

# 食品工業의 展望과 그 對策

金 元 銖

서울大學校 商科大學 教授

## 1. 食料品과 食生活水準

食料商品(food stuff)이란 人類生活의 四大要素인 衣食住 및 文化生活중의 하나인 食生活의 바탕이 되는 상품으로서 이러한 生活은 다른 生活에 비해 가장 중요한 生活領域을 커버해 주는 것이다. 俗된 表現이긴 하나 “金剛山도 食後景”이란 말이 있듯이 食生活은 人間의 生命 維持와 成長 나아가서는 모든 社會活動의 바탕이 되는 人間의 精神의 肉體的勞動의 源泉이 되므로 구태여 食料商品의 重要性을 일일이 나열하지 않아도 되리라 생각된다.

個人的 立場에서 볼때 食生活은 生活의 活力源이 되는 健康을 維持增進시켜 주는 手段이 될 뿐만 아니라 경우에 따라서는 食餌療法이란 말이 있듯이 이는 健康을 回復하고 疾病을 治癒시켜 주는 手段이 될수도 있는 것이다. 그러므로 人類의 生活上 食生活은 빠뜨릴수 없는 가장 기본적인 生活이라 않을수 없는 것이다.

그렇다면 食料商品을 통해 營爲되는 食生活水準은 어느 정도일까? 옛날엔 『나물먹고 풀마시고 팔을 베고 누웠으니』하는 노래가락에서 미루어 알듯 淸食속에서 最低의 食生活水準을 維持하더라도 消費者는 滿足하였었다. 따라서 당시의 食料商品은 주로 產源에 따라 나눌때 抽出商品(extractive goods)에 속하는 素材 그대로의 穀類나 鮮魚介類나지 茶蔬類가 중심이었다. 그러나 漸進的으로 所得水準이 向上되고 生活速度가 加速化됨에 따라 食生活패턴과 嗜好가 變化되어 鹽藏, 瓶藏, 罐藏, 冷蔵 및 冷凍食品등과 같은 保存나지 加工食品의 需要가 增大됨은 물론 肉類, 鷄卵 酪農品등과 같은 食生活高級화가 이루어져 食生活革命이 이루어지고 있다. 先進

國의 경우에는 앞으로 專門的인 食堂등에서 調理한 食品의 消費가 증대되리라는 展望에 미루어 본다면 우리의 食生活水準도 所得水準의 向上에 따라 不斷히 向上되리라 생각되는 것이다.

## 2. 食品工業의 意義와 展望

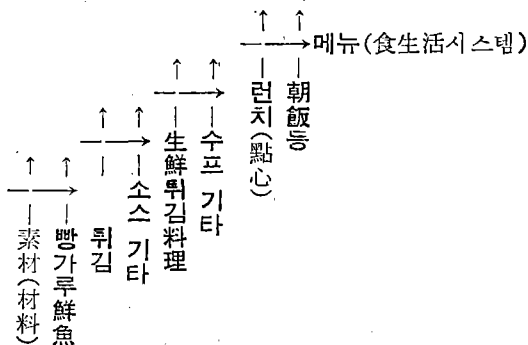
食品産業(food stuff industry)이란 食生活의 바탕이 되는 앞서 본 바와 같은 食料商品을 생산판매하는 産業을 말한다. 그런데 食料商品을 加工度에 따라 나누어보면 실질적인 加工過程을 거치지 않고 다만 流通이나 保管에 필요한 정도의 加工過程만 거친 原料食品(raw materials)과 加工食品(processed goods)으로 나눌수 있는데 後者は 다시 加工程度에 따라 半製品(semi-finished goods) 및 完製品(finished goods)으로 나누어진다. 따라서 原料食品은 抽出産業이 自然의 生成力을 이용하여 農產品을 成育시키거나 水產品을 漁獲내지 養殖하거나 혹은 畜產物을 肥育시켜 생산되는 食品材料 내지 素材로서 이를 생산하는 産業은 抽出食品産業이라 할 수 있다. 이에 대해 食品工業이란 이러한 原料食品 즉 食品材料 내지 素材에 或種의 加工을 加함으로써 食品의 形態効用이 創造되어 消費者의 慾求 充足도가 보다 높은 食品을 製造하는 産業을 말하는 것이라 할 수 있다. 이를 다시 細分하여본다면 半製品만을 생산하는 食品工業과 完製食品을 생산하는 食品工業으로 나눌수 있다. 狹義로 보는 경우의 食品工業은 엄밀한 意味에서는 後者 즉 最終消費者가 購買하게 될 食品類만을 製造하는 企業을 말하는 것이라 할 수 있다. 왜냐하면 食品이란 消費者의 食生活水準의 바탕이 되

기 때문이다. 그런데 業務에 따라서는 이처럼 명확한 區分을 하기가 어려운 경우도 없지 않는데 예컨대 製糖業이나 製粉業의 경우에는 最終消費者에게도 販賣하나 製菓業이나 製麵業등에도 상당한 比率을 판매하고 있기 때문이다.

그런데 일반상품의 경우와 마찬가지로 식품의 경우 生産 내지 加工을 전문적으로 담당수행하는 기업이 성립할수 있는 까닭은 이들 企業이 分業에 의해 消費者가 수행하던 食品調理 내지 加工機能을 引受하여 보다 능률적으로 수행할수 있기 때문이다. 따라서 食品의 경우 여러가지의 素材食品을 加工하는 家庭에서의 作業이 이에 따라 排除되어 보다 적은 努力의 投入으로 消費生活의 營爲가 可能해질수 있게 되는 것이다. 그러므로 生活의 加速化가 이루어지고 生活水準의 向上에 따른 食生活의 高級化 및 多様化가 이루어지게 되면 당연히 이와 같은 調理내지 加工機能은 專門化 原則에 따라 전문적인 食品企業에 의해 專擔되게 될 것이므로 이하에서는 이러한 最終消費者를 대상으로 이들의 食生活의 바탕이 되는 食料商品을 生産하는 企業만을 機能의 食品工業으로 보아 다루어 보기로 한다.

이러한 食品企業도 食品의 調理加工程도에 따라 나눈다면 거의 아무런 補完的인 調理加工이 필요하지 않는 完製食品工業과 이를 사용소비하기 위해서는 상당한 정도의 調理加工作業이 消費者에 의해 수행되어야만 하는 半製品工業으로 나눌수 있는데 後者の 경우의 例로서는 冷凍肉類 및 魚介類등을 들수 있다.

오늘날 大多數의 商品은 점차 製品高級化의 原則에 따라 보다 加工度가 높은 商品으로 變換製造되고 있는데 이에 미루어 본다면 앞으로 食品工業의 産品도 이러한 高次化過程을 밟으리라 展望된다. 食品의 高次化過程을 보면 圖1와 같다



〈圖 1〉 食品의 高次化過程

이에서 보면 食品은 低次的인 材料食品인 鮮魚, 빵가루, 기타등이 調理 내지 加工情報에 의해 結合加工되어 生鮮튀김으로 高次化되고 다시 이에 소스등이 추가되어 生鮮튀김 料理가 되듯 漸次的으로 高次化되어가고 있다. 그러므로 一國에서 食品工業이 生産하는 食料品の 高次化的 정도가 어느 정도냐에 따라 食生活經濟面에서 生産과 消費의 分業化 내지 專門化가 어느 정도로 이루어졌느냐 하는 것을 알수 있는 것이다. 이러한 製品高次化的 立場에서 食品을 나누어보면 다음과 같은 세가지가 된다.

(1) 材料食品 低次元的 原料食品(生鮮등) 내지 加工度가 낮은 素材의 食品(例: 魚團, 어묵 등)

(2) 加工食品—中次元的 비교적 加工度가 높은 半製品의 食品(例: 生鮮튀김)

(3) 組立食品 高次元的 食品으로서 앞서의 加工食品의 組合에 의해 이루어지는 完製品의 食品(例: 點心)

이와 같은 면에서 볼때 生活의 加速化現象에 따라 食生活이 加速化되면 이에 따라 보다 高次的인 加工食品 내지 組立食品에 대한 需要가 增大되어 예컨대 即席食品(instant food) 半調理食品(half-boiled foods) 또는 TV食品(TV food) 등의 生産이 加速化되리라 展望된다. 그러나 生活水準이 어느 정도까지 進展되어 生活上 餘裕時間(discretionary time)을 가지게 되면 消費者는 다시 懷古的으로 手作業의 調理를 選好하는 傾向을 가지므로 이러한 면에서 食品消費의 兩極化現象도 생기리라 展望되므로 이러한 면에서의 對策도 필요하지 않을까 한다

### 3. 食品마케팅面에서 본 對應策

이하에서는 앞에서 살펴 본 展望과 관련하여 食品마케팅面에서 본 食品工業의 戰略方向을 살펴보기로 한다.

#### (1) 基本方向

앞에서도 보았듯이 食品生産機能은 自給自足時代에는 원래 消費者가 가지고 있었던 것이다. 그런데 社會가 발달함에 따라, 分業내지 專門化의 原理에 따라 生産과 消費의 機能이 分化되어 生産者가 生産機能을 專擔하여 보다 能率的으로

수행하게 된 것이므로 이러한 生産機能은 마땅히 企業一方의이 아니라 消費者指向的(Consumer orientation)으로 수행되지 않으면 안된다. 왜냐하면 食品工業이 생산하는 食品은 消費者들의 食生活水準의 바탕이 되는 것이므로 이들의 欲求를 제대로 충족할수 있는 것이어야만 하기 때문이다. 따라서 食品企業의 마케팅 戰略의 基本方向은 消費者滿足을 통해 利益을 얻는다는 理念아래 認定되지 않으면 안된다.

### (2) 製品戰略方向

食品은 消費者의 食欲을 충족시켜주는 것이므로 食品의 品質은 消費者의 食欲에 符合되는 것이어야만 한다. 그런데 生活水準이 상대적으로 낮은 경우에는 必需品的인 食品의 消費가 주로 이루어지나 生活水準이 向上되고 多様化하게 되면 食品選好도 嗜好食品이나 加工食品으로 바뀌게되어의 需要가 증대된다. 따라서 앞에서 본 바와 같은 食品의 高次化過程에 對應하는 消費者의 食品嗜好의 變化高次化, 내지 多様化를 파악하고 이에 副應할수 있는 製品을 開發하거나 혹은 既存食品의 改良을 意圖하여야만 할 것이다. 뿐만 아니라 消費者需要가 變化하여 消費가 不振한 不良品目은 製品系列에서 排除하여 항상 많은 成長率이 높은 品目에 의해 製品系列이 구성되도록 하지 않으면 안된다.

그러기 위하여는 不斷히 消費者의 欲求의 多様化 내지 變化可能性을 마케팅 調査를 통해 파악하여야만 하며 이들 바탕으로 消費者가 원하는 보다 좋은 食品을 開發生産하여 供給하도록 하지 않으면 안된다. 왜냐하면 企業一方의인 製品의 開發을 자칫하면 消費者滿足을 주지못하게 되기 쉽기 때문이다.

### (3) 價格戰略의 方向

價格은 消費者가 食品을 구매한 代價로서 支給하게 되는 것으로서 일반적으로는 原價에 利幅(margin)이 加算되어 선정됨이 보통이다. 그리하여 자칫하면 原價를 引下한다는 立場에서 不良原價를 사용하여 消費者의 건강을 해치는 不良食品을 製造하는 事例도 없지 않다. 이러한 不實한 方式은 短期的으로는 企業의 利益을 증대시켜줄지 모르나 長期的으로는 消費者의 抵抗에 부딪쳐 오히려 企業利益이 阻害되고 심지어는

社會輿論도 惡化되어 不實企業으로서의 烙印이 적히게 되어 社會的存在조차 어려워지는 경우도 없지 않은 것이다.

그러므로 價格戰略面에서는 가능한 한 原價를 節減하여 大量販賣가 이루어질수 있도록 低價格을 設定하는 것이 유리할 것이다. 왜냐하면 食品市場은 暫定的인 市場이므로 消費者가 일단 어떤 食品을 受容하기만 한다면 廣汎한 需要動員이 가능할 것이기 때문이다.

### (4) 經路戰略의 方向

消費者는 地域的으로 廣汎히 分散되어 있으므로 食品은 광범히 消費者에게 露出될수 있도록 經路戰略面에서는 集約的 내지 開放的經路政策을 사용하여야만 할 것이다. 또한 食品은 그 性格上 便宜品(Convenience goods)이어서 消費者는 편리한 商店에서 구매하므로 이러한 면에서도 광범한 露出이 가능한 集約的 내지 開放的經路政策이 바람직스러운 것이다. 그런데 비록 開放的經路政策을 쓴다 하더라도 經路機關인 中間商으로는 비교적 健實하고 상당한 정도로 特色을 갖추어 經營되고 있는 商店을 選定하고 이들이 店頭나 店內에서 好意的인 購買時點陳列을 해둘수 있도록 이들에게 去來店援助를 제공함으로써 友好的인 經路關係가 形成되도록 經路管理를 하지 않으면 안된다. 또한 이들 經路機關에게 적절한 動機賦與를 함으로써 이들 經路機關이 적극적인 勸獎販賣를 할 수 있도록 하기 위한 後援的戰略(Push Strategy)도 필요하다.

### (5) 物的流通戰略의 方向

食品은 包裝商品(Package goods)으로서 包裝內에 保存되고 있으나 變質하기 쉬운 性質을 가졌으므로 物的流通面에서 신속한 配送體制가 확립되어 있어야만 하며 또한 流通 내지 保管面에서 低溫流通體制(Cold Storage System)를 마련하여야만 하는 경우도 있다. 이러한 物的流通體制가 제대로 갖추어지지 않은 경우에는 品切로 인해 市場機會를 놓치기 쉬우며 保存性이 낮은 食品의 경우에는 去來店の 店內保管施設등에 대한 資金融資이나 低價購買斡旋등과 같은 去來店援助를 經路戰略과 併行하여 실시할 필요도 있는 것이다.

(6) 促進戰略의 方向

아무리 좋은 製品이라 하더라도 分業的으로 생산되는 경우 消費者가 이의 存在를 알지 못하거나 혹은 이를 選好하여 주지 않는다면 製品의 消費는 불가능해진다. 그러므로 消費者를 대상으로 하는 마케팅 커뮤니케이션 (marketing Communication)이 이루어지지 않으면 안된다. 특히 食品은 광범히 분산되어 있는 不特定多數의 消費者에 의해 구매소비되는 것이므로 이들 消費者에게 經濟的으로 메시지를 전달할수 있는 大量媒體 (mass media)를 통해 廣告를 하여야만 하며 특히 食品이 競爭企業의 工業과 差別化되어 差別的特性이 있는 경우에는 이를 강조하는 廣告活動이 수행되어야만 한다. 또한 만약 食品이 特定階層에서 需要될수 있는 것인 경우에는

市場細分化를 통해 目標階層市場을 확정하고 이들에게 合致되는 廣告를 하도록 하여야만 한다. 食品은 間接 마케팅을 통해 經路機關인 小賣商을 거쳐 販賣되므로 마땅히 都小賣商에게 人的 販賣活動을 수행하는 有能한 販賣員을 확보하고 이들이 經路機關과 接觸함으로써 好意的인 去來店關係가 형성되도록 하지 않으면 안된다. 이들 販賣員은 企業의 代表이자 經路機關과의 關係를 좋게 할수도 있고 그렇지 않게 할수도 있으므로 經路機關과의 接觸을 제대로 할수 있도록 훌륭한 販賣員으로서의 資質과 品格을 갖추도록하고 取扱하는 商品에 대한 知識은 물론 都小賣商에 대해 經費面에서의 助言과 諮門에 응할 수 있을 정도의 經費知識도 아울러 갖추고 있지 않으면 안된다. 이와 같은 면에서 販賣員의 教育訓練의 強化도 필요한 것이다.



◎ 假果 · 子房과 子房이외의 부분이 서로합착 발육하여 익은 과실. 花托이 비대한 것으로는 양 딸기 연꽃등이 있고 꽃대가 발육한 것으로는 무화과등이 있다.

이밖에 꽃받침이 발달한것으로는 사과 배등이 있다.

◎ 耐壓性酵母 · 잼이나 소금절이등과같이 糖이나 염류를 高濃度로 용해한것은 結透歴이 매우 높기 때문에 대개의 생물은 생육하지 못한다.

그런데 이와같은 조건하에서도 생육할수 있는 효모를 耐壓性酵母라고한다.

◎ 多糖類 · 多數의 단당류(구성단위)가 結合되어 형성된 복합탄수화물을 말한다. 녹말에 클리코젠 셀룰로우스 텍스트린 이눌린이 이에 속하며 이들은 가수분해되면 單糖類로분리된다.

◎라이스 페이퍼 · 대만의 특유한 나무 樹心에서 만들어낸 매끄러운 하얀 종이이다.

이것은 먹을수있어 비스킷을 이 라이스 페이 퍼위에서 구울수 있다. 종이는 비스킷과 같이 먹는다.

◎망고스틴 · 인도원산의 과실인데 오렌지 크기만 하며 紫色의 두꺼운 껍질 속에 단맛의 白色果肉이 있다.

비타민C의 함량은 1백g당 9mg이다.

◎ 바나나 피그 · 바나나를 길게 썰어 아황산 처리를 하지않고 햇볕에 말린것이다.

제품은 暗褐色이며 끈기가 있다. 결국 건조 바나나와 비슷한것이 특색이다.

◎ 사리델레 · 인도네시아에서 발달된 幼兒를 위한 음식으로 메주콩과 깨로 만든것이다.

◎ 아포레그마 · 세균이 단백질을 분해할때에 아미노산의 일부가 절단되어 생긴 毒性物質을 말한다.

◎ 粗糖 · 精製하지않은 갈색 설탕인데 96~98%의 순도로 정제하기위해 수입되고 있다.

곰팡이의 胞子 세균 사탕수수섬유 흙등으로 오염되어 있다.