

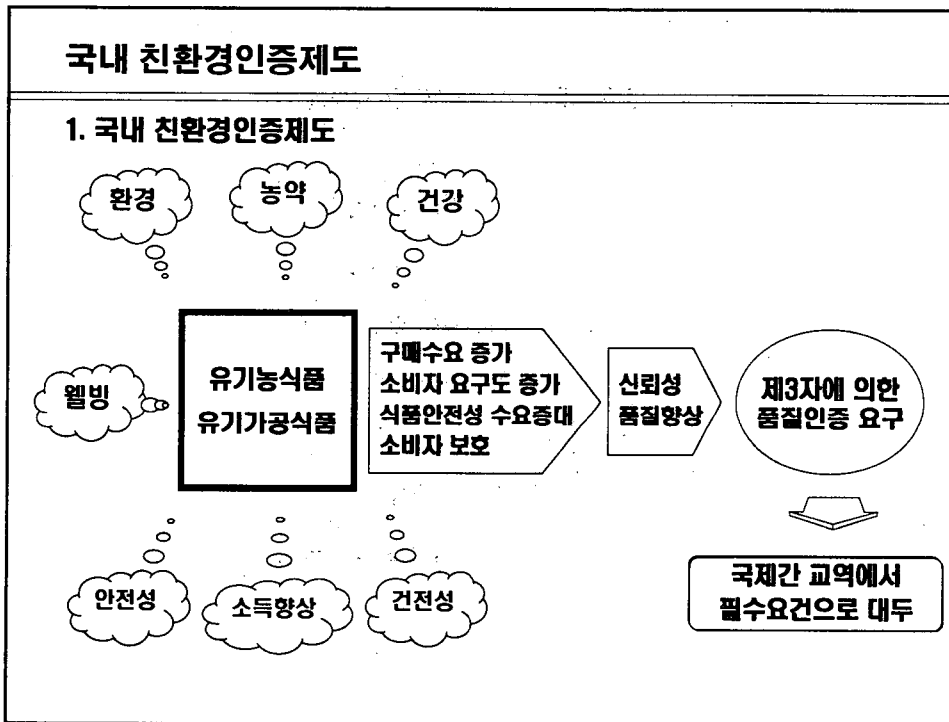
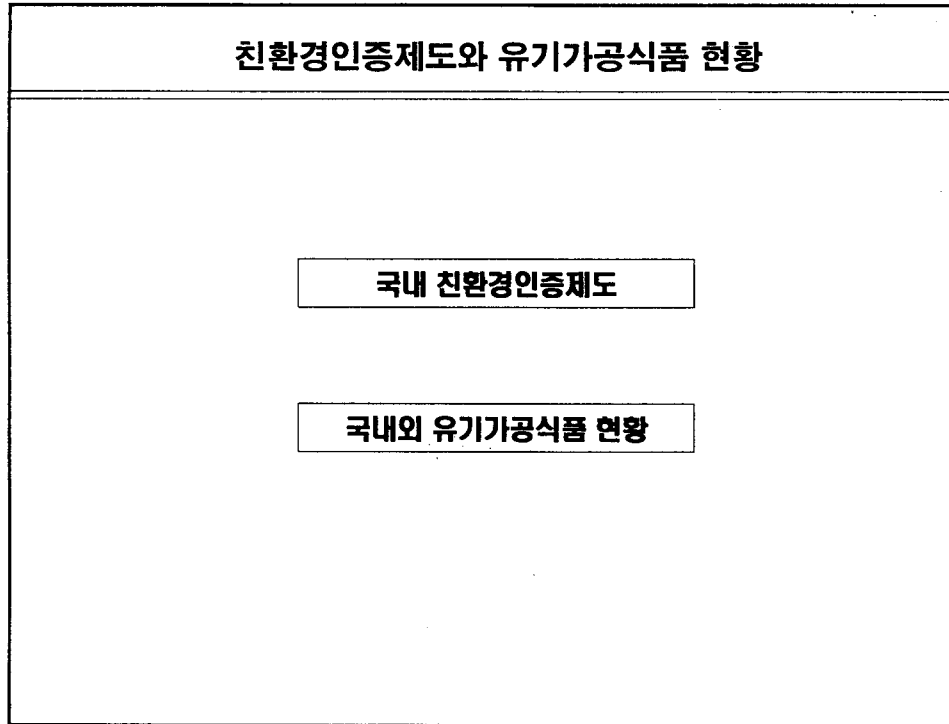
▶ 특별강연-V






# 국내 유기 가공식품 및 신선식품 시장 현황

배 경 근

(주)풀무원

목 차	
⇒	친환경인증제도와 유기 가공식품 현황
	국내 친환경인증제도
	국내외 유기 가공식품 현황
⇒	국내외 신선식품 현황
	국내 신선식품 종류 및 시장규모
	국내외 신선식품 현황
	최소가공 식품 및 산업화(미국)
⇒	결론 및 발전방안
	유기 가공 및 신선식품 활성화 방안



<b>인증제도 종류</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>□ 일반농산물(농산물 품질관리법)</b>                      - 품질의 우수성 증명, 품질인증(品) 마크                      → 맛있고, 보기 좋고, 안전하고, 규격을 지킨 명품                 </li> <li> <b>□ 친환경농산물(친환경농업육성법)</b>                      - 유기(전환기), 무농약, 저농약 농산물 등 친환경 마크                      → 친환경농산물 인증기준에 적합하다는 것을 증명                 </li> <li> <b>□ 전통식품(농산물가공산업육성법)</b>                      - 고추장, 한과, 김치 등 전통식품임을 증명, 물레방아 마크                 </li> <li> <b>□ 특산물(유기가공품 : 농산물가공산업육성법)</b>                      - 유기농산물을 원료로 하여 생산한 가공품임을 증명, 품질인증(品)마크                 </li> </ul>
<b>인증마크</b>	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;">  <p>3년이상 농약, 화학비료를 사용하지 않고 재배한 농산물</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>1년이상 농약, 화학비료를 사용하지 않고 재배한 농산물</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>농약을 사용하지 않고 재배한 농산물</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>농산물 농축액 사용하여 재배한 농산물</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>국립농산물품질관리원 시인</p> </div> </div>

## 2. 국내 유기가공식품

### 관 리

① 식품위생법 제10조 “식품 등의 표시기준” 1. 식품 등의 일반기준 가.식품 11.기타표시사항 가)유기가공식품 (1)국내식품, (2)수입식품 규정에 따라 식품의약품안전청이 관리

① 농수산물가공산업육성법 제13조에 의한 “유기농산물 가공품 품질인증에 관한 규정”고시를 통해 ①녹즙 또는 주스류 ②녹차류 ③분말류에 대해 품질인증 규정하고 있음.

※ 농수산물가공산업육성법은 전통식품산업의 육성 관련 사항을 규정한 것으로 특산물과 전통식품의 품질향상·생산장려 및 소비자보호를 위하여 품질인증제도를 실시한다고 되어 있으므로 법률상 유기가공식품에 대한 규정은 없다고 볼 수 있음.

### 표시 및 마크사용

- ① 식품 등의 표시기준에 의거 식품에 함유된 유기농산물 함량에 따라 “유기” 또는 이와 유사한 용어 사용 가능
- ① 현재 국내 유기가공식품 인증제도 미시행  
수입 유기가공식품의 통관시 별도의 인증절차 없이, 수출국 인증기관의 인증서 확인만으로 “유기” 표시가능  
\* 국내 유기가공식품은 수출시 수입국가의 인증을 받아야 수출가능
- ① 국가마다 상이한 수출국의 인증마크 그대로 사용가능

### 국내외 유기가공식품 현황

#### 1. 해외 유기가공식품 현황

##### ◆ 인류먹거리 유기농으로 대이동.....

- ① 식품에 대한 소비자의 불신과 건강하게 오래 살고자 하는 욕구, 웰빙 의식 생성  
→ 세계 식품 시장의 화두는 단연 ‘유기농’  
· 농약이나 화학비료 등 인체에 유해한 물질을 배제한 청정지역에서 생산한 건강한 먹거리
- ① 선진 각국은 유기농 제품에 대한 별도의 인증제도 도입 및 인증마크 부착으로 건전한 시장 발전 유도
- ① 최근 유럽, 미국, 일본에서의 유기농 식품시장의 성장률이 연평균 15~30% 임  
· 2010년 유기농식품 시장규모 : EU 460억달러, 미국 450억달러, 일본 110억달러 예상  
(미국 농업부(USDA)산하 경제연구소(ERS) 보고)
- ① 유기농식품 시장의 성장에 따라 유기농식품과 일반식품과의 가격차이 축소될 전망
- ① 유기농식품 시장의 비중이 큰 국가일수록 소비자 가격 프리미엄이 낮아지는 실정
- ① 유기농식품의 시장규모 확대와 국제교역 증가에 따라 유기농 기준(organic standards)의 설정과 무역규제와 맞물려 국제적 논의의 중요한 분야로 부상 함.

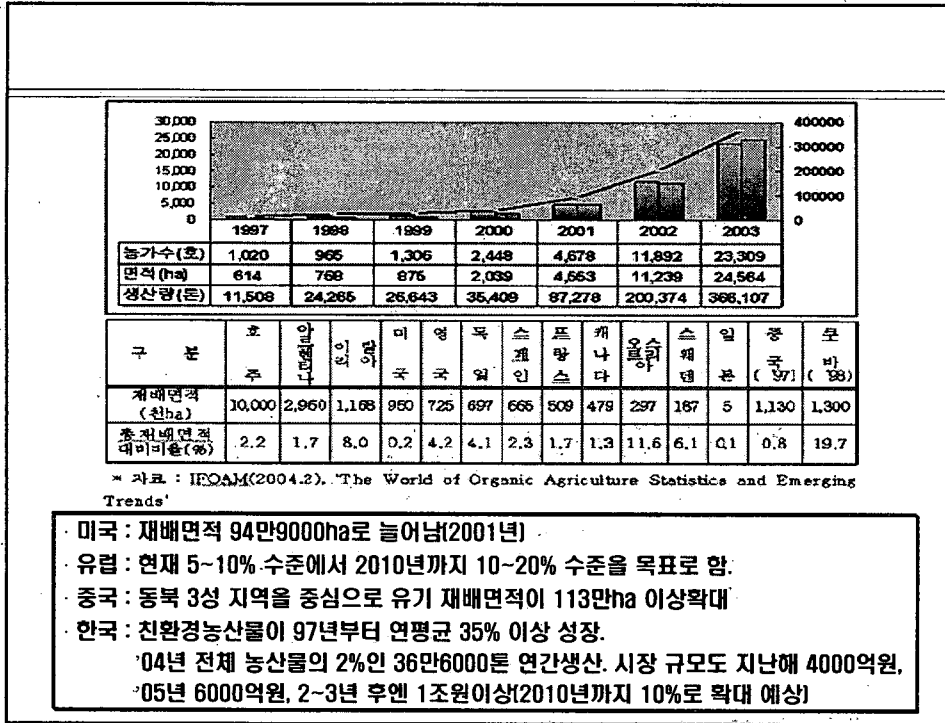
**유기농 경지면적**

- ① 전세계적으로 약 2,300 만ha에서 유기농업 실천
  - 호주(10.5백만ha) > 아르헨티나(3.2백만ha) > 이탈리아(1.2백만ha) > 미국(95만ha) > 영국(68만ha) > 우루과이 > 독일 순
  - 경지면적 : 대양주(46.3%) > 유럽(22.6%) > 라틴아메리카(20.8%) > 북미(6.7%) > 아시아(2.6%) > 아프리카(1.0%) 순
- ② 경작지 비율 : 리히텐슈타인(17%), 오스트리아(11.3%), 스위스(9.7%), 한국(0.05%)

**유기농산물의 시장동향 (세계시장 규모 : 약175 ~ 210억 달러)**

- ① 유럽 : 유기농 소매시장 : 약 100억 ~ 110억 달러(2003년)
  - 유기식품 전문매장 (총 농산물시장의 약 2% 점유)
  - 유통경로 : 직거래(20%), 전문매장(35%), 건강식품매장(10%), 편의점(25%), 인터넷 등
- ② 미국 : 수출대상 국가 → 유럽, 아시아(일본, 대만)
  - 생산 규모 : 1억 78백만불(1980년) → 약 35억불(1996년) : 20% 성장
  - 판매액 : 1억 78백만불(1980) → 28억불(1995)

- ① 프랑스 : EU회원국 중 4번째 유기농산물 생산국, 소비물량의 약 30% 수입
  - 생산 규모 : 일반농산물의 약 1.4%(유기농산물의 안전성으로 비중이 점차 증가)
  - 시장 규모 : 전체 농산물 소비의 약 5% 수준 (성장잠재력이 아주 높다)
- ② 호주 및 오세아니아 (소매시장 규모 : 7,500만 ~ 1억 달러 ; 2003년)
  - 전 세계에서 가장 많은 유기농 경지면적 보유(유기농시장은 매우 적은 편)
  - 유기농산물의 대부분은 수출됨.(호주 : 육류, 뉴질랜드 : 과일, 채소, 꿀, 육류 등)
- ③ 아시아 : EU회원국 중 4번째 유기농산물 생산국, 소비물량의 약 30% 수입
  - 아시아 (일본은 미국, 독일 다음으로 세계 3위의 유기제품 시장)
  - 주요 수입품목 : 콩 종류, 포도주, 동물사료, 유제품, 유아식, 건과류, 냉동야채 등
- ④ 아프리카 : 유기농 요구 생산기준에 부합, 거의 인증되지 못한 상태에서 수출
  - 유기농산물 취급 대형 중간유통망, 전문매장, 체인점 → 유기식품 취급 증가
  - 유기농업의 생산기준이나 인증 관련 규정 없음, 외국기준 그대로 원용(수출 지향적)



국가	판매액(US백만\$)	소매비중(%)	수입비중(%)	연간 시장성장률(%)
오스트리아	225 ~ 270	2.0 ~ 2.5	30	10 ~ 15
덴마크	190 ~ 300	2.5 ~ 3.0	25	30 ~ 40
프랑스	508 ~ 720	0.4 ~ 0.5	10	20
독일	1,600 ~ 1,800	1.2 ~ 1.5	40	5 ~ 10
이탈리아	750 ~ 900	0.5 ~ 3.0	40	20
네델란드	230 ~ 350	1.0 ~ 1.5	60	10 ~ 15
스웨덴	110 ~ 200	0.6 ~ 3.0	30	30 ~ 40
스위스	350	2.0	n.a	20 ~ 30
영국	445 ~ 450	0.4 ~ 2.0	70	25 ~ 35
일본	3,000	1.0	10	15
중국	6	n.a	0	n.a
호주	123 ~ 130	0.2	10	40
미국	6,600	1.0	n.a	20
캐나다	200 ~ 500	1.0	80	15
멕시코	12	n.a	0	n.a

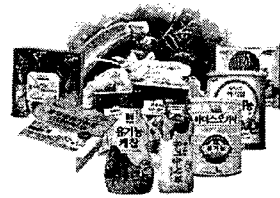
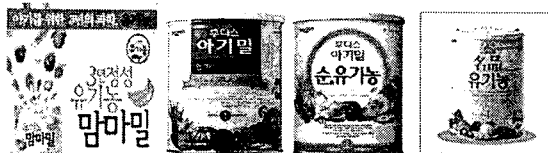
## 2. 국내 유기 가공식품 현황과 전망

- ① 국내 유기농 소비자는 가족의 건강을 위해 친환경 농산물 구입  
(73%는 웰빙 붐, 12%는 아토피 때문에 유기농에 관심)
- ① 유기농 소비자 60%는 친환경 농산물이 일반식품보다 20% 정도까지는 비싸도 구입.  
(친환경 농산물:채소류 74%, 쌀 14%, 육류와 과일 순)
- ① 웰빙 열풍으로 친환경 식품이 연간 30% 이상 성장('04년 4000억원, '05년 6000억원  
규모에서 2년 후에는 1조원 예상(2010년까지 현재 2%에서 10%까지 확산 예정)
- ① 해외 친환경 식품시장은 편의식품군 주도, 직장근무 여성의 증가, 독신가구의 증가율 등
- ① 세계적으로 친환경식품 시장은 매년 40% 이상 고성장 하는 추세이며, 미국의 경우  
1999년 65억달러, 2000년 80억달러, 유럽과 일본은 지난 2000년에 각각 53억달러,  
30억달러 규모이며, 2010년에는 460억 달러, 110억 달러 선까지 확대전망.
- ① 우리나라에서도 유기 가공식품의 원활한 유통과 소비자보호를 위하여 유기 가공식품  
인증제도의 도입과 다양한 제품개발이 필요함.


## 3. 국내 유기 가공식품 제품군

### 이유식

- ◆ '05년도 전체 이유식 시장에서 유기농 제품의 점유율이 70%에 달할 전망.
- ① 일동 후디스 : 영유아 건강에 중점
  - "후디스 아기밀 초이스" : 100% 유기농 우리쌀, 과일, 야채  
100% 뉴질랜드 청정분유
  - "순유기농" : 유기농 함량 99.1% 이상(소화, 알레르기 고려)
- ① 남양유업
  - "명품 유기농" : 유기농 원료와 단백질 원료 사용
- ① 매일유업
  - "유기농 맘마밀" : 100% 유기농산물 이용




장류/소스류



- ① 해찬들
  - "정월청정장 메주된장" : 유기농으로 재배된 토종 메주콩 이용(전통 제조방식)
  - 전통 재래 장맛을 재현, 주물 무쇠 솥에서 소나무 장작불로 삶은 콩
- ① 대상 청정원
  - "청정원 유기농 케첩" : 100% 유기농 재료사용
  - 네델란드(SKAL)와 독일(QC&I)의 유기인증 기관에서 인증한 유기농산물
  - 유기농 식품군 브랜드 'O' food(오푸드)를 개발, 포도 식초, 올리브유, 참기름, 잼, 현미 식초, 간장과 된장, 고추장 등 식품 전반의 유기농 제품출시
- ① 생표식품
  - "생표 유기농 자연콩간장" : 100% 유기농 인증원료 사용
  - 미국(OCIA)에서 인증한 유기농 콩과 유기농 밀을 원료로 함
  - 6개월간 자연 숙성, 화학조미료, 방부제, 색소 등을 일체 첨가하지 않음

음료 및 다류




- ① 일동 후디스
  - "유기농 베이비주스" : 오렌지, 포도, 사과 3종의 유기농 주스 출시
  - 100% 유기농 과일 이용, 화학첨가물을 전혀 사용하지 않음
- ① 풀무원 녹즙
  - "유기농 브로콜리", "유기농 케일", "유기농 명일엽" : 100% 유기농 원료, 유기가공제품
  - ISO인증 및 식약청으로부터 HACCP인증을 받은 공정에서 신선/안전성을 최고로 함.
- ① 이톨라이프
  - "자연이든 유기농 포도즙" : 100% 유기농 인증원료 사용
  - 미국 농무부 공인기관인 WSDA의 유기농 인증획득한 포도즙만 담은 비농축 과즙음료.
- ① 남양유업
  - "아기랑 콩이랑" : 양질의 고급 원료인 분리대두 단백을 유기농으로 실현
- ① 연세 우유
  - "연세아이두유" : 유기농 대두분말 사용, 아토피와 알레르기 건강음료
  - "프리미엄 유기농 두유" : IFOAM(국제유기농업운동연맹) 인증 받은 원료
- ① 파스퇴르
  - "유기농 두유" : 어린이 전용 상품
- ① 생표식품
  - "순작" : 유기농 차, "순작 유기농 보리차" : 국내에서 처음 출시



<p>일동 후디스 유기농 베이비 주스</p>  <p>100% 유기농 과일/과즙으로 유기농 주스 체험하기 EVENT</p>	<p>풀무원 유기농 녹즙류</p> 
<p>이름 라이프 유기농 포도즙</p>  <p>100% 유기농 포도즙 아름 자연아인 유기농 포도즙</p>	<p>남양유업 유기농 아기랑 콩이랑</p> 

건강식품(생식)

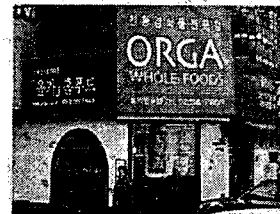


- 이름라이프
  - "이름 황성주생식" : 유기농 및 기능성 원료를 추가하여 개발
  - "이름 101" : 친환경 농수산물 원료, 감자, 토마토, 브로콜리 등 10여 가지 유기농산물과 장 기능개선 및 면역 증강 효과가 높은 유산균
- 풀무원 건강생활
  - "풀무원 생식순" : 국제 유기인증기관(QAI)에서 인증한 싹틔내소 이용
  - 유기인증된 브로콜리, 알팔파, 레드클로버 싹채소
- 유기농하우스
  - "오엔팜 황제생식" : 45종 이상의 유기농 재배식물 재료
  - 유기농산물 70%이상 함유, 현미, 보리, 등 곡류와 콩류를 발아시킨 것
  - "보송이 생식" : 곡류, 배아류, 버섯류, 한방성분, 프로폴리스 등 배합

#### 4. 국내 유기 가공식품 전문매장

##### 풀무원 "올가을푸드"(친환경, 유기농전문점)

- 유기농·무농약 등 친환경농법으로 재배한 곡식·채소·과일 판매
- '無색소·無방부제·無화학첨가물'의 3無 원칙에 의해 생산된 식품
- '내 가족이 안심하고 먹을 수 있는 건강한 식품'만 엄선하여 취
- 고객에게 신뢰와 식생활 개선, 협력자와 생산자와의 상생, 친환경식품 차별화 선도기업, 국내 최상의 친환경 식품과 고품격 서비스
- 수입 유기농 가공식품은 "ORGANIC" 인증을 받은 식품만 판매
- 직영점 : 방배점, 대치점, 이매점, 반포점, 압구정점 등 7개점
- 숍인숍 : 이마트 수지점, 월계점, 상계점 등 5개점



##### 삼양사 "구텐모르겐"(프리미엄 유기농 전문점)

- 해외 유수의 100여개 유기농 전문 브랜드와 제휴
- 유기농 야채, 과일, 곡류, 두부, 치즈, 내추럴 비프, 비타민류, 건강기능식  
유기농 화장품, 비누, 의류, 아로마 등 생활용품 취급(약 1200여 품목)
- 유기농 상품과 친환경 상품만 취급

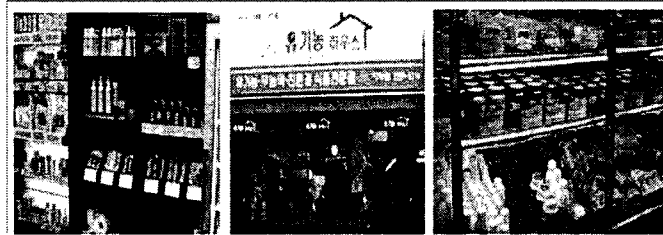


Guten Morgen은 유기농식품 전문브랜드입니다.  
Guten Morgen은 유기인증 제품만을 취급합니다.



**“유기농하우스”(친환경농산물, 유기농전문점)**

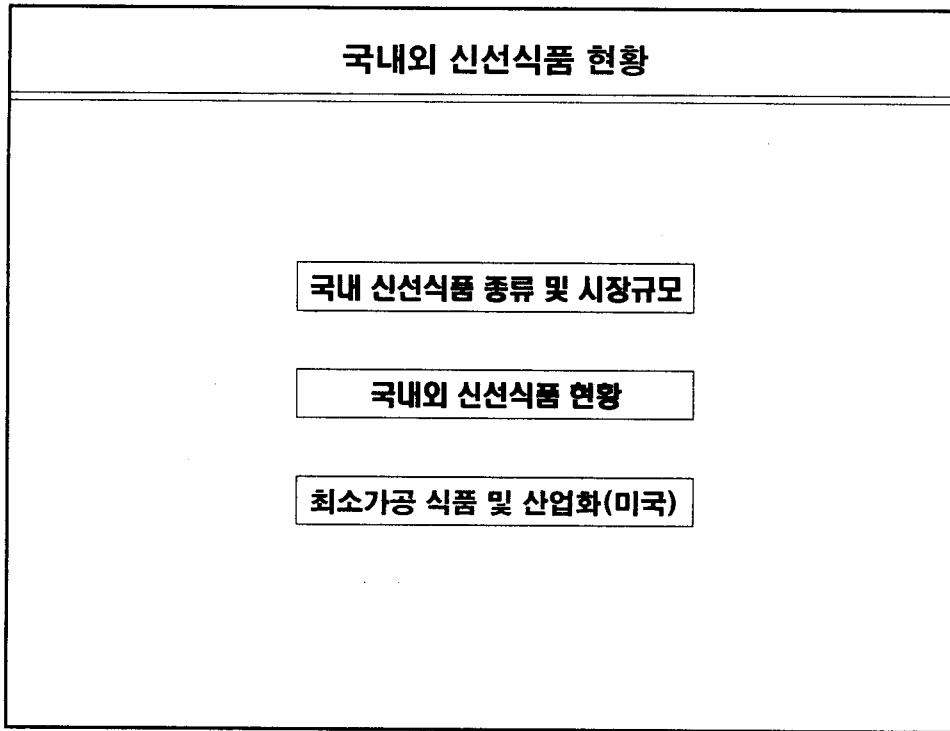
- 국내산 : 600여종, 수입유기농 제품 : 800여종, 건강기능 : 100여종 등
- 세계적 유기농 기업인 '서커스'와 제휴, 전국 20여개의 매장 운영
- '먹어봐야 유기농이 왜 좋은지 알게 된다' 는 신념으로 탄생
- 신선도 유지를 위해 경인지역은 당일 배송 원칙, 지방은 아이스박스 포장
- 차별화 상품 개발 : 식중독 해결책 '살균계란', 무농약의 키 크는 쌀, 커피 배양토 새싹채소 등



**동원 “이팜”(친환경농산물, 자연식품전문점)**

- 온라인과 오프라인을 접속시킨 새로운 개념의 전문점
- 친환경 과일류, 채소류, 곡류, 잡곡류, 절임류, 한우, 돼지, 수산물, 가공식품, 친환경 생활용품, 환경생태서적 등 1000여 제품
- 입점기준 은 친환경 품질인증을 받은 원료, 무첨가제(방부제, 색소, MSG, 팽창제)에 의해 제조
- '프레쉬마켓' 개장, 사이버 파밍(Cyber-Farming), 유기농 생태학습 체험,
- 올바른 안전한 친환경 유기농산물, 자연식품, 식생활 문화 유도





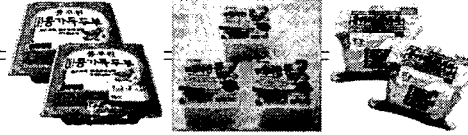
**국내 신선식품 종류 및 시장규모**

1. 국내 신선식품 종류 및 시장규모

분 류	제품군	시장규모	비 고
두부류	두부	4,000억	· 냉장보관 · Cold chain system
나물류	콩나물 싹틔운채소	3,000억 50억	
생면류	생칼국수 생우동 생라면	1,200억	· 유통기한 1개월미만
음료류	쥬스 및 기타	약 1조	롯데:45% 해태:35% 기타:20%(웅진 외)

## 국내 신선식품 현황

### 두부류



- ◆ 국내 브랜드 두부류 시장은 풀무원의 '풀무원두부'와 두산의 '종가집두부'에 이어 CJ의 '행복한두부'가 가세하면서 국내 브랜드 포장두부 시장에 대기업이 참여함.

두부시장 규모는 총 4000억으로 포장두부 1800억(45%), 판두부 3200억(55%) 임

#### ○ 풀무원

- 포장두부시장의 75%인 1500억의 매출액을 차지함
- "풀무원두부와 유기농두부" : 풀무원의 엄격한 원료품질기준에 의한 두부제품
- "쏘가두부와 가공식품" : Non-GMO를 원칙으로 한 수입원료 두부제품  
→ 쏘가두부(저가시장 공략)와 콩가공 식품(쏘세지, 치즈, 스무디 등)

#### ○ CJ

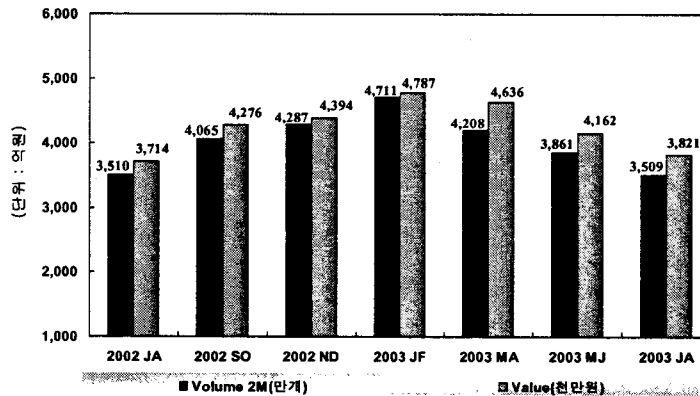
- 2005년 7월 '행복한 콩 두부' 라는 브랜드로 두부시장 진출
- 무소포재, 무유화제 공법을 채택한 '웰빙 두부'라는 특성을 내세움

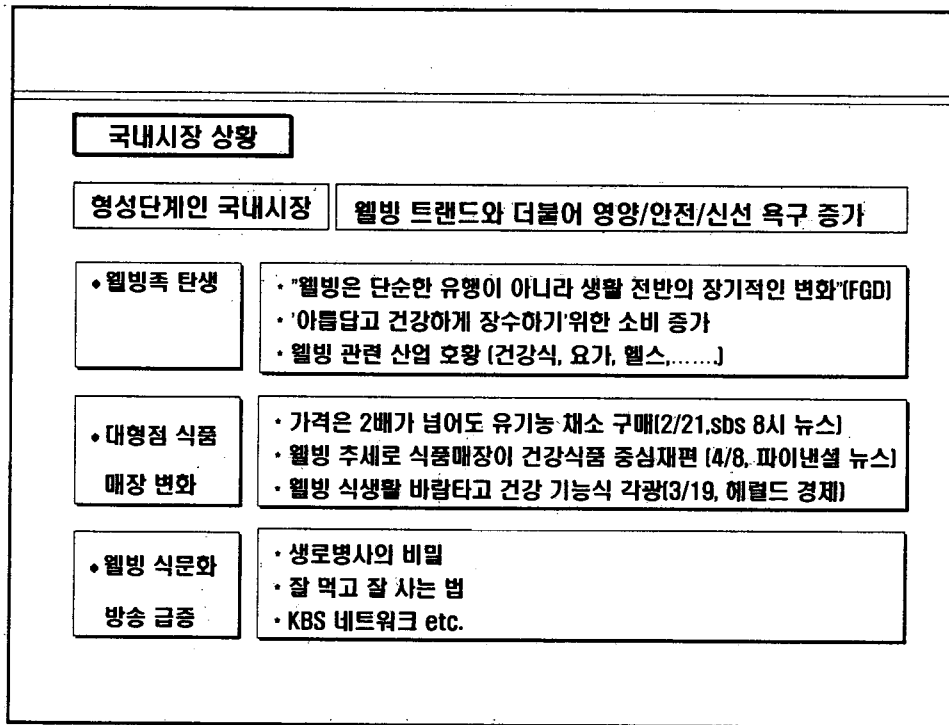
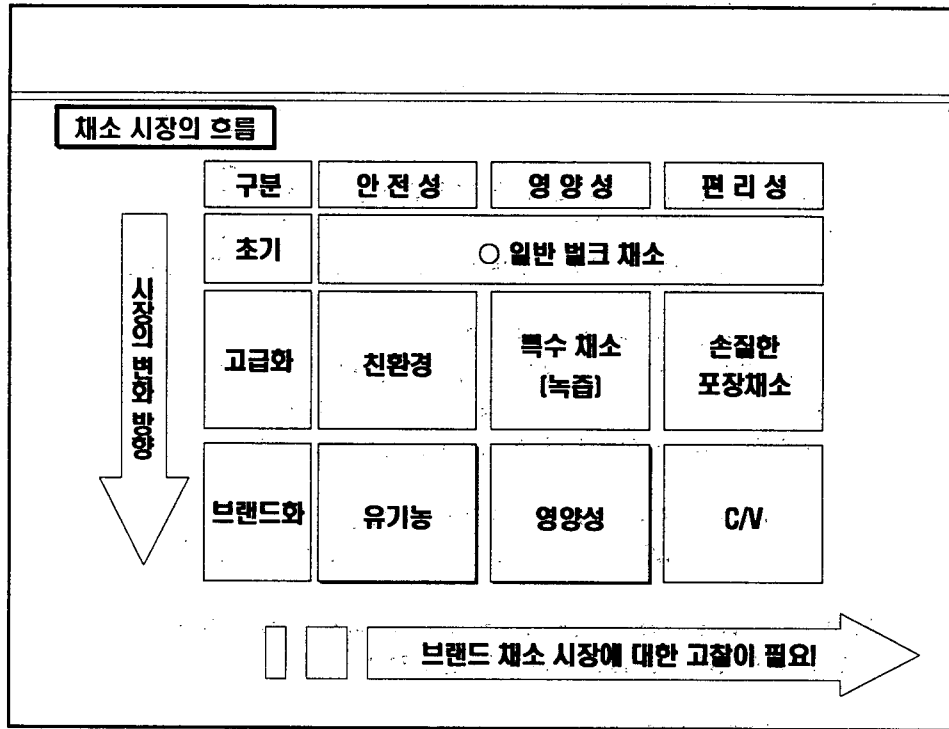
#### ○ 두산

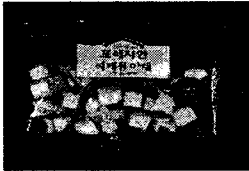
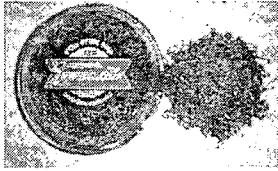
- 2004년 2월 '종가집'이라는 브랜드로 두부시장진출 150억원의 매출(8%) 달성.
- 국산콩 100%사용이라는 Concept을 소비자에게 전달




### 국내 두부시장(가정용) 규모

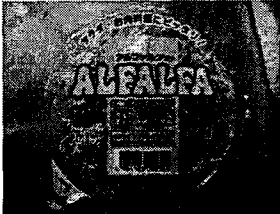
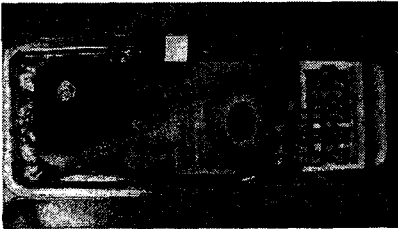

- 전체 두부시장규모 : 약 3,600억(식품연감 콩사용량 기준)
- 가정용 시장 규모 : 약 2,600억, 업무용 시장 규모 : 약 1,000억
- 현재 판두부 : 포장 경두부 = 6 : 4비율 추정
- 현재 포장 경두부 시장에서의 풀무원의 Market share 약 75% 차지
- 연간 매출액 약 1,500억으로 총 두부시장대비 약 30% 차지함





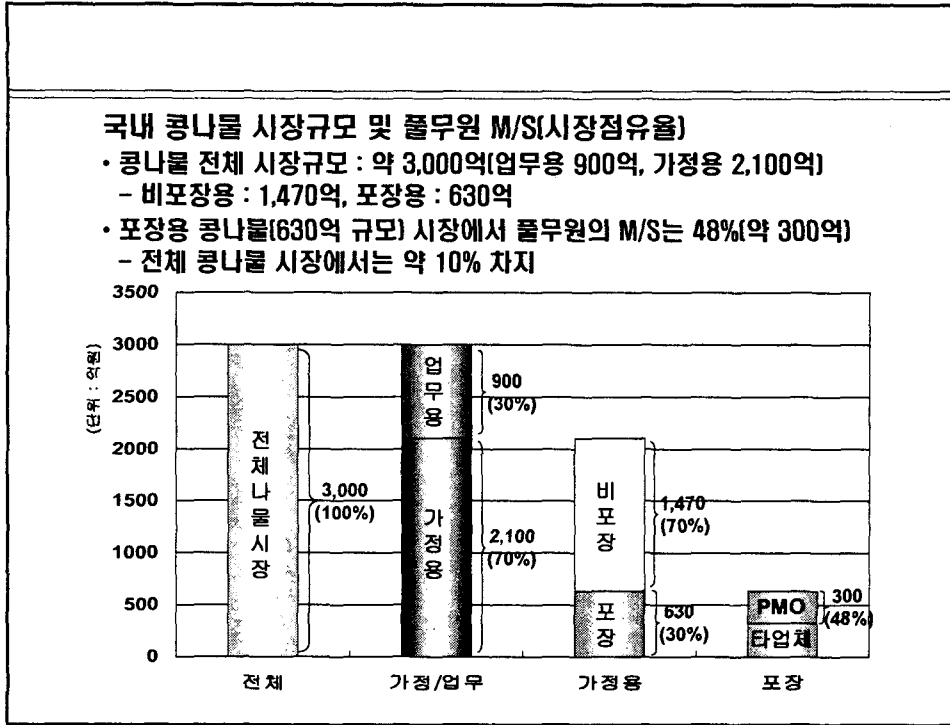
형성단계인 국내시장		초기 형성 단계에 있는 국내 브랜드 채소 시장		
유기농 채소	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대형 식품 매장 - 유기농 제품 별도 매대 형성</li> <li>• "비싸더라도 유기농 채소로 먹어요" (2/21, sbs 8시 뉴스)</li> </ul>			
Sprouts / Baby leaf	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '대농 바이오'에서 '새싹마을' 브랜드로 품목 론칭(03년 10월)</li> <li>• 최근 Sprout용 종자 수입량 증가 추세</li> </ul>			
C/V	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 'CJ'에서 '프레시안' 브랜드로 품목 론칭(03년 11월)</li> <li>• 기타 군소 브랜드 제품 및 유통 PB 제품 다수</li> </ul>			
		<p>프레시안 제품</p>		<p>새싹마을 제품</p>

해외 신선식품 현황	
해외시장 상황	
합성화된 세계시장(미국, 유럽)	서구 선진국에서 이미 보편화된 제품
미국 / 유럽	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 유기농 채소 시장은 10억 달러 정도</li> <li>→ 향후 폭발적 증가 예상(미국)</li> <li>✓ Sprouts의 소비량 지속 증가</li> <li>✓ 백화점 채소 매장의 20~50% 차지(유럽)</li> </ul>
	
	

<b>활성화된 세계시장(일본)</b>		<b>채소 시장의 일부를 형성하고 있는 제품</b>
<b>일본</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이탈리아산 유기농 싹&amp; 어린잎 채소가 유통되면서 소비량 증가됨.</li> <li>• 03년 델리카 푸드가 본격적으로 사업 추진하면서 시장 주도하고 있음.</li> </ul>	
		

<b>나물류</b>
<p>◆ 국내 브랜드 채소 시장은 대농 바이오에서 선보인 '새싹마을'과 CJ의 '프레시안'에 이어 풀무원 '싹탄'이 가세하면서 국내 브랜드 채소 시장형성</p> <p>● CJ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "프레시안 신선야채" : 무농약 유기농 야채만 엄선해 보존재 없이 포장</li> <li>→ 샐러드용 7종, 간편 메뉴 조리용 3종, 드레싱 4종 등 모두 17종이 출시</li> <li>- 야채 외 두부, 나물류, 과일류 등 생식품과 유기농 가공식품의 출시로 2008년까지 신선식품 1위 기업으로 발돋움 한다는 계획</li> </ul> <p>● 풀무원</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 브로콜리, 알팔파 등의 싹을 튀워 '풀무원 싹탄'으로 브랜드 채소 시장에 진출.</li> <li>- '풀무원 싹탄' 브랜드는 '발아 채소'와 유기 농법으로 30~40일 정도만 키워 영양이 풍부한 싹탄 '유기농 어린잎'이 있으며, 제품으로는 '싹탄 브로콜리' '싹탄 알팔파' '싹탄 레드 캐비지' '싹탄 모듬싹과 어린잎' '싹탄 유기농 어린잎'</li> <li>- 2000년 10월 유기농 콩두부 출시로 40억원 매출향상 : '유기농 콩 단단한 두부'와 '유기농 콩 부드러운 두부' '유기농 콩 투껍 두부' 등 모두 5개 제품</li> </ul>





**최소가공 농산물 및 산업화(미국중심)**

*(The U.S. Fresh-cut Fruits and Vegetables Industry)*

**1. What is "Fresh-cut"?**

- 최소가공 농산물이란 세척, 절단된 후 사용자 혹은 소비자의 요구에 맞는 형태와 크기로 포장되어 유통, 판매되는 채소 및 과일 등을 말함
- 기존의 방법으로 유통되는 농산물에 대하여 ① 폐기물 감소 ② 제품의 다양화 ③ 균일한 품질관리 ④ 운송비용 절감 등이 있음
- 양상치를 중심으로 한 야채 샐러드류가 주를 이룸 (최소가공 농산물 970,000파운드 중 76%가 양상치, 1991년)
- 다른 채소와 과일류의 최소가공 시장이 급격히 증가
  - 증가율 연간 19.5%

Fresh-cut produce is a term used to classify fresh, raw fruits or vegetables processed only minimally to supply ready-to-eat or ready-to-use product.

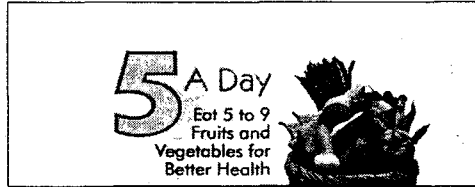
## 2. 판매 및 소비경향

미국 - 육류의 섭취증가와 함께 성인병 발생을 및 대장암 등의 위험이 사회적 문제가 됨

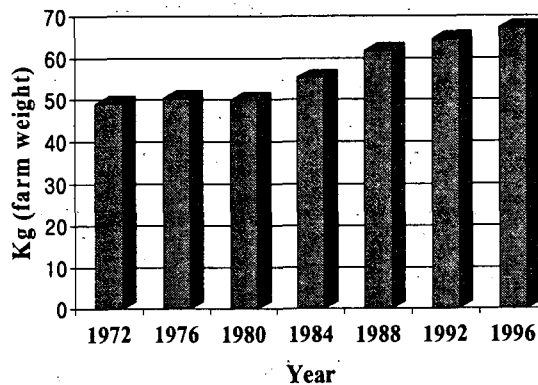
‘질병을 예방하고 건강을 유지하기 위해 1일 5식 이상의 과일이나 채소를 먹자’는 이른바 5-A-Day 운동이 주목을 받고 있음

미국 국립 암 연구소(NCI)와 정과물 생산자나 유통업자를 지원하고 있는 건강진흥농산물재단(Produce for Better Health Foundation)이란 두 공공기관이 중심이 되어 전국적인 운동으로 발전시킴

1인당 fresh fruits & vegetables의 소비가 증가 추세에 있음



## 미국인의 1인당 fresh-vegetables의 소비량



From USDA - Economic Research Service

### 미국인의 1인당 fresh fruits & vegetables의 소비량

Item	1987	1997	1987-1997
	<i>Pounds</i>		<i>Percent Increase</i>
Fresh fruits	121.6	133.2	9.5
Fresh vegetables	162.4	185.6	14.3
Total fresh fruits And vegetables	284.0	318.8	12.3

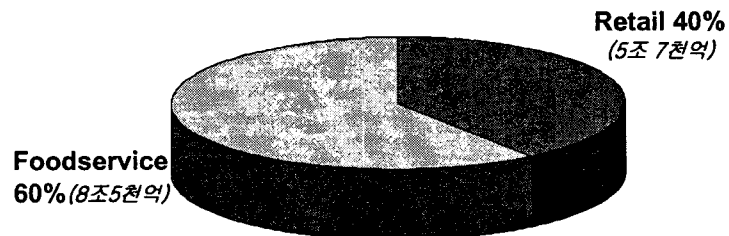
Source : USDA, Fruit and Tree Nuts Situation and Outlook Yearbook, 1999 and Vegetables and Specialties Situation and Outlook Yearbook, 1999

### 3. Market Share

미국 - 대형할인매장 및 슈퍼마켓에서 Fresh-cut 판매가 40%에 이룸  
(2002년 자료)

60%는 T.G.I와 같은 외식업체에 bulk로 이용

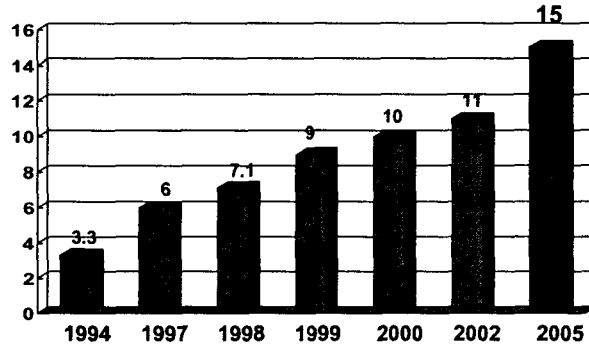
2002년 Fresh-cut 판매량 : 14조3천억원(11\$billion)



#### 4. Industry Forecast

미국 - 2005년에 fresh-cut fruits & vegetables의 판매가 약 20조에 이를 전망

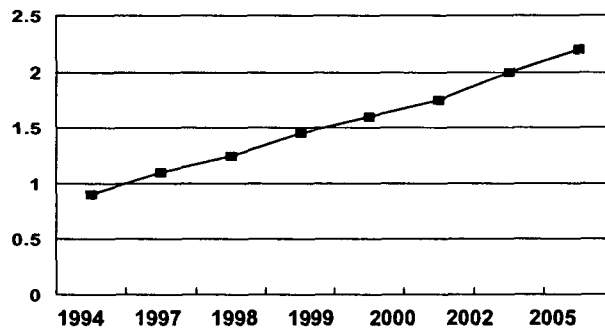
Fresh-cut sales forecast at \$15 billion by 2005



#### 5-1 샐러드류(packaged) 판매경향

미국 - 포장샐러드류는 매년 두자리 수의 판매증가율을 보임  
2002년 판매액이 2조8천6백억원(환율 1,300원 적용)에 이를

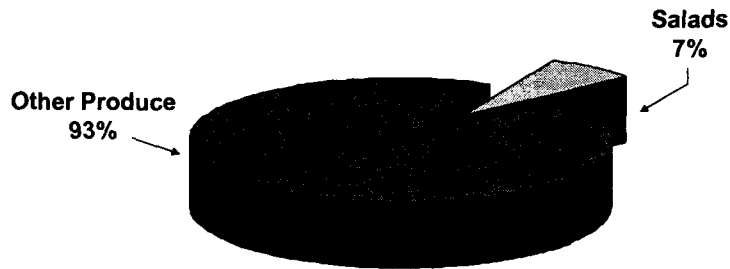
Packaged Salads continued double-digit growth in 2002



### 5-2 샐러드류(packaged) 판매비율

미국 - Fresh-cut fruits & vegetables의 판매 중 샐러드가 차지하는 비율은 7% (per week)

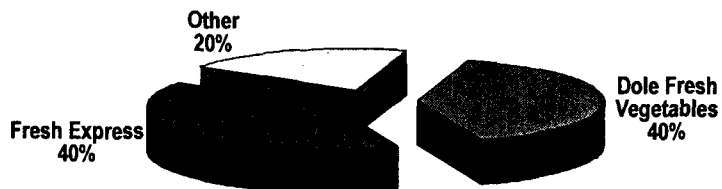
*Salad sales 7% of weekly produce department sales in 2002*



### 5-3 Market Share

미국 - 돌(Dole)과 Fresh Express가 샐러드 및 간편야채시장의 80%를 차지하고 있음

*Dole and Fresh Express shared 80% of bagged salad Market in 2002*



## 6. 미국 fresh-cut 시장의 특성

### • 1987년과 1997년 사이 신선과일 및 채소의 소비가 두배이상 증가

#### - 이유

- : 비만과 성인병이 사회적 issue가 되면서 건강지향적인, 영양적 식단에 대한 요구 증가
- : 미국농무성(USDA)의 Food Guide Pyramid 운동(육식위주의 편향된 식사습관을 고쳐 매일 어떤 음식을 먹어야 하는지에 대한 food guideline 제시)과 5-A-Day운동을 통한 과일과 채소에 대한 수요 증가
- : 저장 및 농산물을 가공할 수 있는 기술의 발달, 년중 생산할 수 있는 시설원의 발달, 활발한 교역으로 인한 가격안정화와 fresh-cut시장의 증가
- : 샐러드의 다양한 식사습관으로 Italian Salad, American Salad와 같이 특화
- : 미생물 Control 및 채소류 호흡율을 고려한 MA(Modified Atmosphere)기법의 포장기술 개발로 유통기한 연장

### 미국 신선제품 Market place



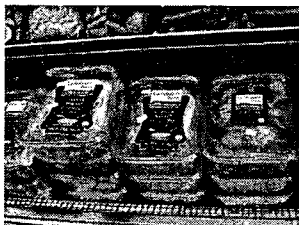
소규모 가게



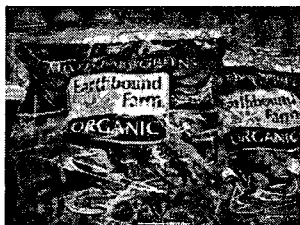
Sprouts씩채소



어린잎 채소 포장진열



대규모 가게  
(sprouts포장 진열상태)



어린잎 채소포장



유기농산물 진열상태

## 결론(활성화 방안)

### 1. 유기 가공식품 활성화 방안

- ① 국제적 조화 : 국제적 교류를 위한 Codex규격 반영
- ① 유기 가공식품의 인증범위 확대 : 국내외정부기관 인증, 민간인증기관 등
- ① 인증형태 및 상호인증 존중
  - 현행 4가지 인증형태(유기/전환기/저농약/무농약)의 개선 필요
  - 수입유기농산물의 경우 통관과 당 해국 인증 존중 : 국가간 MOU 체결
- ① 수입유기 가공식품의 기준과 표시사항
  - 수입유기 가공 제품의 소비자 이해도 향상을 위한 표시기준 확립
- ① 국내산 유기 가공식품의 인증 및 규격 제도화
  - 유기 가공품 인증제도의 도입과 인증품의 해외 수출화
  - 참여 능가 및 가공업자에 혜택부여
- ① 민간 인증기관의 확대
  - 체계적인 교육과 실무에 의한 국가간 상호 신뢰성 구축
- ① 현행 국내 식품위생관리체계는 원료(농림부), 가공품(식약청)이 구분관리 또는 모든 수입식품(농산물 포함)의 위생관리 또한 식약청이 수행
  - 수입 농산물과 가공품에 대한 현행 관리체계의 업무개선 단일화 수행 필요.

### 2. 신선식품 활성화 방안

- ① 산지내 APC센터 구축 : 선별작업, 선별포장, 냉장관리
- ① 국내 유통구조의 변화 : Cold chain system(냉장관리, 냉장유통)
- ① 신선식품적용 식품규격화 : 제품별 저장규격(온도, 유통기한 등) 유해물질(방부제, 첨가제, 미생물제어) 규격설정
- ① 신선식품 전용매장/매대 구분설치 : 제품군별, 제품별 구분
- ① 유통기한별 가격 차별화 : 반품을 저하와 Food bank활용
- ① 제품별 규격화 및 포장화 : 위생적 유통규격 수립(Bulk 제품의 포장화)
  - 포장재 개발(제품의 호흡을 고려한 포장재 적용)

