

'89年度 食品産業 景氣展望

I. '88年度 및 '89年度 食品業界의 動向

1. Olympic 特需와 賣出의 急伸張

- 1) 期待 以上の 弘報效果와 製品 Image 提高 效果 實現
- 2) Brand · 製品特性 · 技術 및 知名度의 國際化 實現
- 3) 加工食品類에 대한 海外輸入商들의 輸入商談, 技術 및 Plants 商談 急增
- 4) 高級製品的 國際化로의 발돋움

2. 國內 加工食品工場의 安定成長과 收益性 向上

1) '88年 上半期中에는 一部 農産物의 國際價格 急騰으로 輸入單價가 一部 上昇하기도 하였으나 元貨切上에 따른 利益幅의 増大 Olympic 競技, 國會議員 選舉 등 特需要인자로 인하여 加工食品業界는 비교적 安定成長勢를 나타냈음.

2) 國內 大企業中 16個 食品會社들의 經營成果를 보면(別表 參照), '88年度 賣出總額은 2兆8千410億 원으로 前年對比 14.4%가 伸張했으며 純利益은 前年對比 24.8% 上昇한 329億 원에 이르고 있음.

3) 企業環境中에서도 勞使問題는 가장 심각한 要素로 등장하였으며, 이 밖에도 原材料事情과 技術 및 技能人力 確保難, 製品的 Cost push 등의 內外的 要因이 크게 壓力을 加한 속에서도 新製品 등을 통한 꾸준한 成長(賣出 · 利益)이 계속되었음.

3. 우리나라 固有 · 傳統食品開發에 대한 自省意識 提高

- 1) 우리나라 固有 · 傳統食品開發의 不足과 弘報 不足
- 2) 既開發된 傳統食品類의 大量生産體制化의 制限

- 大量生産化와 低價 · 大衆化 問題
- 設備 · 技術의 制約性
- 技術의 普遍化 問題

3) 韓國傳統食品의 國際化에 따른 制約

- 맛의 差別化 問題
- 簡便化 問題
- 原料의 大量確保 · 開發 問題
- 輸出特化의 制約性

4) 高級技術人力의 確保難

4. 原材料의 다양한 發掘과 可能性 確認

〈表 1〉 主要原材料發掘 狀況

農産物類	마늘, 양파, 고추, 고구마, 당근, 파, 호박, 땅콩, 콩, 팥, 보리, 쌀, 울무, 참깨, 옥수수, 기타	農産物輸入의 全面 開放化政策(豫想)에 따른 原材料의 多樣한 發掘
水産物類	새우, 김, 미역, 다시마, 파래, 조개, 복어, 오징어, 홍합, 기타	
果實類	사과, 귤, 매실, 잣, 호도, 밤, 감, 기타	
畜産物類	쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 토끼고기, 오리고기, 우유, 달걀, 기타	

5. Olympic을 계기로 한 需要構造의 變化 豫告

- 1) 文化型 消費構造에로의 移行—需要의 高級化
 — 飲食料品費 등 基本的 消費支出 比重의 減少
 — 耐久 消費財 需要의 急増
 — 多品種 少量 購入形態의 急増
 — 宅配注文 急増(도시락, 피자, 햄버거, 각종 Snack food 類)
 2) 餘暇·레저消費의 增加
 — 時間消費型 消費財의 選好·要求

〈表 2〉 다섯가지 基礎食品群 分類

食群	主要營養素	主要食品	하 는 일
1群	단 백 질	고기, 생선, 알, 콩類	몸을 자리게 한다.
2群	칼 슴	우유, 乳製品, 멸치	
3群	비타민, 무기질	채소, 과실류	몸의 機能을 調節한다.
4群	糖 質	곡식류, 감자류	熱과 힘을 내게 한다.
5群	脂 肪 質	기름류	

〈表 3〉 韓國人 營養勤裝量(1人 1日當), 1985年 第 4 改正
 (成人은 中等活動에 從事하는 男 63kg, 女 52kg)

구 분	연 령 (세)	체 중 (kg)	신 장 (cm)	에 너 지 (kcal)	단 백 질 (g)	비 A 타 민 (R.E) ¹⁾	치 아 민 (mg)	리 보 플라 빈 (mg)	나이 아 신 (mg)	아 스 코 르 빈 산 (mg)	비 타 민 D (μg) ²⁾	칼 슴 (mg)	³ 철 (mg)
영 아	0~3개월	5.6	60		25.0								
	4~6개월	7.9	67	800	25.0	350	0.2	0.5	6	35	10	400	10
	7~9개월	9.5	72	1,000	30.0	350	0.3	0.6	8	35	10	400	15
	10~12개월	10.4	76		30.0								
소 아	1~3세	12.6	87	1,200	35	350	0.6	0.7	8	40	10	400	15
	4~6	19.0	109	1,500	45	400	0.8	0.9	10	40	10	400	10
	7~9	26.0	127	1,800	55	500	0.9	1.1	12	40	10	500	10
남 자	10~12	36.0	144	2,300	65	600	1.2	1.4	15	50	10	700	15
	13~15	51.0	161	2,600	85	700	1.3	1.6	17	50	10	800	18
	16~19	59.0	169	2,600	80	750	1.3	1.6	17	55	10	700	18
	20~49	63.0	171	2,500	75	750	1.3	1.5	17	55	10	600	10
	50~64	63.0	168	2,300	75	750	1.2	1.4	15	55	10	600	10
	65+	61.0	167	2,000	75	750	1.0	1.2	13	55	10	600	10
여 자	10~12	37.0	145	2,000	65	600	1.0	1.2	13	50	10	700	18
	13~15	48.0	155	2,300	70	700	1.2	1.4	15	50	10	800	18
	16~19	52.0	158	2,300	70	750	1.2	1.4	15	55	10	700	18
	20~49	52.0	160	2,000	65	750	1.0	1.2	13	55	10	600	18
	50~64	54.0	156	1,800	65	750	0.9	1.2	13	55	10	600	10
	65+	53.0	156	1,600	65	750	0.8	1.2	13	55	10	600	10
임산부				+300	+30	800	1.4	+0.3	+ 2	+15	10	+400	+ 2
수유부				+700	+30	1,200	+0.5	+0.5	+ 6	+35	10	+500	+ 2

註: 1) R.E: Retinol Equivalent, IRE=1mg Retinol=6μg β-Carotene 1μg 2) 비타민 D: 10μg=400IU
 3) 임신기와 수유기 동안에는 식이를 통하여 철분섭취가 충족되기 어려운 경우 철분 영양제로 보충할 것을 권장한다.

— 日本의 경우 外食産業의 展望
2000年度 外食産業 規模 22兆엔(1980年 價格
基準)

- 1980年 對比 約 1.9倍增 規模로 豫測
- 3) 自然食品의 增加
 - 4) 個人 需要 Pattern의 變化
 - 個性化, 多樣化 強調
 - Fashion化의 急增
 - 5) 世界文化의 急速한 침투와 모방 增加
 - 6) 飲食料品의 多樣化 追求 製品開發의 多變
化 追求
 - 먹는 것(飲食料)에서 목욕용으로
 - 먹는 것(飲食料)에서 美容용으로
 - 먹는 것(飲食料)에서 化粧용으로
 - 먹는 것(飲食料)에서 工業용으로

6. 食生活 改善運動方向의 再設定

- 1) 標準食群의 弘報와 營養勸奨量에 대한
再認識 必要
- 2) 보다 이해하기 쉽고 日常의 食單으로 접근
가능한 食生活改善運動의 必要

7. 加工食品 開發方向의 專門化·科學化 必要

- 1) 食品 特性別 消費層의 再編成
(例) 다이어트食品, 美容食品, 健康食品, 療養
食品, 레저 食品
- 2) 年齡層別, 用途別, 嗜好別 製品의 差別化

〈表 4〉 우리나라 人口 趨勢 展望

年	1988	構成比	2000	構成比	2020	構成比
0~9	7,392	17.6	6,864	14.7	5,318	10.6
10~19	8,657	20.6	7,039	15.0	6,146	12.2
20~29	8,518	20.3	8,295	17.7	6,676	13.3
30~34	3,741	8.9	4,291	9.2	3,157	6.3
35~44	5,085	12.1	8,144	17.4	7,412	14.8
45~59	5,594	13.3	7,415	15.8	12,213	24.3
60以上	2,988	7.1	4,780	10.2	9,271	18.5
計	41,974	100.0	46,828	100.0	50,193	100.0

II. '89年度 主要加工食品類 需要 展望

〈表 5〉 需要展望 (단위: 億원, %)

品 目	1985	1986	1987	1988	1989
라 면	2,900 (9.0)	3,290 (13.4)	3,590 (9.1)	4,050 (12.8)	4,580 (13.1)
스 넥	1,200 (9.1)	1,250 (4.2)	1,390 (11.2)	1,550 (11.5)	1,850 (19.4)
치 즈	-	-	150 (-)	220 (46.7)	300 (36.4)
魚肉煉製品	-	520 (-)	940 (80.8)	1,280 (36.2)	1,560 (21.9)
쌀加工食品	-	-	-	- (20.0)	- (33.3)
양 념 類	-	-	-	300 (-)	410 (36.7)
茶 類	-	-	-	1,000 (-)	1,250 (25.0)
冷凍 만두	-	-	300 (-)	390 (30.0)	430 (10.3)
Retort食品	-	-	-	300 (-)	330 (10.0)
肉加工品	910 (-)	1,100 (20.9)	1,350 (22.7)	1,700 (25.9)	2,100 (23.5)

(참고) 外食産業(햄버거, 후라이드치킨, 피자 등)의 1988年
市場規模(추정)
햄버거 900億원, 후라이드치킨 400億원
피자 250億원, 계 1,550億원.

III. 主要製品別 景氣 展望

1. 라면類

1) 製品의 類型

봉지麵: 일반 봉지 형태

容器麵: 사발, 도시락, Cup 형태

2) 市場規模와 '89年 豫測

3) '89 市場動向

① 앞으로 라면市場은 종전의 量的 成長爲主

에서 보다 활발한 新製品 開發에서 비롯되어질 質的 成長爲主로 바뀌어질 展望임. 따라서, 보다 高級化·高價化된 製品이 市場을 主導할 것임.

② 특히 '89年中에는 그동안 라면 製造會社들이 '88Olympic 特需를 겨냥하여 投資했던 新規 設備 및 新製品 등을 통한 高級化·高價化 競爭과 더불어 다양한 容器麵의 開發 등이 한층 치열한 양상으로 나타날 것으로 豫想됨.

('88Olympic은 國內 라면業界가 새로운 企業 體質을 형성케 하는 데에 직접적인 계기가 되었다고 판단됨.)

③ 量的인 側面에서 볼 때 內需規模에 비해서 供給能力이 이를 크게 초과하고 있는 것으로 보이며, 또한 輸出需要는 '89年에도 크게 伸張될 것으로 豫測됨.

④ 潛在 需要層 開發에의 集中
容器麵 市場에의 積極的 開拓
高級·高價麵 販促 強化
製品差別化 戰略의 強化

2. 스낵類

1) 製品의 類型

小麥스낵 : 小麥粉을 主原料로 하고 그밖에 각종 野菜類, 감자·고구마, 穀物類 및 水産物 등을 混合, 加工한 形態

콘(Corn) 스낵 : 옥수수를 主原料로 하여 加工한 形態

포테이토 스낵 : 감자를 主原料로 하여 加工

한 形態

2) 市場規模와 '89年 豫測

〈表 7〉 市場規模와 '89年 豫測

	賣出實績	成長率(%)	指數
1983	970	—	100.0
84	1,100	13.4	113.4
85	1,200	9.1	123.7
86	1,250	4.2	128.9
87	1,390	11.2	143.3
88	1,550	11.5	159.8
89	1,850	19.4	190.7

3) '89 市場 動向

① '85年 以後 大規模 設備投資를 해 온 國內 大企業들의 投資(製菓 등) 가운데 상당 부분이 스낵類 製造施設이었으며, 특히 '88Olympic을 前後하여 多樣한 新製品 開發로 스낵市場이 크게 늘어나고 있음.

② '88年度 現在 國內 스낵市場의 製品類別 賣出構成比(推定)를 보면 다음과 같음.

小麥 스낵 86~88%

콘 스낵 9~10%

포테이토 스낵 5~2%

③ 日本과 美國은 스낵製品 成長初期에는 콘스낵이 市場을 主導했으나 現在는 포테이토스낵(포테이토칩, 후라이, 기타)이 主導하는 市場으로 변해가고 있는 반면, 小麥스낵은 매우 미약한 상태임.

〈表 6〉 市場規模와 '89年 豫測

(單位 : 億원, %)

	賣出實績	成長率(%)	指數	봉지麵 構成比	容器麵 構成比	生産數量(%)
1982	1,680	—	57.9	100	—	254,500
83	2,320	38.1	80.0	100	—	324,500
84	2,660	14.7	91.7	100	—	353,300
85	2,900	9.0	100.0	97	3	377,100
86	3,290	13.4	113.4	90	10	392,100
87	3,590	9.1	123.8	85	15	406,200
88	4,050	12.8	139.7	83	17	—
89	4,580	13.1	157.9	80	20	—

註 : 輸出包含

④ 國內 스낵市場의 製品構成은 '89年度 뿐만 아니라 向後 數年間은 現在와 같은 狀態가 지속 될 것으로 展望됨. 그리고 市場規模는 계속 크게 伸張되고 多樣한 製品開發과 外國技術의 導入 등에 따른 치열한 競爭이 豫상됨.

⑤ 新製品 開發 方向

- 外食, 其他 主食의 調理食品化
- 健康食品 및 다이어트食品化 : 健康飲料와 補助機能化
- 小麥原料 中心에서 콘 내지 포테이토 및 自然食品原料로 移行
- 일부부인긴 하지만 Pub, Restaurant 등 專門店用의 新製品開發 強化

3. Cheese 類

1) 乳製品 消費動向

〈表 8〉 乳製品 消費動向

全體乳製品消費量		Cheese 消費量('87年 實績)	
1975	4.6kg / 國民1人當	國 韓	0.036kg / 國民1人當
80	10.8kg	美 國	9.9kg
85	23.3kg	프랑스	20.4kg(世界1位)
88(推)	37.9kg	伊太利	15.4kg
		日 本	0.8kg

2) '88年度 乳製品市場 賣出構成(推定)

- 一般市販牛乳 78%
- Cheese 2%
- Butter 1%

〈表 9〉 年度別 치즈 消費推移

	消費規模	消費內譯
1987	2,800% 150億원	自然치즈 450% 加工치즈 1,050% 外 産 1,300%
1988(推)	4,000% 220億원	國 內 産 2,500% 外 産 1,500%
1989(豫)	6,200% 300億원	國 內 産 4,900% 外 産 1,300%

粉乳 등 19%

3) 年度別 치즈消費 推移(表 9)

4) '89市場 動向

① 既存 5個社(서울우유, 해태우업, 임실치즈, 삼양식품, 이시돌 목장)와 新規 參與業體 6個社 外에도 4個社가 參與를 準備中에 있음.

② '89年度에는 生産能力이 消費規模를 크게 上廻하는 狀態가 될 것으로 豫想됨.

③ 現在 既存市場은 슬라이스 Cheese 등의 加工치즈가 全體市場의 70% 정도를 占有하고 있으나 점차 自然치즈의 比率이 높아지고 있음.

④ 지금까지와 같은 치즈 需要成長速度(年平均 20~30% 高成長)는 1990年頃부터는 다소 純化될 것으로 豫測됨.

⑤ 加工치즈 以外에 Cheese foods, Cheese spray 등의 需要가 빠른 速度로 늘어나고 있으며, 製菓用, 製빵用, 肉加工用, Snack 用 등 새로운 種類의 製品과 包裝單位의 多樣化 등이 매우 활발해질 것으로 豫測됨.

4. 魚肉煉製品

1) 魚肉原料의 代表的 加工製品 : 어묵, 계맛살

2) 製品의 形態

- 外食用 : 간편식 포장단위, Retort 형태
- 市販用 : 在來市場, 小賣店 中心 벌크형태 수퍼체인, 百貨店用 : 小包裝單位 高級品
- Hotel用 : 가장 高級品化

3) 市場規模와 '89年 豫測(表 10)

4) 製品開發 및 市場動向

① 衛生的인 製品管理體制의 改善이 先決課題임.

② 原材料의 多樣한 處理方法과 加工方式의 改善에 集中投資 豫想

- 原材料 開發·發掘
- 處理方式의 改善
- 原材料 配合의 多樣化와 新製品 開發

〈表 10〉 市場規模와 '89年 豫測

(單位：數量=%, 金額=億원)

	어 목		개 맛 살		合 計		成長率 (%)
	數量	金額	數量	金額	數量	金額	
1986	41,000	370	4,300	150	45,300	520	-
87	64,000	640	9,000	300	73,000	940	80.8
88(推)	80,200	880	12,500	400	92,700	1,280	36.2
89(豫)	95,000	1,050	15,000	510	110,000	1,560	21.9

〈表 11〉 年度別 쌀 生産量

(單位：千섬)

	總生産量	一般米	통 일 벼	통일벼식부율(%)	10a 當收穫量(kg)
1977	41,706	16,091	25,615	54.6	494
78	40,258	8,770	31,488	76.2	474
79	38,646	14,564	24,082	60.8	453
80	24,655	12,477	12,178	49.5	289
81	35,160	25,251	9,909	26.5	416
82	35,938	22,636	13,302	32.9	438
83	37,529	23,365	14,164	34.3	442
84	39,457	26,590	12,867	30.0	463
85	39,071	27,012	12,059	27.8	456
86	38,936	29,968	8,968	22.1	454
87	38,145	30,270	7,875	19.6	436
88	42,038	33,625	8,413	17.9	481

資料：1988. 11. 3 朝鮮日報, 中央經濟新聞

- ③ 製品開發의 多邊化 必要
- ④ 市場은 계속적으로 擴大될 展望임.

5. 쌀加工食品

1) 쌀原料의 代表的 加工食品：쌀식빵, 쌀국수, 쌀냉면, 쌀전병, 쌀비스킷, 쌀강정, 찹쌀과자, 미과, 경단, 다식, 떡類, 약밥, 쌀죽, 건조쌀밥, 미숫가루, 쌀후레이크, 쌀고기(쌀 및 콩의 단백질), 쌀가루믹스

2) 製品의 類型

떡類：傳統·固有의 각종 떡
과자類：쌀을 原料로 한 과자류, 高級高價化 국수類：쌀국수, 쌀냉면 등 開發段階

3) 市場規模와 '89年 豫測

쌀加工食品에 대한 市場規模는 統計로 나타난

實績이 없음.

'87~'88 年度에 나타난 製品의 多樣한 開發과 市場化 動向으로 미루어 볼 때

'87年度 約 25,000%

'88年度 約 30,000%

'89年度 約 40,000%

加工食品用 쌀 消費量 規模(推定)

當該年度 쌀 生産量의 約 0.82%('87年), 0.89%('88年) 水準, '89년에는 더욱 擴大될 것으로 展望됨.

(1986年度 日本의 加工食品用 쌀 消費量은 年間 쌀生産量의 約 14% 水準에 달했던 것으로 나타나고 있음)

4) 製品開發 및 市場動向

① 쌀밥, 떡 以外의 專門的인 쌀加工研究 不足

② 國內의 쌀生産增加 趨勢에 비추어 本格的인 加工食品開發이 豫想됨.

③ 新製品開發 및 市場開拓의 可能性 潛在 加工方式 改善, 專門的 研究 製品開發의 多樣化 檢討 傳統·固有食品의 科學的 再現 研究 包裝方式 改善 高級化·大衆化 方法 研究

6. 양념類

1) 代表的 加工食品

참기름, 장류, 젓갈류, 간장, 소스, 참깨볶음, 고춧가루, 마늘분말, 생강분말, 후춧가루

2) 製品의 類型

종이·Opp 필름포장 : 인스턴트 양념, 乾燥加工양념, 家庭用

Can 포장 : 粉秣 또는 液體化, 家庭用 料

병 포장 : 粉秣 또는 液體, Super 또는 Hotel 用 料

3) 市場規模와 '89豫測

公式的으로 統計化된 實績 未備

主要供給會社들의 販賣實績을 바탕으로 推定된 市場規模는 다음과 같음.

1988年 實績 300億원

1989年 豫測 410億원

(日本에서는 이미 “主婦들에게 餘暇를!”이라는 캐치프레이즈 아래 家庭用 양념 加工産業이 크게 成功하였고 양념加工革新에 따른 景氣는 계속 이어져 오고 있음)

7. 茶類

1) 製品의 類型과 種類

穀物茶 : 쌀, 땅콩, 울무, 보리, 기타 각종 穀物을 主原料로 하여 加工

韓藥茶 : 인삼, 당귀, 감초, 결명자, 숙지황, 오미자, 구기자, 기타 韓藥材를 主原料로 하여 加工

果實茶 : 레몬, 유자, 대추, 기타의 果實을

主原料로 하여 加工

葉茶(綠茶) : 가장 傳統的인 綠茶 및 紅茶類

2) 市場規模와 '89年 豫測

① 葉茶類의 大衆化에 주력한 販促活動이 강화될 것으로 보이며 韓藥茶 등을 중심으로 한 傳統茶 開發이 더욱 활발해질 것으로 豫想됨.

② 市場規模 豫測

1988(推定) 1,000億원

1989(豫測) 1,250億원

8. 冷凍만두

1) 冷凍만두의 流通形態

① 冷凍狀態에서의 保管을 필요로 하기 때문에 製品回轉이 짧은 것이 特徵

② Chain store, super, 百貨店 등을 통한 Route sale 形態

2) 市場規模와 '89年 豫測

① 市場規模 豫測

1987年(推定) 300億원

1988年(推定) 390億원

1989年(豫測) 430億원

② 製品開發이 Fast food 形態로 發展하면서 一部分이긴 하지만 電子 Oven用의 Retort 形態로도 시도되고 있음.

③ 市場規模는 급격히 擴大되기는 어려우나 착실하게 成長할 것으로 展望됨.

9. Retort 食品

1) Retort 食品의 種類

단팔죽, 잣죽, 營養 Soup, 카레, 짜장, 스파게티, 김치찌개, 된장찌개, 쌀밥, 어묵, 쏘세이지

2) 開發形態

즉석에서 食事可能한 形態

加熱한 후 食事可能한 形態

再加工한 후 食事可能한 形態

3) 市場規模와 '89年 豫測

① 아직까지 활발한 市場狀況은 아니었으나

계속 有望業種으로 成長 可能하다고 봄.

1988年度 推定 300億원

1989年度 豫測 330億원

② 製品開發의 다양화로 市場은 계속 擴大될 것임.

— 健康食, 療養食, 主食代用食, 旅行·登山用, 嗜好食 등

— 家庭用(一般調理用, Oven用), 自販機用 등

10. 肉加工品

1) 肉加工品の 代表的 品目

햄, 쏘세이지, 베이컨

2) 市場規模와 '89年 豫測

① 肉加工食品業은 成熟段階에 접어들고 있다고 판단됨.

② '87年 以後 先進外國技術의 활발한 導入을 통하여 高級의 新製品開發이 매우 활기를 띠고 있음.

③ 原材料인 돼지고기의 價格이 심한 굴곡을 나타내고는 있으나 品質管理와 原價管理側面에서 外的인 影響을 순조롭게 克服, 經營 收支도 크게 好轉

④ 高品質·高價格 政策이 成功

⑤ 年度別 市場規模

<表 12> 年度別 市場規模

	賣 出 額	成 長 率 (%)
1985	910	—
86	1,100	20.9
87	1,350	22.7
88(推)	1,700	25.9
89(豫)	2,100	23.5

11. (參考) 健康飲料

1) 健康飲料 消費의 急速한 增加

① 所得水準 向上一飲料消費의 高級化

② 消費階層의 多様な 分布—飲料消費의

Fashion 化

③ 健康에 대한 關心高潮—飲料消費의 高附加價置化

2) 最近의 開發 形態

① 果實(Fruits) 飲料

② 보리飲料

③ 스포츠飲料

④ 野菜飲料

⑤ 다이어트飲料

3) 年度別 賣出動向과 '89年 豫測

<表 13> 年度別 賣出動向과 '89年 豫測

	全體果實飲料	보리飲料	스포츠飲料
1984	900(—)	80(—)	—
85	1,010(12.2)	170(112.5)	—
86	1,183(17.1)	320(88.2)	—
87	1,720(45.4)	800(150.0)	—
88(推)	2,000(16.3)	1,200(50.0)	80(—)
89(豫)	2,350(17.5)	1,500(25.0)	200(150.0)

① 果實飲料

名稱의 例 : 선키스트, 델몬트, 알알이, 썩썩, 하이씨, 스콜, 쿨랜드, 상크마리, 사보텐, 빅션, 선몬드

共通點 : 레몬, 오렌지, 사과, 복숭아, 각종 果實의 汁 함유(10~50%)

② 보리飲料

名稱의 例 : 맥콜, 보리텐, 보리보리, 보리콜

共通點 : 보리汁 또는 보리엑기스 함유

③ 스포츠飲料

名稱의 例 : 암바사, 케토레이, 포카리스웨트, 아쿠아리스, 스포테라

共通點 : 우유, 기타 다이어트食品 添加

④ 다이어트飲料

名稱의 例 : 칠성라이트, 다이어트코크, 무가당맥콜

共通點 : 순수 다이어트 飲料水

⑤ 野菜飲料

名稱의 例 : 야채목장, V-8

共通點： 토마토, 당근, 기타 각종 야채의 즙
複合飲料

⑥ 其他의 健康飲料

名稱의 例： 하니레몬, 레몬꿀, 너트밀, 칙콜, 꿀캔

共通點： 꿀, 잣, 칙, 레몬, Nut類, 기타 야채류
를 原料로 한 飲料水

4) '89 市場展望

① '89年中에도 꾸준한 成長이 豫想됨.

② 未開拓市場이기 때문에 큰 成長은 기대하
기 어려울 것임.

③ '89년까지는 製品의 Image 提高에 주력하
고, '90年代初부터 成長商品으로서 開發 可能性
이 큼.

④ '88~'89년에는 Fast food, Snack food 등에
대해서는 部分的인긴 하지만 代替財 性格보다
相互補完財 性格으로 市場을 形成할 것으로
豫測됨.

<表 14> '89年度 業種別 景氣豫測 綜合 (判斷) ○ 好轉 △ 變動없음 × 惡化 ('88年度 對比)

구분	生産 · 販賣	利益	投資	資金 事情	製品 價格	原資材 事情	輸出	人力 確保	Cost Push 要因	企業 環境
라	10%以上 ○	○	△	○	△	△	○	×	×	×
스	15%以上 ○	○	△	○	△	×	△	×	×	×
치	30%以上 ○	△	×	△	△	△	△	△	×	×
魚肉煉製品		△	○	○	△	×		△	×	△
쌀加工食品		△	○	△	△	○		×	△	○
양념類	30%以上 ○	○	△	△	△	○		×	△	△
茶類	20%以上 ○	○	○	○	△	○	○	×	△	○
冷凍만두	10%以上 ○	△	△	△	△	○		×	×	×
Rotort食品	10%以上 ○	△	△	△	△	○		×	×	×
肉加工品	20%以上 ○	○	△	△	△	○	○	×	×	△

<表 15> 主要食品製造業體의 '88年度 營業實績('88年 推定) 資料：中央經濟新聞, 1988.12.29 (單位：百萬원, %)

會社	資本金	賣出額		成長率	總利益		增加率	備考
		1987	1988		1987	1988		
1	3,150	64,500	82,000	27.2	422	580	37.4	
2	4,067	139,400	160,000	14.8	2,426	2,600	7.2	
3	18,000	27,900	35,000	25.5	△3,733	△500	-	
4	10,000	208,970	220,000	5.3	3,235	4,000	23.6	
5	6,000	39,700	33,000	△17.0	163	300	84.0	
6	5,000	83,400	89,000	6.7	343	370	7.9	
7	7,000	242,700	265,000	9.2	2,586	2,800	8.3	
8	19,000	602,200	738,000	22.6	4,399	4,500	2.3	
9	6,900	236,100	263,000	11.4	3,017	3,600	19.3	
10	9,000	114,500	130,000	13.5	1,357	1,600	17.9	
11	3,900	88,400	97,500	10.3	686	900	31.2	

12	28,000	224,400	280,000	24.8	2,303	3,000	30.3
13	7,950	146,000	155,000	6.1	4,304	3,900	△9.4
14	15,000	86,000	91,000	5.8	2,008	2,180	8.6
15	8,000	116,200	130,000	11.9	2,069	2,500	20.8
16	5,000	63,200	72,500	14.7	758	550	△27.4
合計	-	1,483,570	1,841,000	14.4	26,343	32,880	24.8

〈表 16〉 日本의 食品消費傾向과 支出伸張率과의 關係

消費傾向	高伸張率品目	低伸張率品目
1. 生活의 合理化	外食, 其他 主食的 調理食品, 漁具類동조림, 調理빵, 菓子빵, 스프原料, 명란젓, 매실절임.	말린 버섯, 小豆
2. 生活의 西歐化	外食, 紅茶, 커피, 코코아, 베이컨, 麵類外食, 비타민 C 함유된 과일	清酒, 꿀, 말린오징어, 배추, 밀, 보리, 穀類, 부채과자
3. 高級化	乳製品	標準價格米, 고기동조림, 크로켓, 魚肉소세이지, 과일동조림, 커트렛
4. 健康指向	식초, 매실절임, 소주	간장, 설탕, 甘納豆
6. Ready made	主食的 調理食品, 調理食品	
7. 어린이 관련 支出減少		카라멜, 크래커, 粉乳, 츄잉껌
8. 代替品 開發		標準價格米, 콜라, 鯨肉, 유산균음료, 버터
9. 서어비스의 家庭內化	主食的 調理食品,	
10. 消費의 서어비스化	外食, 커피, 茶, 飲料, 酒類, 其他 麵類外食	

資料 : 日本 總務廳 統計局, 「家庭調査年報」, 1976~1985. 月刊「食品産業」, 1988. 12. p.110.

〈表 17〉 日本에서의 類似食品 業種의 現況

	라 면	스 넥	冷凍食品	레토르트
(市場)				
擴大傾向	0	11.1	52.6	63.6
今後 需要增加는 크게 期待하기 어렵다	46.1	44.5	36.8	36.4
今後 需要增加는 거의 期待하기 어렵다	30.8	22.2	5.3	0
今後 需要는 오히려 減少한다	100%	100%	100%	100%
(競 爭)				
壓倒의으로 價格競爭	15.4	16.7	42.1	9.1
어느정도 價格競爭	46.1	67.9	47.4	81.8
壓倒의으로 非價格競爭	7.7	7.1	0	9.1
어느정도 非價格競爭	30.8	14.3	10.5	0
	100%	100%	100%	100%

(經營의 基本)				
Needs에 맞는 新製品 開發	100	96.3	89.5	100
生産體制, 經營組織의 効率化	53.8	59.3	47.4	63.6
既存製品의 市場 擴大	30.8	25.9	10.5	18.2
設備增設에 의한 量産體制 強化	0	3.7	10.5	36.4
經營多角化와 新分野 進出	46.2	33.3	10.5	27.3
製品 Brand Image 強化	23.1	22.2	42.1	27.3
新技術 開發 導入	30.8	33.3	15.8	36.4
合併, 提携에 의한 企業의 Group化	0	3.7	0	0
流通經路의 組織化, 系列化	15.4	0	15.7	0
原材料의 安定 調達	0	7.4	42.1	9.1
廣告 宣傳의 強化	0	3.7	0	0

(전국경제인연합회 産業情報調査委員會 '89年度 産業景氣展望'(89.1) 전제)

第98號 食品工業

1970年 10月 28日 登錄 마-第355號

1988年 4月 31日 發行(4月號)

發行兼 千 命 基
編輯人

印刷人 李 東 益

發行處 · 韓國食品工業協會

서울特別市 瑞草區 方背洞 1002-6

(韓國食品工業協會 會館)

TEL : 585-5052~3

● 본지는 한국도서·잡지윤리위원회 실천강령을 준수한다.