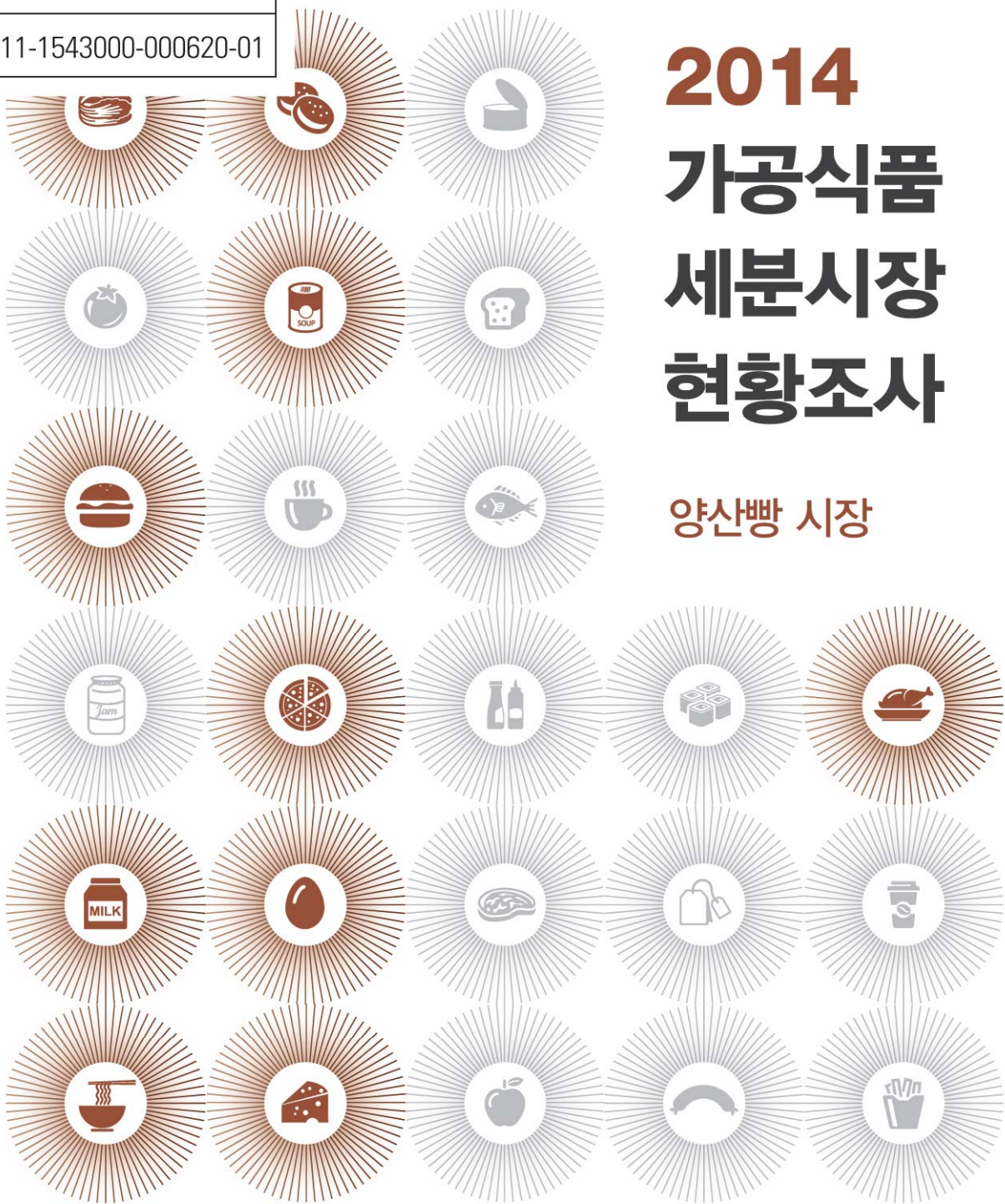


발 간 등 록 번 호

11-1543000-000620-01

2014 가공식품 세분시장 현황조사

양산빵 시장



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

[목 차]

요약문	1
제 1 장 가공식품 세분시장 조사 개요	
1. 조사 배경 및 목적	7
2. 조사 대상	8
3. 조사 방법	9
제 2 장 양산빵 개요	
제1절 양산빵의 개념 및 유형	13
1. 빵의 정의	13
2. 빵의 분류	14
제2절 양산빵 관련 제도	15
1. GMO 표시	15
2. HACCP	16
제3절 양산빵 분류 코드	17
제 3 장 양산빵 생산 및 수출입 현황	
제1절 빵의 가공기준 및 제조공정	21
1. 빵의 가공기준 및 성분규격	21
2. 빵류의 제조 공정	22
제2절 양산빵 생산 현황	24
1. 국내 생산 및 출하 실적	24
2. 주요 제조업체	26
3. 빵류 주요 제조사 현황	27
제3절 양산빵 수출입 현황	29
1. 수출입 실적 추이	29
2. 주요 국가별 수출입 현황	30
제4절 빵류 원료 현황	33
1. 국내 생산 빵류의 원료 사용 비중	33
2. 빵의 주요 원료 현황	34

제5절 요약 및 시사점	42
1. 양산빵 생산	42
2. 양산빵 수출입	43
3. 빵류 원료	43
제 4 장 양산빵 유통 및 판매 현황	
제1절 양산빵 유통 구조	47
제2절 양산빵 소매 유통 판매 현황	48
1. 소매 유통 채널별 매출액	48
2. 소매 유통 채널의 빵 판매 가격	49
3. 기업별 소매 유통 채널 점유율	50
제3절 요약 및 시사점	52
1. 유통·판매 구조	52
2. 소매 유통 채널 판매	52
제 5 장 양산빵 소비 시장 현황	
제1절 양산빵 소비 시장 규모	55
1. 빵 소비량	55
2. 양산빵 종류별 소매 시장 규모	56
제2절 양산빵 브랜드(제품) 현황	58
제3절 양산빵 국내 시장 동향	62
1. 건강한 식재료와 고급화된 빵 선호	62
2. 제품 다양화와 차별화	62
3. 양산빵 업체의 사업 영역 확장	64
제4절 양산빵 해외 시장 동향	65
1. 미국의 양산빵 시장	65
2. 일본의 양산빵 시장	68
3. 영국의 양산빵 시장	69
제 5 절 요약 및 시사점	71
1. 양산빵 종류별 소매 시장	71
2. 양산빵 국내 시장 동향	71
3. 양산빵 해외 시장 동향	72
부록	73

[표 목차]

제 1 장 가공식품 세분시장 조사 개요

[표 1-1] 조사 대상	8
[표 1-2] 주요 문헌 자료원	9
[표 1-3] 전문가 인터뷰 개요	9

제 2 장 양산빵 개요

[표 2-1] 양산빵의 분류 코드	17
--------------------------	----

제 3 장 양산빵 생산 및 수출입 현황

[표 3-1] 빵류의 제조·가공기준 및 규격	21
[표 3-2] 연도별 빵류 국내 생산 실적	25
[표 3-3] 빵류 세부품목별 국내 생산 현황	25
[표 3-4] 빵류 제조업체 현황	26
[표 3-5] 빵류 주요 생산 업체	27
[표 3-6] 양산빵 주요 제조사 특징 및 연혁	28
[표 3-7] 빵류 국내 수출입 실적	29
[표 3-8] 주요 국가별 빵류 수출 현황	30
[표 3-9] 주요 국가별 빵류 수입 현황	31
[표 3-10] 빵류 수출입 단가 비교	32
[표 3-11] 빵류 원료별 사용 비중	33
[표 3-12] 밀가루의 분류와 특성	35
[표 3-13] 밀가루(소맥분) 용도별 사용량	35
[표 3-14] 밀가루 국내 생산 실적	36
[표 3-15] 밀가루 수입 실적	36
[표 3-16] 백설탕의 용도별 사용량	37
[표 3-17] 설탕 국내 생산 실적	38
[표 3-18] 백설탕 수입 실적	39
[표 3-19] 계란의 용도별 사용량	39
[표 3-20] 계란 생산 동향	40

제 4 장 양산빵 유통 및 판매 현황

[표 4-1] 소매 유통 채널별 매출액	49
[표 4-2] 2014년 소매 유통 채널별 양산빵 판매 가격	50
[표 4-3] 기업별 소매 유통채널 매출 규모	50
[표 4-4] 기업별 유통 채널 점유 현황	51

제 5 장 양산빵 소비 시장 현황

[표 5-1] 국민 1인 1일 빵 소비량 추이	55
[표 5-2] 양산빵 세분시장별 소매 시장 규모	56
[표 5-3] 삼립식품 주요 제품	58
[표 5-4] 롯데제과 기린 주요 제품	60
[표 5-5] 세븐일레븐 조리빵 성별 매출 구성비	63
[표 5-6] 2014년 미국 양산빵 주요 브랜드	65
[표 5-7] 2014년 일본 양산빵 주요 브랜드	68

[그림 목차]

제 2 장 양산빵 개요

[그림 2-1] 빵의 정의 및 유형	13
[그림 2-2] 양산빵의 정의	14
[그림 2-3] HACCP 인증 마크	16

제 3 장 양산빵 생산 및 수출입 현황

[그림 3-1] 크림빵의 제조 공정	22
[그림 3-2] 식빵의 제조 공정	23
[그림 3-3] 파운드 케이크의 제조 공정	23

제 4 장 양산빵 유통 및 판매 현황

[그림 4-1] 양산빵 유통 구조	47
--------------------------	----

제 5 장 양산빵 소비 시장 현황

[그림 5-1] 삼립 설탕을 넣지 않고 포도농축액으로 만든 Table 8 식빵	62
[그림 5-2] 샤니 카카오프렌즈 캐릭터 빵	63
[그림 5-3] 세븐골드 금의 식빵(金の食パン)	69
[그림 5-4] Hovis의 Taste Sensations	70

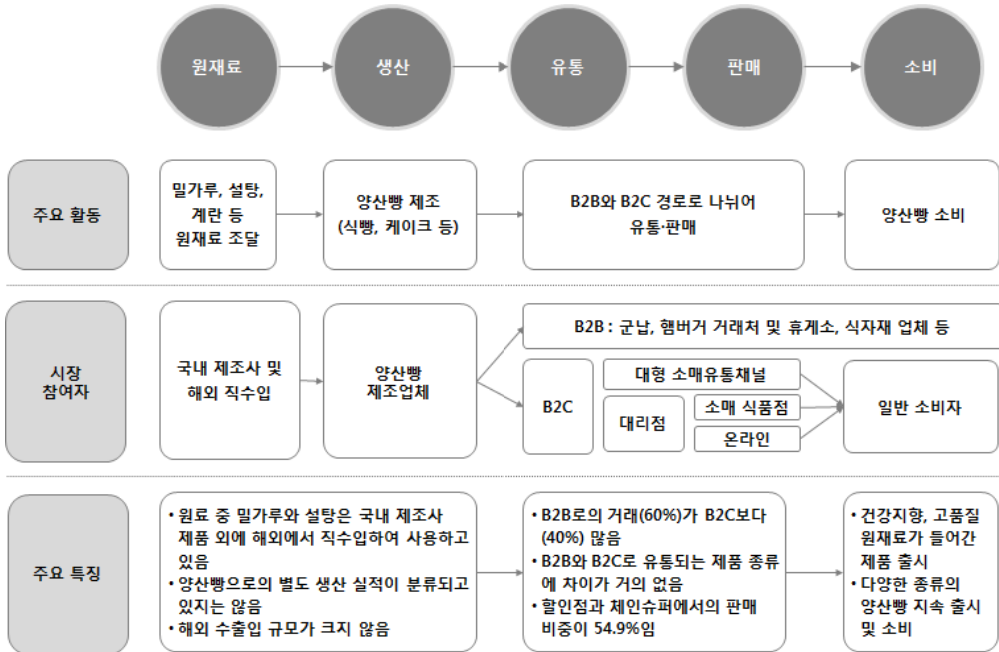


1. 양산빵의 개요

- 식품공전에 의하면 빵은 밀가루 또는 기타 곡분을 주원료로 하여 이에 식품 또는 식품첨가물을 가하여 발효시키거나 발효하지 아니하고 반죽한 것 또는 이를 익힌 것으로서 식빵, 케이크, 카스텔라, 도넛, 피자, 파이, 핫도그 등을 말함
- 그 중에서도 양산빵은 공장에서 대량으로 제조되어 포장·출하된 뒤, 마트, 편의점 등 소매유통채널에서 판매가 되는 것을 말함
- 양산빵은 아직까지 GMO나 식품위해요소중점관리기준(HACCP)을 적용받고 있지는 않으나, 2014년 8월 예고된 HACCP 일부개정고시(안)에 의하면 2020년까지 단계적으로 확대·적용되는 품목에 빵도 포함될 예정임

2. 양산빵의 생산·유통·소비 흐름

- 양산빵은 원재료 조달, 국내 생산 및 수입, 유통 및 판매, 그리고 소비로 나누어 살펴볼 수 있음
 - 주요 원재료는 밀가루, 설탕, 계란이며 밀가루와 설탕은 국내 생산 및 수입분을 사용하고 있으며, 계란은 100% 국산 원료를 사용하고 있는 것으로 나타남
 - 양산빵은 B2C, B2B 제품 상관없이 제조하는 업체와 B2B 제품만 생산하는 업체 등을 포함하여 100여개가 넘게 있음
 - 유통 및 판매는 할인점, 체인슈퍼, 편의점, 독립슈퍼, 일반식품점, 백화점 등을 거쳐 일반 소비자에게 가는 B2C와 군납, 휴게소 및 프랜차이즈, 식자재업체 등에게 판매하는 B2B로 나누어지며, 그 비중은 각각 40%, 60%로 추정됨
 - 국내 양산빵 시장에도 건강지향, 고품질 원재료 등의 특성이 나타나고 있으며, 해외 시장도 이와 비슷한 특징이 나타나고 있음



3. 양산빵 생산 및 수출입 현황

- 양산빵은 크림빵과 식빵과 같이 발효가 필요한 공정이 있는 반면, 케이크와 같이 발효 공정이 없는 경우도 있어, 제품별로 차이가 있음
- 빵류의 국내 생산 규모는 2012년 기준 약 1조 9,854억원이며, 그 중 양산빵의 규모는 약 6천억원이 넘는 규모로 추정됨
- 빵류 세부 품목별로 살펴보면, 2012년 기준 케이크와 식빵의 생산규모가 9,183억원으로 전체 시장의 46.3%를 차지함
 - 케이크와 식빵의 생산규모는 과거에 비해 감소한 반면, 기타 빵류의 생산 규모는 증가세를 나타내고 있음
- 2003년 152개였던 빵류 제조업체는 2012년 기준 181개로 나타남
 - 그 중 양산빵 제조업체는 B2B 전문업체까지 포함하여 100여개가 넘는 것으로 추정되고 있음



- 양산빵은 수출입 규모가 매우 작으나, 2012년부터 일부 대형 유통사가 장기 유통 가능 제품을 직수입하여 판매하기 시작하면서 수입물량이 다소 증가함

4. 양산빵 유통 및 판매 현황

- 양산빵은 제조업체에서 군납, 휴게소 및 프랜차이즈, 식자재 업체등으로 납품되는 B2B 경로와 소매유통채널을 통해 일반 소비자에게 판매되는 B2C로 구분됨
 - 전체 양산빵 시장에서 B2B가 60%, B2C가 40%의 비중을 차지할 것으로 추정됨
- 2013년 기준, 양산빵 소매 시장 규모는 약 3,185억원이며, 할인점과 체인슈퍼에서의 매출액이 전체 매출의 54.9%를 차지하고 있음
 - 2013년 매출액 기준, 삼립식품이 75.6%의 점유율을 나타내고 있으며 롯데제과가 15.2%로 두 제조사의 점유율을 합하면 90.8%임

5. 양산빵 소비 시장 현황

- 양산빵 중 일반빵이 전체 매출의 39.0%를 차지하며 가장 많이 팔리고 있으며, 이어서 식빵, 케익 호떡 순임
 - 가장 양산빵은 4/4분기에 매출액이 높은 계절성이 나타나는데, 이는 호빵의 매출이 해당 분기에 집중된 것이 원인임
- 국내 양산빵 시장은 삼립식품과 롯데제과가 주요 참여사이며 건강한 식재료와 고급화, 다양화 등과 같은 소비트렌드가 반영된 빵들이 출시되고 있음
- 해외 국가별로도 빵류의 다양한 특징이 나타나고 있음
 - 미국은 건강과 다이어트에 대한 관심이 높아 글루텐 프리 제품이나 유기농 제품이 시장에 많이 출시되고 있음
 - 일본은 고품질, 고가격 양산빵 전략이 최근에 두드러진 추세임

제 1 장 가공식품 세분시장 조사 개요

1. 조사 배경 및 목적

2. 조사 대상

3. 조사 방법



1. 조사 배경 및 목적

- 식품 시장이 지속적으로 성장하고 식품에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 가공식품 시장에 대한 기초 자료 수요 또한 증가하고 있음
 - 농식품에 기반한 가공식품은 일반 소비자와는 달리 품목에 대한 전문성이 요구되며, 환경변화에 의해 시장가격 변동에 차이가 나는 특수성을 지님
 - 특히 가공식품에 대한 수요 증가, 품목별 다양한 고객 특성 등 경영 및 마케팅 환경이 변화하고 있음
 - 가공식품 시장의 전반적인 기초 통계자료 외에 구체적인 생산 및 소비 동향과 관련된 정보의 필요성이 대두됨
 - 가공식품 산업의 원활한 육성 및 지원을 위한 품목별 정의 및 특성 파악이 필요함
 - 다수의 영세한 가공식품 중소기업들의 경영 방향성 수립을 위한 정보가 부족함

- 이에 본 조사는 가공식품 산업구조를 고려한 명확한 자료 수집 및 분석을 통해 관련 이해관계자들에게 품목 시장의 가치 있는 기본 정보를 제공하고자 함
 - 본 보고서에 제시된 내용은 객관성 및 타당성을 담보한 Data를 기반으로 폭 넓고 깊이 있게 분석하였으며, 가공식품 전문가의 의견 수렴 및 검토를 통해 수요자 니즈에 부합하는 콘텐츠를 구성함
 - 본 조사의 활용 가치로는 첫째, 가공식품과 관련된 이해관계자들에게 실질적인 가치를 제공할 수 있는 정보를 제공함
 - 둘째, 정보 수집이 어려운 중소기업에게 생존을 위한 전략 수립의 기초 자료가 될 수 있는 정보를 제공함
 - 마지막으로 농식품 유관기관의 가공식품 관련 정책에 직·간접적으로 활용될 수 있도록 함



2. 조사 대상

- 총 42개의 품목(군)을 2010년부터 나누어 조사를 진행하고 있으며, 2010년 8개 품목, 2011년 5개 품목, 2012년 12개 품목, 2013년 17개 품목을 진행하였음
- 2014년에는 기존 조사 품목 중 10개를 선별하여 진행하며, 이번 품목은 양산빵임

[표 1-1] 조사 대상

2010년 ~ 2013년			2014년	
스낵과자	반생초코케익	발효유	김치 스낵과자 양산빵 라면 가정용 식용유 아이스크림 만두 어묵 액상차 커피믹스	
식빵	햄, 소시지 등	조제분유		
빵	두부	조미료		
가정용 식용유	인스턴트 커피	식염		
라면(2)	커피믹스	양념장		
탄산음료	커피음료	즉석조리식품		
김치	과채음료	밀가루		
빙과	고추장	설탕		
만두	된장	프리믹스		
어묵, 맛살 등	간장	초콜릿		
액상차(음료)	건강기능식품	전통기름		
커피믹스	참치캔	인삼음료		
비스킷	우유	탁주		
떡류	두유			
42개 품목				10개 품목



3. 조사 방법

□ 조사 방법은 크게 문헌조사와 전문가 인터뷰로 이루어짐

- 문헌조사 : 주요 문헌자료는 식품의약품안전처의 식품공전과 식품 및 식품 첨가물 생산실적, 그리고 한국농수산물유통공사의 식품산업통계정보(FIS) 등임

[표 1-2] 주요 문헌 자료원

자료명	출처
식품공전	식품의약품안전처
식품 및 식품 첨가물 생산실적	식품의약품안전처
식품산업통계정보(FIS)	한국농수산물유통공사

- 전문가 인터뷰 : 전문가 인터뷰는 품목별 협회 또는 연구소와 주요 업체 관계자와의 심층 인터뷰로 진행함. 인터뷰 내용은 제조부터 소비에 이르는 전반적인 내용과 각 품목별 주요 이슈에 대한 내용으로 구성함

[표 1-3] 전문가 인터뷰 개요

인터뷰 대상	업계 관계자
인터뷰 방법	심층 개별 면접 조사
인터뷰 시기	2014년 9월
인터뷰 내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 품목 및 상품의 정의 ○ 생산 동향 및 규모 ○ 제조사 경쟁 현황 ○ 유통 경로별 주요 특징 ○ 유통 현황 ○ 소비 동향 및 시장 규모 ○ 시장 주요 브랜드 및 경쟁 현황 ○ 생산, 유통, 소비과정에서의 주요 변화 및 이슈 등

제 2 장 양산빵 개요

제1절 양산빵의 개념 및 유형

제2절 양산빵 관련 제도

제3절 양산빵 분류 코드

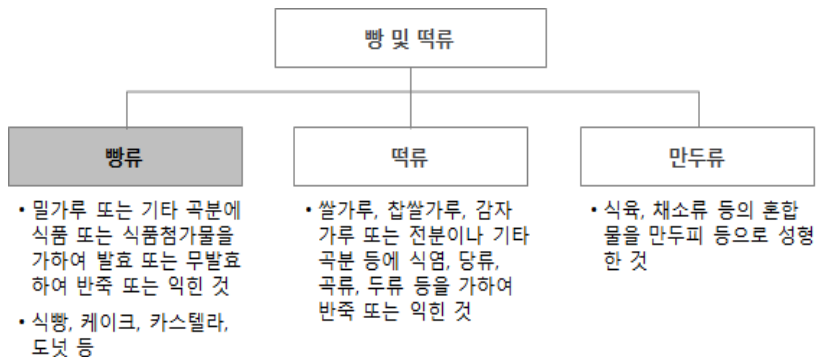


제 1 절 양산빵의 개념 및 유형

1. 빵의 정의

- 식품공전¹⁾에 의하면 빵은 빵 또는 떡류의 하위 품목임. 빵 또는 떡류는 밀가루, 쌀가루, 찹쌀가루, 감자가루 또는 전분이나 기타 곡분 등을 주원료로 하여 이에 다른 식품 또는 식품첨가물을 가하여 제조특성에 따라 가공한 것으로 빵류, 떡류, 만두류를 말함
- 빵 및 떡류에서 빵은 밀가루 또는 기타 곡분²⁾을 주원료로 하여 이에 식품 또는 식품첨가물을 가하여 발효시키거나 발효하지 아니하고 반죽한 것 또는 이를 익힌 것으로서 식빵, 케이크, 카스텔라, 도넛, 피자, 파이, 핫도그 등을 말함

[그림 2-1] 빵의 정의 및 유형



1) 식품공전, 식품의약품안전처, 2014.09.11.개정고시

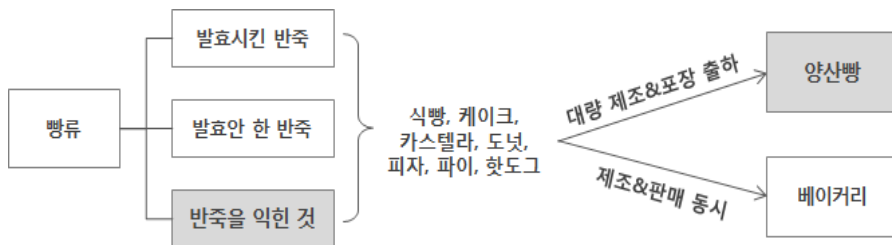
2) 곡류를 빻거나 갈아서 만든 가루를 말하며, 식품공전 제1.총칙 3.식품원재료 분류에서 곡류에 해당되는 예로는 쌀, 보리, 밀, 호밀, 귀리, 조, 수수, 옥수수, 메밀, 울무, 기장, 피 등이 있다 (식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12)



2. 빵의 분류

- 빵의 특성에 따라 분류하면, 빵은 밀가루, 소금, 효모, 물을 주된 원료로 하고 기타 당류, 유제품, 계란, 식용유지 등을 배합하여 섞은 반죽을 구운 것으로 발효 빵과 무발효빵으로 나뉘어짐³⁾
 - 발효빵은 이스트로 서서히 발효시키는 것으로 대표적으로 식빵, 단팥빵, 호빵이 있음
 - 무발효빵은 베이킹파우더를 써서 급히 부풀리는 것으로 케이크가 대표적임
- 시장에서는 제조 및 판매를 동시에 하는지 여부에 따라 양산빵 시장과 베이커리 시장으로 분류함. 베이커리 시장은 다시 프랜차이즈, 원도우, 인스토어로 구분됨
 - 양산빵은 공장에서 대량으로 제조되어 포장·출하된 뒤, 마트, 편의점 등 소매 유통채널에서 판매가 되는 것을 말함
 - 프랜차이즈 베이커리는 본사에서 냉동반죽을 공급받아 매장에서 구워 판매하거나 완제품을 받아 판매하는 방식으로 운영이 되고 있음
 - 원도 베이커리는 일반적으로 알고 있는 개인이 운영하는 빵집을 말하며, 빵집 내 공장에서 제품을 만드는 것을 고객들이 직접 볼 수 있도록 매장과 공장의 경계를 유리 창문으로 구분했다는 데에서 유래함
 - 끝으로 인스토어 베이커리는 대형 할인매장이나 체인슈퍼와 같은 소매유통 채널 내에 있는 베이커리를 의미함

[그림 2-2] 양산빵의 정의



3) 식품공전해설서, 식품의약품안전처, 2012.12



제 2 절 양산빵 관련 제도

1. GMO 표시⁴⁾

- GMO(Genetically Modified Organism) 표시제도는 「식품위생법」 제18조에 따른 안전성 심사 결과 식용으로 승인된 5가지 농수산물과 이를 주요 원재료로 제조·가공한 식품에 유전자변형식품임을 의무적으로 표시하도록 하는 제도임. 유전자변형식품 표시제도에도 불리며 소비자에게 올바른 정보를 제공하기 위함임
- 현재 우리나라를 포함하여 EU, 일본, 호주, 뉴질랜드 등 전 세계 20여 개국이 유전자변형식품 표시 제도를 시행하고 있음
- 표시 대상은 농산물과 가공식품으로 분류됨. 표시 대상 농산물은 안전성 심사를 거쳐 승인된 5가지 유전자변형 농산물(콩, 옥수수, 면화, 유채, 사탕무)과 이를 싹틔워 기른 콩나물, 새싹채소 등임
- 표시 대상 가공식품은 유전자변형 농산물을 사용하여 제조·가공한 식품(건강기능식품 포함) 또는 식품첨가물 중 제조·가공 후에도 유전자변형 DNA 또는 유전자변형 단백질이 남아 있는 식품이 해당됨
- 유전자변형 농수산물 및 가공품은 10포인트 이상의 활자로 포장의 바탕색과 구별되는 색깔로 선명하게 '유전자변형 OO' 또는 '유전자변형 OO 포함' 등으로 표시함. 유전자변형농수산물 포함 가능성이 있는 경우에는 '유전자변형 OO 포함가능성 있음' 으로 표시 가능함
- 2014년 8월 29일 기준 승인된 유전자변형식품은 농산물 116종, 식품첨가물 17종이 있으며 대부분 수입 품목임⁵⁾
- 아직까지 양산빵에는 GMO 표시제도가 의무적으로 적용되지는 않지만, 식품의약품안전처의 유전자변형식품 표기 준수 여부 점검 결과, 시중에 유통 중인 장류, 빵류 등의 216개 제품 중 대부분은 유전자변형 콩이나 옥수수를 원료로 사용하지 않은 것으로 나타남⁶⁾

4) 식품의약품안전처 유전자변형식품(GMO)정보(www.mfds.go.kr/gmo)

5) 유전자재조합식품 승인 현황, 식품의약품안전처, 2014.08.29

6) 장류, 빵류 등 유전자변형식품 표시 적정성 점검 결과, 식품의약품안전처, 2014.08.22



2. HACCP⁷⁾

□ HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)은 식품위해요소중점관리기준으로 통칭하고 있음. 식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리단계를 거쳐 최종소비자가 섭취하기 전 까지 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 관리하여 식품의 안전성을 확보하기 위한 위생관리 체계임

[그림 2-3] HACCP 인증 마크



- HACCP은 전 세계적으로 가장 효과적이고 효율적인 식품 안전 관리 체계로 인정받고 있으며, 미국, 일본, 유럽연합, 국제기구(Codex, WHO, FAO) 등에서도 모든 식품에 HACCP을 적용할 것을 적극 권장하고 있음
- 현재 국내 HACCP의 의무적용 대상 식품은 7개로, 어육가공품(어묵류), 냉동수산식품(어류, 연체류, 조미가공품), 냉동식품(피자류, 만두류, 면류), 병과류, 비가열음료, 레토르트 식품, 김치류(배추김치)가 포함됨
- 2014년 8월 예고된 ‘식품위해요소중점관리기준’ 일부개정고시(안)에 의하면 ‘식품위해요소중점관리기준’이라는 용어는 ‘식품안전관리인증기준’으로 변경되며, 어린이기호식품 및 특수용도식품 등 8개 품목과 연매출 100억 이상 업소에서 제조·가공하는 식품을 대상으로 단계별로 식품안전관리인증기준 의무적용을 확대할 계획임
- 확대품목 8개는 과자·캔디류, 빵·떡류, 초콜릿류, 어육소시지, 음료류, 즉석섭취식품, 국수·유당면류 특수용도식품이며, 적용시기는 2020년 11월 30일까지(4단계)임. 연매출 100억 이상 업소는 2017년 11월 30일까지 추진 예정임⁸⁾
- 참고로 2014년 9월 15일 기준 HACCP 인증을 받은 빵류 제조가공업체는 95개가 있음

7) 식품의약품안전처 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.or.kr)

8) 식품의약품안전처(www.mfds.go.kr)



제 3 절 양산빵 분류 코드

- 양산빵 관련 분류 코드는 식품공전, 한국표준산업분류(KSIC)와 관세 및 통계 통합 품목분류(HS), 한국 재화 및 서비스분류(KCPC), 농림축산물품목분류(AG)로 나누어 살펴볼 수 있음
 - 식품공전의 분류기준에서는 ‘5. 식품별 기준 및 규격’에서 ‘빵 또는 떡류 (2)’에 해당함
 - 한국표준산업분류(KSIC)에 의하면 ‘빵류 제조업(10712)’이 해당됨
 - 관세 및 통계통합품목분류(HS)에 의하면 빵류는 ‘곡물·고운가루·전분·밀크의 조제품과 베이커리 제품(19)’로 하위에 다양한 품목이 있음. 그 중 본 보고서에서는 세부 품목 중 하나인 ‘빵(1905.90.1010)’을 대표 코드로 살펴봄
 - 한국 재화 및 서비스분류(KCPC)에 의하면 ‘곡물가공품, 전분 및 전분제품; 기타식품(23)’하위 세부 품목인 ‘빵 및 생과자(23420)’에 해당함
 - 농림축산물품목분류(AG)에 의하면 ‘과자류(61)’의 하위 세부 품목인 ‘식빵(161210005)’이 해당됨

[표 2-1] 양산빵의 분류 코드

통계분류 체계	코드	분류명	내용	색인어 ¹⁾
식품공전	2	빵 또는 떡류	빵류, 떡류, 만두류	
한국표준 산업분류 (KSIC) ²⁾	10712	빵류 제조업	<p>신선·냉동된 빵 및 생과자를 제조하는 산업활동을 말한다.</p> <p><예 시></p> <ul style="list-style-type: none"> · 케이크 제조 · 파이 제조 · 생과자 제조 · 베이커리제품 제조(신선, 냉동) · 식빵 제조 <p><제 외></p>	<p>고기양파파이제조, 과자빵제조, 귀리빵제조, 급식용빵제조, 냉동베이커리제품제조, 도너츠제조 (음식점제외), 러스크제조, 바나나케익제조, 베이커리제품제조 (제과점제외), 빵류제조(제과점제외), 빵제조 (신선, 냉동, 제과점제외),</p>



통계분류 체계	코드	분류명	내용	색인어 ¹⁾
			<ul style="list-style-type: none"> · 즉석식 빵을 생산하여 최종 소비자에게 판매 (56191) · 제빵 또는 제과용 혼합조제분말 및 그 반죽 제조(10613) 	생과자 제조, 생과자제조 (제과점제외), 슴빵제조, 식빵제조, 식빵제조, 애플파이제조, 이스트도너츠제조, 진저브레드제조, 찐빵제조(음식점제외), 케이크제조, 케이크제조 (제과점제외), 토스터브레드제조, 파이제조, 팬케이크제조, 핫도그빵제조, 호두과자제조 (음식점제외), 호떡제조(음식점제외), 호빵제조
관세 및 통계통합 품목분류 (HS) ³⁾	19	곡물·고운가루·전분·밀크의 조제품과 베이커리 제품		
	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품(코코아를 함유한 것인지의 여부를 불문한다) 및 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼·라이스페이퍼 기타 이와 유사한 물품		
	1905.90.1010	빵		
한국 재화 및 서비스 분류 (KCPC) ⁴⁾	23	곡물가공품, 전분 및 전분제품; 기타식품		
	234	떡 및 베이커리 제품		
	2342	빵 및 생과자		
	23420	빵 및 생과자		
농림축산물 품목분류 (AG 코드) ⁵⁾	61	과자류		
	16121	빵		
	161210005	식빵		

1) 색인어는 산업분류판단의 보조 자료로만 활용함

2) 통계청(kostat.go.kr)

3) HS코드 품목분류(www.hscode.co.kr)

4) 한국 재화 및 서비스 분류, 통계청, 2013

5) 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

제 3 장 양산빵 생산 및 수출입 현황

제1절 빵의 가공기준 및 제조공정

제2절 양산빵 생산 현황

제3절 양산빵 수출입 현황

제4절 빵류 원료 현황

제5절 요약 및 시사점



제 1 절 빵의 가공기준 및 제조공정

1. 빵의 가공기준 및 성분규격

- 빵 제조·가공 기준은 주정처리 제품에 대한 간단한 기준 외에 별다른 사항은 없는 것으로 나타남
- 그러나 규격과 시험방법에 있어 크림이 들어간 제품에 대해서는 별도의 규격을 적용하고 있음

[표 3-1] 빵류의 제조·가공기준 및 규격

제조·가공기준	
(1) 주정 ⁹⁾ 처리(주정 1% 이상 사용) 제품은 잔류 주정에 의한 품질변화가 없도록 하여야 한다	
규격	
(1) 성상 : 고유의 향미를 가지고 이미·이취가 없어야 한다	
(2) 타르색소 ¹⁰⁾ : 검출되어서는 아니된다(식빵, 카스텔라에 한한다)	
(3) 삭카린나트륨 : 검출되어서는 아니된다.	
(4) 보존료(g/kg) : 다음에서 정하는 것 이외의 보존료가 검출되어서는 아니된다.	
프로피온산 프로피온산나트륨 프로피온산칼슘	2.5이하(프로피온산으로서 기준하며, 빵 및 케이크류에 한한다)
소르빈산 소르빈산칼륨 소르빈산칼슘	1.0이하(소르빈산으로서 기준하며, 팔 등 앙금류에 한한다)
(5) 황색포도상구균 : 음성이어야 한다(다만, 크림을 도포 또는 충전한 것에 한한다).	
(6) 살모넬라 ¹¹⁾ : 음성이어야 한다(다만, 크림을 도포 또는 충전한 것에 한한다).	
시험방법	
(1) 타르색소 : 제10. 일반시험법 2.4 착색료에 따라 시험한다.	
(2) 인공감미료 : 제10. 일반시험법 2.2.1 삭카린나트륨에 따라 시험한다.	
(3) 보존료 : 제10. 일반시험법 2.1 보존료에 따라 시험한다.	
(4) 황색포도상구균 : 크림을 도포 또는 충전한 제품의 크림 10g을 무작위로 취한 후 멸균생리식염수 90ml을 넣어 균질화한 것을 시험용액으로 하여 제10. 일반시험법 3.12 황색포도상구균 3.12.1 정성시험에 따라 시험한다	
(5) 살모넬라 : 크림을 도포 또는 충전한 제품의 크림 10g을 무작위로 취한 후 제10. 일반시험법 3.11 살모넬라에 따라 시험한다.	

※ 식품공전, 식품의약품안전처, 2014.09.11.개정고시



2. 빵류의 제조 공정¹²⁾

- 빵류의 유형에서 언급되었던 것 중에서 대표적으로 크림빵, 식빵, 파운드 케이크의 제조 공정을 살펴보면 다음과 같음

가. 크림빵

- 크림빵의 제조 공정은 원료배합부터 시작하여 두 차례의 발효와 소성 등의 단계를 거쳐 완성됨
 - 먼저 원료 계량 및 배합 후 1차 발효를 한 뒤 반죽을 분할함. 반죽의 표면을 매끄러운 상태로 둥글린 후 휴지를 통해 반죽의 글루텐을 안정화시킴
 - 이후 반죽안의 불규칙한 기포를 제거한 후 반죽을 정해진 모양으로 성형함. 성형된 반죽은 2차 발효를 거쳐 오븐에 넣어 굽는 소성 과정을 거침
 - 철판에서 제품을 분리하는 디팬닝(Depanning) 과정을 거치고, 빵의 온도를 적절하게 식힌 다음 한 면을 자르고 크림을 주입함
 - 마지막으로 완성된 빵을 기계로 자동 포장함

[그림 3-1] 크림빵의 제조 공정



※ 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12

- 9) 주세법 제3조제1호에 의한 주정의 정의에 따르면 “희석하여 음료로 할 수 있는 것을 말하며, 불순물이 포함되어 있어서 직접 음료로 할 수는 없으나 정제하면 음료로 할 수 있는 조주정을 포함한다” 라고 정의되어 있다. 공업용 알콜이나 메틸알콜 등은 포함되지 않는다.
- 10) 식빵, 카스텔라의 경우에는 주식개념으로 소비량이 많아 타르색소에 대한 별도 규격으로 설정하였으며, 타르색소의 사용가능여부 등은 식품첨가물공전에서 규정하고 있다(식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12).
- 11) 빵의 제조에 사용되는 크림은 수분함량이 높은 점 등 미생물생육조건이 적합하여 미생물번식이 활발하고 특히 크림의 원료인 계란에 의해 쉽게 오염되는 살모넬라균 등의 관리 필요성이 있어 이를 규격으로 설정하고 있다(식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12).
- 12) 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12



나. 식빵

- 식빵의 제조 공정은 기본적으로 크림빵 공정과 비슷하나 크림빵과 달리 배합과 휴지를 각각 두 차례씩 함
 - 먼저 증중배합으로 밀가루 일부와 물, 이스트, 이스트 푸드로 배합함
 - 1차 발효 후에 증중배합에 탕종 및 본반죽 원료를 넣어 반죽하는 본중배합을 거침
 - 휴지, 둥글리기, 분할 후에 2차 휴지를 거치며 이후 공정은 크림빵과 유사하게 진행됨

[그림 3-2] 식빵의 제조 공정

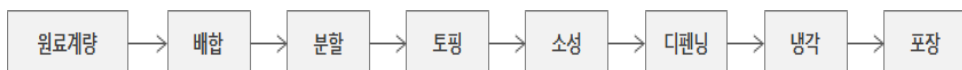


※ 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12

다. 파운드 케이크

- 파운드케이크의 제조 공정은 크림빵, 식빵과 달리 발효, 휴지, 둥글리기, 가스 빼기 등의 과정이 생략되어 있음
 - 소성 전에 토폽물을 넣어주는 토폽 과정이 첨가됨
 - 디펜닝 이후 냉각 과정을 거치고 포장 단계로 마무리됨

[그림 3-3] 파운드 케이크의 제조 공정



※ 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12



제 2 절 양산빵 생산 현황

1. 국내 생산 및 출하 실적

- 연도별 빵류 국내 생산 실적을 살펴보면, 2011년 일시적으로 생산량이 급증한 것을 제외하고, 등락이 크지 않음. 2012년 기준 빵류의 국내 생산량은 약 55만 톤이며 생산액은 약 1조 9,854억 원임
 - 2007년까지 빵류는 ‘과자류’의 하위 품목에 해당되었으나 2008년부터 ‘빵 또는 떡류’의 별도 유형으로 집계됨
 - 결과적으로 2003년 약 41만 톤이었던 생산량은 10년 뒤인 2012년 약 55만 톤으로 약 34.4% 증가하였으며, 생산액 기준으로는 약 92% 증가함
 - 국내 빵류 생산 실적 중 양산빵의 비중은 약 30% 정도로¹³⁾ 이를 생산액에 적용하면 약 6천억원이 넘는 규모임

- 연도별 빵류의 출하량은 생산량과 유사한 추이를 나타내고 있으나 2012년은 생산량 대비 출하량이 오히려 많은 것으로 나타남
 - 일반적으로 출하량이 생산량 보다 많은 경우는 전년도 재고 물량이 함께 출하된 경우임
 - 그러나 2012년에 빵류의 생산량보다 출하량이 많은 것은 제빵업체 중 한 곳의 생산 공장이 추가되었는데, 이 공장에서는 타 공장에서 반가공제품을 받아 완제품을 생산하는 시스템이다보니 완제품과 반가공제품의 출하량이 동시에 잡혀 출하량이 높게 나타난 것으로 판단됨¹⁴⁾
 - 또한 양산빵의 출하량이 증가한 것이 아닌, 케이크의 출하량이 증가한 것임
 - kg당 출하단가는 출하규모에 비례하여 나타난 것은 아님. 2003년 이후 가장 낮은 출하단가는 2,678원(2012년)이었으며, 가장 높은 출하단가는 4,346원(2010년)임

13) 업계 전문가 인터뷰

14) 기관 전문가 인터뷰



[표 3-2] 연도별 빵류 국내 생산 실적

연도	생산량(톤)	생산액(천원)	출하량(톤)	출하액(천원)	출하단가(원/kg)
2003	412,193	1,034,217,043	376,580	1,141,981,118	3,033
2004	368,826	1,022,797,999	345,527	1,133,087,957	3,279
2005	468,246	1,200,926,792	441,842	1,328,581,861	3,007
2006	463,106	1,278,556,989	413,768	1,372,476,873	3,317
2007	396,849	1,187,441,226	385,585	1,381,294,052	3,582
2008	401,816	1,286,252,506	396,128	1,467,644,502	3,705
2009	590,371	1,390,575,406	512,283	1,550,527,268	3,027
2010	436,598	1,463,375,798	388,814	1,689,724,284	4,346
2011	808,141	2,094,595,059	785,742	2,709,363,186	3,448
2012	553,966	1,985,440,287	876,034	2,346,077,278	2,678

※ 연도별(2003~2012) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 2003년~2006년 : 과자류로 분류됨

하위 품목 중 식빵/빵, 케이크류, 도넛, 피자/만두/파이, 기타 등의 5개 품목의 합산 결과임

2) 2007년 : 과자류로 분류됨

하위 품목 중 식빵, 케이크류, 빵, 도넛, 기타 빵 또는 떡류 중 피자, 기타 빵 또는 떡류 중 파이, 기타 빵 또는 떡류 중 나머지 등의 7개 품목의 합산 결과임

3) 2008년~2012년 : 빵 또는 떡류로 분류됨

하위 품목 중 식빵, 케이크, 카스텔라, 도넛, 피자, 파이, 핫도그, 기타 등의 8개 품목을 합산함

□ 빵류 세부품목별 생산 현황을 살펴보면, 2012년 기준 케이크와 식빵의 생산 규모가 9,183억원으로 전체 시장의 약 46.3%를 차지하고 있음

[표 3-3] 빵류 세부품목별 국내 생산 현황

(단위 : 억원)

구분	식빵	케이크	카스텔라	도넛	피자	파이	핫도그	기타	합계
2008	1,471	4,705	331	610	152	102	90	5,401	12,862
2009	2,401	3,537	342	871	165	127	144	6,319	13,906
2010	2,380	3,480	495	1,068	230	101	206	6,675	14,634
2011	2,313	7,263	317	1,063	360	528	344	8,757	20,945
2012	2,191	6,992	719	965	451	432	337	7,766	19,854

※ 연도별(2008~2012) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처



- 그러나 이는 2008년 48.0%에 비해 다소 감소한 비중이며, 기타 빵류의 생산 규모가 지속적으로 커지며 빵류 시장에 다양한 제품이 계속 증가하는 것을 확인할 수 있음

2. 주요 제조업체

- 2003년 152개였던 빵류 제조업체는 2006년 190개까지 증가하였다가 2008년에서 2010년까지 다소 감소하였음. 이후 증가하여 2012년에는 181개 업체가 빵류를 생산하고 있는 것으로 나타남
- 양산빵 제조업체 수는 매월 변동이 있지만 주요 업체는 대략 17개로 추정되며, B2B 전문업체까지 포함하면 100여개가 넘는다고 알려져 있음¹⁵⁾

[표 3-4] 빵류 제조업체 현황

(단위 : 개소)

구분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
빵류 제조업	152	163	166	190	180	154	151	161	181	181

※ 광업·제조업조사보고서, 통계청

1) 2006년 이전은 근로자 수 5인 이상 업체, 2007년 이후는 근로자수 10인 이상 업체 대상임

- 이 중 주요 제조업체를 살펴보면, (주)파리크라상이 4,595억 원의 출하액을 기록하며 전체 출하액의 15.2%를 차지함. 이어 (주)삼립식품이 3,002억 원, 에스피엘주식회사가 2,171억 원으로 나타남
- 상위 10개 업체 중 실제로 양산빵을 제조하고 있는 업체는 (주)삼립식품 뿐이며 기린식품(현재 롯데제과)이 18위의 실적, 서울식품공업은 약 548억 달러의 수출액을 기록하며 수출 부분에서 1위 기업으로 나타남

15) 업계 전문가 인터뷰



[표 3-5] 빵류 주요 생산 업체

순위	업체명	출하액(천원)	비중(%)
1	(주)파리크라상	459,528,981	15.2
2	(주)삼립식품	300,191,996	9.9
3	에스피엘주식회사	217,095,461	7.2
4	씨제이푸드빌(주)	199,540,446	6.6
5	홈플러스베이커리(주)	99,532,808	3.3
6	비알코리아(주)	81,131,134	2.7
7	(주)조선호텔베이커리	53,049,115	1.8
8	씨제이제일제당(주)	45,902,880	1.5
9	(주)롯데브랑제리	42,453,116	1.4
10	(주)크라운베이커리	38,763,462	1.3
.....			
18	주식회사 기린식품	21,672,153	0.7
	기타	218,721,588	7.2
	상위 20개사 소계	1,777,583,140	58.9
	빵 또는 떡류 제조사 전체 합계	3,020,278,447	100.0

※ 2012년도 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) ‘빵 또는 떡류’ 출하액 상위 20개사 기준이며, 기타는 11위~17위, 19~20위 기업의 출하액 합계임

3. 빵류 주요 제조사 현황

- 양산빵을 제조하는 주요 업체는 삼립식품, 롯데제과, 서울식품으로 주요 제조사별 특징은 다음과 같음
 - 삼립식품은 1945년 설립된 삼미당을 전신으로 하고 있으며 2002년에는 파리크라상과 인수합병하였으며 2011년에는 샤니의 영업부문을 양수 받음. 현재 국내 양산빵 시장에서 압도적인 점유율을 나타내며 1위 기업으로 성장함
 - 1969년 설립된 기린식품은 2009년 롯데제과에 인수되어 계열사로 유지되다가 2013년 4월에 흡수합병 됨. 2014년 현재 롯데브랑제리를 흡수 합병하며 제빵 시장에 적극적으로 대응하고 있음
 - 서울식품은 1955년에 설립되었으며 ‘코알라’ 라는 브랜드로 양산빵 시장에 진출함. 그러나 현재는 내수보다는 수출에 주력하고 있으며 국내 빵류 수출액 1위 생산업체로 자리매김하였음



[표 3-6] 양산빵 주요 제조사 특징 및 연혁

기업명	내 용
삼립식품	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 1945년 설립된 삼미당을 전신으로 하여 식품기업으로 성장했음. 2011년에는 1979년부터 자사로부터 분사했던 샤니의 영업권을 다시 넘겨받았음. 국내 양산빵 시장에서 압도적인 시장점유율 1위를 유지하고 있음 ○ 주요 생산 품목 : 단팔호빵, 정통크림빵 등 ○ 주요 브랜드 : 샤니 ○ 연도별 주요 이슈 : <ul style="list-style-type: none"> -1945년 제과공장 삼미당 설립 -1995년 시화공단 내 신공장 준공 -2002년 파리크라상과 인수합병 -2005년 중국 청도 직영 베이커리 1호점 브레드스타 오픈 -2011년 (주)샤니 영업부문 양수 -2013년 (주)알프스식품 인수
롯데제과	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 60여개 양산빵 제품을 판매함. 2009년에 제빵 업체였던 기린식품을 인수했고, 2014년에 롯데브랑제리를 흡수합병함. 롯데브랑제리는 전국 롯데백화점과 롯데마트 내의 인스��어 베이커리를 운영하며, 편의점 등에 브랜드빵 및 케익을 공급하고 있음 ○ 주요 생산 품목 : 땅콩크림샌드, 미니 꿀호떡 등 ○ 주요 브랜드 : 기린, 롯데브랑제리 ○ 연도별 주요 이슈 : <ul style="list-style-type: none"> -1967년 롯데제과 주식회사 설립 -1969년 (주)기린 설립 -2000년 롯데브랑제리 롯데마트 의정부점, 분당서현점 개점 -2009년 롯데제과 기린식품 인수 -2010년 롯데제과 전 생산라인 HACCP 인증 -2013년 롯데제과 기린식품 흡수합병 -2014년 롯데제과 롯데브랑제리 흡수합병
서울식품	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 냉동생지 수출을 주된 사업으로 운영하고 있음. 국내 시장에는 대표적으로 서울호빵 등을 판매함. 국내 빵류 수출액 1위 생산업체임. ○ 주요 생산 품목 : 서울야채호빵, 서울단팔호빵 등 ○ 주요 브랜드 : 코알라 ○ 연도별 주요 이슈 : <ul style="list-style-type: none"> -1955년 서울식품공업사 설립 -1985년 반월 제빵 공장 준공 -1994년 냉동생지 자동화 라인 증설 -2004년 호빵 라인 증설 및 자동 발효실 도입 -2012년 냉동생지누적수출 1천만 달러 달성

※ 각 사 홈페이지 및 공시자료 참고



제 3 절 양산빵 수출입 현황

1. 수출입 실적 추이

- 빵류는 유통기한 등의 이유로 수출입 규모가 크지 않으며 그 규모도 일정하지 않고 다소 등락이 있음
 - 해외로 수출되는 양산빵은 유통기한이 긴 제품이며 여러 종류의 양산빵이 수출되고 있는데 그 중에서도 호빵의 비중이 높은 편임. 수출된 양산빵은 주로 해외 한인슈퍼를 중심으로 유통이 되고 있음
 - 2012, 2013년 수입량 급증은 대형 유통사(ex. 이마트, 홈플러스)에서 해외 제품 중 유통기한이 긴 제품(ex. 도라야끼, 만주)을 직수입해서 판매하기 시작하며 증가한 것으로 판단됨¹⁶⁾

[표 3-7] 빵류 국내 수출입 실적

년도	수출량(톤)	수출액(천\$)	수입량(톤)	수입액(천\$)	무역수지(천\$)
2000	15	34	47	90	-56
2001	232	525	6	21	504
2002	333	699	19	49	650
2003	230	544	25	55	489
2004	57	203	23	52	151
2005	296	968	38	80	887
2006	293	1,071	10	32	1,039
2007	206	679	39	98	581
2008	230	620	67	206	414
2009	153	346	18	60	286
2010	177	401	4	21	380
2011	168	486	3	17	469
2012	366	1,164	340	1,491	-327
2013	532	1,675	1,306	4,443	-2,767

※ 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 식빵 161210005 값임

16) 업계 전문가 인터뷰



2. 주요 국가별 수출입 현황

- 2009년에서 2013년까지 빵류 수출 규모는 증가한 것으로 나타났으며, 2013년 기준 약 168만 달러임
 - 특히 수출되는 빵류의 90% 이상이 미국에 수출되고 있음. 2009년 미국으로의 수출액은 32만 7천 달러로 전체 수출액의 94.5%를 차지하였으나 이후 다소 감소세를 나타내며 2013년에 152만 4천 달러로 91%를 차지하고 있음
 - 2011년까지는 수출 규모에 큰 변화가 없었으나 2012년 미국으로의 수출량이 급증하며 이후 수출 규모가 2배 이상 증가함
 - 미국을 제외하고, 대만, 호주, 홍콩 등으로의 수출은 그 물량도 작을 뿐만 아니라 꾸준히 이루어고 있지 않음

[표 3-8] 주요 국가별 빵류 수출 현황

국가	수출량(톤)					수출액(천\$)				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
미국	148	168	151	335	488	327	384	416	1,005	1,524
중국	5	8	10	3	6	19	17	32	9	20
대만	-	-	-	15	1	-	-	-	96	13
호주	-	-	7	-	1	-	-	38	1	8
홍콩	-	-	-	1	11	-	-	-	7	24
기타	-	1	-	12	25	-	-	-	46	86
합계	153	177	168	366	532	346	401	486	1,164	1,675

※ 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 식빵 161210005 값임



- 2012년 미국, 말레이시아, 중국으로부터 빵류 수입이 이루어지기 시작함
 - 특히 2013년 수입액 기준, 중국과 미국에서의 빵 수입 규모가 전체의 58.5%를 차지함
 - 이 외에도 2012년부터 덴마크, 독일에서의 빵 수입량이 늘면서 국내 수입 규모 각각 3위와 5위를 차지함

[표 3-9] 주요 국가별 빵류 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천\$)				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
중국	-	-	-	5	526	-	-	-	13	1,105
미국	18	-	-	107	337	58	1	-	318	1,496
말레이시아	-	2	-	116	80	-	8	-	486	326
덴마크	-	-	-	-	117	-	-	-	-	374
독일	-	-	-	1	118	1	-	-	14	417
기타	-	2	3	111	128	1	12	17	660	725
합계	18	4	3	340	1,306	60	21	17	1,491	4,443

* 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 식빵 161210005 값임

- 수출 평균 단가는 2010년을 제외하고 꾸준히 상승하고 있는 추세로 나타난 반면, 수입 단가는 2011년 이후 다소 낮아짐
 - 2009년 kg당 평균 2.3달러였던 수출 단가는 2013년 kg당 3.2달러로 나타남. 미국, 중국으로의 수출단가는 3달러 대를 유지하고 있는 반면, 대만으로의 수출단가가 10달러 이상으로 나타남. 대만으로의 수출량 대비 수출액이 높아 평균 단가가 높아진 것으로 판단됨
 - 2012년 미국과 중국에서의 수입 단가는 kg당 평균 3달러 전후였으나 2013년 기준 미국에서의 수입단가는 4.4달러로 상승한 반면, 중국에서의 수입단가는 2.1달러로 낮아진 상황임. 수입물량이 상대적으로 적은 덴마크, 독일에서의 수입 단가는 3달러대로 나타남



[표 3-10] 빵류 수출입 단가 비교

국가	수출단가(\$/kg)					국가	수입단가(\$/kg)				
	2009	2010	2011	2012	2013		2009	2010	2011	2012	2013
미국	2.2	2.3	2.8	3.0	3.1	미국	3.2	-	-	3.0	4.4
중국	3.8	2.1	3.2	3.0	3.3	중국	-	-	-	2.6	2.1
대만	-	-	-	6.4	13.0	말레이시아	-	4.0	-	4.2	4.1
호주	-	-	5.4	-	8.0	덴마크	-	-	-	-	3.2
홍콩	-	-	-	7.0	2.2	독일	-	-	-	14.0	3.5
기타	-	-	-	3.8	3.4	기타	-	6.0	5.7	6.0	5.7
평균	2.3	2.3	2.9	3.2	3.2	평균	3.3	5.3	5.7	4.4	3.4

※ 농수산물수출지원정보(www.kati.net) / KMAC 재구성



제 4 절 빵류 원료 현황

1. 국내 생산 빵류의 원료 사용 비중

- 국내에서 생산하는 빵류의 원료별 사용 비중을 살펴보면, 소맥분(밀가루)가 25만 4천여 톤으로 68%를 차지하고 있으며 백설탕이 3만 9천여 톤(10.4%), 계란이 2만 3천여 톤(6.3%)으로 나타나 밀가루와 백설탕, 계란이 전체 원료의 84.7%로 대부분을 차지하고 있음
- 계란을 제외하고 밀가루와 백설탕의 국산 사용 비중은 거의 0%에 가까운 것으로 나타남. 그러나 실제로 업계에서는 국산 원료를 사용하고 있음
- 원료소비 실태조사와 업계에서의 국산 사용 비중의 차이는, 원료소비 실태조사의 원료 파악 기준이 “가공” 된 원산지가 아닌 “최초 원료”의 원산지를 기준으로 조사되었기 때문임. 예를 들어, 밀은 수입산이지만, 실제 밀가루 제조는 국내 제분사에서 이루어져 판매가 되기 때문에 식품분야별 원료소비 실태조사와 기업에서의 가공 원산지에 차이가 있는 것으로 해석됨
- 계란 외에 국산 사용 비중이 높은 원료는 원유(100%)와 탈지분유(67.5%), 채종유(62.2%) 정도임

[표 3-11] 빵류 원료별 사용 비중

식품 원료		국산 사용량 (톤)	수입산 사용량 (톤)	합계 (톤)	원료별 사용비중 (%)	국산 비중 (%)
곡류 및 곡분	쌀	83	0	83	0.0	100.0
	소맥(밀)	1	436	438	0.1	0.3
	쌀가루	487	92	579	0.2	84.1
	보리가루(분말)	315	62	376	0.1	83.6
	옥수수가루(분말)	17	238	255	0.1	6.7
	소맥분(밀가루)	457	253,846	254,303	68.0	0.2
축산물 및	쇠고기	0	765	765	0.2	0.0
	돼지고기	91	0	91	0.0	100.0
축산물 유래식품	닭고기	37	0	37	0.0	100.0
	계란	23,494	0	23,494	6.3	100.0
당류	백설탕	0	39,043	39,043	10.4	0.0



식품 원료		국산 사용량 (톤)	수입산 사용량 (톤)	합계 (톤)	원료별 사용비중 (%)	국산 비중 (%)
	갈색설탕	0	10	10	0.0	0.0
	포도당류	0	370	370	0.1	0.0
	과당류	38	163	201	0.1	19.0
	올리고당류	0	11	11	0.0	0.0
	물엿	1,994	1,151	3,144	0.8	63.4
	전분당	0	5	6	0.0	8.1
우유 및 유가공품	원유	3,095	0	3,095	0.8	100.0
	전지분유	214	110	324	0.1	66.1
	탈지분유	1,967	946	2,914	0.8	67.5
	연유	66	56	123	0.0	54.1
	버터	51	3,413	3,464	0.9	1.5
	유장	1	1	2	0.0	43.9
	유크림	2,085	1,752	3,837	1.0	54.3
식용 유지류	대두유	21	3,912	3,933	1.1	0.5
	팜유류	0	3,004	3,004	0.8	0.0
	옥배유	0	17	17	0.0	0.0
	채종유	2,060	1,253	3,314	0.9	62.2
	미강유	1	1	2	0.0	50.0
	해바라기유	0	20	20	0.0	0.0
	참기름	1	7	7	0.0	8.5
들기름	0	0	0	0.0	100.0	
기타	13,420	13,132	26,552	7.1	50.5	
합계	49,996	323,816	373,814	100.0	13.4	

※ 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태조사¹⁷⁾, 한국농수산물유통공사

2. 빵의 주요 원료 현황

가. 밀가루

- 밀가루는 제빵의 기초골격을 형성하는 기본재료로 가장 중요한 것이 밀가루의 단백질함량과 질임. 일반적으로 빵 제조시에는 단백질 함량 11~13%의 강력 밀가루를 사용함¹⁸⁾

17) 본 조사의 대상 기간은 2012년 1월~12월이며, 조사 대상은 전국의 종업원 수 5인 이상 식품 제조사업체 8,429개 중 3,500개를 통계적 표본 추출 후 조사함



[표 3-12] 밀가루의 분류와 특성

종류	입도	글루텐	등급		
			1등급 (회분 : 0.3~0.4%)	2등급 (회분 : 0.5%전후)	3등급 (회분 : 1.0%)
강력분	조(粗)	최강	빵(11.5~12.5)	빵(12.0~13.0)	글루텐 및 전분
준강력분	조	강	빵(11.0~12.0) 중화면(10.5~11.5)	빵(11.5~12.5)	글루텐 및 전분
중력분	조~세	중	숙면-건면(8.0~9.0) 과자(7.5~8.5)	과자(9.0~10.0)	-
박력분	세(細)	소	과자(6.5~8.0)	과자(8.0~9.0)	-

※ 인류 역사와 함께하는 밀과 밀가루, 한국제분협회, 2012

- 실제로 밀가루가 가장 많이 쓰이는 품목 중 하나가 빵류임. 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태조사에 의하면, 밀가루의 용도별 사용 비중이 가장 높은 품목이 빵류(24.8%)로 나타남

[표 3-13] 밀가루(소맥분) 용도별 사용량

(단위 : 톤, %)

빵류	과자	국수	유당면류	어묵	기타	합계
254,303 (24.8)	149,923 (14.6)	140,086 (13.6)	128,769 (12.5)	36,507 (3.6)	317,014 (30.9)	1,026,602 (100.0)

※ 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태조사, 한국농수산물유통공사

- 앞의 국내 생산 빵류의 원료 사용 비중에서도 나타났지만, 밀가루는 대부분 수입하여 사용하고 있는 것으로 나타남
 - 그러나 양산빵을 주로 제조하고 있는 기업에서는 수입 외에 국내 밀가루 제조사의 제품을 주로 이용하고 있는 것으로 파악됨¹⁹⁾
- 밀가루의 국내 생산 실적은 2002년 약 181만톤 이후 다소 감소하여 2012년 기준 약 170만톤을 생산하고 있음

18) 식품공전해설서, 식품의약품안전처, 2012.12

19) 2013년 삼립식품 사업보고서



- 생산량에는 큰 변화가 없으나 생산액은 2008년 이후 1조 이상을 기록함

[표 3-14] 밀가루 국내 생산 실적

년도	생산량(톤)	생산액(천원)	출하량(톤)	출하액(천원)
2002	1,814,239	-	1,787,272	-
2003	1,791,592	-	1,793,706	-
2004	1,636,747	675,664,995	1,623,373	779,621,919
2005	1,391,244	505,238,568	1,358,952	598,274,241
2006	1,692,198	605,812,287	1,634,744	694,476,305
2007	1,642,258	698,757,462	1,571,730	808,096,824
2008	1,458,578	1,026,702,326	1,413,007	1,056,290,376
2009	1,633,322	1,035,989,534	1,565,508	1,148,962,748
2010	1,595,694	923,051,408	1,420,587	1,025,722,758
2011	1,655,379	1,033,339,219	1,684,444	1,078,428,361
2012	1,695,576	1,065,320,242	1,668,984	1,115,856,322

※ 연도별(2004~2012) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
2003년, 2002년 생산량 및 출하량: 광업·제조업조사보고서, 통계청

- 국내 밀가루 수입량은 2002년 1,854톤에서 2012년 3만 203톤으로 10년 사이 10배 이상 물량이 증가하였음. 2010년까지 캐나다에서 2만여톤 이상의 밀가루를 수입하다가 이후 물량이 급감하며 전체 수입 물량에도 영향을 미침
- 2013년 기준, 밀가루 수입액은 1천 606만 달러이며, 수입단가는 kg당 0.63 달러로 2009년 이후 가장 높은 가격으로 수입된 것으로 나타남

[표 3-15] 밀가루 수입 실적

년도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2002	1,854	738	0.40
2003	5,401	1,786	0.33
2004	13,243	4,773	0.36
2005	27,097	9,638	0.36
2006	34,823	12,784	0.37
2007	72,296	28,052	0.39
2008	60,491	39,685	0.66
2009	72,816	36,246	0.50
2010	73,272	34,847	0.48



년도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2011	32,317	19,784	0.61
2012	30,203	16,335	0.54
2013	25,304	16,062	0.63

※ 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 밀가루 111032001의 값임

나. 설탕

- 설탕은 효모를 발효하는데 없어서 안되는 중요한 탄수화물의 공급처이며 발효 후에 남아 있는 잔여설탕은 빵 껍질의 색과 향기를 생성함²⁰⁾
 - 당의 종류에 따라 얻을 수 있는 색의 차이가 있으며 포도당과 맥아당이 금빛 갈색을 띠는 반면 과당은 붉은 계통의 갈색을, 유당은 진한 갈색을 얻을 수 있으며 설탕은 변색된 붉은 색이 남
- 설탕은 대부분의 가공식품에 사용되는데, 과자류에 24.9%로 가장 많이 이용되며, 이어서 음료류 17.1%, 빵류 10.7%로 나타남

[표 3-16] 백설탕의 용도별 사용량

(단위 : 톤, %)

과자류	음료류	빵류	밀가루	조림식품류	기타	합계
90,704 (24.9)	62,106 (17.1)	39,043 (10.7)	29,298 (8.0)	21,582 (6.0)	121,623 (33.4)	364,356 (100.0)

※ 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태조사, 한국농수산식품유통공사

- 설탕도 국산보다는 수입산을 사용하고 있으며, 그 중에서도 백설탕 이용 비중이 압도적인 것으로 나타남
 - 밀가루와 마찬가지로 설탕도 수입 외에 국내 설탕제조사의 제품이 이용되고 있음. 최초 원료 기준으로 원당이 수입산이다보니 원료소비 실태조사에서 설탕을 수입산으로 응답하며 실제 업체에서의 이용 원료 원산지와 차이가 나타남

20) 식품공전해설서, 식품의약품안전처, 2012.12



- 설탕의 국내 생산 실적도 밀가루와 마찬가지로 생산량에 큰 변동이 없음
 - 2010년 이후 생산량은 140만톤 이상으로 증가하고 생산액도 1조가 넘는 규모로 나타남

[표 3-17] 설탕 국내 생산 실적

년도	생산량(T)	생산액(천원)	출하량(T)	출하액(천원)
2002	1,263,224	507,875,564	860,460	596,579,152
2003	1,249,532	419,712,954	872,371	517,556,363
2004	1,309,887	416,522,590	933,371	520,505,202
2005	1,283,765	449,094,193	867,280	533,677,536
2006	1,265,125	591,496,397	903,631	636,805,111
2007	1,297,668	494,442,687	915,913	600,285,078
2008	1,364,311	617,326,202	1,096,654	718,023,252
2009	1,388,356	864,791,099	1,067,881	853,461,310
2010	1,419,741	1,077,721,276	915,294	855,028,597
2011	1,414,971	1,275,816,160	960,437	1,083,605,543
2012	1,427,627	1,139,286,226	949,482	1,056,842,574

※ 연도별(2004~2012) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 국내로 수입되는 설탕량은 많지 않음. 수입 백설탕의 가격은 2010년 이후 kg 당 1달러 미만으로 형성되어 있는데 낮은 가격이 수입 백설탕 사용의 원인 중 하나로 판단됨
 - 정부의 공격적인 할당관세 인하 정책으로 2013년부터 수입 설탕 물량이 급증한 양상을 나타내었으며 2014년에도 수입 물량은 증가할 것으로 예상됨



[표 3-18] 백설탕 수입 실적

년도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2002	676	679	1.00
2003	1,968	1,472	0.75
2004	3,427	1,738	0.51
2005	4,346	2,111	0.49
2006	2,579	2,417	0.94
2007	28,062	12,481	0.44
2008	29,219	13,402	0.46
2009	4,707	3,530	0.75
2010	3,881	4,730	1.22
2011	19,483	17,976	0.92
2012	46,552	35,521	0.76
2013	143,656	88,501	0.62

※ 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 자당(고체의 것/향미, 착색에 첨가된 것 이외 기타) 158030002의 값임

다. 계란

- 계란의 기능은 영양가 이외에 팽창 역할을 하며 난백은 단백질막에 의해서 작은 기포들을 생성하며 이것들이 굽는 과정에서 생기는 열에 의해 팽창하여 원하는 부피를 얻게하는 역할을 함²¹⁾
- 계란은 알가공품에 사용되는 것(42.3%)을 제외하고 빵류(30.4%)에 가장 많이 사용되는 것을 확인할 수 있음

[표 3-19] 계란의 용도별 사용량

(단위 : 톤, %)

식육 또는 알가공품	빵류	과자류	기타	합계
34,589 (44.8)	23,494 (30.4)	11,433 (14.8)	7,649 (9.9)	77,165 (100.0)

※ 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태조사, 한국농수산물유통공사

21) 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12



- 빵류 제조 시, 국산 원료 사용 비중이 100%인 계란의 국내 생산량은 2000년 47만 8,800톤에서 2012년 60만 4,525톤으로 26.3% 증가하였음
- 2005년부터는 물량이 많지는 않지만 계란이 수입되기 시작함
- 계란 생산금액은 생산량에 비례하여 증가하였으며, 2000년 6,512억 원에서 2012년 1조 3,662억 원의 2배 이상 증가하였음

[표 3-20] 계란 생산 동향

년도	수입량(톤)	국내생산량(톤)	합계(톤)	생산금액(억원)
2000	-	478,800	478,800	6,512
2001	-	490,400	490,400	8,276
2002	-	536,635	536,635	7,318
2003	-	502,975	502,975	6,950
2004	-	508,000	508,000	9,883
2005	3,457	514,862	518,319	10,853
2006	3,153	537,399	540,552	8,674
2007	3,054	543,785	546,839	8,537
2008	1,910	541,888	543,798	11,586
2009	1,665	579,276	580,941	13,590
2010	2,118	577,521	579,639	13,409
2011	2,892	573,079	575,971	15,599
2012	2,771	604,525	607,296	13,662

※ 축산물수급통계, 대한양계협회(www.poultry.or.kr) / 국가통계포털(kosis.kr)

라. 기타²²⁾

□ 우유

- 우유는 수분흡수 능력 때문에 품질을 개량할 수 있는 기능을 가지고 있는데, 빵에서 반죽과 발효의 내구성을 높여주고, 반죽의 끈끈함을 감소시켜주어 회복력을 높여줌
- 또한 완충작용에 의해 덜된 발효나 과도한 발효라도 반죽을 안정시키는 효과를 줌

22) 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12



□ 물

- 수분 함량은 빵의 물성과 안정성, 품질을 결정하는 중요한 요인임. 수분 함량이 너무 적으면 빵 반죽은 딱딱하여 쫄깃함이 떨어짐. 반대로 수분이 너무 많으면 반죽이 물같이 흐느적거리 원하는 반죽을 만들 수 없음

□ 효모

- 효모의 중요한 기능은 발효 시 탄산가스 생성에 있음. 더불어 알코올, 산, 발열 등이 부산물로 생김

□ 지방

- 유지는 윤택작용으로 제품에 부드러움을 더해 주며 케이크 종류의 경우에는 반죽 시 공기를 포집하게 되므로 팽창제 역할도 함
- 또한 유지는 수분 보유력이 뛰어나 제품의 수명 연장에도 도움이 되는데, 특히 버터를 사용할 경우 독특한 향까지 얻을 수 있음
- 일반적으로 빵 반죽 시 2~6% 정도 첨가함. 주로 사용되는 유지의 종류는 쇼트닝, 버터, 마가린 등임



제 5 절 요약 및 시사점

1. 양산빵 생산

- 2012년 기준 빵류 전체 생산 규모는 약 1조 9,854억원으로 2003년 1조 342억원에 비해 약 92% 증가함
 - 2007년까지 빵류는 ‘과자류’의 하위 품목이었으나, 2008년부터는 ‘빵 또는 떡류’의 별도 유형으로 분류되면서 빵류 생산 실적이 명확해짐
 - 국내 빵류 생산 실적에서 양산빵이 차지하는 비중은 약 30%로 나타남. 이를 생산액으로 환산하면 6천억원이 넘는 규모임

- 출하량은 생산량과 비슷한 추이를 보이고 있으나, 출하단가는 출하규모에 비례하여 나타나지 않고 있음
 - 출하단가가 가장 낮았던 해는 2012년 2,678원이며, 가장 높았던 해는 2010년 4,346원임

- 양산빵을 포함한 빵류의 세부 품목별 특징을 보면, 케이크 생산규모가 가장 크며 이어서 식빵, 도넛 순임
 - 2012년 기준, 케이크와 식빵의 생산 규모가 9,183억원으로 전체 시장의 46.3%를 차지하고 있음
 - 그러나 기타 빵류의 생산 규모가 지속적으로 커지는 것으로 볼 때 빵류 시장에 기존 제품 유형과는 다른 형태의 제품 출시가 많이 이루어지고 있는 것을 알 수 있음

- 2012년 기준 빵류 제조업체는 181개이며, 이 중 양산빵 제조업체 수는 명확하지는 않지만 B2B 전문업체까지 포함하면 100여개가 넘는 것으로 나타남
 - 주요 제조업체는 삼립식품과 롯데제과, 서울식품공업임



2. 양산빵 수출입

- 빵류의 수출입 규모는 크지 않으며, 수입보다는 수출 규모가 커 무역수지는 거의 흑자로 나타나고 있음
- 빵류의 수입량이 크지 않은 가운데, 일부 대형 유통사에서 해외 제품 중 장기 유통이 가능한 제품을 직수입하여 판매하기 시작하며 2012년부터 수입량이 일부 증가함
- 수출되는 빵류의 90% 이상이 미국이며, 주요 수입국가는 중국, 미국임

3. 빵류 원료

- 빵류의 원료는 밀가루, 설탕, 계란, 우유, 물, 효모, 지방등이며, 그 중에서도 비중있게 차지하는 원료는 밀가루, 설탕, 계란임
- 밀가루는 제빵의 기초골격을 형성하는 기본재료로, 국내 제분사 제품 외에 해외 수입분도 이용하고 있음
 - 밀가루의 국내 생산실적은 2012년 기준, 약 170만톤이며, 금액으로는 1조가 넘음. 반면 수입량은 2013년 기준, 약 2만 5천여톤으로 국내 생산량에 비해 그 규모가 매우 작음
- 설탕은 효모를 발효하는데 중요한 역할을 하는 재료로, 밀가루와 마찬가지로 국내 제당사 제품 외에 해외 수입분도 이용하고 있음
 - 설탕의 국내 생산실적은 2012년 기준, 약 143만톤이며, 금액으로는 1조 1천 억원이 넘음. 반면 수입량은 2013년 기준, 약 14만여톤임
 - 수입 설탕의 할당관세 인하 정책으로 2012년까지 만 단위의 수입량이 2013년에 급증하였으며, 2014년에도 수입 물량은 증가할 것으로 예상됨



- 계란은 영양가 이외에 팽창 역할을 하며, 100% 국산 계란을 이용하고 있는 것으로 나타남
- 계란의 국내 생산실적은 2012년 기준, 약 60만톤이며, 생산액은 1조 3천억이 넘음. 반면 2005년부터 이루어진 계란 수입은 2012년 기준 약 2,771톤으로 그 규모가 매우 작음

제 4 장 양산빵 유통 및 판매 현황

제1절 양산빵 유통 구조

제2절 양산빵 소매 유통 판매 현황

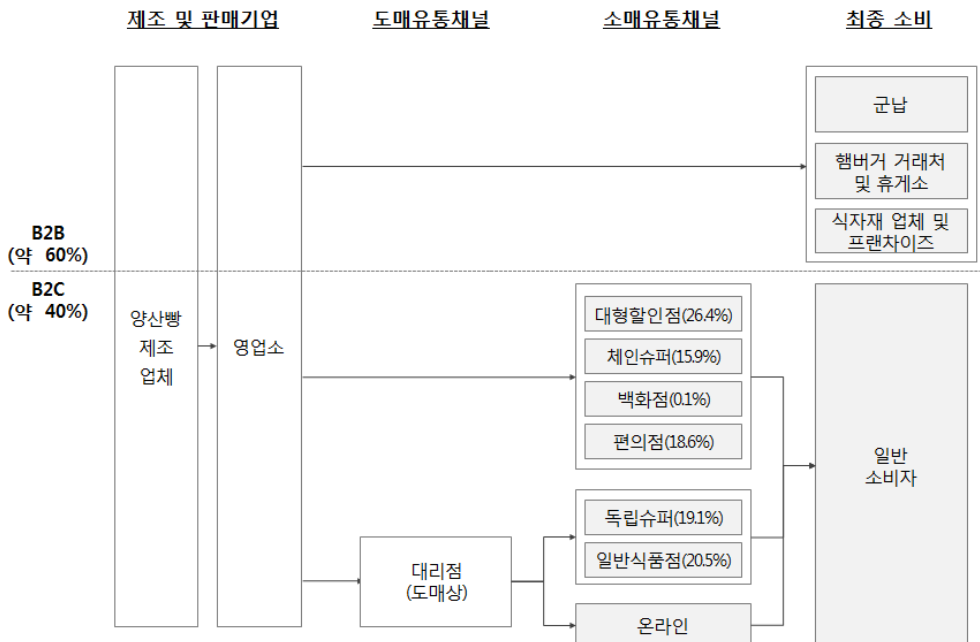
제3절 요약 및 시사점



제 1 절 양산빵 유통 구조

- 양산빵의 유통경로는 군납, 햄버거 거래처 및 휴게소, 식자재 업체 등으로 유통되는 B2B 시장과 일반 소비자들이 구매하는 B2C 시장으로 나누어 살펴볼 수 있음
- B2B 시장으로 유통되는 제품과 B2C 시장으로 유통되는 제품의 종류가 다르지 않음. 예를 들어 일반 크림빵 중 소매유통채널로 납품되는 것 외에 군대나 대규모 공장 등에도 똑같이 납품이 됨. 포장형태도 햄버거빵 정도가 별크로 유통이 되며 거의 모든 빵류가 개별포장으로 유통되고 있음
- B2C 시장에서는 대리점(도매상)에서 소매점으로 이동하는 구조가 일반적이었으나, 대형할인점과 SSM과 같은 대형 유통사가 등장하면서 양산빵 제조업체에서 대형 유통사로 직접 납품하는 구조가 주요 경로로 변경됨

[그림 4-1] 양산빵 유통 구조



※ 2013 삼립식품 사업보고서, 업계 전문가 인터뷰 / KMAC 재구성

1) 소매유통채널별 유통 비중은 2014년 상반기 닐슨 소매점 매출 조사 기준임



- 전체 양산빵 시장에서 B2B와 B2C가 차지하는 비중은 각각 60%, 40%로 추정됨²³⁾

제 2 절 양산빵 소매 유통 판매 현황

1. 소매 유통 채널별 매출액

- 2013년 양산빵의 소매 유통 채널 매출액은 약 3,699억 원으로 나타났으며, 편의점이 24.0%로 가장 높았으며 이어서 할인점(23.6%), 독립슈퍼(20.7%) 순으로 나타남
 - 편의점과 할인점, 독립슈퍼의 매출 차이가 거의 없으며, 세 채널이 전체 매출의 68.3%를 차지하고 있음
 - 백화점을 제외하고 일반식품점(18.9%)과 체인슈퍼(12.7%)도 10% 이상의 매출 비중을 나타냄
 - 2014년 상반기에는 편의점과 독립슈퍼의 매출 비중이 할인점보다 높은 것으로 나타나며 해당 채널의 하반기 매출 상승을 기대해 볼 수 있음
- 2013년의 양산빵 매출액은 2012년 대비 19.0% 증가하였으며, 2014년 상반기의 매출액도 2013년 상반기 대비 7.0% 증가하며 양산빵 매출은 꾸준히 상승세를 나타내고 있음

23) 업계 전문가 인터뷰



[표 4-1] 소매 유통 채널별 매출액

(단위 : 백만원,%)

구분	2013년				2014년		2012년 합계	2013년 합계	2014년 상반기합계
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기			
할인점	21,288 (25.5)	15,754 (18.9)	16,432 (19.3)	33,774 (28.7)	22,345 (24.9)	17,367 (19.5)	75,429 (24.3)	87,249 (23.6)	39,712 (22.2)
체인 슈퍼	10,786 (12.9)	9,944 (11.9)	10,170 (11.9)	16,049 (13.6)	11,673 (13.0)	11,156 (12.5)	40,269 (13.0)	46,950 (12.7)	22,829 (12.8)
일반 식품점	15,858 (19.0)	18,064 (21.7)	18,721 (21.9)	17,327 (14.7)	14,286 (16.0)	16,300 (18.3)	66,601 (21.4)	69,969 (18.9)	30,586 (17.1)
편의점	17,694 (21.2)	20,810 (25.0)	23,299 (27.3)	26,875 (22.8)	21,591 (24.1)	22,938 (25.8)	65,895 (21.2)	88,678 (24.0)	44,529 (24.9)
독립슈퍼	17,730 (21.2)	18,672 (22.4)	16,672 (19.5)	23,535 (20.0)	19,591 (21.9)	21,113 (23.7)	61,791 (19.9)	76,608 (20.7)	40,703 (22.8)
백화점	120 (0.1)	56 (0.1)	39 (0.0)	184 (0.2)	79 (0.1)	51 (0.1)	792 (0.3)	399 (0.1)	131 (0.1)
소계	83,476	83,300	85,333	117,744	89,566	88,924	310,778	369,853	178,490

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

2. 소매 유통 채널의 빵 판매 가격

- 2014년 9월 21일까지의 주요 제품 평균 가격을 살펴보면, 전반적으로 독립 슈퍼에서의 판매 가격이 높았음
- 샤니 바로토스트 360g의 경우 백화점에서의 평균 판매 가격이 1,611원으로 가장 낮았던 반면, 기린 찰토스트 420g은 할인점에서 1,539원으로 가장 낮게 판매되고 있음
- 샤니 고소향 땅콩 크림샌드 250g은 할인점(1,920원)에서, 기린 둥근달 200g은 체인슈퍼(1,844원)에서 낮게 판매되며 채널별 가격 차이가 상이함



[표 4-2] 2014년 소매 유통 채널별 양산빵 판매 가격

(단위 : 원)

구분		할인점	체인슈퍼	독립슈퍼	백화점	평균
식빵	(삼립식품) 샤니 바로토스트 360g	1,805	1,858	2,147	1,611	1,855
	(롯데제과) 기린 찰토스트 420	1,539	1,699	2,195	-	1,811
기타빵	(삼립식품) 샤니 단팔호빵 475g	2,093	-	-	4,500	3,297
	(삼립식품) 샤니 고소한 땅콩 크림샌드 250g	1,920	2,105	2,728	-	2,251
	(롯데제과) 기린 둥근달 200g	1,974	1,844	2,268	-	2,029

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

1) 2014년 1월부터 2014년 9월 21일까지의 가격임

3. 기업별 소매 유통 채널 점유율

□ 2013년 매출액 기준, 삼립식품이 약 2,610억 원으로 점유율 70.6%를 차지하고 있으며 롯데제과가 13.2%로 2위를 기록함

[표 4-3] 기업별 소매 유통채널 매출 규모

(단위: 백만원, %)

구분	2013년				2014년		2012년 합계	2013년 합계	2014년 상반기합계
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기			
삼립식품	59,600 (71.4)	58,945 (70.8)	58,734 (68.8)	83,671 (71.1)	61,218 (68.8)	62,092 (69.8)	227,167 (73.1)	260,950 (70.6)	123,310 (69.1)
롯데제과	12,100 (14.5)	9,758 (11.7)	9,393 (11.0)	17,388 (14.8)	12,685 (14.2)	10,490 (11.8)	48,086 (15.5)	48,638 (13.2)	23,175 (13.0)
롯데 브랑제리	3,868 (4.6)	5,113 (6.1)	5,000 (5.9)	6,126 (5.2)	5,386 (6.0)	5,612 (6.3)	12,753 (4.1)	20,106 (5.4)	10,998 (6.2)
기타	7,908 (9.5)	9,485 (11.4)	12,206 (14.3)	10,559 (9.0)	10,276 (11.5)	10,729 (12.1)	22,773 (7.3)	40,158 (10.9)	21,006 (11.8)
합계	83,476	83,300	85,333	117,744	89,566	88,924	310,778	369,853	178,490

※ 식품산업통계정보 (www.atfis.or.kr)



- 그러나 삼립식품은 2014년 상반기 매출액 기준으로는 점유율이 69.1%로 다소 하락하였으며, 롯데제과도 마찬가지로 하락하여 13.0%의 점유율을 기록함. 반면, 기타 업체들의 매출이 꾸준히 상승세를 나타내며 2012년 7.3%에서 2014년 상반기 11.8%까지 점유율을 확대함
- 2014년 상반기 기준 기업별 소매 유통 채널 점유율을 살펴보면, 삼립식품이 모든 채널에서 압도적으로 높은 점유율을 나타냄. 특히 독립슈퍼(80.0%)와 체인슈퍼, 백화점(72.5%)의 점유율이 높게 나타남
 - 롯데제과는 백화점(23.9%)과 할인점(19.6%)의 점유율이 상대적으로 높은 반면에 편의점에서의 점유율(0.8%)은 매우 낮게 나타남
 - 롯데 브랑제리의 경우, 롯데제과와는 달리 편의점(17.0%)에서 가장 높은 점유율을 나타내었고, 그 외 다른 소매 채널에서는 점유율이 미미함
 - 이 밖에 청우식품, 아워홈, 한국로투스 등의 업체가 포함된 기타 제조사는 일반 식품점(22.6%)에서 점유율이 가장 높았고, 할인점(14.1%)과 편의점(10.7%)에서 10%대의 점유율을 나타냄

[표 4-4] 기업별 유통 채널 점유 현황

(단위: 백만원,%)

구분	백화점	할인점	체인슈퍼	편의점	독립슈퍼	일반식품점
삼립식품	95 (72.5)	23,576 (59.4)	16,548 (72.5)	31,880 (71.6)	32,551 (80.0)	18,660 (61.0)
롯데제과	31 (23.9)	7,774 (19.6)	3,720 (16.3)	340 (0.8)	6,400 (15.7)	4,909 (16.0)
롯데 브랑제리	- (0.0)	2,764 (7.0)	554 (2.4)	7,566 (17.0)	10 (0.0)	104 (0.3)
기타	5 (3.6)	5,597 (14.1)	2,007 (8.8)	4,742 (10.7)	1,742 (4.3)	6,913 (22.6)
합계	131	39,712	22,829	44,529	40,703	30,586

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

1) 2014년 상반기 매출액 기준임



제 3 절 요약 및 시사점

1. 유통·판매 구조

- 양산빵 국내 유통 비중은 B2B 60%, B2C 40%로 추정됨
 - B2B는 군납, 햄버거 거래처 및 휴게소, 식자재 업체 등으로 유통되며 B2C로 유통되는 제품과 크게 다르지 않음
 - B2C는 제조업체에서 대형 소매유통채널로 직접 유통되는 구조와 대리점(도매상)을 통해 독립슈퍼와 일반식품점, 온라인 쇼핑몰로 유통되는 구조로 나누어 볼 수 있음

2. 소매 유통 채널 판매

- 2013년 기준, 소매 유통 채널 매출액은 약 3,699억원으로 나타남
 - 편의점과 할인점, 독립슈퍼의 매출 비중이 큰 차이가 없었으며, 세 채널이 전체 매출의 68.3%를 차지함
 - 2012년부터 2014년 상반기까지 매출액이 꾸준히 상승세를 나타내며 일반 소매 채널의 하반기 매출 상승이 기대되는 부분도 있음
- 양산빵 주요 제품의 평균 가격을 비교해 보면, 전반적으로 독립슈퍼에서의 판매 가격이 높았음
- 2013년 매출액 기준, 삼립식품이 양산빵 시장에서 70.6%의 점유율을 나타내고 있으며 모든 소매 유통채널에서 압도적인 매출 비중을 나타냄
 - 롯데제과는 13.2%의 점유율을 나타내고 있으며 백화점과 할인점에서 상대적으로 점유율이 높았음

제 5 장 양산빵 소비 시장 현황

제1절 양산빵 소비 시장 규모

제2절 양산빵 브랜드 현황

제3절 양산빵 국내 시장 동향

제4절 양산빵 해외 시장 동향

제5절 요약 및 시사점

제 1 절 양산빵 소비 시장 규모

1. 빵 소비량

- 2012년 국민 1인당 1일 빵 소비량은 18.2g으로 2008년 10.7g 대비 1.7배 증가함. 이는 식생활 패턴이 서구화되고, 간편한 식사 및 간식을 추구하는 소비자가 늘면서 빵 소비도 같이 증가한 양상을 보인 것으로 판단됨
- 쌀의 소비는 감소하고 있는 반면, 빵의 소비는 해마다 증가하고 있음. 실제로 2012년 기준 빵은 다소비 식품 21위를 차지하였는데, 이는 라면, 떡 보다 높은 순위임
- 성별로 빵 소비량을 비교해 보면, 2009년 남성 1인당 12.9g에서 2012년 19.3g으로, 여성 1인당 12.1g에서 17.2g으로 증가함
- 여성보다 남성의 소비량이 많지만, 남성은 소비량에 다소 등락이 있는 반면, 여성의 소비량은 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타남

[표 5-1] 국민 1인 1일 빵 소비량 추이

(단위: g)

연도	남성	여성	평균
2008	-	10.3	10.7
2009	12.9	12.1	12.5
2010	18.9	16.1	17.5
2011	17.1	16.3	16.7
2012	19.3	17.2	18.2

* 국민건강영양조사, 보건복지부, 2013.12



2. 양산빵 종류별 소매 시장 규모

- 양산빵의 세분 소매 시장은 일반빵, 식빵, 케익, 호빵, 패스트리, 도넛 등으로 나누어 살펴볼 수 있음
 - 2014년 상반기 기준, 일반빵의 매출이 전체 매출의 34.0%로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 이어서 케익(21.1%), 식빵(17.8%) 순임
 - 식빵은 2012년까지만 해도 19.0%의 점유율을 나타내며 케익보다 그 점유율이 높았으나 케익의 판매량이 급증하며 점유율이 역전됨
 - 호떡, 패스트리는 2013년 상반기 대비 2014년 같은 기간 매출액 및 매출 비중이 상승하며 하반기 판매 상승도 기대하게 함

[표 5-2] 양산빵 세분시장별 소매 시장 규모

(단위:백만원,%)

구분	2012년				2013년				2014년		2012년 합계	2013년 합계	2014년 상반기 합계
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기			
일반빵	25,260 (36.3)	31,769 (43.2)	30,195 (43.5)	25,226 (25.7)	26,157 (31.3)	33,239 (39.9)	35,001 (41.0)	29,754 (25.3)	26,672 (29.8)	33,948 (38.2)	112,450 (36.2)	124,151 (33.6)	60,620 (34.0)
식빵	15,187 (21.8)	16,293 (22.2)	14,584 (21.0)	13,010 (13.2)	14,605 (17.5)	16,191 (19.4)	14,254 (16.7)	13,082 (11.1)	14,588 (16.3)	17,206 (19.3)	59,074 (19.0)	58,132 (15.7)	31,793 (17.8)
케익	10,427 (15.0)	13,453 (18.3)	12,531 (18.0)	12,410 (12.6)	14,752 (17.7)	18,714 (22.5)	21,038 (24.7)	17,783 (15.1)	17,239 (19.2)	20,380 (22.9)	48,821 (15.7)	72,287 (19.5)	37,619 (21.1)
호떡	7,052 (10.1)	5,712 (7.8)	5,805 (8.4)	6,957 (7.1)	8,229 (9.9)	7,473 (9.0)	6,180 (7.2)	7,177 (6.1)	8,400 (9.4)	8,107 (9.1)	25,527 (8.2)	29,060 (7.9)	16,506 (9.2)
호빵	6,425 (9.2)	5 (0.0)	27 (0.0)	34,528 (35.1)	13,351 (16.0)	4 (0.0)	39 (0.0)	41,807 (35.5)	14,710 (16.4)	58 (0.1)	40,985 (13.2)	55,202 (14.9)	14,767 (8.3)
패스트리	2,495 (3.6)	2,882 (3.9)	3,093 (4.5)	2,685 (2.7)	2,759 (4.5)	3,783 (4.5)	4,976 (5.8)	4,421 (3.8)	3,765 (4.2)	4,684 (5.3)	11,156 (3.6)	15,939 (4.3)	8,449 (4.7)
도넛	715 (1.0)	837 (1.1)	432 (0.6)	332 (0.3)	369 (0.7)	550 (0.7)	584 (0.7)	540 (0.5)	1,008 (1.1)	990 (1.1)	2,316 (0.7)	2,043 (0.6)	1,998 (1.1)
조리빵	64 (0.1)	73 (0.1)	348 (0.5)	496 (0.5)	471 (0.6)	453 (0.5)	460 (0.5)	468 (0.4)	451 (0.5)	485 (0.5)	980 (0.3)	1,851 (0.5)	937 (0.5)
샌드위치	74 (0.1)	161 (0.2)	169 (0.2)	185 (0.2)	223 (0.3)	231 (0.3)	371 (0.4)	346 (0.3)	305 (0.3)	263 (0.3)	588 (0.2)	1,171 (0.3)	568 (0.3)
기타	1,917 (2.8)	2,296 (3.1)	2,251 (3.2)	2,418 (2.5)	2,562 (3.2)	2,662 (3.2)	2,429 (2.8)	2,366 (2.0)	2,428 (2.7)	2,805 (3.2)	8,882 (2.9)	10,018 (2.7)	5,233 (2.9)
합계	69,615	73,480	69,436	98,247	83,476	83,300	85,333	117,744	89,566	88,924	310,778	369,853	178,490

※ 식품산업통계정보 (www.atfis.or.kr)



- 빵은 종류에 따라 분기별 매출액이 다른 특성도 나타나고 있음
 - 식빵이나 호떡, 패스트리와 같이 분기별 매출액의 변화가 크지 않은 제품이 있는 반면, 일반빵은 2/4분기와 3/4분기에 매출이 높으며, 호빵은 1/4분기와 4/4분기에 매출이 집중된 구조를 나타냄
 - 특히 호빵은 겨울철 기호 식품 중 하나로 계절성이 반영된 것으로 해석됨



제 2 절 양산빵 브랜드 현황

가. 삼립식품 “삼립” & “샤니”, “Table 8”

- 삼립식품의 양산빵 브랜드인 ‘삼립’ 과 ‘샤니’에서는 일반빵을 포함하여 식빵, 케익, 호떡 등 다양한 제품이 출시되고 있음
- 샤니의 제품 중 이탈리아에서 들여온 천연효모인 ‘바울리 효모’가 들어간 빵이 출시되고 있으며, 건강 브랜드로 론칭한 테이블에잇(Table 8)도 보유하고 있음
- 건강지향적이고 고급화된 입맛에 부합하기 위한 삼립식품의 변화로 해석할 수 있음

[표 5-3] 삼립식품 주요 제품

브랜드	구분	제품명	제품사진
삼립	일반빵	막걸리로 발효시킨 크림 소보루, 막걸리로 발효시킨 단팔 슈크림, 정통크림빵, 경성 소보루 크림 치즈빵	 정통크림빵
	케익	정통보름달	 정통보름달
샤니	일반빵	고소한 피넛 크림 샌드, 부드러운 밀크 크림 샌드, 상큼한 딸기 크림 샌드, 스위트 슈크림빵, 정통 단팔빵, 크림이 통단팔, 프랑수아 소프트, 땅콩 미니 샌드, 진한 느낌 치즈 베이글, 실키 단팔빵 등	 초코N소보로



브랜드	구분	제품명	제품사진
	식빵	1등급 우유로 만든 우유식빵, 56시간 저온숙성숙, 담백미 소프트, 담백미 찰옥수수, 로만밀 내몸애, 부드러운 우유식빵, 아침미소 토스트, 아침엔 밀크 토스트, 우리쌀토스트, 잼발라먹으면 맛있는 토스트식빵, 토스트앤샌드위치식빵	 아침엔밀크토스트
	케익	구워서 담백한 맘스 도넛, 단팔빵 플러스, 로맨틱 건포도 머핀, 리얼미니생크림 파운드, 리얼스위트고구마 케익, 리얼 후레쉬 치즈케익, 메이플 미니 팬케익, 실키롤케익, 실키 카스테라 클래식, 아몬드보름달, 아몬드생크림파운드 등	 리얼미니생크림파운드
	캐릭터	APEACH의 피치피치해, MUZI&CON이 만든 소보루만쥬, NEO의 초콜롤케익, TUBE의 우리동네 땅콩꿀호떡	 APEACH의 피치피치해
	바울리	밀키단팔빵, 밀키후레쉬팡, 진한느낌치즈후레쉬팡, 천연발효종크림팡	 밀키후레쉬팡
	호떡	미니꿀호떡, 한입꿀호떡	 미니꿀호떡
Table8		단호박머핀, 로만밀스틱브레드, 아몬드오곡머핀, 아몬드카카오미니파운드, 오토밀초코, 우리쌀식빵, 치즈미니케익, 현미크랜베리	 단호박머핀

※ 삼립식품 홈페이지 (www.samlipgf.co.kr)






나. 롯데제과 “기린”

- 롯데제과의 양산빵 브랜드인 ‘기린’ 에서도 다양한 제품이 출시되고 있음
 - 삼립식품에 비해 양산빵의 종류가 많은 것은 아니나 다양한 제품군을 보유하며 꾸준히 시장에 대응하고 있음

[표 5-4] 롯데제과 기린 주요 제품

브랜드	구분	제품명	제품사진
기린	일반빵	갈릭소보로, 왕단팔빵, 단팔가득 만족두배, 향긋한 모카 크림빵, 초코크림 소보로, 허니크림빵, 땅콩크림샌드, 미니땅콩샌드, 미니딸기샌드, 해피슈크림빵, 속이 알찬 통팔빵, 해피소보로, 더욱 커진 단팔슈크림, 땅콩크림소보로 등	 왕단팔빵
	식빵	모닝토스트, 찰토스트식빵, 바로구워토스트, 아이러브토스트, 우유식빵, 완숙식빵, 통밀식빵, 후렌치사각토스트, 콘샌드식빵, 국민옥수수식빵	 모닝토스트
	케익	명가도라야끼통단팔, 명가도라야끼슈크림, 소프트 치즈케익, 스위트 딸기케익, 복숭아 크림케익, 초코칩파운드, 러블리치즈머핀/초코머핀, 클래식카스테라 달콤한 정통만주 등	 클래식카스테라
	호떡	정통꿀호떡, 트윈호떡, 미니 밤꿀호떡, 미니 꿀호떡	 정통꿀호떡
	패스트리	슈크림 크로와상, 단팔 데니쉬	 슈크림 크로와상

브랜드	구분	제품명	제품사진
	조리빵	소세지 페스트리	 소세지 페스트리
	도너츠	초코보스톤	 초코보스톤
	기타	마늘빵, 피자바게트빵, 양파바게트빵,	 마늘빵

※ 롯데제과 홈페이지 (www.lotteconf.co.kr)



제 3 절 양산빵 국내 시장 동향

1. 우수한 식재료와 고급화된 빵 선호

□ 소비자가 식품 구매 시에 맛과 가격 외에 식품 성분까지 중요하게 고려하게 되면서 건강한 원료를 사용하고 안전한 공정을 거친 식품의 선호도가 높아지고 있음

○ 또한 2020년까지 어린이 선호 식품군인 과자류 등과 함께 빵 또는 떡류도 HACCP 인증도 단계적으로 의무화가 추진됨. 따라서 앞으로도 양산빵 업계에서 건강하고 안전한 빵을 만드는 것이 필수적이 될 것으로 전망됨

○ 최근 삼립식품은 식품 영양 성분을 강화하고 웰빙 공법을 사용한 ‘테이블8 (Table8)’ 브랜드를 론칭함. 아몬드, 오트밀, 호박, 현미 등의 건강 식재료를 주로 사용하며 생산함

□ 우수한 원재료의 사용을 통해 제품 이미지를 고급화하기도 함. 샤니는 프랑스 전통과자 갈레뜨를 양산빵으로 만든 ‘샤니 닛츠 갈레뜨’ 를 출시하였음. 오곡, 아몬드, 호두, 해바라기씨를 원재료를 사용하였고, 제품 이미지의 고급화를 위해 베이커리 수준의 품질을 갖추었다는 점을 강조하며 고가격 전략을 사용하고 있기도 함

[그림 5-1] 삼립 설탕을 넣지 않고 포도농축액으로 만든 Table 8 식빵



2. 제품 다양화와 차별화

가. 편의점 조리빵의 시장 세분화

□ 양산빵 업계는 제품 다양화와 차별화를 통해 소비자를 만족시키기 위해 노력하고 있음. 편의점 빵은 아침 식사대용으로 주로 구매한다는 점에 착안하여, 샌드위치, 피자, 햄버거 등 식사를 대체할 수 있는 다양한 조리빵이 출시됨



- 특히 편의점에서 판매되는 조리빵은 남성 소비자와 여성 소비자에 따라 소비 패턴이 서로 상이하다는 점에 착안하여, 세븐일레븐

[표 5-5] 세븐일레븐 조리빵 성별 매출 구성비²⁴⁾

구분	남성	여성
햄버거	58.6%	47.6%
샌드위치	41.7%	52.4%
총계	100%	100%

에서는 칼로리와 영양 성분에 민감한 여성 소비자를 겨냥하여 ‘크렌베리치킨 샌드위치’를 출시하였음. 양이 많은 조리빵을 좋아하는 남성 소비자를 위해서는 기존 햄버거 빵의 평균 중량보다 1.8배 더 큰 ‘더커진 빅버거’를 출시함

나. 캐릭터 빵 마케팅

□ 만화 캐릭터나 드라마 인물을 활용한 마케팅 활동도 두드러짐. 샤니는 1990년대부터 연예인이나 만화 캐릭터를 빵 포장과 스티커에 활용하는 캐릭터 빵을 인기리에 판매해 왔음. 베이커리 업계에서도 캐릭터 빵을 출시함

- 샤니는 2014년 7월에 모바일 메신저 카카오톡의 이모티콘 캐릭터 카카오프렌즈를 활용하여 카카오프렌즈 캐릭터 빵을 출시함. 제품 안에는 캐릭터 스티커가 들어있어 소비자의 수집 욕구를 자극함. 카카오프렌즈 빵은 카카오톡 이모티콘의 대중적인 인기에 힘입어 일평균 10만개가 팔릴 정도임²⁵⁾

- 뚜레쥬르는 드라마 ‘응답하라 1997’ 과 만화 ‘라바’의 등장인물과 캐릭터를 제품 포장에 삽입한 빵을 출시했음. 파리바게뜨는 ‘겨울왕국’, ‘타요’ 등 애니메이션 캐릭터를 사용하여 디자인한 케이크를 출시하여 좋은 반응을 얻었음

[그림 5-2] 샤니 카카오프렌즈 캐릭터 빵



24) 메트로신문

25) 한국일보



3. 양산빵 업체의 사업 영역 확장

가. SPC 그룹의 사업 다각화

- SPC 그룹은 삼립식품 외에 파리바게뜨, 파리크라상 등 베이커리 브랜드를 동시에 보유하며 제빵 시장에서 우위를 점하고 있음. 파리크라상과 삼립식품은 빵류 생산 업체 중 누적 매출액 1, 2위를 차지하고 있음
- 이 밖에도 빵류 사업과 시너지 효과를 낼 수 있는 식자재 산업으로도 사업 확장을 실시함. SPC 그룹은 에그팜, 밀다윈, 샌드스마일 등을 자회사로 편입하면서 빵 제조에 필요한 원재료 공급을 원활하게 함
- 식품 유통 사업에도 사업 다각화를 실시함. SPC 그룹은 2014년에 식자재 유통업체인 삼립푸드서비스&로지스틱스를 설립하여 삼립식품의 식품 유통 사업을 전문적으로 맡도록 함

나. 롯데제과의 베이커리 사업 확장

- 롯데제과는 2014년 5월 26일 롯데브랑제리를 인수하며 양산빵 시장 외에 베이커리 업계로도 진출함
- 롯데브랑제리는 롯데그룹의 계열사로 2000년에 설립되어 인스��어 베이커리를 운영하고, 편의점이나 패밀리 레스토랑에 브랜드 빵을 공급하고 있는 업체임

제 4 절 양산빵 해외 시장 동향

1. 미국의 양산빵 시장

- 미국 양산빵 제품은 샌드위치, 햄버거, 핫도그 등 가정에서 직접 만드는 빵 요리의 재료로 쓰이는 식빵, 베이글, 번(Bun) 등의 제품이 대다수임. 그 외에 곧바로 데워 먹는 인스턴트 조리빵과 간식용 머핀, 제과류도 판매하고 있음
- 미국의 양산빵 시장을 주도하는 브랜드는 Boulder Brands, General Mills, Hain Celestial 등 대형 식품 그룹사의 하위 브랜드가 주류를 이룸
- 주요 브랜드 대부분은 글루텐 프리(Gluten-free) 식품이나 유기농 식품의 제품군을 따로 관리하면서 건강한 성분을 사용한 점을 강조하고 있음

[표 5-6] 2014년 미국 양산빵 주요 브랜드

기업명	설명	제품군	제품사진
Evol Foods	Boulder Brands의 브랜드. 항생제, 화학물질, GMO, 글루텐 등이 첨가되지 않은 냉동 포장 조리빵을 판매함. 스위트타코(Street Tacos) 제품군에 불고기 김치 맛 신제품을 출시했음 (evolfoods.com)	Street Tacos, Sandwiches, Burritos, Meals, Quesadillas, Gluten Free	 Egg & Smoked Gouda Breakfast Sandwich
Glutino	Boulder Brands의 브랜드. 1983년에 설립되어 글루텐 프리(Gluten-free) 빵을 주로 판매함. 식빵, 베이글 등의 기본 빵과 함께 베이킹 믹스, 과자, 파스타, 피자 등의 식품도 글루텐 프리(Gluten-free)로 제조하여 판매함 (www.glutino.com)	Baking Mixes, Bagel&English Muffins, Breads, Breakfast Bars, Chips, Crisps&Pretzels, Cookies&Wafers, Crackers, Frozen Meals, Pasta, Pizzas, Breadcrumbs, Toaster Pastries	 Glutino Seeded Bread



기업명	설명	제품군	제품사진
Udi's	Boulder Brands의 브랜드. 1994년에 설립되어 2008년부터 본격적으로 콜로라도의 Udi's Bakery Cafe에서 글루텐 프리(Gluten-free) 빵을 판매하기 시작함. 현재는 월마트 등의 대형마트에서도 포장된 형태의 글루텐 프리(Gluten-free) 빵을 판매함 (udisglutenfree.com)	Bagels, Breads, Rolls&Buns, Cookies&Brownies, Chips, Frozen Meals, Granola, Granola Bars, Muffins&Cinnamon Rolls, Pizza&Crust, Tortillas	 Blueberry Muffins
Fiber One	General Mills의 브랜드. 시리얼, 스낵, 쿠키, 베이킹 믹스 등의 다양한 식품을 판매함. 빵류는 주로 핫도그, 햄버거, 샌드위치 등을 가정에서 조리할 때 재료로 사용되도록 제조된 빵을 판매 (www.fiberone.com)	Cereal, Chewy Bars, Brownies&Bars Cookies, Fruit Flavored Snacks, Baking Products, Bread Products, Pudding, Cottage Cheese	 English Muffins
Rudi's Organic Bakery	1976년에 작은 베이커리로 출발하여 설립됨. 1991년에 유기농 재료를 사용한 빵을 출시하기 시작함. 2001년부터 본격적으로 유기농 빵에 주력하여 건강한 빵을 브랜드 이미지로 차용함. 2014년에 Hain Celestial가 인수함 (www.rudisbakery.com)	Bakery Breads, Super Nutrition, Soft Pretzels, Frozen Organic, Bagels&English Muffins, Tortillas&Wraps, Buns&Rolls, Sandwich Flatz, Vegan Products, Spelt Products, Gluten-free Products	 Pretzel Rolls

※ 각 사 홈페이지

- 미국 소비자는 건강과 다이어트에 대한 관심으로 성분이 건강한 빵을 선호하고 있는 추세임. 특히 글루텐 프리(Gluten-free) 식품을 찾는 열풍이 지속되고 있음²⁶⁾
 - FDA에 따르면 글루텐 프리(Gluten-free)를 식품에 표시하기 위해서는 글루텐이 20ppm 이하로 함유되어 있어야 하며, 밀, 호밀, 보리를 사용하지 않은 제품이어야 함²⁷⁾

26) 헤럴드경제



- 미국의 글루텐 프리(Gluten-free) 식품 시장은 2014년까지 105억 달러 규모로 성장하였으며 2016년에 156억 달러까지 성장할 것으로 전망되고 있음. 글루텐 프리(Gluten-free) 시장에서 가장 점유율이 높은 제품 품목은 빵·제과 품목으로 46%를 차지함
- 미국 가정 중 글루텐 프리(Gluten-free) 제품을 소비하는 가정의 비율은 2010년 5%에서 2014년 11%로 두 배 이상 커졌으며, 대표적인 글루텐 프리(Gluten-free) 빵 브랜드인 Glutino와 Udi's는 2013년에 매출 성장률 50%대를 기록하였음
- 두 가지 이상의 빵 종류를 혼합한 새로운 유형의 빵 개발이 증가함. 10대, 20대 소비자는 실험적인 맛을 선호하는 경향이 있고, 중장년층 소비자는 익숙적인 맛을 선호하기 때문에 전 연령에 걸쳐 새로운 유형의 빵을 선호하고 있음²⁸⁾
- Dominique Ansel's Bakery에서 2013년 5월에 출시한 크로넛(Cronut)은 크로와상과 도넛이 결합된 제품임. 높은 인기 때문에 개당 100달러까지 거래되기도하였음
- 발아곡물을 사용한 빵이 식품 산업 전반의 웰빙 트렌드에 맞추어 새로운 인기 품목으로 떠오름. 발아곡물은 비타민 함유량이 일반 곡물보다 6배 많으며, 탄수화물이 적고 단백질이 많아 소화에 좋은 식품으로 평가받고 있음²⁹⁾
- Shiloh Farms의 유기농 발아 오곡 빵(Organic Sprouted Five-grain Bread)은 원료 전부를 유기농 발아 곡물로 사용함
- One Degree Organic Food는 자연친화적인 Veganic 농법³⁰⁾으로 재배된 밀을 사용하여 발아곡물 빵을 생산함. 또한 모든 제품 포장에 QR코드를 삽입하여 소비자가 원재료의 재배 과정을 쉽게 찾아볼 수 있도록 함

27) 'Gluten-Free' Label Regulations Under Way, Food Manufacturing, 2014.08.05

28) 29) Consumer and Innovation Trends in Bread and Bakery, Datamonitor Consumer, 2014 Dairy, Deli, and Bakery Focus: Emerging Trends to Watch, Datamonitor Consumer, 2014

30) 자연에 해를 입히는 동물성 비료를 최소한으로 사용하여 작물을 재배하는 농법



- 한입에 먹을 수 있는 크기의 컵케익 제품이 각광받음. 케익 품목은 본래 다른 식품에 비해 소비빈도가 높지 않았지만, 작은 크기로 출시된 이후 간편해지고 낭비를 줄일 수 있게 되었기 때문에 수요가 늘어남³¹⁾
- 특히 컵케익 중 고급 미니 컵케익의 세분시장이 빠르게 성장하고 있음. 2013년 6월 미국 내 일반 컵케익의 시장 성장률은 7.4%인 반면, 고급 미니 컵케익의 시장 성장률은 같은 시기에 19.7%를 기록함
- CSM Bakery products는 고급 미니 컵케익 시장을 겨냥하여 케익의 촉촉함을 살려서 가나슈(Ganache) 코팅을 한 Brill's Cake Truffles 제품군을 판매하고 있음

2. 일본의 양산빵 시장

- 일본 양산빵 시장은 대부분 야마자키제빵, 후지야 그룹 등의 제빵기업이 마트, 편의점 등의 소매 유통망을 중심으로 판매하고 있음³²⁾
- 일본의 양산빵 대기업들은 베이커리 지점을 직접 운영하지 않고 소매 유통망을 통해 판매하므로 가게 임대료, 인건비, 운영비 등을 절감하여 맛과 품질 향상에 투자하고 있음

[표 5-7] 2014년 일본 양산빵 주요 브랜드

기업명	설명	로고	제품사진
야마자키 제빵	1948년에 베이커리 제품 공급 업체로 설립됨. 슈퍼마켓, 편의점 유통망에 빵, 과자, 잼, 디저트 등의 다양한 식품을 판매함. 매출의 60% 이상은 빵류가 차지하고 있음 (www.yamazakipan.co.jp)		 도라야키
후지야	야마자키 제빵의 계열사로 양과자 레스토랑을 운영하며, 빵을 비롯한 과자, 사탕, 초콜릿 등의 간식을 판매함. 일본 소비자에게 친근하게 잘 알려진 '페코' 라는 회사 마스코트가 있음 (fujija-fs.com)		 페코 마들렌 (우유)

※ 각 사 홈페이지

31) Dairy, Deli, and Bakery Focus: Emerging Trends to Watch, Datamonitor Consumer, 2014

32) 주간동아



- 일본 편의점 업계에서 고품질 PB 제품이 선전하면서, 편의점을 중심으로 고품질, 고가격 제품 판매 전략이 주목받고 있음
- 일본의 시장조사 업체 후지경제의 2013년 조사에 의하면, 2012년도 PB 식품 시장 규모를 전년 대비 9.4% 증가한 2조 6,385억 엔으로 추정하였으며, 2017년은 3조 2,093억 엔으로 증가할 것으로 예측함

- 대표적 고품질 PB 제품군으로 편의점 업체 세븐&아이홀딩스의 ‘세븐프리미엄’ 이 있음. 이 제품군은 타사의 같은 제품군에 비해 비싼 가격으로 고품질의 이미지 전략을 사용하고 있음³³⁾

[그림 5-3] 세븐골드 금의 식빵(金の食パン)

- 세븐&아이홀딩스의 고품질 PB 전략을 성공적으로 이끈 주력 상품은 양산빵 제품인 ‘금의 식빵’ 임. ‘금의 식빵’ 은 가격이 식빵 6장에 250엔으로 타 인기상품보다 60% 정도 비싸지만, 고급 재료와 제빵 기술을 사용한 점을 강조하여 2013년 4월 출시 이후 8월 말까지 약 4개월 만에 1500만개가 판매됨



3. 영국의 양산빵 시장³⁴⁾

- 영국 소비자 사이에서 채소 성분을 넣은 빵이 인기를 얻고 있음. 영국인 중 일부는 채소를 섭취해야 할 필요성은 느끼고 있지만, 평소에 채소를 자주 섭취하지 못하고 있어 채소 성분이 들어간 빵이 간편하게 영양분을 섭취할 수 있는 대안이 되면서 좋은 반응을 얻음
- Food Standard Agency에 의하면 영국 소비자 중 85%는 자신이 섭취해야 할 과일이나 채소의 양을 알고 있다고 응답하였으며 Savse Smoothies의 조사에서는 50%의 영국 소비자가 채소를 한 번도 먹지 않는 날이 있다고 응답함

33) 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

34) Consumer and Innovation Trends in Bread and Bakery, Datamonitor Consumer, 2014



- Hovis는 2014년에 Taste Sensations 제품군을 출시함. 토마토, 고추, 바질 등 다양한 채소 맛이 나는 슬라이스 빵으로, 특이한 맛을 좋아하는 소비자와 영양보다 맛을 우선시하는 소비자도 관심을 가질 수 있게 함
- 시간대에 따라 간식 종류를 구분하는 스낵 업계의 시장세분화 경향에 영향을 받아, 제빵 업계에서도 때와 장소에 따라 제품을 특화하여 새롭게 포지셔닝 하는 마케팅 활동이 이루어지고 있음
- 명절이나 기념일에 특화된 케익과 비스킷이 출시되고 있음. 2013년에 McVitie's에서 영국 기념일인 본파이어 나이트(bonfire night)를 위해서 특별히 만든 Tate & Lyle Bonfire Toffee Cake가 출시됨. 본파이어 나이트(bonfire night)에 영국북부에서 먹는 전통 케익인 파킨(parkin)³⁵⁾을 양산빵으로 만들
- 2013년 Fox's에서 차 문화가 발달한 영국 시장에 특화된 Caffè Biscuit을 출시함. 커피를 마실 때 함께 먹는 비스킷으로, 집에서도 카페 분위기를 내고 싶은 소비자를 겨냥했음. Fox's의 조사에 의하면, 6백 20만 명의 영국인이 커피를 마실 때 비스킷을 함께 먹고 싶어 하는 것으로 나타남. 따라서 Fox's는 이러한 커피 비스킷을 새로운 제품 카테고리 확장할 계획을 표방함

[그림 5-4] Hovis의 Taste Sensations



35) 귀리, 당밀, 생강을 넣어 만든 영국식 케익



제 5 절 요약 및 시사점

1. 양산빵 종류별 소매 시장

- 양산빵 시장은 일반빵, 식빵, 케익, 호빵 등의 종류로 구분됨
 - 2014년 상반기 기준, 일반빵의 매출이 전체 매출의 39.0%로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 식빵, 케익, 호떡 순임
 - 그러나 2012년 대비 일반빵의 매출 비중은 줄어든 반면, 케익, 호떡, 패스트리 등 다른 종류의 양산빵의 매출액이 상승하고 있는 추세임
 - 이는 케익, 기타 빵류의 생산실적 증가 추이와 연계하여 해석할 수 있음
 - 양산빵의 분기별 매출을 보면, 4/4분기의 매출액이 높은 특징이 나타나는데 이는 호빵의 매출이 해당 분기에 집중된 것이 원인임

2. 양산빵 국내 시장 동향

- 국내 양산빵 소매 시장의 주요 참여사는 삼립식품과 롯데제과로 볼 수 있음. 삼립식품은 삼립, 샤니, Table 8 브랜드를 보유하고 있으며 롯데제과는 기린을 보유하고 있음
- 양산빵 시장에도 다양한 트렌드가 나타나고 있는 주요 트렌드는 다음과 같음
 - 우선 건강한 식재료와 고급화된 빵 선호에 부합하는 제품의 출시임. 삼립식품에서는 별도의 브랜드(Table 8)를 만들어 시장에 대응할만큼 적극적임
 - 또한 제품 다양화와 차별화가 나타나고 있음. 편의점 빵이 식사대용으로 많이 이용된다는 점에 착안하여 다양한 조리빵이 출시되고 있으며, 캐릭터를 활용하여 마케팅을 하는 등 차별화된 마케팅 활동도 적극적으로 이루어지고 있음



3. 양산빵 해외 시장 동향

- 미국 양산빵 제품은 샌드위치, 햄버거, 핫도그 등 가정에서 직접 만드는 빵 요리의 재료로 쓰이는 식빵, 베이글, 번(Bun) 등의 제품이 대다수임
 - 건강과 다이어트에 대한 관심이 높아 글루텐 프리(Gluten-free) 제품이나 유기농 제품이 시장에 많이 출시되어 있음
 - 또한 두 가지 이상의 빵 종류를 혼합한 형태, 웰빙 트렌드에 맞춘 발아곡물빵, 한입 크기의 컵케익 등의 제품이 시장에서 각광을 받고 있음

- 일본의 양산빵 시장은 대부분의 기업이 마트, 편의점 등의 소매 유통망을 통해 유통하는 구조임
 - 또한 편의점의 고품질 PB 제품이 선전하면서 편의점을 중심으로 고품질, 고가격 제품 판매 전략이 주목받고 있음

- 영국은 채소가 추가된 빵이 조명받고 있으며, 명절이나 기념일에 특화된 케익류가 출시되고 있음
 - 평소 채소류를 섭취가 어려운 소비자를 겨냥하여 다양한 채소를 넣은 빵이 소비자의 관심을 받고 있으며, 명절이나 기념일, 차에 어울리는 빵을 소비자가 쉽게 구입하여 먹을 수 있도록 양산빵으로 만들어 출시함

제 6 장 부록

부록1 양산빵 해외 시장 규모

부록2 양산빵 해외 시장 품목별 점유율

부록3 양산빵 해외 시장 기업별 점유율

부록 1. 양산빵 해외 시장 규모

1. 중국 시장 규모

(단위: 백만원)

2009	2010	2011	2012	2013	2014(e)
5,870.6	6,544.5	7,389.2	8,202.3	9,269.4	10,383.4

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Packaged/Industrial Bread의 값임

2. 일본 시장 규모

(단위: 십억엔)

2009	2010	2011	2012	2013	2014(e)
272.9	262.0	267.7	266.0	267.2	274.1

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Packaged/Industrial Bread의 값임

3. 미국 시장 규모

(단위: 백만달러)

2009	2010	2011	2012	2013	2014(e)
14,455.0	14,345.1	14,495.7	14,561.0	14,868.8	15,277.7

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Packaged/Industrial Bread의 값임



부록 2. 양산빵 해외 시장 품목별 점유율

국가	품목	점유율(%)					
		2009	2010	2011	2012	2013	2014
중국	Bagels	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0
	Brown Bread	-	0.5	0.5	0.5	0.6	0.6
	Flavoured Bread	25.0	26.0	26.0	26.0	26.0	26.2
	White	30.0	30.5	30.8	31.0	31.2	31.4
	Wholemeal Bread	26.5	26.5	27.0	27.5	28.0	28.5
	기타	10.5	8.5	7.7	7.0	6.2	5.3
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
일본	Brown Bread	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.9
	Raisin Bread	4.0	4.0	4.0	3.8	3.6	3.5
	Rye Bread	6.0	5.8	5.7	5.6	5.4	5.5
	White	83.0	83.2	83.3	83.5	83.8	84.0
	기타	3.0	3.0	3.0	3.1	3.2	3.1
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
미국	Bagels	8.0	8.0	8.2	8.2	8.1	8.1
	Buns	13.6	15.0	15.1	15.1	15.2	15.2
	English Muffins	6.3	6.1	5.7	5.7	5.6	5.5
	Rolls	2.5	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0
	Specialty Bread	10.0	6.7	7.1	7.1	7.2	7.2
	Tortilla	15.3	18.0	17.9	17.9	18.0	18.1
	White	22.4	21.0	21.0	21.0	20.9	20.8
	Wholewheat Bread	22.0	22.0	22.0	22.0	22.0	22.0
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Packaged/Industrial Bread의 값임

부록 3. 양산빵 해외 시장 기업별 점유율

국가	기업명	점유율(%)					
		2009	2010	2011	2012	2013	2014
중국	Shenyang Toly Bread Co Ltd	19.0	19.8	20.7	23.8	24.5	25.5
	Garden Co Ltd, The	7.7	7.7	7.6	6.9	7.3	8.2
	Fujian Changting Panpan Foodstuff Co Ltd	6.3	5.9	5.5	5.7	6.0	6.7
	Fujian Dali Food Co Ltd	4.4	4.3	4.0	3.8	4.3	4.5
	Artal Group, Belgium	3.4	3.4	3.5	3.6	3.6	4.1
	Beijing Yi Li Food Co Ltd	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
	Grupo Bimbo SAB de CV	1.2	1.2	1.2	1.2	1.1	1.2
	Shanghai Lu Shi Food Co Ltd	1.7	1.5	1.3	1.1	0.9	0.7
	자가 상표	24.8	26.0	27.2	28.4	28.6	28.1
	기타	30.1	28.7	27.6	24.0	22.1	19.5
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
일본	Yamazaki Baking Co Ltd	34.8	37.0	36.6	35.4	34.8	34.7
	Shikishima Baking Co Ltd	18.4	19.4	20.6	22.0	22.3	22.9
	Fuji Baking Co Ltd	11.6	12.0	12.3	12.5	12.6	12.5
	Kobeya Baking Co Ltd	6.2	6.4	6.4	6.4	6.4	6.3
	Andersen Co Ltd	2.4	2.5	2.4	2.4	2.4	2.4
	First Baking Co Ltd	1.7	1.8	1.7	1.7	1.7	1.6
	Nichiryo Baking Co Ltd	0.8	0.8	0.9	0.9	0.8	0.8
	자가 상표	7.5	7.4	7.4	7.5	9.8	7.8
	기타	16.4	12.6	11.6	11.1	9.3	11.0
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
미국	Grupo Bimbo SAB de CV	17.4	18.2	25.2	25.0	24.3	23.6
	Flowers Foods Inc	9.4	9.4	9.5	9.7	10.7	13.1
	Campbell Soup Co	5.0	5.2	5.1	5.1	5.4	5.5
	Gruma SAB de CV	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.8
	Hostess Brands, Inc	7.1	7.2	7.3	7.2	-	-
	Sara Lee Corp	7.8	7.5	7.2	-	-	-
	자가 상표	24.6	24.2	24.0	23.7	24.6	24.5
	기타	26.4	26.2	19.7	27.3	33.0	31.5
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Packaged/Industrial Bread의 값임

가공식품 세분시장 현황조사

2014년 10월 인쇄

2014년 10월 발행

편저 · 발행



인쇄처 한국컴퓨터인쇄

서울특별시 서초구 강남대로 27 aT센터

TEL : (02) 6300-1407 FAX : (02) 6300-1615

본 책자의 내용에 관한 사항은

한국농수산물유통공사 식품수출정보팀(02-6300-1407)으로
문의하여 주시기 바랍니다.

동 자료는 식품산업통계정보시스템(www.aTFIS.or.kr)을 통해
다운받아 볼 수 있습니다.