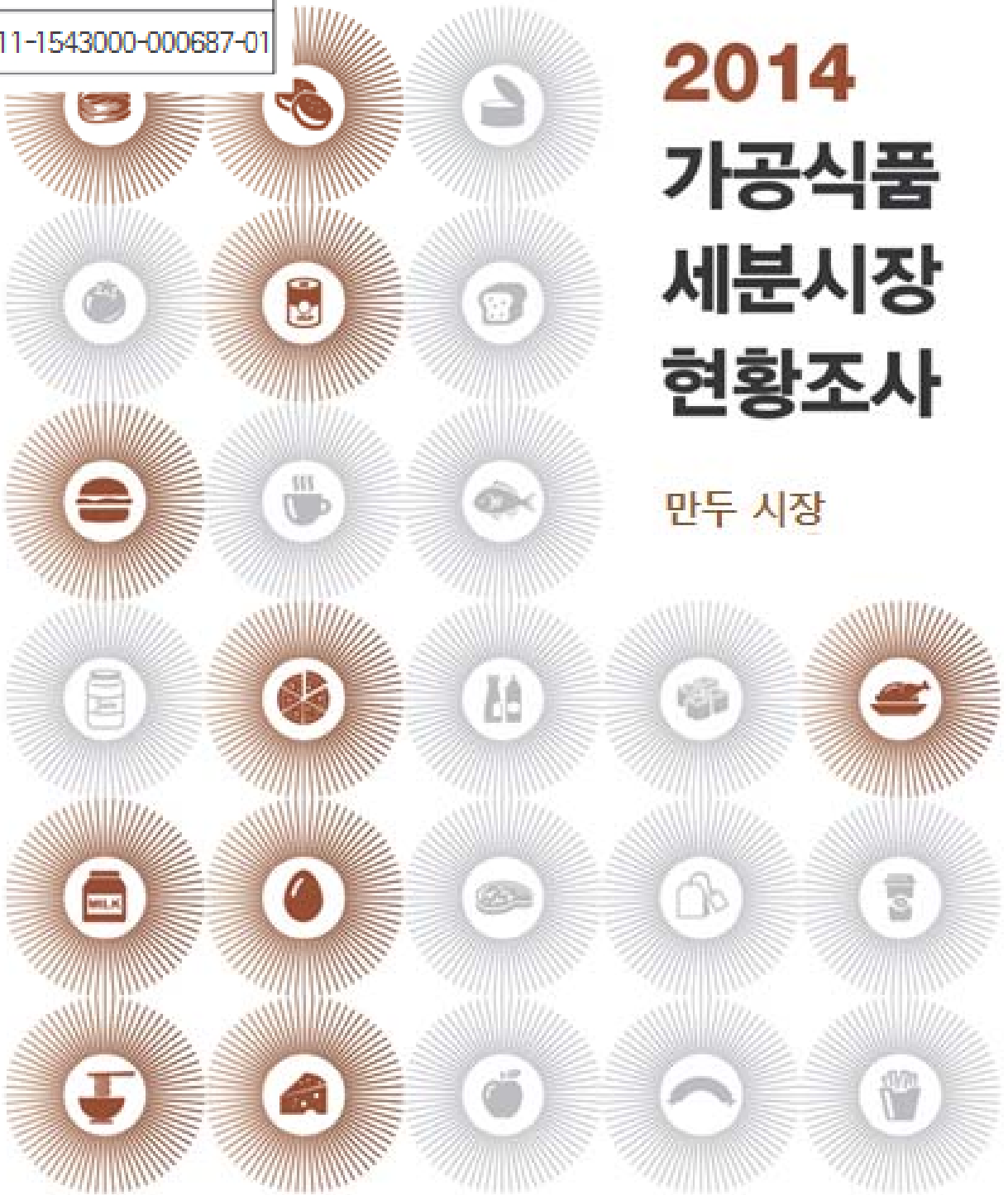


발 간 등 록 번 호

11-1543000-000687-01

2014 가공식품 세분시장 현황조사

만두 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 만두 개요	
제 1 절 만두의 개념 및 종류	13
1. 만두의 정의	13
2. 만두의 종류	14
제 2 절 만두 관련 제도	15
1. 영양표시 대상 식품	15
2. HACCP	16
제 3 절 만두 분류 코드	18
제 3 장 만두 생산 및 수출입 현황	
제 1 절 만두의 가공기준 및 제조공정	23
1. 만두의 가공기준 및 성분규격	23
2. 만두의 제조공정	25
제 2 절 만두 생산 현황	27
1. 국내 생산 및 출하 실적	27
2. 주요 생산 업체	29
3. 만두 주요 제조사 현황	31
제 3 절 만두 수출입 현황	33
1. 수출입 실적 추이	33
2. 주요 국가별 수출입 현황	34
제 4 절 만두 원료 현황	37
1. 국내 생산 만두류의 원료 사용 비중	37
2. 만두 주요 원료 현황	38

제 5 절 요약 및 시사점	44
1. 만두 생산	44
2. 만두 수출입	44
3. 만두 원료	45
제 4 장 만두 유통 및 판매 현황	
제 1 절 만두유통 구조	49
제 2 절 만두 소매 유통 판매 현황	51
1. 소매 유통 채널별 매출액	51
2. 소매 유통 채널의 만두 판매 가격	52
3. 기업별 소매 유통 채널 점유율	53
제 3 절 요약 및 시사점	55
1. 유통·판매 구조	55
2. 소매 유통 채널 판매	55
제 5 장 만두 소비시장 현황	
제 1 절 만두 소매 시장	59
1. 만두 소비 행태	59
2. 만두 소매 시장 규모	60
제 2 절 만두 브랜드 현황	61
제 3 절 만두 국내 시장 동향	68
1. 만두 품목의 글로벌화	68
2. 만두피 원료의 새로운 시도	69
3. 각 제조사의 만두 카테고리 확장	69
제 4 절 만두 해외 시장 동향	71
1. 중국의 만두 시장	71
2. 일본의 만두 시장	73
3. 미국의 만두 시장	75
4. 베트남의 만두 시장	77
제 5 절 요약 및 시사점	78
1. 만두 소비 행태	78
2. 만두 종류별 소매 시장	78
3. 만두 국내 시장 동향	78
4. 만두 해외 시장 동향	79
부록	81

[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 만두 개요

[표 2-1] 만두의 종류	14
[표 2-2] 만두의 분류 코드	19

제 3 장 만두 생산 및 수출입 현황

[표 3-1] 만두의 제조·가공기준	23
[표 3-2] 냉동식품의 제조·가공기준	24
[표 3-3] 연도별 빵 또는 떡류 국내 생산 실적	27
[표 3-4] 연도별 만두류 국내 생산 실적	28
[표 3-5] 만두 생산 업체 현황	29
[표 3-6] 빵 및 떡류(만두류 업체 포함) 주요 생산 업체	30
[표 3-7] 만두 주요 제조사 특징 및 연혁	31
[표 3-8] 만두 국내 수출입 실적	33
[표 3-9] 주요 국가별 만두 수출 현황	34
[표 3-10] 주요 국가별 만두 수입 현황	35
[표 3-11] 만두 수출입 단가 비교	36
[표 3-12] 만두류 원료별 사용 비중	37
[표 3-13] 밀가루(소맥분) 용도별 사용량	38
[표 3-14] 밀가루 국내 생산 실적	39
[표 3-15] 밀가루 수입 실적	40
[표 3-16] 돼지고기의 용도별 사용량	40
[표 3-17] 돼지고기 국내 생산 및 공급 실적	41
[표 3-18] 양파의 용도별 사용량	42
[표 3-19] 양파 국내 생산 및 공급 실적	43

제 4 장 만두 유통 및 판매 현황

[표 4-1] 소매 유통 채널별 매출액	51
[표 4-2] 2014년 소매 유통 채널별 만두 판매 가격	52
[표 4-3] 기업별 소매 유통 채널 매출 규모	53
[표 4-4] 기업별 유통 채널 점유 현황	54

제 5 장 만두 소비시장 현황

[표 5-1] 냉동식품류 만두 구입 경험(최근 1개월)	59
[표 5-2] 만두 세분시장별 소매 시장 규모	60
[표 5-3] CJ제일제당 주요 제품	61
[표 5-4] 동원F&B 주요 제품	63
[표 5-5] 해태제과식품 주요 제품	65
[표 5-6] 풀무원 주요 제품	66
[표 5-7] 오뚜기 주요 제품	67
[표 5-8] 2014년 중국 만두 주요 브랜드	71
[표 5-9] 2014년 일본 만두 주요 브랜드	73
[표 5-10] 2014년 미국 만두 주요 브랜드	75

[그림 목차]

제 2 장 만두 개요

[그림 2-1] 만두의 개념	13
[그림 2-2] HACCP 인증 마크	17

제 3 장 만두 생산 및 수출입 현황

[그림 3-1] 냉동만두 일반 제조과정	26
-----------------------------	----

제 4 장 만두 유통 및 판매 현황

[그림 4-1] 만두 유통 구조	49
-------------------------	----

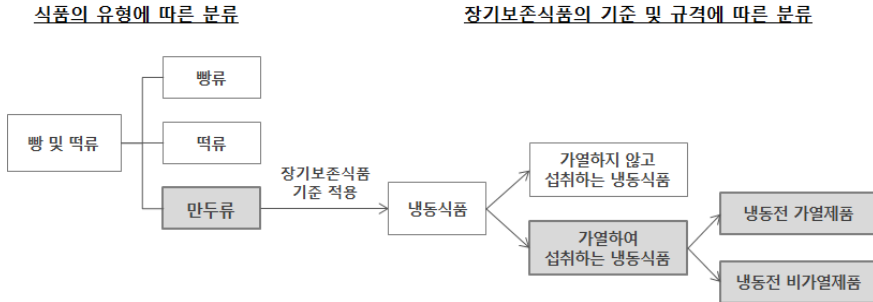
제 5 장 만두 소비 시장 현황

[그림 5-1] 해태제과식품의 ‘알리오올리오군만두’	68
[그림 5-2] 롯데푸드의 ‘엔네이처 등심&새우 롤만두’	69
[그림 5-3] 풀무원의 ‘납작지짐만두’	70
[그림 5-4] 산취엔의 ‘스추 물만두(私厨水饺)’	72
[그림 5-5] 니혼햄의 ‘깃털장식 카레만두’	74

1. 만두의 개요

- 식품공전에 의하면 만두는 식육, 채소류 등의 혼합물을 만두피 등으로 성형한 것을 말하며, 가공식품으로 유통되고 있는 만두는 대부분 「장기보존식품의 기준 및 규격」에 의해 ‘냉동식품’으로 유통되고 있음. 냉동식품은 섭취 전 가열여부에 따라 다시 분류되는데, 만두는 ‘가열하는 섭취하는 냉동식품’에 해당됨
 - 만두는 만두피 재료, 소의 재료, 모양, 익히는 방법에 따라 종류가 다양하게 나뉘어짐
- 만두는 영양표시 대상 식품으로, 열량, 탄수화물, 단백질, 지방 등 영양성분에 대하여 명칭, 함량 및 영양소 기준치에 대한 비율(%)을 표시하여야 하며, HACCP 의무적용 대상 식품이기도 함

[만두 개요]



2. 만두의 원재료

- 만두피는 주로 밀가루로 만들어지나 최근에는 만두피도 메밀, 쌀 등이 첨가되어 다양해지고 있음. 특히 만두는 소의 종류가 다양하다보니 사용되는 원재료의 종류가 많음
 - 그 중에서도 많이 이용하고 있는 재료는 돼지고기와 양파임. 돼지고기와 양파는 수입보다는 국내 생산이 많으며, 실제로 만두에 사용되는 돼지고기와 양파도 국내산의 비중이 높음



- 돼지고기는 2013년 국내 공급량 기준 국내산이 75.8%, 수입산이 24.2%를 차지하고 있으며, 구제역으로 인해 2011년 생산량이 일시적으로 감소한 것을 제외하면 연간 70만톤 이상 생산하고 있음. 양파는 2013년 생산량 기준 국내산이 90% 이상을 차지하고 있음
- 2013년 기준, 돼지고기 국내 공급량(국내 생산+수입)은 112만 5,430톤이었으며, 양파는 135만 5,972톤이었음

3. 만두 생산 및 수출입

- 만두의 국내 생산실적은 다소 등락을 나타내고 있는 가운데, 생산량은 2003년 9.6만톤에서 2013년 약 15만 톤으로 61.5% 증가하였고, 생산액 기준으로는 2003년 1,972억원에서 2013년 4,042억원으로 105% 증가함

[만두 생산 규모]

연도	생산량(톤)	생산액(천원)
2003	96,925	197,178,660
2007	115,877	250,387,049
2010	134,099	319,494,199
2013	156,560	404,198,535

- HACCP 인증을 받은 냉동만두 제조업체는 2014년 10월 22일 기준 110개이며, 주요 업체로는 CJ제일제당, 동원F&B, 오투기냉동식품, 사조C&F 등이 있음
- 만두는 일부 특수한 만두를 제외하고는 국내에서 생산하고 있으며, 수출입 규모가 크지 않음. 특히 만두의 주요 원재료인 돼지고기 때문에 수출이 제한적인데, 국내 돼지고기가 구제역 등의 이유로 청정국가로 지정되지 않아 수출이 어려운 상황임
- 수출액은 2000년 약 474만 달러에서 2013년 1,954만 달러로 4배 이상 증가함. 주로 미국과 호주, 홍콩으로 수출되고 있으며 수출되는 만두는 채소만두임

- 수입은 2000년 약 165만 달러에서 2013년 892만 달러로 5배 이상 증가함.
만두는 주로 중국과 베트남에서 덩섬, 스프링롤 등이 수입되고 있음

4. 만두 유통 및 소비 시장

- 국내 만두 시장은 기업간 거래(B2B) 40%, 기업과 소비자간 거래(B2C) 60%로 추정되고 있으며, 특히 B2B의 경우 판매대행사를 거쳐 영업소로 이동된 제품을 기업들이 최종 소비하는 것으로 나타남. 소매점 매출액은 2013년 기준 약 3,845억원임
- 2014년 3/4분기까지 매출액 기준, 만두는 주로 할인점(45.2%)에서 팔리고 있었으며, 만두 중 교자만두가 가장 잘 팔리고 있는 제품(30.7%)이며, 이어서 왕만두(27.1%), 군만두(19.1%) 순으로 나타남
- 만두는 날씨가 추운 계절이 포함된 1/4분기와 4/4분기에 좀 더 잘 팔리는 계절성이 나타나고 있음

[만두 종류별 소매점 매출액]

(단위:백만원, %)

구분	2012	2013	2014 3/4분기까지
교자만두	115,614(32.3)	115,622(30.1)	85,447(30.7)
왕만두	98,600(27.5)	119,596(31.1)	75,395(27.1)
군만두	69,059(19.3)	74,697(19.4)	53,101(19.1)
물만두	53,340(14.9)	53,032(13.8)	45,132(16.2)
짬만두	7,021(2.0)	7,635(2.0)	5,614(2.0)
기타	14,558(4.1)	14,012(3.6)	13,255(4.8)
합계	358,190	384,596	277,945

- 국내 만두 시장의 특징은 1인 가구 증가 등으로 간편조리식품을 선호하는 소비 추세가 확대되고, 소비자들의 요구사항도 다양해짐에 따라 변화하고 있다는 점임. 또한 외국 만두를 활용하여 신제품을 개발하고, 만두피의 원재료를 차별화한 제품 출시, 만두 종류의 다양화 등을 통해 소비자의 니즈에 대응하고 있음



- 만두를 주로 먹고 있는 중국과 일본 시장을 살펴보면 다음과 같음. 중국 만두 시장은 2013년 기준 약 104억 위엔 규모이며 전년도 대비 11.9% 증가하며 지속적으로 성장하고 있음. 중국은 명절에 만두를 먹는 풍습과 빠른 도시화 등으로 만두 수요가 늘어나고 있는 추세임
 - 일본은 우리나라처럼 교자만두(2013년 만두 시장 점유율 42.8%)가 가장 잘 팔리고 있으며, 중국식 만두(32.1%)나 스프링롤(25.1%)과 같이 다양한 아시아권 유형의 만두도 많이 먹고 있음
 - 그 외에 미국은 이탈리아 만두인 라비올리 제품이 대중화된 편이며, 아시아권 유형의 만두는 아시아마트를 중심으로 주로 유통되고 있음. 베트남은 비교 국가 중 가장 빠르게 만두 시장이 커지고 있는 곳이며, 대부분 베트남 전통 만두의 일종인 스프링롤(2013년 시장 점유율 기준 84.9%)이 주도하고 있음

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 폭넓고 깊이 있게 분석하였으며, 가공식품 전문가의 의견 수립 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 만두임

[표 1-1] 조사 대상

2010년 ~ 2013년			2014년
스낵과자	반생초코케익	발효유	김치
식빵	햄, 소시지 등	조제분유	스낵
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 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 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 만두 개요

제1절 만두의 개념 및 종류

제2절 만두 관련 제도

제3절 만두 분류 코드

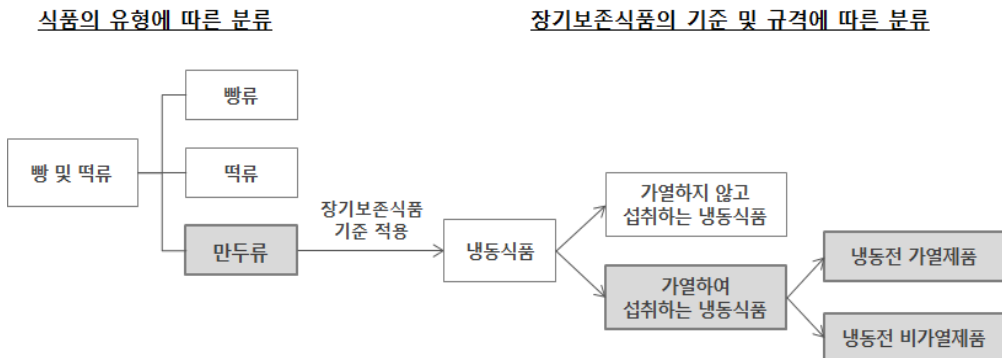


제 1 절 만두의 개념 및 종류

1. 만두의 정의

- 식품공전¹⁾에 의하면 만두는 빵 또는 떡류의 하위 품목인 ‘만두류’에 해당됨. 만두류의 정의에 앞서 빵 또는 떡류의 정의를 먼저 살펴보면, 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
 - 만두류는 식육, 채소류 등의 혼합물을 만두피 등으로 성형한 것을 말함
- 가공식품으로 유통되고 있는 만두는 대부분 장기보존식품의 기준 및 규격에 의해 ‘냉동식품’으로 유통되고 있음. 실제로 업계에서는 국내 냉동식품이 ‘냉동만두’를 중심으로 성장해왔다고 보고 있음
 - 냉동식품은 제조·가공 또는 조리한 식품을 장기보존할 목적으로 냉동처리, 냉동 보관하는 것으로서 용기·포장에 넣은 식품을 말함²⁾
 - 냉동식품은 다시 ‘가열하지 않고 섭취하는 냉동식품’과 ‘가열하여 섭취하는 냉동식품’으로 구분되며, 냉동만두는 ‘가열하여 섭취하는 냉동식품’에 해당됨

[그림 2-1] 만두의 개념



※ 식품공전, 식품의약품안전처, 2014.09.11.개정고시 / KMAC 재구성

1) 2) 식품공전, 식품의약품안전처, 2014.09.11.개정고시



- 이상의 내용을 종합해보면, 가공식품으로 분류되는 만두는 식육, 채소류 등의 혼합물을 만두피 등으로 성형하여, 주로 냉동식품으로 유통되는 제품을 말함

2. 만두의 종류

- 만두는 들어가는 재료, 모양, 조리방법에 따라 종류가 다양하게 나뉘어짐
 - 만두피 재료에 따라 밀만두, 어만두, 메밀만두가 있으며, 들어가는 소의 재료에 따라 고기만두, 김치만두, 오징어만두, 명태만두 등으로 분류됨
 - 모양에 따라서는 귀만두, 둥근만두, 왕만두, 규아상 등이 있으며 익히는 방법에 따라서는 찜만두, 군만두, 물만두, 튀김만두, 만둣국 등이 있음

[표 2-1] 만두의 종류

구분	만두 종류
만두피	밀만두, 어만두, 메밀만두
만두소의 재료	육류 : 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 꿩고기 등 어류 : 오징어, 명태, 새우 등 채소 : 김치, 고추, 버섯, 호박, 부추 등
빚은 모양	귀만두, 둥근만두, 왕만두, 규아상(미만두), 병시, 대만두, 소만두, 굴림만두
익히는 방법	찜만두, 군만두, 물만두, 튀김만두, 편수, 만둣국

※ 한식아카이브(archive.hansik.org)



제 2 절 만두 관련 제도

1. 영양표시 대상 식품

- 식품위생법 시행규칙 제6조(영양표시 대상 식품)에 의하면, 법 제11조항에서 “총리령으로 정하는 식품”에 대해서는 의무적으로 영양표시를 해야 한다고 명시하고 있음(2013년 3월 23일 개정 내용)
 - 대상 식품은 1.장기보존식품(레트르트 식품만 해당), 2.과자류 중 과자, 캔디류 및 병과류, 3.빵류 및 **만두류**, 4.초콜릿류, 5.잼류, 6.식용유지류, 7.면류, 8.음료류, 9.특수용도식품, 10.어육가공품 중 어육소시지, 11.즉석섭취식품 중 김밥, 햄버거, 샌드위치임

- 영양표시 대상 식품은 열량, 탄수화물(당류), 단백질, 지방(포화지방, 트랜스지방), 콜레스테롤, 나트륨, 그 밖에 강조 표시를 하고자 하는 영양성분에 대하여 명칭, 함량 및 영양소 기준치에 대한 비율(%)을 표시하여야 함. 다만 열량, 당류, 트랜스지방에 대해서는 영양소 기준치에 대한 비율(%)표시를 제외함
 - 영양성분 함량은 1회 제공량 당, 100그램(g)당, 100밀리리터(ml)당 또는 1회 포장당 함유된 값으로 표시하며, 이 경우 영양성분 함량 단위는 '식품 등의 표시기준' 영양소 기준치의 영양소 단위와 동일하게 표시하고 1회 제공량과 총 제공량을 함께 표시하는 때에는 그 단위를 동일하게 표시해야 함
 - 한편 ‘무지방’이나 ‘저칼로리’, ‘비타민C 첨가’, ‘칼슘강화’ 등과 같이 일일이 영양표시된 수치를 읽지 않고도 제품의 영양적 특성을 쉽게 알 수 있도록 표시한 영양강조표시(영양소 함량강조 표시, 영양소 비교강조 표시)는 해당 영양성분 및 의무표시영양성분의 영양표시를 한 뒤 추가적으로 표시할 수 있음



2. HACCP³⁾

- 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), 병과류, 집단급식소의 조리식품, 도시락류, 비가열음료, 레토르트 식품 등이 있음
- 또한 2014년 어린이기호식품 8개 품목이 추가됨. 어린이기호식품에 해당하는 8개 품목은 과자·캔디류, 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[그림 2-2]
- 2014년 6월 기준 HACCP 의무적용 품목에 해당하는 식품제조가공 업체 중 1,864개소, 2,646개 품목이 HACCP 지정을 완료했음⁴⁾
- 2014년 10월 22일 기준 냉동식품 만두류의 HACCP 지정 업체는 총 110개소임. 이 중 주요 업체로 CJ제일제당, 동원F&B, 오투기냉동식품, 사조C&F, 삼립식품 등이 있음

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

4) HACCP, 이젠 뒤를 돌아보아야 할 때, 식품저널, 2014.07.15

[그림 2-2] HACCP 인증 마크

- 개정 전 -



- 개정 후 -





제 3 절 만두 분류 코드

- 만두의 분류 코드는 식품공전, 한국표준산업분류(KSIC)와 관세 및 통계통합 품목분류(HS), 한국생산물분류(KCPC)와 농림축산물 품목분류(AG)로 나누어 살펴볼 수 있음
 - 식품공전 분류기준에서 빵 및 떡류 아래 만두류가 해당됨
 - 한국표준산업분류(KSIC)에 의하면 만두 제조는 ‘도시락 및 식사용 조리식품 제조업(10798)’ 으로 분류됨
 - 관세 및 통계통합품목분류(HS)에 의하면 만두는 ‘곡물·고운가루·전분·밀크의 조제품과 베이커리 제품(19)’의 하위분류인 ‘속을 채운 파스타(조리한 것인지 또는 그 밖의 방법으로 조제한 것인지에 상관없다)(1902.20.0000)’에 해당됨. 여기서 말하는 파스타는 여하한 비율로든 육·어류·치즈 또는 기타의 재료로 조리 또는 속을 채운 것, 또는 그 밖의 방법으로 조제한 것일 수도 있음⁵⁾
 - 한국 재화 및 서비스 분류(KCPC)에 의하면 만두는 ‘곡물가공품, 전분 및 전분제품; 기타식품(23)’의 하위분류인 ‘도시락 및 식사용 조리식품(23997)’과 ‘기타면류, 마카로니 및 유사식품(23719)’이 해당됨. 여기서 말하는 ‘도시락 및 식사용 조리식품’에는 조제, 조미, 조리되어 진공 포장이나 통조림의 형태로 제공되는 기타 식품 및 요리가 포함되며, ‘기타면류, 마카로니 및 유사식품’에는 라비올리, 샤오마이, 완툰이 포함됨⁶⁾
 - 농림축산물품목분류(AG)에 의하면 만두는 ‘속을 채운 파스타(조제한 것인지 기타 방법으로 조제한 것인지 불문)(162990003)’이 해당됨

5) 세계HS정보시스템(www.customs.go.kr)

6) 한국 재화 및 서비스 분류 해설서, 통계청, 2013



[표 2-2] 만두의 분류 코드

통계분류체계	코드	분류명	내용	색인어 ¹⁾
식품공전	2	빵 또는 떡류	빵류, 떡류, 만두류	
한국표준 산업분류 (KSIC) ²⁾	10798	도시락 및 식사용 조리식품 제조업	<p>육류, 채소, 곡물 등의 각종 재료를 혼합, 배합하여 식사용 도시락, 김밥, 피자, 만두 및 기타 식사용 조리식품을 제조하는 산업활동을 말한다. 별도의 장소에서 다량의 집단 급식용 식사를 제조할 수 있는 특정 시설을 갖추고 계약기관에 일정기간 동안 지속적으로 급식용 식사를 조제하여 운송·공급하는 사업체도 여기에 포함된다.</p> <p><예시></p> <ul style="list-style-type: none"> · 도시락 제조 · 피자 제조 · 식사용 즉류 제조 · 집단급식용 식사 제조(구내식당 제외) <p><제외></p> <ul style="list-style-type: none"> · 곡분 등 분말로 만든 균질화식품 제조(10793) ·接客시설을 갖춘 구내식당을 운영하거나 또는 특정 행사장 단위로 공급하는 연회급식 서비스(5612 또는 5613) · 직접 조리한 도시락 및 김밥을 최종소비자에게 소매하는 경우(561) 	<p>갈비탕제조(진공포장), 갈비탕제조, 음식점제외, 곡물조리식품제조(식사용), 급식서비스(외부에서조리공급), 급식제공(외부에서조리공급), 기내식공급(곡물조리식품), 김밥도시락제조(음식점제외), 김밥제조(음식점제외), 개죽제조(곡물조리식품; 음식점제외), 꼬마김밥제조, 음식점제외, 냉동만두제조, 냉동식품제조(만두,햄버거,피자), 냉동피자제조, 단체급식서비스(외부에서조리공급), 도시락제조(음식점제외), 레토르트식품제조(식사용곡물제품), 만두제조(음식점제외), 부대찌개제조, 음식점제외, 부대찌개제조, 음식점제외, 비빔밥제조(진공포장), 비빔밥제조, 음식점제외, 비행기내식공급(제조), 삼각김밥제조, 삼계탕제조(요리된 것), 삼계탕제조, 음식점제외, 설령탕제조, 음식점제외, 소고기죽제조, 음식점제외, 식사용곡물조리식품제조, 식사용조리식품제조(음식점제외), 식사용즉류제조(음식점제외), 야채죽제조, 음식점제외, 육개장제조(진공포장), 육개장제조, 음식점제외, 육계장제조, 음식점제외, 찹쌀제조(음식점제외), 장어죽제조(음식점제외), 재첩국제조, 음식점 제외, 전복죽제조, 음식점제외, 전복죽</p>



			제조, 음식점제외, 즉석 카레밥제조, 음식점제외, 집단급식공급(외부에서조리공급), 집단급식용식사제조(외부에서조리공급), 초밥제조(음식점제외), 추어탕제조, 음식점 제외, 피자제조(음식점제외), 학교급식제조공급(외부에서조리공급), 한식도시락제조, 음식점제외, 해물죽제조, 음식점제외, 핫반제조(식사용공물제품)
관세 및 통계통합 품목분류 (HS) ³⁾	19	곡물·고운 가루·전분·밀크의 조제품과 베이커리 제품	
	1902	파스타(조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티·마카로니·누들·라자니아· 뇨키·라비올리· 카넬로니 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다)와 쿠스쿠스 (조제한 것인지에 상관없다)	
	1902.20.0000	속을 채운 파스타(조리한 것인지 또는 그 밖의 방법으로 조제한 것인지에 상관없다)	
한국 재화 및 서비스 분류 (KCPC) ⁴⁾	23	곡물가공품, 전분 및 전분제품; 기타식품	
	230	달리 분류되지 않은 식품	
	2399	기타 식품	
	23997	도시락 및 식사용 조리식품	
	237	면류, 마카로니 및 이와 유사한 곡물가루의 제품	
	2371	면류 및 유사식품	
23719	기타면류, 마카로니 및 유사식품		
농림축산물 품목분류 (AG 코드) ⁵⁾	162	면류	
	16299	기타 파스타	
	162990003	속을 채운 파스타(조제한 것인지 기타 방법으로 조제한 것인지 불문)	

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 만두 생산 및 수출입 현황

제1절 만두의 가공기준 및 제조공정

제2절 만두 생산 현황

제3절 만두 수출입 현황

제4절 만두 원료 현황

제5절 요약 및 시사점

제 1 절 만두의 가공기준 및 제조공정

1. 만두의 가공기준 및 성분규격

- 식품공전에 의한 만두의 제조·가공기준은 빵 또는 떡류를 따르며, 만두 제조에만 적용되는 별도의 규정은 없음

[표 3-1] 만두의 제조·가공기준

제조·가공기준	
(1) 주정(7)처리(주정 1% 이상 사용) 제품은 잔류 주정에 의한 품질변화가 없도록 하여야 한다.	
규격	
(1) 색상 : 고유의 향미를 가지고 이미·이취가 없어야 한다.	
(2) 타르색소 : 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 : 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

- 7) 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.



- 대부분 냉동식품으로 유통되는 만두는 식품공전의 장기보존식품의 기준 및 규격에서 “냉동식품”에 해당되는 규정도 적용받음
- 냉동만두는 대부분 ‘가열하여 섭취하는 냉동식품’으로 유통되며, 제품에 따라 냉동전 가열제품, 냉동전 비가열제품 두 유형이 적용됨

[표 3-2] 냉동식품의 제조·가공기준

1) 제조·가공기준

(1) 냉동하기 전에 가열하는 제품은 그 중심부의 온도를 63℃이상에서 30분간 가열하거나 이와 동등이상의 효력이 있는 방법으로 가열 살균하여야 한다.

2) 규격

유형항목	가열하지 않고 섭취하는 냉동식품	가열하여 섭취하는 냉동식품	
		냉동전 가열제품	냉동전 비가열제품
(1)세균수	1 g당 100,000 이하 (다만, 발효제품 또는 유산균 첨가제품은 제외함)	1 g당 100,000 이하 (다만, 발효제품 또는 유산균 첨가제품은 제외함)	1 g당 3,000,000 이하 (다만, 발효제품 또는 유산균 첨가제품은 제외함)
(2)대장균군	1 g당 10 이하	1 g당 10 이하	-
(3)대장균	-	-	음성
(4)유산균수	표시량 이상(유산균 첨가제품에 한함)		

※ 식품공전, 식품의약품안전처, 2014.09.11.개정고시

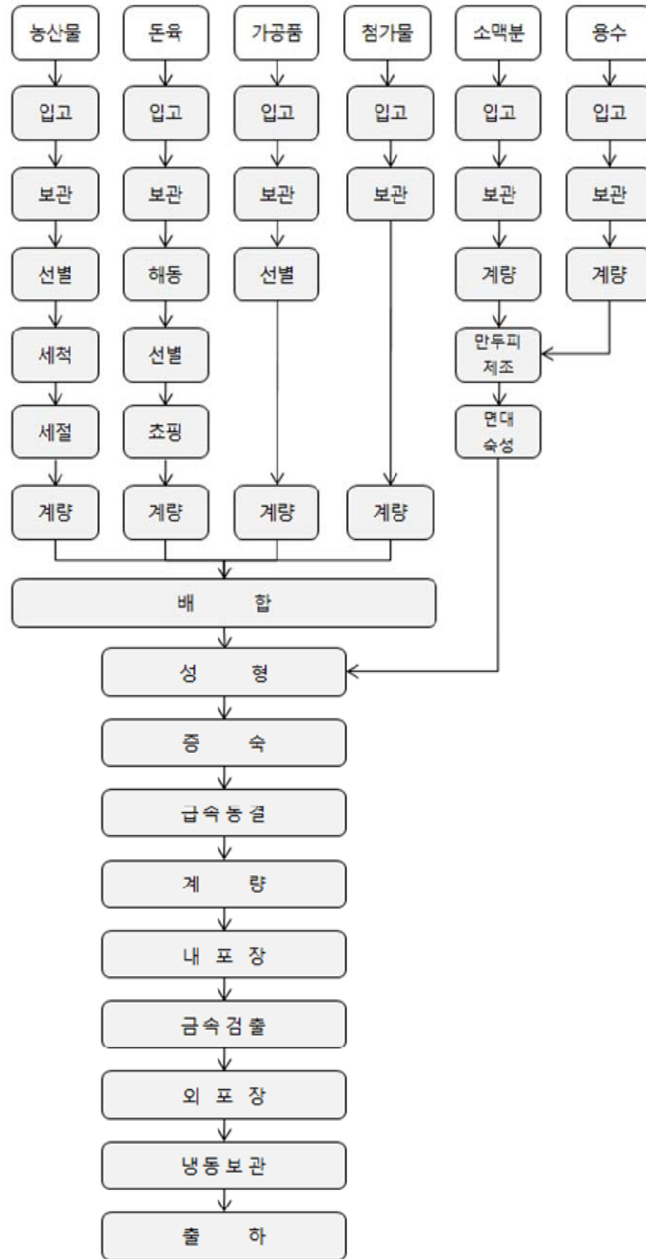


2. 만두의 제조과정

- 일반적으로 많이 유통되고 있는 냉동만두의 제조공정을 살펴보면 다음과 같음
 - 농산물, 돈육, 가공품, 첨가물, 만두피로 이용될 소맥분 등의 원료 입고 및 보관으로 제조공정이 시작됨
 - 이후 농산물, 가공품은 선별 작업을 거쳐 계량이 이루어지고 돈육은 해동 등을 거쳐 계량이 이루어짐. 소맥분은 계량 후 용수 등을 섞어 만두피로 제조된 뒤에 30분 이상 숙성과정(면대숙성)을 거침
 - 계량한 농산물, 돈육, 가공품, 첨가물을 배합하여 만두피와 함께 만두 성형기를 이용하여 만두가 성형됨
 - 성형된 만두를 증숙기에서 스팀가열하는 증숙과정을 거쳐 동결기에서 급속 동결함
 - 동결된 만두를 내포장 용량에 맞추어 계량한 뒤에 내포장을 함
 - 이후 금속검출 과정을 거쳐 외포장재로 박스포장을 한 뒤 냉동 보관 후 출하되는 과정을 거치게 됨



[그림 3-1] 냉동만두 일반 제조과정



※ 냉동식품(피자류 만두류, 면류), 빙과류, 레토르트식품의 제조과정별 위해요소분석, CCP 결정 및 한계기준 등 개발, 식품의약품안전처(2010)

제 2 절 만두 생산 현황

1. 국내 생산 및 출하 실적

- 만두가 포함된 빵 또는 떡류의 국내 생산량은 연도별로 등락이 반복되는 추세로 나타났으며, 생산액은 지속적으로 증가하는 추세임
- 생산량은 연도별로 등락이 반복되고 있는 가운데, 2008년부터 2013년까지 약 107만 톤으로 연평균 9.9% 증가한 것으로 나타남. 생산액은 지속적으로 증가하여 2013년 기준 약 2조 9,115억 원으로 연평균 9.0% 증가한 것으로 나타남
- 생산량은 등락이 반복되는 반면, 생산액은 지속적으로 증가한 것으로 나타났는데, 주요 원인은 곡류 및 곡분, 엽근류, 채소류, 축산물 및 유래식품 등 원재료가 복합적으로 구성되어 있어 원재료의 원가 상승인 것으로 판단됨
- 빵 또는 떡류에서 만두류가 차지하는 비중은 2013년 생산량 기준 14.5%, 생산액 기준 13.9%로 나타남. 생산량과 생산액의 비중이 비례하여 나타나지 않았으며, 오히려 생산액은 꾸준히 증가한 양상임. 만두에 들어가는 다양한 원재료 가격의 상승이 원인인 것으로 파악됨

[표 3-3] 연도별 빵 또는 떡류 국내 생산 실적

연도	빵 또는 떡류		만두류	
	생산량(톤)	생산액(천원)	생산량(톤,%)	생산액(천원,%)
2008	610,871	1,738,213,528	94,139(15.4)	204,832,027(11.8)
2009	1,088,267	1,975,347,625	145,574(13.4)	308,908,491(15.6)
2010	708,600	2,097,421,912	134,099(18.9)	319,494,199(15.2)
2011	1,116,374	2,819,363,590	140,769(12.6)	353,456,216(12.5)
2012	944,251	2,711,798,902	207,651(22.0)	366,937,834(13.5)
2013	1,076,328	2,911,484,441	156,560(14.5)	404,198,535(13.9)

※ 연도별(2008~2013) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처



- 연도별 만두의 국내 생산 실적을 살펴보면, 다소 등락이 있기는 하였지만 전반적인 증가세를 나타냄
 - 생산량 기준, 2003년 약 9.6만 톤에서 2013년 약 15만 톤으로 1.6배 증가하였으며, 빵 또는 떡류의 증가세보다 그 비율이 높게 나타남. 생산액 기준으로는 같은 기간 약 1,972억 원에서 4,042억 원으로 2배 정도 증가한 것으로 나타남
 - 생산량과 생산액이 비례하여 나타나지는 않았는데, 이는 만두에 들어가는 다양한 원재료 가격의 상승으로 인한 것으로 판단됨

- 출하량은 2003년부터 2013년까지 연평균 0.6% 증가하여 2013년 기준 약 8.1만 톤 수준인 것으로 나타남. 출하액은 같은 기간 연평균 4.4% 증가하여 2013년 기준 2,761억 원으로 나타남
 - 2004년 불량만두 파동으로 생산량이 다소 주춤하였던 것과 2008년 주요 제조사의 생산시설 화재 사건으로 인해 생산량이 일시적으로 감소하였던 것을 제외하면, 생산과 관련하여 큰 이슈는 발생하지 않았음

[표 3-4] 연도별 만두류 국내 생산 실적

연도	생산량(톤)	생산액(천원)	출하량(톤)	출하액(천원)
2003	96,925	197,178,660	76,257	179,896,296
2004	76,939	180,870,655	57,491	144,531,593
2005	112,486	232,995,458	91,789	217,790,004
2006	118,088	241,878,000	69,796	168,792,799
2007	115,877	250,387,049	84,994	229,408,479
2008	94,139	204,832,027	73,662	200,338,843
2009	145,574	308,908,491	97,560	242,776,354
2010	134,099	319,494,199	81,867	244,695,002
2011	140,769	353,456,216	74,432	236,999,665
2012	207,651	366,937,834	84,376	248,229,420
2013	156,560	404,198,535	81,171	276,128,932

※ 연도별(2003~2013) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 1) 2003년~2006년: 과자류로 분류됨. 하위 항목 중 '피자, 만두, 파이'의 값임
2007년: 과자류로 분류됨. 하위 항목 중 '기타 빵 또는 떡류중 만두'의 값임
2008년~2013년: 빵 또는 떡류로 분류됨. 하위 항목 중 '만두류'의 값임
- 2) 2013년 출하량 및 출하액은 국내판매량 및 국내판매액으로 작성됨

- 다만 2012년에 사업자가 생산실적을 보고하는 기준이 기존의 품목군 보고 방식에서, 품목별 보고로 변경되면서 일시적으로 생산량이 증가한 것으로 나타남. 2012년 이전에는 업체가 임의로 다른 유형으로 보고할 경우 수정이 불가능했으나, 2012년 이후 전산 시스템 상(T-food System)에서 제품명이 함께 표기되면서 원래 유형으로 수정하여 분류가 가능해졌기 때문에 해당 생산량으로 집계된 것으로 판단됨⁸⁾

2. 주요 생산 업체

- 도시락 및 식사용 조리식품 제조업체 수는 2003년 기준 총 288개에서 2012년에는 32개가 늘어난 320개 업체안에 만두 제조업체가 포함된 것으로 나타남
- 2003년부터 2007년까지는 지속증가 추세였으나, 이후 3개년 등락을 반복하다가 2012년 다시 증가함
- HACCP 인증을 받은 냉동만두 제조업체는 2014년 10월 22일 기준 110개이며, 주요 업체로는 CJ제일제당, 동원F&B, 오투기냉동식품, 사조C&F 등이 있음

[표 3-5] 만두 생산 업체 현황

(단위 : 개소)

구분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
도시락 및 식사용 조리식품 제조업	288	281	274	298	302	279	279	268	289	320

※ 광업·제조업조사보고서, 국가통계포털(kosis.kr)

1) 근로자수 10인 이상 업체

2) 도시락 및 식사용 조리식품 제조업에 만두류 제조업이 포함됨(한국표준산업분류 기준)

8) 기관 전문가 인터뷰



- 만두류 생산업체가 포함된 빵 및 떡류업체에서, 출하액 기준 상위 20개 업체가 전체의 69.3%를 차지하고 있음
 - 빵 또는 떡류 유형의 만두는 통계분류상의 이유로 파리크라상이 약 4,595억 원의 출하액(18.3%)으로 1위로 나타났으며, 삼립식품 17.7%, CJ푸드빌이 6.3%로 나타남
 - 만두 주요 생산업체인 CJ제일제당이 약 625억 원의 출하액(1.8%)으로 가장 높게 나타났으며, 오투기냉동식품 1.0%, 동원 F&B 0.7% 등으로 나타남

[표 3-6] 빵 및 떡류(만두류 업체 포함) 주요 생산 업체

순위	업체명	판매액(천원)	비중(%)
1	파리크라상	625,872,153	18.3
2	삼립식품	605,533,830	17.7
3	CJ푸드빌	214,676,344	6.3
4	에스피엘	209,156,539	6.1
5	홈플러스베이커리	108,296,939	3.2
6	비알코리아	82,107,584	2.4
7	CJ제일제당	62,514,295	1.8
8	롯데제과	60,695,416	1.8
9	신세계에스브이엔	51,004,273	1.5
10	롯데브랑제리	48,013,883	1.4
.....			
14	오투기냉동식품	34,514,214	1.0
.....			
18	동원F&B	23,864,559	0.7
-	기타	244,607,225	7.1
상위 20개사 소계		2,370,857,254	69.3
빵 및 떡류 제조사 전체 합계		3,422,315,797	100.0

※ 2013년도 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 1) '빵 및 떡류' 국내판매액 상위 20개사 기준임
- 2) 기타의 값은 11위~13위, 15위~17위, 19위, 20위 기업의 판매액 합계임



3. 만두 주요 제조사 현황

- 만두를 제조하는 주요 업체는 CJ제일제당, 해태제과식품, 동원F&B, 오뚜기, 풀무원으로 주요 제조사별 특징은 다음과 같음
- CJ제일제당은 만두, 어묵, 햄 등 신선식품 브랜드 ‘프레시안’ 과 해외 시장 진출용 한식 식품 브랜드 ‘비비고’ 를 보유함. 2014년 ‘백설’ 브랜드에 하위 상품이었던 만두 제품군을 ‘프레시안’ 브랜드로 통합하였음
- 해태제과식품은 ‘고향만두’ 브랜드로 1987년부터 만두 시장 점유율 상위를 차지하며 만두 주요 제조사로 활동해 왔음. 최근 납작만두 등으로 품목 다양화를 시도함
- 동원F&B는 대표 제품 ‘개성 왕만두’ 로 만두 시장에서 왕만두 시장을 선도했음. 2014년에 ‘개성만두’ 시리즈에 물만두, 군만두, 교자만두를 추가하여 브랜드 상품을 리뉴얼함
- 오뚜기는 ‘SnowValley’ 제품군에 일반 냉동만두 4개 품목과 전자레인지용 냉동만두 1개 품목을 보유함. 카레군만두 등 다양한 맛의 만두 신제품을 시도해왔음
- 풀무원은 만두류 제품을 면류 전문 브랜드 '생가득'에 구성하여 런칭함. 2014년 6월에 메밀 성분을 첨가한 만두피로 제조하는 ‘정선5일장 메밀지짐만두’를 선보임

[표 3-7] 만두 주요 제조사 특징 및 연혁

기업명	내용
CJ제일제당	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 1953년 우리나라 최초 정제 설탕을 생산한 이후로 제품군을 조미식품, 레토르트 식품, 전통장류, 육가공식품 등으로 확장하며 종합식품회사로 성장함 ○ 주요 생산 품목 : 프레시안 백설군만두, 비비고 왕만두 ○ 주요 브랜드 : 프레시안, 비비고 ○ 연도별 주요 이슈 <ul style="list-style-type: none"> -1953년 제일제당 공업 주식회사 설립 -1993년 삼성그룹과 분리 -2010년 글로벌 한식 브랜드 비비고 개발 -2011년 신선식품 브랜드 프레시안 개발 -2012년 식품업체 최초 매출 6조원 돌파 -2013년 미국 캘리포니아 플러턴 만두 공장 생산 개시



기업명	내 용
해태제과식품	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 제과, 냉동식품. 빙과류 제조업체로 만두 시장에서 브랜드 가치가 높은 브랜드 중 하나인 '고향만두' 를 보유함 ○ 주요 생산 품목 : 고향만두, 자연담은 물만두 ○ 주요 브랜드 : 고향만두 ○ 연도별 주요 이슈 <ul style="list-style-type: none"> -1945년 해태제과합명회사 설립 -1987년 해태제과로 사명 변경. 고향만두 출시 -2001년 해태식품제조 설립. 해태식품제조와 해태제과 합병 해태식품제조 해태제과식품으로 사명 변경 -2003년 ISO9001, HACCP 동시인증 획득 -2005년 크라운 콘소시움 해태제과식품 경영권 인수
동원F&B	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 만두, 캔류, 햄, 음료, 샐물, 김치, 어묵, 유지류, 즉석밥 등 다양한 식품을 판매하는 식품종합회사. 최근 '개성만두' 시리즈로 만두 시장에 자리 매김하고 있음 ○ 주요 생산 품목 : 개성 왕만두, 개성 감자만두 ○ 주요 브랜드 : 동원, 개성만두 ○ 연도별 주요 이슈 <ul style="list-style-type: none"> -1969년 동원산업주식회사 설립 -1986년 창원·성남공장 준공 -1999년 창원·성남·광주·진천공장 ISO9001 인증 획득 -2005년 동일냉동식품 흡수합병 -2011년 동원그룹 계열사 최초 연매출 1조원 달성
오뚜기	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 조미식품, 레토르트 식품, 장류식품, 식용유지류 등을 생산하는 식품종합회사로 대표 제품으로 카레, 마요네즈 등이 있음. 만두류로 'SnowValley' 제품군에 5개 품목을 보유함 ○ 주요 생산 품목 : 오뚜기 SnowValley 교자만두 ○ 주요 브랜드 : SnowValley ○ 연도별 주요 이슈 <ul style="list-style-type: none"> -1969년 회사 창립 -1981년 미국지사 설치 -1992년 삼남공장 준공 -2008년 카레군만두, 만둣국만두 출시 -2013년 감자떡 만두 출시
풀무원	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 신선식품, 건강기능식품, 푸드서비스, 친환경유통사업, 샐물사업 등을 수행하는 종합식품기업. 만두류 제품은 면류 전문 브랜드 '생가득'에 속함 ○ 주요 생산 품목 : 생가득 야채가득물만두, 바사삭군만두 ○ 주요 브랜드 : 생가득 ○ 연도별 주요 이슈 <ul style="list-style-type: none"> -1981년 풀무원유기식품 설립 -1985년 풀무원식품에 통합 -1997년 음성공장 ISO9002 인증 취득(면류, 만두류, 스프류, 김치류) -1999년 천마루식품 흡수 합병

※ 각 사 홈페이지 및 공시자료 참고

제 3 절 만두 수출입 현황

1. 수출입 실적 추이

- 만두는 일부 특수한 만두를 제외하고 국내에서 생산하고 있어 수출입 규모가 크지 않으며, 수입보다는 수출규모가 큰 것으로 나타남
- 수출액은 2000년 약 474만 달러에서 2013년 약 1,954만 달러로 4배 이상 증가하였으며, 같은 기간 수입액은 약 164만 달러에서 약 891만 달러로 6배 이상 증가함
- 그러나 만두의 주요 원재료인 돼지고기 때문에 정상적인 수출이 어려움. 국내 돼지고기는 구제역 등의 이유로 청정국가로 지정되지 않았기 때문에 중국 등으로 수출이 어려운 상황임⁹⁾. 수출되는 만두는 주로 채소만두임

[표 3-8] 만두 국내 수출입 실적

년도	수출량(톤)	수출액(천\$)	수입량(톤)	수입액(천\$)	무역수지(천\$)
2000	2,423	4,740	851	1,647	3,092
2001	2,606	4,870	1,112	1,999	2,871
2002	2,691	5,248	2,062	2,925	2,323
2003	2,438	5,473	2,651	3,662	1,812
2004	1,894	4,119	1,812	2,796	1,323
2005	1,948	4,870	2,064	3,482	1,388
2006	2,685	7,550	2,841	5,821	1,729
2007	2,554	7,382	3,825	8,418	-1,036
2008	2,637	7,426	2,927	7,250	176
2009	3,546	9,147	2,376	6,377	2,770
2010	4,330	12,715	2,588	7,065	5,650
2011	5,034	15,242	2,890	8,526	6,716
2012	5,518	17,099	2,672	8,200	8,898
2013	6,113	19,542	2,790	8,917	10,625

※ 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 속을 채운 파스타(조제한 것인 기타 방법으로 조제한 것인지 불문) 162990003 값임

9) 업계 전문가 인터뷰



2. 주요 국가별 수출입 현황

- 만두의 주요 수출국은 미국, 호주, 홍콩으로 나타났으며, 해당 국가로의 수출이 전체 수출의 48.7%를 차지하고 있음(2013년 수출액 기준)
- 미국, 호주, 홍콩으로의 수출 비중이 2009년까지만 해도 60.5%였으나 지속적으로 그 비중이 감소하고 있음. 반면, 기타 국가로의 수출이 꾸준히 증가하고 있는 양상임
- 2010년에 홍콩으로의 수출량과 수출액이 급격하게 증가하였는데, 홍콩은 자유무역구역으로 관세가 없을 뿐만 아니라 중국 관광객 수(약 2,600만명, 2011년 기준)의 증가, 1인 가구 증가(약 40만명, 2011년 기준)¹⁰⁾와 더불어 소비 및 구매 패턴 중 식품이 1순위로 나타나기 때문인 것으로 분석됨

[표 3-9] 주요 국가별 만두 수출 현황

국가	수출량(톤)					수출액(천\$)				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
미국	1,743	1,561	1,866	1,960	2,065	4,029	3,881	5,391	5,724	6,133
호주	473	598	464	420	532	1,287	1,944	1,495	1,273	1,793
홍콩	65	411	550	589	552	219	1,448	1,821	1,964	1,589
캐나다	182	399	380	286	344	478	961	986	724	885
네덜란드	237	216	271	268	216	771	695	832	824	827
기타	846	1,145	1,503	1,995	2,404	2,363	3,786	4,717	6,590	8,315
합계	3,546	4,330	5,034	5,518	6,113	9,147	12,715	15,242	17,099	19,542

※ 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 속을 채운 파스타(조제한 것인 기타 방법으로 조제한 것인지 불문) 162990003 값임

- 만두는 크지 않은 규모이지만 지속적으로 수입이 이루어지고 있으며, 주로 중국에서 수입되고 있음. 2013년 수입액 기준, 중국이 전체 수입의 50.6%를 차지하고 있음

10) KOTRA 국가정보, 2014

- 중국에서의 만두 수입 규모는 큰 변화가 없지만, 전체 수입규모에서 차지하는 비중은 감소하고 있는 추세임. 2009년 71.3%였으나 2013년에는 그 비중이 20.7%p 감소한 50.6%임
- 반면, 베트남에서의 만두 수입은 꾸준히 증가하고 있는데, 2009년 15.9%에서 2013년 34.4%로 그 비중이 증가하였으며, 이는 중국에서의 감소 비중만큼 증가한 수준임
- 수입되는 주요 만두의 유형은 중국의 덩섬, 베트남의 스프링롤, 이탈리아의 파스타 계열 라비올리 등이 있으며, 일반 소비시장이 아닌 B2B 시장으로 주로 유통되고 있음¹¹⁾

[표 3-10] 주요 국가별 만두 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천\$)				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
중국	1,979	2,079	2,214	1,907	1,972	4,547	4,728	5,307	4,550	4,511
베트남	250	356	440	456	597	1,017	1,481	1,954	2,270	3,063
미국	58	46	67	39	52	250	333	613	304	430
태국	39	28	27	73	59	337	289	259	699	631
이탈리아	16	13	57	92	48	129	130	226	269	218
기타	34	66	85	105	62	97	104	167	108	64
합계	2,376	2,588	2,890	2,672	2,790	6,377	7,065	8,526	8,200	8,917

* 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

1) AG코드 속을 채운 파스타(조제한 것인 기타 방법으로 조제한 것인지 불문) 162990003 값임

- 만두의 평균 수출단가는 2009년 kg당 2.58달러에서 2013년 3.20달러, 수입단가는 같은 기간 kg당 2.68달러에서 2013년 3.20달러로 모두 증가함
- 미국과 호주로의 수출단가는 해마다 다소 등락이 있는 모습을 나타냈지만 네덜란드에 비해 그 단가가 높지는 않음. 네덜란드로의 수출단가는 kg당 3.83달러에 달하는 것으로 나타남
- 가장 많이 수입되고 있는 중국산 만두의 수입단가는 kg당 2.29달러로 나타났으며, 베트남의 수입단가는 지속적으로 증가하는 추세임

11) 업계 전문가 인터뷰



[표 3-11] 만두 수출입 단가 비교

국가	수출단가(\$/kg)					국가	수입단가(\$/kg)				
	2009	2010	2011	2012	2013		2009	2010	2011	2012	2013
미국	2.31	2.49	2.89	2.92	2.97	중국	2.30	2.27	2.40	2.39	2.29
호주	2.72	3.25	3.22	3.03	3.37	베트남	4.07	4.16	4.44	4.98	5.13
홍콩	3.37	3.52	3.31	3.33	2.88	미국	4.31	7.24	9.15	7.79	8.27
캐나다	2.63	2.41	2.59	2.53	2.57	태국	8.64	10.32	9.59	9.58	10.69
네덜란드	3.25	3.22	3.07	3.07	3.83	이탈리아	8.06	10.00	3.96	2.92	4.54
기타	2.79	3.31	3.14	3.30	3.46	기타	2.85	1.58	1.96	1.03	1.03
평균	2.58	2.94	3.03	3.10	3.20	평균	2.68	2.73	2.95	3.07	3.20

※ 농수산물수출지원정보 / KMAC 재구성

제 4 절 만두 원료 현황

1. 국내 생산 만두류의 원료 사용 비중

- 국내에서 생산하는 만두의 원료별 사용 비중을 살펴보면, 소맥분(밀가루)이 3만 9백여 톤으로 43.2%를 차지하고 있으며 그 다음으로 돼지고기가 2만 1천여톤(30.6%)으로 나타나 소맥분(밀가루)과 돼지고기가 전체 원료의 73.5%로 대부분을 차지하고 있음
- 만두소의 주요 원재료인 엽근류, 양념 채소류, 축산물 및 축산물 유래식품은 일부(다진마늘, 무, 쇠고기역기스/분말)를 제외한 대다수가 국산 비중이 높은 편이나, 소맥분(밀가루)은 전량 수입하여 가공하고 있는 것으로 나타남
- 실제로 식품에 사용되는 밀의 국내 생산량은 매우 낮은 수준으로 대부분 수입하고 있음

[표 3-12] 만두류 원료별 사용 비중

식품 원료		국산 사용량 (톤)	수입산 사용량 (톤)	합계 (톤)	원료별 사용비중 (%)	국산 비중 (%)
곡류 및 곡분	쌀	14	0	14	0.0	100.0
	소맥(밀)	0	414	414	0.6	0.0
	쌀가루	59	0	59	0.1	100.0
	옥수수가루(분말)	0	0	1	0.0	0.0
	소맥분(밀가루)	0	30,942	30,942	43.2	0.0
엽근류	배추	135	0	135	0.2	100.0
	무	49	85	134	0.2	36.6
	당근	307	7	314	0.4	97.8
	절임배추	2,197	35	2,232	3.1	98.4
양념 채소류	고추	124	0	124	0.2	100.0
	마늘(깐마늘포함)	408	166	574	0.8	71.1
	생강	309	0	309	0.4	100.0
	양파	5,585	456	6,041	8.4	92.5
	파	1,973	492	2,465	3.4	80.0
	고춧가루	75	14	89	0.1	84.3
	다진마늘	12	99	111	0.2	10.8
축산물 및 축산물 유래식품	쇠고기	0	332	332	0.5	0.0
	돼지고기	17,050	4,839	21,888	30.6	77.9
	닭고기	1,150	288	1,438	2.0	80.0



식품 원료	국산 사용량 (톤)	수입산 사용량 (톤)	합계 (톤)	원료별 사용비중 (%)	국산 비중 (%)
계란	205	0	205	0.3	100.0
쇠고기액기스/분말	5	36	41	0.1	12.2
기타	509	3206	3715	5.2	13.7
합계	30,169	41,407	71,576	100.0	42.1

※ 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태조사¹²⁾, 한국농수산물유통공사

- 이외 원료소비 실태조사에서 나타나지 않는 원재료로는 냉동된 상태로 유통되는 원료가 전체 만두 시장에서 약 50% 비중을 차지하고 있는 것으로 추정되며, 이러한 추세는 소비 단가 등의 이유로 더욱 높아질 것으로 전망됨¹³⁾

2. 만두 주요 원료 현황

가. 밀가루

- 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태조사에 의하면, 밀가루의 용도별 사용 비중에서 만두류가 약 3만 톤으로 3.0%를 차지함

[표 3-13] 밀가루(소맥분) 용도별 사용량

(단위 : 톤, %)

빵류	과자	국수	유당면류	어묵	만두류	기타	합계
254,303 (24.8)	149,923 (14.6)	140,086 (13.6)	128,769 (12.5)	36,507 (3.6)	30,942 (3.0%)	286,072 (37.9)	1,026,602 (100.0)

※ 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태조사, 한국농수산물유통공사

12) 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

13) 업계 전문가 인터뷰

- 앞서 국내에서 생산되는 만두류 원료 사용 비중에서도 나타났지만, 밀가루는 대부분 수입하여 사용하고 있는 것으로 나타남
 - 그러나 만두 제조사에서 수입 외에 국내 밀가루 제조사의 제품을 주로 이용하고 있는 것으로 파악됨¹⁴⁾

- 밀가루의 국내 생산 실적은 2002년 약 181만톤 이후 다소 감소하여 2013년 기준 약 161만톤을 생산하고 있음
 - 생산량에는 큰 변화가 없으나 생산액은 2008년 이후 1조 이상을 기록함
 - 연도별 생산량 추이를 살펴보면, 2008년에는 전년대비 10.0% 감소하였으나, 생산액의 경우 48.7% 증가함. 이는 2008년 발생한 애그플레이션으로 밀 가격이 상승한 것에서 기인한 것으로 판단됨
 - 연도별 출하량은 2006년부터 2008년까지 감소한 반면, 출하액은 증가하는 추세로 나타남. 이후 감소 및 증가를 반복하다가 2012년 기준 출하량은 약 166만 톤, 출하액은 1조 1,158억을 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
2013	1,612,207	1,011,788,949	1,374,250	1,138,990,208

※ 연도별(2004~2013) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처
 2002년, 2003년 생산량 및 출하량: 광업·제조업조사보고서, 통계청

14) 2014년 해태제과식품 반기보고서



- 국내 밀가루 수입량은 2002년 1,854톤에서 연평균 24.3% 증가하여 2013년 기준 2만 5,304톤으로 11년 사이 10배 이상 물량이 증가하였음. 수입액 또한 같은 기간 연평균 29.2% 증가하여 2013년 기준 약 1천 606만 달러 수준인 것으로 나타남
- 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
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 111032001 값임

나. 돼지고기

- 돼지고기는 식육가공품의 비중이 66.4%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 식육 또는 알제품 12.5%, 만두류 10.0% 등의 순으로 나타남

[표 3-16] 돼지고기의 용도별 사용량

(단위 : 톤, %)

식육가공품	식육 또는 알제품	만두류	즉석섭취·편의식품류	기타	합계
145,613 (66.4)	27,409 (12.5)	21,888 (10.0)	16,561 (7.6)	7,866 (3.6)	219,337 (100.0)

※ 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태조사, 한국농수산식품유통공사

- 국내 돼지고기 공급량은 국내 생산이 수입보다 3배 이상 많은 것으로 나타남 (2013년 기준). 생산량은 2003년부터 2013년까지 연평균 0.9% 증가하여 2013년 기준 약 85만 톤으로 전체 공급량은 약 113만 톤으로 나타남. 같은 기간 수입량은 연평균 8.4% 증가하여, 2013년 기준 약 27만톤으로 나타남
- 2013년 생산량 기준, 국내산이 75.8%, 수입산이 24.2% 비중을 차지함. 국내산 비중은 구제역이 발생했던 2011년(54.1%)을 제외하고 대부분 70% 이상이 국내산임
- 연도별 돼지고기 국내 생산량은 2003년부터 2010년까지 평균 72만 톤 수준에서 증가 및 감소를 반복하다가, 2011년은 전년대비 약 24.8% 감하여 약 57만 톤 수준으로 나타남. 이는 2010년부터 2011년까지 국내에서 발생한 구제역으로 인하여 생산량이 감소한 것으로 판단됨
- 연도별 돼지고기 국내 생산액은 2003년 1조 521억원에서 2012년 1조 2,074억원으로 증가함

[표 3-17] 돼지고기 국내 생산 및 공급 실적

년도	수입량(톤) ¹⁾		국내생산량(톤) ⁴⁾	합계(톤)	국내생산액(억원) ⁵⁾
	신선/냉장 ²⁾	냉동 ³⁾			
2003	511	121,267	783,000	904,778	10,521
2004	2,467	172,816	749,000	924,283	10,802
2005	6,366	255,006	701,000	962,373	13,519
2006	10,447	300,790	677,000	988,237	13,166
2007	15,695	322,991	706,000	1,044,686	10,336
2008	16,886	306,713	709,000	1,032,598	9,688
2009	11,342	283,592	722,000	1,016,935	12,286
2010	12,173	277,037	764,000	1,053,210	11,936
2011	25,426	461,743	574,000	1,061,169	13,408
2012	20,559	360,369	750,000	1,130,927	12,074
2013	11,800	260,630	853,000	1,125,430	-

1) 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

2) AG코드 돼지고기 221020001(신선, 냉장/도체, 이분도체), 221020002(신선, 냉장/넓적다리, 어깨살 뼈채절단), 221020015(신선, 냉장/기타/삼겹살), 221020019(신선, 냉장/기타/기타) 값의 합계임

3) AG코드 돼지고기 221020004(냉동/도체, 이분도체), 221020005(냉동/넓적다리, 어깨살 뼈채절단), 221020017(냉동/기타/삼겹살), 221020018(냉동/기타/기타) 값의 합계임

4) 2013 농림축산식품 주요통계, 농림축산식품부

5) 광업·제조업조사보고서, 통계청



- 돼지고기는 대부분 냉동 상태로 수입되고 있는 것으로 나타남. 신선/냉장 수입량은 2011년과 2012년을 제외하고 1만톤 내외로 수입되고 있었으며, 냉동은 2011년을 제외하고 30만톤 내외의 물량이 수입되고 있음. 앞에서 언급했던 2010년에서 2011년까지 국내에서 발생한 구제역으로 인해 일시적으로 수입량이 증가했던 것으로 판단됨

다. 양파

- 양파는 대다수의 가공식품에 사용되어지는데, 그 비중은 기타식품 35.7%, 즉석섭취·편의식품류 14.4%, 배추김치 13.9%, 식육가공품 13.7%, 소스류 11.7%, 만두류 10.6% 순으로 나타남

[표 3-18] 양파의 용도별 사용량

(단위 : 톤, %)

즉석섭취·편의식품류	배추김치	식육가공품	소스류	만두류	기타	합계
8,267 (14.4)	7,942 (13.9)	7,867 (13.7)	6,681 (11.7)	6,041 (10.6)	20,422 (35.7)	57,220

※ 2013 식품산업 분야별 원료소비 실태조사, 한국농수산식품유통공사

- 국내 양파 공급은 돼지고기와 마찬가지로 국내 생산이 수입보다 월등히 많은 것으로 나타남. 국내 생산량은 2003년부터 2013년까지 연평균 5.7% 증가하여 2013년 기준 약 129만 톤 수준으로 전체 공급량의 95.4%를 차지함. 같은 기간 수입량은 연평균 2.2% 감소하여 2013년 기준 61,963톤으로 나타남
- 양파 국내 공급 비중은 꾸준히 90% 이상을 차지하고 있으며, 2011년에는 그 비중이 98.9%까지 나타남
- 양파는 대부분 신선/냉장 상태로 수입되고 있음. 양파 수입량은 등락을 반복하고 있음. 이는 양파는 기상, 병충해 등의 이유로 국내 생산량에 등락이 있을 수 있어, 수요가 부족할 가능성이 있는 해에는 양파의 가격 안정 차원에서 정부수입물량을 증량하였기 때문임¹⁵⁾

[표 3-19] 양파 국내 생산 및 공급 실적

년도	수입량(톤) ¹⁾		국내생산량(톤) ⁴⁾	합계(톤)	국내생산액(억원) ⁵⁾
	신선/냉장 ²⁾	냉동 ³⁾			
2003	76,304	1,241	745,203	822,748	-
2004	32,135	1,082	947,797	981,014	-
2005	38,349	248	1,023,331	1,061,928	-
2006	37,801	714	889,620	928,135	-
2007	27,284	1,573	1,213,376	1,242,233	-
2008	35,876	2,051	1,035,075	1,073,002	280.4
2009	22,100	2,498	1,372,291	1,396,889	402.9
2010	17,667	2,481	1,411,645	1,431,793	407.1
2011	14,158	3,057	1,520,016	1,537,231	446.2
2012	41,974	2,872	1,195,737	1,240,583	380.6
2013	56,236	5,727	1,294,009	1,355,972	487.0

1) 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

2) AG코드 양파(신선,냉장) 121410100 값임

3) AG코드 양파(냉동) 121310200 값임

4) 2013 시설채소 온실현황 및 채소류 생산실적, 농림축산식품부

5) 2013 농림축산식품 주요통계, 농림축산식품부

15) 한국농정, 2012



제 5 절 요약 및 시사점

1. 만두 생산

- 만두가 포함된 빵 또는 떡류의 국내 생산량은 2013년 기준 약 107만 톤으로 연평균 9.9% 증가한 추세이며, 생산액은 약 2조 9,114억 원으로 연평균 9.0% 증가한 추세임
- 여기서 만두의 생산량은 2003년 약 9.6만 톤에서 2013년 약 15만 톤으로 61.5% 증가세를 나타내고 있으며, 생산액 기준으로는 동기간 1,971억 원에서 4,041억 원으로 105.0% 증가함
- 출하량은 2003년부터 2013년까지 연평균 0.6% 증가하여 2013년 기준 약 8.1만 톤 수준으로 나타났으며, 출하액은 동기간 연평균 4.4% 증가하여 2013년 기준 2,761억 원 수준으로 나타남
- 생산과 관련된 주요 이슈는 2004년 만두 파동, 2008년 주요 제조사의 생산 시설 화재로 인한 생산 및 공급량이 감소한 이슈가 있음
- 2003년 기준 288개의 생산업체 수는 2012년 32개가 늘어난 320개 업체로 집계됨
- HACCP 인증 기업이 약 110개인 것을 감안하면, 도시락 및 식사용 제조업체 중 약 34.7%는 만두를 제조하는 것으로 분석할 수 있음
- 통계분류에 따른 빵 및 떡류를 제조하는 업체를 제외하고 만두 제조업체 중에서는 CJ제일제당이 약 625억 원의 출하액을 기록하며 전체 출하액의 1.8% 점유율로 가장 높게 나타남. 이어 오뚜기냉동식품 345억 원(1.0%), 동원 F&B 239억 원(0.7%) 순으로 나타남

2. 만두 수출입

- 만두는 일부 특수한 만두를 제외하고는 국내에서 생산하고 있어, 수출입 규모가 크지 않으며, 수입보다는 수출규모가 큰 것으로 나타남



- 수출액은 2000년 약 474만 달러에서 2013년 약 1,945만 달러로 4배 이상 증가하였으며, 수입액 또한 약 164만 달러에서 891만 달러로 규모는 작으나 6배 이상 증가한 추세임
- 그러나 만두의 주요 원재료인 돼지고기 때문에 수출이 원활하지 못한 상황인데, 국내산 돼지고기는 구제역 등의 이유로 청정지역 인정을 받지 못하기 때문임. 그래서 돼지고기를 제외한 채소만두가 주를 있음
- 주요 수출국으로는 미국, 호주, 홍콩 등의 순으로 모든 국가에서 수출량과 수출액이 지속적으로 증가하고 있음
- 특히, 자유무역구역인 홍콩의 경우 관세가 없을 뿐만 아니라 관광객, 1인 가구 및 식품구매 욕구가 증가하여 만두 시장 규모가 더욱 확대되고 있는 상황임
- 주요 수입국은 중국으로 수입액은 최근 5년 기준 약 450만 달러를 상회하는 수준이며, 수입 단가는 2013년 기준 1kg당 2.3달러 수준임

3. 만두 원료

- 만두는 일부 원재료를 제외하고 국내에서 생산하고 조달하여 생산하는 경우가 많은 편임
- 원료별 사용 비중은 소맥분(밀가루) 약 3만 900 톤으로 43.2%의 비중으로 가장 높으며, 그 다음으로 돼지고기 약 2만 1,000 톤(30.6%)으로 나타나 소맥분(밀가루)과 돼지고기가 전체 원료의 73.5%로 대부분을 차지하고 있음
- 만두피의 주요 재료인 소맥분(밀가루)은 전량 수입하여 가공하고 있는 것으로 나타났으나, 만두소의 경우 다진마늘, 무, 쇠고기엑기스를 제외한 대다수가 국산 농산물의 비중이 높게 나타남
- 만두의 주요 원재료인 소맥분(밀가루)의 국내생산량은 다소 감소하는 추세이며 수입량도 2010년 이후 감소세임. 또한 만두소의 주요 원재료인 돼지고기, 양파 등은 국내 생산변동 요인에 민감하게 반응할 수 있으나, 공급 및 수요 안정 차원에서 정부가 수입물량을 관리함으로써 그 수요와 공급은 비교적 안정적인 편임

제 4 장 만두 유통 및 판매 현황

제1절 만두 유통 구조

제2절 만두 소매 유통 판매 현황

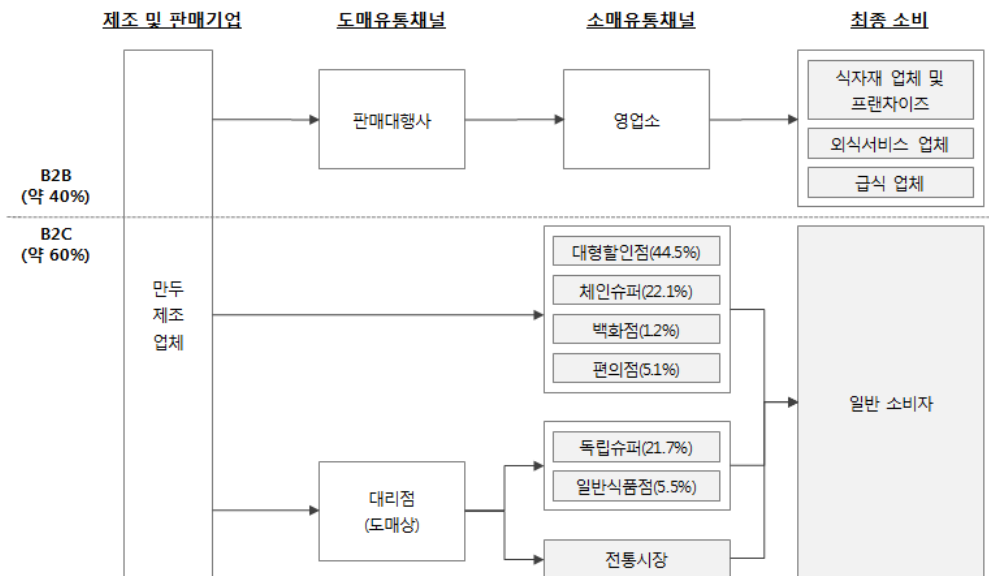
제3절 요약 및 시사점



제 1 절 만두유통 구조16)

- 만두의 유통경로는 판매대행사, 영업소를 거쳐 식자재, 외식업체 등으로 유통되는 B2B 시장과 일반 소비자들이 구매하는 B2C 시장으로 구분하여 살펴볼 수 있음
- 만두 시장은 B2B와 B2C가 각각 40%, 60% 정도를 차지하고 있는 것으로 추정되고 있음
- B2B 시장으로 유통되는 제품과 B2C시장으로 유통되는 제품은 다소 차이가 있는 것으로 확인됨. B2B 시장에서는, B2B 시장에서 인지도가 높은 생산업체에서 유통하고 있는 교자만두가 가장 큰 비중을 차지하고 있음. B2C 제조업체도 별도의 B2B 시장을 위한 제품을 유통하고 있는데 그 비중은 미미한 수준임

[그림 4-1] 만두 유통 구조



※ 업계 전문가 인터뷰 / KMAC 재구성

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

16) 업계 전문가 인터뷰



- 또한, 일부 B2C 제품 생산이 주력인 업체에서도 B2B용 제품을 별도로 유통하고 있으나 그 규모는 B2C 시장의 약 10% 미만인 것으로 추정되고 있음
- B2C 시장에서는 대리점(도매상)에서 소매점으로 이동하는 구조가 일반적이었으나, 대형할인점, 체인슈퍼와 같은 대형 유통사가 등장하면서 만두 제조업체에서 대형 유통사로 직접 유통하는 구조로 변경됨

제 2 절 만두 소매 유통 판매 현황

1. 소매 유통 채널별 매출액

- 2013년 만두의 소매 유통 채널의 매출액은 약 3,845억 원이며, 할인점이 전체 매출의 44.9%로 다른 소매채널과 큰 차이를 나타냄
 - 이어서 독립슈퍼가 21.8%, 체인슈퍼가 21.5%로 비슷한 점유율을 보임. 독립슈퍼는 2012년에 체인슈퍼보다 1.4%p 가량 점유율이 높았으나, 2013년 기준 체인슈퍼의 점유율이 독립슈퍼보다 0.3%p 높게 나타남
 - 2013년 만두 매출액은 2012년에 비해 약 7.4% 정도 증가하였으며, 2014년 3분기까지의 매출액은 전년도 동기 대비 약 0.63% 상승하여 상승세를 지속할 것으로 전망됨
 - 만두의 분기별 매출액은 1분기와 4분기의 매출액의 합이 2분기와 3분기의 매출액의 합보다 약 32.2% 가량 높게 나타남. 이는 기온이 낮은 날씨에 영향을 받아 수요의 변동이 있는 것으로 해석됨

[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			
할인점	47,650 (43.1)	36,556 (45.7)	39,498 (46.1)	48,008 (44.3)	47,944 (43.3)	37,420 (46.0)	40,332 (46.9)	160,907 (44.9)	171,712 (44.6)	125,696 (45.2)
체인슈퍼	24,497 (22.2)	16,845 (21.1)	17,780 (20.8)	23,538 (21.7)	24,884 (22.5)	17,624 (21.7)	18,166 (21.1)	73,831 (20.6)	82,660 (21.5)	60,674 (21.8)
일반 식품점	6,334 (5.7)	4,400 (5.5)	4,261 (5.0)	5,363 (4.9)	6,147 (5.6)	4,399 (5.4)	4,291 (5.0)	20,699 (5.8)	20,358 (5.3)	14,837 (5.3)
편의점	5,136 (4.6)	4,809 (6.0)	5,441 (6.4)	5,746 (5.3)	5,042 (4.6)	4,670 (5.7)	5,131 (6.0)	19,217 (5.4)	21,132 (5.5)	14,843 (5.3)
독립슈퍼	25,478 (23.0)	16,334 (20.4)	17,569 (20.5)	24,384 (22.5)	25,300 (22.9)	16,371 (20.1)	16,976 (19.8)	78,710 (22.0)	83,765 (21.8)	58,647 (21.1)
백화점	1,486 (1.3)	1,078 (1.3)	1,046 (1.2)	1,359 (1.3)	1,390 (1.3)	848 (1.0)	1,010 (1.2)	4,826 (1.3)	4,969 (1.3)	3,248 (1.2)
소계	110,581	80,022	85,595	108,398	110,707	81,332	85,906	358,190	384,596	277,945

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)



2. 소매 유통 채널의 만두 판매 가격

- 만두의 유통 판매 가격은 제품과 유통채널별 각각 차이가 나타남. 그러나 대체적으로 전통시장에서의 가격이 높게 형성되어 있는 편임
- 동원F&B의 개성 감자만두는 전통시장에서 판매되는 가격은 7,957원으로 가장 높게 나타났으며, 슈퍼마켓은 4,975원으로 가장 낮게 나타남
- CJ제일제당의 생야채돼지고기물만두 또한 전통시장 판매 가격이 8,474원으로 가장 높으며, 대형마트가 7,156원으로 가장 낮게 나타남
- 풀무원 생야채물만두의 판매가격은 슈퍼마켓 10,003원, 대형마트 9,654원, 전통시장 9,500원 등의 순임

[표 4-2] 2014년 소매 유통 채널별 만두 판매 가격

(단위: 원)

구분	대형마트	백화점	슈퍼마켓	전통시장	평균
동원F&B 개성 감자만두(600g)	7,392	7,158	4,975	7,957	6,870
CJ제일제당 생야채돼지고기물만두(400g*2봉)	7,156	7,634	7,765	8,474	7,757
풀무원 생야채물만두(700g)	9,654	9,487	10,003	9,500	9,661

※ T-price 생필품 가격정보(www.tprice.go.kr), 한국소비자원

1) 2014년 1월부터 2014년 10월까지의 가격임

2) 포장 및 프로모션에 따라 발생하는 가격 차이에 유의할 필요가 있음

3. 기업별 소매 유통 채널 점유율

- 2014년 3/4분기까지의 매출액 합계 기준, CJ제일제당이 매출액 약 628억 원으로 소매시장의 22.6%를 점유하고 있는 것으로 나타났으며, 이어서 해태제과식품이 22.5%, 동원F&B가 15.3%로 나타남. 상위 3개 기업이 전체 시장 점유율의 60.4%를 차지하고 있는 구조임
- CJ제일제당은 2013년 매출액 기준으로는 해태제과식품에 이어 2위였으나, 2014년 2/4분기부터 해태제과식품의 매출액을 앞지르며 근소한 차이로 1위의 점유율을 나타냄
- 해태제과식품의 2014년 분기별 매출액이 전년 동기대비 모두 하락한 것으로 나타났으며, 2014년 3/4분기까지의 매출만으로 비교하였을 때, 근소한 차이로 2위로 나타남
- 동원F&B는 2012년 대비 2013년 점유율이 1.4%p 상승함. 풀무원은 2013년 1분기부터 지속적인 시장점유율 상승세를 보임. 2013년 1분기에 점유율이 10.0%에서 2014년 3분기에는 15.2%로 약 5%p 가량 상승함

[표 4-3] 기업별 소매 유통 채널 매출 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			
CJ제일제당	22,354 (20.2)	18,110 (22.6)	17,973 (21.0)	21,395 (19.7)	22,651 (20.5)	19,625 (24.1)	20,516 (23.9)	78,292 (21.9)	79,832 (20.8)	62,792 (22.6)
해태제과 식품	25,982 (23.5)	19,977 (25.0)	22,317 (26.1)	25,712 (23.7)	24,466 (22.1)	18,334 (22.5)	19,739 (23.0)	89,447 (25.0)	93,988 (24.4)	62,539 (22.5)
동원F&B	16,608 (15.0)	11,711 (14.6)	12,983 (15.2)	16,336 (15.1)	17,657 (15.9)	12,192 (15.0)	12,689 (14.8)	48,738 (13.6)	57,638 (15.0)	42,538 (15.3)
풀무원	11,036 (10.0)	9,154 (11.4)	10,594 (12.4)	13,590 (12.5)	13,747 (12.4)	10,734 (13.2)	13,062 (15.2)	38,205 (10.7)	44,374 (11.5)	37,543 (13.5)
오뚜기	12,342 (11.2)	7,267 (9.1)	6,860 (8.0)	11,191 (10.3)	9,997 (9.0)	6,009 (7.4)	5,841 (6.8)	34,699 (9.7)	37,660 (9.8)	21,847 (7.9)
기타	22,258 (20.1)	13,804 (17.3)	14,869 (17.4)	20,172 (18.6)	22,189 (20.0)	14,439 (17.8)	14,059 (16.4)	68,809 (19.2)	71,103 (18.5)	50,687 (18.2)
합계	110,581	80,023	85,596	108,396	110,707	81,332	85,906	358,190	384,596	277,945

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)



- 2014년 1분기부터 3분기까지 매출액 합계 기준, 기업별 소매 유통 채널별 점유율은 차이가 있음
 - CJ제일제당은 백화점(27.6%)에서 가장 높은 점유율을 보이며, 체인슈퍼, 할인점, 독립슈퍼에서 20%대의 점유율을 유지하고 있음
 - 해태제과식품이 할인점(22.9%), 편의점(42.9%), 일반식품점(41.1%)의 3개 채널에서 점유율이 높음. 특히, 편의점 채널의 경우 해태제과식품(42.9%)과 기타 제품(40.8%)이 83.7%에 달하는 점유율로 매우 높게 나타남
 - 동원F&B는 할인점(17.8%)에서 가장 높은 점유율을 보이며, 풀무원은 38.2%의 점유율로 백화점에서 가장 높은 점유율을 차지함
 - 오투기 또한 백화점(12.6%)에서 점유율이 가장 높게 나타났으며, 독립슈퍼에서 기타 제품(25.1%)이 점유율 비중이 높게 나타남

[표 4-4] 기업별 유통 채널 점유 현황

(단위: 백만원, %)

구분	백화점	할인점	체인슈퍼	편의점	독립슈퍼	일반식품점
CJ제일제당	896 (27.6)	28,733 (22.9)	16,488 (27.2)	696 (4.7)	13,216 (22.5)	2,764 (18.6)
해태제과식품	21 (0.6)	28,786 (22.9)	9,887 (16.3)	6,368 (42.9)	11,383 (19.4)	6,095 (41.1)
동원F&B	139 (4.3)	22,398 (17.8)	9,834 (16.2)	307 (2.1)	8,345 (14.2)	1,511 (10.2)
풀무원	1,242 (38.2)	18,529 (14.7)	9,759 (16.1)	187 (1.3)	7,133 (12.2)	694 (4.7)
오투기	410 (12.6)	10,537 (8.4)	5,040 (8.3)	1,226 (8.3)	3,861 (6.6)	772 (5.2)
기타	540 (16.6)	16,713 (13.3)	9,667 (15.9)	6,059 (40.8)	14,707 (25.1)	3,001 (20.2)
합계	3,248	125,696	60,674	14,843	58,647	14,837

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

1) 2014년 1분기부터 2014년 3분기까지 매출액 합계임



제 3 절 요약 및 시사점

1. 유통·판매 구조

- 국내 만두 시장의 유통 비중은 B2B 40%, B2C 60%로 추정됨
 - B2B는 식자재 업체, 외식 서비스 업체, 급식 등으로 유통되며 B2C로 유통되는 제품과는 차이가 있음
 - B2B에서 브랜드 파워를 보유하고 있는 생산업체에서 교자만두 형태로 유통하고 있는 것이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, B2C 제조업체도 별도의 B2B용 제품을 유통하고 있으나 그 규모는 미비한 수준임
 - B2C 시장에서는 대리점(도매상)에서 소매점으로 유통되는 구조와 생산업체에서 대형 소매유통채널로 직접 유통되는 구조로 양분되어 있음

2. 소매 유통 채널 판매

- 2013년 만두 매출액은 2012년 대비 약 7.37% 증가한 수준이며, 2014년 상반기 매출액은 전년도 동기 대비 약 0.75% 증가한 것으로 나타나 만두 매출의 성장세는 지속될 전망이다
 - 만두의 분기별 매출액은 2분기와 3분기 대비 상대적으로 기온이 낮은 1분기와 4분기의 매출액이 약 32.2% 높게 나타나, 만두는 소비 패턴에 계절의 영향을 받는 식품 중의 하나임
- 2013년 만두의 소매 유통 채널 매출액은 약 3,845억 원이며, 채널 중에서는 할인점(44.9%)에서 가장 많이 판매되고 있음
 - 이어서 독립슈퍼(21.8%), 체인슈퍼(21.5%) 순으로 많이 판매되며, 두 채널의 점유율은 비슷한 수준임



- 만두의 유통 판매가격은 제품과 채널에 따라 각각 차이가 나타남. 그러나 대체적으로 전통시장의 가격이 높게 형성되어 있는 편임
 - 이러한 차이는 유통구조에서 찾을 수 있는 전통시장은 대리점을 거치기 때문에 기본적인 유통단가가 더해지기 때문임

- 기업별 유통 채널 점유율을 살펴보면, 2014년 3/4분기까지의 매출액 합계 기준, CJ제일제당(22.6%), 해태제과식품이(22.5%), 동원F&B(15.3%) 순임. 상위 3개 기업이 전체 시장 점유율의 60.4%를 차지함
 - CJ제일제당은 체인슈퍼(26.8%), 동원F&B는 할인점(18.2%), 풀무원은 백화점(34.4%)에서 가장 높은 점유율을 나타냄
 - 해태제과식품이 할인점(22.9%), 편의점(42.9%), 일반식품점(41.1%)의 3개 채널에서 비교적 점유율이 높은 편임. 특히, 편의점 채널의 경우 해태제과식품(42.9%)과 기타 제품(40.8%)이 83.7%에 달하는 점유율로 매우 높게 나타남

- 2014년 1분기부터 3분기까지 매출액 합계 기준, 기업별 소매 유통 채널별 점유율은 차이가 있음
 - CJ제일제당은 백화점(27.6%)에서 가장 높은 점유율을 보이며, 할인점, 체인슈퍼, 독립슈퍼에서 20%대의 점유율을 유지하고 있음
 - 해태제과식품은 할인점에서는 CJ제일제당과 점유율이 같으며, 편의점과 일반식품점의 점유율이 40% 이상으로 해당 채널에서는 CJ제일제당보다 압도적임
 - 편의점 채널의 경우, 해태제과식품(42.9%)과 기타 제품(40.8%)이 83.7%로 대부분을 차지하고 있음

제 5 장 만두 소비 시장 현황

제1절 만두 소비 시장

제2절 만두 브랜드 현황

제3절 만두 국내 시장 동향

제4절 만두 해외 시장 동향

제5절 요약 및 시사점

제 1 절 만두 소매 시장

1. 만두 소비 행태

- 최근 1개월 내에 냉동식품류 중 만두의 구입 경험이 있다는 응답자의 비율은 2012년 27.9%, 2013년 46.4%, 2014년 53.8%로 매년 구입경험자가 증가하고 있음
- 2014년 기준, 만두 구입 경험은 여성이 55.6%, 연령별 구분에서는 40대 (63.6%), 결혼 여부에서는 기혼자(56.0%)가 상대적으로 구입 경험 비중이 높게 나타남
- 청소년 이하의 자녀가 있는 응답자가 그렇지 않은 응답자보다 구입 경험이 더 많았음. 2013년에 취업주부와 전업주부의 구입 경험이 크게 차이가 나지 않았던 것과는 달리 2014년에는 취업주부의 구입 경험이 전업주부보다 5%p 높음

[표 5-1] 냉동식품류 만두 구입 경험(최근 1개월)

(단위: %)

구분		2012	2013	2014
성별	남성	22.0	42.3	51.9
	여성	33.9	50.6	55.6
연령별	20대	25.4	40.9	46.9
	30대	36.3	54.3	63.4
	40대	29.9	53.0	63.6
	50대	23.0	43.3	50.3
	60대	19.2	31.8	42.3
결혼 여부	기혼	29.4	47.9	56.0
	미혼	23.6	42.3	47.6
청소년 이하 자녀 유무	있음	35.3	53.1	64.2
	없음	22.5	41.7	47.8
주부 유형	취업주부	36.8	53.5	55.7
	전업주부	33.7	52.8	61.2
전체		27.9	46.4	53.8

※ 2012~2014 가공식품 소비자 태도조사, 농림축산식품부, 한국농수산물유통공사



2. 만두 소매 시장 규모

- 만두의 세분 소매 시장은 교자만두, 왕만두, 군만두, 물만두, 찢만두 등으로 나누어 살펴볼 수 있음
- 2014년 3/4분기까지의 교자만두의 매출액은 854억 원, 만두 시장에서 차지하는 매출 비중은 30.7%로 가장 많이 소비되고 있는 제품으로 나타남. 이어서 왕만두(27.1%), 군만두(19.1%) 순임
- 교자만두는 2012년 만두 소매 시장의 매출 중 32.3%를 차지하며 왕만두(27.5%)와 약 4.7%p의 점유율 차이가 나타났으나, 2013년 기준 왕만두가 전년대비 21.3% 성장하며 왕만두와의 1.0%p의 점유율 차이로 소비시장이 가장 활발한 것으로 나타남
- 그 외에 군만두, 찢만두는 2012년 대비 2013년 매출액이 증가하였으나, 물만두, 기타 만두류의 매출액은 감소하였음
- 만두의 매출액은 분기별로 차이가 나타나는데, 2013년 기준 상대적으로 기온이 낮은 분기(1/4, 4/4)의 매출이 그 외 분기 대비 약 32.2% 높은 것으로 나타남

[표 5-2] 만두 세분시장별 소매 시장 규모

(단위: 백만원,%)

구분	2012년				2013년				2014년			2012년 합계	2013년 합계	2014년 3/4분기 합계
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기			
교자만두	32,607 (31.6)	24,475 (34.7)	26,191 (32.7)	32,341 (30.9)	32,871 (29.7)	25,790 (32.2)	26,214 (30.6)	30,747 (28.4)	31,166 (28.2)	25,991 (32.0)	28,290 (32.9)	115,614 (32.3)	115,622 (30.1)	85,447 (30.7)
왕만두	32,238 (31.3)	15,488 (22.0)	18,491 (23.1)	32,383 (31.0)	39,899 (36.1)	21,683 (27.1)	23,407 (27.3)	34,607 (31.9)	36,640 (33.1)	19,803 (24.3)	18,952 (22.1)	98,600 (27.5)	119,596 (31.1)	75,395 (27.1)
군만두	16,137 (15.6)	15,335 (21.8)	17,497 (21.8)	20,090 (19.2)	16,022 (14.5)	17,665 (22.1)	18,865 (22.0)	22,145 (20.4)	17,275 (15.6)	16,735 (20.6)	19,091 (22.2)	69,059 (19.3)	74,697 (19.4)	53,101 (19.1)
물만두	14,131 (13.7)	11,907 (16.9)	13,563 (16.9)	13,739 (13.1)	13,933 (12.6)	11,417 (14.3)	13,138 (15.3)	14,544 (13.4)	16,519 (14.9)	13,904 (17.1)	14,709 (17.1)	53,340 (14.9)	53,032 (13.8)	45,132 (16.2)
찢만두	1,926 (1.9)	1,476 (2.1)	1,709 (2.1)	1,910 (1.8)	1,742 (1.6)	1,619 (2.0)	1,963 (2.3)	2,311 (2.1)	2,025 (1.8)	1,685 (2.1)	1,904 (2.2)	7,021 (2.0)	7,635 (2.0)	5,614 (2.0)
기타	6,109 (5.9)	1,754 (2.5)	2,639 (3.3)	4,056 (3.9)	6,113 (5.5)	1,849 (2.3)	2,008 (2.3)	4,042 (3.7)	7,082 (6.4)	3,214 (4.0)	2,959 (3.4)	14,558 (4.1)	14,012 (3.6)	13,255 (4.8)
합계	103,148	70,435	80,090	104,519	110,581	80,023	85,596	108,396	110,707	81,332	85,906	358,190	384,596	277,945

※ 식품산업통계정보 (www.atfis.or.kr)

제 2 절 만두 브랜드 현황

가. CJ제일제당 “프레시안” & “비비고”

- 신선식품 브랜드 ‘프레시안’에 ‘백설’ 브랜드 만두를 통합하여, 만두 제품군에 다양한 브랜드 및 품목을 보유하고 있음
- 해외 시장 진출용인 한식 브랜드, ‘비비고’를 통해 미국 시장에 진출해 있으며, 미국 캘리포니아에 플러턴 만두 생산시설을 보유하고 있음
- 외식브랜드 ‘차이나팩토리’와 연계한 중국 만두 제품군도 출시함

[표 5-3] CJ제일제당 주요 제품

브랜드	구분	제품명	제품사진
프레시안	교자만두	프레시안 백설만두, 프레시안 우리밀만두	
	왕만두	프레시안 생야채와 돼지고기 왕만두	
	군만두	프레시안 납작군만두, 프레시안 백설군만두, 프레시안 백설우리쌀군만두, 프레시안 백설김치군만두, 프레시안 백설잡채군만두	
	물만두	프레시안 생야채와 돼지고기 물만두	



브랜드	구분	제품명	제품사진
	찜만두	프레시안 생야채와 돼지고기 손만두	
프레시안 by 차이나팩토리	교자만두	프레시안 새우완탕	
	왕만두	프레시안 왕빠오즈	
	찜만두	프레시안 샤오롱빠오, 프레시안 하까우, CJ 상하이샤오롱	
비비고	교자만두	비비고 왕교자	
	왕만두	비비고 왕만두	
	군만두	비비고 군만두	
	물만두	비비고 물만두	

※ CJ제일제당 홈페이지 (www.cj.co.kr)






나. 동원F&B “동원” & “개성”

- 2008년 ‘개성 왕만두’ 를 출시한 이후, 왕만두 시장을 선도해 오고 있음. 최근 만두 시장 내에서 왕만두 시장 점유율이 높아짐에 따라 동원F&B의 시장 점유율도 동반 상승함
- ‘개성 왕만두’ 의 성공에 힘입어 ‘개성’ 을 브랜드로 2014년에 ‘개성만두’ 시리즈에 물만두, 군만두, 교자만두를 추가함

[표 5-4] 동원F&B 주요 제품

브랜드	구분	제품명	제품사진
동원	교자만두	동원 일품만두	
	군만두	동원 새참 잡채군만두, 동원 오곡군만두	
	잡채군만두	동원 고추잡채만두	
	물만두	동원 새참 물만두, 동원 새참 백김치물만두	
	감자만두	동원 알감자만두	
	감자물만두	동원 감자물만두	



브랜드	구분	제품명	제품사진
개성	왕만두	개성 왕만두, 개성 닭가슴살왕만두, 개성 메밀왕만두	
	군만두	개성 왕납작군만두(부추고기, 매콤해물)	
	찐만두	개성 감자만두, 개성 손만두	

※ 동원F&B 홈페이지(www.dongwonfnb.com)

다. 해태제과식품 “고향만두”

- 1987년에 출시된 ‘고향만두’ 브랜드를 보유함. 만두 시장에서 시장 점유율 1, 2위를 지속적으로 고수하고 있음
- 최근 중국 만두, 인도 만두, 파스타 만두를 접목한 신제품 ‘세계 속의 군만두’ 시리즈를 출시함. ‘잡채호떡군만두’, ‘치킨커리군만두’, ‘알리오올리오군만두’로 제품 차별화에 노력을 기울이고 있음

[표 5-5] 해태제과식품 주요 제품

브랜드	구분	제품명	제품사진
고향만두	교자만두	고향만두, 고향만두 김치, 고향만두 잡채, 고향만두 훅(궁)	
	왕만두	고향왕만두, 고향 사천왕만두	
	군만두	잡채가득 군만두, 고향 부추잡채 군만두, 고향 바삭한 군만두, 자연담은 잎새군만두, 잡채호떡군만두, 치킨커리군만두, 알리오올리오군만두	
	물만두	고향만두 쉼(수), 고향 깔끔한 생물만두, 고향 속이알찬 물만두, 자연담은 물만두	
	손만두	참 잘빛은 손만두, 매콤함이 살아있는 손만두 김치	
	간편식만두	이슬먹은 렌지만두 매운맛, 사랑그대로 샤오롱	


※ 해태제과식품 홈페이지(www.ht.co.kr)



라. 풀무원 “생가득”

- ‘정선5일장 메밀지짐만두’, ‘쌀물만두’, ‘방울만두’ 등 만두피의 재료를 다양화한 제품을 보유함. ‘정선5일장 메밀지짐만두’는 강원도 명물 메밀전병을 만두에 접목시킨 제품임
- 만두류 생산 기지인 음성공장에서 ISO9002 인증을 취득함

[표 5-6] 풀무원 주요 제품

브랜드	구분	제품명	제품사진
생가득	왕만두	생가득 평양왕만두, 생가득 김치왕만두	
	군만두	생가득 부추잡채군만두, 생가득 정선5일장 메밀지짐만두, 생가득 사천식 납작지짐만두(매콤한 맛), 생가득 납작지짐만두, 생가득 바사삭군만두	
	물만두	생가득 야채가득물만두, 생가득 쌀물만두, 생가득 생고기와 생야채로 속을 꽂채운 소물만두	
	감자만두	생가득 방울만두	

※ 풀무원 홈페이지(www.pulmuone.co.kr)

마. 오투기 “SnowValley”

- 2012년에 출시한 ‘감자떡만두’가 왕만두 시장에서 호응을 얻은 후 이듬해 ‘감자떡 군만두’를 출시하여 감자 만두피 제품에 주력하고 있음
- ‘딴섬’, ‘포자만두’ 등 중국식 만두 제품을 보유함

[표 5-7] 오투기 주요 제품

브랜드	구분	제품명	제품사진
SnowValley	교자만두	오투기 SnowValley 교자만두, 오투기 SnowValley 잡채만두, 오투기 SnowValley 김치만두, 오투기 SnowValley 간편교자만두	
	군만두	오투기 SnowValley 잡채군만두, 오투기 SnowValley 참쌀군만두, 오투기 SnowValley 매운고추군만두, 오투기 SnowValley 참치군만두	
	물만두	오투기 SnowValley 물만두, 오투기 SnowValley 純물만두	
	손만두	오투기 SnowValley 김치손만두, 오투기 SnowValley 손만두, 오투기 SnowValley 대왕만두, 오투기 SnowValley 감자떡김치만두, 오투기 SnowValley 감자떡만두	
	딴섬	오투기 SnowValley 딴섬 새우 슈마이, 오투기 SnowValley 딴섬 홍게 슈마이	
	포자만두	오투기 SnowValley 포자만두	

※ 오투기 홈페이지(www.ottogi.co.kr)



제 3 절 만두 국내 시장 동향

1. 만두 품목의 글로벌화

- 국내 만두 시장은 1인 가구의 증가로 인해 간편조리식품을 선호하는 라이프 스타일을 가진 소비자가 늘어나면서 시장의 양적인 규모가 확대되는 한편, 소비자들의 요구사항도 다양화 되고 있음
 - 2013년 만두 시장 규모는 약 3,845억 원으로 이는 전년도 만두 시장 규모 3,581억 원보다 약 7.4% 성장한 수준임¹⁷⁾
 - 성장하고 있는 만두 시장에서 고객들의 다양한 요구사항에 대응하기 위하여 국내 만두 제조사들은 외국 만두를 활용하여 신제품을 개발하는 등의 노력을 기울이고 있음. 외국 만두는 주로 중국 만두를 활용한 신제품 개발이 활발한 편임
- CJ제일제당에서는 외식 프랜차이즈 계열사인 ‘차이나팩토리’의 메뉴를 만두로 확장하여 ‘CJ 프레시안 by 차이나팩토리’ 제품군을 출범함
 - 해당 브랜드에는 ‘빠오즈’, ‘새우완탕’, ‘하까우’, ‘샤오롱빠오’ 등 중국식 만두 제품이 포함됨. 또한 ‘차이나팩토리’의 브랜드와는 별개로 ‘프레시안 상하이샤오롱’, ‘프레시안 꽃빵’ 등 중국식 요리의 냉동식품이 출시되었음
- 해태제과식품은 2013년에 출시한 중국식 냉동만두 ‘잡채호떡군만두’를 시작으로 인도, 이탈리아의 전통 만두와 자사의 고향만두 브랜드를 접목한 ‘세계 속의 고향만두’ 시리즈를 출시했음
 - ‘세계 속의 고향만두’ 제품군에는 중국 호떡과 접목한 ‘잡채호떡군만두’, 인도의 탄두리 치킨을 활용한 ‘치킨커리군만두’, 그리고 이탈리아의 전통 파스타 만두 라비올리를 응용한 ‘알리오올리오군만두’가 있음

[그림 5-1]
해태제과식품의
‘알리오올리오군만두’



17) 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)



2. 만두피 원료의 새로운 시도

- 기존 소맥분(밀가루) 만두피 외 감자전분, 라이스페이퍼, 메밀, 찹쌀 등 다양한 재료를 사용한 새로운 만두피 개발을 통해 차별화된 맛과 질감 그리고 영양성분을 강조하고 있음
- 특히, 감자전분이 들어간 만두피를 가진 제품의 출시가 많은 편임. 오뚜기 ‘감자떡군만두’를 비롯하여 동원 ‘개성 감자만두’, 풀무원 ‘방울만두’, 청정원 ‘감자수제비물만두’ 등 감자만두 제품의 출시가 늘어남. 이는 감자만두피가 기존의 밀가루 만두피보다 식감이 쫄깃하여 시장의 반응이 좋기 때문임
- 또한, 만두피에 찹쌀이나 쌀을 사용한 만두도 출시됨. CJ제일제당의 ‘프레시안 우리쌀군만두’는 국내산 쌀을 사용했기 때문에 건강에 이롭다는 점을 강조하여 제품 고급화를 시도함. 청정원 ‘떡&군만두’는 찹쌀 성분을 이용하여 떡과 비슷한 식감을 보유한 떡국용 만두라는 제품 포지셔닝을 시도하기도 함
- 이밖에도 메밀 만두피를 사용한 제품인 풀무원 ‘정선5일장 메밀지짐만두’, 동원 ‘개성 메밀왕만두’가 있으며, 롯데푸드에서는 라이스페이퍼와 단호박 만두피를 사용한 신제품을 출시함. 롯데푸드의 ‘엔네이처 등심&새우 롤만두’는 스프링롤(Spring roll)을 연상시키는 원통형의 형태를 한 라이스페이퍼 만두임

[그림 5-2] 롯데푸드의 ‘엔네이처 등심&새우 롤만두’



3. 각 제조사의 만두 카테고리 확장

- 국내 만두 시장은 제조사별 주력하는 세분시장이 비교적 뚜렷한 편이었음. 그러나 최근 만두 세분시장 간의 점유율 변동으로 인해 만두 제조사들이 자신의 주력 품목에서 벗어나 다양한 만두 품목으로 진출하기 시작함



- 이는 최근 만두 시장 규모가 성장세인 것과 동시에 2013년 전후로 왕만두의 세분시장 점유율이 교자만두의 점유율을 상회하기 시작하면서 만두 세분시장의 점유율 순위 변동이 있었기 때문인 것으로 보임
- 특히, 2008년에 동원F&B가 '동원 개성 왕만두'를 성공적으로 출시한 것이 결정적인 요인이 됨. 이전에는 교자만두, 군만두, 물만두, 찢만두 등에 비해 왕만두는 점유율이 비교적 낮은 품목이었으나, 이 시기 이후로 왕만두 품목의 점유율이 점차 상승하여 현재의 수요를 창출하였음
- 특히, 2013년 이후부터 왕만두 품목이 전체 만두 시장의 품목별 점유율 1위로 올라서면서 왕만두 품목에서 상위권을 차지하고 있던 동원F&B의 만두 시장에서의 전반적인 매출실적이 상승세를 타고 있음
- 이에 따라 이전에는 군만두 품목에 주력했던 CJ제일제당이 왕만두와 교자만두의 신제품을 잇달아 출시했고, 교자만두 시장에서 '고향만두' 브랜드로 1위를 점하던 해태제과도 교자만두 외의 다양한 만두 품목으로 제품을 확장했음. 또한 왕만두의 성공에 힘입은 동원F&B는 '개성' 브랜드에 여러 품목을 추가하여 제품 품목 확장에 대응함
- 제 2의 왕만두가 될 정도로 큰 수요를 창출할 만한 제품 개발도 활발히 진행되고 있음. 풀무원의 교자만두나 왕만두의 형태에서 차별화를 둔 납작하고 면적이 넓은 형태의 지짐만두에 해당하는 제품을 3가지 출시함. 롯데푸드 역시 미국 타임지가 선정한 슈퍼푸드 단호박, 견과류, 시금치를 사용한 지짐만두인 '엔네이처 단호박 & 호두 지짐만두' 를 출시함

[그림 5-3] 풀무원의 '납작지짐만두'



제 4 절 만두 해외 시장 동향

1. 중국의 만두 시장¹⁸⁾

가. 중국 만두 시장의 성장세



- 중국 만두 시장의 규모(Dumpling, Dim sum, Wonton)는 2013년에 104억 위엔이었고, 이는 전년도 대비 11.9% 성장한 규모임. 중국 만두시장의 성장세는 2008년 71억 위엔에서 5년 만에 약 1.5배의 규모로 빠르게 성장하고 있음
- 중국 만두 시장이 빠르게 성장한 요인으로는 중국의 대도시를 중심으로 라이프스타일이 변화되면서 편리한 냉동식품을 선호하는 소비자 층이 형성되었기 때문임

[표 5-8] 2014년 중국 만두 시장 주요 브랜드

브랜드	설명	로고	제품사진
산취엔(三全)	중국 냉동만두 시장에서 가장 인지도가 높은 브랜드. 김치맛 만두, 어린이용 만두, 과일 맛 탕위엔, 이탈리아 만두 라비올리 등 다양한 만두를 판매함 (www.sanquan.com)		 어린이용만두 (儿童小水饺)
쓰넨(思念)	중국 냉동만두 시장점유율 2위인 냉동식품 브랜드. HACCP 인증을 완료했으며, 2008년 베이징 올림픽의 냉동식품 독점 공급업체였음 (www.synear.cn)		 옛베이징맛만두 (老北京风味)
안징(安井)	2001년 설립. 중국 내 주요 대형마트에서 주로 판매되며 북미와 호주에도 수출하고 있음. 물만두, 탕위엔, 고기 완자, 생선 완자 등을 판매함 (www.anjoyfood.com)		 태호연만두 (太湖燕饺)

18) Frozen Processed Food in China, Euromonitor, 2014.01



브랜드	설명	로고	제품사진
완차이 페리 (灣仔碼頭)	1972년 시작한 홍콩 완차이 지역의 유명 수제 만두 가게가 1985년에 냉동만두 제조사로 성장함. 미국 대형 식품 그룹사 General Mills의 브랜드로 중국 외 미국, 프랑스, 영국에서도 판매됨 (www.wanchaiferry.com.tw)		 양배추돼지고기만두 (高麗菜豬肉)

※ 각 사 홈페이지

나. 중국 만두의 명절 특수

- 중국인들이 명절에 만두를 즐겨 먹는 풍습이 만두 시장 규모를 매우 크고 빠르게 성장시킨 동력임. 새해 첫날, 춘절 그리고 동지에 만두를 먹는 풍습이 있는데, 이 덕분에 전통양식 만두의 종류도 매우 다양함과 동시에 가공한 만두 또한 여러 가지 품목으로 판매되고 있음. 시장에서 호응을 얻고 있는 대중적인 만두는 차오즈, 바오즈, 탕위엔, 덤섬, 완탄 등이 있음
- 이 때문에 중국 명절에 만두의 판매량이 급격히 증가하는 양상을 보임. 2013년 중국 동지였던 12월 22일 전후를 비롯한 동지 당일에는 마트에서의 냉동만두 판매량이 평일의 4배에 해당할 정도로 수요가 높아짐¹⁹⁾.

다. 만두 시장에서의 브랜드 영향력 증대

- 식품 위생 문제가 대두되면서 냉동식품 중에서도 신뢰할 수 있는 유명 브랜드 제품의 냉동식품을 구매하는 경향이 강하게 나타나고 있음
- 특히, 중국 냉동식품 대기업 중 산취엔의 브랜드 가치가 높아졌는데, 이는 2012년 말에는 고급 냉동만두 제품군 ‘스추 물만두(私厨水饺)’를 출시하여 크게 성공했기 때문임. ‘스추 물만두(私厨水饺)’는 바쁜 대도시의 중국 회사원 소비자를 타겟으로 하여 출시한 냉동만두로 6가지 종류의 맛이 있음. 지하철, TV, 인터넷에서 “잘 먹는 게 중요하다” 라는 슬로건을 내세워 공격적인 마케팅을 펼침

[그림 5-4]
산취엔의 ‘스추 물만두(私厨水饺)’



19) [중국-베이징] 동지를 맞이하여 만두 인기 대폭발, 농수산식품수출지원정보




- ‘스추 물만두(私厨水餃)’의 성공은 산취엔의 매출 신장에 크게 기여했고 베이징, 광저우, 신천과 같은 도시의 만두시장에서 브랜드 점유율이 8~10% 상승하였으며, 2011년부터 현재까지 시장점유율 1위 브랜드의 입지를 지키고 있음.

2. 일본의 만두 시장²⁰⁾

가. 간편 냉동식품의 인기를 기반으로 한 만두 시장의 성장



- 일본 냉동식품 시장 및 만두 시장은 1인 가구의 증가, 인구 고령화, 도시락 식품 시장의 성장에 따라 동반 성장세를 보이고 있음. 대중적으로 소비가 이루어지고 있는 만두는 중국식 만두, 스프링 롤(Spring roll), 교자만두 등 아시아권 유형이 대다수 임
- 2013년 기준으로 일본의 만두 시장(Chinese Dumpling, Gyoza, Spring roll) 매출액은 675억 엔이며, 이는 2012년에 비하여 6.9% 성장한 수준임. 이 중 냉동교자의 매출 신장의 비중이 가장 높음

[표 5-9] 2014년 일본 만두 시장 주요 브랜드

브랜드	설명	로고	제품사진
니치레이 (ニチレイ)	냉동식품, 레토르트 식품 시장에서 시장 점유율 2위 브랜드. 도시락 반찬을 위한 냉동식품과 함께 만두로는 찜만두인 슈마이를 주로 판매함 (www.nichirei.co.jp)		 단새우슈마이 (甘えびシューマイ)
닛스이 (ニッスイ)	수산가공식품에 주력하는 냉동식품 브랜드. 레토르트 식품, 어묵, 통조림 등을 판매함. 만두로는 춘권(Spring roll)과 슈마이를 판매하고 있음 (www.nissui.co.jp)		 붉은대게슈마이 (紅ずわいのかにシューマイ)

20) Frozen Processed Food in Japan, Euromonitor, 2014.01



브랜드	설명	로고	제품사진
아지노모토 (味の素)	아시아 12개국, 유럽 8개국, 미국, 남미 4개국 등에 진출해 있는 냉동식품 브랜드. 군만두의 일종인 교자를 냉동식품으로 제조해 판매함 (www.ffa.ajinomoto.com)		 교자(ギョーザ)

※ 각 사 홈페이지

- 일본 가정에서는 아침마다 자녀의 점심 도시락을 준비하는데 냉동식품을 사용하는 것이 일상화되어 있는데, 이는 냉동식품의 품질이나 종류 등이 도시락 준비에 대한 시간과 노력에 대한 부담으로 도시락을 먹는 데 흥미를 잃지 않도록 하는 학부모와 자녀의 요구사항을 충족하였기 때문임
- 또한, 일본의 초고령화 사회는 음식 조리에 대한 번거로움을 간편한 방법으로 식사를 해결할 수 있는 간편조리식품이 인기를 얻고 있음. 만두는 데치거나, 전자레인지에 데우는 등 간편조리식품에 해당되어, 일본의 대형 마트인 다이에이(ダイエー)의 도쿄점에서는 군만두(焼き餃子)가 인기 품목에 오르기도 했음²¹⁾

나. 냉동교자의 인기와 제품 다양화

- 냉동교자를 생산하는 주요 일본 제조사인 아지노모토(味の素)는 2013년에 냉동스낵과 냉동교자의 신제품 출시에 힘입어 13%대의 매출 성장률을 기록함. 아지노모토(味の素)는 군만두와 물만두 두 가지 조리가 가능한 냉동교자를 판매하는 등 소비자의 다양한 취향에 부응하고자 노력함
- 2014년 6월에는 니혼햄(日本ハム)에서 냉동만두의 제품 다양화를 위해 ‘깃털장식 카레만두(羽根付きカレーギョーザ)’를 여름 한정 상품으로 출시했음. 여름철 식욕을 자극하기 위해 10가지 이상의 향신료를 사용하여 매운 맛을 강조했고, 특제 소스가 튀김옷을 만들어 바삭한 식감을 느낄 수 있게 했음

[그림 5-5] 니혼햄의 ‘깃털장식 카레만두’



21) Global Food Info 1호 일본편, 농수산식품유통공사, 2014.07



3. 미국의 만두 시장

- 미국 만두 시장에서는 이탈리아 만두 라비올리 제품이 대중화된 편임. 아시아권 만두 품목은 미국 내 한인마트 등의 아시아마트를 중심으로 주로 유통되고 있음
- 그러나 최근 아시아 소비자 외에도 다양한 국적과 인종의 소비자가 아시아 만두를 점차 찾게 되면서 일반 대형마트로 유통이 확장되고 있음

[표 5-10] 2014년 미국 만두 시장 주요 브랜드

브랜드	설명	로고	제품사진
Ling Ling	Windor foods의 브랜드 중 하나로 군만두, 스프링 롤(Spring roll), 슈마이 등 아시아 만두를 판매함. Costco, Kroger 등 대형마트를 중심으로 유통되고 있음 (www.ling-ling.com)		 Vegetable Potstickers
bibigo	CJ제일제당의 미국 진출 브랜드. 찐만두, 잡채만두, 군만두 등 한국식 만두를 비롯해 중국식 만두인 완단을 판매하고 있음 (us.bibigo.com)		 Steamed Dumpling
Lean Cuisine	Nestlé 계열 브랜드. 파스타, 머핀, 샐러드 등 식사대용 냉동식품을 판매함. 만두류로 5종의 라비올리를 판매하고 있음 (www.leancuisine.com)		 Cheese Ravioli
Healthy Choice	ConAgra Foods의 브랜드로 수프, 요거트, 파스타, 아이스크림 등 다양한 냉동식품을 판매함. 만두류로는 만두 통조림, 라비올리, 군만두 등이 있음 (www.healthychoice.com)		 Asian Potstickers

※ 각 사 홈페이지



- 최근에는 국내 만두 제조사의 미국 시장 진출이 눈에 띈다. 특히, 미국 만두 시장에서는 아시아 만두 품목의 시장이 형성되고 있는 시점이기 때문에 국내 제조사의 진출이 시장에서 큰 역할을 담당할 것으로 기대됨
 - CJ제일제당은 미국 만두 시장에 진출하여 미국 내 만두 시장에서 점유율이 높은 냉동식품 브랜드 '링 링(Ling Ling)'과 경쟁하고 있음. CJ제일제당의 한식 브랜드 '비비고(bibogo)'는 '링 링(Ling Ling)'에 이어 만두 시장에서 선전하고 있음
 - 특히 CJ제일제당의 '비비고(bibogo)'는 중국식 만두보다 만두피가 얇고 채소 속이 풍부하다는 점을 강조하여 채식주의자들을 위한 식품으로 차별화 전략을 펼치고 있음

- 과거 냉동식품에 부정적이었던 미국 소비자들이 최근 유기농과 급속냉동(IQF; Individual Quick-Freezing) 및 인체에 무해한 자연친화적 포장법이 개발되면서 냉동식품 소비가 건강 트렌드와 맞물려 냉동식품의 소비가 빠르게 회복되고 있음. 또한, 엄격한 채식주의자(Vegan)는 아니더라도 채식을 생활화하는 분위기가 확대되면서 고기 성분이 없는 냉동만두의 소비가 덩달아 늘고 있음²²⁾
 - 또한, 지난해 10월까지 미국에서 만두류를 포함한 오리엔탈 면류 수입규모는 2억 2,000만 달러로 전년 동기보다 21% 성장한 수준임. 이는 미국 식품시장의 웰빙 트렌드에 야채만두가 건강식으로 알맞은 식품이었기 때문임

22) 국산 냉동만두, 대미 수출확대 가능성 높아, 농수산물수출지원정보, 2014.02.06



4. 베트남의 만두 시장²³⁾

가. 만두 시장의 빠른 성장

- 베트남의 만두시장은 2009년부터 지속적으로 20% 내외의 성장률을 보이면서 타 국가 만두 시장의 성장 속도와 비교해도 매우 급속도로 성장 중임
 - 2008년 만두시장(Dumpling, Spring roll)의 매출액이 1,355만 동이었는데, 2013년에는 그의 2.7배인 3,653만 동까지 성장함. 앞으로도 베트남의 경제 발전과 도시화에 따른 간편 조리 식품을 선호하는 소비패턴이 증대되면서 해당 시장의 성장이 매우 빠르게 진행될 것으로 판단됨

나. 스프링 롤의 냉동식품 시장 대두

- 베트남 냉동만두시장은 베트남 전통 만두의 일종인 스프링 롤(Spring roll)이 주도하고 있음. 튀긴 스프링 롤(Spring roll)은 베트남 소비자가 일상이나 특별한 이벤트가 있는 날 모두 즐겨 먹는 음식 중 하나임. 이러한 식생활 문화가 간편하게 조리할 수 있는 냉동 스프링 롤(Spring roll)이 수요를 창출함
 - 냉동 춘권을 만드는 주요 제조사로는 하롱 통조림 식품(Halong Canned Food), 비산(Vissan), 안잔성 수산 수출입 주식회사(An Giang Fisheries Import Export Co, Agifish), 끼우찌사(Cau Tre Export Goods Processing) 등이 있음

23) Frozen Processed Food in Vietnam, Euromonitor, 2014.01



제 5 절 요약 및 시사점

1. 만두 소비 행태

- 최근 1개월 내 만두를 구입한 경험이 있는 비중은 2012년 27.9%, 2013년 46.4%, 2014년 53.8%로 매년 증가하고 있어, 만두의 생산 및 유통 규모의 성장을 반증하고 있음
- 만두는 남성보다는 여성이, 연령층에서는 30~40대가, 기혼자와 청소년 이하 자녀가 있는 응답자가 상대적으로 구입 경험이 높음

2. 만두 종류별 소매 시장

- 만두 세분 소매 시장은 교자만두, 왕만두, 군만두, 물만두, 찢만두 등으로 나누어 살펴볼 수 있음
- 주력 세분 시장은 교자만두와 왕만두인데, 2014년 상반기 시장 점유율을 살펴보면 교자만두(29.8%), 왕만두(29.4%)가 시장의 59.2%를 차지하는 것으로 나타남
- 특히 2013년은 왕만두가 강세를 나타내며, 교자만두보다 매출 규모가 컸던 것으로 나타남
- 그 외 군만두는 2012년 대비 2014년 시장점유율은 소폭 하락하였으며, 찢만두의 점유율은 변동 없이 2%를 유지함

3. 만두 국내 시장 동향

- 1인 가구 증가 등으로 간편조리식품을 선호하는 소비 패턴이 증대됨에 따라 국내 만두시장은 양적인 규모가 확대되고 있는 한편, 소비자들의 요구사항도 다양화되고 있음



- 이에, 국내 만두 시장은 외국 만두를 활용한 신제품을 개발하는 등의 노력을 기울이고 있는 가운데, 주로 중국, 이탈리아, 인도 등의 만두를 활용하는 경우가 대다수임
- 만두피의 원재료를 차별화하는 제품이 등장하면서 각 제조사별 자사의 주력 만두 품목 외 제품군을 다양화하여 만두 시장의 경쟁강도는 더욱 치열해 질 것으로 전망됨
- 주로 개발되어지는 만두피의 재료는 감자 전분, 라이스페이퍼, 메밀, 찹쌀 등을 사용하여 색다른 식감과 풍부한 영양성분을 강조하고 있음

3. 만두 해외 시장 동향

- 중국의 냉동만두 시장은 2013년 기준 약 10,392백만 위엔으로, 전년도 대비 11.9%의 성장률을 보이며 빠르게 성장하고 있음. 중국은 명절에 만두를 먹는 풍습과 식품 위생 문제, 그리고 빠른 도시화로 만두 수요가 늘어남. 최근에는 ‘스추 물만두(私厨水饺)’의 사례로 인해 만두 제품의 브랜드 가치 형성이 제품 성공의 중요한 요인으로 떠오름
- 일본 만두 시장은 인구 고령화와 도시락 문화로 간편식을 선호하는 경향이 만두시장 성장을 견인함. 중국식 만두와 교자만두가 시장에서 반응이 좋은편이며 특히, 교자만두에 색다른 소스와 식감을 가미한 신제품 출시를 통해 소비자의 다양한 취향에 부응하고 있음
- 미국 만두 시장은 이탈리아 만두 라비올리가 대중적이며, 아시아권 만두는 주로 아시아마트를 중심으로 판매됨. 최근 야채만두가 미국 식품시장의 웰빙 트렌드에 적합한 식품이기 때문에 수요가 빠르게 늘고 있으며, 국내 제조사 또한 미국 시장에 직접 진출하여 본격적인 판로개척을 진행 중임
- 베트남의 냉동만두 시장은 베트남의 경제발전과 도시화로 인해 2009년부터 지속적으로 성장하여 20% 내외의 성장률을 기록하며 급속도로 성장 중임. 베트남 냉동만두 시장은 평소와 특별한 날 모두 즐겨 먹는 베트남 전통 만두인 스프링 롤(Spring roll)이 주도하고 있음

제 6 장 부록

부록1 만두 해외 시장 규모

부록2 만두 해외 시장 품목별 점유율

부록3 냉동식품 해외 시장 기업별 점유율

부록 1. 만두 해외 시장 규모

1. 중국 시장 규모

(단위: 백만위안)

2008	2009	2010	2011	2012	2013
7,055	7,574	8,335	8,427	9,284	10,392

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Frozen Processed Food의 하위 항목 중 Dim sum, Dumplings, Wanton의 합

2. 일본 시장 규모

(단위: 십억엔)

2008	2009	2010	2011	2012	2013
63.2	54.6	57.2	58.5	63.1	67.5

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Frozen Processed Food의 하위 항목 중 Chinesee Dumpling, Ghyoza, Spring Rolls의 합

3. 베트남 시장 규모

(단위: 백만동)

2008	2009	2010	2011	2012	2013
135.5	166.9	203.9	246.6	305.3	365.3

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Frozen Processed Food의 하위 항목 중 Dumplings, Spring Rolls의 합



부록 2. 만두 해외 시장 품목별 점유율

국가	품목	점유율(%)					
		2008	2009	2010	2011	2012	2013
중국	Dumplings	80.7	80.8	79.3	78.5	77.7	76.9
	Wontons	11.0	11.0	11.1	11.1	11.5	11.9
	Dim Sum	8.3	8.2	9.6	10.4	10.8	11.2
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
일본	Gyoza	38.2	39.2	42.1	42.8	42.1	42.8
	Chinese Dumplings	39.2	36.0	33.6	33.0	32.5	32.1
	Spring Rolls	22.7	24.8	24.3	24.2	25.4	25.1
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
베트남	Spring Rolls	85.5	85.4	85.3	85.2	85.0	84.9
	Dumplings	14.5	14.6	14.7	14.8	15.0	15.1
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Frozen Processed Food의 Others의 하위 항목의 값임

부록 3. 냉동식품 해외 시장 기업별 점유율

국가	품목	점유율(%)				
		2009	2010	2011	2012	2013
중 국	Zhengzhou Sanquan Food Co Ltd	5.9	7.3	9.0	8.4	8.7
	Synear Food Holdings Ltd	7.5	7.1	6.2	5.9	5.8
	Fujian Anjoy Food Co Ltd	-	-	4.5	4.7	5.1
	General Mills (China) Co Ltd	3.2	3.6	3.8	4.0	4.4
	Shandong Liuhe Group	2.9	3.3	3.8	4.3	4.2
	Shandong Zhucheng	3.7	3.8	4.0	4.1	3.4
	DaChan Food (Asia) Ltd	0.9	1.2	1.5	2.0	2.2
	Huashun Minsheng Food Group	4.1	4.2	-	-	-
	기타	71.8	69.5	67.2	66.6	66.2
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
일 본	TableMark Co Ltd	-	21.9	21.6	21.4	21.2
	Nichirei Corp	13.9	13.8	14.1	14.1	14.0
	Ajinomoto Frozen Foods	9.3	9.3	9.3	10.5	11.6
	Nippon Suisan Kaisha Ltd	6.6	6.6	6.4	6.3	6.1
	Maruha Nichiro Foods Inc	6.0	5.9	5.7	5.6	5.5
	Nissin Foods Holdings	4.2	4.5	4.6	4.8	4.9
	Nippon Flour Mills Co Ltd	3.9	4.0	4.1	4.2	4.3
	Japanese Consumers Co-	2.3	2.3	2.3	2.3	2.2
	Nippon Meat Packers Inc	1.2	1.3	1.3	1.3	1.4
	Seven & I Holdings Co Ltd	1.2	1.3	1.3	1.3	1.3
	기타	51.4	29.1	29.3	28.2	27.5
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
베 트남	Halong Canned Food JSC	19.0	18.9	19.4	20.1	20.5
	Vissan Co Ltd	18.7	19.4	18.8	19.2	18.6
	An Giang Fisheries Import Export Co (Agifish)	13.7	13.9	13.4	13.5	13.3
	Cau Tre Export Goods Processing JSC	12.5	12.3	11.7	11.6	11.4
	Cholon Investment & Import-Export Co(CHOLIMEX)	10.9	10.8	11.6	10.8	10.5
	Special Aquatic Joint-stock Co (SEASPIMEX-VIETNAM)	7.1	6.8	6.1	5.8	5.6
	Saigon Export Foodstuffs & Agricultural Products JSC	3.7	3.9	3.9	4.0	4.1
	Vietnam National Seaproducts Corp (Seaprodex Vietnam)	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7
	기타	13.7	13.3	14.5	14.4	15.2
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



국가	품목	점유율(%)				
		2009	2010	2011	2012	2013
미국	Nestlé USA Inc	10.7	15.0	15.2	14.5	14.2
	ConAgra Foods Inc	10.4	8.7	9.1	8.8	8.6
	Heinz Co, HJ	5.5	5.6	5.6	5.2	5.1
	General Mills Inc	4.9	4.8	4.9	4.7	4.5
	Tyson Foods Inc	3.3	3.5	3.4	3.4	3.5
	Birds Eye Foods	2.9	3.0	3.0	3.0	2.9
	Kellogg co	2.6	2.3	2.6	2.7	2.6
	Schwan Food Co, The	2.9	3.0	2.8	2.6	2.6
	Sara Lee Corp	1.6	1.6	2.2	2.4	2.5
	Wal-Mart Store Inc	2.2	2.1	2.1	2.1	2.1
	Unilever United States	1.0	1.1	1.2	1.1	1.0
	Ruiz Food Products Inc	0.8	0.9	0.9	1.0	1.0
	Pinnacle Food Group LLC	2.3	2.2	1.0	0.8	0.8
	Kraft Foods Inc	5.9	0.8	0.8	0.8	0.7
	기타	43.0	45.4	45.2	46.9	47.9
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

※ Trade sources/National statistics, Euromonitor

1) Frozen Processed Food의 값임

가공식품 세분시장 현황조사

2014년 12월 인쇄

2014년 12월 발행

편저 · 발행



인쇄처

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.