

2018 가공식품 세분시장 현황

햄/소시지류



© 2018. **at** 한국농수산물유통공사
All rights reserved.

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

2018 가공식품 세분시장 현황

햄/소시지류



농림축산식품부



한국농수산물유통공사

햄/소시지류 시장

햄/소시지류 시장 요약	1
--------------------	---

제 1 장 햄/소시지류 시장 조사 개요

제 1 절 조사 배경 및 목적	8
제 2 절 조사 대상 및 방법	9
1. 조사 대상	9
2. 조사 방법	9
제 3 절 햄/소시지류 시장 개요	11
1. 햄/소시지류 정의 및 종류	11
2. 햄/소시지류 주요 제품	15
3. 햄/소시지류의 제조·가공기준 및 성분규격	19
4. 햄/소시지류의 제조 공정	21
5. 햄/소시지류 관련 인증 및 제도	26

제 2 장 주요 원료 현황

제 1 절 햄/소시지류 주요 원료	36
1. 햄/소시지류 주요 원료 현황	36
제 2 절 주요 원료 공급 현황	38
1. 주요 원료 현황	38
2. 주요 원료별 현황	40

제 3 장 생산 및 수출입 현황

제 1 절 생산 현황	50
1. 생산 규모	50
2. 주요 생산업체 현황	52
제 2 절 수출입 현황	56
1. 수출입 규모	57
2. 수출 현황	58
3. 수입 현황	64

제 4 장 유통 및 판매 현황

제 1 절 유통 구조	72
제 2 절 소매시장 규모	73
1. 햄/소시지류 소매시장 규모	73
2. 햄/소시지류 세분시장 규모	74
제 3 절 소비자물가지수 추이	82

제 5 장 소비 특성

제 1 절 소비량 추이	86
제 2 절 소비 트렌드 분석	89

제 6 장 해외시장 동향

제 1 절 세계 시장 규모	98
제 2 절 글로벌 트렌드	102
제 3 절 국가별 동향	106
1. 미국 햄/소시지류 시장	106
2. 중국 햄/소시지류 시장	112
3. 홍콩 햄/소시지류 시장	117
4. 베트남 햄/소시지류 시장	123

햄/소시지류 시장

[표 1-1]	조사 대상	9
[표 1-2]	가공방법에 따른 햄/소시지류 종류	12
[표 1-3]	햄(류)의 가공부위별 종류	14
[표 1-4]	소시지(류)의 가공방법별 종류	15
[표 1-5]	햄류 주요 제품	16
[표 1-6]	소시지류 주요 제품	17
[표 1-7]	햄/소시지류의 제조·가공기준 및 성분규격	19
[표 1-8]	멸·살균 가이드라인	20
[표 1-9]	축산물 HACCP 적용 대상	26
[표 1-10]	햄/소시지류 인증업체	28
[표 1-11]	햄/소시지류 유기가공식품 인증받은 업체	30
[표 1-12]	식육즉석판매가공업 신설에 따른 변화	31
[표 1-13]	식육즉석판매가공업체 수 현황	32
[표 2-1]	햄/소시지류 주요 원료 및 함유량	37
[표 2-2]	돼지고기 사용량(2016년 기준)	38
[표 2-3]	닭고기 사용량(2016년 기준)	39
[표 2-4]	햄/소시지류 용도별 사용량 및 원산지 비중	40
[표 2-5]	축산물 수급 현황	41
[표 2-6]	돼지고기 등급별 경락가격(탕박 기준)	44
[표 2-7]	육계 생계가격	47
[표 2-8]	육계 중량규격별 도매가격	48
[표 3-1]	식육가공품 생산 규모	50
[표 3-2]	햄/소시지류 생산 실적	52
[표 3-3]	햄/소시지류 지역별 생산업체 현황(2017년 기준)	53
[표 3-4]	품목별 주요 업체 현황 Top5(2017년 기준)	53
[표 3-5]	햄/소시지류 제조업체	54
[표 3-6]	햄/소시지류 수출입 HS코드	56
[표 3-7]	햄/소시지류 수출입 현황	58
[표 3-8]	햄/소시지류 품목별 수출 현황	59
[표 3-9]	주요 국가별 햄류 수출 현황	61
[표 3-10]	주요 국가별 소시지류 수출 현황	63

[표 3-11] 분기별 햄/소시지류 제품 수출 현황	63
[표 3-12] 햄/소시지류 품목별 수입 현황	64
[표 3-13] 주요 국가별 햄류 수입 현황	66
[표 3-14] 주요 국가별 소시지류 수입 현황	67
[표 3-15] 분기별 햄/소시지류 제품 수입 현황	68
[표 3-16] 국내에서 주로 유통되는 수입 햄/소시지류 제품	69
[표 4-1] 소매 유통 채널별 햄/소시지류 매출액	76
[표 4-2] 제품 종류별 햄/소시지류 매출액	78
[표 4-3] 제조사별 햄/소시지류 매출액	80
[표 4-4] 판매 상위 TOP5 브랜드(2017년 매출 기준)	81
[표 4-5] 햄/소시지류 월별 소비자물가지수 추이	83
[표 5-1] 1인당 연간 햄/소시지 섭취량 변화 추이	86
[표 5-2] 햄/소시지류 연관어 도출 결과	91
[표 5-3] 햄/소시지류 시장 주요 특성	95
[표 6-1] 세계 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 규모	98
[표 6-2] 세계 육가공품(햄/소시지류 포함) 유형별 시장 규모	99
[표 6-3] 국가별 대표 햄/소시지류 종류	101
[표 6-4] 미국 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 규모	107
[표 6-5] 미국 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 전망	108
[표 6-6] 미국 주요 햄/소시지류 제조사	109
[표 6-7] 중국 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 규모	112
[표 6-8] 중국 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 전망	113
[표 6-9] 중국 주요 햄/소시지류 제조사	115
[표 6-10] 홍콩 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 규모	118
[표 6-11] 홍콩 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 전망	119
[표 6-12] 홍콩 주요 햄/소시지류 제조사	120
[표 6-13] 베트남 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 규모	123
[표 6-14] 베트남 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 전망	124
[표 6-15] 베트남 주요 햄/소시지류 제조사	125

햄/소시지류 시장

[그림 1-1] 식품공전 기준 햄/소시지류 정의	11
[그림 1-2] 햄 제조 공정	21
[그림 1-3] 생햄 제조 공정	22
[그림 1-4] 프레스햄 제조 공정	23
[그림 1-5] 가열소시지 제조 공정	24
[그림 1-6] 발효소시지 제조 공정	25
[그림 2-1] 돼지고기 유통경로	43
[그림 2-2] 닭고기 유통경로	46
[그림 3-1] 식육가공품 내 햄/소시지류 차지 비중	51
[그림 3-2] 햄/소시지류 전체 수출입 현황	57
[그림 4-1] 햄/소시지류 유통 구조	72
[그림 4-2] 햄/소시지류 소매 시장 규모	73
[그림 4-3] 햄/소시지류 분기별 판매 현황	74
[그림 4-4] 햄/소시지류 월별 소비자물가지수 추이	82
[그림 5-1] 2016년 기준 조사 대상자 특성별 1인당 연간 햄/소시지 섭취량 비교 ...	87
[그림 5-2] 최근 1년간 햄/소시지류 키워드 기사 및 뉴스 수 추이	90
[그림 6-1] 세계 햄/소시지류 국가별 시장 규모(2017년 기준)	100



[햄/소시지류 시장 요약]

1. 햄/소시지류 시장 개요

- 식품공전 기준 햄류와 소시지류는 식육가공품 및 포장육의 하위 식품 유형 중 하나로 분류됨
 - 햄류는 식육 또는 식육가공품을 부위에 따라 분류하여 정형 염지한 후 숙성, 건조한 것, 훈연, 가열처리한 것이거나, 식육의 고깃덩어리에 식품 또는 식품첨가물을 가한 후 숙성, 건조한 것이거나 훈연 또는 가열처리하여 가공한 것을 말함. 햄류의 하위품목은 제조공정 및 가공방법에 따라 햄, 생햄, 프레스햄으로 구분하고 있음
 - 소시지류는 식육이나 식육가공품을 그대로 또는 염지하여 분쇄 세절한 것에 식품 또는 식품첨가물을 가한 후 훈연 또는 가열처리 한 것이거나, 저온에서 발효시켜 숙성 또는 건조처리한 것이거나, 또는 케이싱에 충전하여 냉장·냉동한 것으로 육함량 70% 이상, 전분 10% 이하의 것만 포함됨. 소시지류의 하위품목으로는 소시지, 발효소시지, 혼합소시지가 있음

2. 생산 및 수출입 현황

1) 생산 현황

- (햄/소시지 생산 모두 성장세) 2017년 햄/소시지류의 생산액은 1조 6,425억 원으로 2015년 1조 2,669억 원 대비 29.6% 증가함. 같은 기간 생산량은 25만 1,766톤 대비 30만 3,782톤으로 20.7% 증가함
- 햄/소시지류에서 2017년 생산액 기준, 햄류가 차지하는 비중은 69.3%이며, 소시지류가 차지하는 비중은 30.7%로 나타남



- 햄류의 생산실적은 2017년 기준, 생산량은 19만 1,884톤, 생산액은 1조 1,375억 원으로 2015년 대비 각각 20.1%, 33.7%의 증가율을 나타냄. 소시지류 생산량은 2017년 기준, 11만 1,898톤, 생산액은 5,050억 원으로 2015년 대비 각각 21.7%, 21.3% 증가함
- 최근 1인 가구 증가, 야외활동 활성화, 혼술/홈술 문화 확산 등에 따른 간편식 소비 트렌드와 접목시킨 신제품 출시가 활발해졌으며, 해외 식문화 확산에 의한 햄/소시지류 섭취 증가가 시장 확대에 영향을 준 것으로 보임

2) 수출입 현황

- (아시아국으로 주로 수출) 최근 5년간 햄/소시지류 수출 현황을 살펴보면, 수출액 기준 2013년 667만 달러에서 2017년 651만 달러로 2.4% 감소했으며, 같은 기간 수출량은 1,146톤에서 1,245톤으로 8.6% 증가함
 - 우리나라는 햄/소시지류를 포함한 육가공품 주요 수출국이 아니고, 돼지고기로 만든 육가공품의 수출이 다소 제한적인 특징이 있어 수출 규모가 크지 않은 상황임. 수출에서는 햄류와 소시지류의 수출 비중이 비슷한 편이며, 홍콩, 중국, 베트남과 같은 아시아국가로 주로 수출되고 있음
- (햄은 덴마크, 소시지는 미국이 주 수입국) 최근 5년간 햄/소시지류 수입액은 2013년 4,283만 달러 대비 2017년 5,562만 달러로 29.8% 증가했으며, 같은 기간 수입량은 1만 1,935톤 대비 1만 4,853톤으로 24.4% 증가함
 - 수입 제품에 대한 인지도 및 선호도가 높아지고, 수입 제품을 이용하는 레스토랑이 늘어나면서 규모가 커진 것으로 보임. 햄류보다는 소시지류의 수입 규모가 크며, 햄은 덴마크, 소시지류는 미국이 주요 수입국으로 나타남



3. 유통 및 판매 현황

1) 유통 구조

- (햄/소시지류 B2B 비중 상위) 햄/소시지류의 제조 및 수입업체의 판매액 기준 B2C로의 유통 비중은 75~80%, B2B로의 비중은 20~25% 정도로 추정됨
 - B2B로 유통되는 햄/소시지류는 주로 피자, 햄버거, 핫도그 등 프랜차이즈 업체와 간편식을 생산하는 식품업체로 유통되고 있음
 - B2C 시장의 2017년 판매액 기준, 햄/소시지류가 가장 많이 팔리는 채널은 할인점(40.4%)이며, 이어서 체인슈퍼(21.5%), 독립슈퍼(16.4%), 편의점(16.1%) 순으로 나타남

2) 판매 현황

- (간편식 트렌드로 햄/소시지류 시장도 성장세) 햄/소시지류 소매시장 규모는 2017년 1조 5,107억 원으로 추정되며, 이는 2013년 1조 2,768억 원에 비해 18.3% 증가한 규모임
 - 2017년 판매액 기준, 햄이 9,530억 원(63.1%), 소시지가 5,577억 원(36.9%)으로 나타남. 햄 종류별로는 일반햄이 5,143억 원, 캔햄이 4,387억 원으로 일반햄의 판매 규모가 조금 더 크게 나타남. 최근에는 간편식, 혼술 문화에 따른 편의점 안주 증가 등의 소비 트렌드에 따라 굽지 않고 바로 섭취할 수 있는 슬라이스햄이나 살라미, 하몽 등과 같은 일반 햄 제품의 인기가 높아짐



4. 소비 특성

1) 소비량 추이

- (햄, 소시지 섭취량 증가세 꾸준) 국민영양통계에 의하면 소시지보다는 햄의 섭취량이 높은 것으로 나타났는데, 햄의 1인당 연간 섭취량은 2016년 기준 1.65kg으로 2012년 1.12kg에 비해 상승함. 같은 기간 소시지의 섭취량은 580.4g에서 744.6g으로 증가함

2) 소비 트렌드

- (안전+식감+편의성 3박자 제품 확대) 최근 햄/소시지류 시장 소비 특성을 보면, 반찬이나 간식으로 꾸준히 소비가 이루어지고 있는 가운데, 시장에서는 안전성을 높이고, 식감 및 편의성을 더욱 살린 제품이 출시되고 있는 상황임. 이에 따라 소비자들도 해당 제품으로 구입 및 소비를 꾸준히 하고 있는 추세로 보임

5. 해외 시장 동향

1) 세계 시장 규모 및 특징

- (2016년 이후 시장 다시 성장세) 세계 햄/소시지류를 포함한 육가공품 시장 규모는 2017년 기준 약 1,389억 달러로, 2013년 1,426억 달러에 비해 2.6% 감소함. 이는 2014년 이후 시장 전반적인 하락세에 영향을 받은 것으로 보임. 2014년 1,425억 달러 대비 2016년 1,356억 달러로 4.8%의 감소율을 나타냄
- 그러나 2014년~2016년을 제외하고 2017년부터 상승세를 보이며 시장 규모를 넓혀가고 있는 상황이며, 이에 따라 2021년에는 1,489억 달러의 규모를 형성할 것으로 전망되고 있음



- (소시지 점유율 높아) 2017년 기준, 가장 큰 비중을 차지하는 유형은 소시지(Sausages)로, 41.0%(5,691억 달러)의 시장점유율을 차지함. 이어서 가열육(Cooked Meats-Counter) 37.7%(5,233억 달러), 가공육(Ambient Meat) 21.4% (2,966억 달러) 순임
- (프리미엄, 새로운 맛, 윤리적 소비) 해외 시장은 국내와 마찬가지로 수준 높은 품질의 재료로 만든 프리미엄 육가공품 제품이 늘어나고 있는 가운데, 새로운 맛에 대한 니즈까지 부합하는 제품이 늘어나고 있는 추세임. 더불어 환경오염에 대한 문제가 커지면서 환경오염을 줄이기 위해 윤리적이고 친환경적인 육가공품 제품도 시장에서 증가하는 추세임

2) 국가별 동향

- (미국) 미국 햄/소시지류가 포함된 육가공품 시장 규모는 2013년 641억 달러에서 2017년 688억 달러로 7.3% 증가함
 - 미국 소비자들은 최근 웰빙 트렌드의 열풍으로 인해 육류 외에 견과류, 치즈, 유제품 등 건강하게 단백질을 섭취할 수 있는 제품으로 소비를 일부 대체하면서 육가공품의 시장 규모가 크게 증가하지는 않은 것으로 보임
 - 2017년 기준, 소시지가 60.4%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이어서 가열육(Cooked Meats-Counter)(32.4%), 상온 가공육(7.1%) 순으로 나타남
- (중국) 중국 햄/소시지류가 포함된 육가공품 시장 규모는 2013년 76.7억 달러에서 2017년 78.9억 달러로 2.8% 증가함
 - 2015년 대비 2016년에 시장 규모가 다소 감소했는데, 이는 중국에서 빈번하게 발생하는 식품 관련 사건사고로 인해 가공식품에 대한 부정적인 인식이 시장 규모의 등락폭에 영향을 미친 것으로 분석됨
 - 2017년 기준, 상온 가공육(Ambient Meat)이 47.6%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이어서 가열육(Cooked Meats-Counter)(35.1%), 소시지(17.3%) 순으로 나타남



- **(홍콩)** 홍콩 햄/소시지류가 포함된 육가공품 시장 규모는 2013년 3.6억 달러에서 2017년 5.1억 달러로 44.3% 증가함
 - 돼지고기 가공품에 대한 진입장벽이 높은 중국에 반해, 홍콩은 돼지고기 가공품 반입이 용이한 편으로, 소시지 수입량이 매년 증가하고 있고 그에 더불어 수요도 늘어나면서 육가공품 시장 규모가 매년 성장하고 있는 것으로 분석됨. 또한 홍콩 소비자들은 외식 비중이 높아, 집에 구비해 놓는 식품으로는 대부분 비상용이거나 간편하게 섭취할 수 있는 즉석식품을 선호하는 특징이 있음. 이는 소포장 혹은 굽기만 하면 바로 섭취할 수 있는 햄/소시지류와 같은 가공육 제품 시장의 증가에도 영향을 준 것으로 보임
 - 2017년 기준, 상온 가공육이 41.9%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이어서 소시지(29.7%), 가열육(Cooked Meats-Counter)(28.4%) 순으로 나타남
- **(베트남)** 베트남의 햄/소시지류가 포함된 육가공품 시장 규모는 2013년 1.6억 달러에서 2017년 2.5억 달러로 56.9% 증가함. 본 보고서의 비교 국가 중 아직까지 햄/소시지류가 포함된 육가공품 시장 규모가 크게 발달한 국가는 아님
 - 베트남은 콜드체인 유통이 미흡하여, 아직까지 소시지가 포함된 냉장 가공육 제품이 크게 발달하지 않은 가운데, 상온 가공육 및 가열육은 다양한 브랜드 및 가격대의 제품이 전통 소매채널 및 현대 소매채널에서 판매되면서 점유율이 높게 나타난 것으로 분석됨
 - 2017년 기준, 가열육(Cooked Meats-Counter)이 56.5%의 시장점유율을 가지며, 이어서 상온 가공육이 43.5%의 비중을 차지함. 미국이나 중국, 홍콩과 달리 소시지(Sausage) 판매액은 별도로 확인되지 않음

제 1 장

햄/소시지류 시장 조사 개요

제 1 절
조사 배경 및 목적

제 2 절
조사 대상 및 방법

제 3 절
햄/소시지류 시장 개요





제 1 절 조사 배경 및 목적

- 2010년 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사가 가공식품 품목별 세분시장 현황분석 보고서를 발간한 이래, 가공식품 시장은 꾸준히 변화하며 발전해 나아가고 있음
- 특히 가공식품 시장은 생산 중심의 시장에서 유통 및 소비 중심으로 변화하였으며, 대형마트, 편의점과 같은 오프라인 시장 보다 온라인 시장의 성장세가 더 높은 특징도 나타남
- 따라서 변화하는 식품 시장의 특성을 반영한 시장 분석 정보를 꾸준히 생산자 및 구매자 모두에게 제공하여, 산업의 원활한 육성 및 지원에 도움이 되고 스마트 소비에 부응할 필요가 있음
- 이에 본 세분시장 분석은 가공식품 산업구조를 고려한 명확한 자료 수집 및 분석을 통해 관련 이해관계자들에게 품목 시장의 가치 있는 기본 정보를 제공하고자 함
 - 본 보고서에 제시된 내용은 객관성 및 타당성을 담보한 Data를 기반으로 폭넓고 깊이 있게 분석하였으며, 가공식품 전문가의 의견 수렴 및 검토를 통해 수요자 니즈에 부합하는 콘텐츠를 구성함
 - 가공식품과 관련된 이해관계자들에게 실질적인 가치를 제공할 수 있는 정보를 제공하고, 특히 정보 수집이 어려운 중소기업에게는 시장 전략 수립의 기초 자료가 될 수 있는 정보를 제공함이 목적임
 - 또한 국민들에게는 소비하고 있는 식품에 대한 정확한 정보를 제공하여 식품을 구입 및 소비하는데 참고 자료로 활용될 수 있도록 하며,
 - 마지막으로 농식품 유관기관의 가공식품 관련 정책에 직·간접적으로 활용할 수 있도록 함



제 2 절 조사 대상 및 방법

1. 조사 대상

- 2018년 가공식품 세분시장의 조사대상 품목군은 총 12개이며, 이번 품목군은 ‘햄/소시지류’ 임

[표 1-1] 조사 대상

2018 가공식품 세분시장 현황	
빵류	햄/소시지류
버터/치즈/발효유	떡/한과류
고추장	소스류
간장	냉동식품
특수의료용도등식품	다(차)류
된장	발효식초

2. 조사 방법

- 세분시장 조사는 국내외 문헌자료 및 통계자료, 전문가 인터뷰 등을 종합적으로 활용하여 분석함
 - 세분시장 정의, 생산기준 등은 식품공전을 기본적으로 활용하며, 관련 제도, 인증 부분은 해당 인증제도 등을 운영하는 기관 자료를 참고함



- 국내 생산 실적은 식품의약품안전처의 축산물 가공품 생산실적을 살펴보고, 수출입은 관세청 수출입 무역통계를 분석함
- 유통 구조는 문헌자료 및 전문가 인터뷰를 중점적으로 활용하며, 판매는 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)의 소매점 매출액 데이터를 분석함
- 소비는 언론 리포트/기사, 빅데이터, 전문가 인터뷰를 활용함
- 해외 동향은 GlobalData와 Euromonitor International 자료 외에 각 국가별 공개된 리포트/기사, KATI, KOTRA 등의 자료도 활용하여 분석함



제 3 절 햄/소시지류 시장 개요

1. 햄/소시지류 정의 및 종류

- 식품공전¹⁾ 기준 햄류와 소시지류는 식육가공품 및 포장육의 하위 식품 유형 중 하나로 분류됨

[그림 1-1] 식품공전 기준 햄/소시지류 정의



* 식품공전, 식품의약품안전처, 최종고시일 2018년 6월 27일

- 햄류의 정의를 살펴보면, 식육 또는 식육가공품을 부위에 따라 분류하여 정형 염지한 후 숙성, 건조한 것, 혼연, 가열처리한 것이거나, 식육의 고깃덩어리에 식품 또는 식품첨가물을 가한 후 숙성, 건조한 것이거나 혼연 또는 가열처리하여 가공한 것을 말함²⁾
- 햄류의 하위품목은 제조공정 및 가공방법에 따라 햄, 생햄, 프레스햄으로 구분하고 있음. 참고로 「축산물의 가공기준 및 성분규격」은 2016년 12월에 「식품의 기준 및 규격」에 흡수·통합되었으며, 그 과정에서 기존 분류(햄, 생햄, 프레스햄, 혼합프레스햄)에서 프레스햄과 혼합프레스햄이 통합됨

1) 식품공전. 최종고시일 2018년 6월 27일 기준

2) 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2017.12



- 소시지류의 정의를 살펴보면, 식육이나 식육가공품을 그대로 또는 염지하여 분쇄 세절한 것에 식품 또는 식품첨가물을 가한 후 훈연 또는 가열처리 한 것이거나, 저온에서 발효시켜 숙성 또는 건조처리한 것이거나, 또는 케이싱에 충전하여 냉장·냉동한 것으로 육함량 70% 이상, 전분 10% 이하의 것만 포함됨³⁾
- 소시지류의 하위품목으로는 소시지, 발효소시지, 혼합소시지가 있음
 - 한국육가공협회 정의를 참고해 살펴보면, 소시지(Sausage)는 ‘돼지고기 등의 여러 가지 육류를 통째로 또는 염장한 후 곱게 갈아 동물의 창자 또는 인공 케이싱에 채워 삶거나 훈연처리한 육가공품’을 의미함⁴⁾

[표 1-2] 가공방법에 따른 햄/소시지류 종류

구분		특징	이미지
햄류	햄	-식육을 부위에 따라 분류하여 정형 염지한 후 숙성·건조하거나 훈연 또는 가열처리하여 가공한 것(뼈나 껍질이 있는 것도 포함한다) -등심햄, 안심햄, 본인햄 등 식육의 특정 부위를 이용한 햄이 포함됨	
	생햄	-식육의 부위를 염지한 것이나 이에 식품첨가물을 가하여 저온에서 훈연 또는 숙성·건조한 것(뼈나 껍질이 있는 것도 포함한다.) -하몽(스페인 뒷다리 생햄), 프로슈토(이태리 뒷다리 생햄/본레스 생햄), 코파(이태리 목살 생햄) 등 식육의 특정 부위를 이용한 생햄이 포함됨 -주로 얇게 슬라이스 형태로 잘라 판매하는 것이 특징임	
	프레스햄	-식육의 고깃덩어리를 염지한 것이나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 후 숙성·건조하거나 훈연 또는 가열처리한 것으로 육함량 75% 이상, 전분 8% 이하의 것을 말한다. -본레스햄, 불고기햄, 스모크햄, 초프트햄(chopped Ham) 등 사각이나 원형 등의 햄 형태를 지니면서 육입자(고깃덩어리)끼리 붙여 만든 햄이 포함됨	
소시지류	소시지	-식육(육함량 중 10% 미만의 알류를 혼합한 것도 포함)에 다른 식품 또는 식품첨가물을 가한 후 숙성·건조시킨 것, 훈연 또는 가열처리한 것 또는 케이싱에 충전 후 냉장·냉동한 것 -가열소시지(후랑크소시지, 비엔나소시지), 건조소시지, 후레쉬소시지 등이 포함됨	

3) 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2017.12

4) 육가공품의 기원·종류, 한국육가공협회



구분	특징	이미지
발효소시지	-식육에 다른 식품 또는 식품첨가물을 가하여 저온에서 훈연 또는 훈연하지 않고 발효시켜 숙성 또는 건조 처리한 것 -발효소시지(살라미)등이 포함됨	
혼합소시지	-식육(전체 육함량 중 20% 미만의 어육 또는 알류를 혼합한 것도 포함)에 다른 식품 또는 식품첨가물을 가한 후 숙성·건조시킨 것, 훈연 또는 가열처리한 것 -전체 육함량에서 어육이나 알류를 최대 20%까지 이용 가능한 소시지를 말함	-

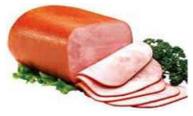
* 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2017.12

- 햄/소시지류 중 햄은 가공부위에 따라, 소시지는 가열유무나 가열방법, 케이싱 종류, 육함량 및 육입자 유무 등에 따라 세부적으로 구분되기도 함
- 식품공전 해설서⁵⁾에 의하면, 햄(류)은 ‘본래 돼지 뒷다리살과 그 가공품을 칭하는 것으로, 다른 부위육이라도 큰 덩어리 그대로 가공한 것’을 말함. 가공 부위에 따라 **등심햄, 안심햄, 본레스햄, 본인햄, 가열햄** 등으로 구분하고 있음
 - 참고로 **KS인증(한국산업규격) 기준으로는 가공부위와 제조·가공방식에 따라** 본인햄, 본레스햄, 로스햄, 슬더햄 4종류로 구분하고 있기도 함
 - 그 외에도 여러 가지 기준에 따라 분류하는 방식이 상이하여, 국가별로 선호하는 부위나 섭취 가능한 부위에 따라 햄류의 종류가 다르게 인식됨

5) 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2017.12



[표 1-3] 햄(류)의 가공부위별 종류

구분	부위	정의 및 특징	이미지
등심햄	등심	-부위육을 그대로 정형하여 염지 후, 훈연 또는 훈연하지 않고 열처리한 제품 -선물세트용으로 구성되어 판매되며, 등심햄의 경우, 슬라이스하여 소량 포장되어 판매됨	
안심햄	안심	-햄 중에서 고급제품으로 인식되며, 제조시 주의 할 점으로는 PSE육(Pale-Soft-Exudative)을 가능한 배제해야 햄 절단면의 색상이 연한 선홍색을 유지할 수 있음	
본레스햄 (Boneless Ham)	뒷다리	-돼지 뒷다리 부위육에서 조각뼈와 연골을 제거 하고 염지한 후, 성형틀이나 케이싱에 충전하여 훈연 또는 가열한 제품 -큰덩어리의 육끼리는 잘 부착되지 않아, 작은 크기로 분쇄하여 제조하는 프레스햄 유형도 있음	
본인햄 (Bone in Ham)	뒷다리+뼈	-돼지 뒷다리 부위육을 뼈째 정형하여 염지, 숙성, 열처리하여 제조한 제품 -스킨 부위를 완전히 제거하지 않고 일정 부분 남 기기도 함. 뼈가 들어가 있고, 두꺼운 상태이기 때문에 중심부위까지 충분히 가열되었는지 확인 후 열처리를 종료해야 함	
로스햄 (Roast Ham)	등심	-돈육의 등심부위를 정형하여 조미료, 향신료 등 으로 염지시킨 후, 케이싱 등에 포장하거나/포장 하지 않고, 훈연하거나/훈연하지 않고, 수증기로 찌거나 끓는 물에 삶은 제품	
숄더햄 (Shoulder Ham)	어깨	-돈육의 어깨부위를 정형하여 조미료, 향신료 등 으로 염지시킨 후, 케이싱 등에 포장하거나/포장 하지 않고, 훈연하거나/훈연하지 않고, 수증기로 찌거나 끓는 물에 삶은 제품	
가열햄	뒷다리	-돼지 뒷다리육을 골발하여 염지한 후, 훈연하지 않고 Ham boiler 혹은 Fibrous Casing에 충전 하여 가열처리한 제품	-
기타햄	-	-돼지 보습살이나 도가니살 등 특정부위나 특정 축종의 부위육을 활용한 로스트비프, 닭가슴살 햄, 학센 등 다양한 종/부위를 사용한 제품	

* 식품공전 해설서, 2017.12 / 육가공품의 기원 및 종류, 한국육가공협회, 2004 / 국립농산물품질관리원
* 국가, 업체, 협회 등에 따라 부위별/가공방법별로 햄 종류를 구분하는 것이 상이함



[1장] 시장조사 개요

- 소시지(류)는 일반적으로 ‘돼지고기 등 여러 가지 육류를 통째로 혹은 염장한 후 곱게 갈아 동물의 창자/인공케이싱에 채워 삶거나 훈연처리한 육가공품’으로 볼 수 있음⁶⁾
- 가열유무 및 가공방법 등에 따라 훈연/비훈연소시지, 후레쉬소시지, 가식성 콜라겐케이싱/비가식성 셀룰로우스 케이싱/천연케이싱 제품, 육입자가 살아있는 소시지, 완전히 갈아 만든 유회형 소시지 등으로 구분할 수 있으며, 이 중 소비자들이 주로 구매하고 있는 가열소시지, 후레쉬소시지의 특징을 살펴보면 다음과 같음

[표 1-4] 소시지(류)의 가공방법별 종류

구분	정의 및 특징	이미지
가열소시지 (살균제품)	<ul style="list-style-type: none"> -주로 붉은 갈색톤의 훈연소시지(Smoked Sausage)로, 후랑크 소시지, 비엔나소시지 등을 포함함 -훈연하지 않고 자숙 가열한 가열소시지(Cooked Sausage) 로는 화이트소시지(바이어스부어스트), 그릴소시지 등도 포함됨 -고온고압 가열처리한 제품도 있어 열처리 조건에 따라 상온 유통도 가능하며, 유럽/북미지역에서는 간이나 혈액 등 가식부위, 장기류를 사용한 제품도 포함됨. 대표적으로 리버소시지, 블러드소시지가 있음 -가열 후 건조하여 수분함량이 55% 이하의 반건조소시지, 35% 이하의 건조소시지도 포함됨 	
후레쉬소시지 (비살균제품)	<ul style="list-style-type: none"> -훈연이나 자숙열처리를 하지 않고 케이싱에 충전한 상태로 냉장이나 냉동 유통되는 제품으로, 반드시 익혀서 섭취해야 함 -미국에서는 아침식사용이나 볶음밥용, 안주로 이용되기도 함 	

* 식품공전 해설서, 2017.12 / 육가공품의 기원 및 종류, 한국육가공협회

2. 햄/소시지류 주요 제품

- 햄/소시지류 주요 제품은 식품공전 및 한국육가공협회의 정의 및 특징을 참고하여 구분했으며, 대형유통채널의 판매 제품을 참고하여 주요 제품을 살펴봄

6) [하상도 칼럼] 소시지와 햄①-유래와 종류, 식품음료신문, 2012.06.04



- 주로 판매되는 햄류 제품의 종류는 ‘프레스햄’으로, 멸균/살균/가열된 제품이어서 비교적 오랜 기간 동안 맛이나 형태의 변화 없이 보관이 가능한 장점이 있음
- 특히 캔햄으로 판매되는 프레스햄은 주원료인 돼지고기를 수입산을 사용하며, 그 외에 김밥햄, 사각햄, 본레스햄 등의 프레스햄은 국산 돼지고기를 원료로 사용한다는 특징이 있음
- 닭고기를 주원료로 하는 제조사 ‘하림’을 시작으로 조리 없이 바로 먹을 수 있도록 가공한 닭고기 슬라이스햄을 판매하고 있기도 함
- 최근에는 비가열 햄류 제품이 소량으로 포장되어 대형유통채널 등에서 수입 판매되고 있으며, 2013년 「즉석판매가공업법」 시행으로 일부 소량 수입한 비가열 햄류 제품을 재가공하여 판매하는 곳도 생김

[표 1-5] 햄류 주요 제품

식품공전 기준 분류	주요 제품 (제조사/판매원)	주원료	이미지	특징
프레스햄	스팸 클래식 (CJ제일제당)	돼지고기(수입산, 국산), 정제수, 정제소금, 비타민C, 백설탕 등		-멸균제품 -알루미늄 재질의 캔 뚜껑
	리챔 자연레시피 (동원F&B)	돼지고기(외국산), 정제수, 포테이토 플러스(감자전분(외국산)), 천일염, 자연갈색당, 자연레시피콩디망 등		-혼합프레스햄 -멸균제품
	잔슨빌 피캠 아메리칸 (JEAN HENAFF PRODUCTION(프랑스)/ (주)이마트 피코크)	돼지고기(프랑스산), 정제수, 변성전분(아세틸아디핀산이전분), 정제소금, 천연착향료(후추) 등		-멸균제품 -프랑스 수입
	주부9단 김밥햄 (농협 목우촌)	돼지고기(국산), 정제수, 대두단백, 백설탕, 정제소금, 간장분말, 블렌디드 시즈닝, 이스트분말M, 산도조절제 등		-국산 돼지고기 100% 함유
	건강생각 슬라이스햄 (대상 청정원)	돼지고기(국산), 정제수, 건강생각염지제(천일염, 국산), 슬라이스 시즈닝, 대두단백, 난백분말, 미트인헨서, 혼합제제(산도조절제) 등		-살균제품 -5無첨가(합성아질산나트륨, 합성보존료, 합성착향료, 산화방지제, 전분) -초유에서 추출한 CBP, DHA첨가



[1장] 시장조사 개요

식품공전 기준 분류	주요 제품 (제조사/판매원)	주원료	이미지	특징
	건국수제햄 본레스햄 (건국대학교 건국햄)	돼지고기(국산), 정제수, 천일염, 당류가공품, 산도조절제, 아질산나트륨(발색제) 등		-가열제품 -5無첨가(합성보존료, 산화방지제, 식품착색제, 합성착향료, 전분)
	유럽식 프리미엄 델리카테센 데코델리 (사조 대림)	돼지고기(국산), 정제수, 분리대두단백, 난백분말, 함수결정포도당, 정제소금 등		-살균제품 -국산 돼지고기 사용
	하얀속살 밥싸먹는 프리미엄 슬라이스햄 (하림)	닭고기(국내산), 정제수, 복합시즈닝, 가루엣, 덱스트린, 백설탕, 마늘분말 등		-혼합 프레스햄
생햄	하몽 세라노 (HIJOS DE FRLIPE MARTINEZ S.A.)	세라노돼지고기(다리), 정제소금, 설탕, 비타민C(산화방지제), 아질산나트륨(합성보존료), 질산칼륨(합성보존료) 등		-비가열제품 -스페인 수입

* 이마트몰 홈페이지 참고

- 소시지류는 주로 비엔나소시지, 프랑크소시지 등 (일반)소시지가 판매되고 있으며, 간혹 해외 수입제품 중에 비가열 소시지 제품인 살라미, 초리조 소시지가 판매되기도 함
- 해외에서 수입되는 소시지는 주로 샐러드 토핑, 안주용으로 이용되며, 비살균제품으로 가열과정 없이 그대로 섭취가 가능한 것이 특징임

[표 1-6] 소시지류 주요 제품

식품공전 기준 분류	주요 제품(제조사)	주원료	이미지	특징
소시지	THE건강한 그릴후랑크 (CJ제일제당)	돼지고기(외국산: 미국, 스페인, 캐나다 등), 정제수, 물엿, 정제소금, 혼합제제 등		-가열제품 -4無첨가(합성향료, 전분, 합성보존료 등)
	롯데 비엔나(롯데푸드)	돼지고기(외국산: 미국, 스페인, 프랑스 등), 정제수, 소맥전분, 농축대두단백, 비엔나 염지제, 롯데비엔나 씨즈닝 등		-가열제품



식품공전 기준 분류	주요 제품(제조사)	주원료	이미지	특징
	비엔나(WIENER) (Merica Ammertlansche Fleischwarenfabrik Fritz Meinen GmbH & Co KG)	돼지고기(독일산), 정제수, 정제소금, 향신료(후추, 생강, 러비지), 향신 료추출물(셀러리, 후추, 메이스), 포도당, 비타민C, 아질산나트륨 등		-병조림 소시지
	주부9단 프랑크소시지 (농협목우촌)	돼지고기(국내산), 정제수, 대두단백, 정제소금, 함수결정포도당, 프랑크 용시즈닝M, 유청분말 등		-셀룰로오즈 케이싱 사용
	청정원 리치부어스트 (대상 청정원)	돼지고기(국산, 외국산: 미국, 스페 인, 캐나다 등), 정제수, 대두단백, 정제소금, 플라이쉬부어스트델리에스 등		-살균제품
	치즈앤갈릭후랑크(하림)	닭고기(국내산), 정제수, 전분(옥수수), 하이멜트치즈, 팜유, 백설탕, 마늘 등		-천연케이싱 (돈장) 사용
	스파이스 페퍼로니 살라미 (P&M Quality Smallgoods Pty Ltd)	돼지고기, 소고기, 정제소금, 포도당, 스파이스칠리고추, 고추, 생강, 마늘 등, 탈지분유, 폴리인산나트륨, 유당 등		-비살균제품 -호주 수입 -(주)이마트 수입 제품
	이베리안 초리조 슬라이드 (MONTESANO EXPREMADURA)	돼지고기, 정제소금, 파프리카, 포 도당, 텍스트린, 마늘, 유당(우유), 우유분말 등		-비살균제품 -스페인 수입

* 이마트몰 홈페이지 참고



3. 햄/소시지류의 제조·가공기준 및 성분규격

- 햄/소시지류의 제조·가공기준 및 성분규격은 식품공전⁷⁾ 기준 각각 햄류와 소시지류의 제조·가공기준 및 성분규격을 따르도록 되어 있음

[표 1-7] 햄/소시지류의 제조·가공기준 및 성분규격

품목	제조·가공기준 및 규격			
햄류	<p>1. 원료 등의 구비요건 (1) 어육을 혼합하여 프레스햄을 제조하는 경우 어육은 전체 육함량의 10% 미만이어야 한다.</p> <p>2. 규격 (1) 아질산 이온(g/kg) : 0.07 이하(최종제품에 남아있는 잔량 기준) (2) 타르색소 : 검출되어서는 아니 된다. (3) 보존료(g/kg) : 다음에서 정하는 이외의 보존료가 검출되어서는 아니된다.</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">소브산 소브산칼륨 소브산칼슘</td> <td style="text-align: center;">2.0 이하(소브산으로서)</td> </tr> </table> <p>(4) 세균수 : n=5, c=0, m=0(멸균제품에 한한다). (5) 대장균: n=5, c=2, m=10, M=100(생햄에 한한다) (6) 대장균군 : n=5, c=2, m=10, M=100(살균제품에 한한다) (7) 살모넬라 : n=5, c=0, m=0/25g(살균제품 또는 그대로 섭취하는 제품에 한한다) (8) 리스테리아 모노사이토제네스 : n=5, c=0, m=0/25g(살균제품 또는 그대로 섭취하는 제품에 한한다) (9) 황색포도상구균 : n=5, c=1, m=10, M=100(살균제품 또는 그대로 섭취하는 제품에 한한다. 다만, 생햄의 경우 n=5, c=2, m=10, M=100 이어야 한다)</p>		소브산 소브산칼륨 소브산칼슘	2.0 이하(소브산으로서)
소브산 소브산칼륨 소브산칼슘	2.0 이하(소브산으로서)			
소시지류	<p>1. 제조·가공기준 (1) 건조 소시지류는 수분을 35%이하로, 반건조 소시지류는 수분을 55%이하로 가공하여야 한다. (2) 식육을 분쇄하여 케이싱에 충전 후 냉장 또는 냉동한 제품에는 충전용 내용물에 내장을 사용하여서는 아니 된다.</p> <p>2. 규격 (1) 아질산 이온(g/kg) : 0.07 이하 (2) 보존료(g/kg) : 다음에서 정하는 이외의 보존료가 검출되어서는 아니된다.</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">소브산 소브산칼륨 소브산칼슘</td> <td style="text-align: center;">2.0 이하(소브산으로서)</td> </tr> </table> <p>(3) 세균수 : n=5, c=0, m=0(멸균제품에 한한다).</p>		소브산 소브산칼륨 소브산칼슘	2.0 이하(소브산으로서)
소브산 소브산칼륨 소브산칼슘	2.0 이하(소브산으로서)			

7) 식품공전. 최종고시일 2018년 6월 27일 기준



품목	제조·가공기준 및 규격
	(4) 대장균: n=5, c=2, m=10, M=100(발효소시지에 한한다) (5) 대장균군 : n=5, c=2, m=10, M=100(살균제품에 한한다) (6) 장출혈성 대장균 : n=5, c=0, m=0/25g(식육을 분쇄하여 케이싱에 충전 후 냉장·냉동한 제품에 한한다) (7) 살모넬라 : n=5, c=0, m=0/25g(살균제품 또는 그대로 섭취하는 제품에 한한다) (8) 리스테리아 모노사이토제네스 : n=5, c=0, m=0/25g(살균제품 또는 그대로 섭취하는 제품에 한한다) (9) 황색포도상구균 : n=5, c=1, m=10, M=100(살균제품 또는 그대로 섭취하는 제품에 한한다. 다만, 발효소시지의 경우 n=5, c=2, m=10, M=100 이어야 한다)

* 식품공전, 식품의약품안전처, 최종고시일 2018년 6월 27일

- 햄/소시지류는 가열 및 살균 유무에 따라 종류와 섭취방식 등이 상이해지는데, 특히 가열 유무와 살균 유무는 크게 중심부 온도⁸⁾, 열처리시간, 미생물 기준 등에 따라 구분되는 편임
- 2013년 ‘식육가공품의 멸·살균 열처리 동등성 평가’ 연구사업 결과 중 하나인 「축산물의 가공기준 및 성분규격」에 따라, 살균과 멸균의 차이를 구분하여 제품 분류에 적용하고 있음

[표 1-8] 멸·살균 가이드라인

구분	정의	가열처리조건
살균	세균, 효모, 곰팡이 등 미생물의 영양 세포를 사멸시키는 것	-중심부 온도가 63℃ 이상에서 30분간 가열한 것 -그 이하의 것은 비살균제품으로 봄
멸균	미생물의 영양세포 및 포자를 사멸시켜 무균상태로 만드는 것	-중심부 온도가 120℃ 이상에서 4분 이상 가열한 것 -살균공정을 거쳤더라도, 최종 포장시까지 미생물 오염방지를 보장할 수 없을 경우, 비살균제품으로 봄 -통·병조림/레토르트 축산물도 동등한 조건으로 가열함

* 식육가공품의 멸·살균 열처리 동등성 인정을 위한 가이드라인, 식품의약품안전처, 2015.07

8) 중심부 온도란, 가열이 가장 늦게 되는 곳의 온도를 의미하며 고체식품의 경우 식품의 중심부, 액체 식품의 경우는 일반적으로 포장용기의 중심선에서 아래쪽으로 1/3~1/4 위치의 온도를 말함



4. 햄/소시지류의 제조 공정

- 햄/소시지류의 제조 공정은 유형별로 상이한 특징이 있음. 이에 본 보고서에서는 대표적으로 햄류의 종류에서 언급되었던 햄, 생햄, 프레스햄의 제조 공정과 소시지류의 종류에서 언급되었던 가열소시지, 발효소시지의 제조 공정을 살펴봄

1) 햄류 제조 공정

가. 햄 제조 공정

- 일반적으로 식육(돼지 뒷다리살, 그 외 여러 부분)을 정형한 후 염지하고, 형태를 만들어서 열처리하여 냉각 후, 포장하거나 슬라이스하여 제품을 포장하여 판매함

[그림 1-2] 햄 제조 공정



* 식품공전 해설서, 2017.12

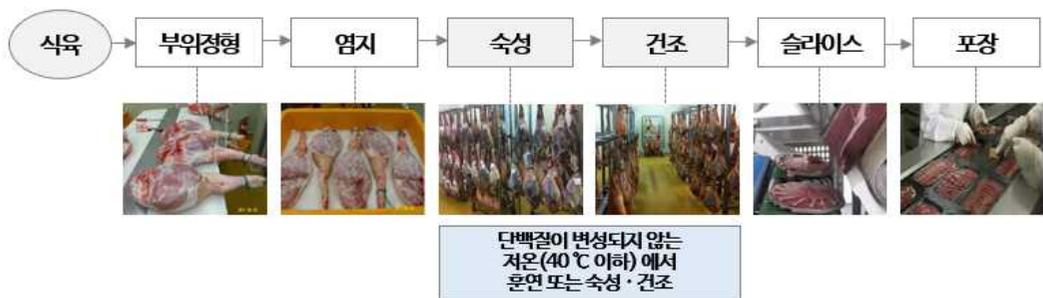
나. 생햄 제조 공정

- 생햄은 돼지 뒷다리, 어깨살(목살), 등심부위 등을 정형하여 주로 건염법으로 염지함. 염지기간은 정형육 크기에 따라 상이하나, 중량 1kg당 1일 정도 소요되는 편임. 세척탈염 후에 맛들이기 숙성과정이 필요하며, 미생물 제어를 위해 5~6%의 염도가 필요함. 숙성 후 건조단계를 거친 후에, 필요에 따라 훈연을 하기도 함



- 건조기간도 제품 크기에 따라 상이하나, 3개월~12개월까지 소요되며 목표 수분함량에 도달하면 건조 방지를 위해 표면 라드(Lard)⁹⁾ 처리하여 보관함. 가열처리를 하지 않았지만 염도가 높고, 수분활성도가 낮아 그대로 섭취해도 무방한 장점이 있음. 다만, 저온에서 장기간 숙성·건조 과정에서 부패될 수 있어 중간점검 및 최종제품 검사가 필요함
- 참고로 생햄을 저온에서 훈연 또는 숙성·건조하는 과정에서 저온의 기준은, 장시간에 걸쳐 제품 내부에 있는 수분 건조를 목적으로 제품 표면이 익으면서 피막이 형성되는 것을 막기 위해, 단백질이 변성되지 않는 40℃ 이하로 관리가 필요하며, 현업에서는 미생물 제어를 위해 10~30℃ 온도 대에서 단계별로 조절하고 있음
- 생햄은 가열살균처리공정이 없어 ‘비살균햄’이라고도 할 수 있음. 일반적인 비살균제품의 경우는 그대로 섭취할 수 없고 가열 후에 섭취해야 하나, 생햄은 건조를 통해 수분활성도가 낮고, 염도가 높아 미생물이 증식할 수 있는 조건이 아니기 때문에 가열조리 없이 그대로 섭취 가능한 제품으로 취급하고 있음

[그림 1-3] 생햄 제조 공정



* 식품공전 해설서, 2017.12

9) 라드(Lard)란, 돼지고기 지방을 녹인 것으로 부드러운 맛과 단단한 질감을 위해 표백, 여과, 수소를 첨가하여 만든 것임



다. 프레스햄 제조 공정

- 육피가 큰 덩어리 햄과 달리 조각육을 붙여 만든 햄 제품으로, 일본에서 유래된 단어임. 비싼 햄을 대신해서 대중적인 가격대에 조리용도에 맞게 사각형태의 제품들이 주류이며, 스모크햄, 불고기햄, 김밥햄 등 다양한 맛과 형태로 제공되고 있음
- 분쇄한 육피를 염지한 후, 다른 부재료와 혼합한 후에 형태와 중량을 일정하기 위해 충전공정을 거쳐 훈연 또는 비훈연 열처리한 제품임

[그림 1-4] 프레스햄 제조 공정



* 식품공전 해설서, 2017.12

2) 소시지류 제조 공정

가. 가열소시지 제조 공정¹⁰⁾

- 염지/혼합 및 세절/유화 작업을 용이하기 위해 원료육을 믹서 혹은 텀블러에 넣고 5mm 정도로 균일하고 작게 분쇄함. 이 후 분쇄된 고기에 물, 소금, 인산염 등 염지제를 첨가하여 골고루 혼합시키고, 세절된 원료육, 지방, 물 등과 잘 섞이도록 하는 과정을 반복함
- 혼합육 또는 고기 유화물을 케이싱이나 유리병 등 용기에 집어넣은 후, 매듭을 지어 결찰시킴. 결찰된 소시지를 훈연/가열 및 냉각처리함으로써 단백질을 응고시키고, 향미 등을 생성하며 미생물을 살균하거나 효소를 불활성화 시켜 보존성을 높임

10) [보도자료] 소시지 케이싱을 아시나요?, 식품의약품안전청, 2010.10.13



- 케이싱¹¹⁾은 소시지의 종류, 섭취용도, 굵기, 원가 등에 따라 돈장/양장 케이싱, 콜라겐 케이싱이나 먹을 수 없는 셀룰로오스 케이싱, 합성수지제 케이싱 등이 있음
- 가공이 끝난 소시지는 규격화된 포장을 통해 외부 환경과 미생물 증식 등으로부터 제품을 보호하고, 유통 및 판매에 용이하도록 함. 포장 용기에 제품 정보 및 유통과정 표기 등을 하여 제품의 신뢰도를 증진시킬 수 있는 특징이 있음
- 소시지류 중 혼합소시지는 원료육에서 어육이나 알류는 전체 육함량 중 20%미만 사용한다는 특징 이외에 제조 공정은 일반적인 소시지 제조공정과 유사함

[그림 1-5] 가열소시지 제조 공정



* 식품공전 해설서, 2017.12

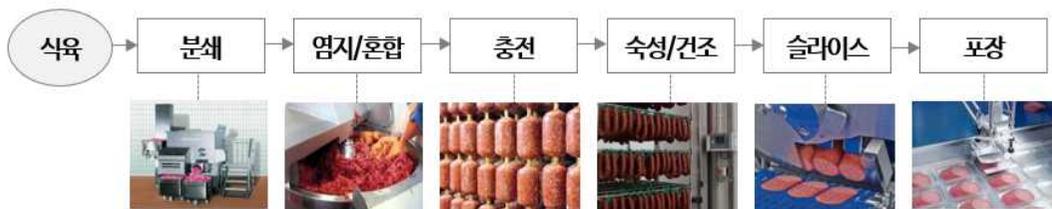
11) 소시지 케이싱 종류는 돼지나 양의 창자로 만든 케이싱(돈장/양장 케이싱), 콜라겐 케이싱, 셀룰로오스 케이싱, 합성수지제 케이싱 등이 있음. 각 케이싱 별로 장단점이 있는데, 돈장/양장 케이싱의 경우, 식감이 좋고 소시지 반죽과 밀착성이 좋아 그대로 먹을 수 있으나, 조리 중 쉽게 파열되고 콜라겐 케이싱에 비해 가격이 비싼 편임. 콜라겐 케이싱은 비엔나/프랑크소시지 등 훈연 가열 소시지에 주로 이용되며, 셀룰로오스 케이싱은 훈연성이 좋고 균일한 품질의 제품을 생산할 수 있으나, 껍질을 벗겨먹어야 하는 단점이 있음('소시지 케이싱을 아시나요?', 식품의약품안전청, 2010.10 보도자료 참고)



나. 발효소시지 제조 공정

- 발효소시지는 일반소시지와 유사한 재료를 사용하나, 크게 다른 점으로는 유산균을 스타터컬처(starter culture, 종균 배양)로 사용한다는 점과 가열하지 않고 유산균 발효에 의해 pH(수소이온농도 지수)를 떨어뜨리고, 건조공정을 통해 수분활성도를 낮게 하면서 비살균 제품임에도 불구하고 그대로 섭취 가능한 제품을 말함
- 염도 수준은 2.5% 이상의 고염 수준이며, pH 4.8~5.6이고, 수분함량이 55% 이하는 반건조, 35% 이하는 건조소시지로 유통조건이나 유통기한을 다르게 할 수 있음
- 적색육 입자와 하얀 지방입자가 확연히 구분 분포되어 절단면이 미려하며, 새콤하면서도 발효 및 숙성취가 특징인 살라미 소시지가 이에 해당됨
- 원통형 직경이 15mm에서 100mm까지 다양하며, 직경이 40mm이상일 경우, 직경이 큰 소시지를 충전시킬 수 있는 강도가 우수한 화이버러스(fibrous) 케이싱을 사용함. 직경이 30mm 이상의 제품은 대체로 슬라이스 포장한 제품이 많은 편임

[그림 1-6] 발효소시지 제조 공정



* 식품공전 해설서, 2017.12



5. 햄/소시지류 관련 인증 및 제도

1) HACCP¹²⁾

- HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)이란 식품의 원료관리 및 제조, 가공, 조리, 소분, 유통의 모든 과정에서 위해한 물질이 식품에 섞이거나 오염되는 것을 방지하기 위하여 각 과정의 위해 요소를 확인 평가하여 중점적으로 관리하는 제도로 위해요소분석(Hazard Analysis)과 중요관리점(Critical Control Point)의 영문 약자로 해썹 또는 식품안전관리인증기준이라고 함
- 적용 분야 및 대상으로는 축산물과 식품 분야로 나뉘는데, 햄/소시지류는 축산물 HACCP 분야에 포함되어 관리되고 있음. 축산물 HACCP의 적용 분야 및 대상으로는 사료제조업, 가축사육업, 도축업, 집유업, 식육포장처리업, 축산물가공업, 축산물 보관·운반·판매업까지 축산물의 생산·가공·유통의 모든 분야에 적용됨. 유가공장은 2018년까지 단계별 의무적용 대상으로 관리되고 있음
 - 햄/소시지류는 축산물가공업 중 식육가공업의 하위 적용 품목으로 분류됨
 - 2018년 8월 28일 기준¹³⁾, 햄/소시지류의 HACCP 인증을 받은 업소는 223개로 나타남



[표 1-9] 축산물 HACCP 적용 대상

적용업종	적용품목
안전관리통합인증	돼지, 한우, 젓소, 육계, 식용란, 오리, 메추리
가축사육업(농장)	영양소, 기능성 원료
도축업	식품첨가물, 혼합제제류

12) 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

13) 한국식품안전관리인증원 홈페이지에서, 식육가공업 중 햄류(햄, 프레스햄)와 소시지류(소시지, 혼합소시지) 품목으로 HACCP 인증을 받은 업소를 별도로 검색한 결과임



[1장] 시장조사 개요

적용업종		적용품목
축산물 가공업	유가공업	우유류, 저지방우유류, 유당분해우유, 가공유류, 산양유, 발효유류, 버터유류, 농축유류, 유크림류, 버터류, 자연치즈, 가공치즈, 분유류, 유청류, 유당, 유단백 가수분해 식품, 조제유류, 아이스크림류, 아이스크림분말류, 아이스크림믹스류, 무지방우유류
	식육가공업	햄류, 소시지류 , 양념육류, 베이컨류, 건조저장육류, 분쇄가공육제품, 갈비가공품, 식육추출가공품, 식용우지, 식용돈지
	알가공업	전란액, 난황액, 난백액, 전란분, 난황분, 난백분, 알가열성형제품, 염지란, 피단
식육포장처리업		포장육
축산물판매업		식육판매업, 소규모식육판매업, 식용란수집판매업, 소규모식용란수집판매업, 식육즉석판매가공업, 축산물유통전문판매업
집유업		집유업
축산물 보관업		축산물 보관업
축산물 운반업		축산물 운반업
배합사료		고기소, 젖소, 돼지, 닭, 개, 양식용 어류, 사육하는 동물, 프리믹스용배합사료, 오리, 사슴, 토끼, 말, 칠면조, 애완동물-기준, 메추리, 꿩, 오소리, 대용유용 배합사료, 면양 산양, 농가자가 배합사료 원료, 실험용 동물, 반추동물용섭염유질 배합사료, 타조, 뉴트리아, 애완동물-간식영양보충용
단미사료		반추동물용섭염유질
보조사료		보조사료

* 한국식품안전관리인증원

2) 가공식품산업표준 KS인증14)

□ 가공식품 표준화(KS)란 합리적인 식품 및 관련 서비스의 표준을 제정·보급함으로써 가공식품의 품질고도화 및 관련 서비스의 향상, 생산기술 혁신을 기하여 거래의 단순·공정화 및 소비의 합리화를 통하여 식품산업 경쟁력을 향상시키고 국민 경제발전에 이바지하고자 하는 제도임



- 「산업표준화법」에 의거하여 운영되고 있으며, 인증대상 품목은 농/수/축산물 가공식품임. 그 중 **햄/소시지류의 인증 품목**으로는 **표준번호 KS H 3102 햄, KS H 3103 프레스햄, KS H 3104 소시지** 총 3가지이며, 2018년 8월 기준 7개 업체가 KS인증을 받음. 주로 햄류와 소시지류 제품을 한 업체에서 함

14) 국립농산물품질관리원(www.naqs.go.kr), 한국식품연구원(www.kfri.re.kr), 한국표준정보망(www.kssn.net)



계 생산·판매하고 있기 때문에 KS인증기관이 겹치는 것을 참고하여 살펴 봐야 함

- **KS H 3102 햄**(돼지고기를 부위에 따라 분류하여 염지한 후 훈연 또는 열처리한 것이거나 고기에 다른 식품 또는 식품첨가물을 첨가한 후 가공한 것)은 햄, 본인햄, 본리스햄(표준/고급), 로인햄(표준/고급), 솔더햄(표준/고급)으로 세부 분류되어있음. 그러나 KS인증을 받은 업체는 현재는 없는 상황임
- **KS H 3103 프레스햄**은 등급에 따라 표준/고급/특급으로 구분되어있음. 2018년 8월 28일 기준 인증정보를 조회한 결과, 프레스햄(표준) 1개, (고급) 5개, 총 6개 업체가 KS인증을 받은 상황임
- **KS H 3014 소시지**는 가열소시지만 포함하고 있으며, 크게 비엔나소시지, 프랑크푸르트소시지, 볼로나소시지, 고명소시지를 표준/고급/특급으로 분류하고 있으며, 간/순대/편육 등 부속물을 넣은 소시지와 건조/반건조, 생소시지도 포함함. 2018년 8월 28일 기준 인증정보를 조회한 결과, 비엔나소시지(고급) 5개, (표준) 2개, 총 7개 업체가 KS인증을 받음

[표 1-10] 햄/소시지류 인증업체

품목	구분	인증업체
햄류	햄	- 인증된 제품 없음
	프레스햄	- 동양종합식품(주): 동양햄/ 식품연 제1999-09호 - (주)북천식품: 참조은스모크햄/ 식품연 제2002-03호 - (주)그릭슈바인: 알프스골드햄/식품연 제2010-21호 - (주)태림에프웰: 햄슬라이스, 비어스모크햄/ 식품연 제 2011-04호 - (주)하이푸드텍: 하이골드햄/ 식품연 제2016-07호 - (주)오델: 터기브레스트햄/ 식품연 제2017-08호
소시지	소시지	- 동양종합식품(주): 썬팜프랑크소시지, 동양볼로나/ 식품연 제1999-10호 - (주)북천식품: 참조은볼로나소시지, 북천비엔나소시지/ 식품연 제2004-04호 - (주)그릭슈바인: 훈연가열소시지/비엔나소시지/고급(알프스볼로나 소시지), 훈연가열소시지/비엔나소시지/고급(알프스비엔나소시지)/ 식품연 제2010-22호 - (주)태림에프웰: 그릴소시지, 태림후랑크소시지, 태림볼로나소시지/ 식품연 제2011-05호 - 대상(주): 청정원비엔나/ 식품연 제 2014-17호 - (주)하이푸드텍: 하이비엔나 소시지/ 식품연 제2016-08호 - (주)오델: 세볼랏, 미니에센/ 식품연 제2017-09호

* 우수식품정보시스템, 국립농산물품질관리원

1) 작성날짜: 2018년 8월 28일



3) 유기가공식품 인증¹⁵⁾

- 유기가공식품¹⁶⁾ 인증제도는 국립농산물품질관리원에서 인정한 공인받은 인증기관이 가공식품의 사용원료와 제조공정을 심사하여 법의 기준에 적합하다고 보증하는 제품만 인증로고와 유기(농)명칭을 사용할 수 있게 하는 제도로, 「친환경 농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」 등에 따라 2008년부터 시행되고 있음
-
- 유기 표시의 신뢰도를 높임으로써 소비자를 보호하고, 선의의 사업자로 하여금 고품질의 유기식품을 공급할 수 있도록 장려하는 것을 목적으로 함. 가공식품을 ‘유기’로 표시하거나 판매하고자 하는 자는 농림축산식품부 장관이 지정한 인증기관으로부터 인증을 받고, 인증기관은 인증을 받고자 하는 사업자의 현장을 확인하여 인증서를 발급함
 - 햄/소시지류 중 유기가공식품 인증을 받은 업체는 ‘식육 또는 알가공품류’로 분류되어 있으며, (주)에그앤씨드, (주)코주부B&F가 있음. 그 외에는 스테이크, 불고기육이나 육포, 베이컨 등을 판매하는 업체임
 - 참고로 (주)코주부B&F의 ‘올계유기농닭 스모크’ 제품은 훈제 닭가슴살 제품으로, 식품유형은 햄류로 구분되어 있음

15) 국립농산물품질관리원

16) 유기가공식품이란 유기농·수산물을 원료 또는 재료로 하여 제조, 가공, 유통되는 식품으로 유기원료 함량이 제품 중량의 95% 이상이어야 함(물, 소금 제외)



[표 1-11] 햄/소시지류 유기가공식품 인증받은 업체

순번	인증번호	인증업체	소재지	인증기간	제품 이미지	인증품목
1	60-8-163	주)에그앤 씨드	충청 북도 음성군	2017.11.19. ~ 2018.11.18		유기농 역썬지 햄, 유기농 참 맛나지 소시지(일반, 꺾데기 맛, 매운맛, 뽕잎맛), 유기농 참맛나지 햄, 유기농 힘썬지 소시지(일반, 매운맛, 꺾데기 맛), 유기농 힘썬지 소시지 플러스, 유기농 힘썬지 야채 소시지 등
2	50-8-172	(주) 코주부 B&F	충청 북도 음성군	2017.12.07.~ 2018.12.06		올계유기농닭 스모크 등

* 국립농산물품질관리원 친환경 인증관리정보시스템

- 1) 식육 또는 알가공품류로 분류된 인증업체를 기준으로 작성했으며, 인증품목 중 햄/소시지류에 포함되지 않는 품목(ex. 육포, 불고기, 베이컨 등)은 제외하고 작성함
- 2) 주요 품목이 '식육 또는 알가공품류'로 분류되어있지 않은 햄/소시지류 유기가공식품 인증업체의 경우, 분류가 어려워 작성된 업체 목록에서 누락되었을 가능성도 존재함
- 3) 작성날짜: 2018년 8월 28일

4) 식육즉석판매가공업 제도¹⁷⁾

- 식육의 부위별 수급 불균형 해소 및 육가공산업 활성화를 위해 식육판매점에서 소시지와 햄 등을 가공·판매할 수 있도록 2013년 10월 「축산물위생관리법 시행령」을 개정하면서 탄생한 제도임
 - 「축산물위생관리법령 시행령 제21조(영업의 세부 종류와 범위) 제8호」에 따르면, 식육즉석판매가공업이란 식육 또는 포장육을 전문적으로 판매(포장육을 다시 절단하거나 나누어 판매하는 것을 포함, 슈퍼마켓 등 소매업을 경영하는 자가 냉장 또는 냉동시설을 갖추고 식육포장처리업의 영업자가 생산한 포장육을 가공없이 그대로 판매하는 것은 제외함)하면서 식육가공품(통조림, 병조림 제외)을 만들거나 다시 나누어 직접 최종 소비자에게 판매하는 영업으로 정의할 수 있음

17) 축산물위생관리법 시행규칙, 국가법령정보센터, 2013.12 / [보도자료] 식육즉석판매가공업 신설 관련 설명자료, 농림수산식품부, 2013.10 / '식육즉석판매가공업' 4년째 제자리, 식품유통신문, 2017.11.28



[1장] 시장조사 개요

- 적용 기준을 ‘축산물운반업 및 축산물판매업’에서 ‘축산물운반업·축산물판매업 및 **식육즉석판매가공업(신설)**’으로 수정하였으며, 기존에 햄·소시지, 양념육, 돈가스 등의 제조 판매를 희망하는 정육점 영업자가 식육판매업(축산물위생관리법)과 즉석판매제조가공업(식품위생법)에 중복 신고를 하던 것에서 개선되어, **식육즉석판매가공업(축산물위생관리법)**에만 신고하면 운영이 가능해짐. 부수적으로 제조과정 중에 발생할 수 있는 위생문제 방지를 위해 위생 및 안전기준도 강화했으며, 결과적으로 소비자들은 더 안전하고 신선한 식육가공품을 구매할 수 있게 됨

[표 1-12] 식육즉석판매가공업 신설에 따른 변화

구분	시행 전	시행 후
생산주체	기업	점포/매장
고객	광범위	점포별 상권
품목	다양하지 않음	점포별 상이함
생산시스템	대량생산(톤)	소량생산(kg)
유통기한	냉장 34~35일	냉장 당일~7일
식품첨가물 사용	다양한 종류 사용	-
구매단위	패키지(묶음)	소량(덩어리 슬라이스 등)

* 농업전망 2015, 한국농촌경제연구원, 2015.02

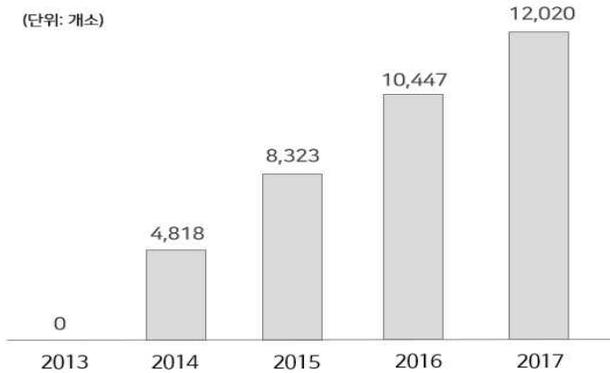
- 2013년 법령 개정 이후, 정부 지원 및 제조업체의 사업 확대 등의 노력으로 식육판매업체(정육점)¹⁸⁾보다 식육즉석판매가공업체의 수의 증가율이 높게 나타남
 - 2017년 기준, 식육즉석판매가공업체 수는 12,020개소로 제도가 도입된 이후 업체 수는 증가하고 있으나, 성장률이 점차 완만해지는 특징을 보이고 있음
 - 이는 서양국가처럼 식육즉석판매가 익숙하지 않은 식문화에 의해 수제 육가공품에 대한 소비자들의 인식 및 구매가 아직은 부족하며, 대다수의 식육즉석판매가공업체는 햄/소시지류보다는 소불고기, 돈가스, 양념 돼지

18) 식육판매업은 축산물판매업의 하위 항목임. 그 외에 식육부산물전문판매업, 우유류판매업, 축산물유통전문판매업, 식용란수집판매업 등이 축산물판매업의 하위 항목으로 포함되어있음



고기, 떡갈비 등을 단순 가공하여 판매하고 있는 상황이어서 대중화 및 사업 활성화가 아직까지 크게 이루어지고 있지는 않은 것으로 보임¹⁹⁾

[표 1-13] 식육즉석판매가공업체 수 현황



구분	식육판매업체 (정육점)		식육즉석판매가공업체	
	매장수(개소)	전년대비 증감율(%)	매장수(개소)	전년대비 증감율(%)
2013	51,851	-	0	-
2014	52,019	0.3	4,818	
2015	56,978	9.5	8,323	72.7
2016	49,253	-13.6	10,447	25.5
2017	49,309	0.1	12,020	15.1

* 2014~2017년 식품의약품통계연보, 식품의약품안전처

* 2017년 매장 수는 축산신문 「축산물 소비촉진 기대주 '식육즉석판매가공업' 현황은」 자료를 인용함

- 농림축산식품부와 식품의약품안전처는 관련 기관, 업체 등은 식육즉석판매가공업의 활성화 및 전문성 강화를 위해 식육즉석판매가공업 전환·신설 업체에 시설 및 운영자금 지원, 경영컨설팅 지원, HACCP 운용비 지원, 전문인력 육성(교육 프로그램 개발, 전문 교육기관 지정, '식육가공기사' 국가기술자격 신설 등), 연구개발 지원, R&D 투자 등을 지원하고 있음²⁰⁾
- 뿐만 아니라 소비자 인식개선 및 소비촉진 홍보를 위해 소비자단체협력 사업, 축산물브랜드사업 등과 연계하여 식육가공품 소비 교육 및 홍보를 추진하고 있음²¹⁾

19) 축산물 소비촉진 기대주 '식육즉석판매가공업' 현황은, 축산신문, 2018.05.25

20) 식육즉석판매가공업 매뉴얼북, 한국육가공협회, 2014.02



[1장] 시장조사 개요

- 농림축산식품부는 식육즉석판매가공업소의 위생·안전확보를 위해, HACCP 인증을 받은 업체를 대상으로 운영자금을 지원해주었음. 이에 따라 2017년 6월 기준, HACCP 인증을 받은 식육즉석판매가공업소는 총 67개로, 대체로 정육점을 보유한 대형할인마트나 영농조합업체 등이 포함되어 있음 (한국식품안전관리원 HACCP 인증업소 통계)
- 해당 제도는 식육판매와 즉석식품제조판매를 동시에 할 수 있는 독일의 식육판매점 ‘메츠거라이(Metzgerei)’를 벤치마킹한 것으로, 소비자가 식육즉석판매가공업소에서 취향에 맞는 다양한 식육가공품을 직접 주문·구매할 수 있도록 하기 위한 목적을 가짐
- 식육즉석판매가공업체 대부분은 쉽게 제조·가공이 가능한 양념육이나 돈가스를 판매하고 있으나, 햄·소시지 가공식품을 주로 판매하는 업체를 필두로 육가공 전문가들을 육성하고, 프랜차이즈 시스템 구축을 통한 매장 확대를 시도하고 있음. 예로 SPC삼립 ‘GLUCKS SCHEIN(그릭슈바인)’, 대경햄 ‘URBAN KNIFE(어반나이프)’, 에스푸드 ‘JOHNCOOK DELI MEATS(존쿡 델리미트)’ 등이 있음. 특히 ‘존쿡 델리미트’는 백화점, 대형마트 등에서 부분매장 형태로 운영을 하고 있기도 함



21) [보도자료] 축산물 유통구조 개선방안, 농림축산식품부, 2016.11

제 2 장

주요 원료 현황

제 1 절
햄/소시지류 주요 원료

제 2 절
주요 원료 공급 현황





제 1 절 햄/소시지류 주요 원료

- 햄/소시지류는 주원료(돼지고기, 닭고기 등)의 함량이 높은 식품 유형으로, 원료의 생산이 곧 제품의 소비로 연결되고 소비량은 원료 공급 및 생산에 영향을 주는 순환구조를 가지고 있음. 또한 2차 가공육인 햄/소시지류의 주원료육은 국내산 비중이 높고, 최근 구이류에서 활용되지 않는 비선호부위 활용도가 높아지면서 축산업발전 및 축산물 시장의 수요공급에 영향을 주는 역할을 하고 있음
 - 이에 따라 햄/소시지류의 주요 원료를 파악하여 현황을 살펴보고자 함

1. 햄/소시지류 주요 원료 현황

- 현재 유통채널에 판매되고 있는 햄/소시지류 제품의 식품정보를 기준으로 주요 원료는 돼지고기이며, 일부 닭고기를 사용하기도 함. 원산지 및 함량은 품목별로 차이를 보임
 - 햄류 중 캔햄은 수입산 돼지고기를 주원료로 하며 함유량은 일부 제품을 제외하고 90% 정도임. 캔햄 주원료로 수입산 돼지고기가 사용되는 이유는 안정적인 가격으로의 물량수급 때문임. 최근 국산 원료를 중시하는 건강 지향형 소비자들을 겨냥하여, 국산 돼지고기를 높은 비중으로 첨가한 제품이 생산되고 있기는 하지만 그 비중은 매우 낮은 수준임²²⁾
 - 소시지류는 제조사 및 브랜드 특성, 제품 유형, 원가 및 판매가 등을 고려하여 제품별로 국산 혹은 수입산 돼지고기를 사용하는 경우가 다양하며, 일부 제품의 경우는 국산과 수입산 돼지고기를 혼합하여 첨가한 경우도 있음

22) 업계 전문가 인터뷰



[2장] 주요 원료 현황

[표 2-1] 햄/소시지류 주요 원료 및 함유량

햄류		소시지류	
			
스팸 클래식 (CJ제일제당)	런천미트 (동원F&B)	더건강한 그릴후랑크 (CJ제일제당)	원칙을 지키는 비엔나 (목우촌)
돼지고기(외국산: 미국, 스페인, 캐나다 등/국산) 92.44%	돼지고기(외국산) 40.9%, 닭고기(국산) 24.54%	돼지고기(외국산: 미국, 스페인, 캐나다 등) 91%	돼지고기(국내산) 85.30%
			
닭가슴살 슬라이스햄 (이마트 노브랜드)	하얀속살 밥싸먹는 프리미엄 슬라이스햄 (하림)	오븐&통그릴 블랙퍼스트소시지 (동원F&B)	비바크부어스트 (한성식품)
닭고기(국산) 85.02%	닭고기(국내산) 80.3%	돼지고기(국산) 78.4%	돼지고기(외국산, 국산) 87.66%
			
양파와 마늘로 맛있게 재운 스모크햄 (정정원)	존콕 델리미트 홀머슬햄 (에스푸드)	피코크 스모크 라운드햄 (진주햄/이마트)	건국수제햄 원너 (건국햄)
돼지고기(국산) 45.29% 닭고기(국산) 21.65%	돼지고기(국내산, 뒷다리살) 85.47%	돼지고기(국산) 81.26%	돼지고기(국내산) 73.39%

* 이마트몰 참고



제 2 절 주요 원료 공급 현황

1. 주요 원료 현황

- 2017 식품산업 분야별 원료소비 실태조사에 따라, 햄/소시지류 주원료인 돼지고기와 닭고기의 가공식품 사용현황을 살펴봄
 - 2016년 기준 돼지고기 사용량을 살펴보면, 총 31만 5,668톤에서 육류 가공품이 22만 2,029톤으로 70.3%의 점유율을 차지하며, 이어서 즉석 조리식품(46,182톤), 만두류(25,669톤) 순임
 - 육류 가공품 중 소시지류와 햄류에 사용되는 돼지고기 양은 각각 2만 5,300톤(8%), 4만 8,101톤(15.2%)이며, 소시지보다 햄류에 사용되는 돼지고기 양(비중)이 더 많음. 이는 햄류 생산량이 소시지류 생산량보다 많은 것과 비례하여 돼지고기 사용량이 나타난 것으로 보임

[표 2-2] 돼지고기 사용량(2016년 기준)

(단위: 톤, %)

육류 가공품			즉석조리식품			만두류	기타	합계
소시지류	햄류	합계	즉석육류 식품	기타즉석 조리식품	합계			
25,300 (8.0)	48,101 (15.2)	222,029 (70.3)	31,859 (10.1)	12,424 (3.9)	46,182 (14.6)	25,669 (8.1)	21,788 (7.0)	315,668

* 2017 식품산업 원료소비 실태조사, 한국농수산식품유통공사

* 육류 가공품과 즉석조리식품은 하위항목 중 상위 2개 항목만 작성한 것으로, 합계값은 품목 전체 값임

- 햄/소시지류에서 돼지고기를 대체하여 최근 주원료로 사용되는 닭고기 사용량은 2016년 기준, 총 22만 2,969톤임. 이 중 육류가공품이 76.6%를 차지하며, 소시지류와 햄류에서 닭고기 사용비중은 각각 2.0%(4,399톤), 4.6%(1만 283톤)로 다소 적은 편임



[표 2-3] 닭고기 사용량(2016년 기준)

(단위: 톤, %)

육류 가공품			즉석조리식품			알가공품	기타	합계
소시지류	햄류	합계	즉석탕/국/찌개류	즉석육류 식품	합계			
4,399 (2.0)	10,283 (4.6)	170,750 (76.6)	2,382 (1.1)	10,081 (4.5)	17,564 (7.9)	24,237 (10.9)	10,418 (4.6)	222,969

* 2017 식품산업 원료소비 실태조사, 한국농수산물유통공사

* 육류 가공품과 즉석조리식품은 하위항목 중 상위 2개 항목만 작성한 것으로, 합계 값은 품목 전체 값임

□ 2017 식품산업 원료소비 실태조사에 나타난 햄/소시지류의 주요 원료 및 원산지 비중을 살펴보면 다음과 같음

- 햄류의 경우, 돼지고기가 전체 원료의 64.1%를 차지하며, 국산 돼지고기 사용 비중은 53.6%로 국산과 수입산 돼지고기가 비슷한 비중으로 햄류 생산·제조시 사용되고 있음. 이어서 닭고기(13.7%), 쇠고기(6.7%), 어육살(4.3%), 옥수수전분(3.5%) 순으로 사용됨. 햄류에 사용되는 원료 중 닭고기(국산 비중 93.1%)를 제외하고, 수입 비중이 높음
- 소시지류의 경우, 돼지고기가 전체 원료의 75.9%를 차지하며, 국산 비중은 63.2%로 햄류보다는 국산 비중이 높은 편임. 이어서 닭고기(13.2%), 옥수수전분(4.0%) 순으로 원료 비중을 차지하며, 햄류와 마찬가지로 닭고기(국산 비중 99.1%)를 제외하고는 수입산 원료 사용 비중이 높음
- 주원료인 돼지고기의 국산 및 수입산 사용 비중은 국내산 후지(뒷다리살)가격 및 수입산 전지의 가격 변동, 국내외 축산시장 현황(질병발생, 수출입 문제 등) 등에 따라 좌우되며, 시기에 따라 국산 및 수입 원료가 상호적으로 대체·전환되는 편임²³⁾

23) 돈육시장 동향분석(‘16.12), (사)한국육류유통수출협회/ 육가공업체, 원료육 사용 ‘국산→수입산’ 전환 늘어난다, 한국농어민신문, 2015.02.12



[표 2-4] 햄/소시지류 용도별 사용량 및 원산지 비중

(단위: 톤, %)

구분		총 사용량 (톤)	전체 대비 사용비중 (%)	국산 사용량 (톤)	수입산 사용량 (톤)	국산 비중 (%)
햄류	돼지고기	48,101	64.1	25,801	22,301	53.6
	닭고기	10,283	13.7	9,578	705	93.1
	쇠고기	4,988	6.7	92	4,896	1.9
	어육살	3,261	4.3	310	2,950	9.5
	옥수수전분	2,650	3.5	0	2,650	0.0
	백설탕	1,526	2.0	0	1,526	0.0
	기타	4,194	5.7	1,624	2,630	38.7
	합계	75,003	100.0	37,405	37,658	49.9
소시지류	돼지고기	25,300	75.9	16,002	9,298	63.2
	닭고기	4,399	13.2	4,359	40	99.1
	옥수수전분	1,320	4.0	0	1,320	0.0
	소맥분	557	1.7	35	523	6.2
	쇠고기	322	1.0	13	309	4.1
	기타	1,416	4.2	891	526	62.9
	합계	33,314	100.0	21,300	12,016	63.9

* 2017 식품산업 원료소비 실태조사, 한국농수산식품유통공사

2. 주요 원료별 현황

- 햄/소시지류 주원료로 사용되는 돼지고기, 닭고기 원료육 수급 동향 및 유통경로, 공급 가격 등을 살펴보고자 함

1) 원료육 수급 동향

- 원료육이란 부위별로 나누어지지 않고 도축된 이후 그대로의 상태를 유지하고 있는 것으로, 가공품의 원료로 사용되는 고기를 말함. 햄/소시지류 제조 시에는 주로 돼지의 앞다리살 또는 뒷다리살이 사용되는 편임. 2016년 기준, 194만 톤의 원료육이 공급되었으며, 이는 2007년 149만 톤 대비 30.4%의 증가율을 보임



[2장] 주요 원료 현황

- 국산 원료육 중 돈육(돼지고기)과 계육(닭고기)의 공급량을 살펴보면, 2005년부터 10년간 꾸준한 증가 추이를 보이는 가운데 2011년 돈육의 공급 및 수입량이 감소함. 2010년 대비 2011년에 국산 공급량과 수입량은 각각 14.2%, 4.4%의 하락세를 보임. 구제역에 의한 매몰 처분, 이동제한 및 도축장 폐쇄 등의 원인으로 돼지고기 가격이 상승하면서 국산 돈육 공급량이 감소하고, 가격 변동폭이 커짐. 이러한 문제 해결을 위해 정부 및 관련부처는 할당관세 적용으로 수입관세를 낮춰 부족한 공급물량을 채우고 가격안정성을 확보하려는 노력을 보임²⁴⁾
- 2013년 이후 꾸준한 상승세를 보이던 돈육 수입은 2015년 이후 하락하여, 2015년 대비 2016년에 11.2%의 감소세를 보임. 이는 국내 생산량 증가와 도매가격 하락으로 인한 일시적 감소로 보이며, 향후 육류 소비증가, FTA 타결에 따른 관세 인하 등에 의해 증가세로 전환할 것을 보임²⁵⁾

[표 2-5] 축산물 수급 현황

(단위: 천톤)

년도	공급량	국산(생산)			수입산		
		돈육	계육	합계	돈육	계육	합계
2007	1,485	706	280	986	499	-	499
2008	1,595	709	377	1,086	509	-	509
2009	1,610	722	409	1,131	479	-	479
2010	1,724	764	436	1,200	524	-	524
2011	1,531	574	456	1,030	370	131	501
2012	1,620	750	464	1,214	275	131	406
2013	1,638	853	473	1,326	185	127	312
2014	1,773	830	528	1,358	274	141	415
2015	1,904	842	585	1,427	358	119	477
2016	1,936	891	599	1,490	318	128	446

※ 농림축산식품 주요통계 2017, 농림축산식품부

- 1) 본래 자료에는 우육, 돈육, 계육의 합계값에 따라 공급량(생산+수입)이 작성되어 있으나, 햄/소시지류 주요 원료는 우육(돼지고기)과 계육(닭고기)으로 살펴보기로 한 바, 우육을 제외한 공급량으로 작성하여 기존의 합계값과 상이할 수 있음

24) 공정위, 돼지고기 유통·수입업체 조사 착수, 연합뉴스, 2011.02.01/ 유정복 장관 “돼지고기 수입량 41.7% 늘린다”, 아주경제, 2011.02.24

25) 농업전망 2016: 급변하는 농업·농촌, 내일을 기획한다, 한국농촌경제연구원



- 계육(닭고기)은 2007년 28만 톤에서 2016년 60만 톤으로 10년간 공급량이 113.9%의 증가율을 보임. 이는 메르스 발생으로 인한 수요 감소분 회복, 올림픽 개막, 다이어트를 위한 닭가슴살 수요 증가 등에 따라 공급이 증가한 것으로 보이며, 공급 증가가 가격 하락에도 영향을 미침. 반면, 수입산은 2014년 이후로 감소세를 나타내는데, 국산 닭고기에 대한 소비자 니즈 증가, 국내산 가격 하락 등에 영향을 받은 것으로 보임²⁶⁾

2) 유통 경로 및 현황

가. 돼지고기 유통 경로 및 도매가격

- 돼지고기 유통 단계는 크게 생산 및 출하 단계, 도매 단계, 소매 단계로 구분할 수 있음
 - 출하 단계에는 생산자가 가축거래상인을 통해 도축장으로 생축을 보내는데, 이는 축산물도매시장 또는 공판장에 직접 출하하는 경매출하와, 유통주체와 계약에 의한 직매출하 2가지로 출하방식을 분류할 수 있음
 - 도매 단계에서는 도축장에서 소매상까지 이르는 과정으로, 지육 발골·정형한 부분육 또는 포장육으로 유통시킴. 도매 방식은 축산물도매시장이나 공판장에서의 경매반출, 식육포장처리업체 자체로 매입 후 부분육을 가공하여 유통하는 방식, 도축장에서 정육점 등 최종 소비자 소매단계로의 직반출 3가지 방식으로 분류할 수 있음
 - 소매 단계에서는 축산판매업체·축산물가공업체인 백화점, 대형마트 등 소매채널이나 정육점으로 유통되어 바로 소비자에게 판매되거나, 외식부분인 일반 음식점, 단체급식소 등으로 유통되기도 함
- 2017 축산물 유통실태에 따르면, 도매단계에서 92.7%가 식육포장처리업체로 유통되며, 도축장 직반출은 정육점으로 7.3% 유통되고 있음

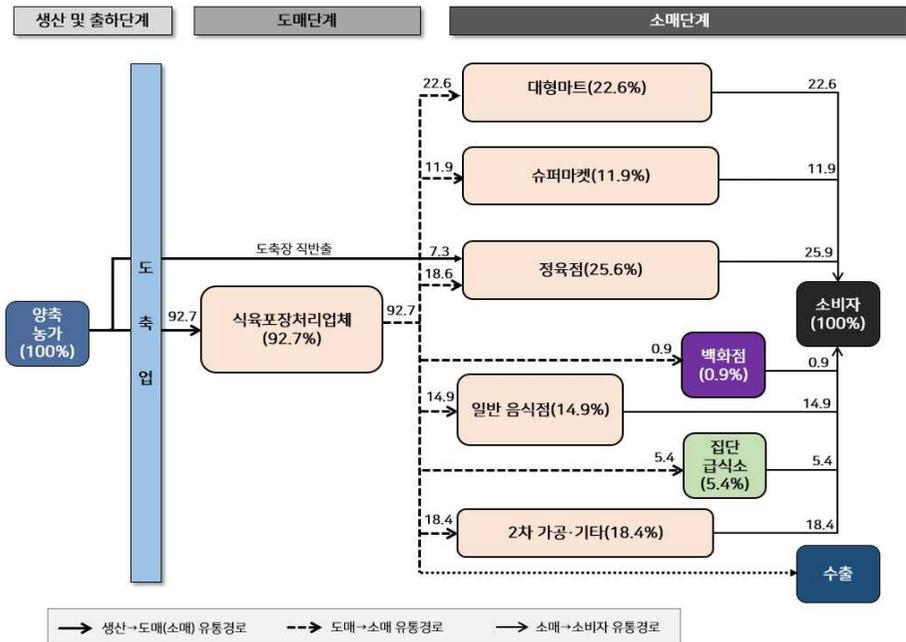
26) 농업관측(육계), 한국농촌경제연구원, 2016.01~2016.12



[2장] 주요 원료 현황

- 식육포장처리업체를 통해 대형마트(22.6%), 정육점(18.6%)(도축장 직 반출 제외), 식품제조업체와 같은 2차 가공·기타(18.4%), 일반음식점(14.9%), 슈퍼마켓(11.9%), 단채급식소(5.4%) 순으로 유통되고 있음
- 식품제조업체는 주로 도매단계에서 일부 가공된 부분육으로 구입하여 재 가공하는 형태를 가지고 있음²⁷⁾

[그림 2-1] 돼지고기 유통경로



* 2017 축산물 유통실태, 축산물품질평가원

- 1) 도축형태에 따라 경매와 직매로 구분할 수 있으나 전체 값으로 작성함
- 2) 유통단계별 가격은 해당 유통단계의 경로별 비율을 반영한 가중평균값으로 작성함

□ 돼지고기 도매가격(탕박)은 2017년 기준, 1kg당 4,947원으로 2013년 3,812원 대비 29.8%의 상승세를 보임

- 가격동향은 경락 마릿수, 도매시장 출하 수, 돼지고기 수요(소비), 수입 돼지고기 증감 등에 영향을 받음²⁸⁾. 분기별로 살펴보면, 특히 학교 급식이

27) 업계 전문가 인터뷰



시작되는 3~4월경, 여름 휴가철인 6월~8월경이나 김장철인 4분기~1분기 사이에 돼지고기 수요가 증가하는 소비행태를 보이며, 이에 따라 도매가격이 증가하는 형태를 보이기도 함

- 2016년에 돼지고기 경락가격이 다소 감소추이를 보였는데, 이는 모돈수(육질과 상관없이 새끼를 낳는 목적으로 사육되는 어미돼지) 증가에 따른 자돈 생산증가로 돼지고기 생산량이 늘어나면서 상대적으로 가격이 하락한 것으로 해석됨. 국내 돼지고기 가격의 하락으로 대체재인 수입산 돼지고기의 수요가 감소하는데 영향을 줌²⁹⁾
- 이에 비해, 돼지고기 수요 증가 및 폭염으로 인한 생산성 감소 등의 원인으로 2016년 대비 2017년에 돼지고기 가격이 다소 증가했으며, 이는 돼지고기 수입량 증가에도 영향을 줌³⁰⁾

[표 2-6] 돼지고기 등급별 경락가격(탕박 기준)

(단위: 원/kg, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	'13-'17 증감률(%)
1+ 등급	3,969	4,923	5,097	4,809	5,103	28.6
1등급	3,874	4,807	4,989	4,671	4,984	28.7
2등급	3,701	4,593	4,815	4,424	4,836	30.7
등외	2,350	3,381	3,276	2,763	3,168	34.8
평균 (등외제외)	3,812	4,741	4,939	4,597	4,947	29.8

* 2016~2017 축산물 유통실태, 축산물품질평가원

- 1) 2012년 이전에는 등급판정기준(1+A, 1A, 2A, 2B, 2C, 등외) 적용
2013년 7월 1일부터 등급판정기준이 변경·간소화(1+, 1, 2, 등외)되어 2013년은 하반기 평균가격을 기준으로 작성한 것임
- 2) 돼지고기 등급별 경락가격은 탕박(털만 제거한 도체)기준이며, 경락은 경매에 의하여 소유권을 취득한 것을 의미함
- 3) 축산유통종합정보센터의 일별/월별 축산물등급판정통계 결과와 일부 상이할 수 있음

28) 축산관측(돼지) 2017년 8월호, 한국농촌경제연구원

29) 농업관측월보(돼지) 2016년 1월~12월호, 한국농촌경제연구원

30) 농업관측월보(돼지) 2017년 1월~12월호, 한국농촌경제연구원

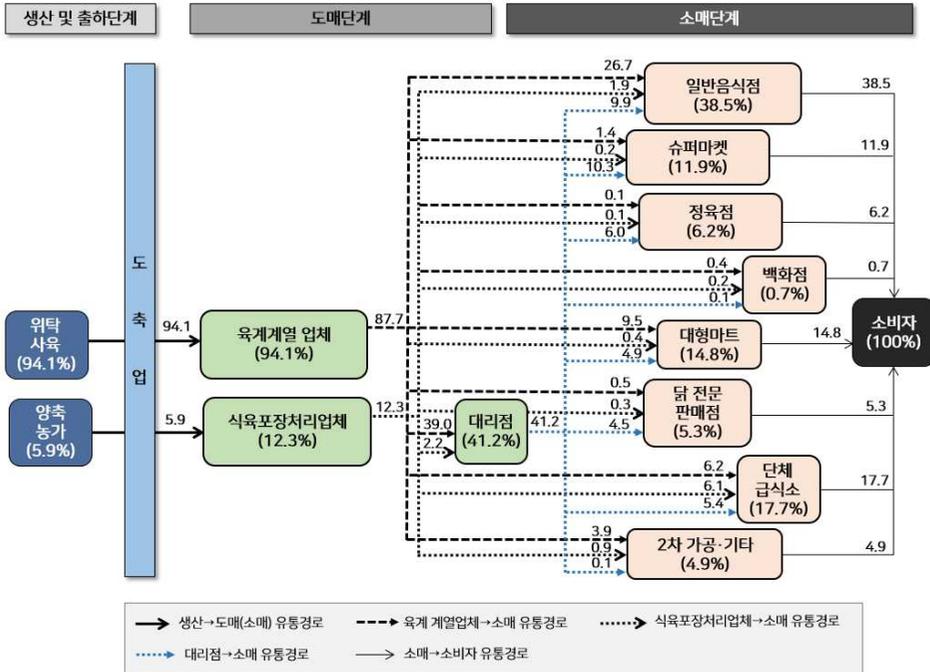


나. 닭고기 유통경로 및 도매가격

- 닭고기는 주로 육계계열업체를 통해 사육·도계 및 포장처리되어 유통(2017년 기준 94.1%)되거나, 양축농가에서 직접 생산하여 출하(5.9%)하는 유통구조를 가짐
 - 육계계열업체는 양축농가에게 사료, 약품, 연료 등 자재공급과 기술지도를 제공하며, 사육농가는 자체 사육시설을 통해 육계를 사육한 후에 육계계열업체에 출하하고 약정된 위탁수수료를 받는 구조로 운영되고 있음. 반면, 양축농가는 직접 생산한 물량을 육계계열업체와 거래하고, 나머지 물량은 가축 거래상인을 통해 거래하거나 직접 식육포장처리업체 등과 거래하는 구조를 가짐
- 위탁 사육된 닭은 가공되어 육계계열업체를 통해 도매상으로 반출(46.5%)되며, 그 외에는 대리점(41.2%), 식육포장처리업체(12.3%)로 유통되고 있음
 - 소매업체 중에서는 일반음식점(38.5%), 단체급식소(17.7%), 대형마트(14.8%), 슈퍼마켓(11.9%), 정육점(6.2%), 닭 전문판매점(5.3%), 식품제조업체와 같은 2차 가공 및 기타(4.9%), 백화점(0.7%) 순으로 유통 비중이 높음
 - 특히 햄/소시지류 가공식품을 제조하는 2차 가공 및 기타(4.9%)는 육계계열업체에서 3.9%, 식육포장처리업체에서 0.9%, 대리점에서 0.1%의 비율로 원료를 공급받고 있음



[그림 2-2] 닭고기 유통경로



* 2017 축산물 유통실태, 축산물품질평가원

- 1) 도매단계는 업체성격에 따른 분류가 아닌 비용발생 관점에서 구분함
- 2) 유통단계별 가격은 해당 유통단계의 경로별 비율을 반영한 가중평균값으로 작성함

□ 육계 생계가격은 도계수 및 국내산 닭고기 수요와 공급에 따라 등락을 보이며, 일부 AI 같은 질병 발생이나 냉동 비축물량에 따라 공급량에 변화가 있어 가격 변동에 영향을 줌

- 2017년 기준, 1kg당 소 1,983원, 중 1,893원, 대 1,810원으로 2013년 대비 각각 10%, 12.6%, 15.5%의 감소율을 보임. 전반적으로 감소 추세에서 2016년에 비해 2017년에 가격 상승세가 나타나는데, 이는 2017년 상반기에 발생한 HPAI(고병원성 조류 인플루엔자, Highly Pathogenic Avian Influenza)로 육계 공급량이 감소하면서 전체 가격이 상승했기 때문임. 그러나 하반기에 계란 살충제 검출 등에 따른 이슈로 닭고기 안



전성에 대한 우려가 증가하여 닭고기 수요가 감소하였고, 이에 따라 산지가격 및 도매가격 감소에 영향을 준 것으로 보임³¹⁾

[표 2-7] 육계 생계가격

(단위: 원/kg, %, 천수)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	'13- '17 증감율(%)
대	2,141	1,926	1,833	1,723	1,810	-15.5
중	2,166	1,965	1,883	1,799	1,893	-12.6
소	2,203	2,053	1,974	1,877	1,983	-10.0
도계수(천수)	791,155	885,324	966,965	992,518	936,020	18.3

* 2017 축산물 유통실태, 축산물품질평가원(출처: 한국육계협회)

1) 운반비를 포함하여 산출한 가격임

2) 생계규격기준: 대(1.6kg 이상), 중(1.4kg 이상 1.6kg 미만), 소(1.4kg 미만)

- 중량규격별 도매가격을 살펴보면, 2017년 기준 평균 1kg당 3,293원으로 2013년 3,709원 대비 11.2%의 감소율을 보임. 도매가격의 증감은 생계가격 증감의 이유와 비슷하게, 돼지고기 가격 증감에 대한 대체재 및 대내외적 환경변화에 따른 수요 증감, HPAI(고병원성 조류 인플루엔자, Highly Pathogenic Avian Influenza) 같은 질병 등에 영향을 받음³²⁾
- 가격영향 요인 중 하나인 닭고기의 수요는 주로 맥주와 함께 치킨을 먹는 소비행태가 두드러지는 여름이나 스포츠 관람 기간(월드컵, 올림픽 등), 나들이나 어린이날 행사, 운동회 등의 야외행사가 많은 봄 등에 두드러지게 증가하는 편임
- 육계 도매가격은 5년간 전반적으로 감소 추세를 보이는데, 2016년 대비 2017년에 일부 가격 상승세를 보임. 이는 생계가격 증가 이유와 동일하게 닭고기 수요 감소 및 HPAI 발병에 따른 공급량 및 수요 감소 때문인 것으로 보임

31) 농업관측월보(육계) 2017년 1월~12월호, 한국농촌경제연구원

32) 농업관측월보(육계) 2015년 1월호~2017년 12월호, 한국농촌경제연구원



[표 2-8] 육계 중량규격별 도매가격

(단위: 원/kg, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	'13- '17 증감율(%)
5~6호	4,122	3,872	3,741	3,579	3,756	-8.2
7~8호	3,947	3,709	3,584	3,430	3,599	-8.8
9~10호	3,734	3,423	3,296	3,168	3,313	-11.3
11호	3,587	3,286	3,168	3,046	3,184	-11.2
12호	3,454	3,142	3,006	2,847	2,973	-13.9
13~16호	3,409	3,102	2,968	2,812	2,935	-13.9
평균	3,709	3,422	3,294	3,147	3,293	-11.2

* 2016, 2017 축산물 유통실태, 축산물품질평가원(출처: 한국육계협회)

1) 냉장, 벌크 기준으로 작성함

2) 도계된 닭고기는 살아있는 닭을 도축하여, 털, 머리, 내장, 닭발 등이 제거된 상태의 닭고기임

3) 도매가격은 부가가치세가 포함되어 있지 않은 가격으로 작성함. 가격 기준이 되는 주요 유통채널은 프랜차이즈, 대형마트, 대리점임

제 3 장

생산 및 수출입 현황

제 1 절
생산 현황

제 2 절
수출입 현황





제 1 절 생산 현황

1. 생산 규모

- 햄/소시지가 포함된 식육가공품 전체 생산 규모는 2014년 3조 9,772억 원에서 2017년 5조 4,225억 원으로 33.7% 증가하였으며, 같은 기간 매출 규모는 4조 3,401억 원에서 6조 3,743억 원으로 46.9% 증가함
- 축산물 가공품 생산실적에서 제시하고 있는 식육가공품 수출 및 수입규모를 참고하여 국내 식육가공품 시장 규모를 보면, 2017년 기준 6조 6,128억 원임. 이 중 수입 규모는 2,563억 원으로 전체 시장의 3.9%를 차지하고 있는 것으로 나타남

[표 3-1] 식육가공품 생산 규모

(단위: 톤, 억 원)

구분	생산		매출(국내판매+수출)	
	생산량	생산액	매출량	매출액
2014	864,952	39,772	846,472	43,401
2015	972,880	42,731	948,287	48,086
2016	1,085,902	47,905	1,073,506	56,335
2017	1,156,578	54,225	1,154,445	63,743

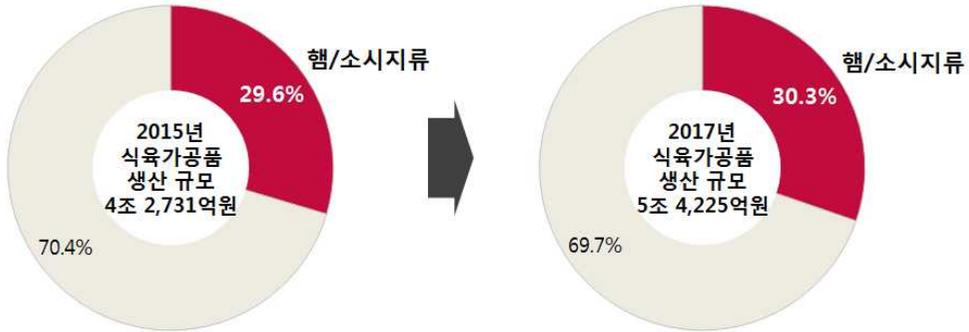
* 연도별 축산물 가공품 생산실적, 식품의약품안전처

* 2017년 식육가공품 매출액은 생산실적 보고서에 나타난 합계 값(6조 2,999억원)과 실제 국내판매값과 수출을 합친 값이 달라 본 보고서에서는 국내판매값과 수출을 합친 값으로 작성함

- 2017년 햄/소시지류의 생산액은 1조 6,425억 원으로 2015년 1조 2,669억 원 대비 29.6% 증가함. 같은 기간 생산량은 25만 1,766톤 대비 30만 3,782톤으로 20.7% 증가함
- 식육가공품 생산에서 햄/소시지류가 차지하는 비중은 2017년 생산액 기준 30.3% 수준임. 이는 2015년(29.6%)에 비해 0.7%p 증가한 수치임



[그림 3-1] 식육가공품 내 햄/소시지류 차지 비중



* 연도별 축산물 가공품 생산실적, 식품의약품안전처

- 햄/소시지류에서 2017년 생산액 기준, 햄류가 차지하는 비중은 69.3%이며, 소시지류가 차지하는 비중은 30.7%로 나타남
 - 햄류의 생산실적은 2017년 기준, 생산량은 19만 1,884톤, 생산액은 1조 1,375억 원으로 2015년 대비 각각 20.1%, 33.7%의 증가율을 나타냄
 - 소시지류의 생산량은 2017년 기준, 11만 1,898톤, 생산액은 5,050억 원으로 2015년 대비 각각 21.7%, 21.3% 증가함
 - 상대적으로 소시지류의 생산량 대비 생산액 증가율은 다소 낮게 나타났는데, 이는 생산업체의 원가 절감을 위한 노력의 일환으로 보임. 햄류의 경우, 선물용으로도 판매되어 소시지류보다 프리미엄화에 알맞은 품목으로 인식되어, 생산량 대비 생산액 증가율이 높게 나타나는 것으로 보임³³⁾
 - 최근 1인 가구 증가, 야외활동 활성화, 혼술/홈술 문화 확산 등에 따른 간편식 소비 트렌드와 접목시킨 신제품 출시가 활발해졌으며, 해외 식문화 확산에 의한 햄/소시지류 섭취 증가가 시장 확대에 영향을 준 것으로 보임. 특히 2015년 대비 2016년에 생산 규모가 크게 늘었는데, 일부 과 집계된 부분이 있어 보이나, 2016년에 일반 소비 제품 외에 간편식 제품

33) 업계 전문가 인터뷰



(부대찌개, 샌드위치 등)에 들어가는 햄, 소시지 생산 물량의 증가가 영향을 준 것으로 보임³⁴⁾.

[표 3-2] 햄/소시지류 생산 실적

(단위: 톤, 억 원)

구분	햄류		소시지류		합계	
	생산량 (톤)	생산액 (억원)	생산량 (톤)	생산액 (억원)	생산량 (톤)	생산액 (억원)
2014	144,616	-	84,748	-	229,364	-
2015	159,807	8,506	91,959	4,163	251,766	12,669
2016	250,629	9,675	148,845	4,742	399,474	14,417
2017	191,884	11,375	111,898	5,050	303,782	16,425

* 축산물 가공품 생산실적, 식품의약품안전처

2. 주요 생산업체 현황

- 지역별 햄/소시지류 생산업체 현황을 살펴보면, 전체 식육가공품(3,068개소) 업체 중 햄류 생산업체(363개소)가 11.8%, 소시지류 생산업체가 6.5%의 비중을 차지함
 - 햄류와 소시지류는 원료 사용 및 제조공정 특성 등에 따라 1개의 업체에서 두 품목을 모두 생산하는 경우도 많은 편임. 따라서 일부 업체는 중복 가능성이 있음에 유의하여 볼 필요가 있음
 - 햄류는 경기(105개), 충북(53개), 전북(29개), 충남(23개), 경남(23개) 등에서 생산업체 수가 많은 것으로 나타났으며, 소시지류는 경기(66개), 충북(24개), 서울(20개), 경남(13개) 등으로 나타나 햄류와 다소 생산업체 지역 분포에 차이를 보이고 있음

34) 업계 전문가 인터뷰



[표 3-3] 햄/소시지류 지역별 생산업체 현황(2017년 기준)

(단위: 개소)

구분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	합계
햄류	13	20	12	22	7	10	-	1	105	4	53	23	29	19	17	23	5	363
소시지류	20	7	2	8	4	2	-	-	66	6	24	11	13	7	8	13	7	198

* 2017 축산물 가공품 생산실적, 식품의약품안전처

1) 생산실적 보고업체 기준이며, 1개 업체에서 2개 이상의 품목유형을 생산하는 경우, 중복으로 합산되어 전체 품목 유형수와 일치하지 않을 수도 있음

- 품목별 주요 업체를 살펴보면, 햄류와 소시지류 모두 CJ제일제당, 롯데푸드, 동원F&B등이 상위를 차지하고 있음

[표 3-4] 품목별 주요 업체 현황 Top5(2017년 기준)

(단위: 백만 원)

품목유형	순위	업체명	출하액
햄류	1	씨제이제일제당(주) 진천공장	322,170
	2	롯데푸드(주) 김천공장	166,543
	3	(주)동원F&B 진천공장	75,982
	4	(주)농협목우촌 김제공장	52,678
	5	(주)팜덕	52,377
소시지류	1	씨제이제일제당(주) 진천공장	96,669
	2	롯데푸드(주) 청주공장	78,334
	3	(주)동원F&B 진천공장	54,850
	4	에스푸드(주)	30,137
	5	(주)농협목우촌 김제공장	28,509

* 2017 축산물 가공품 생산실적 등 통계구축, 식품의약품안전처

1) 생산실적 보고업체 기준

- 국내 햄/소시지류 생산·판매업체는 국내 유통채널에서 주로 판매되고 있거나, 다양한 브랜드의 햄/소시지류 제품을 보유하고 있거나, 생산량 및 매출액 등을 참고하여, 주요 업체별 특징과 관련 제품을 살펴봄
- CJ제일제당은 캔햄 시장에서 업계 1위를 차지하고 있는 스펀지와 The더건강한, 백설, 맥스봉 등 다양한 햄/소시지류 브랜드 및 제품으로 전체



육가공 시장에서 선두를 차지하고 있음. ‘스팸’은 미국 Hormel사와 기술제휴를 통해 국내에서 제조하고 있는 캔햄 브랜드로 2004년부터 14년간 연속 선물세트 1위, 캔햄 판매액 1위를 차지함. ‘The더건강한’은 웰빙을 중시하는 최신 소비트렌드에 따라 합성첨가물을 빼고 좋은 재료를 엄선하여 사용한 육/어육가공품 브랜드임. 최근에는 자신을 위한 소비를 중시하는 신소비 트렌드를 겨냥하여 제품의 고급화를 강화하고 있음

- 롯데푸드와 동원F&B는 햄/소시지류 시장에서 매출 상위권에 속하는 제조업체로, 다양한 브랜드와 제품군을 통해 시장점유율을 차지하고 있음. 캔햄, 김밥햄 등 프레스햄이나 비엔나/프랑크소시지 등 기존에 많이 판매되던 것 이외에 본레스햄 등 색다른 부위/제조공정에 따른 제품도 판매하고 있는 것이 특징임
- 농협목우촌은 1995년 돈육대표브랜드인 ‘프로포크’를 시작으로 햄, 소시지, 닭고기 냉동식품부터 유제품, 가정간편식(HMR)까지 순 국내산 원료를 사용한 제품을 생산·판매하고 있음. 햄/소시지류 브랜드로는 목우촌, 주부9단, 프라임(PRIME), 원칙을 지키는 햄, 알뜨레 등이 있음. 육류 가공전문 브랜드답게 축산물 전문판매장, 정육식당, 육가공품 전문 펍 레스토랑 등 다양한 육가공 관련 가맹사업을 하고 있는 것이 특징임

[표 3-5] 햄/소시지류 제조업체

업체명	특징	주요 제품
CJ 제일제당	<p>-스팸, The더건강한, 백설, 맥스봉 등 다양한 햄/소시지류 브랜드를 보유하고 있으며, 캔햄, 슬라이스햄, 김밥햄, 비엔나/프랑크 소시지, 축육소시지 등 여러 종류의 제품을 판매하고 있음</p> <p>-1~2인 가구, 자신을 위한 가치소비를 즐기는 소비자 등을 겨냥해 메인메뉴로 즐겨먹을 수 있는 고급스러움을 강조하고 있음. 이에 바이스부어스트 소시지, 이탈리안통베이션 등이 인기임.</p> <p>-육가공품 시장 선도 및 확대, 새로운 소비 트렌드에 맞춰 원물의 형태와 식감 구현, 건강한 원료 사용, 영양분 강화, 다이어트 효과 등의 특징을 갖춘 제품 개발을 계획 중에 있음</p>	



업체명	특징	주요 제품
롯데푸드	<ul style="list-style-type: none"> -롯데햄, 로스팜, 의성마늘햄, 롯데비엔나 등 다양한 햄/소시지류 브랜드를 보유하고 있음 -1997년 HACCP획득, 2002년 업계 최초 ISO9001/14001, OHSAS18001 통합인증을 받은 육가공/식육 전문회사임 -지역상생 브랜드 '의성마늘햄'으로 지역경제 활성화에 도움을 줌 	
동원F&B	<ul style="list-style-type: none"> -캔햄, 비엔나/프랑크소시지, 순살햄 등 다양한 종류의 햄/소시지류 제품을 판매하고 있음 -ISO2000인증, HACCP 획득한 공장에서 제품을 제조하고 있음 	
농협목우촌	<ul style="list-style-type: none"> -목우촌, 주부9단, 프라임(PRIME), 원칙을 지키는 햄, 알뜨레 등 다양한 햄/소시지류 브랜드를 보유하고 있음 -육류/육가공품 관련 외식사업을 진행하고 있음 -2007년 홍콩 파킨샵에 햄소시지 수출을 시작으로, 백화점 입점, 햄소시지 전문 스토어 입점 등 해외 수출을 활발히 하고 있음. 그 외에도 미국, 호주, 중국, 일본 등에 수출을 하고 있음 	

* 각 제조사 홈페이지



제 2 절 수출입 현황

- 햄/소시지류 수출입 현황은 크게 소시지(HS코드 1601.00.1000(소시지), HS코드 1601.00.9000(기타))와 햄(HS코드 1602.41.1000(넓적다리살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), HS코드 1602.42.1000(어깨살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), HS코드 1602.49.1000(기타/밀폐용기에 넣은 것))의 통계를 살펴봄
 - 관세법령정보포털의 2017년 WCO(세계관세기구)의 공식해설서에 따르면, ‘소시지류’는 겉에 싸개 없이 단지 압착하여 소시지 특유의 형태로 된 것과 소시지 그 밖에 유사한 것에는 날 것이나 조리한 것, 훈제한 것이나 훈제하지 않은 것, 지방·전분·조미료·향신료 등을 첨가한 것도 포함하여 봄. 분류사례에 따라 살라미, 프랑크푸르트, 볼로냐, 슬라이스 페퍼로니, 프로슈토 등이 이에 해당됨을 확인할 수 있음
 - 햄류에는 캔햄, 상온 보관햄 등이 포함되며, 돼지고기 함유율이나 냉장/냉동 소매품 등 물품에 본질적 특성을 부여하는 재료나 구성요소 등에 따라 햄류와 소시지류를 일부 혼합하여 분류하기도 함

[표 3-6] 햄/소시지류 수출입 HS코드

품목번호		품명	분류
1601		소시지나 그 밖에 이와 유사한 물품[육·설육(脞肉)이나 피로 조제한 것으로 한정한다]과 이들 물품을 기본 재료로 한 조제 식료품	소시지류
	00	1000 소시지	
	00	9000 기타	
1602		그 밖의 조제하거나 보존처리한 육·설육(脞肉)이나 피	햄류
	4	돼지로 만든 것	
	41	넓적다리살과 그 절단육	
	41	1000 밀폐용기에 넣은 것	
	42	어깨살과 그 절단육	
	42	1000 밀폐용기에 넣은 것	
	49	기타(혼합물을 포함한다)	
49	1000 밀폐용기에 넣은 것		

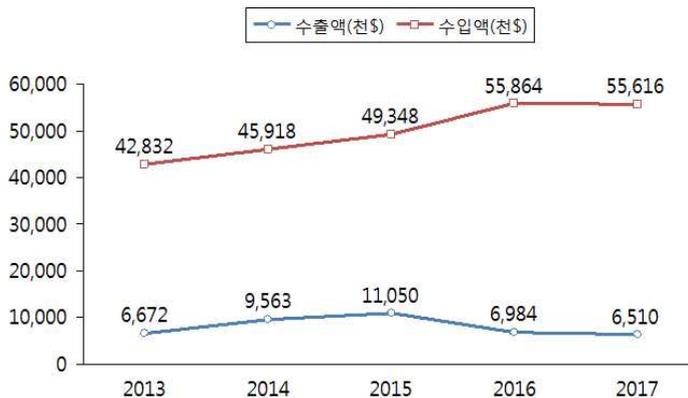
* 관세법령정보포털, 관세청



1. 수출입 규모

- 최근 5년간 햄/소시지류 수출 현황을 살펴보면, 수출액 기준 2013년 667만 달러에서 2017년 651만 달러로 2.4% 감소했으며, 같은 기간 수출량은 1,146톤에서 1,245톤으로 8.6% 증가함
 - 한국은 햄/소시지류를 포함한 육가공품 주요 수출국이 아니고, 돼지고기로 만든 육가공품의 수출이 다소 제한적인 특징이 있어 수출 규모가 크지 않은 상황임³⁵⁾. 주로 수출하는 국가는 중국, 홍콩, 베트남, 필리핀 등의 아시아 국가로, 식품안전성과 다양한 맛 등을 한국 제품의 장점으로 내세워 수출 규모를 확대하려는 노력을 보이고 있음
- 반면 최근 5년간 햄/소시지류 수입액은 2013년 4,283만 달러 대비 2017년 5,562만 달러로 29.8% 증가했으며, 같은 기간 수입량은 1만 1,935톤 대비 1만 4,853톤으로 24.4% 증가함

[그림 3-2] 햄/소시지류 전체 수출입 현황



* 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 1602.41.1000(돼지의 것/넓적다리살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.42.1000(돼지의 것/어깨살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.49.1000(돼지의 것/기타(혼합물을 포함한다)/밀폐용기에 넣은 것)의 합계 값임

35) 업계 전문가 인터뷰



- 일반 소비 시장 및 B2B 시장에서의 햄/소시지류 소비가 꾸준히 늘어나고 있어 수입 규모도 이에 비례하여 나타나고 있는 것으로 보임. 특히 한-EU FTA 발효로 관세도 낮아져 가격 측면에서도 유럽산 육가공품의 경쟁력이 좋아진 상황임

[표 3-7] 햄/소시지류 수출입 현황

구분	수출 규모		수입 규모	
	수출량(톤)	수출액(천\$)	수입량(톤)	수입액(천\$)
2013	1,146	6,672	11,935	42,832
2014	1,470	9,563	12,084	45,918
2015	1,799	11,050	13,457	49,348
2016	1,270	6,984	15,932	55,864
2017	1,245	6,510	14,853	55,616

* 수출입무역통계, 관세청

- 1) HS코드 1602.41.1000(돼지의 것/넓적다리살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.42.1000(돼지의 것/어깨살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.49.1000(돼지의 것/기타(혼합물을 포함한다)/밀폐용기에 넣은 것)의 합계 값임
- 2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2. 수출 현황

1) 품목별 수출 현황

- 우리나라는 햄/소시지류의 종주국이 아니다보니, 수출 규모가 크지는 않음. 햄/소시지류 수출 규모는, 수출액 기준 2017년 651만 달러로 2013년 667만 달러 대비 2.4%의 감소율을 나타내며, 같은 기간 수출량은 2017년 1,146톤으로 2013년 1,146톤 대비 8.6%의 증가율을 나타냄. 이는 수출 단가가 높아졌기 때문임
- 햄 수출 규모는 수출액 기준 2017년 304만 달러로 2013년 250만 달러 대비 21.2% 증가했으며, 수출량은 2013년 대비 2017년에 415톤에서 570톤으로 37.2%의 증가율을 보임. 반면 소시지류 수출 규모는, 수출액 기준, 2017년 347만 달러로 2013년 417만 달러 대비 16.7% 감소하였으며, 같은 기간 수출량은 7.6% (731톤→675톤) 감소함



- 수출에서 햄류와 소시지류의 비중은 2017년 기준 거의 비슷한 규모를 보임. 2013년 수출액 기준으로 살펴보면, 소시지 수출 규모가 전체 시장에서 약 62.5%를 차지하고 있었으나, 소시지 수출 감소와 함께 햄 수출이 증가하면서 점유율이 비슷해진 것으로 보임

[표 3-8] 햄/소시지류 품목별 수출 현황

(단위: 톤, 천 달러)

구분	햄류 ¹⁾		소시지류 ²⁾		합계	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
2013	415	2,504	731	4,168	1,146	6,672
2014	613	3,799	857	5,764	1,470	9,563
2015	661	4,424	1,137	6,626	1,799	11,050
2016	606	3,506	664	3,478	1,270	6,984
2017	570	3,036	675	3,474	1,245	6,510

* 수출입무역통계, 관세청

- 1) HS코드 1602.41.1000(돼지의 것/넓적다리살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.42.1000(돼지의 것/어깨살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.49.1000(돼지의 것/기타(혼합물을 포함한다)/밀폐용기에 넣은 것)의 합계 값임
- 2) HS코드 1601.00.1000(소시지), 1601.00.9000(기타)의 합계 값임
- 3) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2) 국가별 수출 현황

- 햄류 수출 규모는 2017년 수출액 기준 304만 달러로, 홍콩(35.7%), 중국(28.3%), 베트남(8.8%) 상위 3개국이 72.8%를 차지하고 있음
 - 홍콩으로의 햄류 수출 규모는 2013년 72만 달러 대비 2017년 108만 달러로 5년간 50.6%의 증가율을 보였으며, 같은 기간 수출량은 65.8% 증가함. 최근 정부지원 및 육가공 제조회사의 수출 활성화 등에 따라 시장이 확대되고 있는 것으로 보임. 홍콩을 포함한 일부 아시아 국가로 삼겹살, 목심 등 정육과 함께 햄/소시지류 등 열처리제품의 수출이 꾸준히 진행되고 있으며, 2012년 양돈수급위원회를 통한 각종 지원으로 품질우수성과 식품안전성을 인정받은 햄/소시지류 제품 수출이 점차 확대되고



있음. 햄류는 주로 돼지고기의 넓적다리살로 만든 캔햄 제품이 수출되며, 농협 목우촌과 그 외 여러 육가공업체, 농업회사법인 등이 햄/소시지류 제품을 수출하고 있는 것으로 보임³⁶⁾

- 베트남 수출은 수출액 기준, 2013년 대비 2017년에 468.1% 증가함. 경제 성장 및 소득 증가로 인해 육류 소비가 증가하고 있는 국가적 특징에 따라 육류 및 가공육뿐만 아니라 햄/소시지류를 포함하는 육가공품 시장도 확대되고 있음. 특히 미국이나 유럽 등 해외 식문화의 확산으로 생소시지에 대한 수요도 늘어나고 있음. 베트남 대표 육가공업체로는 Vissan, Duc Viet, C.P 등이 있으며, 육가공품 고급화 트렌드에 맞춰 베트남 육가공업체를 국내 식품기업이 일부 인수함으로써 점차 사업범위를 확대해가고 있음³⁷⁾



- 말레이시아로의 수출은 수출액 기준, 2013년 대비 2017년에 325.5% 증가함. 이슬람 국가로 할랄식품 시장의 규모가 큰 편인데, 이를 겨냥하여 국내에 정부-한국식품연구원-민간기업이 참여하는 공동 태스크포스(TF)를 구성하였으며, 할랄식품사업단, 할랄수산물지원센터 등을 설치하여 산업을 지원하고 있음. 주로 제조한 할랄식품을 국가적 인증제도에 따라 인증 받은 후, 수출을 진행 및 확대해가고 있음. 수출입무역통계 기준으로 말레이시아로 수출되는 대부분의 햄류는 HS코드 1602.49.1000(돼지의 것/기타(혼합물을 포함한다)/밀폐용기에 넣은 것)으로, 장조림처럼 간장, 소금에 절인 후 길게 찢어서 캔에 보관·유통되는 제품이나 캔에 들은 미트볼과 베이컨도 소량 포함됨. 특징적으로 대부분 캔 제품으로 유통되고 있음



36) 대한민국 축산, 세계로 세계로-①축종별 수출시장 가능성, 농수축산신문, 2018.05.29

37) 베트남 육류시장 성장 잠재력 '청신호', KOTRA 해외시장뉴스, 2016.11.10



[표 3-9] 주요 국가별 햄류 수출 현황

국가	수출량(톤)					수출액(천\$)				
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
홍콩	130	351	270	255	215	719	2,049	1,426	1,288	1,083
중국	99	95	222	176	100	850	727	1,813	1,140	859
베트남	2	2	16	32	91	47	24	306	246	267
말레이시아	7	16	17	4	50	47	130	114	26	200
호주	53	43	27	28	24	267	267	167	160	134
기타	124	106	109	110	88	574	602	598	646	493
합계	415	613	661	606	570	2,504	3,799	4,424	3,506	3,036

* 수출입무역통계, 관세청

- 1) HS코드 1602.41.1000(돼지의 것/얇적다라살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.42.1000(돼지의 것/어깨살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.49.1000(돼지의 것/기타(혼합물을 포함한다)/밀폐용기에 넣은 것)의 합계 값임
- 2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

- 2017년 수출액 기준, 소시지류의 주요 수출 국가는 중국(29.2%), 홍콩(19%), 일본(12.5%) 등으로 나타났으며, 상위 3개 국가가 전체의 60.7%를 차지하고 있음
- 국가마다 수출 규모 증감에 대한 이유가 있으나, 전반적으로 국내 구제역 발생에 대한 돈육제품 수출 약세, 수출국에 대한 한국 가공육 제품의 낮은 인지도, 중단된 정부의 돼지고기 수출지원사업 등에 영향을 받아 수출 규모가 다소 감소세를 보이는 것으로 해석됨³⁸⁾
 - 중국으로의 소시지 수출 규모는 2017년 기준 101만 달러로, 29.2%의 점유율을 차지하는 주요 수출국가 1위임. 그러나 2013년 267만 달러 대비 62.0%의 감소율을 보이는데, 이는 주요 수출 국가 중 가장 높은 감소세를 나타내는 것이며, 특히 2015년 대비 2016년에 66.4%(477만 달러→160만 달러) 감소함. 한국 소시지 제품은 이미 식품안전성 측면에서 신뢰도가 높은 편이며 한국의 맛에 익숙해진 중국 소비자들에 의해

38) 돈육제품 수출자금 지원 절실하다, 축산경제신문, 2018.05.25



중국의 소시지 상위 수입국이나, 내수소비시장을 확대하려는 중국 정부 정책에 따른 전반적인 수출 감소세와 더불어 중국 제조사의 유사제품 출시 및 사드(THAAD, 고고도미사일방어체계) 보복 등에 따라 2015년 이후 수출이 일부 감소한 것으로 보임³⁹⁾

- 홍콩, 베트남, 필리핀으로의 수출은 다소 증감을 반복하며 증가 추이를 보이고 있음. 우리나라에서는 주로 아시아 국가를 중심으로 발색제나 방부제를 사용하지 않은 수제소시지 등 품질이 좋은 제품을 수출하며, 정부차원에서 사업지원 및 홍보활동 등을 통해 햄/소시지류 수출 규모가 확대되고 있는 상황임. 사회복지법인 평화의 마을은 ‘제주맘’이란 육가공 브랜드를 통해 소시지 10종류, 햄 5종류 등을 생산하고 있으며, 이는 제주산 흑돼지, 천연암반수로 만든 무색소, 무방부제 등 5無 수제 제품임. 국내 특급호텔이나 리조트, 친환경매장 등에 유통하고 있으며, 홍콩 수출을 시작으로 여러 국가로 해외시장을 확대해가고 있음
- 필리핀은 최근 농림부, 식약처-필리핀 식약청과의 검역·위생협약에 따라 정식허가를 받은 수입업체를 통해 국내 가공축산물(쇠고기, 닭고기, 양고기, 염소고기 등을 가공한 축산물로, 필리핀 관련 규정에 따라 상업유통을 목적으로 원료육을 가열, 훈제, 염지, 건조, 양념, 혹은 이를 혼합한 방식으로 가공처리한 제품) 수출이 용이하게 되어 향후 필리핀뿐만 아니라 동남아 시장으로 가공축산물 수출이 더 확대될 것으로 예상됨⁴⁰⁾
- 베트남은 2017년 수출액 기준 39만 달러로, 2013년 18만 달러 대비 117.8%의 높은 성장세를 보이고 있음. 2015년 이후 한국-베트남 FTA를 통한 관세 절하로 유통비 절감, 가격경쟁력을 확보하여 수출이 증가하고 있는 것으로 보임⁴¹⁾



39) 대중국 수출 석달째 ‘뒤틀림’...내수시장 뚫어야 산다, 한겨레, 2014.08.03

40) 국내 가공 축산물 필리핀 수출길 ‘활짝’, 농축유통신문, 2018.01.29

41) 대한민국 축산, 세계로 세계로-①축종별 수출시장 가능성, 농수축산신문, 2018.05.29



[표 3-10] 주요 국가별 소시지류 수출 현황

국가	수출량(톤)					수출액(천\$)				
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
중국	483	501	826	288	160	2,665	3,507	4,766	1,603	1,014
홍콩	66	98	106	87	94	369	765	766	524	661
일본	94	107	24	81	97	509	512	148	417	433
베트남	12	31	55	70	80	180	222	311	303	392
필리핀	40	54	46	73	94	138	296	224	271	371
기타	36	67	81	65	149	307	462	411	360	603
합계	731	857	1,137	664	675	4,168	5,764	6,626	3,478	3,474

* 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 1601.00.1000(소시지), 1601.00.9000(기타)의 합계 값임

2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

3) 최근 분기별 수출 현황

- 햄/소시지류의 최근 분기별 수출 현황을 살펴보면, 큰 차이는 아니지만 상대적으로 4분기에 수출 규모가 증가하는 양상을 보임
 - 2017년 수출액 기준으로, 소시지류는 2분기 대비 3분기에 14.6%의 증가율을 보이며 같은 기간, 햄류는 29.7%의 증가율을 보임

[표 3-11] 분기별 햄/소시지류 제품 수출 현황

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2016				2017				2018	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기
수출량	305	250	357	357	277	290	306	371	271	364
수출액	1,791	1,440	1,875	1,880	1,472	1,501	1,628	1,913	1,699	2,268

* 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 1602.41.1000(돼지의 것/얇적다리살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.42.1000(돼지의 것/어깨살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.49.1000(돼지의 것/기타(혼합물을 포함한다)/밀폐용기에 넣은 것)의 합계 값임

2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음. 특히 기존 데이터가 반올림 값으로 작성되어 분기별, 품목별 합계 값이 전체 합계 값과 차이가 있을 수 있음

3) 작성날짜: 2018년 8월 27일



3. 수입 현황

1) 품목별 수입 현황

- 햄/소시지류 수입 규모는, 수입액 기준 2017년 5,562만 달러로 2013년 4,283만 달러 대비 29.8%의 증가율을 보임. 이는 살라미, 프로슈토 등 수입 햄/소시지류에 대한 인지도 및 선호도가 증가하면서 수입 제품의 물량이 확대되었고, 카테고리도 다양해짐. 또한 안주용으로 와인이나 맥주와 함께 햄/소시지류를 즐길 수 있는 그릭슈바인 같은 공간이 늘어나고 있는 것 등에도 영향을 받은 것으로 보임
- 햄류 수입 규모는 2017년 수입액 기준 1,761만 달러로, 2013년 1,613만 달러 대비 9.2%의 증가율을 보임. 같은 기간 수입량은 3,555톤에서 3,929톤으로 10.5%의 증가율을 나타냄
- 소시지류 수입 규모는 2017년 수입액 기준 3,801만 달러로, 2013년 2,670만 달러 대비 42.3%의 증가율을 나타냄. 같은 기간 수입량은 8,380톤에서 1만 924톤으로 30.4% 증가함

[표 3-12] 햄/소시지류 품목별 수입 현황

(단위: 톤, 천 달러)

구분	햄류 ¹⁾		소시지류 ²⁾		합계	
	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
2013	3,555	16,131	8,380	26,701	11,935	42,832
2014	3,213	14,979	8,870	30,939	12,084	45,918
2015	4,381	18,317	9,075	31,031	13,457	49,348
2016	5,197	19,783	10,735	36,081	15,932	55,864
2017	3,929	17,611	10,924	38,005	14,853	55,616

* 수출입무역통계, 관세청

- 1) HS코드 1602.41.1000(돼지의 것/넓적다리살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.42.1000(돼지의 것/어깨살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.49.1000(돼지의 것/기타(혼합물을 포함한다)/밀폐용기에 넣은 것)의 합계 값임
- 2) HS코드 1601.00.1000(소시지), 1601.00.9000(기타)의 합계 값임
- 3) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음



2) 국가별 수입 현황

- 2017년 수입액 기준, 햄류 주요 수입국은 덴마크(62.2%), 미국(32.4%), 프랑스(4.8%) 순으로, 상위 3개국이 99.3%의 점유율을 차지하고 있음
 - 덴마크에서의 수입 규모는 2016년까지 증가하다가 2017년에 감소한 양상임. 덴마크에서는 캔햄인 ‘툴립햄’이 주로 수입되고 있음
 - 2013년 대비 2017년 수입액 기준으로 가장 높은 성장률을 보인 것은 미국으로, 44.7%의 증가율을 보임. 본래 다양한 브랜드/제품이 수입되고 있어 시장 규모가 큰 편이며, 최근 네덜란드·독일산 햄/소시지류 제품이 E형 간염 바이러스를 유발한다는 논란에 의해 유럽산 육가공품 유통 판매가 일부 중단되면서 그 수요가 미국산 제품으로 이동한 것도 영향을 준 것으로 보임⁴²⁾
 - 프랑스, 중국, 독일은 2015년 이전까지 수입 규모가 거의 없었으나, 2016년부터 급증했으며 특히 프랑스는 2016년 대비 2017년에 수입액 기준으로 20배 이상의 증가추이를 보임. 2013년 10월부터 프랑스산 돈육가공식품 중 건조햄, 건조소시지, 가열햄 3종에 대한 수입이 승인·허가되어 시장 진입이 가능해졌으며, 앞서 소시지와 마찬가지로 작은 규모의 레스토랑이 많아지면서 B2B 식자재 채널로의 수입이 늘어났기 때문임⁴³⁾
 - 독일의 경우, 2016년에 수입 규모가 급증했다가 2017년에 다시 하락하여 2016년 대비 2017년에 88.8%의 감소세를 보이는데 이는 유럽산 간염 소시지에 대한 이슈 발생으로 유통 및 판매가 금지되었기 때문임. 주로 살라미와 하몽 등 가열하지 않고 먹는 제품이기 때문에 문제가 더 크게 인식되었으며, 이에 따라 유럽산 돼지고기를 원료로 국내에서 제조한 햄/소시지류도 유통·판매를 중지하고 수거함⁴⁴⁾

42) 유통시장전망 수입돼지고기 현황, 한국육류유통수출협회, 2018.02.26

43) 업계 전문가 인터뷰

44) 유럽 소시지 대거 수입...이번엔 간염소시지 ‘비상’, 중앙일보, 2017.08.25



[표 3-13] 주요 국가별 햄류 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천\$)				
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
덴마크	2,729	2,123	3,357	4,029	2,502	12,179	9,391	13,208	14,513	10,947
미국	821	1,085	1,018	1,086	1,299	3,937	5,506	5,037	4,915	5,698
프랑스	0	0	0	7	103	0	0	4	41	839
중국	0	0	1	1	13	0	4	18	17	68
독일	0	0	0	70	3	0	0	0	286	32
기타	5	5	6	74	12	15	78	50	297	59
합계	3,555	3,213	4,381	5,197	3,929	16,131	14,979	18,317	19,783	17,611

* 수출입무역통계, 관세청

- 1) HS코드 1602.41.1000(돼지의 것/넓적다리살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.42.1000(돼지의 것/어깨살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.49.1000(돼지의 것/기타(혼합물을 포함한다)/밀폐용기에 넣은 것)의 합계 값임
- 2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

- 2017년 수입액 기준, 소시지류 주요 수입 국가는 미국이 92.0%를 차지하며 대부분의 시장점유율을 차지함. 미국으로의 소시지류 수입 규모는 2017년 수입액 기준 3,496만 달러로, 2013년 대비 42.6%의 증가율을 보임. 같은 기간 수입량은 7,992톤에서 1만 424톤으로 30.4%의 증가율을 보임
- 이는 대형마트에서 소비자들에게 주로 판매되는 ‘잔슨빌(Johnsonville)’ 소시지류 같은 유명 브랜드 수입제품 이외에도 캠핑 메뉴, 술안주 혹은 부대찌개나 핫도그 전문점 등에서 재료로 사용되는 대용량 소시지나 캔/병 소시지 등이 일부 B2B로 유통되기 때문에 시장 규모가 큰 것으로 보임

미국에서 수입되는 주요 햄/소시지류 제품			
			
잔슨빌 갈릭브레츠	아모르 치킨비엔나 소시지	팜랜드 핫도그 소시지	HORMEL 블랙라벨햄

- 덴마크 소시지류 수입 규모는 2017년 수입액 기준 130만 달러로 시장 점유율 3.4%를 차지하며, 2013년 120만 달러 대비 8.1%의 증가세를



[3장] 생산 및 수출입 현황

보임. 덴마크는 청정지역에서 스트레스 없이 돼지를 사육하여 육가공품의 품질이 좋은 편이며, 이에 축산물 가공 및 수출 1위국으로 인정받고 있음. 우리나라에 수입되는 제품으로는 동원 F&B의 ‘덴마크햄’ 브랜드가 있으며, 그 외에 업소용으로 NORMEAT, TULIP Luncheon Meat가 이용되고 있으며, 핫도그전문점 ‘STEFF HOTDOG’에서도 사용되고 있음⁴⁵⁾

- 스페인 소시지류 수입시장 규모는 1.3%의 점유율로 적은 편이나, 수입액 기준 2013년 대비 2017년에 87.8%의 높은 성장세를 보임. 이는 돼지 뒷다리로 만든 스페인산 햄 ‘하몽’과 햄을 만들고 남은 돼지고기 부위를 다져 만든 소시지 ‘초리조’의 인기가 높아졌기 때문임. 일반 대형유통채널에서도 스페인산 햄/소시지류 제품을 수입판매하고 있으며, 수제 햄/소시지 열풍에 따라 햄/소시지류를 술안주로 판매하는 식당이나 바(bar)도 인기가 높음⁴⁶⁾

[표 3-14] 주요 국가별 소시지류 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천\$)				
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
미국	7,992	8,378	8,660	10,204	10,424	24,519	27,908	28,778	33,455	34,957
덴마크	284	341	274	411	352	1,199	1,405	964	1,463	1,296
스페인	17	23	26	30	36	271	427	386	400	509
호주	20	40	41	19	30	396	695	413	324	475
독일	0	79	46	22	32	0	382	243	139	206
기타	67	9	27	49	49	316	122	247	300	562
합계	8,380	8,870	9,075	10,735	10,924	26,701	30,939	31,031	36,081	38,005

* 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 1601.00.1000(소시지), 1601.00.9000(기타)의 합계 값임

2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

- 독일 소시지류 수입 규모는 2017년 수입액 기준 21만 달러로, 2013년 이후 수입이 급증했는데, 이는 개인 레스토랑 등이 늘어나면서 B2B 식자재 거래채널로의 독일, 프랑스 등 유럽산 소시지의 수입이 증가한 것이 영향을 준 것으로 보임. 또한 일부는 주요 할인점의 수입 코너에서 유통됨⁴⁷⁾

45) 덴마크 농업현황과 시사점, 한국농촌경제연구원 세계농업, 2015.08

46) 이베리코가 도토리 먹은 흑돼지라고? 등급 따라 달라요, 중앙일보, 2016.10.21

47) 업계 전문가 인터뷰



3) 분기별 수입 현황

- 최근 햄/소시지류의 분기별 수입 현황을 살펴보면, 3분기에 비교적 수입 규모가 높게 나타나는데, 이는 햄류와 소시지류 모두 타 분기 대비 3분기에 대체적으로 모든 수입품목의 규모가 고르게 증가하여 수입 규모가 높게 나타난 것으로 보임
 - 특히 햄류의 경우, 수입액 기준으로 2016년 2분기 대비 3분기에 154%의 증가율을 보이며 2017년 같은 기간 57.6%의 증가율을 보임. 이는 국내 시장에서 명절, 캠핑이나 휴가 등에 따른 전반적인 수요 증가가 영향을 미친 것으로 보임
 - 수입되는 햄류 중 일반 유통채널을 통해 소비자들에게 판매되는 햄류 제품은 미국, 프랑스, 독일 등에서 수입되는 비가열의 생햄으로, 슬라이스 되어 있기 때문에 바로 먹을 수 있으며 와인, 치즈, 과일 등과 주로 섭취되는 특징이 있음. 서양의 식습관이 확산되면서 국내에 나타난 소비 트렌드 중 하나로 볼 수 있음

[표 3-15] 분기별 햄/소시지류 제품 수입 현황

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2016				2017				2018	
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기
수입량	3,544	3,365	4,799	4,224	3,809	3,284	3,986	3,774	3,479	3,348
수입액	12,343	11,886	16,698	14,941	13,803	12,463	15,322	14,029	13,356	12,553

* 수출입무역통계, 관세청

- 1) HS코드 1602.41.1000(돼지의 것/넓적다리살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.42.1000(돼지의 것/어깨살과 그 절단육/밀폐용기에 넣은 것), 1602.49.1000(돼지의 것/기타(혼합물을 포함한다)/밀폐용기에 넣은 것)의 합계 값임
- 2) 천 달러 기준으로 작성한 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음. 특히 기존 데이터가 반올림 값으로 작성되어 분기별, 품목별 합계 값이 전체 합계 값과 차이가 있을 수 있음
- 3) 작성날짜: 2018년 8월 27일



4) 주요 수입 제품

- 국내에서 판매되고 있는 수입산 햄/소시지류 제품은 다음과 같음
 - 주로 수입산 햄/소시지류는 비가열 또는 비살균 제품으로 섭취 시에 특별한 조리 없이 안주, 샐러드 재료 등으로 활용됨. 슬라이스 형태로 포장되어 자르거나 조각 낼 필요 없이 바로 섭취가 가능한 편리성이 있음
 - Esteban Espuna는 1947년에 설립된 스페인 정육 도매업체로, 초리조, 슬라이스햄, 비엔나소시지, 쇼프트햄 등 다양한 햄/소시지류를 판매하고 있으며, 스페인 및 아르헨티나를 시작으로 공장을 설립하여 해외 여러 국가로 제품을 수출하고 있음

[표 3-16] 국내에서 주로 유통되는 수입 햄/소시지류 제품

이미지			
제품명	초리조(CHORIZO)	살라미(SALAMI EXTRA)	스모크브라위스트 (SMOKED BRATWURST)
제조사	Esteban Espuna, S.A.	Esteban Espuna, S.A.	JOHNSONVILLE SAUSAGE.LLC
원산지	스페인	스페인	미국
식품 유형	소시지(비가열제품)	소시지(비가열제품)	소시지
이미지			
제품명	쇼프트햄 (Chopped Pork With Ham)	세라노 햄 (SERRANO Ham)	엑스트라 린 햄 (Extra Lean Ham)
제조사	MAJESTY	Esteban Espuna, S.A.	Tyson Refrigerated Processed Meats, Inc.
원산지	덴마크	스페인	미국
식품 유형	혼합 프레스햄(열균제품)	생햄(비살균제품)	햄(살균제품)

* 이마트몰, 홈플러스 온라인몰, 롯데마트, 네이버쇼핑 참고

제 4 장

유통 및 판매 현황

제 1 절
유통 구조

제 2 절
소매시장 규모

제 3 절
소비자물가지수 추이

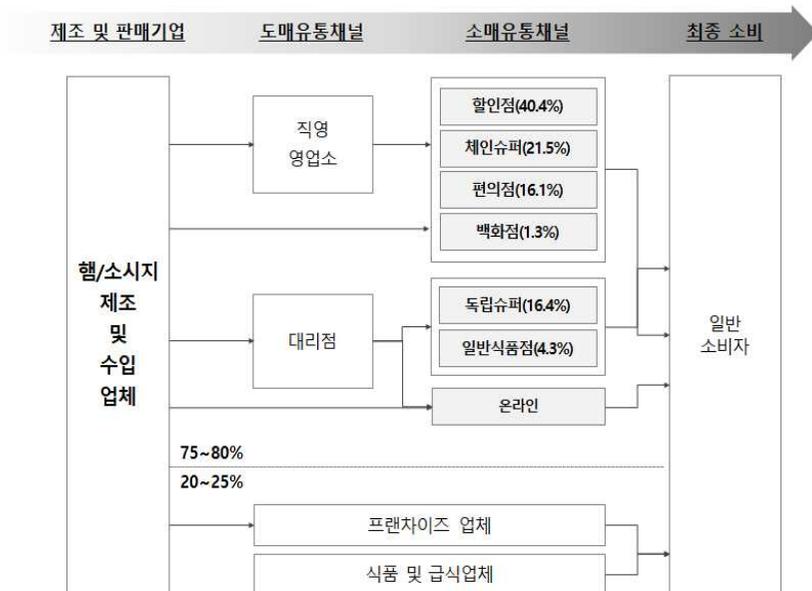




제 1 절 유통 구조

- 햄/소시지류의 제조 및 수입업체의 판매액 기준 B2C로의 유통 비중은 75~80%, B2B로의 비중은 20~25% 정도로 추정됨⁴⁸⁾
 - 국내에서 생산 및 해외에서 수입된 제품은 B2B, B2C 채널로 모두 유통이 되는데, 특히 해외에서 수입된 제품은 B2B로 주로 유통되는 특징이 있음. B2C로 유통되는 수입 제품은 극히 일부임
 - B2B로 유통되는 햄/소시지류는 주로 피자, 햄버거, 핫도그 등 프랜차이즈 업체와 간편식을 생산하는 식품업체로 유통되고 있음. 특히 최근에는 간편식 시장이 성장하면서 햄/소시지류의 B2B로의 유통 비중이 늘어난 것으로 분석됨

[그림 4-1] 햄/소시지류 유통 구조



* 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)
(2017년 소매점 매출액 기준으로 점유율 작성) / 업계 전문가 인터뷰

48) 업계 전문가 인터뷰



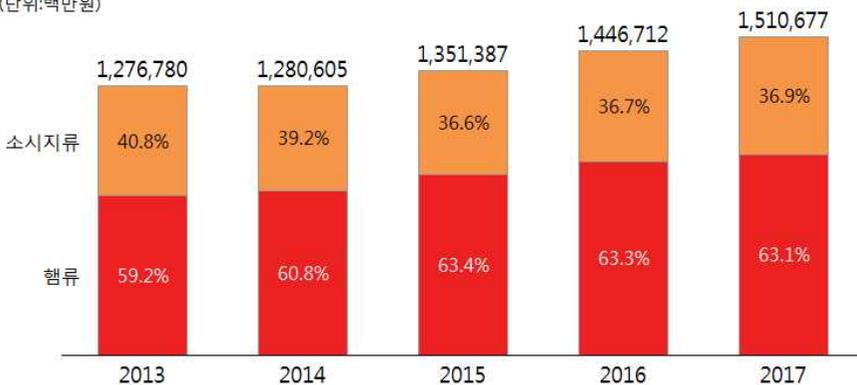
제 2 절 소매시장 규모

1. 햄/소시지류 소매시장 규모

- 햄/소시지류 소매시장 규모는 2017년 1조 5,107억 원으로 추정되며, 이는 2013년 1조 2,768억 원에 비해 18.3% 증가한 규모임
- 2014년 말에 식육가공품 발색제로 사용되는 식품첨가물에 대한 논란 및 제품 가격인상 등에 의해 다소 답보상태를 보였으나, 다시 회복세를 보이며 2015년 대비 2016년에 7.1% 증가함
- 최근에는 소비 트렌드에 따른 프리미엄·웰빙 제품 출시, 폭염을 겨냥해 수제/생맥주와 소시지를 판매하는 그릭슈바인의 인기, 다양한 수입 제품 증가, 편의점 시장 확대에 따라 햄/소시지류가 첨가된 도시락, 안주 증가 등이 영향을 주어 햄/소시지류 시장이 성장세를 보이고 있는 것으로 판단됨

[그림 4-2] 햄/소시지류 소매 시장 규모

(단위:백만원)



(단위: 백만 원)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
햄류	756,144	778,093	856,793	915,959	953,012
소시지류	520,635	502,511	494,593	530,754	557,665
합계	1,276,780	1,280,605	1,351,387	1,446,712	1,510,677

* 소매점유통POS데이터, aFIS(식품산업통계정보시스템)

1) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음



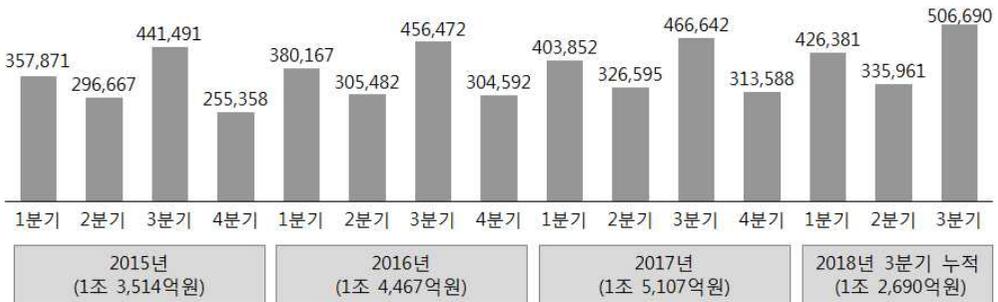
2. 햄/소시지류 세분시장 규모

1) 분기별 판매 규모

- 햄/소시지류의 매출 규모는 매년 꾸준히 증가하고 있는 가운데, 분기별 매출액도 매년 소폭의 증가세를 나타내고 있음
 - 분기별로는 1분기와 3분기에 상대적으로 매출이 크게 나타나고 있는데, 이는 명절 선물세트 판매 증가에 따른 캔햄 매출 상승이 영향을 준 것으로 보임. 참고로 일반햄이나 소시지는 캔햄에 비해 분기별 매출 증감폭이 크게 나타나지 않음
 - 분기 중 가장 높은 매출액을 보인 3분기 기준, 2015년 4,415억 원 대비 2018년 5,067억 원으로 14.8%의 성장세를 보이며 성장하고 있는 추세임

[그림 4-3] 햄/소시지류 분기별 판매 현황

(단위:백만원)



* 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)

1) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음



2) 채널별 판매 현황

- 2017년 판매액 기준, 햄/소시지류가 가장 많이 팔리는 채널은 할인점(40.4%)이며, 이어서 체인슈퍼(21.5%), 독립슈퍼(16.4%), 편의점(16.1%) 순으로 나타남
- 2015년 대비 2017년에 상대적으로 성장률이 높은 소매채널은 백화점(87.6%), 편의점(51.1%)임. 백화점은 2015년 108억 원에서 2017년 202억 원으로 87.6% 증가했으며, 같은 기간 점유율은 0.5%p(0.8%→1.3%) 증가함. 해외 고급제품을 수입 판매하거나, 최근 식재료 소매점과 레스토랑을 접목시킨 그로서란트(Grocerant) 열풍에 따라 하몽, 슬라이스 햄, 치즈 등을 구매한 후 와인 등의 음료와 함께 먹을 수 있는 공간을 백화점에서 제공하고 있는 것이 일부 영향을 준 것으로 보임⁴⁹⁾
- 편의점 판매 규모는 2015년 1,612억 원 대비 2017년 2,436억 원으로 51.1% 증가했으며, 시장점유율은 동기간 4.2%p로 가장 높은 증가율을 보임. 특히 다른 소매채널이 1분기와 3분기에 비교적 매출이 높은 것과 다르게 3분기와 4분기 매출이 높은 편인데, 이는 캠핑 등 야외활동 혹은 식사대용 목적의 (햄/소시지류가 포함된)도시락, 간식용·안주용 햄/소시지류 제품의 매출 증가가 영향을 준 것으로 보임⁵⁰⁾
- 2017년 4월에 출시된 SPC삼립의 프리미엄 햄 ‘비어싱켄’은 혼술을 즐기는 30~40대 남성들에게 인기를 얻고 있는 편의점 출시 제품임. 간편식 선호 트렌드에 따라 데울 필요 없이 간편히 안주로 먹을 수 있는 장점이 있으며, 이에 출시된 지 한 달 만에 3만 2천개를 판매함.⁵¹⁾ 또한 편의점에서 간식 또는 술안주로써 데우기만 하면 바로 먹을 수 있는 소시지바의 매출이 높은 편인데, 최근에는 치즈, 고

	
그릭슈바인 비어싱켄 (SPC삼립)	대림선 콘썩썩 후랑크 (사조대림)

49) 그로서란트(Grocerant)–그로서란트 백화점의 생존전략, 식문화 차별화, CEO&, 2017.02

50) “반갑다, 황금연휴” 관광지 편의점 매출 ‘썩’...나들이객 뭘 샀나?, 한국스포츠통계, 2017.05.01

51) SPC삼립, 편의점용 프리미엄 독일식 햄 ‘비어싱켄’ 인기 고공, 식품음료신문, 2017.06.01



추 등을 넣어서 종류가 더 다양해짐. 2018년 5월에 사조대림이 출시한 ‘대림선 콘썩썩 후랑크’는 옥수수를 첨가한 소시지바로 간편함과 포만감을 선호하는 소비자들에게 인기가 높아 편의점 매출이 증가함⁵²⁾

- 햄/소시지류를 반찬으로 많이 이용하고, 더불어 선물세트도 상대적으로 할인점에서 많이 구입하고 있는 특징이 있어 할인점에서 구입하는 비중이 여전히 가장 높게 나타남. 그러나 햄/소시지류를 소용량, 간편하게 이용할 수 있는 제품이 편의점과 같은 근거리 소매채널을 중심으로 늘어나면서 할인점의 매출 신장은 상대적으로 둔화된 상황임

[표 4-1] 소매 유통 채널별 햄/소시지류 매출액

(단위: 백만 원, %)

구분	2015				합계	2016				합계	2017				합계	2018		
	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
할인점	170,751 (47.7)	110,440 (37.2)	207,458 (47.0)	90,808 (35.6)	579,457 (42.9)	175,323 (46.1)	107,745 (35.3)	211,128 (46.3)	108,483 (35.6)	602,680 (41.7)	180,018 (44.6)	112,656 (34.5)	209,479 (44.9)	108,237 (34.5)	610,389 (40.4)	190,920 (44.8)	110,492 (32.9)	226,603 (44.7)
체인슈퍼	73,640 (20.6)	62,017 (20.9)	91,843 (20.8)	53,302 (20.9)	280,802 (20.8)	80,752 (21.2)	69,292 (22.7)	94,803 (20.8)	65,573 (21.5)	310,421 (21.5)	85,169 (21.1)	74,370 (22.8)	99,125 (21.2)	65,963 (21.0)	324,626 (21.5)	85,903 (20.1)	73,448 (21.9)	105,527 (20.8)
독립슈퍼	57,299 (16.0)	63,191 (21.3)	74,129 (16.8)	49,727 (19.5)	244,346 (18.1)	58,843 (15.5)	61,470 (20.1)	70,118 (15.4)	57,196 (18.8)	247,628 (17.1)	62,598 (15.5)	61,684 (18.9)	68,085 (14.6)	54,863 (17.5)	247,230 (16.4)	60,102 (14.1)	58,926 (17.5)	69,250 (13.7)
편의점	36,334 (10.2)	38,867 (13.1)	44,429 (10.1)	41,573 (16.3)	161,203 (11.9)	42,281 (11.1)	47,266 (15.5)	55,501 (12.2)	53,872 (17.7)	198,920 (13.7)	53,448 (13.2)	58,069 (17.8)	66,575 (14.3)	65,509 (20.9)	243,600 (16.1)	65,233 (15.3)	70,843 (21.1)	77,175 (15.2)
일반식품점	17,478 (4.9)	19,245 (6.5)	20,729 (4.7)	17,335 (6.8)	74,787 (5.5)	16,380 (4.3)	16,804 (5.5)	17,633 (3.9)	16,291 (5.3)	67,109 (4.6)	15,753 (3.9)	16,385 (5.0)	16,672 (3.6)	15,778 (5.0)	64,588 (4.3)	17,746 (4.2)	18,249 (5.4)	20,267 (4.0)
백화점	2,368 (0.7)	2,908 (1.0)	2,904 (0.7)	2,612 (1.0)	10,791 (0.8)	6,588 (1.7)	2,903 (1.0)	7,288 (1.6)	3,176 (1.0)	19,955 (1.4)	6,866 (1.7)	3,432 (1.1)	6,707 (1.4)	3,238 (1.0)	20,243 (1.3)	6,476 (1.5)	4,003 (1.2)	7,867 (1.6)
합계	357,871	236,667	441,491	255,358	1,351,387	380,167	305,482	456,471	304,592	1,446,712	403,852	326,595	466,642	313,588	1,510,677	426,381	335,961	506,690

* 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)

1) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

3) 제품 종류별 판매 현황

- 2017년 판매액 기준, 햄이 9,530억 원(63.1%), 소시지가 5,577억 원(36.9%)으로 나타남. 햄 종류별로는 일반햄이 5,143억 원, 캔햄이 4,387억 원으로 일반햄의 판매 규모가 조금 더 크게 나타남

52) 사조대림, ‘대림선 콘썩썩 후랑크’ 출시, 매일경제, 2018.05.29



[4장] 유통 및 판매 현황

- 일반햄의 판매액은 2015년 4,530억 원→2016년 4,913억 원→2017년 5,143억 원으로 매년 꾸준한 성장세를 보이며, 2015년 대비 2017년에 13.5%의 가장 높은 성장률을 보임. 캔햄을 제외한 사각햄, 슬라이스햄 등 다양한 형태의 햄류를 포함하고 있어, 상대적으로 매출 규모가 크며 이에 따라, 30% 이상의 점유율을 유지하고 있는 특징이 있음. 최근에는 간편식, 혼술 문화에 따른 편의점 안주 증가 등의 소비 트렌드에 따라 굽지 않고 바로 섭취할 수 있는 슬라이스햄이나 살라미, 하몽 등이 인기를 끌고 있음
- 

바로먹는 오븐에 구운 로스트 슬라이스햄 (롯데햄)
- 캔햄의 판매액은 2015년 4,038억 원→2016년 4,247억 원→2017년 4,387억 원으로, 2015년 대비 2017년에 8.6%의 성장률을 보이나, 시장점유율은 다소 감소세를 나타냄. 이는 다양한 유형의 햄류를 포함하는 일반햄 및 소시지의 성장률에 비해 낮게 나타나며 점유율은 감소한 양상임. 주로 세트로 판매·소비되는 제품 특징에 따라 할인점에서의 판매 규모가 60% 이상을 차지하는 특징이 있음. 설날이 포함된 2018년 1분기 기준, 캔햄의 할인점 판매점유율은 62.6%를 기록하기도 함
 - 소시지는 2015년 대비 2017년에 12.8%의 성장률을 보이며, 같은 기간 시장점유율은 0.4%p 증가함. 소시지는 다른 품목에 비해 편의점에서 20%대의 높은 점유율을 보이는데, 이는 비엔나/프랑크소시지 제품 이외에 핫바 형식의 날개형 소시지 매출이 포함되기 때문임. 2018년 2분기 기준, 소시지의 편의점 판매 점유율은 273억 원으로 전체 매출(1,104억 원)의 24.7%임(미니소시지 제외)
- 

맥스봉 오리지널후랑크 (CJ제일제당)
- 참고로 미니소시지는 천하장사(진주햄), 키스틱(롯데햄) 같은 케이싱에 넣어서 가열한 소용량의 소시지 제품임. 천하장사, 키스틱 등 미니소시지도 편의점 매출 증가에 일부 영향을 미치는 것으로 보임. 해당 제품은 주로 계산대 앞에 진열되어 있으며, 간식으로 많이 먹는 특징이 있어 편의점에서의 구입 비중이 높은 편임



[표 4-2] 제품 종류별 햄/소시지류 매출액

(단위: 백만 원, %)

구분	2015				합계	2016				합계	2017				합계	2018		
	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
일반햄	106,945 (29.6)	119,970 (40.4)	128,649 (29.1)	98,391 (38.5)	452,955 (33.5)	114,793 (30.2)	123,678 (40.5)	136,021 (29.8)	116,780 (38.3)	491,272 (34.0)	123,243 (30.5)	131,721 (40.3)	137,520 (29.5)	121,826 (38.8)	514,311 (34.0)	131,909 (30.9)	143,025 (42.6)	155,701 (30.7)
캔햄	142,593 (39.8)	48,998 (16.5)	167,904 (38.0)	44,342 (17.4)	403,837 (29.9)	152,079 (40.0)	47,479 (15.5)	172,406 (37.8)	52,723 (17.3)	424,686 (29.4)	153,248 (37.9)	50,044 (15.3)	175,598 (37.6)	59,811 (19.1)	438,701 (29.0)	167,336 (39.2)	47,113 (14.0)	196,786 (38.8)
소시지	109,333 (30.6)	127,698 (43.1)	144,938 (32.9)	112,624 (44.1)	494,593 (36.6)	113,295 (29.8)	134,324 (44.0)	148,044 (32.4)	135,089 (44.4)	530,753 (36.6)	127,361 (31.6)	144,830 (44.4)	153,523 (32.9)	131,951 (42.1)	557,665 (37.0)	127,135 (29.9)	145,823 (43.4)	154,833 (30.6)
합계	357,871	296,667	441,491	255,358	1,351,387	380,167	305,482	456,471	304,592	1,446,712	403,852	326,595	466,642	313,588	1,510,677	426,381	335,961	506,690

* 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)

- 1) 일반햄은 캔햄을 제외하고 사각햄, 김밥용햄, 라운드햄, 슬라이스햄 등이 포함되며, 소시지에는 비엔나/프랑크소시지와 천자장사(진주햄), 키스틱(롯데햄) 같은 케이싱에 넣어 가열한 소용량의 미니소시지 등을 포함함
- 2) aTFIS에는 축육햄, 캔햄, 축육소시지, 레토르트(미니소시지)로 구분하고 있으나, 이해도 제고를 위해 '축육햄→일반햄, 캔햄→캔햄, 축육소시지/레토르트→소시지'로 재분류하여 작성함
- 3) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

4) 제조사별 판매 현황

- 2017년 매출액 기준, CJ제일제당이 약 4,965억 원(32.9%)으로 햄/소시지류 시장에서 가장 큰 규모를 차지하고 있으며, 이어서 롯데푸드(14.7%), 동원F&B(10.0%), 농협목우촌(6.9%), 대상(5.4%) 순으로 나타남
- CJ제일제당의 매출은 2015년 4,287억 원에서 2017년 4,965억 원으로 15.8% 증가했으며, 시장점유율은 같은 기간 1.2%p 증가함. '스팸', '프레시안 The건강한' 등의 다양한 제품으로 햄/소시지류 시장에서 상위를 차지하고 있음. 특히 명절 선물세트로의 스팸은 적절한 가격 대비 품질 좋은 제품, 다양한 패키지 구성 등의 장점으로 백화점을 포함한 대형유통채널에서의 매출은 2016년 추석과 2017년 설날 기준, 각각 1,000억원을 달성하며 전체 명절 선물세트 매출의 1/3을 차지하기도 함⁵³⁾
- 롯데푸드는 롯데햄, 로스팜, 의성마늘햄, 롯데비엔나 등 다양한 햄/소시지류 하위 브랜드를 보유하고 있으며, 2017년 사업 기준 전체 롯데푸드 사업의 약 30% 정도를 육가공류가 차지하고 있음.⁵⁴⁾ 롯데햄과 합병한

53) 자체 생산 30주년...한국인의 '밥도둑' 스팸, 한경BUSINESS, 2017.08.28



이후 기존 롯데햄의 유통망을 통해 매출 성장을 목표로 하고 있으며, 위생안전문제가 발생한 유럽산 원료 대신 국산이나 미국산 원료를 사용함으로써 제품과 브랜드에 대한 안전성을 확보하고 있는 장점이 있음

- 시장 규모 기준으로, 2015년 대비 2017년에 CJ제일제당(15.8%), 동원 F&B(9.8%) 순으로 높은 성장세를 보임. 반면, 같은 기간 대상(9.2%△), 농협목우촌(5.9%△) 순으로 감소세를 나타냄

- CJ제일제당은 햄/소시지류 트렌드가 반찬용에서 캠핑 재료로 인식되는 것에서 더 나아가 자신의 가치 소비를 중시하는 트렌드에 따라 ‘제대로 된 하나의 메뉴’로 인식될 수 있는 프리미엄급 소시지 제품을 출시하면서, 육가공품 시장의 변화를 이끌었음. 2018년 5월에 출시한 ‘The더 건강한 바이스부어스트’는 독일 바이에른 지방의 전통 프랑크소시지를 구현한 제품으로, 스티밍 공정방식(Steaming, 수증기를 이용해 찌는 방식)으로 만들어 부드러우면서 촉촉한 식감이 특징이며, 허브와 후추를 첨가하여 담백한 맛을 가짐⁵⁴⁾



The더건강한
바이스부어스트
(CJ제일제당)

- 동원F&B는 리챔, 오븐&그릴, 미앤미소시지 등 다양한 햄/소시지류 브랜드를 보유하고 있는 종합식품제조사로, 매출 규모는 aTFIS(식품산업통계정보시스템)기준 2015년 1,372억 원→2016년 1,407억 원→2017년 1,506억 원으로 점차 상승 추세를 보임. 2018년 4월에 출시한 ‘동원 통그릴 원너’는 프리미엄 비엔나소시지로, 콜라겐 케이싱 공법을 사용해 풍부한 육즙과 식감이 특징임. 적당한 사이즈로 밥반찬용 뿐만 아니라 캠핑이나 브런치 때도 사용할 수 있음



동원 통그릴 원너
(동원F&B)

54) [기업분석]롯데푸드, 실적개선을 기대하는 올해, 에너지경제, 2018.05.02

55) CJ제일제당, 'The더 건강한 햄' 후랑크·베이컨 출시, 데일리안, 2018.05.28



[표 4-3] 제조사별 햄/소시지류 매출액

(단위: 백만 원, %)

구분	2015년				합계	2016년				합계	2017년				합계	2018		
	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
CJ	117,670 (32.9)	87,875 (29.6)	147,466 (33.4)	75,648 (29.6)	428,659 (31.7)	123,903 (32.6)	89,430 (29.3)	156,977 (34.4)	94,160 (30.9)	464,470 (32.1)	138,172 (34.2)	96,687 (29.6)	163,631 (35.1)	98,039 (31.3)	496,529 (32.9)	154,165 (36.2)	99,578 (29.6)	182,923 (36.1)
롯데 푸드	54,525 (15.2)	53,365 (18.0)	66,923 (15.2)	46,601 (18.2)	221,414 (16.4)	55,249 (14.5)	52,933 (17.3)	64,145 (14.1)	51,595 (16.9)	223,922 (15.5)	57,722 (14.3)	52,676 (16.1)	63,186 (13.5)	47,864 (15.3)	221,448 (14.7)	56,858 (13.3)	54,170 (16.1)	66,892 (13.2)
동원 F&B	40,472 (11.3)	26,197 (8.8)	49,143 (11.1)	21,392 (8.4)	137,204 (10.2)	40,784 (10.7)	25,241 (8.3)	47,796 (10.5)	26,835 (8.8)	140,656 (9.7)	45,513 (11.3)	29,388 (9.0)	49,480 (10.6)	26,226 (8.4)	150,607 (10.0)	43,477 (10.2)	26,569 (7.9)	57,186 (11.3)
농협 목우촌	26,172 (7.3)	27,989 (9.4)	33,449 (7.6)	23,233 (9.1)	110,843 (8.2)	30,773 (8.1)	28,827 (9.4)	33,167 (7.3)	24,093 (7.9)	116,860 (8.1)	27,414 (6.8)	25,221 (7.7)	29,691 (6.4)	21,930 (7.0)	104,256 (6.9)	27,269 (6.4)	24,931 (7.4)	32,247 (6.4)
대상	31,362 (8.8)	12,249 (4.1)	36,023 (8.2)	10,082 (3.9)	89,716 (6.6)	31,850 (8.4)	10,989 (3.6)	34,541 (7.6)	9,538 (3.1)	86,918 (6.0)	29,720 (7.4)	10,479 (3.2)	31,318 (6.7)	9,916 (3.2)	81,433 (5.4)	28,701 (6.7)	7,059 (2.1)	29,469 (5.8)
기타	87,670 (24.5)	88,992 (30.1)	108,487 (24.5)	78,402 (30.8)	363,551 (26.9)	97,608 (25.7)	98,062 (32.1)	119,845 (26.1)	98,371 (32.4)	413,886 (28.6)	105,311 (26.0)	112,144 (34.4)	129,336 (27.7)	109,613 (34.8)	456,404 (30.1)	115,911 (27.2)	123,654 (36.8)	137,973 (27.2)
합계	357,871	296,667	441,491	255,358	1,351,387	380,167	305,482	456,471	304,592	1,446,712	403,852	326,595	466,642	313,588	1,510,677	426,381	335,961	506,690

* 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)

1) 백만 원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

□ 2017년 매출 기준, 판매 상위 Top5 브랜드를 살펴보면, CJ제일제당 ‘스팸’이 2,280억 원(15.1%)으로 1위를 차지하며, 이어서 CJ제일제당의 프리미엄 건강 브랜드 ‘프레시안(The건강한)’이 1,333억 원(8.8%)으로 2위, 김밥햄, 라운드햄, 비엔나소시지 등 다양한 종류의 제품 라인을 보유한 사조대림의 ‘대림선’이 701억 원(4.6%)으로 3위로 나타남

○ 분기별로 살펴보면, CJ제일제당의 ‘스팸’과 동원F&B의 ‘리챔’은 특히 1분기와 3분기의 매출이 다른 분기보다 3배 이상 증가하는데, 이는 기존에 반찬용, 캠핑용 등으로 소비되는 것에 더해 명절 선물세트로 판매되는 매출 규모가 포함된 것으로 보임



○ ‘스팸’의 분기별 매출 규모는 1분기 751억 원→2분기 267억 원→3분기 916억 원→4분기 345억 원으로, 1분기와 3분기의 매출이 2017년 전체 매출의 약 73.2%를 차지함. 특히 ‘스팸’은 캔햄의 특성상 묶음 혹은 세트로 주로 판매되고 때문에, 할인가격이 적용되거나 접근성이 용이



[4장] 유통 및 판매 현황

한 할인점, 체인슈퍼 등에서의 판매 규모가 높은 편임. 세트 제품 판매가 많은 명절이 포함된 2018년 1분기 매출액 기준으로, ‘스팸’의 채널별 매출 점유율은 할인점(61.3%), 체인슈퍼(20.7%), 독립슈퍼(9.9%) 등의 순임. 백화점에서의 점유율은 타 브랜드의 캔햄 제품(평균 1%)보다 높은 편인데, 이는 고급스러운 이미지, 자사 브랜드 다른 제품(식용유, 밀가루 등)과의 다양한 선물세트 구성, 선물용으로써 적당한 가격 등의 이유로 백화점 점유율이 타 브랜드의 캔햄 제품보다 높은 것으로 보임⁵⁶⁾

[표 4-4] 판매 상위 TOP5 브랜드(2017년 매출 기준)

구분	매출액 (백만 원)	점유율 (%)
스팸 (CJ제일제당)	227,950	15.1
프레시안 (CJ제일제당)	133,325	8.8
대림선 (사조대림)	70,085	4.6
리챔 (동원F&B)	64,053	4.2
주부9단 (농협목우촌)	57,511	3.8
기타	957,753	63.4
합계	1,510,677	100.0

(단위: 백만원)

* 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)

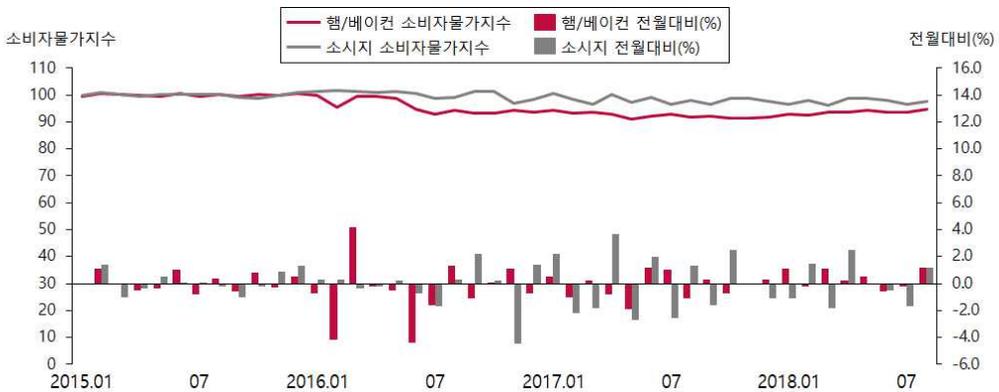
56) 자체 생산 30주년...한국인의 ‘밥도둑’ 스팸, 한경 매거진, 2017.09.04



제 3 절 소비자물가지수 추이⁵⁷⁾

- 햄 및 베이컨(햄)의 소비자물가지수는 2015년 1월 99.36에서 2018년 8월 94.57로 3년 8개월간 4.8% 감소함. 같은 기간 소시지 물가지수는 2.0% 감소함
- 2016년 3월 햄의 소비자 물가지수가 상대적으로 크게 상승하였는데, 이는 그 전달 큰 폭으로 하락된 물가지수가 회복된 수치로 보임. 실제로 해당 시점에 햄이나 소시지의 가격 인상 이슈가 별도로 없었던 점을 감안해 볼 때, 소비자 물가지수 조사대상 판매채널별 가격 프로모션 등의 영향으로 인한 변동일 가능성이 높을 것으로 보임

[그림 4-4] 햄/소시지류 월별 소비자물가지수 추이



* 국가통계포털(kosis.kr)

햄은 '햄 및 베이컨'의 소비자물가지수, 소시지는 '소시지' 소비자물가지수(2015=100 기준임)

57) 소비자물가지수는 가구에서 일상생활을 영위하기 위해 구입하는 상품, 서비스의 평균 가격변동을 지수화한 지표임. 가격은 서울, 부산, 대구, 광주 등 38개 지역에 분포한 백화점, 대형마트, 재래시장 등의 소매점에서 조사함. 소비자물가지수는 가격변동을 측정하는 것으로 가격의 절대수준을 나타내는 것은 아님



[표 4-5] 햄/소시지류 월별 소비자물가지수 추이

구분	햄 및 베이컨 소비자물가지수	전년대비 증감율(%)	소시지 소비자물가지수	전년대비 증감율(%)
2015. 01	99.36	-	99.70	-
2015. 02	100.49	1.1	101.09	1.4
2015. 03	100.35	-0.1	100.04	-1.0
2015. 04	99.88	-0.5	99.62	-0.4
2015. 05	99.44	-0.4	100.11	0.5
2015. 06	100.43	1.0	100.18	0.1
2015. 07	99.65	-0.8	100.31	0.1
2015. 08	100.06	0.4	100.08	-0.2
2015. 09	99.48	-0.6	99.12	-1.0
2015. 10	100.31	0.8	98.91	-0.2
2015. 11	100.01	-0.3	99.76	0.9
2015. 12	100.54	0.5	101.08	1.3
2016. 01	99.85	-0.7	101.37	0.3
2016. 02	95.63	-4.2	101.68	0.3
2016. 03	99.63	4.2	101.23	-0.4
2016. 04	99.39	-0.2	101.02	-0.2
2016. 05	98.93	-0.5	101.26	0.2
2016. 06	94.57	-4.4	100.53	-0.7
2016. 07	93.07	-1.6	98.79	-1.7
2016. 08	94.29	1.3	99.04	0.3
2016. 09	93.29	-1.1	101.20	2.2
2016. 10	93.34	0.1	101.45	0.2
2016. 11	94.41	1.1	96.92	-4.5
2016. 12	93.79	-0.7	98.30	1.4
2017. 01	94.28	0.5	100.49	2.2
2017. 02	93.30	-1.0	98.23	-2.2
2017. 03	93.50	0.2	96.43	-1.8
2017. 04	92.72	-0.8	100.04	3.7
2017. 05	90.93	-1.9	97.35	-2.7
2017. 06	92.01	1.2	99.26	2.0
2017. 07	92.90	1.0	96.72	-2.6
2017. 08	91.92	-1.1	98.00	1.3
2017. 09	92.18	0.3	96.47	-1.6
2017. 10	91.53	-0.7	98.88	2.5
2017. 11	91.47	-0.1	98.78	-0.1
2017. 12	91.70	0.3	97.73	-1.1
2018. 01	92.74	1.1	96.66	-1.1
2018. 02	92.51	-0.2	98.15	1.5
2018. 03	93.54	1.1	96.35	-1.8
2018. 04	93.72	0.2	98.74	2.5
2018. 05	94.21	0.5	98.70	0.0
2018. 06	93.65	-0.6	98.20	-0.5
2018. 07	93.44	-0.2	96.53	-1.7
2018. 08	94.57	1.2	97.68	1.2

* 국가통계포털(kosis.kr),

햄은 '햄 및 베이컨'의 소비자물가지수, 소시지는 '소시지' 소비자물가지수(2015=100 기준임)

제 5 장

소비 특성

제 1 절
소비량 추이

제 2 절
소비 트렌드 분석





제 1 절 소비량 추이

1. 햄/소시지 섭취량

- 국민영양통계⁵⁸⁾에 의하면 소시지보다는 햄의 섭취량이 높은 것으로 나타났는데, 햄의 1인당 연간 섭취량은 2016년 기준 1.65kg으로 2012년 1.12kg에 비해 상승함. 같은 기간 소시지의 섭취량은 580.4g에서 744.6g으로 증가함
- 소시지에 비해 햄 섭취량이 높게 나타난 것은 앞서 분석한 생산 및 판매 현황 추이와도 연관된 것으로 보임. 햄 섭취량은 200g짜리 캔햄 기준으로 보면 1인당 연간 8개 정도 섭취하는 것으로 해석해 볼 수 있음
- 햄 섭취량이 2015년에 비해 2016년에 감소한 반면, 소시지는 해당 기간에 상승함. 햄 소비 중 일부가 소시지로 이동한 것으로 보임

[표 5-1] 1인당 연간 햄/소시지 섭취량 변화 추이

(단위: g)

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년
햄 (200g 캔햄기준)	1,116.9 (5.6개)	1,562.2 (7.8개)	1,726.5 (8.6개)	1,941.8 (9.7개)	1,646.2 (8.2개)
소시지	580.4	799.4	689.9	668.0	744.6

* 국민영양통계, 한국보건산업진흥원

- 1) 국민영양통계는 1인 1일 섭취량 기준으로 조사되었으며, 본 보고서에서 1년 기준으로 단순 환산한 수치임

- 2016년 기준 햄은 6~11세 남성이 3,303g으로 가장 많이 섭취하고 있는 것으로 나타났으며, 이어서 19~29세 남성(3,062g)으로 나타남. 반면 소시지는 12~18세 남성이 2,015g으로 가장 많이 섭취하고 있으며, 이어서 6~11세 남성(1,577g)으로 나타남

58) 조사대상 : 조리자와 만1세 이상

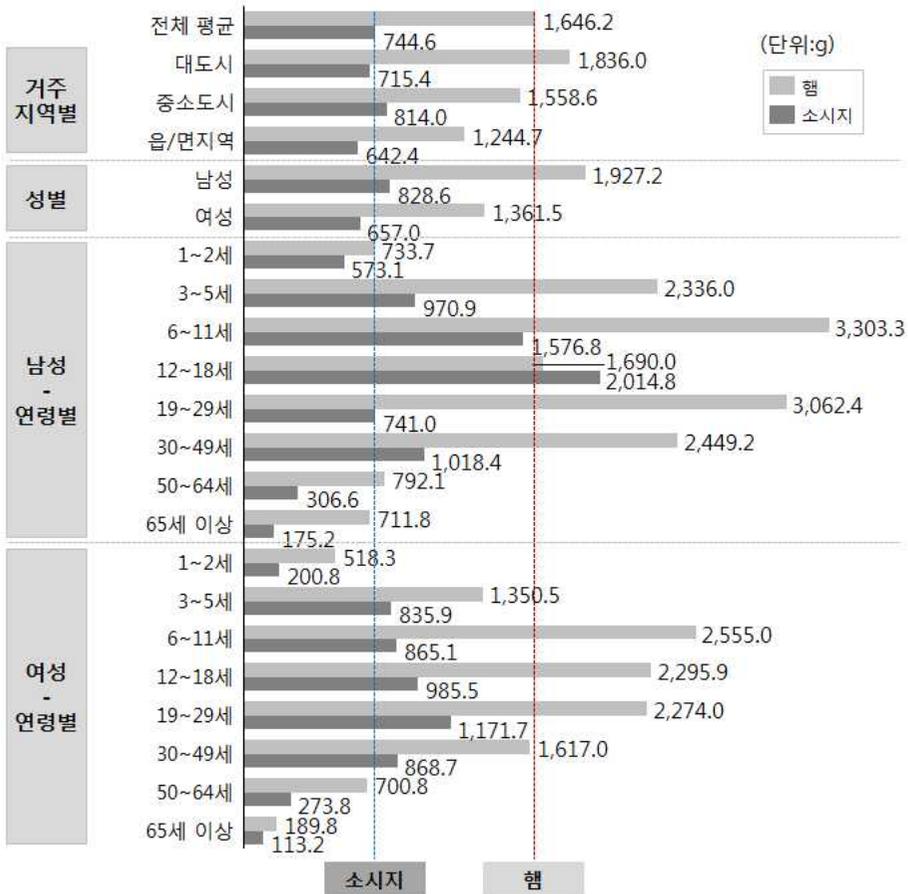
조사항목 : 조리자는 조사 1일전 가구원이 가구에서 섭취한 음식에 대한 조리 내용

만 1세 이상은 조사 1일전 섭취음식의 내용 및 섭취량(24시간 회상법)

조사방법 : 영양사 면허를 가진 전문조사원의 가구 방문에 의한 개별면접조사



[그림 5-1] 2016년 기준 조사 대상자 특성별 1인당 연간 햄/소시지 섭취량 비교



* 국민영양통계, 한국보건산업진흥원

- 1) 국민영양통계는 1인 1일 섭취량 기준으로 조사되었으며, 본 보고서에서 1년 기준으로 환산한 수치임
- 2) 대도시는 서울+6대 광역시, 중소도시는 시 단위 지역, 읍/면지역은 읍·면지역임

- 거주지역별로는 두드러진 차이가 나지는 않았으나, 햄은 상대적으로 대도시(1,836g) 거주자의 섭취가 높게 나타남
- 햄은 성별로는 남성(1,927g)이 여성(1,362g)에 비해 큰 차이를 나타내며 높게 나타남. 소시지도 남성(829g)이 여성(657g)에 비해 섭취량이 높게 나타남



- 햄의 성별-연령별로는 차이가 크게 나타났는데, 우선 남성 연령별로 살펴보면, 6~11세 남성의 섭취가 3,303g으로 가장 많았으며, 이어서 19~29세(3,062g), 30~49세(2,449g)로 나타남. 여성 연령별로 살펴보면, 6~11세가 2,555g으로 가장 많이 섭취하고 있었으며, 이어서 12~18세(2,296g), 19~29세(2,274g) 등으로 나타남
- 소시지의 남성 연령별로 살펴보면, 12~18세가 2,015g으로 가장 많이 섭취하고 있는 것으로 나타났는데, 해당 소비자는 햄보다 소시지의 섭취량이 더 많은 것으로 나타남. 이어서 6~11세(1,577g)로 나타남. 여성 연령별로 살펴보면 19~29세가 1,172g으로 가장 많이 섭취하고 있으며, 이어서 12~18세(986g), 6~11세(865g)로 나타남
- 햄과 소시지는 여성보다는 남성의 섭취가 많은 품목이며, 햄은 50세 이하의 연령에까지 상대적으로 섭취가 많이 이루어지고 있으나, 소시지는 20대 이하에게서 섭취가 많이 이루어지는 품목으로 나타남



제 2 절 소비 트렌드 분석

- 소비 트렌드를 분석하는 방법은 정형화되어 있지 않은 가운데, 본 보고서에서는 햄/소시지류의 소비 트렌드를 파악하기 위해 뉴스 및 기사로 기반으로 한 빅데이터⁵⁹⁾의 연관어를 추출하여 분석함. 뉴스 및 기사는 해당 시점의 사회적 이슈를 중점적으로 다루는 특징이 있으므로, 햄/소시지류 시장의 소비 변화와 이슈 등을 파악하기에 적절하다고 판단됨
- 최근 1년 기준,⁶⁰⁾ **햄, 소시지 키워드를 검색어로 활용**하여 시장에 나타나고 있는 주요 변화와 이슈를 살펴봄

1. 기사 및 뉴스에서의 키워드 언급 수준

- 햄, 소시지의 최근 1년간 기사 트렌드를 분석해 본 결과, 전반적으로 햄 보다는 소시지와 관련된 기사 건수가 많이 나타남
 - 간식으로의 소시지 신제품도 꾸준히 출시, 지자체 및 국산 원료를 활용한 소시지 개발 등의 기사로 인해 상대적으로 햄보다는 기사 건수가 많은 것으로 분석됨
 - 상대적으로 봄이나 가을에 비해 겨울에는 햄/소시지 신제품 출시 및 관심도가 다소 주춤한 것으로 보임

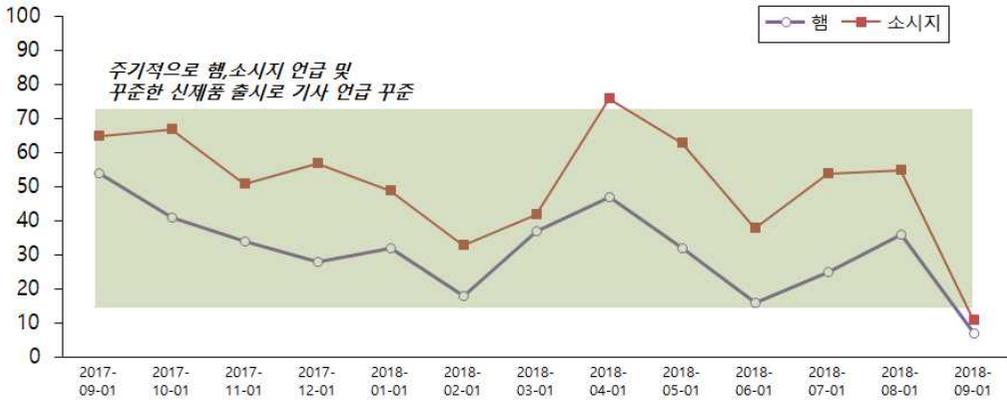
59) 빅데이터 활용 툴: 빅카인즈(BIGKinds)

- 빅카인즈는 종합일간지, 경제지, 지역일간지, 방송사 등을 포함한 기사DB에 빅데이터 분석 기술을 접목해 만든 뉴스 분석 서비스임. 제공되고 있는 서비스 중 키워드 트렌드는 검색어와 관련된 기사의 수를 시기별로 보여주고 있으며, 연관어 분석은 연관키워드를 워드클라우드로 확인할 수 있는 서비스임

60) 2017년 9월 5일 ~ 2018년 9월 5일 기준임



[그림 5-2] 최근 1년간 햄/소시지류 키워드 기사 및 뉴스 수 추이



* 빅카인즈(BIGKinds). 햄, 소시지 최근 1년(2017년 9월 5일 ~ 2018년 9월 5일) 키워드 트렌드 결과임 (사회일반, 문화_요리/여행, 문화_생활 카테고리 분석 결과임)

2. 햄/소시지류 연관어 분석

- 햄/소시지류의 구입 특성 연관어 분석 결과, 햄은 아이들을 위한 반찬 재료로서의 연관어가 상위로 나타났으며, 소시지도 소시지와 함께 재료로 많이 이용하는 제품이 상위로 나타남
 - 햄은 구입 시 ‘식중독’에 대한 관심이 높은 가운데, ‘식재료’, ‘냉장고’, ‘어린이들’과 같이 아이들을 위한 반찬으로서의 구입이 높은 특징으로 나타남. 더불어 추석선물도 주요 구입 특성으로 나타남
 - 소시지는 ‘식재료’로서의 구입 특성이 가장 높은 가운데, ‘계란 프라이’, ‘밀가루’, ‘김밥’ 등과 같이 소시지와 함께 이용하는 재료 및 소시지가 들어가는 음식에 대한 관심이 함께 높게 나타난 특징이 있음



[표 5-2] 햄/소시지류 연관어 도출 결과

햄 + 구입		소시지 + 구입	
키워드	가중치	키워드	가중치
식중독	4.67	식재료	2.86
식재료	3.33	판매장	2.67
냉장고	3.27	돼지고기	2.40
어린이들	2.40	사람들	2.18
어패류	2.18	계란 프라이	2.00
노인들	2.00	밀가루	1.50
면역력	2.00	친구들	1.50
추석 선물	2.00	관람객	1.00
가공식품	1.71	김밥	1.00
유통기	1.71	직거래	1.00
채소류	1.67		
식감	1.60		
최건분	1.60		
농산물	1.50		
진열장	1.50		
직업병	1.33		
패트병	1.33		
대형마트	1.33		
아이들	1.33		

* 빅카인즈(BIGKinds). 햄, 소시지 최근 1년(2017년 9월 5일 ~ 2018년 9월 5일) 키워드 트렌드 결과임 (사회일반, 문화_요리/여행, 문화_생활 카테고리 분석 결과임)

1) 가중치 : 가중치 정보는 토픽랭크 알고리즘에 기반해 출력된 결과임. 토픽랭크는 다음과 같은 분석 단계를 거침. ① 검색결과 중 분석대상 건수의 문서를 가져옴 ② 관련 용어 수집 후보 선정 ③ M개의 Top 용어를 선택하기 위해 가중치 함수 사용 ④ 많이 등장하는 용어로 구성된 벡터 구성 ⑤ M개의 상위 용어를 군집 (자세한 사항은 빅카인즈 홈페이지 참고)

① 햄/소시지의 안전성 강조 꾸준

- 햄/소시지류 연관어 분석에서 상위 키워드로 나타난 식중독, 돼지고기에서 알 수 있듯이, 햄/소시지류에 함유된 원료(돼지고기)나 식품첨가물에 대한 안전성 이슈가 발생하면서, 식품안전성이 증명된 제품 자체가 소비자들의 구매결정에 일부 영향을 미치고 있는 것으로 보임



- 국내에서 제조·유통되고 있는 햄/소시지류 제품은 대체로 가열, 살균 제품으로서 바이러스나 감염 등의 위험이 없음에도 꾸준히 식품안전성을 강조하며 제품을 출시·판매하고 있음
- 또한 식품안전성 강화를 위해 HACCP 인증을 받은 제품이 늘어나고 있으며, 이에 따라 식품의약품안전처는 2018년 12월부터 햄/소시지류를 포함한 식육가공업 제품에 HACCP 의무화 시행 계획을 가지고 있음. 현재는 업체 자율적으로 시행되고 있으나, 2016년 연매출액 규모에 따라 2018년부터 2024년까지 단계적으로 HACCP 지정이 의무화 될 예정임⁶¹⁾

② ‘식감’ 강조 제품 증가세

- 최근에는 ‘식감’이라는 장점을 부각시켜, 기존 국내 제품과 차별화 될 뿐만 아니라 해외 제품의 장점을 모티브로 한 신제품이 출시되고 있음
- 소시지류의 경우, 국내산 육함량을 높이고 콜라겐 케이싱을 활용하여 식감을 극대화한 것이 특징임. 주로 ‘톡 터지는’, ‘탱글탱글한’, ‘뽀드득(뽀득)’ 등 씹히는 장점을 부각시킨 수식어를 활용하여 홍보하고 있음. 2018년 5월에 출시된 롯데푸드의 ‘라퀴진 롱에센뽀득’은 20cm 길이의 롱 프랑크 소시지로, 김밥에 넣어서 활용할 수 있다는 장점이 있음. 또한 90% 이상의 돼지고기 함유량으로 식감을 높인 것이 특징임
- 햄류는 소시지류와 비슷하게 국내산 육함량을 높인 것에 더하여, 사용부위(지방함량이 높아 부드러운 부위: 앞다리살, 뒷다리살 등) 및 함량, 지방 함유량 등에 따라 부드러우면서 쫄깃한 식감을 강화할 수 있는 제품을 출시하고 있음



61) 햄·소시지 등 식육가공업 내년부터 HACCP 의무화, 메디컬투데이, 2017.06.16
 생리대·마스크·치약포장에 성분 정보 표시해야, 중부매일, 2018.01.02



- 미국의 레시피와 프랑스 생산기술을 결합하여 2017년 7월에 출시된 이마트 PB제품 ‘피캠(Pkam)’은 냉동육이 아닌 100% 프랑스산 냉장 생돈육을 사용하여 육즙을 보존했으며, 뒷다리살 등 부분육만 사용한 타 브랜드 제품과 달리 삼겹살/등심/목살 등 모든 부위를 포함하여 지방이 적고 살코기가 많아 단백질 함량이 높은 특징이 있음. 구워서 반찬으로 먹기 좋은 일반적인 통조림햄 스타일과 후추, 생강 등 다양한 향신료를 가미해 찌개나 전골과 어울리는 미국식 스타일 2가지 종류로 판매되고 있음⁶²⁾
- 2017년 8월에 출시된 올가홀푸드 ‘올가 순(純)햄’은 국산 무항생제 돼지고기를 사용했으며, 육함량 94.31%로 육즙을 보존하고, 돈육 고유의 식감을 살린 것이 특징임. 뿐만 아니라 천일염과 국산 채소를 원료로 사용하여 일반 캔햄 제품 대비 나트륨 함량이 10~15% 낮은 특징도 있음⁶³⁾



③ 소시지 ‘반찬’보다 ‘간식/안주’로 활용

- 과거에는 고기 대신 섭취할 수 있는 단백질 공급원으로써 밥이랑 어울리는 반찬, 김밥 재료, 찌개에 넣어먹는 속재료로 주로 사용되었음. 그러나 식문화 및 소비 트렌드 변화에 따라 원료, 식감, 향뿐 만 아니라 편의성도 강화한 프리미엄 제품들이 등장하면서, 햄/소시지류 시장의 범위가 확대됨
- 특히 최근에는 품질이 향상된 햄/소시지류가 단일 주 메뉴로써 브런치용, 캠핑용 등으로 이용되던 것에서 발전하여 익히지 않고 바로 먹거나 데우기만 하면 되는 간식용, 술안주용으로도 판매되고 있음. 특히 간편하게 구매, 섭취가 가능한 편의점에서의 매출이 두드러지는 특징이 있음

62) 이마트, 미국·프랑스 업체와 손잡고 프리미엄 통조림햄 ‘피캠’ 출시, 스포츠조선, 2017.07.24

63) 올가홀푸드 무항생제 국산돈육 ‘올가순(純)햄’ 출시, 이데일리, 2017.08.30



- 제주햄은 전국 GS편의점 13,000여 점포에 PB상품으로 ‘유어스제주흑돼지 고사리프랑크’와 ‘유어스제주흑돼지감귤프랑크’ 소시지바 2종을 출시함.

제주 특산품인 제주흑돼지와 함께 국내 최초로 감귤, 고사리를 주원료로 하여 기존의 제품과 차별화한 것이 특징임. 불고기맛의 ‘유어스제주흑돼지고사리프랑크’는 고사리가 흑돼지에 함유되어있는 비타민 B1의 흡수를 돕는 성분이 함유되어 있어 영양학적으로 우수하며, 오리지널 독일식 프랑크소시지맛을 재현한 ‘유어스제주흑돼지감귤프랑크’는 비타민C가 풍부한 감귤을 첨가하여 항산화작용과 피부미용에 효과가 있음



흑돼지프랑크 2종 (제주햄)

- SPC삼립의 프리미엄 햄 ‘그릭슈바인 비어셴켄’은 2017년 4월 전국 슈퍼마켓 및 편의점 GS25등에서 출시되어 높은 인기를 얻음. SPC삼립의 프리미엄 육가공 자회사 그릭슈바인에서 출시한 것으로, 돼지고기 통살을 넣어 부드러우면서 식감이 풍부하고, 독일 정통 콜드햄 타입으로 데우지 않고 바로 빵이나 크래커에 얹어 간식이나 술안주로 섭취할 수 있는 장점이 있음

- 롯데푸드의 건조소시지 ‘라퀴진 미트스틱’은 국내산 돼지고기로 만든 소시지를 저온 건조시켜 진한 풍미와 쫄깃한 식감이 특징인 안주용 제품임. 한손에 들어오는 크기로 편리하게 먹을 수 있다는 장점이 있으며, 실온 보관이 가능한 파우치 포장으로 휴대 및 보관이 용이함. 조리과정이 필요 없이 바로 먹을 수 있어서 편의점이나, 슈퍼마켓, 마트 등에서 주로 판매되고 있음



라퀴진 미트스틱 (롯데푸드)

- 최근 간편식 시장의 성장세에 따라 햄, 소시지가 첨가된 간편식 도시락, 간식, 술안주 등이 인기를 얻고 있음. 데워먹기만 하면 되기 때문에 편리하며, 햄/소시지류를 포함한 다양한 메뉴를 함께 섭취할 수 있다는



도시락



[4장] 유통 및 판매 현황

장점이 있음. BGF리테일이 운영하는 편의점 CU에서 혼술족을 겨냥한 1인 맞춤형 안주도시락을 2017년 10월에 출시함. 이 중 ‘혼술이라면 제만쏘라’는 제육볶음, 만두치즈그라탕, 소시지 야채볶음, 라면 등으로 구성된 안주용 도시락으로 소주에 함께 즐길 수 있도록 마케팅하고 있음



술안주/간식

- 최근 햄/소시지류 시장의 소비 특성을 종합해 보면, 반찬이나 간식으로 꾸준히 소비가 이루어지고 있는 가운데, 시장에서는 안전성을 높이고, 식감 및 편의성을 더욱 살린 제품이 출시되고 있는 상황임. 이에 따라 소비자들도 해당 제품으로 구입 및 소비를 꾸준히 하고 있는 추세로 보임

[표 5-3] 햄/소시지류 시장 주요 특성

구분	연관어 및 시장 특성 분석 종합		연관어*시장 기반 주요 특성
	검색 키워드의 주요 연관어 종합	시장 특성 종합	
햄	식중독, 식재료, 냉장고, 추석선물	안전성, 식감 강조, 육함량 증대	안전+식감+편의성 강화
소시지	식재료, 돼지고기, 계란 프라이, 밀가루		

최근 햄/소시지류 시장 주요 특성

「안전+식감+편의성까지 갖춘 3박자 제품 확대」

* 빅카인즈(BIGKinds), 시장 주요 제품 분석 결과 종합

제 6 장

해외 시장 동향

제 1 절
세계 시장 규모

제 2 절
글로벌 트렌드

제 3 절
국가별 동향





제 1 절 세계 시장 규모

- 본 보고서에서 햄/소시지류 해외 시장 규모는 GlobalData의 ‘Global Market Data’ 기준에 따라, 상온 가공육(Ambient Meat), 소시지(Sausage), 식육즉석판매가공업체에서 판매하는 가열육(Cooked Meats-Counter)의 판매 현황을 토대로 작성함. 이에 따라 실제 햄/소시지류의 시장 규모와는 다소 차이가 있을 수 있으니 수치는 참고로 보는 것이 필요함
- 세계 햄/소시지류를 포함한 육가공품 시장 규모는 2017년 기준 약 1,389억 달러로, 2013년 1,426억 달러에 비해 2.6% 감소함. 이는 2014년 이후 시장 전반적인 하락세에 영향을 받은 것으로 보임. 2014년 1,425억 달러 대비 2016년 1,356억 달러로 4.8%의 감소율을 나타냄
 - 그러나 2014년~2016년을 제외하고 2017년부터 상승세를 보이며 시장 규모를 넓혀가고 있는 상황이며, 이에 따라 2021년에는 1,489억 달러의 규모를 형성할 것으로 전망되고 있음

[표 6-1] 세계 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 규모

(단위: 백만 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018(f)	2019(f)	2020(f)	2021(f)
규모	142,616.8	142,452.0	134,891.0	135,570.0	138,904.8	143,074.7	145,408.2	147,193.0	148,902.0

* Global Market Data, GlobalData

1) 2018년부터 2021년까지는 추정치 값임

2) GlobalData에서 소시지는 명확히 구분하여 시장규모를 보고 있으나 햄은 가공육 및 가열육에 포함하여 살펴봄

- 세계 햄/소시지류를 포함한 육가공품 시장의 유형은 크게 캔햄, 병소시지 등 패키지에 담겨 상온에서도 보관 가능한 가공육(Ambient Meat), 소시지(Sausage), 식육즉석판매가공업체에서 구입하여 섭취할 수 있는 가열육(Cooked Meats-Counter)의 3가지로 구분하여 살펴봄



- 2017년 기준, 가장 큰 비중을 차지하는 유형은 소시지(Sausages)로, 41.0%(5,691억 달러)의 시장점유율을 차지함. 이어서 가열육(Cooked Meats-Counter) 37.7%(5,233억 달러), 가공육(Ambient Meat) 21.4%(2,966억 달러) 순임

[표 6-2] 세계 육가공품(햄/소시지류 포함) 유형별 시장 규모

(단위: 백만달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018(f)	2019(f)	2020(f)	2021(f)
상온 가공육 (Ambient Meat)	32,096.2	31,882.6	28,994.4	28,777.1	29,663.4	30,851.9	31,543.4	32,158.1	32,732.0
소시지 (Sausage)	57,275.1	56,972.8	55,445.6	55,926.1	56,914.7	57,941.6	58,503.4	58,849.1	59,225.6
가열육 (Cooked Meats-Counter)	53,245.5	53,596.6	50,451.1	50,866.8	52,326.7	54,281.2	55,361.5	56,185.8	56,944.4
합계	142,616.8	142,452.0	134,891.0	135,570.0	138,904.8	143,074.7	145,408.2	147,193.0	148,902.0

* Global Market Data, GlobalData

1) 2018년부터 2021년까지는 추정치 값임

2) GlobalData에서 소시지는 명확히 구분하여 시장규모를 보고 있으나 햄은 가공육 및 가열육에 포함하여 살펴봄

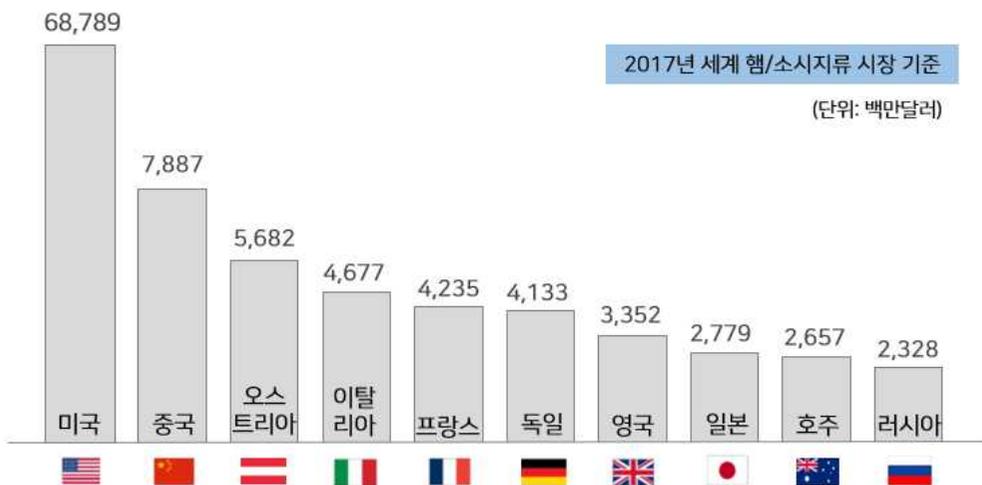
□ 세계 햄/소시지류를 포함한 육가공품의 국가별 시장 규모를 살펴보면, 2017년 기준 미국이 688억 달러로 시장점유율 1위를 차지하고 있음. 본래 햄/소시지류는 유럽에서 시작되어 미국으로 건너왔기 때문에 역사가 길지는 않지만, 미국에서 아침이나 간단한 브런치 식사, 핫도그, 샌드위치 등 다양하게 활용되기 때문에 수요가 높은 것으로 보임. 독일의 영향을 받은 미국 햄/소시지류로는 긴 형태의 소시지인 ‘위너(Wiener)’가 있는데, 독일의 ‘비너/비엔나’ 소시지에서 온 것임. 그 외에 다진 고기를 눌러서 패티 형태로 만들어 구운 소시지를 ‘컨트리 소시지(Country Sausage)’라고도 함

- 이어서 중국(79억 달러), 오스트리아(57억 달러), 이탈리아(47억 달러), 프랑스(42억 달러), 독일(41억 달러) 등의 순으로 세계 햄/소시지류 시장 규모가 큰 것으로 나타남. 대부분 햄/소시지류 역사가 오래된 유럽



국가가 많은 비중을 차지하며, 품목 중에 직접 가공해서 판매하는 가열육(Cooked Meats-Counter)의 비중이 30% 이상을 차지하고 있음. 특히 오스트리아의 경우, 햄/소시지류 시장에서 가열육이 차지하는 비중이 약 92%(52억 달러)로 비교적 높은 편임

[그림 6-1] 세계 햄/소시지류 국가별 시장 규모(2017년 기준)



* Global Market Data, GlobalData

* 상온 가공육(Ambient Meat), 소시지(Sausage), 가열육(Cooked Meats-Counter)의 합계 값임

□ 국가별로 주로 가공·판매하는 햄/소시지류 종류는 세계화를 통해 다양해졌으나, 대체로 과거부터 자국에서 가공해서 먹던 역사가 있는 햄/소시지 종류를 섭취하는 소비 형태를 보이고 있음. 이에 따라 각 국가별 대표 햄/소시지류를 살펴보면 다음의 [표 6-3]과 같음



[표 6-3] 국가별 대표 햄/소시지류 종류

 <p>[미국]</p>	 <p>[중국]</p>	 <p>[이탈리아]</p>	 <p>[스페인]</p>
<p>위너(Wiener)</p>	<p>라창/랍창(臘腸)</p>	<p>살라미(Salame)</p>	<p>초리조(Chorizo)</p>
<p>길쭉한 형태의 소시지로, 이는 독일어로 사람을 뜻하는 '비너'를 영어식으로 읽은 것임</p>	<p>중국 전통 건조소시지로, 긴 모양을 가지며 돼지고기, 설탕, 간장 등을 넣고 훈제·양념한 것임</p>	<p>반건조 햄/소시지로, 공기 중에 말려 발효시킨 것임. 훈연법 대신 저온에서 장시간 건조시킨 특징이 있음</p>	<p>돼지고기와 지방, 훈제 파프리카, 소금을 넣고 만든 것으로, 지역별로 훈제/발효유무가 다름</p>
 <p>[영국]</p>	 <p>[독일]</p>	 <p>[러시아]</p>	 <p>[베트남]</p>
<p>뱅어스(Bangers)</p>	<p>부어스트(Wrust)</p>	<p>칼바사(колбаса)</p>	<p>짜루아(Chả lụa)</p>
<p>생고기를 바로 갈아 향신료와 섞어 케이싱에 집어 넣은 것으로, 훈제하지 않기 때문에 반드시 조리해서 먹어야 함</p>	<p>돼지고기와 마늘 등을 넣은 굵은 소시지로, 굽는 방식에 따라 브라트/보크 부어스트로 구분되며, 재료에 따라 구분되기도 함</p>	<p>돼지고기와 매운 향신료를 넣어 매콤한 맛이 나는 반건조 소시지임. 북한에서는 '콜바싸'라고도 함</p>	<p>돼지고기와 전분으로 만든 베트남식 햄/소시지로, 집에서 만들어먹거나 길거리에서 판매하기도 함</p>

* 위키피디아 외 다수 언론자료 참고



제 2 절 글로벌 트렌드

1) 프리미엄 햄/소시지 제품 증가세

□ 외식 및 해외여행의 보편화로 소비자들이 질 좋은 요리를 접할 기회가 많아지고, 취향이 지속적으로 고급화되면서 가정에서도 전문점에서 먹는 것과 같은 고품질의 요리를 즐기고자 하는 수요가 높아짐. 이에 따라 맛이나 분위기 측면에서 수준 높은 품질의 재료로 만든 프리미엄 육가공품에 대한 니즈가 증가하고 있음⁶⁴⁾

○ 미국의 육류 생산회사인 ‘오스카 메이어(Oscar Mayer Company)’는 프리미엄 프랑크 소시지(Hardwood Smoked Seasoned Beef Franks)를 판매 중임. 인공 색소 및 조미료, 기타 부산물을 첨가하지 않고 100% 앵거스⁶⁵⁾ 비프(Angus beef)를 사용해 만든 프리미엄 제품이라는 것을 표시하기 위해 다른 소시지들과는 달리 검은색으로 포장을 한 것이 특징임



인공 색소를 첨가하지 않은 100% 앵거스 고기로 만든 소시지 (Oscar Meyers)

○ 호주 전역의 주요 소매점에 고품질의 햄, 베이컨, 살라미 등을 공급하는 육류 제조업체인 프리모(Primo)는 도살장, 제조 공장, 포장 시설을 직접 운영하고 유통하여 소비자들에게 프리미엄 햄 제조업체로 인식되고 있음. 프리모의 프리미엄 햄인 ‘프리미엄 잉글리쉬 햄(Premium English Ham)’은 전통적인 영국 스타일을 이용해 나무 훈제의 풍미로 맛을 낸 제품임. 제품에 글루텐이 들어가 있지 않고 100g 당 3%의 낮은 지방을 함유하고 있으며 인공 색소와 향료를 넣지 않은 것이 특징임



프리미엄 잉글리쉬 햄 (Primo)

64) 식품업계 트렌드, 스테이크·고로케 레스토랑 메뉴도 집에서, 매일경제. 2017.05.21

65) 앵거스(Angus)란 영국 스코틀랜드의 육우(肉牛)로, 털이 검고 무늬를 특색으로 함



- 오스트리아의 육가공품 제조·판매업체인 Gierlinger Holding의 자사 브랜드인 ‘Gierlinger Spezialitäten’의 햄과 소시지 제품은 원료 단계에서부터 가공, 포장단계까지 Gierlinger Holding이 직접 관리하고 있으며, 소비자가 원하는 양과 무게에 맞춘 ‘맞춤 포장’ 서비스를 제공하고 있으며 프리미엄 품질의 제품을 소비자에게 제공하기 위해 풍미 증진제와 방부제를 사용하지 않은 것이 특징임



맞춤 포장 소시지
(Gierlinger Spezialitäten)

2) 새로운 맛(New Flavor)에 대한 관심

- 새로운 맛(New Flavor)에 대한 관심은 최근 식품 트렌드의 주요 이슈인 가운데, 햄/소시지 시장에서도 예외는 아닌 것으로 나타남. 특히 젊은 층을 중심으로 새로운 맛에 대한 SNS에서의 공유도 활발하게 이루어지고 있음⁶⁶⁾
- 햄은 다양한 조리법이 있으며 그 중 ‘글레이즈드 햄(Glazed Ham)’은 훈제햄의 표면에 소스를 10분에서 15분 정도 꾸준히 발라 오븐에 오랜 시간 구워내는 햄으로 미국에서 큰 인기를 끌고 있음⁶⁷⁾. SNS를 통해 색다른 글레이즈드 햄의 소스 조리법이 확산되어 블루베리 글레이즈드 햄, 할라피노 글레이즈드 햄, 코카콜라 글레이즈드 햄 등 다양한 조리법이 인기를 끌고 있음
- 미국 텍사스(Texas)주에 위치한 B&S Meat Market에서는 다양한 육가공품을 판매중이며 특히 B&S Meat Market의 스페셜 레시피로 만든 소시지인 ‘Joey’s Special Recipe Sausage’의 인기는 SNS를 통해 점차 확산되고 있음

66) 즐거움·건강·내추럴이 글로벌 푸드 트렌드..., 해럴드경제, 2018.05.28

67) Whole ham recipes, <http://allrecipes.com>, 2017.05.29



- 글레이즈드 햄, 햄버거 조미료, 허브 및 양념류 제품, 소시지를 전문적으로 제조·판매하는 Jardox에서는 새로운 맛을 원하는 고객의 니즈를 충족시키기 위해 모든 제품을 맞춤 제작하여 판매중이며, 특히 트위터(Twitter)⁶⁸를 통해 제품에 대한 정보 및 피드백을 빠르게 업로드 중임. 포트&진저브레드(Port&Gingerbread), 초콜릿&오렌지 시즈닝, 크랜베리&오렌지 시즈닝 등 다양한 맛을 내는 조미료를 첨가한 소시지 제품을 판매 중이며 매운 오렌지, 에스프레소 바비큐, 위스키 오렌지 등 새로운 소시지 디핑 소스도 함께 판매하고 있음
- 미국의 수제 소시지 전문 판매점인 길버트 수제 소세지(Gilbert's Craft Sausages)에서는 매년 8~10가지 다른 맛의 수제 소시지를 판매 중임. 길버트의 모든 제품에는 인공 성분, 부산물, 방부제, 향생제를 넣지 않고 천연 재료만 사용하여 제품을 생산 중이며, SNS 중 하나인 페이스북 리뷰를 통해 알로하 치킨 소시지, 케일 치킨 소시지, 볶은 피망 소시지, 카프레제 치킨 소시지 등 건강하고 새로운 맛의 제품들의 인기가 높아짐. 이에 따라 2016년에는 미국 메이저리그 야구팀 시카고 컵스(Chicago Cubs)의 홈구장인 리글리 필드(Wrigley Field)의 공식 치킨 소시지로 선정되기도 함⁶⁹

		
코카콜라 글레이즈드 햄 (Coca-Cola Glazed Ham)	다양한 시즈닝이 가미된 소시지 (Jardox)	말린 케일과 샐러리 가루가 들어간 케일 소시지 (Gilbert's Craft Sausages)

68) 블로그의 인터페이스와 미니홈페이지의 '친구맺기' 기능, 메신저 기능을 한데 모아놓은 소셜 네트워크 서비스(SNS), 두산백과, 2017.05.29

69) Creative chefs introduce new sausage flavors, Journal Sentinel



3) 윤리적 소비 트렌드

□ 환경오염에 대한 문제가 커지면서 환경오염을 줄이기 위해 윤리적이고 친환경적인 육가공품 제품이 시장에 늘어나고 있음. 참고로 2017 Global Data 트렌드 분석에 따르면, 전 세계 소비자의 41%는 식품을 구매할 때 윤리적이고 친환경적인 제품을 선호하는 것으로 나타나기도 함⁷⁰⁾

○ 스페인의 식품 브랜드인 라 티엔다(La Tienda)는 환경보호를 위해 모든 햄 제품들을 에코 프렌들리(Eco-friendly) 포장재로 포장하여 판매하고 있음. 스티로폼 포장재를 사용하지 않고 재활용이 가능한 골판지 상자를 이용하고 있으며, 플라스틱 포장재를 사용할 경우에는 재활용 플라스틱 병을 사용하기도 함. 또한, 친환경 포장재를 지속적으로 발전시킬 수 있는 연구와 매년 골판지와 종이를 재활용하는 프로그램을 운영하고 있는 것이 특징임



골판지를 이용한 햄 포장재
(La Tienda)

○ 잔슨빌 소시지(Johnsonville Sausage)는 환경오염을 줄이기 위한 일환으로 모든 제품의 포장재를 재활용 재료를 25% 함유한 Evok 폴리스틸렌 트레이로 교체한 미국 최초의 소시지 업체임. 친환경적인 포장재 연구를 계속하고 있으며 재활용 지퍼, 트레이 모양 변경 등 다양한 포장용기 개발 프로젝트를 진행하고 있음. 특히, 직사각형 모양의 트레이에서 흰 소시지 모양과 비슷한 트레이로 전환하여 기존 포장재의 양보다 6% 적은 양의 포장재를 사용하여 연간 12만 파운드의 포장재 재료를 아끼기도 함



소시지 모양의 트레이
(Johnsonville)

70) Top Trends in Prepared Foods 2017, Globaldata, 2017.06



제 3 절 국가별 동향

- 해외 햄/소시지류 시장의 국가별 동향은 시장 규모 및 수출입 관계를 종합적으로 고려하여, 미국, 중국, 홍콩, 베트남을 중심으로 살펴봄
- 또한 ‘햄’ 시장 규모가 상온 가공육(Ambient Meat) 및 가열육(Cooked Meats-Counter)에 포함되어 있어 햄류와 소시지류를 별도로 분류하지 못하고 해당 시장 규모를 살펴보니, 이를 참고할 필요가 있음

1. 미국 햄/소시지류 시장⁷¹⁾

1) 시장 규모

- 미국 햄/소시지류가 포함된 육가공품 시장 규모는 2013년 641억 달러에서 2017년 688억 달러로 7.3% 증가함
 - 미국 소비자들은 최근 웰빙 트렌드의 열풍으로 인해 육류 외에 견과류, 치즈, 유제품 등 건강하게 단백질을 섭취할 수 있는 제품으로 소비를 일부 대체하면서 육가공품의 시장 규모가 크게 증가하지는 않은 것으로 보임
- 2017년 기준, 소시지가 60.4%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이어서 가열육(Cooked Meats-Counter)(32.4%), 상온 가공육(7.1%) 순으로 나타남
 - 가열육(Cooked Meats-Counter)의 시장 규모는 2013년 205억 달러에서 2017년 223억 달러로 8.6%의 성장률을 나타냄. 이어서 소시지(6.8%), 상온 가공육(5.6%) 순으로 성장률이 높게 나타남
 - 소비자들 사이에서 건강에 대한 인식이 높아지고 있어 즉석에서 가공하

71) PROCESSED MEAT AND SEAFOOD IN THE US, Euromonitor International, 2017.12
Global Market Data, GlobalData



여 판매하는 가열육(Cooked Meats-Counter)에 대한 소비가 늘어나고, 상온 가공육은 상대적으로 방부제 등의 우려로 성장세가 다소 낮게 나타난 것으로 분석됨

[표 6-4] 미국 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 규모

(단위: 백만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
상온 가공육 (Ambient Meat)	4,631.7 (7.2)	4,675.1 (7.2)	4,760.1 (7.2)	4,818.3 (7.1)	4,891.5 (7.1)
가열육 (Cooked Meats-Counter)	20,549.1 (32.1)	20,847.1 (32.2)	21,444.9 (32.4)	21,826.5 (32.4)	22,318.4 (32.4)
소시지 (Sausage)	38,913.9 (60.7)	39,144.5 (60.5)	39,999.4 (60.4)	40,756.8 (60.5)	41,579.1 (60.4)
합계	64,094.8	64,666.6	66,204.4	67,401.5	68,789.1

* Global Market Data, GlobalData

1) GlobalData에서 소시지는 명확히 구분하여 시장규모를 보고 있으나 햄은 가공육 및 가열육에 포함하여 살펴봄. Ambient Meat에는 캔햄, 병햄 등이 포함되어 있으며, Cooked Meats-Counter는 식육즉석판매가공업체에서 파는 햄 및 햄과 유사한 육가공품임

- 미국 햄/소시지가 포함된 육가공품 시장 규모는 2018년 697억 달러에서 2021년 709억 달러로 1.7% 증가할 것으로 전망됨. 해당 기간 가열육(Cooked Meats-Counter)의 성장률이 2.2%로 상대적으로 높게 나타난 것을 제외하면 대부분 1%대의 성장률에 그칠 것으로 보임
 - 냉장, 냉동 가공육 제조회사들은 건강을 중요시 하는 소비 트렌드를 충족시키기 위해 클린 라벨, 자연성분의 제품의 출시하며 시장 점유율을 유지할 것으로 보이지만, 경쟁력 강화를 위한 가격 인하로 시장 규모면에서는 크게 증가하지 않을 것으로 예상됨
 - 밀봉된 용기에 상온에서 안전하게 보관할 수 있도록 만들어진 상온 가공육 제품은 식품 보존 방법 및 포장에 대한 소비자들의 부정적인 인식으로 인해 성장세는 지속적으로 둔화된 것으로 전망됨⁷²⁾

72) PROCESSED MEAT AND SEAFOOD IN THE US, Euromonitor International, 2017.12



[표 6-5] 미국 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 전망

(단위: 백만 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021
상온 가공육 (Ambient Meat)	4,949.0 (7.1)	4,983.8 (7.1)	4,999.7 (7.1)	5,027.1 (7.1)
가열육 (Cooked Meats-Counter)	22,715.2 (32.6)	22,949.7 (32.7)	23,046.7 (32.7)	23,211.5 (32.7)
소시지 (Sausage)	42,040.1 (60.3)	42,352.8 (60.3)	42,482.2 (60.2)	42,681.4 (60.2)
합계	69,704.3	70,286.3	70,528.6	70,920.0

* Global Market Data, GlobalData

1) GlobalData에서 소시지는 명확히 구분하여 시장규모를 보고 있으나 햄은 가공육 및 가열육에 포함하여 살펴봄. Ambient Meat에는 캔햄, 병햄 등이 포함되어 있으며, Cooked Meats-Counter는 식육즉석판매가공업체에서 파는 햄 및 햄과 유사한 육가공품임

2) 주요 브랜드 및 제조사

- 2017년 기준, 햄/소시지류를 생산하고 있는 육가공품 제조사의 시장점유율을 살펴보면 Kraft Heinz Co(10.9%), Sara Lee Corp(7.4%), Hormel Foods Corp(6.3%), Tyson Foods Inc(6.0%), Smithfield Foods Inc(4.4%), Johnsonville Sausage LLC(2.7%)순으로 나타남
- Kraft Heinz Co사와 Sara Lee Corp사가 시장을 주도하고 있으나, 최근 소비자들이 자연적이고 신선한 육류 제품을 선호하는 반면, 육가공품에 대한 선호도가 낮아지면서 2012년 이후 지속적으로 시장 점유율이 하락하고 있음
- Kraft Heinz Co사는 미국 식품제조 기업으로 2015년, Heinz Group과 Kraft Foods Group의 합병으로 인해 26개의 식음료 브랜드를 소유하고 있으며 세계에서 5번째로 큰 식음료 회사이자, 북미에서 3번째로 큰 식음료회사임. 대표적인 육가공품 제품으로는 ‘Oscar Mayer’가 있으며, 건강에 대한 소비자들의 니즈를 충족시키기 위해 인공 방부제와 질산염을 없앤 제품을 판매 중에 있음



[6장] 해외 시장 동향

- Sara Lee Corp사는 미국 일리노이 주에 본사를 둔 소비재 회사로 40개국 이상에서 사업을 운영, 180개국에 제품을 판매하고 있음. 대표 육가공품 브랜드는 ‘Hillshire Farm’이 있으며, 2012년 Tyson Foods사가 Sara Lee Corp를 인수한 것이 특징임
- Hormel Foods Corp사는 1891년 설립된 미국 육가공품 제조회사로 약 54개의 식품 브랜드를 소유하고 있으며 중국, 일본, 호주, 한국 등 75개국에 수출하고 있는 ‘Fortune 500⁷³⁾’ 기업임. 대표 육가공품 브랜드는 ‘Spam’으로, 전 세계의 약 44개국에서 판매되고 있는 인기 브랜드임. 건강 트렌드에 맞춰 2015년에 천연/유기농 육류를 생산하는 ‘Applegate Farms’를 인수해 클린 라벨 부착, 설탕 무첨가 제품을 판매하고 있으며, 최근에는 간편식(HMR) 시장의 성장 및 편리성 소비트렌드에 따라 여러 식품을 한 번에 섭취할 수 있는 ‘Snack Tray’도 판매하고 있음. Hormel사의 Snack Tray는 페퍼로니햄, 체더치즈, 크래커 등이 플라스틱 통에 함께 담겨있어 주말이나 캠핑 등의 야외활동 시 다양한 영양분과 맛을 고르고 편하게 경험할 수 있는 특징이 있음
- Tyson Foods사는 1935년에 설립된 미국의 다국적 기업으로, 세계에서 두 번째로 큰 식육업체이자 식품회사임. 미국 내 연간 쇠고기 수출량 1위를 차지하고 있으며 주요 식품 브랜드 ‘Hillshire’, ‘Sara Lee’, ‘Tyson’을 통해 코스트코, 맥도날드, 월마트, 레스토랑, 교도소 등에 유통하고 있음



Snack Tray(Hormel)

[표 6-6] 미국 주요 햄/소시지류 제조사

제조사	대표 브랜드	시장 점유율(%)				대표 제품 이미지
		2014	2015	2016	2017	
Kraft Heinz Co	Oscar Mayer	-	11.3	11.1	10.9	
Sara Lee Corp	Hillshire Farm	7.7	7.4	7.4	7.4	

73) ‘Fortune’ 잡지에 의해 작성된 미국 500대 기업에 대한 연간 목록, 네이버 지식백과, 2018.06.24



제조사	대표 브랜드	시장 점유율(%)				대표 제품 이미지
		2014	2015	2016	2017	
Hormel Foods Corp	Spam	5.5	5.8	6.1	6.3	
Tyson Foods Inc	Tyson	5.7	5.8	5.9	6.0	
Smithfield Foods Inc	Smithfield (WH Group)	3.7	4.1	4.3	4.4	
Johnsonville Sausage LLC	Johnsonville	2.8	2.8	2.7	2.7	

* PROCESSED MEAT AND SEAFOOD IN THE US, Euromonitor International, 2017.12

1) 식육가공품 제조사 기준으로 작성함

3) 시장 및 소비자 특징

□ 미국 소비자들 사이에 건강과 친환경 소비가 트렌드로 떠오르면서 현재 미국 식품업계는 식물성 단백질 시장이 확대되는 추세임. 오랫동안 육류 섭취가 단백질 공급의 가장 큰 역할을 해왔지만, 최근 식물성 단백질 제품들이 다양하게 출시되면서 단백질 공급원에 대한 소비자들의 인식이 변화하고 있으며, 이에 미국 육가공업계도 건강한 음식에 초점을 맞추는 ‘Plant-based’ 제품을 출시하고 있음

- ‘Beyond Meat’는 미국에서 가장 인기 있는 육류 대체식품 제조업체로서, 갖가지 채소를 혼합해 육류 패티의 특징을 유사하게 재현한 제품을 판매 중임. 완두콩, 참마, 쌀 등의 단백질로 고기의 질감을 구현하고, 아삭한 식감과 풍부한 영양소를 함유한 비트로 고기의 붉은 빛깔을, 코코넛 오일로 고기의 육즙을 재현한 것이 특징임⁷⁴⁾



Plant-based 햄버거 패티 (Beyond Burger)

74) 미국 소비자 ‘Vegan’ 대신 ‘Plant-based’ 를 더 선호한다, 농수산식품수출지원정보, 2018.05.12



[6장] 해외 시장 동향

- 빌 게이츠, 구글, 코슬라 벤처스, 바이킹글로벌인베스터스 등이 투자한 임파서블 푸드의 인공 패티는 밀, 감자 전분, 코코넛 오일, 두부, 채소, 콩 등 순식물성 원료만을 사용해서 만들어 콜레스테롤, 항생제, 합성호르몬이 없음. 특히 같은 크기의 쇠고기 패티에 비해 단백질 함량은 더 높고, 지방은 적으며, 칼로리도 낮으며 식감도 쇠고기를 씹는 것과 거의 비슷한 것이 특징임⁷⁵⁾



순 식물성 인공 패티로 만든 햄버거 (임파서블 푸드)

- 미국 소비자들은 글로벌 브랜드에 뒤지지 않는 맛과 품질, 가격 경쟁력을 가지고 있는 식료품 자체브랜드(Private Brand, PB) 상품을 선호하고 있기 때문에 대형 유통업체인 ‘Whole Foods’와 ‘Lidl’은 자체브랜드(PB)제품 개발에 투자하고 있음⁷⁶⁾

- 유기농 식료품 판매점 ‘Whole Foods’사는 자체 브랜드인 ‘Whole Foods 365’를 통해 육가공 시장 확대의 성장 동력으로 활용하고 있음. 특히 ‘Whole Foods 365’의 모든 제품은 최소한의 가공과정을 거쳐 가공하고 있으며 인공방부제, 인공색소 등의 유해 첨가물을 넣지 않은 유기농 제품으로, 유전자 복제 동물을 사용하지 않고 자연 그대로 방목하여 키운 고기로 만든 육가공품을 판매하는 것이 특징임



Whole Foods사의 PB 소시지 제품



Lidl사의 PB 햄 제품

- 독일의 대형 슈퍼마켓인 ‘Lidl’은 유럽과 미국 전역에 10,000개 이상의 점포를 가지고 있으며, 다양한 PB 육가공 제품을 판매 중임. ‘Lidl’의 육가공 PB 제품은 98% fat free와 MSG를 첨가하지 않았으며, ‘American heart association certified’를 받은 제품으로, 다른 육가공 브랜드보다 품질이 떨어지지 않지만 가격이 저렴해 경쟁력을 갖춘 것이 특징임

75) 고기 마니아를 위한 채식 버거 임파서블 푸드, 비즈한국, 2017.06.20

76) 미국, 식료품 자체브랜드(PB)상품 선택하는 소비자 증가, 농수산식품수출지원정보, 2017.12.27



2. 중국 햄/소시지류 시장⁷⁷⁾

1) 시장 규모

- 중국 햄/소시지류가 포함된 육가공품 시장 규모는 2013년 76.7억 달러에서 2017년 78.9억 달러로 2.8% 증가함
 - 2015년 대비 2016년에 시장 규모가 다소 감소했는데, 이는 중국에서 빈번하게 발생하는 식품 관련 사건사고로 인해 가공식품에 대한 부정적인 인식이 시장 규모의 등락폭에 영향을 미친 것으로 분석됨
- 2017년 기준, 상온 가공육(Ambient Meat)이 47.6%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이어서 가열육(Cooked Meats-Counter)(35.1%), 소시지(17.3%) 순으로 나타남
 - 상온 가공육의 시장 규모는 2013년 36.8억 달러에서 2017년 37.5억 달러로 2.1%의 성장에 그쳤으나, 같은 기간 소시지는 12.9억 달러에서 13.6억 달러로 5.7% 성장함

[표 6-7] 중국 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 규모

(단위: 백만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
상온 가공육 (Ambient Meat)	3,675.9 (47.9)	3,809.3 (47.8)	3,860.9 (47.7)	3,719.7 (47.7)	3,753.0 (47.6)
가열육 (Cooked Meats-Counter)	2,706.9 (35.3)	2,808.5 (35.3)	2,847.6 (35.2)	2,744.5 (35.2)	2,770.1 (35.1)
소시지 (Sausage)	1,290.4 (16.8)	1,349.1 (16.9)	1,379.5 (17.1)	1,340.9 (17.2)	1,363.6 (17.3)
합계	7,673.2	7,967.0	8,088.1	7,805.1	7,886.7

* Global Market Data, GlobalData

1) GlobalData에서 소시지는 명확히 구분하여 시장규모를 보고 있으나 햄은 가공육 및 가열육에 포함하여 살펴봄. Ambient Meat에는 캔햄, 병햄 등이 포함되어 있으며, Cooked Meats-Counter는 식육즉석판매가공업체에서 파는 햄 및 햄과 유사한 육가공품임

77) PROCESSED MEAT AND SEAFOOD IN CHINA, Euromonitor international, 2017.11
 Global Market Data, GlobalData



[6장] 해외 시장 동향

- 최근 건강을 고려한 중국 소비자들의 음식 소비패턴이 육류 중심에서 해산물, 채소류 등으로 변화하면서, 중국 돼지고기 소비량이 2014년 4,249톤에서 2016년 4,085톤까지 하락하며 상온가공육 시장의 성장 둔화에 일시적으로 영향을 미친 것으로 분석됨⁷⁸⁾
- 중국 햄/소시지류가 포함된 육가공품 시장 규모는 2018년 81.5억 달러에서 2021년 88.5억 달러로 8.5% 증가할 것으로 전망됨. 해당 기간 소시지의 성장률이 10.0%로 상대적으로 높게 나타났으며, 상온가공육과 가열육도 8.2%의 성장률을 나타낼 것으로 보임
- 중국 내에서도 간편하고 편리한 제품의 소비가 증가하고 있어 햄/소시지류도 이에 영향을 받을 것으로 보임. 특히 냉장 가공품으로 많이 팔리는 소시지는 이미 중국 내에서도 많이 먹던 제품으로 품질 좋은 제품이 늘어나고 있으며, 수입 브랜드 수요 증가로 인해 상대적으로 시장 성장세가 높게 예상됨

[표 6-8] 중국 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 전망

(단위: 백만 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021
상온 가공육 (Ambient Meat)	3,873.9 (47.5)	3,970.3 (47.5)	4,085.6 (47.4)	4,190.1 (47.4)
가열육 (Cooked Meats-Counter)	2,861.2 (35.1)	2,933.7 (35.1)	3,018.8 (35.0)	3,097.1 (35.0)
소시지 (Sausage)	1,417.6 (17.4)	1,461.9 (17.5)	1,511.9 (17.5)	1,559.3 (17.6)
합계	8,152.7	8,365.9	8,616.4	8,846.5

* Global Market Data, GlobalData

- 1) GlobalData에서 소시지는 명확히 구분하여 시장규모를 보고 있으나 햄은 가공육 및 가열육에 포함하여 살펴봄. Ambient Meat에는 캔햄, 병햄 등이 포함되어 있으며, Cooked Meats-Counter는 식육즉석판매가공업체에서 파는 햄 및 햄과 유사한 육가공품임

78) 돼지고기 안먹는 중국인..변하는 중국식문화 속 블루오션, One Asia, 2018.01.29



2) 주요 제조사 및 브랜드

- 2017년 기준, 햄/소시지 등을 생산하고 있는 육가공품 제조사의 시장점유율을 살펴보면 WH Group(25.0%), People's Food Holdings Ltd (7.7%), China Yurun Food Group(2.6%), Shcandong Zhucheng Foreign Trade Group Co Ltd(2.3%), Fujian Anjoy Food Co Ltd(1.9%), Shanghai Maling Aquarius Group(1.7%) 순으로 나타남
- WH Group사는 육류 및 식품 가공회사로, 세계에서 가장 큰 돼지고기 제조업체이며 중국에서 가장 큰 육류 제조업체임. 중국 전역에 넓은 유통망을 보유하고 소비자들 사이에서 높은 브랜드 인지도와 평판을 가지고 있어 2014년부터 2017년까지 중국 육가공 시장의 25%를 차지하고 있음. 2013년, 미국 최대 돈육가공업체인 'SmithField'를 47억 달러에 인수해 베이컨과 소시지등 육가공품 제품과 프리미엄 돈육 제품으로 제품라인을 확대해 시장 점유율을 높였으며, 돈육 가공업에서 다양한 육류와 가공제품을 포괄하는 식품회사로 영역을 확대하고 있음. 이에 2016년 Fortune Global 500기업에 선정됨⁷⁹⁾
- People's Foods Holdings Ltd사는 투자 지주회사로, 중국에서 육류 및 육가공품의 생산, 가공, 마케팅, 유통업을 영위하고 있음. 특히, 자회사인 'Jinluo'를 통해 냉장 가공육, 냉동 가공육 제품을 판매하고 있음. 'Jinluo'는 세계적으로 18,000개 이상의 점포가 있고 일본, 독일, 미국 및 기타 국가에서 수입되는 육류 제품의 도살 생산라인을 보유하고 있으며 2억 톤 이상의 육류제품을 생산하고 있음.⁸⁰⁾ 중국 내 서양 스타일의 육가공품을 선호하는 소비자들을 위해 2016년 10월, 전통 독일 베이컨, 후추를 첨가한 폭찹, 돼지 정강이 소시지 등을 판매 중에 있음
- China Yurun Food Group Ltd는 1993년 설립된 중국에서 가장 큰 육류 공급업체로 유통, 연구, 제조, 판매 등 300개 이상의 하위 브랜드를

79) 팀 쿡-머스크보다 더 벌었다...3159억 연봉 '中 돼지왕', 중앙일보, 2018.05.22

80) Jinluo 홈페이지(www.jinluo.com.cn)



소유하고 있음. 특히 자체 브랜드인 ‘Yurun’, ‘Furun’, ‘Wangrun’을 통해 주로 냉장육과 가공된 냉동육 제품을 시장에 공급하고 있으며, 대표 브랜드 ‘Yurun’은 태국의 향신료가 가미된 소시지, 프랑크 소시지를 삼겹살로 감싼 소시지 등 다양한 제품의 육가공품을 판매 중임

[표 6-9] 중국 주요 햄/소시지류 제조사

제조사	대표 브랜드	시장 점유율(%)				대표 제품 이미지
		2014	2015	2016	2017	
WH Group	Shineway	29.6	25.9	25.4	25.0	
People's Food Holdings Ltd	Jinluo	8.2	8.0	7.9	7.7	
China Yurun Food Group Ltd	Yurun	3.0	2.9	2.6	2.6	
Shandong Zhucheng Foreign Trade Group Co Ltd	Jinmei	2.0	2.1	2.2	2.3	
Fujian Anjoy Food Co Ltd	Anjoy	1.4	1.6	1.8	1.9	
Shanghai Maling Aquarius Group	Maling	1.8	2.0	1.8	1.7	

* PROCESSED MEAT AND SEAFOOD IN CHINA, Euromonitor International, 2017.11

1) 식육가공품 제조사 기준으로 작성함

3) 시장 및 소비자 특징

- 중국 소비자는 오랜 기간 동안 소시지 제품을 즐겨 먹었으며, 전통적으로 양고기, 돼지고기, 소고기 등을 으깨서 절이고 소장에 넣어 말리는 방식으로 소시지를 만들어 1년 내내 먹는 습관이 있었던 국가로, 경제가 성장하면서 맛과 영양을 갖춘 소시지 제품에 대한 수요가 높아지고 있음⁸¹⁾

81) 중국 소시지 시장동향, KOTRA 해외시장뉴스, 2014.08.15



- 중국 식품시장은 식품안전 문제가 자주 발생해 소비자들의 식품안전에 대한 불안감이 높아지고 있으며, 소비자들의 소득수준이 지속적으로 상승하고 있고, 수입육가공 제품에 대한 신뢰도가 높아 수입 육가공 식품 시장의 수요가 확대되고 있음⁸²⁾
- 어린이 간식으로 알려진 한국의 ‘천하장사’ 소시지는 중국에서 ‘대력천장’이라는 이름으로 큰 인기를 끌고 있음. 유아용 먹거리의 안전을 가장 중요시 여기는 젊은 부모 소비층에게 신선하고 위생적인 프리미엄 간식이라는 인식이 커지고 있으며, 일반 중국 소시지 제품보다 5배 정도 비싼 가격이지만 매년 매출액이 증가하고 있음⁸³⁾
- 수입 육가공품에 대한 인지도가 높아지면서 대형 마트, 온라인 쇼핑몰 등 다양한 유통 채널을 통해 수입산 육가공품을 판매하고 있음. 수입산 소시지는 중국 브랜드 소시지보다 3배 이상 비싼 가격에 판매되고 있지만, 식품 수입에 까다로운 중국 당국의 식품안전검사를 통과하여 판매되고 있기 때문에 중국 소비자에게 수입산 육가공품의 수요가 증가하고 있음⁸⁴⁾



82) 중국 육가공품시장, 프리미엄 상품으로 진출 가능, EC21, 2017.03.10

83) 중국서 국민간식 된 ‘천하장사 소시지’, 연매출 100억 원 돌파, 인사이드, 2016.03.29

84) China approves imports of Danish Crown processed pork, Reuters, 2018.02.06



3. 홍콩 햄/소시지류 시장⁸⁵⁾

1) 시장 규모

- 홍콩 햄/소시지류가 포함된 육가공품 시장 규모는 2013년 3.6억 달러에서 2017년 5.1억 달러로 44.3% 증가함
 - 돼지고기 가공품에 대한 진입장벽이 높은 중국에 반해, 홍콩은 돼지고기 가공품 반입이 용이한 편으로, 소시지 수입량이 매년 증가하고 있고 그에 더불어 수요도 늘어나면서 육가공품 시장 규모가 매년 성장하고 있는 것으로 분석됨
- 2017년 기준, 상온 가공육이 41.9%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이어서 소시지(29.7%), 가열육(Cooked Meats-Counter) (28.4%) 순으로 나타남
 - 특히 소시지와 상온 가공육이 2013년 대비 2017년에 각각 57.9%, 50.5%의 상대적으로 높은 성장률을 나타내고 있음
 - 홍콩 소비자들은 외식 비중이 높아, 집에 구비해 놓는 식품으로는 대부분 비상용이거나 간편하게 섭취할 수 있는 즉석식품을 선호하는 특징이 있음. 이는 소포장 혹은 굽기만 하면 바로 섭취할 수 있는 햄/소시지류와 같은 가공육 제품 시장의 증가에도 영향을 준 것으로 보임
 - 특히 가공육류에 대한 식품 안전 문제가 이슈화 되면서 홍콩 소비자들은 화학 물질을 첨가하지 않은 냉장 가공육을 선호하는 소비 형태를 보임

85) PROCESSED MEAT AND SEAFOOD IN HONGKONG, CHINA, Euromonitor International, 2017.12
Global Market Data, GlobalData



[표 6-10] 홍콩 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 규모

(단위: 백만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
상온 가공육 (Ambient Meat)	143.0 (40.2)	158.4 (40.7)	176.5 (41.1)	197.2 (41.6)	215.2 (41.9)
가열육 (Cooked Meats-Counter)	116.5 (32.7)	122.8 (31.5)	130.3 (30.4)	138.8 (29.3)	146.0 (28.4)
소시지 (Sausage)	96.5 (27.1)	108.3 (27.8)	122.3 (28.5)	138.4 (29.2)	152.4 (29.7)
합계	356.0	389.6	429.1	474.5	513.7

* Global Market Data, GlobalData

1) GlobalData에서 소시지는 명확히 구분하여 시장규모를 보고 있으나 햄은 가공육 및 가열육에 포함하여 살펴봄. Ambient Meat에는 캔햄, 병햄 등이 포함되어 있으며, Cooked Meats-Counter는 식육즉석판매가공업체에서 파는 햄 및 햄과 유사한 육가공품임

- 홍콩 햄/소시지류가 포함된 육가공품 시장 규모는 2018년 5.4억 달러에서 2021년 6.1억 달러로 12.6% 증가할 것으로 전망됨. 해당 기간 소시지의 성장률이 15.5%로 상대적으로 높게 나타났으며, 이어서 상온가공육(13.9%), 가열육(7.7%) 순의 높은 성장률이 기대됨
- 편리함을 추구하는 홍콩 소비자들의 소비행태와 맞물려 편의성을 강조한 육가공품 수요 증가, 이에 따라 시장 규모가 점차 커질 것으로 예상됨. 특히 냉장 유통되는 소시지 제품은 일반 상온 제품보다는 식품 안전성에 있어 소비자들에게 좀 더 신뢰 있게 평가받아, 냉장 소시지 제품의 성장이 전망됨⁸⁶⁾

86) PROCESSED MEAT AND SEAFOOD IN HONGKONG, CHINA, Euromonitor International, 2017.12



[표 6-11] 홍콩 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 전망

(단위: 백만 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021
상온 가공육 (Ambient Meat)	227.6 (42.1)	241.0 (42.3)	249.4 (42.4)	259.2 (42.6)
가열육 (Cooked Meats-Counter)	150.7 (27.9)	156.0 (27.4)	159.2 (27.1)	162.3 (26.7)
소시지 (Sausage)	162.0 (30.0)	172.4 (30.3)	179.2 (30.5)	187.1 (30.7)
합계	540.4	569.5	587.8	608.6

* Global Market Data, GlobalData

1) GlobalData에서 소시지는 명확히 구분하여 시장규모를 보고 있으나 햄은 가공육 및 가열육에 포함하여 살펴봄. Ambient Meat에는 캔햄, 병햄 등이 포함되어 있으며, Cooked Meats-Counter는 식육즉석판매가공업체에서 파는 햄 및 햄과 유사한 육가공품임

2) 주요 제조사 및 브랜드

- 2017년 기준, 시장점유율을 살펴보면 As Watson Group이 11.2%로 1위를 차지하고 있으며, 이어서 Del Monte Asia Pte Ltd(6.0%), Stockton Further Processing Ltd(5.8%), China National Cereal, Oils & Foodstuffs Imp&Exp Corp(5.6%), Hong Kong Ham Holdings Ltd(3.5%), Dairy Farm International Holdings Ltd(3.0%) 순으로 나타남
- Hong Kong Ham Holdings Ltd는 1982년 설립되었으며 소시지, 훈제육류, 통조림 등으로 유명한 식품 제조업체임. 대표 브랜드 'Maid'는 홍콩 소비자 취향에 맞는 다양한 햄과 소시지를 제공하고 있으며, 높은 품질의 제품에 부여하는 홍콩 Q마크 상을 받음. 또한, 홍콩의 유명 요리사들과 협력하여 홍콩에 기반을 둔 홍콩브랜드로의 이미지를 강화하고 있으며 해외 프리미엄 식품 업체들로 인해 매출이 소폭 감소했지만, 매년 홍콩 식품 당국의 품질 인증을 받아 소비자들에게 안전한 육가공품을 제공하는 회사로 알려져 있음⁸⁷⁾

87) PROCESSED MEAT AND SEAFOOD IN HONGKONG, CHINA, Euromonitor International, 2017.12



- At Watson Group은 홍콩 육가공시장에서 가장 큰 점유율을 차지하고 있으며, 전 세계 24개 시장에 14,000개 이상의 점포를 운영하는 세계 최대의 건강 및 미용 소매그룹으로 ‘Parknshop’, ‘Taste’ 등 대형 식료품 유통 브랜드를 통해 PB브랜드인 ‘Select’를 제공하고 있음. ‘Select’는 프랑크 소시지, 치킨 소시지, 캅테일 소시지, 치즈 소시지 등으로 분류되고 있으며, 홍콩 소비자들의 기호에 맞게 육즙이 풍부하고 씹기 쉬운 질감, 치즈가 들어가 있는 소시지를 판매하고 있으며 PB상품의 특성상 수입 제품에 비해 가격이 저렴하다는 것이 특징임
- China National Cereal, Oils & Foodstuffs Imp&Exp Corp는 2014년 이후 시장점유율이 꾸준히 하락하고 있는데, 이는 홍콩 소비자 감시 기관의 조사를 통해 자체 브랜드인 ‘Mailing’의 프리미엄 런천미트에서 ‘Sulphonamide antibiotic’이라는 수의학적 항생제 약물이 들어있는 것으로 확인되었으며, 이 약물은 과도한 양을 섭취하면 건강에 치명상을 입힐 수 있는 것으로 확인되어 큰 문제를 일으킴. 현재 China National Cereal, Oils & Foodstuffs Imp&Exp Corp의 제품은 식품 안전 기준을 충족하는 것으로 발표되었지만, 소비자들에게 잃은 신뢰를 회복하는데 어려움을 겪고 있음⁸⁸⁾

[표 6-12] 홍콩 주요 햄/소시지류 제조사

제조사	대표 브랜드	시장 점유율(%)				대표 제품 이미지
		2014	2015	2016	2017	
As Watson Group	Select(PB)	11.5	11.4	11.3	11.2	
Del Monte Asia Pte Ltd	Kikkoman	6.1	6.1	6.0	6.0	
Stockton Further Processing Ltd	Valley Chef	5.8	5.9	5.8	5.8	

88) PROCESSED MEAT AND SEAFOOD IN HONGKONG, CHINA, Euromonitor International, 2017.12



[6장] 해외 시장 동향

제조사	대표 브랜드	시장 점유율(%)				대표 제품 이미지
		2014	2015	2016	2017	
China National Cereals, Oils & Foodstuffs Imp&Exp Corp	Great Wall	6.1	6.0	6.0	5.6	
Hong Kong Ham Holdings Ltd	Maid	3.6	3.7	3.7	3.5	
Dairy Farm International Holdings Ltd	Surebuy(PB)	2.9	2.9	3.0	3.0	

* PROCESSED MEAT AND SEAFOOD IN HONGKONG, CHINA, Euromonitor International, 2017.12
 1) 식육가공품 제조사 기준으로 작성함

3) 시장 및 소비자 특징

□ 홍콩은 토지자원이 한정된 국가로 식품의 90% 이상을 수입에 의존하고 있음. 쇠고기, 돼지고기, 가금육과 같은 육류 또한 대부분 수입에 의존하고 있으며 최대 수입국은 중국, 미국, 브라질임. 그러나 식품 안전성 관련 문제에 대한 우려로 인한 천연·유기농 제품을 선호하며 특히, 품질 수준에 대한 정확한 정보를 알 수 없는 신선 냉장육보다 유기농 전문 브랜드의 육가공품을 더 선호하고 있음⁸⁹⁾

- 식품 안전을 우려한 유기농 제품의 인기가 증가하면서 일반 유통채널이 아닌 유기농 유통채널에서 육가공품을 구매하는 소비자들이 증가하고 있음. 홍콩의 유기농 전문매장인 ‘Just Green Organic Convenience Store’는 유기농 식품, 음료, 퍼스널케어 제품부터 서적, 리빙, 가드닝 등 생활 속에서 접할 수 있는 모든 범위의 제품을 취급하고 있으며 비건, Non-GMO, 글루텐 프리, 자연 재료를 이용해 만든, 냉동·냉장·상온 육가공품 제품을 판매하고 있음



89) 홍콩 유기농 전문매장 인터뷰로 알아보는 2017년 트렌드, KOTRA 해외시장뉴스, 2017.11.08



- 홍콩의 주요 대형마트에서는 미국, 일본, 유럽에서 수입한 소시지 제품이 많이 판매되고 있으며 일본산은 고가(高價), 미국과 유럽산은 중고가, 중국산은 저가 제품이 주류를 이루고 있음. 중국산 소시지의 경우 수입량이 많지만, 중국산 제품에 대해 불신감이 많은 소비자들의 증가로 인해 타 국가 제품에 비해 인기가 낮음
- 홍콩은 높은 부동산 가격으로 인해 대부분 작은 평수에 거주하고 있고, 냉장고 사이즈가 작아 500g 이하 소포장 제품이 인기를 끌고 있음⁹⁰⁾
- 1인 가구 증가, 작은 냉장고 평수, 빠르고 간편하게 섭취할 수 있는 제품 수요의 증가로 인해 홍콩의 대형 온라인 쇼핑몰인 ‘Parknshop’에서 판매하는 소시지, 햄, 베이컨을 살펴보면 주로 300g에서 500g 사이의 소포장 제품을 판매 중임
- 홍콩 소비자들은 라면을 포함한 면류와 탕류에 소시지를 넣어 먹는 것을 즐기고 있으며, 핫도그 같은 소시지가 들어간 제품에 대한 수요가 높은 편임. 특히, 최근에는 치즈가 들어간 소시지 제품에 대한 인기가 높아지고 있으며 미국, 일본, 유럽 등 수입산 소시지의 인기가 높음⁹¹⁾



90) 홍콩 유기농 전문매장 인터뷰로 알아보는 2017년 트렌드, KOTRA 해외시장뉴스, 2017.11.08

91) 홍콩 소시지 Mini Market Report, 한국농수산식품유통공사



4. 베트남 햄/소시지류 시장⁹²⁾

1) 시장 규모

- 베트남의 햄/소시지류가 포함된 육가공품 시장 규모는 2013년 1.6억 달러에서 2017년 2.5억 달러로 56.9% 증가함. 본 보고서의 비교 국가 중 아직까지 햄/소시지류가 포함된 육가공품 시장 규모가 크게 발달한 국가는 아님
- 2017년 기준, 가열육(Cooked Meats-Counter)이 56.5%의 시장점유율을 가지며, 이어서 상온 가공육이 43.5%의 비중을 차지함. 미국이나 중국, 홍콩과 달리 소시지(Sausage) 판매액은 별도로 확인되지 않음
 - 베트남은 콜드체인 유통이 미흡하여, 아직까지 소시지가 포함된 냉장 가공육 제품이 크게 발달하지 않은 가운데, 상온 가공육 및 가열육은 다양한 브랜드 및 가격대의 제품이 전통 소매채널 및 현대 소매채널에서 판매되면서 점유율이 높게 나타난 것으로 분석됨
 - 또한 상온에서 판매되는 소시지는 상온 가공육에 포함된 것으로 추정됨

[표 6-13] 베트남 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 규모

(단위: 백만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
상온 가공육 (Ambient Meat)	69.4 (43.8)	77.5 (43.7)	87.1 (43.6)	98.2 (43.5)	108.1 (43.5)
가열육 (Cooked Meats-Counter)	89.0 (56.2)	99.7 (56.3)	112.6 (56.4)	127.4 (56.5)	140.5 (56.5)
합계	158.4	177.2	199.7	225.5	248.6

* Global Market Data, GlobalData

1) GlobalData에서 소시지는 명확히 구분하여 시장규모를 보고 있으나 햄은 가공육 및 가열육에 포함하여 살펴봄. Ambient Meat에는 캔햄, 병햄 등이 포함되어 있으며, Cooked Meats-Counter는 식육즉석판매가공업체에서 파는 햄 및 햄과 유사한 육가공품임

92) PROCESSED MEAT AND SEAFOOD IN VIETNAM, Euromonitor International, 2017.11
Global Market Data, GlobalData



- 베트남 햄/소시지류가 포함된 육가공품 시장 규모는 2018년 2.8억 달러에서 2021년 4.0억 달러로 42.6% 증가할 것으로 전망됨. 해당 기간 상온 가공육 및 가열육 모두 40% 이상의 성장률을 나타낼 것으로 보임
- 전통 및 현대 유통채널에서 꾸준히 상온 가공육 및 가열육 제품의 판매가 예상되는 가운데, 소시지와 같은 냉장 가공육은 제품의 편리함과 사용의 편의성 덕분에 요리 경험이 많지 않은 젊은 층에게 인기가 높아지며 수요가 증가할 것으로 보임

[표 6-14] 베트남 육가공품(햄/소시지류 포함) 시장 전망

(단위: 백만 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021
상온 가공육 (Ambient Meat)	121.2 (43.4)	136.3 (43.3)	153.1 (43.2)	171.6 (43.1)
가열육 (Cooked Meats-Counter)	157.9 (56.6)	178.3 (56.7)	201.0 (56.8)	226.3 (56.9)
합계	279.1	314.6	354.1	398.0

* Global Market Data, GlobalData

1) GlobalData에서 소시지는 명확히 구분하여 시장규모를 보고 있으나 햄은 가공육 및 가열육에 포함하여 살펴봄. Ambient Meat에는 캔햄, 병햄 등이 포함되어 있으며, Cooked Meats-Counter는 식육즉석판매가공업체에서 파는 햄 및 햄과 유사한 육가공품임

2) 주요 제조사 및 브랜드

- 2017년 기준 햄/소시지류 등을 생산하고 있는 육가공품 제조사의 시장 점유율을 살펴보면 Vissan Co Ltd가 27%로 1위를 차지하고 있으며, 이어서 Halong Canned Food JSC(4.3%), Special Aquatic Joint-stock Co(3.1%), Saigon Export Foodstuffs & Agricultural Products JSC(2.5%), Cau Tre Export Goods Processing JSC(2.4%), Duc Viet Co Ltd(2.2%) 순으로 나타남



- 가장 높은 시장점유율을 차지하고 있는 Vissan Co Ltd 사는 1,000여개의 에이전트와 120여개의 대형슈퍼, 700여개 학교 구내식당으로 육가공품을 공급하고 있으며 오랜 역사, 높은 브랜드 이미지, 평판, 좋은 품질로 인해 27%의 육가공품 시장점유율을 나타내고 있음. 특히, 어린이들을 대상으로 한 소시지 트렌드에 따라 2017년에 다양한 종류와 크기를 가진 BBQ소스/타마린드(Tamarind)⁹³⁾소스/치즈맛 소시지를 선보였지만, 수입 업체들의 낮은 관세로 인한 가격경쟁으로 인해 2014년부터 시장 점유율이 낮아지고 있음
- Halong Canned Food JSC는 1957년에 설립되었으며 베트남 전역에 8개의 통조림 가공공장과 1,000여명의 직원이 근무하고 있는 식품 가공회사임. 2013년과 2017년 사이, 베트남의 가공식품에 대한 마케팅 및 홍보 활동이 제한됨에 따라 제품과 유통망 확보에 노력하였음에도 불구하고, 육가공품은 건강에 해로운 제품이라는 인식이 늘어났음. 뿐만 아니라 프리미엄 수입산 육가공품이 낮은 관세로 시장에 진입하면서 가격 경쟁력이 떨어져 시장 점유율이 꾸준히 낮아지고 있음
- 상위 점유율을 차지하고 있는 Vissan Co Ltd와 Saigon Export Foodstuffs & Agricultural Products JSC는 일본의 식품가공 기술로 소시지를 생산하고 있지만, 점유율 하위를 차지하고 있는 Duc Viet은 독일 기술, Viet Huong은 EU 기술로 제품을 생산하고 있는 것이 특징임

[표 6-15] 베트남 주요 햄/소시지류 제조사

제조사	대표 브랜드	시장 점유율(%)				대표 제품 이미지
		2014	2015	2016	2017	
Vissan Co Ltd	Vissan	30.3	29.3	27.7	27.0	
Halong Canned Food JSC	Ha Long	4.9	4.7	4.5	4.3	

93) 타마린드(Tamarind)란 북아프리카 및 아시아의 열대지방이 원산인 교목으로, 열매는 카레 조미료나 청량음료의 원료 등으로 사용됨



제조사	대표 브랜드	시장 점유율(%)				대표 제품 이미지
		2014	2015	2016	2017	
Special Aquatic Joint-stock Co (SEASPIMEX- VIETNAM)	Seaspimex	3.0	3.1	3.1	3.1	
Saigon Export Foodstuffs & Agricultural Products JSC	Agrex SaiGon	2.2	2.3	2.4	2.5	
Cau Tre Export Goods Processing JSC	Cau Tre	2.6	2.7	2.6	2.4	
Duc Viet Co Ltd	Duc Viet	2.5	2.4	2.3	2.2	

* PROCESSED MEAT AND SEAFOOD IN VIETNAM, Euromonitor International, 2017.11

* 식육/어육가공품 시장점유율 중 식육가공품 제조사 기준으로 작성함

* 시장점유율은 제조사 기준으로 작성함

3) 시장 및 소비자 특징

□ 도시화로 인한 생활패턴의 변화 때문에, 현지 소비자들이 시간 절약과 간편함을 추구하며 햄을 포함하여 간편하게 먹을 수 있는 즉석식품 시장이 크게 성장하고 있음⁹⁴⁾

○ 베트남의 도시화 비율이 증가함에 따라 사무실이나 공장 등에서 근무하는 노동자들이 늘었고, 이로 인해 시간 제약이 커진 현지인들의 수가 증가함. 이러한 시간 제약으로 인해 직접 재료를 손질해 요리하는 것보다, 육가공품 등 즉석식품의 단가가 더 비싸더라도 시간에 더 큰 가치를 둔 현대소비자들이 늘어 인기를 끌고 있음



□ 베트남의 젊은 부부 소비층이 증가하고 있음에 따라 베트남 육가공 업체, 해외 업체들의 어린이를 대상으로 출시한 육가공 제품이 큰 인기를 끌고 있음⁹⁵⁾

94) 베트남, 바빠진 일상만큼 '즉석식품'도 인기 급상승, KOTRA 해외시장뉴스, 2016.12.09



- 베트남의 육가공 시장 상위 점유율 제조업체들은 어린이를 대상으로 한 소시지 판매에 주력하고 있으며 특히, ‘Masan Consumer Corp’사는 새로운 소스팩과 포장으로 마무리한 어린이용 소시지 제품인 ‘Cao Boi Woa!ngon’을 통해 어린이용 육가공품 트렌드의 선두 주자로 발돋움하고 있음. 어린 소비자들을 겨냥해 학교 앞, 편의점 근처에 소규모 독립 소매점을 통해 제품을 판매하고 있어 어린이들 사이에서 큰 인기를 끌고 있음
- 베트남의 육가공 제조업체인 ‘Anco Family Food’사는 어린이용 육가공품 트렌드에 맞춰 어린이용 제품을 판매 중에 있음. 식사대용까지 고려한 제품을 만들고 있으며, 어린이 성장에 좋은 DHA, Lysine, 칼슘, Fiber 등 영양소를 첨가하고, 어린이의 입맛을 고려해 간장 쇠고기 스투, 전복, 버섯 맛의 제품을 판매하고 있음



어린이용 소시지
‘Cao Boi Woa!ngon’



어린이용 소시지
‘Xuxifam’

2018 가공식품 세분시장 현황

2018년 12월 인쇄

2018년 12월 발행

편저·발행



인쇄처 에림프로세스 서울 중구 퇴계로31길 16

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.