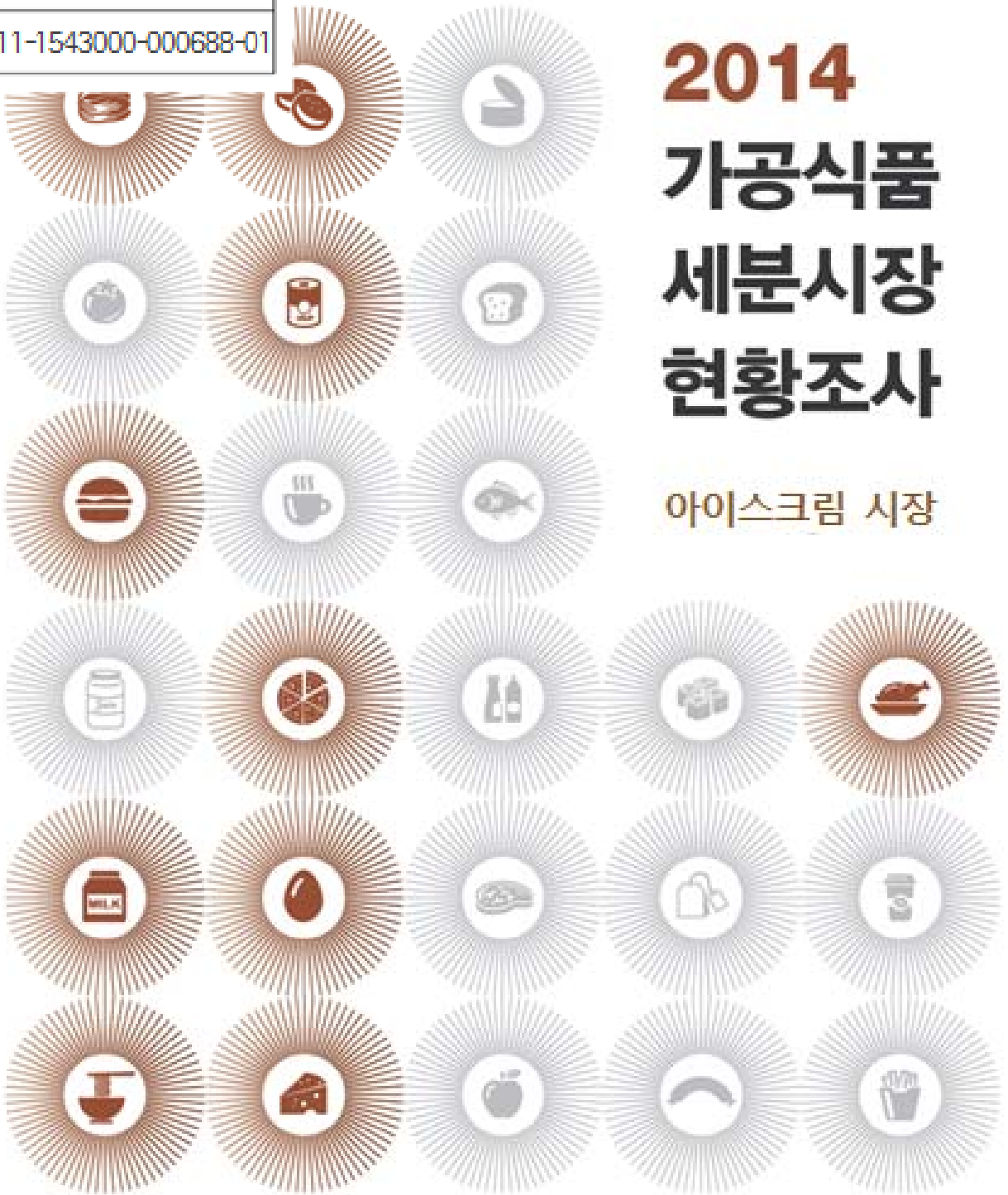


발 간 등 록 번 호

11-1543000-000688-01

2014 가공식품 세분시장 현황조사

아이스크림 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 아이스크림 개요	
제 1 절 아이스크림 개념 및 유형	13
1. 아이스크림의 정의	13
2. 아이스크림의 유형	15
제 2 절 아이스크림 관련 제도	17
1. 어린이 기호식품 품질인증제도	17
2. 어린이 기호식품 신호등 표시제도	18
3. HACCP	18
제 3 절 아이스크림의 분류 코드	21
제 3 장 아이스크림 생산 및 수출입 현황	
제 1 절 아이스크림 가공기준 및 제조공정	27
1. 아이스크림의 가공기준 및 규격	27
2. 아이스크림의 제조 공정	29
제 2 절 아이스크림 생산 현황	31
1. 아이스크림 생산 현황	31
2. 아이스크림 제조업체	33
3. 아이스크림 주요 제조사 현황	33
제 3 절 아이스크림 수출입 현황	36
1. 아이스크림 수출입 현황	36
2. 주요 국가별 아이스크림 수출입 현황	37
3. 아이스크림 수출입 단가	39
제 4 절 아이스크림 원료 현황	41
1. 국내 생산 아이스크림 원료 사용 비중	41
2. 아이스크림 원료 현황	44

제 5 절 요약 및 시사점	48
1. 아이스크림 생산 현황	48
2. 아이스크림 수출입 현황	48
3. 아이스크림 원료	49
제 4 장 아이스크림 유통 및 판매 현황	
제 1 절 아이스크림 유통 구조	53
제 2 절 아이스크림 소매 유통 판매 현황	54
1. 아이스크림 소매 유통 채널별 판매액	54
2. 소매 유통 채널의 아이스크림 판매 가격	55
3. 소매 유통 채널의 아이스크림 판매 점유 현황	56
제 3 절 요약 및 시사점	58
1. 유통 및 판매 구조	58
2. 소매 유통 채널 판매	58
제 5 장 아이스크림 소비 시장 현황	
제 1 절 아이스크림 소비 시장 규모	63
제 2 절 아이스크림 브랜드 현황	64
제 3 절 아이스크림 국내 시장 동향	70
제 4 절 아이스크림 해외 시장 동향	74
1. 해외 아이스크림의 분류	74
2. 아이스크림 글로벌 트렌드	75
3. 주요 국가별 아이스크림 동향	80
제 5 절 요약 및 시사점	87
1. 세분시장별 소매 시장 규모	87
2. 아이스크림 국내 시장 동향	87
3. 아이스크림 해외 시장 동향	88
부록	
부록 1. 국내 제조사별 아이스크림 수출 현황	91
부록 2. 아이스크림 해외 시장 기업별 점유율	93
부록 3. 아이스크림 해외 시장 품목별 순위	95

[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 아이스크림 개요

[표 2-1] 아이스크림의 유형	15
[표 2-2] 아이스크림의 분류 코드	21

제 3 장 아이스크림 생산 및 수출입 현황

[표 3-1] 아이스크림류의 가공기준 및 규격	27
[표 3-2] 과자류의 제조·가공기준 및 규격	28
[표 3-3] 빙과류 관련 식품공전 주요 제·개정 현황	29
[표 3-4] 연도별 아이스크림(아이스크림류+빙과류) 국내 생산 실적	31
[표 3-5] 낙농제품 및 식용빙과류 제조업 세부품목별 국내 생산 및 출하 현황	32
[표 3-6] 과자류 세부품목별 국내 생산 및 출하 현황	32
[표 3-7] 아이스크림 제조업체 수 현황	33
[표 3-8] 아이스크림 주요 제조사 특징 및 연혁	34
[표 3-9] 아이스크림 국내 수출입 실적	36
[표 3-10] 주요 국가별 아이스크림 수출 현황	37
[표 3-11] 주요 국가별 아이스크림 수입 현황	38
[표 3-12] 국가별 아이스크림 수출 단가	39
[표 3-13] 국가별 아이스크림 수입 단가	40
[표 3-14] 2013년 아이스크림류 원료의 사용 비중	41
[표 3-15] 유가공품류 품목별 국산 원료 사용 비중	42
[표 3-16] 2013년 빙과류 원료의 사용 비중	43
[표 3-17] 과자류 품목별 국산 원료 사용 비중	43
[표 3-18] 백설탕 수입 실적	44
[표 3-19] 유크림 수입 실적	45

[표 3-20] 물엿 수입 실적	46
[표 3-21] 원유 생산 실적	46
[표 3-22] 연도별 우유 가격 동향	47

제 4 장 아이스크림 유통 및 판매 현황

[표 4-1] 소매 유통 채널별 매출액	54
[표 4-2] 2014년 소매 유통 채널별 아이스크림 판매 가격	55
[표 4-3] 아이스크림 소매 시장 규모	56
[표 4-4] 기업별 유통 채널 점유 현황	57

제 5 장 아이스크림 소비 시장 현황

[표 5-1] 아이스크림 세분시장별 소비 시장 규모	63
[표 5-2] 롯데제과 주요 아이스크림 제품	64
[표 5-3] 빙그레 주요 아이스크림제품	66
[표 5-4] 해태제과 주요 아이스크림제품	67
[표 5-5] 롯데푸드 주요 아이스크림제품	68
[표 5-6] 프리미엄 아이스크림	70
[표 5-7] 프로즌 요거트	71
[표 5-8] 디저트 카페 아이스크림 메뉴	72
[표 5-9] 이색 아이스크림	72
[표 5-10] 해외 브랜드 유입	73
[표 5-11] 신선하고 독특한 제품	75
[표 5-12] 무첨가·개별 포장 제품	76
[표 5-13] 흥미를 끄는 고객 지향적 제품	77
[표 5-14] 환경 친화적 제품	78
[표 5-15] Sales Value of Ice Cream by Category	81
[표 5-16] Brand Examples and Shares of Ice Cream in France	81
[표 5-17] Sales Value of Ice Cream by Category	82
[표 5-18] Brand Examples and Shares of Ice Cream in the US	83
[표 5-19] Sales Value of Ice Cream by Category	84
[표 5-20] Brand Examples and Shares of Ice Cream in China	85
[표 5-21] Sales Value of Ice Cream by Category	85
[표 5-22] Brand Examples and Shares of Ice Cream in Japan	86

[그림 목차]

제 2 장 아이스크림 개요

[그림 2-1] 유가공품의 분류	13
[그림 2-2] 과자류의 분류	14
[그림 2-3] 아이스크림 개요	16
[그림 2-4] 어린이 기호식품 품질인증 마크	17
[그림 2-5] 어린이 기호식품 신호등 표시 제도	18
[그림 2-6] HACCP 인증 마크	20

제 3 장 아이스크림 생산 및 수출입 현황

[그림 3-1] 아이스크림 제조과정	29
---------------------------	----

제 4 장 아이스크림 유통 및 판매 현황

[그림 4-1] 아이스크림 유통 구조	53
----------------------------	----

제 5 장 아이스크림 소비 시장 현황

[그림 5-1] Ice Cream의 분류	74
[그림 5-2] 풀무원 올가홀푸드 유기농 아이스크림	77
[그림 5-3] Ben&Jerry's 페이스북 인증샷 이벤트	79
[그림 5-4] Kaurina's Kulfi Exotic Indian Treat bars	79



1. 아이스크림의 개요

- 일반적으로 부르는 ‘아이스크림’은 「축산물공전」의 ‘아이스크림류’와 「식품공전」의 ‘빙과류’를 포함하는 개념이며, 시장에서는 두 제품의 차이를 두지 않고, 포장 형태에 따라 바, 콘, 홈 펜슬, 모나카, 컵 등으로 분류하고 있음
 - 먼저 아이스크림류는 원유 또는 유가공품을 원료로 하여 이에 다른 식품 또는 식품 첨가물 등을 가한 후 냉동, 경화한 것을 말하며, 유산균 함유 제품은 유산균(유산간균, 유산구균, 비피더스균을 포함한다) 또는 발효유를 함유한 제품으로 표시한 아이스크림류를 말함
 - 또한 빙과류의 정의를 살펴보면, 먹는 물에 식품 또는 식품 첨가물을 혼합하여 냉동한 것으로 유지방함유 아이스크림류에 해당되지 아니하는 것을 말함
- 제조상의 아이스크림 유형을 살펴보면, 아이스크림류는 유지방분, 무지유고형분, 유고형분과 같은 성분 배합에 따라서 아이스크림, 아이스밀크, 샤베트, 저지방 아이스크림, 비유지방아이스크림으로 분류되며 이외 유지방을 함유하지 않은 빙과류가 있음

[아이스크림 개념]

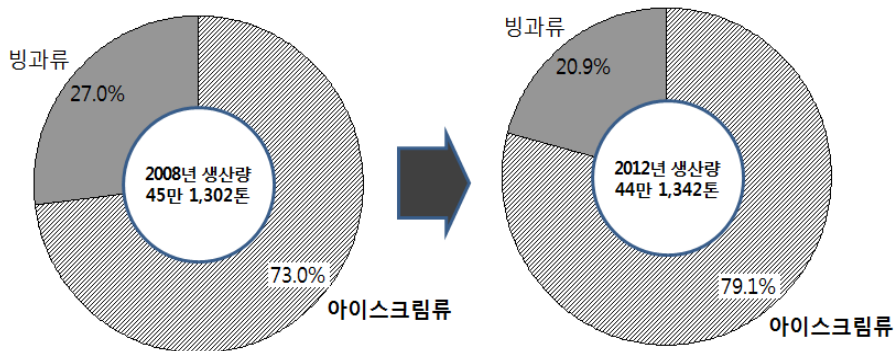
축산물 공전 및 식품공전에 의한 아이스크림 분류		시장에서의 포장타입에 따른 분류	
아이스크림 유형	성분	포장 타입 바 콘 홈 펜슬 컵 모나카 (아이스크림류, 빙과류 구분 없음)	
아이스크림류	아이스크림		유지방분 6% 이상, 유고형분 16% 이상
	아이스밀크		유지방분 2% 이상, 유고형분 7% 이상
	샤베트		무지유고형분 2% 이상
	저지방 아이스크림		조지방 2%이하, 무지유고형분 10% 이상
	비유지방 아이스크림		조지방 5%이상, 무지유고형분 5% 이상
빙과류	유지방분, 유고형분, 무지유고형분이 아이스크림류 성분 기준 미만		

* 펜슬 : 비닐 또는 종이 튜브에 아이스크림이 들어있는 형태

2. 아이스크림 생산 및 수출입 현황

- 유제품이 들어간 아이스크림류는 백설탕(22.8%)과 원유(12.5%)가 주요 원재료인 반면, 빙과류의 원재료는 백설탕이 65.2%로 압도적이며 이어서 유크림(15.5%)으로 나타남
 - 아이스크림에 사용되는 원유는 전량 국산을 사용하고 있는 반면, 유크림은 전량 수입산을 사용하고 있음
- 아이스크림(빙과류 포함)의 생산량은 2008년 약 45만 톤에서 2012년 44만 톤으로 다소 감소하고 있는 추세임
 - 유제품이 들어간 아이스크림류의 생산량은 2008년에 비해 2012년에 증가하였으나, 빙과류는 2008년 12만 톤에서 2012년 9.2만 톤으로 크게 감소한 것이 아이스크림 전체 생산량 감소의 원인임

[아이스크림 생산량 변화]



- 아이스크림 수출입 규모는 크지 않지만, 2008년 이후 증가하고 있는 추세임
 - 수출액은 2008년 1,780만 달러에서 2013년 3,747만 달러로 2배 이상 규모가 늘었으며, 같은 기간 수입은 1,123만 달러에서 2,239만 달러로 마찬가지로 2배 가까이 증가함
 - 미국, 중국으로의 수출규모가 큰 편이며, 두 국가로의 수출액 비중이 전체의 39.1%를 차지하고 있음



3. 아이스크림 유통 및 소매 시장 현황

- 아이스크림은 95%가 기업과 소비자간 거래(B2C)로 유통되고 있으며, 유통소매 판매관리시스템 자료를 분석한 결과, 2013년 아이스크림의 소매시장 규모는 1조 9,371억원으로 나타남
- 2014년 3/4분기까지의 매출액 기준으로, 바 타입 제품이 판매점유율 32.8%로 가장 잘 팔리고 있었으며, 이어서 콘(18.9%), 홈(16.5%) 순으로 나타남
- 특히 바, 펜슬, 컵 타입은 2/4분기와 3/4분기에 많이 팔리고 있으며, 홈과 모나카 타입은 1/4분기와 4/4분기에 많이 팔리는 계절적 특성이 나타나고 있음

[아이스크림 종류별 소매점 매출액]

(단위:백만원, %)

구분	2012년	2013년	2014년 3/4분기까지
바	646,550(32.8)	604,662(31.2)	492,554(32.8)
콘	369,806(18.8)	348,388(18.0)	284,486(18.9)
홈	306,766(15.6)	323,812(16.7)	247,246(16.5)
펜슬	319,044(16.2)	310,196(16.0)	220,800(14.7)
모나카	191,046(9.7)	205,084(10.6)	121,371(8.1)
컵	139,040(7.0)	144,994(7.5)	134,961(9.0)
합계	1,972,252(100.0)	1,937,137(100.0)	1,501,418(100.0)

* 자료 출처 : 식품산업통계정보시스템(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액

- 국내 아이스크림 시장에 많은 신제품이 출시되고 있지는 않지만, 건강에 대한 소비자들의 관심과 웰빙 트렌드, 식품 안전에 대한 경각심이 높아지면서 프리미엄 아이스크림은 인기를 끌고 있음
- 해외 아이스크림 시장은 신선하고, 나쁜 요소를 뺀 제품에 대한 선호도가 높아지고 있으며, 윤리적인 소비와 모바일 마케팅을 강화하는 모습도 나타나고 있음



- 2013년 기준 약 17억 유로 규모인 프랑스 아이스크림 시장은 다양한 맛을 추가한 제품이 지속적으로 출시되고 있으며, 특히 스틱과 콘 형태의 제품이 많이 팔리고 있음
- 137억 달러 규모인 미국 아이스크림 시장(2013년 기준)을 주도하고 있는 제품은 패밀리 사이즈의 아이스크림이며, 40%대의 점유율을 유지하고 있음. 특히 프랑스와 마찬가지로 다양한 맛을 추가한 제품의 수요가 증가하고 있음
- 중국과 일본은 빙과류보다는 유제품이 함유된 아이스크림의 소비가 많이 이루어지고 있으며, 특히 일본은 진한 우유 맛 아이스크림에 대한 선호도가 높아지고 있으며, 고가의 프리미엄 아이스크림에 대한 소비도 증가하고 있는 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 필요함

- 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 10개 품목을 선별하여 진행하며, 이번 품목은 아이스크림임

[표 1-1] 조사 대상

2010년 ~ 2013년			2014년
스낵과자	반생초코케익	발효유	김치
식빵	햄, 소시지 등	조제분유	스낵과자
빵	두부	조미료	양산빵
가정용 식용유	인스턴트 커피	식염	가정용 식용유
라면(2)	커피믹스	양념장	라면
탄산음료	커피음료	즉석조리식품	아이스크림
김치	과채음료	밀가루	만두
빙과	고추장	설탕	어묵
만두	된장	프리믹스	액상차
어묵, 맛살 등	간장	초콜릿	커피믹스
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 축산물 가공기준 및 성분규격과 식품공전, 낙농진흥회의 낙농통계연감 그리고 한국농수산물유통공사의 식품산업 통계정보(FIS) 등임

[표 1-2] 주요 문헌 자료원

자료명	출처
축산물의 가공기준 및 성분규격	식품의약품안전처
식품공전	식품의약품안전처
식품 및 식품 첨가물 생산실적	식품의약품안전처
2013 낙농통계연감	낙농진흥회
식품산업통계정보(FIS)	한국농수산물유통공사

- 전문가 인터뷰 : 전문가 인터뷰는 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 11월
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 아이스크림 개요

제1절 아이스크림 개념 및 유형

제2절 아이스크림 관련 제도

제3절 아이스크림 분류 코드

제 1 절 아이스크림 개념 및 유형

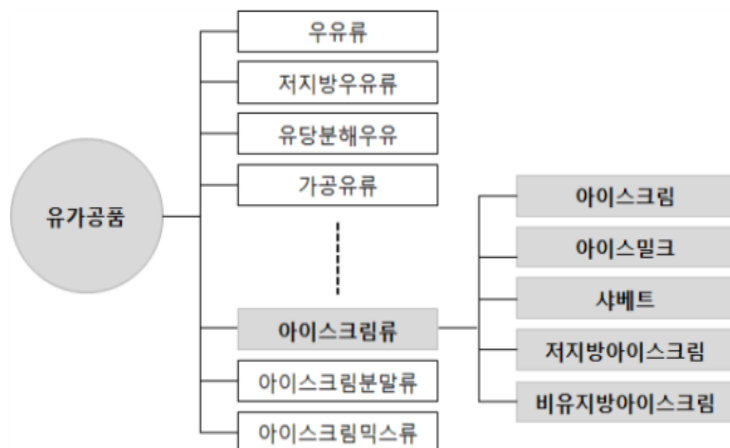
1. 아이스크림의 정의

- 아이스크림이란, 축산물공전을 기준으로 하는 유가공품의 세부 품목인 ‘아이스크림류’와 식품공전을 기준으로 하는 과자류의 세부 품목인 ‘빙과류’를 포함하는 개념으로 시장에서 통용됨

가. 축산물공전 상의 ‘아이스크림류’의 정의

- 1997년 실시된 축산물가공처리법 개정에 따라, 기존 식품공전의 분류에 속하였던 식육가공품 25개, 유가공품 49개, 알가공품 9개, 아이스크림제품류 14개 등 102개의 품목이 축산물가공품으로 이관되었음¹⁾. 이에 아이스크림류는 식품의약품안전처의 「축산물의 가공기준 및 성분규격」을 따르는 ‘유가공품’의 세부 품목 중 하나로 분류됨

[그림 2-1] 유가공품의 분류



※ 축산물의 가공기준 및 성분규격, 식품의약품안전처, 2013.10 개정고시

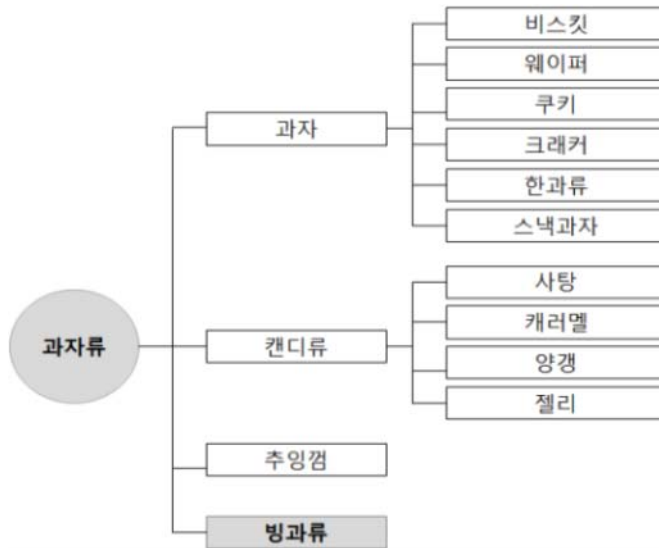
1) 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12

- 유가공품이라 함은 원유 또는 유가공품을 원료로 하여 가공한 것을 말하며 우유류, 저지방우유류, 아이스크림류, 아이스크림분말류, 아이스크림믹스류 등 20개의 세부 품목으로 분류됨
- 세부 품목 중의 하나인 아이스크림류의 정의를 살펴보면, 원유 또는 유가공품을 원료로 하여 이에 다른 식품 또는 식품 첨가물 등을 가한 후 냉동, 경화한 것을 말하며, 유산균 함유 제품은 유산균(유산간균, 유산구균, 비피더스균을 포함한다) 또는 발효유를 함유한 제품으로 표시한 아이스크림류를 말함

나. 식품공전 상의 ‘빙과류’ 의 정의

- 식품의약품안전처의 「식품공전」²⁾에 의하면 빙과류는 ‘과자류’의 세부품목 중 하나로 분류되어 있으며, 과자류라 함은 식물성 원료 등을 주원료로 하여 이에 다른 식품 또는 식품 첨가물을 가하여 가공한 과자, 캔디류, 추잉껌, 빙과류를 말함

[그림 2-2] 과자류의 분류



※ 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12

2) 식품공전, 식품의약품안전처, 2014.9 개정고시



- 세부 품목 중의 하나인 빙과류의 정의를 살펴보면, 먹는 물에 식품 또는 식품 첨가물을 혼합하여 냉동한 것으로 유지방함유 아이스크림류에 해당되지 아니하는 것을 말함

2. 아이스크림의 유형

- 먼저 제조상의 아이스크림 유형을 살펴보면, 아이스크림류는 유지방분, 무지유고형분, 유고형분과 같은 성분 배합에 따라서 아이스크림, 아이스밀크, 샤베트, 저지방아이스크림, 비유지방아이스크림으로 분류되며 이외 유지방을 함유하지 않은 빙과류가 있음

[표 2-1] 아이스크림의 유형

유형		정의
아이스크림류	아이스크림	아이스크림류이면서 유지방분(우유로부터 얻은 지방분을 말한다, 이하 같다) 6% 이상, 유고형분(유지방분과 무지유고형분을 합한 것을 말한다. 이하 같다) 16% 이상의 것임
	아이스밀크	아이스크림류이면서 유지방분 2%이상, 유고형분 7%이상의 것임
	샤베트	아이스크림류이면서 무지유고형분 2%이상의 것임
	저지방 아이스크림	아이스크림류이면서 조지방 2%이하, 무지유고형분 10%이상의 것임
	비유지방 아이스크림	아이스크림류이면서 조지방 5%이상, 무지유고형분 5%이상의 것임
빙과류		먹는 물에 식품 또는 식품첨가물을 혼합하여 냉동한 것으로 유지방함유 아이스크림류에 해당되지 아니하는 것임. 즉 유지방분, 유고형분, 무지유고형분이 아이스크림류 성분 기준 미만임

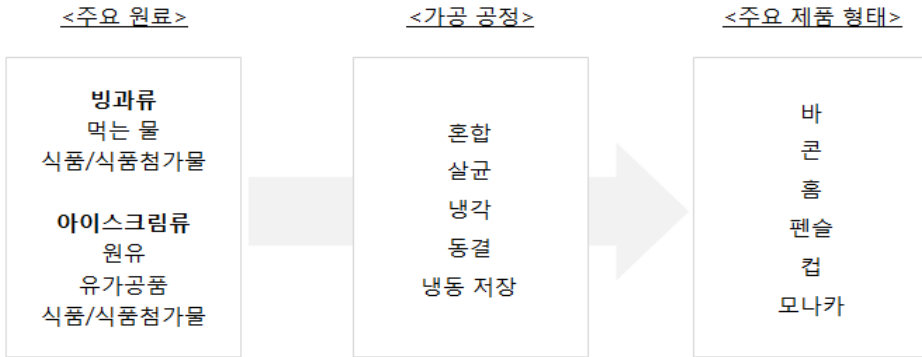
* 축산물의 가공기준 및 성분규격, 식품의약품안전처, 2013.10 개정고시

- 한편 시장에서 분류하는 아이스크림의 유형은 바, 콘, 홈, 펜슬, 모나카, 컵 등과 같이 포장 형태에 따라 나누고 있음
 - 포장 형태를 살펴보면 먼저 콘 타입은 원뿔 모양 과자에 아이스크림이 얹어진 형태를 뜻하며, 바 타입은 나무 스틱에 아이스크림이 꽂혀진 형태임
 - 홈 타입은 큰 컵에 아이스크림이 담겨 있는 것으로 업계에서는 패밀리 타입으로 분류하기도 하며, 펜슬 타입은 비닐 또는 종이 튜브에 아이스크림이 들어 있는 형태를 말함



- 그리고 모나카 타입은 과자 속에 아이스크림을 넣은 샌드위치 형태를 말하며, 마지막으로 컵은 1인용 작은 컵에 아이스크림이 담긴 형태임

[그림 2-3] 아이스크림 개요





제 2 절 아이스크림 관련 제도

1. 어린이 기호식품 품질인증제도³⁾

- 어린이 기호식품 품질인증제도는 식품의약품안전처의 어린이 기호식품 품질인증기준에 따라 안전하고 영양을 고루 갖춘 어린이 기호식품에 부여하는 인증제도임
- 일반적으로 섭취하는 식사 외의 식품인 간식용과 한 끼 식사를 대신할 수 있는 식품인 식사대용으로 나뉘며, 어린이 기호식품 품질인증 조건 기준을 만족하는 제품만을 심사하여 인증서를 교부함
- 품질인증식품은 어린이 식생활안전관리 특별법 제 8조에 따른 고열량·저영양식품⁴⁾이 아닌 식품으로, 1회 제공량 당 250kcal 이하, 포화지방 4g 이하, 당류 17g 이하의 기준을 모두 충족하여야 함
- 2014년 10월 기준으로 어린이 기호식품 품질인증은 24개 사의 96개 제품이 인증을 받았으며 과채주스, 캔디류, 빙과류, 빵류, 혼합음료, 아이스크림류 등 11개 품목의 식품유형이 포함됨
- 어린이 기호식품 품질인증을 받은 아이스크림은 (주)빙그레의 키비아작, 해태 제과식품(주)의 탱크보이, (주)롯데푸드의 보석바, (주)동학식품의 미니멜츠빅과 빅구슬아이스 등 9개 제품이 있음

[그림 2-4]
어린이 기호식품
품질인증 마크



3) 어린이 기호식품 품질인증 현황, 식품의약품안전처, 2014.10.29 기준

어린이 기호식품 품질인증기준 일부개정고시안 행정예고, 식품의약품안전처, 2013.5

4) 고열량·저영양 식품: 식품의약품안전처장이 정한 기준보다 열량이 높고 영양가 낮은 식품으로서 비만이나 영양불균형을 초래할 우려가 있는 어린이 기호식품을 말함
<어린이 식생활안전관리 특별법 법률 제12671호>



2. 어린이 기호식품 신호등 표시제도⁵⁾

- 어린이 기호식품 신호등 표시제도는 어린이 식생활 안전관리 특별법 제12조 3항에 의거하여 어린이들이 즐겨 먹는 식품의 영양 성분 함량의 많고 적음을 색깔로 표시하여 쉽게 이해할 수 있도록 돕는 제도임
- 신호등 표시 대상 식품은 어린이 기호식품 중에서 과자, 캔디류, 빙과류, 빵류, 초콜릿류와 유가공품 중 가공유류, 발효유류, 아이스크림류 등을 포함하는 간식용임
- 표시되는 식품의 영양성분은 지방, 포화지방, 당류, 나트륨류로 나뉘며 각각의 영양성분 함량에 따라 적색, 황색, 녹색으로 표시함
- 식품 1회 제공량 당 지방은 3g 미만, 포화지방은 1.5g 미만, 당은 3g 미만, 나트륨은 120mg 미만일 경우 녹색으로 표시함. 지방 3g 이상 9g 이하, 포화 지방 1.5g 이상 4g 이하, 당 3g 이상 17g 이하, 나트륨 120mg 이상 300mg 이하는 황색으로 표시하고 그 이상의 경우는 적색으로 표시함

[그림 2-5]
어린이 기호식품
신호등 표시 제도



3. HACCP

가. 축산물 HACCP⁶⁾

- 축산물 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)은 가축의 사육, 축산물의 원료관리, 처리, 가공, 포장, 유통 및 판매까지 전 과정에서 위해 물질이 해당 축산물에 혼입되거나 오염되는 것을 사전에 방지하기 위하여 각 과정을 중점적으로 관리하는 기준임
- 현재 축산물가공품별 HACCP의 의무적용 대상은 식육가공품(햄류·소세지류·베이컨류, 양념육류, 분쇄가공육제품, 갈비가공품, 건조저장육류, 식육 추출

5) 어린이 기호식품 신호등 표시 제도 이해, 보건복지부, 2011

6) 축산물안전관리인증기준, 식품의약품안전처 고시, 2014.9 개정



가공품), 유가공품(우유류·저지방우유류, 발효유류, 가공치즈, 자연치즈, 가공유류, 버터류, **아이스크림류**, 분유류, 조제유류, 농축유류, 유크림류), 알가공품(전란액·난백액·난황액, 알가열성형제품, 염지란)이 있음

- 2014년 11월 현재 HACCP 인증을 받은 아이스크림 생산 업체는 총 21개로 해태제과식품(주) 광주공장, (주)빙그레 김해공장, 비알코리아(주) 안양공장, 롯데제과(주) 양산공장 등이 있음

나. 식품 HACCP⁷⁾

- HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)은 식품위해요소중점관리기준으로 통칭함. 식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리단계를 거쳐 최종 소비자가 섭취하기 전 까지 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 관리하여 식품의 안전성을 확보하기 위한 위생관리 체계임. 2014년 11월부터는 식품위해요소중점관리기준에서 식품안전관리인증기준으로 용어가 변경됨
- 현재 국내 HACCP의 의무적용 대상 식품은 어육가공품(어묵류), 냉동수산식품(어류, 연체류, 패류, 갑각류, 조미가공품), 냉동식품(기타 빵 또는 떡류·면류·일반가공식품의 기타가공품), **빙과류**, 집단급식소의 조리식품, 도시락류, 비가열음료, 레토르트 식품 등이 있음
- 또한 2014년 어린이기호식품 8개 품목이 추가됨. 어린이기호식품에 해당하는 8개 품목은 과자캔디류, 빵류·떡류, 초콜릿류, 어육소시지, 음료류, 즉석섭취식품, 국수·유당면류, 특수용도식품임. 이 8개 품목과 연매출 100억 원 이상인 식품업체에서 제조·가공하는 식품에 대해 2014년 12월부터 단계적으로 HACCP 적용이 의무화됨
- HACCP 로고도 변경되어 적용될 예정이나 규정에 따라 현재 로고를 2015년 12월 31일까지 사용할 수 있음. 변경되는 로고는 새로 고시한 「식품안전관리인증기준」의 내용에 따라, 제품 및 업소의 특성과 포장 재질 또는 디자인에 적합하게 예제와 기본 심벌을 참조하여 다양한 색상화 크기를 적용하여 사용할 수 있음

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

[그림 2-6] HACCP 인증 마크

- 개정 전 -



- 개정 후 -





제 3 절 아이스크림의 분류 코드

- 아이스크림의 분류 코드는 축산물공전, 식품공전, 한국표준산업분류(KSIC)와 관세 및 통계통합 품목분류(HS), 한국 재화 및 서비스분류(KCPC), 농림축산물품목분류(AG)로 나누어 살펴볼 수 있음
 - 아이스크림은 축산물공전의 분류 기준에서 유가공품의 세부품목인 아이스크림류와 식품공전의 분류 기준에서 과자류 세부품목인 빙과류를 포함함
 - 한국표준산업분류(KSIC)에 의하면 아이스크림은 제조단계의 ‘아이스크림 및 기타 식용빙과류 제조업(10512)’, 유통 단계의 ‘낙농품 도매업(46324)’, 소매 단계의 ‘빵 및 과자류 소매업(47215)’에 해당함
 - 관세 및 통계통합품목분류(HS)에 의하면 아이스크림은 ‘각종 조제 식료품(21)’의 세부 분류 코드인 ‘아이스크림과 그 밖의 빙과류(코코아를 함유한 것인지의 여부를 불문한다)(2105.00)’에 해당됨
 - 한국 재화 및 서비스분류(KCPC)에서 아이스크림은 ‘낙농제품 및 계란제품(22)’의 세부분류코드인 ‘아이스크림 및 빙과류(2227)’에 해당함
 - 농림축산물품목분류(AG)에는 아이스크림은 ‘기타 조제 농산품(169)’의 세부 분류 코드인 ‘아이스크림(16931)’과 ‘기타빙과(16939)’가 해당됨

[표 2-2] 아이스크림의 분류 코드

통계분류 체계	코드	분류명	내용	색인어 ¹⁾
축산물공전	-	유가공품	아이스크림류	
식품공전	-	과자류	빙과류	
한국표준산업분류(KSIC) ²⁾	10512	아이스크림 및 기타 식용빙과류 제조업	<p>밀크를 주원료로 하는지의 여부를 불문하고 아이스크림, 냉동 디저트 및 기타 식용 빙과류를 제조하는 산업활동을 말한다.</p> <p><예시> · 아이스크림 제조</p>	<p>낙농품제조(빙과류), 냉동디저트제조(빙과류), 빙과류제조(얼음제외), 샤베트제조, 샤베트제조(빙과류), 식용빙과류제조, 식용빙과류제조(얼음제외), 아이스콘제조(빙과류), 아이스크림제조, 쭈쭈바제조(빙과류),</p>



통계분류 체계	코드	분류명	내용	색인어 ¹⁾
			· 샤베트 제조 <제외> · 얼음 제조(11201)	콘제조(아이스크림), 하드제조(빙과류)
	46324	낙농품 도매업	젖을 살균·분리·농축·건조·발효·냉동 및 기타 가공하여 생산된 액상 및 기타 형태의 각종 식용 유제품과 식용 빙과를 도매하는 산업활동을 말한다. <예시> · 액상시유 도매 · 우유 분리제품 도매 · 탈지유 및 탈지분유 도매 · 생크림 도매 · 전지분유 및 가당우유 도매 · 연유 및 농축유 도매 · 아이스크림 도매 · 빙과류 도매	가당우유도매, 낙농제품도매, 낙농품도매, 농축유도매, 밀크도매, 발효유도매, 버터도매, 분유도매, 빙과류도매 , 생우유도매, 생크림도매, 아이스크림도매 , 액상시유도매, 야쿠르트도매, 연유도매, 요구르트도매, 우유도매, 우유분리제품도매, 우유제품도매, 유산균음료도매, 전지분유도매, 치즈도매, 치즈버터도매, 탈지분유도매, 탈지유도매, 휘핑크림도매
	47215	빵 및 과자류 소매업	빵류, 과자류 및 떡류 등을 소매하는 산업활동을 말한다. 직접 제조하지 않고 체인조직을 통하여 공급받아 소매하는 제과점도 포함된다. <예시> · 미과 및 생과자 소매 · 떡류(송편·인절미 등) 소매 · 아이스크림 소매, 껌·캔디 소매 · 피자 및 파이 소매 · 설탕 소매 · 햄버거·빵가루 소매	건빵소매, 건조과실류소매(설탕과자제품), 경주빵소매, 곡물과자소매, 과자류소매, 껌소매, 도너츠소매, 드롭소매, 땅콩과자소매, 떡류소매, 떡소매(접객시설없음), 미과소매, 비스킷소매, 빙과류소매 , 빵가루소매, 빵소매, 생과자소매(구입소매), 설탕과자류소매, 설탕소매, 송편소매, 식빵소매, 아이스크림소매 , 인절미소매(떡류), 제과점(구입소매, 음식점제외) 등 25종



통계분류 체계	코드	분류명	내용	색인어 ¹⁾
관세 및 통계통합 품목분류 (HS) ³⁾	21	각종 조제 식료품		
	2105.00	아이스크림과 그 밖의 빙과류(코코아를 함유한 것인지의 여부를 불문한다)		
	2105.00.1010	아이스크림(코코아를 함유하지 않은 것)		
	2105.00.1090	아이스크림(코코아를 함유하지 않은 것 이외 기타)		
	2105.00.9010	빙과류(아이스크림 이외 기타/코코아를 함유하지 않은 것)		
	2105.00.9090	빙과류(아이스크림 이외 기타/코코아를 함유하지 않은 것 이외 기타)		
한국 재화 및 서비스 분류 (KCPC) ⁴⁾	22	낙농제품 및 계란제품		
	222	기타 낙농 제품		
	2227	아이스크림 및 빙과류		
농림축산물 품목분류 (AG 코드) ⁵⁾	169	기타 조제 농산품		
	169.31	아이스크림		
	169.31.0001	아이스크림(코코아를 함유하지 않은 것)		
	169.31.0002	아이스크림(코코아를 함유하지 않은 것 이외 기타)		
	169.39	기타빙과		
	169.39.0001	빙과류(아이스크림 이외 기타/코코아를 함유하지 않은 것)		
	169.39.0002	빙과류(아이스크림 이외 기타/코코아를 함유하지 않은 것 이외 기타)		

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 아이스크림 생산 및 수출입 현황

제1절 아이스크림 가공기준 및 제조공정

제2절 아이스크림 생산 현황

제3절 아이스크림 수출입 현황

제4절 아이스크림 원료 현황

제5절 요약 및 시사점



제 1 절 아이스크림 가공기준 및 제조공정

1. 아이스크림의 가공기준 및 규격

가. 아이스크림류의 가공기준 및 규격

- 아이스크림 중 아이스크림류는 축산물의 가공기준 및 성분규격의 내용을 따르며 가공기준과 규격은 다음과 같음
 - 가공기준은 살균과정에 관한 유의사항을 비롯한 유지방구의 균질처리와 무지유고형분의 성분규격에 대한 기술이 있음
 - 규격은 아이스크림, 저지방아이스크림과 아이스밀크, 샤베트, 비유지방아이스크림으로 분류되어 각각 성상, 유지방 함유량, 세균수, 대장균군의 적용을 받음

[표 3-1] 아이스크림류의 가공기준 및 규격

가공기준		
(1) 계란을 사용할 경우에는 할란전에 계란표면을 살균하여야 한다		
(2) 제품의 조직감이 증진되도록 유지방구 크기를 2 μ m이하로 균질 처리함을 권장한다		
(3) 살균은 68.5 $^{\circ}$ C에서 30분이상 또는 이와 동등이상의 효력을 가지는 방법으로 실시 하여야 한다(단, 유산균 함유제품은 필요한 경우 살균공정을 제외할 수 있다)		
(4) 살균처리 후에 다른 원재료를 가하는 때에는 미생물이 오염되지 않도록 유의하여야 한다		
(5) 제조 시 최종제품의 무지유고형분은 탈지분유와 성분규격이 같은 것을 75%(중량 기준으로 한다)이상 함유하여야 한다		
규격		
구분	아이스크림, 저지방아이스크림	아이스밀크, 샤베트, 비유지방아이스크림
성상	고유의 향미를 가지고 이마-이취가 없어야 한다	
유지방 (%)	6.0이상(단, 저지방아이스크림의 경우 조지방 2.0이하)	2.0이상(아이스밀크에 한한다)
세균수	검사시료를 녹인 액체1ml당 100,000이하 (단, 유산균 함유제품, 발효유 함유제품의 경우 유산균수는 제외한다)	검사시료를 녹인 액체1ml당 50,000이하 (단, 유산균 함유제품, 발효유 함유제품의 경우 유산균수는 제외한다)
대장균군	1ml당 10이하	
유산균수	표시량 이상(단, 유산균함유제품에 한한다)	

※ 축산물의 가공기준 및 성분규격, 식품의약품안전처, 2013.10 개정고시

나. 빙과류의 가공기준 및 규격

- 빙과류는 상위 유형인 과자류의 식품공전 내용을 따르며 과자류의 제조·가공 기준과 규격은 다음과 같음
 - 제조·가공기준은 빙과류의 경우 살균과 관련한 기준이 있음
 - 규격은 성상, 산가, 타르색소, 인공감미료, 세균수, 대장균수 등의 적용을 받음

[표 3-2] 과자류의 제조·가공기준 및 규격

<p>제조·가공기준</p> <p>(1) 빙과류는 68.5℃에서 30분 이상 또는 동등이상의 효력을 가지는 방법으로 살균하여야 함</p> <p>(2) 컵모양 등 젤리의 크기는 뚜껑과 접촉하는 면의 최소내경이 5.5cm 이상 이어야 하고 높이와 바닥면의 최소내경은 3.5cm 이상이 되도록 제조하여야 한다.</p> <p>규격</p> <p>(1) 성상 : 고유의 향미를 가지고 이미·이취가 없어야 한다.</p> <p>(2) 산가(Acid Value, AV) : 2.0 이하(유탄·유처리식품에 한하며, 유밀과는 3.0 이하)</p> <p>(3) 허용의 타르색소 : 검출되어서는 아니된다(캔디류, 추잉껌에 한한다).</p> <p>(4) 허용의 인공감미료 : 검출되어서는 아니된다(캔디류에 한한다).</p> <p>(5) 산화방지제(g/kg) : 다음에서 정하는 것 이외의 산화방지제가 검출되어서는 아니된다(추잉껌에 한한다).</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 부틸히드록시아니졸, 디부틸히드록시톨루엔, 터셔리부틸히드로퀴논 : 0.4g/kg 이하 <p>(6) 세균수</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 과자, 캔디류 : 1g 당 10,000 이하(밀봉제품에 한하며 발효제품 또는 유산균 함유제품은 제외한다) ② 빙과류 : 검체를 녹인 액체 1mL 당 3,000 이하(다만, 유산균 함유 빙과류는 제외한다) <p>(7) 대장균군: 1mL 당 10 이하(빙과류에 한한다)</p> <p>(8) 유산균수: 표시량 이상(유산균함유 과자, 캔디류, 빙과류에 한한다)</p> <p>(9) 압착강도(Newton) : 5 이하(컵모양 등 젤리에 한한다)</p> <p>(10) 총 아플라톡신($\mu\text{g}/\text{kg}$) : 15.0 이하(B1, B2, G1 및 G2의 합으로서, 단 B1은 10.0 $\mu\text{g}/\text{kg}$ 이하이어야 하며, 땅콩 및 견과류 함유제품에 한함)</p> <p>(11) 푸모니신(mg/kg) : 1 이하(B1 및 B2의 합으로서, 단, 옥수수 50% 이상 함유제품에 한한다)</p> <p>(12) 납 (mg/kg) : 1.0 이하(젤리에 한한다), 0.2 이하(사탕에 한한다)</p>
--

※ 식품공전, 식품의약품안전처, 2014.9 개정고시

- 빙과류와 관련된 과자류의 식품공전의 주요 제·개정은 2010년 발효제품을 함유한 과자류의 경우 세균수 규격에서 제외하는 단서조항을 개정된 사항이 있음



[표 3-3] 빙과류 관련 식품공전 주요 제·개정 현황

년도	주요 내용
2010	과자류 세균수 규격 단서조항 개정(식약청 고시 제2010-2호, 2010.1.7.) 발효제품을 함유한 과자류에 대한 현실성 있는 규격이 필요하여 유산균뿐만 아니라 발효제품을 함유한 과자류에서도 세균수 규격을 제외하도록 단서조항 개정

※ 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12

2. 아이스크림의 제조 공정⁸⁾

- 제조 공정의 경우 아이스크림류와 빙과류가 유사한 제조 공정을 통해 생산되므로 아이스크림의 제조 공정으로 통칭함
- 아이스크림의 제조 공정은 원료혼합, 여과, 균질, 살균, 냉각, 숙성, 충전, 동결, 포장, 냉동저장 및 제품 출하 단계를 거침

[그림 3-1] 아이스크림 제조공정



※ 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12

- 먼저 엄선된 원유 및 유크림, 버터를 비롯한 원·부재료와 첨가물, 향료, 색소 등의 원료를 50℃ 이하에서 혼합하여 각 원료가 용해된 후에 여과하는 과정을 거쳐 이물질이나 덩어리를 제거함
- 이어서 균질압력은 앞서 원료를 혼합한 아이스크림믹스가 지방분이 많은 아이스크림인 경우 150~200kg/cm², 아이스밀크나 샤베트의 경우 50kg/cm²로 종류에 따라 차이가 있음

8) 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12



- 살균 방법은 UHT 방법⁹⁾ 등이 있는데, 고온살균 공정에서는 칼슘이나 나트륨과 같이 물에 잘 녹는 안정제를 사용함
- 살균이 끝나면 즉시 0~4℃로 냉각시키고 숙성 과정을 거쳐 충전한 후, 바로 동결시킴. 동결 제품은 경화과정을 거쳐 적당한 포장용기에 포장하고 냉동 상태로 저장하였다가 제품으로 출시됨

9) 초고온 순간 살균(Ultra Temperature Sterilization, UHT 살균): 영양소, 색조, 풍미, 조직 등 품질의 열파괴를 줄이기 위해 130~150℃의 고온에 2~6초의 단시간에 살균하는 방법임



제 2 절 아이스크림 생산 현황

1. 아이스크림 생산 현황

- 아이스크림류와 빙과류를 합한 아이스크림의 연도별 국내 생산 실적을 살펴보면, 2008년 이후 생산량은 등락을 반복하나 전반적으로 감소하는 추세임
 - 2008년 약 45만 톤이었던 전체 생산량은 2012년 약 44만 톤으로 소폭 감소한 반면에 생산액은 같은 기간 약 1조 466억 원에서 약 1조 2,680억 원으로 증가함
 - 특히 아이스크림류의 생산량은 2008년 약 33만 톤에서 2012년 약 35만 톤으로 약 6% 증가하였고 생산액 또한 2008년 약 8천억 원에서 2012년 약 1조 원으로 약 24% 증가함. 아이스크림류 생산량 및 생산액은 프리미엄 아이스크림의 출시 확대에 증가한 것으로 판단됨
 - 반면, 빙과류는 생산량이 2008년 약 12만 톤에서 2013년 약 9만 톤으로 약 24% 감소하였으나 같은 기간 생산액은 24% 증가한 것이 특징임. 이는 생산량과 상관없이 생산 원가의 증가로 인한 것임. 또한 빙과류가 성수기인 여름철에 비가 많이 오고 덥지 않은 날씨로 인해 생산량이 감소한 부분도 있음

[표 3-4] 연도별 아이스크림(아이스크림류+빙과류) 국내 생산 실적

연도	생산량(톤, %)			생산액(백만원, %)		
	아이스크림류	빙과류	합계	아이스크림류	빙과류	합계
2008	329,420 (73.0)	121,882 (27.0)	451,302 (100.0)	805,097 (76.9)	241,510 (23.1)	1,046,607 (100.0)
2009	318,087 (70.9)	130,579 (29.1)	448,666 (100.0)	1,024,025 (82.3)	220,092 (17.7)	1,244,117 (100.0)
2010	343,390 (75.4)	111,765 (24.6)	455,155 (100.0)	927,210 (77.6)	267,522 (22.4)	1,194,732 (100.0)
2011	325,438 (72.5)	123,415 (27.5)	448,853 (100.0)	1,012,355 (81.5)	229,627 (18.5)	1,241,982 (100.0)
2012	349,129 (79.1)	92,213 (20.9)	441,342 (100.0)	997,150 (78.6)	270,805 (21.4)	1,267,955 (100.0)
2013	326,013 (77.8)	93,148 (22.2)	419,161 (100.0)	-	299,270	-

1) 아이스크림류의 실적은 낙농진흥회(www.dairy.or.kr)의 유가공산업 생산출하(2008~2013) 실적 자료임

2) 빙과류의 실적은 식품의약품안전처의 연도별(2008~2013) 식품 및 식품첨가물 보고서 자료임

- 2012년 기준 낙농제품 및 식용 빙과류 제조업의 세부품목별 국내 생산 및 출하 현황을 살펴보면, 아이스크림류는 전체 생산액과 출하액의 17.5%를 각각 차지하고 있으며, 이는 시유와 발효유에 이어 세 번째로 큰 비중임

[표 3-5] 낙농제품 및 식용빙과류 제조업 세부품목별 국내 생산 및 출하 현황

(단위: kℓ, 톤, 백만원)

품목명		생산량	생산액(백만원)	출하량	출하액(백만원)
낙농 제품 및 식용 빙과류 제조업	시유(kℓ)	1,750,797	2,591,967	1,712,756	2,586,478
	분유(톤)	44,096	182,581	32,764	173,444
	발효유(kℓ)	526,873	1,479,591	530,610	1,480,564
	치즈(톤)	40,927	462,322	42,422	456,365
	아이스크림류(톤)	349,129	997,150	364,120	999,513
합계		-	5,713,611	-	5,696,364

※ 2012년도 유가공산업 생산출하 실적, 낙농진흥회(www.dairy.or.kr)

- 한편 2013년 기준 과자류 세부품목별 국내 생산 및 출하 현황에서 빙과류의 점유율은 전체 생산량의 17.4%, 생산액의 9.5%, 출하량의 17.2%, 출하액의 11.2%를 차지함

[표 3-6] 과자류 세부품목별 국내 생산 및 출하 현황

품목명		생산량(톤)	생산액(백만원)	출하량(톤)	출하액(백만원)
과자류	과자	358,896	2,174,995	289,245	2,229,315
	캔디류	67,258	409,644	54,793	390,662
	추잉껌	17343	278,180	10766	244,170
	빙과류	93,148	299,270	73,871	362,179
합계		536,645	3,162,089	428,675	3,226,326

※ 2013년도 식품 및 식품 첨가물 생산실적, 식품의약품안전처



2. 아이스크림 제조업체

- 2008년부터 2012년까지의 광업·제조업 조사보고서에 따르면, 아이스크림 및 기타 식용 빙과류 제조업체 수는 2006년 44개에서 2012년 36개로 지속적으로 감소하는 추세를 보임
- 한편 액상시유 및 기타 낙농제품 제조업체의 경우 2006년 59개에서 2012년 71개로 증가함에 따라서 전체 낙농제품 및 식용 빙과류 제조업체의 수는 2012년 107개로 2006년 103개와 비교해 소폭 증가함

[표 3-7] 아이스크림 제조업체 수 현황

분류		2006	2007	2008	2009	2011	2012
낙농제품 및 식용 빙과류 제조업	액상시유 및 기타 낙농제품 제조업	59	63	62	63	71	71
	아이스크림 및 기타 식용빙과류 제조업	44	41	41	40	39	36
합계		103	104	103	103	110	107

* 연도별(2008~2012) 광업·제조업 조사보고서, 통계청

3. 아이스크림 주요 제조사 현황

- 아이스크림을 제조하는 주요 업체는 롯데제과(주), (주)빙그레, 해태제과식품(주), 롯데푸드(주) 등이 있으며, 제조사별 특징은 다음과 같음
- 롯데제과(주)는 1967년 설립한 이래 껌, 초콜릿을 비롯해 200여 개의 제품을 생산하는 국내 대표적인 제과업체로 아이스크림의 경우 1985년 ‘스크류바’와 다음 해 ‘월드콘’을 주력 제품으로 출시하면서 시장 경쟁력을 가지게 됨
- (주)빙그레는 1967년 설립하여 1974년 국내 최초 우유 아이스크림 ‘투게더’를 출시하였으며, 장수 브랜드로는 ‘비비빅’, ‘메로나’ 등이 있음. 주로 아이스크림과 유음료를 생산함
- 해태제과식품(주)는 1945년 해태제과합명회사로 설립되어 캔디와 캐러멜을 생산하기 시작한 이래로 비스킷과 캔디류를 주요 생산하고 있으며 주요 아이스크림 브랜드는 1970년 출시한 ‘부라보콘’과 ‘누가바’ 등임



- 롯데푸드(주)는 1963년 국내 최초로 대량 생산된 아이스크림인 ‘삼강하드’ 를 시작으로 ‘돼지바’ , ‘빠빠코’ , ‘구구쿤’ 등의 제품을 생산한 종합 식품 기업임

[표 3-8] 아이스크림 주요 제조사 특징 및 연혁

기업명	내 용
롯데제과(주)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 1967년 설립한 이래, 주력 제품인 껌, 초콜릿을 비롯해 비스킷, 아이스크림, 스낵, 파이, 캔디 등 2백여 종의 제품을 생산함 ○ 주요 생산 품목 : 아이스크림(월드콘), 껌(자일리톨껌), 비스킷(마가렛트), 초콜릿(가나초콜릿), 파이(몽셀), 스낵(꼬깔콘), 캔디(목캔디), 빵(미니꿀호떡) ○ 연도별 주요 이슈 : <ul style="list-style-type: none"> -1967년 롯데제과 주식회사 설립 -1975년 영등포공장 초콜릿 공장 완공 및 생산 개시 -1986년 ‘월드콘’ 출시 -1998년 프리미엄 아이스크림 ‘나뚜루’ 사업 개시 -2000년 업계 최초 금강산 지역 빙과 판매 개시 -2011년 나뚜루사업 분할
(주)빙그레	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 1967년 설립하여 국내 최초 우유 아이스크림 ‘투게더’ 를 출시하였으며 아이스크림, 유음료, 스낵을 주로 생산함 ○ 주요 생산 품목 : 아이스크림(메로나), 유음료(바나나맛 우유), 스낵(꽃계랑) ○ 연도별 주요 이슈 : <ul style="list-style-type: none"> -1967년 (주)대일양행 설립 -1974년 국내 최초 생우유를 넣은 아이스크림 ‘투게더’ 출시 -1982년 (주)빙그레로 사명 변경 -1995년 ‘메로나’ 하와이 시장 진출 -2005년 프리미엄 아이스크림 ‘글레도르’ 출시 -2013년 브라질 상파울루 해외단독법인 설립
해태제과식품(주)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 1945년 해태제과합명회사로 설립되어 캔디와 캐러멜을 생산하기 시작한 이래로, 비스킷과 캔디류를 주요 생산함 ○ 주요 생산 품목 : 아이스크림(부라보콘), 비스킷(오예스), 스낵(맛동산, 자가비), 껌(뽀뽀틴), 캔디(연양갱), 초콜릿(자유시간), 냉동식품(고향만두) ○ 연도별 주요 이슈 : <ul style="list-style-type: none"> -1945년 해태제과합명회사 설립 -1974년 아이스크림 공장 신축 -1997년 해태제과(주)연구소 국가공인시험 검사기구(KOLAS) 선정 -2004년 부라보콘 광고대상 개최 -2011년 탱크보이, 팡이팡이 ‘어린이 기호식품 품질인증’ 획득 -2013년 ‘녹색물류기업 인증서’ 획득



기업명	내 용
롯데푸드(주)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 1963년 국내 최초로 대량 생산된 아이스크림인 삼강하드를 필두로 아맛나, 돼지바, 빠삐코, 구구콘 등의 히트제품을 생산한 종합 식품 기업임 ○ 주요 생산 품목 : 아이스크림(빠삐코), 유가공품(파스퇴르우유), 가정식품(쉐푸드), 육가공품(엔네이처) ○ 연도별 주요 이슈 : <ul style="list-style-type: none"> -1958년 일동산업(주)설립 -1963년 국내 최초의 아이스크림 대량 생산(삼강하드) -1981년 ‘빠삐코’ 출시 -1991년 빙과 Bar&Ice cream 라인 증설 -2005년 돼지바, 빠삐코 연매출 200억 돌파 -2010년 프리미엄 아이스크림브랜드 ‘LaBest’런칭 -2011년 파스퇴르유업(주) 흡수합병 -2013년 롯데푸드(주)로 사명변경

※ 각 사 홈페이지 및 공시자료 참고



제 3 절 아이스크림 수출입 현황

1. 아이스크림 수출입 현황

- 아이스크림의 수출입 현황을 살펴보면, 먼저 수출액은 2008년 약 1,780만 달러에서 매년 증가 추세를 보이고 있음
 - 2012년에 처음으로 3천만 달러 수출액을 돌파한 후 2013년 약 3,747만 달러를 기록하였는데 이는 2011년과 비교하면 약 35% 증가한 수준이나 2012년과 비교하면 약 5.5% 소폭 감소한 수준임
 - 수출량 또한 2008년 4천 톤대에서 2013년 약 1만 톤으로 두 배 이상 증가함
- 수입 실적의 경우, 수입액은 매년 등락 추세를 보이고 있으나, 전반적으로 2008년 약 1천만 달러에서 2013년 약 2천만 달러로 두 배 정도 증가함
 - 수입량은 지속적으로 증가하여 2008년 약 2천 톤에서 2013년에는 4,744톤으로 140% 증가함
- 아이스크림의 무역수지를 살펴보면, 2008년에 657만 달러에서 2013년 약 1천 5백만 달러로 약 2배 이상 증가함
 - 특히 2012년에는 무역수지가 약 2천 1백만 달러로 가장 크게 나타남

[표 3-9] 아이스크림 국내 수출입 실적

년도	수출량(톤)	수출액(천\$)	수입량(톤)	수입액(천\$)	무역수지(천\$)
2008	4,666	17,804	1,984	11,231	6,573
2009	5,148	17,315	2,010	13,122	4,193
2010	6,256	21,448	2,612	12,577	8,871
2011	7,746	27,797	3,650	22,012	5,785
2012	10,715	39,634	4,100	18,375	21,259
2013	10,379	37,472	4,744	22,385	15,087

※ KATI 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 아이스크림 16931, 기타빙과 16939



2. 주요 국가별 아이스크림 수출입 현황

- 2013년 기준 국가별 아이스크림의 수출 현황을 살펴보면, 미국, 중국, 캐나다, 베트남 등에 주로 수출되고 있음¹⁰⁾
 - 주요 국가별로 수출량이 많지는 않으며, 대부분 한국인이 많이 거주하고 있는 지역의 한인마트에서 판매되고 있음
 - 수출액은 미국과 베트남의 경우 2010년 이후 지속적으로 증가하고 있는 반면 중국, 캐나다, 필리핀, 일본은 2012년 대비 2013년에 다소 감소함

[표 3-10] 주요 국가별 아이스크림 수출 현황

국가	수출량(톤)					수출액(천\$)				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
미국	2,067	2,057	2,248	2,425	2,583	5,572	5,601	6,504	7,432	7,979
중국	531	657	771	1,572	1,757	2,756	3,477	3,834	7,080	6,672
캐나다	461	696	907	1,327	1,254	1,307	2,104	2,528	3,523	3,285
베트남	322	314	360	527	894	1,285	1,127	1,504	1,897	2,557
필리핀	172	368	484	783	818	794	1,626	2,213	3,863	3,395
일본	297	106	540	1,071	530	1,746	477	1,876	3,908	2,011
기타	2,358	3,184	3,586	4,242	3,689	6,920	10,552	13,176	17,636	15,998
합계	5,148	6,256	7,746	10,715	10,379	17,315	21,448	27,797	39,634	37,472

* KATI 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 아이스크림 16931, 기타빙과 16939

- 미국과 중국으로의 수출량은 지속적으로 증가하고 있으며 중국의 경우 2009년 531톤에서 2013년 1,757톤으로 약 3배 증가함
- 일본의 경우 수출량이 2011년 540톤에서 2012년 약 1천 톤으로 약 2배 증가하였다가 2013년에 다시 530톤으로 감소하는 등 변화폭이 큰 특징을 보임

10) 국내 제조사별 아이스크림 수출 현황은 부록 1 참조

- 2013년 기준 국가별 아이스크림 수입 현황을 살펴보면, 프랑스가 가장 많고 미국, 스페인, 호주 등에서 수입량이 증가하고 있음
 - 대표적인 수입 아이스크림으로는 프랑스에서 수입되는 Haagen-Dazs와 미국의 Gelativo, 스페인의 Farggi, 그리고 호주의 Bulla, Weis 등이 있음
 - Haagen-Dazs는 국내 지사를 통해 수입되어 편의점, 할인점, 체인 슈퍼 등에서 판매되고 있으며, 기타 브랜드는 대형 마트에서 직접 수입하여 판매하는 경우가 많음

[표 3-11] 주요 국가별 아이스크림 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천\$)				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
프랑스	1,103	1,413	1,618	1,691	1,910	7,020	8,332	10,378	10,065	11,654
미국	519	635	845	919	1,264	4,511	2,228	7,164	3,141	4,094
스페인	26	121	706	1,027	905	83	359	2,134	3,194	3,021
호주	34	78	82	152	233	204	358	354	712	1,228
뉴질랜드	120	84	60	56	52	370	332	212	215	187
기타	351	359	490	420	534	1,701	1,463	2,548	1,847	2,955
합계	2,010	2,612	3,650	4,100	4,744	13,122	12,577	22,012	18,375	22,385

※ KATI 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 아이스크림 16931, 기타빙과 16939

- 프랑스에서의 수입액은 2009년 이후 지속적으로 증가하여 2013년에는 약 1,165만 달러로 집계됨. 수입량도 2009년 약 1천 톤에서 2013년 약 2천 톤으로 증가함
- 스페인은 2009년 이후 수입액과 수입량이 급등하며 2009년 26톤에서 2013년 905톤으로 약 34배 증가함



3. 아이스크림 수출입 단가

- 아이스크림의 수출 평균 단가는 2009년 이후 국가별로 다소 등락이 있지만, 미국으로의 수출을 제외하고는 지속적으로 낮아지는 추세를 보임
 - 수출을 가장 많이 하는 미국의 수출 단가는 2009년 kg 당 2.70달러에서 2013년 kg 당 3.09달러까지 지속적으로 높아짐
 - 중국은 2010년까지 kg 당 5.29달러로 수출 단가가 다소 높아지다가 2011년 이후부터 하락하여 2013년에는 kg 당 3.80달러로 수출됨
 - 일본 또한 마찬가지로 수출 단가가 2009년 kg 당 5.88달러에서 2013년에는 kg당 3.79달러로 낮아짐

[표 3-12] 국가별 아이스크림 수출 단가

(단위 : \$/kg)

국가	2009	2010	2011	2012	2013
미국	2.70	2.72	2.89	3.06	3.09
중국	5.19	5.29	4.97	4.50	3.80
캐나다	2.83	3.02	2.79	2.66	2.62
베트남	3.99	3.58	4.18	3.60	2.86
필리핀	4.61	4.42	4.58	4.93	4.15
일본	5.88	4.52	3.48	3.65	3.79
기타	2.93	3.31	3.67	4.16	4.34
평균	3.36	3.43	3.59	3.70	3.61

※ KATI 농수산물수출지원정보(www.kati.net) / KMAC 재구성

- 아이스크림의 수입 평균 단가는 국가별로 다소 등락이 있지만, 2009년이 2010년 보다 다소 높게 형성되어 있으며, 2010년 이후에는 지속적으로 상승 또는 유지하는 추세를 보임
 - 수입을 가장 많이 하는 프랑스의 수입 단가는 2009년 kg 당 6.36달러에서 2013년 kg 당 6.10달러로 다소 낮아짐
 - 미국의 경우 등락을 반복하다가 2011년까지 kg 당 8.48달러에서 2012년 kg 당 3.42달러로 급락한 이후 3달러 선의 수입 단가를 유지하고 있음



[표 3-13] 국가별 아이스크림 수입 단가

(단위 : \$/kg)

국가	2009	2010	2011	2012	2013
프랑스	6.36	5.89	6.41	5.95	6.10
미국	8.69	3.51	8.48	3.42	3.24
스페인	3.14	2.97	3.02	3.11	3.34
호주	5.98	4.57	4.31	4.68	5.26
뉴질랜드	3.08	3.93	3.51	3.81	3.60
기타	4.85	4.08	5.20	4.40	5.53
평균	6.53	4.82	6.03	4.48	4.72

※ KATI 농수산물수출지원정보(www.kati.net) / KMAC 재구성



제 4 절 아이스크림 원료 현황

1. 국내 생산 아이스크림 원료 사용 비중

가. 아이스크림류 원료의 사용 비중

- 2013년 기준 아이스크림류의 원료별 사용량과 사용 비중을 먼저 살펴보면, 백설탕이 22.8%의 사용비중으로 8,619톤이 사용되었으며, 원유가 4,705톤으로 12.5%의 사용비중을, 물엿이 3,206톤으로 8.5%의 사용비중을 보임
- 별도 식품원료 분류가 되지 않은 기타가 약 1만 5천 톤으로 40.7%의 큰 비중을 차지하는데, 이는 원유를 대신하여 아이스크림류 원료로 주로 사용되는 분유의 원료 사용량과 사용비중이 포함되었기 때문임

[표 3-14] 2013년 아이스크림류 원료의 사용 비중

식품원료		국산 사용량 (톤)	수입산 사용량 (톤)	계		국산 비중 (%)
				사용량 (톤)	사용비중 (%)	
우유 및 유가공품류	원유	4,705	0	4,705	12.5	100.0
	유크림	173	1,998	2,171	5.7	8.0
당류	백설탕	0	8,619	8,619	22.8	0.0
	과당	45	1,884	1,929	5.1	2.3
	물엿	77	3,129	3,206	8.5	2.4
곡류 및 곡분	소맥분(밀가루)	0	1,013	1,013	2.7	0.0
과·채류	농축 과·채즙	41	187	229	0.6	18.1
축산물	계란	446	0	446	1.2	100.0
수산물	정제염	72	5	77	0.2	93.4
기타		2,316	13,066	15,381	40.7	15.1
전체		7,875	29,901	37,776	100.0	20.8

※ 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태 조사¹¹⁾, 한국농수산물유통공사, 2013

1) 기타는 위 표에서 별도로 구분되지 않은 아이스크림 원료가 포함되어 있음

11) 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

- 2013년 기준 유가공품류 전체의 수입산 원료 사용량은 약 7.2만 톤, 국산 사용량은 약 210만 톤으로 국산 원료의 사용 비중은 96.7%로 나타남
- 유가공품류는 우유류, 발효유류, 버터류, 치즈류, 분유류, 조제유류, 아이스크림류를 모두 포함하는데 이 중 아이스크림류의 국산 원료 사용 비중은 20.8%로 전체 유가공품의 국산 사용 비중보다 낮은 수준임

【표 3-15】 유가공품류 품목별 국산 원료 사용 비중

(단위: 톤, %)

생산품목		국산 사용량	수입산 사용량	계	국산 비중
유가공품류	우유류	1,632,174	13,317	1,645,490	99.2
	발효유류	133,940	17,211	151,151	88.6
	버터류	6,813	0	6,813	100.0
	치즈류	4,026	1,200	5,227	77.0
	분유류	308,293	7,849	316,142	97.5
	조제유류	8,775	2,725	11,500	76.3
	아이스크림류	7,875	29,901	37,776	20.8
소계		2,101,896	72,203	2,174,099	96.7

※ 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태 조사, 한국농수산물유통공사, 2013

나. 빙과류 원료의 사용 비중

- 2013년 기준 빙과류의 원료별 사용량과 사용 비중을 살펴보면, 백설탕의 원료 사용 비중이 65.2%로 연간 약 1.6만 톤이 사용되며, 아이스크림류와 마찬가지로 사용 비중이 가장 높음
- 또한 기타를 제외하고 유크림이 3,834톤으로 15.5%의 사용 비중을 보였으며, 물엿이 1.0%의 사용비중으로 251톤이 사용됨



[표 3-16] 2013년 빙과류 원료의 사용 비중

식품원료		국산 사용량 (톤)	수입산 사용량 (톤)	계		국산 비중 (%)
				사용량 (톤)	사용비중 (%)	
곡류 및 곡분	소맥분(밀가루)	0	3	3	0.0	0.0
우유 및 유가공품류	원유	82	0	82	0.3	100.0
	유크림	0	3,834	3,834	15.5	0.0
당류	백설탕	0	16,091	16,091	65.2	0.0
	물엿	0	251	251	1.0	0.0
과·채류	딸기	27	0	27	0.1	100.0
	감귤	1	0	1	0.0	100.0
	농축 과채즙	0	1	1	0.0	0.0
기타		1	4,391	4,393	17.8	0.0
전체		111	24,571	24,683	100.0	0.5

※ 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태 조사, 한국농수산물유통공사, 2013

1) 기타는 위 표에서 별도로 구분되지 않은 빙과류 원료가 포함되어 있음

- 2013년 기준 과자류 전체의 수입산 원료 사용량은 약 38만 톤, 국산 사용량은 약 4.6만 톤으로, 국산 원료의 사용 비중은 10.9%로 나타남
- 빙과류의 국산 사용 비중은 0.5%로 전체 과자류의 국산 원료 사용 비중과 비교하여 매우 낮은 편임

[표 3-17] 과자류 품목별 국산 원료 사용 비중

(단위: 톤, %)

생산품목		국산 사용량	수입산 사용량	계	국산 비중
과자류	과자	41,852	263,840	305,692	13.7
	캔디	4,375	76,988	81,362	5.4
	추잉껌	0	13,778	13,778	0.0
	빙과류	111	24,571	24,683	0.5
소계		46,338	379,177	425,514	10.9

※ 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태 조사, 한국농수산물유통공사, 2013

2. 아이스크림 원료 현황

- 아이스크림류와 빙과류의 원료 사용비중을 통해 아이스크림 국내 생산에 있어 원료 사용 비중이 높은 백설탕, 우크림, 물엿, 원유를 아이스크림의 주요 원료로 보고 해당 원료의 현황을 파악함

가. 백설탕

- 백설탕은 갈색을 띠는 사탕무 또는 사탕수수의 조당이나 원당의 불순물을 가공하여 생산된 형태로 백색의 결정성 물질을 뜻함. 아이스크림에 사용되는 백설탕은 100% 수입산으로 2013년 기준 수입량은 약 14만 톤이며 수입액은 약 8,850만 달러임
- 수입량은 2006년 2,579톤에서 시작하여 등락을 반복하다가 2013년 약 14만 톤으로 55.7배 급증하였으며 수입액 또한 2006년 약 242만 달러에서 2013년 약 8,850만 달러로 36.6배 증가함. 반면 수입단가는 2006년 kg 당 0.94달러에서 2013년 kg 당 0.62달러로 하락함

[표 3-18] 백설탕 수입 실적

년도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
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

※ KATI 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 158.03.0002 자당(고체의 것/향미, 착색에 첨가된 것 이외 기타)



나. 유크림

- 아이스크림에 사용되는 유크림은 전량 수입산으로 2013년 기준 전체 유크림 사용량의 약 30%가 빙과류에, 약 17%가 아이스크림류에 이용됨¹²⁾
- 수입량은 2006년 약 2천 톤에서 2009년 약 8천 톤으로 3배 이상 급등한 이후 2011년 약 2만 톤으로 전년 대비 2배 이상 증가하였다가 2013년 약 1만 2천 톤으로 다시 감소함
- 수입액도 마찬가지로 2006년 약 3백만 달러에서 2011년 약 6천만 달러로 급등하였다가 2012년 이후 3천만 달러 선이 유지되고 있으며 수입단가는 2008년 kg 당 2달러 선을 돌파한 이래 kg 당 2.5달러 수준이 지속됨

[표 3-19] 유크림 수입 실적

년도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2006	2,159	3,155	1.46
2007	2,598	3,888	1.50
2008	1,691	3,605	2.13
2009	8,087	13,340	1.65
2010	7,584	16,913	2.23
2011	19,496	61,688	3.16
2012	13,729	35,493	2.59
2013	12,072	30,508	2.53

※ KATI 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 241.01 생우유

다. 물엿

- 물엿의 경우 95% 이상을 수입하고 있으며, 2013년 기준 수입량은 약 8만 톤이고 수입액은 약 6,751만 달러임
- 수입량은 2006년 약 5.8만 톤에서 2013년 약 8만 톤으로 약 40% 증가하였으며 수입액은 2006년 약 3,466만 달러에서 2013년 약 6,751만 달러로 약 95% 증가함

12) 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태 조사, 한국농수산물유통공사

[표 3-20] 몰렛 수입 실적

년도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2006	57,986	34,663	0.60
2007	67,230	40,628	0.60
2008	94,242	57,708	0.61
2009	77,441	47,126	0.61
2010	75,794	54,087	0.71
2011	83,363	67,718	0.81
2012	79,368	61,668	0.78
2013	81,434	67,512	0.83

※ KATI 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 158.19.000 기타 당류(유당, 단풍당, 포도당, 과당, 인조꿀, 캐러멜당, 맥아당 이외 기타)

라. 원유

- 원유의 경우 전량 국산을 사용하므로 국내 생산 실적을 살펴보면, 2006년 약 211만 kl 이후 약간의 등락을 보이고 있으며, 2013년 약 203만 kl을 생산함

[표 3-21] 원유 생산 실적

년도	생산량(kl)	농가 수(호)	호당 생산량(ℓ)	수취가격(원/ℓ)
2006	2,112,951	8,311	254,235	722.39
2007	2,124,101	7,835	271,104	728.46
2008	2,076,507	7,323	283,560	770.13
2009	2,048,284	6,888	297,370	846.55
2010	2,012,325	6,472	310,928	855.36
2011	1,834,127	6,098	300,775	894.63
2012	2,049,221	6,025	340,120	981.25
2013	2,032,110	5,873	346,009	1,022.16

※ 낙농진흥회(www.dairy.or.kr)

- 농가 수는 2006년 약 8천 호에서 2013년 약 6천 호로 감소한 반면에 호당 생산량의 경우 2013년 약 346kl로 2006년 약 254kl에 비해 36% 증가함
- 또한 수취가격은 2006년 ℓ 당 약 722원에서 2013년 ℓ 당 1,022원으로 약 1.4배 상승함



- 이어서 국내 우유 가격 동향을 추가로 살펴보면, 2014년 1월부터 10월까지의 평균 가격은 상품 소매가격 기준 1ℓ당 2,544원임
- 우유 상품 소매가격을 기준으로 2008년 평균 1ℓ당 1,916원에서 2014년 평균 1ℓ당 2,544원으로 약 33% 상승함

[표 3-22] 연도별 우유 가격 동향

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1월	1,750	2,168	2,143	2,034	2,297	2,321	2,537
2월	1,797	2,169	2,160	2,030	2,305	2,321	2,539
3월	1,799	2,167	2,144	2,036	2,318	2,320	2,543
4월	1,794	2,163	2,126	2,101	2,315	2,324	2,543
5월	1,797	2,151	2,126	2,133	2,332	2,324	2,544
6월	1,793	2,154	2,122	2,143	2,332	2,320	2,544
7월	1,847	2,162	2,138	2,153	2,330	2,327	2,548
8월	1,889	2,163	2,142	2,153	2,328	2,335	2,549
9월	2,000	2,158	2,105	2,154	2,332	2,512	2,548
10월	2,163	2,164	2,047	2,172	2,326	2,533	2,547
11월	2,170	2,157	2,038	2,292	2,321	2,537	-
12월	2,169	2,142	2,043	2,294	2,324	2,537	-
연평균	1,916	2,160	2,110	2,143	2,322	2,391	2,544

※ 농수산물유통정보(www.kamis.co.kr)

1) 월별 우유 가격은 우유 1리터 소매가격(상품)이며, 2014년 10월 30일 기준임

- 우유는 계절에 따른 생산량과 소비량의 차이로 계절적 잉여원유 발생이 불가피한 특징이 있음. 특히 여름에는 생산량이 감소하고 수요가 증가하므로 8월 이후의 가격은 전반적으로 소폭 상승하는 반면 겨울에는 생산량이 증가하고 수요가 감소하므로 1월 이후에 다시 가격은 하락함
- 이에 따라 원유 수급관리와 관련하여 장기간 생산계획과 안정적 가격 보상이 필요하게 되자 2011년 ‘원유기본가격 연동제’가 도입됨. 이 제도는 매년 8월 1일 통계청의 우유 생산비가 반영된 기준원가와 소비자 물가상승률이 반영된 변동원가를 합하여 원유의 기본가격을 조정하는 제도로, 원유 생산비에 근거하여 원유 가격의 안정성 유지를 우선적인 목표로 하는 가격 결정방법임¹³⁾

13) 우유산업의 특성과 원유가격 연동제에 대한 오해 설명, 농림축산식품부 보도자료, 2014.10



제 5 절 요약 및 시사점

1. 아이스크림 생산 현황

- 2012년 기준으로 아이스크림류와 빙과류를 합친 아이스크림은 약 44만 톤의 생산량과 1조 2,680억 원의 생산액 규모를 보임
 - 아이스크림류의 2012년 기준 생산 실적은 생산량이 약 35만 톤, 생산액은 약 1조 원이며, 빙과류의 생산량은 약 9톤, 생산액은 약 2,708억 원임
- 광업·제조업 조사보고서에 따른 아이스크림 및 기타 식용 빙과류 제조업체 수는 2006년 44개에서 감소하는 추세를 보이며 2012년 기준으로 36개임
- 주요 제조업체는 롯데제과(주), (주)빙그레, 해태제과식품(주), 롯데푸드(주) 등으로 아이스크림류와 빙과류를 모두 생산하고 있음

2. 아이스크림 수출입 현황

- 아이스크림의 수출액은 2008년 1,780만 달러에서 2012년에 약 4천만 달러로 증가하였고 2013년에는 약 3,747만 달러를 기록하며 전년 대비 약 5.5% 소폭 감소함
 - 2013년 기준 국가별 아이스크림의 수출 현황을 살펴보면, 미국, 중국, 캐나다, 베트남, 필리핀, 일본 등에 주로 수출되고 있음
- 아이스크림의 수입액은 2008년 약 1천만 달러에서 등락을 반복하다 2013년 약 2천만 달러로 약 두 배 증가함
 - 수입량은 지속적으로 증가하여 2008년 약 2천 톤에서 2013년에는 약 4,744톤으로 약 140% 증가함
 - 2013년 기준 국가별 아이스크림 수입 현황을 살펴보면, 프랑스가 가장 많고 미국, 스페인, 호주 등에서 수입량이 증가하고 있음



- 아이스크림의 무역수지를 살펴보면, 2008년에 657만 달러에서 2013년 약 1천 5백만 달러로 약 2배 이상 증가함

3. 아이스크림 원료

- 2013년 기준 아이스크림류의 원료별 사용량과 사용 비중을 먼저 살펴보면, 백설탕이 22.8%의 사용비중으로 8,619톤이 사용되었으며 원유가 4,705톤으로 12.5%의 사용비중을, 물엿이 3,206톤으로 8.5%의 사용비중을 보임.
- 빙과류의 경우, 백설탕의 원료 사용 비중이 65.2%로 가장 높고 다음으로 유크림이 15.5%의 비중에 해당하는 3,834톤을 사용하고 있음
- 아이스크림의 주 원료인 백설탕과 유크림은 수입산 사용량이 100%이고 물엿은 95% 이상 수입산을 사용하고 있는 반면에 원유는 100% 국내산을 사용함
 - 백설탕의 수입량은 2006년 2,579톤에서 2013년 약 14만 톤으로 55.7배 급증하였으며 수입액 또한 2006년 약 242만 달러에서 2013년 약 8,850만 달러로 36.6배 증가함
 - 유크림의 수입량은 2006년 약 2천 톤에서 등락을 반복하다 2011년 이후 급증하여 2013년 약 1만 2천 톤으로 5배 이상 증가하였으며 수입액은 2006년 약 3백만 달러에서 2013년 약 3천만 달러로 급증함
 - 물엿의 경우 수입량은 2006년 약 5.8만 톤에서 2013년 약 8만 톤으로 약 40% 증가하였으며 수입액은 2006년 약 3,466만 달러에서 2013년 약 6,751만 달러로 급등하며 약 95% 증가함
 - 원유의 국내 생산 실적은 2006년 약 211만 kl 이후 약간의 등락을 보이다 2013년 약 203만 kl을 생산하고 있음

제 4 장 아이스크림 유통 현황

제1절 아이스크림 유통 구조

제2절 아이스크림 소매 유통 판매 현황

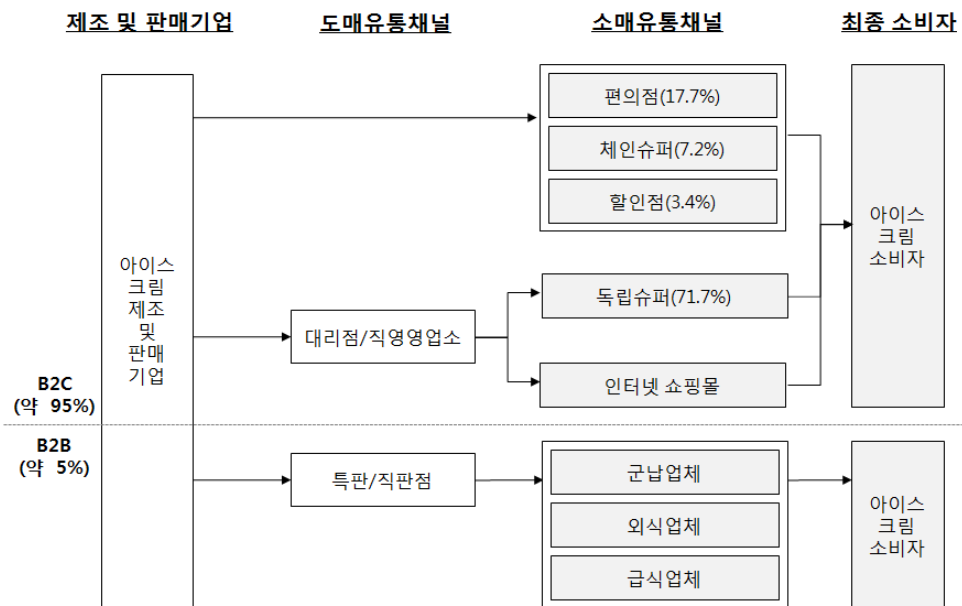
제3절 요약 및 시사점



제 1 절 아이스크림 유통 구조

- 아이스크림의 유통경로는 국내에서 생산하여 판매하는 제조 및 판매 업체에서 시작되어 도매와 소매 유통 채널을 거쳐 최종 소비자에게 판매되는 경로임
- 유통 경로는 대부분 B2C 소매 유통 채널을 통해 이루어지는데, 국내 제조 및 판매 업체의 경우 본사에서 직접 편의점, 체인슈퍼, 할인점 등의 소매 유통 채널을 통해 소비자에게 판매되는 경로와 도매 유통 채널인 영업소와 대리점을 거친 후 소매 유통 채널인 독립 슈퍼와 인터넷 쇼핑몰 등에서 소비자에게 판매되는 유통 경로가 있음
- 군납, 외식업체, 급식업체 등을 통한 B2B 판매도 약 5% 정도 이뤄지고 있음

[그림 4-1] 아이스크림 유통 구조



※ 업계 전문가 인터뷰 / KMAC 재구성

1) 소매유통채널별 유통 비중은 2014년 3/4분기까지의 닐슨 소매점 매출 조사 기준임



제 2 절 아이스크림 소매 유통 판매 현황

1. 아이스크림 소매 유통 채널별 판매액

- 2013년 소매 유통 채널 기준의 아이스크림 매출액은 1조 9,371억 원으로 나타남. 유통 채널별 매출 비중은 독립슈퍼(74.7%), 편의점(15.5%), 체인 슈퍼(6.6%), 할인점(3.3%) 순으로 나타나며, 백화점과 일반 식품점은 매출액이 미미하여 별도로 집계되지 않음
 - 독립 슈퍼와 편의점 매출 비중의 합계가 전체의 90% 이상을 차지하고 있으며, 이외 소매 유통 채널의 비중은 크지 않은 것이 특징임
 - 분기별 매출액을 살펴보면, 2013년 2분기와 3분기의 매출액이 각각 약 6,153억 원과 7,640억 원으로 1분기에 비해 각각 2배, 2.6배의 매출액을 보였는데 이는 아이스크림 판매량의 경우 계절적 변동에 직접적인 영향을 받기 때문임
 - 2013년 대비 2014년 9월 말 기준 채널별 매출 비중은 독립슈퍼의 경우 74.7%에서 71.7%로 줄어든 반면 편의점은 15.5%에서 17.7%로, 체인슈퍼는 6.6%에서 7.2%로 각각 2.2%, 0.6% 증가한 것이 특징임

[표 4-1] 소매 유통 채널별 매출액

(단위: 백만원, %)

구분	2013년				2014년			2012년 합계	2013년 합계	2014년 3/4분기 합계
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기			
독립 슈퍼	216,309 (72.5)	465,270 (75.6)	584,689 (76.5)	180,528 (69.5)	217,204 (71.4)	386,445 (71.8)	473,148 (71.8)	1,506,220 (76.4)	1,446,796 (74.7)	1,076,797 (71.7)
편의점	48,030 (16.1)	91,077 (14.8)	109,263 (14.3)	51,130 (19.7)	52,414 (17.2)	93,364 (17.3)	119,834 (18.2)	288,708 (14.6)	299,500 (15.5)	265,612 (17.7)
체인 슈퍼	20,333 (6.8)	40,119 (6.5)	48,779 (6.4)	18,149 (7.0)	22,239 (7.3)	40,452 (7.5)	45,973 (7.0)	115,823 (5.9)	127,380 (6.6)	108,664 (7.2)
할인점	13,629 (4.6)	18,804 (3.1)	21,251 (2.8)	9,777 (3.8)	12,472 (4.1)	18,101 (3.4)	19,772 (3.0)	61,501 (3.1)	63,461 (3.3)	50,345 (3.4)
합계	298,301	615,270	763,982	259,584	304,329	538,362	658,727	1,972,252	1,937,137	1,501,418

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

1) 닐슨 소매점 데이터 기준으로 백화점과 일반 식품점의 채널별 매출액은 별도로 집계되지 않음



2. 소매 유통 채널의 아이스크림 판매 가격

- 2014년 1월부터 9월까지를 기준으로 대표적인 아이스크림 브랜드인 해태제과 아이스크림 2종, 롯데제과 2종, 빙그레 3종, 롯데푸드 2종의 소매 유통 채널별 가격을 살펴보면, 아이스크림 가격은 평균적으로 편의점이 가장 높고 백화점, 할인점 및 일반식품점, 독립슈퍼, 체인슈퍼 순으로 나타남
- 편의점의 평균 아이스크림 가격인 768원은 체인슈퍼 가격에 비해 약 26% 높은 가격이고 할인점과 일반식품점에 비해서도 약 20% 정도 비싸게 판매되고 있음

[표 4-2] 2014년 소매 유통 채널별 아이스크림 판매 가격

(단위 : 원/100g)

구분	독립슈퍼	편의점	체인슈퍼	할인점	백화점	일반식품점	평균
해태제과 누가바골드80ml	603	603	635	625	805	632	687
해태제과 부라보콘150ml	669	669	684	663	879	672	728
롯데제과 더블비안코230ml	442	442	425	434	492	452	462
롯데제과 위즐바닐라660ml	715	715	833	1,156	741	742	825
빙그레 메로나92ml	522	522	515	543	613	554	582
빙그레 슈팅스타콘150ml	628	628	674	665	771	659	700
빙그레 투게더900ml	567	567	542	551	536	611	590
롯데푸드 돼지바80ml	589	589	609	624	699	629	678
롯데푸드 구구크러스터660ml	761	806	557	490	1,057	795	744
평균	611	768	608	639	732	639	666

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

- 1) 2014년 1월부터 2014년 9월까지의 월간 평균 아이스크림 100g 당 환산가격임
- 2) 낱손 소매점 데이터 기준으로 백화점과 일반 식품점의 채널별 가격은 별도로 집계되고 있음



3. 소매 유통 채널의 아이스크림 판매 점유 현황

- 2013년 기준 아이스크림 소매 시장 규모는 약 1조 9,371억 원으로 나타남
 - 롯데제과가 31.0%으로 29.2%의 점유율을 보인 빙그레 보다 다소 앞선 시장 점유율 1위이며, 이어서 해태제과가 20.4%로 3위의 점유율을 기록하였고 롯데푸드가 14.0%로 4위임
 - 이어서 하겐다즈가 1.6%, 롯데리아가 1.2%이며, 기타 중소제조업체를 포함한 비중이 2.5%임

[표 4-3] 아이스크림 소매 시장 규모

(단위: 백만원, %)

구분	2013년				2014년			2012년 합계	2013년 합계	2014년 3/4분기 합계
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기			
롯데 제과	92,874 (31.1)	191,857 (31.2)	239,977 (31.4)	76,438 (29.4)	91,098 (29.9)	192,206 (35.7)	223,799 (34.0)	595,654 (30.2)	601,146 (31.0)	507,103 (33.8)
빙그레	86,160 (28.9)	176,552 (28.7)	225,274 (29.5)	77,578 (29.9)	93,474 (30.7)	136,863 (25.4)	183,546 (27.9)	575,027 (29.2)	565,564 (29.2)	413,883 (27.6)
해태 제과	55,024 (18.4)	129,549 (21.1)	162,742 (21.3)	48,226 (18.6)	52,475 (17.2)	92,114 (17.1)	108,133 (16.4)	404,140 (20.5)	395,541 (20.4)	252,722 (16.8)
롯데 푸드	42,802 (14.3)	88,061 (14.3)	104,061 (13.6)	36,017 (13.9)	44,424 (14.6)	86,956 (16.2)	103,665 (15.7)	297,674 (15.1)	270,941 (14.0)	235,045 (15.7)
하겐 다즈	7,456 (2.5)	7,782 (1.3)	8,453 (1.1)	7,756 (3.0)	8,096 (2.7)	8,299 (1.5)	10,246 (1.6)	26,613 (1.3)	31,447 (1.6)	26,641 (1.8)
롯데 리아	- (0.0)	8,229 (1.3)	8,688 (1.1)	6,542 (2.5)	7,068 (2.3)	8,287 (1.5)	8,035 (1.2)	- (0.0)	23,459 (1.2)	23,390 (1.6)
기타	13,984 (4.7)	13,241 (2.2)	14,785 (1.9)	7,025 (2.7)	7,693 (2.5)	13,638 (2.5)	21,304 (3.2)	73,143 (3.7)	49,035 (2.5)	42,635 (2.8)
합계	298,301	615,270	763,982	259,584	304,329	538,362	658,727	1,972,252	1,937,137	1,501,418

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)



- 2013년과 2014년 3/4분기까지의 소매 유통 채널별 기업 점유율을 살펴보면, 롯데제과는 체인슈퍼(37.6%)와 독립슈퍼(33.8%)에서 가장 높은 점유율을 나타냄
- 빙그레는 독립슈퍼(31.0%)와 편의점(22.2%)에서 점유율이 높았고 해태제과 또한 독립슈퍼(20.3%)의 비중이 높음. 반면 롯데푸드(19.5%)와 하겐다즈(6.1%)는 편의점 비중이, 롯데리아(6.9%)와 기타(16.8%)는 할인점에서 높은 비중을 보임

[표 4-4] 기업별 유통 채널 점유 현황

(단위: 백만원, %)

구분	독립슈퍼	편의점	체인슈퍼	할인점
롯데제과	851,887 (33.8)	139,850 (24.7)	88,848 (37.6)	27,666 (24.3)
빙그레	781,259 (31.0)	125,404 (22.2)	50,178 (21.3)	22,605 (19.9)
해태제과	512,418 (20.3)	86,307 (15.3)	36,232 (15.3)	13,306 (11.7)
롯데푸드	342,512 (13.6)	110,120 (19.5)	36,060 (15.3)	17,294 (15.2)
하겐다즈	2,309 (0.1)	34,719 (6.1)	7,607 (3.2)	5,999 (5.3)
롯데리아	1,633 (0.1)	38,590 (6.8)	6,270 (2.7)	7,813 (6.9)
기타	31,575 (1.3)	30,123 (5.3)	10,852 (4.6)	19,121 (16.8)
합계	2,523,593	565,112	236,044	113,806

* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

1) 2013년과 2014년 3/4분기까지의 매출액 합계 기준임

2) 낱손 소매점 데이터 기준으로 백화점과 일반 식품점의 채널별 매출액은 집계되지 않음



제 3 절 요약 및 시사점

1. 유통 및 판매 구조

- 아이스크림의 유통경로는 대부분 B2C 소매 유통 채널을 통해 이루어지는데, 국내 제조 및 판매 업체의 경우 본사에서 직접 편의점, 체인슈퍼, 할인점 등의 소매 유통 채널을 통해 소비자에게 판매되는 경로와 도매 유통 채널인 영업소와 대리점을 거친 후 소매 유통 채널인 독립 슈퍼와 인터넷 쇼핑몰 등에서 소비자에게 판매되는 유통 경로가 있음
- 군납, 외식업체, 급식업체 등을 통한 B2B 판매도 약 5% 정도 이뤄지고 있음

2. 소매 유통 채널 판매

- 2013년 소매 유통 채널 기준의 아이스크림 매출액은 1조 9,371억 원으로 나타남. 유통 채널별 매출 비중은 독립슈퍼(74.7%), 편의점(15.5%), 체인 슈퍼(6.6%), 할인점(3.3%) 순으로 백화점과 일반 식품점은 집계되지 않음
- 2013년 2분기와 3분기의 매출액이 각각 약 6,153억 원과 7,640억 원으로 1분기에 비해 각각 2배, 2.6배의 매출액을 보였는데 이는 아이스크림 판매량의 경우 계절적 변동에 직접적인 영향을 받기 때문임
- 2014년 9월 말 기준 전년 대비 채널별 매출 비중은 독립슈퍼가 74.7%에서 71.7%로 줄어든 반면 편의점은 15.5%에서 17.7%로, 체인슈퍼는 6.6%에서 7.2%로 각각 2.2%, 0.6% 증가한 것이 특징임
- 아이스크림 가격은 평균적으로 편의점이 가장 높고 백화점, 할인점, 일반식품점, 독립슈퍼, 체인슈퍼 순으로 나타남
- 편의점의 평균 아이스크림 가격인 768원은 체인슈퍼 가격에 비해 약 26% 높은 가격이고 일반식품점에 비해서도 약 20% 정도 비싸게 판매되고 있음



- 2013년 매출액을 기준으로 롯데제과가 31.0%으로 29.2%의 점유율을 보인 빙그레 보다 다소 앞선 시장점유율 1위임
 - 이어서 해태제과가 20.4%, 롯데푸드가 14.0%로 뒤를 잇고 있으며, 하겐다즈가 1.6%, 롯데리아가 1.2%의 점유율을 차지하고 기타 중소제조업체를 포함한 비중이 2.5%임

- 2013년과 2014년 3/4분기까지의 소매 유통 채널별 기업 점유율을 살펴보면, 롯데제과는 체인슈퍼(37.6%)와 독립슈퍼(33.8%)에서 가장 높은 점유율을 나타냄
 - 빙그레는 독립슈퍼(31.0%)와 편의점(22.2%)에서 점유율이 높았고 해태제과 또한 독립슈퍼(20.3%)의 비중이 높음. 반면 롯데푸드(19.5%)와 하겐다즈(6.1%)은 편의점 비중이, 기타는 할인점(16.8%)에서 높은 점유율을 보임

제 5 장 아이스크림 소비 시장 현황

제1절 아이스크림 소비 시장 규모

제2절 아이스크림 브랜드 현황

제3절 아이스크림 국내 시장 동향

제4절 아이스크림 해외 시장 동향

제5절 요약 및 시사점



제 1 절 아이스크림 소비 시장 규모

- 아이스크림의 세분 소비 시장은 포장 형태에 따라 바, 홈, 콘, 펜슬, 모나카, 컵 타입으로 분류됨
 - 2013년 기준 바 타입이 6,047억 원의 매출로 아이스크림 소매시장의 31.2%를 차지하고 있으며, 다음으로 콘 타입이 3,484억 원으로 18.0%의 비중을 보임
 - 홈 타입의 경우 3,238억 원으로 콘 타입보다 1.3% 적은 16.7%의 비중이며 바, 콘, 홈 타입 아이스크림을 합한 비중이 전체 아이스크림 시장의 50% 이상을 차지함
 - 이어서 펜슬 타입(16.0%), 모나카 타입(10.6%), 컵 타입(7.5%) 순으로 집계됨
 - 바, 펜슬, 컵 타입은 2/4분기와 3/4분기의 매출이 상대적으로 많은 반면에, 홈과 모나카 타입은 1/4분기와 4/4분기의 매출이 많은 계절적 판매 특성이 있음. 한편 콘 타입은 계절에 상관없이 일정하게 판매되고 있음

[표 5-1] 아이스크림 세분시장별 소비 시장 규모

(단위 : 백만원)

구분	2013년				2014년			2012년 합계	2013년 합계	2014년 3/4분기 합계
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기			
바	81,815 (27.4)	201,977 (32.8)	251,840 (33.0)	69,030 (26.6)	82,620 (27.1)	190,124 (35.3)	219,810 (33.4)	646,550 (32.8)	604,662 (31.2)	492,554 (32.8)
콘	57,617 (19.3)	118,461 (19.3)	122,845 (16.1)	49,465 (19.1)	56,480 (18.6)	108,037 (20.1)	119,969 (18.2)	369,806 (18.8)	348,388 (18.0)	284,486 (18.9)
홈	83,307 (27.9)	92,259 (15.0)	87,577 (11.5)	60,669 (23.4)	80,068 (26.3)	83,559 (15.5)	83,619 (12.7)	306,766 (15.6)	323,812 (16.7)	247,246 (16.5)
펜슬	12,470 (4.2)	106,995 (17.4)	172,389 (22.6)	18,342 (7.1)	13,065 (4.3)	81,888 (15.2)	125,847 (19.1)	319,044 (16.2)	310,196 (16.0)	220,800 (14.7)
모나카	53,455 (17.9)	51,906 (8.4)	49,566 (6.5)	50,157 (19.3)	58,222 (19.1)	29,321 (5.4)	62,063 (9.4)	191,046 (9.7)	205,084 (10.6)	121,371 (8.1)
컵	9,636 (3.2)	43,673 (7.1)	79,765 (10.4)	11,920 (4.6)	13,874 (4.6)	45,434 (8.4)	47,418 (7.2)	139,040 (7.0)	144,994 (7.5)	134,961 (9.0)
합계	298,301	615,271	763,982	259,583	304,328	538,363	658,727	1,972,252	1,937,137	1,501,418






※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

제 2 절 아이스크림 브랜드 현황

가. 롯데제과

- 1980년대 출시된 ‘월드콘’, ‘스크류바’, ‘더블비앙코’ 등 장수브랜드의 시장 점유율이 50% 로 높음

[표 5-2] 롯데제과 주요 아이스크림 제품

주요 원재료	주요 제품	제품 이미지
바	스크류바, 빙빙바, 죠스바, 와일드바디, 옥동자, 메가톤, 잘익은 왕수박바, 누크바, 조안나바, 멜로니아, 요고얌, 가나초코아이스바, 크런키 블랙	
콘	월드콘, 녹차마을, 미니월드콘, 더블비앙코, 생쇼콜라 비앙코	
모나카	명가찰옥수수, 명가찰떡아이스, 와쿠와크, 까망베르 디저트, 와플	
컵	카페프레소, 와	
펜슬	셀레임, 주물러, 칸타타, 까미로, 아차차	
패밀리	조안나, 위즐, 셀렉션, 티코	
프리미엄	본젤라또	

※ 롯데제과 홈페이지(www.lotteconf.co.kr)



- 2010년 생산이 중단되었던 셔벗 아이스크림 ‘와’ 가 복고마케팅을 통해 2013년부터 딸기를 비롯한 다양한 맛 라인업이 보강되어 재출시됨. 이는 기존 제품 리뉴얼을 통해 소비자의 이목을 집중시키는 동시에 해당 브랜드를 기억하는 중장년층의 소비를 유도한 점이 특징임
- 2004년 출시된 ‘설레임’ 은 기존 펜슬형 제품의 패키지를 폴리에틸렌 재질의 치어팩 형태로 고급화하여 휴대와 보관을 용이하게 함
- 기존에 없던 새로운 맛이나 제품에 대한 소비자의 니즈를 반영하여 2011년 콘과 모나카 타입의 장점을 접목시킨 ‘와쿠와크’ 를, 2012년 바나나처럼 껍질을 벗겨먹는 ‘까바까바’ 등 다양한 제품을 출시하였음
- 2014년 11월 개장한 제 2 롯데월드몰에 세계 유명 초콜릿 브랜드인 길리안 (Guylian) 카페 1호 입점을 시작으로 디저트 카페 시장에 진출함

나. 빙그레

- 1970년대 후반에 출시된 스테디셀러 ‘투게더’ 를 필두로 ‘메로나’ 가 북미와 남미 지역의 대표 아이스크림으로 부상하고 있음
 - 1995년 하와이 시장에 처음 진출한 ‘메로나’ 는 이후 세계 30여개 국으로 수출이 확대되면서 딸기, 바나나, 망고 등의 다양한 맛을 추가하였으며 2014년 9월 현지법인이 설립된 브라질을 중심으로 남미 시장에서 ‘Melona fever’ 현상을 일으키고 있음
 - 2005년 출시된 프리미엄 아이스크림 브랜드 ‘글레도르’ 는 기존 베스킨라빈스, 하겐다즈와 같은 외국 프리미엄 아이스크림 브랜드에 대항하여 잠실 야구장에 ‘글레도르 존’ 을 지정한 두산 베어스와의 공동마케팅을 비롯해 홍대에 ‘글레도르 팝업스토어’ 를 오픈하는 등 적극적인 마케팅 전략을 펼쳤음
 - 2014년 국내 최초 요거트 아이스크림 ‘요맘때’ 의 출시 10주년을 맞아 기존의 바 타입에서부터 펜슬, 컵, 콘 타입 등 다양하게 라인업을 확장하고 애니메이션 ‘겨울왕국’ 캐릭터를 활용한 패키지 디자인을 적용해 관련 프로모션을 진행함

[표 5-3] 빙그레 주요 아이스크림제품

주요 원재료	주요 제품	제품 이미지
바	메로나, 비비빅, 캔디바, 요맘때, 쿠앤크, 엔초, 키위아작, 생글탱글, 까페오레, 누리바, 얼음송송딸기	
콘	메타콘, 슈팅스타콘, 프리치콘, 요맘때콘	
모나카	참쌀떡아이스, 빵또아, 참봉어싸만코	
펜슬	뽕따, 파워캡, 더위사냥	
패밀리	투게더, 액셀런트, 그라시아 쿠키엔크림	
프리미엄	플레도르	

※ 빙그레 홈페이지(www.bing.co.kr)

다. 해태제과

- 1970년 출시된 ‘부라보콘’ 을 비롯한 ‘누가바’ , ‘호두마루’ 등의 장수 아이스크림 브랜드를 보유하고 있음
 - ‘부라보콘’ 의 경우 포장을 한번에 뜯을 수 있는 하프 커팅(half-cutting) 방식을 세계 최초로 선보였으며 ‘Thanks 4U 페스티벌’ 을 비롯한 경품 이벤트와 ‘아이스크림 먹Go! 지중해 가Go!’ 같은 SNS 이벤트와 같은 다양한 채널별 프로모션을 진행하면서 소비자와 소통하고 있음
 - 2012년 여름철 과일맛 아이스크림 ‘젤루조아’ 를 시작으로 2014년 모히또 아이스크림 3종을 비롯한 청량감 있는 제품을 잇달아 출시함



- 특히 2008년 인수한 이탈리아의 프리미엄 젤라또 브랜드 ‘팔라쥬(Palazzo del Freddo)’의 해외사업권 인수를 2014년에 마무리하면서 2020년까지 국내와 해외 200여 개의 신규매장 개설을 목표로 하고 있음

[표 5-4] 해태제과 주요 아이스크림제품








주요 원재료	주요 제품	제품 이미지
바	누가바, 바밤바, 쌍쌍바, 호두마루, 메론마루, 녹차마루, 파시통통, 인절미통통, 오곡통통, 쌍쌍바 포도, 편킨통통, 모히또바, 누가바 레몬치즈, 헤이덴마크바, 차이티마루	
콘	부라보 콘(초코청크, 피스타치오, 화이트 바닐라, 포도), 누가콘, 크런치킹콘, 자유시간콘	
모나카	시모나 꿀호떡, 크런치킹샌드, 찰떡 시모나, 홈런볼슈, 바밤바 샌드, 꿀 바밤바 샌드	
컵	아이리스 파르페, 아이스가이(피치, 메론, 모히또)	
펜슬	탱크бой, 젤루조아 제주감귤, 젤루조아 청포도, 플라포 스포츠, 플라포 포도	
패밀리	베스트원(캠벨그레이프, 메이플바닐라), 팡이팡이, 피스타치오마루, 호두마루, 체리마루, 리틀텐(라바)	
프리미엄	빨라쥬(베리베리, 블루베리), 빨라쥬 델 브레도	

※ 해태제과 홈페이지(www.ht.co.kr)

라. 롯데푸드

- 1983년 국내 최초의 크런치바 ‘돼지바’ 를 시작으로 ‘빠삐콘’, ‘구구콘’ 과 같은 다양한 장수 브랜드를 보유함
- 특히 ‘빠삐코’ 는 1989년 박수동 화백의 고인돌 캐릭터를 사용한 TV 광고로 처음 제작된 이래 꾸준한 인기를 얻고 있으며 2004년 리메이크 CF를 비롯해 2014년 게임회사 넥슨의 ‘버블파이터’ 와 제휴 프로모션을 진행함

[표 5-5] 롯데푸드 주요 아이스크림제품

주요 원재료	주요 제품	제품 이미지
바	아맛나, 보석바, 돼지바, 보석바 사과맛, 와삭바, 초코퍼지, 비엔또, 알껌바, 알초코바, 크런치팝, 테트리스바	
콘	구구콘스타(초코, 바닐라), 구구콘 젤라또, 빵빠레(바닐라, 초코), 더블콘, 그릭요거트 콘	
모나카	찰떡 국화빵, 앙꼬르 국화빵, 쿠키오, 쿠키오 치즈샌드, 아이스크림 풍뎉, 백제신라고구마	
컵	우유빙수 설, 팔빙수팔, 쿨샷	
펜슬	빠삐코(오리지널, 밀크쉐이크, 소다향), 쭈쭈바(망고, 키위), 거북알	
패밀리	구구 크러스터스타(초코, 바닐라, 젤라또), 구구스타, 그릭요거트 홈	
프리미엄	LaBest 파인트, 컵, 콘, 샌드 (밀크, 스트로베리, 그린티, 체리, 호두파이, 에스프레소 등)	

※ 롯데푸드 홈페이지(www.lottefoods.co.kr)



- 바 타입 시장에서 1, 2위를 차지하는 돼지바는 단일 품목으로 연 55억 원의 매출을 기록하였으며 2013년에는 출시 30주년 기념으로 ‘친구야 답지? 출출하지? 돼지바면 되지!’ 이벤트로 다양한 경품을 증정함
- 2014년 보다 건강한 식생활을 즐기려는 소비자가 늘어나면서 프리미엄 디저트, 특히 그릭 요거트(Greek yogurt) 관련 제품인 ‘그릭요거트 아이스크림’ 을 출시함

제 3 절 아이스크림 국내 시장 동향

가. 프리미엄 아이스크림 출시 확대

- 소비 시장의 침체에도 불구하고 건강에 대한 소비자들의 지속적인 관심과 웰빙 트렌드, 식품 안전에 대한 경각심이 높아지면서 프리미엄 식품은 인기를 끌고 있음
- 국내 제조사의 대표적인 프리미엄 브랜드로는 롯데제과의 ‘본 젤라또’, 빙그레의 ‘끌레도르’, 해태제과의 ‘빨라쵸 델 프레도’, 롯데푸드의 ‘LaBest’가 있음. 특히 롯데리아의 프리미엄 아이스크림 사업군인 나뚜루팝에서는 크레페 형태의 아이스크림인 ‘파르팝 3종’ 을 출시하는 등 다양한 상품을 개발하고 있음
- 유통업계에서도 PB 상품으로 프리미엄 아이스크림 시장에 진출하고 있는데, 홈플러스는 열대 과일과 영국 스타일의 퍼지 아이스크림 종류를 보유한 Tesco 사의 브랜드인 ‘파이니스트’ 를 자사의 PB 상품으로 출시함

[표 5-6] 프리미엄 아이스크림

	
<p>대형 제조사 프리미엄 아이스크림 (빙그레 끌레도르, 롯데제과 본 젤라또, 해태제과 빨라쵸 델 프레도)</p>	<p>유통업계 프리미엄 아이스크림 (홈플러스 파이니스트)</p>

나. 프로즌 요거트(Frozen Yogurt) 아이스크림 제품 증가

- 보다 건강한 디저트를 찾는 소비자들이 늘어나면서 프로즌 요거트에 대한 관심이 증가하였음. 이에 투썸플레이스, 스타벅스, 탐앤탐스 등 기존 프랜차이즈 카페에서 프로즌 요거트 메뉴가 추가되었으며 망고식스는 셀프 프로즌 요거트 바를 운영한 것이 특징임. 뿐만 아니라 프로즌 요거트 전문점 ‘스노우 스푼’, ‘요거프레소’ 등 관련 프랜차이즈와 전통 그릭 요거트 전문점이 늘어나고 있음



- 또한 빙그레의 ‘요맘때’ 를 시작으로, 롯데푸드의 ‘그릭요거트 아이스크림’ , 한국야쿠르트의 ‘얼려먹는 세븐’ 등 아이스크림 업계에서도 프로즌 요거트 제품을 활발하기 출시하고 있으며 GS25의 ‘디요거트’ 등 편의점 PB 상품도 인기를 끌고 있음

[표 5-7] 프로즌 요거트



다. 디저트 카페의 아이스크림 메뉴 확대

- 불황일수록 소비자들 사이에서 나를 위한 작은 사치, 즉 립스틱 효과가 극대화 되는 경향을 반영하여 천연 재료와 유기농 제품을 내세운 고가 아이스크림과 빙수, 그 외의 디저트류를 판매하는 카페가 늘어나게 됨
- 신세계백화점 본점 지하 1층의 디저트 섹션인 ‘파티쉐리 존(Patisserie zone)’ 을 비롯하여 유행에 민감한 가로수길과 홍대를 주축으로 디저트 매장이 빠르게 증가하고 있음
- 특히 인절미, 흑임자 같은 건강 재료를 사용한 코리안 디저트 전문점 ‘설빙’ 을 시작으로 ‘옥루몽’ , ‘파시아’ , ‘빙빙빙’ 과 같은 빙수 전문점이 전국적으로 체인점을 확장함
- 또한 기존의 소프트 아이스크림에 변화를 준 소프트 아이스크림 체인점이 등장 하였는데, 국내산 천연 벌집꿀을 올린 허니칩스 메뉴로 알려진 ‘소프트리’ 가 대표적임. 뿐만 아니라 우유와 과일을 고객이 보는 앞에서 급속냉각 시켜 아이스크림으로 만드는 ‘브알라’ 를 비롯하여 체철 과일을 갈아 만든 수제 아이스바 ‘브릭팝’ 은 신세계 강남점을 시작으로 서울, 부산, 대구로 매장을 확대함

[표 5-8] 디저트 카페 아이스크림 메뉴

	
<p>코리안 디저트 빙수 카페(설빙, 파시아)</p>	<p>아이스크림 체인점 (브알라, 소프트리, 브릭팝)</p>

라. 이색 아이스크림 등장

- 아이스크림 전문점이 늘어나면서 개인의 아이디어나 외국에서 판매하는 아이스크림을 접목시킨 새롭고 다양한 아이스크림이 등장하게 됨
- 질소의 급속냉각 원리를 이용한 ‘질소 아이스크림’, 팝콘과 흡사한 케틀콘(kettlecorn)을 아이스크림과 함께 제공하는 ‘케틀콘 아이스크림’, 천둥을 형상화한 아이스크림으로 특이한 모양과 맛을 함께 체험할 수 있는 ‘선더밤’, 마카롱 사이에 수제 아이스크림을 넣어 샌드위치 형태로 즐길 수 있는 ‘아이스크림 샌드위치’ 등이 있음
- 특히 방송을 통해 모델 미란다 커, 축구 스타 네이마르, 베컴 등 해외 스타가 즐겨 먹는 메뉴로 소개되면서 유명해진 아사이베리 아이스크림을 판매하는 ‘보뚜 아사이’ 는 얼린 아사이베리 열매를 갈아 각종 열대 과일 토핑을 곁들인 브라질 건강음식 ‘아사이볼’ 메뉴를 선보임

[표 5-9] 이색 아이스크림


<p>이색 아이스크림 (케틀콘 아이스크림, 질소 아이스크림, 천둥 아이스크림, 아이스크림 샌드위치, 아사이볼)</p>



마. 해외 브랜드 유입

- 국내에서도 해외 디저트를 소비하고자 하는 니즈에 부응하여 글로벌 브랜드와의 제휴를 이끌어낸 세계 디저트 카페 ‘투더디프런트(To the different)’에서는 미국의 ‘Cheesecake Factory’의 치즈케이크를 비롯한 프랑스의 레몬 타르트, 이탈리아의 티라미수, 일본의 도지마 롤과 같은 전 세계 디저트를 한 곳에서 맛볼 수 있는 것이 특징임
- 해외브랜드가 직접 국내에 입점하는 경우 또한 증가하고 있는데, 벨기에 수제 초콜릿 브랜드인 ‘고디바(Godiva)’의 국내 진출을 비롯하여 이탈리아의 저지방 요거트 브랜드 ‘요고리노(Yogorino)’는 2014년 10월 한국 진출 계약을 마침. 뿐만 아니라 대만의 디저트 카페 ‘미트프레쉬(Meet Fresh)’는 호주, 미국, 인도네시아, 싱가포르에 이어 우리나라에 진출함
- 반면 우리나라 토종 프로즌 요거트 브랜드인 ‘레드망고’가 국내에서의 성공에 이어 2007년 미국 점포를 시작으로 해외로 진출한 사례 또한 있음

[표 5-10] 해외 브랜드 유입

	
<p>세계 디저트 카페 투더디프런트(To the different)</p>	<p>국내 입점한 해외 브랜드 (대만 meet fresh, 벨기에 godiva)</p>



제 4 절 아이스크림 해외 시장 동향¹⁴⁾

1. 해외 아이스크림의 분류

- 영국의 시장조사 기관인 Euromonitor는 아이스크림을 분류함에 있어서 Frozen Yogurt(냉동 요거트 아이스크림), Impulse Ice Cream(개별 구매 아이스크림), Retail Artisanal Ice Cream(매장 판매 아이스크림), Take-Home Ice cream(집에서 소비하는 아이스크림)의 세부 품목으로 나뉜
 - 개별 구매 아이스크림은 유지방의 포함 유무에 따라 Dairy(아이스크림류)와 Water(빙과류)로 세분화 되어 있음
 - 집에서 소비하는 아이스크림 또한 유지방의 포함 유무에 따라 Dairy와 Water로 분류되며, Bulk Ice Cream(대용량 아이스크림), Ice Cream Desserts(아이스크림 디저트), Multi-Pack Ice Cream(소용량 패키지 묶음 아이스크림)으로 세분화 되어 있음

[그림 5-1] Ice Cream의 분류



※ Ice Cream category, Euromonitor International Analytics

14) Consumer and Innovation Trends in Desserts and Ice Cream, Datamonitor International, 2013



2. 아이스크림 글로벌 트렌드

가. 신선하고 독특한 제품 선호

- 2011년의 소비자조사에 따르면 전 세계 74%의 소비자들이 신선(fresh)라벨의 제품을 선호하는 것으로 나타났으며 이를 반영하여 냉장, 냉동보관이 가능한 디저트 제품류, 즉 아이스크림류의 출시가 증가함
- 인공 감미료를 뺀 ‘Natural 100%, All natural(천연재료 100%, 100% 내추럴)’ 문구 사용으로 천연 재료 사용을 강조하여 소비자에게는 보다 자연과 가까운 맛을 느낄 수 있는 건강한 브랜드라는 이미지를 가지게 함
- 또한 디저트류의 특성 상 시장의 일반 식품 트렌드의 영향을 받는데, 시장 소비자의 74%가 이제껏 경험해보지 못한 특이한 맛의 제품을 시도해보고 싶다는 응답을 보임. 이에 영국의 Heston 브랜드는 머스터드 맛 아이스크림을, 일본에서는 토마토, 콩, 당근, 아스파라거스 맛을 혼합한 샐러드 소르베를 출시함
- 정식 식사와는 달리 부담 없이 즐길 수 있는 디저트는 다양한 종류와 타입으로 발전해오면서 소비자들의 욕구를 충족시켜 주고 있음. 최근에는 과일 맛이 나는 스시 소르베, 실제 햄버거 번과 비슷한 질감을 가진 아이스 버거와 같은 아이스크림류가 등장함
- 2012년 글로벌 아이스크림 체인브랜드 ‘베스킨라빈스’의 아이스크림 케이크 판매량이 천만 개 이상을 기록하면서 아이스크림 케이크는 아이스크림 제품군을 넓히는 동시에 시장에서의 확실한 입지를 굳힘. 이탈리아의 경우 프렌차이즈 뿐만 아니라 일반 슈퍼마켓에서도 구매가 가능한 Coop Panna e Cioccolato 아이스크림 케이크로 고객과의 접점을 확대한 사례가 있음

[표 5-11] 신선하고 독특한 제품

		
All natural 제품	특이한 맛의 프리미엄 제품	아이스 버거, 스시 소르베

나. 무첨가·개별 포장 제품 각광

- 소비자들의 40% 이상이 건강 관련 식품의 ‘저지방, 저칼로리’ 진위 여부에 대해 혼란스러운 반응을 보이는 것으로 나타났는데, 이에 따라 ‘식품첨가물 무첨가, 합성착향료 무첨가, 배지테리안, 유기농’ 과 같은 보다 투명하고 정확한 기재가 요구되고 있음
- 특히 좋은 요소를 더하고, 나쁜 요소를 뺀 Redwood Wholefood의 ‘Wot No dairy’는 ‘No dairy(원유 및 유가공품 무첨가)’ 요거트 아이스크림으로 콩에 비해 알레르기 반응을 덜 일으키는 완두콩 추출 단백질이 함유된 것이 특징임
- 소비자들이 건강유지와 소비 식품 칼로리에 민감해지면서, 영국의 Nestle사는 아이스크림을 비롯한 초콜릿바, 초콜렛 과자를 소량 개별 포장한 Nestle Mini를 출시하여 맛은 그대로 유지하면서 소비자 개인의 취향에 맞춰 1회 섭취량을 조절할 수 있도록 함

[표 5-12] 무첨가·개별 포장 제품

	
<p>Free-from(무첨가)제품</p>	<p>개별 포장 제품</p>

다. 흥미를 끄는 고객 지향적 제품의 등장

- 시장에 Me-too(미투)제품¹⁵⁾이 넘쳐나면서 소비자의 40%는 획일화된 제품보다 소비자 개인이 변화를 주도하는(customized) 제품을 선호한다는 응답을 보임
 - 2013년 영국의 슈퍼체인 Tesco는 Mr. Nicecream 브랜드로 소비자가 직접 원하는 아이스크림과 토핑, 콘, 시럽을 개별 구매할 수 있도록 하여 판매량과 고객 만족도를 동시에 증가시킨 사례가 있음

15) 미투상품(Me-too): 1위 브랜드 또는 인기 브랜드와 유사한 상품



- 아이스크림을 비롯한 디저트류의 주 소비층은 어린이로, 영국의 소비자 조사에서 어린 자녀를 둔 부모의 77%가 자녀가 좋아하고 맛있게 느끼는지가 가장 중요하다고 응답하였으며 뒤이어 건강이 76%의 비중을 보임
- 어린이 소비자의 주목을 끌기 위한 전략으로 Unilever사는 러시아 시장에서 아이스크림 스틱을 모으는 러시아 아이들의 특성에 주목하여 스틱을 이어 붙여 장난감으로 만들 수 있는 Spiderman 아이스크림을 런칭함. 또한 Nestle사는 멕시코 시장에서 바나나 향이 나는 껍질을 벗겨 먹을 수 있는 형태의 아이스크림으로 아이들의 흥미를 끈 사례가 있음

[표 5-13] 흥미를 끄는 고객 지향적 제품

	
고객 지향적인 제품	어린이들의 관심을 끄는 재치 있는 제품

라. 안전하고 편안한 느낌의 제품 선호

- 소비자의 20% 이상이 식품을 구매할 때 '홈메이드(Homemade)', '현지 생산(Produced locally)' 혹은 '진짜(Real)'라고 표기된 제품에 큰 영향을 받는 것으로 나타남
- 이는 현지에서 생산된 재료를 사용한 제품에 대한 소비자들의 신뢰에 기반하여 보다 신선하고 건강에 좋을 것이라는 인식 때문임. 풀무원의 친환경식품 브랜드 올가홀푸드의 '유기농 아이스크림'은 유기 인증을 받은 농장에서 생산한 100% 국산 우유를 비롯한 유기농 원료 함량이 99% 이상인 것이 특징임

[그림 5-2] 풀무원 올가홀푸드 유기농 아이스크림



- 영국의 한 식품 회사가 실시한 시장 조사에 따르면 80%의 소비자들이 사과 크럼블(Apple crumble)이나 핫 초콜렛 푸딩과 같이 어린 시절 디저트의 맛을 잊지 못하고 어른이 된 지금에도 비슷한 디저트류를 소비한다고 응답함. 그리스의 P&P사는 ‘Nostalgia(향수)’ 브랜드를 출시하여 브랜드명 그대로 소비자들의 향수를 불러일으킨 사례가 있음

마. 환경 친화적 제품 소비의 확대

- 미국 소비자들의 1/3 이상은 시장에 유통되는 대부분의 제품들이 과잉 포장 되었다는 의견을 보이며 재활용이 가능한 제품을 구매하려는 경향을 보임. 미국의 아이스크림 체인 브랜드 Cool Haus는 감자전분으로 만든 ‘먹을 수 있는’ 포장을 개발하여 자사의 아이스크림 샌드위치를 교차 홍보하였음
- 특히 공정무역(Fair trade)이 기업의 윤리 의식을 보여주는 중요한 척도로 소비자들에게 인식되면서, 전 세계 38%의 소비자들이 공정 무역 제품은 고가를 지불하고 구매할 용의를 보임
- 공정 무역과 더불어 사회, 자연 친화적 기업 이미지 구축을 위해 스코트랜드의 Mackie사는 풍력발전을 이용해 재생에너지를 생산하고 이산화탄소 발생이 적은 생산라인을 구축하여 지속 가능한 발전을 보여준 사례가 있음. 뿐만 아니라 유기농 제품은 보다 건강한 소비를 하려는 소비자들에게서 꾸준히 긍정적인 반응을 얻고 있음

[표 5-14] 환경 친화적 제품

	
<p>재활용이 가능한 포장 제품</p>	<p>유기농제품, 탄소 중립 생산 제품</p>



바. 온라인, 모바일 마케팅 활성화

- 인터넷과 모바일 시대가 도래하면서 소비자들이 제품을 선택하는 데 있어서 인터넷과 모바일을 통해 정보를 찾고 공유하는 사례가 증가함. 이에 온라인 플랫폼과 관련 기술을 응용한 다양한 온라인 마케팅전략이 등장하고 있음
- 미국의 아이스크림 브랜드 Ben&Jerry's는 자사 페이스북과 트위터 팔로워를 대상으로 매주 제품과의 인증샷 이벤트, 신제품 출시 프로모션 관련 내용 등을 실시간으로 업로드함. 이는 특히 컴퓨터와 모바일 사용에 친숙한 30대 이하의 젊은 소비자들에게 긍정적인 반응을 얻어 소비자의 제품 충성도를 구축하는 데 기여함
- 또한 미국 뉴욕의 'Spot Dessert Bar'는 자사의 페이스북 팔로워를 브랜드 홍보대사로 임명하여 소비자 참여를 중심으로 질의응답, 페이스북 콘테스트 등을 진행하면서 영업이익이 20% 상승하였음. 이는 소규모 업체일수록 SNS를 통한 온라인 마케팅 효과가 커질 수 있다는 성공사례임

[그림 5-3]
Ben&Jerry's 페이스북
인증샷 이벤트



사. 디저트 문화 확대

- 인구 고령화로 인하여 딸기, 블루베리, 레몬으로 만든 큐브 형태의 '비타컵'을 비롯한 비타민 C나 콜라겐을 함유하여 쉽게 안티 에이징(Anti-aging) 효과를 얻을 수 있는 제품을 선호하는 경향이 늘어남
- 또한 계란이 첨가되지 않은 인도 스타일의 'Kulfi (쿨피)' 아이스크림은 북미권에서 큰 인기를 얻는 등 다른 문화에 대한 호기심과 관심이 제품에 반영되어 출시됨

[그림 5-4] Kaurina's
인도 스타일 Kulfi
아이스크림



- 스지(Forbes)는 뉴욕의 Per Se 레스토랑을 비롯한 각종 디저트 카페(Dessert-tasting menu)를 소개하며 식사 코스와 유사한 디저트 코스를 떠오르는 트렌드로 제시함. 이는 디저트 개발 과정에서 보다 혁신적이고 창의적인 플레이팅과 디저트 메뉴 개발이 긍정적으로 평가됨을 시사함

3. 주요 국가별 아이스크림 동향

가. 프랑스¹⁶⁾

- 영국의 시장 조사 기관 Euromonitor의 2013년 보고서에 따르면, 프랑스 아이스크림 시장은 약 17억 유로의 판매액을 기록하며 전년 대비 2% 증가하였음
 - 특히 유제품이 함유된 가정 소비 소용량 패키지 포장 묶음 판매액이 약 5억 유로로 28.2%의 점유율을 차지함. 이는 프랑스 시장에서 큰 인지도와 판매량을 보이는 글로벌 브랜드 Haagen-Dazs의 다양한 제품군 때문임
 - 바닐라, 초콜렛, 딸기 맛 아이스크림이 지속적으로 인기를 끄는 것으로 나타났는데 이는 유럽 경제위기를 거치면서 소비자들이 초콜렛과 같은 달콤한 중독에 의존하는 경향을 보인 데 기인하며 티라미수(Tiramisu)나 크렘 브뤼레(Creme brulee)를 비롯한 다양한 아이스크림 출시가 이어지고 있음. 또한 Tarte aux pommes(사과 타르트), Fondant au chocolat(퐁당 오 쇼콜라)와 같은 프렌치 디저트를 응용한 아이스크림이 개발되고 있음
 - 개별 구매 아이스크림의 경우 스틱과 콘 형태의 아이스크림이 압도적인 판매량을 유지하고 있음. 최근 컵 형태의 아이스크림이 인기를 얻으면서 Magnum브랜드의 스틱 아이스크림이 컵 형태로 추가 출시된 사례가 있으며 어린이를 위한 비스킷 아이스크림이 있음
- 주요 유통 경로는 하이퍼마켓(hypermarket)과 슈퍼마켓을 비롯한 소매유통 채널을 중심으로 이루어짐. 개별 구매 아이스크림의 경우 아이스크림 제조기나 보관 냉동시설을 갖춘 개인 베이커리, 카페, 스낵 바를 비롯한 거리 노점과 가관점에서 판매가 이루어짐

16) Ice Cream in France, Euromonitor International, 2014.1



[표 5-15] 아이스크림 유형별 매출

(단위: EUR million, %)

구분		2008	2009	2010	2011	2012	2013	
냉동 요거트 아이스크림		7.3 (0.5)	7.4 (0.5)	2.0 (0.1)	0.2 (0.0)	0.0 (0.0)	0.6 (0.0)	
개별구매	아이스크림류	206.2 (13.9)	229.2 (14.6)	240.4 (15.1)	265.3 (15.8)	306.0 (17.9)	345.1 (19.8)	
	빙과류	13.9 (0.9)	14.9 (0.9)	15.2 (1.0)	16.0 (1.0)	16.7 (1.0)	17.3 (1.0)	
매장 판매		196.4 (13.2)	194.1 (12.4)	193.8 (12.2)	202.3 (12.0)	203.7 (11.9)	203.4 (11.7)	
홈타입	아이스크림류	대용량	392.0 (26.4)	409.8 (26.1)	388.9 (24.4)	402.3 (24.0)	392.6 (23.0)	388.6 (22.3)
		소용량 패키지	401.3 (27.0)	443.2 (28.2)	475.1 (29.9)	507.1 (30.2)	499.8 (29.2)	490.9 (28.2)
		디저트	145.6 (9.8)	142.9 (9.1)	143.2 (9.0)	142.5 (8.5)	143.5 (8.4)	143.8 (8.3)
	빙과류	대용량	88.7 (6.0)	93.1 (5.9)	95.5 (6.0)	104.6 (6.2)	109.2 (6.4)	112.7 (6.5)
		소용량 패키지	34.2 (2.3)	36.7 (2.3)	37.5 (2.4)	39.0 (2.3)	38.5 (2.3)	38.0 (2.2)
	Total		1,485.5	1,571.2	1,591.5	1,679.4	1,710.1	1,740.4

- 유통업계 자체브랜드의 경우 가격 경쟁력과 다양한 제품라인을 보유한 데 반해 성장은 둔화되는 움직임을 보이는데 이는 높은 브랜드 인지도를 가진 글로벌 브랜드에 시장을 선점당하고 소비자들이 선호하는 컵 형태의 아이스크림 개발이 상대적으로 부족했기 때문임

[표 5-16] 주요 브랜드 현황

Magnum(14.5%), Haagen-Dazs(10.5%), Carte d'Or(9.1%), Extrême(8.0%), La Laitiere(5.9%), Viennetta(3.0%)

나. 미국¹⁷⁾

- 2013년 기준 미국의 아이스크림 시장 규모는 전년대비 7% 상승한 137억 달러임
- 그 중 유제품이 함유된 가정 소비 패밀리 사이즈 아이스크림 판매액이 약 58억 달러로 시장점유율 42%를 차지함. 특히 프로즌 요거트의 경우 판매액은 2008년 약 2억 5천만 달러에서 2013년 약 4억 달러로 연평균성장률 9%를 기록하며 큰 성장폭을 보인 것이 특징임

[표 5-17] 아이스크림 유형별 매출

(단위: USD million, %)

구분		2008	2009	2010	2011	2012	2013	
냉동 요거트 아이스크림		252.9 (2.0)	267.5 (2.1)	271.3 (2.1)	291.1 (2.2)	362.7 (2.6)	428.8 (3.1)	
개별구매	아이스크림류	1,786.0 (14.0)	1,818.6 (14.1)	1,891.2 (14.6)	1,963.1 (14.7)	2,041.6 (14.8)	2,006.9 (14.6)	
	빙과류	559.0 (4.4)	553.4 (4.3)	577.3 (4.5)	595.2 (4.4)	611.9 (4.4)	598.4 (4.4)	
매장 판매		278.7 (2.2)	280.3 (2.2)	301.7 (2.3)	337.6 (2.5)	365.6 (2.6)	384.4 (2.8)	
홈타입	아이스크림류	대용량	5,645.4 (44.3)	5,667.8 (43.9)	5,415.0 (41.9)	5,626.2 (42.0)	5,761.2 (41.7)	5,785.5 (42.2)
		소용량 패키지	2,952.3 (23.2)	3,046.0 (23.6)	3,154.4 (24.4)	3,255.4 (24.3)	3,340.9 (24.2)	3,237.8 (23.6)
		디저트	269.8 (2.1)	278.6 (2.2)	290.8 (2.3)	287.9 (2.1)	264.3 (1.9)	247.7 (1.8)
	빙과류	대용량	104.7 (0.8)	107.0 (0.8)	103.1 (0.8)	105.8 (0.8)	105.2 (0.8)	108.3 (0.8)
		소용량 패키지	883.5 (6.9)	889.3 (6.9)	908.3 (7.0)	932.8 (7.0)	950.6 (6.9)	925.8 (6.7)
	Total		12,732.2	12,908.3	12,913.1	13,395.1	13,804.0	13,723.7

- 이는 미국인들이 독특한 식감을 가진 고단백질 식품인 그리스 식 요거트를 선호하게 되면서 아이스크림 업체들이 프로즌 요거트 시장에 진출하였기 때문임. 2012년 Ben&Jerry's를 시작으로 대표적인 요거트 생산 기업인 Yoplait 또한 프로즌 요거트 바를 출시한 사례가 있음

17) Ice Cream In US, Euromonitor International, 2013.12



- 바닐라와 초콜렛 아이스크림이 여전히 미국인들에게 많은 인기를 얻고 있으며 망고를 비롯한 열대 과일이나 레드 벨벳 케이크 맛의 수요 또한 증가하고 있음. 뿐만 아니라 크리스마스 한정 판매 상품으로 에그노크(Eggnog)이나 페퍼민트 아이스크림을 판매함
- 개별 구매 아이스크림 중에서는 초콜렛 코팅과 같이 응용이 가능한 스틱 형태가 판매량의 89%를 차지하고 있으며 최근에는 컵 형태의 아이스크림을 다량 출시하여 소비자가 섭취량을 조절할 수 있도록 함
- 주요 유통 경로는 슈퍼마켓과 같은 소매유통채널을 포함하여 노점상, 자판기와 같이 냉동 보관이 용이하고 충동구매를 유도할 수 있는 모든 곳에서 이루어짐
- 아이스크림의 제조사는 주로 초콜렛과 과자를 생산하는 업체로 대표적으로 Hershey사와 Mars사이며 초콜렛 칩, 쿠키 도우, 브라우니 등 과자의 부재료를 아이스크림에 응용하여 제품을 출시함

[표 5-18] 주요 브랜드 현황



다. 중국¹⁸⁾

- 2013년 기준 중국의 아이스크림 시장 규모는 전년 대비 4% 상승한 335억 위안임
 - 이는 전년에 비해 여름 평균 기온이 상승하였을 뿐만 아니라 중국에 진출한 글로벌 브랜드들이 공격적인 제품 확장으로 판매량을 늘렸기 때문임
 - 특히 Nestle사는 자사 브랜드 Mr.banana의 제품군을 확대하면서 맛을 다양화 시켰으며 Wall's사는 기존의 제품군에 초콜릿 트러플, 마차(Matcha), 팔을 이용한 신제품을 출시함

18) Ice Cream in China, Euromonitor International, 2014.1

- 유제품이 함유된 개별 구매 아이스크림의 판매액은 약 192억 69백만 위안으로 57%의 판매비중을 차지함. 이는 구매 즉시 소비하려는 소비목적이 반영되었을 뿐 아니라 유제품을 선호하는 중국인들의 특성을 알 수 있음
- 또한 주로 초콜릿, 바닐라, 딸기맛의 아이스크림을 구매하는 한편 완두콩이나 팔과 같이 보다 건강한 맛을 선택하는 경향을 보임. 뿐만 아니라 우유를 베이스로 커피, 크랜베리를 비롯한 다양한 혼합유제품 아이스크림이 출시됨

[표 5-19] 아이스크림 유형별 매출

(단위: RMB million, %)

구분		2008	2009	2010-	2011	2012	2013	
냉동 요거트 아이스크림		-	-	-	-	-	-	
개별구매	아이스크림류	15,222.8 (56.3)	15,008.1 (56.4)	16,061.0 (56.6)	17,767.8 (56.9)	18,352.1 (57.1)	19,269.0 (57.5)	
	빙과류	7,864.9 (29.1)	7,693.8 (28.9)	8,140.3 (28.7)	8,901.6 (28.5)	9,155.7 (28.5)	9,463.2 (28.2)	
매장 판매		-	-	-	-	-	-	
홈타입	아이스크림류	대용량	1,650.5 (6.1)	1,638.5 (6.2)	1,746.7 (6.2)	1,888.0 (6.0)	1,925.8 (6.0)	1,977.9 (5.9)
		소용량 패키지	2,300.6 (8.5)	2,286.0 (8.6)	2,453.4 (8.6)	2,651.9 (8.5)	2,710.0 (8.4)	2,791.2 (8.3)
		디저트	-	-	-	-	-	-
	빙과류	대용량	-	-	-	-	-	-
		소용량 패키지	-	-	-	-	-	-
	Total		27,038.7	26,626.4	28,401.4	31,209.3	32,143.6	33,501.3

- 아이스크림 주 소비층인 어린이 고객을 위한 캐릭터 마케팅의 일환으로 Inner Mongolia Yili 사는 어린이 층의 폭발적인 지지를 받는 Happy sheep and Grey wolf 만화를 제품 포장에 활용하여 소비를 유도한 사례가 있음
- 2013년 기준 50 이상의 아이스크림 판매는 소규모의 일반식품점이나 독립슈퍼에서 이루어졌으며 이는 주로 충동적으로 아이스크림 구매를 하는 특성 때문임. 한편 집에서 소비하는 아이스크림의 경우 89%가 슈퍼마켓이나 대형 판매점에서 이루어짐



[표 5-20] 주요 브랜드 현황



Inner Mongolia Yili(18.7%), Mengniu(13.3%), Wall's China(10.2%), Nestle China(2.3%)

라. 일본¹⁹⁾

- 2013년 기준 일본의 아이스크림 판매액은 전년 대비 약 6% 상승한 5,706억 엔임
 - 특히 개별 구매하는 유제품 아이스크림의 판매액이 3,048억 엔으로 전체 시장의 53%를 차지함

[표 5-21] 아이스크림 유형별 매출

(단위: JPY billion, %)

구분		2008	2009	2010	2011	2012	2013	
냉동 요거트 아이스크림		0.4 (0.1)	0.4 (0.1)	0.4 (0.1)	0.4 (0.1)	0.4 (0.1)	0.4 (0.1)	
개별구매	아이스크림류	281.3 (52.2)	276.3 (52.2)	285.4 (52.0)	281.9 (51.5)	294.0 (52.6)	304.8 (53.4)	
	빙과류	58.6 (10.9)	57.5 (10.9)	62.6 (11.4)	66.6 (12.2)	67.6 (12.1)	69.9 (12.3)	
매장 판매		-	-	-	-	-	-	
홈타입	아이스크림류	대용량	7.5 (1.4)	7.4 (1.4)	7.4 (1.3)	7.5 (1.4)	8.1 (1.5)	8.4 (1.5)
		소용량 패키지	142.7 (26.5)	140.6 (26.6)	144.6 (26.3)	141.3 (25.8)	141.4 (25.3)	141.3 (24.8)
		디저트	14.1 (2.6)	14.0 (2.6)	14.2 (2.6)	14.6 (2.7)	14.5 (2.6)	14.3 (2.5)
	빙과류	대용량	-	-	-	-	-	-
		소용량 패키지	33.8 (6.3)	33.2 (6.3)	34.6 (6.3)	35.2 (6.4)	32.5 (5.8)	31.6 (5.5)
		Total	538.4	529.3	549.3	547.6	558.6	570.6

19) Ice Cream in Japan, Euromonitor International, 2014.2

- 2011년 일본의 아이스크림 협회는 ‘Ice Biz’ 캠페인을 진행하였는데 이는 정부 차원에서 지진으로 인한 에너지 부족을 타개하기 위해 여름철에 아이스크림 소비를 늘려 에어컨 사용을 절감하자는 취지임. 2013년 여름 온도가 급상승하자 아이스크림 판매량이 증가하였으며 이에 따라 프리미엄 아이스크림 제품이 다양해지게 됨
- 특히 진한 우유 맛 아이스크림에 대한 일본 소비자들의 선호도가 높아지고 있음. 이에 전통적인 강자였던 녹차 맛 아이스크림은 하락하는 추세로 바뀌고 우유 맛이 녹차 맛을 대체할 것으로 보임. 또한 Haagan-Dazs의 망고 오렌지 컵 아이스크림과 Lotte의 포도맛 아이스크림을 비롯해 딸기 이외 다양한 과일맛 아이스크림이 출시되며 새로운 트렌드로 떠오르고 있음
- 주요 유통 채널은 슈퍼마켓과 편의점으로 40% 이상의 판매 점유율을 보임. 슈퍼마켓은 상시 할인 of 이점을 가졌으며 편의점은 한정 세일 판매와 아이스크림을 비롯한 다양한 제품군을 보유한 특징이 있음
- 아이스크림이 점점 프리미엄화 되면서 대표적인 프리미엄 아이스크림 브랜드 Haagan Dazs는 소비자들이 한 손에 들고 다니면서 먹을 수 있는 샌드위치 타입의 아이스크림 출시를 앞두고 있음. 뿐만 아니라 2012년 Family Mart가 Lotte와 합작한 자체 프리미엄 젤라또 브랜드 Sweets+는 다른 브랜드에 비해 고가임에도 불구하고 소비자들의 많은 선택을 받음

[표 5-22] 주요 브랜드 현황





제 5 절 요약 및 시사점

1. 세분시장별 소매 시장 규모

- 아이스크림의 세분 소비 시장은 포장 형태에 따라 바, 홈, 콘, 펜슬, 모나카, 컵 타입으로 분류됨
- 2013년 기준 바 타입이 6,047억 원의 매출로 아이스크림 소매시장의 31.2%를 차지하고 있으며, 다음으로 콘 타입이 3,484억 원으로 18.0%의 비중을 보임
- 홈 타입의 경우 3,238억 원으로 콘 타입과 비교해 1.3% 적은 16.7%의 비중이며 펜슬 타입(16.0%), 모나카 타입(10.6%), 컵 타입(7.5%) 순으로 집계됨

2. 아이스크림 국내 시장 동향

- 소비 시장의 침체에도 불구하고 건강에 대한 소비자들의 지속적인 관심과 웰빙 트렌드, 식품 안전에 대한 경각심이 높아지면서 프리미엄 식품은 인기를 끌고 있음
- 빙그레의 ‘글레도르’, 롯데리아의 ‘나뽀루팝’ 을 비롯한 국내 제조사의 프리미엄 브랜드 뿐 아니라 프랜차이즈 카페, 유통업계에서도 아이스크림 브랜드와 메뉴 개발이 확대되고 있음
- 보다 건강한 디저트를 찾는 소비자들이 늘어나면서 프로즌 요거트에 대한 관심이 증가하였으며 식음료 업계 뿐 아니라 기존 카페도 프로즌 요거트 메뉴를 추가함
- 천연 재료와 유기농 제품을 내세운 고가 아이스크림과 빙수, 그 외의 디저트류를 판매하는 카페가 늘어나게 되면서 코리안 디저트 전문점 ‘설빙’ 과 같은 빙수 전문점과 소프트 아이스크림 체인점 등이 늘어남
- 질소 아이스크림, 선더밤, 아이스크림 샌드위치 등 개인의 아이디어나 외국에서 판매하는 아이스크림을 접목시킨 새롭고 다양한 아이스크림이 등장하게 됨
- 국내에서도 해외 디저트를 소비하고자 하는 니즈에 부응하여 다양한 해외 브랜드가 국내에 입점하고 있으며 우리나라 토종 브랜드가 해외에 진출하기도 함

3. 아이스크림 해외 시장 동향

- 인공 감미료를 뺀 ‘Natural 100%, All natural(천연재료 100%, 100% 내추럴)’ 문구 사용으로 보다 건강한 브랜드라는 이미지를 가지게 하면서 소비자들이 경험해보지 못한 특이한 맛, 다양한 종류와 타입으로 제품 발전이 이어지고 있음
- 소비자들이 ‘식품첨가물 무첨가, 합성착향료 무첨가, 베지테리안, 유기농’ 과 같이 제품에 대해 보다 투명하고 정확한 기재를 요구함에 따라 몸에 좋은 요소를 더하고 나쁜 요소를 뺀 제품, 맛은 그대로 유지하면서 소비자 개인의 취향에 맞춰 1회 섭취량을 조절할 수 있는 제품 등을 출시함
- 시장에 Me-too(미투)제품이 넘쳐나면서 획일화된 제품보다 소비자 개인이 변화를 주도할 수 있는 제품(customized)을 선호하게 되면서 소비자가 직접 원하는 아이스크림과 토핑, 콘, 시럽을 만드는 DIY 제품, 주 소비층인 어린이를 공략한 장난감이 포함된 아이스크림, 바나나 껍질을 벗겨 먹는 형태의 아이스크림을 선보임
- 현지에서 생산된 재료를 사용한 제품에 대한 소비자들의 신뢰에 기반하여 보다 신선하고 건강에 좋을 것이라는 인식이 확장되는 한편 어린 시절 접한 맛을 잊지 못하고 어른이 된 지금에도 비슷한 디저트를 소비하는 성향에 맞춰 소비자들의 향수를 불러일으킨 사례가 있음
- 환경 보호를 위한 재활용이 가능한 제품, 공정 무역 제품을 구매하려는 소비 경향이 확대되면서 환경 친화적인 제품은 소비자에게 기업에 대한 긍정적인 이미지를 심어줌과 동시에 기업의 윤리의식을 보여주는 중요한 척도로 작용함
- 인터넷과 모바일 시대가 도래하면서 소비자들이 제품을 선택하는 데 있어서 인터넷과 모바일을 통해 정보를 찾고 공유하는 사례가 증가함. 이에 온라인 플랫폼과 관련 기술을 응용한 다양한 온라인 마케팅전략이 등장하고 있음
- 식사 코스와 유사한 디저트 코스가 새로운 트렌드로 떠오르면서 향후 혁신적이고 창의적인 플레이팅과 디저트 메뉴 개발이 긍정적으로 평가됨

부 록

부록1 국내 제조사별 아이스크림 수출 현황

부록2 아이스크림 해외 시장 기업별 점유율

부록3 아이스크림 해외 시장 품목별 점유율

부록 1. 국내 제조사별 아이스크림 수출 현황

- 아이스크림의 주 수출국인 남미, 미주 아이스크림 시장에서 메론 맛 아이스크림 바 제품이 높은 시장 점유율을 차지하며 꾸준한 인기를 받고 있음

미주 메론 맛 아이스크림 바 제품



빙그레 아이스크림 수출 현황

제조사	주요 수출국가	제품 이미지			
빙그레 메로나	브라질을 비롯한 남미시장, 미국, 캐나다 위주, 하와이, 홍콩, 대만 등 (30개 국) 기타 아이스크림: 동남아시아 (베트남, 태국, 인도네시아 등)				
빙그레 수출 아이스크림	 <p>메로나 와플 메로나(딸기, 망고) 싸만코</p> <p>비비빅 빵또아 더위사냥 뽕따</p>				
내수 위주, 수출 증가 추세	품목(단위:백만원)	제49기 3분기	제48기	제47기	
	아이스 크림 기타	수출	26,713	31,579	36,253
		내수	272,146	311,436	310,209
		합계	298,859	343,015	346,462

※ 출처: 빙그레 분기보고서(2014.9), 빙그레 홈페이지(<http://eng.bing.co.kr>)

롯데제과 아이스크림 수출 현황

제조사	주요 수출국가		제품 이미지		
롯데제과	2006년 이후 오세아니아 주변 국가, 동남아시아 설레임, 월드콘 수출 (베트남, 인도네시아 등)				
내수 위주 시장	품목(단위:백만원)		제48기 3분기	제47기 3분기	제46기 3분기
	아이스 크림 기타	수출	1,153	6,238	757
		내수	91,947	534,476	81,377
		합계	93,100	540,714	82,134

※ 출처: 롯데제과 분기보고서(2014.9), 롯데제과 홈페이지(www.lotteconf.co.kr/eng)

해태제과 아이스크림 수출 현황

제조사	주요 수출국가		제품 이미지		
해태제과	미국, 캐나다 등 미주 한인마트, 뉴질랜드, 호주, 베트남 등 수출				
해태제과 수출 아이스 크림					
		부라보콘	꿀호떡	탱크보이	바밤바
내수 위주 시장	품목(단위:백만원)		제14기 3분기	제13기	제12기
	비스킷 껌 아이스 크림	수출	9,506	14,575	16,857
		내수	355,272	514,103	527,001
		합계	364,778	528,678	543,858

※ 출처: 해태제과 분기보고서(2014.9), 해태제과 홈페이지(http://eng.ht.co.kr)

부록 2. 아이스크림 해외 시장 기업별 점유율

국가	품목	점유율				
		2009	2010	2011	2012	2013
프랑스	Cogesal Miko SA	29.2	29.3	30.4	31.2	31.7
	Nestle Grand Froid SA	19.0	19.8	19.1	18.9	18.6
	General Mills France SAS	6.3	7.0	8.1	9.3	10.5
	Mars Chocolat France SAS	4.9	5.2	5.2	5.3	5.4
	Picard Surgelees SA	3.4	3.4	3.4	3.4	3.4
	Carrefour SA	2.4	2.2	2.0	1.9	1.8
	Galec - Centre	1.9	1.7	1.5	1.4	1.3
	Unilever France SA	1.1	1.1	1.2	1.2	1.2
	ITM Entreprises SA	1.4	1.3	1.2	1.1	1.0
	Boncolac SA	1.4	1.4	1.4	1.1	0.8
	Rolland SA	2.1	2.0	1.9	1.1	0.6
	Artisanal	12.4	12.2	12.0	11.9	11.7
	Others	14.6	13.5	12.5	12.2	12.0
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
미국	Dreyer's Grand Ice Cream Holdings Inc	29.1	30.3	29.7	29.4	29.9
	Unilever Ice Cream	15.7	15.2	15.6	15.5	15.4
	Wells' Dairy Inc	6.4	6.6	6.4	6.4	6.0
	Blue Bell Creameries Inc	4.6	4.7	5.1	5.4	5.6
	Ben & Jerry Homemade Ltd	4.1	4.1	4.2	4.3	4.6
	Kroger Co	3.0	2.8	2.9	2.9	2.8
	Mars Inc	2.7	2.5	2.5	2.6	2.6
	Turkey Hill Dairy	1.6	1.5	1.8	1.8	1.9
	Safeway Inc	1.9	1.8	1.9	1.8	1.8
	CF Foods LLC	1.3	1.3	1.2	1.2	1.1
	Wal-Mart Stores Inc	1.2	1.1	1.1	1.1	1.0
	J&J Snackfoods Corp	0.4	0.4	0.5	0.5	0.5
	HP Hood LLC	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2
	Rich Products Corp	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
	ConAgra Foods Inc	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2
	Artisanal	2.2	2.3	2.5	2.6	2.8
	Others	25.4	24.5	24.0	23.8	23.1
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	



국가	품목	점유율				
		2009	2010	2011	2012	2013
중국	Inner Mongolia Yili Co Ltd	17.0	17.3	18.8	18.6	18.7
	Inner Mongolia Mengniu Co Ltd	14.0	15.2	14.4	13.6	13.3
	Wall's (China) Co Ltd	7.4	7.4	8.1	9.0	10.2
	Nestle (China) Ltd	2.1	2.1	2.1	2.2	2.3
	Zhejiang Wu Feng Co Ltd	1.8	1.9	2.0	2.2	2.3
	Henan Tianbing Cold Drinks Co Ltd	1.3	1.4	1.4	1.5	1.6
	Beijing Allied Faxi Food Co	1.2	1.3	1.3	1.4	1.5
	Shenyang Deshi Enterprise Co Ltd	1.4	1.3	1.3	1.4	1.4
	Guangzhou Refrigerated Foods Ltd	1.1	1.1	1.1	1.2	1.3
	Bright Food (Group) Co Ltd	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3
	Youcan Group Co Ltd	1.2	1.2	1.1	1.2	1.3
	Hong Bao Lai Group Co Ltd	1.2	1.2	1.2	1.1	1.0
	Guangdong Meiyile Food Co Ltd	0.7	0.6	0.6	0.7	0.7
	Häagen-Dazs Co	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3
	Guangdong Siming Yantang Co Ltd	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3
	Appolo Ice-Cream Co Ltd	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2
	Others	47.7	46.0	44.6	43.9	42.2
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
일본	Lotte Ice Cream Co Ltd	15.9	16.5	16.2	15.9	15.8
	Morinaga Milk Industry Co Ltd	11.4	11.6	11.5	11.5	11.5
	Ezaki Glico Co Ltd	10.1	10.6	10.7	10.3	10.4
	Meiji Co Ltd	-	-	11.3	10.7	9.8
	Haaagen-Dazs Japan Inc	9.5	8.5	7.8	8.3	8.5
	Akagi Nyugyo Co Ltd	6.5	6.9	7.2	7.8	8.0
	Morinaga & Co Ltd	5.7	5.7	5.5	5.7	5.7
	Ohayo Dairy Products Co Ltd	2.1	2.1	2.1	2.2	2.2
	Baskin-Robbins 31 IceCream Co Ltd	1.4	1.5	1.5	1.5	1.4
	Kracie Foods Ltd	1.0	1.2	1.2	1.2	1.2
	Meiji Dairies Corp	11.3	10.7	-	-	-
	Others	25.1	24.8	24.9	25.1	25.4
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

※ 출처: Ice Cream in France, US, China, Japan, Euromonitor International

부록 3. 아이스크림 해외 시장 품목별 순위

국가	품목	순위					
		2008	2009	2010	2011	2012	2013
프랑스	Vanilla	1	1	1	1	1	1
	Chocolate	2	2	2	2	2	2
	Strawberry	3	3	3	3	3	3
	Red fruits	5	5	6	5	4	4
	Coffee	4	4	4	4	5	5
	Rum & Raisin	6	7	7	7	6	6
	Creme brulee	9	9	9	9	8	7
	Lemon	7	6	5	6	7	8
	Caramel	10	8	8	8	9	9
	Coconut	8	10	10	10	10	10
미국	Vanilla	1	1	1	1	1	1
	Chocolate	2	2	2	2	2	2
	Chocolate chip	7	5	3	3	3	3
	Strawberry	6	3	4	4	4	4
	Butter pecan	4	4	5	5	5	5
	Cookies&cream	3	6	6	6	6	6
	Mint choco chip	5	7	7	7	7	7
	Candy	9	9	8	8	8	8
	Neopolitan	8	8	9	9	9	9
중국	Chocolate	1	2	1	1	1	1
	Vanilla	3	1	2	2	2	2
	Strawberry	2	3	3	3	3	3
	Mixed fruits	4	4	4	5	5	4
	Coffee	5	5	5	4	4	5
일본	Vanilla	1	1	1	1	1	1
	Chocolate	2	2	2	2	2	2
	Green tea	3	3	3	3	3	3
	Milk	5	5	5	4	4	4
	Strawberry	4	4	4	5	5	5
	Azuki beans	6	6	6	6	6	6

※ 출처: Ice Cream in France, US, China, Japan, Euromonitor International

가공식품 세분시장 현황조사

2014년 12월 인쇄

2014년 12월 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.