 7.60%, 2010년 이후에는 6.80%의 상승률을 기록함
 - 비스킷의 가격 상승률이 1990년대 가장 높았으며, 2000년대와 2010년 이후는 1990년대에 비해 상승률이 상대적으로 낮지만, 소비자 물가 총지수와 가공식품 전체 물가 상승률과 비교하면 매우 높은 편임

<표 3-5> 시기별 비스킷 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률

(단위 : %)

구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년대 이후
비스킷 소비자물가지수 변동계수	0.010	0.454	0.264	0.111
비스킷 소비자물가지수 연평균 상승률	0.48	13.53	7.60	6.80
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

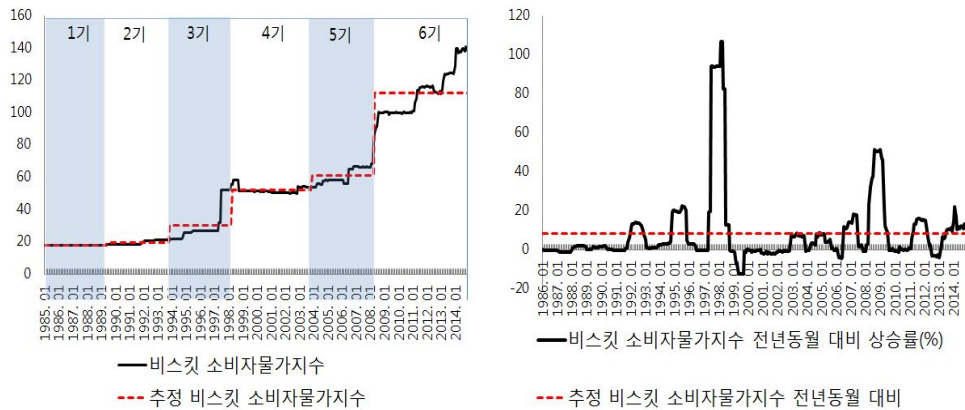
주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.3.2 비스킷 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

□ 비스킷의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 5차례의 구조변화가 발생함

○ 반면에 비스킷 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 구조변화가 발생하지 않은 것으로 나타남

<그림 3-6> 비스킷 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-6> 구조변화시기에 따른 비스킷 소비자물가지수의 증가율, 변동계수

(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수
1기	1985.1-1989.5 ¹⁾	1.2	0.007
2기	1989.6-1993.10	15.7	0.066
3기	1993.11-1998.3	158.5	0.347
4기	1998.4-2003.11	-2.8	0.044
5기	2003.12-2008.4	52.3	0.091
6기	2008.5-2014.11	58.1	0.124

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1989년 5월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 비스킷의 소비자물가지수는 1993년 11월부터 외환위기를 겪은 1998년 3월까지(구조변화 3기)가 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 158.5%의 증가율을 기록함
 - 1998년 외환위기 여파 이후 비스킷 소비자물가지수는 2003년 11월까지(4기) 2.8%의 소폭 감소율을 나타냄
 - 2003년 12월부터 2008년 4월까지(5기)는 52.3%의 증가율을 기록하며, 비스킷의 소비자물가지수가 급격히 상승함
 - 2008년 5월부터 2014년 11월까지(6기) 비스킷의 소비자물가지수 증가율이 58.1%로 구조변화 5기보다도 6.2%p 더 높은 증가율을 기록함
 - 외환위기 이후 4기, 5기, 6기의 비스킷 소비자물가지수의 증가율이 매우 높은 비율로 점점 커지고 있음 (-2.8% → 52.3% → 58.1%)
- 비스킷 소비자물가지수 변동계수가 외환위기 이후 구조변화 5기와 6기에 각각 0.091과 0.124를 기록하며, 비스킷의 가격 변동성이 점점 커지고 있음

- 스낵과자 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 -0.08%, 1990년대에는 7.52%, 2000년대에는 7.14%, 2010년 이후에는 4.20%를 기록함
- 1990년대와 2000년대 모두 7%대의 높은 연평균 상승률을 보이다가 2010년 이후 4%대로 하락하였지만, 가공식품과 소비자물가 총지수 연평균 상승률과 비교해보면, 스낵과자의 가격상승률이 여전히 높은 편임

<표 3-7> 시기별 스낵과자 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률
(단위 : %)

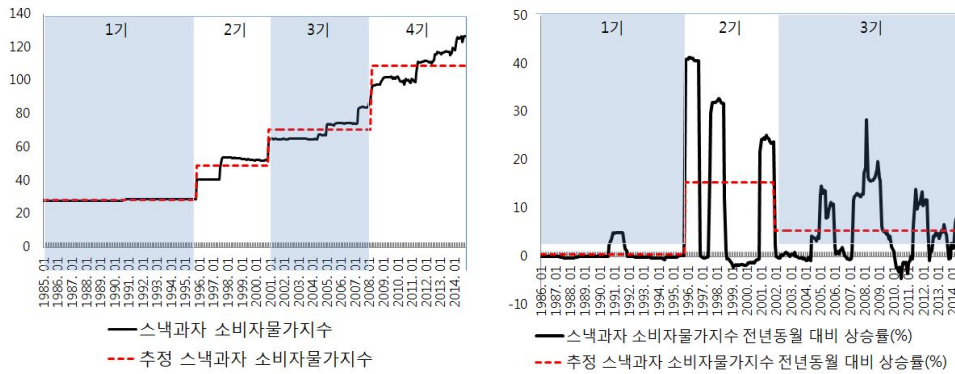
구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년대 이후
스낵과자 소비자물가지수 변동계수	0.002	0.281	0.196	0.079
스낵과자 소비자물가지수 연평균 상승률	-0.08	7.52	7.14	4.20
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.4.2 스낵과자 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

- 스낵과자 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 3차례의 구조변화가 발생함
 - 스낵과자 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 구조변화가 총 2차례 발생한 것으로 나타남

<그림 3-8> 스낵과자 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-8> 구조변화시기에 따른 스낵과자 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률
(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수	구분	기간	연평균 상승률
1기	1985.1-1995.10 ¹⁾	4.1	0.022	1기	1986.1-1995.10	0.41
2기	1995.11-2000.11	28.4	0.119	2기	1995.11-2001.11	15.44
3기	2000.12-2008.2	38.4	0.096	3기	2001.12-2014.11	5.30
4기	2008.3-2014.11	31.9	0.086			

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1995년 10월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 스낵과자의 소비자물가지수는 2000년 12월부터 2008년 2월까지(구조변화 3기)가 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 38.49%의 증가율을 기록함
 - 2008년 3월부터 2014년 11월까지(4기)의 스낵과자 소비자물가지수 증가율이 31.9%로 여전히 높은 증가율을 유지하고 있음
- 스낵과자의 소비자물가지수 변동계수가 구조변화 3기와 4기에 각각 0.096와 0.086을 기록하며, 스낵과자 가격의 변동성이 낮아지고 있음
- 스낵과자 소비자가격의 연평균 상승률을 살펴보면, 1995년 11월부터 2001년 11월 사이에(구조변화 2기) 15.44%로 매우 높은 상승률을 기록함
 - 2001년 12월부터 2014년 11월 까지(3기)는 5.30%로 여전히 높은 상승률을 기록하고 있음

1.5 라면

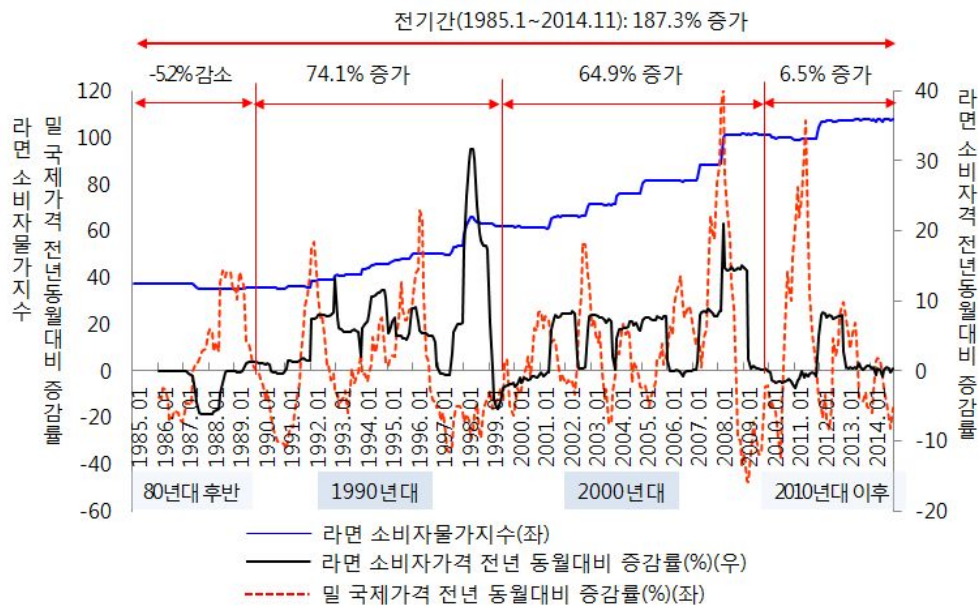
1.5.1 라면 소비자물가지수 추이: 시대별

□ 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 라면의 소비자물가지수가 37.446이었는데, 2014년 10월 108.03으로 187.3% 상승함

○ 시기별로 살펴보면, 1980년대 후반('85~'89년)에는 5.2% 하락하였으나, 1990년대, 2000년대, 2010년 이후에는 각각 74.1%, 64.9%, 6.5% 증가함

- 1990년대에 라면의 소비자물가지수가 가장 높은 증가율을 기록하였음
- 이는 1997년 말에 시작된 외환위기로 인한 환율의 급상승이 우리나라에 수입되는 국제곡물 가격을 급등시키면서 라면의 소비자가격이 급상승한 것으로 판단됨

<그림 3-9> 라면 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

- 라면 소비자물가지수 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.030으로 비교적 가격변동이 낮았으며, 1990년대 0.202로 가격 변동성이 높아짐
 - 2000년대에도 0.161로 가격 변동성이 1990년대에 비해 낮지만, 상대적으로 다른 시기와 비교하여 높은 수준을 유지하였음
 - 2010년 이후에는 변동계수 값이 0.037로 다시 낮아지면서 전반적으로 라면 가격의 변동성이 줄어든 것으로 나타남
- 라면 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 -1.38%였으며, 1990년대에는 6.03%, 2000년대에는 5.13%, 2010년 이후에는 1.30%를 기록함
 - 외환위기가 있었던 1990년대에 가장 높은 평균 상승률을 기록하였으며, 2000년대 후반부터 시작된 세계 곡물 파동의 영향으로 2000년대에도 높은 상승률을 기록함
 - 그러나 2010년 이후에는 1.3%의 낮은 상승률을 기록하며, 소비자물가 총지수와 가공식품 소비자물가지수의 연평균 상승률보다도 낮은 상승률을 나타냄

<표 3-9> 시기별 라면 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률

(단위 : %)

구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
라면 소비자물가지수 변동계수	0.030	0.202	0.168	0.037
라면 소비자물가지수 연평균 상승률	-1.38	6.03	5.13	1.30
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

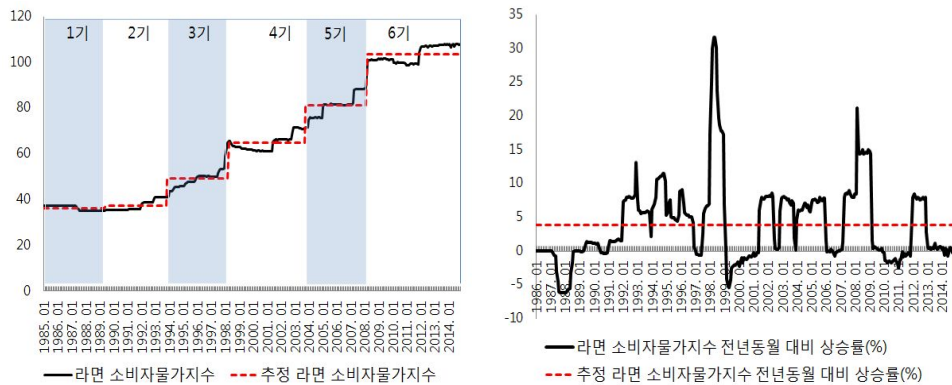
주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.5.2 라면 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

□ 라면의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 5차례의 구조변화가 발생함

○ 반면에, 라면 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 구조변화가 발생하지 않은 것으로 나타남

<그림 3-10> 라면 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-10> 구조변화시기에 따른 라면 소비자물가지수의 증가율, 변동계수

(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수
1기	1985.1-1989.5 ¹⁾	-6.0	0.031
2기	1989.6-1993.10	15.7	0.060
3기	1993.11-1998.3	58.3	0.090
4기	1998.4-2003.9	8.5	0.054
5기	2003.10-2008.2	24.6	0.059
6기	2008.3-2014.11	8.0	0.034

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1989년 5월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

○ 라면의 소비자물가지수는 1993년 11월부터 외환위기를 겪은 1998년 3월까지(구조변화 3기)가 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 58.3%의 증가율을 기록함

- 1998년 외환위기 여파 이후 라면 소비자물가지수는 2003년 9월까지(4기) 8.5% 증가함
- 2003년 10월부터 2008년 2월까지(5기)는 24.6%의 증가율을 기록하였다가, 2008년 5월부터 2014년 11월까지(6기) 8.0% 상승하는데 그침
- 라면 소비자물가지수 변동계수가 외환위기 이후에도 상대적으로 낮은 수준을 유지하고 있어서, 가격 변동성이 높지 않은 것으로 나타남

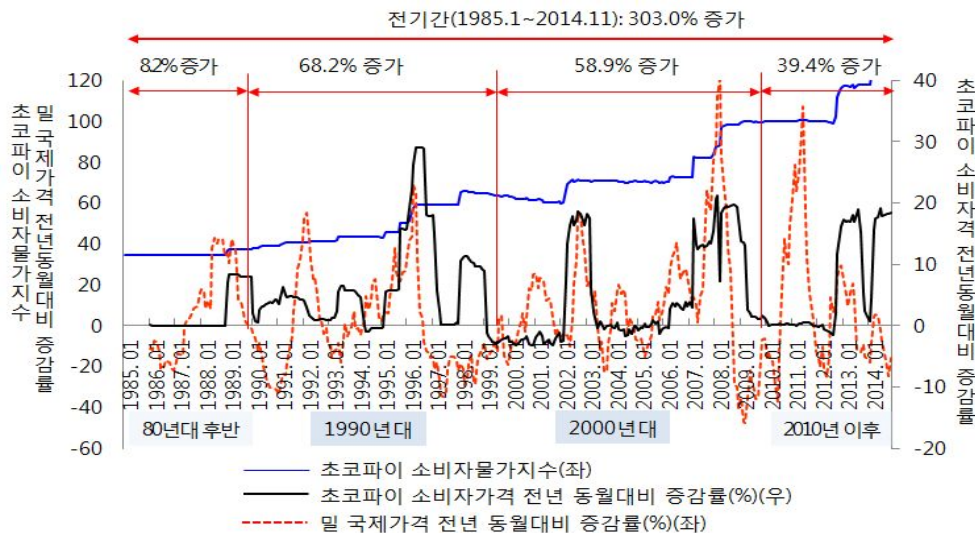
1.6 초코파이

1.6.1 초코파이 소비자물가지수 추이: 시대별

□ 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 초코파이의 소비자물가지수가 34.614이었는데, 2014년 11월에 139.30%로 303.0% 상승함

- 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 8.2%, 1990년대에는 68.2%, 2000년대에는 58.9%, 2010년 이후에는 39.4% 증가함
- 1990년대가 가장 높은 증가율을 기록하였지만, 2000년대, 2010년 이후에도 여전히 높은 증가율을 나타내고 있음

<그림 3-11> 초코파이 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

- 초코파이 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.032, 1990년대 0.200, 2000년대 0.169, 2010년 이후 0.127로 나타남
 - 1990년대 가장 높은 변동계수 값을 기록한 이후, 점차 변동계수 값이 줄어들고 있지만, 곡물 가공식품의 다른 품목과 비교하여 변동계수 값이 상대적으로 높은 편임
- 초코파이 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 2.03%를 기록하였으며, 1990년대에는 5.73%, 2000년대에는 4.85%, 2010년 이후에는 6.38%의 상승률을 기록함
 - 초코파이의 가격 상승률이 2010년 이후가 가장 높은 것으로 나타남
 - 다른 곡물 가공식품의 경우 대부분 외환위기가 있었던 1990년대나 국제 곡물과동이 있었던 2000년대에 가장 높은 가격 상승률을 보였는데, 초코파이는 최근에가 더 높은 가격 상승률을 보인 것이 특징임
 - 2010년 이후 초코파이의 가격 상승률은 소비자 물가 총지수와 가공식품 전체 물가 상승률과 비교했을 때도 매우 높은 편임

<표 3-11> 시기별 초코파이 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률
(단위 : %)

구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
초코파이 소비자물가지수 변동계수	0.032	0.200	0.169	0.127
초코파이 소비자물가지수 연평균 상승률	2.03%	5.73%	4.85%	6.38%
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42%	6.27%	3.89%	3.60%
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66%	5.74%	3.12%	2.37%

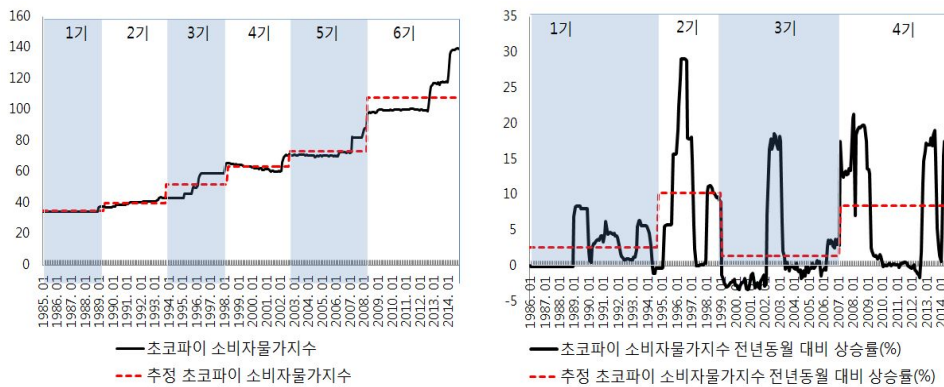
주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.6.2 초코파이 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

□ 초코파이의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 5차례의 구조변화가 발생함

○ 또한 초코파이 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 총 3차례의 구조변화가 발생함

<그림 3-12> 초코파이 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-12> 구조변화시기에 따른 초코파이 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률 (단위: %)

구분	기간	증가율	변동계수	구분	기간	연평균 상승률
1기	1985.1-1989.5 ¹⁾	8.6	0.024	1기	1986.1-1994.9	0.62
2기	1989.6-1993.10	15.4	0.045	2기	1994.10-1999.1	10.28
3기	1993.11-1998.3	51.4	0.146	3기	1999.2-2007.2	1.47
4기	1998.4-2002.8	7.6	0.045	4기	2007.3-2014.11	8.50
5기	2002.9-2008.3	23.7	0.071			
6기	2008.4-2014.11	42.9	0.122			

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1989년 5월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

○ 초코파이의 소비자물가지수는 1993년 11월부터 외환위기를 겪은 1998년 3월까지(구조변화 3기)가 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 51.4%의 증가율을 기록함

- 1998년 외환위기 여파 이후 초코파이 소비자물가지수는 2002년 8월 까지(4기) 7.6%의 소폭 증가율을 나타냄
 - 2002년 9월부터 2008년 3월까지(5기)는 23.7%의 증가율을 기록하며, 초코파이의 소비자 가격이 다시 크게 오르기 시작함
 - 2010년 4월부터 2014년 11월까지(6기) 초코파이의 소비자물가지수 증가율이 42.9%로 구조변화 5기보다도 19.2%p 더 높은 증가율을 기록함
 - 외환위기 이후 4기, 5기, 6기의 초코파이 소비자물가지수의 증가율이 점점 커지고 있음 (7.6% → 23.7% → 42.9%)
- 초코파이 소비자물가지수 변동계수가 외환위기 이후 구조변화 5기와 6기에 각각 0.071와 0.122를 기록하며, 초코파이 가격의 변동성이 높아짐
 - 초코파이의 소비자가격이 구조변화 시기를 거치면서 가파른 상승과 함께 가격의 변동성이 점차 커지고 있음
 - 초코파이 소비자가격의 연평균 상승률을 살펴보면, 1994년 10월부터 1999년 1월 사이에(구조변화 2기) 10.28%를 기록함
 - 1999년 2월부터 2007년 2월 까지(3기)는 1.47%의 매우 낮은 상승률을 보이다가 2007년 3월부터 다시 연평균 상승률이 8.50%로 급격히 오름

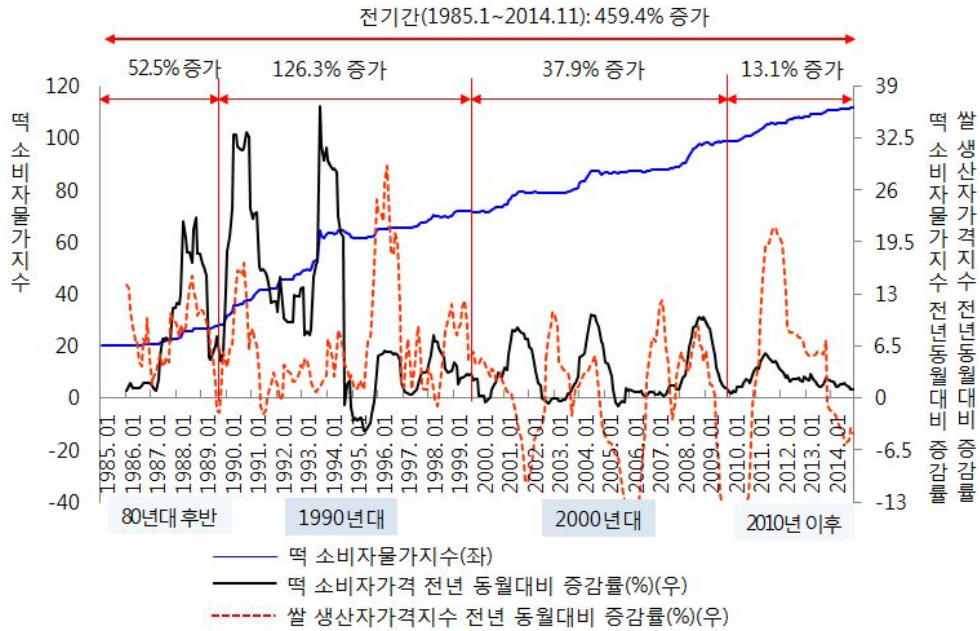
1.7 떡

1.7.1 떡 소비자물가지수 추이: 시대별

- 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 떡의 소비자물가지수가 19.964이었는데, 2014년 11월 111.65로 459.4% 상승함
 - 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 52.5% 증가하였으며, 1990년대, 2000년대, 2010년 이후에는 각각 126.3%, 37.9%, 13.1% 증가
 - 떡의 소비자물가는 1990년대에 가장 많이 상승하였으며, 그 이후 점차 가격 증가폭이 감소하고 있음

- 떡의 소비자물가지수는 다른 곡물 가공식품과 달리 해마다 꾸준히 지속적으로 상승하는 추세를 보이고 있음

<그림 3-13> 떡 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

- 떡 소비자물가지수 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.136, 1990년대 0.212, 2000년대 0.090, 2010년 이후에는 0.038을 기록함
 - 1990년대에 떡의 가격 변동성이 가장 높았으며, 이후 떡 가격의 변동성이 점차 줄어들고 있음
- 떡 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 8.50%였으며, 1990년대에는 10.52%, 2000년대에는 3.27%, 2010년 이후에는 2.51%를 기록함

- 외환위기가 있었던 1990년대가 가장 높은 평균 상승률을 기록하였으며, 2000년대 이후부터는 떡 가격 상승률이 전체 가공식품 가격 상승률보다 낮은 것으로 나타났음

<표 3-13> 시기별 떡 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률

(단위 : %)

구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
떡 소비자물가지수 변동계수	0.136	0.212	0.090	0.038
떡 소비자물가지수 연평균 상승률	8.50	10.52	3.27	2.51
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

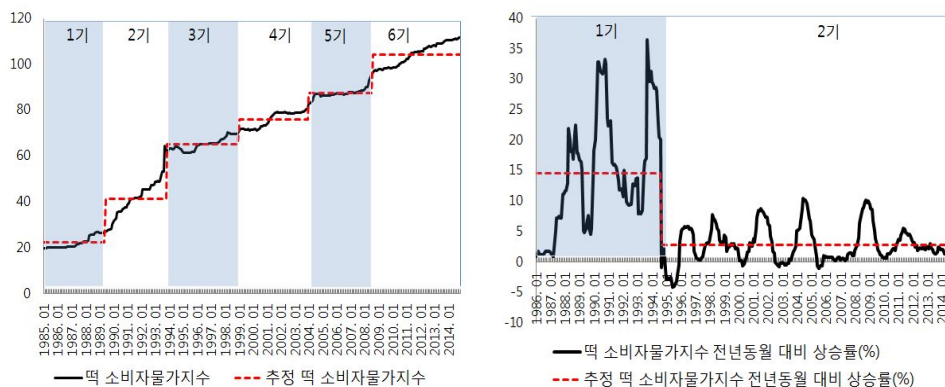
주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.7.2 떡 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

□ 떡의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 5차례의 구조변화가 발생함

○ 또한 떡 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 총 1차례의 구조변화가 발생함

<그림 3-14> 떡 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-14> 구조변화시기에 따른 떡 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률
(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수	구분	기간	연평균 상승률
1기	1985.1-1989.5 ¹⁾	34.8	0.118	1기	1986.1-1994.8	14.59
2기	1989.6-1993.10	128.7	0.202			
3기	1993.11-1998.12	13.7	0.042			
4기	1999.1-2003.12	13.6	0.046			
5기	2004.1-2008.7	15.4	0.026	2기	1994.9-2014.11	2.85
6기	2008.8-2014.11	15.9	0.048			

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1989년 5월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 떡의 소비자물가지수는 1989년 6월부터 1993년 10월까지(구조변화 2기)가 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 128.7%의 증가율을 기록함
 - 외환 위기나 국제곡물 파동과 같은 사건이 발생한 시기에 떡의 가격이 급등하는 현상이 나타나지 않는 것으로 나타남
 - 구조변화 3기부터 5기까지 큰 폭의 가격 상승이 나타나지 않음
 - 다만 4기, 5기, 6기의 떡 소비자물가지수 증가율이 조금씩 증가하고 있음 (13.6% → 15.4% → 15.9%)
- 떡의 소비자물가지수 변동계수도 구조변화 2기에 0.202를 기록하며, 떡 가격의 변동성이 높았지만, 그 이후부터는 변동성이 낮아짐
- 떡 소비자가격의 연평균 상승률을 살펴보면, 1986년 1월부터 1994년 8월 사이에(구조변화 1기) 14.59%로 매우 높은 상승률을 기록함
 - 그러나 구조변화 2기부터는 연평균 상승률이 2.85%로 낮아졌음

1.8 아이스크림

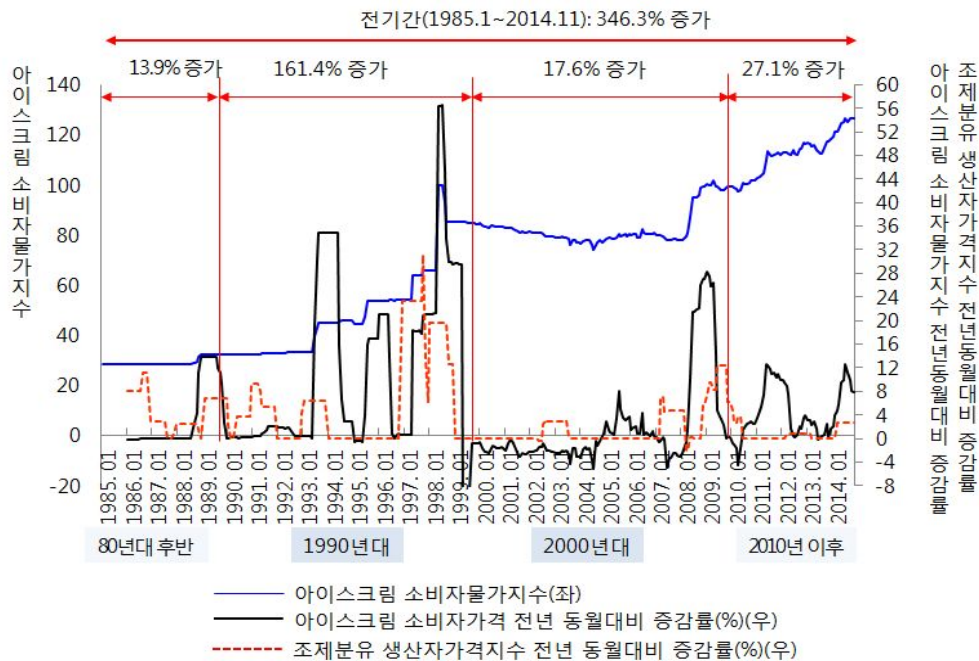
1.8.1 아이스크림 소비자물가지수 추이: 시대별

□ 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 아이스크림의 소비자 물가지수가 28.374이었는데, 2014년 11월에 126.45로 346.3% 상승함

○ 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 13.9%, 1990년대에는 161.4%, 2000년대에는 17.6%, 2010년 이후에는 27.1% 증가함

- 아이스크림의 가격은 1990년대 중반부터 오르기 시작하여 1990년대 말 외환위기로 인한 환율 상승이 아이스크림의 재료로 사용되는 설탕의 원료인 원당 가격을 상승시키면서 아이스크림의 가격이 큰 폭으로 오른 것으로 보임
- 외환위기 이후 2000년대에는 아이스크림의 가격이 하락하는 추세를 보이다가 다시 2000년대 후반부터 아이스크림 가격이 상승하기 시작함

<그림 3-15> 아이스크림 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com, 통계청 소비자물가지수

- 아이스크림 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.056, 1990년대 0.373, 2000년대 0.086, 2010년 이후 0.074로 나타남
 - 1990년대 가장 높은 변동계수 값을 기록한 이후, 점차 변동계수 값이 줄어들고 있음
- 아이스크림 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 3.44%를 기록하였으며, 1990년대에는 11.10%, 2000년대에는 1.88%, 2010년 이후에는 4.68%의 상승률을 기록함
 - 아이스크림의 가격 상승률이 1990년대가 가장 높은 것으로 나타남
 - 2010년 이후 아이스크림의 가격 상승률은 소비자 물가 총지수와 가공식품 전체 물가 상승률과 비교했을 때 높은 편임

<표 3-15> 시기별 아이스크림 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률
(단위 : %)

구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
아이스크림 소비자물가지수 변동계수	0.056	0.373	0.086	0.074
아이스크림 소비자물가지수 연평균 상승률	3.44	11.10	1.88	4.60
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

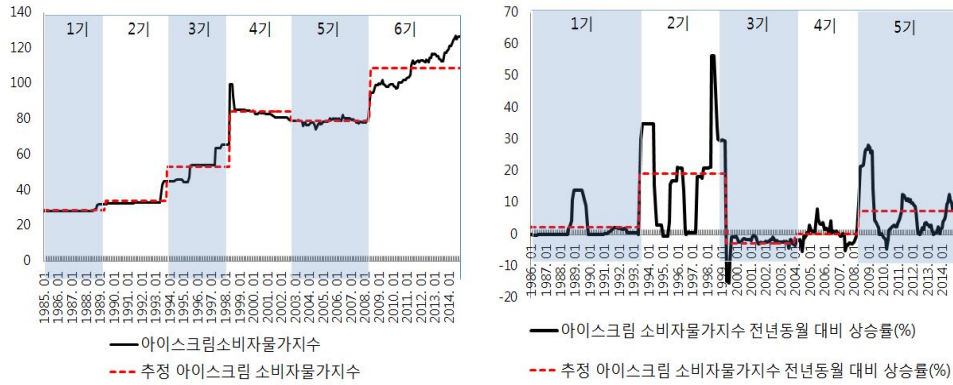
주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.8.2 아이스크림 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

- 아이스크림의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 5차례의 구조변화가 발생함

- 또한 아이스크림 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 총 4차례의 구조변화가 발생함

<그림 3-16> 아이스크림 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-16> 구조변화시기에 따른 아이스크림 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률 (단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수	구분	기간	연평균 상승률
1기	1985.1-1989.5 ¹⁾	13.8	0.045	1기	1986.1-1993.5	2.23
2기	1989.6-1993.10	38.7	0.096	2기	1993.6-1999.4	19.10
3기	1993.11-1998.4	46.7	0.140	3기	1999.5-2003.12	-2.72
4기	1998.5-2002.9	-20.4	0.053	4기	2004.1-2008.4	0.13
5기	2002.10-2008.5	9.6	0.022	5기	2008.5-2014.11	7.40
6기	2008.6-2014.11	33.1	0.086			

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1989년 5월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 아이스크림의 소비자물가지수는 1993년 11월부터 외환위기를 겪은 1998년 4월까지(구조변화 3기)가 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 46.7%의 증가율을 기록함
 - 1998년 외환위기 여파 이후 아이스크림 소비자물가지수는 2002년 9월까지(4기) 20.4% 감소함
 - 2002년 10월부터 2008년 5월까지(5기)는 9.6%의 증가율을 기록함

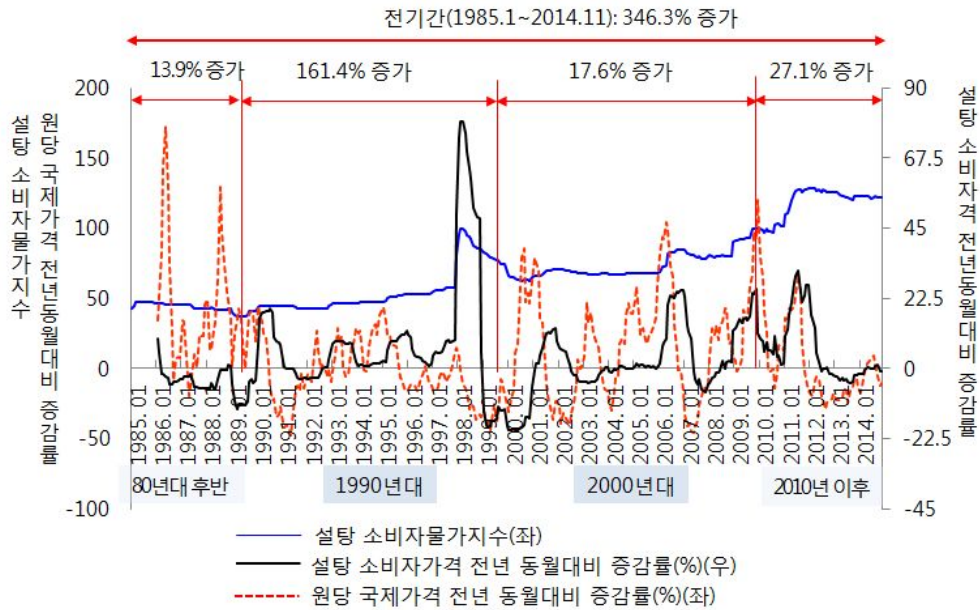
- 2008년 6월부터 2014년 11월까지(6기) 아이스크림의 소비자물가지수 증가율이 33.1%로 다시 크게 증가함
- 외환위기 이후 4기, 5기, 6기의 아이스크림 소비자물가지수의 증가율이 점점 커지고 있음 (-20.4% → 9.6% → 33.1%)
- 아이스크림의 소비자물가지수 변동계수가 외환위기 이후 구조변화 6기에 각 0.086을 기록하며, 아이스크림의 가격의 변동성이 높아짐
- 아이스크림의 소비자가격이 구조변화 시기를 거치면서 가파른 상승과 함께 가격의 변동성이 점차 커지고 있음
- 아이스크림 소비자가격의 연평균 상승률을 살펴보면, 1993년 6월부터 1999년 4월 사이에(구조변화 2기) 19.10%를 기록함
 - 2008년 5월부터 2014년 11월 사이(5기)에 다시 연평균 상승률 7.40%를 기록하며, 아이스크림의 가격이 다시 큰 폭으로 상승하기 시작함

1.9 설탕

1.9.1 설탕 소비자물가지수 추이: 시대별

- 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 설탕의 소비자물가지수가 42.731이었는데, 2014년 11월에 122.13으로 185.8% 상승함
- 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 -3.5%, 1990년대에는 59.1%, 2000년대에는 50.8%, 2010년 이후에는 22.6% 증가함
 - 설탕의 가격은 1990년대 말 외환위기로 인한 환율 상승이 설탕의 원료인 원당 가격을 상승시키면서 설탕의 가격이 큰 폭으로 오른 것으로 보임
 - 외환위기 이후 설탕의 가격이 외환위기 이전 수준으로 회복되는 듯하였으나, 2000년대 후반에 발생한 세계 애그플레이션 여파 등으로 설탕 가격이 외환위기 때보다 더 많이 오른 상태임

<그림 3-17> 설탕 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

- 설탕 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.069, 1990년대 0.286, 2000년대 0.129, 2010년 이후 0.087로 나타남
 - 1990년대 가장 높은 변동계수 값을 기록한 이후, 점차 변동계수 값이 줄어들고 있지만, 다른 가공식품에 비해 가격 변동성이 높은 편임
- 설탕 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 4.38%씩 감소하는 것으로 나타났으며, 1990년대에는 8.66%, 2000년대에는 2.62%, 2010년 이후에는 5.86%의 상승률을 기록함
 - 설탕의 가격 상승률이 1990년대가 가장 높은 것으로 나타남
 - 그러나 2010년 이후 설탕의 가격 상승률은 소비자 물가 총지수와 가공식품 전체 물가 상승률과 비교했을 때 높은 편임

<표 3-17> 시대별 설탕 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률

(단위 : %)

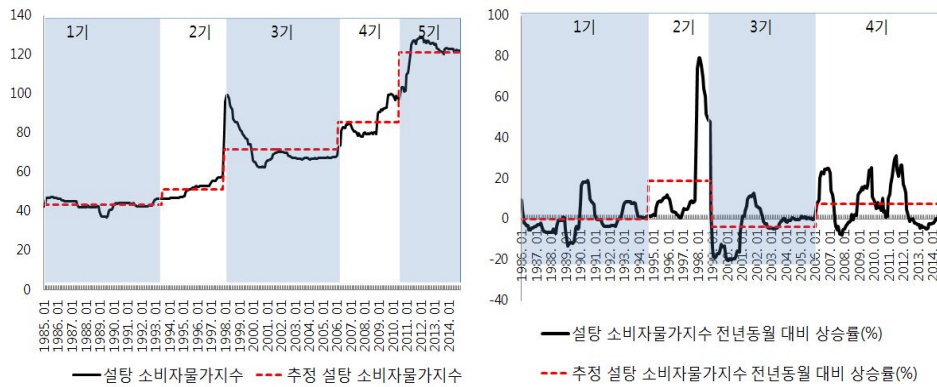
구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
설탕 소비자물가지수 변동계수	0.069	0.286	0.129	0.087
설탕 소비자물가지수 연평균 상승률	-4.38	8.66	2.62	5.86
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.9.2 설탕 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

- 설탕의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 4차례의 구조변화가 발생함
- 또한 설탕 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 총 3차례의 구조변화가 발생함

<그림 3-18> 설탕 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-18> 구조변화시기에 따른 설탕 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률
(단위: %)

구분	기간	증가율	변동계수	구분	기간	연평균 상승률
1기	1985.1-1993.6 ¹⁾	9.1	0.056	1기	1986.1-1994.8	0.32
2기	1993.7-1997.11	24.5	0.074	2기	1994.9-1998.12	18.97
3기	1997.12-2006.1	-15.0	0.124	3기	1999.1-2006.1	-3.77
4기	2006.2-2010.6	35.7	0.094	4기	2006.2-2014.11	7.45
5기	2010.7-2014.11	25.8	0.067			

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1993년 6월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 설탕의 소비자물가지수는 2006년 2월부터 2010년 6월까지(구조변화 4기)가 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 35.7%의 증가율을 기록함
 - 2005년 중반부터 오르기 시작한 국제 원당 가격이 반영되면서 이 시기에 설탕 가격이 가장 많이 오른 것으로 판단됨
 - 2010년 7월부터 2014년 11월까지(4기) 설탕의 소비자물가지수 증가율이 25.8%를 기록함
- 설탕의 소비자물가지수 변동계수가 구조변화 3기에 가장 높은 0.124를 기록한 이후 4기와 5기에는 각각 0.094와 0.067를 기록하며 설탕 가격의 변동성이 줄어들음
- 설탕 소비자가격의 연평균 상승률을 살펴보면, 1994년 9월부터 1998년 12월 사이에(구조변화 2기) 18.97%를 기록함
 - 2006년 2월부터 2014년 11월 사이(4기)에 다시 연평균 상승률 7.45%를 기록하며, 설탕의 가격이 다시 큰 폭으로 상승하기 시작함

1.10 식용유

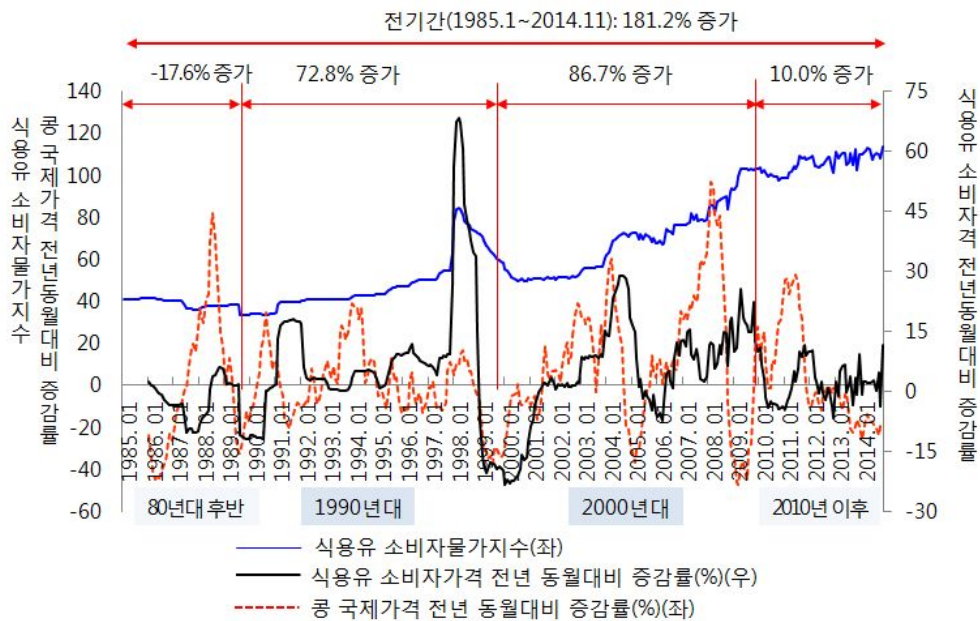
1.10.1 식용유 소비자물가지수 추이: 시대별

□ 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 식용유의 소비자물가지수가 40.440이었는데, 2014년 11월에 113.73으로 181.2% 상승함

○ 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 -17.6%, 1990년대에는 72.8%, 2000년대에는 86.7%, 2010년 이후에는 10.0% 증가함

- 식용유의 가격은 2000년대 중반부터 시작된 국제 곡물가격 상승으로 인하여 식용유의 가격이 큰 폭으로 오른 것으로 보임

<그림 3-19> 식용유 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

○ 식용유 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.060, 1990년대 0.268, 2000년대 0.237, 2010년 이후 0.042로 나타남

- 1990년대와 2000년대에 높은 변동계수 값을 기록한 이후, 2010년 이후에는 변동계수 값이 큰 폭으로 떨어지면서, 식용유 가격의 변동성이 감소함
 - 식용유 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 2.99%씩 감소하는 것으로 나타났으며, 1990년대에는 7.12%, 2000년대에는 5.40%, 2010년 이후에는 1.96%의 상승률을 기록함
 - 식용유의 가격 상승률이 1990년대가 가장 높은 것으로 나타남
 - 2000년대에도 식용유의 가격 상승률이 전체 가공식품이나 소비자물가지수보다 더 높았지만, 2010년 이후에는 상승률이 큰 폭으로 하락함
- <표 3-19> 시대별 식용유 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률

(단위 : %)

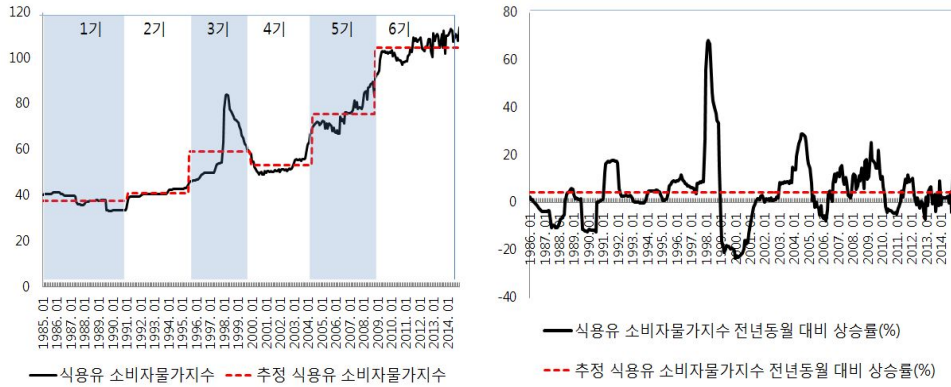
구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
식용유 소비자물가지수 변동계수	0.060	0.268	0.237	0.047
식용유 소비자물가지수 연평균 상승률	-2.99	7.12	5.40	1.95
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.10.2 식용유 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

- 식용유의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 5차례의 구조변화가 발생함
 - 반면에 식용유 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 구조변화가 발생하지 않은 것으로 나타남

<그림 3-20> 식용유 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-20> 구조변화시기에 따른 식용유 소비자물가지수의 증가율, 변동계수
(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수
1기	1985.1-1991.1 ¹⁾	-15.3	0.075
2기	1991.2-1995.6	10.8	0.035
3기	1995.7-1999.11	28.9	0.206
4기	1999.12-2004.4	17.9	0.081
5기	2004.5-2008.10	20.0	0.084
6기	2008.11-2014.11	24.4	0.048

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1989년 5월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 식용유의 소비자물가지수는 1995년 7월부터 1999년 11월까지(구조변화 3기)가 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 28.9%의 증가율을 기록함
 - 구조변화 4,5,6기에 각각 17.9%, 20.0%, 24.4% 증가함
 - 특히, 국제 곡물파동이 있었던 6기에 24.4% 증가하면서 식용유의 가격이 점차적으로 증가하고 있는 것으로 파악됨
- 식용유 소비자물가지수 변동계수가 구조변화 4기에 0.081, 5기에 0.084로 조금 증가하였지만, 다시 6기에는 0.048로 감소하며 식용유의 가격변동성이 감소하고 있는 것으로 나타남

1.11 햄

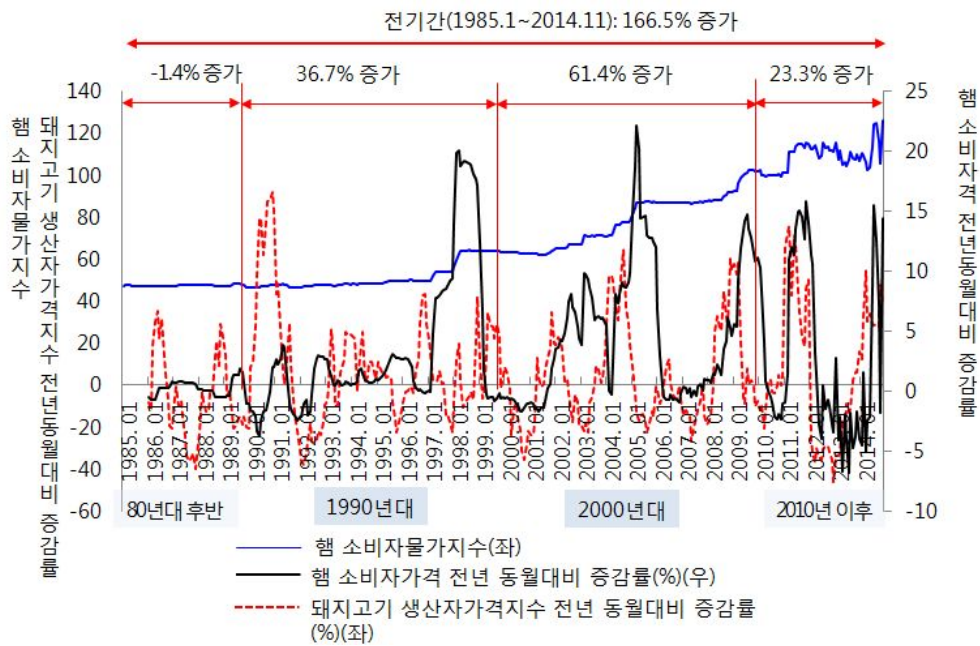
1.11.1 햄 소비자물가지수 추이: 시대별

□ 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 햄의 소비자물가지수가 47.172이었는데, 2014년 11월에 125.72로 166.5% 상승함

○ 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 -1.4%, 1990년대에는 36.7%, 2000년대에는 61.4%, 2010년 이후에는 23.3% 증가함

- 햄의 소비자물가지수 증가율은 2000년대가 가장 높음
- 햄의 가격은 2004년과 2008년에 크게 오른 돼지고기 값의 영향 등으로 인하여 햄의 가격이 2000년대 중반부터 크게 상승하기 시작함
- 2010년 이후에도 햄의 가격이 꾸준히 증가하다가 2013년부터 하락 추세를 보였으나 돼지고기 값의 인상 등의 이유로 2014년에 다시 큰 폭으로 인상됨

<그림 3-21> 햄 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com, 통계청 소비자물가지수

- 햄 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.006, 1990년대 0.119, 2000년대 0.157, 2010년 이후 0.060으로 나타남
 - 햄의 가격 상승이 높았던 1990년대와 2000년대에 변동계수가 가장 큰 것으로 나타났으며, 2010년 이후에는 햄 가격의 변동성이 크게 낮아짐
- 햄 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 0.2%를 기록하였으며, 1990년대 3.12%, 2000년대 4.70%, 2010년 이후에는 2.74%를 기록함
 - 2000년대에 햄의 가격 상승률이 전체 가공식품과 전체 소비자물가 상승률보다 높았지만, 2010년 이후에는 가격 상승률이 2%대로 떨어지면서 가공식품 평균 상승률보다 낮아짐

<표 3-21> 시대별 햄 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률

(단위 : %)

구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
햄 소비자물가지수 변동계수	0.006	0.119	0.157	0.060
햄 소비자물가지수 연평균 상승률	0.20	3.12	4.70	2.74
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

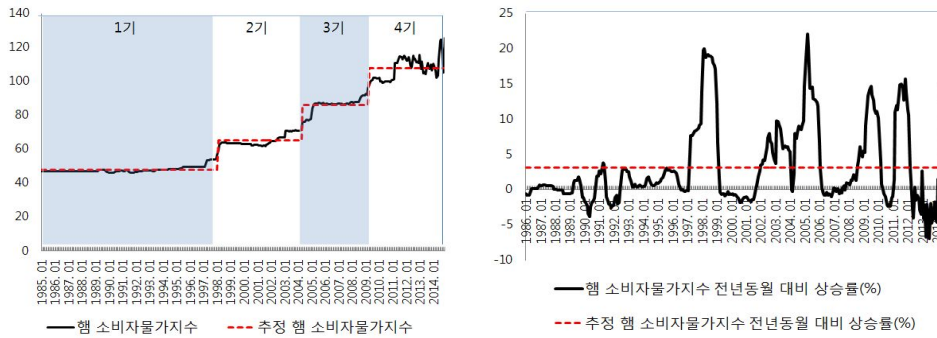
주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.11.2 햄 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

- 햄의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 3차례의 구조변화가 발생함

- 반면에 햄 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 구조변화가 발생하지 않은 것으로 나타남

<그림 3-22> 햄 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-22> 구조변화시기에 따른 햄 소비자물가지수의 증가율, 변동계수

(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수
1기	1985.1-1998.1 ¹⁾	19.9	0.039
2기	1998.2-2004.4	21.7	0.050
3기	2004.5-2009.3	26.0	0.049
4기	2009.4-2014.11	27.8	0.062

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1998년 1월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 구조 변화시기가 커질수록 햄의 소비자물가지수는 점점 증가하고 있는 것으로 나타남
 - 구조변화시기 1기(1985.1~1998.1)에는 19.9%의 증가율을 기록했는데, 2기(1998.2~2004.4)에는 21.7%, 3기(2004.5~2009.3)에는 26.0%, 4기(2009.4~2014.11)에는 27.8%의 증가율을 기록함
 - 또한, 변동계수도 조금씩 커지고 있어 햄의 소비자가격은 구조변화 시기를 거치면서 가격 상승과 함께 가격의 변동성이 점차 커지고 있음

1.12 소시지

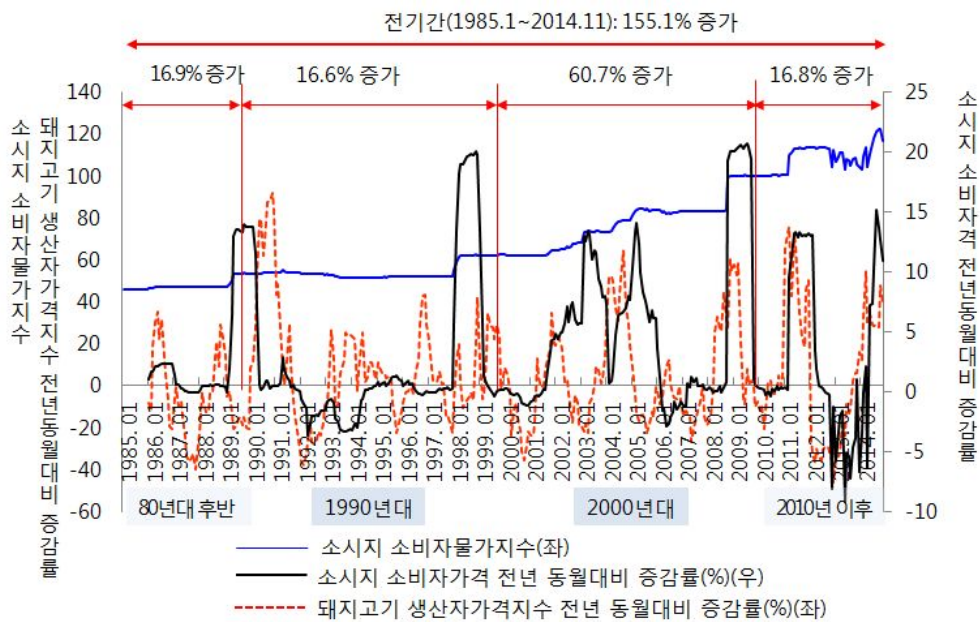
1.12.1 소시지 소비자물가지수 추이: 시대별

□ 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 소시지의 소비자물가지수가 45.725이었는데, 2014년 11월에 116.66으로 155.1% 상승함

○ 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 16.9%, 1990년대에는 16.6%, 2000년대에는 60.7%, 2010년 이후에는 16.8% 증가함

- 소시지의 소비자물가지수 증가율은 2000년대가 가장 높음
- 소시지의 가격은 2004년과 2008년에 크게 오른 돼지고기 값의 영향 등으로 인하여 소시지의 가격이 2000년대 중반부터 크게 상승하기 시작함
- 2010년 이후에도 햄의 가격이 꾸준히 증가하다가 2013년부터 하락 추세를 보였으나 돼지고기 값의 인상 등의 이유로 2014년에 다시 큰 폭으로 인상됨

<그림 3-23> 소시지 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

- 소시지 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.050, 1990년대 0.070, 2000년대 0.152, 2010년 이후 0.058로 나타남
 - 소시지의 가격 상승이 높았던 2000년대에 변동계수가 가장 큰 것으로 나타났으며, 2010년 이후에는 햄 가격의 변동성이 다시 낮아짐
- 햄 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 3.1%를 기록하였으며, 1990년대 2.05%, 2000년대 5.07%, 2010년 이후에는 2.78%를 기록함
 - 2000년대에 소시지의 가격 상승률이 전체 가공식품과 전체 소비자물가 상승률보다 높았지만, 2010년 이후에는 가격 상승률이 2%대로 떨어지면서 가공식품 평균 상승률보다 낮아짐

<표 3-23> 시대별 소시지 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률
(단위 : %)

구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
소시지 소비자물가지수 변동계수	0.050	0.070	0.152	0.058
소시지 소비자물가지수 연평균 상승률	3.10	2.05	5.07	2.78
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

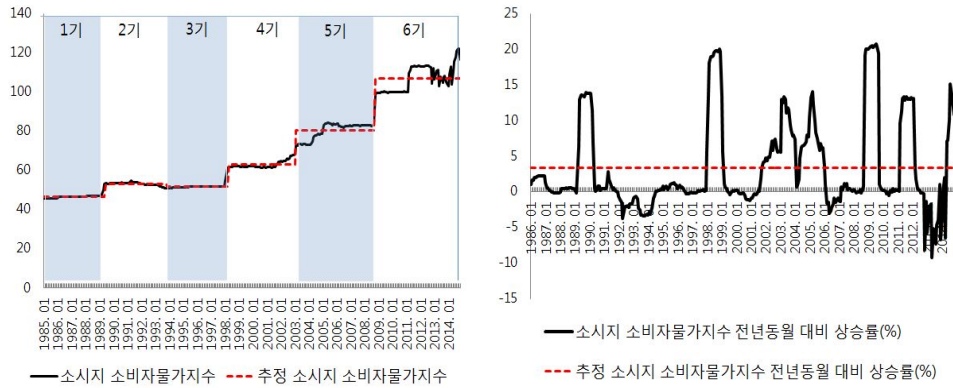
주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.12.2 소시지 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

- 소시지의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 5차례의 구조변화가 발생함

- 반면에 소시지 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 구조변화가 발생하지 않은 것으로 나타남

<그림 3-24> 소시지 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-24> 구조변화시기에 따른 소시지 소비자물가지수의 증가율, 변동계수
(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수
1기	1985.1-1989.5 ¹⁾	16.2	0.024
2기	1989.6-1993.10	-4.2	0.015
3기	1993.11-1998.3	19.8	0.033
4기	1998.4-2003.1	10.7	0.030
5기	2003.2-2008.9	14.7	0.051
6기	2008.10-2014.11	18.0	0.063

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1989년 5월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 1993년 11월부터 1998년 3월(구조변화 3기)까지가 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 19.8%의 증가율을 기록함
 - 구조변화 4기(1998.4~2003.1)에 증가율이 10.7%로 하락했다가, 5기, 6기로 가면서 증가율이 각각 14.7%, 18.0%로 점차 증가함
 - 그리고 변동계수도 조금씩 커지고 있어 소시지의 소비자가격은 구조변화 시기를 거치면서 가격 상승과 함께 가격의 변동성이 점차 커지고 있음

1.13 어묵

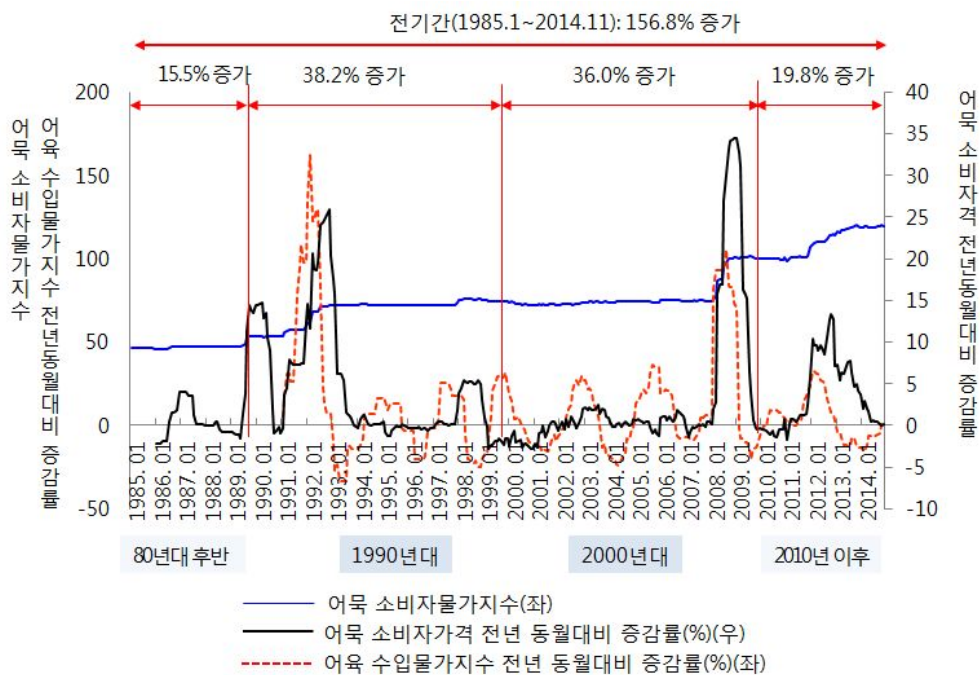
1.13.1 어묵 소비자물가지수 추이: 시대별

□ 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 어묵의 소비자물가지수가 46.654이었는데, 2014년 11월에 119.79으로 156.8% 상승함

○ 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 15.5%, 1990년대에는 38.2%, 2000년대에는 36.0%, 2010년 이후에는 19.8% 증가함

- 어묵 가격은 1992년과 2008년에 한 번씩 급등하여 인상된 것 외에 그 사이에는 가격 변화가 거의 없었음
- 그러나 2011년부터 어묵의 가격이 꾸준히 상승하는 추세를 보이고 있음

<그림 3-25> 어묵 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com, 통계청 소비자물가지수

- 어묵 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.040, 1990년대 0.106, 2000년대 0.122, 2010년 이후 0.076으로 나타남
- 어묵 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 1.83%를 기록하였으며, 1990년대 4.32%, 2000년대 3.40%, 2010년 이후에는 3.59%를 기록함
 - 어묵의 가격 상승률이 대체적으로 전체 가공식품의 가격상승률보다 낮거나 비슷한 것으로 나타남

<표 3-25> 시대별 어묵 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률

(단위 : %)

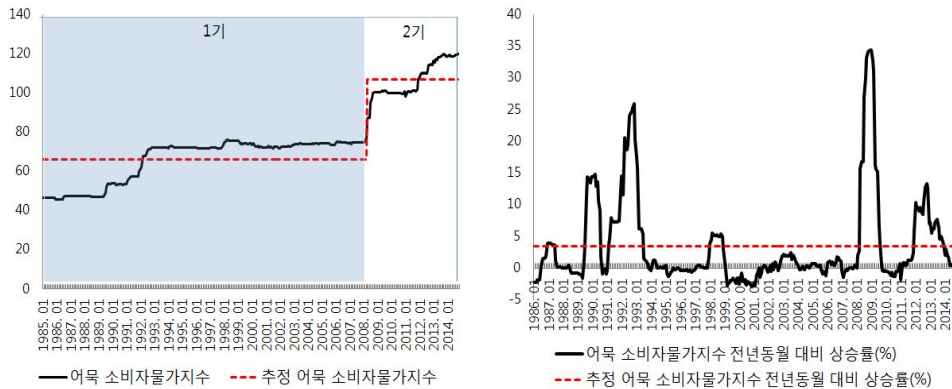
구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
어묵 소비자물가지수 변동계수	0.040	0.106	0.122	0.076
어묵 소비자물가지수 연평균 상승률	1.83	4.32	3.40	3.59
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.13.2 어묵 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

- 어묵의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 1차례의 구조변화가 발생함
 - 반면에 어묵 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 구조변화가 발생하지 않은 것으로 나타남

<그림 3-26> 어묵 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-26> 구조변화시기에 따른 어묵 소비자물가지수의 증가율, 변동계수

(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수
1기	1985.1-2008.3 ¹⁾	64.5	0.168
2기	2008.4-2014.11	38.3	0.085

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 2008년 3월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 어묵의 소비자가격은 2008년 4월에 한 차례 구조변화가 발생함
 - 구조변화 1기(1985.1~2008.3)에는 약 23년 동안 64.5%의 가격 상승이 발생하였으며, 구조변화 2기(2008.4~2014.11)에는 약 6.6년 동안 38.3%의 가격 상승이 발생함
 - 어묵의 가격이 거의 오르지 않다가 최근에 가파르게 상승하고 있음

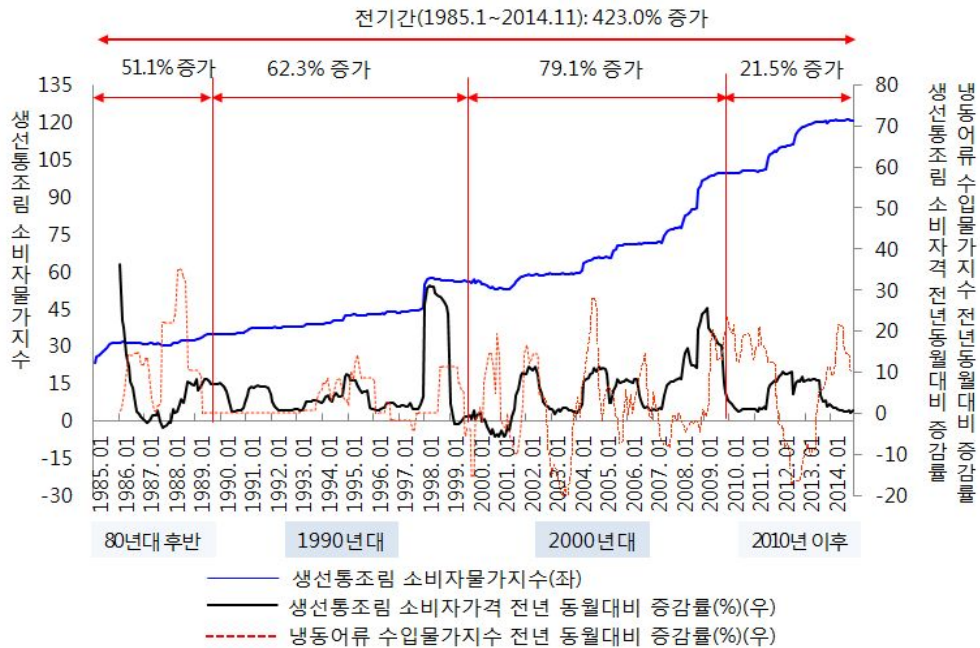
1.14 생선통조림

1.14.1 생선통조림 소비자물가지수 추이: 시대별

- 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 생선통조림의 소비자물가지수가 23.084이었는데, 2014년 11월에 120.74로 423.0% 상승함

- 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 51.1%, 1990년대에는 62.3%, 2000년대에는 79.1%, 2010년 이후에는 21.5% 증가함
- 생선통조림의 가격은 전 기간에 걸쳐 지속적으로 상승하는 추세를 보이고 있음

<그림 3-27> 생선통조림 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

- 생선통조림 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.070, 1990년대 0.166, 2000년대 0.201, 2010년 이후 0.077로 2000년대 변동계수가 가장 큰 것으로 나타남
- 생선통조림의 가격 변동성이 점차 증가하다가 2010년 이후에 낮아짐
- 생선통조림 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 4.81%를 기록하였으며, 1990년대 5.36%, 2000년대 6.06%, 2010년 이후에는 4.22%를 기록함

- 생선통조림의 가격 상승률이 대체적으로 전체 가공식품과 전체 소비자물가상승률보다 높은 것으로 나타남

<표 3-27> 시대별 생선통조림 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률
(단위 : %)

구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
생선통조림 소비자물가지수 변동계수	0.070	0.166	0.201	0.077
생선통조림 소비자물가지수 연평균 상승률	4.81	5.36	6.06	4.22
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

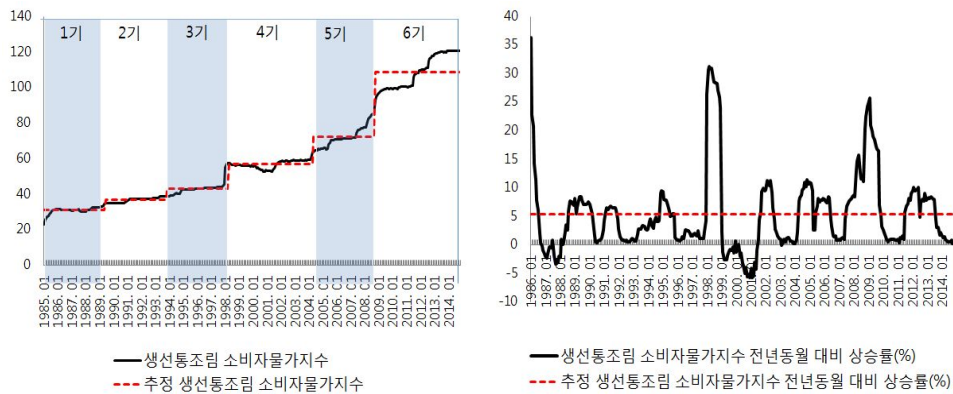
주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.14.2 생선통조림 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

□ 생선통조림의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 5차례의 구조변화가 발생함

○ 반면에 생선통조림 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 구조변화가 발생하지 않은 것으로 나타남

<그림 3-28> 생선통조림 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-28> 구조변화시기에 따른 생선통조림 소비자물가지수의 증가율, 변동계수
(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수
1기	1985.1-1989.5 ¹⁾	49.1	0.062
2기	1989.6-1993.10	11.5	0.038
3기	1993.11-1998.3	48.0	0.085
4기	1998.4-2004.4	11.0	0.040
5기	2004.5-2008.9	33.7	0.082
6기	2008.10-2014.11	30.0	0.087

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1989년 5월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 1993년 11월부터 1998년 3월(구조변화 3기)까지가 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 48.0%의 증가율을 기록함
 - 구조변화 4기(1998.4~2004.4)에 증가율이 11.0%로 하락하였다가, 5기, 6기로 가면서 증가율이 각각 33.7%, 30.0%로 증가함
 - 그리고 변동계수도 조금씩 커지고 있어 생선통조림의 소비자가격은 구조변화 시기를 거치면서 가격 상승과 함께 가격의 변동성이 점차 커지고 있음

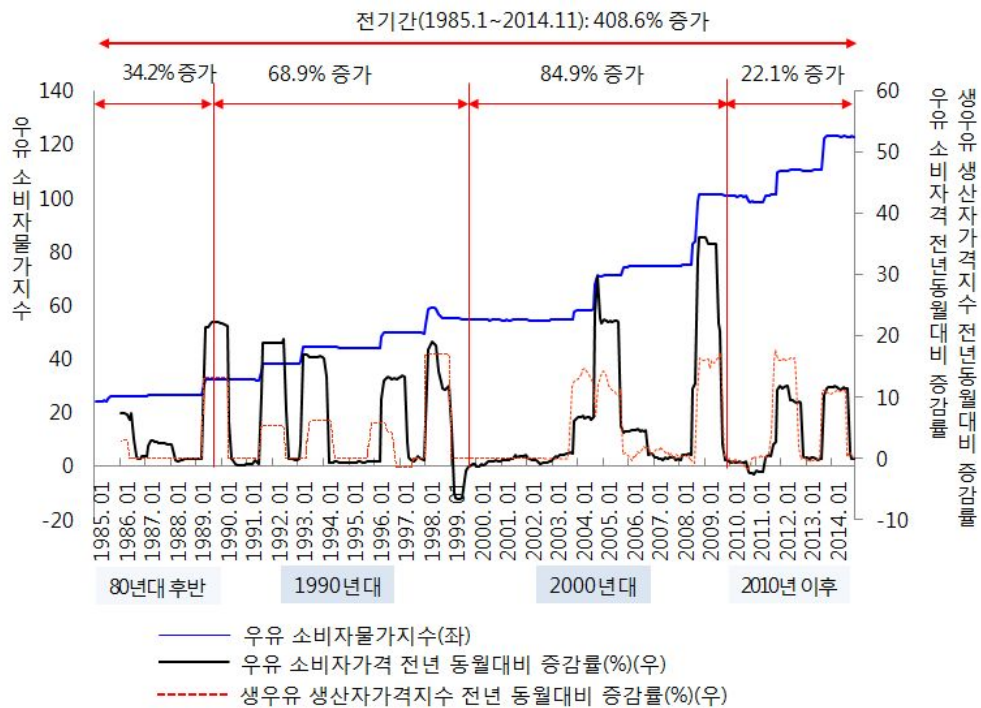
1.15 우유

1.15.1 우유 소비자물가지수 추이: 시대별

- 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 우유의 소비자물가지수가 24.159이었는데, 2014년 11월에 122.87로 408.6% 상승함
 - 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 34.2%, 1990년대에는 68.9%, 2000년대에는 84.9%, 2010년 이후에는 22.1% 증가함
 - 우유의 소비자가격은 원유가격의 변동과 밀접한 관계가 있는데, 1999년 이전에는 정부가 원유가격을 정부 고시가격에 의해 결정함으로써 어느 정도 우유의 소비자 가격을 통제함

- 2000년대에는 유업체와 낙농업체 간의 협상을 통해 원유가격을 결정하도록 함으로써 우유의 소비자 가격이 큰 폭으로 증가함.
- 특히 2008년 국제 곡물가격 파동으로 우유생산 농가의 생산비가 상승하면서 2008년 우유의 소비자가격도 큰 폭으로 오름
- 2013년부터는 원유가격 연동제를 실시함에 따라 1년 단위로 우유의 소비자가격이 상승함

<그림 3-29> 우유 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

- 우유 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.086, 1990년대 0.175, 2000년대 0.226, 2010년 이후 0.082로 2000년대 변동계수가 가장 큰 것으로 나타남
- 우유 가격 변동성이 점차 증가하다가 2010년 이후에 낮아짐

- 우유 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 5.53%를 기록하였으며, 1990년대 6.34%, 2000년대 6.84%, 2010년 이후에는 4.20%를 기록함
- 우유의 가격 상승률이 대체적으로 전체 가공식품과 전체 소비자물가 상승률보다 높은 것으로 나타남

<표 3-29> 시대별 우유 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률

(단위: %)

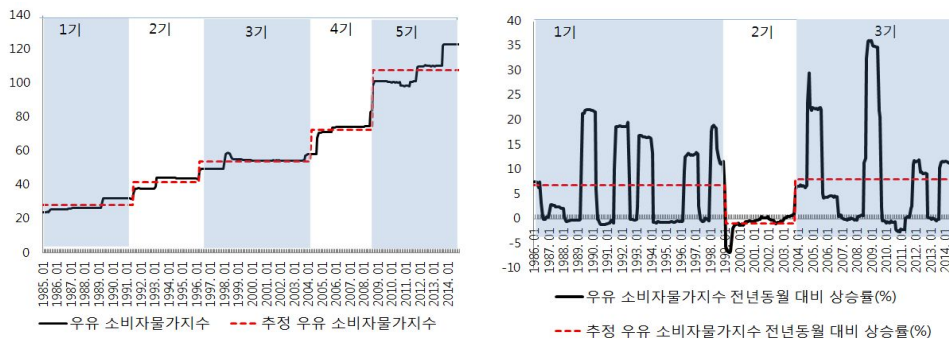
구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
우유 소비자물가지수 변동계수	0.086	0.175	0.226	0.082
우유 소비자물가지수 연평균상승률	5.53	6.34	6.84	4.20
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.15.2 우유 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

- 우유의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 4차례의 구조변화가 발생함
- 또한 우유 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 총 2차례의 구조변화가 발생함

<그림 3-30> 우유 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-30> 구조변화시기에 따른 우유 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률
(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수	구분	기간	연평균 상승률
1기	1985.1-1991.6 ¹⁾	32.1	0.106	1기	1986.1-1999.1	6.80
2기	1991.7-1996.3	23.9	0.071			
3기	1996.4-2004.3	20.5	0.049			
4기	2004.4-2008.8	44.1	0.073	2기	1999.2-2003.10	-0.86
5기	2008.9-2014.11	24.3	0.081			
				3기	2003.11-2014.11	8.09

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1991년 6월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 우유의 소비자물가지수는 2004년 4월부터 2008년 8월까지(구조변화 4기)가 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 44.1%의 증가율을 기록함
 - 2008년 9월부터 2014년 11월까지(5기) 우유의 소비자물가지수 증가율이 24.3%를 기록함
- 우유의 소비자물가지수 변동계수가 구조변화 3기에 0.049를 기록한 이후 4기와 5기에는 각각 0.073과 0.081을 기록하며 우유 가격의 변동성이 커지고 있음
- 우유 소비자가격의 연평균 상승률을 살펴보면, 1986년 1월부터 1999년 1월 사이에(구조변화 1기) 6.80%를 기록함
 - 1999년 2월부터 2003년 10월 사이(2기)에 연평균 상승률이 -0.86%를 기록한 뒤, 이후에는 연평균 상승률이 8.09%로 급등함

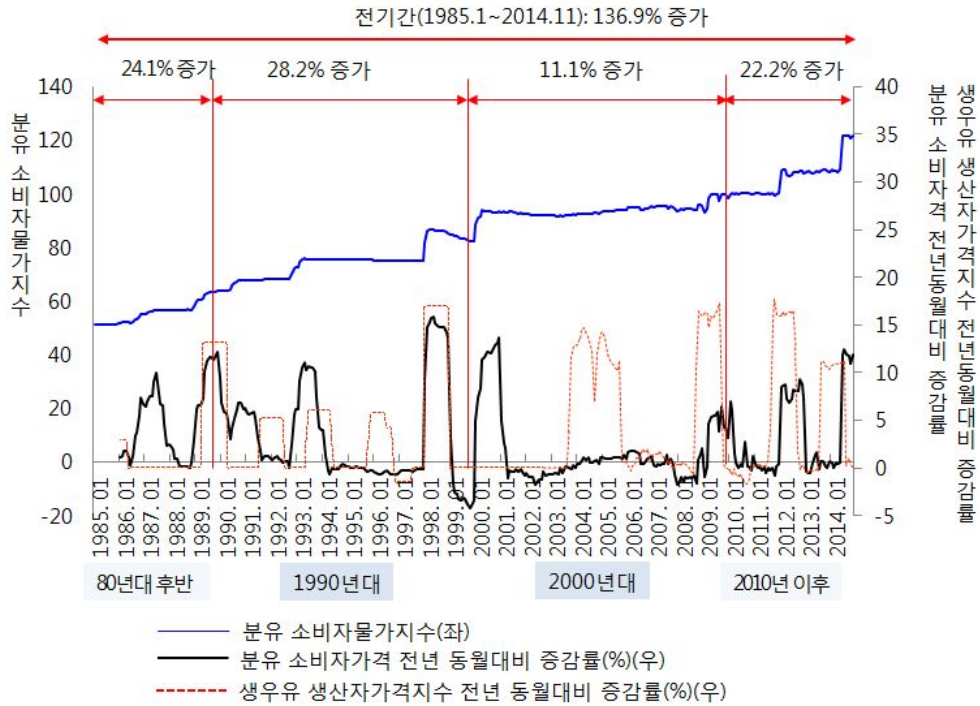
1.16 분유

1.16.1 분유 소비자물가지수 추이: 시대별

- 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 분유의 소비자물가지수가 51.370이었는데, 2014년 11월에 121.67로 136.9% 상승함
 - 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 24.1%, 1990년대에는 28.2%, 2000년대에는 11.1%, 2010년 이후에는 22.2% 증가함

- 분유의 소비자가격은 시대별로 큰 폭의 상승을 보이지 않았지만, 최근 2010년 이후 2000년대에 비해 두 배 가량 높은 증가율을 기록하고 있음
- 즉, 분유 가격이 2010년 이후 가파른 증가세를 나타내고 있음

<그림 3-31> 분유 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

- 우유 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.070, 1990년대 0.080, 2000년대 0.022, 2010년 이후 0.061로 대체적으로 분유 가격의 변동성이 낮을 것으로 나타남
- 분유 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 5.00%를 기록하였으며, 1990년대 3.08%, 2000년대 1.72%, 2010년 이후에는 3.28%를 기록함
- 분유의 가격 상승률이 대체적으로 전체 가공식품과 전체 소비자물가 상승률보다 낮은 것으로 나타남

<표 3-31> 시대별 분유 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률

(단위 : %)

구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
분유 소비자물가지수 변동계수	0.070	0.080	0.022	0.061
분유 소비자물가지수 연평균 상승률	5.00	3.08	1.72	3.28
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

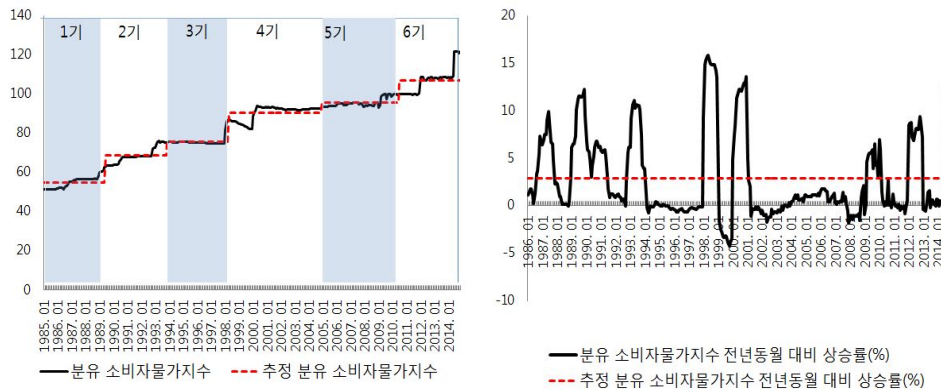
주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.16.2 분유 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

□ 분유의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 5차례의 구조변화가 발생함

○ 반면에 분유 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 구조변화가 발생하지 않은 것으로 나타남

<그림 3-32> 분유 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-32> 구조변화시기에 따른 분유 소비자물가지수의 증가율, 변동계수
(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수
1기	1985.1-1989.5 ¹⁾	21.8	0.055
2기	1989.6-1993.10	19.5	0.057
3기	1993.11-1998.3	14.6	0.030
4기	1998.4-2004.11	6.8	0.040
5기	2004.12-2010.6	7.6	0.024
6기	2010.7-2014.11	21.5	0.061

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1989년 5월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

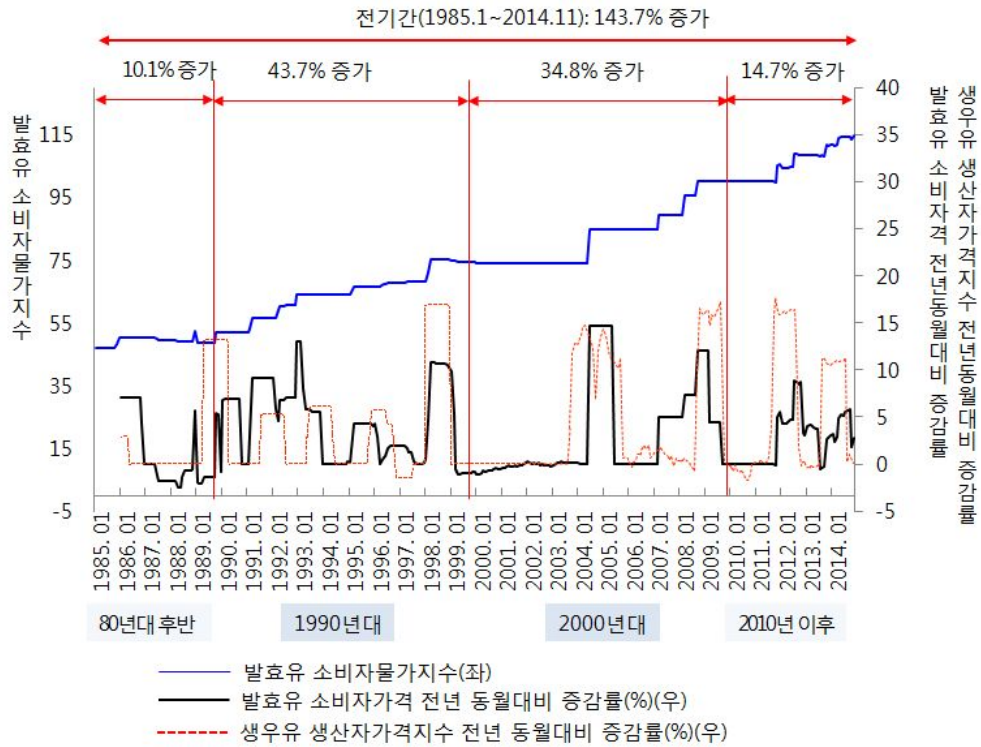
- 분유의 가격은 2010년 7월부터 2014년 11월(구조변화 6기)까지가 다른 구조변화 시기에 비해 가장 높은 21.5%의 증가율을 기록함
 - 그리고 변동계수도 이 기간이 0.061로 다른 구조변화 시기에 비해 가장 높은 것으로 나타남

1.17 발효유

1.17.1 발효유 소비자물가지수 추이: 시대별

- 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 발효유의 소비자물가지수가 47.060이었는데, 2014년 11월에 114.69로 143.7% 상승함
 - 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 10.1%, 1990년대에는 43.7%, 2000년대에는 34.8%, 2010년 이후에는 14.7% 증가함
 - 발효유의 소비자가격은 시대별로 큰 폭의 상승을 보이지 않았지만, 시대별로 꾸준한 가격 상승을 이어오고 있음

<그림 3-33> 발효유 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

- 발효유 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.027, 1990년대 0.108, 2000년대 0.113, 2010년 이후 0.050으로, 2000년 발효유의 가격변동이 가장 컸던 것으로 나타남
 - 2010년 이후에는 발효유의 가격 변동성이 낮아짐
- 발효유 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 1.02%를 기록하였으며, 1990년대 4.31%, 2000년대 3.09%, 2010년 이후에는 2.62%를 기록함
 - 발효유의 가격 상승률이 대체적으로 전체 가공식품과 전체 소비자물가상승률보다 낮은 것으로 나타남

<표 3-33> 시대별 발효유 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률

(단위 : %)

구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
발효유 소비자물가지수 변동계수	0.027	0.108	0.113	0.050
발효유 소비자물가지수 연평균 상승률	1.02	4.31	3.09	2.62
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

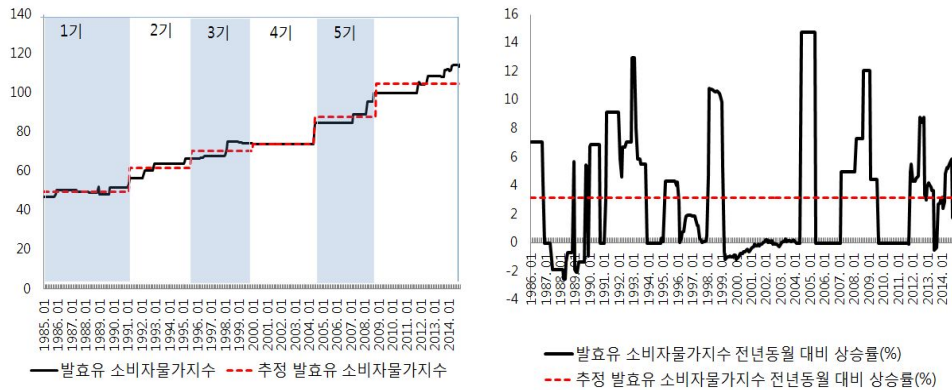
주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.17.2 발효유 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

□ 발효유의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 5차례의 구조변화가 발생함

○ 반면에 발효유 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 구조변화가 발생하지 않은 것으로 나타남

<그림 3-34> 발효유 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-34> 구조변화시기에 따른 발효유 소비자물가지수의 증가율, 변동계수
(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수
1기	1985.1-1991.2 ¹⁾	13.5	0.032
2기	1991.3-1995.7	17.9	0.055
3기	1995.8-1999.12	11.6	0.052
4기	2000.1-2004.5	-0.2	0.001
5기	2004.6-2008.10	17.7	0.049
6기	2008.11-2014.11	14.7	0.051

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1991년 2월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

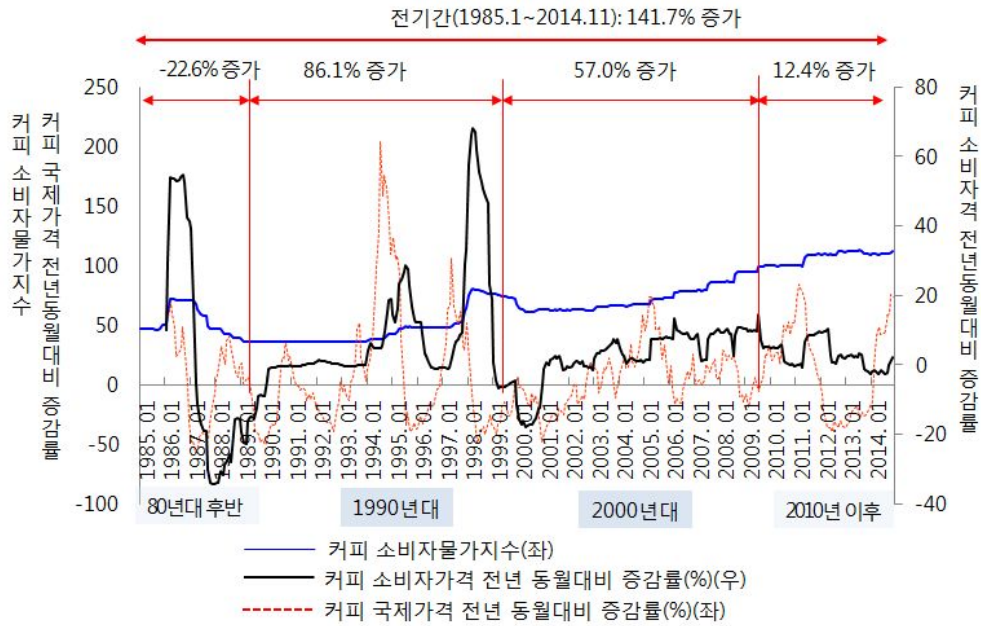
- 발효유의 가격은 2004년 6월부터 2008년 10월(구조변화 5기)까지가 다른 구조변화 시기에 비해 가장 높은 17.7%의 증가율을 기록함
 - 2008년 11월부터 2014년 11월까지(6기)는 14.7% 상승하였음
 - 그리고 변동계수도 이 기간이 0.051로 2000년대 들어 가장 높은 것으로 나타남

1.18 커피

1.18.1 커피 소비자물가지수 추이: 시대별

- 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 커피의 소비자물가지수가 46.501이었는데, 2014년 11월에 112.37로 141.7% 상승함
 - 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 -22.6%, 1990년대에는 86.1%, 2000년대에는 57.0%, 2010년 이후에는 12.4% 증가함
 - 1990년대 말 외환위기로 인한 환율 상승이 커피의 원재료인 커피 원두의 수입가격을 상승시키면서 1990년대 가장 높은 증가율을 기록함
 - 2000년대 이후에도 커피의 가격을 지속적으로 상승하는 추세를 나타내고 있음

<그림 3-35> 커피 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

- 커피 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.250, 1990년대 0.313, 2000년대 0.163, 2010년 이후 0.045로, 2010년 이후를 제외하고, 대부분의 기간에서 커피 가격의 변동성이 높게 나타남
- 커피 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 -1.96%를 기록하였으며, 1990년대 8.45%, 2000년대 3.12%, 2010년 이후에는 2.62%를 기록함
- 커피의 가격 상승률이 대체적으로 전체 가공식품과 전체 소비자물가 상승률보다 낮은 것으로 나타남

<표 3-35> 시대별 커피 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률

(단위 : %)

구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
커피 소비자물가지수 변동계수	0.250	0.313	0.163	0.045
커피 소비자물가지수 연평균 상승률	-1.96	8.45	3.12	2.62
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

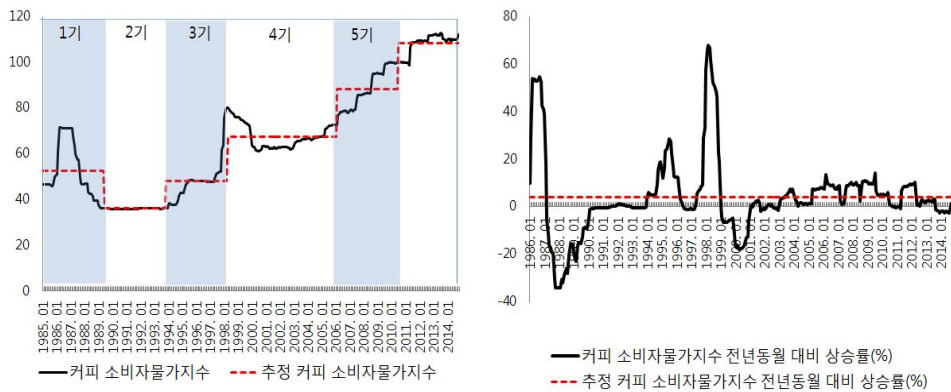
주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.18.2 커피 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

□ 커피의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 5차례의 구조변화가 발생함

○ 반면에 커피 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 구조변화가 발생하지 않은 것으로 나타남

<그림 3-36> 커피 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-36> 구조변화시기에 따른 커피 소비자물가지수의 증가율, 변동계수

(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수
1기	1985.1-1989.5 ¹⁾	-22.0	0.233
2기	1989.6-1993.10	-0.4	0.003
3기	1993.10-1999.12	122.5	0.197
4기	2000.1-2004.5	-9.1	0.079
5기	2004.6-2008.10	38.0	0.098
6기	2008.11-2014.11	12.4	0.040

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1989년 5월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

○ 커피의 가격은 1993년 10월부터 1999년 12월(구조변화 3기)까지가 다른 구조변화 시기에 비해 가장 높은 122.5%의 증가율을 기록함

- 1990년대 말 외환위기로 인한 환율 급상승이 커피의 원료인 커피 원두의 수입가격을 높이면서 커피 소비자가격이 급상승한 것으로 파악됨
- 그리고 변동계수도 이 기간이 0.197로 가장 높은 것으로 나타남
- 외환위기 이후 환율이 떨어지면서, 커피의 가격이 하락하였으며, 구조변화 5기인 2004년 6월부터 2008년 10월 사이에 커피 가격이 38.0% 상승함
- 2008년 11월부터 2014년 11월까지 커피 가격이 12.4% 상승하였으며, 변동계수도 0.040로 낮아지면서 커피의 가격이 안정세를 유지하고 있음

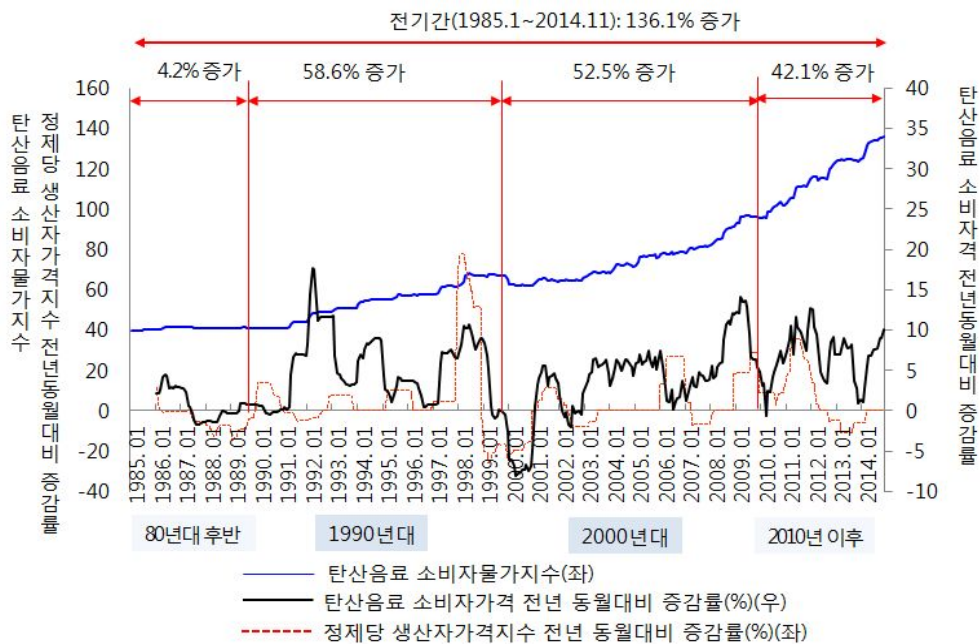
1.19 탄산음료

1.19.1 탄산음료 소비자물가지수 추이: 시대별

- 2010년 물가를 기준으로(2010=100) 1985년 1월 탄산음료의 소비자물가지수가 39.477이었는데, 2014년 11월에 136.11로 244.8% 상승함

- 시대별로 살펴보면, 1980년대 후반에는 4.2%, 1990년대에는 58.6%, 2000년대에는 52.5%, 2010년 이후에는 42.1% 증가함
- 탄산음료는 1980년대를 제외하고 1990년대와 2000년대에 50% 이상의 가격 상승이 발생함
- 그리고 2010년 이후 약 4년 동안 42.1% 가격 상승을 나타내며, 최근 들어 탄산음료의 가격이 가파르게 상승하고 있음

<그림 3-37> 탄산음료 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

- 탄산음료 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1980년대 후반에는 0.014, 1990년대 0.156, 2000년대 0.139, 2010년 이후 0.101로, 1980년대를 제외하고, 대부분의 기간에서 탄산음료 가격의 변동성이 높게 나타남
- 탄산음료 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1980년대 후반에는 0.69%를 기록하였으며, 1990년대 5.09%, 2000년대 3.76%, 2010년 이후에는 6.77%를 기록함

- 탄산음료의 연평균 상승률이 2010년 이후가 가장 높은 것으로 나타남
- 탄산음료의 가격 상승률이 대체적으로 전체 가공식품과 전체 소비자물가상승률보다 높음

<표 3-37> 시대별 탄산음료 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률
(단위 : %)

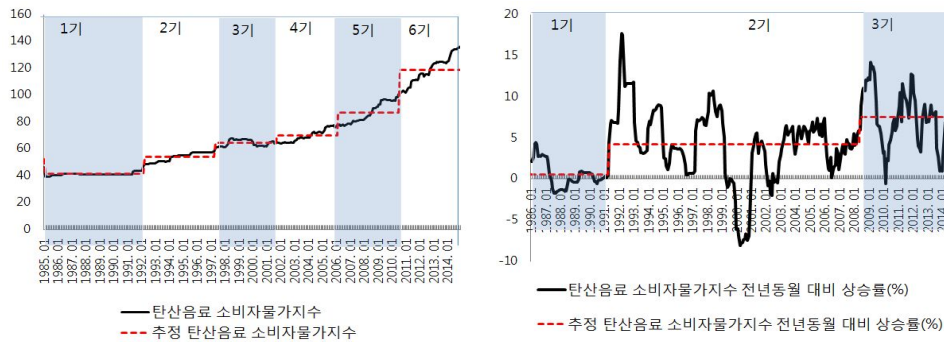
구분	1980년대 후반	1990년대	2000년대	2010년 이후
탄산음료 소비자물가지수 변동계수	0.014	0.156	0.139	0.101
탄산음료 소비자물가지수 연평균 상승률	0.69	5.09	3.76	6.77
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	2.42	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	4.66	5.74	3.12	2.37

주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.19.2 탄산음료 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

- 탄산음료의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 5차례의 구조변화가 발생함
 - 또한 탄산음료 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 총 2차례의 구조변화가 발생함

<그림 3-38> 탄산음료 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-38> 구조변화시기에 따른 탄산음료 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률
(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수	구분	기간	연평균 상승률
1기	1985.1-1992.2 ¹⁾	19.4	0.030	1기	1986.1-2000.4	3.58
2기	1992.3-1997.3	19.8	0.063			
3기	1997.4-2001.8	6.5	0.037	2기	2000.5-2008.5	2.98
4기	2001.9-2006.1	19.1	0.065			
5기	2006.2-2010.6	29.2	0.089	3기	2008.6-2014.11	7.55
6기	2010.7-2014.11	34.4	0.087			

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1992년 2월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 탄산음료의 소비자물가지수는 2010년 7월부터 2014년 11월까지(구조변화 6기)가 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 34.4%의 증가율을 기록함
 - 탄산음료는 구조변화 시기를 거치면서 가격 상승이 점차 커지고 있음
 - 그리고 가격의 변동성도 점차 커지고 있음
- 탄산음료 소비자가격의 연평균 상승률을 살펴보면, 2008년 6월부터 2014년 11월 사이에(구조변화 3기) 7.55%를 기록하며 다른 구조변화시기에 비해 가장 높은 상승률을 기록함
- 최근 들어서 탄산음료의 소비자가격이 높아지고 있음을 알 수 있음

1.20. 과일 주스

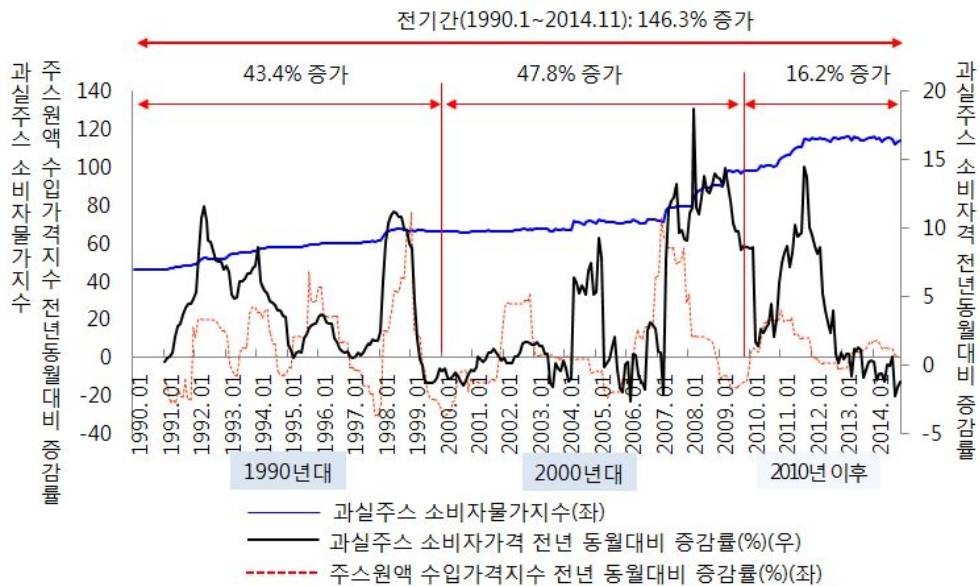
1.20.1 과일주스 소비자물가지수 추이: 시대별

□ 2010년 물가를 기준(2010=100) 1990년 1월 과일주스 소비자물가지수는 46.151이었는데, 2014년 11월에 113.68로 146.3% 상승함

○ 시대별로 살펴보면, 1990년대에는 43.4%, 2000년대에는 47.8%, 2010년 이후에는 16.2% 증가함

- 과일주스의 가격은 2007년 초반까지 완만한 상승세를 보이다가 2007년 중반부터 가파르게 상승함
- 2012년부터는 과일주스의 가격이 소폭의 상승과 하락을 반복하면서 정체 상태를 유지하고 있음

<그림 3-39> 과일주스 소비자물가지수 추이



자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com. 통계청 소비자물가지수

○ 과일주스 소비자물가지수의 변동계수를 시대별로 산출해보면, 1990년대 0.117, 2000년대 0.134, 2010년 이후 0.055로, 2010년 이후를 제외하고, 대부분의 기간에서 과일주스 가격의 변동성이 높게 나타남

○ 과일주스 소비자물가지수의 연평균 상승률을 살펴보면, 1990년대 후반에는 4.17%를 기록하였으며, 2000년대 3.91%, 2010년 이후에는 3.65%를 기록함

- 과일주스의 연평균 상승률이 시대를 거치면서 소폭 감소함
- 그러나 과일주스의 가격 상승률이 대체적으로 전체 가공식품과 전체 소비자물가상승률보다 높음

<표 3-39> 시대별 과일주스 소비자물가지수 변동계수와 연평균 상승률
(단위 : %)

구분	1990년대	2000년대	2010년 이후
과일주스 소비자물가지수 변동계수	0.117	0.134	0.055
과일주스 소비자물가지수 연평균 상승률	4.17	3.91	3.65
가공식품 소비자물가지수 연평균 상승률	6.27	3.89	3.60
소비자물가 총지수 연평균 상승률	5.74	3.12	2.37

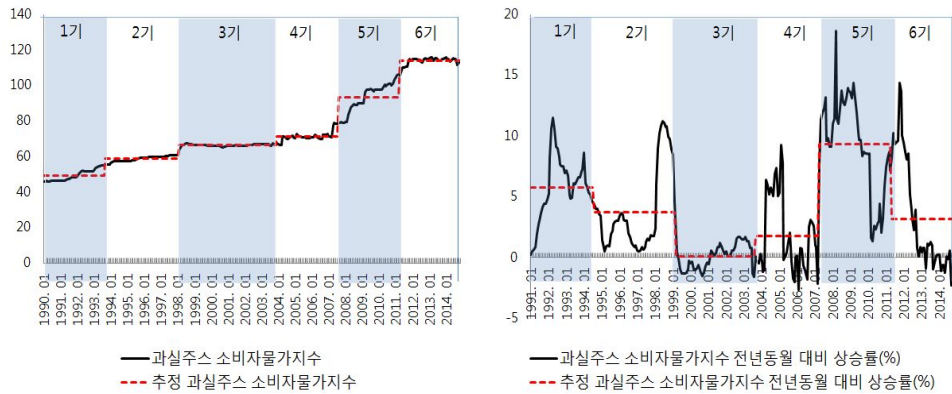
주: 연평균 상승률은 전년 동월 대비 증가율의 평균값을 의미함.

1.20.2 과일주스 소비자물가지수 추이: 구조변화 시기별

□ 과일주스의 소비자물가지수의 구조변화를 통계적으로 검증한 결과, 총 5차례의 구조변화가 발생함

○ 또한 과일주스 소비자물가지수의 전년 동월대비 상승률은 총 5차례의 구조변화가 발생함

<그림 3-40> 과일주스 소비자물가지수의 구조변화



<표 3-40> 구조변화시기에 따른 과일주스 소비자물가지수의 증가율, 변동계수, 연평균 상승률
(단위 : %)

구분	기간	증가율	변동계수	구분	기간	연평균 상승률
1기	1990.1-1993.8 ¹⁾	19.5	0.064	1기	1991.1~1994.7	5.79
2기	1993.9-1998.1	10.9	0.027	2기	1994.8~1999.2	3.76
3기	1998.24~2003.11	5.3	0.010	3기	1999.3~2003.8	0.12
4기	2003.12~2007.7	16.8	0.037	4기	2003.9~2007.3	1.81
5기	2007.8~2011.3	34.1	0.087	5기	2007.4~2011.4	9.35
6기	2011.4~2014.11	7.1	0.018	6기	2011.5~2014.11	3.19

주1: 1985년 1월을 기준으로 한 1993년 8월의 소비자물가지수의 증가율을 의미함

- 과일주스의 소비자물가지수는 2007년 8월부터 2011년 3월까지(구조변화 5기)가 다른 구조변화시기보다 가장 높은 34.1% 증가율을 기록함
 - 과일주스는 구조변화 시기를 거치면서 가격 상승이 점차 커지다가 최근 6기(2011.4~2014.11)에는 가격 상승이 둔화됨
 - 그리고 과일주스의 가격 상승이 커지면서 비례적으로 가격의 변동성도 커짐
- 과일주스 소비자가격의 연평균 상승률을 살펴보면, 구조변화 5기(2007.4~2011.4)에 가장 높은 9.35%를 기록하였으며, 6기(2011.5~2014.11)에는 3.19%로 하락함

제 2절 . 주요 품목의 물가변동 요인 실증분석

2.1 분석 모형

□ 가공식품 물가변동에 미치는 요인은 크게 수요요인, 비용요인, 그리고 기타요인으로 나누어 살펴볼 수 있음

○ 수요·공급 이론에서 공급이 변하지 않는다는 가정 하에서 수요의 증가는 가격 상승을 유발하며, 반대로 수요가 변하지 않는다는 가정 하에서 공급의 감소는 가격을 상승시킴

- 소득의 증가는 수요 증가의 원인이 되며, 생산비의 상승은 공급 감소의 원인이 됨

○ 기타요인은 수요요인과 비용요인을 제외한 모든 요소를 말하며, 유통구조, 산업구조, 물가정책 등이 여기에 해당됨

□ 일반적으로 물가변동 요인 분석에서 수요 요인은 GDP갭률로 설명함

○ GDP갭률은 수요인플레이션의 압력을 측정하기 위한 대표적인 거시경제 변수임

- GDP 갭은 실제 GDP에서 잠재 GDP의 차이로 설명되며, GDP갭률은 GDP 갭을 잠재GDP로 나눠준 것임

$$GDP갭률(\%) = \frac{\text{실질 } GDP - \text{잠재 } GDP}{\text{잠재 } GDP} \times 100$$

- 실제 GDP가 잠재 GDP를 상회하면, 실제 GDP가 잠재 GDP 수준으로 수렴하도록 물가가 상향조정되는 과정을 거치므로 GDP갭이 양(+)인 경우에는 가격 상승 압력이 발생함

- 반대로, GDP갭이 음(-)인 경우에는 가격 하락이 발생하거나, 가격 상승률이 둔화되는 현상이 발생함

- 잠재 GDP의 추정에는 생산함수를 이용하는 방법과 추세를 추출하는 방법 등이 있으나, 일반적으로 Hodrick-Prescott 필터링 방법을 많이 사용함¹⁶⁾
 - 수요견인 물가상승을 추정하기 위해 GDP갭률의 보조 지표로 1인당 국민소득 증가율을 사용함
- 가공식품 생산비 상승과 관련한 요인은 인건비 상승, 원료가격 상승 등으로 설명할 수 있음
- 일반적으로 인건비는 단위노동비용으로 대체되어 설명되고 있음
 - 국내 가공식품의 원료는 대부분 수입 농산물을 가지고 만들기 때문에 수입 농산물의 가격을 원료가격으로 대체할 수 있음
 - 다만, 수입 농산물의 가격은 환율에 영향을 받기 때문에 환율 또한 가공식품 생산비에 영향을 주는 중요한 변수임
- 지금까지 논의를 바탕으로 가공식품의 물가변동을 분석하기 위한 모형을 설정하면 다음과 같음

$$\Delta CPIX_t = \alpha_0 + \beta_1 \Delta CPIX_{t-1} + \beta_2 GDPGAP_t + \beta_3 \Delta ULC_t + \beta_4 \Delta IMP_t + \beta_5 \Delta EXCH_t + \epsilon_t$$

<표 3-41> 변수 및 기호 설명

변수	설명	비고
<i>CPIX</i>	가공식품 품목별 소비자물가지수	
<i>GDPGAP</i>	GDP 갭률	잠재 GDP는 Hodrick-Prescott 필터링 방법으로 추정
<i>ULC</i>	단위노동비용	- 단위노동비용은 생산성지수를 인건비로 나누어 산출됨 - 생산성지수는 식품산업 부가가치를 취업자수로 나누어 산출 - 인건비는 식품제조업 종사자 월평균 임금으로 대체함
<i>IMP</i>	원료 수입가격지수	각 품목 주원료의 달러 기준 수입가격 지수
<i>EXCH</i>	환율	대미달러 기준
ϵ	오차항	기타요인
Δ	전년 대비 상승률	

16) 본 연구에서는 연간 자료를 가지고 분석하고자 하여, 람다(lambda) 값을 100으로 놓고 추정함

□ 실증분석을 통해 가공식품 품목별로 가격 상승 요인이 무엇 때문에 발생했는지 알 수 있음

- 즉, 수요요인 때문에 가격 상승이 발생했는지, 아니면, 인건비 상승, 원료가격 인상, 환율 인상 등에 의해 가격 상승이 발생했는지 알 수 있음
- 또한 분석모형의 계수 값의 크기를 통해 어떤 요인이 물가 상승에 크게 영향을 미쳤는지에 대한 분석이 가능함

2.2 케이크

□ 케이크는 수요와 비용 요인이 복합적으로 영향을 받아 가격이 상승하고 있음

- 수요 측면에서는 소득 증가(명목 가격 기준 1인당 국민소득)가 케이크 가격 상승에 가장 큰 영향을 미치고 있음
- 비용 측면에서는 환율과 인건비 상승이 케이크 가격 상승에 가장 큰 영향을 미치고 있음

<표 3-42> 케이크 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

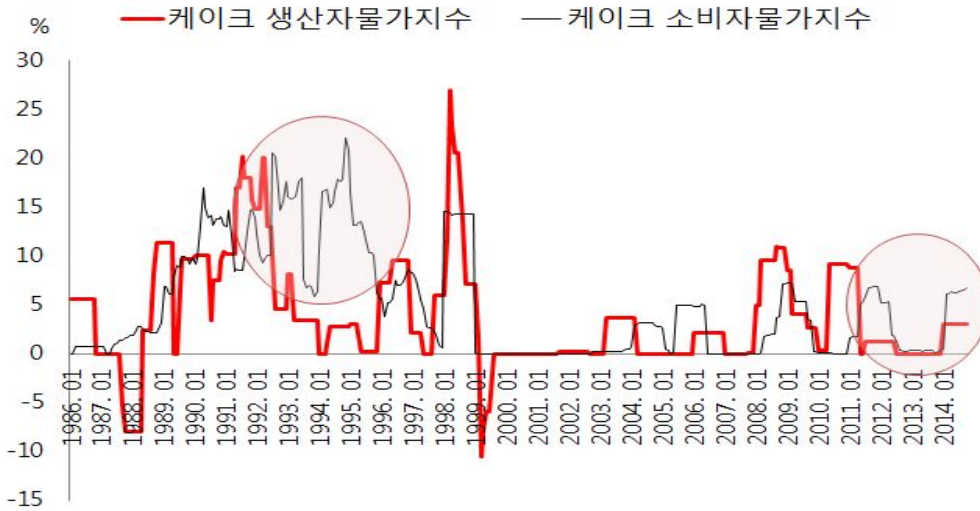
변수	추정 계수	p-value
상수	-1.0693	0.472
$\Delta CAKE_{t-1}$	0.5437***	0.001
$\Delta perGDP_t^{명목}$	0.3142**	0.034
$\Delta ULC_t^{명목}$	0.1155*	0.067
$\Delta EXCH_t$	0.1882**	0.021
$\Delta IMPORT_t$	0.0869	0.346
R^2	0.5980	
Adj R^2	0.5066	
D-W	2.383	

$\Delta CAKE_{t-1}$: 전년도 케이크 소비자물가 상승률, $\Delta perGDP_t^{명목}$: 1인당 GDP(명목가격 기준) 증가율, $\Delta ULC_{t-1}^{명목}$: 전년도 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta EXCH_t$: 대미달러 환율 증가율, $\Delta IMPORT_t$: 달러기준 수입물가지수 상승률,

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

- 소득이 오르면서 상대적으로 가격이 비싼 케이크에 대한 수요가 증가하면서 가격이 오른 것으로 판단됨
 - 케이크는 다른 가공식품에 비해 수작업 등을 통해 만들어지는 경우가 많기 때문에 인건비 상승이 원가 상승에 큰 영향을 주어 케이크의 가격을 상승시키는 것으로 보임
- 케이크 가격상승의 원인은 소득증가에 따른 수요견인이 가장 크며, 이어 환율 증가와 인건비 상승이 가격인상의 원인으로 작용하고 있음
 - 소득이 전년대비 1%p 증가하면 케이크의 가격은 전년대비 0.32% 오르고, 환율과 단위노동비용이 1%p 증가하면 케이크의 가격이 각각 전년대비 0.19%, 0.12% 상승함
- 케이크의 생산자 가격이 소비자 가격에 시차를 두고 전이되고 있음
 - 케이크의 생산자 가격이 오르면, 소비자 가격이 바로 오르지 않고 시차를 두고 오르는 패턴을 보이고 있음

<그림 3-41> 케이크의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가지수 상승률 비교
(단위 : %)



주: 전년동월대비 상승률

2.3 빵

□ 빵 가격은 식품제조업체 판매관리비 비중 증가에 크게 영향을 받고 있음

- 비용 측면에서는 전년도 인건비, 전년도 환율, 금년도 밀 수입가격, 식품제조업체 판매관리비 상승이 빵 가격 상승에 영향을 미치지 않는 것으로 분석됨

<표 3-43> 빵 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	1.9605	0.405
$\Delta BREAD_{t-1}$	-0.2763	0.226
$\Delta perGDP_t^{명목}$	0.1987	0.294
$\Delta ULC_{t-1}^{명목}$	0.1833**	0.031
$\Delta EXCH_{t-1}$	0.2765**	0.037
$\Delta WHEAT^{KR_t}$	0.0929*	0.098
$\Delta SALECOST_t^{food}$	0.5006**	0.039
R ²	0.5080	
Adj R ²	0.4602	
D-W	1.912	

$\Delta BREAD_{t-1}$: 전년도 빵 소비자물가 상승률, $\Delta perGDP_t^{명목}$: 1인당 GDP(명목가격 기준) 증가율, $\Delta ULC_{t-1}^{명목}$: 전년도 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta EXCH_{t-1}$: 전년도 대미달러 환율 증가율, $\Delta WHEAT^{KR_t}$: 원화기준 밀 수입물가지수 상승률, $\Delta SALECOST_t^{food}$: 식품제조업체의 판매관리비 비중(판매관리비/매출액) 증가율

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

□ 따라서 빵의 가격 상승의 원인은 수요측면보다는 원가 상승이 주요 원인인 것으로 판단됨

- 식품제조업체 판매관리비 비중(판매관리비/매출액)이 1%p 증가하면 빵의 가격은 전년대비 0.5% 오름
 - 전년도 환율이 1%p 오르면, 빵의 가격은 0.28% 상승하며, 전년도 단위노동비용이 1%p 오르면, 빵의 가격은 0.18% 오름

- 그리고 원화를 기준으로 한 밀의 수입가격지수가 1%p 상승하면, 빵의 가격은 0.09% 오름

○ 따라서 빵 가격 상승의 가장 큰 원인은 판매관리비 상승에 있음

□ 빵의 생산자 가격과 소비자 가격은 시차를 두지 않고 거의 동시에 오르는 경향을 보이고 있음

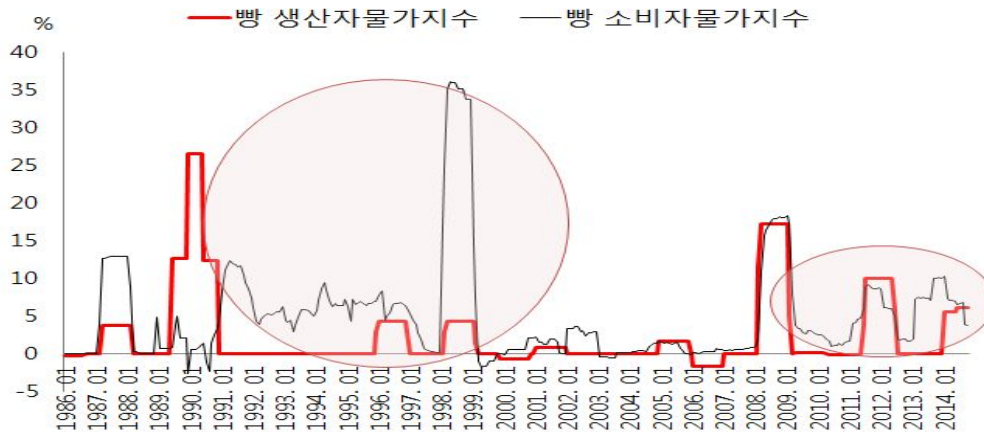
○ 1990년대 초반에 빵의 생산자 물가가 급등한 이후로 거의 오르지 않는 가운데, 소비자 물가는 계속 오름

○ 2008년 이후에는 빵의 생산자 가격이 오르면 동시에 소비자물가도 동시에 오르는 패턴을 보이다가, 2013년 이후에는 빵 소비자 가격이 생산자 가격 상승보다 더 높이 오르고 있음

- 생산자가 가격은 오르지 않았는데 소비자가 가격이 올랐다는 것은, 유통과정에서 유통마진 증가에 따른 소비자가 가격 상승이 나타나지 않았을까 추론됨

<그림 3-42> 빵의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교

(단위 : %)



2.4 비스킷

□ 비스킷의 가격은 수요와 비용 요인이 복합적으로 영향을 받아 가격이 상승하고 있음

- 수요 측면에서는 전년도 GDP갭률이 비스킷 가격 상승에 가장 큰 영향을 미치고 있음
- 비용 측면에서는 환율, 수입물가, 그리고 인건비 상승이 비스킷 가격 상승에 가장 큰 영향을 미치고 있음

<표 3-44> 비스킷 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정 계수	p-value
상수	7.3637**	0.030
$\Delta BISCUIT_{t-1}$	-0.0954	0.618
$GDPGAP_{t-1}$	2.4283***	0.001
$\Delta ULC_{t-1}^{\text{명목}}$	0.3079*	0.056
$\Delta EXCH_t$	0.7188***	0.000
$\Delta IMPORT_t$	0.3567**	0.037
R^2	0.7308	
Adj R^2	0.6667	
D-W	2.818	

$\Delta BISCUIT_{t-1}$: 전년도 비스킷 소비자물가 상승률, $GDPGAP_{t-1}$: 전년도 GDP갭률
 $\Delta ULC_{t-1}^{\text{명목}}$: 전년도 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta EXCH_t$: 대미달러 환율 증가율, $\Delta IMPORT_t$: 달러기준 수입물가지수 상승률

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

□ 비스킷 가격상승의 원인은 소득증가에 따른 수요견인이 가장 크며, 이어 환율, 수입물가 증가와 인건비 상승이 가격인상의 원인으로 작용하고 있음

- GDP갭률이 전년대비 1%p 증가하면 비스킷의 가격은 전년대비 2.4% 오르고, 환율과 수입물가지수, 그리고 단위노동비용이 1%p 증가하면 비스킷의 가격이 각각 0.72%, 0.36%, 0.31% 오름

2.5 라면

□ 라면의 가격은 수요요인보다는 비용요인에 의해 인상되고 있음

- 라면 가격은 수입밀 가격과 단위 노동 비용 증가 증가에 크게 영향을 받고 있음

<표 3-45> 라면 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	2.1041**	0.0279
$\Delta RAMEN_{t-1}$	0.2523*	0.0633
$GDPGAP_t$	-0.3638	0.3339
$\Delta ULC_t^{\text{명목}}$	0.1120*	0.0996
$\Delta EXCH_t$	0.2936***	0.0003
$\Delta WHEAT_t^{UD}$	0.1336***	0.0035
R^2	0.6932	
Adj R^2	0.6234	
D-W	1.8267	

$\Delta RAMEN_{t-1}$: 전년도 라면 소비자물가 상승률, $GDPGAP_t$: GDP갭률, $\Delta ULC_t^{\text{명목}}$: 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta EXCH_t$: 대미달러 환율 증가율
 $\Delta WHEAT_t^{UD}$: 미화기준 밀 수입물가지수 상승률

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

□ 따라서 라면의 가격 상승 원인은 수요측면보다는 원가 상승이 주요 원인인 것으로 판단됨

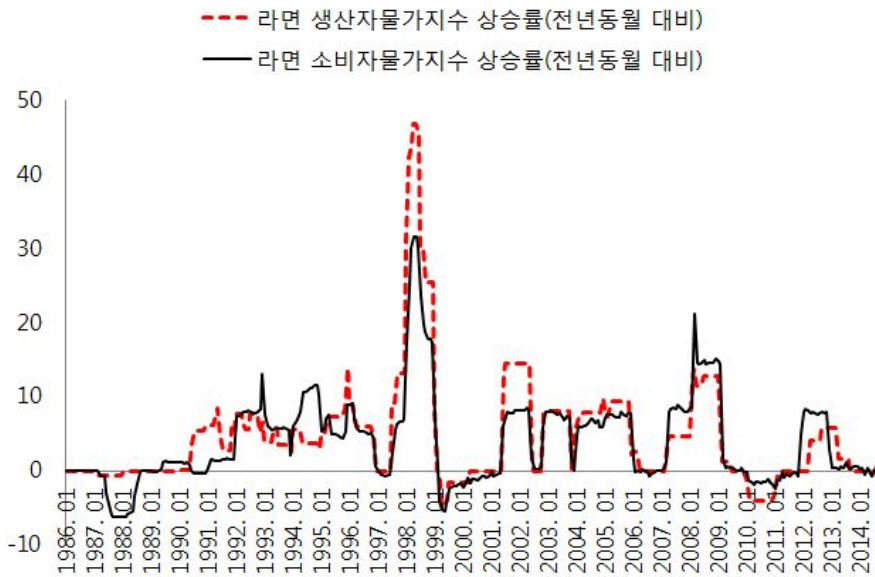
- 밀가루 가격에 영향을 주는 밀 수입가격과 환율 상승, 그리고 단위노동비용이 라면가격 인상에 영향을 주고 있음
 - 환율이 1%p 오르면, 라면의 가격은 0.29% 상승하며, 달러를 기준으로 환 밀 수입가격지수가 1%p 오르면, 라면의 가격은 0.13% 오름
 - 그리고 단위노동비용이 1%p 상승하면, 라면의 가격은 0.11% 오름

□ 라면의 소비자 가격은 생산자 가격과 시차를 두지 않고 거의 동시에 오르는 경향을 보이고 있음

○ 라면의 생산자 가격이 오르는 시기에 소비자 가격도 같이 오르는 모습을 보임

- 2007년 전까지는 생산자 가격이 소비자 가격보다 더 인상되는 모습을 보였는데, 그 이후부터는 생산자 가격이 오른 것보다 소비자 가격의 인상률이 더 높은 것으로 나타남
- 이는 유통과정에서 가격상승의 부담을 소비자에게 더 많이 전가하고 있음을 의미함

<그림 3-43> 라면의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교
(단위 : %)



2.6 초코파이

□ 초코파이의 가격 상승 원인은 수요측면보다는 원가 상승이 주요 원인인 것으로 판단됨

○ 밀가루 가격에 영향을 주는 밀 수입가격의 상승이 초코파이 가격 인상에 영향을 주고 있음

- 원화를 기준으로 한 밀 수입가격지수가 1%p 오르면, 초코파이의 가격은 0.16% 오름

○ 초코파이 소비자 물가 변동 회귀식에 대한 설명력이 0.1447로 매우 낮아, 초코파이의 가격에 수요·비용 요인보다는 다른 요인이 더 크게 영향을 주어 오르는 것으로 판단됨

<표 3-46> 초코파이 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	3.1799	0.2560
$\Delta CHOCOPIE_{t-1}$	0.2573	0.1960
$\Delta perGDP_t^{명목}$	-0.0366	0.8666
$\Delta ULC_t^{명목}$	0.0413	0.6478
$\Delta WHEAT_t^{KW}$	0.1596**	0.0180
R^2	0.2763	
Adj R^2	0.1447	
D-W	2.004	

$\Delta CHOCOPIE_{t-1}$: 전년도 초코파이 소비자물가 상승률, $\Delta perGDP_t^{명목}$: 1인당 GDP (명목가격 기준) 증가율 $\Delta ULC_t^{명목}$: 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta WHEAT_t^{KW}$: 원화기준 밀 수입물가지수 상승률

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

2.7 떡

□ 떡은 수요와 비용 요인이 복합적으로 영향을 받아 가격이 상승하고 있음

- 수요 측면에서는 소득 증가(명목 가격 기준 1인당 국민소득)가 떡 가격 상승에 가장 큰 영향을 미치고 있음
- 비용 측면에서는 농산물 생산자 가격, 인건비, 판매관리비 상승이 떡 가격 상승에 가장 큰 영향을 미치고 있음

<표 3-47> 떡 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	-2.4112	0.2579
$\Delta RICECAKE_{t-1}$	0.1594	0.3156
$\Delta perGDP_t^{명목}$	0.4529**	0.0416
$\Delta ULC_t^{명목}$	0.1279*	0.0986
$\Delta AGRIPR_t$	0.5482***	0.0048
$\Delta SALECOST_t^{food}$	0.3731*	0.0940
R^2	0.6141	
Adj R^2	0.5264	
D-W	1.6398	

$\Delta RICECAKE_{t-1}$: 전년도 떡 소비자물가 상승률, $\Delta perGDP_t^{명목}$: 1인당 GDP(명목가격 기준) 증가율, $\Delta ULC_{t-1}^{명목}$: 전년도 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta AGRIPR_t$: 농축수산물 생산자물가 상승률, $\Delta SALECOST_t^{food}$: 식품제조업체의 판매관리비 비중(판매 관리비/매출액) 증가율

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

□ 떡은 농축산물의 생산자 가격 상승으로 인한 비용 상승이 가격 상승의 가장 큰 원인이며, 소득 증가에 따른 수요 요인에 의한 가격 상승이 두 번째로 높은 원인임

- 농축산물의 생산자물가가 1%p 증가하면, 떡의 가격은 전년대비 0.55% 오르는 것으로 나타남

- 식품제조업체의 판매관리비 비중(판매관리비/매출액)과 단위노동비용이 1%p 증가하면 떡의 가격이 각각 0.37%, 0.13% 상승하는 것으로 나타남

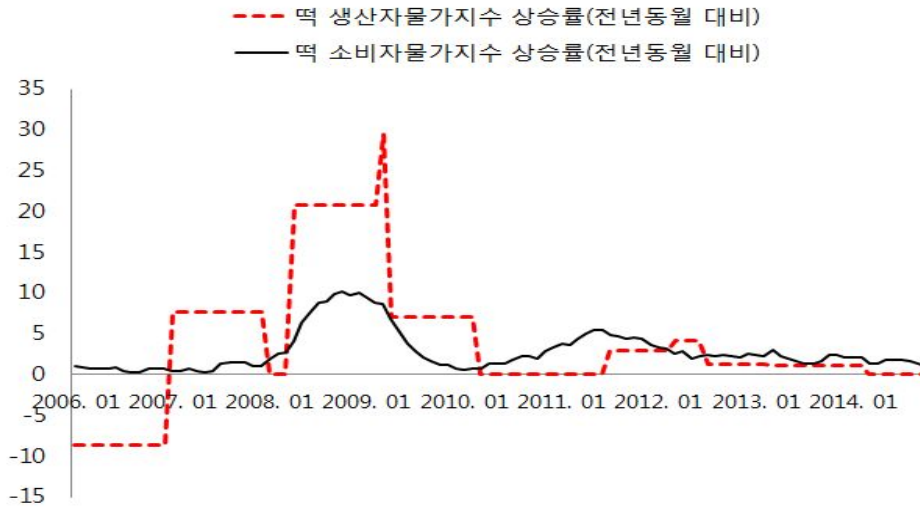
○ 또한 소득이 전년대비 1%p 증가하면 떡의 가격은 0.45% 오름

□ 떡의 생산자 가격과 소비자 가격은 비슷한 추세를 가지고 상승하고 있음

○ 다만, 2009년에 떡의 생산자 가격이 많이 올랐음에도 불구하고 소비자 가격이 오르지 못함

- 이러한 영향으로 이후에는 소비자 가격의 상승이 생산자 가격 상승보다 높게 나타나면서 생산자 가격 상승에 대한 소비자 가격 전이 현상이 지속되고 있는 것으로 보임

<그림 3-44> 떡의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교
(단위 : %)



2.8 스낵과자

□ 스낵과자의 가격 상승 원인은 수요측면보다는 원가 상승이 주요 원인인 것으로 판단됨

- 밀가루 가격에 영향을 주는 밀 수입가격의 상승이 스낵과자 가격 상승에 영향을 주고 있음
 - 원화를 기준으로 한 밀 수입가격지수가 1%p 오르면, 스낵과자의 가격은 0.18% 오름
- 그런데 스낵과자 소비자 물가 변동 회귀식에 대한 설명력이 0.1887로 매우 낮아, 스낵과자의 가격은 수요와 비용 요인보다는 다른 요인에 영향을 크게 받아 오르는 것으로 판단됨

<표 3-48> 스낵과자 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	6.0790	0.1153
$\Delta SNACK_{t-1}$	0.1869	0.3424
$\Delta perGDP_t^{\text{명목}}$	-0.2463	0.3859
$\Delta ULC_t^{\text{명목}}$	0.0268	0.8127
$\Delta WHEAT_t^{KW}$	0.1833**	0.0246
R^2	0.3090	
Adj R^2	0.1888	
D-W	1.827	

$\Delta SNACK_{t-1}$: 전년도 스낵과자 소비자물가 상승률, $\Delta perGDP_t^{\text{명목}}$: 1인당 GDP(명목가격 기준) 증가율 $\Delta ULC_t^{\text{명목}}$: 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta WHEAT_t^{KW}$: 원화기준 밀 수입물가지수 상승률

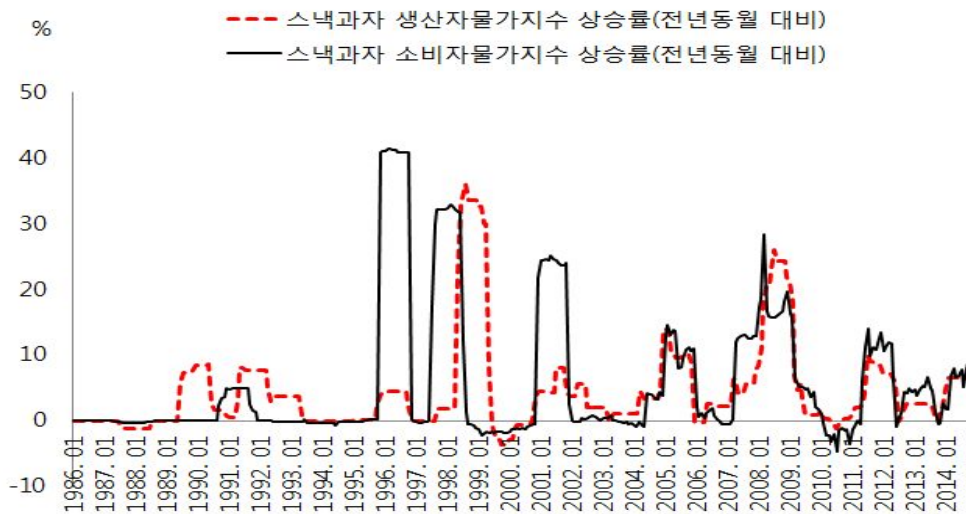
*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

□ 최근 들어서 스낵과자의 생산자 가격이 소비자 가격에 바로 전이되고 있는 것으로 보임

- 2000년도 이전에는 스낵과자의 생산자 가격이 오르고 난 뒤 시차를 두고 소비자 가격이 오르는 양상을 보임

- 그리고 소비자 가격의 상승률이 생산자 가격의 상승률보다 낮은 특징을 보이고 있음
- 그러나 2000년 이후에는 생산자 가격과 소비자 가격이 동시에 오르는 모습을 보이고 있으며, 생산자 가격의 상승폭만큼 소비자 가격이 오르는 양상을 보이고 있음

<그림 3-45> 스낵과자의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교
(단위 : %)



2.9 아이스크림

- 아이스크림의 가격상승은 수요측면보다는 원가 상승이 주요 원인인 것으로 파악됨
 - 비용 측면에서는 판매관리비, 인건비, 수입물가 상승이 아이스크림 가격 상승에 가장 큰 영향을 미치고 있음
 - 식품제조업의 판매관리비가 매출액에서 차지하는 비중이 1%p 증가하면, 아이스크림의 가격은 0.53% 증가하는 것으로 나타남

- 또한 식품제조업의 단위노동비용이 1%p 증가하면, 아이스크림 가격은 0.35% 증가함
- 원화기준 수입물가지수가 1%p 증가하면, 아이스크림 가격은 0.29% 증가함

<표 3-49> 아이스크림 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	1.7887	0.4436
$\Delta ICECREAM_{t-1}$	0.3838***	0.0039
$\Delta perGDP_t^{명목}$	-0.0519	0.7734
$\Delta ULC_t^{명목}$	0.3539***	0.0003
$\Delta IMPORT_t^{KW}$	0.2878**	0.0471
$\Delta SALECOST_t^{food}$	0.5261*	0.0618
R^2	0.7322	
Adj R^2	0.6684	
D-W	2.3720	

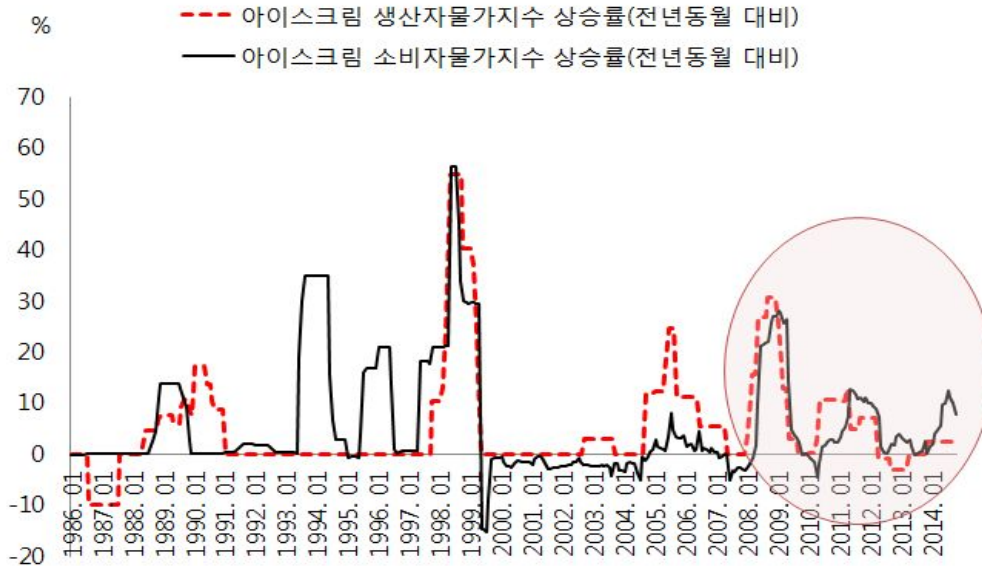
$\Delta ICECREAM_{t-1}$: 전년도 아이스크림 소비자물가 상승률, $\Delta perGDP_t^{명목}$: 1인당 GDP(명목가격 기준) 증가율, $\Delta ULC_{t-1}^{명목}$: 전년도 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta IMPORT_t^{KW}$: 원화 기준 수입물가지수 상승률, $\Delta SALECOST_t^{food}$: 식품제조업의 판매관리비 비중(판매관리비/매출액) 증가율

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

- 최근 들어서 아이스크림의 생산자 가격이 시차를 두고 소비자 가격에 전이되고 있는 것으로 보임
 - 2008년 이후에 아이스크림의 생산자 가격이 오른 뒤에 약간의 시차를 두고 소비자 가격이 오르는 모습을 보이고 있음
 - 특히, 2013년에는 아이스크림의 생산자 가격이 하락했음에도 불구하고 소비자 가격은 계속 상승하는 양상을 띠고 있음

<그림 3-46> 아이스크림의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교

(단위 : %)



2.10 설탕

□ 설탕의 가격상승은 수요측면보다는 설탕의 원료인 원당 수입가격과 관련된 환율 상승이 주요 원인인 것으로 분석됨

- 환율이 1%p 상승하면, 설탕의 가격이 0.90% 증가하며, 달러기준으로 원당의 수입가격이 1%p 증가하면 설탕의 가격이 0.29% 증가하는 것으로 나타남
- 국내 설탕의 가격은 외환시장의 변화와 국제 원당 가격의 변화에 민감하게 반응하고 있음
 - 외환시장은 국내외 경제상황에 따라 변하기 때문에 거시경제 변화에 따라 설탕의 가격도 함께 변한다고 할 수 있음

<표 3-50> 설탕 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	3.2849	0.4776
$\Delta SUGAR_{t-1}$	0.1681	0.4061
$\Delta perGDP_t^{명목}$	-0.2391	0.4903
$\Delta ULC_t^{명목}$	0.0580	0.7454
$\Delta EXCH_t$	0.9053***	0.0000
$\Delta RSUGAR_t$	0.2864**	0.0112
R^2	0.7322	
Adj R^2	0.6684	
D-W	2.3720	

$\Delta SUGAR_{t-1}$: 전년도 설탕 소비자물가 상승률, $\Delta perGDP_t^{명목}$: 1인당 GDP(명목가격 기준) 증가율, $\Delta ULC_t^{명목}$: 전년도 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta EXCH_t$: 대미환율 상승률, $\Delta RSUGAR_t$: 달러기준 원당 수입물가지수 증가율

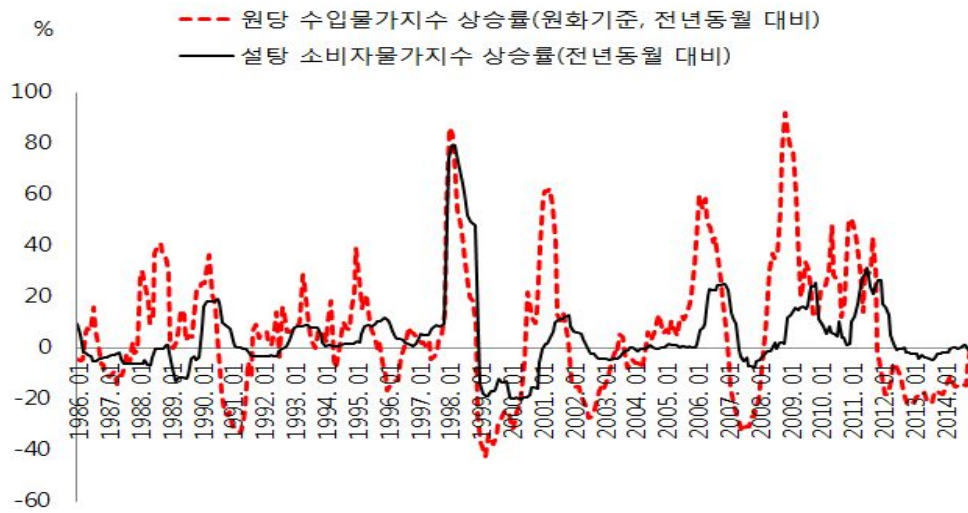
*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

□ 설탕의 가격은 원당수입 가격 인상에 시차를 두고 인상되는 특징을 보이고 있음

○ 다만, 원당의 수입가격 인상률이 훨씬 높음에도 불구하고 설탕의 가격은 그만큼 인상되지 않고 있음

- 그러나 2012년 이후 원당의 수입가격이 하락했음에도 불구하고 설탕의 소비자 가격의 하락이 크지 않은 것은 그동안 원당 가격 인상에도 불구하고 소비자 가격 인상에 충분히 반영하지 못한 것에 대한 사후 반영으로 보임

<그림 3-47> 설탕의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교
(단위 : %)



2.11 식용유

- 식용유의 가격상승은 식용유의 원료인 대두 수입가격과 관련된 환율 및 대두의 수입가격이 주요 원인인 것으로 분석됨
 - 환율이 1%p 상승하면, 식용유의 가격이 0.60% 증가하며, 달러기준으로 대두의 수입가격이 1%p 증가하면 식용유의 가격이 0.17% 증가하는 것으로 나타남
 - 식용유도 설탕과 마찬가지로 외환시장의 변화와 국제 대두 가격의 변화에 민감하게 반응하고 있음

<표 3-51> 식용유 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	4.4488	0.2821
ΔOIL_{t-1}	0.1637	0.2804
$\Delta perGDP_t^{명목}$	-0.2308	0.4824
$\Delta ULC_t^{명목}$	0.1871	0.2301
$\Delta EXCH_t$	0.5974***	0.0026
ΔSOY_t	0.1678*	0.0824
R ²	0.6128	
Adj R ²	0.5248	
D-W	1.7948	

ΔOIL_{t-1} : 전년도 식용유 소비자물가 상승률, $\Delta perGDP_t^{명목}$: 1인당 GDP(명목가격 기준 증가율), $\Delta ULC_t^{명목}$: 전년도 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta EXCH_t$: 대미환율 상승률, ΔSOY_t : 달러기준 대두 수입물가지수 상승률

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

2.12 햄

□ 햄은 수요와 비용 요인이 복합적으로 영향을 받아 가격이 상승하고 있음

- 수요 측면에서는 소득 증가(GDP갭률의 증가)가 햄 가격 상승에 가장 큰 영향을 미치고 있음
 - 전년도 GDP갭률이 1%p 증가하면, 햄의 가격이 1.32% 증가하는 것으로 나타남
- 비용 측면에서는 축산물의 국내 생산가격과 인건비 상승이 햄 가격 상승에 영향을 미치고 있음
 - 국내 축산물의 가격과 식품제조업체의 단위노동비용이 1%p 증가하면 햄의 가격이 각각 0.30%, 0.12% 증가하는 것으로 나타남
 - 햄은 국내 축산물을 원료로 하여 가공되기 때문에 국내 축산물의 가격 변동이 햄의 가격 변동에 민감하게 영향을 준 것으로 판단됨

<표 3-52> 햄 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	0.3147	0.6915
ΔHAM_{t-1}	0.7329***	0.0000
$GDPGAP_{t-1}$	1.3206***	0.0012
$\Delta ULC_t^{\text{명목}}$	0.1221*	0.0666
$\Delta MEAT_t$	0.2985***	0.0036
R^2	0.5743	
Adj R^2	0.4679	
D-W	2.0468	

ΔHAM_{t-1} : 전년도 햄 소비자물가 상승률, $GDPGAP_{t-1}$: 전년도 GDP갭률
 $\Delta ULC_{t-1}^{\text{명목}}$: 전년도 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta MEAT_t$: 국내 축산물 생산
 자물가 증가율

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

2.13 소시지

□ 소시지도 햄과 마찬가지로 수요와 비용 요인이 복합적으로 영향을 받아 가격이 상승하고 있음

- 수요 측면에서는 소득 증가(GDP갭률의 증가)가 소시지 가격 상승에 가장 큰 영향을 미치고 있음
 - 전년도 GDP갭률이 1%p 증가하면, 소시지의 가격이 1.11% 증가하는 것으로 나타남
- 비용 측면에서는 축산물의 국내 생산가격과 인건비 상승이 소시지 가격 상승에 영향을 미치고 있음
 - 국내 축산물의 가격과 식품제조업의 단위노동비용이 1%p 증가하면 소시지의 가격이 각각 0.35%, 0.13% 증가하는 것으로 나타남
 - 소시지도 햄과 마찬가지로 국내 축산물을 원료로 하여 가공되기 때문에 국내 축산물의 가격 변동이 소시지의 가격 변동에 민감하게 영향을 준 것으로 판단됨

<표 3-53> 소시지 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	0.6262	0.3998
$\Delta SAUSAGE_{t-1}$	0.6110***	0.0007
$GDPGAP_{t-1}$	1.1082***	0.0050
$\Delta ULC_t^{\text{명목}}$	0.1262*	0.0750
$\Delta MEAT_t$	0.3466***	0.0006
R^2	0.5423	
Adj R^2	0.4334	
D-W	2.1081	

$\Delta SAUSAGE_{t-1}$: 전년도 소시지 소비자물가 상승률, $GDPGAP_{t-1}$: 전년도 GDP갭률

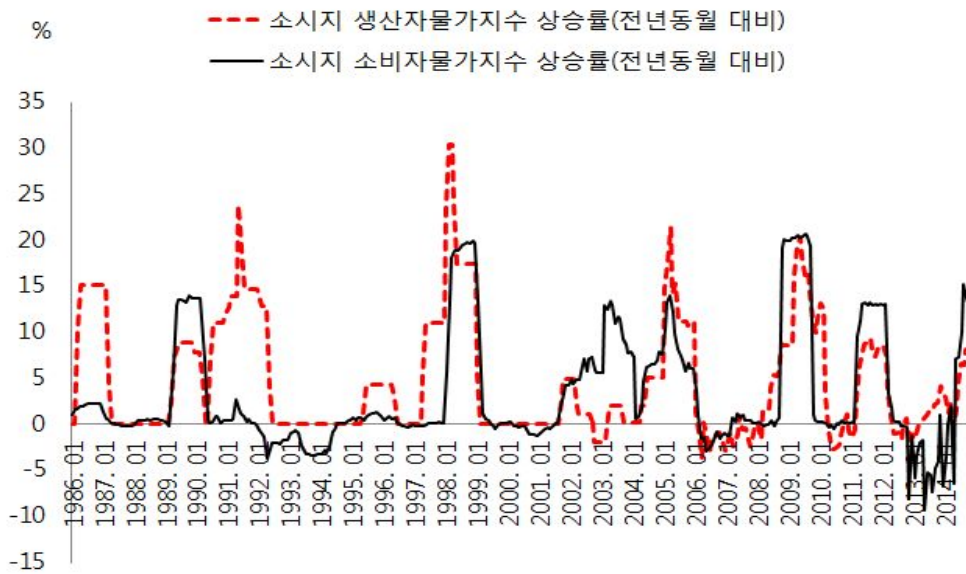
$\Delta ULC_t^{\text{명목}}$: 전년도 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta MEAT_t$: 국내 축산물 생산자물가 증가율

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

□ 소시지의 생산자 가격과 소비자 가격이 비슷한 양상을 보이며 등락을 하고 있음

- 이는 소시지의 생산자 가격이 소비자 가격에 전이되고 있음을 의미함
 - 다만 2010년 이전에는 생산자 가격이 소비자 가격에 전이되기 까지 약간의 시차가 발생했는데, 2010년 이후에는 바로 전이되는 모습을 보이고 있음
- 그런데, 2013년에는 생산자 가격이 올랐음에도 불구하고 소비자 가격이 하락하는 모습을 보이다가 2014년에는 생산자 가격을 상승폭을 초과하는 소비자 가격의 인상이 나타남

<그림 3-48> 소시지의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교
(단위 : %)



2.14 어묵

- 어묵의 가격 상승은 수요측면보다는 비용측면에서 어묵의 수입가격과 밀접한 관계가 있음
 - 달러를 기준으로 한 어묵의 수입가격지수가 전년대비 1%p 상승하면 어묵의 가격은 0.18% 상승하는 것으로 나타남
 - 어묵의 주원료가 대부분 해외에서 수입되는 어육으로 만들기 때문에 국내 어묵 가격이 어육의 수입 가격 변화에 영향을 받는 것은 당연한 결과로 해석됨

<표 3-54> 어묵 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	-0.2308	0.8100
$\Delta FISHCAKE_{t-1}$	0.4790***	0.0014
$GDPGAP_{t-1}$	0.6636	0.1603
$\Delta ULC_t^{\text{명목}}$	-0.0166	0.8379
$\Delta EXCH_t$	0.1206	0.1866
$\Delta FISH_t$	0.1775***	0.0001
R ²	0.7767	
Adj R ²	0.7111	
D-W	1.9768	

$\Delta FISHCAKE_{t-1}$: 전년도 어묵 소비자물가 상승률, $GDPGAP_{t-1}$: 전년도 GDP갭률
 $\Delta ULC_t^{\text{명목}}$: 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta EXCH_t$: 대미환율 증가율
 $\Delta FISH_t$: 달러기준 어묵 수입가격지수 증가율

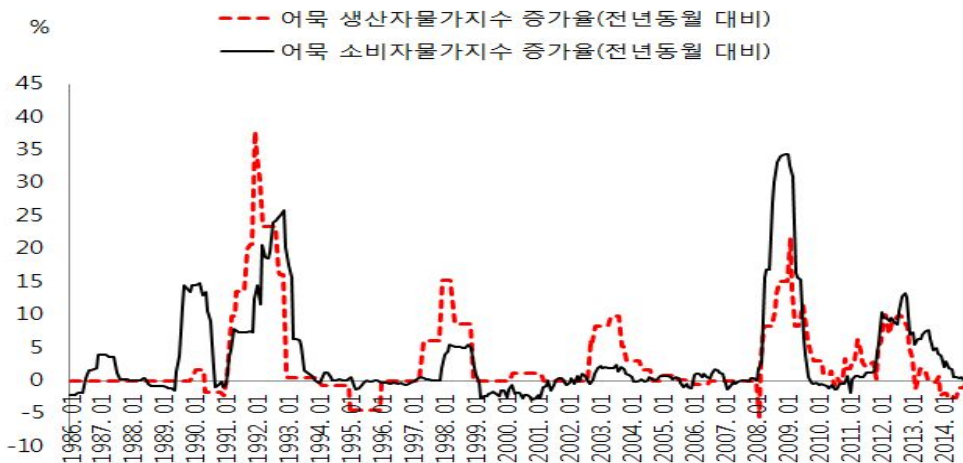
*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

□ 어묵의 생산자 가격이 소비자 가격에 시차를 두고 전이되고 있음

- 다만 최근에는 시차를 두지 않고 생산자 가격 상승이 바로 소비자 가격 상승으로 이어지고 있으며, 생산자 가격 상승보다 소비자 가격이 더 큰 폭으로 오르고 있음

<그림 3-49> 어묵의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교

(단위 : %)



2.15 생선통조립

□ 생선통조립의 가격 상승은 수요측면보다는 비용측면에서 인건비 및 수입물가 상승과 밀접한 관계가 있음

- 단위노동비용이 1%p 상승하면 생선통조립의 가격은 0.18% 상승하는 것으로 나타남
 - 또한 원화로 평가한 수입물가지수가 1%p 증가하면, 생선통조립의 가격은 0.24% 증가함
- 생선통조립 가격 상승에 가장 영향을 미치고 있는 것은 상수항과 전년도 생선통조립의 가격임
 - 이는 생선통조립의 가격은 다른 수요 및 비용 요인이 생선통조립 가격 변동에 영향을 주지 않더라도 생선통조립 시장의 어떤 부문적 특성에 의해 추세적으로 상승한다는 것을 의미함

<표 3-55> 생선통조립 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	3.2154**	0.0288
$\Delta FISHCAN_{t-1}$	0.2705*	0.0560
$GDPGAP_{t-1}$	0.7447	0.1856
$\Delta ULC_t^{\text{명목}}$	0.1833**	0.0271
$\Delta IMPORT_t^{KW}$	0.2446**	0.0362
R^2	0.5090	
Adj R^2	0.4236	
D-W	2.120	

$\Delta FISHCAN_{t-1}$: 전년도 생선통조립 소비자물가 상승률, $GDPGAP_{t-1}$: 전년도 GDP갭률, $\Delta ULC_t^{\text{명목}}$: 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta IMPORT_t^{KW}$: 원화기준 수입물가지수 증가율

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

2.16 우유

□ 우유의 가격 상승은 수요 또는 비용 요인보다 다른 요인에 의해 상승하는 것으로 추론됨

- 분석 결과, 수요 요인의 변수인 1인당 GDP, 비용 요인의 변수인 단위 노동비용, 농산물 수입물가지수 등이 통계적으로 유의하지 않음
- 대신, 상수항이 통계적으로 매우 유의한 결과를 나타냄
 - 이는 우유의 가격이 경제적인 요인보다는 설명할 수 없는 우유 시장만이 가지는 어떤 부문적 특성에 의해 가격의 등락이 결정되기 때문으로 여겨짐
 - 낙농가와 유업계가 협상을 통해 원유의 가격을 결정하고, 이를 소비자 가격에 반영하는 등의 정책적 요인에 의해 우유 가격이 결정되기 때문임
- 소비자 물가 변동 회귀식에 대한 설명력이 0.044로 매우 낮아, 우유의 가격은 수요와 비용 요인보다는 다른 요인에 영향을 크게 받아 오르는 것으로 판단됨

<표 3-56> 우유 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	8.8408***	0.0052
$\Delta MILK_{t-1}$	-0.0120	0.9541
$GDPGAP_{t-1}$	-0.2455	0.2847
$\Delta ULC_t^{\text{명목}}$	0.1629	0.1096
$\Delta AGIMPORT_t^{KW}$	-0.0374	0.6782
R^2	0.1911	
Adj R^2	0.0441	
D-W	1.7865	

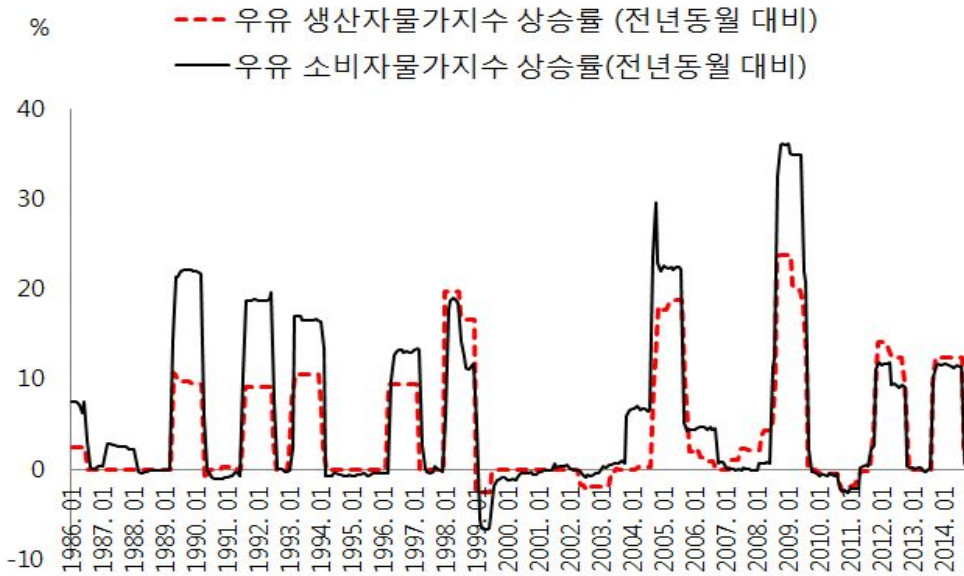
$\Delta MILK_{t-1}$: 전년도 우유 소비자물가 상승률, $GDPGAP_{t-1}$: 전년도 GDP갭률
 $\Delta ULC_t^{\text{명목}}$: 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta AGIMPORT_t^{KW}$: 원화기준 농산물 수입물가지수 증가율

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

□ 우유의 생산자 가격이 소비자 가격에 바로 전이되는 특성을 가지고 있음

- 우유의 생산자 가격이 상승한 시기에 소비자 가격도 정확히 상승하고 있으며, 소비자 가격이 생산자 가격 상승폭보다 더 많이 오르는 양상을 보이고 있음
- 다만, 최근에는 우유의 소비자 가격 상승이 거의 생산자 가격 상승률 만큼 인상되는 추세를 나타내고 있음

<그림 3-50> 우유의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교
(단위 : %)



2.17 분유

□ 분유의 가격 상승은 수요측면보다는 비용측면에서 우유 생산자 가격과 인건비 상승과 밀접한 관계가 있음

- 백색 우유의 생산자 가격이 1%p 상승하면 분유의 가격은 0.38% 상승하는 것으로 나타남
 - 분유의 원재료인 우유의 생산자 가격에 의해 분유의 소비자 가격이 민감하게 영향을 받는 것은 당연한 결과임
- 식품제조업의 단위노동비용이 전년대비 1%p 상승하면 분유의 가격은 0.12% 상승하는 것으로 나타남

<표 3-57> 분유 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	-0.0891	0.9649
$\Delta POWDERMILK_{t-1}$	-0.1016	0.5782
$\Delta perGDP_t^{\text{명목}}$	0.1940	0.1817
$\Delta ULC_t^{\text{명목}}$	0.1197*	0.0508
$\Delta PMILK_t$	0.3758*	0.0580
R^2	0.4074	
Adj R^2	0.3043	
D-W	1.7860	

$\Delta POWDERMILK_{t-1}$: 전년도 분유 소비자물가 상승률, $\Delta perGDP_t^{\text{명목}}$: 1인당 명목 GDP 상승률, $\Delta ULC_t^{\text{명목}}$: 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta PMILK_t$: 우유 생산자물가 지수 상승률

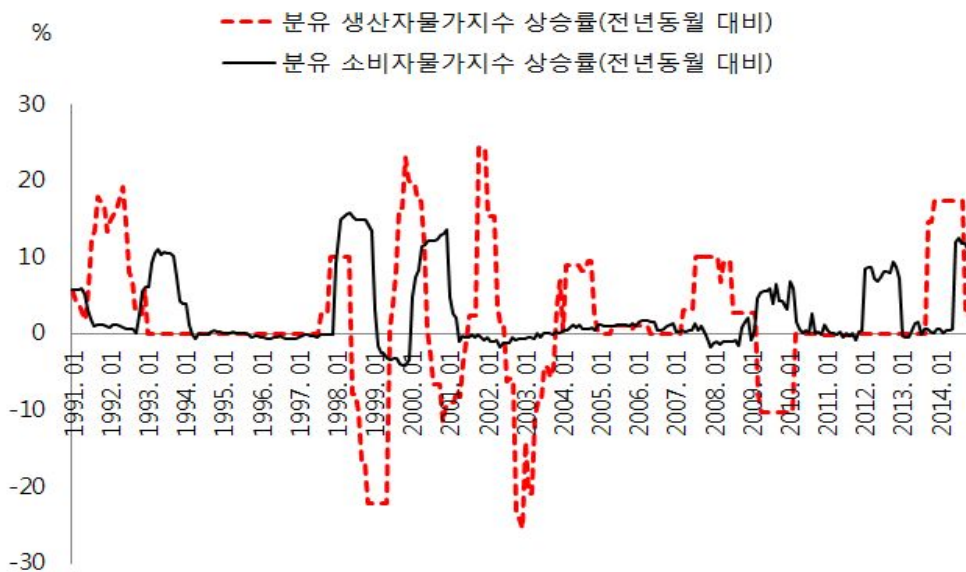
*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

□ 분유의 생산자 가격이 소비자 가격에 시차를 두고 전이되는 특성을 가지고 있음

- 분유의 생산자 가격이 오르고 난 뒤에 한참 뒤에 소비자 가격이 오르는 모습을 나타냄

- 분유의 생산자 가격이 2000년대에 많이 오른 것에 비해 소비자 가격은 거의 오르지 않았다가 2009년 이후부터 소비자 가격이 생산자 가격 상승보다 더 많이 오르고 있음
- 다만, 2013년 중반부터 우유의 생산자 가격이 소비자 가격보다 더 오르고 있는 상황임

<그림 3-51> 분유의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교
(단위 : %)



2.18 발효유

- 발효유의 가격은 수요와 비용 요인이 복합적으로 작용하여 가격이 상승하고 있음
 - 수요 측면에서는 소득 증가(1인당 명목 GDP)가 발효유 가격 상승에 가장 큰 영향을 미치고 있음
 - 1인당 명목 GDP가 1%p 증가하면, 발효유의 가격이 0.27% 증가하는 것으로 나타남

- 비용 측면에서는 백색 우유의 생산자 가격이 1%p 상승하면 발효유의 가격은 0.64% 상승하는 것으로 나타남
 - 발효유도 분유와 마찬가지로 백색우유를 원료로 하여 가공되기 때문에 백색우유의 가격 변동이 발효유 가격 변동에 민감하게 영향을 준 것으로 판단됨

<표 3-58> 발효유 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	-2.0817	0.2245
$\Delta YOGURT_{t-1}$	0.0976	0.5538
$\Delta perGDP_t^{명목}$	0.2687*	0.0610
$\Delta ULC_t^{명목}$	-0.0267	0.5728
$\Delta PMILK_t$	0.6434***	0.0007
$\Delta VEGFRUIT_t^{KW}$	0.0246	0.5418
R^2	0.4074	
Adj R^2	0.3043	
D-W	1.7860	

$\Delta YOGURT_{t-1}$: 전년도 발효유 소비자물가 상승률, $\Delta perGDP_t^{명목}$: 1인당 명목 GDP 상승률, $\Delta ULC_t^{명목}$: 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta PMILK_t$: 우유 생산자물가지수 상승률, $\Delta VEGFRUIT_t^{KW}$: 원화기준 채소과일 수입물가지수 상승률
 *: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

2.19 커피¹⁷⁾

- 커피의 가격상승은 수입과 관련한 환율 및 커피원두 수입가격이 주요 원인인 것으로 분석됨
 - 환율이 1%p 상승하면, 커피의 가격이 0.69% 상승하며, 달러기준으로 커피원두의 수입가격이 1%p 증가하면 커피의 가격이 0.20% 증가하는 것으로 나타남

17) 통계청에서 조사하는 커피는 가루형 인스턴트 커피, 캔커피 등을 지칭함

□ 커피의 생산자 가격이 소비자 가격에 시차를 두고 전이되는 특성을 가지고 있음

○ 2008년~2010년 사이에는 커피의 생산자 가격 상승률이 소비자 가격 상승률보다 더 높았으나, 2011년 이후부터는 소비자 가격 상승률이 더 높은 양상을 보임

- 그러나 2014년부터는 다시 커피의 생산자 가격이 소비자 가격보다 더 높은 상승률을 보임

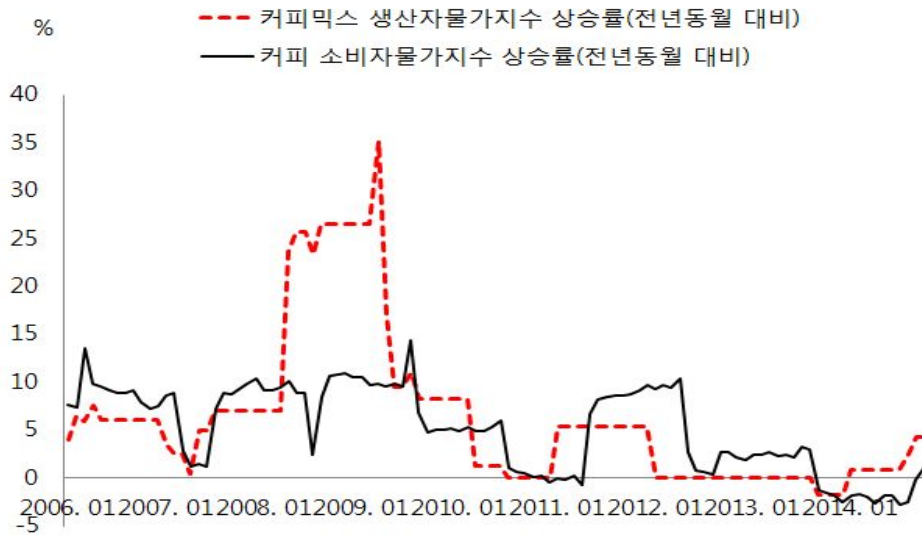
<표 3-59> 커피 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	6.1066	0.2279
$\Delta COFFEE_{t-1}$	0.1381	0.3569
$\Delta perGDP_t^{명목}$	-0.4161	0.3283
$\Delta ULC_t^{명목}$	0.0879	0.6762
$\Delta EXCH_t$	0.6921***	0.0072
$\Delta IMCOFFEE_t$	0.2008***	0.0088
R ²	0.5565	
Adj R ²	0.4557	
D-W	1.9400	

$\Delta COFFEE_{t-1}$: 전년도 커피 소비자물가 상승률, $\Delta perGDP_t^{명목}$: 1인당 명목 GDP 상승률, $\Delta ULC_t^{명목}$: 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta EXCH_t$: 대미환율 상승률, $\Delta IMCOFFEE_t$: 달러 기준 커피원두 수입가격지수 상승률

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

<그림 3-52> 커피의 생산자물가지수 상승률과 소비자물가상승률 비교
(단위 : %)



2.20 탄산음료

- 탄산음료의 가격은 수요와 비용 요인이 복합적으로 작용하여 가격이 상승하고 있음
 - 수요 측면에서는 소득 증가(GDP 꺾률)가 탄산수 가격 상승에 가장 큰 영향을 미치고 있음
 - 전년도 GDP꺾률이 1%p 증가하면, 탄산음료의 가격이 0.75% 증가하는 것으로 나타남
 - 비용 측면에서는 환율이 1%p 상승하면 탄산음료의 가격은 0.15% 상승하는 것으로 나타남
 - 수입되는 탄산음료의 원료 가격이 환율에 영향을 받기 때문인 것으로 보임
 - 전년도의 탄산음료 가격이 금년도 탄산음료 가격에 영향을 미치고 있어 탄산음료의 가격이 상승할 경우 추세적으로 상승하게 됨

<표 3-60> 탄산음료 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	1.1540	0.2555
$\Delta SODA_{t-1}$	0.6494***	0.0016
$GDPGAP_{t-1}$	0.7992**	0.0336
$\Delta ULC_t^{\text{명목}}$	-0.1041	0.1598
$\Delta EXCH_t$	0.1496*	0.0616
$\Delta RSUGAR_t$	0.0285	0.4173
R^2	0.4856	
Adj R^2	0.3232	
D-W	1.8665	

$\Delta SODA_{t-1}$: 전년도 탄산음료 소비자물가 상승률, $GDPGAP_t$: 전년도 GDP 갭률
 $\Delta ULC_t^{\text{명목}}$: 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta EXCH_t$: 대미환율 상승률
 $\Delta RSUGAR_t$: 달러 기준 원당 수입가격지수 상승률

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

2.21 과실주스

- 과실주스의 가격상승은 수입과 관련한 환율 및 과실주스 원액 수입 가격이 주요 원인인 것으로 분석됨
 - 환율이 1%p 상승하면, 과실주스의 가격이 0.16% 상승하며, 달러기준으로 과실주스 원액의 수입가격이 1%p 증가하면 커피의 가격이 0.10% 증가하는 것으로 나타남
 - 전년도의 과실주스 가격이 금년도 과실주스 가격에 영향을 미치고 있어 과실주스의 가격이 상승할 경우 추세적으로 상승하게 됨

<표 3-61> 과실주스 물가 변동에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

변수	추정계수	p-value
상수	0.7551	0.5713
$\Delta FRUIT_{t-1}$	0.4912	0.0796*
$GDPGAP_{t-1}$	0.2567	0.5667
$\Delta ULC_t^{\text{명목}}$	-0.0498	0.4211
$\Delta EXCH_t$	0.1638	0.0698*
$\Delta RJUICE_t$	0.1004	0.0305**
R ²	0.6370	
Adj R ²	0.4815	
D-W	1.9612	

$\Delta FRUIT_{t-1}$: 전년도 과실주스 소비자물가 상승률, $GDPGAP_t$: 전년도 GDP 갭률
 $\Delta ULC_t^{\text{명목}}$: 식품제조업체 단위 노동비용 상승률, $\Delta EXCH_t$: 대미환율 상승률
 $\Delta RJUICE_t$: 달러 기준 과실주스 원액 상승률

*: 10% 유의수준, **: 5%유의수준, ***: 1%유의수준에서 통계적으로 신뢰할 수 있음

제 3절 . 국내 소재 식품 시장 현황

3.1. 설탕

- 설탕(refined sugar)은 식품공전에 따르면 사탕수수(sugar cane) 또는 사탕무(sugar beet) 등에서 추출한 당액 또는 원당(low sugar)을 정제한 식품으로 설탕 고유의 색상 및 용도에 따라 백설탕, 갈색설탕, 기타 설탕 등으로 구분함
- 국내 설탕(정제당이라고도 함)산업은 사탕수수의 생산지인 호주, 과테말라, 태국, 남아공 등에서 착즙 혹은 추출한 후 농축하여 1차적으로 얻어지는 원당(비정제당이라고도 함)을 수입하여 정제 가공하는 형태임
- 백설탕은 당액 또는 원당을 정제 가공한 백색의 설탕으로 제과 제빵, 요리, 디저트, 음료 등 다양하게 쓰이며, 갈색설탕은 당액 또는 원당을 정제 가공한 갈색의 설탕으로 쿠키에 많이 사용됨
- 기타설탕은 당액 또는 원당을 정제 가공한 것에 식품이나 식품첨가물을 혼합한 것으로 분당, 각설탕, 빙당, 과일당, 커피슈가 등이 포함됨

○ 국내 설탕 생산은 2013년 143만 5천톤, 판매량은 98만 7천 톤 규모이며, 백설탕 시장이 75.8%로 가장 큼

- 국내에서 소비되는 설탕(정제당)은 대부분 국내 설탕업체의 생산분이며, 수입량은 연평균 2%(관세청, 최근 5년 수입량 기준) 수준임
- 생산량은 2008년 이후 꾸준히 증가해 왔으나 국내 판매량은 오히려 감소
- 국내 판매량 감소는 설탕에 대한 소비자들의 부정적인 인식 확산에 따른 완제품으로의 설탕 소비 감소, 주 사용처인 2차 가공식품업체와 외식업체 등 실수요업체의 사용량 축소, 전분당 등 설탕 대체재 사용의 증가 등이 원인인 것으로 풀이됨
- 국내 판매량은 감소한 반면 수출량과 수출액은 꾸준히 증가해왔음
- 국내 설탕 시장(판매액 기준)의 75.8%는 백설탕이 차지함

<표 3-62> 설탕의 생산실적

연도	생산량 (톤)	생산액 (백만원)	판매			
			국내 판매량 (톤)	국내 판매액 (백만원)	수출량 (톤)	수출액 (천달러)
2008	1,364,311	617,326	1,096,654	718,023	286,211	133,479
2009	1,388,356	864,791	1,067,881	853,461	290,587	128,877
2010	1,419,741	1,077,721	915,294	855,029	368,730	220,844
2011	1,414,971	1,275,816	960,437	1,083,606	360,642	274,588
2012	1,427,627	1,139,286	949,482	1,056,843	345,898	250,518
2013	1,435,091	915,454	986,503	982,710	373,917	219,936
증감 (13/08)	5.2	48.3	-10.0	36.9	30.6	64.8

자료 : 식품의약품안전처(2008~2013), 식품 및 식품첨가물 생산실적

<표 3-63> 2013년 설탕 유형별의 생산실적

구분	백설탕	갈색설탕	기타설탕	합계
국내 판매량(톤)	817,289	125,089	44,125	986,503
비중(%)	82.8	12.7	4.5	100.0
국내 판매액(천원)	744,887	173,015	64,809	982,710
비중(%)	75.8	17.6	6.6	100.0

자료 : 식품의약품안전처(2013), 식품 및 식품첨가물 생산실적

- 국내 설탕시장은 CJ제일제당이 45.8%, 삼양사 31.4%, 대한제당 21.5%로 3개사가 99%를 점유하고 있음
- 국내 제당산업은 1970년대 5~7개 업체가 경쟁관계를 유지하다가 1980년대 국제 원당시세 하락과 채산성 악화, 공급과잉 등으로 일부 업체가 생산을 중단하고 현재의 3사 과점체제를 유지하게 됨
- CJ제일제당 1953년 설탕을 생산하기 시작하여 시장내 가장 높은 점유율(45.8%)을 유지하고 있으며, ‘백설’이라는 브랜드로 설탕제품을 생산하고 있음. 최근에는 유기농 설탕, 자일로스 설탕, 설탕대용품 타 가토스까지 제품의 범주를 넓히고 있음
- 삼양사는 1955년부터 사업을 시작하여 현재 ‘큐원’이라는 브랜드로 백설탕과 갈색설탕, 흑설탕과 각설탕 등을 생산하고 있음. 국내 시장 보다는 해외 수출이 많은 편임
- 대한제당은 1956년 시장에 진입하여 ‘푸드림’이라는 브랜드로 하얀 설탕, 갈색설탕, 흑설탕, 각설탕, 커피용 슈가 등을 생산하고 있음

<표 3-64> 2013년 설탕 생산업체 시장점유율

구분	CJ제일제당	삼양사	대한제당	이엔비글로벌	대상	기타	합계
국내 판매액 (백만원)	449,813	308,110	211,620	8,723	2,774	1,670	982,710
점유율(%)	45.8	31.4	21.5	0.9	0.3	0.2	100.0

자료 : 식품의약품안전처(2013). 식품 및 식품첨가물 생산실적

- 설탕의 주원료는 원당과 커피슈가 등에 첨가되는 변성전분으로 두 품목 모두 100% 수입에 의존하고 있음

<표 3-65> 설탕 주요 원료(2013년 기준)

원료		사용량(톤)	국산비중(%)
전체		1,490,806	0.0
전분류	변성전분(덱스트린)	671	0.0
당류	원당	1,490,135	0.0

자료 : 한국농수산물유통공사(2013). 식품산업 분야별 원료소비 실태조사

- 원당의 수입현황을 보면, 수입물량은 2013년 173만5천톤으로 2005년 5월부터 국제 원당 가격의 급격한 상승에 따라 그 다음해인 2006년과 2007년 감소한 것을 빼면 수입량이 꾸준히 증가해 왔음
 - 2013년 수입금액은 8억791만불로 전년대비 소폭 감소한 수치지만, 2000년대부터 꾸준히 증가한 것으로 나타남
 - 수입단가는 2013년 kg당 0.47달러로 2000년대 초반 하락하다가 2004년 0.24달러 이후 지속적으로 증가해, 2010년 0.68달러로 최고치를 기록한 이후 감소했으나 2000년 초중반보다 여전히 높은 수준을 유지하고 있음
- 설탕의 2013년 수입물량과 금액은 각각 14만 4천 톤, 9007만 불로 2000년 대비 각각 167배, 147배 증가한 수치임
 - 수입단가는 2013년 kg당 0.62달러로 연도별로 등락을 거듭하고 있으나 2000년도 초반과 비슷한 수준을 유지하고 있음

<표 3-66> 원당과 설탕 수입 현황

기간	원당 ¹⁾			설탕 ¹⁾		
	증량(톤)	금액(천불) ²⁾	단가(\$/kg)	증량(톤)	금액(천불) ²⁾	단가(\$/kg)
2000	1,461,593	292,346	0.20	864	610	0.71
2001	1,515,299	352,476	0.23	409	573	1.40
2002	1,526,135	284,055	0.19	692	719	1.04
2003	1,558,953	291,994	0.19	1,986	1,518	0.78
2004	1,597,247	308,946	0.24	3,566	1,836	0.51
2005	1,618,671	392,488	0.37	4,766	2,470	0.52
2006	1,480,646	543,796	0.29	2,695	2,787	1.03
2007	1,486,557	437,340	0.33	28,734	13,269	0.46
2008	1,615,474	529,264	0.37	29,745	14,247	0.48
2009	1,645,947	613,885	0.52	5,099	4,544	0.89
2010	1,635,701	856,178	0.68	4,227	5,789	1.37
2011	1,627,088	1,102,492	0.57	19,983	19,201	0.98
2012	1,723,055	986,433	0.57	47,031	36,655	0.78
2013	1,735,098	807,907	0.47	144,347	90,070	0.62

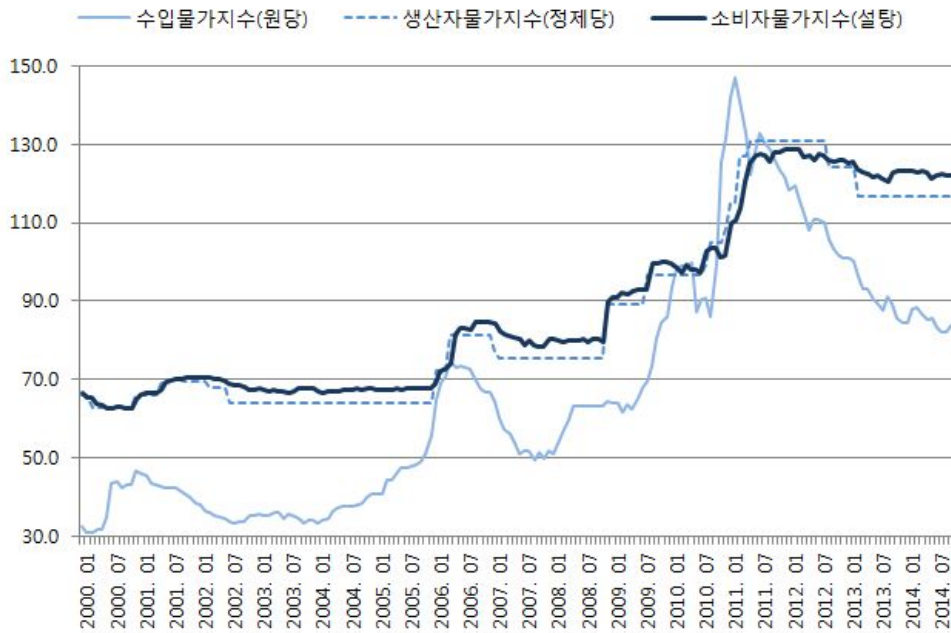
주 1) 통계통합품목분류(HS CODE) 상 원당은 사탕수수당(170111), 사탕무당(170112), 이 류의 소호주 제2호에 규정된 사탕수수당(170113), 당도가 98.5도 이하인 것(170114), 당도가 98.5도를 초과하는 것(1701142000)의 합. 설탕은 향미 또는 착색제가 첨가된 것(170191)과 기타(170199)의 합

주 2) 수입액은 CIF(Cost Insurance Freight) 기준으로 수출국에서 국내 도착할 때까지의 운임과 보험료를 포함

자료 : 수출입무역통계. www.customs.go.kr

- 원당의 수입단가와 물가지수의 관계를 보기 위해 원당의 수입물가지수와 설탕의 생산자·소비자물가지수의 움직임을 보면 과거에는 설탕의 생산자물가지수와 소비자물가지수가 원당의 수입물가지수에 후행하며 비교적 안정적으로 가격에 반영하며 계단형태로 상승했음
 - 계단형태로 물가지수가 상승한다는 것은 수입물가지수가 생산자 가격과 소비자 가격에 비교적 안정적으로 반영되는 것을 의미함
- 2008~2011년에도 이러한 양상은 이어지고 있으나 물가지수의 등락 폭이 크고 주기가 짧아지는 등 매우 불안정한 모습을 보이고 있음
 - 원당의 수입물가지수가 2011년 이후 하향화 추세에 있지만 생산자 및 소비자물가지수는 여전히 높게 유지되고 있음

<그림 3-53> 원당 및 설탕의 수입·생산자·소비자 물가지수 추이



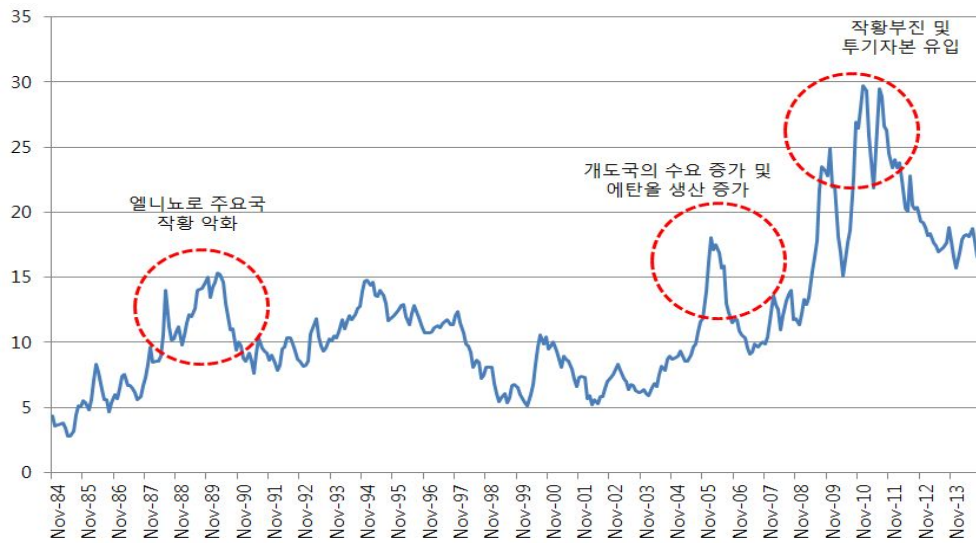
자료 : 통계청, kosis.kr 수입물가지수, 생산자물가지수, 소비자물가지수.

- 원당과 설탕의 수입물량과 수입단가는 국제 원당가격에 큰 영향을 받고 있는데, 국제 원당가격은 과거에는 가격이 높아지면 재배면적을 확대함으로써 차기년도에는 다시 안정세로 돌아오는 양상이 반복되어 왔음
- 하지만 2008~2009년을 기점으로 국제 원당가격이 과거의 가격대로 내려오지 않고 급등락을 반복하며 최근에는 과거 보다 높은 가격을 형성하고 있음
 - 개도국의 설탕 수요 증가와 에탄올 생산 증가로 2005년 6월 파운드당 9.03센트를 시작으로 2006년 2월 파운드당 18.05센트로 급등함
 - 이후 2007년 5월 파운드당 9.09센트까지 하락했으나, 2007년 12월 파운드당 10.45센트, 2008년 9월 14.02센트, 2009년 15.47센트를 기록함
 - 2009년 6월 16.58센트 이후 치솟기 시작하여 2011년 1월 29.74센트를 정점으로 2014년까지 등락을 거듭하며 감소세를 보임
 - 2014년 10월 기준 파운드당 16.48센트를 기록함
- 2007년 하반기부터 주요 생산국 생산량 감소와 바이오 연료 수요 증가, 투기적 거래 증가 등으로 원당 수급이 불안해져 과거보다 가격의 변동성이 커짐에 따라 가격 결정의 메커니즘(mechanism)이 바뀌고 있음¹⁸⁾

18) 이정희·황성혁·주아름(2011). 기초소재식품산업 발전을 위한 정책제언 연구. 대한제당협회 용역 보고서

<그림 3-54> 최근 30년간 국제 원당 가격 추이

(단위 : US cents per pound)



주 : 뉴욕상품거래소(New York Board of Trade)에서 거래되는 Contract No.11 기준
 자료 : Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com,

- 국내로 수입되는 원당은 주로 호주, 태국, 과테말라, 브라질, 필리핀 등에서 들여오고 있는데 이 중 상위 3국이 90%이상(물량 기준)을 차지하여 이들 공급 상황에 따라 수입가격 변동이 영향을 받고 있음
- 세계 원당 수출 시장에서 호주, 태국, 과테말라, 브라질 수출 상위 4개국의 비중이 80% 이상으로 사실상 세계 원당 수출은 이들 국가에 의해 좌우 되고 있음
- 이들 국가의 사탕수수 작황 상황에 따라 국제 시장가격이 변동함

<표 3-67> 최근 3년간 국내 원당 수입량 국가별 현황

기간	국가명	수입증량(톤)	국가명	수입증량(톤)	국가명	수입증량(톤)
1	호주	756,300	호주	945,672	호주	823,765
2	태국	511,137	태국	459,441	태국	495,152
3	과테말라	236,862	과테말라	178,888	과테말라	243,724
4	니카라과	42,000	브라질	62,807	브라질	119,151
5	브라질	34,651	니카라과	35,000	필리핀	49,325
6	엘살바도르	29,320	엘살바도르	22,000	콜롬비아	2,332
7	필리핀	14,540	필리핀	16,664	쿠바	630
8	말레이시아	69	콜롬비아	1,208	아르헨티나	434
9	미국	5	아르헨티나	406	파라과이	144
10	콜롬비아	1,199	쿠바	320	말레이시아	130
	총계	1,627,088	-	1,723,055	-	1,735,098
	상위3개국 비중	92.5%		91.9%		90.1%

주 : 원당은 통계통합품목분류(HS CODE) 상 사탕수수당(170111), 사탕무당(170112), 이 류의 소호주 제2호에 규정된 사탕수수당(170113), 당도가 98.5도 이하인 것(170114), 당도가 98.5도를 초과하는 것(1701142000)의 합

자료 : 수출입무역통계

- 국내 원당 및 설탕 관세율을 살펴보면, 원료당의 기본세율은 3%이며 완제품인 설탕의 경우 기본세율 30%와 반기별 한계수량 5만 톤에 대해 할당관세 5%를 부과하고 있음

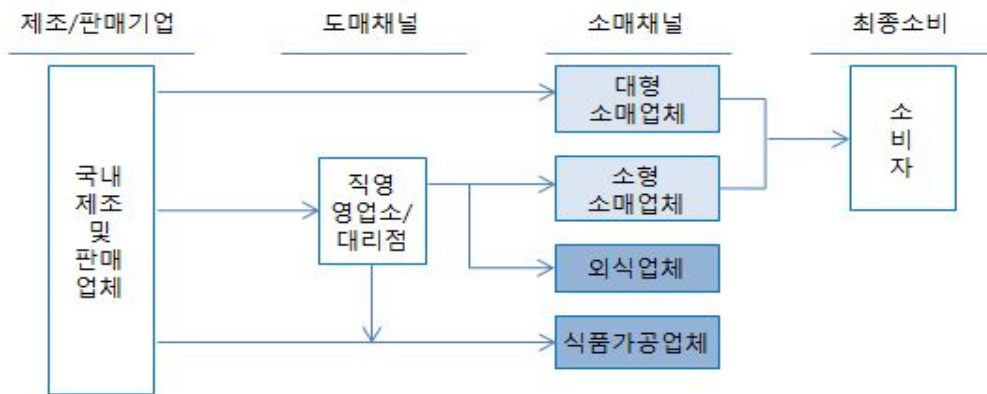
<표 3-68> 국내 원당 및 설탕 관세율

구분	HS코드	품명	기본세율	비고
원당	1701·12·1	당도가 98.5도 이하인 것	3.0%	-
	1701·12·2	당도가 98.5도를 초과하는 것		-
	1701·13	이류의 소호주 제2호에 규정된 사탕수수당		*탄력·양허관세 적용 WTO협정세율 18%
	1701·14·1	당도가 98.5도 이하인 것		FTA(싱가포르, 아세안, 칠레, EFTA, EU, 페루, 미국) 0% 최빈국 특혜관세, 북한산 0% 한·인도 FTA협정세율 1.1% 한·터키 2%, UN개도국 협정세율 2.7%
	1701·14·2	당도가 98.5도를 초과한 것		-
설탕	1701·91	향미제나 착색제가 첨가된 것	30.0%	* 할당관세 5%(한계수량 2014년 하반기 5만톤), WTO협정세율: 85.1% 또는 199.8원
	1701·99	기타		

자료 : 세계HS정보시스템, 대한민국 2014 관세율표

- 설탕 유통경로는 가공용과 일반소비 및 외식업체용 등 용도별로 차이가 있음
 - 식품제조업체에 원료로 공급되는 가공용 설탕은 설탕생산업체에서 식품가공업체로 바로 공급(46%)되는 경우가 많고, 소규모 가공업체에는 직영 영업소 또는 대리점을 통해 공급(14%)됨¹⁹⁾
- 반면 일반 소비와 외식업체용은 영업소와 대리점으로 공급(40%)받고 있으며, 일부 대형마트, 체인형 편의점과 슈퍼마켓 등 대형 소매업체의 경우 제조업체에서 바로 공급받는 경우도 있음
 - 최근 대형유통업체로 직접 납품하는 구조가 증가하고 있는 추세임²⁰⁾
 - 가공식품과 외식업체 등 실수요업체의 비중이 약 85%를 차지함

<그림 3-55> 설탕 유통경로



자료 : 한국농촌경제연구원(2009). 업체 인터뷰 결과 종합

- 소매유통별로는 체인슈퍼(34.5%), 독립슈퍼(32.6%) 등 주로 슈퍼마켓 점유율이 높은 것으로 나타남

<표 3-69> 2013년 설탕 소매유통채널 비중

(단위 : %)

구분	백화점	대형마트	편의점	체인슈퍼	독립슈퍼	일반식품점	전체
비중(%)	0.4	20.6	0.5	34.5	32.6	11.4	100.0

자료 : aT식품산업통계정보(FIS). www.atfis.or.kr. 품목별소매점매출액

19) 공급 비중은 농림축산식품부(2012). 국내설탕시장의 유통구조 개선방안

20) 한국농수산식품유통공사(2013). 가공식품세분화시장 설탕편

3.2. 밀가루

- 밀가루는 식품공전에 따르면 밀을 선별, 가수, 분쇄, 분리 등의 과정을 거쳐 얻은 분말 또는 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것으로 일반 밀가루와 영양강화 밀가루, 기타밀가루를 포함함
 - 일반 밀가루는 단백질 함량과 성질에 따라 강력밀가루, 박력밀가루, 중력밀가루로 나뉨
 - 영양강화밀가루는 일반 밀가루에 영양강화와 관련된 식품 및 식품첨가물을 더한 밀가루를 말함
 - 기타 밀가루는 일반 밀가루와 영양강화 밀가루 이외의 전립 밀가루, 혼합 밀가루, 세몰리나 등을 말함
- 2013년 밀가루의 국내 수요량은 전년대비 큰 폭으로 감소했으나, 2008년 이후 꾸준히 증가해 왔음
 - 국내 수요량(국내 판매량+수입량-수출량)은 2013년 141만 6천 톤으로 연도별로 차이는 있으나 꾸준히 증가하다가 2012년 대비 큰 폭으로 감소함
 - 소비자들의 밀가루 직접 구입은 다소 줄어들고 있기는 하나 밀가루를 주원료로 하는 가공식품과 음식(외식)의 소비가 증가하고 있어 국내 수요량이 꾸준히 증가해온 것으로 풀이됨
 - 국내 판매량은 과거에 비해 2011년과 2012년 크게 증가했다가 2013년 다시 예년 수준으로 회복함. 국내 판매량 증가는 밀가루의 수입량이 크게 줄었기 때문임
 - 수출량은 2008년 이후 꾸준히 상승하여 2013년 기준 1만 5천톤을 기록함
 - 국내 판매액은 2013년 기준 1조 1,593억 원으로 2008년 이후 꾸준히 증가해 왔는데, 이는 외식과 밀가루를 이용한 가공식품에 대한 소비가 증가했기 때문임
 - 수출량과 수출액도 2008년 이후 꾸준히 증가해 2013년 기준 각각 1만 5천 톤, 767만 달러를 기록함

<표 3-70> 밀가루의 생산실적

연도	국내 판매량 (톤)	수입량 (톤)	수출량 (톤)	수요량 (톤)	국내 판매액 (백만원)	수출액 (달러)
2008	1,430,381	60,491	5,369	1,485,503	1,066,963	5,060,133
2009	1,590,318	72,816	6,122	1,657,012	1,163,258	4,298,692
2010	1,453,856	73,272	8,460	1,518,668	1,044,264	5,622,673
2011	1,722,839	32,317	9,557	1,745,599	1,101,124	6,589,183
2012	1,718,562	30,203	10,695	1,738,070	1,140,509	7,121,613
2013	1,405,675	25,304	15,271	1,415,708	1,159,310	7,672,327
증감 ('13/'08)	-1.7%	-58.2%	184.4%	-4.7%	8.7%	51.6%

자료 : 식품의약품안전처(2008~2013). 수출입무역통계

- 유형별 밀가루 시장규모를 살펴보면 2013년 판매액 기준 일반 밀가루가 98.2%로 가장 큰 세분시장을 형성하고 있음
 - 일반 밀가루 유형별로는 중력분이 71.5%를 차지하는데, 이는 국내 수요가 많은 라면과 국수의 용도로 사용되기 때문임
 - 다음으로 강력분 17.0%, 박력분 11.5% 등의 순임

<표 3-71> 2013년 밀가루 유형별의 생산실적

구분	밀가루	영양강화 밀가루	기타 밀가루	합계
국내 판매량(톤)	1,374,250	8,945	22,480	1,405,675
비중(%)	97.8	0.6	1.6	100.0
국내 판매액(천원)	1,138,990	9,245	11,075	1,159,310
비중(%)	98.2	0.8	1.0	100.0

자료 : 식품의약품안전처(2013). 식품 및 식품첨가물 생산실적

- 주요 제조사는 생산과 판매를 병행하는 대한제분, CJ제일제당, 동아원, 한국제분, 삼양밀맥스(삼양사), 대선제분, 삼화제분, 영남제분이 있고, 국산밀 밀가루 제품을 생산하는 우리밀가공공장영농조합법인이 있음
 - 현재 우리밀가공공장영농조합법인을 제외하면 8개 회사에서 11개 공장을 보유하고 있음

- 업계에서는 통상적으로 CJ제일제당, 대한제분, 동아원이 각각 25%를 차지하고, 기타업체가 25%를 차지하는 것으로 보고 있음
- 제분용 밀과 밀가루의 수입물량은 2013년 각각 221만 2천톤, 2만5천톤으로 제분용 밀은 2000년 대비 11.0% 감소했으나, 밀가루는 39배 증가했음
 - 밀 수입증량은 2000년 248만 5천 톤에서 소량이지만 감소하는 추세
 - 특히 2009년의 경우 2008년부터 시작된 애그플레이션으로 국제 밀 가격과 수입금액이 급등함에 따라 수입물량이 감소했음
 - 2010년부터는 다시 이전 수준을 회복하고 있음
 - 반면 밀가루는 수입량이 증가하고 있으며, 특히 밀 가격이 급등 조짐을 보이는 2007년부터 2010년까지 수입량이 증가함
- 수입금액은 제분용 밀과 밀가루가 각각 2013년 8억4,531만불, 1606만불로 2000년 대비 2배, 38배 증가했음
 - 제분용 밀 수입가격은 2000년대부터 꾸준히 상승하였으며, 특히 애그플레이션이 발생했던 2008년 그 수치가 전년대비 2배 증가함
 - 밀가루 역시 2000년 대비 꾸준히 상승했으며, 특히 수입물량이 증가했던 2007~2010년 사이 수입금액이 늘어났음
- 국내로 반입되는 밀 물량의 99.9%는 미국, 호주, 캐나다임
 - 미국, 호주, 캐나다는 주요 밀 생산국으로 이들 세 국가가 전 세계 밀 수출의 50% 이상을 차지함
 - 따라서 이들 국가의 작황상황에 따라 국제 밀 가격과 수입 단가가 영향을 받고 있음

<표 3-72> 제분용 밀과 밀가루 수입 현황

연도	수입증량(톤)		수입금액(천불) ²⁾		수입단가(\$/kg)	
	밀 ¹⁾	밀가루 ¹⁾	밀	밀가루	밀	밀가루
2000	2,484,677	648	377,151	420	0.15	0.65
2001	2,451,116	967	398,123	557	0.16	0.58
2002	2,222,399	1,854	376,448	738	0.17	0.40
2003	2,363,974	5,401	454,811	1,786	0.19	0.33
2004	2,373,546	13,243	486,950	4,773	0.21	0.36
2005	2,315,055	27,097	473,111	9,638	0.20	0.36
2006	2,213,381	34,823	470,356	12,784	0.21	0.37
2007	2,084,711	72,296	595,318	28,052	0.29	0.39
2008	2,257,017	60,491	1,113,147	39,685	0.49	0.66
2009	1,907,243	72,816	555,928	36,246	0.29	0.50
2010	2,074,276	73,272	579,228	34,847	0.28	0.48
2011	2,439,200	32,317	996,339	19,784	0.41	0.61
2012	2,376,445	30,203	839,761	16,335	0.35	0.54
2013	2,211,598	25,304	845,312	16,062	0.38	0.63

주1) 통계통합품목분류(HS CODE) 상 밀은 2000~2011년 기타(제분용 밀)(1001·90-9030), 2012~2013년은 기타(에분용 밀)(1001·99-2090). 밀가루는 밀가루(1101·00-1000) 임

주2) 수입액은 CIF(Cost Insurance Freight) 기준으로 수출국에서 국내 도착할 때까지의 운임과 보험료를 포함

자료 : 수출입무역통계. www.customs.go.kr

<표 3-73> 최근 3년간 국내 밀 수입량 국가별 현황

구분	국가명	2011	2012	2013	합계 (2011~2013)	비중 (%)
수입량 (톤)	미국	1,252,754	1,170,752	1,090,296	3,513,802	50.0
	호주	989,929	1,026,791	951,867	2,968,587	42.2
	캐나다	196,517	178,499	169,435	544,451	7.7
	기타	0	403	0	403	0.0
	합계	2,439,200	2,376,445	2,211,598	7,027,243	100.0
수입 금액 (천불)	미국	495,091	422,445	409,895	1,327,431	49.5
	호주	408,285	342,268	370,643	1,121,196	41.8
	캐나다	92,963	74,911	64,773	232,647	8.7
	기타	0	137	1	138	0.0
	합계	996,339	839,761	845,312	2,681,412	100.0

주 : 통계통합품목분류(HS CODE) 상 2011년 기타(제분용 밀)(1001·90-9030), 2012~2013년은 기타(에분용 밀)(1001·99-2090)

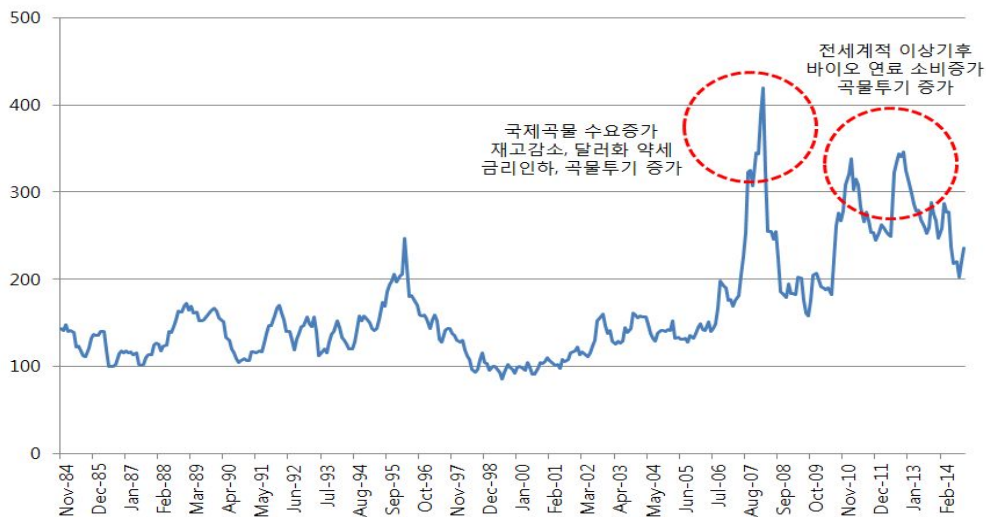
주 : 수입액은 CIF(Cost Insurance Freight) 기준으로 수출국에서 국내 도착할 때까지의 운임과 보험료를 포함

자료 : 수출입무역통계. www.customs.go.kr

- 국제 밀가격은 1991년부터 서서히 상승하여 1996년 4월 톤당 248달러를 정점으로 기록한 이후 점차 감소해 톤당 100~160달러 가격을 형성했던 1980년대 가격 수준으로 회복됨
- 그러나 2005년 하반기부터 서서히 상승하여 2007년 하반기 사료용, 식품용, 에너지용 등 국제 곡물 수요 증가, 재고감소, 달러화 약세, 금리인하, 곡물투기 증가 등의 영향으로 가격이 급등하기 시작함
 - 이에 2008년 2월 톤당 420달러까지 급등함
 - 이후 밀 선물가격이 하락하였으나 2005년 이전보다 여전히 높은 수준이며, 변동폭이 커지고 그 격차도 줄어들어 가격 불안정성이 커졌음
 - 이는 2008년 이후 설탕과 마찬가지로 국제 밀가격 결정의 메커니즘이 바뀐 것을 뜻함

<그림 3-56> 최근 30년간 국제 밀 가격 추이

(단위 : US\$ per metric ton)



주 : HRW, CBOT - CME Group 선물가격 기준

자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com

- 밀과 밀가루 국내 관세율을 살펴보면, 밀가루의 원료인 제분용 밀의 기본세율은 1.8%이며 완제품인 밀가루는 기본세율 3%를 부과하고 있음

<표 3-74> 국내 밀 및 밀가루 관세율

구분	HS코드	품명	기본세율	비고
밀	1001-99-2090	기타 (제분용 밀)	1.8%	WTO협정세율 1.8 FTA협정세율 싱가포르·아세안·칠레·EFTA·EU· 페루·인도·미국 0%, 터키 1.2%, 할당관세 1%
밀가루	1101-00-1000	밀가루	3.0%	-

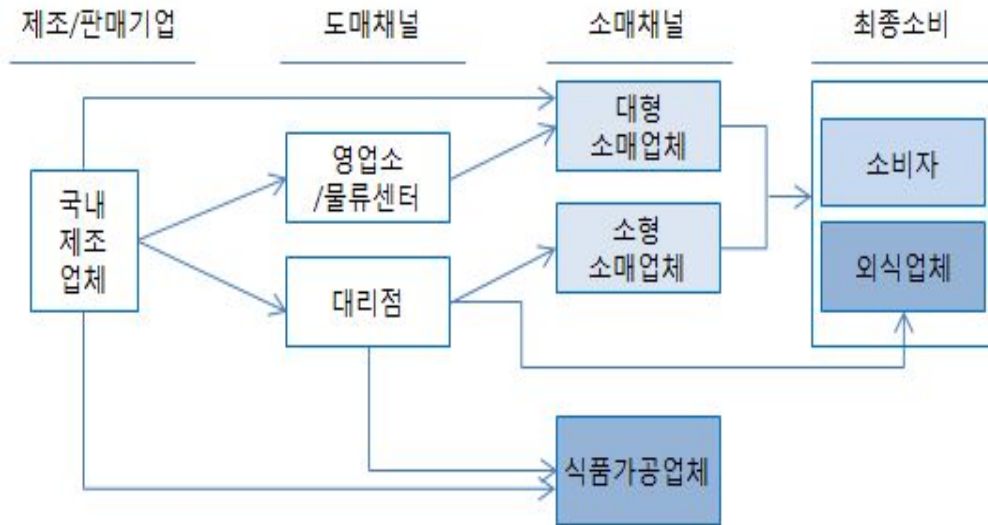
자료 : 세계HS정보시스템, 대한민국 2014 관세율표.

- 밀가루의 유통경로는 크게 2차 가공식품 제조를 위해 밀가루 제조업체에서 바로 식품가공업체로 공급되는 경로와 영업소와 대리점, 소매업체를 통해 소비자와 외식업체로 이어지는 경로가 있음
 - 대형소매업체는 과거에는 주로 밀가루 제조업체의 영업소나 물류센터로 받았으나 최근에는 제조업체에서 바로 공급되는 비중이 증가하고 있음²¹⁾
 - 소규모 유통업체는 대부분 대리점으로부터 공급받음
 - 소비자와 외식업체로 공급되는 밀가루는 도·소매를 경유함
 - B2B와 B2C 판매비중은 88%, 12% 수준²²⁾
- 소비자가 밀가루를 구입하는 소매채널은 주로 독립슈퍼(33.1%)와 체인슈퍼(30.0%)가 가장 높는데, 이는 밀가루가 상황의 필요에 따라 수시로 구입하는 특징이 있기 때문임

21) 한국농촌경제연구원(2009). 국제 원자재가격의 국내 가공식품 가격반영정도 분석

22) 한국은행에서 발행한 산업연관표(구매자가격)를 이용, 제분업 상품의 판매액을 B2B(식품제조업체, 음식점)와 B2C(민간소비)로 나누어 살펴보면 각각 88.2%, 11.8% 공급된 것으로 나타남

<그림 3-57> 밀가루 유통경로



자료 : 한국농촌경제연구원(2009)

<표 3-75> 2013년 밀가루 소매유통채널 비중

구분	백화점	대형마트	편의점	체인슈퍼	독립슈퍼	일반식품점	전체
비중(%)	0.5	18.6	0.8	30.0	33.1	17.0	100.0

자료 : aT식품산업통계정보(FIS). www.affis.or.kr. 품목별소매점매출액

3.3. 식용유

- 식용유는 식품공전 상 식용유지류에 포함되는데, 식용유지류는 유지를 함유한 식물 또는 동물로부터 얻은 원유나 이를 원유로 한 식품을 말함. 여기서는 콩기름, 옥수수기름, 채종유, 미강유 등 식물을 이용하여 만든 가정용 식용유를 주로 다룸
 - 콩기름(대두유)는 콩으로부터 채취한 원유를 식용에 적합하도록 처리한 것을 말하며, 옥수수기름(옥배유)와 채종유(유채유 또는 카놀라유), 미강유(현미유), 올리브유는 각각 옥수수의 배아와 유채, 현미, 올리브로부터 채취한 원유를 이용한 것을 말함
- 식용유지류 국내 판매액은 2013년 1조 5891억원 규모로 2008년 이후 생산량, 생산액, 국내 판매량과 함께 꾸준히 증가하는 추세임

- 생산량과 생산액은 2013년 각각 90만 5천 톤, 1조 6,338억 원으로 2008년 이후 꾸준히 증가하는 추세임
- 국내 판매량과 판매액은 2013년 기준 각각 76만 톤, 1조 5891억 원으로 2008년 이후 꾸준히 증가해 왔음

<표 3-76> 식용 유지류의 생산실적

(단위 : 톤, 백만 원, 천 달러%)

연도	생산량	생산액	판매액			
			국내 판매량	국내 판매액	수출량	수출액
2008	801,373	1,337,463	676,511	1,327,346	9,473	27,306
2009	800,609	1,370,241	713,201	1,380,527	6,011	11,919
2010	888,854	1,500,721	737,041	1,346,251	8,037	17,128
2011	860,948	1,718,784	728,008	1,515,918	21,699	45,464
2012	902,534	1,766,778	770,853	1,698,526	15,930	36,203
2013	905,442	1,633,822	760,727	1,589,096	9,957	25,892
증감 ('13/'08)	13.0	22.2	12.4	19.7	5.1	-5.2

자료 : 식품의약품안전처(2008~2013)

- 식용유지 유형별 국내 판매액을 살펴보면, 콩기름이 37.5%로 소비량이 가장 높은 것으로 나타났으며 다음으로 참기름, 쇼트닝, 채종유, 옥배유 등의 순임

<표 3-77> 2013년 식용유지 유형별의 국내 판매액

구분	2008		2013	
	국내 판매액(백만원)	비중(%)	국내 판매액(백만원)	비중(%)
콩기름(대두유)	487,377	36.7	595,365	37.5
옥수수기름(옥배유)	68,146	5.1	82,078	5.2
채종유(유채유 또는 카놀라유)	67,242	5.1	109,109	6.9
미강유(현미유)	14,469	1.1	25,674	1.6
참기름	164,858	12.4	140,222	8.8
참기름(추출참깨유)	204	0.0	1,614	0.1
들기름	23,127	1.7	20,649	1.3
들기름(추출들깨유)	0	0.0	1,576	0.1
홍화유	89	0.0	-	-
해바라기유	7,760	0.6	20,945	1.3
목화씨기름(면실유)	9,177	0.7	1,011	0.1
올리브유	48,787	3.7	31,803	2.0
팜유류	67,441	5.1	76,765	4.8
야자유	16,105	1.2	15,124	1.0
혼합식용유	46,315	3.5	90,760	5.7
가공유지	52,518	4.0	67,478	4.3
쇼트닝	76,647	5.8	135,354	8.5
마가린류	73,101	5.5	70,107	4.4
고추씨기름	5,086	0.4	1,514	0.1
향미유	28,234	2.1	57,638	3.6
기타 식용유지	70,662	5.3	44,308	2.8
합계	1,327,346	100.0	1,589,096	100.0

자료 : 식품의약품안전처(2008, 2013). 식품 및 식품첨가물 생산실적

- 식약처(2013)에 따르면 식용유지 생산업체는 2013년 기준 총 674개로 2008년 대비 꾸준히 증가해왔음. 주요 생산업체로는 롯데푸드, CJ제일제당, 오뚜기라면, 사조해표, 삼양사 등이 있음
- 업체별 시장점유율은 2013년 국내 판매액을 기준으로 롯데푸드(22.9%)가 가장 높고, 다음으로 CJ제일제당(19.4%), 오뚜기라면(13.4%), 사조해표(13.4%), 삼양사(4.6%) 등의 순으로 5개 기업이 73.8%를 차지함
- 대두유업체는 생산방식에 따라 크게 대두처리가공, 자체정제, 위탁생산/PB업체로 구분할 수 있는데, 대두처리가공은 수입된 대두를 직접 착유하는 업체로 사조해표와 CJ제일제당을 들 수 있음

- 자체정제는 조유를 정제하여 판매하는 유형으로 롯데삼강, 웰가, 삼양웰푸드가 포함되는데, 이들은 주로 마가린과 쇼트닝 등 2차 가공유지 제품을 생산하고 있음
- 위탁생산/PB는 자체 정제하는 제조업체 및 중소기업 등에 위탁생산하는 유형인데, 여기에는 대상, 오뚜기, 이마트 등 대형마트3사 등이 포함됨²³⁾

<표 3-78> 식용유지 생산업체수 및 종업원수

구분	2008	2009	2010	2011	2012	2013
업체수(개소)	621	630	624	670	677	674
종업원 수(명)	10,550	10,722	1,232	8,789	8,643	9,004

자료 : 식품의약품안전처(2008~2013)

<표 3-79> 2013년 식용유지 생산업체 시장점유율

구분	롯데푸드	CJ제일제당	오뚜기라면	사조해표	삼양사	기타	합계
국내 판매액 (백만원)	363,769	308,755	213,258	213,258	73,104	416,952	1,589,096
점유율(%)	22.9	19.4	13.4	13.4	4.6	26.2	100.0

자료 : 식품의약품안전처(2013). 식품 및 식품첨가물 생산실적

<표 3-80> 대두유 생산방식에 따른 분류

생산방법	원재료	회사명	생산공정
대두처리 가공	대두	사조해표, CJ제일제당	대두→정선→조쇄→탈피→가열→압편→추출→ 증발→탈검→탈산→탈색→탈취→콩기름 *박건조→박냉각→분리→분쇄→대두박
자체정제	조유	롯데삼강, 웰가, 삼양웰푸드	수입 원유(조유)→탈산→탈색→탈취→콩기름
위탁생산/PB	조유	대상, 오뚜기, 이마트, 홈플러스, 롯데마트	수입 원유(조유)→탈산→탈색→탈취→콩기름

자료 : 농축수산신문(2010). 2010-2011 한국식품연감

- 식용유지는 해당 식물성 원료 등을 착즙하는 단순가공 형태이기 때문에 주원료는 단순한 편임. 제품의 종류에 따라 대두, 옥수수 등의 곡물

23) aT한국농수산식품유통공사(2011). 가공식품 세분화시장 현황조사: 식용유편

및 두류와 대두유, 팜유류, 팜유류, 옥배유 등의 조유류가 있으며, 참깨 등을 제외하면 100% 수입하여 사용하고 있음

- 원료 수입국은 업체별로 차이는 있으나 주로 대두는 미국, 브라질, 올리브유는 스페인, 카놀라유는 캐나다, 포도씨유는 프랑스 등에서 수입하고 있음²⁴⁾

<표 3-81> 식용유지 주요 원료(2012년 기준)

원료		원료 사용량(톤)	국산비중(%)
전체		276,943	0.0
곡류 및 곡분	보리	400	100.0
	옥수수	36,958	0.0
두류 및 서류	대두	1,269	0.0
양념채소류	건고추	29	10.0
특용작물류	참깨	26,841	5.4
수산물류	천일염	3	100.0
식용유지류	대두유	186,246	0.0
	팜유류	8,117	0.0
	옥배유	2,823	0.0
	해바라기유	34	0.0
	참기름	826	0.0
기타	기타	13,398	7.7

자료 : 한국농수산물유통공사(2012). 식품산업 분야별 원료소비 실태조사

- 국내로 수입되는 대두 물량은 2013년 8억2971만 톤으로 2008년 대비 지속적으로 감소한 반면, 조유의 경우 2013년 2억7288만 톤으로 2008년 이후 지속적으로 증가한 것으로 나타남

<표 3-82> 국내의 대두와 조유 수입 현황

기간	대두			대두유(조유)		
	수입증량(톤)	수입금액(천불)	수입단가(\$/kg)	수입증량(톤)	수입금액(천불)	수입단가(\$/kg)
2008	1,016,809	561,855	0.55	204,426	246,530	1.21
2009	810,953	399,623	0.49	238,095	206,581	0.87
2010	947,000	413,552	0.44	255,458	227,071	0.89
2011	820,746	447,561	0.55	275,158	349,574	1.27
2012	814,140	473,393	0.58	330,585	411,177	1.24
2013	829,708	497,490	0.60	272,884	299,530	1.10

주 : HS코드 대두 - 2008~2011년은 1201001010, 2012~2013년 120190(채유 및 탈지대두박용)

대두유 - 원료에 해당하는 식품용 조유(1507.101)

자료 : 수출입무역통계

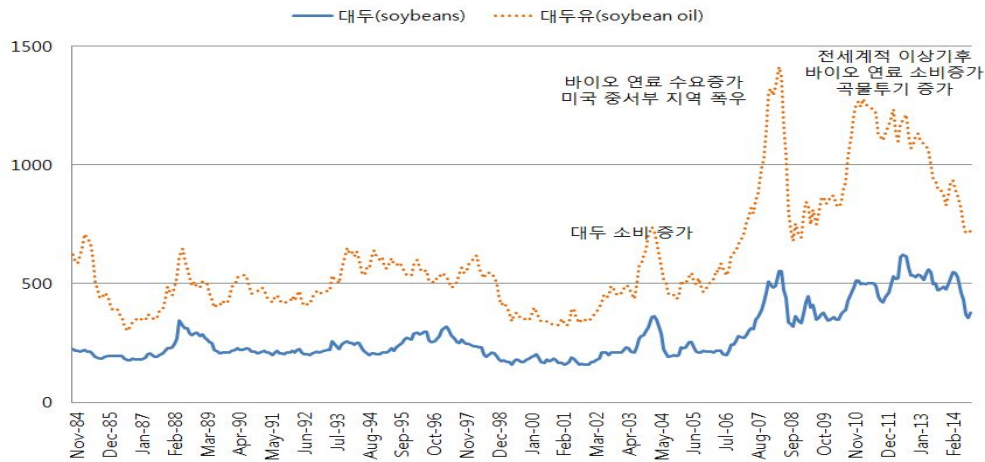
24) aT한국농수산물유통공사(2011). 가공식품 세분화시장 현황조사: 식용유편

- 국제 대두 가격은 1980년부터 1990년대까지는 톤당 200~300달러 수준에서 움직였으나, 2002년 7월 톤당 209달러를 기점으로 대두 소비량이 생산량을 상회하고, 재고량이 감소함에 따라 급등하기 시작해 2004년 4월 톤당 364달러라는 높은 가격에 거래됨
- 이후 생산량 증가가 전망되면서 가격 하락하였으나, 바이오 에너지 수요증가와 생산량 감소 전망, 달러화 약세, 투기자본 유입 등이 맞물리며 2007년 하반기부터 대두와 대두유 가격이 급등하기 시작함
- 대두 가격은 2008년 톤당 554달러를 기록하며 일시적으로 하락 했지만, 2005년 이전보다 높은 가격대로 불안정한 모습을 보임
 - 2010년 하반기에는 전 세계적인 이상기후와 바이오 연료 소비증가, 곡물투기가 증가함에 따라 가격이 급등함
- 대두와 대두유 가격은 2008년 이전에는 일시적으로 상승하고 다시 이전 수준을 회복하기도 했으나, 2008년 이후 각국의 바이오 연료정책에 따라 대두수요 증가와 투기적 거래 증가로 과거보다 높은 수준을 유지하고 있으며, 그 변동성도 더욱 커지는 양상임²⁵⁾(그림 3-58)
 - 특히 대두는 옥수수와의 순환경작 관계로 옥수수와 해를 번갈아가며 재배되고 있어 두 곡물은 재배지역 측면에서 대체재적 성격을 갖고 있음. 즉, 옥수수 가격상승은 대두 생산감소와 재고감소, 대두가격 상승으로 이어질 수 있으며 현재 바이오 에너지 수요 증가, 사료용 대두 수요 증가로 인해 대두 가격의 상승세는 앞으로 지속될 것으로 전망되고 있음
- 국내로 반입되는 대두 수입량은 브라질, 미국, 파라과이가 100%를 차지하며, 대두유 수입량은 77% 아르헨티나임(표 3-83)

25) 이정희·황성혁·주아름(2011). 기초소재식품산업 발전을 위한 정책제언 연구. 대한제당협회 용역 보고서

<그림 3-58> 최근 30년간 국제 대두 및 조유 가격 추이

(단위 : US Dollars per Metric Ton)



주 : CBOT - CME Group 선물가격 기준

자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com

<표 3-83> 최근 3년간 국내 대두 수입량 국가별 현황

구분	국가명	2011	2012	2013	합계	비중(%)
대두 수입량 (톤)	브라질	384,376	353,465	396,824	1,134,665	46.0
	미국	347,094	305,036	342,334	994,464	40.4
	파라과이	89,276	155,639	90,455	335,370	13.6
	기타	0	0	94	95	0.0
	합계	820,746	814,140	829,708	2,464,594	100.0
대두 수입액 (천불)	브라질	215,667	205,760	233,572	654,999	46.2
	미국	182,753	181,116	211,482	575,351	40.6
	파라과이	49,140	86,517	52,382	188,039	13.3
	기타	0	0	54	55	0.0
	합계	447,561	473,393	497,490	1,418,444	100.0
대두유 수입량 (톤)	아르헨티나	223,461	263,722	189,302	676,485	77.0
	미국	25,370	4,991	46,856	77,217	8.8
	베트남	12,982	47,932	19,444	80,358	9.1
	기타	13,345	13,941	17,282	44,568	5.1
	-	275,158	330,585	272,884	878,627	100.0
대두유 수입액 (천불)	아르헨티나	284,065	325,885	202,727	812,677	76.6
	미국	31,729	6,408	54,511	92,648	8.7
	베트남	16,752	61,018	21,825	99,595	9.4
	기타	17,029	17,865	20,467	55,361	5.2
	-	349,574	411,177	299,530	1,060,281	100.0

주 : 통계통합품목분류(HS CODE) 채유 및 탈지대두박용(2011년 : 1201·00-1010, 2012~2013년 : 1201·90-1000), 식품용 대두유조(1507·10-1000)

주 : 수입액은 CIF(Cost Insurance Freight) 기준으로 수출국에서 국내 도착할 때까지의 운임과 보험료를 포함

자료 : 수출입무역통계. www.customs.go.kr

○ 기본세율은 대두가 3.0%, 대두유가 5.4%임

<표 3-84> 국내 대두 및 대두유 관세율

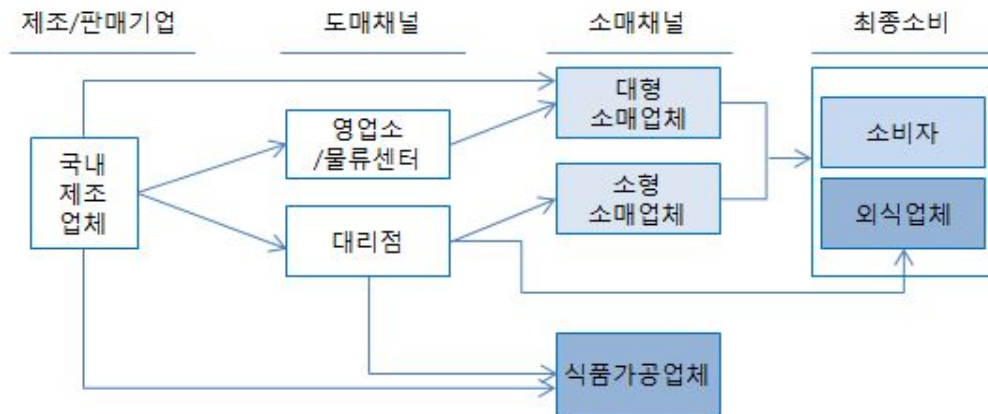
구분	HS코드	품명	기본세율	비고
대두	1201.00-1000	대두(채유 및 탈지 대두박용)	3.0%	FTA협정세율 싱가포르 398.4%, 아세안 13% 조정관세 50%, 특별긴급관세 487.0%
조유	1507.10-0000	대두유(조유)	5.4%	WTO협정세율 5.4%, FTA협정세율(싱가포르, 아세안, EFTA) 4.9~5.0%

자료 : 세계HS정보시스템, 대한민국 2014 관세율표.

○ 대두유의 유통경로는 크게 영업소/물류센터, 소매업체, 소비자 및 외식업체 경로와 제조업체 직영 혹은 대리점을 통한 식품가공업체로 공급되는 경로가 있음

- 일반소비의 경우 기존 도·소매를 거친 전통적인 유통경로보다 최근 대형마트 및 체인형 슈퍼마켓, 편의점 등 신유통 채널의 일반화로 대형유통업체로 바로 공급되는 비중이 증가하는 추세
- 전체 유통경로별 식용유 공급 비중은 업체마다 차이는 있지만 대략적으로 가정·외식업체용 공급 비중이 약 30%를 차지하며, 나머지는 식품제조업체 가공용으로 공급됨²⁶⁾

<그림 3-59> 대두유 유통경로



26) 농촌경제연구원(2009). 국제 원자재가격의 국내 가공식품 가격반영정도 분석

- 가정용 식용유의 소매유통채널은 주로 대형마트(49.8%)와 편의점(24.8%) 등으로 나타남

<표 3-85> 2013년 가정용 식용유 소매유통채널 비중

구분	백화점	대형마트	편의점	체인슈퍼	독립슈퍼	일반식품점	전체
비중(%)	0.0	49.8	24.8	0.8	18.2	6.4	100.0

자료 : aT식품산업통계정보(FIS). www.atfis.or.kr. 품목별소매점매출액

3.4. 커피

- 식약처에 따르면 커피는 커피원두를 가공한 것이거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것으로 볶은커피와 인스턴트커피, 조제커피, 액상커피로 나뉨
 - 볶은커피는 커피원두를 볶은 것 또는 이를 분쇄한 것으로 원두커피라고도 함
 - 인스턴트커피는 볶은커피의 가용성 추출액을 건조한 것으로 분말이나 알갱이 타입으로. 이를 용해시켜 간단히 마실 수 있는 커피로 인스턴트 원두커피라고 불림. 스틱형태의 원두커피가 여기에 포함됨
 - 조제커피는 커피믹스라고도 하며 인스턴트커피에 분말 프림, 설탕 등이 혼합되어 간편하게 음용할 수 있도록 한 제품
 - 액상커피는 즉석으로 마실 수 있도록 준비된 액상커피 제품으로 커피 함유량이 5%이상인 유음료 제품도 포함. 패키지 타입별로 캔, 컵, 포일백, 젯병, 병 등이 있음
- 2013년 커피 생산량과 생산액은 각각 65만7천 톤, 1조6547억 원으로 2008년 이후 지속적으로 증가함
 - 2010년 국내 판매량이 전년대비 13.1%로 크게 늘어났는데, 이는 인스턴트 커피 고급화가 진행됨에 따라 남양유업 ‘프렌치카페 카페믹스’ 등 조제커피(커피믹스)와 액상커피 판매량이 늘었기 때문임
 - 2013년은 인스턴트커피와 조제커피의 판매량이 크게 늘어 전년대비 14.3% 증가했는데, 이는 기존에 출시된 스틱원두커피 품질의 업그레이드

이드, 신제품 출시, 커피전문점의 스틱원두커피 제품 출시, 커피믹스 제품 품질 업그레이드 등의 영향임

<표 3-86> 커피의 생산실적

연도	생산량 (톤)	생산액 (백만원)	판매액			
			국내 판매량 (톤)	국내 판매액 (백만원)	수출량 (톤)	수출액 (달러)
2008	402,763	933,504	269,996	1,155,442	7,782	71,943,559
2009	403,225	862,003	336,738	1,301,267	11,588	52,297,019
2010	584,627	1,319,029	380,794	1,764,679	11,058	61,478,886
2011	560,931	1,574,619	323,797	1,257,002	17,819	105,742,243
2012	610,780	1,658,265	376,812	1,348,922	19,916	117,244,688
2013	656,767	1,654,652	430,752	1,992,123	19,231	116,142,671
증감 ('13/'08)	63.1%	77.3%	59.5%	72.4%	147.1%	61.4%

자료 : 식품의약품안전처(2008~2013)

- 국내 커피 생산업체수를 살펴보면 최근 커피시장의 성장이 급증한 것을 알 수 있음. 2013년 커피 생산업체수와 종업원 수가 각각 1천189개, 1만4887명으로 2008년 대비 각각 347.0%, 51.6%로 큰 폭으로 증가함
- 2013년 국내 판매액 기준 커피 생산업체의 시장점유율을 살펴보면, 동서식품(43.1%)과 롯데칠성음료(12.0%)가 55.1%를 차지한 것으로 나타남

<표 3-87> 커피 생산업체수 및 종업원수

구분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	증감율 (%) (2013/2008)
업체수(개소)	266	373	478	702	894	1,189	347.0
종업원 수(명)	9,823	8,006	9,447	14,524	16,212	14,887	51.6

자료 : 식품의약품안전처(2008~2013)

<표 3-88> 2013년 커피 생산업체 시장점유율

구분	동서식품	롯데칠성음료	빈블레스	남양유업	한국네슬레	기타	합계
국내 판매액 (백만원)	858,136	238,135	174,891	122,560	111,355	487,046	1,992,123
점유율 (%)	43.1	12.0	8.8	6.2	5.9	24.4	100.0

자료 : 식품의약품안전처(2013). 식품 및 식품첨가물 생산실적

○ 커피유형별 국내 판매량을 살펴보면, 볶은커피와 인스턴트커피, 액상커피의 물량증가가 두드러짐

- 2000년 후반부터 고급 커피에 대한 수요 증가로 볶은커피(원두커피)와 스틱 등의 인스턴트 커피 국내 판매량이 증가함
- 한편 간편하게 먹을 수 있는 간편식 소비패턴이 반영되어 바로 먹을 수 있는 RTD(Ready To Drink)커피인 액상커피 국내 판매량이 증가함

<표 3-89> 커피 유형별의 국내 판매량 추이

구분	국내 판매량(톤)						국내 판매량 비중(%)					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2008	2009	2010	2011	2012	2013
볶은커피	4,058	7,917	5,702	8,119	11,844	12,800	1.5	2.4	1.5	2.5	3.1	3.0
인스턴트커피	13,874	12,282	10,032	7,611	8,898	45,984	5.1	3.6	2.6	2.4	2.4	10.7
조제커피	122,367	133,253	161,353	75,000	82,438	142,140	45.3	39.6	42.4	23.2	21.9	33.0
액상커피	129,697	183,286	203,708	233,067	273,632	229,828	48.0	54.4	53.5	72.0	72.6	53.4
전체	269,996	336,738	380,794	323,797	376,812	430,752	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료 : 식품의약품안전처(2013). 식품 및 식품첨가물 생산실적

○ 커피의 주요 원료는 커피원두, 인스턴트커피, 볶은커피 등의 원재료와 원유, 백설탕 등 부재료임. 원유와 정제소금, 과당류 등을 제외하면 대부분 수입에 의존하고 있는 실정임

<표 3-90> 커피 주요 원료(2012년 기준)

원료	원료 사용량(톤)	국산비중 (%)	원료	원료 사용량(톤)	국산비중 (%)		
전체	61,515	45.2	당류	백설탕	18,339	0.0	
우유 및 유가공품	원유	27,368		100.0	갈색설탕	1	0.0
	전지분유	69		28.0	포도당류	14	0.0
	탈지분유	315		12.3	과당류	878	41.0
	유크림	96		0.0	커피 및 커피류	커피원두	12,549
수산물류	정제소금	11	100.0	볶은커피		597	0.0
				인스턴트커피		1,182	0.0
전분류	변성전분(텍스트린)	76	0.0	코코아가공품	코코아원두	19	0.0

자료 : 한국농수산식품유통공사(2012). 식품산업 분야별 원료소비 실태조사

- 커피 총 수입량은 2013년 기준 각각 11만3천 톤 볶은 커피와 액상커피의 국내 생산량이 급증했던 2012년을 제외하면 2000년 이후 꾸준히 증가해왔음. 특히 2000년 초에 1%도 채 되지 않았던 볶은 커피의 비중이 최근 들어 5%를 상회함
- 수입금액은 2013년 기준 4억1533만 불로 국제 커피 가격이 하락했던 2001~2003년과 2012~2013년의 경우 평년대비 수입금액이 감소한 것으로 나타남
- 생두와 원두(볶은 커피)의 비중은 2013년 물량기준 각각 95%, 5%이며, 금액기준으로는 76%, 24%임. 볶은 커피의 비중이 증가하는 추세임

<표 3-91> 커피 수입 현황

기간	수입종량(톤)			수입종량 비중(%)			수입금액(천 불)			수입금액 비중(%)		
	생두	원두	합계	생두	원두	합계	생두	원두	합계	생두	원두	합계
2000	75,569	529	76,098	99.3	0.7	100.0	107,677	4,737	112,414	95.8	4.2	100.0
2001	74,487	682	75,169	99.1	0.9	100.0	65,983	6,117	72,100	91.5	8.5	100.0
2002	79,375	813	80,188	99.0	1.0	100.0	63,635	7,435	71,070	89.5	10.5	100.0
2003	74,419	806	75,225	98.9	1.1	100.0	71,455	7,094	78,549	91.0	9.0	100.0
2004	81,571	1,034	82,605	98.7	1.3	100.0	86,347	9,597	95,944	90.0	10.0	100.0
2005	83,327	1,210	84,537	98.6	1.4	100.0	129,084	11,469	140,553	91.8	8.2	100.0
2006	84,929	1,613	86,542	98.1	1.9	100.0	146,718	16,000	162,718	90.2	9.8	100.0
2007	84,543	2,521	87,064	97.1	2.9	100.0	177,821	26,058	203,879	87.2	12.8	100.0
2008	97,820	3,082	100,902	96.9	3.1	100.0	252,052	37,055	289,107	87.2	12.8	100.0
2009	96,927	3,535	100,462	96.5	3.5	100.0	234,035	42,211	276,246	84.7	15.3	100.0
2010	107,152	4,472	111,624	96.0	4.0	100.0	316,070	55,534	371,604	85.1	14.9	100.0
2011	116,396	5,443	121,839	95.5	4.5	100.0	528,089	90,523	618,612	85.4	14.6	100.0
2012	100,228	5,384	105,612	94.9	5.1	100.0	385,131	92,003	477,134	80.7	19.3	100.0
2013	107,112	6,128	113,240	94.6	5.4	100.0	317,742	97,584	415,326	76.5	23.5	100.0

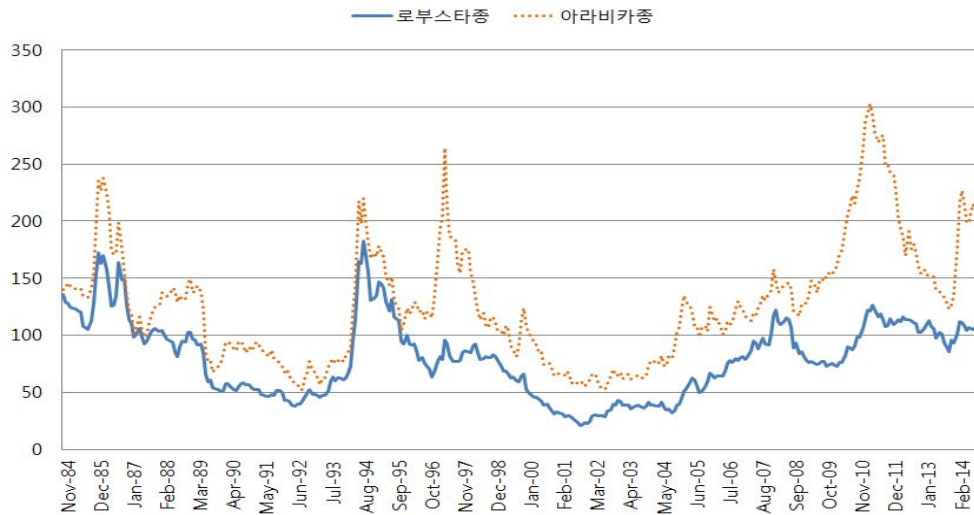
주 : 관세청 HS코드 상 생두는 볶지 않은 커피(0901.1)와 원두는 볶은 커피(0901.2)
 자료 : 수출입무역통계

- 최근 30년간 커피 가격을 살펴보면, 인스턴트 커피에 주로 사용되는 로부스타종 가격은 2014년 11월 파운드당 107센트로 아라비카종(파운드당 213센트)의 50% 수준임
- 아라비카는 전 세계 커피 생산량의 70%를 차지하며, 단맛과 신맛이 강하며 향기가 뛰어난 등 품질이 좋아 로부스타에 비해 고가로 취급됨

- 로부스타종은 소량으로 생산되며, 맛과 품질이 떨어져 인스턴트커피에 주로 사용되며 가격이 아라비카에 비해 낮게 거래됨
- 로부스타종 가격은 1980년대 중반, 1990년대 중반 급등한 것을 제외하면 비슷한 수준이며, 2010년 이후부터 과거보다 상대적으로 안정적인 경향을 보임
- 아라비카종은 최근 들어 전 세계적으로 프리미엄 커피에 대한 수요가 늘어남에 따라 가격 등락을 거듭하고 있음

<그림 3-60> 최근 30년간 커피 가격 추이

(단위 : US cents per Pound)



주 : 로부스타종-뉴욕상업거래소 현물가격 기준, 아라비카종은 CBOT - CME Group 선물가격 기준
 자료: Index Mundi, Commodity Price Indices, www.intexmundi.com

- 국내 커피의 관세율은 생두가 2% 기본세율, 볶은 커피가 8%임

<표 3-92> 국내 커피 관세율

구분	HS코드	품명	기본세율	비고
생두 (볶지 않은 커피)	0901.1	커피(볶지 않은 것으로 한정한다), 커피의 껍데기와 껍질, 커피를 함유한 커피대용물	2.0%	볶지 않은 커피(원두) 탄력·양허세율 1.2%
원두(볶은커피)	0901.2	커피(볶은 것으로 한정한다)	8.0%	

자료 : 세계HS정보시스템, 대한민국 2014 관세율표

- 국내의 커피 주 수입국가는 베트남과 브라질, 콜롬비아, 페루 등임
 - 생두의 경우 베트남, 브라질, 콜롬비아, 페루 등에서 주로 수입함
 - 원두(볶은커피)의 경우 미국, 이탈리아, 일본 등에서 주로 수입함. 볶은 커피의 경우 커피 유통업체가 주로 미국, 이탈리아 등의 기업으로 이들이 생두를 수입하여 볶아서 각국에 수출하기 때문임

<표 3-93> 2013년 국내 커피 수입 주요 국가별 비중

구분	베트남	브라질	콜롬비아	페루	온두라스	기타	합계
수입량(톤)	35,841	20,635	13,581	12,445	7,121	24,730	114,352
점유율(%)	31.3	18.0	11.9	10.9	6.2	21.6	100.0
수입액(천불)	70,805	63,208	48,340	37,065	22,632	173,433	415,479
점유율(%)	17.0	15.2	11.6	8.9	5.4	41.7	100.0

주 : 관세청 HS코드 상 커피(901)로 원두와 인스턴트커피를 포함
 자료 : 수출입무역통계

- 소비자들은 커피를 주로 대형마트와 편의점, 체인슈퍼, 독립슈퍼 등에서 구입함
 - 구입채널비중은 품목별로 차이가 있는데 인스턴트커피와 조제커피의 경우 대형마트가 각각 52.3%, 41.2%로 높게 나타남
 - 액상커피의 경우 편의점(61.3%)의 비중이 절대적으로 높음

<표 3-94> 2013년 커피 소매유통채널 비중

(단위 : %)

구분	백화점	대형마트	편의점	체인슈퍼	독립슈퍼	일반식품점	전체
인스턴트커피	1.2	52.3	2.6	20.3	17.6	5.9	100.0
조제커피 (커피믹스)	0.7	41.2	4.7	24.2	20.1	9.0	100.0
액상커피	0.4	7.6	61.3	6.2	7.0	17.5	100.0
전체	0.6	28.3	27.8	16.5	14.5	12.3	100.0

자료 : aT식품산업통계정보(FIS). www.atfis.or.kr. 품목별소매점매출액

제 4 절 . 소 결

4.1. 가공식품 주요 품목 물가분석

□ 소비자물가지수가 가장 크게 오른 품목은 비스킷(689.7%), 떡 (459.4%), 생선통조림(422.7%) 등의 순임

○ 생선통조림과 우유를 제외하면, 소비자물가지수가 크게 오른 상위권 품목에 비스킷, 떡, 스낵과자, 초코파이, 케이크, 빵, 라면이 있는데, 이들은 주로 곡물을 원료로 한다는 공통된 특징을 가지고 있음

- 특히, 밀의 대부분을 해외에서 수입해야 하는 상황 속에서, 국제 곡물가격 및 환율 상승 등이 이들 품목 가격 상승에 큰 영향을 주었음

<그림 3-61> 품목별 소비자물가지수 증가율 : 85.1~14.10

(단위: %)



□ 대부분의 가공식품들은 1990년대에 가장 높은 물가 증가율을 보였는데, 이는 생필품 가격 상승을 억제했던 물가정책이 풀리면서 일제히 가격이 오르기 시작함

○ 또한, 1990년대 후반에 발생한 외환위기로 환율이 급등하면서, 원료의 해외 의존도가 높은 가공식품들은 1990년대에 큰 폭의 가격 상승이 발생함

<표 3-95> 시대별 주요가공식품의 소비자물가지수 증가율

(단위: %)

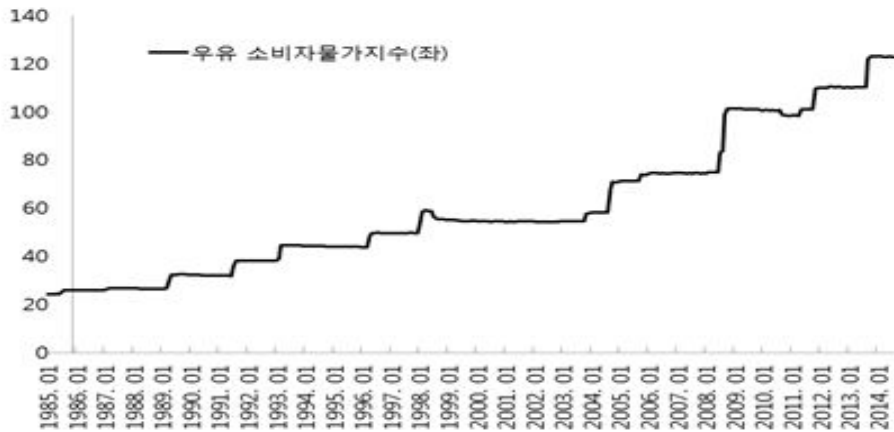
구 분	85.1~89.12	90.1~99.12	00.1~09.12	10.1~14.10
케이크	16.3	149.0	16.6	14.5
빵	15.4	104.7	31.7	27.7
비스킷	2.9	180.8	93.1	41.2
라면	-5.2	74.1	64.9	6.1
초코파이	8.2	68.2	58.9	39.4
떡	52.5	126.3	37.9	13.1
스낵과자	-0.3	88.3	95.7	23.7
아이스크림	13.9	161.4	17.6	27.3
설탕	13.9	161.4	17.6	27.1
커피	22.6	86.1	57.0	11.5
탄산음료	4.2	58.6	52.5	42.1
식용유	-17.6	72.8	86.7	10.0
햄	-1.4	36.7	61.4	23.3
소시지	16.9	16.6	60.7	16.8
생선통조림	51.1	62.3	79.1	21.5
어묵	15.5	38.2	36.0	19.8
우유	34.2	68.9	84.9	22.1
발효유	10.1	43.7	34.8	14.7
분유	24.1	28.2	11.1	22.2
과실주스		43.4	47.8	16.2

□ 대부분의 가공식품들은 계단식 형태로 가격이 상승하는 형태를 취하고 있음

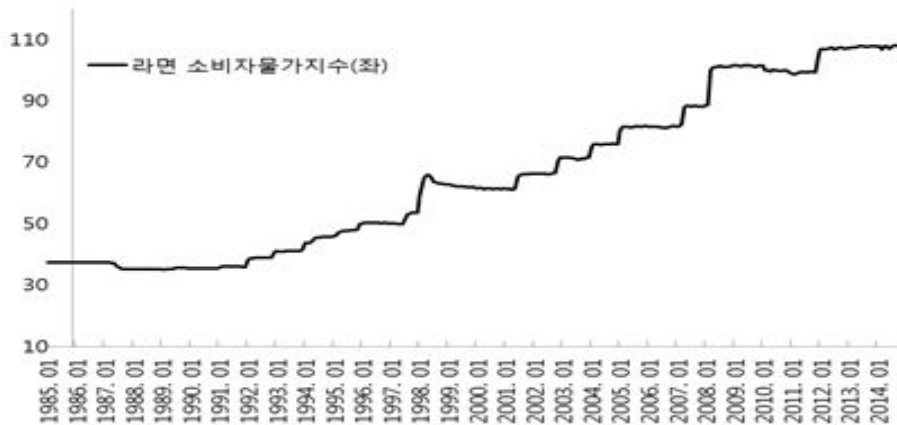
○ 즉, 일정기간 동안 같은 가격 또는 비슷한 가격대가 유지되다가 어떤 특정 시점에 가격이 큰 폭으로 상승한 뒤, 상승한 가격이 일정기간 동안 유지되는 형태를 보임

- 특히, 생필품에 가까운 제품일수록 계단식 형태로 가격이 상승하는 모습이 뚜렷하게 나타남
- 이는 사회적으로 이들 가격에 대한 감시가 이루어지거나, 정부에 의해 가격 상승이 통제되는 경우에 이러한 가격 상승의 형태를 가짐

<그림 3-62> 우유의 소비자물가지수 추이



<그림 3-63> 라면의 소비자물가지수 추이



□ 가공식품의 가격 상승에 영향을 주는 요인들은 수요와 비용요인이 복합적으로 작용하여 가격을 인상시키고 있음

○ 다만, 품목의 특성에 따라 수요요인에 영향을 더 받거나, 비용요인에 더 영향을 받는 정도의 차이가 있음

- 그러나 국내 가공식품의 대부분이 수입 원료에 의존한다는 특성 때문에 대부분의 가공식품은 수입원료 가격이 가공식품 가격 상승의 주요 요인으로 작용하고 있음
- 국산원료를 사용하여 가공하는 품목들(육가공품 및 낙농품)은 국산원료 가격이 가공식품 가격 상승에 주요 요인으로 작용함
- 그 다음으로서는 인건비 상승이 가공식품 가격 상승에 영향을 주고 있음
- 일부 품목(떡, 빵, 아이스크림)에서는 식품제조업체의 판매관리비 상승이 가격상승에 중요한 영향을 미치고 있음

<표 3-96> 가공식품 가격 상승에 미치는 요인별 중요도¹⁾

구분	수요요인 (소득 증가)	비용요인				
		수입 가격	원료 상승	국산원료 상승	인건비 상승	기타 (판매관리비 상승 등)
케이크	◎	●			◐	
빵		●			◐	◎
비스킷	◎	●				
라면		◎			●	
초코파이		◎				
떡	●		◎		○	◐
스낵과자		◎				
아이스크림		○			●	◎
설탕		◎				
식용유		◎				
햄	◎		●		○	
소시지	◎		●		○	
어묵		◎				
생선통조림		◎			●	
우유 ²⁾						
분유			◎		●	
발효유	●		◎			
커피		◎				
탄산음료	◎	●				
과일주스		◎				

주1) ◎ 상대적으로 가격상승에 가장 많은 영향을 줌 ● 상대적으로 가격상승에 많은 영향을 줌
 ◐ 상대적으로 가격상승에 보통정도의 영향을 줌 ○ 상대적으로 가격상승에 조금 영향을 줌
 주2) 우유는 어떤 요인에도 영향을 받지 않는 것으로 나옴

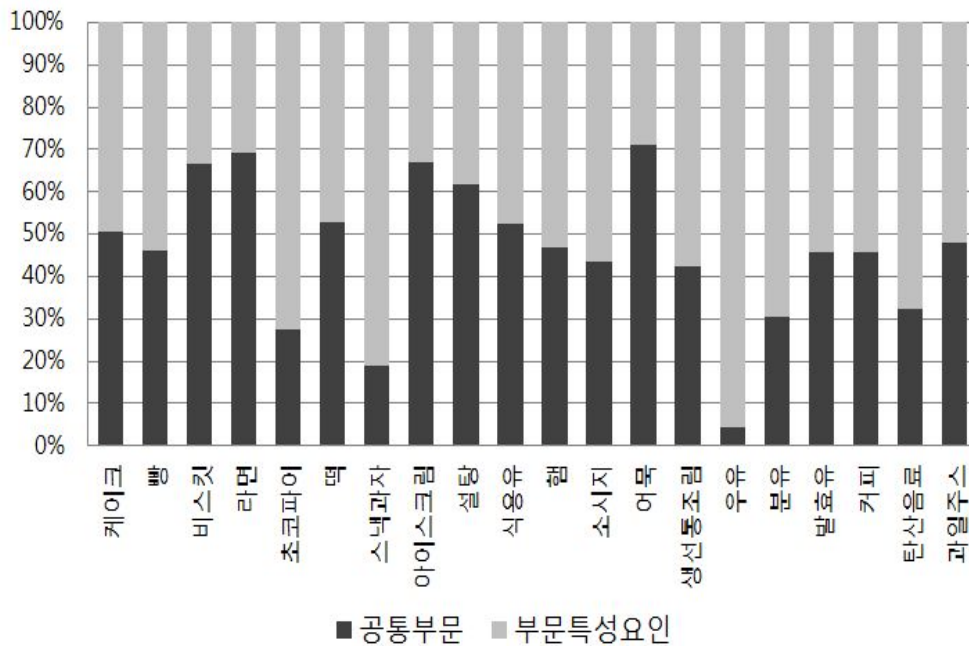
□ 가공식품들은 수요 증가, 원료가격 인상, 인건비 상승 등과 같은 공통요인에 의해 가격 상승의 원인을 설명할 수 있는 부분보다 각 품목의 부문 특성 요인에 의한 가격변동의 정도가 큰 것으로 나타남

○ 공통요인이란 수요 및 비용요인을 통해 물가 상승의 원인을 설명할 수 있는 부분(회귀분석 결과의 조정된 설명계수)을 말함²⁷⁾

27) 회귀분석에서 사용된 변수 및 계수 값의 신뢰도에 따라 설명계수 값이 바뀔 수 있기 때문에 본 결과는 강건한(robust) 결과라고 할 수 없음.

- 부문특성 요인은 수요 및 비용요인 변수로 물가 상승의 원인을 설명할 수 없는 부분을 말함
- 부문특성 요인의 비중이 크다는 것은, 공통요인으로 설명할 수 없는 그 품목 시장만이 갖는 고유한 특성(예를 들면, 단단계 유통구조 인한 유통마진 증가, 가격 결정의 정부 개입 등)들이 가격 상승에 더 많은 영향을 준다는 것을 의미함

<그림 3-64> 가공식품 가격 상승 공통요인에 대한 설명력



- 가공식품의 특성에 따라 가격이 상승하는 요인에 차이가 있지만, 원료의 해외 의존도가 높은 품목들은 세계 경제 불안 요인이 발생할 때마다 가격이 큰 폭으로 상승하는 것으로 나타남
- 수요변동에 의한 가격상승도 있지만, 주로 원재료의 가격 상승으로 인해 발생하는 가격 상승이 더 많은 것으로 보임
 - 따라서 가공식품의 가격은 원재료 가격에 영향을 미치는 요인들(국제 곡물가격, 환율, 국제 유가 등)과 밀접한 연관이 있을 것으로 보임

- 1990년대 대부분의 가공식품의 가격은 외환위기 때를 제외하고는 매년 조금씩 상승하는 형태였는데, 2000년대 이후부터는 계단식 상승 곡선으로 전환됨
 - 따라서, 일정기간 같은 가격이 계속 유지되다가 어느 시점에서 큰 폭으로 상승하기 때문에 소비자들이 체감하는 가격 인상폭은 매우 클 것으로 보임
- 가공식품의 가격은 한번 오르면 잘 내려가지 않을 뿐만 아니라 상승폭보다 하락폭이 커서 가격 변화에 비대칭성과 경직성의 특성을 보임
 - 소비자들은 가공식품의 가격이 항상 오른다고 느끼거나, 비싸졌다는 느낌을 가질 수 있음

4.2. 국내 식품소재 시장

- 국내 설탕 판매량은 2013년 기준 98만 7천톤으로 백설탕이 75.8%를 차지하며, 2008년 이후 국내 판매량은 감소하는 반면 수출량은 증가하고 있음. 원당 가격은 2007년 하반기부터 가격 변동성이 커짐
 - 국내 판매량 중 CJ제일제당, 삼양사, 대한제당 3개사가 99%를 차지함
 - 설탕의 원재료인 원당 수입량은 국제 원당가격 급등의 영향으로 2006~2007년 감소한 것을 빼면 꾸준히 증가해 왔음
 - 국제 원당가격은 2008~2009년을 기점으로 과거의 가격대로 내려오지 않고 급등락을 반복하며 최근에는 과거 보다 높은 가격을 형성하고 있음
 - 2014년 10월 기준 파운드당 16.48센트를 기록함
 - 2007년 하반기부터 주요 생산국 생산량 감소와 바이오 연료 수요 증가, 투기적 거래 증가 등으로 원당 수급이 불안해져 과거보다 가격의 변동성이 커짐
 - 주로 호주, 태국, 과테말라가 수입량의 90%를 상회하여, 이들 국가의 공급 상황에 따라 수입가격 변동에 큰 영향을 받고 있음
 - 가공식품과 외식업체 등 실수요업체의 비중이 약 85%를 차지함

- 밀가루 국내 수요량은 2008년 이후 꾸준히 증가해 왔으며, 원재료인 제분용 밀 수입가격은 2000년대부터 꾸준히 상승하여 애그플레이션이 발생했던 2008년 이후 과거보다 2배 정도 높은 수준으로 수입되고 있음
 - 국내 제분업체는 대한제분, CJ제일제당, 동아원 등 8개 회사가 11개 공장을 보유하고 있으며, 국산밀 밀가루 제품을 생산하는 우리밀가공 공장영농조합법인도 있음
 - 업계에서는 통상적으로 CJ제일제당, 대한제분, 동아원이 각각 25%를 차지하고, 기타업체가 25%를 차지하는 것으로 보고 있음
 - 2013년 제분용 밀 수입량은 2000년 이후 꾸준히 감소하고 있는 반면, 밀가루는 꾸준히 증가하고 있으며 특히 전 세계적인 애그플레이션이 발생했던 2008년 이후 수입물량이 급증하기도 했음
 - 국제 밀 가격은 2005년 하반기부터 서서히 상승하여 2007년 하반기 사료용, 식품용, 에너지용 등 국제 곡물 수요 증가, 재고감소, 달러화 약세, 금리인하, 곡물투기 증가 등의 영향으로 가격이 급등하여 가격 불안정성이 커짐
 - 국내 제분업체의 판매 대상별 비중은 B2B와 B2C가 각각 88%, 12% 수준
- 식용유지 국내 판매량은 2008년 이후 꾸준히 증가하고 있으며, 국내 판매액 중 콩기름이 37.5%로 가장 높음
 - 대두를 가공하는 대두처리가공은 사조해표와 CJ제일제당, 원유를 수입해 정제해서 판매하는 롯데푸드, 삼양웰푸드임
 - 대두 가격은 2008년 톤당 554달러를 기록하며 일시적으로 하락 했지만, 2008년 이후 각국의 바이오 연료정책에 따라 대두수요 증가와 투기적 거래 증가로 과거보다 높은 수준을 유지하고 있으며, 그 변동성도 더욱 커지는 양상임
 - 식용유는 가정·외식업체용 공급 비중이 약 30%를 차지하며, 나머지는 식품제조업체 가공용으로 공급됨

- 커피는 생산량은 2008년 이후 지속적으로 증가해왔으며, 특히 볶은커피와 인스턴트커피, 액상커피의 물량증가가 두드러짐
 - 국제 커피 가격을 살펴보면, 로부스타종은 1980년대 중반, 1990년대 중반 급등한 것을 제외하면 상대적으로 안정적인 경향을 보임
 - 아라비카종은 최근 들어 전 세계적으로 프리미엄 커피에 대한 수요가 늘어남에 따라 가격 등락을 거듭하고 있음

가공식품 제조원가 분석

제1절. 음식료품 산업군별 가격구조와 유통마진

제2절. 가공식품 품목별 원가분석

제3절. 소결

제4장 가공식품 제조원가 분석

제1절. 음식료품 산업군별 가격구조와 유통마진

1.1. 제조업체 매출총이익률²⁸⁾ 분석

- 한국은행 기업경영분석 자료를 활용하면 음식료품 산업군별 제조원가(매출원가) 비중을 산출할 수 있음
 - 한국은행 기업경영분석은 1962년부터 실시된 대표적인 확정 통계자료이기 때문에, 산업군별 특징을 파악하는데 좋은 자료임
 - 하지만, 세부산업별 분석이 불가능하고, 표본수집방법과 자료수집방법이 지속적으로 최신화되어 일반적인 분석을 하는 것에는 무리가 있음
 - 본 연구에서는 이러한 자료의 한계점을 감안하여, 자료수집방법과 표본수집방법이 크게 차이가 없었던 과거 23년 자료(1990년~2013년)를 이용하여 식료품 산업군별 현황과 특징을 분석하고자 함
- 기업경영분석에서의 제조원가(당기총제조비용) 계산식은 ‘재료비+노무비+경비+기초재가공품원가-기말재가공품원가-타계정대체액’으로 정의함
- 음식료품 전체 제조원가 중 재료비 비중은 70% 이상인 것으로 나타남
 - 2013년 기준 전체 제조비용에서 재료비 비중이 가장 큰 산업은 곡물가공품, 전분 및 사료 산업(90.0%)으로 1990년부터 꾸준히 증가해왔음
 - 다음으로 낙농제품 및 아이스크림(79.1%)이 높고, 재료비 비중이 가장 낮은 품목은 음료 및 주류(68.0%)로 나타남
- 제조비용을 구성하는 재료비, 노무비, 경비의 변동계수 계산 결과, 음식료품 전체의 경우, 재료비(0.54), 경비(0.41), 노무비(0.41) 순으로 변동성이 큰 것으로 나타남

28) 제조원가는 매출원가와 같은 의미이고 제조유통마진율이란 제조업체 매출총이익률을 의미함. 매출총이익률은 판매관리비율과 영업이익률로 구성되어 있음.

- 고기과실채소 및 유지가공업의 경우, 재료비의 변동계수가 0.77로 분석되어 제조비용의 변동성이 다른 산업보다 큰 것으로 나타남. 이는 1차 농축수산물을 직접 가공하는 산업이기 때문에 1차 농축수산물의 수급불안정이 전가되었기 때문인 것으로 해석됨
- 그 다음으로 곡물가공품, 전분 및 사료 산업의 재료비의 변동계수가 0.67로 크게 나타났는데, 그 이유는 주원료를 해외에서 수입하는 산업이기 때문에 해외곡물가격의 등락에 직접적인 영향을 받기 때문으로 보임
- 제조원가 구성에 있어서 음료 및 주류산업의 제조원가 중 재료비중은 줄고 노무비와 경비 비중은 증가하여, 재료비중이 증가하는 다른 품목과 대비되는 것으로 나타남

<표 4-1> 음식료품 세부산업별 제조원가비중

(단위: %)

산업군	제조비 대비	1990	1995	2000	2005	2010	2013	변동계수 ¹⁾
음식료품	재료비율	75.2	71.7	73.6	74.2	79.4	78.1	0.54
	노무비율	7.9	9.2	7.7	8.1	6.3	6.7	0.41
	경비율	16.9	19.1	18.7	17.7	14.3	15.2	0.41
고기과실채소 및 유지가공업	재료비율	72.8	74.5	77.4	77.7	81.1	77.7	0.77
	노무비율	9.0	10.4	7.7	8.0	5.8	6.6	0.60
	경비율	18.2	15.1	14.9	14.2	13.0	15.7	0.73
낙농제품 및 아이스크림	재료비율	78.9	75.5	79.9	75.6	77.2	79.1	0.42
	노무비율	7.5	8.6	7.2	8.0	7.0	6.4	0.36
	경비율	13.6	15.9	12.9	16.3	15.8	14.4	0.42
곡물가공품, 전분 및, 사료	재료비율	82.8	77.2	83.7	84.4	88.2	90.0	0.67
	노무비율	4.4	5.9	3.9	5.1	3.2	2.4	0.66
	경비율	12.7	17.0	12.4	10.5	8.6	7.6	0.49
기타식품	재료비율	72.9	68.4	66.6	68.6	72.7	70.6	0.57
	노무비율	9.8	11.0	9.7	10.0	8.5	9.6	0.45
	경비율	17.2	20.6	23.7	21.4	18.8	19.8	0.50
음료 및 주류	재료비율	71.8	67.9	70.3	65.4	65.2	65.6	0.29
	노무비율	6.8	7.6	6.9	8.6	10.2	8.9	0.40
	경비율	21.4	24.5	22.8	26.0	24.6	25.5	0.33

주1) 변동계수는 1990년부터 2013년까지의 제조원가(금액)자료를 활용하여 도출함
 자료 : 기업경영분석(1990~2013)

- 기업경영분석 손익계산서를 분석한 결과, 최근 23년간 음식료품 매출원가율은 70.4~79.2% 수준이며, 변동계수(1990~2013년 기준)는 0.48임

- 기업경영분석에서의 매출원가는 ‘기초제품재고액 + 당기제품제조원가 - 기말제품재고액’으로 계산할 수 있음
 - 고기과실채소 및 유가공업과 곡물가공업, 전분 및 사료 산업의 경우 매출원가율이 각각 80.6~86.5%, 76.4~88.5%인 것으로 나타나, 전체 산업의 매출원가율과 비교해 보았을 때, 다른 산업보다 매출원가율이 높은 산업으로 분류될 수 있음
 - 곡물가공업, 전분 및 사료 산업의 경우, 최근 5년간 매출원가율이 지속적으로 상승하고 있기 때문에, 전체 마진율이 감소하고 있는 것으로 나타남
 - 전체 음식료품 매출원가율 변동계수(0.48)를 기준으로 매출원가율의 변동계수가 다른 산업군보다 큰 산업군은 고기과실채소 및 유가공업(변동계수=0.71), 곡물가공업, 전분 및 사료산업(변동계수=0.60), 기타식품(변동계수=0.55) 인 것으로 분석됨
- 최근 23년간 음식료품 산업의 매출총이익률은 21.3~27.8%로 나타났으며 변동계수는 0.51로 분석됨
- 매출총이익률의 변동계수가 가장 큰 산업군은 고기과실채소 및 유가공업으로 변동계수가 0.72로 분석되어 다른 산업보다 매출총이익률의 변동 폭이 큰 것으로 분석됨
 - 반면에 매출총이익률 변동계수가 가장 낮은 산업으로 음료 및 주류산업으로 변동계수는 0.32임
- 음식료품 산업 전체의 영업이익 변동계수는 0.39로 분석되었으며 특히 고기과실채소 및 유가공업의 변동계수가 0.67로 조사되어 가장 변동 폭이 큰 것으로 나타남
- 고기과실채소 및 유가공업의 경우 매출원가율이 가장 높은 산업인 동시에 고기과실채소와 같은 1차 농산물을 활용한 가공식품이기 때문에 농산물 수급상황에 따라서 변동 폭이 큰 것으로 해석됨
 - 반면에 낙농제품 및 아이스크림의 경우 매출원가율, 매출액 대비 판매관 리비 비중, 영업이익률의 변동 폭이 다른 산업과 달리 작은 것으로 분석됨
- 전체 분석결과를 요약하자면, 원재료 중 1차 신선식품의 비중이 높은 산업일수록 매출원가와 매출총이익의 변동 폭이 큰 것으로 나타났으며, 대표적인 산업으로 고기과실채소 및 유가공업을 꼽을 수 있음

<표 4-2> 음식료품 세부산업별 매출원가율 및 매출총이익률 구조

(단위: %)

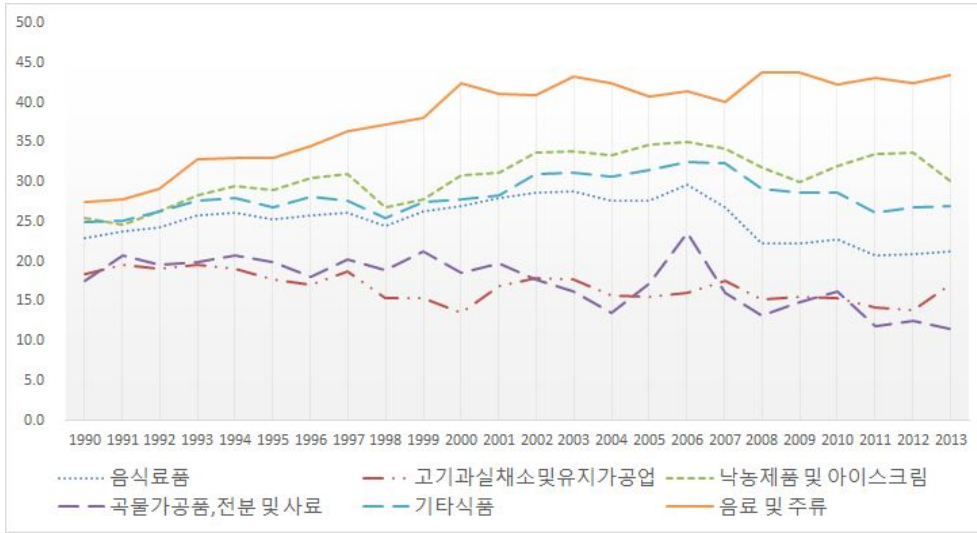
산업군	매출대비	1990	1995	2000	2005	2010	2013	변동계수 ¹⁾
음식료품	매출원가율	77.0	74.7	73.0	72.3	77.1	78.8	0.48
	매출총이익률	23.0	25.3	27.0	27.8	22.9	21.3	0.51
	판매관리비율	17.8	20.6	19.7	21.6	17.7	17.2	0.44
	영업이익률	5.2	4.8	7.3	6.2	5.2	4.0	0.39
고기과실채소 및 유지가공업	매출원가율	81.6	82.3	86.5	84.4	84.5	82.9	0.71
	매출총이익률	18.4	17.7	13.5	15.6	15.5	17.1	0.72
	판매관리비율	13.9	13.7	10.7	12.8	10.7	13.9	0.67
	영업이익률	4.5	4.1	2.8	2.8	4.8	3.2	0.67
낙농제품 및 아이스크림	매출원가율	74.5	71.0	69.1	65.3	68.0	69.8	0.43
	매출총이익률	25.5	29.0	30.9	34.7	32.0	30.2	0.41
	판매관리비율	22.6	24.4	24.7	28.0	27.1	26.4	0.48
	영업이익률	3.0	4.6	6.2	6.7	4.9	3.8	0.45
곡물가공품, 전분 및, 사료	매출원가율	82.4	80.1	81.4	82.8	83.7	88.5	0.60
	매출총이익률	17.6	19.9	18.6	17.3	16.3	11.5	0.63
	판매관리비율	11.7	14.1	12.8	13.3	11.9	8.6	0.51
	영업이익률	5.9	5.8	5.7	4.0	4.4	2.8	0.44
기타식품	매출원가율	75.0	73.2	72.2	68.4	71.3	73.0	0.55
	매출총이익률	25.0	26.8	27.8	31.6	28.7	27.0	0.56
	판매관리비율	19.3	22.4	20.9	25.0	22.7	21.7	0.55
	영업이익률	5.7	4.5	6.9	6.6	6.0	5.3	0.50
음료 및 주류	매출원가율	72.5	66.9	57.5	59.3	57.7	56.5	0.37
	매출총이익률	27.5	33.1	42.5	40.7	42.3	43.5	0.32
	판매관리비율	21.8	27.7	27.7	29.8	32.8	31.1	0.44
	영업이익률	5.8	5.4	14.8	11.0	9.5	12.4	0.52

주1) 변동계수는 1990년부터 2013년까지의 제조원가(금액)자료를 활용하여 도출함
자료 : 기업경영분석(1990~2013)

- 1990년부터 2013년까지 음식료품 주요 산업별 매출총이익률 변화 추이 <그림 4-1>를 살펴보면, 기타식품, 낙농제품 및 아이스크림, 음료 및 주류는 음식료품 전체보다 높은 편이며, 고기과실채소 및 유지가공업, 곡물가공품·전분 및 사료는 낮은 수준인 것으로 나타남

<그림 4-1> 음식료품 세부산업별 매출총이익률 추이

(단위 : %)



자료 : 기업경영분석(1990~2013)

제 2절 . 가공식품 품목별 원가분석

2.1. 가공식품 품목별 자료분석

□ 본 자료는 원가분석을 통해 가공식품의 가격구조를 추정하고자 함

- 원재료가란 제품을 만들기 위해 투입되는 주요 원재료의 가격으로 추정
한 원재료 가격이며, 주요 내용물과 포장재(일부품목)가 포함됨
 - 원재료 비중은 제품에 표시된 정보를 활용하거나 정보가 나와 있지 않은
경우 공공에서 접근 가능한 데이터를 활용
 - 소비자단체협의회 소비자물가지수와 원재료가격은 매달 실시하는 품
목으로 조사한 달에 따라 증감률은 다를 수 있음
 - 소비자단체협의회가 조사하고 있는 가공식품 품목별 가격자료 중 본 연
구의 실태조사 품목과 중복되는 11개 품목을 분석함

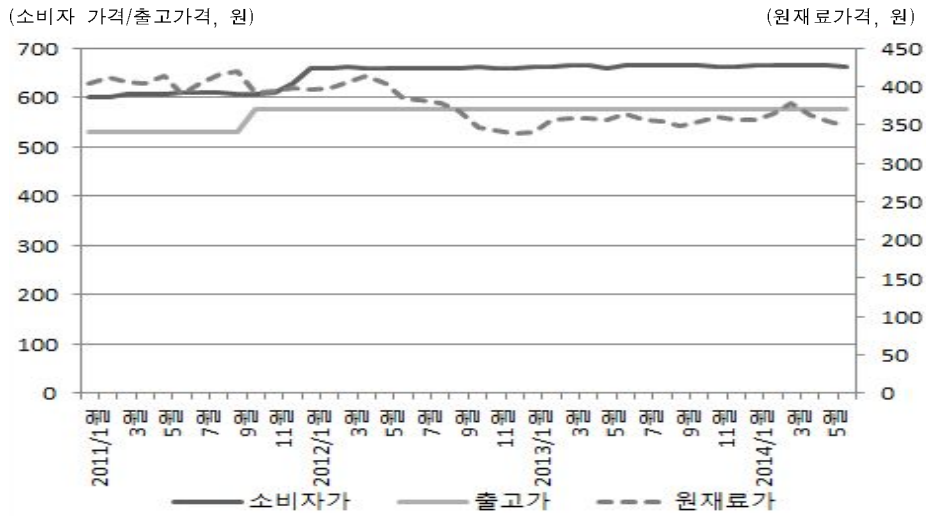
□ 본 자료를 바탕으로 원재료와 출고가격을 비교해 보면 원재료가격이 하락한다고 출고가격이 하락하진 않음

- 소비자 가격은 항상 일정한 가격을 유지하고 있으며 출고가격은 소비자 가격과 등락의 비슷한 패턴을 보임
- 한국소비자단체협의회의 자료를 바탕으로 2011년1월부터 2014년 6월까지의 가공식품의 원재료가와 소비자가격, 그리고 출고가를 비교하였음
 - 원재료가격의 상승으로 인해 소비자가격과 출고가가 어떻게 변화하는지와 원재료 가격이 소비자가격에 영향을 미치는지를 알아보고자 함
 - 본 조사에서 선정한 가공식품 중 출고가격과 원재료가격을 제시하지 않은 품목, 그리고 매월 조사가 제대로 이루어지지 않은 품목은 제외함
- 소비자단체 협의회의 출고 가격과 원재료 가격은 공시자료를 이용한 추정자료이므로 실제 가격과 차이가 있을 수 있음

□ 라면은 수입원재료 비중이 높은 제품 중의 하나지만 원재료가격은 2011년 이후부터 2014년 6월까지 하향세를 보임

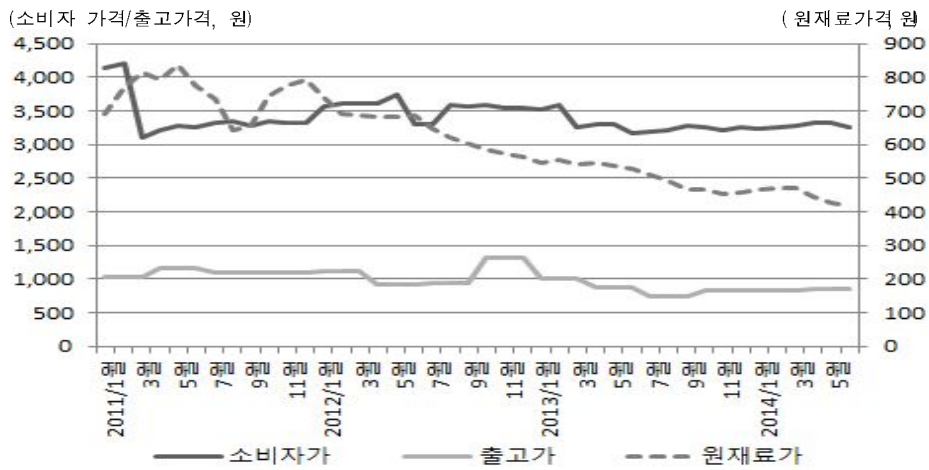
- 소비자 가격과 출고가격은 일정한 수준을 계속 유지하고 있음. 라면(봉지120g) 1개의 가격은 큰 폭으로 달라지지 않지만 라면은 주로 5개 세트 판매가 많이 이루어지므로 세트의 가격은 시즌이나 행사에 따른 변동이 큼

<그림 4-2> 라면 원재료가 및 가격변동추이



- 설탕의 원재료가격은 2011년 10월을 기점으로 지속적으로 하락하고 있음
 - 설탕의 소비자 가격이 2011년 한 차례 하락한 이후로 일정한 수준을 유지하고 있으며 출고가격 역시 약한 등락을 보임
 - 설탕을 사용하는 스낵류의 원재료가 역시 하락하고 있음

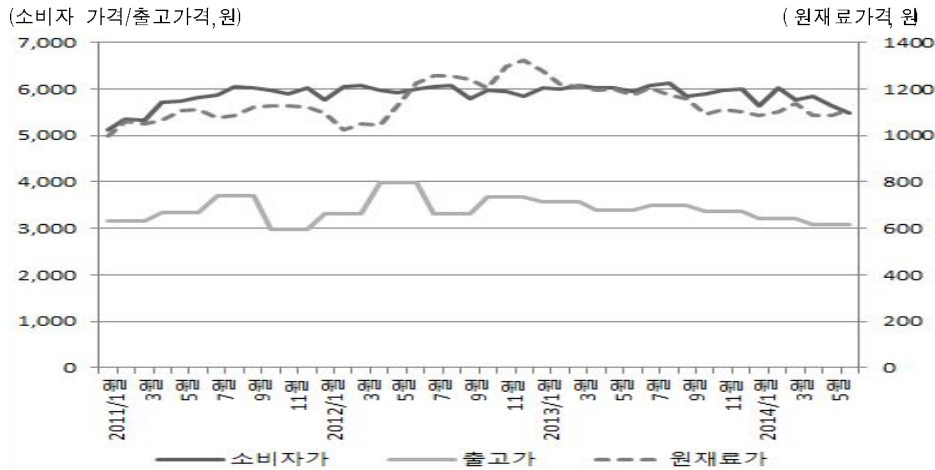
<그림 4-3> 설탕 원재료가 및 가격변동추이



□ 식용유의 원재료비중이 높은 품목이며, 원재료인 대두가 수입되는 재료이므로 원재료 가격이 등락을 보임 또한 출고가도 등락이 존재 하지만 소비자 가격은 일정하게 유지되고 있음

○ 2011년과 2012년에 출고가격의 등락은 원재료가의 영향을 받은 것으로 보임

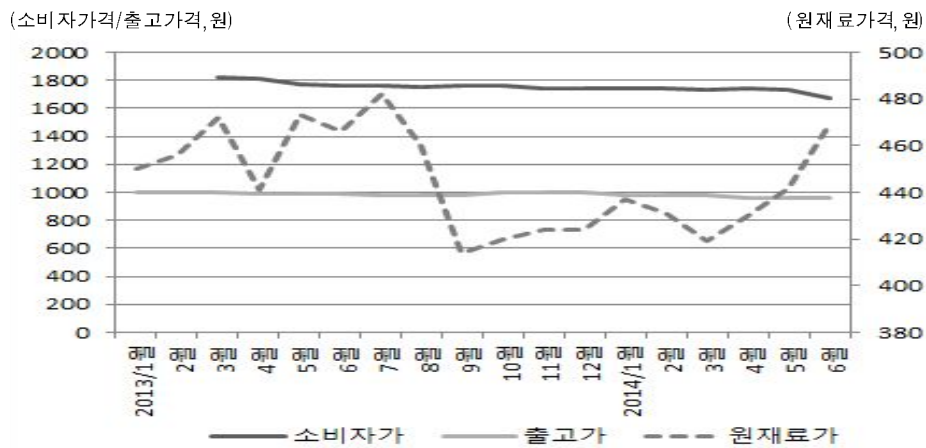
<그림 4-4> 식용유 원재료가 및 가격변동추이



□ 어묵의 원재료가는 심한 등락을 나타내며 특히 2013년 7월 이후 크게 하락하였음

○ 원재료가격의 등락에도 출고가와 소비자 가격은 변화가 없음

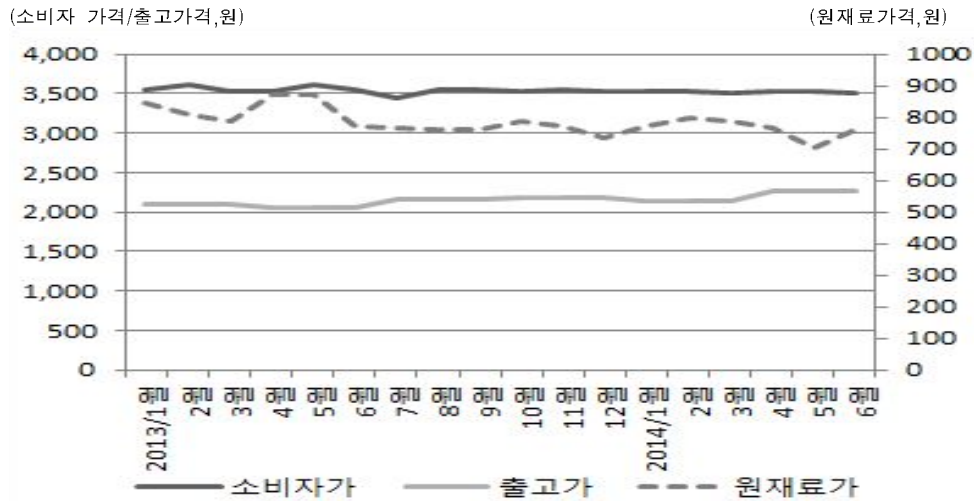
<그림 4-5> 어묵 원재료가 및 가격변동추이



□ 오렌지주스는 원재료의 등락이 존재하지만 출고가와 소비자 가격 모두 일정하게 유지되고 있음

○ 원재료인 오렌지 역시 수입에 의존하고 있어서 원재료가 변동폭을 가지고 있음

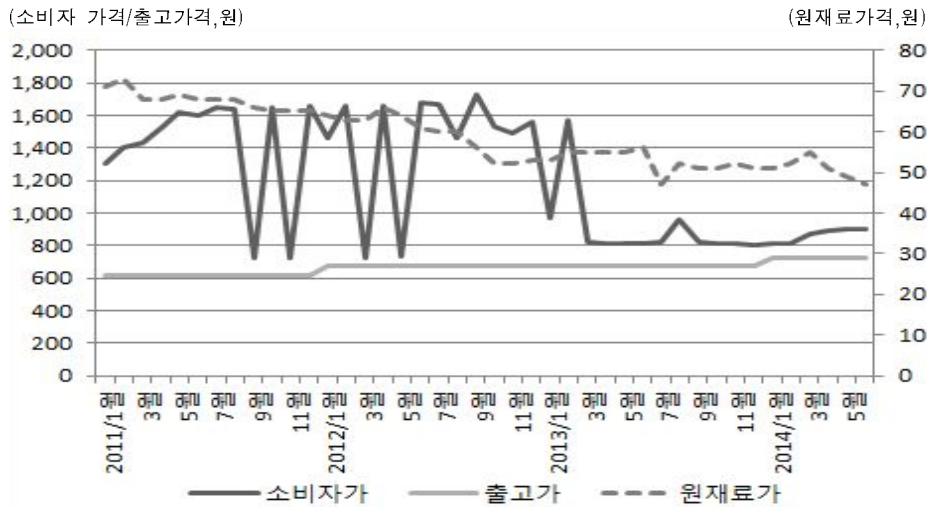
<그림 4-6> 오렌지주스 원재료 가격 및 가격변동 추이



□ 스낵과자의 경우 원재료가가 지속적으로 하락하고 있으나 출고가는 일정한 수준을 유지하고 있고, 소비자 가격은 큰 등락폭을 보임

○ 소비자 가격이 등락과 하락을 반복하는 이유는 할인과 행사, 번들 판매 등의 이유로 소비자 가격이 달라졌기 때문으로 보임

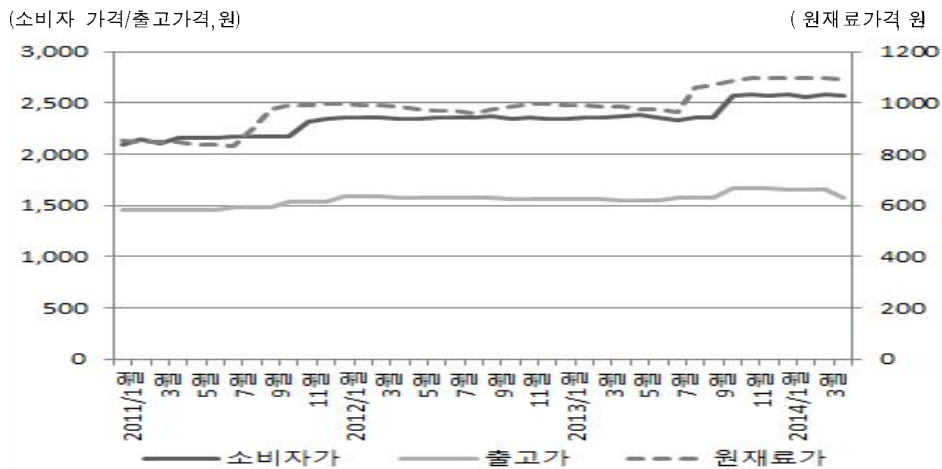
<그림 4-7> 스낵 원재료가 및 가격변동추이



□ 원재료의 비중이 높은 우유는 원재료가가 꾸준히 상승하고 있음

- 원재료가격이 오르고 있음에도 불구하고 출고가와 소비자가격이 일정하게 유지되는 이유는 우유 가격이 소비자 물가안정의 이유로 통제되고 있기 때문인 것으로 보임

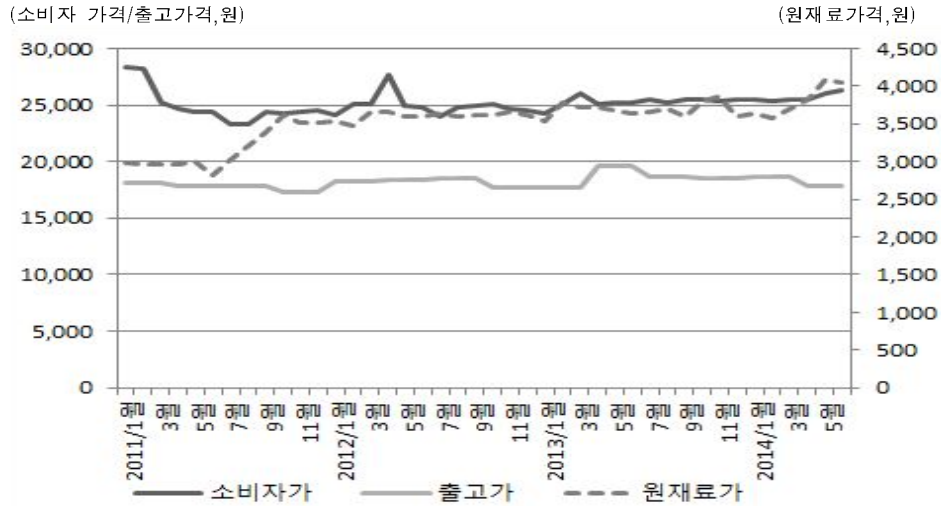
<그림 4-8> 우유 원재료가 및 가격변동추이



□ 분유는 원재료가가 하락하다 2014년 2월을 기준으로 다시 오르고 있음

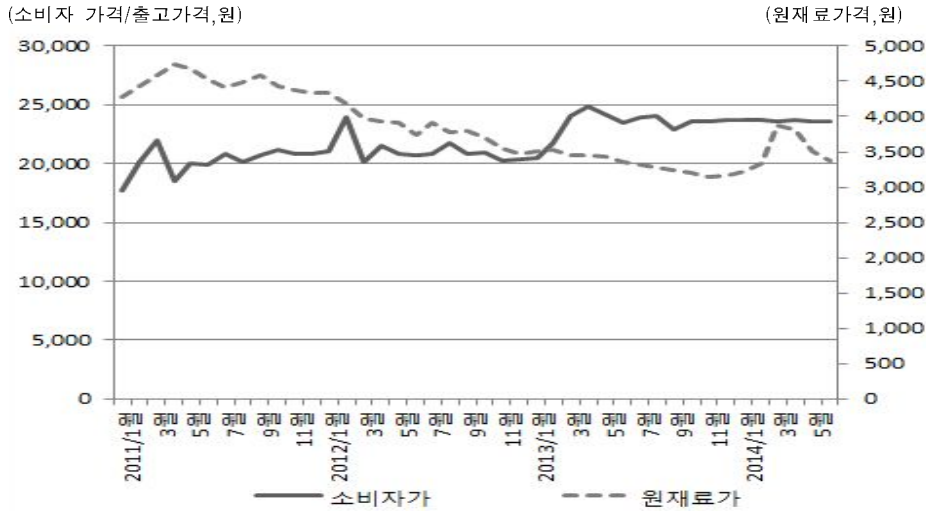
- 분유의 원재료가 계속 하락함에도 불구하고 소비자 가격은 일정하게 유지되고 있음
- 우유의 원재료가 계속 상승하고 있지만 분유의 원재료가 하락하는 이유는 원유를 그대로 사용하는 우유와 달리 분유는 부재료가 많이 포함되어 있기 때문으로 보임

<그림 4-9> 분유 원재료가 및 가격변동추이



- 커피는 원재료 가격이 소비자 가격보다 높았으나 2012년 말부터 원재료가 하락하고 있음
- 커피의 원재료가 계속 하락함에도 불구하고 소비자 가격은 일정하게 유지되고 있음
- 커피의 수입이 늘면서 유통마진이 줄어들고 있는 것으로 사료됨

<그림 4-10> 커피 원재료가 및 가격변동추이



□ 원재료가격 상승률 자료와 소비자가격 상승률 자료를 활용하여 주요 가공식품의 가격구조 분석결과를 정리하면,

- 원가분석결과 전체적으로 원재료 가격 상승률은 낮았으나 소비자가격은 원재료 대비 소폭 상승하였음
 - 커피는 원재료 가격이 상승하였음에도 불구하고 소비자물가지수는 소폭 상승하였음 커피의 수입이 늘어나면서 원재료 가격이 늘어난 것으로 보임
 - 오렌지주스는 전년대비 원재료의 가격이 떨어졌으나 출고 가격은 상승함
 - 전년대비 가격 증감률이 높은 품목은 과자(파이)로 전년대비 소비자 가격이 가장 높았음
 - 과자의 경우 원재료 가격은 오히려 감소하였으며 이는 원재료 이외의 부가적인 요인이 과자류의 가격상승요인으로 지적됨
- 원재료 상승분 대비 출고가, 소비자가격이 크게 상승한 몇 가지 품목이 두드러지게 나타나고(파이, 스낵) 나머지 품목들은 대체로 평이한 상승을 보임
 - 햄은 원재료 가격이 많이 상승하였음에도 소비자 가격은 상승하지 않음
 - 분유는 원재료 가격이 출고가는 상승하였으나 소비자 가격은 하락함

- 원재료 비중이 높은 품목은 라면, 설탕, 우유로 나타남
 - 투입되는 원재료가 다양하거나(라면), 가공도가 낮아 부가가치가 낮은 품목(설탕, 우유)들의 원재료가 높음

<한국소비자단체협의회 소비자물가조사자료 설명>

- 한국소비자단체협의회는 매달 소비자물가를 조사하여 물가지수를 발표함
- 정기적인 생활필수품 가격조사를 통하여 물가상승실태를 파악하고 지나치게 인상된 품목이 있는지를 감시함
- 조사된 자료를 토대로 생필품 가격 정보를 소비자에게 제공함으로써 소비자의 합리적인 구매 활동을 유도하고, 가격변동 품목에 대해서는 문제 제기 및 해결 방안을 모색함
 - 조사일시 : 매월 셋째 주 목요일과 금요일 양일간 실시
 - 조사업소 : 서울시 25개구의 백화점, 대형마트, SSM, 슈퍼마켓 등 300여개 업소
 - 조사방법: 전문적인 교육을 받은 물가조사요원이 직접 현장 조사함
 - 조사제품 : 생활필수품 및 가공식품 31개 품목, 90개 제품
 - 참여단체 : 9개의 소비자단체에서 서울시 25개 구역별 조사
- 품목 선정기준은 다음과 같음
 - 2013년 원가분석 품목 -과자(파이), 과자(스낵), 껌, 밀가루, 설탕, 고추장, 된장, 쌈장, 식용유, 간장, 케찹, 마요네즈, 맛김, 라면, 햄, 즉석밥, 오렌지주스, 콜라, 사이다, 커피, 분유, 씨리얼, 어묵, 맛살, 두부, 우유, 식빵, 아이스크림, 냉동만두, 두루마리 화장지, 세탁세제(총 31개 품목)
 - 장바구니 물가에 직접적인 영향을 미치는 생필품으로 원가분석이 가능한 품목을 위주로 선정함
 - 생활필수품 가격조사는 소비자단체의 훈련된 물가조사모니터를 활용하여 매월 현장에서 가격조사를 실시하고 조사된 가격정보를 분석, 검증하여 신뢰성 있는 가격정보를 생산

<한국소비자단체협의회 소비자물가조사자료 설명(계속)>

- 한국소비자단체 협의회의 원가분석의 목적은 다음과 같음
 - 소비자들은 자신들이 구매하는 제품 가격이 합리적으로 책정된 것인지 의문을 갖고 있으며, 이런 의문점을 소비자가 스스로 해결하기는 쉽지 않음
 - 최근 기업들은 원자재 가격 상승을 이유로 가격 인상을 단행하고 있으며 부당 편승 가격 인상을 하는 경우도 많음. 소비자단체의 제품 원가분석활동을 실시하여 기업의 불합리한 가격 인상을 억제하며, 서민 가계 안정에 도움이 되고자 함
- 2009년부터 원가분석을 실시하였으며, 총 7개 품목으로 시작하여 2013년부터 31개 품목으로 늘려 매월 조사를 실시
- 2009년부터 원가분석을 실시하였으며, 총 7개 품목으로 시작하여 2013년부터 31개 품목으로 늘려 매월 조사를 실시
- 원가분석 방법은 다음과 같음
 - 해당품목(제품)의 주요 원재료(국내/해외) 시세 및 환율변동 등 조사
 - 평균 원재료가 추정
 - 해당품목(제품)의 출고가 및 시장가격 조사
 - 평균 원재료가와 출고가 비교 분석
 - 출고가와 소비자가 비교 분석
- 원가분석은 한국무역협회의 무역통계(KITA), (사)한국수입업협회, 낙농진흥회, 통계청의 생산자물가지수, 농산물유통정보, 물가협회, 축산물품질평가원, 금융감독원 전자공시시스템 상 공시자료(Dart)를 기준으로 추정 발표함
 - 출고가는 금융감독원 전자공시시스템 상 공시자료(Dart)를 참고
 - 소비자가격은 통계청의 소비자물가지수와 한국소비자단체협의회 가격조사 자료를 이용함
 - 기타 자료는 한국 신용평가정보 산업보고서와 기사 등 공개 자료를 이용
- 원가분석 활동은 공인회계사와 함께 전문성 있는 원가분석을 실시하고 발표

2.2. 품목별 제조마진 분석

- 본 연구에서 가공식품 제조업체의 제조원가를 세부적으로 파악하기 위하여, 매년 aT에서 가공식품 제조업체를 대상으로 실시하고 있는 식품산업 분야별 원료소비 실태조사 자료를 이용하여 분석함
 - 해당제품의 생산원가(원재료비, 부재료비, 인건비, 수도광열비, 판매관리비, 기타) 등을 포함
 - 인건비는 제조원가에 포함되는 인건비로 생산에 직접적인 인건비만 포함하고 있음
 - 판매관리비는 영업에서의 판매관리가 아닌 공장에서 직접 판매와 관련이 있는 비용으로 주로 물류비용이 주를 이루는 것으로 보임.
 - 기타 비용은 공장에서의 소모성 비용이 주된 비용인 것으로 보임
 - 생산제품 원가구성 비중과 매출액, 생산이익률은 업체들의 평균을 구함
 - 본 aT 자료는 가공식품 생산 공장을 대상으로 한 조사자료이기에 공장에서 출고에 이르기까지의 비용과 생산이익이 중심이며 출고 이후에 발생하는 비용이나 영업이익은 포함되지 않은 자료임.
 - 총 3천여 업체의 설문지를 분석하여 제조업체의 생산이익에 대한 결과 검증 실시
 - 소분류를 이용하여 품목을 세분화하여 결과를 얻음. 총 169개의 소분류 중 본 연구와 관련이 있는 15개 품목을 선별하여 제조업체의 생산이익률의 평균을 구함
 - 매출액이 가장 높은 품목은 설탕, 라면, 탄산음료, 우유 등으로 나타났으며, 이들 제품들은 원재료비중 또한 높게 나타남
 - 매출액이 높은 품목은 영세한 업체가 존재하지 않음
- 생산이익률이 높은 품목을 대상으로 이익률이 높은 원인을 알아보기 위해 전체 기업 중 법인 사업자만 따로 업체별 생산 이익 현황을 분석함

- 과자와 떡은 법인이 아닌 업체 약 100군데 가량을 제외하고 매출액을 분석한 결과 역시 매출액에 큰 변동을 보이지 않는데 이는 영세한 기업이 많기 때문으로 사료되고 반면 이익은 주로 규모가 큰 기업에서 일어나고 있다고 할 수 있음

< 표 4-3 > 2012년 품목별 제조업체 생산 이익 현황(법인)

품목	응답업체(개소)	전체매출액(억원)	생산제품 원가 및 제조·영업비용 구성(%)							
			원재료	부재료	인건비	수도광열비	판매관리비	기타	이익	합계
과자	79	4,249	43	8	19	6	7	4	12	100
빵	111	149	44	7	20	6	8	4	10	100
떡	53	5	48	7	19	5	6	4	11	100
설탕	3	2,289	57	4	10	3	6	6	13	100
식육가공품(햄)	136	1,248	46	7	15	5	7	3	17	100
어묵	23	316	47	13	16	5	7	3	9	100
식용유	6	48	53	5	13	8	4	3	13	100
라면	9	2	42	13	15	9	7	5	9	100
인스턴트커피	9	708	50	6	17	5	8	2	12	100
과일음료	33	272	43	11	18	7	6	3	12	100
탄산음료	3	616	43	6	14	5	10	12	9	100
발효음료	12	405	44	10	17	5	8	6	10	100
수산물통조림	7	168	53	7	14	6	4	5	10	100
우유	20	2,549	58	7	12	5	8	3	7	100
분유	3	449	55	6	11	4	8	11	6	100
아이스크림	21	562	43	7	19	6	8	3	15	100

자료 : 2012년 aT의 식품산업 분야별 원료 소비실태조사 원자료 데이터를 연구자가 본 연구에 맞게 재구성한 것임

□ 설탕, 식용유, 우유, 분유, 생선통조림의 경우, 원당, 유지, 원유, 생선 등의 원재료 비중이 높은 품목이며, 반면에 어묵, 라면, 과일음료, 발효음료 등은 상대적으로 부재료 비중이 높은 품목들임

○ 원재료 비중이 가장 낮은 과일음료의 경우, 과일 원재료량 보다 물이나 설탕 같은 부재료가 더 많이 들어가고 과일음료를 생산하는 업체가 영세한 기업이 많이 상대적으로 많아 인건비 지출이 많음

- 라면도 밀가루가 원재료(42% 비중)이지만, 스프와 같은 부재료 비중(13%)도 다른 가공식품 품목에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타남

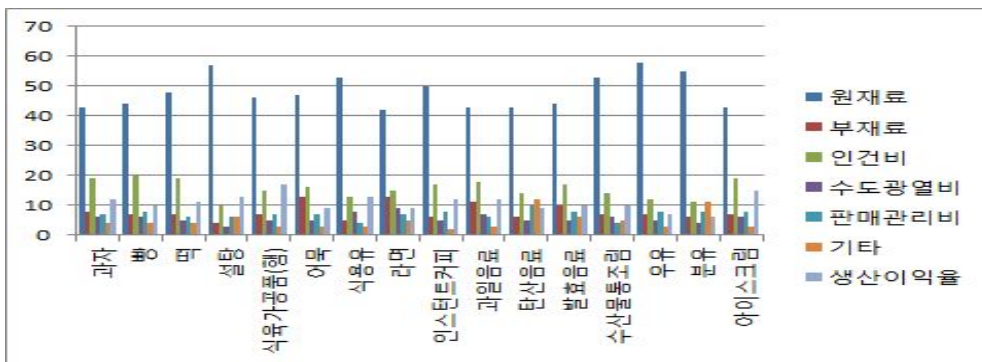
○ 설탕, 식용유, 우유, 분유, 생선통조림 등은 원재료비중이 평균보다 높은 품목들이며 원재료가격 변화에 영향을 많이 받는 품목이라 할 수 있음

□ 원재료 원가비중이 가장 높은 제품은 우유로 58%이며, 다음으로 설탕 57%, 분유 55% 순으로 나타남

○ 부재료 비중은 어묵이 13%로 가장 높고, 인건비는 빵이 20%로 가장 높은 것으로 나타남. 어묵이 부재료 비중이 가장 높은 이유는 생산에서 주원료인 생선이외에 밀가루, 전분, 설탕, 소금과 같은 부재료가 다른 품목에 비해 상대적으로 많은 비중으로 들어가기 때문이라 할 수 있음

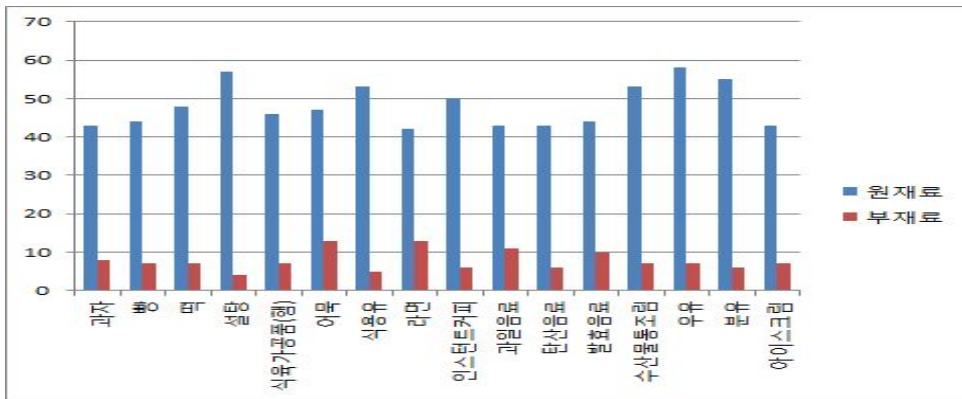
<그림 4-11> 2012년 품목별 원가구성 비중(법인)

(단위 %)



<그림 4-12> 2012년 품목별 원재료와 부재료 비중(법인)

(단위 %)

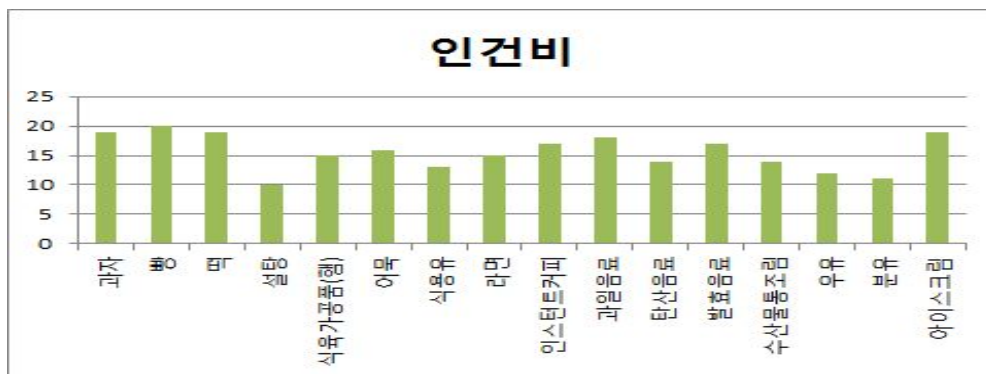


○ 인건비의 비중이 높은 품목은 빵(20%), 과자(19%), 떡(19%), 아이스크림(19%)순으로 나타났음

- 빵과 떡 같은 경우 규모가 작은 업체의 비중이 높음. 또한 제품의 특성상 자동화공정으로 만들기보다 수작업으로 생산되기 때문에 인건비 비중이 높은 것으로 보임
- 설탕과 분유, 우유, 식용유는 인건비 비중이 낮음. 이들 품목은 장치산업 품목이며 생산 공정에서 자동화가 많아서 인건비 비중이 낮기 때문이라 하겠음

<그림 4-13> 2012년 품목별 생산인건비 비중(법인)

(단위 %)



- 기업 분류에 따른 원재료 비율이 차이가 큰 품목은 식용유, 과일음료, 탄산음료 순으로 나타남
 - 과자는 소기업 매출액이 중기업보다 많으며, 이는 설문대상 기업 중 유명 과자회사 보다 인지도가 낮은 과자 업체가 많기 때문임
 - 과자, 수산물 통조림, 떡은 기업분류에 따른 이익률의 차이가 없음
- 부재료, 인건비, 수도 광열비, 기타 비용은 소기업과 중기업의 비율이 비슷한 수준임
- 판매관리비는 전체적으로 소기업 보다 중기업들이 더 많이 지출하고 있음

<표 4-4> 2012년 품목별 제조업체 제조원가 현황

품목	응답업체수 (개)	상시근로자수 % 응답업체수 (개)		생산제품 제조원가구성(%)							
				원재료	부재료	인건비	수도광열비	판매관리비	기타	생산이익율	합계
과자	174	50인 미만	144	44	8	20	6	7	4	12	100
		50인 이상	30	45	7	18	7	8	5	10	100
빵	181	50인 미만	167	44	7	20	6	8	4	11	100
		50인 이상	14	46	8	18	6	9	4	9	100
떡	148	50인 미만	138	46	6	20	6	6	3	12	100
		50인 이상	10	45	8	20	5	6	4	13	100
설탕	4	50인 미만	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		50인 이상	4	55	4	12	3	7	5	13	100
식육가공품 (햄)	234	50인 미만	185	47	6	16	5	6	3	16	100
		50인 이상	49	52	7	16	6	8	3	9	100
어묵	42	50인 미만	29	11	48	8	16	6	6	5	100
		50인 이상	13	7	44	17	16	5	8	3	100
식용유	6	50인 미만	3	46	6	12	9	3	5	20	100
		50인 이상	3	64	6	12	6	6	2	5	100
라면	8	50인 미만	2	42	17	15	10	6	6	7	100
		50인 이상	6	42	12	14	8	8	6	10	100
인스턴트 커피	10	50인 미만	7	51	5	15	5	6	2	15	100
		50인 이상	3	51	8	17	6	10	1	7	100
과일음료	45	50인 미만	41	43	9	18	8	6	3	13	100
		50인 이상	4	33	20	17	7	8	7	7	100
탄산음료	3	50인 미만	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		50인 이상	3	43	7	14	5	10	11	9	100
발효음료	13	50인 미만	8	46	7	18	3	9	7	10	100
		50인 이상	5	43	19	14	8	7	2	8	100
수산물 통조림	10	50인 미만	4	54	10	17	6	4	1	9	100
		50인 이상	6	52	8	13	7	4	6	10	100
우유	23	50인 미만	11	62	8	10	4	9	3	5	100
		50인 이상	12	59	6	14	5	6	2	8	100
분유	3	50인 미만	2	58	7	12	5	7	5	8	100
		50인 이상	1	49	2	10	3	10	24	3	100
아이스크림	21	50인 미만	18	43	7	19	6	7	3	15	100
		50인 이상	3	41	7	18	9	9	0	15	100

주 : 중소기업기본법에 따라 상시근로자 수를 기준으로 50인 미만 소기업과 이외의 중기업 이상으로 분류

자료 : 2012년 aT의 식품산업 분야별 원료 소비실태조사 원자료 데이터를 연구자가 본 연구에 맞게 재구성한 것임

2.3 가공식품 원재료 가격과 소비자물가지수의 관계

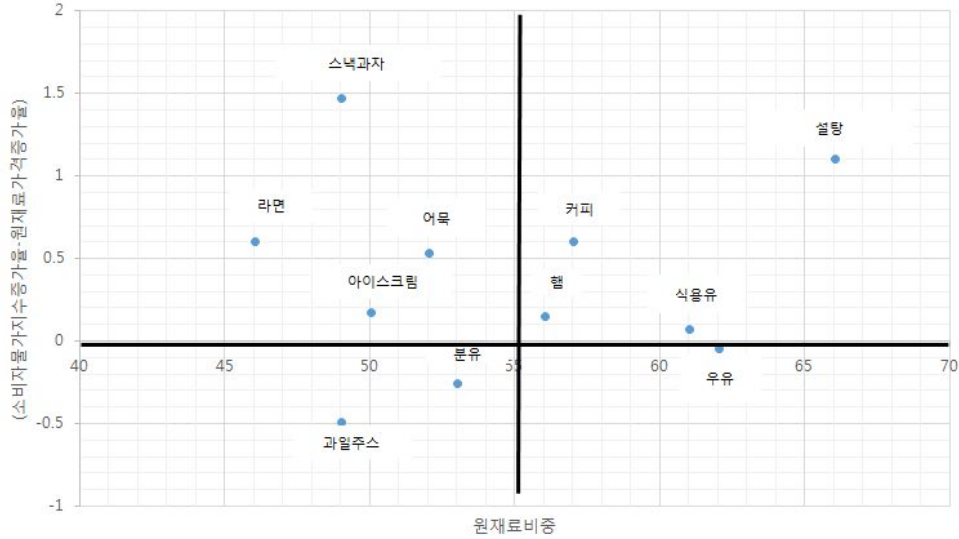
□ 가공식품 원재료 가격과 소비자물가지수의 관계를 분석하기 위해 통계청의 물가지수 자료와 식품제조기업 대상 설문조사 자료, 소비자단체협의회의 원재료 가격자료를 활용하였음

- 통계청에서 발표하는 가공식품 품목별 소비자물가지수(2011년부터 3년치 월별 소비자물가지수 변동률)과 소비자단체협에서 발표하는 가공식품 품목별 원재료가격(2011년부터 3년치 월별자료)을 활용하여 원재료 변동률과 물가지수변동률의 차의 평균값을 조사²⁹⁾하였음
 - 값이 양수일 경우 소비자물가지수 증가율이 원재료가격증가율보다 큰 것을 의미하며, 반대로 음수일 경우 원재료가격증가율이 소비자물가지수 증가율보다 큰 것을 의미함
 - 품목별 원재료 비중은 식품제조업체 대상으로 실시된 원재료 사용실태 조사를 활용하여 분석하였음
- 11개 주요 가공식품을 분석한 결과, 분유, 우유, 과일주스를 제외한 나머지 8개 품목이 원재료 가격 상승률보다 소비자물가지수 상승률이 더 높게 나타났음
 - 특히 스낵, 라면, 어묵, 아이스크림 같은 경우에는 다른 품목과 비교하였을 때, 전체 비용 중 원재료의 비중이 낮은 편(원재료 비중 55% 미만)임에도 불구하고, 소비자물가지수증가율이 원재료가격 상승률보다 큰 것으로 분석되었음
 - 특히 스낵과자의 경우 원재료 가격 상승률과 소비자물가지수 상승률 간의 격차가 가장 큰 품목으로 분석되었음
- 설탕과 커피의 경우, 원재료를 100% 수입하는 품목이기 때문에 국제 가격의 상승폭이 소비자물가에 전이될 수 있지만 원재료의 가격 증가폭보다 소비자물가지수의 증가폭이 더 큰 품목인 것으로 분석됨

29) $\sum(\text{품목의 } t\text{년도 소비자물가지수 변동률} - \text{품목의 } t\text{년도 원재료 가격변동률})/3\text{개년}$

- 우유, 분유의 경우 원재료비중이 비교적 높은 편이지만, 소비자물가지수의 상승폭이 원재료 가격 상승 폭보다 작은 품목으로 조사되어 원가의 증가분이 소비자가격에 상대적으로 적게 전이되는 품목으로 조사되었음

<그림 4-15> 가공식품 품목별 원재료가격 증가 대비 소비자물가지수 증가율 분석결과
(단위 : %p, %)



자료: 소비자단체협의회 주요 가공식품 품목별 원재료가격(2011.01~2014.09)
통계청 품목별 소비자물가지수(2011.01~2014.09), aT 2012 식품산업 분야별 원료 소비실태조사

<표 4-5> 가공식품 품목별 소비자물가지수증가율-원재료가격 증가율 분석결과

구분	원재료비중 (%)	소비자물가지수증가율-원재료가격증가율 (%p)
라면	46.0	0.61
햄	56.0	0.16
어묵	52.0	0.54
우유	62.0	-0.04
분유	53.0	-0.25
식용유	61.0	0.08
아이스크림	50.0	0.18
스낵과자	49.0	1.48
설탕	66.0	1.11
커피	57.0	0.61
과일주스	49.0	-0.48

2.4 제조원가 실태조사결과

□ 주요 가공식품 제조업체 담당자 인터뷰 결과, 가공식품 가격 인상의 주요 원인은 원재료가격 상승과 판매관리비 상승인 것으로 조사되었음

- 특히 대형유통업체 중심의 유통구조 변화로 인하여 대형유통업체와의 거래에서 추가되는 판매관리비가 증가하고 있는 것으로 조사됨
 - 대형유통업체의 할인행사 시 상품 증정이나 관측사원 지원의 비용을 식품제조업체가 부담하고 있음
 - 최근 소비침체로 인하여 대형유통업체의 할인행사가 점점 빈번해지는데 그에 따른 제조업체의 판매관리비 부담이 커지고 있는 상황임
 - 대형유통업체와의 거래는 저렴한 가격에 상품을 판매하면서 동시에 행사비용을 부담해야하기 때문에 손해를 보면서 판매하는 경우가 많음
 - 제조업체 입장에서는 대리점을 통한 전통적 유통관로를 통해 출하하는 것이 이익 측면에서 유리하지만, 대형유통업체 체인의 시장 비중이 증가로 대리점의 시장 퇴출이 증가하면서 제조업체 이익률은 점차 감소하는 상황

□ 조사된 주요 가공식품(우유, 설탕, 라면, 분유, 발효유, 과일주스, 스낵과자, 비스킷, 어묵, 빵)의 대형유통업체와 대리점으로 출하되는 상품 평균을 의미하는 제조업체 매출총이익률³⁰⁾은 25%~45%

- 유통업체 주요 가공식품 구매담당자, 제조업체 담당자 및 유통 전문가 인터뷰를 통해 조사된 주요 가공식품 매출총이익률을 비교해 본 결과, 대체로 유통기한이 짧고 상품회전율이 높은 품목은 매출총이익률이 낮고, 유통기한이 상대적으로 길고 상품회전율이 낮으며 물류비용이 많이 소요되는 냉장 및 냉동식품 등은 이익률이 높은 편이라 하겠음
 - 제조업체 담당자 인터뷰 결과, 물류 및 판매비용이 많이 소요되는 품목은 매출총이익률이 높은 편이라고 함.

30) 제조업체 매출총이익률은 제조업체의 판매가에서 제조원가를 제외한 부분으로, 제조유통마진이 라 할 수 있음. 매출총이익률에는 제조업체의 판매관리비와 영업이익이 포함되어 있음.

- 유통업체 바이어를 통한 주요 가공식품 제조업체의 제조원가율 및 매출총이익률 조사는 제조업체 담당자 인터뷰 결과와 차이점을 가지고 있음
 - 대형유통업체 바이어들이 파악하고 있는 제조업체의 매출총이익률은 제조업체 담당자의 의견보다 높은 것으로 조사됨
 - 제조업체 담당자와 대형유통업체 바이어의 의견이 다른 것은 제조업체가 부담하는 판매관리비에 대한 시각이 다르기 때문으로 보임
 - 제조업체 입장에서 대형유통업체와의 거래를 통해서 추가로 부담되는 행사비용이 지나치게 과다하고 그로 인해서 제조업체의 수익구조가 점점 악화된다고 주장함
 - 반면에 유통업체 입장에서는 유통업체 행사를 통해서 제조업체 상품이 많이 팔리기 때문에 그에 따른 마케팅 비용을 절약할 수 있다고 판단하고 있음
 - 장려금에 대한 인식 또한 다른데, 제조업체입장에서는 장려금 상승이 판매관리비 상승으로 이어지기 때문에 가공식품 가격 상승에 영향을 미친다고 생각함
 - 반대로 유통업체 입장에서는 대형유통업체와의 거래를 통해서 제조업체가 부담해야하는 비용(물류비용과 마케팅 비용)이 감소하기 때문에 그에 따른 보상으로 장려금을 이해하고 있음

<표 4-6> 주요 가공식품 제조원가율 및 매출총이익률

구분	제조원가율	매출총이익률 ¹⁾ (판매관리비+영업이익)
우유	75.0%	25.0%
설탕	60.0%	40.0%
라면	67.0%	33.0%
분유	65.0%	35.0%
발효유	63.0%	37.0%
과일주스	55.0%	45.0%
스낵과자	58.0%	42.0%
비스킷	58.0%	42.0%
어묵	60.0%	40.0%
빵	60.0%	40.0%

주 1) 제조업체 매출총이익률 = (출고가-제조원가)/출고가×100

주 2) 본 제조원가 및 제조유통마진율은 유통업체 구매담당자와 관련 품목 제조업체 관련자 및 전문가 자문을 통해 추정된 자료임

제 3절 . 소 결

- 원재료가격 상승률 자료와 소비자물가지수 상승률 자료를 활용하여 주요 가공식품을 분석한 결과, 스낵과자, 라면, 아이스크림, 어묵 등은 원재료가격 상승률보다 소비자 가격 상승률이 더 크게 나타남
 - 소수의 제조업체에 의해 생산 및 공급이 독과점 되어있는 품목의 경우, 원재료가격 상승률보다 소비자가격 상승률이 더 높은 것으로 분석됨
 - 반대로 제조업체간 경쟁이 치열한 과일주스와 정부의 가격규제를 받을 것으로 예상되는 분유의 경우 소비자가격 상승률이 원재료가격 상승률보다 낮은 것으로 분석되었음

- 가공식품 가격 인상의 주요 원인은 원재료가격 상승과 판매관리비 상승인 것으로 조사됨
 - 특히 대형유통업체 중심의 유통구조 변화로 인하여 대형유통업체와의 거래에서 추가되는 판매관리비가 증가하고 있음
 - 제조업체 입장에서는 대리점을 통한 전통적 유통판로를 통해 출하하는 것이 이익 측면에서 유리하지만, 대형유통업체 체인의 시장 비중이 증가로 대리점의 시장 퇴출이 증가하면서 제조업체 이익률은 점차 감소하는 상황

- 제조업체 담당자 인터뷰 결과, 소매상직거래(대형유통업체, 편의점 체인, SSM)의 비중이 점점 높아지고 있는 상황이며, 그에 따른 판매관리비가 높아지고 있는 상황임
 - 대형유통업체와의 거래 시, 판촉행사비용을 제조업체가 부담해야하기 때문에 제조업체의 판매관리비가 상승하는 추세임
 - 대형유통업체의 판촉행사비용은 제조업체가 부담하는데, 최근 경기침체로 인하여 판촉행사가 빈번해지고 있음

- 그에 따라서 일부 품목에서는 손해를 보면서 대형유통업체에 납품하는 경우도 있으며, PB상품의 경우 수익이 나지 않음에도 불구하고 대형유통업체와의 거래관계 때문에 생산하는 상황임
 - 시장점유율 1위 상품을 제외한 나머지 상품에서 대형유통업체와의 거래에서 수익을 얻는 품목은 거의 없음
- 판매장려금이 사라졌음에도 불구하고 또 다른 장려금이 늘어나고 있는 상황이며, 장려금으로 인한 비용 상승도 무시할 수 없는 상황임
- 판매장려금은 공정거래위원회의 제재로 인하여 줄어들고 있는 추세지만, 판매장려금 만큼의 출고가 할인을 요구하는 대형유통업체가 많아지고 있으며 최근에는 물류장려금이라는 명목으로 장려금을 지급하는 경우가 많아지고 있음
- 이러한 상황은 제조업체의 수익성 악화시키며, 판매가격을 인상해야하는 압박으로 작용할 수 있음
- **주요 가공식품의 대형유통업체와 대리점으로 출하되는 상품 평균을 의미하는 제조업체 매출총이익률³¹⁾은 약 25% ~ 45%**
- 대체로 유통기한이 짧고 상품회전율이 높은 품목은 매출총이익률이 낮고, 유통기한이 상대적으로 길고 상품회전율이 낮으며 물류비용이 많이 소요되는 냉장 및 냉동식품 등은 이익률이 높은 편이라 하겠음
- 제조업체 담당자 인터뷰 결과, 물류 및 판매비용이 많이 소요되는 품목은 매출총이익률이 높은 편이라고 함

31) 제조업체 매출총이익률은 제조업체의 판매가에서 제조원가를 제외한 부분으로, 제조유통마진이 라 할 수 있음. 매출총이익률에는 제조업체의 판매관리비와 영업이익이 포함되어 있음.

주요 가공식품 유통마진 분석

제1절. 품목별 총 유통마진율

제2절. 도·소매업종별 유통마진율

제3절. 소매 업체별 유통마진율

제4절. 소결

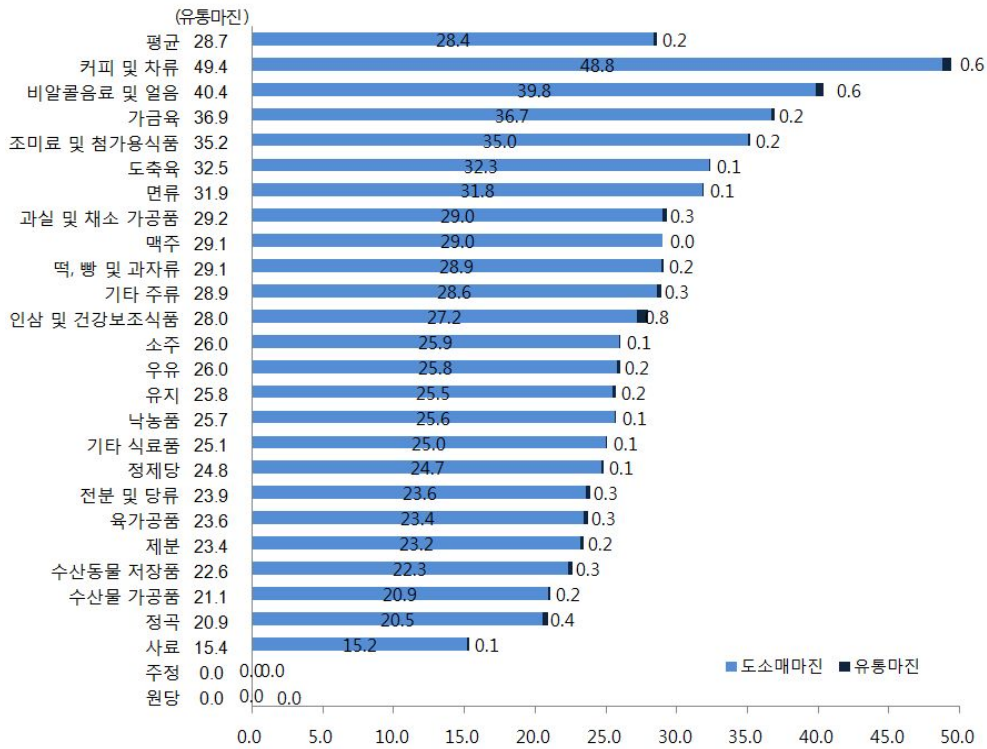
제5장 주요 가공식품 유통마진 분석

제 1절 . 품목별 총 유통마진율

- 한국은행에서 발행하는 산업연관표를 이용하면, 품목별 총 유통마진율을 구할 수 있음. 분석결과 가공식품이 일반 소비재(B2C)로 판매될 때의 유통마진율은 전체 평균 28.7%로, 품목별로는 커피 및 차류(49.4%), 비알콜음료 및 얼음(40.4%), 가금육(36.9%), 조미료 및 첨가용식품(27.3%), 도축육(32.5%) 등이 높게 나타남
 - 이는 가공식품이 제조업체에 의해 식품소재 용도로 사용될 때(13.3%)와 음식점으로 판매 될 때(16.0%) 보다 높은 수치임
 - 일반 소비재로 판매될 때는 제조업체-영업소-도매-소매 등의 3~4 단계를 거치는 반면, 제조업과 음식점에서 가공식품으로 판매될 때는 직접 구입 혹은 2~3단계를 거치는 등 유통단계가 상대적으로 짧은 편임
 - 따라서 일반소비 부문은 다른 구입주체보다 유통마진율이 높은 편임
 - 유통마진율이 높은 품목은 중량이 크거나 운송 과정 상 냉장 등 위생관리 비용이 많이 들어 화물마진율이 높은 품목임
 - 유통마진율이 낮은 품목은 원당(0.0), 주정(0.0), 사료(15.4%), 정곡(20.9%), 수산물 가공품(21.1%), 수산동물 저장품(22.%), 제분(23.4%) 등으로 대부분 식품제조업의 식품소재로 판매되는 비중이 높은 품목임
 - 일반 소비재로 판매되기 보다는 식품 제조업에 투입(B2B) 되어 식품소재로 활용되는 품목들이며, 가공수준이 비교적 낮고 원재료 비중이 높으며 부가가치가 낮다는 특징을 지님

<그림 5-1> 가공식품이 일반소비재로 판매 될 때 유통마진율

(단위 : %)



자료 : 한국은행(2014), 2010년 산업연관표, 도소매마진표와 화물운임표, 생산자가격표(경상가격) 제가공

□ 연도별로 살펴보면³²⁾, 가공식품 전체 평균 유통마진율이 전반적으로 증가하는 추세이며, 유통마진율을 도소매마진율과 화물운임률로 나누어 살펴보면 화물운임률은 유통마진율의 하락 요인으로 작용하는 반면 도·소매마진율은 증가 요인으로 작용하고 있음

○ 유통마진율은 1990년 17.0%에서 2000년 28.1%로 큰 폭으로 상승하고, 2010년 28.7%로 소폭 상승함

32) 연도별로 산업연관표의 품목분류에 차이가 있어, 2000년 소분류를 기준으로 재분류하여 비교

- 유통마진율을 도·소매마진율과 화물마진율로 나누어 살펴보면, 도·소매 마진율은 1990년 15.8%, 2000년 26.6%, 2010년 28.4%로 상승하는 것으로 나타남
 - 반면 화물운임률은 동기간 1990년 1.1%에서 2000년 1.5%로 상승했다가 2010년 0.2%로 1990년 대비 약 1/5 수준으로 낮아짐
 - 유통마진율의 증가는 광고·선전비 증가, 포장개선, 냉장 유통에 따른 도·소매 서비스 증가, 식품 안정성 요구 증대에 따른 관련 비용 상승 등 복합적인 요인이 작용한 것으로 분석됨
- 1990년 대비 2010년 유통마진율이 감소한 품목은 제당(25.4%→24.8%), 사료(28.8%→15.4%) 2개이며 14개는 동기간 증가한 것으로 나타남
- 정곡은 1990년 6.5~7.8%에서 2000년 12.0%로 증가폭이 낮은 수준임. 반면 2010년은 20.9%로 크게 상승함
 - 정곡의 경우 1990년 6.5~7.8%, 2000년 12.0% 2010년 20.9%로 타 품목 대비 유통마진율이 크게 높아짐. 이는 2010년 수확기 산지 쌀 가격이 폭락함에 따라 판매 가격에 반영되지 않고 자연스럽게 유통단계에서의 마진 및 이익율의 늘어난 것으로 분석됨
 - 주류 유통마진율이 2000년 48.1%에서 2010년 27.9%로 크게 낮아진 이유는 2000년대 후반 들어 주류의 산업 경쟁력 확보라는 측면에서 제조시설 및 도매업 판매요건에 크게 완화됨에 따라 시장 내 사업자 수가 크게 증가한 점 등이 작용한 것으로 풀이됨
 - 사료 유통마진율이 1990년 28.8%에서 2000년 43.7%로 크게 증가하다가 2010년 15.4%로 크게 감소함
 - 도·소매마진율과 화물마진율로 나눠 살펴보면 제당을 제외한 15개 품목은 도·소매마진율이 증가했으나, 화물마진율은 전 품목 감소세를 보임

<표 5-1> 가공식품이 일반 소비재로 판매될 경우 유통마진율¹⁾

(단위: %)

소분류	유통마진율									
				도소매마진율			화물마진율			
	1990	2000	2010	1990	2000	2010	1990	2000	2010	
1	육류 및 육가공품	24.0	31.7	32.0	23.3	30.1	31.9	0.7	1.5	0.2
2	낙농품	21.4	32.7	25.8	20.6	31.2	25.6	0.8	1.5	0.2
3	수산가공품	22.0	27.3	22.1	21.3	26.1	21.9	0.8	1.3	0.3
4	정미	6.5	12.0	20.9	4.5	10.2	20.5	2.1	1.8	0.4
5	정맥	7.8			5.6			2.3		
6	제분	11.9	13.0	23.4	10.5	12.2	23.2	1.5	0.8	0.2
7	제당	25.4	12.9	24.8	24.8	11.8	24.7	0.6	1.0	0.1
8	전분 및 당류	11.4	9.3	23.9	10.7	8.4	23.6	0.7	0.8	0.3
9	빵, 과자 및 국수류	21.9	29.9	29.7	21.0	28.9	29.5	0.8	1.0	0.2
10	조미료	20.8	31.8	35.2	20.0	29.9	35.0	0.8	2.0	0.2
11	유지 및 식용유	4.7	36.9	25.8	4.1	35.7	25.5	0.7	1.3	0.2
12	과실 및 채소가공품	16.6	19.9	29.2	15.7	19.0	29.0	0.8	0.9	0.3
13	기타식료품	22.2	29.3	28.4	21.5	28.1	28.0	0.7	1.1	0.4
14	주류	19.6	48.1	27.9	19.2	46.4	27.8	0.4	1.7	0.1
15	음료수 및 얼음	20.5	30.0	40.4	19.8	29.2	39.8	0.7	0.8	0.6
16	사료	28.8	43.7	15.4	28.3	42.4	15.2	0.6	1.3	0.1
가공식품산업 평균		17.0	28.1	28.7	15.8	26.6	28.4	1.1	1.5	0.2

주 : 일반소비 부문은 산업연관표 상의 민간소비지출을 의미하는 것으로 중간소비재로 소비되는 것 이외의 가게 및 가게봉사 비영리단체 등이 포함됨

자료 : 한국은행(2003, 2013). 1990, 2000, 2010년 산업연관표, 도소매마진표와 화물운임표, 생산자가 격표를 이용하여 연구자가 가공

< 산업연관표 자료 설명 >

- 총 유통마진 산출을 위해 한국은행에서 5년마다 발표하는 산업연관표 실측표를 이용함. 이 자료를 이용하여 가공식품 제조업체에서 소비자에게 유통되는 총 유통마진을 구함
 - 한국은행에서는 각 산업에서 생산되는 재화와 서비스의 거래관계를 기록하는 종합적인 통계표인 산업연관표를 5년마다 실측하여 발표하고, 이 실측표를 바탕으로 추정된 연장표를 매년 발표하고 있음
 - 산업연관표는 한 산업에서 생산된 재화와 서비스가 다른 산업의 중간재나 최종 소비재로 판매(표의 가로 : 행, 배분구조)되는 부분과 한 산업의 재화와 서비스의 생산을 위해 구입하는 부분(표의 세로 : 열, 투입구조)으로 구분됨
 - 실측표와 함께 도·소매마진표와 화물운임표도 함께 발표하고 있는데, 이 자료를 이용하여 가공식품 품목군별로 일반 소비재로 판매될 경우의 유통마진율을 추정할 수 있음
- 본 절에서는 한국은행 산업연관표 1990년, 2000년, 2010년 실측표(생산자 가격평가표)와 도·소매마진표, 화물운임표를 이용하여 아래와 같이 유통마진율, 도·소매마진율, 화물마진율을 추정함
 - 유통마진율 = 유통마진(도·소·매마진+ 화물운임)/구입자가격평가액×100
 - 도·소매마진율 = 도·소매마진/구입자가격평가액×100
 - 화물운임률 = 화물운임/구입자가격평가액×100

제 2절 . 도 · 소 매 업 종 별 유통 마 진 율

- 통계청 도·소매업조사 자료를 활용하여 유통마진율을 분석한 결과, 가공식품 도매업의 유통마진율이 비가공식품 도매업의 유통마진율보다 높은 경향이 있으며, 판매관리비가 증가함에 따라 영업이익이 감소하고 있는 것으로 분석됨
 - 통계청 도·소매업조사에 의하면, 음식료품 도매업은 비가공식품 도매업, 가공식품 도매업, 음료 및 담배 도매업으로 구분되고 있음
 - 음식료품 도매업의 유통마진율을 살펴보면, 음료 및 담배 도매업의 유통마진이 가장 높은 것으로 나타났으며 그 다음으로 가공식품 도매업과 비가공식품 도매업 순으로 높은 것으로 나타남

- 음료 및 담배 도매업의 유통마진율은 평균 31.9%(2003~2013년 평균)로 비가공식품 도매업과 가공식품 도매업보다 높은 것으로 나타남
- 가공식품 도매업의 유통마진율은 평균 27.1%로 나타났으며 매출액 대비 판매관리비는 21.0%, 매출액 대비 영업이익은 6.1%로 나타남
- 신선식품을 의미하는 비가공식품 도매업의 평균 유통마진율은 16.3%인 것으로 나타났음

○ 시계열자료의 변동성을 평가할 수 있는 변동계수(표준편차/평균)을 분석한 결과, 영업이익의 변동계수는 산업별로 큰 차이가 나지 않지만 판매관리비의 변동계수는 비가공식품과 가공식품이 차이가 있는 것으로 나타남

- 변동계수란 표준편차를 평균값으로 나눈 것을 의미하며 그 숫자가 클수록 변동 폭이 크다는 것을 의미함
- 세 산업군의 영업이익율의 변동계수는 0.24로 큰 차이점이 없음
- 하지만 비가공식품의 매출액 대비 판매관리비의 변동계수가 0.15인 것에 비하여 가공식품 도매업과 음료 및 담배 도매업의 변동계수가 각각 0.06, 0.08인 것으로 나타나 비가공식품의 판매관리비 변동이 심한 것으로 분석됨
- 이는 신선식품의 경우 매년 변화하는 수급상황에 직접적인 영향을 받기 때문인 것으로 해석됨

<표 5-2> 음식료품 도매업 산업별 유통마진율과 변동계수

(단위: %)

산업	매출대비	2006	2008	2010	2011	2012	2013	평균	변동계수
비가공식품 도매업	유통마진율	15.2	15.7	17.9	14.1	18.0	14.4	16.3	0.11
	판매관리비율	10.4	9.9	12.0	9.8	14.0	10.6	10.9	0.15
	영업이익율	4.8	5.8	5.9	4.3	3.9	3.8	5.4	0.24
가공식품 도매업	유통마진율	27.3	25.8	28.1	27.0	27.8	25.5	27.1	0.04
	판매관리비율	21.0	20.2	22.7	21.9	23.3	21.3	21.0	0.06
	영업이익율	6.2	5.7	5.5	5.0	4.6	4.2	6.1	0.24
음료 및 담배 도매업	유통마진율	31.0	34.0	29.1	31.5	31.7	31.2	31.9	0.05
	판매관리비율	23.6	24.1	23.4	24.3	24.7	24.3	8.8	0.08
	영업이익율	7.5	9.8	5.7	7.2	7.0	6.9	23.1	0.24

자료 : 도소매업조사(2003~2013), 서비스업총조사(2005), 경제총조사(2010)

- 가공식품 도매업은 육류 가공식품 도매업, 수산물 가공식품 도매업, 빵 및 과자 도매업, 낙농품 도매업, 기타 가공식품 도매업, 주류도매업, 비알콜음료 도매업으로 분류할 수 있음
 - 2001년, 2005년 서비스업 총조사, 2010년 경제총조사, 2011~2013년 도소매업 조사 자료를 활용하면 가공식품 도매업 세부 산업별 재무분석과 변동계수 분석을 실시하였음
 - 2000년 이전 도소매업조사는 세부 산업 분류 자료가 존재하지 않기 때문에, 장기간 세부 산업별 유통마진의 추이를 분석하는 것에는 한계점을 가지고 있음
- 가공식품 도매업 세부산업별 유통마진율을 분석한 결과, 모든 세부산업에서 매출액 대비 영업이익의 비중이 감소하고 있으며, 반면에 매출액 대비 판매관리비가 증가하는 것으로 나타남
 - 조사기간(2001~2013년) 동안 모든 세부 산업군에서 영업이익은 65.0%~ 84.7% 감소한 것으로 나타났으며 특히 수산물가공식품 도매업의 경우 매출액 대비 영업이익률이 2001년 23.1%에서 2013년 3.5%로 84.7% 감소한 것으로 나타남
 - 반면에 매출액 대비 판매관리비 비중은 증가하여 60.8% ~ 222.7% 증가한 것으로 나타났음
- 육류가공식품 도매업과 기타가공식품 도매업의 경우 매출액 대비 판매관리비 증가폭이 매출액 대비 영업이익 감소폭보다 커서 유통마진이 감소한 것으로 나타났음
 - 육류가공식품 도매업의 경우 2001년 유통마진율이 26.4%였으나 2013년 21.8%로 17.6% 감소한 것으로 나타남
 - 기타가공식품 도매업의 경우 2001년 유통마진율이 31.2%였으나 2013년 22.0%로 29.4% 감소하였음

<표 5-3> 음식료품 도매업 세부산업별 유통마진율

(단위: %)

산업	매출대비	2001	2005	2010	2011	2012	2013	증감율 (01-13)
수산물 가공식품 도매업	유통마진율	35.2	26.3	55.3	39.1	46.6	42.6	20.9
	판매관리비율	12.1	16.7	50.0	34.6	42.6	39.1	222.7
	영업이익률	23.1	9.6	5.3	4.5	4.1	3.5	-84.7
빵 및 과자 도매업	유통마진율	29.9	33.8	44.2	40.8	37.8	35.9	20.1
	판매관리비율	14.3	24.6	38.0	34.8	31.8	30.4	112.4
	영업이익률	15.5	9.2	6.2	6.0	5.9	5.5	-65.0
비알콜음료 도매업	유통마진율	29.6	32.9	40.9	35.5	33.3	32.3	9.0
	판매관리비율	12.7	26.1	35.5	28.5	28.2	27.8	118.1
	영업이익률	16.9	6.8	5.3	7.0	5.0	4.5	-73.2
낙농품 도매업	유통마진율	22.8	30.9	29.2	28.9	23.0	30.1	32.0
	판매관리비율	8.8	21.0	23.2	23.2	17.8	25.5	190.1
	영업이익률	14.0	9.9	5.9	5.7	5.2	4.6	-67.0
기타 가공식품 도매업	유통마진율	31.2	27.3	23.1	23.8	26.5	22.0	-29.4
	판매관리비율	13.2	17.5	17.8	19.0	22.2	18.0	35.9
	영업이익률	18.0	9.8	5.3	4.8	4.3	4.0	-77.5
육류 가공식품 도매업	유통마진율	26.4	20.8	30.6	23.1	22.9	21.8	-17.6
	판매관리비율	11.3	14.3	25.9	18.9	19.0	18.1	60.8
	영업이익률	15.2	6.5	4.7	4.1	3.9	3.7	-75.8

자료 : 서비스업 총조사(2001, 2005), 경제총조사(2010), 도소매업조사(2011~2013)

□ 소매업의 유통마진율을 분석한 결과, 규모가 작은 슈퍼마켓이나 편의점의 경우 유통마진이 점차 줄어들고 있는 것으로 분석되었음

○ 소매업 세부 산업 중 가공식품의 비중이 높은 소매업체 7개를 선택하여 유통마진율을 분석한 결과, 모든 업체에서 매출액 대비 판매관리비의 비중이 증가하고 있는 것으로 나타났으며, 매출액 대비 영업이익률은 감소하고 있는 것으로 나타남

- 대형마트, 음료 소매점의 경우 판매관리비의 증가분이 영업이익 감소분보다 높아 전체 유통마진이 증가한 것으로 나타났음
- 특히 165㎡ 이하의 영세슈퍼마켓을 의미하는 음식료품 위주의 기타소매업의 영업이익률은 2001년 28.2%에서 2013년 7.2%로 74.4% 감소하는 것으로 나타나 영업이익률이 큰 폭으로 떨어진 것으로 분석됨

- 이는 유통시장 개방이후 대형유통업체의 성장으로 인하여 규모가 작은 영세업체들의 경영상황이 악화되고 있다는 것을 보여주는 것임

<표 5-4> 음식료품 소매 업체별 유통마진율

(단위: %)

산업	매출대비	2001	2005	2010	2011	2012	2013	증감율 ('01-'13)
기타 대형 종합소매업	유통마진율	20.3	29.2	31.4	47.9 ¹⁾	30.5	31.3	53.9
	판매관리비율	12.6	18.5	25.2	39.5	23.8	25.2	99.8
	영업이익률	7.7	10.7	6.2	8.3	6.6	6.1	-20.9
슈퍼마켓 ²⁾	유통마진율	24.0	27.1	23.9	22.5	19.8	21.2	-11.6
	판매관리비율	11.9	19.1	17.9	18.2	16.0	17.6	47.5
	영업이익률	12.1	8.1	5.9	4.2	3.8	3.7	-69.7
체인화 편의점	유통마진율	34.7	30.0	32.8	25.3	31.6	28.8	-17.0
	판매관리비율	20.1	19.7	21.2	16.3	24.7	23.6	17.6
	영업이익률	14.7	10.3	11.6	8.9	6.9	5.3	-64.2
음식료품 위주 소매점 ²⁾	유통마진율	38.9	37.8	37.5	31.5	28.2	22.4	-42.5
	판매관리비율	10.7	12.6	15.2	14.5	16.7	15.2	41.8
	영업이익률	28.2	25.2	22.3	17.1	11.5	7.2	-74.4
빵 및 과자 소매점	유통마진율	46.8	45.8	49.5	41.7	50.7	41.7	-11.0
	판매관리비율	20.1	26.9	35.6	26.7	35.4	30.6	51.7
	영업이익률	26.7	19.0	14.0	15.0	15.3	11.1	-58.2
음료 소매점	유통마진율	39.0	41.2	22.0	35.7	40.8	40.7	4.3
	판매관리비율	24.4	21.1	11.0	24.3	31.3	30.2	24.1
	영업이익률	14.6	20.1	11.0	11.5	9.5	10.5	-28.5

주1) 2011년 기타 대형 종합소매업의 판매관리비가 높은 이유는 첫째, 기타 대형 종합소매업에 아울렛이 포함되고, 둘째, 대형유통업체의 도매전문매장이 확산되었기 때문임

주2) 매장면적에 따라 분류하고 있으며, 165~3,000㎡의 종합소매점을 슈퍼마켓 165㎡미만의 종합소매점을 음식료품 위주 소매점으로 분류함

자료 : 도소매업조사(2003~2013, 서비스업총조사(2005), 경제총조사(2010)

제 3절 . 소매 업체별 유통 마진율

□ 소매 업체별 주요 가공식품 유통마진율을 분석하기 위하여 대중소유통 관계자 인터뷰 및 중소 슈퍼마켓 POS 데이터 자료를 활용하였음

○ 대형유통업체의 경우 대형유통업체 관계자와 관련 전문가들과의 인터뷰를 통해서 주요 가공식품의 유통마진율을 조사하였음

- 중소형 슈퍼마켓의 경우, 소상공인시장진흥공단의 협조를 받아 나들가게 POS 데이터를 활용하여 유통마진율을 분석하였으며, 또한 중형 슈퍼마켓 점주와 영세 슈퍼마켓 점주 인터뷰를 통해서 주요 가공식품 유통마진율을 조사하고 가공식품 가격 결정 방식에 대해서 분석하였음
 - 편의점의 경우 편의점주 및 편의점 본사 슈퍼바이저와의 인터뷰를 통해서 유통마진율을 조사하였음
 - 조사된 유통마진율에 대해서는 기존 유통마진율 통계자료와 전문가 자문회의를 통해 수정 및 조정하여 최종 확정함.
- **대형유통업체의 유통마진율은 도매마진과 소매마진이 포함된 개념이며, 이는 대형유통업체가 도매부분과 소매부분을 통합하여 운영하기 때문임**
- 대형유통업체는 자체 물류센터를 통해서 제조업체의 상품을 매입하며, 자체 물류시스템이나 3자 물류를 통해서 자신들의 대형매장으로 운반하고 있음
 - 신선도 유지 및 재고 관리를 위해서 각 지역별 대형매장 주변 대리점에서 상품을 공급받는 냉장, 냉동 상품을 제외하고 제조업체가 대형유통업체 물류센터로 직접 상품을 배송하는 거래의 비중이 점점 높아지고 있음
 - 이 때, 대형유통업체는 제조업체를 대신해서 자체 물류센터에서 소매점포에 배송하는 물류비용을 제조업체에 청구하는데 이러한 비용이 물류장려금임
 - 제조업체와의 인터뷰 결과, 판매장려금이 공정거래위원회의 규제로 사라진 이후 가장 많아진 장려금이 물류장려금인 것으로 파악함
 - 최근 소비심리위축으로 인하여 소매업체 간 가격경쟁이 치열해졌기 때문에 대형유통업체는 과거보다 높은 유통마진율을 책정할 수 없는 상황임

- 소비위축으로 인하여 소비자들의 가격민감도가 높아졌고, 대형유통업체 간의 가격경쟁으로 인하여 소매부분에서 취할 수 있는 마진은 점점 줄어들고 있는 상황임
 - 이러한 상황에서 수익을 보전해야하는 대형유통업체는 제조업체와의 거래에서 상품을 저렴하게 구매하거나 물류비용을 축소하는 방법으로 비용을 줄여나가고 있음
 - 그렇기 때문에 판매 장려금뿐만이 아니라 다양한 명목의 장려금이 만들어지고 있는 상황임
- 최근 공정거래위원회의 규제로 인하여 판매장려금은 점점 줄어들고 있지만 제조업체가 유통업체에 제공하는 다른 명목의 장려금은 존재해 오고 있었음
- 판매장려금이란 대리점이나 대형유통업체가 매출액 목표를 달성했을 시, 제조업체가 지급하는 장려금으로써 통상적으로 매출액의 3~5%을 지급함. 최근 공정거래위원회의 규제로 인하여 줄어들고 있는 추세임
 - 물류장려금뿐만이 아니라 물류 관련 장려금이 있는데, 규모장려금이란 발주량이 일정 규모 이상의 경우 지급되는 장려금을 의미함
 - 수금장려금이란 대금결제가 결제일보다 빨리 이루어지면 제조업체가 제공하는 장려금을 의미하며 통상적으로 1~2% 내외임
 - 선입금장려금이란 대리점이나 도매상이 제조업체에게 선입금을 지불하고 상품을 구매할 때, 제공되는 장려금
 - 신장장려금이란 전년대비 매출액 신장에 따른 장려금을 의미함
 - 입점장려금이란 신제품 입점 시 지급되는 장려금으로써 일반적으로 제조업체와 편의점 가맹본부 간의 거래에서 지급됨
- 이러한 다양한 장려금을 주요 가공식품 품목별로 계산하는 것은 현실적으로 어려움
- 장려금은 해당 상품군의 바이어와 제조업체 간의 협상에 의해서 결정되기 때문에 바이어 및 제조업체의 특성에 따라서 장려금의 종류와 규모가 다를 수도 있음

- 예를 들어, 시장점유율을 어느 정도 가지고 있는 상품을 취급하는 제조업체와의 거래에서는 대형유통업체가 많은 규모의 장려금을 가져가기 어려운 실정임
 - 또한 장려금의 규모와 종류가 유동적으로 변동하기 때문에 특정 시기의 장려금 규모는 의미가 없을 수도 있음
 - 따라서 본 연구에서는 주요 가공식품 품목별 장려금을 조사하기 보다는, 장려금의 종류를 파악하는 것에 초점을 맞추고, 품목별 유통마진율을 조사하였음
- 대형유통업체 주요 가공식품 품목별 유통마진율을 분석한 결과, 냉장 보관 해야 하는 상품의 유통마진율이 높은 것으로 분석되었으며, 소비자들이 자주 구매하는 상품의 유통마진율이 낮은 편인 것으로 나타남
- 어묵, 소시지, 우유와 같이 냉장고에서 보관되어야 하는 품목의 경우 유통마진율이 높은 것으로 분석되었음
 - 과일주스 제조업체 인터뷰 결과, 과일주스는 제조업체 간 경쟁이 치열하기 때문에, 저렴한 가격에 과일주스를 구매할 수 있는 대형유통업체가 높은 마진율을 가져갈 수 있는 품목임
 - 대형유통업체는 소비자들이 자주 구매하는 상품의 유통마진을 최소화 시킴으로써 매장 전체의 상품이 저렴하다는 이미지를 심기 위해서 노력함.
- 대형유통업체 담당자 인터뷰에 의하면, 인건비 상승, 물류비 상승, 장려금 인하압박으로 인하여 수익이 점점 줄어들고 있는 상황임
- 대형유통업체 담당자 인터뷰에 의하면, 유통업체의 판매관리비는 약 22% 수준이며 특히 냉장식품의 경우 냉장설비 운영비용, 유통기간이 짧은 상품의 재고처리비용, 인력비용의 증대로 인하여 판매관리비가 높아지고 있음

<표 5-5> 대형유통업체 주요 가공식품 품목별 유통마진율

품목	유통마진율 평균값 (판매관리비율+이익률)	품목	유통마진율 평균값 (판매관리비율+이익률)
어묵	28%	생선통조림	25%
소시지	28%	발효유	25%
햄	27%	빵	24%
스낵과자	26%	식용유	23%
비스킷	26%	설탕	23%
과일주스	26%	라면	22%
우유	25%	분유	21%

□ 대형유통업체의 골목상권 진출 및 도매사업 진출은 대리점 체제의 붕괴를 가속화 시키고 있으며 결국 영세 슈퍼마켓에 악영향을 미치고 있음

- 최근 대형유통업체의 골목상권진출은 슈퍼마켓의 매출액에 직접적인 타격을 주는 것뿐만이 아니라 가공식품 구매경로에도 영향을 미치고 있음
 - 대형유통업체의 골목상권 진출로 인하여 경쟁력을 가질 수 없는 영세슈퍼마켓의 폐점이 많아지고, 그에 따라서 대리점 체제가 점점 무너지고 있는 상황임
 - 영세 대리점이 점점 줄어들게 되자 규모가 큰 대리점이 독점력을 행사할 수 있게 되었으며, 그에 따라서 영세 슈퍼마켓은 높은 가격에 상품을 구매해야 함
 - 결국 영세 슈퍼마켓은 점점 가격경쟁력을 가져갈 수 있는 방법이 줄어들고 있는 상황임
- 대형유통업체의 SSM 사업뿐만이 아니라 도매사업진출로 인하여 대리점 체제에 악영향을 미치고 있음
 - 골목상권진출 논란으로 인하여 대형유통업체의 상품공급점 사업은 잠정적으로 중단되었지만, 중대형 슈퍼마켓에 대형유통업체가 상품을 공급하고 있는 것으로 파악됨
 - 대형유통업체에서 주로 구매하는 상품은 유통기간 6개월 이상이며 사이즈가 작은 상품군(생선통조림, 비스킷, 라면, 스낵과자)임

- 대형유통업체 도매사업부와 거래하는 중대형 슈퍼마켓 점주와의 인터뷰 결과, 전체 매출액의 5~10%정도를 대형유통업체 도매사업부에서 상품을 구매하는 것으로 조사됨
 - 대형유통업체 도매사업진출은 대리점 체제의 붕괴를 가속하고 있으며, 구매경로가 점점 줄어들어 가격경쟁력을 가져갈 수 없는 영세 슈퍼마켓에도 악영향을 미칠 것으로 판단됨
- 중소 슈퍼마켓에서 골목상권의 가족이 운영하는 전형적인 영세 슈퍼마켓은 주요 가공식품 유통마진을 평균 22%로 나타남
- 중소형 슈퍼마켓 인터뷰 결과에 따르면, 슈퍼마켓 규모가 매장면적 기준으로 약 30평 내외이며 부부가 운영하는 영세 슈퍼마켓의 주요 가공식품 소매마진을 평균은 약 22%로 나타남
 - 유통기간이 상대적으로 긴 상품들(비스킷, 스낵과자, 과일주스, 생선통조림, 식용유 등)의 소매마진이 비교적 높은 것으로 조사됨
 - 반면에 어묵, 우유, 빵, 햄, 발효유와 같은 상품은 상대적으로 소매마진이 낮은 상품군에 속해 있었음
 - 분유와 같은 일부 품목은 동네 슈퍼마켓에서 취급하지 않고 있으며, 이는 수요도 줄고 있으며 또한 인터넷을 통한 구매가 많은 품목들이기에 찾는 고객이 거의 없어지기 때문이라 함
 - 이들 중소형 슈퍼마켓 인터뷰 결과는 뒤에 나타난 나들가게 평균 소매마진을 22.4% 결과와 유사한 것으로 나타남

<표 5-6> 영세슈퍼마켓 주요 가공식품 유통마진율

구분	유통마진율 평균 (판매관리비율+이익률)	구분	유통마진율 평균 (판매관리비율+이익률)
비스킷	31%	어묵	18%
스낵과자	31%	우유	17%
과일주스	29%	빵	17%
생선통조림	25%	소시지	17%
식용유	25%	햄	17%
라면	23%	발효유	17%
설탕	22%	평균마진율	22%

자료출처 : 영세슈퍼마켓 점주 인터뷰

- 나들가게 POS 시스템 자료를 활용하여 주요 가공식품 품목별 소매마진율을 조사한 결과, 평균 소매마진율은 22.4%로 조사되었음
 - 나들가게 POS 시스템의 자료를 활용하여 주요 가공식품 품목별 소매마진율을 분석함
 - 최소 10개 슈퍼마켓이 취급하는 상품을 중심으로 평균 소매마진율을 분석하였음
- 분석결과 유통기간이 짧은 가공식품의 소매마진율이 낮고, 유통기간이 긴 가공식품의 소매마진율이 높은 것으로 분석됨
 - 일반적으로 유통기간이 긴 생선통조림, 비스킷 식용유, 스낵과자의 소매마진율이 다른 품목보다 높은 것으로 조사됨
 - 반면에 우유, 발효유, 어묵, 햄과 같은 회전율이 빨라야하는 상품에서의 소매마진율은 낮은 것으로 조사됨. 이러한 결과는 냉장시설 운영비용으로 인하여 냉장식품의 마진율을 높게 책정하는 대형유통업체와 반대되는 결과임
 - 이는 영세슈퍼마켓의 냉장시설이 상대적으로 규모가 작고, 유통기간을 넘긴 냉장상품을 반품하지 못하는 경우가 많기 때문에 낮은 마진을 책정한 것으로 판단됨

<표 5-7> 중소슈퍼마켓 주요 가공식품 유통마진율

품목	유통마진율 평균 (판매관리비율+이익률)	품목	유통마진율 평균 (판매관리비율+이익률)
생선통조림	34%	설탕	22%
비스킷	28%	빵	20%
식용유	27%	햄	20%
스낵과자	27%	어묵	19%
과일주스	27%	발효유	18%
소시지	24%	우유	16%
라면	23%	분유	11%

자료 : 나들가게 POS 시스템, 소상공인시장진흥공단 제공

□ 주요 편의점 업체의 소매유통마진을 조사한 결과 편의점 가맹본부와 편의점주가 계약조건에 따라 유통마진은 다르게 분배됨

- 편의점의 유통마진은 편의점 개설 계약조건에 따라 다름
 - 편의점 프랜차이즈 계약방식은 완전가맹방식과 위탁가맹방식으로 나눌 수 있으나 다른 여러 계약방식이 존재함
 - 개설에 필요한 비용의 투자 비율에 따라 점주와 본사의 이익배분 비율이 달라지며, 현재 업체별로 다른 계약 방식을 채택함
 - 최근에는 완전가맹의 비중이 높아지고 있는 추세이며, 중요상권 지역이나 특수지역은 별도의 계약 조건으로 편의점을 운영하는 경우가 많음
- 가맹점주의 가맹수수료와 가맹본부가 제조업체로부터 상품 구매에 있어서 수취하는 각종 장려금 등이 편의점 가맹본부의 주 수입원이며, 가맹수수료는 계약관계에 따라서 다르게 책정됨
 - 가맹수수료란 가맹점주가 프랜차이즈 브랜드 이용허가 및 영업활동 지원에 대한 대가를 가맹본부에 지불하는 것을 의미함
- 국내 편의점은 대체적으로 프랜차이즈 방식으로 운영되며, 편의점은 가맹본부로부터 상품을 100% 구매하고 있음
 - 편의점 가맹점주는 직접 사입이 금지되어 있고 모든 상품을 편의점 가맹본부로부터 구매하도록 계약되어 있음
- 가맹본부에서 가맹점주에게 지급하는 장려금과 운영지원금은 가맹점주의 매출액 또는 계약 형태에 따라서 책정되기 때문에 주요 가공식품 품목별 장려금은 책정하기 어려운 점이 있음
 - 가맹본부가 가맹점주에게 지급하는 장려금은 광고선전비(담배간판을 매장에 설치함으로써 받는 장려금), 발주장려금(행사상품이나 특정상품을 발주한 편의점주에게 지급되는 장려금), 재계약 장려금(매장 유지 시 지급되는 장려금)등이 있음
 - 운영지원금은 24시간 운영되는 편의점의 운영비용을 감안한 수도광열비 지원금이 있음
 - 그 밖에도 냉장상품 폐기지원금 등 편의점 운영에 따른 비용을 지원하고 있으며, 가공식품 품목별 업체별로 매우 다양함

- 국내 빅3 편의점주와의 인터뷰를 통해서 주요 가공식품 소매유통마진율을 조사한 결과, 우유와 라면의 유통마진율이 낮은 것으로 조사되었으며, 생선통조림, 빵, 어묵의 유통마진율이 높은 것으로 조사되었음
- 우유와 라면의 경우 소비자들이 자주 구매하는 품목이기 때문에 낮은 마진율을 책정함으로써 저렴한 이미지를 소비자들에게 심어주는 전략을 취하는 것으로 판단됨
- 빵 같은 경우 유통기간이 짧은 품목에 속하면서도 유통마진율이 높는데 그 이유는 빵의 재고비용을 냉장상품 폐기지원금 명목으로 편의점 가맹본부가 비용을 부담하기 때문임
- 중소형 슈퍼마켓과 편의점을 비교하면, 생선통조림, 과일주스, 비스킷, 스낵과자 등이 유통마진율이 높은 것은 비슷하지만, 편의점은 슈퍼마켓과 다르게 빵, 어묵, 발효유 등에서 상대적으로 높은 유통마진율을 취하고 있는 것으로 나타남. 이는 편의점에서 자주 구매하고 취식하는 상품에 높은 마진율을 책정하는 것으로 보임.

<표 5-8> 편의점 계약조건별 주요 가공식품 소매유통마진율

(단위 : %)

구분	유통 마진율	Type A 80(점주):20(본부)		Type B 65(점주):35(본부)		Type C 60(점주):40(본부)		Type D 45(점주):55(본부)	
		점주 마진율	가맹 수수료율	점주 마진율	가맹 수수료율	점주 마진율	가맹 수수료율	점주 마진율	가맹 수수료율
생선통조림	45.0	36.0	9.0	29.0	16.0	27.0	18.0	20.0	25.0
빵	44.0	35.0	9.0	29.0	15.0	26.0	18.0	20.0	24.0
어묵	43.0	35.0	9.0	28.0	15.0	26.0	17.0	19.0	24.0
과일주스	41.0	33.0	8.0	27.0	14.0	25.0	16.0	19.0	23.0
발효유	38.0	30.0	8.0	25.0	13.0	23.0	15.0	17.0	21.0
비스킷	34.0	27.0	7.0	22.0	12.0	21.0	14.0	15.0	19.0
스낵과자	34.0	27.0	7.0	22.0	12.0	20.0	14.0	15.0	19.0
설탕	32.0	26.0	7.0	21.0	11.0	19.0	13.0	15.0	18.0
식용유	30.0	24.0	6.0	20.0	11.0	18.0	12.0	14.0	17.0
햄	30.0	24.0	6.0	20.0	11.0	18.0	12.0	14.0	17.0
소시지	29.0	23.0	6.0	19.0	10.0	17.0	11.0	13.0	16.0
우유	27.0	21.0	5.0	17.0	9.0	16.0	11.0	12.0	15.0
라면	26.0	21.0	5.0	17.0	9.0	16.0	11.0	19.0	14.0

자료 : 편의점 가맹점 가입타입은 가맹점주와 가맹본부의 투자 비중에 따른 각 주체의 몫인 마진 비율에 따라 편의상 A, B, C, D 타입으로 구분하였음

제 4장 . 소 결

- 산업연관표 및 통계청 도소매업 조사 자료를 분석한 결과, 판매관리비증가로 인하여 유통마진율이 증가하고 있는 것으로 분석됨
 - 산업연관표를 활용하여 분석한 결과, 주요 가공식품 유통마진율은 1990년 17.0%에서 2000년 28.1%로 큰 폭으로 상승하고, 2010년 28.7%로 소폭 상승함
 - 소매업 세부 산업 중 가공식품의 비중이 높은 소매업체 7개를 선택하여 유통마진율을 분석한 결과, 모든 업체에서 매출액 대비 판매관리비의 비중이 증가하고 있는 것으로 나타났으며, 매출액 대비 영업이익률은 감소하고 있는 것으로 나타남
- 소매 업체별 주요가공식품 유통마진율 비교분석 결과, 소매업체의 마진믹스전략에 따라서 가공식품별 마진율이 다른 것으로 조사됨
 - 대형유통업체 주요 가공식품 품목별 유통마진율을 분석한 결과, 평균 약 25%로 나타남
 - 어묵, 소시지, 우유와 같이 냉장보관비용이 추가되는 상품의 유통마진율이 높은 것으로 분석되었음
 - 나들가게 POS 데이터를 활용하여 중소 슈퍼마켓의 유통마진율을 조사한 결과, 주요 가공식품 평균마진율은 약 22%로 나타남
 - 슈퍼마켓의 경우, 우유, 발효유, 어묵, 햄 등이 유통마진율이 낮은 것으로 나타났으며, 생선통조림, 비스킷 식용유, 스낵과자 등이 유통마진율이 높은 것으로 나타남
 - 편의점의 소매유통마진은 가맹계약조건에 따라서 편의점주와 가맹본부가 분배되며, 주요가공식품의 평균 소매유통마진율은 약 35%인 것으로 나타남

- 통계자료 및 소매업체 담당자 인터뷰 결과, 경기침체와 대형유통업체 중심의 유통구조가 맞물리면서 소비촉진을 위한 판매관리비가 상승이 가공식품 가격 상승을 견인하고 있는 것으로 분석됨
- 경기침체로 인하여 매출액이 감소하기 시작한 대형유통업체가 소비자를 유인하기 위한 판촉행사가 빈번해지면서 가공식품 제조업체의 판매관리비가 증가하기 시작함
 - 대형유통업체에서 발생하는 판촉행사의 비용은 대부분 식품제조업체가 부담하며 이는 식품제조업체의 비용증가에 영향을 미치고 있음
 - 식품제조업체는 적정이익을 보전하기 위해서 대리점에 추가적인 마진을 붙여서 상품을 판매함
 - 대형유통업체의 골목상권 진출로 인하여 대리점 체제가 무너지기 시작하면서 식품제조업체의 수익성은 점점 약화되고, 식품제조업체는 수익을 보전하기 위하여 가공식품 가격을 인상해야 하는 상황에 직면함

결론 및 시사점

제6장 결론 및 시사점

□ 가공식품 가격과 소비자물가의 관계 및 시사점

- 11개 주요 가공식품을 분석한 결과, 분유, 우유, 과일주스를 제외한 나머지 8개 품목이 원재료 가격 상승률보다 소비자물가지수 상승률이 더 높게 나타났음
 - 특히 스낵, 라면, 어묵, 아이스크림 같은 경우에는 다른 품목과 비교하였을 때, 전체 비용 중 원재료의 비중이 낮은 편(원재료 비중 55% 미만)임에도 불구하고, 소비자물가지수증가율이 원재료가격 상승률보다 큰 것으로 분석되었음
 - 특히 스낵과자의 경우 원재료 가격 상승률과 소비자물가지수 상승률 간의 격차가 가장 큰 품목으로 분석되었음
 - 설탕과 커피의 경우도 원재료가격 증가폭보다 소비자물가지수의 증가폭이 더 큰 품목인 것으로 나타남
 - 우유, 분유의 경우 원재료비중이 비교적 높은 편이지만, 소비자물가지수의 상승폭이 원재료 가격 상승 폭보다 작은 품목으로 조사되어 원가의 증가분이 소비자가격에 상대적으로 작게 전이되는 품목으로 조사되었음
- 세계적인 애그플레이션이 발생한 2008년 이후, 가공식품 물가상승률이 소비자물가 상승률을 초과하기 시작함
 - 전 세계적인 애그플레이션이 발생한 2008년 이후 가공식품의 평균 물가 상승률이 5.6%로 높아지면서, 소비자물가 평균 상승률과의 차이가 2.6%p로 크게 벌어짐
 - 2008년 기상악화로 인해 전 세계에 불어 닥친 국제곡물 가격의 폭등, 2012년 바이오 에너지 사용증가로 인한 옥수수 가격의 급격한 상승 등으로 가공식품 물가상승률이 급격히 상승한 것으로 보임

- 가공식품 가격 상승이 소비자물가에 미치는 영향이 점차 커지고 있음
 - 지난 30년 동안 가공식품의 소비자물가 상승 기여율이 평균 7.04%로 다른 16개 품목군 중에서 8번째로 소비자물가 상승에 영향을 주었음
 - 그러나 세계 곡물파동이 있었던 2008년 이후부터 살펴보면, 가공식품이 소비자물가 상승에 12.68% 기여하며, 전체 16개 품목군 중에서 두 번째로 높은 기여율을 기록함
- 곡물자급률이 낮아지면서 가공식품 주원료의 해외 의존도가 높아지고 있음
 - 우리나라 곡물 자급률이 1990년 43.1%에서 2000년 29.7%로 급격히 하락한 이후, 2013년에는 23.1%로 계속 하락하는 추세를 보이고 있음
 - 곡물자급률이 하락한 주 원인은 쌀, 콩, 옥수수 등 국내 곡물 생산이 감소 내지 정체되고 있는 가운데 가공과 사료용 곡물 수요가 크게 증가하였기 때문임
- 2008년부터 2013년까지 식품 소비자 물가상승률(전년 대비 증가율)의 평균을 살펴보면, 우리나라의 평균 식품 소비자 물가상승률이 5.3%로 OECD 전체 평균 2.9%를 크게 상회하고 있으며, 우리나라는 34개 OECD 회원국 중 6번째로 높은 상승률을 보이고 있음
 - 우리나라보다 높은 나라는 터기(9.2%), 아이슬란드(8.8%), 칠레(7.1%), 멕시코(6.3%), 헝가리(5.5%)로 우리나라보다 국민소득 수준이 낮거나 최근에 경제적 어려움을 겪은 나라들임
 - 반면, 선진국이라 하는 미국(2.6%), 프랑스(2.0%), 독일(2.7%), 일본(0.4%)과 같은 나라들은 OECD 평균 수준보다 낮은 상승률을 보이며, 전 세계적인 애그플레이션 이후에도 식품 소비자 물가는 안정세를 유지하고 있음
- 가공식품 주원료인 해외 곡물의 안정적인 확보가 강화되어야 할 것임.

- 곡물의 안정적인 확보를 위해 주요 식품제조업체들은 독자적으로 세계 곡물메이저와 선물시장 등을 통해 곡물을 확보하고 있으나 곡물 파동에 대한 대응이 개별적으로 취약할 수밖에 없는 실정임.
- 세계적인 곡물메이저 사업에 국내 기업들이 참여하지 못하고 있는 실정에서 가공식품 주원료인 곡물 확보는 세계 곡물메이저에 의해 좌지우지 될 수밖에 없는 실정임
- 곡물의 안정적인 확보 체계가 취약한 상태에서는 가공식품가격의 불안정성이 클 수밖에 없는 구조로 보임.

□ 식품제조원가에서 원료비 비중이 가장 크며 그 변동성이 큼

- 식료품산업의 경우, 전체 제조원가 중 재료비의 비중이 70% 이상 차지하는 것으로 나타났으며, 제조원가에서 재료비의 변동이 가장 큰 것으로 나타남.
 - 제조원가를 구성하는 재료비, 노무비, 경비의 변동성을 살펴보면, 음식료품(주류제외) 전체의 경우, 재료비(0.42), 경비(0.35), 노무비(0.32) 순으로 변동성이 큰 것으로 나타남
- 원재료가격상승률 자료와 소비자물가지수 상승률 자료를 활용하여 주요 가공식품을 분석한 결과, 스낵과자, 라면, 아이스크림, 어묵은 원재료가격 상승률보다 소비자물가지수 상승률이 더 큰 것으로 나타남
 - 시장이 소수의 제조업체에 의해 제조 및 공급이 독과점 되어 있는 품목의 경우, 원재료가격 상승률보다 소비자물가지수 상승률이 더 높은 것으로 나타남
 - 반면에, 제조업체간 경쟁이 치열한 과일주스와 정부의 가격규제를 많이 받고 있는 분유의 경우, 소비자물가지수 상승률이 원재료가격 상승률보다 낮은 것으로 나타났음

□ 가공식품가격 상승의 주원인은 원재료비 상승이 가장 크며, 다음으로 판매인건비와 판매촉진비를 포함한 제조업체 판매관리비 상승인 것으로 나타남

○ 대부분의 가공식품은 계단식 형태로 가격이 상승하는 형태를 취하고 있음. 즉, 일정기간 동안 같은 가격 또는 비슷한 가격대가 유지되다가 어떤 특정 시점에 가격이 큰 폭으로 상승한 뒤, 상승한 가격이 일정기간 동안 유지되는 형태를 보임

- 특히, 생필품에 가까운 제품일수록 계단식 형태로 가격이 상승하는 모습이 뚜렷하게 나타남
- 이는 사회적으로 이들 가격에 대한 감시가 이루어지거나, 정부에 의해 가격 상승이 통제되는 경우에 이러한 가격 상승의 형태를 가짐
가공식품가격 상승에 가장 크게 미치는 요인으로는 원재료가격(주로 수입 원재료가격) 상승이 가장 크며, 다음으로 수요요인(소득증가)이고, 다음으로 인건비와 판매관리비 증가 요인 순으로 영향이 크게 미치는 것으로 나타남.
- 수입원재료 증가요인이 큰 품목으로는 라면, 초코파이, 스낵과자, 설탕, 식용유, 어묵, 생선통조림으로 나타남.
- 소득증가에 따른 수요요인 증가에 의한 영향이 큰 품목으로는, 케이크, 비스킷, 햄, 소시지로 나타남.

○ 주요 가공식품 제조업체 담당자 인터뷰 결과에 따르면, 가공식품가격 상승의 주요 원인은 원재료가격 상승과 판매관리비 상승인 것으로 나타남

- 특히 대형유통업체 중심의 유통구조 변화로 인하여 대형유통업체와의 거래에서 추가되는 판매관리비가 증가하고 있는 것으로 조사됨
- 대형유통업체와의 거래에 있어서, 각종 장려금, 1+1 행사와 할인 등 각종 판촉행사, 매장관측사원 파견 등의 비용 증가로 판매관리비가 증가하고 있는 것으로 나타남.

- 결국, 이러한 판매관리비 증가는 영업이익 감소로 이어지며, 수익구조 개선을 위해서는 결국 가격을 상승시킬 수밖에 없는 비용 상승과 가격인상 구조로 나타나고 있는 것으로 보임

□ 유통마진에서 차지하는 영업이익 비중이 줄고 판매관리비 비중이 커지면서, 유통마진을 증가의 주원인은 판매관리비 증가인 것으로 나타남

- 가공식품 도매업 전체적으로는 유통마진율은 큰 변동을 보이지 않았으나 판매관리비는 증가하고 영업이익률은 하락한 것으로 나타남. 그러나 세부적으로 보면, 빵 및 과자류 도매업에서는 유통마진율이 크게 증가했으며 그 원인은 판매관리비 증가가 원인인 것으로 나타남.

- 결국, 가공식품 도매업에서 판매관리비 증가와 함께 영업이익은 줄고 유통마진은 증가하는 현상을 보이는 것으로 보임

- 소매업을 살펴보면, 가공식품의 비중이 높은 대부분의 소매업체에서 판매관리비 비중은 증가하고 영업이익률 비중은 감소하는 것으로 나타남

- 이는 시장 경쟁이 심화되면서 관측비용이 증가하고 인건비 및 서비스 비용이 증가하면서 판매관리비가 전반적으로 높아지고 있으며, 반면에 영업이익은 줄고 있는 것으로 보임

□ 소매 업체별 주요가공식품 소매유통마진율을 비교 분석한 결과, 상품군별 특성과 소매업체의 마진믹스(Margin Mix) 전략에 따라서 가공식품별 마진율은 많이 차이가 나는 것으로 조사됨

- 소매업체에 있어서, 대형마트는 조사 대상 품목군 대상으로 약 21-28% 사이에서 평균 약 25%의 유통마진율을 취하는 것으로 나타났으며, 중소형 동네슈퍼마켓은 평균 11-34% 사이로 품목별 마진율 차이가 큰 것으로 나타났으며, 평균 22-23% 정도의 유통마진율을 보이고 있음. 그리고 편의점은 약 26-45% 사이에서 평균 약 35%의 소매유통마진율을 취하는 것으로 나타남.

- 대형마트에서 마진율이 높은 품목으로는 어묵, 소시지, 햄, 스낵과자, 비스킷 등이 있으며, 마진율이 낮은 품목으로는 분유, 라면, 설탕, 식용유 등인 것으로 나타남.
- 어묵, 소시지, 햄과 같이 냉장보관 비용이 추가되는 상품의 유통마진율이 높은 것으로 나타남
- 한편, 중소형 슈퍼마켓의 경우, 생선통조림, 비스킷, 식용유, 스낵과자, 과일주스가 유통마진율이 높은 것으로 나타났으며, 반면에 분유, 우유, 발효유, 어묵, 햄, 빵 등이 마진율이 낮은 것으로 나타남
- 편의점의 소매유통마진은 가맹계약조건에 따라서 편의점주와 가맹본부로 분배되며, 대형마트나 슈퍼마켓보다는 훨씬 높은 마진율을 취하고 있음. 편의점에서의 유통마진율이 높은 품목으로는 생선통조림, 빵, 어묵, 과일주스, 발효유, 비스킷, 스낵과자 등이며, 마진율이 낮은 품목으로는 라면, 우유, 소시지, 햄, 식용유 등으로 나타남. 중소형 슈퍼마켓과 비교하면, 생선통조림, 과일주스, 비스킷, 스낵과자 등이 유통마진율이 높은 것은 비슷하지만, 편의점은 중소형 슈퍼마켓과 다르게 빵, 어묵, 발효유 등에서 상대적으로 높은 유통마진율을 취하고 있는 것으로 나타남. 이는 편의점에서 자주 구매하고 취식하는 상품에 높은 마진율을 책정하는 것으로 보임.

□ **국내 식품가격 상승에 따라 저가 과자류의 대체수요가 증가하며, 동남아로부터 과자류 수입이 급증하고 있음**

- 비스킷, 쿠키 및 크래커 수입 단가는 과거 2008년 이전에는 kg당 2달러 선이었으나, 2008년 애그플레이션 이후 3~4달러 선을 형성하고 있음. 하지만 최근에는 수입단가 증감률이 정체내지 소폭 하락하고 있음
- 국제 곡물가격이 상승했던 2007~2009년 수입단가가 폭등함

<표 6-1> 비스킷, 쿠키 및 크래커 수입량과 단가 추이

연도	수입증량(톤)	수입금액(천달러)	수입단가	
			달러/kg	전년대비증감율(%)
2000	4,635	10,250	2.2	-
2001	5,727	11,006	1.9	-13.1
2002	6,537	12,860	2.0	2.4
2003	7,673	17,329	2.3	14.8
2004	10,252	20,464	2.0	-11.6
2005	12,250	25,838	2.1	5.7
2006	16,959	37,974	2.2	6.2
2007	16,790	49,066	2.9	30.5
2008	13,612	49,649	3.6	24.8
2009	6,810	30,425	4.5	22.5
2010	9,350	42,735	4.6	2.3
2011	11,934	51,316	4.3	-5.9
2012	10,361	45,680	4.4	2.5
2013	9,674	43,651	4.5	2.3

주 1) HS코드 1905001040:비스킷, 쿠키 및 크래커
 자료 : 관세청 수출입통계

- 최근 동남아시아에서의 과자류 수입이 큰 폭으로 증가하고 있음
 - 2000년보다 2005년과 2013년 비스킷, 쿠키 및 크래커의 수입량이 증가했으며, 특히 수입 국가 중 동남아시아 국가의 수가 늘어나고 순위도 높아지는 추세인 것으로 나타남
 - 2000년 비스킷, 쿠키 및 크래커 상위 10개국 중 동남아시아 비중은 32.8% 이었으나 2013년 44.8%로 증가함
 - 중국의 경우 2000년부터 2008년까지 비스킷, 쿠키 및 크래커의 수입이 급증하다가 이후 급감했음. 이에 따라 2005년 동남아시아 비중이 급증함
- 동남아시아 국가에서의 수입량이 늘고 있는 이유는 FTA체결에 따른 관세율 인하로 설명할 수 있음
 - 다른 과자류는 대부분 기본관세율이 8% 수준인 반면, 비스킷, 쿠키 및 크래커의 기본관세율은 3%로 가장 낮음
 - 또 2007년 한· 아세안 FTA 발효에 따라 협정세율이 0%로 낮아짐에 따라 동남아시아 국가가 늘어나고 수입량도 증가함
 - 2012년 한· 미 FTA 발효에 따라 협정세율이 3.2%로 낮아져 미국의 수입량이 2000년 4위에서 2013년 1위로 올라감

<표 6-2> 비스킷, 쿠키 및 크래커 수입량과 수입국가

구분	2000		2005		2013	
	국가명	중량(톤)	국가명	중량(톤)	국가명	중량(톤)
	전체	4,635	전체	12,250	전체	9,674
1	(중국)	1,129	(중국)	5,655	(미국)	2,897
2	(독일)	500	(필리핀)	2,078	(중국)	1,614
3	(덴마크)	454	(미국)	1,218	(필리핀)	1,503
4	(미국)	386	(브라질)	431	(말레이시아)	600
5	(네덜란드)	324	(홍콩)	359	(이탈리아)	590
6	(아랍에미리트 연합)	287	(베트남)	321	(태국)	354
7	(필리핀)	201	(영국)	313	(영국)	293
8	(터키)	195	(말레이시아)	300	(덴마크)	262
9	(인도네시아)	190	(덴마크)	255	(베트남)	259
10	(캐나다)	125	(일본)	239	(독일)	251
10개국	합계	4,635	합계	12,250	합계	9,674
	비중(%)	81.8	비중(%)	91.2	비중(%)	89.1
	동남아시아 비중	32.8%	동남아시아 비중	71.1%	동남아시아 비중	44.8%

주 1) HS코드 1905901040:비스킷, 쿠키 및 크래커

주 2) 동남아시아에는 중국, 필리핀, 베트남, 홍콩, 말레이시아, 태국을 포함

자료 : 관세청 수출입통계

□ 국내 가공식품가격이 인상되면 수입과자 대체수요가 증가할 것으로 예상되며, 이는 국내 가공식품시장에서의 수입과자 시장점유율이 증가하게 되어 국내 가공식품업계 매출 감소에 양행을 미칠 수 있을 것임

- 따라서 국내 가공식품업계는 생산 및 경영혁신을 통해 품질향상 및 비용인하를 통한 품질 및 가격경쟁력을 제고 시키려는 노력이 필요함
- 비용 압박을 이유로 가격인상이 지속된다면 국내 가공식품의 수요 감소가 초래되어 국내 가공식품산업이 더욱 큰 어려움이 처해질 수 있음을 잘 인식해야 할 것임.

부 록

<부록 1> 주요 가공식품 유통마진

전문가 심층지문회의(FGI) 결과

<부록 2> 53개 식품품목 소비자물가지수 추이분석

<부록 3> 한·미·일 세부품목별 물가상승 기여도

부록1. 주요 가공식품 유통마진 전문가 심층자문회의(FGI) 결과

1. 일 시 : 12/2(화) 10:30~12:30

2. 장 소 : 대한상공회의소 B2 소회의실 5

3. 참석자 (12인)

○ 외부 자문 전문가 6인

- 유통전공 학계 1인, 소매유통업계 2인(대형, 중형 종합소매점), 식품
도매업 2인(도매사업 및 도매물류), 제조업 1인(식품가공기업)

○ 연구진 6인

4. 주요내용

□ 연구목적

- 품목별, 업태별로 어떠한 종류의 장려금이 있고 마진이 어떻게 되는지
조사하여 정부의 정책 수립 자료에 쓰이는 것이 본 연구의 목적이다.

□ 연구 의도

- 브랜드 등 여러 조건에 따라 마진율이 다르지만, 장려금을 포함한 전
체 평균적인 마진율을 구하여 각 브랜드별 품목별로 마진율을 비교하
는 것이다. 또한 장려금이 어떤 종류가 있고 그 비중을 조사하는 것이
연구 의도이다.

- 문제점 ① : 한 제품군의 마진율이 일정한 것이 아니라 매장별로 한 제품의 마진율을 낮추면 다른 제품의 마진율이 높아지는 구조이기 때문에 전체 평균적인 마진율을 알기 어렵다는 문제점이 발생
- 대안 : 상품군 마진율의 평균을 구하는 것보다 상품군 간의 마진 편차를 조사하여 비교
- 문제점 ② : 현재 장려금이 개별 상품 군에 따라 차이가 존재하고 실제 목표 마진율에 따라 마진이 달라지는 구조임.
- 대안 : 현재의 마진이 아니라 전월실적을 기준으로 조사하여 비교하는 것이 바람직.

□ 연구 방향

- 1차 : (품목별) 소비자 물가조사
- 2차 : 업태별 마진 구조 분석
 - 비용 대비 이익 조사 : 마진율 - 장려금 포함 유무
 - 이익률 - 판매 관행 때문인지 원인 파악
 - 물가 상승 원인 조사 : 원가 상승 압력 or 유통구조
- 조사방향 결정 방향 : 가공식품 유통마진에 대한 실태조사인지 심층조사인지 명확할 필요가 있음
- 실태조사
 - “판매가격-구매가격”을 통해 “유통비용+ 수익”을 조사하여 비교
 - 상품 군 토달 평균 이익률, 장려금 형태, 장려금 비중을 설문조사 형태로 접근
- 심층조사
 - “판매가격-구매가격” 차이를 좀 더 심층적으로 조사하여 비용, 수익, 유통 마진 등 상세히 분석

- 제품군 분류 : 관측제품 위주, 회전제품 위주, 매장에서 개별적으로 마진을 추구하는 형태 위주
- 민감 상품, 비 민감 상품, 마진 상품 등도 함께 분석
- 소비자 물가 분석 시 마진 구조도 함께 분석할 것 - 품목별, 업태별, 규모별로 마진이 어떤 차이가 있는지 분석
- 마진과 물가 비교 시 서로 같은 조건(장려금 포함 여부 등), 같은 품목을 명확하게 비교해야 혼란이 없음

□ 마진에 대한 인식 정리 필요

- 마진에 대한 제조업 입장과 유통업장이 차이가 존재하여 당사자에 따라 마진에 대한 해석이 틀려짐
 - 명목상 마진율은 장려금 등이 고려되지 않은 자료이므로 실질 마진율과는 차이가 존재함
 - 따라서, 기본적인 자료 조사 후 마진 구조를 좀 더 심층적으로 조사하는 방향이 바람직
- 통계청에서 공개한 마진율은 실제와 큰 차이점 존재
- 현재 유통구조는 마진율이 제각각이기 때문에 적정 마진율을 설정해야 함
 - 적정 마진율은 보는 관점에 따라 달라지기 때문에 도매뿐만 아니라 소매도 함께 상생할 수 있는 수준에서 결정되어야 함
- 중형슈퍼마켓의 기준설정 필요
 - 5~20명, 20~30명, 30명 이상으로 분류
 - 30명 이상일 경우 제조업체와 직거래 비중이 높아짐
 - 일반적으로 직원 한 명 당 100만원의 매출을 낸다고 가정. 20% 마진의 경우 인건비, 세금 등이 포함됨.
- 매장별 각 매입가, 판매량 등의 데이터를 한 번에 볼 수 있는 프로그램이 존재

- 이 프로그램을 통해 각 매장별 마진율을 알 수 있음
- 문제점 : 데이터를 수집하는 과정에서 법적인 문제 등이 존재

□ 유통마진의 현 상황

- 유통업계는 현재 생존을 위해 판매가를 내리는 무한 경쟁 구조를 띄고 있음
- 제조업에서는 마진이 줄어드는 것을 방지하기 위해 멀티벤더, 중간도매상과 같은 새로운 채널 개척 중
- 유통구조의 갑을 관계로 인해 도매물류의 역할(소비자와 생산자를 연결하는 역할)을 제대로 수행하지 못하고 있음
- 점점 사라지고 있는 대리점은 중간단계 역할을 하면서 영업사원처럼 목표치를 주고 운영되고 있음
- 물류마진 구조
 - 유통마진을 단순화 시키면 제조마진(35%), 도매마진(35%), 소매마진(30%)로 구성되어 있음
 - 장려금 비중 : 유통도소매 45%(도매가 15%), 관측비 10~16%, 유통 물류 6~9%, 개인 2~3%
 - 마진이 높아질수록 판매가가 높아지는 구조
 - 판매관리비가 높아질수록 물류비도 높아짐
 - 유통 업체의 인건비 비중이 높아지는 추세(총 경비의 50% 차지)
 - 대형유통업체 중심으로 재편되면서 대형유통업체만 흑자를 보고 있는 상황이며 나머지 유통업체는 적자를 보고 있는 상황임
- 제품 회전 사이클에 따른 마진율
 - 1차 식품 및 관측행사 상품 : 제품 회전 사이클이 빠름. 1차 식품은 이익을 남기기보다 고객을 유인하기 위한 품목임 또한 Loss가 발생

하게 되면 비용으로 처리해야하기 때문에 평균 15%의 마진율을 책정함

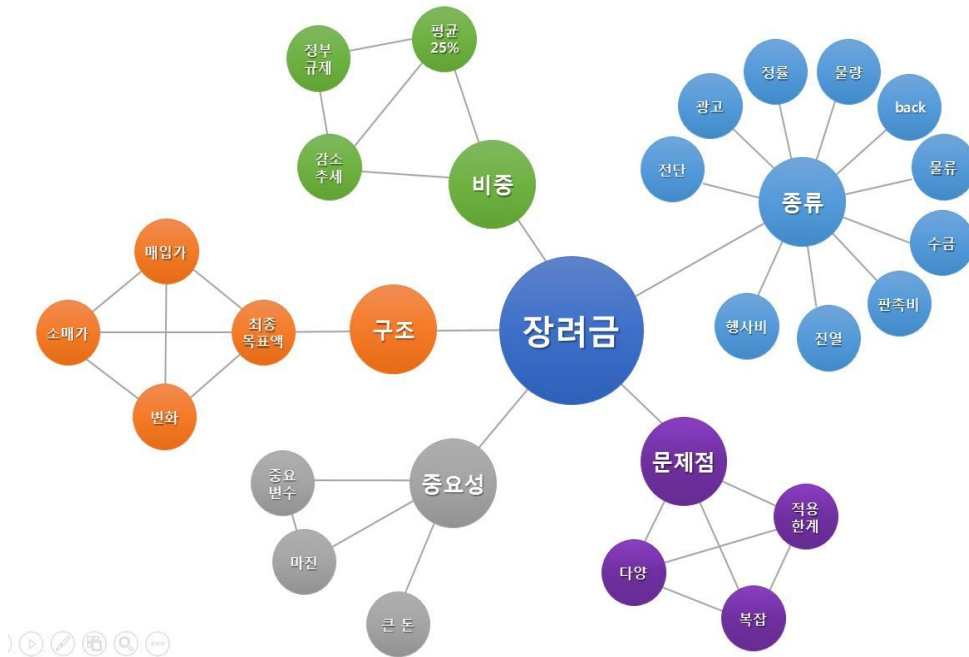
- 매대 회전율이 높은 상품 : 전체 상품의 50~60%를 차지하고 있으며 약 20~22% 정도의 마진율이 책정되어 있음
- 나머지 고마진 상품군 : 마진율이 약 30~40%까지 설정되어 있음.
- 매장운영 시 목표이익률을 설정하고 품목별 마진을 책정하는 방식으로 운영하기 때문에, 회전율이 높은 상품(예를 들어 우유)의 마진을 줄이면 다른 상품(예를 들어 음료나 잡화)의 마진율을 높이는 방식으로 가격을 책정함

□ 장려금 관련 논의 결과

- 크게 분류하면 판매장려금과 물류장려금, 기타장려금으로 구분할 수 있음
 - 판매 장려금이란 소매업체가 일정 금액 이상 제조업체의 상품을 판매할 경우 받는 인센티브임. 최근 공정거래위원회의 규제로 인하여 점점 사라지고 있는 상황임
 - 물류 장려금이란
 - 그 밖에서 수금장려금(어음 결제를 빠르게 할 경우 제공되는 인센티브), 진열장려금, 판촉비 장려금과 같은 장려금이 있음
 - 또한 대형유통업체 할인행사 시 행사비용, 증정상품비용, 판촉사원비용을 모두 제조업체가 부담하고 있음
- 장려금은 전체 유통마진에서 작은 비중을 차지하고 있지만 소비자가격 변동에 중요한 변수로 작용하고 있음
 - 소매업체는 최종 영업이익률을 기준으로 품목별 마진율을 결정하기 때문에, 장려금이 줄어든 상품에 추가적인 마진을 붙이는 방식으로 소비자가격을 조정함
 - 중형 슈퍼의 경우 전체 매출액의 2~3%정도가 판매장려금 비중이지만, 전체 소매업의 규모를 보았을 때 엄청 큰 금액임

- 소규모 슈퍼마켓의 경우 장려금을 받지 않기 때문에 상대적으로 수익을 창출할 여지가 없음
- 장려금은 유통과정에서 중요한 역할을 하지만 종류가 다양하고 복잡하기 때문에 유통마진으로 적용하기에는 한계가 있음

※ 장려금 키워드 의미네트워크

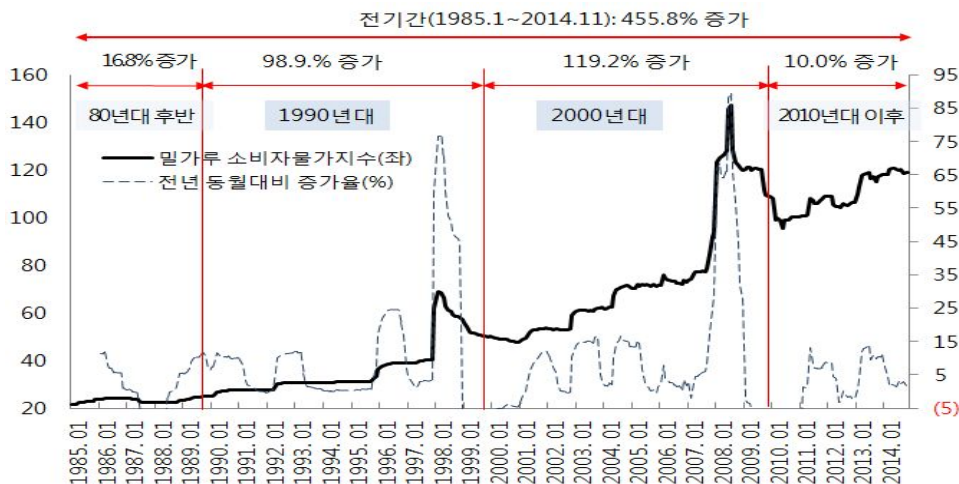


부록2. 53개 식품품목 소비자물가지수 추이분석

○ 53개 품목

- 밀가루, 국수, 당면, 두부, 식빵, 젓갈, 참기름, 과일통조림, 초콜릿, 사탕, 껌, 소금, 간장, 된장, 고추장, 카레, 케찹, 드레싱, 혼합조미료, 이유식, 혼합조미료, 이유식, 커피크림, 차, 두유, 기능성음료, 소주, 맥주, 막걸리, 위스키, 오징어채, 북어채, 맛살, 치즈, 맛김, 김치, 냉동식품, 씨리얼식품, 물엿, 생수, 즉석식품, 부침가루, 혼합음료, 양념장, 과일주, 약주, 건강기능식품, 육류통조림, 잼, 스프, 밀반찬, 삼각김밥, 차음료, 홍삼

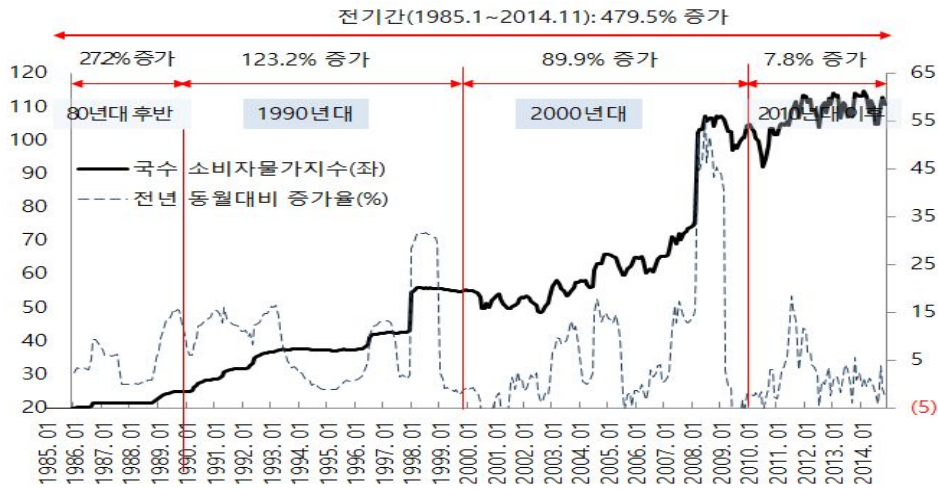
<밀가루 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율 (%)	2.39	9.22	9.99	0.89	7.14
변동계수 (%)	0.04	0.31	0.34	0.07	0.57

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

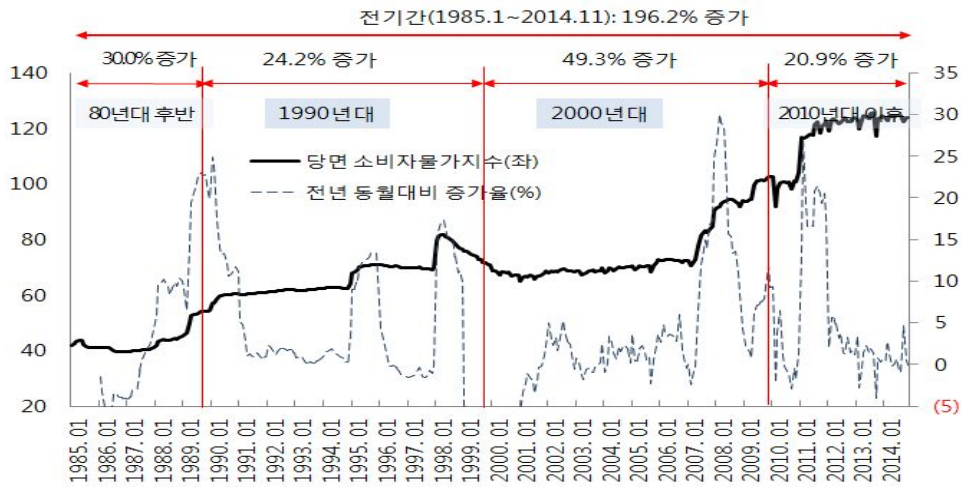
<국수 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	5.70	8.93	7.24	1.91	6.72
변동계수(%)	0.07	0.23	0.28	0.05	0.53

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

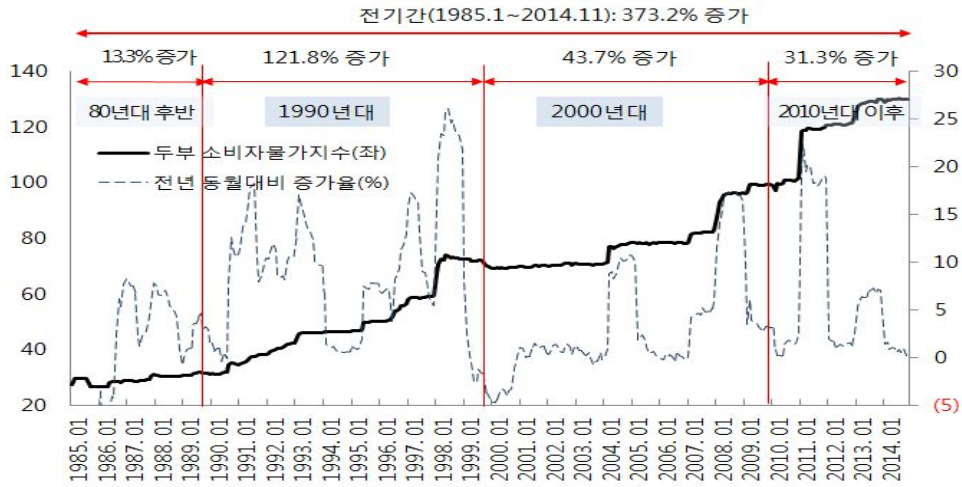
<당면 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	5.83	3.75	3.31	5.05	4.10
변동계수(%)	0.12	0.10	0.15	0.08	0.32

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

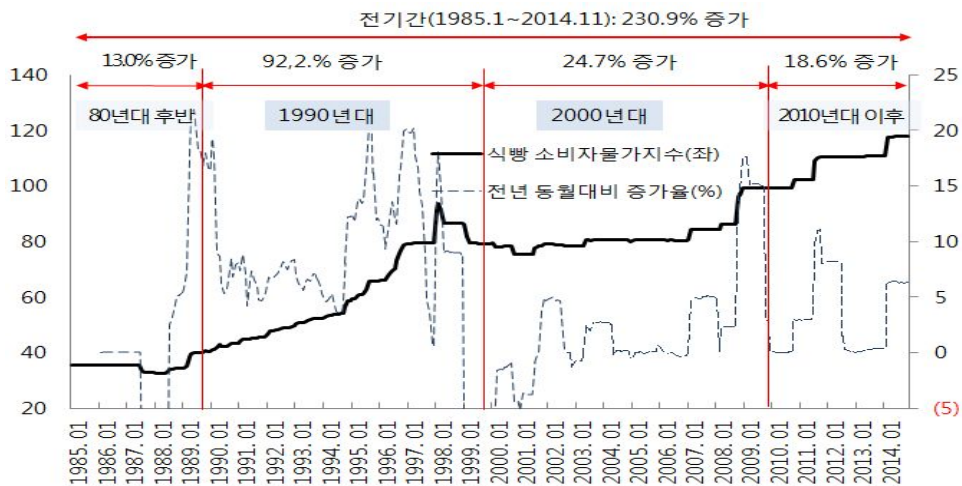
<두부 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	2.73	8.87	3.42	6.05	5.65
변동계수(%)	0.05	0.25	0.13	0.09	0.45

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

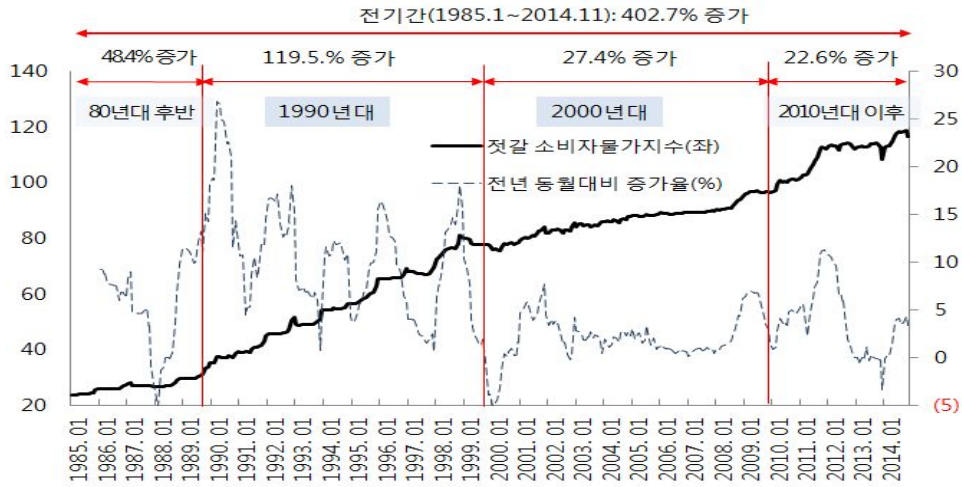
<식빵 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	2.72	7.70	2.31	3.32	4.40
변동계수(%)	0.07	0.25	0.08	0.05	0.34

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

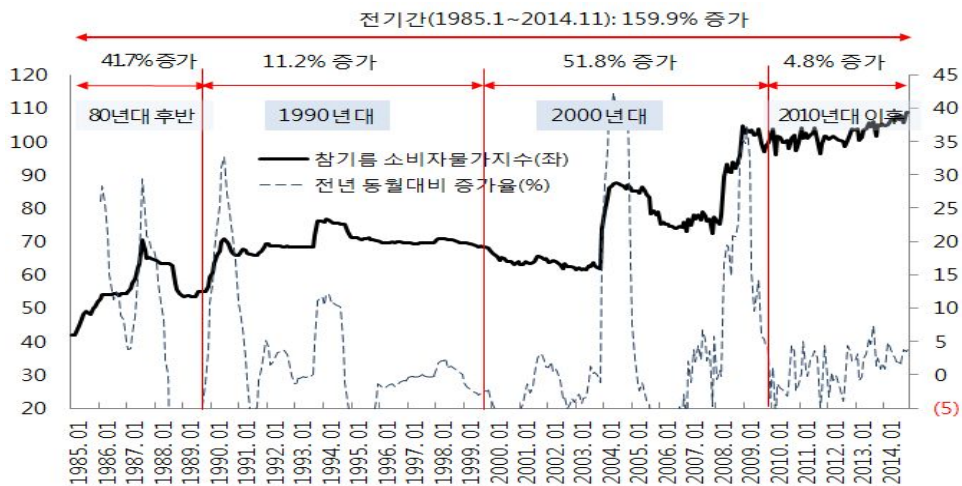
<젓갈 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	6.42	9.89	2.16	3.77	5.70
변동계수(%)	0.08	0.24	0.06	0.06	0.40

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

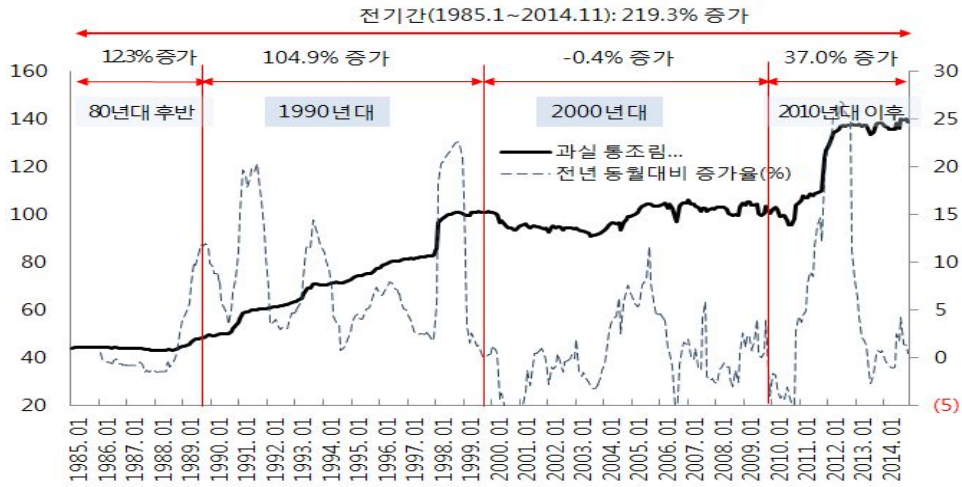
<참기름 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	4.92	2.60	4.88	1.03	3.45
변동계수(%)	0.08	0.04	0.17	0.03	0.22

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

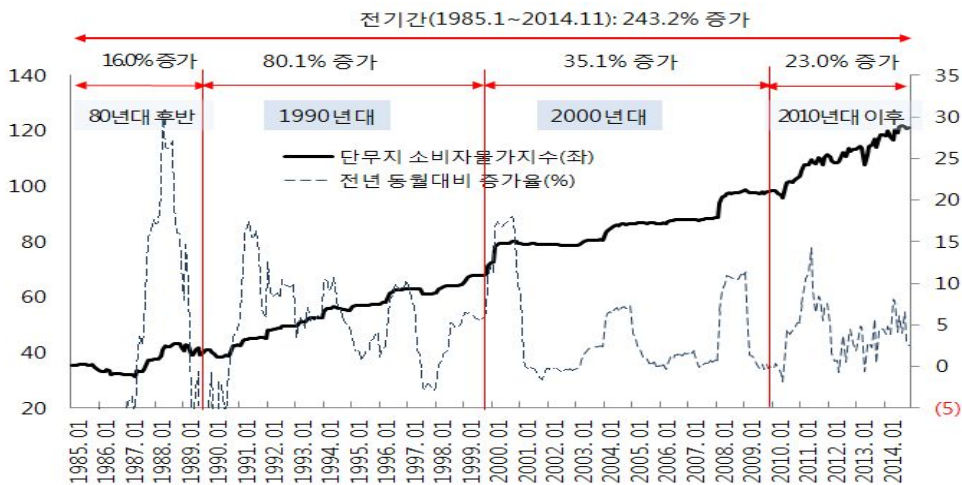
<과실통조림 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	1.84	8.02	0.26	6.72	4.26
변동계수(%)	0.04	0.21	0.04	0.13	0.32

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

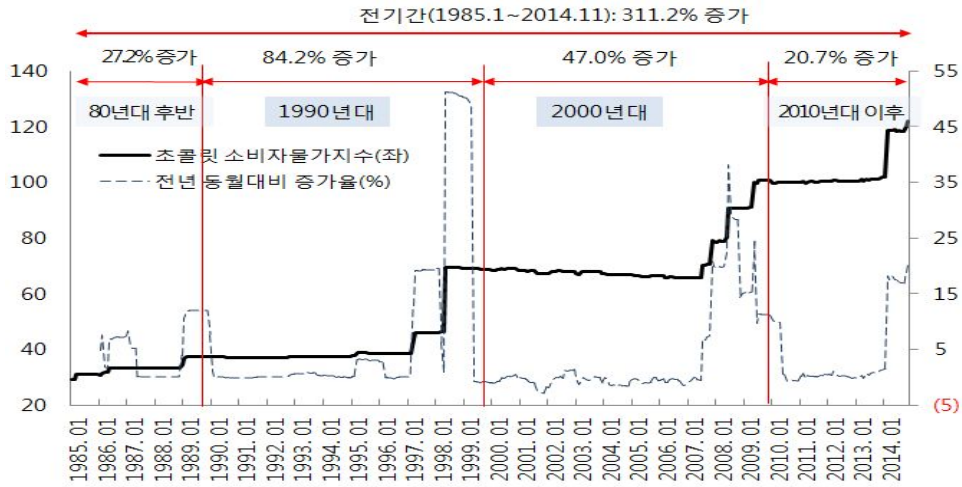
<단무지 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	4.29	5.42	3.81	4.30	4.52
변동계수(%)	0.11	0.16	0.08	0.06	0.36

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

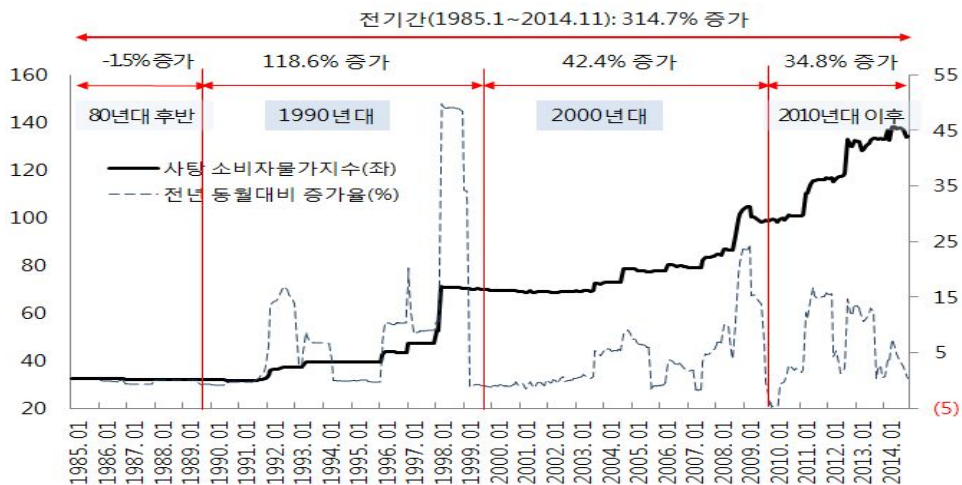
<초콜릿 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	4.98	7.30	3.82	3.60	5.15
변동계수(%)	0.06	0.27	0.14	0.06	0.42

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

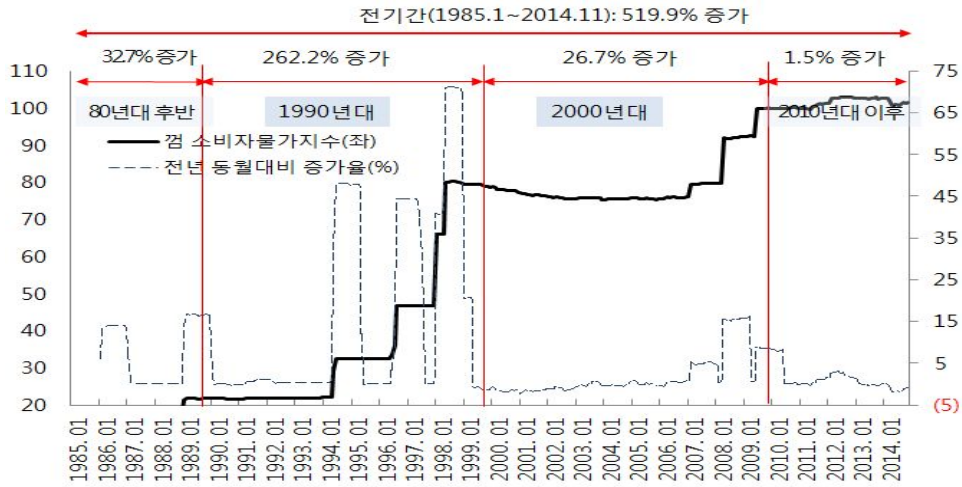
<사탕 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	-0.27	8.91	3.84	6.61	5.49
변동계수(%)	0.00	0.29	0.13	0.12	0.48

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

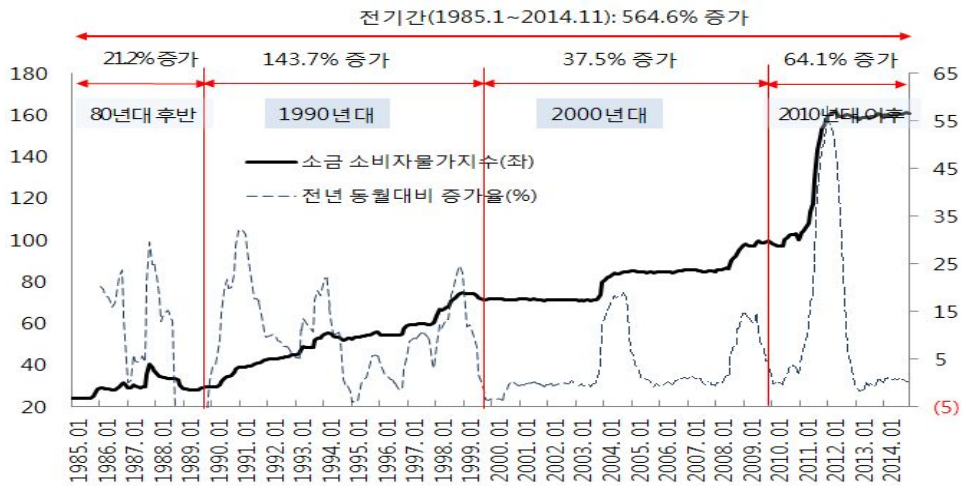
<컴 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	7.55	15.97	2.14	1.07	7.51
변동계수(%)	0.07	0.54	0.09	0.01	0.54

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

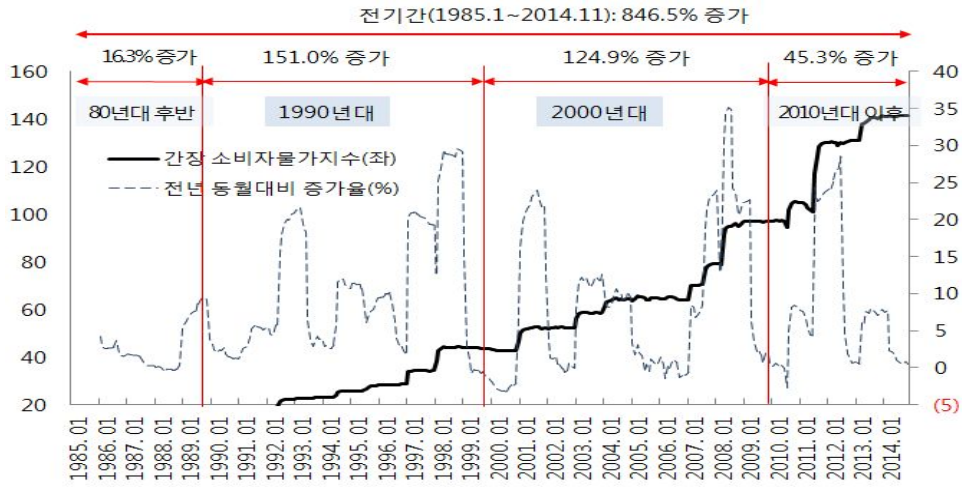
<소금 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	4.84	10.10	3.23	11.95	7.30
변동계수(%)	0.10	0.22	0.11	0.19	0.51

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

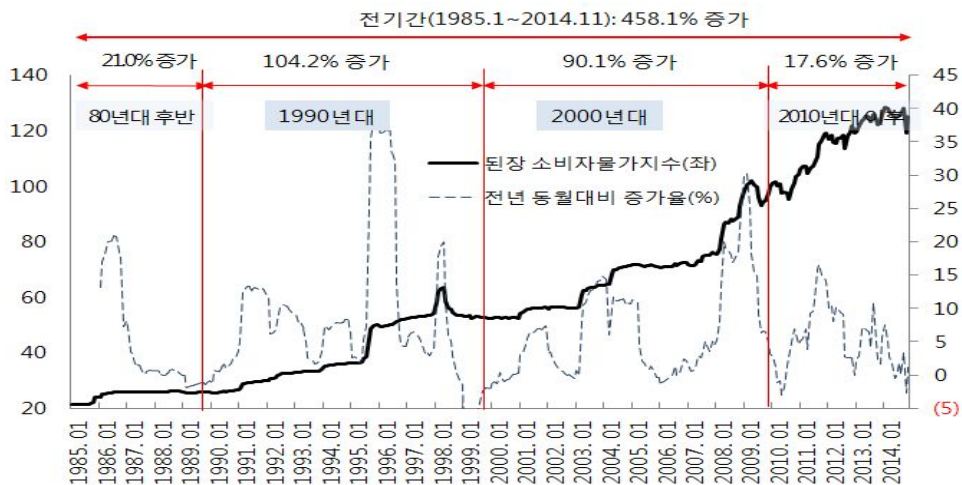
<간장 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	2.90	10.22	8.68	8.42	8.37
변동계수(%)	0.04	0.33	0.25	0.13	0.71

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

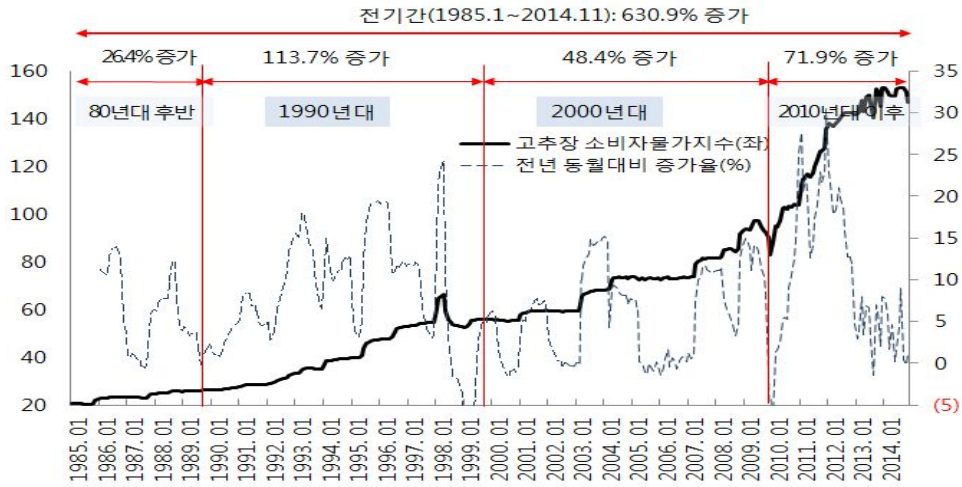
<된장 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	4.42	8.00	6.62	5.33	6.58
변동계수(%)	0.01	0.27	0.20	0.09	0.52

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

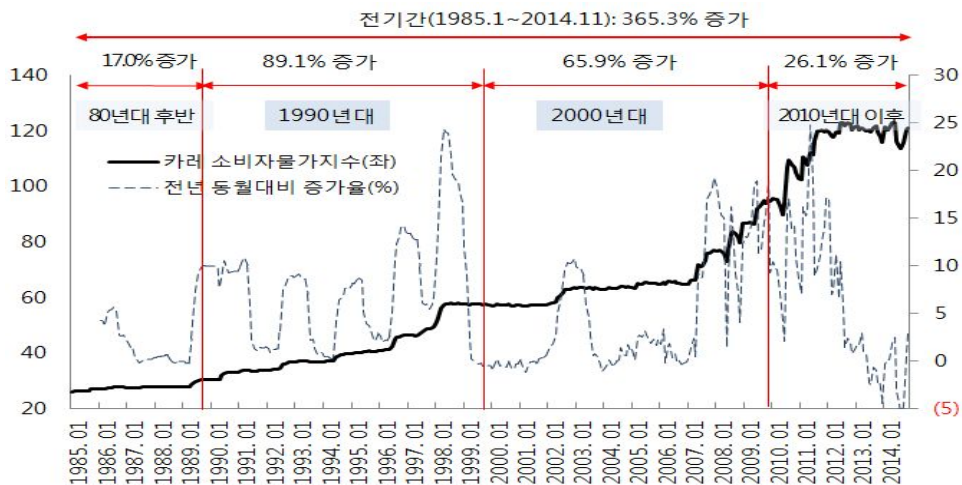
<고추장 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	5.77	8.11	5.55	10.82	7.35
변동계수(%)	0.05	0.27	0.16	0.15	0.58

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

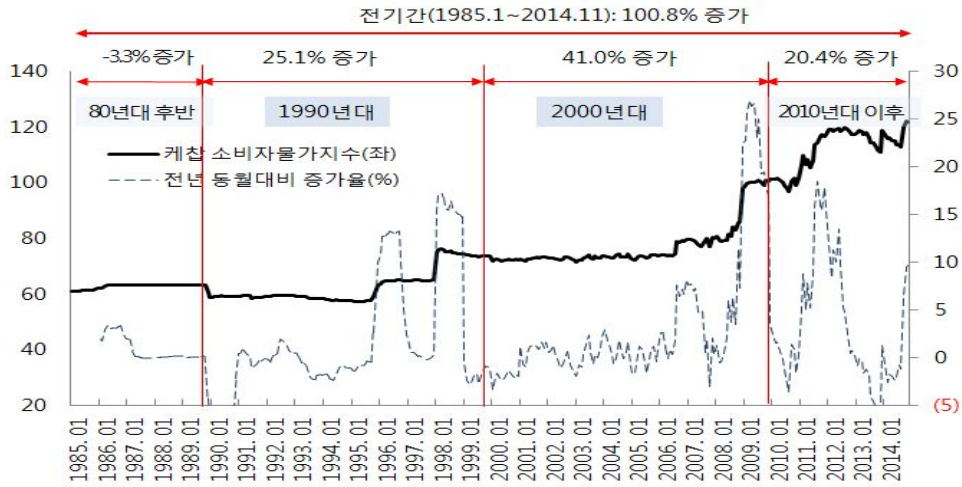
<카레 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	2.71	7.14	4.85	5.94	5.53
변동계수(%)	0.03	0.21	0.15	0.08	0.49

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

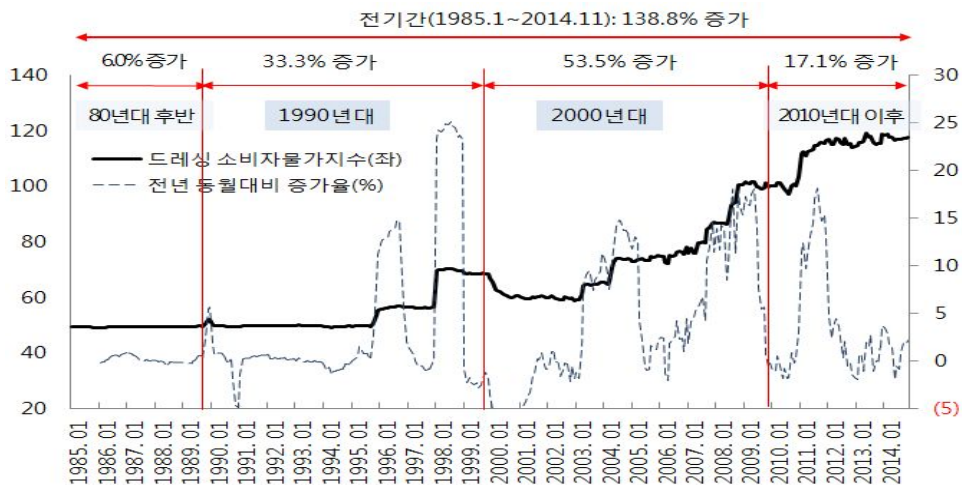
<케첩 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	0.55	1.85	3.34	3.25	2.42
변동계수(%)	0.01	0.10	0.11	0.06	0.25

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

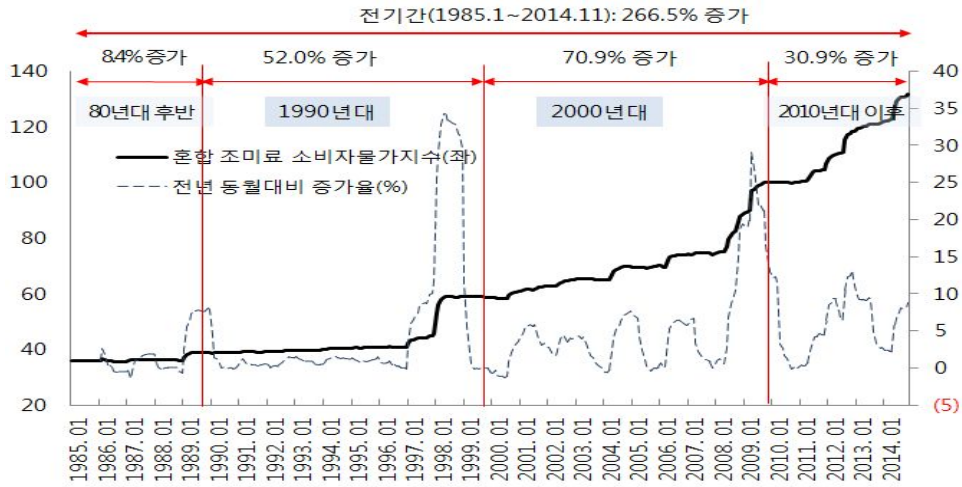
<드레싱 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	0.39	3.48	4.23	3.42	3.30
변동계수(%)	0.01	0.10	0.11	0.06	0.25

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

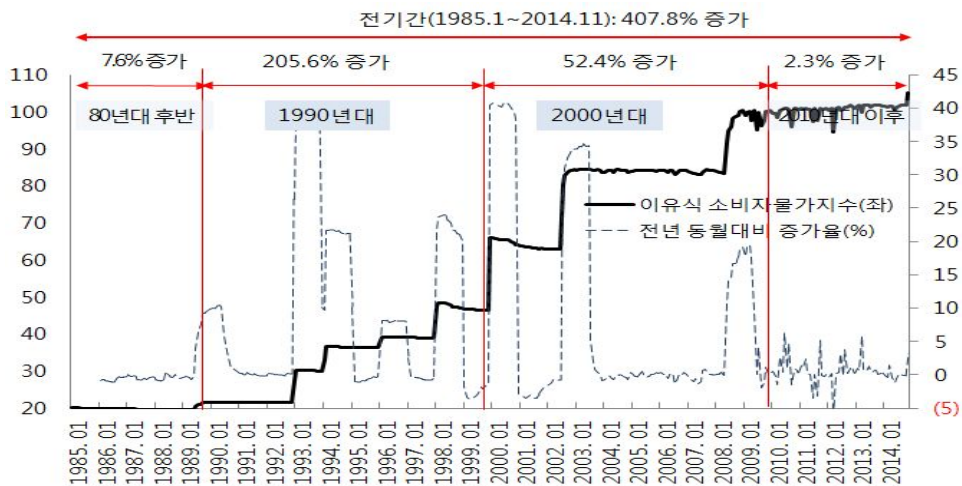
<혼합조미료 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	2.03	4.68	5.24	5.72	4.68
변동계수(%)	0.03	0.17	0.15	0.09	0.43

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

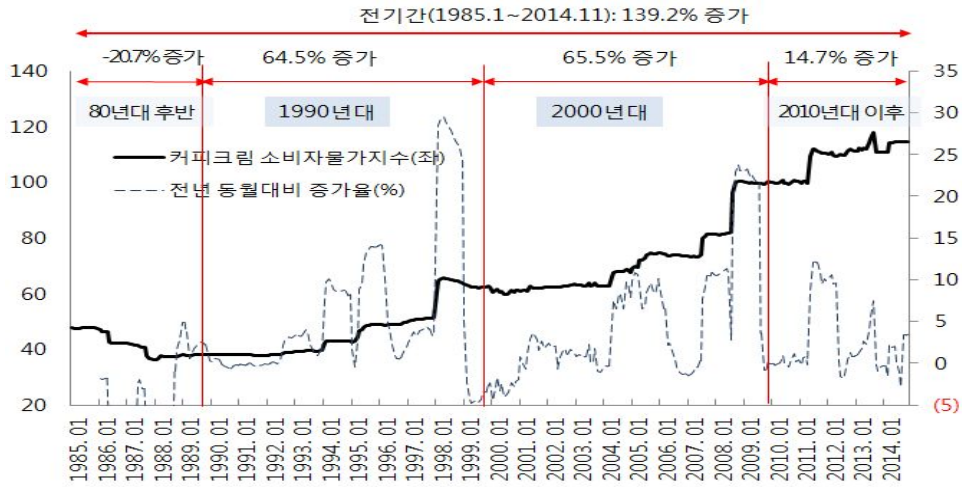
<이유식 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	0.74	9.60	8.41	0.56	6.45
변동계수(%)	0.03	0.29	0.14	0.01	0.54

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

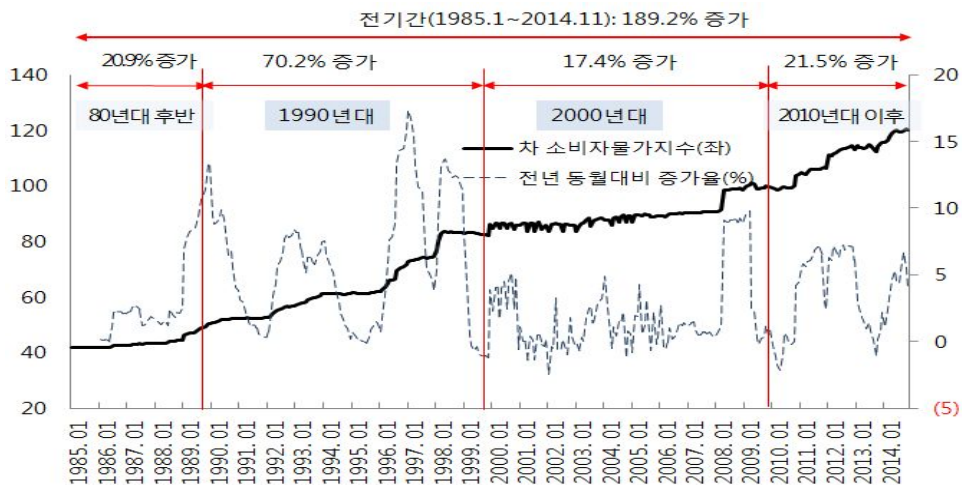
<커피크림 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	-5.33	5.42	5.02	2.73	3.34
변동계수(%)	0.07	0.20	0.18	0.05	0.39

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

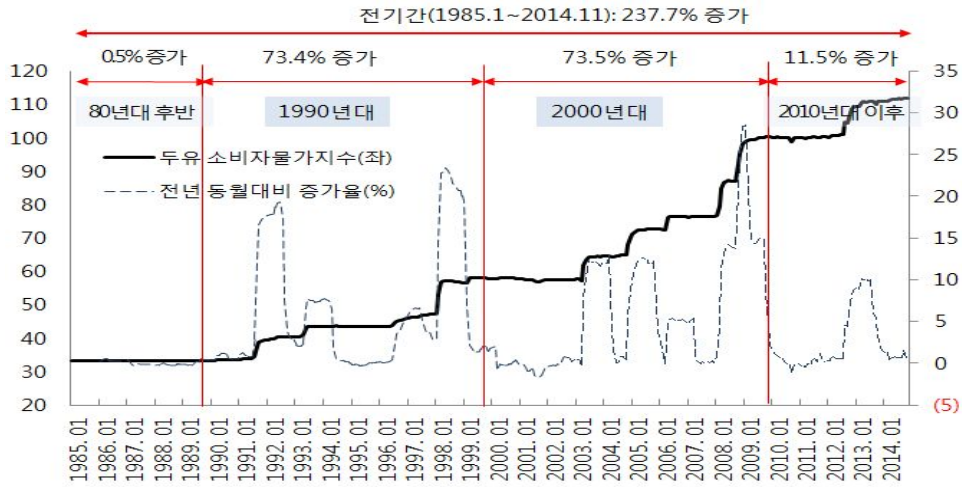
<차 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	3.70	5.72	1.89	3.62	3.76
변동계수(%)	0.05	0.17	0.05	0.06	0.30

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

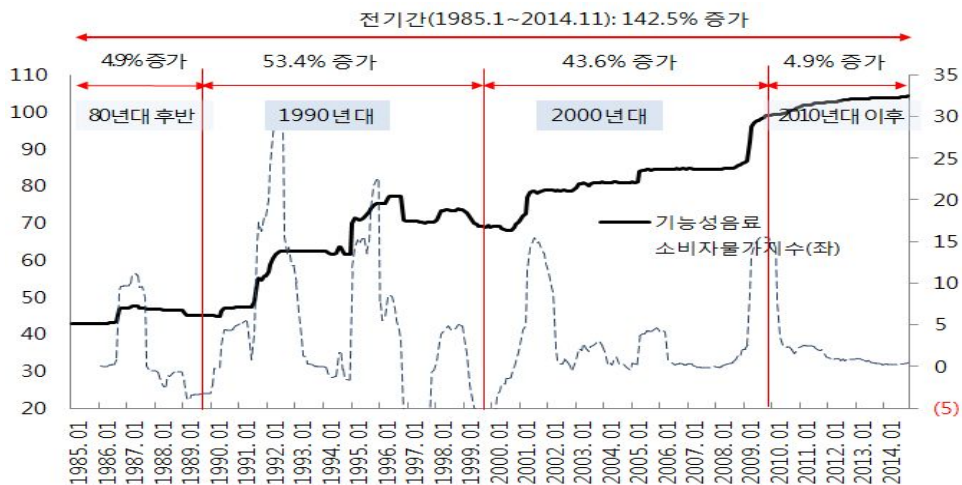
<두유 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	0.04	5.93	5.83	2.36	4.48
변동계수(%)	0.00	0.17	0.19	0.05	0.42

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

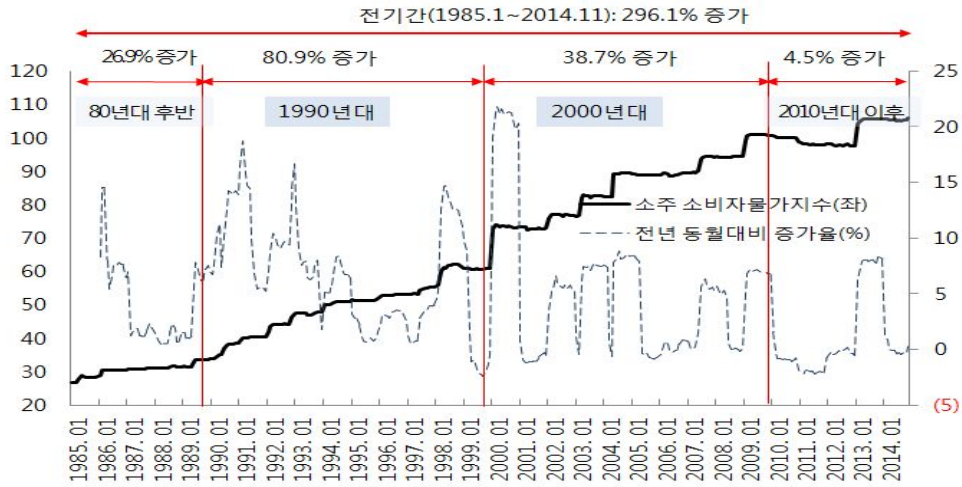
<기능성음료 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	1.36	4.94	3.26	1.79	3.33
변동계수(%)	0.03	0.15	0.08	0.01	0.26

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

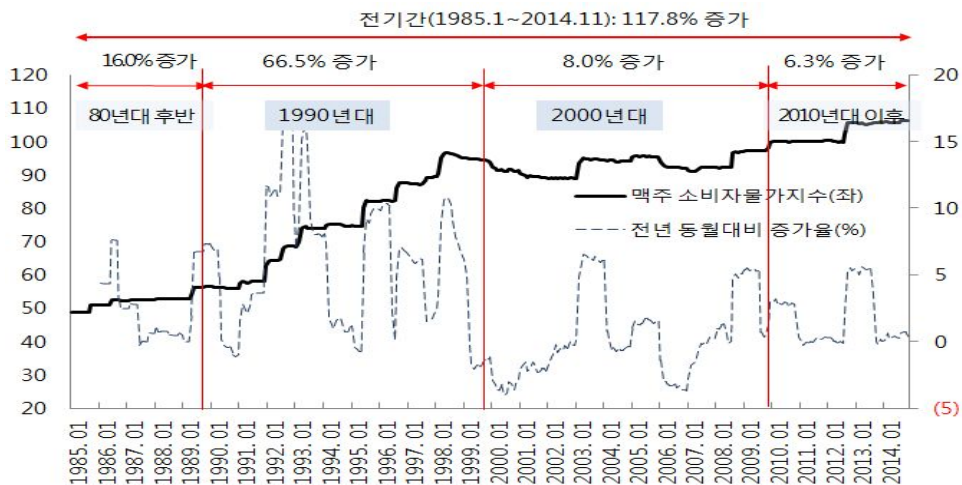
<소주 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	4.14	6.48	5.36	1.01	4.85
변동계수(%)	0.03	0.15	0.10	0.03	0.39

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

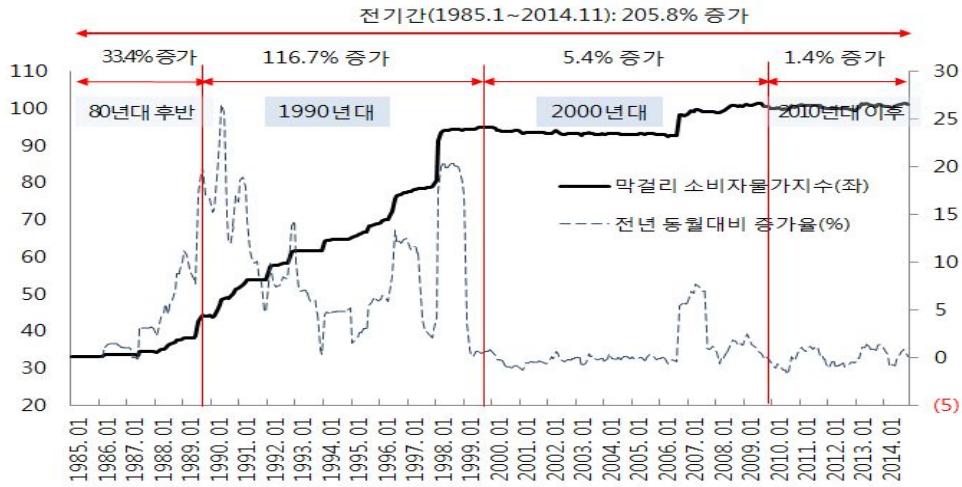
<맥주 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균 증가율(%)	2.82	5.65	0.35	1.75	2.76
변동계수(%)	0.03	0.17	0.03	0.03	0.22

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

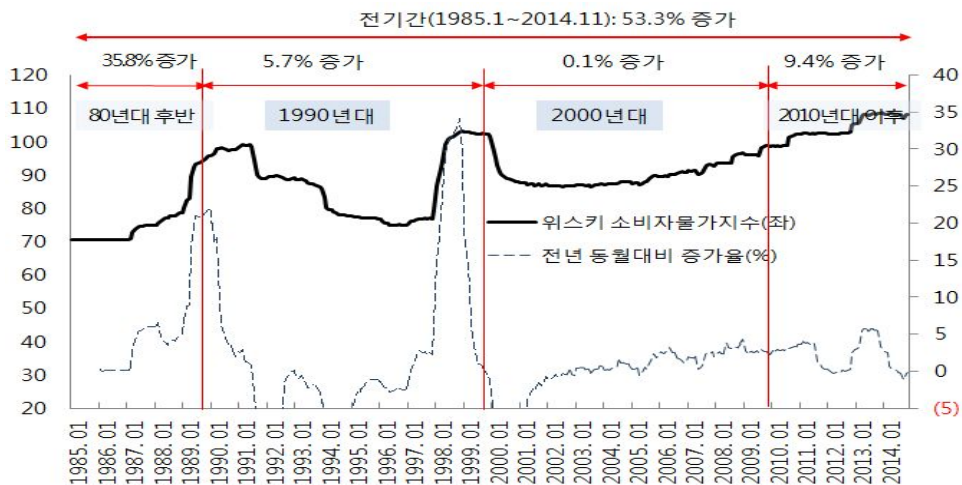
<막걸리 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	5.58	8.94	0.66	0.00	4.10
변동계수(%)	0.09	0.22	0.03	0.01	0.31

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

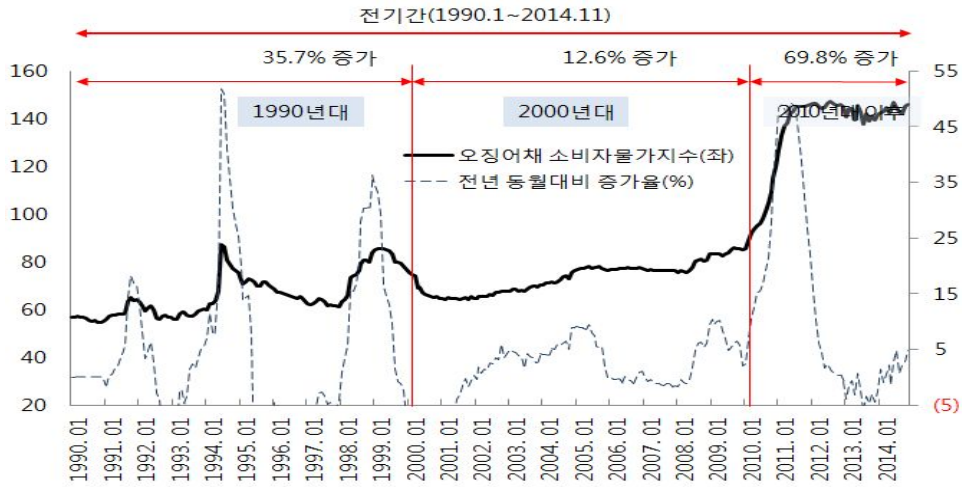
<위스키 소비자물가지수 추이분석>



구분	1980년 평균	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	6.63	1.76	-0.44	2.29	1.76
변동계수(%)	0.11	0.11	0.04	0.03	0.12

자료 : 통계청 소비자물가지수(1985.1~2014.11)

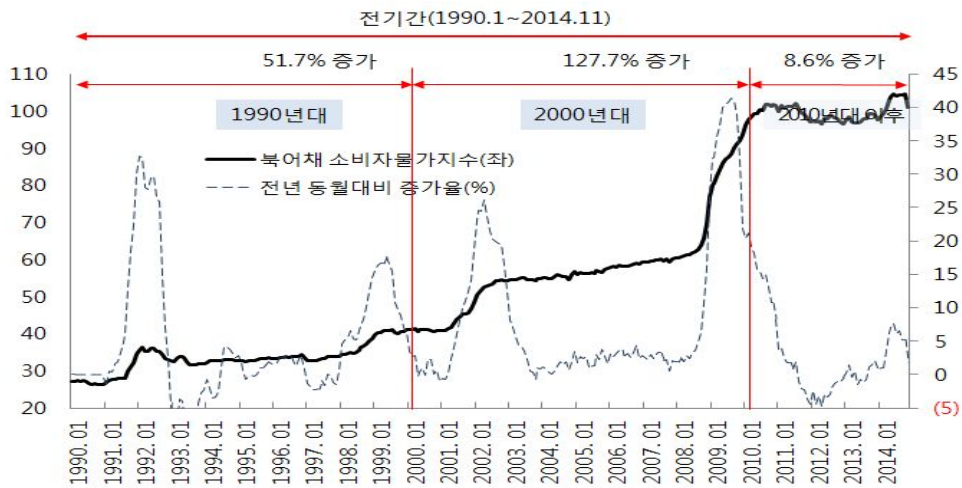
<오징어채 소비자물가지수 추이분석>



구분	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	5.35	0.51	12.92	4.86
변동계수(%)	0.14	0.08	0.14	0.34

자료 : 통계청 소비자물가지수(1990.1~2014.11)

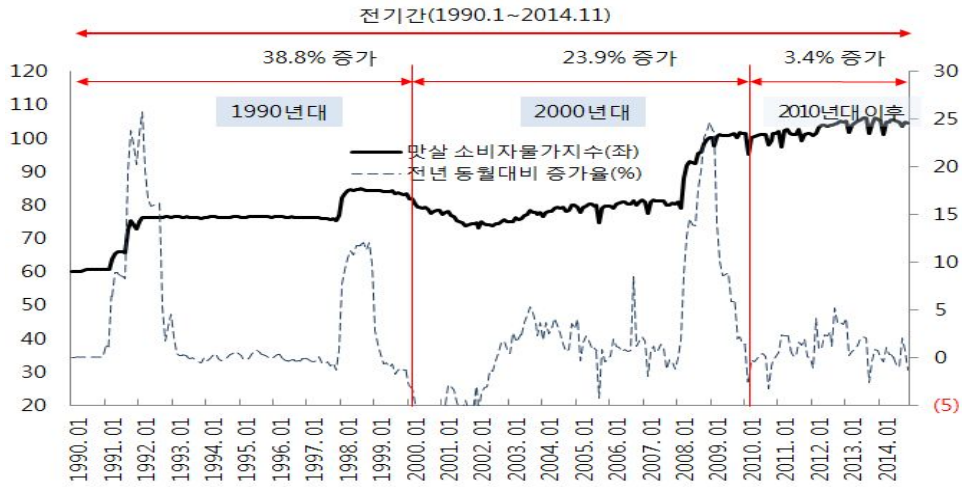
<북어채 소비자물가지수 추이분석>



구분	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	5.11	8.46	3.59	6.21
변동계수(%)	0.11	0.21	0.02	0.45

자료 : 통계청 소비자물가지수(1990.1~2014.11)

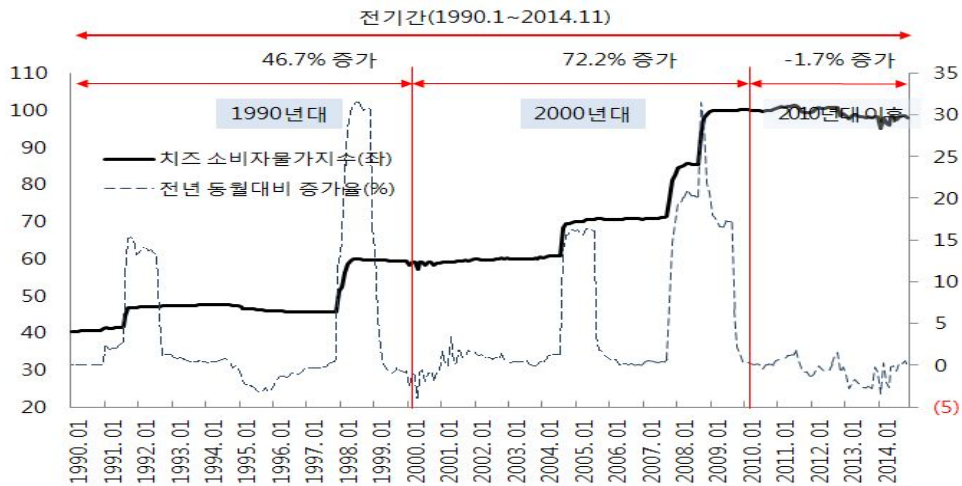
<맛살 소비자물가지수 추이분석>



구분	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	3.92	2.05	0.85	2.51
변동계수(%)	0.09	0.10	0.02	0.15

자료 : 통계청 소비자물가지수(1990.1~2014.11)

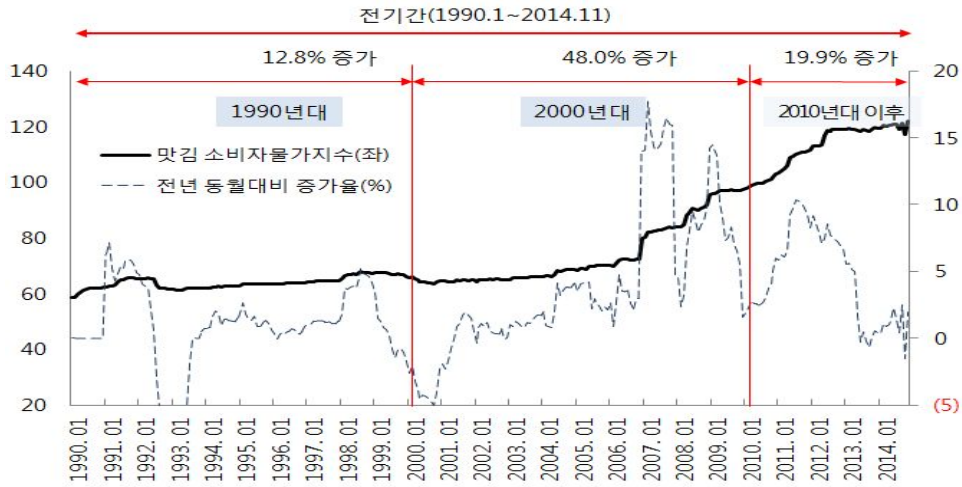
<치즈 소비자물가지수 추이분석>



구분	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	4.76	5.63	-0.49	4.06
변동계수(%)	0.12	0.19	0.01	0.31

자료 : 통계청 소비자물가지수(1990.1~2014.11)

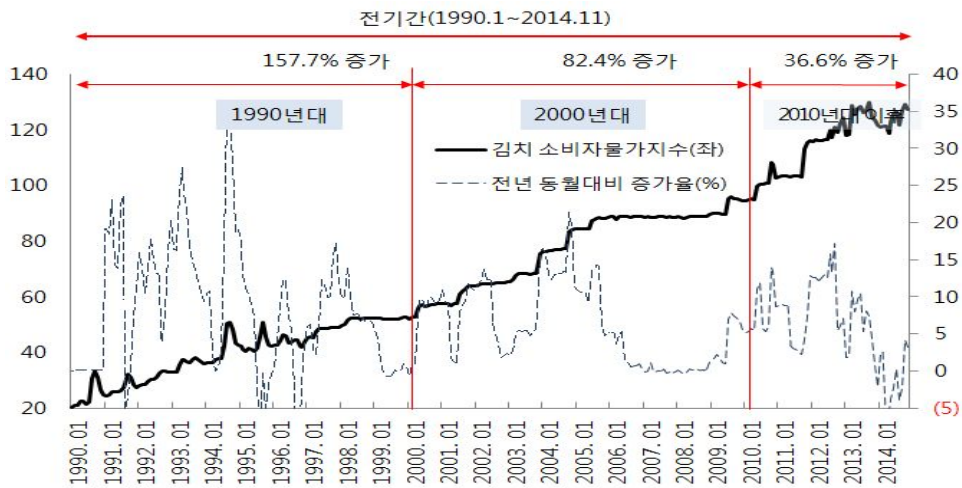
<맛김 소비자물가지수 추이분석>



구분	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	1.11	3.87	4.58	2.97
변동계수(%)	0.03	0.15	0.07	0.25

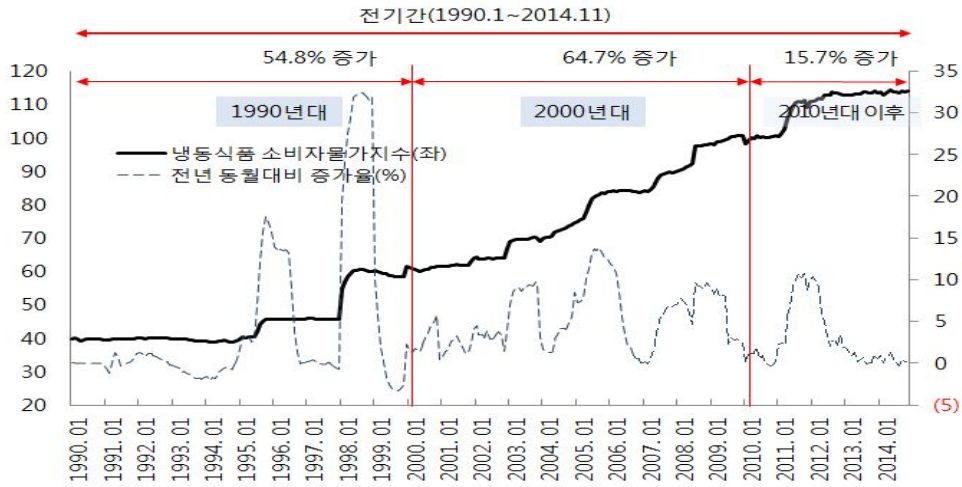
자료 : 통계청 소비자물가지수(1990.1~2014.11)

<김치 소비자물가지수 추이분석>



구분	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	9.17	6.02	6.28	7.26
변동계수(%)	0.24	0.17	0.09	0.43

<냉동식품 소비자물가지수 추이분석>

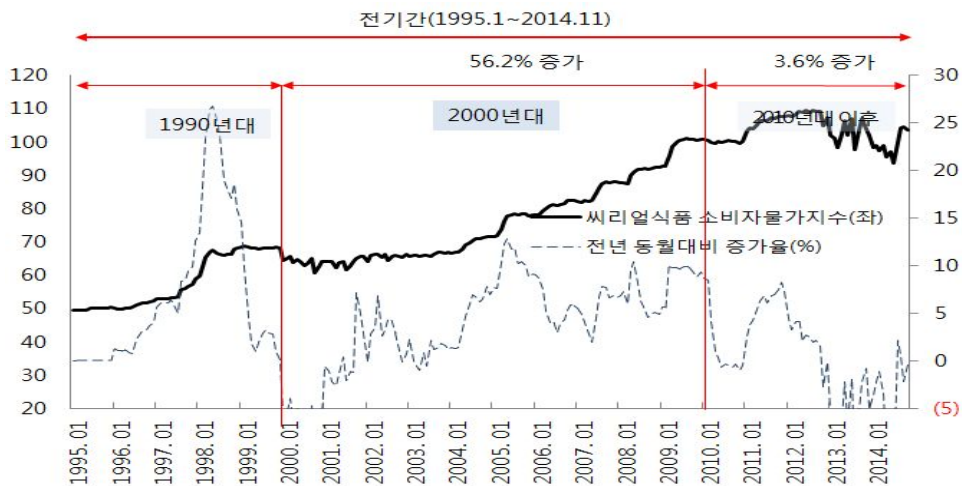


구분	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	4.99	5.39	2.86	4.73
변동계수(%)	0.17	0.17	0.05	0.37

자료 : 통계청 소비자물가지수(1990.1~2014.11)

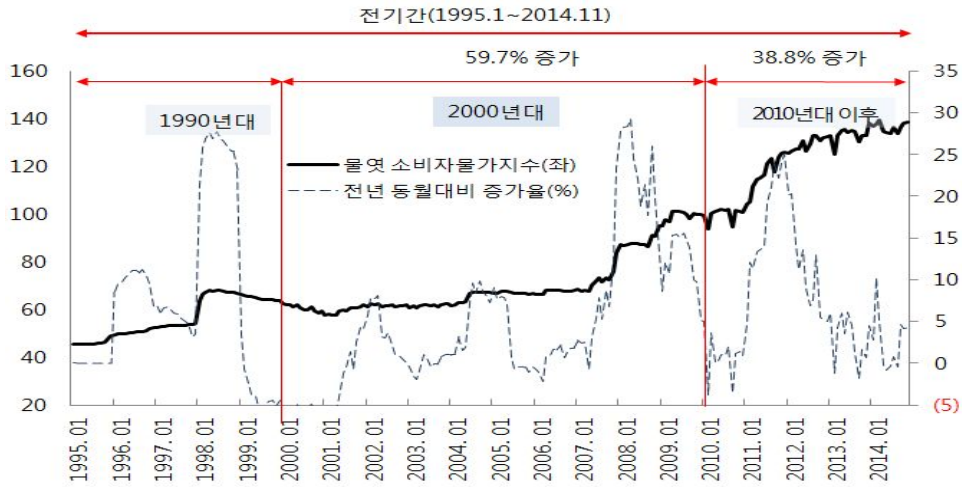
구분	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	8.46	3.88	0.29	3.91
변동계수(%)	0.14	0.16	0.04	0.24

<씨리얼식품 소비자물가지수 추이분석>



자료 : 통계청 소비자물가지수(1990.1~2014.11)

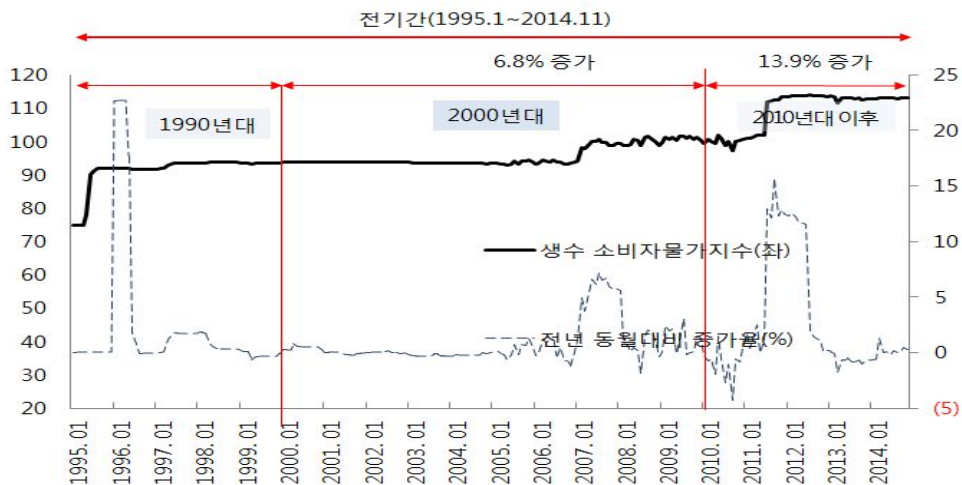
<물엿 소비자물가지수 추이분석>



구분	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	9.46	4.70	7.01	6.30
변동계수(%)	0.15	0.18	0.11	0.35

자료 : 통계청 소비자물가지수(1995.1~2014.11)

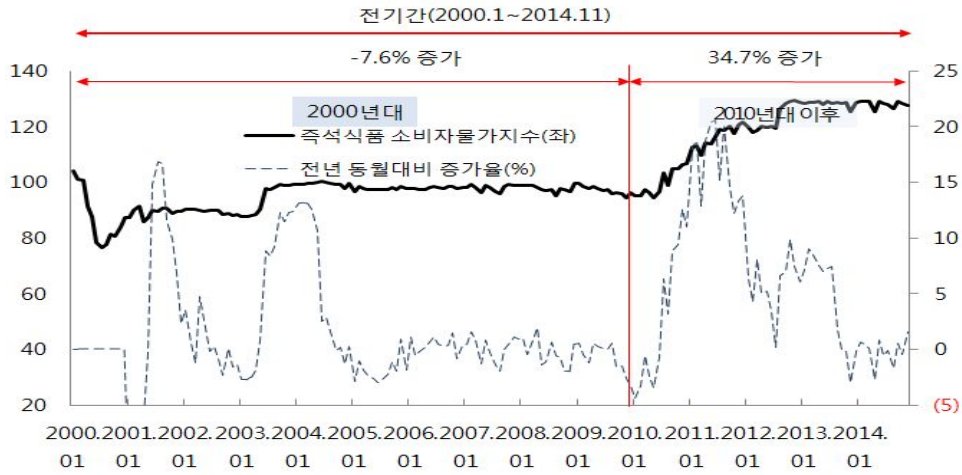
<생수 소비자물가지수 추이분석>



구분	1990년 평균	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	2.75	0.80	2.48	1.64
변동계수(%)	0.05	0.03	0.05	0.08

자료 : 통계청 소비자물가지수(1995.1~2014.11)

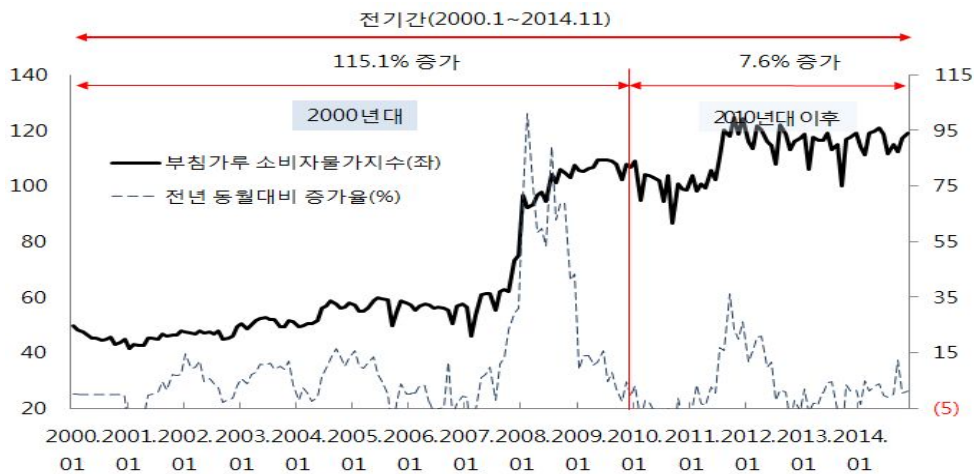
<즉석식품 소비자물가지수 추이분석>



구분	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	1.35	6.11	3.01
변동계수(%)	0.17	0.05	0.37

자료 : 통계청 소비자물가지수(2000.1~2014.11)

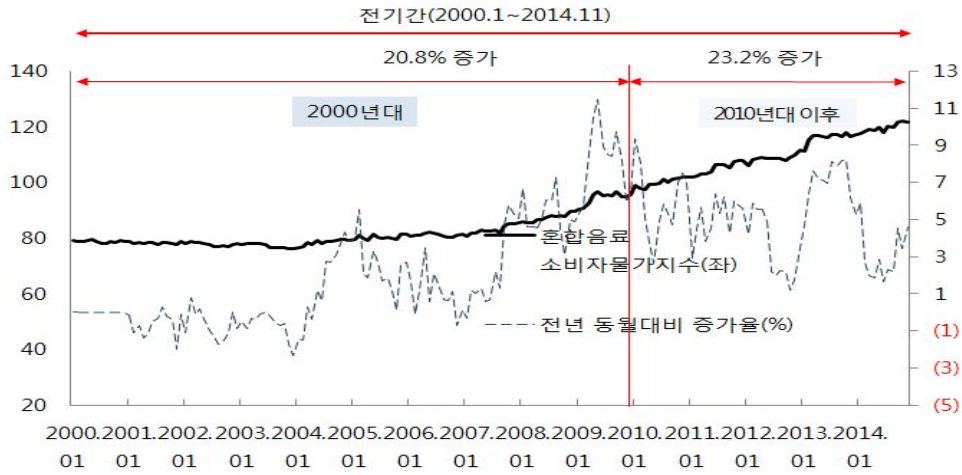
<부침가루 소비자물가지수 추이분석>



구분	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	11.63	2.25	8.35
변동계수(%)	0.35	0.08	0.38

자료 : 통계청 소비자물가지수(2000.1~2014.11)

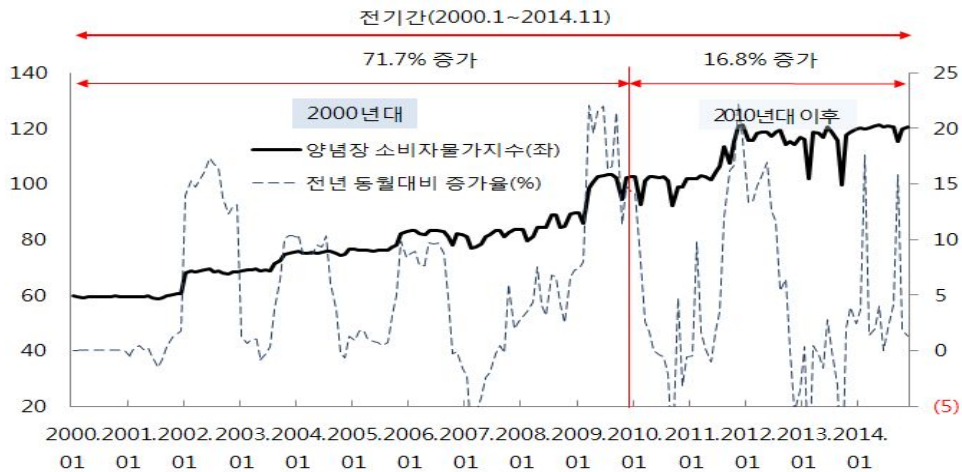
<혼합음료 소비자물가지수 추이분석>



구분	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	2.08	4.94	3.08
변동계수(%)	0.06	0.07	0.16

자료 : 통계청 소비자물가지수(2000.1~2014.11)

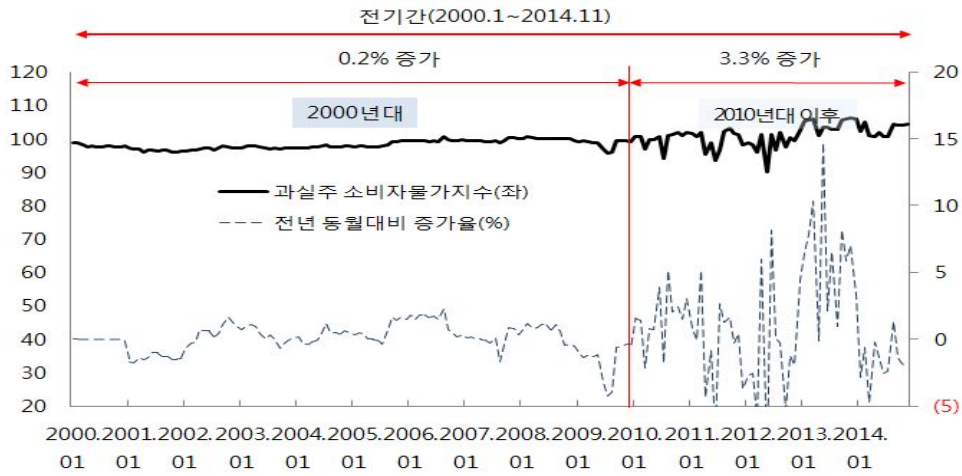
<양념장 소비자물가지수 추이분석>



구분	2000년 평균	2010년 평균	전체
연평균증가율(%)	6.02	4.34	5.43
변동계수(%)	0.16	0.08	0.23

자료 : 통계청 소비자물가지수(2000.1~2014.11)

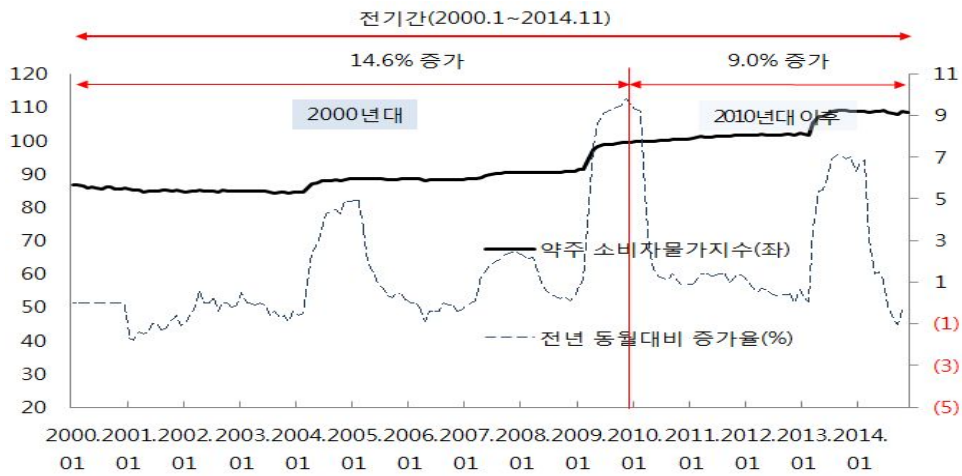
<과실주 소비자물가지수 추이분석>



구분	2000년 평균	2010 평균	전체
연평균증가율(%)	0.07	1.05	0.41
변동계수(%)	0.01	0.03	0.03

자료 : 통계청 소비자물가지수(2000.1~2014.11)

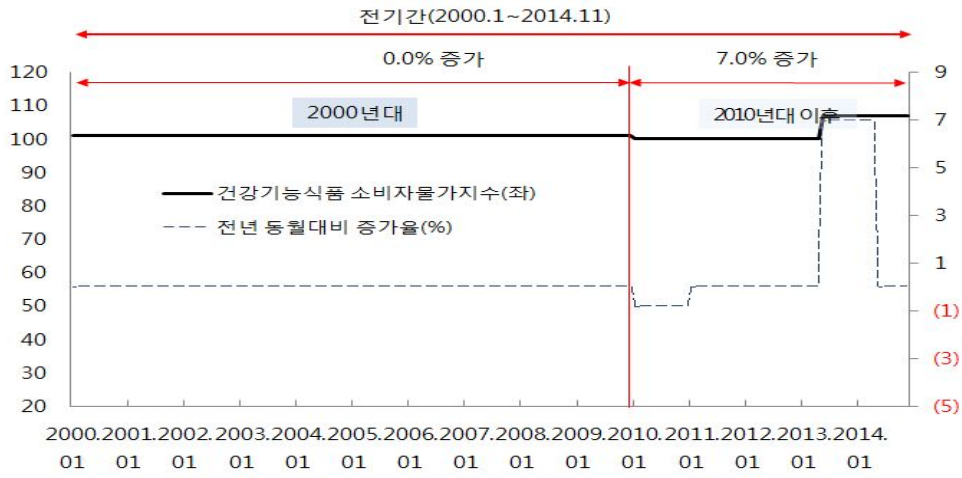
<약주 소비자물가지수 추이분석>



구분	2000년 평균	2010 평균	전체
연평균증가율(%)	1.40	2.37	1.74
변동계수(%)	0.04	0.03	0.09

자료 : 통계청 소비자물가지수(2000.1~2014.11)

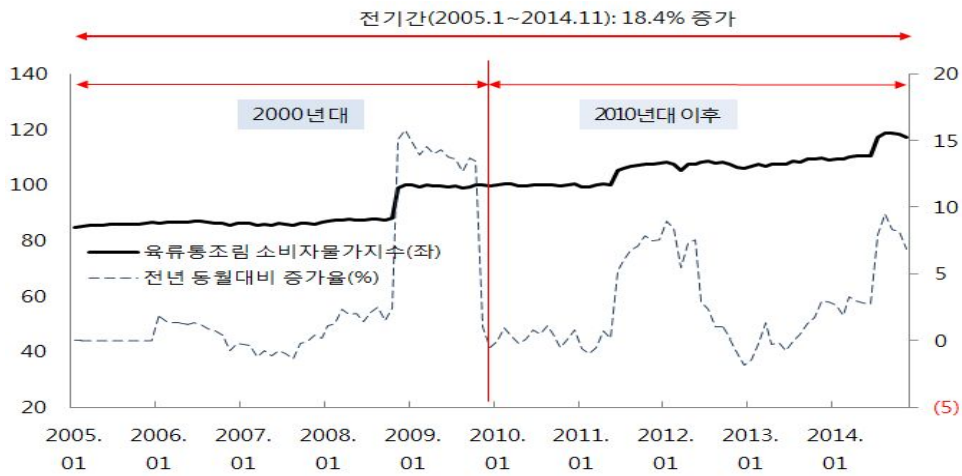
<건강기능식품 소비자물가지수 추이분석>



구분	2000년 평균	2010 평균	전체
연평균증가율(%)	0.00	1.27	0.44
변동계수(%)	0.00	0.03	0.02

자료 : 통계청 소비자물가지수(2000.1~2014.11)

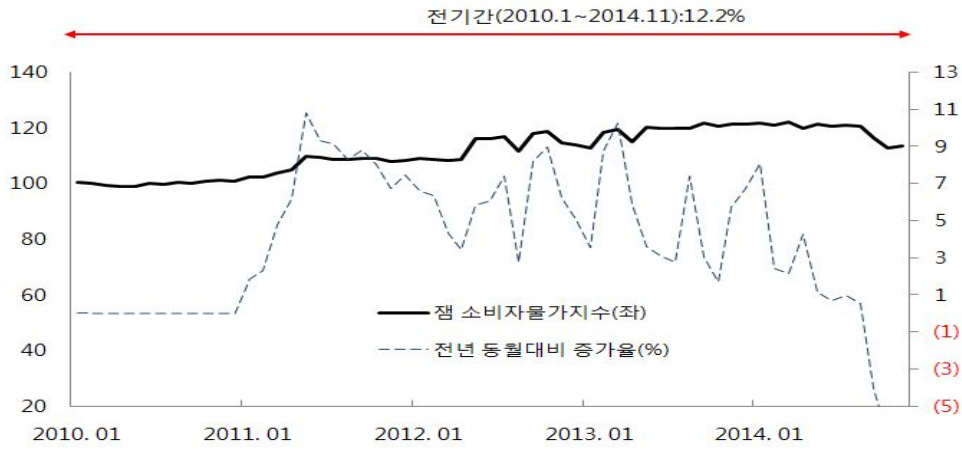
<육류통조림 소비자물가지수 추이분석>



구분	2000년 평균	2010 평균	전체
연평균증가율(%)	4.01	2.61	3.24
변동계수(%)	0.06	0.05	0.10

자료 : 통계청 소비자물가지수(2005.1~2014.11)

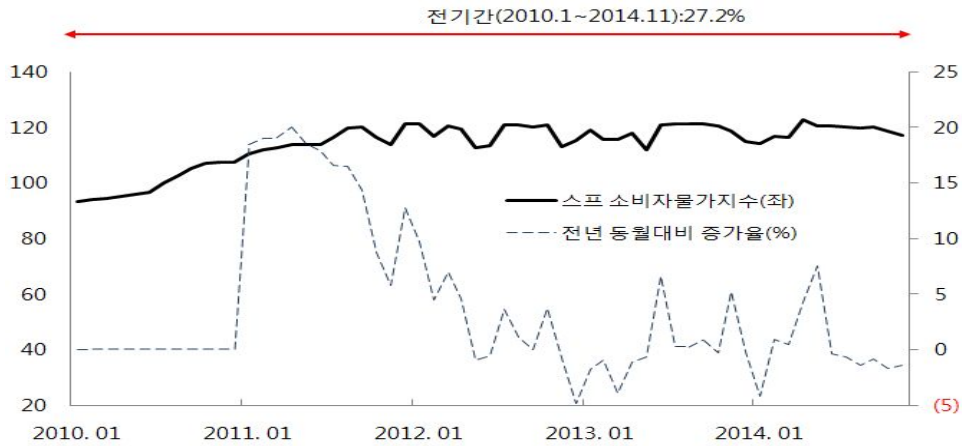
<잼 소비자물가지수 추이분석>



구분	2010 평균	전체
연평균증가율(%)	4.92	4.92
변동계수(%)	0.07	0.07

자료 : 통계청 소비자물가지수(2005.1~2014.11)

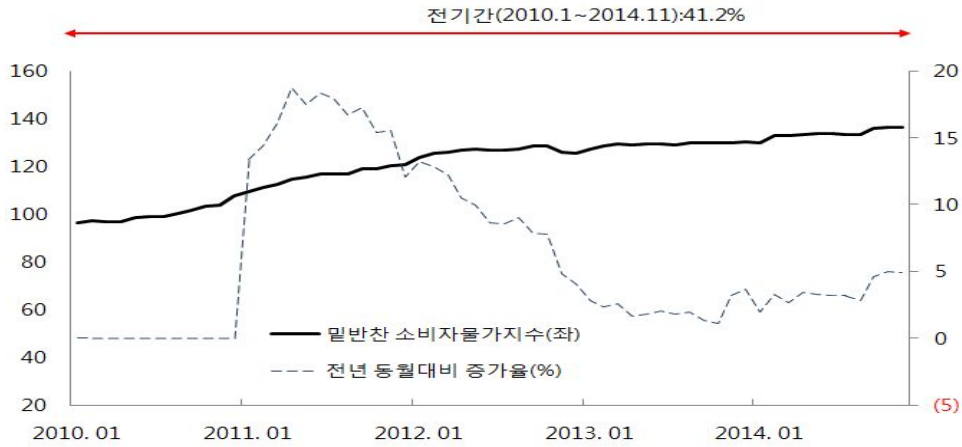
<스프 소비자물가지수 추이분석>



구분	2010 평균	전체
연평균증가율(%)	4.85	4.85
변동계수(%)	0.07	0.07

자료 : 통계청 소비자물가지수(2010.1~2014.11)

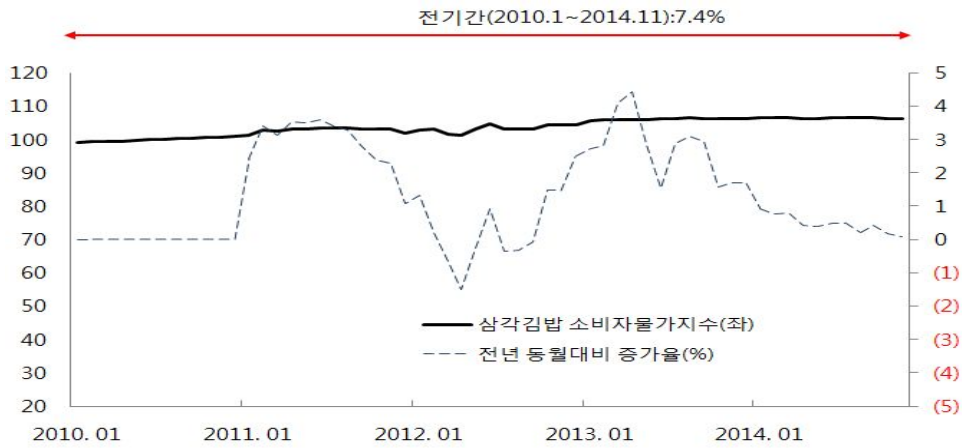
<밀반찬 소비자물가지수 추이분석>



구분	2010 평균	전체
연평균증가율(%)	7.89	7.89
변동계수(%)	0.10	0.10

자료 : 통계청 소비자물가지수(2010.1~2014.11)

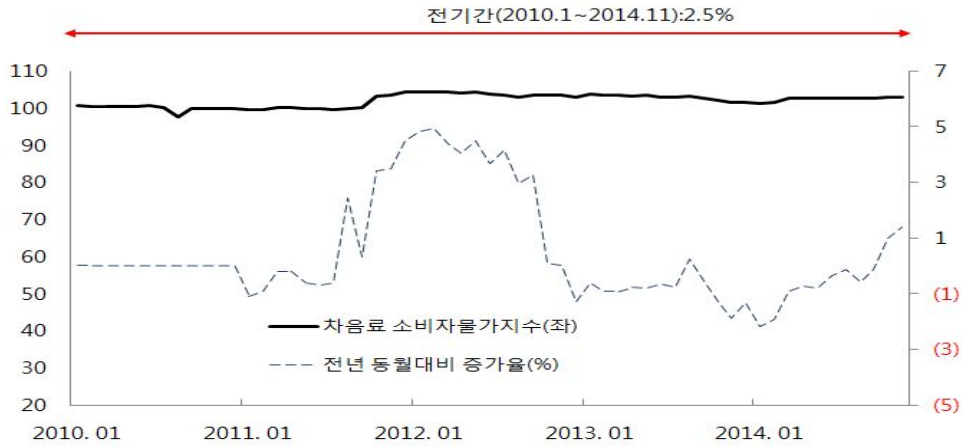
<삼각김밥 소비자물가지수 추이분석>



구분	2010 평균	전체
연평균증가율(%)	1.67	1.67
변동계수(%)	0.02	0.02

자료 : 통계청 소비자물가지수(2010.1~2014.11)

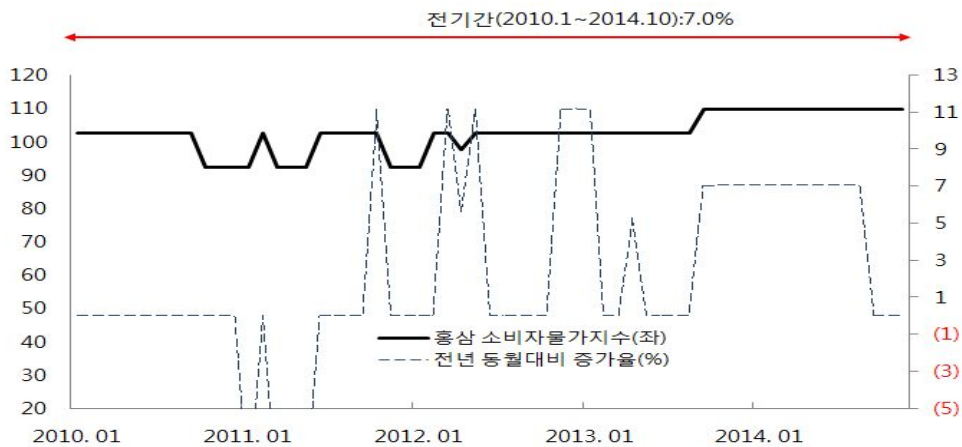
<차음료 소비자물가지수 추이분석>



구분	2010 평균	전체
연평균증가율(%)	0.62	0.62
변동계수(%)	0.02	0.02

자료 : 통계청 소비자물가지수(2010.1~2014.11)

<홍삼 소비자물가지수 추이분석>



구분	2010 평균	전체
연평균증가율(%)	2.65	2.65
변동계수(%)	0.06	0.06

자료 : 통계청 소비자물가지수(2010.1~2014.11)

부록3. 한·미·일 식품 세부품목별 물가상승 기여도

<한국 신선 및 가공식품 세부품목별 물가상승 기여도>

(단위 : %p)

품목별	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
신선식품 (농축수산물)	0.13	0.40	0.41	0.40	0.62	0.14	-0.01	0.14	0.03	0.44	0.71	0.69	0.25	-0.05
(농산물)곡물	0.06	0.01	-0.04	0.02	0.05	-0.03	-0.06	0.01	0.06	0.00	-0.06	0.10	0.06	0.06
쌀	0.03	0.00	-0.02	0.02	0.02	-0.02	-0.05	0.02	0.04	0.00	-0.06	0.07	0.06	0.04
잡쌀	0.02	0.01	-0.02	0.00	0.02	-0.01	0.00	0.00	0.02	0.00	0.01	0.00	-0.01	0.00
보리쌀	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
콩	0.01	0.00	0.00	0.00	0.03	0.00	-0.01	-0.01	0.01	0.00	0.00	0.03	-0.01	0.00
땅콩	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
혼식곡	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.01	0.00	0.01
(농산물)채소	0.09	0.01	0.08	0.28	-0.07	-0.03	0.14	-0.01	-0.07	0.07	0.42	-0.04	0.06	0.01
배추	0.04	-0.02	0.01	0.04	-0.03	0.00	0.03	-0.01	-0.02	0.01	0.08	-0.03	0.00	0.03
상추	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	-0.01	0.00	0.00
양상추	-	-	-	-	-	-	0.00	0.00	-0.01	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00
시금치	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	-0.01	0.01	0.00
양배추	0.00	-0.01	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00
미나리	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
깻잎	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
부추	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00
무	0.01	-0.01	0.01	0.01	0.00	-0.01	0.00	0.00	-0.01	0.00	0.04	-0.01	-0.01	0.00
열무	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	-0.01	0.00
당근	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	-0.01	0.02
감자	-0.01	0.01	0.00	0.02	0.01	-0.02	0.00	0.01	0.01	0.00	0.01	0.01	0.00	-0.01
고구마	0.00	0.02	0.00	0.01	0.01	-0.02	0.01	0.01	0.00	0.00	0.01	0.02	0.01	-0.02
도라지	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
콩나물	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00
버섯	0.01	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
오이	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.01	0.00
풋고추	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	-0.01	0.01	-0.01
호박	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	-0.01	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00
가지	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
토마토	-0.01	0.02	0.01	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00	-0.01	0.00	0.04	0.00	0.01	-0.01
파	0.00	0.00	0.00	0.03	-0.02	0.00	0.02	-0.01	0.00	0.00	0.04	-0.02	0.01	0.00
양파	0.00	-0.01	0.00	0.04	-0.02	0.00	0.01	-0.01	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.03
마늘	-0.02	0.00	0.01	0.00	0.02	-0.01	0.00	0.01	-0.01	0.00	0.05	0.03	-0.01	-0.01
브로콜리	-	-	-	-	-	-	0.00	0.00	-0.01	0.00	0.01	0.00	0.01	-0.01
고사리	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
피망	-	-	-	-	-	-	0.00	0.01	-0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00
생강	0.00	0.01	-0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

<한국 신선 및 가공식품 세부품목별 물가상승 기여도(계속)>

(단위 : %p)

품목별	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
(농산물)과실	-0.21	0.16	0.20	-0.07	0.33	0.13	-0.13	0.18	-0.22	0.07	0.18	0.22	0.17	-0.07
사과	-0.04	0.03	0.08	-0.06	0.10	0.08	-0.07	0.03	-0.04	0.00	0.03	0.06	0.04	0.01
배	-0.02	0.00	0.01	0.00	0.03	-0.01	-0.01	0.02	-0.03	0.00	0.02	0.02	0.01	0.02
복숭아	0.00	0.01	0.01	0.00	0.01	0.01	0.00	0.01	-0.01	-0.01	0.01	0.03	0.00	0.00
포도	0.00	-0.02	0.03	0.02	0.03	0.02	-0.03	0.01	0.00	-0.01	0.02	0.02	0.01	0.00
밤	0.01	0.00	0.01	0.01	0.01	-0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00
감	-0.02	0.01	0.01	0.00	0.01	0.02	-0.02	0.02	-0.02	0.01	0.00	0.01	0.01	-0.01
귤	-0.14	0.07	0.02	-0.06	0.06	0.06	-0.06	0.06	-0.10	0.06	-0.01	0.04	0.06	-0.06
오렌지	-0.05	0.01	0.01	-0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	-0.01
참외	0.00	0.01	0.01	0.01	0.00	-0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.02	0.01	-0.01	-0.02
수박	0.00	0.02	0.00	0.01	0.04	-0.01	0.02	0.00	-0.01	-0.01	0.04	0.04	0.01	0.00
딸기	-0.01	0.01	0.02	0.00	0.00	0.01	0.01	0.02	-0.01	0.00	0.02	0.00	0.02	-0.03
바나나	-0.02	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.02	-0.01	0.00	0.00	0.02
키위	-	-	-	-	-	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(농산물)기타농산물	-0.01	0.02	0.00	0.03	0.04	-0.01	0.00	0.01	-0.01	0.02	0.04	0.12	0.13	-0.08
고춧가루	-0.01	0.02	-0.01	0.01	0.04	-0.01	0.00	0.02	-0.01	0.02	0.01	0.12	0.14	-0.10
참깨	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
인삼	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
생화	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
축산물	0.11	0.16	0.20	0.12	0.28	0.11	0.03	-0.06	0.19	0.18	0.02	0.22	-0.17	-0.02
쇠고기(국산)	0.07	0.07	0.12	0.06	0.03	0.01	0.05	-0.01	0.00	0.06	0.07	-0.07	-0.01	0.01
쇠고기(수입)	0.00	0.00	0.02	0.03	0.03	0.02	0.00	-0.01	0.01	0.00	0.01	0.03	0.00	0.00
돼지고기	0.02	0.05	0.05	0.02	0.17	0.05	0.01	-0.04	0.13	0.07	-0.05	0.23	-0.14	-0.06
닭고기	-0.01	0.01	-0.01	-0.01	0.03	0.01	-0.01	0.00	0.03	0.03	0.00	0.01	-0.01	0.01
달걀	-0.02	0.03	-0.01	0.00	0.04	0.02	-0.03	0.01	0.04	0.02	-0.01	0.04	-0.01	0.02
꿀	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
수산물	0.01	0.06	0.04	0.02	0.03	0.01	0.01	0.00	0.05	0.11	0.11	0.09	0.03	0.02
갈치	-0.01	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.02	0.01	0.02	0.00
명태	0.00	0.01	0.01	0.01	-0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.01	0.00	-0.01	0.00
조기	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.02	0.01	0.00	0.01	0.01	0.01
고등어	0.01	0.03	-0.01	0.00	0.03	-0.02	0.01	0.00	0.01	0.02	0.01	0.04	-0.02	0.00
공치	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
오징어	-0.01	0.00	0.01	0.00	0.01	0.01	0.00	-0.01	0.00	0.01	0.03	0.03	-0.01	-0.01
계	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.00	0.00	0.00
굴	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
조개	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	0.01
전복	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.00	0.01	0.00
마른멸치	0.02	0.03	0.00	-0.01	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00	0.00	0.01
마른오징어	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00
김	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
미역	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01
가공식품	-0.05	0.10	0.11	0.18	0.31	0.32	0.09	0.18	0.66	0.56	0.09	0.39	0.33	0.22
밀가루	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
국수	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
라면	0.00	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02	0.00	0.01	0.03	0.01	0.00	0.00	0.02	0.00

<한국 신선 및 가공식품 세부품목별 물가상승 기여도(계속)>

(단위 : %p)

품목별	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
당면	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
두부	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.02	0.01	0.00	0.02	0.00	0.01
씨리얼식품	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
부침가루	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00
케이크	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	0.00	0.00
식빵	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
빵	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.06	0.03	0.01	0.03	0.02	0.04
떡	0.00	0.01	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.01	0.00	0.00
소시지	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.01	0.02	0.00	0.01	0.00	-0.01
햄	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.02	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00	0.02	0.00	-0.01
육류통조림	-	-	-	-	-	-	0.00	0.00	0.01	0.02	0.00	0.01	0.01	0.00
오징어채	-0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00
복어채	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00
어묵	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.01	0.00	0.00	0.01	0.01
맛살	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
생선통조림	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.01	0.02	0.00	0.00	0.01	0.01
젓갈	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00
우유	0.00	0.00	0.00	0.01	0.05	0.06	0.02	0.00	0.06	0.10	-0.01	0.01	0.05	0.02
분유	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00
치즈	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
발효유	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.01	0.00	0.01	0.02	0.01	0.00	0.00	0.01	0.01
참기름	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
식용유	-0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
과실통조림	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00
단무지	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
맛김	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
초콜릿	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
사탕	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	0.00	0.00
껌	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
아이스크림	0.00	-0.01	-0.01	-0.01	0.00	0.01	0.00	0.00	0.03	0.02	0.00	0.02	0.01	0.00
비스킷	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.05	0.02	0.00	0.02	0.01	0.01
스낵과자	0.00	0.04	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00	0.02	0.04	0.02	0.00	0.02	0.01	0.01
초코파이	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01
설탕	-0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	0.00	0.00
잼	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.00	0.00	0.00
물엿	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
소금	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00
간장	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00
된장	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.01	0.00	0.00
양념장	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
고추장	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00
카레	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
케찹	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
드레싱	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
혼합조미료	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
스프	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.00	0.00	0.00

<한국 신선 및 가공식품 세부품목별 물가상승 기여도(계속)>

(단위 : %p)

품목별	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
이유식	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
김치	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	0.00
밀반찬	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.02	0.01	0.00
냉동식품	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00
즉석식품	-	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.01	0.00
삼각김밥	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.00	0.00	0.00
커피	-0.04	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	0.02	0.01	0.02	0.02	0.01	0.01	0.01	0.00
커피크림	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
차	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
차음료	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.00	0.00	0.00
과일주스	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.01	0.02	0.02	0.01	0.02	0.01	0.00
두유	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.01	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01
생수	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
기능성음료	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
탄산음료	-0.01	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
혼합음료	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
소주	0.02	0.00	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.01
과실주	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
맥주	-0.01	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	-0.01	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.01
막걸리	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
위스키	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
약주	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
홍삼	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.00	0.01	0.01
건강기능식품	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02

<미국 신선 및 가공식품별 물가상승 기여도>

(단위 : %p)

품목	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
식음료 Food and beverages	0.36	0.46	0.28	0.33	0.52	0.36	0.34	0.57	0.79	0.28	0.12	0.54	0.38	0.21
식품 Food	0.35	0.44	0.25	0.31	0.50	0.33	0.32	0.53	0.75	0.25	0.11	0.52	0.37	0.20
식료품 Food at home	0.19	0.26	0.10	0.18	0.32	0.15	0.13	0.33	0.50	0.04	0.03	0.39	0.20	0.07
곡물 및 곡물가공품 Cereals and bakery products	0.03	0.04	0.03	0.03	0.02	0.02	0.02	0.05	0.12	0.04	-0.01	0.05	0.04	0.01
육류, 육류가공품, 계란 Meats, poultry, fish, and eggs	0.09	0.09	0.01	0.10	0.16	0.03	0.02	0.09	0.08	-0.01	0.04	0.13	0.07	0.04
유제품 Dairy and related products	0.01	0.03	0.00	-0.00	0.06	0.01	-0.00	0.06	0.07	-0.06	0.01	0.05	0.02	0.00
과일및채소 Fruits and vegetables	0.01	0.05	0.06	0.03	0.05	0.05	0.07	0.06	0.09	-0.04	0.00	0.07	-0.01	0.04
음료 beverages	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00	0.02	0.01	0.03	0.03	0.01	-0.01	0.02	0.01	-0.01
기타 Other food at home	0.02	0.04	0.01	0.02	0.02	0.02	0.02	0.04	0.11	0.07	-0.00	0.06	0.07	-0.00
외식 Food away from home	0.15	0.17	0.15	0.13	0.18	0.19	0.19	0.21	0.26	0.20	0.08	0.14	0.17	0.13
주류 Alcoholic beverages	0.03	0.03	0.02	0.02	0.03	0.02	0.03	0.03	0.04	0.03	0.01	0.02	0.02	0.02

<일본 신선 및 가공식품별 물가상승 기여도>

(단위 : %p)

품목	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
식품 Food	-0.32	-0.34	0.02	-0.08	0.23	-0.30	0.18	0.15	0.72	-0.22	0.03	-0.03	-0.15	0.18
신선식품 Fresh food	-0.10	-0.16	0.12	-0.05	0.14	-0.18	0.18	0.02	-0.02	-0.10	0.29	-0.04	-0.11	0.14
가공식품 Food, less fresh food	-0.21	-0.17	-0.10	-0.02	0.06	-0.08	-0.02	0.13	0.76	-0.13	-0.25	0.00	-0.04	0.06
곡물 cereals	-0.05	-0.03	-0.01	0.09	-0.03	-0.11	-0.03	0.01	0.15	-0.03	-0.07	0.01	0.04	-0.02
수산물 fish & seafood	-0.03	-0.02	0.01	-0.04	-0.01	-0.03	0.05	0.01	0.02	-0.05	0.00	0.02	-0.01	0.05
육류 meats	-0.02	0.00	0.01	0.02	0.06	0.03	0.02	0.04	0.07	-0.04	-0.03	0.00	-0.02	0.03
유제품및계란 Dairy products & eggs	-0.01	-0.02	0.00	-0.01	0.02	0.00	-0.01	0.00	0.06	0.00	-0.01	0.00	-0.02	0.01
채소및해초 Vegetables & seaweeds	-0.05	-0.09	0.10	-0.02	0.10	-0.12	0.04	0.02	0.03	-0.01	0.17	-0.05	-0.09	0.06
야채 Fresh vegetables	-0.05	-0.09	0.11	-0.02	0.10	-0.11	0.04	0.02	-0.01	-0.01	0.19	-0.05	-0.09	0.07
과일 Fruits	-0.02	-0.06	0.00	0.01	0.05	-0.04	0.08	-0.01	-0.03	-0.05	0.11	-0.01	-0.01	0.02
식용유및시즈닝 Oils, fats & seasonings	-0.02	-0.01	-0.02	-0.02	-0.01	-0.01	-0.01	0.01	0.05	-0.02	-0.02	0.00	-0.02	0.00
케이크및사탕 Cakes & candies	0.00	-0.04	-0.03	0.00	0.01	0.00	0.00	0.02	0.14	0.04	-0.03	-0.01	-0.01	0.00
조리된 음식 Cooked food	-0.02	-0.02	-0.01	-0.02	0.00	0.01	0.02	0.02	0.11	-0.01	-0.04	0.02	0.01	0.00
음료 Beverages	-0.01	-0.03	-0.03	-0.04	-0.04	-0.03	-0.03	-0.01	-0.01	-0.04	-0.03	0.00	-0.02	-0.02
알콜음료 Alcoholic beverages	-0.01	-0.01	-0.01	-0.01	-0.01	0.00	-0.01	-0.01	0.03	-0.02	-0.02	-0.01	-0.02	-0.01

<참고문헌>

- 강중구(2009). 경기하강기에 체감물가가 높아지는 이유. LGERI. 13년 7월호
- 김관수 외(2014). 식품산업기획보고서. 농림축산식품부, aT
- 김기욱·이승신(1990). 소비자의 주관적 경기전망과 소비지출 패턴 . 소비자학연구. 제1권 제2호
- 김난도 외(2009). 글로벌 식품산업육성방안. 한국식품산업협회 연구용역보고서
- 김태훈·김매성(2009). 곡물가공품 가격의 반응시차와 비대칭적 가격 전이 분석. 농촌경제연구원.제 32권 제1호
- 성명환 외(2012).국제 곡물가격상승과 장단기 대응방안. 한국농촌경제연구원
- 유춘권(2011), “소비자물가와 농산물가격의 이해”, NHERI 리포트, 제149호, 농협경제연구소
- 이용선·성명환·정학균·정혜미(2011). 수입원재료 가격 상승의 식품물가 파급영향과 대응방향. 한국농촌경제연구원 정책연구
- 이정희 외(2013). 가공식품이 소비자물가에 미치는 영향분석. 한국식품산업협회 연구보고서
- 장인성(2011). 소득계층별 물가지수의 차이가 체감물가에 미치는 영향. 국회예산정책처
- 정규철·황세진·오완근(2013), 물가구조 분석 및 변동요인 연구, 경제·인문사회연구회
- 최병옥·전창곤·김동훈(2012). 가공식품 유통구조 개선방안. 한국농촌경제연구원 연구보고서
- 황의식·황윤재·김태이(2012). 가공식품물가의 장단기 변동요인과 대응방안. 한국농촌경제연구원 연구보고서
- 관세청 수출입통계, 각년도
- 미국 노동부 노동통계국.<http://www.bls.gov>. 소비자물가지수
- 생필품 가격정보. www.tprice.go.kr
- 일본 총무성 통계국(www.stat.go.jp)
- 소비자물가정보서비스. price.consumer.or.kr
- 식품산업통계정보 (<http://www.atfis.or.kr/>)

통계청. <http://kosis.kr>. 소비자물가지수

통계청. <http://kosis.kr>. 생산자물가지수

한국물가협회. www.kprc.or.kr

한국은행. 2010년도 산업연관표 실측표

한국은행. 산업연관표 해설서

OECD Statistics

가공식품 가격구조 분석

2014년 12월 인쇄

2014년 12월 발행

편저 사단법인 한국유통학회

발행 한국농수산물유통공사

서울특별시 서초구 양재동 강남대로 27 aT센터

TEL: (02)6300-1114 FAX: (02)6300-1615

본 책자의 통계자료 및 분석내용에 관한 사항은
한국농수산물유통공사 식품수출정보팀 (02-6300-1395)으로
문의하여 주시기 바랍니다.

[알림]

본지에 기재된 분석내용은 연구진의 견해이며, 농림축산식품부, 한국농수산물유통공사의 공식적 견해와는 상이할 수 있음을 알려드립니다.