

발 간 등 록 번 호

11-1541000-000847-01

가공식품 세분화 시장 현황조사

면 류

제 출 문

농수산물유통공사 사장 귀하

본 보고서를 『가공식품 세분화 시장 현황조사 : 면류시장』의 분기보고서로 제출합니다.

2011. 6.

- 연구수행기관 : 중앙대학교 산학협력단
- 연구책임자 : 이정희 (중앙대학교)
- 연구원 : 황성혁 (세종대학교)
조영상 (중앙대학교)
- 연구보조원 : 주아름 (중앙대학교)
인규리 (중앙대학교)
- 연구총괄기관 : 한국식품공업협회
- 총괄 책임자 : 이기식 (한국식품공업협회)
- 연구원 : 이효순 (한국식품공업협회)
- 연구보조원 : 전병학 (한국식품공업협회)
장현석 (한국식품공업협회)
홍민주 (한국식품공업협회)

목 차

머리말	1
일러두기	3
제1절 면류의 정의 및 분류	7
1. 면류의 정의	7
2. 면류의 분류	9
3. 기업별 주요브랜드와 제품	11
제2절 국민 식생활과 면류	15
1. 면류 섭취량	15
2. 면류 주요 소비자	17
제3절 면류시장 개요	19
1. 면류시장의 규모	19
2. 면류시장의 특성	23
3. 국수 생산공정	24
제4절 원료와 상품가격	25
1. 면류의 주요 원료	25
2. 원재료 시세	26
3. 국내 면류 가격 추이	27

목 차

제5절 판매와 유통	30
1. 유통과정	30
2. 주요 유통채널	31
제6절 면류시장 동향	32
1. 주요기업 생산 동향	32
2. 주요기업 현황	33
3. 제품 동향	36
4. 해외시장에서의 위상과 경쟁력	42
5. 주요기업 인터뷰 결과	46
제7절 시사점 및 전망	48
1. 요약	48
2. 시사점 및 전망	53

표 목 차

〈표 1〉 식품공전에 따른 면류 종류별 정의	7
〈표 2〉 기업별 생산품목과 면류 브랜드	11
〈표 3〉 소재면 주요 제품별 구성 및 성상	12
〈표 4〉 즉석편의품 면류 주요 제품별 구성 및 성상	13
〈표 5〉 2009년 연령별 국수 섭취 빈도 비중	18
〈표 6〉 2010년 면류별 시장규모 및 점유율	19
〈표 7〉 냉장면 시장규모 및 점유율	19
〈표 8〉 면류 종류별 국내 출하액 비중	22
〈표 9〉 식품 및 면류 시장 국내 출하액 추이	23
〈표 10〉 건면 생산공정	24
〈표 11〉 생면 생산공정	25
〈표 12〉 숙면 생산공정	25
〈표 13〉 면류의 주요원료	26
〈표 14〉 원료의 원산지(2010년 기준)	26
〈표 15〉 소맥선물가격 동향	26

표 목 차

〈표 16〉 국수 물가 지수 추이(2005=100)	28
〈표 17〉 주요 국수제품 별 100g 당 가격 추이	29
〈표 18〉 H사 면류 유통채널 비중(매출액 기준)	31
〈표 19〉 상온면과 냉장면 매출 비중 추이	32
〈표 20〉 2010년 주요기업별 매출액 및 지표	34
〈표 21〉 주요기업 공장현황	35
〈표 22〉 주요 기업 투자 및 연구소 현황(2010년 12월 기준)	36
〈표 23〉 기업별 면류 신제품	37
〈표 24〉 면류 수출입 현황	43
〈표 25〉 수출 및 수입 면류 단위당 가격	44
〈표 26〉 중량 기준 면류별 수출 비중	45
〈표 27〉 중량기준 면류별 수입 비중	45
〈표 28〉 기업 인터뷰 결과	47
〈표 29〉 요약	52

그림 목 차

<그림 1> 면류의 분류	9
<그림 2> 업계의 면류 분류	10
<그림 3> 면류 섭취량 추이	15
<그림 4> 국수 섭취 빈도	16
<그림 5> 국수 종류별 섭취량 변화	17
<그림 6> 2009년 성별, 연령별 국수 섭취 빈도	18
<그림 7> 면류 생산량 및 출하액 추이	20
<면류 중 라면, 라면을 제외한 면류 국내 출하액 추이>	21
<그림 8> 2009년 출하액 기준 면류 제조방법별 비중	22
<그림 9> 국내 쌀 도매가격 추이(2011.1.1~2011.3.31)	27
<그림 10> 국수 물가 지수 추이	28
<그림 11> 면류의 유통경로	30
<그림 12> 상온면과 냉장면 매출 비중 추이	32
<그림 13> H, I사 면류 매출액 합계 추이	33
<그림 14> 우리밀 (마른)국수 제품 매출액	39
<그림 15> 쌀 국수 제품 매출 현황	40
<그림 16> 면류 수출 추이	42
<그림 17> 면류 수입 추이	43

머리말

- 「식품 및 식품첨가물 생산실적」(2005~2009)에 의하면 식품제조업의 전년대비 출하액 증감률이 2006년 8.4%, 2007년 5.7%, 2008년 3.3%로 성장이 둔화¹⁾되고 있음.
 - 2004년 대비 2008년 식품제조업의 품목수, 업소수, 출하액이 각각 28.3%, 23.0%, 16.4% 성장하여 품목수 및 업소수 대비 출하액 성장이 다소 낮은 것으로 나타나 식품기업 간 경쟁이 치열할 것으로 보임.
- 식품시장의 성장 둔화와 기업 간 치열한 경쟁과 맞물려 소비자의 식품에 대한 안전성 요구, 웰빙 추구, 편의성, 가치추구가 증대하고 식품소비의 다양성을 추구함에 따라 제품의 수명주기가 단축되었음. 이처럼 급변하는 시장 상황에서 기업이 경쟁력을 갖추기 위해서는 기업의 대내외 환경과 소비자 수요에 즉각적이고 능동적인 대응을 해야함.
- 이를 위해 합리적인 의사결정을 통해 경영 및 마케팅 활동에 반영해야 하는데, 이때 식품관련 시장 동향, 소비자 트렌드 변화 등에 대한 정보를 취득하여 활용할 수 있어야 함. 그러나 기업의 식품 관련 정보를 취득하는데에는 한계가 있음.
- 2010년 7월 식품 기업 실무진의 인터뷰²⁾에 의하면 현재 기업이 식품 정보를 취득하는데 정보의 다양성 측면, 시의 적절성, 시장의 잠재성을 알기 어렵다는 한계가 있음.
 - 식품기업은 주로 통계청 식품관련 통계, 식약청“식품 및 식품첨가물 생산실적”, AC닐슨, 한국식품연감 등을 사용하고 있음.

1) 2009의 경우 전년대비 14.1% 상승하였으나, 이는 2008년 애그플레이션 영향 및 물가 상승 때문에 출하액이 급증한 것으로 보임.

2) 2010년 7월 14일 오후 3시 한국식품공업협회에서 한국식품공업협회 3명, 식품기업 실무자 10여명, 연구원 및 연구보조원 2명이 참석하여 간담회를 진행함.

- 그러나 정보의 다양성이 부족하고 기업이 이용하는 대부분의 정보는 1년 단위로 생산되고 1~2년 후 공표되기 때문에 시의성이 떨어져 활용 가치가 현저히 떨어짐. 국가통계(통계청, 식약청 통계치)는 생산 중심의 통계치이기 때문에 식품 시장과 소비자 트렌드, 시장의 잠재적인 성장을 잘 설명해주지 못함.
 - 또한 식품기업이 원하는 정보는 생산정보 만큼이나 소비동향과 트렌드에 대한 조사를 원하고 있음.
- 정부 역시 식품시장에 대한 정보가 부족하여 시장의 규모, 생산동향, 애로사항 등을 파악하여 기업의 정책수요를 정책에 반영해야 함에도 불구하고 정책의 기초자료가 부족한 상황임.
 - 따라서 식품기업 측면에서는 경영활동에 활용할 수 있는 식품시장의 생산 및 유통동향, 소비 트렌드 정보를 제공하여 기업의 의사활동에 활용할 수 있는 정보와 정부 측면에서는 생산동향 및 기업의 애로사항을 파악하여 정책에 반영할 수 있는 정책 기초자료로서의 정보가 필요한 것으로 보임.
 - 본 보고서의 목적은 국내 주요 가공식품의 품목별 세부 시장정보를 제공함으로써 연중 급변하는 식품시장과 소비자 수요 변화에 식품업계가 전략적으로 대응하고 식품 기업의 애로사항을 조사함으로써 정부정책 수립을 위한 기초자료를 생성하는데 있음.

일러두기

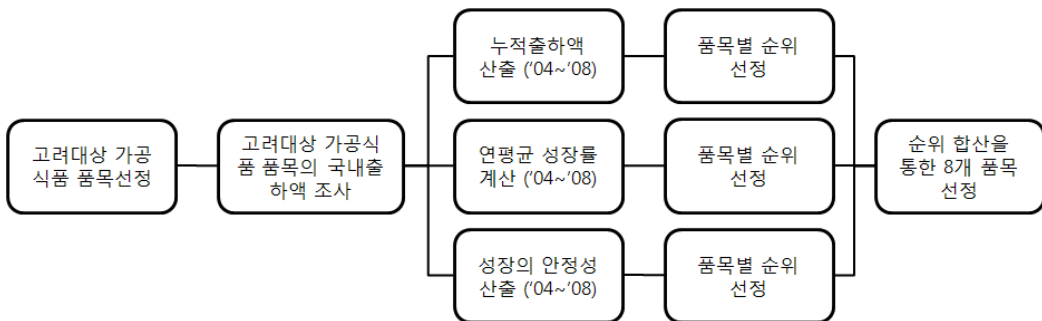
1. 연구 추진 단계

1.1 연구 추진 단계

추진 단계		연구 추진 내용
1 단계	조사 설계	<ul style="list-style-type: none"> • 조사의 기본 방향 설정 • 조사 대상 가공식품 품목 선정 <ul style="list-style-type: none"> - 시장의 규모, 성장성, 안정성 등을 종합적으로 고려하여 선정 • 조사 항목 및 분석 내용 선정 • 관련 분야의 전문가 자문회의를 통해 조사 대상 품목 및 조사 항목 내용 확정
2 단계	조사 실시	<ul style="list-style-type: none"> • 선정된 품목의 시장현황 조사를 위해 문헌, 설문조사, 그리고 면접조사 실시 • 설문조사는 관련 기관의 실무적 협조를 통해 해당 기업 자료 요청 • 면접조사는 해당 품목의 주요 식품기업을 방문하여 조사
3 단계	분석	<ul style="list-style-type: none"> • 선정된 품목의 생산업체 실태 조사 자료를 가지고 가공식품 시장의 품목별 시장 현황 분석 <ul style="list-style-type: none"> - 생산 현황, 유통현황 • 선정된 품목의 생산업체 면접 조사 자료를 가지고 가공식품 시장의 품목별 심층 분석 <ul style="list-style-type: none"> - 시장 전망, 정책적 시사점 도출 • 분석결과에 대한 전문가 자문 회의
4 단계	보고서 작성	<ul style="list-style-type: none"> • 가공식품 세분화시장별 현황조사 및 분석 보고서 발간

1.2 조사 대상 품목 선정

◦ 조사 대상 품목은 시장의 크기, 성장성, 안정성을 고려하여 후보 품목 군을 선정하고 식품기업 간담회¹⁾ 및 회의를 통해 업계, 농수산물유통공사의 의견을 반영하여 1/4분기 보고서 품목으로 식용유, 면류가 최종 선정됨.



1) 2010년 7월 14일 한국식품공업협회에서 식품기업 실무진 10여명, 협회 3명, 연구진 2명이 참석한 가운데 진행함.

2. 주요 조사 설계

2.1 주요 조사 설계

구분	내용
조사대상	• 조사항목에 해당하는 선도 기업 2개사
조사항목	• 면류
조사방법	• 문헌조사, 기업 인터뷰, 기업 설문조사
조사대상 기간	• 2011년 1월 ~ 3월
조사실시 기간	• 2011년 4월 1일~10일(10일 간)

2.2 기업 인터뷰 및 설문조사 내용

구분	내용
일반적 현황	• 정의 • 범위(분류)
생산 및 제품동향	• 생산동향(월별 생산동향) • 제품동향
원료 구매 및 유통현황	• 원료구매 • 유통동향
애로사항 및 마케팅 중점사항	• 애로사항 • 마케팅 중점사항
선도기업 현황	• 경영현황 • 공장현황 • 투자 및 연구소 현황

.....

면류 시장 동향

.....

제1절 면류의 정의 및 분류

1. 면류의 정의

- 면류¹⁾는 곡류와 전분을 주원료로 가늘고 길게 썰거나 뽑아내어 삶아먹거나 비벼먹는 음식을 총칭하는 것으로, 식품공전에서는 넓게 용도에 따라 국수, 냉면, 당면, 파스타류로 분류하고 있음.
 - 국수는 국수용으로 사용되는 면류로 곡분 또는 전분 등을 주원료로 하여 제조한 것을 말함.
 - 냉면은 냉면용으로 사용되는 면류로 메밀가루, 곡분 또는 전분 등을 주원료로 하여 압출 성형한 것을 말함.
 - 당면은 주로 잡채용으로 사용되는 면류로 전분을 80% 이상으로 제조한 것을 말함.
 - 파스타는 주로 파스타로 사용되는 면류로 듀럼 세몰리나, 듀럼가루, 파라나 또는 밀가루를 주원료로 하여 파스타 성형기로 제조한 것을 말함. 마카로니, 스파게티 등이 파스타에 포함됨.

<표 1> 식품공전에 따른 면류 종류별 정의

분류	정의	식품 유형
국수	곡분 또는 전분 등을 주원료로 하여 제조한 것	-
냉면	메밀가루, 곡분 또는 전분을 주원료로 하여 압출 성형한 것	-
당면	전분(80% 이상)을 주원료로 하여 제조한 것	-
파스타류	듀럼세몰리나, 듀럼가루, 파라나 또는 밀가루를 주원료로 하여 파스타 성형기로 제조한 것	마카로니, 스파게티

자료 : 식품별 기준 및 규격(식약청 고시 제2010-45호)(2010)

<참고> 면류의 기준 규격

- 타르색소 : 검출되어서는 아니된다.
- 보존료 : 검출되어서는 아니된다.
- 세균수 : 1 g당 1,000,000 이하(주정처리제품에 한한다)
1 g당 100,000 이하(살균제품에 한한다)
- 대장균 : 음성(주정처리제품에 한한다)
- 대장균군 : 음성(살균제품에 한한다)

자료 : 식품별 기준 및 규격(식약청 고시 제2010-45호)(2010)

1) 식품 공전상 면류에는 유탕면(라면)이 77.4%(식약청, 2009년 국내 출하량 기준)로 상당한 비중을 차지함. 라면시장 동향은 2장을 참조하면 됨.

<참고> 국수의 유래

- 국수는 약 6천년 전 중국에서 유래된 것으로 중국의 비단길을 따라 유럽으로 전파되었고, 우리나라를 통해 일본으로 전파되었음.
 - 중국의 가장 오래된 농업전서 「제민요술」에는 된죽, 밥, 국수, 빵(밀가루 음식을 총칭)을 만드는 법이 기술되어 있는데, 그중 미즈모토라는 라는 면류제조법이 쓰여 있음. 미즈모토가 국수의 원형으로 추정되며, 중국에서 탄생한 국수 제조기술은 아시아를 중심으로 다양한 국수음식을 실현시켜, 나아가 일본에서 개발한 인스턴트 중심으로 다양한 국수음식이 보급되어왔음.
- 우리나라에서 언제부터 국수를 먹었는지 명확하게 나와있지 않지만, 국수가 문헌을 통해 처음으로 소개된 것은 고려시대 송나라 시인이 쓴 여행기 「고려도경(1123)」이나 고려사 같은 문헌임.
 - 「고려도경」에는 “고려인들은 제례에 면을 쓰고 사원에서 면을 만들어 판다”고 기록되어 있음.
- 문헌에서 알 수 있듯 당시 국수는 일상적으로 먹는 음식이 아니라 생일과 혼례 등의 관혼상제나 손님 접대용 별미식이었으며, 조선시대 요리서 「음식디미방」의 기록으로 보아 국수가 보편적인 음식으로 정착하였음을 알 수 있음.
- 아시아 지역의 국수는 주로 아시아 지역에서 소비되며, 이탈리아의 마카로나나 스파게티 제품과 구별하기 위해 동양국수라고 부르기로 함. 우리나라의 국수는 독특한 형태인 냉면으로 발전하였으며, 현대식 제면기술이 도입된 1940년 전후 해방과 한국전쟁 후 미국의 대대적인 식량원조에 힘입어 근대적인 제면산업이 발전하게 되었음.
 - 국수 제조방법은 초기에 반죽을 구멍뚫린 좁은 통에 넣고 지렛대식 압출, 그 후 수차식 압출, 유압식 압출을 거쳐 현대화된 스크류식 연속압출, 현대식 제면기술로 발전하였음.

<자료 : 오카다 데쓰(2006), 「국수와 빵의 문화사」
블루밀 홈페이지에서 일부 발췌>

2. 면류의 분류

2.1 조리형태에 따른 분류

- 면류는 주원료 및 가공방법 등 다양한 기준으로 분류할 수 있으며, 주원료에 따라 밀을 넣은 밀국수, 메밀을 넣은 메밀국수(냉면), 쌀을 넣은 쌀국수, 전분(옥수수, 감자 가루)을 넣은 당면, 듀럼밀로 만든 이태리의 스파게티가 있음. 이외에도 가공방법, 면발의 너비, 성형방법에 따라 나눌 수 있음.
 - 건면은 수분이 13~14% 정도가 되게 건조시킨 면, 생면은 반죽한 것을 끈 모양으로 만들어 가열한 면, 유탕면은 기름에 튀긴 것으로 주로 즉석 라면을 가리킴.¹⁾
 - 성형방법에 따라 칼국수와 같이 얇게 민 반죽을 칼로 가늘게 자른 절면법, 반죽을 잡아당겨 가늘게 뽑은 납면법, 뜨겁게 반죽한 밀가루나 메밀가루를 구멍으로 뺀 착면법, 마카로니와 같이 강한 압력으로 뽑아낸 것 등이 있음.

<그림 1> 면류의 분류



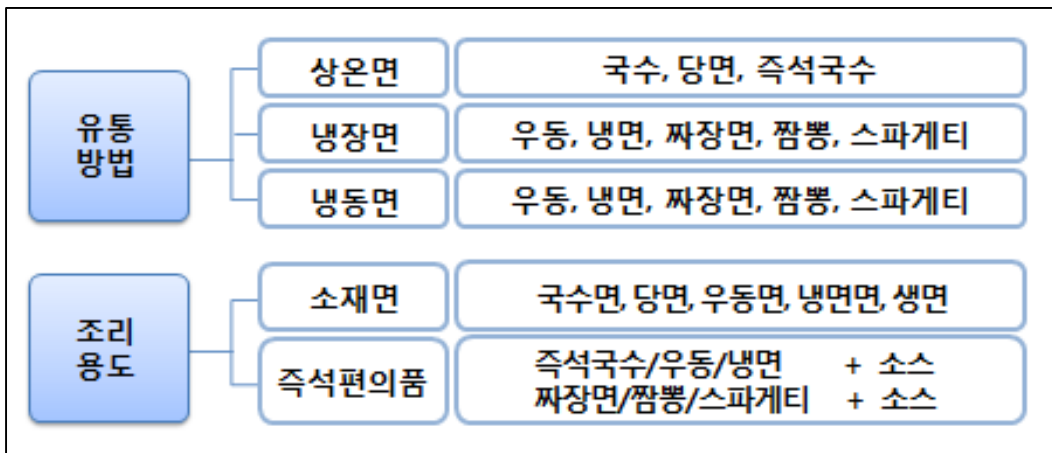
자료 : 블루밀 홈페이지, www.blumeal.co.kr(2011.3.15)

1) 블루밀 홈페이지, www.blumeal.co.kr

2.2 업계의 면류 분류

- 2011년 3월 면류기업 인터뷰 결과에 의하면, 업계에서는 면류를 크게는 유통방법, 세부적으로는 메뉴별로 분류하고 있음. 더불어 조리용도로 소재면과 가공품으로 구분하고 있음.
 - 상온면은 생면을 삶은 후 건조시킨 후 장기 보존 할 수 있도록 한 면, 냉장면은 반죽에서 면을 갓 뽑아 포장한 생면과 생면을 삶아서 포장한 숙성면을 냉장 유통한 것임. 냉동면은 생면을 삶아서 급속냉동시킨 것임.
 - 생면은 면을 갓 뽑아 포장하고, 이 생면을 삶아서 포장한 것이 숙성면(숙면)임. 업계에서는 생면과 숙면을 구분하지 않고 냉장면으로 통칭함.
 - 메뉴별로는 국수, 당면, 우동, 냉면, 짜장면, 짬뽕, 스파게티 등이 있음.
 - 또, 조리용도별로 소재면과 가공품으로 구분하고 있는데, 소재면은 오직 면만 포장되어 집에서 육수 혹은 소스 등에 조리하는 것을 말하고, 가공품은 즉석국수, 우동, 냉면, 짜장면, 짬뽕, 스파게티에 소스가 별첨되어 5~6분 이내 조리가 가능한 편의식품을 말함.

<그림 2> 업계의 면류 분류



자료 : 2011년 3월 면류기업 3사 인터뷰 결과

3. 기업별 주요브랜드와 제품

3.1 기업별 주요브랜드와 제품

- 면류제조 상위기업(라면제외)은 오뚜기(주), 풀무원(주), CJ제일제당(주), 샘표식품, 송학식품(주), 칠갑농산(주) 등이 있음. 오뚜기(주), 풀무원(주), CJ제일제당(주)은 브랜드별로 건면, 냉장, 냉동면을 구분하는 편임.
 - 오뚜기 건면 브랜드는 옛날, 냉장면 브랜드는 면사랑, 풀무원의 건면(생라면) 브랜드는 풀무원, 냉장면과 냉동면은 생가득, CJ제일제당 건면 브랜드는 백설, 냉장면 브랜드는 CJ프레시안으로 구분하고 있음.
 - 예를 들어 오뚜기 국수는 옛날에 속하지만, 소스가 별첨되어 즉석 조리가 가능한 “김장 동치미 평양물냉면” 제품은 면사랑 브랜드에 속함. 풀무원의 기름에 튀기지 않은 생라면 “자연은 맛있다”는 풀무원 브랜드, 냉장면인 “생 아빠 비빔냉면”, 상온면인 “생 용기 바로 먹는 비빔냉면”, 소재면 “생가득 생 칼국수” 등도 생가득 브랜드에 속함.



<표 2> 기업별 생산품목과 면류 브랜드

품목	생산 품목	면류 브랜드
오뚜기(주)	면류, 조미식품류, 소스류, 수산물, 유지류, 기타	옛날(건면), 면사랑(냉장)
풀무원(주)	생면(냉장면), 두부, 나물/계란, 김치, 장류 등	풀무원(건면) 생가득(건/냉장/냉동면)
CJ제일제당(주)	다시다, 사료, 육가공, 설탕, 밀가루, 대두유, 면류 등	백설(건면) CJ프레시안(냉장면)
샘표식품	간장, 소스류, 소면, 수프, 통조림 등	샘표
대상	조미료, 소금, 식용유, 장류, 식초, 소스, 밀가루, 국수 등	오푸드
면사랑	우동, 메밀면(소바), 칼국수, 소면, 냉면, 쫄면, 쌀국수, 중화면, 파스타 등	면사랑 (오뚜기 OEM)
송학식품(주)	국수(건면/숙면/생면), 떡볶이류, 김치, 즉석류	송학국수
칠갑농산(주)	소스류, 국수(숙면/건면/생면), 냉면 등	칠갑국수

자료 : 각 사 홈페이지 (2011.3.15)



가공식품 세분화 시장 현황조사

<표 3> 소제면 주요 제품별 구성 및 성상(1)

회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	원료	제품사진
오뚜기, 옛날국 수(소면)	320, 500, 900, 1200, 150, 2500, 3000	350 (100g 기준)	-	
풀무원, 생가득 생소면	600	375 (138g 당)	소맥분(밀, 호주산/미국 산), 전분, 주정, 정제염, 산미료	
CJ제일 제당, 백 설 찰국 수세면	900	340 (100g 기준)	밀가루(밀:호주산, 미국 산), 정제소금	
샘표, 소 문난집 국수 중 면	900	-	소맥분(밀:호주산,미국산), 식염	
대상, 오 푸드 기농 소 면	400	-	유기농밀가루97%(밀:호주 산70%, 캐나다산30%), 남 극해 소금K 3%	

자료 : 각 사 홈페이지 (2011.3.15)

<표 3> 소제면 주요 제품별 구성 및 성상(2)

회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	원료	제품사진
칠갑농산, 칠갑국수	500	355 (100g 기준)	밀가루97%(호주산), 천일염	
송학식품, 송학국수	900	365 (100g 기준)	소맥분(밀/미국산, 호주산), 정제염	





자료 : 각 사 홈페이지 (2011.3.15)

<표 4> 즉석편의품 면류 주요 제품별 구성 및 성상(1)

회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	원료	제품사진
오뚜기, 면사랑 가쓰오우동	256(1인분), 512(2인분), 1,024(4인)	410 (1인분 기준)	-	
풀무원, 생가득 아빠가 만들어 맛있는 가쓰오우동	216 (1인분)	320 (1인분 기준)	<ul style="list-style-type: none"> - 생우동면 : 소맥분(밀, 호주산/미국산), 변성전분(태국산), 정제염 등 - 가쓰오 액상스프 : 정제수, 가쓰오부시조미액 8.9%, 기꼬만간장(미국산/대두, 밀, 식염) 등 - 우동건더기 : 별미튀김 [밀가루(미국, 호주산), 팜유(말레이시아산), 전분, 양파 등 	

가공식품 세분화 시장 현황조사

<표 4> 즉석편의품 면류 주요 제품별 구성 및 성상(2)

회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	원료	제품사진
CJ제일제당, CJ프레시안 가쓰오 우동	253(1인분), 507(2인분), 760(3인분), 1,013(4인분), 223(한그릇), 153(한컵)	415 (1인분 기준)	<ul style="list-style-type: none"> - 우동면 - 밀가루(밀:호주산, 미국산), 변성전분, 정제소금(국산) 등 - 우동용 액상소스 - 정제수, 양조간장(미국산)(대두, 밀, 정제소금) - 우동용건더기 - 동결건조파[대파(중국산), 포도당], 별미튀김[밀가루(밀:미국산, 호주산), 팜유(말레이시아산) 등] 	
송학식품, 송학국수	466 (2인분)	350 (1인분 기준)	<ul style="list-style-type: none"> - 면 : 소맥분(밀/호주산), 변성전분, 글루텐(밀), 정제염 - 분말스프 : 정제염, 씨즈닝베이스 6호, 가쓰오부시분말18.23%(연근해산), 마늘분말(중국산) - 건더기스프 : 별미튀김3호, 건파(중국산), 건미역 	
샘표, 바로 먹는 잔치국수	113 (1인분)	-	<ul style="list-style-type: none"> - 면 : 소맥분(호주산, 미국산), 정제소금 - 멸치분말스프 : 멸치조미분말14.1%(멸치분말케이18%(멸치100%국산), 옥수수전분(옥수수100%, 수입산)), 바지락엑기스분말[바지락엑기스(바지락, 중국산)] 등 - 김캐스프 : 김50%(국산), 참깨50%(수입산) 	
칠갑농산, 칠갑평양식물냉면	600(3인분)	-	-	

자료 : 각 사 홈페이지 (2011.3.15)

제2절 국민 식생활과 면류

1. 면류 섭취량

1.1 면류 섭취량은 거의 변화 없으나, 최근 섭취빈도는 소폭 감소

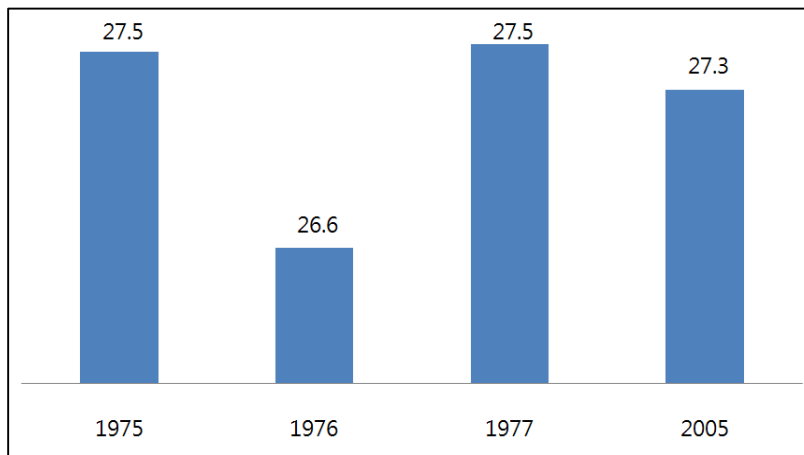
- 예로부터 우리나라에서 국수는 가늘고 긴 가닥이 장수를 의미하여, 생일, 결혼잔치, 회갑잔치 등의 관혼상제에 국수를 삶아먹고 손님들에게 대접을 하는 등 국민 식생활과 밀접하게 관련되어 왔음.

- 국민영양조사에 의하면, 1975년부터 2005년까지 국민 1인당 평균 면류 섭취량(라면 제외)은 비교적 안정적으로 유지된 양상이며 섭취량의 변화가 적음.

- 1975년 국민 1인당 평균 국수 섭취량은 1975년 27.5g에서 2005년 27.3g으로 소폭 감소하였음.

<그림 3> 면류 섭취량 추이

(단위 : g)



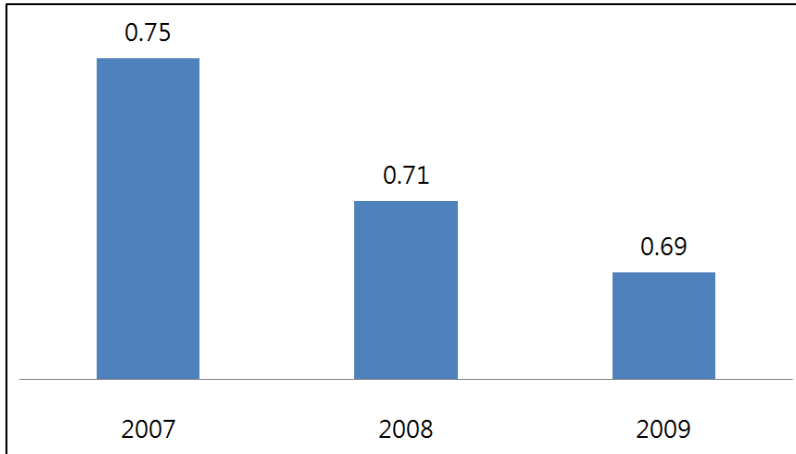
주 : 국수에는 밀국수, 메밀국수, 당면, 중국국수, 스파게티 등이 포함. 연도별로 국수의 종류에 차이가 있음

자료 : 보건복지부, “국민영양조사”(1975, 1976, 1977, 2005)

- 한편, 2008년 1인당 평균 국수 섭취 빈도는 2009년 0.69회로 전년대비 소폭(0.02회/1주) 감소하였음.

<그림 4> 국수 섭취 빈도

(단위 : 회/주)



자료 : 보건복지부, “국민건강통계 영양조사편”(2007, 2008, 2009)

<참고> 2009년도 다소비 식품 순위

전체	섭취량 (g)	남자	섭취량 (g)	여자	섭취량 (g)
1. 백미	182.3	1. 백미	207.1	1. 백미	157.4
2. 김치/배추김치	79.5	2. 김치/배추김치	96.0	2. 우유	75.6
3. 우유	78.9	3. 우유	822.2	3. 김치/배추김치	62.9
4. 맥주	54.5	4. 맥주	77.6	4. 사과	35.8
5. 소주	37.3	5. 소주	66.9	5. 굴	34.1
6. 돼지고기	34.1	6. 돼지고기	45.5	6. 맥주	31.2
7. 사과	32.4	7. 달걀	30.6	7. 쇠고기/족/사골국물	23.3
8. 굴	30.5	8. 사과	29.0	8. 돼지고기	22.7
9. 쇠고기/족/사골국물	26.0	9. 쇠고기/족/사골국물	28.6	9. 배	22.0
10. 달걀	255.5	10. 고추	28.3	10. 감	21.2
...
30. 콩나물	11.6	27. 국수	13.3	국수 없음	...

주 : 국수의 경우 다소비식품 30위에 남자만 27위에 있으며, 여자는 국수가 없음.

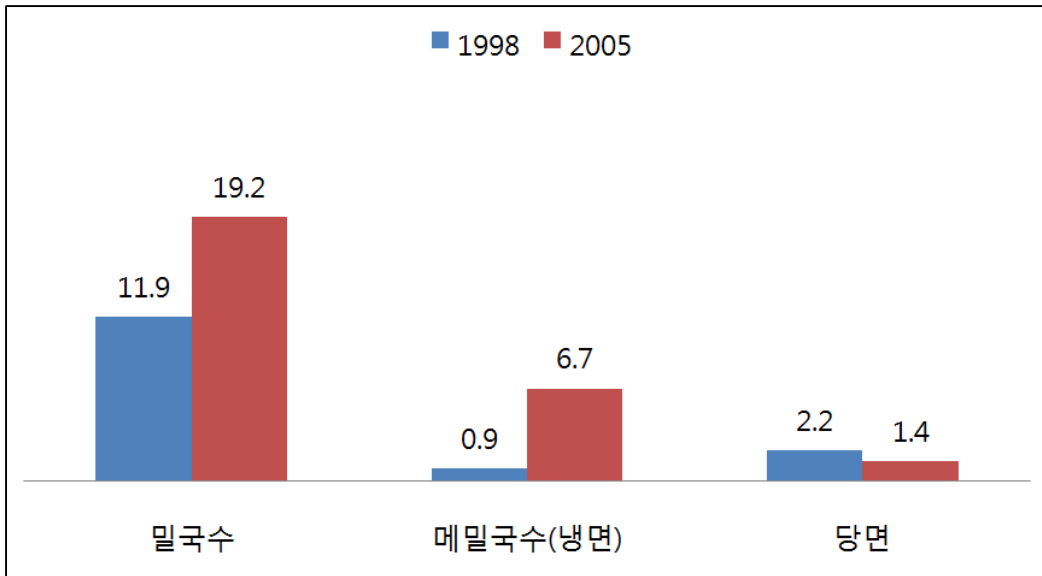
자료 : 보건복지부, “2009년도 국민건강통계”

1.2 밀국수와 메밀국수(냉면) 섭취량은 증가, 당면은 감소

- 국수 종류별로 나누어 보면, 1998년 대비 2005년 밀국수와 메밀국수 섭취량은 증가한 반면, 당면 섭취량은 감소하였음.
 - 이는 소비자의 면류 섭취 트렌드가 편의식으로 전환되고 있다는 것을 의미함. 당면은 여러 야채와 고기를 넣어 조리가 복잡하지만, 밀국수와 메밀국수는 육수나 시중에 판매하는 소스와 조리하여, 당면에 비해 조리가 간편한 편임.

<그림 5> 국수 종류별 섭취량 변화

(단위 : g)



자료 : 보건복지부, “국민영양조사”(1998), “국민건강통계 영양조사편”(2005)

2. 면류 주요 소비자

2.1 국수 섭취 빈도는 남성이 여성보다 높게 나타났으며 연령대로는 만 19~64세 그룹이 더 섭취하는 것으로 조사 됨.

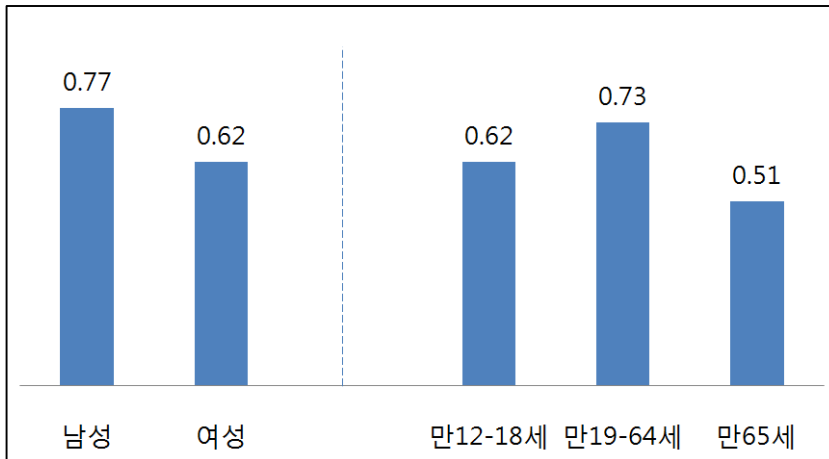
- 면류 중 국수의 주요 소비자는 남성과 19~64세 소비자인 것으로 나타남. 2009년 1인당 1주 평균 국수섭취 빈도는 남성이 0.77회로,

여성(0.62회)보다 많았으며, 연령별로는 성인(19~64세)이 0.73회로 청소년층(0.62회)과 노년층(0.51회) 보다 크게 높음.

- 2009년 연령별 국수 섭취 빈도는 전 연령층이 1개월에 1~3회 섭취 비중이 가장 높으나, 청소년층과 성인층은 주 1~6회 비중이 두 번째로 높음. 반면 노년층은 1년 6~11회 혹은 거의 안 먹는 비중(38.9%)이 두 번째로 높음. 이는 노년층은 대부분 밥 위주로 식사를 하기 때문에, 국수 섭취가 비교적 젊은 층 위주인 것으로 보임.

<그림 6> 2009년 성별, 연령별 국수 섭취 빈도

(단위 : 회/주)



자료 : 보건복지부, “2009년도 국민건강통계 영양조사편”

<표 5> 2009년 연령별 국수 섭취 빈도 비중

(단위 : %)

구분	만12-18세	만19-64세	만65세
1일 1~3회	0.00	0.46	0.58
1주 1~6회	25.04	32.01	16.45
1개월 1~3회	25.07	42.29	44.09
1년 6~11회, 거의 안먹음	18.9	20.25	38.89

자료 : 보건복지부, “2009년도 국민건강통계”

제3절 면류시장 개요

1. 면류시장의 규모

1.1 면류시장 별 규모

- 2011년 3월 면류기업 인터뷰에 따르면, 상온면의 시장규모는 1천~1천 2백억 원 수준이며, 냉장면은 1천 6백억 원 수준임. 상온면과 냉장면을 합친 전체 면 시장 규모(라면 제외)는 2천 6백~2천 8백억 원 임.
 - 국수시장에서 오투기가 50~60%, CJ제일제당과 샘표를 합쳐 10% 수준임.

<표 6> 2010년 면류별 시장규모 및 점유율

구분	상온면(국수)	냉장면
시장규모	1천 억 ~ 1천 2백억 원	1천 6백억 원

주 : 시장규모는 AC닐슨 자료를 이용하여 업체에서 추정된 수치이며, 2011년 3월 기업 조사 결과 국수 외 상온면 시장은 알 수 없다고 함.

자료 : 2011년 3월 면류기업 3사 인터뷰 결과

- 2008년 1천 6백억 원으로 집계된 냉장면 시장은 우동이 350억원, 냉면부분이 450억 원으로 우동과 냉면이 집중되어 있음. 우동시장에서는 CJ제일제당이, 냉면시장은 풀무원의 우위를 보임.
 - 우동부문에서는 CJ제일제당이 연간 60% 이상 점유율을 보이고, 냉면시장은 풀무원이 35%로 1위를 차지하고 있으며 CJ제일제당이 26%, 오투기가 12%를 차지함.
 - 카테고리 분류 방법에 따라 기업별 점유율이 달라지게 되는데, 마찬가지로 우동시장 범위를 어디까지 볼 것인가에 따라 업계 1위가 달라짐.

<표 7> 냉장면 시장규모 및 점유율

구분	우동	냉면
시장규모	350억 원	450억 원
CJ제일제당	60%	35%
풀무원	-	26%
오투기	-	12%

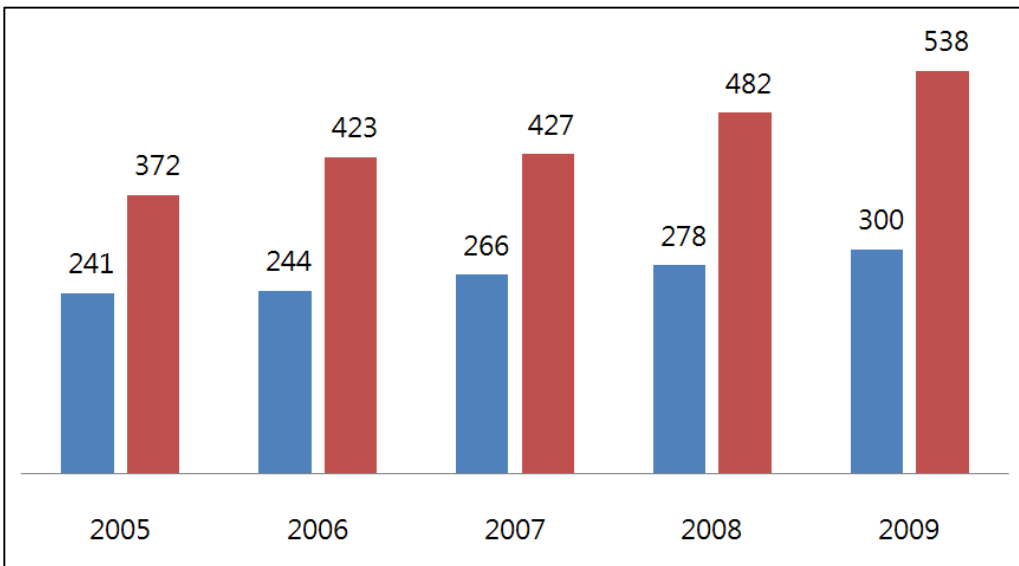
자료 : 한국식품정보원(2009), "2010 면류시장 분석보고서"

1.2 면류 국내 생산량 소폭 증가

- 식약청에 따르면, 라면을 제외한 국수, 냉면, 당면, 파스타 등 면류의 생산량과 출하액이 꾸준히 증가한 것으로 나타남. 또 2005년 대비 2009년 출하액이 생산량 증가폭 보다 높아 단위당 가격이 상승한 것으로 보임. 단위가격 상승의 원인은 원재료 비용 상승이 그 중 하나로 보임.
- 2009년 면류 생산량은 30만 톤으로 2005년 대비 24.5% 증가하였으며, 출하액은 2009년 5,380억 원으로 2005년 대비 44.3% 상승한 수준임.

<그림 7> 면류 생산량 및 출하액 추이

(단위 : 천 톤, 10억 원)



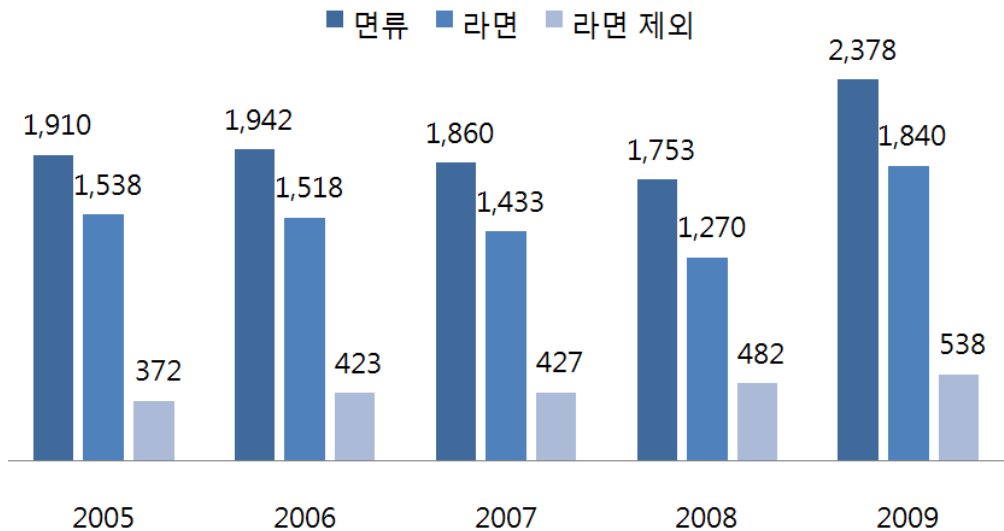
주 : 면류는 유탕면(라면)을 제외한, 국수, 냉면, 당면, 파스타 포함
 자료 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적(2005~2009)”

<참고> 전체 면류 출하액 추이

- 식약청에 따르면 라면을 포함한 전체 면류 출하액은 2009년 기준 2조 3,780억 원이며, 그 중 라면은 77.4%인 1조 8,400억 원을 차지하고, 국수, 당면, 파스타 등의 면류는 5,380억 원을 차지함.
- 아래 표를 보면, 라면 출하액과 전체 면류 출하액은 2007년과 2008년 소폭 감소하다가 2009년 다시 증가하였음. 반면 면류는 2005년부터 꾸준히 감소하였음. 이는 라면이 면류에서 상당한 비중(77.4%)을 차지하기 때문에 면류 출하액 변동에 영향을 주는 것으로 분석됨.
 - 라면은 2006년 1조 5,180억 원에서 2007년 1조 4,330억 원, 2008년 1조 2,700억 원으로 감소하였으나 2009년 1조 1,840억 원으로 크게 증가함. 전체 면류 출하액 역시 라면 변동 추이와 비슷한 양상임.

<면류 중 라면, 라면을 제외한 면류 국내 출하액 추이>

(단위 : 10억 원)



주 : 면류는 유탕면(라면)을 제외한, 국수, 냉면, 당면, 파스타 포함
 자료 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적(2005~2009)”

1.3 면류 중 국수 비중이 가장 높아

- 면류 종류별 출하액 비중은 국수가 69.0%로 가장 높고, 다음으로 냉면 17.4%, 당면 9.9%, 파스타 3.7%임.

<표 8> 면류 종류별 국내 출하액 비중

구분	2008 (10억 원)	2009 (10억 원)	비중(%)
국수	342	371	69.0
냉면	81	94	17.4
당면	44	53	9.9
파스타	15	20	3.7
합계	482	538	100.0

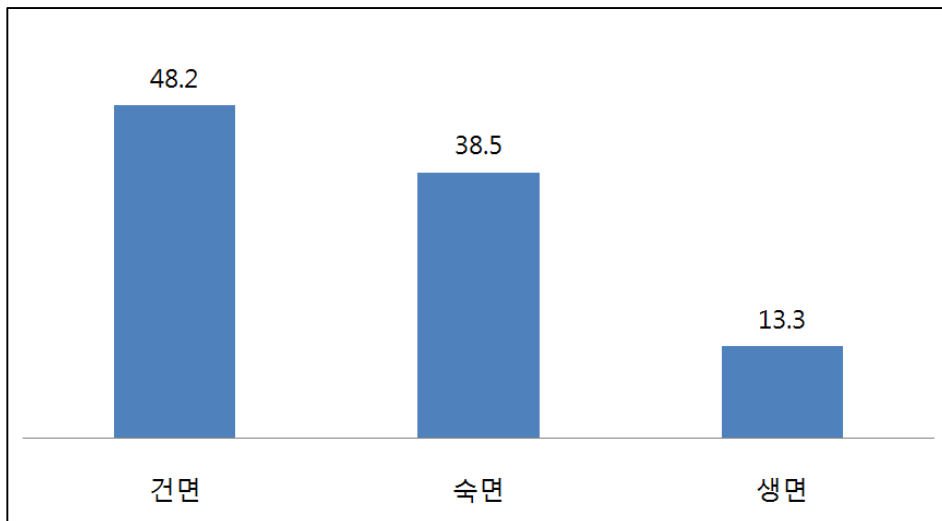
자료 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적(2008~2009)”

1.3 면류 중 건면의 비중이 높게 나타남

- 2009년 면류 출하액 기준 제조방법별 비중은 건면이 48.2%로 가장 높고, 다음으로 숙면 38.5%, 생면 13.3% 순임.

<그림 8> 2009년 출하액 기준 면류 제조방법별 비중

(단위 : %)



자료 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적(2008~2009)”

2. 면류시장의 특성

2.1 저 성장 산업

- 면류시장은 큰 폭의 상승이나 하락 없이 안정적인 산업임.
- <표 9>를 보면, 면류(유탕면 제외) 국내 출하액 연평균 성장률은 8.3%로 식품제조업체 전체 연평균 성장률(7.6%)과 크게 차이가 없음. 물가 상승 등을 감안한다면 큰 폭의 변동은 없는 것으로 분석됨.

<표 9> 식품 및 면류 시장 국내 출하액 추이

(단위 : 10억 원, %)

품목	2006	2007	2008	2009	연평균 성장률 ('09/'06)
식품 제조업 전체	29,209	30,877	31,895	36,392	7.6
면류(유탕면 제외)	423	427	482	538	8.3

자료 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적(2006~2009)”

2.2 경기변동의 특성

- 2011년 기업인터뷰 조사결과 면류 중 국수는 가격이 낮은 저 관여 제품으로 경기가 좋을 때보다 경기가 나쁠 때 판매가 더욱 잘되는 양상을 보임.
- 특히, 국수는 식사대용으로 간단하고 손쉽게 식사를 해결할 수 있는 식품임.

2.3 계절성

- 면류 중 우동과 냉면은 계절성이 강한 식품으로, 우동은 겨울, 냉면은 여름, 국수는 여름(장마철), 당면은 명절이 성수기임.¹⁾
- 특히, 냉면의 판매는 4~9월에 거의 판매되며, 그 중 6~8월 중순까지 전체매출의 70~80%가 판매된다고 함.
- 국수는 여름 장마철이 성수기로, 3~8월에 거의 판매되며, 그 중 6~8월에 매출의 80% 이상이 판매됨.

1) 2011년 3월 면류 기업인터뷰 결과

2.4 기업별 중점 품목

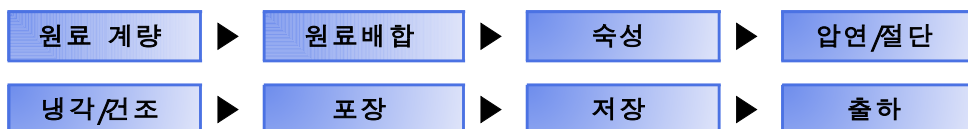
- 면류 기업 중 기업별로 중점 품목이 상이한데, 오뚜기, 대상, 샘표는 건면 중심, 풀무원, CJ제일제당은 냉장면 중심임. 송학식품과 칠갑농산은 건면 냉장면 두루 생산하고 있음.
 - 풀무원과 CJ제일제당은 최근 냉장면 뿐 아니라 간편하게 먹을 수 있는 상온 용기 우동 등을 출시하는 추세임.

3. 국수 생산공정

3.1 건면의 생산공정

- 국수는 비교적 간단한 생산 공정을 거치는데, 우선 주원료인 밀가루 및 곡분과 소금을 배합하여 반죽한 후, 숙성, 압연, 건조, 포장의 순으로 진행됨.
 - 업체마다 생산 공정에 차이가 있어 주원료인 밀가루, 소금(정제염 또는 천일염)의 배합비율이 다르며 공정에서 숙성하지 않는 업체도 있음.
 - 압연은 3~7개의 롤러를 통과시키는 과정으로 면의 두께가 결정되는 과정이며, 절출은 압연되어 형성된 면대를 여러 개의 칼날로 잘라 면을 형성시키는 공정으로 면의 폭을 결정함.
 - 건조 시 대규모 공장은 절출 후 자동으로 건조과정을 거치는 반면, 소규모 공장들은 건조실에 제품을 넣고 건조가 끝나면 새로운 제품을 넣는 형태임.
 - 포장은 적게는 300~400g, 많게는 3kg까지 다양하게 포장되며, PE필름 또는 종이포장을 함.

<표 10> 건면 생산공정

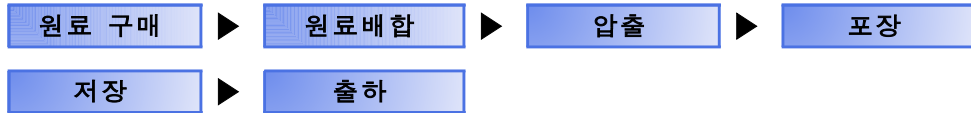


자료 : 블루밀 홈페이지(2011.3.15)

3.2 생면의 생산공정

- 생면은 원료를 배합한 반죽을 뽑아 그대로 포장한 것임.

<표 11> 생면 생산공정

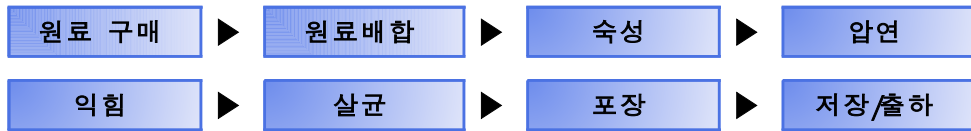


자료 : 2011년 3월 면류 기업인터뷰 결과

3.3 숙면의 생산공정

- 숙면은 원료를 배합하여 반죽을 뽑아, 익힌 다음 살균시켜 포장한 것임.
 - 보통 냉장면은 숙면과 생면을 포함함.

<표 12> 숙면 생산공정



자료 : 2011년 3월 면류 기업인터뷰 결과

제4절 원료와 상품가격

1. 면류의 주요 원료

1.1 면류의 주요원료

- 면류 주요원료는 밀가루, 메밀가루, 쌀가루, 콩가루, 소금이 있음.
 - 2011년 4월 면류생산 기업동향 조사 결과에 의하면 밀가루는 국산, 미국산, 호주산을 사용하고, 쌀가루는 국산을 사용하고 있음.

<표 13> 면류의 주요원료

원료
<ul style="list-style-type: none"> • 밀가루, 메밀가루, 쌀가루, 콩가루 • 소금(정제염 또는 천일염) • 기타

<표 14> 원료의 원산지(2010년 기준)

구분	주요 원산지
밀가루	국산, 미국, 호주
쌀가루	국산

자료 : 2011년 4월 면류 기업 A, B사 결과

2. 원재료 시세

2.1 밀¹⁾

- 미국 시카고 상품거래소(CBOT)의 2011년 4월 밀 선물가격은 2011년 4월 톤당 283달러로 전년 동월대비 32.8% 상승, 전월 대비 5.3% 상승하였음. 밀 선물가격은 3월부터 아랍사태와 일본 대지진으로 2011년 3월 일시적으로 안정세를 보였으나, 4월 밀 선물투기가 증가하면서 상승세로 전환함.

<표 15> 소맥선물가격 동향

(단위 : 달러/톤)

품목	'08	'09	'10	2011			증감률(%)	
				2월	3월	4월	전년 동월대비	전월대비
밀	294	195	213	306	269	283	32.8	5.3

자료 : 농촌경제연구원(2011.5), “농업관측”, 2011년 5월 호

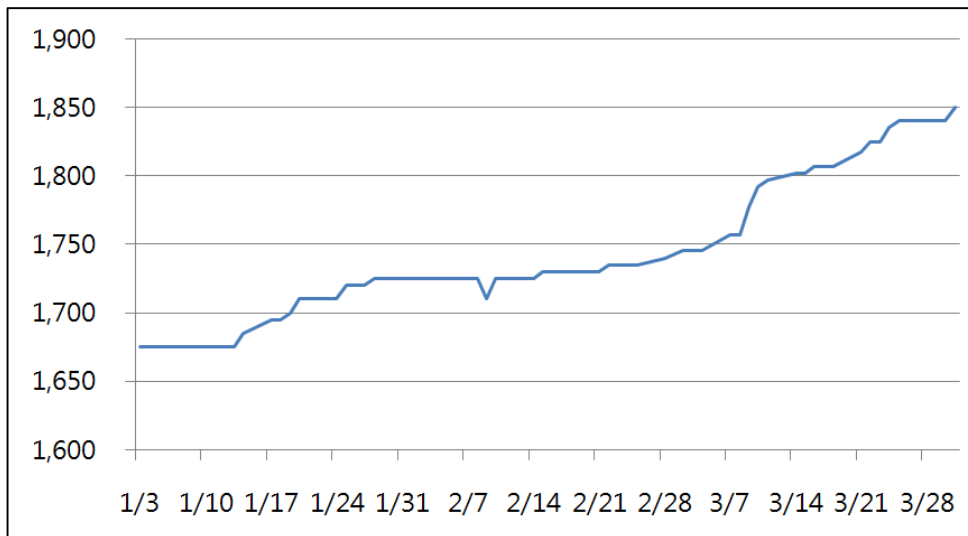
1) 농촌경제연구원(2011.5), “농업관측”, 2011년 5월 호

2.2 쌀

- 국내 쌀 도매가격은 올 1월부터 3월까지 지속적인 증가세에 있음. 3월 31일 쌀 중품 1kg 당 도매가격이 1,850원으로 1월 3일 1,675원 10.4% 상승한 수준임.
- 그러나 이러한 쌀 가격 상승은 크게 우려할 만한 수준이 아니라고 보는 분위기¹⁾이며, 밀, 대두, 옥수수에 비해 비교적 안정적인 수준임.

<그림 9> 국내 쌀 도매가격 추이(2011.1.1~2011.3.31)

(단위 : 원/kg)



주 : 쌀, 중품, 도매가격

자료 : 농수산물유통공사 유통정보 KAMIS(2011.4.15)

3. 국내 면류 가격 추이

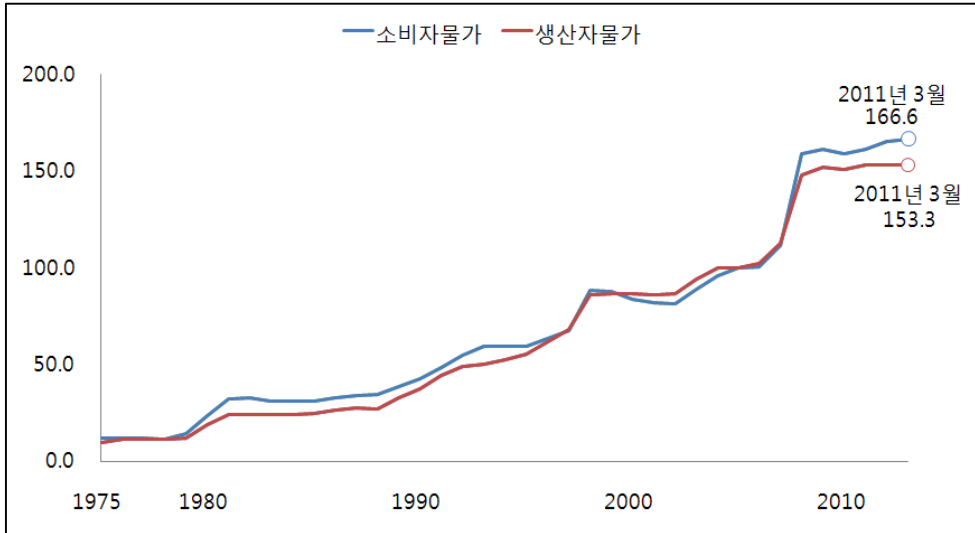
3.1 국수 소비자물가 2007~2008년 사이 증가폭 커

- 통계청에 따르면 면류 중 국수의 물가는 지속적으로 상승해왔으며, 특히 2007년과 2008년 사이 크게 증가한 것으로 나타났으며 상승세를 보임.
- 국수의 생산자물가는 2008년 147.8로 전년 112.6보다 높아졌으며, 소비자 물가지수 역시 2008년 158.9로 전년 111.4보다 높아진

1) SBS CNBC(2011.2.10), “농산물 급등에 곡물주 수혜.. 더 오를까? 떨어질까?”

수준임.

<그림 10> 국수 물가 지수 추이



자료 : 통계청, kosis.kr, 소비자물가지수

<표 16> 국수 물가 지수 추이(2005=100)

구분	2000	2005	2007	2008	2011.03
생산자물가지수	86.3	100.0	112.6	147.8	153.3
소비자물가지수	83.5	100.0	111.4	158.9	166.6

자료 : 통계청, kosis.kr, 소비자물가지수(2011.4.15)

3.2 '11년 3월 주요 국수제품 가격은 전월 대비 소폭 상승

- 2011년 3월 주요 국수제품 100g 당 평균 가격은 제품별 상승폭이 상이함. 일부 제품의 가격 상승은 원재료 가격 인상에 따른 것으로 보임.
 - 3월 25일 기준 샘표 소면(1.1kg) 100g 당 평균가격은 242원으로 전월 대비 0.8% 상승, 전년 동월대비 36.0% 상승함.
 - 오뚜기 옛날국수소면(900g) 100g 당 평균가격은 319원으로 전월대비 14.7% 상승, 전년 동월대비 32.3% 상승함.

- 백설 찰국수(900g) 100g 당 평균가격은 258원으로 전월대비 3.6% 상승, 전년 동월대비 3.4% 감소함.
- 국수 제품은 밀가루 등의 원재료 비중이 크고, 가격 위주 시장이 형성되어 최근 원재료 상승에 따른 비용 상승과 정부의 정책에 따른 물가 인상 압력으로 업계에서는 부담이 됨. 더불어 국수 섭취량이 증가하지 않는 상태에서 제품 가격 상승이 예고됨.
 - 실제로 최근 제당 및 제분업체 들이 설탕, 밀가루 가격을 인상시킴에 따라 라면, 스낵, 두부 등 일부 가공식품 가격이 인상되는 양상임. 국수 역시 국수 전문점을 위주로 가격이 인상되고 있음. 직장인들이 많이 찾는 곰국시집 국수는 8천원에서 9천원으로, 1만 5천원이던 국수전골은 1만 7천원으로 가격을 인상한 바 있음.¹⁾

<표 17 > 주요 국수제품 별 100g 당 가격 추이

(단위 : 원, %)

구분	샘표 샘표 소면 1.1kg	오뚜기 옛날 국수 소면 900g	백설 찰국수 소면 900g
2010.3.25(A)	178	241	267
2011.2.25(B)	240	278	249
2011.3.25(C)	242	319	258
전월 대비(C/B)	0.8	14.7	3.6
전년 동월대비(C/A)	36.0	32.3	-3.4

자료 : 소비자원, 가격통계정보, Tprice, www.price.tgate.or.kr(2011.4.14)

1) 한국경제(2011.4.5), “과자 콜라 국수 식품값 줄줄이 인상”

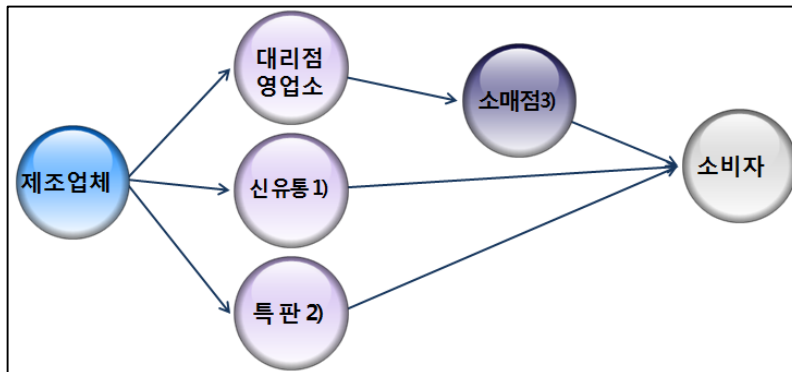
제5절 판매와 유통

1. 유통과정

1.1 유통경로

- 면류의 유통경로는 크게 제조업체에서 대리점/영업소 → 소매점 → 소비자, 신유통 채널 → 소비자, 특판 → 소비자로 나눌 수 있음.
 - 대리점/영업소 → 소매점 → 소비자 경로¹⁾는 구 형태의 주요 유통과정이었으나 신유통 채널 등장으로 업계 내 유통채널 포지션이 약화되고 있음.
 - 신유통 채널 → 소비자의 신유통 채널은 대형마트 및 편의점 등 다점포 대형유통업체로 직접 납품하는 형태. 업체별로 신유통 채널을 구분하는 기준이 상이하나, 면류 기업 F사는 신유통 채널에 백화점, 대형마트, 편의점 뿐 아니라 보통 2개 이상의 계산대를 가진 슈퍼²⁾까지 포함함.
 - 특판 → 소비자: 유통채널의 형태 중 외식업체, 그 거래관계가 단발성 또는 특수 관계에 있는 업체와의 거래를 통한 유통과정으로, 예를 들어 군납, 외식업체, 기업체 선물 납품 등을 통한 유통과정을 말함.

<그림 11> 면류의 유통경로



- 주 1 : 신유통은 백화점, 대형마트, 편의점, 슈퍼마켓 포함
- 주 2 : 특판은 주로 B2B(외식업체, 군납 등)거래를 의미함.
- 주 3 : 소매점은 신유통을 제외한 소매점을 의미함.

1) 2011년 3월 기업 인터뷰에 의하면 D 기업에서는 대리점/영업소를 가맹점이라 부르기도 함. E사에서는 대리점/영업소 → 소매점 → 소비자 경로를 지역밀착형 경로라고 부르기도 함. 해당 경로에서 소매점은 신유통의 대형 소매점을 제외한 소위 구멍가게를 말함.

2) 소위 구멍가게를 제외한, 규모가 있는 슈퍼마켓(예를 들어 SSM, 혹은 동네 대형 슈퍼)을 단위슈퍼라고 부르기도 함(2011년 3월 기업 인터뷰)

1.2 물류

- 물류 및 배송은 기업별로 차이가 있으나, G사의 경우 냉장 및 일배식품은 전날 오전 마감하여 저녁에 공장에서 출하(자사물류 이용)하여 물류센터에 입고시킴.
 - G사의 경우 면류 반품률은 1~1.5%
 - 또한 유통기한 1/3이 지난 제품은 자체적으로 출고하지 않음. 예를 들어 미생물 번식이 130일 부터라면, 유통기한을 100일로 설정함. 그리고 유통기한 33일이 지난 제품은 출고하지 않음.

2. 주요 유통채널

2.1 주요 유통채널 비중 사례

- H사 기업조사에 의하면, 2011년 면류 유통채널 비중은 신유통채널이 49.0%로 가장 높고, 다음으로 영업소/대리점(37.1%), 특판(10.6%), 기타(10.6%) 순으로 나타남.
 - 2011년 1분기 유통채널 비중은 전년 동기 대비 영업소/대리점 비중이 하락하고, 신유통채널 비중이 2010년 1분기 34.4%에서 2011년 1분기 49.0%로 상승하였음. 그러나 이는 신유통 비중이 크게 높아졌다기 보다 신유통채널에 대형마트 외에도 다른 소매점(예를 들어 슈퍼)이 포함되기 때문으로 분석됨.

<표 18> H사 면류 유통채널 비중(매출액 기준)

(단위 : %)

구분	2009	2010				2011
		1A분기	2A분기	3A분기	4A분기	1A분기
영업소/대리점	36.0	54.8	37.2	24.6	18.0	37.1
신유통	53.6	34.4	53.0	63.9	58.6	49.0
특판	7.4	8.8	8.0	8.8	20.1	10.6
기타	3.0	1.9	1.9	2.7	3.3	3.3

자료 : 2011년 4월 기업 설문조사

제6절 면류시장 동향

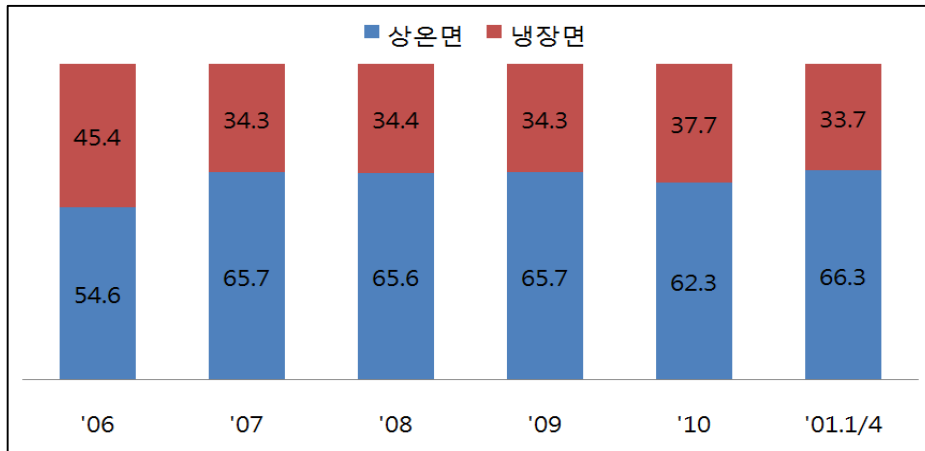
1. 주요기업 생산 동향

1.1 상온면 비중 증가, 냉장면 비중 감소

- 2011년 4월 면류 생산 기업 설문조사에 의하면, 면류를 상온면과 냉장면으로 나누었을 때, 상온면 매출액 비중은 2006년 이후 꾸준히 증가하는 반면, 냉장면은 지속적으로 감소하고 있음.
- 소비자의 편의성 및 다양성 추구 소비로 상온면보다는 냉장면 시장이 주목되고 있기는 하지만, 아직까지 소비자들은 냉장면보다 상온면 위주로 소비하고 있기 때문으로 보임.

<그림 12> 상온면과 냉장면 매출 비중 추이

(단위 : %)



자료 : 2011년 2월 기업 설문조사

<표 19> 상온면과 냉장면 매출 비중 추이

(단위 : %)

구분	2006	2007	2008	2009	2011	2011. 1/4분기
상온면	54.6	65.7	65.6	65.7	62.3	66.3
냉장면	45.4	34.3	34.4	34.3	37.7	33.7

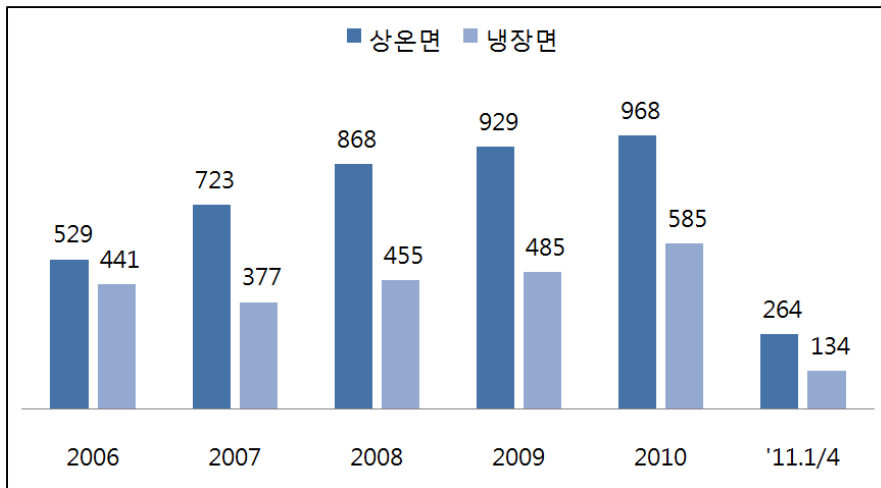
자료 : 2011년 2월 기업 설문조사

1.2 2011년 주요기업 2개사 매출액

- 2011년 H, I사 2개사 설문조사에 의하면 상온면과 냉장면의 매출액이 꾸준히 증가하고 있음.
 - 2011년 1/4분기 2개사 매출액은 상온면 264억 원, 냉장면 134억 원으로 나타남.

<그림 13> H, I사 면류 매출액 합계 추이

(단위 : 억 원)



자료 : 2011년 4월 기업 설문조사

2. 주요기업 현황

3.1 경영현황

- 면류 주요기업별 경영현황은 <표 >와 같음. 2010년 매출액은 CJ제일제당 3조 9,626억 원, 오뚜기 1조 3,730억 원, 풀무원식품 4,986억 원, 샘표식품 1,957억 원 순임.
 - 면류 비중은 기업별로 상이하나 풀무원 식품은 두부, 나물, 냉장면, 김치 위주로 제품을 생산하고 있으며 그 중 면류 비중은 13.3%임.

- 오투기는 조미식품, 소스류, 유지류, 면류 등의 제품을 생산하고 있으며, 그 중 면류 비중은 4.0%임.

<표 20>2010년 주요기업별 매출액 및 지표

(단위 : 억 원, %)

구분	오투기	풀무원식품	CJ제일제당	샘표식품
매출액	13,730	4,986	39,626	1,957
면류 비중	24.7	13.3	-	-
영업이익률	4.01	6.30	6.82	12.6
순이익률	3.96	5.60	7.09	22.1

자료 : 금감원, 각 사 사업보고서(2011.4.14)

3.2 공장현황

- 주요 기업별 공장현황은 <표 19>와 같음.
 - 기업별 공장 수는 적게는 3개 많게는 18개 소 까지 있음.
 - 가동률 역시 기업별로 상이하며, 적게는 46%에서 많게는 97%까지 임.
- 면류의 경우 일부 제품을 OEM생산하는 기업이 있음. K사는 냉면과 스파게티를, L사는 건면 100%, 냉장면은 50% OEM생산하고 있음. M사는 국수 비중이 매우 미미하여 전량 OEM생산하고 있으며, N사 역시 국수와 수연소면을 OEM생산하고 있음.

<표 21> 주요기업 공장현황

구분	공장 위치	생산품목	가동률(%)		
			2009	2010	증감률(%)
오뚜기	안양 대풍 삼남	-	92	94	2.2
풀무원 식품	두부공장(음성, 춘천, 의령)	두부	95	92	-3.2
	나물공장(음성)	나물	68	66	-2.9
	생면공장(음성)	생면	46	68	47.8
CJ제일제 당	부산, 김포	조미료, 편의식품 등	78	80	2.6
	음성, 인천, 진천	신선, 냉동, 육가공 등	75	76	1.3
	논산, 공주	장류	84	86	2.4
	인천	제당	97	98	1.0
	영등포, 양산	제분, 프리믹스	74	74	0.0
	인천	유지	92	89	-3.3
	이천, 수원, 대소	제약, 수액	83	143	72.3
	인천, 군산, 통영	사료	78	77	-1.3
샘표식품	이천	간장	84	86	2.4
	영동	된장, 고추장, 쌈장	52	56	7.7
	조치원	차류	32	33	3.1
				56	58
송학식품	월롱 화성 교하 청원	-	-		
칠갑산	청양 파주1공장 파주2공장	-	-		

주 : 해외 공장 제외

자료 : 금감원, 각사 사업보고서, 각 사 홈페이지(2011.4.14)

3.3 연구소 및 투자현황

- 면류 생산 주요 기업별 투자 및 연구소 현황은 <표 >와 같음. 매출액 중 광고비 비중은 1.68~4.04% 수준이며, 매출액 중 R&D비중은 0.76 ~ 1.65% 수준임.

- 각 사 연구소는 보통 1개, 많게는 4개 소 임.
- 오뚜기는 경기도 안양에 위치한 오뚜기 중앙연구소, 풀무원 식품은 자체 연구개발 담당 조직은 없으나 풀무원 홀딩스 식문화 연구소에 매년 기술료를 지급하고 있음.
- CJ제일제당은 식품연구소, 제약연구소, 바이오연구소, 동물생명 연구소 4개 소가 있으며 면류 연구는 식품연구소에서 담당하고 있음.
- 샘표식품은 연구개발은 분산형으로, 기술연구소, 영동공장 산하 2개 팀, 식품안전센터가 담당하고 있음.

<표 22> 주요 기업 투자 및 연구소 현황(2010년 12월 기준)

구분	오뚜기	풀무원식품	CJ제일제당	샘표식품
매출액 중 광고비 비중(%)	2.74	-	1.68	4.04
매출액 중 R&D 비중(%)	0.76	1.31	1.58	1.65
연구소	오뚜기 중앙연구소	식문화연구원	식품연구소 제약연구소 바이오연구소 사료/축산연구소	기술연구소 영동공장 식품안전센터

자료 : 금감원, 각사 사업보고서 (2011.4.14)

3. 제품 동향

3.1 냉장면 중심 신제품 출시

- 면류의 기업별 신제품 출시 현황은 <표 >와 같음. 특히 상온면 보다는 냉장면 위주로 출시되고 있음.
- 면류 중 신제품 출시가 가장 활발한 부문이 냉장 냉면과 우동임. 특히 냉면은 6~7월 초여름에 많이 출시되는 경향이고, 우동은 11월 경 많이 출시되고 있음.

- 2011년 3월 기업인터뷰 결과 기업들은 새로운 소비자 기호를 개발하기 위하여 기존 제품의 기호와 차별화 된 신제품 개발에 집중하고 있음.

<표 23> 기업별 면류 신제품

구분	2009년	2010년	2011년 1~3월
풀무원	우리아이 짜장면, 우리아이 스파게티, 강화도 순무 동치미 냉면, 다시마면, 소가 생냉면/육수, 생가득 스파게티 3종	-	-
CJ	CJ가쓰오 냉우동, 황성한우육수 평양식 냉면, CJ가쓰오 기쁘네 우동, CJ가쓰오 오뎅우동, 두근두근 도쿄 우동	평안도식 동치미 물냉면	-
오뚜기	면사랑 우리쌀 우리밀 3종, 매콤한 평양물냉면, 우리쌀 쫄면, 얼큰한 옛날 우동	평양 물냉면, 가쓰오 우동, 순우리우동, 돌냄비 우동, 볶음우동	-
대상	-	쫄깃한 면발 찰진 국수	-
사조대림	가쓰오 우동, 해물맛 우동, 튀김맛 우동, 짬뽕맛 우동	동치미맛 칩냉면, 매실생냉면, 패밀리세트	로우 칼로리생활 가쓰오 곤양우동, 로우칼로리 생활 토마토 곤약 파스타

자료 : 신문기사 취합

3.2 우리 밀 국수 제품 출시

- 건강한 먹을거리와 웰빙에 대한 소비자 관심이 높아지고, 소비자들이 식품 소비의 안전성과 원산지를 중시하면서 식품기업들은 우리밀과 우리쌀 가공제품 생산에 적극 나서고 있음. CJ제일제당은 전라남도과 국산밀

산업화를 위한 업무 협약을 맺고 2014년까지 6만 톤을 가공한다는 계획임.¹⁾

- CJ제일제당은 우리밀 부침가루, 튀김가루, 국수 등 11종 우리 밀 제품을 취급하고 있음. CJ제일제당은 향후 우동, 생면류 등 면 제품과 프리믹스 제품에서 지속적으로 우리밀 제품을 출시할 계획임.
- CJ제일제당에서 출시한 우리밀 국수는 국내 산 밀을 97.3% 사용하여 재료의 안심을 강조하였고, 전통 밀가루 전문회사 백설의 기술력으로 면의 부드럽고 쫄깃함을 살렸음.
- 대상 청정원 오푸드는 2010년 우리밀로 무표백, 무방부제 처리한 1등급만을 사용한 우리 밀 찰진 국수를 출시하였음. 반죽에는 올리브유를 넣어 쫄깃하고 찰지며 맛 역시 부드러우며, 사각 형태로 볼륨감을 줘 식감을 높였음. 특히, 기존 국수 보다 4cm 짧은 18cm 면발로 작은냄비에 들어가도 조리가 편리한 것이 특징임.
- 부산 대학교 생물자원웰빙제품RIS 사업단에서 2011년 3월 밀양의 주산물인 맥문동, 대추, 갯잎 등을 원료로 한 유기농전통전병과 유기농 우리 밀 국수 등을 내놓은바 있음.²⁾

<왼쪽부터 대상청정원 오푸드 찰진국수, CJ제일제당 백설 우리밀국수, 부산대 생물자원웰빙제품RIS 유기농 우리밀 국수>



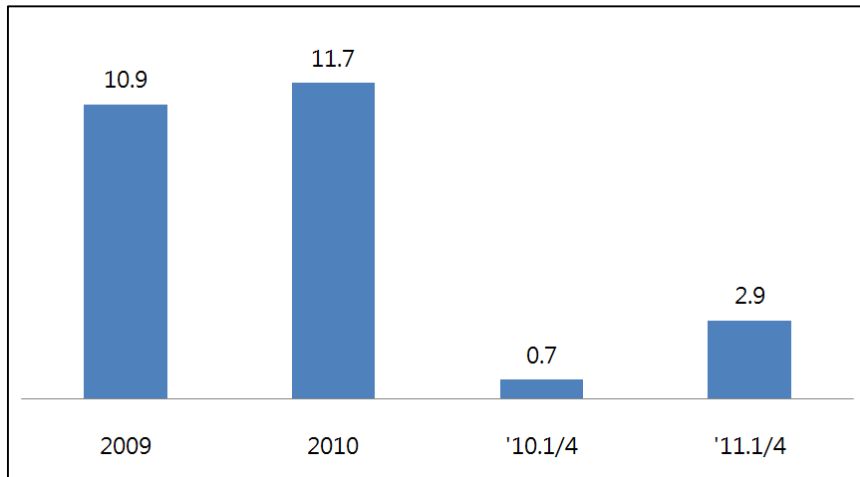
1) 농민신문(2009.11.20), “식품기업들, 우리밀 사용 ‘가속화’”

2) 농민신문(2011.4.4), “밀양특산물 활용한 전병·국수 개발”

- 최근 우리밀 국수 제품 판매가 증가하고 있음. A 대형유통업체 서울지역 A지점의 2010년 우리밀 국수 제품 판매액은 1천 170만원으로 전년대비 7.9% 증가하였고, 2011년 1분기 우리밀 국수 제품 판매액은 3천 만 원으로 전년 동기대비 290% 증가함.

<그림 14> 우리밀 (마른)국수 제품 매출액

(단위 : 백만 원)



주 : 우리밀국수 = 오�뚜기 옛날우리밀국수(400g), 오�뚜기 옛날수연소면우리밀(500g), 칠갑농산 우리밀국수(1kg), 백설 우리밀국수(800g)
 자료 : A유통업체 A지점

3.3 우리 쌀 국수 제품 출시

- 최근 식품업계의 우리 쌀 가공식품 시장에 속속 진출하고 있는데, CJ제일제당은 2011년 3월 쌀 제분 기술력이 뛰어난 일본의 전문 제분기업인 군마제분과 기술제휴를 통해 면, 제과, 제빵용 쌀가루를 오는 9월부터 생산할 예정이라고 밝혔다. CJ제일제당의 쌀가루 공장은 경상남도 양산시에 총 면적 2만 3,600m², 연간 1만 3천 톤의 쌀가루를 생산할 수 있는 규모로 오는 9월 완공하여 본격 생산한다는 계획임.¹⁾
 - CJ제일제당은 자사 생산 쌀가루를 이용한 B2C 가공식품을 대폭 확대하고

1) 뉴스토마토(2011.3.28), “CJ제일제당 우리쌀 쌀가공 시장 본격진출”

가공식품 세분화 시장 현황조사

쌀가루를 원료로 한 프리믹스 제품과 쌀국수 신제품 등을 올해 안에 출시해 기존의 쌀 가공식품인 즉석밥 햇반, 해찬들 고추장, 쌀 면류(국수, 스파게티, 자장면 등) 등 외에도 쌀 관련 제품 라인업을 대폭 확장할 계획임.

- 쌀국수로는 오투기 쌀국수, CJ제일제당 우리쌀국수와 100% 우리쌀로 만든 쌀 냉면이 있음.

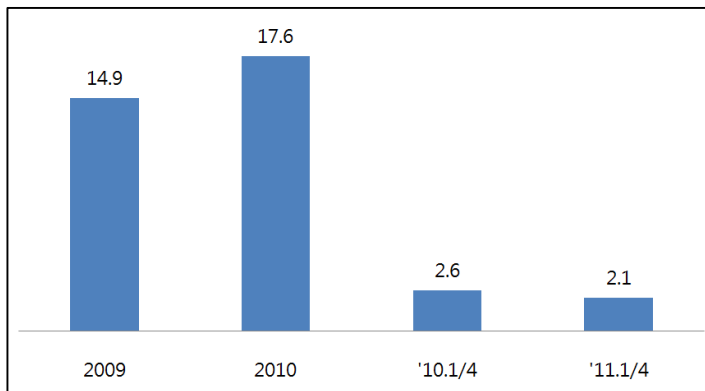
<오투기 쌀국수, CJ제일제당 우리쌀국수, 100% 우리쌀로 만든 쌀 생면>



- 최근 2년 간 쌀국수 제품 매출액이 소폭 상승하였음. A 대형유통업체의 서울지역 A지점의 2010년 쌀 국수 제품 매출액은 1천 760만원으로 전년 대비 18.6% 증가하였음. 이는 최근 쌀국수 제품이 많이 나와 소비자들이 손쉽게 접할 수 있게 되었기 때문으로 보임.

<그림 15> 쌀 국수 제품 매출 현황

(단위 : 백만 원)



주 : 오투기 옛날 쌀국수(700g), 칠갑산 쌀국수(1kg, 1.5kg), 송학식품 쌀국수 1호(1kg) 매출액 합
 자료 : A유통업체 서울지역 A지점

3.4 겨울철 우동전쟁¹⁾

- 면류 중 우동은 냉면과 함께 가장 큰 비중을 차지하는 제품으로 우동(상온면+냉장면) 매출액의 대부분이 겨울철에 판매되고 있음. 지난 2010년 12월 우동 시장 점유율을 두고 우동 시장 상위 기업 풀무원과 CJ제일제당의 우동 시장 점유율에 대한 논란이 있었음.
 - AC닐슨 자료에 의하면 2010년 12월 기준 용기 우동을 제외한 가정용 포장우동 부문 시장점유율은 풀무원이 31.9%로 1위임. 그러나 냉장과 상온, 용기 우동까지 포함할 경우 CJ제일제당이 33.7% 1위임.
 - 그러나 이는 우동시장을 어디까지 볼 것 인가하는 범위의 문제로, 우동시장의 범위에 따라 업계 1위와 2위는 달리질 것임.

3.5 사조대림 가쓰오 곤약 우동 출시

- 지난 2009년 숙성면류 시장 진출을 선언한 사조대림은 겨울철 인기 메뉴인 2009년 우동 신상품 4종을 출시한 바 있음. 이어 2011년 3월 밀가루 대신 곤약으로 면을 만들어 칼로리를 줄인 로우 칼로리생활 가쓰오 곤약우동과 로우칼로리 생활 토마토 곤약 파스타 2종을 선보였음.

사조대림 로우 칼로리 생활 토마토 곤약 파스타



- 2009년 선보인 우동 4종은 저가격으로 즐기는 정통우동 참맛이라는 컨셉으로 가쓰오 우동, 해물맛 우동, 튀김맛 우동, 짬뽕 우동 등 임.
- 2011년 3월 선보인 곤약 우동은 97%가 수분으로 되어 저칼로리 기능성 다이어트 식품으로 각광받는 곤약을 이용한 제품으로, 파스타의 경우 기존 파스타 칼로리의 1/4수준, 기존 우동 칼로리의 1/6 수준임.

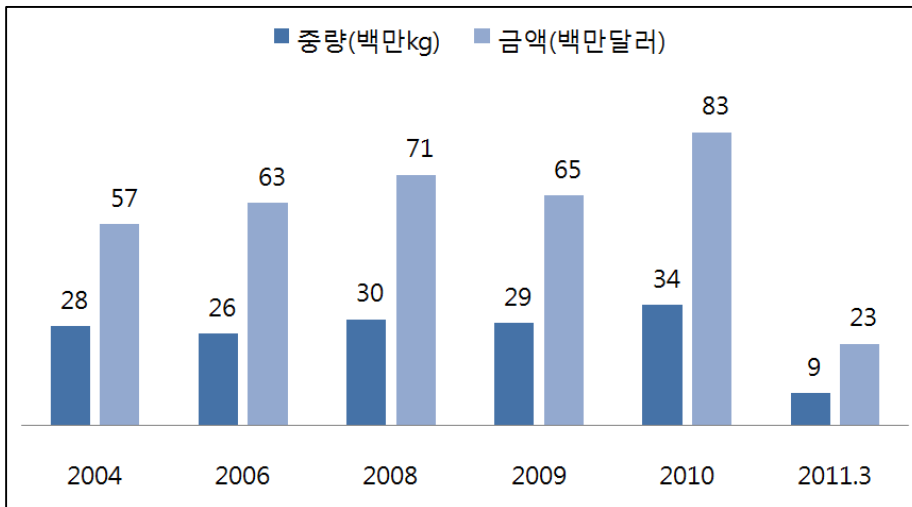
1) 아시아경제(2010.12.10), “CJ-풀무원 이번엔 우동전쟁”

4. 해외시장에서의 위상과 경쟁력

4.1 면류 수출량 2010년 3천 4백만kg으로 전년대비 17.2% 증가

- 농수산물무역통계에 따르면, 면류 수출은 연도별로 소폭 감소와 증가를 거듭하기는 하지만 전체적으로 증가하는 추세임.
 - 중량 기준으로 2010년 3천 4백만kg으로 전년대비 17.2%, 2004년 대비 21.4% 증가하였음. 2011년 3월 누적 수출중량은 9백 만kg임.
 - 금액 기준으로 2010년 8천 3백만 달러로 전년대비 2.7%증가, 2004년 대비 45.6% 증가하였음. 2011년 3월 누적 수출금액은 2천 3백만 kg임.

<그림 16> 면류 수출 추이



주 1 : 2011년은 1~3월 누적

주 2 : 면류에서 라면 제외. 국수, 파스타, 냉면, 당면, 마카로니, 스파게티 등 포함

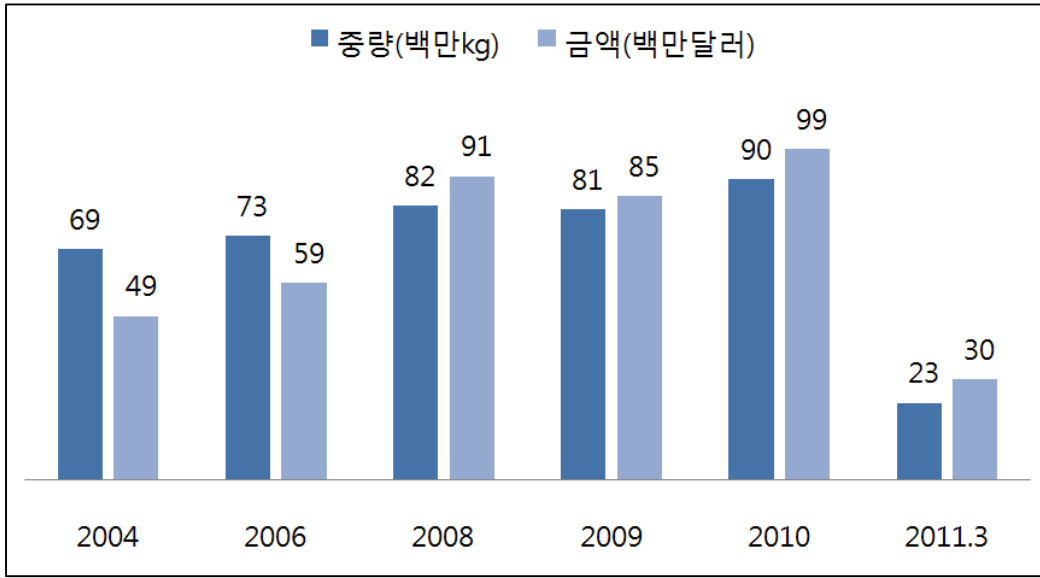
자료 : 농수산물무역정보, www.kati.net/(2011.4.14)

4.2 면류 수입 증가세

- 농수산물무역통계에 따르면, 면류 수입은 증가세에 있으며, 2011년 3월 누적 수입중량은 2천 3백만kg, 수입금액은 3천만 달러인 것으로 나타남.
 - 특히 금액 기준으로 2004년 4천 9백만 달러에 불과하였으나 점차

증가하여 2010년 9천 9백만 달러로 크게 증가하였음.

<그림 17> 면류 수입 추이



주 1 : 2011년은 1~3월 누적

주 2 : 면류에서 라면 제외. 국수, 파스타, 냉면, 당면, 마카로니, 스파게티 등 포함

자료 : 농수산물무역정보, [www.kati.net/\(2011.4.14\)](http://www.kati.net/(2011.4.14))

<표 24> 면류 수출입 현황

(단위 : 백만kg, 백만달러)

구분		2004(A)	2006	2008	2010(B)	2011.3	증감률(%) (B/A)
수출	중량	28	26	30	34	9	21.4
	금액	57	63	71	83	23	45.6
수입	중량	69	73	82	90	90	30.4
	금액	49	59	91	99	30	102.0

자료 : 농수산물무역정보, [www.kati.net/\(2011.4.14\)](http://www.kati.net/(2011.4.14))

4.3 단위당 가격 증가폭은 수출이 더 높아

- 면류의 단위당 가격 증가폭은 수출보다 수입이 더 높은 것으로 나타남. 면류 단위당 수출금액은 2005년 2.2달러에서 2011년 3월 2.5달러로 13.6% 상승한 반면, 수입은 2005년 0.7달러에서 2011년 3월 1.3달러로 85.7% 증가하였음.

<표 25> 수출 및 수입 면류 단위당 가격

(단위 : 달러/kg, %)

구분	수출	수입
2005(A)	2.2	0.7
2011.3(B)	2.5	1.3
증감률(B/A)	13.6	85.7

자료 : 농수산물무역정보, www.kati.net/(2011.4.14)

4.4 국수 수출 비중 증가

- 면류 중 국수 수출비중은 높아지는 반면 파스타 수출비중은 낮아진 것으로 나타났음.
 - 중량 기준 면류별 수출 비중을 보면, 국수 비중은 2005년 35.0%에서 2010년 45.5%로 증가하였으며, 파스타 비중은 동기간 41.8%에서 34.9%로 낮아진 것으로 나타남.
 - 특히 2011년 3월까지 누적 수출량 비중은 국수가 43.7%, 파스타가 34.9%로 폭이 더 커졌음.

<표 26> 중량 기준 면류별 수출 비중

(단위 : %)

구분	국수	파스타	냉면	당면	기타	합계
2005	35.0	41.8	7.6	1.9	13.6	100.0
2010	45.5	37.3	0.1	2.2	14.9	100.0
2011.3	43.7	34.9	10.2	2.2	9.1	100.0

주 : 파스타에는 스파게티, 파스타, 마카로니 포함
 자료 : 농수산물무역정보, www.kati.net/(2011.4.14)

4.5 당면 수입 비중이 가장 높아

- 면류 중 당면 수입비중이 가장 높고 다음으로 파스타, 국수, 기타, 냉면 순이며, 그 중 당면과 국수의 비중이 소폭 상승한 것으로 나타남.
 - 2011년 3월 기준 면류 중 당면의 수입 비중(중량 기준)은 65.7%로 2005년 63.5% 대비 소폭 상승한 수준임.
 - 국수 역시 2011년 3월 5.7%로 2005년 2.7%에서 소폭 상승함.
 - 그러나 파스타 비중은 2011년 3월 28.2%로 2005년 33.3% 대비 소폭 감소함.
- 당면 원재료는 고구마 전분인데, 국산 고구마 전분은 중국산에 비해 비교적 고가로 가격 경쟁력이 낮아 가공용 고구마보다는 간식용, 식용의 호박고구마 등 고구마 재배 품종의 종류 변화를 야기 시킨 것으로 보임.

<표 27> 중량기준 면류별 수입 비중

(단위 : %)

구분	당면	파스타	국수	냉면	기타	합계
2005	63.5	33.3	2.7	0.0	0.4	100.0
2010	66.1	28.9	4.3	0.0	0.7	100.0
2011.3	65.7	28.2	5.7	0.0	0.5	100.0

주 : 파스타에는 스파게티, 파스타, 마카로니 포함
 자료 : 농수산물무역정보, www.kati.net/(2011.4.14)

5. 주요기업 인터뷰 결과

6.1 마케팅 중점사항

- 기업 인터뷰 및 설문조사에 의하면, 면류 생산기업의 마케팅 중점사항은 냉장면 카테고리의 지속적 육성과, 전문점 수준의 냉장면 제품 수준 확보, 기존 건면제품의 차별화 제품 출시임.
- 냉장면 제품의 편리성과 간편성, 다양성으로 최근 냉장면 시장이 미미하게 성장하고 있으나, 이는 물가 상승 영향이 큼. 그러나 건면은 그 성장이 정체된 양상이고, 냉장면의 성장이 주목되는 가운데 기업들의 냉장면 카테고리에 대한 관심이 증가하고 있음. 그 예로 사조대림의 경우 2009년 숙성면 시장 진출을 선언한 바 있음.¹⁾
- 그리고 편의성을 강조한 냉장면의 경우 소스가 별첨되어 집에서 5~6분 이내 조리하여 먹는 것이 특징임. 그러나 가격이 다소 높게 책정되어 있고 냉면 및 우동의 경우 전문점으로 대체될 수 있어, 업계에서는 전문점 수준의 제품력 확보에 주력하는 것으로 보임.
- 더불어 기존 국수 및 당면 등의 건면 역시 제품 차별화에 중점을 두고 있음. 그 예로 우리밀, 우리쌀, 유기농 밀 국수 제품을 출시함으로써 지속적으로 건면 카테고리를 확장시키고 있음.

6.2 마케팅 관련 애로사항

- 면류 생산 기업의 마케팅 애로사항으로는 냉장면 시장의 성장성에 대한 이슈, 밀가루 비중이 높아 손익 구조가 좋지 않다는 점, 대형마트 판촉비 비중 과다가 있음.
- 최근 국수 및 당면 등 건면 시장의 성장이 정체된 가운데, 편의성 및 간편성, 맛을 강조한 냉장면 시장의 성장성에 대한 이슈가 부각되고 있음. 업계에서는 이러한 향후 냉장면 시장의 성장성에 대한 이슈를 주목하고 있으며, 다양한 우동 및 냉면 제품이 출시되고 있음.
- 면류의 경우 원재료 비중이 매우 높고, 국수 제품 등 가격 소구 제품이 많아 손익구조가 타 제품에 비해 좋지 않은 편임. 예를 들어 면류

1) 매일경제(2009.1.6), “사조대림, 우동 신제품 4종 내놓고 면류시장 진출”

이익률은 일반 가공 식품 보다 10% 낮으며, 그 중 국수는 5%가 채 안됨.¹⁾ 특히, 국수 제품의 경우 가격 중심으로 시장이 형성되어 있는데, 이로 인해 우리밀과 우리쌀, 유기농 제품과 수연 소면 등 프리미엄 제품의 성공이 어려운 실정이고, 기업에도 부담이 됨.

- 2000년대 초반 대형마트의 점포 수가 크게 증가함에 따라 대형마트의 시장교섭력이 커져왔음. 이에 따라 대형마트 내 1+1 행사 및 가격할인 요청, 판촉사원 파견 증가 등으로 식품기업의 판촉비 비중이 크게 증가하고 있음.

6.3 경영관련 애로사항

- 경영관련 애로사항으로는 곡물 재배 작황이 악화되고, 곡물 수출국의 잇단 수출 금지 선언으로 국제 곡물가 인상, 물가 상승에 따른 인건비 등의 원재료 비용이 상승함에도 불구하고, 제품 가격 반영이 어렵다는 점을 꼽았음.
 - 면류는 원재료 특히, 밀가루 비중이 절대적인 만큼 국제 곡물가격 수급에 큰 영향을 받음. 그러나 정부의 물가 관리로 제품 가격 인상이 어려워 경영 상 어려움이 있음.

<표 28> 기업 인터뷰 결과

구 분	내 용
마케팅 중점사항	냉장면 카테고리의 지속적 육성, 전문점 수준의 제품 수준 확보(냉장면), 차별화 제품 출시
마케팅 애로사항	원재료 비중이 높아 손익구조 관리가 어려움, 냉장면 시장의 성장성에 대한 이슈, 대형마트 판촉비 비중 과다
경영 관련 애로사항	원재료 비용 상승의 가격반영의 어려움
식품정책 관련 애로사항	식품표시 기준의 잦은 변경으로 비용 상승

자료 : 2011년 3월 기업 인터뷰 및 4월 설문조사 결과

1) 2011년 3월 O, P사 인터뷰 결과

6.4 식품정책관련 애로사항

- 면류기업의 식품정책 관련 애로사항에는 식품표시 기준의 잦은 변경으로 인한 비용 상승이 있음.
 - 식품표시 기준의 잦은 변경에 따른 비용 상승은 대부분의 식품기업이 호소하고 있는 애로사항임. 특히, 냉장면의 경우 외포장, 내포장, 소스 및 스프 포장 등 변경할 사항이 많아 각 포장별로 변경해야함. 따라 동판비 상승의 원인이 되고 있으며, Q사의 경우 2010년 동판비가 2억 원 가량임.¹⁾

제7절 시사점 및 전망

1. 요약

- 면은 국수, 우동, 스파게티 등의 형태로 온 국민이 다양하게 즐겨먹는 식사대용식임. 특히, 국수는 예로부터 관혼상제나 손님 접대용 별미식으로 즐겨먹으며 조선시대에는 보편적인 음식으로 정착하였음.
 - 또한 면류는 우리나라 뿐 아니라 이탈리아에서는 스파게티, 일본은 우동, 우리나라는 국수로 다양한 형태로 이용되고 있음.
- 국민영양조사에 의하면 면류 중 국수 섭취빈도는 2009년 0.69회/주로 전년대비 0.02회/주 소폭 감소하였음. 반면 냉면은 섭취량은 2005년 6.7g으로 1998년 0.9g에서 크게 증가하였음.
- 면류 중 국수의 주요 소비자는 남성과 성인층(19~64세)임. 또한 청소년층과 성인층이 노년층보다 자주 국수를 섭취하는 것으로 나타남.
 - 2009년 1인당 1주 평균 국수섭취 빈도는 남성이 0.77회로, 여성(0.62회)보다 많았으며, 연령별로는 성인(19~64세)이 0.73회로 청소년층(0.62회)과 노년층(0.51회) 보다 크게 높음.
 - 2009년 연령별 국수 섭취 빈도는 전 연령층이 1개월에 1~3회 섭취

1) 2011년 3월 Q사 인터뷰

비중이 가장 높으나, 청소년층과 성인층은 주 1~6회 비중이 두 번째로 높은 반면, 노년층은 1년 6~11회 혹은 거의 안 먹는 비중(20.89%)이 두 번째로 높음. 이는 노년층은 대부분 밥 위주로 식사를 하기 때문에, 국수 섭취가 비교적 젊은층 위주로 이루어지는 것으로 보임.

- 면류는 상온면과 냉장면으로 구분하였을 때, 2010년 상온면 시장규모는 1천~1천 2백억 원 수준이며, 냉장면은 1천 6백억 원 수준임.
 - 국수 시장은 오투기가 50~60%, CJ제일제당과 샘표가 10% 수준임.
 - 냉장면에서는 CJ제일제당이 선두기업임. 그러나 냉장면에서 비중이 높은 우동과 냉면시장의 경우 각각 CJ제일제당과 풀무원이 각각 선두를 지키고 있음.

- 면류 생산량과 출하액이 꾸준히 증가하고 있는 가운데, 단위당 가격 역시 환율 등 요인에 의하여 상승한 것으로 나타남.
 - 2009년 면류 생산량은 30만 톤으로 2005년 대비 24.5% 증가하였으며, 출하액은 2009년 5,380억 원으로 2005년 대비 44.3% 상승한 수준임.

- 면류 국내 출하액 비중은 제품별로는 국수, 제조방법별로는 건면 비중이 높음.
 - 면류를 제품별로 국수, 냉면, 당면, 파스타로 나누었을 때, 2009년 국내 출하액 기준으로 국수가 69.0%로 가장 높고, 다음으로 냉면(17.4%), 당면(9.9%), 파스타(3.7%)로 순으로 나타남.
 - 제조방법별로 건면, 숙면, 생면으로 나누었을 때, 2009년 국내 출하액 기준으로 건면이 48.3%로 가장 높고, 다음으로 숙면(27.8%), 생면(13.3%), 개량숙면(10.7%) 순으로 나타남.

- 한편, 면류시장의 특성은 저 성장 산업, 경기변동과 계절적 영향을 많이 받는다는 점, 기업별 중점 품목이 상이하다는 점이 있음.
 - 국수의 경우 시장이 거의 정체되어 있는 양상

- 국수는 경기가 나쁠 때 더 잘 팔리고, 우동은 겨울, 냉면은 여름, 국수는 여름 장마철, 당면은 명절에 매출의 대부분이 팔린다는 계절적 특성을 가진.
- 또한 기업별로 중점품목이 다른데, 대상, 오뚜기, 샘표는 건면 중심, CJ제일제당과 풀무원은 냉장면 중심이라는 특성이 있음.
- 면류의 주요원료는 밀가루, 메밀가루, 쌀가루, 콩가루, 소금으로, A, B사의 경우 밀가루는 대부분 국산, 미국산, 호주산을, 쌀가루는 국산을 사용하고 있음.
- 면류 중 국수의 물가는 지속적으로 상승해왔으며, 특히 생산자 물가와 소비자 물가는 2007년과 2008년 사이 크게 증가한 것으로 나타남.
 - 국수의 생산자물가는 2008년 147.8로 전년 112.6보다 높아졌으며, 소비자 물가지수 역시 2008년 158.9로 전년 111.4보다 높아진 수준임.
- 2011년 3월 주요 국수제품 100g 당 평균 가격은 제품별 상승폭이 상이함.
 - 3월 25일 기준 샘표 소면(1.1kg) 100g 당 평균가격은 242원으로 전월 대비 0.8% 상승, 전년 동월대비 36.0% 상승함.
 - 동일 오뚜기 옛날국수소면(900g) 100g 당 평균가격은 319원으로 전월대비 14.7% 상승, 전년 동월대비 32.3% 상승함.
 - 동일 백설 찰국수(900g) 100g 당 평균가격은 258원으로 전월대비 3.6% 상승, 전년 동월대비 3.4% 감소함.
- G사 기업조사에 의하면, 2011년 면류 유통채널 비중은 신유통채널이 49.0%로 가장 높고, 다음으로 영업소/대리점(37.1%), 특판(10.6%), 기타(10.6%) 순으로 나타남.
- 2011년 4월 면류 생산 기업 설문조사에 의하면, 상온면 매출액 비중은 2006년 이후 꾸준히 증가하는 반면, 냉장면은 지속적으로 감소하고 있음.
 - 그러나 이는 단지 두 기업의 매출액이므로 냉장면 시장이 감소하고

있다는 것으로 보기 어려움.

- 면류 중 신제품 출시가 가장 활발한 부문이 냉장 냉면과 우동임. 특히 냉면은 6~7월 초여름에 많이 출시되는 경향이고, 우동은 11월 경 많이 출시되고 있음.
- 건강한 먹을거리에 대한 소비자 관심이 높아지면서, 식품기업들이 우리밀과 우리 쌀 가공제품 생산에 적극 나서고 있으며, 유기농 밀 제품 역시 꾸준히 출시되고 있음.
 - CJ제일제당은 전라남도과 국산밀 산업화를 위한 업무 협약을 맺고 2014년까지 6만 톤을 가공한다는 계획이며, 최근 우리 밀 국수를 출시한 바 있음.
 - 대상 청정원 오푸드는 2010년 우리밀 찰진 국수를 출시하였고, 부산대 생물자원웰빙RIS 사업단은 2011년 3월 우리밀 국수를 출시하였음.
 - CJ제일제당은 2011년 3월 쌀 제분 기술력이 뛰어난 일본의 전문 제분기업인 군마제분과 기술제휴를 통해 면, 제과, 제빵용 쌀가루를 오는 9월부터 생산할 예정이라고 밝혔음. 대표적인 쌀 제품으로는 CJ제일제당 우리 쌀국수와 100% 우리 쌀로 만든 생 쌀면이 있음.
 - 오푸기 역시 옛날 쌀국수를 생산하고 있음.
- 최근 물가 상승으로 소비자들이 저렴한 비용으로 식사를 해결하려는 경향이 확산됨에 따라, 대중적인 음식으로 부담없이 즐겨 먹을 수 있는 국수 전문점이 증가하고 있음. 더불어 소자본 창업이 가능한 점도 국수 전문점 확산에 한 몫 한 것으로 보임.¹⁾
 - 맛 집으로 유명한 ‘봉선생국시마루’가 2010년 12월 프랜차이즈 사업을 본격적으로 시작하였으며, ‘답소락’ 역시 블로그 등에 맛집으로 소개된 이후 프랜차이즈 사업에 진출한바 있음. 그 외 국수 전문점은 ‘국수나무’, ‘김용만의 널리리맘보’, ‘만복국수집’, ‘명동할머니국수’, ‘우메마루’ 등이 있음.²⁾

1) 서울경제(2011.11.14), “국수 등 면요리 전문점 빠르게 확산”

2) 머니투데이(2010.5.23), “프랜차이즈 가맹 체인 사업의 길잡이”

- 기업 인터뷰 및 설문조사에 의하면, 면류 생산기업의 마케팅 중점사항은 냉장면 카테고리의 지속적 육성과, 전문점 수준의 냉장면 제품 수준 확보, 기존 건면제품의 차별화 제품 출시임.
- 면류 생산 기업의 마케팅 애로사항으로는 냉장면 시장의 성장성에 대한 이슈, 원재료 비중이 높아 손익 구조가 좋지 않다는 점, 대형마트 판촉비 비중 과다가 있음.
- 경영관련 애로사항으로는 원재료 비용 상승의 가격 반영이 어렵다는 점을 꼽았음.
- 면류기업의 식품정책 관련 애로사항에는 식품표시 기준의 잦은 변경으로 인한 비용 상승이 있음.

<표 29> 요약

구분	요약
시장 및 소비 특성	- 저성장산업, 경기변동 및 계절적 영향 많이 받음, 기업별 중점 품목 상이 - 2008년 전년대비 국수 섭취 빈도 감소. 2005년 냉면 섭취량은 1998년 대비 증가 - 주 소비층은 남성, 성인층
시장 및 제품 동향	- 면류 신제품 출시는 냉장면 위주, 최근 우리밀, 우리쌀, 유기농 밀 제품 출시 - 면류 생산량과 출하액 꾸준히 증가. 단위당 가격도 증가 - 제품별로는 국수 비중이 가장 높음
해외 시장	- 면류 수출 및 수입 증가세, 단위당 가격 상승폭은 수출이 더 높음 - 제품별로는 국수 수출 비중이 높고, 당면 수입이 가장 높음
원료 및 유통	- 유통채널 비중은 신유통채널, 영업소/대리점, 특판, 기타 순
인터뷰 결과	- 마케팅중점사항은 냉장면 카테고리 육성, 전문점 수준의 냉장면 제품 수준 확보, 기존 건면제품의 제품 차별화 - 마케팅 및 경영관련 애로사항은 냉장면 시장의 성장성에 대한 이슈, 손익구조가 좋지 않음, 대형마트 판촉비 과다 - 경영관련 애로사항은 원재료 비용 상승의 가격 반영이 어렵다는 점 - 식품정책 관련 애로사항은 식품표시 기준의 잦은 변경으로 인한 비용 상승

2. 시사점 및 전망

2.1 건면 신제품 출시는 우리밀, 우리쌀, 유기농 제품 위주

- 건면 특히, 국수의 경우 가격 중심으로 시장이 형성되어 있음. 이는 밀가루 등 원재료 비중이 높은 국수 제품 특징인 비용 상승 영향이 높다는 점과 손익구조가 좋지 않다는 점과 직결되며, 이는 제품의 신제품 개발 여건이 좋지 않음을 시사함.
 - 해외시장에서의 곡물가 변동은 국내 원재료 가격에 큰 영향을 미치며 생산원가 상승요인이 되고 있음.
 - 정부의 물가 억제정책 등으로 생산원가의 상승을 바로 소비자가격에 반영하기가 어려워 손익구조의 악화가 예상 됨.
- 그러나 최근 소비자가 식품 안전을 중시하고, 우리밀 우리쌀 제품에 대한 인식이 향상되고 있다는 점, 정부가 강하게 쌀가공 식품 활성화를 추진하고 있다는 점에서 우리밀, 우리쌀 제품 확대에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 보임.
 - CJ제일제당의 경우 전라남도와의 국산밀 산업화를 위한 업무 협약을 맺은바 있으며, 우리쌀 가공식품 역시 확대할 계획임.
- 최근 건면 제품 출시 역시 우리 밀, 우리 쌀 제품 위주로 대상 청정원 오푸드는 유기농 우리밀 찰진 국수, CJ제일제당 역시 우리밀 국수를 출시하였으며, 쌀 제품으로는 오푸기 옛날 쌀 국수, CJ제일제당 우리 쌀국수와 우리쌀 100%로 만든 생 쌀면이 있음.
- 이처럼 현재의 우리밀과 우리쌀 제품(혹은 쌀 제품) 출시는 계속 이어질 전망이다.

2.2 냉장면 신제품 출시는 계절성 위주

- 냉장면 특히, 우동과 냉면은 계절에 따른 마케팅 역량이 해당 시즌의 매출액을 결정하므로, 우동은 11월 경, 냉면은 6월에 중점적으로 신제품이 출시되고 있음. 이는 향후에도 여전히 어이질 것임.

- 냉장면 시장 특히, 우동과 냉면, 스파게티 제품은 전문점으로 대체되는 특징이 있음. 아직까지 냉장면 시장이 크게 확대되는 양상은 아님.
- 이러한 냉장면 시장의 확대를 위해서는 전문점과는 차별되는 편의성과 저렴한 가격 소구가 중요함. 2011년 3월 면류기업 인터뷰에 의하면, R사 냉장면 시리즈 마케팅 중점 사항이 편의성과 저렴한 가격이라고 한 바 있음.
- 그러나 냉장면의 경우, 냉장유통과 유통기한이 짧다는 점이 약점 요인으로 작용함. 따라서 저렴한 가격(P)을 위해서는 생산량(Q)을 늘려야 하는데, 이는 곧 소비자의 냉장면 소비가 증가해야 함을 의미함.
- 냉장면 소비는 냉장면 시장의 성장성과 연관되어 있음. 냉장면 성장을 위해서는 지속적인 신제품 개발과 제품 리뉴얼, 마케팅 확대가 필요함.

2.4 국수 전문점의 출현

- 국수전문점의 등장은 면류 시장의 활성화로 직결되어 면류소비의 증가에 기여할 것이며, 소비자의 국수에 대한 우호적 이미지 형성에 기여가 예상 됨.

부록

- ☑ 면류 생산실적
- ☑ 국수 유형별 생산실적
- ☑ 면류생산 상위 10개사
- ☑ 밀 수입물가 지수
- ☑ 국수 생산자 및 수입 물가 지수
- ☑ 국수 판매 가격 추이
- ☑ 면류별 섭취량
- ☑ 1인 국수 평균 섭취 빈도
- ☑ 면류 수출 및 수입 현황
- ☑ 면류 유형별 수출 및 수입 현황
- ☑ 면류 주요제품별 구성 및 성상
- ☑ 주요 기업 현황

<면류 생산실적 추이>

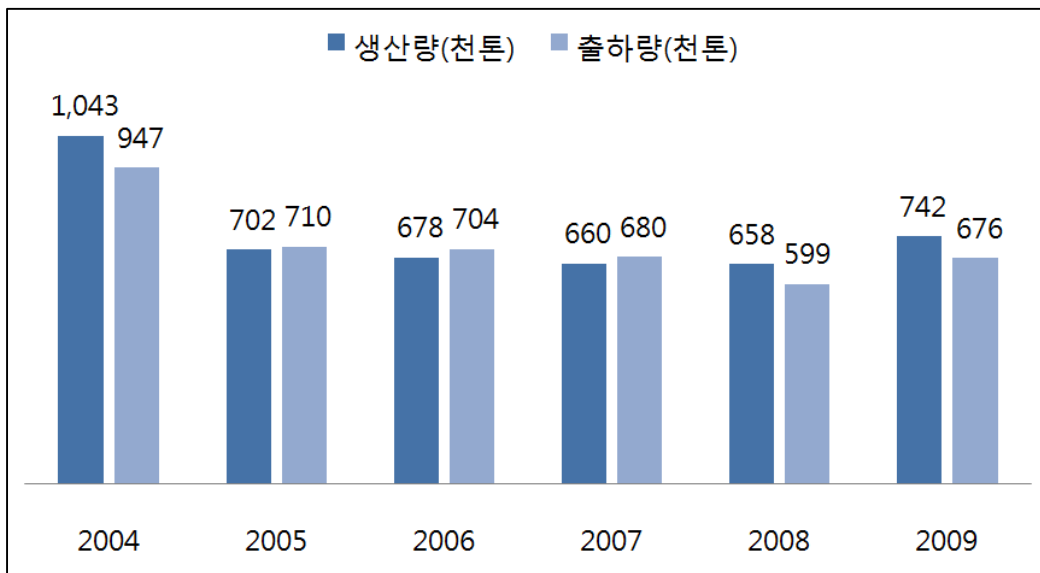
구분	생 산 현 황		
	생산능력(톤)	생산량(톤)	생산액(천원)
2004	1,647,368	1,043,272	1,867,318,272
2005	1,434,662	701,761	1,719,745,293
2006	1,392,012	678,188	1,703,860,439
2007	1,601,112	660,270	1,610,866,228
2008	1,437,532	658,194	1,760,959,842
2009	1,903,519	741,531	2,125,296,807

구분	출 하 현 황			
	출하량(톤)	출하액(천원)	수출량(톤)	수출액(\$)
2004	946,741	1,722,381,903	59,041	126,671,283
2005	710,295	1,909,999,880	49,431	128,847,979
2006	704,075	1,941,634,404	37,673	86,017,626
2007	679,763	1,860,160,188	37,043	85,824,287
2008	599,181	1,753,463,618	34,192	104,095,179
2009	675,784	2,378,215,193	39,898	120,215,609

주 : 유당면 제외

자료 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적”, (2004~2009)

<면류 생산량, 출하량 추이>



<면류 유형별 생산현황(1)>

연도	식품품목명	생 산 량 (톤)	국내출하액(천원)	수출액(달러)
2005	유탕면류(봉지라면)	363,954	1,116,588,704	50,520,456
	건면류	102,340	162,969,973	4,520,469
	유탕면류(용기면)	97,098	421,053,456	57,952,738
	숙면류	51,547	83,025,556	4,444,505
	냉동면류	35,985	46,604,442	866,477
	생면류	25,525	39,989,000	1,123,686
	개량숙면류	22,227	34,078,108	9,206,031
	파스타류	1,807	1,705,664	191,388
	호화건면류	1,278	3984,977	22,229
2006	유탕면류(봉지라면)	347,420	1,092,328,499	37,120,201
	건면류	95,283	178,683,986	4,778,715
	유탕면류(용기면)	87,116	425,750,594	25,865,858
	숙면류	47,413	68,496,518	3,646,677
	냉동면류	37,283	55,265,711	967,770
	생면류	31,469	45,218,790	1,965,333
	개량숙면류(신규)	31,341	74,816,545	11,602,130
	파스타류(신규)	847	910,175	66,507
2007	유탕면류(봉지라면)	312,153	985,474,975	34,440,925
	건면류 중 국수	98,071	136,410,454	4,655,069
	유탕면류(용기면)	82,586	447,949,930	26,653,138
	숙면류	79,475	123,097,826	2,537,682
	생면류	35,480	51,276,383	2,534,062
	개량숙면류	27,822	54,663,912	13,248,349
	건면류 중 냉면	11,372	14,366,935	305,864
	건면류 중 당면	10,912	44,077,206	1,238,716
	파스타류	2,399	2,842,567	210,482

자료 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적”, (2005~2009)

<면류 유형별 생산현황(2)>

연도	식품품목명	생 산 량 (톤)	국내출하액(천원)	수출액(달러)
2008	유탕면류(봉지라면)	316,541	906,486,101	33,856,918
	국수(건면)	88,159	149,670,585	4,644,525
	유탕면류(용기면)	63,699	363,038,684	42,714,148
	국수(생면)	49,199	64,806,246	3,067,078
	국수(숙면)	43,113	67,471,497	4,341,094
	냉면(숙면)	33,166	49,377,470	1,830,473
	국수(개량숙면)	29,515	60,358,961	10,461,654
	당면(건면)	12,002	43,841,836	1,985,160
	냉면(건면)	9,430	21,968,145	838,215
	냉면(개량숙면)	5,811	6,531,836	76,126
	파스타류	4,375	14,713,071	276,455
	냉면(생면)	2,949	2,945,961	3,333
2009	유탕면류(봉지라면)	351,697	1286,281,284	51,628,091
	국수(건면)	103,746	177,542,698	5,404,955
	유탕면류(용기면)	90,146	554,310,992	44,233,651
	국수(숙면)	51,587	86,478,708	1,047,535
	냉면(숙면)	41,476	57,375,204	1,314,973
	국수(생면)	31,246	61,845,871	1,241,503
	국수(개량숙면)	30,452	45,131,081	12,397,059
	당면(건면)	14,455	53,166,521	1,413,954
	파스타류	9,699	19,818,133	159,469
	냉면(건면)	5,853	19,005,472	1,310,372
	냉면(개량숙면)	5,749	10,251,887	29,903
	냉면(생면)	5,418	7,005,242	34,144

자료 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적”, (2005~2009)

가공식품 세분화 시장 현황조사

<면류 제조업체 상위 10개사 : 국내 출하액 기준>

연도	순위	제조사명	출하액(천원)	연도	순위	제조사명	출하액(천원)
'04	1	농심(주)	1,109,167,259	'05	1	농심(주)	1,016,307,897
	2	삼양식품(주)	154,342,846		2	오뚜기(주)	232,905,286
	3	오뚜기라면(주)	126,609,096		3	삼양식품(주)	167,570,338
	4	한국야쿠르트(주)	90,389,604		4	오뚜기라면(주)	135,984,560
	5	면사랑(주)	17,970,514		5	한국야쿠르트(주)	91,070,000
	6	풀무원(주)	15,742,836		6	풀무원(주)	28,543,300
	7	한일식품(주)	7,986,300		7	면사랑(주)	19,496,000
	8	대정농산(주)	7,491,246		8	영우냉동식품(주)	10,780,542
	9	영우냉동식품(주)	6,969,060		9	한일식품(주)	10,546,918
	10	송학식품(주)	6,894,563		10	송학식품(주)	9,078,074
'06	1	농심(주)	1,025,095,941	'07	1	농심(주)	1,043,302,761
	2	오뚜기(주)	237,764,577		2	오뚜기(주)	234,194,437
	3	삼양식품(주)	151,674,954		3	삼양식품(주)	112,370,820
	4	오뚜기라면(주)	129,940,661		4	오뚜기라면(주)	106,255,684
	5	한국야쿠르트(주)	104,800,000		5	한국야쿠르트(주)	97,157,570
	6	면사랑(주)	31,738,600		6	풀무원(주)	30,137,106
	7	풀무원(주)	25,320,110		7	면사랑(주)	26,044,677
	8	한일식품(주)	23,009,662		8	송학식품(주)	10,731,391
	9	씨제이(주)	14,185,551		9	영우냉동식품(주)	10,478,884
	10	영우냉동식품(주)	10,322,651		10	씨제이(주)	9,949,729
'08	1	농심(주)	1,073,804,541	'09	1	농심(주)	1,444,898,755
	2	오뚜기라면(주)	132,536,088		2	삼양식품(주)	223,779,674
	3	한국야쿠르트(주)	127,501,165		3	한국야쿠르트(주)	153,368,510
	4	오뚜기(주)	82,426,874		4	오뚜기라면(주)	136,679,216
	5	풀무원(주)	30,845,957		5	오뚜기(주)	94,340,084
	6	면사랑(주)	26,044,677		6	풀무원(주)	31,986,872
	7	삼양식품(주)	23,206,298		7	면사랑(주)	31,772,410
	8	씨제이(주)	13,920,189		8	씨제이제일제당(주)	26,471,494
	9	송학식품(주)	13,346,038		9	송학식품(주)	16,955,049
	10	태화식품(주)	11,410,949		10	칠갑농산(주)	16,494,345

자료 : 식약청, “식품 및 식품첨가물 생산실적”, (2004~2009)

<밀 수입물가 지수(2005=100)>

구분	계약통화기준	달러기준	원화기준	구분	계약통화기준	달러기준	원화기준
1971	73.16	73.16	24.33	1991	79.34	79.34	56.27
1972	71.19	71.19	26.91	1992	94.91	94.91	71.54
1973	103.63	103.63	39.81	1993	92.47	92.47	71.74
1974	146.03	146.03	56.42	1994	95.75	95.75	74.5
1975	107.18	107.18	50.05	1995	107.63	107.63	80.31
1976	92.48	92.48	43.19	1996	120.43	120.43	93.26
1977	79.17	79.17	36.97	1997	98.14	98.14	87.82
1978	82.94	82.94	38.73	1998	82.14	82.14	112.85
1979	99.78	99.78	46.59	1999	78.12	78.12	90.07
1980	111.59	111.59	64.93	2000	73.61	73.61	81.21
1981	106.24	106.24	69.62	2001	80.33	80.33	101.21
1982	96.67	96.67	68.04	2002	91.71	91.71	111.58
1983	96.54	96.54	72.07	2003	94	94	109.32
1984	91.66	91.66	71.18	2004	98	98	109.65
1985	86.56	86.93	72.74	2005	100	100	100
1986	73.47	73.47	62.68	2006	111.62	111.62	104.01
1987	70.12	70.12	55.88	2007	164.68	164.68	149.24
1988	89.18	89.18	63.07	2008	227.1	227.1	235.33
1989	103.01	103.01	66.93	2009	135.15	135.15	169.18
1990	81.54	81.54	55.63	2010	147.96	147.96	166.78
				2011.01	215.64	215.64	235.79

자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 물가지수(수입물가 지수)(2011.4.14)

<국수 생산자 및 소비자물가지수(2005=100)>

구분	생산자물가	소비자물가	구분	생산자물가	소비자물가
1965	2.7	-	1989	32.6	38.529
1966	2.8	-	1990	37.5	42.758
1967	2.9	-	1991	44.3	48.477
1968	2.8	-	1992	48.8	54.442
1969	2.8	-	1993	50.3	59.099
1970	2.9	-	1994	52.2	59.251
1971	3.4	-	1995	55	59.059
1972	3.9	-	1996	61.6	63.253
1973	4.9	-	1997	68	67.471
1974	8	-	1998	86.1	88.198
1975	9.6	11.808	1999	86.5	87.484
1976	11.2	12.118	2000	86.3	83.529
1977	11.2	11.67	2001	85.8	81.789
1978	11.2	11.217	2002	86.3	81.107
1979	11.9	14.136	2003	94.1	88.841
1980	18.7	23.429	2004	99.9	95.893
1981	24.2	32.362	2005	100	100
1982	24.3	32.52	2006	102.1	100.5
1983	24.3	31.034	2007	112.6	111.4
1984	24.3	30.832	2008	147.8	158.9
1985	24.5	30.999	2009	152.1	161.4
1986	26.5	32.608	2010	151	158.6
1987	27.4	33.839	2011.01	153.3	160.9
1988	27.2	34.169	2011.02	153.3	165.2
			2011.03	153.3	166.6

자료 : 통계청, KOSIS, <http://kosis.kr>, 물가지수(생산자물가지수, 소비자물가지수)(2011.4.14)

<2010~2011 국수 판매가격(1)>

(단위 : 원)

구분	샘표 샘표소면(1.1 kg)	오뚜기 옛날국수소면(900g)	백설 찰국수소면(900g)
2010-02-26	3,277	2,327	2,300
2010-03-05	1,960	2,176	2,407
2010-03-12	2,250	2,428	2,381
2010-03-19	3,225	2,452	2,379
2010-03-26	3,133	2,417	2,373
2010-04-02	2,768	2,424	2,333
2010-04-09	2,927	2,366	2,298
2010-04-16	2,927	2,648	2,308
2010-04-23	2,927	2,320	2,300
2010-04-30	2,933	2,344	2,290
2010-05-07	2,933	2,342	2,308
2010-05-14	2,928	2,294	2,275
2010-05-21	2,891	2,310	2,308
2010-05-28	2,582	2,276	2,307
2010-06-04	2,582	2,178	2,172
2010-06-11	2,950	2,196	2,170
2010-06-18	3,500	2,212	2,186
2010-06-25	3,133	2,180	2,201
2010-07-02	3,133	2,259	2,202
2010-07-09	3,100	2,234	2,233
2010-07-16	3,100	2,167	2,216
2010-07-23	3,100	2,179	2,007
2010-07-30	3,134	2,189	2,158
2010-08-06	2,523	2,250	2,170
2010-08-13	2,523	2,236	2,158
2010-08-20	3,134	2,277	2,112

자료 : 소비자자원, 가격통계정보, Tprice, www.price.tgate.or.kr(2011.4.14)

<2010~2011 국수 판매가격(2)>

(단위 : 원)

구분	샘표 샘표소면(1.1 kg)	오뚜기 옛날국수소면(900g0)	백설 찰국수소면(900g)
2010-08-27	3,134	2,251	2,117
2010-09-03	3,134	2,328	2,098
2010-09-10	3,134	2,324	2,104
2010-09-17	3,134	2,409	2,170
2010-10-01	3,134	2,448	2,243
2010-10-08	3,134	2,462	2,090
2010-10-15	3,100	2,457	2,091
2010-10-22	3,100	2,449	2,086
2010-10-29	3,100	2,449	2,047
2010-11-05	3,107	2,460	2,223
2010-11-12	3,134	2,450	2,072
2010-11-19	3,134	2,425	2,087
2010-11-26	3,134	2,424	2,143
2010-12-03	3,134	2,435	2,192
2010-12-10	3,134	2,401	2,207
2010-12-17	3,134	2,402	2,204
2010-12-24	3,134	2,425	2,199
2010-12-31	3,143	2,419	2,210
2011-01-07	3,143	2,450	2,208
2011-01-14	3,134	2,416	2,181
2011-01-21	3,134	2,412	2,206
2011-01-28	3,134	2,410	2,209
2011-02-04	3,240	2,568	2,382
2011-02-11	2,640	2,513	2,228
2011-02-18	2,640	2,513	2,231
2011-02-25	2,640	2,506	2,244
2011-3-25	2,660	2,872	2,322

자료 : 소비자원, 가격통계정보, Tprice, www.price.tgate.or.kr(2011.4.14)

<면류별 섭취량>

(단위 : g)

연도	종류	전체	지역별		성별		연령별(세)					
			도시	농촌	남자	여자	1-12	13-19	20-29	30-49	50-64	65~
'75	밀국수	27.2	27.9	26.6	-	-	-	-	-	-	-	-
	모밀국수	0.2	0.31	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-
	당면	0.2	0.31	0	-	-	-	-	-	-	-	-
'76	밀국수	25.3	24.4	26.3	-	-	-	-	-	-	-	-
	모밀국수	1	1.8	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-
	당면	0.3	0.3	0.3	-	-	-	-	-	-	-	-
'77	밀국수	12.8	11.8	14	-	-	-	-	-	-	-	-
	삶은국수	10.7	10.4	10.9	-	-	-	-	-	-	-	-
	중국국수	3	5.1	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-
	스파게티	0	0	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-
	모밀국수	0.5	0.9	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-
	당면	0.5	0.8	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-
'91	국수	17.1	18.7	13.5	-	-	-	-	-	-	-	-
'93	국수	15.8	16.5	13.6	-	-	-	-	-	-	-	-
'98	국수	11.9	12.6	9.8	13.7	-	12.2	7.8	11.2	17.6	13.4	9.8
	냉면	0.9	1.3	0.5	0.4	-	0.7	0.3	0.9	1.3	1.8	0.2
	마카로니	0.0	0.0	0.0	0.0	-	0	0	0.1	0	0	0
	스파게티	0.3	0.3	0.4	0.3	-	0.5	0.9	0.8	0.1	0	0
	우동	2.1	2.9	1.7	0.7	-	1.7	3.5	2.9	2.4	1.6	0.9
	자장면	0.7	0.7	0.7	0.6	-	4.4	1.1	1.4	0.2	0	0.3
	당면	2.2	2.0	2.9	1.9	-	3.2	3	3.2	2.6	1.4	1.3
'01	냉면국수	1.4	3.4	0.3	-	-	0.6	0.8	1.8	2.2	1.6	0.6
	국수(건면)	5.3	10.7	4.7	-	-	5.0	3.7	6.2	7.0	6.2	4.3
	(삶은/생)국수	11.1	21.7	11.9	13.5	9.0	14.5	9.3	14.0	15.1	8.0	9.5
	우동	0.1	0.2	0.0			0.0	0.0	0.4	0.0	0.0	0.5
'05	냉면(건면)	1.1	2.6	0.6	0.8	1.3	0	1.7	0.8	1.9	0.7	0.1
	(생/삶은)냉면	5.6	13.1	2.1	5	6.2	7.6	5	5.3	7.8	6.4	0.7
	국수(건면)	7.4	14.3	8.5	1	0.7	7.1	5.8	6.8	9.4	9.4	6.4
	(삶은/생)국수	11.8	23.2	12.4	14.4	9.2	16.4	10.6	17.4	13.8	10	6.2
	당면	1.2	13.4	1	1.3	1.1	2.1	1.4	1.2	1.7	0.8	0.5
	당면(삶은것)	0.2	1.6	1	0.2	0.2	0.5	0.2	0.1	0.2	0.1	0

자료 : 보건복지부, “국민영양조사(1975, 1976, 1977, 1991, 1993, 1998, 2001, 2005)”

<1인 국수 평균 섭취빈도>

(단위 : %, 회/주)

구분		1일			1주			1개월		1년	거의 안먹음	평균빈도 (회/주)	
		3회	2회	1회	4-6회	2-3회	1회	2-3회	1회	6-11회			
'07	전체	0.00	0.00	0.56	0.74	10.26	21.41	22.51	22.54	10.57	11.41	0.75	
	성별	남성	0.00	0.00	0.41	0.94	12.07	23.28	20.03	23.34	8.28	11.66	0.79
		여성	0.00	0.00	0.71	0.54	8.44	19.54	25	21.74	12.88	11.16	0.7
	연령별 (세)	만12-18	0.00	0.00	0	0.33	10.46	18.95	25.08	24.43	7.08	13.67	0.68
		만19-18	0.00	0.00	0.69	0.81	10.97	22.86	22.68	22.24	10.13	9.61	0.79
		만65 ~	0.00	0.00	0.24	0.66	5.36	14.26	18.75	22.6	17.07	21.06	0.51
'08	전체	0.00	0.01	0.37	0.89	8.86	21.48	23.27	22.76	11.12	11.24	0.71	
	성별	남성	0.00	0.02	0.56	1.06	10.09	22.74	22.41	21.52	10.18	11.42	0.77
		여성	0.00	0.00	0.18	0.73	7.64	20.22	24.13	24	12.05	11.06	0.66
	연령별 (세)	만12-18	0.00	0.00	0.06	0.47	8.74	19.89	26.65	23.8	10.68	9.71	0.67
		만19-18	0.00	0.01	0.41	0.97	9.49	22.97	22.8	22.71	10.48	10.16	0.75
		만65 ~	0.00	0.00	0.43	0.81	4.83	13.12	22.97	22.06	15.8	19.97	0.53
'09	전체	0.00	0.03	0.39	0.59	8.85	19.93	23.52	24.43	11.62	10.64	0.69	
	성별	남성	0.00	0.03	0.52	0.78	10.80	21.75	22.62	23.09	10.39	10.01	0.77
		여성	0.00	0.03	0.25	0.40	6.91	18.12	24.41	25.77	12.84	11.27	0.62
	연령별	만12-18	0.00	0.00	0.00	0.35	7.60	17.09	27.27	28.80	10.08	8.82	0.62
		만19-18	0.00	0.02	0.44	0.64	9.71	21.66	23.16	24.13	10.83	9.42	0.73
		만65 ~	0.00	0.14	0.44	0.56	4.49	11.40	22.07	22.02	18.34	2.55	0.51

자료 : 보건복지부, “국민건강통계, 영양조사편(2007, 2008, 2009)”

<면류 수출 및 수입 현황>

구분	수출		수입	
	중량(kg)	금액(달러)	중량(kg)	금액(달러)
1992	6,371,749	10,738,778	23,325,068	20,380,001
1993	8,252,629	14,690,811	24,703,893	17,056,280
1994	12,716,418	20,400,764	27,940,526	15,554,641
1995	14,447,755	24,638,459	30,541,062	22,582,539
1996	13,701,021	22,260,069	28,903,909	24,709,262
1997	14,449,966	22,939,168	35,931,627	28,856,029
1998	13,542,670	16,474,357	32,981,289	23,511,602
1999	16,086,087	21,392,606	42,609,547	30,235,890
2000	18,321,740	26,231,564	52,846,678	38,197,033
2001	22,481,125	32,116,890	57,536,538	38,641,046
2002	24,757,019	40,137,300	66,636,253	44,575,041
2003	25,081,132	46,246,416	64,619,183	43,712,055
2004	28,080,766	57,414,433	68,568,146	48,918,950
2005	25,695,413	55,977,115	74,110,086	54,996,390
2006	26,284,236	63,352,543	73,211,819	59,432,094
2007	27,700,129	63,701,019	81,337,865	74,965,062
2008	27,996,833	70,762,911	82,160,362	90,731,375
2009	29,308,672	65,393,928	80,679,882	85,030,585
2010	33,960,529	82,945,198	90,488,786	98,508,173
2011.3누적	9,394,611	23,056,499	22,954,945	30,475,368

주 : 면류에는 국수, 냉면, 당면, 스파게티, 마카로니, 기타 파스타 포함
 자료 : 농수산물무역정보, www.kati.net (2011.4.14)

<면류 유형별 수출 현황(1)>

구분	국수		냉면		당면	
	중량(kg)	금액(달러)	중량(kg)	금액(달러)	중량(kg)	금액(달러)
1992	3,232,001	4,463,908	-	-	578,621	1,581,667
1993	3,967,206	5,955,966	-	-	603,958	1,496,558
1994	6,684,536	8,674,187	-	-	498,536	1,424,181
1995	7,675,454	10,720,143	-	-	476,624	1,461,596
1996	3,789,879	7,677,454	75,737	167,193	892,055	2,034,471
1997	4,251,917	8,141,047	323,360	779,089	675,966	1,684,445
1998	4,181,948	5,011,012	208,398	413,866	501,439	1,384,409
1999	5,393,196	7,295,144	591,788	1,089,529	417,613	742,406
2000	5,705,947	9,692,154	765,456	1,306,945	206,474	487,966
2001	7,468,259	10,434,528	1,187,376	2,123,461	622,549	1,436,930
2002	7,864,918	12,252,188	1,240,712	2,101,388	448,452	1,009,966
2003	7,323,694	13,086,155	1,577,318	2,496,856	450,292	897,343
2004	8,721,325	15,117,155	1,888,107	3,232,242	543,454	1,276,793
2005	8,996,572	13,465,082	1,956,178	3,842,386	489,489	1,770,130
2006	11,162,268	17,523,130	1,616,216	3,597,932	639,356	1,749,715
2007	11,980,903	20,315,542	2,113,532	4,068,385	556,221	1,655,909
2008	12,326,733.50	24,387,628	1,884,643.50	4,161,162	565,491.10	1,565,880
2009	12,968,687.40	21,603,655	1,991,739.60	4,192,326	683,915.80	1,634,180
2010	15,441,083.70	27,599,223	2,628,793.80	6,243,030	746,293.80	2,056,341
2011.3 누적	4,104,382.60	7,398,548	956,523.70	2,480,392	203,570.30	612,27

자료 : 농수산물무역정보, www.kati.net (2011.4.14)

<면류 유형별 수출 현황(2)>

구분	스파게티		마카로니		기타 파스타	
	중량(kg)	금액(달러)		금액(달러)	중량(kg)	금액(달러)
1992	-	-	2,205,141	4,028,278	-	-
1993	-	-	2,759,415	5,039,877	-	-
1994	12,234	17,268	4,039,031	7,055,843	5,400	6,502
1995	98,949	70,867	4,294,805	7,807,758	13,791	21,192
1996	9,300	12,350	8,414,773	10,903,153	2,850	3,975
1997	25,600	23,449	7,708,313	9,346,029	5,000	6,330
1998	75,388	80,708	7,331,413	7,705,464	120	217
1999	13,808	37,941	8,910,739	10,358,520	1,300	754
2000	15,108	7,705	9,918,219	11,529,782	6,317	9,086
2001	151	411	10,648,765	13,307,976	9,601	12,317
2002	33,271	55,015	11,423,124	16,485,117	10,848	32,047
2003	18,087	45,768	11,321,541	18,416,166	600	300
2004	9,954	17,807	11,874,205	21,642,952	4,800	4,860
2005	67,744	117,131	10,674,881	20,983,174	20	52
2006	4,649	26,575	10,475,584	24,653,118	3,600	6,444
2007	3,384	19,910	11,012,900	26,479,051	6,648	14,557
2008	1,098.60	4,739	11,056,245.40	28,366,082	490	1,379
2009	70,347.60	89,498	11,236,812.10	25,338,471	70,347.60	89,498
2010	141,618.20	203,080	12,383,064.80	28,982,401	141,618.20	203,080
2011.3 누적	35,574.20	42,078	3,203,258.70	7,243,979	35,574.20	42,078

자료 : 농수산물무역정보, www.kati.net (2011.4.14)

<면류 유형별 수입 현황(1)>

구분	국수		냉면		당면	
	중량(kg)	금액(달러)	중량(kg)	금액(달러)	중량(kg)	금액(달러)
1992	7,452	8,222	-	-	19,265,003	16,331,907
1993	45,194	39,332	-	-	20,146,405	10,956,991
1994	616,210	436,046	-	-	24,503,233	11,927,467
1995	553,216	459,061	-	-	24,999,055	16,797,552
1996	249,455	293,934	52,000	42,993	23,528,539	18,495,133
1997	387,272	477,661	36,000	28,156	28,990,185	21,346,501
1998	90,138	101,054	60,792	36,218	27,073,716	17,775,503
1999	208,910	346,257	64,150	42,541	32,797,138	19,749,528
2000	449,782	575,867	8,428	28,889	36,186,276	19,668,195
2001	391,427	496,972	6,600	10,009	40,009,608	20,593,999
2002	948,678	835,626	27,585	34,117	44,237,374	22,954,389
2003	1,355,762	1,011,890	7,020	11,971	41,580,100	21,429,310
2004	1,511,862	1,331,376	38,244	27,346	44,137,217	23,550,823
2005	1,982,608	1,795,523	30,400	44,886	47,077,634	27,145,247
2006	2,751,713	3,320,954	24,631	34,062	48,670,484	31,204,675
2007	3,119,538	3,394,847	24,840	40,139	50,860,930	36,012,010
2008	4,058,338	5,528,891	25,287	65,048	54,153,567	44,598,003
2009	3,749,793	5,478,274	19,654	65,474	53,762,972	43,848,275
2010	3,905,186	5,699,374	36,029	89,456	59,832,804	54,013,847
2011.3 누적	1,307,981	2,072,190	2,058	6,663	15,074,859	18,810,792

주 : 면류에는 국수, 냉면, 당면, 스파게티, 마카로니, 기타 파스타 포함
 자료 : 농수산물무역정보, www.kati.net (2011.4.14)

<면류 유형별 수입 현황(2)>

구분	스파게티		마카로니		기타파스타	
	중량(kg)	금액(달러)	중량(kg)	금액(달러)	중량(kg)	금액(달러)
1992	802,127	528,505	1,204,226	784,901	2,027,927	2,703,305
1993	675,051	429,435	762,344	487,872	3,074,186	5,128,737
1994	961,532	663,281	786,010	515,420	1,069,273	1,998,662
1995	1,779,819	1,332,015	1,156,247	844,413	2,049,044	3,121,689
1996	1,739,214	1,345,159	1,201,100	916,888	2,131,890	3,601,685
1997	2,197,543	1,632,643	1,334,325	982,106	2,984,997	4,379,169
1998	2,318,977	1,641,587	881,787	655,856	2,552,411	3,279,125
1999	2,850,209	1,958,264	1,278,467	824,643	5,403,347	7,261,318
2000	3,659,484	2,315,911	1,332,346	950,634	11,129,926	14,478,206
2001	3,873,238	2,204,284	995,421	686,632	12,161,283	14,384,962
2002	4,337,323	2,574,671	997,101	691,301	15,845,670	17,141,403
2003	4,619,196	3,029,931	902,598	723,340	15,878,077	16,941,291
2004	4,504,774	3,249,962	890,609	750,344	17,103,034	19,278,737
2005	5,584,076	4,272,206	853,193	718,090	18,278,020	20,304,430
2006	5,030,109	3,831,012	925,805	774,735	15,546,050	19,700,340
2007	4,291,384	3,650,982	1,024,557	923,822	21,483,207	29,363,807
2008	6,381,233	8,506,999	1,225,868	1,615,369	15,859,651	28,944,460
2009	7,920,217	9,954,798	877,166	1,091,631	14,031,805	23,423,000
2010	10,366,286	12,225,577	1,060,839	1,357,149	14,690,801	23,237,858
2011.3 누적	1,802,612	2,095,437	150,458	176,509	4,511,215	6,930,531

자료 : 농수산물무역정보, www.kati.net (2011.4.14)

<연도별 국수 수출 실적 : 상위 5개 국>

연도	국가명	중량(kg)		금액(달러)	
			비중		비중
2008	미국	4,536,419.40	36.8	10,646,650	43.7
	홍콩	3,357,850.30	27.2	3,566,100	14.6
	캐나다	887,717.80	7.2	1,720,055	7.1
	호주	607,441.50	4.9	1,161,057	4.8
	영국	502,016.50	4.1	876,409	3.6
2009	미국	4,173,359.10	32.2	8,330,052	38.6
	홍콩	3,312,294.30	25.5	2,958,189	13.7
	캐나다	1,059,412.80	8.2	1,534,825	7.1
	호주	621,467.30	4.8	977,317	4.5
	영국	559,425.50	4.3	889,808	4.1
2010	미국	5,092,104.60	33.0	10,133,523	36.7
	홍콩	3,849,867.80	24.9	3,548,884	12.9
	캐나다	1,331,527.30	8.6	2,206,219	8.0
	호주	735,096.10	4.8	1,166,963	4.2
	영국	667,582	4.3	1,118,123	4.1
2011.3 누적	미국	1,334,556	32.5	2,418,749	32.7
	홍콩	1,073,535	26.2	1,021,355	13.8
	캐나다	372,817	9.1	563,909	7.6
	영국	232,617	5.7	364,932	4.9
	호주	205,428	5.0	310,103	4.2

자료 : 농수산물무역정보, www.kati.net (2011.4.14)

<연도별 냉면 수출 실적 : 상위 5개 국>

연도	국가명	중량(kg)		금액(달러)	
			비중		비중
2008	일본	1,030,519	54.7	2,165,575	52.0
	미국	617,598	32.8	1,272,584	30.6
	캐나다	71,580	3.8	142,543	3.4
	호주	50,676	2.7	110,004	2.6
	리비아	36,546	1.9	225,476	5.4
2009	일본	979,541	49.2	1,820,455	43.4
	미국	625,587	31.4	1,269,246	30.3
	호주	99,425	5.0	259,434	6.2
	캐나다	85,230	4.3	222,890	5.3
	리비아	68,670	3.4	209,342	5.0
2010	미국	947,018	36.0	2,027,404	32.5
	일본	788,775	30.0	1,878,106	30.1
	중국	252,258	9.6	604,980	9.7
	호주	213,858	8.1	424,354	6.8
	캐나다	97,325	3.7	243,283	3.9
2011. 3누적	미국	590,254	61.7	1,406,397	56.7
	일본	141,047	14.7	403,644	16.3
	캐나다	62,441	6.5	162,395	6.5
	네덜란드	28,188	2.9	85,100	3.4
	중국	27,509	2.9	64,089	2.6

자료 : 농수산물무역정보, www.kati.net (2011.4.14)

가공식품 세분화 시장 현황조사

<연도별 국수, 냉면 수입 실적 : 상위 5개 국>

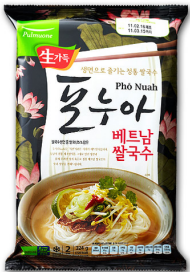



년도	국가	중량(kg)		금액(\$)	
			비중(%)		비중(%)
국수					
2008	네덜란드	1,874,663	46.2	2,747,227	49.7
	뉴질랜드	1,645,700	40.6	1,211,667	21.9
	대만	227,579	5.6	715,600	12.9
	독일	159,863	3.9	270,131	4.9
	미국	82,723	2.0	250,039	4.5
2009	태국	2,125,095	56.7	3,046,640	55.6
	중국	1,184,526	31.6	961,170	17.5
	일본	193,663	5.2	671,204	12.3
	베트남	155,516	4.1	229,282	4.2
	홍콩	31,907	0.9	362,035	6.6
2010	태국	2,560,310	65.6	3,422,491	60.1
	중국	801,975	20.5	656,676	11.5
	일본	239,632	6.1	940,102	16.5
	베트남	207,260	5.3	314,697	5.5
	홍콩	32,690	0.8	135,061	2.4
2011	태국	836,825	64.0	1,263,486	61.0
	중국	234,075	17.9	269,573	13.0
	베트남	131,439	10.0	208,493	10.1
	일본	70,762	5.4	257,703	12.4
	이탈리아	20,275	1.6	23,495	1.1
냉면					
2008	일본	25,287	100.0	65,048	100.0
2009	일본	19,627	99.9	65,421	99.9
	중국	27	0.1	53	0.1
2010	일본	23,029	63.9	86,065	96.2
	중국	13,000	36.1	3,391	3.8
2011	일본	2,058	100.0	6,663	100.0

자료 : 농수산물무역정보, www.kati.net (2011.4.14)

< 주요 상온면 제품별 구성 및 성상(1)>

회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	제품사진	회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	제품사진
오뚜기, 옛날국수 (우동면)	650	350 (100g)		오뚜기, 우리밀 국수	400	355 (100g)	
오뚜기, 옛날수면 소면	300, 500	36 (100g)		오뚜기, 옛날 강황국수	500, 900	345 (100g)	
오뚜기, 옛날국수 (칼국수)	500, 900, 1500, 2500, 3000	350 (100g)		오뚜기, 옛날 쌀국수	500, 700	355 (100g)	
오뚜기, 옛날국수 (중면)	500, 900, 1500, 2500, 3000	350 (100g)		오뚜기, 옛날 메밀국수	400	345	

< 주요 상온면 제품별 구성 및 성상(2)>

회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	원료	제품사진
풀무원, 포누아 베트남 쌀국수	324 (2인분)	360 (162g 당)	* 쌀국수 생면 : 쌀 80.7%(태국산 70.6%, 국산 29.4%), 혼합제제[전분(태국산), 말토덱스트린, 구아검] 등 * 액상스프 : 참진한옥수베이스[우정육(호주산), 정제염(국내산), 아미노MW(밀, 수입산) 등 * 건더기 : 동결건조양파[양파(국산), 포도당 등	
풀무원, 아빠가 쓰오 우동	216 (1인용)	320 (216g 당)	* 생우동면 : 소맥분(밀, 호주산/미국산), 변성전분(태국산), 정제염 등 * 액상스프 : 정제수, 가쓰오부시조미액 8.9%[가쓰오고형분 4.84%, 가쓰오농축액26.5% 등 * 우동건더기 : 별미튀김[밀가루(미국, 호주산), 팜유(말레이시아산)	
풀무원, 삶지않고 바로 먹는 비빔냉면	256 (1인용)	140 (256g 당)	곤약90.32%(중국산),순두부[대두(수입산),글루코노델타락톤 등	
풀무원, 가쓰오 튀김 우동	490 (2인용)	385 (245g 당)	* 생가득 우동면 : 소맥분(밀, 호주산/미국산), 변성전분, 정제염, 혼합제제(변성전분, 말토덱스트린), 글루텐 등 * 액상스프 : 정제수, 기꼬만간장(미국산/대두, 밀, 식염), 가쓰오부시베이스 6.27% 등 * 통새우아채튀김 : 튀김가루[일본산/소맥분(밀, 호주산), 대두단백, 베이킹파우더, 당근 19.23%(중국산), 새우 9.62%(중국산) 등	

자료 : 각사 홈페이지

< 주요 상온면 제품별 구성 및 성상(3)>

회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	원료	제품사진
CJ제일제당, 백설 찰국수세면	900	340 (100g)	밀가루(밀:호주산, 미국산), 정제소금	
CJ제일제당, 백설 햇국수	111	385 (111g)	햇국수 : 밀가루(밀:호주, 미국산), 정제소금 멸치맛분말장국 : 정제소금, 엘-글루타민산나트륨(향미증진제), 유당95[유당(미국산, 우유), 말토덱스트린], 멸치엑기스분말10.22%[건멸치(국산), 말토덱스트린, 정제소금, 트리할로오스, 영양강화제] 등	
CJ제일제당, 백설 유기국수	400	355 (100g)	유기밀가루(밀:터키산)97.3%, 정제소금	
CJ제일제당, 백설 우리밀 국수	400, 800	355 (100g)	밀가루97.3%(밀:국내산), 정제소금	

자료 : 각사 홈페이지

< 주요 상온면 제품별 구성 및 성상(4)>

회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	원료	제품사진
샘표, 소문난집 국수 중면	900	350 (100g)	소맥분(밀:호주산,미국산), 식염	
샘표, 소문난집 메밀국수	320, 1000	350 (100g)	소맥분(밀:호주산,미국산),메밀30% (중국산),타피오카전분,식염	
샘표, 삼선 짬뽕	115.5	400 (100g)	진공우동면(소맥분 등), 짬뽕분말스프(새우엑기스분말, 고추분,이스트엑기스 등), 짬뽕후레이크(건미역,건고추,동결건조오징어 등)	
샘표, 잔치국수	113	360 (100g)	진공숙성면100g, 멸치분말스프12g, 김깨스프1g	

< 주요 상온면 제품별 구성 및 성상(5)>

회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	원료	제품사진
샘표, 속까지 천천히 잘 말려 더욱 부드러운 소면	500, 900, 1800, 3000	340 (100g)	소맥분(밀) 96.5%(호주산, 미국산), 소금 3.5%	
샘표, 진공에서 반죽하여 더욱 쫄깃한 소면	900, 1100, 1800, 3000	340 (100g)	소맥분 (밀 96.5%, 식염 3.5%)	
송학식품, 송학국수	900	365 (100g)	소맥분(밀/미국산, 호주산), 정제염	
송학식품, 쌀국수 1호	1000	355 (100g)	소맥분(밀/호주산, 미국산), 쌀가루 15%(국산), 정제염	



자료 : 각사 홈페이지

< 주요 냉장면 제품별 구성 및 성상(1)>

회사명, 제품명	중량 (g)	제품사진	회사명, 제품명	중량 (g)	제품사진
오뚜기, 면사랑 생수타 소면	600 (4인분)		오뚜기, 면사랑 우동 면 사리	210 (1인분)	
오뚜기, 면사랑 생콩갈 국수	600 (4인분)		오뚜기, 면사랑 가쓰오 우동	512 (2인분)	
오뚜기, 면사랑 생수타 칼국수	600 (4인분)		오뚜기, 면사랑 볶음 우동	554 (2인분)	
오뚜기, 면사랑 생메밀면	600 (4인분)		오뚜기, 면사랑 순우리 얼큰 우동	508 (2인분)	

자료 : 각사 홈페이지

< 주요 냉장면 제품별 구성 및 성상(2)>

회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	원료	제품사진
풀무원, 아빠가 만들어도 맛있는 비빔냉면	220 (1인분)	480 (220g)	* 생냉면-소맥분(밀, 미국산/호주산), 혼합전분(전분, 말토덱스트린, 구아검), 혼합메밀가루(메밀가루, 섬유소, 글루텐, 전분), 도토리가루, 정제염, 주정 * 비빔스프-고추장[물엿, 소맥분(밀: 미국산, 호주산), 고추양념(고춧가루, 중국산), 정제소금, 밀쌀] 등	
풀무원, 아빠가 만들어도 맛있는 물냉면	206 (1인분)	420 (221g 당)	* 생냉면-소맥분(밀, 미국산/호주산), 혼합전분(전분, 말토덱스트린, 구아검), 혼합메밀가루 등 * 육수-발효 동치미베이스{고형분 27.45%, 무추출농축액 [무(국산), 마늘(국산), 생강(국산), 정제염] 등	
풀무원, 평양물냉면	990 (2인분)	475 (495g 당)	* 생냉면-소맥분(밀, 미국산/호주산), 혼합전분(전분, 말토덱스트린, 구아검) * 동치미물냉면육수-야채추출베이스[고형분 0.05%, 무(국산), 천연암반수 등	
풀무원, 함흥비빔냉면	480 (1인분)	525 (240g 당)	* 생냉면 : 소맥분(밀, 미국산), 혼합전분(전분, 말토덱스트린, 섬유소, 구아검) 등 * 비빔스프 : 찬마루고추장[소맥분(밀, 미국산/호주산), 밀쌀, 정제염, 고추분(국산), 대두], 물엿, 혼합양념, 고추분(국산), 주정, 다대기 등	

자료 : 각사 홈페이지

< 주요 냉장면 제품별 구성 및 성상(3)>

회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	원료	제품사진
풀무원, 생가득 메밀냉면	612 (2인분)	440 (206g 당)	* 메밀생면 : 혼합메밀가루 39.4% [메밀가루 89%(중국산), 글루텐(밀), 구아검], 소맥분(밀, 호주/미국산), 혼합제제(초산전분, 덱스트린), 글루텐, 변성전분, 주정, 정제염 등 * 스프 : 가쓰오부시추출액[고형분 0.05% 등	
풀무원, 생가득 우동사리면	210	300 (210g 당)	소맥분(밀,호주산/미국산), 변성전분, 정제염, 혼합제제(변성전분, 말토덱스트린), 글루텐, 증점제PU[유청단백분말(우유), 산탄검, 카라기난, 옥수수전분], 유화유지(물엿, 대두유, 유화제, 주정), 산미료(산도조절제, 젓산, 말티톨시럽, 정제수), 옥수수유	
풀무원, 생가득 생소면	600	375 (138g 당)	소맥분(밀,호주산/미국산), 전분, 주정, 정제염, 산미료(젓산,정제수,말티톨시럽,산도조절제)	
풀무원, 생가득 1등급 가쓰오우동	471 (2인분)	330 (236g 당)	* 우동면 : 소맥분(밀,호주산/미국산), 변성전분, 정제염(국내산), 혼합제제(변성전분, 말토덱스트린), 글루텐, 증점제PU[유청단백분말(우유) * 액상스프 : 정제수, 기꼬만간장(미국산/대두, 밀, 식염), 가쓰오부시베이스 6.28%[고형분 45%, 가쓰오부시추출농축액 70%(가쓰오부시분말 28%, 일본산) 등	

자료 : 각사 홈페이지

< 주요 냉장면 제품별 구성 및 성상(4)>

회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	원료	제품사진
CJ제일 제당, 백설 생칼국수	350, 600, 950	460 (1인분)	밀가루(밀:호주산,미국산),정제소금, 자몽종자추출물,주정,대두유(대두), 유화제,폴리글 리세린지방산에스테르,D-소르비톨액	
CJ제일 제당, 백설 우리쌀국수	376	485 (1인분)	*쌀가루100%(국산) *멸치장국(소스류,살균제품,30g)-멸치베이스38.1%(멸치고형분4.0%,국산), 멸치추출농축액케이 27.4% [멸치추출농축액87.0%(멸치고형분11.0%,국산),정제염],물엿,정제염,L-글루타민산나트륨(향미증진제) 무엑기스분말,주정,초미멸치분1.0%[멸치분말76.9%(일본산)] 등	
CJ제일 제당, 백설 콩칼국수	350, 600	410 (1인분)	밀가루(밀:호주산,미국산),콩가루 3.08%(대두:국산),정제소금,변성전분, 주정,자몽추출물	
CJ제일 제당, 백설 쌀생면	300	365 (1인분)	쌀가루100%(국산)	

< 주요 냉장면 제품별 구성 및 성상(5)>

회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	원료	제품사진
CJ제일제당, CJ프레시안 가쓰오 우동	253, 597, 760, 1013, 223, 153	415 (253g)	* 우동면 - 밀가루(밀:호주산,미국산), 변성전분, 정제소금(국산), 글루텐, 옥배유 등 * 액상소스 - 정제수, 양조간장(미국산)(대두,밀,정제소금) 등 * 우동용건더기 - 동결건조파[대파(중국산), 포도당], 별미튀김[밀가루(밀:미국산,호주산), 팜유(말레이시아산)]	
CJ제일제당, CJ프레시안 우동 면사리	151, 210	335 (1인분)	밀가루(밀:호주산,미국산), 변성전분, 정제소금(국산), 글루텐, 옥배유 등	
CJ제일제당, CJ프레시안 가쓰오 튀김 우동	530	470 (1인분)	* 우동면 - 밀가루(밀:호주산,미국산), 변성전분, 정제소금(국산), 글루텐, 옥배유, 유화유지 * 액상소스 - 정제수, 양조간장(미국산)(대두,밀,정제소금) * 새우튀김 - 밀가루(밀:호주산,미국산),아자유(말레이시아산), 새우 11.5%(베트남산) 등	
CJ제일제당, CJ프레시안 도쿄식 우동	442	360 (1인분)	* 우동면 - 밀가루(밀:호주산,미국산), 변성전분, 정제소금, 글루텐, 옥배유, 대두유(대두), 산탄검 등 * 액상소스 - 정제수, 양조간장(미국산)[대두, 밀, 정제소금], 가쓰오부시엑기스-SP14%(가쓰오부시추출농축액, 정제소금, 백설탕, 향미증진제) 등 * 건더기 - 동결건조파[대파(중국산), 포도당] 등	


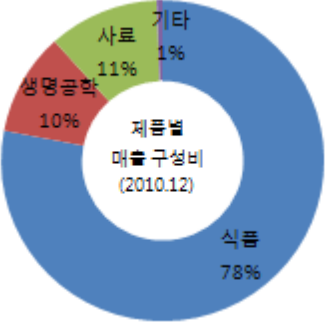
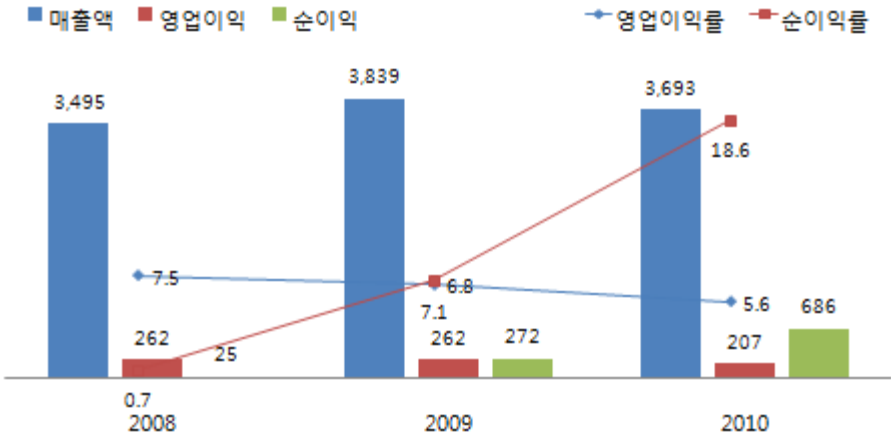
자료 : 각사 홈페이지

< 주요 냉장면 제품별 구성 및 성상(6)>


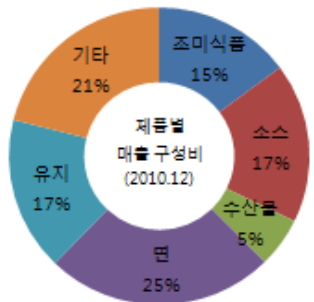
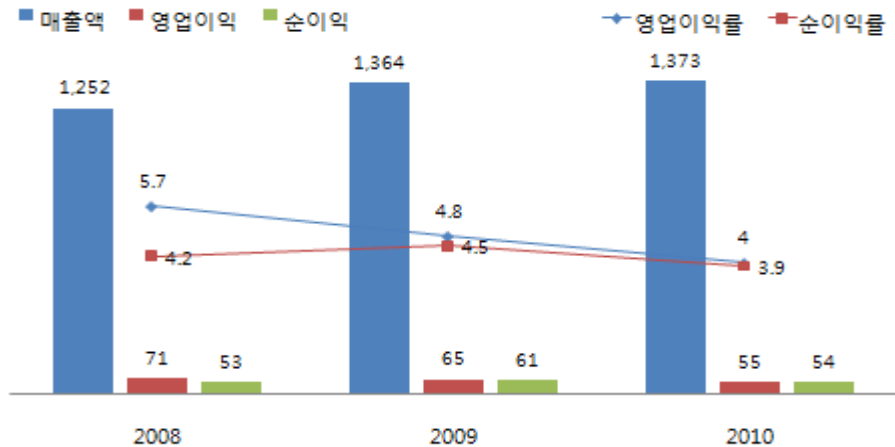
회사명, 제품명	중량 (g)	칼로리 (kcal)	원료	제품사진
CJ제일제당, CJ프레시안 동치미 물냉면	968, 1932, 1444	-	*냉면사리(150G*2개)-밀가루(밀; 미국산/호주산),냉면가루 등 *시원한동치미냉면육수 [330g(324ml)*2개]-정제수,동치미착즙액2.5%[고형분;무1.19%(국산)오이0.12%(국산),고과당,육수베이스[오이 (국산),무(국산)](우유,대두),동치미엑기스 1.5% 등	
CJ제일제당, CJ프레시안 지리산 칩냉면	862, 998	485 (1회 분)	*칩냉면사리 : 밀가루(밀;미국산/호주산),전분가공품 등 * 육수 : 정제수,양조식초(타피오카;베트남산,겉보리;미국산),동치미 엑기스2.5%	
CJ제일제당, CJ프레시안 함흥 비빔냉면	460, 690	535 (1회분)	* 냉면사리 : 밀가루(밀,미국산/호주산),냉면가루(고구마전분P,누들프리믹스,흑미가루 등 * 비빔소스 : 고추장[물엿,밀가루(밀;미국산/호주산),양념대대기(중국산),밀쌀,정제염],정백당 등	
CJ제일제당, CJ프레시안 냉면사리	150, 600	570 (1회 분)	밀가루 (밀 : 호주산, 미국산) , 전분, 메밀가루, 정제소금, 산도조절제	

자료 : 각사 홈페이지

가공식품 세분화 시장 현황조사

 CJ제일제당		주요 연혁																								
본사	서울시 중구 쌍림동 292번지	1953.08 제일제당공업주식회사 설립 1958.04 제분사업 시작 1979.09 식용유 사업 시작 1991.12 국내 식품업계 최초 매출 1조원 달성 2003.07 CJ독립경영 선언(삼성그룹과 분리) 2002.10 제일제당 주식회사 CJ주식회사로 사명 변경 2004.02 CJ컨소시엄, 신동방 인수 2006. CJ중국 공장 신설 모닝웰 합병, (주)삼호 F&G 인수, gocks 들 합병, 한일약품 합병, 하선정 종합 식품 인수 2008.12 식품업계 최초 매출 3조 달성 2009.06 삼양유지 흡수합병																								
설립일	1953.08																									
대표이사	손경식, 이재현, 김홍창																									
종업원 수	4,841(2010.12기준)																									
주요 제품별 매출액 비중																										
 <p>제품별 매출구성비 (2010.12)</p> <ul style="list-style-type: none"> 식품: 78% 생명공학: 10% 사료: 11% 기타: 1% 																										
주요 제품명	<table border="1"> <thead> <tr> <th>품목</th> <th>주요 제품명</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>식품 사업부문</td> <td>조미료, 육가공, 설탕, 밀가루, 식용유 등</td> </tr> <tr> <td>생명공학 사업부문</td> <td>의약품 등</td> </tr> <tr> <td>사료 사업부문</td> <td>사료 등</td> </tr> <tr> <td>기타 사업부문</td> <td>기타</td> </tr> </tbody> </table>	품목	주요 제품명	식품 사업부문	조미료, 육가공, 설탕, 밀가루, 식용유 등	생명공학 사업부문	의약품 등	사료 사업부문	사료 등	기타 사업부문	기타															
	품목	주요 제품명																								
	식품 사업부문	조미료, 육가공, 설탕, 밀가루, 식용유 등																								
	생명공학 사업부문	의약품 등																								
	사료 사업부문	사료 등																								
기타 사업부문	기타																									
최근 매출액 현황 (단위 : 십억 원, %)																										
 <table border="1"> <caption>최근 매출액 현황 (단위 : 십억 원, %)</caption> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>매출액</th> <th>영업이익</th> <th>순이익</th> <th>영업이익률 (%)</th> <th>순이익률 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008</td> <td>3,495</td> <td>262</td> <td>25</td> <td>7.5</td> <td>0.7</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>3,839</td> <td>262</td> <td>272</td> <td>6.8</td> <td>7.1</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>3,693</td> <td>207</td> <td>686</td> <td>5.6</td> <td>18.6</td> </tr> </tbody> </table>			연도	매출액	영업이익	순이익	영업이익률 (%)	순이익률 (%)	2008	3,495	262	25	7.5	0.7	2009	3,839	262	272	6.8	7.1	2010	3,693	207	686	5.6	18.6
연도	매출액	영업이익	순이익	영업이익률 (%)	순이익률 (%)																					
2008	3,495	262	25	7.5	0.7																					
2009	3,839	262	272	6.8	7.1																					
2010	3,693	207	686	5.6	18.6																					

자료 : 금감원, 사업보고서


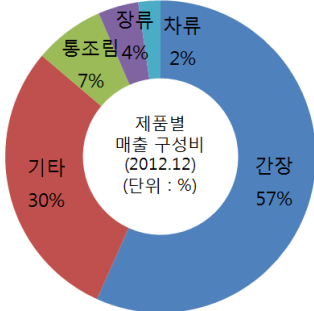
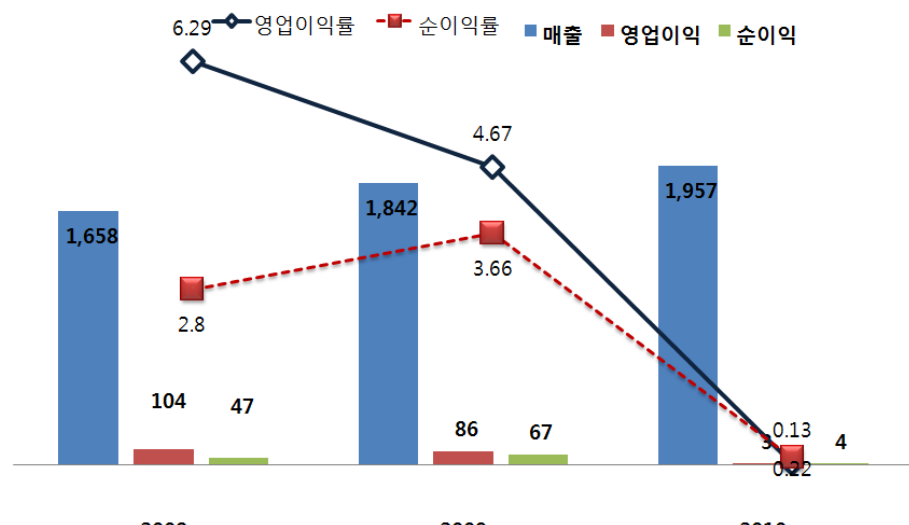
 오뚜기		주요 연혁																							
본사	경기도 안양시 동안구 평촌동 160번지	1969.05 회사 창립 1971.06 풍림 식품공업주식회사로 상호변경 1973.06 오뚜기 식품공업주식회사로 상호변경 1980.06 오뚜기 식품주식회사로 상호 변경 1981.08 미국지사 설치 1987.11 국내 최초로 마요네스 KS마크 획득 1996.05 주식회사오뚜기로 상호변경 1996.10 재단법인 오뚜기재단 설립 2006.09 삼포식품(주) 인수 2010.03 삼화한양식품인수식 2010.12 2010 고용창출 100대 우수기업 선정																							
설립일	1969.05																								
대표이사	이강훈																								
종업원 수	-																								
주요 제품별 매출액 비중																									
 <p>제품별 매출구성비 (2010.12)</p> <ul style="list-style-type: none"> 조미식품 15% 소스 17% 수산물 5% 면 25% 유지 17% 기타 21% 																									
주요 제품명	<table border="1"> <thead> <tr> <th>품목</th> <th>주요 제품 유형</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>조미식품류</td> <td>케찹, 마요네스, 드레싱, 스파게티 소스, 식초 등</td> </tr> <tr> <td>라면</td> <td>진라면, 백세카레면, 보들보들 치즈라면 등</td> </tr> <tr> <td>면류</td> <td>옛날 당면, 면사랑 평양물냉 등</td> </tr> <tr> <td>유지류</td> <td>식용유, 참기름, 들기름 등</td> </tr> <tr> <td>기타</td> <td>차, 벌꿀, 장류식품, 견과류, 향신료, 만두 등</td> </tr> </tbody> </table>	품목	주요 제품 유형	조미식품류	케찹, 마요네스, 드레싱, 스파게티 소스, 식초 등	라면	진라면, 백세카레면, 보들보들 치즈라면 등	면류	옛날 당면, 면사랑 평양물냉 등	유지류	식용유, 참기름, 들기름 등	기타	차, 벌꿀, 장류식품, 견과류, 향신료, 만두 등												
	품목	주요 제품 유형																							
	조미식품류	케찹, 마요네스, 드레싱, 스파게티 소스, 식초 등																							
	라면	진라면, 백세카레면, 보들보들 치즈라면 등																							
	면류	옛날 당면, 면사랑 평양물냉 등																							
	유지류	식용유, 참기름, 들기름 등																							
기타	차, 벌꿀, 장류식품, 견과류, 향신료, 만두 등																								
최근 매출액 현황 (단위 : 십억 원, %)																									
 <p>■ 매출액 ■ 영업이익 ■ 순이익 ◆ 영업이익률 ■ 순이익률</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>매출액 (십억 원)</th> <th>영업이익 (십억 원)</th> <th>순이익 (십억 원)</th> <th>영업이익률 (%)</th> <th>순이익률 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008</td> <td>1,252</td> <td>71</td> <td>53</td> <td>5.7</td> <td>4.2</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>1,364</td> <td>65</td> <td>61</td> <td>4.8</td> <td>4.5</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>1,373</td> <td>55</td> <td>54</td> <td>4</td> <td>3.9</td> </tr> </tbody> </table>		연도	매출액 (십억 원)	영업이익 (십억 원)	순이익 (십억 원)	영업이익률 (%)	순이익률 (%)	2008	1,252	71	53	5.7	4.2	2009	1,364	65	61	4.8	4.5	2010	1,373	55	54	4	3.9
연도	매출액 (십억 원)	영업이익 (십억 원)	순이익 (십억 원)	영업이익률 (%)	순이익률 (%)																				
2008	1,252	71	53	5.7	4.2																				
2009	1,364	65	61	4.8	4.5																				
2010	1,373	55	54	4	3.9																				

자료 : 금감원, 사업보고서

가공식품 세분화 시장 현황조사

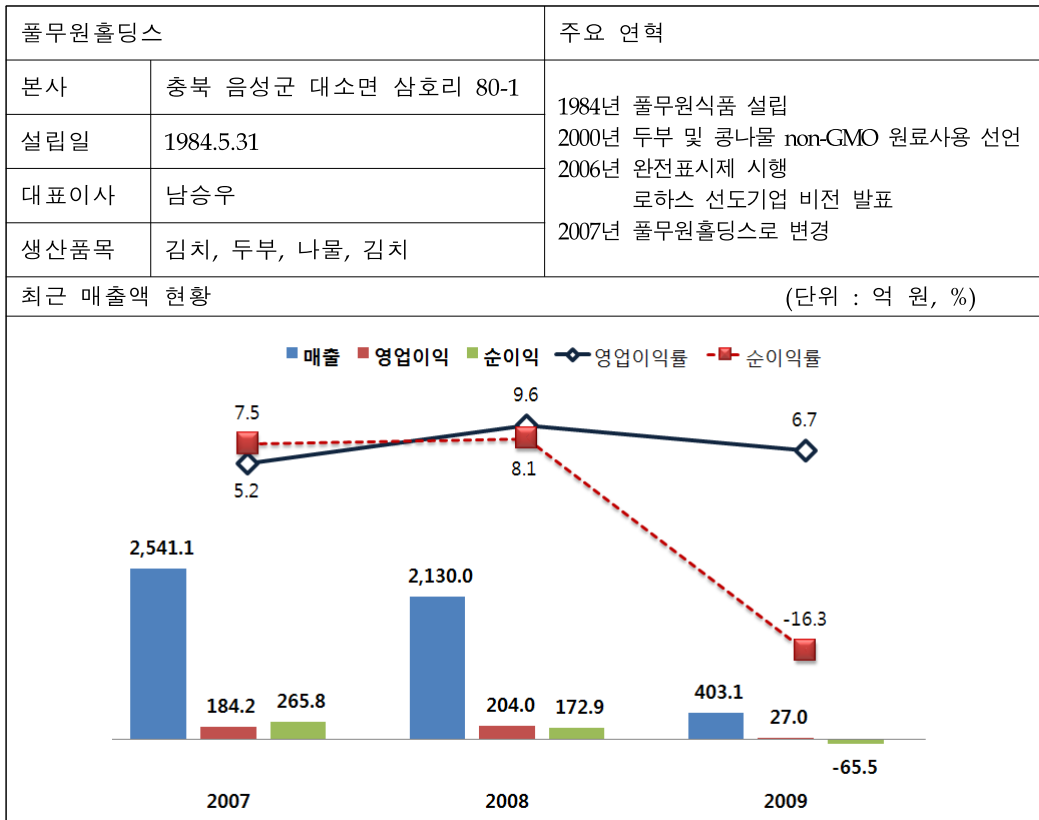
대상		주요 연혁																									
본사	서울 동대문구 신설동 96-48	2005.8 투자사업부문 분할(인적분할) -지주회사 "대상홀딩스(주)" 설립 2005.11 본사를 " 서울시 동대문구 신설동 96-48 " 로 이전 2005.11 최대주주의 변경(임상민 → 대상홀딩스 주식회사) 2006.3 대상식품(주) 흡수합병 2006.10 대상에프앤에프(주) 설립 및 증가집사 업 인수 2007.7 신선사업부를 대상에프앤에프(주)에 영 업양도 2009.3 (주)복음자리 인수 2009.10 신안천일염(주) 계열회사 추가 2010.2 (주)다물에프에스 계열회사 추가																									
설립일	1956.1.31																										
대표이사	박성철																										
종업원 수	3,513(2010.12 기준)																										
주요 제품별 매출액 비중																											
<p>제품별 매출 구성비 (2012.12) (단위 : %)</p> <ul style="list-style-type: none"> 식품: 74% 전분, 당외: 25% 기타: 1% 																											
주요 제품명	<table border="1"> <thead> <tr> <th>품목</th> <th>주요 제품 유형</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>식품</td> <td>장류, 조미료류, 농수산물류, 커피류, 바이오류, 국수 등</td> </tr> <tr> <td>전분당</td> <td>전분류, 당류 등</td> </tr> <tr> <td>기타</td> <td>물류 등</td> </tr> </tbody> </table>	품목	주요 제품 유형	식품	장류, 조미료류, 농수산물류, 커피류, 바이오류, 국수 등	전분당	전분류, 당류 등	기타	물류 등																		
	품목	주요 제품 유형																									
	식품	장류, 조미료류, 농수산물류, 커피류, 바이오류, 국수 등																									
	전분당	전분류, 당류 등																									
기타	물류 등																										
최근 매출액 현황 (단위 : 억 원, %)																											
<table border="1"> <caption>최근 매출액 현황 (단위 : 억 원, %)</caption> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>매출</th> <th>영업이익</th> <th>순이익</th> <th>영업이익률 (%)</th> <th>순이익률 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008</td> <td>9,203</td> <td>444</td> <td>14</td> <td>4.82</td> <td>0.16</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>10,090</td> <td>534</td> <td>-58</td> <td>5.3</td> <td>-0.57</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>12,024</td> <td>724</td> <td>335</td> <td>6.02</td> <td>2.79</td> </tr> </tbody> </table>				연도	매출	영업이익	순이익	영업이익률 (%)	순이익률 (%)	2008	9,203	444	14	4.82	0.16	2009	10,090	534	-58	5.3	-0.57	2010	12,024	724	335	6.02	2.79
연도	매출	영업이익	순이익	영업이익률 (%)	순이익률 (%)																						
2008	9,203	444	14	4.82	0.16																						
2009	10,090	534	-58	5.3	-0.57																						
2010	12,024	724	335	6.02	2.79																						

자료 : 금감원, 사업보고서

		주요 연혁 2006.8 창립 60주년 기념식(新) CI 선포 2008.6 중국현지법인 '선부(상해)상무유한공사 (膳府(上海)商貿有限公司)' 설립 2009.9 건강발효흑초 '백년동안' 4종 출시 2009.12 유기농 차류 순작 5종의 유기가공 식품 인증 획득 2010.5 자연조미료 '연두' 출시 2010.6 샘표 온라인 쇼핑몰 '제대로 eShop' (http://shop.sempio.com/) 오픈 2010.9 서울 고메(Seoul Gourmet) 2010 공식 협찬 2010.10 한국전기안전공사와 전기설비안전 MOU 체결 2010.12 충북 영동에 육포공장 준공																								
본사	서울 중구 필동 1가 51-9																									
설립일	1971.12.9																									
대표이사	박진선, 박승복																									
종업원 수	488(2010.12 기준)																									
주요 제품별 매출액 비중  <p>제품별 매출 구성비 (2012.12) (단위 : %)</p>																										
주요 제품명	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>품목</th> <th>주요 제품명</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>장류</td> <td>진간장, 양조간장, 국산 태양초 고추장, 매콤한 쌈장 등</td> </tr> <tr> <td>차류</td> <td>순작, 유기 보리차, 유기 옥수수차 등</td> </tr> <tr> <td>통조림</td> <td>빈친 깻잎, 콩치, 고등어, 골뱅이</td> </tr> <tr> <td>면류</td> <td>잔치국수, 소문난집 국수, 진공에서 반죽하여 더욱 쫄깃한 소면</td> </tr> </tbody> </table>	품목	주요 제품명	장류	진간장, 양조간장, 국산 태양초 고추장, 매콤한 쌈장 등	차류	순작, 유기 보리차, 유기 옥수수차 등	통조림	빈친 깻잎, 콩치, 고등어, 골뱅이	면류	잔치국수, 소문난집 국수, 진공에서 반죽하여 더욱 쫄깃한 소면															
	품목	주요 제품명																								
	장류	진간장, 양조간장, 국산 태양초 고추장, 매콤한 쌈장 등																								
	차류	순작, 유기 보리차, 유기 옥수수차 등																								
	통조림	빈친 깻잎, 콩치, 고등어, 골뱅이																								
면류	잔치국수, 소문난집 국수, 진공에서 반죽하여 더욱 쫄깃한 소면																									
최근 매출액 현황 (단위 : 억 원, %)																										
 <table border="1"> <caption>최근 매출액 현황 (단위 : 억 원, %)</caption> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>매출</th> <th>영업이익</th> <th>순이익</th> <th>영업이익률 (%)</th> <th>순이익률 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008</td> <td>1,658</td> <td>104</td> <td>47</td> <td>6.29</td> <td>2.8</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>1,842</td> <td>86</td> <td>67</td> <td>4.67</td> <td>3.66</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>1,957</td> <td>0.13</td> <td>4</td> <td>0.0067</td> <td>0.2</td> </tr> </tbody> </table>			연도	매출	영업이익	순이익	영업이익률 (%)	순이익률 (%)	2008	1,658	104	47	6.29	2.8	2009	1,842	86	67	4.67	3.66	2010	1,957	0.13	4	0.0067	0.2
연도	매출	영업이익	순이익	영업이익률 (%)	순이익률 (%)																					
2008	1,658	104	47	6.29	2.8																					
2009	1,842	86	67	4.67	3.66																					
2010	1,957	0.13	4	0.0067	0.2																					

자료 : 금감원, 사업보고서

표 84



가공식품 세분화 시장 현황조사

2011년 7월 12일 인쇄

2011년 7월 12일 발행

편 저 **한국식품공업협회**
 중앙대학교 산학협력단

발 행 **농수산물유통공사**

서울특별시 서초구 양재동 232 aT센터
TEL: 02)6300-1398 FAX: 02)6300-1615

본 책자의 통계자료 및 분석내용에 관한 사항은
농수산물유통공사 식품수출정보팀(02-6300-1398)으로
문의하여 주시기 바랍니다.