

발간등록번호

11-1543000-000912-01

식품정보분석 고도화사업 연구보고서

식품산업정보 기획분석 보고서(I)

주요 가공식품의 원재료 소비 실태 심층 분석



2015



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

PART 1

주요 가공식품의 원재료 소비 실태 심층 분석

제 출 문

한국농수산물유통공사 사장 귀하

본 보고서를 “식품정보분석 고도화 사업”용역 중 ‘주요 가공식품의 원재료 소비 실태 심층 분석’ 최종보고서로 제출합니다.

2015. 6

연구기관명 : 식품정보분석 고도화사업단

연구책임자 :	서울대학교 농경제사회학부	김관수 교수
연구원 :	서울대학교 농경제사회학부	임정빈 교수
	서울대학교 농경제사회학부	안동환 교수
	충남대학교 농업경제학과	김성훈 교수
	영남대학교 농업경제학과	박재홍 교수
	고려대학교 식품자원경제학과	안병일 교수
연구보조원 :	서울대학교 농경제사회학부 박사과정	김규호
	서울대학교 농경제사회학부 박사과정	민선형
	서울대학교 농경제사회학부 박사과정	하용현
	서울대학교 농경제사회학부 석사과정	김하은
	서울대학교 농경제사회학부 석사과정	박혜민
	서울대학교 농경제사회학부 석사과정	송시완
	서울대학교 농경제사회학부 석사과정	우성휘
	서울대학교 농경제사회학부 석사과정	이예영

제 1 부 주요 가공식품별 원재료 사용실태 심층 분석

I 원재료 사용실태 심층 분석의 필요성	1
II 원재료 사용실태 심층 분석 내용 및 방법	3
1. 품목별 원재료의 국산 · 수입산 구매 금액과 비중	3
2. 품목별 국산 · 수입산 원재료 구매 이유	8
3. 품목별 원재료의 조달경로 및 경로사용 이유와 판매처별 매출 비중 ·	10
4. 품목별 원재료의 소비흐름	13
III 원재료 사용실태 심층 분석 결과	16
1. 떡	16
2. 어육가공품	31
3. 두부류 및 묵류	46
4. 식육 및 알가공품	62
5. 음료류	79
6. 조미식품류	95
IV 요약 및 결론	109
<참고 문헌>	114

〈표 목차〉

<표 3-1> 국산화율 분석 결과(떡)	16
<표 3-2> 주요 원재료 투입비중 및 국산화율 분석 결과(떡)	17
<표 3-3> 국산 원재료 사용 이유(떡)	19
<표 3-4> 수입산 원재료 사용 이유(떡)	21
<표 3-5> 국산 원재료 구매 경로(떡)	22
<표 3-6> 국산 쌀 원재료 구매 경로 사용 이유(떡)	23
<표 3-7> 국산 소맥분 원재료 구매 경로 사용 이유(떡)	23
<표 3-8> 국산 천일염 원재료 구매 경로 사용 이유(떡)	24
<표 3-9> 수입산 원재료 구매 경로(떡)	25
<표 3-10> 수입산 쌀 구매 경로 사용 이유(떡)	26
<표 3-11> 수입산 소맥분 구매 경로 사용 이유(떡)	27
<표 3-12> 수입산 천일염 구매 경로 사용 이유(떡)	27
<표 3-13> 매출액 기준 판매처 비중(떡)	28
<표 3-14> 국산화율 분석 결과(어육가공품)	31
<표 3-15> 주요 원재료의 국산화율 분석 결과(어육가공품)	32
<표 3-16> 국산 원재료 사용 이유(어육가공품)	34
<표 3-17> 수입산 원재료 사용 이유(어육가공품)	35
<표 3-18> 국산 원재료 구매 경로(어육가공품)	37
<표 3-19> 국산 (물)오징어 원재료 구매 경로 사용 이유(어육가공품)	38
<표 3-20> 국산 어육살 구매 경로 사용 이유(어육가공품)	38
<표 3-21> 수입산 원재료 구매 경로(어육가공품)	40
<표 3-22> 수입산 (물)오징어 구매 경로 사용 이유(어육가공품)	40
<표 3-23> 수입산 어육살 구매 경로 사용 이유(어육가공품)	41
<표 3-24> 수입산 소맥분 구매 경로 사용 이유(어육가공품)	41
<표 3-25> 매출액 기준 판매처 비중(어육가공품)	43
<표 3-26> 국산화율 분석 결과(두부류 및 묵류)	47
<표 3-27> 주요 원재료의 국산화율 분석 결과(두부류 및 묵류)	48
<표 3-28> 국산 원재료 사용 이유(두부류 및 묵류)	49
<표 3-29> 수입산 원재료 사용 이유(두부류 및 묵류)	51
<표 3-30> 국산 원재료 구매 경로(두부류 및 묵류)	52
<표 3-31> 국산 대두 구매 경로 사용 이유(두부류 및 묵류)	53
<표 3-32> 국산 기타전분 구매 경로 사용 이유(두부류 및 묵류)	54

<표 3-33> 국산 천일염 구매 경로 사용 이유(두부류 및 목류)	54
<표 3-34> 수입산 원재료 구매 경로(두부류 및 목류)	56
<표 3-35> 수입산 대두 구매 경로 사용 이유(두부류 및 목류)	57
<표 3-36> 수입산 기타전분 구매 경로 사용 이유(두부류 및 목류)	57
<표 3-37> 수입산 천일염 구매 경로 사용 이유(두부류 및 목류)	58
<표 3-38> 매출액 기준 판매처 비중(두부류 및 목류)	59
<표 3-39> 국산화율 분석 결과(식육 및 알가공품)	63
<표 3-40> 주요 원재료의 국산화율 분석 결과(식육 및 알가공품)	64
<표 3-41> 국내외 돈육 가격 비교	64
<표 3-42> 국산 원재료 사용 이유(식육 및 알가공품)	66
<표 3-43> 수입산 원재료 사용 이유(식육 및 알가공품)	67
<표 3-44> 국산 원재료 구매 경로(식육 및 알가공품)	68
<표 3-45> 국산 돼지고기 구매 경로 사용 이유(식육 및 알가공품)	69
<표 3-46> 국산 닭고기 구매 경로 사용 이유(식육 및 알가공품)	70
<표 3-47> 국산 쇠고기 구매 경로 사용 이유(식육 및 알가공품)	71
<표 3-48> 수입산 원재료 구매 경로(식육 및 알가공품)	72
<표 3-49> 수입산 돼지고기 구매 경로 사용 이유(식육 및 알가공품)	73
<표 3-50> 수입산 닭고기 구매 경로 사용 이유(식육 및 알가공품)	74
<표 3-51> 수입산 쇠고기 구매 경로 사용 이유(식육 및 알가공품)	74
<표 3-52> 매출액 기준 판매처 비중(식육 및 알가공품)	76
<표 3-53> 국산화율 분석 결과(음료류)	80
<표 3-54> 주요 원재료의 국산화율 분석 결과(음료류)	81
<표 3-55> 국산 원재료 사용 이유(음료류)	83
<표 3-56> 수입산 원재료 사용 이유(음료류)	84
<표 3-57> 국산 원재료 구매 경로(음료류)	86
<표 3-58> 국산 과당류 구매 경로 사용 이유(음료류)	87
<표 3-59> 국산 감귤 구매 경로 사용 이유(음료류)	87
<표 3-60> 국산 대두 구매 경로 사용 이유(음료류)	88
<표 3-61> 수입산 원재료 구매 경로(음료류)	89
<표 3-62> 수입산 과당류 구매 경로 사용 이유(음료류)	89
<표 3-63> 수입산 대두 구매 경로 사용 이유(음료류)	90
<표 3-64> 수입산 백설탕 구매 경로 사용 이유(음료류)	90
<표 3-65> 매출액 기준 판매처 비중(음료류)	92
<표 3-66> 국산화율 분석 결과(조미식품류)	95
<표 3-67> 주요 원재료의 국산화율 분석 결과(조미식품류)	96

<표 3-68> 국산 원재료 사용 이유(조미식품류)	98
<표 3-69> 수입산 원재료 사용 이유(조미식품류)	99
<표 3-70> 국산 원재료 구매 경로(조미식품류)	101
<표 3-71> 국산 건고추 구매 경로 사용 이유(조미식품류)	102
<표 3-72> 국산 연유 구매 경로 사용 이유(조미식품류)	102
<표 3-73> 국산 대두유 구매 경로 사용 이유(조미식품류)	102
<표 3-74> 수입산 원재료 구매 경로(조미식품류)	103
<표 3-75> 수입산 건고추 구매 경로 사용 이유(조미식품류)	104
<표 3-76> 수입산 백설탕 구매 경로 사용 이유(조미식품류)	105
<표 3-77> 수입산 대두유 구매 경로 사용 이유(조미식품류)	105
<표 3-78> 매출액 기준 판매처 비중(조미식품류)	106

〈그림 목차〉

〈그림 2-1〉 원재료 사용량과 생산제품별 원재료 투입비중_(B1, B2, B3)	5
〈그림 2-2〉 주요 생산제품별 국산 및 수입 원재료 사용 비중_(C2)	5
〈그림 2-3〉 주요 생산제품의 매출액 및 출하량 문항_(A7)	9
〈그림 2-4〉 국산/수입산 원료 조달이유 문항_(C3,C4)	9
〈그림 2-5〉 국산/수입산 원재료의 조달 비중과 경로 사용 이유 문항_(D1,D2,D5, D6)	11
〈그림 2-6〉 매출액 기준 주요 생산제품 판매처 문항_(A10)	12
〈그림 2-7〉 가공식품 전체의 쌀 소비 흐름도	14
〈그림 2-8〉 개별 가공식품(떡류)의 원재료 소비 흐름도(예시)	15
〈그림 3-1〉 떡류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2012)	29
〈그림 3-2〉 떡류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2013)	30
〈그림 3-3〉 어육가공품의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2012)	44
〈그림 3-4〉 어육가공품의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2013)	45
〈그림 3-5〉 두부 및 목류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2012)	60
〈그림 3-6〉 두부 및 목류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2013)	61
〈그림 3-7〉 식육 또는 알가공품류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2012)	77
〈그림 3-8〉 식육 또는 알가공품류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2013)	78
〈그림 3-9〉 편의점 PB상품 시장 현황	92
〈그림 3-10〉 음료류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2012)	93
〈그림 3-11〉 음료류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2013)	94
〈그림 3-12〉 조미식품류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2012)	107
〈그림 3-13〉 조미식품류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2013)	108

I 원재료 사용실태 심층 분석의 필요성

- ‘식품산업 분야별 원료소비 실태조사’는 주요 농축수산물의 소비량을 측정하고 제조·외식·최종소비자 부문의 원재료 조달 및 이용 실태를 파악하여 식품수급 및 산업 경쟁력 강화에 필요한 정책수립을 위한 기초적인 통계자료 구축을 목적으로 2010년 이후 매년 발간되고 있음¹⁾.
- 그러나 본 조사의 결과는 중량을 중심으로 수집된 정보의 1차 정보 제공에만 그치고 있으며, 원료 기준의 통계는 비교적 잘 정리되어 있으나 생산된 품목 기준의 통계는 다소 부족한 측면이 있음. 따라서 추가분석 정보와 개별 가공식품을 중심으로 한 분석을 통하여 자료의 활용도를 높일 필요가 있음.
- 본 연구에서는 ‘식품산업 분야별 원료소비 실태조사’ 자료를 활용한 품목별 국산/수입산 조달 금액과, 국산비중(금액기준), 원재료 사용 이유, 원재료 조달 경로(금액기준)를 중심으로 분석함. 마지막으로 위의 결과들을 활용하여 가공식품의 원료조달과 판매 흐름을 종합적으로 분석하고자 함.
- 기존의 ‘식품산업 분야별 원료소비 실태조사’ 보고서에서는 구매 중량을 기준으로 국산화율을 도출하였음. 하지만 이러한 방식의 국산화율 계산은 각 가공식품에 사용된 원재료가 동일한 속성을 지니고 있다는 가정을 전제로 하기 때문에 현실성이 떨어질 수 있음.
- 원재료 구매 금액을 기준으로 국산화율 계산할 경우, 일반적으로 국산 원재료가 수입 원재료보다 비싸기 때문에 국산 원재료 사용 비중이 과다 계산될 가능성이 큼.

1) 2007년 ‘식품산업 분야별 현황조사’에서 출발하여, 2010년 ‘식품산업 분야별 원료소비 실태조사’로 명칭 변경이 승인됨(통계청).

- 따라서 본 연구에서는 구매량 기준 국산화율과 금액 기준 국산화율을 비교하고, 이를 절충할 수 있는 접근방법을 모색하고자 함.

- 또한 본 연구에서는 가공식품의 특성별로 위의 분석내용들이 어떻게 나타나는지 살펴보기 위하여 주요 가공식품 6개(떡류, 식육 및 알가공품류, 어육가공품류, 두부 및 묵류, 음료류, 조미식품류)을 비교분석 후 시사점을 도출하고자 함.

II 원재료 사용실태 심층 분석 내용 및 방법

1. 품목별 원재료의 국산·수입산 구매 금액과 비중

- 이미 구매 중량을 기준으로 품목별 각 원재료의 국산·수입산 사용량과 이에 근거한 비중은 ‘식품산업 분야별 원료소비 실태조사’의 보고서 및 통계자료집에 수록되어 있음.
- ‘원재료’ 별 중량을 기준으로 한 국산 사용 비중은 그 자체로도 많은 시사점을 줄 수 있음. 그러나 1개 이상의 원재료가 고려될 경우, 구매 중량을 기준으로 한 국산화율 비중은 집계문제(aggregation)가 발생함.
 - 예를 들어, 투입재인 쌀과 소맥분을 구매 중량 기준으로 단순 합산하여 국산화율을 도출한 경우 쌀과 소맥분이 동일한 속성을 가진 재화임을 가정한다는 문제점이 나타남.
- 따라서 본 연구에서는 아래와 같은 방법으로 원자료(Row data)를 가공하여 국산·수입산 사용금액과 이에 근거한 비중을 분석할 예정이다. 일반적으로 동일 원재료를 대상으로 분석 시 국산 원재료가 수입산 원재료보다 비쌀 것이 예상되므로, 본 연구의 결과로 산출될 국산/수입산 비중은 중량 기준의 비중과는 다를 것으로 판단됨.
- 분석에 사용된 ‘대상품목²⁾ 제조업체’의 자료는 가공식품 생산업체별로 조사된 4개의 생산품목 가운데 대상품목을 생산하는 업체의 자료만을 구분하여 사용함.
- 제조업체의 대표품목(매출액이 가장 큰 제품)이 대상품목이 아니더라도 4가지 제품 중에 대상품목에 해당되는 품목은 분석에 포함되었음.

2) 본 보고서에서 대상품목이란 분석대상이 되는 제품 즉, 떡류, 식육 및 알가공품류, 어육가공품류, 두부 및 묵류, 음료류, 조미식품류를 의미함.

- 예를 들어, 매출액이 가장 높은 제품이 식육가공품인 제조업체가 떡을 생산할 경우 그 업체의 떡에 대한 데이터는 떡에 관한 분석자료에 포함됨.

□ 원재료 구매 금액을 기준으로 한 원재료의 국산·수입산 비율 계산은 다음과 같음³⁾.

- 위에서 분류된 대상품목 생산 업체들의 자료에서, 업체별 원재료의 전체 사용량(설문 문항 B1)과 생산제품의 원재료 투입비중(설문 문항 B3)을 이용하여 ‘생산품목의 각 원재료 사용량(Ⓐ)’을 계산함.

3) 위 방법은 기존에 발표되고 있던 분석 방법과 다소 차이가 있음. 이는 극단적인 이상치의 제거 유무 및 국산화율 도출 방법의 차이에서 기인함. 국산화율 도출 방법의 차이는 다음과 같음(식품산업 분야별 원료소비 실태조사 조사표 참고)

<극단적인 이상치 소거 과정>

- ① 각 제품별 원재료들의 사분위범위를 구하고, (제1사분위수 - 1.5*사분위범위) 보다 작거나 (제3사분위수 + 1.5*사분위범위)보다 큰 값은 이상치(outlier)간주하고 소거함(「지가형성의 지역요인 및 개별요인 연구」, 2007, 한국부동산연구원).
- ② 극단 이상치를 소거한 데이터를 이용하여 각 제품별 원재료들의 중앙값을 도출하고 단가 데이터가 존재하지 않을 경우, 이로 대체하였음. 평균값이 아닌 중앙값을 사용한 이유는 극단 이상치를 제거하더라도 이상치(다른 업체들의 평균에 비해 값이 크지만 극단이상치보다는 작은 값)들이 존재하고 평균은 이러한 이상값에 크게 영향을 받으나 중앙값은 그렇지 않기 때문임. 또한 이상값이 있는 경우 중앙값이 평균보다 자료의 대표값으로 더 의미가 있을 수 있음.

<기존 보고서 국산화율 도출과정 및 본 보고서 상 도출과정>

- ① B1과 B2를 곱하여 전체 사용금액 도출
 - ② ① 에 B3을 곱해 제품별 사용금액 도출
 - ③ ② 에 C2항목(량 기준 국산/수입산 사용비중)들을 곱하여 제품별 국산/수입산 사용금액 도출
- 이와 같은 도출 과정은 사용금액에 중량기준의 국산/수입산 사용비중을 적용한다는 점에서 추정 오차발생이라는 한계점이 존재함. 따라서 본 연구에서는 위와 같은 한계점을 해결하고자 하였음. 하지만 본 보고서에 사용한 방법 또한 국산/수입산 원재료 톤당 구매금액(B2_1과 B2_2)의 데이터 응답률이 떨어지는 한계가 있음.

<그림 2-1> 원재료 사용량과 생산제품별 원재료 투입비중_(B1, B2, B3)

원재료명	B1. 사용량(톤) * 상당 타의 내용 참조	B2. 톤당 구매 금액(원/톤) * 상당 B2의 내용을 참조			B3. 원재료 투입 비중(사용량 기준) * 상당 B3의 내용을 참조 * 생산제품1 ~ 기타: 생산제품은 2page A7의 생산제품을 기입				
		B2.전체	B2.국산	B2.수입	생산제품 1 ()	생산제품 2 ()	생산제품 3 ()	기타 생산제품 ()	합계
I. 농림축수산물 원재료									
	원	백만원/톤	백만원/톤	백만원/톤	%	%	%	%	100%
	원	백만원/톤	백만원/톤	백만원/톤	%	%	%	%	100%

- 위에서 계산한 ‘생산품목 및 원재료별 사용량(A)’ 과 설문 문항 C2 (제품의 국산 및 수입 원재료 사용비중)를 이용하여 각 업체의 ‘생산품목 및 원재료별 국산·수입산 사용량(B)’을 계산함.
- 각 업체의 ‘생산품목 및 원재료별 국산·수입산 사용량(B)’에 설문 문항 B2의 ‘원재료 톤당 구매금액: 국산·수입산(B2_1/B2_2)’⁴⁾을 곱하여 각 업체의 ‘생산품목 및 원재료별 국산·수입산 금액(C)’을 계산함.
- 각 업체의 ‘생산품목 및 원재료별 국산·수입산 금액(C)’ 결과로부터 원재료 구매 금액을 기준으로 한 ‘생산품목 및 원재료별 국산·수입산의 비중’을 계산할 수 있음.

<그림 2-2> 주요 생산제품별 국산 및 수입 원재료 사용 비중_(C2)

원재료명	C1. 원산지별 이용률(%)		C2. 주요 생산제품별 국산 및 수입 원재료 사용 비중(%) * 각 생산제품별로 합이 100%가 되도록 기재							
	국산	수입	생산제품1 ()		생산제품2 ()		생산제품3 ()		기타 생산제품 ()	
			국산	수입	국산	수입	국산	수입	국산	수입
I. 농림축수산물 원재료										
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%

□ 앞에서 계산된 원재료의 국산·수입산 구매금액을 활용하여, 실제 구매금액을 기준으로 한 떡/어육가공품의 국산 원재료 사용 비율 추정을 시도함.

○ 먼저, 양 기준으로 표시된 원재료의 국산 사용 비율(R^Q)은 아래 (식 1)과 같이 나타낼 수 있음.

$$(식 1) \quad R^Q = \frac{Q^D I}{Q^D I + Q^I I}$$

여기서 $Q^D = [Q_1^D, Q_2^D, Q_3^D, \dots, Q_n^D]$

$Q^I = [Q_1^I, Q_2^I, Q_3^I, \dots, Q_n^I]$

$I = (n \times 1)$ 행등벡터

$Q_i^D = i$ 투입재의 국산(D)사용량

$Q_i^I = i$ 투입재의 수입산(I)사용량

- (식 1)에 표시된 양 기준 투입재의 국산 사용 비율은 질적으로 상이한 n 개의 투입재의 합이 포함되기 때문에 집계문제(aggregation problem)로부터 자유로울 수 없음.
- n 개의 투입재가 모두 동일한 가치를 가진 동일 투입재일 경우 (식 1)은 집계 문제에서 자유로울 수 있음. 다시 말하여 투입재 i 만을 고려할 경우, 양 기준 원재료의 국산 사용 비율은 집계 문제에서 자유로울 수 있으며, 따라서 조달 물량을 기준으로 한 투입재 i 의 국산사용비중의 사용도 적절하다고 판단할 수 있음.

○ 다음으로, 금액 기준으로 표시된 원재료의 국산 사용 비율(R^P)은 아래의 (식 2)와 같음.

$$(식 2) \quad R^P = \frac{Q^D * P^D}{Q^D * P^D + Q^I * P^I}$$

$$\text{여기서 } P^D = [P_1^D, P_2^D, P_3^D, \dots, P_n^D]$$

$$P^I = [P_1^I, P_2^I, P_3^I, \dots, P_n^I]$$

$P_i^D = i$ 투입재의 국산(D) 가격, $P_i^I = i$ 투입재의 수입산(I) 가격

- (식 2)에 표시된 금액 기준 투입재의 국산 사용 비율은 n 개의 투입재 각각의 가격이 고려되어 투입액으로 표시되었기 때문에 집계 문제에서는 자유로울 수 있음.
 - 위 식은 일반적인 가격지수(price index) 산정에 활용되는 Laspeyres 가격지수와 유사함. 이 경우 P^D 는 변화 이후의 가격, 분모에 나타난 P^D 와 P^I 는 변화 이전의 가격을 각각 나타낸다고 해석될 수 있음.
 - 그러나, 위 (식 2)는 국내산 가격과 수입산 가격과의 괴리가 발생할 경우 (예, 국내산 가격 > 수입산가격), 원재료의 국산 사용 비율이 과대평가될 수 있다는 문제가 있음.
 - 다시 말하여 수입산 대비 국내산 동일 투입재의 가격이 일반적으로 높기 때문에 금액 기준으로 표시된 원재료의 국산 사용 비율(R^P)은 일반적으로 실제치 보다 과대평가될 가능성이 높음.
- 이러한 문제를 해소하기 위하여 아래와 같은 Fisher 가격지수의 개념을 응용한 접근방법을 모색함. 아래의 식 (식 3-1), (식 3-2), 그리고 (식 3-3)은 이러한 개념을 수식화한 결과임.

$$\text{(식 3-1)} \quad R^{DP} = \frac{Q^D * P^D}{Q^D * P^D + Q^I * P^D}$$

- 여기서 R^{DP} 는 국산가격 기준 금액으로 표시된 원재료의 국산사용 비중을 의미함. 즉, 수입산가격(P^I)이 국산가격(P^D)으로 대체됨.

$$\text{(식 3-2)} \quad R^{IP} = \frac{Q^D * P^I}{Q^D * P^I + Q^I * P^I}$$

- 여기서 R^{IP} 는 수입산가격 기준 금액으로 표시된 원재료의 국산사용 비중을 의미함. 즉, 국산가격(P^D)이 수입산가격(P^I)으로 대체됨.

$$(식 3-3) \quad FR^P = [R^{DP} * R^{IP}]^{0.5}$$

- 여기서 FR^P 는 Fisher 가격지수 도출 방식을 응용하여 국산가격 기준 금액으로 도출된 국산사용 비중과 수입산가격 기준 금액으로 도출된 국산사용 비중을 기하평균한 값을 의미함.
- FR^P 는 집계문제를 해소할 수 있으며, 국산 사용 비중의 과대 평가 문제를 감안할 수 있음. FR^P 의 특징은 아래와 같이 요약될 수 있음.

$$FR^P \rightarrow R^Q \quad \text{if } n \rightarrow 1$$

$$FR^P \rightarrow R^{DP} \text{와 } R^{IP} \text{의 사이에 위치} \quad \text{if } n \rightarrow \infty$$

2. 품목별 국산 · 수입산 원재료 구매 이유

□ 현재 ‘식품산업 분야별 원료소비 실태조사’ 보고서의 생산제품별로 구분하지 않고 업종별과 종사자 규모별로 분석되어 있음⁵⁾.

- 그러나 동일한 원재료를 사용한다 하더라도 업종별 원재료 구매 이유는 각자 다를 수 있기 때문에 이를 반영한 심층 분석이 필요함.
- 예컨대, 대두는 장류 제조업체와 식용유지류 제조업체 간 국산·수입산 구매 이유에서 차이가 발생할 수 있음.

5) 통계집의 경우 원료별로 조달이유가 정리되어 있기는 하나, 생산품목이 구분되어 있지 않은 한계가 있음.

□ 따라서 각 해당품목별로 분류한 제품별 자료에서 매출액이 가장 높은 제품이 분석대상품목인 자료만을 다시 구분하여 국산/수입산 원료 조달이유(C3,C4)를 분석할 계획임.

- ① 먼저, 4개의 생산제품 중 ‘분석대상품목’의 데이터만을 구분함.
- ② ①중에서 설문 A7 문항을 이용하여 제조업체의 해당 매출액을 기준으로 업체별 대표품목을 선정함. 대표품목이 ‘분석대상품목’인 업체 데이터를 구분하여 C3, C4문항을 분석함(<그림 2-3>과 <그림 2-4> 참조).
- 제품별 자료(①)에서 다시 매출액 기준으로 데이터(②)를 구분해 낸 이유는 원재료 조달이유는 업체별로 한번만 조사되기 때문임. 즉, 매출액 1위가 식육가공품이지만 떡도 같이 생산하는 업체의 경우, 떡의 ‘국산·수입산 구매 금액과 비중’분석에서는 사용되지만 ‘국산/수입산 원료 조달이유 분석’에서는 제외됨. 위와 같은 유형의 기업에게 떡과 같이 비중이 크지 않은 품목의 원재료 구매이유는 기업의 원재료 구매이유에서 낮은 가중치를 갖고 있기 때문임.

<그림 2-3> 주요 생산제품의 매출액 및 출하량 문항_(A7)

A7. 주요 생산제품의 매출액 및 출하량 (생산제품명은 2page의 <식품 분류표>를 참조해 주시기 바랍니다.)

구분	분류 코드	B. 연간 매출액			C. 연간 출하량		
		국내출하액	수출액	합계	국내출하량	수출량	합계
7_1 생산제품1()							
7_2 생산제품2()							
7_3 생산제품3()							
7_4 기타생산제품()							

<그림 2-4> 국산/수입산 원료 조달이유 문항_(C3,C4)

C3. (C1에서 수입 원재료 구매 비율이 있을 경우) 수입 원재료를 사용하셨던 이유를 중요한 순서대로 두 가지만 골라 주십시오. 1순위 (), 2순위 ()

- ① (국내산은) 맛/품질/규격이 일정하지 않아서
- ② (국내산은) 일시에 대량으로 납품받을 수 없어서
- ③ 국내산보다 더 안전하게 생각되어서
- ④ (국내산은) 원가가 높아 가격경쟁이 안돼서
- ⑤ 국내에서 생산되지 않는 원재료라서
- ⑥ 국내에서 생산되지 않는 계절에 일시적으로 수입
- ⑦ 소비자들의 외국산과 국내산 원료선호도의 차이가 크지 않아서
- ⑧ 사용이 편리하게 1차 가공이 잘 되어 있어서
- ⑨ (외국산)원재료의 물리적 특성이 가공에 더 적합해서
- ⑩ 기타 (☞ 응답지에 해당 내용 기재)

C4. (C1에서 국산 구매 비율이 있을 경우) 국산을 사용하셨던 이유를 중요한 순서대로 두 가지만 골라 주십시오.
1순위 (), 2순위 ()

- | | |
|--------------------------------|------------------------|
| ① 조달이 용이해서 | ② 국산과 외국산의 가격차이가 적어서 |
| ③ 소비자가 원산지에 민감한 원재료라서 | ④ 수입되지 않는 원재료라서 |
| ⑤ (국산)원재료의 물리적 특성이 가공에 더 적합해서 | ⑥ 신선한 원재료가 필요해서 |
| ⑦ 국산 원재료 사용 시 정책적 지원을 받을 수 있어서 | ⑧ 회사 경영 철학, 혹은 방침이라서 |
| ⑨ 프리미엄 제품 생산을 위해서 | ⑩ 기타 (☞ 응답지에 해당 내용 기재) |

3. 품목별 원재료의 조달경로 및 경로사용 이유와 판매처별 매출 비중⁶⁾

□ 현재 원재료별 조달경로가 ‘식품산업 분야별 원료소비 실태조사’ 보고서와 통계집에 제시되어 있으나, 원재료를 중심으로 제시되어 있어 개별 가공식품 품목 측면에서 검토하기에는 다소 한계가 있는 실정임.

□ 따라서 본 분석에서는 품목별 원재료 구매이유와 마찬가지로, 4개의 생산제품 중 ‘분석대상품목’인 제품 데이터만을 구분한 후, 문항 A7을 이용하여 다시 업체별 대표품목(매출액 기준)이 ‘분석대상품목’인 업체 데이터를 구분함. 다음 단계로 설문 문항 D1, D5을 이용하여 국산/수입 원재료별 경로별 비중을 도출함(<그림 2-5> 참조).

○ 각 원재료의 조달 경로는 각 가공식품에서 사용 비중⁷⁾이 큰 주요 원재료 일부를 중심으로 분석함. 이는 사용 비중이 극히 미미한 원재료의 경우 분석의 결과가 큰 시사점을 주기 어렵기 때문임.

□ 원재료 조달 경로 이용 이유는 설문 문항 D2, D6을 이용하여 각 경로별 사용이유를 분석함.

○ 조달 경로 사용 이유는 원재료별로 한번만 설문하기 때문에 제조업

6) 본 보고서에서 원재료의 경로사용 이유는 최근년도(2013년도) 기준으로 분석한 결과를 중심으로 설명함.

7) 투입비중을 기준으로 선별함.

체가 특정 경로에서 조달하는 비중이 높을 경우 조달 경로 이유는 이에 대한 가중치가 클 것으로 판단됨. 따라서 분석대상품목이 매출액 1위인 제조업체의 데이터들 중에서 특정 경로로부터의 조달 비중이 60%이상인 자료만 구분(sort)하여 해당 경로를 사용하는 이유를 분석하였음.

- 예를 들어, 떡이 국산 쌀을 도매시장에서 10%, 농수산물종합유통센터에서 90% 조달해온다면 쌀의 조달경로 이용 이유는 도매시장보다는 농수산물 유통센터를 이용하는 이유라고 보는 것이 타당함.

<그림 2-5> 국산/수입산 원재료의 조달 비중과 경로 사용 이유 문항_(D1,D2,D5, D6)

D1. 국산 원재료의 원료조달 경로별 비중 (%) * 합이 100%가 되도록 기재 (상단 D1의 내용을 참조)										D2. 해당 원재료 조달 경로 이용 이유(국산) * 상단 D2의 내용을 참조, 해당번호 선택		
산지조달			도매 시장	농수산물종합유통센터	재래(소매) 시장	중간도매/벤더업체	원재료 제조업체	1차원재료	기타	합계	1순위	2순위
계약 거래	직접 생산	1회성 조달										
물 원재료												
D5. 수입 원재료의 원료조달 경로별 비중 (%) * 합이 100%가 되도록 기재 (상단 D6의 내용을 참조)										D6. 해당 원재료 조달 경로 이용 이유 (수입) * 상단 D6의 내용을 참조, 해당번호 선택		
도매 시장	직수입	수입상사	중간도매/벤더업체	수입추천 대항기관	원형업체	기타	합계	1순위	2순위			
1. 농림축수산물 원재료												

□ 가공식품의 판매처별 비중은 설문지의 ‘업체의 가공식품별 매출액 (A7)’과 ‘업체의 제품별 판매처(A10)’ 질문을 활용함.

① 위의 분석과 마찬가지로 분석대상품목을 생산하는 모든 업체자료 중 대상품목이 매출액 1위인 제조업체의 데이터만 구분함⁸⁾.

8) 판매처별 매출비중 도출에서 분석대상품목의 데이터를 다시 대상품목이 매출액 1위인 자료로 2차 가공한 이유는 다음과 같음.

② 위 자료를 바탕으로 분석 대상 품목의 매출액(설문문항 A7)에 생산제품 판매처별 비중(설문 문항 A10)을 곱하여 판매처별 매출액을 계산함. (<그림 2-3>과 <그림 2-6>참조).

<그림 2-6> 매출액 기준 주요 생산제품 판매처 문항_(A10)

A10. 매출액 기준 주요 생산제품 판매처

구분	백화점	할인점 (이마트 등)	채인 수퍼 (SSM)	편의점	직영 영업소 (직판)	대리점	프쇼핑	제조 업체	외식/ 급식업체	수출		기타	합계
										직접	대행*		
7_1 생산제품1()	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
7_2 생산제품2()	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
7_3 생산제품3()	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%
7_4 기타생산제품()	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%

* 수출대행 : 무역업 등록을 필한 수출업자와 수출대행계약을 맺어 수출업자의 명의로 수출하는 것으로 단순수출대행, 내국신용장(구매승인서)개설방식의 수출대행, 신용장 직접 수취 수출대행, 금융 지원방식의 수출대행 등을 포함함.

원재료별 조달 경로와 판매처별 매출비중을 이용하여 ‘4.품목별 원재료의 소비흐름’을 분석하여야 하는데 원재료별 조달경로는 매출액과 달리 제품별로 구분되어 있지 않기 때문에 해당품목이 매출액 1위인 제조업체 자료만을 구분하여 분석하여야함. 따라서 소비 흐름 분석 자료의 일관성을 위해 판매처별 비중 분석 자료도 이와 같게 통일 시켜줌.

4. 품목별 원재료의 소비흐름

- 현재 ‘식품산업 분야별 원료소비 실태조사’ 보고서에서는 아래의 <그림 2-7>과 같이 특정한 원재료를 중심으로 구매 경로 및 판매 비중을 제공하고 있음.

 - 구입처는 국산 원재료 구매경로/수입산 원재료 구매경로로 양분되어 있으며, 총 구매 금액 기준으로 각 구매 경로의 비중과 각 가공식품별 투입 비중이 도출되었음. 이후 매출액 기준 판매처별 매출 비중이 제시되어 있어, 해당 원재료의 전체적인 흐름을 살펴볼 수 있는 장점이 있음.

- 그러나 이러한 구매처별 구매 비중 및 판매처별 매출 비중은 특정 원재료 전체를 대상으로 한 분석이기 때문에, 개별 가공식품에서 소비되는 원재료의 흐름을 살펴기에는 다소 무리가 있음.

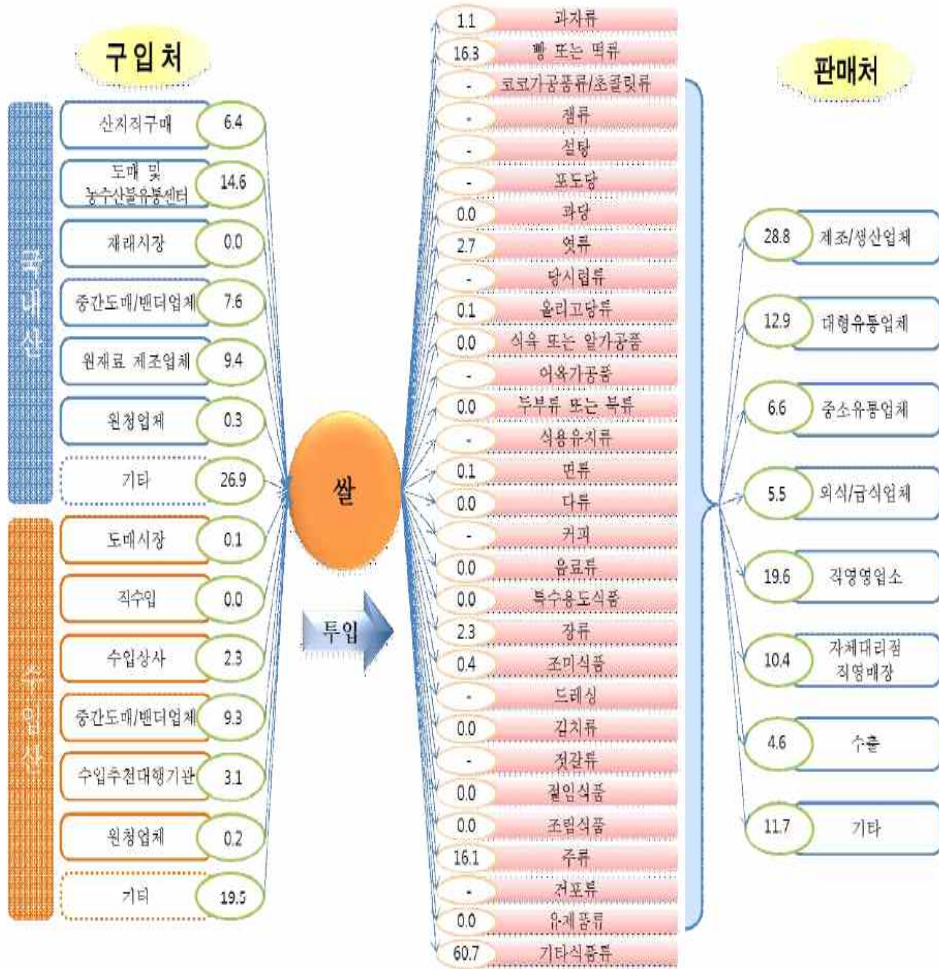
 - 가공식품은 물리적인 특성과 생산환경, 경영환경 등이 품목별로 크게 다를 수 있기 때문에 개별 가공식품군의 원재료 흐름과 가공식품군 전체의 원재료 흐름은 차이가 발생할 수 있음.

- 따라서 본 연구에서는 <그림 2-8>와 같이 품목 중심의 소비 흐름도를 작성하여 개별 가공식품에서의 원재료 소비 흐름을 분석할 계획임.

 - 분석 대상이 되는 원재료는 해당 가공식품에서 사용되는 원재료 중 투입비중이 큰 주요 원재료 3종임.

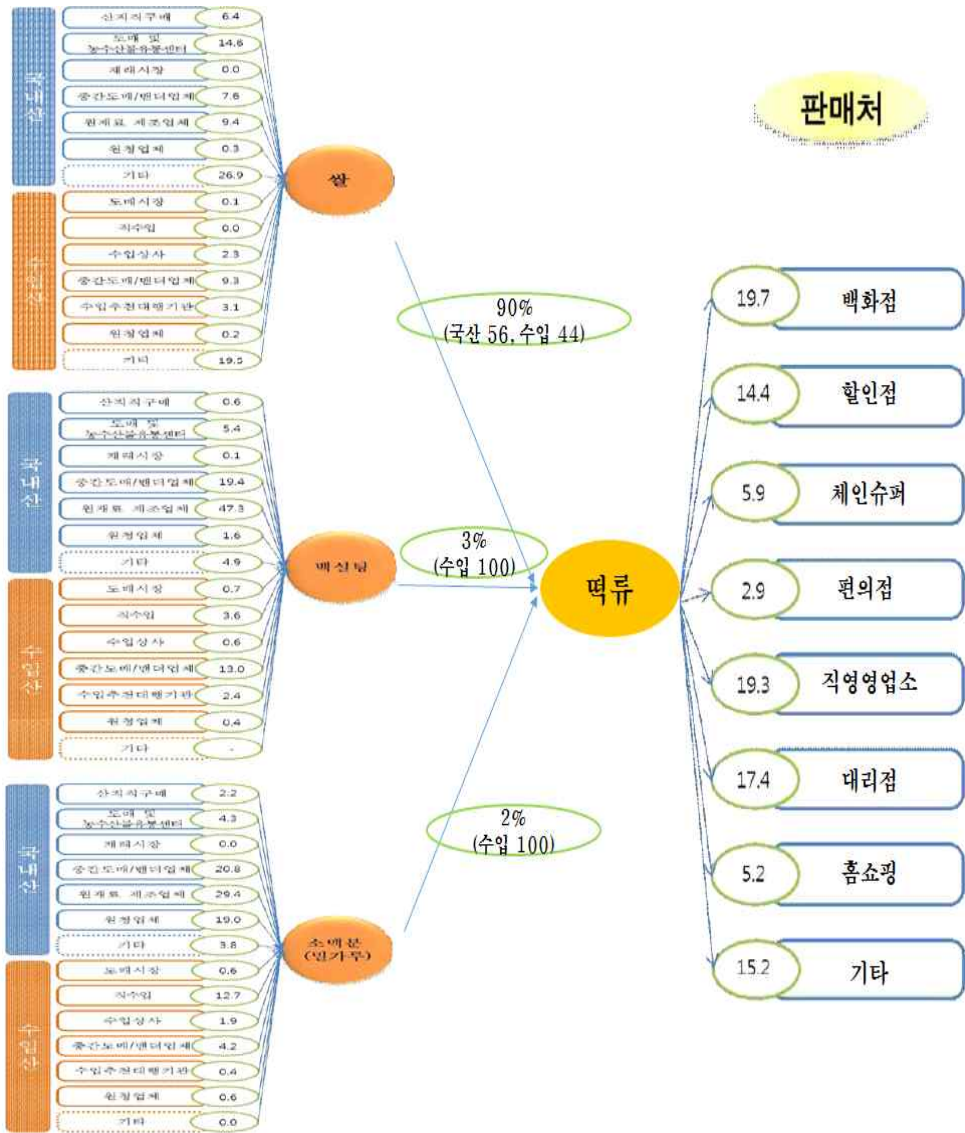
<그림 2-7> 가공식품 전체의 쌀 소비 흐름도

단위 : %(n=1,070)



※ 구입:구매금액기준/ 투입:구매금액기준/ 판매:매출액기준

<그림 2-8> 개별 가공식품(떡류)의 원재료 소비 흐름도(예시)



* 이 그림은 예시로 작성된 것이며, 모든 수치는 임의로 제시되었음.

Ⅲ 원재료 사용실태 심층 분석 결과

1. 떡

1) 떡의 국산 원재료 사용 비중

- 떡에 사용되는 전체 원재료의 국산화율을 살펴보면, '12년 기준 총 사용 중량의 45.1%, 실제 구매 금액 기준의 64.4%, 국산단가 일괄 적용 시 44.0%, 수입단가 일괄 적용 시 42.6% 수준으로 나타났음. 마지막으로 국산단가-수입단가 간 차이로 인한 불일치 문제를 해결하기 위해 Fisher 접근법을 활용했을 경우 떡의 원재료 국산화율은 43.3%로 분석되었음.
- '13년도의 경우 전년도보다 높은 국산화율이 나타났음. 총 사용 중량 기준 52.8%, 실제 구매 금액 기준 71.5%, 국산단가 일괄 적용 시 49.7%, 수입단가 일괄 적용 시 50.6%, Fisher 접근법을 활용했을 경우 50.1%로 분석됨.

<표 3-1> 국산화율 분석 결과(떡)

단위 : %

년도	사용 중량 기준	구매 금액 기준	국산단가 적용	수입단가 적용	Fisher 접근방식
'12	45.1	64.4	44.0	42.6	43.3
'13	52.8	71.5	49.7	50.6	50.1

- 떡에 사용되는 주요 원재료는 쌀, 소맥분, 백설탕이 있으며, 주요 원재료별 국산화율을 살펴보면 다음과 같음(<표 3-2> 참조).
- 쌀은 투입량이 가장 많은 재료로서 '12년 중량 기준 국산화율의 경우 50.0%, 구매 금액 기준의 경우 64.4%로 나타남. '13년에는 국산 비중이 2.6%포인트(금액비중의 경우 3.5%포인트) 증가함.

- 소맥분의 '12년 국산화율은 중량 기준 0.1%, 구매 금액 기준 0.2%이며 '13년도 국산화율은 전년도와 같은 수준을 유지함.
 - 이는 떡의 소맥분 구매 금액 비중이 떡 전체 원재료 구매 금액 비중의 5% 미만에 불과하며, 이마저도 대부분이 수입산 소맥분이기 때문임.

- 쌀과 소맥분 외 떡의 주요 원재료는 '12년에는 백설탕(투입비중 1.7%), '13년에는 천일염(투입비중 6.4%) 임. 떡에 들어가는 백설탕의 경우 전량이 수입산이며 천일염의 경우는 99.9%의 높은 국산화율을 보임.
 - 천일염의 경우 국산단가와 수입 단가 간 차이가 크지 않으며, 떡 원재료에서 차지하는 비중이 6.4%로 낮은 수준임.

<표 3-2> 주요 원재료 투입비중 및 국산화율 분석 결과(떡)

단위 : %

년 도	원재료	투입 비중	중량 기준	금액 기준	년 도	원재료	투입 비중	중량 기준	금액 기준
'12	쌀	84.7	50.0	72.1	'13	쌀	74.2	52.6	75.6
	소맥분	7.1	0.1	0.2		천일염	6.4	99.9	99.9
	백설탕	1.7	0.0	0.0		소맥분	8.1	0.1	0.2
전체			45.1	64.4	전체			52.8	71.5

2) 떡의 원재료 구매 이유

□ 떡에 사용된 국산 원재료 사용 이유를 살펴보면 <표 3-3>과 같음⁹⁾.

- 국산 쌀의 사용 이유 1순위로는 ‘소비자가 원산지에 민감한 원재료’가 42.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘조달이 용이해서’(26.2%), ‘프리미엄 제품 생산을 위해서’(10.3%) 순으로 조사되었음. 한편 국산 쌀 사용 이유 2순위로는 ‘신선한 원재료가 필요해서’가 30.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘소비자가 원산지에 민감한 원재료(20.0%)’, ‘조달이 용이해서(15.5%)’로 조사되었음.
- 소맥분의 경우 응답이 조사되지 않았음. 이는 국산화율 분석과 달리 원재료 사용이유는 떡이 매출액 1위인 제조업체를 대상으로 조사되었기 때문이며, 백설탕의 경우도 마찬가지로 전량이 수입산이므로 국산을 사용하는 이유가 조사되지 않음.
- '13년의 경우 국산 쌀의 사용 이유 1순위는 '12년도와 마찬가지로 ‘소비자가 원산지에 민감한 원재료(52.1%)’와 ‘조달이 용이해서(18.1%)’가 높게 조사되었으며, 2순위로는 ‘신선한 원재료가 필요해서’가 30.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음은 ‘조달이 용이해서(23.3%)’가 차지함.
- 천일염의 국산 사용 이유 1순위는 ‘소비자가 원산지에 민감한 원재료(41.3%)’와 ‘조달이 용이해서(25.0%)’가 가장 조사되었으며, 2순위는 ‘신선한 원재료가 필요해서’가 23.5%로 가장 높게 나타남.
- 다른 원재료와 다르게 국산 소맥분 사용 이유 1순위는 ‘조달이 용이해서(44.0%)’임.

9) 소맥분과 백설탕은 전량 수입산이므로 국산 사용 이유 결과가 존재하지 않음.

□ 위의 조사 결과를 살펴보면, 떡에 사용되는 주요 원재료인 쌀의 선택에 있어서 원산지가 중요한 기준으로 작용하고 있는 것으로 보임. 이는 떡이 가지는 전통식품이라는 의미로 인하여 소비자들이 국산 원재료를 더 선호하는 시장상황을 반영하고 있는 것으로 해석될 수 있음.

<표 3-3> 국산 원재료 사용 이유(떡)

단위 : %

구분		조달 용이	낮은 가격차	원산지	미 수입재	가공 적합	신선도	정책 지원	경영 철학	프리 미엄	기타	
'12	쌀	1순위	26.2	6.4	42.1	0.8	0.8	9.5	-	3.2	10.3	0.8
		2순위	15.5	5.5	20.0	-	8.2	30.0	1.8	8.2	10.9	-
	소맥분	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	백설탕	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
'13	쌀	1순위	18.1	1.5	52.2	1.5	5.1	11.6	0.7	3.6	5.1	0.7
		2순위	23.3	6.9	17.2	0.9	7.8	24.1	-	8.6	11.2	-
	소맥분	1순위	44.0	8.0	12.0	4.0	4.0	20.0	-	4.0	4.0	-
		2순위	25.0	12.5	31.3	6.3	6.3	-	6.3	6.3	6.3	-
	천일염	1순위	25.0	2.5	41.3	1.3	5.0	18.8	1.3	3.8	1.3	-
		2순위	17.7	14.7	20.6	2.9	7.4	23.5	-	5.9	7.4	-

□ 떡에 사용된 원재료 중 쌀, 소맥분, 백설탕의 수입산 사용 이유를 살펴보면 다음의 <표 3-4>과 같음.

- '12년의 경우 수입산 쌀의 사용 이유 1순위는 '저렴한 가격'이 전체의 65.6%로 가장 높게 나타났으며, '일시에 대량납품이 가능(12.5%)', '국내산과의 낮은 선호 차이(9.4%)'순으로 조사되었음. 2순위로는 '국내산과의 낮은 선호차이(34.8%)', '맛/품질/규격 등 이유(17.4%)', '일시에 대량납품이 가능(17.4%)', '저렴한 가격(17.4%)' 등이 응답되었음.
- 수입산 소맥분의 사용 이유 1순위는 '저렴한 가격'과 '국내 미생산'이 각각 40.0%를 차지하여 가장 높게 나타났으며, 2순위로는 '일시에 대량납품이 가능'이 전체의 50.0%로 가장 높게 조사되었음.
- 수입산 백설탕의 사용 이유 1순위는 '저렴한 가격'이 전체의 52.8%를 차지하고 있으며, 2순위는 '일시에 대량 납품이 가능'이 전체의 52.8%를 차지하고 있음.
- '13년의 경우 수입산 쌀과 소맥분 사용이유는 '12년도와 마찬가지로 쌀과 소맥분 사용 이유 1순위는 '저렴한 가격'임. 2순위로는 쌀의 경우, '국내산과의 낮은 선호차이(38.5%)', 소맥분의 경우 '일시에 대량 납품이 가능(44.4%)'임.
- 수입산 천일염 사용 이유 1순위는 '저렴한 가격(75.0%)'과 '일시에 대량납품이 가능(25.0%)' 임.

<표 3-4> 수입산 원재료 사용 이유(떡)

단위 : %

수입산		맛/품질/규격	일시 대량 납품	안전성	원가	국내 미생산	미 수확기	낮은 선호차	사용 편이	가공 적합	기타	
'12	쌀	1순위	-	12.5	-	65.6	3.1	3.1	9.4	3.1	3.1	-
		2순위	17.4	17.4	-	17.4	-	-	34.8	8.7	-	4.4
	소맥분	1순위	3.3	-	6.7	40.0	40.0	3.3	6.7	-	-	-
		2순위	4.2	50.0	4.2	8.3	-	-	25.0	8.3	-	-
	백설탕	1순위	3.4	6.7	3.4	52.8	27.0	1.1	4.5	1.1	-	-
		2순위	-	52.8	3.8	13.2	3.8	3.8	7.6	15.1	-	-
'13	쌀	1순위	-	25.0	2.8	61.1	5.6	-	2.8	-	2.8	-
		2순위	11.5	11.5	-	26.9	3.9	-	38.5	-	-	7.7
	소맥분	1순위	-	-	9.1	45.5	18.2	-	9.1	9.1	9.1	-
		2순위	-	44.4	11.1	-	-	-	22.2	22.2	-	-
	천일염	1순위	-	25.0	-	75.0	-	-	-	-	-	-
		2순위	33.3	33.3	-	33.3	-	-	-	-	-	-

3) 떡의 원재료 구매경로 및 이유

□ 떡에 사용된 원재료 중 국내산 쌀, 소맥분, 천일염의 구매 경로를 살펴보면 다음의 <표 3-5>와 같음.

- 떡에 사용된 국산 쌀은 '12년도(28.2%)와 '13년도(30.2%) 모두 중간 도매/벤더업체를 통한 구매가 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, '13년도 농수산물종합유통센터의 조달비중이 '12년도에 비해 10.7 % 포인트 증가한 반면 재래시장을 통한 구매비중은 11.0%포인트 감소함.

- '13년 기준 떡에 사용되는 소맥분(100%)과 천일염(97.1%)의 대부분은 중간도매/벤더업체를 통해 유통됨.

<표 3-5> 국산 원재료 구매 경로(떡)

단위 : %

구분	산지조달			도매 시장	농수 산물 종합 유통 센터	재래 시장	중간 도매/ 벤더 업체	원재 료 제조 업체	원청 업체	기타	
	계약 거래	직접 생산	1회성 조달								
'12	쌀	11.3	0.0	4.8	6.4	6.8	13.2	28.2	7.3	0.3	21.7
	소맥분	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	백설탕	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
'13	쌀	14.1	0.1	2.0	8.3	17.5	2.2	30.2		0.2	25.2
	소맥분	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	천일염	0.3	-	0.3	0.3	1.8	0.1	97.1	-	0.1	-

□ 떡에 사용된 국내산 원재료를 해당 경로에서 구매한 이유는 다음의 <표 3-6>, <표 3-7>, <표 3-8>과 같으며 제시한 결과는 '13년 구매경로를 기준으로 제시함.

- 상기의 결과와 마찬가지로, 국산 쌀은 중간도매/벤더업체에서 가장 많이 조달되고 있으며, 해당 경로를 사용하는 이유 1순위는 '물량 확보 용이(29.2%)'가 가장 큰 비중을 차지하였음. 다음으로는 '믿을 수 있는 원산지', '거래 신뢰', '낮은가격'이 각각 16.7%을 차지함. 사용 이유 2순위 역시 '물량 확보 용이'가 27.9%로 가장 높은 비중을 차지함.
- 그 외 주요 경로인 농수산물종합유통센터에서 쌀을 조달하는 이유는 '믿을 수 있는 원산지'가 35.7%로 가장 높은 비중을 차지했으며, '낮은 가격변동'이 32.1%로 다음을 차지함. 이유 2순위는 '물량 확보용이(38.5%)', '신선도 등의 품질조건(19.2%)'이 있었음.
- 국산 소맥분의 경우 중간도매/벤더업체서 전량 구매되고 있으며 조달 경로 사용 이유는 '믿을 수 있는 원산지'가 100%임¹⁰⁾.

<표 3-6> 국산 쌀 원재료 구매 경로 사용 이유(떡)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
계약 거래	1순위	7.7	7.7	53.9	-	30.8	-	-	-
	2순위	16.7	-	25.0	41.7	8.3	8.3	-	-
직접 생산	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-
1회성 조달	1순위	33.3	-	33.3	-	33.3	-	-	-
	2순위	-	-	33.3	33.3	33.3	-	-	-
도매 시장	1순위	26.7	6.7	53.3	-	13.3	-	-	-
	2순위	21.4	28.6	7.1	21.4	7.1	-	14.3	-
농수산물 종합유통 센터	1순위	7.1	32.1	14.3	7.1	35.7	-	-	3.6
	2순위	7.7	11.5	38.5	19.2	15.4	3.9	3.9	-
재래 시장	1순위	-	-	66.7	33.3	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	33.3	-	66.7	-	-
중간도매/ 벤더업체	1순위	16.7	6.3	29.2	12.5	16.7	16.7	2.1	-
	2순위	11.9	9.5	26.2	16.7	11.9	16.7	7.1	-
원재료 제조업체	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-
원청업체	1순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	2순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-
기타	1순위	30.8	-	46.2	-	23.1	-	-	-
	2순위	8.3	16.7	33.3	16.7	25.0	-	-	-

<표 3-7> 국산 소맥분 원재료 구매 경로 사용 이유(떡)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
중간도매/ 벤더업체	1순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-

10) 국산 소맥분을 사용하는 떡 제조업체는 떡이 매출액 1위인 167개 제조업체 중 1곳에 불과함.

- 국산 천일염은 중간도매/벤더업체에서 가장 많은 물량을 조달하고 있으며 해당 경로 사용 이유 1순위는 ‘믿을 수 있는 원산지(36.0%)’, ‘물량 확보용이(20.0%)’순으로 조사됨. 2순위로는 ‘물량확보용이’,와 ‘신선도 등 품질’이 각각 26.7%을 차지함.

<표 3-8> 국산 천일염 원재료 구매 경로 사용 이유(떡)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
계약 거래	1순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
직접 생산	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-
1회성 조달	1순위	33.3	-	33.3	-	33.3	-	-	-
	2순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-
도매 시장	1순위	-	-	71.4	-	28.6	-	-	-
	2순위	-	33.3	-	33.3	-	-	16.7	16.7
농수산물 종합유통 센터	1순위	23.1	30.8	15.4	7.7	15.4	-	7.7	-
	2순위	23.1	23.1	15.4	15.4	15.4	-	7.7	-
재래 시장	1순위	-	-	66.7	33.3	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	33.3	-	66.7	-	-
중간도매/ 벤더업체	1순위	12.0	10.0	20.0	10.0	36.0	10.0	2.0	-
	2순위	11.1	11.1	26.7	26.7	8.9	13.3	2.2	-

□ 떡에 사용된 원재료 중 수입산 쌀, 소맥분, 천일염의 구매 경로를 살펴보면 다음의 <표 3-9>와 같음.

- 떡에 주원료인 수입산 쌀은 '12년(75.8%)과 '13년(71.7%) 모두 기타 경로에서 가장 많은 물량이 조달됨.
 - 쌀의 경우, 대표적인 '시장접근물량' 적용 품목으로 일정물량만큼 정부가 지정한 공공기관이 수입을 관리하고 있음. 현재 쌀은 한국농수산물유통공사에서 수입 대행을 진행하고 있으며, 떡에 사용되는 가공용 쌀은 이러한 공공기관(한국쌀가공식품협회)을 통해 조달한 경우가 대부분이므로 '기타' 조달경로의 비중이 높은 것으로 여겨짐.
 - 그 다음으로 비중이 높은 경로는 중간도매/벤더업체임.
- 떡에 사용된 수입산 소맥분은 '12년의 경우 중간도매/벤더업체에서 전체의 43.1%, 수입상사에서 38.8%를 구매하는 것으로 조사되었음.
 - '13년의 경우는 수입상사의 비중(59.2%)이 중간도매/벤더업체(40.8%)보다 높은 것으로 나타남.
- 떡에 사용된 수입산 백설탕이나 천일염의 경우 중간도매/벤더업체에서 대부분의 물량이 조달되고 있음.

<표 3-9> 수입산 원재료 구매 경로(떡)

단위 : %

구분	도매	직수입	수입상사	중간도매 /벤더업체	수입추천 대행기관	원청업체	기타	
'12	쌀	0.2	-	1.6	21.7	0.6	-	75.8
	소맥분	11.0	-	39.1	43.1	-	-	6.8
	백설탕	7.6	-	-	90.4	1.9	-	-
'13	쌀	-	-	-	20.8	7.4	-	71.7
	소맥분	-	-	59.2	40.8	-	-	-
	천일염	-	-	10.2	89.8	-	-	-

□ 떡에 사용된 수입산 원재료를 해당 경로에서 구매한 이유는 <표 3-10>, <표 3-11>, <표 3-12>와 같음.

- 쌀을 ‘기타’ 경로인 쌀가공협회에서 구매하는 이유 1순위는 ‘낮은 가격’이 전체의 85.7%로 가장 높게 조사되었으며, 2순위로는 ‘물량 확보용이’가 53.9%가장 높게 나타남.
- ‘기타’경로 다음으로 조달 비중이 높았던 사용처인 중간도매/벤더업체로 해당 경로 사용 1순위 또한 ‘낮은 가격’이 53.3%로 가장 높게 나타남.

<표 3-10> 수입산 쌀 구매 경로 사용 이유(떡)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
중간도매/벤더업체	1순위	53.3	-	33.3	6.7	6.7	-	-	-
	2순위	-	38.5	38.5	7.7	7.7	-	7.7	-
수입추천 대행기관	1순위	75.0	25.0	-	-	-	-	-	-
	2순위	25.0	25.0	50.0	-	-	-	-	-
원청업체	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-
기타	1순위	85.7	-	14.3	-	-	-	-	-
	2순위	-	30.8	53.9	-	-	-	7.7	7.7

- 소맥분은 중간도매/벤더업체에서 가장 많은 물량이 조달되고 있으며 해당 경로 사용 이유 1순위는 ‘낮은 가격’, ‘물량 확보용이’, ‘오랜 거래처와의 신뢰’가 각각 28.6%로 나타남. 반면 경로 사용 2순위의 경우 ‘물량 확보용이’가 42.9%로 가장 높게 조사됨.

<표 3-11> 수입산 소맥분 구매 경로 사용 이유(떡)

단위 : %

경로	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타	기타
수입상사	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
중간도매/벤더업체	1순위	28.6	14.3	28.6	-	-	28.6	-	-
	2순위	14.3	-	42.9	-	14.3	14.3	14.3	-

○ 수입산 천일염의 수입상사 또는 중간도매/벤더업체 경로 사용 이유 1순위는 ‘낮은 가격’이고 2순위는 ‘물량 확보 용이’ 임.

□ 이상의 분석 결과를 종합하여 볼 때, 떡들은 수입산 원재료 구매 경로를 선택할 때, 저렴한 가격으로 원활하게 공급받을 수 있는 구매 경로를 이용하는 것으로 해석할 수 있음.

<표 3-12> 수입산 천일염 구매 경로 사용 이유(떡)

단위 : %

경로	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타	기타
수입상사	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
중간도매/벤더업체	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	66.7	-	-	33.3	-	-

4) 떡의 판매처별 판매 비중

□ 떡류 제조업체들¹¹⁾의 매출액 기준 판매처 비중을 살펴보면 다음의 <표 3-13>과 같음.

11) 떡류 제조업체란, 대표품목(매출액 비중이 가장 큰 품목)이 떡인 표본을 의미함.

- '12년 떡 매출액의 가장 비중이 큰 판매처는 '대형유통채널'로 총 판매액 비중의 25.5% 차지하고 있으며, '직판(19.9%)', '외식/급식업체(17.5%)' 순으로 조사되었음.
- '13년 떡 매출액의 가장 비중이 큰 판매처는 20.7%로 '직판'이 차지하였고 다음은 '대형유통채널(20.1%)'이 차지함.
 - '12년도랑 비교해 보았을 때, 가장 큰 변화를 보인 유통채널은 편의점으로 '12년도 대비 판매 비중이 8.1%포인트 증가함.
- '12년과 '13년 모두 매출액 중 가장 비중이 낮은 판매처는 '수출('12년 1.5%, '13년 1.3%)¹²⁾로 생산된 떡의 대부분이 국내에서 소비되고 있는 것으로 예상할 수 있음.
 - 이는 떡 뿐만 아니라, 소맥분에 대한 높은 소비자 기호도, 제품의 품질 및 유통경쟁력 취약 등으로 인해 쌀 가공식품의 수출경쟁력이 낮은 것에서 기인한 것으로 여겨짐.

<표 3-13> 매출액 기준 판매처 비중(떡)

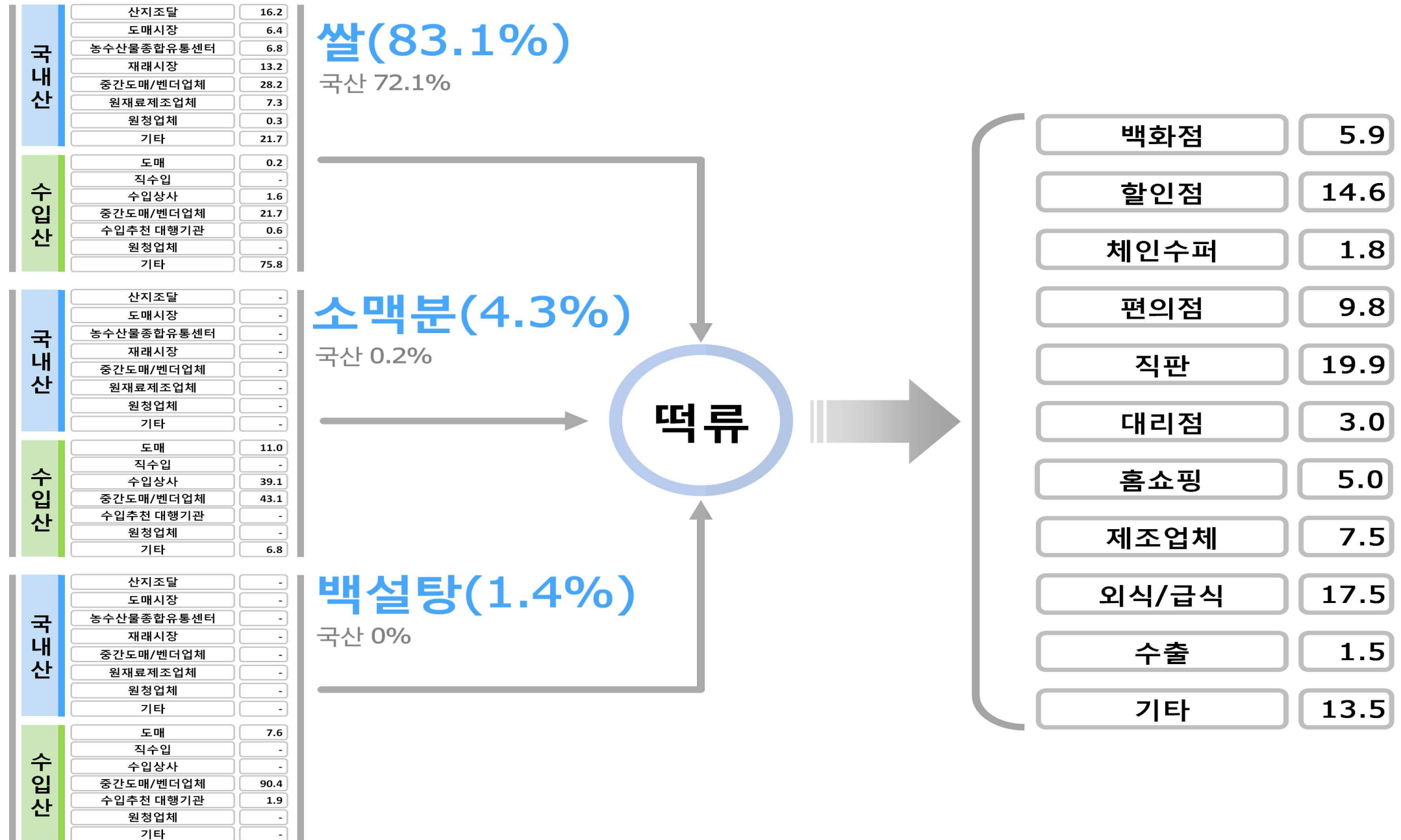
단위 : %

년도	대형유통채널			소형유통채널		직판	대리점	제조업체	외식/급식	수출		기타
	백화점	할인점	홈쇼핑	체인수퍼	편의점					직접	대행	
'12	5.9	14.6	5.0	1.8	9.8	19.9	3.0	7.5	17.5	0.8	0.7	13.5
'13	4.9	11.1	4.1	1.7	17.9	20.7	3.1	10.1	12.0	0.4	0.9	13.1

□ 앞서 분석한 주요 원재료의 조달 경로와 함께 매출액 기준 판매처 비중을 동시에 표현하면 다음의 <그림 3-1>, <그림 3-2>와 같음.

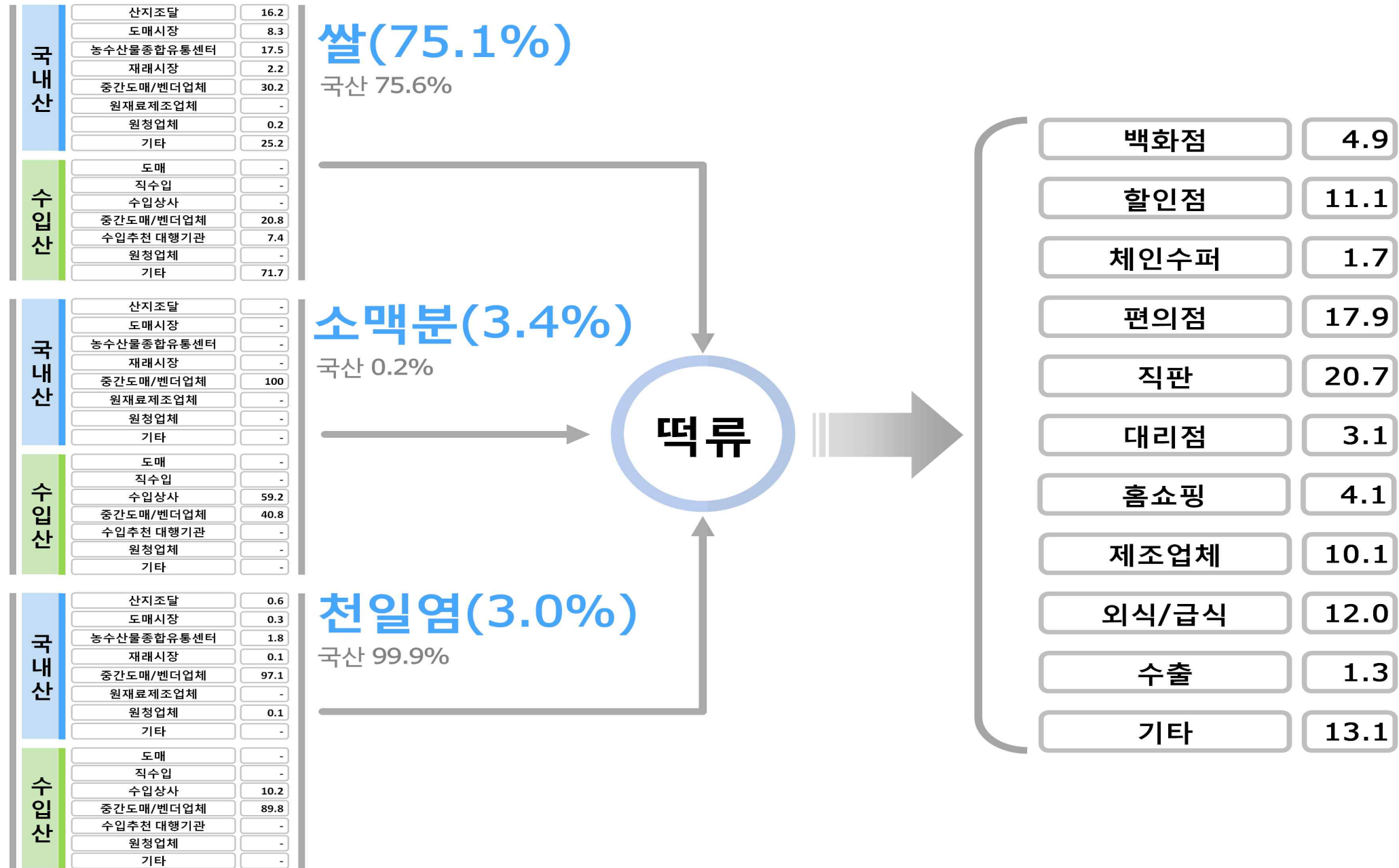
12) 직접수출, 대행수출의 합

<그림 3-1> 떡류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2012)



* 주요 원재료별 구성비 및 국산비중은 금액을 기준으로 도출함

<그림 3-2> 떡류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2013)



* 주요 원재료별 구성비 및 국산비중은 금액을 기준으로 도출함

2. 어육가공품

1) 어육가공품의 국산 원재료 사용 비중

□ 분석에 사용된 ‘어육가공품 제조업체’의 자료는 생산업체별로 조사된 4개의 생산품목 가운데 어육, 어육소시지, 어육반제품, 어육살, 연육, 기타 어육가공품(통칭 어육가공품) 생산업체의 자료만을 활용하였음.

□ 어육가공품의 국산화율은 <표 3-14>와 같음.

- '12년 어육가공품에 사용되는 전체 원재료의 국산비중 살펴보면, 중량 기준 28.8%, 구매 금액 기준 35.7%, 국산단가 일괄 적용 시 33.7%, 수입단가 일괄 적용 시 29.7%로 나타났음. 마지막으로 Fisher 접근 방법을 활용했을 때 어육가공품의 국산화율은 31.6%로 분석되었음.
- '13년 어육가공품에 국산화율은 '12년 보다 22.4%포인트 감소한 6.4%이고 구매 금액 기준 6.8%, 국산단가 일괄 적용 시 4.2%, 수입단가 일괄 적용 시 5.9%, Fisher 접근방법을 활용했을 경우 5.0%로 분석되었음.
 - 전년과 대비하여 국산화율 크게 감소한 것은 어육가공품의 주원료인 (물) 오징어 국산화율이 감소하였기 때문임.

<표 3-14> 국산화율 분석 결과(어육가공품)

단위 : %

년도	사용 중량 기준	구매 금액 기준	국산단가 적용	수입단가 적용	Fisher 접근방식
'12	28.8	35.7	33.7	29.7	31.6
'13	6.4	6.8	4.2	5.9	5.0

- 어육가공품의 주요 원재료로는 물오징어, 어육살, 소맥분이 있으며, 물오징어의 투입 비중이 44.2%로 가장 큼. 주요 원재료별 국산화율을 살펴보면 <표 3-15>와 같음.
- '12년의 경우 물오징어 국산화율은 중량 기준 50.6%, 금액 기준 58.2%이며 '13년 국산화율은 이보다 대폭 감소하여 중량기준 2.6%, 금액 기준 5.4%을 나타냄.
 - 이는 불법조업과 바다수온이 낮아지는 이상기온의 영향으로 국내 오징어의 어획량이 감소하였기 때문임.
- 어육살의 '12년 총 사용 중량 기준 국산화율은 6.0%, 실제 구매 금액 기준 5.1%로 나타났으며 '13년의 경우 중량기준 국산화율 7.4%, 금액기준 5.0%로 분석됨.
- 조사 대상 업체에서 어육가공품에 사용되는 밀가루는 전량 수입산인 것으로 조사되었으며, 따라서 총 사용중량, 실제 구매 금액 및 국산/수입단가 적용 국산화율은 전부 0%로 조사되었음.

<표 3-15> 주요 원재료의 국산화율 분석 결과(어육가공품)

단위 : %

년도	원재료	투입 비중	중량 기준	금액 기준	년도	원재료	투입 비중	중량 기준	금액 기준
'12	(물)오징어	44.2	50.6	58.2	'13	(물)오징어	45.8	2.6	5.4
	어육살	26.8	6.0	5.1		어육살	27.5	7.4	5.0
	소맥분	13.2	-	-		소맥분	10.2	-	-
전체			28.8	35.7	전체			6.4	6.8

2) 어육가공품의 원재료 구매 이유

- 어육가공품에 사용된 원재료 중 물오징어, 어육살, 밀가루의 국산 사용 이유를 살펴보면 다음의 <표 3-16>과 같음.

- 국산 물오징어 사용 이유 1순위로는 '12년과 '13년 모두 '조달이 용이해서'가 각각 41.2%, 60%로 가장 크게 나타났으며 다음은 '소비자가 원산지에 민감한 원재료('12년 35.3%, '13년 10%)'가 차지함. 2순위로는 '12년도의 경우 원산지 때문에 국산을 사용한다고 응답한 제조업체가 31.3%로 가장 많았으며, '13년의 경우 '원재료의 특성상 가공이 더 적합해서(42.9%)'가 높게 나타남.
 - 어육가공품 생산업체는 물오징어를 조달할 때 소비자의 원산지에 대한 신뢰와 원재료의 쉬운 조달을 중요 요소로 인지하고 있는 것으로 풀이됨.

- 국산 어육살의 사용 이유 1순위로는 '12년과 '13년 모두 '조달이 용이해서'가 가장 높게 나타남('12년 37.5%, '13년 75%). 2순위로는 '12년의 경우 '가공에 더 적합해서(25.0%)' 및 '신선한 원재료가 필요해서(25.0%)', '소비자가 원산지에 민감한 원재료(25.0%)'가 높게 나타났음. '13년도에는 이와 다르게 '낮은 가격차이 때문에'의 비중이 50%로 높아짐.

- '12년 소맥분의 경우 조사 대상업체 전체에서 수입산 원료만을 사용하고 있는 것으로 조사되었으며, 따라서 국산 원재료 사용 이유에 응답하지 않았음. '13년도의 국산 소맥분 사용 1순위는 '조달 용이'가 45.8%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음은 원산지 때문에 사용한다는 응답업체의 비중(20.8%)이 높았음. 한편 2순위의 경우 '가공이 적합해서'가 31.3% 가장 높게 나타났고 그 다음은 '프리미엄 제품을 생산하기 위해서(25%)'가 차지함.

<표 3-16> 국산 원재료 사용 이유(어육가공품)

단위 : %

구분		조달 용이	낮은 가격차	원산지	미 수입재	가공 적합	신선도	정책 지원	경영 철학	프리 미엄	기타	
'12	물오징어	1순위	41.2	-	35.3	-	-	17.7	-	-	5.9	-
		2순위	12.5	-	31.3	-	12.5	25.0	-	6.3	12.5	-
	어육살	1순위	37.5	12.5	12.5	-	-	12.5	12.5	-	12.5	-
		2순위	12.5	-	25.0	-	25.0	25.0	12.5	-	-	-
	소맥분	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
'13	물오징어	1순위	60.0	-	10.0	10.0	-	10.0	-	-	10.0	-
		2순위	14.3	-	28.6	-	42.9	-	-	14.3	-	-
	어육살	1순위	75.0	-	-	-	-	-	-	-	25.0	-
		2순위	-	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-
	소맥분	1순위	45.8	8.3	20.8	12.5	-	12.5	-	-	-	-
		2순위	6.3	18.8	12.5	-	31.3	6.3	-	-	25.0	-

□ 어육가공품에 사용된 원재료 중 물오징어, 어육살, 소맥분의 수입산 사용 이유를 살펴보면 다음의 <표 3-17>과 같음.

○ 수입산 물오징어의 사용 이유 1순위로는 '12년과 '13년 모두 '저렴한 가격' 때문인 것으로 나타났음. 2순위는 '일시에 대량 납품이 가능해서'가 33.3%로 가장 높게 조사되었음.

- 물오징어는 어육 가공품에서 가장 많이 사용되는 원재료이기 때문에 원가의 절감 유인이 클 것으로 예상됨. 한편 '일시에 대량 납품이 가능해서'에 응답한 경우도 높은 비율을 차지하고 있는데, 이는 어육가공품 제조업체들이 국내산 물오징어 대량 조달에 어려움을 겪고 있기 때문인 것으로 풀이됨.

- 수입산 어육살의 사용 이유 1순위로는 ‘저렴한 가격’이 ‘12년도의 경우 61.8%, ‘13년도의 경우 55.9%로 가장 높게 조사되었으며, 2순위로는 ‘사용편이’ 각각 28.0%, 22.7%로 큰 비중을 차지함.
 - 어육살 역시 어육 가공품에서 많이 사용되는 원재료이기 때문에 원가 절감 유인이 클 것으로 예상됨.

- 수입산 소맥분의 사용 이유 1순위로는 ‘저렴한 가격(‘12년 40.5%, ‘13년 56.3%)’ 이 가장 높게 조사되었으며, 2순위로는 ‘일시에 대량 납품이 가능(‘12년 45.5%, ‘13년 35.7%)’이 높게 나타남.
 - 다른 원재료와 유사하게, 밀가루 역시 저렴한 가격이 수입산 사용의 가장 큰 요소인 것으로 조사되었음.

<표 3-17> 수입산 원재료 사용 이유(어육가공품)

단위 : %

수입산		맛/품질/규격	일시 대량 납품	안전성	원가	국내 미생산	미 수확기	낮은 선호차	사용 편이	가공 적합	기타	
‘12	물오징어	1순위	10.0	-	-	50.0	-	10.0	10.0	10.0	-	10.0
		2순위	-	33.3	16.7	16.7	-	16.7	-	16.7	-	-
	어육살	1순위	8.8	14.7	2.9	61.8	8.8	-	2.9	-	-	-
		2순위	-	12.0	-	20.0	8.0	16.0	16.0	28.0	-	-
	소맥분	1순위	2.4	4.9	7.3	41.5	34.2	-	4.9	4.9	-	-
		2순위	-	45.5	-	9.1	9.1	9.1	15.2	12.1	-	-
‘13	물오징어	1순위	11.1	-	-	44.4	11.1	-	11.1	11.1	-	11.1
		2순위	-	33.3	16.7	16.7	-	16.7	-	16.7	-	-
	어육살	1순위	8.8	14.7	-	55.9	17.7	-	-	-	2.9	-
		2순위	-	13.6	9.1	13.6	13.6	9.1	18.2	22.7	-	-
	소맥분	1순위	-	6.3	-	56.3	31.3	-	-	6.3	-	-
		2순위	-	35.7	-	7.1	21.4	-	14.3	21.4	-	-

- 이상의 조사를 살펴보면, 어육가공품 생산업자들의 수입산 원재료 사용 이유로는 크게 ‘저렴한 가격’과, ‘일시에 대량 납품이 가능’으로 나타낼 수 있음.

3) 어육가공품의 원재료 구매경로 및 이유

□ 어육가공품에 사용된 원재료 중 국내산 물오징어, 어육살, 소맥분의 구매 경로를 살펴보면 다음의 <표 3-18>과 같음.

- '12년 어육가공품에 사용된 국산 물오징어는 중간도매/벤더업체를 통한 구매가 전체 구매량의 91.7%를 차지하고 있음. 반면 '13년도에는 산지조달의 비중이 51.4%로 전년 대비 49.2%포인트 증가하였음.
 - 산지조달 비중에서도 1회성 조달의 비중이 40.6%포인트 증가하였는데 이는 '13년 어획량 감소로 인해 원래 거래했던 경로로부터의 조달이 어려워 1회성 조달 경로 사용비중이 높아졌기 때문인 것으로 생각됨.
- '12년 어육가공품에 사용된 국산 어육살은 중간도매/벤더업체를 통한 구매가 전체 구매량의 94.5%로 매우 높게 나타난 반면, '13년도에는 원재료 제조업체를 통한 구매가 전체의 98.9%를 차지하고 있음.
 - 한편, 계약거래, 직접생산, 1회성조달을 포함한 산지조달은 응답되지 않았음.
- 소맥분의 경우 조사대상업체가 국내산 원재료를 사용하지 않는 것으로 조사되었음. 따라서 원재료 구매 경로가 분석되지 않음.

<표 3-18> 국산 원재료 구매 경로(어육가공품)

단위 : %

구분	산지조달			도매 시장	농수 산물 중합 유통 센터	재래 시장	중간 도매/ 벤더 업체	원재 료 제조 업체	원청 업체	기타	
	계약 거래	직접 생산	1회성 조달								
'12	물오징어	0.5	-	17	-	40	-	91.7	-	-	2.1
	어육살	-	-	-	-	1.6	-	95.4	3.0	-	-
	소맥분	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
'13	물오징어	9.1	-	42.3	24.0	11.7	-	12.8	-	-	-
	어육살	-	-	-	-	-	-	1.1	98.9	-	-
	소맥분	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

□ 어육가공품에 사용된 국내산 원재료를 해당 경로에서 구매한 이유는 다음의 <표 3-19>, <표 3-20>과 같음.

- '13년 국내산 물오징어의 경우 1회성 조달 비중이 가장 컸으며 제조업체가 해당 조달 경로를 선택한 이유 1순위는 '신선도 등 품질 조건'이고 2순위 '믿을 수 있는 원산지'임.
 - 도매시장을 통해 물오징어를 조달하는 이유 1순위는 원재료의 '신선도 등 품질'이 좋기 때문이고 2순위는 '물량확보 용이'임.
- 국산 어육살은 원재료 제조업체를 통한 조달비중이 가장 컸으며, 해당 경로를 통한 구매 이유 1순위로는 '물량 확보 용이'이고 구매 이유 2순위는 '낮은 가격'과 '원산지'가 각각 50%를 차지함.

<표 3-19> 국산 (물)오징어 원재료 구매 경로 사용 이유(어육가공품)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
계약 거래	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-
직접 생산	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-
1회성 조달	1순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-
도매 시장	1순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
중간도매/ 벤더업체	1순위	-	-	-	25.0	75.0	-	-	-
	2순위	33.3	-	66.7	-	-	-	-	-

<표 3-20> 국산 어육살 구매 경로 사용 이유(어육가공품)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
중간도매/ 벤더업체	1순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	2순위	50.0	-	50.0	-	-	-	-	-
원재료 제조업체	1순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	2순위	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-
원청업체	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-
기타	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-

□ 어육가공품에 사용된 원재료 중 수입산 물오징어, 어육살, 밀가루의 구매 경로를 살펴보면 다음의 <표 3-21>과 같음.

○ 어육가공품에 사용된 수입산 물오징어는 중간도매/벤더업체를 통한 구매비중이 가장 큼.

- 중간도매/벤더업체로부터의 수입산 물오징어 조달 비중은 '12년도의 경우 100%, '13년도의 경우 97.2%임.

○ '12년 수입산 어육살의 중간도매/벤더업체를 통한 구매는 전체의 50.1%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음은 직수입을 통한 구매 비중(47.9%)이 높게 나타남. 이와 반대로 '13년도 어육살은 직수입을 통한 원료조달 비중이 55.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음은 중간도매/벤더업체(22.4%)임.

- '13년도에는 수입상사를 통한 조달 비중이 17.7%로 '12년 대비 17.5%포인트 증가하였음.

○ 밀가루의 경우 물오징어와 마찬가지로 '12년, '13년 모두 중간도매/벤더업체로부터의 조달비중이 각각 70.8%, 81.3%로 가장 크게 나타남.

□ 위의 각 원재료별 조달 경로를 살펴보면, 어육가공품 원재료의 상당 부분이 중간도매/벤더업체를 통해 구매되고 있는 특징을 발견할 수 있음.

<표 3-21> 수입산 원재료 구매 경로(어육가공품)

단위 : %

구분	도매	직수입	수입상사	중간도매/벤더업체	수입추천 대행기관	원청업체	기타
'12	(물)오징어	-	-	-	100.0	-	-
	어육살	1.0	47.9	0.2	50.1	-	0.8
	소맥분	0.1	24.8	3.6	70.8	-	0.7
'13	(물)오징어	0.1	-	2.7	97.2	-	-
	어육살	-	55.7	17.7	22.4	-	4.2
	소맥분	-	7.8	10.9	81.3	-	-

□ 어육가공품에 사용된 수입산 원재료를 해당 경로에서 구매한 이유는 다음의 <표3-22>, <표3-23>, <표3-24>와 같음.

- 수입산 물오징어는 중간도매/벤더업체를 통해 가장 많이 조달됨. 제조업체가 해당 경로를 사용하는 이용 1순위는 '신선도 등 품질'이 33.3%로 가장 높게 나타났으며 2순위는 '물량 확보 용이(33.3%)'임.

<표 3-22> 수입산 (물)오징어 구매 경로 사용 이유(어육가공품)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
도매시장	1순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-
수입상사	1순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-
중간도매/ 벤더업체	1순위	16.7	16.7	16.7	33.3	-	-	16.7	-
	2순위	16.7	-	33.3	-	16.7	16.7	16.7	-

- 수입산 어육살의 직수입 경로를 통한 구매 이유 1순위로는 '저렴한 가격'이 66.7%로 가장 높게 나타났으며, 2순위로는 '필요한 물량의 원료 확보 용이' 66.7%로 가장 높게 조사됨.
- 어육살 조달을 위해 중간도매/벤더업체를 사용하는 이유 1순위는 '낮은 가

격'이 40%로 가장 높게 조사되었고 사용 이유 2순위로는 '물량 확보 용이(29.4%)'와 '낮은 가격(23.5%)'이 높게 나타남.

<표 3-23> 수입산 어육살 구매 경로 사용 이유(어육가공품)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 실패	여러 원료 조달	기타
직수입	1순위	66.7	-	33.3	-	-	-	-	-
	2순위	-	33.3	66.7	-	-	-	-	-
수입상사	1순위	75.0	-	25.0	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	75.0	-	-	25.0	-	-
중간도매/ 벤더업체	1순위	40.0	20.0	25.0	-	5.0	5.0	5.0	-
	2순위	23.5	11.8	29.4	11.8	5.9	-	17.7	-
원청업체	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-

- 수입산 밀가루는 중간도매/벤더업체를 통해 가장 많이 조달되며 업체들이 해당 경로를 이용하는 이유 1순위는 '물량 확보가 용이(50%)'와 '낮은 가격(25.0%)' 때문임.
- 2순위로는 '필요한 물량의 원료 확보에 용이'가 42.9%로 가장 높게 조사되었고 '신선도 등 품질 조건(28.6%)'이 그 뒤를 이음.
- 수입상사 사용 이유 1순위로는 '낮은 가격', '물량 확보 용이', '원산지'가 각각 33.3%로 나타남.

<표 3-24> 수입산 소맥분 구매 경로 사용 이유(어육가공품)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 실패	여러 원료 조달	기타
직수입	1순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	2순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
수입상사	1순위	33.3	-	33.3	-	33.3	-	-	-
	2순위	-	-	33.3	-	-	66.7	-	-
중간도매/ 벤더업체	1순위	25.0	-	50.0	16.7	8.3	-	-	-
	2순위	-	14.3	42.9	28.6	-	-	14.3	-

4) 어육가공품의 판매처별 판매 비중

□ 어육가공품 제조업체¹³⁾의 매출액 기준 판매처 비중을 살펴보면 다음의 <표 3-25> 와 같음.

- '12년 어육가공품 매출액의 가장 큰 비중을 차지하는 판매처는 전체 판매액의 26.6%를 차지하는 '대형유통채널'이며, '제조업체(20.9%)', '직판(16.4%)' 순으로 조사되었음.
 - 이는 어육 가공품의 경우 완제품 형태의 제품 생산 외에도 '제조업체'의 추가 가공을 거친 후 판매되는 특성 때문인 것으로 판단됨.
 - '체인슈퍼'을 통한 매출액 비중은 전체의 0.8% 수준으로 어육가공품의 매출 경로 중 가장 작은 비중을 차지하고 있음.
- '13년 어육가공품 매출액의 가장 큰 비중을 차지하는 판매처는 '제조업체(19.6%)'임. 대형유통채널의 판매비중이 전년대비 감소하였는데 이는 할인점으로 유통되던 비중이 10.2%포인트 감소하였기 때문임.
- 특히 '13년도의 경우 기타 판매처의 비중이 '12년도 보다 8.9%포인트 증가한 17.7%임.
 - 이는 제조업체 중 대기업인 'C'사와 'S'사의 매출액 중 기타의 비중이 높기 때문이며 'S'사의 경우 모든 물량을 군에 납품하여 기타로 응답한 것으로 조사됨¹⁴⁾.

13) 어육가공품 제조업체란, 대표품목(매출액 비중이 가장 큰 품목)이 어육가공품인 표본을 의미함.

14) 'C'사의 경우는 조사 대상인 공장지점명이 정확히 입력되지 않아 기타 경로가 어떤 판매처를 이용하는지 재조사 할 수 없었음.

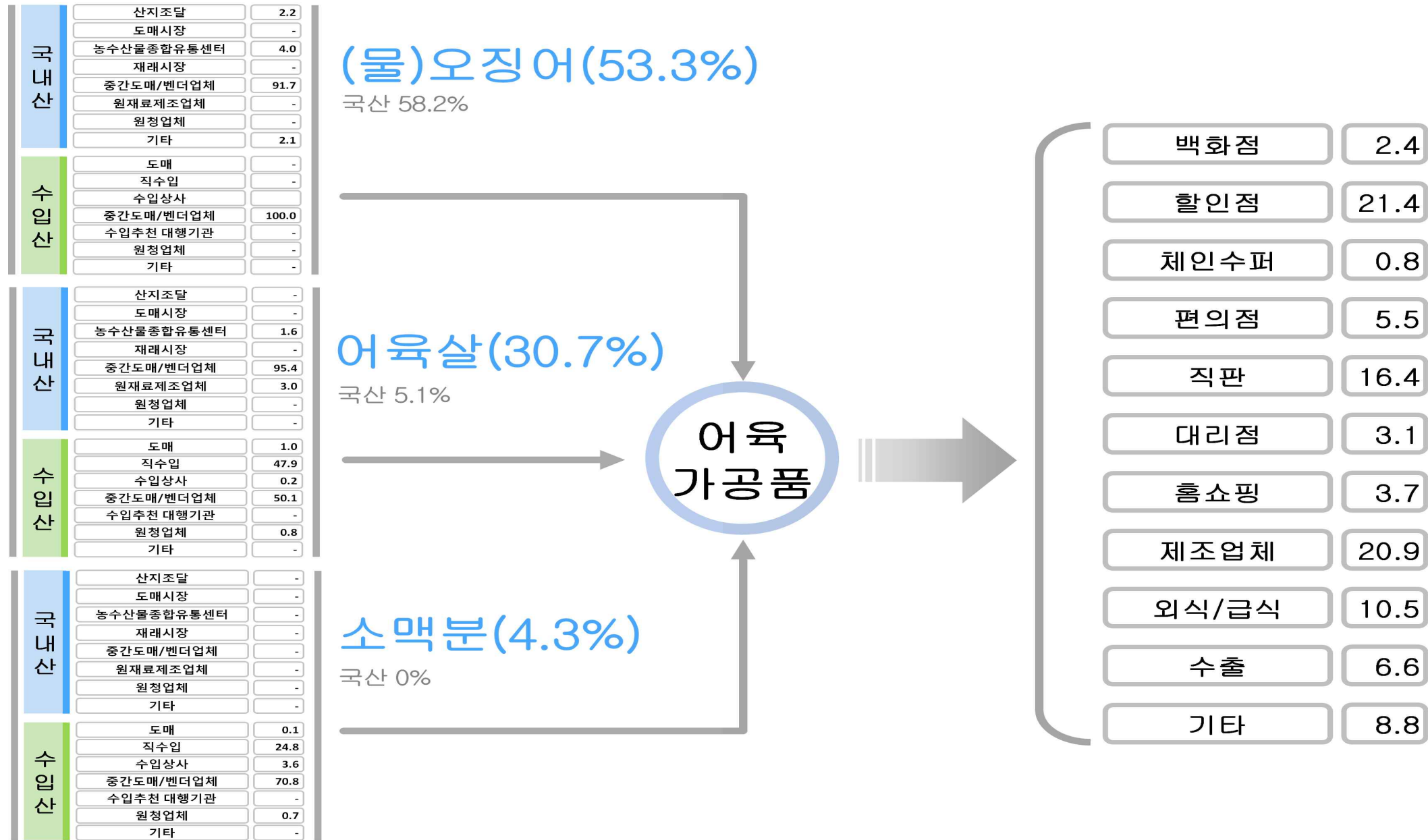
<표 3-25> 매출액 기준 판매처 비중(어육가공품)

단위 : %

년 도	대형유통채널			소형유통채널		직판	대리점	제조 업체	외식/ 급식	수출		기타
	백화점	할인점	홈쇼핑	체인 수퍼	편의점					직접	대행	
'12	2.4	21.4	3.7	0.8	5.5	16.4	3.1	20.9	10.5	6.1	0.5	8.8
'13	0.5	11.2	3.2	1.0	5.1	18.6	0.1	19.6	13.6	8.9	0.5	17.7

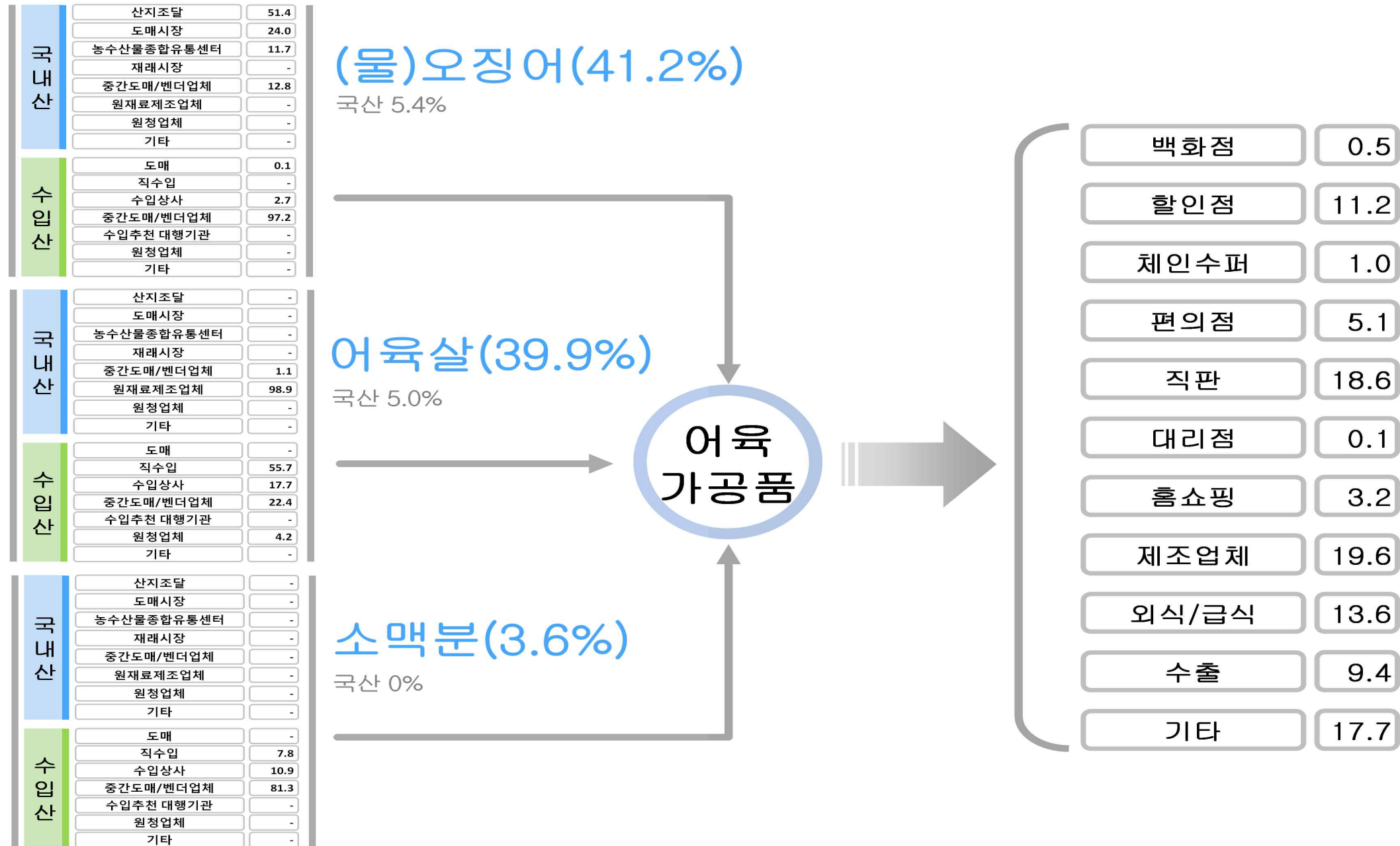
□ 앞서 분석한 주요 원재료의 조달 경로와 함께 매출액 기준 판매처 비중을 동시에 표현하면 다음의 <그림 3-3>, <그림 3-4>와 같음.

<그림 3-3> 어육가공품의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2012)



* 주요 원재료별 구성비 및 국산비중은 금액을 기준으로 도출함

<그림 3-4> 어육가공품의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2013)



* 주요 원재료별 구성비 및 국산비중은 금액을 기준으로 도출함

3. 두부류 및 목류

1) 두부류 및 목류의 국산 원재료 사용 비중

- 분석에 사용된 ‘두부류 및 목류 제조업체’의 자료는 가공식품 생산업체별로 조사된 4개의 생산품목 가운데 두부, 전두부, 유바, 가공두부, 목류에 대한 자료를 활용함.¹⁵⁾
- ‘두부류 및 목류’ 생산에 사용되는 주요 원재료로는 대두, 기타전분, 천일염 등이 있으며, ‘두부류 및 목류’에 사용되는 전체 원재료의 국산화율을 살펴보면 <표 3-26>과 같음¹⁶⁾.
- ‘12년 총 사용 중량을 기준으로 ‘두부류 및 목류’의 국산화율을 도출하면 19.4% 수준임. 반면 실제 원재료 구매 금액을 기준은 50.6%로 분석됨. 이는 ‘두부류 및 목류’에 90%이상 사용되는 ‘대두’의 국산 단가가 수입산 단가에 비해 높기 때문임.
- ‘13년 중량기준 국산화율은 ‘12년도 보다 증가하여 25.9% 수준으로 나타났으며 구매 금액을 기준은 53.4%로 조사되었음. 국산 단가 일괄 적용 시 26.0%, 수입 단가 일괄 적용 시 27.9%로 나타남. 마지막으로 Fisher 접근법을 활용한 국산화율은 26.9%로 분석되었음.
 - 이는 ‘두부류 및 목류’의 주원료인 대두의 국산화율 비중이 전년 대비 7.3% 포인트 증가하였기 때문임.

15) 두부제조업체가 아니더라도 ‘두부류 및 목류’ 제품을 생산할 경우 제품에 대한 데이터는 분석에 포함하였음.

예를 들어, 식육가공업체가 4개의 생산제품 가운데 한 가지라도 ‘두부류 및 목류’ 제품을 생산한다면, 해당 제품의 데이터를 분석에 포함시킴.

16) 중량기준 상위 품목은 대두, 기타전분, 닭고기, 대두유, 천일염 등이 있지만, 대두가 90%이상의 비중을 차지하고 다른 원재료의 사용비중이 극히 미비하기 때문에 본 분석에서 제외하였음.

<표 3-26> 국산화율 분석 결과(두부류 및 목류)

단위 : %

년도	사용 중량 기준	구매 금액 기준	국산단가 적용	수입단가 적용	Fisher 접근방식
'12	19.4	50.6	18.6	20.8	19.7
'13	25.9	53.4	26.0	27.9	26.9

□ ‘두부류 및 목류’에 사용되는 주요 원재료는 대두, 기타전분, 천일염¹⁷⁾이 있으며, 주요 원재료별 국산화율을 살펴보면 <표 3-27>과 같음.

- '12년 대두의 총 사용중량 기준 국산화율은 18.3%, 실제 구매 금액 기준은 50.2%로 나타났음¹⁸⁾. '13년도의 대두 국산화율은 '12년도 보다 증가한 25.6%(중량기준), 금액기준의 경우 54.3%로 분석됨.
- '12년 기타전분의 총 사용중량 기준 국산화율은 3.9%, 실제 구매 금액 기준은 17.8%, '13년도의 기타전분 국산화율은 중량기준 11.2%, 금액기준 9.8%로 분석됨.
- '12년 ‘두부류 및 목류’에 사용되는 천일염의 국산화율은 구매중량 기준은 36.1%, 구매금액 기준 50.3%로 조사되었으며 '13년 중량기준 국산화율은 98.5%로 급증하였음.
 - 단, 이러한 분석 결과는 ‘두부류 및 목류’ 제품의 특성을 고려하여 신중하게 해석할 필요가 있음. 즉 ‘두부류 및 목류’의 경우 대두가 원재료에서 차지하는 비중이 절대적으로 높아 타 원재료의 사용 중량이 극히 미미한 수준임.

17) ‘두부류 및 목류’ 제조업체서 사용하는 천일염의 비중은 전체의 0.4~0.5% 극히 미미한 수준이지만, ‘두부류 및 목류’ 제조 공정에서 간수(응고제)로 활용되거나 유바같은 두부가공제품에 반드시 들어가는 원재료 이므로 그 중요성이 크다고 판단되어 포함시켰음.

<표 3-27> 주요 원재료의 국산화율 분석 결과(두부류 및 목류)

단위 : %

년도	원재료	투입 비중	중량 기준	금액 기준	년도	원재료	투입 비중	중량 기준	금액 기준
'12	대두	95.1	18.3	50.2	'13	대두	91.5	25.6	54.3
	기타전분	2.1	3.9	17.8		기타전분	2.1	11.2	9.8
	천일염	0.4	36.1	50.3		천일염	0.5	98.5	97.4
전체			19.4	50.6	전체			25.9	53.4

2) 두부류 및 목류의 원재료 구매 이유

□ '두부류 및 목류'에 사용된 원재료 중 대두, 기타전분의 국산 원재료 사용 이유를 살펴보면 다음의 <표 3-28>¹⁹⁾과 같음.

- '12년의 경우 국산 대두 사용 이유 1순위는 '소비자가 원산지에 민감한 재료라서'가 39.5%로 가장 높게 나타났으며, '조달이 용이해서(20.9%)', '신선한 원재료가 필요해서(16.3%)' 순으로 조사되었음. 한편 국산 대두의 사용 이유 2순위로는 '신선한 원재료가 필요해서'가 25.0%로 가장 높게 나타났으며, '원산지'와 '프리미엄'이 각각 22.2%, 16.7%로 나타남.
 - 이는 일부 원재료의 구성비가 높은 '두부류 및 목류'의 특성과, 국내산 백태에 대한 높은 소비자 선호 때문인 것으로 풀이됨.
- '13년도 역시 '12년도와 마찬가지로 국산 대두 사용 이유 1순위는 '소비자가 원산지에 민감한 재료라서'가 48.5%로 가장 높게 나타났으며, '조달이 용이해서(18.2%)'가 다음을 차지함.
 - 2순위로는 '원재료의 물리적 특성이 가공에 더 적합해서'가 24.1%로 가장 높게 나타났으며, '원산지'와 '신선도'가 각각 17.2% 수준으로 조사되었음.

19) '두부 및 목류'의 식품으로서의 특징 및 원재료 구성비 등의 요인들로 인하여, 대두를 제외한 타 원재료들의 사용과 관련된 응답률은 비교적 저조한 것으로 조사되었음. 따라서 기타전분, 천일염의 구매 이유와 관련한 해석에 주의가 필요함.

○ '12년 기타전분의 국내산 사용 이유 1순위는 '조달용이'가 66.7%로 가장 높게 조사되었으며, 다음은 '프리미엄 제품 생산을 위해서'가 33.3%를 차지함.

- '13년 기타전분의 국내산 사용 이유 1순위는 '조달용이', '원산지', '신선도', '경영철학'이 각각 25%로 조사됨.

○ '12년 '두부류 및 묵류' 제조업체들이 구매하는 국산 천일염 사용 이유 1순위로는 '조달용이(63.2%)'가 가장 높게 나타났으며 그 다음은 '원산지(21.1%)'순임. 2순위로는 '국산과 수입산의 낮은 가격차'와 '원산지'가 각각 26.7% 로 나타남.

<표 3-28> 국산 원재료 사용 이유(두부류 및 묵류)

단위 : %

구분		조달 용이	낮은 가격차	원산지	미 수입재	가공 적합	신선도	정책 지원	경영 철학	프리 미엄	기타	
'12	대두	1순위	20.9	7.0	39.5	-	-	16.3	-	2.3	11.6	2.3
		2순위	11.1	8.3	22.2	5.6	5.6	25.0	-	5.6	16.7	-
	기타 전분	1순위	66.7	-	-	-	-	-	-	-	33.3	-
		2순위	-	33.3	33.3	-	-	33.3	-	-	-	-
	천일염	1순위	63.2	5.3	21.1	-	-	5.3	-	-	5.3	-
		2순위	6.7	26.7	26.7	6.7	13.3	13.3	-	-	6.7	-
'13	대두	1순위	18.2	6.1	48.5	3.0	15.2	3.0	6.1	-	-	-
		2순위	3.5	3.5	17.2	-	24.1	17.2	31.0	3.5	-	-
	기타 전분	1순위	25.0	-	25.0	-	-	25.0	-	25.0	-	-
		2순위	25.0	25.0	-	-	-	-	25.0	25.0	-	-
	천일염	1순위	34.8	4.4	26.1	-	8.7	21.7	-	4.4	-	-
		2순위	11.8	-	29.4	-	-	11.8	23.5	23.5	-	-

- '13년 국산 천일염 사용 이유 1순위로는 '조달용이(34.8%)'가 가장 높게 나타남. 그 다음은 '원산지(26.1%)', '신선도(21.7%)'로 나타나 '12년도 보다 신선도를 이유로 국산 천일염을 사용한 업체 비율이 증가함. 2순위로는 '국산과 수입산의 낮은 가격차'가 29.4%로 조사됨.
- 천일염은 원재료 비용에서 차지하는 비중이 극히 미미한 수준(0.4%)이지만, '두부류 및 묵류' 산업에서 가지는 중요성·상징성이 크며, 향후 마케팅 요소로도 활용할 수 있는 장점도 존재함.

□ '두부류 및 묵류'에 사용된 원재료의 수입산 사용 이유를 살펴보면 다음의 <표 3-29>과 같음.

- '12년 수입산 대두의 사용 이유 1순위는 '원가가 높아 가격경쟁이 안 돼서'이 76.4%로 가장 높게 나타났으며, '일시에 대량으로 납품받을 수 없어서'가 16.7%로 조사되었음. 2순위로는 '일시에 대량으로 납품받을 수 없어서'가 49.2%, '원가'가 15.9%, '사용편이'가 14.3% 수준으로 나타났음.
- '13년 수입산 대두의 사용 이유는 '12년도와 마찬가지로 '원가 경쟁력', '대량납품 가능'이 높게 나타났으며, 2순위로는 '일시에 대량으로 납품받을 수 없어서'가 31.4%, '원가'가 25.5%로 조사됨.
- '12년 수입산 기타전분의 사용 이유도 대두와 마찬가지로 '원가'와 '일시대량납품' 이 각각 54.6%, 27.3%로 높게 나타남. 2순위로는 '일시에 대량납품이 가능(40%)', '원가(30%)'순으로 조사됨²⁰⁾. '13년 수입산 기타전분 사용이유는 1순위는 '원가경쟁력'이 66.7%로 가장 높게 나타났고, 2순위는 '대량조달가능(60.0%)'이 높게 나타남.
- 천일염의 수입산 사용 이유 1순위는 '(국내산은) 원가가 높아 가격경쟁이 안돼서'로 조사됨. 2순위로는 '사용이 편리하기 때문에'로 나타

20) 해당 항목은 응답자가 적은 수준이므로 해석의 주의를 요함.

났으며, 이러한 결과는 '13년 수입산 천일염의 사용 이유 조사에서도 동일하게 나타남.

<표 3-29> 수입산 원재료 사용 이유(두부류 및 목류)

단위 : %

수입산		맛 품질 규격	일시 대량 납품	안전성	원가	국내 미생산	미 수확기	낮은 선풍차	사용 편이	가공 적합	기타	
'12	대두	1순위	4.2	16.7	14	76.4	-	-	-	14	-	-
		2순위	1.6	49.2	3.2	15.9	-	3.2	11.1	14.3	-	1.6
	기타 전분	1순위	18.2	27.3	-	54.6	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	40.0	10.0	30.0	-	-	10.0	10.0	-	-
	천일염	1순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	25.0	-	-	-	25.0	-	50.0	-	-
'13	대두	1순위	1.5	22.4	4.5	68.7	-	-	3.0	-	-	-
		2순위	9.8	31.4	5.9	25.5	2.0	3.9	5.9	15.7	-	-
	기타 전분	1순위	-	16.7	-	66.7	16.7	-	-	-	-	-
		2순위	-	60.0	-	20.0	20.0	-	-	-	-	-
	천일염	1순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-

3) 두부류 및 목류의 원재료 구매경로 및 이유

□ ‘두부류 및 목류’에 사용된 원재료 중 대두, 기타전분, 천일염의 구매 경로를 살펴보면 다음의 <표 3-30>과 같음.

- ‘12년 ‘두부류 및 목류’에 사용된 국산 대두는 농수산물종합유통센터 를 통한 구매가 전체의 49.4%로 가장 높게 나타났으며, 중간도매/벤더 업체를 통한 구매가 37.1% 수준으로 조사되었음. 반면 ‘13년도에는 농수산물유통센터를 통한 조달비중보다 중간도매/벤더업체를 통한 구매량(43.4%)이 증가하였으며 계약거래의 비중도 ‘12년(6.3%)보다 12.4%포인트 증가한 18.7% 수준으로 나타남.
- ‘12년 기준 국산 기타전분의 경우, 도매시장에서 전체의 52.7%를 구매되는 것으로 나타났으며, 중간도매/벤더업체에서 40.9%를 구매하는 것으로 조사되었음. ‘13년도 기타전분은 도매시장(76.2%)과 원재료제조업체(23.8%)에서 전량 조달되는 것으로 나타남.
- ‘12년 국내산 천일염은 주로 중간도매/벤더업체(53.6%)를 통해 구매되고 있으며, 도매시장 18.4%, 재래시장 9.6% 순으로 조사된 반면, ‘13년에는 산지(82.1%)에서 조달되는 비중이 높았음.

<표 3-30> 국산 원재료 구매 경로(두부류 및 목류)

단위 : %

구분	산지조달			도매 시장	농수산물종합유통센터	재래 시장	중간도매/벤더업체	원재료 제조업체	원청업체	기타	
	계약거래	직접생산	1회성조달								
‘12	대두	6.3	0.9	3.4	2.1	49.2	-	37.3	-	-	0.9
	기타전분	-	-	-	52.7	-	6.4	40.9	-	-	-
	천일염	0.2	-	9.2	18.0	8.6	9.6	54.1	0.3	-	-
‘13	대두	18.7	-	2.4	8.3	21.9	3.8	43.4	-	-	1.5
	기타전분	-	-	-	-	-	-	76.2	23.8	-	-
	천일염	80.9	-	1.2	6.0	0.6	0.1	11.1	-	-	-

□ ‘두부 및 목류’에 사용된 국내산 원재료를 해당 경로에서 구매한 이유는 다음의 <표 3-31>, <표 3-32>, <표 3-33> 과 같음.

- '13년 국산 대두의 중간도매/벤더업체에서 가장 많이 조달되며 해당 경로 구매 이유 1순위로는 ‘낮은 가격(37.5%)’, ‘물량 확보 용이(25.0%)’, ‘믿을 수 있는 원산지(25.0%)’ 순으로 조사됨. 2순위로는 ‘낮은 가격 변동(37.5%)’, ‘낮은가격(25.0%)’ ‘물량 확보 용이(25.0%)’ 순으로 나타났음.
- 국산 대두를 농수산물종합유통센터에서 구매하는 이유 1순위는 ‘물량 확보 용이’가 55.6% 가장 높게 나타났으며, 그 다음은 ‘낮은 가격(33.3%)’임. 2순위로는 ‘믿을 수 있는 원산지’가 50%을 차지함.

<표 3-31> 국산 대두 구매 경로 사용 이유(두부류 및 목류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
계약 거래	1순위	-	-	66.7	16.7	16.7	-	-	-
	2순위	16.7	16.7	-	-	33.3	16.7	-	16.7
직접 생산	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-
1회성 조달	1순위	-	-	50.0	-	-	50.0	-	-
	2순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
도매 시장	1순위	-	33.3	33.3	-	33.3	-	-	-
	2순위	33.3	33.3	-	33.3	-	-	-	-
농수산물종합 유통센터	1순위	33.3	-	55.6	11.1	-	-	-	-
	2순위	-	-	12.5	12.5	50.0	25.0	-	-
재래 시장	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-
중간도매/ 벤더업체	1순위	37.5	-	25.0	12.5	25.0	-	-	-
	2순위	25.0	37.5	25.0	-	-	12.5	-	-
기타	1순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	2순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-

- 중간도매/벤더업체를 통해 기타전분을 조달하는 이유 1순위는 ‘물량 확보 용이’이고 2순위는 ‘낮은 가격 변동성’임.
- 원재료 제조업체를 이용하는 이유는 ‘낮은 가격’과 ‘물량 확보 용이’로 나타남.

<표 3-32> 국산 기타전분 구매 경로 사용 이유(두부류 및 목류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
중간도매/벤더업체	1순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	2순위	-	100.0	-	-	-	-	-	-
원재료 제조업체	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-

<표 3-33> 국산 천일염 구매 경로 사용 이유(두부류 및 목류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
계약 거래	1순위	-	-	50.0	16.7	33.3	-	-	-
	2순위	20.0	-	-	40.0	-	20.0	-	20.0
직접 생산	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-
1회성 조달	1순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	2순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-
도매 시장	1순위	25.0	-	50.0	-	25.0	-	-	-
	2순위	25.0	25.0	25.0	-	25.0	-	-	-
농수산물 종합유통센터	1순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	2순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-
재래시장	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	100.0	-	-
중간도매/벤더업체	1순위	-	-	77.8	-	22.2	-	-	-
	2순위	28.6	14.3	-	28.6	-	28.6	-	-

- ‘두부류 및 묵류’의 국산 천일염은 계약거래를 통해 가장 많이 조달되며 이러한 경로를 선택한 이유 1순위는 ‘물량 확보 용이(50.0%)’임. 2순위로는 ‘신선도 등 품질’이 40%로 가장 높게 나타남.
- 중간도매/벤더업체를 통한 조달 이유는 ‘물량 확보 용이(77.8%)’와 ‘원산지(22.2%)’인 것으로 조사됨.

□ ‘두부류 및 묵류’에 사용된 원재료 중 수입산 대두, 기타전분, 천일염의 구매 경로를 살펴보면 다음의 <표 3-34>와 같음.

- ‘12년 ‘두부류 및 묵류’ 제조업체의 수입산 대두를 중간도매/벤더업체에서 전체의 37.7%를 구매하는 것으로 조사되었으며, 수입추천대행기관에서 16.9%, 수입상사에서 9.9%를 구매하고 있는 것으로 나타났음.
- ‘13년도 역시 중간도매/벤더업체로부터의 구매 비중이 37.4%이 가장 많았으며 수입추천대행기관(15.4%), 수입상사(13.4%)를 순으로 나타남.
- 설문지에 기재된 구매 경로 외, 기타 경로에서 구매한 비율은 ‘12년도의 경우 24.0% , ‘13년도의 경우 28.0%수준임.
- 이는 대두의 경우 시장접근물량 대상 품목으로 식용대두는 한국농수산식품유통공사에서, 채유용 대두는 한국대두가공협회 관리하고 있음. 따라서 두부에 사용되는 식용대두의 경우 제조업체가 직접 공공기관을 통해 조달한 경우가 있기 때문에 ‘기타’ 조달경로의 비중이 높은 것으로 여겨짐.²¹⁾
- ‘12년도 수입산 기타전분을 중간도매/벤더업체에서 전체의 81.9%, 수입추천대행기관에서 18.5%를 구매하고 있음. ‘13년도도 마찬가지로 중간도매/벤더업체(63.2%)에서 가장 많은 비중을 조달하고 있는 것으로 나타났지만 ‘13년도에는 수입상사의 비중도 33.4%로 높게 나타남.

21) 해당 문항의 선택지에 ‘수입추천대행기관’이 이러한 공공기관을 의미하지만, 선택지의 설명 부족과 설문대상 업체의 설문인식 및 이해도 부족 등으로 공공기관을 ‘기타’로 선택했을 가능성이 높다고 판단됨.

- 수입산 천일염은 '12년의 경우 중간도매/벤더업체로부터 100%, '13년의 경우 수입상사로부터의 100%조달함.

<표 3-34> 수입산 원재료 구매 경로(두부류 및 목류)

단위 : %

구분	도매	직수입	수입상사	중간도매/벤더업체	수입추천대행기관	원청업체	기타	
'12	대두	0.7	7.4	9.9	37.7	16.9	16	25.8
	기타전분	-	0.2	-	81.9	17.9	-	-
	천일염	-	-	-	100.0	-	-	-
'13	대두	2.3	1.8	13.4	37.4	15.4	1.7	28.0
	기타전분	-	-	33.4	63.2	3.4	-	-
	천일염	-	-	100.0	-	-	-	-

□ '두부류 및 목류'에 사용된 수입산 원재료를 해당 경로에서 구매한 이유는 <표 3-35>, <표 3-36>, <표 3-37>과 같음.

- 외국산 대두의 중간도매/벤더업체에서 가장 많이 조달되며 해당 경로 구매 이유 1순위는 '낮은 가격'이 54.6%로 가장 높게 조사됨. 2순위로는 '낮은 가격 변동(45.0%)', '물량 확보 용이(40.0%)'의 비중이 큰 것으로 조사되었음.
 - 그 외 조달 경로 비중이 높은 수입추천대행기관과 기타 경로 사용 이유 1순위는 '낮은 가격'이었으며 2순위는 수입추천대행기관의 경우 '물량 확보 용이(57.1%)', 기타경로의 경우 '낮은 가격 변동(38.5%)'이었음.
- '두부류 및 목류' 제조업체가 수입 기타전분 조달을 위해 수입상사나 중간도매/벤더업체를 이용하는 이유 1순위는 '낮은 가격'이고 2순위는 '낮은 가격 변동성'임.

<표 3-35> 수입산 대두 구매 경로 사용 이유(두부류 및 목류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
도매시장	1순위	50.0	-	50.0	-	-	-	-	-
	2순위	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-
직수입	1순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	2순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
수입상사	1순위	50.0	8.3	33.3	8.3	-	-	-	-
	2순위	18.2	18.2	27.3	-	18.2	18.2	-	-
중간도매/벤더업체	1순위	54.6	22.7	18.2	-	4.6	-	-	-
	2순위	10.0	45.0	40.0	-	-	5.0	-	-
수입추천대 행기관	1순위	71.4	14.3	14.3	-	-	-	-	-
	2순위	21.4	14.3	57.1	7.1	-	-	-	-
원청업체	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
기타	1순위	50.0	7.1	28.6	14.3	-	-	-	-
	2순위	15.4	38.5	30.8	-	15.4	-	-	-

<표 3-36> 수입산 기타전분 구매 경로 사용 이유(두부류 및 목류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
수입상사	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	50.0	50.0	-	-	-	-	-
중간도매/ 벤더업체	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	100.0	-	-	-	-	-	-

- 수입산 천일염의 경우, 수입상사를 통해 전량 구매하고 있으며 해당 경로 이용 1순위는 ‘저렴한 가격’이고 2순위 ‘오랜 거래처에 신뢰가 쌓여서’ 임.²²⁾

22) 두부류의 천일염 사용하는 표본은 개수가 적으므로 해석에 주의를 요함.

<표 3-37> 수입산 천일염 구매 경로 사용 이유(두부류 및 목류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	플랑 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
수입상사	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	100.0	-	-

4) 두부류 및 목류의 판매처별 판매 비중

□ ‘두부류 및 목류’ 제조업체들²³⁾의 매출액 기준 판매처 비중을 살펴보면 다음의 <표 3-38>과 같음.

- ‘12년의 경우 ‘두부류 및 목류’ 매출액의 가장 비중이 큰 판매처는 ‘대형유통채널’로 총 판매액 비중의 25.5%를 차지하고 있으며, ‘직판(19.9%)’, ‘외식/급식(17.5%)’ 순으로 조사되었음.
 - 매출액 중 가장 비중이 낮은 판매처는 ‘수출(1.5%)’으로 이는 신선식품에 해당하는 두부의 제품의 특성에서 기인한 것으로 여겨짐.
- ‘13년의 경우 매출액의 가장 비중이 큰 판매처는 ‘소형유통채널(20.4%)’이며 이는 소형유통채널 중 편의점으로서의 판매비중(20.1%)이 증가하였기 때문임.
 - 위와 같은 결과는 대기업 ‘O사’의 매출액 중 편의점으로 유통되는 비중이 크기 때문임. 이 업체에서는 일반 두부를 생산하기도 하지만 사업을 일환으로 두부를 이용한 즉석식품들을 출시하고 있음. 따라서 이러한 즉석식품들의 편의점 판매비중이 높기 때문에 위와 같은 결과가 나타난 것으로 생각됨.
 - 가장 매출액 비중이 작은 판매처는 대리점으로 생산된 ‘두부 및 목류’의 제조업체들이 조직화·규모화 되어 있지 않은 현실을 반영하는 것으로 볼 수 있음.

23) ‘두부류 및 목류’ 제조업체란, 대표품목(매출액 비중이 가장 큰 품목)이 두부류 및 목류인 표본을 의미함.

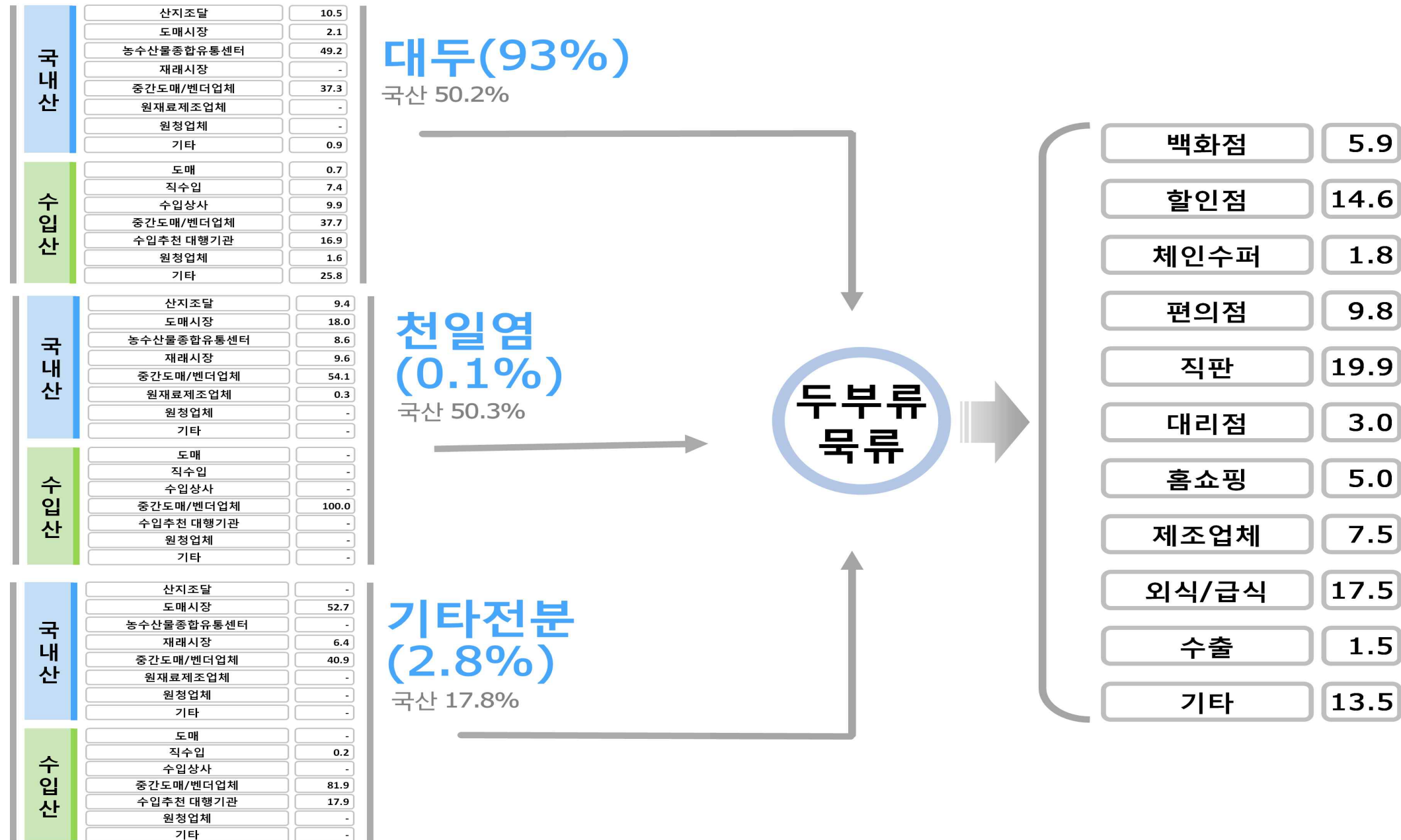
<표 3-38> 매출액 기준 판매처 비중(두부류 및 목류)

단위 : %

년 도	대형유통채널			소형유통채널		직판	대리점	제조 업체	외식/ 급식	수출		기타
	백화점	할인점	홈쇼핑	체인 수퍼	편의점					직접	대행	
'12	5.9	14.6	5.0	1.8	9.8	19.9	3.0	7.5	17.5	0.8	0.7	13.5
'13	0.6	9.4	2.5	0.3	20.1	15.4	0.0	21.9	11.8	0.5	0.0	17.5

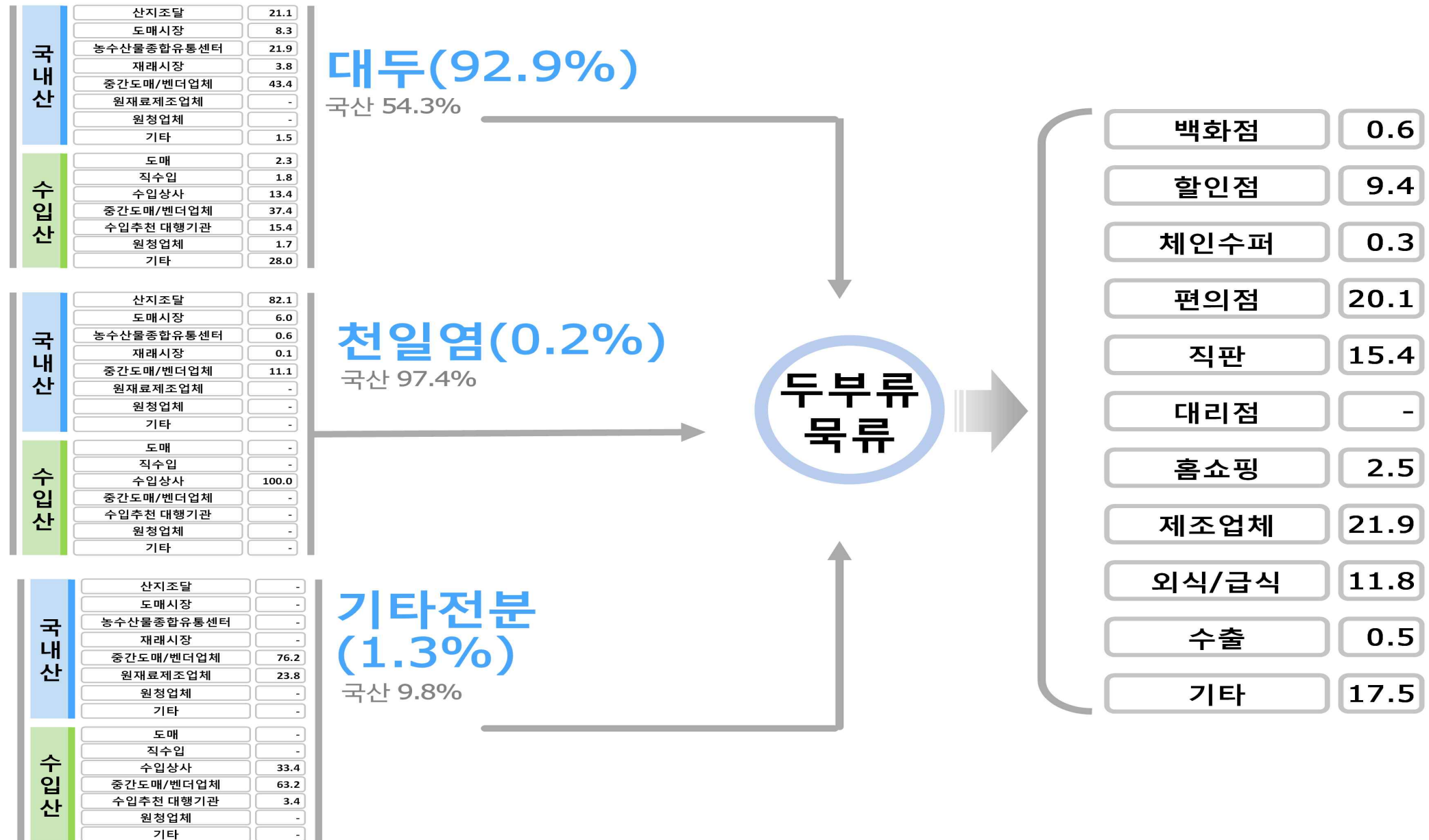
□ 앞서 분석한 주요 원재료의 조달 경로와 함께 매출액 기준 판매처 비중을 동시에 표현하면 다음의 <그림 3-5>, <그림 3-6>과 같음.

<그림 3-5> 두부 및 목류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2012)



* 주요 원재료별 구성비 및 국산비중은 금액을 기준으로 도출함

<그림 3-6> 두부 및 묵류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2013)



* 주요 원재료별 구성비 및 국산비중은 금액을 기준으로 도출

4. 식육 및 알가공품

1) 식육 및 알가공품의 국산 원재료 사용 비중

□ 분석에 사용된 ‘식육 또는 알가공품류 제조업체’의 자료는 생산업체 별로 조사된 4개의 생산품목 가운데 식육 또는 알제품, 식육가공품(햄, 베이컨), 알가공품(계란, 새알 가공품)의 자료를 활용하였음.

□ ‘식육 또는 알가공품류’에 사용되는 전체 원재료의 국산화율을 살펴보면 <표 3-39>와 같음.

○ '12년의 경우 사용 중량을 기준으로 ‘식육 또는 알가공품류’의 국산화율을 도출하면 69.3% 수준으로 나타남. 반면, 원재료 구매 금액을 기준으로 할 경우 65.3%로 조사됨. ‘식육 또는 알가공품류’의 경우, 중량기준 가장 투입 비중이 큰 돼지고기(40% 이상)의 수입-국산단가의 차이가 미비하기 때문임.

- 국산 단가 일괄 적용 시 51.0%, 수입 단가 일괄 적용 시 62.9% 수준으로 나타났음. 여기에 Fisher 접근법을 활용할 경우, ‘식육 및 알가공품류’의 원재료 국산화율은 56.6%로 분석됨²⁴⁾.

○ '13년도 ‘식육 및 알가공품’의 국산화율은 '12년도 대비 2.5%포인트 증가하였지만 '12년도와 마찬가지로 금액기준 국산화율이 중량기준 국산화율보다 낮게 분석됨.

- '13년도 ‘식육 및 알가공품’ 국산화율은 중량기준 71.8%, 금액기준 71.1%,

<기준 방법을 활용하여 추정된 국산화율>

구분	사용 중량 기준	구매 금액 기준	국산단가적용	수입단가적용	Fisher 접근방식
전체	19.6	17.5	19.3	19.1	19.2

24) Fisher 접근법은 앞서 설명했듯이 원재료의 국산단가가 수입단가보다 비싸기 때문에 발생하는 금액기준 국산화율의 과대계측을 조정하기 위한 방법임. ‘식육 및 알가공품류’의 경우, 주원재료인 돼지고기의 원산지별 가격차이가 미비하여 중량기준과 금액기준의 국산화율이 비슷함. 따라서 Fisher 접근법을 적용하면 오히려 중량기준보다 낮게 계측됨.

국산단가 일괄 적용시 65.2%, 수입단가 일괄 적용시 66.7%, Fisher접근법 활용시 66.0%인 것으로 분석됨.

<표 3-39> 국산화율 분석 결과(식육 및 알가공품)

단위 : %					
년도	사용 중량 기준	구매 금액 기준	국산단가 적용	수입단가 적용	Fisher 접근방식
'12	69.3	65.3	51.0	62.9	56.6
'13	71.8	71.1	65.2	66.7	66.0

□ ‘식육 또는 알가공품류’에 사용되는 주요 원재료는 돼지고기, 닭고기, 쇠고기 등이 있으며, 주요 원재료별 국산화율을 살펴보면 <표 3-40>과 같음.

○ '12년도 돼지고기의 총 사용중량 기준 국산화율은 80.0%, 구매 금액 기준은 80.7%임. '13년도 돼지고기 중량기준 국산화율은 이보다 다소 낮은 78.4%, 금액기준은 77.9%임.

○ ‘식육 및 알가공품류’의 돼지고기 국산단가와 수입산단가가 비슷한 원인은 다음과 같음.

- 돼지고기 단가는 아래 제시된 <표 3-41>과 같이 원산지 뿐만 아니라 제품별 이용 부위에 따라서 차이가 발생함. 따라서 ‘식육가공품’이 아닌 ‘식육’에 사용되는 수입산 돼지고기는 ‘식육가공품’에 들어가는 돼지고기 국산단가보다 비싼 경우가 존재함. 이는 ‘식육가공제품’에 이용되는 돼지고기의 부위보다 재료 자체를 요리해먹는 ‘식육’제품에 사용되는 부위가 소비자 선호도가 높고 비교적 고가이기 때문인 것으로 여겨짐.

- ‘식육가공품’분류 안에서도 제조업체별 단가 차이가 상이함. 특히 전체 ‘식육가공품’의 돼지고기 사용량을 기준으로 상위 10개 기업만을 구분하여 분석한 결과, 전체 돼지고기 사용량의 11%, 수입돼지고기 사용량의 35.4%를 사용하고 있는 ‘M사(햄버거 패티 제품생산)’와 ‘F(햄 제품생산)’사의 수입산 평균단가가 다른 기업들의 국산 평균단가보다 80%, 수입산 평균단가보다 156% 높음.²⁵⁾

25) 이러한 기업들의 단가는 금액기준 국산화율에 영향을 주기 때문에 해석에 주의를 요함.

- '12년의 경우 닭고기의 중량 기준 국산화율은 86.8%, 금액 기준 87.8%로 나타났으며, 쇠고기의 국산화율은 중량기준 8.9%, 구매금액 기준 18.1%로 분석되었음. '13년도 닭고기 국산화율은 84.3%로 '12년도 보다 감소하였지만 쇠고기 국산화율은 중량기준 30.0%로 '12년 대비 21.1%포인트 증가함.

<표 3-40> 주요 원재료의 국산화율 분석 결과(식육 및 알가공품)

단위 : %

년도	원재료	투입 비중	중량 기준	금액 기준	년도	원재료	투입 비중	중량 기준	금액 기준
'12	돼지고기	41.5	80.0	80.7	'13	돼지고기	40.6	78.4	77.9
	닭고기	22.6	86.8	87.8		닭고기	26.0	84.3	87.5
	쇠고기	9.4	8.9	18.1		쇠고기	9.6	30.0	41.1
전체			69.3	65.3	전체			71.8	71.1

<표 3-41> 국내의 돈육 가격 비교

단위 : \$/kg

구분	국산가격	수입사가격					수입산 가격 평균
		일본	미국	캐나다	덴마크	칠레	
생돈	27	25	15	14	14	13	16
지육	40	5.7	2.1	1.6	1.9	2.7	2.8
삼겹살	10.6	10.0	7.8	8.4	8.9	6.1	8.2
등심	5.4	10.8	7.5	7.7	8.4	6.3	8.1
후지	3.9	6.4	6.2	5.2	-	-	5.9

주: 국제가격은 2011년평균가격, 국내가격은 2012년 6월가격
 자료: 미트저널, 2014.1

2) 식육 및 알가공품의 원재료 구매 이유

□ ‘식육 또는 알가공품류’에 사용된 원재료 중 돼지고기, 닭고기, 쇠고기의 국산 원재료 사용 이유를 살펴보면 다음의 <표 3-42>와 같음.

- ‘12년도 국산 돼지고기의 사용 이유 1순위로는 ‘소비자가 원산지에 민감한 원재료라서’가 37.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘조달이 용이해서(21.7%)’, ‘신선한 원재료가 필요해서(21.0%)’의 비중이 그 다음을 차지함. 한편 국산 돼지고기 사용 이유 2순위로는 ‘신선한 원재료가 필요해서’가 34.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘조달용이’ 및 ‘원산지’ 각각 23.0%, 19.1% 수준으로 조사됨.
 - 이는 FTA확대로 인한 육류 수입량과 수입 육류 안전성에 대한 소비자의 민감도가 증가하였기 때문인 것으로 여겨짐.
 - 또한 ‘식육’의 경우, 냉동이 아닌 냉장형태로 유통되는 경우가 많기 때문에 신선도가 중요한 요소로 작용한 것으로 보임.
- ‘13년 국산 돼지고기 사용이유 1순위는 ‘원산지’가 43.9%로 가장 큰 비중을 차지했으며, ‘신선도(20.1%)’, ‘조달용이(18.7%)’ 순임. 2순위로는 ‘신선도(31.5%)’와 ‘조달용이(22.6%)’가 높게 나타남.
- ‘12년도에 닭고기와 쇠고기의 국산 사용이유 1순위는 돼지고기와 마찬가지로 ‘소비자가 원산지에 민감한 원산지라서’가 각각 32.9%, 31.8%로 가장 크게 나타남.
 - 국산 닭고기/쇠고기 사용이유는 2순위는 ‘신선한 원재료가 필요해서’가 각각 32.9%, 36.8%로 가장 높게 나타남.
- ‘13년도 국산 닭고기와 쇠고기 사용이유 1순위도 ‘12년도와 마찬가지로 ‘소비자가 원산지에 민감한 원재료라서’가 가장 크게 나타났으며 2순위는 ‘신선한 원재료가 필요해서’임.

<표 3-42> 국산 원재료 사용 이유(식육 및 알가공품)

단위 : %

구분		조달 용이	낮은 가격차	원산지	미 수입재	가공 적합	신선도	정책 지원	경영 철학	프리 미엄	기타	
'12	돼지 고기	1순위	21.7	4.4	37.0	0.7	4.4	21.0	0.7	2.2	7.3	0.7
		2순위	23.0	7.9	19.1	0.8	0.8	34.1	-	5.6	8.7	-
	닭 고기	1순위	22.0	8.5	32.9	1.2	2.4	23.2	-	1.2	8.5	-
		2순위	24.7	8.2	15.1	-	2.7	32.9	-	9.6	6.9	-
	쇠 고기	1순위	18.2	4.6	31.8	-	-	27.3	-	9.1	9.1	-
		2순위	21.1	5.3	21.1	-	5.3	36.8	-	5.3	5.3	-
'13	돼지 고기	1순위	18.7	3.6	43.9	-	5.0	20.1	-	2.2	6.5	-
		2순위	22.6	2.4	12.9	2.4	4.0	31.5	2.4	13.7	8.1	-
	닭 고기	1순위	20.0	3.5	35.7	0.9	5.2	26.1	1.7	0.9	6.1	-
		2순위	23.5	6.1	6.1	2.0	5.1	29.6	3.1	17.4	7.1	-
	쇠 고기	1순위	18.5	3.7	48.2	-	-	22.2	-	3.7	3.7	-
		2순위	17.4	4.4	13.0	4.4	4.4	34.8	8.7	4.4	8.7	-

□ '식육 또는 알가공품류'에 사용된 원재료의 수입산 사용 이유를 살펴 보면 다음의 <표 3-43>과 같음.

- '12년과 '13년의 결과 모두에서 수입산 돼지고기의 사용 이유 1순위는 '국내산이 원가가 높아 가격경쟁이 안돼서'가 가장 높게 나타났으며, '국내산은 일시 대량 납품을 받을 수 없어서', '맛/품질/규격' 순으로 조사되었음. 2순위로는 '일시 대량 납품'이 가장 높은 것으로 나타났으며 '낮은 선호차(21.4%)'가 그 다음을 차지함.
- 이는 '식육'제품이 아닌 '식육가공품'에 대해서는 소비자의 원산지간 선호도 차이가 낮다는 식육가공업체들의 의견이 반영된 것임.

- '12년의 경우 수입 닭고기와 수입 쇠고기 사용 이유 역시 '원가'가 각각 69.7%, 81.2%로 가장 높게 나타남. 특히 쇠고기에서 그 응답률이 다른 육류에 비해 높게 나타난 것은 쇠고기의 수입산과 국산 단가차이가 다른 육류에 비해 크기 때문임.
- 2순위로는 닭고기의 경우 '낮은 선호차'가 33.3%로 가장 높게 나타났으며, 쇠고기는 '일시대량납품'이 32.1%로 가장 높게 조사되었음.
- '13년의 수입 닭고기와 쇠고기 사용 이유도 전년도와 마찬가지로 '원가'와 '대량 납품 가능'을 가장 중요한 이유로 꼽았음. 2순위는 닭고기의 경우 '사용 편이'가 24.3%로 가장 높게 나타났으며 쇠고기의 경우 '원가 경쟁력'이 26.0%로 가장 높게 나타남.

<표 3-43> 수입산 원재료 사용 이유(식육 및 알가공품)

단위 : %

수입산		맛/품질/규격	일시대량납품	안전성	원가	국내미생산	미수확기	낮은 선호차	사용편이	가공적합	기타	
'12	돼지고기	1순위	8.2	15.1	4.1	68.5	-	-	14	2.7	-	-
		2순위	1.8	26.8	1.8	17.9	1.8	1.8	21.4	19.6	5.4	1.8
	닭고기	1순위	12.1	9.1	3.0	69.7	3.0	-	3.0	-	-	-
		2순위	-	26.7	3.3	3.3	-	3.3	33.3	20.0	6.7	3.3
	쇠고기	1순위	2.9	10.1	1.5	81.2	-	-	1.5	1.5	-	1.5
		2순위	3.6	32.1	5.4	12.5	1.8	1.8	16.1	21.4	3.6	1.8
'13	돼지고기	1순위	8.7	17.4	4.4	63.8	-	-	4.4	1.5	-	-
		2순위	3.9	26.9	3.9	26.9	3.9	-	13.5	19.2	1.9	-
	닭고기	1순위	-	19.1	4.8	64.3	4.8	-	7.1	-	-	-
		2순위	-	16.2	2.7	21.6	2.7	-	21.6	24.3	8.1	2.7
	쇠고기	1순위	-	16.4	6.0	70.2	-	-	4.5	-	1.5	1.5
		2순위	6.0	18.0	6.0	26.0	4.0	-	18.0	16.0	6.0	-

3) 식육 및 알가공품의 원재료 구매경로 및 이유

□ ‘식육 또는 알가공품류’에 사용된 원재료 중 국내산 돼지고기, 닭고기, 쇠고기의 구매 경로를 살펴보면 다음의 <표 3-44>와 같음

- ‘12년도의 경우 ‘식육 또는 알가공품류’에 사용된 국산 돼지고기는 계약거래(38.3%)와 ‘원재료제조업체(37.7%)’를 통한 구매가 전체 구매량의 76.0%를 차지하고 있음.
- ‘13년도의 경우도 ‘12년도와 마찬가지로 계약거래의 비중이 36.5%로 가장 높게 나타난 반면 ‘중간도매/벤더업체’의 조달비중이 35.1%로 증가함.
- 국산 닭고기의 경우 ‘12년과 ‘13년도 계약거래의 비중이 각각 58.2%, 63.4%로 가장 높게 나타남.

<표 3-44> 국산 원재료 구매 경로(식육 및 알가공품)

단위 : %

구분	산지조달			도매 시장	농수산물종합유통센터	재래 시장	중간도매/벤더업체	원재료 제조업체	원청업체	기타	
	계약거래	직접생산	1회성조달								
‘12	돼지고기	38.3	0.5	3.1	3.9	4.9	-	-	37.6	11.5	0.2
	닭고기	58.2	1.5	8.1	0.9	0.8	-	-	25.1	5.4	0.1
	쇠고기	3.6	0.3	0.7	5.5	-	-	-	20.3	0.7	68.8
‘13	돼지고기	36.5	-	12.2	8.9	2.5	2.5	35.1	-	2.0	0.3
	닭고기	63.4	1.1	0.7	0.7	2.0	0.1	17.6	-	13.9	0.5
	쇠고기	57.8	-	12.0	18.8	0.2	-	8.0	-	-	3.2

- ‘12년의 국산 쇠고기 조달경로는 타육류와는 달리 계약거래는 3.5%로 낮은 수준이고 원재료제조업체의 조달이 20.4%로 조사됨.
- 기타경로가 68.5%로 높게 조사됨. 이는 ‘식육 또는 알가공품류’의 국산쇠고기 사용량 중 49%를 차지하는 육포 제조업체 ‘C’때문이므로 해석에 주의를 요함.

○ 반면 '13년도 국산 쇠고기는 다른 육류들과 마찬가지로 계약거래의 비중이 57.8%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음은 도매시장(18.8%)이 차지함.

□ '식육 또는 알가공품류'에 사용된 국내산 원재료를 해당 경로에서 구매한 이유는 다음의 <표 3-45>, <표 3-46>, <표 3-47>과 같음.

○ 국내산 돼지고기의 경우 계약거래와 중간도매/벤더업체 조달비중의 전체의 71.6%를 차지하고 있음.

- 계약거래를 통한 구매 이유 1순위는 '필요한 물량의 확보가 용이'가 전체의 40.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음은 '신선도 등 품질조건(37.5%)'이 차지함. 2순위로는 '믿을 수 있는 원산지'가 34.4%로 가장 높게 조사되었으며, '낮은 가격'과 '물량확보 용이'가 각각 18.8%로 나타났음.

<표 3-45> 국산 돼지고기 구매 경로 사용 이유(식육 및 알가공품)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
계약 거래	1순위	12.5	-	40.6	37.5	9.4	-	-	32.0
	2순위	18.8	6.3	18.8	12.5	34.4	9.4	-	-
1회성 조달	1순위	-	-	100.0	-	-	-	-	2.0
	2순위	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-
도매 시장	1순위	27.3	18.2	27.3	-	9.1	18.2	-	10.0
	2순위	10.0	30.0	10.0	-	30.0	-	20.0	-
농수산물 종합유통센터	1순위	11.1	44.4	33.3	-	11.1	-	-	8.0
	2순위	25.0	37.5	25.0	12.5	-	-	-	-
재래 시장	1순위	-	-	-	-	100.0	-	-	1.0
	2순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-
중간도매/ 벤더업체	1순위	12.7	9.1	32.7	30.9	10.9	3.6	-	48.0
	2순위	18.8	16.7	14.6	25.0	18.8	-	6.3	-
원청업체	1순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	100.0	-
기타	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-

- 중간도매/벤더업체 이용 이유 1순위는 ‘필요한 물량의 확보가 용이’가 32.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘신선도 등 품질조건(30.9%)’ 순으로 조사됨. 2순위로는 ‘신선도’가 25.0%로 가장 높게 조사되었으며, ‘원산지’와 ‘낮은 가격’이 각각 18.8%로 나타났음.

○ 국내산 닭고기의 많은 비중을 계약거래를 통해 조달하는 이유는 ‘물량 확보 용이(34.2%)’, ‘신선도 등 품질조건(29.3%)’, ‘낮은 가격(19.5%)’ 임.

<표 3-46> 국산 닭고기 구매 경로 사용 이유(식육 및 알가공품)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 실패	여러 원료 조달	기타
계약 거래	1순위	19.5	2.4	34.2	29.3	14.6	-	-	-
	2순위	25.6	7.7	12.8	18.0	28.2	7.7	-	-
1회성 조달	1순위	50.0	-	33.3	-	16.7	-	-	-
	2순위	20.0	20.0	40.0	20.0	-	-	-	-
도매 시장	1순위	-	40.0	40.0	-	20.0	-	-	-
	2순위	-	20.0	40.0	20.0	-	20.0	-	-
농수산물 종합유통센터	1순위	-	28.6	57.1	14.3	-	-	-	-
	2순위	33.3	16.7	33.3	-	16.7	-	-	-
재래 시장	1순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	2순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-
중간도매/ 벤더업체	1순위	8.6	14.3	34.3	25.7	14.3	2.9	-	-
	2순위	11.5	7.7	19.2	11.5	30.8	11.5	7.7	-
원청업체	1순위	33.3	-	33.3	33.3	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	33.3	66.7	-
기타	1순위	-	-	-	33.3	66.7	-	-	-
	2순위	33.3	-	33.3	33.3	-	-	-	-

- 국내산 쇠고기는 계약거래와 도매시장에서 76.6%가 조달되고 있으며 계약거래를 통해 물량을 조달받는 이유 1순위는 ‘낮은가격(42.9%)’과 ‘신선도 등 품질조건(28.6%)’임. 이유 2순위로는 ‘원산지’가 57.1% 가장 높게 나타남.
- 도매시장 사용 이유 1순위는 ‘낮은가격(50.0%)’이 가장 크게 나타남.

<표 3-47> 국산 쇠고기 구매 경로 사용 이유(식육 및 알가공품)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 실패	여러 원료 조달	기타
계약 거래	1순위	42.9	-	14.3	28.6	14.3	-	-	-
	2순위	-	-	14.3	-	57.1	14.3	14.3	-
도매 시장	1순위	50.0	25.0	-	25.0	-	-	-	-
	2순위	33.3	33.3	-	-	33.3	-	-	-
농수산물 종합유통센터	1순위	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	2순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
재래 시장	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-
중간도매/ 벤더업체	1순위	22.2	-	33.3	33.3	11.1	-	-	-
	2순위	-	14.3	14.3	14.3	14.3	-	42.9	-

- 위의 결과들을 종합해보면, ‘식육 또는 알가공품류’의 국산 원료의 구매경로사용 이유는 돼지고기와 닭고기의 경우 ‘물량확보 용이’, ‘신선도 등 품질조건’이고 쇠고기의 경우 ‘낮은 가격’임.

□ ‘식육 또는 알가공품류’에 사용된 원재료 중 수입산 구매 경로를 살펴보면 다음의 <표 3-48>과 같음.

- '12년의 경우 ‘식육 또는 알가공품류’에 사용된 수입산 돼지고기 수입 경로는 중간도매/벤더업체가 47.2%로 가장 높게 나타났으며, 직수입(33.9%), 수입상사(14.9%) 순으로 나타남.
- 수입산 닭고기의 구매경로도 돼지고기와 마찬가지로 중간도매/벤더업체(42.1%), 직수입(24.6%), 수입상사(15.3%) 순서로 나타남

- 수입산 쇠고기는 다른 육류와 다르게 직수입을 통한 구매가 68.2%로 가장 높게 나타났으며, 중간도매/벤더업체가 17.0%로 그 다음을 차지함.
- '13년의 경우 수입산 돼지고기 구매경로는 수입상사가 32.7%로 가장 높게 나타났으며, 비슷한 수준으로 원청업체(32.1%)로부터 조달되었음.
- 수입산 닭고기는 수입추천대행기관(협회)으로부터의 조달비중이 39.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음은 수입상사(29.5%), 중간도매/벤더업체(28.1%)순임.
- 수입산 쇠고기는 '12년도와 마찬가지로 직수입 비중이 34.8%로 가장 높지만 '12년 대비 33.4%포인트 하락한 수준임. 그 외 수입추천대행기관(26.5%)의 조달비중이 증가하였으며, 다음은 중간도매/벤더업체(20.5%)가 차지함.

<표 3-48> 수입산 원재료 구매 경로(식육 및 알가공품)

단위 : %

구분	도매	직수입	수입상사	중간도매/벤더업체	수입추천대행기관	원청업체	기타	
'12	돼지고기	1.1	33.9	14.9	47.2	1.1	1.8	-
	닭고기	0.7	24.6	15.3	42.1	11.2	6.1	-
	쇠고기	1.9	68.2	8.1	17.0	2.7	1.9	0.2
'13	돼지고기	0.5	5.5	32.7	17.1	12.0	32.1	-
	닭고기	-	0.1	29.5	28.1	39.2	3.1	-
	쇠고기	0.7	34.8	15.5	20.5	26.5	2.0	-

□ ‘식육 또는 알가공품류’에 사용된 수입산 원재료를 해당 경로에서 구매한 이유는 다음의 <표 3-49>, <표 3-50>, <표 3-51>와 같음.

- 수입산 돼지고기는 수입상사와 원청업체로부터 60% 이상을 조달하고 있으며, 수입상사를 통한 구매 이유 1순위는 ‘낮은 가격(86.7%)’임. 2순위는 ‘물량 확보 용이’가 66.7%로 가장 높게 나타남,
 - 원청업체를 통한 돼지고기 조달 이유 1순위는 수입상사의 경우와 마찬가지로 ‘낮은 가격’이 66.7%로 가장 높게 나타난 반면, 2순위는 ‘여러 원료를 한꺼번에 구입하기 용이해서(66.7%)’가 가장 높게 나타남.

<표 3-49> 수입산 돼지고기 구매 경로 사용 이유(식육 및 알가공품)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
도매시장	1순위	50.0	-	50.0	-	-	-	-	-
	2순위	-	50.0	-	-	50.0	-	-	-
직수입	1순위	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
수입상사	1순위	86.7	6.7	-	-	-	-	6.7	-
	2순위	8.3	-	66.7	-	-	25.0	-	-
중간도매/벤더업체	1순위	38.7	12.9	38.7	-	3.2	6.5	-	-
	2순위	17.9	17.9	28.6	-	7.1	10.7	17.9	-
수입추천 대행기관	1순위	-	-	33.3	33.3	-	33.3	-	-
	2순위	33.3	33.3	-	-	33.3	-	-	-
원청업체	1순위	66.7	-	33.3	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	33.3	-	-	-	66.7	-

- 수입상사를 통한 닭고기의 구매 이유 1순위는 ‘낮은 가격’이 전체의 40.0%, ‘물량 확보 용이’가 32.0%를 차지하고 있음. 2순위로는 ‘물량 확보 용이’가 25.0%, ‘낮은 가격’이 20.8%로 조사됨.
 - 중간도매/벤더업체를 이용하는 이유 1순위는 ‘낮은 가격’과 ‘낮은 가격 변동성’이 각각 50%을 차지했으며 수입추천 대행기관을 통해 물량을 조달하는 이유 1순위는 ‘낮은 가격’과 ‘물량 확보 용이’가 각각 50.0%를 차지함.

<표 3-50> 수입산 닭고기 구매 경로 사용 이유(식육 및 알가공품)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
도매시장	1순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-
직수입	1순위	33.3	33.3	33.3	-	-	-	-	-
	2순위	22.2	-	66.7	-	11.1	-	-	-
수입상사	1순위	40.0	12.0	32.0	4.0	8.0	-	4.0	-
	2순위	12.5	20.8	25.0	16.7	8.3	12.5	4.2	-
중간도매/벤 더업체	1순위	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
수입추천 대행기관	1순위	50.0	-	50.0	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	100.0	-

<표 3-51> 수입산 쇠고기 구매 경로 사용 이유(식육 및 알가공품)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
도매시장	1순위	-	-	50.0	50.0	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-
직수입	1순위	33.3	-	66.7	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	50.0	50.0	-	-
수입상사	1순위	84.6	15.4	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	9.1	63.6	-	9.1	18.2	-	-
중간도매/벤 더업체	1순위	51.4	8.6	22.9	5.7	2.9	8.6	-	-
	2순위	12.5	34.4	31.3	6.3	3.1	9.4	3.1	-
수입추천 대행기관	1순위	-	-	66.7	33.3	-	-	-	-
	2순위	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-
원청업체	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-

○ 쇠고기의 경우, 다른 육류와는 다르게 직수입을 통한 조달 비중이 가장 높으며 이러한 경로를 선택한 이유는 ‘물량 확보 용이(66.7%)’와 ‘낮은 가격(33.3%)’ 때문임.

- 중간도매/벤더업체를 이용하는 이유 1순위는 ‘낮은 가격’과 ‘물량 확보 용이’가 각각 51.4%, 22.9%로 나타났으며 수입추천 대행기관을 통해 물량을 조달하는 이유 1순위는 ‘물량 확보 용이(66.7%)’와 ‘신선도 등 품질(33.3%)’ 때문임.
- 즉, ‘식육 또는 알가공품류’의 수입산 주요 원재료 구매경로 사용 이유는 ‘낮은 가격’과 ‘물량 확보 용이’임.

4) 식육 및 알가공품의 판매처별 판매 비중

□ ‘식육 또는 알가공품류’²⁶⁾의 매출액 기준 판매처 비중을 살펴보면 다음의 <표 3-52> 와 같음.

- ‘12년의 경우 ‘식육 또는 알가공품류’ 매출액의 가장 비중이 큰 판매처는 할인점으로 총 판매액 비중의 22.6%를 차지하고 있으며, 직판(20.4%), 외식/급식업체(18.7%) 순으로 조사되었음.
 - 대형할인점 외에 직판이 비중이 높은 이유는 ‘식육’의 경우 양념육이나 포장육 상태로, ‘식육가공품’의 경우는 ‘즉석조리식품(예, 레토르트 가공품)’의 형태로 업체의 온라인 쇼핑몰에서 판매하고 있는 경우가 많기 때문임.
- 매출액 중 가장 비중이 낮은 판매처는 ‘수출’로 이는 ‘식육 또는 알가공품류’에 대한 해외시장 구축이 아직 미비하기 때문인 것으로 여겨짐.
- ‘13년의 ‘식육 및 알가공품류’ 판매처 비중은 ‘12년도 대비 할인점과 직판의 비중이 각각 3.7%포인트, 3.2포인트 감소하였고 대신 제조업체로의 유통 비중이 7.1%포인트 증가하였음.

26) 비록 제조업체의 대표품목이 식육 또는 알가공품류가 아니더라도 4가지 생산품목 중에서 식육 또는 알제품, 식육가공품(햄, 베이컨), 알가공품(계란, 새알 가공품)에 해당할 경우 분석대상으로 포함시켰음.

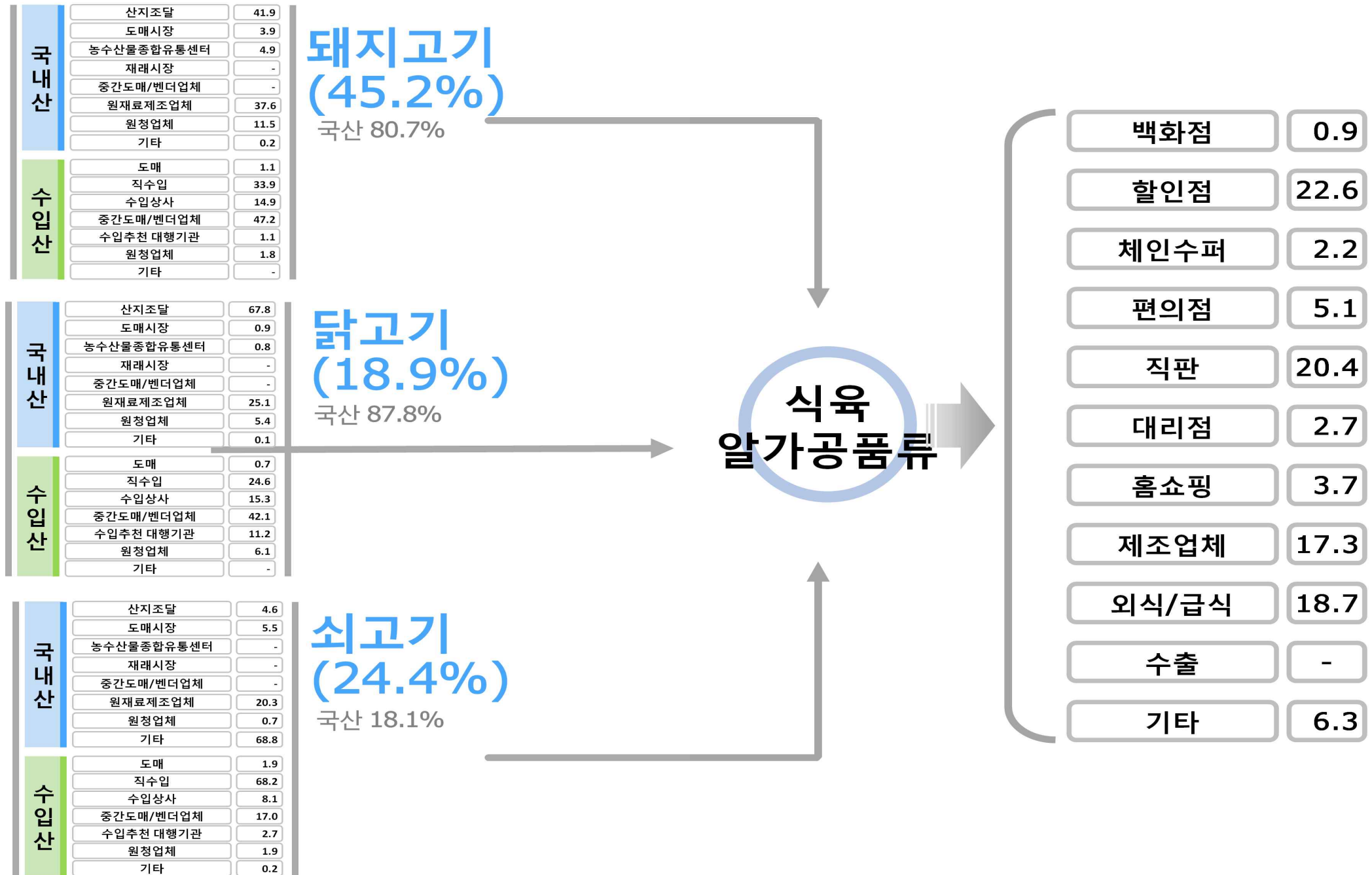
<표 3-52> 매출액 기준 판매처 비중(식육 및 알가공품)

단위 : %

년 도	대형유통채널			소형유통채널		직판	대리점	제조 업체	외식/ 급식	수출		기타
	백화점	할인점	홈쇼핑	체인 수퍼	편의점					직접	대행	
'12	0.9	22.6	3.7	2.2	5.1	20.4	2.7	17.3	18.7	0.0	0.0	6.3
'13	1.0	18.9	3.9	1.6	4.4	17.2	2.2	24.4	18.0	0.1	0.1	8.3

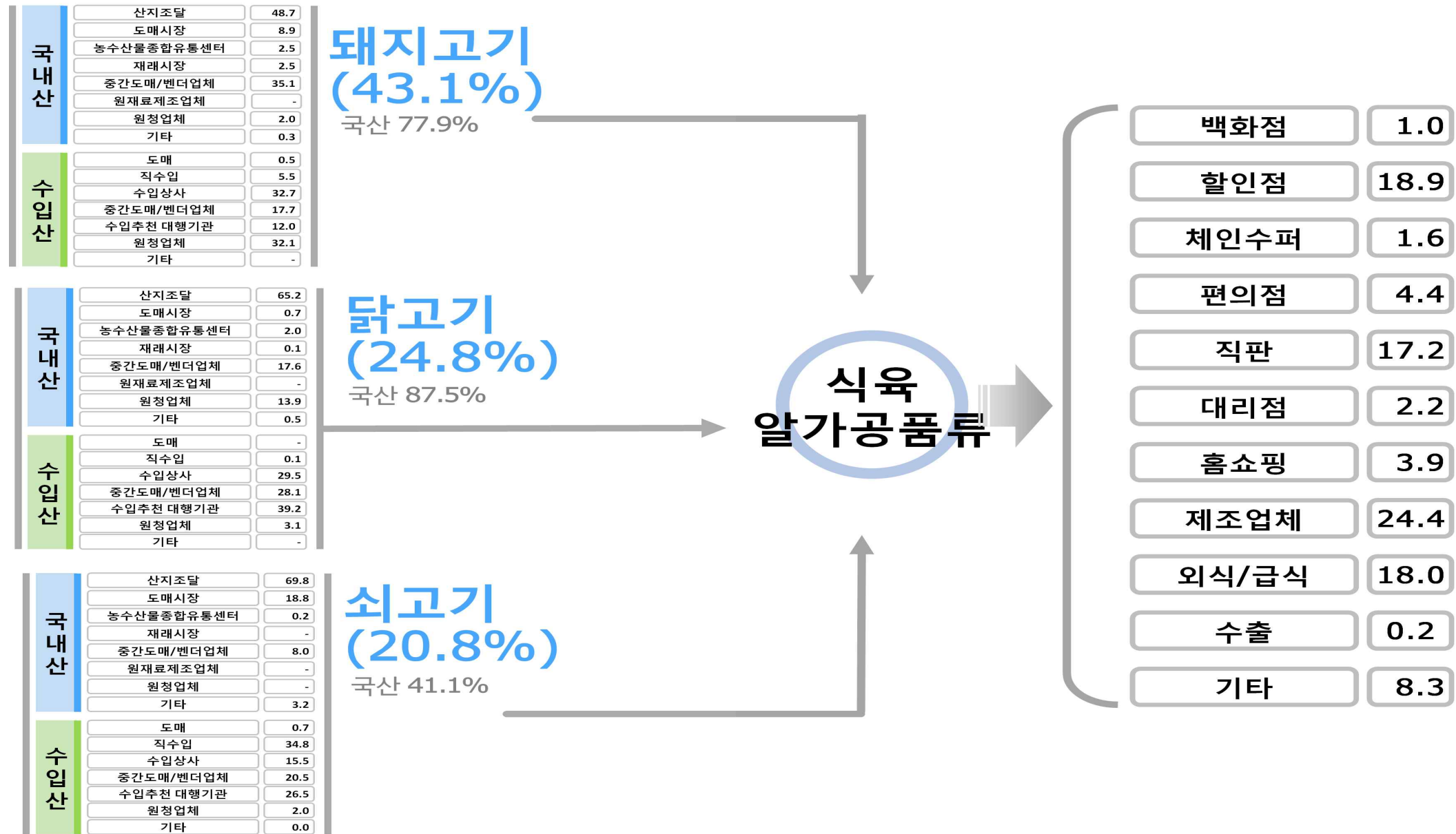
□ 앞서 분석한 주요 원재료의 조달 경로와 함께 매출액 기준 판매처 비중을 동시에 표현하면 다음의 <그림 3-7>, <그림 3-8>과 같음.

<그림 3-7> 식육 또는 알가공품류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2012)



* 주요 원재료별 구성비 및 국산비중은 금액을 기준으로 도출함

<그림 3-8> 식육 또는 알가공품류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2013)



* 주요 원재료별 구성비 및 국산비중은 금액을 기준으로 도출함

5. 음료류

1) 음료류의 국산 원재료 사용 비중

- 분석에 사용된 ‘음료류’의 자료는 가공식품 생산업체별로 조사된 4개의 생산품목 가운데 과일·채소음료, 탄산음료, 두유류, 발효음료, 인삼·홍삼음료, 기타음료의 자료를 활용하였음.²⁷⁾
- ‘음료류’에 사용되는 전체 원재료의 국산화율을 살펴보면 <표 3-53>과 같음.
 - '12년도의 경우 ‘음료류’의 사용 중량 기준 국산화율은 58.6%, 구매 금액 기준은 55.0%로 조사되었음.
 - 음료제품의 경우, 금액기준 국산화율이 중량기준 국산화율보다 작은 것은 투입량 비중이 큰 백설탕을 수입산 재료만 사용하기 때문임²⁸⁾.

27) 음료제조업체가 아니더라도 ‘음료류’제품을 생산할 경우 데이터를 포함하여 분석하였음.

예를 들어, ‘두부류 및 목류 제조업체’가 4개의 생산제품 가운데 한 가지라도 ‘두유류’ 제품을 생산한다면, 해당 제품의 데이터를 분석에 포함시킴.

28) 28) 금액기준 국산화율이 중량기준 국산화율보다 낮은 이유는 다음과 같음.

중량기준 국산화율보다 금액기준 국산화율이 크려면 다음과 같은 가정이 필요함.

① ‘원재료1’과 ‘원재료2’가 국산/수입산 모두 사용하여야 함.

② 국산단가가 수입산 단가보다 커야함.

$$\text{(식1. 중량기준)} R^Q = \frac{Q_1^D + Q_2^D}{(Q_1^D + Q_1^I) + (Q_2^D + Q_2^I)}$$

$$\text{(식2. 금액기준)} R^P = \frac{(Q_1^D * P_1^D) + (Q_2^D * P_2^D)}{(Q_1^D * P_1^D + Q_1^I * P_1^I) + (Q_2^D * P_2^D + Q_2^I * P_2^I)}$$

만약 ①번 가정이 깨지면 즉, ‘원재료2’를 수입산만 사용한다면 분자의 증가보다 분모의 증가가 더 커지므로 금액기준 국산화율이 작아짐(식3과 식4 참조).

- ‘음료류’에 투입되는 백설탕의 총량은 62천 톤으로 ‘음료류’에 들어가는 전체 원재료 총중량 중 14.3%를 차지함.
 - 백설탕의 수입단가는 1.2백만 원/톤으로 이는 원유(중량기준 원재료 비중: 24.5%)의 국산단가(0.9백만 원/톤)보다 큼.
- 국산 단가 일괄 적용 시 국산화율은 48.4%, 수입 단가 일괄 적용 시 52.3% 수준으로 나타남. 여기에 국산 원재료 단가-수입 원재료 단가 간 차이로 인한 문제를 해결하기 위한 Fisher 접근법을 활용할 경우, ‘음료류’ 제조업체의 원재료 국산화율은 50.3%로 분석되었음.
- ‘13년도의 ‘음료류’ 국산화율은 ‘12년도 보다 낮게 예측됨.
- 중량기준 국산화율은 42.3%로 나타났으며, 구매금액 기준은 45.0%, 국산 단가 일괄 적용시 37.5%, 수입단가 일괄적용시 4.3%, 마지막으로 Fisher 접근법을 활용한 국산화율은 40.8%로 분석됨.

<표 3-53> 국산화율 분석 결과(음료류)

단위 : %

년도	사용 중량 기준	구매 금액 기준	국산단가 적용	수입단가 적용	Fisher 접근방식
‘12	58.6	55.0	48.4	52.3	50.3
‘13	42.3	45.0	37.5	44.3	40.8

□ 투입중량기준으로 ‘음료류’에 사용되는 주요 원재료는 ‘12년의 경우 과당류, 원유, 백설탕, 감귤이며, ‘13년의 경우 과당류, 감귤, 대두, 백설탕임. 주요 원재료별 국산화율을 살펴보면 <표 3-54>와 같음.

- ‘12년 과당류의 총 사용중량 기준 국산화율은 37.7%, 구매 금액 기준은 47.5%임.

(식3. 중량기준) $R^Q = \frac{Q_1^P}{(Q_1^D + Q_1^I) + (Q_2^I)}$

(식4. 금액기준) $R^P = \frac{(Q_1^D * P_1^D)}{(Q_1^D * P_1^D + Q_1^I * P_1^I) + (Q_2^I * P_2^I)}$

- ‘음료류’에 들어가는 원유와 감귤은 모두 국산 원재료만을 사용하고 있으며, 백설탕은 수입산만을 사용함.

<표 3-54> 주요 원재료의 국산화율 분석 결과(음료류)

단위 : %

년도	원재료	투입 비중	중량 기준	금액 기준	년도	원재료	투입 비중	중량 기준	금액 기준
'12	과당류	27.6	37.7	47.5	'13	과당류	23.2	27.9	27.7
	원유	24.5	100.0	100.0		감귤	19.4	100.0	100.0
	백설탕	14.3	0.0	0.0		대두	16.7	3.1	5.3
	감귤	12.9	100.0	100.0		백설탕	15.8	0.0	0.0
전체			58.6	55.0	전체			42.3	45.0

- '13년도 과당류의 중량기준 국산화율은 '12년도보다 감소한 23.2%, 금액기준은 27.9% 수준임. 감귤은 모든 국산 원료만 사용하며 백설탕은 전량 수입산만을 이용함.
 - 이 외에 ‘음료류’에 사용하는 대두는 두유제조업체에서 사용되고 있으며 사용중량 기준 국산화율은 3.1%로 나타남. 실제 구매 금액 기준은 국산 대두가 수입산 대두 단가보다 높으므로 이보다 큰 5.3%로 조사됨.

2) 음료류의 원재료 구매 이유

□ ‘음료류’에 사용된 원재료 중 과당류, 원유, 감귤, 대두의 국산 원재료 사용 이유를 살펴보면 다음의 <표 3-55>²⁹⁾와 같음.

- '12년 국산 과당류 사용 1순위로는 ‘조달이 용이해서’가 88.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘정책지원(11.1%)’이 그 다음으로 조사됨.

29) ‘음료류’의 산업구조 특징 및 제품의 원재료 구성비 등 요인들로 인하여, 과당류를 제외한 타 원재료들의 사용과 관련된 응답업체 수가 적은 것으로 조사되었음. 따라서 원유, 감귤, 대두의 구매 이유와 관련한 해석에 주의가 필요함.

- 2순위로는 ‘소비자가 원산지에 민감한 원재료라서’가 50.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘국산-수입산의 낮은 가격차’, ‘가공적합’, ‘신선도’가 각각 16.7%로 나타남.
- ‘13년 국산 과당류 사용이유 1순위는 ‘12년과 마찬가지로 ‘조달이 용이해서(43.8%)’임. 그 다음은 31.3%로 ‘원산지’가 차지함. 사용이유 2순위로는 ‘낮은 가격차이’가 27.6%로 가장 높게 나타났으며 ‘신선도’가 24.1%로 그 다음을 차지함.
- ‘12년도 국산 원유 사용 이유 1순위는 ‘조달이 용이해서’, ‘소비자가 원산지에 민감한 원재료라서’, ‘신선한 원재료가 필요해서’, ‘기타’가 각각 25.0%로 나타남.
 - 이와 같은 결과는 음료제조 업체 중 원유사용 업체는 3.8%에 불과하여 원유사용 업체의 수가 적고, ‘H사’와 ‘N사’의 사용량이 전체 음료류 제품 원유사용량의 94%를 차지하고 있다는 사실을 감안하여 해석될 필요가 있음.
- ‘12년도와 ‘13년 백설탕의 경우 국산사용률이 0%이므로 국산 사용이유가 존재하지 않음.³⁰⁾
- ‘12년도의 ‘음료류’ 제조업체들이 구매하는 감귤의 국내산 사용 이유 1순위는 ‘신선도(60.0%)’가 가장 높게 나타났으며 그 다음은 ‘조달용이’와 ‘미수입재’가 각각 20.0%를 차지함. ‘13년도의 사용이유 1순위 역시 42.9%로 ‘신선도 등의 품질 조건’이 가장 큰 비중을 차지함.
 - 2순위로는 ‘소비자가 원산지에 민감한 원재료라서’, ‘가공적합’, ‘신선도’가 각각 33.3%로 나타남.
 - 이러한 결과는 원유와 마찬가지로 감귤을 사용하는 음료제조업체가 전체 음료제조업체 중 3.8%밖에 존재하지 않는다는 점을 고려하여 해석해야 함.

30) `13년 백설탕의 경우 모든 물량은 수입산을 사용함에도 불구하고 국산 백설탕 사용이유에 기입을 한 업체들이 존재함. 이는 자료수집 과정의 내검 오류로 판단되므로 분석결과에 포함하지 않았음.

- '13년 국산 대두의 사용 이유 1순위로는 '조달용이'가 50%로 가장 높게 나타났고 '국산과 외국산의 가격차이 적어서'와 '프리미엄 제품을 생산하기 위해서' 각각 25%로 나타남.
- 2순위로는 '신선도'가 50.0%로 가장 높게 나타났으며, '낮은 가격차', '원산지'가 각각 25.0%로 나타남.

<표 3-55> 국산 원재료 사용 이유(음료류)

단위 : %

구분		조달 용이	낮은 가격차	원산지	미 수입재	기공 적합	신선도	정책 지원	경영 철학	프리미엄	기타	
'12	과당류	1순위	88.9	-	-	-	-	11.1	-	-	-	
		2순위	-	16.7	50.0	-	16.7	16.7	-	-	-	
	원유	1순위	25.0	-	25.0	-	-	25.0	-	-	-	25.0
		2순위	-	-	33.3	-	-	66.7	-	-	-	-
	백설탕	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	감귤	1순위	20.0	-	-	20.0	-	60.0	-	-	-	-
		2순위	-	-	33.3	-	33.3	33.3	-	-	-	-
'13	과당류	1순위	43.8	3.1	31.3	3.1	3.1	6.3	-	3.1	6.3	-
		2순위	10.3	27.6	17.2	-	-	24.1	-	13.8	6.9	-
	감귤	1순위	14.3	-	28.6	14.3	-	42.9	-	-	-	-
		2순위	20.0	-	20.0	-	20.0	40.0	-	-	-	-
	대두	1순위	-	25.0	50.0	-	-	-	-	-	25.0	-
		2순위	-	25.0	25.0	-	-	50.0	-	-	-	-
	백설탕	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

□ '음료류'에 사용된 원재료의 수입산 사용 이유를 살펴보면 다음의 <표 3-56>과 같음.

- '12년의 경우 수입산 과당류의 사용 이유 1순위는 '원가가 높아 가격 경쟁이 안돼서'이 70.4%로 가장 높게 나타났으며, '국내에서 생산되지 않은 원재료라서'가 11.1% 그 다음을 차지함.³¹⁾ 2순위로는 '일시에 대량으로 납품받을 수 없어서'가 64.7%, '사용이 편리하게 1차 가공이 잘 되 있어서'가 17.7%로 나타남.

<표 3-56> 수입산 원재료 사용 이유(음료류)

단위 : %

수입산		맛/품질/규격	일시 대량 납품	안전성	원가	국내 미생산	미 수확기	낮은 선호차	사용 편이	가공 적합	기타	
'12	과당류	1순위	3.7	7.4	3.7	70.4	11.1	-	-	3.7	-	-
		2순위	5.9	64.7	-	-	-	-	5.9	17.7	5.9	-
	원유	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	백설탕	1순위	7.5	2.5	-	65.0	25.0	-	-	-	-	-
		2순위	3.5	65.5	3.5	3.5	-	-	3.5	17.2	3.5	-
	감귤	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
'13	과당류	1순위	-	7.7	-	76.9	7.7	-	-	-	7.7	-
		2순위	-	33.3	-	11.1	-	-	11.1	44.4	-	-
	감귤	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	대두	1순위	-	66.7	-	16.7	-	-	16.7	-	-	-
		2순위	-	16.7	-	66.7	-	-	16.7	-	-	-
	백설탕	1순위	4.8	4.8	-	52.4	19.1	-	-	4.8	14.3	-
		2순위	5.9	47.1	-	-	-	-	23.5	17.7	5.9	-

31) 수입산 과당류 사용이유 중 '국내에서 생산되지 않은 원재료라서'라고 응답한 제조업체는 수입산 과당류만을 취급하는 업체로 전체 수입산 과당류의 2.43%(음료류의 전체 과당류 사용량의 1.6%)을 사용함. 음료류의 수입산 과당류 중 31.7%를 사용하는 제조업체 'R사'의 수입산 과당류 사용 이유는 '원가'임.

- '13년도의 경우 수입산 과당류의 사용 이유 1순위는 '원가가 높아 가격경쟁이 안돼서'이 76.9%로 가장 높게 나타났으며, '국내에서 생산되지 않은 원재료라서', '일시에 대량으로 납품받을 수 없어서', '가공적합'이 각각 7.7%로 나타남.
- '12년 수입산 백설탕의 사용 이유도 과당류와 마찬가지로 '원가'와 '국내 미생산' 이 각각 65.0%, 25.0%로 높게 나타남. 2순위로는 '일시에 대량납품이 가능(65.5%)', '사용편이(17.2%)'순으로 조사됨.³²⁾
- '13년의 경우 수입산 백설탕 사용 이유는 '국내산보다 낮은 원가(52.4%)'때문이었으며 '1차 가공이 잘 되어 있어서(14.3%)'가 그 다음을 차지함.
- 대두의 수입산 사용 이유 1순위는 '(국내산은) 일시에 대량으로 납품받을 수가 없어서'가 66.7%로 가장 높게 조사됨. 2순위로는 '(국내산은) 원가가 높아 가격경쟁이 안돼서'가 66.7%로 가장 높게 나타남.

3) 음료류의 원재료 구매경로 및 이유

- '음료류'에 사용된 원재료 중 국산 과당류, 원유, 백설탕, 감귤, 대두의 구매 경로를 살펴보면 다음의 <표 3-57>과 같음.
- '12년의 과당류의 경우 '원재료 제조업체'를 통한 구매가 전체의 59.7%로 가장 높게 나타났으며 '13년도 역시 '12년도와 마찬가지로 '원재료 제조업체'의 비중이 81.2%로 가장 높게 조사됨.

32) * 국내설탕가격 `11.3월: 1,127원/kg

* 국제원당가격 `12.1월: 530(\$/톤)으로 약 60만 원

<표 3-57> 국산 원재료 구매 경로(음료류)

단위 : %

구분	산지조달			도매 시장	농수 산물 종합 유통 센터	재래 시장	중간 도매/ 벤더 업체	원재 료 제조 업체	원청 업체	기타
	계약 거래	직접 생산	1회성 조달							
'12	과당류	0.2	-	-	-	-	2.0	59.7	38.0	-
	원유	99.6	-	-	-	-	-	-	0.4	-
	백설탕	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	감귤	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
'13	과당류	-	-	-	-	0.05	11.0	81.2	7.7	-
	감귤	46.0	-	-	-	0.01	-	-	-	54.0
	대두	28.0	-	-	-	-	-	-	-	72.0
	백설탕	-	-	-	-	-	-	-	-	-

○ '12년의 경우 100% 국내산을 이용하는 원유(99.6%)와 감귤(100%)의 조달 비중이 가장 큰 경로는 산지임.

- '13년도의 감귤의 경우 '12년도와는 다르게 기타경로로부터의 조달 비중이 54.0%로 높게 나타났는데, 이는 전체 '음료류'의 감귤 사용량 중 42%를 차지하고 있는 대기업 'L'사의 감귤 조달경로가 '기타'이기 때문임.

○ '13년 국내산 대두의 경우, 감귤과 마찬가지로 조달 비중이 가장 큰 경로는 기타(72.0%)인 것으로 나타남.

- 이는 '음료류'의 전체 국산 대두 사용량 중 62%를 차지하고 있는 두유 제조업체 'H'사의 응답이 '기타'이기 때문이며, 조사결과 위 제조업체는 농협과 영농조합에서 국산 대두를 조달하고 있음.

□ '음료류'에 사용된 국내산 원재료를 해당 경로에서 구매한 이유는 다음의 <표 3-58>, <표 3-59>, <표 3-60>과 같음.

○ '음료류'에 들어가는 국산 과당류는 원재료제조업체에서 가장 많이 조달되고 있으며 해당 경로 사용 이유 1순위는 '낮은 가격'이 40.0%로 가장 높게 나타남. 2순위로는 '물량 확보 용이'와 '원산지에 대한 신뢰'가 각각 40.0%로 분석됨.

<표 3-58> 국산 과당류 구매 경로 사용 이유(음료류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
농수산물 종합유통센터	1순위	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	2순위	66.7	-	33.3	-	-	-	-	-
재래 시장	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	-	-	-	-
중간도매/ 벤더업체	1순위	28.6	28.6	-	28.6	-	14.3	-	-
	2순위	-	-	42.9	14.3	42.9	-	-	-
원재료 제조업체	1순위	40.0	-	20.0	20.0	20.0	-	-	-
	2순위	-	20.0	40.0	-	40.0	-	-	-

- 국산 감귤의 계약거래를 통한 조달 이유 1순위는 ‘낮은 가격’과 ‘물량 확보 용이’가 각각 40.0%로 나타났으며 2순위로 ‘신선도’가 50.0%로 가장 높게 나타남.
- 기타 경로 사용 이유는 ‘물량 확보 용이’와 ‘신선도 등 품질’ 때문임.³³⁾

<표 3-59> 국산 감귤 구매 경로 사용 이유(음료류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
계약 거래	1순위	20.0	40.0	40.0	-	-	-	-	-
	2순위	25.0	-	25.0	50.0	-	-	-	-
기타	1순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-

- 두유에 들어가는 국산 대두를 계약거래를 통해 조달하는 이유는 ‘믿을 수 있는 원산지’와 ‘낮은 가격’ 때문임.

33) 기타 경로를 통해 감귤을 조달하는 제조업체는 대기업 ‘L’사의 제주공장으로 조사 결과 농협을 통해 원료를 조달받고 있을 것으로 여겨짐.

- 기타 경로(농협과 영농조합)를 통해 국산 대두를 구입하는 이유 1순위는 ‘낮은 가격(50.0%)’과 ‘원산지(50.0%)’ 때문임.

<표 3-60> 국산 대두 구매 경로 사용 이유(음료류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
계약 거래	1순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	2순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
기타	1순위	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-
	2순위	-	-	-	50.0	50.0	-	-	-

□ ‘음료류’에 사용된 원재료 중 수입산 과당류, 백설탕, 대두의 구매 경로를 살펴보면 다음의 <표 3-61>과 같음.

- ‘음료류’ 제조업체는 수입산 과당류는 ‘12년과 ‘13년 모두 중간도매/벤더업체에서 가장 많이 조달하였으며 ‘13년도의 경우 수입상사(22.3%)를 통한 비중도 상당함.
- 백설탕은 ‘12년도의 경우 중간도매/벤더업체(84.0%)로부터 가장 많은 비중을 조달하였으며 ‘13년도의 경우도 마찬가지로 중간도매/벤더업체(63.3%)의 비중이 가장 높았고 직수입이 28.8%로 그 다음을 차지함.
- ‘음료류’에 사용되는 대두 또한 중간도매/벤더업체(76.2%)에서 가장 많이 조달되고 있는 것으로 나타남.
 - ‘음료류’의 경우, ‘두부류 및 묵류’처럼 대량의 대두가 필요하지 않기 때문에 대두가 시장접근물량임에도 불구하고 수입추천대행기관이 아닌 중간도매/벤더업체에서 구매하는 비중이 큰 것으로 여겨짐.

<표 3-61> 수입산 원재료 구매 경로(음료류)

단위 : %

구분	도매	직수입	수입상사	중간도매 /벤더업체	수입추천 대행기관	원청업체	기타	
'12	과당류	1.9	-	-	92.3	-	5.8	-
	원유	-	-	-	-	-	-	-
	백설탕	2.7	6.9	-	84.0	-	2.2	4.2
	감귤	-	-	-	-	-	-	-
'13	과당류	0.6	-	22.3	68.1	-	9.1	-
	감귤	-	-	-	-	-	-	-
	대두	-	-	-	76.2	20.2	2.7	0.9
	백설탕	-	28.8	5.5	63.3	-	2.4	-

□ 음료류에 사용된 수입산 원재료를 해당 경로에서 구매한 이유는 <표 3-62>, <표 3-63>, <표 3-64>와 같음.

○ ‘음료류’에 들어가는 수입산 과당류의 경우 중간도매/벤더업체를 통해 90%이상이 조달되고 있으며 경로 사용 1순위는 ‘낮은 가격(66.7%)’과 ‘물량 확보 용이(33.3%)’임.

<표 3-62> 수입산 과당류 구매 경로 사용 이유(음료류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품 질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
도매시장	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	100.0	-	-	-	-	-	-
수입상사	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
중간도매/ 벤더업체	1순위	66.7	-	33.3	-	-	-	-	-
	2순위	20.0	20.0	20.0	-	-	20.0	20.0	-
원청업체	1순위	33.3	-	33.3	-	-	33.3	-	-
	2순위	-	-	66.7	-	33.3	-	-	-

- 수입산 대두의 경우 중간도매/벤더업체를 통해 가장 많이 조달되고 있으며 해당 경로 사용 1순위는 ‘낮은 가격’이고 2순위는 ‘낮은 가격 변동’임.
- 수입추천대행기관에서 원재료를 조달하는 이유 1순위는 ‘낮은 가격’이며 2순위는 ‘물량 확보 용이’임.

<표 3-63> 수입산 대두 구매 경로 사용 이유(음료류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
중간도매/벤더업체	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	100.0	-	-	-	-	-	-
수입추천대행기관	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
원청업체	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-
기타	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-

<표 3-64> 수입산 백설탕 구매 경로 사용 이유(음료류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
직수입	1순위	-	50.0	50.0	-	-	-	-	-
	2순위	50.0	-	50.0	-	-	-	-	-
수입상사	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	33.3	66.7	-	-	-	-	-
중간도매/벤더업체	1순위	69.2	-	15.4	7.7	-	-	7.7	-
	2순위	-	10.0	50.0	-	20.0	10.0	10.0	-
원청업체	1순위	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-
	2순위	50.0	-	-	-	-	-	50.0	-

- 수입산 백설탕을 중간도매/벤더업체를 통해 조달하는 이유 1순위는 ‘낮은 가격(69.2%)’이 가장 높게 나타났으며 2순위는 ‘물량 확보 용이(50.0%)’임.
- 직수입을 하는 이유 1순위로는 ‘낮은 가격 변동’과 ‘물량 확보 용이’가 각각 50.0%로 조사되었으며 사용 이유 2순위는 ‘낮은 가격(50.0%)’과 ‘물량 확보 용이(50.0%)’임.

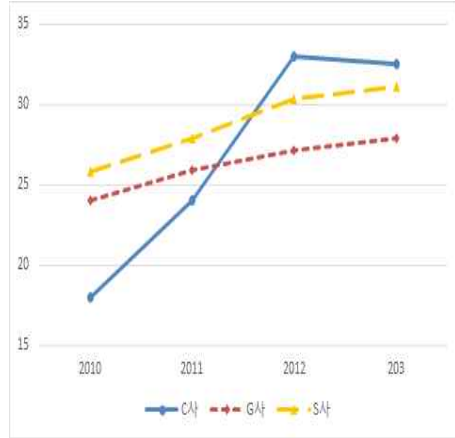
4) 음료류의 판매처별 판매 비중

□ ‘음료류’ 제조업체들³⁴⁾의 매출액 기준 판매처 비중을 살펴보면 다음의 <표 3-65>과 같음.

- ‘12년과 ‘13년 모두 ‘소형유통채널(체인슈퍼, 편의점)’에 대한 판매액 비중의 각각 52.4%, 41.1%로 가장 높으며, 소형유통 채널 중에서도 편의점의 비중이 ‘12년의 경우 45.7%, ‘13년의 경우 34.2%로 높음.
- 이는 최근 편의점에서 PB상품을 제조하여 판매하는 비중이 점점 커지고 있으며, 음료제조업 전체 매출액의 ‘12년도 기준 47.8%(‘13년도 기준 32%)을 차지하고 있는 ‘C사’와 ‘L사’의 유통경로 중 ‘편의점’이 차지하는 비중(각각 60%이상과 70%이상)이 크기 때문임(<그림 3-9>참조).
- 또한, 편의점의 경우 유통 경로 성격 상, 비교적 소용량의 제품이 빈번하게 판매되는 반면, 할인점은 대용량 제품들이 주로 판매되기 때문에 예상보다 낮은 점유율을 보이는 것으로 풀이됨.

34) ‘음료류’ 제조업체란, 대표품목(매출액 비중이 가장 큰 품목)이 음료류인 표본을 의미함.

<그림 3-9> 편의점 PB상품 시장 현황
 <편의점 PB상품 예시> <편의점 3사 연도별 PB상품 운영현황>



자료. BGF리테일 홈페이지(<http://cu.bgfretail.com>), 이코노믹 리뷰(2014) “편의점 3사 전략, 차근 차근 트렌드를 분석하라”

- 다음으로 비중이 높은 유통채널은 직판('12년도의 경우 14.5%, '13년도의 경우 18.1%)임. 이는 야구르트와 같은 유제품의 경우 소비자에게 직접 배달하는 유통구조의 영향이 반영된 것으로 여겨짐

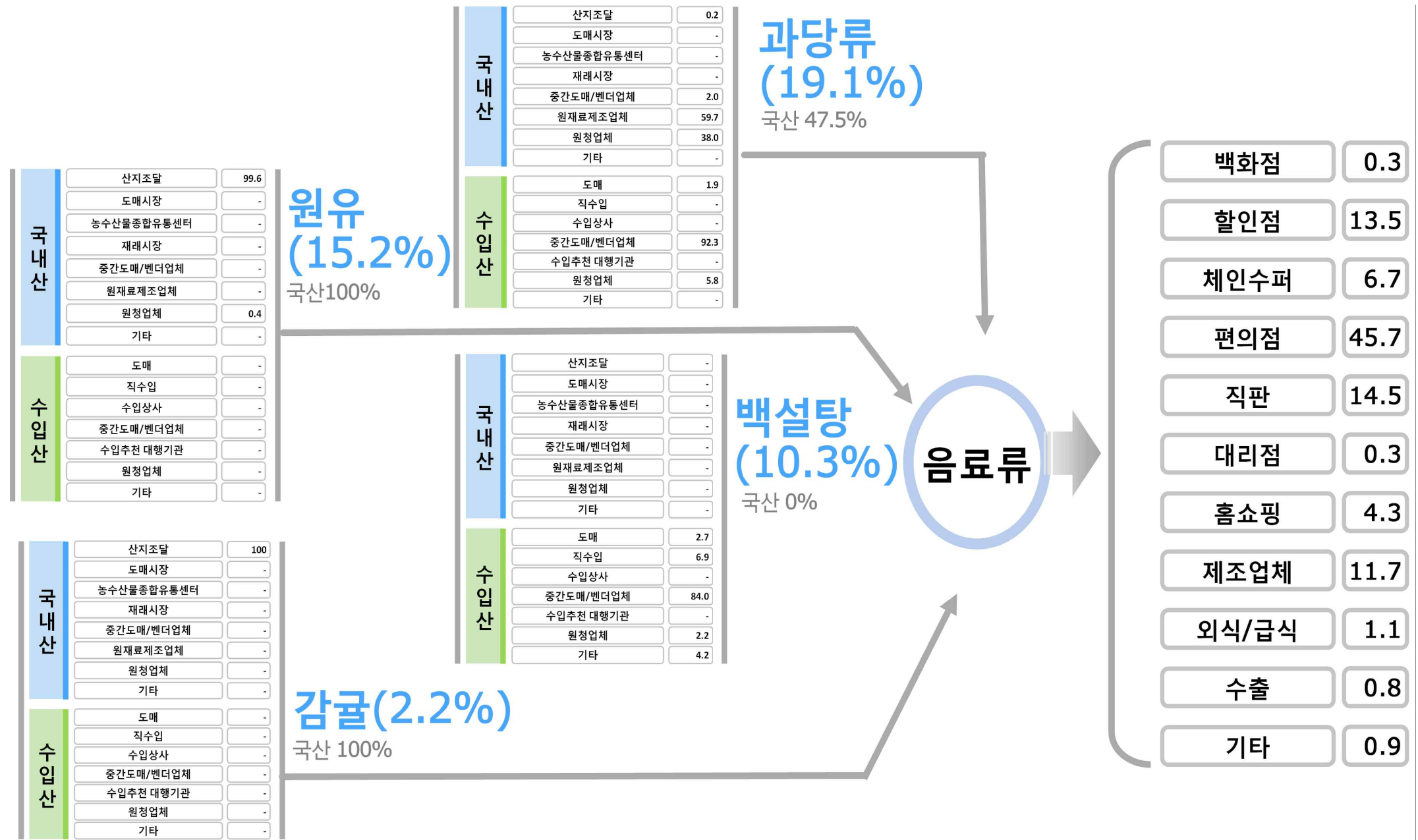
<표 3-65> 매출액 기준 판매처 비중(음료류)

단위 : %

년도	대형유통채널			소형유통채널		직판	대리점	제조업체	외식/급식	수출		기타
	백화점	할인점	홈쇼핑	체인수퍼	편의점					직접	대행	
'12	0.3	13.5	4.3	6.7	45.7	14.5	0.3	11.7	1.1	0.7	0.1	0.9
'13	3.1	15.5	5.4	6.9	34.2	18.1	0.8	10.0	1.5	2.0	0.1	2.4

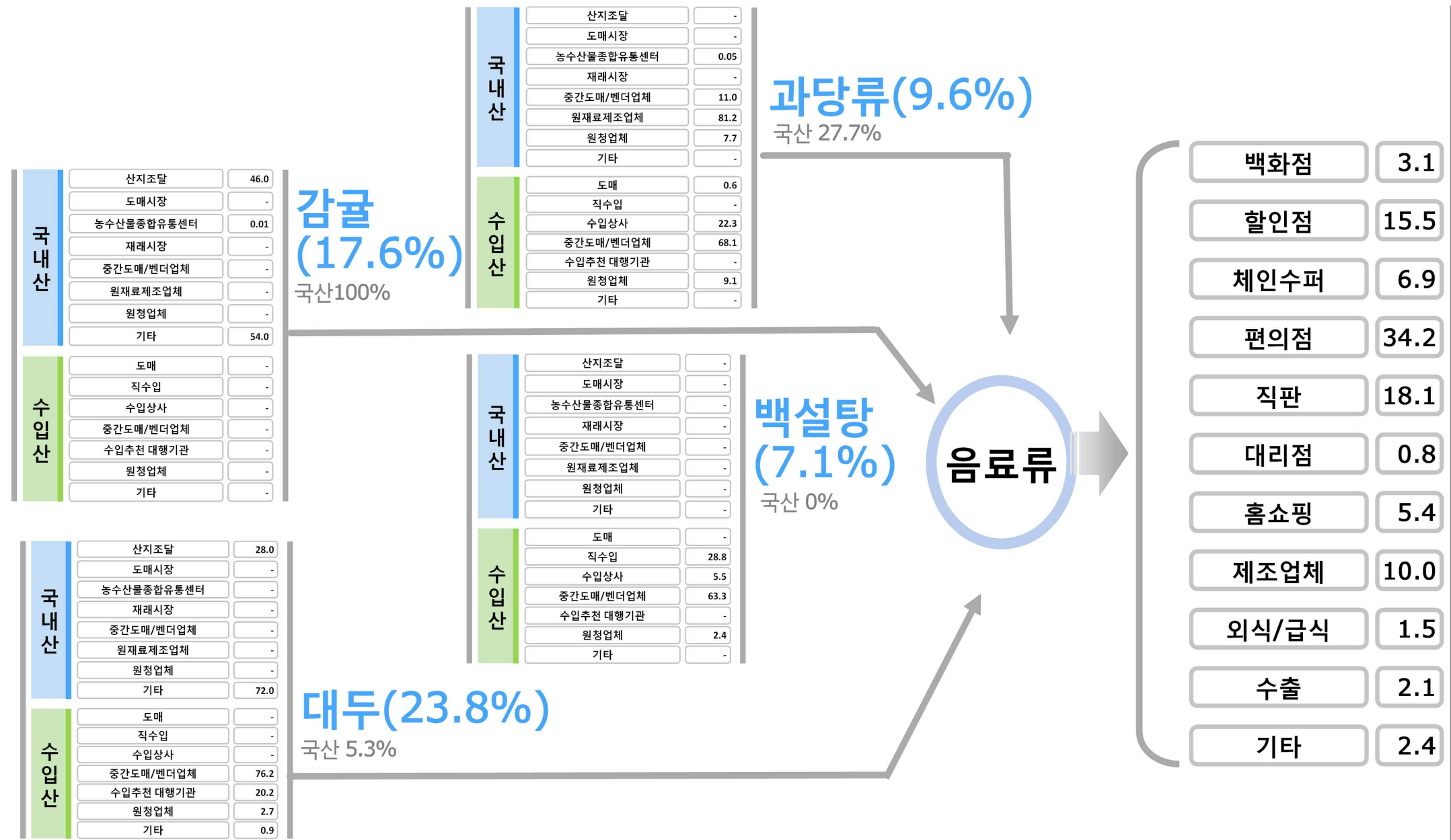
- 앞서 분석한 주요 원재료의 조달 경로와 함께 매출액 기준 판매처 비중을 동시에 표현하면 다음의 <그림 3-10>, <그림 3-11>과 같음.

<그림 3-10> 음료류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2012)



* 주요 원재료별 구성비 및 국산비중은 금액을 기준으로 도출함

<그림 3-11> 음료류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2013)



* 주요 원재료별 구성비 및 국산비중은 금액을 기준으로 도출함.

6. 조미식품류

1) 조미식품류의 국산 원재료 사용 비중

- 분석에 사용된 ‘조미식품류’의 자료는 생산업체별로 조사된 4개의 생산품목 가운데 식초(발효식품, 합성식초, 기타식초), 소스류, 토마토 케첩, 카레(카레분, 카레), 고춧가루 또는 실고추, 향신료가공품(천연향신료), 복합조미식품의 자료를 활용함
- ‘조미식품류’에 사용되는 전체 원재료의 국산화율을 살펴보면 <표 3-66>과 같음.
 - ‘12년도 총 사용 중량을 기준 ‘조미식품류’의 국산화율을 도출하면 44.5%, 원재료 구매 금액 기준은 64.8%로 분석됨.
 - 국산 단가 일괄 적용 시 52.1%, 수입 단가 일괄 적용 시 58.5% 수준으로 나타나며 Fisher 접근법을 활용한 ‘조미식품류’의 원재료 국산화율은 55.2%로 분석됨.
 - ‘13년도 ‘조미식품류’ 중량 기준 국산화율은 ‘12년도보다 약간 증가한 45.4%임. 원재료 구매 금액 기준 국산화율은 63.9%, 국산 단가 일괄 적용 시 56.8%, 수입 단가 일괄 적용 시 55.1%, Fisher 접근법을 활용 국산화율은 55.9%로 나타남.

<표 3-66> 국산화율 분석 결과(조미식품류)

단위 : %

년도	사용 중량 기준	구매 금액 기준	국산단가 적용	수입단가 적용	Fisher 접근방식
‘12	44.5	64.8	52.1	58.5	55.2
‘13	45.4	63.9	56.8	55.1	55.9

- ‘조미식품류’에 사용되는 주요 원재료는 ‘12년의 경우 건고추, 정제소금, 팜유, 물엿이며, ‘13년의 경우 건고추, 연유, 백설탕, 대두유임. 주요 원재료별 국산화율을 살펴보면 <표 3-67>과 같음.³⁵⁾

- '12년도와 '13년도의 건고추의 중량기준 국산화율은 각각 68.5%, 68.4%이며 금액기준 국산화율은 각각 80.7%, 76.5%임.
 - 중량기준 국산화율이 비슷함에도 불구하고 금액기준 국산화율이 다소 차이가 나는 것은 '13년도 건고추의 국산-외국산 단가차이(3.2백만 원/톤)가 '12년도(6.2백만 원/톤)에 비해 작기 때문임.

- '12년 정제소금의 총 사용중량 기준 국산화율은 97.1%, 실제 구매 금액 기준 97.8%로 나타났으며, 물엿의 국산화율은 중량기준 4.0%, 구매금액기준 4.5%로 분석되었음.
 - 정제소금과 물엿은 국산단가와 수입산 단가차이가 크지 않아 중량기준 국산화율과 금액기준 국산화율 차이가 크지 않음.

- '조미식품'에 사용되는 연유는 모두 국산을 사용하고 있으며, 팜유 및 백설탕은 전량 수입산을 사용하므로 국산화율이 계측되지 않음.
 - 대두유는 중량기준 국산화율은 0.01% 금액기준 국산화율은 0.03%임.

<표 3-67> 주요 원재료의 국산화율 분석 결과(조미식품류)

단위 : %

년도	원재료	투입 비중	중량 기준	금액 기준	년도	원재료	투입 비중	중량 기준	금액 기준
'12	건고추	10.8	68.5	80.7	'13	건고추	15.4	68.4	76.5
	정제소금	9.9	97.1	97.8		연유	9.0	100.0	100.0
	팜유류	7.9	0.0	0.0		백설탕	8.2	0.0	0.0
	물엿	6.4	4.0	4.5		대두유	7.5	0.01	0.03
전체			44.5	64.8	전체			45.4	63.9

35) 건고추의 투입량이 큰 것은 전체 조미식품 중 고춧가루 또는 실고추 제조업체가 24%을 차지하는 것에서 기인한 것으로 여겨짐.

2) 조미식품류의 원재료 구매 이유

□ ‘조미식품류’에 사용된 원재료 중 건고추, 정제소금, 물엿의 국산 원재료 사용 이유를 살펴보면 다음의 <표 3-68>와 같음.

- ‘12년의 경우 국산 건고추 사용 이유 1순위는 ‘소비자가 원산지에 민감한 원재료라서’가 40.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘조달이 용이해서(18.2%)’가 그 다음을 차지함. 한편 국산 건고추 사용 이유 2순위는 ‘신선한 원재료가 필요해서’가 31.7%로 가장 높게 나타났으며, ‘조달 용이’, ‘원산지’, ‘프리미엄 제품을 생산하기 위해서’ 각각 17.1% 수준으로 조사되었음.
 - ‘13년의 경우에도 ‘원산지(46.3%)’가 국산 건고추 사용이유 1순위로 나타났으며 2순위는 ‘신선도’가 27.1%로 가장 높게 나타남.
- 국산 정제소금 사용 1순위는 건고추와는 다르게 ‘조달이 용이해서’가 52.1%로 가장 높게 조사되었고, 다음은 ‘소비자가 원산지에 민감한 원재료라서’가 23.9%로 나타남.
 - 국산 정제소금 사용이유는 2순위는 ‘국산과 수입산의 낮은 가격차’와 ‘신선한 원재료가 필요해서’가 각각 37.5%, 23.4%로 조사됨.
 - 국산 물엿의 사용이유 1순위는 ‘원산지’와 ‘조달용이’가 각각 42.9%로 나타남.
- ‘13년도의 ‘조미식품류’의 주요 원재료인 백설탕과 대두의 경우 전량이 수입산을 사용하므로 국산 사용이유는 기입되지 않음.³⁶⁾

36) `13년도 조사결과의 경우 설문지상 제품은 4개를 조사하지만 원재료 사용이유는 원재료별로 한번만 묻고 있음. 따라서 하나의 제조업체가 A제품에는 국산 백설탕을 사용하고 B제품에는 수입산 백설탕만 사용할 경우 국산 수입산 사용 이유를 둘 다 기입함. 이럴 경우 본 분석의 대상 제품에 B만 해당한다면 제품 B의 국산/수입산 원재료 사용이유를 분석시 수입산 백설탕만 사용함에도 불구하고 국산 사용이유가 집계되는 오류가 발생함. 따라서 전량을 수입산만 사용할 경우에는 국산 사용이유가 집계되었어도 ‘0’으로 기입함.

<표 3-68> 국산 원재료 사용 이유(조미식품류)

단위 : %

구분		조달 용이	낮은 가격차	원산지	미 수입재	가공 적합	신선도	정책 지원	경영 철학	프리 미엄	기타	
'12	건고추	1순위	18.2	6.8	40.9	2.3	2.3	11.4	-	11.4	4.6	2.3
		2순위	17.1	4.9	17.1	-	2.4	31.7	2.4	7.3	17.1	-
	정제소금	1순위	52.1	5.6	23.9	2.8	4.2	9.9	-	1.4	-	-
		2순위	7.8	37.5	14.1	-	6.3	23.4	1.6	3.1	6.3	-
	팥유류	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	물엿	1순위	42.9	-	42.9	-	14.3	-	-	-	-	-
		2순위	-	-	57.1	-	-	28.6	-	14.3	-	-
'13	건고추	1순위	13.0	5.6	46.3	-	1.9	14.8	1.9	7.4	5.6	3.7
		2순위	8.3	8.3	12.5	-	4.2	27.1	2.1	16.7	20.8	-
	연유	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	백설탕	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	대두유	1순위	-	-	6.7	86.7	-	6.7	-	-	-	-
		2순위	-	75.0	-	-	-	-	25.0	-	-	-

□ '조미식품'에 사용된 원재료의 수입산 사용 이유를 살펴보면 다음의 <표 3-69>와 같음.

○ '12년과 '13년 모두 수입산 건고추의 사용 이유 1순위는 '원가가 높아

가격경쟁이 안돼서'가 각각 63.0%, 64.3%로 가장 높게 나타났으며, '일시 대량 납품을 받을 수 없어서('12년의 경우 14.8%, '13년의 경우 26.2%)'가 그 다음을 차지함.

<표 3-69> 수입산 원재료 사용 이유(조미식품류)

단위 : %

수입산		맛 품질 규격	일시 대량 납품	안전성	원가	국내 미생산	미 수확기	낮은 선호차	사용 편이	가공 적합	기타	
'12	건고추	1순위	3.7	14.8	-	63.0	-	-	3.7	-	7.4	7.4
		2순위	10.0	50.0	5.0	20.0	-	5.0	10.0	-	-	-
	정제소금	1순위	-	-	-	84.6	-	7.7	-	7.7	-	-
		2순위	-	57.1	-	-	-	-	14.3	28.6	-	-
	팥유류	1순위	-	-	-	66.7	-	-	33.3	-	-	-
		2순위	50.0	-	-	-	-	-	50.0	-	-	-
	물엿	1순위	1.8	7.0	-	73.7	10.5	3.5	1.8	1.8	-	-
		2순위	2.4	41.5	-	9.8	-	-	14.6	29.3	2.4	-
'13	건고추	1순위	-	26.2	-	64.3	-	-	7.1	-	-	2.4
		2순위	2.9	26.5	2.9	35.3	2.9	2.9	23.5	-	2.9	-
	연유	1순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2순위	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	백설탕	1순위	-	3.0	6.1	57.6	27.3	3.0	-	-	3.0	-
		2순위	-	66.7	5.6	-	-	5.6	11.1	-	11.1	-
	대두유	1순위	-	-	6.7	86.7	-	6.7	-	-	-	-
		2순위	-	75.0	-	-	-	-	25.0	-	-	-

- '12년도의 경우 수입 정제소금 사용 이유 역시 '원가'가 84.6%, 가장 높게 나타남. 한편 2순위로는 '(국내산은) 일시에 대량으로 납품 받을 수가 없어서(57.1%)'와 '사용이 편리하게 1차가공이 되어있어서(28.6%)'가 높은 비중을 차지하는 것으로 나타남.

- 수입 팜유와 물엿 사용 이유 1순위는 ‘원가(66.7%)’로 나타남.
- '13년 수입산 백설탕과 대두유 사용 이유 1순위의 경우 ‘원가’가 각각 57.6%, 86.7%로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 2순위는 ‘일시대량납품’이 차지함.

3) 조미식품류의 원재료 구매경로 및 이유

□ 조미식품류’에 사용된 원재료 중 국산 건고추, 정제소금, 팜유, 물엿, 백설탕의 구매 경로를 살펴보면 다음의 <표 3-70>와 같음

- '12년도 ‘조미식품류’에 사용된 국산 건고추는 계약거래(50.1%)와 농수산물종합유통센터(23.8%)를 통한 구매가 전체 구매량의 73.9%를 차지하고 있음.
 - 국산 정제소금은 중간도매/벤더업체를 통해 66.7%가 조달되고 있으며, 그 다음은 원재료 제조업체의 비중(15.8%)이 높은 것으로 조사됨.
 - 팜유류는 국산 물량이 없으며, 물엿 역시 다른 원재료와 마찬가지로 중간도매/벤더업체(56.8%)에서 가장 많은 비중이 조달되고 있음.
- '13년도 ‘조미식품류’에 사용된 국산 건고추의 계약거래(25.1%)비중은 전년대비 25%포인트 감소하였고, 대신 중간도매/벤더업체의 조달 비중이 22.8%포인트 증가함.
 - 백설탕은 국산 물량이 없으며 연유와 국산 대두유는 전부 중간도매/벤더업체에서 조달함.

<표 3-70> 국산 원재료 구매 경로(조미식품류)

단위 : %

구분	산지조달			도매 시장	농수산물 종합유통 센터	재래 시장	중간 도매/ 벤더 업체	원재 료 제조 업체	원청 업체	기타	
	계약 거래	직접 생산	1회성 조달								
'12	건고추	50.1	-	14.7	0.6	23.8	-	10.0	-	0.9	-
	정제소금	8.5	-	0.1	1.5	7.5	-	66.7	15.8	-	-
	팜유류	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	물엿	-	-	-	3.2	-	-	56.8	34.8	5.2	-
'13	건고추	25.1	-	5.8	2.5	32.4	1.3	32.8	-	-	-
	연유	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-
	백설탕	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	대두유	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-

□ ‘조미식품류’에 사용된 국내산 원재료를 해당 경로에서 구매한 이유는 다음의 <표 3-71>, <표 3-72>, <표 3-73>과 같음.

○ ‘조미식품류’에 들어가는 국산 건고추의 경우 계약거래와 농수산물종합유통센터를 통한 조달 비중이 70% 이상임.

- 계약거래를 하는 이유 1순위는 ‘신선도 등 품질’이 36.4%로 가장 높게 나타났으며 다음은 ‘물량 확보 용이(27.3%)’가 차지함. 사용 이유 2순위로는 ‘원산지(40.0%)’와 ‘신선도 등 품질(30.0%)’등이 있음.
- 농수산물종합유통센터를 사용하는 이유 1순위는 ‘물량 확보 용이’가 57.1%로 가장 높게 나타났으며 다음은 ‘낮은 가격변동(28.6%)’임. 2순위는 ‘물량 확보 용이’가 35.7%로 가장 높게 나타났으며 ‘낮은 가격 변동(28.6%)’이 다음을 차지함.

○ 국산 연유를 중간도매/벤더업체를 통해 조달하는 이유는 ‘낮은 가격’과 ‘물량 확보 용이’임.

- 국산 대두유도 연유와 마찬가지로 중간도매/벤더업체에서 전량 조달하고 있으며 해당경로 사용 이유는 ‘물량 확보 용이’와 ‘신선도 등 품질’임.

<표 3-71> 국산 건고추 구매 경로 사용 이유(조미식품류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
계약 거래	1순위	-	-	27.3	36.4	18.2	9.1	-	9.1
	2순위	-	-	20.0	30.0	40.0	10.0	-	-
직접 생산	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-
1회성 조달	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	-	100.0	-	-	-
도매 시장	1순위	-	-	33.3	33.3	33.3	-	-	-
	2순위	-	-	33.3	33.3	33.3	-	-	-
농수산물 종합유통센터	1순위	-	28.6	57.1	14.3	-	-	-	-
	2순위	7.1	28.6	35.7	7.1	21.4	-	-	-
재래 시장	1순위	-	50.0	50.0	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	50.0	50.0	-	-	-
중간도매/ 벤더업체	1순위	11.8	11.8	29.4	35.3	5.9	5.9	-	-
	2순위	6.3	6.3	18.8	6.3	37.5	18.8	6.3	-

<표 3-72> 국산 연유 구매 경로 사용 이유(조미식품류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
중간도매/ 벤더업체	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-

<표 3-73> 국산 대두유 구매 경로 사용 이유(조미식품류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
중간도매/ 벤더업체	1순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	-	100.0	-	-	-	-

□ ‘조미식품류’에 사용된 원재료 중 수입산 구매 경로를 살펴보면 다음의 <표 3-74>와 같음.

- ‘12년의 경우 ‘조미식품’에 사용된 수입산 건고추의 수입 경로는 직수입이 38.7%로 가장 높게 나타났으며, 중간도매/벤더업체(30.4%), 수입상사(26.7%)순으로 나타남.
 - 수입산 정제소금과 팜유는 중간도매/벤더업체에서 100%로 수입되며 물엿도 마찬가지로 중간도매/벤더업체에서 각각 97.8%, 95.4% 조달함.
- ‘13년의 경우도 ‘12년과 마찬가지로 모든 주요 원재료의 조달비중이 가장 큰 경로는 중간도매/벤더업체임.
 - 건고추 63.0%, 백설탕 97%, 대두유 100%
- ‘조미식품류’의 경우 떡의 쌀이나 두부의 대두처럼 하나의 주원료가 있는 것이 아니라 다양한 원재료가 고르게 이용되기 때문에 다양한 원재료를 판매하는 벤더업체의 이용률이 높은 것으로 여겨짐.

<표 3-74> 수입산 원재료 구매 경로(조미식품류)

단위 : %

구분	도매	직수입	수입상사	중간도매 /벤더업체	수입추천 대행기관	원청업체	기타
‘12	건고추	-	38.7	26.7	30.4	4.3	-
	정제소금	-	-	-	100.0	-	-
	팜유류	-	-	-	100.0	-	-
	물엿	-	0.5	-	97.8	-	1.7
‘13	건고추	-	1.4	22.4	63.0	6.4	6.8
	연유	-	-	-	-	-	-
	백설탕	-	2.0	0.6	97.0	-	0.4
	대두유	-	-	-	100.0	-	-

□ ‘조미식품류’에 사용된 수입산 원재료를 해당 경로에서 구매한 이유는 다음의 <표 3-75>, <표 3-76>, <표 3-77>과 같음.

- ‘조미식품류’에 들어가는 수입산 건고추의 경우 중간도매/벤더업체에서 가장 많은 물량을 조달되고 있으며, 해당경로 사용 이유 1순위는 ‘낮은 가격(66.7%)’과 ‘낮은 가격 변동(33.3%)’이 있었음. 2순위는 ‘물량 확보 용이(66.7%)’와 ‘낮은 가격 변동(33.3%)’임.
- 수입상사를 통해 원료를 조달하는 이유 1순위는 ‘낮은 가격’과 ‘낮은 가격 변동’이 각각 40.7%로 조사됨. 2순위로는 ‘물량 확보 용이’가 53.9%로 가장 크게 나타남.

<표 3-75> 수입산 건고추 구매 경로 사용 이유(조미식품류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
도매시장	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
직수입	1순위	66.7	-	33.3	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	60.0	-	20.0	-	20.0	-
수입상사	1순위	40.7	40.7	3.7	-	7.4	3.7	3.7	-
	2순위	15.4	15.4	53.9	3.9	3.9	3.9	3.9	-
중간도매/벤더업체	1순위	66.7	33.3	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	33.3	66.7	-	-	-	-	-
원청업체	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-

- 수입산 백설탕은 중간도매/벤더업체를 통해 대부분을 조달하고 있으며 해당 경로 사용 이유 1순위는 ‘낮은 가격(50.0%)’이 가장 높게 나타났으며 ‘물량 확보 용이(32.1%)’가 그 다음을 차지함. 2순위로는 ‘물량 확보 용이(29.4%)’, ‘원산지(23.5%)’, ‘거래신뢰(23.5%)’등이 있음.

<표 3-76> 수입산 백설탕 구매 경로 사용 이유(조미식품류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
직수입	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
수입상사	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-	-	100.0	-	-	-	-	-
중간도매/벤더업체	1순위	50.0	10.7	32.1	-	-	3.6	3.6	-
	2순위	5.9	5.9	29.4	5.9	23.5	23.5	5.9	-
기타	1순위	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	2순위	-

○ ‘조미식품류’에 들어가는 수입산 대두유를 중간도매/벤더업체를 통해 구매하는 이유 1순위는 ‘낮은 가격(61.5%)’이 가장 높게 나타났으며 ‘물량 확보 용이(30.8%)’가 그 다음을 차지함. 사용 이유 2순위로는 ‘물량 확보 용이’와 ‘거래 신뢰’가 각각 37.5%로 조사됨.

<표 3-77> 수입산 대두유 구매 경로 사용 이유(조미식품류)

단위 : %

경로	사용 이유	낮은 가격	낮은 가격 변동	물량 확보 용이	신선도 등 품질	원산지	거래 신뢰	여러 원료 조달	기타
중간도매/벤더업체	1순위	61.5	-	30.8	-	-	7.7	-	-
	2순위	12.5	-	37.5	-	-	37.5	12.5	-

4) 조미식품류의 판매처별 판매 비중

□ ‘조미식품류’³⁷⁾의 매출액 기준 판매처 비중을 살펴보면 다음의 <표 3-78>과 같음.

- ‘12년도와 ‘13년도에 ‘조미식품’ 매출액 비중이 가장 큰 판매처는 제조업체로 총 판매액 비중의 40% 이상을 차지하고 있음. 그 다음은 대형유통채널(‘12년 16.6%, ‘13년 15.3%)임.
- 이는 조미식품의 경우 제품의 특성상 제품자체로 판매되기보다는 다른 제품을 제조할 때 첨가되어 소비되기 때문인 것으로 여겨짐.

<표 3-78> 매출액 기준 판매처 비중(조미식품류)

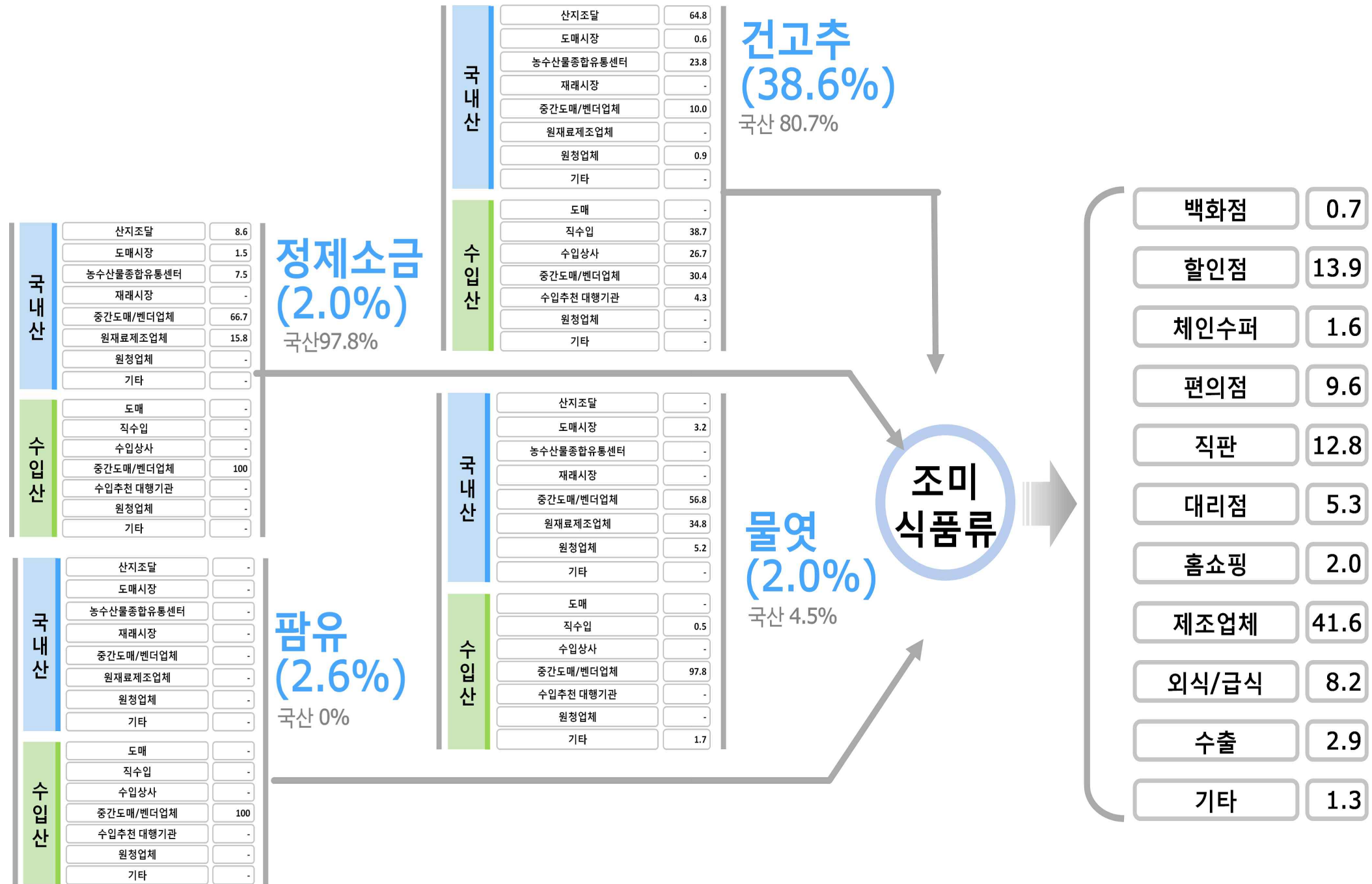
단위 : %

년도	대형유통채널			소형유통채널		직판	대리점	제조업체	외식/급식	수출		기타
	백화점	할인점	홈쇼핑	체인수퍼	편의점					직접	대행	
‘12	0.7	13.9	2.0	1.6	9.6	12.8	5.3	41.6	8.2	2.4	0.5	1.3
‘13	1.0	12.1	2.2	0.2	10.4	9.0	0.4	43.8	7.9	0.8	0.6	11.5

□ 앞서 분석한 주요 원재료의 조달 경로와 함께 매출액 기준 판매처 비중을 동시에 표현하면 다음의 <그림 3-12>, <그림 3-13>과 같음.

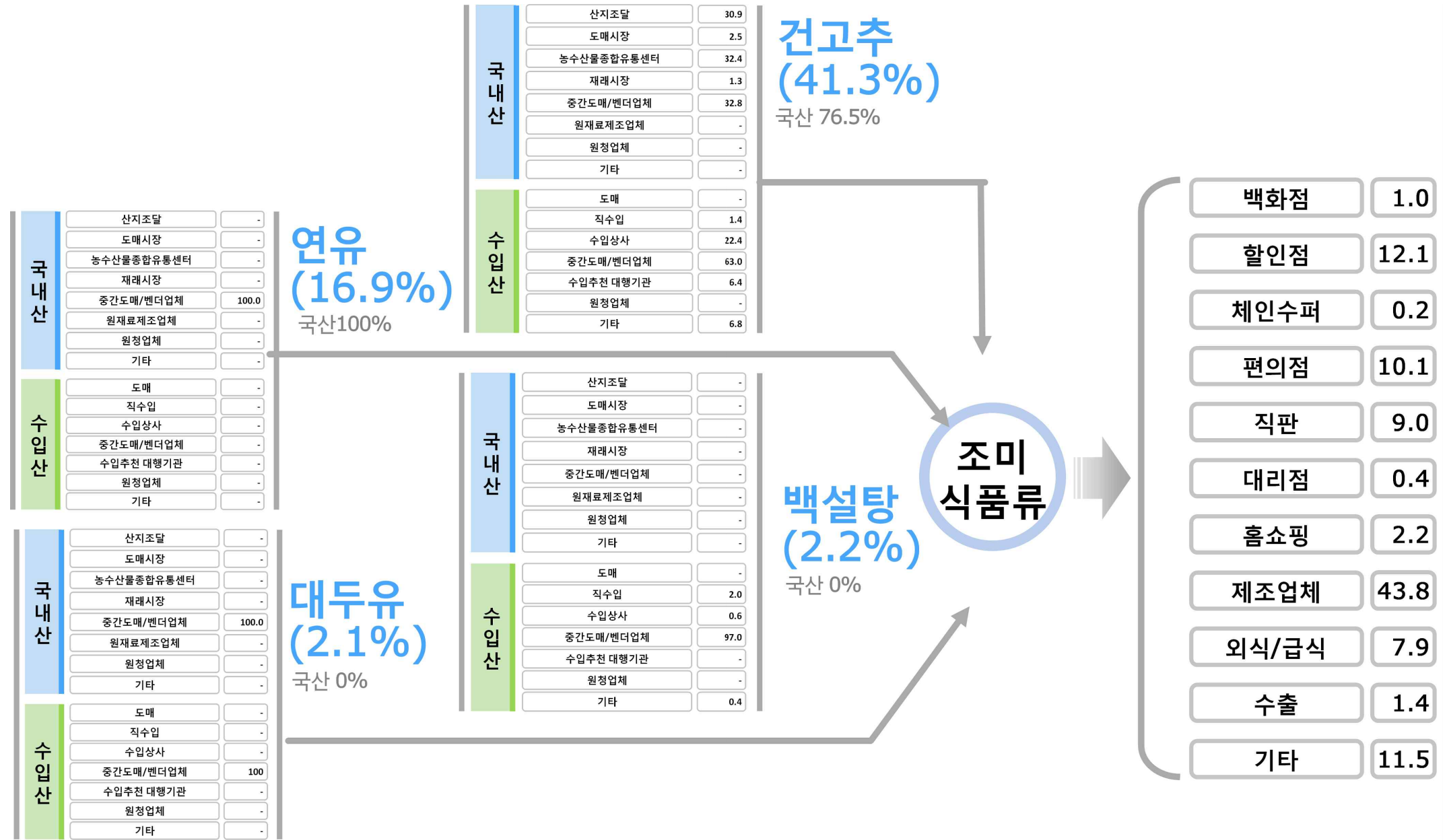
37) 비록 제조업체의 대표품목이 조미식품류가 아니더라도 4가지 생산품목 중에서 식품, 소스류, 토마토케첩, 카레, 고춧가루 또는 실고추, 향신료 가공품, 복합조미식품에 해당할 경우 분석대상으로 포함시켰음.

<그림 3-12> 조미식품류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2012)



* 주요 원재료별 구성비 및 국산비중은 금액을 기준으로 도출함

<그림 3-13> 조미식품류의 주요 원재료 흐름 및 판매처별 비중(2013)



* 주요 원재료별 구성비 및 국산비중은 금액을 기준으로 도출함

IV 요약 및 결론

□ 본 연구에서는 ‘식품산업 분야별 원료소비 실태조사’ 자료를 활용하여 주요 6개 가공식품별(떡류, 어육가공품, 두부류 및 묵류, 식육 및 알가공품류, 음료류, 조미식품류) 국산/수입산 조달 금액과, 국산비중(금액기준), 원재료 사용이유, 원재료 조달 경로(금액기준)를 중심으로 분석함.

□ 분석 결과를 '13년 중심으로 요약하면 다음과 같음.

- 떡류의 주요 원재료는 쌀, 소맥분, 천일염이며 '13년도 떡의 국산화율은 52.8%, 구매 금액 기준 국산화율은 71.5%, Fisher 접근법을 활용했을 경우 50.1%로 분석됨.
 - 국산 원재료 사용하는 주 이유는 주원료들의 원산지에 대해 소비자가 민감하고, 조달이 용이하기 때문임. 반면 수입산 원재료를 사용하는 주 이유는 낮은 원가인 것으로 나타남.
 - 원재료는 국산과 수입산 모두 중간도매/벤더업체로부터의 조달 비중이 큼. 한편 쌀의 경우 농수산물종합유통센터의 유통비중도 큰 편임.
 - 국산 원재료를 해당경로에서 조달하는 이유는 원재료의 원산지에 대해 믿을 수 있고 가격이 낮으며 물량 확보가 용이하기 때문인 것으로 조사됨. 수입산 원재료의 해당 조달 경로 사용 이유는 국산 조달 경로 사용 이유와 마찬가지로 가격이 낮고 물량 확보가 용이하기 때문임.
 - 떡류 제조업체의 매출액 기준 판매비중은 '12년과 '13년 모두 직판의 비중은 약 20%대로 유지된 반면, '12년 대비 대형 유통채널 유통비중은 감소하였고 편의점으로서의 유통 비중이 증가함.

- 어육가공품의 주요 원재료는 물오징어, 어육살, 소맥분이며 국산화율은 중량 기준 6.4%, 구매 금액 기준 6.8%, Fisher 접근방법을 활용했을 경우 5.0%로 분석되었음.
 - 어육가공품의 경우 주원료인 (물)오징어 어획량 감소로 전년대비 국산화율 22.4%포인트(중량기준) 감소함.

- 국산 원재료 사용이유는 조달이 용이하기 때문이며 수입산 사용 이유는 원가 때문인 것으로 나타남.
 - 국산 원재료의 주로 중간도매/벤더업체를 통해 조달하며 해당 경로 사용하는 이유는 품질과 원산지를 믿을 수 있기 때문인 것으로 조사됨.
 - 수입산 원재료 역시 중간도매/벤더업체를 통해 가장 많이 조달하며 어육살의 경우는 직수입의 비중(55.7%)도 큰 편임.
-
- 해당경로 사용 이유는 원재료별로 차이를 보이는데, 물오징어의 경우 ‘품질’과 ‘낮은 가격’, 어육살의 경우 ‘낮은 가격’, 소맥분의 경우 ‘물량 확보 용이’임.
 - 매출액 기준 판매처별 비중을 살펴보면, 제조업체 비중이 가장 크며 이는 제품의 특성 상 제조업체의 추가 가공을 거친 후 판매가 많이 이루어지고 때문인 것으로 생각됨.
-
- ‘두부류 및 묵류’ 생산에 사용되는 주요 원재료로는 대두, 기타전분, 천일염 등임. 중량기준 국산화율은 ‘12년도 보다 증가하여 25.9% 수준으로 나타났으며 구매 금액을 기준은 53.4%, Fisher 접근법의 경우 26.9%로 나타남.
 - ‘두부류 및 묵류’의 국산사용 주이유로는 ‘소비자가 원산지에 민감해서’, ‘조달이 용이해서’ 등이 있으며 수입산 사용 이유는 원가가 낮고 대량 납품이 가능하기 때문인 것으로 조사됨.
 - 국산과 수입산 원재료 모두 중간도매/벤더업체를 통해 주로 조달하고 있으며 ‘13년도 천일염의 경우 계약거래 비중이 높음.
 - 국산 원재료를 해당 경로에서 조달하는 가장 큰 이유는 가격이 낮고 물량 확보가 용이하기 때문이며, 수입산 경로 선택 시에도 ‘낮은 가격’과 ‘가격 변동성’을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타남.
 - ‘12년도와 ‘13년도의 매출액 기준 판매처별 비중을 비교해보면 대형유통채널 비중은 줄어든 반면 소형유통채널 중 편의점 판매비중이 급증함. 이는 두부를 이용한 즉석식품들의 편의점 판매비중이 증가하였기 때문임.
-
- ‘식육 또는 알가공품류’의 주요원재료는 돼지고기, 닭고기, 쇠고기이며 ‘13년도 국산화율은 ‘12년도 대비 2.5%포인트 증가(중량기준)함.

국산화율은 중량기준 71.8%, 금액기준 71.1%, Fisher접근법 활용시 66.0%인 것으로 분석됨.

- ‘식육 및 알가공품류’의 경우 주요 원재료인 돼지고기의 국산-수입산 단가 차이가 작아 중량기준 국산화율과 금액기준 국산화율 차이가 크지 않음.
 - ‘식육 또는 알가공품류’ 제조업체가 국산 원재료를 사용하는 이유에는 ‘소비자가 원산지에 민감해서’, ‘신선도 등 품질’ 등이 있음.
 - 반면, 수입산 원재료 사용 이유는 원가가 저렴하고 일시 대량 납품이 가능하기 때문인 것으로 조사됨.
 - 국산 원재료들은 대부분 산지에서 조달되면 그 중에서도 계약거래 비중이 가장 큼(돼지고기 36.5%, 닭고기 63.4%, 쇠고기 57.8%). 해당 경로에서 원재료를 구매하는 이유는 돼지고기와 닭고기의 경우 물량 확보가 용이하고 신선도 등 품질이 우수하기 때문이고 쇠고기의 경우 가격이 낮고 품질이 좋기 때문임.
 - 수입산 원재료는 돼지고기의 경우 수입상사(32.7%), 닭고기의 경우 수입추천대행기관(39.2%), 쇠고기의 경우 직수입(34.8%)을 통해 많이 조달됨.
 - 수입산 원료의 해당경로 사용 이유는 ‘낮은 가격’과 ‘물량확보 용이’임.

 - ‘13년의 ‘식육 및 알가공품류’ 판매처 비중은 제조업체(24.4%)가 가장 크며 ‘12년도 대비 할인점과 직판의 비중이 각각 3.7%포인트, 3.2포인트 감소하였음.
- ‘음료류’에 사용되는 주요 원재료는 과당류, 백설탕, 감귤이며 중량기준 국산화율은 42.3%, 구매금액 기준은 45.0%, Fisher접근법을 활용한 국산화율은 40.8%로 분석됨.
- 음료제품의 경우, 금액기준 국산화율이 중량기준 국산화율보다 작은 것은 투입량 비중이 큰 백설탕을 수입산 재료만 사용하기 때문임.
 - ‘음료류’의 국산 원재료 사용이유는 원재료 성격별로 다름. 과당류와 같은 가공식품소재 원재료의 국산 사용 이유는 ‘조달 용이’와 ‘원산지’ 등 이고 농림축수산물원재료인 감귤의 국산 사용 이유는 ‘신선도’임. 한편, 수입산 원재료 사용 이유는 원가가 낮기 때문임.
 - 국산 과당류는 원재료 제조업체에서 조달하는 비중이 대부분이며 감귤은

기타(농협, 영농조합)에서 조달하는 비중이 큼. 이와 같은 경로 사용이유는 원재료별로 상이함.

- 해당경로 사용 이유는 국산/수입산 사용 이유와 마찬가지로 과당류의 경우 ‘낮은 가격’인 반면 감귤의 경우 ‘신선도’와 ‘물량확보 용이’임.
- 수입산 원재료는 중간도매/벤더업체를 통해 조달이 많이 되며 이와 같은 경로를 사용하는 이유는 ‘낮은 가격’과 ‘물량확보 용이’임.
- ‘음료류’의 판매처 비중이 가장 큰 유통채널은 편의점으로('12년 45.7%, '13년 34.2%) 이는 최근 편의점의 PB상품 제조 및 판매 비중이 증가하고 있고 유통 경로 성격 상, 편의점은 비교적 소용량의 제품이 빈번하게 판매 되기 때문인 것으로 여겨짐.

○ ‘조미식품류’에 사용되는 주요 원재료는 건고추임.

- '13년도 ‘조미식품류’ 중량 기준 국산화율은 '12년도보다 약간 증가한 45.4%임. 원재료 구매 금액 기준 국산화율은 63.9%, Fisher 접근법을 활용 국산화율은 55.9%로 나타남.
- ‘조미식품류’제조업체가 국산 원재료를 사용하는 이유는 소비자가 원산지에 민감하고 물량 조달이 용이하며 재료들이 신선하기 때문임. 반면 수입산 사용이유는 원가가 낮고 일시 대량 납품이 가능하기 때문인 것으로 나타남.
- 국산 원재료의 주요 조달경로는 중간도매/벤더업체이고 건고추의 경우 중간도매/벤더업체 외에도 농수산물종합유통센터(32.4%)와 계약거래(25.1%) 비중이 큼.
- 국산 원재료를 해당경로에서 조달하는 이유는 ‘물량 확보 용이’, ‘품질’, ‘낮은 가격 변동’임.
- 수입산 원재료는 중간도매/벤더업체에서 대부분 조달되고 있으며 해당 경로를 선택한 이유는 ‘낮은 가격’과 ‘물량 확보 용이’임.
- ‘조미식품’ 매출액 비중이 가장 큰 판매처는 제조업체로 이는 조미식품의 경우 제품의 특성상 제품자체로 판매되기보다는 다른 제품을 제조할 때 첨가되어 소비되기 때문인 것으로 여겨짐.

□ **이의 결과를 바탕으로 다음과 같은 결론을 도출 할 수 있음.**

- 제조업체들의 국산 원재료 사용이유는 원산지과 조달이 용이하기 때

문이며 수입산 원재료 사용 이유는 저렴한 가격과 대량납품이 가능하기 때문임.

- 국산/수입산 원재료 모두 중간도매/벤더업체를 통한 조달되는 비중이 큼. 국산 원재료 구매 경로를 선택 기준은 원산지, 가격, 물량확보 등이며 수입산 원재료 조달 경로 선택 이유는 가격과 안정적인 물량 확보임.
- 즉, 원재료의 국산화율을 높이기 위해서는 원가 절감과 불안정한 원료 수급문제가 해소되어야 함. 하지만 국산 농산물의 단가를 낮추는 부분은 생산 환경 특성 등 물리적으로 조정 할 수 없는 불가피한 것들이 존재함.
- 따라서, 유통 과정 개선 등과 원가를 감소시킬 수 있는 방안이 필요함. 또한, 안정적인 원료 조달을 위해 계약재배 활성화나 공공비축 사업 정비 등이 필요할 것으로 여겨짐.
- 또한 제조업체의 매출액 기준 판매처 비중 변화를 살펴보면 대형유통업체의 비중은 감소한 반면 소형유통업체 그중에서도 편의점의 비중 증가가 돋보임.
 - 이는 고령화와 1-2인 가구 증가로 집 근처 소량 구매가 많아지면서 편의점의 성장률이 증가하고 이러한 유통 시장 변화에 대응한 제조업체들의 편의점 상품 개발 및 판매량이 늘어났기 때문인 것으로 보임.

<참고 문헌>

한부연(2007), “지가형성의 지역요인 및 개별요인 연구”, 한국부동산연구원
유병관(2014), “한국형 메쓰거라이, 성공가능성을 엿보다”, 미트저널
농림축산식품부·한국농수산물유통공사, “식품산업 분야별 원료소비 실태조
차” 각 년도

BGF리테일 홈페이지 <http://cu.bgfretail.com>

이코노믹 리뷰(2014), “편의점 3사 전략, 차근차근 트렌드를 분석하라”