

## 우리나라 醬類產業의 現在와 未來

李 漢 昌\*  
Lee, Han Chang

### (1) 緒 論

醬類라 하면 간장, 된장 및 고추장 또는 청국장등을 통틀어서 일컫는 말이다. 이와같은 醬類가 언제부터 製造利用되기 시작하였는지 확실하게 알려져 있지는 않지만 中國의 論衡이나 論語에 “豆醬” 또는 “醬”이라는 文句가 있는 것으로 보아 이미 紀元前부터 中國에서 食用되어 온 것으로 보이며 이것들이 우리 나라를 거쳐서 日本으로 건너갔을 것으로 짐작된다. 그리고 이것들이 各地方에 定着하면서 그 地方의 氣候環境이나 原料事情 또는 嗜好性에 따라서 獨特한 形態로 틀을 가추어서 傳來해 내려오고 있다고 보겠다.

醬類는 元來 各家庭에서 스스로 製造消費해 왔던 것인데 이것이 生活환경의 변화와 더불어 工業的生産이 시작되었다. 日本에서는 明治維新直後에 稅收를 目的으로 醬類의 自家釀造를 法으로 금지하여 急進的인 工業化가 이루어져 오늘날에는 거의 100%를 工場製品으로 供給하고 있다.

우리나라에 醬類工業이 시작된 것은 1930年頃으로 日人들이 韓國에 거주하는 日人들에 供給할 目的으로 시작하여 큰 發展없이 지속되어 오다가 1950年 六二五事變이나면서 軍隊用으로서의 수요가 급증되어 비로서 工業的 기반을 다지기 시작하였으며 1960年부터는 經濟발전에 따르는 社

會經濟구조의 變化, 住宅구조, 生活環境의 都市化 등 一連의 變化속에서 本格的인 發展이 이루어져 샘표食品(株)이 大메이커로 기반을 구축하였고 1970年代에는 農漁村開發公社에서 農漁村의 生活改善운동의 一環으로 “장독대를 없애고 食生活을 改善하자”라는 口號와 더불어 大規模 間장공장을 仁川에 建設하여 “松鶴간장”이라는 商標로 需要를 創出, 供給하기 시작하였다(지금의 三養간장)

1970~80年代의 우리나라의 急進的인 工業發展의 추세와 더불어 醬類業도 많은 發展을 이룩한 것은 사실이나 아직도 醬類工業은 自家製造와 共存상태에 놓여 있으며 全需要의 약 20%정도를 工場供給으로 應答하고 있을 뿐으로 全國에 散在한 81個의 業體들이 大部分 零細한 상태를 面치 못한 實情이다. 現在 개척되어 있는 市場이 約 1,000억臺인 반면 아직도 4,000~5,000억臺의 潛在市場이 있음을 볼 때 努力여하에 따라서는 밝은 來日을 맞이할 수 있을 것으로 본다.

### (2) 業界現況

#### 1. 業體의 規模 및 分布

우리나라의 醬類業體數는 1988年度現在 8個社에 이른다. 表 1에서 볼 수 있는 바와 같이 1970年度 以前에는 140個社가 있었으나 점차로 감소하여 現在는 81個社에 이르렀다. 醬類製造

\* 産業應用技術士(食品製造加工) 理博 慶熙大食品科

표 1. 장류 제조업체수의 변천

년 도	조 합 원 수	비 조 합원 수	계
1970	107	33	140
1980	58	56	114
1981	55	50	105
1982	60	45	105
1983	63	40	103
1984	54	49	103
1985	56	29	85
1986	60	24	84
1987	62	19	81

장류 조합 자료

工場에서는 콩이나 글루텐 등 蛋白質原料를 取扱하는 특성 때문에 차칫 공장이 불결해 지기 쉬우므로 當局의 위생감독이 날로 철저해지기 때문에 이에 적응하지 못하는 業體나 市場경쟁력을 상실한 業體가 늘어나고 있는 실정에 있다. 특히 1985년의 여름에 있었던 속칭 간장 파동의 여파로 一時에 18個社가 폐업하였고 어떤 측면에서는 業界의 整理효과를 거두었다고도 볼 수

있다.

從事하는 人員數에 따른 業體數의 分布를 보면 表 2와 같다. 表에서 보면 從事者 10人 以內的 業體가 全體의 32%에 이르며 50人 以內的 業體가 全體의 約 80%에 이른다.

金額으로 計算해본 醬類生産量을 業體規模別로 보면 表 3과 같다. 1983年度와 1986年度의 生産額을 比較해 보면 3백 65억 4,800만원에서 5백 77억 7,500만원으로 3年間에 158%로 伸長하였음을 볼 수 있다.

醬類의 製品은 그 賣出額에 比較해서 商品의 重量이 比較的 크기 때문에 遠거리수송에 不便이 있게 되어 따라서 各工場들은 消費地를 中心으로 表 4에서 보는 바와 같이 全國적으로 散在해 있다. 特히 大消費地라 할 수 있는 서울근교 京畿道에는 全體의 35%가 넘는 22個社가 集中되어 서울, 仁川, 富川, 光明, 水原, 安養, 議政府 등의 大都市에 供給하고 있다.

表 5는 企業의 所有형태를 알아본 것인데 아직도 大部分(70%)이 個人企業의 형태로 零細性

2. 표 장류업체수와 종업원 구성('87) (개인)

구분	인원	1~9	10~19	10~49	50~99	100~199	200~299	계
업 체 수 (%)		26 (32.1)	18 (22.2)	19 (23.5)	11 (13.6)	5 (6.2)	2 (2.5)	81 (100)
종 업 원 수 (%)		155 (5.95)	216 (8.3)	501 (19.2)	657 (25.2)	611 (23.4)	467 (17.9)	2,607 (100)

장류 조합 자료

表 3. 장류업체의 규모와 생산액 비교 (백만원, 인)

구분	인원	5~9	10~19	20~49	50~99	100~199	200~299	계
업 체 수	'83 (%)	28 (37.3)	23 (30.7)	17 (22.7)	5 (6.7)	1 (1.3)	1 (1.3)	75 (100)
	'86 (%)	19 (28.3)	22 (32.8)	13 (19.4)	11 (16.4)	1 (1.5)	1 (1.5)	67 (100)
	'88 (%)	26 (32.1)	18 (22.2)	19 (23.5)	11 (13.6)	5 (6.2)	2 (2.5)	81 (100)
생 산 액	'83 (%)	2,862 (7.8)	3,168 (8.7)	7,979 (21.8)	6,725 (18.4)	3,208 (8.8)	1,206 (34.5)	36,548 (100)
	'86 (%)	3,123 (5.4)	4,341 (7.5)	8,435 (14.6)	6,855 (11.9)	9,696 (16.8)	25,327 (43.8) (29.37)*	57,775 (100)

\* 일본 키타망사(일본 광공업 연감 '87)

광공업 통계 조사 보고서

表 4. 업체의 지역 분포

지 역	조합원업체		비조합원업체		계	
	업체수	%	업체수	%	업체수	%
서울	3	4.8	—	—	3	3.7
부산	11	17.8	—	—	11	13.6
인천	—	—	2	10.5	2	2.5
대구	1	1.6	2	10.5	3	3.7
광주	3	4.8	—	—	3	3.7
강원	5	8.0	3	15.7	8	9.9
경기	22	35.4	5	31.5	28	34.6
충북	1	1.6	1	1.9	2	2.5
충남	5	8.0	—	—	5	6.2
전북	1	1.6	3	15.7	4	4.9
전남	3	4.8	—	—	3	3.7
경북	3	4.8	4	21.0	7	8.6
경남	4	6.4	—	—	4	4.9
제주	—	—	—	—	—	—
계	62	100	19	100	81	100

장류 조합자료 '87

表 5. 기업소유형태

구 분	주식회사 (%)	개 인 (%)	계 (%)
전체 장류 제조업체	25 (30%)	56 (70%)	81 (100%)
조합원업체	17 (27%)	45 (73%)	62 (100%)
비조합원업체	8 (42%)	11 (58%)	19 (100%)

장류 조합자료 '87

을 보여주고 있다.

2. 製品需給現況

1975年度以後의醬類의供給상태를比較해 보면(表 6, 7, 8) 전반적으로 완만한 증가추세(간장)를 보이거나 오히려 감소경향(된장, 고추장)을 보이고 있다. 이 方面의 統計가 가장 정확하다고 볼 수 있는 日本의 例(表 9)를 보면 近年 數年間 消費量이 거의 一定하여 食生活의 西歐化에 따르는 영향을 거의 받지 않고 있음을 알 수 있다. 그런데 우리나라에 있어서의 統計는 된장의 경우 10年間(1975~1985年)에 23%나 감소하였으며 고추장의 경우는 같은 期間에 18%

表 6. 긴장 수급 현황 (K1)

년도	구분	수 요 량	공 장 공 급	공 장 공 급 율 (%)
1975		412,895	93,355	22.6
1978		428,364	97,830	22.8
1981		445,022	108,920	24.5
1983		458,111	109,461	23.9
1984		469,701	109,560	23.3
1985		481,290	107,890	22.4
1986		494,641	108,657 (174,632)	22.0 (35.3)

\* ( )내는 보사부 자료  
한국경제연감에서 계산

表 7. 된장 수급 현황 (M/T)

년도	구분	수 요 량	공 장 공 급	공 장 공 급 율 (%)
1975		216,580	67,227	31.0
1978		224,694	51,237	22.8
1981		237,177	51,236	21.6
1983		240,297	54,627	22.7
1984		243,418	54,436	22.3
1985		252,156	46,270	18.3
1986		259,646	46,177 (102,315)	17.8 (39.4)

\* ( )내는 보사부 자료  
한국경제연감에서 계산

표 8. 고추장 수급 현황 (M/T)

년도	구분	수 요 량	공 장 공 급	공 장 공 급 율 (%)
1975		154,519	39,103	25.3
1978		160,308	33,525	20.9
1981		169,214	35,620	21.0
1983		171,440	36,205	21.1
1984		173,667	35,912	20.7
1985		179,901	32,584	18.1
1986		185,244	33,220 (57,478)	17.9 (31.0)

\* ( )내는 보사부 자료  
한국경제연감에서 계산

표 9. 일본의 장류 생산 (천 K1, 천톤)

년 도	1981	1982	1983	1984	1985
간 장	1,191	1,186	1,194	1,200	1,186
된 장	576	572	574	581	573

일본공업 연감 '87

나 감소하였다. 그러나 실질적으로는 工場의 生産이 위축되었다고 보기가 어려우며 오히려 增

表 10. 1일 1인당 장류 소비량 추정 (ME, gr)

구분	간 장	된 장	고 추 장
일본	27.2(A)	13.1(B)	—
한국	32.6(C)	17.1(D)	12.2(E)

계산
일본 간장 소비(A)
1, 191,000K1 ÷ 1억 2천만 ÷ 365일 = 27.2gr
일본 된장 소비(B)
573,000TON ÷ 1억 2천만 ÷ 365일 = 13.1gr
한국 간장 소비(C)
A × 1.2배 = 32.6g
한국 된소 비배(D)
B × 1.3 = 17.1g
한국 고추장 소비(E)
D × 33, 220/46, 177 = 12.2g

가되고 있는 것이 現實이다.

統計上の 감소경향의 原因을 짐작컨데 製品の 販賣경로가 零細한 販賣業者를 통한 販賣體係 때문에 統計資料의 누락이 많고 原資材購入時 零細의 去來때문에 資料가 상당량 은폐 되었기 때

문으로 풀이 해야 할 것 같다.

表 6,7,8에 나타난 바에 의하면 全 수요량에 대한 工場供給의 比率은 1986年度에 간장이 22%, 된장 17.8%, 고추장 17.9%로 극히 저조한 상태이며 保社部資料를 기준으로 볼 때는 各各 35.3%, 39.4%, 31.0%로 다소 높은 편이기는 하나 全體的으로는 總需要量의 3分の1 程度에 머문다.

總需要量의 算出은 表 10에 提示한바와 같이 日本의 例를 참고로 하고 우리나라에서는 간장이나 된장의 1인당 消費量이 日本보다 높을 것으로 짐작하여 各各 1.2倍 1.3倍로 추산하였으며 고추장의 1인당 消費量은 表 7,8의 된장, 고추장소비 실적을 근거로 하여 計算하였다.

### 3. 醬類製造業의 位置

醬類製造業을 調味料·食品添加物製造業 및 食料品製造業과 몇가지 項目을 比較해 본 結果는 表 11, 表 12 및 表 13과 같다. 그리고 그림 1 및 그림 1과 2는 이들 表中の 몇가지 項目을 알기쉽게 表示해 본 것이다.

表 11. 장류 관계업계의 업체수 및 인원 구성 (인)

	업체수	종업원수			
		무급	생산직	사무직	계
장류 제조업(A)	67	55	1,391	554	2,000
조미료, 식품첨가물 제조업(B)	132	98	4,261	3,309	7,668
식료품 제조업(C)	3,783	4,475	127,698	38,922	171,095
A/B	50.7	56.1	32.6	16.7	26.1
A/C	1.8	1.2	1.1	1.4	1.2

광공업 통계 보고서 '86에서 계산

表 12. 장류 관계업계의 급여 수준 (인, 백만원)

	생산직		사무직		계	
	인원	급여	인원	급여	인원	급여
장류 제조업(A)	1,391	4,236	554	2,157	1,945	6,393
조미료·식품첨가물제조업(B)	4,261	14,897	3,309	13,696	7,570	28,591
식료품 제조업(C)	127,698	308,213	38,922	168,774	166,620	476,987
A/B	32.64	28.43	16.74	15.75	25.7	22.36
A/C	1.09	1.37	1.42	1.28	1.17	1.34

광공업 통계조사 보고서 '86에서 계산

表 13. 장류 관계업계의 생산액 및 고정자산 비교 (백만원)

	생 산 액	부가가치	유형 고정 자산
장류 제조업(A)	57,775	22,301	32,043
조미료, 식품첨가물 제조업(B)	412,199	152,797	164,120
식품제조업(C)	7,355,540	2,073,244	2,271,840
A/B	14.02	14.60	19.52
A/C	0.79	1.08	1.41

광공업 통계 보고서 '87에서 계산

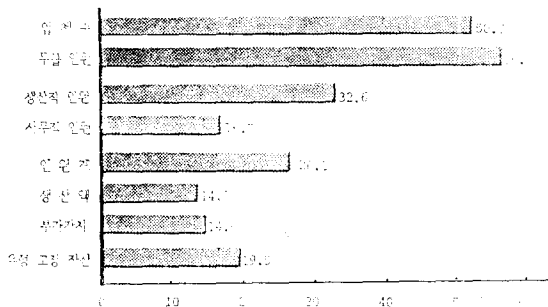


그림 1 장류업(A)과 조미료·식품첨가물 제조업(B)과의 비교(A/B)

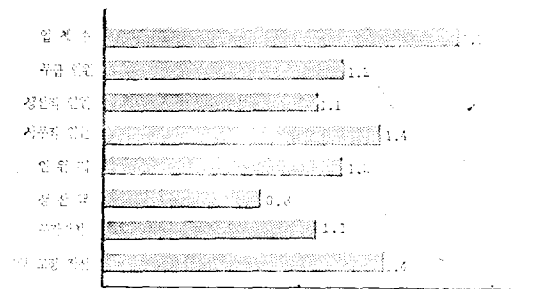


그림 2 장류업(A)과 식품제조업(C)과의 비교

이들 자료에서 우선 人員구성에 관한 내용을 보면 調査대상이 된 67個醬類業體의 總人員 2,000명은 조미료·食品添加物業界에 比하면 26.1%, 食料品製造業界에 比하면 1.2%의 比重을 차지한다. 또 業體數에 대한 比率는 各各 50.7%, 1.8%인데 比하여 人員數는 各各 26.1%, 1.2%로 醬類業의 單位業體當의 人員數는 比較的 적은 편임을 알 수 있다.

또 給與水準은 比較해 보면 조미료·食品添加物業界에 比할 때 人員구성은 醬類業이 26.1%인

데 對하여 給與額은 22.36%로 낮은 편이나 食料品製造業에 比하면 各各 1.2% 對 1.34%로 약간 높은 편이다. 特히 醬類業體의 生産職人員들은 食料品業界의 그들에 比하면 상당한 우대를 받고 있음을 볼 수 있다(人員比 1.09%, 給料比 1.37%)

各業界別 生産額, 附加價値 및 固定資産을 比較해보면(表 13) 附加價値面에서 醬類製造業이 有利함을 볼 수 있다. 즉 醬類製造業의 生産額 比重을 조미료·食品添加物製造業 및 食料品製造業과 比較해 보면 各各 14.02%, 0.79%인데 對하여 附加價値는 各各 14.06%, 1.08%로 높은 편이며 特히 食料品製造業에 比하면 1.4배나 더 높은 附加價値임을 알 수 있다.

固定資産을 比較해 보면 醬類製造業에 있어서 높이가 나타나고 있다. 生産額을 기준으로 他業種과 比較해 봤을때 約 1.4배~1.8배(19.52/14.02=1.39, 1.41/0.19=1.78)로 높은 편이며 이는 醬類製造業이 調味料·食品添加物製造業이나 食料品製造業에 比하여 더 많은 施設이 必要하다는 것을 說明해 주고 있다.

### [3] 問題點 및 對策

#### 1. 過當價格 경쟁

資本主義市場에서 어느 경우이나 價格 경쟁은 반드시 있을 수 있는 일이며 특히 醬類業界에 있어서는 유별나게 그도가 심하다는 것이 일반적인 見解이다. 企業維持의 測面이나 消費者保護의 側面에 있어서도 良質의 商品을 만들어서 적절한 價格(企業이나 消費者兩面에서)으로 疏通되는 것이 가장 바람직한 것이다.

過去의 例에 屬한 것이기는 하지만 어떤 業者가 生産한 간장은 仁川바다 물값보다 더 저렴하게 市販하였다 한다. 業者 스스로를 위해서나 業界의 發展을 위해서 過去 경쟁은 하루속히 止揚되어야 할 것이다.

#### 2. 生産性的 落後

表 14와 表 15는 우리나라 된장 및 고추장의 1人當 生産性和 日本의 된장 1人當 生産性과의 比較이다. 表에서 볼 수 있는 바와 같이 우리나라

表 14. 대표적 7개사의 된장 고추장 생산성(년간)  
(M/T, 명)

사별	구분		생산량	1인당 생산
	인	원		
생산성 상위 2개사	82		3,593	43.3
생산성 중위 3개사	192		5,140	26.8
생산성 하위 2개사	58		1,117	19.3
계	333		9,850	29.6

'87 장류 조합자료에서 계산

表 15. 된장 고추장의 생산성 (TON/1인/1년)

년 도	한 국 (된장+고추장)*	일본(된장)**
1959	—	25.2
1965	—	25.9
1968	—	30.0
1971	—	39.1
1977	—	59.7
1987	29.6	—

\* 장류조합 자료(8개사 평균)

\*\* 미소의 과학과 기술 제 305 호 (1979)에서 계산

라에 있어서는 10年前的 日本의 生産性的 約 50%에 不過한 實情이다. 그 原因은 作業의 숙련度에도 있겠으나 더욱 重要한 原因은 生産施設의 質的 落後를 지적해야 할 것이다. 간장에 있어서는 資料不備로 比較할 수가 없었으나 아마도 비슷한 경향을 나타낼 것임에 틀림없을 것이다.

경우에 따라서는 분수에 넘치는 과잉생산시설 투자로 企業부실운영을 초래하는 경우도 흔히 볼 수 있으나 같은 金額을 투자했음에도 質적으로 落後해서 제대로의 效果를 거두지 못한 경우 또한 적지 않다. 이 두가지 경우는 다같이 전문가에 의한 充分的 검토가 없이 소위 “주먹구구式”으로 일을 처리했기 때문이라 할 수 있다.

### 3. 業界의 零細性

醬類業界의 零細性은 여러 면에서 찾아 볼 수 있다. 표 3에서 보면 종업원 50人 以下の 業體數가 全體의 約 80%에 이른다. 또 표 16 및 표 17에서 보면 資産이 5억원 以下の 業體수와 資本이 2억원 以下の 業體 수가 各各 全體의 86% 및 84%에 이르고 있다. 따라서 自體的인 品質向上의 努力에 限界가 있으며 販賣경쟁에 있어

(社) 韓國技術士會誌

表 16. 장류업체의 자산규모 '81

금액(천만원)	1~5	5~10	10~20	20~50	50~100	100이상	계
업 체 수	2	9	12	20	4	3	50
(비 율)	(4)	(18)	(24)	(40)	(8)	(6)	(100%)
비 율 누 계	4	22	46	86	94	100	100

장류 조합 자료

表 17. 장류업체의 자본규모 '81

금액(천만원)	0.5~1	1~5	5~10	10~20	20~50	50이상	계
업 체 수	1	15	12	14	5	2	50
(비 율)	(2)	(30)	(24)	(28)	(10)	(6)	(100)
비 율 누 계	2	32	56	84	94	100	

장류 조합 자료

서도 比較的 큰 業體들에게 당해내기 힘이 든다. 이러한 問題點 때문에 어떤 業體들은 獨自的인 市場을 확보하지 못하고 他大企業과 販賣계약을 맺고 OEM形式으로 販賣하고 있는 業體들도 있다.

生産과 販賣를 分業的으로 하는 일은 한편 理想的인 形式이라 할 수 있으나 OEM形式의 경우 生産者和 販賣者間의 力學的 均衡이 問題가 되며 특히 弱한 장류生産者の 경우는 여러 가지 不利益을 감수하지 않을 수 없는 것이 現實이다

따라서 경쟁에서 살아남기 위해서는 하루빨리 零細性을 면해야만 할 것이다. 이를 위해서 가장 빠른 길은 業體끼리 서로 合併하는 소위 協業化의 길 밖에는 없을 것이다. 日本에서는 當局의 積極적인 지도로 協業化하는 業體가 속출하고 있으며 좋은 成果를 거두고 있는 事例를 많이 볼 수 있다.

### 4. 商品 品種의 多樣化缺如 및 技術水準의 落後

食品에 있어서 消費者에게 接近할 수 있는 一次的 條件이 그 嗜好性이라 할 수 있다. 嗜好性은 國家나 民族에 따라서 또는 地方에 따라서 차이가 있다. 食品生産者는 이와 같은 消費者의 嗜好性을 精確하게 파악하고 여기에 맞는 製品을 提供해야 한다.

우리나라의 장류 공업은 日인들이 자기들이 먹기 위한 製品 즉 日式 된장과 日式 간장生産의 시발이었는데 이것이 오늘날까지도 그 맥에 있어서 큰 변화가 없이 이어져 오고 있는 實情이다. 그런데 金광이의 主動的 作用에 의해서 만들어지는 日式醬類와 細菌의 主動的 作用에 의해서 만들어지는 韓國式 醬類와는 그 嗜好性에 있어서 關한 차이점이 있음은 주지의 사실이다. 그리고 日式醬類는 日인들에 의해서 그 製法이나 科學이 깊이 研究되어지고 있는 反面 우리의 것에 대해서는 그렇지 못한 점이 사실인 바 이와 같은 現實에 대해서 우리 業者나 科學者가 다같이 부끄럽게 여기고 분발해야 할 줄로 안다.

몇몇의 業所에서는 조선된장을 生産해서 市場에서도 상당한 好評을 받고 있으나 筆者가 보기에는 아직도 순수한 우리의 옛것에 比하면 상당한 質的 차이가 있음을 부인할 수가 없다. 그런데 간장의 경우는 그만큼도 미치지 못하고 現市販品の 거의 100%가 日式간장으로 充당되고 있는 실정이다. 業者나 科學者 또는 食品研究기관에서는 적극적으로 韓國式醬類의 工場生産을 위한 研究에 참여해서 하루 속히 우리의 醬類가 工業的으로 完成되었으면 하는 욕망이 간절하다.

#### 5. 食品衛生行政의 미숙

食品衛生行政에 있어서 問題點으로 지적될 수 있는 점은 첫째로 關係公務員의 專門性缺如로 볼 수 있다. 적어도 食品行政을 담당하는 公務員이라던 行政實務는 勿論이려니와 食品自體에 대해서도 相當한 理解가 있어야만 되겠다는 것이 業界의 共通的인 見解이다.

食品關係擔當公務員의 使命은 食品工業의 發展에 기여함에 있어야 한다. 지나친 關위주 規制나 또는 지나치게 業者의 便宜爲主가 되어서도 안될 것이며 이 兩者를 無理없이 調和시킬 수 있으려면 그에 상당한 專門的 素養이 있어야만 되리라고 본다.

다음으로는 衛生단속에 더욱 철저를 期해야 할 것이라는 點이다. 當局은 生産과정이나 製品에 대한 定期的인 衛生點檢을 실시하고 있으나 예산이나 行政力의 不足 등으로 미비한 感을 주는 것이 事實이다. 따라서 이의 시정方法으로는 첫째

관계 當局이 예산의 증액을 확보해야 할 것이며 不足한 公務員의 일손만으로 처리하려 들지 말고 用役社를 利用해서 業務를 代行케 하는 것도 한가지 方法일 것이다.

食品의 規格은 옛부터 保社部에서 食品衛生法上 “食品의 規格 및 基準”에 의해서 強制規定으로 다스려지고 있는데 近者에 와서는 農水産部에서 食品의 K·S 規格化事業을 推進하고 있다. 이 事業은 品質을 向上시켜서 消費者를 보호하며 業界를 發展시키겠다는 根本취지가 있으나 強制規定이 아닌 關係로 現在까지 호응하고 있는 業體는 三養食品, 五福食品, 三和食品의 三社에 不過하며 나머지 業者들 中에는 食品의 K·S 自體를 비관적으로 보는 시각도 있다. 따라서 關係當局에서는 K·S 制度自體를 다시한번 研究補完해서 業者들의 더욱 自發的인 호응을 기대해야 할 것이다.

### (4) 展 望

#### 1. 潜在市場

우리나라의 醬類産業의 將來는 한마디로 밝다고 볼 수 있다. 그 理由는 우리나라에는 아직도 自家製造品이 많고 努力 여하에 따라서는 이것은 工場製品으로 代替시킬 수가 있다고 보기 때문이다.

우리나라의 1人當推定消費量(表 10)과 生産實績(表 6, 7, 8)에서 보면 現在 工場에서 生産된 物量은 대략 20%線에 不過하므로 日本처럼 全量을 工場에서 供給하게 된다면 앞으로의 市場은 現在보다 約 5倍로 伸張할 수 있을 것이며 金額으로는 4~5,000 억원이 될 것으로 추정된다.

그러나 이와 같은 큰 潜在市場이 있다 할지라도 이것이 저절로 市場化될 수 있는 것은 아닐 것이며 상당한 勢力의 支拂이 있어야만 될 것이다.

表 18은 5人家族을 기준으로 해서 年間 醬類消費量과 가격을 比較해 본 것이다. 흔히들 가정에서 만들면 월등히 값싸게 되는 것으로 생각하기 쉬우나 실지로 계산해 보면 年間 34,000 餘원의 차액이 있을 뿐인데 主婦의 人件費나 장독이 차지하는 자리 값, 용기의 파손 등을 생각하

表 18. 가정의 장류 소비(5인 가족)

	수 량	가 격		차액 (원)
		공장품*	가정품**	
간 장	59.5l	33,748	17,314	10,434
된 장	31.2kg	19,219	8,236	10,983
고 추 장	22.3kg	26,983	20,070	6,913
계		79,950	45,620	34,330

\* 샘플가격 기준 \*\* 원토가격+연료비

면 오히려 비싸게 치울수도 있을 것이다. 단순한 인습에서라면 소비자가 한번 생각해 볼일이며 “입에 맞는 商品이 없어서”라면 業者가 한번 생각해 볼 일이다.

2. 醬類의 수출

장류의 수출은 表 19에서 볼 수 있는 바와 같이 年間 約 400萬弗에 이른다.

表에서 보면 간장은 우리나라 日本이 다같이 全

表 19. 장류 수출 실적 (M/T, 천불)

년 도	간 장		된 장		고 추 장		혼 장		금 액 계
	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액	수 량	금 액	
1983	1,877	1,165	1,205	817	1,444	1,676	150	120	3,778
1984		1,266		1,035		1,817		200	4,318
1985		1,671		657		1,846		163	4,337
	(10,845)	(20,214)	(1,869)	(4,116)					(24,330)
1986		1,034		554		1,932		144	3,664
	(10,910)	(18,032)	(2,024)	(4,260)					(22,292)
1987	1,494	1,028	1,034	663	1,971	2,418	186	156	4,265
	(9,022)	(17,654)	(2,070)	(3,970)					(21,615)

\* ( )내는 일본의 실적

무역 통계 년보

生産量の 約 1%를 수출하고 있는데 對하여 된 장의 경우는 韓國이 0.34%, 日本이 1.4%를 수출하였다. 그런데 경쟁상대가 없는 고추장의 경우는 240萬弗 以上을 수출하였으며 全生産量の 約 6%에 해당된다. 每年 約 10%의 增加추세를 보이며 주수출先은 미국이다. 미국교포의 고추장 소비량은 5,000~10,000 ton/年으로 추정되는데 이것은 金額으로 보면 600萬~1,200萬弗로 계산된다.

그런데 수출가격에서 보면(表 20) 日本은 우리보다 約 3倍나 더 高價로 수출하고 있음을 볼

表 20. 장류 수출 가격 비교 (불/kg)

구분 년도	간 장		된 장		고추장
	일 본	한 국	일 본	한 국	한 국
1983	—	0.62	—	0.68	1.16
1985	1.86	—	2.20	—	—
1986	1.65	—	2.10	—	—
1987	1.96	0.69 (1.36)	1.91	0.64 (1.69)	1.23 (0.77)

\* ( )내는 수입가격 무역통계 년보에서 계산

表 21. 간장 종류별 소비 실적 '86 (M/T, %)

종 류	수 량	비 율	
		한 국	일 본*
양 조 간 장	11,257	6.45	70
혼 합 간 장	86,789	49.7	24
산 분 해 간 장	76,577	43.85	6
계	174,632	100	100

\* 식품 산업 1988. 3월호

보사부 자료

때 우리도 제값받는 노력을 더욱 경주해야 할 것 같다.

3. 品質의 向上과 多樣化

G.N.P.의 向上은 同時에 食生活의 向上도 동반하게 된다. 간장의 種類別 消費추세를 日本과 比較(表 21)해 보면 日本에서는 釀造간장의 消費率이 70%인데 對하여 우리는 아직도 그 10分의 1에도 미치지 못하는 6.45%에 不過하다. 앞으로 醬類에 대한 홍보를 꾸준히 지속하며 또한 消費者들의 간장에 대한 理解의 폭이 넓어지면



우리도 조만간 日本과 같은 消費패턴이 될 것이며 同時에 消費量도 伸張할 것으로 예상된다.

또 간장의 種類도 日本처럼 用途에 따라 골라 쓸 수 있게 多樣化하고 朝鮮간장도 生産하게 되면 소비촉진에 크게 기여하게 될 것으로 본다.

된장도 工場에서 日式爲主로 生産했던 것을 1970年代부터는 몇個業體에서 朝鮮된장을 生産하므로 多樣化에 기여했고 따라서 業界發展의 기초적 구실을 하고 있다.

### (5) 結 語

日人들은 醬類産業을 “じみな しょうばい”라고 한다. 크게 이익이 나거나 화려하지는 않으나 起伏이 적은 産業이라는 뜻이다. 이와 같은 表現은 우리에게도 꼭같이 해당된다고 하겠다. 따라서 한꺼번에 木돈을 벌겠다는 事業家は 醬類事業에 絶대로 손을 대지 말기를 권유 하고자

한다.

그러나 다른 어떤 食品産業보다는 장류업은 눈에 역역히 보이는 잠재시장(장독대)을 가지고 있다는 強點이 있다. 이와 같은 든든한 배경을 如何히 잘 活用(市場化)하느냐 하는 點에 대해서는 심각하게 研究가 거듭되어야 할 것이다.

이와 같은 研究는 業者스스로는 勿論이러니와 科學者들도 적극 참여할 必要가 있으며 또 關係當局에서도 정책적인 측면에서 적극 지원하는 多角協力體係가 形成되어야만 效果의 極大化를 期할 수 있을 것이다.

醬類는 우리 民族의 전통기초 食品이며 우리 民族의 食文化의 主軸이 되고 있다 해도 과언이 아니다. 우리는 이 時代에 이것을 잘 다듬고 닦아서 우리 後代에 또 착실하게 넘겨 주어야 할 責任이 있음을 재인식 하고 다같이 이 責任을 完遂하기 위해서 노력해야 할 것이다.

## 第 2 次 國內産業視察案内

本會에서는 産業技術向上과 新技術의 傳受習得을 爲하여 實施하는 國內産業視察을 아래와 같이 實施코자하오니 會員여러분들의 積極的인 協助와 많은 參與있으시기 바랍니다.

— 아 래 —

1. 日 時 : 1988. 10. 27(木)
  2. 視 察 地 : 1) (株)大宇自動車  
2) 東西食品(株)  
3) 朝鮮麥酒(株)
  3. 參 加 申 請 : '88.10.20(木)까지 先着順으로 本會事務局에서 接受함
  4. 參 加 會 費 : 1人當 ₩10,000
  5. 會費納付方法 : 參加申請時 “國民銀行(계좌번호 : 814-24-0050-891, 預金主 : 鄭虎溶 事務局長) 온라인으로 入金시켜야 함.
- ※ 1. 納付된 會費는 本人不參時에는 還拂이 不可하며, 本會特別會費로 充當되오니 諒知하시기 바랍니다.

(社) 韓國技術士會 事務局

Tel : 566-5875, 557-1352