

발 간 등 록 번 호

11-1543000-002951-01



2019 가공식품 세분시장 현황

엿류 시장 (조청 포함)



© 2019. **at** 한국농수산물유통공사
All rights reserved.

이 책의 저작권은 한국농수산물유통공사에 있으므로 무단으로 전제 또는 복제할 수 없으며,
영리적인 목적으로도 이용할 수 없습니다.

2019 가공식품 세분시장 현황

엿류 시장
(조청 포함)



목차

엿류 시장 요약	1
제 1 장 엿류 시장 조사 개요	
제 1 절 조사 배경 및 목적	6
제 2 절 조사 대상 및 방법	7
1. 조사 대상	7
2. 조사 방법	7
제 2 장 엿류 시장 개요	
제 1 절 엿류 개요	12
1. 엿류의 정의	12
2. 엿류 주요 제품	15
제 2 절 엿(조청)의 역사와 영양	17
1. 조청(엿)의 역사	17
2. 조청(엿)의 영양 및 효능	18
제 3 절 엿류 관련 인증제도	20
1. 전통식품 품질인증 제도	20
2. 유기가공식품 인증제도	21
3. 대한민국 식품명인 제도	22
4. HACCP	23
제 3 장 생산 및 수출 현황	
제 1 절 가공기준 및 제조방법	26
1. 엿류의 성분규격	26
2. 엿류 제조공정	30
제 2 절 주요 원료 현황	32
1. 엿류 주요 원료	32
2. 주요 원료 동향	33
제 3 절 생산 및 출하 현황	36
1. 엿류 생산 및 출하 현황	36
2. 주요 생산업체	38
제 4 절 수출입 현황	42



제 4 장 유통 및 판매 현황

제 1 절 유통구조	48
1. 엿류 유통 판매 구조	48
제 2 절 소매시장 규모	49
1. 엿류 소매시장 규모	49
2. 소매채널 판매 현황	50
제 3 절 주요 제품 소매채널 가격	51

제 5 장 소비 특성

제 1 절 빅데이터 조사 개요	54
1. 빅데이터 조사 개요	54
2. 빅데이터 분석 범위	54
3. 빅데이터 분석 내용	55
제 2 절 소비 특성	56
1. 물엿 소비 특성	56
2. 조청 소비 특성	66

제 6 장 일본 물엿 시장

제 1 절 일본 물엿 시장	76
1. 물엿 시장규모	76

목차

[표 1-1] 빅데이터 조사 개요	9
[표 1-2] 품목별 사용 데이터의 양	9
[표 2-1] 엿류 분류 및 정의	13
[표 2-2] 물엿과 조청의 비교	14
[표 2-3] 엿류 주요 제품	15
[표 2-4] HACCP 적용대상(식품 기준)	23
[표 3-1] 엿류 규격	26
[표 3-2] 엿류 관련 식품공전 주요 제·개정 현황	26
[표 3-3] 전통식품 품질 규격상 엿류 제조·가공기준	27
[표 3-4] 전통식품 품질 규격상 엿류 자재 기준	28
[표 3-5] 전통식품 품질 인증 엿류 제품	29
[표 3-6] 전통식품 품질 규격상 엿류의 품질기준	29
[표 3-7] 엿류 원료별 사용량 및 원산지 비중(2018년)	32
[표 3-8] 옥수수의 용도별 분류 및 특징	34
[표 3-9] 국내 옥수수 생산 및 수입 현황	35
[표 3-10] 옥수수 수입량	35
[표 3-11] 엿류의 생산 실적	36
[표 3-12] 엿류의 출하 실적	37
[표 3-13] 2018년 엿류 제조업체 지역별 분포	38
[표 3-14] 2017년 기준 종업원 규모별 엿류 출하규모 현황	39
[표 3-15] 2017년 엿류 주요 생산업체 20위 (국내출하액 기준)	39
[표 3-16] 엿류 주요 생산업체 특징	40
[표 3-17] 엿류의 수출 현황	43
[표 3-18] 엿류의 수입 현황	44
[표 3-19] 해외로 유통되는 엿류	45
[표 4-1] 엿류 소매 채널별 판매 규모	50
[표 4-2] 엿류 제품별 판매 가격	51
[표 5-1] 물엿의 기대 요인	56
[표 5-2] 물엿의 우려 요인	57
[표 5-3] 물엿의 우려 요인 세부언급 키워드	58
[표 5-4] 물엿의 구매고려요인	59
[표 5-5] 물엿의 구매고려요인 세부언급 키워드	60
[표 5-6] 물엿 구입장소	61
[표 5-7] 물엿을 구입하는 목적	62



[표 5-8] 물엿을 활용하는 시간대	62
[표 5-9] 물엿을 활용한 요리	63
[표 5-10] 물엿의 대체 재료	64
[표 5-11] 물엿의 대체 재료 세부언급 키워드	65
[표 5-12] 물엿의 연관 재료	65
[표 5-13] 물엿의 연관 재료 세부언급 키워드	65
[표 5-14] 조청의 기대 요인	66
[표 5-15] 조청의 우려 요인	67
[표 5-16] 조청의 우려 요인 세부언급 키워드	67
[표 5-17] 조청의 구매 고려요인	68
[표 5-18] 조청의 구매 고려 요인 세부언급 키워드	69
[표 5-19] 조청 구입장소	70
[표 5-20] 조청을 구입하는 목적	71
[표 5-21] 조청을 활용하는 시간대	71
[표 5-22] 조청을 활용한 요리	72
[표 5-23] 조청의 대체 재료	73
[표 5-24] 조청의 대체 재료 세부언급 키워드	73
[표 5-25] 조청의 연관 재료	74
[표 5-26] 조청의 연관 재료 세부언급 키워드	74
[표 6-1] 일본 물엿 생산 현황	76
[표 6-2] 물엿 용도별 판매량 현황	77
[표 6-3] 일본 물엿 수출 현황	78
[표 6-4] 일본 물엿 제조업체 종업원 규모별 현황(2017년)	78
[표 6-5] 물엿 판매 제품(옥수수, 감자 주 원료)	80
[표 6-6] 쌀엿 판매 제품(쌀 주 원료)	82
[그림 1-1] 조사 대상	7
[그림 2-1] 엿류의 범위	13
[그림 3-1] 물엿 제조공정	30
[그림 3-2] 덱스트린 제조공정	31
[그림 4-1] 엿류 유통구조	48
[그림 4-2] 엿류 소매시장 규모	49



엿류 시장 요약

1. 엿류 시장 개요

- 식품공전 기준 엿류는 ‘당류’의 하위 품목 중 하나임. 엿류란 전분 또는 전분질 원료를 주원료로 하여 효소 또는 산으로 가수분해 시킨 후 그 당액을 가공한 물엿, 기타엿, 텍스트린을 말함



2. 생산 및 수출입 현황

1) 출하현황

- (2014년 대비 2018년 출하액 6.9% 증가) 엿류의 출하 규모는 2015년 정점을 기록한 뒤, 2017년까지 지속 감소하였고, 2018년 3천 113억원으로 2014년 2천 913억원 대비 6.9% 증가함
- 물엿 출하액은 2014년 2천 750억에서 2018년 2천 596억으로 5.6% 감소하였고, 기타엿 출하액은 2014년 107억원에서 2018년 192억원으로 79.3%가 증가함
 - 기타엿의 출하 규모가 증가하는 이유는 웰빙 트렌드와 당류 소비 감소 등의 이유로 올리고당 등 물엿의 대체품 선호가 증가 하였기 때문으로 분석 됨

2) 수출입 현황

- (2014년 대비 2018년 수출액 42.0% 감소) 물엿은 2014년 수출액 530만 달러였으나 2018년은 262만 달러로 50.6% 감소함



- 반면, 기타엿의 수출액은 2014년에서 2016년까지 감소하다가 2017년부터 증가하기 시작하여 2018년 정점을 기록함. 2014년 2만 3천 달러에서 2018년 14만 4천 달러로 541.1%가 증가함

3. 유통 및 판매 현황

1) 유통 현황

- 엿류 제조업체에서 생산된 제품의 대략 5%가 B2C에서 판매되고 있고, 대부분인 95%가 B2B에서 판매되고 있는 것으로 추정됨
- 엿류는 다른 소매 유통채널보다 독립슈퍼의 유통 비중이 큰 특징이 있는데, 이는 독립슈퍼가 지역별로 다양하고, 지역별 소규모 제조업체가 거점유통을 하고 있어서 상대적으로 독립슈퍼 유통 비중이 높은 특징이 있음

2) 소매시장 판매 현황

- (소매시장 규모 2016년 이후 급감하여 지속 감속추세) 엿류 소매시장 규모는 2018년 기준 371.4억 원이며, 이는 2016년 416.8억 원 대비 10.9% 감소한 규모임
- 각종 성인병, 당류 과다 섭취의 식생활이 사회적 문제로 대두되고, 칼로리와 다이어트 등 건강에 대한 관심 증가로 당분섭취량은 2013년을 기점으로 감소 추세임

4. 소비자 특성

- (물엿은 음식의 식감, 맛 풍부하게 해줌) 물엿은 요리의 윤기와 단맛을 더해주는 기능으로 요리에 자주 사용되고 있음. 특히 ‘식감’에 대한 기대가 높음
- ‘식감’의 경우 물엿 고유의 단맛에 대한 기대 요인도 있지만, 조리과정에서 윤기가 곁들여지고, 음식을 더욱 촉촉하게 만드는 등 시각적으로 요리를 더욱 맛있어 보이도록하는 효과를 기대하는 것으로 파악됨



- (건강에 대한 우려가 있음) 건강, 칼로리/다이어트 지방에 대한 언급이 주를 이룸. 음식의 단맛을 더해주면서도 칼로리가 높지않은 감미료로서 물엿을 찾고 있음
- (건강한 감미료로 조청을 선택) 천연 감미료에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서, 조청에 대한 관심이 증가하고 있음. 조청은 ‘영양’ 이 주된 기대 요인으로 언급 되었는데, 물엿과는 비교하였을 때, 조청은 정제과정을 거치지 않아 영양이 더 풍부하다고 기대하는 것으로 파악됨
- (물엿은 주류 요리 용도로, 조청은 과자/제빵에 활용) 조청을 활용한 요리는 과자/제빵, 커피/차/음료, 볶음류 순으로 언급됨. 주로 ‘요리’, ‘식사’ 보다는 과자나 차에 곁들이거나 부재료로 활용하기 위한 것으로 해석됨. 특히, 물엿에 비해 양념장/소스의 재료로 이용되는 비중은 상대적으로 적게 언급됨

5. 일본 물엿 시장

- 물엿 생산량은 2013년 64만 톤에서 2015년 72만톤으로 정점을 기록하였고, 이후 감소하는 추세임. 2017년은 58만 톤으로 2013년 대비 8.7% 감소함
 - 물엿 시장 규모는 2013년 548억 엔에서 2017년 428억 엔으로 22.0% 감소함
- 물엿 주 용도별 판매량을 살펴보면, 주류용(19.1%)으로 가장 많이 판매되고 있으며, 다음으로 과자류(18.7%), 유제품(9.1%) 순임

제 1 장

옛류 시장 조사 개요

제 1 절
조사 배경 및 목적

제 2 절
조사 대상 및 방법





제 1 절 조사 배경 및 목적

- 2010년 이래 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사 주관하에 가공식품 품목별 세분시장 현황조사 보고서를 매년 발간하고 있음
 - 품목별 가공식품 세분시장 현황조사의 목적은 식품기업·학계·정부·유관기관 등에 심층적인 정보를 제공하여 식품산업 발전을 도모하는 데 있음

- 가공식품 시장이 꾸준히 성장하면서 소비자 라이프 스타일 변화에 따라 시장 환경이 다양해지고 빠르게 변화하고 있음. 기업들은 이러한 시장 속에서 기회를 발견하고 환경에 맞는 전략 수립으로 생존을 유지해갈 필요가 있음

- 이에 본 조사는 가공식품 산업 구조를 고려한 자료 수집 및 분석을 통해 식품산업 관련 이해관계자들에게 시장의 가치 있는 기본 정보를 제공하고자 함
 - 본 보고서에 제시된 내용은 객관성 및 타당성을 담보한 데이터를 기반으로 폭넓고 깊이 있게 분석하였으며, 가공식품 전문가의 의견 수렴 및 검토를 통해 수요자 니즈에 부합하는 콘텐츠를 구성함
 - 본 조사의 활용 가치로는 첫째, 가공식품과 관련된 이해관계자들에게 실질적이고 가치 있는 정보를 제공하는 것이 목적임
 - 둘째, 정보 수집이 어려운 중소기업에 시장 전략 수립의 기초 자료가 될 수 있는 정보를 제공하고자 함
 - 마지막으로 농식품 유관기관의 가공식품 관련 정책에 직·간접적으로 활용될 수 있도록 본 조사를 시행함



제 2 절 조사 대상 및 방법

1. 조사 대상

- 2019년 가공식품 세분시장의 조사대상은 간편식, 음료류, 커피류, 두부류·묵류, 과자류 등을 포함한 총 10개의 품목으로 구성되어 있으며, 이번 품목군은 ‘옛류’ 임

[그림 1-1] 조사 대상



2. 조사 방법

- 조사 방법은 크게 문헌조사와 빅데이터 조사로 이루어짐

1) 문헌조사

- 주요 국내 문헌 자료는 식품의약품안전처의 식품공전과 관세청 수출입 무역통계, 식품산업통계정보 (FIS)임
- 옛류 정의와 분류는 식품의약품안전처의 식품공전 기준을 활용하였으며, 국내 생산 및 출하실적은 식품 및 식품첨가물 생산 데이터를 활용함



- 수출입은 관세청 수출입 무역통계 실적을 바탕으로 분석하였으며, 소매유통은 식품산업통계정보(FIS)의 소매점 매출액, 소비는 언론 리포트/기사와 소셜네트워크서비스(SNS) 자료를 추출하여 빅데이터 분석을 진행함. 그 외 확인이 어려운 부분은 전문가 인터뷰를 활용함

2) 빅데이터 조사

- SNS는 실시간 의사소통과 정보 공유가 가능한 플랫폼으로 소비자의 생각과 언어가 기록되어 있음. 소비자 언어 기반의 SNS 자료를 수집하여 소비자 특성에 대해 분석하였음
 - 분석 대상 채널은 다른 SNS에 비해 제품 후기부터 일상생활까지 다양한 정보가 기록되어 있는 네이버 블로그로 선정하였음
 - 분석 기간은 최근 트렌드를 반영하기 위하여 2018년 4월 1일부터 2019년 4월 30일인 1년 1개월 자료를 수집하여 분석함
 - 분석에 사용한 데이터의 총 양은 10,624건이며, 데이터 추출에 사용된 키워드는 ‘물엿(6,556건)’, ‘조청(4,068건)’ 임
- 빅데이터 분석 방법은 다음과 같은 단계로 진행됨
 - 1단계 데이터 수집 : 분석 대상 채널에서 관련 키워드를 포함한 문서들을 수집 엔진으로 수집함
 - 2단계 데이터 정제 및 언어처리 : 수집된 데이터에 불필요한 요소들을 제거하고, 비정형화된 자료들을 정형화하기 위해 작업하는 일련의 과정을 거쳐 신뢰성 높은 데이터를 확보함
 - 3단계 데이터 정형화 및 분석 : 정제된 데이터를 정형화하고, 그 결과물을 조사 목적에 맞게 분석함
- 본 보고서는 빅데이터 분석 시, 품목별 키워드를 통해 자료를 수집하였고, 브랜드 및 제품을 언급한 문서들만 추출하여 옛류, 조청으로 정의하였음



[표 1-1] 빅데이터 조사 개요

추출 키워드	○ 물엿, 조청
가공식품 정의	○ 품목별로 가공식품 주요 브랜드 및 제품을 언급한 문서만 추출하여 가공식품 시장으로 정의함
수집 시기	○ 2018년 4월 1일 ~ 2019년 4월 30일 (1년 1개월)
수집 채널	○ 네이버 블로그
총 언급량	○ 10,624건

[표 1-2] 품목별 사용 데이터의 양

(단위:건)

품목	데이터의 양
물엿	6,556
조청	4,068
합계	10,624

제 2 장 옛류 시장 개요

제 1 절
옛류 개요

제 2 절
옛류의 역사와 영향

제 3 절
옛류 관련 인증제도





제 1 절 엿류 개요

1. 엿류의 정의

- 식품공전에 따르면 엿류는 ‘당류’의 하위 품목 중 하나이며, ‘당류’의 정의는 다음과 같음
 - 당류라 함은 전분질원료나 당액을 가공하여 얻은 설탕류, 당시럽류, 올리고당류, 포도당, 과당류, 엿류 또는 이를 가공한 당류가공품을 말함
 - 이 중 엿류란 전분 또는 전분질 원료를 주원료로 하여 효소 또는 산으로 가수분해 시킨 후 그 당액을 가공한 물엿, 기타엿, 텍스트린을 말함
 - 물엿이란 전분 또는 곡분, 전분질원료를 산 또는 효소로 가수분해시켜 여과, 농축한 점조상의 것 또는 가수분해 생성물을 가공한 것을 말함
 - 기타엿이란 물엿을 가공하거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것을 말함
 - 텍스트린은 곡분, 전분 등의 전분질원료를 전분 또는 곡분을 산이나 효소로 가수분해시켜 얻은 생성물을 가공한 것을 말함
- 전통식품품질인증에서 엿류는 전분질원을 엿기름으로 당화시킨 것 또는 이에 가미원료를 가하여 제조된 것을 말하며, 엿과 가미엿으로 나뉨
 - 엿은 전분질원을 엿기름으로 당화시킨 당액을 그대로 혹은 소량의 가미원료¹⁾를 혼합하여 농축한 것으로 제품고유의 형태가 고체상의 것을 말함
 - 가미엿은 전분질원을 엿기름으로 당화시킨 당액에 비전분질성 가미원료를 혼합하여 농축한 것으로 점조상, 반고체상 또는 제품고유의 형태를 유지하는 고체상의 것을 말함

1) 엿의 향미개선, 영양증진 등의 목적으로 지역적 특성에 따라 첨가되는 호박, 무, 생강, 썩 등의 부원료를 말함



[그림 2-1] 엿류의 범위



- 본 보고서에서 엿류의 범위는 ‘물엿’ , ‘기타엿(엿, 가미엿 포함)’ , ‘덱스트린’ 임
 - ‘덱스트린’ 은 물엿과 마찬가지로 전분을 분해²⁾하여 만든 것으로 실제로 조미료 가공, 음식점 등에서 식품의 원료로 많이 사용됨
 - ‘전통식품인증제도’ 의 엿류 정의는 ‘엿’ 과 ‘가미엿’ 으로 나뉘며, 이 두 가지 정의는 ‘식품공전’ 상 기타엿에 포함되는 것으로 볼 수 있음

[표 2-1] 엿류 분류 및 정의

분류 기준	분류	정의
식품공전	물엿	전분 또는 곡분, 전분질원료를 산 또는 효소로 가수분해시켜 여과, 농축한 점조상의 것 또는 가수분해 생성물을 가공한 것을 말함
	기타엿	물엿을 가공하거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것을 말함
	덱스트린	전분 또는 곡분을 산이나 효소로 가수분해시켜 얻은 생성물을 가공한 것을 말함
전통식품 품질인증	엿	전분질원을 엿기름으로 당화시킨 당액을 그대로 혹은 소량의 가미원료를 혼합하여 농축한 것으로 제품고유의 형태가 고체상의 것을 말함
	가미엿	가미엿은 전분질원을 엿기름으로 당화시킨 당액에 비전분질성 가미원료를 혼합하여 농축한 것으로 점조상, 반고체상 또는 제품고유의 형태를 유지하는 고체상의 것을 말함

2) 물엿과 덱스트린은 포도당당량(Dextrose Equivalent, D.E)에 따라 나뉜다. D.E 값이 20.0 이상이면 물엿, 20.0 미만이면 덱스트린임. D.E 값이 높을수록 당화가 많이 되었다는 뜻이며, 포도당이 증가하여 단맛은 강해지지만 제품의 점조성이 떨어진다. (식품공전, 식품의약품안전처.2019.01.)



- 엿류의 종류 중 물엿은 형태와 섭취방법 등이 조청과 유사함. 물엿은 한자어로 조청(造淸)이라고 하는데 완전히 들어맞는 것은 아니지만 유사한 뜻으로 통용되고 있음. 그러나 물엿과 전통방식으로 제조되는 조청은 주원료와 제조과정에서 약간의 차이가 있음
 - 물엿의 주원료는 옥수수이며, 조청은 쌀과 엿기름 그 이외에 맛을 가미하기 위한 부재료들로 만들어짐. 또한 물엿은 정제과정을 거치는 반면에, 조청은 곡분을 끓이고 농축시키면 완제품이 됨
 - 조청의 어원은 자연에서 나온 설탕인 꿀을 그냥 청(淸)이라고 부르며, 사람이 만든 꿀이라는 뜻으로 조청(造淸)이라고 함³⁾

[표 2-2] 물엿과 조청의 비교

구분	물엿	전통 조청
이미지		
정의	전분 또는 곡분, 전분질원료를 산 또는 효소로 가수분해시켜 여과, 농축한 점조상의 것 또는 가수분해 생성물	전분질원을 엿기름으로 당화시킨 당액을 그대로 혹은 소량의 가미원료를 혼합하여 농축한 것으로 점조상, 반고체상 또는 제품고유의 형태를 유지하는 고체상의 것을 말함
사용 원료	주원료 : 옥수수	주원료: 찹쌀 및 멥쌀 등의 전분질원, 엿기름 등 부원료: 호박, 무, 생강, 도라지, 배, 쨍 등
가공방법	전분을 분해하여 정제과정을 거침	엿기름 물에 고두밥을 섞어 발효시킨 다음 밥이 물처럼 되도록 가마솥에 끓인 후 걸러낸 물을 다시 고아서 짙도록 농축시킴
특징	조청보다 농도가 묽어 사용이 편리하며, 요리 본래의 색이 변하지 않음 찬물에 넣어도 잘 섞임	각종 영양성분 다량 함유 잘 굳고 끈기가 심함
형태	점성이 있는 액체 주로 투명하고 냄새가 없거나 적음	점조성 액체 고유의 색택과 향미가 있음

※ 식품공전, 식품의약품안전처, 2019.01./전통식품품질인증, 농림수산식품부, 2016.09./전라북도농업기술원



2. 엿류 주요 제품

- 물엿은 최근 웰빙 및 당류 섭취 줄이기 등 건강에 관한 관심이 증가하면서 프락토올리고당을 첨가한 제품, 쌀 100% 제품 등으로 주재료를 다양화하여 출시되고 있음
- 기타엿 중에서는 주원료인 물엿에 지역적 특색에 따라 첨가한 부원료를 기준으로 나눌 수 있음
 - 물엿은 대기업 식품업체에서 많이 출시되고 있으며, 기타엿은 중견·중소 식품업체 및 지역 조합에서 출시되고 있음

[표 2-3] 엿류 주요 제품

형태	제품명	주요 원재료 및 특징	이미지	식품공전 기준 식품의 유형
액상	촉촉한 윤기 물엿 (청정원)	- 맥아당 함량 55% 이상의 고농도 점성 및 윤기 - 옥수수전분 100%(외국산)		물엿
	빛깔 고운 윤기엔 옛날 물엿 (오뚜기)	- 옥수수전분 100%(외국산)		물엿
	전통 깊고 진한 맛엔 옛날 쌀엿-조청 (오뚜기)	- 조청 고유의 향미와 깊고 진한 단맛 - 잘 굳지않아 사용하기 쉬움 - 쌀100%(외국산)		물엿
	진하고 구수한 우리의 맛 조청 쌀엿 (청정원)	- 쌀100%(외국산)		물엿
	전통 조청의 깊고 진한 맛 쌀엿 (CJ 제일제당)	- 조청이 필요할 때, 전통 조청의 깊고 진한 맛을 살림 - 쌀 100%(외국산)		물엿
	강봉석 명인 쌀조청 (주)두레촌)	- 국가지정 식품명인 조청, 엿 분야 제32호 강봉석 제조 - 쌀 98.5%(국내산100%), 엿기름 1.2%(국내산), 효소0.3%		물엿



형태	제품명	주요 원재료 및 특징	이미지	식품공전 기준 식품의 유형
	왕비천 하늘조청 (왕비천 하늘)	<ul style="list-style-type: none"> - 쌀조청 : 80%(국내산), 엿기름 20%(국내산) - 생강조청 : 쌀 60%(국내산), 생강 20%(국내산), 엿기름20%(국내산) - 수수조청 : 수수 80%, 엿기름 20% - 도라지조청 : 쌀 55%, 도라지 25%, 엿기름 20% 		기타엿
	올리고 물엿 (CJ제일제당)	<ul style="list-style-type: none"> - 식어도 굳지 않아 사용이 편리함 - 물엿 50%(옥수수:외국산) - 프락토올리고당 50% 		기타엿
고체	창평쌀엿 (주)호정식품)	<ul style="list-style-type: none"> - 국가지정 식품명인 제21호 유명군 명인 제조 - 쌀(국내산) 96%, 맥아(국산)3.8%, 생강(국산) 		기타엿
	호박엿 골드 (주)청우식품)	<ul style="list-style-type: none"> - 물엿[옥분(외국산),엿기름,효소(덴마크산)], 설당,식물성유지[팜올레인유(말레이시아산), 팜스테아린유(말레이시아산), 올레오레진로즈메리], 호박분말(중국산)1.8%, 유화제1, 젤라틴, 유화제2, 합성향료(호박향,바닐린) 		기타엿

※ 각 제조사 홈페이지 및 유통사 온라인몰 참조



제 2 절 엿(조청)의 역사와 영양

1. 조청(엿)의 역사4)

- 조청은 엿이 되기 전 단계로 조청의 역사는 엿과 함께 시작되었다고 볼 수 있음
- 조청은 곡식으로 고두밥을 지어 엿기름으로 삭힌 뒤 약한 불로 밥이 물처럼 되도록 끓이고 나서 자루에 넣어 짜낸 다음 진득진득해질 때까지 고아 만들
 - 갈색의 점도가 높은 조청을 서서히 식히면 단단하게 굳어 엿이 되는데 이때 엿은 ‘생엿(갱엿)’으로 갈색빛을 띠며, 시중에서 쉽게 볼 수 있는 ‘흰 가락엿’은 생엿에 열을 가하여 말랑해지면 잡아당겨 길게 늘인 후 가닥으로 잡고 다시 당겼다가 접는 일을 반복하면서 만들. 잡아 당기고 접는 과정에서 공기가 들어가 비교적 쉽게 부스러지는 하얀 막대기 엿이 됨. 이때 호박, 땅콩 등 부재료를 넣으면 각 부재료 특성을 갖춘 엿이 만들어 짐
- 엿은 우리나라 최초의 간식으로 고려시대의 기록으로 미루어 볼 때 그 이전부터 만들어졌을거라 추정 되는데, 「삼국유사(齊民要術)」에는 “수로왕묘 제수에 과(果) 과 쓰였다”고 기록되어 있음. 과(果)는 곡식 가루를 이용해 과일의 형태로 만든 것으로 엿으로 추정되며, 제사 목적으로 만들어졌을 가능성이 높음
- 엿을 가리키는 말이 문헌에 처음 등장한 것은 이규보(李奎報)의 「동국이상국집(東國李相國集)」에 ‘행당맥락(杏飴麥酪)’이라는 구절임. 여기서 당(飴)은 단단한 엿이고 낙(酪)은 「제민요술(齊民要術)」에 나오는 행락(杏酪) 처럼 감주의 무리에 속한 것으로 고려시대 엿기름을 사용한 엿이나 감주가 감미료로 쓰인 것을 확인할 수 있음
- 엿이라는 단어가 문헌에 구체적으로 등장한 것은 허균의 조선 「도문대작, 1661년」이며, 검은 엿과 흰 엿에 대한 기록이 적혀 있음. 조선 후기는 「고사신서(攷事新書, 1771년)」에는 엿이 흰 찹쌀이나 흰 쌀, 수수, 강냉이 등을 삭혀서 고은 것이라고 소개하며 만드는 법이 자세히 기록되어 있으며, 「규합총서(閨閣叢書, 1809년)」에서는 엿 만드는 법, 개성과 광주 밤엿 생산에 관하여 기록되어 있음. 즉, 조선 후기에는 엿이 상품화되어 널리 퍼져있음을 확인할 수 있음

4) 한국민족문화대백과사전

엿의 유래와 문헌 기록- 이야기상품연구소

두레촌 강봉석 명인, 가마술에 달인 구수한 옛날 쌀조청, 2013.12.30/조선닷컴



- 이후, 「조선요리(1940년)」에서는 엿에 혼합재료를 섞어 그 재료의 명칭을 붙여서 만든 콩엿, 밤엿, 깨엿, 호두엿, 콩엿 등이 등장함

2. 조청(엿)의 영양 및 효능⁵⁾

- 한의학에서는 엿을 이당(飴糖)이라고 부름. 「향약집성방(1433년)」, 허준의 「동의보감(1610년)」에서 엿에 관한 기록을 살펴볼 수 있으며, 엿을 약으로 소개하며 그 쓰임을 기록하고 있음
 - 「동의보감(1610년)」에서는 “엿이라는 것은 즉 연당(軟糖)인데 건중탕(建中湯)에 쓰고, 비(脾)에도 들어간다. 엿이 토(土)에 속하고 화(火)에는 성하니, 습속의 열을 크게 일으키므로 많이 먹으면 비풍(脾風)이 움직인다. 쌀이 아무리 좋지만 그 중 찹쌀이 가장 좋아서 약에 많이 쓴다” 라고 기록되어 있음
 - 「향약집성방(1433년)」에서는 “엿은 맛은 달고 성질은 약간 따뜻하되, 몹시 허약한 것을 보하고, 갈증을 멈추며 굶은 피를 없앤다” 고 쓰여 있음
 - 중국의 약물총서인 중국의 약물총서인 「중약대사전」을 보면 “엿이 비위의 기를 완화하고 원기를 회복하며, 진액을 생성하고 속을 촉촉하게 한다” 고 기록되어 있음
 - 엿에 포함된 맥아당과 텍스트린 등의 성분은 정신적인 피로와 복통 감소에 효과가 있어 한의학에서는 엿을 ‘소건중탕’이라는 처방에 사용함. 이는 만성피로와 복통에 주로 처방하는 것으로 엿이 소화장애와 배탈 증상 완화에 효과가 있다는 것은 오랜 시간에 걸쳐 입증된 사실임
- 조청(엿)의 단맛을 내는 맥아당은 포도당 두 개가 결합된 것으로 포도당과 과당이 결합된 설탕보다 포도당을 두 배나 공급하여, 두뇌 활동에 도움을 줌. 조선의 왕들은 새벽에 눈 뜨자마자 이부자리 속에서 조청을 두 손가락을 먹고 학습을 시작했다고 함
- 엿은 보리의 싹을 띄운 다음 이를 말린 엿기름(맥아)을 거른 물을 밥에 부어 당화시켜 장시간 고아 굳혀 만들
 - 엿기름에는 빈혈과 당뇨 등 성인병에 좋은 생리활성물질이 풍부하며, 비타민B,

5) 엿에 얽힌 오해와 숨은 진실, 2013.10.30./노컷뉴스
 조청, 한식사랑(www.ilovekfood.com)



철분, 엽산 등 30여 가지의 효소와 시금치나 우유보다 몇 배나 많은 칼륨과 칼슘이 들어 있음

- 엿의 단맛을 내는 맥아당에는 이 같은 곡류의 다양한 영양 성분이 녹아 있으며, 특히 기력이 없고 허약해 나오는 기침과 가래에 효과를 발휘함. 선조들은 폐 기능이 약해져 기침을 많이 할 때면 배를 갈라 엿을 넣고 고아 먹는 민간요법을 쓰기도 함



제 3 절 엿류 관련 인증제도

1. 전통식품 품질인증 제도

- 전통식품품질인증제도는 국내산 농수산물 주원(재)료로 하여 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향·색을 내는 우수한 전통식품에 대하여 정부가 품질을 보증하는 제도임
 - 생산자에게는 고품질의 제품생산을 유도하고, 소비자에게는 우수한 품질의 우리 전통식품을 공급하기 위한 제도임
- 전통식품 품목지정은 농림축산식품부 장관이 전통식품산업의 지원과 육성을 위해 국산농산물을 주원료로 제조·가공되고 예로부터 전승되어오는 우리 고유의 맛·향 및 색을 내는 전통식품의 개발과 계승·발전을 위해 필요하다고 인정하는 품목을 전통식품으로 직접 지정하거나 특별시장·광역시장·도지사의 추천을 받아 이를 지정하며 고시함
 - 전통식품 품질인증 대상 품목은 농림축산식품부 장관이 지정하여 고시한 품목 중에서 전통식품의 상품화 촉진과 품질인증제도의 효율적 추진을 위하여 상품성과 대중성, 전통성 등을 종합적으로 검토하여 품질인증 대상 품목으로 지정하며, 지정된 품목별로 한국 전통식품 표준규격을 제정하여 고시함
 - 평가사항으로는 공장입지, 작업장, 제조설비, 원료조달·관리, 주요공정관리, 용수관리, 개인위생, 환경위생, 유통체계, 포장 및 표시의 10가지 항목으로 구성되어 있으며, 항목별 배점으로 평가함
 - 전통식품의 품질인증을 받은 자는 인증을 받은 날로부터 3년마다 정기적으로 심사를 받아야 하며, 위반 시 과태료 부과, 판매 정지 등의 벌칙이 부과됨
- 전통식품품질인증제도의 인증품목은 한과류, 메주, 간장, 된장 등 총 85가지가 있으며, 엿(규격번호 T011)도 이에 속함
 - 2019년 11월 기준 엿 품목의 전통식품품질 인증업체는 총 3개임⁶⁾



6) 우수식품정보시스템, 국립농산물품질관리원(<http://www.naqs.go.kr/goodfood>)



2. 유기가공식품 인증제도⁷⁾

- 유기가공식품 인증제도는 2008년 7월부터 시행되었으며, 공인받은 인증기관이 가공식품의 사용 원료와 제조공정을 심사하여, 그 관리체계가 법의 기준에 부합하는 제품만 인증 표시와 유기(농)명칭을 사용할 수 있게 하는 제도임
- 유기가공식품의 경우 최종 제품 분석만으로는 진위를 알기 어려운 경우가 많아 공신력 있는 3자 기관이 제조과정 등을 심사하여 유기표시의 신뢰도를 높이고자 하는 제도임
- 유기가공식품이란 유기농·축산물을 원료 또는 재료로 하여 제조·가공한 식품을 말함
- 인증을 받지 않았거나 동등성이 인정된 국가로부터 수입된 제품이 아닌 가공식품에 “유기”, “Organic”, “Bio” 등의 표시를 한 경우 「친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」 제 60조 5항에 따라 3년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금형에 처함
- 인증사업체는 유기표시(표시도형 또는 표시문자)와 인증사업자의 업체명, 전화번호, 포장작업장 주소, 인증번호, 인증기관명 및 생산지를 소비자가 알아보기 쉽게 표시하여야 함
- 옛류로 유기가공식품 인증을 받은 업체는 2019년 11월 기준으로 총 5곳임. 대체로 농업회사법인과 영농조합법인이 주를 이루고 있으며, 옛류와 함께 식혜나 옛기름, 조청 등 전통식품 뿐만 아니라 청국장, 간장, 고추장, 된장 등 장류의 전통식품도 함께 판매하기도 함⁸⁾



유기가공식품 인증 표시

7) 알기 쉬운 「유기가공식품 인증제」 유기가공식품인증 Q&A, 국립농산물품질관리원·한국농수산물유통공사, 2014.12

8) 친환경 인증관리정보시스템, 국립농산물품질관리원(www.enviagro.go.kr)



3. 대한민국 식품명인 제도⁹⁾

- 대한민국 식품명인제도는 우수한 식품의 계승과 발전을 위해 식품 제조·가공·조리 등의 분야에서 명인을 지정하여 육성하기 위해 1994년부터 시작된 제도임. 2019년 7월 전통식품 명인의 명예와 자부심 고취를 위해 기존의 ‘식품명인’ 을 ‘대한민국 식품명인’ 으로 용어를 개정하여 공포하였음
 - 식품명인은 「식품산업진흥법」에 따라 ‘전통식품의 제조·가공·조리방법을 원형대로 보존하고 있으며, 이를 실현할 수 있는 자’ 또는 ‘해당 식품의 제조·가공·조리 분야에 20년 이상 종사한 자’ 이거나 ‘대한민국 식품명인으로부터 보유기능에 대한 전수 교육을 5년 이상 받고 10년 이상 그 업에 종사한 자’ 이어야 함
 - 식품명인으로 지정되면 국가가 지정하는 해당 식품 분야 명인으로서 명예를 갖게 되고, 명인으로 지정된 제품에 「식품산업진흥법 제14조 제2항」에 따라 대한민국 식품명인의 표시를 할 수 있음
- 2019년 12월 기준 총 88명¹⁰⁾(이 중 80명이 활동 중이며, 8명은 사망하여 지정 해제됨)이 식품명인으로 지정되었으며, 이 중 엿과 조청으로 식품명인 지정을 받은 명인은 6명임¹¹⁾



9) ‘식품명인’ 의 용어 개정, 국가 지정 ‘대한민국 식품명인’ 으로!, 농림축산식품부 보도자료 2019.7.1
 10) 식품명인 지정 현황, 농림축산식품부 보도자료 2019.12.05.
 11) 제21호 유영군(창평쌀엿), 제32호 강봉석(엿.조청), 제70호 김명자(옥수수엿), 제80호 원이숙(쌀엿), 제83호 최송자(쌀엿), 김순옥(조이당 조청)



4. HACCP¹²⁾

- HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)이란 식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리단계를 거쳐 최종소비자가 섭취하기 전까지의 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 규명하고, 이를 중점적으로 관리하기 위한 중요관리점을 결정하여 자율적이며 체계적이고 효율적인 관리로 식품의 안전성을 확보하기 위한 과학적인 위생관리체계임
- 식품 기준 HACCP은 식품 및 즉석판매제조·가공업, 건강기능식품 및 식품첨가물제조업, 식품소분업, 집단급식소 및 기타식품판매업, 식품접객업 및 집단급식소 등 식품의 제조·가공·유통·외식·급식의 모든 분야에 적용됨. 이 중 옛류는 식품제조·가공업소에 포함되어 HACCP 적용을 받음

[표 2-4] HACCP 적용대상(식품 기준)

적용 업종	세부 업종 및 적용 품목
식품제조·가공업소	과자류, 빵 또는 떡류, 코코아가공품류 또는 초콜릿류, 잼류, 설탕, 포도당, 과당, 옛류 , 당시럽류, 올리고당류, 식육 또는 알함유가공품, 어육가공품, 두부류 또는 목류, 식용유지류, 면류, 다류, 커피, 음료류, 특수용도식품, 장류, 조미식품, 드레싱류, 김치류, 젓갈류, 조림식품, 절임식품, 주류, 건포류, 기타 식품류
건강기능식품제조업소	영양소, 기능성 원료
식품첨가물 제조업소	식품첨가물, 혼합제제류
식품접객업소	위탁급식영업, 일반음식점, 휴게음식점, 제과점
즉석판매제조·가공업소, 식품소분업소, 집단급식소식품판매업소, 기타식품판매업소, 집단급식소	

* 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

12) 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

식품 및 축산물 안전관리인증기준 전문고시, 제2017-49호, 2017.05.31

제 3 장

생산 및 수출 현황

제 1 절
가공기준 및 제조방법

제 2 절
주요 원료 현황

제 3 절
생산 및 출하현황

제 4 절
수출입 현황





제 1 절 가공기준 및 제조방법

1. 엿류의 성분규격

1) 식품공전에 의한 기준

- 식품공전에 의한 엿류의 규격을 살펴보면 다음과 같음
 - 엿류의 제조기준은 별도로 규정되어 있지 않으며, 규격은 포도당당량(D.E)¹³⁾, 사카린나트륨, 납 등의 적용을 받음
 - 특히 사카린나트륨은 엿류의 모든 제품에서 검출되어서는 안되며, 포도당당량(D.E)은 엿류 종류별로 적용 규격에 약간의 차이가 있음

[표 3-1] 엿류 규격

항목 \ 유형	물엿	기타엿	덱스트린
(1) 포도당당량(D.E)	20.0 이상	10.0 이상	20.0 미만
(2) 사카린나트륨	검출되어서는 아니 된다.		
(3) 납(mg/kg)	1.0 이하		

※ 식품공전, 식품의약품안전처, 2019.01.

- 엿류와 관련된 식품공전의 주요 제·개정에는 식품 안전을 위한 납 기준이 신설됨

[표 3-2] 엿류 관련 식품공전 주요 제·개정 현황

연도	주요 내용
2002	· 엿류, 당시럽의 납 기준 강화(식약청 고시 제2002-24호, 2002. 5.22) - 납 2.0 mg/kg 이하 → 1.0 mg/kg 이하

13) 포도당당량(Dextrose Equivalent, D.E)은 전분의 가수분해도(degree of hydrolysis)를 나타내는 지표임. D.E가 높을수록 즉, 당화가 많이 될수록 포도당이 증가하여 단맛은 강하나 덱스트린이 감소되어 평균분자량이 작아지고 제품의 점조성이 떨어지게 됨(식품공전, 식품의약품안전처.2019.01.)



2) 전통식품 품질 규격에 의한 기준

- 전통식품 표준규격에 의한 옛류의 제조·가공기준의 내용은 다음과 같음
 - 공장입지, 작업장, 보관시설, 제조설비에 관한 기준이 명시되어 있으며 제조 공정상 또는 기능의 특수성에 의하여 제조설비를 증감할 수 있음

[표 3-3] 전통식품 품질 규격상 옛류 제조·가공기준

구분	제조·가공기준
공장입지	<ol style="list-style-type: none"> 1. 주변 환경이 제품을 오염시키는 오염원이 없고 청결하게 유지되어 있어야 한다. 2. 공장은 독립 건물이나 완전히 구획되어서 식품위생에 영향을 미칠 수 있는 다른 목적의 시설과 구분되어야 한다.
작업장	<ol style="list-style-type: none"> 1. 모든 설비를 갖추고 작업에 지장이 없는 넓이 및 밝기를 갖추어야 한다. 2. 작업장의 내벽은 내수성자재이어야 하며 원료처리장, 배합실 및 내포장실의 내벽은 바닥으로부터 1.5 m까지 내수성자재로 설비하거나 방균 페인트로 도색하여야 한다. 3. 작업장의 바닥은 내수성자재를 이용하여 습기가 차지 아니하도록 하며, 또한 배수가 잘 되도록 하여야 한다. 4. 작업장 내에서 발생하는 악취, 유해가스, 매연 및 증기 등을 환기시키기에 충분한 창문을 갖추거나 환기시설을 갖추어야 하며 창문, 출입구 기타의 개방된 장소에는 쥐 또는 해충, 먼지 등을 막을 수 있는 설비를 하여야 한다. 5. 원료, 기구 및 용기류를 세척하기 위한 세척설비와 청결한 물을 충분히 공급할 수 있는 급수시설을 갖추어야 한다.
보관시설	<ol style="list-style-type: none"> 1. 보관시설은 원료, 자재 및 제품을 적절하게 보관할 수 있고 내구력이 있는 시설이어야 한다. 2. 원료 및 자재 보관시설은 원료 및 자재를 종류별로 구분하여 보관이 가능한 면적을 갖추어야 하며, 냉동·냉장을 이용한 보관 시는 정기적으로 일정시각에 온도를 계측하여야 한다. 그리고 보관 중 변질되지 않고 먼지 등의 이물이 부착 또는 혼입되지 않아야 한다. 3. 제품보관시설은 제품 보관 중 품질의 변화를 막기 위하여 고온다습하지 않아야 한다.
제조설비	<p>제조 및 가공 중 설비의 불결이나 고장 등에 의한 제품의 품질변화를 방지하기 위하여 직접 식품에 접촉하는 설비의 재질은 불침투성의 재질이어야 하며 항상 세척 및 점검관리를 하여야 한다. 그리고 작업장에 설치하여야 할 주요 기계, 기구 및 설비는 다음과 같다.</p> <p>(1)증숙설비 (2)당화설비 (3)착즙설비 (4)농축설비 (5)포장설비 (6)작업대 (7)세척설비 (8)제품저장설비</p>

※ 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원, 2016.09 개정고시



- 전통식품 품질 규격에 의한 엿류의 자재기준은 원료 및 자재, 식품첨가물, 용수, 기구 및 용기 등의 내용으로 구성되어 있음
 - 주로 「식품위생법」에 관련된 사항이 적용되며, 주원료의 원산지와 식품 상태에 관한 내용이 자세히 설명되어 있음
 - 주원료는 국내산을 사용할 것을 기준으로 하고 있으며, 전통식품 품질 규격에 부합하려면 색소나 방부제 등의 식품첨가물을 포함하지 않고 있어야 함

[표 3-4] 전통식품 품질 규격상 엿류 자재 기준

원료 및 자재	(1) 주원료는 국내산을 사용하여야 한다. 또한, 부원료라 하더라도 특정 원료를 제품명으로 사용하는 경우에는 국내산을 사용하여야 한다. (2) 주원료와 부원료는 「식품위생법」에서 정하는 기준에 적합한 것을 사용하여야 하며, 공은 품종 고유의 모양과 색택을 가지는 것으로 낱알이 충실하고 고르며, 병충해 피해 및 변질이 되지 아니한 것을 사용하여야 한다.
식품첨가물	식품첨가물을 사용하여서는 아니 된다.
용수	「먹는 물 관리법」의 먹는 물 수질기준에 적합하여야 하며, 수돗물이 아닌 물을 음용수로 사용할 경우에는 공공 시험기관에서 1년마다 음용적합 시험을 받아야 한다. 지하수를 사용하는 경우에는 적합한 수질을 얻기 위해, 필요한 경우 정수시설을 설치·운영하여야 하며 정수 필터 등은 주기적으로 교체하고, 청소 등을 실시하여야 한다.
기구 및 용기	「식품위생법」의 기구 및 용기·포장의 기준·규격에 적합하고, 원료와 접촉하는 기구 및 용기류는 세척이 용이한 내부식성 재질이어야 하며, 작업 전후에 위생적으로 세척 또는 살균하여야 한다.

※ 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원, 2016.09 개정고시



- 2019년 11월 기준 전통식품 품질인증 건수는 총 690건이며, 이중 엿류 인증 건수는 총 3건임¹⁴⁾
- 주요 원재료로는 쌀(국산), 엿기름(국산) 등이 있음

[표 3-5] 전통식품 품질 인증 엿류 제품

제품명	창명쌀엿	호박쌀엿	매화전통쌀엿
상품			
제조사	농업회사법인 호정식품(주)	(주)화성한과	매아전통식품
원재료 함량	쌀96%(국산) 맥아3.8%(국산) 생강(국산)	쌀조청82.9% (멥쌀/국산/유기, 엿기름:발아보리100%국산) 늪은호박 17.1%(국산)	쌀90%(국산) 엿기름10%(국산)
인증일	2019.03.21	2019.04.15	2019.04.26

※ 주요 유통채널 온라인몰 / 각 사 홈페이지

- 전통식품 표준규격에 의한 엿류의 품질기준은 다음의 내용에 적합하여야 하며, 아래 표 이외의 요구사항은 「식품위생법」에서 정하는 기준에 적합하여야 함

[표 3-6] 전통식품 품질 규격상 엿류의 품질기준

항목	기준	
	엿	가미엿
성상	고유의 색택과 향미를 가지며 이물, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점 기준에 따라 채점한 결과, 모두 3점 이상이어야 한다.	
수분(% , w/w)	15.0 이하	20.0 이하 (굉엿은 35.0 이하)
맥아당(% , w/w(건물기준))	40.0 이상	35.0 이상
조단백질(% , w/w)	-	2.5 이상(굉엿에 한함)
대장균	-	음성(굉엿에 한함)

※ 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원, 2016.09 개정고시

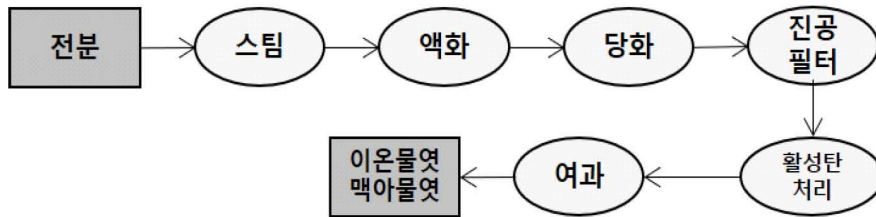
14) 국립농산물품질관리원 우수식품정보시스템 (www.naqs.go.kr/goodfood/portal/index.jsp)



2. 엿류 제조과정¹⁵⁾

- 엿류 중 물엿의 제조과정은 스팀, 액화, 당화, 진공 필터, 활성탄 처리, 여과의 6 가지 과정으로 구성됨
 - 전분에 스팀을 가하여 전분의 호화¹⁶⁾ 현상이 일어나며, 액화 단계로 넘어감. 당화 과정에서는 당화¹⁷⁾ 방식에 따라 효소¹⁸⁾ 또는 산을 이용하여 당화 시킴
 - 물엿은 여과 정도에 따라서 맥아 물엿(Malt Syrup)과 이온 물엿(Corn Syrup)으로 나뉨. 맥아 물엿의 색은 카라멜 색상이며, 여과와 정제 과정을 거치면 투명한 맥아 물엿이 되고, 이온 여과 과정을 거치면 이온 물엿(Corn Syrup)이 만들어짐

[그림 3-1] 물엿 제조과정



※ 식품공전해설서, 식품의약품안전처, 2019.01.

15) 식품공전, 식품의약품안전처, 2019.01.

16) 전분에 물과 열을 가하면 전분 분자가 붕괴되면서 성질이 변하는 현상을 말함. 전분에 물을 넣고 가열하면 전분 분자인 미셀이 붕괴하여 투명하거나 희뿌연 콜로이드 용액을 형성하고 이것을 냉각시키면 반고체(겔)의 상태로 변함(식품화학. 조신호 외, 교문사, 2014)

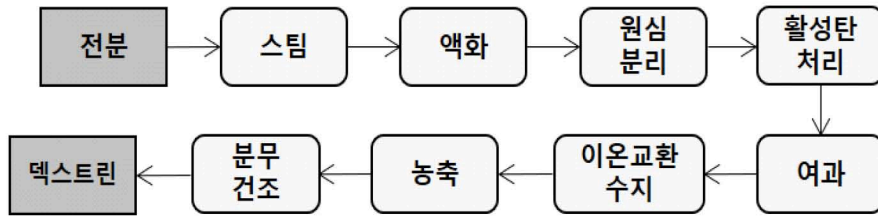
17) 전분을 산 또는 아밀라아제 등에 의해서 가수분해하는 것을 말함. 전분 당화는 산당화와 효소법을 이용한 생산법으로 나뉨. 과거에는 산당화가 주류를 이루었으나, 최근에는 물엿, 가루엿 제조 일부에만 사용되고 있음

18) 효소를 이용하여 가수분해할 때는 α -Amylase 또는 β -Amylase가 추가되어, 전분을 당화 시킴(식품공전, 식품의약품안전처, 2019.01.)



- 텍스트린은 스팀, 액화, 원심분리, 활성탄처리, 여과, 이온교환 수지, 농축, 분무 건조의 과정을 거쳐서 제조됨
- 텍스트린과 물엿의 주요 차이점은 포도당당량(D.E) 값이며, 텍스트린은 포도당당량(D.E) 값이 20 미만으로 제조됨

[그림 3-2] 텍스트린 제조과정



※ 식품공전해설서, 식품의약품안전처, 2019.01.



제 2 절 주요 원료 현황

1. 엿류 주요 원료

- 엿류의 주요 원료는 옥수수이며, 쌀가루, 옥수수 가루 등은 부재료로 쓰이나 차지하는 비중이 매우 적음
 - 2018년 식품산업 분야별 원료소비 실태조사에 따르면, 엿류의 주요 원료 중 가장 많이 사용되는 원료는 옥수수로, 전체 대비 사용 비중이 94.9%임. 다음으로 쌀가루(1.8%), 옥수수 가루(분말)(1.6%), 과당류(0.9%) 순 임
 - 엿류의 주원료인 옥수수 국산 비중은 0%인데, 이는 엿류의 원료인 옥수수가 거의 수입산이기 때문임

[표 3-7] 엿류 원료별 사용량 및 원산지 비중(2018년)

구분	주요 원료 사용량		원산지별 사용량		
	총사용량(톤)	전체 대비 사용비중(%)	수입산 사용량(톤)	국산	
				사용량(톤)	사용비중(%)
옥수수	598,185	94.9	598,185	0	0.0
쌀가루	11,642	1.8	4,520	7,122	61.2
옥수수가루(분말)	10,223	1.6	8,123	2,100	20.5
과당류	5,838	0.9	5,838	0	0.0
쌀	3,896	0.6	925	2,971	76.3
옥수수전분	531	0.1	531	0	0.0
물엿	245	0.0	227	18	7.3
백설탕	15	0.0	15	0	0.0
합계	630,575	100	618,364	12,211	1.9

※ 2018 식품산업 분야별 원료소비 실태조사, 한국농수산물유통공사

- 1) 원료소비 실태조사 보고서상 주요 원료의 엿류 사용항목을 기준으로 작성한 것으로 실제 사용 비중과는 차이가 있을 수 있음



2. 주요 원료 동향

1) 옥수수의 특징¹⁹⁾

- 옥수수는 재배역사가 깊고, 재배분포가 널리 퍼져 있으며, 벼, 밀과 함께 세계 3대 화곡류(禾穀類) 식량작물에 속함. 벼와 밀은 대부분이 식량으로 사용되는 반면 옥수수는 전체의 절반 이상이 가축의 사료나 가공 및 공업원료로 이용되고 있음
- 옥수수는 10℃이하이거나 45℃이상에서는 거의 자라지 못하며 일반적으로 130~140일의 생육 기간이 필요함. 옥수수의 뿌리는 땅속 깊이 자라며 지하 2m 깊이에 있는 토양의 수분도 흡수하여 이용함. 옥수수의 일생은 일장의 영향을 크게 받으며, 일장이 짧은 자연환경 조건에서 생육하게 되면 꽃이 일찍 필. 옥수수는 이처럼 자연환경의 영향을 크게 받으면서도 다른 작물과 마찬가지로 다양한 환경조건에 적응하며 유전변이의 폭도 큼. 열대지방에서 온대지방(위도 0~55°) 까지 재배되고 있고 고도는 해발 0~3,600m까지 재배되고 있음
- 종류와 품종이 다양하게 발전한 옥수수는 중앙아메리카 또는 북쪽으로는 캐나다, 남쪽으로는 아르헨티나까지 전파되어 오늘날 전세계에 널리 재배되고 있음. 미대륙이 유럽인들에 의해 발견된 후 옥수수는 빠르게 유럽, 아프리카 및 아시아로 전파되었음. 우리나라가 속한 아시아에서 그 동안 가장 많이 재배되고 소비되어 왔던 옥수수는 굳음씨(Flint Corn)이었으나 현재는 북미에서 개발된 황색마치종(Dent Corn)이 널리 퍼져 재배되기 시작하였음
- 우리나라에서 옥수수가 재배되기 시작한 것은 중국의 전래를 비추어 볼 때 16세기 조선시대에 중국을 통하여 들어온 것으로 추정되어 짐. 우리나라에서는 산간지대에서 식량대용으로 재배되거나, 남부 평야의 극히 일부지역에서 간식용으로 재배되어 옴. 1970년대부터 축산업 및 가공산업의 발달로 옥수수 알곡 수요량이 급증함에 따라 재배면적도 증가는 되었지만 엄청난 양이 모자라 대부분이 수입에 의존하게 됨
- 옥수수는 용도별로 식용 풋옥수수, 알곡용 옥수수, 사일리지용 옥수수로 분류 할 수 있음

19) 작목기술정보, 옥수수.농사로, 2019



[표 3-8] 옥수수의 용도별 분류 및 특징

용도별 분류	형태적 분류	특징	주 사용 용도
사일리지용	오목씨(마치종)	- 우리나라에서 가장 많이 재배됨 - 알껍질이 두꺼워 식용보다 사료로 이용	공업 및 사료용
사일리지용	굳음씨(경립종)	- 오목씨 다음으로 알껍질이 다소 얇아 식용, 사료용, 공업원료로 주로 쓰임 - 고랭지대에까지 재배가 가능함	식용, 공업 및 사료용
식용 풋옥수수	단옥수수(감미종)	- 씨눈을 제외하고는 거의 전부가 당질전분으로 구성되어 있음	식용
식용 풋옥수수	초당옥수수(고감미종)	- 당분함량은 높고 섬유질은 적고, 알껍질이 얇아 식용으로 사용 - 당분이 높고 수분을 많이 함유하고 있어 건조되면 쭈글쭈글하게 변형	식용, 가공용, 통조림 등으로 이용
식용 풋옥수수	찰옥수수	- 씨눈을 둘러싼 부분이 찰성 전분으로 대부분이 찰기가 있는 아밀로펙틴으로 구성 찰옥수수의 전분은 아교와 함께 아밀로펙틴을 원료로 하는 공업원료로 사용 됨 - 우리나라에서는 풋옥수수로 수확하여 삶아 먹는데 주로 이용	삶아 먹는 간식용
알곡용 옥수수	튀김옥수수	- 종실의 튀김율은 거의 100%에 가깝고 튀김배수는 원래 부피의 30배 정도로 잘 튀겨지는 특성이 있음 - 간식용으로 많이 이용	팝콘
기타 변이종	기타 변이종	- 연립종, 유부종 오페이크(Opaque), 플라워리콘(Floury corn) 등이 있으나 현재 별로 이용되지 않음	-

※ 작목기술정보, 옥수수.농사로, 2019



2) 국내 옥수수 생산 및 수입 현황

- 국내 옥수수 생산 및 수입 실적은 2018년 기준, 1천 24만 4,349톤으로 2014년 1천 30만 3,221톤 대비 0.6% 감소함
- 국내 옥수수 생산량은 2014년 8만 2,008톤에서 2018년 7만 8,012톤으로 4.9% 감소했으며, 재배면적은 같은 기간 1만 5,839ha에서 1만 5,472ha로 2.3% 감소함
- 옥수수 수입량은 2014년 1천 22만 1,213톤에서 2018년 1천 16만 6,337톤으로 0.5% 감소함

[표 3-9] 국내 옥수수 생산 및 수입 현황

구분		2014	2015	2016	2017	2018
생산	재배면적(ha)	15,839	15,356	15,183	15,074	15,472
	생산량(톤)	82,008	78,243	73,681	72,587	78,012
수입	수입량(톤)	10,221,213	10,349,626	9,789,907	9,320,457	10,166,337
합계(톤)		10,303,221	10,427,869	9,863,588	9,393,044	10,244,349

※ 생산현황: 농작물생산조사, 통계청/ 수입현황: 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드: 1005.10.0000(종자용), 1005.90.1000(사료용), 1005.90.2000(팝콘), 1005.90.9000(기타)

- 옥수수 수입 상세 현황을 살펴보면, 2017년 옥수수 수입량이 최저를 기록하였음. 특히, 2017년 사료용 옥수수 수입량은 2014년 대비 14.1% 감소하였고, 2018년은 2014년 대비 4.4% 감소함
- 반면, 물엿의 원료로 사용되는 기타용의 수입량은 2014년 2백 5만 8,086톤에서 지속적으로 증가하여 2018년 2백 36만 3,588톤으로 14.8% 증가함

[표 3-10] 옥수수 수입량

(단위: 톤)

구분	주요 용도	2014	2015	2016	2017	2018	
옥수수	종자용	파종용	226	208	238	373	426
기타	사료용	사료	8,153,515	8,171,446	7,568,646	7,006,730	7,791,423
	팝콘	팝콘	9,386	10,992	9,680	10,773	10,902
	기타	기타	2,058,086	2,166,981	2,211,344	2,302,582	2,363,588
합계			10,221,213	10,349,626	9,789,907	9,320,457	10,166,337

※ 수출입무역통계, 관세청/ 파종용은 식량 작물, 목초 또는 사료작물 재배용을 포함

1) HS코드: 1005.10.0000(종자용), 1005.90.1000(사료용), 1005.90.2000(팝콘), 1005.90.9000(기타)



제 3 절 생산 및 출하 현황

1. 엿류 생산 및 출하 현황

1) 엿류 생산 현황

- 엿류 생산 규모는 2015년 이후 감소하다가 2018년 다시 증가함. 생산량은 2014년 469,405톤에서 2018년 506,383톤으로 7.9% 증가하였으며, 같은 기간 생산액은 2천 438억원에서 2천 668억원으로 9.4% 증가함
- 2018년 생산액 기준으로 가장 큰 비중을 차지하는 것은 물엿(83.8%)이며, 다음으로 텍스트린(10.7%), 기타엿(5.5%) 순임
 - 물엿 생산 규모는 2015년 정점으로 증가하였다가, 2017년까지 감소 추세를 보임. 2014년 생산량 452,612톤에서 2018년 457,544톤으로 1.1% 증가하였으며, 같은 기간 생산액은 2천 316억원에서 2천 235억원으로 3.5% 감소함
 - 기타엿 생산 규모는 2014년 이후 증가와 감소를 반복하다가 2018년 증가함. 생산량은 2014년 4,300톤에서 2018년 9,696톤으로 125.5%가 증가하였으며, 같은 기간 생산액은 83억원에서 150억원으로 77.1% 증가함
 - 텍스트린 생산 규모는 2017년까지 지속 증가하다가, 2018년 소폭 감소함. 2017년을 기점으로 국내 대기업 일부에서 텍스트린 국산화 생산이 진행되고 있으며, 이러한 움직임이 일부 생산량 증가에 영향을 미친 것으로 보임

[표 3-11] 엿류의 생산 실적

(단위:톤, 백만원)

구분	물엿		기타엿		텍스트린		합계	
	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액
2014	452,612	231,641	4,300	8,295	12,493	3,868	469,405	243,804
2015	458,725	243,889	8,137	10,703	22,651	15,935	489,513	270,527
2016	446,670	205,515	5,767	9,246	32,595	23,348	485,032	238,109
2017	432,720	195,295	5,264	10,359	40,647	29,311	478,631	234,965
2018	457,544	223,540	9,696	14,693	39,143	28,526	506,383	266,759

※ 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음



2) 엿류 출하 현황

- 엿류의 출하 규모는 2015년 정점을 기록한 뒤, 2017년까지 지속 감소하였고, 2018년 3천 113억원으로 2014년 2천 913억원 대비 6.9% 증가함
- 전체적으로 물엿의 출하 규모는 약간 감소 하였으나, 기타엿의 출하 규모는 증가 추세임. 물엿의 출하액은 2014년 2천 750억에서 2천 596억으로 5.6% 감소하였고, 기타엿 출하액은 2014년 107억원에서 2018년 192억원으로 79.3%가 증가함
- 기타엿의 출하 규모가 증가하는 이유는 웰빙 트렌드와 당류 소비 감소 등의 이슈로 올리고당 등 물엿의 대체품²⁰⁾ 선호가 증가 하였기 때문으로 분석 됨²¹⁾

[표 3-12] 엿류의 출하 실적

(단위:톤, 백만원)

구분	물엿		기타엿		덱스트린		합계	
	출하량	출하액	출하량	출하액	출하량	출하액	출하량	출하액
2014	396,157	275,000	4,006	10,709	6,185	5,558	406,348	291,267
2015	399,872	306,111	7,431	14,253	22,692	20,145	429,995	340,509
2016	388,426	256,962	5,454	12,419	31,691	26,261	425,571	295,642
2017	384,232	237,943	6,039	14,486	39,757	33,128	430,028	285,557
2018	417,444	259,576	8,935	19,202	38,580	32,515	464,959	311,293

※ 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

20) 올리고당은 물엿의 대체품으로 최근 많이 사용되고 있으며, 식품공전 분류상 기타엿에 해당 됨

21) 업계 전문가 인터뷰



2. 주요 생산업체

1) 엿류 제조업체 현황²²⁾

- 주요 생산업체 현황 및 특징을 파악하기 위해 제조업체의 지역별 분포, 지역별 종업원 수, 종업원 규모별 출하 규모를 식품의약품안전처의 ‘식품 및 식품첨가물 생산실적’ 기준으로 살펴봄
- 2017년 기준 엿류 제조업체의 수는 495개소로 전남(77개), 경북(77개), 전북(67개), 경남(56개) 순으로 많이 분포하고 있으며, 전체 지역 업체 수의 56.0%를 차지함
- 종업원 수는 총 4,805명으로 제조업체 수 분포와 달리 경기(974명), 경남(918명), 전북(748명), 인천(504명) 순으로 종업원 분포 비중이 높음. 4개 지역은 전분당 대기업 제조사가 위치한 곳으로, 전체 종업원 수의 65.4%를 차지함
- 제조업체 수와 비교해 보면, 전남, 경북, 전북, 경남의 생산업체 당 종업원 수가 각각 5.4명, 3.6명, 11.2명, 16.4명으로 지역별로 종업원 규모에 차이가 있음. 반면, 경기, 경남, 전북은 각각 18명, 16.4명, 11.2명으로 종업원 규모 차이는 크지 않음

[표 3-13] 2018년 엿류 제조업체 지역별 분포

(단위: 개소, 명)

지역	업체 수	종업원 수	지역	업체 수	종업원 수
서울	5	20	강원	45	274
부산	6	32	충북	30	273
대구	1	23	충남	42	195
인천	20	504	전북	67	748
광주	2	10	전남	77	414
대전	3	10	경북	77	281
울산	3	94	경남	56	918
세종	2	20	제주	5	15
경기	54	974	합계	495	4,805

※ 2017년 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

22) 2018년부터 당류에 엿류(물엿, 덱스트린, 기타엿)가 포함되어 엿류 제조업체만 확인이 불가하여, 2017년 식품 및 식품첨가물 생산실적 기준 제조업체 현황으로 분석함



- 엿류 출하 규모를 살펴보면, 2017년 기준 종업원수 101~300명 이하인 기업의 출하액이 전체 출하액의 66.5%를 차지하고 있음. 이어서 10명 이하(16.2%), 51~100명(10.3%) 순으로 출하액 비중이 높음
- 엿류 제조업체 중 50인 이하 종업원 규모의 업체가 출하액에서 차지하는 비중은 23.2%이고, 종업원 101~300명 이하 기업의 출하액이 전체 출하액의 66.5%를 차지하여, 소수의 대규모 전분당 제조업체의 생산 비중이 높은 특징을 보임

[표 3-14] 2017년 기준 종업원 규모별 엿류 출하규모 현황

(단위: 백만 원, %)

10명 이하	11~30명 이하	31~50명 이하	51~100명 이하	101~300명 이하	301명 이상	합계
46,482 (16.2)	19,566 (6.8)	414 (0.1)	29,428 (10.3)	190,570 (66.5)	240 (0.1)	286,700 (100.0)

※ 2017년 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 1) 2018년부터 당류에 엿류(물엿, 덱스트린, 기타엿)가 포함되어 엿류 제조업체만 확인이 불가하여, 2017년 식품 및 식품첨가물 생산실적 기준 제조업체 현황으로 분석함
- 2) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 집계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

- 2017년 출하액 기준으로 엿류 생산업체 1위는 대상임. 대상은 엿류 전반에 걸친 다양한 제품을 판매하고 있으며 엿류 출하액 672억 원으로 전체 엿류 출하액에서 25.2% 비중을 차지하고 있음
- 이어서 삼양사(21.8%), 인그리디언코리아유한회사(20.7%)순으로 출하액이 높고, 상위 3개 업체의 엿류 출하액 비중은 67.8%에 달함

[표 3-15] 2017년 엿류 주요 생산업체 20위 (국내출하액 기준)

(단위: 백만 원, %)

순위	업체명	출하액/비중	순위	업체명	출하액/비중
1	대상(주)	67,205 25.2	12	(주)평안식품	1,407 0.5
2	(주)삼양사	58,044 21.8	13	동희(주)	1,404 0.5
3	인그리디언코리아유한회사	55,167 20.7	14	화미제당(주)	1,381 0.5
4	씨제이제일제당(주)	37,183 14.0	15	(주)인원식재	1,244 0.5
5	주식회사 디엠씨	24,100 9.1	16	(주)담은정	1,225 0.5
6	(주)남영식품	4,171 1.6	17	(주)에스비푸드	1,194 0.4
7	(주)강남식품	2,481 0.9	18	울릉산채영농조합	803 0.3
8	농업회사법인(주)두레촌	2,304 0.9	19	대정식품	792 0.3
9	경일식품	2,199 0.8	20	(주)영화제이	765 0.3
10	(주)수라원	1,711 0.6			
11	한신식품	1,514 0.6		합계	266,296 100.0

※ 2017년 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처



2) 주요 생산업체 특징

- 엿류의 주요 생산업체는 소수의 대기업과 다수의 중소기업으로 구성되어 있으며, 대체로 전분, 당분, 옥분 등 당류의 원료 및 포도당, 올리고당 등 당류 제품과 함께 엿류도 판매하는 경향을 보임
- 엿류 주요 생산업체 중 대상(주), (주)삼양사, 인그리디언코리아유한회사와 농업회사법인 (주)두레촌 등 4개사 중심으로 살펴봄

[표 3-16] 엿류 주요 생산업체 특징

구분		내용
대상(주)	주요 특징	- 1956년 설립된 이래 세계 3대 발효 전문기업으로 성장했으며, 전통장류, 종합 조미료, 농수산식품, 냉동식품 등을 생산하며 종합식품회사로 성장함
	연혁	- 1956년 1월 동아화성공업주식회사 설립 - 1964년 전분 및 전분당 사업 진출 - 1986년 서울미원(주)를 (주)미원으로 상호변경 - 1996년 청정원 브랜드 출범 - 2003년 군산 전분당 공장 준공 - 2013년 Design Ricor, 필리핀 네슬레와 물엿공장 기공식 실시 - PT.MIWON INDONESIA 전분당공장 준공
	주요 브랜드	- 청정원, 맛선생, 카레여왕, 종가집
(주)삼양사	주요 특징	- 1924년 설립된 이래 제분, 제당, 전분당, 유지 등 식품 전문기업으로 성장하였으며, 화학·식품·의약바이오 등의 사업부문을 운영중임
	연혁	- 1924년 10월 수당 김연수, 삼수사(三水社) 설립/장성농장 개설 - 1931년 04월 사명을 삼양사(三養社)로 변경 - 1955년* 12월 삼양사 울산 제당공장 준공 - 2002년 11월 식품 패밀리브랜드 '큐원' 개발 - 2010년 5월 울산1공장 국내 제당업계 최초 탄소발자국 인증 획득 - 2013년 07월 삼양제넥스 울산공장 전분당 HACCP 지정 - 2016년 01월 삼양사, 삼양제넥스 합병
	주요 브랜드	- 큐원, 큐원 홈메이드, 상쾌환, 트루스위트
인그리디언 코리아 유한회사	주요 특징	- 당류, 전분, 특수 기능을 가진 스페셜티 소재를 제공하는 글로벌 기업 - 40여개국 60여개의 산업 분야에 진출해 있음
	연혁	- 2005년 1월 (주)두산 소유주식 모두 CPI에 매각, 상호를 (주)콘프로덕츠코리아로 변경 - 2005년 1월 Corn Products Inc.로 사명 변경 - 2010년 1월 National Starch 인수 - 2013년 1월 Ingredion Korea로 사명 변경



구분		내용
농업회사법인 두레촌	주요 특징	- 대한민국 식품명인(제32호 강봉석)이 국내산 원료만을 사용하여 전통적인 제조공정으로 옛맛을 그대로 재현해내는 제품을 판매함
	연혁	- 1980년 제일 엿공장 설립 - 1994년 조청·엿 전통식품 제조업체 두레촌 설립 - 2008년 강봉석 명인 농림부 전통식품명인 제32호 지정 (조청·엿 2개 분야 국내 최초 유일한 기능 보유자) - 2017년 유기가공식품 인증 - 2017년 HACCP 식품안전관리인증
	주요 브랜드	-강봉석 명인 쌀조청, 건강한 단맛 명인조청가루, 명인조청 영양바

※ 각 사 홈페이지 참조



제 4 절 수출입 현황

- 엿류의 HS코드는 별도로 구분하지 않고, HS코드 1702.90. 하위에 엿류에 해당되는 항목이 포함되어 있음. HS코드 1702.90.3000(맥아당), HS코드 1702.90.9000(말토텍스트린)이 엿류에 해당되는 항목임
 - 그러나 HS코드 1702.90.3000(맥아당)²³⁾은 통상적으로 말하는 물엿에 해당한다고 보기 어려움. HS코드 1702.90.9000(말토텍스트린)은 말토텍스트린 이외의 다양한 당류 제품이 포함되어 있어, 엿류만의 수출입 통계실적을 확인하기 어려움
 - 따라서, 식품의약품안전처의 ‘식품 및 식품첨가물 생산실적’ 상 엿류 수출실적과 ‘수입식품 등 검사연보’ 상 수입실적을 기준으로 엿류의 수출입 규모를 파악해 봄
- 엿류의 수출 규모는 2015년을 기점으로 전체적으로 감소하고 있음. 2018년 수출액이 다시 증가하였지만, 2014년 534만 달러에서 2018년 310만 달러로 42.0% 감소함
 - 물엿의 수출액도 전체적으로 감소하는 상황임. 2015년을 정점으로 2017년까지 급격히 감소하다가 2018년 약간 회복하는 양상을 보임. 2014년 수출액은 530만 달러였으나 2018년은 262만 달러로 50.6% 감소함
 - 반면, 기타엿의 수출액은 2014년에서 2016년까지 감소하다가 2017년부터 증가하기 시작하여 2018년 정점을 기록함. 2014년 2만 3천 달러에서 2018년 14만 4천 달러로 541.1%가 증가함

23) 전분을 당화하여 얻는 전분당(포도당, 맥아당, 물엿, 이성화당) 중 하나이며, 전분을 가수분해 할 때 아밀라아제, 효소 등을 이용하여 생산함. 주로 맥아(malt)에 많이 함유되어 있어 맥아당(말토스, maltose)으로 불림



[표 3-17] 엿류의 수출 현황

(단위:톤, \$)

연도	물엿		기타엿		덱스트린		합계	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
2014	10,700	5,301,228	5	22,504	20	19,336	10,725	5,343,068
2015	13,102	7,448,490	3	18,583	167	160,254	13,272	7,627,327
2016	7,113	2,645,436	26	13,687	683	960,974	7,822	3,620,097
2017	638	550,344	15	37,633	458	422,570	1,111	1,010,547
2018	6,412	2,617,770	42	144,275	357	335,595	6,811	3,097,640

※ 수출연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 1) 관세청 수출입 통계에서 HS코드 1702.90.3000, HS코드 1702.90.9000는 엿류 외 기타 당류가 모두 포함되어, 엿류만의 수출입 실적을 확인할 수 없음
- 2) 식품 및 식품첨가물 생산실적의 수출실적은 총량으로 기재되어 국가별 수출실적을 확인할 수 없음



- 엿류의 수입 규모는 전체적으로 감소하고 있음. 수입액은 2014년 6천 606만 달러에서 2018년 3천 284만 달러로 50.3% 감소함
 - 물엿의 수입 규모를 살펴보면, 2014년 2천 405만 달러에서 2018년 1천 209만 달러로 49.7%가 감소함
 - 반면, 기타엿의 수입 규모는 2014년 6만 3천 달러에서 2018년 45만 달러로 602.3%가 증가함
 - 텍스트린의 수입 규모는 지속적으로 감소하고 있음. 2014년 4천 195만 달러에서 2천 30만 달러로 51.6% 감소함. 우리나라는 유럽 지역과 중국에서 텍스트린을 주로 수입하였으나, 최근 텍스트린의 국산화 대체 영향으로 수입 규모가 감소한 것으로 보임²⁴⁾

[표 3-18] 엿류의 수입 현황

(단위:톤, \$)

연도	물엿		기타엿		텍스트린		합계	
	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
2014	44,153	24,051,552	23	63,451	55,594	41,946,677	99,771	66,061,680
2015	23,562	12,940,160	39	72,945	47,358	34,793,450	70,959	47,806,555
2016	25,458	11,803,616	45	71,026	36,546	23,786,058	62,049	35,660,700
2017	27,324	12,090,337	889	445,628	34,478	20,300,135	62,691	32,836,100

※ 연도별 수입식품등 검사연보, 식품의약품안전처 (부적합 판정 받은 수입실적 제외한 값)

- 1) 관세청 수출입 통계에서 HS코드 1702.90.3000, HS코드 1702.90.9000는 엿류 외 기타 당류가 모두 포함되어, 엿류만의 수출입 실적을 확인할 수 없음
- 2) 식품 및 식품첨가물 생산실적의 수출실적은 총량으로 기재되어 국가별 수출실적을 확인할 수 없음

24) 업계 전문가 인터뷰



□ 해외에서는 엿류 중에서도 주로 물엿이 유통되며, 주요 소비자층은 아시아 식품에 관심이 많고 거부감이 없는 현지인과 재외동포들임

[표 3-19] 해외로 유통되는 엿류

제조사(제품명)	국가	특징	이미지
오뚜기 전통 깊고 진한 맛엔 옛날 쌀엿-조청	일본, 미국	일본 라쿠텐 판매정보 - 표기명 : 「オトギ」ソチョン - 가격 및 용량 : 836엔+ 배송료 715엔(1.2kg) 2,030엔+배송료 715엔(2.5kg) 미국 아마존 판매정보 - 표기명 : Ottogi 100% Korean Rice Syrup - 가격 : 8.99달러 - 용량 : 700g	
청정원 촉촉한 윤기 물엿	일본, 미국	일본 라쿠텐 판매정보 - 표기명 : 「清淨園」水あめ 水飴 - 가격 및 용량 : 486엔+ 배송료 680엔(1.2kg) 702엔+배송료 680엔(2.4kg) 미국 아마존 판매정보 - 표기명 : Corn Malt Syrup by DAESANG - 가격 : 9.95달러 - 용량 : 700g	
CJ제일제당 백설 요리당	일본	일본 라쿠텐 판매정보 - 표기명 : 「CJ」白雪料理糖 - 가격 및 용량 : 615엔+ 배송료 715엔(1.2kg)	
청정원 설탕대신 요리당	일본	일본 라쿠텐 판매정보 - 표기명 : 清淨園 料理糖 - 가격 및 용량 : 1,760엔+배송비무료(700g*3)	
샘표 맥아 물엿	미국	미국 아마존 판매정보 - 표기명 : Sempio Malt Syrup - 가격 : 40.77달러 - 용량 : 1.2kg	
웅진 특상품 전통 쌀조청	미국	미국 아마존 판매정보 - 표기명 : Korean Traditional Rice Syrup - 가격 : 28.34달러 - 용량 : 490g	

※ 아마존(www.amazon.com), 라쿠텐(www.rakuten.co.jp)

1) 작성 일자: 2019년 11월 10일

제 4 장

유통 및 판매 현황

제 1 절

유통구조

제 2 절

소매시장 규모

제 3 절

주요 제품 소매채널 가격



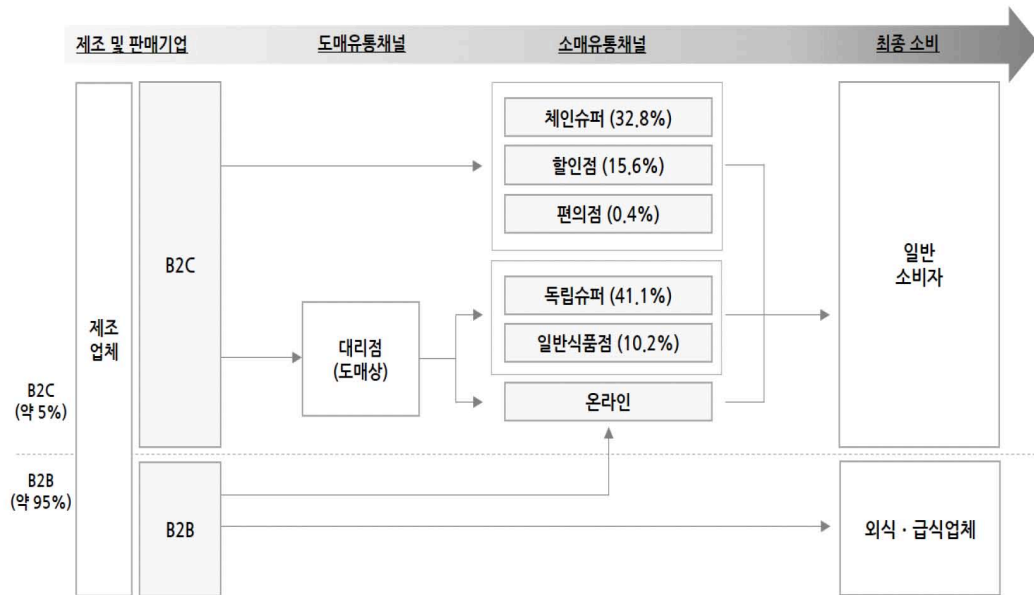


제 1 절 유통구조

1. 엿류 유통 판매 구조

- 엿류 제조업체에서 생산된 제품의 대략 5%가 B2C에서 판매되고 있고, 대부분인 95%가 B2B에서 판매되고 있는 것으로 추정됨²⁵⁾
- 엿류는 다른 소매 유통채널보다 독립슈퍼의 유통 비중이 큼. 이는 독립슈퍼가 지역별로 다양하고, 지역별 소규모 제조업체가 거점유통을 하고 있어서 상대적으로 독립슈퍼 유통 비중이 높은 특징이 있음

[그림 4-1] 엿류 유통구조



※ 닐슨 POS data 기준

※ 소매 유통채널별 비중은 2018년 매출액 기준 유통채널별 점유율로 작성함

25) B2C 제품은 일반 소비자들이 구매하는 용량(700g, 1.2kg)이 해당되며, B2B 제품은 소매 제품을 제외한 모든 용량의 제품이 포함됨(업계 전문가 인터뷰)

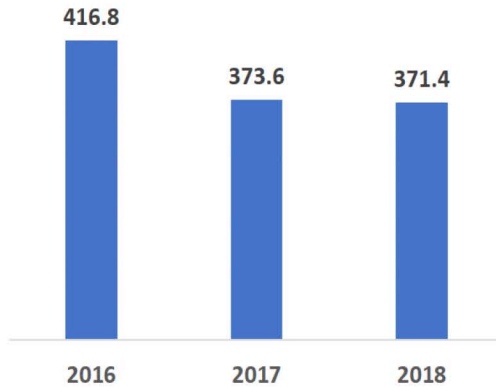


제 2 절 소매시장 규모

1. 엿류 소매시장 규모

- 엿류 소매시장 규모는 2018년 기준 371.4억 원이며, 이는 2016년 416.8억 원 대비 10.9% 감소한 규모임²⁶⁾
- 각종 성인병, 당류 과다 섭취의 식생활이 사회적 문제로 대두되고, 칼로리와 다이어트 등 건강에 대한 관심 증가로 당분섭취량은 2013년을 기점으로 감소 추세임²⁷⁾

[그림 4-2] 엿류 소매시장 규모
(억원)



※ 닐슨 POS data 기준, 기타 액상당 포함

- 이같은 건강 지향성 소비 트렌드로 인해 엿류는 소비가 감소하고, 당류 제품군의 하나인 올리고당류의 사용은 증가하는 추세임

26) 닐슨 POS data 기준 소매시장 규모로, 덱스트린이 포함되어 있지 않으며 온라인 및 홈쇼핑 거래액 미반영

27) 달기만 하면 유죄, 건강하면 무죄, 농촌진흥청, 2018.2.28



2. 소매채널 판매 현황²⁸⁾

- 엿류 소매 유통채널별 판매 규모를 살펴보면, 2018년 기준, 독립슈퍼가 153억원 (41.1%)으로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 체인슈퍼(32.8%)임
 - 독립슈퍼의 매출 규모는 2016년 155억에서 2018년 153억으로 1.4% 감소함. 반면, 체인슈퍼는 2016년 144억에서 2018년 122억으로 15.4% 감소함. 편의점을 제외한 대부분의 채널에서 엿류 소비가 감소함. 전체 판매 규모가 2016년 대비 2018년 10.9% 감소한 상황에서 판매 감소의 70.9%가 대형할인점과 체인슈퍼에 몰려 있음
 - 건강에 관한 관심 증가 등으로 당류 소비 감소가 엿류 소비 감소에도 영향을 미친 것으로 볼 수 있음. 당류 소비 감소는 최근 물엿보다 올리고당을 선호하는 경향으로도 짐작할 수 있음²⁹⁾

[표 4-1] 엿류 소매 채널별 판매 규모

(단위: 백만원,%)

구분	2016년	2017년	2018년	판매 증감 (2016년 기준)
대형할인점	6,789 (16.3)	5,869 (15.7)	5,787(15.6)	-1,002
체인슈퍼	14,385(34.5)	12,885(34.5)	12,164(32.8)	-2,221
편의점	127(0.3)	152(0.4)	138(0.4)	11
독립슈퍼	15,471(37.1)	14,313(38.3)	15,250(41.1)	-220
일반식품점	4,912 (11.8)	4,140(11.1)	3,798(10.2)	-1,114
합계	41,684 (100.0)	37,359(100.0)	37,138(100.0)	-4,546

※ 닐슨 POS data 기준 소매시장 규모로, 기타 액상당이 포함되어 있음

- 1) 체인슈퍼 : 기업형 슈퍼마켓(SSM)이나 체인점을 보유한 슈퍼(백화점 포함)
- 2) 독립슈퍼 : POS기기를 2대 이상 보유하고 있는 중대형 규모의 개인 슈퍼마켓
- 3) 일반식품점 : 중소형 규모의 슈퍼마켓이나 식품판매점. POS기기를 1대 이하 보유

28) 닐슨 POS data 기준 소매시장 규모로, 텍스트린이 포함되어 있지 않으며 온라인 및 홈쇼핑 거래액 미반영

29) 업계 전문가 인터뷰



제 3 절 주요 제품 소매채널 가격

- 엿류는 대표 가격을 명시해둔 곳이 없어 주로 판매되는 용량을 기준으로 온라인 유통물 가격을 조사하여 명시해 둠
- 엿류는 원료가 대부분 옥수수로 유사하며, 맥아당 또는 올리고당을 첨가하거나, 쌀 100%로 만든 일부 제품이 있음
 - 엿류는 주로 700g과 1.2kg으로 나뉘어져 판매되며, 대기업 제품과 명인 혹은 중소기업의 제품으로 분류할 수 있음. 조청은 명인 혹은 중소기업이 주를 이루고 있음

[표 4-2] 엿류 제품별 판매 가격

구분	제품명(제조사)	용량(g)	온라인 가격(원)	100g당 가격(원)
물엿	빛깔고운 윤기엔 옛날 물엿 (오뚜기)	700	2,080	297
	촉촉한 윤기 물엿 (정정원)	1,200	2,550	213
	옛날 조청 쌀엿 (오뚜기)	1,200	5,400	450
	조청 쌀엿 (정정원)	1,200	4,750	396
	초록마을 명인 쌀조청 (농업회사법인(주)두레촌)	1,300	9,800	754
	두레촌 명인 쌀조청 (농업회사법인(주)두레촌)	480	7,000	1,458
	두레촌 명인 도라지조청 (농업회사법인(주)두레촌)	600	18,000	3,000
기타엿	백설 올리고 물엿 (CJ제일제당)	700*3	4,658	222

※ 유통사 온라인물 판매 가격 기준

1) 가격 작성 시점: 2019.11.18

제 5 장

소비 특성

제 1 절
빅데이터 조사 개요

제 2 절
소비 특성





제 1 절 빅데이터 조사 개요

1. 빅데이터 조사 개요

- 인터넷·스마트폰 보급, SNS 활성화 등으로 인해 대규모 데이터가 빠르게 생성되고 있음
 - 개인의 일상 및 생각에서부터 사용 제품에 대한 불만 사항 혹은 기대 사항까지 자신의 의견을 언제 어디서나 실시간으로 기록하고 공유 가능해짐
- IT·산업 발전 등으로 SNS 등의 대용량 데이터 수집 및 처리를 할 수 있게 되었고, 통계 연구 활성화로 신뢰성 높은 데이터를 확보할 수 있게 되었음. 여러 산업 분야에서 기업·공공기관의 혁신과 경쟁력 강화를 위한 빅데이터 분석을 광범위하게 적용하고 있음
- 식품산업의 경우, 대기업 중심으로 재료 트렌드를 파악하여 새로운 맛 종류를 개발하거나 소비자 라이프 스타일을 파악하여 혁신 제품을 만드는 데 주력하는 추세임. 이러한 추세에 발맞춰 본보고서에서도 빅데이터 분석을 통해, 보다 활용 가능한 정보를 제공하고자 함

2. 빅데이터 분석 범위

- 분석 대상 채널은 네이버 블로그로 선정하였음
 - 네이버 블로그는 블로그 채널 중 가장 활성화된 채널이며, 글자 수의 제한이 없어 소비자의 의견, 자신만의 레시피 소개, 제품에 대한 정보 등 다양한 의견을 기록할 수 있음
- 데이터 수집 기간은 가장 최근 자료인 2018년 4월 1일부터 2019년 4월 30일까지인 1년 1개월임
- 옛류 품목에 사용된 데이터의 양은 10,624 건이며, 이 중 ‘물엿’ 이 6,556건, ‘조청’ 이 4,068건임



3. 빅데이터 분석 내용

- 본 보고서의 분석 내용은 아래와 같음
 - 옛류 소비 시장 흐름을 이해하기 위해 소비 행태에 대해 추정함. 소비 행태에서 제품 구매에 결정적인 영향을 미치는 구매 고려요인과 함께 구입장소 그리고 함께 언급한 품목으로 연관 제품을 파악함
 - 현 옛류 제품에 대한 개선과 소비자 니즈를 충족할 수 있도록 기대 요인과 우려 요인에 대한 정보를 제공하고자 함
 - 제조사가 신제품 개발에 참고할 수 있도록 구입 용도(목적), 주로 활용하거나 곁들이는 요리 종류에 대해 정보를 제공하고자 함



제 2 절 소비 특성

1. 물엿 소비 특성

1) 기대 혹은 우려 요인

- 물엿은 주로 요리의 윤기와 단맛을 더해주는 기능으로 사용되어 왔음. 그러나 최근 건강에 대한 관심 증가, 다양한 당류 제품 출시 등으로 소비자들은 물엿의 다양한 기능 및 요소를 기대하고 있음. 이에 물엿의 섭취를 통해 소비자가 실제로 기대하는 요인과 우려하는 요인은 무엇인지 키워드 언급량을 통해 살펴보고자 함
- 물엿 섭취를 통해 기대하는 주된 요인의 언급으로 ‘식감’, ‘영양’, ‘맛’ 순으로 높게 언급됨
 - ‘식감’의 경우 물엿 고유의 단맛에 대한 기대 요인도 있지만, 조리과정에서 윤기가 곁들여지고, 음식을 더욱 촉촉하게 만드는 등 시각적으로 요리를 맛있어 보이게하는 효과를 기대하는 것으로 파악됨

☞ 30) “볶음요리할 때 물엿을 휘리릭 둘러주면 윤기도 나고 적당히 묵직해져서 좋아요.”

☞ “조림반찬에 물엿이 들어가야 먹음직해보이고 요리가 더 살아나요.”

☞ “요리에 물엿을 넣어야 더 맛깔나게 만들어져요.”

[표 5-1] 물엿의 기대 요인

(단위: %)

기대요인	전체언급
식감	61.5
영양	45.0
맛	18.3



- 우려 요인에 대한 언급으로는 건강우려, 포장/보관우려, 우려성분 순으로 언급됨

30) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임

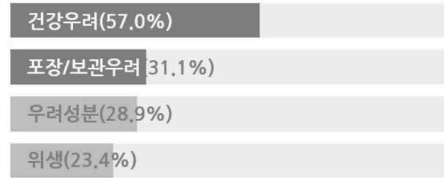


- 우려 요인으로 언급된 키워드는 최근 건강에 대한 관심이 증가하면서 물엿의 단맛을 내는 성분, 칼로리 등에 대해 꼼꼼히 따지는 소비자가 늘어남에 따라 언급된 것으로 보임

[표 5-2] 물엿의 우려 요인

(단위: %)

우려요인	전체언급
건강우려	57.0
포장/보관우려	31.1
우려성분	28.9
위생	23.4



- 우려 요인을 살펴보면, 건강우려 측면에서 건강, 칼로리/다이어트 비만에 대한 언급이 주를 이루었으며, 온도, 밀봉 등 보관 방법에 대해서도 언급되고 있음
- 음식의 단맛을 더해주면서도 칼로리가 높지 않은 감미료로서 물엿을 찾고 있음
- 또한, 물엿 보관 시 입구 주위가 굳거나, 내용물이 딱딱하게 굳어 잘 흐르지 않는 문제 등을 언급하면서 보관이 편리한 제품을 찾는 경향이 있음

- ☞ 31) “물엿에 당이 많다고해서 요리할 때 가끔적 적은 양만 넣어서 조리해요.”
- ☞ “설탕보다 물엿이 몸에 더 좋을 것 같긴하지만, 물엿도 칼로리 줄인 물엿을 사용해요.”
- ☞ “물엿은 통풍이 잘 되고 서늘한 곳에 보관해야하는데, 잘못 보관하면 내용물이 잘 흐르지 않더라고요.”

31) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



[표 5-3] 물엿의 우려 요인 세부언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드	언급 비중
건강우려	57.0	<ul style="list-style-type: none"> • 지방 • 칼로리/다이어트 • 성인병/비만 	62.3 61.5 51.7
포장/보관우려	31.1	<ul style="list-style-type: none"> • 온도 • 밀봉 	72.5 36.3
우려성분	28.9	<ul style="list-style-type: none"> • 색소 • 첨가물 • 방부제 • 유화제 	55.8 34.2 28.8 16.9
위생	23.4	<ul style="list-style-type: none"> • 위생 • 균 	72.5 36.3



2) 구매고려요인 및 구입장소

- 물엿 구매 결정에 앞서 중요하게 고려하는 요인은 ‘용량’, ‘가격’, ‘외관’, ‘원산지’ 순으로 언급됨
- 가정에서 다양한 요리에 사용되는 물엿의 특성상 용량이 주요 구매 요인으로 언급되었으며, 저렴한 가격에 구매하려는 경향이 있음

32) “여러 음식에 두루두루 필요해서 구입했는데, 가격도 저렴하고 좋아요”

“가성비가 좋아요. 물엿은 쓰다보면 용량이 늘 남더라고요.”

[표 5-4] 물엿의 구매고려요인

(단위: %)

구매고려요인	전체언급
용량	43.2
가격	34.5
외관	30.4
재료원산지	27.1
주위평판	25.3
판촉행사(이벤트/덤프)	20.7
패키지	19.0
생산방법	16.6
배송	16.3
품질	10.3
유통기한	8.6
인증	4.3
첨가물	2.4
브랜드/제조사	0.7



32) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



□ 물엿 외관과 관련하여, 고유의 투명한 색상 이외에 흑갈색 빛이 도는 제품 등이 시중에 출시되어 요리 목적에 맞는 색상의 물엿을 이용하기 위하여 고려하는 것으로 해석됨

33) “투명한 물엿을 사용하면 요리 색도 안 변하고, 맛도 더 깔끔한 것 같아요.”

“조정보다 색도 투명하고 농도가 묽어 사용이 편리하고, 요리 본래의 색에 윤기도 더해줘요.”

□ 물엿 원산지 세부언급 키워드는 국내산에 관한 언급량이 많은데, 건강에 대한 우려로 국내산 원료로 만든 제품을 선호하는 것으로 분석됨

34) “물엿은 조정과 비슷한 제품이지만, 국내산으로 만들어진 건지 확인하게 되었요.”

“시중에 물엿은 대부분 GMO 옥수수로 만든다던데, GMO 옥수수는 별도로 표기가 되어서 소비자가 판별할 수 있으면 좋겠어요.”

[표 5-5] 물엿의 구매고려요인 세부언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드	언급 비중
용량	43.2	<ul style="list-style-type: none"> • 용량 • 소용량 • 대용량 	90.4 9.6 8.7
가격	34.5	<ul style="list-style-type: none"> • 가격 	100.0
외관	30.4	<ul style="list-style-type: none"> • 외관 	100.0
재료 원산지	27.1	<ul style="list-style-type: none"> • 국내산 • 중국산 • 기타 수입산 	72.8 31.5 31.0
주위 평판	25.3	<ul style="list-style-type: none"> • 리뷰 • 후기 • SNS • 소문 	56.9 40.8 11.6 9.8

33) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임

34) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



(단위: %)

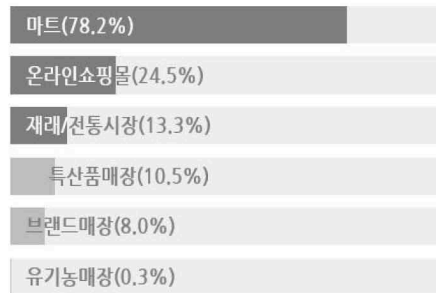
언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드		언급 비중
판촉행사(이벤트/덤)	20.7	<ul style="list-style-type: none"> 할인 이벤트 증정/덤 		85.4 17.5 6.4
패키지/포장단위	19.0	포장단위(64.8)	<ul style="list-style-type: none"> 묶음포장 개별포장 	76.4 37.5
		포장용기(35.2)	<ul style="list-style-type: none"> 유리 플라스틱 	64.4 43.2
생산방법	16.6	<ul style="list-style-type: none"> 전통방식 가공 수제 		54.7 34.2 29.2
배송	16.3	<ul style="list-style-type: none"> 배송 		100.0
품질	10.3	<ul style="list-style-type: none"> 품질 프리미엄 		82.2 22.6
유통기한	8.6	<ul style="list-style-type: none"> 유통기한 제조일자 		98.2 9.4
인증	4.3	<ul style="list-style-type: none"> 인증 마크 		91.3 18.8
첨가물	2.4	<ul style="list-style-type: none"> 첨가물 		100.0
브랜드/제조사	0.7	<ul style="list-style-type: none"> 브랜드/제조사 		100.0

□ 물엿을 구입하는 장소는 마트, 온라인 쇼핑몰이 대부분이며, 재래/전통시장, 특산물매장을 통해서도 구입하는 행태를 보임

[표 5-6] 물엿 구입장소

(단위: %)

구입장소	전체언급
마트	78.2
온라인쇼핑몰	24.5
재래/전통시장	13.3
특산물매장	10.5
브랜드매장	8.0
유기농매장	0.3





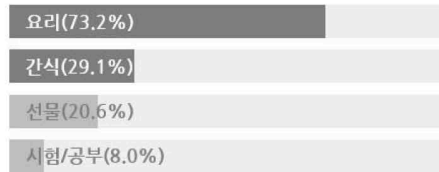
3) 구입하는 목적 및 시간대

- 물엿을 구입하는 주된 목적은 가정 내에서 조리에 사용하는 ‘요리’의 비중이 높고, 단맛을 내는 간식을 만들 때 사용하기 위한 용도로 나누어짐

[표 5-7] 물엿을 구입하는 목적

구입하는 목적	전체언급
요리	73.2
간식	29.1
선물	20.6
시험/공부	8.0

(단위: %)

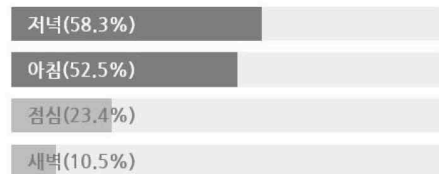


- 물엿을 활용하는 시간대는 저녁과, 아침의 비중이 높으며, 이외 점심, 새벽으로 순으로 언급됨

[표 5-8] 물엿을 활용하는 시간대

구입하는 시간대	전체언급
저녁	58.3
아침	52.5
점심	23.4
새벽	10.5

(단위: %)





4) 활용요리

□ 물엿을 활용한 요리는 양념장/소스요리, 볶음류, 조림류 등 가정 내 다양하게 쓰이는 것으로 나타나며, 청의 재료로 이용되는 비중은 상대적으로 적음

[표 5-9] 물엿을 활용한 요리

(단위: %)

활용요리	전체언급
양념장/소스요리	27.4
볶음류	25.2
조림류	19.1
커피/차/음료	14.5
과자/제빵	14.0
떡볶이	13.6
무침요리	13.2
치킨	12.1
구이요리	10.2
샐러드	9.2
찜요리	8.2
절임류	6.5
청	6.3





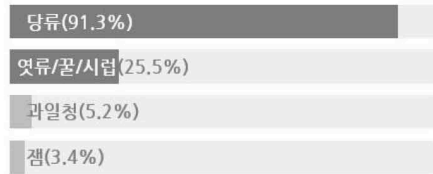
5) 물엿의 대체 재료 및 연관 재료

- 물엿과 함께 언급된 대체 재료는 당류가 대부분 언급되었으며, 다음으로 엿류/꿀/시럽으로 언급됨

[표 5-10] 물엿의 대체 재료

(단위: %)

대체 재료	전체언급
당류	91.3
엿류/꿀/시럽	25.5
과일청	5.2
잼	3.4



- 대체 재료를 살펴보면 설탕이 물엿의 대체제품으로 가장 많이 언급됨. 설탕은 시중에 판매되는 감미료 중에서 가장 보편적으로 쓰이는 제품이기 때문인 것으로 분석됨
- 엿류/꿀/시럽 대체 재료에 대한 세부 키워드로 꿀이 가장 많이 언급 됨. 건강에 대한 우려, 천연 재료로 만든 감미료에 대한 높은 관심에서 언급된 것으로 보임

☞ 35) “설탕으로 대부분 간하고 마지막에 졸일 때만 물엿을 조금 넣어요.”

☞ “꿀은 인공적으로 만들어진게 아니니까, 몸에 더 좋죠.”

35) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



[표 5-11] 물엿의 대체 재료 세부언급 키워드

(단위: %)

언급유형	전체언급	세부 언급 키워드	언급 비중
당류	91.3	<ul style="list-style-type: none"> • 설탕 • 요리당 	99.5
			1.6
엿류/꿀/시럽	25.5	<ul style="list-style-type: none"> • 꿀 • 시럽 • 쌀엿 	72.8
			33.4
			6.0
과일청	5.2	<ul style="list-style-type: none"> • 과일청 	100.0
잼	3.4	<ul style="list-style-type: none"> • 잼 	100.0

- 물엿의 연관 제품으로는 장류/소스류가 대부분 언급되었으며, 다음으로 요리술이 언급됨

[표 5-12] 물엿의 연관 재료

(단위: %)

연관 재료	전체언급
장류/소스류	99.3
요리술	18.7

장류/소스류(99.3%)

요리술(18.7%)

- 장류/소스류 세부 언급 키워드로 간장, 고추장, 굴소스와 같은 제품이 많이 언급됨. 이들 제품이 앞서 주된 활용요리로 언급된 양념장/소스, 볶음류를 요리하기 위해 보편적으로 함께 쓰이는 재료라서 언급 된 것으로 해석됨

[표 5-13] 물엿의 연관 재료 세부언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드	언급 비중
장류/소스류	99.3	<ul style="list-style-type: none"> • 간장 • 고추장 • 굴소스 	86.5
			45.9
			4.4
요리술	25.5	<ul style="list-style-type: none"> • 요리술 	100.0



2. 조청 소비 특성

1) 기대 혹은 우려 요인

- 최근 천연 감미료에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서, 조청에 대한 관심이 증가하고 있음. 소비자들은 단순히 요리에 단맛을 첨가하는 부재료의 용도보다는 천연 재료로 영양을 동시에 공급해 주는 제품으로 기대하고 있음. 이에 조청의 섭취를 통해 소비자가 실제로 기대하는 요인과 우려하는 요인은 무엇인지 키워드 언급량을 통해 살펴보고자 함
- 기대 요인을 살펴보면, 조청 고유의 단맛 외에 주로 영양에 대한 언급이 상대적으로 높음
 - 조청 섭취를 통해 기대하는 주된 요인의 언급으로 ‘영양’, ‘식감’, ‘맛’ 순으로 높게 언급됨
 - 조청은 ‘영양’ 이 주된 기대 요인으로 언급됨. 물엿과 비교하였을 때, 조청은 정제 과정을 거치지 않으므로 영양이 더 풍부할 것으로 생각하기 때문임
 - ‘식감’ 의 경우 물엿과 마찬가지로 음식에 윤기를 더하고, 촉촉하게 만드는 기능을 하기 때문인 것으로 해석 됨

36) “조청은 물엿과 달리 정제과정을 거치지 않고 만들어져서, 영양분이 풍부할 거 같아요.

“3살 아이가 먹을 반찬이라서, 고급적 천연재료로 단 맛을 내려고해요.”

“뇌 활동에 도움이 된다고해서, 아침에 딸 아이 등교할 때, 조청을 한 숟갈 먹여요.”

[표 5-14] 조청의 기대 요인

(단위: %)

기대요인	전체언급
영양	51.6
식감	50.5
맛	16.7

36) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



□ 우려 요인에 대한 언급으로는 ‘건강우려’, ‘우려성분’, ‘위생’, ‘포장/보관우려’ 순임

- 우려 요인으로 언급된 키워드 중 건강우려는 물엿과 마찬가지로 칼로리/비만 등의 건강에 대한 염려와 관심에서 비롯된 것으로 보임
- 조청은 천연재료, 국내산 재료로 만들어진 제품이라는 인식 때문에 화학첨가물, 방부제 등 성분에 관한 세부 키워드가 물엿보다 상대적으로 많이 언급 됨

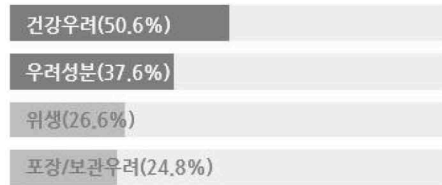
37) “조청도 단맛이 나는 식품이니까 어쨌든 칼로리는 높을 것 같아요.”

“천연 감미료를 먹기 위해 조청을 구입하는거니까, 첨가물이 들어가있는지 꼼꼼히 살펴요.”

[표 5-15] 조청의 우려 요인

(단위: %)

우려요인	전체언급
건강 우려	50.6
우려 성분	37.6
위생	26.6
포장/보관우려	24.8



[표 5-16] 조청의 우려 요인 세부언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드	언급 비중
건강우려	50.6	• 성인병/비만	50.2
		• 칼로리/다이어트	45.6
		• 지방	45.6
우려성분	37.6	• 첨가물	53.2
		• 방부제	50.0
		• 색소	35.5
		• 유화제	4.4
위생	26.6	• 균	52.1
		• 위생	51.5
포장/보관우려	24.8	• 온도	57.3
		• 밀봉	49.0

37) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



2) 구매고려요인 및 구입장소

- 조청 구매 결정에 앞서 중요하게 고려하는 요인은 ‘생산방법’, ‘가격’, ‘패키지’, ‘재료 원산지’ 순으로 언급됨
- 전통식품으로 인식되는 조청의 특성상 생산 방법이 주요 구매 요인으로 언급되었으며, 물엿보다 시중 유통 가격이 비싸기 때문에 가격에 대한 언급이 많은 것으로 해석됨

38) “전통방식으로 밥 지어서 엿기름으로 삭히고 이렇게 만들어진 식혜에서 그 물만 다시 줄여서 만드는데 확인이 필요해요.”

“조청은 만들어지는 양이 적어서 그런지, 물엿보다 훨씬 비싸더라고요.”

[표 5-17] 조청의 구매고려요인

(단위: %)



38) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



- 조청 패키지와 관련하여, 포장단위 및 용기 타입에 대한 세부 언급이 많음
 - 조청의 포장단위는 첨가된 부재료 가짓 수에 맞춰 세트 상품으로 구성되는 경우가 많음. 반면, 물엿은 2개 이상 묶음 판매하는 경우가 있기 때문에 묶음 포장에 대해 많이 언급된 것으로 보임
 - 조청의 포장용기는 대부분 유리병임. 물엿에 비해 잘 굳고, 짜서 사용하는 것이 불편하기 때문에 유리병에 판매되는 경우가 많고, 이로 인해 유리병 언급량이 많은 것으로 해석 됨

☞ 39) “도라지 조청과 생강조청을 세트로 묶어 할인해서 샀습니다.”

☞ “수제로 만드는 조청, 짙은 방부제가 안들어가서 상하니까 유리병 소독을 반드시 해야해요.”

- 조청 원산지와 관련하여, 국내산에 관한 세부 키워드가 많이 언급 됨. 전통식품 또는 천연 감미료라는 인식 때문에 국내산 원료인지 확인하려는 성향이 두드러짐

☞ 40) “시중에 판매되는 물엿은 아마 GMO(유전자 변형) 옥수수를 쓸 겁니다.”

☞ “저는 비싸도 생협에서 판매하는 조청을 구매해요. 생협 판매 조청은 재료 원산지도 믿을 수 있어요.”

[표 5-18] 조청의 구매고려 요인 세부언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드		언급 비중
생산방법	41.9	<ul style="list-style-type: none"> • 전통방식 • 수제 • 가공 		61.8 39.5 26.0
가격	34.6	<ul style="list-style-type: none"> • 가격 		100.0
패키지	34.3	<ul style="list-style-type: none"> • 포장단위(77.3) 	<ul style="list-style-type: none"> • 묶음포장 • 개별포장 	77.5 39.6
		<ul style="list-style-type: none"> • 포장용기(22.7) 	<ul style="list-style-type: none"> • 유리 • 플라스틱 	77.7 30.2
재료원산지	31.5	<ul style="list-style-type: none"> • 국내산 • 기타수입산 • 중국산 		86.6 15.2 15.0

39) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임

40) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



(단위: %)

언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드	언급 비중
용량	30.3	<ul style="list-style-type: none"> • 용량 • 소용량 • 대용량 	80.6 15.1 14.5
외관	26.4	<ul style="list-style-type: none"> • 외관 	100.0
주위평판	25.4	<ul style="list-style-type: none"> • 리뷰 • 후기 • SNS • 소문 	48.7 41.6 15.6 11.9
배송	22.4	<ul style="list-style-type: none"> • 배송 	100.0
판촉행사(이벤트/덤)	18.7	<ul style="list-style-type: none"> • 할인 • 이벤트 • 증정/덤 	69.1 41.4 14.5
품질	13.5	<ul style="list-style-type: none"> • 품질 • 프리미엄 	76.0 31.8
인증	7.8	<ul style="list-style-type: none"> • 인증 • 마크 	94.7 15.8
유통기한	5.3	<ul style="list-style-type: none"> • 유통기한 • 제조일자 	96.7 8.3
첨가물	3.1	<ul style="list-style-type: none"> • 첨가물 	100.0
브랜드	0.7	<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드/제조사 	100.0

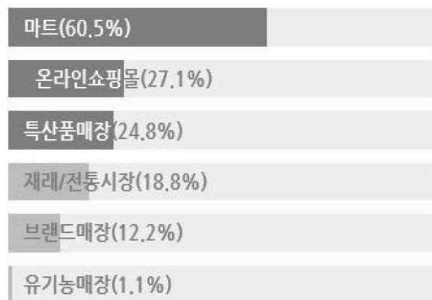
*

□ 조청을 구입하는 장소는 마트, 온라인 쇼핑몰, 지역 특산품 매장 순임. 특히, 특산품 매장 언급량이 물엿 구입장소 대비 많음. 조청은 물엿에 비해 지역 특색을 반영한 특산품으로 판매되는 경우가 많기 때문인 것으로 해석됨

[표 5-19] 조청 구입장소

(단위: %)

구입장소	전체언급
마트	60.5
온라인쇼핑몰	27.1
특산품매장	24.8
재래/전통시장	18.8
브랜드매장	12.2
유기농매장	1.1





3) 구입하는 목적 및 활용 시간대

- 조청을 구입하는 주된 목적으로 가정 내에서 ‘간식’에 활용한다는 언급이 많고, 다음으로 ‘요리’에 활용한다는 언급이 많음
- 조청은 물엿보다 간식 활용이 많이 언급되었는데, 간식의 주재료에 곁들여서 활용하거나, 한과나 디저트 등을 만들 때 활용도가 높기 때문으로 분석됨

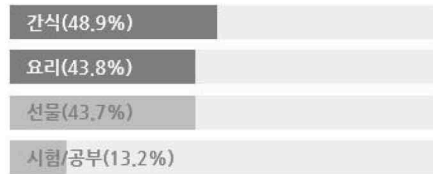
☞ 41) “겨울에는 들기름에 가래떡을 구워서 쌀조청에 찍어먹으면 최고의 간식이예요.”

☞ “물엿 대응으로 조림, 볶음 등에 활용하고, 빵이나 쿠키에도 발라 먹어요.”

[표 5-20] 조청을 구입하는 목적

(단위: %)

구입하는 목적	전체언급
간식	48.9
요리	43.8
선물	43.7
시험/공부	13.2

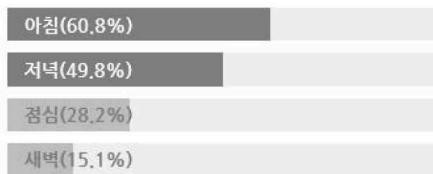


- 조청을 주로 활용하는 시간대는 아침이 가장 많이 언급되었고, 다음으로 저녁, 점심 순으로 언급됨

[표 5-21] 조청을 활용하는 시간대

(단위: %)

활용하는 시간	전체언급
아침	60.8
저녁	49.8
점심	28.2
새벽	15.1



41) 말풍선 문구는 블로그에 기록된 소비자 언어를 재가공한 것임



4) 활용요리

□ 조청을 활용한 요리는 과자/제빵, 커피/차/음료, 볶음류 순으로 언급됨. 주로 ‘요리’, ‘식사’ 보다는 과자나 차에 곁들이거나 부재료로 활용하기 위한 것으로 해석됨. 특히, 물엿에 비해 양념장/소스의 재료로 이용되는 비중은 상대적으로 적게 언급됨

[표 5-22] 조청을 활용한 요리

(단위: %)

활용요리	전체언급
과자/제빵	30.4
커피/차/음료	24.5
볶음류	14.8
청	13.3
조림류	12.8
구이요리	11.9
양념장/소스요리	11.5
절임류	11.2
떡볶이	10.4
샐러드	9.7
치킨	8.5
무침요리	8.3
찜요리	6.1





5) 조청의 대체 재료 및 연관 재료

- 조청과 함께 언급된 대체 재료는 ‘당류’, ‘엿류/꿀/시럽’ 순임

[표 5-23] 조청의 대체 재료

(단위: %)

조청 대체 재료	전체언급
당류	60.7
엿류/꿀/시럽	57.7
잼	10.6
과일청	5.3

- 대체 재료 세부 언급 키워드로는 일반적으로 많이 사용되는 설탕이 조청의 대체 제품으로 가장 많이 언급 됨

[표 5-24] 조청의 대체 재료 세부언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드	언급 비중
당류	60.7	<ul style="list-style-type: none"> • 설탕 • 요리당 	99.6
			1.9
엿류/꿀/시럽	57.7	<ul style="list-style-type: none"> • 꿀 • 시럽 • 쌀엿 	74.0
			19.3
			18.7
잼	10.6	<ul style="list-style-type: none"> • 잼 	100.0
과일청	5.3	<ul style="list-style-type: none"> • 과일청 	100.0

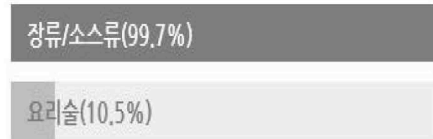


□ 조청과 함께 언급된 연관 재료는 ‘장류/소스류’, ‘요리술’ 이 언급 됨

[표 5-25] 조청의 연관 재료

(단위: %)

조청 연관 재료	전체언급
장류/소스류	99.7
요리술	10.5



□ 조청의 연관 재료 세부 키워드로는 간장, 고추장, 굴소스 등이 언급 됨. 조청은 물엿을 대신하여 다양하게 쓰이기 때문에, 물엿이 주로 활용되는 양념장/소스 등에 주로 쓰이는 간장, 고추장, 굴소스와 같은 제품이 많이 언급 된 것으로 보임

[표 5-26] 조청의 연관 재료 세부언급 키워드

(단위: %)

언급 유형	전체언급	세부 언급 키워드	언급 비중
장류/소스류	99.7	<ul style="list-style-type: none"> • 간장 • 고추장 • 굴소스 	81.2
			46.9
			2.7
요리술	10.5	<ul style="list-style-type: none"> • 요리술 	100.0

제 6 장

일본 물엿 시장

제 1 절
일본 물엿 시장





제 1 절 일본 물엿 시장

1. 물엿 시장규모

1) 물엿 생산 및 시장규모

- 물엿 출하량은 2013년 63만 톤에서 2015년 72만톤으로 정점을 기록하였고, 이후 감소하는 추세임. 2017년은 58만톤으로 2013년 대비 8.7% 감소함
- 물엿 시장 규모는 2013년 548억 엔에서 2017년 428억 엔으로 22.0% 감소함

[표 6-1] 일본 물엿 생산 현황

(단위: 톤, 백만 엔, 개)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
출하량	632,612	625,171	719,028	544,808	577,174
출하액	54,814	55,142	56,494	41,597	42,754
제조업체 수	29	29	29	27	26

※ Report by Industry of the 2018 Census. 무역산업경제국(www.meti.go.jp)

1) 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음



- 물엿은 2016년 기준으로 주류용(19.1%)이 가장 많이 판매되었고, 과자류(18.7%), 유제품(9.1%)순으로 물엿이 사용되고 있음
- 주류용 물엿 판매 비중은 2012년 24.8%에서 2016년 19.1%로 5.7%p 감소함. 반면, 유제품 사용 물엿의 판매 비중은 지속적으로 증가하고 있으며 같은 기간 2.4% 증가함

[표 6-2] 물엿 용도별 판매량 현황

(단위: 천 톤, %)

용도	2012		2013		2014		2015		2016	
주류	159	(24.8)	146.2	(23.6)	140.2	(22.7)	132	(21.2)	114.7	(19.1)
과자류	112.8	(17.6)	110	(17.8)	108.4	(17.5)	111.8	(18.0)	112.3	(18.7)
유제품	43.1	(6.7)	46.9	(7.6)	50.5	(8.2)	50.8	(8.2)	54.6	(9.1)
조미료	43.2	(6.7)	38.4	(6.2)	36.9	(6.0)	36.5	(5.9)	35.3	(5.9)
잼	37.2	(5.8)	36.1	(5.8)	34.2	(5.5)	31.9	(5.1)	30.8	(5.1)
분말제품	18.7	(2.9)	17.2	(2.8)	16.4	(2.7)	20.2	(3.2)	19.7	(3.3)
빙과류	16.7	(2.6)	17.8	(2.9)	18.5	(3.0)	18	(2.9)	18.3	(3.1)
청량음료	10.7	(1.7)	9.8	(1.6)	10.9	(1.8)	11.6	(1.9)	13.7	(2.3)
설페이트	31	(4.8)	23.6	(3.8)	18	(2.9)	17.4	(2.8)	12.9	(2.2)
의약품	5.3	(0.8)	6.1	(1.0)	7.6	(1.2)	11.5	(1.8)	11.7	(2.0)
기타	163	(25.4)	166.5	(26.9)	176.9	(28.6)	180.8	(29.0)	175.2	(29.2)
합계	640.6	(100.0)	618.4	(100.0)	618.5	(100.0)	622.5	(100.0)	599.3	(100.0)

※ 전분수급보고서, 일본 전분협회(www.maff.go.jp) 2018.09월 기준

1) 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음



2) 물엿 수출 현황

- 물엿의 HS코드는 따로 구분되어 있지 않음. 1702.90.000 ‘기타 당류의 기타 품목’에 물엿 제품이 포함되어 있어 물엿만의 단독 수출입 실적은 아님
- 2017년 수출액 13억 1,700만 엔에서 2018년 14억 3천만 엔으로 8.5% 증가함. 물엿 최대 수출국은 중국으로 2017년 2억 4천 엔에서 2018년 1억 9천엔으로 수출이 17.3% 감소함. 한국에 대한 수출은 2017년 9천5백 엔에서 1억 3천엔으로 40.1%가 증가함

[표 6-3] 일본 물엿 수출 현황

(단위: 천 엔, %)

2017			2018			전년비 수출액 증감
수출 국가	수출액	수출 비중	수출 국가	수출액	수출 비중	
태국	278,906	21.2	중국	199,719	14.0	-41,689
중국	241,408	18.3	태국	195,794	13.7	-83,112
프랑스	141,381	10.7	프랑스	162,705	11.4	+21,324
대만	104,640	7.9	미국	149,880	10.5	+55,295
한국	95,853	7.3	한국	134,323	9.4	+38,470
미국	94,585	7.2	인도네시아	128,749	9.0	+69,501
인도네시아	59,248	4.5	대만	109,507	7.7	+4,867
호주	41,494	3.1	호주	48,307	3.4	+6,813
싱가포르	40,250	3.1	인도	47,754	3.3	+21,654
기타	219,984	16.7	기타	253,455	17.7	+33,471
합 계	1,317,749	100	합 계	1,430,193	100	+112,444

※ 일본 재무성 무역 통계(www.customs.go.jp/toukei)

일본 HS코드 1702.90.000 ‘기타 당류의 기타 품목’으로 다양한 당류 제품이 포함되어 있어 물엿만의 단독 수출입 실적은 아님

- 2017년 기준 일본 물엿 제조업체의 수는 26개이며, 종업원 수 4~9명인 업체의 비중이 42.3%, 20~99명인 업체의 비중이 30.8%로 소규모 기업의 비중이 높음

[표 6-4] 일본 물엿 제조업체 종업원 규모별 현황(2017년)

(단위: 개, %)

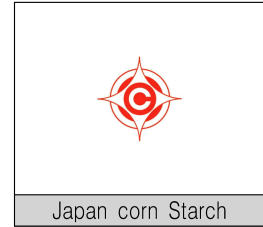
종업원 수	4~9명	10~19명	20~99명	100명 이상	합계
제조업체 수	11	1	8	6	26
비중	(42.3)	(3.8)	(30.8)	(23.1)	(100.0)

※ Report by Industry of the 2018 Census. 무역산업경제국(www.meti.go.jp)



3) 주요 제조사 및 브랜드

- Japan Corn Starch사는 전분당 기업으로 옥수수전분, 변형 전분, 당화 제품 제조기업임. 1867년 카로쿠쿠라치가 설립하여 밀 전분을 생산함. 이후 1955년 독자적인 기술로 옥수수 전분 생산을 시작하고 상업화 하였음. 1962년 현재의 Japan Corn Starch사가 설립됨



- 감미료(Sweeteners) 제품군은 ‘몽드 셀렉션’ (Monde Selection)⁴²⁾ 에서 16년 연속 수상함

SAN Syrup H (2018~2019 수상)	Oligo Syrup M40 (2017~2019 수상)	NAN Dextrin (2017~2019년 수상)	High Maltose M (2019 수상)

※ 몽드셀렉션(monde-selection.com)

- 물엿 이외에 옥수수 전분, 의약품 전분, 타피오카 전분, 액체 말토 텍스트린, 올리고당 등 전분을 원료로 한 다양한 제품을 생산함

옥수수 전분	의약품용 전분	바이오 플라스틱	Pearl Starch

- 또한, ‘바이오 플라스틱’ 제품도 제조하고 있음. 식물성 원료로 만들어 생분해되는 친환경 플라스틱으로 ‘Corn pole’ 이라는 브랜드로 판매되고 있음. 볼펜 케이스, 농업용 필름, 페인트 등 다양한 분야에서 활용됨. 최근에는 옥수수 전분에서 유래한 화장품 원료 ‘Pearl Starch’⁴³⁾ 를 제조함

42) 1961년 벨기에 브뤼셀에서 창립된 품질평가 기관임. 80명의 숙련된 업계 전문가들이 각자 독립적으로 정해진 기준에 따라 제품 테스트 및 품질을 평가하고 상을 수여함



□ SUDO Jam 사는 1923년 술 도매업으로 시작된 기업으로 다양한 과일잼을 판매하는 회사임

- 1940년 주류 통제로 인해 절임 제조업으로 전업하였고, 이후 양조업에서 병·통조림 류의 제조업으로 전업 후 1950년잼 제조를 시작함. 2005년 유기 농산물 가공 식품 제조 인증을 획득함
- 세계 각국에서 잼에 최적인 과일을 엄선하여 다양한 과일잼 종류를 제조하고 있음. 가정용, 급식용 과일잼, 소스류, 꿀 물엿 등의 시럽류 제품을 제조 판매하고 있음



□ 일본에서는 옥수수 전분 이외에 감자, 고구마 등의 전분으로 만든 투명한 물엿과 쌀로 만든 쌀엿 2가지가 크게 나누어 볼 수 있음

- 쌀엿은 대부분 일본 내 원재료를 사용하여, 국산 제품임이 강조되고 있음. ‘당류’ 건강에 대한 염려로, 쌀엿은 좀 더 안전하고 전통적인 제조 방식에 근접하게 만들어 진 것으로 인식되는 경향이 있음

[표 6-5] 물엿 판매 제품(옥수수, 감자 주 원료)

제품명	특징	이미지
물엿	- 가격 및 용량 : 248엔+ 배송료 590엔(200g) - 주원료 : 옥수수, 고구마 전분 - 특징 : 100년 역사의 베이커리 제품 유통사 TOMIZ의 제품. 투명한 물엿 이외에 감자 전분으로 만들어진 황갈색의 맥아물엿도 있음 - 제조사 : TOMIZ	
물엿	- 가격 및 용량 : 238엔+배송료 540엔(180g) - 주원료 : 전분 - 특징 : 튜브 타입으로 숟가락으로 떠서 쓰지 않아도 되고, 소용량으로 사용과 저장이 비교적 간편함. 제과, 제빵 재료 - 제조사 : SUDO Jam Co.,Ltd.	
물엿	- 가격 및 용량 : 609엔+배송료 880엔(1kg) - 주원료 : 전분 - 특징 : 전통 방식을 이용하여 제조된 물엿으로, 서양과자를 만들 때 촉촉함을 더할 수 있음 - 제조사 : Sunus Co.,Ltd.	

43) 옥수수 전분에서 유래된 가루 형태 화장품 원료로, 천연 제품의 안전성을 주요 특징으로 내세운 제품임



<p>물엿</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 가격 및 용량 : 257엔+배송료 660엔(310g) - 주원료 : 전분 - 특징 : 맥아당 물엿, 열에 강하고 부드러운 단맛의 물엿. 조림, 고구마 맛탕 등의 음식을 만들 때 사용 가능 - 제조사 : Meidi-Ya, Co.Ltd. 	
<p>물엿</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 가격 및 용량 : 370엔 + 배송료 770엔(600g) - 주원료 : 고구마 전분 - 특징 : 점도가 묽어서 요리 사용이 간편함, 부드러운 단맛은 조림, 데리야키 양념 등에 폭넓게 사용가능 - 제조사 : 주식회사마루미(株式会社マルミ) 	
<p>물엿</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 가격 및 용량 : 638엔 (460g) - 주원료 : 고구마 전분, 감자 전분 - 특징 : 국산 원료 사용 맥아물엿 	
<p>맥아 물엿 (麦芽水飴)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 가격 및 용량 : 2400엔+ 배송료 680엔(600g*3) - 주원료 : 감자 전분 - 특징 : 훗카이도산 감자를 당화시켜 만든 물엿 	
<p>말토에이즈 업소용 (マルトエース業務用)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 가격 및 용량 : 5,238엔 + 배송료 648엔(25kg) - 주원료 : 옥수수, 타피오카 전분, 고구마 전분, 감자전분 - 특징 : 상업용 대용량 제품으로 제과, 제빵, 잼, 냉동, 팔, 양조, 요리 등에 폭 넓게 사용되는 감미료 	

※ 일본 라쿠텐 홈페이지(www.rakuten.co.jp)

1) 우리 말 물엿의 일본어 표기 ‘水飴’ (Mizuame)로 검색함



[표 6-6] 쌀엿 판매 제품(쌀 주 원료)

제품명	특징	이미지
쌀엿 (シロ飴)	<ul style="list-style-type: none"> - 가격 및 용량 : 1,296엔+ 배송료 580엔(500g) - 주원료 : 일본산 쌀, 일본산 보리 - 특징 : 500년 전통 요코이 상점의 쌀엿 - 제조사 : 요코이상점(横井商店) 	
쌀엿 (米飴)	<ul style="list-style-type: none"> - 가격 및 용량 : 950엔+배송료 660엔(1kg) - 주원료 : 일본산 멥쌀 - 특징 : 방부제, 정제 과정 거치지 않은 제품이라고 소개 되어 판매 됨, 쌀엿 특유의 향, 색상 등 물엿과 다른 점을 강조함 - 제조사 : 삼중화량주식회사(三重化糧株式会社) 	
미토쿠 쌀물엿 (ミトク 米水飴)	<ul style="list-style-type: none"> - 가격 및 용량 : 1,296엔(1kg) - 주원료 : 일본산 멥쌀, 보리 맥아 - 특징 : 보리 맥아를 이용하여, 천천히 당화시킨 제품 - 제조사 : 미토쿠(MITOKU MACROBIOTIC) 	
오사와 찹쌀 엿 (オーサワ もち米あめ)	<ul style="list-style-type: none"> - 가격 및 용량 : 537엔(200g) - 주원료 : 일본산 찹쌀, 맥아 - 특징 : 전통방식으로 당화시킨 제품 - 제조사 : 오사와(オーサワジャパン) 	
특선 찹쌀 엿 (特選もち米あめ)	<ul style="list-style-type: none"> - 가격 및 용량 : 537엔+배송료 660엔 (200g) - 주원료 : 일본산 찹쌀, 맥아 - 특징 : 철 가마솥에 전통 방식으로 제조 - 제조사 : 오가사와라 상점(小笠原商店) 	

※ 일본 라쿠텐 홈페이지(www.rakuten.co.jp)

1) 우리 말 쌀엿의 일본어 표기 '米飴' 로 검색함

2019 가공식품 세분시장 현황

2020년 1월 인쇄

2020년 1월 발행

편저 · 발행



전라남도 나주시 문화로 227 한국농수산물유통공사

TEL : (061) 931-1114 FAX : (061) 931-1299

본 책자의 내용에 관한 사항은

한국농수산물유통공사 식품정보부(061-931-0742)로

문의하여 주시기 바랍니다.

동 자료는 식품산업통계정보시스템(www.aTFIS.or.kr)을 통해

다운받아 볼 수 있습니다.

이 책의 내용은 한국농수산물유통공사의 서면 동의가 있어야 사용할 수 있습니다.

또한 무단으로 책의 내용이나 각종 자료를 복제 및 전제하거나 웹상의 수집 및 게시하는 행위, 판매 등 상업적 이용을 금합니다.

[공공누리 제4유형] 개별이용조건



공공누리

공공 저작물 자유이용허락



출처표시

저작물의 출처를 표시해야 합니다.

이용자는 공공저작물을 이용할 경우, 다음과 같이 출처 또는 저작권자를 표시해야 합니다.

ex) "본 저작물은 '000(기관명)'에서 '00년' 작성하여 공공누리 제4유형으로 개방한 저작물명(작성자:000)'을 이용하였으며, 해당 저작물은 '000(기관명), 000(홈페이지 주소)에서 무료로 다운받으실 수 있습니다."

* 위 내용은 예시이므로 작성연도 및 해당 기관명과 홈페이지 주소, 작성자명 기업

온라인에서 출처 웹사이트에 대한 하이퍼링크를 제공하는 것이 가능한 경우에는 링크를 제공하여야 합니다.

이용자는 공공기관이 이용자를 후원한다거나 공공기관과 이용자가 특수한 관계에 있는 것처럼 제3자가 오인하게 하는 표시를 해서는 안됩니다.



상업적 이용금지

비영리 목적으로만 이용 가능

상업적 이용이 금지된 공공저작물은 영리행위와 직접 또는 간접으로 관련된 행위를 위하여 이용될 수 없습니다.

다만, 별도의 이용허락을 받아 공공저작물을 상업적으로 이용하는 것은 가능합니다.



변경금지

저작물을 변경 혹은 2차 저작물 작성금지

공공저작물의 변경이 금지됩니다. 또한 내용상의 변경 뿐만 아니라 형식의 변경과 원저작물을 번역·편곡·각색·영상제작 등을 위해 2차적 저작물을 작성하는 것도 금지대상 행위에 포함됩니다.

2019 가공식품 세분시장 현황 | **유통 시장**

1. 이 보고서는 농림축산식품부에서 주관하고 한국농수산물유통공사가 시행한 [가공식품 세분시장 현황]의 보고서입니다.
2. 이 보고서 내용을 인용할 때에는 반드시 농림축산식품부에서 주관하고 한국농수산물유통공사가 시행하여 분석한 [가공식품 세분시장 현황] 보고서의 내용임을 밝혀야 합니다.
3. 이 보고서는 식품산업통계정보시스템(<http://www.atfis.or.kr>)에서도 보실 수 있습니다.