

발 간 등 록 번 호

11-1543000-002494-10



2023년 식품산업 정보분석 전문기관 사업 보고서

© 2023-47 | 2023.12.

식품산업 정보분석 전문기관
한국농촌경제연구원

협동연구기관
서울대학교

※ 이 책에 실린 내용은 한국농촌경제연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

※ 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.

무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.

제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

이 보고서를 「2023년 식품산업 정보분석 전문기관 사업」 과제의 최종보고서로 제출합니다.

2023년 12월

연구 기관: 한국농촌경제연구원
연구 책임자: 이계임 책임연구원
연구 참여자: 박기환 연구원
박미성 연구원
최윤영 연구원
임지은 연구원
김성휘 연구보조원
주준형 연구보조원
엄권오 연구보조원
정소영 연구보조원

협동연구기관: 서울대학교
연구 책임자: 김관수 책임연구원
연구 참여자: 임정빈 연구원
김채리 연구보조원
배동욱 연구보조원
임창식 연구보조원
차유송 연구보조원

I. 서론

제1장 사업 배경 및 내용

1. 사업 배경	3
2. 사업 목적	7
3. 사업 범위와 구성	8
4. 2023년 과제별 사업 내용	15

제2장 연구방법 및 추진체계

1. 연구 방법	24
2. 추진 체계	45
3. 연구진 구성 및 역할 분담	47

II. 국내외 식품산업 동향 및 여건 변화와 전망

제1장 식품산업 동향

1. 식품제조업의 규모와 위상	51
2. 2022~2023년 식품제조업 출하 및 물가 동향	59
3. 2022~2023년 식품제조업 고용 동향	78
4. 2022~2023년 식품 수출입 동향	81
5. 식품산업 경영실적, 경기 동향과 전망	85

제2장 2023년 식품산업 이슈

1. 식품산업 이슈 관련 설문 조사 개요	95
2. 2023년 식품산업 동향 및 경영실적	96

3. 2023년 식품업계의 경영상 애로사항 및 대응	99
4. 식품산업 여건 관련 이슈	109
5. 조사 요약 및 시사점	115

제3장 국제원재료 가격 상승의 가공식품 물가 파급영향

1. 식품 물가와 원재료 가격 동향	118
2. 원재료 가격 동향 및 전망	121
3. 국제 원재료 가격 상승에 따른 국내 가공식품 물가 파급영향	126
4. 원재료별 가격상승률과 원가 상승 요인	127
5. 산업연관분석을 통한 물가 파급영향계수와 파급영향	129
6. 국제원재료 가격 상승에 대한 정부 대응	131
7. 시사점	132

제4장 세계 식품산업 동향

1. 세계 식품시장 동향 및 이슈	134
2. 아세안 식품시장 동향 및 이슈	140
3. 요약 및 시사점	149

Ⅲ. 일반식품명인제도 필요성 및 운영방안(현안분석)

제1장 서론

1. 연구의 필요성 및 목적	153
2. 선행연구 검토 및 본 연구의 차별성	155
3. 연구 범위와 내용	163

제2장 일반식품명인제도 현황과 문제점

1. 일반식품명인제도의 법적 근거	164
2. 대한민국식품명인 지정 현황	173
3. 일반식품명인제도 문제점	175

제3장 국내 유사제도 비교분석

1. 대한민국명장 제도	178
2. 우수 숙련기술자 제도	186
3. 이달의 기능한국인 제도	192
4. 대한민국 대한명인	197
5. 무형문화재 지정제도	201
6. 대한민국수산물식품명인 제도	205
7. 비교 및 시사점	211

제4장 일반식품명인제도 운영방안

1. 일반식품명인제도 폐지(1안)	215
2. 일반식품명인제도 존치(2안)	219

IV. 식품산업의 국민경제 파급효과 및 연계구조 분석

제1장 서론

1. 연구의 필요성 및 목적	265
2. 연구내용	266

제2장 식품산업

1. 식품산업의 정의	267
2. 산업연관표의 식품산업 분류	269
3. 식품산업 현황	275

제3장 식품산업 연계구조 분석

1. 산업연관분석	279
2. 생산유발계수	282
3. 영향력계수 및 감응도계수	289
4. 부가가치유발계수	295
5. 취업유발계수 및 고용유발계수	299

제4장 2021년 식품산업 투입산출구조 분석

1. 분석 개요	305
2. 전체 식품산업 공급과 수요 흐름	307
3. 국내산 농림수산물 공급 흐름	316

V. 가공식품 소비 지출 분석

제1장 가구의 식품비 지출 분석

1. 가구의 식품비 지출 추이	321
2. 가공식품 분류별 지출액 추이	330

제2장 가구의 가공식품 품목별 지출구조 분석

1. 가공식품 상위 품목별 지출 추이	336
----------------------------	-----

2. 떡·빵류 지출 추이	345
3. 유지류 지출 추이	353
4. 음료류 지출 추이	360

제3장 가구의 가공식품 지출 결정요인 분석

1. 개요	369
2. 총 식품비 및 식품 소비 유형별 지출액 결정요인 분석	372
3. 가공식품 분류별 지출액 결정요인 분석	377
4. 주요 가공식품 품목별 지출액 결정요인 분석	391

제4장 2023년 가구의 가공식품 지출 동향 및 2024년 지출 전망

1. 2023년 가구의 가공식품 지출 동향	402
2. 가구의 2023년 4/4분기~2024년 4/4분기 식품비 지출 전망	415

VI. 식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석

제1장 개요

1. 연구 배경 및 목적	435
2. 주요 연구 내용	438

제2장 산업 현황

1. '푸드테크 로봇'의 범위	440
2. 푸드테크 로봇 산업 현황	445

제3장 주요 이슈 분석

1. 분석방법 및 자료	457
2. 토픽모델링(Topic modeling) 분석	458
3. 토픽 트렌드 분석	464
4. 분석 결과	466

제4장 기업 사례조사

1. 기업 사례조사 개요	481
2. 기업 사례조사 설문결과	482

제5장 결론 및 시사점	497
--------------------	-----

참고문헌	505
------------	-----

I. 서론

제1장 사업 배경 및 내용

〈표 1-1〉 사업 구성 및 업무 분담	12
〈표 1-2〉 사업분야 내 주요업무별 발간 보고서 형태	13
〈표 1-3〉 과업별 예산사용 실적	14
〈표 1-4〉 2021~2023년 분석대상 주요 품목	18

제2장 연구 방법 및 추진 체계

〈표 2-1〉 국내외 식품산업 동향 및 식품산업 이슈 분석 관련 설문 조사 및 위탁연구	26
〈표 2-2〉 국내외 식품산업 동향 및 전망·식품산업 이슈 분석 관련 회의 및 출장	26
〈표 2-3〉 일반식품명인제도 필요성 및 운영방안 관련 회의 및 출장	28
〈표 2-4〉 식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석 관련 회의 및 출장	30
〈표 2-5〉 가공식품 소비지출 분석 관련 회의 및 출장	31
〈표 2-6〉 가공식품 소비자태도조사 조사위탁 및 표본설계 위탁	34
〈표 2-7〉 가공식품 소비자태도조사 관련 회의 및 출장	35
〈표 2-8〉 가공식품 소비자태도조사 심층분석 원고 위탁	36
〈표 2-9〉 가공식품 소비자태도조사 심층분석 관련 회의 및 출장	37
〈표 2-10〉 국내외 외식산업 동향과 이슈 분석 관련 원고 위탁	38
〈표 2-11〉 국내외 외식산업 동향과 이슈 분석 관련 회의 및 출장	38
〈표 2-12〉 외식업체 경영실태 조사 조사위탁 및 표본설계 위탁	42
〈표 2-13〉 외식업체 경영실태 조사 관련 회의 및 출장	42
〈표 2-14〉 외식업체 경영실태 조사 심층분석 관련 회의 및 출장	43
〈표 2-15〉 웹진 계획 및 현재(2024년 2월 기준) 발간 현황	44
〈표 2-16〉 연구진 역할 분담	48

II. 국내외 식품산업 동향 및 여건 변화와 전망

제1장 식품산업 동향

〈표 1-1〉 식품제조업 사업체 수 동향	57
〈표 1-2〉 식품제조업 종사자 수 동향	58
〈표 1-3〉 식료품 및 음료 제조업 생산자물가지수 비교(2015=100)	64
〈표 1-4〉 2023년 1~3분기 업종별 출하지표 전년대비 증감률	66
〈표 1-5〉 식품 품목군별 국내 판매액 변동현황	69
〈표 1-6〉 식품제조업 업종별 생산액 변화 추이	70
〈표 1-7〉 품목군별 판매 변동 추이	72
〈표 1-8〉 농림수산물식품 수출 실적	81
〈표 1-9〉 연도별 농림수산물식품 수출 상위 20개 품목	82
〈표 1-10〉 연도별 수출 상위 5개 국가	83
〈표 1-11〉 식품제조업 성장성 지표 분기별 추이	86
〈표 1-12〉 식품제조업 수익성 지표 분기별 추이	87
〈표 1-13〉 식품제조업 안정성 지표 분기별 추이	87
〈표 1-14〉 식품제조업 업종별 영업이익률 추이	88
〈표 1-15〉 식품제조업 업종별 인건비, 원재료, 경비 비중	90

제2장 2023년 식품산업 이슈

〈표 2-1〉 설문 조사 대상 기관 및 규모별 비중	96
〈표 2-2〉 2023년 상반기 식품업체의 경영상 애로사항	100
〈표 2-3〉 2023년 하반기 식품업체의 경영상 애로사항	101
〈표 2-4〉 원재료 가격 상승을 반영한 제품 출고가 인상 시기	106
〈표 2-5〉 기존 수출 시장에서의 판매 촉진 및 신규 수출시장 개척을 위한 노력 여부	108

〈표 2-6〉 향후 1~2년 내 성장 가능성이 높은 식품유형(1~3순위 가중치 적용)	113
〈표 2-7〉 향후 5년간 정부가 중점을 두고 추진해야 하는 영역(1~2순위 가중치 적용)	115

제3장 국제원재료 가격 상승의 가공식품 물가 파급영향

〈표 3-1〉 식품산업 업종별 원재료비의 제조원가 대비 비중(2022년 기준)	126
〈표 3-2〉 가공식품 품목별 주요 원재료와 구성비	127
〈표 3-3〉 2023년 1~3분기 가공식품의 전년 동기 대비 원재료별 가격상승률	128
〈표 3-4〉 2023년 1~3분기 가공식품의 전년 동기 대비 품목별 원가변동요인 추정	128
〈표 3-5〉 국제 원재료 가격 10% 변동에 따른 식품물가 파급영향계수	129
〈표 3-6〉 2020~2023년의 각 1~3분기 기준 국제 원재료 가격 변동에 따른 누적 식품 물가 파급영향	130

제4장 세계 식품산업 동향

〈표 4-1〉 전세계 식품시장 규모(시장구분별)	135
〈표 4-2〉 아세안 농림축산식품 품목별 시장규모	142
〈표 4-3〉 아세안 농림축산식품 온/오프라인 시장규모	143
〈표 4-4〉 한국산 농림수산물식품의 아세안 수출 규모	143
〈표 4-5〉 한국산 농림수산물식품의 품목별 아세안 수출 규모	144
〈표 4-6〉 설탕·지방 함량에 따른 영양 등급 기준	145

Ⅲ. 일반식품명인제도 필요성 및 운영방안(현안분석)

제1장 서론

〈표 1-1〉 국가 지정 고속련 기술인 유형	158
〈표 1-2〉 선행연구 정리	162

제2장 일반식품명인제도 현황과 문제점

〈표 2-1〉 대한민국식품명인의 지정분야	165
〈표 2-2〉 대한민국식품명인 지정 전통식품 유형 분류기준안	167
〈표 2-3〉 사실조사 시 주요 조사내용	168
〈표 2-4〉 대한민국식품명인(전통식품명인) 적합성 검토 기준과 세부 조사내용	169
〈표 2-5〉 대한민국식품명인 평가기준	171
〈표 2-6〉 대한민국식품명인에 대한 자금 지원	172
〈표 2-7〉 대한민국식품명인의 활동보고 및 대한민국식품명인 식품의 사후관리	173
〈표 2-8〉 대한민국식품명인 지정 및 활동 현황	174
〈표 2-9〉 대한민국식품명인의 지정신청	177

제3장 국내 유사제도 비교분석

〈표 3-1〉 대한민국명장 선정 대상분야 및 직종(식품분야)	179
〈표 3-2〉 대한민국명장 서류심사 기준(식품분야)	180
〈표 3-3〉 현장실사 시 주요 확인내용	183
〈표 3-4〉 전문위원의 자격 및 임무	184
〈표 3-5〉 연도별 대한민국명장 선정 현황(식품분야)	185
〈표 3-6〉 식품분야별 대한민국명장 선정 및 활동 현황	185
〈표 3-7〉 우수 숙련기술자 선정 대상분야 및 직종(식품분야)	186
〈표 3-8〉 우수 숙련기술자 서류심사 기준	188
〈표 3-9〉 우수 숙련기술자 면접심사 기준	189
〈표 3-10〉 전문위원의 자격 및 임무	190
〈표 3-11〉 연도별 우수 숙련기술자 선정 현황(식품분야)	190
〈표 3-12〉 식품분야별 우수 숙련기술자 선정 및 활동 현황	191
〈표 3-13〉 이달의 기능한국인 선정 대상분야 및 직종(식품분야)	192
〈표 3-14〉 이달의 기능한국인 서류심사 기준	194

〈표 3-15〉 이달의 기능한국인 현장실사 기준	195
〈표 3-16〉 전문위원의 자격 및 임무	196
〈표 3-17〉 연도별 이달의 기능한국인 선정 현황(식품분야)	196
〈표 3-18〉 식품분야별 이달의 기능한국인 선정 및 활동 현황	197
〈표 3-19〉 대한민국 대한명인 추대 대상분야	198
〈표 3-20〉 연도별 대한민국 대한명인 추대 현황	199
〈표 3-21〉 대한민국 대한명인 식품분과 선정 및 활동 현황	199
〈표 3-22〉 국가무형문화재 지정대상 분야 및 식품 관련 종목	202
〈표 3-23〉 국가무형문화재(지식, 생활관습 분야) 종목 지정조사의 조사지표	203
〈표 3-24〉 국가무형문화재 보유단체 인정 조사의 조사지표	204
〈표 3-25〉 국가무형문화재(개인종목) 보유자 인정 조사의 조사지표	204
〈표 3-26〉 국가무형문화재(단체종목) 보유자 인정 조사의 조사지표	205
〈표 3-27〉 사실조사 시 주요 조사내용	207
〈표 3-28〉 대한민국수산식품명인 평가기준	208
〈표 3-29〉 대한민국수산식품명인에 대한 자금 지원	210
〈표 3-30〉 대한민국수산식품명인 지정 및 활동 현황	211
〈표 3-31〉 대한민국식품명인 및 유사제도 비교표	213

제4장 일반식품명인제도 운영방안

〈표 4-1〉 전통식품 표준규격과 식품공전에 근거한 전통식품과 일반식품 유형 분류(안)	217
〈표 4-2〉 일반식품명인 선정 시 경연대회 수상실적의 정량 평가 기준(안)	220
〈표 4-3〉 국내외 식품제조·조리·가공 관련 경연대회 목록	221
〈표 4-4〉 대한민국식품명인 지정 품목과 전통식품 표준규격 품목 비교	225
〈표 4-5〉 대한민국식품명인 지정 품목별 분류(안)	227
〈표 4-6〉 전통식품과 일반식품 구분방안별 장단점	228
〈표 4-7〉 대한민국식품명인제도 운영 예상 주체별 장단점	229

IV. 식품산업의 국민경제 파급효과 및 연계구조 분석

제2장 식품산업

〈표 2-1〉 2015년 산업연관표의 농림수산업 분류	270
〈표 2-2〉 2015년 산업연관표의 음식료품제조업 분류	271
〈표 2-3〉 2015년 산업연관표의 외식업 분류	272
〈표 2-4〉 연도별 농림수산업 분류(기본부문 기준)	273
〈표 2-5〉 연도별 음식료품제조업 분류(기본부문 기준)	273
〈표 2-6〉 연도별 외식업 분류(기본부문 기준)	275
〈표 2-7〉 식품산업의 규모 변화 추이	276

제3장 식품산업 연계구조 분석

〈표 3-1〉 연도별 생산유발계수	285
〈표 3-2〉 연도별 영향력계수 및 감응도계수	291
〈표 3-3〉 연도별 부가가치유발계수	297
〈표 3-4〉 연도별 취업유발계수 및 고용유발계수	300
〈표 3-5〉 연도별 취업계수 및 고용계수	302

제4장 2021년 식품산업 투입산출구조 분석

〈표 4-1〉 농림수산업과 음식료품제조업 일부 품목에 대한 조정방법 설명	306
〈표 4-2〉 농림수산업의 투입산출구조	309
〈표 4-3〉 음식료품제조업의 투입산출구조	312
〈표 4-4〉 외식업의 투입산출구조	315
〈표 4-5〉 국내산 농림수산품의 공급흐름(2011-2021)	317

V. 가공식품 소비 지출 분석

제1장 가구의 식품비 지출 분석

〈표 1-1〉 가공식품 분류별 지출액 변화	331
〈표 1-2〉 가구원수별 가공식품 분류별 지출액 비중(2022)	333

제2장 가구의 가공식품 품목별 지출구조 분석

〈표 2-1〉 연도별 지출액 비중 상위 품목 변화	339
〈표 2-2〉 1인 가구와 2인 이상 가구의 지출액 비중 상위 품목(2022)	340
〈표 2-3〉 가구주 연령대별 지출액 비중 상위 품목(2022)	342
〈표 2-4〉 가구의 소득 분위별 지출액 비중 상위 품목(2022)	344
〈표 2-5〉 2023년 가공식품 소비지출 분석 대상 분류 및 주요 품목	345

제3장 가구의 가공식품 지출 결정요인 분석

〈표 3-1〉 가구의 가공식품 지출 결정요인 분석 범위	370
〈표 3-2〉 실질 지출액 산출을 위해 사용된 소비자물가지수	370
〈표 3-3〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 1	373
〈표 3-4〉 Multivariate tobit 모형 추정 결과: 분석 2	375
〈표 3-5〉 Multivariate tobit 모형 추정 결과: 분석 3	376
〈표 3-6〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 4 - 곡물가공품, 빵 및 떡류	379
〈표 3-7〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 4 - 육류가공품, 수산가공품	381
〈표 3-8〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 4 - 유제품, 유지류	383
〈표 3-9〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 4 - 과일가공품, 채소가공품	385
〈표 3-10〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 4 - 당류 및 과자류, 조미식품	387
〈표 3-11〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 4 - 기타식품, 주류	389

〈표 3-12〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 4 - 커피 및 차, 주스 및 기타음료	391
〈표 3-13〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 케이크, 식빵 및 기타 빵	393
〈표 3-14〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 떡	394
〈표 3-15〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 참기름 및 들기름, 기타 식물성 식용유	395
〈표 3-16〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 버터 및 기타 유지류	396
〈표 3-17〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 커피, 차	397
〈표 3-18〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 과일·야채 주스, 생수	398
〈표 3-19〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 기타 음료수	399
〈표 3-20〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 종합 비교	401

제4장 2023년 가구의 가공식품 지출 동향 및 2024년 지출 전망

〈표 4-1〉 소득분위별 월평균 식료품비 지출액 및 변화율	407
〈표 4-2〉 가구주 연령대별 월평균 식료품비 지출액 및 변화율	409
〈표 4-3〉 가공식품 분류별 지출액 변화	411
〈표 4-4〉 지출액 상위 품목 지출액 변화	413
〈표 4-5〉 가계동향조사 식품비 지출 분류	416
〈표 4-6〉 가구의 총 식품비 및 식품소비 유형별(신선식품비, 가공식품비, 외식비) 지출액 추정결과	420
〈표 4-7〉 가구의 총 식품비 및 식품소비 유형별 월평균 지출액 전망(실질)	422
〈표 4-8〉 가구의 식품소비 유형별 월평균 지출액 구성 전망(실질)	424
〈표 4-9〉 가구의 가공식품 부류별 월평균 지출액 구성 전망(실질)	425

VI. 식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석

제2장 산업 현황

〈표 2-1〉 푸드테크 로봇의 전후방산업	441
〈표 2-2〉 로봇산업특수분류 중 ‘푸드테크 로봇’ 연관 분류	443
〈표 2-3〉 분석 대상 푸드테크 로봇의 분류	445
〈표 2-4〉 기관별 글로벌 푸드테크 로봇 시장 규모	446
〈표 2-5〉 전 세계 로봇 시장 매출액 상위 10개국(2023년 기준)	448
〈표 2-6〉 전 세계 업종별 산업용 로봇 매출액(2023년 기준)	450
〈표 2-7〉 전 세계 및 국내 업종별 산업용 로봇 도입대수(2023년 기준)	451
〈표 2-8〉 국가별 식품 로봇 시장 매출액 10개국(2023년 기준)	452
〈표 2-9〉 국내 식품 로봇 시장 매출액 추이	454
〈표 2-10〉 식품 서비스 로봇 시장 규모 추정 결과(2023년 기준)	454
〈표 2-11〉 식품 로봇 1대 당 설치 가격 비교	456

제3장 주요 이슈 분석

〈표 3-1〉 특정 문서 집합에서의 단어별 토픽 분포 및 베타 값 예시	461
〈표 3-2〉 특정 문서 집합에서의 문서별 토픽 분포 및 감마 값 예시	461
〈표 3-3〉 Caojuan2009 값 예시	463
〈표 3-4〉 토픽모델링 분석결과	467
〈표 3-5〉 국내 식품분야 서비스 로봇 투자 유치 현황	471
〈표 3-6〉 식품업계 스마트팩토리 도입 사례	476
〈표 3-7〉 시계열 회귀분석 결과(2013.1.1.~2023.9.22.)	480

제4장 기업 사례조사

〈표 4-1〉 푸드테크 로봇 분류의 적절성	483
〈표 4-2〉 응답 기업의 주요 서비스 분야(중복응답 가능)	483
〈표 4-3〉 제품 및 서비스의 주요 판매 지역별 비중	484
〈표 4-4〉 응답 기업의 매출액 및 푸드테크 로봇 사업 비중	484
〈표 4-5〉 푸드테크 로봇 사업 분야의 향후 비중	485
〈표 4-6〉 푸드테크 로봇 비중 증대의 장애 요인(중복응답 가능)	486
〈표 4-7〉 애로 사항별 구체적 사례	486
〈표 4-8〉 푸드테크 로봇의 인력 대체 효과 및 일자리 창출 효과(중복응답 가능)	487
〈표 4-9〉 기존 산업용 로봇과 푸드테크 로봇의 주요 차이점(중복응답 가능)	488
〈표 4-10〉 자사가 평가한 국내시장과 해외시장에서의 경쟁력	489
〈표 4-11〉 자사가 평가한 해외시장에서의 경쟁력을 지닌 요인(중복응답 가능)	489
〈표 4-12〉 푸드테크 로봇 생산 시 국산 부품 사용 비율	489
〈표 4-13〉 향후 국산 부품 비중 조정 계획	490
〈표 4-14〉 부품 국산화의 장애 요인(중복응답 가능)	490
〈표 4-15〉 정부 지원 프로그램 지원 부처(중복응답 가능)	491
〈표 4-16〉 정부 지원 프로그램 내용(중복응답 가능)	491
〈표 4-17〉 정부지원 프로그램 내역	492
〈표 4-18〉 정부 지원 프로그램 이용 시 애로사항(중복응답 가능)	495
〈표 4-19〉 직면하고 있는 규제 및 법적 애로사항(중복응답 가능)	495
〈표 4-20〉 개선이 필요한 규제 분야(중복응답 가능)	495

I. 서론

제1장 사업 배경 및 내용

〈그림 1-1〉 사업전략의 법률상 과업 범위 9

제2장 연구 방법 및 추진 체계

〈그림 2-1〉 식품산업 정보분석 전문기관 사업 홈페이지 메인 45
 〈그림 2-2〉 연구추진 체계도 46
 〈그림 2-3〉 연구진 구성 및 역할 분담 47

II. 국내외 식품산업 동향 및 여건 변화와 전망

제1장 식품산업 동향

〈그림 1-1〉 국내 식품산업 매출액 및 GDP 연간 추이 52
 〈그림 1-2〉 식품/외식산업 GDP의 연도별 추이 53
 〈그림 1-3〉 식품제조업의 분기별 실질 GDP 추이 53
 〈그림 1-4〉 식품제조업의 사업체 수와 종사자 수 추이 54
 〈그림 1-5〉 식품제조업의 사업체 수, 종사자 수, 매출액 제조업 대비 비중 55
 〈그림 1-6〉 2015년, 2020년, 2021년 식품산업 종사자규모별 사업체수 비중 비교 56
 〈그림 1-7〉 연도별 식료품 및 음료 제조업 출하지수 추이(2020=100) 59
 〈그림 1-8〉 분기별 식료품 및 음료 제조업 출하지수(2020=100) 60
 〈그림 1-9〉 식료품 및 음료 제조업 출하지수 월별 추이(2020=100) 61
 〈그림 1-10〉 식품제조업 출하액 추이 62
 〈그림 1-11〉 식료품 및 음료 제조업 생산자물가지수 연도별 추이(2015=100) 63

<그림 1-12> 식료품 및 음료 제조업 생산자물가지수 분기별 추이(2015=100)	64
<그림 1-13> 식료품 및 음료 제조업 생산자물가지수 월별 추이(2015=100)	65
<그림 1-14> 2022년 기준 전년 대비 업종별 출하·가격 변화율	67
<그림 1-15> 2023년 1~3분기 기준 전년 동기 대비 업종별 출하·가격 변화율	67
<그림 1-16> 2022년 식품 품목군별 전년(2021년) 대비 판매액 증감률	68
<그림 1-17> 온라인 식품서비스 거래액	74
<그림 1-18> 온라인 식품 판매액과 소매판매액 대비 비중 추이	75
<그림 1-19> 온라인 거래 음식료품 중 운영형태별 비중	76
<그림 1-20> 식품 및 외식 실질 지출액 분기별 추이	77
<그림 1-21> 식료품제조업 분기별 재고율과 재고순환지수	78
<그림 1-22> 식료품 및 음료 제조업 취업자 수 추이	79
<그림 1-23> 최근 3년간 식품제조업 월별 취업자 수 추이	79
<그림 1-24> 식품제조업 취업자 중 상용직근로자 비율	80
<그림 1-25> 농림수산물 수출금액 추이	81
<그림 1-26> 가공식품 월별 수출액 추이	84
<그림 1-27> 2023년 1~3분기 주요 수출 품목군별 수출액과 증가율	84
<그림 1-28> 가공식품 월별 수입액 추이	85
<그림 1-29> 식품제조업 평균 비용구조	89
<그림 1-30> 2023~2024년 식품제조업 GDP 전망	91
<그림 1-31> 식품산업 경기동향 추이	92
<그림 1-32> 식품산업 업종별 2023년 3분기 경기현황 및 4분기 경기 전망	93
<그림 1-33> 식품산업 규모별 2023년 3분기 경기현황	94
<그림 1-34> 식품산업 규모별 2023년 4분기 경기전망	94

제2장 2022년 식품산업 이슈

<그림 2-1> 2023년 상반기/하반기 매출액 실적 평가 및 향후 예상	97
--	----

〈그림 2-2〉 2023년 상반기/하반기 영업이익률 실적 평가 및 향후 예상	98
〈그림 2-3〉 2023년 상반기/하반기 고용자 수 실적 평가 및 향후 예상	99
〈그림 2-4〉 사용 원재료 중 가격 상승률이 높은(높을 것으로 예상되는) 원재료	102
〈그림 2-5〉 부자재 품목별 가격 변화 여부	103
〈그림 2-6〉 전년 동기 대비 단위당 가격 상승 폭이 큰 부자재(1~2순위 가중치 적용)	104
〈그림 2-7〉 원재료 가격 상승에 대한 식품기업의 대처법	104
〈그림 2-8〉 2023년 상반기/하반기 해외 수출 실적 평가 및 향후 예상	107
〈그림 2-9〉 해외 수출 중인 식품기업들의 수출시장 개척 및 발굴 대상 국가	109
〈그림 2-10〉 식품산업 관련 이슈별 영향의 크기	110
〈그림 2-11〉 2023년 상반기/하반기 식품산업 여건 중 가장 중요 이슈(1개 선택)	111
〈그림 2-12〉 2023년 상반기/하반기 식품제조업체 내 주요 이슈 관련 대응 현황	112
〈그림 2-13〉 향후 성장 가능성이 높은 유망 품목(1~3순위 가중치 적용)	114

제3장 국제원재료 가격 상승의 가공식품 물가 파급영향

〈그림 3-1〉 농산물 물가지수 추이	119
〈그림 3-2〉 최근 가공식품 물가 추이	120
〈그림 3-3〉 2023년도 식음료품 부류별 물가 상승률	121
〈그림 3-4〉 국제곡물 가격 추이	122
〈그림 3-5〉 2023년 3분기 식품 원재료 수입 가격상승률	123
〈그림 3-6〉 국제곡물 가격 및 관련 국내 물가 추이	124
〈그림 3-7〉 국제곡물 선물가격지수 동향 및 전망	125
〈그림 3-8〉 국제곡물 평균수입가격 동향과 전망	125

제4장 세계 식품산업 동향

〈그림 4-1〉 전세계 식품시장 규모(대륙별)	135
〈그림 4-2〉 2023~2026년 품목별 시장규모 증가 예상액	136

〈그림 4-3〉 아세안 농림수산물 시장규모	141
〈그림 4-4〉 싱가포르의 영양 등급(Nutri-Grade) 마크	145
〈그림 4-5〉 할랄 인증 로고 변경 전후	147

Ⅲ. 일반식품명인제도 필요성 및 운영방안(현안분석)

제1장 서론

〈그림 1-1〉 고속권기술인 대상과 범위	159
------------------------------	-----

제2장 일반식품명인제도 현황과 문제점

〈그림 2-1〉 대한민국식품명인 신청 및 지정절차	168
-----------------------------------	-----

제3장 국내 유사제도 비교분석

〈그림 3-1〉 대한민국명장 신청 및 선정절차	180
〈그림 3-2〉 우수 숙련기술자 심사 및 선정절차	187
〈그림 3-3〉 이달의 기능한국인 심사 및 선정절차	193
〈그림 3-4〉 국가무형문화재 보유자 등의 인정절차	203
〈그림 3-5〉 대한민국수산물명인 신청 및 지정절차	207

Ⅳ. 식품산업의 국민경제 파급효과 및 연계구조 분석

제2장 식품산업

〈그림 2-1〉 농림수산업의 총공급	277
---------------------------	-----

〈그림 2-2〉 음식료품제조업의 총공급	277
〈그림 2-3〉 외식업의 총공급	278

제3장 식품산업 연계구조 분석

〈그림 3-1〉 산업연관표의 구조	281
〈그림 3-2〉 연도별 생산유발계수 비교 그래프	286
〈그림 3-3〉 대분류 기준 산업별 생산유발계수(2019)	288
〈그림 3-4〉 연도별 영향력계수 비교 그래프	292
〈그림 3-5〉 연도별 감응도계수 비교 그래프	292
〈그림 3-6〉 대분류 기준 산업별 영향력계수(2019)	293
〈그림 3-7〉 대분류 기준 산업별 감응도계수(2019)	294
〈그림 3-8〉 연도별 부가가치유발계수 비교 그래프	297
〈그림 3-9〉 대분류 기준 산업별 부가가치유발계수(2019)	298
〈그림 3-10〉 연도별 취업유발계수 비교 그래프	301
〈그림 3-11〉 연도별 고용유발계수 비교 그래프	301
〈그림 3-12〉 대분류 기준 산업별 취업유발계수(2019)	303
〈그림 3-13〉 대분류 기준 산업별 고용유발계수(2019)	304

제4장 2021년 식품산업 투입산출구조 분석

〈그림 4-1〉 농림수산업의 산출구조	307
〈그림 4-2〉 농림수산업의 투입구조	308
〈그림 4-3〉 음식료품제조업의 산출구조	310
〈그림 4-4〉 음식료품제조업의 투입구조	311
〈그림 4-5〉 외식업의 산출구조	313
〈그림 4-6〉 외식업의 투입구조	314

V. 가공식품 소비지출 분석

제1장 가구의 식품비 지출 분석

<그림 1-1> 가구의 소비지출, 식품비 지출 추이	322
<그림 1-2> 앵겔계수 변화 추이	323
<그림 1-3> 연도별 가구당 식품비와 신선·가공·외식 지출액 비중 추이	324
<그림 1-4> 가구원 수별 식품비와 신선·가공·외식 지출액 비중 추이	326
<그림 1-5> 1인 가구 연령대별 식품비와 신선·가공·외식 지출액 비중 추이	327
<그림 1-6> 가구주 연령대별 식품비와 신선·가공·외식 지출액 비중 추이	328
<그림 1-7> 소득분위별 식품비와 신선·가공·외식 지출액 비중 추이	329
<그림 1-8> 1인 가구와 2인 이상 가구의 가공식품 분류별 지출액 비중(2022)	332
<그림 1-9> 가구주 연령대별 가공식품 분류별 지출액 비중(2022)	334
<그림 1-10> 소득분위별 가공식품 분류별 지출액 변화(2022)	335

제2장 가구의 식품비 지출 분석

<그림 2-1> 가구의 빵 및 떡류 품목별 지출 비중 변화	346
<그림 2-2> 가구의 월평균 빵 및 떡류 지출 변화	346
<그림 2-3> 가구의 월평균 빵 및 떡류 지출 추이	347
<그림 2-4> 가구원 수별 월평균 빵 및 떡류 지출 비교: 2013년 vs 2022년	348
<그림 2-5> 가구원 수별 월평균 빵 및 떡류 지출 추이	349
<그림 2-6> 가구주 연령대별 월평균 빵 및 떡류 지출 비교: 2013년 vs 2022년	350
<그림 2-7> 가구주 연령대별 월평균 빵 및 떡류 지출 추이	351
<그림 2-8> 가구 소득분위별 월평균 빵 및 떡류 지출 비교: 2013년 vs 2022년	351
<그림 2-9> 가구 소득분위별 월평균 빵 및 떡류 지출 추이	352
<그림 2-10> 가구의 유지류 품목별 지출 비중 변화	353

<그림 2-11> 가구의 월평균 유지류 지출 변화	354
<그림 2-12> 가구의 월평균 유지류 품목별 지출 추이	354
<그림 2-13> 가구원 수별 월평균 유지류 지출 비교: 2013년 vs 2022년	355
<그림 2-14> 가구원 수별 월평균 유지류 지출 추이	356
<그림 2-15> 가구주 연령별 월평균 유지류 지출 비교: 2013년 vs 2022년	357
<그림 2-16> 가구주 연령별 월평균 유지류 지출 추이	358
<그림 2-17> 가구 소득분위별 월평균 유지류 지출 비교: 2013년 vs 2022년	359
<그림 2-18> 가구 소득분위별 월평균 유지류 지출 추이	360
<그림 2-19> 가구의 음료류 품목별 지출 비중 변화	361
<그림 2-20> 가구의 월평균 음료류 지출 변화	361
<그림 2-21> 가구의 월평균 음료류 지출 추이	362
<그림 2-22> 가구원 수별 월평균 음료류 지출 비교: 2013년 vs 2022년	363
<그림 2-23> 가구원 수별 월평균 음료류 지출 추이	364
<그림 2-24> 가구주 연령별 월평균 음료류 지출 비교: 2013년 vs 2022년	365
<그림 2-25> 가구주 연령별 월평균 음료류 지출 추이	366
<그림 2-26> 가구 소득분위별 월평균 음료류 지출 비교: 2013년 vs 2022년	367
<그림 2-27> 가구 소득분위별 월평균 음료류 지출 추이	368

제4장 2023년 가구의 가공식품 지출 동향 및 2024년 지출 전망

<그림 4-1> 평균소비성향과 식품소비성향 변화	403
<그림 4-2> 분기별 가구당 월평균 식품비 지출액 추이	404
<그림 4-3> 식료품 지출목적별 소비자물가지수 추이	405
<그림 4-4> 지출목적별 실질 식품비 지출액 변화	406
<그림 4-5> 가구의 식품소비 유형별 월평균 지출액 전망(실질)	421
<그림 4-6> 가구의 식품소비 유형별 월평균 지출액 구성 전망(실질)	423

VI. 식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석

제2장 산업 현황

〈그림 2-1〉 협의의 푸드테크	444
〈그림 2-2〉 로봇 산업 구조	447
〈그림 2-3〉 글로벌 로봇 시장 매출액 추이	448
〈그림 2-4〉 국가별 로봇 밀도 비교(2023년 기준)	449
〈그림 2-5〉 전 세계 식품 로봇 시장 매출액 추이	452
〈그림 2-6〉 글로벌 식품 로봇 신규 설치대수 추이	453
〈그림 2-7〉 국내 식품 로봇 신규 설치대수 추이	455

제3장 주요 이슈 분석

〈그림 3-1〉 분석 흐름도	458
〈그림 3-2〉 연도별 기사 수 변화 추이	464
〈그림 3-3〉 토픽 개수별 Caojuan2009 값	467

제5장 결론 및 시사점

〈그림 5-1〉 토픽모델링 결과 요약	497
----------------------------	-----

I

서론

1

사업 배경 및 내용

1. 사업 배경

○ 식품산업은 꾸준히 성장하는 산업으로 국민경제에서 차지하는 비중과 중요도가 갈수록 증가하고 있음.

- 2021년 기준 국내 식품제조업의 매출액(국내 판매액+수출액)은 약 148.7조 원 규모, 식품외식업은 150.8조 원 규모로 전체 식품산업 규모는 약 299.5조 원에 달해 의류 제조업의 약 10.5배, 전기 장비 제조업의 약 2.0배에 달함.
- 식품제조업 성장률은 2010년 이후 2022년까지 연평균 2.5%로 전체 제조업 성장률인 2.5%와 유사한 수준이며, 전체 제조업에서 차지하는 비중도 같은 기간 4.5%에서 4.6%로 소폭 확대되는 양상을 보임.¹⁾ 다만, 동기간 외식산업의 연평균 성장률은 코로나19의 여파로 인하여 0.9%로 식품제조업보다 크게 낮은 수준을 보였으나, 최근 빠른 속도로 회복세를 보이고 있음.²⁾
- 식품산업은 전후방 연관산업의 파급효과가 타 산업에 비해 높아 국가 경제 성장에서

1) 한국은행, 국민계정.

2) 본 수치는 숙박 및 음식점업에 해당함.

중요한 역할을 담당하고 있음. 식품제조업의 생산유발계수는 2019년 기준 2.199로 전체 산업 평균인 1.791보다 높은 수준임.

- 식품산업은 농림수산업과 전방산업인 식품 유통업, 외식업 및 숙박업 등 후방산업과의 연계를 통하여 국내 농수산물의 수급 안정 및 농가소득 증대에 큰 영향력을 미치고 있음.

○ 식품산업은 대다수 기업이 영세하나, 타 산업에 비해 일자리 증가율이 높고 일자리 창출 가능성이 큰 산업으로 포용성장 관점에서 중요성이 높음.

- 식품제조업 종사자 수는 2010~2021년간 연평균 3.0% 증가하여 같은 기간 전체 제조업 종사자 수 증가율인 1.8%에 비해 높은 수준임. 외식산업 종사자 수는 동기간 연평균 1.6% 증가하여 전체 제조업보다 소폭 낮은 수준임.
- 식품제조업은 5인 미만 사업체 비중이 81.7%(2021년 기준)로 전체 제조업의 73.6%에 비해 영세한 사업체의 비중이 높은 특징을 보이고 있으나, 식품제조업에서 중소기업은 제조업 평균에 비해 높은 성장률을 보여 식품산업 성장에 기여도가 높게 평가됨.

○ 2023년에는 세계 경제 둔화 전망, 국내 식품산업 부가가치 정체, 국내외 생산재 물가 상승과 고용상의 어려움에 당면함.

- 전 세계적 고물가 기조의 지속과 더불어 고부채 및 고금리의 이중 작용에 따른 세계 경제의 성장 저하, 지정학적 충돌 악화에 따른 공급 충격 등의 위험이 상존하며 2023년 세계 경제 성장률은 2.6%로 전망됨.
- 2010~2022년간 식품제조업 GDP 비중은 1.2%에서 머물러 있는 상태이며, 식품에 대한 생산자물가(2023년)는 전년 대비 6.4% 상승하여 식품업계의 경영 부담은 가중되어 온 것으로 판단됨. 코로나19 팬데믹과 러-우 전쟁 등에 따른 세계 경제 분절화의 영향으로 글로벌 원재료·원자재 가격의 강세 기조가 지속되며, 2023년 식품 수입 물가는 전년 대비 1.4% 상승해 식품산업의 경영상 어려움이 지속될 것으로 예상됨.
- 2023년 상/하반기 식품산업 관리자급을 대상으로 진행된 설문조사에서 원자재 구매 가격이 모든 규모별 업체에서 경영상 가장 어려운 요소로 선정되었을 정도로 식품업계가 원자재 물가 상승에 대한 부담을 갖고 있는 상황임.

○ 한편, 식품산업 기술 발달, 푸드테크 산업 지원 확대, K-Culture 확산, 사회적 역할 증대 등은 2023년 식품산업 발전의 기회 및 동력으로 작용할 것으로 기대되므로 관련 분야 대응이 요구됨.

- 푸드테크 시장 규모는 연평균 30% 이상 성장하고 있으며, 다양한 기술 개발 및 사업화를 통한 푸드테크 기업 육성과 인프라 강화가 추진될 계획임.
- 2022년 농수산물식품의 수출액은 한국 문화(K-Culture)의 세계화에 힘입어 119억 6천만 달러를 기록하며 역대 최고 기록을 경신하였으며, 이와 같은 K-Food의 글로벌 경쟁력 강화에 국내 높은 수준의 기술력을 바탕으로 한 푸드테크가 점차 핵심 사업으로 각광받고 있음.
- 푸드테크는 식품의 원재료 조달, 가공, 유통, 폐기의 전반적인 과정에 ICT 및 4차 산업 관련 기술을 적용하여 공정의 효율성을 제고하고, 양질의 식품 생산 및 관련 업종의 서비스 품질 향상에도 기여하는 등 사회적 역할 측면에서도 주목받고 있음.

○ 인구·경제·사회 구조가 빠르게 변화하고 있으며, 소비자의 건강과 환경에 관한 관심이 증대하고 비대면 소비가 활성화되면서 간편 추구 경향이 지속될 전망이다. 식품산업은 환경 변화에 따른 식품 소비 변화 관련 정보를 신속하게 수집하고 대응할 필요가 있음.

- 식품산업의 성장에 따라 다양화되는 정보 수요를 충족시키고 식품산업 정책 마련의 기초자료로 활용하기 위하여 식품산업 통계정보를 국가 차원에서 체계적으로 분석하고 제공할 필요가 있음.
- 고령화율(65세 이상 인구비율)은 2023년 19.0%에서 2025년 20.3%로 초고령사회로 진입, 1인 가구가 전체 가구에서 차지하는 비중도 2022년 34.5%에서 2030년 35.6%로 지속 상승이 전망됨.
- 현재 식품의 온라인 구입 양상에 대한 면밀한 분석과 소비자들의 점차 높아지는 건강에 대한 관심, 가치소비로 대표되는 친환경 식품에 대한 생산과 소비 구조, 그리고 이에 대한 식품산업의 대응 현황에 대한 정치한 분석이 요구됨.
- 2022년 온라인 식품시장 거래액은 62조 6,989억 원으로, 전년 대비 9.2% 증가하였고, 건강기능식품의 시장 규모는 2017년 4.2조 원에서 2022년 6.1조 원으로 증가하였으며 향후 지속적으로 시장 확대가 예상됨.

- 식품산업은 국민 먹거리 산업으로 국민의 건강과 삶의 질에 영향을 미치므로 지속적 성장을 위해 여건 변화에 신속하고 유연하게 대응할 필요가 있음. 이를 위해 식품산업 관련 정보에 대한 다양한 분석 수행 및 분석 결과의 효율적 공급이 요구됨.
 - 식품산업의 성장에 따라 다양화되는 정보 수요를 충족시키고 식품산업 정책 마련의 기초자료로 활용하기 위하여 식품산업 통계정보를 국가 차원에서 체계적으로 분석하고 제공할 필요가 있음.
 - 식품산업 정보분석 및 분석 결과의 공급이 효율적으로 이루어지기 위하여 체계적인 분석 기반을 갖추고 정보의 심층분석을 연속적으로 수행하여, 다양한 정보 및 분석 결과를 수요자들에게 효과적으로 제공할 필요가 있음.
 - 현행 식품산업 정보 서비스는 식품제조 및 외식분야의 기본통계조사 결과 및 DB 제공 위주로 제한적이며, 제공되는 정보의 양과 질적인 측면에서 식품산업 정보 수요자의 니즈를 아직까지 충족시키지 못하고 있는 실정임.
 - 식품 정보분석 서비스에 대한 인지도 및 활용도 또한 낮은 수준이어서, 전문적이고 지속적인 정보 서비스의 제공을 통한 식품 정보분석의 활용이 시급함. 따라서 기축적된 정보의 활용 가치를 높이고, 정보 이용자의 활용도를 제고하기 위해서는 심층 분석된 정보의 생산 및 제공이 요구됨.

- (법령근거) 식품산업정보분석 전문기관 지정 및 운영은 『식품산업진흥법』제9조의2에 근거함.
 - “(식품산업 정보분석 전문기관의 지정) ① 농림축산식품부장관 또는 해양수산부장관은 식품산업을 효율적으로 관리하기 위하여 식품산업 정보·통계 관련 기관, 단체 또는 법인을 식품산업 정보분석 전문기관(이하 “전문기관”이라 한다)으로 지정할 수 있다.”
 - 『식품산업진흥법』에서 규정하고 있는 식품산업 정보분석 전문기관의 주요 업무는 1. 식품산업 진흥 및 식품산업과 농어업 간의 연계 정보분석, 2. 국내외 식품산업 및 식품 소비 현황 관련 제도 등에 관한 정보분석, 3. 전통식품 관련 문헌 등 정보분석, 4. 그 밖에 농림축산식품부장관 또는 해양수산부장관으로부터 위탁을 받은 업무 등임.

2. 사업 목적

- 국내외 식품산업 관련 정보의 체계적 구축 및 효율적 운영을 목적으로 함.
 - 식품산업과 관련된 정보를 체계적으로 수집, 가공함으로써 식품 정보의 활용을 다각화하고, 식품산업 전략 개발을 위한 기초 정보로 제공하고자 함.
 - (농식품부 승인통계) 식품산업 관련 통계의 대표성과 정확성을 제고시키기 위해 필요 항목 조정, 조사과정에 대한 엄격한 관리, 조사 결과에 대한 과학적 검증을 실시함.
 - (타기관 승인통계) 타 기관 관련 통계자료를 시의적절하게 활용하여 식품산업과 식품정책 관계자에 유용한 정보를 제공함.
 - (판매데이터, 조사자료 등) 국내외 조사자료, POS 자료 등을 활용하여 식품산업 동향 정보를 생산하고 제공함.
 - 기후변화, 글로벌 공급망 위기, 신규 정책 개발 등 특정 식품산업 이슈 발생 시 소비자 및 업계 동향에 대한 파급영향을 조사·분석하여 유용한 시사점을 도출함.
 - 정부와 식품산업 업체 및 소비자의 정보 수요를 반영하여 중·장기적으로 식품산업 관련 통계를 정비·개선하고 선진화 방안을 제시하여 효율적인 식품산업 통계시스템을 운영함.

- 식품산업 정보의 심층분석을 통해서 국내외 여건변화에 대응한 시의적절한 식품산업 정책 방향과 글로벌 경쟁력 제고 방안을 마련함.
 - 식품산업 변화를 구체적으로 파악하고, 향후 시장을 전망하고 시사점을 도출할 수 있도록 과학적이고 정교한 계량 분석 모형을 적용하고 다양한 통계를 응용하는 등 식품산업정보의 심층분석을 실시함.
 - 식품산업의 국내외 정보 및 동향 분석, 식품산업의 글로벌 경쟁력 분석 등을 통하여 국내 식품산업의 글로벌 경쟁력 제고 전략 수립을 위한 기초 자료로 활용함.

- 국내외 식품산업과 관련된 포괄적이고 체계적인 정보를 시의적절하게 수요자에게 제공함.

- 식품산업 정보 수요자를 확충하여 식품산업 정보에 대한 DB를 구축하고, 웹진 발행 등을 통해 식품정보에 대한 홍보 및 정보 이용을 활성화함.
- 산·학·연 식품산업 정보 교류를 통한 식품산업 정보 환류(feedback) 시스템을 구축하고, 현재 운영 중인 식품산업통계정보시스템(FIS)과 연계한 식품산업 통계정보의 효율적 분산 체계를 운영함.

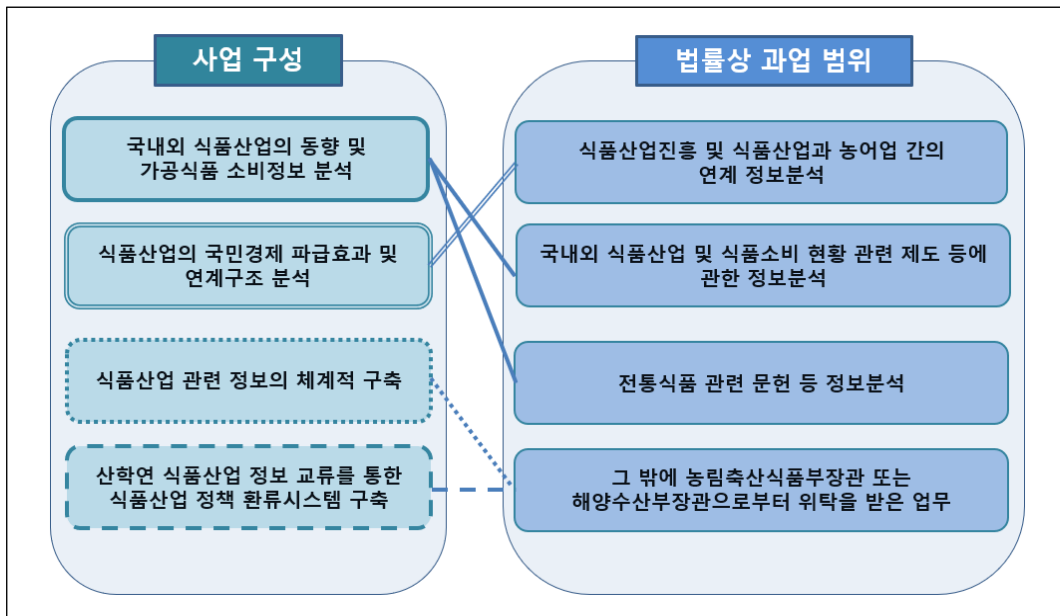
3. 사업 범위와 구성

3.1. 사업 범위

- 식품산업의 국민경제 파급효과 및 연계구조 분석은 법률상 식품산업진흥 및 식품산업과 농어업 간의 연계 정보분석 범위에 포함되며, 국내외 식품산업의 동향 및 가공식품 소비정보 분석은 국내외 식품산업 및 식품소비 현황 제도 등에 대한 정보분석에 포함됨. 식품산업 관련 정보의 체계적 구축과 산학연 식품산업 정보교류를 통한 식품산업 정책 환류시스템 구축은 그 밖에 농림축산식품부장관 또는 해양수산부장관으로부터 위탁받은 업무에 해당함.
- ‘식품산업의 국민경제 파급효과 및 연계구조 분석’은 산업연관표를 이용하여 농업과 음식료품 제조업 및 외식산업 간의 상호 연계구조를 파악하고, 각 산업이 국가 경제에 미치는 영향을 분석함으로써 식품산업이 국민경제에서 차지하는 위상과 국내외 환경 변화가 식품산업에 미치는 영향을 규명함.
- ‘국내의 식품산업의 동향 및 가공식품 소비정보 분석’에서는 국내외 식품산업 및 식품소비 현황, 식품기업 경영성과 분석, 관련 제도 등에 대한 파악을 통하여 식품산업 트렌드를 분석하고 식품산업계 및 연구 분야, 정책 담당자에게 시의성 있는 정보를 제공함.

- ‘식품산업 관련 정보의 체계적 구축’을 위해 구축된 식품산업 관련 조사자료, DB 자료뿐만 아니라 지속적으로 국내외 식품산업 관련 자료를 수집, 가공 및 분석하여 최종수요자에게 필요한 맞춤형 정보를 효과적으로 제공할 수 있는 통계정보시스템을 구축함.
- ‘산·학·연 식품산업 정보교류를 통한 식품산업 정책 환류 시스템 구축’에서는 산·학·연 식품산업 관련 전문가들이 참여하는 식품산업 정보 포럼을 분야별로 운영함으로써 식품산업 관련 정보에 대한 심층분석 결과를 공유 및 평가하고, 식품산업 정책의 효율적 추진을 위한 환류 시스템을 구축하고자 함.

〈그림 1-1〉 사업전략의 법률상 과업 범위



3.2. 사업 구성 및 업무 분담

- ‘국내외 식품산업의 동향 및 가공식품 소비정보 분석’은 ‘국내외 식품산업 동향 및 여건 변화와 전망’, ‘식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석’, ‘일반식품명인제도 필요성 및 운영방안’, ‘가공식품 소비 지출 분석’, ‘외식산업 동향·이슈 분석’으로 수행됨.

- 국내외 식품산업 동향 및 여건 변화와 전망: ① 국내 식품산업 동향 분석과 전망, ② 해외 식품산업 동향분석, ③ 식품산업 이슈 분석
- 식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석: ① 푸드테크 로봇 산업 현황 분석, ② 식품기자재 로봇 관련 주요 이슈 분석, ③ 푸드테크 로봇 제조 기업 사례조사
- 일반식품명인제도 필요성 및 운영방안: ① 대한민국식품명인제도 운영 현황분석, ② 유사제도 검토, ③ 일반식품명인제도 문제점 파악, ④ 제도 개선방안 제시
- 가공식품 소비 지출 분석: ① 가구의 가공식품 지출 변화 분석, ② 가구 특성별 가공식품 소비 행태 분석, ③ 주요 품목별 가공식품 소비 구조 분석, ④ 가공식품 소비 전망
- 외식산업 동향·이슈 분석: ① 국내 외식산업 현황 분석, ② 일본, 미국, 중국의 외식업 주요 지표를 통해 해외 외식산업의 동향 파악

○ 법률상 과업으로 설정된 ‘전통식품 관련 정보 분석’은 김치, 전통식품 관련 통계자료를 심층분석하여 식품산업 동향 분석 부분에 포함하며 웹진 형태로 발간함.

○ ‘식품산업의 파급효과 및 연계구조 분석’은 ‘산업연관분석’으로 수행되며, 주요 업무는 ① 식품산업의 국민경제 연계구조 및 파급효과 분석, ② 식품산업과 농림수산업의 투입구조 및 국내산 이용현황 분석, ③ 기타 식품산업 주요 이슈 관련 국민경제 파급효과 분석임.

○ ‘식품산업 관련 정보의 체계적 구축’은 통계조사 및 관련 심층 분석 분야로 ‘가공식품 소비자태도조사 및 심층분석’과 ‘외식산업 정보분석’으로 수행됨. ‘가공식품 소비자태도조사’와 ‘외식업체 경영실태 조사’는 통계청 승인통계로서 조사 문항, 조사·분석, 검증 과정을 단계별로 엄격히 관리함.

- 가공식품 소비자태도조사: 식품 구매 및 소비행태 일반, 가공식품의 품목별 구입 현황, 식품 소비의 라이프스타일과 소비자 인식, 가구특성 등 7개 구분으로 가구조사를 실시함.

- 가공식품 소비자태도조사 심층분석: 소비자 특성별 구입행태와 가공식품 소비 결정요인, 가공식품 구입 유형 선택, 가계부 조사(또는 이에 상응하는 구입행태 자료)와 소비자태도조사 간 연계분석을 실시함.

- 외식업체 경영실태 조사: 업소명, 응답자 정보와 같은 사업자 정보, 사업자 상권분류와 같은 사업장 정보, 매출액이나 영업비용으로 대표되는 사업장 영업정보, 식재료 품목류별 구입처, 해당 구입처의 이용 이유 등 식재료 구입 및 구입처 정보, 식재료 정보에 대한 조사를 실시함.
 - 외식산업 심층분석: 외식업체 경영 및 생산성 지표 추정을 통한 외식업체의 경영현황 분석, 외식업체의 국산 농산물 사용 비중에 따른 경영성과 분석, 외식업체의 무인주문기 활용 성과분석, '외식업체 경영실태 조사' 조사항목 개편안을 제시함.
- '산·학·연 식품산업 정보 교류를 통한 식품산업 정책 환류시스템 구축'은 '웹진 발간', '식품산업 정보분석 홈페이지 운영'으로 수행됨.
- 웹진 발간: 보도자료 배포를 통해 수요자들에게 시의적절한 정보를 제공하며, 식품산업의 동향, 심층분석 결과를 식품 제조업체 및 외식업체, 연구분야 전문가들에게 이메일 등을 통해 배포해 수요자들에게 효율적으로 정보를 전달함.
 - 식품산업 정보분석 홈페이지 운영: KREI 홈페이지 및 식품산업통계정보시스템(FIS) 등에 게시를 통한 식품산업 정보분석 전문기관 사업의 홍보 효과를 도모함.
- 2023년 주요 사업 변화
- 푸드테크 이슈 반영 요청 수용: 서울대 협동연구의 주제를 변경하고(식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석), 가공식품 소비자태도조사(온라인조사) 및 외식업체 경영실태 조사에 푸드테크 관련 문항을 추가함.
 - 현안분석 연구주제 논의: 2021~2023년 사업에 '식품산업 현안분석'이 추가되어 2021년에는 '국제원재료 가격 상승의 가공식품 물가 파급영향', 2022년에는 '국내외 식품기업들의 ESG 추진 실태와 시사점'을 수행함. 2023년에는 '일반식품명인제도 필요성 및 운영방안'으로 과제를 수행함.
 - 산업연관분석 위탁 제외: 2015~2019년간 산출과 투입 항목 추세를 바탕으로 2021년 추정을 실시함. 2020년 실측표는 2024년 3~4월경 발표 예정임.

- 식품산업 정보포럼 일시 중단: 식품산업 정보포럼을 연간 5회 개최할 계획이었으나, 운영을 일시적으로 중단함.

〈표 1-1〉 사업 구성 및 업무 분담

사업 구성	사업분야	주요업무	담당	
국내외 식품산업의 동향 및 가공식품 소비 분석	국내외 식품산업 동향 및 전망, 식품산업 이슈 분석	국내 식품산업 동향 분석	KREI	
		식품산업 여건 변화와 전망		
		식품 수출입 및 해외 식품시장 동향 분석		
		식품산업 이슈 조사(설문조사, 2회)		
		[현안분석] 일반식품명인제도 필요성 및 운영방안		
	식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석	푸드테크 로봇 시장 동향 분석	서울대	
		식품기자재 푸드테크 로봇 관련 트렌드 분석		
	가공식품 소비지출 분석	가공식품 소비지출 분석	가구의 가공식품 지출 행태분석	KREI
			주요 품목별 가공식품 소비 구조 분석	
			가공식품 소비 전망	
외식산업 동향 분석	국내·외 외식산업 동향 및 이슈 분석	KREI		
식품산업 관련 정보의 체계적 구축	가공식품 소비자태도조사 /심층분석	가공식품 소비자태도조사	KREI	
		가공식품 소비자태도조사 심층분석	KREI	
	외식업체 경영실태 조사 /심층분석	외식업체 경영실태 조사	KREI	
		외식산업 심층분석	서울대	
식품산업의 파급효과 및 연계구조 분석	산업연관분석	식품산업의 국민경제 연계구조 분석	KREI	
산·학·연 식품산업 정보 교류/ 환류시스템구축	수요자 맞춤형 정보제공	웹진 발간	KREI	
		식품산업 정보분석 홈페이지 운영, 관련 행사 발표 등을 통한 확산업무		

3.3. 보고서 구성

○ 2023년 식품산업 정보분석 전문기관 사업은 총 9종의 보고서로 구성됨.

- 식품산업 동향 및 이슈 분석의 경우, 2023년 식품산업 정보분석 전문기관 사업 보고서 내 국내외 식품산업 동향 및 여건 변화와 전망, 일반식품명인제도 필요성 및 운영 방안(현안분석), 식품산업의 국민경제 파급효과 및 연계구조 분석, 식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석, 가공식품 소비 지출 분석을 수록함.

- 가공식품 소비자태도조사 및 심층분석은 2023년 가공식품 소비자태도조사 기초분석 보고서, 통계보고서, 심층분석 보고서의 형태로 발간함.
- 외식산업의 경우 2023 국내외 외식산업 동향 보고서, 외식업체 경영실태 조사 보고서, 통계보고서로 발간함. 서울대학교 연구진의 외식산업 심층분석 내용은 외식업체 경영형태 및 식재료 구매현황 심층분석 보고서로 발간함.
- 수요자 맞춤형 정보제공은 웹진 실적 보고서의 형태로 발간함.

〈표 1-2〉 사업분야 내 주요업무별 발간 보고서 형태

사업 구성	주요업무	담당
식품산업 동향·이슈 분석	국내외 식품산업 동향 및 여건 변화와 전망	2023년 식품산업 정보분석 전문기관 사업 보고서
	식품산업의 국민경제 파급효과 및 연계구조 분석	
	식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석	
	[현안분석] 일반식품명인제도 필요성 및 운영방안	
가공식품 소비지출 분석 및 가공식품 소비자태도조사	가공식품 소비 지출 분석	2023년 가공식품 소비자태도조사 기초분석 보고서
	가공식품 소비자태도조사	
	가공식품 소비자태도조사 심층분석	2023년 가공식품 소비자태도조사 통계보고서
외식산업 동향·이슈 분석	외식업체 경영실태 조사	2023 외식업체 경영실태 조사 보고서
	국내 외식산업 동향분석	2023 외식업체 경영실태 조사 통계보고서
	외식산업 심층분석	2023 국내외 외식산업 동향 보고서
	외식업체 경영형태 및 식재료 구매현황 심층분석 보고서	
수요자 맞춤형 정보제공	식품외식정보 웹진 발간	2023년 웹진 실적 보고서
	식품산업 정보분석 홈페이지 운영	

3.4. 예산사용 실적

〈표 1-3〉 과업별 예산사용 실적

주요 예산소요 내용	세부사업별 예산
1. 국내외 식품산업 동향 및 여건 변화와 전망	70,000,000원(12.8%)
• 2023년 상/하반기 식품산업 이슈조사(코리아데이터네트워크, 8,000,000원)	13,500,000원
• KoDATA 데이터 구입비용 지급(한국평가데이터, 5,500,000원)	
• 인건비, 국내여비, 수송비 및 수수료, 회의비 등 기타 비용(56,500,000원)	56,500,000원
2. (현안분석) 일반식품명인제도 필요성 및 운영방안	10,000,000원(1.8%)
3. 가공식품 소비 지출 분석	35,000,000원(6.4%)
4. 가공식품 소비자태도조사 및 심층분석	180,000,000원(33.0%)
• 가공식품 소비자태도조사 조사 위탁(㈜엠브레인리서치, 138,500,000원)	156,000,000원
• 가공식품 소비자태도조사 표본설계 위탁(University of Cincinnati 김향준 교수)	
• 가공식품 소비자태도조사 심층분석 위탁(강원대학교 이자용 교수, 중앙대학교 진현정 교수)	
• 가공식품 소비자태도조사 이용자 만족도 조사(㈜엠브레인리서치, 2,500,000원)	
• 인건비, 국내여비, 수송비 및 수수료, 회의비 등 기타 비용(24,000,000원)	24,000,000원
5. 국내·외 외식산업 현황과 최근 동향 및 외식업체 경영실태 조사	172,500,000원(31.7%)
• 중국 외식산업 동향 원고위탁(중국농업과학원 리금 박사)	154,800,000원
• 2023 외식업체 경영실태 조사 조사 위탁(㈜코리아데이터네트워크, 139,000,000원)	
• 2023 외식업체 경영실태 조사 표본설계 위탁(University of Cincinnati 김향준 교수)	
• 2023 외식업체 경영실태 조사 이용자 만족도 조사(㈜코리아데이터네트워크, 2,500,000원)	
• 인건비, 국내여비, 수송비 및 수수료, 회의비 등 기타 비용(17,700,000원)	17,700,000원
6. 수요자 맞춤형 정보제공	20,000,000원(3.7%)
7. 서울대학교 연구 위탁(식품·외식산업 심층분석)	57,500,000원(10.6%)
• 식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석(30,000,000원)	
• 외식업체 경영실태 조사 심층분석(27,500,000원)	
합계	545,000,000원

4. 2023년 과제별 사업 내용

4.1. 국내외 식품산업 동향·이슈 분석

4.1.1. 국내외 식품산업 동향 및 여건 변화와 전망

○ 국내 식품산업 동향 분석

- 식품산업의 사업체 수, 종사자 수, 매출액, 부가가치(GDP) 등 기본 현황
- 식품산업의 출하, 물가, 출하액 등 출하 동향 분석
- 식품산업의 수출 및 수입 동향 및 세계 식품시장 트렌드 분석
- 식품산업 경기 및 고용 동향 분석
- 식품기업 경영성과 분석
- 식품기업 활동 분석

○ 식품산업 여건 변화와 전망

- 인구사회적 요인, 환율, 원자재, 국내외 경기 등 여건 변화와 전망
- 정책·제도적 여건 변화
- 식품산업 출하량(지수), 출하액 전망

○ 해외 식품시장 동향 분석

- 세계 식품시장 동향 및 이슈
- 아세안(ASEAN) 식품시장 동향 및 이슈

4.1.2. [현안분석] 일반식품명인제도 필요성 및 운영방안

○ 일반식품명인제도 현황과 문제점

- 대한민국식품명인제도의 법적 근거 및 운영 현황
- 대한민국식품명인(전통식품명인, 일반식품명인) 지정 현황
- 현행 제도 문제점 도출

○ 대한민국식품명인 관련 국내 유사제도 비교분석

- 유사제도 개요(법적 근거, 선정 분야 또는 직종 등)
- 선정절차 및 지정기준
- 기능 우수자 선정 현황
- 비교 및 시사점

○ 일반식품명인제도 운영방안

- 일반식품명인제도의 필요성
- 일반식품명인제도 운영 방안 제시
- 명인 지정 및 평가기준 개선 방안
- 제도 운영 주체 선정 방안

4.1.3. 식품산업의 국민경제 파급효과 및 연계구조 분석

○ 식품산업의 규모 변화 추이 분석

- 2000년 이후 식품산업(농림수산업, 음식료품 제조업, 외식업) 규모 변화 분석

○ 식품산업 연계구조 분석(공급흐름) 분석

- 식품산업의 총 공급: 국내생산과 수입 및 수출 규모

- 식품산업의 공급흐름: 최종소비 및 수출, 음식료품 제조업 중간투입, 외식산업 중간투입, 기타산업 중간투입

○ 2021년 식품산업 산출구조 분석

- 거시지표 및 2019년 산출구조 비율 등을 활용하여 2016년부터 2021년까지의 산출구조 파악

4.1.4. 식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향분석

○ 2013년부터 2023년까지의 푸드테크 로봇을 키워드로 하는 신문기사를 이용하여 연도별 시장 트렌드 및 현안 분석

- 주요 신문기사를 대상으로 토픽모델링 및 시계열 회귀분석 방법을 활용하여 푸드테크 로봇 관련 현안 및 트렌드 변화를 분석

○ 국내 푸드테크 로봇 관련 기업 대상 사례조사

- 국내 푸드테크 로봇 관련 상장 및 중소기업을 대상으로 사례조사를 실시하여 기업 현황 및 애로사항을 조사하고, 이를 바탕으로 정책적 함의 도출

4.2. 가공식품 소비지출 분석 및 가공식품 소비자태도조사

4.2.1. 가공식품 소비지출 분석

○ 가구의 가공식품 지출 변화 분석

- 가구의 식품비(가정식+외식+주류) 지출 동향 분석
- 앵겔계수 변화 추이
- 식품유형별(신선식품/가공식품/외식비) 지출액 및 비중 추이

- 가공식품 분류별 분석을 통해 가공식품 소비 변화 방향 파악
- 가공식품 분류별 지출액 결정요인 분석 비교

○ 가구 특성별 가공식품 소비 행태 분석

- 가구원 수별 가공식품 지출 비교 분석
- 가구주(식품주구매자) 연령별 가공식품 지출 비교 분석
- 소득수준별 가공식품 지출 비교 분석
- 기타 가구 특성별 가공식품 지출 비교 분석

○ 가공식품 품목별 지출구조 분석

- 가공식품 상위 품목별 지출 추이
- 가구특성별 상위 지출 품목 비교 분석
- 주요 품목별 지출 변화
- 주요 품목별 가구 특성에 따른 소비행태 분석

〈표 1-4〉 2021~2023년 분석대상 주요 품목

	2021	2022	2023
곡물가공품	라면, 두부		
빵 및 떡류			케이크, 식빵·기타빵, 떡
육류가공		소시지, 햄 및 베이컨	
수산가공			
유제품		우유, 치즈, 요구르트	
유지류			참기름·들기름, 기타 식물성 식용유, 버터·기타유지류
과일가공			
채소가공			
당류 및 과자			
조미식품	간장, 된장, 고추장		
기타식품	반찬류, 즉석동결식품, 김치		
커피 및 차			커피, 차류
쥬스 및 기타음료			과일·야채쥬스, 생수, 기타음료
주류		소주, 과일주, 맥주, 막걸리, 증류주	

- 가구의 가공식품 지출 결정요인 분석
 - 식품비 및 식품 유형별 지출 결정요인 분석
 - 가공식품 분류별 지출 결정요인 분석
- 2023년 가구의 가공식품 지출 동향 및 2024년 지출 전망
 - 2023년 가공식품 지출 동향
 - 2024년 식품비 지출 전망, 식품 유형별 지출 전망

4.2.2. 가공식품 소비자태도조사

- 통계조사
 - 가공식품에 대한 소비자의 인식, 구입행태, 라이프스타일 등을 체계적으로 조사
 - 가공식품 소비자태도를 면밀히 파악하기 위해 “주 구입자 대상 가구조사”, “일반소비자 대상 조사”, “주 구입자 대상 가계부 조사 또는 이에 상응하는 구입행태 자료”로 구성
 - 식품 주 구입자 2,000명을 대상으로 하는 가구조사(통계청 승인통계) 실시, 가구의 주구입자 500명 대상 식품 구입 빅데이터(엠브레인)를 분석, 일반 소비자 2,000명 대상 온라인조사를 실시
 - 승인통계의 경우 조사결과의 연속성을 위해 조사문항 체계를 기본적으로 유지(최근 가공식품 분류체계 및 조사품목 개편, 수요 증가업종 추가문항 구성, 보기문항 및 조사지침서 등 변경승인)
 - 주구입자 대상 가계부조사를 식품 구입 영수증 기반 빅데이터 분석으로 변경
 - 일반소비자대상 온라인 조사는 가공식품 관련 식품정책 및 이슈 조사로 2023년에는 푸드테크 관련 내용 신규 구성으로 관련 다수 문항 추가
- 심층분석
 - 가구소비 영수증 패널자료를 활용한 가공식품 브랜드 관성효과(Brand Inertia) 추정

- 일반소비자 온라인조사를 활용한 다양한 이슈분석: ① ESG에 대한 인식, 행동, 소비자 심리, 라이프스타일, 인구통계와의 관계 ② 푸드테크와 신성장식품 인식과 신기술 적용 가공식품에 대한 구매의향 분석

4.3. 국내외 외식산업 현황 등에 대한 정보 분석

4.3.1. 국내외 외식산업 현황과 최근 동향

○ 국내 외식산업 동향과 추이

- 음식점 및 주점업 사업체수, 종사자수, 매출액 동향과 추이(통계청, 한국은행)
- 음식점 및 주점업 종사자 형태별 규모, 채용 및 이직 등 현황(고용노동부)
- 음식점업 창폐업 현황과 추이(국세청)
- 푸드테크 적용 동향(통계청)

○ 일본의 외식산업 현황

- 일본의 외식산업 범주, 분류별 시장규모(공익재단법인 식의 안전·안심재단)
- 일본의 가구당 외식비 분류별 지출액 추이(총무성)
- 일본의 최근 분기별 가구당 외식비 지출액(총무성)

○ 미국의 외식산업 현황

- 미국의 외식산업 규모 및 동향(U.S. Census Bureau)
- 팬데믹 전후 미국의 외식산업 변화(Federal Reserve Bank)
- 미국 외식산업 이슈 및 전망(National Restaurant Association)

○ 중국의 외식산업 현황

- 중국의 외식산업 시장규모(국가통계국)
- 중국의 외식산업 분류, 업계 동향 등(각종 중국 컨설팅 업체)
- 중국의 외식소비 동향 및 특징(중국요식업협회, iMedia Research)

4.3.2. 외식업체 경영실태 조사

○ 외식산업 전문가협의회 지속 운영 및 조사표 변경승인 추진

- 외식산업 관련 대내외 환경 변화에 원활히 대응하고, 조사 결과의 검증 등을 위해 외식업계·연구자·학계·정책부서 담당자 등으로 구성된 “외식산업 통계조사 전문가협의회” 지속 운영
- 외식업체 경영실태 이외에 식재료비 가격 불안정성 문제의 고착화 경향으로 외식업체의 식재료 구매현황에 대한 실태 파악이 불가피하므로 조사표 승인변경 완료 후 변경된 조사표 토대로 조사 진행
- 외식업체 경영실태 조사 문항 내에 식재료 부문을 포함시킨 후, “외식산업 통계조사 전문가협의회” 개최를 통해 수정·보완하여 승인변경 요청
- 또한, 최근 푸드테크 산업에 대한 관심과 사용률이 높아지고 있어 관련 문항(조리 로봇, 서빙로봇 등 사용 여부와 비용 등)도 포함시켜 승인변경 추진

○ 위탁조사 관리·감독 강화

- 지역별 설문조사자 사전교육 시 연구진에서 직접 참여하여 교육 실시
- 위탁조사 수행 업체와 연구진 간 수시업무협의회 개최를 통해 위탁조사 과정 및 결과에 대한 수시 점검
- 조사 결과 분석 후 표본층별 회수율, 응답 결과 등 철저한 내검을 거쳐 필요시 재조사 진행 및 전문가 자문회의를 개최하여 조사 결과에 대한 신뢰성 검토 및 보완

4.3.3. 외식업체 경영실태 조사 심층분석

○ 외식업체의 경영현황 및 식재료 구매패턴 분석

- 원시자료(raw data)를 가공하여 업체별 2차 통계지표를 도출
- 외식업 세부분류별로 집계하여 비교함으로써 외식업의 경영현황 및 식재료 구매현황을 분석하고 정책적 시사점 제시

○ 외식업체의 무인주문기(푸드테크) 활용 성과분석

- 외식업체가 위치한 지역(시·군·구)의 외생적 정보(고령화율, 출산율 등)를 도구변수로 활용하여 외식업체의 노동력 절감, 구인난 변화 등을 파악

○ 외식업체의 국산 식재료 사용 성과분석

- 채소류(마늘, 양파, 파, 고추 등) 주산지에 위치한 외식업체의 식재료 구입처 및 국산 농산물 구매 비중을 분석하여 정책적 시사점 제시
- 국산 농산물 사용비중에 따른 외식업체의 부가가치(경영성과) 비교 분석

4.4. 수요자 맞춤형 정보제공 방안

4.4.1. 웹진 발간

- 식품산업 심층분석 결과, 포럼 개최 및 결과에 대한 정보 등에 대해서 보도자료를 배포함으로써 시의성 있는 식품산업 정보분석 결과를 제공함.
- 식품제조업체, 외식업체, 소비자단체, 언론계, 정책담당자, 관련 연구자 등 다양한 수요계층의 식품산업 정보 수요자 인적 DB를 구축함.
- 식품산업 동향 및 심층분석의 주요 결과에 대해 이메일 등을 통해 전파하여 수요자에게 효율적으로 정보를 제공할 수 있음.

4.4.2. 식품산업 정보분석 홈페이지 운영

- 홈페이지 메인 페이지에 최신 보고서, 조사 원시자료(Excel 및 SPSS 형식), 웹진 등을 게시하여 수요자에게 정보를 제공함.
- aT FIS 시스템과의 연계를 통해 홈페이지 간 링크를 제공하고, 식품산업 관련 행사(식품외식산업 전망대회 등)를 통한 홍보를 확대함.
- 정보이용자 대상 만족도를 조사(12월경 실시)하여 환류체계를 구축함.

2

연구방법 및 추진체계

1. 연구방법

1.1. 국내외 식품산업 동향 및 여건 변화와 전망

1.1.1. 각종 국내외 통계·자료를 활용하여 가공·분석

○ 국내 공공 및 민간 기관의 통계·원시자료를 활용함.

- 통계청, 한국은행, 식품의약품안전처, 중소기업벤처부 등 공공기관 작성 통계자료를 활용함.
- 한국농수산식품유통공사(FIS), 금융감독원(신용평가사), 국책·민간 연구소 등 민간 기관 작성 통계자료를 활용함.

○ 해외 공공 및 민간 기관의 통계·자료를 활용함.

- OECD, WTO, USDA, GlobalData 등 해외 공공 및 민간기관 작성 통계자료를 활용함.

1.1.2. 업종(품목) 및 규모별 접근

- 업종 및 품목 구분 방식은 기본적으로 통계청 또는 식품의약품안전처 기준을 따르되, 경우에 따라 소재형, 가공형 등으로 유형화하거나 분석 목적상 독자적 분류도 일부 수행함.
- 사업체 규모는 종사자 수나 매출액 규모에 따라 대·중·소 등으로 구분함으로써 규모별 특징을 도출함.
- 업종(품목)과 규모를 동시에 분석하여 유형별 특징을 도출함.
- 출하규모 및 성장 수준에 따른 매트릭스(matrix)에 의한 업종을 유형화함.

1.1.3. 식품산업의 출하 전망을 위한 계량 분석

- 업종별 시장 경쟁 구조
 - 상위기업 시장점유율(market share) 계측 및 변화 추이를 분석함.
 - 경제총조사 자료에 의한 허핀달 지수(Herfindahl index)를 산출함.
- 출하 전망(각 연도)
 - 지표 전망은 산업 경기를 대표하는 출하지수와 물가지수를 사용하며, 분기 자료에 의한 '계절적 ARIMA(Seasonal Autoregressive Integrated Moving Average)' 등 시계열계량모형 추정에 기초함.
 - 생산자출하지수가 분기별 자료인 관계로, 계절별 ARIMA(multiplicative Seasonal Autoregressive Integrated Moving Average: SARIMA) 모형을 이용해 추정함 (Hamilton 1994).
 - 이동평균(Moving Average, MA) 부분은 모형 내 예측의 정확도를 나타내는 기준으로써 사용된 Akaike's information criterion(AIC), 그리고 가역성(Invertibility)을 토대로 차수(q)를 설정함.

1.1.4. 업계 및 전문가 대상 설문 및 자문에 의한 최근 동향 및 이슈 파악

○ 식품업계 담당자 150인 이상을 대상으로 최근 업계 동향, 이슈와 전망에 대한 설문조사를 실시함.

- 7대 또는 10대 이슈를 선정하기 위해 10월에 실시하던 정기조사를 반기조사(상/하반기)로 확대함.

1.1.5. 설문 조사 및 연구 위탁

○ 식품업체 및 식품연구소 관리자급 종사자 대상(상반기 153인, 하반기 160인) 2023년 식품산업 이슈에 대한 설문 조사 실시

〈표 2-1〉 국내외 식품산업 동향 및 식품산업 이슈 분석 관련 설문 조사 및 위탁연구

구분	위탁연구(조사)명	위탁 대상	기간	활용
1	2023년 상반기 식품산업 이슈 조사	(주)코리아데이터네트워크	2023.7.11.~ 2023.7.24.	식품업계의 상반기 산업 동향 전망 및 이슈 파악
2	2023년 하반기 식품산업 이슈 조사	(주)코리아데이터네트워크	2023.10.12.~ 2023.10.25.	식품업계의 하반기 산업 동향 전망 및 이슈 파악

1.1.6. 회의 및 출장

〈표 2-2〉 국내외 식품산업 동향 및 식품산업 이슈 분석 관련 회의 및 출장

구분	회의(출장)명	일시	장소	활용
1	기업 재무정보 활용 방안 논의	2023.7.17.	한국농촌경제연구원 529호 회의실	기업 재무정보를 활용한 식품제조업 경영실적 및 비용구조 산출 방안 논의
2	2023 식품산업 정보분석 산업분야 진행상황 논의	2023.11.13.	한국농촌경제연구원 529호 회의실	식품산업 동향 관련 자료 최신화 현황 및 향후 계획 논의

1.2. [현안분석] 일반식품명인제도 필요성 및 운영방안

1.2.1. 문헌 연구

- 대한민국식품명인제도 운영 현황 검토 및 현행 제도 문제점을 파악함.
 - 대한민국식품명인제도(전통식품명인, 일반식품명인) 법적근거 및 운영 현황 검토
 - 대한민국식품명인 지정 현황
 - 일반식품명인 지정제도 문제점

- 국내 명인 관련 유사제도 운영 현황을 검토하고, 대한민국식품명인제도와 비교·분석함.
 - 고용노동부 주관(대한민국명장, 우수 숙련기술자, 이달의 기능한국인 제도)
 - 문화재청 주관(국가무형문화제 지정제도)
 - 해양수산부 주관(대한민국수산물식품명인제도)
 - 민간 사단법인 주관(대한민국 대한명인)
 - 비교 및 시사점

1.2.2. 제도 운영 관련 전문가 자문 실시

- 대한민국식품명인제도 및 유사제도 관계자를 대상으로 전문가 자문을 실시함.
 - 일반식품명인제도 활성화 필요성
 - 전통식품명인과 일반식품명인의 기준 및 범위 설정
 - 일반식품명인제도 선정 및 평가기준
 - 유사제도 운영 방식 관련 의견 청취
 - 대한민국식품명인 지원 정책에 대한 의견 청취

1.2.3. 회의 및 출장

〈표 2-3〉 일반식품명인제도 필요성 및 운영방안 관련 회의 및 출장

구분	회의(출장)명	일시	장소	활용
1	현안분석 업무협약	2023.6.28.	한국농촌경제연구원 농업관측세종사무소	현안분석 연구 방향 논의
2	현안분석 진행 현황 및 자문회의 관련 논의 진행	2023.10.30.	한국농촌경제연구원 726호 회의실	식품산업 정보분석 전문기관 사업 중간보고 논의내용 반영 여부 논의
3	대한민국식품명인제도 운영 관련 전문가 자문회의(1차)	2023.11.3.	서울 아스테리움 회의실	일반식품명인제도 활성화 필요성 및 운영 방향에 대한 자문회의 실시
4	대한민국식품명인제도 운영 관련 전문가 자문회의(2차)	2023.11.16.	서울 아스테리움 회의실	일반식품명인제도 활성화 필요성 및 운영 방향에 대한 자문회의 실시

1.3. 식품산업의 국민경제 파급효과 및 연계구조 분석

- 산업연관표의 구조는 작성형식에 따라 공급사용표와 투입산출표로 구분되는데, 공급사용표는 각 산업별 재화 및 서비스의 공급내역에 대한 정보를 ‘상품×산업’(정방향 또는 장방향) 행렬로 나타낸 통계표로 경제구조분석에 주로 사용되기 때문에, 본 연구에서는 ‘상품×상품’(정방향) 행렬로 나타낸 투입산출표를 이용함.
- 산업연관표의 유형은 가격평가기준으로 구매자가격평가표, 생산자가격평가표, 기초가격평가표가 있으며, 수입거래 처리방식기준으로 경쟁수입형표, 비경쟁수입형표가 있음. 본 연구에서는 생산자가격평가표를 이용하고자 하는데, 이 연관표는 거래가액에 대한 평가를 생산자의 출하가격 기준으로 하여 작성한 표를 의미함. 한국은행에서는 2005년 실측표에 기반한 이후년도 연장표들에서는 기본부문에 대해 생산자가격평가표만 제공하고 있음.
- 산업연관분석은 수입을 처리하는 방식에 따라 경쟁수입형모델 및 비경쟁수입형모델로 분류되는데, 본 연구에서는 식품산업의 변화가 국산품 경제에 미치는 영향을 파악하는 것이기 때문에 비경쟁수입형모델을 이용함.

- 생산유발계수, 부가가치유발계수, 고용유발계수, 취업유발계수를 통해 국민경제 파급 효과에 대한 시계열 통계를 생성하고, 감응도 계수 및 영향력계수를 이용하여 식품산업의 전후방 연쇄효과 파악과 시계열 통계를 생성함.

1.4. 식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석

1.4.1. 통계 및 모형 분석

- 본 연구는 협동연구기관인 서울대학교의 김관수 교수팀에서 수행함.
- 주요 신문기사를 대상으로 토픽모델링 및 시계열 회귀분석 방법을 활용하여 푸드테크 로봇과 관련한 현안과 트렌드 변화를 분석함.
 - 토픽모델링을 통해 파악한 각 토픽은 푸드테크 로봇 분야에서 어떤 주제들이 관심을 끌고 있는지를 확인할 수 있음. 또한 시계열 회귀분석을 활용한 토픽 변화 결과를 통해 푸드테크 로봇 분야에서 특정 주제의 상승/하강 빈도의 변화를 이해할 수 있음.
 - 토픽모델링과 시계열 회귀분석을 통해 푸드테크 로봇 분야의 주요 토픽의 변화를 이해하면, 해당 분야에서 어떤 정책적 지원이 필요한지를 파악하는 데 이용될 수 있는 정보를 식별할 수 있음.
 - 한국언론진흥재단이 운영하는 뉴스 빅데이터 분석 서비스를 활용하여 최근 10년간 (2013년 1월 ~ 2023년 8월)의 식품 로봇 관련 기사를 수집 후 텍스트 전처리 과정을 수행하여 분석을 진행함.

1.4.2. 기업 사례조사

- 푸드테크 관련 업체 사례조사를 통해 산업 현황을 파악함.
 - 국내 푸드테크 로봇 관련 상장 및 중소기업을 대상으로 전화 및 서면 설문조사 등을

실시하여 정량적 연구를 보완하고 정성적 분석을 수행함.

- 국내 푸드테크 산업은 발전 초기 단계이며, 관련 행정자료가 구축되지 않아 통계자료를 바탕으로 한 시장 현황 파악에는 한계가 존재함.
- 따라서 주요 기업과의 인터뷰를 통해 푸드테크 로봇 관련 기술 도입 현황, 푸드테크 로봇에 대한 인식과 활용 관련 문제점, 푸드테크 로봇 관련 정책 수요 및 애로사항 등을 파악하여 정량적 연구의 한계를 보완할 수 있는 정성적 분석을 진행함.
- 조사 결과를 바탕으로 토픽모델링 및 시계열 회귀분석 결과와 결합하여 푸드테크 산업에 관련된 정책 제안 수립을 위한 기초자료를 제공함.

1.4.3. 회의 및 출장

〈표 2-4〉 식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석 관련 회의 및 출장

구분	회의(출장)명	일시	장소	활용
1	위탁연구 수행 관련 업무협의	2023.6.1.	서울 아스테리움 회의실	위탁연구 수행을 위한 연구 방향 논의
2	식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석 착수협의회	2023.6.28.	한국농촌경제연구원 농업관측세종사무소	식품기자재 분야 푸드테크 기술 범위 확정 및 향후 연구 방향 논의
3	식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석 중간보고회	2023.9.15.	서울 아스테리움 회의실	위탁연구 중간보고회 개최 및 향후 연구 방향 논의
4	식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석 최종보고회	2023.12.8.	서울 아스테리움 회의실	위탁연구 최종보고회 참석 및 차년도 연구 방향 논의

1.5. 가공식품 소비지출 분석

○ 통계자료는 통계청/한국은행/식품의약품안전처/미래창조과학부 등의 다양한 자료를 참고하여 분석 수행, 통계청 마이크로데이터(MDIS) 원격접근서비스를 이용하여 ‘가계 동향조사’의 분기별 원시자료를 분석하여 식품류별 지출액 추이를 분석함.³⁾ 2023년 분

³⁾ 통계청의 가계동향조사는 도시 근로자 가구(2인 이상 가구)는 1963년부터 조사되었으며, 전국 가구(2인 이상 비농어 가구)는 2003년부터, 1인 가구는 2006년부터 조사가 시작되었음. 가계동향조사는 매월 소비자 가구를 대상으로 가계부 기장방식으로 소득 및 지출을 조사하는 방식으로 진행되며, 전국 999개 조사구에서 적격가구 기준 9,000여 가구를 대상으로 면접조사를 시행함. 분기별로 공표되고 있으며, 조사 기준 분기 익월월에 원시자료를 공표함.

기별 원시자료 공개시점에서 시의성 있는 소비동향 분석 결과를 발표함. 한국농촌경제 연구원의 “식품소비행태조사”에 포함된 가공식품 소비행태를 보완적으로 분석함.

- 가공식품 지출 변화 요인을 분석하기 위해 시계열 자료를 확보하여 기초통계 분석과 교차 분석, 상관분석, 분산분석, 회귀분석 등 다양한 분석방법을 적용함. 가공식품 식품류 및 주요 품목별 지출함수 추정에 의한 지출 결정요인을 분석하고, 지출탄성치를 비교 분석함.
- 가구의 경제·인구·사회 변수 변화를 추정하여 가공식품 유형별 및 주요 품목별 가공식품 지출 전망치를 산출함.

1.5.3. 회의 및 출장

〈표 2-5〉 가공식품 소비지출 분석 관련 회의 및 출장

구분	회의(출장)명	일시	장소	활용
1	가공식품 소비지출 분석 1차 연구진 협의회	2023.7.4.	한국농촌경제연구원 529호 회의실	가공식품 소비지출 분석 연구방향 논의
2	가공식품 소비지출 분석 2차 연구진 협의회	2023.9.13.	한국농촌경제연구원 526호 회의실	가공식품 소비지출 분석 중간 실적 관련 논의
3	가공식품 소비지출 분석 3차 연구진 협의회	2023.11.21.	한국농촌경제연구원 526호 회의실	가공식품 소비지출 분석 3분기 기준 추진실적 및 향후 추진계획 논의

1.6. 가공식품 소비자태도조사

1.6.1. 조사표 검토

- 가공업체, 소비자, 학계, 협회 등 관련 분야 전문가를 대상으로 2023년 조사표에 대한 검토회의를 거쳐 조사 문항을 검토함.
- 품질 향상을 위해 2022년 조사 진행 중 2023년 조사표에 검토할 사항들을 실시간으로 수집하였음. 이를 바탕으로 2023년에는 승인통계의 연속성과 비교성 유지, 질문의 명

확성과 응답의 논리성 개선, 실사 효율성 향상, 조사 결과 활용성 제고를 목표로 조사문항을 검토하였음.

- 다만, 미승인통계인 일반소비자 온라인조사는 푸드테크를 포함한 최신 소비트렌드, 식품/외식 이슈 등 파악이 가능하도록 식품산업 여건 변화에 유연하게 대응하기 위한 조사로 활용함.
- 만약, 수정할 조사문항 발견 시 통계청에 조사문항 변경승인을 요청하는 절차를 밟으나, 금년도 조사에는 별도의 변경승인을 요청하지 않았음.
 - 「통계법」 제18조 제3항 및 같은 법 시행령 제26조 제4항의 규정에 의거, 통계의 작성을 위한 조사·보고 등 자료수집을 시작하기 20일 전까지 기획재정부령으로 정하는 변경승인 신청서를 통계청장에게 제출해야 함.

1.6.2. 모집단 및 표본설계

- 표본모집단은 등록센서스 및 인구주택총조사 조사구이며, 2단계 층화집락 확률비례 계통추출법으로 추출함.
 - 1차 층화: 등록센서스(2015), 인구주택총조사(2021) 결과 17개 시도별 조사구 내 가구수에 비례하여 조사구 추출
 - 2차 층화: 주택 유형별 조사구 추출(아파트 조사구, 일반조사구)
 - 총 250개 조사구 추출(1개 조사구당 8개 가구 목표)
- 표본추출방식은 통계청의 표준적인 방식을 택하고 있으나, 몇 가지 측면에서 보완논의가 필요함.
 - 조사목적이 가공식품 소비 트렌드 파악이라는 점이 설계에 반영될 필요가 있음.
 - 표본설계 시 표본 대표성 유지(1인 가구) 및 조사 효율성 유지가 필요함(A/B 구분 진행).
 - 표본설계대로 조사가 진행되었는지에 대한 확인 과정(응답률 등)이 필요함.
 - 조사수행이 표본설계대로 진행되었는지 평가할 수 있는 품질평가지표의 마련이 필요함.

1.6.3. 설문 조사

- 조사원 교육 참관 및 가이드라인 작성·배포, 조사 진행상황에 대한 주 단위 모니터링 실시, 조사 진행상황 점검회의 개최, 조사 검증 절차 진행 등을 통해 조사결과의 신뢰성을 확보함.
 - 지역별 설문 조사자 사전교육 시 연구진에서 직접 참여하여 교육을 실시함.
 - 위탁조사 수행 업체와 연구진 간 수시업무협의회 개최를 통해 위탁조사 과정 및 결과에 대하여 수시 점검함.

- 조사 완료된 결과를 바탕으로 기본 분석을 실시하여 오류를 검증하고, 가중치 산출과 조정과정을 통해 대표성 있는 조사결과를 도출함.

1.6.4. 품질관리 및 조사결과 분석

- 결과표(엑셀), 통계보고서(한글), 통계원시자료(엑셀, SPSS), 코딩북, 조사표 원본 등 조사와 관련된 모든 자료 일체를 KREI 연구진이 직접 관리함.

- 조사결과를 보고서로 발간하여 공개하며, 식품산업통계정보시스템(FIS) 사이트와 한국농촌경제연구원 식품외식정보/식품산업 정보분석 전문기관 홈페이지에 공개하여 정보수요자의 기대에 부응함. 결과표는 통계청 KOSIS DB를 통해 2018년부터 제공하고 있어 엑셀 다운로드가 가능함.
 - 조사 결과 공표(보고서 및 데이터 홈페이지 업로드), 농림축산식품부 보도자료 공표, KOSIS 제공 시점을 동일하게 조정하여 통계이용자의 편의성 및 시의성을 개선할 계획임.
 - KOSIS 제공시점은 농식품부 담당부서가 정책관리시스템에서 수정 필요함(2022년의 경우 2023년 2월 15일). 단, 데이터 입력 완료 후 한국통계진흥원의 검증단계를 거치므로 보도자료 시점보다 약 7~10일 차이가 발생함을 감안해야 함.

○ 조사 결과뿐만 아니라 조사 원시자료를 식품산업 정보분석 전문기관 홈페이지에 공개하여 업계/정부/연구자의 다양한 활용을 통해 풍부한 시사점을 도출하고 자료의 신뢰도를 제고하고 있음.

○ 조사결과 및 분석 보고서는 이용자 활용도 제고를 위해 식품산업 정보분석 전문기관 홈페이지와 식품산업통계정보시스템(FIS) 사이트에서 제공되고 있음.

1.6.5. 통계 이용자 대상 만족도 조사 실시

○ 통계 이용자 대상 만족도 조사를 실시하여 통계 자체품질진단 및 정기품질진단에 대비하며, 통계 품질 제고에 활용함.

1.6.6. 설문 조사 및 연구 위탁

〈표 2-6〉 가공식품 소비자태도조사 조사위탁 및 표본설계 위탁

구분	위탁연구(조사)명	위탁 대상	기간	활용
1	2023년 가공식품 소비자태도조사	(주)엠브레인리서치	2023.7.14.~ 2023.12.10.	조사 수행
2	2021 인구주택총조사 기반 모집단 체계 개편에 따른 신규 가구 추출 및 표본 재설계 연구	University of Cincinnati 김항준 교수	2023.5.30.~ 2023.8.23.	가공식품 소비자태도조사 모집단 분석 및 표본 재설계
3	2023년 가공식품 소비자태도조사 표본설계 및 가중치 산출방법 연구	University of Cincinnati 김항준 교수	2023.11.30.~ 2023.12.12.	가공식품 소비자태도조사 표본설계
4	2023년 가공식품 소비자태도조사 만족도 조사	(주)엠브레인리서치	2023.12.12.~ 2023.12.18.	가공식품 소비자태도조사 이용자 만족도 조사 수행

1.6.7. 회의 및 출장

〈표 2-7〉 가공식품 소비자태도조사 관련 회의 및 출장

구분	회의(출장)명	일시	장소	활용
1	2023 가공식품 소비자태도조사 조사표 관련 연구진 회의	2023.6.12.	한국농촌경제연구원 525호 회의실	가공식품소비자태도조사 조사표 수정사항 논의
2	2023 가공식품 소비자 태도조사 용역 제안업체 제안서 적합성 평가	2023.7.5.	한국농촌경제연구원 525호 회의실	2023 가공식품소비자태도조사 용역 제안업체 제안서 적합성 평가
3	2023 가공식품 소비자 태도조사 표본설계 관련 회의	2023.7.6.	서울 아스테리움 회의실	2023 가공식품소비자태도조사 표본설계 진행방향에 대한 논의
4	가공식품 소비자태도조사 심층분석 관련 회의	2023.8.3.	서울 아스테리움 회의실	2023 가공식품소비자태도조사 심층분석 주제 논의
5	가공식품소비자태도조사 조사업체 중간보고회	2023.9.22.	서울 아스테리움 회의실	2023 가공식품소비자태도조사 결과 (중간) 및 향후 조사 방향 논의
6	가공식품소비자태도조사 조사업체 최종보고회	2023.11.10.	서울 아스테리움 회의실	2023 가공식품소비자태도조사 주요 결과 논의 및 수정사항 도출
7	가공식품소비자태도조사 심층분석 최종 협의회	2023.11.10.	서울 아스테리움 회의실	2023 가공식품소비자태도조사 심층분석 분석 결과 논의

1.7. 가공식품 소비자태도조사 심층분석

1.7.1. 모형 분석

○ 조사위탁기관(㈜엠브레인리서치) 제공 가구소비 영수증 패널자료를 이용하여 가공식품 (유제품, 생수) 브랜드 관성효과(Brand Inertia)를 추정함.

- 8주간(2023년 6월~7월) 500가구의 식품 구매에 따른 식품 지출액 자료를 이용함.
- 유제품(우유, 유가공품)과 생수 브랜드에 대한 소비습관형성을 확인함.
- 소비습관형성 정도 및 지출액 효과를 동태적 시스템적률법(Dynamic System Generalized Method of Moment: System GMM)을 활용하여 분석함.
- 가공식품 브랜드 관성효과(Brnad Inertia) 추정을 통해 가공식품 소비가 브랜드 수준에서 가격 비탄력적인지 확인함.

- 일반소비자 온라인조사 자료를 활용하여 ESG에 대한 인식, 행동, 소비자 심리, 라이프스타일, 인구통계와의 관계를 분석함.
 - ESG에 대한 인식과 구매 의향을 분석함.
 - 최근 갑질 이슈에 대한 소비자 반응을 분석함.
 - Kendall's tau를 이용한 ESG 경영 인지도, 필요성 그리고 업체 이미지에 미칠 영향 응답 간 상관관계를 분석함.
 - CRT 방법론을 적용하여 ESG와 갑질 인식 및 반응(제품 구매 중지 여부)에 의한 그룹을 분류함(사회적 이슈에 대한 심리통계변수와 라이프스타일 및 행동관련 변수 이용).

- 일반소비자 온라인조사 자료를 활용하여 푸드테크·신성장 식품·신기술에 대한 소비자 인식, 신기술 적용 가공식품에 대한 구매 의향 영향 요인을 분석함.
 - 푸드테크·신성장 식품·신기술에 대한 인지도, 푸드테크가 신성장 식품 속성 향상에 미칠 영향 인식 등 소비자 인식을 분석함.
 - 신기술에 대한 인지도를 순서로짓모형으로 분석하고, 신기술 적용 가공식품 구매 의향 결정요인을 이항로짓모형으로 분석함.

1.7.2. 원고 위탁

〈표 2-8〉 가공식품 소비자태도조사 심층분석 원고 위탁

구분	위탁연구(조사)명	위탁 대상	기간	활용
1	가공식품 소비자태도조사 이슈 및 심층분석 (가공식품 브랜드 관성효과 분석)	강원대학교 이지용 교수	2023.10.25.~ 2023.11.24.	심층분석 보고서 작성
2	가공식품 소비자태도조사 이슈 및 심층분석 (ESG에 대한 인식, 행동, 소비자 심리, 라이프스타일, 인구통계와의 관계)	중앙대학교 진현정 교수	2023.10.25.~ 2023.11.24.	심층분석 보고서 작성

1.7.3. 회의 및 출장

〈표 2-9〉 가공식품 소비자태도조사 심층분석 관련 회의 및 출장

구분	회의(출장)명	일시	장소	활용
1	가공식품 소비자태도조사 심층분석 위탁연구 회의	2023. 8. 3.	서울 아스테리움 회의실	가공식품 소비자태도조사 심층분석 위탁연구 관련 연구방향 논의
2	가공식품 소비자태도조사 심층분석 결과 점검 업무협약회	2023.11.10.	서울 아스테리움 회의실	가공식품 소비자태도조사 심층분석 위탁연구 관련 추진실적 및 향후 연구방향 논의

1.8. 국내외 외식산업 동향과 이슈 분석

1.8.1. 각종 국내외 외식산업 통계·자료를 활용하여 가공·분석

- 국내 및 일본의 공공 및 민간 기관 통계·(원시)자료를 활용함.
- 미국의 공공 및 민간 기관의 통계·자료를 활용함.
- 중국 내 전문가 섭외를 통한 원고 집필을 의뢰함.

1.8.2. 외식산업 업종·운영형태, 판매매체별 분석

- 국내 외식산업의 업종별 성장성 및 수익성 통계에 대한 연도·분기별 분석을 실시함.
 - 업종별로 매출액 및 영업이익, 사업체당 평균 영업비용을 2006년부터 2021년까지 분석함.
 - 외식산업의 업종별 사업체·종사자수 및 외식업계의 입직 및 이직자 수, 종사자 연간 급여액 등을 분석함.
 - 외식산업의 업종별 생산지수를 연도·분기별로 분석함.
 - 외식산업의 온라인 거래 및 무인결제기 이용 동향을 분석함.

1.8.3. 일본의 외식산업 현황 분석

○ 일본 외식산업의 시장 규모에 대한 부문별 추이 및 일본 외식산업 내 급식·음료주체 부문 영업급식의 업종분류별 시장 규모 현황 분석을 실시하고, 일본의 연간 가구당 지출액 및 외식비 지출 추이를 분석함.

1.8.4. 중국의 외식산업 현황 분석

○ 중국의 외식산업 현황 등을 파악하고, 기초통계 축적을 위해 관련 전문가를 섭외하여 원고 집필을 의뢰함으로써 결과의 전문성·신뢰도를 제고함.

1.8.5. 원고 위탁

〈표 2-10〉 국내외 외식산업 동향과 이슈 분석 관련 원고 위탁

위탁연구(조사)명	위탁 대상	기간	활용
중국의 외식산업 현황과 최근 동향	중국농업과학원 해외농업연구중심 리금(Li Jin) 박사	2023.7.17.~ 2023.10.30.	중국의 외식산업, 소비, 정책 현황 및 이슈 분석

1.8.6. 회의 및 출장

〈표 2-11〉 국내외 외식산업 동향과 이슈 분석 관련 회의 및 출장

구분	회의(출장)명	일시	장소	활용
1	국내 외식산업 동향 및 이슈 분석 관련 1차 연구진 협의회	2023.6.12.	한국농촌경제연구원 526호 회의실	국내 식품산업 동향 관련 통계자료 현황 검토
2	국내 외식산업 동향 및 이슈 분석 관련 2차 연구진 협의회	2023.10.17.	한국농촌경제연구원 526호 회의실	2분기 기준 국내 식품산업 동향 분석 및 검토
3	국내 외식산업 동향 및 이슈 분석 관련 최종 연구진 협의회	2023.11.28.	한국농촌경제연구원 526호 회의실	3분기 기준 국내 식품산업 동향 분석 및 미국 외식산업 시장 분석

1.9. 외식업체 경영실태 조사

1.9.1. 표본 추출 및 배정 방식

- 외식업종별 특성(한식, 중식 일식 등)에 따라 업종별 종사자 규모별로 층화하고, 지역은 내재적 층화를 실시하여 전국적으로 전체 업종이 골고루 조사되도록 배분함.
- 100인 이상의 종사자를 가진 사업체가 극소수여서 “50인 이상” 범주를 가장 큰 범주로 설정, 소규모 사업체들을 “1인”, “2인”, “3~4인” 범주로 세분화함.
 - 전체 사업체의 약 60%가 “1~4인” 범주에 해당
- 전체 목표 표본수는 3,000개로 설정하고, 강제 배정과 제공근비례 배정 방법을 단계적으로 사용함.
- 강제 배정: 각 층별 목표표본 수가 일정 숫자 이상이 되도록 관리함.
 - 일반유흥주점업과 무도유흥주점업은 표본 수를 점진적으로 줄여서 장기적으로 외식업 조사에서 제외함.
 - 유흥주점을 제외한 종사자 규모 50인 미만인 사업체들 가운데, 층 내 총사업체 수가 500인 이하인 층은 강제로 10개의 표본을 배정하며, 종사자 규모 50인 이상인 사업체들의 경우 각 층당 강제로 20개의 표본을 배정함.
- 제공근 비례배정: 각 층별 표준오차를 적당한 수준으로 유지하기 위해서는 층 내 사업체 수가 많을수록 더 많은 수의 표본을 배정하고, 1단계에서 강제 배정이 되지 않은 층들을 대상으로 제공근 비례배정을 사용하여 층별 표본을 배정함.

$$\text{층 } h \text{의 목표표본수: } n_h = \frac{\sqrt{N_h}}{\sum_{k \in \Omega} \sqrt{N_k}} \left(3000 - \sum_{k \notin \Omega} n_k \right)$$

N_h : 층 h 의 총 사업체수, Ω : 1단계에서 강제배정되지 않은 층

- 외식업체는 2년 전 명부를 기준으로 표본추출하기 때문에 실제 조사 수행 시 다수의 폐업업체로 인한 조사 진행에 차질이 발생할 가능성이 있어, 원활한 조사를 위해서는 폐업업체들을 1차적으로 대상에서 제외시키는 작업이 필요함.
- ‘지방행정 인허가 데이터’는 매달 조사 결과를 발표하고 있기 때문에 상호 및 시군구 설정을 매칭하여 폐업이 확인된 업체들은 조사 대상에서 제외시킬 수 있어 목표표본사업체 내 무응답률의 최소화가 가능함.

1.9.2. 설문 조사

- 전문 조사업체를 대상으로 한 입찰 공고로 조사업체를 선정하고 조사를 수행함.
- 조사 방법: 대면 면접조사를 원칙으로 하되, 회수율을 제고시키고 자기기입식 조사 및 전화조사를 병행함.
- 조사 대상 외식업체별로 경영실태 및 식재료 구매현황에 대한 조사를 진행함.
- 조사 진행은 자계식이며 조사 대상 업체의 대표자가 응답 대상자이지만, 대표를 만날 수 없는 경우 경영실태와 식재료 구매현황에 대한 응답이 가능한 다른 직원으로 대체하여 진행하는 것도 가능함.
- 자료는 여러 검증 단계를 거치면서 최종적으로 처리되며, 오류 발생 시 1차 검증하여 재조사 여부를 검토하고 필요시 재조사를 실시함.
- 수집된 자료는 통계 프로그램을 활용하여 분석을 실시하며, 분석 결과는 포럼 운영을 통해 결과 검증 후 보고서를 통해 최종 결과를 제시함.

1.9.3. 외식업체 유형별 교차분석 및 조사 유형별 연관분석

- 권역별·업종별·상권별·서비스 유형별·영업형태별 외식업체의 매출액 및 영업비용 등 경영 관련 정보, 평균 객단가, 식재료별 구매 형태 및 유통 형태, 배달 형태 등에 대한 통계분석 및 교차분석 수행을 수행함.
- 사업자 및 사업장 주요 정보와 외식업체 경영 관련 문항, 식재료 구매실태 문항 등 조사 문항별 연관분석을 수행함.

1.9.4. 연속성 있는 분석 결과 도출

- 전년도 조사 결과와의 비교분석을 통한 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매실태의 의미 있는 변화를 파악하고 시사점을 도출함.

1.9.5. 조사 결과 보고서 발간·배포 및 홍보

- 조사 결과에 대한 연구진 협의회 및 전문가 자문회의 실시, 농림축산식품부 검토 의견을 반영한 「외식업체 경영실태 조사 보고서」, 「외식업체 경영실태 조사 통계보고서」를 발간하고, 조사 결과를 토대로 심층분석을 실시한 「외식산업 경영형태 및 식재료 구매현황 심층분석 보고서」를 발간함.
- 식품외식정보 웹진 발간, 식품산업 정보포럼 개최 및 운영을 통하여 주요 조사 결과를 배포 및 홍보함.

1.9.6. 설문 조사 및 연구 위탁

〈표 2-12〉 외식업체 경영실태 조사 조사위탁 및 표본설계 위탁

구분	위탁연구(조사)명	위탁 대상	기간	활용
1	2023 외식업체 경영실태 조사	(주)코리아데이터네트워크	2023.7.17.~ 2023.12.13.	조사 수행
2	외식업체 조사 모집단 분석 및 표본설계 연구	University of Cincinnati 김향준 교수	2023.7.1.~ 2023.8.31.	외식업체 조사 모집단 분석 및 표본설계
3	2023 외식업체 경영실태 조사 자료처리 및 분산추정방법 연구	University of Cincinnati 김향준 교수	2023.9.25.~ 2023.11.23.	외식업체 경영실태 조사 분산추정 방법
4	2023 외식업체 경영실태 조사 만족도 조사	(주)코리아데이터네트워크	2023.12.12.~ 2023.12.18.	외식업체 경영실태 조사 이용자 만족도 조사 수행

1.9.7. 회의 및 출장

〈표 2-13〉 외식업체 경영실태 조사 관련 회의 및 출장

구분	회의(출장)명	일시	장소	활용
1	외식업체 경영실태 조사 변경승인 관련 연구 협의회	2023.6.5.	한국농촌경제연구원 529호 회의실	조사표 변경승인 관련 논의의 진행
2	외식업체 경영실태 조사 조사표 관련 전문가 간담회	2023.6.22.	서울 아스테리움 회의장	조사표 검토 및 수정
3	외식업체 경영실태 조사 조사위탁기관 착수보고회	2023.7.20.	서울 아스테리움 회의실	외식업체 경영실태 조사 진행 방법 및 데이터 관리에 대한 업무협의
4	외식업체 경영실태 조사 조사위탁기관 최종보고회	2023.12.27.	서울 아스테리움 회의실	조사위탁기관 최종보고회 참석 및 최종 작업 논의

1.10. 외식업체 경영실태 조사 심층분석⁴⁾

1.10.1. 통계 및 모형 분석

○ 본 연구는 협동연구기관인 서울대학교의 임정빈 교수팀에서 진행함.

○ 기존 자료(매출액, 영업이익 등)을 활용하여 보다 직관적인 외식업 현황 파악에 사용할 수 있는 2차 통계지표를 도출함.

4) 서울대학교 수행

- 영업이익률, 프라임코스트(Prime cost), 근로형태별 평균시급 등 통계자료상에서 직접적으로 제공되지 않는 유용한 지표들을 집계함.
- 통계지표를 외식업 세부분류별로 집계하여 비교함으로써 외식업의 경영현황 및 식재료 구매현황을 분석하고 정책적 시사점을 제시함.
- 업체별로 도출된 2차 통계지표는 각종 외식업 세부분류(연도, 업종, 지역, 영업형태 등)로 집계함.
 - 세부분류별 통계량 비교를 통해 외식업 경영현황 및 식재료 구매특성을 분석하고, 이를 통해 정책 시사점을 제시함.
- 단순 통계지표 분석을 통해 직관적으로 파악하기 어려운 가설을 증명해야 하는 경우나, 숨겨진 변수(예: 무급가족노동의 잠재가격)를 측정할 필요가 있는 경우 계량경제학 기법을 활용함.
- ‘외식업체 경영실태 조사’ 및 관련 통계를 통해 수집된 데이터를 활용하여 계량경제학적 기법(예: 선형회귀, Discrete Choice Model (Probit, Cluster Analysis))을 사용할 수 있음.

1.10.2. 회의 및 출장

〈표 2-14〉 외식업체 경영실태 조사 심층분석 관련 회의 및 출장

구분	회의(출장)명	일시	장소	활용
1	2023 식품외식산업 심층분석 연구협의회 개최	2023.6.14.	서울 아스테리움 회의장	외식업체의 특성을 고려한 심층분석 진행 계획 수립

1.11. 수요자 맞춤형 정보제공 방안

1.11.1. 식품외식정보 웹진 발간

○ 2023년 식품외식정보 웹진은 월 1회 이상 발간함.

〈표 2-15〉 웹진 계획 및 현재(2024년 2월 기준) 발간 현황

구분	웹진 주제	작성 기관	현 상황
1호	농식품산업의 국민경제 파급효과 및 연계구조	KREI	배포완료(2월)
2호	장류 산업의 현황과 시사점	KREI	배포완료(2월)
3호	2023 식품외식산업 7대 이슈	KREI	배포완료(2월)
4호	2022 외식업체 경영실태 주요 조사 결과	KREI	배포완료(5월)
5호	2022년 가구의 가공식품 소비지출 변화와 특징	KREI	배포완료(6월)
6호	2023년 1분기 식품산업 동향	KREI	배포완료(6월)
7호	2023년 1분기 가구의 가공식품 지출 현황과 특징	KREI	배포완료(7월)
8호	2022년 외식업 주요 동향 및 특징	KREI	배포완료(7월)
9호	가구 지출액 조사를 활용한 식품별 소비습관형성 분석	KREI	배포완료(7월)
10호	전통주 산업의 동향과 전망	KREI	배포완료(9월)
11호	2023년 상반기 식품산업 이슈조사 주요 결과	KREI	배포완료(9월)
12호	2023년 2분기 가구의 가공식품 지출 현황과 특징	KREI	배포완료(10월)
13호	소비자의 푸드테크 식품에 대한 인식과 구입의향	KREI	배포완료(12월)
14호	2023년 3분기 가구의 가공식품 지출 현황과 특징	KREI	배포완료(12월)

1.11.2. 홈페이지 운영

○ 식품산업 정보분석 사업 관련 원시자료(Excel 및 SPSS 형식) 공개 및 보고서 게시, 관련 자료 제공을 목적으로 홈페이지를 운영함.

〈그림 2-1〉 식품산업 정보분석 전문기관 사업 홈페이지 메인



2. 추진 체계

○ 동향 분석

- 식품산업 분야: 국내외 식품산업 동향분석, 식품산업 이슈 및 전망 분석을 수행함.
- 가공식품소비 분야: 가구의 가공식품 지출 분석과 전망, 가구특성별 가공식품 소비행태를 분석함.
- 외식분야: 외식업체 경영실태 및 식재료 구매현황 분석을 진행함.

○ 심층 분석

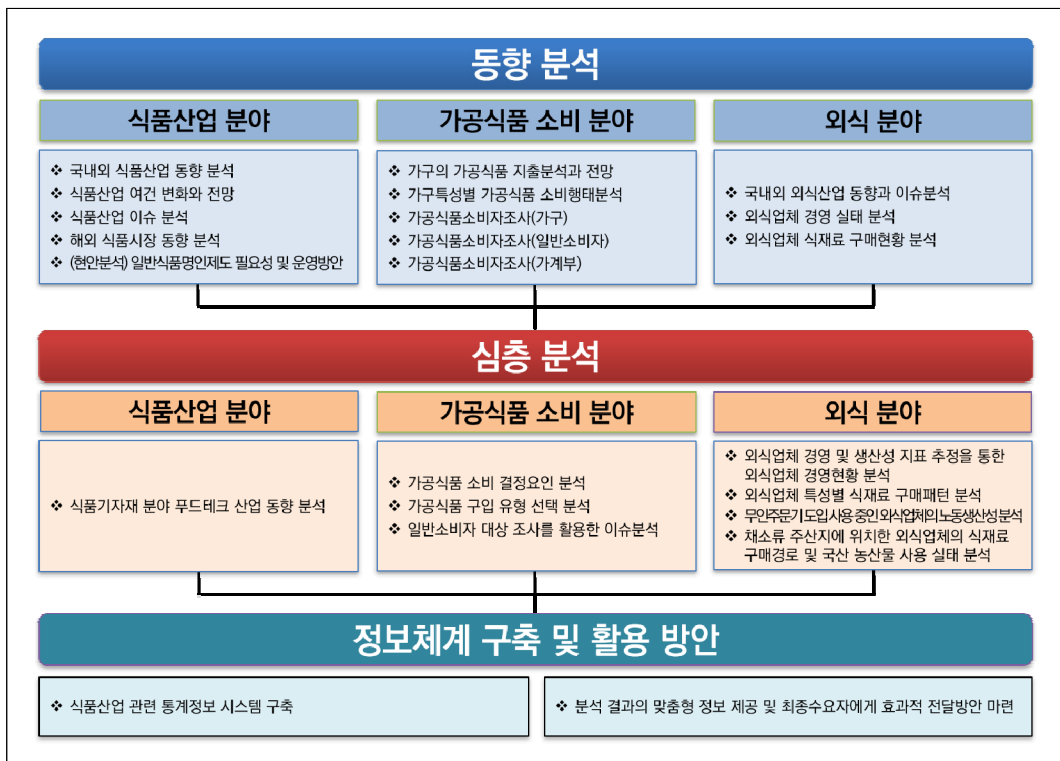
- 식품산업 분야: 일반식품명인제도 필요성 및 운영방안(현안분석), 식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석을 수행함.
- 가공식품 소비 분야: 가공식품 소비 결정요인 분석, 가공식품 구입 유형, 일반소비자 대상 조사를 활용한 이슈 분석을 수행함.

- 외식분야: 무인주문기(푸드테크)를 도입하여 사용 중인 외식업체의 경영성과 분석, 외식업체의 국산 농산물 사용 실태에 따른 경영성과 분석, 외식업체 경영성과 지표 및 생산성 지표, 그리고 외식업체 식재료 구매형태 및 경로 분석을 수행함.

○ 정보체계 구축 및 활용

- 식품외식정보 웹진을 발간하고, 식품산업 관련 통계정보 시스템을 구축함으로써 분석 결과의 맞춤형 정보 제공 및 최종수요자에 대한 효과적 전달 방안을 마련함.

<그림 2-2> 연구추진 체계도



3. 연구진 구성 및 역할 분담

〈그림 2-2〉 연구진 구성 및 역할 분담



〈표 2-16〉 연구진 역할 분담

구분	연번	직책	이름	직위	역할 및 담당업무
한국농촌경제연구원	1	선임연구위원	이계임	책임연구원	- 연구 총괄 책임 - 가공식품 소비지출 분석 및 가공식품소비자태도조사(책임) - 수요자 맞춤형 정보제공(책임)
	2	선임연구위원	박기환	연구원	- 국내외 외식산업 동향 분석 및 외식업체 경영실태 조사(책임)
	3	연구위원	박미성	연구원	- 국내외 식품산업 동향 및 여건 변화와 전망(책임) - [현안분석] 일반식품명인제도 필요성 및 운영방안(책임)
	4	부연구위원	최윤영	연구원	- 가공식품 소비 지출 분석 및 가공식품 소비자태도조사 - 국내외 외식산업 동향 분석 및 외식업체 경영실태 조사
	5	전문연구원	임지은	연구원	- 가공식품 소비 지출 전망 - 가공식품 소비자태도조사 심층분석
	6	연구원	주준형	연구보조원	- 가공식품 소비지출 분석 및 가공식품 소비자태도조사
	7	연구원	김성희	연구보조원	- 국내외 식품산업 동향·이슈 분석과 전망 - [현안분석] 일반식품명인제도 필요성 및 운영방안 - 국내외 외식산업 동향 분석 및 외식업체 경영실태 조사 - 수요자 맞춤형 정보제공
서울대학교	1	교수	김관수	책임연구원	- 식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석(책임)
	2	교수	임정빈	연구원	- 외식산업 심층분석(책임)
	3	박사과정	김채리	연구보조원	- 식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석
	4	석사과정	배동욱	연구보조원	- 식품기자재 분야 푸드테크 산업 동향 분석
	5	박사과정	임창식	연구보조원	- 외식산업 심층분석
	6	석사과정	차유송	연구보조원	- 외식산업 심층분석

Ⅱ

국내외 식품산업 동향 및
여건 변화와 전망

1

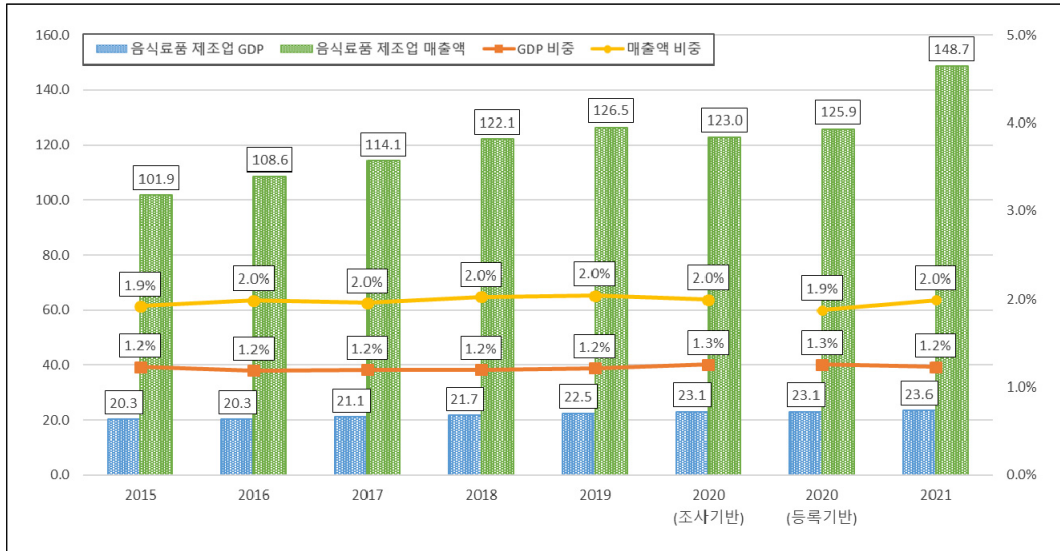
식품산업 동향

1. 식품제조업의 규모와 위상

- 식품제조업은 외형상 성장세 지속, 부가가치 관점에서는 정체
- 식품산업의 시장 규모는 지속적으로 확대되고 있으나, 부가가치 창출 측면에서는 정체 상황이 지속되고 있음.
- 식품제조업 시장 규모는 2021년 매출액 기준 약 148.7조 원 수준이며 이는 2020년 125.9조 원보다 18.1% 성장한 수치임. 반면, GDP는 동기간 2.1% 증가한 23.6조 원 (2021년) 수준임.
- 식품제조업이 전 산업 매출에서 차지하는 비중은 2020년 기준 1.9%에서 2021년 기준 2.0%로 소폭 상승함.
- 식품제조업 GDP가 국내총생산(GDP)에서 차지하는 비중은 2010년부터 2022년까지 1.2%에 머물러 있는 상태임.

〈그림 1-1〉 국내 식품산업 매출액 및 GDP 연간 추이

단위: 조 원, %



주 1) 매출액 자료는 중간 투입된 금액이 포함된 식품산업 활동 결과를 나타내며, GDP 자료는 중간 투입된 금액이 제외된 부가가치 기준 식품산업 활동 결과를 나타냄.

2) 매출액은 전국사업체조사, 경제총조사 조사결과로 1인 이상 기준임.

3) GDP는 경제활동별 GDP 및 GNI(원계열, 실질) 기준임.

자료: 한국은행(각 연도), 국민계정: 통계청(각 연도), 전국사업체조사: 경제총조사.

□ 2022년 식품제조업 및 외식업 실질 GDP는 전년 대비 증가

○ 2022년 식품제조업 및 외식업의 실질 GDP는 전년 대비 증가함.

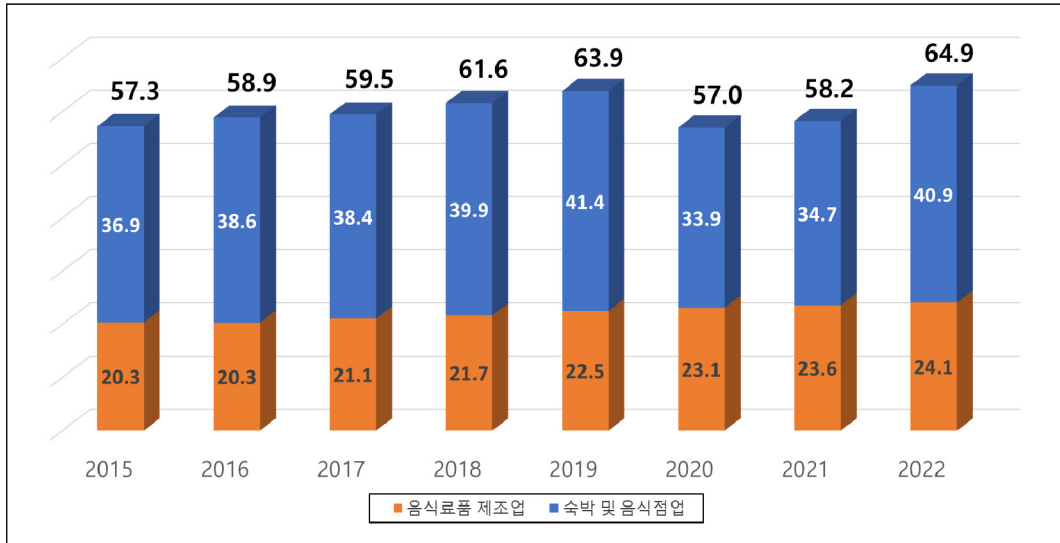
- 식품제조업의 경우 2021년 23.6조 원에서 2022년 24.1조 원으로 소폭 증가함.

- 숙박 및 음식점업의 경우 2021년 34.7조 원에서 2022년 40.9조 원으로 대폭 증가함.

○ 2023년 상반기 식품제조업의 실질 GDP는 11.5조 원으로, 전년 동기 대비 1.2% 감소함.

〈그림 1-2〉 식품/외식산업 GDP의 연도별 추이

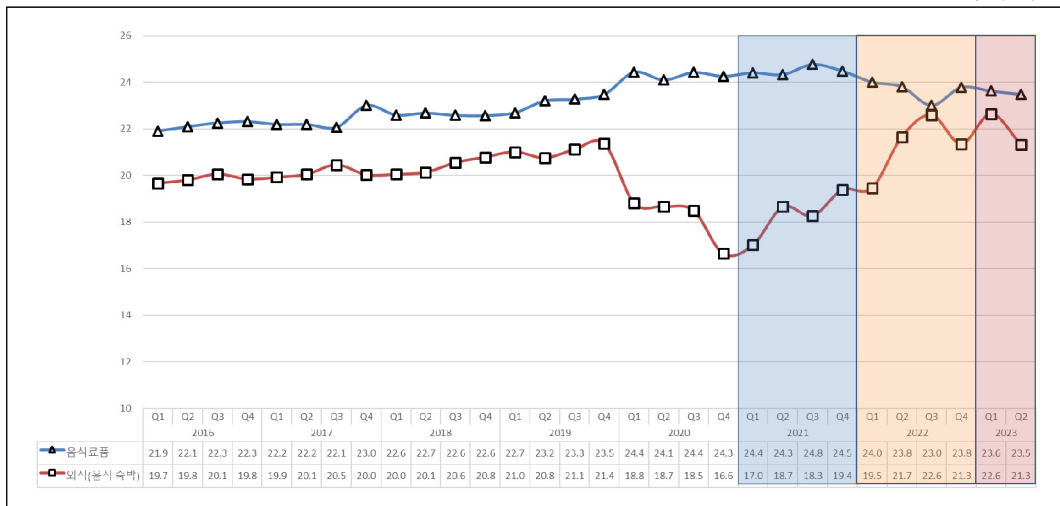
단위: 조 원



자료: 한국은행(각 연도), 국민계정.

〈그림 1-3〉 식품제조업의 분기별 실질 GDP 추이

단위: 십억 원



주: 분기별 실질 GDP는 계절조정자료를 이용함.

자료: 한국은행(각 연도), 국민계정.

□ 2021년 식품제조업의 사업체 수와 종사자 수는 모두 증가하였으며, 제조업의 평균 증감률을 상회

○ 2021년 기준 식품제조업 사업체 수는 73,915개로 전년보다 1,950개(2.7%) 증가함.

○ 2021년 식품제조업 종사자 수는 39만 4,533명으로, 전년보다 3,632명(0.9%) 증가하였으며, 종사자 수 증가세는 2016~2020년 연평균 증가율 대비 낮은 수치임.

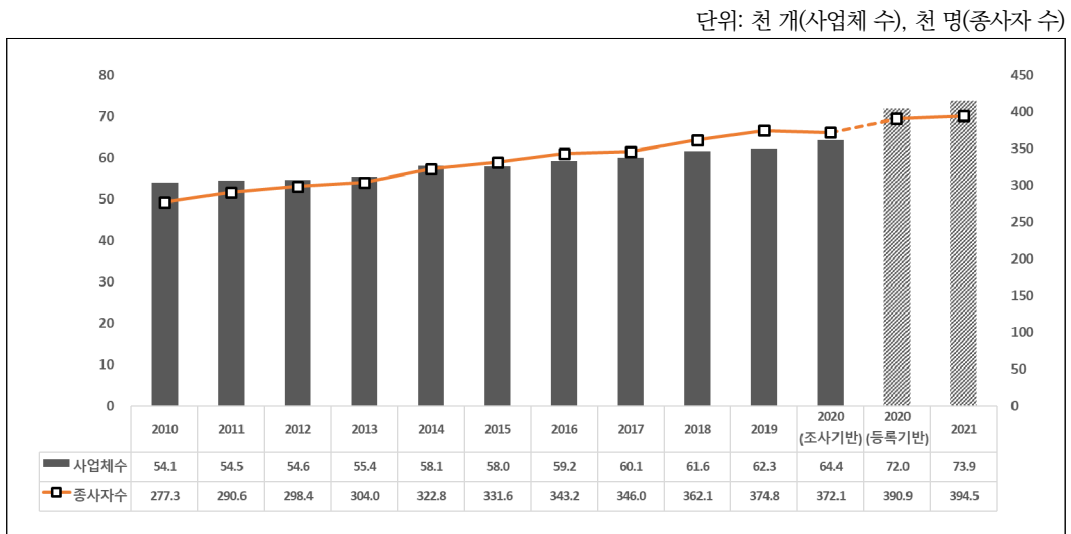
- 식품제조업 종사자 수 연평균 증가율(%): ('16~'20) 1.6% → ('20~'21) 0.9%⁵⁾

○ 2021년 식품제조업 사업체 수 증감율은 제조업의 사업체 수 증감율을 상회하며, 식품제조업의 종사자 수 증감율 또한 전체 제조업 평균을 상회함.

- 사업체 수 전년 대비 증가율: 식품제조업 2.7%, 제조업 -0.1%

- 종사자 수 전년 대비 증가율: 식품제조업 0.9%, 제조업 -1.0%

〈그림 1-4〉 식품제조업의 사업체 수와 종사자 수 추이



자료: 통계청(각 연도), 전국사업체조사; 통계청(2020), 경제총조사.

5) 등록기반 자료와 조사기반 자료는 모집단 기준이 서로 달라 직접적인 시계열 비교가 어려움. 이에 따라 2016년~2020년 연평균 증가율은 조사기반 자료를 활용하여 산출하였고, 2020년~2021년 증가율은 등록기반 자료를 활용하여 산출하였음.

□ 식품제조업 업체당 종사자 수는 2021년부터 감소세 전환

○ 2010년~2020년까지 식품제조업 업체당 평균 종사자 수는 완만한 증가세를 보이고 있는데, 2021년부터 감소세로 전환됨.

- 식품제조업 업체당 종사자 수(명): ('15) 5.3 → ('20) 5.4 → ('21) 5.3⁶⁾

□ 식품제조업 사업체 수, 종사자 수가 전체 제조업에서 차지하는 비중은 2015년 이후 증가 추세

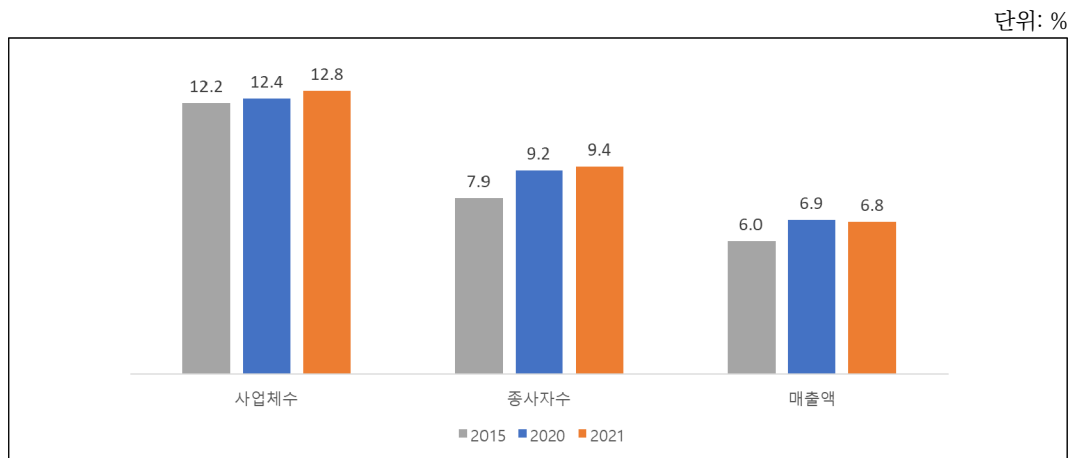
○ 2021년 기준, 식품제조업이 전체 제조업에서 차지하는 비중은 사업체 수 기준 12.8%, 종사자 수 기준 9.4%, 매출액 기준 6.8%를 나타냄. 2015년 및 2020년과 비교하여 사업체 수 및 종사자 수 매출액 비중은 지속 증가하였고, 매출액 비중은 소폭 감소함.

- 전체 제조업에서 식품제조업 사업체 수 비중(%): ('15) 12.2 → ('20) 12.4 → ('21) 12.8²⁾

- 전체 제조업에서 식품제조업 종사자 수 비중(%): ('15) 7.9 → ('20) 9.2 → ('21) 9.4²⁾

- 전체 제조업에서 식품제조업 매출액 비중(%): ('15) 6.0 → ('20) 6.9 → ('21) 6.8²⁾

〈그림 1-5〉 식품제조업의 사업체 수, 종사자 수, 매출액 제조업 대비 비중



자료: 통계청(2020, 2021), 경제총조사; 전국사업체조사.

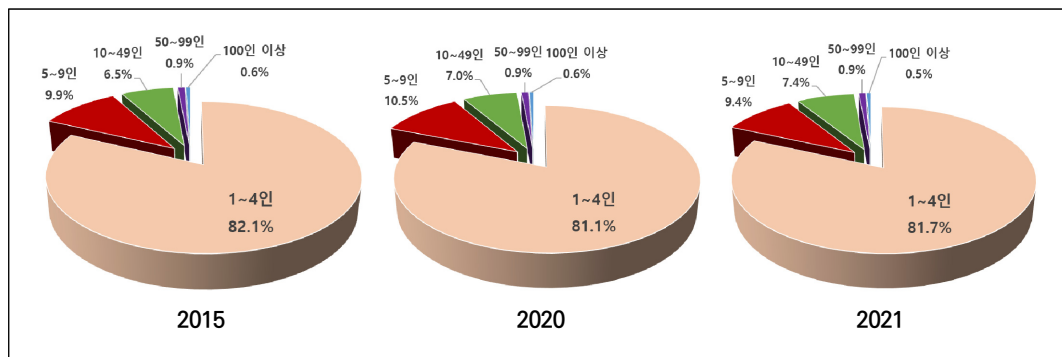
6) 2015년 자료는 2022년 7월에 갱신된 「경제총조사」 등록기반 자료를 활용하여 산출함.

□ 2021년 식품제조업의 영세업체(종사자수 1~4인) 비중은 2020년 대비 소폭 증가하였으나, 소기업(5~49인) 및 50인 이상 중견기업 이상 비중은 소폭 감소

○ 2021년 식품제조업 종사자 수 규모별 업체 수 비중은 2020년 대비 종사자 수 1~4인의 영세 규모 업체가 소폭 증가하였고, 종사자 수 5~49인의 소규모 업체 수는 감소함.

- 종사자 수 규모별 업체 수 비중: (1~4인) '20년 81.1% → '21년 81.7%
(5~9인) '20년 10.5% → '21년 9.4%, (10~49인) '20년 7.0% → '21년 7.4%
- 종사자 50인 이상의 중·대형 규모 식품제조업체 수 비중은 2020년 1.5%에서 2021년 모두 1.4%로 소폭 감소

〈그림 1-6〉 2015년, 2020년, 2021년 식품산업 종사자규모별 사업체수 비중 비교



자료: 통계청(각 연도), 경제총조사; 전국사업체조사.

〈표 1-1〉 식품제조업 사업체 수 동향

단위: 개, %

업종명	조사기반							등록기반	
	1995	2000	2005	2010	2015	2019	2020	2020	2021
식품 제조업	49,612 (100.0)	54,022 (100.0)	59,818 (100.0)	53,099 (100.0)	56,490 (100.0)	60,715 (100.0)	62,768 (100.0)	70,089 (100.0)	71,982 (100.0)
육류 가공업	612 (1.2)	892 (1.7)	1,335 (2.2)	1,438 (2.7)	2,243 (4.0)	3,029 (5.0)	3,397 (5.4)	3,883 (5.5)	4,161 (5.8)
수산물 가공업	3,497 (7.0)	3,179 (5.9)	3,104 (5.2)	2,935 (5.5)	3,612 (6.4)	4,109 (6.8)	4,182 (6.7)	4,860 (6.9)	4,963 (6.9)
과·채 가공업	1,164 (2.3)	1,463 (2.7)	1,673 (2.8)	1,954 (3.7)	3,089 (5.5)	4,780 (7.9)	6,144 (9.8)	7,323 (10.4)	7,609 (10.6)
유지류 제조업	4,242 (8.6)	3,408 (6.3)	3,605 (6.0)	3,360 (6.3)	3,257 (5.8)	3,284 (5.4)	3,479 (5.5)	3,629 (5.2)	3,622 (5.0)
낙농품 및 빙과류 제조업	170 (0.3)	138 (0.3)	145 (0.2)	143 (0.3)	231 (0.4)	280 (0.5)	282 (0.4)	341 (0.5)	365 (0.5)
곡물 가공 및 제조업	19,279 (38.9)	17,044 (31.6)	7,518 (12.6)	5,885 (11.1)	5,482 (9.7)	5,776 (9.5)	5,315 (8.5)	5,959 (8.5)	6,098 (8.5)
기타 식품 제조업	18,866 (38.0)	26,202 (48.5)	40,733 (68.1)	36,872 (69.4)	37,735 (66.8)	38,301 (63.1)	38,673 (61.6)	42,461 (60.6)	43,333 (60.2)
떡, 빵 및 과자류 제조업	6,106 (12.3)	8,992 (16.6)	19,216 (32.1)	15,226 (28.7)	15,340 (27.2)	15,510 (25.5)	-	16,841 (24.0)	17,216 (23.9)
설탕 제조업	11 (0.0)	11 (0.0)	5 (0.0)	4 (0.0)	3 (0.0)	6 (0.0)	-	11 (0.0)	10 (0.0)
면 및 유사식품 제조업	550 (1.1)	535 (1.0)	508 (0.8)	513 (1.0)	577 (1.0)	558 (0.9)	-	638 (0.9)	632 (0.9)
조미료 및 첨가물 제조업	1,246 (2.5)	2,062 (3.8)	3,335 (5.6)	3,855 (7.3)	4,776 (8.5)	4,986 (8.2)	-	5,901 (8.4)	6,011 (8.4)
기타 식료품 제조업	10,953 (22.1)	14,602 (27.0)	17,669 (29.5)	17,274 (32.5)	17,039 (30.2)	17,241 (28.4)	-	16,598 (23.7)	16,618 (23.9)
도시락 및 식사용 조리식품 제조업	-	-	-	-	-	1,813 (3.0)	-	2,472 (3.5)	2,846 (4.0)
사료 및 조제식품	274 (0.6)	321 (0.6)	466 (0.8)	512 (1.0)	841 (1.5)	1,156 (1.9)	1,296 (2.1)	1,633 (2.3)	1,831 (2.5)
음료 제조업	1,508 (100.0)	1,375 (100.0)	1,239 (100.0)	1,170 (100.0)	1,464 (100.0)	1,614 (100.0)	1,597 (100.0)	1,876 (100.0)	1,933 (100.0)
알콜음료 제조업	1,160 (76.9)	976 (71.0)	845 (68.2)	809 (69.1)	955 (65.2)	1,014 (62.8)	1,001 (62.7)	1,158 (61.7)	1,187 (61.4)
비알콜음료 제조	348 (23.1)	399 (29.0)	394 (31.8)	361 (30.9)	509 (34.8)	600 (37.2)	596 (37.3)	718 (38.3)	746 (38.6)

주: 괄호 안의 값은 식료품 및 음료 제조업 내 세부 품목별 비중을 의미함.

자료: 통계청(각 연도), 전국사업체조사, 경제총조사.

〈표 1-2〉 식품제조업 종사자 수 동향

단위: 명, %

업종명	조사기반							등록기반	
	1995	2000	2005	2010	2015	2019	2020	2020	2021
식품제조업	312,350 (100.0)	285,659 (100.0)	297,441 (100.0)	262,652 (100.0)	313,422 (100.0)	353,949 (100.0)	352,472 (100.0)	370,629 (100.0)	374,128 (100.0)
육류 가공업	19,353 (6.2)	20,384 (7.1)	27,034 (9.1)	32,586 (12.4)	42,894 (13.7)	51,332 (14.5)	52,259 (14.8)	54,391 (14.7)	55,721 (14.9)
수산물 가공업	56,596 (18.1)	41,914 (14.7)	37,925 (12.8)	33,559 (12.8)	40,451 (12.9)	42,090 (11.9)	40,824 (11.6)	42,834 (11.6)	42,718 (11.4)
과·채 가공업	14,729 (4.7)	15,071 (5.3)	17,876 (6.0)	18,644 (7.1)	24,980 (8.0)	31,416 (8.9)	32,506 (9.2)	35,686 (9.6)	36,255 (9.7)
유지류 제조업	10,989 (3.5)	8,375 (2.9)	7,668 (2.6)	7,800 (3.0)	7,664 (2.4)	8,289 (2.3)	8,519 (2.4)	8,856 (2.4)	8,768 (2.3)
낙농품 및 빙과류 제조업	14,925 (4.8)	14,248 (5.0)	11,189 (3.8)	8,808 (3.4)	10,525 (3.4)	10,803 (3.1)	11,137 (3.2)	11,277 (3.0)	10,680 (2.9)
곡물 가공 및 제조업	43,597 (14.0)	39,412 (13.8)	23,003 (7.7)	20,305 (7.7)	21,739 (6.9)	24,094 (6.8)	22,221 (6.3)	23,467 (6.3)	22,670 (6.1)
기타 식품 제조업	113,654 (36.4)	117,951 (41.3)	144,297 (48.5)	132,303 (50.4)	154,376 (49.3)	174,031 (49.2)	173,252 (49.2)	181,521 (49.0)	183,973 (49.2)
떡, 빵 및 과자류 제조업	44,534 (14.3)	39,394 (13.8)	62,073 (20.9)	51,744 (19.7)	57,905 (18.5)	61,299 (17.3)	-	63,362 (17.1)	63,502 (17.0)
설탕 제조업	1,364 (0.4)	1,076 (0.4)	1,155 (0.4)	546 (0.2)	325 (0.1)	613 (0.2)	-	646 (0.2)	677 (0.2)
면 및 유사식품 제조업	12,530 (4.0)	14,790 (5.2)	9,364 (3.1)	8,434 (3.2)	8,614 (2.7)	9,979 (2.8)	-	9,972 (2.7)	10,424 (2.8)
조미료 및 첨가물 제조업	15,220 (4.9)	13,966 (4.9)	18,404 (6.2)	17,917 (6.8)	24,271 (7.7)	26,878 (7.6)	-	27,849 (7.5)	27,822 (7.4)
기타 식품품 제조업	40,006 (12.8)	48,725 (17.1)	53,301 (17.9)	53,662 (20.4)	63,261 (20.2)	49,033 (21.3)	-	51,158 (13.8)	51,082 (13.7)
도시락 및 식사용 조리식품 제조업	-	-	-	-	-	26,229 (7.4)	-	28,534 (7.7)	30,466 (8.1)
사료 및 조제식품	11,190 (3.6)	7,816 (2.7)	8,779 (3.0)	8,647 (3.3)	10,793 (3.4)	11,894 (3.4)	11,754 (3.3)	12,597 (3.4)	13,343 (3.6)
음료 제조업	27,317 (100.0)	20,488 (100.0)	19,670 (100.0)	16,060 (100.0)	18,142 (100.0)	20,858 (100.0)	19,654 (100.0)	20,272 (100.0)	20,405 (100.0)
알콜음료 제조업	14,319 (52.4)	11,732 (57.3)	8,991 (45.7)	8,685 (54.1)	9,123 (50.3)	9,463 (45.4)	8,997 (45.8)	9,317 (46.0)	9,364 (45.9)
비알콜음료 제조	12,998 (47.6)	8,756 (42.7)	10,679 (54.3)	7,375 (45.9)	9,019 (49.7)	11,395 (54.6)	10,657 (54.2)	10,955 (54.0)	11,041 (54.1)

주: 괄호 안의 값은 식품제조업 내 세부 품목별 비중을 의미함.

자료: 통계청(각 연도), 전국사업체조사, 경제총조사.

2. 2022~2023년 식품제조업 출하 및 물가 동향

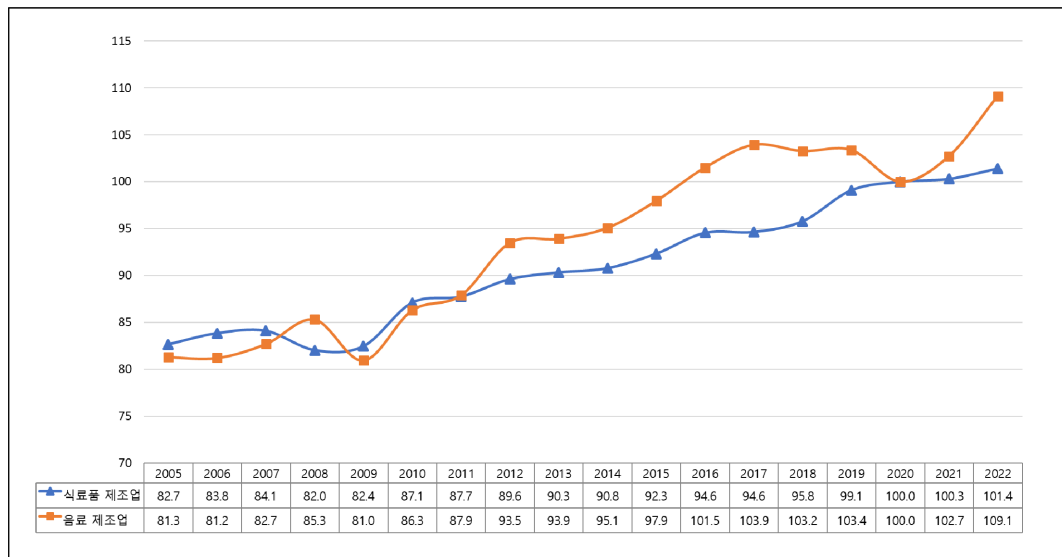
2.1. 식품제조업 전반 출하 및 출하액

□ 2022~2023년 식품제조업의 출하는 증가세 유지

○ (연도별) 출하지수 기준, 2022년 식료품제조업 출하는 전년 대비 1.1% 증가하였고, 음료제조업 출하는 6.2% 증가하였음. 음료제조업 출하는 코로나19 확산 초기에 급감한 이후 회복 추세를 보이니, 식료품제조업 출하는 코로나19의 영향에도 불구하고 지속적으로 증가 추세를 보임.

- 식료품제조업 출하지수: ('21) 100.3 → ('22) 101.4
- 음료제조업 출하지수: ('21) 102.7 → ('22) 109.1

〈그림 1-7〉 연도별 식료품 및 음료 제조업 출하지수 추이(2020=100)

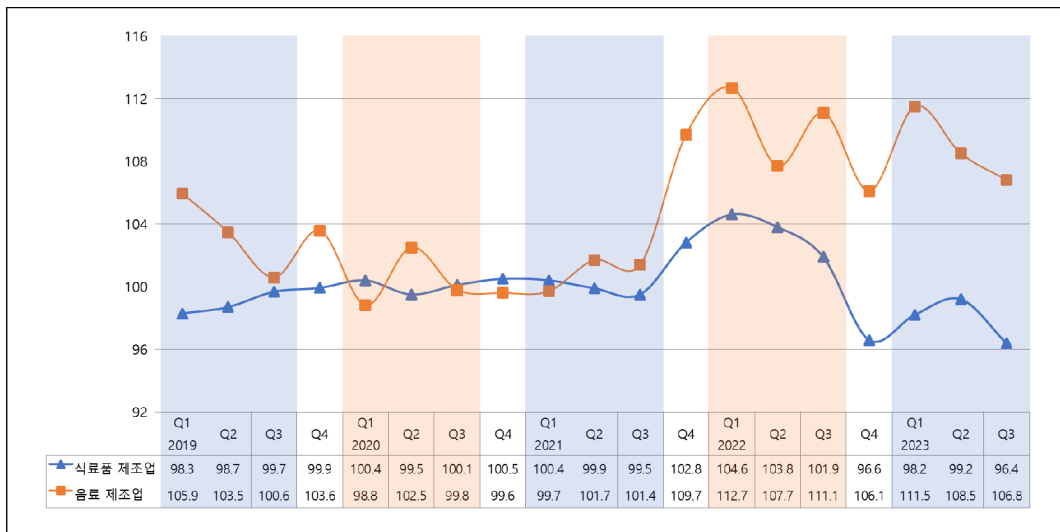


자료: 통계청(각 연도), 광업제조업동향조사.

○ (분기별) 2023년 3분기 식료품제조업 출하는 전 분기 대비 감소세로 전환하였으며, 음료제조업 출하는 1분기에 2022년 3분기 수준까지 회복했다가, 2분기에는 다시 2022년 4분기 수준으로 감소하여 3분기까지 감소세가 유지되고 있음.

- 식료품제조업 3분기 출하는 전년 동기 대비 5.4% 감소, 음료제조업 출하는 3.9% 감소
- 식료품제조업 출하지수: ('22 3분기) 101.9 → ('23 3분기) 96.4
- 음료제조업 출하지수: ('22 3분기) 111.1 → ('23 3분기) 106.8

〈그림 1-8〉 분기별 식료품 및 음료 제조업 출하지수(2020=100)

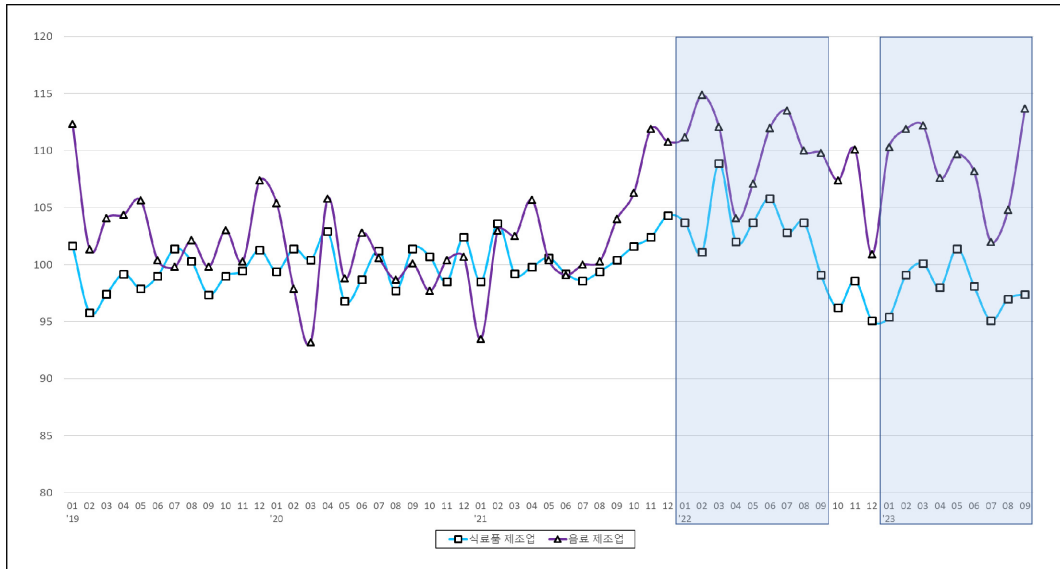


자료: 통계청(각 연도), 광업제조업동향조사.

○ (월별) 2023년 1~9월 식료품제조업의 출하지수를 월별로 살펴보면, 5월에 정점을 찍고 하락하다가 8월부터 소폭 상승함. 음료제조업 출하지수의 경우, 2~3월에 정점을 찍고 하락 후 8~9월 급등함.

- 식료품제조업 출하지수: 1~3월 증가세, 4월 소폭 감소, 5월 반등하였으나, 6~7월 크게 하락한 이후 8월부터 반등
- 음료제조업 출하지수: 1~2월 크게 증가, 3월 소폭 증가, 4월 크게 감소, 5월 소폭 증가, 6~7월 크게 하락 후 8~9월 대폭 증가

〈그림 1-9〉 식료품 및 음료 제조업 출하지수 월별 추이(2020=100)



자료: 통계청(각 연도), 광업제조업동향조사.

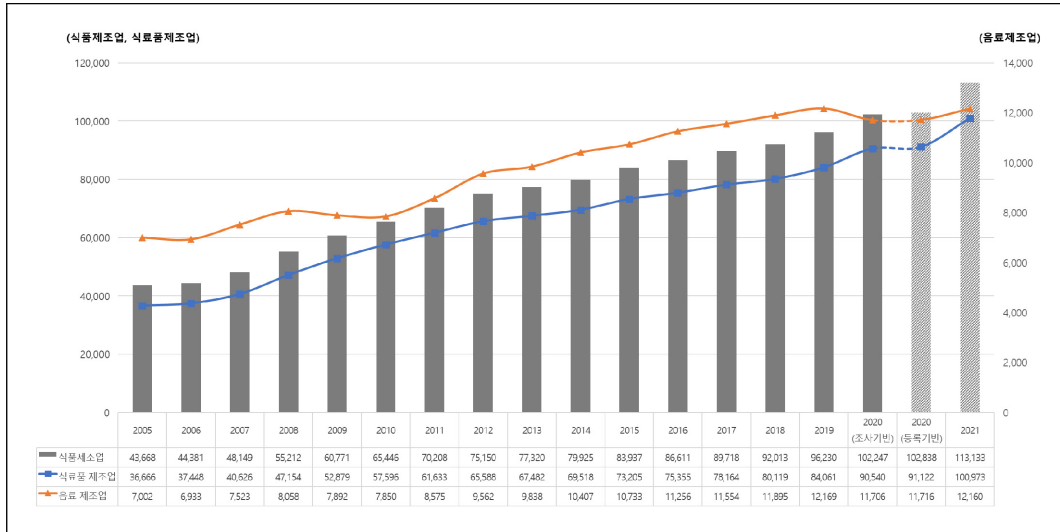
□ 2021년 식품제조업 출하액은 전년 대비 10.0% 증가한 것으로 추정

○ 2021년 식료품제조업과 음료제조업의 출하액은 각각 전년 대비 10.8%, 3.8% 증가한 것으로 추정됨.

- 식료품제조업 출하액(십억 원): ('20) 91,122 → ('21) 100,973 (↑9,851)
- 음료제조업 출하액(십억 원): ('20) 11,716 → ('21) 12,160 (↑444)

〈그림 1-10〉 식품제조업 출하액 추이

단위: 십억 원



주: 그림의 출하액은 10인 이상 사업체를 대상으로 조사한 결과임.

자료: 통계청(각 연도), 광업제조업조사, 경제총조사.

2.2. 식품제조업 물가 동향

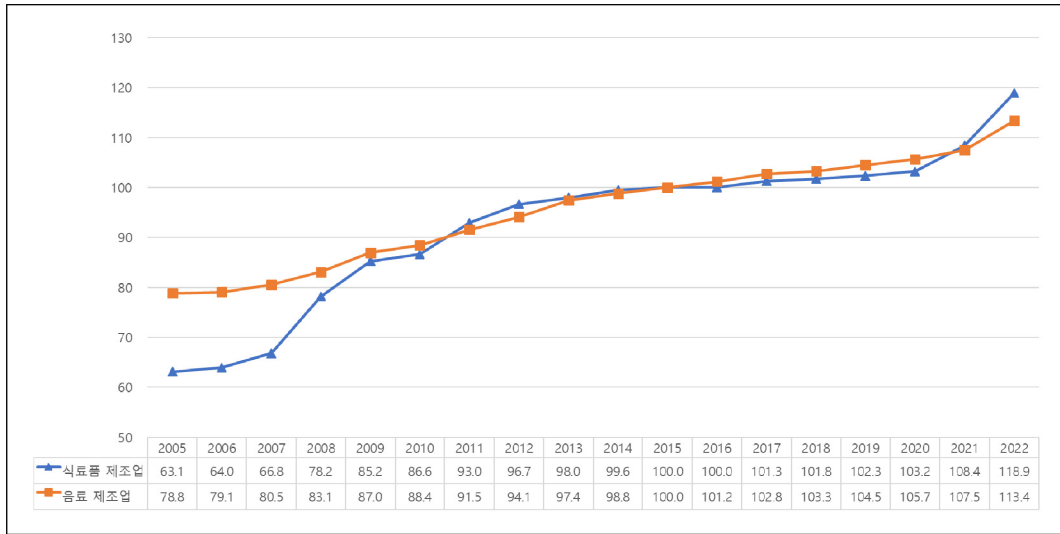
□ 2022~2023년 식품제조업의 생산자물가는 상승세

○ (연도별) 2022년 식료품제조업과 음료제조업의 생산자물가지수는 전년 대비 각각 9.7%, 5.5% 상승하는 등 식품 도매물가는 크게 상승함. 코로나19 팬데믹 이후 글로벌 공급망 위기, 러시아-우크라이나 전쟁 등으로 곡물·유가·원자재 국제가격 및 환율 상승 등 복합적인 요인이 맞물려 생산원가가 전년 대비 크게 상승한 것으로 사료됨.

- 식료품제조업 생산자물가지수: ('21) 108.4 → ('22) 118.9

- 음료제조업 생산자물가지수: ('21) 107.5 → ('22) 113.4

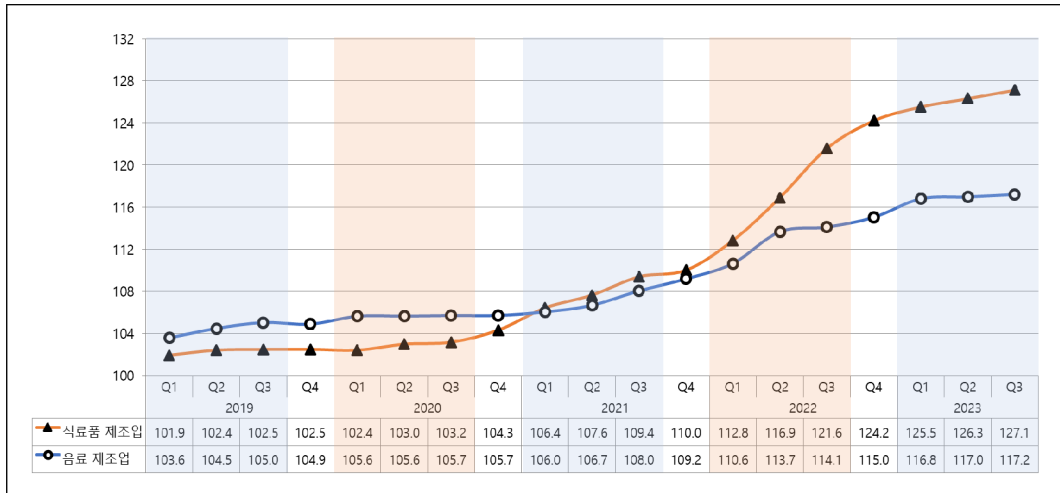
〈그림 1-11〉 식료품 및 음료 제조업 생산자물가지수 연도별 추이(2015=100)



자료: 한국은행(각 연도). 생산자물가지조사.

- (분기별) 분기별로 식료품제조업과 음료제조업의 생산자물가지수를 살펴본 결과, 식료품제조업의 경우 2020년 4분기부터 증가하기 시작하여 2022년 들어 급증 경향을 보임. 2023년에 상승 폭은 다소 둔화되었으나, 3분기까지 상승세는 계속 이어지고 있음.
- 음료제조업 또한 2021년 3분기부터 비교적 급등하기 시작하였으나, 식료품제조업보다는 다소 늦게 물가 상승이 시작되었음. 2023년 1분기부터 3분기까지는 안정세를 유지하고 있음.
 - 식료품제조업 생산자물가지수: ('22 3분기) 121.6 → ('23 3분기) 127.1
 - 음료제조업 생산자물가지수: ('22 3분기) 114.1 → ('23 3분기) 117.2

〈그림 1-12〉 식품 및 음료 제조업 생산자물가지수 분기별 추이(2015=100)



자료: 한국은행(각 연도). 생산자물가지조사.

○ (월별) 2023년 1~9월 식품 및 음료제조업의 생산자물가지수를 살펴본 결과, 식품 제조업의 생산자물가지수는 2023년 1~6월까지 완만한 증가세를 보이다가 7월에 비교적 급등하였음. 이후 8~9월은 감소추세를 보임. 음료제조업의 경우, 1월부터 9월까지 완만한 유지세를 보임.

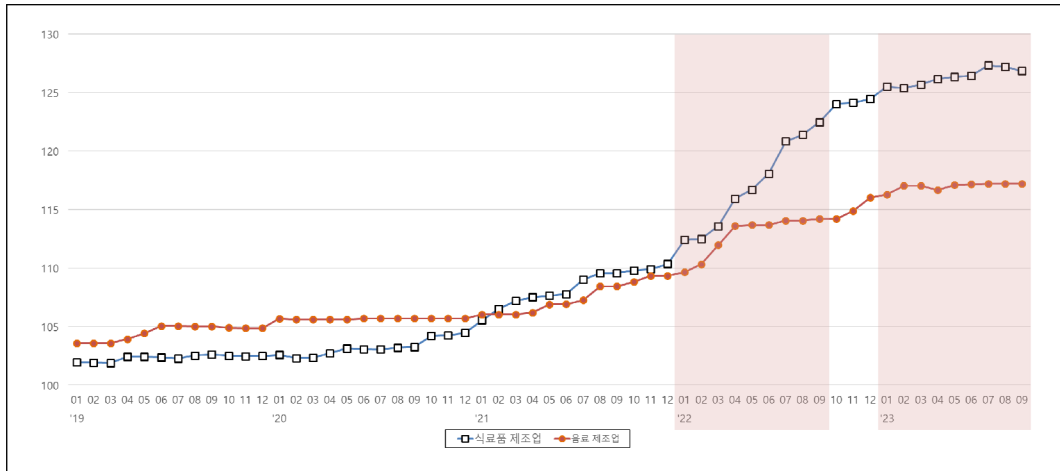
- 식품제조업 생산자물가지수: ('22. 1~9월) 117.1 → ('23. 1~9월) 126.3
- 음료제조업 생산자물가지수: ('22. 1~9월) 112.8 → ('23. 1~9월) 117.0

〈표 1-3〉 식품 및 음료 제조업 생산자물가지수 비교(2015=100)

	2022년 1~9월	2023년 1~9월	증감률(%)
식품제조업	117.1	126.3	7.9
음료제조업	112.8	117.0	3.7

자료: 한국은행(각 연도). 생산자물가지조사.

〈그림 1-13〉 식료품 및 음료 제조업 생산자물가지수 월별 추이(2015=100)



자료: 한국은행(각 연도). 생산자물가지조사.

2.3. 식품제조업 품목별 출하 및 판매액

□ 2023년 상반기 식품제조업의 모든 업종에서 출하가 감소하였으며, 특히 식용 유지류가 크게 감소

○ 세부 업종별로 살펴보면 식용 유지(-27.0%), 과채가공(-11.3%), 낙농품(-9.4%), 수산가공(-7.2%) 순으로 출하 감소율이 높았으며, 음료제조업에서는 알콜음료 제조업과 비알콜음료 제조업 모두 각각 -2.2%, -1.0%로 출하가 소폭 감소함.

- 코로나19 종식에 따른 경기 회복이 기대되었음에도 불구하고, 높은 인플레이션이 지속되며 원자재 가격 상승 및 가계의 소비 심리 위축으로 대부분 식품제조업 업종에서 출하가 감소한 것으로 추측됨.
- 특히, 2022년 말부터 계속된 한파와 폭설 등 기후 영향으로 주요 채소 주산지에서 수확량이 크게 감소하였고, 겨울철 난방비 급등으로 과채가공품의 원료인 채소의 단가가 크게 오르며 식품제조업계에 생산 부담으로 작용하였기 때문으로 판단됨.

〈표 1-4〉 2023년 1~3분기 업종별 출하지표 전년대비 증감률

단위: %

업종명(축약 업종명)	출하지수	생산자 물가지수
식품제조업	-5.3	7.9
도축, 육류 가공 및 저장 처리업(육류가공)	-7.2	5.6
수산물 가공 및 저장 처리업(수산물가공)	-7.2	6.6
과실, 채소 가공 및 저장 처리업(과채가공)	-11.3	9.9
동물성 및 식물성 유지 제조업(유지)	-27.0	17.0
낙농제품 및 식용빙과류 제조업(낙농품)	-9.4	7.6
곡물가공품, 전분 및 전분제품 제조업(곡물가공 및 전분)	-6.3	12.7
기타 식품 제조업(기타식품)	-1.0	4.2
동물용 사료 및 조제식품 제조업(사료 및 조제식품)	-2.2	5.9
음료제조업	-1.4	3.7
알콜음료 제조업(알콜음료)	-2.2	2.3
비알콜음료 및 얼음 제조업(비알콜음료)	-1.0	4.9

주 1) 기타 식품 제조업에는 떡, 빵 및 과자류, 면류, 조미료 및 첨가물, 건강보조식품, 도시락 등이 포함됨.

2) 생산자물가지수는 출하지수의 산업 분류와 유사하게 적용하여 계산함.

자료: 통계청(2023). 광업제조업동향조사; 경제총조사; 한국은행(각 연도). 생산자물가지조사.

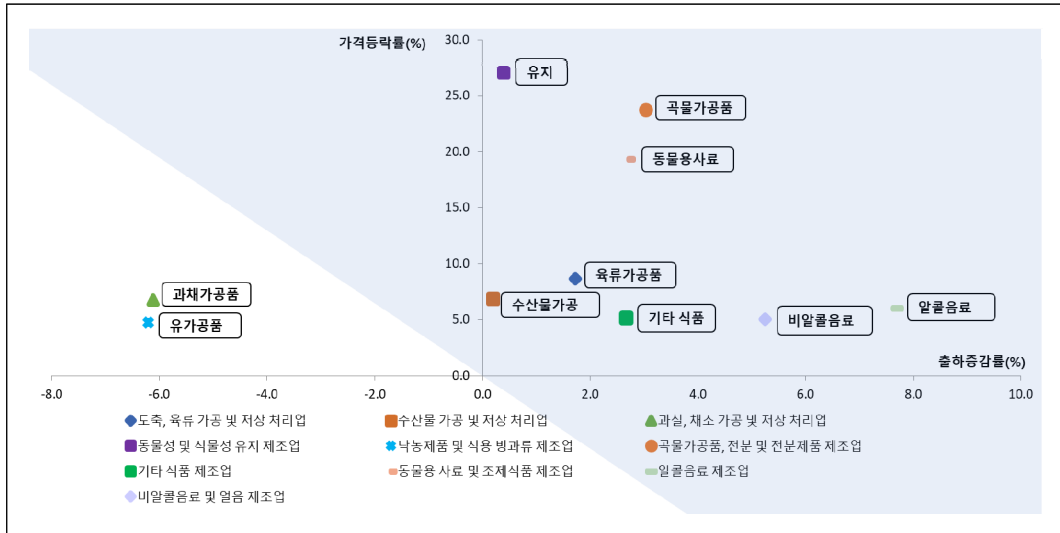
○ 2022년 출하는 과채가공품과 유가공을 제외하면 모두 증가세에 있음. 특히 2022년에 빠른 회복세로 전환된 업종은 유지류와 알콜음료(주류)로서 급식 부문의 수요 회복세 및 코로나19 이후 각종 행사 및 모임 증가로부터 기인한 것으로 추정됨.

○ 그러나, 2023년 1~3분기는 모든 업종에서 출하가 감소하였으며, 특히 식용 유지의 출하 감소가 두드러짐.

- 이와 더불어 코로나19에 따른 공급망 문제와 러시아·우크라이나 전쟁으로 원재료인 대두유 가격 급등의 여파가 국내 식용 유지 출하 감소로 이어진 것으로 사료됨.

〈그림 1-14〉 2022년 기준 전년 대비 업종별 출하·가격 변화율

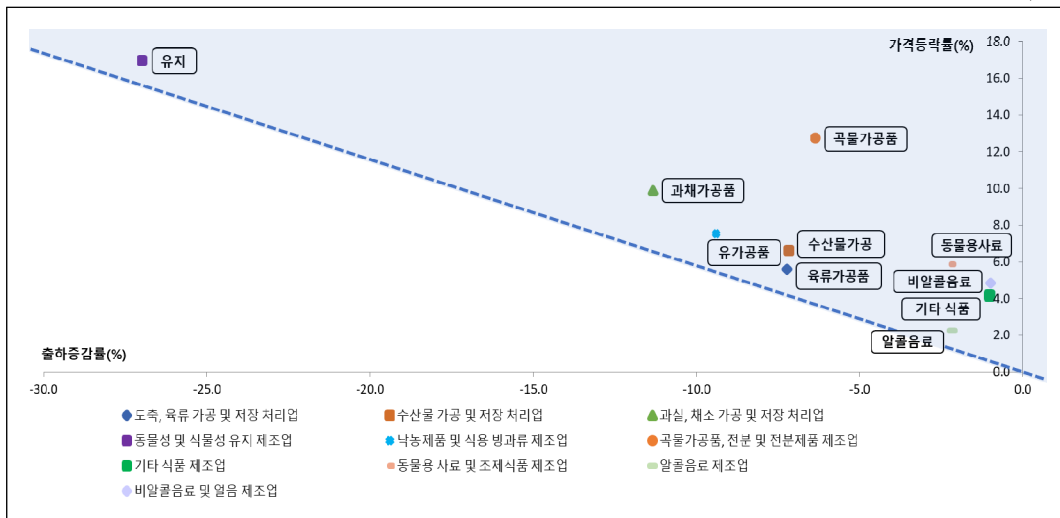
단위: %



자료: 통계청(2021, 2022). 광업제조업동향조사; 한국은행(2021, 2022). 생산자물가지사.

〈그림 1-15〉 2023년 1~3분기 기준 전년 동기 대비 업종별 출하·가격 변화율

단위: %



자료: 통계청(2022, 2023). 광업제조업동향조사; 한국은행(2022, 2023). 생산자물가지사.

□ 2022년 국내판매액 증가 식품군은 면류, 식용유지류, 당류, 병과류, 즉석식품류 등

○ 2022년 식품의 실질 국내 판매액은 전년 대비 11.9% 증가하여 2020년, 2021년의 전년 대비 국내판매액 증가율인 1.6%, 10.4%를 크게 상회함.

- 2022년에 전년 대비 면류와 식용유지류, 그리고 즉석식품류의 국내 판매액이 전년 동기 대비 각각 24.4%, 23.8%, 17.4%씩 크게 증가함.

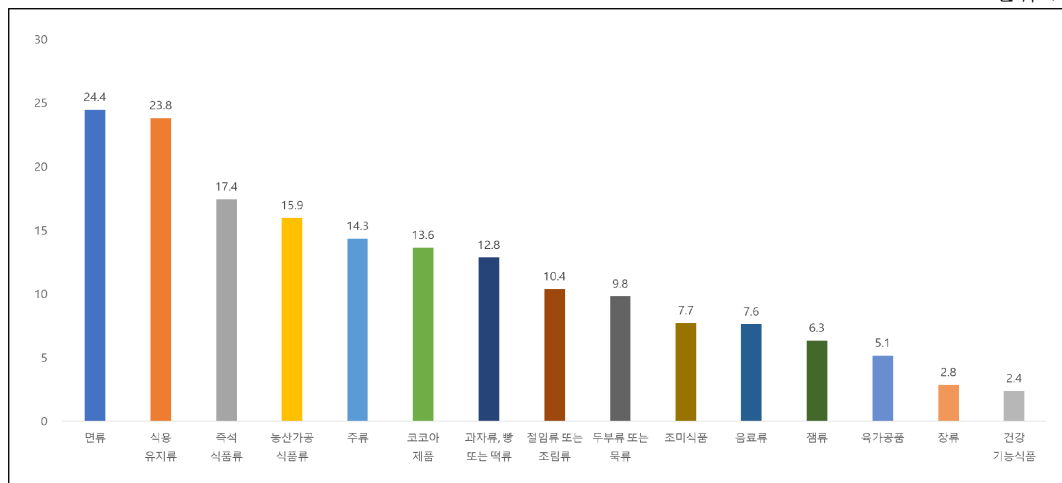
○ 2022년 식품의 국내 판매액 증가 요인은 코로나19 관련 정부 조치의 완화로 인한 외식 수요 증대와 더불어 간편성에 대한 선호 트렌드가 유지 및 확대된 것으로 판단됨.

- 면류 및 식용유지류의 경우 전년도에 이어 올해에도 높은 판매액 증가율을 보였음.

- 반면, 2021년 판매 증가율이 22.7%로 두 번째로 높았던 건강기능식품의 경우, 2022년도 판매액 증감률은 2.4%에 불과하였음.

〈그림 1-16〉 2022년 식품 품목군별 전년(2021년) 대비 판매액 증감률

단위: %



주 1) 육가공품 판매액은 식육가공품 및 포장육과 동물성가공식품류 판매액을 합한 값을 기반으로 산출한 값임.

2) 해당 값은 품목군별 판매액을 생산자물가지수로 디플레이트화시킨 값에 대한 증감률임.

자료: 2022년 식품 등의 생산실적 자료를 이용하여 저자 작성.

〈표 1-5〉 식품 품목군별 국내 판매액 변동현황

단위: 백만 원, %

품목군	2020년			2021년			2022년		
	국내 판매액	점유율	증가율	국내 판매액	점유율	증가율	국내 판매액	점유율	증가율
계	57,343,123	100.0	1.6	63,277,032	100.0	10.3	70,776,967	100.0	11.9
면류	2,445,030	4.3	-12.1	2,745,857	4.3	12.3	3,416,661	4.8	24.4
식용유지류	1,985,863	3.5	-5.4	2,771,739	4.4	39.6	3,430,601	4.8	23.8
당류	1,635,504	2.9	1.1	1,827,539	2.9	11.7	2,171,797	3.1	18.8
방과류	361,941	0.6	2.5	396,079	0.6	9.4	467,812	0.7	18.1
즉석식품류	4,425,381	7.7	5.2	4,985,849	7.9	12.7	5,853,187	8.3	17.4
첨가물	1,604,026	2.8	-13.7	1,944,579	3.1	21.2	2,267,153	3.2	16.6
동물성가공식품류	104,942	0.2	16.7	121,787	0.2	16.1	141,644	0.2	16.3
농산가공식품류	3,458,322	6.0	6.1	3,951,612	6.2	14.3	4,580,837	6.5	15.9
특수영양식품	397,899	0.7	1.4	439,659	0.7	10.5	506,748	0.7	15.3
주류	5,255,327	9.2	-0.5	4,913,046	7.8	-6.5	5,615,963	7.9	14.3
코코아류	880,532	1.5	-8.4	809,768	1.3	-8.0	919,962	1.3	13.6
과자, 빵, 떡류	6,848,228	11.9	4.1	7,087,756	11.2	3.5	7,997,259	11.3	12.8
절임 또는 조림류	2,433,660	4.2	5.2	2,605,537	4.1	7.1	2,875,469	4.1	10.4
두부 또는 묵류	771,632	1.3	9.6	893,525	1.4	15.8	980,900	1.4	9.8
조미식품	4,459,637	7.8	3.7	5,080,585	8.0	13.9	5,470,508	7.7	7.7
음료류	8,588,018	15.0	0.5	9,583,209	15.1	11.6	10,311,504	14.6	7.6
별꽃 및 화분가공품류	10,595	0.0	-36.9	8,574	0.0	-19.1	9,170	0.0	7.0
수산가공식품류	5,238,541	9.1	3.1	5,669,677	9.0	8.2	6,053,111	8.6	6.8
기타식품류	1,782,560	3.1	8.3	1,992,823	3.1	11.8	2,125,026	3.0	6.6
잼류	146,447	0.3	-8.9	155,437	0.2	6.1	165,232	0.2	6.3
장류	1,165,418	2.0	8.8	1,198,909	1.9	2.9	1,232,810	1.7	2.8
건강기능식품	3,098,950	5.4	10.4	3,801,498	6.0	22.7	3,891,414	5.5	2.4
식육가공품 및 포장육	236,609	0.4	40.6	284,720	0.4	20.3	285,728	0.4	0.4
알가공품류	8,010	0.0	-16.0	7,233	0.0	-9.7	6,446	0.0	-10.9
식품조사처리	51	0.0	84.7	35	0.0	-31.4	25	0.0	-28.6

주 1) 2022년부터 특수용도식품은 특수영양식품과 특수의료용도식품으로 분리되어 작성되나, 이전 연도와의 시계열 비교를 위해 특수영양식품 및 특수의료용도식품을 합산한 값으로 제시함.

2) 용기류, 기구 및 용기포장은 본 자료에서 제외하였음.

자료: 식품의약품안전처(각 연도), 식품 등의 생산실적.

□ 2021년에 이어 2022년에도 식품 생산액은 크게 증가

○ 2022년 생산액이 가장 빠르게 증가한 식품류는 식용유지류로, 2019년 생산액 대비 약 69.5% 증가하였음. 이어서 농산가공식품류(58.3%), 식육가공품 및 포장육(56.6%), 당류(56.4%), 장류(52.2%), 잼류(51.9%), 면류(41.2%) 순으로 높은 생산액 증가율을 나타냄.

○ 2019년 대비 2022년 생산액이 감소한 품목으로는 알가공품류(-25.9%)와 코코아가공품류 또는 초콜릿류(-24.2%)로 확인됨.

〈표 1-6〉 식품제조업 업종별 생산액 변화 추이

품목	2019년	2020년	2021년	2022년	2022/2019 생산액 변화율
계	45,951,401	47,002,906	52,305,982	59,826,591	30.2
식용유지류	2,002,073	1,989,527	2,597,401	3,394,131	69.5
농산가공식품류	2,845,311	3,120,842	3,466,105	4,504,413	58.3
식육가공품 및 포장육	148,097	185,478	234,513	231,899	56.6
당류	1,465,195	1,507,391	1,791,127	2,292,008	56.4
장류	689,312	836,169	902,744	1,049,037	52.2
잼류	95,071	131,595	131,583	144,446	51.9
건강기능식품	1,946,356	2,264,166	2,711,618	2,804,999	44.1
면류	2,827,122	3,058,338	3,381,836	3,991,157	41.2
조미식품	3,869,774	4,080,600	4,652,976	5,294,529	36.8
특수용도식품	265,212	284,187	300,642	357,518	34.8
기타식품류	1,511,687	1,637,244	1,839,544	1,976,060	30.7
두부류 또는 묵류	612,468	646,945	732,710	795,152	29.8
동물성가공식품류	77,958	64,943	78,316	100,835	29.3
별꽃 및 화분가공품류	5,819	8,312	6,731	7,390	27.0
즉석식품류	4,158,420	4,003,288	4,604,495	5,230,747	25.8
절임류 또는 조림류	2,093,843	2,197,748	2,340,705	2,621,085	25.2
빙과류	328,710	330,330	349,522	409,350	24.5
음료류	7,016,616	6,512,930	7,302,771	8,564,882	22.1
과자류, 빵류 또는 떡류	5,931,482	6,070,923	6,301,218	7,049,521	18.8
수산가공식품류	4,807,610	4,807,543	5,300,053	5,662,806	17.8
식품첨가물	2,133,580	2,342,578	2,410,276	2,495,801	17.0
코코아가공품류 또는 초콜릿류	1,111,318	914,855	862,216	842,625	-24.2
알가공품류	8,368	6,974	6,880	6,197	-25.9

주 1) 2022년부터 특수용도식품은 특수영양식품과 특수의료용도식품으로 분리되어 작성되나, 이전 연도와와의 시계열 비교를 위해 특수영양식품 및 특수의료용도식품을 합한 값으로 제시함.

2) 용기류, 기구 및 용기포장은 본 자료에서 제외하였음.

자료: 식품의약품안전처(각 연도), 식품 등의 생산실적.

□ 대형마트 POS 데이터 분석 결과, 2023년은 제과류 및 대용식을 중심으로 판매액 증가

○ 제과군에 속한 품목들은 대체로 판매액이 증가하는 추세이나, 물가 인상의 영향을 배제할 수는 없음.

- 비스킷/스낵의 판매액은 2021년 이후 꾸준히 증가하고 있으며, 2023년 1~3분기의 판매액은 6,524억 원으로 전년 동기 대비 약 14.5% 증가함.

- 캔디류 판매액 또한 2021년 이후 꾸준히 증가세를 보여 2023년 1~3분기 판매액은 1,394억 원으로 전년 동기 대비 9.8% 증가함.

- 케익/빵은 2020년~2021년 정체기를 거쳐 2022년과 2023년 판매액이 크게 증가함. 2023년 1~3분기 판매액은 767억 원으로 전년 동기 대비 3.7% 증가함.

○ 대용식류의 경우, 2023년의 판매액 감소 품목과 증가 품목이 뚜렷하게 구분됨.

- 라면의 2023년 1~3분기 판매액은 4,275억 원으로 전년 동기 대비 8.3% 증가함. 이외에도 면류, 간식류 또한 2021년 이후 지속 증가 추세를 보임.

- 즉석밥의 2023년 1~3분기 판매액은 1,496억 원으로 전년 동기 대비 6.2% 감소함. 만두, 죽/스프 판매액 또한 전년 동기 대비 감소함.

○ 음료 판매액의 경우 숙취해소제, 과채음료, 기타음료를 중심으로 증가 추세를 보임.

- 2023년 생수 판매액은 전년보다 크게 감소한 반면, 숙취해소제, 과채음료, 기타음료의 판매액이 전년 대비 증가함.

- 생수 판매액의 10% 수준인 탄산수는 최근 판매가 감소하는 특징을 보이고 있으며, দু유 판매액 또한 전년 동기 대비 감소함.

○ 주류의 경우 음주 트렌드 변화에 따라 양주, 전통주의 판매가 증가하였으나, 와인은 전년 대비 크게 감소함.

- 양주의 경우 하이볼 소비 트렌드 확산에 따라 2023년 1~3분기 판매액이 1,812억 원으로 전년 동기 대비 14.9% 상승하였고, 전통주 판매액 또한 750억 원으로 전년 동기 대비 2.6% 상승함.

- 반면, 와인의 판매액은 1,507억 원으로 전년 동기 대비 13.9% 감소함.

〈표 1-7〉 품목군별 판매 변동 추이

단위: 백만 원, %

품목군	세부분류	2020년	2021년	2022년	2022년 1~3분기 (A)	2023년 1~3분기 (B)	변화율 (C=B/A)
대용식	즉석밥	231,061	209,296	212,125	159,498	149,639	-6.18%
	죽/스프	71,973	59,691	57,041	39,779	39,463	-0.79%
	국/탕/찌개	188,978	197,521	238,702	180,328	181,038	0.39%
	면류	171,276	166,107	180,106	139,657	148,478	6.32%
	만두	207,258	166,676	176,197	127,064	125,205	-1.46%
	라면	581,731	490,953	531,011	394,841	427,492	8.27%
	카레/짜장류	48,213	49,349	50,249	37,808	40,219	6.38%
	간식류	183,348	161,067	169,386	121,112	146,278	20.78%
	기타대용식	328,593	302,953	335,565	248,954	268,221	7.74%
가공육	어묵/맛살	201,200	184,839	197,597	143,401	155,529	8.46%
	햄/소시지	451,270	399,172	420,119	319,704	314,352	-1.67%
반찬류	김치	149,235	123,194	136,076	105,267	102,471	-2.66%
	단무지/쌈무	40,939	34,848	34,727	26,896	27,383	1.81%
	기타반찬류	64,031	53,656	52,241	38,938	39,805	2.23%
분말류	분말류	26,743	22,375	26,820	21,064	21,732	3.17%
	기타분말류	34,596	29,413	26,918	18,844	18,095	-3.97%
소스 및 조미료	소금	20,667	21,369	22,732	15,515	25,961	67.33%
	당류	55,071	53,324	53,715	41,697	43,663	4.71%
	조미료	73,290	68,184	79,050	57,366	68,233	18.94%
	식초	25,815	22,572	22,271	17,877	17,260	-3.45%
	액젓	10,118	8,960	8,869	5,204	5,531	6.28%
	케첩	17,298	15,710	16,488	12,152	13,919	14.54%
	마요네즈	18,991	18,723	20,845	14,874	19,266	29.52%
	드레싱	29,771	30,059	26,708	20,508	19,221	-6.27%
	간장	73,136	63,641	65,851	51,194	49,993	-2.35%
	고추장	56,543	52,721	55,754	43,137	46,702	8.27%
	쌈장/된장	58,250	55,297	59,659	45,372	49,499	9.10%
	기타소스류	249,421	224,373	227,743	166,970	175,504	5.11%
식용유	대두유	20,251	21,229	29,826	23,055	21,952	-4.78%
	올리브유	29,395	29,842	36,069	27,276	32,919	20.69%
	참기름/들기름	41,330	39,738	41,827	32,382	35,712	10.29%
	기타식용유	39,113	37,540	41,933	32,817	36,487	11.18%
통조림	농산통조림	26,652	22,698	22,800	17,812	18,355	3.05%
	수산통조림	141,667	111,661	116,733	89,093	90,872	2.00%
	축산통조림	66,986	55,916	52,665	39,760	42,116	5.93%

(계속)

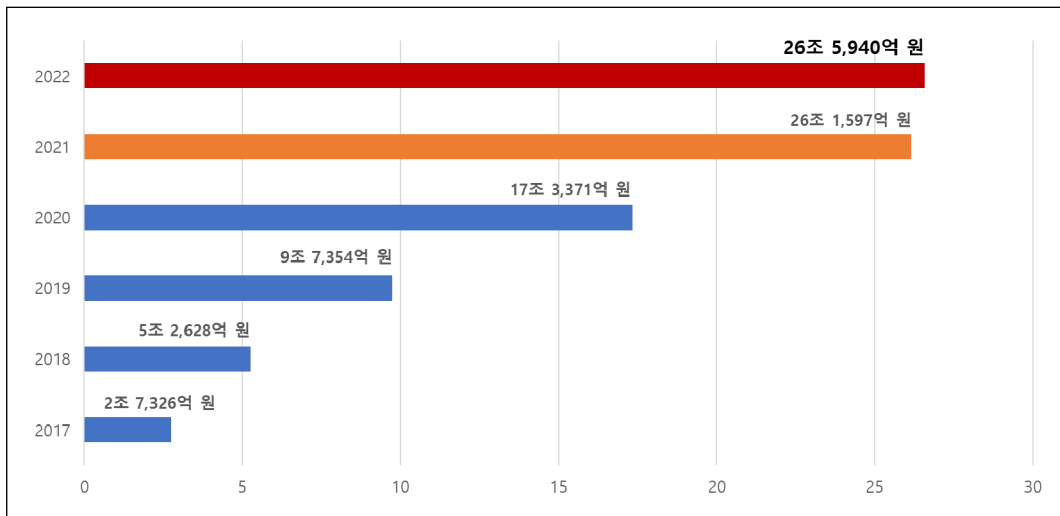
품목군	세부분류	2020년	2021년	2022년	2022년 1~3분기 (A)	2023년 1~3분기 (B)	변화율 (C=B/A)
안주류	어포	66,134	61,132	69,848	51,645	52,468	1.59%
	육포	38,945	36,694	46,941	36,802	37,476	1.83%
유아식	분유	79,436	63,498	54,156	39,998	37,307	-6.73%
	기타유아식	27,531	26,922	32,066	23,709	28,570	20.50%
제과	비스켓/스낵	760,671	688,123	786,156	569,948	652,439	14.47%
	파이류	107,719	93,467	115,387	83,637	84,439	0.96%
	케익/빵	91,770	91,012	114,268	73,926	76,657	3.69%
	시리얼	112,778	99,087	103,817	79,293	76,743	-3.22%
	초콜릿	144,366	119,776	129,876	91,021	98,406	8.11%
	캔디	164,836	143,732	173,920	126,946	139,440	9.84%
	껌	32,523	25,267	25,569	19,490	19,773	1.45%
	아이스크림	89,188	77,916	79,956	66,709	66,896	0.28%
	잼/스프레드	27,043	23,128	26,350	19,592	20,920	6.78%
커피/차	기타제과류	47,901	39,232	39,284	30,316	32,887	8.48%
	원두커피	53,998	53,800	59,371	43,971	44,642	1.53%
	인스턴트커피	357,348	315,135	325,778	234,581	238,897	1.84%
	차	47,670	38,505	42,031	30,177	29,451	-2.41%
	꿀/액상차	36,932	30,160	30,621	21,603	20,159	-6.68%
음료	기타차류	46,841	45,210	56,209	39,516	42,477	7.49%
	생수	192,744	166,065	181,546	141,935	126,050	-11.19%
	과채음료	187,675	155,917	161,336	124,703	130,466	4.62%
	커피음료	88,646	86,495	90,486	69,609	69,134	-0.68%
	차음료	30,694	27,800	31,334	23,971	23,956	-0.06%
	탄산수	26,954	27,661	26,015	20,830	16,819	-19.25%
	탄산음료	162,749	156,939	185,695	141,212	147,425	4.40%
	두유	70,650	70,639	77,480	59,362	57,941	-2.39%
유제품	속취해소제	4,082	3,361	4,331	3,138	3,298	5.11%
	기타음료	52,436	52,205	64,767	50,710	54,851	8.17%
	우유	498,685	461,296	473,832	358,888	364,355	1.52%
	발효유	395,192	360,181	356,981	270,883	287,599	6.17%
	치즈/버터	237,847	225,193	227,063	164,602	176,522	7.24%
주류	맥주	520,479	472,293	492,953	380,258	383,853	0.95%
	소주	217,382	212,352	240,004	179,106	184,392	2.95%
	양주	94,872	141,082	213,407	157,673	181,194	14.92%
	와인	209,422	228,736	240,402	174,961	150,713	-13.86%
	전통주	75,179	78,769	95,825	73,067	74,960	2.59%

자료: 마켓링크. POS 데이터.

2.4. 2022-2023년 온라인 식품소비 및 가계 식품지출 동향

- 식품 거래액 및 소매판매액 대비 온라인 식품 거래액은 2019년부터 2022년까지 지속적인 증가세
- 온라인을 통한 식품서비스 거래액은 '19년 9.7조 원 → '20년 17.3조 원 → '21년 26.2조 원 → '22년 26.6조 원으로 지속 증가함.

〈그림 1-17〉 온라인 식품서비스 거래액

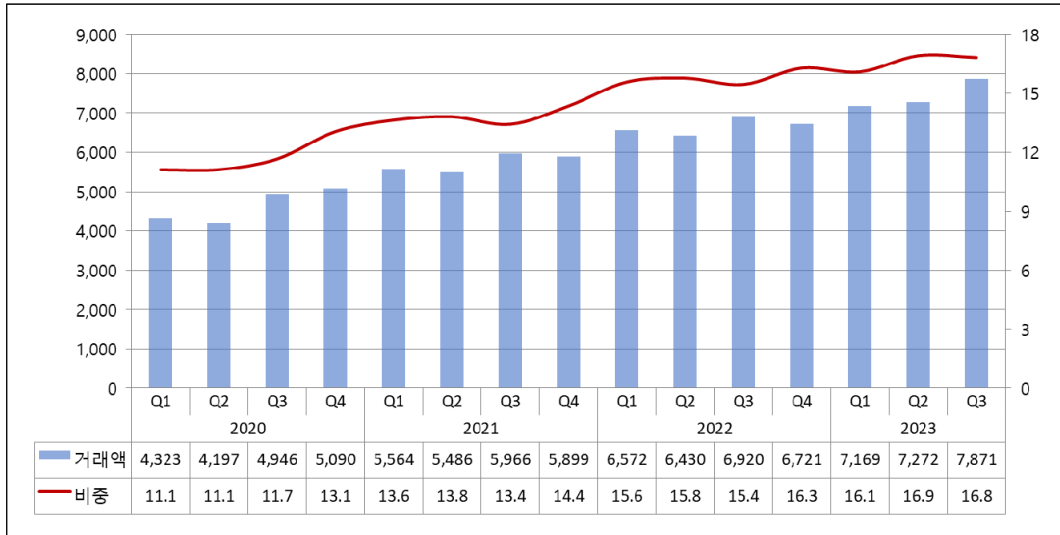


자료: 통계청(각 연도), 온라인쇼핑동향조사.

- 온라인 식품 판매액(거래액)의 경우, 2020년 1분기 4조 3천억 원에서 2023년까지 증가세를 유지하여, 2023년 3분기 7조 8,710억 원의 거래액을 달성함.
- 2020년 코로나19 발생 및 확산 이후 비대면 온라인 식품 판매액이 식품 소매 판매액에서 차지하는 비중은 2020년 1분기 11.1%에서 지속적으로 증가하여 2022년 4분기 기준 16.3%까지 상승하였고, 2023년 3분기에는 16.8%를 기록함.

〈그림 1-18〉 온라인 식품 판매액과 소매판매액 대비 비중 추이

단위: 십억 원, %



자료: 통계청(각 연도), 서비스업동향조사; 온라인쇼핑동향조사 자료를 이용하여 저자 작성.

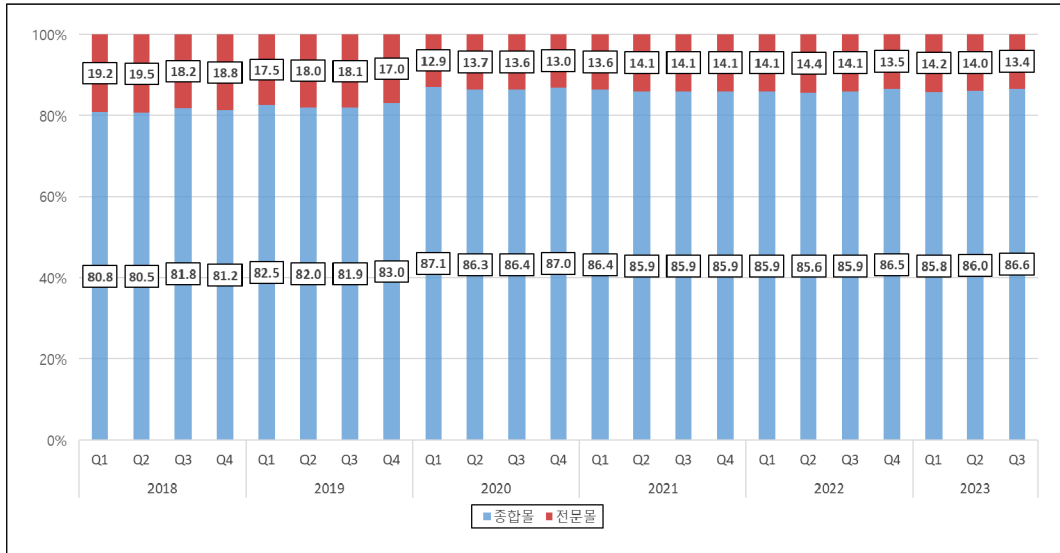
□ **음식료품의 온라인 거래액은 2020년 이후 종합몰이 꾸준히 85%를 상회하여 전문몰 대비 우위를 유지**

○ **음식료품 온라인 운영형태별 거래액은 종합몰이 전체의 약 86%를 차지하며, 전문몰 비중은 약 14% 수준을 유지함.**

- 코로나19 발생 이후 종합몰의 비중이 확대되는 양상을 보임. 코로나19 발생 이전인 2019년 3분기의 종합몰 비중은 81.9%에서 코로나19가 대유행하였던 2020년 1분기에 87.1%로 최대치를 기록한 후, 꾸준히 85% 이상을 상회하며 2023년 3분기에는 86.6%로 나타남.
- 이는 코로나19로 이동이 제한되면서 종합몰을 통해 다양한 품목을 간편하게 구입하려는 경향이 증가하고, 코로나19 이후에는 멤버십 회원제를 통한 무료배송 및 빠른 배송 서비스 등 편의성이 확대된 것으로부터 기인한 것으로 판단됨.

〈그림 1-19〉 온라인 거래 음식료품 중 운영형태별 비중

단위: %



자료: 통계청(각 연도), 온라인쇼핑동향 조사자료를 이용하여 저자 작성.

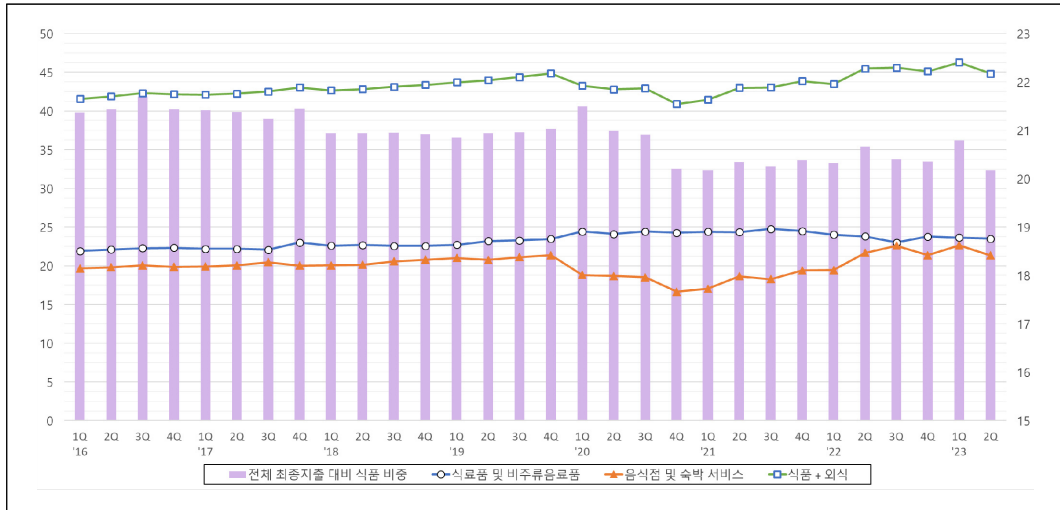
□ 가구 내 식품비 지출은 코로나19 이후 점진적 증가세 보여 2023년 상반기 역대 최고 수준 기록하였으나, 전체 지출대비 비중은 20% 수준으로 감소

○ 가구 내 식품비 지출은 코로나19 엔데믹 이후에도 점진적으로 증가 추세를 유지하고 있으며, 2023년 상반기 총 식품지출액은 역대 최고수준을 기록함.

- 총 식품지출액(가구내+외식)은 2023년 상반기 91.1조 원으로 전년 동기보다 2.4% 증가함.
- 2023년 상반기 식품지출액은 2022년 하반기 대비 0.4% 상승하여 코로나19 확산 직전 시점인 2019년 하반기 수준을 상회함.

〈그림 1-20〉 식품 및 외식 실질 지출액 분기별 추이

단위: 조 원, %



자료: 한국은행(각 연도), 국민계정.

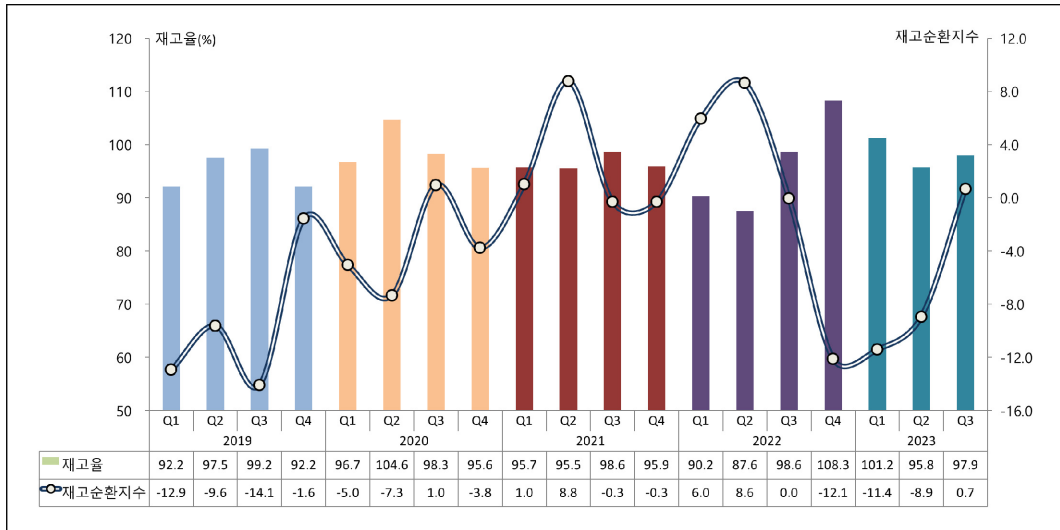
2.5. 식품제조업의 재고율

□ 2023년 3분기 식품제조업 재고율은 전년보다 소폭 하락

○ 2023년 3분기 식료품제조업의 재고율은 97.9%로 전년 동기보다 상승함.

○ 2022년 식료품제조업 재고순환지수는 1분기 6.0, 2사분기 8.6, 그리고 3사분기에는 0.0, 4사분기에는 -12.1로 하락하며, 재고 증가율이 출하 증가율을 상회하였음. 2023년 1~2분기에도 재고순환지수는 음수를 기록하였으나, 점차 회복되어 3분기에는 재고순환지수가 양수를 기록하며 제품 출하 증가율이 재고 증가율을 상회함.

〈그림 1-21〉 식품제조업 분기별 재고율과 재고순환지수



주 1) 재고율 = (재고량/출하량) × 100.

2) 재고순환지수 = 전년 동기 대비 출하증가율 - 전년 동기 대비 재고증가율.

자료: 통계청(각 연도), 광업제조업동향조사.

3. 2022~2023년 식품제조업 고용 동향

□ 2022년 식품제조업 고용은 전년대비 1.0% 증가

○ 2022년 식품제조업과 음료제조업 취업자⁷⁾ 수는 각각 전년 대비 1.1%, 0.5% 증가했으며, 식품(식품+음료)제조업 취업자 수는 전년보다 1.0% 증가함.

- 식품제조업 취업자 수(천 명): ('21) 281.6 → ('22) 284.5

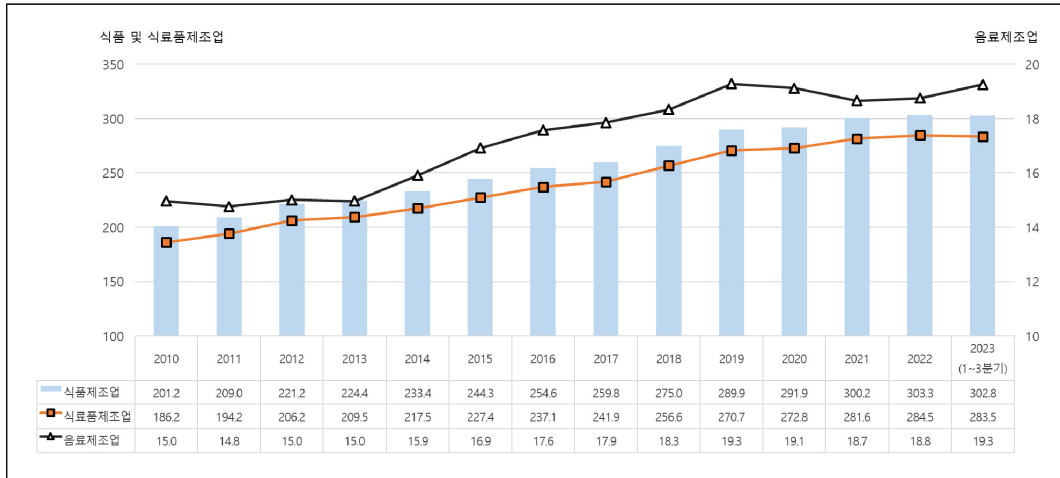
- 음료제조업 취업자 수(천 명): ('21) 18.7 → ('22) 18.8

- 식품제조업 취업자 수(천 명): ('21) 300.2 → ('22) 303.3

7) 취업자에서 자영업자 및 무급가족종사자는 제외

〈그림 1-22〉 식료품 및 음료제조업 취업자 수 추이

단위: 천 명



자료: 고용노동부(각 연도). 사업체노동력조사.

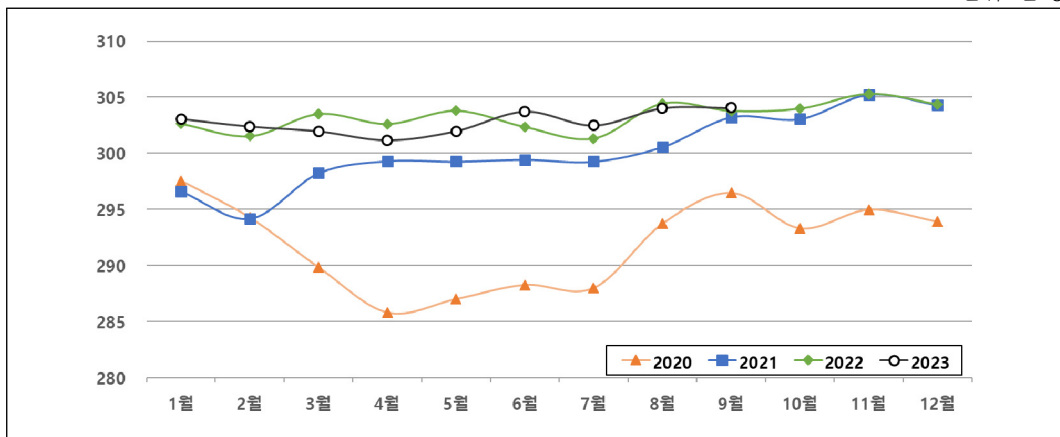
□ 2023년 1~9월 식품제조업 고용은 전년 동기 대비 소폭 감소

○ 2023년 1~9월 식품제조업 평균 취업자 수는 약 30만 3천 명으로 지난해 동기와 유사한 수준으로 나타남.

- 1~9월 식품제조업 평균 취업자 수(천 명): ('22) 302.9 → ('23) 302.8

〈그림 1-23〉 최근 3년간 식품제조업 월별 취업자 수 추이

단위: 천 명



자료: 고용노동부(각 연도). 사업체노동력조사.

□ 2023년 1~9월 식품제조업 취업자의 상용직 비율은 다시 증가세로 전환

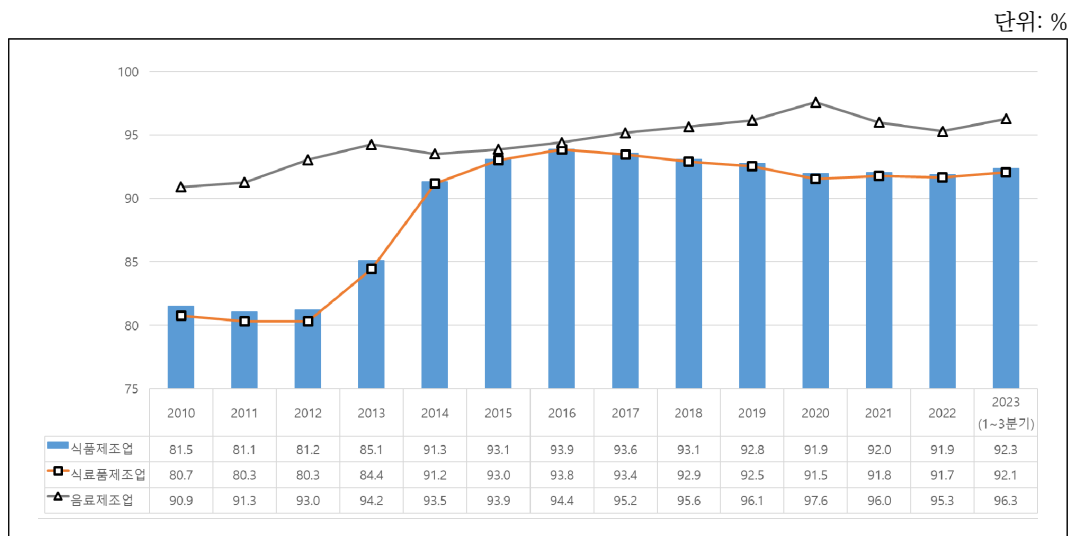
○ 2022년 식품제조업 상용근로자 비율은 식료품제조업이 전년 대비 0.1%p 하락해 91.7%로 나타났고, 음료제조업은 전년 대비 0.7%p 하락한 95.3%로, 2년 연속 감소세가 지속됨.

- 식료품제조업 상용근로자 비율(%): ('20) 91.5 → ('21) 91.8 → ('22) 91.7
- 음료제조업 상용근로자 비율(%): ('20) 97.6 → ('21) 96.0 → ('22) 95.3

○ 2023년 1~9월 상용근로자 비율은 식료품제조업이 전년 동기 대비 0.3%p 상승하여 92.1%를, 음료제조업은 전년대비 0.9%p 상승하며 96.3%를 나타냄.

- 2023년 1~9월 식료품제조업 상용근로자 비율(%): ('22) 91.8 → ('23) 92.1
- 2023년 1~9월 음료제조업 상용근로자 비율(%): ('22) 95.4 → ('23) 96.3

〈그림 1-24〉 식품제조업 취업자 중 상용직근로자 비율



주: 상용근로자 비율은 상용근로자수/전체취업자수의 비율임.

자료: 고용노동부(각 연도), 사업체노동력조사.

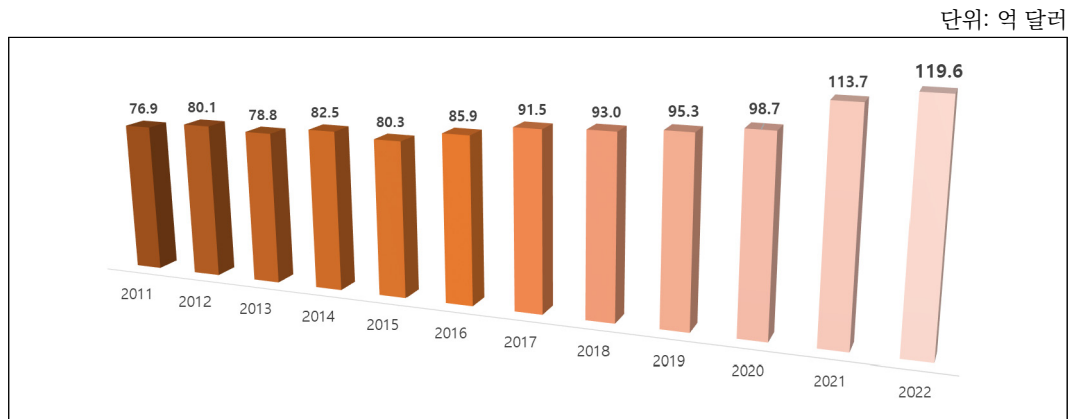
4. 2022~2023년 식품 수출입 동향

□ 2022년 농림수산물식품 수출은 어려운 대외 여건에서 역대 최고치를 경신했으며, 2023년 1~3분기 가공식품의 수출과 수입 역시 전년 대비 모두 증가

○ 2022년 농림수산물식품 수출액은 119.6억 달러로 전년 대비 5.2% 증가함.

- 중국의 봉쇄 정책 및 주요국 경기 침체, 러시아-우크라이나 전쟁 등 어려운 대외 여건 속에서도 농림수산물식품 수출액이 120억 달러에 근접함.
- 수출 증가세를 유지하기 위해 한류와 연계된 K-푸드 상품군 개발 확대, 원자재 수급 안정화, 수출통합조직 육성, 수출선 다변화 등이 추후 점진적으로 해결해나가야 할 과제임.

〈그림 1-25〉 농림수산물식품 수출금액 추이



자료: 한국농수산물유통공사 농식품수출정보(KATI) 자료를 이용하여 저자 작성.

〈표 1-8〉 농림수산물식품 수출 실적

단위: 천 톤(물량), 백만 달러(금액), %(증감률)

	2021년		2022년		증감률(B/A)	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전 체	4,881.9	11,373.7	4,951.7	11,962.3	1.4	5.2
농림축산	4,069.1	8,558.2	4,025.7	8,823.7	-1.1	3.1
신선	538.5	1,600.3	532.1	1,576.6	-1.2	-1.5
가공	3,530.6	6,957.8	3,493.6	7,247.1	-1.0	4.2
수 산	812.8	2,815.5	926.0	3,138.5	13.9	11.5

자료: 한국농수산물유통공사(각 연도), 농림축산식품 수출입동향 및 통계.

○ 2019년부터 2023년 1~3분기까지 수출은 주로 라면, 김, 참치에 집중됨.

- 이외에도 음료, 커피조제품, 인삼류 또한 수출 강세를 보였으며, 2020년 반려동물사료가 19위로 처음 진입한 이후, 2021년과 2022년에 각각 14위, 9위를 기록함으로써 괄목할 만한 성장세를 보임.
- 소주 및 맥주는 지속적으로 순위가 하락한 가운데, 특히 맥주는 2020년부터 20위 바깥으로 이탈하는 양상을 보였으나, 2023년에는 소주와 맥주 모두 반등하였음.

〈표 1-9〉 연도별 농림수산물 수출 상위 20개 품목

단위: 천 톤, 백만 달러

순위	2020년		2021년		2022년		2023년 1~3분기	
	품목	금액	품목	금액	품목	금액	품목	금액
1위	라면	603.6	김	692.9	라면	765.4	라면	697.3
2위	김	600.4	라면	674.4	김	647.6	김	606.9
3위	참치	528.0	참치	579.2	참치	602.3	음료	445.5
4위	음료	410.4	음료	485.1	음료	513.3	참치	384.2
5위	커피조제품	274.6	커피조제품	315.2	커피조제품	329.9	커피조제품	242.4
6위	인삼류	229.8	인삼류	267.0	인삼류	269.7	인삼류	177.8
7위	김치	144.5	김치	159.9	명태	259.7	곡류조제품	127.6
8위	자당	138.1	명태	151.9	자당	154.6	자당	121.1
9위	비스킷	117.6	자당	147.6	반려동물사료	149.1	김치	118.9
10위	어류제품	103.5	비스킷	134.2	곡류조제품	147.6	반려동물사료	107.9
11위	곡분조제품	92.5	곡류조제품	133.7	김치	140.8	비스킷	104.9
12위	조제분유	90.9	어류제품	106.6	비스킷	137.4	어류제품	73.9
13위	파프리카	86.4	조제분유	105.2	대구	125.8	굴	73.6
14위	소주	85.6	반려동물사료	99.9	조제분유	105.7	소주	71.6
15위	닭고기	75.7	대구	98.2	닭고기	98.7	닭고기	64.3
16위	배	71.7	소주	82.4	어류제품	98.1	맥주	60.1
17위	굴	71.5	파프리카	82.1	소주	93.3	오징어	57.8
18위	맥주	68.5	리큐르	81.2	리큐르	89.2	조제분유	52.2
19위	반려동물사료	67.4	굴	80.1	연어	82.8	명태	40.6
20위	인스탄트면	62.5	오징어	76.9	굴	79.6	대구	39.6

자료: 한국농수산물유통공사(각 연도). 농림수산물 수출입동향 및 통계; aT KATI 자료를 활용하여 저자 작성.

○ 최근 7년간 수출 상위 5개국에는 일본, 중국, 미국, 베트남, 대만 등이 포함됨. 대체로 일본, 중국, 미국이 수출 상위 1~3순위를 유지해 왔으며, 이어서 베트남 및 대만, 홍콩이 4, 5위에서 경합하는 양상을 보임.

○ 주요 수입 국가는 미국, 중국, 호주가 각각 1~3순위를 유지했으며, 이어서 브라질과 베트남이 4~5위로 확인됨.

〈표 1-10〉 연도별 수출 상위 5개 국가

단위: %

순위	2017년		2018년		2019년		2020년		2021년		2022년		2023년 1~3분기	
	국가	비중	국가	비중	국가	비중	국가	비중	국가	비중	국가	비중	국가	비중
1위	일본	22.8	일본	22.4	일본	22.6	일본	20.2	중국	18.2	일본	18.4	일본	17.8
2위	중국	14.9	중국	16.1	중국	17.1	중국	16.0	일본	18.1	중국	18.1	중국	17.5
3위	미국	11.2	미국	11.6	미국	12.3	미국	15.4	미국	14.6	미국	13.6	미국	14.4
4위	베트남	5.3	베트남	6.3	베트남	7.0	베트남	6.6	베트남	6.6	베트남	7.4	베트남	7.0
5위	아랍 에미리트	4.9	홍콩	4.6	홍콩	4.3	홍콩	4.4	대만	4.1	대만	4.1	태국	3.8

자료: 한국농수산물유통공사(각 연도), 농림수산물 수출입동향 및 통계; aT KATI 자료를 활용하여 저자 작성.

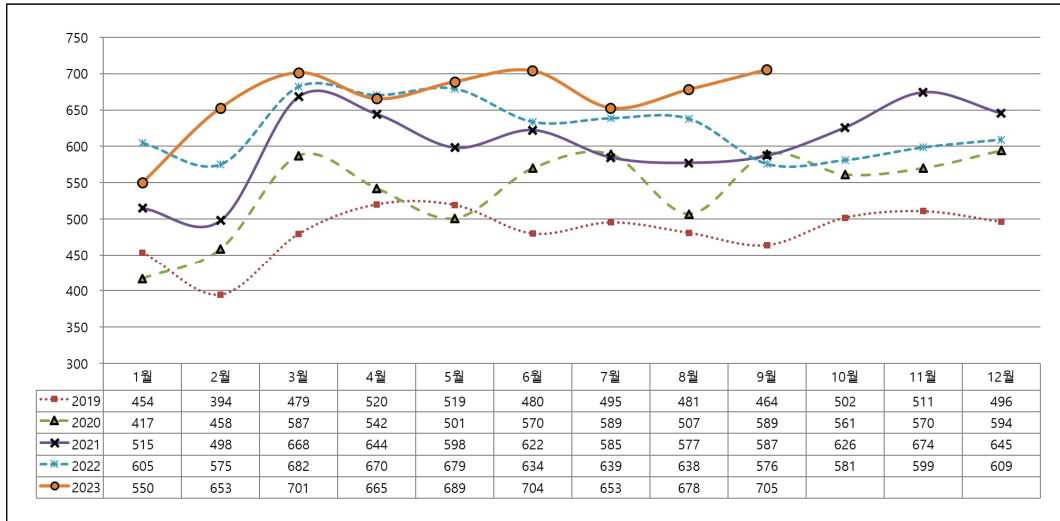
□ 2023년 1~3분기 가공식품 수출액은 전년 동기 대비 5.4% 증가하였으나, 가공식품 수입액은 5.7% 감소

○ 2023년 1~3분기 가공식품 수출액은 60.0억 달러로, 전년 동기(57.0억 달러) 대비 5.4% 증가해 가공식품 수출 증가세를 지속적으로 유지하였음.

- 품목군별 수출액은 낙농품이 가장 높은 품(22.1%)으로 증가하였고, 다음으로는 곡물 및 곡분 조제품(12.2%), 조제식품(8.3%), 담배 및 제조담배 대용물(5.2%) 등의 순으로 나타남.

〈그림 1-26〉 가공식품 월별 수출액 추이

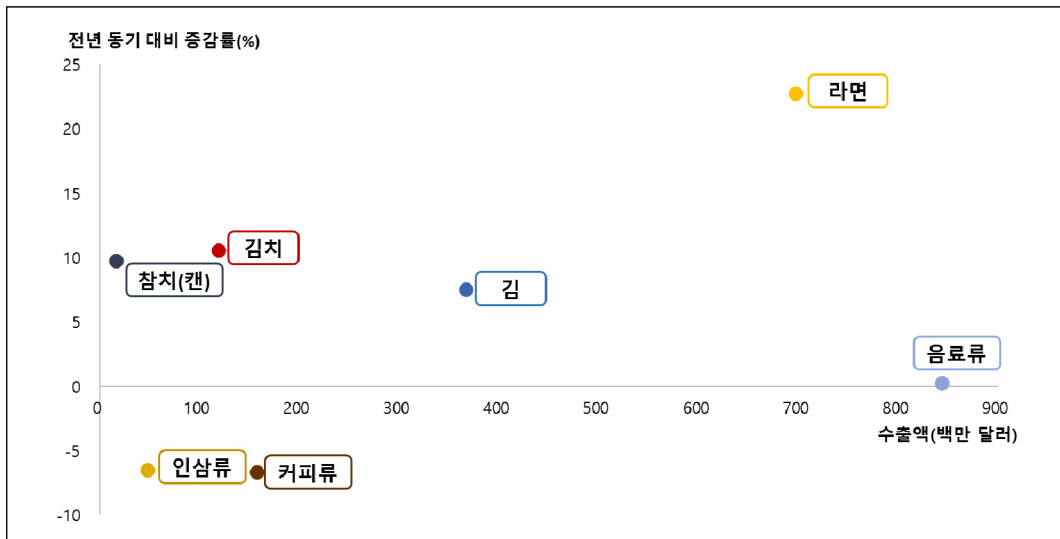
단위: 백만 달러



자료: IHS Markit, 관세청 수출입무역통계.

○ 2023년 1~3분기 기준, 전년 동기 대비 수출 증가폭이 큰 품목을 살펴보면, 라면류(22.7%), 김치(10.6%), 참치캔(9.7%), 김(7.5%) 등의 순으로 나타남. 반면, 커피류와 인삼류 수출액은 전년 대비 각각 6.7%, 6.5% 감소하여 수출 하락세에 접어들.

〈그림 1-27〉 2023년 1~3분기 주요 수출 품목군별 수출액과 증가율



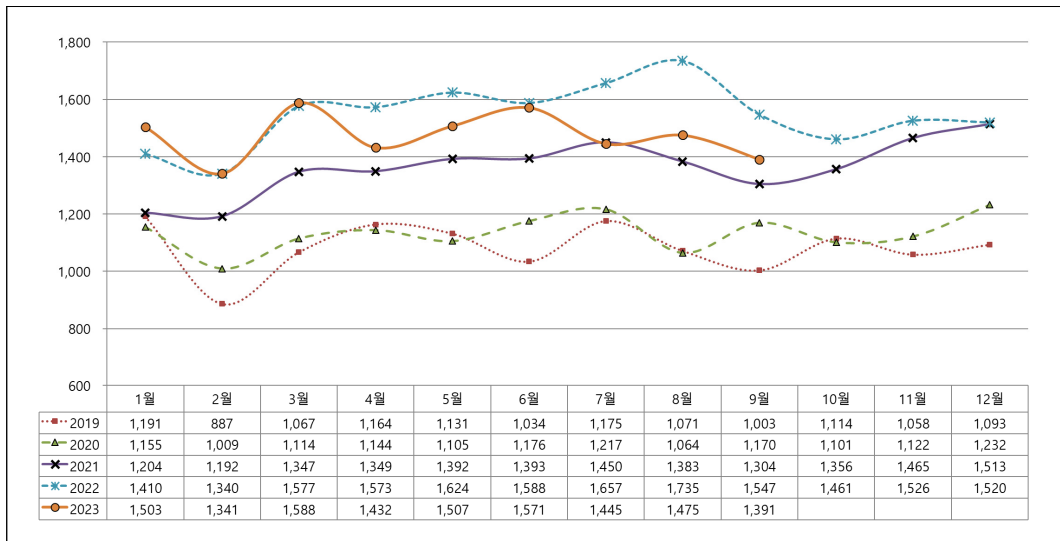
자료: 관세청 수출입무역통계 자료를 활용하여 저자 작성.

○ 2023년 1~3분기 가공식품 수입액은 132.5억 달러로, 전년 동기 대비 5.7% 감소함.

- 품목군별 수입액은 제분공업 생산품이 24.4%로 가장 큰 폭으로 증가하였고, 다음으로는 담배 및 제조담배 대용물(15.1%), 당류(5.2%), 곡물 및 곡분 조제품(4.8%) 등의 순으로 확인됨.
- 반면, 식용유지(-26.6%), 조제사료(-12.8%), 조제식품(-4.1%) 등 품목군의 수입 감소가 전반적인 수입액 감소를 견인한 것으로 나타남.

〈그림 1-28〉 가공식품 월별 수입액 추이

단위: 백만 달러



자료: IHS Markit, 관세청 수출입무역통계.

5. 식품산업 경영실적, 경기 동향과 전망

□ 2023년 3분기 식품제조업의 성장성은 전년 대비 축소

○ 2023년 3분기 식품제조업의 매출액 증가율(3.3%)은 전년 동기 대비 증가 폭이 축소되었으나, 총자산 증가율(2.4%)은 전년 대비 개선됨.

- 다만, 마이너스 성장을 기록한 전 산업(-5.2%), 제조업(-6.8%)과 달리 식품제조업은 플러스 성장함.
- 국제유가 상승으로 인한 석유제품의 수익성 악화 및 전기·가스업의 성장세 둔화 등 대내외적 여건 악화로 인해 제조업 및 전 산업의 성장성 관련 지표들이 위축됨.
- 식품제조업은 제품 판매가 인상 및 해외수출 증가에 따른 매출액 증대로 플러스 성장을 유지함. 그러나, 원재료 가격상승에 따른 제품 생산원가 부담은 성장 폭 둔화 요인으로 작용함.

〈표 1-11〉 식품제조업 성장성 지표 분기별 추이

단위: %

구분		2022년				2023년		
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기
매출액 증감률	전산업	17.0	20.5	17.5	6.9	0.4	-4.3	-5.2
	제조업	18.6	22.2	18.2	2.6	-2.1	-6.9	-6.8
	식음료·담배	11.0	13.0	15.0	11.5	6.1	4.9	3.3
총자산 증감률	전산업	3.7	2.3	2.8	-0.6	1.9	1.1	2.1
	제조업	4.8	2.9	2.4	-2.1	2.7	1.7	2.3
	식음료·담배	2.8	4.8	5.4	-1.9	0.7	0.2	2.4

자료: 한국은행(2023). 2023년 3/4분기 기업경영분석(외감기업 대상).

□ 2023년 3분기 식품제조업의 수익성은 제품 판매가 인상 영향으로 전년대비 개선

○ 2023년 3분기 식품제조업의 영업이익률(7.8%)과 세전 순이익률(7.6%) 모두 7%대를 기록하며 전년 동기 대비 크게 증가함.

- 매출액 영업이익률 및 세전 순이익률 모두 식품제조업이 전 산업(4.0%, 5.1%)이나 제조업 평균(4.0%, 5.7%)보다 높게 나타남.
- 올해 식품 원재료 가격상승에 따른 제품 판매가 인상 영향이 반영된 결과로 판단됨.

〈표 1-12〉 식품제조업 수익성 지표 분기별 추이

단위: %

구분		2022년				2023년		
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기
매출액 영업이익률	전산업	6.3	7.1	4.8	1.3	2.8	3.6	4.0
	제조업	8.4	8.6	5.4	1.1	2.5	2.9	4.0
	식음료·담배	5.5	6.6	6.7	1.4	5.8	5.5	7.8
매출액 세전 순이익률	전산업	8.1	7.2	5.0	-1.3	5.0	6.0	5.1
	제조업	10.5	8.4	6.2	-0.9	5.8	7.1	5.7
	식음료·담배	5.7	6.2	6.1	0.7	6.6	5.0	7.6

주: 매출액 영업이익률은 영업이익을 매출액으로 나눈 값이며, 매출액 세전순이익률은 영업이익에 영업 외 이익을 합산한 값을 매출액으로 나눈 값으로, 영업활동 관련 이익률에 해당하는 매출액 영업이익률과 달리 영업활동과 재무활동을 아우르는 전반적인 경영성과를 확인할 수 있는 지표임.

자료: 한국은행(2023). 2023년 3/4분기 기업경영분석(외감기업 대상).

□ 2023년 3분기 식품제조업의 재무안정성은 전년 동기 대비 소폭 악화

○ 식품제조업의 안전성 지표 중 부채비율은 2023년 3분기 83.5%로 전년 동기(82.8%)보다 높아졌으며, 차입금의존도는 26.3%로 전년 동기(26.1%)보다 소폭 상승하였음.

- 일반적으로 차입금의존도가 30% 이하인 경우 적정 수준으로 볼 수 있으나, 제조업 평균 수준(21.0%) 대비 상대적으로 높은 비중을 차지함.
- 고금리 기조가 지속됨에 따라 식품제조업계의 재무안정성이 악화된 것으로 풀이됨.

〈표 1-13〉 식품제조업 안정성 지표 분기별 추이

단위: %

구분		2022년				2023년		
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기
부채비율	전산업	88.1	91.2	92.6	92.1	95.0	90.8	90.2
	제조업	65.7	70.8	71.3	69.6	72.9	69.1	69.1
	식음료·담배	92.9	80.2	82.8	81.8	82.0	80.3	83.5
차입금 의존도	전산업	23.9	24.5	25.2	25.3	26.0	26.0	25.9
	제조업	18.8	20.1	20.2	19.7	20.7	20.8	21.0
	식음료·담배	28.7	25.5	26.1	25.1	26.2	26.7	26.3

자료: 한국은행(2023). 2023년 3/4분기 기업경영분석(외감기업 대상).

□ 식품제조업 영업이익률은 3.7%로 전년 대비 0.2%p 감소, 음료 제조업은 9.5%로 전년 대비 0.3%p 증가

○ 2022년 식품제조업 중 “동물성 및 식물성 유지 제조업”의 영업이익률이 9.4% 수준으로 가장 높은 특징을 보였으며, “설탕 제조업” 영업이익률은 2015년에 7.0%로 가장 높았으나, 2022년에는 4.5%로 5위를 기록함.

○ 음료 제조업의 경우, 알코올음료 제조업의 영업이익률이 10%를 상회하며 꾸준히 높은 특징을 보임.

○ 2015년 및 2019년 대비 2022년의 영업이익률이 가장 크게 감소한 업종은 도시락 및 식사용 조리식품 제조업으로 해당 기간 영업이익률이 약 7.1%p, 2.7%p 감소하였음.

- 이는 코로나19를 기점으로 도시락 및 식사용 조리식품 제조업체 수가 지속 증가하였고, 인건비를 포함한 각종 제반 비용이 증가하였기 때문으로 사료됨.

〈표 1-14〉 식품제조업 업종별 영업이익률 추이

단위: %, %p

구분	2015년	2019년	2020년	2021년	2022년	2015/2022 변화율(%p)	2019/2022 변화율(%p)
식품제조업	4.4	3.9	3.9	3.9	3.7	-0.7	-0.2
도축, 육류 가공 및 저장 처리업	2.1	1.7	1.8	2.8	3.2	1.0	1.5
수산물 가공 및 저장 처리업	4.2	4.1	4.5	4.9	4.3	0.1	0.1
과실, 채소 가공 및 저장 처리업	3.7	2.6	2.7	3.1	2.3	-1.4	-0.2
동물성 및 식물성 유지 제조업	6.2	5.4	5.7	8.2	9.4	3.3	4.1
낙농제품 및 식용빙과류 제조업	4.6	4.6	3.7	3.5	2.2	-2.4	-2.4
곡물가공품, 전분 및 전분제품 제조업	3.6	2.9	3.4	3.3	1.9	-1.8	-1.0
떡, 빵 및 과자류 제조업	5.4	7.9	6.6	6.2	5.7	0.3	-2.1
설탕 제조업	7.0	3.0	4.4	3.8	4.5	-2.5	1.5
면류, 마카로니 및 유사식품 제조업	5.6	5.1	5.9	4.8	4.9	-0.6	-0.1
조미료 및 식품 첨가물 제조업	5.8	6.9	7.4	7.1	6.1	0.4	-0.7
도시락 및 식사용 조리식품 제조업	6.0	1.6	-1.1	-1.1	-1.1	-7.1	-2.7
동물용 사료 및 조제식품 제조업	3.7	2.5	2.6	2.2	1.9	-1.8	-0.7
음료 제조업	11.7	8.7	9.2	9.2	9.5	-2.2	0.9
알코올음료 제조업	17.4	11.8	12.5	11.7	12.7	-4.6	0.9
비알코올음료 및 얼음 제조업	6.1	6.1	6.4	7.3	7.1	1.0	1.0

주: 본 수치는 한국평가데이터의 매출액 대비 영업이익의 비율을 산정한 값에 해당함.

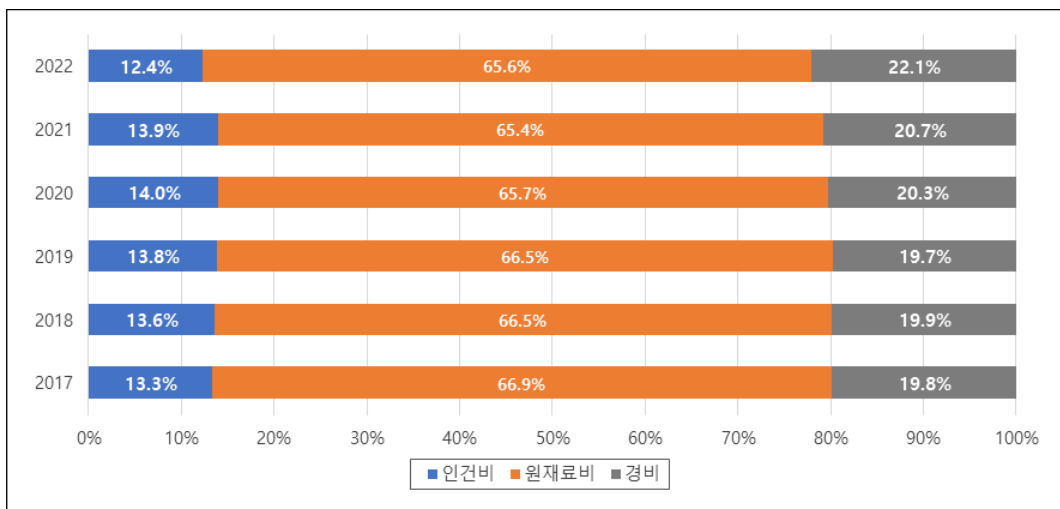
자료: KoDATA 한국평가데이터(각 연도).

□ 2022년 식품산업 원재료비 비중은 65.6%로 전년 대비 소폭 증가, 인건비 비중은 12.4%로 감소 추세

○ 원재료비 비중은 60% 중반대로 매우 높은 특징을 보이는 가운데, 2022년의 원재료비 비중은 65.6%로 코로나19 팬데믹이 진행 중이었던 2021년(65.4%) 대비 소폭 증가함.

○ 인건비 비중은 원재료비 비중 대비 매우 낮은 수준을 유지하고 있으며, 2020년 14.0%에서 2022년 12.4%로 감소하였음.

〈그림 1-29〉 식품제조업 평균 비용구조



주: 비중은 제조원가명세서상 당기총제조비용에서 노동관계비용, 원재료비, 경비 항목을 사용하여 산출함.
 자료: KoDATA 한국평가데이터.

□ 빵류, 과자류, 면류는 상대적으로 인건비 비중이 높고, 제분, 제당, 식용유지는 상대적으로 원재료비 비중이 높은 업종

○ 2022년 전체 식품산업의 인건비 비중이 12.4%, 원재료비 비중이 65.6%인 점을 고려할 때, 빵류(23.0%), 과자류(18.5%), 면류(17.3%) 업종에서는 인건비 비중이 전체 평균보다 크게 높은 특징을 보임.

○ 반면, 제분, 제당, 식용유지의 경우 원재료비 비중이 70%를 상회할 정도로 원재료비 비중이 상대적으로 높음.

〈표 1-15〉 식품제조업 업종별 인건비, 원재료, 경비 비중

단위: %

구분		2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
빵류	인건비 비중	23.4	24.3	25.0	25.6	24.5	23.0
	원재료 비중	51.4	49.8	50.2	47.3	48.2	51.0
	경비 비중	25.2	25.9	24.9	27.1	27.3	26.0
과자류	인건비 비중	20.4	21.2	20.5	21.3	20.9	18.5
	원재료 비중	50.7	49.0	51.6	50.0	49.7	51.4
	경비 비중	28.9	29.8	27.9	28.6	29.4	30.1
면류	인건비 비중	18.5	18.5	19.9	20.2	18.5	17.3
	원재료 비중	54.9	55.6	52.9	52.8	55.0	57.3
	경비 비중	26.6	25.8	27.2	27.0	26.6	25.4
커피 및 코코아	인건비 비중	16.1	16.8	16.7	17.2	16.5	14.3
	원재료 비중	61.9	61.0	61.5	60.3	61.0	63.2
	경비 비중	22.0	22.3	21.9	22.5	22.6	22.5
음료류	인건비 비중	16.1	17.0	16.4	15.4	15.1	14.2
	원재료 비중	61.9	48.7	50.6	51.5	52.9	49.6
	경비 비중	22.0	34.2	33.1	33.1	32.0	36.2
제분	인건비 비중	11.0	12.8	11.4	11.8	10.9	10.1
	원재료 비중	72.1	67.9	70.5	70.7	72.2	72.7
	경비 비중	16.8	19.4	18.1	17.5	16.9	17.2
제당	인건비 비중	11.5	11.9	13.1	13.2	11.7	9.4
	원재료 비중	66.3	65.7	65.4	67.1	66.1	70.9
	경비 비중	22.3	22.4	21.5	19.7	22.2	19.7
식용유지	인건비 비중	8.0	9.0	9.7	9.3	7.4	6.4
	원재료 비중	75.8	75.0	74.5	74.3	78.9	80.0
	경비 비중	16.1	16.0	15.8	16.4	13.7	13.6

주: 제조원가명세서상 당기총제조비용에서 노동관계비용, 원재료비, 경비 항목을 사용하여 산출함.

자료: KoDATA 한국평가데이터.

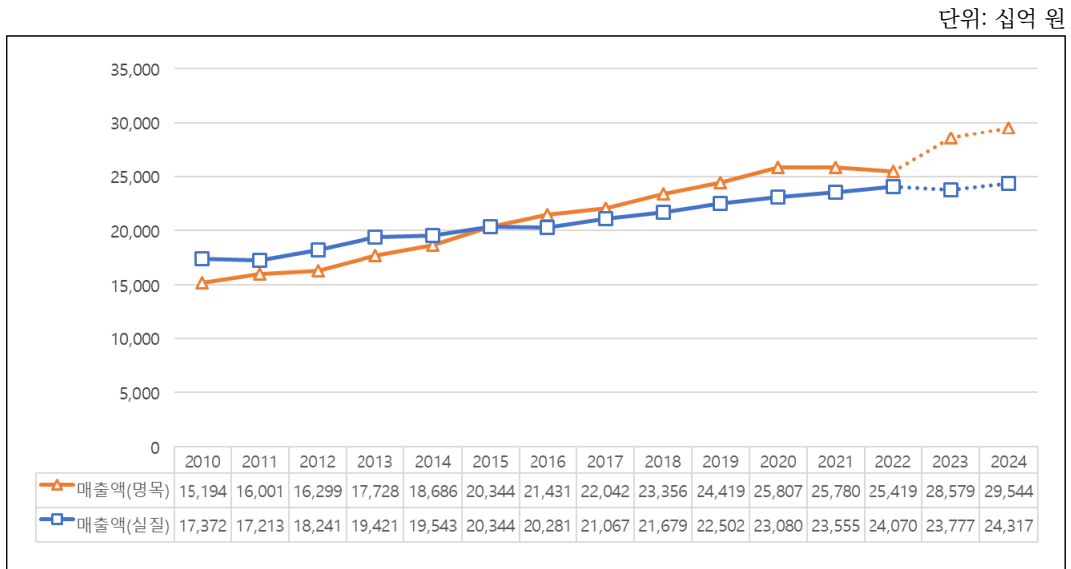
□ 2023년 식품제조업의 명목GDP는 큰 폭으로 상승하였으나, 실질GDP는 오히려 하락

○ 식품제조업의 명목GDP는 코로나19 대유행 시기인 2020년부터 2022년까지 감소 추세를 보여왔으나, 2023년에 28.5조 원으로 큰 폭으로 증가하였음.

○ 그러나 동기간 물가 효과를 제거한 실질GDP의 경우 코로나19에도 불구하고 지속 증가하는 추세를 보였으나, 2023년 23.7조 원으로 오히려 감소하는 것으로 나타남.

○ 과거 5년 GDP의 올림픽 평균값을 적용할 때, 2024년의 음식료품제조업의 실질GDP는 24.3조 원으로 올해보다 2.3% 증가할 것으로 전망됨.

〈그림 1-30〉 2023~2024년 식품제조업 GDP 전망



주 1) 2023년 3, 4분기의 GDP는 2023년 1, 2분기의 전년 동기 대비 변화율을 적용하여 3분기와 4분기 GDP를 먼저 구한 후 2023년 전체의 연간 GDP와 GDP 성장률을 산출함.

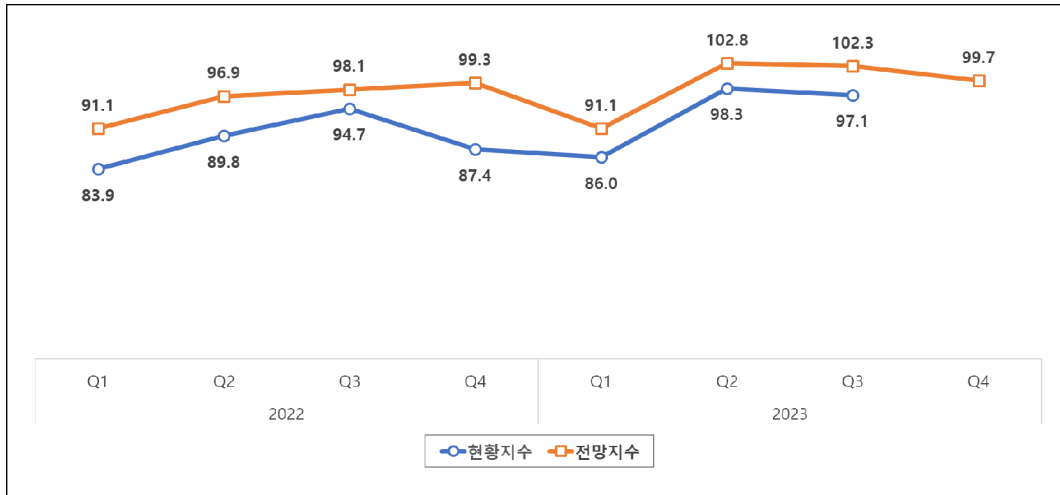
2) 2024년 GDP는 과거 5개년의 GDP 성장률의 올림픽 평균값을 적용하여 산출함.

자료: 한국은행(각 연도). 국민계정

□ 2023년 4분기 식품산업 경기전망지수는 99.7로 전 분기 대비 악화할 것으로 예상

○ 2023년 3분기 경기전반 현황지수는 97.1로 2분기(98.3) 대비 지수가 소폭 감소하였고, 여전히 경기 악화를 체감하는 업체가 많았음. 2023년 4분기 경기전반 전망지수는 99.7로 경기 악화를 전망하는 업체가 많은 것으로 나타남.

〈그림 1-31〉 식품산업 경기동향 추이

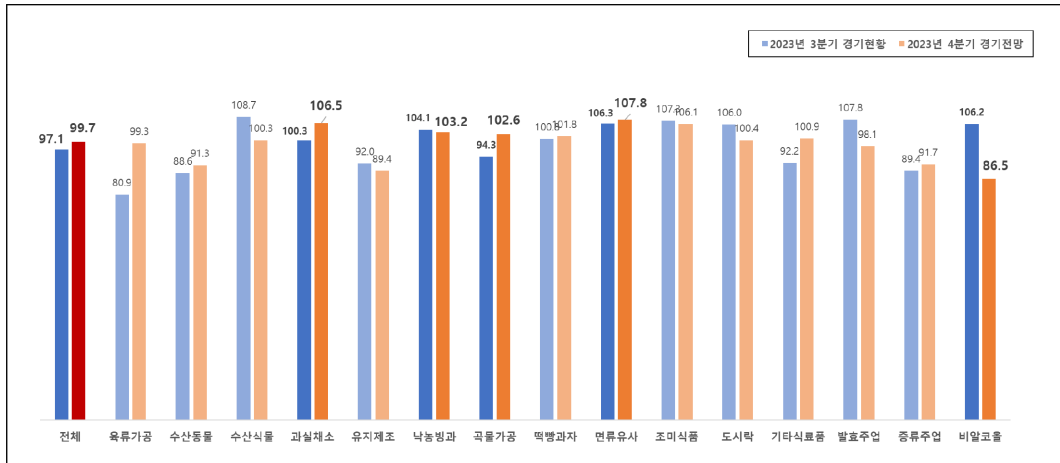


자료: 한국농수산식품유통공사(2023). 식품산업 경기동향조사.

○ 2023년 3분기는 시기적 요인(행사, 명절, 방학 등) 및 거래·소비량 증가로 인해 수산식품, 발효주업, 도시락, 조미식품 부문의 경기 현황이 전기 대비 양호하게 나타났음. 그러나 육류가공과 수산동물, 증류주업, 유지제조 등의 부문은 전 분기 대비 악화된 것으로 나타남.

○ 2023년 4분기는 환경적 요인(원재료 작황, 기후, 날씨 등) 및 시기적 요인(행사, 방학 등)으로 인한 거래·소비 증가에 따라 면류유사(107.8), 과일채소(106.5), 낙농빙과(103.2), 곡물가공(102.6) 부문의 경기가 개선될 것으로 전망됨. 그러나 비알코올 부문(86.5)은 환경적 요인(원재료 작황, 기후, 날씨 등)으로, 유지제조(89.4) 부문은 국제정세 악화로 인한 경제 불안으로 인한 경기 악화가 전망됨. 그 외 수산동물(91.3), 증류주업(91.7) 등의 부문은 내수 부진 등 소비량 감소로 경기가 악화될 것으로 전망됨.

〈그림 1-32〉 식품산업 업종별 2023년 3분기 경기현황 및 4분기 경기 전망



자료: 한국농수산물유통공사(2023). 식품산업 경기동향조사.

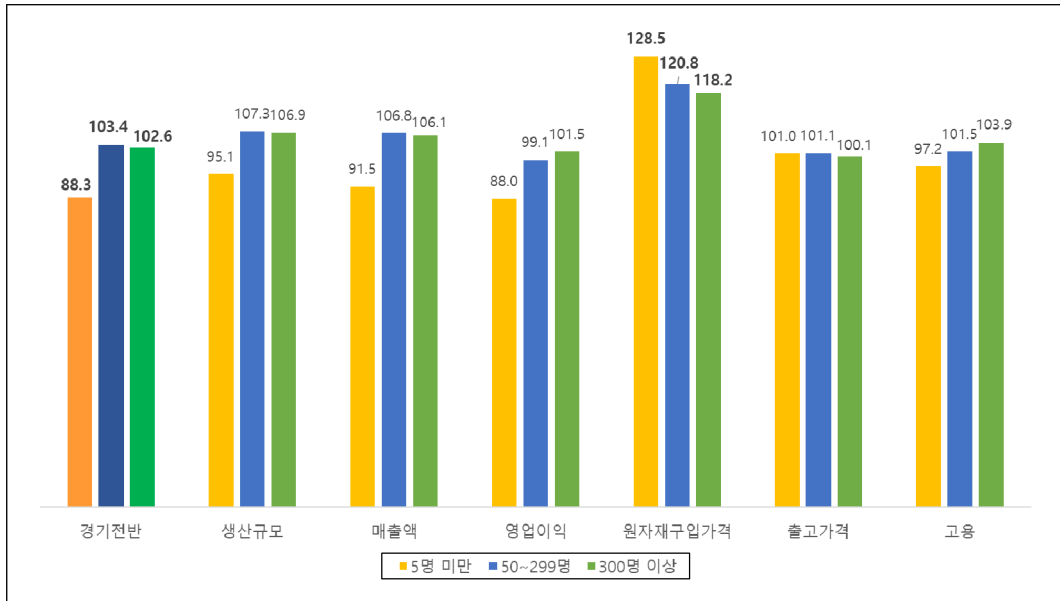
□ 2023년 4분기 식품산업 부문별 경기전망지수는 원자재 구입 가격이 가장 높게 나타났으며, 특히 소규모 기업이 가장 크게 체감

○ 2023년 3분기 식품산업에서는 원자재 구입 가격이 가장 높게 상승한 것으로 나타났으며, 특히 종사자 수 5인 미만의 소규모 업체에서 체감한 원재료 가격 상승이 가장 큰 것으로 확인됨.

○ 2023년 4분기 또한 모든 규모의 기업에서 원자재 구입 가격이 상승할 것으로 전망됨. 그 중 5인 미만의 소규모 기업에서 원자재 구입 가격에 대해 가장 비관적인 전망을 갖고 있는 것으로 확인됨. 이에 따라 제품 출고가격 부문에 있어 모든 규모의 기업에서 제품 출고가격의 인상을 고려하고 있으며, 그중에서도 소규모 기업에서 제품 출고가격 인상을 고려하는 비중이 높은 것으로 확인됨.

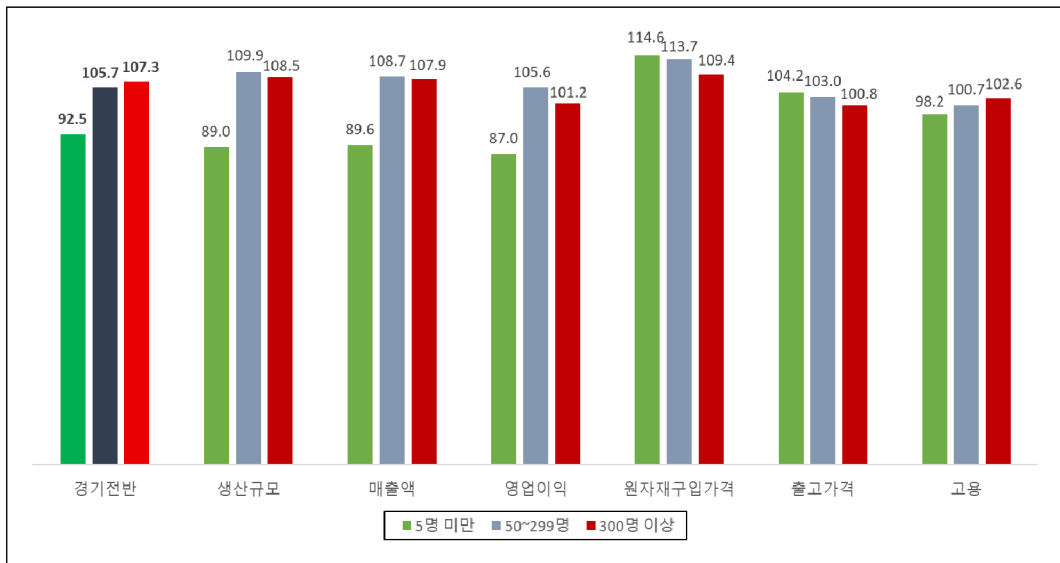
○ 반면, 2023년 4분기 고용 부문에서는 소규모 기업에서 인력 수급 등 고용 여건이 악화할 것으로 전망함.

〈그림 1-33〉 식품산업 규모별 2023년 3분기 경기현황



자료: 한국농수산식품유통공사(2023). 식품산업 경기동향조사.

〈그림 1-34〉 식품산업 규모별 2023년 4분기 경기전망



자료: 한국농수산식품유통공사(2023). 식품산업 경기동향조사.

2

2023년 식품산업 이슈

1. 식품산업 이슈 관련 설문조사 개요

□ 식품산업 이슈 관련 관리자급 대상 설문조사

- 업종 및 규모를 고려하여 선정한 식품업체 및 식품연구소 관리자급 종사자를 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 상반기 153인, 하반기 160인을 대상으로 2023년 식품업계에 영향을 미친 이슈에 대한 설문조사를 실시함.
- 상반기 이슈조사는 2023년 7월 12일부터 24일까지 13일에 걸쳐 진행되었고, 하반기 이슈조사는 2023년 10월 13일부터 10월 24일까지 12일에 걸쳐 진행되었음. 전화, 이메일, 팩스 등을 이용하는 조사방식을 채택하여 응답률을 높이고자 하였음.
- 상반기 조사대상자는 기업 규모별로 소규모 16.3%, 중규모 42.5%, 대규모 41.2%로 구성되었으며, 하반기 조사대상자는 기업 규모별로 소규모 26.9%, 중규모 49.4%, 대규모 23.8%로 구성됨.

〈표 2-1〉 설문조사 대상 기관 및 규모별 비중

단위: %

구분	상반기		하반기	
	사례수	비율	사례수	비율
소규모	25	16.3	43	26.9
중규모	65	42.5	79	49.4
대규모	63	41.2	38	23.8
계	153	100.0	160	100.0

자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

2. 2023년 식품산업 동향 및 경영실적

□ 식품업계에서는 대체로 매출액, 영업이익률 및 고용자수 모두 하반기에 상반기보다 개선되었다고 평가

○ 2023년 상반기 매출액이 전년 상반기 대비 상승한 업체는 전체의 40.5%로, 하락했다고 응답한 업체(33.3%)를 소폭 상회함.

- 그러나, 2023년 전체 매출액은 감소할 것으로 예상하는 업체 비중(41.2%)이 증가할 것으로 예상하는 업체 비중(32.7%)보다 높아 다소 비관적으로 전망하고 있음.

○ 그러나, 2023년 하반기 매출액이 전년 하반기 대비 상승한 업체는 전체의 35.6%로, 하락했다고 응답한 업체(23.1%)를 상회함.

- 2024년 전체 매출액 전망 또한 증가할 것으로 예상하는 업체 비중(41.3%)이 감소할 것으로 예상하는 업체 비중(10.6%)보다 높아 다소 낙관적으로 전망하고 있음.

〈그림 2-1〉 2023년 상반기/하반기 매출액 실적 평가 및 향후 예상

단위: %



자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

- 2023년 상반기 영업이익률은 전년과 변화가 없었다고 응답한 업체가 많았으나, 2023년 전체 영업이익률은 증가할 것으로 예상한 업체(40.5%)가 감소를 전망한 업체(25.5%)보다 많았음.
- 2023년 하반기 영업이익률이 전년 하반기 대비 증가한 업체는 전체의 35.6%로, 감소했다고 응답한 업체(20.6%)를 상회함. 다만, 2024년의 영업이익률은 올해와 큰 차이가 없을 것으로 전망한 업체가 과반을 차지함.
 - 2023년 하반기 식품 제조·납품가 인상 등으로 영업이익률이 상승한 것으로 사료됨.

〈그림 2-2〉 2023년 상반기/하반기 영업이익률 실적 평가 및 향후 예상

단위: %



자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

- 2023년 상반기 고용자 수는 전년보다 유사하거나 감소했다고 응답한 비중이 약 70.6% 수준으로 나타남. 반면, 2023년 전체 고용자 수는 과반수 이상에 해당하는 업체(66.0%)가 큰 변화가 없을 것으로 응답함.
- 2023년 하반기에도 고용자 수는 전년과 비교하여 변화가 없다고 응답한 비중이 약 60.0%로 과반을 차지함. 향후 2024년의 고용자 수 또한 대부분의 업체에서 현재와 큰 차이가 없을 것으로 전망함.

〈그림 2-3〉 2023년 상반기/하반기 고용자 수 실적 평가 및 향후 예상

단위: %



자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

3. 2023년 식품업계의 경영상 애로사항 및 대응

- 올해 상·하반기 모두 모든 규모의 식품기업들이 원자재 구매 가격, 출고가격 결정, 고용 측면에서 경영상 어려움을 토로
- 올해 상반기, 식품기업들은 규모에 상관없이 공통적으로 원자재 구매 가격(3.97점), 제품 출고가격 설정(3.71점)에서 경영상 어려움을 토로하였으며, 소규모 기업의 경우 이자율로 인한 자금 사용 부담(3.88점)도 높게 조사됨.
 - 소규모 업체는 원자재 구매 가격(4.16점), 이자율로 인한 자금 사용 부담(3.88점), 근로자 고용 용이성(3.84점), 제품 출고가격 설정(3.80점), 자금 사정 부문(3.72점) 순서로 경영상 어려움을 토로함.

- 대규모 업체는 중소 규모 업체 대비 경영상 어려움이 상대적으로 적은 가운데, 원자재 구매 가격(3.97점), 제품 출고가격 설정(3.76점), 근로자 고용의 용이성(3.56점), 영업이익(3.30점) 순서로 경영상 어려움을 토로함.

〈표 2-2〉 2023년 상반기 식품업체의 경영상 애로사항

단위: 5점 척도 기준

경영상 애로사항	전체	업체 규모별		
		소규모	중규모	대규모
원자재 구매 가격	3.97	4.16	3.91	3.97
제품 출고가격 설정(가격상승)	3.71	3.80	3.63	3.76
근로자 고용의 용이성	3.62	3.84	3.60	3.56
이자율로 인한 자금 사용 부담	3.47	3.88	3.49	3.29
영업이익(수익성)	3.42	3.64	3.46	3.30
자금 사정	3.41	3.72	3.46	3.27
내수 판매	3.35	3.60	3.34	3.25
수출 판매	3.34	3.56	3.34	3.24
자금 조달의 어려움(이자율 영향 제외)	3.33	3.60	3.38	3.17
전체 매출액	3.27	3.52	3.31	3.14

주: 가장 어려운 경우를 5점으로 측정함.

자료: 식품기업 관리자급 153인 대상 설문조사 결과(2023. 7.)

○ 하반기에도 모든 규모의 식품기업들이 경영상 애로사항으로 원재료 구입 가격(3.79점)을 가장 큰 애로사항으로 응답하였고, 이어서 높은 인건비의 어려움(3.61점), 현장직 근로자 고용의 어려움(3.60점), 가격 인상에 대한 사회적 부담(3.51점) 등의 순으로 응답함.

- 소규모 업체는 타 규모의 업체 대비 전반적으로 경영상 애로사항이 높았으며, 그중에서도 자금 관련(전반적인 자금 사정 3.63점, 높은 이자율로 인한 자금 사용 부담 3.47점, 신규 자금조달의 어려움 3.44점) 측면과 ESG 경영 확대에 따른 추가 업무(3.35점)에 대해 상대적으로 더 큰 어려움이 있다고 나타남.

〈표 2-3〉 2023년 하반기 식품업체의 경영상 애로사항

단위: 5점 척도 기준

경영상 애로사항	전체	업체 규모별		
		소규모	중규모	대규모
원재료 구입 가격	3.79	3.95	3.78	3.61
높은 인건비의 어려움	3.61	3.79	3.53	3.55
현장직 근로자 고용의 어려움	3.60	3.67	3.59	3.53
가격 인상에 대한 사회적 부담	3.51	3.67	3.42	3.50
전반적인 자금 사정	3.32	3.63	3.25	3.11
높은 이자율로 인한 자금 사용 부담	3.28	3.47	3.25	3.13
영업이익(수익성)	3.21	3.33	3.22	3.05
신규 자금조달의 어려움	3.19	3.44	3.11	3.08
높은 달러 환율	3.19	3.40	2.97	3.39
내수 매출액	3.05	3.09	3.04	3.03
ESG 경영 확대에 따른 추가 업무	3.05	3.35	2.82	3.18
매출액(전체)	3.03	3.05	3.05	2.95
수출 매출액	3.03	3.12	3.00	3.00
사무직 근로자 고용의 어려움	3.00	3.30	2.89	2.89

주: 가장 어려운 경우를 5점으로 측정함.

자료: 식품기업 관리자급 160인 대상 설문조사 결과(2023. 10.)

□ 식품기업에서 사용하는 원재료 및 부자재 가격 인상 시, 제품 출고가 인상을 통해 대응

○ 식품제조업체들은 2023년 상반기 식품 제조에 사용하는 원재료 중 백설탕(14.7%), 소맥분(11.9%), 쌀(10.4%)의 상반기 가격 상승률이 전년 동기보다 높았다고 응답했고, 향후 이들 품목의 가격 상승률이 높게 유지될 것으로 예상함.

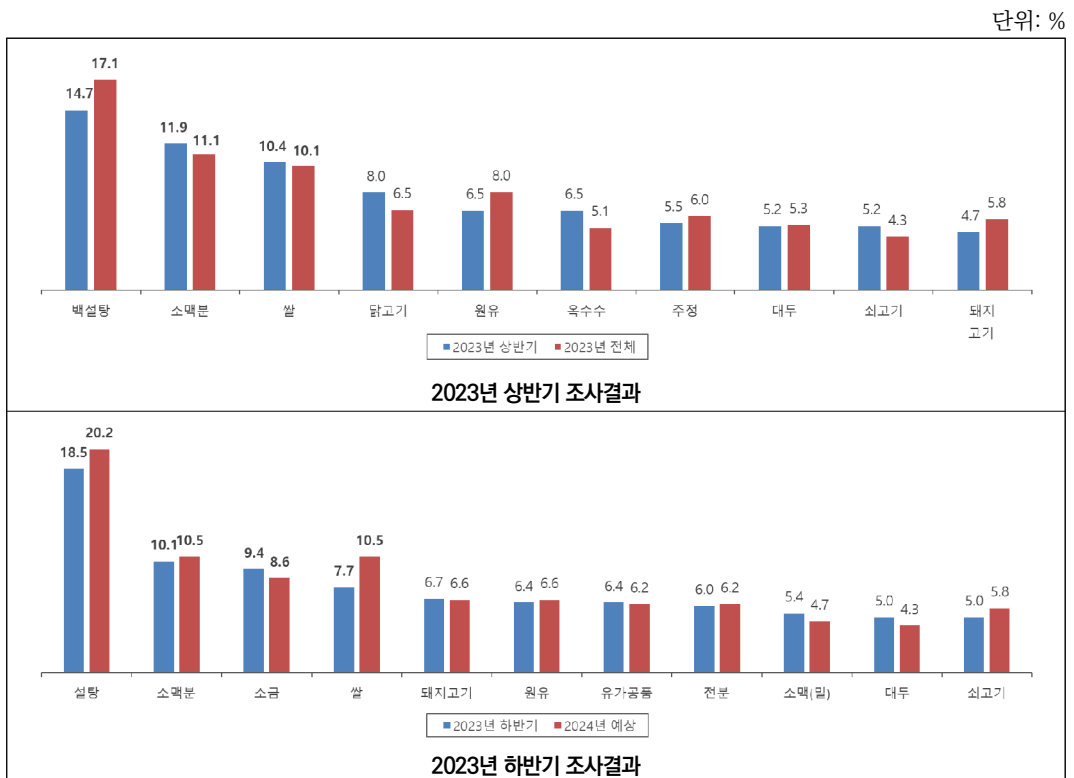
○ 2023년 하반기는 상반기와 비슷한 기조를 유지한 가운데, 소금(9.4%)과 유가공품(6.4%), 전분(6.0%), 소맥(5.4%)이 가격 상승률이 높은 품목으로 새롭게 등장함.

- 소금의 경우, 올해 여름 집중호우 및 태풍 등이 겹치며 천일염 생산량이 감소하였고, 2023년 8월 후쿠시마 오염수 방류 이슈에 따른 천일염 수요가 급증하였기 때문임.
- 유가공품의 경우, 원유 가격 및 인건비, 부자재 가격 상승으로 인한 생산비 증가로부터 기인한 것으로 사료됨.

○ 설탕, 소맥분, 쌀, 쇠고기의 경우 2023년 하반기보다 2024년에 가격 상승률이 높을 것으로 예상하는 업체 비중이 높게 나타남.

- 2023년 상반기 기상이변 등으로 인한 원당·설탕의 공급 부족으로 인해 국제가격이 지속 상승하면서 그 영향이 식품제조업계에 작용한 것으로 판단됨. 또한 밀 국제가격은 다소 안정화되었으나 밀 선물가격과 수입가격 간 시차와 환율 영향 등으로 소맥분 출하가격 인상 영향이 반영된 것으로 사료됨.
- 쌀의 경우, 전년 대비 생산량 감소로 수급 및 가격 안정 전망에 따른 쌀 가격 정상화로 부터 기인한 것으로 판단되며, 쇠고기의 경우 렘피스킨병 확산에 따른 수급 불안정 및 미국 축산농가의 소 사육 두수 감소에 따른 미국산 쇠고기 가격이 급등하였기 때문으로 사료됨.

〈그림 2-4〉 사용 원재료 중 가격 상승률이 높은(높을 것으로 예상되는) 원재료



자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

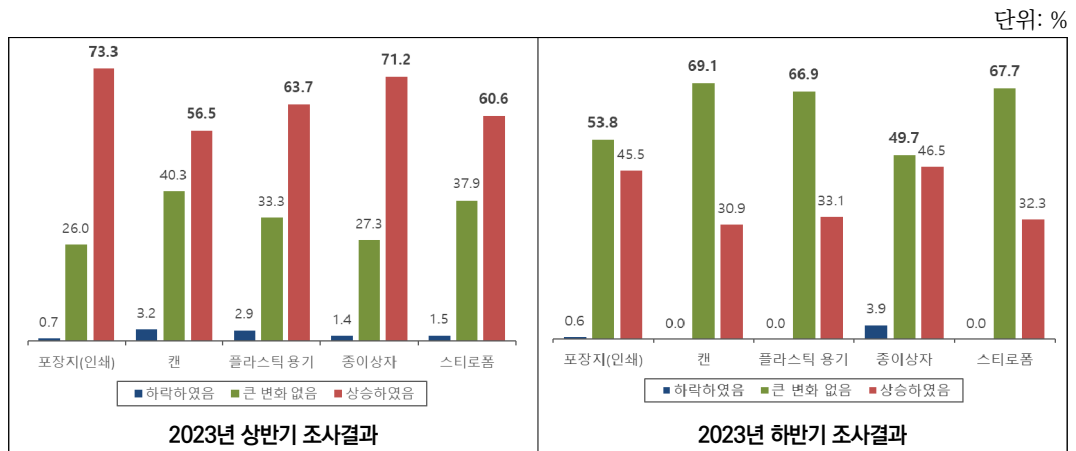
○ 2023년 상반기, 식품기업이 사용하는 부자재 가격은 모든 품목에서 전년도 동기보다 상승한 것으로 나타남.

- 품목별로 포장지(상승하였다고 응답한 업체 비중 73.3%), 종이상자(71.2%), 플라스틱 용기(63.7%), 스티로폼(60.6%), 캔(56.5%) 순서로 부자재 가격이 상승했다고 조사됨.

○ 2023년 하반기 부자재 가격은 모든 품목에서 전년 동기와 큰 변화가 없다는 응답 비중이 가장 높은 것으로 나타났으나, 상승하였다고 체감한 업체도 다수 존재함.

- 품목별로 종이상자(전년 동기 대비 상승하였다고 응답한 업체 비중 46.5%), 포장지(45.5%), 플라스틱 용기(33.1%), 스티로폼(32.3%), 캔(30.9%) 순서로 부자재 가격 상승을 체감함.

〈그림 2-5〉 부자재 품목별 가격 변화 여부



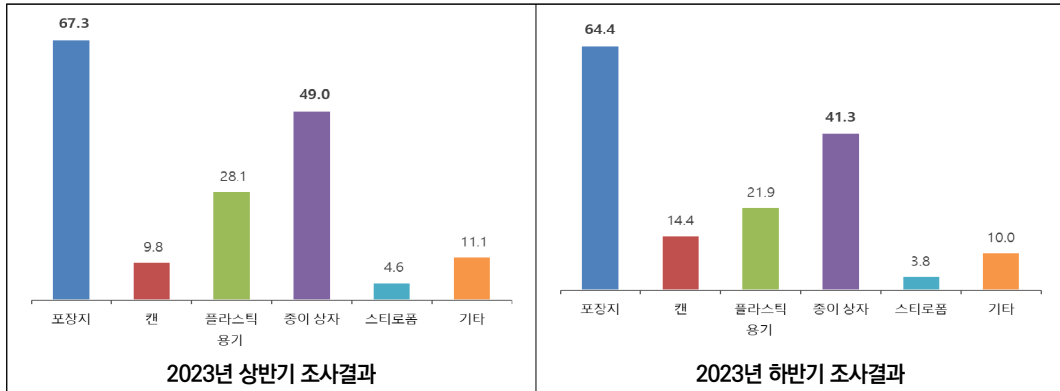
자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

○ 식품기업이 사용하고 있는 부자재 중 단위당 가격 상승 폭이 큰 부자재로는 포장지(67.3%)로 조사됨. 이어서 종이 상자(49.0%), 플라스틱 용기(28.1%) 등의 순으로 나타남.

- 이는 지난 3월 국제 펄프가격 상승에 따라 제지업계에서 백판지 공급가격 인상의 여파로 포장지 및 종이상자의 단위당 가격 상승 폭이 크게 나타난 것으로 판단됨.

〈그림 2-6〉 전년 동기 대비 단위당 가격 상승 폭이 큰 부자재(1~2순위 가중치 적용)

단위: %



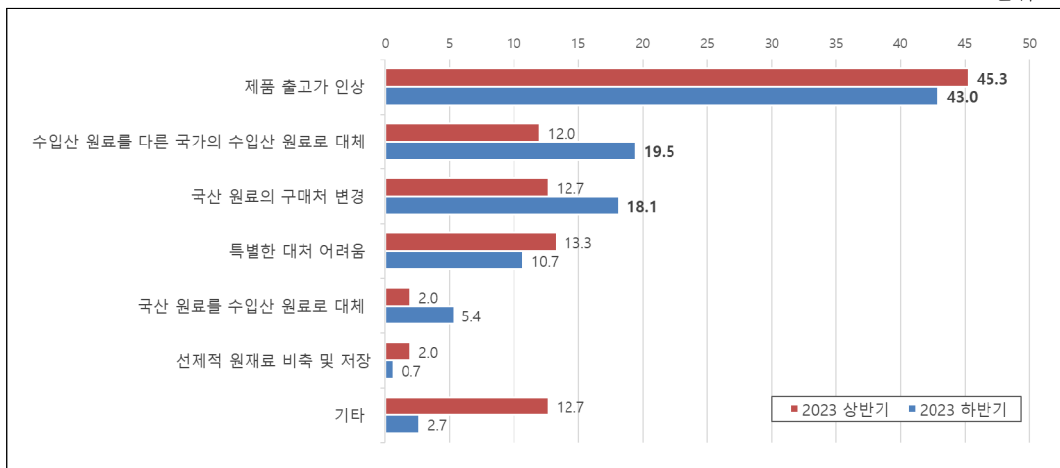
자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

○ 원재료 가격 상승에 대해 식품업체에서는 제품 출고가 인상(상반기 45.3%, 하반기 43.0%)을 통해 대응하는 방식이 가장 높았음. 이어서 수입산 원료를 다른 국가의 수입산 원료로 대체(상반기 12.0%, 하반기 19.5%), 국산 원료의 구매처 변경(상반기 12.7%, 하반기 18.1%) 등의 방식으로 대응한 것으로 나타남.

- 이외에도 선제적으로 원재료를 비축하는 방식 등으로 대응하는 한편, 원재료 가격 상승에 특별한 대처를 못 하는 업체도 다수 존재함.

〈그림 2-7〉 원재료 가격 상승에 대한 식품기업의 대처법

단위: %



자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

○ 식품업계에서 원재료 가격 상승을 반영하여 업체에서 통상적으로 제품 출고가를 인상하는 시기는 상반기와 비교하여 하반기에 더 천천히 인상하는 양상을 보임.

- 2023년 상반기 원재료 가격 상승을 반영하여 업체에서 통상적으로 제품 출고가를 인상하는 시기는 원재료 및 부자재 가격 인상 이후 6~9개월(28.0%)이 가장 높았고, 이어서 3~6개월(22.0%), 9개월 이상(16.7%), 3개월 미만(14.7%) 순으로 나타남.

- 그러나, 2023년 하반기 조사에서는 원재료 및 부자재 가격 인상 이후 9개월 이상(33.1%)이 가장 높았고, 이어서 6~9개월(22.5%), 3~6개월(19.4%), 3개월 미만(14.4%) 등의 순으로 나타남.

○ 상·하반기 모두 제품 출고가 인상 시기를 3개월 미만이라고 응답한 업체 중, 대규모 업체의 경우 상반기 9.7%, 하반기 10.5%로 소규모 기업(상반기 16.7%, 하반기 20.9%) 및 중규모 기업(상반기 15.6%, 하반기 12.7%)보다 낮게 나타남.

- 규모가 큰 업체는 원재료를 대량 구매 및 비축을 하기 때문에 원재료 도입 시기 등을 고려하여 원가 상승 시 제품 출고가 인상을 늦출 수 있는 것으로 판단됨.

○ 소규모 업체는 원재료 가격 상승을 반영한 제품 출고가격 인상 시기를 대체로 9개월 이상(상반기 37.5%, 하반기 27.9%)으로 응답하였으나, 하반기 조사 결과 3개월 이상 6개월 미만의 응답 비중 또한 27.9%로 높게 나타남. 이는 중·대규모 기업의 제품 출고가 인상 시기(3개월~9개월 미만)를 고려하여 늦추거나, 원재료 가격 상승에 따른 비용 손실의 크기가 중·대규모 식품업체보다 상대적으로 크기 때문으로 사료됨.

〈표 2-4〉 원재료 가격 상승을 반영한 제품 출고가 인상 시기

단위: %

구분	2023년 상반기 조사결과					2023년 하반기 조사결과				
	3개월 미만	3개월 이상 6개월 미만	6개월 이상 9개월 미만	9개월 이상	무응답 (본사 관리 등)	3개월 미만	3개월 이상 6개월 미만	6개월 이상 9개월 미만	9개월 이상	무응답 (본사 관리 등)
전체	13.3	22.0	29.3	16.7	18.7	14.4	19.4	22.5	33.1	10.6
소규모	16.7	12.5	25.0	37.5	8.3	20.9	27.9	23.3	27.9	0.0
중규모	15.6	25.0	32.8	12.5	14.1	12.7	16.5	19.0	39.2	12.7
대규모	9.7	22.6	27.4	12.9	27.4	10.5	15.8	28.9	26.3	18.4

자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

□ 해외 수출을 하는 식품기업들은 어려운 여건에서 상반기 수출 실적이 소폭 증가했다고 평가

○ 조사 대상 식품업체 중 2023년 상반기 해외 수출을 진행 중인 94명(61.4%)을 대상으로 수출 실적을 조사한 결과, 2023년 상반기의 해외 수출량이 전년 동기간과 비교 시 유사하거나 증가했다고 응답한 비중이 약 72.3% 수준으로 나타남.

- 2023년 전체 수출 실적도 증가할 것으로 예상하는 업체(32.0%)가 감소할 것으로 예상한 업체 비중(23.4%)보다 높음.

○ 그러나, 2023년 하반기 해외 수출을 진행 중인 87명(54.4%)을 대상으로 수출 실적을 조사한 결과에서는 과반 이상의 업체에서 전년 동기간과 큰 변화가 없었다고 응답함. 다만 실적이 감소했다고 응답한 업체(21.8%)가 증가했다고 응답한 업체(19.5%)를 소폭 상회함.

- 2024년 수출 실적은 증가할 것으로 예상하는 업체(29.9%)가 감소할 것으로 예상한 업체 비중(5.7%)을 크게 상회함.

〈그림 2-8〉 2023년 상반기/하반기 해외 수출 실적 평가 및 향후 예상

단위: %



자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

□ 해외 수출 중인 식품기업들은 기존 시장에서의 판매 촉진 및 새로운 수출시장 개척을 위해 노력 중

○ 현재 수출을 하고 있는 조사대상 식품업체 중 대다수의 업체(상반기 81.9%, 하반기 75.9%)가 기존 수출시장에서의 판매 촉진을 위한 노력을 기울이고 있다고 응답함.

- 기존 수출시장에서 판매 촉진을 위해 노력하는 가운데, 조사대상 식품업체 중 과반의 업체(상반기 56.4%, 하반기 52.9%)가 새로운 수출시장 개척 및 발굴을 위해 노력하고 있다고 응답함.

- 특히, 소규모 기업에서 기존 수출시장에서의 판촉 노력과 함께 신규 수출시장 개척 및 발굴 노력 등 해외 판로 확대를 위한 노력이 가장 높음.

〈표 2-5〉 기존 수출 시장에서의 판매 촉진 및 신규 수출시장 개척을 위한 노력 여부

단위: %

구분	기존 수출 시장 판촉 노력				신규 수출 시장 개척 노력			
	2023년 상반기		2023년 하반기		2023년 상반기		2023년 하반기	
	예	아니오	예	아니오	예	아니오	예	아니오
전체	81.9	18.1	75.9	24.1	56.4	43.6	52.9	47.1
소규모	93.8	6.3	69.2	30.8	81.3	18.8	61.5	38.5
중규모	75.6	24.4	84.8	15.2	63.4	36.6	48.5	51.5
대규모	83.8	16.2	71.4	28.6	37.8	62.2	50.0	50.0

자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

□ 식품 수출기업들은 동남아시아 지역을 중심으로 한류 콘텐츠와 연계한 한국 식품 수출 확대 노력 중

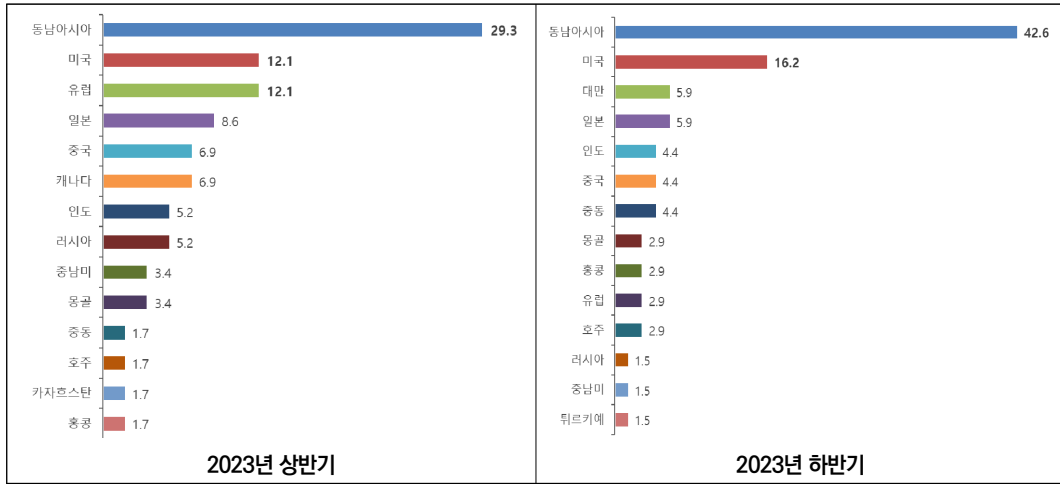
○ 2023년 상반기 기준, 식품업체의 주력 수출시장 개척지역은 동남아시아가 29.3%로 가장 높았고, 이어서 미국(12.1%), 유럽(12.1%), 일본(8.6%) 등의 순으로 수출시장 개척을 하고 있는 것으로 나타남.

○ 2023년 하반기 또한 식품업체의 주력 수출시장 개척 지역은 동남아시아가 42.6%로 가장 높았고, 이어서 북미(16.2%), 대만(5.9%), 일본(5.9%) 등의 순으로 수출시장을 개척 중인 것으로 조사됨.

○ 식품업체들이 수출 개척 대상 시장으로 주로 동남아시아 지역을 선택한 원인은 아세안(ASEAN) 시장을 중심으로 한류 콘텐츠가 지속적인 인기를 얻음으로써 이들 콘텐츠에 등장하는 다양한 한국 식품에 대한 수요 또한 증가하고 있기 때문으로 사료됨.

〈그림 2-9〉 해외 수출 중인 식품기업들의 수출시장 개척 및 발굴 대상 국가

단위: %



자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

4. 식품산업 여건 관련 이슈

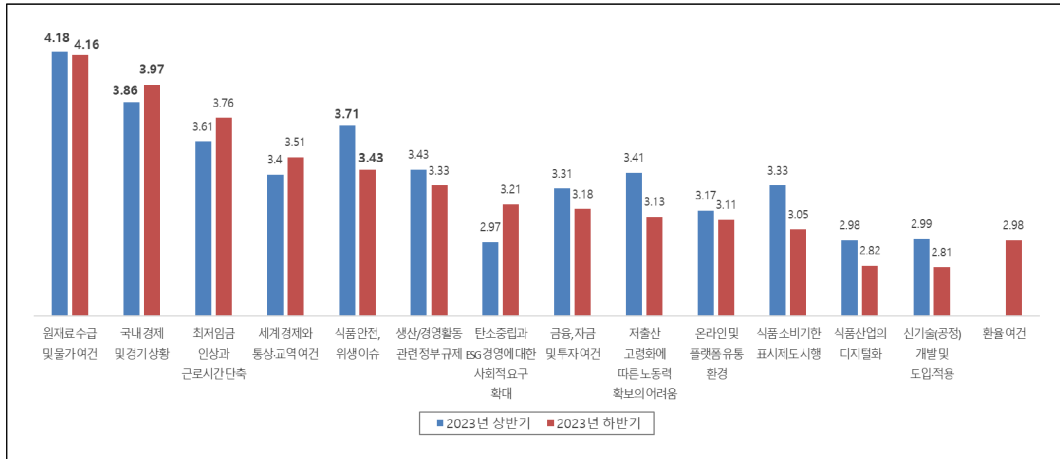
□ 식품기업의 50% 이상이 원재료 수급 및 물가 여건을 가장 중요한 이슈로 선정

○ 올해 식품기업에 영향을 미친 식품산업 관련 이슈는 원재료 수급 및 물가 여건(상반기 4.18점, 하반기 4.16점), 국내 경제 및 경기 상황(상반기 3.86점, 하반기 3.97점), 식품 안전·위생 이슈(상반기 3.71점, 하반기 3.43점), 최저임금 인상과 근로시간 단축(상반기 3.61점, 하반기 3.76점) 등으로 나타남.

- 탄소중립과 ESG 경영에 대한 사회적 요구 확대(3.0점), 신기술(공정) 개발 및 도입·적용(3.0점), 식품산업의 디지털화(3.0점)는 상대적으로 큰 영향이 없는 것으로 조사되었음.

〈그림 2-10〉 식품산업 관련 이슈별 영향의 크기

단위: 5점 척도 기준



주: '환율 여건'은 2023년 상반기 이슈조사에서 조사한 항목이 아니므로 공백 처리함.

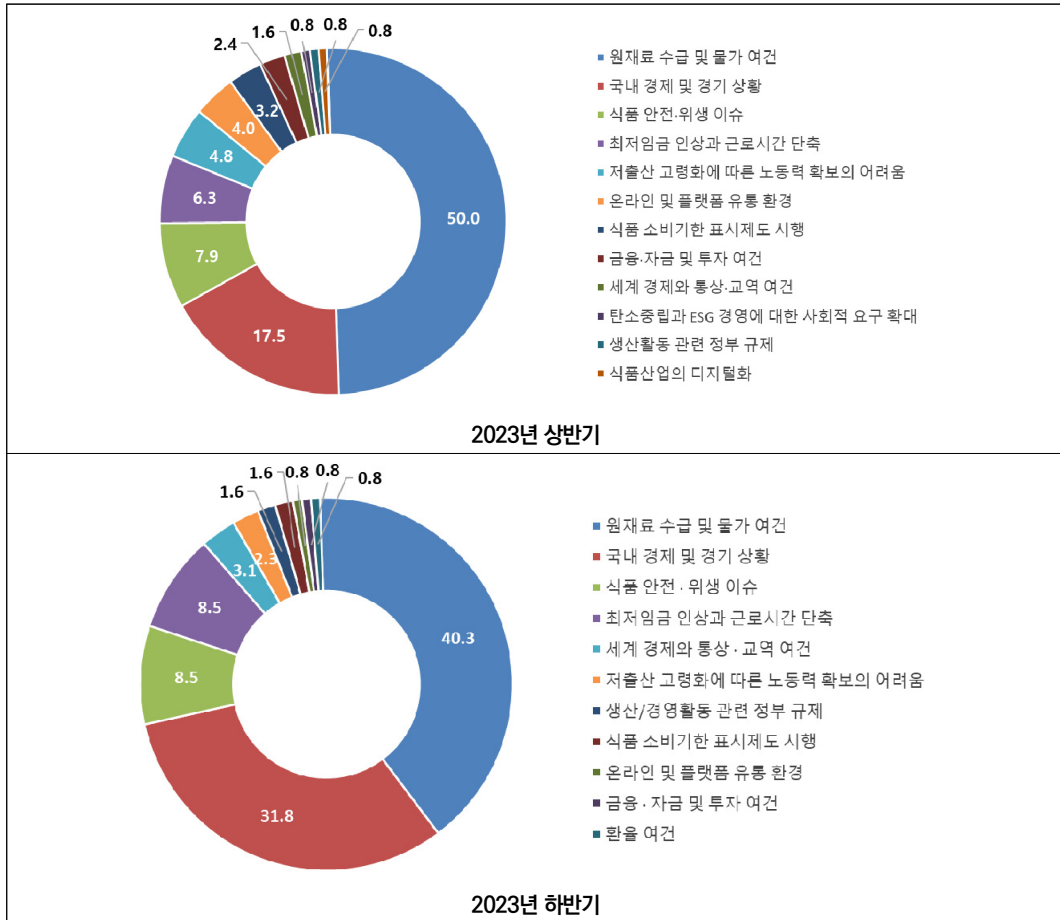
자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

○ 식품기업들은 올해 다양한 식품산업 여건 중 원재료 수급 및 물가 여건과 국내 경제 및 경기 상황을 가장 중요하게 판단함.

- 조사대상 식품업체들은 상/하반기 모두 원재료 수급 및 물가 여건이 가장 중요하다고 응답하였으며(상반기 50.0%, 하반기 40.3%), 이어서 국내 경제 및 경기 상황(상반기 17.5%, 하반기 31.8%), 식품 안전·위생 이슈(상반기 7.9%, 하반기 8.5%) 등의 순으로 응답함.

〈그림 2-11〉 2023년 상반기/하반기 식품산업 여건 중 가장 중요 이슈(1개 선택)

단위: %



자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

○ 식품기업들은 상/하반기 모두 원재료 수급 및 물가 여건 이슈에 대해서 원료 구매처 정보 수집을 확대하고, 새로운 거래처 확보를 통해 원부자재 가격 인상의 영향을 최소화하려고 노력하고 있음. 또한 원재료 가격 상승으로 인한 생산비 상승을 고려하여 판매제품 가격을 인상하는 방식으로 대응하고 있음.

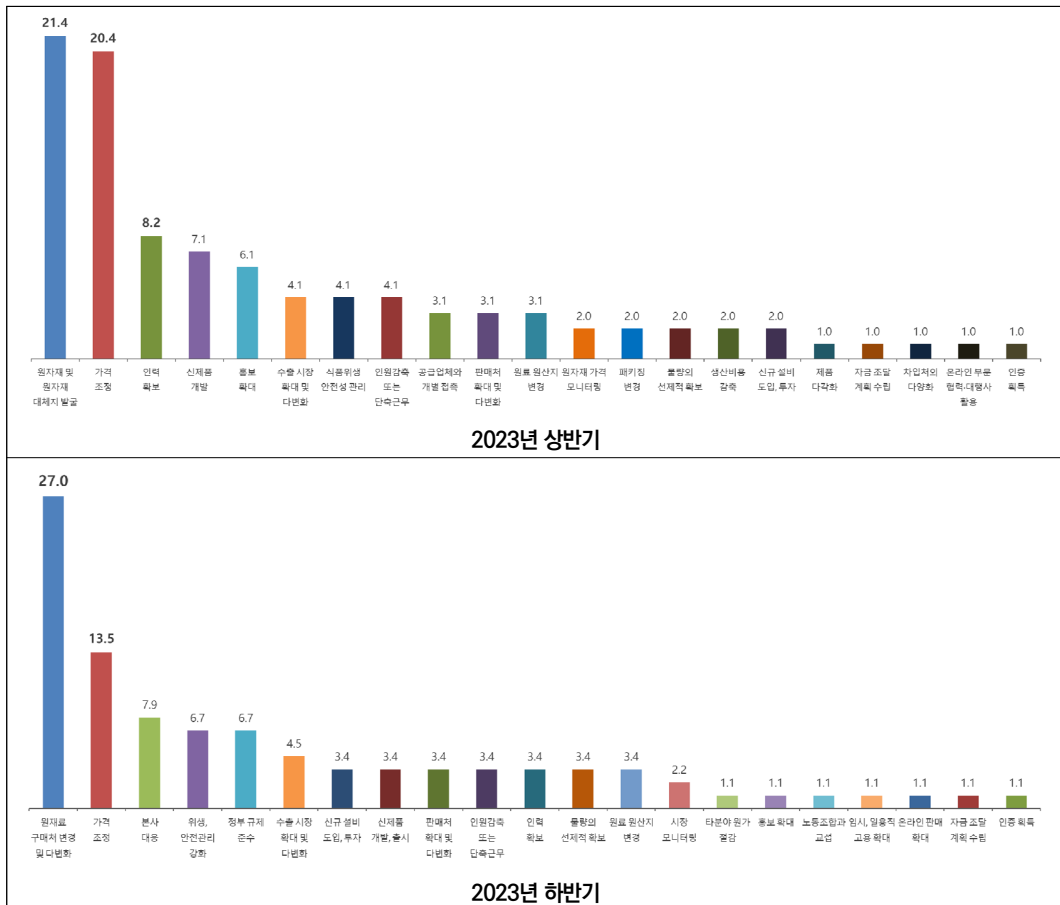
○ 2023년 상반기 기준, 최저임금 인상 및 인력 확보 어려움 이슈에 대해서는 매년 최저임금 결정을 바로 반영하여 다음 해 임금을 결정하고 있으며, 생산 자동화 설비를 계획하거나 정년 퇴직자·외국인 노동자·병역지정업체 등을 활용하는 업체가 있었음. 또한 원

재료 및 사룻값 상승으로 인한 수입 제품과의 경쟁을 위해 소비 트렌드에 맞는 신제품 개발로 대응하고 있음.

- 2023년 하반기에는 최저임금 인상 및 인력 확보 어려움 이슈에 대해서는 정규직 고용을 축소하고, 일용직 또는 용역 비중을 높이거나, 외국인 인력을 고용하는 방식으로 대응하고 있음. 또한, 자동화 시설을 확충하거나 스마트 공정을 구성하는 등의 방식으로도 대응하고 있음. 이 밖에도 식품 안전 및 위생 이슈에 대해서는 정부 규제를 준수하거나, 안전교육 강화 및 철저한 위생관리 등의 방식으로 대응하고 있음.

〈그림 2-12〉 2023년 상반기/하반기 식품제조업체 내 주요 이슈 관련 대응 현황

단위: %



자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

□ 식품업체들은 간편식 및 관련 제품군을 향후 성장 가능성이 높을 것으로 전망

○ 식품업체에서는 2023년 상반기와 하반기 모두 식품산업 분류 중 향후 1~2년 내 가장 성장 가능성이 높은 식품 유형으로 간편식과 건강기능식품이라고 응답한 비중이 높음.

- 향후 1~2년 내 성장 가능성이 높다고 평가된 식품 유형은 간편식(상반기 66.2%, 하반기 83.8%)이 가장 높았고, 이어서 건강기능식품(상반기 39.9%, 하반기 50.0%), 커피 및 차(상반기 15.5%, 하반기 24.4%), 면류(상반기 10.9%, 하반기 34.4%) 등의 순으로 나타남.

〈표 2-6〉 향후 1~2년 내 성장 가능성이 높은 식품유형(1~3순위 가중치 적용)

단위: %

항목	2023년 상반기	2023년 하반기	항목	2023년 상반기	2023년 하반기
간편식	66.2	83.8	조미수산가공품	3.7	3.1
건강기능식품	39.9	50.0	유가공품	3.5	3.8
커피 및 차	15.5	24.4	곡물가공품	3.5	5.6
면류	10.9	34.4	장류	3.1	2.5
빵 및 떡류	9.8	16.9	김치 및 절임류	2.0	15.0
음료류	8.1	8.1	유지류	2.0	1.3
육류가공품	7.6	13.1	과자류	1.7	2.5
주류	7.6	15.6	알가공품	1.5	0.0
조미식품	7.4	5.6	연식품	0.9	2.5
과일채소가공품	4.6	6.3	염건수산가공품	0.7	0.6

자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

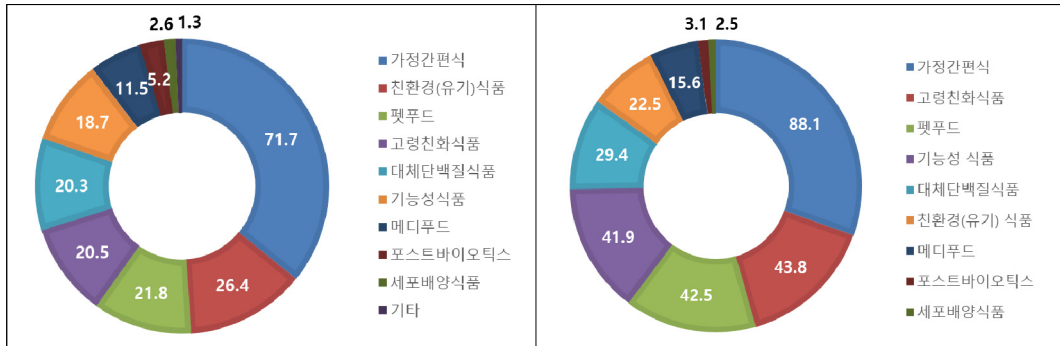
○ 향후 1~2년 내 성장 가능성이 높은 유망품목으로 2023년 상반기에는 가정간편식(71.7%), 친환경(유기)식품(26.4%), 펫푸드(21.8%) 순으로 나타났으며, 하반기에는 가정간편식(88.1%), 고령친화식품(43.8%), 펫푸드(42.5%) 등의 순으로 나타남.

- 코로나19 확산으로 급속히 성장한 가정간편식(HMR, 밀키트) 시장이 엔데믹 이후에도 편리성에 수요 지속, 배달음식에 대한 대체재로서의 역할 확대, 다양한 메뉴에 대한 제품 개발 수요가 확대되고 있기 때문으로 보임.
- 저출산·고령화 등 인구 구조 및 반려동물 가구 증가 등 가족 구조의 변화에 따라 반려동물 시장 규모 또한 매년 10% 이상 성장하는 가운데, 정부의 반려동물 연관 산업의

국가전략산업 육성 계획을 발표함에 따라 성장 가능성이 높은 산업으로 부상하였기 때문에 사료됨.

〈그림 2-13〉 향후 성장 가능성이 높은 유망 품목(1~3순위 가중치 적용)

단위: %



자료: 식품기업 관리자급 대상 설문조사 결과(상반기: 153인, 2023. 7. 하반기: 160인, 2023. 10.)

□ 향후 5년간 정부가 중점 추진할 과제로는 안정적 원재료 조달을 위한 대내외 환경 조성·지원

○ 식품산업의 미래 성장을 위해 향후 5년간 정부가 중점을 두고 추진해야 할 영역으로 ‘안정적 원재료 조달을 위한 대내외 환경 조성 및 지원’이 69.4%로 가장 높았으며, 이어서 식품안전 관련 국내·외 소비자 신뢰 강화(40.6%), 생산 및 경영활동 관련 각종 규제 완화(31.3%) 등의 순으로 나타남.

- 소규모 업체는 타 규모의 업체 대비 생산 및 경영활동 관련 각종 규제 완화(46.5%), 첨단기술 및 푸드테크 분야 선점 지원(25.6%)의 응답 비중이 상대적으로 높았음. 반면, 대규모 업체는 중·소규모 업체 대비 안정적 원재료 조달을 위한 대내외 환경 조성 및 지원(73.7%)과 탄소중립 및 ESG 경영 지원(10.5%)에 대한 응답 비중이 상대적으로 높게 나타남.

〈표 2-7〉 향후 5년간 정부가 중점을 두고 추진해야 하는 영역(1~2순위 가중치 적용)

영역	전체	업체 규모별		
		소규모	중규모	대규모
안정적 원재료 조달을 위한 대내외 환경 조성 및 지원	69.4	65.1	69.6	73.7
식품안전 관련 국내·외 소비자 신뢰 강화	40.6	34.9	48.1	31.6
생산 및 경영활동 관련 각종 규제 완화	31.3	46.5	24.1	28.9
해외시장 진출 확대 및 개척 지원	27.5	20.9	30.4	28.9
첨단기술 및 푸드테크 분야 선점 지원	20.0	25.6	17.7	18.4
탄소중립 및 ESG 경영 지원	6.9	4.7	6.3	10.5

자료: 식품기업 관리자급 160인 대상 설문조사 결과(2023. 10.)

5. 조사 요약 및 시사점

○ 식품업체는 2023년 상반기 매출액이 전년 대비 상승하였다고 평가하였으며, 하반기에는 영업이익률 또한 전년 대비 상승하였다고 평가함.

- 이는 코로나19 이후 국내 경기가 일부 회복되었으나, 금리인상에 따른 금융비용 증가 및 에너지·원자재가격 상승으로 식품제조업계의 생산비용이 증가하여 상반기 영업 이익률 개선에 제한이 있었으나, 이후 식품 제조·납품가 인상 등의 조치로 하반기 영업이익률 상승에 긍정적인 영향을 미친 것으로 사료됨.

○ 2023년 식품기업들의 경영상 애로사항은 원자재 구매 가격, 제품 출고가 인상 부담, 인건비 지급 및 근로자 고용 어려움 등임. 한편, 소규모 업체는 타 규모의 식품기업 대비 자금 관련 측면과 ESG 경영 확대에 따른 업무 부담 등에 상대적으로 경영상 어려움을 토로함.

- 식품제조업은 타 산업과 비교하여 원료 비중이 상대적으로 높아 원재료 가격상승은 제품 가격상승 압력으로 작용하게 되므로 식품업계 입장에서 부담감으로 작용하였을 것으로 판단됨.
- 현재의 고금리 기조는 식품기업의 자금 조달 비용을 증가시키고, 생산활동을 감소시켜 기업 수익성에 악영향을 미치게 됨. 특히 소규모 기업은 금리인상에 대한 대응 능

력이 상대적으로 취약하므로, 고금리가 지속되어 자금난이 가중될수록 소규모 식품 기업에서 한계기업⁸⁾의 발생 가능성이 증가할 수 있음.

○ 식품기업들은 올해 원재료 수급 및 물가 여건(상반기 4.18점, 하반기 4.16점), 국내 경제 및 경기 상황(상반기 3.86점, 하반기 3.97점), 최저임금 인상과 근로시간 단축(상반기 3.61점, 하반기 3.76점) 등을 식품산업 주요 이슈로 선정함.

- 원재료 및 부자재 가격상승에 대응하기 위해, 다수의 식품기업은 제품 출고가 인상 방식으로 대응한다고 응답함. 원재료 가격상승을 반영한 제품 출고가 인상 시기는 대체로 6개월 이상 9개월 미만으로 조사됨. 이외에도 국산 원료의 구매처 변경, 수입산 원료를 다른 국가의 수입산 원료로 대체하는 방식으로도 대응하고 있었음.
- 원재료 수급 및 식품 제조원가에 영향을 미치는 국제곡물을 안정적인 가격으로 구매, 도입하기 위하여 중장기적으로 대응 방안을 마련하는 것이 필요함.

○ 해외 수출을 진행 중인 식품업체들은 올해 수출 실적이 전년과 유사하였다고 평가한 가운데, 어려운 여건 속에서도 기존 수출시장에서의 판매 촉진과 동남아시아, 미국, 유럽 등 새로운 수출시장 개척을 위해 노력하고 있음.

- 이는 최근 아세안(ASEAN) 시장을 중심으로 한류 콘텐츠의 인기에 따른 한국 식품(K-Food)의 수요 증가로부터 기인한 것으로 판단됨. 전염병 및 전쟁 등 대외환경의 급격한 변화에 따른 농식품 수출 불확실성이 향후에도 존재하는 가운데, 수출 성장 동력을 확보하기 위한 다양한 노력이 요구됨.

○ 식품기업들은 향후 1~2년 내 성장 식품 유형 및 품목으로 간편식 및 관련 제품군을 꼽고 있음.

- 코로나19 확산으로 급속히 성장한 가정간편식(HMR, 밀키트) 시장이 엔데믹 이후에도 편리성에 대한 수요 지속, 배달음식에 대한 대체재로서의 역할 확대, 다양한 메뉴에 대한 제품 개발 수요가 확대되고 있기 때문임.

⁸⁾ 경쟁력을 상실하여 향후 성장이 어려울 것으로 예상되는 기업을 의미함.

- 최근 간편식 시장에서 건강과 맛을 고려한 다양한 제품들이 출시되어 다양한 판매채널을 통해 소비자 접근성이 높아진 점도 간편식 시장 확대에 기여하고 있는 것으로 판단됨. 다만, 간편식 판매 증가로 인해 포장재, 플라스틱 등 쓰레기 문제가 대두되고 있어 탄소중립 시대를 맞이하여 ESG 경영 공시 의무화(2025년 자산 2조 원 이상 기업, 2030년 모든 상장사)가 추진되는 상황에서 식품기업들은 이에 대한 대비가 필요함.

3

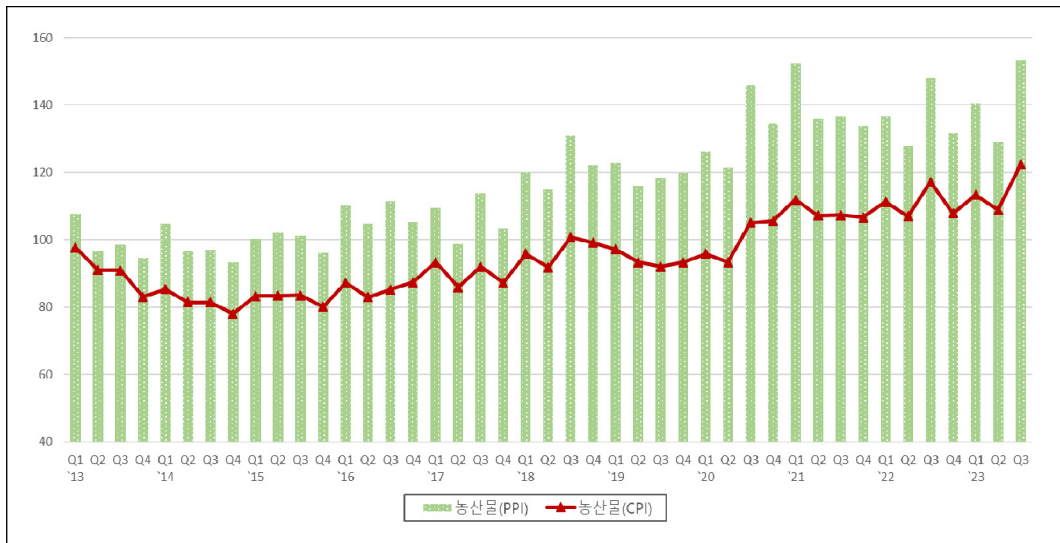
국제원재료 가격 상승의 가공식품 물가 파급영향

1. 식품 물가와 원재료 가격 동향

- 농산물 물가는 2022년 하반기 비교적 안정적인 추세를 지속하고 있으나 2023년 3분기에 급등
- 농산물 물가는 코로나19의 영향을 강하게 받았던 2020년 3분기 및 2021년 1분기에 급등하였다가 2022년 2분기까지 안정세가 지속된 가운데, 2022년 3분기부터 짧은 주기로 가격 등락이 반복되는 추세를 보임.
- 2023년 3분기 농산물 생산자물가지수(2015=100)는 153.3으로 전년 동기 대비 3.5% 높았으며 같은 기간 소비자물가지수(2020=100)는 122.4로 전년 동기 대비 4.4% 높은 수준을 보임. 코로나19 대유행 직후였던 2020년 동기와 비교하였을 때, 생산자물가지수는 5.0% 높고, 소비자물가지수는 16.5% 높은 수준임.
- 농산물 생산자물가는 시계열 변동성이 큰 특성을 보이며 특히, 2022년 3분기와 2023년 3분기에 크게 상승함. 반면, 농산물 소비자물가는 생산자물가 대비 변동성이 비교적 안정적이나 생산자물가와 유사한 추세를 보임.

- 2022년 하반기부터 2023년 상반기까지의 농산물 물가상승은 코로나19 장기화로 인플레이션이 심화된 글로벌 원자재 파동에 따라 농기자재 공급가격이 상승하면서 농가의 생산비를 가중한 것이 주요 원인으로 판단됨.

〈그림 3-1〉 농산물 물가지수 추이



주: 생산자물가지수는 2015년을, 소비자물가지수는 2020년을 100으로 함.

자료: 통계청 국가통계포털(<https://kosis.kr>). 소비자물가지수; 생산자물가지수. 검색일: 2023. 12. 6.

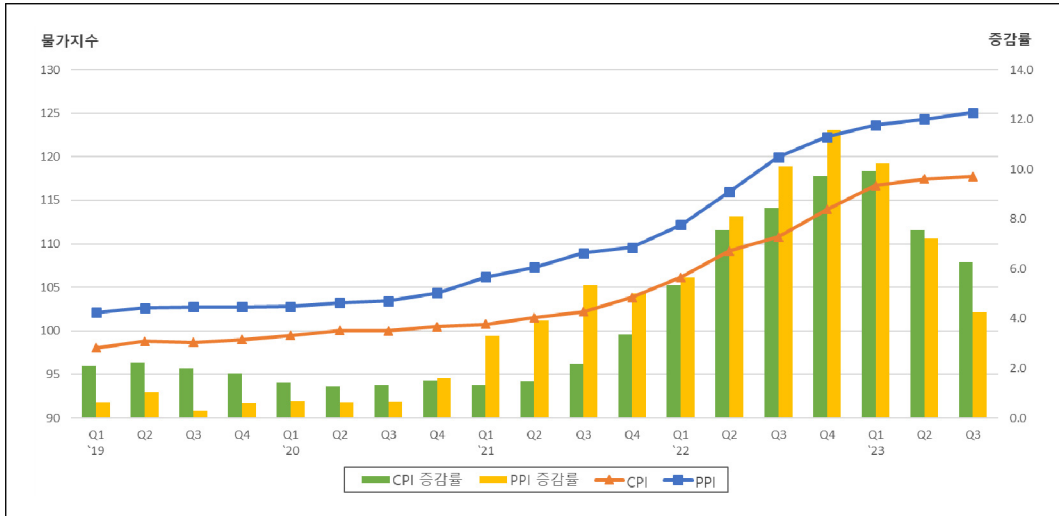
□ 2023년 가공식품 생산자물가 및 소비자물가는 상승세가 둔화되는 양상

- 코로나19의 확산 이전 시점인 2019년까지의 가공식품 생산자물가(음식료품)와 소비자물가의 전년 동기 대비 증감률은 각각 0.7%, 1.2%로 비교적 안정적인 모습을 보여왔음.

- 그러나 2020년 4분기 가공식품 생산자물가의 전년 동기 대비 증감률이 1.6%를 나타낸 이후 지속적으로 증감률이 상승하여 2022년 4분기에 11.6%로 정점을 기록함. 코로나 19 종식 시점인 2023년 2분기부터 증가세가 둔화하며 2023년 3분기의 전년 동기 대비 생산자물가 증감률은 4.3%로 나타남.

○ 가공식품 소비자물가의 경우 생산자물가와 유사한 추세로 나타난 가운데, 워드 코로나 1단계가 시행된 2021년 3분기의 전년 대비 증감률이 2.2%로 나타난 이후 급등하는 모습을 보였으며, 2023년 1분기에 9.9%로 정점을 찍고 2분기부터 증감률이 둔화되어 3분기 증감률은 6.3%로 나타남.

〈그림 3-2〉 최근 가공식품 물가지수 추이



주: 증감률은 전년 동기 대비 증감률을 나타내며, 생산자물가지수는 2015년을, 소비자물가지수는 2020년을 100으로 함.
 자료: 통계청 국가통계포털(<https://kosis.kr>). 소비자물가지수; 생산자물가지수. 검색일: 2023. 12. 6.

□ 2023년 가공식품 물가상승은 국제곡물 가격상승이 주요인

○ 가공식품 물가상승은 식용유지, 제분, 떡·과자 및 면류, 제당 및 전분 등 수입곡물 가공품 가격상승이 주요 요인으로 나타남.

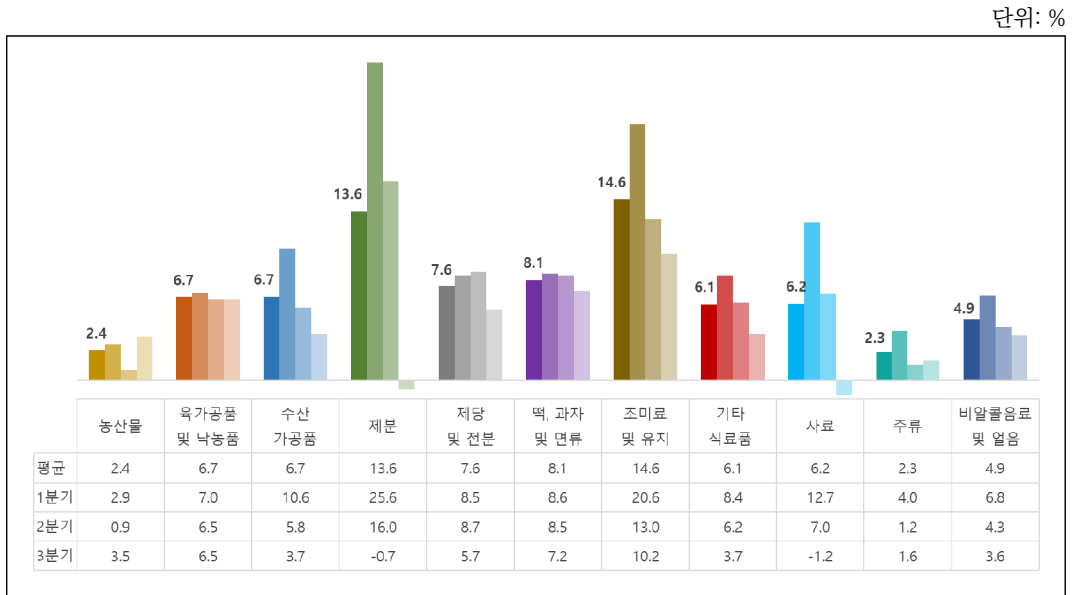
○ 2023년 1~3분기 가공식품 부류별 물가 상승률은 조미료 및 유지가 14.6%로 가장 크고, 이후 제분(13.6%), 떡·과자 및 면류(8.1%), 제당 및 전분(7.6%) 등의 순으로 나타남.

- 식용 밀, 옥수수, 대두, 원당은 각각 1차 가공산업을 통해 식용유, 밀가루, 전분 및 당류 등의 식품소재로 1차 가공되고 이후 면류, 과자 등으로 재가공되어 소비자에게 판매되는 구조임.

○ 수입곡물 가공품 중심의 물가상승은 2020년 하반기부터 지속되어 온 국제곡물 가격 상승에 따른 제조원가 상승의 영향으로 판단되나, 점차 안정화되는 양상을 보임.

- 2023년 상반기 국제곡물 가격이 다소 안정화되는 추세를 보이며 수입곡물 가공품 물가상승률 또한 2023년 3분기부터 하반기부터 둔화하는 추세를 보임.

〈그림 3-3〉 2023년도 식음료품 부류별 물가 상승률



주: 생산자물가지수(음식료품)를 활용해 전년 동기 대비 증감률을 계산함.

자료: 통계청 국가통계포털(<https://kosis.kr>). 생산자물가지수. 검색일: 2023. 12. 6.

2. 원재료 가격 동향 및 전망

□ 국제곡물 가격은 2022년 상반기까지 급등 후 2023년부터 안정 추세로 전환

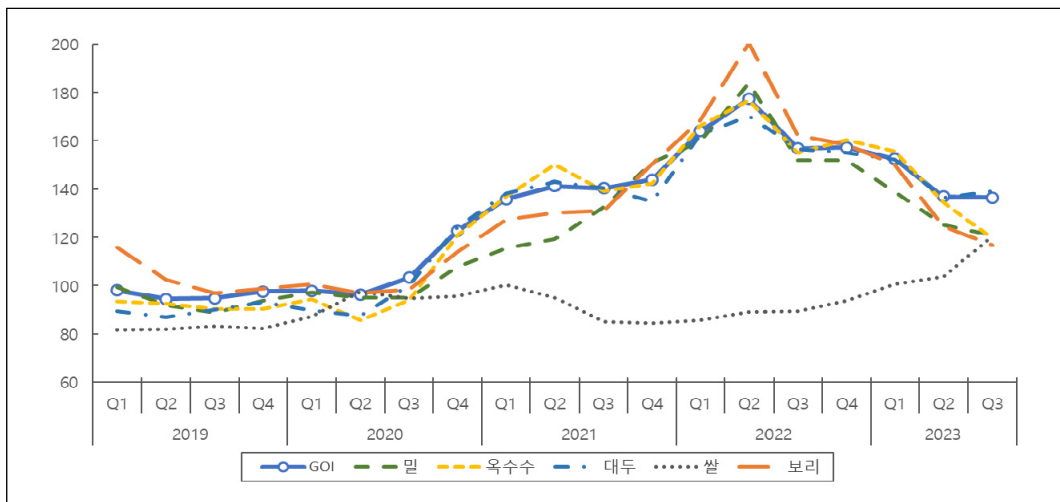
○ 작황 악화와 러시아-우크라이나 전쟁 등으로 국제곡물 가격(IGC GOI 기준)은 2022년 2분기에 정점에 도달한 이후 3분기부터 안정화되는 양상을 보임.

- 국제곡물 가격은 2015년 이후 안정세가 유지되어 왔으나 코로나19, 미·중 무역 분쟁 등으로 인한 글로벌 공급망 위기와 남미 등의 작황 악화로 2020년 하반기부터 상승

세로 전환됨. 2022년 러시아-우크라이나 전쟁 발발로 식량위기 가능성이 고조되며 각국의 식량 수출규제 조치는 국제곡물 가격을 급등시킴.

- 그러나 2022년 3분기 이후 국제곡물 가격은 상향 안정화 추세를 보이고 있음. 2023년 3분기 국제 밀, 옥수수, 대두 가격은 전년 동기 대비 각각 20.5%, 22.9%, 11.1% 하락함. 그러나 코로나19 등으로 글로벌 공급망 위기가 촉발되었던 2020년 3분기와 비교할 경우 각각 27.0%, 27.2%, 39.0% 상승한 것임.

〈그림 3-4〉 국제곡물 가격 추이



주: 세계곡물협회(IGC)의 전체 곡물 및 유지작물 가격지수(GOI: Grains and Oilseeds Index) 및 하위 품목별 가격지수이며 2015년을 100으로 재설정하였음.

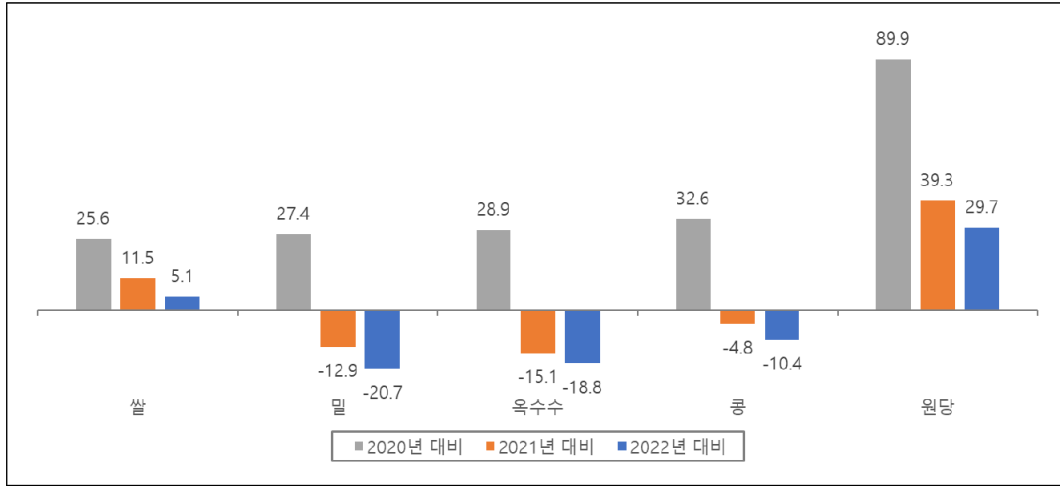
자료: IGC Grains and Oilseeds Index(<https://www.igc.int/en/markets/marketinfo-goi.aspx>) 웹페이지 자료를 사용하여 저자 작성.

○ 옥수수, 대두 등 주요 국제곡물 수입가격은 점차 안정화 추세를 보이나, 원당의 경우 수입가격이 지속 상승함.

- 2023년 3분기 원당의 수입가격(달러 기준)의 전년 동기 대비 상승률은 29.7%로 나타남. 이는 수입가격이 본격적으로 상승하기 이전인 2020년과 비교 시 89.9% 상승한 것임.
- 이는 이상기후 및 엘니뇨 등에 따른 가뭄으로 인해 브라질, 인도, 태국 등 주요 설탕 생산국의 설탕 및 원당 생산량이 감소한 데로부터 기인함.

〈그림 3-5〉 2023년 3분기 식품 원재료 수입 가격상승률

단위: %



주: 2023년 수입가격(달러 기준) 수준을 2020년~2022년 3분기와 비교한 것임.

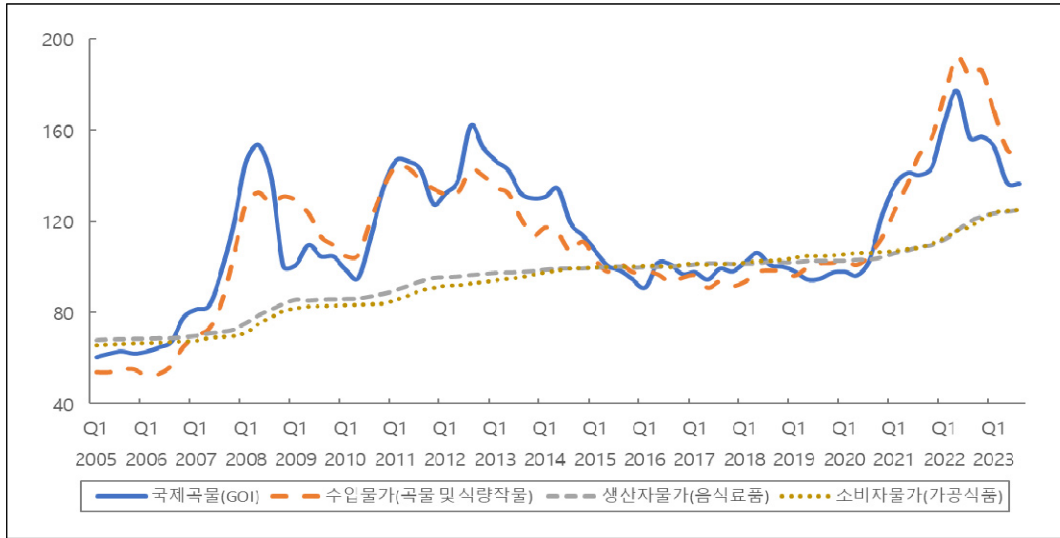
자료: 한국은행(각 연도). 수출입물가조사. 검색일: 2023. 12. 6.

□ 2023년 곡물 수입물가는 안정되었으나, 가공식품 물가는 상승 추세

○ 국제곡물 가격의 수입물가로의 반영은 3~6개월 소요되며 수입물가의 가공식품 소비자 물가로의 반영도 일정 시간이 소요됨.

- 업체들은 국내 도입 기간 등을 고려하여 국내 도착 3~6개월 이전에 국제곡물 시장에서 곡물을 매입함. 따라서 곡물 수입물가는 국제가격을 3~6개월 후행하는 것으로 볼 수 있음.
- 2022년 하반기부터 국제곡물 가격은 안정 추세를 보이거나, 가공식품 물가는 2022년 상반기부터 상승하기 시작하여 2023년까지도 상승세가 유지됨.
- 2007~2008년 애그플레이션과 2011~2012년의 국제곡물 가격 급등 시에도 현재와 비슷한 국내 가공식품 물가 급등을 경험함.

〈그림 3-6〉 국제곡물 가격 및 관련 국내 물가 추이



주: 국제곡물 가격지수는 세계곡물협회(IGC)의 Grains and Oilseeds Index를 의미하며, 수입물가는 원화 기준 지수를 이 용함. 모든 가격은 지수로 2015년을 100으로 설정하였음.

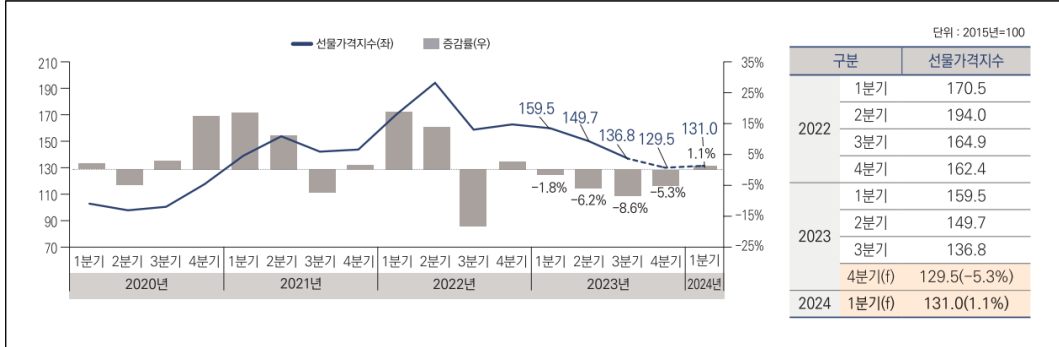
자료: 통계청(각 연도). 소비자물가조사; 한국은행(각 연도). 생산자물가조사; 수출입물가조사; IGC Grains & Oilseeds Index(<https://www.igc.int/en/markets/marketinfo-goi.aspx>). 웹페이지 자료를 사용하여 저자가 작성함.

○ 국제곡물 선물 가격지수는 올해 하반기까지 하락 추세를 이어가다가 2024년 1분기 소 폭 상승이 전망됨.

- 2023년 4분기 국제곡물 선물가격지수는 130.7(2015=100 기준)로 전 분기 대비 4.4% 하락할 것으로 전망됨.
- 이는 주요 생산국의 생육과 수확이 원활하게 진행되며 이에 따라 가격 하락이 전망되 나, 엘니뇨 발생의 영향으로 인한 일부 주산지 생산량 감소 우려와 국제유가 상승 전 망 등이 가격 하락폭의 제한 요인으로 작용하였기 때문임.
- 2024년 1분기 선물가격지수는 131.1 수준으로, 전 분기 대비 0.3%가량 소폭 상승할 것으로 전망됨.

〈그림 3-7〉 국제곡물 선물가격지수 동향 및 전망

단위: 2015년=100



주: 괄호 안은 전 분기 대비 증감률을 의미.

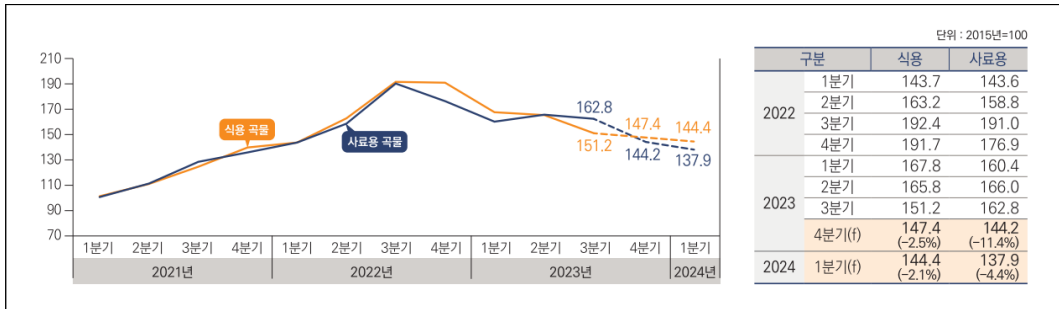
자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터. 국제곡물 2023년 12월호(KREI 국제곡물 선물가격 전망모형).

○ 곡물 수입단가는 지속적으로 하락이 예상되나, 2021년보다는 높은 수준으로 유지될 것으로 전망됨.

- 이는 세계 공급 여건이 개선되고 가격이 하락했던 시기에 구입했던 물량이 도입되며 밀과 옥수수, 대두박 수입 단가가 하락하였기 때문임. 다만 전 분기 대비 대미환율 상승으로 지수의 하락폭이 제한됨.
- 2024년 1분기 역시 식용 및 사료용 국제곡물 수입단가지수는 각각 2.1%, 4.6% 하락하는 등 지속적 하락이 전망됨.

〈그림 3-8〉 국제곡물 평균수입가격 동향과 전망

단위: 2015년=100



주 1) 품목별 식용, 사료용의 국내 수입액 가중치(최근 5개년 평균) 및 IHS Global Insight 대미환율 전망치를 이용하여 산출함. 괄호 안은 전 분기 대비 증감률을 의미.

2) 곡물 수입단가의 전망치는 관련 품목들의 반입 시점별 환율의 영향을 받으므로, 향후 변동 가능성이 있음.

자료: 한국농촌경제연구원 농업관측센터. 국제곡물 2023년 12월호(KREI 식품·배합사료 물가전망모형).

3. 국제 원재료 가격 상승에 따른 국내 가공식품 물가 파급영향

□ 수입원료 이용 식품산업 업종별 원재료 제조원가 비중은 49~80% 수준

○ 국제곡물 등 수입원재료를 많이 이용하는 업종(생산품목)별 원재료비가 원가에서 차지하는 비중은 수입원재료 가격 상승에 따른 식품기업의 생산·공급비용 변화를 추정하는데 필수적으로 파악되어야 함.

- 업종(생산 품목 기준) 유형별 원가에서 원재료비가 차지하는 정도를 파악하기 위해 8,727개 식품제조기업 중 주생산품목이 해당 업종으로 분류되는 업체들을 대상으로 원재료비의 총원가(제조원가) 대비 비중을 산출함(신용평가기관의 데이터베이스를 이용).
- 2022년 기준 업종별 평균 원재료비 제조원가 비중은 65.6%로 집계되었으며, 그 중 원재료비의 제조원가 비중이 가장 높은 업종은 식용유지(80.0%)로 나타났으며, 이어서 제분(72.7%), 제당(70.9%), 커피 및 코코아(63.2%) 등의 순으로 나타남.
- 급여 원가 비중이 업종별로 6.4~23.0% 수준임을 감안할 때, 식품제조업 경영에서 원재료비의 변동성은 매우 중요한 요소임.

〈표 3-1〉 식품산업 업종별 원재료비의 제조원가 대비 비중(2022년 기준)

단위: %

구분	빵류	과자류	면류	커피 및 코코아	음료류	제분	제당	식용유지	식품산업 전체
원재료비 원가 비중	51.0	51.4	57.3	63.2	49.6	72.7	70.9	80.0	65.6
급여 원가 비중	23.0	18.5	17.3	14.3	14.2	10.1	9.4	6.4	12.4
계	74.0	69.9	74.6	77.5	63.8	82.8	80.3	86.4	78.0

주: 기업 단위 데이터로 해당 업종으로 구분되는 업체에 대해 집계.
 자료: KoDATA 한국평가데이터.

□ 식품제조업체 주요 원재료는 밀, 설탕, 대두(콩), 옥수수, 팜유 등

○ 품목별 주요 원재료

- 빵류: 소맥분, 백설탕, 계란, 팔랑금, 버터, 유크림

- 과자류: 소맥분, 백설탕, 감자, 물엿, 팜유류, 옥수수
- 면류: 소맥분, 팜유류, 감자전분, 건조채소, 변성전분(텍스트린), 고구마전분
- 제분: 소맥(밀), 옥수수, 소맥분, 쌀, 백설탕, 감자전분
- 제당: 원당, 옥수수, 물엿
- 식용유지: 대두, 옥수수, 대두유, 팜유류, 참깨

〈표 3-2〉 가공식품 품목별 주요 원재료와 구성비

단위: %

품목명	원재료별 비중
빵류	소맥분(밀가루) 63.4, 백설탕 8.7, 계란 5.4, 팔랑금(쌀) 3.4, 버터 2.6, 유크림 2.2
과자류	소맥분(밀가루) 30.0, 백설탕 20.2, 감자 8.9, 물엿 6.1, 팜유류 5.5, 옥수수 5.2
면류	소맥분(밀가루) 63.7, 팜유류 15.7, 감자전분 6.1, 건조채소 2.3, 변성전분(텍스트린) 1.5, 고구마전분 1.4
커피 및 코코아	원유 50.1, 커피원두 27.3, 백설탕 8.5, 물엿 4.6, 팜유류 2.7, 올리고당류 1.4
음료류	백설탕 26.9, 과당류 23.9, 농축과채즙 11.3, 사과 8.9, 대두 7.9, 감귤 5.4
제분	소맥(밀) 55.4, 옥수수 35.4, 소맥분(밀가루) 4.2, 쌀 1.8, 백설탕 1.0, 감자전분 0.4
제당	원당 67.4, 옥수수 29.9, 물엿 0.9
식용유지	대두 73.0, 옥수수 9.0, 대두유 7.8, 팜유류 6.0, 참깨 2.1

주: 사용량 기준이며 구성비중이 높은 순(최대 6순위)으로 집계한 것으로 원재료 비중의 합계가 100%가 되지 않음.
 자료: 2022 식품산업 원료소비실태조사 통계표 및 원시자료를 사용하여 저자가 재작성함.

4. 원재료별 가격상승률과 원가 상승 요인

□ 2023년 1~3분기 가공식품 원재료별 가격상승률

○ 주요 가공식품의 원가가 2023년 1~3분기 주요 원재료의 가격 변화에 따라 어느 정도 영향을 받았는지 추정하고자 2022년 1~3분기 가공식품 주요 원재료별 평균 가격의 전년 동기 대비 상승률을 아래 표와 같이 산출함.

○ 원재료별 가격상승률을 살펴보면 변성전분(텍스트린)(26.2%), 원당(21.4%), 감귤(21.3%), 사과(14.9%), 과당류(10.8%), 소맥분(밀가루)(8.7%) 등의 순으로 나타남.

〈표 3-3〉 2023년 1~3분기 가공식품의 전년 동기 대비 원재료별 가격상승률

단위: %

품목명	원재료별 가격상승률
빵류	소맥분(밀가루) 8.7, 백설탕 7.2, 계란 -3.2, 팔앙금(팥) 5.8, 버터 -7.9, 유크림 -25.9
과자류	소맥분(밀가루) 8.7, 백설탕 7.2, 감자 0.0, 물엿 8.7, 팥유류 -25.6, 옥수수 -15.3
면류	소맥분(밀가루) 8.7, 팥유류 -25.9, 감자전분 6.5, 건조채소 6.2, 변성전분(덱스트린) 26.2, 고구마전분 6.5
커피 및 코코아	원유 5.1, 커피원두 -2.2, 백설탕 7.2, 물엿 8.7, 팥유류 -25.6, 올리고당류 8.7
음료류	백설탕 7.2, 과당류 10.8, 농축과채즙 3.9, 사과 14.9, 대두 -10.5, 감귤 21.3
제분	소맥(밀) -20.2, 옥수수 -4.2, 소맥분(밀가루) 8.7, 쌀 -1.0, 백설탕 7.2, 감자전분 6.5
제당	원당 21.4, 옥수수 -15.3, 물엿 8.7
식용유지	대두 -10.5, 옥수수 -15.3, 대두유 -37.1, 팥유류 -25.6, 참깨 -14.4

주 1) 수입물가를 활용한 값의 경우, 환율 등락률을 반영(원화로 환산)하여 적용함.

2) 2022년 1~3분기에 대한 2023년 1~3분기 평균 증감률로 계산함.

자료: 통계청 국가통계포털(<https://kosis.kr>), 생산자물가지수; 한국은행 경제통계시스템(<https://ecos.bok.or.kr>), 수입 물가지수; UN Comtrade(comtradeplus.un.org). 모든 자료의 검색일: 2023. 12. 6.

○ 생산품목(업종)별 원재료비 증감율은 “원재료 구성비중 × 원재료별 가격상승률”의 가중합계로 산출함. 원재료비 증감율은 업종에 따라 -13.8~9.9%로 추정됨.

○ 품목별 원가 상승률 추정 결과, 2023년 1~3분기 원재료 가격 변동으로 인한 가공식품의 공급원가는 품목에 따라 약 -11.0~7.0%의 증감율을 보인 것으로 추정됨.

- 공급원가 하락: 제당(7.0%), 빵류(3.3%), 음료류(3.3%), 커피 및 코코아(1.5%), 면류(1.4%), 과자류(1.2%)
- 공급원가 상승: 식용유지(-11.0%), 제분(-8.9%)

〈표 3-4〉 2023년 1~3분기 가공식품의 전년 동기 대비 품목별 원가변동요인 추정

단위: %

품목명	원재료 가격변동에 따른 원가변동요인		
	원재료비 증가율	원재료비 원가비중	총원가 상승 요인
빵류	6.5	51.0	3.3
과자류	2.4	51.4	1.2
면류	2.5	57.3	1.4
커피 및 코코아	2.4	63.2	1.5
음료류	6.6	49.6	3.3
제분	-12.2	72.7	-8.9
제당	9.9	70.9	7.0
식용유지	-13.8	80.0	-11.0

주 1) 수입단가(관세청의 수입금액을 수입물량으로 나눈 것), 생산자물가(한국은행), 수입물가(한국은행) 기준.

2) 2022년 1~3분기에 대한 2023년 1~3분기 평균 증감률로 계산함.

자료: 통계청 국가통계포털(<https://kosis.kr>), 생산자물가지수; 한국은행 경제통계시스템(<https://ecos.bok.or.kr>), 수입 물가지수; UN Comtrade(comtradeplus.un.org) 자료를 사용하여 저자가 작성함.

5. 산업연관분석을 통한 물가 파급영향계수와 파급영향

□ 동일 가격변동에 따른 물가 파급영향계수의 크기는 밀, 원당, 옥수수, 대두 순

○ 밀, 대두, 옥수수, 원당 등 국제 원재료 가격이 10% 상승 시 업종별 물가에 대한 영향계수는 제분 3.96%, 제당 3.95%, 배합사료 2.33% 전분 및 당류 2.29% 순임.

- 밀 가격 10% 상승은 제분에 대해 3.8%에 해당하는 가격상승 요인
- 옥수수 가격 10% 상승은 전분 및 당류에 대해 1.6%에 해당하는 가격상승 요인
- 대두 가격 10% 상승은 유지 및 식용유에 대해 0.9%에 해당하는 가격상승 요인
- 원당 가격 10% 상승은 제당에 대해 4.0%에 해당하는 가격상승 요인

〈표 3-5〉 국제 원재료 가격 10% 변동에 따른 식품물가 파급영향계수

부문명	밀	옥수수	대두	원당	계
제분	3.77	0.17	0.02	0.00	3.96
전분 및 당류	0.05	1.63	0.00	0.61	2.29
떡, 빵, 과자	0.17	0.06	0.08	0.08	0.39
면류	0.43	0.11	0.06	0.02	0.62
유지 및 식용유	0.00	0.26	0.86	0.00	1.13
제당	0.00	0.00	0.00	3.95	3.95
배합사료	0.37	1.73	0.13	0.10	2.33

주: 산업연관표(2018)를 이용하여 산출함.

□ 2020년 대비 2023년 국제 원재료 가격변동으로 인한 식품물가 파급영향은 제당, 전분 및 당류, 배합사료, 제분 등의 순으로 커

○ 2023년 1~3분기 국제 원재료 가격이 코로나19가 발생한 2020년 1~3분기 대비 추가로 약 25.3~87.5% 상승함에 따라 해당 기간 식품물가는 업종·부류별로 약 2.1~34.6% 상승했을 것으로 추정됨.

- 제당(34.6%), 전분 및 당류(17.2%), 배합사료(15.1%), 제분(10.9%) 등의 순으로 파급영향(상승 폭)이 클 것으로 추정됨.

- 2020년 1~3분기 대비 2023년 1~3분기 식품산업 물가에 대한 파급영향이 큰 품목은 원당(41.9%), 옥수수(28.9%), 밀(12.2%), 대두(7.4%)의 순으로 분석됨.

○ 그러나, 국제 원재료 가격이 강세였던 2022년 1~3분기와 비교 시 약 -27.3%~24.4% 가격이 변동함에 따라 해당 기간 식품물가는 업종·부류별로 약 -10.5%~9.6% 변화했을 것으로 추정됨.

- 특히, 원당 가격이 지속 상승세를 보임에 따라 제당업의 물가상승 폭이 9.6%로 양(+)의 파급영향을 미칠 것으로 추정되었으나, 나머지 업종에서는 국제 원료 가격이 안정세를 보임에 따라 모두 음(-)의 파급영향을 미칠 것으로 추정됨.
- 2022년 1~3분기 대비 2023년 1~3분기 식품산업 물가에 대한 파급영향이 큰 품목은 원당(11.7%), 대두(-1.0%), 옥수수(-6.0%), 밀(-13.1%)의 순으로 분석됨.

〈표 3-6〉 2020~2023년의 1~3분기 기준 국제 원재료 가격 변동에 따른 누적 식품물가 파급영향

단위: %

부문명	구분	밀	옥수수	대두	원당	계
제분	2020년 대비 2023년	9.53	1.23	0.13	0.00	10.89
	2021년 대비 2023년	-0.43	0.07	0.01	0.00	-0.35
	2022년 대비 2023년	-10.28	-0.25	-0.02	0.00	-10.55
전분 및 당류	2020년 대비 2023년	0.13	11.76	0.00	5.34	17.22
	2021년 대비 2023년	-0.01	0.66	0.00	2.09	2.75
	2022년 대비 2023년	-0.14	-2.44	0.00	1.49	-1.08
떡, 빵, 과자	2020년 대비 2023년	0.43	0.43	0.50	0.70	2.07
	2021년 대비 2023년	-0.02	0.02	0.03	0.27	0.31
	2022년 대비 2023년	-0.46	-0.09	-0.07	0.20	-0.43
면류	2020년 대비 2023년	1.09	0.79	0.38	0.17	2.43
	2021년 대비 2023년	-0.05	0.04	0.02	0.07	0.09
	2022년 대비 2023년	-1.17	-0.16	-0.05	0.05	-1.34
유지 및 식용유	2020년 대비 2023년	0.01	1.88	5.41	0.00	7.30
	2021년 대비 2023년	0.00	0.11	0.32	0.00	0.42
	2022년 대비 2023년	-0.01	-0.39	-0.73	0.00	-1.13
제당	2020년 대비 2023년	0.00	0.01	0.01	34.55	34.58
	2021년 대비 2023년	0.00	0.00	0.00	13.56	13.56
	2022년 대비 2023년	0.00	0.00	0.00	9.64	9.63
배합사료	2020년 대비 2023년	0.94	12.48	0.82	0.87	15.11
	2021년 대비 2023년	-0.04	0.70	0.05	0.34	1.05
	2022년 대비 2023년	-1.01	-2.59	-0.11	0.24	-3.46

주: 산업연관표(2018)를 이용하여 산출함.

6. 국제원재료 가격 상승에 대한 정부 대응

□ 2023년은 원당 및 설탕의 국제가격 상승으로 국내 가공식품 물가 동반 상승 우려

○ 기상이변 및 가뭄 등으로 주요 설탕 생산국에서 설탕의 원재료인 사탕수수의 생산량이 감소하여 원당 및 설탕 공급 부족이 지속됨. 이로 인해 2023년 2분기부터 국제가격이 지속 상승하였고, 하반기까지 상승 추세가 이어지고 있음.

- 원당의 가격지수는 2023년 1분기 123.0에서 2분기 152.9로 크게 상승하였음. 3분기 또한 원당의 가격지수는 152.4로 높은 수준을 유지하고 있음.⁹⁾

○ 이와 함께, 최근 우크라이나 밀수출 시설 피습 및 중국의 밀 수확량 감소에 따른 밀 수입 확대가 맞물리며 밀 가격이 다시 상승하려는 조짐을 보이고 있음.

○ 이에 따라 정부는 농식품 물가 관련 10대 대책으로 식품 원료 7대 할당관세 적용, 커피 및 코코아 원두 부가세 한시 면제, 단순가공식품 부가세 한시 면제, 농축산물 할인쿠폰 확대, 밀가루 가격 안정, 사료 구매자금 1조 5천억 원 지원, 무기질 비료 가격 안정, 식품 가공업체 원료 매입자금 지원, 외식업체 식재료 구매자금 지원, 면세 농산물 공제 한도 한시 상향을 제시함.

○ 또한, 국내 물가 안정 및 원재료 수급 상황을 고려하여 2024년에 설탕에 특별할당관세 적용을 추진하고, 밀·팥 등 정부관리양곡 방출 등의 정책을 통하여 식품 물가 안정을 도모하고자 함. 또한 농림축산식품부는 물가 상황을 고려하여 농식품 수급상황 점검회의를 매주 1~2회 지속적으로 실시하고 있음.

⁹⁾ FAO, Food Price Index.

7. 시사점

- 기후변화 및 글로벌 공급망 위기 등의 요인으로 향후 국제곡물 시장의 불확실성 심화 우려, 국제곡물 시장 위기는 국내 가공식품 산업의 생산활동 및 물가에 미치는 영향이 매우 크므로 근본적 대책 필요
- 최근 기후변화에 따른 곡물 생산량 예측 불확실성 증가, 바이오 연료용 곡물에 대한 지속적 수요 증대, 신흥국 경제성장에 따른 식량 및 사료용 곡물 수요 증가 등의 영향으로 국제곡물의 수급 불안이 심화되고 있음. 더불어 코로나19와 같은 전 세계적 팬데믹 발생으로부터 촉발된 공급망 위기는 국제곡물 수급에 있어 새로운 애로 요인으로 작용하고 있음.
- 국제곡물 수급 여건이 양호하지 못한 상태에서 발생한 각종 전쟁 등의 영향은 국제곡물 가격변동의 불확실성을 증대시킴. 이러한 불확실성은 흑해 지역 곡물 생산 및 수출 능력 저하, 비료 등 농자재 가격상승 등의 파급효과를 미칠 것으로 전망되며, 나아가 국내 식품 물가에 미치는 영향 또한 당분간은 유지될 것으로 예측됨.
- 상기의 요인들로 인하여 식량의 안정적 수급을 담보할 수 없게 되며 식량안보의 중요성이 강조되고 있으나, 현재 우리나라의 곡물자급률은 약 19.5% 수준으로 해외 의존도가 매우 높은 실정임.¹⁰⁾ 우리나라는 국제곡물 수급 악화, 가격 급등에 대비해 해외 곡물의 안정적 확보와 물가 영향 최소화를 위한 정책을 지속적으로 수행하고 있으나, 세제 및 금융지원 이외의 근본적인 대응책이 미흡함.
 - 이는 2007년~2008년 애그플레이션 이후 국제곡물 위기 대응을 위한 국내 곡물자급률 제고, 해외농업개발, 해외곡물 유통망 진입 등의 정책을 추진하였으나, 2014년 이후 국제곡물 가격이 안정세를 보이면서 정책추진 동력이 급격히 약화되어 지속적 투자가 이루어지지 못한 측면이 큼.

¹⁰⁾ 한국농촌경제연구원(2023). 통계로 본 세계 속의 한국농업. p.24.

○ 근본적 대책이 미흡한 상황에서 대체 원산지 개발, 금융 및 세제지원 등의 정책이 수행되고 있으나 그 효과는 제한적일 수밖에 없음.

□ 중장기적인 시각에서 국제곡물 위기 대응 수단 마련을 위한 정책 개발 필요

○ 농식품 물가의 상승은 특히, 저소득층 등의 취약계층에 대한 식품 불안정성 우려를 증대시킬 수 있으므로 취약계층에 대한 지원 정책이 적극 추진되어야 할 필요가 있음.

○ 국제곡물 위기 대응 수단으로 국내 곡물자급률 제고, 해외농업개발, 곡물 유통망 진입 사업은 장기적으로 대규모의 투자가 이루어져야 성과를 거둘 수 있음.

- 2007년~2008년 애그플레이션 이후 위기 대응 수단 마련을 위해 추진된 정책이 국제곡물 가격 안정세로 국민적 관심사에서 멀어지면서 관련 재원확보에 어려움이 발생하였다는 점 등을 고려해 중장기적인 시각에서 정책이 설계되고 추진될 필요가 있음.

4

세계 식품산업 동향

1. 세계 식품시장 동향 및 이슈

1.1. 세계 식품시장 동향

□ 2023년 세계 식품시장 규모는 8.7조 달러 수준, 향후 빠르게 성장 전망

○ 2023년 세계 식품시장 규모는 8.7조 달러로, 전년보다 약 4.9% 증가한 것으로 추정됨.

- 식품 종류별 시장규모: 식료품 4.5조 달러, 음료 3.3조 달러
- 식료품 및 음료 시장규모는 코로나19 이후 지속 증가 추세를 보임. 특히 음료 시장은 코로나19 초기인 2020년에 2.6조 달러 수준이었으나, 2021년부터 빠르게 회복함.
- 2023년 식료품, 음료, 담배 시장 시장규모는 모두 증가함.

○ 식품시장은 2023년 이후 연평균 4.6%씩 성장할 것으로 전망됨.

- 식료품 시장은 연 4.2%, 음료 시장은 연 5.9%씩 성장할 전망이다.

〈표 4-1〉 전세계 식품시장 규모(시장구분별)

단위: 십억 달러, %

구분	2020	2021	2022	2023 ^P	2024 ^P	2025 ^P	2026 ^P
세계 식품시장	7,370.2	8,061.4	8,287.8	8,692.0	9,095.8	9,514.5	9,944.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
식료품 시장	3,970.6	4,263.9	4,321.9	4,499.9	4,692.9	4,887.1	5,089.2
	53.9	52.9	52.1	51.8	51.6	51.4	51.2
음료 시장	2,580.6	2,875.5	3,055.2	3,280.5	3,480.7	3,689.2	3,897.6
	35.0	35.7	36.9	37.7	38.3	38.8	39.2
담배 시장	818.9	922.0	910.7	911.6	922.1	938.2	957.9
	11.1	11.4	11.0	10.5	10.1	9.9	9.6

주: 제조업 기준이며 2023~2026년 수치는 추정치임.

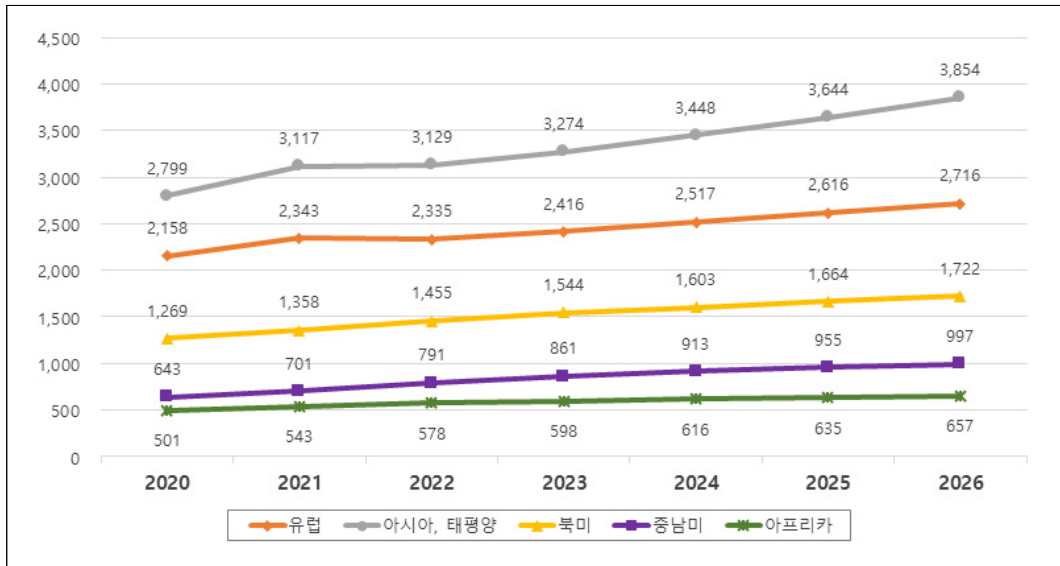
자료: GlobalData(각 연도); 한국농수산식품유통공사(재인용)(at.or.kr). 검색일 2024. 1. 19.

□ 식품시장 규모의 성장이 예상되는 지역은 아·태 지역, 유럽, 북미 순

○ 2023~2026년 식품시장 예상 증가액은 아시아·태평양 지역이 5,800억 달러, 유럽 3,001억 달러, 북미 1,778억 달러, 중남미 1,354억 달러 등임.

〈그림 4-1〉 전세계 식품시장 규모(대륙별)

단위: 십억 달러



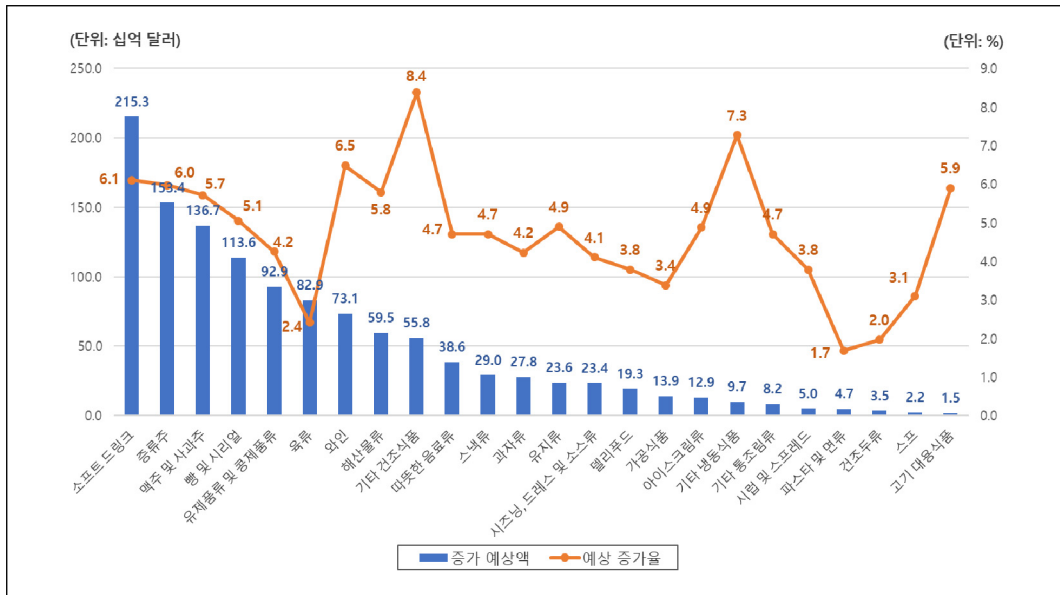
주: 제조업 기준이며 2023~2026년 수치는 추정치임.

자료: GlobalData(각 연도); 한국농수산식품유통공사(재인용)(at.or.kr). 검색일 2024. 1. 19.

○ 2023~2026년 시장규모가 큰 폭으로 증가할 것으로 전망되는 품목은 소프트 드링크(2,153억 달러), 증류주(1,534억 달러), 맥주 및 사과주(1,367억 달러) 등임.

- 동기간 빠르게 성장할 것으로 예상되는 품목은 기타 건조식품(8.4%), 기타 냉동식품(7.3%), 와인(6.5%), 고기 대용식품(5.9%) 등임.

〈그림 4-2〉 2023~2026년 품목별 시장규모 증가 예상액



자료: GlobalData(각 연도); 한국농수산물유통공사(재인용)(at.or.kr). 검색일 2024. 1. 19.

1.2. 2024년 글로벌 식품 트렌드

□ 2024년 미국이 주목할 10대 식품 트렌드¹¹⁾

① 식물 기반(Plant-Based) 식품의 성분 단순화

○ 최근 몇 년간 인류의 식생활이 환경에 미칠 부정적 영향에 관한 관심이 증가하고 있음.

11) 미국 아마존(Amazon)의 자회사인 홀푸드마켓(Whole Food Market)이 2023년 10월 18일에 발표한 '2024년 미국이 주목할 10대 식품 트렌드'(kotra 해외시장뉴스)를 참고하여 재정리함.

이에 대한 대처로 완전한 채식으로의 전환이 어려운 소비자들을 위해, 동물성 재료를 최소화하고 버섯류·콩류·육류를 배합한 혼합 제품이 개발되어 미국 식품시장에서 큰 주목을 받게 됨.

- 2024년에도 소비자들의 지속가능성에 대한 수요와 관심이 지속될 것으로 전망됨. 다만, 육류와의 혼합 제품이 아닌 버섯, 호두, 템페, 콩 등 식물성 재료들만으로 단순화한 대체육 식품이 주목받을 것으로 전망됨.
- 또한, 식물 기반 식품은 유제품 시장으로까지 확장되는 추세를 보임. 특히, 귀리를 원료로 하는 오토밀크(Oat Milk) 또는 아몬드 우유 등의 인기가 지속될 것으로 전망됨.
- 미국 식물기반식품 시장규모(십억 달러)¹²⁾: (2019) 5.5 → (2020) 7.1 → (2021) 7.5 → (2022) 8.0, 2019~2022년 연평균 성장률 13%

② 카카오에 대한 재조명

○ 부산물 또는 공정 과정에서의 남은 재료를 활용한 업사이클링(Upcycling) 제품이 주목받는 가운데, 식품업계에서도 기존에 활용되지 못하고 폐기되었던 카카오 펄프 등의 초콜릿 제조 부산물이 젤리, 잼 등의 제품으로 재탄생되고 있음.

- 카카오 활용 식품기업인 Blue Stripes는 저온압착으로 추출한 카카오 워터 음료, 카카오 과육, 카카오 그래놀라 제품 등을 출시하며 카카오의 슈퍼푸드로서의 가능성을 주목하고 있음.

③ 차세대 곡류, 메밀(Buckwheat)에 주목

○ 토양 건강 개선 및 잡초 억제를 위한 덮개 작물로서 메밀의 인기가 높아지고 있음. 또한 메밀은 단백질, 탄수화물, 섬유질 등을 함유한 슈퍼푸드로 2024년에는 차세대 곡류로서 주목받을 것으로 전망됨.

- 한국 또한 식물성 우유의 종류로 아몬드 우유, 귀리 우유, 쌀우유 등이 있음.

¹²⁾ 미국 식품 관련 비영리기구 굿푸드인스티튜트(Good Food Institute)와 PBFA(식물기반식품협회)의 조사 결과

④ 식물 기반 대체 생선(Plant-Based Fish)의 부상

○ 식물 기반, 식물성 식품에 대한 소비자 관심이 증대함에 따라, 미세조류 또는 버섯균사체 등을 활용한 대체 생선에 대한 수요가 증가할 것으로 전망됨.

- 대체 생선에 대한 수요는 채식주의자뿐만 아니라 생선 및 갑각류 알레르기 보유자, 해양오염으로 인한 어패류 취식을 우려하는 소비자, 어류 남획 또는 어선의 온실가스 배출 등 지속가능성을 저해하는 요소들을 식생활에서 배제하고 깨끗한 먹거리를 추구하는 다양한 소비자들의 요구사항을 충족할 것으로 사료됨.
- 캐나다 기반 식물기반 수산식품 스타트업 컨셔스푸드(Konscious Foods)는 미국 시드펀딩라운드에서 2600만 달러 유치 성공, 굿캐치(Good Catch)는 식물기반 연어 버거, 언미트(Unmeat)는 무생선 참치 통조림을 출시함.

⑤ 수자원 절약 및 보호에 관한 관심 증가

○ 최근 유수의 글로벌 식품기업이 재생농업(Regenerative agriculture) 추구, 수자원 보호, 생태계 복원을 위한 다양한 노력을 추진하고 있음.

- 일반적으로 폐기되는 과일 부산물에서 과즙을 추출하여 음료를 생산하거나, 굴 양식에 대한 지원을 통해 획득한 굴 패각으로 연안 수질 개선 및 생태계 복원에 활용하고 있음.
- 한편, 토양 건강 재건, 화학 약품을 통한 인공적인 생산량 증대 지양, 재생농업 추구 농축산물에 대한 소비자 관심이 증가함에 따라, 이를 인증하는 재생 유기농 인증(Regenerative Organic Certification, ROC)을 획득한 제품이 친환경/유기식품 분야에서 인기를 얻고 있음.

⑥ 식품시장에서의 매운맛 저변 확대

○ 세계 각지의 다양한 매운맛에 대한 소비자들의 새로운 수요에 힘입어 기존의 스리라차 소스 등 일부 소스류에 국한되었던 매운맛에 대한 수요가 미국 시장을 포함한 세계 식품 시장에 점차 확산할 것으로 전망됨.

- Scorpion Peppers 등 특수 품종 고추를 활용한 피클, 분말 등이 시장에 출시되고 있으며, 조미료 분야뿐만 아니라 콤포차, 저온 압착 주스, 스무디 등 즉석 음료 시장에도 매운맛에 대한 수요가 확장되는 추세임.
- 2024년에는 매운맛 음료, 디저트 등 이전에 맛보지 못한 새로운 식품들이 시장 점유율을 확대함과 동시에, 기존에 출시된 제품에 매운맛을 추가한 새로운 제품군들이 출시될 것으로 사료됨.

⑦ 건강한 면류의 부상

- 코로나19가 종식되어도 소비자들은 즉석에서 먹을 수 있는 간편한 식사를 추구하고 있으며, 이 가운데 식생활에서의 건강과 지속가능성에 대한 소비자들의 관심이 증가함.
- 이미 국내에서는 크게 대중화된 두부면 및 곤약면, 특정 방부제 또는 MSG를 첨가하지 않은 고품질의 인스턴트 국수 등 간편하지만 영양 면에서 충분한 건강한 면류에 대한 수요가 증가할 것으로 예상됨.

⑧ 작은 사치품에 대한 수요 증가

- 물가상승 및 경기 불황에 따른 소비 축소와는 별개로, 출퇴근길 등 짧은 시간에 즐길 수 있는 밀크티, 마카롱 등과 같이 5~10달러로 즐길 수 있는 작은 사치품에 대한 보상소비를 추구하는 소비자가 증가함.
- 2024년에는 이와 같은 소비자들의 구매 욕구를 충족할 수 있는 개별 포장 간식, 미니 케이크, 캔형 콜드브루 커피 등 다양한 작은 사치품에 대한 높은 인기가 지속될 것으로 전망됨.

⑨ 다양한 여성 건강보조식품 출시

- 최근 많은 식품기업에서 임신, 산후조리, 폐경, 수면 등과 관련한 다양한 부인과 증상 완화와 건강 증진에 도움이 되는 보조식품을 출시 중임.

- 2024년에는 폐경기 여성들의 영양을 보충하는 에너지 바, 산전·산후 기능성 차 등 표적화되고 세분된 다양한 제품이 시장에 출시될 것으로 전망됨.

⑩ 기능성 카페인 음료 증가

- 버섯 또는 프리바이오틱스 등 건강에 유익한 성분이 첨가된 기능성 카페인 음료에 대한 수요가 증가할 것으로 예상됨.
 - 2024년에도 천연향료를 사용한 스파클링 에너지 음료, 질소(Nitro) 콜드브루 커피, 드래프트 라테 커피 등 카페인 본연의 기능에 충실하면서도 다양한 소비자들의 입맛을 사로잡을 수 있는 기능성 카페인 제품군이 점차 확장될 것으로 전망됨.

2. 아세안 식품시장 동향 및 이슈¹³⁾

2.1. 농림수산물 시장규모

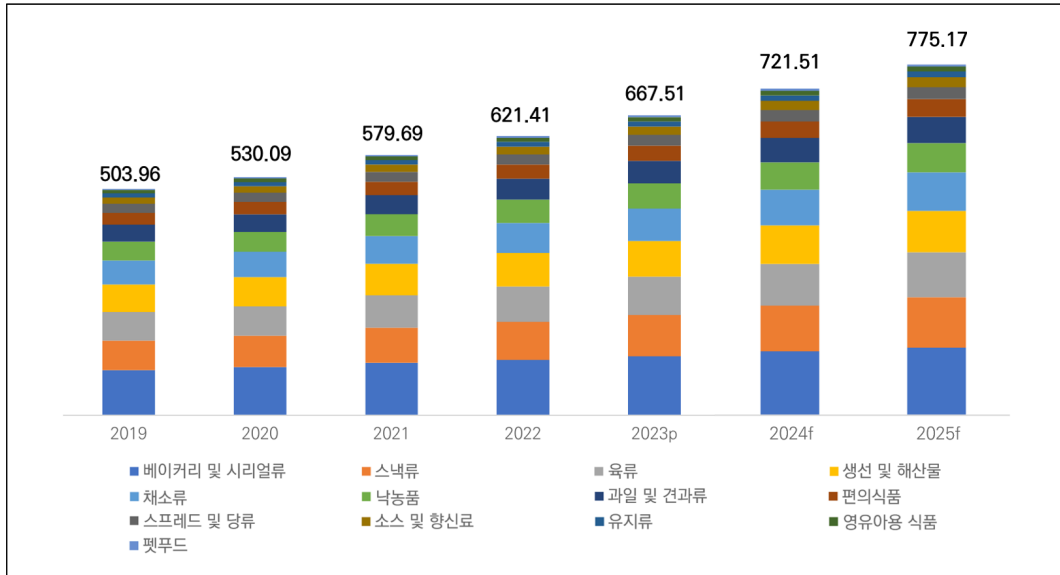
- 2022년 아세안의 농림축산식품 시장규모는 6,214억 1,000만 달러로 전년 대비 7.2% 성장
- 2022년 기준, 아세안(ASEAN)의 농림수산물 시장규모는 6,214억 1,000만 달러(약 814조 2,894억 원)로 집계되어 2021년 대비(5,796억 9,000만 달러) 7.2% 성장함.¹⁴⁾
- 2023년 아세안 농림수산물 시장규모는 전년 대비 7.4% 성장하여 6,675억 1,000만 달러(약 874조 6,984억 원)에 달할 것으로 추정됨.
 - 아세안 농림수산물 시장은 2021년 이후 5년간 연평균 7.5% 성장하여 2025년 7,751억 7,000만 달러(약 1,015조 7,750억 원)로 전망됨.

¹³⁾ 아세안은 동남아시아 국가 연합(Association of Southeast Asian Nations)을 의미하며, 2023년 기준 회원국은 인도네시아, 태국, 필리핀, 말레이시아, 싱가포르, 브루나이, 베트남, 라오스, 미얀마, 캄보디아 등 10개국임.

¹⁴⁾ 2023년 11월 평균 대미환율을 적용함(1 USD = 1,310.39 KRW).

〈그림 4-3〉 아세안 농림수산물 시장규모

단위: 십억 달러



주: 2023~2025년 자료는 추정 및 전망치임.

자료: Statista (2023); 한국농수산식품유통공사(재인용)(at.or.kr). 검색일 2024. 1. 5.

○ 2022년 기준, 품목별 시장규모는 베이커리 및 시리얼류(19.4%) 시장이 가장 크고, 스낵류(15.2%), 육류(15.0%), 채소류(12.0%) 등의 순으로 나타남.

- 상위 3개 품목인 베이커리 및 시리얼류, 스낵류, 육류 시장이 전체 농식품 시장의 49.6%를 차지함.
- 점유율 1위를 차지한 베이커리 및 시리얼류의 시장규모는 1,087억 달러로, 전년 대비 7.1% 감소함.
- 점유율 2위를 차지한 스낵류는 전년 대비 8.9% 증가하여 847억 5,000만 달러 규모로 나타남.

〈표 4-2〉 아세안 농림축산식품 품목별 시장규모

단위: 백만 달러, %

구분	2020년	2021년	2022년 ⁹	2023년 ⁹	2024년 ⁹	비중 (2022년)	전년 대비 성장률	연평균 성장률
1 베이커리 및 시리얼류	107,100	117,000	108,700	124,600	135,100	19.4	-7.1	6.0
2 스낵류	70,160	77,830	84,750	91,920	102,300	15.2	8.9	9.9
3 육류	71,120	77,640	83,670	91,910	100,900	15.0	7.8	9.1
4 채소류	56,470	61,730	66,820	72,140	78,590	12.0	8.2	8.6
5 낙농품	44,120	48,220	51,920	55,820	60,560	9.3	7.7	8.2
6 과일 및 견과류	39,220	42,840	46,220	49,770	54,110	8.3	7.9	8.4
7 영유아용 식품	31,030	34,110	36,740	39,510	42,960	6.6	7.7	8.5
8 편의식품	27,400	29,830	31,800	33,840	36,460	5.7	6.6	7.4
9 스프레드 및 당류	20,490	21,730	20,940	23,060	24,050	3.7	-3.6	4.1
10 소스 및 향신료	14,700	16,030	17,180	18,370	19,840	3.1	7.2	7.8
11 유지류	9,280	10,090	10,230	11,370	12,290	1.8	1.4	7.3

주: 2022~2024년 자료는 추정치임.

자료: Statista (2022); 한국농수산식품유통공사(재인용)(at.or.kr). 검색일 2024. 1. 4.

□ 아세안의 온라인 식품시장 규모는 연평균 44.1% 성장하여 고성장이 기대되는 시장

○ 2023년 기준, 전체 아세안 농림축산식품시장의 6.4%를 차지하는 온라인 식품시장의 규모는 전년 대비 7.8% 성장하여 426억 3,000만 달러로 집계되었고, 2019~2023년간 연평균 44.1% 성장하였음.

- 동기간 오프라인 농식품 시장은 6,248억 8,000만 달러로 전체 식품시장의 93.6%를 차지하였으나, 전년 대비 7.1% 감소하였음. 또한 최근 5개년 연평균 성장률은 6.0%로 나타남.

○ 온라인 농식품시장 중 전자상거래 시장규모는 125억 1,000만 달러로, 전년(108억 3,000만 달러) 대비 8.2% 성장한 것으로 나타났으며, 배달식품 시장규모는 301억 2,000만 달러로 추정되어 전년(237억 8,000만 달러) 대비 7.7% 성장할 것으로 예상됨.

- 배달식품 시장은 2021년까지 식사 배달 시장 규모가 식료품 배달 시장보다 우세하였음. 그러나 2022년부터 식료품 배달 시장 규모가 크게 성장하면서 식사 배달 시장 규모 대비 약 1.5배 커진 것으로 나타남.

〈표 4-3〉 아세안 농림축산식품 온/오프라인 시장규모

단위: 십억 달러, %

구분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년p	비중 (2023년)	전년 대비 성장률	연평균 성장률
전체 시장	503.96	530.09	579.69	621.41	667.51	100.0	-7.1	7.3
오프라인 시장	494.08	512.17	540.03	586.8	624.88	93.6	8.9	6.0
온라인 시장	9.88	17.92	39.66	34.61	42.63	6.4	7.8	44.1
전자상거래	2.59	4.92	9.30	10.83	12.51	1.9	8.2	48.2
배달식품	7.29	13.00	30.36	23.78	30.12	4.5	7.7	42.6
식료품 배달	3.54	6.52	10.87	14.21	18.79	2.8	7.9	51.8
식사 배달	3.75	6.48	19.49	9.57	11.33	1.7	7.7	31.8

주: 오프라인 시장규모는 전체 시장규모에서 전자상거래와 배달식품 시장의 규모를 제하여 산출함.

자료: Statista (2023); 한국농수산식품유통공사(재인용)(at.or.kr). 검색일 2024. 1. 5.

2.2. 한국산 농림수산물 수출현황

□ 최근 5년간 한국산 농림수산물 수출규모는 매년 증가

○ 2023년 기준, 아세안 시장으로의 한국산 농림수산물 수출액은 전년 대비 1.4% 증가한 24억 6,477만 달러로 집계됨.

- 농림수산물 유형별 수출 비중은 농산물이 59.7%로 가장 높았고, 수산물(25.7%), 축산물(10.0%), 임산물(4.5%) 순으로 나타남.
- 전체 식품 수출액 1위 부문인 농산물 수출액은 14억 7,242만 달러로 집계됨.

〈표 4-4〉 한국산 농림수산식품의 아세안 수출 규모

단위: 백만 달러, %

구분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	비중 (2023년)	전년 대비 성장률	연평균 성장률
전체	1,811.8	1,899.8	2,207.1	2,431.8	2,464.8	100.0	1.4	8.0
농산물	1,153.9	1,244.9	1,453.7	1,507.2	1,472.4	59.7	-2.3	6.3
수산물	439.4	415.7	438.8	554.0	634.4	25.7	14.5	9.6
축산물	142.4	151.8	190.0	255.3	246.8	10.0	-3.3	14.7
임산물	76.1	87.3	124.7	115.3	111.1	4.5	-3.7	9.9

자료: KATI 농식품수출정보. 검색일 2024. 1. 19.

○ 2023년 기준, 주요 한국산 수출 농림수산물식품은 기타 조제품(7.4%), 라면(7.4%), 건조김(3.9%), 기타 음료(3.8%) 등의 순으로 집계됨.

- 전체 품목 중 점유율 1위를 차지한 기타 조제품의 수출액은 1억 6,642억 달러로 집계되었고, 전년 대비 16.3% 증가함. 수출액 2위를 차지한 품목인 라면은 전년 대비 15.3% 증가하여 1억 6,516억 원으로 집계됨.
- 전년과 비교하여 수출액이 가장 큰 품목으로 증가한 품목은 건조김으로, 2022년 대비 61.5% 증가한 8,776억 달러로 집계됨. 이어서 조미김(30.2% 증가, 6,606억 달러), 초본류 딸기(29.7% 증가, 5,136억 달러) 등의 순으로 나타남.

〈표 4-5〉 한국산 농림수산물식품의 품목별 아세안 수출 규모

단위: 백만 달러, %

구분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	비중 (2023년)	전년 대비 성장률	연평균 성장률
전체	1,811.8	1,899.8	2,207.1	2,431.8	2464.8	100.0	-8.1	5.4
1 기타 조제품	83.8	110.4	153.3	143.1	166.4	7.4	16.3	18.7
2 라면	104.6	121.4	136.2	143.2	165.2	7.4	15.3	12.1
3 건조김	67.2	49.5	48.6	54.3	87.8	3.9	61.5	6.9
4 기타 음료(과일·채소 주스 제외)	49.6	49.4	64.9	84.5	84.2	3.8	-0.4	14.1
5 조미김	5.8	32.0	43.3	50.7	66.1	3.0	30.2	83.6
6 커피 크리머	44.8	41.4	60.0	65.5	63.3	2.8	-3.3	9.1
7 냉동 닭고기	29.0	35.7	27.8	59.0	54.3	2.4	-7.8	17.0
8 설탕·감미료·향미료를 첨가한 물	84.9	73.7	71.8	73.7	53.5	2.1	-27.5	-10.9
9 초본류 딸기(신선)	33.1	33.8	39.5	39.6	51.4	1.6	29.7	11.7
10 소스	22.3	26.4	31.3	34.5	40.5	1.4	17.4	16.1

주 1) 수출 상위품목 중 비식품은 목록에서 제외함(전체 수출액은 변동 없음).

2) 자료 집계에 활용된 HS코드는(10자리 기준) 1902.30-1010, 2106.90-9099, 2202.99-9000, 2202.10-9000, 2106.90-9010, 0207.12-0000, 1212.21-1010, 2008.99-5010, 0810.10-0000, 2103.90-9090

자료: KATI 농식품수출정보. 검색일: 2024. 1. 19.

2.3. 주요 규제 및 정책 현황

○ 2021년, 싱가포르 식품청은 ‘식품판매규정(Sale of Food Act)’을 개정하고, 식품 규정 개정안을 발표함.

- 해당 개정안에는 음료의 영양 등급을 규정하는 내용이 포함되었으며, 영양 등급별 음료의 설탕·지방 함량 기준을 규정함.
- 영양 등급 표시제도(Nutri-grade)는 의무 표시제도로, 2021년부터 싱가포르 내에서 판매되는 모든 음료 제품에 설탕과 포화지방 함량에 따라 4가지 등급(A, B, C, D)을 분류하고, 관련 라벨을 표시하도록 함.

〈표 4-6〉 설탕·지방 함량에 따른 영양 등급 기준

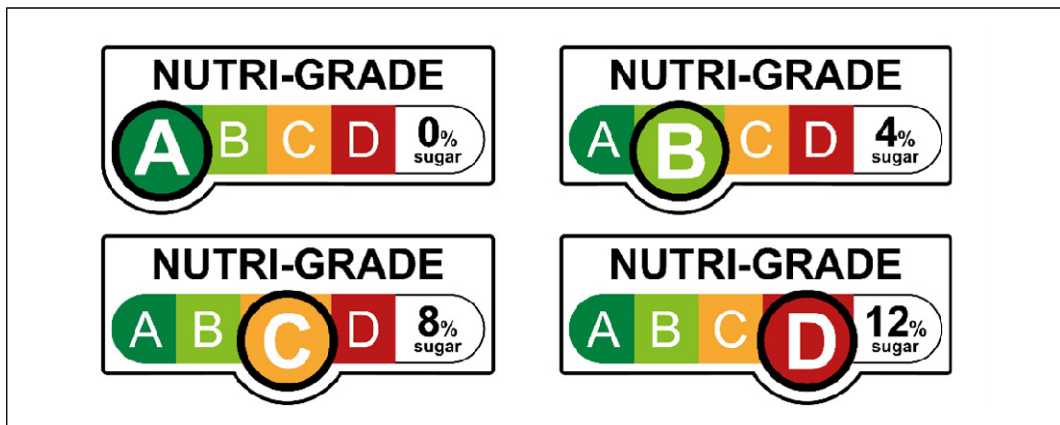
구분	A	B	C	D
설탕 함량 (100ml당 g)	1 이하	1 초과 5 이하	5 초과 10 이하	10 초과
지방 함량 (100ml당 g)	0.7 이하	0.7 초과 1.2 이하	1.2 초과 1.8 이하	2.8 초과

자료: 싱가포르 식품청(sfa.gov.sg); 한국농수산식품유통공사(재인용)(at.or.kr). 검색일: 2024. 1. 5.

○ 2023년 말부터 영양 등급 표시제도 적용 대상을 즉석제조음료로 확대함.

- 갓 내린 차 또는 커피를 포함한 즉석에서 제조한 음료의 설탕 및 포화지방 함량에 따라 A, B, C, D 중 한 가지 영양 등급이 부여될 예정임.
- A 또는 B등급 음료는 마크 표시가 선택사항인 반면, C 또는 D등급 즉석제조음료는 판매 목록 옆에 표시하여야 함.

〈그림 4-4〉 싱가포르의 영양 등급(Nutri-Grade) 마크



자료: 싱가포르 식품청(www.moh.gov.sg). 검색일: 2024. 1. 5.

- 2022년 2월, 베트남 정부는 수입품에 대한 라벨링 규정을 강화·개정함.
 - 의무적으로 기재해야 하는 필수정보, 적용 대상, 원산지 표기 기준 등의 내용이 수정·강화되었으며, 기존의 적용 대상은 베트남 내 생산 및 유통업체, 수입업체, 관련 단체·개인이었으나, 수출업체가 적용 대상에 포함됨.
 - 개정된 라벨링 제도에 따르면, 원산지 표기 시 상품을 생산한 국가, 지역 또는 최종 공정이 진행된 장소의 이름 등을 축약하는 것이 금지되었음.
 - 건강기능식품의 라벨링에서 필수로 기재해야 하는 사항 중 해당 식품의 섭취 대상 및 효과를 기재하는 것이 포함됨.

- 2022년 10월, 태국 보건부는 사전포장식품의 표기 언어·성분 목록 등 라벨링 규정의 수정 초안을 발표함.
 - 식품 라벨에 명시해야 하는 정보, 표기 방법에 대한 내용으로 구성되었으며, 표기사항으로는 식품 이름, 일련번호, 성분 목록, 알레르기 성분, 식품 첨가물 목록 등이 있음.
 - 만일 영어, 태국어 이외의 언어로 작성된 경우, 태국어로 명확히 번역되어야 함.

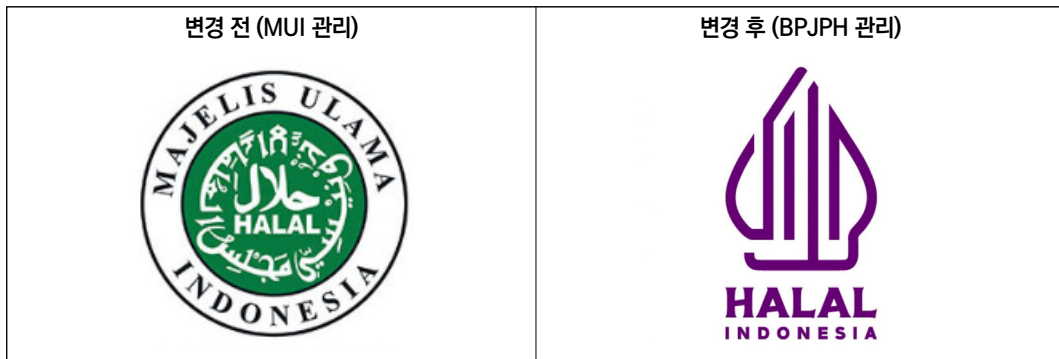
- 2023년 4월, 태국 정부는 2025년 3월 1일까지 가당음료에 3단계 설탕세(Sugar Tax)를 부과함.
 - 태국은 2017년 국민 건강 증진 명목으로 아세안 국가 중 최초로 설탕세를 도입하였음.
 - 설탕 함량이 높은 식품 소비를 줄이기 위해 탄산음료, 과일주스, 에너지 음료 등에 세금을 부과토록 하였으며, 가당음료의 설탕 함량에 따라 0.3~5바트의 설탕세를 부과함.
 - 2023년 8월, 태국 국민의 나트륨 초과 섭취를 근절하고자 소금세 도입을 준비 중임.

- 2023년 6월, 필리핀 정부는 트랜스지방 함량 규제를 실시함.
 - 2023년 6월 19일부터 식품의약국(FDA) 회람번호(Circulation No.) 2021-028 「트랜스지방(TFA)을 함유한 사전포장 가공식품에 대한 지침」이 전면 적용됨에 따라, 가공식품 내 트랜스지방 함량이 총 지방량 100g 또는 100ml당 2g을 초과하는 가공식품의 제조·수입·유통을 금지함.

○ 2024년 10월부터 인도네시아로 수입되는 모든 식품 및 음료에 할랄 인증 표시가 의무화될 예정임.

- 할랄 인증 표시 의무화 시행일(2024. 10. 17.) 이전까지 신선 농산물을 제외한 식품 및 음료는 인도네시아 할랄인증청(BPJPH)의 할랄 인증을 필수적으로 취득하여야 하며, 이슬람 율법에서 금지하는 재료(Haram)가 포함된 식품은 ‘비할랄(Non-Halal)’로 표시하여 할랄 제품과 구분하여 유통, 판매하여야 함.
- 인도네시아 할랄인증청과 (재)한국이슬람교(KMF) 및 한국할랄인증원(KHA) 간 상호인정협약 체결로 인도네시아 수출 전 상호인정협약을 체결한 국내 민간 할랄인증기관을 통해 할랄 인증 취득이 가능해짐. 이는 인증에 소요되는 시간 및 비용이 절감될 것으로 기대됨.
- 할랄 인증 관리가 기존의 인도네시아 올레마 위원회(Majelis Ulama Indonesia, MUI)에서 종교부 할랄제품보장청(Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, BPJPH)으로 이관됨에 따라 2022년 3월 1일 이후 할랄 인증을 취득한 경우, 변경된 로고를 사용하여야 함. 다만 기존 할랄 인증 로고는 2026년까지 유효함.

〈그림 4-5〉 할랄 인증 로고 변경 전후



자료: 인도네시아 올레마 위원회(halalmui.org); 인도네시아 할랄제품보장청(bpjph.halal.go.id). 검색일: 2024. 1. 5.

2.4. 2024년 아세안 식품시장 주요 키워드

□ 건강 트렌드와 규제 강화에 따른 저염·저당식품의 관심 증대

○ 과도한 나트륨 및 당류 섭취로 인한 건강 문제가 사회적 문제로 대두되며 각국 정부에서 나트륨 및 당류 고함량 제품을 규제하기 시작함. 이에 따라 건강한 식품을 섭취하고자 하는 아세안 소비자들의 저염 및 저당식품 선택이 점차 늘어날 것으로 전망됨.

- 태국은 2017년부터 가당음료에 설탕세를 부과하였으며, 나트륨 함량에 따른 소금세 추가 징수를 고려 중임.
- 싱가포르는 2026년까지 나트륨 섭취량을 15% 감소할 것을 목표로 설정하였으며, 당류 고함량 음료에 영양 등급을 표시하고 있음.
- 말레이시아는 2019년 7월부터 당류 고함량 음료에 설탕세를 부과하고 있음.

□ 콜드체인 시장 성장과 신선 및 냉동식품 수요 증가

○ 도시화 및 소비 품목 변화로 인하여 냉장 및 냉동 운송 시스템의 구축 필요성이 증대되고 있는 가운데, 기업 차원에서 신선식품 배송 서비스 출시 또는 냉장창고 확충 등 콜드체인 시스템 확대에 나서고 있음.

- 향후 콜드체인 유통이 필수적으로 요구되는 신선식품 및 냉동식품 시장이 더욱 확대될 것으로 예상됨.

□ 기술 혁신과 미래 식품(Future Food)

○ 기상이변과 농산물 공급 변화에 대응하기 위하여 애그리테크(Agri-Tech) 및 스마트농업을 국가적으로 육성·추진 중임.

- 대체 단백질 등 새로운 식품에 관한 연구개발이 더욱 활발해질 것으로 예상됨.

3. 요약 및 시사점

- 2022년 세계 식품시장 규모는 8.8조 달러 수준이며, 포스트코로나 이후 식품시장(2021~2025년)은 연평균 5% 이상 성장할 것으로 전망됨. 식품시장 성장이 예상되는 지역은 아·태 지역, 유럽, 중동·아프리카 순서임.
 - 세계에서 시장규모 성장이 클 것으로 예상되는 품목은 고기대용식품(11.8%), 따뜻한 음료류(10.0%), 스프(7.4%), 맥주 및 사과주(7.0%), 증류주(6.8%) 등임.

- 식품시장 성장이 예상되는 아세안 지역을 살펴보면, 2022년 아세안의 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 7.2% 성장한 6,214억 1,000만 달러이며, 베이커리 및 시리얼류(19.4%), 스낵류(15.2%), 육류(15.0%)가 점유율이 높은 품목임.
 - 아세안 식품시장에서 오프라인 시장이 전체의 93.6%로 주도하고 있으나 코로나19 발생 이후 온라인 시장이 연평균 44.1%로 빠르게 성장하고 있음. 2022년부터 식품 배달 시장 규모가 크게 성장하면서 식사 배달 시장 규모 대비 약 1.5배 커진 것으로 나타남.
 - 최근 4년간 한국산 농림수산물식품의 아세안 수출 규모는 매년 증가하고 있으며, 라면(5.9%), 기타 조제품(9.9%), 기타음료(3.5%), 설탕·감미료·향미료를 첨가한 물(3.0%) 등이 수출되고 있음.

- 아세안 국가를 대상으로 한 수출확대를 위해서는 아세안 국가의 식품 규제 및 정책변화에 관심을 가질 필요가 있음. 아세안 국가들은 영양등급 표시제도 및 설탕세 단계적 적용, 소금세 도입 도입, 트랜스지방 가공품의 제조·수입·유통 금지, 인도네시아 수입품 할당인증표시 의무화 등을 준비하고 있음.
 - 싱가포르 식품청은 2021년부터 영양 등급 표시제도를 모든 음료제품에 적용하기 시작하였으며, 2023년 말부터 즉석제조음료로 확대하였음.
 - 태국은 2017년 아세안 국가 중 최초로 설탕세를 도입하였으며, 태국 정부는 2025년 3월 1일까지 가당음료(탄산음료, 과일주스, 에너지 음료 등)의 설탕 함량에 따라 0.3~

5바트의 설탕세를 부과하기로 함. 또한 2023년 8월, 태국 국민의 나트륨 초과 섭취를 근절하고자 소금세 도입을 준비 중임.

- 2023년 6월, 필리핀 정부는 가공식품 내 트랜스지방 함량이 총 지방량 100g 또는 100ml당 2g을 초과하는 가공식품의 제조·수입·유통을 금지함.
- 2024년 10월부터 인도네시아로 수입되는 모든 식품 및 음료에 할랄 인증 표시가 의무화될 예정임.

○ 2024년 아세안 식품시장은 건강 트렌드로 저염·저당식품의 관심이 증대하고 있으며, 콜드체인 시장 성장으로 신선 및 냉동식품 시장이 확대될 것으로 예상됨. 또한 기상이변에 대응하기 위해 기술혁신 및 스마트농업, 미래식품을 국가적으로 육성·추진하고 있음.

○ 2024년 10대 글로벌 식품트렌드는 식물기반 식품: ①식물 기반(Plant-Based) 식품 확대, ②카카오를 이용한 업사이클링 제품, ③차세대 곡류, 메밀(Buckwheat)에 주목, ④식물 기반 대체 생선(Plant-Based Fish)의 부상, ⑤수자원 절약 및 보호에 관한 관심 증가, ⑥식품시장에서의 매운맛 저변 확대, ⑦건강한 면류의 부상, ⑧밀개별 포장 간식, 미니 케이크, 캔형 콜드브루 커피 등 작은 사치품에 대한 수요 증가, ⑨다양한 여성 건강보조식품 출시, ⑩기능성 카페인 음료 확대임.

○ 2023년 미국에서 선풍적인 인기를 끌었던 트레이더조(Trader Joe's) 냉동김밥의 성공은 미국인들의 건강한 음식 및 새로운 이국적인 식품에 대한 수요를 확인하는 계기가 되었음. 한국인의 입맛에 익숙한 고추, 메밀, 면류 등을 활용한 제품에 대한 지속적인 제품 개발 및 현지화 노력으로 농식품 수출 확대가 가능할 것으로 전망됨. 최근 식물기반 대체식품 시장이 성장하고 있고 당분간 지속될 식품 트렌드이므로 두부면, 식물성 대체식품, 대체육 활용 볶음밥·비빔밥 등 식품 수출에도 관심이 필요함.

**일반식품명인제도
필요성 및 운영방안
(현안분석)**

1

서론

1. 연구의 필요성 및 목적

- 대한민국식품명인 제도는 전통식품의 보전 및 계승·발전을 위하여 제조·가공·조리 분야에서 우수한 기능을 보유자를 발굴·육성하여 우수한 우리 고유의 전통 식문화의 보전과 계승·발전을 도모하기 위해 1994년부터 도입·운영되고 있음.
- 그동안 전통식품 표준규격 지정이 사회적 요구에 따라 점진적으로 증가하는 추세였으나, 최근 정제되어 성숙 단계에 돌입함.
 - 국립농산물품질관리원 고시에서 정한 전통식품 표준규격 지정 품목 수는 증가 추세였으나, 최근 정체됨.
 - 전통식품 표준규격 지정 품목 수는 1999년 12월 기준 37개 품목에서 2021년 12월 6일 기준 85개 품목으로 증가하였으나, 2018년 5개 품목 신설, 2020년 1개 품목 신설, 2021년 1개 품목 신설, 2022~2023년 0개 품목 신설됨.
 - 그동안 전통식품 표준규격 지정 품목 수 증가로 인해 대한민국식품명인 지정 품목들은 전통식품 분야 내에서 지정되었음.

○ 식품산업 발전·진흥 차원에서 대한민국식품명인 지정 분야를 전통식품에 한정하기에는 한계가 존재하여, 2008년 식품산업진흥법 시행령 제정을 통해 기존에 운영되었던 식품명인제도를 전통식품뿐만 아니라 일반식품까지 확대 적용하고자 하였음.

- 전통식품 외 분야의 우수한 식품 제조·가공·조리에 대한 기능인 지정·지원을 통해 전통식품 외 우리 식품의 계승·발전을 도모하고자 2008년부터 '일반식품명인'을 지정하기 위한 제도적 기반을 마련함.
- 식품산업진흥법 시행령 제14조(대한민국식품명인의 지정분야) 1. 전통식품 분야: 전통식품명인, 2. 전통식품 외의 식품 분야: 일반식품명인

○ 일반식품명인의 지정 목적은 우수한 우리 식품의 제조·가공·조리 기능인을 발굴, 전승함으로써 식품산업 발전에 기여함에 있음. 그러나, 일반식품명인 지정에 대한 법적 기반이 마련되었음에도 불구하고, 전통식품과 일반식품의 분류가 명확하지 않았으며, 식품 기능인 요건(20년 이상 조사 등) 및 평가기준(정통성 등)에 의해 실질적으로 일반식품명인 선정이 어려웠음. 2023년 8월 기준, 2008년 이후 일반식품명인은 지정된 바가 없음.

- 식품산업진흥법 시행령 제15조에 의거, ①해당 식품의 제조·가공·조리 분야에 계속하여 20년 이상 종사하거나, ②전통식품의 제조·가공·조리방법을 원형 그대로 보전 및 실현 가능하거나, ③대한민국식품명인으로부터 전수교육을 5년(사망 시 2년) 이상 받고 10년 이상 종사한 자를 자격요건으로 두고 있음.
- 식품산업진흥법 시행규칙 별표1에 지정기준·평가방법 등이 규정되어 있으나, 전통식품명인 기준으로 평가항목이 구성되어 정통성(전수자만 가능)은 일반식품명인에 적용 불가함.
- 평가기준으로 전통성(25점), 우수성(25점), 정통성(20점), 경력 및 활동사항(20점), 기능의 계승·발전 필요성과 보호가치(25점), 산업성(5점), 윤리성(5점)이 있는데, 정통성 기준은 대한민국식품명인으로부터 5년 이상 기능을 준수하는 자를 의미하는 것으로 일반식품명인의 선정 기준으로 적합하지 않음.
- 또한 대한민국식품명인 지정 적합성 검토결과 80점 이상 취득자 중 C로 평가된 항목이 1개 이하인 자를 대상으로 하므로, 일반식품명인으로 지정되기에 어려운 평가기준임.

- 따라서, 전통식품 분야(전통식품명인)와 전통식품 외의 식품분야(일반식품명인)를 구분하여 대한민국식품명인제도를 실효성 있게 운영하기 위한 방안을 마련할 필요가 있음.
 - 현재 전통식품 표준규격이 어느 정도 확립된 상태이므로, 전통식품과 일반식품 유형의 구분 방법을 살펴보고, 대한민국식품명인을 지정·지원하는 운영계획 수립을 통해 실효성 있는 운영방안 마련이 필요함.

2. 선행연구 검토 및 본 연구의 차별성

- 정부 및 지자체의 연구용역 리스트 중에서 “식품명인”이라는 키워드로 검색한 결과, 선행연구가 많지 않았음. 문화재청 및 문화체육관광부에서는 한식문화 진흥 및 무형문화재 전승 관점의 연구가 있었음.
 - 문화재청(2016)은 「무형문화재 보전 및 진흥 기본계획」 수립을 위하여 국내 무형문화재 정책추진 동향을 파악하고, 최근 5년간의 주요 성과 및 한계점을 도출함. 이후, 국내 정책 환경 변화 및 해외 무형문화재 관련 정책 동향을 파악하고, 무형문화재 전승자 및 실무자 등 관련 전문가를 대상으로 설문조사와 정책토론회를 실시하여 그 결과를 바탕으로 기본원칙 및 3대 추진전략, 핵심과제 등을 도출함.
 - 문화재청(2019)은 무형문화재의 복합적 특성에 따른 맞춤형 관리 및 지원체계를 고도화하기 위하여 무형문화재 맞춤형 관리를 위한 지정 범주 재설정, 무형문화재 지정범주별 전승주체 차별화, 무형문화재 전승활성화 정도에 따른 구분 및 지원안, 국가와 시도 무형문화재의 효과적 관리 및 지원방안 등 제도 개선을 위한 관련 법제사항을 도출함.
 - 문화체육관광부(2017)는 한류 확산에 따른 한식문화에 대한 국내외 관심이 확장됨에 따라 체계적이고 중장기적인 한식문화 진흥 및 확산 전략을 모색하기 위하여 주요 개념 및 정책 특성을 고려한 한식문화정책의 범주를 설정하고, 문헌연구 및 전문가 자문을 통해 한식문화정책의 현황 및 추진 환경을 분석함. 이후 국내외 사례분석과 전문가 및 일반인 대상 인식조사를 통해 한식문화 진흥 및 확산을 위한 정책 방향을 설정하고, 세부 전략 방안 및 추진체계를 도출함.

- 문화체육관광부(2020)는 전통문화 정책을 둘러싼 거시환경(PEST) 분석 및 부처 내 기 추진 정책을 분석하여 향후 전통문화 진흥 정책 방향을 제시하고, 전통문화의 효율적 보존·계승 및 발전을 위한 종합계획 수립방안을 제시함. 또한 전통문화진흥 종합계획의 포괄성 및 체계성과 세부 계획 간 유기적 연계를 유도하기 위한 기본 방향 및 추진과제를 마련함.

○ 지역의 명장명인을 발굴하고, 명장명인 기업 육성을 위한 연구가 있음.

- 태백시청(2012)은 태백시의 일자리 창출여건, 향토산업의 육성대안으로서 명장기업의 특성 및 국내외 사례를 검토하고, 명장기업 육성을 위한 태백시의 잠재력을 파악함. 연구결과를 바탕으로 『태백명장기업』 운영을 통한 일자리 창출 전략으로 ① 단계별 전략을 통한 행정역량 강화 ② 지역사회 주체형성 전략을 통한 지역주민의 주체성 및 자긍심 확보, ③ 네트워킹 전략을 통한 역량의 외연적 확대·시장 창출 ④ 올림픽 연계전략을 통한 품질의 세계화를 제시함. 이를 위해서는 사회적 경제체제 구축을 통한 사회적 경제활동 활성화, 전문기술훈련 및 평생교육 등의 운영을 통한 인력 양성체제 구축, 행정 및 지원연계체제 구축이 필요하다고 제안함.
- 동구명장명인장인협회(2023)는 광주광역시 동구를 중심으로 활동하는 명장·명인·장인 28인을 발굴하고 이들의 삶과 역사, 작품 제작 과정 등을 기록·보존함으로써 명장명인의 자긍심 고취 및 활력을 제고하고, 명장·명인·장인 아카이브 작업을 통해 명장명인 스토리텔링 관광 콘텐츠를 개발하고 지역 골목상권과 관광 활성화를 도모함.
- 경기도청(2022)은 도내 전통 장류의 역사적 가치, 전통문화, 지역 특색, 제조과정의 특이점 등을 파악하고, 경기도 소재 전통장류 생산·제조업체 대상 설문조사 및 전문가 자문을 통해 경기도 전통장류 산업의 경쟁력 강화를 위한 중장기 경영 발전전략 모형을 제안함. 단기전략으로 식품안전인증과 전통 품질인증제도 개선, 계약재배를 통한 안정적 원료조달, 소비자의 기대가격에 적용한 제품 판매 등을 통한 제품 전문화가 필요하며, 중기전략으로 R&D 결과의 사업화 연결, 능력 있는 업체 선별을 통한 차등 지원, 오프라인 유통·판매 경로 균형성 확대 등을 통한 사업 효율화를 추진하고, 장기전략으로 소비 트렌드에 대응한 판매전략 모색, 소비 활성화를 위한 신 마케팅기

법 도입, 판촉활동과 할인제도 적용 및 체험프로그램 활성화 등을 통한 운영 유연화가 필요하다고 제안함.

○ 고용노동부가 운영하고 있는 대한민국명장 제도, 기능한국인 제도, 숙련기술전수자, 우수 숙련기술자 제도에 대한 연구 및 논문이 있음. 한편, 2021년 한국산업인력공단에서 대한민국명장의 선정 직종 및 심사기준 적합성을 분석한 연구를 수행하였음.

- 고혜원 외(2012)는 현행 대한민국명장 제도의 운영실태를 검토하고, 역대 대한민국명장에 대한 경쟁력 분석을 통해 대한민국명장의 특성과 역량 수준을 검토하였음. 이후 「제1차 숙련기술장려 기본계획」에 제시된 내용을 중심으로 '예비 대한민국명장' 제도 취지 및 용어 적합성 여부를 검토하고, 유사제도(품질명장, 최고장인, 공예명장 등) 분석을 통해 유사 숙련기술인의 대한민국명장 제도 포함 필요성 및 가능성 여부를 검토하여 대한민국명장 제도의 선진화 방안을 제시함. 주요 방안으로 ① 유사 제도와와의 연계 및 우수 숙련기술자의 확대, ② '예비 대한민국명장' 명칭 변경, ③ 대한민국명장 선정의 단계별 변화, ④ 대한민국명장 자격 및 선정요건·심사기준 개선, ⑤ 대한민국명장 역량 강화 등을 제시함.

- 고혜원 외(2013)는 대한민국명장 204명을 대상으로 대한민국명장의 역량별 보유 수준 및 향후 필요 수준을 설문조사하고, 역량별 요구도 및 우선순위를 도출하여 대한민국명장의 역량 개발을 위한 시사점을 제시함. 분석 결과, 최우선순위 역량으로 '목표설정', 차순위 요구 역량은 '사업 및 시장 통찰력', '비전수립 및 제시', '전략적 계획 수립', '변화주도', '정보수집과 분석', '업무의사결정', '전문지식', '고객지향', '자기계발', '창의성 역량'으로 분석됨. 분석된 결과를 바탕으로 대한민국명장 역량 개발을 위한 프로그램 및 제도적 개선 방향으로 ① 프로젝트 학습 등 정정보수교육 의무화 제도 추진, ② 명장 신청 시 향후 활동에 대한 계획서 제출 및 심사 도입, ③ 장려금 수혜 기간동안 전문성 유지를 위한 교육 실시, 활동성과 평가, 보고서 작성 의무화 등을 주장함.

- 고혜원 외(2015)는 기능한국인의 개인적 특징, 조직적 특성, 기능한국인 선정 후 변화, 향후 필요 역량을 분석하고, 기능한국인의 경력발달 단계별 경력개발 촉진 및 장애요인을 파악하여 기능한국인 역할 확대를 위한 정책제언을 함.

- 김상호 외(2021)는 산업구조 변화, 명장선정 직종 변화 등을 고려하여 심사기준을 개편하여 변화에 대응하고자 하는 목적으로 수행된 연구로, 2017년 개편된 선정 직종 적합성 분석 및 보완, 대한민국명장 선정 심사기준의 문제점 및 개선방안을 제시함.
- 박인우(2014)는 대한민국명장 제도의 발전과정, 운영현황, 도입목적과 역할을 살펴보고, 일본 명공제도와 비교분석을 한 후 정책제언을 함.
- 김혜영 외(2015)는 국가 지정 고속련 기술인은 <표 1-1>과 같이 4개 부문으로 구분되나, 고속련 기술전수를 위한 체계적 도제교육 과정 수립을 통하여 직업 교육과정 내 고속련기술인의 지식·기술·현장경험이 통합된 이론 및 실습 교육을 전개하고자 함. 이를 위해 고속련 기술인의 범위를 <그림 1-1>과 같이 확대하고, 국내외 도제교육 프로그램 운영 사례 고찰을 통해 도제교육 적용 요소를 도출함. 이에 고속련 기술전수를 위한 도제교육 프로그램의 체계적 운영방안을 도출하고, 제도화 방안을 모색함.

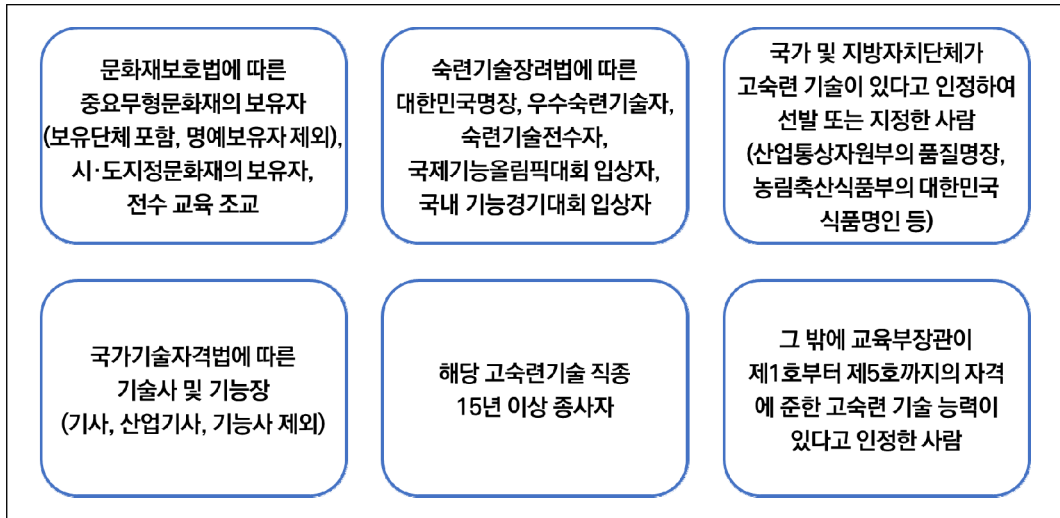
〈표 1-1〉 국가 지정 고속련 기술인 유형

부처	세부 내용
고용노동부	<ul style="list-style-type: none"> • 대한민국명장, 숙련기술전수자, 우수숙련기술자, 기능한국인 - (근거) 숙련기술장려법 제10조 내지 제14조 및 동법 시행령 제2장 한국산업인력공단은 숙련기술장려사업, 숙련기술전수사업, 기능경기사업을 담당 - 명장제도(실기위주)+우수기능인선정제도(공적위주)를 명장(20년 이상 종사자, 실기+공적위주)으로 1991년 통합(기능장려법)¹⁵⁾
농림축산식품부, 해양수산부	<ul style="list-style-type: none"> • 대한민국식품명인(전통식품명인, 일반식품명인) - (근거) 식품산업진흥법 제14조 및 동법 시행령 제14조 내지 제22조 - 해당 제품·포장·용기의 표면 또는 송장 등에 식품명인의 표시를 할 수 있도록 하고 명인제품 전시·박람회 개최 판로확대 및 홍보 등 다양한 지원
문화재청	<ul style="list-style-type: none"> • 무형문화재 제도(연극·음악·무용·놀이와 의식·무예·공예기술·음식 등 무형의 문화적 소산) - (근거) 문화재보호법 - 지정보호, 전승지원 전수교육관 건립지원, 기타 제도적지원(의료급여 및 학점인정제 등)
산업통상자원부	<ul style="list-style-type: none"> • 산업통상자원부 기술표준원은 품질명장(제조부문, 서비스부문) 선발 - 품질명장은 10년 이상 현장에서 근무하고 품질분임조 활동경력이 5년 이상인 산업현장의 근로자 중 장인정신이 투철한 사람을 선발하여 대통령이 직접 지정패 수여 - 중소기업벤처부품질명장 선발 심사위원회의 최종평가로 선발

자료: 김혜영 외(2015: 23-26). 고속련 기술전수 도제교육 프로그램 정착방안 연구.

15) 박인우(2014), "대한민국명장제도의 역할 제고방안에 관한 연구." p.18-19

〈그림 1-1〉 고속연기술인 대상과 범위



자료: 김혜영 외(2015: 10). 고속연 기술전수를 위한 도제교육 프로그램 정착방안 연구.

○ 농림축산식품부가 운영하고 있는 대한민국 식품명인제도의 현황과 과제를 살펴본 연구 뿐만 아니라 식품명인 제품의 소비 활성화 및 브랜드에 관한 논문이 있었음. 그러나 일반식품명인에 대한 연구 및 논문은 없다는 한계가 있음.

- 박상미 외(2015)는 전 세계 국가들이 자국 음식문화 홍보와 이미지 제고를 위해 노력하는 현 상황에 대응하기 위하여 한식과 한식문화를 유네스코 인류무형유산 개념에 맞추어 한식문화의 핵심가치를 도출, 체계화하여 한식과 한식문화의 유네스코 인류무형유산 대표목록 등재를 위한 중장기 계획, 세부과제 및 향후 추진체계를 제시함. 연구를 통해 한식과 한식문화의 유네스코 인류무형유산 대표목록 등재 신청을 위해 유네스코 무형문화유산의 영역(5개)을 참고하여 한식의 가치를 평가해야 하며, ‘한식과 한식문화’는 음식 자체를 내세우는 것이 아닌, 음식에 담긴 의미, 사람과 사람 관계가 표현된 문화체계라는 점을 강조해야 한다고 주장함. 또한 한식 및 한식문화의 유네스코 인류무형유산 대표목록 등재를 위한 과제 목록으로 ‘떡·한과문화’, ‘제례문화’, ‘나물문화’를 제안함.

- 최정숙 외(2011)는 남과 다른 차별성을 선호하는 방향으로 소비 트렌드가 변화하는 가운데, 국내 농식품 분야 명인 10인을 소개하고, 농식품 명인의 문화적·사회적·경제적 가치 인식의 중요성을 주장함. 이를 위해 ① 명인들이 자발적인 네트워크를 구성

함으로써 전문 트렌드 설정자로서의 역할 수행 및 명인 지위 구축, ② 우리 문화의 상품화를 위한 다각적 전략의 도입, ③ 명인 발굴 및 지속적 배출을 가능토록 명인에 대한 제도적 지원책 마련 및 정비 등을 제시함.

- 김지나(2019)는 식품명인 칭호 난립에 따른 전통식품명인의 가치가 하락하는 가운데, 전통식품명인 제품의 소비 활성화를 위하여 명인 제품 사례분석을 통해 브랜딩 및 PB전략을 도출하고, 전통장류 플랫폼을 제안함. 브랜딩 및 PB전략 도출을 위한 전통식품명인 제품(천리장) 사례분석 결과, 명인 제품 ‘윤왕순 명인장’은 명인 이름(윤왕순)으로 퍼스널 브랜딩화한 사례이며, 천리장(젓갈)에 대한 구체적인 스토리텔링은 소비자와 감성교류를 이끌어내었다고 평가함. 또한 천리장은 F(First, 최초 원형 복원하여 제품화·상품화), O(Only, 전통식품명인 지정품으로 관련 법에 의거하여 보호받고 있는 국내 유일한 천리장), B(Best, 스토리텔링을 통한 최고의 맛 강조)를 브랜드 차별화 요소로 꼽았음. 이후 전통장류 소비 활성화를 목적으로 하는 ‘전통식품명인의 전통장류 플랫폼’ 개발을 제안하였으며, 전통장류를 매개로 사람들이 정보 및 가치 교환을 통해 전통장류 플랫폼을 K-Food의 성장기반이 되는 비즈니스 플랫폼으로 확장할 수 있다고 주장함.
- 김지나(2021)는 대한민국식품명인 제품의 관계마케팅 요인이 소비자 만족, 신뢰, 고객 인게이지먼트(관여도) 사이의 관련성을 실증적으로 규명하기 위해 식품명인 제품을 구입한 경험이 있는 소비자 220명을 대상으로 설문조사 후 실증 분석함. 분석 결과, 관계마케팅 요인 중 전문성과 커뮤니케이션은 소비자 만족과 신뢰에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤고, 소비자 만족은 신뢰에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석됨. 또한, 소비자 만족은 소비자 인게이지먼트에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 신뢰는 소비자 인게이지먼트에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타남. 분석 결과를 토대로 소비자 신뢰·만족도 향상 및 장기적 방문의 수단으로 관계마케팅 전략을 고려할 수 있으며, 관계마케팅 중 커뮤니케이션 요소를 활용함으로써 대한민국식품명인 제품에 대한 소비자 참여를 확장하고, 소비자 요구를 반영한 신제품 또는 전통식품 밀키트 개발 등 다각적인 신규 사업 확장을 가능하게 하여 새로운 매출 증진 기회를 마련할 수 있을 것이라 주장함.

- 권기대·고삼숙(2019)은 불확실한 시장 환경에서 CEO의 카리스마가 해당 조직의 브랜드 이미지 및 관계품질에 미치는 영향, 브랜드 이미지가 관계품질(관계신뢰 및 관계결속)에 미치는 영향을 실증 분석하고자 천안·아산지역의 대형마트 및 전통시장 이용객 313명을 대상으로 설문 조사함. 분석 결과, 식품명인의 카리스마는 브랜드 이미지에 정(+)의 영향을 미쳤으며, 식품명인의 브랜드 이미지는 관계품질(관계신뢰 및 관계결속)에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타남. 이를 통해 식품명인 CEO의 리더십에 따라 특정 기업의 성장과 퇴출의 운명이 좌우될 수 있으며, 특정회사의 브랜드 이미지는 해당 회사의 CEO와 매우 밀접하다고 주장함. 또한 소비자들은 브랜드 이미지가 좋은 상품의 구매와 재추천 행동이 특정 기업에 대한 신뢰와 결속이라는 관계품질의 전제조건이라는 점에서 영세하고 미약한 조직이더라도 조직이 신뢰기반에 의한 CEO의 리더십, 브랜드 이미지 등이 곧 구매자와 판매자 간의 관계품질로 연결되어 지속적인 시장경쟁우위를 유지할 수 있다는 점을 강조함.
- 여선영·배은석(2015)은 한국의 전통 식품의 계승을 목적으로 진행 중인 대한민국 식품명인제도의 현황과 문제점들을 파악하였음. 그 결과, 현재 식품명인제도는 모호한 수혜제도, 홍보의 문제, 지정 분야의 편중 등의 문제를 안고 있음을 지적함. 위의 몇 가지 문제점들을 보완한다면 식품명인들은 한국 전통 식품이 가지는 가치를 발전하고 계승시켜 전통을 고수하기만 하는 것이 아닌 세계화에 맞는 한국 식품산업을 이끌어 나갈 구심점으로써의 역할을 할 수 있을 것이라고 제안함.
- 김종찬 외(2023)는 대한민국식품명인 지정 및 대한민국식품명인 제품 사후관리 제도 운영현황 및 문제점을 지적하고, 개선방안을 제시함. 현재 농촌진흥청에서 수행하고 있는 지정신청 추천인에 대한 적합성 평가 자체는 신청인의 보유기능이나 기능을 적용한 식품 유형에 관한 전문성을 보유한 전문가가 적합성 평가를 수행하는 것이 바람직하다고 제언함. 또한 현행 식품산업진흥법에서는 전통식품 분야 명인 지정 분야를 특정하지 않고 있음을 지적하며 대한민국명인 지정 대상 기능 또는 식품유형을 전통식품분과위원회에서 심의·의결하고, 이를 공고하는 법령 정비를 통하여 보다 투명하고 일관성 있는 제도 운영의 필요성을 강조함. 명인 식품의 사후관리 업무 관련, 현재 농촌진흥청이 사후관리 업무를 수행하고 있으나, 실제로 농림축산식품부의 조사 명령 시달이 없음을 이유로 사후관리를 실시한 실적이 없다는 점을 지적함. 이에 사

후관리 업무 수행이 가능한 3개 기관(농림축산식품부 그린바이오산업팀, 농촌진흥청 국립농업과학원, 국립농산물품질관리원)의 장단점을 비교분석하여 제시함.

○ 대한민국 식품명인제도가 1994년 전통식품 분야로부터 시작된 이후 2008년 일반식품 분야로 확대하고자 하였으나, 일반식품명인제도에 대한 선행연구는 거의 없는 실정임.

〈표 1-2〉 선행연구 정리

관련 제도	관련 분야	선행연구
무형문화재	한식문화 진흥 및 무형문화재 전승 관점의 연구	<ul style="list-style-type: none"> • 문화재청(2016), 무형문화재 보전 및 진흥 기본계획 수립연구 • 문화재청(2019), 무형문화재 전승활성화 및 발전방안 심화 연구 • 문화체육관광부(2017), 한식문화 진흥 및 확산을 위한 중장기 전략방안 연구 • 문화체육관광부(2020), 전통문화진흥종합계획
대한민국 명장제도	지역의 명장명인 발굴에 대한 연구	<ul style="list-style-type: none"> • 강원도 태백시(2014), 2012년 태백명장기업 육성을 통한 일자리 창출 연구 • 동구명장명인장인협회(2023), 장인 손 끝에서 예술을 보다 • 경기도(2022), 경기도 전통 문화 실태조사와 육성방안 연구 • 영광군청(2015), 식품명인 지정 육성 용역
	대한민국 명장제도에 대한 연구	<ul style="list-style-type: none"> • 고혜원 외(2012), 대한민국명장 제도의 선진화 방안 • 고혜원 외(2013), 대한민국명장의 역량 요구 분석 • 고혜원 외(2015), 기능한국인의 특성분석을 통한 숙련기술인의 역할확대 방법 모색 • 박인우(2014), 대한민국명장제도의 역할 제고방안에 관한 연구 • 김혜영 외(2015), 고숙련 기술전수를 위한 도제교육 프로그램 정착방안 연구
대한민국 식품명인	한식문화에 대한 연구	<ul style="list-style-type: none"> • 박상미 외(2015), 한식문화 유네스코 인류무형문화유산 대표목록 등재 추진 마스터플랜 수립 연구 • 최정숙 외(2011), 명인을 만나다: 전통의 계승자, 미래의 창조자
	대한민국 식품명인제도에 대한 연구	<ul style="list-style-type: none"> • 여선영·배은석(2015), 대한민국 식품명인제도의 현황과 과제 • 김충찬 외(2023), 대한민국식품명인 지정제도 운영 개선방안 연구
	전통식품명인 제품의 소비 활성화에 대한 연구	<ul style="list-style-type: none"> • 김지나(2019), 전통식품명인 제품의 소비 활성화를 위한 브랜딩 전략 및 플랫폼에 관한 연구 • 김지나(2021), 식품명인 제품의 관계마케팅 요인이 소비자 만족, 신뢰, 소비자 인게이지먼트에 미치는 영향 • 권기대·고삼숙(2019), 식품명인의 카리스마가 브랜드 이미지 및 관계품질에 미치는 영향

자료: 저자 작성.

3. 연구 범위와 내용

○ 연구 범위는 대한민국식품명인 제도의 일반식품 분야인 일반식품명인제도에 한정함. 다만, 법적 근거 및 운영방안이 전통식품명인과 일반식품명인이 분리되지 않은 상황이므로 대한민국식품명인 제도에 대한 전반적인 내용을 포함하고 있음.

- 일반식품명인 제도의 차별성 및 향후 운영방안을 모색하기 위해 국내 유사 제도를 연구 범위에 포함함.
- 고용노동부 「숙련기술장려법」에 근거하고 한국산업인력공단이 운영하고 있는 ①대한민국명장 제도, ②우수 숙련기술자 제도, ③이달의 기능한국인 제도가 있음. 또한 사단법인 대한민국명인회가 운영하는 ④대한민국 대한명인이 있으며, 「문화재보호법」과 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」에 근거한 ⑤무형문화재 지정제도가 있으며, 본 연구대상인 대한민국식품명인 제도에서 분리된 제도로 해양수산식품부 「수산식품산업의 육성 및 지원에 관한 법률(이하 수산식품산업법)」에 근거한 ⑥대한민국수산식품명인 제도가 있음.

○ 연구 내용 및 목차는 다음과 같음.

<p>제1장 서론</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 연구의 필요성 및 목적 2. 선행연구 검토 및 본 연구의 차별성 3. 연구 범위와 내용 <p>제2장 일반식품명인제도 현황과 문제점</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 일반식품명인제도의 법적근거 2. 대한민국식품명인 지정 현황 3. 일반식품명인제도 문제점 	<p>제3장 국내 유사제도 비교분석</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 대한민국명장 제도 2. 우수 숙련기술자 제도 3. 이달의 기능한국인 제도 4. 대한민국 대한명인 5. 무형문화재 지정제도 6. 대한민국수산식품명인 7. 비교 및 시사점 <p>제4장 일반식품명인제도 운영방안</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 일반식품명인제도 폐지(1안) 2. 일반식품명인제도 존치(2안)
---	--

2

일반식품명인제도 현황과 문제점

1. 일반식품명인제도의 법적 근거

1.1. 제도의 목적 및 법적 근거

- 대한민국식품명인 제도는 1994년 전통식품명인 지정 제도로 시작하였다가 2008년 식품산업진흥법 및 식품산업진흥법 시행령을 제정(2008.6.25.)하면서 식품산업의 진흥을 위하여 일반식품명인 지정 제도로 확대 운영하고자 하였음.
 - 전통식품명인 지정제도는 전통식품의 보전 및 계승 발전을 위하여 제조·가공·조리 분야에서 우수한 기능 보유자를 발굴·육성하여 우수한 우리 고유의 전통 식문화의 보전과 계승·발전을 도모하는 제도로, 1994년부터 시행·운영되고 있음.
 - 전통식품의 정의는 식품산업진흥법 제2조(정의) 제4항에 따르면, 국산 농수산물을 주원료 또는 주재료로 하여 예로부터 전승되어 오는 원리에 따라 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향 및 색을 내는 식품임.
 - 식품산업진흥법 시행령 제정(2008.6.25.) 당시, 전통식품의 세계화를 지원하고, 식품산업의 진흥을 위하여 식품 분야별로 우수한 기능인을 식품명인으로 지정·육성하고자 함.
 - 2019년 식품명인에서 대한민국식품명인으로 명칭 개정함.¹⁶⁾

○ 대한민국식품명인 정의는 「식품산업진흥법」 제2조 제5항에 의거함.

- 식품산업진흥법 제2조(정의) 제5항, “대한민국식품명인”이란 식품의 제조·가공 및 조리 등 식품 분야에서 우리 식품의 계승·발전을 위하여 오랜 기간 종사해 온 사람으로서 제14조제1항에 따라 지정된 사람을 말함.

○ 대한민국식품명인제도는 우수한 우리 식품의 계승 및 발전을 위하여 식품제조·가공·조리 등 분야에서 우수한 식품 기능인을 지정·육성하기 위한 취지로 「식품산업진흥법」 제14조에 의거하여 운영되고 있음.

- 식품산업진흥법 제14조에 따르면, 대한민국식품명인 지정 목적은 “우수한 우리 식품의 계승·발전을 위하여 식품제조·가공·조리 분야를 정하여 심의회의 심의를 거쳐 우수한 식품 기능인을 대통령령으로 정하는 바에 따라 해당 분야의 품목 또는 기능에 대한 대한민국식품명인으로 지정”하는 것임.

〈표 2-1〉 대한민국식품명인의 지정분야

관련 법률	내용
식품산업진흥법 시행령	제14조(대한민국식품명인의 지정분야) 농림축산식품부장관은 법 제14조에 따라 각 호의 분야별로 대한민국식품명인을 지정할 수 있다. 1. 전통식품 분야: 전통식품명인 2. 전통식품 외의 식품 분야: 일반식품명인

자료: 국가법령정보센터.

○ 식품산업진흥법 시행령[대통령령 제20865호, 2008. 6. 25., 제정] 제정이유에서 밝힌 바와 같이, 식품명인의 지정 및 지원(영 제14조부터 제22조까지) 이유는 다음과 같음.

- (1) 우수한 우리 식품의 제조·가공·조리 기능에 대한 발굴 및 전승을 위하여 기존의 전통식품 명인제도를 식품산업 전반으로 확대시키고, 이에 대하여 지원을 할 필요가 있음.
- (2) 식품명인 지정 분야를 전통식품은 물론 일반식품까지 확대하고, 식품명인의 자격 및 지정 절차 등을 구체적으로 정하며, 식품명인에 대하여 필요한 식품의 제조·가공·

16) 농림축산식품부공고 제2019-134호(2019. 4. 11.)

조리 등에 필요한 시설, 식품전시회 개최 등 홍보사업, 기능 복원·전수를 위한 연구·교육 사업 등에 대한 지원을 하도록 함.

- (3) 이와 같은 식품명인제도의 운영을 통하여 분야별 우수 기능인이 육성되고, 그 기능이 전수됨으로써 식품 관련 기능이 발굴·전승되어 식품산업 발전에 기여할 것으로 기대됨.

1.2. 지정 분야 및 자격

○ 대한민국식품명인제도는 식품산업진흥법 시행령 제14조에 의거하여 전통식품 분야는 전통식품명인으로, 전통식품 이외의 식품 분야는 일반식품명인으로 지정하고 있음.

- 전통식품 정의: 식품산업진흥법 제2조(정의) 제4항. “전통식품”이란 국산 농수산물을 주원료 또는 주재료로 하여 예로부터 전승되어 오는 원리에 따라 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향 및 색을 내는 식품을 말함.
- 2008년 이전까지는 전통식품 분야에 한하여 식품명인을 지정하였으나, 2008년부터 일반식품명인 분야를 신설하여 식품분야별로 우수한 기능인 지정·지원을 위한 제도적 기반을 마련함.

○ 식품 분야별로 대한민국식품명인을 지정·육성하기 위해 전통식품 분야에서는 전통식품 표준규격(국립농산물품질관리원 고시) 기준에 따른 전통식품 유형 분류기준안을 제시하고 있음.

- 그러나, 대한민국식품명인 지정 전통식품 유형 분류기준안은 전통식품표준규격(85개)을 다 포함하지 않은 예시에 해당하며, 전통식품명인과 일반식품명인을 구분하는 기준 및 범위가 명확히 제시되어 있지 않음.

〈표 2-2〉 대한민국식품명인 지정 전통식품 유형 분류기준안

구분	식품유형	주요 품목
식품류	장류	간장, 된장, 고추장, 청국장 및 이와 유사한 품목
	김치류	배추김치, 기타김치 등
	떡·한과류	삶는떡, 찌는떡, 찌는떡, 유과, 약과, 강정 등
	차류	녹차, 대추차, 인삼차, 구기자차, 생강차, 국화차 등
	엿류	곡물엿, 조청 등
	식초류	과실식초, 곡물식초 등 발효식초
	식용유지류	참기름, 들기름
	음료류	수정과, 식혜
	묵 및 두부류	묵, 두부
	기타	밥류, 부각, 조림, 인삼가공품, 식육가공품, 장아찌 등 기타 전통식품류
주류	전통주	탁주, 약주, 청주, 증류주 등 전통주류

주: 전통식품 대상품목 및 전통식품표준규격 기준에 따른 분류임.

자료: 농림축산식품부(2023.6.), 2023년 대한민국식품명인 지정계획 공고(농림축산식품부 공고 제2023-227호).

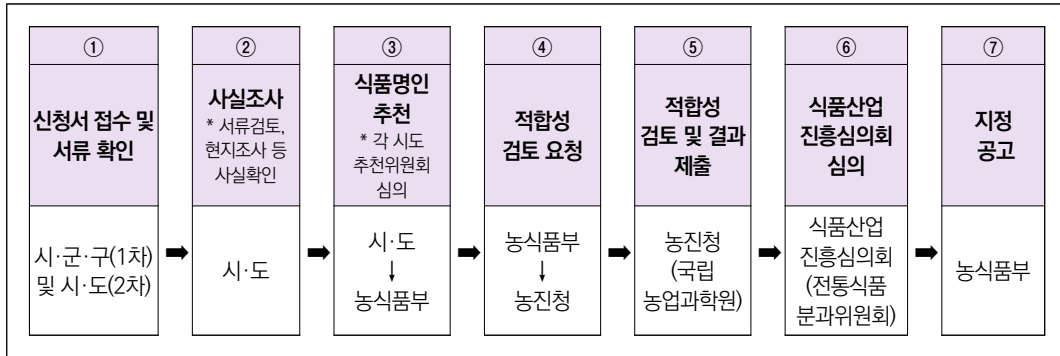
○ 우수한 식품 기능인을 대한민국식품명인으로 지정하기 위한 자격 요건으로 「식품산업진흥법 시행령」 제15조에 따라 아래의 요건 중 하나 이상을 갖추어야 함.

- 해당 식품의 제조·가공·조리 분야에 계속하여 20년 이상 종사한 사람
- 전통식품의 제조·가공·조리방법을 원형대로 보전하고 있으며, 이를 그대로 실현할 수 있는 사람
- 대한민국식품명인으로부터 보유기능에 대한 전수교육을 5년(대한민국식품명인 사망 시는 2년) 이상 받고 10년 이상 그 업에 종사한 사람

1.3. 선정절차 및 지정기준

○ 대한민국식품명인의 지정을 위한 절차는 「식품산업진흥법 시행령」 제16조에 의거하여 이루어지고 있으며, 크게 ①지정 신청 → ②사실조사 → ③지정 신청인 추천 → ④적합성 검토 → ⑤적합성 검토 및 결과 제출 → ⑥식품산업진흥심의회 심의·의결 → ⑦지정 및 공고 등의 순으로 이루어짐.

〈그림 2-1〉 대한민국식품명인 신청 및 지정절차



자료: 농림축산식품부 내부자료.

○ (②사실조사) 지정 신청에 대한 사실조사는 식품명인 지정 신청자의 신청서류 및 제출자료를 근거로 문헌조사와 현지조사를 실시하는 단계로, 각 시·도 담당부서에서 주관함.

- 신청서류의 적정성 및 사실관계, 지정기준 항목별 근거자료에 대한 서류검토, 문헌조사 및 현지조사 등 사실관계를 확인함.
- 각 시·도 담당부서는 식품산업진흥법 시행규칙 제7조에서 정한 사실조사서를 작성하여 제출하여야 하나, 조사방법 및 기준은 법령에서 정해져 있지 않음. 농림축산식품부가 대한민국식품명인 지정계획 공고 시 제공하는 사실조사서 작성 및 추천 지침은 다음과 같음.

〈표 2-3〉 사실조사 시 주요 조사내용

구분	주요 조사내용
1	전통식품의 원형 복원을 입증할 수 있는 문헌 등 역사적 사실 확인 - 구전 또는 특정 가문의 식품인 경우, 역사적 자료와의 연관성 증명
2	유래·전승 계보와 계승경위 및 활동상황과 비법 등 기능보유 증명 - 특정 가문의 비법인 경우, 계보 및 계승 경위의 객관적 증명, 현재까지의 활동상황 등 증명
3	사용용기 및 가구, 제품의 특성, 분포실태, 유사기능 보유자의 현황
4	해당식품 기능의 계승·발전 필요성과 보존·보호 가치 - 일반적인 제조·조리·가공 방법과의 차별성, 해당 기능(유사기능 포함)을 보유한 기능인의 존재 여부 - 식품 원료 또는 공정의 단순 변경인 경우 보존·보호 가치에 대한 자료 확보
5	해당 식품의 산업성
6	식품명인으로 지정 받으려는 자의 윤리성 - '식품위생법', '농수산물 원산지 표시 등에 관한 법률', '식품 등의 표시·광고에 관한 법률' 위반 여부
7	해당 품목의 제조, 유통, 판매 등 등록 또는 허가 여부

자료: 농림축산식품부 내부자료.

○ (③지정 신청인 추천) 사실조사 후 결격사항이 없으면 신청서류 및 사실관계에 대한 시·도 추천위원회 심의를 거쳐 식품명인 지정 신청자를 추천하여 농림축산식품부로 심의 결과를 전달함.

- 추천위원회는 식품분야에서 전문성을 가진 5인 이상의 내·외부위원으로 구성되며, 신청내용에 따른 문헌조사 및 현지조사 결과의 적정성 여부, 식품명인 지정 신청자의 적격성 여부, 식품명인 윤리성 판단을 위한 지역 여론 등을 심의함.

○ (④적합성 검토) 적합성 검토 단계에서는 「식품산업진흥법 시행령」 제15조제2항 및 농촌진흥청 「대한민국식품명인 지정 추천에 대한 적합성 검토와 대한민국식품명인 제품의 사후관리에 관한 고시(농촌진흥청고시 제2021-17호)」에 의거하여 농촌진흥청 국립농업과학원에서 각 시·도 대한민국식품명인 지정 추천자를 대상으로 외부 식품전문가 등이 포함된 조사반을 편성하여 현장조사와 문헌조사를 실시하고, “적합성 검토 결과보고서”를 작성하여 국립농업과학원장에게 제출함.

- 적합성 검토를 위한 조사반은 관계공무원 2명과 외부전문가 1명(관련분야 학식이나 현장경험이 많은 사람)으로 편성됨.
- 농촌진흥청 고시 별지 제1호 서식을 이용하여 현지 조사서를 작성하고 시행규칙 제5조에서 정한 별표1의 지정기준에 따른 평가표와 적합성 검토 보고서 작성하고, 현장조사 시 촬영한 추천대상자의 기능시연 영상(법률적 근거 없음)을 제출함.
- 조사를 실시한 조사반 대표는 법 제5조에 따른 식품산업진흥심의회에 참석하여 적합성 검토 결과를 보고함.

〈표 2-4〉 대한민국식품명인(전통식품명인) 적합성 검토 기준과 세부 조사내용

항목	조사 항목	사실조사 검토사항
전통성	전통식품의 복원 정도	<ul style="list-style-type: none"> • 고증된 문헌을 통한 역사적 사실여부 • (구전/가문) 역사적 자료와의 연관성 증명 <ul style="list-style-type: none"> - 검색참조 : 한국전통지식포털(특허청)
정통성	기능 전수 (식품명인, 세대비법)	<ul style="list-style-type: none"> • 전승계보, 계승경위에 관한 객관적 증명 • 비법, 활동상황 등 기능보유 증명 <ul style="list-style-type: none"> - 인우보증(자필문서만 인정, 신뢰성 있는 문서로 판단될 경우 공증을 요청) • 국산 원료 사용 증명(원산지 표기)

(계속)

항목	조사 항목	사실조사 검토사항
경력 및 활동사항	종사 경력 및 활동실적	<ul style="list-style-type: none"> • 해당분야(식품유형)에 종사한 경력 증빙 <ul style="list-style-type: none"> - 해당분야 종사경력(제조, 가공 ○, 서무 ×) - 된장 신청 시 주류, 김치류 경력 인정 ×
계승·발전 필요성과 보호가치	기능·기술의 보호가치 (소멸성, 일반적)	<ul style="list-style-type: none"> • 보유기능 특성(차별성, 소멸성) <ul style="list-style-type: none"> - 현장시연 시 숙련도가 낮은 경우 부적합 처리 - 기술시연과정 영상촬영 필수(초상이용동의서) • 유사기능 보유 기능인 존재여부(다수 지정품목에 대한 면밀 검토 필요) • 보존보호의 필요성에 대한 설득력 있는 자료 제시 <ul style="list-style-type: none"> - 식품원료/공정의 단순변경인 경우 자료 확보
산업성	식품산업 발전에 기여도	<ul style="list-style-type: none"> • 해당식품(품목)의 제조, 유통, 판매에 관한 등록/허가 증빙(최근 3년간 공증된 실적) • 해당품목에 관한 판매 실적 <ul style="list-style-type: none"> - 매출액 집계 불가한 경우 보유기능에 의해 생산된 품목의 비중 제시(원료 금액 내역 등을 통해 추정) • 해당품목을 활용한 사회문화적 활동 • 식품 위생 요소 검토 <ul style="list-style-type: none"> - 기본적인 가공식품 업체로서 갖춰야 할 생산 여건과 현장 위생 • 사후관리 강화 고려하여 심사기술 적용 제품의 사진촬영 기록
윤리성	직업 윤리, 소양	<ul style="list-style-type: none"> • 지역주민, 동종 업계 종사자 및 고객 등의 평판, 직업윤리 <ul style="list-style-type: none"> - 지자체의 윤리성 심의결과 대체
	「식품위생법」, 「원산지 표시」 법률 위반	<ul style="list-style-type: none"> • 범죄사실조사서

자료: 김중찬 외(2023: 19). 대한민국식품명인 지정제도 운영 개선방안 연구.

○ (⑤적합성 검토 및 결과 제출) 국립농업과학원은 지정기준에 따른 평가표와 적합성 검토 결과보고서를 작성 내용을 자체 검토회의를 통해 결과보고 및 심의회 상정여부를 결정하고 농림축산식품부 장관에게 제출함.

○ (⑥식품산업진흥심의회 심의·의결) 농림축산식품부는 적합성 검토 결과가 적합한 것으로 평가된 추천인을 대상으로 시행령 제6조에 따라 구성된 식품산업진흥심의회 전통식품 분과위원회에 상정하여 지정여부에 대한 심의하고, 심의결과는 시행령 제7조 제3항에 따라 식품산업진흥심의회 본회의에 상정·의결하여 최종 지정여부를 확정함.

- 지정기준 및 평가방법은 「식품산업진흥법 시행규칙」 제5조에 따라 <표 2-5>와 같이 전통성(전통식품명인 25점) 또는 우수성(일반식품명인 25점), 정통성(20점), 경력 및 활동사항(20점), 계승·발전 필요성 및 보호가치(25점), 산업성(5점), 윤리성(5점)에 대한 항목을 평가함.

- 대한민국식품명인 지정 적합성 검토 결과 80점 이상 취득자 중 C로 평가된 항목이 1개 이하인 자를 대상으로 함.

〈표 2-5〉 대한민국식품명인 평가기준

항목	분야	지정대상 (분야)		평가 (평점)
		전통식품명인	일반식품명인	
가. 식품제조· 가공·조리의 전통성		A. 법 제2조제4호의 전통식품을 원형대로 복원 가능한 경우	〈평가 생략〉	25
		B. 법 제2조제4호의 전통식품을 원형에 가깝게 복원 가능한 경우		20
		C. 법 제2조제4호의 전통식품을 원형에 다소 미흡하게 복원 가능한 경우		15
나. 식품제조· 가공·조리의 우수성	〈평가 생략〉		A. 농림축산식품부장관이 인정하는 해당 분야 경연대회 최우수상 수상자	25
			B. 농림축산식품부장관이 인정하는 해당 분야 경연대회 우수상 수상자	20
			C. 농림축산식품부장관이 인정하는 해당 분야 경연대회 장려상 수상자	15
다. 기능보유자의 정통성		A. 법 제14조에 따라 지정된 대한민국식품명인으로부터 10년 이상 기능을 전수받았거나, 3대 이상의 비법이나 기능을 10년 이상 전수받은 후 그 업에 종사하는 자 B. 법 제14조에 따라 지정된 대한민국식품명인으로부터 7년 이상 기능을 전수받았거나, 2대 이상의 비법이나 기능을 7년 이상 전수받은 후 그 업에 종사하는 자 C. 법 제14조에 따라 지정된 대한민국식품명인으로부터 5년 이상 기능을 전수받은 자	20	
			15	
			10	
라. 기능보유자의 경력 및 활동사항		A. 해당 분야에서 종사한 경력 및 활동실적이 20년 이상이고 그 업에 종사하는 자 B. 해당 분야에서 종사한 경력 및 활동실적이 15년 이상 20년 미만이고 그 업에 종사하는 자 C. 해당 분야에서 종사한 경력 및 활동실적이 10년 이상 15년 미만이고 그 업에 종사하는 자	20	
			15	
			10	
마. 기능의 계승· 발전 필요성과 보호가치		A. 해당 기능·기술을 체득하기가 매우 어려워 보호하지 않을 경우 그 비법이 소멸될 가능성이 매우 높은 경우 B. 해당 기능·기술을 체득하기가 어려워 보호하지 않을 경우 그 비법이 소멸될 가능성이 있는 경우 C. 해당 기능·기술을 체득하기가 상대적으로 쉽고, 보유자가 많거나 일반화되어 있는 경우	25	
			20	
			15	
바. 해당 식품의 산업성		A. 해당 식품이 생산, 판매 및 수출 등을 통해 산업성을 갖추고 식품산업 발전에 기여하는 정도가 큰 경우 B. 해당 식품이 생산, 판매 및 수출 등을 통해 산업성을 갖추고 식품산업 발전에 기여하는 정도가 보통인 경우 C. A 또는 B에 해당하지 않는 경우	5	
			2	
			0	
사. 기능보유자의 윤리성		1) 식품 분야의 직업 윤리에 대한 기본 소양이 있고 사회적으로 모범적인 모습을 갖춘 자로서, A. 지역주민, 동종 업계 종사자 및 고객 등에게 식품 제조와 관련된 추천을 받는 등 식품 제조에 대한 평판이 우수하고 대한민국식품명인으로서의 사명감이 큰 경우 B. 지역주민, 동종 업계 종사자 및 고객의 평판이 보통인 경우 C. A 또는 B에 해당하지 않는 경우 2) 「식품위생법」, 「농수산물 원산지 표시 등에 관한 법률」 또는 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」을 위반하여 다음의 어느 하나에 해당하는 경우 가) 금고 이상의 실형의 선고를 받고 그 집행이 종료(종료된 것으로 보는 경우를 포함한다)되거나 집행이 면제된 날부터 5년이 경과하지 않은 경우 나) 금고 이상의 형의 집행유예의 선고를 받고 그 유예기간 중에 있는 경우 다) 벌금형을 선고받고 그 형이 확정된 후 2년이 지나지 않은 경우	5	
			2	
			0	
				-20

자료: 국가법령정보센터 「식품산업진흥법 시행규칙」.

- (⑦지정 및 공고) 식품산업진흥심의회 심의·의결을 거쳐 대한민국식품명인을 지정 후, 농림축산식품부에 지정 결과를 전달함. 농림축산식품부에서 최종 지정 결과를 공고하고, 지정서 발급 및 홍보활동을 수행함.

1.4. 지원사업 및 사후관리

- 대한민국식품명인으로 지정된 사람은 지정받은 품목 또는 기능으로 제조·가공·조리한 식품에 ‘대한민국식품명인’ 표시를 할 수 있으며, 「식품산업진흥법 시행령」 제22조에 의거하여 <표 2-5>와 같은 자금 지원을 받을 수 있음.

<표 2-6> 대한민국식품명인에 대한 자금 지원

지원사항	지원조건
1. 식품 제조·가공·조리 등에 필요한 시설자금 및 식재료 구매자금 2. 식품포장디자인 개발, 식품전시회, 박람회 등의 개최 및 참가 등 판매촉진 홍보 사업 3. 기능의 복원·전수를 위한 연구·교육사업 및 기능 복원·전수시설의 신설·증설 4. 기능 전수에 필요한 도서 발간 및 국내외 세미나·발표회 등 개최	지급신청서에 사업계획서를 첨부하여 농림축산식품부에 제출
5. 대한민국식품명인에 대한 장려금 지급	지급신청서에 최근 1년간 활동에 대한 실적자료를 첨부하여 농림축산식품부에 제출

자료: 국가법령정보센터.

- 「식품산업진흥법 시행령」 제21조에 의거하여 매년 1회 식품의 제조·가공·조리 및 판매와 기능 전수에 관한 활동 상황을 농림축산식품부장관에게 보고해야 하며, 농림축산식품부는 「식품산업진흥법」 제14조의2에 의거하여 대한민국식품명인에 대한 사후관리를 할 수 있음.

〈표 2-7〉 대한민국식품명인의 활동보고 및 대한민국식품명인 식품의 사후관리

관련 법률	내용
식품산업진흥법 시행령	<p>제21조(대한민국식품명인의 활동상황 보고)</p> <p>① 법 제14조제1항에 따라 대한민국식품명인으로 지정된 사람은 법 제14조제4항에 따라 매년 1회 식품의 제조·가공·조리 및 판매와 기능 전수에 관한 활동상황을 농림축산식품부장관에게 보고해야 한다.</p> <p>② 제1항의 활동상황 보고에 필요한 사항은 농림축산식품부령으로 정한다.</p>
식품산업진흥법	<p>제14조의2(대한민국식품명인 식품의 사후관리)</p> <p>① 농림축산식품부장관은 대한민국식품명인이 제14조제1항에 따라 지정받은 품목 또는 기능으로 제조·가공·조리 등을 한 식품(이하 “대한민국식품명인 식품”이라 한다)의 품질수준의 유지와 소비자보호를 위하여 필요하다고 인정되는 경우에는 관계 공무원으로 하여금 다음 각 호의 사항을 하게 할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 대한민국식품명인 식품의 표시사항과 내용물의 일치 여부 조사 2. 대한민국식품명인의 관계 장부 또는 서류의 열람 3. 대한민국식품명인 식품의 시료를 수거하여 조사를 하거나 전문시험연구기관 등에 시험 의뢰 4. 대한민국식품명인의 표시를 한 식품이 제14조제1항에 따라 지정받은 품목 또는 기능으로 제조·가공·조리 등을 한 식품에 해당하는지 여부 조사 <p>② 제1항에 따른 조사·열람·수거 절차 등에 관하여는 제26조제4항부터 제6항까지의 규정을 준용한다. 이 경우 “조사·열람·수거 또는 점검”은 “조사·열람·수거”로, “해당 식품의 소유자·점유자·관리인 또는 우수식품등인증기관” 및 “우수식품등인증을 받은 식품의 소유자·점유자·관리인 또는 우수식품등인증기관”은 “대한민국식품명인”으로 본다.</p> <p>③ 농림축산식품부장관은 제25조제1호의2·제1호의3 또는 제1호의6을 위반한 자에게 다음 각 호의 조치를 명할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 대한민국식품명인 표시의 중단 또는 제거 2. 광고행위의 중단 3. 제1호 또는 제2호와 관련된 식품의 수거 <p>④ 제3항에 따른 행정처분의 세부기준 및 절차 등에 관하여 필요한 사항은 농림축산식품부령으로 정한다.</p>

자료: 국가법령정보센터.

2. 대한민국식품명인 지정 현황

○ 2023년 기준, 본 제도를 통해 총 97명이 대한민국식품명인으로 지정되었으며, 이 중 지정해제(사망) 14명, 지정취소(자진반납) 1명을 제외한 82명이 활동 중임.

- 이는 모두 전통식품 분야에서 지정된 명인이며, 일반식품명인 지정 사례는 전무함.

○ 2023년 기준 대한민국식품명인 품목 부류를 살펴보면, 주류가 25명으로 가장 많고, 장류 13명, 떡·한과 10명, 엿류 6명, 차류 7명, 김치 5명, 육류 4명, 식초 3명 등임.

- 주류(25명): 송화백일주, 금산인삼주, 계룡백일주, 안동소주(2), 문배주, 전주이강주, 옥로주, 구기자주, 계명주, 가야곡왕주, 김천과하주, 한산소곡주, 추성

주, 옥선주, 솔송주, 감홍로주, 죽력고, 산성막걸리, 병영소주, 오메기술, 절련주, 청주신선주

- 장류(13명): 진장, 순창고추장, 어육장, 동국장, 대맥장, 천리장, 소두장, 순창고추장 (2), 즈장, 죽염홍된장, 제주막장, 된장
- 떡·한과(10명): 갈골산자, 유과·약과, 옛강정, 노티떡·신과병, 찹쌀유과, 승경초단자, 복령조화고, 유과(2), 기정떡
- 엿류(6명): 창평쌀엿, 엿·조청, 옥수수엿, 쌀엿(2), 찹쌀 조이당 조청
- 차류(7명): 수제녹차, 야생작설차, 우전차, 초의차·초의병차, 황차·말차, 작설차, 죽로차
- 김치(5명): 포기김치, 백김치, 해물섞박지, 배추통김치, 반지
- 육류·갈비(4명): 가리구이(3), 가리적
- 식초(3명): 감식초, 흑초, 보리식초
- 기타(7명): 매실농축액, 부각제조, 전주비빔밥, 도토리묵, 쇠고기육포, 식혜, 고사리나물

〈표 2-8〉 대한민국식품명인 지정 및 활동 현황

지정번호	명인	보유기능	소재지	지정번호	명인	보유기능	소재지
주류(25명)							
제1호	조영귀	주류(송화백일주)	전북 전주	제22호	양대수	주류(추성주)	전남 담양
제2호	김창수	주류(금산인삼주)	충남 금산	제24호	임용순	주류(옥선주)	강원 홍천
제4-가호	이성우	주류(계룡백일주)	충남 공주	제27호	박흥선	주류(솔송주)	경남 함양
제6호	박재서	주류(안동소주)	경북 안동	제43호	이기숙	주류(감홍로주)	경기 파주
제7호	이기춘	주류(문배주)	경기 김포	제48호	송명섭	식품(죽력고)	전북 정읍
제9호	조정형	주류(전주이강주)	전북 전주	제49호	유정길	주류(산성막걸리)	부산
제10호	유민자	주류(옥로주)	경기 용인	제61호	김건식	주류(병영소주)	전남 강진
제11호	임영순	주류(구기자주)	충남 청양	제68호	강경순	주류(오메기술)	제주 서귀포
제12호	최옥근	주류(계명주)	경기 부천	제74호	곽우선	주류(설련주)	경북 칠곡
제13호	남상란	주류(가야곡왕주)	충남 논산	제79호	김용세	주류(연잎주)	충남 당진
제17호	송강호	주류(김천과하주)	경북 김천	제84호	김희숙	주류(고소리술)	제주 서귀포
제19호	우희열	주류(한산소곡주)	충남 서천	제88호	박준미	주류(청주신선주)	충북 청주
제20-가호	김연박	주류(안동소주)	경북 안동				
장류(13명)							
제35호	기순도	식품(진장)	전남 담양	제62호	서분례	식품(청국장)	경기 안성
제36-가호	조종현	식품(순창고추장)	전북 순창	제64호	강순옥	식품(순창고추장)	전북 순창
제37호	권기욱	식품(어육장)	경기 용인	제65호	백정자	식품(즈장)	전남 강진
제40호	한안자	식품(동국장)	전남 해남	제67호	정승환	식품(죽염홍된장)	경남 하동
제45호	성명례	식품(대맥장)	경북 청송	제75호	양정옥	식품(제주막장)	제주 서귀포
제50호	윤왕순	식품(천리장)	전북 완주	제78호	조정숙	식품(된장)	충북 청주
제51호	최명희	식품(소두장)	경북 안동				

(계속)

지정번호	명인	보유기능	소재지	지정번호	명인	보유기능	소재지
떡·한과(10명)							
제23호	최봉석	식품(갈골산자)	강원 강릉	제52호	이연순	식품(승검초단지)	충북 제천
제26호	김규흔	식품(유과, 약과)	경기 포천	제53호	김영숙	식품(복령조화고)	전남 진도
제33호	박순애	식품(옛강정)	전남 담양	제59호	심영숙	식품(유과)	강원 강릉
제42호	김왕자	식품(노티떡, 사과병)	경기 과천	제60호	안복자	식품(유과)	전남 담양
제46호	김현의	식품(참쌀유과)	경남 의령	제81호	구경숙	식품(기정떡)	전남 화순
엿류(6명)							
제21호	유영근	식품(창평쌀엿)	전남 담양	제80호	원이숙	식품(쌀엿)	전북 임실
제32호	강봉석	식품(엿, 조청)	충북 충주	제83호	최송자	식품(쌀엿)	경북 울진
제70호	김명자	식품(옥수수엿)	강원 원주	제85호	김순옥	식품(참쌀 조이당 조청)	전남 순천
차류(7명)							
제16호	박수근	식품(수제녹차)	경남 하동	제47호	전중석	식품(초의차, 초의병차)	전남 무안
제18호	신광수	식품(야생작설차)	전남 순천	제54호	서민수	식품(황차, 말차)	광주
제28호	김동곤	식품(우전차)	경남 하동	제91호	황인수	식품(작설차)	경남 하동
제30-가호	홍순창	식품(죽로차)	경남 하동				
김치(5명)							
제38호	유정임	식품(포기김치)	경기 수원	제66호	윤미월	식품(배추통김치)	경남 밀양
제57호	강순의	식품(백김치)	경기 광주	제76호	오숙자	식품(반지)	광주
제58호	이하연	식품(해물섞박지)	경기 남양주				
육류(4명)							
제82호	박규완	식품(가리구이)	전남 담양	제89호	김외순	식품(가리구이)	경기 수원
제87호	송성자	식품(가리적)	경기 동두천	제92호	오명숙	식품(가리구이)	광주 광산
식초(3명)							
제41호	임장옥	식품(감식초)	전북 정읍	제86호	임경만	식품(보리식초)	경북 영천
제73호	현경태	식품(흑초)	경북 영천				
인삼(2명)							
제44-가호	송인생	식품(홍삼)	전북 진안	제71호	정영석	식품(인삼정과)	충남 논산
기타(7명)							
제14호	홍쌍리	식품(매실농축액)	전남 광양	제72호	임화자	식품(쇠고기육포)	전남 함평
제25호	오희숙	식품(부각제조)	경남 거창	제77호	문완기	식품(식혜)	경기 광주
제39호	김년임	식품(전주비빔밥)	전북 전주	제90호	고화순	식품(고사리나물)	경기 남양주
제63호	김영근	식품(도토리묵)	충남 서천				

자료: 농림축산식품부 내부자료.

3. 일반식품명인제도 문제점

- 대한민국식품명인에 대한 법적근거, 지정 분야 및 자격, 선정 기준 등에 대한 문헌분석 후 일반식품명인제도에 관한 문제점은 아래와 같이 도출할 수 있음.
- 첫째, 전통식품 외 일반식품 분야에서 명인을 지정할 수 있도록 2008년부터 일반식품명인의 지정에 관한 제도적 기반을 갖추었음에도 불구하고, 현재까지 지정 사례가 전무함.

- 일반식품명인제도가 지정 및 선정되지 못한 이유를 파악할 필요가 있음. 일반식품명인제도로 선정할 만한 대상이 없어 실효성이 부족한 제도인지, 제도 운영상의 문제인지를 구체적으로 파악하여 제도 개선방안을 모색할 필요가 있음.

○ 둘째, 최근 대한민국식품명인 지정계획 공고에서도 전통식품 분야에 한정하고 있어 일반식품명인제도에 대한 홍보가 부족하며, 일반식품명인에 해당되는 식품유형이 명확하지 않음.

- 2023년 대한민국식품명인 지정계획 공고 <부록 6> 참고 바람.
- 식품유형의 분류는 법령에서 따로 정하고 있지 않으며, 전통식품 품질인증 대상품목(농림축산식품부 고시 제2021-27호의 별표 1)과 전통식품표준규격(국립농산물품질관리원고시 제2021-9호)을 참고하여 연도별 대한민국식품명인(전통식품 분야) 지정계획에서 <표 2-1>과 같이 전통식품 유형 분류기준을 제시하고 있음(김종찬 외, 2023: 21).
- 대한민국식품명인 제도에서 지정 가능한 일반식품 분야가 명확하게 제시되지 않음.

○ 셋째, 대한민국식품명인으로 지정받으려는 사람은 신청서 및 제반 서류를 제출해야 하나, 전통식품에 유리한 서류로 일반식품 분야에서 제출하기에는 어려움이 있음.

- 식품산업진흥법 제14조에서는 우수한 우리식품의 계승·발전을 위하여 식품제조·가공·조리 등 분야의 우수한 식품 기능인을 대한민국 식품명인으로 지정할 수 있다고 되어 있으나, “계승”에 초점이 맞추어져 있는 경향이 있음.
- 농림축산식품부 소관 식품산업진흥법 시행규칙[농림축산식품부령 제595호, 2023. 6. 26., 일부개정 제6조] 참고 바람.

〈표 2-9〉 대한민국식품명인의 지정신청

관련 법률	내용
농림축산식품부 소관 식품산업진흥법 시행규칙	제6조(대한민국식품명인의 지정신청) 법 제14조제1항 및 영 제16조제1항에 따라 대한민국식품명인으로 지정받으려는 사람은 별지 제2호서식의 신청서에 다음 각 호의 서류를 첨부하여 특별시장·광역시장·도지사·특별자치도지사(이하 "시·도지사"라 한다)에게 제출해야 한다. 1. 보유기능 및 제품 특성과 보존·보호 가치에 관한 설명서 1부 2. 유래·전승 계보와 계승경위 및 활동상황과 비법 등 기능 보유를 증명하는 서류 1부 3. 전통식품의 원형 복원을 증명하는 서류 1부 4. 별표 1 제2호나목에서 정한 경연대회 수상을 증명하는 서류 1부 5. 사진(3.5cm×4.5cm) 2매

자료: 국가법령정보센터.

○ 넷째, 1994년 이후 지속되었던 전통식품명인 지정 선정평가 기준(식품명인 평가기준 중 기능보유자의 정통성 분야 등)을 고수함으로 인해 일반식품명인 지정에 어려움이 존재함.

- 「식품산업진흥법 시행규칙」 제5조에 따르면, 일반식품명인 평가항목에서 식품제조·가공·조리의 전통성(25점)을 식품제조·가공·조리의 우수성(25점)으로 대체하고 있으나, 기능보유자의 정통성(20점)과 기능의 계승·발전 필요성과 보호가치 평가항목(25점) 등에서 전통식품에 유리한 평가기준을 가지고 있음.
- 또한 지정 적합성 검토 결과 80점 이상 취득자 중 C로 평가된 항목이 1개 이하인 자를 대상으로 식품산업진흥심의회 심의·의결을 하는데, 일반식품명인의 경우 기능보유자의 정통성(20점)에서 대부분 C 평가를 받을 수밖에 없음.

○ 다섯째, 일반식품명인제도의 선정 기준 및 운영방안이 마련되어 있지 않음. 일반식품명인제도가 실질적으로 운영되고 있지 않은 상황에서, 타 부처에서 운영하는 국내 유사제도(고용노동부-대한민국명장, 문화재청-무형문화재)의 선정 기준 및 운영방식 등을 검토하여 일반식품명인제도의 운영방안을 마련할 필요가 있음.

- 「식품산업진흥법 시행규칙」 제5조(대한민국식품명인의 지정기준)의 개정을 검토해야 할 것으로 사료됨.

3

국내 유사제도 비교분석

- 일반식품명인제도와 유사한 ①대한민국명장 제도, ②우수 숙련기술자 제도, ③이달의 기능한국인 제도, ④대한민국 대한명인, ⑤무형문화재 지정제도, ⑥대한민국수산식품명인 제도에 대해 살펴봄.

1. 대한민국명장 제도

1.1. 제도 개요

- 대한민국명장제도는 국내 산업 현장에서 최고 수준의 숙련기술자를 선정·우대함으로써 숙련기술에 대한 사회적 인식을 제고하고 산업경쟁력을 강화하기 위한 목적으로 1986년부터 운영되어 현재 「숙련기술장려법」 제11조에 근거하여 시행·운영되고 있는 제도임.
- 대한민국명장제도는 매년 30명 이내, 직종별로 1인을 선정하고 있음.
 - 대한민국명장 선정 대상분야 및 직종은 「숙련기술장려법 시행령」 제10조에 의거하여 업종별로 고용노동부장관이 정하여 고시한 38개 분야 92개 직종에서 선정하며, 그 중 식품 관련 분야는 3개 분야(식품가공, 조리, 제과·제빵)로 한정됨.

〈표 3-1〉 대한민국명장 선정 대상분야 및 직종(식품분야)

분야	직종	직무내용
식품 가공	식품 가공	- 농, 축, 수산물을 원료로 가공 처리하여 물리적, 화학적, 생물학적 변화를 일으키게 하여 영양가 및 저장성을 높이거나 유용한 농, 축, 수산식품을 제조, 가공 - 농, 축, 수산물을 식품, 약품, 사료, 비료 등의 목적으로 이용하기 위하여 신제품의 개발, 공정관리, 제조 시설의 운전 및 점검 등의 업무 수행 - 식품기술 분야에 대한 숙련 기술을 바탕으로 하여 식품재료의 선택에서부터 새로운 식품의 기획, 개발, 분석, 검사 등의 업무를 담당하며, 식품제조 및 가공공정, 식품의 보존과 저장 공정에 대한 관리·감독업무 수행 ※ 수산제조 직무 포함
조리	요리	- 한식, 중식, 일식, 양식, 북어조리 등 요리에 관한 숙련 기술을 바탕으로 제공될 음식에 대한 조리 계획을 세워 조리할 재료를 선정, 구입, 검수하고, 선정된 재료를 적절한 조리 기구를 사용하여 위생적이면서 미각과 시각적 효과가 뛰어난 요리로 완성
제과· 제빵	제과· 제빵	- 제과, 제빵 제품 제조에 필요한 재료의 배합표 작성, 재료 평량을 하고 각종 제과, 제빵용 기계 및 기구를 사용하여 반죽, 발효, 성형, 굽기, 장식, 포장 등의 공정을 거쳐 각종 제과, 제빵 제품을 만들

자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

○ 우수한 숙련기술인을 대한민국명장으로 지정하기 위한 자격요건으로 「숙련기술장려법」 제11조에 따라 아래의 요건을 모두 갖추어야 함.

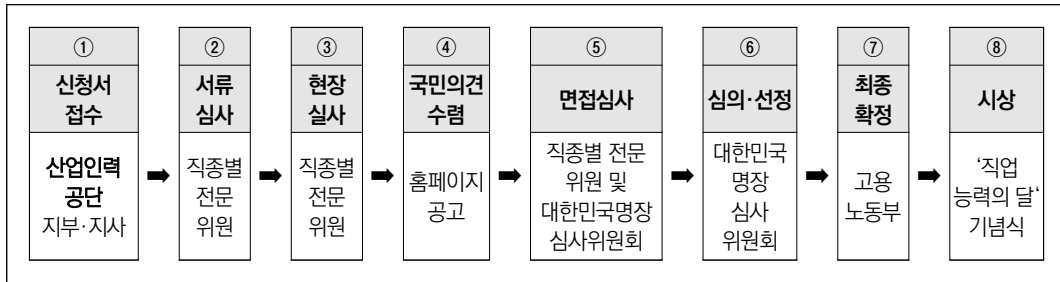
- 대통령령으로 정하는 직종(고용노동부장관 고시)에서 15년 이상 종사한 사람
- 해당 직종에서 최고의 숙련기술을 보유하고 있다고 인정되는 사람
- 숙련기술의 발전이나 숙련기술자의 지위 향상에 크게 기여하였다고 인정되는 사람

1.2. 선정절차 및 지정기준

○ 대한민국명장 지정을 위한 절차는 「숙련기술장려법 시행령」 제11조에 의거하여 이루어지고 있으며, 크게 선정 신청 → 서류심사 → 현장실사 → 국민의견 수렴 → 면접심사 → 대한민국명장심사위원회 심의·선정 → 선정 및 공고 등의 순으로 이루어짐.

- 고용노동부 소속 한국산업인력공단 지부·지사에서 신청서를 접수하고, 고용노동부가 최종 확정하고 있음.

〈그림 3-1〉 대한민국명장 신청 및 선정절차



자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

○ 서류검토 및 심사는 대한민국명장 신청자의 신청서류 및 제출자료를 근거로 사실확인 등 서류를 심사하는 단계로, 한국산업인력공단 숙련기술진흥부 및 직종별 전문위원이 주관함.

- 직종별 전문위원이 서류검토 및 사실관계를 확인 후 주요 공적내용 등 검토의견을 대한민국명장 서류심사채점표에 작성하며, 이때 '청렴시민감사관' 참관을 통해 심사과정의 투명성, 공정성 및 청렴도를 제고함.
- 서류 검토결과 직종별 60점 이상인 고득점자 2명(단, 직종별 5인 이상 서류통과 시 고득점순으로 5인 이내)을 현장실사 대상자로 선정함.

〈표 3-2〉 대한민국명장 서류심사 기준(식품분야)

심사항목	항목별 심사기준	배점	
숙련기술 보유정도	가. 신청 직종과 관련한 입상·선정·자격 실적(25점)		
	○ 점수부여 기준 - 아래 1), 2), 3)호 중 최고점수 한 가지만 인정함		
	구분	내용	배점
	1)기능경기대회 입상자	국제기능올림픽대회, 국제장애인기능올림픽대회	25
		전국기능경기대회, 전국장애인기능경기대회	23
		지방기능경기대회, 지방장애인기능경기대회	20
		고용노동부장관이 인정하는 기능경기대회	17
	2)국가기술자격 취득자	기능장, 기술사	25
		산업기사, 기사	22
		기능사, 기능사보	19
3)그 외 숙련기술인 선정	중앙행정기관, 지방자치단체 명장·명인 선정	20	
나. 신청 직종과 관련한 우수 숙련기술인 선정 실적(10점)			
○ 우수 숙련기술자, 숙련기술전수자로 선정된 자			
○ 산업통상자원부 선정 '국가품질명장'(※ 품질관리 직종 신청자에 한함)			

심사항목	항목별 심사기준	배점																																																									
	<p>다. 보유기술 숙련도·전문성 향상 실적(5점) ○ 내용 : 신청 직종·분야와 관련하여 전문성·숙련도를 강화하고 관련분야 및 최신 기술 습득하기 위하여 노력한 실적 및 성과에 대해 서술제출 (3페이지 이내) ○ 점수부여기준</p> <table border="1" data-bbox="319 372 1194 453"> <thead> <tr> <th>등급</th> <th>매우 미흡</th> <th>미흡</th> <th>보통</th> <th>우수</th> <th>매우 우수</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>점수</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 항목에서 제출하지 못한 자격증 취득, 석박사 학위취득 등의 내용 포함</p>	등급	매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수	점수	1	2	3	4	5																																														
등급	매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수																																																						
점수	1	2	3	4	5																																																						
산업발전 기여도	<p>가. 보유 숙련기술 공유실적(식품가공 25점 / 조리, 제과·제빵 22점) ○ 내용 및 배점</p> <table border="1" data-bbox="319 554 1194 766"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>내용</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1) 특허, 실용실안</td> <td>특허, 실용신안 등록 실적</td> <td rowspan="2">15점 (실적 1건당 1점 부여)</td> </tr> <tr> <td>2) 서적, 논문</td> <td>신청직종에 대한 전문지식을 담은 서적을 발간·유통하거나, 논문을 학술지 등에 발표·게재한 실적</td> </tr> <tr> <td>3) 보유 숙련 기술과의 관련성</td> <td>핵심 기술과 특허, 실용신안, 서적, 논문과의 관련성, 해당 실적의 현장 활용도 및 이에 대한 본인의 기여도 등에 대해 서술·제출</td> <td>10점</td> </tr> </tbody> </table> <p>○ 3)호 점수 부여기준</p> <table border="1" data-bbox="319 806 1194 887"> <thead> <tr> <th>등급</th> <th>매우 미흡</th> <th>미흡</th> <th>보통</th> <th>우수</th> <th>매우 우수</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>점수</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>6</td> <td>8</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table> <p>○ 유의사항 - 1), 2)호는 최대 15건만 제출, 객관적인 증빙서류 제출 및 실적에 대한 확인이 가능한 경우에만 인정 - 3)호는 선정공고 시 제시하는 양식을 참조하여 3페이지 이내로 작성 - 공고일 기준 10년 이내 실적만 인정함</p> <p>나. 산업발전 기여 실적(10점) ○ 내용 : 가.항목에 제시된 실적 이외의 보유 숙련기술을 활용한 산업발전 기여 실적 및 성과에 대해 서술제출 (3페이지 이내) * 제안, 제품개발, 공정개선, 공정단축, 경비절감, 불량률감소 등을 통한 공정개선 또는 품질개선 등 실적 ** 문화상품개발, 전시회 출품, 발표회 개최 및 전국규모 대회 등 입상 실적 및 디자인 등록</p> <p>○ 점수부여기준</p> <table border="1" data-bbox="319 1249 1194 1330"> <thead> <tr> <th>등급</th> <th>매우 미흡</th> <th>미흡</th> <th>보통</th> <th>우수</th> <th>매우 우수</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>점수</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>6</td> <td>8</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 증빙서류는 불필요하며, 기한 제한 없음. 다만, 제출된 실적은 현장실사 시 사실관계를 검증할 예정임</p> <p>다. 산업화 노력 (조리, 제과·제빵 3점) ○ 내용 및 배점</p> <table border="1" data-bbox="319 1451 1194 1663"> <thead> <tr> <th rowspan="2">구분</th> <th rowspan="2">내용</th> <th colspan="4">배점</th> </tr> <tr> <th>0</th> <th>0.5</th> <th>1</th> <th>1.5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1) 매출액 (수출 포함)</td> <td>입증 가능한 최근 3년 매출(수출) 평균 금액</td> <td>5억 이하</td> <td>5억 이상 10억 이하</td> <td>10억 이상 300억 미만</td> <td>300억 이상</td> </tr> <tr> <td>2) 고용인원</td> <td>공고일 기준 입증 가능한 고용인원</td> <td>5인 미만</td> <td>5인 이상 30명 미만</td> <td>30명 이상 300명 미만</td> <td>300명 이상</td> </tr> </tbody> </table> <p>○ 유의사항 : 대표자가 아닌 경우 산업화 노력 관련 서류는 제출하지 않으며, 본 항목은 결측 처리(97점 만점으로 채점 후 100점 환산)함.</p>	구분	내용	배점	1) 특허, 실용실안	특허, 실용신안 등록 실적	15점 (실적 1건당 1점 부여)	2) 서적, 논문	신청직종에 대한 전문지식을 담은 서적을 발간·유통하거나, 논문을 학술지 등에 발표·게재한 실적	3) 보유 숙련 기술과의 관련성	핵심 기술과 특허, 실용신안, 서적, 논문과의 관련성, 해당 실적의 현장 활용도 및 이에 대한 본인의 기여도 등에 대해 서술·제출	10점	등급	매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수	점수	2	4	6	8	10	등급	매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수	점수	2	4	6	8	10	구분	내용	배점				0	0.5	1	1.5	1) 매출액 (수출 포함)	입증 가능한 최근 3년 매출(수출) 평균 금액	5억 이하	5억 이상 10억 이하	10억 이상 300억 미만	300억 이상	2) 고용인원	공고일 기준 입증 가능한 고용인원	5인 미만	5인 이상 30명 미만	30명 이상 300명 미만	300명 이상	35
구분	내용	배점																																																									
1) 특허, 실용실안	특허, 실용신안 등록 실적	15점 (실적 1건당 1점 부여)																																																									
2) 서적, 논문	신청직종에 대한 전문지식을 담은 서적을 발간·유통하거나, 논문을 학술지 등에 발표·게재한 실적																																																										
3) 보유 숙련 기술과의 관련성	핵심 기술과 특허, 실용신안, 서적, 논문과의 관련성, 해당 실적의 현장 활용도 및 이에 대한 본인의 기여도 등에 대해 서술·제출	10점																																																									
등급	매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수																																																						
점수	2	4	6	8	10																																																						
등급	매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수																																																						
점수	2	4	6	8	10																																																						
구분	내용	배점																																																									
		0	0.5	1	1.5																																																						
1) 매출액 (수출 포함)	입증 가능한 최근 3년 매출(수출) 평균 금액	5억 이하	5억 이상 10억 이하	10억 이상 300억 미만	300억 이상																																																						
2) 고용인원	공고일 기준 입증 가능한 고용인원	5인 미만	5인 이상 30명 미만	30명 이상 300명 미만	300명 이상																																																						

(계속)

심사항목	항목별 심사기준	배점													
사회적 가치 기여도	가. 숙련기술 관련 전수 실적(15점) ○ 내용 및 배점 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">구분</th> <th style="width: 60%;">내용</th> <th style="width: 25%;">배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>숙련기술 전수실적</td> <td>초청·특별강의, 청소년 직업진로지도 등 초·중등교육법 및 고등교육법에서 인정하는 학교에서 실시한 기술전수 실적, 학교당 연간 1건 인정</td> <td rowspan="3">실적 1건당 0.5점</td> </tr> <tr> <td>출제·심사</td> <td>국가기술·전문자격 출제위원 또는 기능경기대회에 심사위원으로 참여한 실적, 시행 회차 또는 대회별 1건으로 인정</td> </tr> <tr> <td>선수지도</td> <td>전국·국제 기능경기대회 입상(금,은,동,우수상,장려상)선수를 지도한 실적, 대회별 1건으로 인정</td> </tr> <tr> <td>국가기술자격 실기시험 감독</td> <td>국가기술자격법상 검정형 국가기술자격 실기시험 감독으로 참여한 횟수. 회차당 1건으로 산정</td> <td>최대 5점 1건당 0.2점</td> </tr> </tbody> </table>	구분	내용	배점	숙련기술 전수실적	초청·특별강의, 청소년 직업진로지도 등 초·중등교육법 및 고등교육법에서 인정하는 학교에서 실시한 기술전수 실적, 학교당 연간 1건 인정	실적 1건당 0.5점	출제·심사	국가기술·전문자격 출제위원 또는 기능경기대회에 심사위원으로 참여한 실적, 시행 회차 또는 대회별 1건으로 인정	선수지도	전국·국제 기능경기대회 입상(금,은,동,우수상,장려상)선수를 지도한 실적, 대회별 1건으로 인정	국가기술자격 실기시험 감독	국가기술자격법상 검정형 국가기술자격 실기시험 감독으로 참여한 횟수. 회차당 1건으로 산정	최대 5점 1건당 0.2점	25
	구분	내용	배점												
숙련기술 전수실적	초청·특별강의, 청소년 직업진로지도 등 초·중등교육법 및 고등교육법에서 인정하는 학교에서 실시한 기술전수 실적, 학교당 연간 1건 인정	실적 1건당 0.5점													
출제·심사	국가기술·전문자격 출제위원 또는 기능경기대회에 심사위원으로 참여한 실적, 시행 회차 또는 대회별 1건으로 인정														
선수지도	전국·국제 기능경기대회 입상(금,은,동,우수상,장려상)선수를 지도한 실적, 대회별 1건으로 인정														
국가기술자격 실기시험 감독	국가기술자격법상 검정형 국가기술자격 실기시험 감독으로 참여한 횟수. 회차당 1건으로 산정	최대 5점 1건당 0.2점													
○ 유의사항 - 최대 45건만 제출, 주관기관에서 발급받은 확인서가 첨부되어야 함 - 공고일 기준 10년 이내 실적만 인정함. 다만, 국가기술자격 실기시험 감독은 2023년부터 공고일 기준 5년 이내 실적만 인정 나. 사회봉사 활동 실적(10점) ○ 내용 : 봉사활동 실적 ○ 배점 : 봉사시간당 0.05점(현월은 1회당 4시간으로 인정) ○ 유의사항 - 사회복지봉사활동인증센터(VMS) 및 1365자원봉사포털(www.1365.go.kr)에 등재된 봉사활동 인정단체에서 실시한 봉사활동 - 신청직종과 관련 없어도 되나, 금전적 기부는 제외 - 공고일 기준 10년 이내 실적만 인정함															
가산점	○ 내용 및 배점 : 숙련기술 등과 관련하여 국무총리 이상의 정부포상 수상 시 1회에 한하여 아래와 같이 가산점 부여 - 훈장 2점, 포장 1.5점, 대통령 표창 1점, 국무총리 표창 0.5점 ○ 유의사항 - 단체명의 표창 제외 - 1.가.1)항목 기능경기대회 입상실적과 동일한 대회에서 받은 표창 제외 - 공고일 기준 10년 이내 실적만 인정함	+2													

자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

○ 현장실사는 직종별 전문위원이 주관하며, 실사 시 주요 확인 내용은 <표 3-3>과 같음.

- 현장실사 전문위원은 ‘대한민국명장 현장실사 결과 보고서’, ‘대한민국명장 보유기술 평가 채점표’를 작성하여 제출하며, 현장실사 심사위원 전원이 적격 판정한 자를 면접대상자로 선정함.

〈표 3-3〉 현장실사 시 주요 확인내용

구분	주요 확인내용
1	신청직종과 현장근무 상태의 일치 여부
2	제출서류 내용에 대한 현장실사 - 서적, 논문, 특허, 기타실적 등 검증 - 사본 제출된 서류의 원본 확인 및 특허·디자인 등록, 공정·품질개선 등 업무개선사항의 현장 활용도 확인 포함
3	산업발전 기여도와 관련하여 제출된 실적의 생산 현장 활용도 평가
4	산업화·최신화 노력과 관련하여 제출된 실적에 대한 현장 확인(조리, 제과·제빵 분야 대표자만 해당)
5	보유 숙련기술의 숙련도 및 전문성 - 시연한 숙련기술의 난이도, 수행 능력 및 숙련도(심사위원은 필요 시 추가 시연과제를 요구할 수 있음) - 보유 숙련기술과 관련된 전문지식(신청서 및 시연 숙련기술에 기반한 질의응답 진행)

자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

- 현장실사 심사위원 전원이 적격 판정으로 선정된 면접대상자에 대해 공단 홈페이지 등을 통해 국민 의견을 수렴하여 국민 공개검증을 실시함.
 - 내용에 사실확인이 필요한 경우, 진위여부를 사전에 검증하며, 국민 의견은 대한민국 명장심사위원회 최종 선정 시 고려함.

- 면접심사는 대한민국명장심사위원회 및 직종별 전문위원이 주관하며, 면접 대상자의 발표 및 질의응답, 신청서류 중 프로필 및 보유 숙련기술에 대한 설명서를 바탕으로 면접심사를 진행함.
 - 면접에 참여한 심사위원의 2/3 이상으로부터 적격 판정을 받은 사람은 최종선정을 위한 대한민국명장심사위원회에 상정함.

- 대한민국명장심사위원회는 서류심사, 현장실사 및 면접심사 결과를 바탕으로 심의를 거쳐 대한민국명장을 최종적으로 선정하고, 대한민국명장으로 최종 확정된 자는 고용노동부와 한국산업인력공단에서 발표함.
 - 시상은 직업능력의 달 기념식 행사와 병행하여 진행되며, 시상 시 일시장려금(2,000만 원)을 지급함.
 - 당해연도에 대한민국명장으로 선정된 사람에게는 국외 산업시찰의 기회를 부여함.

○ 대한민국명장 심의·선정을 주관하는 대한민국명장심사위원회는 「숙련기술장려법 시행령」 제21조에 의거하여 설치·운영되고 있음.

- 주요 역할은 대한민국명장 면접심사, 대한민국 명장 선정 및 취소, 계속장려금 지급 중단, 그 밖에 대한민국명장과 관련하여 고용노동부장관 또는 이사장이 심의를 요청하는 사항 등에 대한 심의를 진행함.

○ 전문위원은 직종별로 3인씩 구성하며 유사직종을 통합하여 구성할 수 있음.

〈표 3-4〉 전문위원의 자격 및 임무

구분	주요 확인내용
전문위원 자격	① 국가공무원으로서 해당 분야에 전문지식이 있는 자 ② 정부투자기관 및 출연기관의 과장급 상당 이상인 자로서 해당 분야에 전문지식이 있는 자 ③ 정부출연연구기관 등의 설립·운영 및 육성에 관한 법률에 따라 설립된 연구기관에 재직 중인 자로서 해당 분야에 전문지식이 있는 자 ④ 고등교육법 제2조 각 호에 따른 대학에서 해당 분야 교원으로 재직 중인 자 ⑤ 해당 분야 대한민국명장으로 선정된 후 2년 이상의 경력이 있는 자 ⑥ 사업체 대표로 해당 분야에 3년 이상 종사한 자 ⑦ 공단직원으로서 해당 분야의 실무경험이 3년 이상인 자 ⑧ 기타 이와 동등한 자격이 있다고 인정되는 자
전문위원 위촉	공개모집 방식 및 추천으로 직종별 3명 이상 위촉을 원칙으로 하고, 위촉인원의 5배수(위촉 순서 포함)를 사전 선정 - 단, 동일분야 내의 우수 숙련기술인 신청인원 수 및 직종 간 유사성 여부 등을 고려하여 필요시 유사직종을 통합하여 구성
전문위원 임무	① 신청인의 서류검토: 주요 공적내용 등 검토의견을 서류심사채점표에 작성 ② 현장실사: 현장실사 결과 보고서 및 보유기술 평가 채점표 작성 ③ 면접심사 ④ 기타 해당 분야 우수 숙련기술인 선정 관련 전문지식 활용

자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

1.3. 선정 현황

○ 2023년 기준, 대한민국명장 지정자 696명 중 식품분야(식품가공, 조리, 제과제빵)에서는 32명이 선정되어 활동 중임.

〈표 3-5〉 연도별 대한민국명장 선정 현황(식품분야)

단위: 명

구분	계	'86-'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23
전체	696	545	23	17	17	11	11	7	6	13	11	19	16
식품총계	32	16	2	2	0	2	2	2	1	1	0	2	2
제과제빵	16	9	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1
조리	15	7	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1
식품가공	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

자료: (사)대한민국명장회 홈페이지.

〈표 3-6〉 식품분야별 대한민국명장 선정 및 활동 현황

분야	지정번호	명장	품목	소속	비고
조리 (15)	2013 제566호	김규흔	한과	신궁전통한과	
	2000 제297호	한춘섭	이탈리아요리	(주)일꾸오꼬알마	
	2002 제332호	이상정	양념육류	청운대학교 호텔조리식당경영학과	
	2003 제362호	강현우	호텔조리	영산대학교 호텔관광대학	
	2004 제397호	정영도	호텔조리	루나미엘레	
	2008 제452호	문문술	호텔조리	서정대학교 호텔조리과	구 청와대 조리장
	2010 제495호	이병우	호텔조리	우송대학교 외식조리학부	구 롯데호텔서울 총주방장
	2012 제544호	서정희	중식	경남정보대 호텔외식조리계열	
	2013 제569호	이철기	호텔조리	청운대학교	엘비전 총주방장
	2014 제576호	박효남	호텔조리	(주)밀레니엄힐튼서울	
	2016 제614호	김송기	호텔조리	롯데호텔서울	
	2017 제625호	조우현	이탈리아요리, 식용꽃요리	플로라	
	2018 제631호	박대순	한식조리		구 청와대 조리장
	2020 제652호	남대현	호텔조리	롯데호텔 시그니엘	
	2022 제682호	천덕상	호텔조리	잠실롯데호텔	
2023 제698호	안유성	일식	가매		
제과제빵 (16)	2000 제296호	박찬희	화과자	(주)박찬희 화과자	
	2001 제321호	임현양	제과점	브래덴코	현 신라명과 상임기술고문
	2002 제336호	권상범	제과점	리치몬드과자점	
	2003 제355호	김종익	제과점	김종익과자점	
	2005 제398호	서정웅	제과점	코른베르그과자점	
	2007 제439호	김영모	제과점	김영모과자점	
	2009 제474호	안창현	제과점	안스베이커리	
	2011 제516호	함상훈	제과점	함스브루트과자점	
	2012 제545호	홍종흔	제과점	홍종흔베이커리	
	2014 제581호	송영광	제과점	명장10	
	2016 제615호	박준서	제과점	명장시대	
	2017 제626호	인재홍	제과점	빵과당신	
	2018 제634호	이홍용	제과점	이홍용과자점	
	2019 제640호	김덕규	제과점	김덕규과자점	
	2022 제683호	최형일	제과점	엘리제과자점	
	2023 제699호	마욱천	제과점	(주)베비에르	

자료: (사)대한민국명장회 홈페이지.

2. 우수 숙련기술자 제도

2.1. 제도 개요

- 우수 숙련기술자 제도는 산업현장에 종사하는 숙련기술자의 사기 진작과 지속적인 기술개발 및 향상을 통해 우수 숙련기술자들이 우대받는 풍토를 조성하고 기업 경쟁력 향상에 기여하기 위한 목적으로 「숙련기술장려법」 제10조에 근거하여 2011년부터 시행·운영되고 있는 제도임.
- 우수 숙련기술자는 매년 100명 이내의 범위에서 선정하며, 대기업 종사자와 중소기업 종사자를 구분하여 선정함.
 - 우수 숙련기술자의 선정 대상분야 및 직종은 「숙련기술장려법 시행령」 제9조에 의거하여 업종별로 고용노동부장관이 정하여 고시한 38개 분야 92개 직종에서 선정하며, 그 중 식품 관련 분야는 3개 분야(식품가공, 조리, 제과·제빵)로 한정됨. 이는 대한민국명장 선정 대상분야 및 직종과 동일함.

〈표 3-7〉 우수 숙련기술자 선정 대상분야 및 직종(식품분야)

분야	직종	직무내용
식품 가공	식품 가공	- 농, 축, 수산물을 원료로 가공 처리하여 물리적, 화학적, 생물학적 변화를 일으키게 하여 영양가 및 저장성을 높이거나 유용한 농, 축, 수산식품을 제조, 가공 - 농, 축, 수산물을 식품, 약품, 사료, 비료 등의 목적으로 이용하기 위하여 신제품의 개발, 공정관리, 제조 시설의 운전 및 점검 등의 업무 수행 - 식품기술 분야에 대한 숙련 기술을 바탕으로 하여 식품재료의 선택에서부터 새로운 식품의 기획, 개발, 분석, 검사 등의 업무를 담당하며, 식품제조 및 가공공정, 식품의 보존과 저장 공정에 대한 관리·감독업무 수행 ※ 수산제조 직무 포함
조리	요리	- 한식, 중식, 일식, 양식, 북어조리 등 요리에 관한 숙련 기술을 바탕으로 제공될 음식에 대한 조리 계획을 세워 조리할 재료를 선정, 구입, 검수하고, 선정된 재료를 적정한 조리 기구를 사용하여 위생적이면서 미각과 시각적 효과가 뛰어난 요리로 완성
제과· 제빵	제과· 제빵	- 제과, 제빵 제품 제조에 필요한 재료의 배합표 작성, 재료 평량을 하고 각종 제과, 제빵용 기계 및 기구를 사용하여 반죽, 발효, 성형, 굽기, 장식, 포장 등의 공정을 거쳐 각종 제과, 제빵 제품을 만들

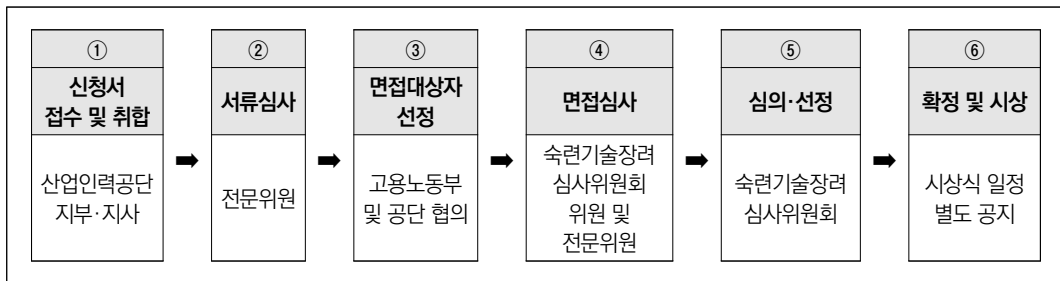
자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

- 우수한 숙련기술자를 선정하기 위한 자격 요건은 「숙련기술장려법 시행령」 제9조에 따라 숙련기술을 보유하고 고용노동부장관이 정하는 분야의 생산 업무에 7년 이상 종사한 근로자(또는 기업체 대표자) 중 종사기업체 대표(또는 업종·지역별 사업주 단체장)의 추천을 받은 자여야 함.

2.2. 선정절차 및 지정기준

- 우수 숙련기술자 선정을 위한 절차는 「숙련기술장려법 시행령」 제9조에 의거하여 이루어지고 있으며, 크게 선정 신청 → 서류심사 → 면접심사 → 숙련기술장려심사위원회 심의·선정 → 확정 및 시상 등의 순으로 이루어짐.

〈그림 3-2〉 우수 숙련기술자 심사 및 선정절차



자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

- 서류검토 및 심사는 우수 숙련기술자 신청자의 신청서류 및 제출자료를 근거로 사실확인 등 서류를 심사하는 단계로, 한국산업인력공단 숙련기술진흥부 및 직종별 전문위원이 주관함.
 - 직종별 전문위원이 서류검토 및 사실관계를 확인 후 주요 공적내용 등 검토의견을 우수 숙련기술자 서류심사채점표에 작성하며, 이때 ‘청렴시민감사관’ 참관을 통해 심사과정의 투명성, 공정성 및 청렴도를 제고함.
 - 서류 검토결과 만점(50점)의 70%(35점) 이상 득점자 중 직종별 고득점자 3명을 면접대상자로 선정함.

〈표 3-8〉 우수 숙련기술자 서류심사 기준

심사항목	항목별 심사기준	배점																						
1. 숙련기술 보유정도	가. 신청 직종과 관련한 입상·선정·자격 실적 ○ 점수부여 기준 - 아래 1), 2), 3)호 중 최고점수 한 가지만 인정함	25																						
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>내용</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">1) 기능경기대회 입상자</td> <td>국제기능올림픽대회, 국제장애인기능경기대회</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>전국기능경기대회, 전국장애인기능경기대회</td> <td>22</td> </tr> <tr> <td>지방기능경기대회, 지방장애인기능경기대회</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>고용노동부장관이 인정하는 기능경기대회</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">2) 국가기술자격 취득자</td> <td>기능장, 기술사</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>산업기사, 기사</td> <td>22</td> </tr> <tr> <td>기능사, 기능사보</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td>3) 그 외 숙련기술인 선정, 자격취득자</td> <td>중앙행정기관, 지방자치단체 명장·명인 선정</td> <td>20</td> </tr> </tbody> </table>		구분	내용	배점	1) 기능경기대회 입상자	국제기능올림픽대회, 국제장애인기능경기대회	25	전국기능경기대회, 전국장애인기능경기대회	22	지방기능경기대회, 지방장애인기능경기대회	20	고용노동부장관이 인정하는 기능경기대회	17	2) 국가기술자격 취득자	기능장, 기술사	25	산업기사, 기사	22	기능사, 기능사보	19	3) 그 외 숙련기술인 선정, 자격취득자	중앙행정기관, 지방자치단체 명장·명인 선정	20
	구분		내용	배점																				
	1) 기능경기대회 입상자		국제기능올림픽대회, 국제장애인기능경기대회	25																				
			전국기능경기대회, 전국장애인기능경기대회	22																				
지방기능경기대회, 지방장애인기능경기대회		20																						
고용노동부장관이 인정하는 기능경기대회		17																						
2) 국가기술자격 취득자	기능장, 기술사	25																						
	산업기사, 기사	22																						
	기능사, 기능사보	19																						
3) 그 외 숙련기술인 선정, 자격취득자	중앙행정기관, 지방자치단체 명장·명인 선정	20																						
가. 신청 직종과 관련한 업무개선 실적(10점) ○ 내용 및 배점	20																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>내용</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1) 특허, 실용실안, 디자인등록</td> <td>특허, 실용실안, 디자인등록 실적</td> <td rowspan="2">5점 (실적 1건당 0.5점 부여)</td> </tr> <tr> <td>2) 서적, 논문</td> <td>신청직종에 대한 전문지식을 담은 서적을 발간·유통하거나, 논문을 학술지 등에 발표·게재한 실적</td> </tr> <tr> <td>3) 보유 숙련기술과의 관련성</td> <td>핵심 기술과 특허, 실용실안, 디자인등록, 서적, 논문과의 관련성, 해당 실적의 현장 활용도 및 이에 대한 본인의 기여도 등에 대해 서술·제출</td> <td>5점</td> </tr> </tbody> </table>		구분	내용	배점	1) 특허, 실용실안, 디자인등록	특허, 실용실안, 디자인등록 실적	5점 (실적 1건당 0.5점 부여)	2) 서적, 논문	신청직종에 대한 전문지식을 담은 서적을 발간·유통하거나, 논문을 학술지 등에 발표·게재한 실적	3) 보유 숙련기술과의 관련성	핵심 기술과 특허, 실용실안, 디자인등록, 서적, 논문과의 관련성, 해당 실적의 현장 활용도 및 이에 대한 본인의 기여도 등에 대해 서술·제출	5점												
구분		내용	배점																					
1) 특허, 실용실안, 디자인등록	특허, 실용실안, 디자인등록 실적	5점 (실적 1건당 0.5점 부여)																						
2) 서적, 논문	신청직종에 대한 전문지식을 담은 서적을 발간·유통하거나, 논문을 학술지 등에 발표·게재한 실적																							
3) 보유 숙련기술과의 관련성	핵심 기술과 특허, 실용실안, 디자인등록, 서적, 논문과의 관련성, 해당 실적의 현장 활용도 및 이에 대한 본인의 기여도 등에 대해 서술·제출	5점																						
○ 3)호 점수 부여기준																								
2. 산업발전 기여도	<table border="1"> <thead> <tr> <th>등급</th> <th>매우 미흡</th> <th>미흡</th> <th>보통</th> <th>우수</th> <th>매우 우수</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>점수</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>	등급	매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수	점수	1	2	3	4	5	20										
	등급	매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수																		
점수	1	2	3	4	5																			
○ 유의사항 - 1), 2)호는 최대 10건만 제출, 객관적인 증빙서류 제출 및 실적에 대한 확인이 가능한 경우에만 인정 - 3)호는 선정공고 시 제시하는 양식을 참조하여 3페이지 이내로 작성 - 공고일 기준 7년 이내 실적만 인정함																								
3. 사회적 가치 기여도	나. 산업발전 기여 실적(10점) ○ 내용 : 가. 항목에 기재한 실적 이외의 보유 숙련기술을 활용한 산업발전 기여 실적 및 성과(품질개선, 문화상품개발, 전시회 출품, 발표회 개최, 대회입상 실적, 7년을 초과한 특허/실용실안/서적/논문 실적 등)에 대해 서술제출 (3페이지 이내) ○ 점수부여기준	5																						
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>등급</th> <th>매우 미흡</th> <th>미흡</th> <th>보통</th> <th>우수</th> <th>매우 우수</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>점수</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>6</td> <td>8</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table>		등급	매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수	점수	2	4	6	8	10										
	등급		매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수																	
점수	2	4	6	8	10																			
○ 내용 : 봉사활동 실적 ○ 배점 : 봉사시간당 0.05점(헌혈은 1회당 4시간으로 인정) ○ 유의사항 - 사회봉사활동인증센터(VMS) 및 1365자원봉사포털(www.1365.go.kr)에 등재된 봉사활동 인정단체에서 실시한 봉사활동 - 신청직종과 관련 없어도 되나, 금전적 기부는 제외 - 공고일 기준 7년 이내 실적만 인정함 - 만점은 100시간 이상																								

자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

○ 면접심사는 숙련기술장려심사위원회 및 직종별 전문위원이 주관하며, <표 3-9>의 평가 기준에 따라 면접심사를 진행함.

- 면접에서 만점(50점)의 60%(30점) 이상 득점한 사람을 우수 숙련기술자 최종 심사대상자로 선정함.

<표 3-9> 우수 숙련기술자 면접심사 기준

면접심사 기준						배점
1. 신청 직종과 종사 업무 적합성 일치						5
2. 신청 직종에 대한 직무수행능력 및 숙련도						15
3. 보유기술의 전문성 및 차별성						20
4. 우수숙련기술자로서의 자질(사명감, 직업관, 직업윤리 등)						10
* 나 ~ 라항 별로 아래 등급에 따라 심사하고, 면접심사위원의 점수를 산술평균 후 소수점 셋째자리에서 반올림하여 둘째자리까지 최종 득점으로 판정함						
등급	부적격	매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
점수	0%	20%	40%	60%	80%	100%

자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

○ 숙련기술장려심사위원회는 서류심사 및 사실관계 확인과 면접결과 등을 바탕으로 심의를 거쳐 우수 숙련기술자를 최종적으로 선정하고, 우수 숙련기술자로 최종 확정된 자는 고용노동부와 한국산업인력공단에서 발표함.

- 우수 숙련기술자로 확정된 자에게는 증서 수여 및 일시장려금(200만 원) 지급함.

○ 우수 숙련기술자 심의·선정을 주관하는 숙련기술장려심사위원회는 「숙련기술장려법 시행령」 제22조에 의거하여 설치·운영되었으나, 2021년 관련 법적 근거 삭제됨.

- 주요 역할은 우수 숙련기술자·숙련기술전수자·숙련기술장려 모범사업체 선정 심사 및 그 밖에 위원장이 심의를 요청하는 사항 등에 대한 심의를 진행함.

○ 전문위원은 직종별로 3인씩 구성하며 유사직종을 통합하여 구성할 수 있음.

〈표 3-10〉 전문위원의 자격 및 임무

구분	주요 확인내용
전문위원 자격	① 국가공무원으로서 해당 분야에 전문지식이 있는 자 ② 정부투자기관 및 출연기관의 과장급 상당 이상인 자로서 해당 분야에 전문지식이 있는 자 ③ 정부출연연구기관 등의 설립·운영 및 육성에 관한 법률에 따라 설립된 연구기관에 재직 중인 자로서 해당 분야에 전문지식이 있는 자 ④ 고등교육법 제2조 각 호에 따른 대학에서 해당 분야 교원으로 재직 중인 자 ⑤ 해당 분야 대한민국명장으로 선정된 후 2년 이상의 경력이 있는 자 ⑥ 사업체 대표로 해당 분야에 3년 이상 종사한 자 ⑦ 공단직원으로서 해당 분야의 실무경험이 3년 이상인 자 ⑧ 기타 이와 동등한 자격이 있다고 인정되는 자
전문위원 위촉	공개모집 방식 및 추천으로 직종별 3명 이상 위촉을 원칙으로 하고, 위촉인원의 5배수(위촉 순서 포함)를 사전 선정 - 단, 동일(유사)직종의 경우, 대한민국명장 선정 전문위원과 위촉 병행 가능
전문위원 임무	① 신청업체의 서류검토: 주요 공적내용 등 검토의견을 서류심사채점표에 작성 ② 면접심사

자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

2.3. 선정 현황

○ 2023년 기준, 우수 숙련기술자 선정자 700명 중 식품분야(식품가공, 조리, 제과제빵)에 서는 110명이 선정되어 활동 중임.

〈표 3-11〉 연도별 우수 숙련기술자 선정 현황(식품분야)

구분	계	단위: 명												
		'11	'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23
전체	700	22	49	50	50	50	50	47	66	59	46	53	81	77
식품총계	110	0	1	4	8	16	15	11	12	13	7	8	7	8
제과제빵	74	0	1	3	7	13	10	10	9	7	4	4	3	3
조리	25	0	0	0	0	3	5	1	1	6	2	3	2	2
식품가공	11	0	0	1	1	0	0	0	2	0	1	1	2	3

자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

〈표 3-12〉 식품분야별 우수 숙련기술자 선정 및 활동 현황

분야	선정년도	성명	품목	소속	분야	선정년도	성명	품목	소속
식품 가공 (11)	2013	이일구	떡류	구룡제분소	제과 제빵 (74)	2015	정종성	제과점	씨엘드프랑스과자점
	2014	조희영	불명	청실홍실		윤우섭	제과점	대한민국제빵왕우섭스토리	
	2018	김정배	젓갈	굴다리영어조합법인		이선구	제과점	이선구의 팔트라슈	
		박경애	떡류	복덕방앗간		이동우	제과점	행운의 시간들	
	2020	선명숙	전통떡	(주)기포매프앤비		오규현	제과점	오규현과자점	
	2021	박미희	김치	도미솔식품		박정연	제과점	굿투빅	
		고삼숙	젓갈	굴다리영어조합법인		김승화	제과점	파니클레	
	2022	김동윤	두부	농업회사법인(주)성호		정판수	제과점	좋은날케이크만들기	
		이재수	한식	이가네식품		위재상	제과점	씨투과자점	
	2023	양기현	벌꿀가공	허니엣비(주)		이인숙	제과점	(주)미나미	
		오명숙	떡류	민속떡집		최영규	제과점	궁전제과	
조리 (25)	2015	조우현	쭈꾸미요리	우미대가 왕쭈꾸미	김희영	제과점	풍뎀베이커리		
		왕철주	뷔페요리	대성공업(주)	이계총	제과점	청수성복전		
		우춘택	호텔조리	(주)대구그랜드관광호텔	이덕수	제과점	이덕수과자점		
	2016	고재길	한식조리	(주)아워홈	이정배	제과점	(주)비엔씨제과		
		김성국	호텔조리	더클래스500펜타즈호텔	이홍용	제과점	이홍용제과점		
		박대순	한식조리	청와대비서실	차성민	제과점	차성민제과점		
		천덕상	호텔조리	(주)호텔롯데	최동만	제과점	차상태과자점		
	하종률	볶요리	불당동 까치복집	최진남	제과점	최동순베이커리			
	2017	안유성	일식조리	가매	최형일	제과점	엘리제과자점		
	2018	최창업	호텔조리	유성호텔	하연옥	제과점	레시피제과		
	2019	김도섭	궁중음식	한국문화재단 한국외집	김범안	제과점	(주)195에프앤비		
		남대현	호텔조리	(주)호텔롯데	김용식	제과점	빵나무		
		방종찬	휴게소음식	대신기업(주)	류재은	제과점	(주)류재은베이커리		
		안호주	일식조리	(주)시호외식산업개발	박노학	제과점	아델라7		
		여경옥	중식조리	(주)호텔롯데	박삼화	제과점	로쏘(주)성심당		
2020	이성자	한식조리	수담한정식	서강현	제과점	파티스리 본누벨			
	김세한	호텔조리	(주)호텔롯데	송철석	제과점	프랑세즈과자점			
2021	심동욱	호텔조리	롯데시그니얼호텔	이낙근	제과점	이낙근 찹쌀떡 베이커리			
	김병희	호텔조리	(주)호텔롯데 시그니얼부산	이정훈	제과점	브레드파티			
	김봉곤	호텔조리	(주)부산롯데호텔	최병근	제과점	파파레브과자점			
2022	한영용	한식조리	주식회사 우리님	고재석	제과점	파티시에고재석			
	김영희	한식조리	본향	김덕규	제과점	(주)김덕규과자점			
2023	이우숙	한식조리	(주)비스트로식품	김봉수	제과점	까레몽베이커리			
	조성현	호텔조리	SK네트웍스(주) 워커히	김원식	제과점	르방베이커리			
제과 제빵 (74)	2012	신일중	제과점	본누벨과자점	마옥천	제과점	(주)베비에르		
		강민호	제과점	빵굽는쉐프의 꿈	오병호	제과점	(주)엘마론		
	2013	송정환	제과점	마인초동과자점	이인재	제과점	빵드파니에과자점		
		김해금	제과점	온양관광호텔(주)	이준우	제과점	최동순베이커리		
	2014	권순만	제과점	어니스크	최인호	제과점	(주)빵오르방시엘		
		김성두	제과점	제이크린베리너리	강동오	제과점	(주)강동오케익		
		김용학	제과점	김용학베이커리	김문국	제과점	파밀리아제과점		
		박상규	제과점	케익하우스밀레	마철석	제과점	(주)베비에르과자점		
		이석원	제과점	랑콩뜨레과자점	박용주	제과점	비누아투과자점		
		최창진	제과점	빵뜨라과자점	안종섭	제과점	로쏘(주)성심당		
		한상환	제과점	폴리쉬블랑제리	정광균	불명	일식코코엔		
	2015	배정열	제과점	비엘피푸드	최두리	제과점	최두리케익공방		
		박영석	제과점	베이크하우스	나성주	제과점	(주)호텔롯데		
					서홍원	제과점	아델라7		

(계속)

분야	선정년도	성명	품목	소속	분야	선정년도	성명	품목	소속
제과 제빵 (74)	2020	이창민	제과점	하레하레	제과 제빵 (74)	2022	배재호	제과점	데일리호스브라운
		정덕중	제과점	(주)푸드라이브			윤연중	제과점	정직한 제빵소
	2021	김민철	제과점	콜마르브레드		2023	조성래	제과점	파티쉐미진
		김인범	제과점	베이커리 밤마을			이준욱	제과점	말발베이커리
		김종호	제과점	슬로우브레드			임양규	과자제조	농업회사법인 마크로드제과
		정영택	제과점	주식회사 제이브라운			김규철	제과점	유가제빵소

자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

3. 이달의 기능한국인 제도

3.1. 제도 개요

○ 이달의 기능한국인 제도는 숙련기술인 성공사례를 발굴, 홍보함으로써 숙련기술에 대한 사회적 인식을 제고하기 위한 목적으로 2006년 8월부터 운영되어 현재 「숙련기술장려법」 제13조의2에 근거하여 시행·운영되고 있는 제도임.

○ 이달의 기능한국인은 매월 1명씩 선정하되, 분기별로 심사·선정함.

- 이달의 기능한국인 선정 대상분야 및 직종은 업종별로 고용노동부장관이 정하여 고시한 38개 분야 92개 직종에서 선정하며, 그중 식품 관련 분야는 3개 분야(식품가공, 조리, 제과·제빵)로 한정됨. 이는 대한민국명장 및 우수 숙련기술인의 선정 대상분야 및 직종과 동일함.

〈표 3-13〉 이달의 기능한국인 선정 대상분야 및 직종(식품분야)

분야	직종	직무내용
식품 가공	식품 가공	<ul style="list-style-type: none"> - 농, 축, 수산물을 원료로 가공 처리하여 물리적, 화학적, 생물학적 변화를 일으키게 하여 영양가 및 저장성을 높이거나 유용한 농, 축, 수산식품을 제조, 가공 - 농, 축, 수산물을 식품, 약품, 사료, 비료 등의 목적으로 이용하기 위하여 신제품의 개발, 공정관리, 제조 시설의 운전 및 점검 등의 업무 수행 - 식품기술 분야에 대한 숙련 기술을 바탕으로 하여 식품재료의 선택에서부터 새로운 식품의 기획, 개발, 분석, 검사 등의 업무를 담당하며, 식품제조 및 가공공정, 식품의 보존과 저장 공정에 대한 관리·감독업무 수행 <p>※ 수산제조 직무 포함</p>

(계속)

분야	직종	직무내용
조리	요리	- 한식, 중식, 일식, 양식, 복어조리 등 요리에 관한 숙련 기술을 바탕으로 제공될 음식에 대한 조리 계획을 세워 조리할 재료를 선정, 구입, 검수하고, 선정된 재료를 적절한 조리 기구를 사용하여 위생적이면서 미각과 시각적 효과가 뛰어난 요리로 완성
제과·제빵	제과·제빵	- 제과, 제빵 제품 제조에 필요한 재료의 배합표 작성, 재료 평량을 하고 각종 제과, 제빵용 기계 및 기구를 사용하여 반죽, 발효, 성형, 굽기, 장식, 포장 등의 공정을 거쳐 각종 제과, 제빵 제품을 만들

자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

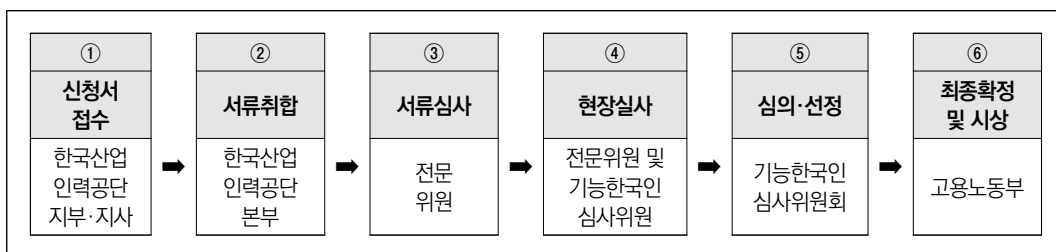
○ 이달의 기능한국인을 선정하기 위한 자격 요건은 「숙련기술장려법 시행령」 제17조의2에 따라 선(先) 취업 후(後) 진학으로, 10년 이상 산업현장에서 종사하여 성공한 숙련기술인으로서 아래의 요건을 모두 갖추어야 함.

- 산업수요 맞춤형 고등학교(초·중등교육법 시행령 제90조), 특성화고등학교(초·중등교육법 시행령 제91조), 전문대학(고등교육법 제2조) 졸업자
- 중소기업(중소기업기본법 제2조) 또는 중견기업(중견기업 성장촉진 및 경쟁력 강화에 관한 특별법 제2조)을 운영하는 자
- 숙련기술 향상 및 산업 발전에 공헌하는 등 고용노동부장관이 정하여 고시하는 실적이 있을 것

3.2. 선정절차 및 지정기준

○ 이달의 기능한국인 선정을 위한 절차는 크게 선정 신청 → 서류심사 → 면접심사 → 숙련기술장려심사위원회 심의·선정 → 확정 및 시상 등의 순으로 이루어짐.

〈그림 3-3〉 이달의 기능한국인 심사 및 선정절차



자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

○ 서류검토 및 심사는 이달의 기능한국인 신청자의 신청서류 및 제출자료를 근거로 사실 확인 등 서류를 심사하는 단계로, 한국산업인력공단 숙련기술진흥부 및 직종별 전문위원이 주관함.

- 직종별 전문위원이 서류검토 및 사실관계를 확인 후 주요 공적내용 등 검토의견을 서류심사 채점표에 작성함.
- 서류 검토결과 만점(50점)의 70%(35점) 이상 득점자 중 직종별 고득점자 3명을 면접 대상으로 선정함.

〈표 3-14〉 이달의 기능한국인 서류심사 기준

심사항목	배점	배점기준	유의사항	증빙자료	
기능인으로서의 우수성 (40)	근무경력	20	- 10년 이상~15년 미만 : 10점 - 15년 이상~20년 미만 : 15점 - 20년 이상 : 20점	산정기준일 : 서류심사일 전월까지	경력증명서, 4대보험 가입이력 등
	특허, 실용신안, ISO 인증	10	- 특허/실용신안 · 단독 건당 5점 · 공동 건당 3점 - ISO : 건당 3점	- 특허/실용신안 · 발명자가 본인인 경우에 한함 · 등록(공보), 소멸 인정 · 거절, 무효, 취하, 포기, 공개 공보 불인정 - 상표등록증, 디자인등록증 등 해당 없음 - ISO 유효기간 내에 한함	특허증 사본, ISO 인증서 사본 등
	국가자격, 표창, 기능경기대회	10	- 기술사, 기능장, 훈·포장, 국제대회 입상 : 건당 5점 - 기사, 산업기사, 대통령 또는 국무총리표창 : 건당 4점 - 기사사, 장관 표창, 전국 대회 입상 : 건당 3점 - 지방대회 입상 : 건당 2점	- 국가자격은 국가기술자격법에 따른 국가기술자격으로서 관련 분야에 한함 - 국제(전국, 지방) 대회 입상은 선정직종과 관련된 입상으로 1~3위에 한함	자격증 사본, 자격취득내역, 표창 사본, 입상확인서 등
기업 건전성 (30)	매출액	10	- 100억 원(제조업), 50억 원(서비스업) 이상 : 10점 - 75억 원(제조업), 37.5억 원(서비스업) 이상 : 8점 - 50억 원(제조업), 25억 원(서비스업) 이상 : 6점 - 30억 원(제조업), 10억 원(서비스업) 이상 : 3점 - 30억 원(제조업), 10억 원(서비스업) 미만 : 1점		연매출 증빙자료 (별도 제출하지 않을 경우, Cretop, NICE 등 공인신용등급평가 회사 자료에 따름)
	상시 근로자 수	10	- 50명(제조업), 30명(서비스업) 이상 : 10점 - 30명(제조업), 20명(서비스업) 이상 : 8점 - 20명(제조업), 13명(서비스업) 이상 : 6점 - 15명(제조업), 8명(서비스업) 이상 : 3점 - 15명(제조업), 8명(서비스업) 미만 : 1점		고용 증빙자료 (별도 제출하지 않을 경우, Cretop, NICE 등 공인신용등급평가 회사 자료에 따름)
	신용등급	10	- A- 이상 : 10점 - BBB- 이상 : 8점 - BB- 이상 : 6점 - B- 이상 : 3점 - CCC+ 이하 : 0점		별도 제출 또는 Cretop, NICE 등 공인 신용등급평가회사 자료에 따름

(계속)

심사항목	배점	배점기준	유의사항	증빙자료
정책참여도 (5)	5	- 고용노동정책 : 정책 당 1점 - 산학협력 : 기관 당 1점	고용노동정책 예시 : 일학습병행제, 사업주훈련, 지역산업맞춤형 인력양성 사업, Clean사업장, 산업현장교수, 고용창출장려금, 청년내일채움공제, 청년친화 강소기업, NCS활용컨설팅 등	각 증빙자료
사회적 모범성 (25)	15	- 매우우수 : 15 - 미흡 : 6 - 우수 : 12 - 매우미흡 : 3 - 보통 : 9 - 부적절 : 0	숙련기술을 활용한 재능기부 또는 사회적 활동, 지역경제 활성화 기여 등 여러 측면을 종합 판단	각 증빙자료
	10	- 매우우수 : 10 - 미흡 : 4 - 우수 : 8 - 매우미흡 : 2 - 보통 : 6 - 부적절 : 0	기능한국인으로 선정된 이후의 숙련기술 전수 등 향후 계획을 종합 판단	-

자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

○ 서류심사 결과 60점 이상 득점한 사업체를 대상으로 전문위원 1인, 기능한국인 심사위원회 위원 1인, 진행요원(공단 직원) 1인 등 3인이 현장실사를 진행하며, 실사 기준은 <표 3-15>에 따름.

<표 3-15> 이달의 기능한국인 현장실사 기준

심사항목	중점 확인사항	배점	배점기준
보유 기술 활용성	보유한 기술 및 노하우의 현장 활용성 - 특히, 실용신안, ISO인증 등이 실제 현장에 반영되어 활용되고 있는가? - 기술을 통해 특화된 기업의 생산공정·설비·생산물 등이 있는가?	10	·매우우수 : 10 ·우수 : 8 ·보통 : 6 ·미흡 : 4 ·매우미흡 : 2
기술 공유 노력	기술공유를 통한 발전 노력 및 성과 - 근로자들에게 기술을 공유하고 발전시키고자 노력하고 있는가? - 자기계발을 위한 보상·성취감을 제공하고 있는가?	10	
기능한국인으로서의 태도 및 노력	우수 숙련기술인으로서의 성공 모델 적합도 - 해당 분야에서 기술인으로서의 자부심을 가지고 발전시키려는 태도와 행동 - 자신의 지식을 공유·전수하고자 하는 의지와 행동 - 일과 기술을 통해 사회적 가치를 실현하고자 하는 의지와 노력	10	

자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

○ 숙련기술장려심사위원회는 서류심사 및 사실관계 확인과 면접결과 등을 바탕으로 심의를 거쳐 우수 숙련기술자를 최종적으로 선정하고, 우수 숙련기술자로 최종 확정된 자는 고용노동부와 한국산업인력공단에서 발표함.

- 우수 숙련기술자로 확정된 자에게는 증서 수여 및 일시장려금(200만 원)을 지급함.

○ 이달의 기능한국인 선정을 주관하는 기능한국인 심사위원회는 「숙련기술장려법 시행령」 제33조제3항에 의거하여 설치·운영되고 있음.

- 주요 역할은 우수 숙련기술자·숙련기술전수자·숙련기술장려 모범사업체 선정 심사 및 그 밖에 위원장이 심의를 요청하는 사항 등에 대한 심의를 진행함.

○ 전문위원은 직종별로 3인씩 구성하며 유사 직종을 통합하여 구성할 수 있음.

〈표 3-16〉 전문위원의 자격 및 임무

구분	주요 확인내용
전문위원 자격	① 숙련기술 관련분야 학계·산업계 전문가 ② 해당 업종 학계·산업계 전문가
전문위원 위촉	서류심사 3명, 현장실사 1명 위촉 원칙
전문위원 임무	① 신청업체의 서류검토: 주요 공적내용 등 검토의견을 서류심사채점표에 작성 ② 현장실사: 숙련기술인 성공사례로서의 적합성, 향후 사회 기여 가능성 등을 판단하여 현장실사 채점표 작성

자료: 한국산업인력공단 홈페이지.

3.3. 선정 현황

○ 2023년 기준, 이달의 기능한국인 선정자 202명 중 식품분야(식품가공, 조리, 제과제빵)에서는 12명이 선정되어 활동 중임.

〈표 3-17〉 연도별 이달의 기능한국인 선정 현황(식품분야)

구분	계	단위: 명											
		'06-'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23
전체	190	72	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
식품총계	12	3	0	0	0	1	2	0	0	1	2	2	1
식품가공	5	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0
조리	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
제과제빵	5	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1

자료: (사)기능한국인회 홈페이지.

〈표 3-18〉 식품분야별 이달의 기능한국인 선정 및 활동 현황

분야	선정년월	성명	품목	소속	비고
식품가공 (5)	2008년 10월	김순자	김치개발, 제조	(주)한성식품	대한민국명장 지정취소 대한민국식품명인 반납
	2016년 7월	김규흔	한과류	신궁전통한과	-
	2017년 12월	송금희	반찬류	(주)녹선	-
	2021년 12월	최인호	제과, 음료류	(주)에스제이빵오르방	-
	2022년 9월	고화순	나물류	농업회사법인 하늘농가(주)	-
조리 (2)	2007년 2월	이철기	요리	(주)삼정인터내셔널	-
	2020년 11월	안효주	일식조리	(주)스시효	-
제과 제빵 (5)	2007년 7월	김영모	제과제빵	(주)김영모과자점	-
	2017년 3월	마옥천	제과, 케이크	(주)베비에르	-
	2021년 4월	이석원	제과제빵	랑콩뜨레과자점	-
	2022년 10월	이창민	제과제빵	하레하레	-
	2023년 4월	정영택	제과제빵	(주)제이브라운	-

자료: (사)기능한국인회 홈페이지.

4. 대한민국 대한명인

4.1. 제도 개요

○ 대한민국 대한명인은 한정된 자신만의 분야를 넘어 해당 분야를 대표하는 지도자로서의 덕과 인품을 갖추어 진정한 대한명인으로 거듭날 수 있도록 동기를 부여하기 위한 목적으로 2005년부터 운영되고 있으나, 민간 사단법인에서 지정·운영하는 제도로써 별도의 법적 근거는 없음.

○ 대한민국 대한명인은 분야별로 1명씩만을 선정하는 것을 원칙으로 하고 있음.

- (사)대한민국명인회에서 총 4개 분과(전시분과, 공연분과, 인문·과학분야, 식품분과) 내에서 각 분야별로 1명씩 선정, 추대함.

〈표 3-19〉 대한민국 대한명인 추대 대상분야

분야	직무내용
전시분과	전통 및 현대예술로서 전시가 가능한 분야
공연분과	가(歌)/무(舞)/악(樂) 전체, 국악은 ○○○류 · ○○제로 세분화 가능
인문·과학분과	연구 관련 분야, 역사 관련 분야, 전통무예 분야, 과학(특허 등) 관련 분야 등
식품분과	식품과 관련한 다양한 분야

자료: (사)대한민국명인회 홈페이지.

○ 대한민국 대한명인은 민간 사단법인에서 선정·추대하고 있으므로, 법적으로 명시된 자격 요건은 없으며, 사단법인에서 자체적인 요건을 제시하고 있음.

- 대한민족(민족 개념 우선)
- 자신의 분야에 일정 경력 이상을 가진 사람으로, 현재 그 분야에서 활동하는 전문가
- 덕과 인품을 갖춘 사람
- 자신의 일에 대한 자부심과 자긍심이 있는 사람
- 자신이 하고 있는 분야의 맥을 지키고 전승을 위해 노력하는 사람
- 자신의 울타리를 넘어 그 분야의 지도자로서 거듭나려는 의지를 가진 사람

4.2. 선정절차 및 지정기준

○ 대한민국 대한명인의 선정은 사단 내부규정(정관 및 대한명인 선정 및 관리에 관한 규칙)에 의거하여 진행되어, 정확한 평가기준은 외부에 공개되지 않고 있음.

- 다만, 추대 신청·응모 → 서류심사 및 검토 → 공방(현장)실사 → 심사위원단/이사회 회의를 거쳐 추대자를 선정함.

4.3. 선정(추대) 현황

○ 대한민국 대한명인 추대자 570명 중 식품분과에 169명이 선정되어 활동 중임.

- 대한민국 대한명인은 1분야 1명인 추대 원칙을 적용하고 있어 선정자마다 품목이 모두 상이하다는 특징이 있음.

〈표 3-20〉 연도별 대한민국 대한명인 추대 현황

구분	계	'05-'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23
전체	570	187	22	27	42	31	27	42	33	45	49	37	28
식품분과	169	50	3	6	8	5	8	10	11	18	19	15	16

단위: 명

자료: (사)대한민국명인회 홈페이지.

〈표 3-21〉 대한민국 대한명인 식품분과 선정 및 활동 현황

차수	성명	품목	차수	성명	품목	
제6차 (2007. 4.)	강성국	충청도향토음식 - 서천아구요리	제11차 (2010. 7.)	김공자	썩갠떡	
	권광천	경상도향토음식 - 포항해물잡탕		김영숙	구기자떡	
	김삼연	경상도향토음식 - 마산아구요리		이승희	전통된장	
	김영근	경상도향토음식 - 간월도굴밥		정재덕	사찰음식	
	김철호	전라도향토음식 - 꽃게장	제12차 (2010. 12.)	김두수	경상도향토음식 - 포항오도물회	
	선명숙	전통떡		김명종	한식코스요리	
	연영숙	강원도향토음식 - 용대리 황태요리		김명희	이바지떡	
	이명덕	경상도향토음식 - 진주헛제사밥		김용무	천년초연구	
	이영주	전라도향토음식 - 곰소젓갈		김정란	창엽요리	
	한순이	전라도향토음식 - 금강참게장		문상희	산야초차	
홍용기	강원도향토음식 - 춘천막국수	양동식		전라도향토음식 - 전골메기찜		
고상엽	전라도향토음식 - 짬뽕어요리	이인숙		전통한과		
제7차 (2007. 10.)	권열오	경상도향토음식 - 청송신촌닭불백		제13차 (2011. 11.)	김정순	경상도향토음식 - 잉어찜
	김정희	전라도향토음식 - 내장산산채요리			김효숙	전라도향토음식 - 오리떡갈비
	박순기	전라도향토음식 - 풍천장어요리	오승희		과메기연구	
	이순영	전통주 - 진도홍주	왕군자		연(蓮) 연구	
	임화자	폐백요리	원산심		부각음식	
제8차 (2008. 9.)	권수열	전통장아찌	윤석분	궁중음식		
	양영숙	어물새김	이경숙	발효차		
	정연하	옥춘	박동인	함초		
제9차 (2009. 7.)	강인선	빈가음식	제14차 (2012. 8.)	백용규	두부연구	
	송우종	전통막걸리		오홍복	전라도향토음식 - 송정떡갈비	
	최군자	출장요리		조갑연	궁중약백숙	
제10차 (2009. 12.)	배상태	초피연구	제15차 (2013. 10.)	김명수	김포젓갈	
	임막례	전통효소		김인숙	궁중약과	
	정선이	복요리		이경렬	강원도향토음식 - 춘천닭갈비	

(계속)

차수	성명	품목	차수	성명	품목
제16차 (2014. 4.)	전연수	경상도향토음식 - 망개떡	제25차 (2019. 10.)	길장선	황칠곰탕
	전진성	고상발효		김순분	사과정과
	조규식	천마		이수민	커피 - 콜드브루
제17차 (2014. 11.)	정선자	전통고추장		이연식	수산어류양식 - 참돔
	정월선	경상도향토음식 - 청송신촌닭불백		장순이	썩개떡
	한상면	전통흑초		최덕용	전통주 - 개성송악아락주
제18차 (2015. 6.)	길형선	전라도향토음식 - 나주곰탕	최연희	추출물가공 - 닭발곰탕	
	남궁해월	그늘장계장	최정민	경상북도향토음식 - 녹두황장	
	우병목	차기버섯연구	구윤희	김밥	
	이쌍용	녹차(우전)	김명희	오징어무침회	
제19차 (2015. 12.)	임광직	제빵	박배철	하스브레드	
	정성영	호텔한식	유미화	장군차음식연구	
	우인오	특용작물 - 산양산삼	이은옥	색동두부요리	
제20차 (2016. 11.)	유명희	전통죽력	제26차 (2020. 12.)	정국섭	유기농밀크루아상
	김영숙	다식	정영기	호밀발효종	
	김원혁	유황오리	조윤석	죽로·화개승설차	
	김호욱	통배추김치	최호영	토종별곡	
제21차 (2017. 11.)	문정자	발효혼합차	홍기남	추어탕	
	백성봉	토종약초	김은례	도라지정과	
	권병섭	특용작물 - 송이	남영숙	저염요리연구	
	김수경	가자미식해	박명선	갈치식해	
	남근희	솔잎양념갈비	박명순	경상도향토음식 - 산내산천매운탕	
	오숙희	메밀요리	박서영	어간장	
	이동진	함경도참쌀순대	이기순	무김치	
	이민희	전통주 - 공산명주	전주연	해독보양식 - 흑마늘독계탕	
제22차 (2018. 7.)	주금순	양파김치	전청임	전라도향토음식 - 흥어요리	
	홍선애	덕자요리	황금희	코다리조림	
	곽경자	현미전통발효단술	황철림	새싹브로콜리발효종	
제23차 (2018. 12.)	전학연	꽃차	강병권	콩가루빵(아문당)	
	정문석	참치요리	김종하	호두과자	
	천정자	청국장	김태규	황칠된장	
제24차 (2019. 10.)	김민영	구운보리굴비	제28차 (2021. 11.)	박수태	용용소금
	김영숙	유과	박혜숙	전라도향토음식 - 칠계장	
	김원영	홍차	백완균	우리밀치아바타	
	김정자	전복죽	이중현	막걸리발효종	
	조익범	차고(茶膏)	이준약	바이오티크연구	
제25차 (2020. 12.)	주재근	제과	한훈	우·돈상품화플레이팅	
	김만오	수제초코파이	김선미	봉명화로차	
	김은주	경상도향토음식 - 안동식혜	김태경	황차	
	김진행	마늘한우불고기	김형복	공예차	
	나호섭	육가공 - 족발	박원표	동백연구	
	문재환	해죽소떡	성신옥	숙굴레떡	
	박혜경	푸드코디네이터 - 한식디저트	손정란	솔잎산채정식	
	백인숙	청태전	신철호	칼국수	
	변미자	대구향토음식 - 연요리	안숙희	전통부각	
	이기영	수제차 - 천상의이슬차	엄난희	임실치즈다식	
	이용림	프로폴리스	유승주	크레이프케이크	
이종길	유산균발효종	이성호	장생도라지연구		

(계속)

차수	성명	품목	차수	성명	품목
제29차 (2022. 10.)	이행사	육각수	제30차 (2023. 5.)	손세원	수제순대
	제춘기	통팔떡		신재훈	마늘빵
	조숙희	발효잡곡미숫가루		오양숙	제주해녀음식연구
제30차 (2023. 5.)	황남월	메밀황태강정		이소연	티블랜딩
	김경남	능이전복삼계탕		이애란	북한음식연구
	김미옥	가야불고기		이은경	바른입맛연구
	김진환	숯가마로스딩커피		주정청	멸치국수
	박다희	오리백숙		주정하	흑염소코스요리
	박영주	떡케이크		하대영	해물육수냉면
	서인숙	활참복어회		한상철	오색발효현미

자료: (사)대한민국명인회 홈페이지.

5. 무형문화재 지정제도

5.1. 제도 개요

- 무형문화재는 여러 세대에 걸쳐 전승되어 온 기술, 역사, 관습, 언어, 연극, 음악, 춤, 의식, 축제, 약술, 요리법 등 다양한 무형의 문화적 유산 중 역사적·학술적·예술적 가치가 큰 것을 의미함.
- 무형문화재의 보전과 진흥을 통하여 전통 문화를 창조적으로 계승하고, 이를 활용토록 하여 국민의 문화적 향상을 도모하고 인류문화의 발전에 이바지함을 목적으로 국가무형문화재와 시·도무형문화재를 지정하고 있음.
 - 국가무형문화재와 시·도무형문화재는 각각 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」 제12조, 제70조에 의거하여 지정·운영하고 있음.
 - 그중 국가무형문화재는 동법 제17조에 의거하여 보유자, 보유단체를 반드시 인정하여야 하나, 국가무형문화재의 기능·예능 또는 지식이 보편적으로 공유되거나 관습화된 것으로서 특정인 또는 특정 단체만이 전형대로 체득·보존하여 그대로 실현할 수 있다고 인정하기 어려울 경우에는 별도로 보유자 또는 보유단체를 지정하지 않음.

- 국가무형문화재는 「문화재보호법」 제2조제1항에 의거하여 7가지 분야에서 지정하며, 그중 식품과 관련된 무형문화재는 의식주 등 전통적 생활관습 분야에서 지정하고 있음.
 - 현재까지 식품과 관련된 무형문화재 지정 종목은 보유자(전승자)가 있는 4종목, 보유자 또는 보유단체가 없는 5종목(공동체종목)이 있음.
 - 보유자 및 보유단체(4종목): 조선왕조궁중음식, 문배주, 면천두견주, 경주교동법주
 - 보유자 또는 보유단체가 없는 5종목(공동체종목): 제다, 김치 담그기, 장 담그기, 막걸리 빚기, 떡 만들기

〈표 3-22〉 국가무형문화재 지정대상 분야 및 식품 관련 종목

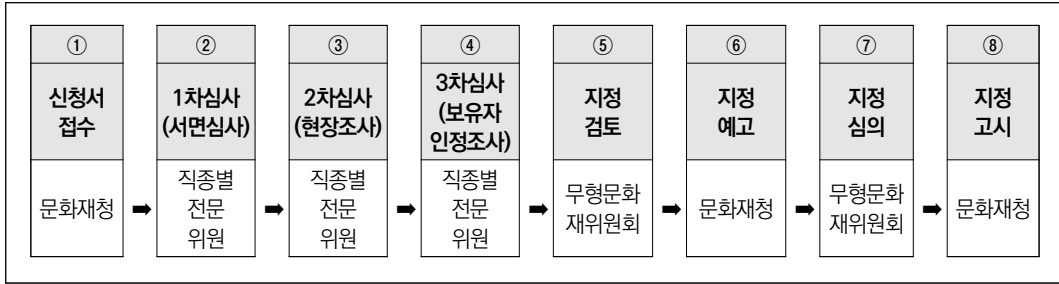
지정대상 분야	식품 관련 종목	
1. 전통적 공연·예술 2. 공예, 미술 등에 관한 전통기술 3. 한의학, 농경·어로 등에 관한 전통지식 4. 구전 전통 및 표현	보유자 또는 보유단체 있음	- 조선왕조궁중음식: 1971년 지정, 전승자 한복려 - 문배주: 1986년 지정, 전승자 이기춘 - 면천두견주: 1986년 지정, 전승자 박승규 - 경주교동법주: 1986년 지정, 전승자 최경
5. 의식주 등 전통적 생활관습 6. 민간신앙 등 사회적 의식(儀式) 7. 전통적 놀이·축제 및 기예·무예	보유자 또는 보유단체 없음 (공동체 종목)	제다(2016년), 김치 담그기(2017년), 장 담그기(2018년), 막걸리 빚기(2021년), 떡 만들기(2021년)

자료: 국가법령정보센터; 문화재청 국가문화유산포털.

5.2. 지정절차 및 지정기준

- 국가무형문화재 지정은 「문화재보호법」 제24조제1항에 따라 문화재청장이 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」 제9조에 따른 무형문화재심의위원회의 심의를 거쳐 지정하며, 국가무형문화재를 지정하면 원칙적으로 보유자 등을 인정하여야 함.
- 국가무형문화재 지정과 보유자 등의 인정을 위하여 아래와 같은 절차에 따라 진행하며, 크게 선정 신청 → 심사 → 지정검토 → 지정예고 → 지정심의 → 지정고시 등의 순으로 이루어짐.

〈그림 3-4〉 국가무형문화재 보유자 등의 인정절차



자료: 한국농수산식품유통공사 내부자료.

○ 심사는 총 3단계(서면심사, 현장조사, 국가무형문화재 보유자 인정조사)로 구분하여 진행하며, 식품과 관련된 국가무형문화재 종목(지식, 생활관습 분야) 지정 및 보유자 또는 보유단체 등의 인정을 위해 문화재청 고시(국가무형문화재 지정 및 보유자 등의 인정 조사기준 고시)에 명시된 조사지표에 따라 조사를 실시함.

- 각 단계별 조사를 통과한 자에 한하여 다음 단계 조사를 실시하되, 무형문화재위원회의 승인을 받을 경우 통합 실시할 수 있음.
- 국가무형문화재 지정과 보유자 등의 인정을 위하여 무형문화재심의위원회 소속 해당 분야(전통지식분과위원회) 위원 또는 전문위원이나, 해당 무형문화재에 관한 학식과 경험이 풍부한 전문가 3인 이상으로 조사반을 구성하여 조사를 실시한 후 문화재청장에게 결과를 보고해야 함.

〈표 3-23〉 국가무형문화재(지식, 생활관습 분야) 종목 지정조사의 조사지표

구분	조사지표	측정 기준	비고	
전승가치 (65점)	역사성 (20점)	전승된 기간(10점) 역사적 근거의 신뢰성 정도(10점)	전승된 연수(年數) 유물, 문헌, 구술 등 역사적 근거의 신뢰성 수준	정량 정성
	학술성 (15점)	한국문화 연구에 대한 기여 가능성 수준(8점) 학술연구 자료로서의 가능성(7점)	한국 문화를 이해하는 데 필요한 자료적 가치 정도 학술적 연구 자료로서의 가능성 수준	정성 정성
	대표성 (30점)	고유성의 수준(15점)	고유성(독특성)의 수준 정도	정성
		한국 전통문화로서의 가능성(7점)	한국 전통문화로서의 가능성 정도	정성
전승환경 (35점)	사회문화적 가치 (20점)	관련 공동체·집단의 문화적 정체성에 대한 기여도(15점)	문화적 정체성에 기여하는 정도	정성
		문화적 다양성 및 창의성에 대한 기여도(5점)	문화적 다양성과 창의성 발현에 기여하는 정도	정성
	지속가능성 (15점)	전승주체의 전승 활성화(15점)	전승주체의 규모 및 대내외 전승활동 활성화 정도	정성

자료: 국가법령정보센터.

〈표 3-24〉 국가무형문화재 보유단체 인정 조사의 조사지표

구분	조사지표	측정 기준	비고	
전승능력 (75점)	전승기량 (50점)	해당 종목의 실기 능력(40점)	종목별 실기능력 정도(별도 고시)	정성
		해당 종목에 대한 이해 정도(10점)	해당 종목의 역사와 내용에 대한 이해 정도	정성
	전승활동 (25점)	전승단체가 운영된 기간의 지속성(7점)	전승단체가 설립되어 운영된 기간	정량
		전승단체 내 전승활동의 활성화 정도(8점)	전승단체 내 전수교육, 모임 주기, 단체의 합리적 운영 여부	정성
	전승활동 실적(10점)	최근 10년간 공연, 발표, 전시, 문화재 수리복원 등 전승활동 실적	정량	
전승환경 (20점)	전승기반 (10점)	전승단체의 시설 수준(3점)	필수적인 시설의 충족 수준	정성
		전승단체가 보유하고 있는 장비 수준(3점)	필요 장비를 구비한 수준	정성
		전승단체의 인적 기반(4점)	단체의 필수 인원에 대한 충족도	정성
	전승의지 (10점)	전승주체의 전승 의지(10점)	전승주체의 전승 의지와 향후 전승계획	정성
전수활동 참여도 (5점)	전수활동 참여도 (5점)	보유단체 구성원의 전수활동에 대한 참여도(5점)	보유단체 구성원의 전수활동에 대한 참여도	정성

자료: 국가법령정보센터.

〈표 3-25〉 국가무형문화재(개인종목) 보유자 인정 조사의 조사지표

구분	조사지표	측정 기준	비고	적용 단계	
전승능력	전승활동 (70점)	전승활동 실적(25점)	최근 10년간 공개행사 참여 실적 및 전승활동(공연, 발표, 전시, 문화재 수리복원 등) 실적	정량	1단계
		전승활동 역량(45점)	최근 3년간 공연, 전시, 작품영상 등 자료 평가	정성	
	전승기량 및 역량 (80점)	해당 종목의 실기 능력(40점)	종목별 실기능력 정도(별도 고시)	정성	2단계
		해당 종목에 대한 이해도(20점)	해당 종목의 역사와 내용에 대한 이해 정도	정성	
	교수능력(20점)	해당 종목의 교수능력 정도	정성		
	전승기량 (100점)	해당 종목의 실기 능력(100점)	종목별 실기능력 정도(별도 고시)	정성	3단계
전승환경	전승기반 (20점)	조사대상자에 대한 평판(10점)	조사대상자에 대한 평판 수준	정성	1단계,
		조사대상자의 건강상태(10점)	조사대상자의 건강수준	정성	
		조사대상자의 시설·장비 등 수준(10점)	필수적인 시설 및 장비 등의 충족수준	정성	
		조사대상자의 전승의지(10점)	조사대상자의 전승의지 정도	정성	
전수활동 기여도 (10점)	전수활동 기여도 (10점)	해당 종목 및 관련분야의 전수활동에 대한 기여도(10점)	해당 종목 및 관련분야의 전수활동에 대한 조사대상자의 기여 정도	정성	1단계

주: 전승기반의 조사지표는 종목별 특성에 맞추어 단계별로 각 2개의 조사지표를 적용함.

자료: 국가법령정보센터.

〈표 3-26〉 국가무형문화재(단체종목) 보유자 인정 조사의 조사지표

구분	조사지표	측정 기준	비고	
전승능력 (70점)	전승기량 (40점)	해당 종목의 실기 능력(40점)	종목별 실기능력 정도(별도 고시)	정성
	전승역량 (15점)	해당 종목에 대한 이해도(5점)	해당 종목의 역사와 내용에 대한 이해 정도	정성
		리더십 및 교수능력(10점)	리더십 및 교수능력 정도	정성
	전승활동 (15점)	전승교육사 및 이수자 경력(5점)	전승교육사 인정기간 및 이수자 등록 여부	정량
		전수교육 참여 실적(5점)	최근 5년간 전수교육 참여 실적	정량
공개행사 참여 실적(5점)		최근 10년간 공개행사 참여 실적	정량	
전승환경 (20점)	전승기반 (10점)	조사대상자에 대한 평판(5점)	조사대상자에 대한 평판 정도	정성
		조사대상자의 건강상태(5점)	조사대상자의 건강 수준	정성
	전승의지 (10점)	조사대상자의 전승의지(10점)	조사대상자의 전승의지 정도	정성
전수활동 기여도 (10점)	전수활동 기여도 (10점)	보유단체 전수활동에 대한 기여도(10점)	보유단체의 전수활동에 대한 조사대상자의 기여 정도	정량

자료: 국가법령정보센터.

○ 조사반이 조사보고서를 작성하여 문화재청장에게 결과를 보고하면 문화재청장이 해당 보고서를 검토하여 위원회에서 심의할 내용을 관보에 30일 이상 예고하여야 함.

○ 예고기간이 끝난 날부터 6개월 이내에 위원회(분과위원회)의 심의 의결을 통해 지정 또는 인정을 하고 있음.

6. 대한민국수산식품명인 제도

6.1. 제도 개요

○ 대한민국수산식품명인제도는 대한민국식품명인제도와 더불어 우수한 우리 수산식품의 계승 및 발전을 위하여 수산식품 제조·가공·조리 등 분야에서 우수한 식품 기능인을 지정·육성하기 위한 취지로 1999년부터 지정·운영하고 있는 제도임.

- 대한민국수산식품명인제도는 2020년까지 『식품산업진흥법』에 근거하여 지정·운영

되었으나, 2021년 수산식품산업의 체계적 육성을 목적으로 제정된 「수산식품산업의 육성 및 지원에 관한 법률(약칭: 수산식품산업법)」 시행에 따라 제도가 이관되어 지정·운영 중임.

- 대한민국수산식품명인 정의는 「수산식품산업의 육성 및 지원에 관한 법률」(이하 수산식품산업법) 제2조 제8항에 의거함.
 - 수산식품산업법 제2조(정의) 제8항, “대한민국수산식품명인”이란 수산식품의 제조·가공 및 조리 등 수산식품 분야에서 우리 수산식품의 계승·발전을 위하여 종사해 온 사람으로서 제25조 제1항에 따라 지정된 사람을 말함.

- 대한민국수산식품명인제도는 「수산식품산업법 시행령」 제19조에 의거하여 전통식품 분야는 수산전통식품명인으로, 전통식품 이외의 식품분야는 일반수산식품명인으로 지정하고 있음.
 - 수산전통식품 정의: 「수산식품산업법」 제2조(정의) 제7항. “수산전통식품”이란 국산 수산물을 주원료 또는 주재료로 하여 예로부터 전승되는 원리에 따라 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향 및 색을 내는 수산식품을 말함.
 - 다만, 우수한 수산식품 기능인 발굴을 위해 환경변화에 따라 국내 공급이 불가능한 원료인 경우에도 중앙심의회 심의에 따라 수산전통식품명인으로 지정할 수 있음.

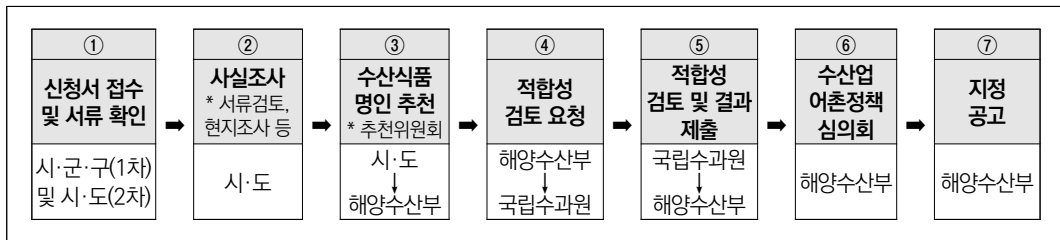
- 우수한 수산식품 기능인을 대한민국수산식품명인으로 지정하기 위한 자격요건으로 「수산식품산업법 시행령」 제20조에 따라 아래의 요건 중 하나 이상을 갖추어야 함.
 - 해당 수산식품의 제조·가공·조리분야에 계속하여 20년 이상 종사한 사람
 - 수산전통식품의 제조·가공·조리방법을 원형대로 보전하고 있으며, 이를 그대로 실현할 수 있는 사람
 - 대한민국수산식품명인으로부터 보유기능에 대한 전수교육을 5년(대한민국수산식품명인 사망 시는 2년) 이상 받고 10년 이상 그 업에 종사한 사람

6.2. 선정절차 및 지정기준

○ 대한민국수산물명인의 지정을 위한 절차는 수산물산업법 시행령 제21조에 의거하여 이루어지고 있으며, 대한민국식품명인 지정 절차와 거의 동일함.

- ①지정 신청 → ②사실조사 → ③지정 신청인 추천 → ④적합성 검토 → ⑤적합성 검토 및 결과 제출 → ⑥수산업어촌정책심의회 심의·의결 → ⑦지정 및 공고 등의 순으로 이루어짐.

〈그림 3-5〉 대한민국수산물명인 신청 및 지정절차



자료: 해양수산부(2023). 2023년도 대한민국수산물명인 지정 계획(안).

○ (②사실조사) 지정신청에 대한 사실조사는 대한민국수산물명인 지정 신청자의 신청 서류 및 제출자료를 근거로 문헌조사와 현지조사를 실시하는 단계로, 각 시·도 담당 부서에서 주관함.

- 신청서류의 적정성 및 사실관계, 지정기준 항목별 증명자료 등에 대한 사실조사를 실시함.

〈표 3-27〉 사실조사 시 주요 조사내용

구분	주요 조사내용
1	수산물명인의 원형 복원을 입증할 수 있는 문헌 등 역사적 사실 확인 - 구전 또는 특정 가문의 식품인 경우, 역사적 자료와의 연관성 증명
2	보유기능 및 제품 특성에 대한 설명서의 사실관계 조사 - 수산식품의 원료, 제조 방법 및 기술, 타 수산식품과의 차별성 등
3	보존·보호 가치에 대한 설명서 - 일반 대중들의 제조·조리·가공 방법과의 차별성, 해당 기능을 보유한 기능인의 존재 여부(유사기능 포함) 등
4	유래전승 계보와 계승 경위 및 활동 상황과 비법 등 기능보유 증명 - 특정 가문의 비법인 경우, 계보·계승 경위의 객관적 증명 및 현재까지의 활동상황 등을 증명
5	해당 품목의 제조, 유통, 판매 등과 관련된 법률에 따른 등록 또는 허가 여부
6	「식품위생법」, 「농수산물 원산지 표시 등에 관한 법률」 위반 여부
7	윤리성 - 지역주민, 동종업계 종사자 및 고객 등 평판

자료: 해양수산부 내부자료.

○ (③지정 신청인 추천) 서류 및 사실관계 조사 후 결격사항이 없으면 시·도 추천위원회 심의를 거쳐 대한민국수산물명인 지정 대상자를 추천하여 해양수산부로 심의결과를 전달함.

○ (④적합성 검토, ⑤적합성 검토 및 결과 제출) 전문가 의견수렴 및 적합성 검토 단계에서는 국립수산물과학원에서 외부 수산물 전문가 등이 포함된 실사반을 편성하여 현장조사 등 「수산물산업법 시행규칙」 제18조에 의거하여 적합성 평가를 실시하고 적합성 검토결과보고서를 작성함. 국립수산물과학원은 추천심의위원회를 구성하여 적합성평가 결과를 검토하고 해양수산부에 전달함.

〈표 3-28〉 대한민국수산물명인 평가기준

항목	분야	지정대상 (분야)		평가 (평점)
		수산물명인	일반수산물명인	
가. 전통성	A. 수산물명인을 원형대로 복원 가능한 경우 B. 수산물명인을 원형에 가깝게 복원 가능한 경우 C. 수산물명인을 원형에 다소 미흡하게 복원 가능한 경우	〈평가 생략〉		25
				20
				15
나. 우수성	〈평가 생략〉	A. 해양수산부장관이 인정하는 해당 분야 경연대회의 최우수상 수상자 B. 해양수산부장관이 인정하는 해당 분야 경연대회의 우수상 수상자 C. 해양수산부장관 인정하는 해당 분야 경연대회 장려상 수상자		25
				20
				15
다. 정통성	A. 법 제25조제1항에 따라 지정된 대한민국수산물명인으로부터 10년 이상 기능을 전수받은 사람 또는 3대 이상의 전승기술이나 기능을 10년 이상 전수받은 후 그 업에 종사하는 사람 B. 법 제25조제1항에 따라 지정된 대한민국수산물명인으로부터 7년 이상 기능을 전수받은 사람 또는 2대 이상의 전승기술이나 기능을 7년 이상 전수받은 후 그 업에 종사하는 사람 C. 법 제25조제1항 따라 지정된 대한민국수산물명인으로부터 5년 이상 기능을 전수받은 사람			20
				15
				10
라. 경력 및 활동사항	A. 해당 분야에서 종사한 경력 및 활동실적이 20년 이상이고 그 업에 종사하는 사람 B. 해당 분야에서 종사한 경력 및 활동실적이 15년 이상 20년 미만이고 그 업에 종사하는 사람 C. 해당 분야에서 종사한 경력 및 활동실적이 10년 이상 15년 미만이고 그 업에 종사하는 사람			20
				15
				10
마. 계승·발전 필요성과 보호가치	A. 해당 기능·기술을 체득하기가 매우 어려워 보호하지 않으면 그 기능·기술이 소멸될 가능성이 매우 높은 경우 B. 해당 기능·기술을 체득하기가 어려워 보호하지 않으면 그 기능·기술이 소멸될 가능성이 있는 경우 C. 해당 기능·기술을 체득하기가 상대적으로 쉽고, 보유자가 많거나 일반화되어 있는 경우			25
				20
				15
바. 산업성	A. 해당 수산식품이 생산·판매·수출 등을 통해 산업성을 갖추고 수산물산업 발전에 기여하는 정도가 큰 경우 B. 해당 수산식품이 생산·판매·수출 등을 통해 산업성을 갖추고 수산물산업 발전에 기여하는 정도가 보통인 경우 C. A 또는 B에 해당하지 않는 경우			5
				2
				0

(계속)

항목	분야	지정대상 (분야)		평가 (평점)
		수산전통식품명인	일반수산식품명인	
사. 윤리성		1) 수산식품 분야의 직업 윤리에 대한 소양이 있고 사회적으로 모범적인 사람으로서, 다음의 어느 하나에 해당하는 경우		5 2 0 -20
		A. 지역주민, 동종업계 종사자 및 고객 등으로부터 수산식품 제조와 관련된 추천을 받는 등 수산식품 제조에 대한 평판이 우수하고 대한민국수산식품명인으로서의 사명감이 큰 경우		
B. 지역주민, 동종업계 종사자 및 고객의 평판이 보통인 경우				
C. A 또는 B에 해당하지 않는 경우		2) 「식품위생법」, 「농수산물 원산지 표시 등에 관한 법률」을 위반하여 다음의 어느 하나에 해당하는 경우		
A. 금고 이상의 실형의 선고를 받고 그 집행이 종료(종료된 것으로 보는 경우를 포함한다)되거나 집행이 면제된 날부터 5년이 지나지 않은 경우		B. 금고 이상의 형의 집행유예의 선고를 받고 그 유예기간 중에 있는 경우		
C. 벌금형을 선고받고 그 형이 확정된 후 2년이 지나지 않은 경우				

자료: 국가법령정보센터.

○ (⑥수산업·어촌정책심의회 심의 의결) 해양수산부는 적합성 검토 결과가 적합한 것으로 평가된 추천인을 대상으로 「수산업·어촌 발전 기본법」 제8조에 따른 중앙 수산업·어촌 정책심의회를 통해 상정·심의를 거쳐 심의·의결 결과를 해양수산부에 전달함.

- 대한민국수산식품명인 지정 적합성 검토 결과 6개 항목 100점에서 총 80점 이상 취득자 중 C로 평가된 항목이 1개 이하인 자를 대상으로 함.

○ (⑦지정 및 공고) 수산업·어촌정책심의회 심의·의결을 거쳐 대한민국수산식품명인을 지정 후, 해양수산부에 지정 결과를 전달함. 해양수산부에서 최종 지정 결과를 공고하고, 지정서 발급 및 홍보활동을 수행함.

6.3. 지원사업 및 사후관리

○ 대한민국수산식품명인으로 지정된 사람은 지정받은 대로 제조·가공·조리 등을 한 수산식품에 ‘대한민국수산식품명인’ 표시를 할 수 있으며, 「수산식품산업법 시행령」 제25조에 따라 <표 3-29>와 같은 자금 지원을 받을 수 있음.

〈표 3-29〉 대한민국수산물명인에 대한 자금 지원

지원사항	지원조건
1. 수산물 제조·가공·조리 등에 필요한 시설자금 및 식재료 구매자금 2. 포장디자인 개발, 전시회, 박람회 등의 개최·참가 등 수산식품의 판매 촉진 및 홍보를 위한 사업에 필요한 자금 3. 기능의 복원·전수를 위한 연구·교육사업 및 기능 복원·전수시설의 신설·증설에 필요한 자금 4. 기능 전수에 필요한 도서 발간 및 국내외 세미나·발표회 등 개최 5. 그밖에 해양수산부장관이 인정하는 활동에 필요한 자금	지급신청서에 사업계획서를 첨부하여 해양수산부에 제출
6. 우리 수산식품의 계승·발전에 필요한 장려금	지급신청서에 최근 1년간 활동에 대한 실적자료를 첨부하여 해양수산부에 제출

자료: 국가법령정보센터.

- 「수산물산업법 시행령」 제24조에 의거하여 매년 1회 제품의 제조·가공·조리 및 판매와 기능 전수에 관한 활동사항을 해양수산부장관에게 보고해야 하며, 해양수산부는 「수산물산업법」 제26조에 의거하여 대한민국수산물명인 제품에 대해 사후관리를 할 수 있음.

6.4. 지정 현황

- 2023년 기준, 총 12명이 대한민국수산물명인으로 지정되었으며, 이 중 지정해제(사망) 1명을 제외한 11명이 활동 중임.
 - 이는 대한민국식품명인과 마찬가지로 모두 수산전통식품 분야에서 지정된 명인이며, 일반수산물명인 지정 사례는 전무함.

〈표 3-30〉 대한민국수산물명인 지정 및 활동 현황

지정연도	지정번호	명인	보유기능	소재지	비고
1999	제1호	김광자	송어 어란	전남 영암	명인 지정자 사망(2021) 및 전수자 사망(2022)으로 지정 해제
2012	제2호	이영자	제주옥돔	제주도	
2015	제3호	정락현	죽염	전북 부안	
2016	제4호	김윤세	죽염	경남 함양	
	제5호	김정배	새우젓	충남 아산	
	제6호	유명근	어리굴젓	충남 서산	
2018	제7호	김혜숙	참게장	전남 곡성	
2020	제8호	이금선	가자미식해	강원 속초	
2021	제9호	김천일	마른김	전남 완도	
	제10호	김현목	멸치젓	경북 경주	
2022	제11호	장종수	명란	부산광역시	
2023	제12호	문은희	창난젓	강원 속초	

자료: 해양수산부.

7. 비교 및 시사점

- 유사제도 6개 중 본 연구대상인 대한민국식품명인 제도에서 분리되어 선정기준 등 운영 방식이 유사한 대한민국수산물명인 제도와 보유자 지정을 하지 않는 국가무형문화재를 제외한 4개 제도와 비교함.
- **(법적기반)** 대한민국식품명인, 대한민국 명장, 우수 숙련기술자, 이달의 기능한국인 제도는 법적 기반을 가지고 있는 반면, 대한민국 대한명인은 민간 사단법인이 지정·운영하는 제도임.
 - 대한민국식품명인 제도는 「식품산업진흥법」에 기반하여 운영하고 있음.
 - 고용노동부는 기술장려사업의 일환으로 대한민국명장, 우수 숙련기술자, 이달의 기능한국인 제도를 「숙련기술장려법」에 기반하여 운영하고 있음.
- **(시행연도)** 대한민국식품명인 제도는 대한민국명장제도에 비해 시행연도가 8년 정도 늦지만, 법적 기반을 갖추고 있는 식품분야 대표 명인제도임.

- 대한민국명장 제도는 식품가공(1명, 한과)를 제외하고는 조리(14명)와 제과제빵(15명) 위주로 운영되고 있으나, 대한민국식품명인 제도는 주류, 김치류, 장류, 떡·한과류, 엿류 등 다양한 전통식품명인이 지정되어 있음.

○ **(운영주체)** 대한민국식품명인 제도는 농림축산식품부가 운영하고 있으며, 대한민국 명장 제도는 고용노동부 소속 한국산업인력공단이 운영하고 있음.

- 대한민국식품명인 제도의 경우 적합성 검토 및 사후관리는 농촌진흥청 국립농업과학원, 관련 행정절차는 한국농수산물유통공사가 하고 있음.

○ **(자격요건)** 각 제도마다 자격요건이 다소 차이가 있으나, 한 분야 종사연수를 기준으로 보았을 때 대한민국식품명인 제도가 20년 이상으로 가장 길.

- 대한민국 명장 제도가 15년 이상, 이달의 기능한국인 제도가 10년 이상, 우수 숙련기술자 제도가 7년 이상임.

○ **(심사 및 선정 기준)** 대한민국식품명인 제도는 사실조사 및 적합성 검토에서 기능의 계승·발전을 증시하는 반면, 대한민국 명장과 우수 숙련자기술자 제도는 산업발전과 사회적 가치 기여도를 높게 평가하고 있음.

- 대한민국식품명인 제도는 전통성/우수성(25점), 정통성(20점), 경력 및 활동사항(20점), 계승·발전 필요성과 보호가치(25점), 산업성(5점), 윤리성(5점), 법령 위반 여부(-20점)로 평가함.
- 대한민국 명장, 우수 숙련기술자 제도는 숙련기술 보유 정도(40점, 25점), 산업발전 기여도(35점, 20점), 사회적 가치 기여도(25점, 5점)로 평가함.

〈표 3-31〉 대한민국식품명인 및 유사제도 비교표

	대한민국식품명인	대한민국명장	우수 숙련기술자	이달의 기능한국인	대한민국 대한명인
시행년도 (식품)	1994년	1986년 (2000년)	2011년 (2013년)	2006년 (2007년)	2005년 (2007년)
법적근거	식품산업진흥법 제14조	숙련기술장려법 제11조	숙련기술장려법 제10조	숙련기술장려법 제13조의2	없음
운영주체	농림축산식품부	고용노동부·한국산업인력공단	고용노동부·한국산업인력공단	고용노동부·한국산업인력공단	(사)대한민국명인회
목적	우수한 우리식품 계승 및 발전을 위하여 식품제조·가공·조리 분야에서 우수한 식품기능을 보유한 명인 지정·육성	국내 산업현장에서 최고 수준의 숙련기술자를 선정·우대하여 숙련기술에 대한 사회적 인식 제고 및 산업경쟁력 강화	산업현장에 종사하는 숙련기술자의 자기진작과 계속적인 기술개발·향상을 통해 우수숙련 기술자들이 우대받는 풍토 조성, 기업경쟁력 강화	숙련기술인의 성공사례를 발굴, 홍보하여 숙련기술에 대한 사회적 인식 제고	한정된 자신만의 분야를 넘어 해당 분야를 대표하는 지도자로서의 덕과 인품을 갖추어 진정한 대한명인으로 거듭나도록 동기 부여
지정인원	제한없음 (동일품목 많을 시 차별성 검증)	매년 직종별 1인	매년 100명 이내	매월 1명 (분기별 선정)	분야별 1명 (1분야 1명인 원칙)
지정분야	전통식품 (국립농산물품질관리원 고시 제2021-27호)	38개 분야 92개 직종 (고용노동부고시 제2022-15호)			식품 관련 다양한 분과 (구체적 기준 없음)
자격요건	식품산업진흥법 시행령 제15조(하나라도 충족) 1. 해당 식품의 제조·가공·조리 분야에 20년 이상 종사자 2. 전통식품의 제조·가공·조리방법을 원형대로 보존하고 있으며, 이를 그대로 실현 가능한 자 3. 대한민국식품명인으로 부터 보유기능에 대한 전수교육을 5년(사망 시 2년) 이상 받고 10년 이상 그 업에 종사한 자	숙련기술장려법 제11조, (모두 충족) 1. 대통령령으로 정하는 직종에서 15년 이상 종사자 2. 제1호에 따른 직종에서 최고의 숙련기술을 보유 하였고 인정되는 자 3. 숙련기술의 발전, 숙련 기술자의 지위 향상에 크게 기여하였다고 인정되는 자	숙련기술장려법 시행령 제9조 숙련기술을 보유하고 고용노동부장관이 정하는 분야의 생산 업무에 7년 이상 종사한 근로자(또는 기업체 대표자) 중 종사기업체 대표(또는 업종·지역별 사업주 단체장)의 추천을 받은 자	숙련기술장려법 시행령 제17조의2 (모두 충족) 1. 10년 이상 산업현장 종사자 2. 산업수요 맞춤형 고등학교, 특성화고등학교, 전문대학 중 졸업자 3. 중소기업 또는 중견 기업을 운영하는 자 4. 숙련기술 향상 및 산업 발전에 공헌하는 등 고용노동부장관이 고시 실적 보유자	법적 근거 없음 1. 대한민국족 2. 자신의 분야에 일정 경력 이상을 가진 사람으로, 현재 그 분야에서 활동하는 전문가 3. 덕과 인품을 갖춘 사람 4. 자신의 일에 대한 자부심, 자긍심이 있는 자 5. 자신이 하고 있는 분야의 맥을 지키고 전승을 위해 노력하는 자 6. 자신의 울타리를 넘어 그 분야의 지도자로서 거듭 나려는 의지를 가진 자
지정 현황	총 96명 중 81명 활동 (지정해제·취소 15명)	총 680명 중 식품분야 30명	총 623명 중 식품분야 102명	총 190명 중 식품분야 11명	총 570명 중 식품분과 169명
우대 사항	- 명인 지정결과 홍보 - 지정서 수여 - 장려금, 자금 지원	- 증서 및 휘장, 명패 수여(대통령 명의) - 일시장려금 (2,000만 원) 지급 - 동일직종 계속 종사 시 계속종사장려금 지급 (연 1회) - 국외 선진국 산업시찰 기회 부여 - 선정 후 1년간 자격상실이 없는 중소기업 사업장은 3년간 정기근로감독 면제	- 증서 수여 (고용노동부 장관 명의) - 일시장려금(200만 원) 지급 - 선정 후 7년 이내에 대학 및 전문대학에 입학한 경우, 입학지원금 지급 (1회) - 동일연도에 우수숙련 기술자 선정자가 2인 이상이고, 선정 다음연도 1년간 자격상실자가 없는 중소기업 사업장은 3년간 정기근로감독 면제	- 증서 수여 (고용노동부 장관 명의) - 상패·현판·휘장 등 수여 - 기능한국인 홍보 관련 지원 - 대한민국산업현장 교수로 활동 가능 (산업현장경력 15년 이상인 자)	- (사)대한민국명인회 주최 행사 (대한민국 대한명인전, 월드마스터페스티벌, 주한외국대사관의 날 행사) 참여 등 교류활동 지원

(계속)

	대한민국식품명인	대한민국명장	우수 숙련기술자	이달의 기능한국인	대한민국 대한명인
심사 및 선정 기준	1. 신청서 접수 2. 사실조사 ① 전통식품의 원형 복원을 입증할 수 있는 문헌 등 역사적 사실 확인 ② 유래·전승 계보와 계승 경위 및 활동상황과 비법 등 기능보유 증명 ③ 사용용기 및 기구, 제품 특성, 분포실태, 유사기능 보유자 현황 ④ 해당식품 기능의 계승·발전 필요성과 보존·보호 가치 ⑤ 해당 식품의 산업성 ⑥ 식품명인으로 지정받으려는 자의 윤리성 ⑦ 해당 품목의 제조, 유통, 판매 등 등록 또는 허가 여부 3. 명인 지정신청자 추천 - 신청서류 및 사실관계에 대한 추천위원회 심의를 거쳐 식품명인 지정신청자 추천 4. 적합성 검토 - 전통성/우수성(25점), 정통성(20점), 경력 및 활동사항(20점), 계승·발전 필요성과 보호가치(25점), 산업성(5점), 윤리성(5점), 법령 위반여부(-20점) 5. 식품산업진흥심의회 심의·의결 - 식품산업진흥심의회 전통 식품분과위원회 심의(10월) - 식품산업진흥심의회 본회의 상정·의결 (11월) 6. 지정·광고	1. 신청서 접수 2. 서류심사 ① 숙련기술 보유정도 (40점) - 신청 직종 관련 입상·선정·자격실적(25점) - 신청 직종 관련 우수 숙련기술인 선정 실적 (10점) - 보유기술 숙련도·전문성 향상 실적(5점) ② 산업발전 기여도(35점) - 산업발전 기여 실적 (10점) - 산업화 노력(조리, 제과·제빵 분야만, 3점) ③ 사회적 가치 기여도 (25점) - 숙련기술 관련 전수 실적 (15점) - 사회봉사 활동 실적 (10점) ④ 가산점(2점) - 숙련기술 관련, 국무총리 이상의 정부포상 수상 시 가산점 부여 3. 현장실사 대상자 선정 - 직종별 서류점수 60점 이상 고득점자 2명 4. 현장실사 - 현장 확인(합의심사) - 보유 숙련기술의 숙련도 및 전문성 (독립심사) 5. 국민의견 수렴 6. 면접심사 - 명장 수행을 위한 필요 역량 보유 여부 평가 (합의심사) ※ 신청서에 기반한 질의응답 진행 7. 심의·선정 8. 최종확정 및 발표	1. 신청서 접수 2. 서류심사 ① 숙련기술 보유정도 (25점) - 신청 직종과 관련한 입상·선정·자격실적 ② 산업발전 기여도(20점) - 신청 직종과 관련 업무 개선 실적(10점) - 산업발전 기여 실적 (10점) ③ 사회적 가치 기여도 (5점) - 봉사 활동 실적(5점) 3. 면접대상자 선정 - 서류점수 만점의 70% (35점) 이상 득점자 중 직종별 고득점자 3명을 대상으로 선정 4. 면접심사 - 신청 직종과 종사 업무 적합성 일치 - 신청 직종에 대한 직무 수행능력 및 숙련도 - 보유기술의 전문성 및 차별성 - 우수숙련기술자로서의 자질(사명감, 직업관, 직업윤리 등) 5. 심의·선정 6. 최종확정 및 발표	1. 신청서 접수 2. 서류검토·심사 ① 기능인으로서의 우수성 (40점) - 근무경력(20점) - 특허, 실용신안, ISO인증(10점) - 국가자격, 표창, 기능경기대회(10점) ② 기업 건전성(30점) - 매출액(10점) - 상시근로자 수(10점) - 신용등급(10점) ③ 정책 참여도(5점) ④ 사회적 모범성(25점) - 숙련기술 및 사회봉사 활동, 지역경제 활성화 기여 등(15점) - 기능한국인으로서의 향후 계획 등(10점) 3. 현장실사 - 분기별 선정 계획 인원의 3배수 이내에서 선정하되, 선정업체 중 여성사업주가 없는 경우 여성사업주 1명 추가 가능 - 심사항목 · 보유 기술 활용성 · 기술 공유 노력 · 기능한국인으로서의 태도 및 노력 5. 심의·선정 6. 최종확정 및 발표	1. 응모서 및 추천서 접수 2. 서류심사, 검토 3. 공방(현장) 실사 4. 심사위원회/이사회 회의 5. 최종확정 및 추대 ※ 내부규정(정관 및 대한명인 선정 및 관리에 관한 규칙)에 의거하여 진행 - 외부로 평가기준 공개 어려움

자료: 저자 작성.

4

일반식품명인제도 운영방안¹⁷⁾

1. 일반식품명인제도 폐지(1안)

- 대한민국식품명인 중 전통식품 분야는 예로부터 전승되어 온 우리 식문화에 대한 계승 및 보존 가치가 있으며, 그 기능을 전수한다는 점에서 명인 지정의 의미가 명확히 존재함. 그러나 일반식품 분야의 경우, 우수한 식품제조·가공·조리에 대한 기능보유자를 발굴하여 식품산업 발전에 기여한다는 점에서는 그 필요성이 인정되나, 평가 기준을 마련하는 데 어려움과 한계가 존재하기 때문에 폐지를 제안함. 일반식품명인제도를 폐지해야 하는 이유는 다음과 같음.
- 첫째, 일반식품명인 지정 평가기준 중 ‘우수성’은 매우 중요한 평가기준인데 이를 평가하기 위한 방법 결정에 어려움이 있음. 현재 시행규칙에 따라 “우수성”은 농림축산식품부장관이 인정한 경연대회에서의 수상경력을 언급하고 있으나, 농림축산식품부장관이 인정한 경연대회 범위가 정해져 있지 않음. 이로 인해 일반식품명인 선정 공고문이나 신청자가 없었으며 실질적으로 제도가 운영되지 못함.

¹⁷⁾ 일반식품명인제도 운영에 대한 의견은 식품산업진흥심의회 전통식품분과위원회 위원, 대한민국식품명인회, 유사 제도 관련 기관 및 담당자 등과의 자문회의 결과를 반영함.

- 한편, 전통식품명인과 일반식품명인 지정을 위한 평가기준 중 ‘전통성’은 고문헌 등을 통해 전통성 인정 여부를 평가하기 위한 최소한의 기준이 마련되어 있음. 또한 전통식품은 계승 보존 가치가 있는 고유기능을 전수한다는 측면에서 명인지정의 의미가 있음.

○ 둘째, 일반식품명인의 경우 식품 유형 및 품목이 무수히 많아 이를 평가할만한 평가자를 선정하기도 어려움. 일반식품은 고유성, 단일성, 독창성을 지닌 식품이 아니기 때문에 우수성을 평가할만한 전문가라고 단정 짓기 어려워 평가자를 찾기 어려움.

- 기존 식품을 퓨전화한 일반식품도 있어 식품 유형 및 품목이 무궁무진함.
- 전통식품과 일반식품을 구분하기 위한 명확한 기준이 없음. 현재 일반식품이 향후 전통식품으로 변화될 가능성도 상존함.
- 예를 들어, 현재 국내에서 판매가 가장 많이 되는 소주(희석식소주)는 전통식품(전통주)이 아니지만, 한국의 술로 자리매김하고 있으며 수출도 증가 추세임.

○ 셋째, 식품제조업의 식품 유형을 기준으로 전통식품명인과 일반식품명인을 구분할 때, 전통식품 유형으로 “전통식품 표준규격”을 하는 경우 전통식품의 범위가 상당히 포괄적이어서 전통식품 이외의 분야로 정하고 있는 일반식품 분야가 협소하여 유명무실해질 수 있음.

- 현재 전통식품 표준규격은 85개이며, 사회적 요구 및 건의에 따라 전통식품 표준규격이 추가되어 향후 늘어날 수 있음.
- 전통식품 정의를 국립농산물품질관리원고시에서 정한 전통식품 표준규격 지정 품목으로 본다면, 전통식품 표준규격은 1999년 12월 기준 37개 품목에서 2021년 12월 6일 기준 85개 품목으로 증가함.
- 그러나, 2018년 5개 품목, 2020년 1개 품목, 2021년 1개 품목이 신설되어 전통식품 표준규격 지정 품목 수가 최근 정체되어 있음. <부록 1> 전통식품 표준규격 제정·개정 동향을 참고 바람.

〈표 4-1〉 전통식품 표준규격과 식품공전에 근거한 전통식품과 일반식품 유형 분류(안)

구분	전통식품		일반식품	
	식품유형	주요 품목	식품유형	주요 품목
식품류	떡류	삶는떡, 치는떡, 찌는떡, 가래떡, 증편, 약식	1. 과자류, 빵류	(떡류 제외)
	한과류	유과, 약과, 강정 등	2. 빙과류	아이스크림류, 아이스크림믹스류, 빙과, 얼음류
	엿류	엿, 조청, 엿기름 등	3. 코코아가공품류 및 초콜릿류	코코아가공품류, 초콜릿류
	두부류 및 묵류	도토리묵, 메밀묵, 녹두묵, 밤묵 두부	4. 당류	당류가공품 엿류 제외
	식용유지류	참기름, 들기름, 압착유, 잣기름, 호두기름	5. 잼류	잼류
	국수류	국수(생면, 숙면, 건면), 냉면, 당면	6. 두부류 및 묵류	유바, 가공두부 (두부, 묵류 제외)
	음료류 및 두유류	수정과, 식혜, 원액두유, 두유, 머루즙, 칩즙	7. 식용유지류	식물성유지류(참기름, 들기름 제외), 동물성유지류, 식용유지가공품
	차류	녹차, 대추차, 인삼차, 구기자차, 생강차, 국화차, 감잎차, 병일차, 곡물차, 연차, 생강차, 속차	8. 면류	면류
	장류	간장, 된장, 고추장, 메주, 청국장, 막장, 혼합장	9. 음료류	다류, 커피, 과일채소류음료, 탄산음료류, 두유류, 발효음료류, 인삼·홍삼음료, 기타음료
	식초류	과실식초, 곡물식초 등 발효식초	10. 특수영양식품	조제유류, 영양용 조제식, 성장기용 조제식, 영유아용 이유식 등
	김치류	배추김치, 기타김치 등	11. 특수의료용도식품	표준형 영양조제식품, 맞춤형 영양조제식품, 식단형 식사관리식품
	절임류	유자차, 매실농축액, 절임배추, 장아찌류(고추장 장아찌, 된장 장아찌, 간장 장아찌)	13. 조미식품	소스류, 카레, 향신료가공품, 식염(식초류, 고춧가루 제외)
	건조채소 과일가공품	건표고, 무말랭이, 꽃감, 시래기, 건조채소류, 고구마말랭이	16. 농산가공식품류	전분류, 밀가루류, 견과류가공품류, 시리얼류, 찐쌀, 효소식품, 기타 농산가공품류
	조림류	농산물조림, 축산물조림	17. 식육가공품 및 포장육	햄류, 소시지류, 베이컨류, 건조저장육류, 식육추출가공품, 식육간편조리세트, 식육함유가공품, 포장육
	인삼류 및 인삼가공품	백삼, 홍삼, 홍삼가공품, 백삼가공품,	18. 알가공품류	알가공품, 알함유가공품
	육류가공품	족발, 편육, 육포, 수육, 양념육류, 순대, 흑염소추출액	19. 유가공품	우유류, 가공우유, 산양유, 발효우유, 버터유, 농축유류, 유크림류, 버터류, 치즈류, 분유류, 유청류, 유당, 유단백기수분해식품, 유함유가공품
	탕류	삼계탕, 곰국(설령탕, 공탕, 사골곰탕, 꼬리곰탕)	20. 수산가공식품류	어육가공품류, 젓갈류, 조미김, 한천, 기타 수산물가공품
	만두류	만두, 수제비	21. 동물성가공식품류	기타 식육 또는 기타알제품, 곤충가공식품, 자라가공식품, 추출가공식품
	생식	미숫가루, 생식	22. 벌꿀 및 화분가공품류	벌꿀류, 로열젤리류, 화분가공식품
	밥류 및 죽류	누룽지, 죽류, 새알심류	23. 즉석식품류	즉석섭취편의식품류, 만두류 (생식류, 만두 제외)
기타	메밀가루, 솔잎가공품, 오미자가공품, 부각, 전	24. 기타식품류	효모식품, 기타가공품	
주류	전통주	탁주, 약주, 청주, 증류주 등 전통주류	15. 주류	소주, 위스키, 과일주, 기타 주류

주 1) 전통식품은 국립농산물품질관리원에서 정한 전통식품 표준규격 지정 품목임.

2) 일반식품 식품 유형 및 주요 품목은 식품공전에서 전통식품 표준규격 지정 품목을 제외한 것임.

자료: 국립농산물품질관리원 전통식품 표준규격; 식품공전.

- 넷째, 전통식품명인과 일반식품명인 선정 시 선정기준의 차이가 전통성과 우수성임. 만약 전통식품명인에서 전통성, 정통성 때문에 지정이 어려운 신청자이나 우수성이 인정되는 사람을 일반식품명인으로 지정하는 경우 유사 식품분야(예를 들어, 식초)에 전통식품명인, 일반식품명인이 지정되어 혼란이 가중될 수 있음.
 - 이 경우 전통식품명인이 일반식품명인보다 우위에 있는 것으로 평가될 수 있음.
 - 만약 전통성(정통성)과 우수성을 기준으로 전통식품명인과 일반식품명인을 구분하는 경우 동일한 인증표시를 사용하면 안 되고, 인증표시도 전통식품명인과 일반식품명인으로 구분하여 적용하여야 할 것임.

- 다섯째, 특정 식품에 대해서 원조 기능보유자를 구분하거나, 기능 보유 수준(우수성)에 대한 구분 또한 어렵기 때문에 특정 식품에 대한 일반식품명인을 지정하게 될 경우 여러 방면에서 상당한 논란을 야기할 수 있음.

- 여섯째, 일반식품명인을 지정하기 위한 평가기준, 일반식품명인에 대한 사후관리 방안 등을 새롭게 마련해야 하는 현시점에서, 식품의 범위를 제조업 이외 조리, 제과제빵으로 넓혀서 대한민국식품명인제도를 운영한다면 대한민국명장의 선정 분야와 상당 부분 중복될 수 있음.
 - 식품제조 분야에 한정하여 전통식품 유형의 기준을 “전통식품 표준규격”을 따를 경우, 전통식품의 범위가 상당히 포괄적이어서 전통식품 이외의 분야로 정하고 있는 일반식품 분야가 협소해짐.
 - 대한민국명장제도의 식품분야 명장은 2022년 기준 제과제빵 분야 15명, 조리 분야 14명, 식품가공 분야 1명임.

2. 일반식품명인제도 존치(2안)

- 일반식품명인의 지정 목적은 우수한 우리 식품의 제조·가공·조리 기능보유자를 발굴하고, 이를 전승하여 식품산업 발전에 기여한다는 측면에서 필요성이 있음. 또한, 식품산업 발전·진흥 차원에서 대한민국식품명인을 전통식품에 한정하기에는 한계가 존재함. 따라서 일반식품명인 지정 및 활성화가 필요함.
 - 2008년 식품산업진흥법 시행령을 제정(2008.6.25.)하면서 기존에 운영되었던 전통식품명인제도(1994년 도입)를 전통식품 뿐만 아니라 일반식품까지 확대 적용하고자 한 법령 취지를 살리고자 함.

2.1. 우수성 평가에 초점을 맞춘 일반식품명인 지정

- 현재 대한민국식품명인 평가기준 중 정통성 항목이 일반식품명인을 지정하기 위한 평가 기준으로는 적절치 않으므로, 전통식품명인과 일반식품명인 지정 시 별도의 선정 기준과 인증을 부여하는 방안으로 운영하는 것이 필요함.
 - 우수한 우리식품의 계승·발전을 위하여 식품제조·가공·조리 분야 우수한 식품 기능인을 지정한다는 목적성은 같으나, 전통식품 분야는 ‘계승 및 발전’에 초점을 맞춘 현행의 평가 기준을 유지하고, 일반식품 분야는 ‘우수성’에 초점을 맞추어 새롭게 선정 및 평가 기준을 마련하는 방안을 고려할 수 있음.
- 일반식품명인 선정 시 ‘우수성’에 대한 평가는 평가자마다 의견이 다를 수 있어 논란의 소지가 크므로 되도록 정량적으로 평가하는 기준을 선정하는 것이 바람직함. 우수성에 대한 정략적인 평가 기준 마련 방법으로는 ①국내외 경연대회 수상 실적을 점수화하여 평가하거나 ②일반식품명인을 선정하기 위한 전국 경연대회를 식품 분야를 지정하여 개최하는 것임.
 - (방법 ①) 일반식품명인 신청 및 선정을 위한 기준으로 경연대회 수상 실적을 점수화

하여 정량적으로 평가하는 기준(일종의 마일리지)을 마련할 때 국내외 다양한 경연대회 목록 등이 정리되고 행사 목적 및 주관기관 등을 고려하여 차등점수를 부여하는 것도 고려해야 할 것임<표 4-2 참조>.

- <표 4-3>에서 보는 바와 같이 현재 농림축산식품부 장관상을 수여하는 경연대회가 해당 분야의 권위나 품격을 담보하는 것은 아님. 따라서 농림축산식품부 장관상을 수여하는 국내외 경연대회의 기준을 마련할 필요가 있음.
- (방법 ②) 또는 권위 있는 경연대회의 수상실적이 있는 사람 또는 일정 점수를 초과하는 사람에게 신청 자격을 부여하고, 대한민국식품명인 선정을 위한 경연대회를 공개적으로 개최하여 “우수성”에 대한 논란을 제거하는 것도 방법임. 대한민국식품명인 선정을 위한 경연대회를 개최한다면, 다양한 식품유형이 있기 때문에 선정하고자 하는 식품 유형 지정분야를 우선적으로 선정하고, 전국 지자체에 홍보 및 해당 분야의 신청자 접수를 통해 공개적으로 식품명인을 선정하는 방식으로 해야 할 것임.
- 예를 들어, 찌빵 분야 일반식품명인을 지정하는 경우 전국 지자체에 홍보 및 해당 분야 신청자 접수를 받은 후 경연대회 개최를 통해 ‘맛 우수성, 평판, 산업기여도’ 등을 고려한 대한민국식품명인을 선정할 수 있음. 이는 일반식품명인 홍보 및 지역기반 식품산업 발전에 기여할 수 있을 것임.

<표 4-2> 일반식품명인 선정 시 경연대회 수상실적의 정량 평가기준(안)

구분	배점	
세계적인 수준의 경연대회	<ul style="list-style-type: none"> • 대상급: 30점 • 우수상급: 24점 	<ul style="list-style-type: none"> • 최우수상급: 27점 • 기타: 21점
전국단위 경연대회	<ul style="list-style-type: none"> • 대상급: 18점 • 우수상급: 14점 	<ul style="list-style-type: none"> • 최우수상급: 16점 • 기타: 12점
지자체 단위 경연대회	<ul style="list-style-type: none"> • 대상급: 10점 • 우수상급: 6점 	<ul style="list-style-type: none"> • 최우수상급: 8점 • 기타: 4점
기타 사설단체 주최 경연대회	<ul style="list-style-type: none"> • 대상급: 5점 • 우수상급: 3점 	<ul style="list-style-type: none"> • 최우수상급: 4점 • 기타: 2점

자료: 저자 작성.

〈표 4-3〉 국내외 식품제조·조리·가공 관련 경연대회 목록

구분	주최 기관	대회명	농림축산식품부 장관상 여부
정부 부처	농림축산식품부	김치 품평회	○
		전통주 품평회	○
		쌀 가공품 품평회	○
		차 품평회	○
	농촌진흥청, 한국양봉협회	양봉요리 경연대회	○
	고용노동부	전국기능경기대회(제과, 제빵, 요리 분야)	
	식품의약품안전처	나트륨·당류 저감 요리경연대회	
중소벤처기업부		전국 전통시장 청년상인 요리 경연대회	
		대한민국 소상공인 & 마스터셰프 요리 기능경진대회	
공공 기관	한국농수산식품유통공사	공공급식 요리경연대회(친환경, 로컬푸드, 군급식, 김치요리)	○
		쌀 요리 경연대회	○
		단체급식용 김치요리 경연대회	○
	한국농수산식품유통공사, 한국HMR협회	나만의 HMR 만들기 공모전: 내가 만드는 모두가 맛있는 세상	
	농림수산식품교육문화정보원	식용곤충 요리경연대회	
	농림수산식품교육문화정보원, 대한영양사협회	국산 밀·콩 활용 단체급식 우수사례 공모전	○
	농림축산검역본부	대한민국 건강한 손맛 대결, 동물복지 요리대첩	
	세계김치연구소	김치마스터 셰프 글로벌 멘토링전	○
	한식진흥원	한식요리 경연대회	
	지방 자치 단체	강원도	강원도 대표음식 요리경연대회
강원특별자치도 특산음식 요리경연대회			
경기도		전국 쌀 베이킹 콘테스트	
충청북도		향토음식경연대회	
충청남도		대백제전 전국 요리경연대회	
전라북도		전북음식문화대전 향토음식·창작웰빙음식 경연대회	○
		남도 우리술 품평회	
전라남도		전국 청년 쌀요리경연대회	
		전라남도, 영산강환경유역청	친환경 요리왕 경연대회
괴산군		괴산군 고추요리 경연대회	
구리시		맛자랑 경연대회	
남양주시		슬로라이프 전국요리경연대회	
무안군, 한국생활개선무안군연합회		황토골 무안 전국요리 경연대회	○
순천시		전국 발효식품 경진대회	
예산군		예산 글로벌푸드챔피언십 요리대회	○
전주시		전주비빔밥축제 전국요리경연대회	
창원시, (사)한국외식업중앙회경남지회		경남음식문화축제 요리경연대회	
창원시, 창원시음식문화축제추진위원회		창원음식문화축제 및 전국요리경연대회	○
하동군, (재)하동세계차엑스포조직위원회		하동 세계차엑스포 세계 티(Tea)푸드 경연대회	○

(계속)

구분	주최 기관	대회명	농림축산식품부 장관상 여부
사단 법인 및 협회	(사)대한민국명장회	대한민국명장회 제빵 기능경기대회	
	(사)대한민국한식포럼	대한민국명장회 제과 기능경기대회	
	(사)대한민국한식협회	한국 식문화 세계화 대축제	
	(사)서울약령시협회	한식의 날 대축제 K-Food 국제요리 경연대회	
	(사)세계음식문화연구원, (사)한국푸드코디네이터협회	세계 한방요리 페스타	
		푸드코디네이터&레스토랑서비스 민간기능경기대회	
		서울국제푸드그랑프리	
	(사)한국푸드코디네이터협회	전국학생조리&레스토랑서비스 민간기능경기대회	
		월드 푸드 트렌드 페어	
	(사)아시아외식연합회	월드 푸드 트렌드 페어	
	(사)치유식품업중앙회	대한민국 치유식품대전	○
	(사)한국아티산기능인협회	제과·제빵·요리 민간기능경기대회	
	(사)한국음식관광협회	한국국제요리제과경연대회	
		한국음식관광박람회(한국국제요리제과경연대회)	
	(사)한국인삼협회	수삼품평회	
	(사)한국제과기능장협회	베이커리 경연대회	
		전국 학생 빵·과자 경연대회(ACADECO)	
		음식문화개선 경연대회(제과제빵) (경북지회)	
	(사)한국조리협회	대한민국 국제요리&제과 경연대회	○
		KOREA 월드푸드 챔피언십	
(사)한국조리기능장협회	소상공인 & Master Chef 요리 기능경진대회		
미국육류수출협회	한국조리과학고 US beef 창작요리 경연대회		
한국가양주연구소	공중술빛기 대회	○	
	우리술 주안상대회	○	
한국파프리카생산자자조회	참·참·참 파프리카 요리경연대회	○	
한국장류발효인협회, 치유식품진흥회	대한민국 장류 발효대전		
한우자조금관리위원회	한우요리경연대회		
조합 및 기업	직산농협	전국들깨요리경연대회	○
	오뚜기	한국조리과학고 창작요리 경연대회	
	대상종가	종가김치 블러스트 요리대회	
	NS홈쇼핑	NS 푸드페스타(미식레시피, 영세프 챌린지, 미식 식당전)	
	(주)락세프	음식문화개선 경연대회(김밥요리)	
국제	IWSC (International Wind & Spirit Competition)	국제주류품평회	
	SFWSC (San Francisco World Spirits Competition)	샌프란시스코 주류품평회	
	WACS (World Association of Chefs Societies)	세계조리사연맹 국제요리경연대회	
	Monde Selection	몽드 셀렉션	

주: 농식품부 장관상 표창 경연대회에 대한 자세한 내용은 <부록 8>을 참고 바람.

자료: 저자 작성.

2.2. 별도의 일반식품 유형을 구분하여 일반식품명인 지정

- 식품산업진흥법 시행령 제14조(대한민국식품명인의 지정분야)에서 전통식품 분야와 전통식품 외의 식품분야(일반식품)로 구분하여 대한민국식품명인을 지정하게 되어 있어 전통식품과 일반식품의 구분 방식에 대한 논의가 필요함.

- **(전통식품의 법률상 정의)** 법률상 일반식품에 대한 정의는 없지만, 전통식품에 대한 정의는 있음. 전통식품에 대한 정의를 먼저 살펴보았음. 식품산업진흥법 제2조 제4항에 따르면, 전통식품은 예로부터 전승되어 오는 원리에 따라 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향 및 색을 내는 식품임. 그러나 전통식품의 유형 및 품목을 법률에서 구체적으로 정의하고 있지 않아 대한민국식품명인 지정을 위한 식품유형 구분에 활용하기에는 한계가 있음.
 - 전통식품 정의: 식품산업진흥법 제2조(정의) 제4항. “전통식품”이란 국산 농수산물을 주원료 또는 주재료로 하여 예로부터 전승되어 오는 원리에 따라 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향 및 색을 내는 식품을 말함.

- **(일반식품의 의의)** 식품산업의 발전·진흥을 위해서는 다양한 품목 및 유형을 포함하는 일반식품의 제조·가공·조리 기능에 대한 발굴 및 전승이 필요함. 전통식품과 같이 전승되어 오는 원리를 그대로 보존하는 것도 중요하지만, 이를 바탕으로 현대화하거나 맛은 유지하면서 대량생산 등 산업화하는 것도 사회적 가치가 높음.
 - 국산 농수산물을 주원료 또는 주재료로 하여 전통식품이 아닌 새로운 식품 유형인 일반식품을 만들어 오랜 시간 산업을 지속하여 식품산업 또는 지역산업에 기여한 식품 기능인이 있는 경우 일반식품명인으로 지정할 가능성이 있음.
 - 예) 안흥 찌빵, 경주 황남빵, 천안 호두과자, 영광모싯잎송편, 의령망개떡, 광양 기정떡 등

- **(전통식품과 일반식품 구분 방안①)** 국립농산물품질관리원은 전통식품 인증제도를 운영하기 위해 전통식품 표준규격을 제정하여 관리하고 있음. “국립농산물품질관리원 고시에서 정한 전통식품 표준규격”을 그대로 받아들여 전통식품 유형으로 구분하는 방안임.

○ 그동안 국립농산물품질관리원 고시에서 정한 전통식품 표준규격 지정 품목 수는 증가 추세였으나, 최근 정체 상태임. 이에 따라 전통식품과 전통식품 이외의 식품(일반식품)으로 구분할 수 있는 제도적 여건이 마련되었음.

- 전통식품에 해당되는 품목을 국립농산물품질관리원 고시에서 정한 전통식품 표준규격 지정 품목으로 본다면, 전통식품 표준규격은 1999년 12월 기준 37개 품목에서 2021년 12월 6일 기준 85개 품목으로 증가함.

- 2018년 5개 품목 신설, 2020년 1개 품목, 2021년 1개 품목 신설

○ (방안①의 장단점) ‘국립농산물품질관리원 고시에서 정한 전통식품 표준규격’을 그대로 받아들여 전통식품 유형으로 구분하는 방안의 장점으로는 ‘전통식품’이라는 용어에 대한 혼란을 방지할 수 있으며, 시대적 흐름과 요구에 따라 전통식품 표준규격이 변화하여 전통식품의 유형이 변경될 수 있다는 장점이 있음.

- 한편, 시대적 흐름과 요구에 따라 전통식품 표준규격이 폐지 및 통합되는 경우가 종종 발생하고 있어 대한민국식품명인의 전통식품 유형과 전통식품 표준규격이 당초 의도와 다르게 일치하지 않을 수 있으며, 전통식품 표준규격 품목 중 전통식품명인을 지정하기에 적절하지 않은 품목이 있고, 전통식품의 범위가 포괄적(전통식품 표준규격 85개 품목, 160개 종류)이어서 일반식품으로 지정할 만한 품목이 많지 않다는 단점이 있음.

- 만일 전통식품을 국립농산물품질관리원 고시에서 정한 전통식품 표준규격 기준에 따라 분류할 때, 주류, 장류, 김치류, 떡·한과류, 차류, 엿류, 식초류, 음료류, 육류, 인삼 가공품 등의 유형 구분은 적절해 보임. 이는 전통식품 표준규격 품목으로 지정되어 있고, 대한민국식품명인(전통식품명인)도 지정되어 있기 때문임. 그러나 기타로 분류한 세부 품목에 대한 검토가 필요해 보임<표 4-4 참조>.

- 예를 들어, 전통식품 표준규격 품목(85개) 중 당면, 고구마말랭이, 압착유를 전통식품명인 지정 품목으로 분류하는 것이 적절할지에 대해서는 검토가 필요함.

〈표 4-4〉 대한민국식품명인 지정 품목과 전통식품 표준규격 품목 비교(2023년 8월 기준)

	대한민국식품명인 (81명)	전통식품 품질인증 품목 (55개)	전통식품 표준규격 품목 (85개 품목, 160개 종류)
주류	송화백일주, 금산인삼주, 문배주, 계룡백일주, 인동소주, 옥로주, 전주이강주, 구기자주, 계명주, 가야곡왕주, 김천과하주, 한산소곡주	-	'술 품질인증제도'와의 중복인증 등으로 인한 불편함을 해소하기 위해 2016년 9월부터 주류 품목 폐지
장류	진장, 순창고추장(2명), 어육장, 동국장, 대맥장, 천리장, 소두장, 청국장, 좁장, 죽염홍된장, 제주막장, 된장	된장(117건), 간장(91건), 고추장(74건), 청국장(59건), 메주(10건), 혼합장(2건)	메주, 청국장, 고추장, 된장, 간장, 막장, 혼합장
김치류	포기김치, 백김치, 해물섞박지, 배추통김치, 반지	김치류(127건)	김치류(포기김치, <u>막김치</u> , <u>보쌈김치</u> , 백김치, <u>총각김치</u> , <u>열무김치</u> , <u>깍두기</u> , <u>갓김치</u> , <u>순무김치</u> , <u>고들빼기김치</u> , <u>목은지</u> , <u>파김치</u> , <u>섞박지</u> , <u>동치미</u> , <u>나박김치</u> , <u>깻잎김치</u> , <u>고구마김치</u> , <u>부추김치</u> , <u>오이김치</u> , <u>겉절이</u> , <u>양파김치</u> , <u>민들레김치</u> , <u>더덕김치</u> , <u>마늘김치</u> , <u>달래김치</u> , <u>두릅김치</u> , <u>인삼김치</u> , <u>죽순김치</u> , <u>호박김치</u> , <u>미나리김치</u> , <u>냉이김치</u> , <u>시금치김치</u> , <u>콩나물김치</u> , <u>쑥갓김치</u> , <u>가지김치</u> , <u>도라지김치</u> , <u>고수김치</u>)
떡류/ 한과류	갈골산자, 유과/약과, 옛강정, 노티떡/신과병, 찹쌀유과, 승검초단자, 복령조화고, 유과(2명), 기정떡	가래떡(20건), 한과류(16건), 치는떡(7건), 찌는떡(5건), 증편(3건), 막장(2건), 새알심(1건), 약식(1건)	한과류(유밀과, 유과, 다식, 정과, 옛강정, 과편, 숙실과), 약식, 가래떡(떡국떡, 떡볶이떡, 조랭이떡), 증편, 새알심류(새알심, 감자옹심이), 찌는떡(설기떡류, 쪄떡류-메시루떡/찰시루떡, 송편류, 기타 찌는떡), 치는떡(인절미류, 절편류, 흰떡류, 개피떡류, 단자류, 기타 치는떡), <u>삶는떡(경단류, 잔과편, 신약병, 기타 삶는떡)</u>
차류	수제녹차, 야생작설차, 우전차, 초의차/초의병차, 황차/말차, 작설차	녹차(5건), 국화차(2건), 대추차(1건), 감잎차(1건), 둥굴레차(1건), 병잎차(1건)	<u>구기자차</u> , <u>유자차</u> , 녹차(잎녹차-뒤음차/증제차, 분쇄녹차), 둥굴레차(분쇄둥굴레차, 절편둥굴레차), 대추차(침출차, 액상차, 고형차), 감잎차, 병잎차, <u>꼭물차</u> , 국화차, <u>연차</u> , <u>생강차(침출차, 액상차, 고형차)</u> , <u>쑥차</u>
엿류	창평쌀엿, 엿/조청, 옥수수엿, 쌀엿(2명), 찹쌀조이당 조청	조청(13건), 엿(3건)	엿(엿, 가미엿), 조청
식초류	감식초, 흑초, 보리식초	발효식초(5건), 곡물식초(3건), 과실식초(1건)	발효식초(곡물식초, 과일식초)
음료류	식혜	식혜(3건), 매실농축액(1건), 침즙(1건)	식혜, <u>수정과</u> , 매실농축액, <u>머루즙(머루즙, 가당머루즙)</u> , <u>침즙</u> , <u>두유류(원액두유, 두유)</u>
육류	가리구이(3명), 가리적, 쇠고기육포	곰국(2건), 양념육류(1건)	<u>삼계탕</u> , <u>족발(장죽, 단죽)</u> , <u>곰국(설령탕, 곰탕, 사골곰탕, 꼬리곰탕)</u> , <u>순대</u> , <u>편육</u> , <u>육포(소고기육포, 돼지고기육포, 말고기육포)</u> , <u>수육</u> , 양념육류(양념육-양념소고기/양념돼지고기, 양념갈비-양념소갈비, 양념돼지갈비)
인삼 가공품	홍삼, 인삼정과	홍삼가공품(3건),	홍삼(원형홍삼, 홍삼본삼), <u>홍삼가공품(홍삼농축액, 홍삼분말, 홍삼환, 홍삼고, 홍삼추출액, 홍삼차-액상홍삼차/과립홍삼차/분말홍삼차)</u> , <u>백삼(직삼, 반곡삼, 곡삼, 피부직삼, 피부반곡삼, 피부곡삼)</u> , <u>백삼가공품(백삼농축액, 백삼분말, 백삼차-액상백삼차/과립백삼차/분말백삼차)</u>

(계속)

	대한민국식품명인(81명)	전통식품 품질인증 품목 (55개)	전통식품표준규격 품목 (85개 품목, 160개 종류)	
기타	전주비빔밥, 고사리나물	국수류(3건), 수제비(1건)	국수류	국수류(국수-생면/숙면/건면, 냉면-숙면/건면), 수제비
		누룽지(15건), 죽류(2건)	밥 및 죽류	누룽지, 죽류(곡류죽, 두류죽, 채소죽, 과실죽, 종실죽, 옥류죽, 어패류죽, 타락죽, 버섯죽)
		두부(21건), 묵류(5건)	두부 및 묵류	묵류(도토리묵, 메밀묵, 녹두묵, 밤묵), 두부(경두부, 두부, 손두부)
		고춧가루(16건), 메밀가루(1건)	분말류	고춧가루(굵은고춧가루, 보통고춧가루, 고운고춧가루), 메밀가루(메밀가루, 통메밀가루), 도토리가루
		간장장아찌(4건), 고추장장아찌(2건), 된장장아찌(1건), 절임배추(20건)	절임류	고추장장아찌, 된장장아찌, 간장장아찌, <u>절임류</u> , 절임배추
		-	식용 유지류	<u>참기름, 들기름(들기름, 생들기름), 압착유(잣기름, 호두기름)</u>
		무말랭이(1건), 꽃감(2건), 시래기(3건), 엿기름(4건)	건조채소 과일가공	<u>건조채소류, 건표고(원형 건표고-화고/통고/향고/향신, 절단 건표고)</u> , 무말랭이, 꽃감(건시, 반건시), 시래기(건시래기, 삶은시래기, 데친건시래기), <u>고구마말랭이, 엿기름(통엿기름, 엿기름가루)</u>
		미숫가루(2건)	생식	<u>생식</u> , 미숫가루
		-	조림류	<u>농산물조림, 축산물조림(식육조림, 알조림, 혼합축산물조림)</u>
		오미자가공품(2건), 도라지가공품(5건)	농산가공품	오미자가공품(오미자 당절임액, 오미자 생과즙, 오미자음료), 도라지가공품(도라지분말, 도라지환, 도라지추출액, 도라지농축액, 도라지차), <u>술입가공품(술입분말, 술입환, 술입추출액, 술입차-침출차/과립차/액상차)</u>
만두(3건), 전(1건)	기타	<u>당면</u> , 만두, 부각, 전, <u>흑염소추출액</u>		

주: 밑줄친 이탤릭체는 대한민국식품명인 및 전통식품 품질인증 품목으로 지정되지 않은 품목을 나타냄.
 자료: 저자 작성.

○ (전통식품과 일반식품 구분 방안②) 전통식품 유형을 국립농산물품질관리원 고시에서 정한 전통식품 표준규격 기준에 따라 분류하는 것을 원칙으로 하되, 누구에게나 전통식품으로 생각되는 품목 위주로 일부 조정을 하는 방안임.

- 현재 전통식품명인 지정을 위한 평가기준 중 '전통성(25점)'은 고문헌 등을 통해 전통성 인정 여부를 평가하고 있는데, 이는 '계승·발전 필요성과 보호가치(25점)' 평가기준과도 상관성이 높은 편임. 따라서 전통식품명인 지정 품목을 위한 전통식품 유형은 국립농산물품질관리원 고시에서 정한 전통식품 표준규격 기준을 따르되, 전통식품명인 평가기준(전통성)을 충족하기 위한 고문헌 등을 고려하여 전통식품 유형 구분을 재분류하는 방안을 강구할 수 있음.

- 〈부록 7〉 최근 6개년(2018~2023년) 대한민국식품명인 지정신청 내역을 살펴보면, 주류, 장류, 김치류, 떡 및 한과류, 차류, 엿류, 식초류, 음료류, 육류, 인삼가공품, 목 및 두부류, 기타(장아찌, 나물, 비빔밥, 국수)로 분류됨.

○ (방안②의 장단점) 국립농산물품질관리원 고시에서 정한 전통식품표준규격 기준을 따르되 전통식품 유형을 일부 조정하는 것은 전통식품에 대한 합의를 이끌어내기 용이함. 또한, 현재 대한민국식품명인 지정계획 공고에서 언급되는 품목과 일치하며, 전통식품 이외의 분야인 일반식품에 대한 지정 품목이 있다는 장점이 있음(표 4-5 참조). 한편, 전통식품과 일반식품 분류에 대한 논란이 있을 때 명확한 기준이 없다는 단점이 있음.

〈표 4-5〉 대한민국식품명인 지정 품목별 분류(안)

구분	전통식품		일반식품
	식품유형	주요 품목	
식품류	장류	간장, 된장, 고추장, 청국장 및 이와 유사한 품목	전통식품 이외 식품
	김치류	배추김치, 기타김치 등	
	떡·한과류	삶는떡, 찰떡, 찌는떡, 유과, 약과, 강정 등	
	차류	녹차, 대추차, 인삼차, 구기자차, 생강차, 국화차 등	
	엿류	곡물엿, 초청 등	
	식초류	과실식초, 곡물식초 등 발효식초	
	음료류	수정과, 식혜	
	식용유지류	참기름, 들기름	
	목 및 두부류	목, 두부	
기타	밥류, 부각, 조림, 인삼가공품, 식육가공품, 장아찌 등 기타 전통식품류		
주류	전통주	탁주, 약주, 청주, 증류주 등 전통주류	전통주 이외 주류

주: 전통식품 대상품목 및 전통식품표준규격 기준에 따른 분류임.

자료: 농림축산식품부(2023.6.), 2023년 대한민국식품명인 지정계획 공고(농림축산식품부 공공 제2023-227호)

○ (전통식품과 일반식품 구분 방안③) 전통식품과 일반식품을 구분하는 것 자체가 쉽지 않고, 시대적 흐름과 요구에 따라 전통식품 표준규격이 변화 가능하며, 조리자의 가치와 산업화 목적에 따라 조리방식 및 재현방식에 차이가 있다는 점을 고려하였을 때, 전통식품과 일반식품의 구분을 식품유형 기준으로 분류하기보다 “조리방식 및 재현방식(전통성 및 정통성 또는 산업적 기여도 및 우수성)”을 기준으로 전통식품명인과 일반식품명인을 구분할 수도 있음.

- 예를 들어, 떡은 전통식품 유형에 속하나 떡 종류와 만드는 방식이 다양해지고 있음.
- 즉, 지정 및 신청인이 판단하였을 때, 보전 및 전승할 기술을 지니고 있어 정통성 및 전통성이 확보되었다고 판단되는 경우 전통식품명인으로 신청을 하고, 정통성 및 전통성이 미약하지만, 산업적 기여도 및 우수성을 지니고 있다고 판단할 때는 일반식품명인으로 신청할 수 있게 하는 방안임.
- 다만, 이때 전통식품명인과 일반식품명인은 별도의 인증을 부여하는 방안으로 운영 하는 것이 필요함.

○ (방안③의 장단점) 지정 및 신청인이 판단하여 “조리방식 및 재현방식(전통성 및 정통성 또는 산업적 기여도 및 우수성)”을 기준으로 전통식품명인과 일반식품명인을 구분하는 것은 대한민국식품명인 제도 활성화가 가능하며, 업계에서 인정하는 우수한 기능보유 자이지만 전통성 및 정통성 평가기준에 적합하지 못했던 후보자도 식품명인 지정이 가능하다는 장점이 있음. 한편, 같은 식품 유형(품목)에 대해 전통식품명인과 일반식품명인이 동시에 지정될 수 있어 혼란이 발생할 수 있음. 따라서 이 경우에는 전통식품명인과 일반식품명인에 대해 별도의 인증을 부여하는 방안이 수반되어야 함.

〈표 4-6〉 전통식품과 일반식품 구분방안별 장단점

구분	장점	단점
(방안①) 전통식품 표준규격(85개 품목, 160개 종류)을 그대로 받아들여 전통식품 유형 구분	- 전통식품이라는 용어에 대한 혼란 방지 - 시대적 흐름과 요구에 따라 전통식품 표준규격변화로 전통식품 유형이 변경	- 전통식품 표준규격이 폐지 및 통합되는 경우가 발생하여 당초 의도와 다르게 전통식품 용어의 혼란이 발생할 수 있음 - 전통식품 표준규격 품목 중 전통식품명인을 지정하기에 적절하지 않은 품목이 있음 - 전통식품의 범위가 포괄적(85개 품목, 160개 종류)이어서 일반식품으로 지정할만한 품목이 많지 않음
(방안②) 전통식품 표준규격을 따르되, 전통식품 유형을 일부 조정	- 전통식품에 대한 합의 용이 - 지정계획 공고에서 언급되는 품목과 상당 일치 - 전통식품 이외 분야인 일반식품에 대한 지정 품목이 있음	- 전통식품과 일반식품 분류에 대한 논란이 있을 때 명확한 기준이 없음
(방안③) 조리방식 및 재현 방식(전통성 및 정통성 또는 산업적 기여도 및 우수성)을 기준으로 전통식품명인과 일반식품명인을 구분	- 대한민국식품명인 제도 활성화 가능 - 전통식품명인(전통성 및 정통성)과 일반 식품명인(산업적 기여도 및 우수성) 지정이 상대적으로 용이함	- 동일 식품유형(품목)에 대해 전통식품명인과 일반식품명인이 지정될 수 있음 - 전통식품명인과 일반식품명인에 대해 별도의 인증을 부여하는 등 운영 차별화가 필요함

자료: 저자 작성.

2.3. 운영 주체

○ 일반식품명인제도 운영 및 사후관리 수행 가능 주체는 한국농수산물유통공사, 농촌진흥청, 국립농산물품질관리원, 한식진흥원(공공기관)임.

- (사례) 전통식품명인 지정 제도는 ‘대상자 추천(지자체) → 심사(농진청·농식품부) → 지정(농식품부) → 사후관리(농진청)’의 방식으로 운영중이며, 전통식품명인 지원사업의 운영주체는 한국농수산물유통공사임.

○ 대한민국식품명인제도 수행가능 예상 주체별 장단점은 <표 4-7>과 같음.

<표 4-7> 대한민국식품명인제도 운영 예상 주체별 장단점

구분	장점	단점
농림축산식품부	<ul style="list-style-type: none"> - 대한민국식품명인 지정 및 사후관리를 총괄하는 조직으로, 행정적 업무처리 능력 보유 - 중앙·지방행정기관과의 업무 협조 용이 - 분과위원회 소속 전문가 활용 용이 - 지정 현황 및 변경사항 관련 정보 확보 용이 	<ul style="list-style-type: none"> - 행정조직 측면에서 적합성 평가 및 사후관리 업무 수행 곤란 - 업무 위탁수행 시 추가 행정수요 발생
한국농수산물유통공사	<ul style="list-style-type: none"> - 전통식품명인 지원사업을 운영하고 있어 본 제도에 대한 이해도가 높음 - 공적제도 운영 시스템이 구축되어 있음 - 대한민국식품명인제도에 대한 전반적인 이해도가 높음 	<ul style="list-style-type: none"> - 고유 행정업무로 인해 인력 부족 및 대한민국식품명인 제도 운영에 대한 인센티브가 낮음 - 대한민국식품명인 지정 평가절차는 농진청에 위탁수행하고 있어 전문성은 다소 낮음
농촌진흥청	<ul style="list-style-type: none"> - 대한민국식품명인제도의 일원화가 가능함 - 현재 전통식품명인 지정에 있어 심사 및 사후관리를 운영하고 있는 기관임 - 전통식품분야, 일반식품분야에 대한 일정한 체계에 따른 관리가 가능함 - 실사조사 및 현장조사 기관으로 경험 풍부 - 공무원 조직으로 조직의 연속성 및 안정성이 있음 	<ul style="list-style-type: none"> - 전담인력 미확보 및 업무 분장이 불명확함 - 고유 연구업무로 인해 인력 부족 및 대한민국식품명인 제도 운영에 대한 인센티브가 낮음 - 전통식품은 고문헌 찾기 등 장점이 있었으나, 가공식품에 대한 이해도는 다소 낮음
국립농산물품질관리원	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 인증 및 제도를 운영한 경험 · 지리적표시제(농산물/가공품), 우수식품정보시스템(가공식품표준화(KS), 전통식품 표준규격, 전통식품품질인증 등 - 공적 제도 운영 시스템이 구축되어 있음 - 공무원 조직으로 조직의 연속성 및 안정성이 있음 	<ul style="list-style-type: none"> - 전통식품에 대한 이해도는 있으나, 기능인 및 명인에 대한 조사기능은 약함 - 식품 전문가 부재로 가공식품에 대한 이해도가 다소 낮음 - 고유 업무로 인해 인력 부족 및 대한민국식품명인 제도 운영에 대한 인센티브가 낮음
한식진흥원	<ul style="list-style-type: none"> - 한식문화에 대한 이해도가 높음 - 외식산업 및 세계화에 대한 이해도가 높음 - 가공식품에 대한 이해도는 다소 낮으나, 조리 부문에 대한 이해도가 높음 	<ul style="list-style-type: none"> - 공익제도를 운영한 경험 부족 - 가공식품에 대한 이해도는 다소 낮음 - 독립기관 설립 기간이 길지 않음 - 고유기능과 다소 이질적인 업무일 수 있음 - 한식세계화 기관 목표와 일치하는 측면이 있음

자료: 저자 작성.

- 일반식품명인제도는 대한민국식품명인제도 안에 속해 있으므로, 전통식품명인과 일반식품명인을 차별화하여 지정 및 인증, 사후관리를 할 수는 있지만 제도 자체를 분리하여 운영하는 것은 바람직하지 않음. 따라서 전통식품과 일반식품의 특성을 알고 식품명인 제도를 운영·관리할 수 있는 운영 주체 선정이 필요해 보임.

장 부록1

1. 전통식품 표준규격 제정·개정 동향

대상 품목명	규격번호	제정일	개정일
한과류	T001	1992년 7월 18일	2020년 4월 10일
매주	T002	1992년 7월 18일	2020년 4월 10일
청국장	T003	1992년 7월 18일	2020년 4월 10일
국수류	T004	1992년 7월 18일	2021년 12월 6일
묵류	T005	1992년 7월 18일	2020년 4월 10일
구기자차	T006	1992년 7월 18일	2021년 12월 6일
건표고	T007	1992년 7월 18일	2020년 4월 10일
무말랭이	T008	1992년 7월 18일	2020년 4월 10일
곶감	T009	1993년 3월 6일	2020년 4월 10일
옛	T011	1993년 3월 6일	2021년 12월 6일
조청	T012	1993년 3월 6일	2021년 12월 6일
약식	T013	1993년 3월 6일	2021년 12월 6일
고추장	T014	1993년 5월 1일	2020년 4월 10일
된장	T015	1993년 5월 1일	2020년 4월 10일
간장	T016	1993년 5월 1일	2020년 4월 10일
옛기름	T017	1994년 3월 29일	2020년 4월 10일
유자차	T018	1994년 3월 29일	2020년 4월 10일
참기름	T019	1994년 3월 29일	2020년 4월 10일
김치류	T020	1994년 12월 31일	2020년 4월 10일
두부	T021	1994년 12월 31일	2021년 12월 6일
죽류	T022	1994년 12월 31일	2021년 12월 6일
막걸리(탁주)	T023	1994년 12월 31일	2016년 9월 12일 폐지
녹차	T024	1995년 7월 31일	2021년 12월 6일
식혜	T025	1995년 7월 31일	2020년 4월 10일
미숫가루	T026	1995년 7월 31일	2021년 12월 6일
감식초	T027	1995년 11월 23일	2010년 4월 27일 폐지
마늘장아찌	T028	1995년 11월 23일	2011년 6월 23일 폐지
삼계탕	T029	1997년 4월 7일	2021년 12월 6일
매실농축액	T030	1997년 4월 7일	2020년 4월 10일
가래떡	T031	1997년 4월 7일	2021년 12월 6일
흑염소추출액	T032	1997년 12월 13일	2020년 4월 10일
현미식초	T033	1997년 12월 13일	2009년 4월 15일 폐지
고춧가루	T034	1997년 12월 13일	2021년 12월 6일
둥글레차	T035	1998년 11월 3일	2020년 4월 10일
누룽지	T036	1999년 1월 14일	2020년 4월 10일
대추차	T037	1999년 1월 14일	2020년 4월 10일
메밀가루	T038	1999년 1월 14일	2020년 4월 10일

(계속)

대상 품목명	규격번호	제정일	개정일
인삼차류	T039	1999년 12월 23일	2018년 12월 23일 폐지
도라지 가공품	T040	1999년 1월 14일	2021년 12월 6일
도토리가루	T041	1999년 12월 23일	2021년 12월 6일
마늘종 장아찌	T042	2001년 1월 9일	2011년 6월 23일 폐지
솔잎 가공품	T043	2001년 1월 9일	2020년 4월 10일
들깨잎 장아찌	T044	2002년 4월 20일	2011년 6월 23일 폐지
들기름	T045	2002년 4월 20일	2020년 4월 10일
양념갈비	T046	2002년 4월 20일	2017년 10월 17일 폐지
머루즙	T047	2007년 1월 11일	2020년 4월 10일
곰탕	T048	2007년 1월 11일	2016년 9월 12일 폐지
족발	T049	2007년 1월 11일	2020년 4월 10일
참죽	T050	2007년 1월 11일	2020년 4월 10일
수정과	T051	2007년 1월 11일	2020년 4월 10일
고추장아찌	T052	2007년 1월 11일	2011년 6월 23일 폐지
약주	T053	2008년 1월 2일	2016년 9월 12일 폐지
곡물식초	T054	2008년 1월 2일	2020년 4월 10일 폐지
감잎차	T055	2008년 1월 2일	2021년 12월 6일
청주	T056	2009년 4월 15일	2016년 9월 12일 폐지
증류식 소주	T057	2009년 4월 15일	2016년 9월 12일 폐지
리큐르	T058	2009년 4월 15일	2016년 9월 12일 폐지
증편	T059	2009년 4월 15일	2020년 4월 10일
새알심	T060	2009년 4월 15일	2021년 12월 6일
시래기	T061	2009년 4월 15일	2020년 4월 10일
짜는 떡	T062	2010년 4월 27일	2020년 4월 10일
치는 떡	T063	2010년 4월 27일	2020년 4월 10일
곰국(구 설령탕)	T064	2010년 4월 27일	2021년 12월 6일
과실식초	T065	2010년 4월 27일	2020년 4월 10일 폐지
병잎차	T066	2010년 4월 27일	2021년 12월 6일
삶는 떡	T067	2011년 6월 23일	2020년 4월 10일
고추장 장아찌	T068	2011년 6월 23일	2020년 4월 10일
된장 장아찌	T069	2011년 6월 23일	2020년 4월 10일
간장 장아찌	T070	2011년 6월 23일	2020년 4월 10일
염절임	T071	2011년 6월 23일	2018년 12월 21일 폐지
초절임	T072	2011년 6월 23일	2018년 12월 21일 폐지
당면	T073	2012년 6월 29일	2020년 4월 10일
만두	T074	2012년 6월 29일	2020년 4월 10일
부각	T075	2012년 6월 29일	2020년 4월 10일
순대	T076	2012년 6월 29일	2020년 4월 10일
전	T077	2012년 6월 29일	2020년 4월 10일
편육	T078	2012년 6월 29일	2020년 4월 10일
홍삼가공품	T079	2012년 6월 29일	2020년 4월 10일
곡물차	T080	2013년 8월 27일	2020년 4월 10일

(계속)

대상 품목명	규격번호	제정일	개정일
육포	T081	2013년 8월 27일	2020년 4월 10일
농산물조림	T082	2013년 8월 27일	2020년 4월 10일
축산물조림	T083	2013년 8월 27일	2020년 4월 10일
백삼가공품	T084	2013년 8월 27일	2020년 4월 10일
국화차	T085	2016년 9월 12일	2020년 4월 10일
막장	T086	2016년 9월 12일	2020년 4월 10일
생식	T087	2016년 9월 12일	2020년 4월 10일
수육	T088	2016년 9월 12일	2020년 4월 10일
백삼	T089	2016년 9월 12일	2020년 4월 10일
홍삼	T090	2016년 9월 12일	2020년 4월 10일
전통식품의 공통기준	T091	2016년 9월 12일	2020년 4월 10일
혼합장	T092	2016년 9월 12일	2021년 12월 6일
압착유	T093	2016년 9월 12일	2021년 12월 6일
건조채소류	T094	2016년 9월 12일	2021년 12월 6일
수제비	T095	2016년 9월 12일	2021년 12월 6일
연차	T096	2016년 9월 12일	2021년 12월 6일
생강차	T097	2016년 9월 12일	2020년 4월 10일
전통식품 표준규격의 일반시험법	T098	2017년 10월 17일	2020년 4월 10일
양념육류	T099	2017년 10월 17일	2021년 12월 6일
절임류	T100	2018년 12월 26일	2020년 4월 10일
고구마말랭이	T101	2018년 12월 26일	2020년 4월 10일
숙차	T102	2018년 12월 26일	2020년 4월 10일
두유류	T103	2018년 12월 26일	2020년 4월 10일
절임배추	T104	2018년 12월 26일	2020년 4월 10일
발효식초	T105	2020년 4월 10일	-
오미자 가공품	T106	2021년 12월 6일	-

주 1) 2016년 9월 12일 술 품질인증제도를 정비하여 일원화하면서 막걸리(탁주), 청주, 증류식소주, 리큐르 등은 폐지됨.

2) 이탤릭체는 2023년 12월 기준 폐지된 것임.

자료: 국립농산물품질관리원 홈페이지(<https://www.naqs.go.kr/contents/contentsTab.do>)를 참고하여 저자 작성.

검색일: 2023.12.31.

2. 전통식품 표준규격(국립농산물품질관리원 고시 제2021-9호, 2021.12.6.)

규격 번호	규격명 (85품목)	종류 (160개)			규격 내용	비고
		종류	세분류	세세분류		
T001	1. 한과류	1-1. 유밀과			별첨	'20년 4월 개정
		1-2. 유과				
		1-3. 다식				
		1-4. 정과				
		1-5. 엇강정				
		1-6. 과편				
		1-7. 속실과				
T002	2. 메주				"	'20년 4월 개정
T003	3. 청국장				"	'20년 4월 개정
T004	4. 국수류	4-1. 국수	1) 생면		"	'21년 12월 개정
			2) 숙면			
			3) 건면			
		4-2. 냉면	1) 숙면			
			2) 건면			
T005	5. 묵류	5-1. 도토리묵			"	'20년 4월 개정
		5-2. 메밀묵				
		5-3. 녹두묵				
		5-4. 밤묵				
T006	6. 구기자차				"	'21년 12월 개정
T007	7. 건표고	7-1. 원형 건표고	1) 화고	(1) 백화고	"	'20년 4월 개정
				(2) 다화고(흑화고)		
			2) 동고	(1) 백화향고		
				(2) 화향고(흑화향고)		
		3) 향고	(1) 백화향신			
			(2) 화향신(흑화향신)			
4) 향신						
7-2. 절단 건표고						
T008	8. 무말랭이				"	'20년 4월 개정
T009	9. 꽃감	9-1. 건시			"	'20년 4월 개정
		9-2. 반건시				
T011	10. 엇	10-1. 엇			"	'21년 12월 개정
		10-2. 가미엇				
T012	11. 조청				"	'21년 12월 개정
T013	12. 약식				"	'21년 12월 개정
T014	13. 고추장				"	'20년 4월 개정
T015	14. 된장				"	'20년 4월 개정
T016	15. 간장				"	'20년 4월 개정
T017	16. 엇기름	16-1. 통 엇기름			"	'20년 4월 개정
		16-2. 엇기름 가루				
T018	17. 유자차				"	'20년 4월 개정
T019	18. 참기름				"	'20년 4월 개정

(계속)

규격 번호	규격명 (85품목)	종류 (160개)			규격 내용	비고
		종류	세분류	세세분류		
T020	19. 김치류	19-1. 포기김치			"	'20년 4월 개정
		19-2. 막김치				
		19-3. 보쌈김치				
		19-4. 백김치				
		19-5. 총각김치				
		19-6. 열무김치				
		19-7. 깍두기				
		19-8. 갓김치				
		19-9. 순무김치				
		19-10. 고들빼기김치				
		19-11. 묵은지				
		19-12. 파김치				
		19-13. 설박지				
		19-14. 동치미				
		19-15. 나박김치				
		19-16. 깻잎김치				
		19-17. 고구마김치				
		19-18. 부추김치				
		19-19. 오이김치				
		19-20. 겉절이				
		19-21. 양파김치				
		19-22. 민들레김치				
		19-23. 더덕김치				
		19-24. 마늘김치				
		19-25. 달래김치				
		19-26. 두릅김치				
		19-27. 인삼김치				
		19-28. 죽손김치				
		19-29. 호박김치				
		19-30. 미나리김치				
		19-31. 냉이김치				
		19-32. 시금치김치				
		19-33. 콩나물김치				
		19-34. 썩갓김치				
		19-35. 가지김치				
		19-36. 도라지김치				
		19-37. 고수김치				
T021	20. 두부	20-1. 경두부			"	'21년 12월 개정
		20-2. 두부				
		20-3. 순두부				
T022	21. 죽류	21-1. 곡류죽			"	'21년 12월 개정
		21-2. 두류죽				
		21-3. 채소죽				
		21-4. 과일죽				
		21-5. 종실죽				
		21-6. 육류죽				
		21-7. 어패류죽				
		21-8. 타락죽				
		21-9. 버섯죽				

(계속)

규격 번호	규격명 (85품목)	종류 (160개)			규격 내용	비고
		종류	세분류	세세분류		
T024	22. 녹차	22-1. 잎녹차	(1) 덩음차		"	'21년 12월 개정
			(2) 증제차			
		22-2. 분쇄녹차				
T025	23. 식혜				"	'20년 4월 개정
T026	24. 미숫가루				"	'21년 12월 개정
T029	25. 삼계탕				"	'21년 12월 개정
T030	26. 매실농축액				"	'20년 4월 개정
T031	27. 가래떡	27-1. 떡국떡			"	'21년 12월 개정
		27-2. 떡볶이떡				
		27-3. 조랭이떡				
T032	28. 흑염소추출액				"	'20년 4월 개정
T034	29. 고춧가루	29-1. 굵은 고춧가루			"	'21년 12월 개정
		29-2. 보통 고춧가루				
		29-3. 고운 고춧가루				
T035	30. 둥굴레차	30-1. 분쇄둥굴레차			"	'20년 4월 개정
		30-2. 절편둥굴레차				
T036	31. 누룽지				"	'20년 4월 개정
T037	32. 대추차	32-1. 침출차			"	'20년 4월 개정
		32-2. 액상차				
		32-3. 고행차				
T038	33. 메밀가루	33-1. 메밀가루			"	'20년 4월 개정
		33-2. 통메밀가루				
T040	34. 도라지 가공품	34-1. 도라지 분말			"	'21년 12월 개정
		34-2. 도라지 환				
		34-3. 도라지 추출액				
		34-4. 도라지 농축액				
		34-5. 도라지차				
T041	35. 도토리가루				"	'21년 12월 개정
T043	36. 솔잎 가공품	36-1. 솔잎 분말			"	'20년 4월 개정
		36-2. 솔잎 환				
		36-3. 솔잎 추출액				
		36-4. 솔잎차				
T045	37. 들기름	37-1. 들기름			"	'20년 4월 개정
		37-2. 생들기름				
T047	38. 머루즙	38-1. 머루즙			"	'20년 4월 개정
		38-2. 가당 머루즙				
T049	39. 족발	39-1. 장족			"	'20년 4월 개정
		39-2. 단족				
T050	40. 칩즙				"	'20년 4월 개정
T051	41. 수정과				"	'20년 4월 개정
T055	42. 감잎차				"	'21년 12월 개정
T059	43. 증편				"	'20년 4월 개정
T060	44. 새알심류	44-1. 새알심			"	'21년 12월 개정
		44-2. 감자옹심이				
T061	45. 시래기	45-1. 건 시래기			"	'20년 4월 개정
		45-2. 삶은 시래기				
		45-3. 데친 건 시래기				

(계속)

규격 번호	규격명 (85품목)	종류 (160개)			규격 내용	비고
		종류	세분류	세세분류		
T062	46. 찌는 떡	46-1. 설기떡류			"	'20년 4월 개정
		46-2. 커떡류				
		46-3. 송편류				
		46-4. 기타 찌는 떡				
T063	47. 치는 떡	47-1. 인절미류			"	'20년 4월 개정
		47-2. 절편류				
		47-3. 흰떡류				
		47-4. 개피떡류				
		47-5. 단자류				
		47-6. 기타 치는 떡				
T064	48. 곰국	48-1. 설령탕			"	'21년 12월 개정
		48-2. 곰탕				
		48-3. 사골곰탕				
		48-4. 꼬리곰탕				
T066	49. 뽕잎차			"	'21년 12월 개정	
T067	50. 삶는 떡	50-1. 경단류			"	'20년 4월 개정
		50-2. 잡과편				
		50-3. 산약병				
		50-4. 기타 삶는 떡				
T068	51. 고추장 장아찌			"	'20년 4월 개정	
T069	52. 된장 장아찌			"	'20년 4월 개정	
T070	53. 간장 장아찌			"	'20년 4월 개정	
T073	54. 당면			"	'20년 4월 개정	
T074	55. 만두			"	'20년 4월 개정	
T075	56. 부각			"	'20년 4월 개정	
T076	57. 순대			"	'20년 4월 개정	
T077	58. 전			"	'20년 4월 개정	
T078	59. 편육			"	'20년 4월 개정	
T079	60. 홍삼가공품	60-1. 홍삼농축액			"	
		60-2. 홍삼 분말				
		60-3. 홍삼 환				
		60-4. 홍삼 고				
		60-5. 홍삼 추출액				
		60-6. 홍삼차	(1) 액상홍삼차 (2) 과립홍삼차 (3) 분말홍삼차			
T080	61. 곡물차			"	'20년 4월 개정	
T081	62. 육포	62-1. 소고기 육포			"	'20년 4월 개정
		62-2. 돼지고기 육포				
		62-3. 말고기 육포				
T082	63. 농산물조림			"	'20년 4월 개정	
T083	64. 축산물조림	64-1. 식육조림			"	'20년 4월 개정
		64-2. 알조림				
		64-3. 혼합 축산물조림				
T084	65. 백삼가공품	65-1. 백삼농축액			"	'20년 4월 개정
		65-2. 백삼분말				

(계속)

규격 번호	규격명 (85품목)	종류 (160개)			규격 내용	비고
		종류	세분류	세세분류		
T085	66. 국화차				"	'20년 4월 개정
T086	67. 막장				"	'20년 4월 개정
T087	68. 생식				"	'20년 4월 개정
T088	69. 수육				"	'20년 4월 개정
T089	70. 백삼	70-1. 직삼			"	'20년 4월 개정
		70-2. 반곡삼				
		70-3. 곡삼				
		70-4. 피부직삼				
		70-5. 피부반곡삼				
		70-6. 피부곡삼				
T090	71. 홍삼	71-1. 원형홍삼			"	'20년 4월 개정
		71-2. 홍삼본삼				
T092	72. 혼합장				"	'21년 12월 개정
T093	73. 압착유	73-1. 잣기름			"	'21년 12월 개정
		73-2. 호두기름				
T094	74. 건조채소류				"	'21년 12월 개정
T095	75. 수제비				"	'21년 12월 개정
T096	76. 연차				"	'21년 12월 개정
T097	77. 생강차	77-1. 침출차			"	'20년 4월 개정
		77-2. 액상차				
		77-3. 고행차				
T099	78. 양념육류	78-1. 양념육	(1) 양념소고기		"	'21년 12월 개정
			(2) 양념돼지고기			
		78-2. 양념갈비	(1) 양념소갈비			
			(2) 양념돼지갈비			
T100	79. 절임류				"	'20년 4월 개정
T101	80. 고구마말랭이				"	'20년 4월 개정
T102	81. 썩차				"	'20년 4월 개정
T103	82. 두유류	82-1. 원액두유			"	'20년 4월 개정
		82-2. 두유				
T104	83. 절임배추				"	'20년 4월 개정
T105	84. 발효식초	84-1. 곡물식초			"	'20년 4월 신설
		84-2. 과일식초				
T106	85. 오미자 가공품	85-1. 오미자 당절임액			"	'21년 12월 신설
		85-2. 오미자 생과즙				
		85-3. 오미자음료				

자료: 전통식품 표준규격(국립농산물품질관리원 고시 제2021-27호).

식품산업진흥법에서의 대한민국식품명인 관련 규정

〈식품산업진흥법〉

- 제14조(대한민국식품명인의 지정 및 지원 등) ① 농림축산식품부장관은 우수한 우리 식품의 계승·발전을 위하여 식품제조·가공·조리 등 분야를 정하여 심의회의 심의를 거쳐 우수한 식품 기능인을 대통령령으로 정하는 바에 따라 해당 분야의 품목 또는 기능에 대한 대한민국식품명인으로 지정할 수 있다. <개정 2010. 1. 25., 2013. 3. 23., 2018. 12. 31., 2020. 2. 18., 2021. 11. 30.>
- ② 제1항에 따라 대한민국식품명인으로 지정된 사람은 우리 식품의 계승·발전과 식품산업의 진흥에 이바지하고 다른 사람의 모범이 될 수 있도록 노력하여야 하며, 대한민국식품명인으로서의 품위를 유지하여야 한다. 이 경우 품위 유지의 내용은 대통령령으로 정한다. <신설 2022. 12. 27.>
- ③ 대한민국식품명인이 제1항에 따라 지정받은 품목 또는 기능으로 제조·가공·조리 등을 한 식품임을 표시하려고 할 때에는 해당 제품·포장·용기의 표면 또는 송장(送狀) 등에 대한민국식품명인의 표시를 할 수 있다. 이 경우 지정받은 품목 또는 기능으로 제조·가공·조리 등을 한 식품의 범위 및 표시방법 등에 필요한 사항은 농림축산식품부령으로 정한다. <신설 2011. 7. 21., 2013. 3. 23., 2018. 12. 31., 2020. 2. 18., 2021. 11. 30.>
- ④ 대한민국식품명인은 대통령령으로 정하는 바에 따라 활동상황 등을 농림축산식품부장관에게 보고하여야 한다. <개정 2010. 1. 25., 2011. 7. 21., 2013. 3. 23., 2018. 12. 31., 2020. 2. 18.>
- ⑤ 농림축산식품부장관은 식품의 제조·가공·조리 또는 기능전수를 업으로 하거나 하려는 대한민국식품명인 및 대한민국식품명인으로부터 그 기능을 전수받는 사람으로서 제9항에 따라 선정된 사람(이하 “대한민국식품명인 전수자”라 한다)에 대하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 필요한 자금을 지원할 수 있다. 다만, 다른 법령에 따라 자금 지원을 받는 경우에는 그러하지 아니하다. <개정 2010. 1. 25., 2011. 7. 21., 2013. 3. 23., 2015. 3. 27., 2018. 12. 31., 2020. 2. 11., 2020. 2. 18.>

⑥ 농림축산식품부장관은 대한민국식품명인이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 때에는 심의회의 심의를 거쳐 그 지정을 취소할 수 있다. 다만, 제1호의 경우에는 지정을 취소하여야 한다. <개정 2010. 1. 25., 2011. 7. 21., 2013. 3. 23., 2015. 8. 11., 2018. 12. 31., 2020. 2. 18., 2021. 11. 30., 2022. 6. 10., 2022. 12. 27.>

1. 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 지정된 때
2. 대한민국식품명인임을 증명하는 서류를 다른 사람에게 양도하거나 대여한 때 2의2. 제14조의2제3항에 따른 명령을 따르지 아니하여 제38조제2항제1호에 따른 과태료 처분을 3회 이상 받은 때
3. 정당한 사유 없이 제4항에 따른 대한민국식품명인 활동상황 등에 관한 보고를 하지 아니하거나 거짓으로 보고한 때
4. 「농수산물의 원산지 표시 등에 관한 법률」을 위반하여 벌금 이상의 형을 선고받아 그 형이 확정된 경우
5. 「식품위생법」을 위반하여 벌금 이상의 형을 선고받아 그 형이 확정된 경우
6. 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」을 위반하여 벌금 이상의 형을 선고받아 그 형이 확정된 경우
7. 제2항에 따른 품위 유지의무를 위반한 경우

⑦ 농림축산식품부장관은 대한민국식품명인이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 때에는 심의회의 심의를 거쳐 그 지정을 해제할 수 있다. 다만, 제1호의 경우에는 그 지정을 해제하여야 한다. <신설 2022. 12. 27.>

1. 사망한 경우
2. 국외로 이민을 가거나 외국 국적을 취득한 경우
3. 본인이 지정 해제를 요청한 경우

⑧ 제5항에 따른 자금을 지원받고 있는 사람이 거짓 서류의 제출 등 부정한 방법으로 자금을 지원받은 것으로 밝혀지는 등 대통령령으로 정하는 사유가 발생한 경우에는 이미 지원한 자금을 회수하여야 한다. <신설 2015. 3. 27., 2018. 12. 31., 2020. 2. 11., 2022. 12. 27.>

⑨ 농림축산식품부장관은 제8항에 따라 회수하여야 할 자금을 국세 체납처분의 예에 따라 징수할 수 있다. <신설 2018. 12. 31., 2020. 2. 18., 2022. 12. 27.>

- ⑩ 대한민국식품명인은 그 기능을 전수받는 사람을 대통령령으로 정하는 바에 따라 농림축산식품부장관에게 대한민국식품명인 전수자로 추천할 수 있으며, 농림축산식품부장관은 추천받은 사람 중에서 적합한 사람을 대한민국식품명인 전수자로 선정할 수 있다. <신설 2015. 3. 27., 2018. 12. 31., 2020. 2. 11., 2020. 2. 18., 2022. 12. 27.>
- ⑪ 제5항에 따라 지원금을 지급받고 있는 대한민국식품명인 및 대한민국식품명인 전수자가 다른 분야로의 전직, 전수활동의 중단 또는 그 밖에 대통령령으로 정하는 사유로 해당 업무를 계속할 수 없다고 인정되는 경우에는 지원금의 지급을 중단하여야 한다. <신설 2015. 3. 27., 2018. 12. 31., 2022. 12. 27.>
- ⑫ 그 밖에 대한민국식품명인 전수자 선정 기준 및 절차, 지원금의 지원, 지급중단 및 회수 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. <신설 2015. 3. 27., 2018. 12. 31., 2022. 12. 27.>
- [제목개정 2018. 12. 31.]

자료: 국가법령센터.

식품산업진흥법 시행령 제정·개정이유

〈식품산업진흥법 시행령〉

[시행 2008. 6. 28.] [대통령령 제20865호, 2008. 6. 25., 제정]

○ 제정이유

- 전통식품의 세계화를 지원하고, 식품산업의 진흥을 위하여 식품 분야별로 우수한 기능인을 식품명인으로 지정·육성하며, 고품질의 식품을 생산·공급하기 위하여 산업표준인증, 전통식품의 품질인증 등 체계적인 품질인증제도를 도입하는 등의 내용으로 「식품산업진흥법」이 제정(법률 제8796호, 2007. 12. 27. 공포, 2008. 6. 28. 시행)됨에 따라, 식품산업 전문인력 양성기관의 지정 및 지원, 전통식품의 세계화를 위한 지원, 우수식품인증기관의 지정 및 운영 등 법률에서 위임한 사항과 그 시행에 필요한 사항을 정하려는 것임.

○ 주요내용

가. 식품산업 전문인력 양성 기관의 지정 및 지원(영 제10조 및 제11조)

- (1) 식품산업의 시장규모는 증가추세에 있으나 식품산업발전의 기초 인프라는 전반적으로 미흡하여 전문인력의 양성이 필요함.
- (2) 대학·연구소 등 전문 인력과 시설 등을 갖춘 기관을 식품산업 전문인력 양성기관으로 지정하고, 전문인력 양성기관의 교육훈련에 필요한 경비를 지원할 수 있도록 함.
- (3) 이와 같은 식품산업 전문인력의 양성제도를 통하여 식품산업이 새로운 성장 동력, 고부가가치 및 국제 경쟁력을 지닌 산업으로 성장할 수 있는 가능성이 확대될 것으로 기대됨.

나. 식품명인의 지정 및 지원(영 제14조부터 제22조까지)

- (1) 우수한 우리 식품의 제조·가공·조리 기능에 대한 발굴 및 전승을 위하여 기존의 전통식품 명인제도를 식품산업 전반으로 확대시키고, 이에 대하여 지원을 할 필요가 있음.
- (2) 식품명인 지정 분야를 전통식품은 물론 일반식품까지 확대하고, 식품명인의 자격 및 지정절차 등을 구체적으로 정하며, 식품명인에 대하여 필요한 식품의 제조·가공·조리 등

에 필요한 시설, 식품전시회 개최 등 홍보사업, 기능 복원·전수를 위한 연구·교육 사업 등에 대한 지원을 하도록 함.

- (3) 이와 같은 식품명인제도의 운영을 통하여 분야별 우수 기능인이 육성되고, 그 기능이 전수됨으로써 식품 관련 기능이 발굴·전승되어 식품산업 발전에 기여할 것으로 기대됨.

다. 전통식품의 세계화 지원(영 제24조)

- 전통식품의 세계화 지원대상을 전통식품과 식문화의 세계화를 목적으로 홍보·교육·연구 사업 등을 하는 자, 식품명인 등으로 하고, 전통식품 또는 식문화의 세계화를 위한 교육·조사·연구, 홍보, 해외에 음식점·식품 판매점·체험관 등의 설치, 국내외 식품 박람회·전시판매전 개최 및 참가 등의 사업에 대하여 비용을 지원하도록 함.

라. 식품의 산업표준인증 및 전통식품의 품질인증 등(영 제26조부터 제30조까지)

- (1) 식품공전 등 식품의 안전성을 강조한 각종 기준들은 많이 제정되어 있으나, 식품의 생산·공급에 관한 기준은 미흡하여 고품질 식품에 대한 소비자의 요구에 부응하지 못하고 있음.
- (2) 농·수·축산물의 가공식품에 대하여 산업표준인증을 실시하고, 전통성·대중성 및 시장경쟁력 등을 고려하여 전통식품의 품질인증 대상품목을 지정하게 하며, 품질인증 절차와 품질인증대상품목의 표준규격의 제정 절차 등을 구체적으로 정함.
- (3) 이와 같은 식품의 품질인증제도를 통하여 고품질의 식품을 소비자에게 제공함으로써 국내산 우수 농림수산물의 경쟁력을 높이고, 소비 촉진에도 기여할 것으로 기대됨.

마. 우수식품인증기관의 지정 및 운영(영 제31조부터 제34조까지)

- (1) 소비자 기호변화 및 대외 시장 개방의 확대에 대응하여 고품질의 식품을 공급하고, 전통식품 등의 품질에 대한 소비자의 신뢰를 높이기 위한 인증제도의 시행이 요구됨.
- (2) 우수식품인증기관의 지정 및 인증심사원의 자격 등을 정하고, 우수식품인증기관에 대한 사후관리를 위하여 인증기관의 보고 사항, 변경사항 통지 등을 구체적으로 정함.
- (3) 이와 같이 전문성 있는 우수식품인증기관의 지정과 철저한 사후관리로 우수식품인증에 대한 신뢰를 높임으로써 전통식품, 유기농식품 등에 대한 소비 증진에 기여할 것으로 기대됨.

개정문

- 법령 본문과 동일하여 제개정문을 생략합니다.

자료: 국가법령센터.

식품산업진흥법 시행령에서의 대한민국식품명인 관련 규정

〈대한민국식품명인 관련 규정〉

- 식품산업진흥법 시행령 제14조(대한민국식품명인의 지정분야) 농림축산식품부장관은 법 제14조에 따라 다음 각호의 분야별로 대한민국식품명인을 지정할 수 있다.
 1. 전통식품 분야: 전통식품명인
 2. 전통식품 외의 식품 분야: 일반식품명인

- 식품산업진흥법 시행령 제15조(대한민국식품명인의 자격 등) ① 농림축산식품부장관은 법 제14조제1항에 따라 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자격요건을 갖춘 사람을 대한민국식품명인으로 지정할 수 있다. <개정 2013. 3. 23., 2019. 6. 25., 2021. 2. 19.>
 1. 해당 식품의 제조·가공·조리 분야에 계속하여 20년 이상 종사한 사람
 2. 전통식품의 제조·가공·조리방법을 원형대로 보전하고 있으며, 이를 그대로 실현할 수 있는 사람
 3. 대한민국식품명인으로부터 보유기능에 대한 전수교육을 5년(대한민국식품명인 사망 시는 2년) 이상 받고 10년 이상 그 업(業)에 종사한 사람

② 농림축산식품부장관은 법 제14조제1항에 따라 대한민국식품명인을 지정하려는 경우에는 다음 각 호의 사항을 평가해야 한다. <개정 2013. 3. 23., 2017. 12. 12., 2019. 6. 25., 2021. 2. 19.>

1. 식품 제조·가공·조리의 전통성	2. 식품 제조·가공·조리의 우수성
3. 기능보유자의 정통성	4. 기능보유자의 경력 및 활동상황
5. 기능보유자의 윤리성	6. 기능의 계승·발전 필요성 및 보호가치
7. 해당 식품의 산업성	

③ 제1항 및 제2항에 따른 대한민국식품명인의 지정기준 및 평가방법 등은 농림축산식품부령으로 정한다. <개정 2013. 3. 23., 2019. 6. 25., 2021. 2. 19.>

자료: 국가법령센터.

식품산업진흥법 시행령에서의 식품명인 관련 개정 연혁

입법예고	내용
<p>농림축산식품부 공고 제2015-236호 (2015. 6. 30.)</p>	<p>1. 개정이유 우리 식품의 계승 발전을 위해 식품명인 외 전수자도 자금지원이 가능하도록 하고자 식품산업진흥법 시행령을 개정하려는 것임</p> <p>2. 주요내용 다. 우리 식품의 계승 발전을 위해 식품명인 외 전수자도 자금지원이 가능하도록 법적 근거 마련 1) 식품명인의 기능 전수 등을 식품명인전수자의 선정으로 변경(안 제20조 제목) 2) 식품명인전수자의 선정 기준 및 절차 규정(안 제20조) 3) 식품명인에 대한 자금 지원을 식품명인 등에 대한 자금 지원으로 변경(안 제22조 제목) 4) 식품명인전수자에 대한 장려금 지급 절차, 지원금 회수 및 중단 관련 규정(안 제22조) 5) 전문기관의 지정취소 관련 규정(안 제35조의2)</p>
<p>농림축산식품부 공고 제2016-8호 (2016. 1. 14.)</p>	<p>1. 개정이유 식품명인제품의 품질수준의 유지와 소비자보호를 위한 사후관리제도 마련 관련 식품산업진흥법 개정 ('15.8.11)에 따른 후속조치</p> <p>2. 주요내용 가. 과태료의 부과기준(안 대통령령 제40조 별표2의 서식) - (개정) 별표2 제2호마목 “법 제26조제6항”을 “법 제26조제6항(제14조의2제2항에 따라 준용되는 경우를 포함한다)”로 변경</p>
<p>농림축산식품부 공고 제2017-324호 (2017. 8. 11.)</p>	<p>1. 개정이유 「식품산업진흥법」에 따라 식품명인 지정 시, 식품명인 제품의 산업(경제)적 가치와 식품명인 지정대상자의 윤리성에 대한 평가를 통해 식품명인과 그 제품의 영예성과 신뢰성을 높이고자 필요한 규정을 개선·보완하고자 함</p> <p>2. 주요내용 가. 식품명인 지정 평가항목에 ‘산업성’, ‘윤리성’ 신설(안 제15조 개정) - 국가에서 지정하는 식품명인과 그 제품에 대한 영예성과 신뢰성을 향상 할 수 있도록 하는 근거 마련</p> <p>나. 식품명인 제품의 사후관리 및 식품명인 지정추천의 적합성 검토권한 위임(안 제39조) - 최근 식품명인의 지정 신청 증가 및 주류, 장류, 김치류, 차류, 한과류 등 대상 품목의 다양화로 전문성을 갖춘 행정 자원의 소요가 증대되어 관련 행정 사무를 전문성 및 인력을 갖춘 농진청에 위임할 수 있도록 하는 근거 마련</p>
<p>농림축산식품부 공고 제2019-134호 (2019. 4. 11.)</p>	<p>1. 개정이유 「식품산업진흥법」개정(법률 제16125호, '18. 12. 31. 공포, '19. 1. 15. 시행) 됨에 따라 법률에서 위임한 사항을 시행령에서 정하는 한편, 우수식품등인증제도의 효율적인 운영을 위해 미비점을 개선·보완하고자 하는 것임</p> <p>2. 주요내용 라. 식품명인을 대한민국식품명인으로 명칭 개정, 지원한 자금의 반환 및 지원금의 지급 중단 등에 필요한 사항 규정(안 시행령 제22조의2제3항, 제4항, 제5항) - 명칭변경에 따른 해당 조문 변경, 대한민국식품명인 및 그 전수자에게 지원한 자금의 반환 절차, 지원금의 중단 사유 통지, 명칭 도용 위반행위에 대한 과태료 부과 세부기준 등 마련</p>

입법예고	내용
<p>농림축산식품부 광고 제2019-209호 (2019. 5. 23.)</p>	<p>1. 개정이유 「식품산업진흥법」개정(법률 제16125호, '18. 12. 31. 공포, '19. 1. 15. 시행) 됨에 따라 법률에서 위임한 사항을 시행령에서 정하는 한편, 우수식품등인증제도의 효율적인 운영을 위해 미비점을 개선·보완하고자 하는 것임. 기 입법예고('19.4.12 ~ '19.5.21)된 내용 중 신설된 대한민국식품명인이 아닌 자의 명칭 사용 금지 관련 '과태료의 부과기준'(별표2) 누락 및 민감정보 및 고유식별정보의 처리(제39조의2) 일부 조문 추가로 다시 입법예고하려는 것임</p> <p>2. 주요내용 라. 식품명인을 대한민국식품명인으로 명칭 개정, 지원한 자금의 반환 및 지원금의 지급 중단 등에 필요한 사항 규정(안 시행령 제22조의2제3항, 제4항, 제5항) - 명칭변경에 따른 해당 조문 변경, 대한민국식품명인 및 그 전수자에게 지원한 자금의 반환 절차, 지원금의 중단 사유 통지, 명칭 도용 위반행위에 대한 과태료 부과 세부기준 등 마련</p>
<p>농림축산식품부 광고 제2022-378호 (2022. 10. 11.)</p>	<p>1. 개정이유 식품기업의 해외시장 진출에 필요한 종합적 지원 및 대한민국식품명인의 사후관리 실효성 확보를 위한 「식품산업진흥법」의 개정(제18532호 및 제18883호)에 따라 식품산업진흥법 시행령에 정하도록 규정된 사항을 마련하고자 함</p> <p>2. 주요내용 다. 식품명인 표시를 위반하는 경우 과태료 부과 및 징수 권한을 농촌진흥청장에게 부여하고 과태료 부과 처분 추가(안 제39조제1항 신설 및 [별표 3](중전의 별표2) 개정)</p>
<p>농림축산식품부 광고 제2023-91호 (2023. 3. 9.)</p>	<p>1. 개정이유 대한민국식품명인은 타인의 모범이 되고 품위를 유지해야 할 책임이 있음을 명확히 하고, 전통식품 단체가 자조금을 조성할 수 있도록 자조금 조성방법 및 보조금 지급에 관한 기준을 규정하려는 것임</p> <p>2. 주요내용 가. 대한민국식품명인의 품위유지 의무 세부기준 신설(안 제19조) - 개정법률에서 식품명인 품위유지의 내용을 대통령령으로 정하도록 위임함에 따라 품위유지 사항을 구체화</p> <p>나. 전통식품 자조금 조성방법 등에 관한 기준 신설(안 제26조, 제27조) - 전통식품 자조금 조성방법, 자조금을 사용할 수 있는 사업범위, 보조금을 지급받을 수 있는 요건 등 개정법을 위임사항 명시</p>

자료: 농림축산식품부 광고 제2015-236호, 제2016-8호, 제2017-324호, 제2019-134호, 제2019-209호, 제2022-378호, 제2023-91호.

농림축산식품부 공고 제2023 - 227호

「2023년 대한민국식품명인 지정계획」 공고

식품산업진흥법 제14조(대한민국식품명인의 지정 및 지원 등)에 따라 식품의 제조·가공·조리 등 분야에 우수한 식품 기능인을 대한민국식품명인으로 지정하기 위하여 2023년 대한민국식품명인 지정계획을 아래와 같이 공고합니다.

2023년 6월 7일

농림축산식품부장관

1. 지정인원 : 〇〇명

2. 지정분야 : 전통식품* 분야 <붙임1 참고>

* 국산 농수산물을 주원료 또는 주재료로 하여 예로부터 전승되어 오는 원리에 따라 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향 및 색을 내는 식품(식품산업진흥법 제2조)

3. 신청자격

- 해당 식품의 제조·가공·조리 분야에 계속하여 20년 이상 종사한 자
- * <붙임1>의 전통식품 분류 기준에 따른 유형을 적용
- 전통식품의 제조·가공·조리방법을 원형대로 보전하고 있으며, 이를 그대로 실현할 수 있는 자
- 대한민국식품명인으로부터 보유기능에 대한 전수교육을 5년(명인 사망 시는 2년) 이상 받고 10년 이상 그 업(業)에 종사한 자

4. 신청 방법

- 제출 기간 : '23. 6. 7(수) ~ 6. 30(금), 18:00까지
- 제출 방법 : 각 시·군·구(시·도) 식품명인 담당부서 방문 또는 우편 제출
- 신청 서류 : 대한민국식품명인 지정신청서(식품산업진흥법 시행규칙 별지 제2호 서식) 및 해당 첨부서류(해당 증빙서류 포함) 일체
- * 신청서류는 원본, PDF파일(한글 변환 파일) 제출
- 작성 방법 : “2023년 대한민국식품명인 지정 계획” 참고

장 부록7

최근 6개년(2018~2023년) 대한민국식품명인 지정신청 내역

○ 장류

연도	품목	성명	시도	시군	지정여부	비고(이전신청현황)
2018	청국장(담두시)	고상흠	충북	보은군	X	
	된장, 간장	조정숙	충북	청주시	O	
	된장(빠금장)	김종희	충북	청주시	X	
2019	즙장	김상영	경북	경산시	X	
	간장, 된장	신반초	강원	횡성군	X	
	담부장	박금자	경기	안성시	X	
	충청도막장	이순규	경기	남양주시	X	
	옛꼬장	하봉정	경남	진주시	X	
	즙장	김상영	경북	경산시	X	'18
	두부장	이승희	전남	해남군	X	
	고추장	조종현	전북	순창군	O	
	고추장	이점순	전북	순창군	X	
	청국장	고상흠	충북	보은군	X	'18
2020	엄나무된장	박영자	충북	단양군	X	
	충청도막장	이순규	경기	남양주시	X	'19
	청국장(담두시)	고상흠	충북	보은군	X	'18, '19
	청국장	김옥주	충북	진천군	X	
	청국장	이점순	전북	정읍시	X	
	약고추장	박현순	전북	순창군	X	
	청국장	곽상용	전북	순창군	X	
	떡고추장	이점순	전북	순창군	X	
	약고추장	김인순	전남	장흥군	X	
	전북부음고추장	국령애	전남	강진군	X	
2021	즙장	김상영	경북	경산시	X	'18, '19
	옛꼬장	하봉정	경남	진주시	X	'19
	막장	최정해	강원	영월군	X	
	청국장	고상흠	충북	보은군	X	'18, '19, '20
	즙장	최명선	충남	논산시	X	
	고추장	국령애	전남	강진군	X	
	두부장	이승희	전남	해남군	X	'19
	조선간장	최정해	강원	영월군	X	'21 막장
	토장	허진	강원	태백시	X	
	청국장	고상흠	충북	보은군	X	'18, '19, '20, '21
2022	등겨장(보리즙장)	최명선	충남	논산시	X	'21 즙장
	고로쇠간장	김미선	전남	구례군	X	
	두부장	이승희	전남	해남군	X	'19, '21
	보리등겨장	백말순	경북	성주군	X	
	옛꼬장	하봉정	경남	진주시	X	'19, '20
2023	청국장	고상흠	충북	보은군		'18, '19, '20, '21, '22
	청국장	정옥례	경북	예천군		
	고추장	하봉정	경남	진주시		'19, '20, '22

자료: 농촌진흥청 국립농업과학원 내부자료를 이용하여 저자 작성.

○ 김치류

연도	품목	성명	시도	시군	지정여부	비고(이전신청현황)
2018	반지	오숙자	광주	동구	○	
	열무김치	박미희	경기	파주시	X	
2019	포기김치	박미희	경기	파주시	X	'18
2020	조기김치	박미희	경기	파주시	X	'18, '19
	갯김치	안명자	전북	전주시	X	
2021	포기김치	정태선	세종	-	X	
	물굴젓김치	윤연숙	경기	용인시	X	
	조기김치	박미희	경기	파주시	X	'18, '19, '20
	무배추김치	이기순	경기	광주시	X	
	민들레김치	박광희	강원	평창군	X	
2022	갯김치	안명자	전북	전주시	X	
	물굴젓김치	윤연숙	경기	용인시	X	'21
	조기김치	박미희	경기	파주시	X	'18, '19, '20, '21
2023	무배추김치	이기순	경기	광주시	X	'21
	생선김치	김월랑	대구	-		
	조기김치	박미희	경기	파주시		'18, '19, '20, '21, '22
	총각김치	김경배	경기	파주시		
	무배추김치	이기순	경기	광주시		'21, '22
	생갈치김치	김경희	경남	창원시		

자료: 농촌진흥청 국립농업과학원 내부자료를 이용하여 저자 작성.

○ 떡 및 한과류

연도	품목	성명	시도	시군	지정여부	비고(이전신청현황)
2018	인절미	김명희	서울	강동구	X	'15
	도행병, 도행단자	박경애	경기	의정부시	X	'11, '13, '14, '15, '16
	썩왕송편	오명숙	충남	당진시	X	
	증편(기정떡)	구경숙	전남	화순군	○	
2019	혼돈병	신봉금	경기	의왕시	X	
	약과	송희자	경기	화성시	X	
	찌는떡, 치는떡	박경애	경기	의정부시	X	'11, '13, '14, '15, '16, 18
	떡국떡	정기울	경북	경주시	X	
2020	썩왕송편	오명숙	충남	당진시	X	'18
	도행병, 도행단자	박경애	경기	의정부시	X	'11, '13, '14, '15, '16, '18, '19
	강정	윤영덕	전남	해남군	X	
	두부장	이승희	전남	해남군	X	
2021	떡국떡	정기울	경북	경주시	X	'19
	인절미	한임희	세종	-	X	
	치는떡	이규봉	경기	용인시	X	
	떡볶이(치는떡)	정기울	경북	경주시	X	'19, '20

자료: 농촌진흥청 국립농업과학원 내부자료를 이용하여 저자 작성.

○ 차류

연도	품목	성명	시도	시군	지정여부	비고(이전신청현황)
2018	감잎차	유성식	전북	완주군	X	'16
	책살발효차	이쌍용	경남	하동군	X	
	구기자차	윤경순	경남	산청군	X	
2019	책살발효차	이쌍용	경남	하동군	X	'18
	떡차	조현곤	전남	보성군	X	
	감잎차	유성식	전북	완주군	X	'16, '18
2020	감잎차	유성식	전북	완주군	X	'16, '18, '19
	녹차	최윤	전남	구례군	X	
	떡차	조현곤	전남	보성군	X	
	작설차	황인수	경남	하동군	X	
	작설발효차	이쌍용	경남	하동군	X	'18, '19
2021	감잎차	유성식	전북	완주군	X	'16, '18, '19, '20
	홍차	서희주	전남	보성군	X	
	작설차	황인수	경남	하동군	O	'20
2022	책살홍차	홍만수	경남	하동군	X	
2023	홍차	서희주	전남	보성군		'21
	백운옥판차	이현정	전남	강진군		
	죽로차	홍순창	경남	하동군		

자료: 농촌진흥청 국립농업과학원 내부자료를 이용하여 저자 작성.

○ 엿류

연도	품목	성명	시도	시군	지정여부	비고(이전신청현황)
2018	쌀엿, 조청	원이숙	전북	임실군	O	
	쌀엿, 조청	최소아	경북	울진군	X	
2019	조이당조청	김순옥	전남	순천시	O	
2023	곡물엿	최영례	전남	담양군		
	곡물엿	고강석	전남	담양군		

자료: 농촌진흥청 국립농업과학원 내부자료를 이용하여 저자 작성.

○ 식초류

연도	품목	성명	시도	시군	지정여부	비고(이전신청현황)
2019	보리식초	임경만	경북	영천시	O	
2021	발효식초	한상준	경북	예천군	X	
2022	오곡초	한상준	경북	예천군	X	'21
2023	꾸지뽕 발효식초	고효숙	전남	영암군		
	오곡초	한상준	경북	예천군		'21, '22

자료: 농촌진흥청 국립농업과학원 내부자료를 이용하여 저자 작성.

○ 음료류

연도	품목	성명	시도	시군	지정여부	비고(이전신청현황)
2018	식혜	문원기	경기	성남시	○	'14, '15, '16
2023	식혜	서정옥	경기	이천시		

자료: 농촌진흥청 국립농업과학원 내부자료를 이용하여 저자 작성.

○ 육류

연도	품목	성명	시도	시군	지정여부	비고(이전신청현황)
2018	떡갈비	박규완	전남	담양군	○	'15
	순대	육경희	서울	종로구	X	
2019	도야지순대	육경희	서울	종로구	X	'18
2020	순대	육경희	서울	종로구	X	'18, '19
	떡갈비	오명숙	광주	광산구	X	'15, '16
	떡갈비	송성자	경기	동두천시	○	
	쇠고기갈비	김외순	경기	수원시	X	
2021	죽순 영계탕	조혜경	전남	담양군	X	
	쇠고기갈비	김외순	경기	수원시	○	'20
	탕	조혜경	전남	담양군	X	'20
2022	떡갈비(가리구이)	오명숙	광주	광산구	○	'15, '16, '20
	죽순 영계탕	조혜경	전남	담양군	X	'20, '21
2023	곰탕	길장선	광주광역시	-		
	닭국	조혜경	전남	담양군		

자료: 농촌진흥청 국립농업과학원 내부자료를 이용하여 저자 작성.

○ 인삼가공품

연도	품목	성명	시도	시군	지정여부	비고(이전신청현황)
2020	인삼가공품	정영석	충남	금산군	X	
2021	인삼가공품	정영석	충남	금산군	X	'20
2022	홍삼	송인생	전북	진안군	○	
	경옥고	홍재희	전남	순천시	X	

자료: 농촌진흥청 국립농업과학원 내부자료를 이용하여 저자 작성.

○ 목 및 두부류

연도	품목	성명	시도	시군	지정여부	비고(이전신청현황)
2018	두부	김성호	경기	김포시	X	'15, '16
2019	두부	김동윤	경기	김포시	X	
2021	두부	김동윤	경기	김포시	X	'19
2022	두부	김성호	경기	김포시	X	'15, '16, '18
2023	두부	김동윤	경기	김포시		'19, '21

자료: 농촌진흥청 국립농업과학원 내부자료를 이용하여 저자 작성.

○ 기타

연도	품목	성명	시도	시군	지정여부	비고(이전신청현황)
2019	장아찌	신분남	경기	포천시	X	
2021	고사리나물	고화순	경기	남양주시	O	
2022	국수	최우국	충북	음성군	X	
	교방비빔밥	박미영	경남	진주시	X	
2023	장아찌	원미경	경북	경주시		

자료: 농촌진흥청 국립농업과학원 내부자료를 이용하여 저자 작성.

○ 주류

연도	품목	성명	시도	시군	지정여부	비고(이전신청현황)
2018	연잎주	김용세	충남	당진시	O	
	고소리술	김희숙	제주	서귀포시	O	
2019	백하주	배혜정	경기	화성시	X	
	내국홍로주	김애란	전남	진도군	X	
	청주신선주	박준미	충북	청주시	X	
2020	백하주	배혜정	경기	화성시	X	'19
	청주신선주	박준미	충북	청주시	O	'19
	과실주(포도주)	하형태	경북	영천시	X	
	안동소주	김연박	경북	안동시	O	
2021	증류주	강환구	경기	광주시	X	
2023	속미주	박록담	서울특별시	-		

자료: 농촌진흥청 국립농업과학원 내부자료를 이용하여 저자 작성.

농림축산식품부 장관 인정 경연대회 목록(2023년 기준)

○ 김치품평회

- 주최/주관: 농림축산식품부, 한국농수산물유통공사 / (사)한국소비자단체협의회
- 신청부문: 배추(포기)김치, 무김치(무와 고춧가루가 들어간 김치로 한정, 물김치 제외)
- 신청대상: 자체 브랜드로 포장되어 시중에 유통 중인 배추김치, 무김치 제품
- 시상내역:

구분	수상자(점)	훈격	시상금
대상	1	국무총리상	1,000만 원
최우수상	1	농림축산식품부장관상	500만 원
우수상	3	농림축산식품부장관상	각 300만 원
장려상	3	한국농수산물유통공사 사장상	각 100만 원

○ 전통주 품평회(대한민국 우리술 품평회)

- 주최/주관: 농림축산식품부 / 한국농수산물유통공사
- 신청부문: 탁주, 약·청주, 과실주, 증류주, 기타주류
- 시상내역:

구분	수상자(점)	훈격	시상금
대통령상	1	대통령상	1,000만 원
대상	4	농림축산식품부장관상	각 500만 원
최우수상	5	농림축산식품부장관상	각 300만 원
우수상	5	한국농수산물유통공사 사장상	각 100만 원

○ 쌀 가공품 품평회

- 주최/주관: 농림축산식품부 / 한국쌀가공식품협회
- 출품대상: ①쌀 함량이 최소 30% 이상이며, ②국내 제조시설에서 생산한 쌀가공품, ③품목보고번호가 있는 공고 마감일 기준 시판 쌀가공품
- 출품기준: 업체별 품목 구분 없이 최대 2개 제품 출품 가능, 자사 브랜드 제품 출품 가능
- 시상: 최종 선정(10개 제품) 시, ①농림축산식품부 장관상 및 부상 수여, ②쌀가공품 로고사용 권한 부여(선정일로부터 3년), ③포장지 개선 및 비용지원(1년), ④프로모션, 홍보 지원 등 혜택 제공

○ 차 품평회

- 「차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률」 개정(2023.8.16.)에 따라 2024년부터 품평회 개최 예정

○ 양봉요리 경연대회

- 주최/주관: 농촌진흥청, 한국양봉협회
- 공모주제: 국산 양봉산물(벌꿀, 화분 등)을 활용한 요리 경연대회
- 응모대상: 일반부(요리전문가, 일반인), 학생부(대학원, 대학, 초중고생)
- 시상내역:

구분	수상자(점)				훈격	시상
	요리부문		디저트부문			
대상	1팀				농림축산식품부장관상	300만 원 상당 꿀벌 골드바
최우수상	1팀		1팀		농촌진흥청장상 한국양봉협회장상	100만원 상당 꿀벌 골드바
우수상	일반부 1팀	학생부 1팀	일반부 1팀	학생부 1팀	농촌진흥청장상 한국양봉협회장상	백화점상품권 50만 원
장려상	6팀				국립농업과학원장상 한국양봉협회장상	백화점상품권 10만 원

○ 공공급식 요리경연대회

- 주최/주관: 한국농수산물유통공사 / (사)한국조리협회
- 참가대상: 학생, 조리사 및 일반인, 군장병 등
- 경연부문:

구분	세부사항	비고
친환경농산물	친환경 농산물을 주재료로 사용	5인 1팀
로컬푸드	로컬푸드를 주재료로 사용	5인 1팀
군급식	군인 급식 (한/중/일/양식 등)	3인/2인 1팀
김치요리	김치 및 김치 활용 메뉴	5인/3인/2인 1팀

- 시상내역:

구분	수상자(점)	훈격	시상금	
친환경 농산물	대상	1	농림축산식품부장관상	50만 원
	최우수상	2	한국농수산물유통공사 사장상	각 30만 원
	우수상	2	한국농수산물유통공사 사장상	각 20만 원
로컬푸드	대상	1	농림축산식품부장관상	50만 원
	최우수상	2	한국농수산물유통공사 사장상	각 30만 원
	우수상	2	한국농수산물유통공사 사장상	각 20만 원
군급식	대상	1	국방부장관상	50만 원
	최우수상	1	한국농수산물유통공사 사장상	30만 원
	우수상	1	한국농수산물유통공사 사장상	20만 원
김치요리	특별상	1	한국농수산물유통공사 사장상	-

○ 쌀요리 경연대회

- 주최/주관: 한국농수산물유통공사 / (사)한국조리협회
- 대회종목: (라이브) 단품요리 경연 / (전시경연) 한식요리, 떡·한과, 전통주, 제과·디저트 경연
- 응모대상: 조리 전공 학생, 조리사 및 일반인
- 시상내역:

구분	수상자(점)	훈격	시상금	
대상	라이브 경연 / 전시경연	각 1팀	농림축산식품부장관상	각 30만 원
최우수상	라이브 경연 / 전시경연	각 2팀	한국농수산물유통공사 사장상	각 20만 원
우수상	라이브 경연 / 전시경연	각 8팀	농림수산물교육문화정보원장상	각 10만 원

○ 단체급식용 김치(응용)요리 경연대회

- 주최/주관: 농림축산식품부, 한국농수산물유통공사 / (사)대한민국김치협회
- 대회종목: 어린이(유아·초등학생) 대상 김치요리/청소년(중·고등학생) 대상 김치요리
- 응모대상: 일반인, 대학생, 대학원생, 기타(학교 단체급식 종사자(영양사, 조리사 등))
- 시상내역:

구분		수상자(점)	훈격	시상금
대상	학교급식 / 학교 외 단체급식	각 1명	농림축산식품부장관상	각 300만 원
최우수상	학교급식 / 학교 외 단체급식	각 1명	농림수산물교육문화정보원장상	각 200만 원
우수상	학교급식 / 학교 외 단체급식	각 3명	농림수산물교육문화정보원장상	각 100만 원

○ 국산 밀·콩 활용 단체급식 우수사례 공모전

- 주최/주관: 농림축산식품부, 농림수산물교육문화정보원 / (사)대한영양사협회
- 공모주제: 국산 밀·콩 이용 급식 운영 사례, 레시피 개발·적용 사례, 캠페인 추진 사례 등
- 응모대상: 50인 이상 급식을 실시하는 단체급식소 영양(교)사
- 시상내역:

구분	수상자(점)	훈격	시상금
대상	1	농림축산식품부장관상	300만 원
최우수상	2	한국농수산물유통공사 사장상	각 200만 원
우수상	4	김치협회장상	각 50만 원

○ 김치 마스터셰프 선발대회

- 주최/주관: 농림축산식품부, 한국농수산물유통공사 / 세계김치연구소
- 대회종목: 김치를 활용한 현대 김치 응용요리 2종
- 응모대상: 국내 거주 내·외국인 중 고등학교 재학생 이상(2인 1팀 구성)
- 시상내역:

구분	수상자(점)	훈격	조리법 개발비
대상	1	농림축산식품부장관상	500만 원
최우수상	1	aT 사장상	300만 원
우수상	1	세계김치연구소 소장상	100만 원
	1	(사)대한민국김치협회 회장상	100만 원

○ 전북음식문화대전 향토음식·창작웰빙음식 경연대회

- 주최/주관: 전라북도 / (사)한국외식업중앙회전북지회
- 지원자격: 전라북도 거주 고등학생 이상 도민 및 전북향토음식점(팀당 2인 이하)
- 시상내역:

구분	수상자(점)	비고
장관상	4	농림축산식품부 2, 해양수산부 1, 문화체육관광부 1
식품의약품안전처장상	4	
전라북도지사상	14	
전라북도교육감상	2	
익산시장상	4	
한국외식업중앙회장상	5	

○ 황토골 무안 전국요리 경연대회

- 주최/주관: 무안군 / 한국생활개선무안군연합회
- 후원: 농림축산식품부, 전라남도
- 공모주제: 무안로컬푸드 실용화 부문, 무안 마을음식부문
- 응모대상: 일반부/학생부
- 시상내역:

구분	수상자(점)	훈격	시상
대상	1	농림축산식품부장관상	상장 및 상금 200만 원
최우수상	2	전라남도지사상	상장 및 상금 100만 원
우수상	2	무안군수상	상장 및 상금 70만 원
장려상	15	무안군수상	상장 및 상금 50만 원

○ 예산 글로벌푸드챔피언십 요리대회

- 주최/주관: 예산군 / 더본외식산업개발원
- 공모주제: 예산군 농특산물 홍보 및 대중화를 위한 레시피 개발
- 지원자격: 요리경연대회에 관심이 있는 누구나(지역제한 없음)

- 시상내역:

구분	수상자(점)	훈격	시상
대상	1	농림축산식품부장관상	2,000만 원
최우수상	1	충남도지사상	1,000만 원
금상	3	예산군수상	500만 원
은상	4	후원사	50만 원
동상	6	더본코리아	30만 원

○ 창원음식문화축제 및 전국 요리·케이크&디저트 경연대회

- 주최/주관: 창원특례시 / 창원시음식문화축제 추진위원회

- 참가자격: 고등학생 이상 전국 누구나, 2인 1조 팀 구성

- 경연부문:

구분	세부사항
요리 라이브 경연	전채요리 1종, 주요리 1종
케이크 & 디저트 라이브 경연	케이크 종, 디저트 1동

- 시상내역:

구분	수상자(점)	훈격	시상금	
요리경연	대상	1	농림축산식품부장관상	100만 원
	최우수상	1	식품의약품안전처장상	70만 원
	금상	1	경상남도지사상	50만 원
	은상	1	창원시장상	30만 원
	동상	1	음식문화축제추진위원장	20만 원
케이크 & 디저트 경연	최우수상	1	식품의약품안전처장상	70만 원
	금상	1	경상남도지사상	50만 원
	은상	1	창원시장상	30만 원
	동상	1	음식문화축제추진위원장	20만 원

○ 하동세계차엑스포 세계 티(Tea)푸드 경연대회

- 주최/주관: 경상남도, 하동군 / (재)하동세계차엑스포조직위원회

- 대회종목: 티디저트 & 브런치 부문, 차음식 부문

- 참가자격: 제한 없음(차에 관심있는 누구나, 외국인 가능)

- 시상내역:

구분	수상자(점)	훈격	시상
대상	1	농림축산식품부장관상	상장 및 상금 400만 원
금상	2팀	경상남도지사상	상장 및 상금 각 200만 원
은상	2팀	하동군수상	상장 및 상금 각 100만 원
동상	6팀	조직위원장상	상장 및 부상

○ 대한민국 치유식품대전

- 주최: 한국장류발효인협회, 한국치유식품업중앙회, 대한민국야생초협회, 료루랄라
- 주관: 전순의기념사업회, 숲힐링문화협회, 만스런, AKU통일교수협의회
- 대회종목: 남북치유음식개발부문, 임산물비건치유식품부문, 퓨전치유식품부문
- 참가자격: 제한 없음
- 시상내역:

구분	수상자(점)	훈격
대상	2	농림축산식품부장관상, 농림축산식품해양수산위원회위원장상
최우수상	2	서울시의회의장상
금상	6	한국농수산식품유통공사 사장상

○ 대한민국 국제요리&제과 경연대회

- 주최: (사)한국조리협회, (사)조리기능장려협회, (사)집단급식조리협회
- 주관: (사)한국조리협회, 한국농수산식품유통공사
- 후원/협찬: 농림축산식품부, 교육부, 행정안전부, 보건복지부, 해양수산부 외 15곳
- 경연부문

구분	세부사항
국제요리경연	더운/찬요리, 제과전시(9인, 5인)
라이브경연	코스/단품요리, 단체급식, 외식프랜차이즈, 블랙박스, 카테일, 바리스타, 와인소믈리에, 제과, 떡/한과, 식재료조각
전시경연	콜드뷔페, 한식, 세계, 특화, 떡/한과/폐백, 전통주/전통차, 제과/디저트, 특별전시
테이블서비스경연	테이블서비스
테이블세팅경연	테이블세팅(식공간연출), 플라워데코레이션

- 지원자격: 요리, 제과, 커피, 칵테일, 한식/양식/중식/일식 등 조리 관련 관심 있는 누구나
- 시상내역: 금상 / 은상 / 동상
 - 금상 수상자 중 고점자 기관장상 수여(농식품부, 교육부, 행안부, 보건복지부 등)

○ 궁중술빚기 대회

- 주최/주관: 한국가양주연구소 / 한국궁중술복원위원회
- 참가자격: 만 19세 이상
- 출품용량: 청주 3L
- 시상내역:

구분	수상자(점)	훈격	시상
대상	1	농림축산식품부장관상	200만 원
금상	1	한식진흥원 이사장상	100만 원
은상	1	궁중술복원위원회상	50만 원
동상	1	궁중술복원위원회상	30만 원
장려상	4	궁중술복원위원회상	각 20만 원
특별상	1	궁중술복원위원회상	-

○ 우리술 주안상대회

- 주최/주관: 한국가양주연구소
- 경연주제: 당해연도 우리술 품평회 수상작과 음식 조화
- 경연부문: 발효주 부문, 증류주 부문
- 참가자격: 만 19세 이상
- 시상내역:

구분	수상자(점)	훈격	시상
대상	발효주/증류주 각 1명	농림축산식품부장관상	100만 원
금상	발효주/증류주 각 1명	한식진흥원 이사장상	70만 원
은상	발효주/증류주 각 1명	한식진흥원 이사장상	50만 원
동상	발효주/증류주 각 1명	한식진흥원 이사장상	30만 원
장려상	발효주/증류주 각 2명	한국가양주연구소 소장상	각 20만 원

○ 찹·찹·찹 파프리카 요리경연대회

- 주최/주관: 한국파프리카생산자자조회
- 공모주제: 찹(Safety)·찹(Healthy)·찹(Delicious)한 방법으로 쉽게 만들어 먹는 파프리카 간편식
- 대회종목: 일반부, 학생부
- 시상내역:

구분	시상부문	훈격	시상
대상	1팀	농림축산식품부장관상	200만 원
최우수상	1팀	(사)한국파프리카생산자자조회장상	100만 원
우수상	일반부/학생부 각 1팀	(사)한국파프리카생산자자조회장상	70만 원
장려상	일반부/학생부 각 2팀	(사)한국파프리카생산자자조회장상	40만 원
입선	일반부/학생부 각 2팀	(사)한국파프리카생산자자조회장상	20만 원

○ 전국들깨요리경연대회

- 주최/주관: 직산농협
- 대회내용: 들깨를 활용한 건강한 맛과 멋을 담은 정성스런 한끼(들깨를 주, 부재료로 사용한 모든 요리분야 신청 가능)
- 응모대상: 만 14세 이상 대한민국 국민 또는 국내 거주권자 외국인
- 시상내역:

구분	수상자(점)	훈격	시상(농산물상품권)
대상	1	농림축산식품부장관상	상장 및 200만 원
금상	1	충남도지사상	상장 및 100만 원
은상	1	천안시장상	상장 및 50만 원
동상	1	천안시장상	상장 및 30만 원
장려상	16	들깨축제위원장상	20만 원

IV

식품산업의 국민경제 파급효과 및 연계구조 분석

1

서론

1. 연구의 필요성 및 목적¹⁸⁾

- 식품산업의 국가·경제적 위상을 파악하기 위해 식품산업과 전후방 산업 간 연계성 분석이 필요하며, 식품산업을 구성하고 있는 농림수산업, 음식료품제조업 및 외식산업의 상호 연계구조와 각 산업이 국가 경제에 미치는 영향에 대한 분석이 필요함.
- 포스트 코로나 시대의 환경 변화에 적극적으로 대응하기 위해 식품산업 동향, 구조 및 특성 파악과 구조적 문제점 및 개선사항에 대한 핵심 이슈를 발굴할 필요가 있음.
- 이에 본 장에서는 한국은행에서 제공하고 있는 산업연관표를 이용하여 식품산업의 국민경제 파급효과 및 연계구조 분석을 수행함.

¹⁸⁾ 2023년에는 한국은행에서 산업연관표 실측표 및 연장표가 발표되지 않아 분석 범위를 연계구조 분석에 한정하였음. 이로 인해 연구내용에 관한 기술 방식이 전년도 보고서와 상당 부분 유사할 수 있음. 연계구조 분석은 연구진(엄권오 연구원)에서 2015~2019년간 산출 및 투입 항목 추세를 바탕으로 2021년 수치를 추정함.

2. 연구내용

- 본 연구에서는 한국은행에서 제공하는 2000년, 2005년, 2010년, 2015년 산업연관표 실측표와 2019년 산업연관표 연장표를 바탕으로 20여 년에 걸친 농식품산업 구조와 타 산업과의 연계 모습 및 변화를 분석함.
- 먼저 식품산업의 정의 및 범위를 설정하고, 이에 맞게 산업연관표의 식품산업을 분류한 후 산업연관표상의 국민경제 내 식품산업 현황을 분석함.
- 식품산업 연계구조는 식품산업 부문별 생산유발계수, 감응도계수, 영향력계수, 부가가치유발계수, 취업유발계수 및 고용유발계수 등을 통해 분석함. 이를 바탕으로 5년의 시차를 가진 각 연도 계수의 시계열적 비교를 수행함.
- 마지막으로 거시지표 및 2019년 산출구조 비율 등을 활용하여 2016년부터 2021년까지의 식품산업 투입산출구조를 분석하고, 국내산 농림수산품의 공급흐름을 추정함.

2

식품산업

1. 식품산업의 정의

○ ‘식품’은 연구의 목적과 해당 분야 및 연구진에 따라 다양하게 정의됨.

- 식품위생법 제1장 총칙 제2조(정의)에 따르면, 식품을 “모든 음식물(의약으로 섭취하는 것은 제외한다)을 말한다”로 정의함. 이때 식품 및 식품 원료, 식품의 제조·가공·사용·조리 및 보존 방법에 관한 기준 및 규격은 제7조(식품 또는 식품첨가물에 관한 기준 및 규격)에 따라 “식품의약품안전처장”이 고시한 기준인 식품공전을 따라야 함.
- 농업·농촌 및 식품산업 기본법 제3조 7항에 따르면, 식품은 “가. 사람이 직접 먹거나 마실 수 있는 농수산물”, “나. 농수산물을 원료로 하는 모든 음식물”로 정의됨. 위 정의는 식품을 농수산물이 원료가 되어야 함을 명시하고 있으므로, 식품위생법이 정의하고 있는 식품의 정의보다 그 범위가 좁음.

○ ‘식품산업’에 대한 정의 역시 ‘식품’에 대한 정의와 마찬가지로 연구목적, 연구범위 및 연구진에 따라 다양하게 정의됨.

- 농업·농촌 및 식품산업 기본법 제1장 총칙 제3조(정의) 8항은 “식품산업이란 식품을 생산, 가공, 제조, 조리, 포장, 보관, 수송 또는 판매하는 사업으로서 대통령령으로 정

하는 것”으로 정의함. 대통령령으로 정하는 식품산업의 범위는 “1. 농수산물에 인공을 가하여 생산·가공·제조·조리하는 산업”, “2. 제1호의 산업으로부터 생산된 산물을 포장·보관·수송 또는 판매하는 산업”임.

- 한국표준산업분류 내 “C. 제조업” 중 “10. 식료품 제조업(manufacture of food products)”¹⁹⁾은 “농업, 임업 및 어업에서 생산된 산출물을 사람이나 동물이 먹을 수 있는 식료품 및 동물용 사료로 가공하는 산업활동”으로 정의하면서, “육류, 수산물, 과일 및 채소 가공품, 동물성 및 식물성 유지, 곡물 가공품, 낙농품 및 기타 식료품과 동물용 사료 등을 제조하는 산업활동으로 구성”된다고 정의하여 식료품 제조업에 사람뿐만 아니라 동물용 식품 제조업까지를 범위로 함.
- 한국농수산식품유통공사는 “농업에서 생산되거나 수입된 농산물이 최종 소비자에게 전달되기까지 수집, 가공, 조리, 포장, 판매와 같은 여러 단계를 경유하게 되는데 넓은 의미에 있어서 농식품산업이란 이와 같이 농식품의 각 단계에서 행하여지는 제반 경제행위를 수행하는 산업을 총칭”한다고 정의함.
- 식품산업의 정의는 기관에 따라 산업의 범위가 다르고 또한 식품의 범위에도 차이가 있음. 농업·농촌 및 식품산업 기본법에서는 식품을 ‘사람’이 먹는 것으로 정의하고 이를 이용하여 식품산업을 정의함. 한편, 한국표준산업분류에서는 ‘사람이나 동물’이 먹을 수 있는 것을 식품으로 포함하여 식품산업을 정의함.

○ 본 연구는 식품 및 식품산업에 대한 기존 법령과 기존연구의 정의를 참고함과 동시에 본 연구의 목적에 맞게 농림수산업, 음식료품제조업, 외식업을 포괄하는 개념으로서 식품산업을 정의하고자 함.

19) 한국표준산업분류 > C. 제조업 > 10. 식료품 제조업(manufacture of food products) > “농업, 임업 및 어업에서 생산된 산출물을 사람이나 동물이 먹을 수 있는 식료품 및 동물용 사료로 가공하는 산업활동을 말하며, 육류, 수산물, 과일 및 채소 가공품, 동물성 및 식물성 유지, 곡물 가공품, 낙농품 및 기타 식료품과 동물용 사료 등을 제조하는 산업활동으로 구성된다. 또한 식탁용 소금, 화학조미료 및 건강 보조식품 등과 같이 식료품으로 특별히 가공된 제품과 비식용의 육류 분말, 어분 및 동·식물성 유지를 가공하는 활동도 포함한다. 산지에서 생산물을 시장에 출하하기 위하여 통상적으로 수행되는 농·임·수산물이 선별, 세척, 정리활동은 제조활동으로 분류하지 않는다.”

- 따라서 본 연구는 식품산업을 “사람이 먹을 수 있는 농산물로 구성된 농림수산업과 농수산물을 원료로 사용하여 제조 및 가공하는 음식료품 제조업, 이러한 농수산물과 음식료품이 유통되는 외식업 전반을 포괄하는 개념”으로 정의함.

2. 산업연관표의 식품산업 분류

- 본 연구를 위한 식품산업 부문은 한국은행 산업연관표의 통합대분류(33부문) 중 농림수산업, 음식료품제조업, 외식업에 해당함. 본 연구에서 사용되는 2015년 실측표와 2019년 연장표는 2015년의 산업분류 체계를 사용하고 있으며, 이에 해당하는 농림수산업, 음식료품, 외식업의 기본부문 체계는 <표 2-1~표 2-3>에 제시되어 있음.
 - 농림수산업은 작물, 축산물, 임산물, 수산물, 농림업어업서비스로 구성됨. 작물은 농업을 통해 얻어지는 각종 농작물 재배를 주 생산품으로 분류하며, 축산물은 일정한 가축이나 동물을 사육, 증식하여 일상생활에 필요한 산물을 얻는 활동을 의미함. 임산물은 산림에서 채취하기 위한 모든 생산 활동과 임목을 생산하기 위한 활동 모두를 포괄하며, 농림어업서비스는 농업 생산에 필요한 서비스업(예, 지도사업, 품종개량, 병충해방지, 산불방지 등)을 의미함.
 - 음식료품은 농축수산물 및 임산물 등을 가공하여 각종의 주·부식 또는 조미용 식료품을 생산하는 상품을 포함함. 그 외에도 가축의 도축 및 곡물의 도정 활동과 배합사료 등의 생산하는 활동 또한 포함됨.
 - 외식업은 통합 소분류에 해당하며, 일정한 장소에서 접객시설을 갖추고 즉시 소비할 수 있는 음식을 조리하여 고객에게 제공하거나, 접객시설 없이 고객이 주문한 특정 음식을 즉시 소비할 수 있는 상태로 직접 조리하여 제공하는 활동을 의미함.

〈표 2-1〉 2015년 산업연관표의 농림수산업 분류

통합대분류 (33부문)		통합중분류 (83부문)		통합소분류 (165부문)		기본부문 (381부문)			
코드번호	부문명칭	코드번호	부문명칭	코드번호	부문명칭	코드번호	부문명칭		
A	농림수산물	01	작물	011	곡물 및 식량작물	0111	벼		
						0112	맥류 및 잡곡		
						0113	콩류		
						0114	감자류		
				012	채소 및 과일	0121	채소		
						0122	과실		
				019	기타작물	0191	화훼작물		
						0192	약용작물		
						0193	잎담배		
						0194	천연고무		
						0195	종자		
						0196	기타식용작물		
						0199	기타 비식용작물		
				02	축산물	021	낙농 및 축우	0211	낙농
								0212	축우
						029	기타 축산	0291	양돈
								0292	가금
				0299	기타축산				
				03	임산물	030	임산물	0301	영림
		0302	원목						
		0303	식용 임산물						
		0309	기타 임산물						
		04	수산물	040	수산물	0401	수산어획		
						0402	수산양식		
05	농림어업 서비스	050	농림어업 서비스	0500	농림어업 서비스				

자료: 한국은행 2015년 산업연관표 부문 분류표.

〈표 2-2〉 2015년 산업연관표의 음식료품제조업 분류

통합대분류 (33부문)		통합중분류 (83부문)		통합소분류 (165부문)		기본부문 (381부문)	
코드번호	부문명칭	코드번호	부문명칭	코드번호	부문명칭	코드번호	부문명칭
C01	음식료품	08	식료품	081	육류 및 낙농품	0811	도축육
						0812	가금육
						0813	육가공품
						0814	낙농품
				082	수산가공품	0821	수산물 가공품
						0822	수산동물 저장품
				083	정곡 및 제분	0831	정곡
						0832	제분
				084	제당 및 전분	0841	원당
						0842	정제당
						0843	전분 및 당류
				085	떡, 과자 및 면류	0851	떡, 빵 및 과자류
						0852	면류
				086	조미료 및 유지	0861	조미료 및 첨가용식품
						0862	유지
				087	기타 식료품	0871	과실 및 채소 가공품
						0872	커피 및 차류
						0873	인삼 및 건강보조 식품
		0879	기타 식료품				
		088	사료	0880	사료		
		09	음료품	091	주류	0911	주정
						0912	소주
						0913	맥주
						0919	기타 주류
				092	비알콜음료 및 얼음	0920	비알콜음료 및 얼음
		10	담배	100	담배	1000	담배

자료: 한국은행 2015년 산업연관표 부문 분류표.

〈표 2-3〉 2015년 산업연관표의 외식업 분류

통합대분류 (33부문)		통합중분류 (83부문)		통합소분류 (165부문)		기본부문 (381부문)	
코드번호	부문명칭	코드번호	부문명칭	코드번호	부문명칭	코드번호	부문명칭
I	음식점 및 숙박서비스	58	음식점 및 숙박서비스	581	음식점 및 주점	5811	일반음식점
						5812	기타음식점
						5813	주점
						5814	비알콜음료점

자료: 한국은행 2015년 산업연관표 부문 분류표.

○ 본 연구에서 식품산업의 정의는 한국은행 2015년 산업연관표 기준 농림수산업, 음식료품제조업, 외식업에 속한 55개 기본부문 중 비식용품을 제외한 44개 기본부문(농림수산업 16부문, 음식료품제조업 24부문, 외식업 4부문)을 포함함.

- 농림수산업은 총 25개 기본부문 중 비식용품인 잎담배, 화훼작물, 천연고무, 종자, 기타 비식용작물, 영립, 원목, 기타임산물, 농림어업서비스의 9개 품목을 제외한 나머지 16개 부문을 포함함.
- 음식료제조업은 총 26개 기본부문 중 식용이 아닌 사료와 담배를 제외하여 24개 부문을 포함함.
- 외식업은 한국은행 산업연관표 기준 분류와 동일하게 총 4개 부문을 포함함.

○ 2000년부터 2015년까지 산업연관표의 분류 기준은 지속적으로 변화함(표 2-4~표 2-6).

- 농림수산업과 음식료품제조업의 경우, 2000년에 세분화되어 있던 부문이 2015년에는 통합됨.
- 예를 들어, 농림수산업은 2000년에 ‘보리’, ‘밀’, ‘잡곡’으로 각각 분류되어 있었지만, 2010년부터 ‘맥류 및 잡곡’으로 통합됨. 음식료품제조업의 경우 ‘우유’, ‘유제품’, ‘아이스크림’으로 각각 분류되어 있었지만, 2015년에는 ‘낙농품’으로 통합됨.
- 외식업의 경우, 2000년에는 ‘음식점’으로만 되어있던 부문이 2015년의 경우 ‘일반음식점, 주점, 기타음식점, 비알콜음료점’으로 세분화됨.

〈표 2-4〉 연도별 농림수산업 분류(기본부문 기준)

농림수산업(기본부문 기준)							
2000		2005		2010		2015	
코드 번호	부문명칭	코드 번호	부문명칭	코드 번호	부문명칭	코드 번호	부문명칭
1	벼	001	벼	001	벼	111	벼
2	보리	002	보리	002	맥류 및 잡곡	112	맥류 및 잡곡
3	밀	003	밀				
4	잡곡	004	잡곡				
7	콩류	007	콩류	003	콩류	113	콩류
8	감자류	008	감자류	004	감자류	114	감자류
5	채소	005	채소	005	채소	121	채소
6	과실	006	과실	006	과실	122	과실
9	유지작물	009	유지작물	007	약용작물	192	약용작물
10	약용작물	010	약용작물				
11	기타 식용작물	011	기타 식용작물	008	기타 식용작물	196	기타 식용작물
18	낙농	018	낙농	014	낙농	211	낙농
19	한육우	019	육우	015	육우	212	축우
20	양돈	020	양돈	016	양돈	291	양돈
21	가금	021	가금	017	가금	292	가금
22	기타축산	022	기타축산	018	기타 축산	299	기타 축산
25	식용임산물	025	식용임산물	021	식용 임산물	303	식용 임산물
27	해면어종	027	수산어획	023	수산어획	401	수산어획
28	내수면어종						
29	해면양식어종	028	수산양식	024	수산양식	402	수산양식
30	내수면양식어종						

자료: 한국은행. 2015년 산업연관표 부문 분류표.

〈표 2-5〉 연도별 음식료품제조업 분류(기본부문 기준)

음식료품제조업(기본부문 기준)							
2000		2005		2010		2015	
코드 번호	부문명칭	코드 번호	부문명칭	코드 번호	부문명칭	코드 번호	부문명칭
046	도축육	045	도축육	035	도축육	811	도축육
047	가금육	046	가금육	036	가금육	812	가금육
048	육가공품	047	육가공품	037	육가공품	813	육가공품
049	우유	048	우유	038	우유	814	낙농품
050	유제품	049	유제품	039	낙농품		
051	아이스크림	050	아이스크림				

(계속)

음식료품제조업(기본부문 기준)									
2000		2005		2010		2015			
코드 번호	부문명칭	코드 번호	부문명칭	코드 번호	부문명칭	코드 번호	부문명칭		
052	어육 및 어묵	051	어육 및 어묵	040	수산물 가공품	821	수산물 가공품		
053	수산통조림	052	수산물통조림						
054	수산냉동품	053	수산물냉동품	041	수산동물 저장품	822	수산동물 저장품		
055	수산저장품	054	수산물저장품						
056	기타 수산식품	055	기타 수산물가공품						
057	정미	056	정미	042	정곡	831	정곡		
058	정맥	057	정맥						
059	제분	058	제분	043	제분	832	제분		
060	원당	059	원당	044	원당	841	원당		
061	정제당	060	정제당	045	정제당	842	정제당		
062	전분	061	전분	046	전분 및 당류	843	전분 및 당류		
063	당류	062	당류						
064	빵 및 곡분과자	063	빵 및 곡분과자	047	떡, 빵 및 과자류	851	떡, 빵 및 과자류		
065	설탕과자	064	코코아제품 및 설탕과자						
066	국수류	065	국수류	048	면류	852	면류		
067	정제염	066	발효 및 합성조미료	049	조미료 및 첨가용 식품	861	조미료 및 첨가용 식품		
068	발효조미료								
069	기타조미료							067	기타조미료
070	장류							068	장류
071	동물성유지	069	동물성유지	050	유지	862	유지		
072	식물성유지 및 식용유	070	식물성유지						
073	과실 및 채소가공품	071	과실 및 채소가공품	051	과실 및 채소가공품	871	과실 및 채소가공품		
074	커피 및 차류	072	커피 및 차류	052	커피 및 차류	872	커피 및 차류		
075	인삼식품	073	인삼식품	053	인삼 및 건강보조식품	873	인삼 및 건강보조식품		
076	누룩 및 맥아	074	누룩 및 맥아	054	기타 식료품	879	기타 식료품		
077	두부	075	두부						
078	기타 식료품	076	기타 식료품						
079	주정	077	주정	056	주정	911	주정		
080	소주	078	소주	057	소주	912	소주		
081	맥주	079	맥주	058	맥주	913	맥주		
082	기타주류	080	기타주류	059	기타 주류	919	기타 주류		
083	청량음료	081	비알콜성 음료	060	비알콜음료 및 얼음	920	비알콜음료 및 얼음		
084	생수 및 얼음	082	생수 및 얼음						

자료: 한국은행, 2015년 산업연관표 부문 분류표.

〈표 2-6〉 연도별 외식업 분류(기본부문 기준)

외식업(기본부문 기준)							
2000		2005		2010		2015	
코드 번호	부문명칭	코드 번호	부문명칭	코드 번호	부문명칭	코드 번호	부문명칭
331	음식점	323	일반음식점	318	일반음식점	5811	일반음식점
		324	주점	319	주점	5812	주점
		325	기타음식점	320	기타음식점	5813	기타음식점
						5814	비알콜음료점

주: 한국은행. 2015년 산업연관표 부문 분류표.

3. 식품산업 현황

○ 2000년 이후 농림수산업, 음식료품제조업, 외식업 모두 성장세가 지속됨〈표 2-7〉.

- 2000년과 2019년을 비교하면, 총공급액 기준 농림수산업은 72.7%(39조 4천억 → 68조 1천억), 음식료품제조업은 150.8%(59조 2천억 → 148조 5천억), 외식업은 298.3%(41조 6천억 → 165조 9천억) 성장함.
- 총산출 역시 2000년 이후 지속적으로 증가함. 2010년 대비 2019년 기준, 농림수산업은 64.5%(35조 6천억 → 58조 6천억), 음식료품제조업은 129.4%(50조 9천억 → 116조 7천억), 외식업은 319.4%(24조 4천억 → 158조 3천억) 증가함. 특히, 외식업 총산출액은 2010년 이후부터 음식료품제조업에 비해 더 많아진 것으로 나타남.
- 수출의 경우 농림수산업은 53.0%, 음식료품제조업은 163.4%, 외식업은 89.6% 증가하였음. 특히, 음식료품제조업의 수출 성장이 2000년 대비 2.5배 이상 증가하였다는 것을 알 수 있음.
- 수입의 경우 농림수산업은 149.7%, 음식료품제조업은 282.4%, 외식업은 95.1% 증가하였음. 수출과 마찬가지로 수입 또한 음식료품제조업이 2000년 대비 3.8배 이상 증가함.

〈표 2-7〉 식품산업의 규모 변화 추이

단위: 백만 원

연도	분류	총공급	총산출	최종소비지출	투자 및 재고	수입	수출
2000	농림수산업	39,439,112	35,653,512	11,704,755	-35,126	3,785,600	611,278
	음식료품제조업	59,190,272	50,893,059	33,202,115	379,361	8,297,213	2,820,497
	외식업	41,668,421	37,733,940	24,398,045	0	3,934,481	2,770,118
2005	농림수산업	43,991,209	39,172,114	12,230,774	926,432	4,819,095	450,295
	음식료품제조업	71,009,966	60,680,373	35,919,922	316,837	10,329,593	2,925,415
	외식업	54,254,159	51,509,657	35,048,878	0	2,744,496	1,529,649
2010	농림수산업	55,865,095	48,831,701	14,250,800	1,400,094	7,033,394	573,688
	음식료품제조업	90,536,010	74,489,015	39,406,010	2,598,773	15,970,129	5,423,013
	외식업	80,349,714	75,843,991	47,950,239	0	4,505,723	2,746,203
2015	농림수산업	65,366,402	56,692,324	16,316,520	867,905	8,674,078	574,653
	음식료품제조업	118,040,494	96,018,236	43,194,714	81,275	22,022,258	6,227,016
	외식업	119,920,062	114,640,217	69,034,783	0	5,279,845	2,793,259
2019	농림수산업	68,095,969	58,643,002	17,533,823	-355,301	9,452,967	935,534
	음식료품제조업	148,477,914	116,742,922	56,743,483	2,112,636	31,734,992	7,428,854
	외식업	165,946,122	158,266,245	93,000,285	0	7,679,877	5,252,982

주 1) 총공급=총산출+수입

2) 최종소비지출=민간소비지출+정부소비지출

3) 투자 및 재고=민간고정자본형성+정부고정자본형성+재고증감

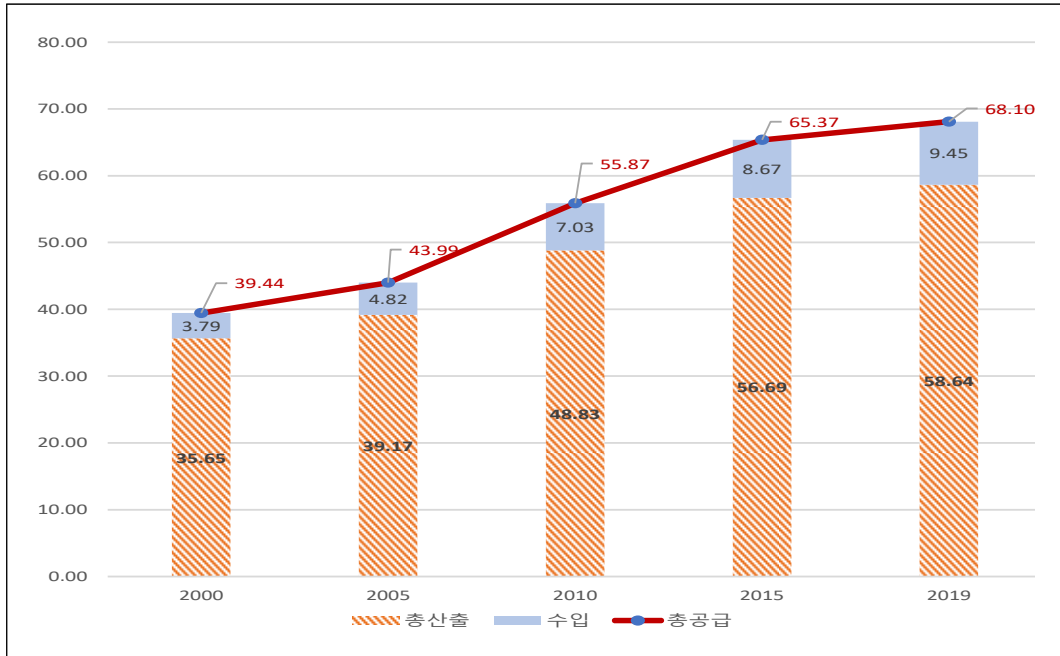
4) 수출= 국내산 수출+수입산 재수출(주로 음식료품 제조업에서 수입산 재수출이 발생함)

자료: 한국은행, 산업연관표.

○ 식품산업의 수입, 총산출, 총공급의 그래프를 살펴보면, 총공급 증가율의 경우 외식업이 가장 높고, 다음으로는 음식료품제조업, 농림수산업 순임. 특히, 음식료품제조업의 경우 총산출의 증가뿐만 아니라 수입의 증가도 큰 폭으로 늘어남(그림 2-1~그림 2-3).

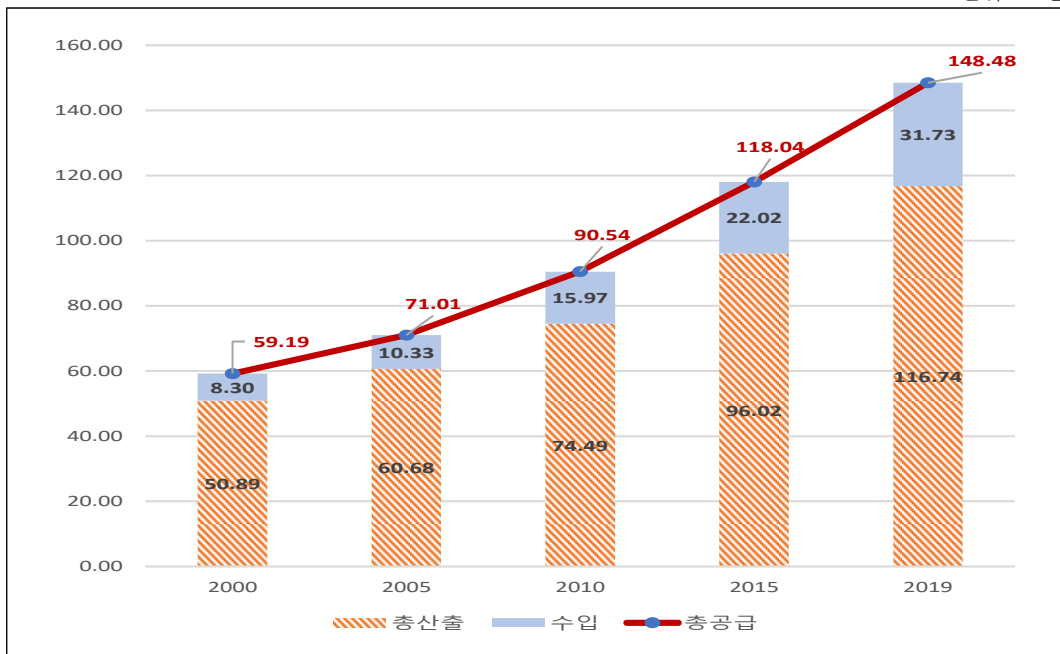
〈그림 2-1〉 농림수산업의 총공급

단위: 조 원



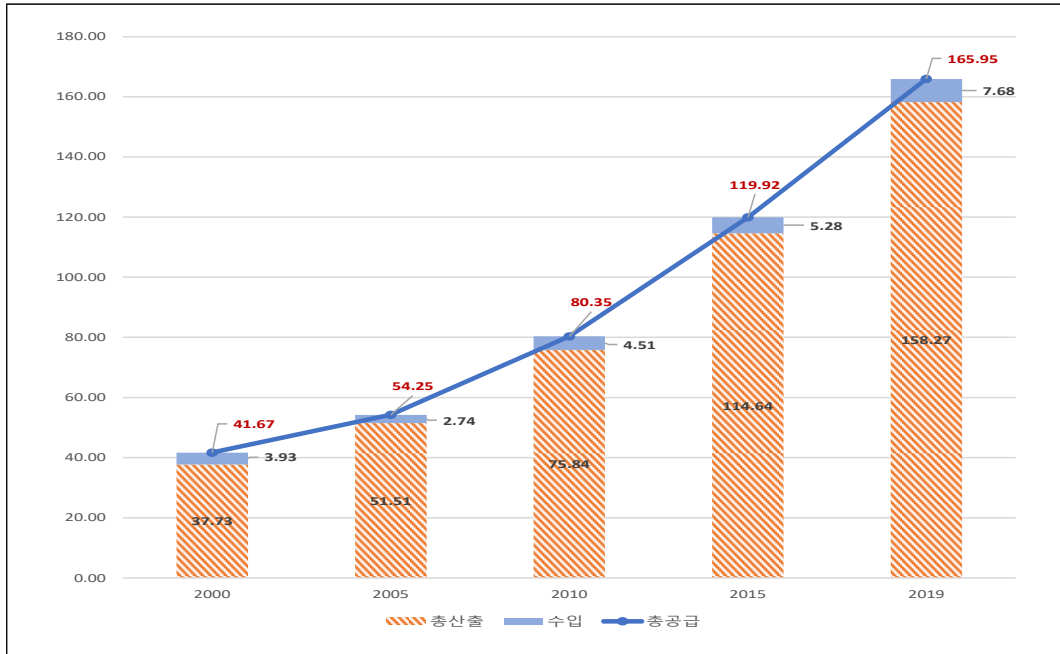
〈그림 2-2〉 음식료품제조업의 총공급

단위: 조 원



〈그림 2-3〉 외식업의 총공급

단위: 조 원



3

식품산업 연계구조 분석

1. 산업연관분석

1.1. 산업연관표

- 경제 사회에서 특정 산업 부문의 경제 활동은 타 산업부문의 경제활동과 독립적으로 이루어질 수 없는 상호연관관계를 이루고 있음. 이러한 국내 모든 경제활동 간의 상호연관관계를 하나의 '표'의 형태로 기술한 것이 산업연관표임.
 - 국내 산업연관표는 1년 동안의 산업 간 거래관계를 일정한 원칙에 따라 행렬형식으로 한국은행에서 기록하여 통계표를 제공하고 있음.
 - 국민경제를 구성하고 있는 각 산업부문은 타산업부문으로부터 중간재를 구입하고 이를 자본, 노동 등 본원적 생산요소와 결합하여 새로운 재화 또는 서비스를 생산함. 이를 다른 산업에 중간재로 팔거나 최종소비자에게 소비재 또는 자본재 등으로 판매함.
 - 이러한 경제 내 재화와 서비스의 생산 및 처분과정에서 발생하는 모든 거래를 화폐단위로 기록한 것이 산업연관표임.
 - 산업연관표를 바탕으로 생산유발효과, 가격파급효과, 부가가치유발효과, 취업·고용유발효과 등을 분석할 수 있음.

1.2. 산업연관표 구조

○ <그림 3-1>에 제시된 바와 같이 산업연관표는 각 산업부문 간 거래를 기록하는 부분과 노동, 자본 등 본원적 생산요소의 구입부분, 그리고 각 산업부문 생산물을 최종구매자에게 판매하는 부분 등 세 가지로 구성되어 있음.

- 산업연관표의 세로(열) 방향은 각 산업부문의 투입구조, 가로(행) 방향은 배분구조를 나타냄.
- 투입구조는 특정 산업이 재화 및 서비스를 생산하기 위해 지출한 생산비용의 구성을 의미함. 투입구조는 중간재 투입을 나타내는 중간투입부문과 임금, 이윤, 간접세 등 본원적 생산요소의 구입비용을 나타내는 부가가치 부문으로 구분되며 이들의 총합이 총 투입액이 됨.
- 배분구조는 각 산업부문의 생산물이 어떤 부문에 중간수요 또는 최종수요의 형태로 얼마나 사용되었는가를 의미함. 배분구조는 타 부문의 생산을 위하여 직접 투입되는 중간수요 부문과 소비재, 자본재, 수출 등의 최종재로 사용되는 최종수요 부문으로 구분됨.

○ <그림 3-1>의 산업연관표를 살펴보면 다음과 같은 관계가 성립됨.

- 총투입액(X_i) = 중간투입액 + 부가가치 (투입구조)
- 총산출액(X_i) = 중간수요액 + 최종수요액 - 수입액 (배분구조)
- 총수요액 = 중간수요액 + 최종수요액 = 총공급액
- 총투입액 = 총산출액

〈그림 3-1〉 산업연관표의 구조

		중간수요			최종수요			수입 (공제)	총 산출액
		1 ... j ... n	중간 수요계	소비 ... 투자 ... 수출	최종 수요계				
중간 투입	1 . . i . . n	X_{ij} (내생부분)	W_i	$C_i \dots I_i \dots E_i$ (외생부분)	Y_i	M_i	X_i		
	중간투입계							U_j	
부가 가치	피용자보수	R_j	(외생 부분)						
	영업잉여	S_j							
	고정자본소모	D_j							
	생산세 (보조금공제)	T_j							
	부가가치계	V_j							
	총투입액	X_j							

주: 한국은행(2019). 2015년 산업연관표.

1.3. 산업연관분석

○ 이러한 산업연관표를 이용하여 특정 산업과 타 산업과의 상호연관관계를 수량적으로 분석하는 기법이 산업연관분석(inter-industry analysis) 또는 투입산출분석(input-output analysis)임.

- 일반적으로 국민경제의 순환과정은 소득 순환과 산업 간 생산물 순환의 두 가지 측면에서 파악 가능함.
- 산업간 생산물 순환은 생산부문 상호 간의 재화/서비스의 거래를 나타내기 때문에 국민소득계정에서는 제외되나 산업 간 연관관계를 파악하는 데 매우 유용함.
- 따라서 본 연구는 농림수산업, 음식료품제조업, 외식업을 중심으로 각 산업 간의 연

관관계를 파악하고 파급효과를 분석하기 위해서 산업간 생산물 순환의 측면에서 효과를 분석하고자 함.

- 한편, 한국은행의 산업연관표는 가격평가 기준에 따라 구매자가격평가표, 생산자가격평가표, 기초가격평가표의 세 가지 형태로 작성되고 있음(한국은행, 2014).
 - 한국은행은 2016년 이후 산업연관표 연장표의 경우 생산자가격으로만 작성되어 있기 때문에 본 연구에서는 생산자가격평가표를 사용하였음.
 - 2019년까지 진행된 「식품산업 정보분석 전문기관 사업 보고서」는 기초가격에 근거한 투입산출표를 이용함. 이후 2020년에 진행된 「2020년 식품산업 정보분석 전문기관 사업 보고서」는 생산자가격에 근거한 2018년 산업연관표 연장표를 이용하였음.
 - 유발계수 변화를 파악하기 위해 본 연구 또한 생산자가격에 기반한 2000년부터의 실적표와 2019년 연장표를 사용함.

2. 생산유발계수

2.1. 정의 및 도출

- 생산유발계수는 최종수요가 한 단위 발생하였을 때 이를 충족시키기 위하여 각 부문에서 직·간접적으로 유발되는 생산액 수준을 나타냄.
 - 즉, 생산유발계수는 최종 수요 한 단위 발생으로부터 유발되는 직·간접 생산파급효과의 합을 의미함.
- 각 산업부문의 재화나 서비스의 생산에 사용되기 위하여 다른 산업으로부터 구입한 원재료, 연료 등의 중간투입액과 피용자 보수, 고정자본소모 등 부가가치를 해당 산업의 총투입액으로 나눈 투입계수(식 (1))를 활용하여 생산유발계수를 도출함.

$$a_{ij} = \frac{x_{ij}}{X_j} \quad (i, j = 1, 2, \dots, n) \quad (1)$$

- a_{ij} 는 투입계수, x_{ij} 는 j 산업부문에 사용되는 i 재 투입액이며, X_j 는 j 산업부문의 총 산출액을 의미함. 즉, 투입계수는 특정 산업부문 j 에서 생산물 1단위를 생산하기 위해 필요한 i 산업부문으로부터의 투입액을 나타내며, 이는 투입구조를 나타냄과 동시에 생산의 기술적인 관계를 나타냄.

○ 산업부문 수가 많은 경우 투입계수를 이용하여 생산과급효과를 계측하는 것은 매우 어렵기 때문에 역행렬을 이용하여 생산유발계수를 도출함.

- 산업연관표의 수급방정식은 식 (2)와 같음.

$$AX + Y - M = X \quad (2)$$

- A 는 산업연관표의 투입계수행렬, X 는 총산출액 벡터, Y 는 최종수요액 벡터, M 은 수입액 벡터를 의미함. 즉, 식 (2)는 각 산업부분 생산물의 수급관계에서 중간수요와 최종수요의 합계에서 수입을 차감하면 총산출액과 일치한다는 것을 의미함.
- 식 (2)로부터 도출되는 최종수요의 생산유발액은 식 (3)과 같음.

$$X = (I - A)^{-1}(Y - M) \quad (3)$$

- I 는 주대각 요소가 모두 1이고 그 외의 요소는 0인 단위행렬, $(I - A)^{-1}$ 는 최종수요의 일반적인 생산유발계수행렬을 의미함. 생산유발계수행렬은 다른 말로 레온티에프 (Leontief) 역행렬이라고도 지칭함.
- 이렇게 도출한 생산유발계수는 1단의 최종수요가 주어지는 경우 각 산업의 생산에 미치는 파급효과를 나타내는 누적승수의 의미를 지님.

○ 생산유발효과를 분석하는 식은 다음과 같음.

$$\Delta X^e = (I - A^e)^{-1} A_H^e \Delta X_H \quad (4)$$

- ΔX^e 는 H 부분을 제외한 다른 부분의 산출량의 변화, A^e 는 투입계수행렬에서 H 부분이 포함된 열과 행을 제외시켜 작성한 행렬, A_H^e 는 투입계수행렬 A 에서 H 부분의 원소를 제외한 H 부분 열벡터, ΔX_H 는 H 부분 산출액의 변화량을 의미함.
- 식 (4)를 이용하여 외생화된 특정 산업부분의 수요량 변화가 다른 산업의 생산을 몇 단위 유발시키는지 계산할 수 있음.

○ 각종 유발효과의 기본이 되는 생산유발계수를 계산하는 과정에서 사용되는 산업연관모델은 수입을 처리하는 방법에 따라 경쟁수입형(competitive import type)과 비경쟁수입형(non-competitive import type) 모델로 나뉜다.

- 경쟁수입형 모델은 같은 산업부분으로 분류되어 있는 재화/서비스라면 수입품과 국산품을 구별하지 않고 동일한 재화로 간주하여 수입을 처리함. 비경쟁수입형 모델은 국산품과 수입품을 별도로 작성한 비경쟁수입형 산업연관표에서 도출됨.
- 우리나라의 경우에는 무역의존도가 매우 높은 경제에 속하기 때문에 수입으로 인한 전체 영향을 반영하기 위해서는 경쟁수입형 모델을 이용하는 것이 적합함. 그러나 본 연구에서는 실질적으로 식품산업의 변화가 국산품 경제에 미치는 영향을 파악하고자 함.
- 최종수요 발생에 따른 국내생산과급효과만을 정확히 추정하기 위해서는 국산과 수입을 구분하여 분석한 비경쟁수입형의 생산유발계수값이 적합하다고 판단됨.
- 따라서 본 연구에서는 비경쟁수입형모델을 이용함.

○ 비경쟁수입형 모델 : $(I - A^d)^{-1}$ 모형

- 비경쟁수입형표의 국산거래표에 대해서는 각각 다음과 같은 수급방정식이 성립됨.

$$A^d X + Y^d = X \quad (5)$$

- 여기에서 A^d 는 국산투입계수행렬, Y^d 는 국산품에 대한 최종수요벡터를 나타냄.
- 식 (5)를 X 에 대하여 풀면 식 (6)의 비경쟁수입형 생산유발계수를 얻게 됨.

$$X = (I - A^d)^{-1} Y^d \quad (6)$$

- $(I - A^d)^{-1}$ 는 생산유발계수행렬(또는 레온티에프역행렬)로서 각 산업부문의 최종수요 1단위(예: 1원) 변화가 각 산업부문에 유발하는 산출변화, 즉 생산유발효과를 나타냄.

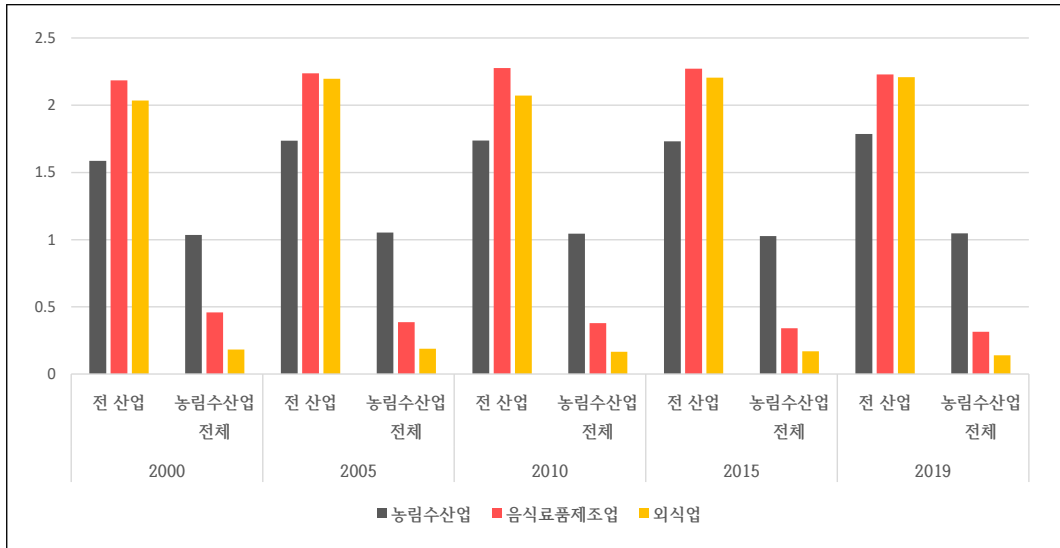
2.2 생산유발계수

- 연도별 농림수산업, 음식료품제조업, 외식업의 생산유발계수가 <표 3-1>에 제시되어 있으며, 시각적인 연도별 비교를 위해 <그림 3-2>에 그래프로 제시함.

<표 3-1> 연도별 생산유발계수

생산유발계수		농림수산업	음식료품제조업	외식업
년도	구분			
2000	전 산업	1.587	2.185	2.034
	농림수산업 전체	1.036	0.460	0.183
2005	전 산업	1.736	2.237	2.197
	농림수산업 전체	1.053	0.386	0.189
2010	전 산업	1.738	2.277	2.072
	농림수산업 전체	1.045	0.380	0.166
2015	전 산업	1.732	2.271	2.206
	농림수산업 전체	1.028	0.342	0.170
2019	전 산업	1.786	2.230	2.209
	농림수산업 전체	1.048	0.315	0.140

〈그림 3-2〉 연도별 생산유발계수 비교 그래프



○ 농림수산업의 전 산업에 대한 생산유발계수는 2015년을 제외하고 지속적으로 증가한 것으로 나타남(2000년: 1.587 → 2005년: 1.736 → 2010년: 1.738 → 2015년: 1.732 → 2019년: 1.786).

- 2019년 기준 농림수산업의 전 산업에 대한 생산유발계수는 1.786으로 나타남. 이는 농림수산품에 대한 최종수요 10억 원 증가는 전체 산업에 17.86억 원의 직·간접적인 생산유발효과를 가져오는 것을 의미함.

- 2000년 대비 2019년의 변화를 살펴보면, 농림수산업의 전 산업에 대한 생산유발계수는 0.199만큼 증가함. 특히 2000년에서 2005년에 증가 폭이 컸으며 그 이후에는 뚜렷하게 증가하지 않은 것으로 나타남.

○ 음식료품제조업의 전 산업에 대한 생산유발계수는 2015년을 제외하고 지속적으로 증가한 것으로 나타남(2000년: 2.185 → 2005년: 2.237 → 2010년: 2.277 → 2015년: 2.271 → 2019년: 2.230).

- 2019년 기준 음식료품제조업의 전 산업에 대한 생산유발계수는 2.230, 농림수산업에 대한 생산유발계수는 0.315로, 이는 음식료품제조업 부문의 최종수요 10억 원 증

가는 국내 전체 산업에서 직·간접적으로 22.3억 원, 농림수산업 전체 부문에 3.15억 원의 생산유발효과를 가져옴을 의미함.

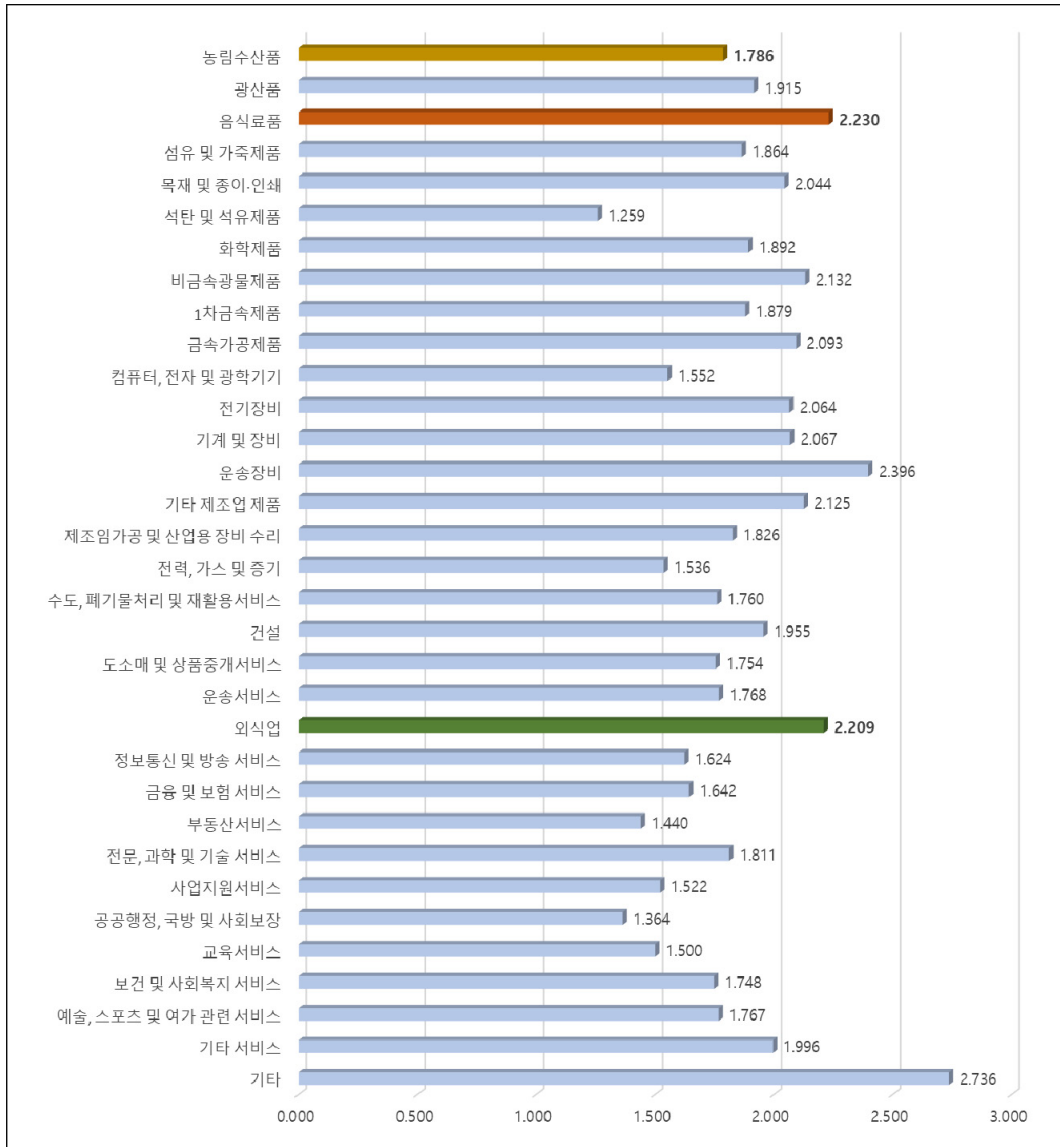
- 2000년 대비 2019년의 변화를 살펴보면, 음식료품제조업의 전 산업에 대한 생산유발계수는 0.045만큼 증가함. 2000년에서 2005년의 증가가 가시적이었으며, 그 이후에는 작은 폭에서 등락하는 것을 알 수 있음.
- 한편, 음식료품제조업의 농림수산업에 대한 생산유발계수는 2000년 이후 지속적으로 감소하는 것으로 나타남(2000년: 0.460 → 2019년: 0.315). 이는 음식료품제조업의 생산에서 국내산 농림수산물 원물의 비중이 줄어들어 발생하는 현상으로 풀이됨.

○ 외식업의 전 산업에 대한 생산유발계수는 2010년을 제외하고 지속적으로 증가한 것으로 나타남(2000년: 2.034 → 2005년: 2.197 → 2010년: 2.072 → 2015년: 2.206 → 2019년: 2.209).

- 2019년 기준 외식업의 전 산업에 대한 생산유발계수는 2.209, 농림수산업에 대한 생산유발계수는 0.140으로 나타남. 이는 외식업 부문의 최종수요 10억 원 증가는 국내 전체 산업에서 직·간접적으로 22.09억 원, 농림수산업에 1.40억 원의 생산유발효과를 발생시키는 것을 의미함.
- 2000년 대비 2019년의 변화를 살펴보면, 외식업의 전 산업에 대한 생산유발계수는 0.175만큼 증가함. 2000년에서 2005년, 2010년에서 2015년에 상승이 있었으며, 2015년에서 2019년에는 가시적인 변화는 없던 것으로 나타남.
- 한편, 2019년의 외식업의 농림수산업에 대한 생산유발계수는 2000년 대비 감소하는 것으로 나타남(2000년: 0.183 → 2019년: 0.140). 2000년에서 2019년까지 생산유발계수가 등락하면서 줄어드는 추세를 보임. 이는 음식료품제조업과 마찬가지로 국내산 농림수산물 원물의 비중이 줄어들어 나타나는 현상으로 풀이됨.

○ 또한, 타산업과의 비교를 위해 대분류 기준 산업별 생산유발계수를 <그림 3-3>에 제시함.

〈그림 3-3〉 대분류 기준 산업별 생산유발계수(2019)



주: 농림수산물, 음식료품, 외식업 유발계수는 비식용과 숙박서비스를 제외하고 추정한 값으로 나머지 산업의 유발계수는 한국은행 산업연관표 통합대분류에서 제공하는 생산유발계수 값과 동일함.

3. 영향력계수 및 감응도계수

3.1. 정의 및 도출

- 영향력계수는 특정 산업부문에서 최종수요가 1단위 증가한 경우 전체산업에 미치는 생산유발효과가 얼마나 큰지에 대해 상대적으로 제시하며, 전체산업의 평균치에서 괴리된 정도를 나타냄.
 - 영향력계수가 1보다 큰 부문은 해당 부문의 수요 증가로 인해 전체산업에 미치는 생산유발효과가 평균보다 큰 산업이라는 것을 의미함.
 - 영향력계수는 식품산업 생산유발계수의 열합을 전 산업의 평균으로 나누어 산출함.
- 감응도계수는 모든 산업부문의 생산물에 대한 최종수요가 각 한 단위씩 변화할 때 특정 산업이 받는 영향인 전방연쇄효과를 나타내는 계수임.
 - 즉, 모든 산업부문의 최종수요가 한 단위 증가할 때, 특정 산업의 산출물이 타 산업부문에 투입되는 효과가 얼마나 큰지에 대해 상대적으로 제시하며, 전체산업의 평균치에서 괴리된 정도를 나타냄.
 - 감응도계수는 식품산업 생산유발계수의 행합을 전산업의 평균으로 나누어 산출함.

3.2. 영향력계수 및 감응도계수

- 연도별 농림수산업, 음식료품제조업, 외식업의 영향력계수 및 감응도계수가 <표 3-2>에 제시되어 있으며, 시각적인 비교를 위해 <그림 3-4>와 <그림 3-5>에 그래프로 제시함.
- 농림수산업의 영향력계수는 2005년을 제외하고 지속적으로 소폭 증가한 것으로 나타남(2000년: 0.869 → 2005년: 0.866 → 2010년: 0.944 → 2015년: 0.944 → 2019년: 0.970).

- 음식료품제조업의 영향력계수 또한 2005년을 제외하고 지속적으로 소폭 증가한 것으로 나타남(2000년: 1.196 → 2005년: 1.116 → 2010년: 1.236 → 2015년: 1.238 → 2019년: 1.249).
- 외식업의 영향력계수의 경우 지속해서 증가하지는 않았으나, 2000년 대비 2019년을 살펴보면 계수의 크기가 증가한 것으로 나타남(2000년: 1.114 → 2005년: 1.096 → 2010년: 1.124 → 2015년: 1.203 → 2019년: 1.200). 농림수산업과 음식료품제조업과 마찬가지로 전체기간에 걸쳐 소폭 증가한 것으로 파악됨.
- 음식료품제조업과 외식업의 경우 영향력계수가 1보다 크기 때문에 음식료품제조업, 외식업의 수요 증가는 전체산업에 미치는 생산유발효과가 평균보다 큰 산업인 것을 알 수 있음. 반면에 농림수산업은 1보다 다소 낮으므로 생산유발효과가 평균보다 작은 산업으로 분류됨.
- 농림수산업의 감응도계수는 2015년을 제외하고 지속적으로 감소한 것으로 나타나며 1을 기준으로 값이 작은 수준에서 등락하는 것으로 나타남(2000년: 1.072 → 2005년: 1.025 → 2010년: 0.962 → 2015년: 1.005 → 2019년: 0.957).
- 음식료품제조업의 감응도계수는 지속해서 증가하지는 않았으나, 2000년 대비 2019년을 살펴보면 계수의 크기가 증가한 것을 알 수 있음(2000년: 1.040 → 2005년: 1.080 → 2010년: 0.951 → 2015년: 1.153 → 2019년: 1.083).
 - 2000년에서 2005년과 2010년에 걸쳐 다소 하락하였다가, 2015년에 다시 상승하였고, 2019년에는 전기 대비 다소 하락한 것을 알 수 있음.
- 외식업의 감응도계수의 경우 2000년과 2015년을 제외하고는 감응도계수가 1보다 작은 것으로 나타남(2000년: 1.037 → 2005년: 0.903 → 2010년: 0.850 → 2015년: 1.026 → 2019년: 0.957).
 - 즉, 2000년 대비 2019년을 살펴보면 다른 산업으로부터의 영향이 평균보다 적어진

것을 알 수 있음. 외식업 산출물이 다른 산업에 중간원료로써 사용되기보다 타 산업 노동자들의 식사로 활용되기 때문에, 산업 특성상 감응도계수가 1보다 낮게 형성되는 것으로 풀이됨.

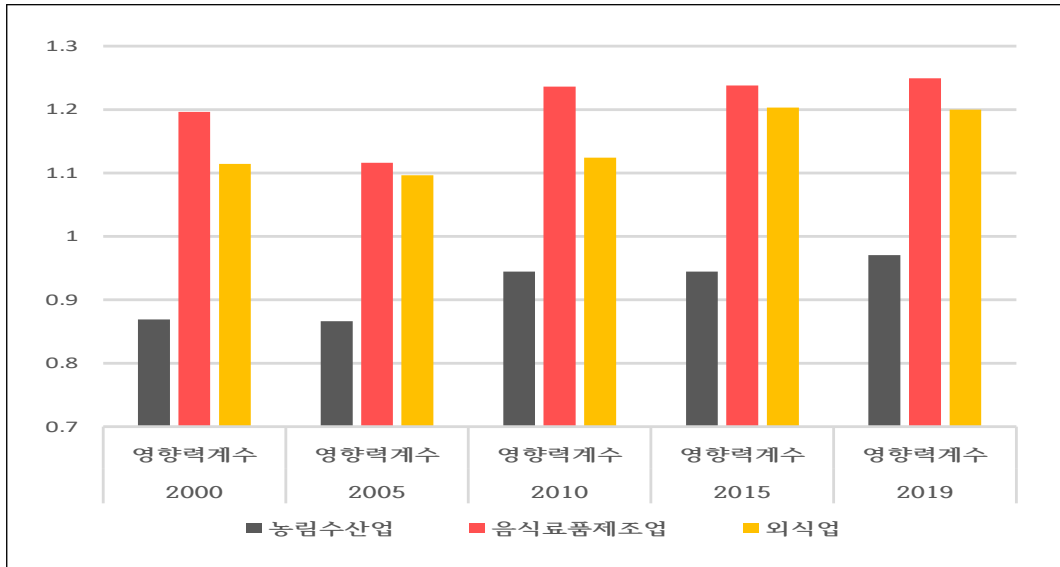
○ <그림 3-5>에 제시된 감응도계수의 변화 특징 중 하나가 음식료품제조업과 외식업 부문의 감응도계수가 2010년에 상대적으로 작아졌다는 것임.

- 이에 2010년 다른 산업부문의 감응도계수를 살펴본 바, 석탄, 석유화학, 1차 금속, 도소매 등의 생산유발계수가 타 연도에 비해 상대적으로 크게 나타남. 감응도계수는 부문 간 상대적 크기이기 때문에, 이로 인해 이 음식료품제조업과 외식업 부문의 2010년 감응도계수가 상대적으로 작게 나타난 것으로 풀이됨.

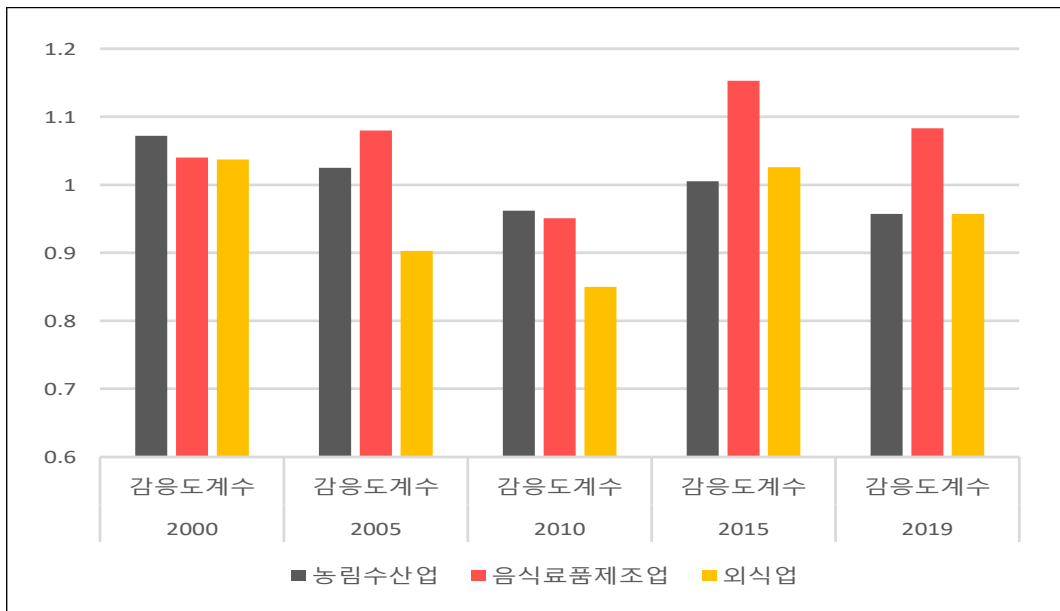
<표 3-2> 연도별 영향력계수 및 감응도계수

연도	구분	농림수산업	음식료품제조업	외식업
2000	영향력계수	0.869	1.196	1.114
	감응도계수	1.072	1.040	1.037
2005	영향력계수	0.866	1.116	1.096
	감응도계수	1.025	1.080	0.903
2010	영향력계수	0.944	1.236	1.124
	감응도계수	0.962	0.951	0.850
2015	영향력계수	0.944	1.238	1.203
	감응도계수	1.005	1.153	1.026
2019	영향력계수	0.970	1.249	1.200
	감응도계수	0.957	1.083	0.957

〈그림 3-4〉 연도별 영향력계수 비교 그래프

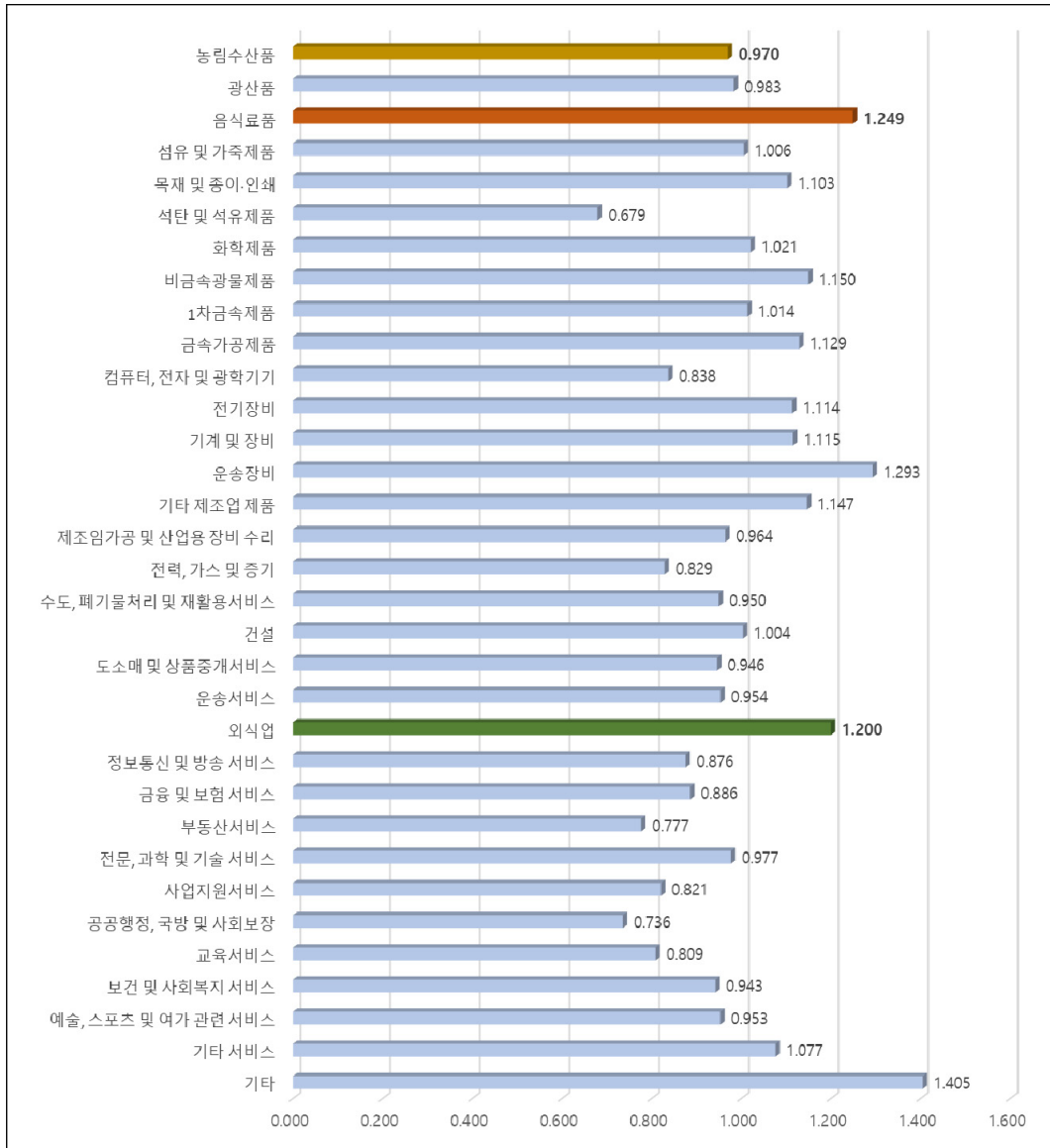


〈그림 3-5〉 연도별 감응도계수 비교 그래프



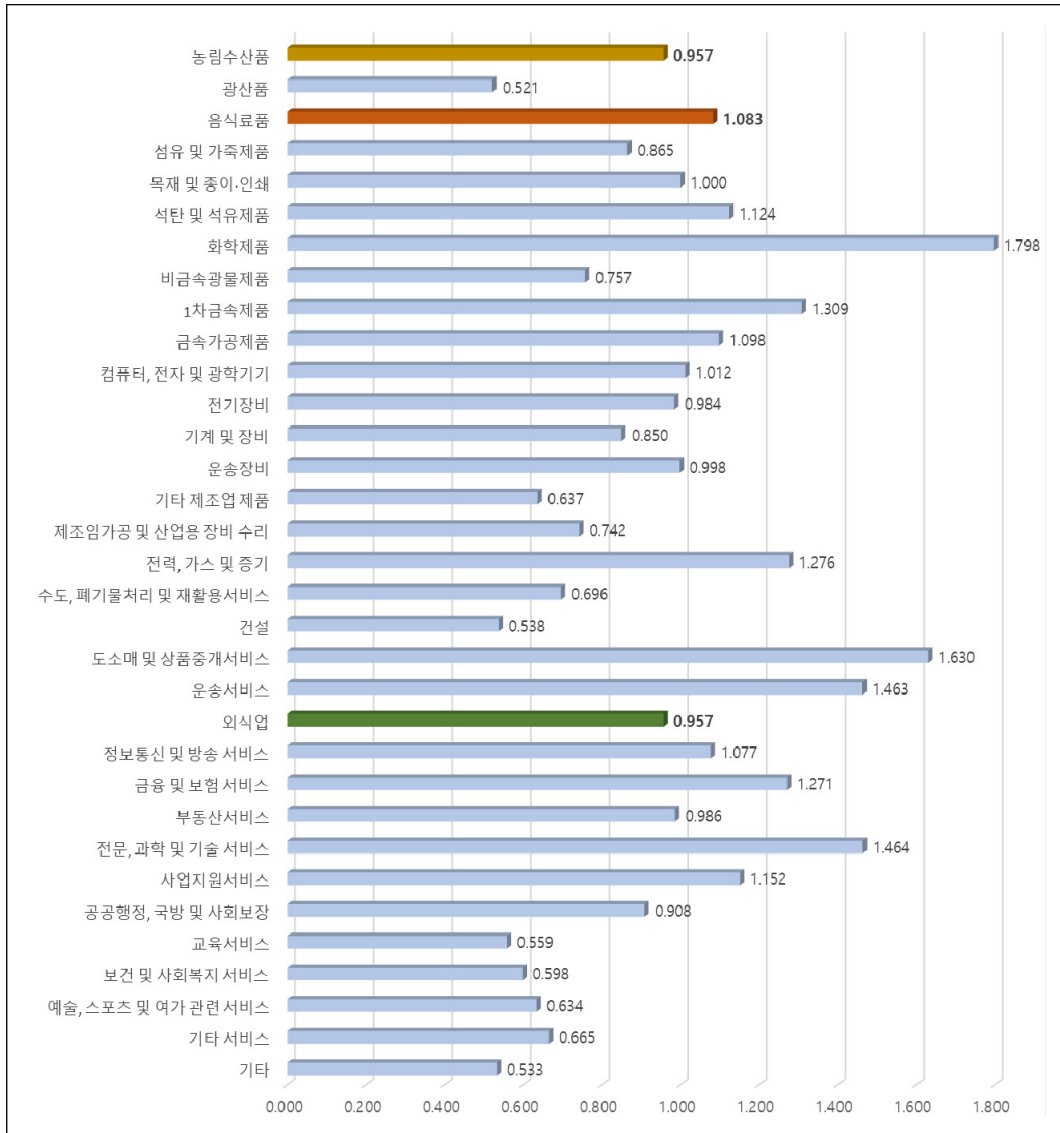
○ 또한, 타산업과의 비교를 위해 대분류 기준 산업별 영향력계수를 〈그림 3-6〉, 감응도계수를 〈그림 3-7〉에 제시함.

〈그림 3-6〉 대분류 기준 산업별 영향력계수(2019)



주: 농림수산물, 음식료품, 외식업 유발계수는 비식용과 숙박서비스를 제외하고 추정한 값으로 나머지 산업의 유발계수는 한국은행 산업연관표 통합대분류에서 제공하는 영향력계수 값과 동일함.

〈그림 3-7〉 대분류 기준 산업별 감응도계수(2019)



주: 농림수산물, 음식료품, 외식업 유발계수는 비식용과 숙박서비스를 제외하고 추정한 값으로 나머지 산업의 유발계수는 한국은행 산업연관표 통합대분류에서 제공하는 감응도계수 값과 동일함.

4. 부가가치유발계수

4.1. 정의 및 도출

- 부가가치유발계수는 특정 산업부문의 최종수요가 한 단위 변화하면 직·간접적으로 부가가치가 얼마만큼 유발되는지를 보여주는 수치임.
 - 부가가치유발계수행렬은 앞서 논의한 생산유발계수행렬 $(I - A)^{-1}$ 에 부가가치율의 대각행렬 \hat{A}^v 를 곱하여 추정됨.

4.2. 부가가치유발계수

- 농림수산업의 전체 산업에 대한 부가가치유발계수는 2000년 대비 2019년에 감소한 것으로 나타남(2000년: 0.885 → 2005년: 0.887 → 2010년: 0.810 → 2015년: 0.844 → 2019년: 0.841).
 - 2019년 농림수산업의 전체 산업에 대한 부가가치유발계수는 0.841로 나타남. 이는 농림수산품에 대한 최종수요 10억 원 증가는 전체 산업에 8.41억 원의 직·간접적인 부가가치유발효과를 가져오는 것을 의미함.
 - 2000년과 2005년에 비슷한 크기로 나타났다가, 2010년에 소폭 감소 후 2015년과 2019년에는 다소 상승한 것으로 나타남. 전체기간에 걸쳐 볼 때 2000년 대비 2019년은 0.044만큼 감소함. 이는 자체 부문 부가가치유발계수의 감소 때문으로 보이는데, 농림수산업 부문의 비용 대비 수익 비율이 감소한 것으로 판단됨.
- 음식료품제조업의 전체 산업에 대한 부가가치유발계수는 전 기간에 걸쳐 소폭 감소한 것으로 나타남(2000년: 0.812 → 2005년: 0.794 → 2010년: 0.729 → 2015년: 0.762 → 2019년: 0.764).

- 2019년 기준 식품료품제조업의 전체 산업에 대한 부가가치유발계수는 0.764, 농림수산업에 대한 생산유발계수는 0.160으로 나타남. 이는 식품료품제조업 부문의 최종수요 10억 원 증가는 국내 전체 산업에 7.64억 원, 농림수산업에 1.60억 원의 직·간접적 부가가치유발효과를 가져옴을 의미함.
- 2000년 대비 2019년의 변화를 살펴보면, 전 산업에 대한 부가가치유발계수는 0.048만큼 감소함. 2000년에서 2010년까지 감소하였다가 그 이후 다소 증가한 것으로 나타남.
- 식품료품제조업의 농림수산업에 대한 부가가치유발계수는 지속적으로 감소하는 것으로 나타남(2000년: 0.285 → 2019년: 0.160). 이는 식품료품제조 부문에서 농림수산업 원물의 단가가 낮아지기 때문으로 풀이됨. 국내산 원물이 식품료품제조 부문에서 상대적으로 저렴한 외국산 원료와 힘든 가격경쟁을 한 것을 간접적으로 보여줌.

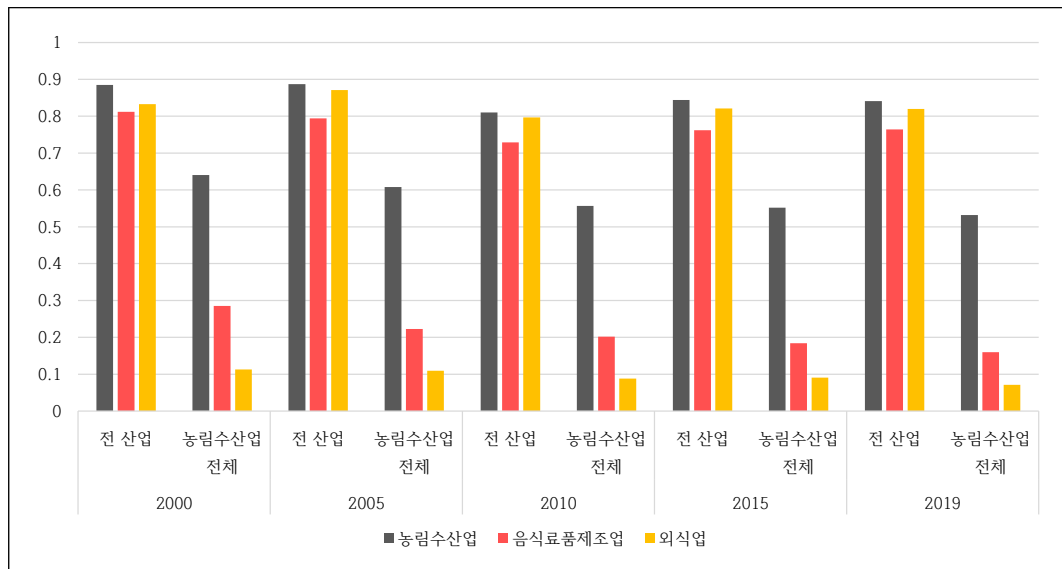
○ 외식업의 전 산업에 대한 부가가치유발계수는 2000년 대비 2019년에 감소한 것으로 나타남(2000년: 0.833 → 2005년: 0.871 → 2010년: 0.797 → 2015년: 0.821 → 2019년: 0.820).

- 2019년 기준 외식업의 전 산업에 대한 부가가치유발계수는 0.820, 농림수산업에 대한 부가가치유발계수는 0.071로 나타남. 이는 외식업 부문의 최종수요 10억 원 증가는 국내 전체산업에 8.20억 원, 농림수산업에 0.71억 원의 직·간접적 부가가치유발효과를 발생시키는 것을 의미함.
- 2000년 대비 2019년의 변화를 살펴보면, 외식업의 전 산업에 대한 부가가치유발계수는 0.013만큼 소폭 감소함. 2010년에 소폭 감소하였다가 2015년과 2019년에 다시 상승한 것으로 나타남.
- 외식업의 농림수산업에 대한 부가가치유발계수는 전체기간에 걸쳐 줄어드는 추세이며 이는 앞부분 식품료품제조업의 해석에서 언급한 것처럼, 국내산 원료가 외국산 원료와의 가격경쟁으로 인해 단가를 올리기 어려운 구조 때문으로 풀이됨.

〈표 3-3〉 연도별 부가가치유발계수

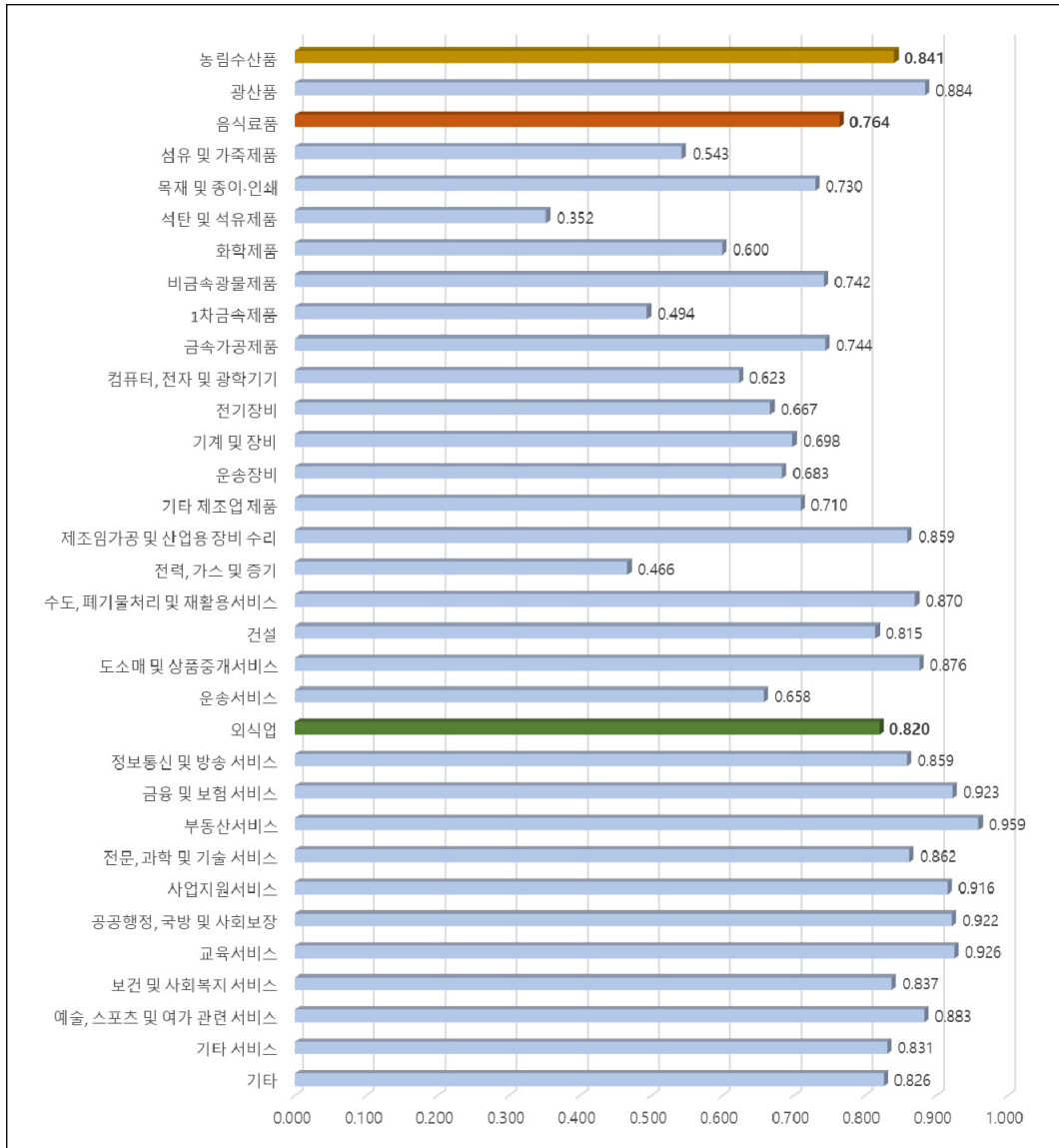
부가가치유발계수		농림수산업	음식료품제조업	외식업
년도	구분			
2000	전 산업	0.885	0.812	0.833
	농림수산업 전체	0.640	0.285	0.113
2005	전 산업	0.887	0.794	0.871
	농림수산업 전체	0.608	0.223	0.109
2010	전 산업	0.810	0.729	0.797
	농림수산업 전체	0.557	0.202	0.088
2015	전 산업	0.845	0.762	0.821
	농림수산업 전체	0.553	0.184	0.091
2019	전 산업	0.841	0.764	0.820
	농림수산업 전체	0.532	0.160	0.071

〈그림 3-8〉 연도별 부가가치유발계수 비교 그래프



○ 또한, 타산업과의 비교를 위해 대분류 기준 산업별 부가가치유발계수를 〈그림 3-9〉에 제시함.

〈그림 3-9〉 대분류 기준 산업별 부가가치유발계수(2019)



주: 농림수산물, 음식료품, 외식업 유발계수는 비식용과 숙박서비스를 제외하고 추정된 값으로 나머지 산업의 유발계수는 한국은행 산업연관표 통합대분류에서 제공하는 부가가치유발계수 값과 동일함.

5. 취업유발계수 및 고용유발계수

5.1. 정의 및 도출

- 노동유발계수는 특정 상품에 대한 최종수요가 1단위(10억 원) 변화함에 따라 해당 상품을 포함한 모든 상품에 직·간접적으로 유발되는 취업자 수를 의미하며, 취업계수 또는 고용계수를 생산유발계수행렬 $(I - A^d)^{-1}$ 에 곱하여 계산됨.
 - 취업계수는 산출액 10억 원 생산에 고용되는 취업자 수를 의미하며 취업자 수를 산출액으로 나눈 값이며, 고용계수는 고용자(임금근로자) 수를 산출액으로 나뉘서 계산됨.
 - 취업자는 피용자, 자영업자 및 무급 가족 종사자를 포함함.

5.2. 취업 및 고용유발계수

- 농림수산업의 취업유발계수는 2000년 대비 2019년에 감소한 것으로 나타남(2000년: 65.785 → 2005년: 51.050 → 2010년: 32.598 → 2015년: 23.891 → 2019년: 24.877).
 - 다만 2019년에는 전기 대비 비슷한 수치가 나타남. 고용유발계수는 2000년부터 지속적으로 감소하는 양상을 보이고 있음(2000년: 7.021 → 2005년: 6.595 → 2010년: 5.286 → 2015년: 3.978 → 2019년: 3.677).
 - 2019년 기준 농림수산업의 최종수요 10억 원 증가는 모든 산업에서 직·간접적으로 24.877명 취업자 수, 3.677명 고용자 수 증가를 유발하는 것을 알 수 있음.
- 음식료품제조업의 취업 및 고용유발계수는 2000년부터 지속적으로 감소한 것으로 나타남(취업 - 2000년: 39.370 → 2005년: 27.669 → 2010년: 20.899 → 2015년: 15.288 → 2019년: 14.465; 고용 - 2000년: 10.042 → 2005년: 8.611 → 2010년: 8.116 → 2015년: 6.678 → 2019년: 6.370).

- 2019년 기준 음식료품제조업의 최종수요 10억 원 증가는 모든 산업에서 직·간접적으로 14.465명 취업자 수, 6.370명 고용자 수 증가를 유발하는 것을 알 수 있음.

○ 외식업의 취업 및 고용유발계수는 2000년부터 지속적으로 감소한 것으로 나타남(취업 - 2000년: 51.887 → 2005년: 40.537 → 2010년: 31.209 → 2015년: 22.882 → 2019년: 19.672; 고용 - 2000년: 19.668 → 2005년: 16.870 → 2010년: 16.064 → 2015년: 12.018 → 2019년: 10.309).

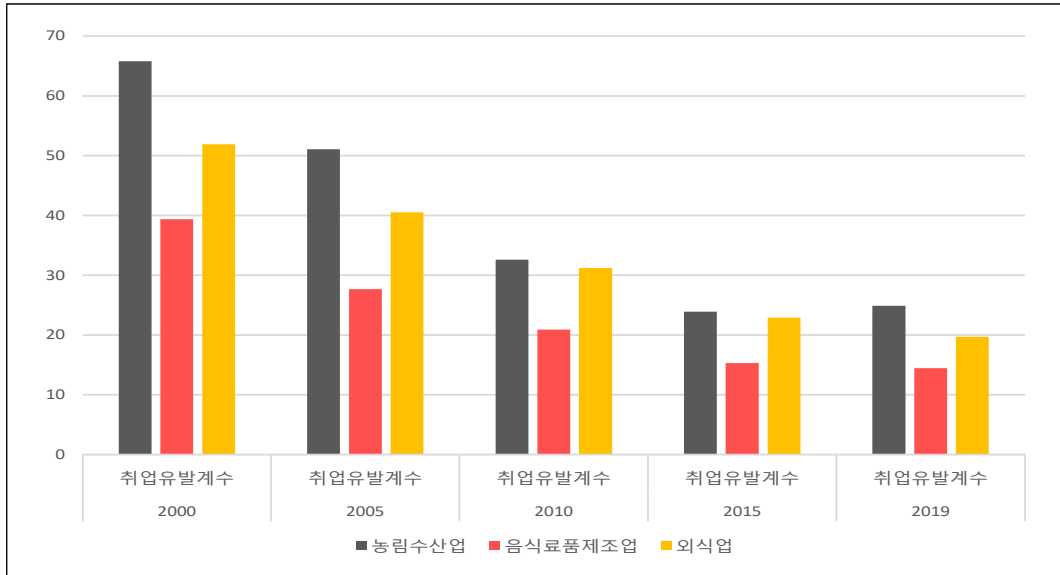
- 2019년 기준 외식업의 최종수요 10억 원 증가는 모든 산업에서 직·간접적으로 19.672명 취업자 수, 10.309명 고용자 수 증가를 유발하는 것을 알 수 있음.

〈표 3-4〉 연도별 취업유발계수 및 고용유발계수

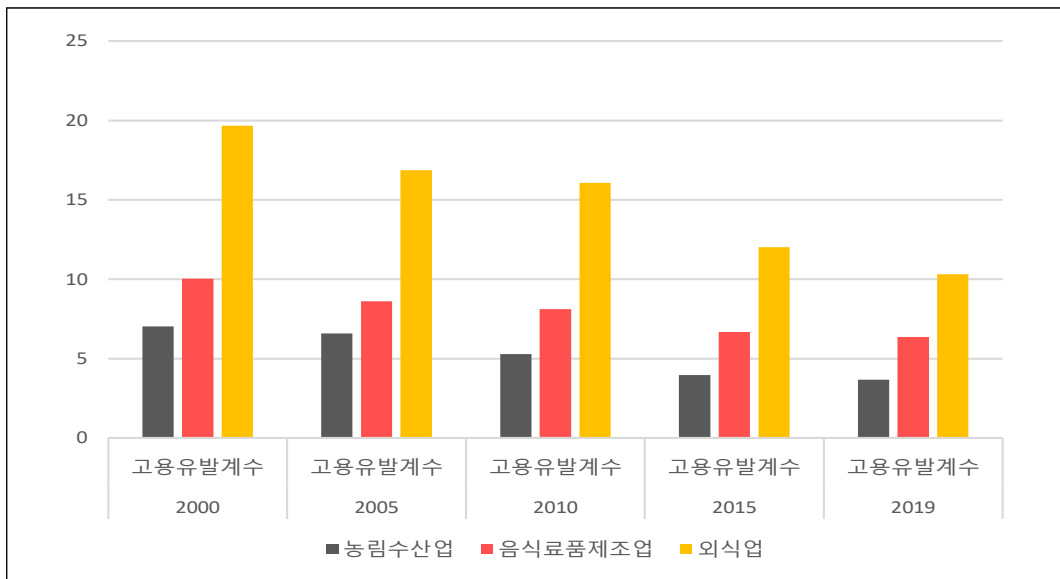
단위: 명/십억 원

년도	구분	농림수산업	음식료품제조업	외식업
2000	취업유발계수	65.785	39.370	51.887
	고용유발계수	7.021	10.042	19.668
2005	취업유발계수	51.050	27.669	40.537
	고용유발계수	6.595	8.611	16.870
2010	취업유발계수	32.598	20.899	31.209
	고용유발계수	5.286	8.116	16.064
2015	취업유발계수	23.891	15.288	22.882
	고용유발계수	3.978	6.678	12.018
2019	취업유발계수	24.877	14.465	19.672
	고용유발계수	3.677	6.370	10.309

〈그림 3-10〉 연도별 취업유발계수 비교 그래프



〈그림 3-11〉 연도별 고용유발계수 비교 그래프



○ 본 연구의 대상인 식품산업에 속한 농림수산업, 음식료품제조업, 외식업 세 부문 모두 2000년부터 2019년까지 20년 동안 해당 부문 생산으로 인해 파급되는 취업 및 고용의 영향이 지속적으로 감소된 것을 알 수 있음(표 3-5).

- 특정 부문의 취업 및 고용계수 크기의 변화는 자체 부문 계수의 변화뿐만 아니라 해당 부문의 계수 변화까지도 연결되어 있음.
- 따라서 이 세 부문 계수의 변화가 자체 부문 계수 변화와 맞물려 있는지 살펴보기 위해, 세 부문의 취업계수 및 고용계수를 도출함. <표 3-5>를 살펴보면, 이 세 부문 취업 및 고용유발계수 크기의 감소는 각각의 자체 부문 취업 및 고용계수 크기의 감소가 가장 큰 원인으로 나타남.

〈표 3-5〉 연도별 취업계수 및 고용계수

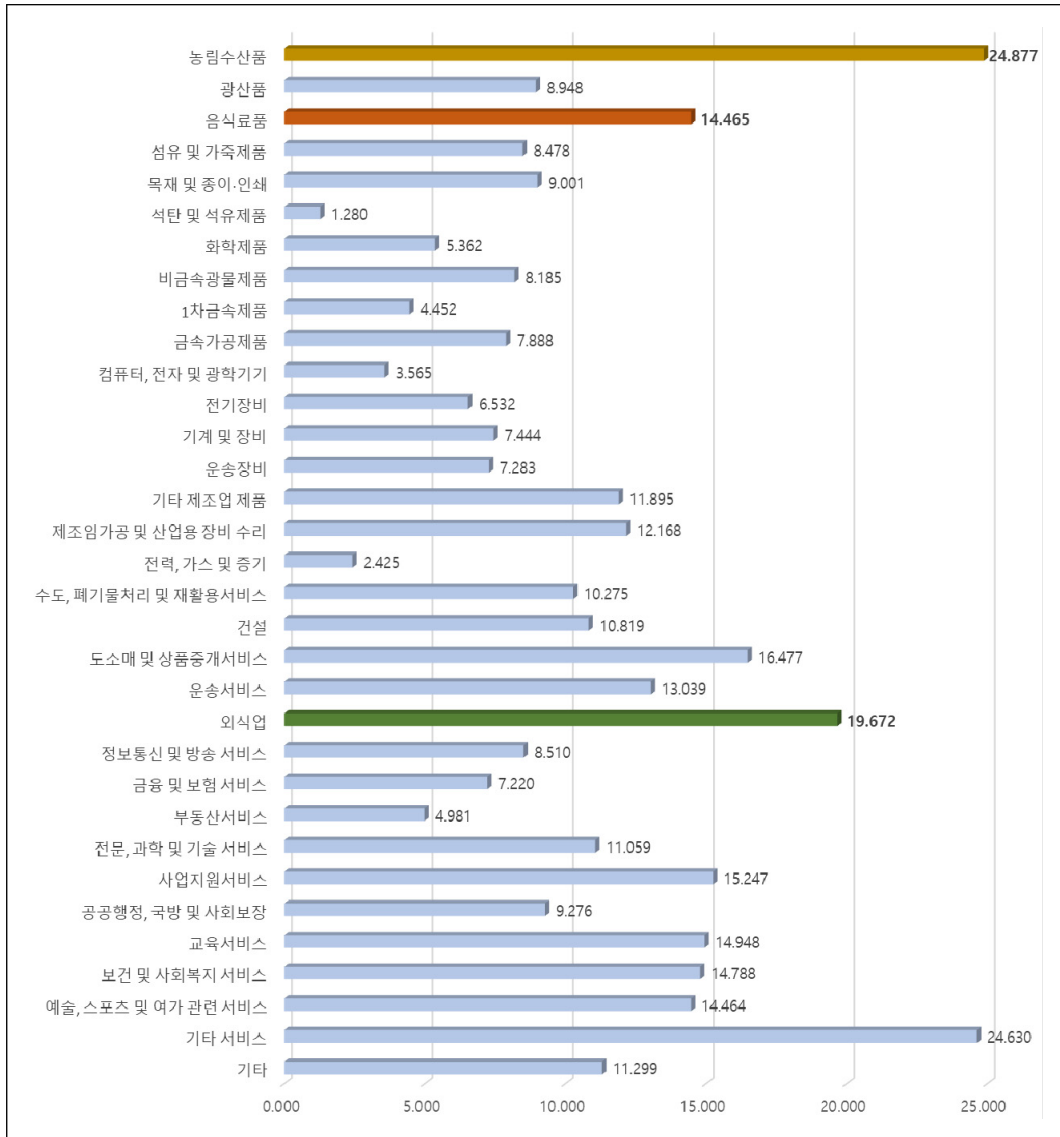
취업계수					
	2000	2005	2010	2015	2019
농림수산업	0.0591	0.0441	0.0271	0.0194	0.0207
음식료품제조업	0.0053	0.0044	0.0038	0.0029	0.0027
외식업	0.0333	0.0246	0.0204	0.0136	0.0114
고용계수					
	2000	2005	2010	2015	2019
농림수산업	0.0041	0.0035	0.0026	0.0016	0.0014
음식료품제조업	0.0039	0.0031	0.0027	0.0022	0.0021
외식업	0.0140	0.0113	0.0115	0.0076	0.0063

○ 한편, 이 세 부문으로 인해 생산이 유발되는 부문들에서도 전체 기간에 걸쳐 취업 및 고용지수가 다소 감소한 것을 알 수 있음. 따라서 식품 산업부문 취업 및 고용유발계수 크기의 감소는 전산업에 걸쳐 전통적인 생산 부문의 자동화 및 생산 효율화로 인해 인력 사용이 줄어드는 현상과 맥락을 같이함.

- 특히, 취업 및 고용계수의 감소는 다음과 같은 원인에 기인할 것으로 판단됨.
 - i) 농림수산업의 경우 기계·설비 증가로 인한 노동력 대체 및 생산성 향상
 - ii) 음식료품제조업은 생산과정에서 자동화된 영역의 증가
 - iii) 외식업의 경우 키오스크와 같은 무인단말기 사용 증가에 따른 고용인원 감축

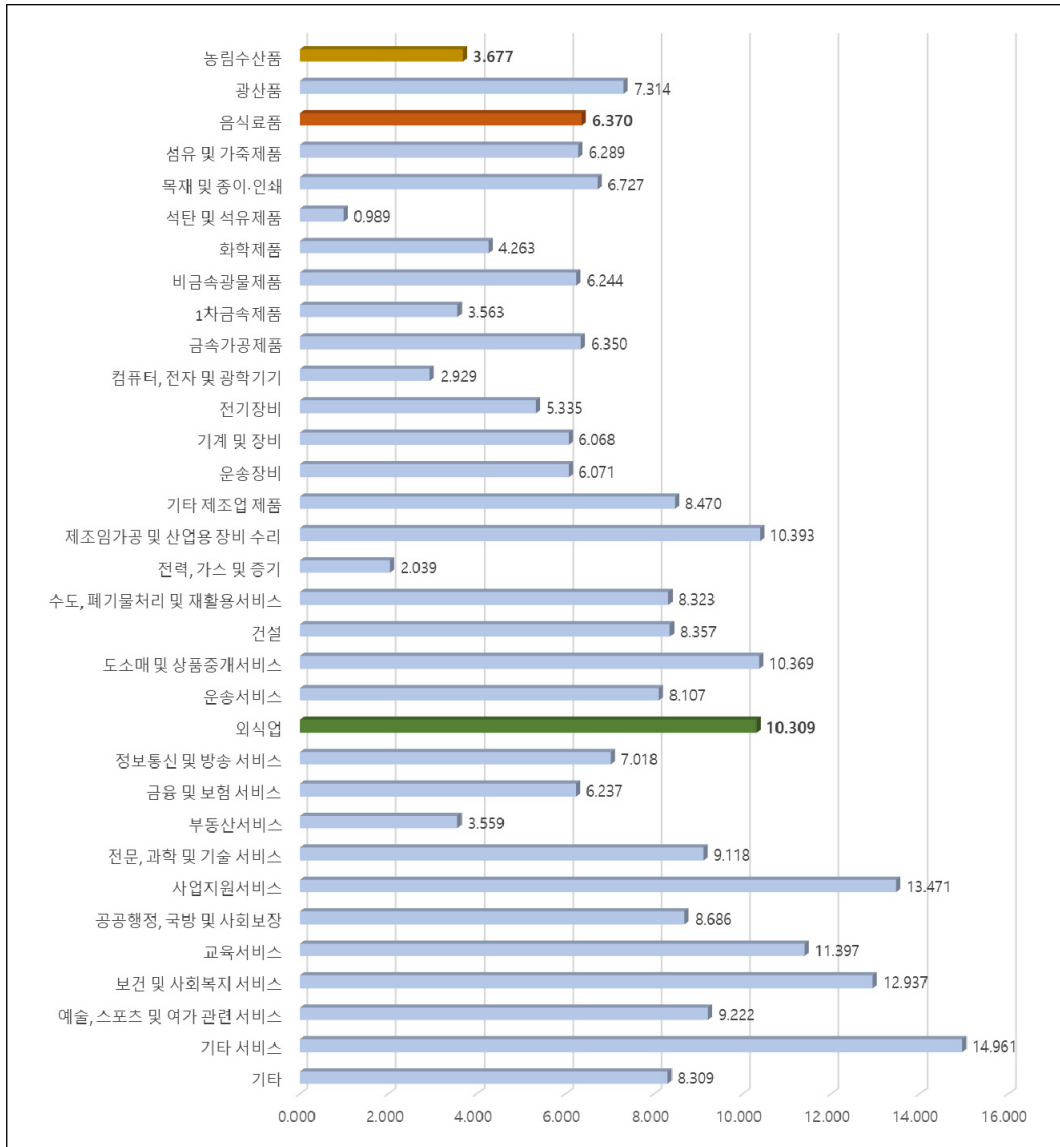
○ 또한, 타산업과의 비교를 위해 대분류 기준 산업별 취업유발계수를 <그림 3-12>, 고용유발계수를 <그림 3-13>에 제시함.

〈그림 3-12〉 대분류 기준 산업별 취업유발계수(2019)



주: 농림수산물, 음식료품, 외식업 유발계수는 비식용과 숙박서비스를 제외하고 추정한 값으로 나머지 산업의 유발계수는 한국은행 산업연관표 통합대분류에서 제공하는 취업유발계수 값과 동일함.

〈그림 3-13〉 대분류 기준 산업별 고용유발계수(2019)



주: 농림수산물, 음식료품, 외식업 유발계수는 비식용과 숙박서비스를 제외하고 추정한 값으로 나머지 산업의 유발계수는 한국은행 산업연관표 통합대분류에서 제공하는 고용유발계수 값과 동일함.

4

2021년 식품산업 투입산출구조 분석

1. 분석 개요

- 농림수산물 중 벼, 축우, 양돈, 가금, 기타축산은 음식료품제조업으로 분류되는 정곡, 도축육, 가금육 산업을 통해 타 산업 및 최종수요로 투입되고 있음.
 - 정곡, 도축육, 가금육 생산업은 한국표준산업분류에서 제조업으로 분류되며, 이로 인해 산업연관표 또한 해당 산업부문을 음식료품제조업 소분류로 분류하고 있음.
 - 따라서 다른 국가승인통계와의 통일성과 정합성을 유지하고, 거시적인 산업 구조를 파악하기 위해서는 한국은행 산업연관표의 분류체계를 유지하는 것이 바람직함.

- 그러나 이러한 산업분류는 벼, 축우, 양돈, 가금, 기타축산을 1차 가공하는 정곡, 도축육, 가금육 부문을 음식료품제조업에 포함하여 국내산 농림수산물의 음식료품제조업 투입을 과대평가할 여지가 있으므로 식품산업에 대한 국내산 농림수산물의 투입구조 분석에 사용하기에는 부적합함.
 - 벼, 축우, 양돈, 가금, 기타축산은 모두 도축육, 가금육, 정곡으로 가공된 후 음식료품 제조업 및 외식업으로 투입됨. 따라서 해당 분류 하에서는 국내산 농림수산물의 음식료품제조업으로의 투입은 과대 평가되고 외식업으로의 투입은 과소 평가됨.

○ 따라서 본 연구에서는 국내산 농림수산업의 투입구조를 보다 정확히 파악하기 위해서 정곡, 도축육, 가금육에서 다른 산업으로의 투입을 벼, 축우, 양돈, 가금, 기타축산으로부터의 투입으로 전환하여 분석하는 방법을 사용함.²⁰⁾

- 벼, 축우, 양돈, 가금, 기타축산이 정곡, 도축육, 가금육으로 투입되는 금액 및 비중을 이용하여 정곡, 도축육, 가금육의 음식료품제조업 및 외식업 투입액 일부를 농림수산업의 투입액으로 상정함.
- 즉, 정곡, 도축육, 가금육 생산업은 상품을 생산하는 것이 아니라 농산물을 소비 가능한 형태로 변환하는 가공 서비스를 제공하는 산업으로 간주됨.

〈표 4-1〉 농림수산업과 음식료품제조업 일부 품목에 대한 조정방법 설명

구분	세부 내용	
한국은행 산업연관표 조정없이 활용	설명	- 산업연관표가 제공하는 농림수산업, 음식료품제조업의 투입흐름을 그대로 활용
	용도	- 기존 통계와의 비교 - 거시적인 산업 구성 파악
농림수산업과 음식료품제조업 일부 품목에 대한 투입액 조정	설명	- 농림수산업인 벼, 육우, 가금, 기타축산이 음식료품제조업인 정곡, 도축육, 가금육으로 투입되는 비중을 활용하여 벼, 육우, 가금, 기타축산과 정곡, 도축육, 가금육의 중간투입 조정
	용도	- 국내산 농림수산품의 음식료품제조업 투입 과대평가 문제를 완화하고 국산 농림수산품의 투입구조를 보다 현실적으로 파악

○ 전체 식품산업 공급흐름 파악을 위하여 2019년까지 한국은행 산업연관표 분류체계와 조정된 중간 투입액을 활용하여 국내산 농림수산품 투입구조를 분석함.

○ 그러나 2020년의 경우 한국은행 산업연관표 실측표 제공이 지연되는 관계로 기존 2015년에서 2019년의 산업연관표에 제시된 추세를 바탕으로 2021년 수치를 추정함.

- 2015년부터 2019년까지 식품 산업별 산출과 투입의 세부 항목 추세를 바탕으로 2020년 각 항목의 수치를 도출함.
- 이후, 2016년부터 2020년까지의 세부 항목별 추세를 바탕으로 2021년의 각 항목 수치를 도출하고, 국내공급과 국내수요를 일치시키기 위해 조정 작업을 진행하였음.

²⁰⁾ 이와 관련한 보다 자세한 내용은 「2019년 식품산업 정보분석 전문기관 사업보고서」 참고

2. 전체 식품산업 공급과 수요 흐름

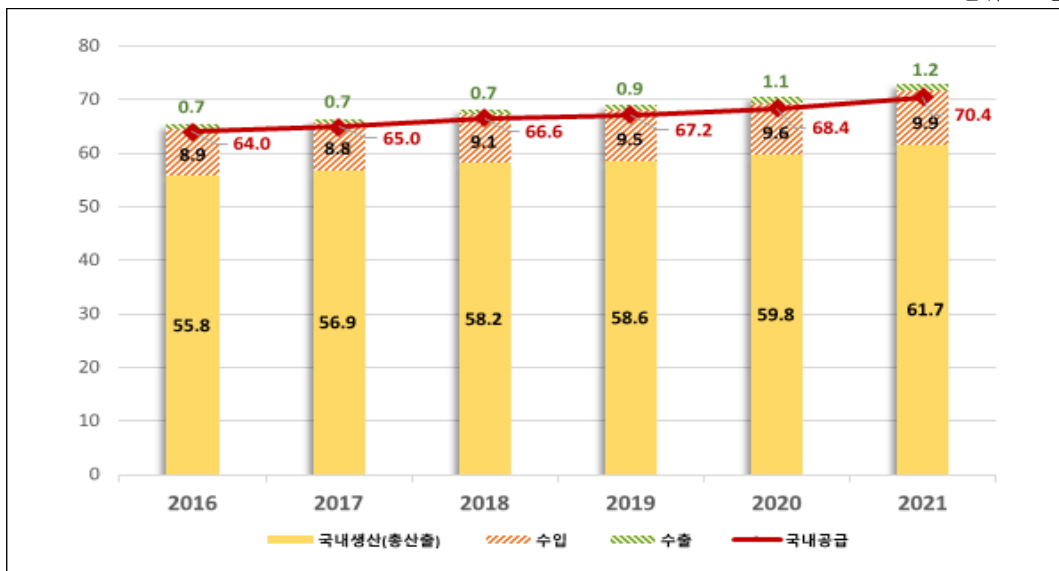
2.1. 농림수산업

○ 농림수산업의 산출구조를 보면, 국내 공급은 2021년 70.4조 원으로 전년 대비 2.0조 원 증가한 것으로 추정됨('20년: 68.4조 원)<그림 4-1>.

- 이는 농림수산업 국내 생산이 전년 대비 1.9조 원 증가한 것에 기인하였으며, 2016년부터 농림수산업 국내 생산액은 상승 추세였기 때문에 2021년에도 추세가 유지될 것으로 예상됨('19년: 58.6조 원 → '21년: 61.7조 원).
- 농림수산업 수입액 역시 2016년 이후 꾸준한 상승 추세를 보임에 따라, 2021년에는 전년 대비 소폭 증가한 약 9.9조 원으로 추정됨.

<그림 4-1> 농림수산업의 산출구조

단위: 조 원



주 1) 2016년부터 2019년까지는 연구진이 별도로 조정하지 않고 산업연관표에서 식품산업에 해당하는 기본부분의 수치를 단순 합산하여 계산하였음.

2) 2020년 및 2021년의 경우, 각각 2015년부터 2019년까지의 변화율과 2016년부터 2020년까지의 변화율을 바탕으로 추정함.

3) 국내 공급 = 국내생산(총산출) + 수입 - 수출

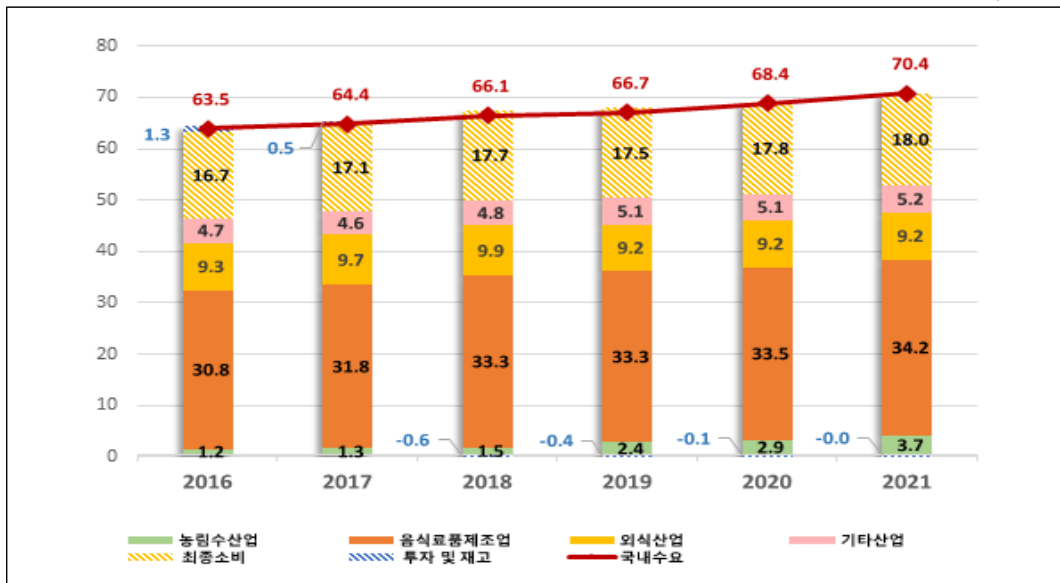
자료: 한국은행(각 연도), 산업연관표.

○ 농림수산업 투입구조를 보면, 국내 수요는 2016년부터 2020년까지 꾸준히 증가하였음. 이에 2021년 국내수요 또한 2020년 대비 소폭 증가한 것으로 추정됨(그림 4-2).

- 음식료품제조업의 농림수산물 수요는 2016년부터 지속적으로 증가하여 2019년에는 33.3조 원까지 증가하였으며, 2020년에는 33.5조 원, 2021년에는 34.2조 원까지 증가한 것으로 추정됨.
- 농림수산물의 최종소비의 경우 2019년(전년 대비 -1.1%)을 제외하고 꾸준히 상승해 왔음. 이에 2021년 최종소비는 2020년(17.8조 원) 대비 소폭 상승한 18.0조 원 수준인 것으로 추정됨.

〈그림 4-2〉 농림수산업의 투입구조

단위: 조 원



- 주 1) 2016년부터 2019년까지는 연구진이 별도로 조정하지 않고 산업연관표에서 식품산업에 해당하는 기본부분의 수치를 단순 합산하여 계산하였음.
- 2) 2020년 및 2021년의 경우, 각각 2015년부터 2019년까지의 변화율과 2016년부터 2020년까지의 변화율을 바탕으로 추정한 값임.
- 3) 국내 공급과 국내 수요는 동일함.
- 4) 국내 수요 = 중간수요(농림수산업, 음식료품, 외식업, 기타산업) + 최종수요(최종소비+투자 및 재고)
- 자료: 한국은행(각 연도), 산업연관표.

○ 〈표 4-2〉는 2016년부터 2021년까지 농림수산업의 산출구조(그림 4-1) 및 투입구조(그림 4-2)를 한 표로 정리한 것임.

〈표 4-2〉 농림수산업의 투입산출구조

단위: 조 원, (%)

항목	구분	규모	구분	규모	
2016	농림수산 국내공급	64.0	중간 수요	농림수산	1.2 (1.8)
	국내생산	55.8		음식료품	30.8 (48.1)
	수입	8.9		외식업	9.3 (14.6)
	수출	0.7	최종 수요	기타산업	4.7 (7.4)
				최종소비	16.7 (26.1)
			투자 및 재고	1.3 (2.0)	
2017	농림수산 국내공급	65.0	중간 수요	농림수산	1.3 (2.0)
	국내생산	56.9		음식료품	31.8 (48.9)
	수입	8.8		외식업	9.7 (15.0)
	수출	0.7	최종 수요	기타산업	4.6 (7.1)
				최종소비	17.1 (26.3)
			투자 및 재고	0.5 (0.8)	
2018	농림수산 국내공급	66.6	중간 수요	농림수산	1.5 (2.2)
	국내생산	58.2		음식료품	33.3 (50.1)
	수입	9.1		외식업	9.9 (14.8)
	수출	0.7	최종 수요	기타산업	4.8 (7.3)
				최종소비	17.7 (26.5)
			투자 및 재고	-0.6 (-0.9)	
2019	농림수산 국내공급	67.2	중간 수요	농림수산	2.4 (3.6)
	국내생산	58.6		음식료품	33.3 (49.6)
	수입	9.5		외식업	9.2 (13.7)
	수출	0.9	최종 수요	기타산업	5.1 (7.6)
				최종소비	17.5 (26.1)
			투자 및 재고	-0.4 (-0.5)	
2020	농림수산 국내공급	68.4	중간 수요	농림수산	2.9 (4.3)
	국내생산	59.8		음식료품	33.5 (48.6)
	수입	9.6		외식업	9.2 (13.5)
	수출	1.1	최종 수요	기타산업	5.1 (7.4)
				최종소비	17.8 (26.0)
			투자 및 재고	-0.1 (-0.2)	
2021	농림수산 국내공급	70.4	중간 수요	농림수산	3.7 (5.3)
	국내생산	61.7		음식료품	34.2 (48.6)
	수입	9.9		외식업	9.2 (13.1)
	수출	1.2	최종 수요	기타산업	5.2 (7.3)
				최종소비	18.0 (25.6)
			투자 및 재고	0.0 (0.0)	

주 1) 2016년부터 2019년의 자료는 연구진이 별도로 조정하지 않고 산업연관표에서 식품산업에 해당하는 기본부분의 수치를 단순 합산하여 계산됨.

2) 2020년 및 2021년의 경우, 각각 2015년부터 2019년까지의 변화율과 2016년부터 2020년까지의 변화율을 바탕으로 추정된 값임.

자료: 한국은행(각 연도), 산업연관표.

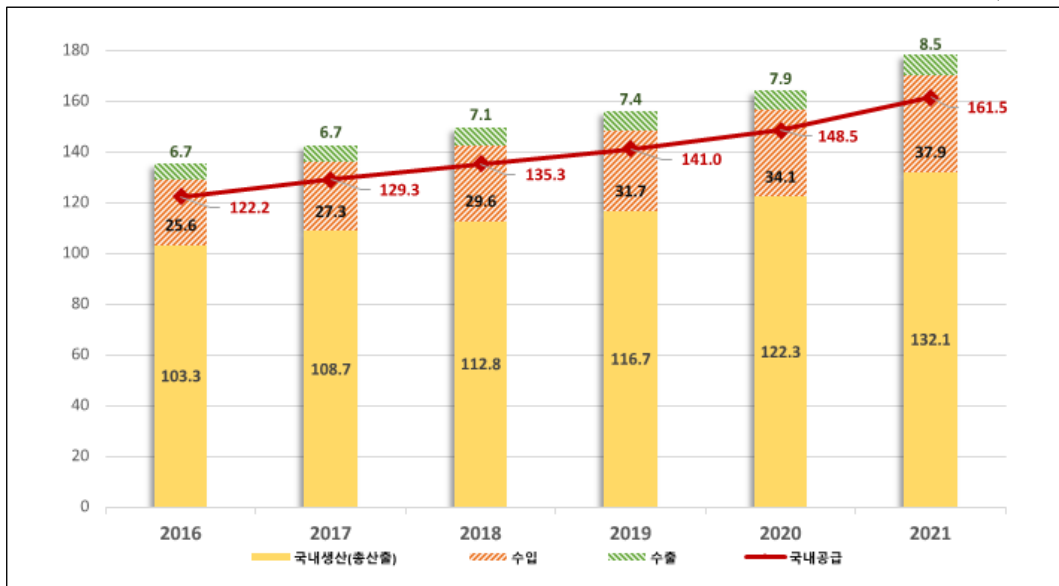
2.2. 음식료품제조업

○ 음식료품제조업의 산출구조를 보면, 국내 공급은 2021년 161.5조 원으로 전년 대비 13.0조 원 증가한 것으로 추정됨('20년: 148.5조 원)<그림 4-3>.

- 이는 음식료품제조업의 국내생산액이 전년 대비 9.8조 원 증가한 것에 기인함. 2016년부터 국내생산액은 지속적으로 증가하였으며, 이러한 상승 추세는 2021년에도 유지되는 것으로 추정됨('19년: 116.7조 원 → '21년: 132.1조 원).
- 음식료품제조업의 수입액 및 수출액 또한 지속적으로 증가하는 추세를 보임. 따라서, 2021년 수입액은 37.9조 원으로 2020년 대비 3.8조 원 증가하고, 수출액은 8.5조 원으로 2020년 대비 0.6조 원 증가한 것으로 추정됨.

<그림 4-3> 음식료품제조업의 산출구조

단위: 조 원



주 1) 2016년부터 2019년까지는 연구진이 별도로 조정하지 않고 산업연관표에서 식품산업에 해당하는 기본부분의 수치를 단순 합산하여 계산하였음.

2) 2020년 및 2021년의 경우, 각각 2015년부터 2019년까지의 변화율과 2016년부터 2020년까지의 변화율을 바탕으로 추정된 값임.

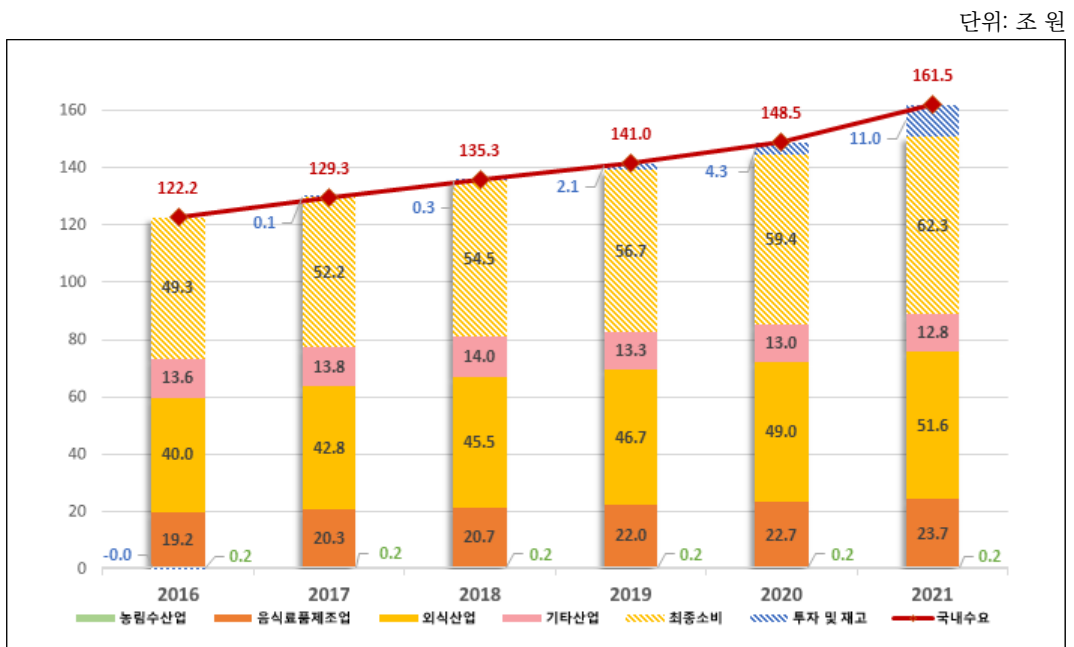
3) 국내 공급 = 국내생산(총산출) + 수입 - 수출

자료: 한국은행(각 연도), 산업연관표.

○ 다음으로 음식료품제조업의 투입구조를 살펴보면, 2016년부터 2020년까지 국내 수요가 꾸준히 증가한 것으로 미루어 보아 2021년 또한 증가한 것으로 추정됨(그림 4-4).

- 이는 외식업 매출의 지속적인 증가와 더불어 간편식 배송서비스의 발달, 편의점을 통한 간편 소비지출 증가 등이 반영된 것으로 판단됨.
- 특히, 음식료품제조업의 최종소비는 2016년부터 평균 4.8% 증가하여 2021년에는 62.3조 원으로 추정됨.
- 2016년 이후 외식업 생산에 투입되는 음식료품제조업 공급액은 꾸준히 증가하여 2020년에는 49.0조 원에 이른 것으로 추정됨. 따라서 2021년의 경우 또한 외식업 생산에 투입되는 음식료품제조업 공급액이 51.6조 원 수준을 보일 것으로 예측됨.

〈그림 4-4〉 음식료품제조업의 투입구조



주 1) 2016년부터 2019년까지는 연구진이 별도로 조정하지 않고 산업연관표에서 식품산업에 해당하는 기본부분의 수치를 단순 합산하여 계산하였음.

2) 2020년 및 2021년의 경우, 각각 2015년부터 2019년까지의 변화율과 2016년부터 2020년까지의 변화율을 바탕으로 추정한 값임.

3) 국내 공급과 국내 수요는 동일함.

4) 국내 수요 = 중간수요(농림수산업, 음식료품, 외식업, 기타산업) + 최종수요(최종소비+투자 및 재고)

자료: 한국은행(각 연도), 산업연관표.

○ <표 4-3>은 2016년부터 2021년까지 음식료품제조업의 산출구조(그림 4-3) 및 투입구조(그림 4-4)를 한 표로 정리한 것임.

<표 4-3> 음식료품제조업의 투입산출구조

단위: 조 원, (%)

항목	구분	규모	구분	규모	
2016	음식료품 국내공급	119.2	중간 수요	농림수산	0.2 (0.2)
	국내생산	103.3		음식료품	19.2 (15.7)
	수입	22.7		외식업	40.0 (32.7)
	수출	6.7	최종 수요	기타산업	13.6 (11.1)
				최종소비	49.3 (40.3)
투자 및 재고	-0.0 (0.0)				
2017	음식료품 국내공급	129.3	중간 수요	농림수산	0.2 (0.2)
	국내생산	108.7		음식료품	20.3 (15.7)
	수입	27.3		외식업	42.8 (33.1)
	수출	6.7	최종 수요	기타산업	13.8 (10.7)
				최종소비	52.2 (40.4)
투자 및 재고	0.1 (0.1)				
2018	음식료품 국내공급	135.3	중간 수요	농림수산	0.2 (0.2)
	국내생산	112.8		음식료품	20.7 (15.3)
	수입	29.6		외식업	45.5 (33.6)
	수출	7.1	최종 수요	기타산업	14.0 (10.4)
				최종소비	54.5 (40.3)
투자 및 재고	0.3 (0.2)				
2019	음식료품 국내공급	141.0	중간 수요	농림수산	0.2 (0.1)
	국내생산	116.7		음식료품	22.0 (15.6)
	수입	31.7		외식업	46.7 (33.1)
	수출	7.4	최종 수요	기타산업	13.3 (9.4)
				최종소비	56.7 (40.2)
투자 및 재고	2.1 (1.5)				
2020	음식료품 국내공급	148.5	중간 수요	농림수산	0.2 (0.1)
	국내생산	122.3		음식료품	22.7 (15.3)
	수입	34.1		외식업	49.0 (33.0)
	수출	7.9	최종 수요	기타산업	13.0 (8.7)
				최종소비	59.4 (40.0)
투자 및 재고	4.3 (2.9)				
2021	음식료품 국내공급	161.5	중간 수요	농림수산	0.2 (0.1)
	국내생산	132.1		음식료품	23.7 (14.7)
	수입	37.9		외식업	51.6 (31.9)
	수출	8.5	최종 수요	기타산업	12.8 (7.9)
				최종소비	62.3 (38.6)
투자 및 재고	11.0 (6.8)				

주 1) 2016년부터 2019년의 자료는 연구진이 별도로 조정하지 않고 산업연관표에서 식품산업에 해당하는 기본부문의 수치를 단순 합산하여 계산됨.

2) 2020년 및 2021년의 경우, 각각 2015년부터 2019년까지의 변화율과 2016년부터 2020년까지의 변화율을 바탕으로 추정한 값임.

자료: 한국은행(각 연도), 산업연관표.

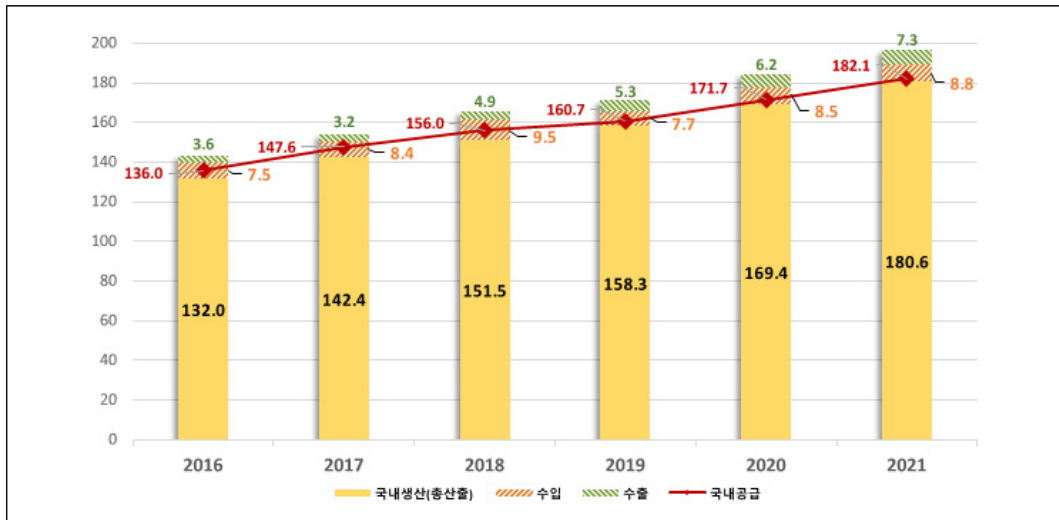
2.3. 외식업

○ 외식업의 산출구조를 보면, 국내 공급은 2021년 182.1조 원으로 전년 대비 10.4조 원 증가한 것으로 추정됨('20년: 171.7조 원)<그림 4-5>.

- 이는 외식업의 국내생산액이 전년 대비 11.1조 원 증가('20년: 169.4조 원 → '21년: 180.6조 원)한 것에 기인하는 결과로, 최근 5개년 동안 외식업의 국내 생산은 꾸준히 증가하고 있음.
- 외식업의 수입액은 2016년에서 2018년까지 점차 증가하다 2019년 전년 대비 19% (1.8조 원) 감소하였음. 하지만, 지난 5년간 평균적으로 4% 증가한 것으로 나타나 2021년에는 8.8조 원 수준을 보일 것으로 추정됨.
- 수출액은 꾸준히 증가하는 추세를 보임에 따라, 2021년에는 7.3조 원 수준을 달성한 것으로 추정됨.

<그림 4-5> 외식업의 산출구조

단위: 조 원



주 1) 2016년부터 2019년까지는 연구진이 별도로 조정하지 않고 산업연관표에서 식품산업에 해당하는 기본부분의 수치를 단순 합산하여 계산하였음.

2) 2020년 및 2021년의 경우, 각각 2015년부터 2019년까지의 변화율과 2016년부터 2020년까지의 변화율을 바탕으로 추정할 값임.

3) 국내 공급 = 국내생산(총산출) + 수입 - 수출

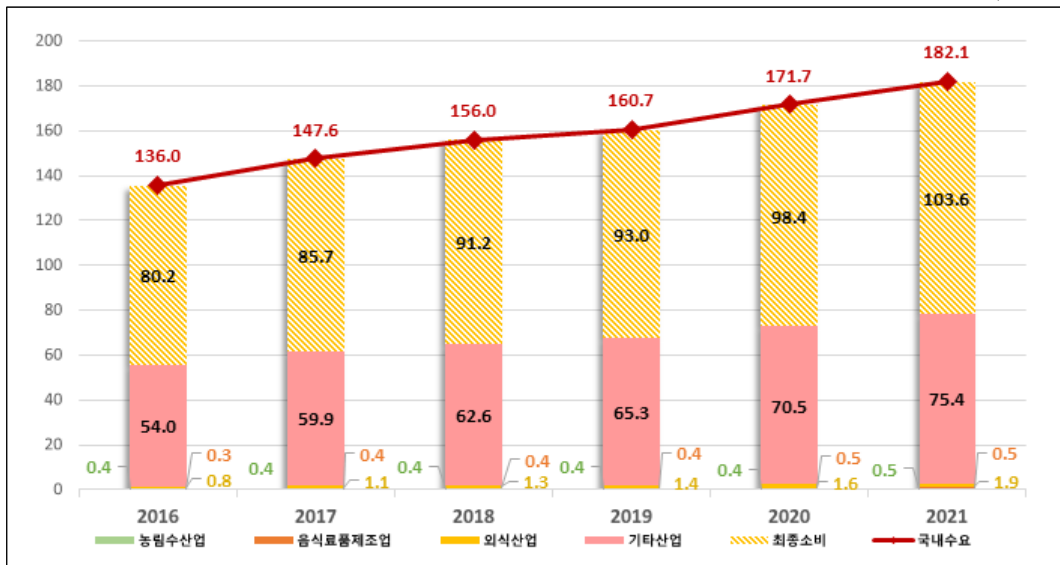
자료: 한국은행(각 연도), 산업연관표.

○ 다음으로 외식업의 투입구조를 살펴보면, 외식업의 지속적인 증가 추세는 국내 중간수요 및 최종수요 모두 동일하게 확인됨. 외식업의 국내 수요는 2016년부터 2020년까지 평균적으로 연 6.4%씩 증가하였음. 이에 2021년 최종소비는 103.6조, 기타산업 중간수요는 75.4조 원 수준인 것으로 추정됨(그림 4-6).

- 외식업의 최종소비는 1인 가구와 맞벌이 가구 증가로 인해 음식점 및 배달서비스 산업의 성장이 반영된 결과로 판단됨.
- 또한, 외식업의 기타산업 중간수요 증가는 기업이나 공공기관, 사회복지시설 등에서 단체급식이 점차 위탁으로 바뀌고 있는 흐름이 반영된 것으로 판단됨.

〈그림 4-6〉 외식업의 투입구조

단위: 조 원



주 1) 2016년부터 2019년까지는 연구진이 별도로 조정하지 않고 산업연관표에서 식품산업에 해당하는 기본부분의 수치를 단순 합산하여 계산하였음.

2) 2020년 및 2021년의 경우, 각각 2015년부터 2019년까지의 변화율과 2016년부터 2020년까지의 변화율을 바탕으로 추정함.

3) 국내 공급과 국내 수요는 동일함.

4) 국내 수요 = 중간수요(농림수산업, 음식료품, 외식업, 기타산업)+최종수요(최종소비+투자 및 재고)

5) 2013년부터 2019년까지의 산업연관표에서 외식업에 대한 투자 및 재고 부문 수요가 없는 것으로 나타나 본 그래프에서도 별도로 나타내지 않았음.

자료: 한국은행(각 연도), 산업연관표.

○ <표 4-4>는 2016년부터 2021년까지 외식업의 산출구조(그림 4-5) 및 투입구조(그림 4-6)를 한 표로 정리한 것임.

<표 4-4> 외식업의 투입산출구조

단위: 조 원, (%)

항목	구분	규모	구분	구분	규모	
2016	외식업 국내공급	136.0	중간 수요	농림수산	0.4	(0.3)
	국내생산	132.0		음식료품	0.3	(0.3)
	수입	7.5		외식업	1.1	(0.8)
	수출	3.6	최종 수요	기타산업	54.0	(39.7)
				최종소비	80.2	(59.0)
			투자 및 재고	-	-	
2017	외식업 국내공급	147.6	중간 수요	농림수산	0.4	(0.2)
	국내생산	142.4		음식료품	0.4	(0.3)
	수입	8.4		외식업	1.3	(0.8)
	수출	3.2	최종 수요	기타산업	59.9	(40.6)
				최종소비	85.7	(58.1)
			투자 및 재고	-	-	
2018	외식업 국내공급	156.0	중간 수요	농림수산	0.4	(0.3)
	국내생산	151.5		음식료품	0.4	(0.3)
	수입	9.5		외식업	1.4	(0.9)
	수출	4.9	최종 수요	기타산업	62.6	(40.1)
				최종소비	91.2	(58.5)
			투자 및 재고	-	-	
2019	외식업 국내공급	160.7	중간 수요	농림수산	0.4	(0.3)
	국내생산	158.3		음식료품	0.4	(0.3)
	수입	7.7		외식업	1.6	(1.0)
	수출	5.3	최종 수요	기타산업	65.3	(40.6)
				최종소비	93.0	(57.9)
			투자 및 재고	-	-	
2020	외식업 국내공급	171.7	중간 수요	농림수산	0.4	(0.3)
	국내생산	169.4		음식료품	0.5	(0.3)
	수입	8.5		외식업	1.9	(1.1)
	수출	6.2	최종 수요	기타산업	70.5	(41.1)
				최종소비	98.4	(57.3)
			투자 및 재고	-	-	
2021	외식업 국내공급	182.1	중간 수요	농림수산	0.5	(0.3)
	국내생산	180.6		음식료품	0.5	(0.3)
	수입	8.8		외식업	2.2	(1.2)
	수출	7.3	최종 수요	기타산업	75.4	(41.4)
				최종소비	103.6	(56.9)
			투자 및 재고	-	-	

주 1) 2016년부터 2019년의 자료는 연구진이 별도로 조정하지 않고 산업연관표에서 식품산업에 해당하는 기본부분의 수치를 단순 합산하여 계산됨.

2) 2020년 및 2021년의 경우, 각각 2015년부터 2019년까지의 변화율과 2016년부터 2020년까지의 변화율을 바탕으로 추정된 값임.

자료: 한국은행(각 연도), 산업연관표.

3. 국내산 농림수산물 공급 흐름

- 2021년 국내산 농림수산물의 공급흐름은 앞서 언급한 것과 같이, 2020년 및 2021년 산업연관표 발표가 지연됨에 따라 2010년에서 2019년까지의 변화를 바탕으로 추정함.
- 국내산 농림수산물의 음식료품제조업 과대 투입 문제를 완화하고 국산 농림수산물의 투입구조를 보다 현실적으로 파악하고자 2011년부터 2019년의 산업연관표상 음식료품으로 분류된 정곡, 도축육, 가금육의 농림수산물 비중을 반영함.
 - 정곡, 도축육, 가금육 전체 생산을 농림수산물로 간주하는 것이 아니라, 정곡, 도축육, 가금육으로 1차 농축산물이 투입된 비중만큼만 농림수산물로 간주함. 1차 농축산물로 배분할 때는 벼, 축우, 양돈, 가금, 기타축산이 타 부문으로 중간 투입되는 비율을 고려하여 배분함.
 - 음식료품제조업과 외식업의 경우, 한국은행 「국민계정」 중 경제활동별 GDP 및 GNI에 제시된 2019년 값과 2021년 값의 변화율을 반영하여 2021년 수치를 추계함.
 - 가계소비의 경우 한국은행 「국민계정」 중 가계의 목적별 최종소비지출에 제시된 2019년 값과 2021년 값의 변화율을 반영하여 2021년 수치를 추계함.
- 이같은 조정 및 추정과정을 통하여 도출된 2021년의 음식료품제조업, 외식업으로 투입된 국내산 농림수산물 공급흐름이 <표 4-5>에 제시됨.
 - 농림수산물에 대한 가계소비는 전년(24조 1,760억 원) 대비 약 1조 3,320억 원 증가(25조 5,080억 원)한 것으로 추정됨. 식품산업 투입은 전년(27조 760억 원) 대비 약 5,310억 원 증가(27조 6,070억 원)한 것으로 추정됨. 이 중 음식료품제조업으로의 투입은 약 130억 원 감소하였으나, 외식업으로의 투입은 5,310억 원 가량 증가한 것으로 추정됨.
 - 2021년 국내산 농림수산물의 총산출은 60조 2,520억 원으로, 전년(58조 2,520억 원) 대비 약 2조 440억 원 증가한 것으로 추정됨.

〈표 4-5〉 국내산 농림수산품의 공급흐름(2011~2021)

단위: 십억 원(%)

연도	식품산업투입			가계소비 (D)	수출, 재고, 기타 (E)	총산출 (F=C+D+E)
	음식료품제조업 (A)	외식업 (B)	합계 (C=A+B)			
2011	10,164 (20.0)	11,803 (23.3)	21,968 (43.3)	22,357 (44.1)	6,427 (12.7)	50,752 (100.0)
2012	10,965 (21.0)	12,603 (24.1)	23,568 (45.1)	23,317 (44.6)	5,391 (10.3)	52,276 (100.0)
2013	10,760 (20.6)	11,980 (22.9)	22,740 (43.5)	24,437 (46.7)	5,152 (9.8)	52,329 (100.0)
2014	11,143 (21.1)	12,170 (23.1)	23,313 (44.2)	24,677 (46.8)	4,704 (8.9)	52,695 (100.0)
2015	11,051 (19.5)	17,844 (31.5)	28,895 (51.0)	20,586 (36.3)	7,211 (12.7)	56,692 (100.0)
2016	10,681 (19.2)	17,862 (32.0)	28,544 (51.2)	20,221 (36.3)	7,012 (12.6)	55,776 (100.0)
2017	10,993 (19.3)	18,936 (33.3)	29,930 (52.6)	20,656 (36.3)	6,330 (11.1)	56,915 (100.0)
2018	10,904 (18.7)	19,739 (33.9)	30,643 (52.7)	21,876 (37.6)	5,652 (9.7)	58,171 (100.0)
2019	11,499 (19.6)	18,278 (31.2)	29,777 (50.8)	22,023 (37.5)	6,843 (11.7)	58,643 (100.0)
2020	12,153 (20.9)	14,924 (25.6)	27,076 (46.5)	24,176 (41.5)	6,955 (11.9)	58,208 (100.0)
2021	12,140 (20.1)	15,467 (25.7)	27,607 (45.8)	25,508 (42.3)	7,137 (11.8)	60,252 (100.0)

○ 국내산 농림수산품의 식품산업 투입 비중은 2020년 46.5%에서 2021년 45.8%로 0.7%p 감소한 것으로 추정되었으며, 가계소비 비중은 2020년 41.5%에서 2021년 42.3%로 0.8%p 증가한 것으로 추정됨.

- 식품산업의 투입 비중은 2013년부터 2018년까지 지속적인 증가 추세를 보였으나, 2019년 소폭 감소하였고 2020년에는 더 큰 폭으로 감소하였음. 하지만, 2021년 재차 반등한 것으로 추정됨. 가계소비 비중은 2015년에 전년 대비 급감한 이후 2021년 까지 꾸준한 증가세를 유지하는 것으로 추정됨.

V

가공식품
소비 지출 분석

1

가구의 식품비 지출 분석

1. 가구의 식품비 지출 추이

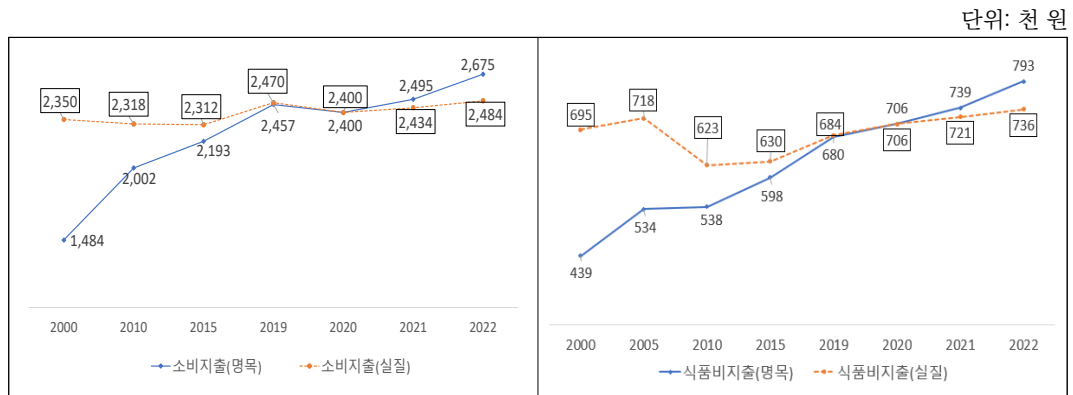
1.1. 가구의 식품비 지출액 동향²¹⁾

- 우리나라 가구의 월평균 소비 지출액과 식품비 지출액은 전반적으로 증가하는 추세를 보이고 있음(명목금액 기준). 가구의 월평균 소비 지출액은 2000년 148만 4천 원에서 2015년 219만 3천 원, 2020년 240만 원, 2022년에는 267만 5천 원 수준까지 증가하였고, 식품비 지출액 역시 2000년 43만 9천 원에서 2015년 59만 8천 원, 2020년 70만 6천 원, 2022년 79만 3천 원으로 증가함.
- 2022년 가구당 월평균 소비 지출액은 267만 5천 원으로 2021년부터 전년 대비 4.0%, 2022년 7.2% 지속적으로 증가하여 코로나19 이전 소비지출을 상회하는 수준임. 가구당 월평균 식품비 지출액 또한 코로나19 이후 지속 증가하였고, 전년 대비 7.3% 증가한 79만 3천 원을 기록함.

²¹⁾ 식품비 지출액은 식료품 및 비주류음료, 주류, 식사비(외식비)를 포함한 것이며, 담배는 제외한 것임.

- 한편, 물가지수(2020=100)를 고려하여 실질금액 기준으로 환산하면, 2022년 가구당 소비 지출액은 248만 4천 원으로 2021년에 비해 2.0%, 2019년에 비해 6.0% 증가하여 물가 상승을 제외하고도 지출 증가 추세를 보임. 식품비 실질 지출액은 2022년에 73만 6천 원을 기록하며 2019년 이후 지속 증가 추세를 보였으나, 전년 대비 증가율은 2.1%(1만 5천 원)로 2019년 대비 2020년 증가율 3.3%(2만 1천 원)에 비해 둔화됨.
 - 실질금액을 기준으로 추이를 살펴보면, 전체 소비지출은 정체 내지 소폭 상승하는 모습을 보이는 반면, 식품비 지출액은 2010년경을 기점으로 꾸준히 상승

〈그림 1-1〉 가구의 소비지출, 식품비 지출 추이



주 1) 소비지출의 실질금액은 소비자물가지수 총지수(2020=100)로 디플레이트하였으며, 식품비지출은 식료품 및 비주류 음료, 주류, 식사비(외식비)를 각각의 소비자물가지수(2020=100)로 디플레이트하여 합한 값임.

2) 식품비 지출액은 식료품 및 비주류음료, 주류, 식사비(외식비)를 포함한 것이며, 담배는 제외한 것임.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

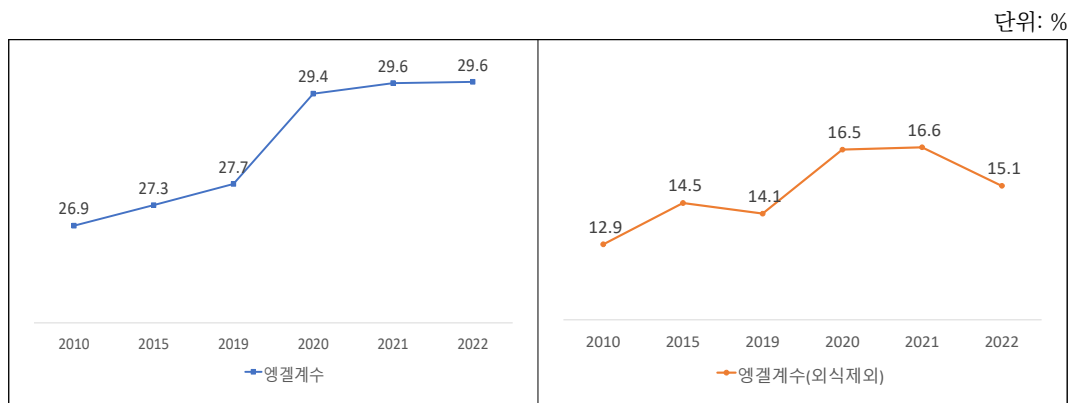
1.2. 엔겔계수 변화 추이

- 소비 지출액에서 식품비 지출액이 차지하는 비중인 엔겔계수는 2010년 26.9%에서 2019년 27.7%로 꾸준히 소폭 상승하는 추세를 보였으며, 2020년은 전년 대비 1.7%p 상승한 29.4%로 크게 증가함. 이후 2021년, 2022년은 29.6%를 유지하며 2020년과 비슷한 수준임.

○ 일반적으로 엔겔계수는 소득 수준이 향상될수록 낮아지는 경향을 나타내는데, 2020년 코로나19로 인한 경기 침체로 인해 전체적인 소득 수준 감소의 영향을 받아 29.4%로 증가함. 특히 정부의 사회적 거리두기 시행과 소비자들의 대면 전염 우려로 외식 소비가 감소하였으나 가정 내 식품 소비가 확대됨에 따라 외식 소비를 제외한 엔겔계수가 2019년 14.1%에서 2020년 16.5%로 2.4%p 큰 폭으로 상승함. 2021년에도 외식비를 제외한 엔겔계수가 16.6%로 2020년과 비슷한 수준을 유지함.

○ 2022년 엔겔계수가 29.6%로 2021년과 동일한 수준이나, 외식 소비를 제외한 엔겔계수는 2022년 15.1%로 2021년(16.6%) 대비 크게 감소함. 이는 2022년 코로나19가 약화됨에 따라 외식 지출이 빠르게 회복되면서 가정 내 식품 소비가 감소추세로 전환되었기 때문으로 보임.

〈그림 1-2〉 엔겔계수 변화 추이



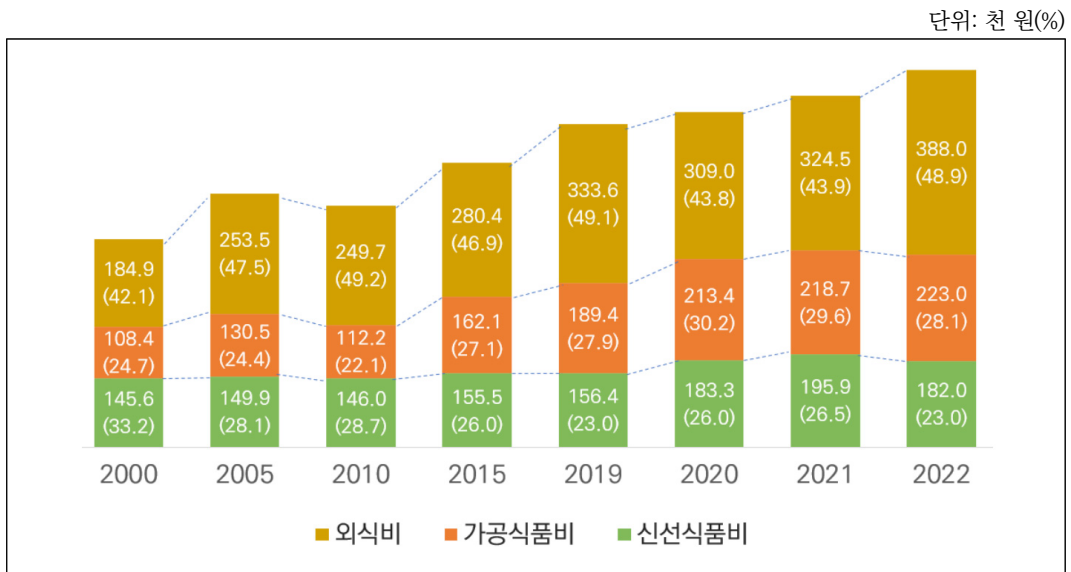
주: 엔겔계수는 식품비 지출액/전체 소비 지출액의 비중이며, 각 지출액은 명목 금액 기준임.
 자료: 통계청(각 연도). 가계동향조사 원시자료 분석.

1.3. 식품유형별(신선식품/가공식품/외식) 비중 추이

○ 식품비를 식품유형별로 신선식품, 가공식품, 외식으로 구분하여 각각의 지출 비중 추이를 살펴봄. 2022년도 외식비 비중은 48.9%로 식품비의 절반에 가까우며, 가공식품비 28.1%, 신선식품비 23.0%로 분석됨.

- 2022년 가구에서 외식비 비중은 2019년 49.1%에서 코로나19에 의한 사회적 거리두기 시기인 2020년과 2021년에 각각 43.8%, 43.9%로 크게 감소하였으나, 2022년에는 48.9%로 2019년 수준을 회복함. 가구당 월평균 외식비 지출액은 38만 8천 원으로 역대 가장 높은 수치를 기록함.
- 신선식품 지출액은 2019년까지 대체로 정체되었으나 2020년 가정식이 증가하면서 가구당 월평균 18만 3천 원으로 전년 대비 17.2% 증가함. 2022년에는 가구당 월평균 18만 2천 원을 지출하여 전년(19만 6천 원) 대비 7.1% 감소하였으나, 2020년 가구당 지출액과 유사한 수준으로 코로나19 이전보다는 증가하였음.
- 가구당 월평균 가공식품 지출액 비중은 2020년 30.2%까지 증가했다가 2021년 이후 조금씩 감소하고 있으나, 금액 기준으로는 지속적으로 증가하는 특징을 보이고 있음. 2022년 가구의 가공식품 지출액은 22만 3천 원으로 전년 대비 1.9% 증가함.

〈그림 1-3〉 연도별 가구당 식품비와 신선·가공·외식 지출액 비중 추이



주: 명목금액 기준임.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

1.4. 가구 특성별 식품비 지출 변화

1.4.1. 가구원 수별 지출 비교

- 가구원 수별로 1인 가구와 2인 이상 가구로 구분하면, 1인 가구와 2인 이상 가구 모두 2022년 신선식품 지출액은 감소한 반면, 가공식품과 외식 지출액은 전년 대비 모두 증가한 것으로 나타남. 특히 외식비가 크게 증가하여 전체 식품비에서 차지하는 비중이 커졌고, 가공식품비와 신선식품비 비중은 감소한 특징을 보임.
 - 신선식품비 비중은 1인 가구 3.0%p, 2인 이상 가구 3.4%p 하락
 - 가공식품비 비중은 1인 가구 1.4%p, 2인 이상 가구 1.9%p 하락
 - 외식비 비중은 1인 가구 4.4%p, 2인 이상 가구 5.3%p 증가

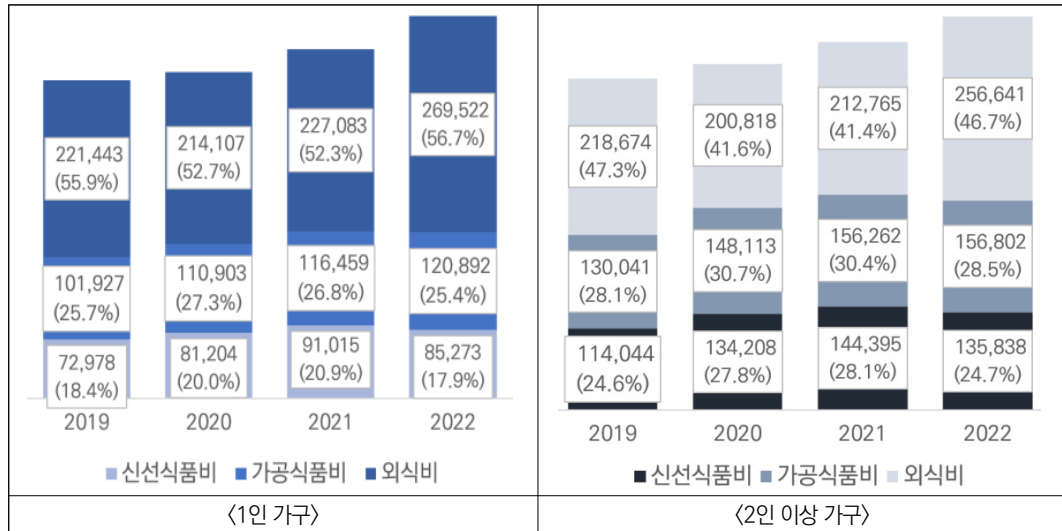
- 외식비 비중의 경우 1인 가구와 2인 이상 가구 모두 전년 대비 크게 증가하였으며, 2인 이상 가구에서 증가폭이 더 크게 나타남. 1인 가구의 외식비 비중은 2021년 52.3%에서 2022년 56.7%로 4.4%p가 증가하였으며, 같은 기간 2인 이상 가구의 외식비 비중은 5.3%p 증가함.

- 1인 가구와 2인 이상 가구 모두 가공식품비는 약간씩 증가하였으나, 식품비에서 차지하는 비중은 소폭 감소함. 1인 가구의 가공식품 구입 비중은 2021년 26.8%에서 2022년 25.4%로 1.4%p가 감소하였으며, 같은 기간 2인 이상 가구의 가공식품 구입 비중은 1.9%p가 감소함.

- 신선식품비는 1인 가구와 2인 이상 가구에서 모두 감소하였으며, 식품비에서 차지하는 비중도 전년 대비 각각 3.0%p, 3.4%p 감소함.

〈그림 1-4〉 가구원 수별 식품비와 신선·가공·외식 지출액 비중 추이

단위: 원(%)



주 1) 명목금액 기준임.

2) 가구원 수별 지출액은 OECD 균등화 방식에 따라 지출액을 해당 가구원 수의 제곱근으로 나누어 재계산한 것임.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

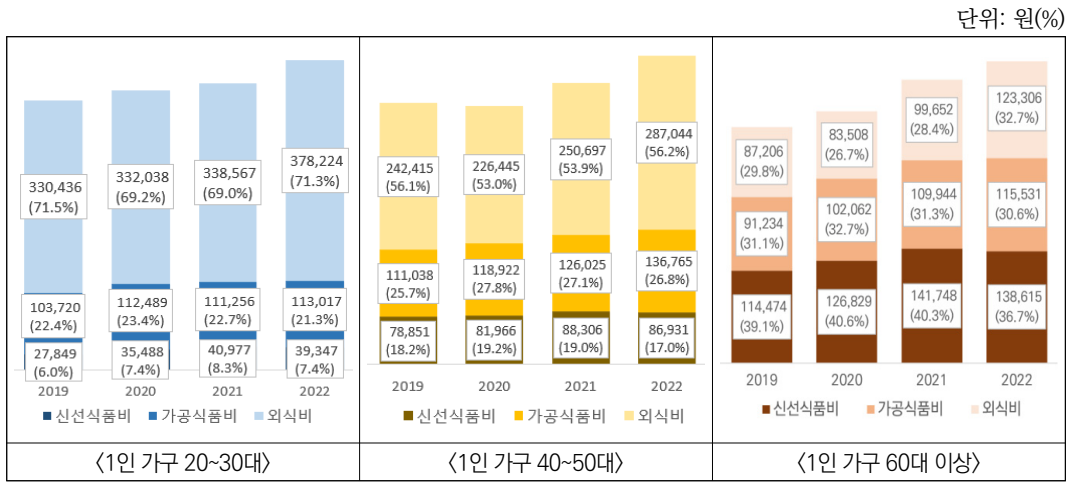
○ 1인 가구는 연령대별로 식품비 지출 구성에 큰 차이를 나타냄. 20~30대 1인 가구는 외식비 비중이 2022년에 71.3%에 달하고 40~50대 1인 가구도 외식비 비중이 식품비 지출의 절반 이상을 차지하는 반면, 60대 이상 1인 가구의 식품비 지출 비중은 신선식품 36.7%, 가공식품 30.6%, 외식비 32.7%로 비슷한 비중을 점하고 있음.

○ 연령대별로 20~30대 1인 가구의 2022년 외식비 지출은 37만 8,224원으로 코로나19 이전인 2019년의 33만 436원보다 많은 수준임. 가공식품비 비중은 21.3%로 전년 대비 1.4%p 감소하였으나, 금액 기준으로는 월평균 11만 3,017원으로 전년 대비 1,761원 증가함. 신선식품비 비중은 전년에 비해 0.9%p 감소하면서 7.4% 수준에 그침.

○ 40~50대 1인 가구의 경우 2022년 외식비가 56.2%로 절반 이상을 차지하며, 월평균 지출액이 28만 7,044원으로 전년 대비 3만 6,347원 증가함. 가공식품비는 13만 6,765원으로 전년 대비 1만 740원 증가했으나, 지출 비중 기준으로는 26.8%로 전년 대비 0.3%p 감소함. 신선식품비는 8만 6,931원(17.0%)으로 전년 대비 비중이 2.0%p 감소함.

○ 60대 이상 1인 가구의 경우 2022년 신선식품비 비중이 36.7%로 가장 크고, 외식비 (32.7%), 가공식품비(30.6%) 순임. 다른 연령대와 마찬가지로 외식비와 가공식품비가 전년 대비 각각 2만 3,654원과 5,587원 증가하였으나, 신선식품비는 3,133원(3.6%p) 감소함.

〈그림 1-5〉 1인 가구 연령대별 식품비와 신선·가공·외식 지출액 비중 추이



주 1) 명목금액 기준임.

2) 가구원 수별 지출액은 OECD 균등화 방식에 따라 지출액을 해당 가구원 수의 제공근으로 나누어 재계산한 것임.
 자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

1.4.2. 가구주 연령대별 지출 비교

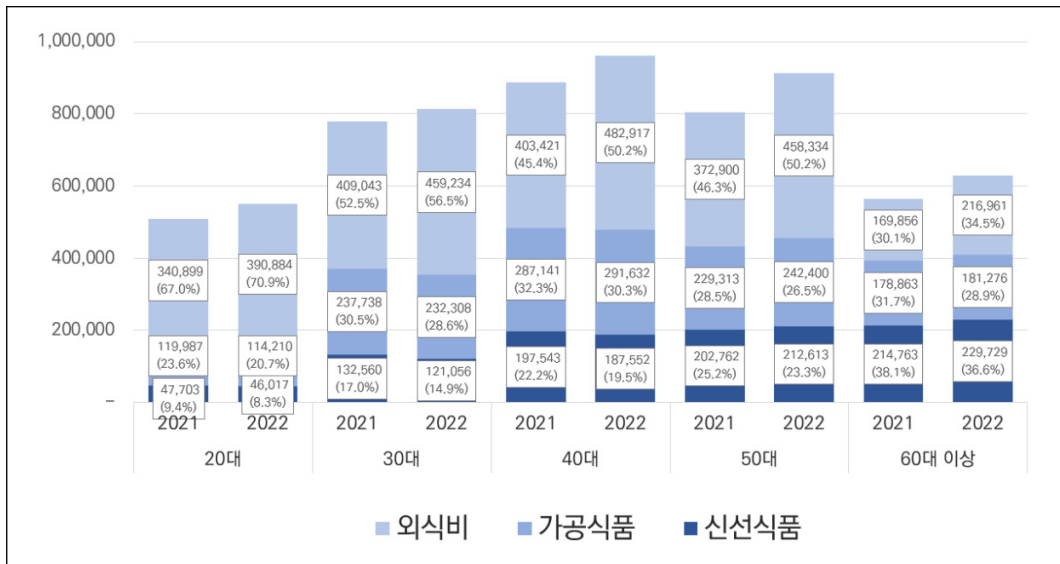
○ 가구주의 연령대별로 가구주가 40대인 가구의 식품비 지출이 가장 많고, 50대, 30대 가구의 순서임. 2022년에는 가구주 연령대에 상관없이 모든 가구에서 외식 지출 비중이 증가하였으며, 가공식품과 신선식품 지출 비중은 감소함. 특히 40대 가구에서 외식 지출 비중이 4.8%p로 가장 크게 증가함.

○ 2022년 가공식품비 비중은 전체 연령대에서 전년 대비 약간 감소하였으나, 실제 가공식품비는 연령대에 따라 다른 특징을 보임. 20대와 30대의 경우 가공식품비가 약간 감소한 반면, 가구주가 40대 이상인 가구에서는 전년 대비 증가함. 특히 가구주가 40대인 가구의 경우 가공식품비는 29만 1,632원으로 전년 대비 1만 3,087원 증가함.

○ 신선식품 지출 비중은 가구주 연령대가 높을수록 증가하는 경향이 있으며, 60대 이상 가구의 경우 36.6%로 가공식품(28.9%) 및 외식(34.5%)보다 높은 수준임. 2022년 신선식품비 비중도 전체 연령대에서 감소하였으나, 금액 기준으로 가구주가 50대 가구와 60대 이상 가구에서는 신선식품비가 각각 9,851원~1만 4,966원 증가함.

〈그림 1-6〉 가구주 연령대별 식품비와 신선·가공·외식 지출액 비중 추이

단위: 원(%)



주 1) 명목금액 기준임.

2) 가구원 수별 지출액은 OECD 균등화 방식에 따라 지출액을 해당 가구원 수의 제곱근으로 나누어 재계산한 것임.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

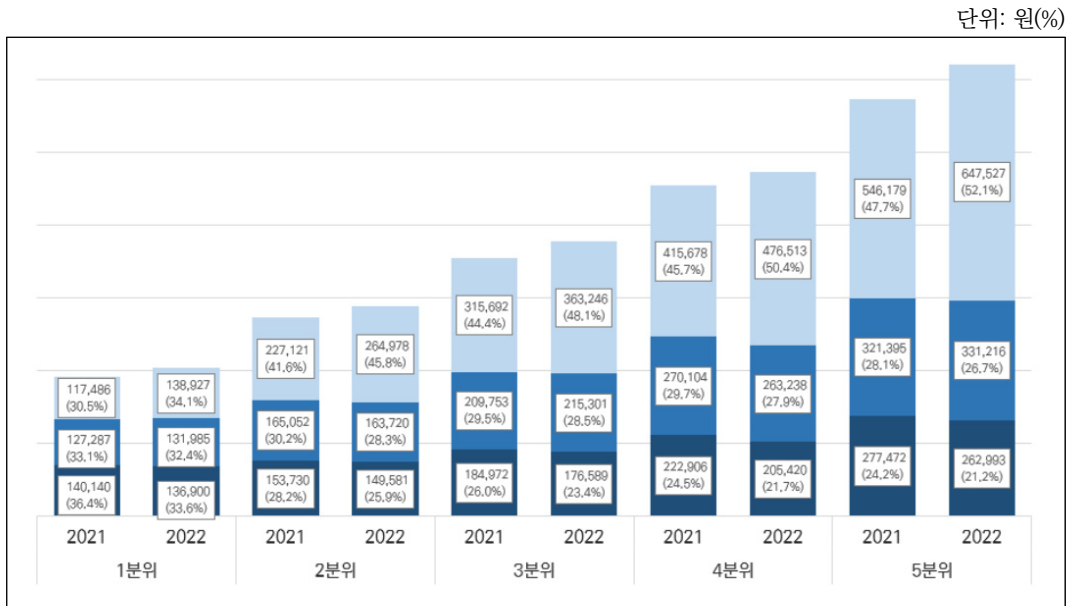
1.4.3. 가구 소득수준별 지출 비교

○ 2022년에는 소득분위에 상관없이 모든 가구에서 공통적으로 식품비가 증가하였으며, 신선식품비와 가공식품비 지출 비중은 모두 감소한 특징이 있고, 외식비 비중이 확대됨.

○ 소득분위가 4분위인 가구에서 2022년 외식비 비중은 50.4%로 전년 대비 4.7%p 증가하여 다른 소득분위 가구에 비해 가장 크게 증가하였고, 1분위 가구의 외식비 비중은 전년 대비 3.5%p 증가하여 상대적으로 적게 증가함.

- 모든 소득분위에서 2022년 신선식품비 비중은 3%p 내외로 감소하였으며, 지출액 기준에서도 모두 감소함. 특히 소득 4분위 가구의 신선식품비는 전년 대비 1만 7,486원 감소하여 금액 기준으로 가장 크게 감소하였으며, 지출 비중으로 살펴보면 소득 5분위 가구에서 2021년 24.2%에서 2022년 21.2%로 3.0%p 감소하여 가장 크게 감소함.
- 가공식품비 비중의 경우 모든 소득분위에서 2%p 내로 소폭 감소하였으나, 가공식품 지출액 증감은 소득 분위에 따라 차이가 있음. 소득 4분위와 2분위 가구의 경우 각각 6,866원과 1,332원 감소하였으나, 1분위(4,698원), 3분위(5,548원), 5분위(9,821원) 가구에서는 증가함.

〈그림 1-7〉 소득분위별 식품비와 신선·가공·외식 지출액 비중 추이



주: 명목금액 기준임.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

2. 가공식품 분류별 지출액 추이

2.1. 가공식품 분류별 지출 동향

- 가공식품 분류별로 2022년에 가장 지출액이 큰 분류는 곡물가공품으로 가구당 월평균 4만 8,202원 지출하여 전년 대비 7.1% 증가함. 곡물가공품은 과거부터 꾸준히 가장 큰 비중을 차지하며, 2010년대 이후 20%대 비중을 유지함. 곡물가공품 지출액이 전년 대비 7.1% 증가하였으며, 가공식품 지출액에서 21.6%를 차지함.
- 2022년 가구당 월평균 당류 및 과자류의 지출액은 2만 8,698원으로 곡물가공품에 이어 두 번째로 많으며, 전년 대비 6.5% 증가하여 다른 가공식품 분류에 비해 높은 증가율을 보임. 가공식품 지출액 중 당류 및 과자류 지출액이 차지하는 비중은 전년 대비 0.6%p 소폭 상승하여 12.9%를 차지하는 것으로 나타남.
- 기타식품의 경우, 2000년대 이후 지출액이 빠르게 증가해 왔으며, 특히 2010~2022년 간 연평균 9.8%의 증가율로 가공식품 분류 중 가장 높은 증가율을 기록함. 2022년 가구당 월평균 지출액 2만 6,489원으로 전체 가공식품 지출액 중 11.9%를 차지하고 있음.
- 유가공품의 소비 지출액은 2010년부터 꾸준히 2만 원대를 유지하고 있으며, 2022년 지출액 2만 568원으로 전년 지출액인 2만 1,243원에 비해 3.2% 감소함.
- 조미식품은 코로나19로 인한 집밥 확대에 힘입어 전체 가공식품 지출액 중 차지하는 비중이 7% 대로 증가했으나, 2022년 외식 확대로 인해 지출액이 감소하여 1만 3,314원 (6.0%)을 기록하여 코로나19 이전인 2019년 지출액 수준을 약간 상회함.
- 주류의 경우 꾸준히 소비 지출액이 증가하고 있으며, 전체 가공식품 지출액에서 차지하는 비중 또한 증가함. 2022년 가구당 월평균 지출액은 1만 7,982원으로 2021년에 비해 3.1% 증가함.

○ 2022년 전년 대비 가공식품 지출액 변화가 상대적으로 큰 분류는 조미식품(-15.6%), 곡물가공품(7.1%), 과일가공품(-6.5%), 당류 및 과자류(6.5%) 등으로 나타남. 지출액이 감소한 분류는 조미식품(-15.6%), 과일가공품(-6.5%), 채소가공품(-5.9%), 수산가공품(-4.1%), 유가공품(-3.2%)이며, 증가한 분류는 곡물가공품(7.1%), 당류 및 과자류(6.5%), 기타식품(5.2%), 주스 및 음료(4.9%), 육가공품(4.5%), 주류(3.1%), 커피 및 차(1.5%), 유지류(1.4%)임.

〈표 1-1〉 가공식품 분류별 지출액 변화

단위: 원(%)

품목 분류	2000	2005	2010	2015	2019	2020	2021	2022	연평균 증감율		
									2000-2010	2010-2022	2021-2022
곡물가공품	19,837 (18.3)	24,081 (18.5)	30,775 (21.6)	33,136 (20.4)	38,173 (20.2)	43,304 (20.3)	45,005 (20.6)	48,202 (21.6)	4.5%	3.8%	7.1%
육가공품	7,330 (6.8)	6,702 (5.1)	7,977 (5.6)	9,634 (5.9)	12,189 (6.4)	14,470 (6.8)	14,871 (6.8)	15,541 (7.0)	0.8%	5.7%	4.5%
수산가공품	15,596 (14.4)	17,436 (13.4)	15,234 (10.7)	16,918 (10.4)	16,798 (8.9)	18,891 (8.9)	18,349 (8.4)	17,600 (7.9)	-0.2%	1.2%	-4.1%
유가공품	17,661 (16.3)	19,898 (15.2)	20,858 (14.7)	20,369 (12.6)	20,189 (10.7)	21,362 (10.0)	21,243 (9.7)	20,568 (9.2)	1.7%	-0.1%	-3.2%
유지류	2,365 (2.2)	2,265 (1.7)	2,449 (1.7)	2,697 (1.7)	2,579 (1.4)	3,291 (1.5)	3,645 (1.7)	3,696 (1.7)	0.4%	3.5%	1.4%
과일가공품	370 (0.3)	731 (0.6)	1,281 (0.9)	2,866 (1.8)	3,321 (1.8)	3,461 (1.6)	3,613 (1.7)	3,378 (1.5)	13.2%	8.4%	-6.5%
채소가공품	1,312 (1.2)	1,223 (0.9)	2,097 (1.5)	2,152 (1.3)	2,493 (1.3)	2,968 (1.4)	2,961 (1.4)	2,785 (1.3)	4.8%	2.4%	-5.9%
당류 및 과자류	12,557 (11.6)	17,398 (13.3)	18,964 (13.3)	23,915 (14.8)	25,168 (13.3)	27,375 (12.8)	26,955 (12.3)	28,698 (12.9)	4.2%	3.5%	6.5%
조미식품	10,148 (9.4)	11,766 (9.0)	10,085 (7.1)	11,170 (6.9)	12,797 (6.8)	15,616 (7.3)	15,772 (7.2)	13,314 (6.0)	-0.1%	2.3%	-15.6%
기타식품	4,969 (4.6)	7,406 (5.7)	8,627 (6.1)	11,059 (6.8)	19,960 (10.5)	23,524 (11.0)	25,183 (11.5)	26,489 (11.9)	5.7%	9.8%	5.2%
커피 및 차	4,015 (3.7)	4,831 (3.7)	6,151 (4.3)	6,659 (4.1)	8,239 (4.4)	9,110 (4.3)	9,414 (4.3)	9,558 (4.3)	4.4%	3.7%	1.5%
주스 및 음료	6,946 (6.4)	9,718 (7.4)	9,393 (6.6)	10,717 (6.6)	13,716 (7.2)	14,366 (6.7)	14,279 (6.5)	14,974 (6.7)	3.1%	4.0%	4.9%
주류	5,249 (4.8)	7,039 (5.4)	8,268 (5.8)	10,767 (6.6)	13,779 (7.3)	15,673 (7.3)	17,449 (8.0)	17,982 (8.1)	4.6%	6.7%	3.1%
합계	108,354 (100.0)	130,495 (100.0)	142,159 (100.0)	162,059 (100.0)	189,401 (100.0)	213,411 (100.0)	218,739 (100.0)	222,785 (100.0)	2.8%	3.8%	1.8%

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

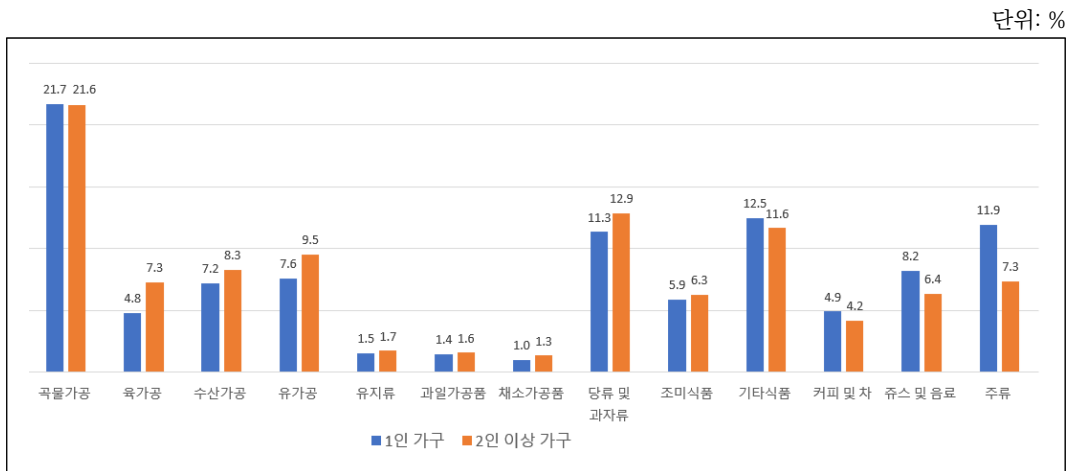
2.2. 가구 특성별 지출 변화

2.2.1. 가구원 수별 지출 비교

○ 가공식품 분류별로는 1인 가구와 2인 이상 가구 모두 곡물가공품이 차지하는 비중이 각각 21.7%, 21.6%로 가장 높았고, 유지류와 과일가공품, 채소가공품 비중은 공통적으로 모두 1.5% 내외의 낮은 비중을 차지함.

○ 1인 가구는 2인 이상 가구에 비해 기타식품(12.5%), 주류(11.9%), 주스 및 음료(8.2%), 커피 및 차(4.9%)가 차지하는 비중이 상대적으로 높은 반면, 2인 이상 가구는 당류 및 과자류(12.9%), 유가공품(9.5%), 수산가공품(8.3%), 육가공품(7.3%) 등의 비중이 높은 편임.

〈그림 1-8〉 1인 가구와 2인 이상 가구의 가공식품 분류별 지출액 비중(2022)



주: 가구원 수별 지출액은 OECD 균등화 방식에 따라 지출액을 해당 가구원 수의 제곱근으로 나누어 재계산한 것임.
 자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 1인 가구를 연령대별로 구분할 경우 20~30대 1인 가구는 곡물가공품(24.8%), 주류(14.7%), 당류 및 과자류(14.5%), 기타식품(12.9%), 주스 및 음료(11.2%)가 높은 비중을 점함. 60대 이상 1인 가구는 조미식품(12.3%), 수산가공품(12.3%), 유가공품(11.0%)이 월등히 높은 반면, 과일가공품(2.0%)나 채소가공품(2.0%)의 경우 상대적으로 지출액 비중이 낮음.

〈표 1-2〉 가구원수별 가공식품 분류별 지출액 비중(2022)

단위: %

구분	1인 가구 전체	1인 가구 20~30대	1인 가구 40~50대	1인 가구 60대 이상	2인 이상 가구
곡물가공품	21.7	24.8	21.4	18.5	21.6
육가공품	4.8	4.7	5.4	4.2	7.3
수산가공품	7.2	3.0	7.0	12.3	8.3
유가공품	7.6	5.3	7.0	11.0	9.5
유지류	1.5	0.7	1.3	2.8	1.7
과일가공품	1.4	0.8	1.7	2.0	1.6
채소가공품	1.0	0.3	0.8	2.0	1.3
당류 및 과자류	11.3	14.5	10.7	8.3	12.9
조미식품	5.9	2.1	4.0	12.3	6.3
기타식품	12.5	12.9	13.1	11.2	11.6
커피 및 차	4.9	5.0	5.7	4.0	4.2
주스 및 음료	8.2	11.2	7.9	5.1	6.4
주류	11.9	14.7	14.1	6.3	7.3

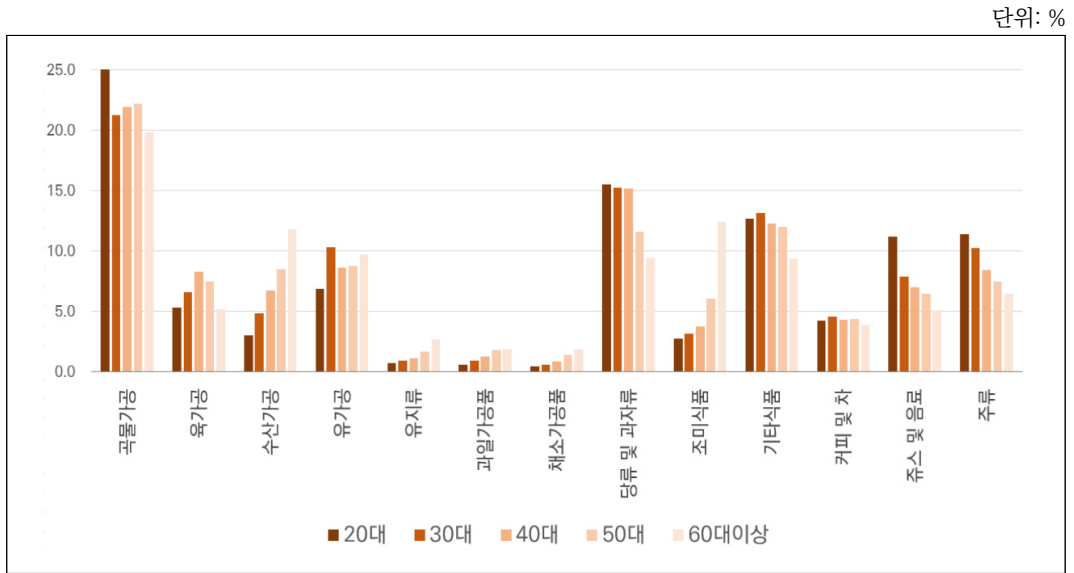
주: 가구원 수별 지출액은 OECD 균등화 방식에 따라 지출액을 해당 가구원 수의 제곱근으로 나누어 재계산한 것임.
 자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

2.2.2. 가구주 연령대별 지출 비교

- 가구주 연령대를 구분하여 가공식품 분류별 지출액 비중을 비교하면, 모든 연령대에서 곡물가공품의 비중이 가장 높고, 특히 가구주 연령 20대 이하 가구에서 25.0%로 가장 높은 수준임.
- 가구주 연령대가 높아질수록 수산가공품과 과일가공품, 채소가공품, 유지류, 조미식품의 지출 비중도 증가하는 특징이 있는데, 이는 집밥과 관련성이 높아 연령대가 높을수록 가정 내 식사가 증가하는 경향을 반영한 것으로 보임. 특히, 60대 이상 가구의 조미식품 지출 비중은 12.5%로 20대 가구 2.8%에 비해 크게 높은 편임.
- 반면, 당류 및 과자류와 기타식품, 주스 및 음료, 주류 비중은 가구주 연령대가 낮아질수록 비중이 높아지는 경향을 보여 대조를 이룸. 커피 및 차류는 전 연령대에서 약 4%대로 비슷한 지출액 비중을 보임.

○ 육가공품의 경우에는 가구주 연령 40대까지는 연령대가 증가할수록 비중이 함께 증가하지만 50대부터 감소하는 경향이 있으며, 유가공품의 경우 30대를 기점으로 감소하다가 60대 이상에서 비중이 높게 나타나는 특징이 있음.

〈그림 1-9〉 가구주 연령대별 가공식품 분류별 지출액 비중(2022)



자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

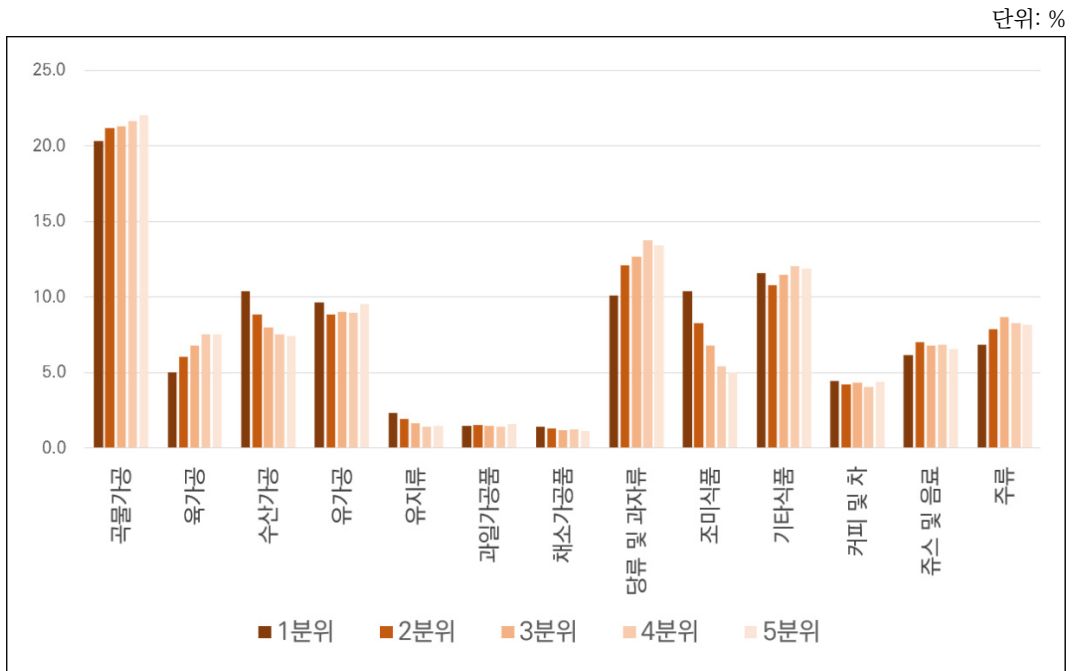
2.2.3. 가구 소득수준별 지출 비교

○ 가구의 소득분위별 가공식품 분류별 지출액 비중을 비교하면, 모든 소득분위별 가구에서 곡물가공품의 비중이 가장 높고 대체로 소득분위가 높아질수록 곡물가공품, 육가공품, 당류 및 과자류, 기타식품, 주류의 지출 비중이 상승하는 경향이 나타남. 특히 육가공품은 소득 1분위 가구(소득 하위 20%)의 지출 비중은 5.0%인 데 반해, 소득 5분위 가구의 비중은 7.5%로 소득 분위에 따른 격차가 큼.

○ 수산가공품, 유지류, 조미식품의 경우 소득분위가 높아질수록 지출 비중이 하락하는 경향을 보이며 특히 조미식품은 5분위 가구의 지출 비중은 5.0%인 데 반해 1분위 가구의 지출 비중은 10.4%로 상당히 큰 차이를 보임.

○ 기타식품의 경우 2021년에 소득분위가 높아질수록 비중이 증가하는 특징이 뚜렷하게 나타났으나, 2022년에는 모든 소득분위에서 지출 비중이 11~12%로 비슷한 수준을 보임. 과일가공품, 채소가공품, 커피 및 차, 주스 및 음료도 소득분위에 상관없이 모든 가구에서 지출 비중이 비슷한 수준으로 나타남.

〈그림 1-10〉 소득분위별 가공식품 분류별 지출액 변화(2022)



자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

2

가구의 가공식품 품목별 지출구조 분석

1. 가공식품 상위 품목별 지출 추이

1.1. 가공식품 지출액 상위 품목

- 통계청 가계동향조사 가구소비지출 데이터를 이용하여 가구의 가공식품 품목별 월평균 지출액이 전체 가공식품 월평균 지출액에서 차지하는 비중을 연도별로 산출하여 연도별 상위 1위부터 30위까지 품목 추이를 살펴봄<표 2-1>.
- [1~5위 상위 품목] 2019~2022년간 가구의 가공식품 지출 비중 순위 1~5위는 식빵 및 기타 빵, 한과 및 기타 과자, 기타 육류가공품, 즉석/동결식품, 우유가 차지함.
 - 2019년부터 가구의 지출액 비중 1위를 차지하고 있는 식빵 및 기타 빵은 2022년도 1위를 차지, 국제곡물가격 급등에 힘입어 지출액 비중은 2021년 8.5%에서 2022년 9.1%로 0.6%p 증가
 - 기타 육류가공품(육포, 훈제, 떡갈비, 냉동돈까스 등)은 5위('19) → 4위('20, '21) → 3위('22)로 분석 대상 기간 내 전년도에 비해 가장 높은 순위를 기록
 - 2010년(10.6%)까지 가장 지출액 비중이 높은 품목이었던 우유는 소비층이 좁아지면

서 2020년 이후 3년째 5위를 기록, 지출액 비중은 5.2%('20) → 4.8%('21) → 4.6%('22)로 지속적으로 감소 추세

○ **[당류, 디저트 지출 증가]** 사탕 및 젤리, 아이스크림, 케이크 등 디저트 시장이 커지면서 2020년부터 이들 품목에 대한 지출 비중 및 순위 모두 상승하는 추세임.

- 케이크가 일상 디저트로 자리잡게 되어 소비가 확대됨에 따라 2019년 18위에서 2022년 16위로 상승

- 아이스크림은 2015년 6위에서 2019년 11위로 하락했으나, 2022년에는 8위로 점차 순위가 오르는 추세

○ **[햄 및 베이컨 등 전통 가공육 지출 감소 추세]** 기타 육류가공품 지출액 비중 순위가 2022년 3위를 기록한 반면, 전통 가공육인 햄 및 베이컨의 가구 지출액 비중은 매년 감소하고 있음. 2022년 햄 및 베이컨 지출액 비중 순위는 28위로, 2000년 15위 → 2010년 18위 → 2015년 21위 → 2019년 24위 → 2020, 2021년 25위의 감소 추세가 이어짐.

○ **[말린 고추 지출 감소]** 가구의 2022년 말린 고추 지출액 비중 순위는 17위로 전년(15위)보다 2순위 감소함. 이에 반해 김치 지출액 비중 순위는 2021년 22위에서 2022년 20위로 2순위 증가하였음.

1.2. 가구원 수별 상위 지출 품목 비교

○ 2022년 가구원 수별 가구의 가공식품 지출액 비중 1~5위 품목을 분석한 결과, 1인 가구와 2인 이상 가구 공통적으로 식빵 및 기타 빵, 한과 및 기타 과자, 즉석/동결식품이 순위 안에 포함되어 있었음. 두 가구의 차이로는 1인 가구에는 맥주와 커피가 순위권 안에 있는 반면, 2인 이상 가구에는 기타 육류가공품과 우유가 포함됨.

- 1인 가구는 2인 이상 가구에 비해 즉석/동결 식품(1인 가구 3위, 2인 이상 가구 4위),

맥주(1인 가구 4위, 2인 이상 가구 7위), 커피(1인 가구 5위, 2인 이상 가구 9위)에서 높은 지출액 비중 순위

- 2인 이상 가구는 우유, 아이스크림, 요구르트 등의 유제품과 기타 육류가공품, 반찬류, 두부, 김, 햄 및 베이컨, 기타수산물가공품 등 가정식 관련한 품목들의 지출 비중이 1인 가구에 비해 높은 순위
- 1인 가구는 말린 고추 순위가 2인 이상 가구보다 낮고, 김치 순위는 1인 가구가 2인 이상 가구보다 높은 순위

○ 2022년 2인 이상 가구의 우유 지출액 비중 순위는 2021년과 동일한 데 반해, 1인 가구의 우유 지출액 비중 순위는 2021년 6위에서 2022년 11위로 5순위 하락함. 반면 1인 가구의 와인 및 과일주와 양주의 지출액 비중 순위는 각각 24위 → 18위, 29위 → 25위로 상승함.

○ 한편 2인 이상 가구에서 기타 미분류 식품이 2021년 38위에서 2022년 26위로 급상승하였는데, 이는 다양한 제품 출시로 기존 통계로 분류되지 않는 품목들이 증가하였기 때문으로 보임.

〈표 2-1〉 연도별 지출액 비중 상위 품목 변화

단위: %

순위	2000		2010		2015		2019		2020		2021		2022	
	품목	비중	품목	비중	품목	비중	품목	비중	품목	비중	품목	비중	품목	비중
1	우유	10.8	우유	10.6	식빵 및 기타 빵	8.7	식빵 및 기타 빵	8.5	식빵 및 기타 빵	8.2	식빵 및 기타 빵	8.2	식빵 및 기타 빵	9.1
2	한과 및 기타 과자	6.6	식빵 및 기타 빵	8.4	식빵 및 기타 과자	8.3	한과 및 기타 과자	7.9	한과 및 기타 과자	7.5	한과 및 기타 과자	7.5	한과 및 기타 과자	7.2
3	식빵 및 기타 빵	6.3	한과 및 기타 과자	8.4	우유	7.6	우유	5.7	즉석/동결식품	5.5	즉석/동결식품	5.5	기타 육류가공품	5.5
4	기타 육류가공품	5.1	라면류	4.3	기타 육류가공품	3.9	즉석/동결식품	5.3	기타 육류가공품	5.2	기타 육류가공품	5.2	우유	5.1
5	말린 고추	4.4	커피	4.2	맥주	3.9	기타 육류가공품	4.9	우유	5.2	우유	4.8	우유	4.6
6	라면류	3.8	기타 육류가공품	4.1	아이스크림	3.8	맥주	4.1	맥주	4.0	맥주	4.2	맥주	4.0
7	요구르트	3.7	아이스크림	4.1	라면류	3.6	기타음료	3.6	라면류	3.6	라면류	3.9	라면류	3.8
8	떡	3.5	요구르트	4.0	기타음료	3.6	커피	3.6	커피	3.6	커피	3.6	아이스크림	3.5
9	기타음료	3.4	떡	3.7	커피	3.5	라면류	3.5	아이스크림	3.4	아이스크림	3.4	아이스크림	3.5
10	커피	3.3	기타음료	3.5	요구르트	3.4	반찬류	3.3	기타음료	3.3	기타음료	3.3	커피	3.5
11	분유	3.3	과일 및 야채주스	3.4	즉석/동결식품	2.9	아이스크림	3.2	반찬류	3.2	라면류	3.3	라면류	3.2
12	과일 및 야채주스	3.1	맥주	3.3	기타곡물가공품	2.6	요구르트	3.0	요구르트	3.1	기타곡물가공품	3.0	기타곡물가공품	3.0
13	아이스크림	3.0	기타곡물가공품	3.2	떡	2.6	기타곡물가공품	2.8	기타곡물가공품	2.9	요구르트	2.9	요구르트	2.6
14	맥주	2.7	말린 고추	3.0	과일 및 야채주스	2.6	과일 및 야채주스	2.5	말린 고추	2.8	떡	2.5	떡	2.5
15	햄 및 베이컨	2.4	두부	2.5	반찬류	2.4	떡	2.5	떡	2.5	말린 고추	2.4	소주	2.2
16	기타곡물가공품	2.2	케이크	2.4	케이크	2.3	말린 고추	2.4	과일 및 야채주스	2.4	소주	2.3	케이크	2.1
17	두부	1.8	반찬류	2.3	말린 고추	2.1	소주	2.1	소주	2.3	케이크	2.2	말린 고추	2.1
18	참기름 및 들기름	1.7	햄 및 베이컨	2.1	소주	2.0	케이크	2.0	케이크	2.0	과일 및 야채주스	2.1	과일 및 야채주스	1.9
19	소주	1.7	소주	2.0	과일가공품	2.0	과일가공품	1.9	과일가공품	1.8	과일가공품	1.8	생수	1.7
20	반찬류	1.7	즉석·동결식품	1.9	두부	1.9	생수	1.7	김치	1.7	김치	1.8	김치	1.7
21	케이크	1.5	채소가공품	1.9	햄 및 베이컨	1.8	두부	1.5	생수	1.5	두부	1.7	두부	1.7
22	잼, 꿀, 조청	1.4	김치	1.6	채소가공품	1.5	김치	1.5	두부	1.6	김치	1.7	과일가공품	1.6
23	채소가공품	1.4	분유	1.6	생수	1.2	채소가공품	1.4	채소가공품	1.5	채소가공품	1.5	채소가공품	1.3
24	기타조미식품	1.4	기타미분류식품	1.5	잼, 꿀, 조청	1.1	햄 및 베이컨	1.3	기타조미식품	1.3	기타조미식품	1.3	기타조미식품	1.2
25	김치	1.1	국수류	1.4	차	1.1	차	1.2	햄 및 베이컨	1.3	햄 및 베이컨	1.2	차	1.1
26	참깨 및 들깨	1.1	두유	1.4	치즈	1.0	두유	1.1	차	1.1	차	1.1	기타미분류식품	1.1
27	차	1.0	차	1.3	두유	1.0	사탕 및 젤리	1.1	치즈	1.0	두유	1.1	국수류	1.1
28	이유식	1.0	과일가공품	1.1	김치	1.0	기타조미식품	1.0	국수류	1.0	국수류	1.1	햄 및 베이컨	1.1
29	즉석·동결식품	0.9	잼, 꿀, 조청	1.1	국수류	1.0	치즈	1.0	사탕 및 젤리	1.0	사탕 및 젤리	1.0	사탕 및 젤리	1.1
30	두유	0.8	참기름 및 들기름	1.1	사탕 및 젤리	1.0	국수류	1.0	두유	1.0	사탕 및 젤리	1.0	사탕 및 젤리	1.1

주 1) 표본 가중치를 적용하여 월평균 가구당 가공식품 지출액에서 품목별 지출액이 차지하는 비중을 계산함.
 주 2) 수산가공품은 분석에서 제외하였으며, 표에 제시된 비중은 수산가공품을 제외한 가공식품 내에서의 비중을 의미함.
 자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

〈표 2-2〉 1인 가구와 2인 이상 가구의 지출액 비중 상위 품목(2022)

단위: 원, %

순위	1인 가구			2인 이상 가구		
	품목	금액	비중	품목	금액	비중
1	식빵 및 기타 빵	9,852	8.8	식빵 및 기타 빵	13,007	8.4
2	한과 및 기타 과자	7,237	6.4	한과 및 기타 과자	10,298	6.6
3	즉석/동결식품	6,495	5.8	기타 육류가공품	8,242	5.3
4	맥주	5,906	5.3	즉석/동결식품	7,044	4.5
5	커피	4,647	4.1	우유	6,795	4.4
6	기타음료(9)	4,647	4.1	반찬류	5,506	3.5
7	반찬류	4,464	4.0	맥주	5,299	3.4
8	기타곡물가공품(10)	4,294	3.8	아이스크림(9)	5,044	3.2
9	기타 육류가공품(8)	4,266	3.8	커피(8)	4,861	3.1
10	라면류(11)	4,204	3.7	기타음료(11)	4,824	3.1
11	우유(6)	4,191	3.7	라면류(10)	4,465	2.9
12	아이스크림(13)	3,511	3.1	기타곡물가공품(13)	4,196	2.7
13	소주(12)	3,350	3.0	요구르트(12)	3,831	2.5
14	생수	3,294	2.9	떡	3,804	2.5
15	요구르트(16)	2,774	2.5	말린 고추	3,251	2.1
16	말린 고추(15)	2,586	2.3	소주	3,125	2.0
17	김치(18)	2,565	2.3	케이크(18)	3,004	1.9
18	와인 및 과일주(24)	2,426	2.2	과일 및 야채주스(17)	2,793	1.8
19	떡(17)	2,415	2.2	두부(20)	2,515	1.6
20	케이크(19)	2,289	2.0	과일가공품(19)	2,424	1.6
21	과일 및 야채주스(20)	1,967	1.8	김치(22)	2,276	1.5
22	과일가공품(21)	1,745	1.6	생수(21)	2,213	1.4
23	두부	1,619	1.4	채소가공품	2,047	1.3
24	두유(22)	1,488	1.3	기타조미식품	1,835	1.2
25	양주(29)	1,366	1.2	국수류(17)	1,671	1.1
26	차	1,263	1.1	기타미분류식품(38)	1,656	1.1
27	채소가공품(25)	1,206	1.1	차	1,635	1.1
28	참깨 및 들깨(30)	1,122	1.0	햄 및 베이컨(26)	1,625	1.0
29	참기름 및 들기름(31)	970	0.9	사탕젤리	1,403	0.9
30	국수류	959	0.9	치즈	1,219	0.9

주 1) 가구원 수별 지출액은 OECD 균등화 방식에 따라 지출액을 해당 가구원 수의 제곱근으로 나누어 재계산한 것임.

2) ()는 2021년 순위를 의미함.

3) 수산가공품은 분석에서 제외하였으며, 표에 제시된 비중은 수산가공품을 제외한 가공식품 내에서의 비중을 의미함.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

1.3. 가구주 연령대별 상위 지출 품목 비교

○ 2022년 가공식품 지출액 비중 1~5순위 품목을 가구주 연령대별로 살펴보면, 가구주 연령 60대 이상 가구의 경우 2021년까지 매년 최다 지출 품목이 말린 고추였으나, 2022년에는 식빵 및 기타 빵 지출 비중이 7.2%로 1위를 차지함.

○ 가구주 연령대별로 가구의 가공식품 지출 패턴이 다름.

- 가구주 연령이 20대인 가구는 지출액 비중 1, 2위가 식빵 및 기타 빵, 한과 및 기타 과자로 다른 연령대와 유사하나, 즉석/동결식품이 3위에 해당하고, 다음으로 기타음료와 맥주가 지출액 비중 상위권에 위치
- 가구주 연령 30~40대 가구는 지출액 비중이 1~5위 품목 중 식빵 및 기타 빵, 한과 및 기타 과자, 기타 육류가공품, 즉석/동결식품이 동일하나, 가구주 연령 30대 가구에서는 40대 가구에 비해 즉석/동결식품과 맥주의 지출액 비중이 상위권에 위치
- 가구주 연령 30~40대 이상 가구의 경우 맥주가 아닌 우유가 상위권에 포함되어 있으며, 20대 이하 가구의 경우 기타음료가 상위권을 차지
- 가구주 연령 40~50대 가구는 지출액 비중 1~6위에 해당하는 품목이 일치하며, 다른 연령대의 가구에 비해 반찬류의 지출액 비중이 높은 특징
- 가구주 연령 60대 미만 가구에는 즉석/동결 식품이 3~4위에 있는 반면, 60대 이상 가구는 8위

○ 2022년 가구주 연령대별 지출액 비중 순위를 전년도와 비교하여 3순위 이상 변화한 품목을 살펴봄.

- 가구주 연령 20대 이하 가구는 라면류(11위→7위), 기타미분류식품(29→22위), 초콜릿(32위→28위) 지출액 비중 순위가 상대적으로 크게 상승
- 가구주 연령 30대 가구의 경우 양주(38위→23위), 기타미분류식품(31위→25위)의 순위는 상승하였고, 기타조미식품(22위→27위), 치즈(25위→28위) 순위 하락

- 가구주 연령 40대 가구에서는 기타미분류식품(31위→25위), 기타음료(11위→9위) 순위가 상대적으로 크게 상승한 반면, 햄 및 베이컨(18위→26위), 기타조미식품(21위→24위)은 하락
- 가구주 연령대가 50대 이상인 가구에서는 전년에 비해 지출액 비중 순위에 차이가 거의 없었으나, 다만 가구주 연령 50대 가구는 김치 지출액 비중 순위가 19위에서 16위로 올랐고, 과일 및 야채주스 순위가 16위에서 19위로 하락함. 가구주가 60대인 가구에서는 반찬류 지출액 비중이 10위에서 7위로, 요구르트가 7위에서 10위로 변동

〈표 2-3〉 가구주 연령대별 지출액 비중 상위 품목(2022)

단위: %

순위	20대 이하		30대		40대		50대		60대 이상	
	품목	비중	품목	비중	품목	비중	품목	비중	품목	비중
1	식빵 및 기타 빵	11.3	식빵 및 기타 빵	9.9	식빵 및 기타 빵	10.0	식빵 및 기타 빵	9.4	식빵 및 기타 빵	7.2
2	한과 및 기타 과자	8.5	한과 및 기타 과자	8.6	한과 및 기타 과자	8.7	한과 및 기타 과자	6.7	말린 고추	5.9
3	즉석/동결식품	7.3	즉석/동결식품	5.7	기타 육류가공품	6.3	기타 육류가공품	6.1	한과 및 기타 과자	5.1
4	기타음료	6.1	맥주	5.5	즉석/동결식품	5.8	즉석/동결식품	5.4	우유	5.1
5	맥주	6.0	기타 육류가공품	5.1	우유	4.7	우유	4.6	기타 육류가공품	4.8
6	아이스크림	5.5	우유	4.3	반찬류	4.6	반찬류	4.2	떡	4.0
7	라면류	4.2	아이스크림	4.3	맥주	4.3	커피	3.7	반찬류	3.8
8	기타곡물가공품	4.0	기타음료	4.1	아이스크림	3.9	라면류	3.7	즉석동결식품	3.7
9	기타 육류가공품	3.9	반찬류	3.9	기타음료	3.9	맥주	3.6	커피	3.4
10	케이크	3.8	커피	3.7	커피	3.6	기타음료	3.4	요구르트	3.3
11	생수	3.5	케이크	3.1	라면류	3.4	아이스크림	3.3	기타곡물가공품	3.2
12	우유	3.1	기타곡물가공품	2.9	기타곡물가공품	2.9	기타곡물가공품	3.1	소주	2.8
13	커피	3.1	라면류	2.9	요구르트	2.6	요구르트	2.8	라면류	2.7
14	반찬류	2.6	분유	2.6	떡	2.3	소주	2.6	기타음료수	2.6
15	와인	2.0	과일야채주스	2.4	케이크	2.2	떡	2.6	두부	2.5
16	과일야채주스	1.9	요구르트	2.2	소주	1.9	김치	2.1	맥주	2.5
17	요구르트	1.9	소주	1.9	말린 고추	1.8	케이크	2.1	아이스크림	2.3
18	양주	1.8	생수	1.8	과일야채주스	1.6	과일가공품	2.0	참깨 및 들깨	2.2
19	김치	1.4	이유식	1.6	두부	1.5	과일야채주스	1.9	과일가공품	2.2
20	소주	1.3	떡	1.5	과일가공품	1.5	두부	1.9	채소가공품	2.2
21	차	1.3	사탕젤리	1.5	김치	1.5	생수	1.8	김치	1.9
22	기타미분류식품	1.1	와인	1.5	생수	1.5	말린 고추	1.6	생수	1.8
23	기타조미식품	1.0	양주	1.4	채소가공품	1.4	채소가공품	1.6	참기름 및 들기름	1.7
24	사탕젤리	0.9	김치	1.2	기타조미식품	1.4	기타조미식품	1.4	두유	1.7
25	분유	0.9	기타미분류식품	1.2	기타미분류식품	1.3	햄 및 베이컨	1.3	과일야채주스	1.5
26	떡	0.9	차	1.2	햄 및 베이컨	1.3	두유	1.3	잼, 꿀, 조청	1.4
27	햄 및 베이컨	0.9	기타조미식품	1.2	국수류	1.2	국수류	1.2	국수류	1.3
28	초콜릿	0.7	치즈	1.1	차	1.2	차	1.1	기타식물성식용유	1.2
29	국수류	0.7	과일가공품	1.0	사탕젤리	1.1	기타미분류식품	1.1	막걸리	1.1
30	두부	0.7	소시지	1.0	치즈	1.1	치즈	0.9	기타조미식품	1.1

주: 수산가공품은 분석에서 제외하였으며, 표에 제시된 비중은 수산가공품을 제외한 가공식품 내에서의 비중을 의미함.
 자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

1.4. 가구 소득수준별 상위 품목 지출 비교

- 2022년 기준 가구 소득수준별 가공식품 지출액 비중을 살펴보면, 가구 소득 2분위 이상 가구의 1~5위는 식빵 및 기타 빵, 한과 및 기타 과자, 즉석/동결식품, 기타 육류가공품, 우유가 공통적으로 차지함. 소득수준이 가장 낮은 1분위 가구의 경우 5위 내에 기타 육류가공품이 아닌 반찬류가 포함되었음.
 - 2021년 소득수준 1분위 가구의 반찬류 지출액 비중 순위는 6위였으나 2022년에는 4위로 상승

- 2022년 소득수준별 지출액 비중 순위 차이를 크게 보이는 품목에는 말린 고추와 기타 미분류식품 등이 있음.
 - 말린 고추의 경우 소득수준 1분위 가구에서는 6위, 2분위 가구 13위, 3분위 가구 16위, 4분위 가구 22위, 5분위 가구 28위로 소득분위가 높을수록 하락
 - 김치는 소득분위가 높을수록 지출 비중 하락
 - 기타미분류식품은 소득수준 1~2분위 가구에서는 30위 밖에 있으나, 3분위 가구에서는 27위, 4분위 가구 25위, 5분위 가구 23위로, 소득 수준이 높은 가구에서 높은 순위

- 특히 기타미분류식품은 2021년에 소득수준 5분위 가구 30위를 제외하고, 모든 가구에서 지출액 비중 순위 30위 밖에 있던 품목임. 기타미분류식품, 기타 음료, 기타 조미식품 등 소비자들의 다양성 선호 추세에 따라 기존에 기타에 속해 있던 식품 품목에 대한 가구의 지출이 커지는 양상을 보임.

〈표 2-4〉 가구의 소득 분위별 지출액 비중 상위 품목(2022)

단위: %

순위	1분위		2분위		3분위		4분위		5분위	
	품목	비중	품목	비중	품목	비중	품목	비중	품목	비중
1	식빵 및 기타 빵	7.1	식빵 및 기타 빵	8.6	식빵 및 기타 빵	8.9	식빵 및 기타 빵	9.5	식빵 및 기타 빵	10.2
2	한과 및 기타 과자	5.7	한과 및 기타 과자	7.0	한과 및 기타 과자	7.3	한과 및 기타 과자	7.7	한과 및 기타 과자	7.2
3	우유	5.0	즉석/동결식품	5.0	기타 육류가공품	5.5	기타 육류가공품	6.0	기타 육류가공품	6.0
4	반찬류	4.8	기타 육류가공품	4.9	즉석동결식품	5.4	즉석/동결식품	5.3	즉석/동결식품	5.3
5	즉석/동결식품	4.5	우유	4.4	우유	4.3	우유	4.6	우유	4.9
6	말린 고추	4.3	맥주	3.9	맥주	4.3	맥주	4.3	맥주	4.1
7	기타 육류가공품	4.2	기타음료	3.7	기타음료	3.6	아이스크림	4.0	반찬류	4.0
8	커피	3.8	라면류	3.6	커피	3.6	반찬류	3.9	아이스크림	3.8
9	라면류	3.7	커피	3.5	아이스크림	3.5	기타음료	3.7	커피	3.5
10	기타곡물가공품	3.5	반찬류	3.5	라면류	3.4	라면류	3.4	기타음료	3.4
11	기타음료	3.3	기타곡물가공품	3.5	반찬류	3.4	커피	3.3	기타곡물가공품	2.9
12	요구르트	3.1	아이스크림	3.4	기타곡물가공품	3.0	기타곡물가공품	3.0	라면류	2.8
13	떡	3.1	말린 고추	3.2	떡	2.6	요구르트	2.4	요구르트	2.6
14	맥주	2.9	요구르트	3.2	소주	2.5	케이크	2.4	케이크	2.6
15	소주	2.9	소주	2.8	요구르트	2.5	떡	2.2	떡	2.5
16	아이스크림	2.6	떡	2.8	말린 고추	2.2	소주	2.2	과일 및 야채주스	2.3
17	김치	2.4	생수	2.5	케이크	2.1	과일 및 야채주스	2.0	과일가공품	1.7
18	생수	2.4	김치	2.2	과일 및 야채주스	1.9	김치	1.7	소주	1.7
19	참깨 및 들깨	2.2	케이크	1.9	생수	1.8	생수	1.7	와인	1.6
20	두유	1.8	두부	1.9	두부	1.6	과일가공품	1.5	두부	1.5
21	과일가공품	1.8	과일 및 야채주스	1.8	과일가공품	1.6	두부	1.5	김치	1.5
22	채소가공품	1.6	과일가공품	1.7	김치	1.5	말린 고추	1.4	생수	1.4
23	참기름 및 들기름	1.6	채소가공품	1.7	채소가공품	1.3	채소가공품	1.3	기타미분류식품	1.4
24	과일야채주스	1.5	두유	1.5	기타조미식품	1.3	기타조미식품	1.3	기타조미식품	1.3
25	국수류	1.4	참깨 및 들깨(27)	1.2	국수류	1.2	기타미분류식품	1.2	햄 및 베이컨	1.3
26	차	1.3	기타조미식품	1.2	차	1.1	사탕젤리	1.2	채소가공품	1.2
27	기타식물성식용유	1.1	차	1.1	기타미분류식품	1.1	햄 및 베이컨	1.2	차	1.2
28	케이크	1.0	참기름 및 들기름	1.1	사탕젤리	1.0	차	1.1	말린 고추	1.2
29	잼,꿀,조청	1.0	잼,꿀,조청	1.1	햄 및 베이컨	1.0	국수류	1.1	사탕젤리	1.2
30	막걸리	1.0	국수류	1.1	분유	1.0	와인	1.0	치즈	1.2

주: 수산가공품은 분석에서 제외하였으며, 표에 제시된 비중은 수산가공품을 제외한 가공식품 내에서의 비중을 의미함.
 자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

2. 떡·빵류 지출 추이

- 식품산업 정보분석 전문기관 사업은 매년 주요 가공식품 분류를 대상으로 분류별 주요 품목에 대해 통계청 가계동향조사 원시자료를 이용하여 지난 10년간 가구 소비지출을 분석함. 분석 대상 가공식품 분류는 빵 및 떡류, 유지류, 커피·차, 주스·기타음료에 해당되며, 분류별 세부 품목은 <표 2-5>에 제시한 바와 같음.

<표 2-5> 2023년 가공식품 소비지출 분석 대상 분류 및 주요 품목

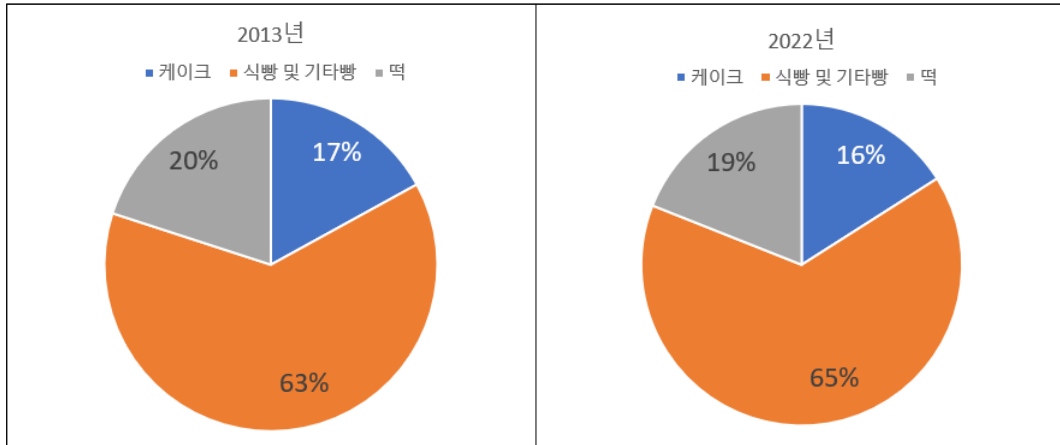
분류	세부 품목
빵 및 떡류	케이크, 식빵 및 기타 빵, 떡
유지류	참기름 및 들기름, 기타 식물성 식용유, 버터 및 기타유지류
커피 및 차	커피, 차
주스 및 기타 음료	과일·야채주스, 생수, 기타음료수

2.1. 가구의 빵 및 떡류 지출 변화

- 최근 10년(2013년~2022년)간 통계청 가계동향조사 원시자료의 가구별 연간 월평균 지출 데이터를 이용하여 가구의 월평균 빵 및 떡류(케이크, 식빵 및 기타 빵, 떡) 지출액 추이를 분석함. 품목별 지출액은 해당 소비자가격지수(2020=100)로 디플레이트한 실질 지출액임.
- 2022년 가구의 빵 및 떡류 지출 중 가장 많은 비중을 차지하는 종류는 식빵 및 기타 빵으로 전체의 65%를 차지하며, 다음으로 떡(19%), 케이크(16%) 순임. 품목별 비중 순서는 10년 전인 2013년과 비슷한 동일하나, 2013년에 비해 가구의 케이크, 떡 지출 비중이 각각 1%p씩 감소하고 식빵 및 기타 빵 비중이 2%p 증가함.

〈그림 2-1〉 가구의 빵 및 떡류 품목별 지출 비중 변화

단위: %



주: 케이크와 떡은 해당 품목의 소비자물가지수(2020=100)로, 식빵 및 기타 빵은 빵의 소비자물가지수(2020=100)로 명목 지출액을 디플레이트 함.

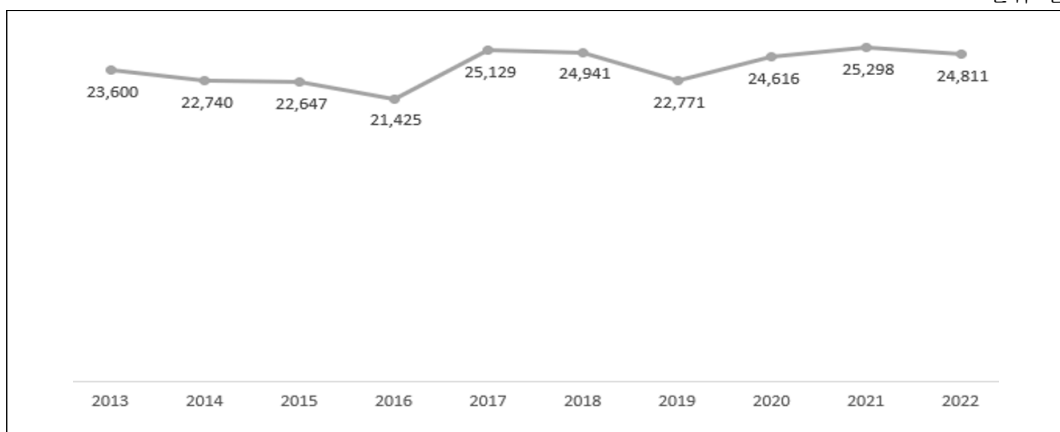
자료: 통계청, 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 가구의 월평균 빵 및 떡류 지출은 지난 2013~2022년 기간 동안 2~3년을 주기로 증감을 반복하는 추세를 보여왔으나, 매년 평균 0.6%씩 증가하여 2022년 기준 2만 4,811 원을 기록함.

- 2019년 이후로는 코로나19로 인해 가구의 빵 및 떡류 소비가 증가

〈그림 2-2〉 가구의 월평균 빵 및 떡류 지출 변화

단위: 원



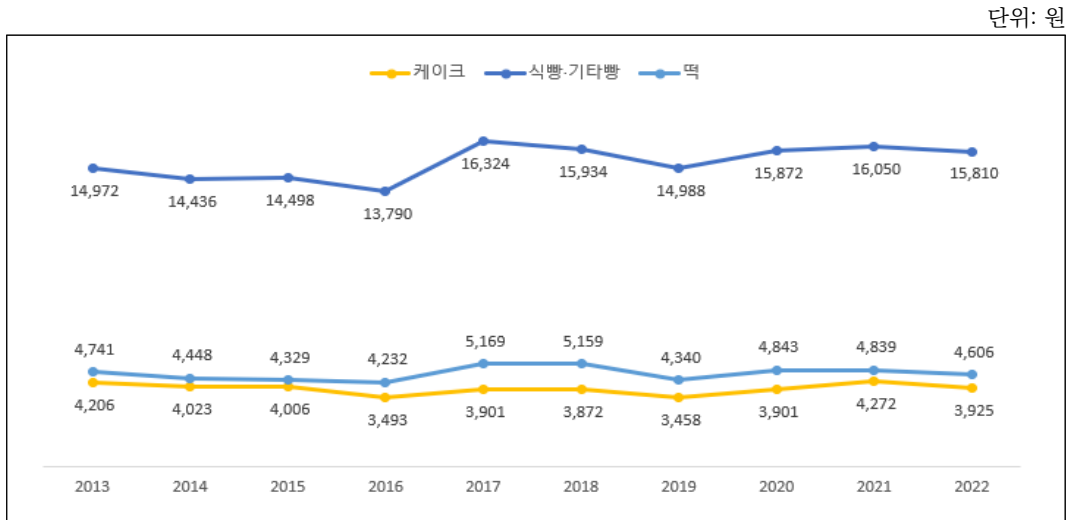
주: 빵 및 떡류 명목 지출액을 케이크, 빵, 떡의 소비자물가지수(2020=100) 평균으로 디플레이트 함.

자료: 통계청, 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 가구의 월평균 빵 및 떡류 지출 추세는 세부 품목 중 주로 식빵 및 기타 빵의 증가 추세에 기인하는 것으로 판단됨.

- 식빵 및 기타 빵은 간편식 선호 증가, 식생활의 서구화 등으로 인해 매년 0.6%씩 월평균 가구 지출이 증가하였으며, 케이크는 0.8%, 떡은 0.3%씩 감소

〈그림 2-3〉 가구의 월평균 빵 및 떡류 지출 추이



주: 케이크와 떡은 해당 품목의 소비자물가지수(2020=100)로, 식빵 및 기타 빵은 빵의 소비자물가지수(2020=100)로 명목 지출액을 디플레이트 함.

자료: 통계청, 가계동향조사 원시자료 분석.

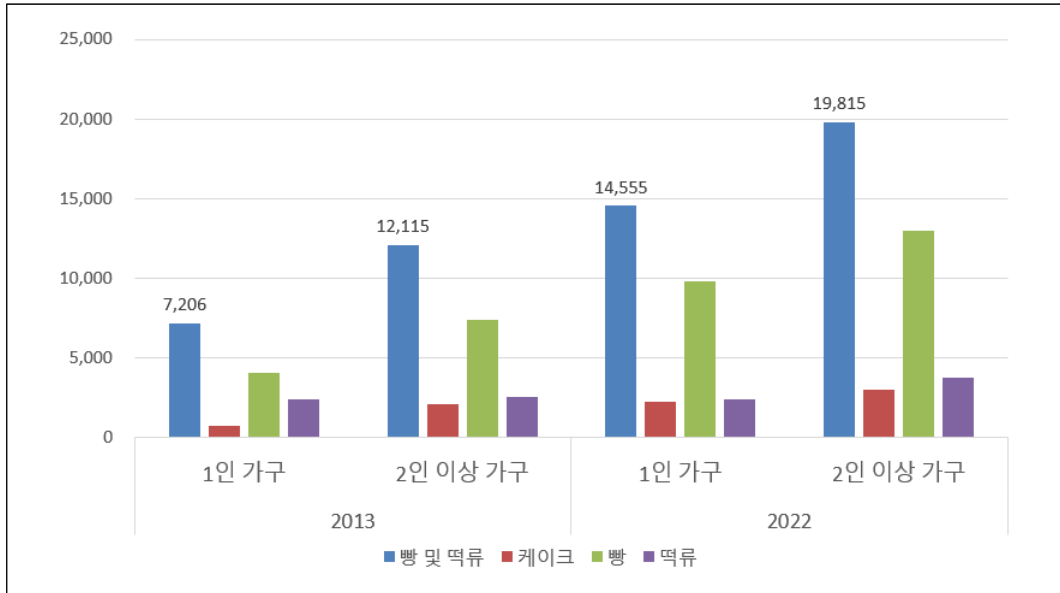
2.2. 가구 특성별 지출 변화

○ 가구의 2013~2022년간 월평균 빵 및 떡류 지출액을 가구 규모(1인 가구, 2인 이상 가구), 가구주 연령(20대 이하~60대 이상), 소득수준별(소득 1~5분위)로 비교함.

○ 2022년 가구원 수별 월평균 빵 및 떡류 지출은 2013년에 비해 품목별 지출 규모가 확대되었지만, 품목별 비중은 매우 유사한 특징을 보임. 모든 세부 품목에서 2인 이상 가구의 지출이 1인 가구의 지출보다 크고, 1인 가구와 2인 이상 가구 모두 빵, 떡류, 케이크 순으로 지출이 높았음.

〈그림 2-4〉 가구원 수별 월평균 빵 및 떡류 지출 비교: 2013년 vs 2022년

단위: 원



주 1) 가구원 수별 지출액은 가구 소비에 대한 규모의 경제를 반영하기 위해 OECD 균등화 방식에 따라 지출액을 해당 가구원 수의 제곱근으로 나누어 재계산한 것임.

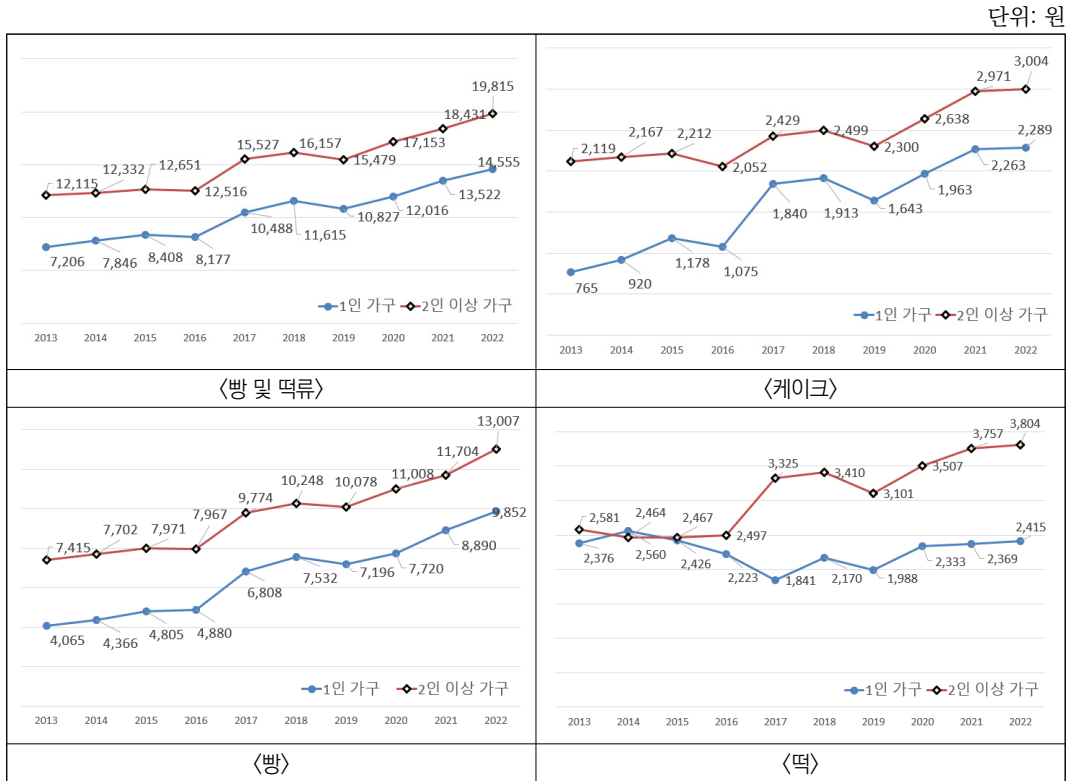
2) 빵 및 떡류 지출은 가구의 케이크, 빵, 떡의 지출액을 합한 값임.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 2013~2022년 빵 및 떡류 지출은 1인 가구와 2인 이상 가구 모두에서 증가세를 보임(1인 가구 연평균 증가율 8.1%, 2인 이상 가구 연평균 증가율 5.6%).

- 품목별로 증가율이 가장 높은 품목은 빵으로 1인 가구와 2인 이상 가구의 지출액이 각각 연평균 10.3%, 6.4%씩 증가
- 케이크의 경우 1인 가구의 지출액이 무려 연평균 12.9%의 증가율을 보인 반면, 2인 이상 가구의 지출액은 연평균 4.0%로 상대적으로 증가폭이 저조
- 떡의 경우 1인 가구의 지출액이 연평균 0.2%로 소폭 증가하고, 2인 이상 가구의 지출액은 이보다는 높은 연평균 4.4%씩 증가

〈그림 2-5〉 가구원 수별 월평균 빵 및 떡류 지출 추이



주 1) 가구원 수별 지출액은 가구 소비에 대한 규모의 경제를 반영하기 위해 OECD 균등화 방식에 따라 지출액을 해당 가구원 수의 제곱근으로 나누어 재계산한 것임.

2) 빵 및 떡류 지출은 가구의 케이크, 빵, 떡의 지출액을 합한 값임.

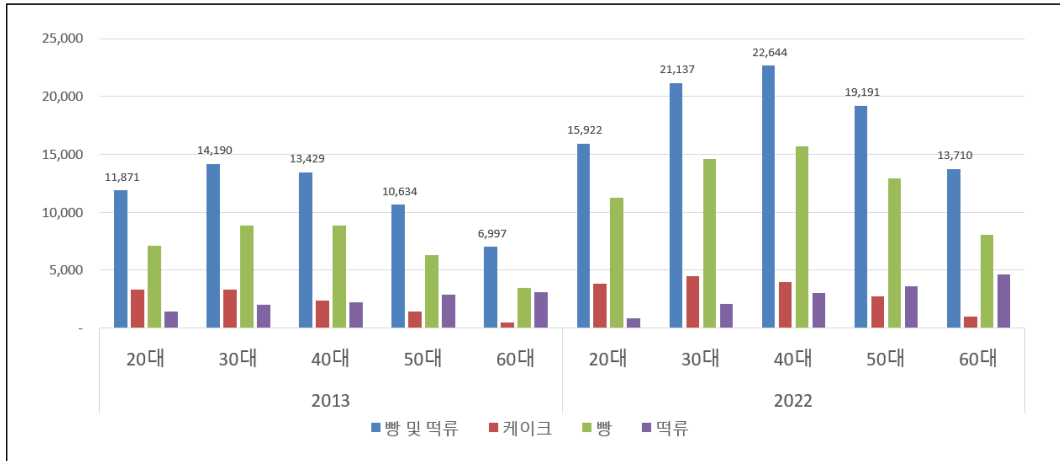
자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 가구주 연령대별로 빵 및 떡류 지출액을 살펴보면 2022년 지출액이 가장 큰 가구는 가구주 연령대가 40대인 가구(2만 2,644원)이며, 다음으로 30대(2만 1,137원), 50대(1만 9,191원), 20대(1만 5,922원), 60대(1만 3,710원) 순임. 2013년 순위인 30대(1만 4,190원) > 40대(1만 3,429원) > 20대(1만 1,871원) > 50대(1만 634원) > 60대(6,997원)와는 순위 변화가 있었으나 여전히 30~40대가 가장 높은 지출 수준을 보였음.

- 케이크는 가구주 연령 20~40대 가구에서 지출이 컸으며, 빵은 30~50대, 그리고 떡류는 40~50대에서 높은 지출 수준

〈그림 2-6〉 가구주 연령대별 월평균 빵 및 떡류 지출 비교: 2013년 vs 2022년

단위: 원



주 1) 20대는 20대 이하, 60대는 60대 이상을 의미함.

2) 빵 및 떡류 지출은 가구의 케이크, 빵, 떡의 지출액을 합한 값임.

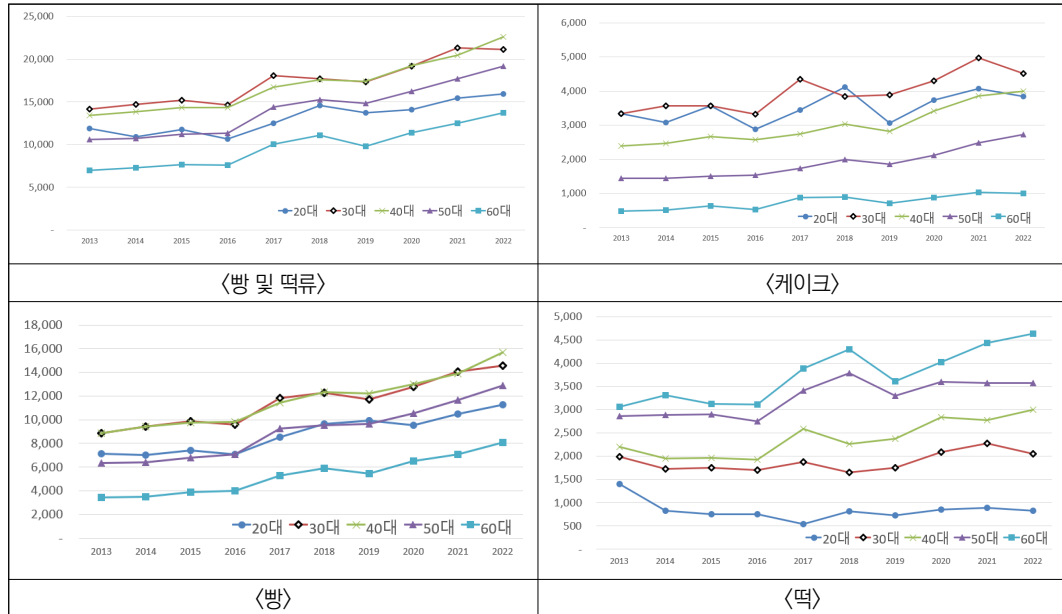
자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 2013~2022년간 빵 및 떡류 지출액의 변화 추이를 살펴보면, 20대 가구주 가구의 경우 연평균 변화율이 3.3%로 모든 연령대 중 변화율이 가장 낮았음. 이는 빵 및 떡류의 대부분을 차지하는 빵 소비가 주로 아침식사를 통해 이루어지는데 젊은 층을 중심으로 아침 결식률이 높아지는 추세에 기인한 것으로 설명할 수 있음. 또한 가구주 연령대가 높아질수록 빵 및 떡류의 연평균 지출액 증가율이 높아짐(30대 4.5%, 40대 6.0%, 50대 6.8%, 60대 이상 7.8%).

- 케이크는 모든 가구주 연령대에서 지출액이 증가하는 추세이나 연령대별로 가구주 연령이 20대인 가구는 연평균 증가율이 1.6%로 완만한 증가세를 보인 반면, 30대는 3.4%, 40대는 5.9%, 50대는 7.3%, 60대는 8.5%로 연령대가 높아질수록 높은 증가 추세
- 떡류는 가구주 연령대 20대인 가구는 매년 5.7%씩 지출액이 감소하는 반면, 40~60대는 연평균 증가율 2.5~4.7%로 가구주 연령대가 높은 가구가 많은 지출

〈그림 2-7〉 가구주 연령대별 월평균 빵 및 떡류 지출 추이

단위: 원

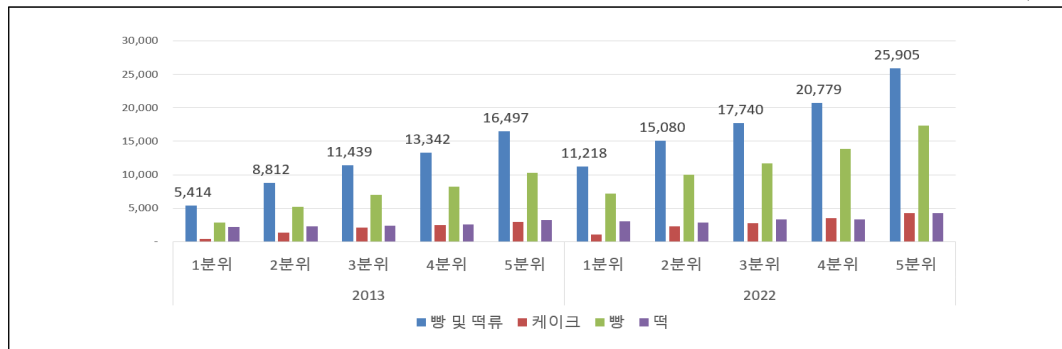


주: 20대는 20대 이하, 60대는 60대 이상을 의미함.
 자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 가구 소득분위별 빵 및 떡류의 지출액을 살펴보면 2022년 기준 가구소득 5분위 그룹의 빵 및 떡류 지출은 2만 5,905원, 가구소득 1분위 그룹은 1만 1,218원으로, 높은 소득분위 가구에서 지출액이 많음. 빵 및 떡류 중 빵과 케이크는 소득분위 간 지출액 차이가 확연히 컸던 반면 떡 지출은 차이가 크지 않음.

〈그림 2-8〉 가구 소득분위별 월평균 빵 및 떡류 지출 비교: 2013년 vs 2022년

단위: 원



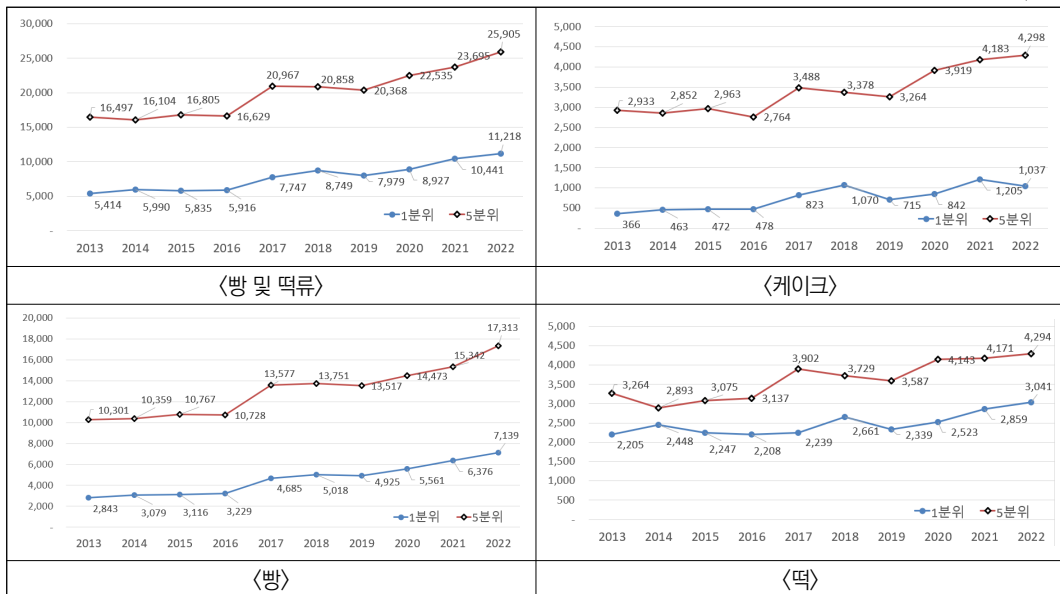
자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 2013~2022년간 저소득 그룹인 1분위 가구와 2분위 가구의 빵 및 떡류 연평균 증가율은 각각 8.4%, 6.2%로 3~4분위 가구의 연평균 증가율 약 5%보다 지출 증가폭이 큼.

- 케이크 지출액의 경우 저소득(1분위)·고소득(5분위) 가구 각각 연평균 12.3%, 4.3% 증가
- 빵 지출액은 매년 저소득 가구 10.8%, 고소득 가구는 5.9%씩 증가
- 떡의 경우 저소득 가구와 고소득 가구의 지출액 증가율이 모두 3~4%를 하회하여 세부 품목 중 가장 낮은 증가율을 보이며, 소득 그룹 간 증가율 차이가 가장 작은 품목

〈그림 2-9〉 가구 소득분위별 월평균 빵 및 떡류 지출 추이

단위: 원



자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

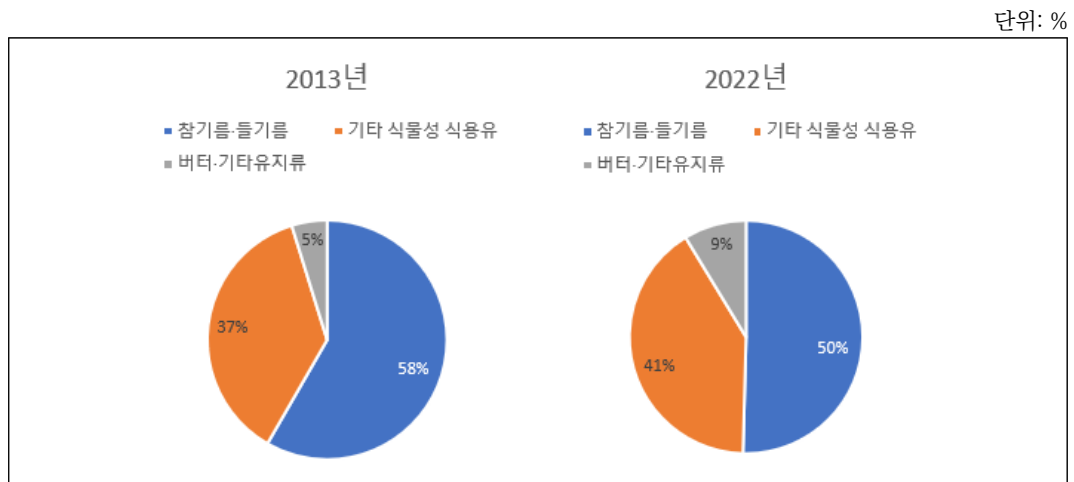
3. 유지류 지출 추이

3.1. 가구의 유지류 지출 변화

○ 2022년 가구의 유지류 지출액에서 참기름 및 들기름이 절반을 차지하며, 다음으로 기타 식물성 식용유(41%), 버터 및 기타유지류(9%) 순임.

- 전체 유지류 지출액 중 참기름 및 들기름의 비중은 2013년 58%에서 2022년 50%로 8%p 하락
- 이와 대조적으로 올리브유, 아보카도 오일, 포도씨유 등 기타 식물성 식용유의 가구 지출액 비중은 2013년 37%에서 2022년 41%로 증가
- 버터 및 기타유지류의 지출액 비중 또한 5%에서 9%로 증가

〈그림 2-10〉 가구의 유지류 품목별 지출 비중 변화



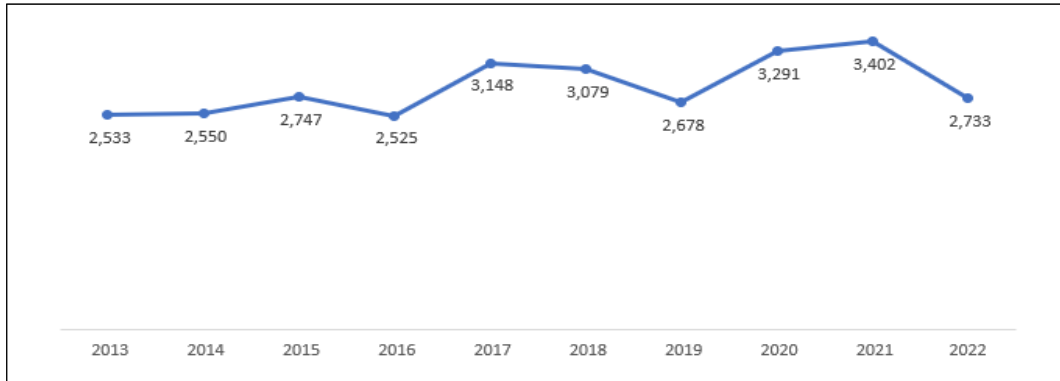
주: 참기름 및 들기름은 참기름 소비자물가지수(2020=100)로, 기타 식물성 식용유는 식용유 소비자물가지수(2020=100)로, 버터 및 기타유지류는 식용유지 소비자물가지수(2020=100)로 명목지출액을 디플레이트 함.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 가구의 월평균 유지류 지출액은 2013년 2,533원에서 2022년 2,733원으로 실질 지출액 기준 200원 증가함. 2013~2022년간 연평균 0.8%의 증가율을 보여 비슷한 수준을 유지함.

〈그림 2-11〉 가구의 월평균 유지류 지출 변화

단위: 원



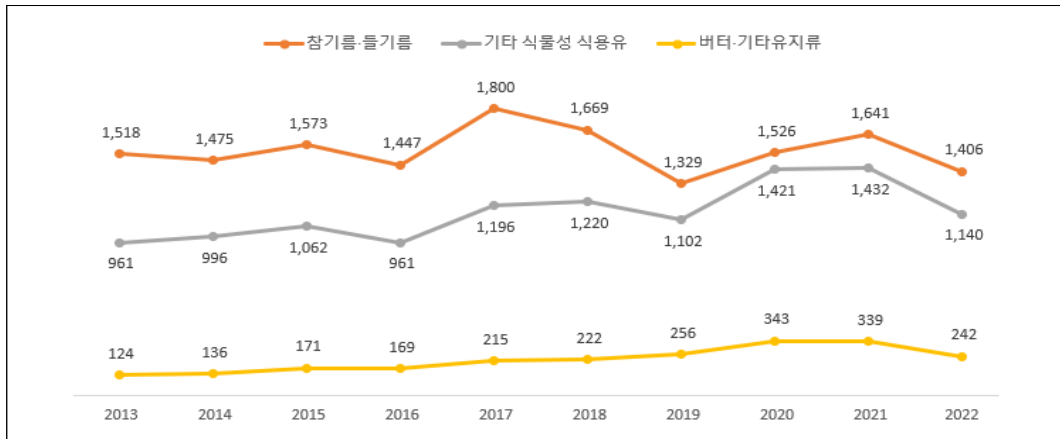
주: 유지류 명목 지출액을 식용유지 소비자물가지수(2020=100)로 디플레이트 함.
 자료: 통계청(각 연도). 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 유지류 지출액을 세부 품목별로 살펴보면, 가구의 월평균 참기름 및 들기름 지출액은 2013년 1,518원에서 2022년 1,406원으로 매년 0.8%씩 감소하였음. 연평균 증가율이 가장 높은 품목은 버터 및 기타유지류로 연평균 7.7% 증가하였으며, 기타 식물성 식용유는 1.9%씩 증가하였음.

- 코로나19 기간 동안 가구 내 식품 조리·섭취가 증가하면서 가구 지출 증가

〈그림 2-12〉 가구의 월평균 유지류 지출 추이

단위: 원



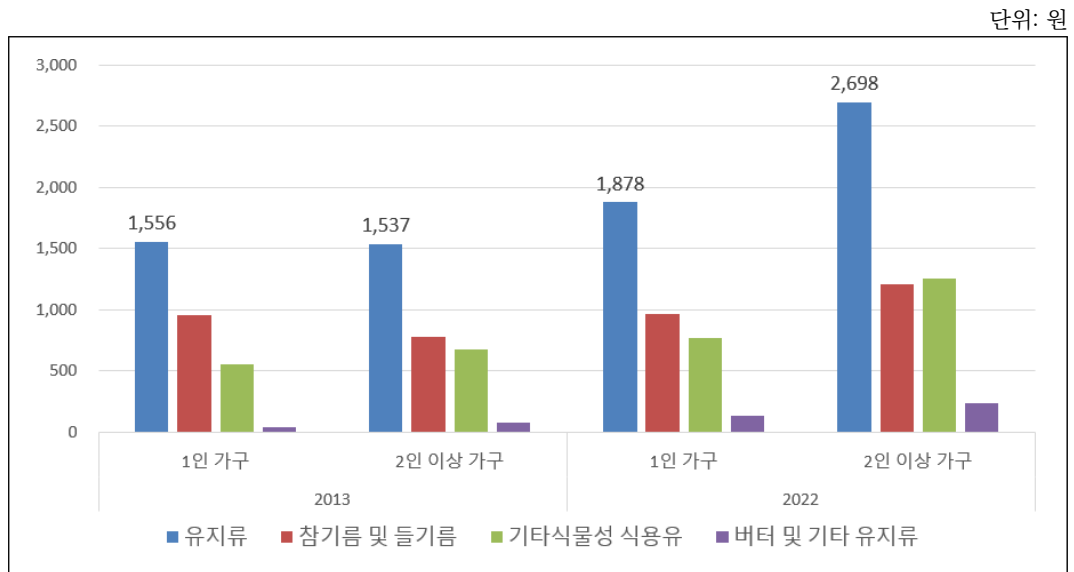
주: 참기름 및 들기름은 참기름 소비자물가지수(2020=100)로, 기타 식물성 식용유는 식용유 소비자물가지수(2020=100)로, 버터 및 기타유지류는 식용유지 소비자물가지수(2020=100)로 명목지출액을 디플레이트 함.
 자료: 통계청(각 연도). 가계동향조사 원시자료 분석.

3.2. 가구 특성별 지출 변화

○ 최근 10년(2013년~2022년) 통계청 가계동향조사의 연간 월평균 지출 데이터를 이용하여 가구의 월평균 유지류 지출액을 가구 규모(1인 가구, 2인 이상 가구), 가구주 연령대(20대 이하~60대 이상), 소득수준별(소득 1~5분위)로 비교함.

○ 가구원 수별 월평균 유지류 지출을 살펴보면, 2013년에는 1인 가구가 2인 이상 가구에 비해 약간 많았으나, 2022년에는 2인 이상 가구의 지출액이 1인 가구에 비해 43.7% 많은 수준임. 품목별로 2013년에는 1인 가구와 2인 이상 가구 모두 참기름 및 들기름 지출액이 기타 식물성 식용유 지출액보다 많았으나, 2022년에는 2인 이상 가구의 기타 식물성 식용유 지출액이 크게 증가하여 참기름 및 들기름보다 많이 구입하는 것으로 나타남.

〈그림 2-13〉 가구원 수별 월평균 유지류 지출 비교 : 2013년 vs 2022년



주 1) 가구원 수별 지출액은 가구 소비에 대한 규모의 경제를 반영하기 위해 OECD 균등화 방식에 따라 지출액을 해당 가구원 수의 제곱근으로 나누어 재계산한 것임.

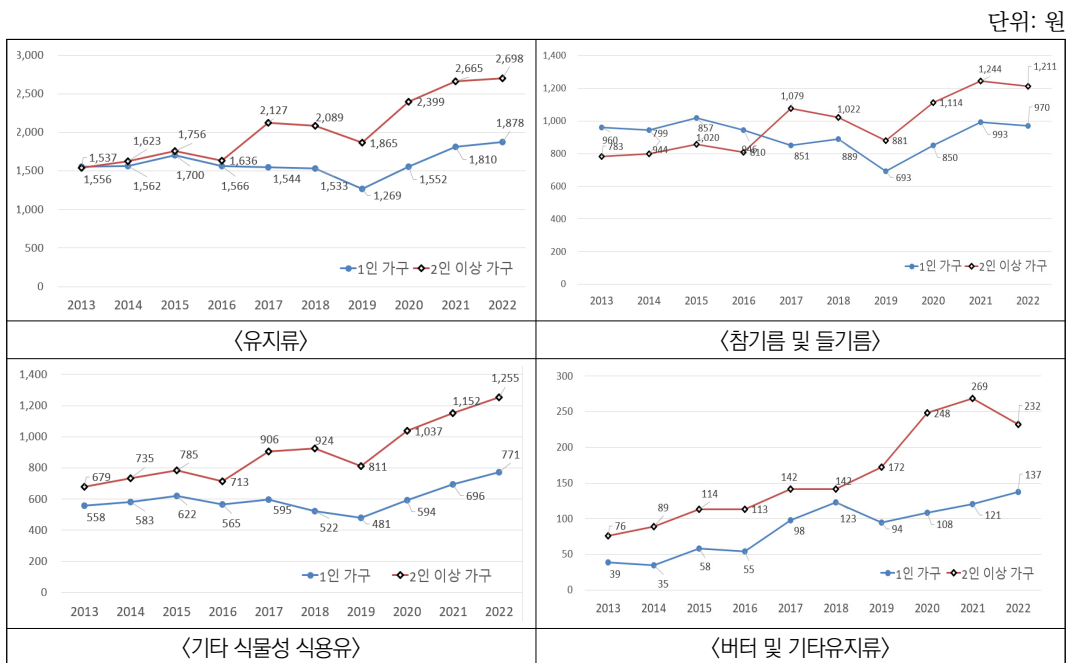
2) 유지류 지출은 참기름 및 들기름, 기타 식물성 식용유, 버터 및 기타 유지류 지출액을 합한 값임.

자료: 통계청(각 연도). 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 2013~2022년간 유지류 월평균 지출액은 1인 가구와 2인 이상 가구 모두에서 증가세를 보였으나, 1인 가구의 연평균 증가율이 2.1%인 반면 2인 이상 가구의 연평균 증가율은 6.5%로 2인 이상 가구에서 지출이 빠르게 증가함.

- 증가세가 가장 두드러지는 버터 및 기타유지류의 경우 1인 가구와 2인 이상 가구의 지출액 연평균 증가율이 각각 15.1%, 13.2%로 빠른 증가 추세
- 참기름 및 들기름의 경우 1인 가구의 지출액이 연평균 0.1%로 크게 정체한 경향을 보인 반면, 2인 이상 가구의 지출액은 연평균 5.0%로 상대적으로 높은 증가율
- 기타 식물성 식용유의 경우 1인 가구의 지출액이 연평균 3.7%로 소폭 증가하고, 2인 이상 가구의 지출액은 이보다는 높은 연평균 7.1% 증가율

〈그림 2-14〉 가구원 수별 월평균 유지류 지출 추이



주 1) 가구원 수별 지출액은 가구 소비에 대한 규모의 경제를 반영하기 위해 OECD 균등화 방식에 따라 지출액을 해당 가구원 수의 제곱근으로 나누어 재계산한 것임.

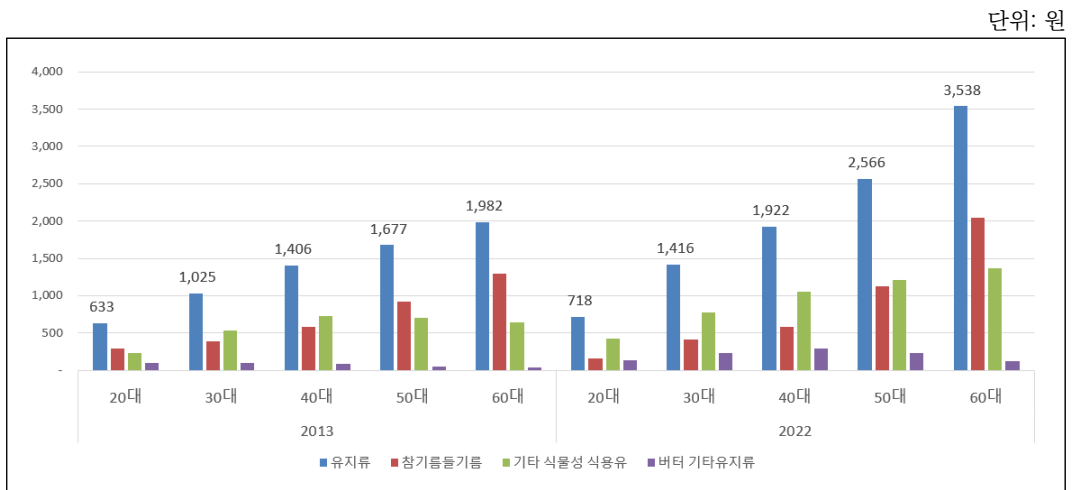
2) 유지류 지출은 참기름 및 들기름, 기타 식물성 식용유, 버터 및 기타 유지류 지출액을 합한 값임.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 가구주 연령대별 유지류 지출액을 살펴보면 2022년 지출액이 가장 큰 가구는 가구주 연령대가 60대인 가구(3,538원)였으며 그 다음으로 50대(2,566원), 40대(1,922원), 30대(1,416원), 20대(718원)의 순으로 낮은 연령대일수록 적은 지출액을 보임.

- 2013년에는 30~40대에서만 기타 식물성 식용유 지출액이 참기름 및 들기름보다 지출액이 많았으나, 2022년에는 60대 이상을 제외한 전 연령층에서 기타 식물성 식용유의 지출액이 참기름 및 들기름에 비해 많은 특징
- 2013년에는 버터 및 기타유지류 지출액은 가구주 연령대 20대(102.7원) > 30대(98.0원) > 40대(92.4원) > 50대(52.2원) > 60대(35.0원) 순위였으나, 10년 후인 2022년에는 30대(295.8원) > 50대(234.5원), 40대(234.0원) > 20대(137.2원) > 60대(121.0원) 순으로 40~50대 가구주 지출 상승

〈그림 2-15〉 가구주 연령대별 월평균 유지류 지출 비교 : 2013년 vs 2022년



주 1) 20대는 20대 이하, 60대는 60대 이상을 의미함.

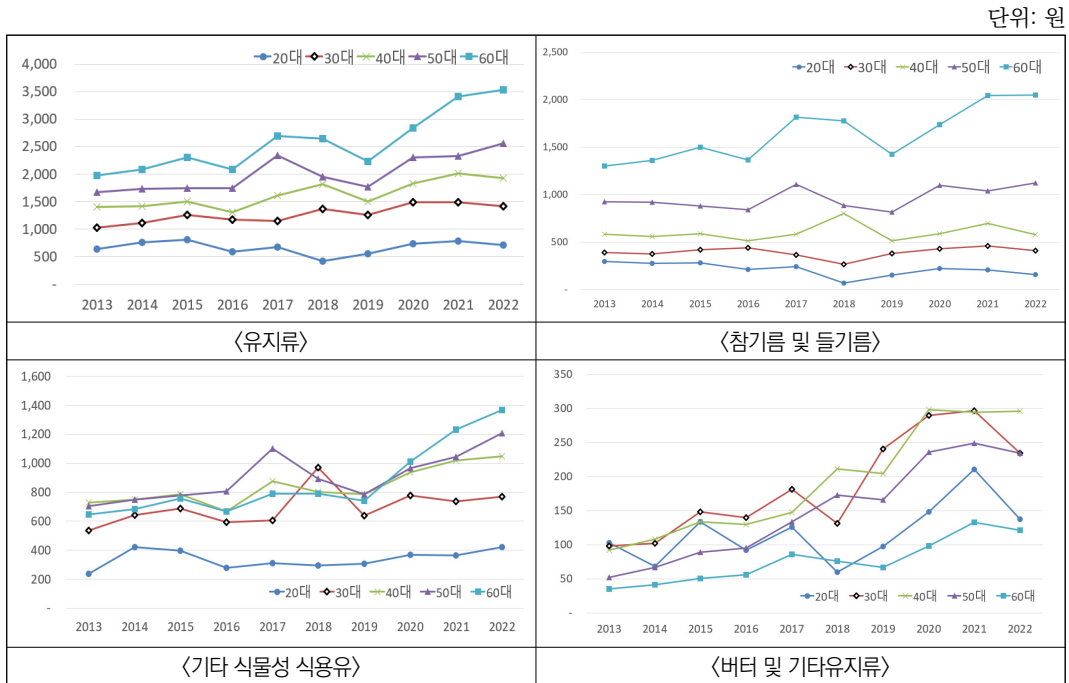
2) 유지류 지출은 참기름 및 들기름, 기타 식물성 식용유, 버터 및 기타 유지류 지출액을 합한 값임.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 20대 가구주 가구의 경우 2020~2022년 코로나19로 가정 내 조리가 늘면서 유지류 지출액이 증가하였으나 그 이전까지는 모든 연령대 중 유일하게 감소(연평균 -2.1%) 추세였음. 이외에는 2013~2022년 가구주 연령대가 높아질수록 유지류의 연평균 지출액과 증가율도 높아짐(20대 1.4%, 30대 3.6%, 40대 3.5%, 50대 4.8%, 60대 이상 6.7%).

- 참기름 및 들기름의 경우 20~40대 젊은 가구주 가구 중심으로 지출이 감소 혹은 정체 (연평균 변화율 20대 -6.7%, 30대 0.6%, 40대 -0.1%). 50대와 60대는 매년 2.2%, 5.2%씩 지출 증가
- 버터 및 기타유지류는 50대와 60대 가구주 가구의 연평균 증가율이 18.1%, 14.8%로 고령층 중심으로 큰 폭 증가

〈그림 2-16〉 가구주 연령대별 월평균 유지류 지출 추이



주 1) 20대는 20대 이하, 60대는 60대 이상을 의미함.

2) 유지류 지출은 참기름 및 들기름, 기타 식물성 식용유, 버터 및 기타유지류 지출액을 합한 값임.

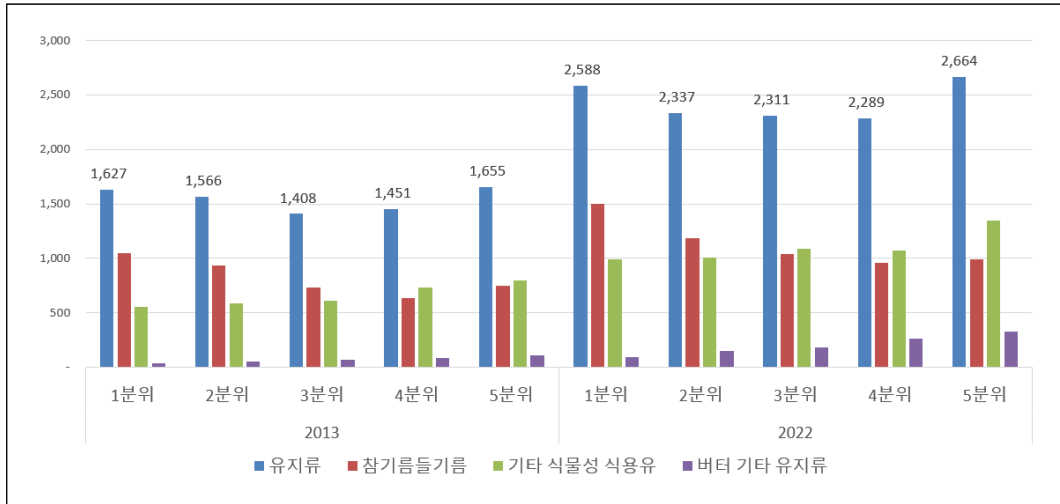
자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 2022년의 유지류 지출을 살펴보면 1~2분위에서는 참기름 및 들기름의 지출액이 기타 식물성 식용유의 지출액보다 많은 반면, 3~5분위에서는 기타 식물성 식용유 지출이 참기름 및 들기름 지출액에 비해 많은 것으로 나타남.

- 유지류 지출은 가구소득 1분위 가구와 5분위 가구가 2~4분위 가구보다 많은 것이 특징
- 1분위 가구는 참기름 및 들기름 지출이 상대적으로 많고, 5분위 가구는 기타 식품성 식용유와 버터 기타 유지류의 상대적으로 많은 지출

〈그림 2-17〉 가구 소득분위별 월평균 유지류 지출 비교: 2013년 vs 2022년

단위: 원

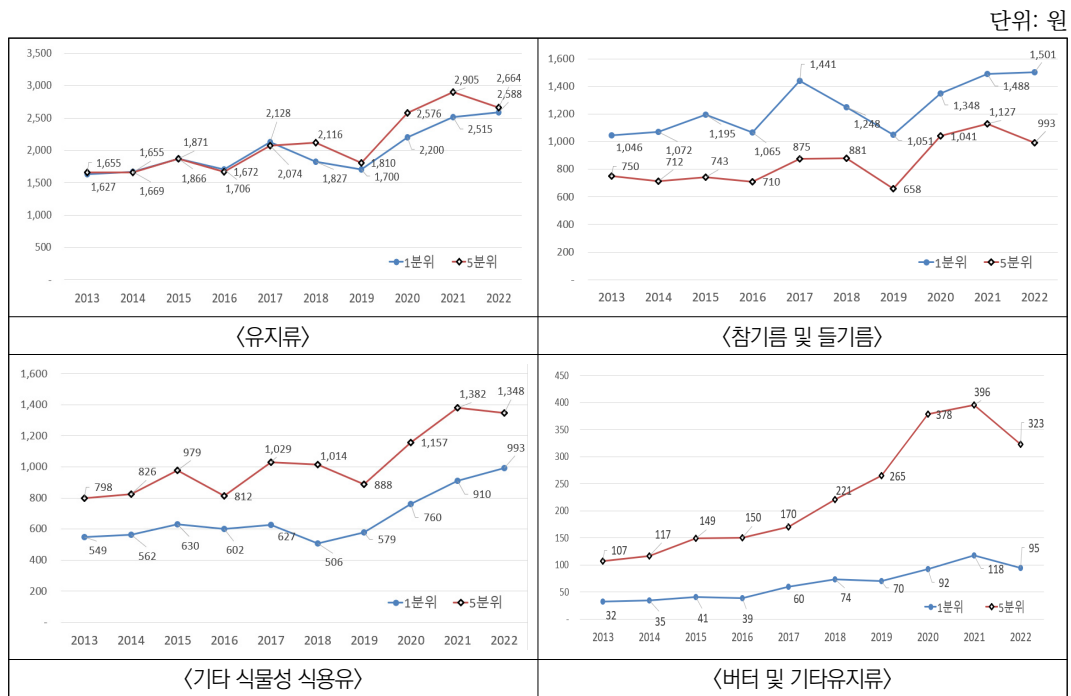


자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 2013~2022년간 소득분위별 가구의 유지류 월평균 지출액 증가율은 저소득(소득 1분위) 가구 5.3%, 고소득(소득 5분위) 가구 5.4%로 비슷한 수준임. 유지류는 다른 품목에 비해 저소득 가구와 고소득 가구의 지출 차이가 크지 않으나, 코로나19 영향으로 소득 그룹 간 지출 격차가 발생하기 시작한 것으로 보임.

- 참기름 및 들기름 지출액 증가율은 저소득 가구가 4.1%로 고소득 가구의 3.2%에 비해 높은 수준
- 버터 및 기타유지류의 경우 저소득 가구와 고소득 가구의 증가율이 각각 12.7%, 13.0%로 10%를 상회하는 것으로 나타나 세부 품목 중 가장 높은 증가율(기타 식물성 식용유는 약 4~7%)

〈그림 2-18〉 가구 소득분위별 월평균 유지류 지출 추이



자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

4. 음료류 지출 추이

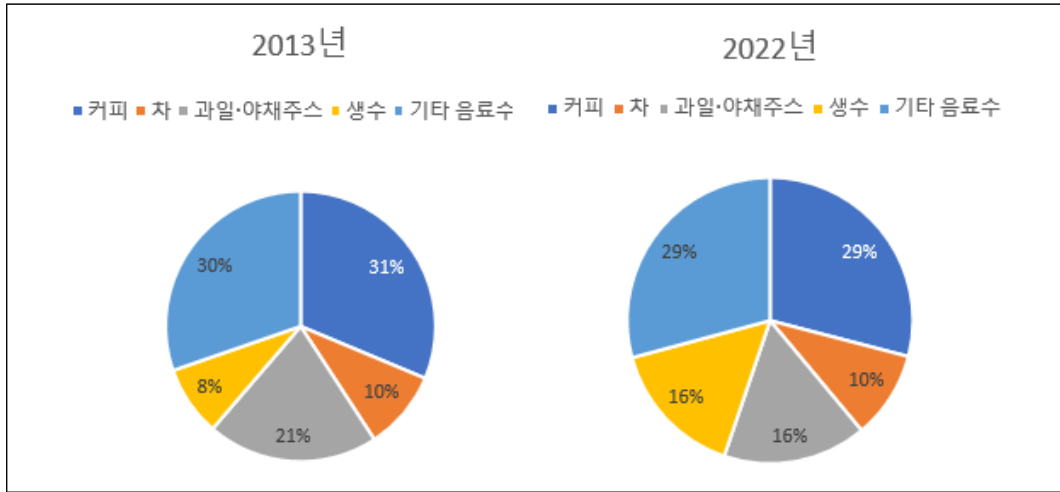
4.1. 가구의 음료류 지출 변화

○ 2022년 가구의 음료류 품목별 지출액 비중은 커피와 기타 음료수(탄산음료, 기능성 음료 등)가 29%로 가장 높고, 생수와 과일·야채주스가 16%, 차 10%의 순서임. 2013년과 비교해보면 과일·야채주스의 비중이 21%에서 5%p 감소하고, 생수 비중이 8%에서 16%로 8%p 증가함.

- 커피와 기타 음료 품목 비중은 1~2%p 미세하게 감소

〈그림 2-19〉 가구의 음료류 품목별 지출 비중 변화

단위: %

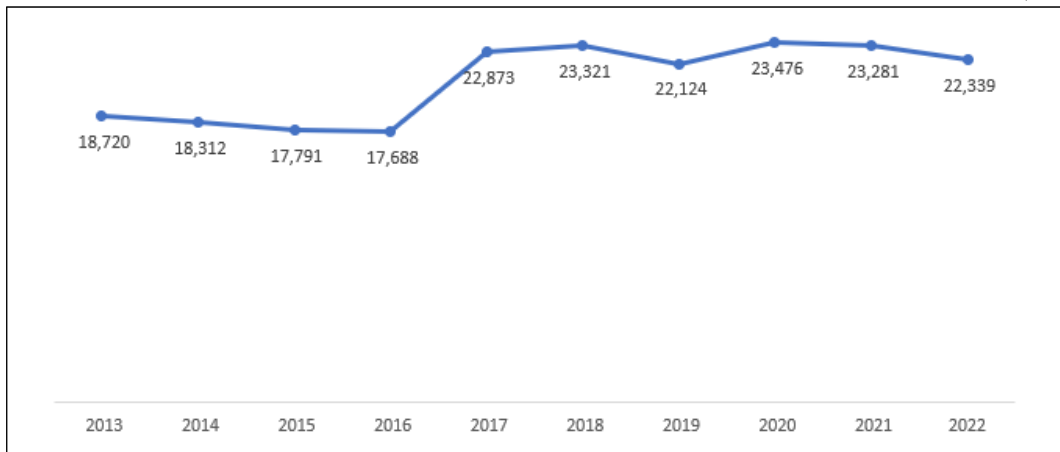


주: 커피, 차, 생수는 해당품목의 소비자물가지수(2020=100)로, 과일·야채주스는 주스 소비자물가지수(2020=100)로, 기타 음료수는 기능성음료, 탄산음료, 기타음료의 소비자물가지수(2020=100)의 평균값으로 디스플레이 함.
 자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 가구의 월평균 음료류 지출액은 2013년 1만 8,720원에서 2022년 2만 2,339원으로 연평균 2.0%의 증가율을 보였으나, 2017년 이후에는 거의 정체되고 있는 상태임.

〈그림 2-20〉 가구의 월평균 음료류 지출 변화

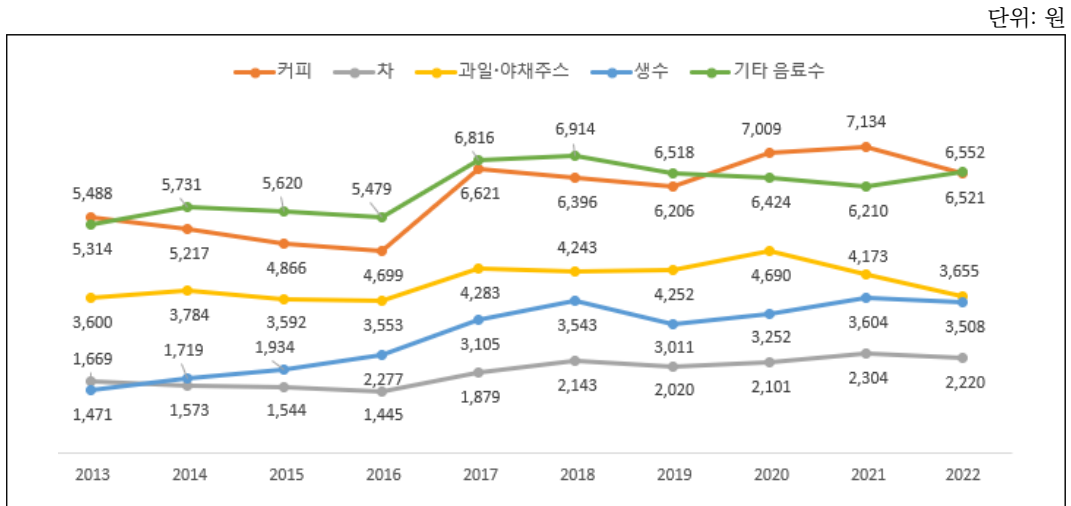
단위: 원



주: 음료류 명목 지출액을 비주류음료 소비자물가지수(2020=100)로 디스플레이 함.
 자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

- 음료류 품목별로 가구의 월평균 지출액이 가장 많이 증가한 품목은 생수로 연평균 10.1%의 증가율을 보였으며, 다음은 차(3.2%), 기타 음료수(2.4%), 커피(1.9%) 순서임. 과일·야채주스는 2020년부터 감소세로 연평균 0.2% 증가율에 그침.

〈그림 2-21〉 가구의 월평균 음료류 지출 추이



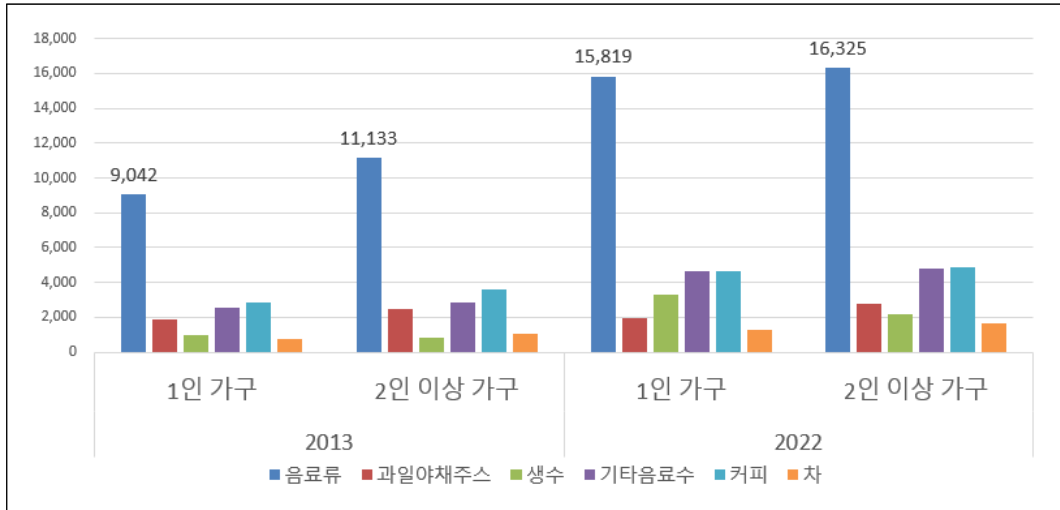
주: 커피, 차, 생수는 해당품목의 소비자물가지수(2020=100)로, 과일·야채주스는 주스 소비자물가지수(2020=100)로, 기타음료수는 기능성음료, 탄산음료, 기타음료의 소비자물가지수(2020=100)의 평균값으로 디플레이트 함.
 자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

4.2. 가구 특성별 지출 변화

- 2013~2022년간 통계청 가계동향조사의 연간 지출 데이터를 이용하여 가구의 월평균 음료류 지출액을 가구 규모(1인 가구, 2인 이상 가구), 가구주 연령(20대 이하~60대 이상), 소득수준별(소득 1~5분위)로 비교함.
- 2022년 가구원 수별 월평균 음료류 지출을 살펴보면, 기타음료수 및 커피의 경우 1인가구 및 2인 이상 가구의 지출액이 유사하게 나타났으나, 과일·야채주스 및 차의 지출은 2인 이상 가구의 지출액이 높았음. 유일하게 생수에 대한 지출액이 1인 가구가 2인 이상 가구에 비해 높았으며, 이는 2013년에도 동일한 양상을 보임.

〈그림 2-22〉 가구원 수별 월평균 음료류 지출 비교: 2013년 vs 2022년

단위: 원



주 1) 가구원 수별 지출액은 가구 소비에 대한 규모의 경제를 반영하기 위해 OECD 균등화 방식에 따라 지출액을 해당 가구원 수의 제곱근으로 나누어 재계산한 것임.

2) 음료류 지출은 가구의 과일야채주스, 생수, 기타음료수, 커피, 차의 지출액을 합한 값임.

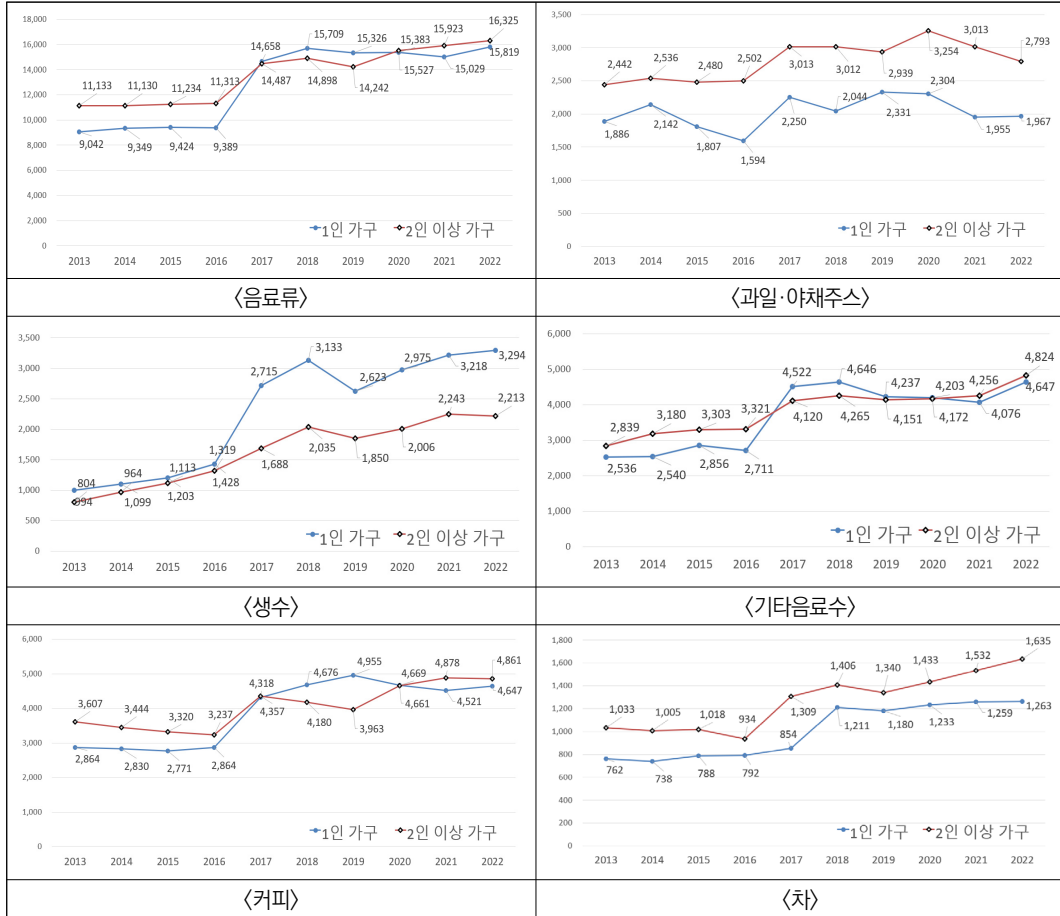
자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 2013~2022년간 음료류 지출은 1인 가구와 2인 이상 가구의 연평균 증가율이 각각 6.4%, 4.3%로 모두 증가 추세를 보임.

- 증가 추세가 가장 두드러지는 생수의 경우 1인 가구와 2인 이상 가구의 지출액이 각각 연평균 14.2%, 11.9%씩 크게 증가
- 기타음료수는 1인 가구와 2인 이상 가구의 지출액이 연평균 7.0%, 6.1% 증가, 차의 경우 1인 가구와 2인 이상 가구의 지출액은 연평균 5.8%, 5.2% 증가, 커피는 각각 5.5%, 3.4% 증가
- 다만 과일·야채주스의 1인 가구의 연평균 증가율이 0.5%로 가장 낮은 증가율, 2인 이상 가구의 연평균 증감률 역시 1.5%로 음료류 중 가장 낮은 증가율

〈그림 2-23〉 가구원 수별 월평균 음료류 지출 추이

단위: 원

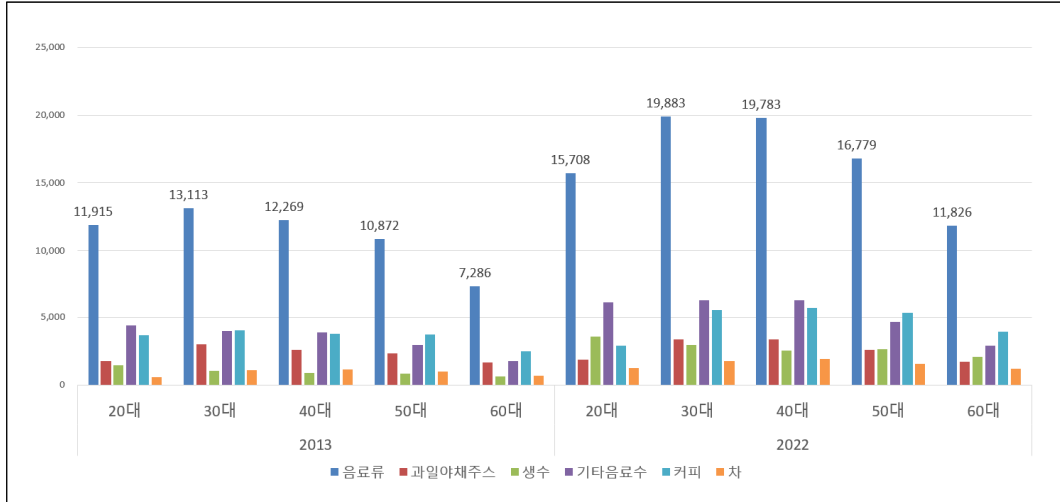


주 1) 가구원 수별 지출액은 가구 소비에 대한 규모의 경제를 반영하기 위해 OECD 균등화 방식에 따라 지출액을 해당 가구원 수의 제곱근으로 나누어 재계산한 것임.
 2) 음료류 지출은 가구의 과일·야채주스, 생수, 기타음료수, 커피, 차의 지출액을 합한 값임.
 자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 가구주 연령대별 음료류 지출액을 살펴보면 2022년 지출액이 가장 큰 가구는 가구주 연령대가 30대(1만 9,883원)인 가구이며, 다음으로 40대(1만 9,783원), 50대(1만 6,779원), 20대(1만 5,708원), 60대(1만 1,826원)의 순임. 2013년에도 가구주 연령 20대와 50대를 제외하고 유사한 순임. 음료류 품목별로 2013년과 2022년 모두 가구주 연령 20~40대에서는 기타음료수 지출액이 가장 높은 반면, 50~60대에서는 커피에 대한 지출액이 가장 높았음. 또한 모든 가구주 연령대에서 2013년에 비해 2020년 생수 지출액이 증가하였음.

〈그림 2-24〉 가구주 연령대별 월평균 음료류 지출 비교: 2013년 vs 2022년

단위: 원



주 1) 20대는 20대 이하, 60대는 60대 이상을 의미함.

2) 음료류 지출은 가구의 과일야채주스, 생수, 기타음료수, 커피, 차의 지출액을 합한 값임.

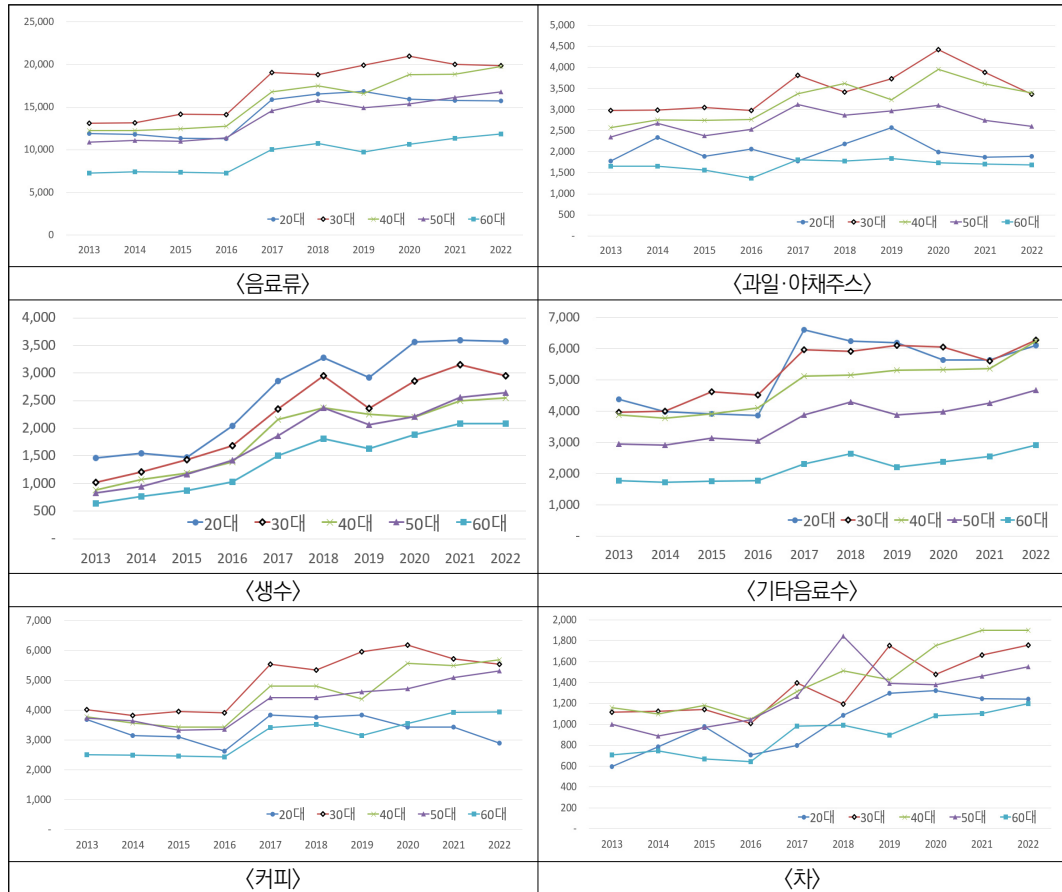
자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 2013~2022년간 가구의 음료류 월평균 지출액 변화율 추이를 살펴보면, 가구주가 20대인 가구의 경우 최근 3년 지출 감소로 인해 연평균 증가율 3.1%로 모든 연령대 중 변화가 가장 적었음. 그 외 연령대는 약 5.0~5.5%대의 증가율을 보였음.

- 과일야채주스는 40대(연평균 증가율 3.1%)를 제외한 모든 연령층에서 지출액 추이에 큰 변화 없음(연평균 증가율 20대 0.6%, 30대 1.3%, 50대 1.2%, 60대 0.2%)
- 지난 10년간 가구의 생수 지출은 모든 연령대에서 10%를 상회하는 큰 증가폭
- 커피지출은 20대 가구주 가구에서 동기간 연평균 2.6% 감소. 그 외 연령대는 대략 연 4~5%씩 증가. 기타음료수도 모든 연령대에서 연평균 약 4~6% 지출액 증가

〈그림 2-25〉 가구주 연령대별 월평균 음료류 지출 추이

단위: 원



주: 20대는 20대 이하, 60대는 60대 이상을 의미함.
 자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

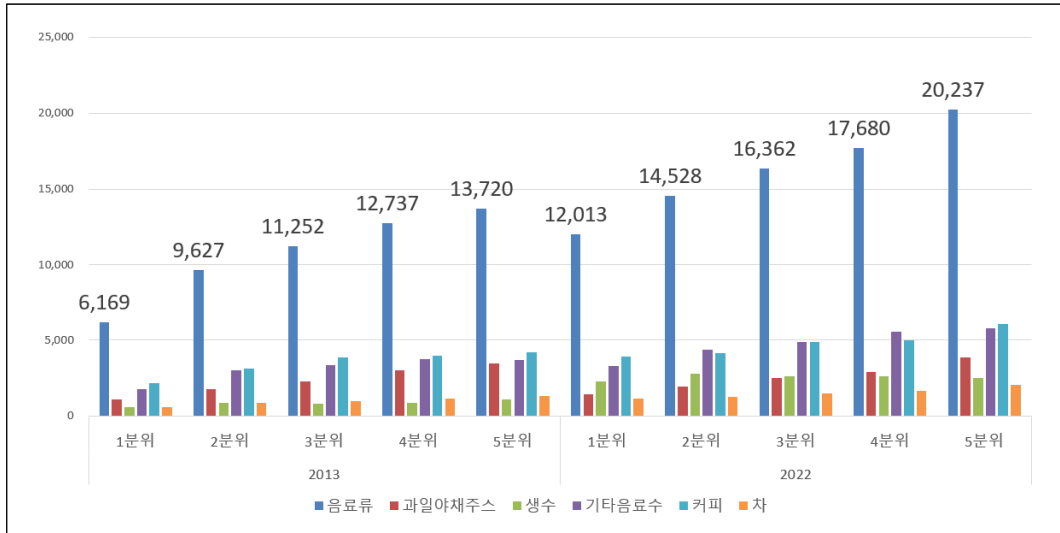
○ 2022년 가구 소득분위별로 음료류 지출을 살펴보면 2013년 대비 1분위 가구의 지출액이 6,169원에서 12,013원으로 94.7% 크게 증가함. 그 외 소득 그룹들은 약 40~51% 증가에 그침.

- 2013년 대비 2022년 1분위 가구의 음료류 지출은 모든 세부 품목에서 증가, 생수는 288.1%, 차는 92.5%, 기타음료수 87.8%, 커피 82.4%, 과일야채주스 29.4%

○ 2022년 기준 모든 가구 소득분위에서 커피와 기타음료수 지출액이 가장 많았으나 고소득(4, 5분위)일수록 과일·야채주스 지출액이 생수 지출액보다 많으며, 저소득일수록 그 반대의 양상을 보임.

〈그림 2-26〉 가구 소득분위별 월평균 음료류 지출 비교: 2013년 vs 2022년

단위: 원



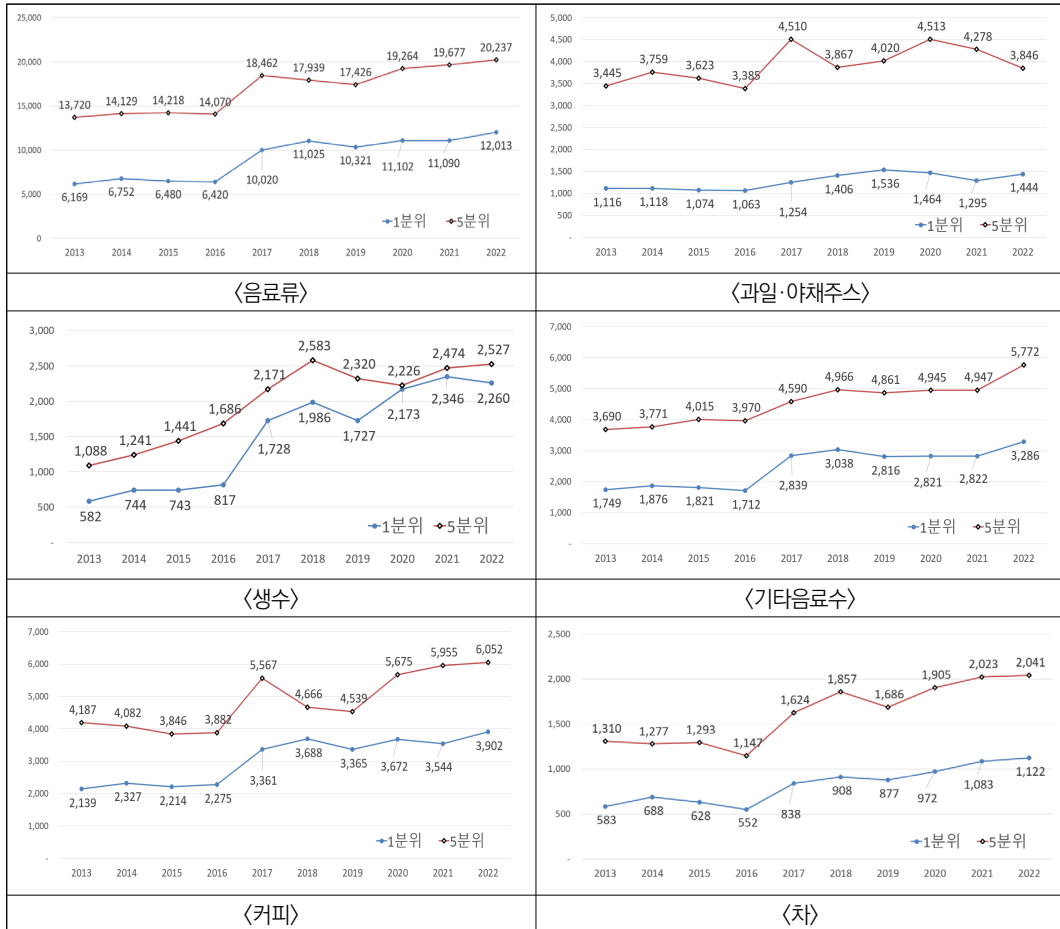
자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 가구의 소득수준별 연평균 음료류 지출액 변화율을 살펴보면 2013~2022년간 저소득(소득 1분위) 가구의 경우 7.7%, 고소득(소득 5분위) 가구는 4.4%로 1분위 가구의 음료류 증가율이 상대적으로 높은 특징을 보임.

- 2016년 최대 869원까지 차이가 났던 고·저소득 가구 간의 생수 지출액 차이는 2020년 최저 53원까지 축소, 저소득 가구의 연평균 생수 지출액 증가율(16.3%)이 고소득 가구의 증가율(9.8%)에 비해 6.5%p 더 높은 수준
- 과일·야채주스 지출액의 연평균 증가율은 저소득·고소득 가구 각각 연평균 2.9%, 1.2%로 비슷
- 기타음료수의 경우 저소득 가구와 고소득 가구의 증가율이 각각 7.3%, 5.1%, 커피의 경우 6.9%, 4.2%, 차의 경우, 7.5%, 5.1%로 대체로 모두 증가율이 5%를 상회

〈그림 2-27〉 가구 소득분위별 월평균 음료류 지출 추이

단위: 원



자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

3

가구의 가공식품 지출 결정요인 분석

1. 개요

1.1. 분석 범위

○ 본 장에서는 2011~2022년간 통계청 가계동향조사 원시자료를 이용하여 가구의 가공식품 지출 결정요인을 분석함(24,213가구, n=129,257). 분석 범위는 식품 소비 유형과 식품 분류에 따라 아래 총 5개로 나누어짐.

- 분석 1: 가구의 총식품비 지출 결정요인
- 분석 2: 분석 1의 총식품비를 식료품비(가계동향조사 기준 식료품 및 비주류음료 지출액 + 주류 지출액)와 외식비로 구분하여 분석
- 분석 3: 분석 2의 식료품비 지출을 신선식품과 가공식품으로 나누어 분석
- 분석 4: 분석 3의 가공식품을 곡물가공품, 빵 및 떡류 등 분류별로 구분하여 분석
- 분석 5: 분석 4의 가공식품 분류 중 2023년 분석 대상으로 선정된 빵 및 떡류, 유제품, 커피 및 차, 주스 및 기타 음료의 세부 품목들에 대한 지출 결정요인 분석

〈표 3-1〉 가구의 가공식품 지출 결정요인 분석 범위

분석 1	분석 2	분석 3	분석 4	분석 5
총식품비	식료품비 (식료품 및 비주류 음료비+주류)	신선식품비 (농축수산물비)	-	-
		가공식품비 (주류포함)	곡물가공품	-
			빵 및 떡류	케이크, 식빵 및 기타 빵, 떡
			육류가공품	-
			수산가공품	-
			유제품	-
			유지류	참기름 및 들기름, 기타 식물성 식용유, 버터 및 기타유지류
			과일가공품	-
			채소가공품	-
			당류 및 과자류	-
			조미식품	-
			기타식품	-
			커피 및 차	커피, 차
			주스 및 기타음료	과일·야채주스, 생수, 기타음료수
주류	-			
외식비	-	-	-	

○ 모든 지출 변수들은 소비자물가지수(CPI)를 이용하여 실질 지출액으로 재산출함. 식료품은 각 품목에 해당하는 소비자물가지수로, 외식비는 음식 서비스 소비자물가지수를 이용하여 실질 지출액으로 변환함.

- 결정변수로 사용된 방송수신료·컨텐츠 구입비·인터넷 이용금액은 방송수신료, 온라 인콘텐츠 이용료, 인터넷 이용료는 각각의 소비자물가지수로 디플레이트

〈표 3-2〉 실질 지출액 산출을 위해 사용된 소비자물가지수

분석 품목	소비자물가지수
총식품비, 식료품비, 신선식품비, 가공식품비	식료품
외식비	음식 서비스
곡물가공품, 빵 및 떡류	빵 및 곡물
육류가공품	육류
수산가공품	어류 및 수산
유제품	우유·치즈 및 계란
유지류	식용유지
과일가공품	과일
채소가공품	채소 및 해조
당류 및 과자류	과자·빙과류 및 당류
조미식품, 기타식품	기타 식료품
비주류 음료	비주류 음료
커피 및 차	커피·차 및 코코아
주스 및 기타음료	생수·청량음료·과일주스 및 채소주스
주류	주류

○ 모든 식품 분류를 실질 지출액으로 변환 후, 총식품비를 식료품비와 외식비로 산출함. 여기서 식료품비는 식료품 및 비주류음료비와 주류구입비를 합산한 값임. 또한 식료품비는 신선식품비와 가공식품비로 구분되며, 이 때 신선식품비는 곡물구입비, 신선육류구입비, 신선과일구입비, 신선채소구입비, 신선수산물구입비로 계산함. 가공식품비는 곡물가공품, 빵 및 떡류, 육류 가공품, 수산 가공품, 유제품, 유지류, 과일가공품, 채소 가공품, 당류 및 과자류, 조미식품, 커피 및 차, 주스 및 기타음료, 주류, 기타식품 비용을 합산한 금액임.

- 수산가공품 구입비는 해조가공품 구입비, 염건수산물구입비, 기타수산물가공식품 구입비를 포함
- 기타식품에는 죽스프, 이유식, 김치, 반찬류, 즉석동결식품, 기타미분류식품 구입비가 포함
- 2011~2013년 외식비는 일반식당, 배달음식, 이동식음식점, 패스트푸드 비용을 합산, 2014년부터는 가계동향조사 원시자료의 외식비 항목을 사용

○ 분석에 고려된 결정요인 변수들로는 i) 가구원 수, 가구 내 65세 이상 고령 가구원 동거 여부, 가구 내 6세 미만 아동 동거 여부, 맞벌이 가구 여부, 모자 가구 여부 등 가구 구성, ii) 성별, 교육 수준, 연령 등 가구주의 특성, iii) 마케팅 노출(인터넷 이용금액+컨텐츠구입비+방송수신료), 도시 가구 여부(도시/읍면), 코로나19, 소비트렌드 등 외부 환경적 특성, iv) 그 밖에 가구 경제 변수로서 가구 소득, 가계동향조사에서 표본문제로 전후 연도와 시계열 연계가 불가능한 2017, 2018년에 대한 더미 등이 포함되었음.

- 가구 내 만 65세 이상의 고령층이 있는지, 만 6세 미만의 아동이 있는지를 더미변수로 포함
- 가구주의 교육 수준은 4년제 대학 중퇴 이상에 '1'의 값을 부여한 더미로 재구성, 가구 소득 수준은 5분위 수를 1 혹은 0의 값을 갖는 4개의 2차 변수로 구성
- 마케팅 영향 변수는 인터넷 이용금액, 컨텐츠구입비, 방송수신료를 합하여 사용
- 코로나19 더미변수는 단계적으로 변화된 방역조치를 반영하기 위해 코로나19 첫해인 2020년과, 2021년, 그리고 사회적 거리두기가 전면 해제되고 위드코로나로 전환된 2022년의 3개년 더미를 각각 설정

- 가계동향조사 원시자료는 한 달을 기준으로 비용을 조사한 자료로서, 한 달 동안 구입 실적이 없는 품목의 경우 지출액이 '0'인 가구들이 다수 존재하는 자료임. 이러한 형태의 데이터 분석 시 최소자승법(OLS) 추정량은 불편성(unbiasedness)과 일치성(consistency)을 만족시킬 수 없으므로 본 분석에서는 토빗모형(tobit model)을 이용함.
 - 분석2와 분석3의 식품 소비 유형 간에는 가구의 지출 의사 결정에 있어 상호연관성이 존재하므로 단일방정식 모형이 아닌 연립방정식 모형을 이용
 - 분석5의 품목 간에도 상호연관성이 존재할 것으로 예상하나, 추정 시 비수렴문제와 추정 시간에 있어 효율성이 떨어져 단일방정식 모형으로 추정
 - 마지막으로 설문 데이터의 대표성을 확보하기 위해 모든 분석에는 표본가중치를 적용

2. 총 식품비 및 식품 소비 유형별 지출액 결정요인 분석

2.1. 분석 1: 총 식품비 결정요인 분석

- 총 식품비에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해 토빗모형 추정 결과, 모형에 설정된 변수 중 모자 가구 여부와 가구주 연령을 제외한 가구 특성(가구원 수, 가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부, 가구 내 만 65세 이상 고령층 여부, 맞벌이 여부, 가구 소득 수준, 도시 가구 여부), 가구주 특성(교육수준, 성별), 외부적 환경(마케팅 노출, 코로나19, 트렌드) 모든 변수가 가구의 총 식품비 결정에 유의미한 요인인 것으로 나타남.
- [가구 특성] 가구의 총 식품비는 가구원 수가 많을수록 많으며, 가구 내 만 6세 미만 피양육자나 만 65세 이상 고령층이 있는 경우와 맞벌이 가구인 경우 그렇지 않은 가구보다 총 식품비 지출이 적은 것으로 나타남. 가구 소득 수준은 총 식품비와 양(+)의 관계에 있으며, 읍면 단위 지역보다는 도시지역 거주 가구가 식품비 지출이 높았음.
 - 만 6세 미만 아동과 만 65세 이상 고령층은 식품 섭취량이 그 외 연령대보다 적은 편

○ [가구주 특성] 가구주 특성의 경우, 가구주 교육 수준이 높은 가구와 여성 가구주 가구가 남성 가구주 가구보다 식품비 지출이 더 적은 것으로 분석됨.

○ [코로나19 등 외부환경] 그 밖에 마케팅 노출을 간접적으로 시사하는 인터넷·컨텐츠·방송이용료 지출이 많은 가구가 식품비 지출도 높았으며, 코로나19의 영향과 트렌드도 가구의 식품비 증가와 관련있는 것으로 분석됨.

〈표 3-3〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 1

변수명	총식품비	
	β	S.E.
가구원 수 (명)	102636.7	1253.283 ***
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	-75479.82	3836.566 ***
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	-36320.34	2996.961 ***
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-10395.37	2834.602 ***
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	-4585.381	6137.496
가구 소득 수준		
2분위 (1=예, 0=1분위)	118773.5	2311.683 ***
3분위 (1=예, 0=1분위)	222096.4	2925.876 ***
4분위 (1=예, 0=1분위)	338204	3496.343 ***
5분위 (1=예, 0=1분위)	522195.2	4216.124 ***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	39205.01	2331.622 ***
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	25171.93	2488.834 ***
가구주 연령 (만 나이)	-30.10374	75.07145
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	-49943.36	2290.003 ***
마케팅 노출 (원)	.3799001	.0404215 ***
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	79228.47	3453.367 ***
코로나19 (1=2020~2022년, 0=그 외 연도)	19985.65	4236.458 ***
트렌드 (연도)	4349.605	524.3247 ***
상수항	-8614439	1056312 ***

주 1) *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

2.2. 분석 2: 가구 내 식료품비(주류 포함)와 외식비 지출액 결정요인 분석

- [가구 특성] 가구원 수가 많을수록 가구 내 식료품비와 외식비 지출이 모두 높음. 또한 가구 내 만 6세 미만 아동 혹은 만 65세 이상 고령 가구원이 있는 경우와 모자로 구성된 가구는 그렇지 않은 경우보다 가구 내 식료품비 지출이 크고 외식비 지출은 적은 것으로 분석됨. 이와 반대로 맞벌이 가구는 외벌이 가구보다 가구 내 식료품비는 적게 들고, 외식비를 많이 지출함.
 - 도시 가구일수록 외식비와 가구 내 식료품비 모두와 양(+)¹⁾의 관계
 - 소득 수준 2~5분위 가구가 1분위 가구보다 가구 내 식료품비와 외식비 모두 많은 지출. 소득 분위가 높은 가구일수록 소득 1분위 가구와 지출액 차이 증가

- [가구주 특성] 가구주 교육 수준이 대학(중퇴) 이상인 경우 이보다 교육 수준이 낮은 가구보다 가구 내 식료품비와 외식비 지출이 많음. 또한 가구주 연령이 높을수록 가구 내 식료품비 지출이 많고 외식비 지출은 적으며, 가구주가 여성이면 남성인 경우보다 가구 내 식료품비와 외식비 지출 모두 많았음.

- [코로나19 등 외부 환경] 코로나19 발생 이후 2년간 가구 내 식료품비 지출은 다른 해보다 많았던 반면 강력한 방역조치의 영향으로 외식비 지출은 적었음. 코로나19 3년째인 2022년에는 가구 내 식료품비 지출은 다른 해보다 많았으나, 외식비는 통계적 유의성을 잃음.
 - 인터넷·컨텐츠·방송이용료 지출이 많은 가구일수록 가구 내 식료품비와 외식비 지출이 모두 많으며, 특히 광고노출의 영향이 큰 외식비 지출과 더 관련
 - 시간이 지날수록 외식비는 증가하지만 가구 내 식료품비는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 분석

〈표 3-4〉 Multivariate tobit 모형 추정 결과: 분석 2

변수명	가구 내 식료품비			외식비		
	β	<i>S.E.</i>		β	<i>S.E.</i>	
가구원 수 (명)	74024.3	778.5391	***	28813.22	895.3986	***
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	6429.58	2386.59	***	-83508.62	2628.876	***
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	15996.64	2085.044	***	-51511.93	1961.454	***
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-18318.56	1730.581	***	7686.585	2063.418	***
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	42536.09	3791.85	***	-46073.46	4083.316	***
가구 소득 수준						
2분위 (1=예, 0=1분위)	55564.01	1605.669	***	67326.07	1574.175	***
3분위 (1=예, 0=1분위)	93183.85	1959.824	***	133094	2031.728	***
4분위 (1=예, 0=1분위)	135117	2255.161	***	207237.4	2459.815	***
5분위 (1=예, 0=1분위)	197497.5	2617.331	***	328892.9	2979.585	***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	3348.487	1517.321	**	37928.87	1603.441	***
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	21669.47	1535.211	***	3289.391	1798.723	*
가구주 연령 (만 나이)	3125.691	48.79708	***	-3280.507	53.8322	***
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	-10130.64	1487.248	***	-41262.07	1631.972	***
마케팅 노출 (원)	.0870332	.0204275	***	.2951448	.0286517	***
아상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	50384.04	2198.007	***	23914.67	2501.338	***
코로나19						
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	44658.11	2879.15	***	-24328.74	3363.38	***
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	40655.36	3088.422	***	-21400.96	3641.29	***
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	16126.98	3254.681	***	489.5917	4023.353	
트렌드 (연도)	373.8797	323.5779		4199.577	392.5398	***
상수항	-851858.6	651929.5		-8212955	790748.8	***

주 1) *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

2.3. 분석 3: 신선식품비와 가공식품비 지출액 결정요인 분석

○ [가구 특성] 만 6세 미만 아동이 있는 가구는 그렇지 않은 가구보다 신선식품비 지출이 적고 가공식품비 지출이 많음. 이와 반대로 만 65세 이상 고령 가구원이 있는 가구는 그렇지 않은 가구보다 신선식품비 지출이 많고 가공식품비 지출이 적었음. 앞에서 외식비 지출이 많았던 맞벌이 가구는 외벌이 가구보다 신선식품비와 가공식품비 지출 모두 적은 것으로 나타남. 같은 맥락에서 모자로 구성된 가구는 신선식품비와 가공식품비 지출 모두 아닌 가구보다 많음.

○ [가구주 특성] 가구주의 교육수준과 연령은 가구의 신선식품비와 가공식품비 지출과 양 (+)의 관계에 있는 것으로 나타남. 여성 가구주 가구는 남성 가구주 가구보다 신선식품비 및 가공식품비 지출이 적었음.

○ [코로나19 등 외부환경] 2020~2021년 가구의 신선식품비 지출은 다른 해보다 많았던 반면 사회적 거리두기가 완전해제된 2022년에는 통계적 유의성을 잃음. 이에 반해 가구의 가공식품비 지출은 2020~2021년에 이어 2022년에도 다른 해보다 많은 것으로 나타남.

- 가구의 인터넷·컨텐츠·방송이용료 지출은 신선식품비 지출과는 유의한 관계가 없으나, 가공식품비 지출과는 양(+의 관계
- 코로나19와 같은 예외적인 경우를 제외하고 시간이 지날수록 가구의 신선식품비 지출은 줄고 가공식품비 지출은 늘어나는 추세

〈표 3-5〉 Multivariate tobit 모형 추정 결과: 분석 3

변수명	신선식품비			가공식품비		
	β	S.E.	***	β	S.E.	***
가구원 수 (명)	31084.39	478.2198	***	44125.32	456.4078	***
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	-17431.46	1349.468	***	22781.35	1525.284	***
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	29078.48	1366.068	***	-12098.19	1112.629	***
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-7835.275	1078.879	***	-10372.06	1016.957	***
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	12770.65	2205.277	***	29735.47	2253.897	***
가구 소득 수준						
2분위 (1=예, 0=1분위)	41059.32	1063.445	***	17159.84	871.6766	***
3분위 (1=예, 0=1분위)	63203.77	1273.328	***	33830.81	1099.068	***
4분위 (1=예, 0=1분위)	83424.88	1425.162	***	56451.33	1278.985	***
5분위 (1=예, 0=1분위)	117176.5	1667.158	***	85874.02	1484.46	***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	3313.957	944.2868	***	828.2361	881.7659	***
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	4880.572	949.3762	***	16706.31	912.7754	***
가구주 연령 (만 나이)	3210.391	32.46731	***	169.6622	27.87689	***
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	-1872.12	936.7587	**	-6657.527	848.1702	***
마케팅 노출 (원)	-.0033546	.0104043		.0915468	.013956	***
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	20761.19	1415.816	***	28957.4	1273.532	***
코로나19						
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	16237.03	1754.047	***	28932.38	1711.808	***
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	16211.53	1882.686	***	25250.73	1845.906	***
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	559.0481	1970.137		14577.52	1963.574	***
트렌드 (연도)	-1400.837	200.2149	***	2343.018	188.11	***
상수항	2686471	403406.3	***	-4701912	378897.7	***

주 1) ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

3. 가공식품 분류별 지출액 결정요인 분석

- 가구의 가공식품비 지출을 14가지 가공식품(곡물가공품, 빵 및 떡류, 육류가공품, 수산가공품, 유제품, 유지류, 과일가공품, 채소가공품, 당류 및 과자류, 조미식품, 기타식품, 커피 및 차, 주스 및 기타음료, 주류)으로 분류하여 살펴봄.

3.1. 분석 4: 곡물가공품

- [가구 특성] 곡물가공품에는 밀가루, 국수류, 라면류, 당면, 두부, 기타곡물가공품(곡물가루, 볶음 곡물, 즉석밥, 시리얼 제품 등)이 포함됨. 지출액 결정요인 분석 결과, 가구원수가 많을수록 지출액이 많고, 만 6세 미만 어린 아동이 거주하는 가구는 그렇지 않은 가구보다 곡물가공품 지출이 적음. 또한, 만 65세 이상 고령 구성원이 있는 가구와 모자 가구는 그렇지 않은 가구보다 지출이 많음.
 - 도시 가구 여부와 맞벌이 가구 여부는 통계적으로 유의하지 않으나, 가구 소득 5분위 변수는 모두 통계적으로 유의하며, 특히 소득 3분위 가구는 소득 1분위 가구와 곡물가공품 지출액 가장 큰 차이
- [가구주 특성] 가구주 교육 수준이 높은 가구와 여성 가구주 가구는 교육 수준이 낮거나 남성 가구주 가구보다 곡물가공품 지출액이 적은 것으로 나타남. 또한 가구주 연령이 높을수록 곡물가공품 구입에 더 많이 지출하는 것으로 나타남.
- [코로나19 등 외부환경] 코로나19가 발생한 2020년과 2021년에는 다른 해보다 가구의 곡물가공품 지출이 많았음. 그러나 워드코로나로 전환된 2022년에는 가구의 곡물가공품 지출이 다른 해보다 적었음. 이는 팬데믹 동안 가정 내 식사가 늘면서 일시적으로 증가했던 곡물가공품 지출이 기존의 트렌드로 돌아가는 것으로 보임.
 - 인터넷·컨텐츠·방송이용료는 가구의 곡물가공품 지출 유의하지 않은 것으로 분석

3.2. 분석 4: 빵 및 떡류

- [가구 특성] 빵 및 떡류(제과점 및 떡집 등에서 구입한 케이크, 빵류 및 떡류) 지출액 결정요인 분석 결과, 만 6세 미만 아동과 함께 거주하는 가구와 모자 가구가 그렇지 않은 가구보다 해당 지출이 큰 것으로 나타남. 반면 만 65세 이상 고령 구성원이 있는 가구와 맞벌이 가구는 그렇지 않은 가구보다 빵 및 떡류 지출액이 적었음. 또한 소득 2~5분위 가구는 소득 1분위 가구보다 빵 및 떡류 지출이 많으며, 도시 가구는 읍면 단위 거주 가구보다 빵 및 떡류 지출액이 많았음.
- [가구주 특성] 가구주 특성과 관련한 빵 및 떡류의 지출액을 살펴보면, 가구주가 대학(중퇴) 이상의 교육을 마친 가구와 여성 가구주인 가구의 해당 지출액이 이보다 교육 수준이 낮거나 남성 가구주인 가구보다 많았음. 또한 가구주 나이가 많을수록 가구의 빵 및 떡류의 지출액이 적은 것으로 나타남.
- [코로나19 등 외부환경] 2020~2022년 팬데믹 동안 빵 및 떡류의 가구 지출액은 유의하게 증가하였으며, 소비 추세 또한 시간에 따라 증가함.
 - 팬데믹 동안 빵 및 떡류 월평균 가구 지출액은 2020년 2,479원, 2021년 2,720원, 2022년 3,055원으로 다른 해와 차이가 증가

〈표 3-6〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 4 - 곡물가공품, 빵 및 떡류

변수명	곡물가공품			빵 및 떡류		
	β	<i>S.E.</i>		β	<i>S.E.</i>	
가구원 수 (명)	5546.879	128.558 ***		5645.073	98.78459 ***	
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	-2010.829	323.1715 ***		3487.278	315.6045 ***	
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	8617.701	356.6574 ***		-2986.784	235.4281 ***	
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-91.63428	264.4695		-1015.519	222.5688 ***	
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	3554.416	512.6211 ***		4003.04	528.2923 ***	
가구 소득 수준						
2분위 (1=예, 0=1분위)	3378.153	317.8989 ***		2830.534	182.7622 ***	
3분위 (1=예, 0=1분위)	4197.16	357.2824 ***		5904.209	247.6772 ***	
4분위 (1=예, 0=1분위)	3971.716	370.3858 ***		9713.117	281.0755 ***	
5분위 (1=예, 0=1분위)	4089.904	409.5189 ***		15464.87	326.373 ***	
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	286.8889	273.1448		2722.386	176.9123 ***	
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	-2044.529	229.7406 ***		6588.709	203.0095 ***	
가구주 연령 (만 세)	707.5754	10.83807 ***		-60.66097	6.160113 ***	
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	-964.8871	251.5114 ***		2272.099	185.6953 ***	
마케팅 노출 (원)	-0.0005661	0.0026572		0.0057099	0.002202 **	
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	-8764.082	403.4357 ***		1535.946	294.4843 ***	
코로나19						
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	931.64	414.0517 **		2479.175	341.3848 ***	
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	1047.727	446.2552 **		2720.171	362.6324 ***	
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	-2403.419	464.1689 ***		3054.824	397.1042 ***	
트렌드 (연도)	-869.5195	46.99712 ***		232.1766	38.80501 ***	
상수항	1715980	94644.49 ***		-469697	78168.14 ***	

주 1) ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

3.3. 분석 4: 육류가공품

○ [가구 특성] 육류가공품 지출은 가구의 소시지, 햄 및 베이컨, 기타 육류가공품(양념된 불고기, 삶은 족발, 육포, 훈제육류, 냉동돈가스 등)의 지출을 포함함. 만 6세 미만 어린이 아동 혹은 만 65세 이상 고령 구성원이 거주하는 가구와 맞벌이 가구는 그렇지 않은 가구보다 육류가공품 지출이 적었으며, 모자 가구는 그렇지 않은 가구보다 많았음. 또한 도시 가구는 읍면 거주 가구보다 육류가공품 지출이 많음.

- 만 6세 미만 양육자들과 고령 구성원 가구의 건강한 식생활에 대한 높은 관심이 적은 육류가공품 지출비와 관련

- [가구주 특성] 가구주 특성과 육류가공품 지출액 연관성을 살펴보면, 가구주 교육 수준이 높은 가구가 낮은 가구보다 지출액이 많았고, 남성보다는 여성 가구주 가구일수록, 가구주 연령이 많을수록 육류가공품 지출액이 적은 것으로 나타남.
- [코로나19 등 외부환경] 코로나19 변수와 관련해서는 가정 내 식사가 많았던 2020~2021년에는 육류가공품 지출이 다른 해보다 많았으나, 2020년에서 2021년으로 가면서 추정치 크기는 감소, 사회적 거리두기가 해제된 2022년 변수는 통계적으로 유의하지 않았음.
 - 전년 보고서에 따르면 가구의 육류가공품 지출은 기타 육류가공품 소비 증가에 기인하여 증가하는 추세

3.4. 분석 4: 수산가공품

- [가구 특성] 염전수산동물(복어, 굴비, 마른멸치, 마른오징어, 간고등어, 어채류, 어포류)과 기타수산동물가공(어묵, 맛살, 수산동물통조림, 젓갈, 수산동물냉동식품, 훈제수산동물, 수산동물가루)의 가구 지출은 만 6세 미만 아동이 있는 가구와 맞벌이 가구가 그렇지 않은 가구보다 적으며, 만 65세 이상 구성원이 있는 가구와 모자 가구는 아닌 가구보다 지출이 많은 것으로 나타남. 또한 도시 가구는 읍면 거주 가구보다 수산가공품 지출이 적음.
- [가구주 특성] 가구주 특성 중 가구의 수산가공품 지출과 관련이 있는 변수는 가구주 연령 밖에 없음. 가구주 연령이 높을수록 수산가공품에 더 많이 지출함. 가구주 교육 수준과 가구주 성별은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타남.
- [코로나19 등 외부환경] 수산가공품은 점차 감소하는 추세에 있으며, 앞서 곡물가공품 빵 및 떡류, 육류가공품과 달리 코로나19 발생 첫해인 2020년에만 다른 해에 비해 지출액이 증가한 것으로 나타남.

〈표 3-7〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 4 - 육류가공품, 수산가공품

변수명	육류가공품			수산가공품		
	β	<i>S.E.</i>		β	<i>S.E.</i>	
가구원 수 (명)	5974.904	99.10552	***	4279.816	83.51139	***
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	-1658.78	239.759	***	-684.2683	232.0552	***
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	-3849.971	194.5776	***	2150.859	232.6315	***
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-735.5298	169.0192	***	-626.2289	183.3218	***
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	6169.962	421.1131	***	2586.805	390.4298	***
가구 소득 수준						
2분위 (1=예, 0=1분위)	1513.539	175.2646	***	4214.149	193.7272	***
3분위 (1=예, 0=1분위)	2867.382	211.6798	***	6272.644	241.8915	***
4분위 (1=예, 0=1분위)	4306.854	227.94	***	8157.592	250.0297	***
5분위 (1=예, 0=1분위)	5957.513	279.4478	***	10496.66	284.1914	***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	774.4675	165.7864	***	-1774.396	191.0496	***
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	575.8138	158.7201	***	-150.3154	171.8692	
가구주 연령 (만 나이)	-125.8948	5.410056	***	319.3289	6.540656	***
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	-710.7787	148.0745	**	-128.4693	165.2118	
마케팅 노출 (원)	0.0080099	0.0019663		0.0032434	0.0017816	*
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	-3993.022	244.4868	***	777.8001	278.6391	***
코로나19						
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	2021.527	277.0291	***	974.5374	256.5507	***
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	1019.911	287.355	***	331.8449	276.9542	
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	-128.0443	316.6478		-383.9155	301.0068	
트렌드 (연도)	453.96	31.18409	***	-325.8548	30.13002	***
상수항	-917052.2	62864.52	***	643798	60682.5	***

주 1) *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

3.5. 분석 4: 유제품

○ [가구 특성] 유제품(우유, 분유, 치즈, 요구르트, 두유, 연유, 생크림 등)의 주요 수요층인 만 6세 미만 어린 아동이 거주하는 가구와 모자 가구는 그렇지 않은 가구보다 유제품 지출이 많았으며, 맞벌이 가구와 만 65세 이상 고령 구성원이 있는 가구는 그렇지 않은 가구보다 지출이 적었음. 또한 읍면단위 거주 가구보다는 도시 가구의 유제품 지출액이 큰 것으로 나타남.

- [가구주 특성] 가구주 교육 수준이 높은 가구(대학 중퇴 이상)와 여성 가구주 가구, 그리고 가구주 연령이 높은 가구는 유제품 지출액이 많은 것으로 나타남.
- [코로나19 등 외부환경] 유제품의 수요는 점점 줄어드는 추세이나, 2020~2022년 팬데믹 기간에는 유제품 지출이 증가한 것으로 나타남.

3.6. 분석 4: 유지류

- [가구 특성] 가구 특성과 관련한 유지류(참기름 및 들기름, 콩기름·올리브유·포도씨유 등 기타 식물성 식용유, 버터·마가린 등 기타 유지류) 지출액 결정요인 분석 결과, 대부분의 가공식품처럼 가구소득 수준 2~5분위 수준인 가구가 1분위인 가구보다 해당 지출액이 많았음. 가구의 유지류 지출은 가구 내 만 6세 미만 아동 유무와는 관련이 없었으나, 만 65세 이상 고령층이 거주하거나 모자 가구일 경우 더 많은 것으로 나타남. 이와 반대로 음식 조리 시간이 상대적으로 충분치 못한 맞벌이 가구인 경우 외벌이 가구보다 유지류 지출이 적었음. 또한 도시 가구는 읍면 거주 가구보다 유지류 지출비가 컸음.
- [가구주 특성] 음식 조리를 주로 담당하는 여성 가구주 가구일수록, 가구주 연령과 교육 수준이 높을수록 유지류 지출이 많았음.
- [코로나19 등 외부환경] 코로나19 발생 후 2년 동안 가정 내 조리가 늘면서 유지류 지출이 다른 해에 비해 증가하였으나, 2022년 외식수요가 늘면서 조리에 필요한 식용 유지류의 가구 지출은 감소하였음.

〈표 3-8〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 4 - 유제품, 유지류

변수명	유제품			유지류		
	β	S.E.		β	S.E.	
가구원 수 (명)	7643.676	101.3112	***	1196.353	38.32565	***
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	17336.89	454.1665	***	126.4996	95.23129	
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	-2178.849	249.1048	***	670.2527	84.41799	***
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-2829.38	245.0788	***	-558.5676	71.83752	***
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	5126.026	565.0362	***	499.4357	149.5754	***
가구 소득 수준						
2분위 (1=예, 0=1분위)	1805.894	199.8332	***	763.5844	84.21992	***
3분위 (1=예, 0=1분위)	3765.516	240.7783	***	1110.138	99.72683	***
4분위 (1=예, 0=1분위)	6310.149	286.3156	***	1406.202	111.7867	***
5분위 (1=예, 0=1분위)	10484.3	327.8666	***	1808.991	115.4586	***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	811.5786	210.4065	***	1006.05	70.772	***
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	3794.208	215.2784	***	588.8206	66.76416	***
가구주 연령 (만 나이)	80.86794	6.403051	***	110.7814	3.004175	***
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	325.9447	184.1587	*	292.269	69.32303	***
마케팅 노출 (원)	-0.0023649	0.0022125		0.0023007	0.0010403	**
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	659.0023	285.7306	**	-3062.614	146.1471	***
코로나19						
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	3668.007	381.5468	***	592.7728	114.3032	***
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	3287.884	416.5228	***	773.058	123.6089	***
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	1861.779	440.9846	***	-124.0024	126.011	
트렌드 (연도)	-327.1979	47.18408	***	-33.72297	12.59434	***
상수항	655401.3	95066.93	***	57930.42	25330.88	**

주 1) *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

3.7. 분석 4: 과일가공품

○ [가구 특성] 가구의 과일가공품(과일통조림, 말린 과일, 과실농축액 등) 지출액 결정요인 분석 결과, 만 6세 미만 아동과 함께 거주하는 가구와 모자 가구가 그렇지 않은 가구보다 해당 지출이 컸음. 맞벌이 가구인 경우 과일가공품 지출이 외벌이 가구보다 적은 반면, 도시 가구는 읍면 거주 가구보다 과일가공품 지출이 많았음. 만 65세 이상 고령 구성원이 있는 가구의 과일가공품 지출 영향은 통계적 유의성이 없는 것으로 분석됨.

- [가구주 특성] 가구주가 대학(중퇴) 이상의 교육을 마친 가구와 여성 가구주인 가구의 과일가공품 지출액이 교육 수준이 낮거나 남성 가구주 가구보다 많았음. 또한 가구주 나이가 많을수록 과일가공품의 지출액이 많은 것으로 나타남.
- [코로나19 등 외부환경] 과일가공품의 지출 증가 추세에도 불구하고 코로나19가 발생한 2020~2022년 동안 해당 품목에 대한 가구 지출액은 다른 연도에 비해 감소한 것으로 나타남.
 - 인터넷·컨텐츠·방송이용료는 가구의 과일가공품 지출과 통계적으로 유의하지 않은 관계

3.8. 분석 4: 채소가공품

- [가구 특성] 채소가공품(단순 절임, 나물 등 말린 채소류, 군고구마 등 익힌 채소류, 채소가루류, 채소 통조림 등)의 경우, 만 6세 미만 아동과 함께 거주하는 가구는 그렇지 않은 가구보다 지출이 적었음. 이와 대조적으로 가구 내 만 65세 이상 고령 구성원이 있거나 모자 가구인 경우 채소가공품 지출이 컸음. 도시 가구의 채소가공품 지출 또한 그 외 식품가공품들과 마찬가지로 읍면 거주 가구보다 지출이 컸으나, 맞벌이 가구 여부는 통계적으로 유의하지 않음.
- [가구주 특성] 가구주의 교육 수준은 가구의 채소가공품 지출과 음(-)의 관계인 것으로 나타남. 그러나 가구주 연령이 높을수록, 가구주 성별이 남성보다는 여성일수록 해당 품목의 지출은 큼.
 - 이는 채소가공품이 고령층이 선호하고 조리를 거쳐야 하는 나물류 등의 특성에 기인
- [코로나19 등 외부환경] 가구의 채소가공품 지출은 전반적으로 감소 추세에 있으며, 코로나19에도 감소 추세에서 벗어나지 못한 것으로 판단됨. 2022년에는 오히려 다른 해에 비해 가구의 채소가공품 지출이 감소하였음.

〈표 3-9〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 4 - 과일가공품, 채소가공품

변수명	과일가공품			채소가공품	
	β	<i>S.E.</i>		β	<i>S.E.</i>
가구원 수 (명)	1116.835	58.55417 ***		1721.206	51.96522 ***
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	408.3539	142.5792 ***		-424.6528	102.782 ***
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	-14.08951	132.057		430.4042	120.6563 ***
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-204.2344	116.619 *		-77.69814	91.92346
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	743.8903	255.5826 ***		553.2483	185.0397 ***
가구 소득 수준					
2분위 (1=예, 0=1분위)	2570.289	155.7177 ***		1373.374	114.7589 ***
3분위 (1=예, 0=1분위)	3975.603	188.3676 ***		2343.386	138.8132 ***
4분위 (1=예, 0=1분위)	5419.427	224.114 ***		2902.366	144.4594 ***
5분위 (1=예, 0=1분위)	6663.479	266.5111 ***		3302.322	176.3669 ***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	1120.167	120.8026 ***		588.0341	83.70801 ***
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	1367.337	110.8346 ***		-212.7575	88.79408 **
가구주 연령 (만 나이)	123.8055	5.297948 ***		113.4028	3.842768 ***
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	724.4615	119.1352 ***		1083.8	92.27719 ***
마케팅 노출 (원)	0.0005553	0.001232		0.0020987	0.0009997 **
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	-5968.735	377.5234 ***		-5116.868	165.0374 ***
코로나19					
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	-1770.064	218.0992 ***		-98.682	149.8801
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	-2332.068	233.9782 ***		-140.1208	155.4598
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	-3811.677	274.2833 ***		-725.7978	166.532 ***
트렌드 (연도)	378.8941	25.88459 ***		-78.99043	16.40254 ***
상수항	-778817.2	52469.66 ***		146625.5	32972.68 ***

주 1) *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

3.9. 분석 4: 당류 및 과자류

○ [가구 특성] 당류 및 과자류(설탕, 잼, 꿀, 조청, 초콜릿, 사탕 및 젤리, 껌, 아이스크림, 한과 및 기타 과자) 지출 결정요인 분석 결과, 만 6세 미만 아동과 함께 거주하는 가구와 모자 가구가 그렇지 않은 가구보다 해당 지출이 큰 것으로 나타남. 반면 만 65세 고령 구성원이 있는 가구와 맞벌이 가구는 그렇지 않은 가구보다 당류 및 과자류 지출액이 적었음.

- [가구주 특성] 가구주가 대학(중퇴) 이상의 교육을 마친 가구가 이보다 적은 교육을 마친 가구주 가구보다 지출이 컸고, 가구주 연령이 많을수록 당류 및 과자류 지출은 적었음. 또한 여성 가구주 가구인 경우 당류 및 과자류 지출이 많은 것으로 분석됨.
- [코로나19 등 외부환경] 팬데믹 동안 당류 및 과자류의 가구 지출은 다른 연도들과 비교했을 때 많았으나, 그 차이는 2020~2022년 기간 동안 줄어듦. 이는 방역조치가 완화됨에 따라 외식에서 당류 및 과자류 섭취가 늘었을 가능성을 고려해볼 수 있음.
 - 당류 및 과자류 가구 지출은 전반적 증가 추세
 - 마케팅 노출(인터넷·컨텐츠·방송이용료)과 가구의 당류 및 과자류 지출은 양(+)의 관계

3.10. 분석 4: 조미식품

- [가구 특성] 조미식품(말린고추, 참깨 및 들깨, 생강, 각종 조미료 및 소스류) 지출액 결정요인 분석 결과를 살펴보면, 가구 내 만 6세 미만 어린이가 있는 경우에 없는 경우보다 조미식품 지출액이 적었으며, 가구 내 만 65세 이상 고령층이 있는 가구, 맞벌이 가구, 모자 가구는 그렇지 않은 경우보다 조미식품 지출이 많은 것으로 나타남.
- [가구주 특성] 가구주의 교육 수준이 대학(중퇴) 이상인 가구는 이보다 낮은 교육을 마친 가구주 가구보다 조미식품을 적게 지출하는 것으로 나타남. 반면 가구주 연령이 많을수록 그리고 가구주가 여성일수록 조미식품 지출이 컸음.
- [코로나19 등 외부환경] 가구의 조미식품 지출이 감소 추세에 있음에도 불구하고 2020~2022년 기간 동안 가구의 조미식품 지출액은 가정 내 조리식사 증가에 따라 다른 해에 비해 오름.
 - 조미식품 감소 추세에는 가구 지출 중 가장 높은 비중을 차지하는 말린고추 지출 감소가 크게 작용했을 가능성 존재

〈표 3-10〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 4 - 당류 및 과자류, 조미식품

변수명	당류 및 과자류			조미식품		
	β	<i>S.E.</i>		β	<i>S.E.</i>	
가구원 수 (명)	8762.44	97.45172	***	3171.031	97.97113	***
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	5693.823	347.4143	***	-874.1348	209.1824	***
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	-4840.743	215.8953	***	6090.721	347.6061	***
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-1118.342	214.8265	***	745.3036	224.7526	***
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	7968.579	506.5155	***	994.7089	311.4508	***
가구 소득 수준						
2분위 (1=예, 0=1분위)	481.7706	180.6812	***	3597.137	294.1493	***
3분위 (1=예, 0=1분위)	2426.559	253.3286	***	4885.7	309.7028	***
4분위 (1=예, 0=1분위)	5236.619	272.4235	***	5615.084	331.7339	***
5분위 (1=예, 0=1분위)	7630.623	309.9011	***	6186.267	359.3769	***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	-1196.379	196.0614	***	-3837.495	263.2358	***
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	2218.971	202.5567	***	-1725.493	175.7389	***
가구주 연령 (만 나이)	-199.8294	6.299583	***	455.0671	8.726041	***
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	347.8631	180.8826	*	1407.191	207.2304	***
마케팅 노출 (원)	0.0079777	0.0022993	***	-0.0000101	0.0023363	
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	1013.067	274.7505	***	-2299.105	310.4403	***
코로나19						
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	2836.382	347.1095	***	4797.508	318.5106	***
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	2163.981	368.2594	***	4809.363	328.3248	***
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	1114.261	405.2908	***	3395.857	339.9648	***
트렌드 (연도)	371.4434	38.54655	***	-574.9629	35.20209	***
상수항	-739534.4	77632.86	***	1137317	70884.13	***

주 1) *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

3.11. 분석 4: 기타식품

○ [가구 특성] 기타식품(죽, 스프, 이유식, 김치, 반찬류, 즉석동결식품 등)은 만 6세 미만 아동과 거주하거나 모자 가구인 경우 그렇지 않은 가구보다 지출이 더 많음. 만 65세 이상 고령층 구성원과 거주여부나 맞벌이 가구 여부는 기타식품 지출이 적었음. 또한 도시 가구는 읍면 거주 가구보다 기타식품 지출이 많았음.

- [가구주 특성] 가구주 특성 요인을 살펴보면 가구주 교육 수준이 대학(중퇴) 이상이면 교육 수준이 이보다 낮은 가구보다 기타식품 지출액이 많은 것으로 나타남. 반대로 가구주 연령이 많을수록 그리고 남성보다는 여성 가구주일수록 해당 지출액은 낮음.
- [코로나19 등 외부환경] 코로나19 발생 첫 2년 동안 기타식품 지출액은 다른 해에 비해 증가하였음. 방역조치가 전면해제되고 외식수요가 증가한 2022년에도 기타식품 지출액이 증가하였으나 통계적으로 유의하지 않음.
 - 기타식품의 전반적 지출도 증가하는 추세

3.12. 분석 4: 주류

- [가구 특성] 가구의 주류 지출액은 가구원 수와 유의한 관계가 없는 것으로 나타남. 가구 내 만 65세 이상 고령 구성원 존재 여부와 모자 가구 여부 또한 유의한 관계가 없는 것으로 나타남. 대부분의 가공식품 지출이 도시 가구에서 많은 반면, 주류 지출액은 도시 가구보다 읍면 거주 가구에서 많은 것으로 나타남.
- [가구주 특성] 가구주의 교육 수준, 성별, 연령 모두 가구의 주류 지출액과 유의한 음(-)의 관계에 있음. 즉, 교육 수준이 높고, 여성이며, 나이가 많은 가구주 가구는 주류 지출액이 적었음.
- [코로나19 등 외부환경] 가구의 주류 지출은 전반적으로 증가 추세에 있으며, 코로나19가 발생한 2020년 이후에도 다른 해에 비해 많았던 것으로 분석됨.
 - 주류 지출 증가세는 와인 및 양주 선호 트렌드와 관련
 - 마케팅 노출도 주류 지출 증가와 통계적으로 유의한 수준

〈표 3-11〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 4 - 기타식품, 주류

변수명	기타식품			주류	
	β	S.E.		β	S.E.
가구원 수 (명)	4383.735	114.5138	***	-169.0969	125.1695
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	761.9584	413.1195	*	930.5612	368.2132
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	-4378.222	278.816	***	-266.3726	279.1192
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-1425.299	252.5568	***	662.294	267.6613
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	4982.401	511.9997	***	-545.9148	503.9374
가구 소득 수준					
2분위 (1=예, 0=1분위)	1021.793	243.6536	***	3540.919	279.1881
3분위 (1=예, 0=1분위)	2046.818	288.0102	***	6426.936	332.3204
4분위 (1=예, 0=1분위)	4391.178	321.8555	***	8832.045	388.6925
5분위 (1=예, 0=1분위)	7829.464	380.9751	***	11613.17	499.3346
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	3710.796	220.4116	***	-1110.422	241.6174
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	3689.242	231.3564	***	-3682.567	243.3347
가구주 연령 (만 나이)	-128.1043	7.358078	***	-228.1142	8.459389
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	-1832.951	225.583	***	-7414.616	271.3582
마케팅 노출 (원)	0.0219325	0.0042801	***	0.025722	0.0037419
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	-643.5806	356.424	*	-3090.921	392.2413
코로나19					
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	3548.526	458.9395	***	1183.793	465.8629
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	2898.117	506.0811	***	2580.002	511.3749
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	748.7581	516.129		1334.338	589.3771
트렌드 (연도)	1487.812	48.11064	***	436.3505	48.67336
상수항	-2997221	96883.11	***	-860858.2	98017.27

주 1) *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

3.13. 분석 4: 커피 및 차

○ [가구원 구성] 커피 및 차는 여타 분석 결과와 마찬가지로 가구원 수가 많을수록 지출이 많았으며, 가구 소득이 2~5분위인 가구가 소득 1분위 가구보다 지출액이 컸음. 또한 맞벌이 가구가 커피 및 차 지출이 상대적으로 적은 것으로 나타남. 가구 내 만 65세 이상 고령층이 있을 경우도 커피 및 차 지출이 적었음.

- 도시 가구 여부는 통계적으로 유의하지 않은 수준

- [가구주 특성] 가구주의 교육 수준이 대학(중퇴) 이상인 경우 그렇지 않은 경우보다 커피 및 차 지출이 컸고, 가구주 연령이 높을수록, 가구주 성별이 여성일수록 적음.
- [코로나19 등 외부환경] 커피 및 차는 유의한 추세는 없으나, 코로나19는 가구의 커피 및 차 지출액 증가에 유의한 영향을 미친 것으로 분석됨.

3.14. 분석 4: 주스 및 기타음료

- [가구 특성] 과일주스, 야채주스, 생수, 기능성 음료 및 기타음료가 포함된 가구의 주스 및 기타음료 지출액은 가구 내 만 6세 미만 아동이 있거나 모자 가구인 경우 그렇지 않은 경우보다 많은 것으로 분석됨. 가구 내 만 65세 이상의 고령층이 있거나 맞벌이 가구이면 해당 품목의 지출은 그렇지 않은 경우보다 적었음. 거주지 성격(도시)도 주스 및 기타음료 가구지출과 유의한 양(+)의 관계에 있었음.
- [가구주 특성] 가구주 교육 수준이 상대적으로 높으면 주스 및 기타음료 지출이 많았고, 가구주 나이가 많고 성별이 여성이면 지출이 적었음.
- [코로나19 등 외부환경] 팬데믹 첫 해인 2020년에는 주스 및 기타음료의 가구 지출액이 다른 해에 비해 많았으나, 2021년에는 유의하지 않은 양의 관계를, 2022년에는 바깥 활동이 증가함에 따라 가구 내 지출이 감소한 것으로 나타남.
 - 전반적인 지출 추세는 증가세
 - 주스 및 기타음료의 가구 지출액은 마케팅 노출 증가와 관련

〈표 3-12〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 4 - 커피 및 차, 주스 및 기타음료

변수명	커피 및 차			주스 및 기타음료		
	β	<i>S.E.</i>		β	<i>S.E.</i>	
가구원 수 (명)	1287.531	55.47277	***	1926.491	64.26159	***
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	345.8589	162.4068	**	1639.965	228.0134	***
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	-277.6535	142.4709	*	-1807.353	160.0738	***
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-498.2703	123.2524	***	-352.4895	151.589	**
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	292.2274	247.6398		1493.514	344.6582	***
가구 소득 수준						
2분위 (1=예, 0=1분위)	1150.887	130.8837	***	1742.194	139.3698	***
3분위 (1=예, 0=1분위)	2064.848	146.7514	***	2765.132	165.6172	***
4분위 (1=예, 0=1분위)	3417.672	169.88	***	4614.446	197.1379	***
5분위 (1=예, 0=1분위)	4760.99	201.4078	***	7045.9	217.304	***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	72.7524	105.9126		797.6539	132.4006	***
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	685.0154	117.2891	***	870.2651	135.937	***
가구주 연령 (만 나이)	-47.70889	3.777355	***	-146.6194	4.250639	***
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	-897.065	113.6848	***	-715.2388	132.5506	***
마케팅 노출 (원)	0.0138358	0.0018216	***	0.0144409	0.0019554	***
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	-1991.506	200.3051	***	155.2539	204.6387	
코로나19						
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	1552.212	207.1532	***	851.6266	257.7739	***
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	1766.598	241.026	***	174.6008	273.0465	
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	924.801	236.5393	***	-627.7132	287.1839	**
트렌드 (연도)	74.9877	22.28205		408.6736	28.4061	***
상수항	-148325	44845.25	***	-813867.1	57217.73	***

주 1) *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

4. 주요 가공식품 품목별 지출액 결정요인 분석

○ 분석 5에서는 올해 주요 가공식품으로 빵 및 떡류, 유지류, 커피 및 차, 주스 및 기타음료를 선정하여 빵 및 떡류 3품목 (케이크, 식빵 및 기타 빵, 떡), 유지류 3품목 (참기름 및 들기름, 기타 식물성 식용유, 버터 및 기타유지류), 커피 및 차 2품목 (커피, 차), 그리고 주스 및 기타음료 3품목(과일 및 야채주스, 생수, 기타음료수)에 대한 가구의 지출액 결정요인을 분석함.

4.1. 분석 5. 빵 및 떡류

- [케이크] 가구 내 만 6세 미만 미취학 아동이 있거나 모자로 구성된 가구는 그렇지 않은 가구보다 케이크 지출이 많은 반면 가구 내 만 65세 이상 고령층이 있는 경우 케이크 지출액은 적었음. 도시 가구, 교육 수준이 높은 가구, 가구주가 여성인 가구, 가구주 나이가 적은 가구에서 케이크 지출이 많았음.
 - 케이크 지출에서 유의한 추세는 없었지만, 코로나19 기간 중 2021년 케이크 가구 지출이 다른 연도에 비해 일시적 증가

- [식빵 및 기타 빵] 식빵 및 기타 빵은 제과점 또는 공장에서 제조한 각종 빵(식빵, 모닝빵, 바게트, 크라상, 단팥빵, 도너츠 등)과 공장에서 제조한 핫도그, 호떡, 햄버거, 샌드위치 등을 일컫음. 케이크와 마찬가지로 모자 가구이거나 만 6세 미만 미취학 아동이 있는 가구, 도시 가구인 경우 식빵 및 기타 빵 지출이 많은 것으로 나타남. 반면에 가구 내 65세 이상 고령 구성원이 있거나 맞벌이 가구인 경우 식빵 및 기타 빵 지출이 적었음. 가구주 특성으로는 가구주 교육 수준이 높을수록, 여성 가구주와 가구주 연령이 높은 가구에서 식빵 및 기타 빵 지출이 많았음. 가구의 식빵 및 기타 빵 지출은 증가하는 추세이며, 코로나19 기간인 2020~2022년 동안에도 타 해에 비해 더 증가한 것으로 나타남.

〈표 3-13〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 케이크, 식빵 및 기타 빵

변수명	케이크			식빵 및 기타 빵		
	β	<i>S.E.</i>		β	<i>S.E.</i>	
가구원 수 (명)	2506.184	57.06557	***	4225.075	70.28675	***
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	1932.048	157.1442	***	936.191	230.7804	***
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	-2698.651	169.5008	***	-2898.047	165.4179	***
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	184.8831	120.9071		-951.2176	156.3273	***
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	656.2573	295.4438	**	3712.059	377.7399	***
가구 소득 수준						
2분위 (1=예, 0=1분위)	3076.414	197.1352	***	1711.623	134.7451	***
3분위 (1=예, 0=1분위)	4725.275	204.8474	***	3281.781	165.4174	***
4분위 (1=예, 0=1분위)	6204.43	221.2557	***	5783.846	195.3077	***
5분위 (1=예, 0=1분위)	7384.228	233.5476	***	9476.316	228.7284	***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	1386.261	131.828	***	2021.233	128.2955	***
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	2615.526	115.959	***	4779.634	140.1821	***
가구주 연령 (만 나이)	-240.4885	5.261158	***	-106.6964	4.276712	***
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	1877.242	141.5137	***	1013.624	133.3595	***
마케팅 노출 (원)	0.0037885	0.0013853	***	0.0069411	0.0017146	***
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	-4973.338	215.0579	***	45.38104	209.3377	
코로나19						
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	6.701234	214.8963		1079.818	254.8405	***
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	744.6138	228.4127	***	966.2143	274.3672	***
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	293.8865	246.5999		1570.615	299.886	***
트렌드 (연도)	9.206569	23.72005		336.519	29.0308	***
상수항	-22282.04	47776.01		-677677.3	58493.08	***

주 1) *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

○ [떡] 가구 내 만 6세 미만 피양육자나 만 65세 이상 고령층 가구원이 있거나 모자로 이루어진 가구의 경우 가구의 떡 지출액이 그렇지 않은 가구보다 많은 것으로 나타남. 또한 가구주 교육 수준이 대학 중퇴 이상, 가구주 성별이 여성, 가구주 나이가 많을수록 떡 지출이 많은 것으로 분석됨. 가구의 떡 구매 지출은 시간이 지남에 따라 감소하는 추세이나, 가정 내 섭취가 편리한 떡의 특성상 코로나19 기간 가구 지출이 증가했던 것으로 나타남.

〈표 3-14〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 떡

변수명	떡	
	β	S.E.
가구원 수 (명)	1722.201	85.88392 ***
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	577.6042	148.8788 ***
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	580.8567	148.0938 ***
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-176.0314	129.3485
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	1370.951	291.8062 ***
가구 소득 수준		
2분위 (1=예, 0=1분위)	2121.832	139.2703 ***
3분위 (1=예, 0=1분위)	3789.078	215.6317 ***
4분위 (1=예, 0=1분위)	4560.32	187.7765 ***
5분위 (1=예, 0=1분위)	5883.89	213.6251 ***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	945.9173	123.0256 ***
가구주 교육 수준 (1=대학 중위 이상, 0=대학 교육 미만)	594.222	124.2248 ***
가구주 연령 (만 나이)	200.2753	8.118731 ***
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	1204.095	132.096 ***
마케팅 노출 (원)	-0.0029043	0.0011859 **
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	-4753.019	351.8788 ***
코로나19		
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	600.2867	190.5437 ***
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	815.9723	191.7221 ***
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	655.4602	210.2448 ***
트렌드 (연도)	-244.8925	23.43843 ***
상수항	476351.9	46802.71 ***

주 1) ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

4.2. 분석 5. 유지류

○ [참기름 및 들기름] 참기름 및 들기름 가구 지출은 가구 내 만 65세 이상 고령층 가구원이 있거나, 가구주 연령이 높고, 여성 가구주 가구이면 그렇지 않은 가구보다 많은 것으로 분석됨. 유지류는 가구 내 조리과 직결되는 품목이므로 가구의 외식비 지출이 증가세를 보이면서 가구의 참기름 및 들기름은 감소하는 추세를 보임. 다만, 코로나19로 인해 가정 내 조리식사가 늘어나 2020년과 2021년에는 가구의 참기름 및 들기름 지출이 다른 해보다 많았음. 2022년 변수는 참기름 및 들기름 가구 지출에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타남.

○ [기타 식물성 식용유] 포도씨유, 올리브유 등 식물성 식용유 가구 지출은 가구 내 미취학 아동이나 만 65세 이상 고령 가구원이 있을 경우, 모자로 구성된 가구일 경우 그렇지 않은 가구보다 많은 것으로 나타남. 반면 가정 내 조리가 적을 수 있는 맞벌이 가구는 기타 식물성 식용유 지출액이 적었음. 가구주 연령이 높을수록, 여성 가구주일수록 기타 식물성 식용유 지출액이 많았음. 기타 식물성 식용유 지출액은 전반적으로 감소세에 있으나 2020년과 2021년에는 코로나19로 인한 가정 내 조리가 늘어남에 따라 일시적으로 가구 지출이 증가함. 참기름 및 들기름과 마찬가지로 2022년 변수는 가구의 기타 식물성 식용유 지출과 유의한 관계가 존재하지 않았음.

〈표 3-15〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 참기름 및 들기름, 기타 식물성 식용유

변수명	참기름 및 들기름			기타 식물성 식용유		
	β	S.E.		β	S.E.	
가구원 수 (명)	817.1913	36.62827	***	971.9967	54.50938	***
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	-274.5803	105.1698	***	180.2267	86.78283	**
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	954.1264	93.75302	***	107.5448	62.28971	*
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-418.7863	76.86099	***	-349.3859	61.47827	***
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	127.9927	181.4891		449.3573	139.3966	***
가구 소득 수준						
2분위 (1=예, 0=1분위)	829.8689	98.90512	***	408.8599	68.03388	***
3분위 (1=예, 0=1분위)	1040.56	111.4198	***	655.8234	85.67728	***
4분위 (1=예, 0=1분위)	1201.644	119.603	***	867.6556	99.51543	***
5분위 (1=예, 0=1분위)	1201.64	128.7971	***	1149.75	96.71311	***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	1362.621	81.8889	***	345.4487	59.25824	***
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	-214.7282	72.77191	***	532.4156	54.47552	***
가구주 연령 (만 나이)	134.0714	3.597397	***	50.64198	3.107118	***
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	334.2686	75.68473	***	204.2465	59.30856	***
마케팅 노출 (원)	0.0009223	0.0010745		0.0011903	0.0007547	
이상 데이터 터미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	-3555.578	134.4918	***	-3183.306	255.0117	***
코로나19						
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	226.0454	134.5237	*	170.2943	94.08856	*
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	534.1335	142.6824	***	280.013	103.5053	***
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	-238.4416	153.0357		-108.541	107.6244	
트렌드 (연도)	-151.8937	15.23958	***	-25.90904	10.74098	**
상수항	292482	30625.77	***	44762.69	21525.82	**

주 1) ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

○ [버터 및 기타유지류] 버터, 마가린 등을 포함하고 있는 버터 및 기타유지류는 가구 내 건강에 관심이 많은 만 65세 이상 고령층이 있거나, 조리할 시간이 여유롭지 않은 맞벌이

이 가구이면 그렇지 않은 가구보다 가구 지출이 적은 것으로 나타남. 도시 가구는 읍면 가구보다 버터 및 기타유지류 지출이 적었음. 또한 가구주 교육 수준이 높을수록, 가구주 연령이 낮을수록 지출이 많았음. 식생활 서구화와 다양성 추구 등으로 인해 버터 및 기타유지류는 유지류 중 유일하게 지출액 증가 추세를 보이는 품목임.

〈표 3-16〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 버터 및 기타 유지류

변수명	버터 및 기타 유지류	
	β	S.E.
가구원 수 (명)	621.0574	27.61032 ***
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	-97.49361	60.68355
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	-485.8658	67.11636 ***
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-260.7434	50.0016 ***
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	426.2724	110.0578
가구 소득 수준		
2분위 (1=예, 0=1분위)	424.6128	79.44205 ***
3분위 (1=예, 0=1분위)	608.7281	81.3836 ***
4분위 (1=예, 0=1분위)	768.0786	85.14179 ***
5분위 (1=예, 0=1분위)	1036.056	95.49798 ***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	350.4608	51.98593 ***
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	705.0639	50.92181 ***
가구주 연령 (만 나이)	-16.18369	1.792775 ***
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	4.457636	55.47213
마케팅 노출 (원)	0.0016394	0.0004486 ***
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	-2124.374	97.76473 ***
코로나19		
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	-21.75481	86.11941
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	-108.1093	93.06885
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	-695.6259	104.4719 ***
트렌드 (연도)	122.6382	10.91541 ***
상수항	-252632.6	22058.38 ***

주 1) *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

4.3. 분석 5. 커피 및 차

○ [커피] 가구의 커피 지출 결정은 교육 수준, 연령, 성별 등 가구주 특성 모두 유의하게 연관되어있는 것으로 나타남. 교육 수준이 높은 가구는 낮은 가구보다 커피 지출액이 많았으며, 가구주 연령이 높거나 여성 가구주 가구는 커피 지출액이 적었음. 가구의 커피 지

출액은 특정 소비 추세가 있지는 않으나, 코로나19 기간인 2020~2022년에는 가정에 머무는 시간이 많아지면서 가구 내 가공커피 소비가 타 연도에 비해 많았음. 가공커피 소비는 증가/감소의 특정 추세가 존재하지 않았으며, 일상으로 회복이 시작되었던 2022년 가공커피 소비는 2020년과 2021년에 비해 타 연도와의 차이가 작은 것으로 나타남.

○ [차] 가구의 차 지출액 증가는 도시 거주 가구, 높은 교육 수준, 여성 가구주, 낮은 가구주 연령과 관계가 있는 것으로 나타남. 코로나19 기간인 2020~2022년 동안 커피에 대한 가구 지출이 다른 해보다 많았던 반면, 차에 대한 지출액은 코로나19 기간과 유의한 관계가 없었으며, 전반적으로 유의한 추세도 없었음.

〈표 3-17〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 커피, 차

변수명	커피			차	
	β	S.E.		β	S.E.
가구원 수 (명)	896.2166	48.47722 ***		1073.166	51.56619 ***
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	482.9739	146.5639 ***		-154.4708	91.34862 *
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	-41.04823	134.2474		-477.4693	91.47609 ***
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-322.3037	110.3613 ***		-241.7289	75.81871 ***
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	56.27381	226.9544		746.962	165.8575 ***
가구 소득 수준					
2분위 (1=예, 0=1분위)	1192.662	126.0963 ***		529.5121	99.80458 ***
3분위 (1=예, 0=1분위)	2085.221	142.2789 ***		918.1903	100.0713 ***
4분위 (1=예, 0=1분위)	2984.844	158.9004 ***		1644.064	127.2949 ***
5분위 (1=예, 0=1분위)	4032.245	196.1394 ***		1994.15	126.1448 ***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	-160.8268	99.3891		321.0624	66.07275 ***
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	295.4028	103.5853 ***		469.1716	77.35693 ***
가구주 연령 (만 나이)	-51.3206	3.575348 ***		-20.56037	2.551966 ***
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	-1238.913	106.5151 ***		340.1242	78.20932 ***
마케팅 노출 (원)	0.0114948	0.0015263 ***		0.0051533	0.0011301 ***
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	-2506.979	208.8781 ***		-3780.624	194.0686 ***
코로나19					
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	1190.223	191.818 ***		-30.61034	126.487
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	1318.997	222.6558 ***		151.2108	137.068
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	520.598	219.5368 **		9.166588	145.1651
트렌드 (연도)	28.40688	20.50855		-6.282745	14.10993
상수항	-54706.69	41268.22		8746.21	28371.67

주 1) ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

4.4. 분석 5. 주스 및 기타음료

- [과일·야채 주스] 가구의 과일·야채 주스 지출액은 감소 추세에 있으며, 이는 코로나19 기간에도 2020년을 제외하고 큰 영향 없이 감소 추세가 지속된 것으로 보임. 다만 가구 특성이나 가구주 특성과는 통계적으로 유의한 관계였음. 가구 내 만 6세 미만 피양육자가 있는 가구, 모자 가구, 맞벌이 가구, 도시 거주 가구는 그렇지 않은 가구보다 과일·야채 주스 지출액이 많은 것으로 나타남. 가구주 특성 중에는 교육 수준이 높을수록, 가구주 연령이 낮을수록, 여성일수록 과일·야채 주스 지출액과 양(+)의 관계에 있는 것으로 나타남.
- [생수] 가구의 생수 지출 증가는 도시 가구와 가구주의 교육 수준이 높을수록 증가하였으나, 가구주 연령이 높을수록, 여성 가구주의 경우 감소함. 생수 지출액은 전반적으로 증가하는 추세에 있으나, 상대적으로 재택시간이 많았던 팬데믹에는 가정 내 정수기 사용이 생수 구입을 대체하여 다른 해에 비해 적었던 것으로 추측됨.

〈표 3-18〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 과일·야채 주스, 생수

변수명	과일·야채 주스			생수		
	β	<i>S.E.</i>		β	<i>S.E.</i>	
가구원 수 (명)	1248.195	54.15708	***	62.79588	31.77933	**
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	2741.859	182.3667	***	-490.7722	95.13483	***
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	-1103.693	139.6295	***	-725.2512	98.11618	***
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	289.1707	121.511	**	-674.0915	74.11687	***
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	964.2577	277.3322	***	254.5443	173.1394	
가구 소득 수준						
2분위 (1=예, 0=1분위)	1911.939	136.9033	***	1214.742	90.81823	***
3분위 (1=예, 0=1분위)	2943.727	159.1896	***	1369.556	97.81204	***
4분위 (1=예, 0=1분위)	4187.172	182.5176	***	1968.653	104.9391	***
5분위 (1=예, 0=1분위)	6073.848	198.4843	***	2620.736	120.0516	***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	598.673	114.3381	***	889.1487	67.07245	***
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	1222.904	113.0163	***	794.1661	68.16314	***
가구주 연령 (만 나이)	-55.02779	3.787204	***	-65.39597	2.402432	***
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	733.1149	120.0839	***	-592.3617	75.1114	***
마케팅 노출 (원)	0.0072411	0.0014271	***	0.0026514	0.000882	***
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	-4823.186	198.9723	***	-1635.166	114.3754	***
코로나19						
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	-74.91502	209.2051		-420.6122	131.5488	***
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	-812.1675	213.8385	***	-456.7669	145.4722	***
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	-1215.596	218.017	***	-1113.948	155.5107	***
트렌드 (연도)	-119.571	21.97203	***	396.9233	15.66459	***
상수항	238095.1	44232.26	***	-798727	31569.99	***

주 1) ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

○ [기타 음료수] 기타 음료수는 음료 중 과일·야채 주스나 생수 항목에 분류되지 않은 음료로 탄산음료(콜라, 사이다, 혼합탄산음료, 이온탄산음료 등), 기능성 음료(비타민, 미네랄 등을 함유한 자양강장 음료제품, 숙취방지 및 해소를 위한 음료제품), 기타음료(이온음료, 식이음료, 쌀음료, 전통음료, 슬러쉬, 분말주스 등)가 포함됨. 가정에서 머무는 시간이 많았던 코로나19 기간에는 가구의 기타 음료수 지출이 감소한 것으로 나타났으나, 기능성 음료 등 신제품 출시로 인해 대체로 지출 증가추세를 보임.

- 그 외 가구의 기타 음료수 지출액과 양(+의 관계)에 있는 요인으로는 모자 가구 여부와 마케팅 노출이며, 나머지 변수들은 모두 유의하나 가구의 기타 음료수 지출액과 음(-)의 관계

〈표 3-19〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 기타 음료수

변수명	기타 음료수	
	β	S.E.
가구원 수 (명)	1585.495	38.17195 ***
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음, 0=없음)	-661.0239	118.1347 ***
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음, 0=없음)	-1140.472	91.39779 ***
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구, 0=아님)	-200.7186	85.20338 **
모자 가구 여부 (1=모자 가구, 0=아님)	1327.142	188.5576 ***
가구 소득 수준		
2분위 (1=예, 0=1분위)	388.9466	93.40408 ***
3분위 (1=예, 0=1분위)	854.1421	104.9919 ***
4분위 (1=예, 0=1분위)	1362.302	118.1679 ***
5분위 (1=예, 0=1분위)	1737.18	128.4892 ***
도시 가구 여부 (1=도시, 0=읍면)	-171.504	80.53203 **
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상, 0=대학 교육 미만)	-672.1443	78.39756 ***
가구주 연령 (만 나이)	-129.1322	2.819552 ***
가구주 성별 (1=여성, 0=남성)	-879.3699	79.35609 ***
마케팅 노출 (원)	0.0091494	0.0011101 ***
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년, 0=그 외 연도)	-1036.638	128.0215 ***
코로나19		
1차 연도 (1=2020년, 0=그 외 연도)	-469.7119	147.3906 ***
2차 연도 (1=2021년, 0=그 외 연도)	-941.3275	163.2592 ***
3차 연도 (1=2022년, 0=그 외 연도)	-875.207	181.4517 ***
트렌드 (연도)	339.0649	16.85912 ***
상수항	-676196.2	33951.19 ***

주 1) ***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

4.5. 분석 5. 주요 가공식품 품목별 지출액 결정요인 분석 종합

- 주요 가공식품의 품목별 지출액 결정요인을 비교 정리함. 분석 대상이 된 빵 및 떡류, 유지류, 음료류의 11개 품목 모두 가구원 수가 많을수록, 가구 소득 수준이 높을수록 가구 지출액이 큰 것으로 나타남. 그 외의 결정요인들을 품목별로 정리하면 아래와 같음.
- [빵 및 떡류] 만 6세 미만 피양육자가 있는 가구, 모자가구 등 아동이 있는 가구는 케이크, 식빵 및 기타 빵, 떡 지출액이 많았음. 도시 지역 거주 가구도 읍면 거주 가구보다 지출이 많은 것으로 분석됨. 만 65세 이상 고령층이 있는 가구는 케이크와 식빵 및 기타 빵의 지출은 적었으나 떡 지출은 많음. 높은 교육 수준과 여성 여부는 빵 및 떡류에 속한 모든 품목의 지출 증가와 관련이 있었음. 가구주 나이가 많을수록 케이크와 식빵 및 기타 빵 지출이 적으나 떡 지출은 많음. 가구의 식빵 및 기타 빵과 떡 지출은 팬데믹 3년 동안 다른 해에 비해 증가한 것으로 나타남. 식빵 및 기타 빵은 시간이 지남에 따라 증가추세지만, 떡은 감소추세에 있음.
- [유지류] 유지류 세 품목 모두 외식 지출이 많은 맞벌이 가구일수록 지출 수준이 낮음. 만 65세 이상 고령층이 있는 가구는 그렇지 않은 가구보다 참기름 및 들기름과 기타 식물성 식용유 지출이 많으나 버터 및 기타 유지류 지출은 적었음. 도시 지역 거주 가구는 읍면 거주 가구보다 기타 식물성 식용유와 버터 및 기타 유지류 지출이 많은 것으로 나타남. 가구주 연령이 많을수록, 가구주 성별이 여성일수록 참기름 및 들기름과 기타 식물성 식용유 지출이 많았음. 가정 내 식사가 많았던 팬데믹 첫 두 해에는 참기름 및 들기름과 기타 식물성 식용유 지출이 다른 해에 비해 많았던 것으로 분석되었으나, 2022년에는 두 품목 모두 코로나19 기간 변수와 통계적으로 유의한 관계가 없는 것으로 나타남. 전반적으로 참기름 및 들기름과 기타 식물성 식용유는 시간에 따라 감소추세이며, 버터 및 기타 유지류는 증가하는 추세임.
- [음료류] 음료류의 5가지 품목 중 커피를 제외한 차, 과일·야채 주스, 생수, 기타 음료수는 가구 내 만 65세 이상 고령층이 있으면 지출이 적었음. 도시 지역 거주 가구는 차, 과

일·야채주스, 생수의 지출이 읍면 가구보다 많았고, 기타 음료수 지출이 적었음. 커피, 차, 과일·야채주스, 생수 지출액은 가구주 교육 수준과 양(+)의 관계가 있으나 기타 음료수는 그 반대임. 음료류 5가지 품목 모두 가구주 연령이 높을수록 가구 지출액이 적었으며, 여성 가구주 가구는 남성 가구주 가구보다 차와 과일·야채 주스 지출이 많고 커피, 생수, 기타 음료수 지출이 적음. 음료류 모든 품목이 가구의 마케팅 노출이 많을수록 지출을 더 많이 하는 것으로 나타남. 코로나19 동안 가구의 커피 지출은 다른 해보다 많았으며 차는 팬데믹 기간 변수와 통계적으로 유의하지 않았음. 나머지 품목들은 코로나19 동안 외출 감소의 영향으로 가구 지출액이 감소한 것으로 보임. 생수와 기타 음료수는 시간이 지남에 따라 가구 지출액이 증가하는 추세인 반면, 과일·야채 주스는 감소세에 있는 것으로 나타남. 가구의 상품 커피와 차 지출에는 통계적으로 유의한 추세가 발견되지 않았음.

〈표 3-18〉 Tobit 모형 추정 결과: 분석 5 - 종합 비교

변수명	빵 및 떡류			유지류			음료류				
	식빵 케이크 및 기타 빵	떡	떡	참기름 및 들기름	기타 식물성 식용유	버터 및 기타 유지류	커피	차	과일· 야채 주스	생수	기타 음료수
가구원 수 (명)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
가구 내 만 6세 미만 피양육자 여부 (1=있음)	+	+	+	-	+	N	+	-	+	-	-
가구 내 만 65세 이상 고령층 여부 (1=있음)	-	-	+	+	+	-	N	-	-	-	-
맞벌이 가구 여부 (1=맞벌이 가구)	N	-	N	-	-	-	-	-	+	-	-
모자 가구 여부 (1=모자 가구)	+	+	+	N	+	N	N	+	+	N	+
가구 소득 수준 (0=1분위)											
2분위	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
3분위	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
4분위	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
5분위	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
도시 가구 여부 (1=도시)	+	+	+	N	+	+	N	+	+	+	-
가구주 교육 수준 (1=대학 중퇴 이상)	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	-
가구주 연령 (만 나이)	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-
가구주 성별 (1=여성)	+	+	+	+	+	N	-	+	+	-	-
마케팅 노출	+	+	-	N	N	+	+	+	+	+	+
이상 데이터 더미 (1=2017, 2018년)	-	N	-	-	-	-	-	-	-	-	-
코로나19											
1차 연도 (1=2020년)	N	+	+	+	+	N	+	N	N	-	-
2차 연도 (1=2021년)	+	+	+	+	+	N	+	N	-	-	-
3차 연도 (1=2022년)	N	+	+	N	N	-	+	N	-	-	-
트렌드 (연도)	N	+	-	-	-	+	N	N	-	+	+
상수항	N	-	+	+	+	-	N	N	+	-	-

주 1) +, -는 신뢰수준 90% 이상에서 통계적으로 유의한 관계. N은 통계적으로 유의하지 않음.

2) 마케팅 노출 = 인터넷이용비+컨텐츠구입비+방송수신료.

4

2023년 가구의 가공식품 지출 동향 및 2024년 지출 전망

1. 2023년 가구의 가공식품 지출 동향

1.1. 2023년 분기별 소비성향 변화 추이

- 소비성향은 소득에 대한 소비지출의 비율을 나타내며, 소비성향의 변화를 관찰함으로써 소비구조 변화의 특징을 이해하고, 코로나19와 같은 외부 충격이 가계 소비에 미친 영향과 회복 여부 등을 파악할 수 있음. 2023년 1분기 가구의 평균소비성향은 70.7%로 2022년 1분기의 65.6%에 비해 5.1%p 상승하여 1분기 기준 2020년 이후 가장 높은 수준을 기록함. 반면 2019년 1분기의 75.8%에 비해서는 여전히 낮은 수준임. 2023년 평균소비성향은 2분기 70.2%, 3분기 70.7%로 1분기와 비슷한 수준을 유지함.
- 2023년 1분기 식품소비성향(소득에 대한 식품소비지출 비율)은 19.5%로 코로나19가 유행하기 이전인 2019년 1분기의 19.9%에 비해 0.4%p 낮으나, 2020~2022년 1분기에 비해서는 증가한 수준임. 2023년 2분기 식품소비성향은 20.8%, 3분기 20.1%로 증가하였으나 2022년에 비해 증가추세는 다소 둔화됨.

〈그림 4-1〉 평균소비성향과 식품소비성향 변화

단위: %



주: 평균소비성향과 식품소비성향은 각각 소비 지출액과 식품비 지출액을 처분가능소득으로 나누어 백분율로 나타낸 것임.
 자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

1.2. 2023년 분기별 식품비 지출 동향

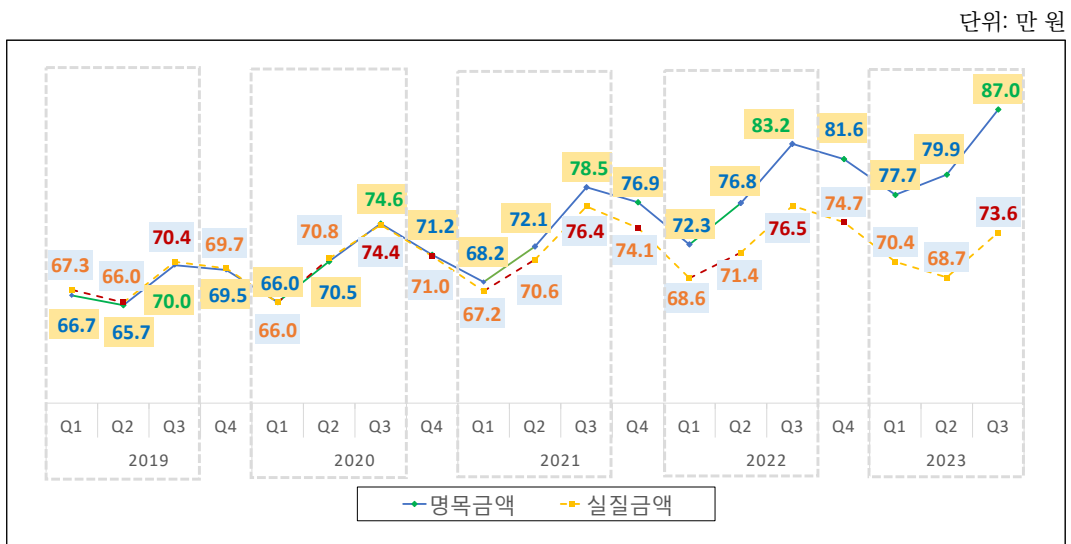
○ 우리나라 가구의 2023년 3분기 명목 식품비(외식, 주류 지출액 포함) 지출액은 1분기 77만 7천 원, 2분기 79만 9천 원, 3분기 87만 원으로 전년 동기 대비 7.5%, 4.0%, 4.5% 증가함. 2019년에 비해서는 1분기 16.5%, 2분기 21.6%, 3분기 24.3% 증가하여 가구당 월평균 식품비 지출액의 증가추세가 지속되는 것으로 나타남.

○ 2019년 1분기부터 2023년 3분기까지 가구의 월평균 식품비 지출액은 증가하는 추세이며, 2019~2023년 연도별 1분기 대비 3분기 식품비 지출액 변화를 비교해보면 지출액 증가폭이 대체로 커짐. 2023년 3분기 가구의 월평균 지출액은 87만 원으로 2022년 3분기 지출액을 경신하며 역대 최대치를 기록하였음.

○ 반면 명목금액을 소비자물가지수(2020=100)로 디플레이트하여 실질금액으로 환산할 경우 2023년 가구당 월평균 실질 식품비 지출액은 1분기 70만 4천 원, 2분기 68만 7천 원, 3분기 73만 6천 원으로 1분기는 전년 동기 대비 0.8% 증가하였으나, 2~3분기에는 각각 1.6%, 0.3% 감소한 수준으로 산출됨.

○ 가구의 명목 식품비 지출액과 실질 식품비 지출액은 2019년 1분기부터 2021년 1분기 까지 유사한 추이를 보이다가 이후 점점 격차가 커지는 모습을 보이는데, 이는 식품 소비자물가지수가 2021년 1분기 이후부터 크게 증가하였기 때문임.

〈그림 4-2〉 분기별 가구당 월평균 식품비 지출액 추이



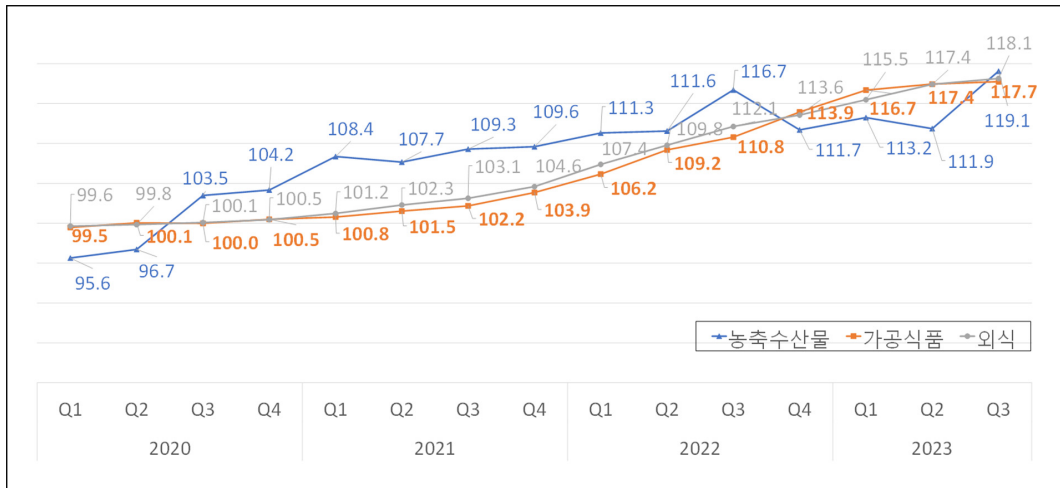
주: 실질금액은 명목금액을 소비자물가지수(2020=100)로 디플레이트한 것임.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 신선식품(농축수산물), 가공식품, 외식으로 세분화하여 물가지수를 확인한 결과, 농축 수산물의 물가지수는 가공식품이나 외식보다 변동성이 높아, 2022년 4분기를 기점으로 감소하여 2023년 2분기까지 정체했으나, 2023년 3분기에 다시 크게 상승함. 가공 식품과 외식 소비자물가지수는 2021년 상반기부터 상승하기 시작하여 꾸준한 상승 추세를 유지함.

- 2023년 3분기 가공식품과 외식 물가지수는 동년도 2분기 대비 각각 0.3%, 0.6% 소폭 상승하여 물가수준을 유지하는 편이나, 농축수산물 물가지수는 2분기 대비 6.4% 크게 상승함. 전년 동기와 비교해보면, 농축수산물은 2.0%, 가공식품과 외식 물가지수는 각각 6.3%, 5.4% 상승하였음.

〈그림 4-3〉 식료품 지출목적별 소비자물가지수 추이



자료: 통계청(각 연도), 소비자물가지수(2020=100).

- 식품비를 신선식품, 가공식품, 외식으로 구분하여 실질 지출액을 살펴보면, 2023년 가공식품 실질 지출액은 1분기 18만 2천 원, 2분기 19만 1천 원, 3분기 20만 9천 원으로 전년 동기 대비 각각 -9.2%, 0.4%, -0.3% 변동함. 2019년 동기에 비해서는 1분기에 2.4% 감소하였으나, 2~3분기에는 각각 5.9%, 2.5% 증가한 수준으로 나타남. 2022년 포스트 코로나 시대가 도래하면서 가공식품 소비가 약간 감소하는 경향을 보였으나, 2019년에 비해서는 1~3분기 평균 2.0% 높은 수준을 보여 코로나19의 영향으로 증가한 간편식 확대 등의 트렌드가 일정 부분 지속되고 있는 것을 확인할 수 있음.

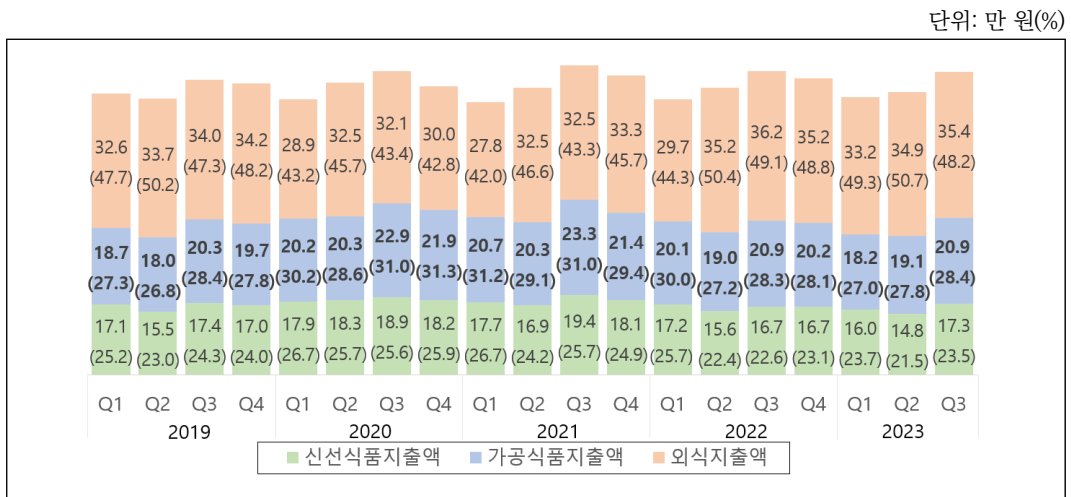
- 2023년 외식 실질 지출액은 1분기 33만 2천 원, 2분기 34만 9천 원, 3분기 35만 4천 원으로 1분기에는 전년 동기 대비 12.1% 증가하였으나, 2~3분기에는 0.9%, 2.1% 감소함. 2022년 코로나19가 약화되면서 크게 증가했던 외식 지출이 1분기까진 지속되었으나, 2분기 이후 증가세가 다소 주춤한 모습을 보임. 한편 2023년 외식 지출 규모는

2019년 1~3분기에 비해서 3.2% 증가한 수준으로 코로나19 영향을 벗어나 이전 수준으로 회귀했다고 평가할 수 있음.

○ 2023년 신선식품 실질 지출액은 1분기 15만 9,628원, 2분기 14만 7,747원, 3분기 17만 2,761원으로 전년도 동기 대비 각각 -7.1%, -5.4%, 3.7% 변동함. 2020~2021년간 외식 감소에 따른 가정식 증가로 신선식품 소비가 증가하였으나, 2022년 1분기를 기점으로 감소세로 돌아섰고, 2023년 3분기에 다시 반등하는 양상을 보임.

○ 실질금액을 기준으로 식품 유형별 지출 비중을 살펴보면, 2023년 외식비 비중은 1분기 49.3%, 2분기 50.7%, 3분기 48.2%로 2020~2022년간 동기 대비 비중이 증가하였으며, 2019년에 비해서도 1~3분기 비중이 상승함. 가공식품 비중은 2023년 1분기 27.0%, 2분기 27.8%, 3분기 28.4%로 전년 동기에 비해서는 각각 -3.0%p, -0.6%p, 0.1%p 변동함. 2023년 1~3분기 가공식품 비중은 2019년 1~3분기와 비교하여 유사하게 나타남. 신선식품의 비중은 1분기 23.7%, 2분기 21.5%, 3분기 23.5%로 전년도 동기 대비 각각 -2.0%p, -0.9%p, 0.9%p 변동하였으며, 2019년에 비해서는 1~3분기 모두 비중이 감소함.

〈그림 4-4〉 지출목적별 실질 식품비 지출액 변화



주 1) 실질금액은 명목금액을 소비자물가지수(2020=100)로 디플레이트 한 것임.

2) 괄호 안은 분기별 총식품비 지출액에서 신선식품, 가공식품, 외식 지출이 각각 차지하는 비율임.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

1.3. 가구 특성별 지출 동향

○ 가구 소득분위별로 구분 시 전년 동기 대비 2023년 1~3분기 실질 식품비 지출액은 4분위 가구에서 1.9% 증가하였으나, 소득 3분위(0.3%), 소득 5분위(-0.8%), 소득 1분위(-2.2%), 소득 2분위(-2.6%)로 비슷하거나 감소한 것으로 분석됨.

○ 2023년(1~3분기) 실질 식품비 지출액을 코로나19 이전인 2019년(1~3분기)과 비교하면 소득 하위 20%인 1분위 가구에서 실질 식품비가 9.5%로 가장 크게 증가하였으며, 다음으로 소득 4, 5분위에서 각각 1.1%, 1.0% 증가한 수준임. 소득 2, 3분위에서는 각각 -2.0%, -1.3% 감소한 수준으로 나타남.

〈표 4-1〉 소득분위별 월평균 식품비 지출액 및 변화율

단위: 원, %

구분	1분위	2분위	3분위	4분위	5분위	
2019 1/4	318,015	503,173	656,062	863,570	1,078,484	
2019 2/4	303,887	504,595	678,583	822,096	1,066,217	
2019 3/4	351,396	529,806	726,224	888,122	1,101,453	
2019 4/4	361,007	533,543	704,201	869,825	1,076,646	
2020 1/4	316,255	486,612	618,993	848,563	1,078,729	
2020 2/4	347,939	508,539	680,358	902,317	1,115,275	
2020 3/4	383,248	546,849	714,695	905,771	1,143,380	
2020 4/4	381,356	536,960	664,463	847,736	1,077,424	
2021 1/4	333,920	491,920	636,734	811,386	1,036,765	
2021 2/4	331,398	486,931	652,653	865,765	1,071,051	
2021 3/4	353,624	504,802	662,055	853,947	1,078,776	
2021 4/4	385,620	542,923	712,512	895,341	1,103,288	
2022 1/4	338,074	494,685	644,224	810,074	1,058,278	
2022 2/4	364,442	514,198	677,065	849,887	1,084,627	
2022 3/4	387,490	538,251	708,002	893,099	1,163,126	
2022 4/4	386,216	537,393	697,332	877,734	1,114,706	
2023 1/4	346,620	482,759	652,994	843,600	1,045,423	
2023 2/4	338,507	484,184	669,648	863,667	1,080,811	
2023 3/4	380,452	539,877	711,801	894,357	1,152,958	
변화율	'23(1~3분기)/'19(1~3분기)	9.5	-2.0	-1.3	1.1	1.0
	'23(1~3분기)/'20(1~3분기)	1.7	-2.3	1.0	-2.1	-1.7
	'23(1~3분기)/'21(1~3분기)	4.6	1.6	4.3	2.8	2.9
	'23(1~3분기)/'22(1~3분기)	-2.2	-2.6	0.3	1.9	-0.8

주 1) 실질금액 기준, 명목금액을 소비자물가지수(2020=100)로 디플레이트 한 것임.

2) 연도별 변화율은 분기별 평균값을 활용해 산출.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

- 가구주 연령대별로 2023년 월평균 식품비 지출액(1~3분기)은 40대 가구가 85만 5,266원으로 가장 많은 금액을 지출하였으며, 다음으로 50대 가구가 83만 4,160원, 30대 가구, 60대 이상 가구, 20대 가구 순임.
- 가구주 연령대별로 구분하면 50대와 60대 이상 가구의 경우 2023년(1~3분기)에 전년(1~3분기)보다 실질 식품비 지출액이 증가한 것으로 분석됨. 가구주가 60대 이상인 가구는 다른 연령층에 비해 2020~2022년간 식품비 지출액 증가폭이 커 2019년(1~3분기)과 비교 시 8.6% 증가한 것으로 나타났고, 다음으로 50대 가구(6.3%), 20대 가구(5.2%) 순으로 증가한 것으로 나타남. 반면, 가구주가 30대인 가구는 2023년(1~3분기) 식품비 지출액이 2020~2022년간 비슷하게 유지되었으나 다른 연령층에 비해 비소비지출 비중(특히 기타이자)이 증가하며 실질 식품비 지출액은 감소(-5.1%)한 것으로 해석됨.
- 가구주 연령대별로 구분하면 2023년(1~3분기)에 이전 연도(1~3분기)보다 실질 식품비 지출액이 상대적으로 크게 증가한 연령대의 가구는 50대(1.9%), 60대 이상(0.6%) 순임. 2023년 3분기 식품비 지출액은 가구주가 모든 연령대에서 2분기 대비 증가하는 경향을 보임. 3분기에 식품비 지출 증가폭이 가장 큰 가구는 가구주가 60대 이상 가구로 13.6%의 높은 증가율을 나타냈는데, 추석으로 인한 계절 효과가 이들 계층에서 크게 나타난 것으로 보임.

〈표 4-2〉 가구주 연령대별 월평균 식품비 지출액 및 변화율

단위 : 원, %

구분	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
2019 1/4	482,518	774,719	855,431	771,798	497,364	
2019 2/4	463,262	755,303	846,279	766,457	483,051	
2019 3/4	478,570	778,808	872,798	815,674	556,487	
2019 4/4	505,936	756,726	850,621	789,765	568,015	
2020 1/4	474,846	762,701	827,078	756,329	500,313	
2020 2/4	511,941	791,825	887,992	801,698	528,933	
2020 3/4	540,323	779,279	880,400	839,963	593,650	
2020 4/4	499,542	730,740	836,481	791,320	573,897	
2021 1/4	484,041	709,088	808,783	752,167	517,790	
2021 2/4	508,036	764,065	831,787	791,682	551,151	
2021 3/4	496,819	791,872	900,576	849,872	624,264	
2021 4/4	490,763	756,919	875,090	819,650	605,791	
2022 1/4	464,293	703,642	824,917	794,960	513,866	
2022 2/4	521,924	735,395	857,527	810,020	545,687	
2022 3/4	516,678	759,333	904,325	850,578	598,479	
2022 4/4	493,848	744,244	872,826	834,209	583,604	
2023 1/4	489,904	715,767	841,083	797,087	526,288	
2023 2/4	500,243	728,351	842,887	825,897	534,675	
2023 3/4	508,875	747,568	881,829	879,497	607,396	
변화율	'23(1~3분기) / '19(1~3분기)	5.2	-5.1	-0.3	6.3	8.6
	'23(1~3분기) / '20(1~3분기)	-1.8	-6.1	-1.1	4.4	2.8
	'23(1~3분기) / '21(1~3분기)	0.7	-3.2	1.0	4.5	-1.5
	'23(1~3분기) / '22(1~3분기)	-0.3	-0.3	-0.8	1.9	0.6

주 1) 실질금액 기준, 명목금액을 소비자물가지수(2020=100)로 디플레이트 한 것임.

2) 연도별 변화율은 분기별 평균값을 활용해 산출.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

1.4. 가공식품 분류별 지출 동향

○ 2023년(1~3분기) 가공식품 분류별 지출액은 일부 분류의 경우 2022년(1~3분기) 이후 포스트 코로나 시대에 접어들어서도 증가추세가 지속되는 반면, 일부 분류에서는 코로나19가 시작된 2020년에 비해 지출액 증가가 둔화되거나 감소하는 특징을 보임.

○ 가공식품 중에서 2023년(1~3분기) 지출액이 2019년(1~3분기)과 2020년(1~3분기) 지출액에 비해 증가율이 높아 지출액 증가 추세가 유지된 것으로 판단되는 분류는 곡물가공품, 육류가공품, 유가공품, 기타식품, 주류임. 간편성 선호경향이 유지되어 육가공품이나 간편식 지출액 증가가 지속되며, 흡술 경향도 이어지고 있는 것으로 해석됨.

- 곡물가공품: 2019(1~3분기) 대비 27.0%, 2020(1~3분기) 대비 12.1%

- 육류가공품: 2019(1~3분기) 대비 33.1%, 2020(1~3분기) 대비 11.4%

- 유지류: 2019(1~3분기) 대비 48.8%, 2020(1~3분기) 대비 17.1%

- 기타식품: 2019(1~3분기) 대비 30.0%, 2020(1~3분기) 대비 12.3%

- 주류: 2019(1~3분기) 대비 28.2%, 2020(1~3분기) 대비 15.2%

○ 반면, 가공식품 분류별로 2023년(1~3분기) 지출액이 2020년(1~3분기)에 비해 감소한 분류는 수산가공품(-6.5%), 유가공품(-3.5%), 채소가공품(-15.9%), 주스 및 음료(-0.5%)로 코로나19 시기 대비 가정 내 식사 감소 경향을 반영함.

○ 2023년(1~3분기) 가공식품 지출액이 전년 동기 대비 크게 증가했던 분류는 증가추세가 지속되고 있는 육가공(11.0%)과, 가격 하락으로 소비가 크게 증가했던 조미식품(31.9%)이 대표적인 반면, 채소가공품(-4.5%)과 주스 및 음료(-0.5%)는 물가상승에도 불구하고 지출이 감소한 분류임.

○ 2023년 3분기는 2분기에 비해 가공식품 분류별 지출액은 대부분 증가하는 경향을 보임. 특히 시기적으로 3분기에는 명절과 김장 등이 존재해 과일가공품이나 수산가공품 등의 소비 증가폭이 상대적으로 큼.

〈표 4-3〉 가공식품 분류별 지출액 변화

단위: 원, %

구분	2019				2020				2021				2022				2023				증감액(변화율)		
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	'19(1-3) / '20(1-3)	'20(1-3) / '21(1-3)	'21(1-3) / '22(1-3)	
곡물가공품	39,103	36,623	38,014	39,071	43,922	41,948	42,955	44,409	44,774	43,127	45,576	46,513	47,185	45,518	46,761	50,105	48,609	47,165	48,702	10,245 (27.0)	5,217 (12.1)	3,666 (8.2)	1,671 (3.6)
	21.3	20.6	18.9	20.0	21.9	20.7	18.8	20.1	21.5	20.9	19.1	21.1	22.1	22.0	21.6	21.7	22.8	22.2	19.8				
육가공품	11,808	11,811	13,629	11,484	14,112	14,302	16,087	13,382	15,096	14,185	16,759	13,512	15,668	13,832	15,185	15,377	15,983	15,557	18,047	4,113 (33.1)	1,686 (11.4)	1,182 (7.7)	1,634 (11.0)
	6.4	6.6	6.8	5.9	7.0	7.0	6.1	7.2	6.9	7.0	6.1	6.1	6.7	6.7	7.0	6.7	7.5	7.3	7.3				
수산물가공품	17,257	14,156	16,389	19,471	18,859	16,254	19,163	21,200	19,452	15,080	18,491	18,897	18,758	13,738	15,861	19,944	18,443	13,030	19,301	991 (6.2)	-1,167 (6.2)	-750 (4.2)	806 (5.0)
	9.4	8.0	8.2	10.0	9.4	8.0	8.4	9.6	9.3	7.3	7.8	8.6	8.8	6.6	7.3	8.6	8.7	6.1	7.9				
유가공품	19,839	20,236	20,789	19,961	20,710	21,687	22,179	20,904	20,374	21,529	22,448	20,627	20,306	20,128	20,528	19,960	19,252	21,125	21,942	485 (2.4)	-752 (2.4)	-677 (3.2)	452 (2.2)
	10.8	11.4	10.4	10.2	10.3	10.7	9.7	9.5	9.8	10.4	9.4	9.3	9.5	9.7	9.5	8.7	9.0	9.9	8.9				
유지류	2,774	2,170	3,021	2,357	3,167	3,143	3,814	3,027	3,668	3,254	4,378	3,277	3,686	3,732	3,787	3,403	3,751	3,557	4,545	1,296 (48.8)	576 (17.1)	184 (4.9)	216 (5.8)
	1.5	1.2	1.5	1.2	1.6	1.5	1.7	1.4	1.8	1.6	1.8	1.5	1.7	1.8	1.8	1.5	1.8	1.7	1.8				
과일가공품	4,301	2,826	2,810	3,386	4,272	2,734	3,476	3,367	4,436	3,286	3,486	3,244	4,348	2,819	3,368	3,254	4,406	2,983	3,977	476 (14.4)	286 (8.4)	53 (1.4)	277 (7.9)
	2.3	1.6	1.4	1.7	2.1	1.3	1.5	1.5	2.1	1.6	1.5	1.5	2.0	1.4	1.6	1.4	2.1	1.4	1.6				
채소·가공품	1,878	1,809	2,047	4,209	2,518	2,389	2,380	4,564	2,630	2,267	2,355	4,562	2,284	2,014	2,118	4,750	2,273	1,934	1,923	132 (6.9)	-386 (15.9)	-374 (15.5)	-95 (4.5)
	1.0	1.0	1.0	2.2	1.3	1.2	1.0	2.1	1.3	1.1	1.0	2.1	1.1	1.0	1.0	2.1	1.1	0.9	0.8				
당류 및 과자류	23,822	25,986	26,974	23,850	26,451	28,694	29,005	25,382	25,722	27,707	29,012	25,434	26,463	29,128	28,517	27,379	26,573	29,790	32,480	4,020 (15.7)	1,564 (5.6)	2,134 (7.8)	1,578 (5.6)
	13.0	14.6	13.4	12.2	13.2	14.1	12.7	11.5	12.3	13.4	12.2	11.5	12.4	14.1	13.2	11.9	12.5	14.0	13.2				
조미식품	8,371	8,176	17,497	16,865	9,507	10,577	21,502	20,648	10,347	10,978	22,622	19,208	9,921	9,566	12,503	17,679	9,790	11,685	20,718	2,716 (23.9)	202 (1.5)	-585 (4.0)	3,401 (31.9)
	4.6	4.6	8.7	8.6	4.7	5.2	9.4	9.4	5.0	5.3	9.5	8.7	4.7	4.6	5.8	7.7	4.6	5.5	8.4				
기타식품	19,521	18,810	20,975	20,514	22,000	21,352	25,316	25,458	24,617	23,519	27,274	25,341	25,410	23,816	25,250	27,594	24,870	24,371	27,855	5,930 (30.0)	2,809 (9.0)	562 (2.2)	873 (3.5)
	10.6	10.6	10.4	10.5	10.9	10.5	11.1	11.5	11.8	11.4	11.5	11.5	11.9	11.5	11.7	12.0	11.7	11.5	11.3				
커피 및 차	8,179	7,900	8,469	8,412	8,674	9,031	9,190	9,526	9,056	9,068	10,006	9,543	9,230	9,373	9,403	9,644	9,288	9,359	9,630	1,243 (15.2)	461 (5.1)	49 (0.5)	90 (1.0)
	4.5	4.4	4.2	4.3	4.3	4.4	4.0	4.3	4.3	4.4	4.2	4.3	4.3	4.5	4.3	4.2	4.4	4.4	3.9				
주스 및 음료	12,620	13,962	15,328	12,891	13,066	15,131	16,119	13,107	12,353	15,245	16,034	13,486	13,428	15,661	15,221	13,520	12,799	14,940	16,365	731 (5.2)	-67 (0.5)	157 (1.1)	-69 (0.5)
	6.9	7.8	7.6	6.6	6.5	7.4	7.0	5.9	5.9	7.4	6.7	6.1	6.3	7.6	7.0	5.9	6.0	7.0	6.7				
주류	13,891	13,547	14,897	12,694	13,702	15,862	17,544	15,463	16,041	16,996	19,694	17,045	16,478	17,320	17,832	18,006	16,809	17,257	20,221	3,984 (28.2)	2,393 (15.2)	519 (3.0)	886 (5.1)
	7.6	7.6	7.4	6.5	6.8	7.8	7.7	7.0	7.7	8.2	8.3	7.7	7.7	8.4	8.2	7.8	7.9	8.1	8.2				
전체	183,364	178,012	200,839	195,155	200,950	203,104	228,729	220,446	208,566	206,242	238,135	220,689	213,165	206,645	216,333	230,615	212,846	212,753	245,706	36,363 (19.4)	12,841 (6.1)	6,121 (2.8)	11,721 (5.5)
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0				

주 1) 명목금액 기준임.

주 2) 연도별 변화율은 분기별 평균값을 활용하여 산출함.

자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

1.5. 가공식품 세부 품목별 지출 동향

- 2023년 1~3분기 가구당 월평균 지출액 상위 30개 품목들의 지출추이를 살펴보면, 상위 5개 품목으로 식빵 및 기타 빵, 한과 및 기타 과자, 기타 육류가공품, 즉석동결식품, 우유의 순위가 유지됨.

- 가공식품 월평균 지출액 상위 30개 품목 중에서 2023년(1~3분기) 지출액이 2019년(1~3분기)과 2020년(1~3분기) 지출액 대비 증가율이 높은 품목은 식빵 및 기타 빵, 기타 육류가공품, 반찬류, 아이스크림, 기타곡물가공품, 케이크, 두부, 김치, 와인, 기타음료수 등임. 코로나19로 확대된 빵소비 및 디저트 문화, 간편식 확대 경향 등이 포스트 코로나 이후 지속되는 특징을 보임.
 - 식빵 및 기타 빵: 2019년(1~3분기) 대비 30.8%, 2020년(1~3분기) 대비 20.8%
 - 기타 육류가공품: 2019년(1~3분기) 대비 43.5%, 2020년(1~3분기) 대비 18.7%
 - 반찬류: 2019년(1~3분기) 대비 40.6%, 2020년(1~3분기) 대비 27.9%
 - 아이스크림: 2019년(1~3분기) 대비 33.1%, 2020년(1~3분기) 대비 11.5%
 - 기타곡물가공품: 2019년(1~3분기) 대비 525.5%, 2020년(1~3분기) 대비 164.0%
 - 케이크: 2019년(1~3분기) 대비 21.2%, 2020년(1~3분기) 대비 10.6%
 - 두부: 2019년(1~3분기) 대비 34.5%, 2020년(1~3분기) 대비 11.3%
 - 김치: 2019년(1~3분기) 대비 52.7%, 2020년(1~3분기) 대비 14.5%
 - 와인: 2019년(1~3분기) 대비 146.2%, 2020년(1~3분기) 대비 110.1%
 - 기타음료수: 2019년(1~3분기) 대비 12.7%, 2020년(1~3분기) 대비 14.2%

- 반면, 가공식품 품목 중에서 2023년(1~3분기) 지출액이 2020년(1~3분기)에 비해 감소한 분류는 즉석동결(-1.4%), 우유(-7.3%), 라면(-4.2%) 등임. 간편식이 다양화됨에 따라 기타 육류가공품, 반찬류 등의 지출이 빠르게 증가한 반면, 즉석동결식품으로 분류되는 품목 지출은 코로나19 시기에 비해 감소함. 기타음료(-35.8%), 과일야채주스(-26.0%), 우유(-7.3%) 등은 코로나19 이전부터 지속적으로 소비가 감소하는 품목임.

〈표 4-4〉 지출액 상위 품목 지출액 변화

품목구분	2019		2019		2019		2020		2020		2020		2021		2021		2021		2022		2022		2023		2023		2023		증감액 및 변화율(필호 내)							
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	'23(1-3)/ '19(1-3)	'23(1-3)/ '22(1-3)	'23(1-3)/ '23(1-3)/ '19(1-3)	'23(1-3)/ '23(1-3)/ '22(1-3)				
	단위: 원, %																																			
1	14,261	14,549	14,461	15,526	15,330	15,748	15,787	16,601	16,142	16,748	16,961	17,863	17,522	18,243	18,187	19,876	18,581	19,205	18,814	4,443	3,245	2,250	883	(30.8)	(20.8)	(13.5)	(4.9)	1,947	900	1,452	1,009	(14.5)	(6.2)	(10.4)	(7.0)	
2	14,349	12,922	13,115	14,023	15,393	13,765	14,369	14,542	14,872	13,351	13,649	14,243	15,037	13,730	14,434	15,415	15,398	14,939	15,891	3,728	1,937	1,291	1,246	(43.5)	(18.7)	(11.7)	(11.3)	1,210	-145	-552	-83	(13.1)	(-1.4)	(-5.0)	(-0.8)	
3	7,990	8,471	9,242	8,277	9,864	10,166	11,045	9,769	10,840	10,351	11,823	10,146	11,634	10,368	11,157	11,362	11,987	11,696	13,204	1,210	-145	-552	-83	(13.1)	(-1.4)	(-5.0)	(-0.8)	-512	-743	-255	25	(-5.2)	(-7.3)	(-2.6)	(0.3)	
4	9,643	9,859	10,281	9,682	9,745	10,253	10,477	9,664	9,135	9,612	10,265	9,764	9,271	9,381	9,520	9,034	8,651	9,409	10,186	2,330	1,758	173	141	(40.6)	(27.9)	(2.2)	(1.8)	1,995	828	422	788	(33.1)	(11.5)	(5.5)	(10.9)	
5	5,831	5,507	5,868	5,475	6,213	5,973	6,835	6,371	7,829	7,480	8,369	7,904	8,467	7,405	7,902	7,797	8,351	7,267	8,578	714	9	-618	163	(9.8)	(0.1)	(-7.2)	(2.1)	885	939	939	370	(12.7)	(14.2)	(14.2)	(5.1)	
6	6,019	6,142	6,737	6,095	6,539	7,219	7,292	6,985	6,931	7,095	7,921	6,827	6,699	7,295	7,171	7,019	6,742	7,369	7,601	938	221	-78	182	(14.9)	(3.1)	(-1.1)	(2.6)	780	-300	572	327	(12.8)	(-4.2)	(9.1)	(5.0)	
7	6,180	5,864	6,215	6,175	7,747	7,052	6,701	6,760	6,335	6,073	6,477	6,679	6,672	6,381	6,567	6,910	6,727	7,043	6,830	5,556	4,109	3,759	3,844	(525.5)	(164.0)	(131.7)	(138.8)	199	-547	-524	108	(3.8)	(-9.1)	(-8.7)	(2.0)	
8	4,889	5,449	5,505	5,072	5,562	6,210	6,310	5,691	5,610	6,080	6,322	5,406	5,265	5,448	5,404	5,182	5,162	5,518	5,761	825	1,048	706	825	1,048	6,435	565	6,666	7,090	199	-547	-524	108	(3.8)	(-9.1)	(-8.7)	(2.0)
9	5,047	3,610	4,423	4,029	5,322	4,328	4,740	5,036	5,804	4,640	4,791	5,084	5,749	4,322	5,124	5,057	5,859	4,394	5,301	825	388	106	120	(18.9)	(8.1)	(2.1)	(2.4)	825	388	106	120	(18.9)	(8.1)	(2.1)	(2.4)	
10	3,697	3,681	3,670	3,622	4,205	4,606	4,529	4,525	4,523	4,535	4,747	4,537	4,698	4,430	4,569	4,710	4,613	4,196	4,412	724	-40	-195	-159	(19.7)	(-0.9)	(-4.2)	(-3.5)	724	-40	-195	-159	(19.7)	(-0.9)	(-4.2)	(-3.5)	
11	3,634	3,302	2,568	4,132	3,666	3,359	3,396	5,183	4,091	4,010	3,760	5,616	4,218	3,924	3,908	5,674	4,220	3,803	3,498	672	367	-113	-176	(21.2)	(10.6)	(-2.9)	(-4.4)	672	367	-113	-176	(21.2)	(10.6)	(-2.9)	(-4.4)	

(계속)

품목구분	2019		2019		2020		2020		2021		2021		2022		2022		2023		증감액 및 변화율(절호 내)				
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	2023	2023	'23(1-3)/ '19(1-3)	'23(1-3)/ '21(1-3)			
17 과일/공품	4,301	2,826	2,810	3,386	4,272	2,734	3,476	3,367	4,436	3,286	3,486	3,244	4,348	2,819	3,368	3,206	4,406	2,984	3,977	477 (14.4)	295 (8.4)	53 (1.4)	277 (7.9)
18 과일/채주스	4,036	4,166	4,443	4,603	4,540	4,936	4,995	4,261	3,792	4,585	4,438	4,191	3,797	4,271	4,064	3,666	3,158	3,744	3,807	-645 (-15.3)	-1,254 (-26.0)	-702 (-16.4)	-474 (-11.7)
19 두부	2,917	2,449	2,589	2,762	3,345	3,000	3,263	3,192	3,580	3,193	3,333	3,333	3,661	3,259	3,396	3,402	3,757	3,385	3,556	914 (34.5)	363 (11.3)	197 (5.9)	127 (3.7)
20 생수	2,632	2,913	3,556	2,858	2,821	3,220	3,882	3,078	2,941	3,761	4,203	3,516	3,189	3,694	3,676	3,269	3,048	3,532	4,085	521 (17.2)	247 (7.5)	-80 (-2.2)	35 (1.0)
21 김치	1,569	2,110	3,137	3,296	1,973	2,972	4,146	4,286	2,043	3,105	4,286	3,960	2,203	3,095	3,141	4,395	2,338	3,318	4,755	1,198 (52.7)	440 (14.5)	326 (10.4)	657 (23.4)
22 말린고추	667	599	8,822	6,389	597	628	11,255	8,771	763	892	11,152	6,668	645	613	3,024	8,043	581	655	8,897	15 (0.4)	-782 (-18.8)	-891 (-20.9)	1,950 (136.6)
23 햄/뫼배컨	2,617	1,957	2,807	1,762	2,704	2,377	3,120	2,068	2,698	2,061	3,051	1,768	2,399	1,841	2,350	1,860	2,399	2,034	2,982	11 (0.5)	-262 (-9.6)	-132 (-5.1)	275 (12.5)
24 와인	1,307	690	978	1,047	936	1,177	1,372	1,840	1,745	1,811	2,000	2,203	1,822	1,823	2,066	2,307	2,161	2,177	2,985	1,449 (146.2)	1,279 (110.1)	589 (31.8)	531 (27.8)
25 기타/미식품	1,841	1,682	2,004	1,856	2,517	2,501	2,760	2,566	2,826	2,531	2,815	2,592	2,755	2,198	2,495	2,415	2,443	2,203	2,614	578 (31.4)	-173 (-6.7)	-304 (-11.2)	-63 (-2.5)
26 국수류	1,153	1,975	2,149	1,284	1,592	2,469	2,431	1,611	1,642	2,334	2,819	1,699	1,884	2,659	2,381	1,939	1,864	2,634	2,738	653 (37.1)	248 (11.5)	147 (6.5)	104 (4.5)
27 기타/분류식품	1,039	1,243	1,543	1,209	1,557	1,448	1,826	1,352	1,546	1,586	2,014	1,665	2,121	2,036	2,246	2,409	2,286	2,269	2,553	1,094 (85.8)	759 (47.1)	654 (38.1)	235 (11.0)
28 사탕젤리	1,903	1,933	1,799	2,041	2,168	1,954	1,971	1,911	1,978	2,056	1,926	2,097	2,216	2,086	2,124	2,272	2,211	2,267	2,334	392 (20.9)	240 (11.8)	284 (14.3)	129 (6.0)
29 두유	1,983	1,858	2,005	1,905	1,866	1,979	2,037	2,026	2,035	2,192	2,251	2,091	2,124	2,203	2,219	1,959	2,076	2,182	2,336	249 (12.8)	237 (12.1)	39 (1.8)	16 (0.7)
30 치즈	1,629	1,660	1,592	1,742	1,890	2,070	2,030	2,125	2,218	2,067	2,107	1,947	2,026	1,872	1,592	2,016	2,035	2,289	2,245	563 (34.6)	193 (9.7)	59 (2.8)	360 (19.7)

주 1) 명목금액 기준임.

2) 연도별 변화율은 분기별 평균값을 활용해 산출함.
자료: 통계청(각 연도), 가계동향조사 원시자료 분석.

2. 가구의 2023년 4/4분기~2024년 4/4분기 식품비 지출 전망

2.1. 분석자료

○ 본 절의 분석은 통계청 가계동향조사 원시자료를 사용함. 해당 자료는 통계청에서 월별로 조사하여 분기 단위로 자료를 정리하여 발표하고 있음. 분석자료의 기간은 2000년 1/4분기부터 2023년 3/4분기까지이며, 분석에 활용한 변수는 신선식품비 지출액, 가공식품비 지출액, 외식비 지출액, 가구의 평균 연령, 평균 가구원 수, 평균 가구소득 등의 가구특성 변수와 코로나19 기간 더미임.

- 본 분석에서의 종속변수는 신선식품 지출액, 가공식품 지출액, 외식비 지출액
- 설명변수는 가구의 평균 연령, 평균 가구원 수, 평균 가구소득 등
- 가구소득과 지출액은 모두 실질화하여 사용²²⁾
- 코로나19 기간 더미는 2020년 1/4분기부터 2022년 4/4분기에 '1', 나머지 기간에는 '0'의 값

○ 가계동향조사에서 제공하는 식품군 분류구성은 <표 4-5>와 같으며, 이 가운데 총식품비, 신선식품비, 가공식품비, 외식비 지출액을 전망한 후, 주요 가공식품 13개 분류에 대한 지출액을 전망함.

- 주요 가공식품 13개 분류는 곡물가공품, 육류가공품, 수산가공품(염건수산물+기타수산물 가공), 유가공품, 유지류, 과일가공품, 채소가공품, 당류 및 과자류, 조미식품, 기타식품, 커피 및 차, 주스 및 기타음료, 주류

²²⁾ 소비자물가지수(통계청 KOSIS 자료)로 가구소득을 실질화하였으며, 분류별 식품비 지출액은 대응되는 소비자물가지수(2020=100)를 사용함. 단, 가계동향조사에서 제공하는 품목군과 소비자물가지수에서 제공하는 품목군이 일치하지 않는 가공식품은 분류별 대표 품목 또는 상위 소비자물가지수를 사용함. 참고로 분석에 이용한 가공식품 분류별 소비자물가지수는 곡물가공품-빵, 육류가공품-소시지, 수산가공품-수산물통조림, 유가공품-우유, 유지류-식용유, 과일가공품-과일가공품, 채소가공품-김(채소가공품에 해당하는 물가지수가 없으므로 동일 범주 내에 있는 김 가격을 사용), 당류 및 과자류-과자·빙과류 및 당류, 조미식품-혼합조미료, 기타식품-기타식료품, 커피 및 차-커피·차 및 코코아, 주스 및 기타음료-생수·청량음료·과일주스 및 채소주스, 주류-주류임.

- 이 중 과일가공품, 채소가공품, 유가공품은 상위 분류(중분류인 과일 및 과일가공품, 채소 및 채소가공품, 유제품 및 알)에서 신선식품에 해당하는 세분류 항목(과일, 채소, 달걀)을 각각 제외한 값을 사용

〈표 4-5〉 가계동향조사 식품비 지출 분류

구분	식품비 지출 분류		
총식품비	식료품·비주류 음료 - 중분류 전체 주류·담배 - 주류 음식·숙박 - 식사비		
신선식품비 (농축수산물 구입비)	식료품·비주류음료	- 곡물 - 육류 - 신선수산물	- 달걀 - 과일 - 채소
가공식품비	식료품·비주류음료	① 곡물가공품 ② 육류가공품 ③ 기타수산물가공 ④ 유가공품 ⑤ 유지류 ⑥ 과일가공품 ⑬ 주류	⑦ 채소가공품 ⑧ 당류 및 과자류 ⑨ 조미식품 ⑩ 기타식품 ⑪ 커피 및 차 ⑫ 주스 및 기타음료
외식비	주류·담배	음식·숙박 - 식사비	

주: 통계청(2023), “가계동향조사 항목분류 설명서”를 바탕으로 저자 작성.

2.2. 분석 모형²³⁾

- 가구의 분기별 총식품비와 식품소비 유형별 지출액(신선식품비, 가공식품비, 외식비), 가공식품 분류별 식품비를 전망하기 위하여 시계열 계량분석모형 중 계절 ARIMA (Seasonal ARIMA) 모형을 이용함(이용선 외 2021).
- 계절성과 추세를 갖는 시계열은 SARIMA(p,d,q)(P,D,Q, s) 모형이 적합하다는 평가가 있으며, 아래 식과 같이 표현할 수 있음(이용선 외 2021).

²³⁾ 이계임 외(2022, pp.279-280) 내용에 해당하며 방법론상 큰 변화가 없음.

$$\Phi_p(B)\Phi_p(B^s)(1-B)^d(1-B^s)^D y_t = \theta_q(B)\theta_Q(B^s)\epsilon_t \quad (1)$$

○ 여기서 $\Phi_p(B)$ 는 p차 AR 후방연산자, $\theta_q(B)$ 는 q 차 MA 후방연산자, $\Phi_p(B^s)$ 는 p차 계절 AR 후방연산자, $\theta_Q(B^s)$ 는 Q차 계절 MA 후방연산자임. s는 계절 주기를 의미하므로 월자료는 12, 분기자료는 4를 취하는데, 본 분석에서는 분기자료를 사용하므로 4로 선택함.

- d와 D는 시계열 자료 y_t 의 정상화에 필요한 차분 및 계절차분 횟수
- ϵ_t 는 $\epsilon_t \sim N(0, \sigma^2)$ 인 백색잡음(white noise)을 의미

○ 시계열 모형 추정과 예측은 자료가 정상 시계열(stationary time series)임을 전제로 함. 따라서 분석 전에 이용 자료가 정상 시계열인지 확인해야 함. 만약 원계열이 정상성을 만족하지 못하는 비정상 시계열(non-stationary time series)이면 차분 또는 계절 차분을 통해 정상성을 만족하도록 해야 함.

- 계절성을 보이는 자료는 계절차분을 먼저 한 차례 실시하고, 그 후에도 정상성을 만족하지 않으면 다시 차분을 한 차례 수행
- 일반적으로 차분은 최대 두 차례까지 실시할 수 있지만 로그 변환, 계절차분, 차분 등의 방법을 조합하여 사용하면 대부분 한 차례 계절차분·차분만으로 정상 시계열 획득 가능

○ 분석자료의 기간은 2000년 1분기부터 2023년 3분기까지임. 이 자료로 시계열 모형을 추정하고 2023년 4분기부터 2024년 4분기까지의 식품 지출액을 추정함.

○ 2023년 4분기부터 2024년 4분기까지의 가구원 수, 소득, 가구주 나이를 시계열 모형으로 추정함. 해당 변수의 데이터 활용 구간은 이계임 외(2022)를 따름. 즉, 구조변화가 관찰된 이후의 자료를 추정에 사용함.

- 구체적으로 가구원 수 추정 시 2000년 1분기부터 2023년 3분기 자료를, 가구의 소

득 추정에 2012년 1분기부터 2023년 3분기 자료를, 그리고 가구주 나이 추정에 2016년 2분기부터 2023년 3분기 자료를 이용

- 정상성 검정 결과, 자기상관함수, 편자기상관함수, 수정된 정보기준(AICc, BICc)을 바탕으로 가구원 수는 2차 차분 후 MA(1) 모형, 가구주 나이는 2차 차분 후 MA(2) 모형, 소득은 AR(1) 모형으로 추정

○ 식품비 전망을 위해 SARIMAX 모형 추정 결과를 활용하였음. 해당 모형은 SARIMA 모형에 설명변수를 추가한 것으로, 여기에서는 인구사회적 특성에 해당하는 가구원 수, 소득, 가구주 나이와 코로나19 더미를 추가하였음. 각 종속변수에 맞는 차분(계절차분 및 일반차분) 수를 결정하고 정보기준을 참고하여 모형을 설정함.

- 코로나19 더미는 2020년 1분기부터 2022년 4분기까지 '1', 그 외 기간은 '0'
- 여기에서 분석하는 총식품비와 식품소비 유형별 지출액의 경우 추세항을 포함한 계절더미 회귀분석 후 계절더미 계수를 검정하고 시계열 자료의 그래프를 검토, 계절차분 한 차례 후 일반차분을 한 차례 더 실시하는 모형을 선택
- 단, 일부 지출 자료(외식비, 유가공품, 기타식품, 커피 및 차)의 경우 계절더미의 계수가 모두 같다는 검정을 기각하지 못하여 일반차분만 한 차례 실시
- 각 시계열에서 계절차분 후 일반차분을 수행한 지출액 시계열에서 단위근 검정(딕키-풀러 검정) 및 KPSS 정상성 검정을 통해 정상성을 확인
- 총식품비와 식품소비 유형별 지출액(신선식품비, 가공식품비, 외식비)의 경우 AR 및 MA 항, 계절 AR 및 MA 항의 차수를 0~2로 제한하고 정보기준(AIC, BIC 등) 값을 참조하여 SARIMAX 모형의 차수를 설정
- 가공식품 13개 분류별 식품비 또한 최대 차수를 2로 설정하여(max p=2, max q=2, max P=2, max Q=2) 예측 모형의 적합성을 제고
- 식품소비 유형별 지출액의 경우 실제치와 모형 추정치의 차이만큼 전망치를 조정함. 구체적으로 2022년 4분기부터 2023년 3분기까지의 4개 분기 실제치 평균값과 해당 분기 추정치 평균값의 차이만큼 모형 추정치를 조정하여 최종 전망치를 산출

2.3. 추정 결과

- 가구의 총식품비 지출액 및 식품소비 유형별 지출액 자료를 SARIMA 모형으로 추정함 <표 4-6>. ²⁴⁾
 - 총식품비, 신선식품비, 가공식품비는 모두 계절차분 한 차례 후 일반차분을 한 차례 실시($d=1, D=1$), 외식비는 일반차분만 한 차례 실시($d=1, D=0$)

- 시계열 모형 추정 결과, 총식품비 지출액 및 식품소비 유형별 지출액(신선식품비, 가공식품비, 외식비)은 가구소득과 코로나19 더미의 영향을 받는 것으로 나타남.
 - 가구소득 증가에 따라 총식품비 및 식품소비 유형별 지출액이 증가하는 경향을 보였음. 이는 일반적으로 소득에 따라 소비가 증가하는 현상을 반영
 - 코로나19 기간 더미는 총식품비 및 신선식품비 지출액에 대해서는 뚜렷한 영향이 없었던 반면, 가구 내에서 코로나19 동안 감염 우려로 인해 외식을 줄이고 가공식품 소비를 늘린 현상을 반영
 - 한편 가구주 연령과 가구원 수는 총식품비 및 식품소비 유형별 지출액에 통계적으로 유의한 영향이 없는 것으로 분석

²⁴⁾ STATA MP 18.0을 이용하여 모형을 추정하고, 예측치를 산출하였음.

〈표 4-6〉 가구의 총 식품비 및 식품소비 유형별 지출액(신선식품비, 가공식품비, 외식비) 추정결과

구분	총 식품비 ARIMA(0,1,1) (0,1,1,4)	신선식품비 ARIMA(0,1,1) (0,1,1,4)	가공식품비 ARIMA(1,1,1) (1,1,1,4)	외식비 ARIMA(0,1,1) (1,0,1,4)
가구주 나이	-761.878 (7,215.269)	8,244.597 (6,031.165)	2,756.073 (4,063.467)	-6,426.028 (5,862.759)
가구원 수	56,254.530 (29,698.978)	15,265,060 (26,402.430)	9,965.017 (23,480.557)	38,460.041 (38,132.619)
월평균 가구소득	0.153 *** (0.014)	0.048 *** (0.013)	0.039 *** (0.006)	0.062 *** (0.009)
코로나19 더미	4,035.370 (11,441.039)	9,225.666 (6,045.918)	13,026.435 * (7,800.971)	-16,324.663 *** (4,584.663)
constant	118.717 (193.838)	252.271 (175.861)	42.044 (96.577)	1,463.492 (7,178.671)
AR1			-0.849 *** (0.133)	
MA1	-0.688 *** (0.080)	-0.540 *** (0.104)	0.414 ** (0.178)	-0.520 *** (0.090)
SAR1			0.058 (0.2169)	0.989 *** (0.017)
SMA1	-0.702 *** (0.098)	-0.663 *** (0.090)	-0.971 *** (0.297)	-0.740 *** (0.097)
sigma	13,743.345 *** (940.188)	8,418.615 *** (664.762)	5,639.766 *** (856.507)	9,683.468 *** (649.636)
Obs.	90	90	90	94
Log-likelihood	-987.107	-942.519	-909.675	-1,000.174
AIC	1,990.213	1,901.038	1,839.351	2,018.348
BIC	2,010.212	1,921.037	1,864.349	2,041.238

주: 괄호() 안에 표시한 숫자들은 표준편차임. *, **, ***는 각각 10%, 5%, 1% 수준에서 통계적으로 유의함을 뜻함.

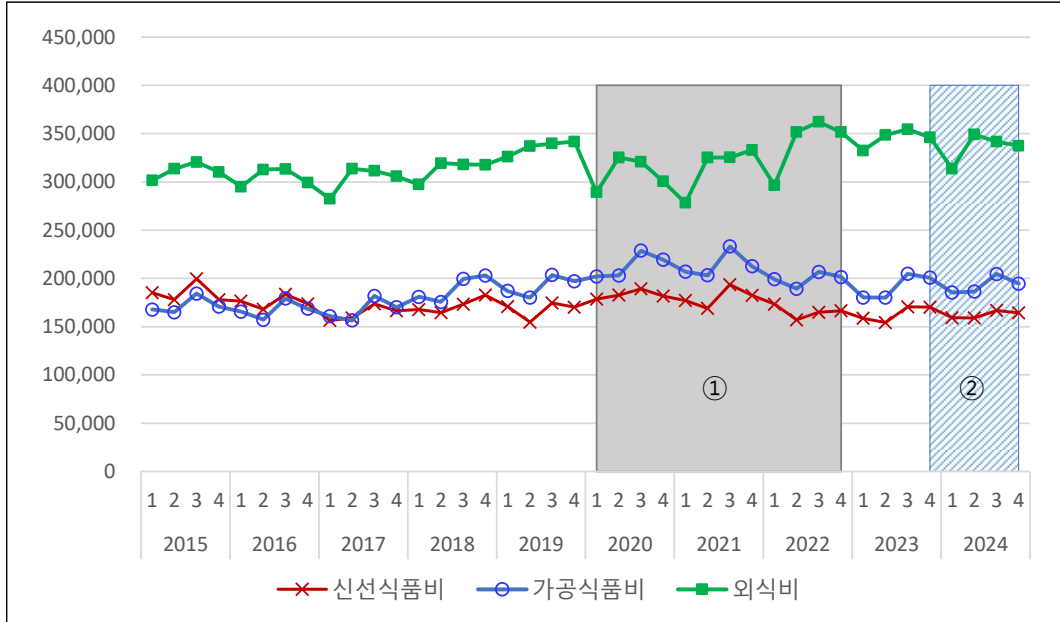
2.4. 2023년 4분기~2024년 4분기 식품소비 유형별 지출액 전망

○ 가구의 총식품비 지출액을 식품소비 유형별(신선식품비, 가공식품비, 외식비 지출액)로 구분하여 전망함(그림 4-5, 표 4-7).

- 신선식품비와 가공식품비는 모든 전망치가 2021년 동분기 대비 감소할 것으로 전망
- 코로나19 이후 하락세를 보인 외식비 지출액은 코로나19 감염 확산 직전인 2019년 4분기(34만 1,812원) 이상으로 증가 전망

〈그림 4-5〉 가구의 식품소비 유형별 월평균 지출액 전망(실질)

단위: 원



주 1) 음영 ①은 코로나19 기간(2020년 1분기~2022년 4분기), 음영 ②는 전망(추정) 기간(2023년 4분기~2024년 4분기).
 자료: 통계청(각 분기), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 식품소비 유형별 전망치를 합산한 가구의 총식품비 지출액은 2023년 4분기 717,057 원, 2024년 1분기 658,196원, 2분기 698,446원, 3분기 712,942원, 4분기 696,185 원으로 전망됨. 이는 코로나19 이전인 2019년 동분기 대비 각각 -3.8%, 3.4%, -0.7%, -1.8% 증감한 수치임.

- 신선식품비는 2023년 4분기 170,202원, 2024년 1분기 159,226원, 2분기 158,945 원, 3분기 166,830원, 4분기 164,175원으로 전망되어, 2024년 신선식품비 지출 액은 2분기를 제외하면 코로나19 이전인 2019년에 비해 다소 낮은 수준으로 전망
- 가공식품비는 2023년 4분기 200,734원, 2024년 1분기 185,373원, 2분기 186,276 원, 3분기 204,520원, 4분기 194,578원으로 전망되어, 2분기를 제외하면 코로나 19 이전 수준으로 전망
- 외식비는 2023년 4분기 346,121원, 2024년 1분기 313,597원, 2분기 349,225 원, 3분기 341,592원, 4분기 337,432원으로 전망되어, 2022년 2분기부터 코로나

19로 인한 감소 폭 이상으로 증가한 외식비가 2024년에는 예년 수준을 보일 것으로 분석

- 코로나19 종식 이후 가공식품비와 외식비 지출액이 이전 수준으로 회귀하고 신선식품비는 소폭 낮은 수준으로 조정되어, 2024년 총식품비 지출액은 2분기를 제외하면 2019년보다 소폭 낮거나 비슷한 수준으로 전망

〈표 4-7〉 가구의 총 식품비 및 식품소비 유형별 월평균 지출액 전망(실질)

단위: 원, %

구분	총식품비			신선식품비			가공식품비			외식비						
	지출액	증감률			지출액	증감률			지출액	증감률			지출액	증감률		
		2019 대비	2020 대비	2021 대비		2019 대비	2020 대비	2021 대비		2019 대비	2020 대비	2021 대비		2019 대비	2020 대비	2021 대비
2019년 1/4	683,999				170,905				186,985				326,109			
2019년 2/4	671,806				154,581				180,163				337,062			
2019년 3/4	717,606				174,428				203,498				339,680			
2019년 4/4	709,080				170,138				197,130				341,812			
2020년 1/4	669,969	-2.1			178,650	4.5			202,021	8.0			289,298	-11.3		
2020년 2/4	710,962	5.8			182,723	18.2			203,002	12.7			325,237	-3.5		
2020년 3/4	738,843	3.0			189,161	8.4			228,752	12.4			320,930	-5.5		
2020년 4/4	701,670	-1.0			181,903	6.9			219,372	11.3			300,395	-12.1		
2021년 1/4	662,258	-3.2	-1.2		177,046	3.6	-0.9		206,953	10.7	2.4		278,259	-14.7	-3.8	
2021년 2/4	697,255	3.8	-1.9		169,065	9.4	-7.5		203,154	12.8	0.1		325,036	-3.6	-0.1	
2021년 3/4	751,986	4.8	1.8		193,603	11.0	2.3		233,055	14.5	1.9		325,328	-4.2	1.4	
2021년 4/4	727,893	2.7	3.7		182,387	7.2	0.3		212,507	7.8	-3.1		332,999	-2.6	10.9	
2022년 1/4	669,098	-2.2	-0.1	1.0	173,379	1.4	-3.0	-2.1	199,203	6.5	-1.4	-3.7	296,516	-9.1	2.5	6.6
2022년 2/4	698,092	3.9	-1.8	0.1	157,089	1.6	-14.0	-7.1	189,253	5.0	-6.8	-6.8	351,750	4.4	8.2	8.2
2022년 3/4	733,731	2.2	-0.7	-2.4	164,793	-5.5	-12.9	-14.9	206,752	1.6	-9.6	-11.3	362,186	6.6	12.9	11.3
2022년 4/4	719,598	1.5	2.6	-1.1	166,576	-2.1	-8.4	-8.7	201,473	2.2	-8.2	-5.2	351,549	2.8	17.0	5.6
2023년 1/4	671,294	-1.9	0.2	1.4	158,642	-7.2	-11.2	-10.4	180,297	-3.6	-10.8	-12.9	332,355	1.9	14.9	19.4
2023년 2/4	683,116	1.7	-3.9	-2.0	154,384	-0.1	-15.5	-8.7	180,180	0.0	-11.2	-11.3	348,551	3.4	7.2	7.2
2023년 3/4	729,620	1.7	-1.2	-3.0	170,392	-2.3	-9.9	-12.0	204,731	0.6	-10.5	-12.2	354,497	4.4	10.5	9.0
2023년 4/4	717,057	1.1	2.2	-1.5	170,202	0.0	-6.4	-6.7	200,734	1.8	-8.5	-5.5	346,121	1.3	15.2	3.9
2024년 1/4	658,196	-3.8	-1.8	-0.6	159,226	-6.8	-10.9	-10.1	185,373	-0.9	-8.2	-10.4	313,597	-3.8	8.4	12.7
2024년 2/4	694,446	3.4	-2.3	-0.4	158,945	2.8	-13.0	-6.0	186,276	3.4	-8.2	-8.3	349,225	3.6	7.4	7.4
2024년 3/4	712,942	-0.7	-3.5	-5.2	166,830	-4.4	-11.8	-13.8	204,520	0.5	-10.6	-12.2	341,592	0.6	6.4	5.0
2024년 4/4	696,185	-1.8	-0.8	-4.4	164,175	-3.5	-9.7	-10.0	194,578	-1.3	-11.3	-8.4	337,432	-1.3	12.3	1.3

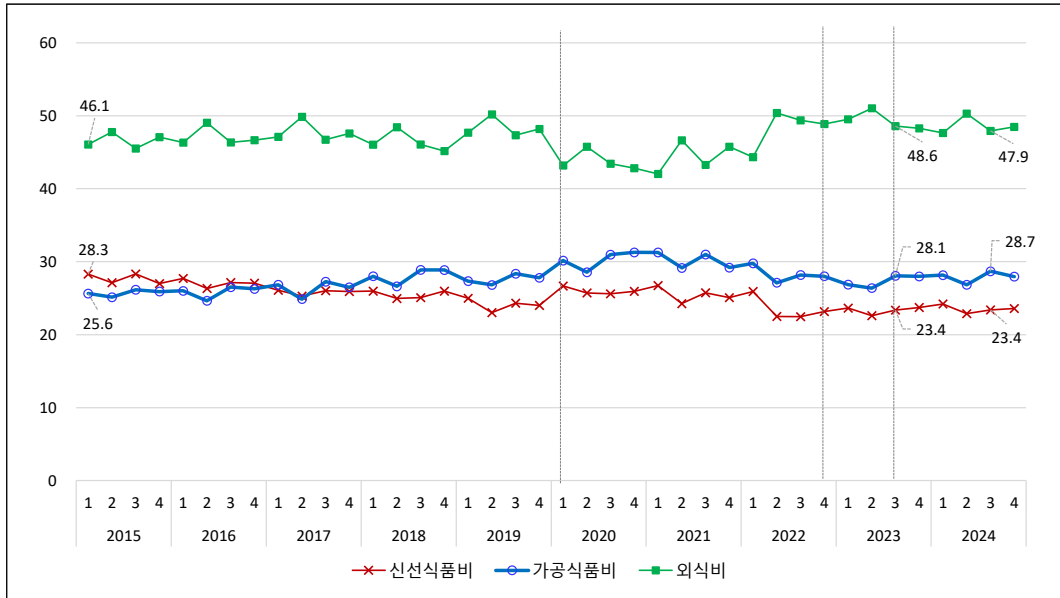
주 1) 2023년 3분기까지는 가계동향조사 실적치, 2023년 4분기부터 2024년 4분기까지는 전망치임.

2) 총식품비 실적치는 식품소비 유형별 지출액의 합(신선식품비+가공식품비+외식비)이나, 전망치는 별도로 추정하였기 때문에 유형별 지출액 합과 다름.

자료: 통계청(각 분기), 가계동향조사 원시자료 분석.

〈그림 4-6〉 가구의 식품소비 유형별 월평균 지출액 구성 전망(실질)

단위: %



주 1) 세로 점선은 각각 2020년 1분기(코로나19 시작), 2022년 4분기(코로나19 종식), 2023년 3분기를 의미함.

2) 2023년 3분기까지는 가계동향조사 실적치, 2023년 4분기부터 2024년 4분기까지는 전망치임.

자료: 통계청(각 분기), 가계동향조사 원시자료 분석.

○ 2023년 4분기부터 2024년 4분기까지 가구의 식품소비 유형별 지출액 비중 전망을 살펴보면, 코로나19 이전과 비교할 때 신선식품비 비중은 소폭 감소하고 가공식품비와 외식비 비중은 비슷하거나 소폭 증가할 것으로 전망됨. 한편 코로나19 기간과 비교할 때 신선식품비와 가공식품비 비중은 줄어들고 외식비 비중은 높아질 것으로 분석됨.

- 2019년 4분기 신선식품비 비중 24.0%, 가공식품비 비중 27.8%, 외식비 비중 48.2%
 - 2020년 4분기 신선식품비 비중 25.9%, 가공식품비 비중 31.3%, 외식비 비중 42.8%
 - 2021년 4분기 신선식품비 비중 25.1%, 가공식품비 비중 29.2%, 외식비 비중 45.7%
 - 2024년 4분기 신선식품비 비중 23.6%, 가공식품비 비중 27.9%, 외식비 비중 48.5%
- 전망

〈표 4-8〉 가구의 식품소비 유형별 월평균 지출액 구성 전망(실질)

단위: %

구분	신선식품비				가공식품비				외식비			
	지출액 구성비	증감률 (p)			지출액 구성비	증감률 (p)			지출액 구성비	증감률 (p)		
		2019 대비	2020 대비	2021 대비		2019 대비	2020 대비	2021 대비		2019 대비	2020 대비	2021 대비
2019년 1/4	25.0				27.3				47.7			
2019년 2/4	23.0				26.8				50.2			
2019년 3/4	24.3				28.4				47.3			
2019년 4/4	24.0				27.8				48.2			
2020년 1/4	26.7	1.7			30.2	2.8			43.2	-4.5		
2020년 2/4	25.7	2.7			28.6	1.7			45.7	-4.4		
2020년 3/4	25.6	1.3			31.0	2.6			43.4	-3.9		
2020년 4/4	25.9	1.9			31.3	3.5			42.8	-5.4		
2021년 1/4	26.7	1.7	0.1		31.2	3.9	1.1		42.0	-5.7	-1.2	
2021년 2/4	24.2	1.2	-1.5		29.1	2.3	0.6		46.6	-3.6	0.9	
2021년 3/4	25.7	1.4	0.1		31.0	2.6	0.0		43.3	-4.1	-0.2	
2021년 4/4	25.1	1.1	-0.9		29.2	1.4	-2.1		45.7	-2.5	2.9	
2022년 1/4	25.9	0.9	-0.8	-0.8	29.8	2.4	-0.4	-1.5	44.3	-3.4	1.1	2.3
2022년 2/4	22.5	-0.5	-3.2	-1.7	27.1	0.3	-1.4	-2.0	50.4	0.2	4.6	3.8
2022년 3/4	22.5	-1.8	-3.1	-3.3	28.2	-0.2	-2.8	-2.8	49.4	2.0	5.9	6.1
2022년 4/4	23.1	-0.8	-2.8	-1.9	28.0	0.2	-3.3	-1.2	48.9	0.6	6.0	3.1
2023년 1/4	23.6	-1.4	-3.0	-3.1	26.9	-0.5	-3.3	-4.4	49.5	1.8	6.3	7.5
2023년 2/4	22.6	-0.4	-3.1	-1.6	26.4	-0.4	-2.2	-2.8	51.0	0.9	5.3	4.4
2023년 3/4	23.4	-1.0	-2.2	-2.4	28.1	-0.3	-2.9	-2.9	48.6	1.3	5.1	5.3
2023년 4/4	23.7	-0.3	-2.2	-1.3	28.0	0.2	-3.3	-1.2	48.3	0.1	5.5	2.5
2024년 1/4	24.2	-0.8	-2.5	-2.5	28.2	0.8	-2.0	-3.1	47.6	0.0	4.5	5.6
2024년 2/4	22.9	-0.1	-2.8	-1.4	26.8	0.0	-1.7	-2.3	50.3	0.1	4.5	3.7
2024년 3/4	23.4	-0.9	-2.2	-2.3	28.7	0.3	-2.3	-2.3	47.9	0.6	4.5	4.7
2024년 4/4	23.6	-0.4	-2.3	-1.5	27.9	0.1	-3.3	-1.2	48.5	0.3	5.7	2.7

주: 2023년 3분기까지는 가계동향조사 실적치, 2023년 4분기부터 2024년 4분기까지는 전망치임.
자료: 통계청(각 분기), 가계동향조사 원시자료 분석.

2.5. 2023년 4분기~2024년 4분기 가공식품 분류별 지출액 전망

○ 가구의 총식품비 지출액 중 가공식품을 13개 주요 분류로 구분하여 지출액을 전망함.

○ 2024년 가공식품 분류별 지출액 구성 추이를 보면, 2023년 1분기 대비 2024년 1분기에는 곡물가공품, 육류가공품, 당류 및 과자류, 기타식품 구성비가 높아지고 수산가공품, 채소가공품, 조미식품, 커피 및 차, 주스 및 기타, 주류의 구성비는 낮아질 것으로 전망됨.

- 육류가공품, 유지류, 당류 및 과자류, 기타식품의 경우 2024년에 2023년 동분기 대비 지출액 구성비가 꾸준히 증가하는 반면, 2024년 수산가공품과 조미식품, 주스 및 기타 지출액 구성비는 2023년 동분기 대비 꾸준히 하락할 것으로 전망

〈표 4-9〉 가구의 가공식품 분류별 월평균 지출액 구성 전망(실질)

단위: %

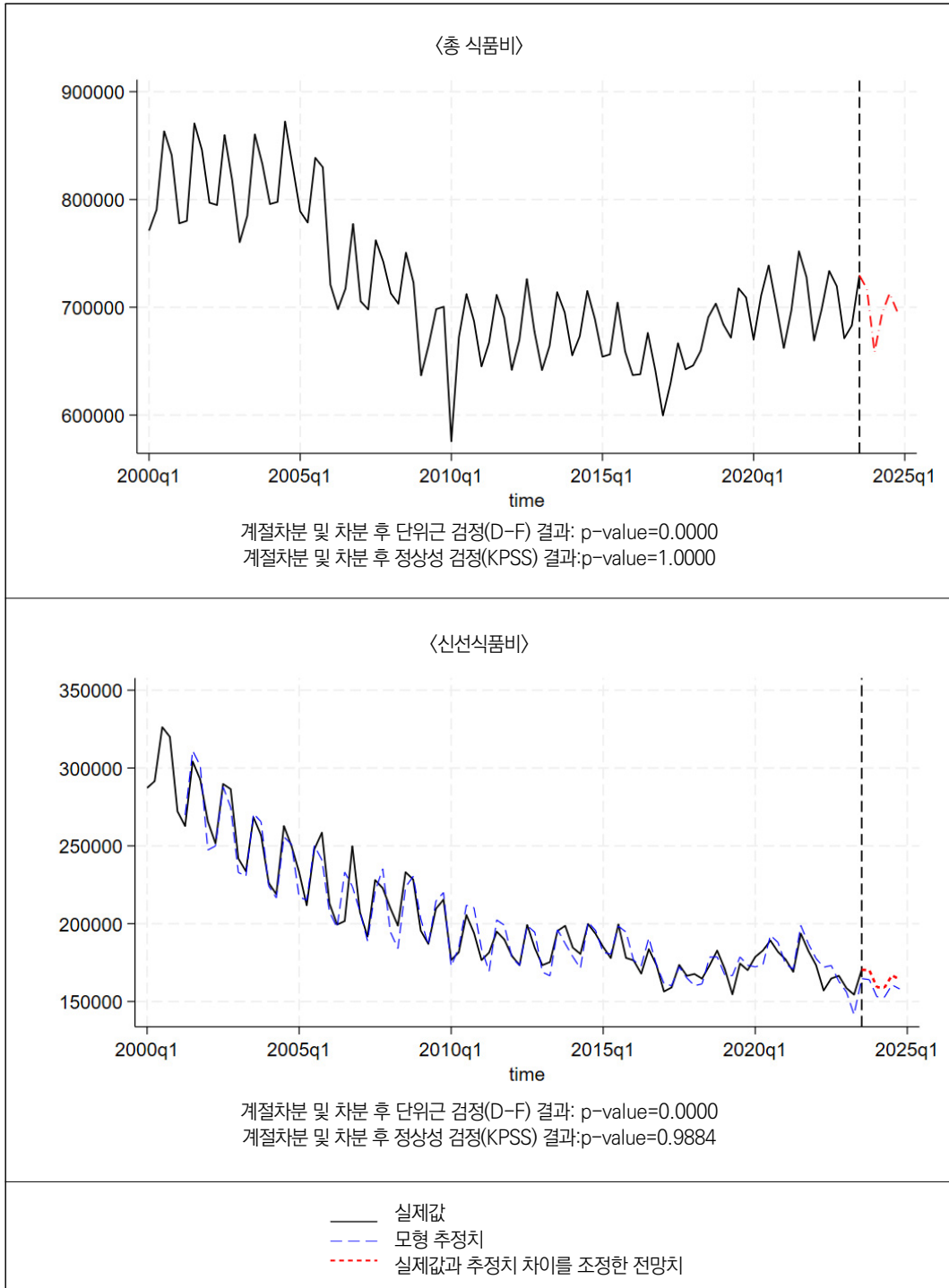
구분	곡물 가공품	육류 가공품	수산 가공품	유가공품	유지류	과일 가공품	채소 가공품	당류 및 과자류	조미 식품	기타 식품	커피 및 차	주스 및 기타 음료	주류
2019년 1/4	10.6	7.7	8.2	12.6	1.8	2.8	1.2	15.0	5.7	12.4	5.1	8.0	8.9
2019년 2/4	9.9	7.9	7.4	13.0	1.4	1.9	1.2	16.8	5.4	12.1	5.1	9.1	8.8
2019년 3/4	9.4	8.1	7.6	11.7	1.8	1.6	1.2	15.3	10.0	11.7	4.7	8.7	8.3
2019년 4/4	9.2	7.1	9.4	11.8	1.4	2.0	2.5	14.1	10.0	12.3	5.0	7.7	7.5
2020년 1/4	11.4	8.4	8.3	12.0	1.9	2.4	1.5	15.3	5.5	13.0	5.0	7.6	7.9
2020년 2/4	10.5	8.0	7.4	12.3	1.8	1.6	1.4	16.2	5.9	12.3	5.1	8.6	9.0
2020년 3/4	9.4	7.9	7.8	11.0	1.9	1.7	1.2	14.5	10.8	12.5	4.6	7.9	8.7
2020년 4/4	9.3	7.1	8.9	11.1	1.6	1.8	2.4	13.4	11.0	13.1	5.0	6.9	8.2
2021년 1/4	10.4	8.5	8.3	11.6	2.0	2.5	1.5	14.7	5.9	13.5	5.1	6.9	9.1
2021년 2/4	9.5	8.1	6.8	12.3	1.7	1.9	1.3	15.8	6.3	12.8	5.3	8.5	9.6
2021년 3/4	9.2	8.0	7.3	11.0	2.0	1.6	1.2	14.0	11.0	12.7	4.9	7.6	9.4
2021년 4/4	9.2	7.1	8.6	10.7	1.6	1.7	2.5	13.5	10.5	13.3	5.2	7.0	9.2
2022년 1/4	10.4	8.8	7.9	11.1	1.8	2.2	1.4	14.9	5.7	14.0	5.1	7.4	9.3
2022년 2/4	10.0	8.0	7.8	11.4	1.7	1.4	1.2	16.2	5.4	13.3	5.2	8.7	9.7
2022년 3/4	9.0	8.0	7.5	11.0	1.5	1.3	1.1	15.1	8.6	13.3	4.9	8.4	10.1
2022년 4/4	8.7	7.6	8.7	10.4	1.3	1.5	2.5	13.7	10.3	13.6	5.1	7.0	9.6
2023년 1/4	10.2	8.9	8.1	10.8	1.6	2.2	1.4	14.9	5.4	14.0	5.0	7.3	10.1
2023년 2/4	9.8	8.5	7.2	11.6	1.5	1.5	1.1	16.0	5.9	13.5	4.9	8.3	10.2
2023년 3/4	9.0	8.7	7.5	10.5	1.7	1.7	1.0	15.1	9.1	13.3	4.4	7.8	10.3
2023년 4/4	8.7	7.9	8.7	10.4	1.4	1.7	2.5	13.9	10.0	14.0	4.8	6.5	9.7
2024년 1/4	10.4	9.4	7.6	10.8	1.7	2.4	1.3	15.5	4.6	14.6	4.9	6.8	10.0
2024년 2/4	9.7	8.8	6.9	11.5	1.7	1.5	1.1	16.5	5.2	14.2	4.9	7.9	10.2
2024년 3/4	9.1	8.8	7.1	10.5	1.8	1.6	1.0	15.3	8.8	13.7	4.4	7.5	10.4
2024년 4/4	8.7	8.3	8.4	10.2	1.4	1.7	2.5	14.0	9.5	14.5	4.7	6.2	10.0

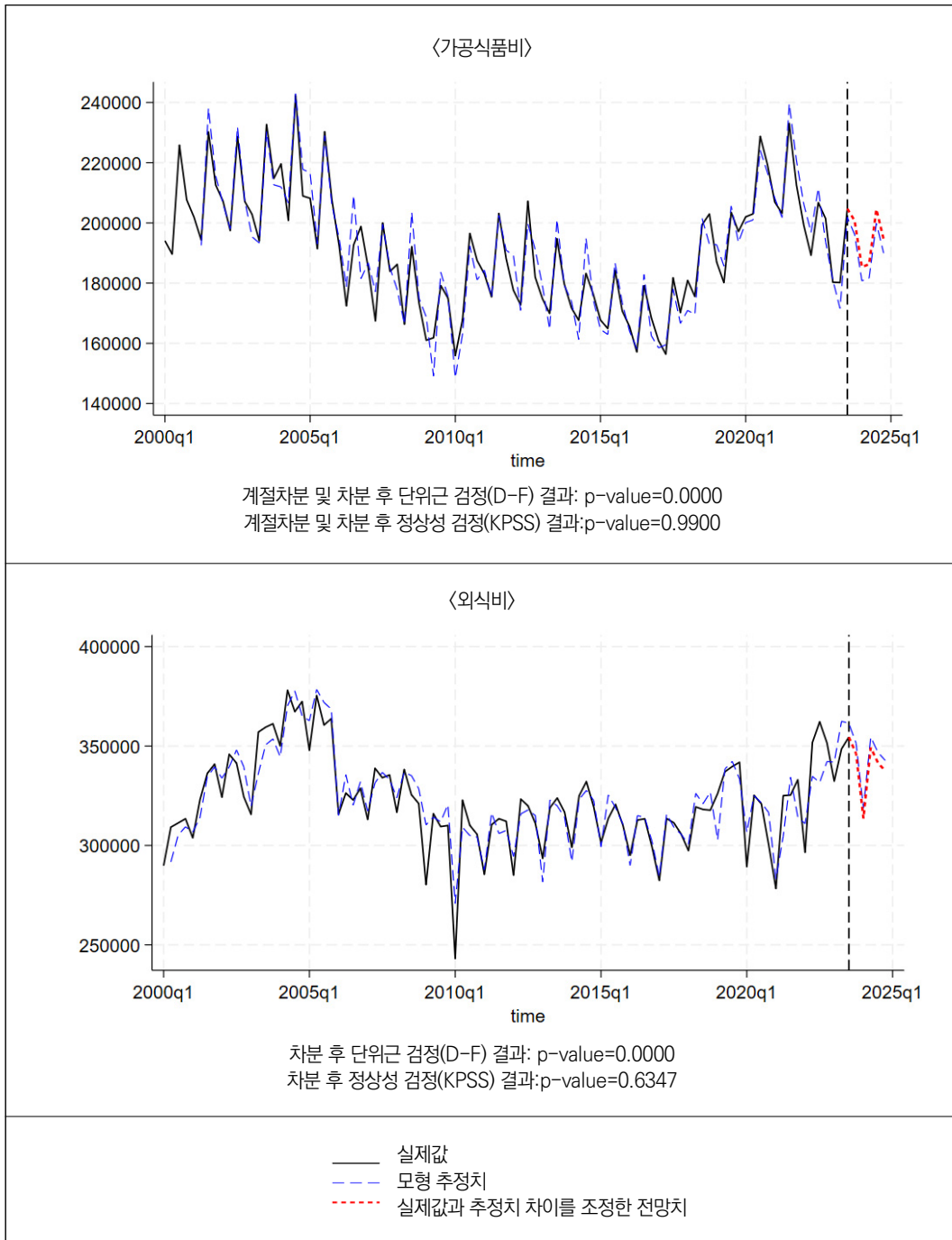
주: 2023년 3분기까지는 가계동향조사 실적치, 2023년 4분기부터 2024년 4분기까지는 전망치임.

자료: 통계청(각 분기), 가계동향조사 원시자료 분석.

〈부도 1〉 가구의 총 식품비 및 식품소비 유형별 월평균 지출액 실제값, 모형 추정치, 전망치

단위: 원

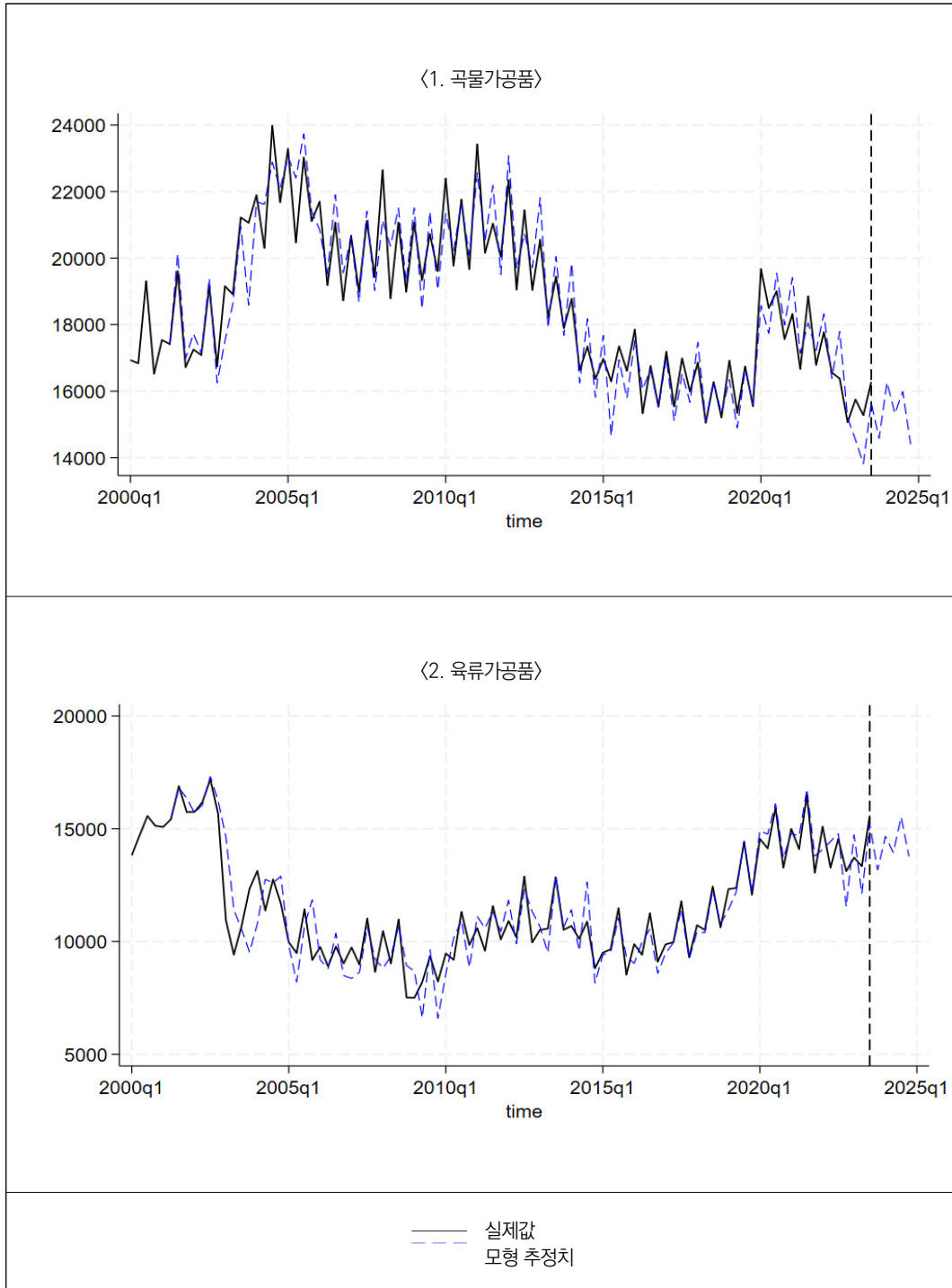




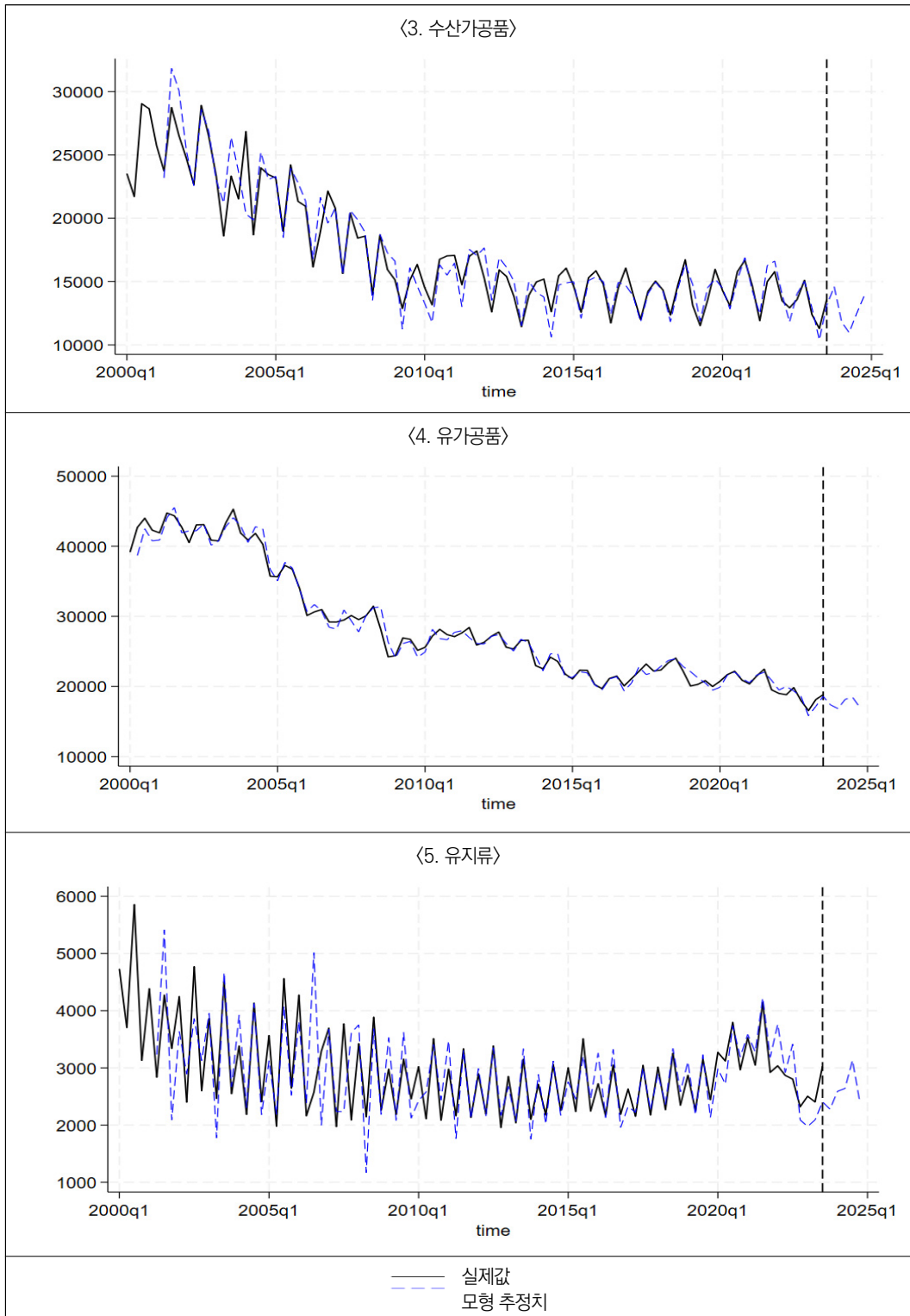
- 주 1) 실질금액 기준임.
 - 2) 2023년 3분기(수직 점선)까지 실제값 있음.
 - 3) 가로축의 2000q1은 2000년 1분기를 의미함.
 - 4) 총식품비는 세 개 유형별 지출액의 합임. 2024년 1분기~4분기 값은 세 개 유형별 지출액 전망치의 합임.
- 자료: 통계청(각 분기), 가계동향조사 원시자료 분석.

〈부도 2〉 가구의 가공식품 분류별 월평균 지출액 실제값과 모형 추정치

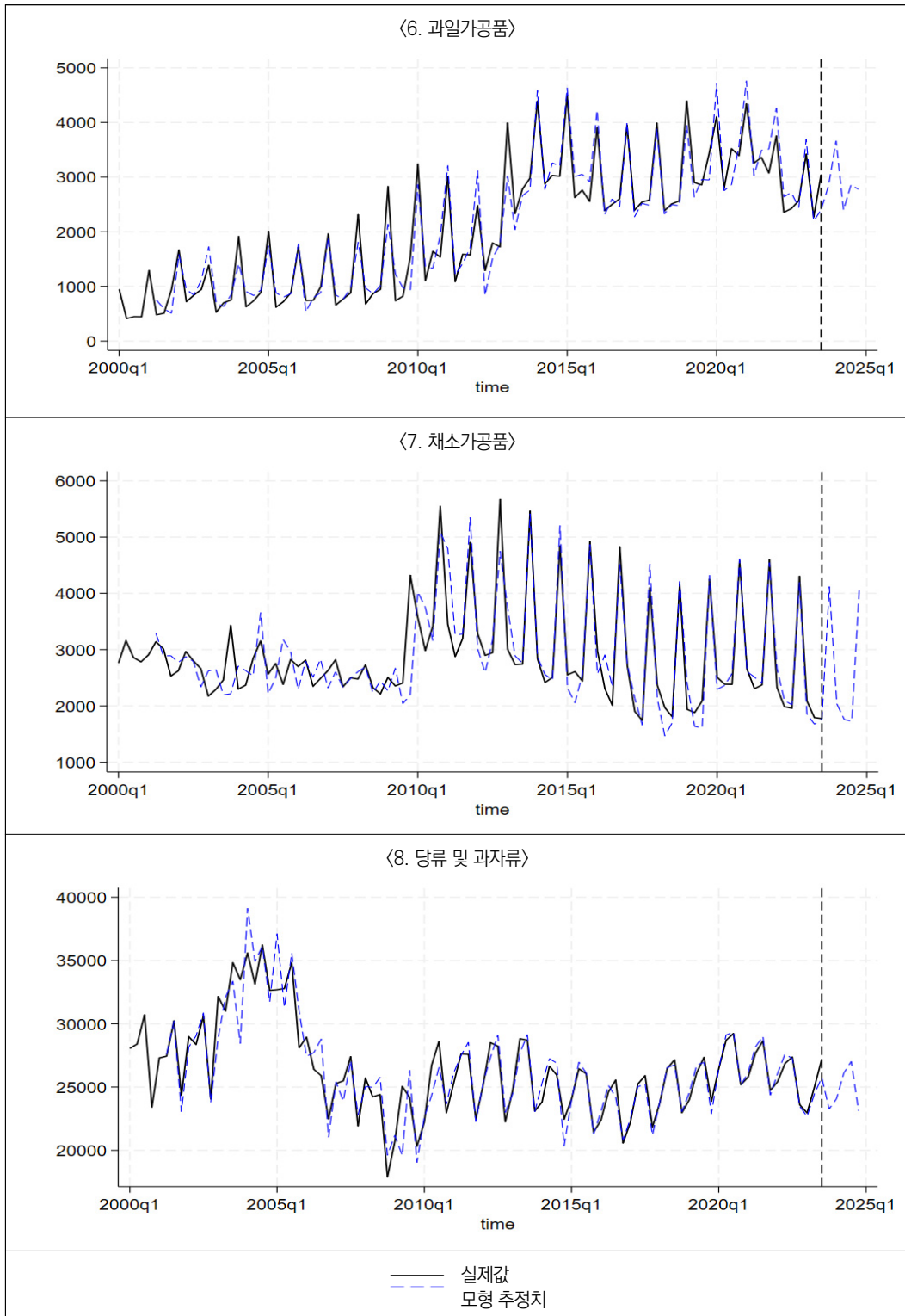
단위: 원



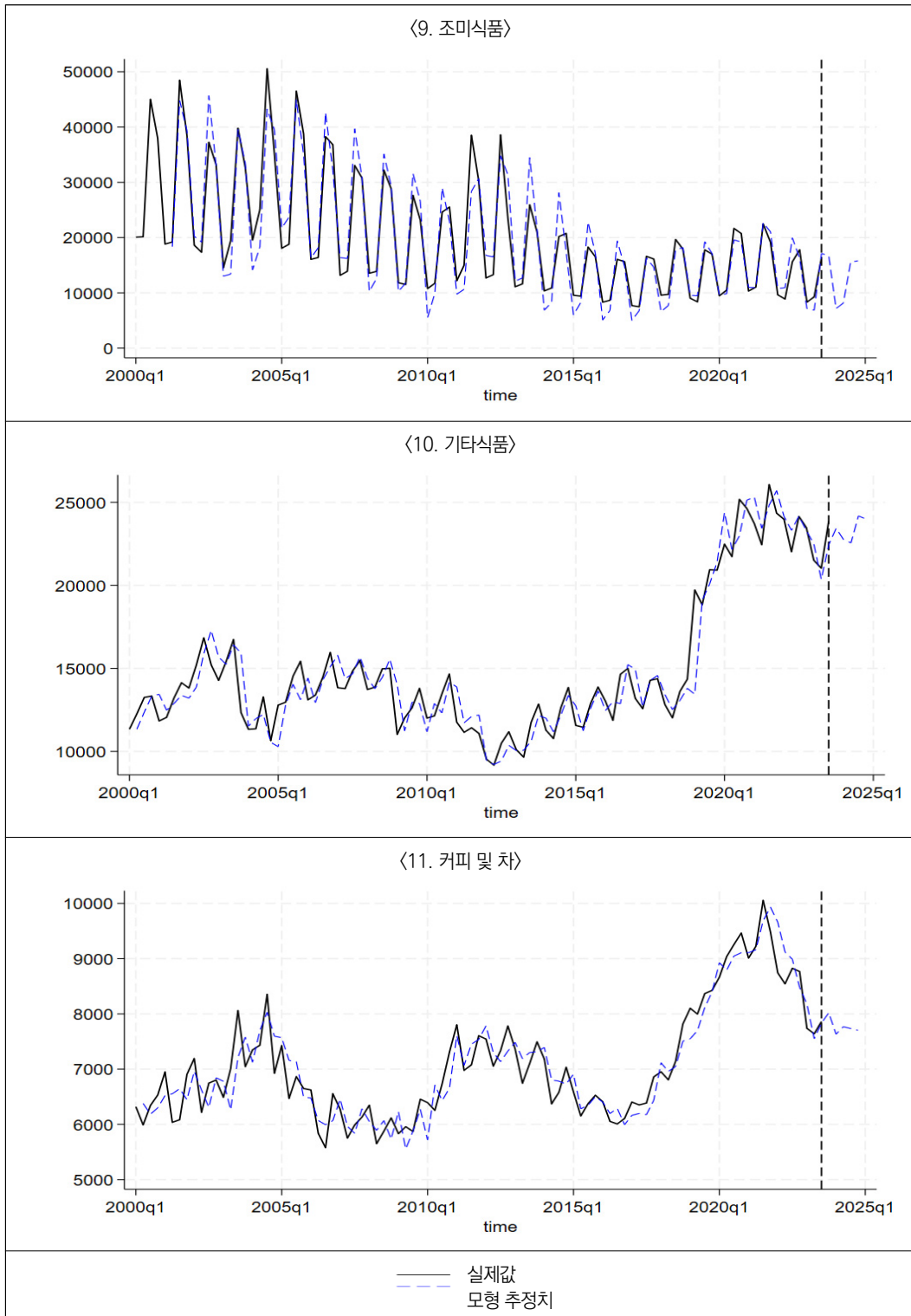
(계속)



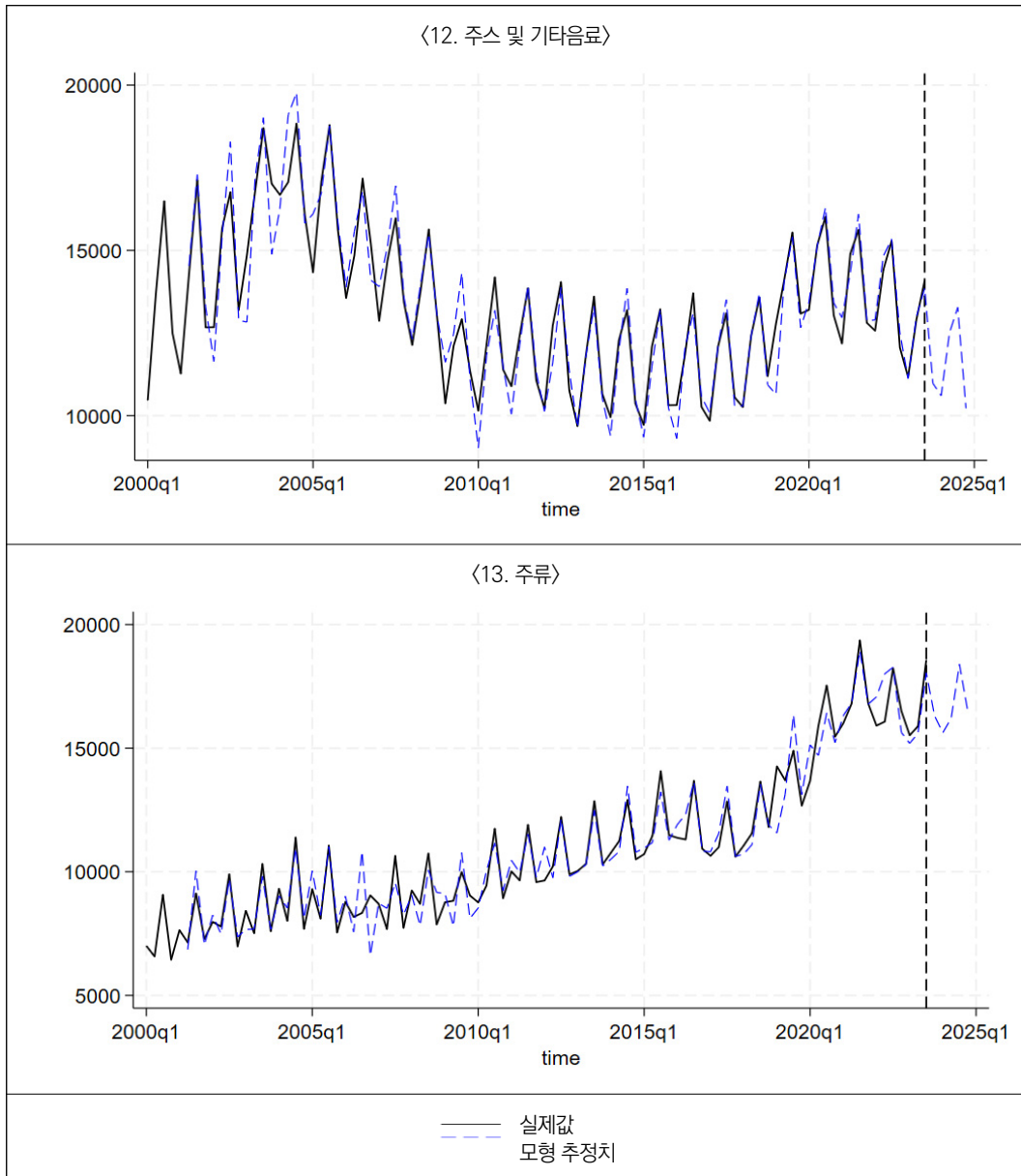
(계속)



(계속)



(계속)



주 1) 실질금액 기준임.

2) 2023년 3분기(수직 점선)까지 실제값 있음.

3) 가로축의 2000q1은 2000년 1분기를 의미함.

자료: 통계청(각 분기), 가계동향조사 원시자료 분석.

VI

**식품기자재 분야
푸드테크 산업 동향 분석**

1

개요

1. 연구 배경 및 목적

- 최근 소비자의 식품소비 행태 변화, 취약한 글로벌 공급망 문제와 더불어 4차 산업혁명에 따른 빅데이터와 인공지능(AI) 등 정보 통신 기술의 발전으로 푸드테크(food tech) 분야가 주목받고 있음.
 - 푸드테크는 식품(Food)과 기술(Technology)의 합성어로 식품 관련 식재료인 농림 수산물의 생산·제조에서부터 유통·배달에 이르는 밸류체인 전 분야에 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 바이오기술(BT) 등 첨단기술이 결합된 신산업을 의미함(관계부처 합동, 2022).
 - 대표적인 예로는 대체식품, 요리로봇, 3D 푸드 프린팅 등이 있으며, 국내에서도 이미 활성화된 ‘배달의민족’과 ‘쿠팡이츠’와 같은 음식 주문뿐만 아니라 빅데이터를 바탕으로 맛집을 추천 및 예약 서비스를 제공하는 ‘캐치테이블’ 등도 포함됨.
 - 또한, 미국에서는 농업 생산 효율을 제고하는 분야까지 푸드테크의 영역으로 보고 있음(삼일PwC경영연구원, 2022).
- 특히, 코로나19 이후 비대면 식품 구매·주문·배달 서비스 수요가 급증하면서 푸드테크 산업의 거래량과 금액이 크게 증가하였음.

- 시장조사 업체인 이머젠 리서치(Emergen Research)는 전 세계 푸드테크 시장 규모가 2019년 2,203억 2,000만 달러(약 262조 원)에서 2027년까지 연평균 성장률(CAGR) 6%를 기록하며 3,425억 달러(약 407조 원) 규모로 확대될 것으로 예상함. 더불어, 매년 150~180억 원 가량 꾸준히 성장할 미래 먹거리 산업이란 평가를 받고 있음(KATI, 2022).
- 또한, 2020년 기준 국내 푸드테크 시장은 약 61조 원으로 추정되고 있음(홍연아 외, 2023).

○ 이에 2022년 12월 농림축산식품부는 ‘첨단 식품 기술(푸드테크) 산업 발전방안’을 발표하였고, ‘푸드테크정책과’ 신설 및 푸드테크 산업 정의 및 진흥을 위한 ‘식품산업진흥법 일부개정안’ 발의 등 푸드테크 산업 육성을 본격적으로 추진하고 있음.

- 다만, 국내 푸드테크 산업은 아직까지 기술·자금·인력 부족, 관련 기준·규격 미비, 시장정보 부족 등으로 인해 제품 상용화에 한계가 있고, 산업 성장 기반이 미약한 실정임(박미성 외, 2019).

○ 한편, 최근 들어 식품제조업과 외식 시장을 중심으로 무인화 시스템과 ‘서빙로봇’과 ‘조리로봇’ 등 푸드테크 로봇의 도입이 급속히 늘어나고 있음.

- 로봇 분야의 경우 LG전자, 삼성전자를 비롯한 대기업 계열사 및 다수 스타트업이 개발·생산에 참여하고 있으나, 규제 완화 속도가 빠르지 않아 상용화가 지연되고 있음.
- 또한, 스타트업과 창업 지원이 IT 분야에 집중되어 있고, 푸드테크 업종 내에서도 배달앱에 크게 의존하고 있어 로봇 시장은 발전 초기 단계에 머무르고 있음(장우정, 2020).
- 특히, 상용성과 성장성 측면에서 가장 주목받는 서비스 로봇 중 하나인 음식료 서빙 로봇의 경우, 국내 시장의 약 70% 이상을 중국산 서빙 로봇이 차지하고 있는 것으로 나타남(삼일PwC경영연구원, 2022).²⁵⁾

²⁵⁾ 2021년 기준, 중국은 전 세계 서비스로봇 매출의 30%를 차지하며, 그 규모는 약 4.3조 원에 달함.

○ 이처럼 푸드테크 로봇 분야에 대한 관심은 그 어느 때보다 커졌으나, 아직 국내 현황 자료가 제대로 구축되어 있지 않은 실정임.

- 푸드테크 로봇 분야는 수치화된 기초자료가 미흡하거나 관련 데이터가 기관별로 산재되어 있어 정부 기관 및 기업이 정보를 효율적으로 활용하는 데에 한계가 있음.
- 푸드테크 로봇 산업 발전을 위한 국내 현황 자료 구축은 국산 로봇의 개발 및 보급을 위해서도 반드시 필요한 작업임.
- 이를 위해서는 푸드테크 로봇 분야를 포함한 푸드테크 산업 전반에 대한 행정자료와 국가통계 자료 등 공공데이터 구축이 시급하며, 이에 앞서 현재까지 발간된 학술논문, 언론 기사 등 정성적인 자료를 바탕으로 한 동향 파악도 시도해 볼 필요가 있음.
- 또한, 학술논문, 언론 기사 등 객관적인 자료만이 아니라 관련 기업 인터뷰 및 설문 조사 등 주관적인 내용을 활용한 자료 구축도 필요함.

○ 따라서, 본 연구에서는 국내 푸드테크 산업의 성장기반 마련을 위한 기초자료 확보의 중요성에 착안하여 국내 식품 기자재 로봇 분야(이하 푸드테크 로봇)의 산업 동향 변화를 파악하고자 함.

- 푸드테크 로봇은 중단기적으로 인플레이션과 원재료·인건비 상승에 대한 대응책이 될 수 있으며, 장기적으로는 고령화 및 3D 업종 회피 현상 극복을 위한 방안이 될 수 있음.
- 이러한 미래 신성장 동력으로서 푸드테크 산업 및 푸드테크 로봇 분야의 발전을 위해서는 과거 산업에 초점이 맞춰진 규제를 신산업에 적용할 수 있도록 개정하고, 정·재계의 투자 및 연구 지원이 확대될 필요가 있음.
- 푸드테크 로봇 분야의 시장 동향 파악을 통해 관련 산업에 대한 이해도 제고 및 정책 수립 또는 투자에 활용할 수 있는 기초자료를 제공할 수 있을 것으로 기대함.

2. 주요 연구 내용

○ 본 연구의 목적은 2013년부터 2023년까지의 ‘푸드테크 로봇’을 키워드로 하는 신문 기사를 이용하여 연도별 시장 트렌드 및 현안을 분석하는 것임.

- 첫째, 주요 신문 기사를 대상으로 토픽모델링 및 시계열 회귀분석 방법을 활용하여 푸드테크 로봇과 관련한 현안과 트렌드 변화를 분석함.
- 둘째, 국내 푸드테크 로봇 관련 상장 및 중소기업을 대상으로 FGI(Focus Group Interview)나 자문회의 등을 통해 기업 현황 및 애로사항을 조사하고, 이를 바탕으로 정책적 함의를 도출하고자 함. 예를 들어, 로봇 납품업체(식품 로봇 실수요자)를 대상으로 FGI를 통해 정책적 함의를 파악할 수 있음.
 - 푸드테크 로봇 관련 기술 도입 현황(도입 형태 및 도입 수준(대수))
 - 푸드테크 로봇에 대한 인식과 활용 관련 문제점
 - 현재 귀사(社)가 받고 있는 푸드테크 로봇 관련 정부 지원 혜택
 - 정부 지원이 필요한 부분

○ 구체적으로, 첫 번째 파트인 토픽모델링 및 시계열 회귀분석 결과와 두 번째 파트인 기업 조사 결과를 결합하여 푸드테크 산업 및 푸드테크 로봇 분야 발전을 위한 정책 수립에 유용하게 활용할 수 있는 기초자료를 제공하고자 함.

- 첫 번째 파트에서 토픽모델링을 통해 파악한 각 토픽은 푸드테크 로봇 분야에서 어떤 주제들이 관심을 끌고 있는지를 나타냄. 이 정보를 활용하여 어떤 식품 기업들이 특정 토픽과 연관이 깊은지 식별해볼 수 있으며, 두 번째 파트에서 식별된 관련 기업들을 조사하여 보다 의미있는 시장 동향을 파악해볼 수 있음.
- 또한, 시계열 회귀분석을 활용한 토픽 변화 결과를 통해 푸드테크 로봇 분야에서 어떤 주제의 빈도가 상승하고 어떤 주제의 빈도가 하강하는지를 이해할 수 있음. 이를 활용하여 FGI를 활용한 기업 분석에서 어떤 애로사항이나 도전 과제들이 존재하는지를 파악하고, 이를 해결하는 방안을 모색할 수 있음.

- 이처럼, 토픽모델링과 시계열 회귀분석을 통해 푸드테크 로봇 분야의 주요 토픽을 확인하고, 이를 기업 사례 조사 결과와 결합하여 해당 분야에서 어떤 정책적 지원이 필요한지를 파악하는데 이용될 수 있는 정보를 식별하고자 함.

2

산업 현황

1. ‘푸드테크 로봇’의 범위

○ 로봇은 주로 제조업 현장의 작업을 수행하는 산업용 로봇과 국방, 의료, 가사 등 서비스 로봇으로 구성되며, AI, 드론, 자율주행차도 광의의 로봇산업에 포함되는 개념임(FKI,²⁶⁾ 2022).

- 로봇 산업구조(value chain)는 하드웨어(부품 및 부품 모듈)에 소프트웨어(로봇OS)를 결합하여 완제품을 만들고, 이를 적용하는 서비스 영역으로 구성됨.

○ 국제로봇연맹(International Federation of Robotics, IFR)은 로봇을 그 용도에 따라 제조용 로봇과 서비스용 로봇으로 구분하고 있음.

- 이 중 제조용 로봇은 최종 완제품 생산에 필요한 부품과 소재의 구매 및 조달부터 조립, 검사, 출하까지 산업 제조 현장 전 공정에 적용되어 작업을 수행하기 위한 로봇을 의미함(산업연구원, 2021). 산업용 로봇은 자동차, 전기/전자, 부품과 같은 제조업 공장에 주로 설치되며 작업별로 수직/수평 다관절, 병렬, 직교 형태로 활용됨.

²⁶⁾ FKI(Federation of Korean Industry), 한국산업연맹

- 서비스용 로봇은 전문 서비스 로봇(Professional service robotics)과 개인 서비스 로봇(Consumer service robotics)으로 분류됨. 전문 서비스 로봇으로는 대표적으로 물류, 의료, 군사 로봇 등이 있으며, 개인 서비스용 로봇으로는 청소, 교육, 엔터테인먼트 로봇 등이 있음.

○ IFR의 로봇 산업 분류에 따르면, 산업용 및 서비스용 로봇은 다음과 같은 세부 시장을 포함하고 있음.

- 산업용 로봇
 - 산업 로봇 시장 (automotive industry robotics market)
 - 화학 산업 로봇 시장 (chemical industry robotics market)
 - 전기/전자 산업 로봇 시장 (electric/electronic industry robotics market)
 - 식품 산업 로봇 시장 (food industry robotics market)
 - 금속 산업 로봇 시장 (metal industry robotics market)
 - 기타 산업 로봇 시장 (other industry robotics market)
- 서비스용 로봇
 - 전문 서비스 로봇 시장 (professional (commercial) service robotics market)
 - 소비자 서비스 로봇 시장 (consumer service robotics market)

○ 푸드테크 로봇 산업구조를 살펴보면, 이는 기반기술을 제공하는 후방산업과 이 기술을 적용하는 수요처인 전방산업으로 구분할 수 있음(한국로봇산업진흥원, 2020).

〈표 2-1〉 푸드테크 로봇의 전후방산업

	후방산업(기반기술)	푸드테크 로봇	전방산업(수요처)
주요 기술	- 협동 로봇, 다관절 로봇 등 산업용 로봇 플랫폼 - 자율주행기술 - IoT, 통신기술 등을 활용한 통합시스템 기술	-接客·주문·결제 로봇, 조리 및 보조 로봇, 서빙·퇴식 로봇, 설거지·정리 로봇, 카페 로봇, 음식 배달 로봇 등	- 외식업, 프랜차이즈 본부 및 가맹점 등 - 대형 건물, 공공시설, 대형 병원, 공공기관 등 - 소자본, 1인(가족) 외식업 창업 사업자

자료: FKI(2002) 자료를 재가공.

○ 먼저, 푸드테크 로봇의 기반기술에는 다음과 같은 요소들이 포함됨.

- 산업용 로봇 플랫폼: 협동로봇, 다관절 로봇과 같은 기술들이 이에 해당되며, 이 플랫폼은 조리 및 보조 로봇, 설거지 및 정리 로봇, 카페 로봇 등 다양한 형태의 로봇을 포함하고 있음.
- 자율주행기술: 서빙, 퇴식, 음식 배달 로봇 등이 이 기술에 의존하며, 이 기술은 로봇이 독립적으로 환경을 인식하고, 경로를 결정하며, 목적지까지 이동할 수 있도록 함.
- 통합시스템 기술: 로봇기술과 함께 IoT, 통신기술 등을 통합하여 식당을 스마트화하는 시스템 개발을 포함하며,接客부터 조리, 서빙, 설거지, 고객 관리에 이르기까지 다양한 영역을 통합 관리함.

○ 다음으로, 푸드테크 로봇의 주요 수요처인 전방산업에는 외식업, 프랜차이즈 본부 및 가맹점, 대형 건물과 공공시설, 대형 병원, 공공기관과 같은 대규모 사업자뿐만 아니라 소자본 1인 또는 가족 외식업 창업 사업자 등이 포함됨.

○ 이처럼 푸드테크 로봇은 식품산업의 가치사슬(value chain) 전반에 걸쳐 다양하게 활용되고 있으나 아직 전 세계적으로 통용되고 있는 명확한 정의나 분류는 없음.²⁷⁾

- 삼일Pwc경영연구원(2022)에 따르면, 음식료 제조 공정에서 사용되는 로봇은 ‘산업용 로봇’으로 분류되며, 음식 서빙이나 배달 등에 사용되는 로봇은 ‘서비스 로봇’으로 구분될 수 있음. 그러나 국제로봇연맹(IFR, International Federation of Robotics)의 현재 분류 체계에 따르면, 식품 로봇은 ‘산업용 로봇’으로만 분류되고 있음.

○ 통계청의 ‘로봇산업 특수분류표(3차 개정)’에 따르면, “전문 서비스 로봇(대분류)” 중 “사업시설 관리용 로봇(중분류)”과 “기타 전문 서비스 로봇(중분류)”의 “배달, 물품취급 및 서빙용 로봇(소분류)”과 “전문요리용 로봇(소분류),”²⁸⁾ “로봇 서비스(대분류)” 중 “로

²⁷⁾ 국내 식품 산업 로봇 시장의 정확한 규모에 관한 공식 통계는 아직 마련되지 않았음. 이는 식품산업에서 로봇의 도입이 초기 또는 연구개발 단계로 보아야하며, 시장 규모가 비교적 영세하기 때문임. 다만, 서빙로봇과 같은 경우는 실제 비즈니스에 적용되어 활발히 적용 및 활용되고 있어, 이 분야에 대한 대내외적인 관심과 통계 마련에 대한 필요성은 높아지고 있음.

봇 이용 음식점 및 관련 정보 서비스(중분류²⁹⁾)”가 푸드테크 로봇에 해당된다고 볼 수 있음(〈표 2-2〉 참조).

- 즉, 통계청의 기준에 따르면 푸드테크 로봇은 주로 음식료의 최종소비자를 대면하는 외식업계에서 사용되는 로봇을 의미함. 그러나, 푸드테크 산업은 식품제조업 및 유통업에도 광범위하게 사용되므로 보다 광범위한 영역을 고려할 필요가 있음.

〈표 2-2〉 로봇산업특수분류 중 ‘푸드테크 로봇’ 연관 분류

대분류	중분류	소분류
제조업용 로봇	생명공학기술 공정용 로봇 제조	생물 세포조작, 신약합성 및 분석용 로봇 제조
		기타 생명공학기술 공정용 로봇 제조
	기타 제조업용 로봇 제조	협동 로봇 제조
		제조공정 교육훈련용 로봇 제조 기타 달리 구분되지 않은 제조업용 로봇 제조
전문서비스 로봇	사업시설 관리용 로봇 제조	사업시설 청소용 로봇 제조
		사업시설 안내용 로봇 제조
		기타 사업시설 관리용 로봇 제조
	농림어업용 로봇 제조	작물재배 및 축산용 로봇 제조
		임업 및 어업용 로봇 제조
		기타 농림 어업용 로봇 제조
	기타 전문서비스 로봇 제조	배달, 물품취급 및 서빙용 로봇 제조
		전문요리용 로봇 제조
		연구용 로봇 제조
기타 달리 분류되지 않은 전문서비스용 로봇 제조		
개인서비스용 로봇 제조	가사용 로봇 제조	가사용 로봇청소기 제조
		가정 경비용 로봇 제조 기타 가사용 로봇 제조
	기타 개인서비스용 로봇 제조	기타 개인서비스용 로봇 제조
로봇 서비스	로봇 이용 음식점 및 관련 정보 서비스	로봇 이용 음식점 및 음료점
		로봇관련 전문 간행물 출판 및 포털 서비스
		로봇시스템 구축 및 운영서비스
		로봇 운영관련 정보 서비스
		기타 달리 분류되지 않은 로봇관련 정보 서비스

자료: 한국로봇산업진흥원(2020), 삼일PwC경영연구원(2022) 자료를 재구성.

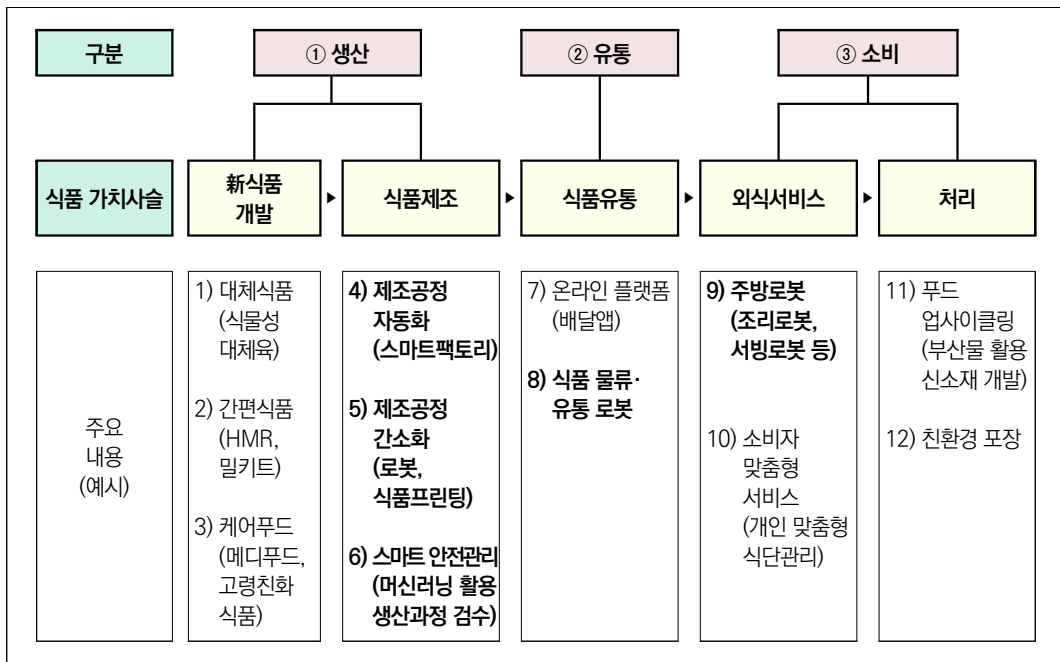
28) 외식업체에서 사용하는 서빙, 조리 로봇 등을 포함함.

29) 로봇 카페 등을 포함함.

○ 따라서, 농림축산식품부에서 정의하는 ‘협의를 푸드테크(food tech)’를 기반으로, 푸드테크 로봇의 범위를 보다 명확하게 분류해볼 수 있음.

- 푸드테크는 식품 가치사슬에서 ‘新식품 개발, 식품제조 및 유통, 외식서비스, 부산물 처리’ 등 5개 분야로 구분되는데(관계부처합동, 2022), 이 가운데 ‘식품 로봇’은 아래와 같은 5개 부문으로 포함되는 것으로 볼 수 있음.
- 식품제조: (4) 제조공정 자동화(스마트팩토리); (5) 제조공정 간소화(로봇, 식품 프린팅); (6) 스마트안전관리(머신러닝 활용 생산과정 검수)
- 식품유통: (8) 식품물류 및 유통 로봇
- 외식서비스: (9) 주방로봇(예, 조리로봇, 서빙로봇 등)

〈그림 2-1〉 협의의 푸드테크



자료: 관계부처합동(2022). 푸드테크 산업 발전방안.

○ 본 연구에서도 상기 협의의 푸드테크(〈그림 2-1〉 참조)를 기준으로 푸드테크 로봇을 분류하여 이를 실증 분석에 활용하고자 함. 이 가운데 가치사슬 상 식품유통 부문의 물류 및 유통(배달) 로봇과 외식서비스 부문의 주방로봇(조리 로봇, 서빙 로봇, 접객·주문·결

제 로봇 등)을 중심으로 다루고, 식품제조 분야(제조공정(생산) 자동화 및 간소화)의 로봇에 관해 추가적으로 논의하고자 함.

〈표 2-3〉 분석 대상 푸드테크 로봇의 분류

구분	설명
▶ 식품 유통(식품 물류·유통)	
식료품 물류 로봇	물류 창고 내에서 AGV(Automated Guided Vehicle), 소팅 시스템 등을 통해 식료품을 자동으로 분류하고 운반하는 로봇, 최근 MFC(Micro Fulfillment Center)에 주로 적용
배달 로봇	자율주행, IoT 기술 등을 활용하여 음식을 옥내 또는 옥외에서 최종 소비자에게 배송하는 로봇
▶ 외식서비스	
조리 로봇	다관절로봇(Articulated Robot) 플랫폼을 기반으로 스마트 툴 체인저(다양한 도구를 바꿔가며 사용) 및 그리퍼(물체를 쥐거나 놓음) 기술을 사용해 음식을 조리하는 로봇, 협동로봇 플랫폼으로 요리사를 보조하는 로봇을 포함. 예를 들어, 로봇 팔 부분에 다양한 주방 기구를 사용할 수 있도록 하여 조리 또는 주방 업무를 보조
서빙 로봇	SLAM(Simultaneous Localization And Mapping) 알고리즘을 기반으로 한 자율주행 기술과 LiDAR(Light Detection And Ranging) 센서를 활용해 조리된 음식을 소비자에게 운반하여 전달하는 로봇
접객·설거지·정리 로봇	IoT 등을 활용해 스마트폰, 태블릿PC로 예약, 좌석 안내, 주문, 결제가 가능한 로봇으로, 서비스 강화 측면에서 휴머노이드 형태를 차용되기도 함. 다관절로봇의 팔을 사용하거나 전용 식기 및 전용 자동화 기구를 결합해 퇴식구로 운반된 그릇을 대규모로 세척하고 정리하는 로봇
▶ 식품 제조	
음식료 공장 제조 로봇	음식료 전처리, 선별, 가공, 포장 등 생산공정 자동화 및 협업 로봇

자료: 한국로봇산업진흥원(2020); 삼일PwC경영연구원(2022).

2. 푸드테크 로봇 산업 현황

- 제2장에서는 우선 전체 로봇 산업(푸드테크 로봇 산업을 포함)에 대해 간략히 설명한 뒤, 푸드테크 로봇 시장에 대해 논의하고자 함.
- 세계 시장조사기관이 전망하는 ‘푸드테크 로봇’ 시장 규모는 차이가 있는데, 이는 보고서 초반에 언급했듯이 ‘푸드테크 로봇’의 범위 등의 기준이 차이가 있기 때문임.

〈표 2-4〉 기관별 글로벌 푸드테크 로봇 시장 규모

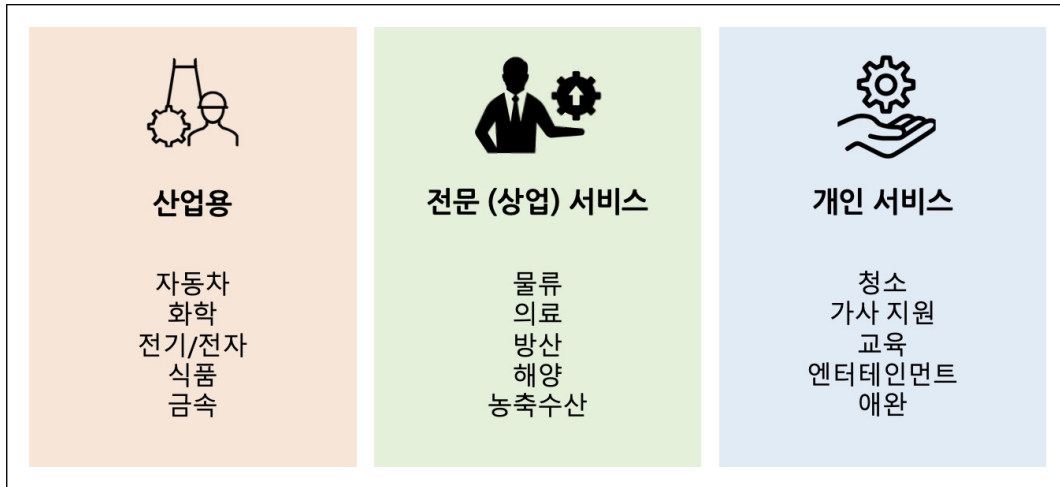
구분	동향 및 전망
글로벌 마켓 인사이트 (Global Market Insights)	- 2022년 약 32억 달러(약 4조 2,240억 원)로 추산 - 2023~2032년까지 연평균 성장률(CAGR)은 12% 이상으로 예상
IMARC 그룹	- 2022년 22억 달러(약 2조 9,040억 원)로 추산 - 2023~2028년 동안 연평균 11.8% 성장하여 2028년에는 43억 달러(약 5조 6,760억 원)에 이를 것으로 예상
반타지 마켓 리서치 (Vantage Market research)	- 2022년 20억 7,225만 달러(약 2조 9,040억 원)로 추산 - 연평균 12.50% 성장하여 2030년까지 53억 1,695만 달러(약 7조 1,823억 원)에 이를 것으로 예상
마켓앤마켓 (MarketsandMakrets)	- 2020년 약 19억 달러(약 2조 5,080억 원)로 추정 - 2026년까지 연평균 13.1% 성장하여 40억 달러(5조 2,800억 원)에 이를 것으로 예상
그랜드뷰리서치 (Grand View Research)	2025년까지 시장규모가 33억 5천만 달러(약 4조 4,220억 원)에 이를 것으로 예상

자료: 각 시장조사기관 발표 자료를 저자가 정리.

○ 국제로봇연맹(IFR)의 분류에서 푸드테크 산업 로봇 시장은 ‘식품 산업 로봇’으로 산업용 로봇 범주 내에서만 별도로 구분되어 있고, 서비스용 로봇 카테고리에서는 별도로 구분되어 있지 않음.

- 따라서, 본 장에서 다루는 푸드테크 로봇 시장은 산업용 로봇 범주 내의 ‘식품 산업 로봇 시장’에 한정됨.
- IFR의 정의에 따르면 ‘산업용 로봇’은 로봇 시스템의 설계, 제조 공정, 조립 라인 등의 산업 환경에서 사용되는 로봇과 자동화 기술을 의미하며, 로봇 사용을 통해 작업의 생산성, 효율성 및 정밀도를 증진시킬 수 있음. 또한, 로봇은 두 개 이상의 축에서 프로그래밍 가능한 동력 기계로 정의되며, 프로그래밍 된 작업을 수행하기 위해 환경 내에서 일정 정도의 자율성을 가지고 움직이는 기술을 의미함.
- 산업용 로봇을 사용하는 상위 다섯 개 산업은 자동차, 플라스틱/화학, 플라스틱/금, 전기/전자, 식품 산업임(Statista, 2023).

〈그림 2-2〉 로봇 산업 구조



자료: 미래에셋증권 리서치센터(2022) 자료를 바탕으로 저자가 재구성.

2.1. 로봇 시장 현황

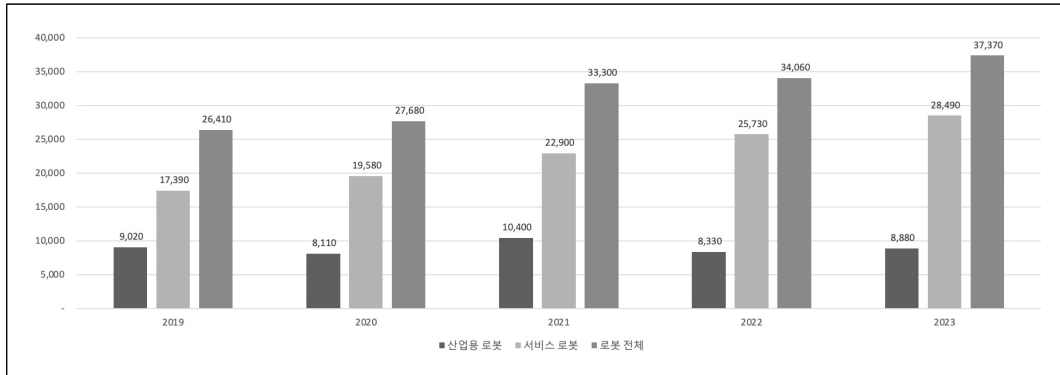
○ 글로벌 시장조사기관 Statista에 따르면, 2023년 전 세계 로봇시장 규모는 약 373억 7,000만 달러(약 49조 3,300억 원³⁰⁾)이며, 이는 2019년 264억 1,000만 달러(약 36조 8,600억 원) 대비 약 41.50% 증가한 수준임.

- 또한, 이 중에서 산업용 로봇은 88억 8,000만 달러, 서비스 로봇은 284억 9,000만 달러 규모로, 서비스 로봇이 전체 로봇시장의 약 76%를 차지하고 있음(Statista, 2023).
- 또한, 전 세계 로봇 시장은 2023년부터 2028년까지 연평균 성장률(CAGR)이 3.83%로 꾸준히 성장할 것으로 예상되며, 2028년에는 450억 9,000만 달러에 이를 것으로 추정됨.

³⁰⁾ 원-달러 환율 1,320원 기준으로 환산됨.

〈그림 2-3〉 글로벌 로봇 시장 매출액 추이

단위: 백만 달러



자료: Statista (2023)의 자료를 바탕으로 저자가 재구성.

○ 국가별 매출액 규모를 살펴보면, 2023년 미국이 77억 2,200만 달러로 전체 로봇 시장에서 20.79%의 가장 큰 비중을 차지했으며, 이어서 중국은 63억 9,600만 달러로 나타났다으며, 독일은 31억 5,000만 달러의 시장 규모를 보였다.

- 매출액 상위 5개 국가인 미국, 중국, 독일, 일본, 한국 등이 전체 로봇 시장의 57.79%를 차지하고 있는 것으로 조사되었고, 한국은 15억 700만 달러(약 1조 9,800억 원)의 시장 규모로 전 세계에서 5위를 기록하며, 전체 로봇 시장에서 4.06%의 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남.

〈표 2-5〉 전 세계 로봇 시장 매출액 상위 10개국(2023년 기준)

단위: 백만 달러, %

순위	국가명	매출액	비중
1	미국	7,722	20.79
2	중국	6,396	17.22
3	독일	3,150	8.48
4	일본	2,687	7.24
5	대한민국	1,507	4.06
6	프랑스	1,313	3.54
7	영국	1,305	3.51
8	캐나다	1,120	3.02
9	이탈리아	1,103	2.97
10	벨기에	866	2.33

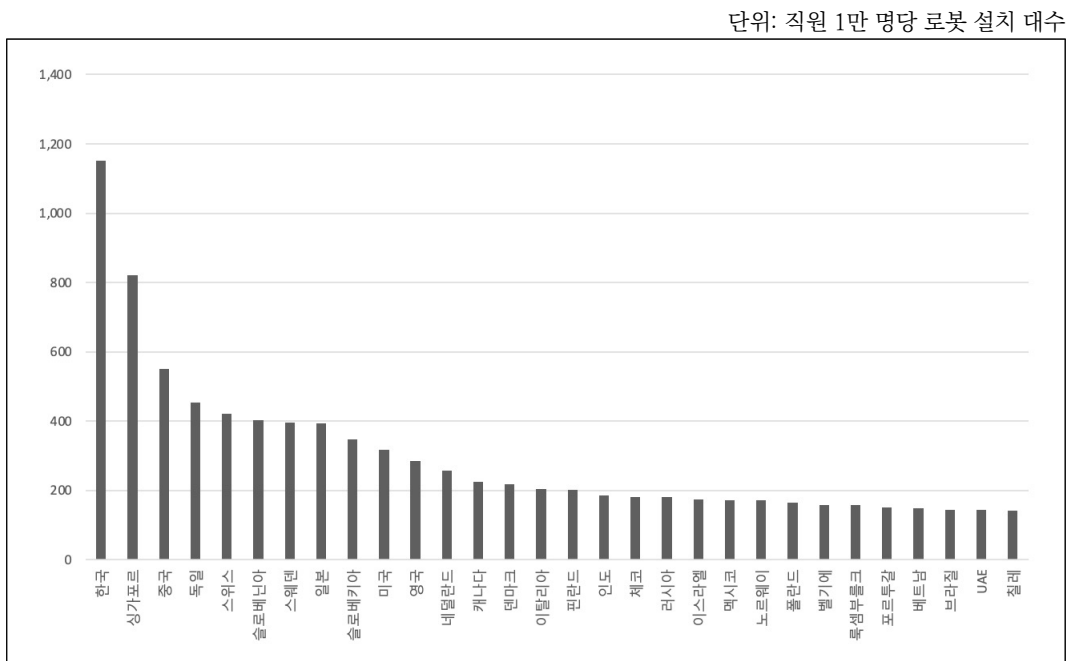
주: 비중(%)은 상위 10개국을 포함한 전체 시장 대비 국가별 비중임.

자료: Statista (2023)의 자료를 바탕으로 저자가 재구성.

○ 또한, 2023년도 국가별 근로자 1만 명당 산업용 로봇 수(이하 로봇 밀도)는 한국이 1,151대로 가장 많았고, 싱가포르 821.7대, 중국 551.7대, 독일 454.6대, 스위스 422대 순으로 나타났음.

- 현재 전 세계적으로 로봇 사용은 빠른 속도로 가속화되고 있으며, 한국의 경우 로봇 밀도가 2016년 626.4대에서 2023년 1,151대로 거의 두 배 가까이 증가하였음.
- 이처럼 한국은 로봇 밀도 면에서 세계적으로 선두를 유지하고 있으며, 자동화 수준이 매우 높은 국가로 인식되고 있음. 한국의 로봇 밀도는 세계 평균(근로자 1만 명당 121.74대)의 약 9.45배에 이룸.
- 이러한 높은 로봇 밀도는 한국이 높은 자동화 수준을 요구하는 전자 산업과 자동차 산업 등의 강력한 산업 분야에 기반을 두고 있기 때문에 가능한 현상이며, 이외 로봇 밀도 상위권 국가들도 대부분 인건비 부담이 크고 기술력은 높은 선진국들임(삼일PwC 경영연구원, 2022).

〈그림 2-4〉 국가별 로봇 밀도 비교(2023년 기준)



자료: Statista (2023)의 자료를 바탕으로 저자가 재구성.

○ 전 세계 산업용 로봇시장 매출액은 88억 8천만 달러(약 106조 5,600억 원)이며, 세부 업종별로는 전기/전자 산업 25억 6천만 달러(28.83%), 기타 산업 23억 3천만 달러(26.24%), 자동차 산업 21억 8천만 달러(24.55%) 순임.

- 국내 산업용 로봇 매출액은 4억 170만 달러(약 5,504억 4,000만 원)이며, 세부 업종별로는 전기/전자 산업 1억 4,400만 달러(35.85%), 기타 산업 1억 1,070만 달러(27.56%), 자동차 산업 1억 190만 달러(25.37%) 순임.

〈표 2-6〉 전 세계 업종별 산업용 로봇 매출액(2023년 기준)

단위: 백만 달러

구분	전 세계	국내
자동차	2,180	101.90
플라스틱/화학	700	26.69
전기/전자	2,560	144.00
식품	410	1.46
금속/기계	700	17.01
기타	2,330	110.70
합계	8,880	401.70

자료: Statista (2023)의 자료를 바탕으로 저자가 재구성.

○ 2023년 전 세계 산업용 로봇 설치 대수(number of new industrial robot installations)는 총 434,900대에 달했음. 가장 큰 수요처는 전기/전자 산업으로 133,400대가 설치되었으며, 전체의 30.67% 수준으로 나타남. 이어서 기타 산업이 128,300대(29.50%), 자동차 산업이 83,180대(19.13%)였고, 식품 산업은 24,930대로 전체의 약 5.73%를 차지하는 것으로 조사됨.

- 같은 해 국내 산업용 로봇 설치 대수는 41,460대로, 전기/전자 산업이 14,860대(35.84%)로 가장 큰 비중을 차지했고, 이어서 기타 산업이 11,420대(27.54%), 자동차 산업이 10,510대(25.35%) 순으로 나타남.

- 식품 산업에서 사용되는 로봇은 약 150대로 전체의 약 0.36%를 차지하였음. 다만, 식품 로봇은 주로 외식업체를 수요처로 하는 로봇임. 이들은 주로 음식료 조리, 서빙, 배달 등에 주로 사용되고 있기 때문에 서비스 로봇 항목에 대다수 포함되어 있을 것으로 사료됨. 본 연구에서는 자료의 제약으로 서비스 로봇 중에서 식품 로봇만을 별도로

로 구분하는 것은 불가능하지만, 2023년 국내 서비스 로봇의 설치 대수는 163,400대로, 이는 국내 산업용 로봇 도입 대수의 약 3.9배에 해당함(Statista, 2023).

〈표 2-7〉 전 세계 및 국내 업종별 산업용 로봇 도입대수(2023년 기준)

단위: 대, %

구분	전 세계		국내	
	도입 대수	비중	도입 대수	비중
자동차	83,180	19.13	10,510	25.35
플라스틱/화학	31,510	7.25	2,760	6.66
전기/전자	133,400	30.67	14,860	35.84
식품	24,930	5.73	150	0.36
금속/기계	33,590	7.72	1,760	4.25
기타	128,300	29.50	11,420	27.54
합계	434,900	100.00	41,460	100.00

자료: Statista (2023)의 자료를 바탕으로 저자가 재구성.

2.2. 식품 로봇 시장

○ 2023년 전 세계 식품 로봇 시장 규모는 4억 1,000만 달러(약 5,400억 원)로 지난 2019년(3억 9,000만 달러) 대비 약 5.13% 성장하였음(Statista, 2023).

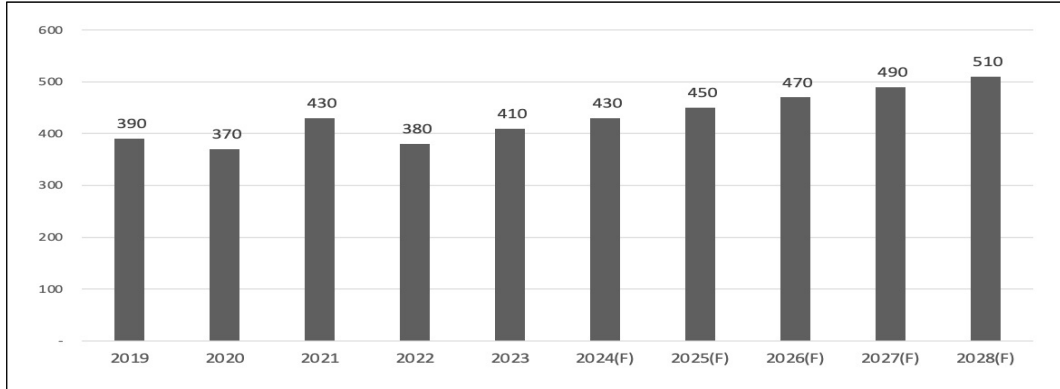
- 식품 로봇은 국가별 사회경제적 여건 등의 차이는 존재하나, 현재 미·중·일을 중심으로 제품군에 따라 개발 및 상용화 시도단계 또는 시장진입 단계에 접어들었다고 볼 수 있음(KIRIA, 2020).

○ 특히 코로나19 팬데믹 이후 급속도로 성장한 식품 로봇 시장은 2028년까지 5억 1천만 달러에 이를 것으로 예상되며, 앞으로도 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망됨.

- 세계적으로 노동력 부족 및 인건비 상승이 심화됨에 따라 대표적인 자동화 설비인 로봇에 대한 수요가 크게 증가하였음.
- 글로벌 경기 침체에 따른 로봇 수요 둔화가 우려되고 있는 상황이지만, 로봇 기술 발전에 따른 인간-로봇 협동 작업, 로봇 활용범 확대가 앞으로도 견조한 로봇 수요를 이끌어 나갈 것으로 예상됨.

〈그림 2-5〉 전 세계 식품 로봇 시장 매출액 추이

단위: 백만 달러



자료: Statista (2023)의 자료를 바탕으로 저자가 재구성.

○ 국가별 산업용 식품 로봇 시장 규모 비교에서 미국은 4,657만 달러로 전체 식품 로봇 시장의 11.40%를 차지해 가장 높은 비중을 보였으며, 이탈리아가 3,910만 달러로 뒤를 이었고, 인도가 2,931만 달러로 그 다음 순위를 기록했다. 한국은 산업용 식품 로봇 시장에서 146만 3,000달러로 전체의 0.36%를 차지하여 40위에 올랐음.

- 또한, 상위 10개국인 산업용 식품 로봇 시장 전체 매출의 약 60.20%를 차지하는데, 이는 식품 로봇 시장이 특정 국가에 집중되어 있음을 보여주며, 기술 발전과 시장 수요의 지역적 차이를 시사함.

〈표 2-8〉 국가별 식품 로봇 시장 매출액 10개국(2023년 기준)

단위: 백만 달러, %

순위	국가명	매출액	비중
1	미국	46.57	11.40
2	이탈리아	39.10	9.57
3	인도	29.31	7.18
4	프랑스	25.34	6.20
5	네덜란드	22.52	5.51
6	중국	21.04	5.15
7	독일	17.04	4.17
8	인도네시아	16.35	4.00
9	덴마크	15.72	3.85
10	베트남	12.96	3.17
:	:	:	:
40	한국	1.46	0.36

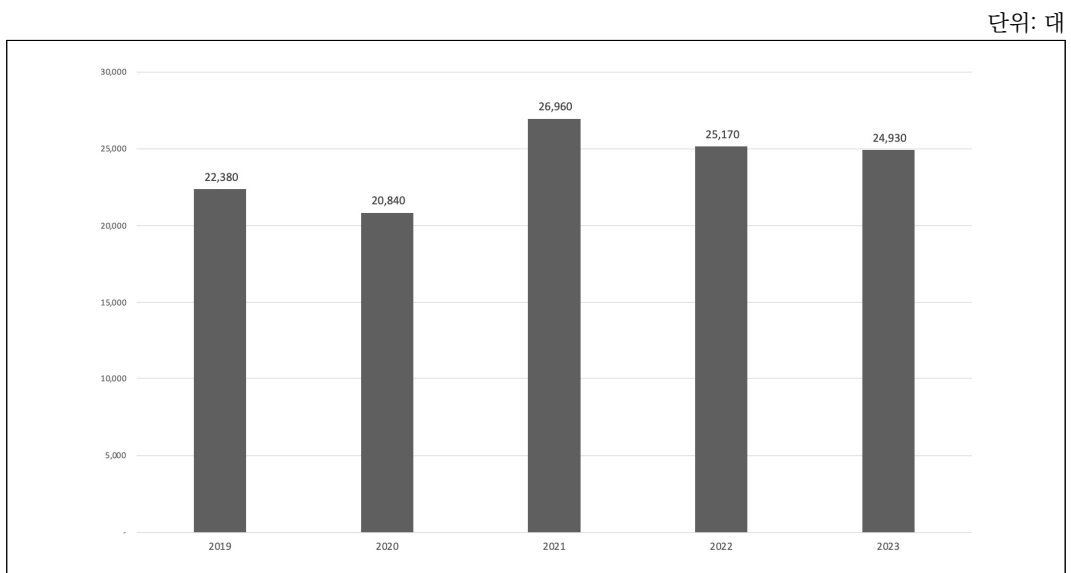
주: 비중은 전 세계 식품 로봇 시장 규모 대비 각국의 비중임.

자료: Statista (2023)의 자료를 바탕으로 저자가 재구성.

○ 2023년 기준으로 전 세계 식품 로봇의 신규 설치 대수는 총 24,930대로 집계되었음. 2019년에 22,380대였던 신규 설치 대수는 2020년 코로나19의 영향으로 20,840대로 감소하였으나, 이후 수요가 회복되면서 증가세를 보였음.

- 전체 로봇 적용에 있어서 음식료 산업은 다른 제조업과 비교했을 때 상대적으로 낮은 수준을 보이는데, 이는 엄격한 위생 및 안전 규정을 지닌 업계의 특성 때문임(삼일 PwC경영연구원, 2022).

〈그림 2-6〉 글로벌 식품 로봇 신규 설치대수 추이



자료: Statista (2023)의 자료를 바탕으로 저자가 재구성.

○ 2023년 국내 산업용 식품 로봇의 매출액은 약 146만 3,000달러(약 19억 3,100만 원)로, 전년 대비 0.7% 증가한 수치임.

- 2016년 이후 국내 시장은 2019년을 제외하고는 대체로 일관된 매출을 보였음. 2019년에는 이전 해 대비 26.8% 성장한 175만 달러를 기록했지만, 2020년 코로나19의 영향으로 매출이 20% 감소한 것으로 나타남.
- 전 세계적으로 식품 로봇 수요가 증가하고 있음에도 불구하고 국내 매출이 비슷한 수준을 유지하는 것은, 이 통계가 산업용 로봇에 국한되었기 때문일 수 있음. 현재 물류 및 서빙 로봇과 같은 식품 로봇의 수요가 증가하고 있지만, 이들은 서비스 로봇으로

분류되어 본 통계에는 포함되지 않음. 따라서 이 통계를 바탕으로 한 시장 규모 분석에는 주의가 필요함.

〈표 2-9〉 국내 식품 로봇 시장 매출액 추이

단위: 백만 달러, %

	전 세계	한국		
	매출액	매출액	전년 대비 변화	전 세계 대비 비중
2016	400	1.45	-	0.36
2017	400	1.47	1.4	0.37
2018	390	1.38	-6.1	0.35
2019	390	1.75	26.8	0.45
2020	370	1.40	-20.0	0.38
2021	430	1.55	10.7	0.36
2022	380	1.45	-6.5	0.38
2023	410	1.46	0.7	0.36

자료: Statista (2023)의 자료를 바탕으로 저자가 재구성.

○ 본 연구에서는 전 세계 전체 로봇 시장에서 서비스 로봇이 차지하는 비율(약 76%)을 바탕으로 식품 서비스 로봇 시장 규모를 추산하였음(〈표 2-9〉 참조).

- 전 세계 식품 서비스 로봇 시장 규모는 약 12억 9,800만 달러(약 1조 7,100억 원)로 추정되며, 국내 시장은 약 463만 2,800달러(약 61억 1,500만 원)로 추산됨.
- 서비스 로봇 시장을 포함한 전 세계 식품 로봇 시장 규모는 17억 800만 달러(약 2조 2,550억 원), 국내는 609만 5,800달러(약 80억 4,600만 원)로 추산됨.

〈표 2-10〉 식품 서비스 로봇 시장 규모 추정 결과(2023년 기준)

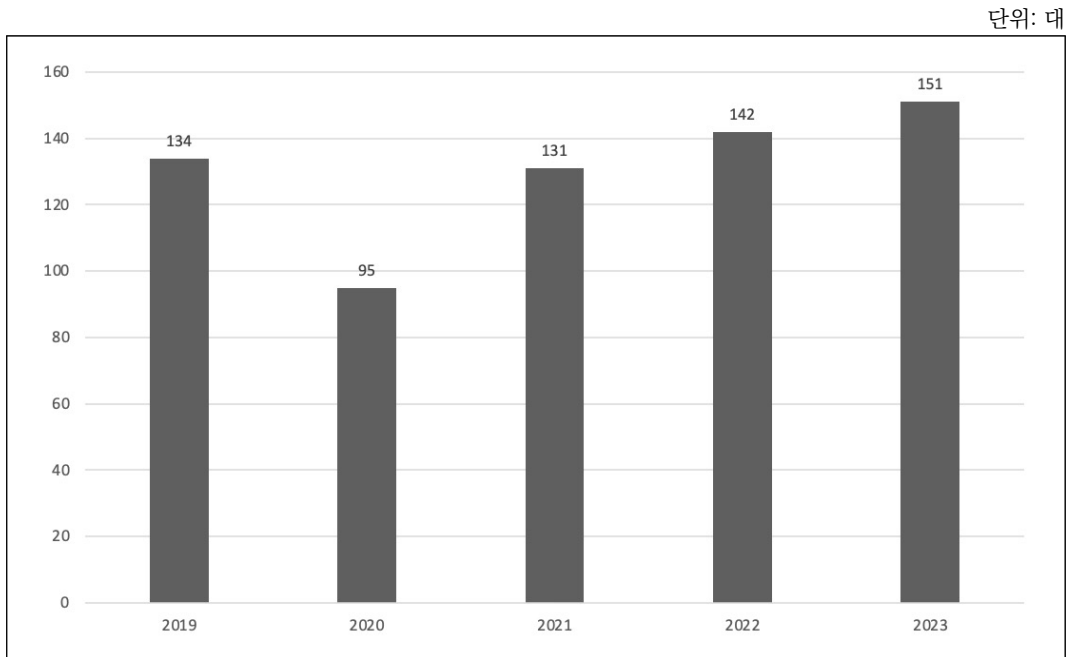
	전체	산업용 로봇	서비스 로봇
로봇 산업			
- 전 세계	373억 7,000만 달러 (약 49조 3,300억 원)	88억 8,000만 달러 (약 11조 7,200억 원)	284억 9,000만 달러 (약 37조 6,100억 원)
- 국내	15억 700만 달러 (약 2조 724억 원)	4억 170만 달러 (약 5,504억 4,000만 원)	11억 50만 달러 (약 1조 5,180억 원)
식품 로봇 산업			
- 전 세계	17억 800만 달러(f) (약 2조 2,550억 원)	4억 1,000만 달러 (약 5,400억 원)	12억 9,800만 달러(f) (약 1조 7,100억 원)
- 국내	609만 5,800달러(f) (약 80억 4,600만 원)	146만 3,000달러 (약 19억 3,100만 원)	463만 2,800달러(f) (약 61억 1,500만 원)

주: 전체 = 산업용 로봇 + 서비스 로봇. (f)는 추정치를 의미함.

자료: Statista (2023)의 자료를 바탕으로 저자 계산.

- 2023년 국내 식품 로봇의 신규 설치 대수는 151대이며, 코로나19의 영향을 받은 2020년을 제외하고는 최근 5년간 꾸준히 증가하는 추세를 보였음. 앞서 논의된 바와 같이, 음식료 산업에서 로봇 적용은 엄격한 위생 기준과 같은 업계 특유의 제약으로 인해 다른 산업에 비해 상대적으로 낮은 수준임.

〈그림 2-7〉 국내 식품 로봇 신규 설치대수 추이



자료: Statista (2023)의 자료를 바탕으로 저자가 재구성.

- 2023년 국내 식품 로봇 설치 단가는 9,690달러/대로, 세계 평균 21,610달러/대에 비해 저렴한 것으로 나타남. 전 세계적으로 식품 로봇의 단가는 2016년 이후 지속적으로 상승 추세를 보인 반면, 국내에서는 상대적으로 안정적인 가격을 유지하거나 소폭 하락하는 경향을 보여 가격 경쟁력이 있다고 평가됨.

〈표 2-11〉 식품 로봇 1대 당 설치 가격 비교

단위: 달러/대

	로봇 전체(국내)			식품 로봇	
	평균 단가	산업용	서비스용	전 세계	국내
2016	18,820	103,100	14,850	15,070	10,310
2017	17,820	123,800	13,380	17,800	12,380
2018	17,160	176,900	12,130	23,370	17,690
2019	15,920	130,600	11,190	23,480	13,060
2020	14,190	146,400	10,940	21,790	14,640
2021	13,930	117,700	10,180	21,480	11,770
2022	12,700	102,100	9,690	20,090	10,210
2023	12,430	96,900	9,440	21,610	9,690

주: 로봇 전체는 식품 로봇을 포함한 수치임.

자료: Statista (2023)의 자료를 바탕으로 저자가 재구성.

2.3. 한계점

- 이 장에서 언급된 현황 자료는 산업용 식품 로봇에 국한된 정보를 담고 있음. 향후 연구에서는 서비스용 식품 로봇 시장에 대한 자료를 추가하여 더 포괄적인 현황 분석이 필요함.
- 서비스용 로봇 시장, 특히 서빙 및 배달 로봇 등이 주력 분야로 성장할 것으로 예상되며, 한국 정부도 이러한 성장 가능성을 인지하여 2021년 222억 원이었던 서비스용 로봇 분야 예산을 2022년에는 508억 원으로 크게 증액시킨 바 있음(삼일PwC경영연구원, 2022).
- 또한 식품 로봇에 대하여 전 세계적으로 통일된 분류나 범위가 설정되어 있지 않아, 시장조사 기관별로 제시하는 시장 규모가 상이할 수 있어 주의가 필요함.

3

주요 이슈 분석

1. 분석방법 및 자료

○ 본 연구에서는 웹크롤링 및 데이터 전처리, 토픽모델링, 시계열 회귀분석 등의 순서로 분석을 진행하였음.

- 첫째, 국내 54개 언론사의 뉴스 빅데이터를 제공해주는 빅카인즈(BIG KINDS)³¹⁾를 이용하여 ‘식품 로봇’ 관련 국내 54개 언론사의 뉴스 기사를 수집(크롤링)하였음. 분석 기간은 로봇 분야가 최근 10년³²⁾ 사이 큰 성장세를 보이며 주목 받기 시작하였다는 점을 고려하여 2013년 1월부터 2023년 9월까지로 선정하였음.
- 둘째, 기사 빅데이터 분석에 앞서 중복기사, 유의어 처리 및 불용어(stop word)³³⁾ 제거 등 분석을 위한 텍스트 전처리 과정을 수행하여 핵심 단어만 분석에 활용될 수 있도록 함. 다음으로, 모든 기사(또는 문서) 내에서 등장한 단어의 출현 빈도를 행렬로 표현한 DTM(Document-Term Matrix, 문서 단어 행렬)³⁴⁾을 생성함.

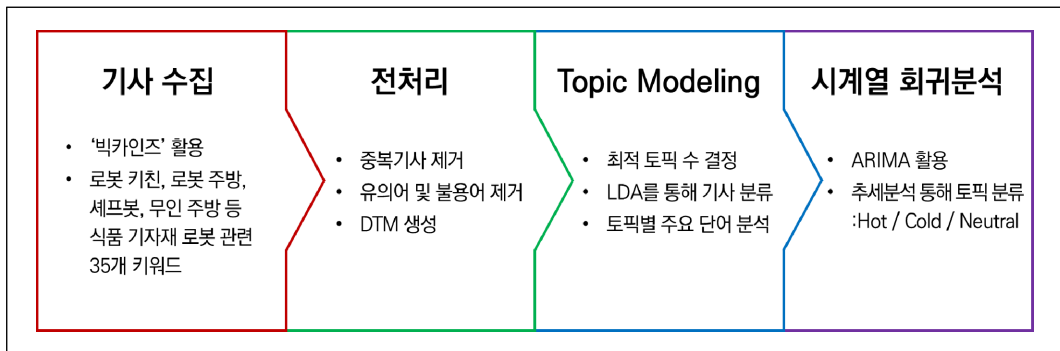
31) <http://www.bigkinds.co.kr>

32) 푸드테크라는 용어가 대두된 시기는 관련 스타트업 투자 금액이 급증한 2010년대 중반으로, 해당 시기부터 푸드테크가 글로벌 트렌드의 주요 영역으로 편입되기 시작했음(삼일PwC경영연구원, 2022).

33) 불용어란 사용 빈도수는 높지만 분석에 크게 도움이 되지 않는 단어를 의미하며, 대표적인 불용어로는 조사(예, ‘-가’), 어미(예, ‘-를’, ‘-는’), 접사, 접속부사 등이 있음.

- 셋째, 수집 및 전처리된 기사에서 토픽(주제)를 발견하는 작업인 토픽모델링(topic modeling) 분석을 수행하여 각 기사를 특정 토픽으로 분류하였음.
- 마지막으로, 토픽 모델링 결과값을 분석 자료로 활용하여 시계열 회귀분석을 수행함으로써 시간의 흐름에 따라 각 토픽의 중요성이 어떻게 변화하는지 트렌드(trend) 분석을 실시함.

〈그림 3-1〉 분석 흐름도



- 푸드테크 관련 연구 분야에서 토픽을 활용한 시장 트렌드 분석을 시도한 연구는 국내에서는 거의 없음. 본 연구는 비정형 텍스트 자료를 사용하여 토픽 모델링과 시계열 모형을 결합하여 실증 분석을 시도하였다는데 연구의 차별성이 있음.

2. 토픽모델링(Topic modeling) 분석

- 본 연구에서는 식품 기자재 로봇에 대한 주요 이슈 및 현황을 파악하기 위해 국내 주요 신문 기사를 대상으로 토픽모델링(Topic modeling) 분석을 수행하였음.
 - 토픽모델링이란 구조화되지 않은 비정형 텍스트 자료에서 일정 패턴을 파악하여 해

³⁴⁾ 문서-단어행렬(Document-Term Matrix)을 뜻하며, 모든 문서 내에서 등장한 모든 단어의 출현 빈도를 행렬로 표현한 것임. DTM은 행은 문서(본 연구에서는 '기사'를 의미), 열은 단어로 구성됨.

당 문서의 주제를 발견하기 위한 알고리즘으로, 맥락과 관련된 단서들을 이용해 텍스트 분류 및 문서 군집화를 통해 문서 간 유사성을 파악하는 방법임. 이 분석을 통해 현재 식품기자재 로봇과 관련된 한국 사회의 논의가 어떤 세부 주제들로 구성되어 있는지 살펴볼 수 있음.

○ 그동안 토픽모델링은 뉴스 기사 등 비정형 텍스트를 활용하여 새로운 정보를 발견하기 위해 다수의 연구에서 활용되어 왔음(김도희 외, 2021; 성운아, 2022; 양연희, 2021).

- 김도희 외(2021)는 토픽모델링을 활용하여 1990년에서 2019년까지 10년 단위로 과거부터 꾸준히 허위·과장광고로 피해가 발생하고 있으나 연대별로 피해 업종과 대상은 다르게 나타나고 있다는 것을 밝혔으며, 연대별로 피해 관련 키워드가 달라지는 것은 사회적·환경적 요인의 영향을 받는다는 것을 밝힘.

- 성운아(2022)는 토픽모델링을 통해 ‘가상관광’의 트렌드가 코로나19로 인해 ‘콘텐츠의 다양성 확보’에서 ‘코로나19로 인한 피해 지역의 경제 회복을 위한 사업’으로 바뀌었으며, 가상공간에 대한 공급과 수요가 확대되고 있음을 밝히면서 이에 대응할 수 있는 정책을 제안하였음.

- 양연희(2021)는 토픽모델링을 통해 국내 공공갈등 유형을 11개의 유형으로 분류하였으며, 체계적인 갈등관리 시스템이 필요하다는 결론을 도출하였음.

○ 본 연구에서는 LDA(Latent Dirichlet Allocation, 잠재 디리클레 할당) 기법을 사용하여 토픽모델링 분석을 수행함.

- LDA는 생성 확률 모델(generative probabilistic model)에 기반하여 각 문서에 어떠한 토픽들이 분포해 있는지에 대한 잠재된 확률을 계산하고, 해당 확률에 근거하여 토픽을 추출함(Blei et al., 2003).

- 또한, 토픽별 단어의 분포 및 문서별 토픽의 분포를 모두 추정해준다는 특징이 있어, 비정형 문서의 주제 분류에 가장 많이 활용되고 있음(Griffiths and Steyvers, 2004; 임종현 외, 2022).

○ LDA는 크게 아래의 세 가지 가정 하에서 수행됨.

- 첫 번째 가정은 단어의 교환성임. 이는 단어의 순서보다는 단어의 사용 유무만이 중요하다라는 가정임. 이렇게 가정함으로써 문서는 단순히 그 안에 포함되는 단어들의 빈도 수 만으로도 표현이 가능하게 됨.
- 두 번째 가정은 토픽은 여러 단어의 조합으로 구성되며, 한 토픽에 여러 단어가 서로 다른 비중으로 포함될 수 있다는 것임. 또한 같은 단어가 여러 토픽에 서로 다른 비중으로 포함될 수 있음. 예를 들어 <표 3-1>에서 볼 수 있듯이, '분석'이라는 단어는 토픽 1, 2, 3에서 각각 다른 비중으로 나타남을 알 수 있음.³⁵⁾
- 세 번째 가정은 각 문서는 여러 토픽의 조합으로 구성된다는 것임. 따라서 한 문서 내에서도 여러 토픽의 단어가 서로 다른 비율로 포함되며, 사용된 단어의 토픽 비중을 통해 확률이 더 높은 쪽으로 토픽을 분류하게 됨. 예를 들면, <표 3-2>의 '문서 2'는 해당 문서에 사용된 전체 단어 중 토픽 1에 해당하는 단어가 0.286의 비중으로 포함되어 있고, 토픽 2에 해당하는 단어가 0.714의 비중으로 포함되어 있으므로, 문서 2는 토픽 2에 해당될 것임.
- 이때, 특정 단어가 특정 토픽에서 차지하는 비중을 값을 베타(β), 각 문서 내에서 특정 토픽이 차지하는 비중을 나타낸 값을 감마(γ)라고 함. 예를 들어 세 개의 토픽으로 나뉘지는 4개의 문서가 있다고 할 때, 베타와 감마는 <표 3-1>과 <표 3-2>와 같이 나타남.
- 각 베타 값은 (w번째 단어 중 토픽 k로 분류된 것의 개수) / (토픽 k에 사용된 모든 단어 개수)로 계산됨. 따라서 각 토픽의 모든 단어의 베타 값을 더하면 1이 되는데, 이는 <표 3-1>에서 각 열의 합이 1이 되는 것을 통해 확인할 수 있음.
- 각 감마 값은 (d번째 문서에 사용된 단어 중 토픽 k로 분류된 단어의 수) / (d번째 문서에 쓰인 전체 단어 수)로 계산되고, 따라서 각 문서마다 모든 감마 값을 더하면 1이 됨. 이는 <표 3-2>에서 각 행의 합이 1이 되는 것을 통해 확인할 수 있음.

³⁵⁾ 즉 '분석'이라는 단어가 여러 문서에서 쓰였을 때, 각각의 문서에 사용된 '분석'에 서로 다른 토픽을 할당할 수 있다는 뜻임.

〈표 3-1〉 특정 문서 집합에서의 단어별 토픽 분포 및 베타 값 예시

단어	토픽 1	토픽 2	토픽 3
토픽모델링	0.417	0.000	0.218
비정형	0.383	0.000	0.000
식품	0.000	0.312	0.000
기자재	0.000	0.156	0.000
로봇	0.000	0.313	0.418
포함	0.000	0.000	0.203
분야	0.000	0.100	0.000
동향	0.000	0.062	0.000
분석	0.200	0.057	0.161

주: 각 열의 베타 값은 토픽별 단어 분포를 나타냄.

〈표 3-2〉 특정 문서 집합에서의 문서별 토픽 분포 및 감마 값 예시

문서	토픽 1	토픽 2	토픽 3
문서1	1.000	0.000	0.000
문서2	0.286	0.714	0.000
문서3	0.375	0.625	0.000
문서4	0.000	0.500	0.500

주: 각 행의 감마 값은 문서별 토픽의 분포를 나타냄.

○ 하지만 베타 값과 감마 값은 실제로 관측할 수 없고, 오로지 문서에 사용된 단어만 관측할 수 있음. 따라서 LDA는 사용된 단어를 통해 각 단어에 임의로 토픽을 할당하여 계산한 확률을 바탕으로 각 문서의 토픽을 결정함.

- Z를 모든 단어에 대해 할당된 토픽 번호, W는 실제로 문서에 사용된 모든 단어라고 하면, 관측된 단어의 집합 W가 주어졌을 때 이 단어들이 어떠한 토픽에 포함되는지에 대한 가능도인 $P(Z|W) = \frac{P(W|Z)P(Z)}{P(W)}$ 를 최대화하는 Z를 찾는 것이 LDA의 목표임.
- 예를 들어 2개의 토픽으로 구성된 두 문서 ‘토끼는 빠르다.’, ‘거북이는 느리다.’가 있을 때, W는 (토끼, 빠르다, 거북이, 느리다)가 됨. 이 W에 대해 가능한 토픽 할당 즉 Z는 (1, 1, 1, 1), (1, 1, 1, 2), ... , (2, 2, 2, 2)의 총 16가지 경우가 존재함. 16가지의 토픽 할당 중, 가장 가능도가 높은 경우를 선택하여 각 단어의 토픽으로 할당하게 됨.

- 최종적으로 단어별로 특정 토픽 내에 차지하는 비중을 얻게 되는데, 이를 통해 단어의 집합인 각 문서별 토픽의 비중을 얻을 수 있음. 이때 얻은 전자의 확률값이 베타이며, 후자의 값이 감마임. 따라서 각 토픽 내에서 베타 값이 높은 단어일수록 해당 토픽을 잘 설명하는 단어가 되며 각 문서가 해당될 수 있는 토픽 중 감마 값이 가장 높은 것이 그 문서의 토픽이 됨.

○ 토픽 모델링 수행에 있어서 최적 토픽의 수는 연구자가 직접 설정해야 하는 하이퍼파라미터(Hyper Parameter)³⁶⁾임.

- 본 연구에서는 최적 토픽 수의 선정을 각 토픽의 평균 코사인 거리가 최소에 도달할 때 LDA 모형이 가장 잘 수행된다(Cao et al., 2009)는 선행연구와 연구자가 보기에 토픽간 범주화가 잘 되었다고 판단되는 것을 선택한다(이수상, 2016)는 선행연구를 바탕으로 토픽 간 코사인 유사도인 ‘Caojuan2009’를 활용하여 최적 토픽 수를 결정함.
- ‘Caojuan2009’란 각 토픽을 벡터로 보았을 때, 이들 벡터 간의 평균적인 코사인 유사도를 나타낸 지표임. 이는 값이 낮을수록 각 토픽은 서로 독립적이라는 것을 의미하므로, 토픽 간 의미적 구분이 잘 되었다는 의미임. 따라서 모델의 지표값이 낮을수록 모형의 성능이 뛰어남.
- 코사인 유사도란 코사인 각도를 활용하여 구하는 두 벡터의 유사도를 의미하며, 두 벡터의 방향이 완전히 동일한 경우는 1, 90도를 이룰 때 0, 완전히 반대 방향일 때 -1의 값을 가짐. 이때, 단어의 빈도수는 양수이므로 각 토픽의 방향이 완전히 반대인 경우는 불가능함. 따라서 토픽 간 코사인 유사도는 항상 0과 1사이 값을 가지게 됨.
- 예를 들어 토픽 수를 1~9개 사이로 설정하고 Caojuan2009 값을 계산한 결과가 <표 2-5>와 같을 때, 지표 값이 가장 낮은 구간인 4~6개 중 연구자가 보기에 범주화가 가장 잘 되었다고 판단되는 것을 최적 토픽 개수로 선정하게 됨.

36) 하이퍼파라미터란 외생적으로 결정되어 주어진 데이터로부터 값을 추정할 수 없는 변수로 정의됨.

〈표 3-3〉 Caojuan2009 값 예시

토픽 개수	Caojuan2009
1	0.985
2	0.853
3	0.545
4	0.023
5	0.015
6	0.018
7	0.364
8	0.458
9	0.137

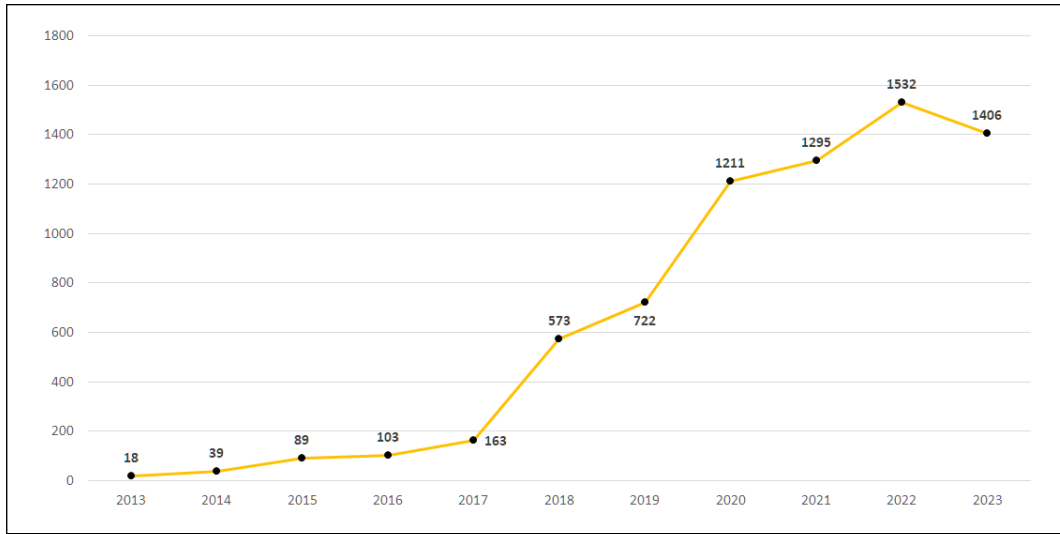
○ 뉴스 기사 크롤링에 사용된 검색어는 총 35개이며, 〈그림 2-1〉과 〈표 2-2〉에 명시된 바와 같이 본 연구에서 다룰 푸드테크 로봇의 범위를 고려하여 선정하였음.

- 식품 제조: “식품 스마트 팩토리”, “식품 가공 자동화”, “식품 공장 자동화”, “식품 제조로봇”, “식품 생산로봇”, “식품 자동화”
- 식품 유통³⁷⁾: “배달 로봇”, “배송 로봇”, “물류 로봇”, “무인 배달”, “유통 자동화”, “식품 라스트마일”
- 외식서비스: “조리 자동화”, “조리 로봇”, “요리 로봇”, “쿠킹 로봇”, “주방 로봇”, “서빙 로봇”, “바리스타 로봇”, “바텐더 로봇”, “카페 로봇”, “셰프 로봇”, “치킨 로봇”, “튀김 로봇”, “스시 로봇”, “무인 주방”, “무인 카페”, “버거 로봇”, “제빵 로봇”, “아이스크림 로봇”, “로봇 키친”, “로봇 식당”, “주방 자동화”
- 공통: “푸드테크 로봇”, “식품 로봇”

○ 전처리 후 분석에 활용된 기사는 총 7,151건이며, 기사 수는 2013년 18건에서 2022년 1,532건(2023년 1~9월은 1,406건)으로 지난 9년간 80배 이상 증가한 것으로 나타남.

³⁷⁾ “배달 로봇”, “배송 로봇”, “물류 로봇”, “무인 배달”, “유통 자동화” 검색어는 “식품” 또는 “음식” 또는 “농산물”이 포함되는 기사들만 포함되도록 함.

〈그림 3-2〉 연도별 기사 수 변화 추이



주: 단, 2023년은 1~9월만 고려된 기사 수임.

3. 토픽 트렌드 분석

○ 시계열 회귀분석(time-series regression)은 토픽 모델링 결과를 시간의 흐름에 따라 시각적으로 표현할 수 있는 분석기법으로 다수의 연구에서 토픽 모델링과 함께 활용되어 왔음(김태경 외, 2016; 윤혜진 외, 2017; 유무상 외, 2018; Bai et al., 2021).

- 김태경 외(2016)는 토픽 모델링 기법을 활용해 핀테크 세부 기술에 대한 증가추세 토픽(hot topic) 및 감소추세 토픽(cold topic)을 파악하고, 이를 바탕으로 유망기술과 쇠퇴기술 구분을 시도하였음.
- 유무상 외(2018)는 2004년부터 2017년까지 해변과 해수욕장을 키워드로 하여 토픽 모델링을 통해 계절별 토픽을 추출하고, 시계열 회귀분석을 통해 계절별 상승 및 하락 토픽을 선정하였음. 또한, 윤혜진 외(2017)도 지역관광 관련 논문을 대상으로 동일한 방법을 사용하여 관광 분야 토픽의 연도별 추세분석을 시도하였음.
- 보다 최신 연구로는 Bai et al.(2021)에서 구조적 토픽 모델링(structural topic modeling) 기법으로 1991년부터 2020년까지 발간된 해양 운송 관련 논문의 주요

토픽을 파악하고, 증가추세 토픽(hot topic) 및 감소추세 토픽(cold topic)을 구분하였음. 분석 결과, hot topic은 ‘emission’, ‘Maritime risk and security’, ‘Port performance’ and ‘Seafarers’로 나타났고, cold topic은 ‘Maritime policy and law’, ‘Terminal operations’로 나타남.

○ 따라서, 본 연구에서도 시간에 따라 개별 토픽들에 대한 언론 동향이 어떻게 변화하고 있는지 규명하기 위해 월별 토픽점유율을 산출하여 회귀분석을 실시하였음.

- 월별 토픽 점유율이 특정 토픽에 대해 증가하면, 해당 토픽이 그 기간 동안에 더 많이 다뤄진 것으로 해석할 수 있고, 반대로 감소하면 해당 토픽의 중요성이 줄어든 것으로 볼 수 있음.

○ 시계열 회귀분석에는 시간 변수를 설명변수로 포함한 선형 회귀 모형(linear regression model)을 활용하였으며,³⁸⁾ 추정식은 아래와 같이 나타낼 수 있음.

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_t + \beta_2 D_t + \epsilon_t \quad \text{식 (1)}$$

- 여기서, Y_t 는 시간(월) t 에서의 토픽별 점유율이며, “토픽별 점유율”은 특정 시점에 해당 토픽이 얼마나 다루어졌는지를 나타내는 지표임. 즉, 토픽별 점유율은 단순히 시간 t 에 발표된 전체 뉴스기사 수를 시간 t 에 발표된 토픽별 뉴스기사 수로 나눈 값임.
- 예를 들어, 2020년 1월에 “서빙 로봇”이라는 토픽에 대한 뉴스기사가 10개 발표되고, 2020년 1월에 모든 토픽을 포함한 전체 뉴스기사가 100개라면, 2020년 1월의 “서빙 로봇” 토픽의 점유율은 0.1 또는 10%로 계산됨.
- β_0 는 절편(intercept), β_1 은 월별 시간변수의 계수(coefficient)로 시간에 따른 토픽 값의 변화를 나타내며, 이를 통해 해당 모형을 시간에 따른 종속변수인 토픽별 기사

³⁸⁾ 시계열 회귀분석에는 오픈소스 프로그램인 R의 tslm 함수를 활용하였으며, 이 함수는 R에서의 일반적인 선형회귀 분석방법인 lm 함수와 유사하지만, 시간에 따른 변동성과 계절성과 시계열 데이터의 자기상관(autocorrelation)을 고려할 수 있어 보다 시계열 데이터에 특화되어 있다는 장점이 있음.

수의 변화를 설명하고자 하였음. β_2 는 코로나19 기간 더미변수의 계수(coefficient)이며, 코로나19 발생 이전(2013.1.1. ~ 2020.1.19.)은 0, 발생 이후(2020.1.20. ~ 2023.9.22.)는 1로 설정되었음. 이 변수의 계수를 통해 코로나19 기간 동안 관심도가 증가 또는 하락한 토픽을 확인할 수 있음.

- 마지막으로, ϵ_t 는 오차항(error term)으로, 모형으로 설명되지 않는 관측값의 변동을 나타냄.

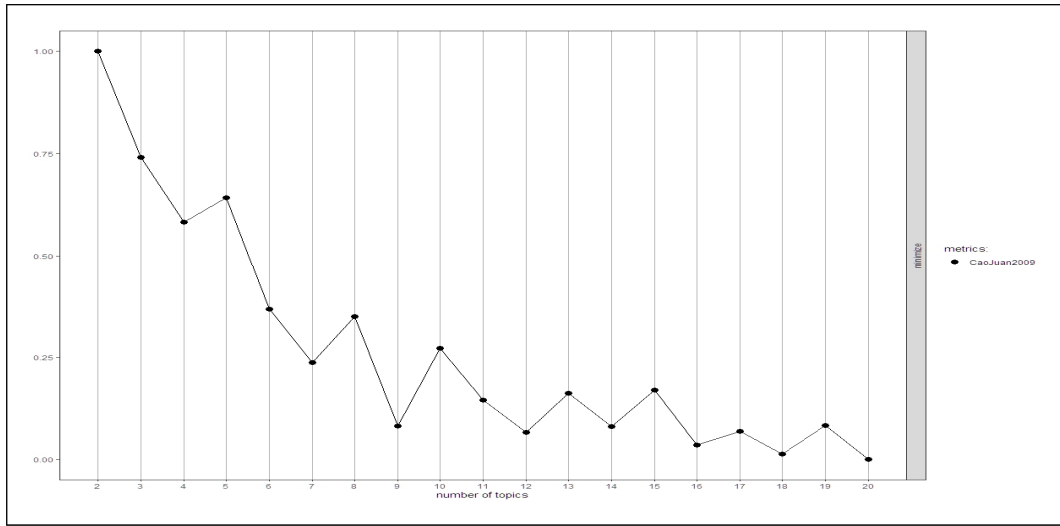
○ 시계열 회귀분석 결과, 식(1)에서 각각 X_t 와 D_t 의 계수인 β_1 와 β_2 값이 해당 기간 동안 통계적으로 유의미하며 양수(+)로 나타나면 상승 토픽(hot topic)으로 하고, 음수(-)로 나타나면 하강 토픽(cold topic)으로 구분하였음. 또한, β_1 값이 통계적으로 유의미하지 않는 경우 증감 추세가 무의미한 중립 토픽(neutral topic)으로 구분하였음.

4. 분석 결과

4.1. 토픽모델링 분석 결과

○ <그림 3-3>은 성능지표(Caojuan2009)를 기준으로 최적의 토픽 수 선정 결과를 보여 줌. 텍스트 구조를 모델이 잘 설명할수록 성능지표의 값도 작게 나타나며 (Cao et al., 2009), 토픽 수가 18개와 20개일 때 성능지표가 가장 작은 것 두 개로 나타남.

〈그림 3-3〉 토픽 개수별 Caojuan2009 값



○ 이에 토픽 수를 18개로 선정하고 토픽 모델링을 수행한 결과를 〈표 3-4〉에 제시하였음. 비슷한 주제를 가진 토픽은 하나의 주제(Theme)으로 묶어 분류하였고, 토픽명과 주제 별 분류는 토픽모델링 결과와 수집된 기사의 내용을 종합적으로 고려하여 설정하였음.

〈표 3-4〉 토픽모델링 분석결과

주제	토픽	기사 건수	주요 키워드
(A1) 정부 정책	T1 소상공인 지원 (디지털화 및 스마트화)	286	디지털, 소상공인, 전환, 보급, 서빙로봇
	T2 규제 샌드박스39)	409	규제, 정부, 안전, 개선, 실증
	T3 시장 환경 조성	379	조성, 육성, 경제, 구축, 정책
(A2) 기업	T4 식품로봇 R&D 투자	336	성장, 투자, 진출, 인수, 설립
	T5 로봇 스타트업	434	스타트업, 투자, 창업, 설립, 벤처
	T6 기업 간 협력	303	협력, 체결, 플랫폼, 협업, 구축
	T7 통신 3사 로봇 개발	308	통신, 디지털, 플랫폼, 빅데이터, 클라우드
	T8 로봇 및 관련 산업 박람회	659	소개, 개최, 스마트폰, 연결, 냉장고
(A3) 서비스 자동화	T9 카페 무인화	541	커피, 카페, 매장, 무인, 결제
	T10 조리 자동화	566	조리, 요리, 주방, 치킨, 재료
	T11 서빙 로봇	621	서빙, 직원, 테이블, 서빙로봇, 매장
(A4) 유통 자동화	T12 배달 로봇	329	배민, 배달, 주행, 자율, 실내
	T13 자율 주행 기술	318	자율, 주행, 자율주행, 차량, 드론
	T14 ラスト마일 혁신	394	유통, 소비자, 배송, 온라인, 물류
(A5) 생산	T15 식품 생산기술 혁신	270	식품, 푸드테크, 생산, 유통, 농업
	T16 스마트 팩토리	339	생산, 공장, 관리, 설비, 품질
(A6) 노동	T17 노동 대체	363	일자리, 감소, 인력, 고용, 부족
	T18 인력 보조	414	서빙, 인식 청소, 보조, 가정

주: 토픽 내 '주요 키워드'는 베타값 기준 상위 5개만 제시함.

4.1.1. 정부정책(A1)

○ **소상공인 지원(T1)**이 하나의 토픽으로 도출된 것은 정부가 2020년 7월 발표한 ‘한국판 뉴딜 종합계획’의 일환으로 적극 추진한 ‘디지털 뉴딜’이 소상공인 디지털 전환 활성화 정책을 포함하고 있었기 때문으로 보임.

- 통계청(소상공인실태조사, 2021)에 따르면, 우리나라 소상공인의 경우 소상공인 중 50.8%가 50대 이상으로 평균 연령이 높아 디지털 활용도가 낮은 것으로 나타남.
- 이에 정부는 중소벤처기업부(이하 중기부)를 중심으로 소상공인 디지털 전환을 실시하여 정보통신기술과 플랫폼을 활용하여 전통적 사업 모델의 효율성을 제고하고, 비즈니스 생태계를 소비자 중심으로 구축하여 시장의 개념을 확대하고자 함.
- 소상공인 디지털 전환을 위해 소상공인시장진흥공단에서는 스마트 기기 지원, 온라인 진출 지원, 인프라 수립, 스마트 자금 지원 등 크게 4가지의 주요 사업을 시행 중임(정지현, 2022).
- 특히 스마트 기기 지원의 경우, 소상공인의 서비스 및 마케팅 혁신을 위해 서빙로봇, 스마트 오더의 도입 비용을 지원하는 등 식품 기자재 로봇 사용률을 높일 수 있는 정책적 요소가 존재함.
- 서울시의 ‘중장년 소상공인 디지털 전환 지원사업’을 비롯하여 부산, 광주, 경기, 경북 등 주요 지자체에서도 소상공인 디지털 전환을 위해 관련 정책을 수립하고 기업 등과 협약을 체결하고 있음.

○ **규제 샌드박스(T2)**는 최근 정부의 푸드테크 로봇 상용화를 지원하기 위한 각종 규제 완화 정책 관련 토픽임.

- 자율주행 배달로봇의 경우, 도로교통법, 생활물류법, 개인정보보호법, 공원녹지법 등으로 인해 상용화가 지연되고 있으며(삼일PwC경영연구원, 2022), 이러한 규제는 국내 기업에게 불리하게 작용하여 해외업체의 국내 시장에서의 영향력 확대를 가속화하는 요인으로 판단됨.

³⁹⁾ 규제 샌드박스란 혁신적인 신제품 및 서비스에 대해 임시로 기존 규제 적용 없이 한정된 소비자 및 지역을 대상으로 실증 테스트가 가능한 제도를 의미함(삼일PwC경영연구원, 2022).

- 규제 샌드박스란 기업이 자율자동차, 드론, AI 등 신기술을 활용하여 혁신 사업을 할 때 현행 규제로 인해 시장 출시가 불가능한 경우, 사업의 안정성과 유효성을 검증받고 규제 적용을 한시적으로 유예해주는 제도임.
- 규제 샌드박스 실증특례를 통해 로보티즈, 배달의 민족, 뉴빌리티 등 국내 기업들도 시범적으로 배달로봇을 운영하고 있음.
- 한편, 정부는 2021년 4월 로봇산업 선제적 규제혁신 로드맵을 발표하고 국회에서는 2023년 4월 지능형로봇법 개정안을 통과시키는 등 신사업 규제 완화를 위한 정책과 법안을 도입하여 규제 완화를 통해 신산업 발전 활성화를 시도하고 있음.

○ 시장 환경 조성(T3)

- 농식품부에서는 푸드테크 산업 육성을 위해 2022년 12월 「푸드테크 산업 발전방안」을 발표한 바 있음. 이러한 중앙 부처의 정책에 대응하여 각 지자체 역시 푸드테크를 신성장 고부가가치 산업으로 여기고 각 지역에 푸드테크 산업을 육성하고 투자를 유치하여 지역 발전 동력 확보 및 경쟁력 확보를 위한 행보를 보이고 있음.
- 실제로 경상북도와 포스텍은 푸드테크 환경 조성 MOU를 체결하기도 했으며, 세계 최초로 자율주행 서빙로봇을 개발한 미국의 베어로보틱스는 대구시와 서비스로봇 연구 및 제조시설인 ‘베어로보틱스 테크센터’ 신설을 위한 투자협약을 체결한 사례가 있음.
- 또한 정부는 2023년 4월, 푸드테크 분야를 양적·질적으로 모두 성장시키기 위한 법적 근거와 기준을 마련하고자 ‘푸드테크 산업 혁신 특구’ 지정을 검토하고 있다고 밝힘.⁴⁰⁾
- 일례로 전남 나주시는 푸드테크 선도지역 선점을 위해 농업기술센터 농업정책과 산하에 ‘식품산업개발TF팀’과 ‘푸드테크추진단’을 신설했으며, 한국농수산식품유통공사(aT) 및 농림식품기술기획평가원과 ‘푸드테크 산업 협력을 위한 업무협약’을 체결함.

⁴⁰⁾ “[단독] 정부 ‘푸드테크 산업 혁신 특구’ 검토”. 국민일보. 2023.04.18.

<https://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0018173036&code=61171811&cp=kd>

4.1.2. 기업(A2)

○ **식품로봇 R&D 투자(T4)**는 상대적으로 포화도가 높은 산업용 로봇 분야뿐만 아니라 고 성장이 전망되는 서비스용 로봇 분야에 진출하고 있음을 보여줌.

- 배달로봇, 서빙로봇 등 식품·외식산업 분야에서 사용되는 로봇이 포함되는 서비스용 로봇시장의 전세계 연평균 성장률은 10%를 기록하며 빠른 성장을 보이는 분야임(전국경제인연합회, 2022).
- 또한 시장조사기관 MarketandMarkets는 '21년~'26년 산업용 로봇 시장은 연평균 12.3% 성장을 예상한 반면, 서비스 로봇 시장은 동기간 연평균 23.3% 성장할 것으로 예상함(삼일PwC경제연구원, 2022).
- 일례로 LG전자는 2018년 로봇 핵심부품 및 자율주행로봇 제조사인 로보티즈, 로봇에 사용되는 소프트웨어 개발사인 아크릴, 미국 로봇제조 스타트업인 보사노바에 각각 90억 원, 20억 원, 39억 원을 투자한 바 있음.
- 삼성전자 역시 2023년 4월, 868억 원을 투자하여 로봇 전문기업인 레인보우로보틱스의 지분 14.99%를 사들이며 로봇 사업 투자를 확대하고 있음.
- 대기업이 서비스 로봇 분야를 미래의 유망한 시장으로 인식하고 투자에 참여에 나서면서 일반 소액 투자자들의 관심도와 더불어 서비스 로봇 기업 주가가 상승한 바 있음. 이러한 투자 흐름이 지속된다면 관련 기업에 자금 유입이 증가할 것으로 예상됨.

○ **로봇 스타트업(T5)**

- 경기침체 등을 원인으로 현재 스타트업에 대한 투자는 크게 위축된 상황임. 2022년 3·4분기 스타트업 투자 금액은 2조 6,111억 원으로, 2021년 동기간의 4조 4,562억 원과 비교하여 41.4% 감소한 것으로 나타남(중소벤처기업부, 2023).
- 이러한 여건 하에서도 고령화 및 로봇 가격하락, 삶의 질 향상 등 다양한 목적의 로봇이 도입되면서 서비스 로봇 분야가 가파르게 성장할 것으로 전망되며 관련 스타트업에 대한 투자는 활발하게 이루어지고 있음.
- 국내 주요 식품분야 서비스 로봇으로는 웨이브라이프스타일테크, 뉴빌리티, 브이디컴퍼니, 엑스와이지, 로보아르테 등이 있으며, 2022년 하반기 이후에도 투자를 유치함.

〈표 3-5〉 국내 식품분야 서비스 로봇 투자 유치 현황

기업명	사업분야	누적 투자유치액	최근 투자유치 (금액)
웨이브 라이프스타일테크	주방용 재료 관리 자동화 시스템 개발	90억 원	2023. 5. (40억 원)
뉴빌리티	보행로 및 이면 도로 자율주행 배달로봇 개발	274.5억 원	2023. 3. (30억 원)
브이디컴퍼니	AI 기반 자율주행 서빙로봇 및 솔루션 제공	99억 원	2022. 11. (99억 원)
엑스와이지	AI 기반 F&B 로봇 및 솔루션 개발 (바리스타 로봇, 아이스크림 로봇, 식음료 배달로봇 등)	145억 원	2022. 11. (100억 원)
로보아르테	로봇 기반 치킨조리 브랜드 운영	105억 원	2023. 6. (20억 원)

주: 혁신의 숲(<https://www.innoforest.co.kr/>) 자료를 바탕으로 저자 재구성.

○ **기업 간 협력(T6)**은 로봇의 공동 개발 및 수요자 기업과 공급자 기업 간 긴밀한 협조 등 경쟁력 강화의 일환으로 추진하는 업무협약 체결 등을 포함하는 토픽임.

- LG전자는 우아한형제들, CJ 푸드빌 등과 업무협약을 체결하고 서빙로봇 기술을 개발 및 공급하고 있으며, 자사의 서비스 로봇인 ‘클로이’에 KT의 네트워크 기술을 접목하는 등 서비스 로봇 사업 확대를 위한 행보를 보이고 있음.
- 또한 배달의민족은 현대-기아차와 협력하여 배달 로봇을 개발하고 있으며, 이외에도 KT와 DB손해보험이 합작하여 국내 첫 서비스 로봇 보험을 만드는 등 로봇 기업 외 다양한 분야의 기업들과도 협업하고 있음.

○ **통신 3사 로봇 개발(T7)**은 최근 AI 및 네트워크 역량을 바탕으로 이동 통신사 3사(SKT, KT, LG U+)가 로봇 플랫폼 사업 분야로의 확장을 보여주는 토픽임.

- 2019년 KT가 가장 먼저 자율주행 로봇 분야로 사업을 확장한 이래로 LG U+의 서빙 로봇 출시, SKT의 무인 커피로봇 등 다양한 서비스 로봇이 출시되고 있음.
- 이는 통신뿐만 아니라 서비스 로봇 분야로 사업을 확장하여 새로운 성장동력을 확보하기 위한 것으로 보임.

○ **로봇 및 관련 산업 박람회(T8)**는 CES(Consumer Electronics Show, 소비자가전전시회)를 비롯하여 각종 체험전 및 홍보관 등을 포함하는 토픽으로, 상용화 초기 단계에 있는 푸드테크 로봇을 소비자들에게 소개하고 정보를 제공하기 위해 작성된 기사들로 이루어져 있음.

- CES는 세계 최대 규모의 소비재 전자기술 박람회로 각국 ICT 기업들이 푸드테크 로봇을 포함한 주요 제품 공개의 장으로 활용하고 있으며, 삼성전자, LG전자, 두산로보틱스 등 국내 주요 대기업도 주로 CES를 통해 신제품을 공개함.

4.1.3. 서비스 자동화(A3)

○ **카페 무인화(T9)**는 바리스타 로봇, 무인카페 등의 키워드를 아우르는 토픽임.

- 2020년 무인 카페 매출 성장률은 '19년 대비 50%를 기록한 바 있음.⁴¹⁾
- 이는 2018년 대비 바리스타 로봇 가격 하락과⁴²⁾ 최저임금 상승으로 인해 임금 부담이 늘어나면서 무인카페 점포 수가 증가함과 동시에, 코로나19로 인한 언택트 문화 확산과 저렴한 가격 등을 바탕으로 소비자의 니즈를 잘 반영한 결과로 사료됨.

○ **조리 자동화(T10)**는 외식업체에서 치킨 로봇, 피자 로봇 등, 각종 조리 로봇의 도입 실태와 관련 기술에 관한 토픽임.

- 조리 로봇 역시 인건비 상승 및 인력 부족 등의 이유로 활용이 증가하고 있음. 시장조사업체 Research Nester에 따르면, 음식료 조리 로봇의 세계 시장 규모가 '19년 기준 8,617만 달러를 기록했으며, '28년까지 연평균 16.1% 성장할 것으로 전망됨(삼일PwC경영연구원, 2022).
- 한국 기업의 조리용 로봇으로는 LG전자의 '클로이 셰프봇', 삼성전자의 '삼성봇셰프', 두산 로보틱스의 '쿡봇셰프', 로보아르테의 '치킨로봇' 등이 있음.

41) "점포에 점원이 없어도 익숙한 시대". 신한카드 트렌드 정보. 2020. 09. 21.

https://www.shinhancard.com/pconts/html/benefit/trendis/MOBFM502/1199377_3822.html

42) "[르포] 바리스타 로봇 대중화 성큼...몸값 낮추며 선점 경쟁 치열". InsightKorea. 2022.10.26.

<http://www.insightkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=99593>

○ **서빙 로봇(T11)**은 현재 배달로봇과 함께 상용성 및 성장성 측면에서 가장 주목받고 있는 서비스 로봇 분야 중 하나임(삼일PwC경영연구원, 2022).

- 서빙 로봇(T11) 역시 **카페 무인화(T9)** 및 **조리 자동화(T10)**와 같이 인건비 부담과 인력 부족 등으로 인해 수요가 증가하고 있는 상황이며, 통계청에 따르면 '23년 서빙로봇 보급 대수는 올해 11,000대로 증가할 전망이다.
- 하지만 한국로봇산업협회(2021)에 따르면, 중국산 서빙 로봇이 국내 서빙 로봇 시장의 약 70%를 차지하고 있는 것으로 추산되고 있는 실정임.
- 다만, 최근 중국 서빙로봇 시장 2위를 차지하고 있던 기업 푸두테크(Pudutech)가 투자 유치액 감소, 수익성 악화 등의 이유로 성장세가 약화되고 있음. 이러한 상황에서 국내 로봇 기업이 중국산 로봇과의 경쟁에서 우위를 확보하기 위해 국내 시장에 적합한 서비스를 제공하고 새로운 수요처를 발굴한다면, 국산 서빙 로봇의 점유율 확대에 기회가 될 것으로 판단됨.

4.1.4. 유통 자동화(A4)

○ **배달 로봇(T12), 자율 주행 기술(T13)**은 서빙 로봇과 함께 성장성과 상용성 측면에서 가장 주목받고 있는 배달 로봇 분야와 관련된 토픽임. 이러한 시장의 관심과 더불어 배달 로봇은 배달비 부담을 낮출 수 있는 수단으로서 여겨지고 있음.

- 단, 배달 로봇(T12)은 음식·상품을 자동으로 배달하기 위해 사용되는 로봇에 대한 기사를 다루고 있으며, 자율 주행 기술(T13)은 주로 스마트 시티, 자율 주행 자동차 등에 활용되는 기술로 배달보다는 전반적인 자율 주행 기술의 적용을 나타내고 있는 기사들로 구성됨.
- 외식업체의 배달앱 이용률은 2018년 7.8%에서 2022년 26.3%로 증가해왔으며(박기환 외, 2022), 시장조사기관 LRI(Lux Research Incorporation)는 '30년 배달로봇 시장 규모가 50조 원에 육박할 것이며, 전체 배달 물량의 20% 가량을 배달 로봇이 처리할 것으로 전망함(Cision PR Newswire, 2020).
- 국내 배달 시장의 경우 독점적인 배달앱 중심의 시장 구조와 배달대행업체를 통해

배달을 처리하는 복잡한 시장 구조가 배달비를 상승시키는 원인으로 나타남(DGIST, 2022).

- KT, LG전자, 우아한형제들, 뉴빌리티, 로보티즈 등이 자율주행 배달로봇을 개발했으나, 각종 법률적 규제로 인하여 상용화되지 못하는 실정임.
- 한편, 2019년 9월 로봇 분야 규제 샌드박스 실증 특례 통과로 로보티즈 등의 일부 기업들이 특정 지역에 한해 배달로봇을 활용하고 있음. 또한, 2023년 4월 ‘지능형 로봇 개발과 보급 촉진법 일부 개정 법률안’이 국회 본회의를 통과하면서 안정성을 갖춘 로봇들이 실외 이동을 할 수 있도록 허용되었음. 따라서 푸드테크 로봇 상용화의 걸림돌이 되는 규제가 점차적으로 완화되고 있는 것으로 보임.

○ **라스트마일 혁신(T14)**은 디지털화 및 자동화 기술과 콜드체인, 물류 로봇의 활용 등 식품 물류에서 로봇과 4차산업 기술을 활용하여 라스트마일 배송 서비스의 개선을 통해 물류 효율화 및 고객 경험 향상 달성에 대한 토픽임.

- 라스트마일(Last Mile)이란 상품 배송의 가장 마지막 단계로 소비자가 물품을 인도 받고 배송 서비스를 경험하는 단계를 의미함. 라스트마일 구간에 드는 비용은 전체 물류의 53%가량을 차지하여 이 구간의 효율성 향상은 물류 비용의 절감을 이끌어낼 수 있음(삼정KPMG경제연구원, 2018).
- 식품 물류 로봇과 관련하여 최근 주목받는 분야 중 하나로 신선식품 취급 MFC(Micro Fullfillment Center)가 있음. 이는 도심형 소형 물류센터로, 로봇 자동화 시스템이 구축되어 있다는 점과 도심지에 위치하였다는 점에 의해 신속한 배송이 가능하며 교환·환불 처리 비용과 시간이 절약된다는 장점이 있음(삼일PwC경영연구원, 2022). MFC 활용의 대표적인 예로 쿠팡의 ‘로켓프레시’, 배달의민족의 ‘B마트’ 등이 있음.
- 한편, 배송 과정에서 로봇을 활용하여 라스트마일 배송 서비스 개선을 도모하는 사례도 있음. 일례로 유통 전문 기업 에치와이(hy)는 로봇형 냉장카트 ‘코코’를 개발하여 기본적인 냉장 기술 뿐만 아니라 지속적인 기술 개선을 통해 충돌 감지 경고, 충돌방지 센서 등 다양한 기능을 탑재함. 이를 통해 배송 상품을 유제품에서 밀키트, 이유식 등 신선식품으로 확대하고 있음.

4.1.5. 생산(A5)

- **식품 생산 기술 혁신(T15)**은 식품 또는 그 원재료(과일, 축산물 등)의 생산과정에 적용되는 혁신 기술들을 폭넓게 다루고 있는 토픽임. 이는 스마트팜, 식품 3D프린팅, 배양육 등 다양한 푸드테크 관련 주제들이 로봇과 함께 다뤄지기 때문에 도출된 토픽으로 보임.

- **스마트 팩토리(T16)**는 식품의 가공 공정에서 센서, 인공지능, 네트워크 기술 등을 활용하여 식품을 생산하는 설비와 기업 등을 아우르는 토픽임. 더불어 이러한 스마트 제조공정을 바탕으로 스마트 HACCP 등 스마트 안전관리에 대한 기사도 포함되어 있는 토픽임.
 - 스마트 팩토리란 제품의 기획에서 판매까지 정보통신기술을 활용하여 상품 생산의 전 과정을 통합하고 자동화·디지털화를 구현하는 지능형 생산공장을 의미하며, 스마트 팩토리의 3대 구성 요소로는 센서기술을 활용한 감지, 인공지능을 통한 판단, 네트워크 기술을 통한 실시간 공정 제어가 있음(농림식품기술기획평가원, 2021).
 - 스마트 팩토리 구축은 생산성 및 품질 향상 등의 공정개선 성과에 더불어 고용창출·매출 증대·산재감소 등의 경영개선 성과 역시 지니는 것으로 나타남(중소벤처기업부, 2019). 이에 최근 식품업계에서 역시 스마트 팩토리를 도입하고 있으며 그 사례로는 hy, 화요, 풀무원, 동원홈푸드 등이 있음.
 - 다만 식품의 특성상, 식품 전반에 적용 가능한 표준화된 스마트 팩토리 플랫폼 구축이 어려우므로 투자비가 높아 대기업과 중견기업 규모의 업체 중심으로 도입되고 있음.
 - 따라서 국내 식품제조업의 경우 종업원 10인 미만인 영세업체가 전체의 약 91%를 차지한다는⁴³⁾ 실정을 고려하였을 때, 스마트 팩토리 구축 시 국가적 차원에서 자금을 지원하는 등 스마트 팩토리 활성화를 위한 다양한 지원 정책이 필요할 것으로 사료됨.

43) “국내 식품산업 현황과 과제는? 1조기업 21개 불구 산업구조 영세”. 농민신문. 2018. 4. 4.
<https://www.nongmin.com/288481>

〈표 3-6〉 식품업계 스마트팩토리 도입 사례

기업	사례
hy-CJ올리브네트웍스	CJ올리브네트웍스가 hy의 제조 공장에 스마트 팩토리와 스마트식품안전관리인증기준(HACCP)을 구축함.
화요-CJ올리브네트웍스	CJ올리브네트웍스의 스마트팩토리 솔루션(팩토리원)을 도입하여 주류업계 최초로 스마트 HACCP 관리 체계를 구축함. 빅데이터 활용 및 위해요소 실시간 모니터링을 통해 품질 향상을 도모함.
풀무원	스마트 글라스를 활용하여 원격 설비 검수, 현장 트러블슈팅 ⁴⁴⁾ 등에 활용함. 연간 1만 톤 이상 김치를 생산하는 익산 공장에 최첨단 기술을 통해 맛의 균일성을 보장하고, 재료 입고에서 포장·배송까지 전과정을 자동화함.
동원홈푸드	B2B용 소스를 생산하는 충주공장에 첨단 자동화 설비를 활용하여 3만 개 이상의 다양한 소스를 고객사의 요구에 따라 효율적으로 생산함.

자료: 저자 작성.

4.1.6. 노동(A6)

○ **노동 대체(T17)**는 로봇과 AI가 광범위하게 노동을 대체하면서 직업 및 일자리 감소에 대한 국민적 우려를 다룬 기사를 포함하고 있음.

- 특히 외식 분야의 경우 조리, 서빙, 배달 등 다른 분야에 비해 상대적으로 노동집약도가 높은 서비스가 주를 이루므로 로봇에 의한 노동 대체가 다뤄지는 빈도가 높은 것으로 보임.
- 그러나 외식업계의 경우 최근 원재료비 상승 및 인건비 상승, 배달 플랫폼 수수료 등으로 인해 비용 부담이 증가하고 있으며⁴⁵⁾, 외식업의 경우 인력 부족률이 5.3%로, 모든 업종 중 두 번째로 높은 것으로 나타남(고용노동부, 2022).
- 따라서 서빙로봇, 조리로봇, 배달로봇 등을 도입하여 적절히 활용할 시 비용 부담과 인력 부족 문제를 해결하는 데에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 사료됨.
- 한편, 학교 및 지자체 급식에서도 인력 부족 문제를 해결하기 위해 식품 로봇이 투입되고 있는 것으로 나타남. 서울특별시교육청은 학교급식 조리 인력의 부족 사태로 인한 급식종사자의 업무 부담을 완화하기 위해 학교 급식실 급식로봇 도입 사업을 계획하고, '23년 2학기부터 서울 송곡중학교에 시범 도입하였음.

44) 문제 해결의 일종으로, 망가진 제품, 또는 기계 시스템의 망가진 프로세스를 수리하는 일에 주로 적용됨. 문제 해결을 위해 문제의 원인을 논리적이고 체계적으로 찾는 일이며 제품이나 프로세스의 운영을 재개할 수 있게 함

45) “한외연, 2021 외식업체 운영 비용부담 현황조사”. 한국외식신문. 2021.12.22.

<https://www.kfoodtimes.com/news/articleView.html?idxno=18454>

- 또한, 군부대 역시 최근 불거진 조리병 인력 부족으로 인한 흑사 논란에 대한 대응책으로 조리 로봇을 도입하기로 결정하였으며, 2021년 11월부터 충남 논산 육군훈련소 28연대 식당에서 시범 사용되고 있음.

○ **인력 보조(T18)**는 식품 업계를 포함하여 다양한 부문에서 로봇을 통해 인력을 보조하는 기능과 제품에 초점을 맞춘 기사들을 아우르는 토픽임. **노동 대체(T17)**는 주로 고용이나 일자리 측면에서 로봇의 인력 대체를 다룬 기사들이 주를 이루는 토픽이라는 점에서 차이가 있음.

- 인공지능 및 로봇 기술을 활용하여 코로나19 등 위험 상황에서 물류 로봇을 활용하여 교차 감염을 방지하고 다양한 서비스 로봇을 활용하여 가사에도 활용하는 등 다양한 분야에서 사람을 보조하는 업무를 수행함.

4.2. 토픽 트렌드 분석 결과

○ <표 3-7>은 2013년 1월 1일부터 2023년 9월 22일까지의 ‘푸드테크 로봇’ 관련 토픽에 대한 시계열 회귀분석 결과를 제시하고 있음.

○ 분석기간 동안 상승 토픽(hot topic)은 기업 간 협력(T6), 통신 3사 로봇 개발(T6), 카페 무인화(T9), 배달 로봇(T12), 자율 주행 기술(T13), 라스트마일 혁신(T14), 스마트 팩토리(T16), 인력보조(T18)로 나타났으며, 식품 업계의 자동화 추세와 로봇 적용이 확대되고 있음을 보여줌.

- 협동 로봇의 등장 이후 중소 제조 공정, 식음료 조리 공정, 식품 유통의 자동화가 빠르게 이루어지고 있음. 재료의 세척과 분류, 혼합뿐만 아니라 식품 조리 및 서비스 영역으로 확대됐으며, 최근에는 자율주행기술 등과 결합하면서 무인 배달까지도 가능해지고 있음.
- 특히, 팬데믹 시대를 겪으면서 더 체감하게 된 노동력 부족과 서비스에 대한 요구는

그동안 공장 안에 갇혀 있던 산업용 로봇을 식음료 조리 및 서비스 현장으로 이끌게 되었음.

○ 상승 토픽을 식품 제조(생산) 분야, 식품 유통 분야, 외식 및 서비스 분야로 나누어 해석하면 다음과 같은 시장 동향을 파악할 수 있음. 단, 모든 분야에 공통적으로 적용되는 “기업 간 협력(T6)”은 제외함.

○ “스마트 팩토리(T16)”와 “인력보조(T18)” 토픽은 식품 제조(생산) 분야와 관련이 있을 것으로 예상됨.

- 스마트 팩토리는 생산 과정을 스마트하게 자동화하고 최적화하는 데 중점을 두며, 인력보조는 생산 과정에서 로봇이 작업자를 지원하거나 보조하는 역할을 나타냄.

○ “배달 로봇(T12)”과 “라스트마일 혁신(T14)” 토픽은 식품 유통 분야와 관련이 있을 것으로 보임.

- 무인 배달은 음식이나 상품을 효율적으로 배달하는 방법을 개선하고자 하는 노력을 나타내며, 라스트마일 혁신은 제품을 최종 소비자에게 효과적으로 전달하는 방법과 관련이 있음.

- 예를 들어, 배달의민족 운영사 우아한형제들은 자율주행 배달로봇 딜리드라이브를 활용한 D2D(Door to Door) 로봇 배달 서비스를 운영 중임.

○ “카페 무인화(T9)”와 “자율 주행 기술(T13)” 토픽은 외식 및 서비스 분야와 연관이 있을 것으로 예상되며, 외식 및 서비스 분야에서 혁신적인 기술과 로봇 서비스의 중요성이 높아지고 있음을 시사함.

- 카페 무인화는 카페와 음식 서비스 분야에서 자동화 기술을 도입하고자 하는 추세를 반영하고 있으며, 자율 주행 기술은 로봇이 서빙이나 배달과 같은 서비스 분야에서 활용되는 방법과 관련이 있음.

- 예컨대, 협동로봇 개발 기업 ‘뉴로메카’는 치킨 프랜차이즈 콰버트치킨, 교촌치킨 등

과 MOU를 맺고 요리 로봇을 제공하고 있고, 커피를 만드는 바리스타 로봇 기업 ‘라운지랩’과 ‘비트코퍼레이션’은 무인 로봇 카페를 운영 중임.

- 비슷한 맥락에서 “통신 3사 로봇 개발(T6)” 또한 서비스 분야와 관련이 있을 것으로 예상됨. 최근 이통3사(SK텔레콤, KT, LG유플러스)는 자사의 AI 역량과 네트워크 기술 등을 활용하여 서빙로봇, AI 바리스타 로봇 등 로봇 플랫폼 서비스를 확대하고 있는 것으로 알려짐.

○ 한편, 분석 기간 동안 “소상공인 지원(T1)”, “규제 샌드박스(T2)”, “시장 환경 조성(T3)”, “식품로봇 R&D 투자(T4)”, “로봇 스타트업(T5)”, “로봇 및 관련 산업 박람회(T8)”, “조리 자동화(T10)”, “서빙 로봇(T11)”, “식품 생산기술 혁신(T15)”, “노동 대체(T17)”는 중립 토픽(neutral topic)으로 나타남.

○ 다음으로, 코로나19 대유행으로 인한 팬데믹(pandemic) 관련된 트렌드 변화가 있는 토픽을 확인하였음.

- 이는 국내 첫 확진자가 발생한 2020년 1월 20일과 정부의 공식 엔데믹(endemic) 발표가 있던 2023년 5월 11일 이후 기간을 모두 포함한 결과를 나타냄. 따라서, 코로나 19 발생 이후에 나타난 모든 트렌드의 변화를 고려하고자 하였음.

○ 코로나19 이후 통계적으로 유의한 상승 토픽은 “로봇 및 관련 산업 박람회(T8)”와 “식품 생산기술 혁신(T15)”이었고, 해당 토픽 모두 시간의 흐름에 따른 변화는 통계적으로 유의하지 않았다가 코로나19 발생 이후에 상승 추이를 보인 토픽임.

○ 반면, 코로나19 이후 하락 토픽(cold topic)은 “소상공인 지원(T1)”, “기업 간 협력(T6)”, “라스트마일 혁신(T14)”으로 나타남.

- “소상공인 지원(T1)”과 같은 토픽은 코로나19로 인한 사회적 거리두기 및 제한과 기타 경제적 불확실성으로 인해 영향을 받았을 가능성이 있음.
- 농업정책보험금융원(농금융원)과 농식품부는 2023년부터 푸드테크 분야에 특화된 자

금 지원을 위한 펀드를 조성하고, 사업단계별 안정적 자금 지원을 제공하는 정책을 추진하고 있음. 이러한 정책은 중소기업과 소자본 푸드테크 로봇 스타트업들이 안정적으로 성장할 수 있는 환경을 조성하는 데 필수적임.

- 또한, “기업 간 협력(T6)”, “라스트마일 혁신(T14)”은 시간의 흐름에 따른 관심도는 상승한 반면, 코로나19 발생에 따른 트렌드는 하락한 것으로 나타남.
- 상기 두 토픽에 대한 관심도는 산업 동향, 기술 발전, 비즈니스 전략 등에 영향을 받는 데, 코로나19로 인해 미래의 불확실성이 증가하고 경제적 어려움이 생겼을 때, 기술 및 비즈니스 관련 주제에 대한 관심도가 일시적으로 감소할 수 있음.

〈표 3-7〉 시계열 회귀분석 결과(2013.1.1.~2023.9.22.)

주제	토픽명		시간(X_t)			코로나19(D_t)		
			coef.	p-value	결과	coef.	p-value	결과
(A1) 정부 정책	T1	소상공인 지원 (디지털화/스마트화)	0.2660	0.1006	중립	-16.8627	0.0701	하락
	T2	규제 샌드박스 ⁴⁶⁾	0.2474	0.2120	중립	-16.7074	0.1200	중립
	T3	시장 환경 조성	0.0974	0.5800	중립	11.7189	0.3070	중립
(A2) 기업	T4	식품로봇 R&D 투자	-0.0226	0.8890	중립	14.8312	0.1066	중립
	T5	로봇 스타트업	-0.0928	0.5267	중립	2.2031	0.7897	중립
	T6	기업 간 협력	0.7874	0.0129	상승	-39.8995	0.0225	하락
	T7	통신 3사 로봇 개발	0.7335	0.0055	상승	-16.9498	0.2259	중립
	T8	로봇 및 관련 산업 박람회	0.1021	0.4643	중립	26.8494	0.0060	상승
(A3) 서비스 자동화	T9	카페 무인화	0.4298	0.0239	상승	-1.7098	0.8606	중립
	T10	조리 자동화	0.1896	0.1700	중립	-1.3578	0.8770	중립
	T11	서빙 로봇	-0.0100	0.9658	중립	-6.4481	0.5750	중립
(A4) 유통 자동화	T12	배달 로봇	0.7063	0.0211	상승	-17.7131	0.2584	중립
	T13	자율 주행 기술	0.4741	0.0129	상승	-0.2750	0.9803	중립
	T14	라스트마일 혁신	0.5659	0.0040	상승	-18.5531	0.0765	하락
(A5) 생산	T15	식품 생산기술 혁신	0.0900	0.4708	중립	18.9067	0.0244	상승
	T16	스마트 팩토리	0.7022	0.0021	상승	-9.1766	0.4897	중립
(A6) 노동	T17	노동 대체	0.3196	0.1080	중립	-0.1972	0.9870	중립
	T18	인력 보조	0.8389	0.0001	상승	-18.2727	0.1505	중립

46) 규제 샌드박스는 혁신적인 신제품 및 서비스에 대해 임시로 기존 규제 적용 없이 한정된 소비자 및 지역을 대상으로 실증 테스트가 가능한 제도를 의미함(삼일PwC경영연구원, 2022).

4

기업 사례조사

1. 기업 사례조사 개요

○ 본 장에서는 푸드테크 로봇 제조 분야의 10개 기업을 대상으로 실시한 사례 조사 결과를 상세히 논의함.

- 이들 기업 중 7개는 독립적으로 운영되는 기업이고, 나머지 3개는 각각 국내 및 해외 그룹의 계열사로 구성되어 있음.
- 조사 내용은 (1) 기업 일반 사항, (2) 푸드테크 로봇 사업 현황, (3) 로봇 활용 시 겪는 문제점 및 애로사항, (4) 정부 지원과 관련된 정책적 어려움 등 네 가지 주요 영역으로 나뉘어져 있음.
- 이러한 자료는 각 기업의 로봇 부문 담당자를 대상으로 한 설문 조사와 전화 면담을 통해 수집되었음. 이 사례 조사는 푸드테크 로봇 산업의 현황을 이해하고, 향후 정책 및 사업 전략 수립에 필요한 자료를 제공하는 데 목적이 있음.

2. 기업 사례조사 설문결과

2.1. 기업 일반 사항

- 독립기업 7곳, 국내그룹 계열사 2곳, 해외그룹 계열사 1곳이 응답하였음.
- 법정 기업 분류⁴⁷⁾별로는 대기업 3곳, 중·소기업 3곳, 스타트업 4곳임.
 - 스타트업으로 응답한 경우, 모바일 로봇 개발 및 서빙로봇 생산 및 판매, 실외 자율주행 로봇을 활용한 식음료 배달 및 순찰 등의 제품 및 서비스를 제공하고 있다고 응답함.
- 상장 여부로 분류한 결과로는 코스피 상장기업 2곳, 코스닥 상장기업 2곳, 비상장 6곳이 응답하였음.

2.2. 푸드테크 로봇 사업 현황

- 푸드테크 로봇의 범주
 - 본 조사에서는 정책 대상자 선정과 정책 수립에 있어 산업 분류의 정확성이 중요하다고 판단하였음. 이에 현재 정부 차원에서 활용하고 있는 ‘푸드테크 로봇’에 대한 분류가 기업 제조 활동에서 적용 및 활용되는 분류로 적절한지에 대해 조사하였으며, 그 결과는 아래 <표 4-1>과 같음.
 - 제조공정 자동화 및 간소화에 관해서는 이견 없이 푸드테크 로봇 분류로 적절하다고 응답하였음.
 - 식품 물류 및 유통 로봇의 경우, 특히 실외 배달 로봇은 엄밀하게는 대상 품목이 식음

47) 대기업은 중소기업기본법이 규정하는 중소기업이 아니면서 10조 이상의 자산 규모인 기업을 의미하며, 중소기업은 종업원 5인 이하인 영세기업을 제외하고 3년 평균 매출액이 1,500억 미만이며 자산이 5,000억 이하인 기업을 의미함.

료로 한정된 물류 로봇의 한 종류로 보아야하는데, 이를 푸드테크 로봇으로 분류하는 것은 부적절하다는 의견이 있음.

- 주방로봇의 경우, 용어의 부적절성에 대한 의견이 존재함. 즉 주방로봇이라는 용어보다는 로봇 가전 또는 가전 로봇이 더욱 적절해보인다는 의견이 있음.
- 또한, 주방 운영 로봇은 주방의 전처리 및 조리 자동화와 관련된 로봇으로 분류하고, 서빙 로봇은 주방 운영보다는 홀의 서빙이나 각종 서비스를 보조하는 로봇으로 분류하여 별개 분류로 보는 것이 적절하다는 의견 역시 존재함.
- 한편, 위 분류 외에 청소로봇/정리로봇 등 식품 제조 공정에서 발생하는 부산물 및 위생 문제를 처리할 수 있는 로봇이 푸드테크 로봇 분류 상에 포함되어야 한다는 응답도 있어 향후 이에 대한 고려가 필요할 것으로 생각됨.

〈표 4-1〉 푸드테크 로봇 분류의 적절성

분류	예	아니오
제조공정 자동화(스마트 팩토리)	10	0
제조공정 간소화(로봇, 식품프린팅)	10	0
식품물류 및 유통 로봇	9	1
주방 로봇	6	4

○ 주요 사업 분야 및 매출

- 각 기업의 푸드테크 로봇 제품에 관한 사업 분야는 제조만을 담당하는 기업 2개소, 설치 및 서비스만을 담당하는 기업 2개소와 제조·유통만을 담당하는 기업 1개소 외에 나머지 기업 5개소는 제조·유통·설치 및 서비스를 모두 제공하고 있는 것으로 나타남.

〈표 4-2〉 응답 기업의 주요 서비스 분야(중복응답 가능)

	제조	유통	설치 및 서비스	기타
응답수	8	6	7	0

○ 지난 3년 간의 푸드테크 로봇 판매 지역에 관해서는 〈표 4-3〉과 같이 나타났음. 대기업(기업3, 기업4)의 경우 국내 판매 비중이 30% 이하를 차지하였으며, 그 외 스타트업의

경우에는 국내 시장의 판매 비중이 90% 이상을 기록하며 대부분 국내 시장에 편중되어 있는 모습을 보임.

〈표 4-3〉 제품 및 서비스의 주요 판매 지역별 비중

	국내 특정 지역	국내시장 전체	아시아	유럽·북미	기타
기업 1	0	100	0	0	0
기업 2	0	95	2.5	2.5	0
기업 3	0	30	0	70	0
기업 4	5	25	60	10	0
기업 5	100	0	0	0	0
기업 6	0	100	0	0	0
기업 7	보안상의 이유로 미응답				
기업 8	0	100	0	0	0
기업 9	0	100	0	0	0
기업 10	0	100	100	0	0

○ 각 기업 내 응답자가 응답한 각 기업의 전체 매출액과 푸드테크 로봇 부문 매출액, 푸드테크 로봇 사업 비중은 다음 〈표 4-4〉와 같음.

〈표 4-4〉 응답 기업의 매출액 및 푸드테크 로봇 사업 비중

	전체 매출액 (백만 원)	푸드테크 로봇 부문 매출액 (백만 원)	푸드테크 로봇 사업 비중 (%)
기업 1	170	170	100
기업 2	1,500	1,500	100
기업 3	45,000	13,500	30
기업 4 ⁴⁸⁾	15억 달러 이상	10억 달러 이상	90
기업 5	20	10	50
기업 6	4,000	2,000	50% 이상
기업 7	200,000	보안상의 이유로 미응답	
기업 8	13,000	500	20
기업 9	10,000	3,000	30
기업 10	25,000	20,000	80

48) 중국 내 서비스 로봇 점유율 1위 회사이며, 한국 서빙 로봇 시장에서도 상당한 점유율을 차지함.

2.3. 문제점 및 정책 애로사항

○ 푸드테크 로봇 도입 및 확장 계획

- 향후 5년간 푸드테크 로봇 사업 분야의 비중 조정 계획에 대해서는 <표 4-5>와 같이 응답하였으며, 대부분의 기업이 푸드테크 로봇 사업 분야의 비중을 확대 또는 유지하고자 하는 것으로 나타남.
- 이 결과는 푸드테크 로봇 기업의 경우에는 기존 대비 더욱 생산량을 높이려는 것으로 볼 수 있으며, 종합 로봇 기업인 경우에는 푸드테크 로봇의 비중을 높이고자 하는 것으로 해석될 수 있음.

<표 4-5> 푸드테크 로봇 사업 분야의 향후 비중

확대 계획	응답 수
대폭 확대(50% 이상 증가)	4
확대(25~50% 증가)	2
약간 확대(25% 미만 증가)	0
현재 수준 유지	2
축소	0
아직 계획 없음	0
기타	2(보안상 미응답 및 향후 시장 상황을 보고 결정)

○ 푸드테크 로봇 사업 비중 확대의 장애요인

- 푸드테크 로봇 사업 비중의 확대에 있어서 가장 큰 걸림돌로 작용하는 것은 다음 <표 4-6>과 같이 나타났으며, 기술력 및 R&D 투자 여력 부족, 초기시장 형성 및 판매 애로/수요부족, 정부 재정지원의 부족이 주요한 애로사항으로 나타남.
- 재정 관련 애로사항이 가장 많은 애로로 꼽힘에 따라, 재정지원 범위를 확대하고 자금조달을 용이하게 하는 등 자금지원 정책의 확대가 푸드테크 로봇 분야의 산업 성장에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 보임.
- 또한 기술력 및 R&D 투자여력 부족 및 우수인력 확보 어려움 역시 주된 어려움이라는 점을 감안할 때 로봇 분야 인재 양성 및 기술 개발에 관련한 정책 역시 필요할 것으로 사료됨.

〈표 4-6〉 푸드테크 로봇 비중 증대의 장애 요인(중복응답 가능)

애로 사항		응답 수
재정 관련 애로사항	정부 재정지원의 부족	4
	기술력 및 R&D 투자 여력 부족	4
	자금조달 애로	2
시장 관련 애로사항	초기시장 형성 및 판매 애로/수요부족	5
	불확실한 미래시장 전망	1
인력 관련 애로사항	우수인력 확보상의 애로	3
	불안정한 노사관계	0
규제 관련 애로사항	정부정책 불확실성	3
	국내 시장 규제	2

○ 위 〈표 4-6〉에서 제시된 애로사항과 관련하여 개별 기업들이 경험하고 있는 구체적인 사례에 대한 자유해답식(open-ended) 질문에 대한 답변은 다음 〈표 4-7〉과 같음.

〈표 4-7〉 애로 사항별 구체적 사례

애로 사항		구체적 사례
재정 관련	정부 재정지원의 부족	<ul style="list-style-type: none"> - 로봇은 고비용 상품이므로 판매 빈도가 낮아 지속적인 로봇 지원정책이 필요함. - 서빙로봇과 달리 실외이동로봇은 현재 관련정책의 부재로 로봇 도입에 관심있는 경영주들이 비용 부담을 호소하고 있으므로 정부 지원이 필요함. - 수요기업이 초기 투자금에 대한 부담을 느끼고 있으므로 사업장의 영세성·신용도·재정건전성과 무관하게 정부부처의 관련 지원 확대가 필요함.
	기술력 및 R&D 투자 여력 부족	<ul style="list-style-type: none"> - 로봇 시장이 아직 개화가 되지 않아 투자 여력이 부족함.
	자금조달 애로	<ul style="list-style-type: none"> - 라스트마일(최종배달 단계) 시장을 대상으로 하는 식품배달 실외 이동로봇 산업은 좋은 접근성을 갖춘 주문 플랫폼 구축이 필수적이기에, 이 부분에 대한 초기 자금 조달이 필요한 상황임. - 기술 확보를 위한 자금 조달이 어려움.
시장 관련	초기시장 형성 및 판매 애로 /수요부족	<ul style="list-style-type: none"> - 대기업 및 중국로봇 유통회사가 시장을 기점유하고 있음. - 기술기반 회사의 유통망 구축이 어려움. - 서빙로봇의 경우 고관여 상품⁴⁹⁾이라는 점에서 한계가 있음. - 초기 시장 확보를 위한 정부 보조금이 부족함. - 현재까지는 로봇이 대규모의 인력을 대체한 이력이 없어 리스크 요인이 확인된 바가 없음. - 고물가·고금리로 경기 침체가 장기화됨에 따라, 외식업 자영업자가 개인 사업의 영속성에 대한 불안 심리가 해소되지 않음. 이로 인해 로봇 전환(RX, Robot Transformation)에 대한 부담을 느껴 수요 확대가 더뎠음.
	불확실한 미래시장 전망	없음

49) 일반적으로 가격이 비싸기 때문에 구매의 리스크가 높고, 구매를 결정하기까지 오랜 시간이 소요되는 상품을 의미함.

(계속)

애로 사항		구체적 사례
인력 관련	우수인력 확보상의 애로	- 로봇 관련 인력이 기본적으로 부족함(2개 응답) - 식품 관련 SI업체 ⁵⁰⁾ 의 경험 부족 및 인력 부족
	불안정한 노사관계	없음
규제 관련	국내 시장 규제	- 푸드테크 로봇 관련 안전 규정의 부재로 수요자 입장에서의 접근이 어려움. - 푸드테크 로봇 산업은 전통산업인 외식업 시장을 로봇을 활용하여 선진화·고도화하는 신규산업 분야임. 신규산업 분야가 전통산업 시장에 참여할 때, 적용 가능한 명확한 규제가 없어 경험적 판단에 의존해야 하고, 이에 따라 상용화가 더디게 되는 문제가 발생하고 있음.
	정부정책 불확실성	- 로봇 인증과 관련하여 국내 대기업 영향이 매우 크고, 푸드테크 기업에 대한 인증 기준이 미비함. - '소상공인 스마트상점 지원사업' 등 수요확대 사업이 지속적인 관리보다는 제품 공급에 우선순위를 두고 있어 대기업 제품의 밀어내기식 공급이 이루어지거나 운영 실적이 부족한 검증되지 않은 기업의 참여 등으로 인해 소상공인의 고객경험 만족도가 떨어짐.

○ 푸드테크 로봇의 도입이 현재 또는 미래 인력 고용에 미치는 영향에 관해서는 다음 <표 4-8>과 같이 응답함.

- 한 응답자는 로봇이 미래에는 인력을 대체함과 동시에 일자리 역시 창출할 것으로 응답함. 이는 로봇 사용 교육 등을 통해 로봇 활용이 익숙해진 근로자들이 로봇을 활용하거나 관리하는 일자리에 종사할 수 있다고 보았기 때문으로 사료됨.
- 한 응답자는 현재는 일자리를 창출하는 효과가 크지만, 미래에는 인력을 대체할 것으로 예상한다고 응답하였음.

<표 4-8> 푸드테크 로봇의 인력 대체 효과 및 일자리 창출 효과(중복응답 가능)

인력 대체 및 일자리 전망	응답 수
인력을 대체하는 효과가 더 큼	5
일자리를 창출하는 효과가 더 큼	3
로봇 도입이 인력에 큰 영향을 주지 않음	1
현재는 영향이 없으나, 미래에는 인력을 대체할 것으로 예상함.	2
현재는 영향이 없으나, 미래에는 일자리를 창출할 것으로 예상함.	1
확실치 않음/의견 없음	0

50) System Integration 업체. 시스템에 대한 전반적인 기획·개발·유지보수 등을 대리하여 운영하는 업체

○ 푸드테크 로봇과 기존 산업용 로봇의 주요한 차이점에 대해서는 <표 4-9>와 같이 응답하였으며, 식품의 안전한 운반과 청결·위생관리와 관계된 기능이 가장 주요한 차이점으로 나타남.

- 기타 의견으로는 이동 로봇의 경우 산업 위험도로 인해 산업용이 더욱 정밀하다는 의견, 서비스 인력의 대체 효과를 가진다는 의견 등이 있었음.
- 한편, 푸드테크 로봇이 산업용 로봇은 아니지만 서비스 과정에서의 차이가 없고, 푸드테크 기술의 실현에 필요한 장치 중 하나가 협동로봇이라고 할 수 있기 때문에⁵¹⁾ 기존의 협동로봇에 포함되는 개념이라는 의견이 있었음.

<표 4-9> 기존 산업용 로봇과 푸드테크 로봇의 주요 차이점(중복응답 가능)

주요 차이점	응답 수
식품을 안정적으로 운반할 수 있는 정밀한 기동성	6
청결 및 위생 관리에 특화된 설계	3
식품 특성에 맞는 조리 기술(예: 튀김, 절단 등)	2
한국형 식단 및 다양한 요리 방식에 적합한 기능	1
식재료의 종류와 상태를 인식할 수 있는 센서 기술	0
기타	3

○ 국내 시장에서의 경쟁력 및 해외 수출 시 잠재적인 경쟁력에 대해 자사 스스로 평가한 정도와 우위를 가지는 요인에 대해서는 각각 <표 4-10>, <표 4-11>과 같이 응답함.

- 응답한 거의 모든 기업은 국내 시장과 해외 시장에서의 자사 스스로 경쟁력이 높다고 평가하였음.
- 이를 5점 척도로 환산하여 나타내면, 국내시장 경쟁력 4.5점, 해외시장 경쟁력 4.2점으로 나타남.

51) 협동로봇은 개념적으로 사람과 같은 공간에서 작업하면서 물리적으로 상호작용할 수 있는 로봇을 뜻하는데, 식품 산업에서 사용되는 로봇의 경우 서빙로봇, 조리로봇, 배달로봇 등 사람과 한 공간에서 일하는 경우가 많고, 사용자와의 상호작용 역시 필요하기 때문으로 보임.

〈표 4-10〉 자사가 평가한 국내시장과 해외시장에서의 경쟁력

	매우 높음	높음	보통	낮음	매우 낮음	확실치 않음	5점 척도 평균
국내 시장 경쟁력	5	5	0	0	0	0	4.5
해외 시장 경쟁력	3	6	1	0	0	0	4.2

○ 한편 자사가 해외 시장 진출 시 경쟁력이 있을 것으로 평가하는 요인으로는 제품의 기술 혁신성을 가장 주된 요인으로 꼽았으며, 그 뒤를 이어 제품 가격경쟁력과 지속적인 기술 지원 및 서비스 순으로 나타남.

- 이는 푸드테크 분야별로 실시한 국내 기술 수준 평가에 따르면, 국내 업체의 경우 로봇 및 스마트 가전, 식품 관련 정보 DB, 식재료 및 식품 유통 서비스의 기술 수준이 상대적으로 양호하다는 조사 결과(삼일PwC경영연구원, 2022)와 일관성이 있는 조사 결과라고 할 수 있음.

〈표 4-11〉 자사가 평가한 해외시장에서의 경쟁력을 지닌 요인(중복응답 가능)

자사의 해외시장 경쟁력 확보 요인	응답 수
기술 혁신성	8
제품 가격 경쟁력	6
지속적인 기술 지원 및 서비스	6
현지 파트너십 및 유통망 구축	5
현지 시장과 문화에 대한 적응력	2

○ 제품 부품 및 서비스의 국산화 관련, 현재 푸드테크 로봇 생산 시에 사용되는 부품의 국산화 정도에 대해서는 〈표 4-12〉와 같이 응답하였음.

〈표 4-12〉 푸드테크 로봇 생산 시 국산 부품 사용 비율

부품 국산화율	사용하지 않음	20% 미만	20% 이상 50% 미만	50% 이상	대부분 또는 전부
응답 수	0	1	2	5	1

주: 미응답 1개소.

○ 한편 푸드테크 로봇 부품의 국산화는 대부분의 기업에서 계획하고 있는 것으로 나타났음.

〈표 4-13〉 향후 국산 부품 비중 조정 계획

국산 부품 비중 조정 계획	응답 수
국산화를 크게 확대할 계획 있음	3
국산화를 약간 확대할 계획 있음	4
현재 수준을 유지할 계획임	1
확대 계획이 없음	1
확실하지 않음/계획 없음	0

주: 미응답 1개소.

○ 부품과 서비스의 국산화에 어려움을 주는 요인으로는 국내 부품 공급 업체의 가격 경쟁력 부족이 가장 큰 원인으로 꼽혔으며, 국내 공급 업체의 품질 및 기술 개발 부족이 그 다음으로 중요한 원인으로 꼽힘.

- 즉, 부품의 국산화에 지장을 주는 원인은 가격 문제와 기술력 및 품질 문제가 가장 주된 원인으로 꼽힘.

〈표 4-14〉 부품 국산화의 장애 요인(중복응답 가능)

국산화 장애 요인		응답 수
가격 문제	국내 공급 업체의 가격 경쟁력 부족	7
기술력 및 품질 문제	기술 개발 부족	4
	국내 공급 업체의 품질 문제	4
	혁신적인 부품 및 소재의 국내 생산 부재	2
	국내 인력의 기술 및 전문성 부족	2
정책적 문제	정부 지원 정책 또는 인센티브 부족	1
	국제 무역 및 수입 관세 정책	0
그 외	국내 시장의 규모 한계	1
	기술 라이선싱 및 지적 재산권 문제	1
	국내 공급 업체의 납기 시간 문제	0

2.4. 정부지원 및 정책적 애로사항

○ 응답 기업 중 정부 지원을 받은 적이 있는 기업은 7곳, 지원을 받은 적이 없는 기업은 3곳으로 나타남.

- 정부 지원을 받은 적이 있는 기업의 경우, 지원 주체는 다음 <표 4-15>와 같았으며, 이용한 지원 프로그램은 <표 4-16>과 같았음.

<표 4-15> 정부 지원 프로그램 지원 부처(중복응답 가능)

지원 부처	응답 수
중소벤처기업부	4
산업통상자원부	4
과학기술정보통신부	1
농림축산식품부	1
보건복지부	0
기타	1 (KOTRA)

<표 4-16> 정부 지원 프로그램 내용(중복응답 가능)

지원 정책 프로그램	응답 수	가장 도움이 되었다고 응답한 수
기술개발(R&D) 지원 프로그램	4	2
인력 개발 및 교육 프로그램	3	0
창업 및 사업화 지원 프로그램	2	2
수출 지원 프로그램	2	1
세제 혜택 및 자금 지원 프로그램	1	0
기타 지원 프로그램	1	0

- 기타 지원 프로그램의 경우, 소상공인 스마트기기 보급사업을 통해 수요가 확대되어 간접적으로 혜택을 누렸다고 응답함.
- 특히 가장 도움이 되었던 정부 지원 프로그램으로는 기술개발 지원 프로그램과 TIPS⁵²⁾ 등의 창업 및 사업화 지원 프로그램, 수출 지원 프로그램이라고 응답함.

⁵²⁾ Tech Incubator Program for Startup Korea. 세계 시장을 선도할 기술 아이템을 보유한 창업팀을 민간 주도로 선발하여 미래유망 창업기업을 집중 육성하는 프로그램.

- 한편 4곳의 기업은 지원을 신청하였으나, 혜택을 받지 못한 경우가 있었다고 응답함. 그 사례로는 병역특례기업 신청을 하였으나 지정받지 못한 경우, 기술개발 지원 프로그램에 신청하였으나 선정되지 못한 경우, 로봇시범사업 참가를 신청하였으나 미선정된 경우 등이 있음.
- 특히 한 기업은 사실상 국내 업체이지만 로봇 생산지가 국외이기에 외산로봇⁵³⁾ 유통사로 구분되어 정부지원사업 참여에 제한이 있다고 응답하였음.

○ 각 기업이 주로 혜택을 받은 구체적인 정책은 다음 <표 4-17>과 같음.

<표 4-17> 정부지원 프로그램 내역

주관 부처	지원 사업
중소벤처기업부	- 창업성장기술 개발사업 (TIPS/전략형/디딤돌) - 중소기업 기술혁신 개발사업 (수출지향형/시장확대형/시장대응형)
산업통상자원부	- 로봇산업 기술개발사업 - 소재부품 기술개발사업
과학기술정보통신부	- 연구개발특구 육성사업
농림축산식품부	- 스마트팜 다부처 패키지 혁신기술개발 사업
KOTRA	- K-Robot 해외진출지원사업

- 우선 중소벤처기업부 주관의 ‘창업기술개발사업’과 ‘중소기업 기술혁신 개발사업’은 기업 매출액 규모로 구분하여 R&D 연구비 등을 지원하는 프로그램임.
- ‘창업기술개발사업’은 창업 7년 이하 기업 중 매출액이 20억 미만인 곳을 지원하는 사업이며, 디딤돌/전략형/TIPS의 내역사업으로 나뉨.
 - 디딤돌과 전략형은 개발기간 및 지원한도가 각각 최대 1년 & 1.2억원, 최대 2년 & 3억 원 한도로 연구개발비의 80% 이내를 지원하는 사업임.
 - 특히 창업기술개발사업 중 ‘TIPS(Tech Incubator Program for Startup Korea)’ 사업을 통해 지원을 받은 기업이 많음. 이는 세계 시장을 선도할 기술 아이템을 보유한 창업팀을 민간 주도로 선발하여 미래유망 창업기업을 집중 육성하는 프로그램으

⁵³⁾ 한국로봇산업진흥원 문의 결과, 외산/국산 로봇을 구분짓는 법적 기준은 별도로 마련되어 있지 않으며, 각 정책 시행 시 내부적인 기준을 통해 구분하는 것으로 알려짐.

로, TIPS 운영사⁵⁴⁾가 1억 원 내외 금액을 투자하고, 정부가 R&D 지원금 및 사업화·판로를 지원하는 사업임.

- ‘중소기업 기술혁신 개발사업’은 매출액이 20억 원 이상인 중소기업을 대상으로 하는 정책으로, 수출지향형/시장확대형/시장대응형의 3유형으로 나뉨.
- 이 중 수출지향형은 최대 4년간 연차별로 최대 5억 원 이내의 지원금을 지원하며, 시장확대형은 최대 2년간 연차별 최대 3억 원 이내, 시장대응형은 최대 2년간 연차별 최대 2.5억 원 이내를 지원함.

○ 다음으로 산업통상자원부의 정책으로는 ‘로봇산업 기술개발사업’과 ‘소재부품 기술개발사업’ 등이 있음.

- 로봇산업 기술개발사업은 로봇산업 경쟁력 제고를 위해 로봇분야의 첨단 융합제품과 부품, 원천기술 개발 등을 집중적으로 지원하는 사업으로 로봇관련 기업과 대학, 연구소 등에 총 개발기간 3~5년간 각 연차별 최대 10억 원 내외를 지원함.
- 소재부품 기술개발사업은 소재의 해외의존도를 완화하고 기술을 고도화하여 미래 시장 선점을 위해 소재·부품의 기술개발을 지원하는 사업임.
- 로봇산업 기술개발사업과 소재부품 기술개발사업의 지원규모는 2023년 기준 각각 1,069억 원과 525억 원으로 나타남.

○ 과학기술정보통신부 주관 정책으로는 연구개발특구 육성사업 혜택을 주로 받은 것으로 나타남.

- 연구개발특구 육성사업은 대덕·광주·대구·부산·전북의 5개 광역 특구와 14개 강소 특구⁵⁵⁾의 기술을 모아 수요기업과의 연계를 통해 공공기술을 발굴하고 사업화하여 지역발전과 고급일자리 창출을 도모하는 사업임.

54) 중소벤처기업부가 선정하는 곳으로, 운영사가 창업기업을 발굴 및 투자하여 중소벤처기업부에 추천하면 별도 평가 후 정부 자금을 지원함. 2023년 기준 TIPS 운영사는 총 112곳임.

55) RnD 대학·연구소·공기업 등 거점 기술핵심기관을 중심으로 연구, 주거, 산업, 문화를 집적한 자족형 공간을 의미함(연구개발특구진흥재단).

- 이를 위해 외부 투자유치 활동을 지원하고 신기술의 실증특례 지원과 실증특례 지정 과제 지원 등을 통해 각종 비용 등을 지원함.
- 농림축산식품부 주관 정책으로는 ‘스마트팜 다부처패키지 혁신기술개발 사업’과 ‘농업 분야 창의도전형 융복합 모델개발 사업’ 등이 있음.
- 스마트팜 다부처 패키지 혁신기술개발 사업은 스마트팜 융합·원천기술의 개발과 확산을 통해 농축산업의 지속가능성을 구현하고 글로벌 경쟁력을 제고하기 위해 진행되는 사업으로, 2021년에서 2027년간 총 3,867억 원의 자금을 지원함.
 - 이 사업의 지원을 받은 기업은 해당 사업의 세부내용 중, 로봇기반 무인 자동화 기술의 개발 분야의 지원을 받은 것으로 사료됨.
- 이외에도 KOTRA 주관의 K-Robot 해외진출지원사업의 지원을 받아 GMV⁵⁶⁾ 등에 참가하거나 해외 산업박람회 진출 부스 설립 및 지원을 받은 경우가 있음.
- 정부 지원 프로그램을 이용하며 겪은 애로사항으로는 <표 4-18>과 같이 응답함.
- 기타 의견으로는 지원 자격 요건 중 채용인원 등의 정량적 요소의 평가를 전년도 기준으로 실시하여 심사 기준에 미달된 적이 있어 어려움을 겪은 사례를 응답함. 이에 정량적 요소 평가 기준 기간에 대해 유연한 기준의 적용이 필요하다는 의견이 존재함.
 - 지원 자격 요건의 복잡성과 사후 관리 및 보고 요구의 복잡성에 대한 응답 빈도가 상대적으로 높다는 점을 감안할 때, 정부 지원 프로그램 설계 시에 현행 지원 정책 대비 자격 요건 평가의 간결성과 사후 관리 및 보고 체계의 단순화가 이루어져야 할 것으로 보임.

⁵⁶⁾ Global Moblie Vision. 국내 최대 규모의 ICT 분야 B2B 플랫폼

〈표 4-18〉 정부 지원 프로그램 이용 시 애로사항(중복응답 가능)

정부 지원 프로그램 이용 시 애로사항	응답 수
사후 관리 및 보고 요구의 복잡성	4
지원 프로그램에 대한 정보 부족	3
지원 금액 부족	3
불분명한 카테고리 및 분류 기준	2
지원 자격 요건의 복잡성	2
지원 신청 및 처리 과정의 지연	1
기타	1

○ 규제 개선 사항 관련, 기업이 직면하고 있는 규제나 법적 애로사항이 있다고 응답한 기업은 5곳이며, 아니므로 응답한 기업은 5곳임.

- ‘예’로 응답한 기업들이 주로 직면하고 있는 규제는 〈표 4-19〉와 같이 나타남.

〈표 4-19〉 직면하고 있는 규제 및 법적 애로사항(중복응답 가능)

애로사항	응답 수
제품 또는 서비스 관련 규제의 부재	2
행정절차가 너무 복잡하고 많은 비용이 소요	2
로봇 사업(제품 또는 서비스) 관련 규제에 대한 정보의 부족	2
상충되는 관련 규제, 법 등으로 인한 애로	1
기타	0

○ 푸드테크 로봇 산업의 활성화를 위해 개선의 필요성이 가장 크다고 느껴지는 규제는 개인정보보호법 관련 규제⁵⁷⁾로 나타남.

〈표 4-20〉 개선이 필요한 규제 분야(중복응답 가능)

규제 개선이 필요한 분야	응답 수
개인정보보호법 관련 규제	4
생활물류법 관련 규제	2
식품위생법 관련 규제	2
도로교통법 관련 규제	1
공원녹지법 관련 규제	1
기타	0

57) 무인주행 로봇 등이 이동 시 카메라에 개인의 얼굴을 불가피하게 담게 되는데, 이러한 부분이 해당 법규를 위반하는 것으로 해석될 여지가 있는 것을 주로 의미함.

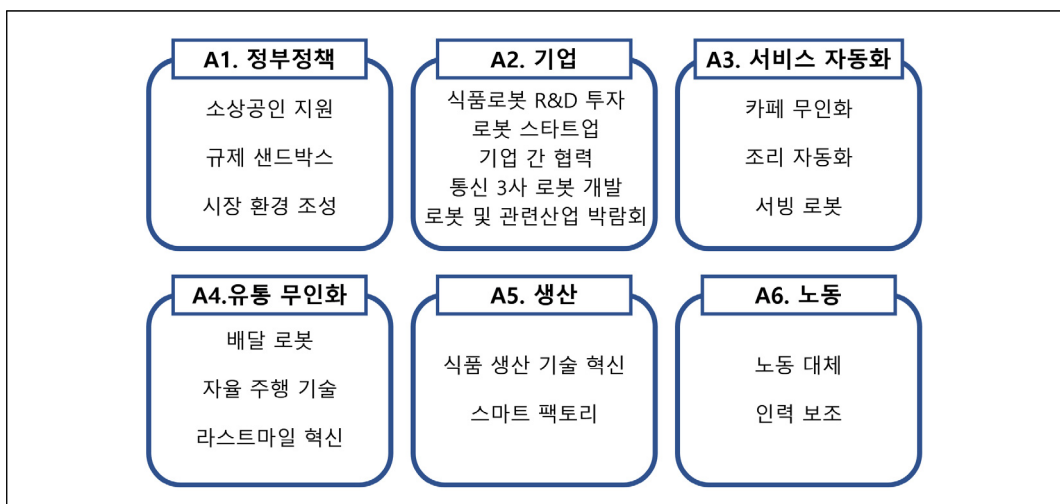
- 정책 및 규제 개선을 위해 정부가 집중적으로 개선해야 할 사항에 대한 자유해답식 질문에 대한 답변으로는 다음과 같이 다양하게 응답되었으며, 주로 응답된 기업 보호 및 수요확대, 지원 확대에 대한 내용에 우선순위를 두어야 할 것으로 보임.
- 서빙로봇의 경우 중국산 로봇과 대기업 등 자금력을 갖춘 기업이 시장을 장악하고 있어 국내 후발 기업 및 기술 기반 벤처기업들의 제품 판매에는 어려움이 있음. 따라서 관련 벤처기업에 대한 보호와 꾸준한 기술개발 비용이 필요함.
 - 또한 푸드테크 로봇 수요 기업 및 개인이 푸드테크 로봇을 활용할 수 있도록 소상공인 지원사업 등의 지원 사업과 푸드테크 로봇 렌탈·리스 등의 구매 지원을 통해 수요를 확대할 수 있도록 하여야 함.
 - 기업 지원 및 보호와 수요확대를 통해 기술력과 창의성을 지닌 기업들의 시장에 참여할 수 있는 환경을 조성한다면 푸드테크 로봇의 국산화율 향상 등도 달성할 수 있을 것으로 보이며, 최종 소비자의 서비스 접근성 역시 향상될 것으로 기대됨.
 - 수요 확대와 함께 푸드테크 로봇 설치와 관련한 안전 규정의 제정 역시 필요하며, 모든 로봇 사업자에게 공통적으로 적용되는 규제 및 인증제도가 도입되어야 할 것으로 사료됨.
 - 푸드테크 로봇 산업은 서로 다른 산업 간 융합이 필요한 분야이므로, 정부가 간담회 등을 개최하여 각 분야 전문가들의 의견 교류를 촉진할 수 있도록 하여야 함.
 - 이 외에도 테스트 베드 확대 및 지원금 증액, 식품 관련 SI 업체의 능력 평가·관리 기준의 수립, 규제 정책의 최소화 등이 개선 사항으로 제안됨.

5

결론 및 시사점

- 본 연구에서는 2013년부터 2023년까지 총 11년간의 주요 언론 기사 7,151건을 대상으로 토픽모델링과 시계열 회귀분석 방법을 활용하여 '푸드테크 로봇'과 관련한 트렌드를 파악하고자 하였음. 연구를 통해 도출된 결과는 다음과 같음.
- 토픽모델링 결과는 아래의 <그림 5-1>과 같음. 총 18개의 토픽으로 구분되며, 유사한 토픽들을 하나의 주제로 묶어 총 6개의 주제별 토픽이 정의되었음.

<그림 5-1> 토픽모델링 결과 요약



○ 정부 정책(A1) 주제에는 소상공인 지원(T1), 규제 샌드박스(T2), 시장 환경 조성(T3) 토
픽이 포함됨.

- 최근 들어 정부는 ‘디지털 뉴딜’ 등의 정책을 추진하여 소상공인 디지털 전환 활성화
정책을 시행하고 있으며, 「푸드테크 산업 발전방안」 등을 발표하고 규제 샌드박스 제
도를 시행하는 등, 식품 기자재 로봇을 비롯한 푸드테크 시장의 성장과 경쟁력 확보
를 위한 행보를 이어가고 있음.
- 국회에서 역시 규제 완화를 위한 법안의 발의 및 개정을 추진하고 있으며, 각 지자체
및 중앙 부처에서는 푸드테크 산업환경 육성을 위한 정책과 사업을 시행하고 있음.
또한 이러한 정책 기조에 맞추어 각 지자체도 기업과 투자협약을 맺는 등 시장 환경
조성을 위한 사업을 시행 중임.

○ 기업(A2) 주제에는 식품로봇 R&D 투자(T4), 로봇 스타트업(T5), 기업 간 협력(T6), 통
신 3사 로봇 개발(T7), 로봇 및 관련 산업 박람회(T8)의 토픽이 포함됨.

- 서비스 로봇 분야가 고성장이 예상되면서, 국내 전자 대기업 뿐만 아니라 이동 통신
사 등도 새로운 성장동력으로서 푸드테크 로봇 분야에 투자하고 제품을 개발 중인 것
으로 나타남. 또한 다양한 기업들이 기업 간 협력을 통해 경쟁력 강화를 모색하고 있
는 것으로 나타남.
- 한편 식품로봇과 관련한 스타트업들은 경기 침체 등을 원인으로 투자 심리가 위축된
상황에서도 꾸준히 투자를 유치해내면서 성장세를 보이고 있는 것으로 나타남.
- 이러한 푸드테크 로봇은 주로 CES 등의 관련 산업 박람회에서 주로 공개되고 있음.

○ 서비스 자동화(A3) 주제에는 카페 무인화(T9), 조리 자동화(T10), 서빙 로봇(T11)의 토
픽이 포함됨.

- 코로나19로 인한 비대면 문화 확산과 외식업계의 비용 부담 증가와 같은 원인이 복합
적으로 작용하여 무인·비대면으로 운영되는 식당 및 카페가 증가하고 있음.
- 음식료 조리 로봇 및 서빙 로봇의 경우 향후 고성장이 예상되는 분야이지만 서빙 로봇
의 경우 중국산 제품이 국내 시장의 70% 이상으로 추산됨. 따라서 미래 먹거리로서

푸드테크 로봇 분야 발전을 위해서는 국산 로봇의 보급을 위한 다양한 정책이 필요할 것으로 사료됨.

○ 유통 자동화(A4)에는 배달 로봇(T12), 자율 주행 기술(T13), 라스트마일 혁신(T14) 토픽이 포함됨.

- 배달 로봇의 경우 서빙 로봇과 함께 가장 주목받는 서비스로봇 분야로, 역시 향후 고 성장성이 전망되는 분야임. 이에 다양한 기업들이 배달 로봇 개발에 나섰으며, 정부 역시 배달 로봇 상용화를 위해 규제를 점차 완화하고 있음.
- 또한 도심형 소형 물류센터를 설립하여 신속한 배송과 환불 처리를 가능하게 하고, 다양한 로봇을 활용하여 소비자의 라스트마일 배송 서비스 경험을 개선하는 추세임.

○ 생산(A5)에는 식품 생산 기술 혁신(T15)과 스마트 팩토리(T16) 토픽이 포함됨.

- 식품 및 원재료 생산과정에 다양한 4차 산업 기술들이 적용되어 로봇과 함께 활용되고 있으며, 여러 기업들이 스마트 팩토리 구축을 통해 식품 생산 공정의 자동화·효율화를 통해 생산성과 품질 향상, 경영개선, 스마트 안전관리 등을 도모하고 있는 것으로 나타남.
- 다만 높은 투자 비용 등으로 인해 영세업체들의 스마트 팩토리 도입은 쉽지 않은 상황이며, 따라서 자금 지원 등의 지원책이 필요할 것으로 보임.

○ 노동(A6)에는 노동 대체(T17)와 인력 보조(T18) 토픽이 포함됨.

- 외식 분야의 경우 다른 분야에 비해 상대적으로 노동 집약도가 높아 로봇으로 대체하기 상대적으로 쉬운 분야이면서 외식업계의 인력 부족 등의 문제와 맞물려 로봇에 의한 인력 대체가 꾸준히 언급되고 있는 것으로 나타남.
- 또한 군대와 학교의 급식 분야에서는 조리 인력 부족을 해결하기 위하여 조리 로봇을 투입하여 급식 종사자의 업무 부담을 완화하고 있음.

○ 한편, 시계열 트렌드 분석 결과를 바탕으로 지난 10년간 식품 업계의 자동화 추세와 로봇 적용이 확대되고 있는 것을 확인하였음.

○ 식품 제조 로봇, 배달 드론 등 푸드테크 로봇 수요는 시간이 흐름에 따라 지속적으로 증가해 왔으며, 식품 제조(생산), 유통, 외식 서비스까지 식품 산업의 모든 영역에 영향을 미쳤음.

- 코로나19 발생 이후 푸드테크 분야 전반에 대한 수요 증가하면서 푸드테크 로봇에 대한 관심도 상승함. 특히, 무인배달, 자율주행 기술, 스마트 팩토리 등 생산 및 유통 부문에 대한 관심도가 상승한 것을 보았을 때, 해당 분야에서 기술 혁신이 활발하게 진행되었을 것으로 판단됨.
- 또한, 코로나19로 인한 사회적 거리두기는 비대면 식품 생산·소비 방식으로의 전환을 촉진시켰고, 이로 인해 외식 서비스 분야에서 무인점포, 무인 배달 등 무인화·자동화 솔루션이 주목받기 시작하였음.
- 이러한 무인화·자동화 기술이 기존 노동 투입을 대체하여 일자리를 줄일 것이라는 우려도 있으나, 아직까지는 음식 조리, 서빙, 주문 처리 등 업무 효율성을 향상시키고 노동력을 지원하는 '인력 보조' 측면의 효과가 더 큰 것으로 보임.

○ 최근에는 사업경쟁력 강화를 위해 식품기업과 로봇 제조업체 간 협업 사례가 늘어나고, 국내 푸드테크 로봇 시장이 본격적으로 활성화되고 있는 것으로 나타남.

- 예를 들어, 도산로보틱스와 아워홈은 단체급식에 활용되는 협동로봇 조리 솔루션을 공동 개발하고, 아워홈이 운영하고 있는 850개의 단체급식시설에 해당 기술을 적용할 예정임.
- 특히, '지능형 로봇 개발 및 보급 촉진법(지능형로봇법)' 개정에 따라 자율주행 로봇의 실외 이동 허용을 위한 법적 근거가 마련되면서, 이동통신 3사(SK텔레콤, KT, LG 유플러스) 또한 AI(인공지능) 기반 푸드테크 기술 개발에 착수하였음.
- 예컨대, SK텔레콤은 에스푸드홀딩스와 함께 생산·가공·배송·맞춤형 식품 추천 등 식품 밸류체인(value chain) 전반에 AI 기술을 도입하고, KT는 강남구청과 협업하여 음식과 생필품을 중심으로 실외 로봇 배송 서비스를 제공함.

- 또한, 코로나19 발생에 따라 특히 주목받은 키워드는 “로봇 및 관련 산업 박람회”와 “식품 생산기술 혁신”으로 나타났으며, 코로나19 발생 이후 식품 생산기술의 혁신이 활발하게 진행되고 있음을 뒷받침함.
- 따라서, 푸드테크 로봇 분야의 향후 유망 트렌드는 협력과 혁신으로 정의할 수 있음.
 - 다만, 현재 푸드테크 로봇 분야는 대기업과 같이 기술력과 자본을 갖춘 기업을 중심으로 성장하고 있으며, 코로나19 이후 자본력이 감소한 푸드스타트업의 성장은 상대적으로 두드러지지 않음. 따라서, 중소기업과 소자본 스타트업들이 계속해서 성장할 수 있는 환경을 조성하는 것이 필요함.
 - 이를 위해 정부와 기업 간의 협력을 강화하고, 자금 지원 프로그램을 개선하는 등의 노력이 필요하며, 푸드테크 로봇 분야의 지속적인 혁신과 발전을 지원하기 위한 정책과 투자가 중요할 것으로 보여짐.
- 기업 사례 조사 결과로 미루어 보았을 때, 푸드테크 로봇 산업과 관련된 정부 정책의 경우 크게 자금 지원과 기술 개발 지원의 두 영역이 병행되어야 할 것으로 보임.
 - 자금 지원의 경우 공급자인 푸드테크 로봇 제조업체 측에는 기술 개발을 위한 투자금 지원 및 국산 부품 사용 증대를 위한 보조금 등의 정책이 고려될 수 있으며, 한편으로는 수요 확대를 위해 푸드테크 로봇 이용 업체(수요자)들에 대한 보조금 지원 등의 정책이 고려될 수 있을 것임.
 - 기술 개발 지원의 경우에는 국가적 차원에서의 로봇 분야 인재 양성, 기업에 대한 R&D 지원, 로봇 부품 국산화에 주안점을 두어야 할 것으로 사료됨.
- 푸드테크 로봇 산업 성장을 위해서는 푸드테크 로봇 구입·렌탈 비용지원 등을 통해 수요자의 제품 및 서비스에 대한 접근성을 높여 수요 증대를 위한 정책이 마련되어야 할 것으로 보임.
 - 소상공인 지원(T1)이 토픽모델링 수행 결과 주요한 토픽으로 도출되었다는 점과 ‘초기 시장 형성 판매 애로 및 수요부족’이 주된 애로사항으로 꼽혔다는 점을 고려할 때,

수요 확대 정책은 수요자 및 언론 측면의 주요 관심사와 공급자 측면에서의 필요를 동시에 충족시키는 정책으로 볼 수 있음.

- 따라서 수요 확대 정책을 통해 수요자의 비용 절감과 이를 통한 매출 증대, 공급자의 판매량 확대 등을 통해 푸드테크 로봇의 상용화를 위한 저변을 확대하고 시장 성장에 기여할 수 있을 것으로 보임.
- 다만 서빙로봇의 경우 현재는 국산 로봇이 아니어도 보조금을 지급하고 있으므로⁵⁸⁾, 추후에는 국산 로봇을 구매하는 경우 추가적인 혜택을 제공하는 등 국내 로봇 제조 기업의 보호를 위한 방안 역시 수립되어야 할 것으로 사료됨.

○ 또한 푸드테크 로봇 제조 기업에 대한 정부 지원 정책은 지원 금액과 지원 범위를 더 확대하는 방향으로 나아가야 할 것으로 보임.

- 대부분의 제조 업체가 푸드테크 로봇 생산 비중을 유지하거나 증가시킬 것으로 계획하고 있는 것으로 나타났으나, 비중 확대 장애 요인으로 정부 재정 지원의 부족과 자금 조달상의 애로를 응답하였음. 따라서 적절한 재정적 지원을 통해 기술 개발 및 생산 확대에 도움을 줄 수 있을 것으로 판단됨.
- 토픽모델링 결과로 도출된 식품로봇 R&D 투자(T4) 토픽에서 볼 수 있듯, 대기업을 중심으로 민간 부문에서는 기업에 대한 투자가 적극적으로 이루어지고 있음. 따라서 정부 역시 푸드테크 산업 성장을 위하여 현재 대비 재정 지원의 규모를 늘리고 기술 사업화 지원 정책 등을 확대할 필요가 있을 것으로 보임.
- 이러한 지원을 통해 기술력을 가진 중소기업들에게 기술 개발 비용을 꾸준히 지원하고 초기 시장 확보와 유통망 구축 등을 용이하게 함으로써 재정적인 부담을 덜고 시장을 기점유하고 있는 대기업 뿐만 아니라 다양한 기업들이 시장에 참여 가능한 환경을 조성할 수 있을 것으로 사료됨.

⁵⁸⁾ “한국, 서빙 로봇에 국고 지원...중국산 수입 돈줄 됐다”. 조선일보. 2023.08.29.
chosun.com/international/china//08/29/B5TJPBXAYAFBHDO5AKCGUQJWKTA/

- 한편, 산업 경쟁력 강화 및 수출 경쟁력 향상을 위해 연구시설과 연구 장비 지원, 푸드테크 로봇 연구 클러스터 조성 등 연구 인프라를 구축하고, 공모전 개최를 통해 기술 개발에 대한 인센티브를 제공하는 등 기술 개발을 위한 비경제적 지원 역시 필요할 것으로 보임. 또한 개발된 기술을 기반으로 협업할 수 있는 플랫폼을 구축하여 기술 협력이 활성화될 수 있는 환경을 조성한다면 다양한 기업 간 시너지 효과를 극대화하는 효과를 얻을 수 있을 것으로 사료됨.

- 더불어, 푸드테크 로봇의 국산화를 위한 보다 근본적인 차원에서 로봇 부품 제조사에 대한 기술 지원 역시 이루어져야 할 것으로 보임.
 - 대부분의 푸드테크 로봇 제조사는 국산 부품의 사용률을 높일 계획이 있다고 응답하였으나, 국내 부품 공급 업체의 가격 경쟁력 부족, 품질 문제, 기술 개발 부족 등이 부품 국산화의 주된 장애 요인이라고 응답하였음.
 - 따라서 푸드테크 로봇 산업 성장을 위해서는 푸드테크 로봇 제조업체뿐만 아니라 부품 공급 업체에 대한 기술 개발 지원 정책 역시 수립되어야 할 것임.
 - 특히 국내 로봇 제조업체가 스스로 평가한 해외수출에 있어 경쟁력이 있는 요인으로 기술 혁신성과 제품 가격 경쟁력을 꼽은 점과 결부하여 볼 때, 국산 부품의 가격 경쟁력과 기술력이 일정 부분 확보된다면 푸드테크 로봇의 수출 경쟁력 역시 확보될 수 있을 것으로 사료됨.

- 또한 푸드테크 로봇 분야를 포함한 로봇 분야는 신산업 특성상 인력이 부족한 실정이므로⁵⁹⁾, 산학 연계 지원, 로봇 관련 학과 설치 등을 통한 실무 인력 및 전문 인력 양성 정책이 마련되어야 할 것으로 보임.
 - 최근 로봇 산업은 AI 기술, 자율주행, IoT 등, 다양한 분야의 기술과 결합되어 발전하고 있는 양상이므로 푸드테크 로봇 산업의 발전을 위해서는 다양한 분야의 지식과 기술을 융합할 수 있는 인재의 양성이 필수적임.

⁵⁹⁾ <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=030615593359752>

- 따라서 로봇 분야 인력 부족을 해소하고 관련 인력이 대기업으로 몰리는 현상을 해소하기 위하여 산학 연계 지원, 로봇 관련 학과 설치 등을 통해 실무인력 및 전문 인력을 양성할 수 있는 정책이 더욱 활성화되어야 할 것으로 판단됨.

○ 한편, 지원 정책의 개선 외에도 지원 사업 시행 시에 수반되는 행정상의 개선 역시 필요할 것으로 사료됨.

- 지원 정책의 수립과 시행 시에 지원 자격과 사후관리·보고 절차를 간소화하여 수혜기업의 지원 프로그램 이행에 따른 행정적 비용을 절감하고, 지원 정책 프로그램의 홍보 활동을 강화하여 정보 접근성을 높임으로써 다수의 기업이 정책의 혜택을 누릴 수 있도록 하여야 할 것임.
- 이러한 행정상의 개선은 토픽모델링에서 도출된 규제 샌드박스(T2) 토픽에서 제시된 규제 완화와 병행된다면 푸드테크 산업 성장에 있어 시너지 효과를 낼 수 있을 것으로 사료됨.

참고문헌

- 경기도청. 2022. 『경기도 전통 장류 문화 실태조사 및 육성방안 연구』.
- 강민영·박도휘. 2018. “라스트마일 딜리버리: 택배물류의 마지막 1마일 시장을 잡아라”. 『Issue Monitor』. 삼정KPMG경제연구원.
- 고용노동부. 2022. 2022년 하반기 직종별사업체노동력조사결과. 고용노동부 보도자료. 2022. 12. 29.
- 고혜원·나현미·한애리. 2012. 『대한민국명장 제도의 선진화 방안: 예비 대한민국명장 제도를 중심으로』. 수탁연구 12-36. 한국산업인력공단·한국직업능력개발원.
- 고혜원·나현미·한애리·문진우. 2013. “대한민국명장의 역량 요구 분석”. 『직업교육연구』. 32(2). 165-181. 한국직업교육학회.
- 고혜원·이지은·한애리·전희선. 2015. 『기능한국인의 특성분석을 통한 숙련기술인의 역할확대 방법 모색』. 수탁연구 15-09. 한국산업인력공단·한국직업능력개발원.
- 관계부처합동. 2022. 『농식품산업의 혁신성장을 위한 푸드테크 산업 발전방향』.
- 권기대·고삼숙. 2019. “식품명인의 카리스마가 브랜드 이미지 및 관계품질에 미치는 영향”. 『브랜드 디자인학연구』. 17(4). 49-62. 한국브랜드디자인학회.
- 기재홍·안승혁. 2020. 감성분석과 토픽모델링을 활용한 농촌태양광 관련 이슈 연구: 언론 기사와 블로그 포스트 비교. 『디지털융복합연구』. 18(9). 17-27. 한국디지털정책학회.
- 김상호·고혜원·이지은·한애리. 2021. 『대한민국명장 선정 직종 및 심사기준 적합성 분석 연구』. 수탁연구 2021-10. 한국산업인력공단.
- 김영국·오승규. 2015. “무형문화재진흥법의 쟁점과 개선 방안”. 『법과정책연구』. 15(2). 591-609. 한국법정책학회.
- 김종찬·김명호·정다솔. 2023. 『대한민국식품명인 지정제도 운영 개선방안 연구』. 한국식품연구원.
- 김지나. 2019. “전통식품명인 제품의 소비 활성화를 위한 브랜딩 전략 및 플랫폼에 관한 연구: 천리장(千里醬) 윤왕순 명인 중심으로”. 경기대학교 관광전문대학원. 석사학위논문.
- 김지나. 2021. “식품명인 제품의 관계마케팅 요인이 소비자 만족, 신뢰, 소비자 인게이지먼트에 미치는 영향”. 『Culinary Science & Hospitality Research』. 27(12). 142-154. 한국조리학회.
- 김태경·최희련·이흥철. 2016. “토픽모델링을 이용한 핀테크 기술 동향 분석”. 『한국산학기술학회논문지』. 17(11). 670-681. 한국산학기술학회.
- 김혜영·주홍석·최정수·정동열·이혜경·김계원·류한술·정지은. 2015. 『고숙련 기술전수를 위한 도제교육 프로그램 정착방안 연구』. 한국전문대학교육협의회.
- 농림축산식품부. 2019. 『식품산업진흥법 시행령 일부개정법령안 입법예고』. 농림축산식품부 공고 제2019-134호.
- 농림축산식품부. 2023. 『2023년 대한민국식품명인 지정계획 공고』. 농림축산식품부 공고 제2023-227호.
- 동구명장명인장인협회. 2023. 『장인 손 끝에서 예술을 보다』.

- 문화재청. 2016. 『무형문화재 보전 및 진흥 기본계획 수립연구(2017-2021)』.
- 문화재청. 2019. 『무형문화재 전승활성화 및 발전방안 심화 연구』.
- 문화체육관광부. 2017. 『한식문화 진흥 및 확산을 위한 중장기 전략방안 연구』.
- 문화체육관광부. 2021. 『전통문화진흥 종합계획 수립 연구』.
- 박상미·김미숙·유철인·정혜경·홍승범·김현정·남수미·우나리아·박지윤. 2015. 『한식문화 유네스코 인류무형문화유산 대표목록 등재 추진 마스터플랜 수립 연구』. 농림축산식품부.
- 박인우. 2014. “대한민국명장제도의 역할 제고방안에 관한 연구”. 한국기술교육대학교 대학원. 석사학위논문.
- 여선영·배은석. 2015. “대한민국 식품명인제도의 현황과 과제”. 『글로벌문화콘텐츠학회 학술대회 자료집』. 2015(1). 225-230. 글로벌문화콘텐츠학회.
- 영광군청. 2015. 『식품명인 지정 육성 용역』.
- 유무상·정수연·김진후·손철. 2018. “지역신문기사 자료와 토픽모델링을 이용한 해변 관련 계절별 현안 분석”. 『지역연구』. 34(4): 19-34.
- 윤혜진·김창식·곽기영. 2017. “지역관광 연구트렌드 분석: 텍스트마이닝 활용”. 『한국관광레저학회 학술발표대회』. 275-282. 한국관광레저학회.
- 이은영·오선주·강서은·최형원. 2022. “푸드테크의 시대가 온다: 1부. Robots in Food Tech”. 『Paradigm Shift』. 3. 1-101. 삼일PwC경영연구원.
- 이수상. 2016. “독후감 텍스트의 토픽모델링 적용에 관한 탐색적 연구”. 『한국도서관정보학회지』. 47(4). 1-18. 한국도서관정보학회.
- 이재필. 2018. “국가 및 시·도 무형문화재 제도 운영의 성과와 과제: 지정 제도 및 지정 현황을 중심으로”. 『무형유산』. 5. 5-24. 국립무형유산원.
- 임정호·박기재·조장원·이경희·이경미. 2021. 『식품R&D 중점투자분야 1: 스마트식품제조 동향 보고서』. 농림식품기술기획평가원.
- 장우정. 2020. “세계 푸드테크 산업의 동향과 전망”. 『한국융합학회논문지』. 11(4): 247-254. 한국융합학회.
- 전국경제인연합회. 2022. “글로벌 로봇산업과 한국의 현황”. 『Global Insight』.
- 정지현. 2022. 코로나19 이후, 소상공인의 디지털 전환 활성화. 소상공인브리프. 소상공인진흥공단.
- 중소벤처기업부. 2019. “스마트공장 도입 후 생산성 30%, 고용 3명(4.2%) 증가”. 중소기업부 보도자료. 2019. 5. 24.
- 중소벤처기업부. 2023. 2022년 벤처투자동향 발표. 중소기업부 보도자료. 2023. 1. 30.
- 최정숙·박영희·이진영·박보람·김행란. 2011. “명인을 만나다: 전통의 계승자, 미래의 창조자”. 『RDA Interrobang』. 48.
- 산업연구원. 2021. 제조용 로봇산업의 가치사슬 단계별 경쟁력 진단과 정책제언. KIET 산업경제.
- 산업통상자원부. 2023. 민관이 함께하는 첨단로봇 규제혁신. 산업통상자원부 보도자료. 2023. 3. 20.
- 태백시청. 2012. 『태백명장기업 육성을 통한 일자리 창출 연구』.
- 한국로봇산업진흥원. 2020. 음식산업의 대세, 푸드테크 로봇 동향. KIRISA ISSUE REPORT. 20-3.

홍연아·김병률·송성환·윤찬미. 2023. “푸드테크, 혁신 트렌드와 미래전망”. 『농업전망 2023』. 한국 농촌경제연구원.

식품의약품안전처. 각 연도. 「식품 등의 생산실적」.

한국농수산물유통공사. 각 연도. 「농림축산식품 수출입동향 및 통계」.

_____. 2023. 「식품산업 경기동향조사 종합보고서」.

_____. 각 연도. 「식품산업 원료소비 실태조사」.

통계청. 2023. 「가계동향조사 항목분류 설명서」.

한국은행. 2014. 「산업연관분석해설」.

_____. 각 연도. 「산업연관표」.

_____. 2023. 외감기업 경영분석 2023년 1~3분기.

Bai, X., Zhang, X., Li, K. X., Zhou, Y., Yuen, K. F. 2021. Research topics and trends in the maritime transport: A structural topic model. *Transport policy*, 102: 11-24.

Burscher, B., Vliegthart, R., and Vreese, C. H. 2016. Frames beyond words: Applying cluster and sentiment analysis to news coverage of the nuclear power issue. *Social Science Computer Review*, 34(5): 530-545. doi: 10.1177/0894439315596385.

Cao, J., Xia, T., Li, J., Zhang, Y. D, Tang, S. 2009. A density-based method for adaptive LDA model selection. *Neurocomputing*. 72(7-9):1775-1781.

DGIST. 2022. 한국, 영국, 중국의 배달 산업 분석으로, 배달 플랫폼의 개방형 혁신 이론 정립. DGIST 보도자료. 2022. 5. 9.

Griffiths, T. L. and Steyvers, M. 2004. Finding scientific topics. *PNAS*, 101: 5228-5235. doi: <https://doi.org/10.1073/pnas.0307752101>.

FKI, 2022. 글로벌 로봇산업과 한국의 현황. 한국산업연맹(FKI) Global Insight Vol.90.

Lux Research. Lux Research Predicts Automated Deliveries Will Generate up to \$48.4 Billion in Revenue by 2030. (2020. 3. 12). Cision PR Newswire, <https://www.prnewswire.com/news-releases/lux-research-predicts-automated-deliveries-will-generate-up-to-48-4-billion-in-rev-e-by-2030--301022034.html>.

통계청. 각 연도. 가계동향조사 원시자료.

마켓링크. POS 데이터.

KoDATA 한국평가데이터.

<참고 웹사이트>

관세청 수출입무역통계. <tradedata.go.kr/>.

국가법령정보센터 홈페이지. <law.go.kr>.

국가통계포털 가계동향조사. <www.kosis.kr>.

국가통계포털 광업제조업조사. <www.kosis.kr>.

국가통계포털 광업제조업동향조사. <www.kosis.kr>.

국가통계포털 경제총조사. <www.kosis.kr>.

국가통계포털 국민계정. <www.kosis.kr>.

국가통계포털 사업체노동력조사. <www.kosis.kr>.

국가통계포털 생산자물가조사. <www.kosis.kr>.

국가통계포털 서비스업동향조사. <www.kosis.kr>.

국가통계포털 소비자물가조사. <www.kosis.kr>.

국가통계포털 전국사업체조사. <www.kosis.kr>.

국가통계포털 온라인쇼핑동향조사. <www.kosis.kr>.

국가통계포털 외식업체경영실태조사. <www.kosis.kr>.

국립농산물품질관리원. <naqs.go.kr>.

농림축산식품부. <mafra.go.kr>.

문화재청. <cha.go.kr>.

(사)대한민국명장회 홈페이지. <kmasterhand.or.kr>.

(사)대한민국명인회 홈페이지. <koreamaster.org>.

(사)기능한국인회 홈페이지. <koreanmaster.co.kr>.

싱가포르 식품청. <sfa.gov.sg>.

인도네시아 올레마 위원회. <halalmui.org>.

인도네시아 할랄제품보장청. <bpjph.halal.go.id>.

한국농수산식품유통공사 농수산물유통정보. <www.kamis.or.kr>.

한국농촌경제연구원 농업관측센터. <aglook.krei.re.kr>.

한국산업인력공단 홈페이지. <www.hrdkorea.or.kr>.

한국은행 경제통계시스템. <ecos.bok.or.kr>.

해양수산부 홈페이지. <www.mof.go.kr>.

FAO Food Price Index. <www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex>.

Global Data. <www.globaldata.com>.

International Grains Council. <www.igc.int>.

IHS Markit. <global.ihs.com>.

KATI 농식품수출정보. <www.kati.net>.

UN Comtrade DB. <comtrade.un.org>.