

발 간 등 록 번 호

11-1543000-000285-01

2013 가공식품 세분 시장 현황

프리믹스 시장

M A R K E T R E P O R T



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

aT

한국농수산물유통공사
Korea Agricultural & Food Trade Corporation

[목 차]

요 약 문	1
제 1 장 가공식품 세분시장 조사 개요	
1. 조사 배경 및 목적	7
2. 조사 대상	8
3. 조사 방법	9
제 2 장 프리믹스의 개요	
제 1 절 프리믹스의 개념	13
1. 프리믹스의 정의	13
2. 프리믹스의 분류 코드	14
제 2 절 프리믹스의 유형	17
1. 식품공전에 따른 유형	17
2. 시장기준에 따른 유형	18
제 3 절 프리믹스의 생산·유통·소비 흐름	20
제 3 장 프리믹스의 생산 현황	
제 1 절 프리믹스의 가공기준 및 제조공정	25
1. 프리믹스의 가공 기준 및 성분규격	25
2. 프리믹스의 제조공정	26

Contents

제 2 절 프리믹스의 생산 실적	27
1. 규격 외 일반가공식품의 유형별 비중	27
2. 규격 외 일반가공식품 유형별 생산 실적	30
3. 프리믹스의 출하 실적	39
4. 프리믹스의 수출입 실적	40
제 3 절 프리믹스의 주요 제조사 현황	45
1. 프리믹스의 주요 제조사 특징	45
제 4 절 생산 현황 요약 및 시사점	50
1. 프리믹스의 가공기준 및 제조공정	50
2. 프리믹스의 생산 규모	50
3. 프리믹스 수출입 실적	51
4. 프리믹스의 주요 제조사 특징	51

제 4 장 프리믹스의 유통 현황

제 1 절 프리믹스의 유통 현황	55
1. 프리믹스의 유통 · 판매구조	55
2. 유통 채널별 특징	56
제 2 절 소매 유통 채널별 매출액	57
1. 소매 유통 채널별 매출액	57
2. 프리믹스의 판매가격	59
3. 소매 유통 채널별 기업 점유율	62
제 3 절 유통 현황 요약 및 시사점	63
1. 프리믹스의 유통 및 판매 구조	63
2. 소매 유통 채널별 판매액	63
3. 소매 유통 채널별 기업 점유율	64

제 5 장 프리믹스의 소비 시장 현황

제 1 절 소비 시장 규모	67
1. 프리믹스의 소비 시장 규모	67
2. 세분시장별 제품 현황	69
제 2 절 브랜드 현황	72
1. CJ 제일제당 「백설」	72
2. 오뚜기 「오뚜기」	74
3. 삼양사 「큐원」	75
4. 대상 「청정원」	76
5. 대한제분 「곰표」	78
6. 기타 브랜드	78
제 3 절 소비자 특성	82
1. 소비자 조사 개요	82
2. 소비자 구입 특성	83
제 4 절 소비 트렌드	89
1. 소비 시점에 따른 매출 특수	89
2. 재료의 다양화	90
3. 재료의 고급화	92
4. 카테고리의 확장	92
5. 홈메이드 식품 성장과 프리믹스	93
제 5 절 소비 시장 요약 및 시사점	96
1. 소비 시장 규모	96
2. 세분 시장별 제품 현황	96
3. 소비자 특성	97
4. 소비 트렌드	97

Contents

[표 목 차]

[표 1-1] 조사 대상	8
[표 1-2] 주요 문헌 자료원	9
[표 1-3] 전문가 인터뷰 개요	9
[표 1-4] 소비자 조사 개요	10
[표 2-1] 프리믹스 분류 코드	15
[표 2-2] 규격 외 일반가공식품의 기준 및 규격의 유형	17
[표 3-1] 프리믹스의 가공 기준 및 성분 규격	25
[표 3-2] 규격 외 일반가공식품의 유형별 비중	27
[표 3-3] 규격 외 일반가공식품의 유형별 비중	28
[표 3-4] 2011년 규격외 일반가공식품 출하액 기준 상위 20개 기업	29
[표 3-5] 곡류가공품의 생산 실적	30
[표 3-6] 2011년 지역별 곡류가공품 생산 실적	31
[표 3-7] 전분가공품의 생산실적	32
[표 3-8] 2011년 지역별 전분가공품 생산 실적	33
[표 3-9] 당류가공품의 생산 실적	34
[표 3-10] 2011년 지역별 당류가공품 생산 실적	35
[표 3-11] 기타가공품의 생산 실적	36
[표 3-12] 2011년 지역별 기타가공품 생산 실적	37
[표 3-13] 프리믹스 출하 실적	39
[표 3-14] 곡류가공품의 수출입 실적	40
[표 3-15] 전분가공품의 수출입 실적	41
[표 3-16] 당류가공품의 수출입 실적	41
[표 3-17] 기타가공품의 수출입 실적	42
[표 3-18] 프리믹스 수출 실적	43
[표 3-19] 베이커리제품제조용 혼합물 및 가루 반죽-기타 수출입 실적	44
[표 3-20] 생산 및 판매 병행 주요 제조사 현황	46
[표 3-21] 생산 전문 주요 제조사 현황	49

[표 4-1] 프리믹스 전체 판매액 추정	58
[표 4-2] 소매 유통 채널별 매출액	59
[표 4-3] 소매 유통 채널별 부침가루 판매 가격	60
[표 5-1] 소매 시장 규모	67
[표 5-2] 세분시장별 소매 시장 규모	68
[표 5-3] 대표 베이커리 믹스 제품 현황	70
[표 5-4] 부침가루 제품 현황	71
[표 5-5] 튀김가루 제품 현황	71
[표 5-6] 백설 브랜드의 제품 현황	72
[표 5-7] 오뚜기 브랜드의 제품 현황	74
[표 5-8] 큐원 브랜드의 제품 현황	75
[표 5-9] 청정원 브랜드의 제품 현황	77
[표 5-10] 곰표 브랜드의 제품 현황	78
[표 5-11] 맥션 브랜드의 제품 현황	79
[표 5-12] 브레드가든 브랜드의 제품 현황	80
[표 5-13] RUF 브랜드의 제품 현황	81
[표 5-14] 프리믹스 주요 정보원	83
[표 5-15] 프리믹스 구입 고려 속성	84
[표 5-16] 프리믹스 주요 구입채널	85
[표 5-17] 부침가루 구입 빈도	86
[표 5-18] 튀김가루 구입 빈도	87
[표 5-19] 베이커리 믹스 구입 빈도	87

Contents

[그림 목 차]

[그림 2-1] 프리믹스의 개념	14
[그림 2-2] 프리믹스의 세분 시장 유형	18
[그림 2-3] 프리믹스 유형 간의 연관성	19
[그림 2-4] 프리믹스의 생산·유통·소비 흐름	21
[그림 3-1] 프리믹스 제조과정	26
[그림 3-2] 규격 외 일반가공식품 품목 유형별 출하액 추이	38
[그림 3-3] 프리믹스 주요 제조사와 판매사	51
[그림 4-1] 프리믹스의 유통 경로	55
[그림 4-2] 연도별 부침가루 가격 추이	60
[그림 4-3] 소비자 물가 지수	61
[그림 4-4] 2012년 소매 유통 채널별 기업 점유율	62
[그림 5-1] 베이커리 믹스 제품별 구매 경험	88

요 약 문

1. 프리믹스의 개요

- 식품의약품안전처의 「식품공전」에 의하면 프리믹스는 세분화된 품목으로 별도 정의는 되어 있지 않지만, 「식품공전」의 ‘제 4. 규격 외 일반가공식품의 기준 및 규격’에 해당하는 품목 중 곡류가공품, 전분가공품, 당류가공품, 기타가공품에 포함되는 개념임. 또한 시장에서는 일반적으로 ‘Prepared Mix’의 줄임말로 프리믹스가 사용되며, 부침가루와 튀김가루 그리고 베이커리 믹스 등을 말함
- 식품공전의 내용과 시장에서 통용되는 정의를 종합하여 본 보고서에서 프리믹스를 정의해 보면, 프리믹스는 미리 비율에 맞게 재료들을 배합해 놓은 반제품으로 곡류나 전분 또는 당류를 주원료로 하고 각종 첨가물을 배합하여 완제품을 만들도록 돕는 가공식품을 말함

2. 프리믹스의 생산 현황

- 프리믹스는 곡물가공품, 전분가공품, 당류가공품, 기타가공품의 규격을 따르며, 이들 각각은 개별적인 규격이 따로 없이 ‘제 4. 규격 외 일반가공식품의 기준 및 규격’에 통합되어 있어서 이의 가공 기준을 따름
- 프리믹스의 제조 공정은 기업별로 다소 차이가 있겠지만, 일반적인 제조공정은 다음과 같이 원료 입고 및 보관, 계량 및 투입, 혼합, 이송(배관), 내포장, 금속 검출, 외포장, 보관 및 출하의 단계를 거침
- 프리믹스의 출하량은 2009년 이래로 지속적으로 증가하였고, 2012년에는 전년 대비 3% 증가한 약 22만 톤을 출하함
 - 곡류·전분·당류·기타 가공품의 출하량 합계와 비교해 보면, 프리믹스의 출하량 비중은 2011년 기준으로 34%를 차지하고 있으며, 2009년 이후 꾸준히 증가하는 추세를 보임

- 프리믹스의 수출량은 2009년 이래로 지속적으로 증가하였고, 2012년에는 전년도와 비슷한 약 8만 톤을 수출함
 - 곡류·전분·당류·기타 가공품의 수출량 합계와 비교해 보면, 프리믹스의 수출량 비중은 2011년 기준으로 58%를 차지하고 있으며, 2009년 이후 꾸준히 증가 하는 추세를 보임
- 프리믹스의 생산과 판매를 병행하는 주요 제조사에는 CJ제일제당, 대상, 대한제분, 동아원, 삼조셀텍, 태평양물산, 대두식품, 브레드가든 등이 있고 생산을 전문으로 하는 주요 업체는 오투기라면, 삼양밀맥스 등이 있음

3. 프리믹스의 유통 및 판매 현황

- 프리믹스의 유통 및 판매 구조를 살펴보면, 먼저 영업소와 지점을 포함하는 판매기업 본사가 있고 도매 유통 채널로는 프리믹스를 포함하는 식품 대리점이 있음
- 대형마트, 백화점, 편의점, 체인슈퍼의 소매점에는 판매 기업 본사에서 직판 형태로 제품이 유통되고 독립슈퍼와 일반식품점, 그리고 온라인 채널은 대리점을 통해 유통되고 있음
- 2012년 기준으로 프리믹스의 전체 판매액은 약 1,042억 원으로 추정되며, 이 중 소매유통채널의 시장 규모가 954억 원으로 전체 판매액의 약 92%를 차지하고 있음
 - 2012년 소매 유통 채널의 판매 비중을 보면, 할인점이 41.0%로 가장 높았으며, 체인슈퍼(30.2%), 독립슈퍼(15.0%) 등의 순으로 나타남
 - 1/4분기와 3/4분기에는 설과 추석 명절을 지내기 위해 튀김가루와 부침가루의 매출이 상대적으로 높게 나타나고 있고 베이커리 믹스의 대표 상품인 호떡믹스는 1분기와 4분기(10월~2월)에 대부분의 매출이 이루어짐

4. 프리믹스의 소비 시장 현황

- 소매 유통 채널의 기업별 점유율은 CJ제일제당이 44.5%를 차지하고 있고 오뚜기가 28.4%, 삼양사가 11.6%로 그 뒤를 잇고 있음. 이 세 기업이 전체 소매 유통 채널의 84.5%를 차지하고 있음
- 프리믹스의 세분시장은 베이커리믹스와 부침가루, 튀김가루로 구분되어지며, 2012년 기준으로 베이커리 믹스 시장이 약 456억원으로 전체 프리믹스 소매 시장의 47.7%를 차지하고 있고, 부침가루가 31.1%(약 296억원), 튀김가루가 21.2%(약 202억원)를 차지하고 있음
 - 프리믹스는 세분시장별로 방학과 계절 등에 따른 시존성을 갖고 있으며, 명절 특수 또한 함께 공존하고 있음
- 프리믹스 시장의 주요 참여자(브랜드)로는 CJ제일제당(백설), 오뚜기(오뚜기), 삼양사(큐원), 대상(청정원), 대한제분(곰표) 등이 있음
- 프리믹스에 대한 가장 중요한 정보원은 주로 마트 및 식품관내의 광고(35.6%), TV광고(32.4%)와 같이 이미 노출된 정보를 주로 활용하는 것으로 나타났고 프리믹스를 구입할 때, 소비자들이 고려하는 첫 번째 속성은 브랜드(30.9%)이며, 그 다음으로는 맛(20.1%)과 구성 원재료(14.6%)순으로 이어짐
- 응답자의 74.7%가 프리믹스를 주로 구입하는 채널로 이마트나 홈플러스, 롯데마트와 같은 대형 할인매장과 이마트 에브리데이, 홈플러스 익스프레스, 롯데슈퍼 등 체인슈퍼마켓이라고 응답함
- 베이커리 믹스를 구매한 경험이 있는 응답자 중에서 호떡 믹스에 대한 구매 경험이 78%로 가장 높게 나타났고 브라우니 믹스(50%), 쿠키 믹스(41%), 도넛 믹스(35%), 머핀 믹스(31%) 순으로 나타남
- 부침가루와 튀김가루는 명절 성수기에 평월 대비 두 배 이상의 소비가 증대되는 특성이 있음. 또한 프리믹스는 제품이 다양하기 때문에 계절에 따라 주력하는 품목이 다름

- 
- 과거 호떡이나 핫케이크, 오븐류 믹스 등의 제품라인에서 벗어나 브라우니, 아이스크림, 도라야끼 믹스 등 다양한 프리믹스 제품들이 등장해 제품 카테고리를 넓히고 있음
 - 먹거리 불신이 확산되면서 홈메이드 식품의 매출이 늘고 있으며, 이에 따라 프리믹스 제품 판매도 증가하고 있음
 - 프리믹스는 조리법이 간편한 데다 손수 만들어준다는 느낌을 전할 수 있어 워킹맘과 집에서 만든 안전한 간식을 주고 싶은 엄마들에게 좋은 반응을 얻고 있음
 - 또한, 밀가루 반죽 등을 활용해 아이들과 여러 모양의 빵과 쿠키를 만드는 것이 창의성과 미적 감각을 키운다는 얘기가 있어 아이들 교육용으로 이용되기도 함

제 1 장

가공식품 세분시장 조사 개요

1. 조사 배경 및 목적
2. 조사 대상
3. 조사 방법

1. 조사 배경 및 목적

- 식품 시장이 지속적으로 성장하고 식품에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 가공식품 시장에 대한 기초 자료 제공 니즈가 제기되고 있음
 - 특히 가공식품에 대한 수요 증가, 품목별 다양한 고객 특성 등 경영 및 마케팅 환경이 변화하고 있음
 - 가공식품 시장의 전반적인 기초 통계자료 외에 구체적인 생산 및 소비 동향과 관련된 정보의 필요성이 대두됨
 - 가공식품 산업의 원활한 육성 및 지원을 위한 품목별 정의 및 특성 파악이 필요함
 - 다수의 영세한 가공식품 중소기업들의 경영 방향성 수립을 위한 정보가 부족함

- 이에 본 조사는 가공식품 산업구조를 고려한 명확한 자료 수집 및 분석을 통해 관련 이해관계자들에게 품목 시장의 가치 있는 기본 정보를 제공하고자 함
 - 첫째, 가공식품과 관련된 이해관계자들에게 실질적인 가치를 제공할 수 있는 정보를 제공함
 - 둘째, 정보 수집이 어려운 중소기업에게 생존을 위한 전략 수립의 기초 자료가 될 수 있는 정보를 제공함

2. 조사 대상

- 총 40개의 품목(군)을 2010년부터 나누어 조사를 진행하고 있으며, 2010년 8개 품목, 2011년 5개 품목, 2012년 12개 품목을 진행하였음
- 2013년에는 프리믹스를 포함한 17개의 품목이 대상임

[표 1-1] 조사 대상

2010년	2011년	2012년	2013년
스낵과자 식빵 빵 가정용 식용유 라면(2) 탄산음료 김치	빙과 만두 어묵, 맛살 등 액상차(음료) 커피믹스	비스킷 떡류 반생초코케익 햄, 소시지 등 두부 인스턴트 커피 커피믹스 커피음료 과채음료 고추장 된장 간장	건강기능식품 참치캔 우유 두유 발효유 조제분유 조미료 식염 양념장 즉석조리식품 밀가루 설탕 프리믹스 초콜릿 전통기름 인삼음료 탁주
8개 품목	5개 품목	12개 품목	17개 품목

3. 조사 방법

- 조사 방법은 크게 문헌조사, 전문가 인터뷰, 소비자 조사로 이루어짐
- 문헌조사 : 주요 문헌자료는 국가승인통계 품목별 협회의 관련 DB 및 보고서, 관련 기사를 바탕으로 함. 프리믹스의 주요 문헌자료는 식품의약품안전처의 식품공전과 식품 및 식품 첨가물 생산실적, 한국농수산물유통공사의 식품산업 통계정보와 농수산물수출지원정보임

[표 1-2] 주요 문헌 자료원

자료명	출처
식품공전	식품의약품안전처
식품 및 식품 첨가물 생산실적	
식품산업통계정보	한국농수산물유통공사
농수산물수출지원정보	

- 전문가 인터뷰 : 전문가 인터뷰는 품목별 주요 업체 및 관련 협회와의 심층 인터뷰로 진행함. 인터뷰 내용은 제조부터 소비에 이르는 전반적인 내용과 각 품목별 주요 이슈에 대한 내용으로 구성함

[표 1-3] 전문가 인터뷰 개요

인터뷰 대상	업계 관계자
인터뷰 방법	심층 개별 면접 조사
인터뷰 시기	2013년 11월
인터뷰 내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 품목 및 상품의 정의 ○ 생산 동향 및 규모 ○ 제조사 경쟁 현황 ○ 유통 경로별 주요 특징 ○ 유통 현황 ○ 소비 동향 및 시장 규모 ○ 시장 주요 브랜드 및 경쟁 현황 ○ 생산, 유통, 소비 과정에서의 주요 변화 및 이슈 등

- 소비자 조사는 품목별 소비 동향을 파악하기 위한 목적으로 2013년 10월 전문조사업체에서 온라인조사로 실시하였음
- 프리믹스를 구입한 경험이 있는 20대~50대 남녀 343명을 대상으로 조사를 실시하였으며, 연령 계층별 분포는 20대 70명(20.4%), 30대 103명(30.0%), 40대 99명(28.9%), 50대 71명(20.7%)임
- 표본오차는 95%의 신뢰수준에서 ±5.29임
- 주요 조사 내용은 주요 정보원, 구입 고려 속성, 주요 구입 채널, 구입 빈도, 구매 경험 등임

[표 1-4] 소비자 조사 개요

조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> ○ 프리믹스를 이용하는 20대~50대 남녀 343명 - 20대 : 70명(20.4%) - 30대 : 103명(30.0%) - 40대 : 99명(28.9%) - 50대 : 71명(20.7%)
조사 방법	○ 온라인 조사
조사 시기	○ 2013년 10월
조사 내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 정보원 ○ 구입 고려 속성 ○ 주요 구입 채널 ○ 구입 빈도 ○ 구매 경험 등

제 2 장

프리믹스의 개요

제1절 프리믹스의 개념

제2절 프리믹스의 유형

제3절 프리믹스의 생산 · 유통 · 소비 흐름

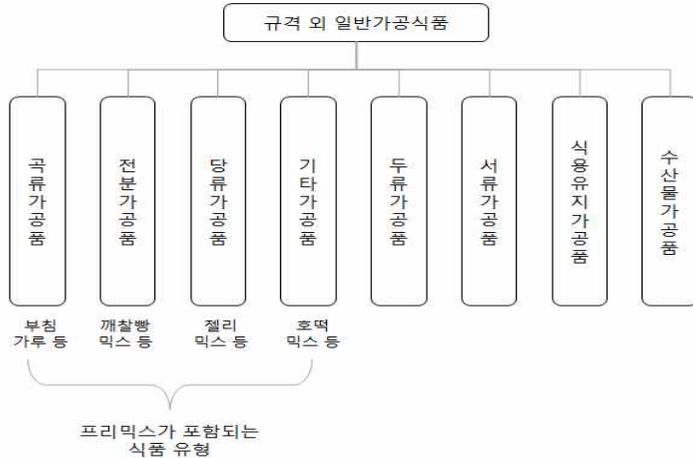
제 1 절 프리믹스의 개념

1. 프리믹스의 정의

- 식품의약품안전처의 「식품공전」에 의하면 프리믹스는 세분화된 품목으로 별도 정의는 되어 있지 않지만, 시장에서는 일반적으로 ‘Prepared Mix’의 줄임말로 프리믹스가 사용됨. 주원료인 밀가루와 유지, 전분, 설탕 및 기타 재료 등을 적당한 배합비로 혼합한 제품으로써 가정이나 베이커리에서 간편하고 쉽게 요리할 수 있도록 돕는 제품을 말함¹⁾
- 시장에서 판매되는 프리믹스 제품은 「식품공전」의 ‘제 4. 규격 외 일반가공식품의 기준 및 규격’에 해당하는 품목 중 곡류가공품, 전분가공품, 당류가공품, 기타가공품에 포함되는 개념임
 - 프리믹스를 포함하는 곡류 가공품은 곡류를 주원료로 하여 가공한 것을 말하고 전분 가공품은 전분을 주원료로 하여 가공한 것을 말하며, 당류가공품은 당류를 주원료로 하여 가공한 것을 말함. 프리믹스에 가장 많이 해당하는 기타가공품은 곡류가공품, 두류가공품, 서류가공품, 전분가공품, 식용유지가공품, 당류가공품, 수산물 가공품에 해당하지 않는 규격 외 일반 가공식품을 말함
 - 시장에서 판매되는 프리믹스 중에서 부침가루나 튀김가루는 주로 곡류가공품과 기타가공품에 해당하고 깨찰빵 믹스, 찹쌀 미니볼 도넛 믹스는 전분가공품에 포함됨. 당류가공품에는 젤리 믹스나 요거트 젤라또 믹스 등이 해당하고, 이 세 가공품에 해당하지 않는 프리믹스는 주로 기타가공품에 속함
- 식품공전의 내용과 시장에서 통용되는 정의를 종합하여 본 보고서에서 프리믹스를 정의해 보면, 프리믹스는 미리 비율에 맞게 재료들을 배합해 놓은 반제품으로 곡류나 전분 또는 당류를 주원료로 하고 각종 첨가물을 배합하여 완제품을 만들도록 돕는 가공식품을 말하며, 식품 유형에는 곡류가공품, 전분가공품, 당류가공품, 기타가공품 등으로 분류됨(그림 2-1)

1) 삼양밀맥스(www.samyangmilmax.com)

[그림 2-1] 프리믹스의 개념



2. 프리믹스의 분류 코드

- 프리믹스의 분류 코드는 한국표준산업분류(KSIC)와 관세 및 통계통합 품목분류(HS), 농림축산물 품목분류(AG) 한국생산물분류(KCPC)로 나누어 살펴볼 수 있음
 - 식품공전에 의하면 프리믹스는 따로 분류되지 않고, 규격 외 일반가공식품의 기준 및 규격에서 곡류가공품, 전분가공품, 당류가공품, 기타가공품 등에 해당함
 - 한국표준산업분류(KSIC)에 의하면 프리믹스는 ‘제과용 혼합분말 및 반죽 제조업(10613)’으로 분류됨
 - 관세 및 통계통합품목분류(HS)에 의하면 프리믹스는 별도의 분류명이 없으며, 대표적인 분류 코드로는 ‘곡물, 곡분의 주제품과 빵류(19)’의 세부 분류 코드인 ‘기타(1901.20.9000)’로 분류됨
 - 농림축산물품목분류(AG)에 의하면 ‘빵류제조용(141)’의 세분류인 ‘베이커리 제조용 혼합물 및 가루 반죽(쌀가루, 보리가루의 것 이외 기타-141.02.0003)’에 해당됨
 - 한국생산물분류(KCPC)에 의하면 프리믹스는 ‘곡물가공품, 전분 및 전분제품; 기타식품(23)’의 세부 분류 항목인 ‘베이커리 제품의 제조용 혼합물 및 가루 반죽(23170)’으로 볼 수 있음

[표 2-1] 프리믹스 분류 코드

통계분류체계	코드	분류명	내용	색인어 ¹⁾
식품공전	-	곡류가공품		-
		전분가공품		
		당류가공품		
		기타가공품		
한국표준산업분류 (KSIC) ²⁾	10613	제과용 혼합분말 및 반죽 제조업	<p>곡분 및 기타 분말을 혼합하여 파이, 비스킷, 빵, 과자 등의 베이커리제품 제조용 반죽이나 혼합분말을 생산하는 산업활동을 말함. 각종 분말을 혼합하여 인조곡물을 제조하는 경우와 곡물을 주재료로 떡고물 및 빵속을 제조하는 산업활동도 여기에 포함됨</p> <p><예 시></p> <ul style="list-style-type: none"> · 만두피 제조 · 제과 및 제빵용 가루반죽 제조 · 곡분제빵속 제조 · 곡분제 떡고물 제조 <p><제 외></p> <ul style="list-style-type: none"> · 빵 및 곡분과자 제조(10713) 	<p>제과용 가루반죽제조, 제빵용 가루반죽제조, 베이커리용 가루반죽제조, 제과용 혼합반죽제조, 제빵용 혼합반죽제조, 베이커리용 혼합반죽제조, 가루반죽제조(베이커리용), 곡물기저혼합분말식품제조, 곡분제떡고물제조, 곡분제빵속제조, 떡고물제조(곡분), 만두피제조, 베이커리용가루반죽제조, 베이커리제조용혼합분말제조, 빵가루반죽제조</p>
관세 및 통계통합품목분류 (HS) ³⁾	19 1901	곡물, 곡분의 주제품과 빵류	맥아엑스와 분 · 분쇄물 · 조분 · 전분 또는 맥아엑스의 조제식료품(코코아를 함유하지 아니한 것 또는 완전히	

가공식품 세분시장 현황 (프리믹스 시장)

통계분류체계	코드	분류명	내용	색인어 ¹⁾
			탈지한 상태에서 측정한 코코아의 함유량이 전중량의 100분의 40 미만인 것으로 따로 분류되지 아니하는 것에 한함) 및 제0401호 내지 제0404호에 해당하는 물품의 조제식료품(코코아를 함유하지 아니한 것 또는 완전히 탈지한 상태에서 측정한 코코아의 함유량이 전중량의 100분의 5 미만인 것으로 따로 분류되지 아니하는 것에 한함)	
	1901.20		제1905호의 베이커리제품제조용 혼합물 및 가루반죽	
	1901.20.1000		쌀가루의 것	
	1901.20.2000		보리가루의 것	
	1901.20.9000		기타	
농림축산물 품목분류 (AG) ⁴⁾	141		빵류제조용	
	141.02		베이커리 반죽	
	141.02.0003		베이커리 제조용 혼합물 및 가루 반죽(쌀가루, 보리가루의 것 이외 기타)	
한국생산물분류 (KCPC) ⁵⁾	23		곡물가공품, 전분 및 전분제품; 기타식품	
	231		곡물가공품	
	2317		베이커리 제품의 제조용 혼합물 및 가루반죽	
	23170		베이커리 제품의 제조용 혼합물 및 가루반죽	

1) 색인어는 산업분류판단의 보조 자료로만 활용함

2) 통계청(www.kostat.go.kr)

3) HS코드 품목분류(www.hscode.co.kr)

4) 농림축산물 품목분류 코드집, 농림축산식품부

5) 한국생산물분류, 통계청

제 2 절 프리믹스의 유형

1. 식품공전에 따른 유형

- 식품의약품안전처의 「식품공전」에 의하면 프리믹스는 ‘제 4. 규격 외 일반가공식품의 기준 및 규격’의 8가지 가공품 중에서 곡류가공품, 전분가공품, 당류가공품, 기타가공품에 포함되는 것으로 분류됨
- ‘제 5. 식품별 기준 및 규격’에 해당되지 아니한 식품은 ‘제 4. 규격 외 일반가공식품의 기준 및 규격’으로 구분할 수 있음. 다만, 해당 식품의 정의, 제조, 가공기준, 주원료, 성상, 제품명 및 용도 등이 ‘제 5. 식품별 기준 및 규격’에서 정하여진 식품에 해당되는 것으로 개별 기준 및 규격에 부적합한 제품은 제외함

[표 2-2] 규격 외 일반가공식품의 기준 및 규격의 유형

구분	유형	정의
규격 외 일반가공식품	곡류가공품	곡류를 주원료로 하여 가공한 것을 말함
	전분가공품	전분을 주원료로 하여 가공한 것을 말함
	당류가공품	당류를 주원료로 하여 가공한 것을 말함
	두류가공품	두류를 주원료로 하여 가공한 것을 말함
	서류가공품	서류를 주원료로 하여 가공한 것을 말함
	식용유지가공품	식용유지를 주원료(다만, 압착한 참기름, 압착한 들기름은 제외함)로 하여 가공한 것을 말함
	수산물가공품	수산물을 주원료로 하여 가공한 것을 말함
	기타가공품	곡류/전분/당류/두류/서류/식용유지/수산물 가공품에 해당하지 않는 가공식품을 말함

※ 식품공전, 식품의약품안전처

2. 시장기준에 따른 유형

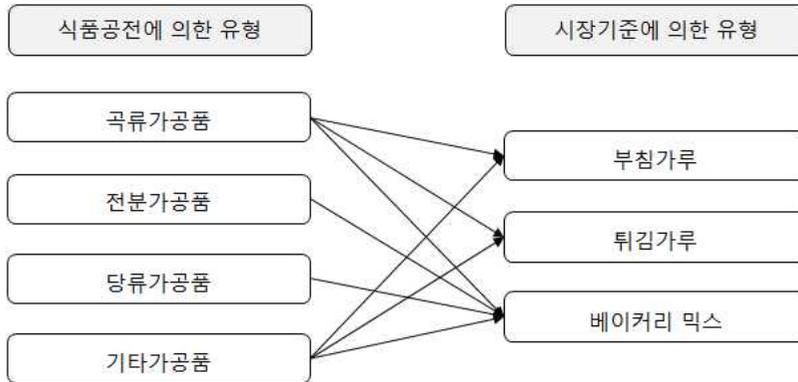
- 프리믹스를 세분 시장 기준에 따라 분류하면 부침가루와 튀김가루 그리고 베이커리 믹스로 나눌 수 있음(그림 2-2)
- 다시 베이커리 믹스는 호떡 믹스, 핫케이크 믹스 그리고 머핀 믹스나 쿠키 믹스 등을 포함하는 오븐류 믹스와 브라우니 믹스, 아이스크림 믹스 등을 포함하는 디저트류 믹스로 구분할 수 있음

[그림 2-2] 프리믹스의 세분 시장 유형



- 생산 측면에서 구분되는 식품공전에 의한 유형과 소비 시장 측면에서 구분되는 시장기준에 의한 유형의 연관성을 살펴보면, 다음의 그림과 같음(그림 2-3)
- 일반적으로 식품공전에 의한 유형인 곡류가공품과 기타가공품은 부침가루, 튀김가루, 베이커리 믹스를 전부 포함하고 있는 유형임
- 반면에 전분가공품과 당류가공품은 베이커리 믹스에 해당하고, 특히 전분가공품은 베이커리 믹스 중 깨찰빵 믹스와 찹쌀 미니볼 도넛 믹스에 해당함

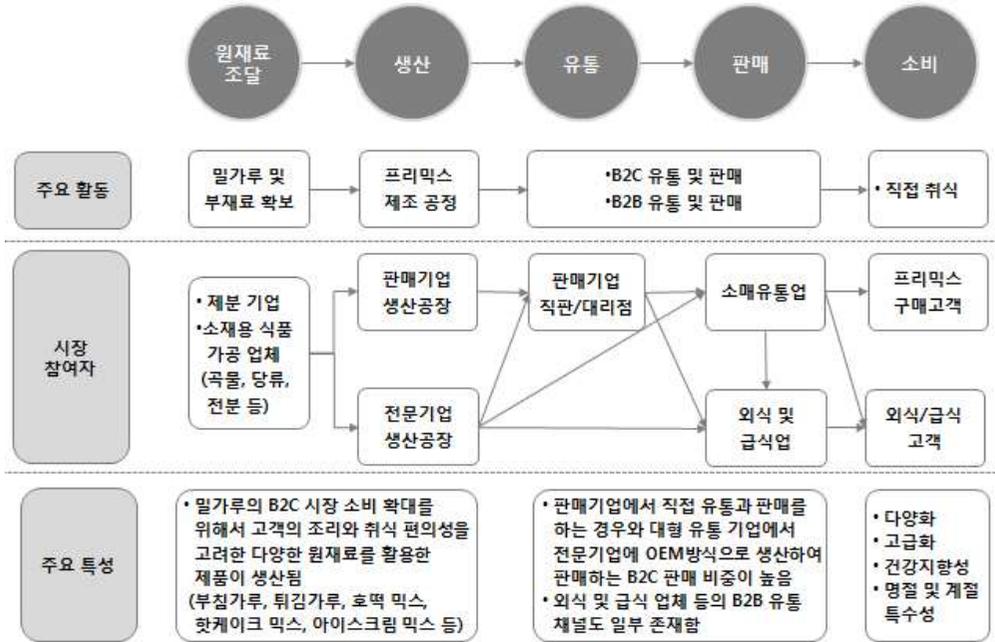
[그림 2-3] 프리믹스 유형 간의 연관성



제 3 절 프리믹스의 생산 · 유통 · 소비 흐름

- 프리믹스의 가치 체인(value chain)의 흐름은 크게 원재료 조달, 생산, 유통, 판매, 그리고 소비로 구분 할 수 있음
 - 프리믹스의 원료는 주로 밀가루, 쌀가루, 찹쌀가루, 전분, 설탕 등의 원료가 소비됨에 따라서 국내 식품의 원재료 가공 산업 발전에 기여할 수 있음
 - 대부분의 프리믹스 생산은 밀가루를 생산하는 기업과 식품 소재 전문 기업에서 생산되고 있으며, 판매 기업에서 직접 생산 공장을 운영하는 경우와 전문기업에서 다양한 판매 채널의 OEM 제품을 생산하는 경우로 나누어 볼 수 있음
 - 생산된 프리믹스는 판매 기업이 직접 대형할인점, 백화점, 편의점, 일부 SSM과 거래 협상을 통해 물류창고나 판매매장으로 직접 배송하거나, 대리점을 통해 일부 중·소형 판매 채널로 배송하는 유통 시스템을 갖추고 있음. 또한 일부는 온라인 채널을 통한 판매가 이뤄지고 있는 품목임
 - 뿐만 아니라, 외식업체와 급식업체에도 본사 직판 및 대리점을 통해 프리믹스를 배송하는 B2B 시장이 존재함
 - 결국, 최종 소비자는 소매 유통 채널에서 프리믹스를 직접 구매하여 간편하게 조리하여 가정 내에서 취식할 수 있으며, 튀김 가루와 부침가루인 경우에는 일부 외식이나 급식 서비스를 통해서도 위 품목이 이용된 음식을 섭취하고 있음
 - 특히 프리믹스 중 튀김 가루와 부침 가루는 명절 때 차례상에 올리는 음식을 하기 위한 재료로 쓰이는 명절 특수 가공 식품이며, 호떡 믹스는 날씨가 추워지기 시작하는 10월부터 소비가 증가하는 계절적 특수가 있는 세부 품목임
 - 또한 소비자의 다양하고 고급화된 니즈에 맞춰 시장 참여 기업들이 새로운 컨셉의 신제품을 지속적으로 출시하고 있으며, 특히 여름철 프리믹스 소비를 촉진시키기 위하여 아이스크림 믹스, 무스 믹스 등 디저트 믹스의 출시가 이뤄지고 있음
 - 또한 건강 지향적 트렌드에 맞춰, 프리믹스의 주요 소재도 쌀가루, 국산밀, 국산 흑미와 국산 검은깨 등 주재료의 다변화가 이뤄지고 있으며, 더불어 첨가물에 있어서도 자연재료의 활용이 많아지고 있음

[그림 2-4] 프리믹스의 생산·유통·소비 흐름



제 3 장

프리믹스의 생산 현황

제1절 프리믹스의 가공기준 및 제조공정

제2절 프리믹스의 생산 실적

제3절 프리믹스의 주요 제조사 현황

제4절 생산 현황 요약 및 시사점

제 1 절 프리믹스의 가공기준 및 제조공정

1. 프리믹스의 가공 기준 및 성분규격

- 프리믹스는 곡물가공품, 전분가공품, 당류가공품, 기타가공품의 규격을 따르며, 이들 각각은 개별적인 규격이 따로 없이 ‘제 4. 규격 외 일반가공식품의 기준 및 규격’에 포함되어 있고 그 내용은 아래와 같음

[표 3-1] 프리믹스의 가공 기준 및 성분 규격

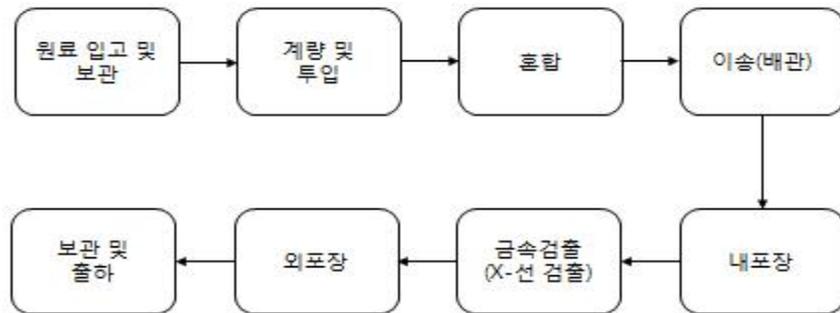
규격
1) 성상 : 적합하여야 함
2) 이물 : 적합하여야 함
3) 산가
(1) 식용유지가공품 : 3.0 이하
(2) 참깨분 및 대두분 : 4.0 이하
(3) 식용번데기 가공품 또는 유탕·유처리식품 : 5.0 이하
4) 과산화물가 : 60 이하(식용번데기 가공품 또는 유탕·유처리식품에 한함)
5) 중금속(mg/kg) : 10 이하(식용유지가공품 또는 당류가공품에 한함)
6) 대장균군 : 음성이어야 함(살균제품에 한함)
7) 세균수 : 음성이어야 함(멸균제품에 한함)
8) 타르색소, 합성보존료, 산화방지제는 식품첨가물공전에 사용기준이 정하여진 식품에 한하여 검사하며 중요성에 따라 선별 적용할 수 있음

* 식품공전, 식품의약품안전처

2. 프리믹스의 제조과정

- 프리믹스의 제조 과정은 기업별로 다소 차이가 있겠지만, 일반적인 제조과정은 다음과 같이 원료 입고 및 보관, 계량 및 투입(자석봉), 혼합, 이송(배관), 내포장, 금속검출(X-선 검출), 외포장, 보관 및 출하의 단계를 거침

[그림 3-1] 프리믹스 제조과정



※ 한국식품안전관리인증원, 식품의약품안전처

제 2 절 프리믹스의 생산 실적²⁾

1. 규격 외 일반가공식품의 유형별 비중

- 프리믹스가 포함된 곡류가공품, 당류가공품, 전분가공품, 기타가공품의 상위 개념인 규격 외 일반가공식품의 생산량을 살펴보면, 2008년 이후 증가하다 2010년을 기점으로 다소 하락하여 2011년 약 127만 톤을 보임
- 규격 외 일반가공식품의 2011년 생산량을 기준으로 기타가공품이 차지하는 비중은 31.5%, 곡류가공품은 27.8%, 당류가공품은 6.7%, 전분가공품은 2.5%로 나타남

[표 3-2] 규격 외 일반가공식품의 유형별 비중

품목 유형	생산량(톤)			
	2008년	2009년	2010년	2011년
기타가공품	383,272 (33.4%)	373,299 (30.5%)	408,244 (31.3%)	400,023 (31.5%)
곡류가공품	297,615 (25.9%)	345,405 (28.2%)	375,561 (28.8%)	353,121 (27.8%)
수산물가공품	282,353 (24.6%)	335,558 (27.4%)	334,105 (25.7%)	324,916 (25.6%)
당류가공품	133,327 (11.6%)	109,347 (8.9%)	97,346 (7.5%)	85,739 (6.7%)
두류가공품	41,598 (3.6%)	28,238 (2.3%)	38,132 (2.9%)	34,691 (2.7%)
식용유지가공품	1,453 (0.1%)	3,170 (0.3%)	13,286 (1.0%)	32,378 (2.5%)
전분가공품	1,344 (0.1%)	22,125 (1.8%)	27,084 (2.1%)	31,202 (2.5%)
서류가공품	6,586 (0.6%)	7,579 (0.6%)	8,478 (0.7%)	8,627 (0.7%)
합계	1,147,548	1,224,721	1,302,235	1,270,700

※ 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) ()의 값은 규격 외 일반가공식품에서 해당 품목이 차지하는 비중

2) 프리믹스는 시장에서 통용되는 품목군으로 생산 실적을 별도로 집계하고 있지 않음. 따라서 생산 실적은 프리믹스가 포함되어 있는 곡류가공품, 전분가공품, 당류가공품, 기타가공품의 생산 현황을 파악함

- 프리믹스가 포함된 곡류가공품, 당류가공품, 전분가공품, 기타가공품의 상위 개념인 규격 외 일반가공식품의 생산액을 살펴보면, 2008년 이후 계속 증가하고 있으며, 2011년은 전년대비 15.1% 증가한 약 3조 5,944억 원임
- 규격 외 일반가공식품의 2011년 생산액을 기준으로 기타가공품이 차지하는 비중은 31.1%, 곡류가공품은 12.0%, 당류가공품은 3.0%, 전분가공품은 1.5%임

[표 3-3] 규격 외 일반가공식품의 유형별 비중

품목 유형	생산액(천원)			
	2008년	2009년	2010년	2011년
수산물가공품	1,175,015,397 (46.6%)	1,437,137,977 (49.7%)	1,598,950,175 (51.2%)	1,761,352,964 (49.0%)
기타가공품	825,085,345 (32.7%)	856,739,735 (29.7%)	883,193,136 (28.3%)	1,118,462,850 (31.1%)
곡류가공품	364,431,861 (14.5%)	418,112,871 (14.5%)	404,153,432 (12.9%)	432,775,967 (12.0%)
당류가공품	86,512,335 (3.4%)	73,413,872 (2.5%)	102,475,583 (3.3%)	107,731,782 (3.0%)
두류가공품	49,209,824 (2.0%)	41,920,527 (1.5%)	54,331,904 (1.7%)	57,840,780 (1.6%)
전분가공품	2,449,766 (0.1%)	35,750,005 (1.2%)	43,283,294 (1.4%)	55,658,453 (1.5%)
식용유지가공품	2,722,355 (0.1%)	6,640,770 (0.2%)	15,875,382 (0.5%)	38,013,835 (1.1%)
서류가공품	16,439,166 (0.7%)	19,485,863 (0.7%)	20,240,858 (0.6%)	22,602,172 (0.6%)
합계	2,521,866,049	2,889,201,620	3,122,503,764	3,594,438,803

* 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) ()의 값은 규격 외 일반가공식품에서 해당 품목이 차지하는 비중

- 2011년 규격외 일반가공식품 출하액 기준 상위 20개 기업 중에서 프리믹스를 생산하는 주요 업체로는 CJ제일제당, 대한제분, 삼양밀맥스 등이 있음

[표 3-4] 2011년 규격외 일반가공식품 출하액 기준 상위 20개 기업

순위	업체명	출하액(천원)
1	(주)동원에프앤비	144,377,185
2	씨제이제일제당(주)*	116,104,339
3	태경농산(주)	101,824,830
4	사조산업(주)	74,438,009
5	주식회사 오뚜기	50,049,161
6	유성물산교역(주)	40,420,029
7	우일수산(주)	39,558,076
8	천일식품(주)	28,367,368
9	사조씨푸드(주)	28,066,254
10	(유)콘프로덕츠코리아	27,186,600
11	(주)파리크라상	26,817,843
12	(주)한국인삼공사	25,603,791
13	동일곡산주식회사	25,138,657
14	오뚜기SF(주)	23,388,763
15	(주)대한제분*	23,310,889
16	(주)삼양제넥스	22,633,798
17	수산업협동조합중앙회	21,996,298
18	주식회사 삼양밀맥스*	21,757,719
19	동원산업(주)	21,308,683
20	주식회사 조흥	16,833,560

※ 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) *은 프리믹스를 생산하는 주요 업체임

2. 규격 외 일반가공식품 유형별 생산 실적³⁾

가. 곡류가공품의 생산 실적

- 곡류가공품은 곡류를 주원료로 하여 가공한 것으로 프리믹스 중에서는 주로 부침가루나 튀김가루 등이 이에 해당함
- 곡류가공품의 생산량은 2008년부터 지속적으로 증가하여 2010년 약 38만 톤으로 가장 많이 생산되었으나 2011년 약 35만 톤으로 전년대비 6% 가량 감소함
 - 2010년 생산량이 증가한데 반해 생산액은 약 4,042억 원으로 줄었으며, 2011년에는 약 4,328억 원으로 2008년 대비 1.2배 증가함. 생산단가는 톤당 약 120만 원대를 유지하고 있으나 2010년에는 100만 원대로 떨어졌음
- 출하량은 2008년도 약 24만 톤에서 2010년 약 36만 톤으로 가장 많이 출하되었으며, 2011년에는 약 33만 톤을 출하함
 - 출하액은 2008년부터 계속 증가하여 2011년 약 4,718억 원을 보임. 출하단가는 톤당 140만 원대 내외를 유지하고 있음

[표 3-5] 곡류가공품의 생산 실적

구분	2008년	2009년	2010년	2011년
생산량(톤)	297,615	345,405	375,561	353,121
생산액(천원)	364,431,861	418,112,871	404,153,432	432,775,967
생산단가(천원/톤)	1,225	1,211	1,076	1,226
출하량(톤)	240,481	300,422	355,342	329,993
출하액(천원)	330,839,392	419,835,170	470,338,548	471,789,514
출하단가(천원/톤)	1,376	1,397	1,324	1,430

※ 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

3) 프리믹스는 시장에서 통용되는 품목군으로 생산 실적을 별도로 집계하고 있지 않음. 따라서 생산 실적은 프리믹스가 포함되어 있는 곡류가공품, 전분가공품, 당류가공품, 기타가공품의 생산 현황을 파악함

- 2011년 기준 지역별로 곡류가공품의 생산 실적을 살펴보면 경기, 인천, 충북 순으로 생산량과 생산액이 높은 것으로 나타남
- 생산량 기준으로 경기와 인천, 경남의 세 지역에서 생산되는 곡류가공품의 생산량은 243,433톤으로 전체의 68.9% 비중을 차지함
 - 한편, 생산액 기준으로는 경기와 인천, 충북의 세 지역에서 생산되는 곡류가공품의 생산액이 약 2,644억 원으로 전체의 61.1% 비중을 차지함

[표 3-6] 2011년 지역별 곡류가공품 생산 실적

구분	생산량 (톤)	생산액 (천원)	생산량 비중 (%)	생산액 비중 (%)	생산단가 (천원/톤)
서울	17,182	19,644,334	4.9	4.5	1,143
부산	2,408	5,292,109	0.7	0.2	2,198
대구	818	2,002,934	0.2	0.5	2,449
인천	69,358	80,369,890	19.6	18.6	1,159
광주	88	367,093	-	0.1	4,172
대전	416	461,583	0.1	0.1	1,110
울산	16,457	8,710,000	4.7	2.0	529
강원	4,863	15,094,563	1.4	3.5	3,104
경기	133,538	123,708,377	37.8	28.6	926
충북	32,893	60,323,267	9.3	13.9	1,834
충남	19,572	28,300,191	5.5	6.5	1,446
전북	4,098	11,688,075	1.2	2.7	2,852
전남	6,452	13,400,884	1.8	3.1	2,077
경북	4,232	8,638,671	1.2	2.0	2,041
경남	40,537	53,968,520	11.5	12.5	1,331
제주	209	805,476	0.1	0.2	3,854
합계	353,121	432,775,967	100.0	100.0	1,226 ¹⁾

※ 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 생산단가의 합계는 전체 지역의 평균 단가를 나타냄

나. 전분가공품의 생산 실적

- 전분가공품은 전분을 주원료로 하여 가공한 것으로 프리믹스 중에서는 깨찰빵 믹스와 찹쌀 미니볼 도넛 믹스가 이에 해당함
- 전분가공품의 2009년 생산액은 2008년 대비 15배 상승한 약 360억 원을 보였으며, 이후에도 매년 증가 하고 있음. 전분가공품의 생산단가는 2008년 톤당 약 182만원 이후 160만원 이하로 감소하다가 2011년 약 178만 원으로 다시 회복하고 있음
- 출하량 역시 2009년부터 크게 상승했으며, 2011년 약 3만 톤으로 최근 4개년 중 가장 높은 수치임. 출하액은 2008년 약 24억 원에서 2011년 648억 원으로 약 28배 증가함. 출하단가 또한 꾸준히 상승하여 2011년 톤당 약 216만원을 보임

[표 3-7] 전분가공품의 생산실적

구분	2008년	2009년	2010년	2011년
생산량(톤)	1,344	22,125	27,084	31,202
생산액(천원)	2,449,766	35,750,005	43,283,294	55,658,453
생산단가(천원/톤)	1,823	1,616	1,598	1,784
출하량(톤)	1,261	21,200	25,737	29,957
출하액(천원)	2,351,126	40,229,819	51,181,749	64,780,212
출하단가(천원/톤)	1,864	1,898	1,989	2,162

※ 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 2011년 기준 지역별로 전분가공품의 생산 실적을 살펴보면 경기, 충남, 경남 순으로 생산량과 생산액이 높은 것으로 나타남
 - 경기지역에서 생산되는 전분가공품의 비중은 생산량 기준 53.8%, 생산액 기준 56.9%로 높은 비중을 차지함
 - 전남지역의 생산비중은 전체의 0.1%밖에 되지 않지만, 생산단가가 톤당 약 867만원으로 전체 지역 생산단가의 평균인 약 178만 원에 비해 5배 가량 높게 나타남에 따라, 고부가가치 품목이 많이 생산됨을 알 수 있음

[표 3-8] 2011년 지역별 전분가공품 생산 실적

구분	생산량 (톤)	생산액 (천원)	생산량 비중 (%)	생산액 비중 (%)	생산단가 (천원/톤)
서울	407	651,647	1.3	1.2	1,601
부산	1,124	2,459,064	3.6	4.4	2,188
대구	74	112,446	0.2	0.2	1,520
인천	2,137	4,085,674	6.8	7.3	1,912
강원	293	770,880	0.9	1.4	2,631
경기	16,780	31,643,729	53.8	56.9	1,886
충북	281	589,100	0.9	1.1	2,096
충남	6,074	7,745,605	19.5	13.9	1,275
전북	48	190,518	0.2	0.3	3,969
전남	18	156,522	0.1	0.3	8,696
경북	286	537,096	0.9	1.0	1,878
경남	3,613	6,609,638	11.6	11.9	1,829
제주	68	106,534	0.2	0.2	1,567
합계	31,202	55,658,453	100.0	100.0	1,784 ¹⁾

※ 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 생산단가의 합계는 전체 지역의 평균 단가를 나타냄

다. 당류가공품의 생산 실적

- 당류가공품은 당류를 주원료로 하여 가공한 것으로 프리믹스에서는 젤리나 젤라또, 마카롱 등의 기타 믹스 중 일부가 이곳에 해당함
- 생산량은 2008년 약 13만 톤에서 차츰 감소하여 2011년 약 8만 6천 톤으로 나타남. 반면 생산액은 2009년을 제외하고는 증가 추세이며, 2011년 약 1,077억 원을 기록함. 생산단가는 계속 상승하여 2011년 톤당 약 126만 원을 나타냄
- 출하량은 계속 하락하였지만 출하액은 등락을 반복하고 있으며, 2010년에는 약 907억 원으로 전년대비 2배 이상 증가함. 출하단가는 2008년, 2009년도는 톤당 약 80만 원 미만이었고, 2010년에는 톤당 약 260만 원 이상으로 크게 상승함

[표 3-9] 당류가공품의 생산 실적

구분	2008년	2009년	2010년	2011년
생산량(톤)	133,327	109,347	97,346	85,739
생산액(천원)	86,512,335	73,413,872	102,475,583	107,731,782
생산단가(천원/톤)	649	671	1,053	1,257
출하량(톤)	79,133	50,737	34,853	24,393
출하액(천원)	59,982,539	40,220,040	90,743,044	56,462,326
출하단가(천원/톤)	758	793	2,604	2,315

※ 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 2011년 기준 지역별로 당류가공품의 생산 실적을 살펴보면 울산, 경기 순으로 생산량과 생산액이 높은 것으로 나타남
 - 울산지역에서 생산되는 당류가공품의 비중은 생산량은 70.3%, 생산액은 54.7%로 높게 나타남
 - 제주도는 생산단가가 톤당 1,355만 원으로 가장 낮은 인천 대비 15배나 높은 단가를 보임

[표 3-10] 2011년 지역별 당류가공품 생산 실적

구분	생산량 (톤)	생산액 (천원)	생산량 비중 (%)	생산액 비중 (%)	생산단가 (천원/톤)
서울	1,045	1,196,061	1.2	1.1	1,145
부산	137	206,758	0.2	0.2	1,509
대구	1,210	2,463,511	1.4	2.3	2,036
인천	6,468	5,840,392	7.5	5.4	903
광주	354	606,507	0.4	0.6	1,713
대전	0	4,880	-	-	-
울산	60,293	58,945,631	70.3	54.7	978
강원	18	77,981	0.0	0.1	4,332
경기	8,793	18,818,854	10.3	17.5	2,140
충북	2,221	5,934,322	2.6	5.5	2,672
충남	2,415	7,985,517	2.8	7.4	3,307
전북	1,276	2,212,753	1.5	2.1	1,734
전남	14	94,000	-	0.1	6,714
경북	217	220,172	0.3	0.2	1,015
경남	1,271	3,043,117	1.5	2.8	2,394
제주	6	81,326	-	0.1	13,554
소계	85,739	107,731,782	100.0	100.0	1,257 ¹⁾

※ 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 생산단가의 합계는 전체 지역의 평균 단가를 나타냄

라. 기타가공품의 생산 실적

- 기타가공품은 제조사별로 조금씩 다르지만 부침가루, 튀김가루, 베이커리 믹스 등 모든 유형들이 다 속해 있는 품목군임
- 기타가공품의 생산량은 등락이 있으나 약 40만 톤 내외를 유지하고 있고 생산액은 계속 상승하는 추세이며, 2011년 1조 1,185억 원으로 전년대비 약 27% 증가함. 생산단가는 2008년부터 톤당 약 220만 원대에서 2011년 약 280만 원으로 상승함
- 출하량은 2009년 약 52만 톤으로 전년대비 2배 이상 상승했지만, 다시 2010년 감소하여 약 23만 톤을 출하함. 출하액은 등락이 있지만 상승 추세이며, 2011년 1조 152억 원을 나타냄. 출하단가는 2009년에 톤당 160여만 원으로 하락했으나 2010년 다시 300만 원대를 회복하고 2011년에는 약 415만원으로 나타남

[표 3-11] 기타가공품의 생산 실적

구분	2008년	2009년	2010년	2011년
생산량(톤)	383,272	373,299	408,244	400,023
생산액(천원)	825,085,345	856,739,735	883,193,136	1,118,462,850
생산단가(천원/톤)	2,153	2,295	2,163	2,796
출하량(톤)	249,837	516,198	230,093	244,838
출하액(천원)	771,623,927	833,945,887	819,180,947	1,015,174,530
출하단가(천원/톤)	3,089	1,616	3,560	4,146

※ 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 2011년 기준 지역별로 기타가공품의 생산 실적을 살펴보면 생산량 기준으로는 경기, 충남, 경남 순이고 생산액 기준으로는 경기, 충북, 충남 순임
- 경기, 충남, 경남지역에서 생산되는 기타가공품의 생산량 비중은 62.8%임
- 생산단가가 가장 높은 곳은 대구가 톤당 약 750만원으로 가장 낮은 울산(톤당 약 108만원) 대비 7배 정도 높음

[표 3-12] 2011년 지역별 기타가공품 생산 실적

구분	생산량 (톤)	생산액 (천원)	생산량 비중 (%)	생산액 비중 (%)	생산단가 (천원/톤)
서울	7,960	29,418,352	2.0	2.6	3,696
부산	24,240	36,268,217	6.1	3.2	1,496
대구	7,910	59,463,308	2.0	5.3	7,517
인천	12,240	40,058,020	3.1	3.6	3,273
광주	7,213	11,497,011	1.8	1.0	1,594
대전	3,515	5,197,043	0.9	0.5	1,479
울산	1,295	1,402,235	0.3	0.1	1,083
강원	5,076	21,974,507	1.3	2.0	4,329
경기	93,198	348,883,755	23.3	31.2	3,743
충북	67,401	184,604,480	16.8	16.5	2,739
충남	87,056	183,636,203	21.8	16.4	2,109
전북	3,197	17,970,757	0.8	1.6	5,621
전남	2,920	20,580,740	0.7	1.8	7,048
경북	5,490	23,039,224	1.4	2.1	4,197
경남	70,865	131,567,105	17.7	11.8	1,857
제주	449	2,901,893	0.1	0.3	6,463
소계	400,023	1,118,462,850	100.0	100.0	2,796 ¹⁾

※ 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

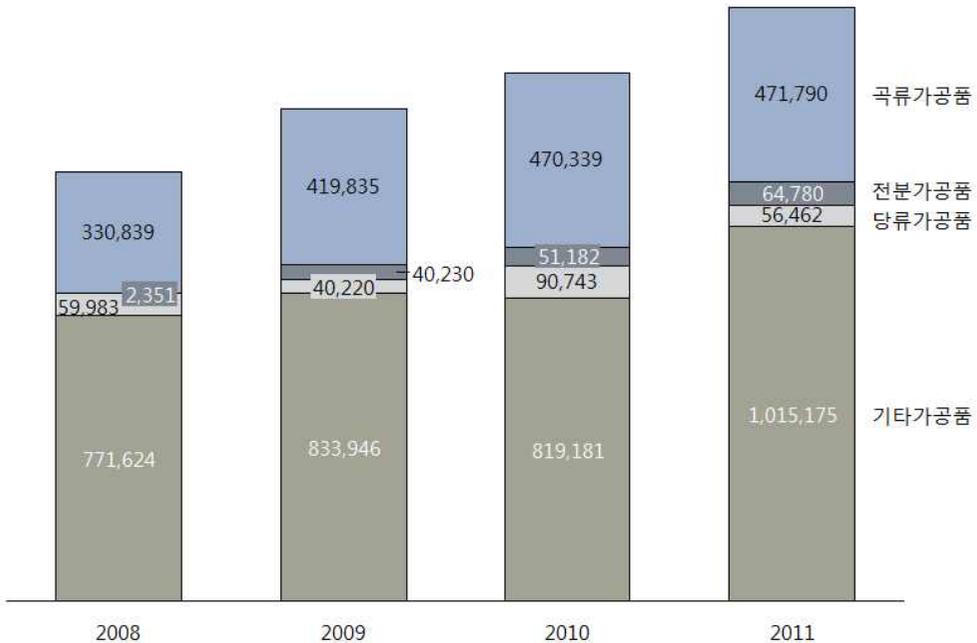
1) 생산단가의 합계는 전체 지역의 평균 단가를 나타냄

마. 규격 외 일반가공식품 품목 유형별 출하액 추이

- 규격 외 일반가공식품 품목 유형별 출하액 추이를 살펴보면, 당류 가공품은 등락을 반복하고 있고 다른 품목은 지속적으로 늘고 있는 추세임
- 2010년 대비 2011년의 출하액 변화를 살펴보면, 기타가공품과 전분가공품의 성장률은 각각 23.9%, 26.6%로 높았고 곡류가공품은 0.3% 성장해 전년과 비슷한 수준을 보인 반면 당류가공품은 성장률이 37.8% 감소함

[그림 3-2] 규격 외 일반가공식품 품목 유형별 출하액 추이

(단위 : 백만원)



* 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

3. 프리믹스의 출하 실적

- 프리믹스의 출하량은 2009년 이래로 지속적으로 증가하였고, 2012년에는 전년 대비 3% 증가한 약 22만 톤을 출하함
- 곡류·전분·당류·기타 가공품의 출하량 합계와 비교해 보면, 프리믹스의 출하량 비중은 2011년 기준으로 34%를 차지하고 있으며, 2009년 이후 꾸준히 증가하는 추세를 보임

[표 3-13] 프리믹스 출하 실적

구분	2009년	2010년	2011년	2012년
프리믹스 출하량(톤)	183,722	208,085	214,026	220,499
곡류/전분/당류/기타 가공품 출하량(톤)	888,557	646,025	629,181	-
프리믹스 출하 비중(%)	21%	32%	34%	-

※ 광업제조업동향조사, 통계청

- 1) 프리믹스 출하 비중은 곡류/전분/당류/기타 가공품의 출하량 합계에 대한 프리믹스 출하량의 비율을 말함

4. 프리믹스의 수출입 실적

가. 규격 외 일반가공식품의 수출입 실적⁴⁾

- 곡류가공품의 수출입 실적을 보면 2011년을 기준으로 수입량과 수입액이 수출량과 수출액에 비해 8배 이상 많아 수입이 더 활발함을 알 수 있음
 - 곡류가공품의 수출량과 수출액은 2009년부터 등락을 반복하고 있으며, 2011년 기준으로 수출량은 약 1만 1천 톤, 수출액은 약 1,058만 달러로 나타남. 수출단가는 2011년 톤당 1,000달러로 최근 3개년 동안 가장 높은 수치임
 - 수입량과 수입액은 2009년 이래로 꾸준히 증가하고 있으며, 2011년 기준으로 수입량은 약 8만 6천톤, 수입액은 약 8,866만 달러이고 수입단가는 톤당 1,032달러를 나타냄

[표 3-14] 곡류가공품의 수출입 실적

구분		2009년	2010년	2011년
수출 ¹⁾	수출량(톤)	10,607	13,963	10,583
	수출액(달러)	9,476,654	13,525,903	10,578,752
	수출단가(달러/톤)	893	969	1,000
수입 ²⁾	수입량(톤)	75,245	87,700	85,933
	수입액(달러)	70,273,071	83,332,721	88,664,596
	수입단가(달러/톤)	934	950	1,032

1) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

2) 수입식품등 검사연보, 식품의약품안전처

- 전분가공품은 수출량이 2010년 약 16톤, 2011년 약 26톤으로 많지 않으며, 2011년 수입량이 약 9,691톤으로 수입이 훨씬 많이 이루어지고 있음
 - 수출액은 2011년 약 7만 2천 달러로 전년대비 72.3% 상승하였고 수출단가 또한 6.1% 상승한 톤당 2,768달러를 보임
 - 2011년 수출액은 상승한 반면 수입량은 50% 감소한 9,691톤을 수입하였고 수입액도 36.7% 감소한 약 1,311만 달러를 보임

4) 프리믹스는 수출입 실적 집계를 별도의 품목군으로 시행하고 있지 않음에 따라서 규격 외 일반 가공식품의 품목별로 수출입 실적을 살펴봄

[표 3-15] 전분가공품의 수출입 실적

구분		2009년	2010년	2011년
수출 ¹⁾	수출량(톤)	5	16	26
	수출액(달러)	49,954	41,763	71,969
	수출단가(달러/톤)	9,991	2,610	2,768
수입 ²⁾	수입량(톤)	22,922	19,366	9,691
	수입액(달러)	20,374,220	20,715,149	13,111,298
	수입단가(달러/톤)	889	1,070	1,353

1) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

2) 수입식품등 검사연보, 식품의약품안전처

- 당류가공품은 수출보다 수입이 많이 이루어지지만 2011년 수입량이 감소하며 무역수지가 좁혀졌음
 - 당류가공품의 수출량은 최근 3개년 간 모두 5만 톤을 상회하는 수준이며, 2011년 약 5만 5천 톤을 보임. 수출액은 계속 증가하여 2011년 약 5,860만 달러를 나타냈고, 수출단가는 톤당 1,060달러를 기록함
 - 수입량은 오르락 내리락을 반복하고 있으며, 2011년 43.6% 감소한 약 9만 6천 톤을 기록했음. 수입액은 약 9,102만 달러를 나타내었고 수입단가는 꾸준히 증가하여 2011년 톤당 947달러를 기록함

[표 3-16] 당류가공품의 수출입 실적

구분		2009년	2010년	2011년
수출 ¹⁾	수출량(톤)	54,686	58,615	55,282
	수출액(달러)	39,294,603	51,179,260	58,599,335
	수출단가(달러/톤)	719	873	1,060
수입 ²⁾	수입량(톤)	146,538	170,384	96,138
	수입액(달러)	79,550,998	108,536,363	91,024,493
	수입단가(달러/톤)	543	637	947

1) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

2) 수입식품등 검사연보, 식품의약품안전처

- 기타가공품은 2011년 기준 수출량이 수입량보다 1.5배 많지만 수입액이 수출액보다 2.1배 높아 단가가 높은 수입품목이 많은 것을 알 수 있음
 - 기타가공품의 수출량은 2009년 이후로 상승 추세이며, 2011년 약 7만 1천 톤으로 나타났고 수출액 역시 계속 상승하여 2011년 약 9,150만 달러를 기록함. 수출단가는 2010년 이후 톤당 1,200달러 선을 상회하고 있음
 - 2011년 수입량은 2009년 대비 30.9% 하락한 약 4만 7천 톤을 기록하였고 수입액은 2011년 전년대비 17.7% 상승한 약 1억 9,131만 달러를 보임. 수입단가는 꾸준히 상승하여 2011년 4,108달러를 나타냄

[표 3-17] 기타가공품의 수출입 실적

구분		2009년	2010년	2011년
수출 ¹⁾	수출량(톤)	65,972	65,550	71,488
	수출액(달러)	68,158,686	80,357,402	91,496,416
	수출단가(달러/톤)	1,033	1,226	1,280
수입 ²⁾	수입량(톤)	67,398	43,913	46,565
	수입액(달러)	165,853,239	162,575,155	191,307,374
	수입단가(달러/톤)	2,461	3,702	4,108

1) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

2) 수입식품등 검사연보, 식품의약품안전처

나. 프리믹스 수출 실적

- 프리믹스의 수출량은 2009년 이래로 지속적으로 증가하였고, 2012년에는 전년도와 비슷한 약 8만 톤을 수출함
- 곡류·전분·당류·기타 가공품의 수출량 합계와 비교해 보면, 프리믹스의 수출량 비중은 2011년 기준으로 58%를 차지하고 있으며, 2009년 이후 꾸준히 증가하는 추세를 보임

[표 3-18] 프리믹스 수출 실적

구분	2009년	2010년	2011년	2012년
프리믹스 수출량(톤)	67,543	72,794	79,939	80,119
곡류/전분/당류/기타 가공품 수출량(톤)	131,270	138,144	137,379	-
프리믹스 수출 비중(%)	51%	53%	58%	-

※ 광업제조업동향조사, 통계청

1) 프리믹스 수출 비중은 곡류/전분/당류/기타 가공품의 수출량 합계에 대한 프리믹스 수출량의 비율을 말함

다. 베이커리 제품제조용 혼합물 및 가루 반죽의 수출입 실적⁵⁾

- 관세코드의 분류에서 베이커리제품제조용 혼합물 및 가루 반죽의 기타(1901.20.9000) 분류에 프리믹스가 일부 포함되어 있으며, 그 실적은 다음과 같음
- 베이커리제품제조용 혼합물 및 가루 반죽 중 기타의 수출입 실적을 살펴보면 2012년 기준으로 수출물량이 수입물량에 비해 3배 많고 금액 기준으로는 수출액이 수입액보다 2배 가량 많아 수입보다 수출이 더 활발함을 알 수 있음
 - 2012년 기준 수입물량은 2000년 보다 약 2.5배 증가한 13,872톤을 기록했고, 수입액 또한 5배 가량 증가한 약 2,700만 달러를 기록하였음
 - 2012년 기준 수출물량은 2000년 대비 0.7배 감소한 40,294톤을 기록했으나 수출액은 1.5배 증가한 약 4,200만 달러를 기록함

5) 식품의약품안전처에서 발표한 수출입실적 외에, KATI의 HS코드를 기준으로 나온 수출입 실적도 프리믹스가 일정부분 포함됨

- 무역수지는 흑자를 기록하고 있으나 2004년 이후로 흑자폭은 감소 추세였고 2010년부터 다시 회복세를 보임

[표 3-19] 베이커리제품제조용 혼합물 및 가루 반죽-기타 수출입 실적

년도	수입			수출			무역수지 (천\$)
	물량 (톤)	금액 (천\$)	수입단가 (\$/kg)	물량 (톤)	금액 (천\$)	수출단가 (\$/kg)	
2000	5,661	5,848	1.0	56,978	28,470	0.5	22,623
2001	3,735	3,921	1.0	61,226	26,607	0.4	22,687
2002	4,513	4,791	1.1	68,273	29,657	0.4	24,866
2003	6,726	7,771	1.2	67,541	32,860	0.5	25,089
2004	7,683	9,571	1.2	64,657	34,127	0.5	24,556
2005	10,806	14,185	1.3	65,135	35,030	0.5	20,846
2006	12,615	17,003	1.3	64,188	35,029	0.5	18,027
2007	16,265	21,517	1.3	52,329	30,918	0.6	9,402
2008	18,214	34,104	1.9	44,039	36,238	0.8	2,134
2009	12,801	23,682	1.9	39,919	33,875	0.8	10,193
2010	14,247	27,628	1.9	42,216	35,800	0.8	8,171
2011	15,557	28,194	1.8	42,318	42,338	1.0	14,144
2012	13,872	27,253	2.0	40,294	42,333	1.1	15,080

※ KATI 농수산물식품 수출지원정보(www.kati.net)

1) HS코드 '베이커리제품제조용 혼합물 및 가루 반죽-기타(1901.20.9000)' 의 값임

제 3 절 프리믹스의 주요 제조사 현황

1. 프리믹스의 주요 제조사 특징

가. 생산 및 판매 병행 주요 제조사

- 생산과 판매를 병행하는 주요 제조사에는 CJ제일제당, 대상, 대한제분, 동아원, 삼조셀텍, 태평양물산, 대두식품, 브레드가든이 있음
- CJ제일제당은 자사생산을 하고 있으며, 1958년도에 제분 사업을 시작하였고 1977년부터 프리믹스 생산을 개시하였음
- 대상은 프리믹스를 자사생산 및 OEM 생산하며, 청정원과 청정원 리올 브랜드에서 프리믹스를 판매하고 있고 떡 믹스와 쌀가루로 만든 믹스 제품으로 차별화를 두고 있음
- 대한제분은 제분 전문회사로 자사생산 및 판매를 하고 있으며, 홈플러스와 롯데마트에 PB상품으로도 공급하고 있음
- 동아원은 제분·사료 제조회사로 B2B시장을 중심으로 제면, 제빵, 제과 등의 업체에 식자재를 공급하고 있으며, 현재 B2C시장으로도 진출 중에 있음
- 삼조셀텍은 B2B시장을 중심으로 하는 조미식품 전문회사로 프리믹스, 소스, 드레싱 등을 업체에 공급하고 있음
- 태평양물산은 쌀가공식품 전문 브랜드인 햇방아를 보유하여 다양한 쌀가루 믹스를 출시하고 있으며, 대상에도 무스믹스를 공급하고 있음
- 대두식품은 식품소재전문기업으로 양곡 산업을 전문적으로 하며, 쌀가루 전문 브랜드인 햇쌀마루를 보유하고 있음
- 브레드가든은 홈베이킹 전문기업으로 베이킹 재료, 포장용품, 전문 소형가전 등을 판매하고 있으며, 자사생산으로 프리믹스 제품도 생산하고 있음. 2010년 국내에 브라우니 믹스를 처음 출시하였음

[표 3-20] 생산 및 판매 병행 주요 제조사 현황

제조사	판매사	내 용
CJ 제일제당	CJ 제일제당	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 2012년 소매시장 점유율 1위 ○ 주요 제품 : 백설 자연재료 부침가루, 백설 브라우니 믹스 등 ○ 주요 브랜드 : 백설 ○ 주요 공장 : 양산 공장, 영등포 공장 ○ 연도별 주요이슈 <ul style="list-style-type: none"> -1958. 04 제분 사업 시작 -1977. 07 프리믹스 생산 개시 -2005. 10 백설 스펀지 케익 믹스 출시 -2006. 11 백설 찹쌀호떡믹스 출시 -2008. 04 백설 우리밀 핫케익 믹스 출시 -2009. 11 우리밀 찹쌀호떡 출시 -2011. 07 백설 브라우니 믹스 출시 -2012. 11 백설 자일로스 찹쌀호떡믹스 출시 <li style="padding-left: 40px;">백설 소프트 브라우니 믹스 출시 -2012. 12 백설 자연재료 부침가루 출시
대상	대상	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 떡 믹스 보유 ○ 주요 제품 : 청정원 리올 메이플핫케익믹스, 인절미 믹스 등 ○ 주요 브랜드 : 청정원, 청정원 리올 ○ 주요 공장 : 오산 공장 ○ 연도별 주요이슈 <ul style="list-style-type: none"> -1996. 청정원 브랜드 출범 -2010. 리올 브랜드 론칭 및 프리믹스 8종 출시 -2011. 청정원 인절미 믹스 3종 출시 -2012. 청정원 무스 믹스 2종 출시 -2012. 청정원 찰떡 믹스 2종 출시
대한제분	대한제분/ 홈플러스/ 롯데마트	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 제분 전문 회사 ○ 주요 제품 : 곰표 부침가루, 곰표 도너츠 가루 등 ○ 주요 브랜드 : 곰표, 홈플러스 좋은 상품, 초이스엘 ○ 주요 공장 : 인천 공장 ○ 연도별 주요이슈 <ul style="list-style-type: none"> -1985. 국내최초 소맥분 BULK 수송시스템 확립 -1983. 프리믹스 제품 생산개시 -1986. 프리믹스 제품 일본수출 개시 -1998. 프리믹스 공장 신축
동아원	동아원/ 홈플러스	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 대용량 프리믹스, 일본 수출 ○ 주요 제품 : 맥선 벨기에 와플 믹스, 홈플러스 좋은 상품 부침가루 ○ 주요 브랜드 : 맥선, 홈플러스 좋은 상품 ○ 주요 공장 : 부산공장

제조사	판매사	내 용
		<ul style="list-style-type: none"> ○ 연도별 주요이슈 -1982. 11 프리믹스 공장 신설 -1983. 11 일본 소화산업 프리믹스 기술제휴 -1984. 02 프리믹스 공장 증설 -1987. 09 프리믹스 공장 준공 -2003. 03 식품사업팀 신설(RS프리믹스, 메밀사업 참여) -2013. 01 맥션 찹쌀 씨앗 호떡, 볼룸업 핫케이크 출시 -2013. 08 도라야끼 믹스 2종 출시
삼조썰텍	삼조썰텍/ 올박스 홀딩스/ 이마트	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : B2B 조미식품 전문회사, 동원그룹 가족사 ○ 주요 제품 : 마이홈 머핀 믹스, 김나운 초코 브라우니 믹스 등 ○ 주요 브랜드 : 마이홈, 김나운의 더 키친, 이마트 ○ 주요 공장 : 아산 공장 ○ 연도별 주요이슈 -1991. 한국 스탕케 합작회사 설립 -1997. 삼조썰텍 법인 설립 -2000. HACCP 시스템 도입 -2007. 삼조썰텍(주) 합병 단일 회사 출범 -2009. 아산 신공장 준공
태평양 물산	태평양 물산 대상	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 2004년 국내 최초로 습식 쌀가루를 생산, 다양한 쌀가루 믹스 출시 ○ 주요 제품 : 청정원 플레인 치즈 무스 믹스, 쇼콜라 브라우니 믹스 등 ○ 주요 브랜드 : 햇방아, 청정원 ○ 주요 공장 : 안산 공장 ○ 연도별 주요이슈 -2004.07 "햇방아" 로고(상표) 및 심볼마크(서비스표)출원 안산1공장 공사 완료 -2002.10 쌀가공식품 신규사업 진출결정 -2005.10 쌀식빵믹스, 흑미식빵믹스 출시 -2006.09 쌀쿠키믹스, 쌀머핀믹스, 쌀핫케익믹스 출시
대두식품	대두식품/ 롯데마트	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 양금 산업 선도, 쌀가루 전문브랜드 햇쌀마루 보유 ○ 주요 제품 : 삼색 송편 믹스, 프라임엘 우리쌀 부침가루 등 ○ 주요 브랜드 : 햇쌀마루, 프라임엘 ○ 주요 공장 : 군산 공장 ○ 연도별 주요이슈 -2003. 일본 히노모또곡분(주) 쌀가루 제분기술 제휴 -2005. 제 3 쌀가루 제품생산 준공 -2008. 햇쌀마루 떡 프리믹스 출시
브레드 가든	브레드 가든	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 홈베이킹 전문 기업 ○ 주요 제품 : 퍼지 브라우니 믹스, 초코머핀믹스 등 ○ 주요 브랜드 : 브레드가든

제조사	판매사	내 용
		<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 공장 : 성남공장 ○ 주요 판매처 : 이마트, 롯데마트, 홈플러스, 하나로마트 등 ○ 연도별 주요이슈 <ul style="list-style-type: none"> -1997. 홈베이킹전문점 체인사업 개시 독일산 홈베이킹 전문재료 수입판매 개시 소분판매업 개시 -1999. 독일 홈베이킹 전문회사 루프사의 한국 에이전트 계약 -2002. 발렌타인데이 초콜릿만들기(DIY) 운동 시작 우리나라 최초 초콜릿만들기(DIY) 분야 사업 개시 -2004. 독일 유기농전문 바우크호프사 에이전트 계약 -2009. 식품제조공장(성남공장) 설립 및 사업 개시 -2010. 식빵믹스(4종), 브라우니믹스, 쿠키믹스 개발 및 판매 개시

※ 각 사 홈페이지 및 공시자료 참고

나. 생산 전문 주요 제조사

- 생산을 전문으로 하는 주요 업체는 오투기라면, 삼양밀맥스가 있음
 - 오투기라면은 오투기의 관계기업으로 면류, 마카로니 및 유사식품을 제조하는 업체이며, 오투기에 프리믹스를 공급하고 있음. 오투기는 1971년도부터 핫케이크 가루와 도나스 가루를 생산하고 있음
 - 삼양밀맥스는 아산공장에서 소맥분과 프리믹스를 생산하고 있으며, 삼양사와 이마트에 프리믹스를 공급하고 있음

[표 3-21] 생산 전문 주요 제조사 현황

제조사	판매사	내 용
오뚜기 라면	오뚜기	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 오뚜기의 관계기업, 면류, 마카로니 및 유사식품 제조업 ○ 주요 제품 : 오뚜기 튀김가루, 오뚜기 핫케이크 가루 등 ○ 주요 브랜드 : 오뚜기 ○ 주요 공장 : 평택 공장 ○ 연도별 주요이슈 <ul style="list-style-type: none"> -1971. 03 핫케익,도나스분(500g)생산 -1971. 10 핫도그 믹스파우더 (1kg)생산 -1971. 10 핫케익분(950g) 생산 -1971. 10 도나스가루(1kg) 생산 -1972. 08 튀김파우더 (500,1kg)생산 -1987. 08 부침가루 생산, 참기름 판매 -1997. 11 핫케익 가루 판매 -2004. 09 바삭하고 고소한 튀김가루, 부침가루 출시 -2008. 06 넛츠핫케이크 가루 출시 -2009. 02 찹쌀호떡 믹스, 찹쌀미니도나스 믹스 출시 -2009. 11 오뚜기 쌀핫케이크믹스, 쌀케이크믹스 2종 출시 -2011. 03 녹차, 단호박 핫케이크 믹스 -2012. 12 푸딩믹스 출시
삼양 밀맥스	삼양사/ 이마트	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 특징 : 소맥분, 프리믹스 제조 및 판매 ○ 주요 제품 : 큐원 홈메이드 찰호떡 믹스, 이마트 부침가루 등 ○ 주요 브랜드 : 큐원, 큐원홈메이드 ○ 주요 공장 : 아산 공장 ○ 연도별 주요이슈 <ul style="list-style-type: none"> -1988. 04 (주)삼양사에서 법인 인수 -1996. 08 프리믹스 공장 준공 -1999. 09 밀맥스 홈베이킹 머핀 믹스, 치즈쿠키 믹스 출시 -2002. 07 케익 믹스 2종 출시 -2003. 11 HACCP 인증 취득 -2005. 05 프리믹스 신공장 준공 -2005. 12 큐원 찰호떡 믹스 출시 -2011. 03 큐원 홈메이드 브라우니 믹스 출시 -2011. 06 큐원 홈메이드 아이스크림 믹스 출시 -2012. 05 큐원 홈메이드 치즈케익 믹스 출시

※ 각 사 홈페이지 및 공시자료 참고

제 4 절 생산 현황 요약 및 시사점

1. 프리믹스의 가공기준 및 제조공정

- 프리믹스는 곡물가공품, 전분가공품, 당류가공품, 기타가공품의 규격을 따르며, 이들 각각은 개별적인 규격이 따로 없이 ‘규격 외 일반가공식품의 기준 및 규격’에 통합되어 있어서 이의 가공 기준을 따름

- 프리믹스의 제조 공정은 기업별로 다소 차이가 있겠지만, 일반적인 제조공정은 크게 원료 입고 및 보관, 계량 및 투입, 혼합, 이송(배관), 내포장, 금속 검출, 외포장, 보관 및 출하의 단계를 거침

2. 프리믹스의 생산 규모

- 프리믹스를 생산하는 기업들은 대부분 곡류가공품, 전분가공품, 당류가공품, 기타가공품 등을 함께 생산하고 있음
 - 2010년 대비 2011년의 출하액 변화를 살펴보면, 기타가공품과 전분가공품의 성장률은 각각 23.9%, 26.6%로 높았고 곡류가공품은 0.3% 성장해 전년과 비슷한 수준을 보인 반면 당류가공품은 성장률이 37.8% 감소함

- 프리믹스의 출하량은 2009년 이래로 지속적으로 증가하였고, 2012년에는 전년 대비 3% 증가한 약 22만 톤을 출하함
 - 곡류·전분·당류·기타 가공품의 출하량 합계와 비교해 보면, 프리믹스의 출하량 비중은 2011년 기준으로 34%를 차지하고 있으며, 2009년 이후 꾸준히 증가하는 추세를 보임

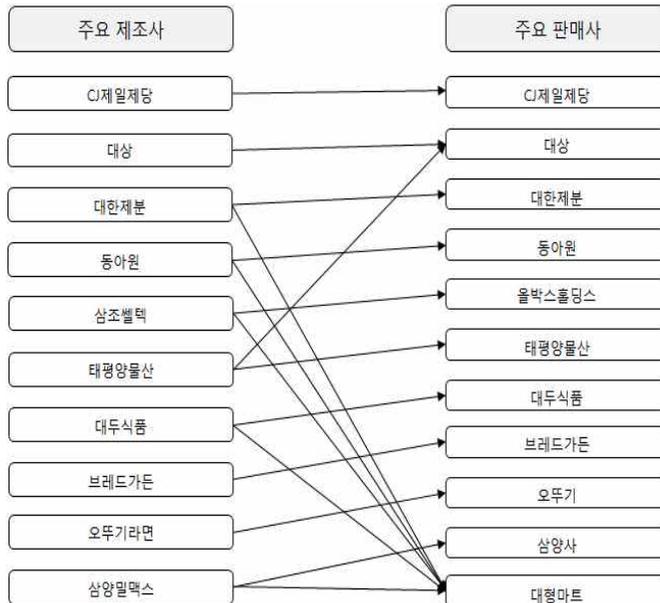
3. 프리믹스 수출입 실적

- 프리믹스의 수출량은 2009년 이래로 지속적으로 증가하였고, 2012년에는 전년과 비슷한 약 8만 톤을 수출함
- 곡류·전분·당류·기타 가공품의 수출량 합계와 비교해 보면, 프리믹스의 수출량 비중은 2011년 기준으로 58%를 차지하고 있으며, 2009년 이후 꾸준히 증가하는 추세를 보임

4. 프리믹스의 주요 제조사 특징

- 프리믹스의 생산과 판매를 병행하는 주요 제조사에는 CJ제일제당, 대상, 대한제분, 동아원, 삼조셀텍, 태평양물산, 대두식품, 브레드가든 등이 있고 생산을 전문으로 하는 주요 업체는 오투기라면, 삼양밀맥스 등이 있음
- 프리믹스의 주요 제조사와 판매사와의 관계는 다음과 같음(그림 3-3)

[그림 3-3] 프리믹스 주요 제조사와 판매사



제 4 장

프리믹스의 유통 현황

제1절 프리믹스의 유통 현황

제2절 소매 유통 채널별 매출액

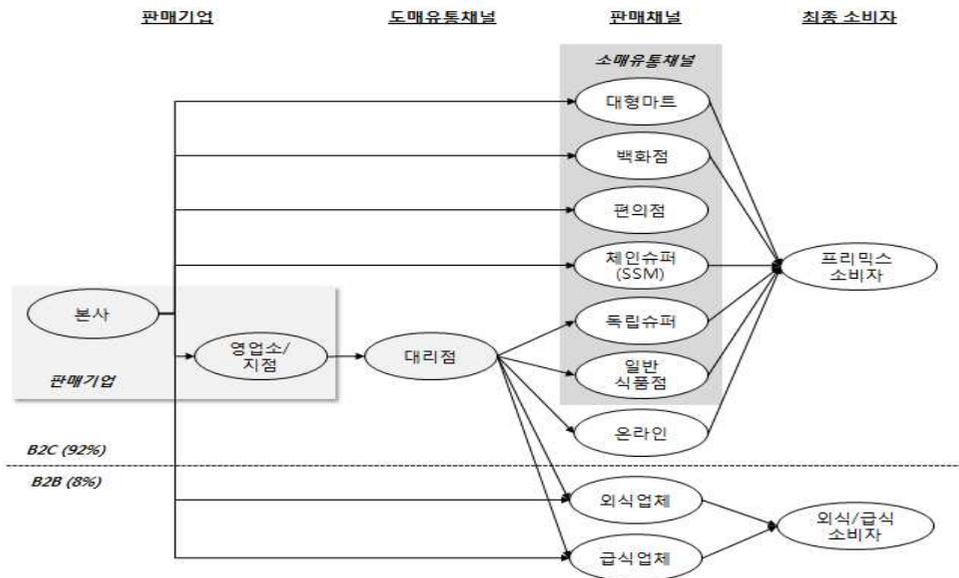
제3절 유통 현황 요약 및 시사점

제 1 절 프리믹스의 유통 현황

1. 프리믹스의 유통 · 판매구조

- 프리믹스의 유통 및 판매 구조를 살펴보면, 판매 기업, 도매 유통 채널, 소매 판매 채널 등의 유통 경로를 통해 최종 소비자에게 제품이 판매됨
- 먼저 영업소와 지점을 포함하는 판매기업 본사가 있고 도매 유통 채널로는 프리믹스를 취급하는 대리점이 있음
- 대형마트, 백화점, 편의점, 체인슈퍼의 소매점에는 판매 기업 본사에서 직판 형태로 제품이 유통되고 독립슈퍼와 일반식품점, 그리고 온라인 채널은 대리점을 통해 유통되고 있음
- 또한, 소매 유통채널 이외에도 외식업체와 급식업체를 판매채널로 갖는 B2B 유통 경로가 별도로 있음
- 판매액 기준으로 부침가루와 튀김가루는 B2C 시장의 규모가 약 85%를 차지하고 있으며, 베이커리 믹스인 경우 대부분 B2C 시장에서 판매가 이뤄짐

[그림 4-1] 프리믹스의 유통 경로



2. 유통 채널별 특징

- 도매유통 채널인 대리점은 전국적으로 분포되어 있고 판매 기업이 직접 관리하지 못하는 지역 또는 소형 소매점의 프리믹스 취급률을 높임으로써 판매기업의 매출 증대에 기여함
 - 유통경로에 있어 주문 수주 및 제품 공급, 경로 목표 달성에의 협조, 클레임 및 반품 처리와 인적 관계 유지를 통한 소매점 충성도 관리, 그리고 신규 소매점 개척 등의 역할을 수행함
 - 일반적으로 판매기업이 대리점의 판매를 활성화하기 위해서는 효과적인 인센티브 제공, 마진구조 개선, 원가 요소 개선, 그리고 규모의 경제 달성 등에 대한 노력이 필요함

- 소매점의 유형으로는 백화점, 대형마트, 편의점, 체인슈퍼, 독립슈퍼, 일반식품점 등이 있음
 - 소매점은 소비자가 구매하기 편리한 위치에 다양한 유형의 프리믹스를 진열하고 매장 내 프로모션 활동을 통해서 소비자의 즉각적인 구매를 장려함으로써 매출을 증대시킴
 - 판매 마진 구조는 소매점에 따라 차등적으로 적용되기 때문에 채널별 판매가의 차이를 고려한 진입 전략이 필요함

제 2 절 소매 유통 채널별 매출액

1. 소매 유통 채널별 매출액

- 프리믹스 전체의 판매액은 공식적으로 집계되고 있지 않지만, 소매 유통 채널의 판매액을 통해 전체 시장의 판매액을 추정할 수 있음
 - 부침가루와 튀김가루의 경우, 전체 매출액의 85% 정도가 일반적인 소매유통 채널에서 판매되고 있으며, 외식 및 급식 업체를 통한 B2B 매출은 약 15% 수준으로 추정되어짐
 - 베이커리 믹스의 경우에는 대부분 일반적인 소매 유통 채널을 통한 판매가 이뤄지고 있으며, 극히 일부가 B2B 매출로 발생되어지고 있음⁶⁾
- 위와 같은 프리믹스의 시장 구조를 바탕으로 프리믹스 전체 시장의 판매 규모와 소매 유통 채널별 판매액을 추정한 결과는 다음과 같음
 - 2012년 부침가루 소매 유통 채널의 시장 규모는 약 296억 원이며, 이는 전체 판매액의 약 85%에 해당하므로 전체 시장 규모는 약 349억 원으로 추정됨. 튀김가루 소매 유통 채널의 시장 규모는 약 202억 원이며, 이 또한 전체 판매액의 약 85%에 해당하므로 전체 시장 규모는 약 238억 원으로 추정됨
 - 여기에 베이커리믹스는 B2B 매출이 일부 발생하지만, 그 규모가 미비하여 100% 소매유통 채널에서 매출이 발생한다고 가정하면, 2012년 기준으로 총 456억 원 정도로 추정됨
 - 따라서 2012년 기준으로 프리믹스의 전체 판매액은 약 1,042억 원으로 추정되며, 이 중 소매유통채널의 시장 규모가 954억 원으로 전체 판매액의 약 92%를 차지하고 있음

6) 업계 관계자 인터뷰

[표 4-1] 프리믹스 전체 판매액 추정

구분	소매유통채널 (백만원)	B2B 채널 (백만원)	전체 시장 규모 (백만원)
베이커리 믹스	45,555	-	45,556
부침가루	29,640	5,231	34,871
튀김가루	20,245	3,573	23,818
합계	95,440	8,804	104,245

- 1) 2012년 기준임
- 2) 소매 유통 채널 규모는 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 수치임
- 3) 전체 시장규모는 업계 관계자 인터뷰를 통해 KMAC에서 추정함 수치임

- 2012년 소매 유통 채널의 판매 비중을 보면, 할인점이 41.0%로 가장 높았으며, 체인슈퍼(30.2%), 독립슈퍼(15.0%) 등의 순으로 나타남
 - 할인점과 체인슈퍼의 합계 비중이 전체 채널의 70% 이상을 차지하고 있으며, 백화점(1.8%)과 편의점(0.6%)의 비중은 상대적으로 낮은 편임
 - 1분기와 3분기에는 설과 추석 명절을 지내기 위해 튀김가루와 부침가루의 매출이 상대적으로 높게 나타나고 있고 호떡믹스는 1분기와 4분기(10월~2월)에 대부분의 매출이 이루어짐⁷⁾

7) 업계 관계자 인터뷰

[표 4-2] 소매 유통 채널별 매출액

(단위: 백만원)

구분	2012년 소계	2012년 채널 점유율	2011년 4분기	2012년 1분기	2012년 2분기	2012년 3분기	2012년 4분기	2013년 1분기	2013년 2분기	2013년 3분기
할인점	39,177	41.0%	11,685	11,542	6,851	10,032	10,752	11,724	7,403	9,502
체인슈퍼	28,803	30.2%	7,167	7,726	5,592	8,060	7,425	8,680	6,010	7,915
독립슈퍼	14,279	15.0%	3,341	3,881	3,058	4,194	3,146	3,786	3,152	3,890
일반식품점	10,947	11.5%	2,641	2,814	2,432	2,896	2,805	2,717	2,278	2,410
백화점	1,671	1.8%	455	501	313	466	391	398	276	332
편의점	562	0.6%	90	163	144	156	99	90	100	109
합계	95,440	100.0%	25,379	26,626	18,390	25,805	24,619	27,395	19,220	24,157

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

2. 프리믹스의 판매가격

가. 부침가루의 판매가격 추이

- 2012년을 기준으로 단일 품목으로는 가장 많이 팔리는 부침가루의 가격을 살펴보면, 백설 부침가루는 평균 2,413원이고 오뚜기 부침가루는 평균 2,299원으로 나타나 큰 차이를 보이지는 않음
- CJ제일제당의 백설 부침가루는 백화점, 편의점, SSM에서 오뚜기보다 다소 높은 가격대를 형성하지만, 대형마트에서는 오뚜기보다 77원 낮고 전통시장에서는 동일한 가격을 형성함

[표 4-3] 소매 유통 채널별 부침가루 판매 가격

(단위: 원)

구분	백화점	편의점	SSM	대형마트	전통시장	평균
백설 부침가루(1kg)	2,645	2,600	2,572	2,200	2,048	2,413
오뚜기 부침가루(1kg)	2,548	2,350	2,273	2,277	2,048	2,299

※ 생필품 가격정보 T-Price(www.tprice.go.kr)

1) 2012년 서울특별시 기준 평균 가격임

- 부침 가루의 대표적인 브랜드인 백설 부침가루 1kg과 오뚜기 부침가루 1kg의 연도별 가격 추이를 살펴보면 다음 [그림 4-2]와 같음
 - 2010년도는 오뚜기 부침가루가 백설 부침가루보다 조금 비싸게 판매되었으나, 2012년에는 그 반대로 백설 부침가루의 가격이 조금 더 비쌌
 - 2010년부터 2012년까지를 기준으로 백설 부침가루의 연평균 가격 상승률은 9%이고 오뚜기 부침가루는 6% 수준으로 나타남

[그림 4-2] 연도별 부침가루 가격 추이

(단위: 원)



※ 생필품 가격정보 T-Price(www.tprice.go.kr)

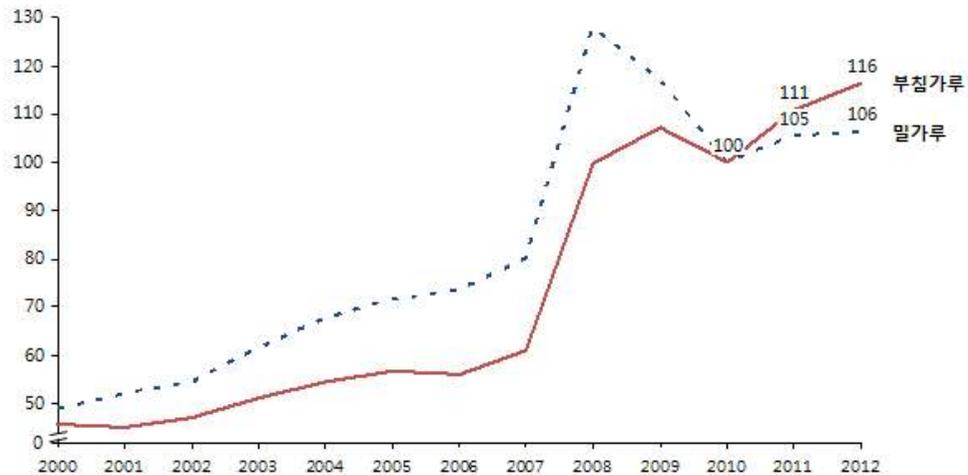
1) 2010년은 2월부터~12월까지의 평균가격임

2) 전체지역 평균 가격임

나. 소비자 물가지수

- 통계청에서 발표한 소비자 물가 지수를 보면, 밀가루와 부침가루의 지수는 유사한 패턴으로 상승하는 추세를 보임
 - 2010년 이전에는 밀가루의 소비자 물가지수 상승폭이 부침가루에 비해 높았는데 반하여, 2010년 이후에는 부침가루의 소비자 물가 지수 상승폭이 밀가루보다 크게 나타남
 - 2012년 지수를 비교해 보면, 밀가루는 2010년 대비 6% 상승한 106을 보였고 부침가루는 16% 증가한 116으로 나타남
 - 밀가루 제품은 소비자보호원의 소비자물가관리 품목 대상으로 지정되어 있어서 가격 인상과 인하 등 가격 변동이 쉽지 않음에 따라 최근 몇 년간의 소비자 물가 지수 변동 폭이 적게 나타남

[그림 4-3] 소비자 물가 지수

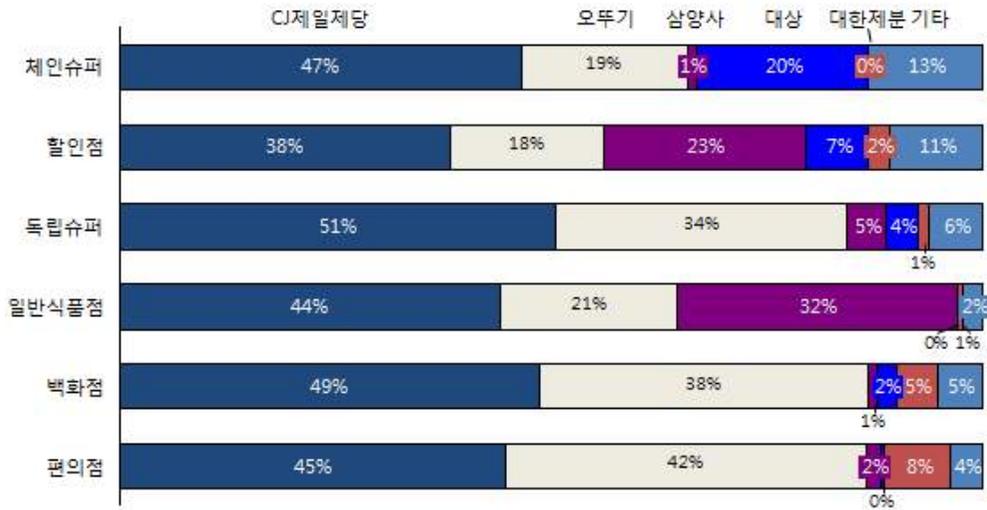


※ 소비자 물가조사, 통계청
1) 2010년도 100을 기준으로 함

3. 소매 유통 채널별 기업 점유율

- 2012년 소매 유통 채널별 기업 점유율을 살펴보면, CJ제일제당은 모든 소매 유통 채널에서 다른 기업에 비해 상대적으로 높은 점유율을 보였으며, 특히 독립슈퍼(51%), 백화점(49%), 체인슈퍼(47%)순으로 점유율이 높게 나타남
- 오뚜기는 편의점(42%)과 백화점(38%)의 점유율이 상대적으로 높았으며, 할인점이 18%로 상대적으로 낮은 점유율을 보임
- 삼양사는 일반식품점(32%)과 할인점(23%)이 상대적으로 높았으나, 체인슈퍼와 백화점은 1%로 상대적으로 낮은 점유율을 보임
- 대상은 체인슈퍼에서 20%의 점유율을 보인 반면, 다른 채널에서는 모두 10%미만의 점유율을 보임
- 대한제분은 편의점과(8%)과 백화점(5%)에서 상대적으로 점유율이 높은 편임

[그림 4-4] 2012년 소매 유통 채널별 기업 점유율



제 3 절 유통 현황 요약 및 시사점

1. 프리믹스의 유통 및 판매 구조

- 프리믹스의 유통 및 판매 구조를 살펴보면, 먼저 영업소와 지점을 포함하는 판매기업 본사가 있고 도매 유통 채널로는 프리믹스를 포함하는 식품 대리점이 있음
- 대형마트, 백화점, 편의점, 체인슈퍼의 소매점에는 판매 기업 본사에서 직판 형태로 제품이 유통되고 독립슈퍼와 일반식품점, 그리고 온라인 채널은 대리점을 통해 유통되고 있음
 - 또한, 소매 유통채널 이외에도 외식업체와 급식업체를 판매채널로 갖는 B2B 유통 경로가 별도로 있음
- 판매액 기준으로 부침가루와 튀김가루는 B2C 시장의 규모가 약 85%를 차지하고 있으며, 베이커리 믹스인 경우 대부분 B2C 시장에서 판매가 이뤄짐

2. 소매 유통 채널별 판매액

- 2012년 기준으로 프리믹스의 전체 판매액은 약 1,042억 원으로 추정되며, 이 중 소매유통채널의 시장 규모가 954억 원으로 전체 판매액의 약 92%를 차지하고 있음
- 2012년 소매 유통 채널의 판매 비중을 보면, 할인점이 41.0%로 가장 높았으며, 체인슈퍼(30.2%), 독립슈퍼(15.0%) 등의 순으로 나타남
 - 할인점과 체인슈퍼의 합계 비중이 전체 채널의 70% 이상을 차지하고 있으며, 백화점(1.8%)과 편의점(0.6%)의 비중은 상대적으로 낮은 편임
 - 1분기와 3분기에는 설과 추석 명절을 지내기 위해 튀김가루와 부침가루의 매출이 상대적으로 높게 나타나고 있고 베이커리 믹스의 대표 상품인 호떡믹스는 1분기와 4분기(10월~2월)에 대부분의 매출이 이루어짐

- 부침 가루의 대표적인 브랜드인 백설 부침가루 1kg과 오뚜기 부침가루 1kg의 2010년부터 2012년까지의 가격 변화 추이를 살펴보면, 백설 부침가루의 연평균 가격 상승률은 9%이고 오뚜기 부침가루는 6% 수준으로 나타남

3. 소매 유통 채널별 기업 점유율

- CJ제일제당은 모든 소매 유통 채널에서 다른 기업에 비해 상대적으로 높은 점유율을 보였으며, 특히 독립슈퍼(51%), 백화점(49%), 체인슈퍼(47%)순으로 점유율이 높게 나타남
 - 오뚜기는 편의점(42%)과 백화점(38%)의 점유율이 상대적으로 높았으며, 할인점이 18%로 상대적으로 낮은 점유율을 보임
 - 삼양사는 일반식품점(32%)과 할인점(23%)이 상대적으로 높았으나, 체인슈퍼와 백화점은 1%로 상대적으로 낮은 점유율을 보임

제 5 장

프리믹스의 소비 시장 현황

제1절 소비 시장 규모

제2절 브랜드 현황

제3절 소비자 특성

제4절 소비 트렌드

제5절 소비 시장 요약 및 시사점

제 1 절 소비 시장 규모

1. 프리믹스의 소비 시장 규모

- 2012년을 기준으로 프리믹스 전체 소비 시장 중에서 할인점, 체인슈퍼, 백화점, 편의점, 독립슈퍼, 그리고 일반식품점 등 소매 유통 채널의 시장 규모가 약 954억 원으로 나타남
- 소매 유통 채널의 기업별 점유율은 CJ제일제당이 44.5%를 차지하고 있고 오뚜기가 28.4%, 삼양사가 11.6%로 그 뒤를 잇고 있음. 이 세 기업이 전체 소매 유통 채널의 84.5%를 차지하고 있음
- 그리고 대상이 4.8%, 대한제분 3.0%, 그 외 기타 기업이 7.8%의 점유율을 보임

[표 5-1] 소매 시장 규모

(단위: 백만원, %)

구분	2012년				소계 (점유율)
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	
CJ 제일제당	12,253	7,888	10,928	11,364	42,433 (44.5%)
오뚜기	7,374	5,624	8,363	5,785	27,146 (28.4%)
삼양사	3,177	1,902	2,013	3,951	11,043 (11.6%)
대상	1,361	773	1,216	1,188	4,538 (4.8%)
대한제분	691	618	945	584	2,838 (3.0%)
스토아 브랜드	637	477	724	-	1,838 (1.9%)
기타	1,133	1,107	1,615	1,747	5,602 (5.9%)
합계	26,626	18,390	25,805	24,619	95,440

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

1) 스토아 브랜드는 2012년 4/4분기 매출에 반영 안 됨

- 프리믹스의 세분시장은 베이커리 믹스와 부침가루, 튀김가루로 나누어짐
 - 2012년 기준으로 베이커리 믹스 시장이 약 456억 원으로 전체 프리믹스 소매 시장의 47.7%를 차지하고 있고, 부침가루가 31.1%(약 296억 원), 튀김가루가 21.2%(약 202억 원)를 차지하고 있음
 - 부침가루는 세분시장에서 31.1%이고 베이커리 믹스는 47.7%이나 베이커리 믹스 시장은 다양한 품목으로 구성되어 있기 때문에 단일 품목으로는 부침가루가 프리믹스 시장에서 가장 많은 비중을 차지함을 알 수 있음
 - 베이커리 믹스는 다시 호떡 믹스, 핫케이크 믹스, 오븐류 믹스, 디저트류 믹스로 나뉘며, 호떡믹스는 베이커리 믹스에서 약 32%의 점유율을 차지하고 있고 나머지 핫케이크 믹스, 오븐류 믹스, 디저트류 믹스는 각각 23% 정도의 점유율을 차지하고 있음⁸⁾

[표 5-2] 세분시장별 소매 시장 규모

(단위: 백만원, %)

구분	2012년				소계 (점유율)
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	
베이커리 믹스	11,646	8,244	13,042	12,624	45,555 (47.7%)
부침가루	9,415	6,413	6,678	7,134	29,640 (31.1%)
튀김가루	5,565	3,734	6,085	4,861	20,245 (21.2%)
합계	26,626	18,390	25,805	24,619	95,440

※ 식품산업통계정보 (www.atfis.or.kr)

- 프리믹스의 세분시장별로 방학과 계절 등에 따른 시준성을 갖고 있으며, 명절 특수 또한 함께 공존하고 있음
 - 베이커리 믹스는 주 타겟층인 학생들의 방학기간인 1/4분기와 3/4분기의 시준성을 갖고 있으며, 4/4 분기에는 호떡 믹스 등 추운 날씨에 영향을 받는 제품의 소비가 증대되는 특성을 갖고 있음

8) 업계 관계자 인터뷰

- 부침가루와 튀김가루는 1/4분기와 4/4분기 등 추워지는 겨울이 더운 여름 보다는 소비가 증대되는 경향이 있으며, 설과 추석 등 명절 때 매출이 큰 폭으로 증가하는 특성을 함께 갖고 있음. 부침가루인 경우, 3/4분기(7월~9월)가 더운 여름임에도 불구하고 2/4분기와 비슷한 소비가 이뤄지는 것은 9월 말에 소비된 추석 특수가 반영된 결과임

2. 세분시장별 제품 현황⁹⁾

가. 베이커리 믹스

- 호떡믹스, 핫케이크 믹스, 오븐류 믹스, 디저트류 믹스로 나뉘는 베이커리 믹스를 주요 업체별로 살펴보면, CJ제일제당은 모든 카테고리에 제품을 보유하고 있고 삼양사는 핫케이크 믹스를 제외한 나머지 카테고리에 제품을 보유하고 있으며 오뚜기는 호떡과 핫케이크 믹스를 중심으로 베이커리 믹스를 출시하고 있음
- 오븐류 믹스는 대표적인 쿠키 믹스와 머핀 믹스를 중심으로 제품 현황을 파악하였고 디저트류 믹스는 브라우니 믹스와 아이스크림 믹스를 중심으로 제품을 조사하였음
 - 2005년 최초로 삼양사가 선보인 호떡 믹스는 CJ제일제당과 삼양사 모두 4개의 제품라인을 보유하고 있으며, 재료와 명칭은 다르지만 네 가지 제품이 각각 상호 경쟁 구조(참쌀호떡-찰호떡, 녹차맛-단호박, 자일로스-흑미꿀, 우리밀 참쌀-우리밀)를 이루고 있음
 - 핫케이크 믹스는 1970년대 최초로 핫케이크 가루를 출시한 오뚜기에서 가장 많은 제품을 구성하고 있음
 - 오븐류를 대표하는 쿠키믹스와 머핀 믹스는 CJ제일제당과 삼양사에서 제품을 보유하고 있고 비슷한 경쟁 구조를 이루고 있음
 - 2011년 삼양사가 출시한 브라우니 믹스와 아이스크림 믹스 역시 CJ제일제당과 경쟁 구도를 이루고 있으며 2013년 삼양사가 쿠키앤크림 믹스를 추가로 출시하여 4종의 아이스크림 믹스를 구성함

9) 2012년 소매 채널 기준 업계 TOP 3인 CJ제일제당, 오뚜기, 삼양사를 대상으로 품목별 제품 현황을 비교하였음

[표 5-3] 대표 베이커리 믹스 제품 현황

구분	CJ제일제당	오뚜기	삼양사
호떡 믹스	*참쌀호떡 믹스 *녹차맛 참쌀호떡 믹스 *자일로스 참쌀호떡 믹스 *우리밀 참쌀 호떡 믹스	*참쌀호떡믹스	*찰호떡 믹스 *단호박 호떡 믹스 *흑미꿀 호떡 믹스 *우리밀 호떡 믹스
핫케이크 가루/믹스	*핫케익 믹스 *초코칩 핫케익 믹스 *우리밀 핫케익 믹스	*핫케이크 가루 *초코 핫케이크 가루 *넛츠 핫케이크 가루 *쌀 핫케이크 믹스 *녹차 핫케이크 믹스 *단호박 핫케이크 믹스	-
쿠키 믹스	*초코칩 쿠키 믹스 *오트밀 쿠키 믹스	-	*초코쿠키 믹스 *영양쿠키 믹스
머핀 믹스	*머핀 믹스	-	*머핀 믹스
브라우니 믹스	*브라우니 믹스 *소프트 브라우니 믹스	-	*브라우니믹스 Rich&Original *브라우니믹스 Soft&Premium
아이스크림 믹스	*아이스크림용 믹스 퓨어 바닐라맛 리치 초콜릿맛 리얼 스트로베리맛	-	*아이스크림 만들기 믹스 바닐라 초코 딸기 쿠키앤크림

나. 부침가루

- 부침가루를 일반, 유기농, 기타로 분류하여 살펴보면, CJ제일제당은 세 카테고리 모두에 가장 많은 품목을 가지고 있음. 오뚜기는 일반과 유기농 카테고리에서 제품을 보유하고 있고 삼양사는 일반 단일 제품만 보유하고 있음

[표 5-4] 부침가루 제품 현황

구분	CJ제일제당	오뚜기	삼양사
일반	*부침가루 *바삭 부침가루	*부침가루 *바삭하고 고소한 부침가루	*참 부침가루
유기농	*유기농 부침가루	*유기농 부침가루	-
기타	*우리밀 부침가루 *자연재료 부침가루	-	-

다. 튀김가루

- 튀김가루를 일반, 유기농, 기타로 분류하여 살펴보면, CJ제일제당은 세 카테고리 모두에 제품을 가지고 있고 유기농, 우리밀 등의 여러 재료를 사용해 튀김가루를 만들고 있음. 오뚜기 역시 세 카테고리 모두에서 제품을 보유하고 있고 삼양사는 하나의 제품만 보유하고 있음

[표 5-5] 튀김가루 제품 현황

구분	CJ제일제당	오뚜기	삼양사
일반	*바삭 튀김가루	*튀김가루 *바삭하고 고소한 튀김가루	*참 튀김가루
유기농	*유기농 튀김가루	*유기농 튀김가루	-
기타	*우리밀 튀김가루 *치킨 튀김가루 *자연재료 튀김가루	*치킨 튀김가루	-

제 2 절 브랜드 현황

1. CJ 제일제당 「백설」

- CJ제일제당 ‘백설’은 밀가루에서 시작해서 부침가루, 튀김가루와 같은 다양한 프리믹스 제품들을 선보여 왔으며, 머핀믹스, 쿠키믹스 등 서양식 정통 베이커리 프리믹스 제품들을 통해 홈베이킹 제품도 출시하고 있음
- 2011년 새롭게 조정된 ‘백설’의 포트폴리오는 프리믹스와 밀가루, 설탕과 올리고당, 그리고 식용유와 참기름을 비롯해 식품, 양념장 등 요리 소재 브랜드로 정체성을 명확히 한 것이 특징임
- ‘백설’ 간식용 프리믹스 제품은 밀가루와 프리믹스의 가공기술을 기반으로 전문 베이커리 브랜드인 뚜레쥬르와 공동 개발을 통해 만들었음
- ‘백설 자연재료 부침가루’는 프리믹스의 주재료인 밀가루와 양과가루, 마늘가루, 후춧가루, 천일염 등 다섯 가지 자연재료만을 사용해 건강한 재료의 맛을 강조한 것이 특징임

[표 5-6] 백설 브랜드의 제품 현황

세분시장	식품유형	용량	제품	주요 원료
부침가루	곡류가공품	400g	-백설 유기농 부침가루	유기농밀가루 91.11%, 유기농 쌀가루 5%
		500g	-백설 우리밀 부침가루	밀가루(93.033%), 전분
		1kg	-백설 부침가루	밀가루, 부침양념믹스
		1kg	-백설 바삭 부침가루	밀가루, 소맥전분
		1kg, 1.8kg	-백설 자연재료 부침가루	밀가루, 마늘가루
튀김가루	곡류가공품	400g	-백설 유기농 튀김가루	유기농 밀가루 67.8%, 유기농 쌀가루 24%
		500g	-백설 우리밀 튀김가루	밀가루 65.89%, 쌀가루
		1kg	-백설 바삭 튀김가루	밀가루, 옥수수전분
		1kg	-백설 치킨 튀김가루	밀가루, 소맥전분
		1.8kg	-백설 자연재료 튀김가루	밀가루, 쌀가루
베이커리 믹스	곡류가공품	173g	-백설 오키토피야끼 믹스	밀가루, 고구마전분조제품
		360g	-백설 피자용빵 믹스	밀가루, 백설탕

세분시장	식품유형	용량	제품	주요 원료	
전분가공품		450g, 1kg	-백설 바삭한 빵가루	빵분전용가루, 포도당	
		500g, 1kg	-백설 핫케익 믹스	밀가루, 백설탕	
		500g	-백설 우리밀 핫케익 믹스	밀가루57.8%, 백설탕	
		600g	-백설 스콘 믹스	밀가루, 백설탕	
		760g	-백설 식빵 믹스	밀가루, 백설탕	
		760g	-백설 옥수수식빵 믹스	밀가루, 알파옥수수가루	
		500g	-백설 깨찰빵 믹스	혼합제제, 밀가루	
		500g	-백설 찹쌀미니볼도넛 믹스	타피오카변성전분조제품, 변성전분	
	기타가공품		190g	-백설 아이스크림용 믹스 퓨어 바닐라맛	백설탕, 말토덱스트린
			190g	-백설 아이스크림용 믹스 리치 초콜릿맛	백설탕, 당류가공품
			190g	-백설 아이스크림용 믹스 리얼 스트로베리맛	백설탕, 당류가공품
			280g	-백설 소프트브라우니 믹스	기타설탕, 밀가루
			290g	-백설 초코칩쿠키 믹스	밀가루, 갈색설탕
			290g	-백설 오토밀쿠키 믹스	밀가루, 갈색설탕
300g			-백설 카스테라 믹스	백설탕, 혼합제제	
320g			-백설 브라우니 믹스	기타설탕, 밀가루	
400g			-백설 우리밀 찹쌀호떡 믹스	밀가루, 타피오카변성전분조제품	
400g			-백설 녹차맛 찹쌀호떡 믹스	밀가루, 혼합제제	
400g			-백설 자일로스 찹쌀호떡 믹스	밀가루, 타피오카변성전분조제품	
400g			-백설 찹쌀호떡 믹스	밀가루, 타피오카변성전분조제품	
500g			-백설 머핀 믹스	밀가루, 백설탕	
500g			-백설 초코칩 핫케익 믹스	밀가루, 백설탕	
1kg	-백설 도넛 믹스	밀가루, 백설탕			

2. 오뚜기 「오뚜기」

- 오뚜기는 프리믹스를 출시하는 하위 브랜드를 따로 가지고 있지는 않으며, 오뚜기 브랜드로 제품을 출시함
- 오뚜기는 전통적인 프리믹스 제품인 부침가루, 튀김가루, 핫케이크믹스의 대표업체로 시장에서 1, 2위 자리를 경쟁하고 있으며, 일반적인 프리믹스 제품 외에도 2009년 찹쌀호떡믹스와 찹쌀 미니도나스 믹스 출시를 시작으로 홈베이킹 믹스 시장에 진출함¹⁰⁾

[표 5-7] 오뚜기 브랜드의 제품 현황

세분시장	식품유형	용량	제품	주요 원료
부침가루	기타가공품	500g	-유기농 부침가루	유기농밀가루 92%, 유기농알파옥수수분말
		1kg	-바삭하고 고소한 부침가루	소맥분, 전분
		1kg	-부침가루	소맥분, 정백당
튀김가루	기타가공품	-	-유기농 튀김가루	-
		1kg	-바삭하고 고소한 튀김가루	소맥분, 옥수수전분
		1kg	-튀김가루	소맥분, 옥수수전분
		1kg	-치킨 튀김가루	소맥분, 옥수수전분
베이커리 믹스	-	66g	-푸딩믹스	백설탕, 푸딩혼합믹스
	-	400g	-쌀핫케이크 믹스	쌀가루 62.5%, 정백당
	-	400g	-쌀케이크믹스 치즈	쌀가루 48.75%, 정백당
	기타가공품	400g	-넛츠 핫케이크가루	소맥분, 정백당
	-	400g	-단호박 핫케이크 믹스	소맥분, 정백당
	-	440g	-녹차 핫케이크 믹스	-
	-	440g	-쌀케이크 믹스 건포도	-
	-	500g	-찹쌀 미니도나스 믹스	타피오카변성전분조제품, 찰옥수수변성전분
	기타가공품	500g, 1kg	-도나스 가루	소맥분, 정백당
		500g	-초코 핫케이크 가루	소맥분, 정백당
500g		-핫케이크 가루	소맥분, 정백당	
500g		-빵가루	밀가루, 효모	
540g		-찹쌀호떡 믹스	소맥분, 혼합제제	

10) [푸드]DIY푸드 하나면 내가 우리집 요리사, 이투데이, 2011.07.04

3. 삼양사 「큐원」

- 삼양사 ‘큐원’은 부침가루와 튀김가루 및 각종 프리믹스를 보유한 브랜드이며, 베이커리 믹스는 ‘큐원 홈메이드’로 브랜드 확장을 통해 출시하고 있음
- ‘큐원’은 삼양사의 식품 브랜드로 약 100여종의 프리믹스를 생산하고 있으며, 가정용으로 부침가루와 튀김가루가 출시됨. 큐원 홈메이드는 가정에서 간편하게 요리를 만들어 먹는 홈메이드 제품의 원조 브랜드로 호떡 믹스 시리즈를 비롯해 쿠키, 케익, 머핀, 해물파전, 아이스크림 믹스 같은 다양한 제품을 선보이고 있음
- 2005년 삼양사가 국내 최초로 ‘큐원 찰호떡믹스’를 선보여 쿠키나 빵 등에 한정되어 있던 프리믹스 시장에 호떡 믹스 붐을 일으키며 홈베이킹 믹스 시장 성장에 일조함
- 2011년 ‘큐원 홈메이드 아이스크림 믹스’를 국내 최초로 출시하며 베이커리 믹스 시장의 제품군을 확장시킴

[표 5-8] 큐원 브랜드의 제품 현황

세분시장	식품유형	용량	제품	주요 원료
부침가루	기타가공품	1kg	-큐원 참부침가루	영양강화밀가루, 백설탕
튀김가루	기타가공품	1kg	-큐원 참튀김가루	밀가루, 전분
베이커리 믹스	기타가공품	150g	-큐원 홈메이드 치즈케익믹스	분말설탕, 당류가공품
		190g	-큐원 홈메이드 아이스크림만들기쿠키앤크림믹스	백설탕, 덱스트린
		190g	-큐원 홈메이드 아이스크림만들기초코믹스	백설탕, 당류가공품
		190g	-큐원 홈메이드 아이스크림만들기바닐라믹스	백설탕, 덱스트린
		190g	-큐원 홈메이드 아이스크림만들기딸기믹스	백설탕, 덱스트린
		210g	-큐원 홈메이드 감자크로켓믹스	감자분말 53.9%, 쌀가루
		235g	-큐원 홈메이드 난과 커리믹스	난믹스-밀가루, 타피오카변성전분조제품
		250g	-큐원 홈메이드 영양쿠키믹스	-
		290g	-큐원 홈메이드 해물파전믹스	밀가루, 썬믹스NS
		320g	-큐원 홈메이드 브라우니믹스 Rich&Original	백설탕, 밀가루

세분시장	식품유형	용량	제품	주요 원료
		320g	-큐원 홈메이드 브라우니믹스 Soft&Premium	밀가루, 갈색설탕
		400g	-큐원 홈메이드 찰호떡믹스	밀가루, 타피오카변성전분조제품
		400g	-큐원 홈메이드 우리밀호떡믹스	밀가루, 타피오카변성전분조제품
		400g	-큐원 홈메이드 흑미꿀호떡믹스	타피오카변성전분조제품, 밀가루
		500g	-큐원 홈메이드 스펀지케익믹스	백설탕, 밀가루
		500g	-큐원 홈메이드 파운드케익믹스	밀가루, 백설탕
		500g	-큐원 홈메이드 머핀믹스	밀가루, 백설탕
		500g	-큐원 홈메이드 초코쿠키믹스	밀가루, 백설탕
		500g	-큐원 홈메이드 단호박호떡믹스	밀가루, 타피오카변성전분조제품
		500g	-큐원 홈메이드 와플믹스	밀가루, 백설탕
		500g	-큐원 홈메이드 깨찰빵믹스	타피오카변성전분조제품, 변성전분

4. 대상 「청정원」

- 대상은 96년 도입한 종합식품 패밀리브랜드 ‘청정원’ 을 중심으로 프리믹스 제품을 출시하고 있으며, 2010년도에는 ‘리올’ 을 론칭하여 웰빙 프리믹스 시장에 진출함
 - ‘청정원 리올’ 은 ‘우리밀과 쌀로 올바르게’ 라는 의미로 친환경 무농약 재배로 인증 받은 우리밀과 100% 국내산 우리쌀을 주원료로 하여 8종의 프리믹스 제품을 출시함
 - 대상은 무스 프리믹스(2종)를 제외하고, 떡 프리믹스류는 100% 국산 찹쌀가루를 사용하였고 나머지 프리믹스 제품은 무농약 우리밀을 제품화하여 경쟁사와 차별화를 둠

[표 5-9] 청정원 브랜드의 제품 현황

세분시장	식품유형	용량	제품	원료
부침가루	곡류가공품	400g	-청정원 친환경 무농약 우리밀로 만든 부침가루	우리밀 밀가루76, KMU-2
		450g	-청정원 우리밀 부침가루	우리밀 밀가루76, 혼합제제
튀김가루	곡류가공품	400g	-청정원 친환경 무농약 우리밀로 만든 튀김가루	우리밀 밀가루67.5, 변성전분
		450g	-청정원 우리밀 튀김가루	우리밀 밀가루67.5, 변성전분
베이커리 믹스	기타가공품	180g	-청정원 플레인 치즈 무스 믹스	식물성 크림, 유청분말
		180g	-청정원 플레인 요거트 무스 믹스	식물성크림, 덱스트린
		185g	-청정원 초코쿠키 찰떡 믹스	찰쌀가루, 백설탕
		185g	-청정원 코코넛 찰떡 믹스	찰쌀가루, 백설탕
		200g	-청정원 인절미 믹스	찰쌀가루, 백설탕
		200g	-청정원 썩인절미 믹스	찰쌀가루, 백설탕
		230g	-청정원 쇼콜라 브라우니 믹스	백설탕, 밀가루
		300g	-청정원 리올 초코칩 쿠키 믹스	친환경 우리밀48.2, 슈가파우더
		330g	-청정원 리올 찹쌀호떡 믹스	혼합제제41, 친환경 무농약 우리밀35.2
		340g	-청정원 리올 메이플핫케익 믹스	친환경 무농약 우리밀, 백설탕
	-	-	-청정원 리올 아몬드파운드케익 믹스	-
	-	-	-청정원 리올 단호박 쿠키 믹스	-
	-	-	-청정원 리올 치즈머핀 믹스	-
	-	-	-청정원 리올 찰싹빵 믹스	-
	-	-	-청정원 메이플 핫케익 믹스	-
-	-	-청정원 초코칩 쿠키 믹스	-	
-	-	-청정원 리올 우리쌀호떡 믹스	-	

5. 대한제분 「곰표」

- 대한제분은 ‘곰표’ 브랜드로 프리믹스 제품을 출시하고 있으며, 제분 전문 회사답게 부침가루, 튀김가루, 핫케익 가루, 도너츠 가루 등을 중심으로 시장에 참여하고 있음

[표 5-10] 곰표 브랜드의 제품 현황

세분시장	식품유형	용량	제품	주요 원료
부침가루	곡류가공품	500g, 1kg, 2kg	-부침가루	밀가루, 부침베이스
튀김가루	곡류가공품	500g, 1kg, 2kg	-튀김가루	밀가루, 전분
베이커리 믹스	곡류가공품	500g, 1kg	-핫케익가루	밀가루, 백설탕
		500g, 1kg	-도너츠가루	밀가루, 백설탕

6. 기타 브랜드

가. 동아원 「맥선」

- 동아원은 ‘맥선’ 브랜드로 프리믹스를 출시하고 있으며, 업소용과 OEM 생산에서 가정용 시장으로 진출하고 있음
 - 부침가루와 튀김가루에서만 가정용 프리믹스 제품을 출시했던 동아원은 2013년 ‘맥선 찹쌀씨앗 호떡’ 과 ‘맥선 볼륨업 핫케이크’ 를 출시하여 베이커리믹스 시장에 진출함
 - ‘찹쌀씨앗 호떡’ 은 국산 찹쌀가루와 밀의 속살로만 만들어졌으며, 찰 믹스에는 해바라기와 호박 씨앗이 함유되었고 ‘볼륨업 핫케이크’ 의 경우 구울 때 핫케이크가 잘 부풀어 올라 부드러움
 - ‘맥선 커스터드 도라야끼’ 와 ‘맥선 초코 도라야끼’ 는 일본 화과자인 ‘도라야끼’ 를 간편하게 만들어 먹을 수 있도록 제작된 제품으로, 타사에는 없는 품목임

[표 5-11] 맥선 브랜드의 제품 현황

세분시장	식품유형	용량	제품	주요 원료
부침가루	-	500g, 1kg	-맥선 찰고운 부침가루	-
	-	1kg, 2.2kg	-맥선 알찬 부침가루	-
튀김가루	-	1kg	-맥선 찰고운 튀김가루	-
	-	1kg	-맥선 튀김가루	-
	-	1kg 2.2kg	-맥선 알찬 튀김가루	-
베이커리 믹스	기타가공품	360g	-맥선 커스터드 도라야끼	밀가루, 백설탕
		360g	-맥선 초코 도라야끼	밀가루, 백설탕
		440g	-맥선 볼륨업 핫케이크믹스	밀가루, 백설탕
		450g	-맥선 찹쌀 씨앗호떡믹스	밀가루, 혼합제제

나. 브레드가든 「브레드가든」

- 브레드가든은 홈베이킹 전문업체로서 베이커리 믹스에 다양한 제품을 보유하고 있음
 - 브레드가든의 여러 프리믹스 제품에 사용된 유기농 밀가루는 독일의 유기농 전문 업체 바우크 제품을 사용하였음
 - 브레드가든의 제품은 타 회사 믹스와 달리 베이킹 파우더 외 합성첨가물이 전혀 들어 있지 않아 계란이나 버터를 소비자가 따로 넣어야 함

[표 5-12] 브레드가든 브랜드의 제품 현황

세분시장	식품유형	용량	제품	주요 원료
베이커리 믹스	곡류가공품	215g	-도넛 믹스	밀가루, 백설탕
		260g	-하트쿠키 믹스	유기농 밀가루, 백설탕
		265g	-하트쿠키 만들기 세트	-
		270g	-진저브레드쿠키 믹스	-
		280g	-아메리칸 와플 믹스	밀가루, 백설탕
		297g	-브라우니 만들기 세트	-
		300g	-머핀 믹스	밀가루, 백설탕
		320g	-초코칩 쿠키믹스	유기농 밀가루, 흑설탕
		360g	-초코칩 머핀 믹스	유기농 밀가루, 백설탕
		380g	-초코 머핀 믹스	유기농 밀가루, 백설탕
		380g	-화이트 식빵 믹스	밀가루, 백설탕
		434g	-곡물 식빵 믹스	밀가루, 곡류가공품1(밀가루)
		484g	-건포도 식빵 믹스	밀가루, 탈지분유
		484g	-너트베리 식빵 믹스	밀가루, 탈지분유
	484g	-쇼콜라 브레드 믹스	밀가루, 백설탕	
	당류가공품	100g	-자몽 젤리 믹스	백설탕, 혼합제제
		100g	-오렌지 젤리 믹스	백설탕, 혼합제제
		100g	-포도 젤리 믹스	백설탕, 혼합제제
		100g	-딸기 젤리 믹스	백설탕, 혼합제제
		150g	-요거트 젤라또 믹스 플레인	요구르트 분말, 백설탕
		150g	-요거트 젤라또 믹스 망고	요구르트 분말 3%, 망고과즙 분말 0.3%
		152g	-요거트 젤라또 믹스 딸기	요구르트 분말 3%, 딸기과즙 분말 0.3%
		152g	-요거트 젤라또 믹스 블루베리	요구르트 분말 3%, 블루베리농축 분말 0.5%
	기타가공품	250g	-오리지널 브라우니 믹스	백설탕, 밀가루
		400g	-퍼지 브라우니 믹스	백설탕, 흑설탕

다. RUF 「RUF」

- RUF사는 1920년에 설립되어 가정에서 사용하기 적합한 용량과 품질의 홈베이킹 전용 상품을 생산하는 독일의 홈베이킹 전문업체임
- 국내 프리믹스에는 없는 판나코타, 마카롱 믹스 등 다채로운 디저트용 믹스 제품들이 많이 있음

[표 5-13] RUF 브랜드의 제품 현황

세분시장	식품유형	용량	제품	주요 원료
베이커리 믹스	곡류가공품	400g	-기본 파운드케이크 믹스	전분, 설탕
		475g	-초콜릿 케이크 믹스	소맥분, 설탕
		500g	-버터 쿠키 믹스	소맥분, 전분
		500g	-모양틀 쿠키 믹스	소맥분, 전분
	당류가공품	110g	-판나코타 믹스	설탕, 옥수수
		140g	-초코 아이스크림 디저트 믹스	설탕, 저지방코코아분말
		140g	-딸기 아이스크림 디저트 믹스	설탕, 크림분말
		140g	-카라멜 브라우니 아이스크림 디저트 믹스	설탕, 크림분말
		315g	-딸기 마카롱 믹스	설탕, 아몬드분말
		315g	-초콜릿 마카롱 믹스	설탕, 아몬드분말

제 3 절 소비자 특성

1. 소비자 조사 개요

- 소비자 조사는 프리믹스의 소비 동향을 파악하기 위한 목적으로 2013년 10월 전문조사업체에서 온라인조사로 실시함
- 조사 내용은 소비자의 프리믹스 구매 의사 결정 단계별로 구매 특성을 파악함. 먼저 프리믹스의 주요 정보원과 구입 시 고려 속성에 대한 평가를 하였고 주요 구입채널에 대한 응답도 함께 진행함. 또한 구매 빈도와 소비자의 구매 경험도 중요한 요소임을 반영하여 내용을 구성함
- 본 조사의 응답자 특성을 살펴보면 다음과 같음
 - 프리믹스를 구입한 경험이 있는 20대~50대 남녀 343명을 대상으로 조사를 실시하였으며, 연령 계층별 분포는 20대 70명(20.4%), 30대 103명(30.0%), 40대 99명(28.9%), 50대 71명(20.7%)임
 - 응답자 중 부침가루를 구매한 경험이 있는 비율이 약 90%(308명)로 가장 높게 나타났고 튀김가루가 약 83%(285명), 베이커리믹스가 약 62%(212명) 순으로 나타남
 - 특히 위 세 가지 품목을 모두 구매한 경험이 있는 응답자는 약 29%(98명)로 나타남

2. 소비자 구입 특성

가. 프리믹스 주요 정보원

- 프리믹스에 대한 가장 중요한 정보원은 주로 마트 및 식품관내의 광고 (35.6%), TV광고(32.4%)와 같이 이미 노출된 정보를 주로 활용하는 것으로 나타났으며, 20~30대는 주로 TV에서, 40~50대는 마트 및 식품관내의 광고에서 더 정보를 얻는 것으로 나타남
- 그 외에 주변지인(13.4%), 포털 검색(5.0%), 카페 및 블로그(3.2%)등이 정보 수집에 활용되고 있었으며, 7.6%를 차지하는 기타에는 라디오, 신문, 판매원, 제품 홈페이지, SNS 등이 있음

[표 5-14] 프리믹스 주요 정보원

(단위: %)

구분	전체			연령별 (1순위 비중)			
	1순위 (n=343)	2순위 (n=343)	1+2순위 합계	20대	30대	40대	50대
마트 및 식품관내의 광고	35.6	26.5	31.1	24.3	31.1	41.4	45.1
TV	32.4	11.4	21.9	37.1	32.0	31.3	29.6
주변 지인	13.4	17.5	15.5	11.4	16.5	13.1	11.3
포털 검색	5.0	13.7	9.4	8.6	3.9	3.0	5.6
카페 및 블로그	3.2	4.7	4.0	8.6	2.9	2.0	-
잡지	2.9	5.2	4.1	2.9	4.9	3.0	-
기타	7.6	21.0	14.3	7.1	8.7	6.1	8.5

나. 프리믹스 구입 고려 속성

- 프리믹스를 구입할 때, 소비자들이 고려하는 첫 번째 속성은 브랜드(30.9%)였으며, 그 다음으로는 맛(20.1%)과 구성 원재료(14.6%)순으로 이어짐
 - 브랜드가 프리믹스 구매 시 가장 먼저 고려하는 요소로 나타났으며, 특히 40대인 경우 34.3%가 브랜드를 가장 중요한 속성으로 고려함
 - 가공 식품의 가장 기본적인 속성인 맛은 전체 응답자의 20.1%를 차지하고 있으며, 이러한 소비자의 니즈에 맞게 프리믹스 원재료의 고급화, 다양한 재료 첨가와 같은 업계의 노력이 이루어지고 있음
 - 20대는 다른 연령대에 비해 가격(11.4%)이, 50대는 재료 원산지에 의한 속성(19.7%)이 높게 나타남

[표 5-15] 프리믹스 구입 고려 속성

(단위: %)

구분	전체			연령별 (1순위 비중)			
	1순위 (n=343)	2순위 (n=343)	1+2순위 합계	20대	30대	40대	50대
브랜드	30.9	18.1	24.5	30.0	32.0	34.3	25.4
맛	20.1	8.7	14.4	25.7	18.4	23.2	12.7
구성 원재료	14.6	17.2	15.9	11.4	15.5	13.1	18.3
재료 원산지	10.5	9.0	9.8	7.1	7.8	9.1	19.7
주요 영양성분	10.5	7.3	8.9	7.1	13.6	8.1	12.7
가격	7.0	25.7	16.4	11.4	6.8	7.1	2.8
기타	6.4	14.0	10.2	7.1	5.8	5.1	8.5

다. 프리믹스 주요 구입 채널

- 일반적으로 가공식품의 주요 구입 채널은 대형 할인매장과 체인슈퍼마켓(SSM)으로 나타나는데, 프리믹스도 이와 마찬가지로 다른 가공식품들과 함께 구입하는 비중이 높은 제품임을 확인할 수 있음. 응답자의 74.7%가 프리믹스를 주로 구입하는 채널로 이마트나 홈플러스, 롯데마트와 같은 대형 할인매장과 이마트 에브리데이, 홈플러스 익스프레스, 롯데슈퍼 등 체인슈퍼마켓이라고 응답함
- 이어서 동네 중소형 슈퍼마켓도 18.7%로 구입 경험이 높게 나타나 동네 중소형 슈퍼마켓이 대형 할인매장과 체인 슈퍼마켓의 대안 채널로 활용하는 것으로 확인됨. 기타(4.1%)에는 통신판매, 생협, 유기농 전문점 및 농협 등이 포함됨
- 20대의 경우 동네 중소형 슈퍼마켓의 이용 비중이 34.3%로 50대(11.3%)대비 약 3배 이상 높는데, 이는 50대의 경우 필요한 가공 식품을 한 번에 구입하는 경향이 있는 반면 젊은 층은 필요시에 상품을 구입하는 성향이 크기 때문인 것으로 판단됨

[표 5-16] 프리믹스 주요 구입채널

(단위: %)

구분	전체			연령별 (1순위 비중)			
	1순위 (n=343)	2순위 (n=343)	1+2순위 합계	20대	30대	40대	50대
대형 할인매장 및 체인 슈퍼마켓(SSM)	74.7	53.1	63.9	61.4	71.9	79.8	84.5
동네 중소형 슈퍼마켓	18.7	29.2	24.0	34.3	17.5	14.1	11.3
백화점내의 식품관	2.6	4.4	3.5	1.4	4.9	3.0	-
기타	4.1	13.4	8.8	2.9	5.8	3.0	4.2

라. 프리믹스 구입 빈도

- 부침가루의 구입 빈도는 3달에 1회(26.0%), 6달에 1회(23.7%)순으로 나타났으며, 튀김가루보다는 빈도가 높게 나타남
- 50대의 경우 2주에 1회가 5.9%로 다른 연령대에 비해 구매 빈도가 가장 높았으나, 1년에 1회라고 응답한 비중도 14.7%로 다른 연령대에 비해 가장 높아 양면성을 보임

[표 5-17] 부침가루 구입 빈도

(단위: %)

구분	전체 (n=308)	연령별			
		20대	30대	40대	50대
주 1회	1.0	-	1.1	-	2.9
2주에 1회	4.2	5.4	2.2	4.3	5.9
1달에 1회	15.9	16.1	12.2	19.1	16.2
2달에 1회	14.9	21.4	11.1	13.8	16.2
3달에 1회	26.0	28.6	27.8	28.7	17.6
6달에 1회	23.7	8.9	31.1	24.5	25.0
1년에 1회	11.4	14.3	8.9	9.6	14.7
기타	2.9	5.4	5.6	-	1.5

- 프리믹스 중 튀김가루의 구입 빈도는 6달에 1회(31.6%), 3달에 1회(22.5%)순으로 높게 나타났으며, 구매 빈도가 빈번하지는 않음
- 20대는 구입 빈도가 3달에 1회(24.6%)인 경우가 가장 많았으며, 다른 연령층은 6달에 1회일 때가 가장 많았음

[표 5-18] 튀김가루 구입 빈도

(단위: %)

구분	전체 (n=285)	연령별			
		20대	30대	40대	50대
주 1회	1.8	1.8	2.4	1.2	1.7
2주에 1회	2.1	1.8	2.4	1.2	3.3
1달에 1회	14.0	14.0	9.6	16.5	16.7
2달에 1회	14.0	22.8	12.0	12.9	10.0
3달에 1회	22.5	24.6	22.9	22.4	20.0
6달에 1회	31.6	21.1	37.3	34.1	30.0
1년에 1회	10.9	10.5	8.4	9.4	16.7
기타	3.2	3.5	4.8	2.4	1.7

□ 베이커리 믹스의 구입 빈도는 6달에 1회(25.9%), 3달에 1회(18.4%), 1달에 1회(16.5%)순으로 나타남

[표 5-19] 베이커리 믹스 구입 빈도

(단위: %)

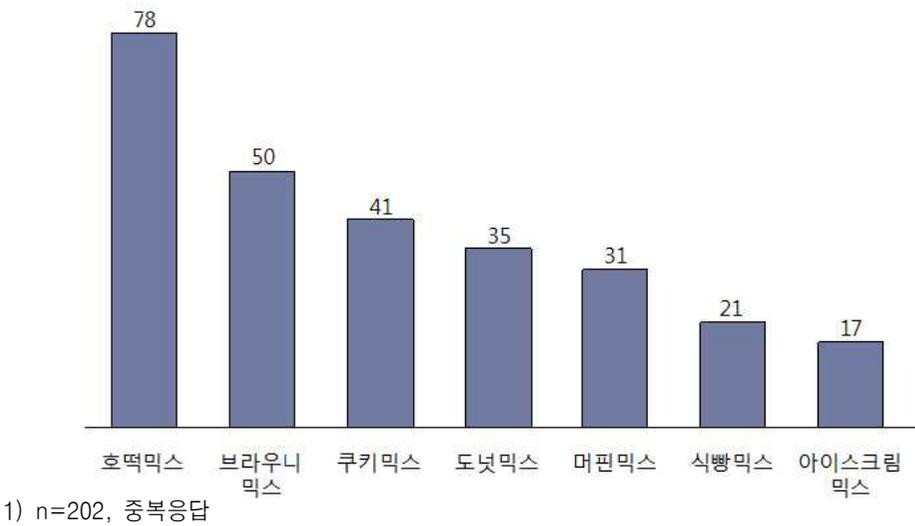
구분	전체 (n=212)	연령별			
		20대	30대	40대	50대
주 1회	1.4	1.8	-	1.6	3.1
2주에 1회	2.8	1.8	3.3	4.8	-
1달에 1회	16.5	12.5	21.3	15.9	15.6
2달에 1회	15.6	19.6	13.1	15.9	12.5
3달에 1회	18.4	23.2	13.1	20.6	15.6
6달에 1회	25.9	25.0	27.9	28.6	18.8
1년에 1회	14.2	8.9	14.8	11.1	28.1
기타	5.2	7.1	6.6	1.6	6.3

마. 베이커리 믹스 제품별 구매 경험

- 베이커리 믹스를 구매한 경험이 있는 응답자 중에서 호떡 믹스에 대한 구매 경험이 78%로 가장 높게 나타났고 브라우니 믹스(50%), 쿠키 믹스(41%), 도넛 믹스(35%), 머핀 믹스(31%) 순으로 나타남
- 제품의 구매는 조리편리성에 의해 영향을 받아 후라이팬을 이용하는 호떡믹스와 전자레인지로 사용하는 브라우니 믹스가 오븐을 이용해야 하는 쿠키믹스, 머핀믹스나 제빵기를 이용하는 식빵믹스보다 구매경험이 높음¹¹⁾

[그림 5-1] 베이커리 믹스 제품별 구매 경험

(단위: %)



11) 업계 관계자 인터뷰

제 4 절 소비 트렌드

1. 소비 시점에 따른 매출 특수

가. 명절에 따른 매출 상승

- 부침 요리가 많은 우리 명절 음식의 특성상 부침가루의 매출은 명절 성수기에 평월 대비 두 배 가까이 늘어나는데 CJ제일제당이 2012년 말 출시한 ‘백설 자연 재료 부침가루’의 경우, 명절 성수기에 들어서면서 주간 매출이 4배 가까이 큰 폭으로 상승함¹²⁾

나. 계절에 따른 수요 증대

- 프리믹스는 제품이 다양하기 때문에 계절에 따라 주력하는 품목이 다름. 여름철에는 아이스크림이나 무스 믹스, 겨울철에는 호떡 믹스가 인기를 끌고 있으며, 날씨가 더 덥거나 더 추울수록 그 인기는 증가함
- 때이른 더위에는 여름을 겨냥해 내놓은 아이스 프리믹스 제품들이 좋은 반응을 얻고 있고 치즈나 요거트를 활용한 프리미엄 디저트 제품들은 여름철에 출시해 인기를 끌었으며, 점차 그 종류가 다양해지고 있음
- 청정원에서 출시한 무스 믹스는 우유와 섞어 냉동실에 얼리면 아이스 무스 케익이 되는 제품으로 여름철 디저트로 인기가 좋아 판매가 증가함
- 한편, 겨울철에는 호떡 믹스가 단연 우세임. 호떡믹스는 대표적인 겨울형 상품으로 겨울 추위가 빨라질수록 호떡 믹스의 겨울 특수도 빨라지고 있음
- 호떡은 원래 포장마차에서 많이 파는 겨울철 길거리 간식이었으나, 지난 2008년 펠라민 파동과 경기불황의 영향으로 ‘홈메이드 간식’ 열풍이 불면서 집에서 만들어먹는 대표적인 겨울형 간식으로 자리 잡게 됨

12) 추석대목에 불티나게 팔리는 품목은?, 경제투데이, 2011.08.29

2. 재료의 다양화

가. 쌀가루로 만든 프리믹스

- 쌀 가공식품에 대한 정부의 지원이 늘어났으며, 이 품목 중 쌀 프리믹스도 포함되어 있음
 - 정부는 2008년 쌀 가공식품의 산업 규모를 2012년까지 현재의 2배인 2조원 수준으로 끌어올리기로 했었음. 농림수산물식품부는 ‘쌀 가공식품 활성화’ 방안을 마련하여 추진했으며, 쌀 프리믹스, 떡볶이, 쌀국수, 쌀라면, 즉석밥, 쌀과자, 쌀생면, 쌀술, 쌀가루, 베트남 쌀국수 등을 주요 활성화 품목으로 선정함
- 기존 밀가루로 만들어진 프리믹스에 이어 쌀가루로 만든 프리믹스 제품들이 출시되어 건강식에 관심이 많은 소비자들의 이목을 끌고 있음
 - 쌀 제분 시설과 기술을 보유한 대두식품의 ‘햇쌀마루’는 기존 제품들과 차별화된 쌀가루 전문 브랜드임. 햇쌀마루에서는 국내 최초로 개발한 인절미, 영양찰떡, 호박설기, 녹차설기로 구성된 떡 믹스 뿐만 아니라 쌀 호떡, 쌀 핫케익, 쌀 쿠키, 쌀 식빵, 쌀 찜케익 믹스 등 다양한 베이커리 믹스를 보유하고 있음. 떡과 베이커리류 제품 모두 밀가루가 전혀 포함되어 있지 않은 100% 국산 쌀가루로 만들어짐¹³⁾
 - 농심은 2013년에 쌀가루 프리믹스(premix) 시장에 진출함. 농심은 계열사인 농심 미분에서 쌀가루를 이용해 만든 '우리쌀 부침가루', '우리쌀 튀김가루'를 출시함. 농심 관계자는 최근 불황 속에서 건강을 생각하는 분위기가 확산되면서 홈메이드 식품에 대한 소비자들의 기대가 커지고 있어 쌀가루 프리믹스 시장에 진출했다고 밝힘¹⁴⁾

13) 집에서 간편하고 신속하게 만들어 먹는 세계 최초 떡 ..., 헤럴드경제, 2009.04.16

14) 농심, 쌀가루 프리믹스 시장 진출, 서울경제, 2013.01.28

나. 우리밀로 만든 프리믹스

- 국내 밀 산업이 활성화를 피하고 있으며, 식품업체들도 우리 밀 제품을 점차 출시하고 있음
 - 현실적으로 우리 밀은 보리 수매가 중단되면서 생산이 증가하는 추세임. 소비량이 적은 보리를 정부가 더 이상 수매하지 않기로 함에 따라 대체작물로 밀 산업을 육성할 필요성이 대두되었고 특히, 밀 주산지인 전남·경남 지역에 밀을 재배하는 농가가 늘고 정부의 정책과 지원이 더해져 밀 생산량을 높이는 데 일조하고 있음
 - 지금까지 전량 수입 밀에 의존해 온 국내 밀 산업은 자급률이 2%에 불과함. 우리 국민이 1년에 쌀 72.8kg, 밀 34kg을 먹을 만큼 많은 밀을 소비하는 점을 감안하면 이는 매우 낮은 수치임. 이에 정부는 밀 산업 활성화를 위한 수급 안정 대책을 마련하고 생산기반을 확충해 2015년까지 자급률을 10%로 끌어 올린다는 계획을 세움¹⁵⁾
 - 이런 움직임을 따라 기존 식품업체도 몇 년 전부터 우리 밀을 사용한 제품을 출시했음. 식품업체의 경우, 밀 산지의 해당 지자체와 수매협약을 맺고 제품을 출시하기도 하는데, 2009년 CJ제일제당은 전라남도과 국산밀 산업화를 위한 업무협정을 맺어서 안정적인 우리 밀 공급원을 확보하게 됨¹⁶⁾
 - CJ제일제당의 우리밀 제품으로는 우리밀 핫케익믹스, 우리밀 부침가루, 우리밀 튀김가루 등이 있으며, 우리밀 핫케익믹스와 초코칩 핫케익 믹스가 동시에 출시되었지만 우리밀 제품이 초코칩보다 두 배 가량 매출이 높은 것으로 나타남
- 정부의 활성화 노력과 함께 소매 시장에서도 가격은 비싸지만 안전한 식품을 먹으려는 소비자들이 증가했고 몇 년 전부터 불어온 웰빙 열풍이 꾸준히 이어지고 있음에 따라 우리밀로 만든 프리믹스 제품들이 계속 출시되고 있음
 - 이에 따라 대상 청정원은 우리 쌀과 우리 밀로 만든 프리믹스 제품 브랜드 리올을 론칭함

15) 비싸지만 가치 있는 '우리밀 뜯다!', 천지일보, 2011.10.11

16) 우리밀의 '화려한 부활', 경제투데이, 2009.10.07

3. 재료의 고급화

- 최근 가정식 문화의 확산으로 각광받고 있는 프리믹스 시장에도 웰빙 바람이 거셉. 자연 재료로 차별화한 다양한 웰빙 프리믹스 제품들이 출시되어 프리믹스 시장이 고급화되고 있음¹⁷⁾
 - CJ제일제당의 ‘백설 자연재료 부침가루’는 프리믹스의 주재료인 밀가루를 비롯해 양파가루, 마늘가루, 후춧가루, 천일염의 다섯 가지 재료만을 사용해 건강식을 추구하는 소비자들에게 관심을 끌고 있음¹⁸⁾

- 유기농 프리믹스 제품들(부침가루·튀김가루)은 비싼 가격에도 불구하고 꾸준한 성장을 보이고 있음
 - 2006년 동원F&B의 유기농 튀김가루와 부침가루의 출시를 시작으로 형성된 유기농 프리믹스 시장은 2007년 대상, 오투기가 가세하며 점차 확대되었고 2008년 CJ제일제당도 시장에 뛰어들어 유기농 프리믹스 시장의 경쟁이 치열해지기 시작함¹⁹⁾

- 이밖에 베이커리 믹스 시장도 재료의 고급화가 이루어지고 있는데 삼양사는 국내산 흑미와 검은깨, 꿀을 함유한 흑미꿀 믹스를 출시했고, 브라우니 믹스는 벨기에산 초콜릿을 사용하였음

4. 카테고리의 확장

- 과거 호떡이나 핫케이크, 오븐류 믹스 등의 제품라인에서 벗어나 브라우니, 아이스크림, 도라야끼 믹스 등 다양한 프리믹스 제품들이 등장해 제품 카테고리를 넓히고 있음

17) CJ제일제당, 웰빙 튀김가루 출시, 아시아경제, 2009.09.01

18) 프리믹스도 웰빙 시대... 자연재료가 뜬다, 아크로팬, 2013.02.18

19) 프리믹스제품, 웰빙으로 갈아입다, 파이낸셜뉴스, 2009.09.01

- 삼양사가 2011년 국내 최초로 출시한 아이스크림용 프리믹스 제품은 4종의 제품라인을 가지고 있음. 출시 초기인 2011년 25억 원 규모였던 아이스크림 프리믹스 매출은 2012년 35억 원으로 성장함²⁰⁾
- 제분기업 동아원이 2013년 출시한 ‘맥션 커스터드 도라야끼’, ‘맥션 초코 도라야끼’는 일본식 과자인 도라야끼를 만들 수 있는 프리믹스 제품임. 부드러운 식감의 카스텔라 케이크와 커스터드 크림이 들어있고 제품을 물과 혼합해 거품기로 저으면 간편하게 도라야끼를 만들 수 있음
- 농촌진흥청은 가정에서 쉽게 호박 요리를 즐길 수 있도록 ‘호박분말 제조 최적 조건’을 연구해 호박분말을 이용한 ‘호박죽·호박전 프리믹스 2종’을 개발했음. 호박 프리믹스는 열처리를 통해 호화과정(전분을 수중에서 가열해 점도 높은 풀로 변화시키는 과정)을 거친 전분을 분말로 만들었기 때문에 뜨거운 물만 붓거나 오랜 시간 조리하지 않고 먹을 수 있어 편리하며, 단호박을 이용한 기존의 프리믹스와는 달리 늙은 호박을 활용해 호박 본연의 맛을 즐길 수 있도록 했음²¹⁾
- 이외에도 프리믹스는 오꼬노미야끼 믹스, 난과 커리 믹스, 무스 믹스 등 다양한 믹스 등이 시판되어 고객들의 니즈를 충족시켜 주고 있음²²⁾

5. 홈메이드 식품 성장과 프리믹스

가. 먹거리 불신에 따른 홈베이킹 성장

- 먹거리 불신이 확산되면서 홈메이드 식품의 매출이 크게 늘어나고 있으며 프리믹스 제품 역시 판매가 증가하고 있음
- 지역 유통업체에 따르면 집에서 만든 음식처럼 깨끗하고 위생적인 음식을 뜻하는 ‘홈메이드’가 새로운 트렌드로 부상하고 있음. 지역 유통업체마다 홈메이드 관련 제품 매출은 10~50% 이상 증가하고 있음. 2013년 5월 지역 유통업체의 홈메이드 관련 상품의 매출은 전년도 5월과 비교해 평균 20%가 넘는 신장세를 나타내고 있음²³⁾

20) 업계 관계자 인터뷰

21) 농진청, 호박분말 이용 호박죽 프리믹스 개발, 이뉴스투데이, 2013.11.07

22) 제품 라인업 다양화로 골라먹는 재미가 있다, 파이낸셜뉴스, 2011.01.20

23) 손쉽고 안전하게... ‘착한 먹거리’ 집에서 “척척”, 영남일보, 2013.05.25

- 홈메이드 먹거리는 자녀 먹거리에 대한 불안감을 지우지 못한 주부 등이 주로 찾음. 이들은 가정에서 직접 과자와 빵, 케이크 등을 만들어 먹일 수 있는 프리믹스 관련 상품 등을 주로 구매함

나. DIY형 식품 프리믹스

- DIY(Do It Yourself · 스스로 만드는 제품) 식품의 대표적인 프리믹스류 제품은 조리법이 간편한 데다 손수 만들어준다는 느낌을 전할 수 있어 워킹맘과 집에서 만든 안전한 간식을 주고 싶은 엄마들에게 좋은 반응을 얻고 있음
- 인테리어, 의류뿐만 아니라 식품업계에서도 DIY가 인기 있음. 여기에는 보다 안전한 식품을 직접 만들겠다는 홈메이드 열풍의 영향과 외식비도 아끼는 일석이조의 효과를 얻겠다는 욕구가 반영되어 있음. 그러나 복잡한 재료 준비와 조리 과정은 부담스럽기 마련인데 최근 인기를 모은 DIY 식품들은 조리 과정을 간단하게 만들어 부담을 덜어주고 있음²⁴⁾
- 과거에는 쿠키나 빵 등에 한정되어 있던 프리믹스 시장이 호떡믹스 붐을 시작으로 최근에는 다양한 제품군이 등장하면서 DIY 열풍은 더욱 커질 전망이다

다. 아이들 교육용으로 이용되는 프리믹스

- 홈메이드 상품 중 프리믹스의 인기가 높은 것은 밀가루 반죽 등을 활용해 어린이들과 다양한 재료로 여러 가지 모양의 빵과 쿠키를 만드는 것이 창의성과 미적 감각을 키운다는 소문이 주부들 사이에서 확산됐기 때문임
- 창의력 개발 교구로 애용되는 클레이를 아예 식재료로 만든 쿠키믹스도 등장함. 레퓨레의 ‘야미도우’는 식재료에 4가지 천연 색소를 넣어 일반 클레이 제품과 동일한 질감으로 다양한 모양 만들기가 가능함. 구우면 쿠키로 섭취할 수 있지만 가열처리 없이 그냥 카라멜처럼 먹을 수도 있음
- 이는 단순한 절약에서 교육적 측면으로 홈베이킹 제품의 무게 중심이 이동하고 있는 것으로 보이며 불경기에도 관련 제품의 매출이 매월 20% 이상으로 증가하고 있음²⁵⁾

24) [Dining]우리아이 간식 DIY 어렵지 않아요, 동아일보, 2012.08.24

라. 불황에 따른 인기

- 지출을 한 푼이라도 줄이기 위해 가족 간식을 직접 만들어 먹는 가정이 늘면서 프리믹스 등 각종 식품 원재료가 ‘불황 속 인기 홈메이드 상품’으로 떠오르고 있음
- 불황속에서 식품 원재료에 해당되는 밀가루, 부침가루, 튀김가루 등 곡물류의 매출이나 호떡, 쿠키, 케이크 등의 재료인 프리믹스 제품 매출이 증가하고 있으며, 고 물가와 경기침체 속에 연말에도 집에서 가족과 함께 하려는 소비자들이 늘어날 것으로 보임에 따라 프리믹스 판매가 증가할 것으로 예상됨

25) 엄마, 빵놀이 매일 해요, 노컷뉴스, 2012.09.04

제 5 절 소비 시장 요약 및 시사점

1. 소비 시장 규모

- 프리믹스 전체 소비 시장 중에서 할인점, 체인슈퍼, 백화점, 편의점, 독립슈퍼, 그리고 일반식품점 등 소매 유통 채널의 시장 규모가 약 954억 원으로 나타남
 - 소매 유통 채널의 기업별 점유율은 CJ제일제당이 44.5%를 차지하고 있고 오뚜기가 28.4%, 삼양사가 11.6%로 그 뒤를 잇고 있음. 이 세 기업이 전체 소매 유통 채널의 84.5%를 차지하고 있음
- 프리믹스의 세분시장은 베이커리믹스와 부침가루, 튀김가루로 구분되어지며, 2012년 기준으로 베이커리 믹스 시장이 약 456억원으로 전체 프리믹스 소매 시장의 47.7%를 차지하고 있고, 부침가루가 31.1%(약 296억원), 튀김가루가 21.2%(약 202억원)를 차지하고 있음
 - 프리믹스는 세분시장별로 방학과 계절 등에 따른 시연성을 갖고 있으며, 명절 특수 또한 함께 공존하고 있음

2. 세분 시장별 제품 현황

- 호떡믹스, 핫케이크 믹스, 오븐류 믹스, 디저트류 믹스로 나뉘는 베이커리 믹스를 주요 업체별로 살펴보면, CJ제일제당은 모든 카테고리에 제품을 보유하고 있고 삼양사는 핫케이크 믹스를 제외한 나머지 카테고리에 제품을 보유하고 있으며, 오뚜기는 호떡과 핫케이크 믹스를 중심으로 베이커리 믹스를 출시하고 있음
- 부침가루를 일반, 유기농, 기타로 분류하여 살펴보면, CJ제일제당은 세 카테고리 모두에 가장 많은 품목을 가지고 있음. 오뚜기는 일반과 유기농 카테고리에서 제품을 보유하고 있고 삼양사는 일반 단일 제품군만 보유하고 있음
- 또한 튀김가루도 일반, 유기농, 기타로 분류하여 살펴보면, CJ제일제당은 세 카테고리 모두에 제품을 가지고 있고 유기농, 우리밀 등의 여러 재료를 사용해 튀김가루를 만들고 있음. 오뚜기 역시 세 카테고리 모두에서 제품을 보유하고 있고 삼양사는 하나의 제품군만 보유하고 있음

3. 소비자 특성

- 프리믹스에 대한 가장 중요한 정보원은 주로 마트 및 식품관내의 광고(35.6%), TV광고(32.4%)와 같이 이미 노출된 정보를 주로 활용하는 것으로 나타났으며, 20~30대는 주로 TV에서, 40~50대는 마트 및 식품관내의 광고에서 더 정보를 얻는 것으로 나타남
- 프리믹스를 구입할 때, 소비자들이 고려하는 첫 번째 속성은 브랜드(30.9%)였으며, 그 다음으로는 맛(20.1%)과 구성 원재료(14.6%)순으로 이어짐
- 응답자의 74.7%가 프리믹스를 주로 구입하는 채널로 이마트나 홈플러스, 롯데마트와 같은 대형 할인매장과 이마트 에브리데이, 홈플러스 익스프레스, 롯데슈퍼 등 체인슈퍼마켓이라고 응답함
- 부침가루의 구입 빈도는 3달에 1회(26.0%), 6달에 1회(23.7%)순으로 나타났으며, 튀김가루의 구입 빈도는 6달에 1회(31.6%), 3달에 1회(22.5%)순으로 높게 나타남
- 베이커리 믹스를 구매한 경험이 있는 응답자 중에서 호떡 믹스에 대한 구매 경험이 78%로 가장 높게 나타났고 브라우니 믹스(50%), 쿠키 믹스(41%), 도넛 믹스(35%), 머핀 믹스(31%) 순으로 나타남

4. 소비 트렌드

- 부침가루와 튀김가루는 명절 성수기에 평월 대비 두 배 이상의 소비가 증대되는 특성이 있음. 또한 프리믹스는 제품이 다양하기 때문에 계절에 따라 주력하는 품목이 다름
 - 여름철에는 아이스크림이나 무스 믹스, 겨울철에는 호떡 믹스가 인기를 끌고 있으며, 날씨가 더 덥거나 더 추울수록 그 인기는 증가함
- 기존 밀가루로 만들어진 프리믹스에 이어 쌀가루로 만든 프리믹스 제품들이나 우리밀로 만들어진 프리믹스 제품들이 출시되어 건강식에 관심이 많은 소비자들의 이목을 끌고 있음

- 최근 가정식 문화의 확산으로 각광받고 있는 프리믹스 시장에도 웰빙 트렌드에 맞춰서 자연 재료로 차별화한 다양한 웰빙 프리믹스 제품들이 출시되어 프리믹스 시장이 고급화되고 있으며, 유기농 프리믹스 제품들(부침가루·튀김가루) 또한 비싼 가격에도 불구하고 꾸준한 성장을 보이고 있음
- 과거 호떡이나 핫케이크, 오븐류 믹스 등의 제품라인에서 벗어나 브라우니, 아이스크림, 도라야끼 믹스 등 다양한 프리믹스 제품들이 등장해 제품 카테고리를 넓히고 있음
- 먹거리 불신이 확산되면서 홈메이드 식품의 매출이 늘고 있으며, 이에 따라 프리믹스 제품 판매도 증가하고 있음
 - 프리믹스는 조리법이 간편한 데다 손수 만들어준다는 느낌을 전할 수 있어 워킹맘과 집에서 만든 안전한 간식을 주고 싶은 엄마들에게 좋은 반응을 얻고 있음
 - 또한 밀가루 반죽 등을 활용해 아이들과 여러 모양의 빵과 쿠키를 만드는 것이 창의성과 미적 감각을 키운다는 얘기가 있어 아이들 교육용으로 이용되기도 함

가공식품 세분 시장 현황

2013년 12월 인쇄

2013년 12월 발행

편저 · 발행



인쇄처 성광기획인쇄

서울특별시 서초구 강남대로 27 aT센터

TEL : (02) 6300-1397,1398 FAX : (02) 6300-1615

본 책자의 내용에 관한 사항은

한국농수산물유통공사 식품수출정보팀(02-6300-1397,1398)으로
문의하여 주시기 바랍니다.

동 자료는 식품산업통계정보시스템(www.aTFIS.or.kr)을 통해
다운받아 볼 수 있습니다.