

장류제조업의 현황 및 전망

김 동 현

대한장류공업협동조합

1. 서 론

우리민족의 지혜에 의해서 여러가지로 가공되어 독특한 식품의 형태로 전해져 식단의 왕도로써 사용되고 있는 장류는 고대로부터 계승된 우리나라의 조미식품인 동시에 간장, 된장, 청국장은 대두발효 식품이며 고추장은 우리나라 유일의 발효식품이다.

이러한 된장, 청국장, 간장, 고추장등 전통장류 식품을 섭취할 경우 암을 예방할수 있음을 시사해주는 국내 연구가 계속적으로 발표되어 우리 선인들의 식문화의 우수성을 입증하게 되었으며 이는 기성세대에게는 장류 소비층대를 젊은세대에서는 전통장류에 대한 새로운 인식변화를 가져오게 되었다.

이시점에서 전통장류의 산업화를 위한 업계의 부단한 노력과 정부차원에서의 전통장류 소비촉진이 요구되고 있어 현 장류업계의 현황을 조명해보고 앞으로의 전망을 제시해봄으로써 장류업계의 발전을 기대해 보직하겠다.

2. 장류업계 현황

우리나라 장류의 역사는 기록상으로 삼국사기 8권,

신라본기 제8대신문왕3년(683년)2月 條에 폐백중 간장, 된장이 포함된것으로 미루어 통일신라시대 초기에 이미 만들어져 식용되었음을 알 수 있다.

그 후 고려시대 현종9년(1018년), 조선왕조 명종9년(1554년)의 구황촬요, 광해군(1613년)의 동의보감, 숙종41년(1715년)의 흥만선의 산림경제와 유증임의 증보산림경제(1760년), 그 뒤 규합총서(1820년)등 문헌에 의해 밝혀지게 되어 일반 가정에서 고대장류의 꾸준한 계승과 더불어 식생활에 중요한 위치를 차지하고 발전되어온 사실을 알 수 있겠다.

장류의 공업화는 한국에 거주하는 일본인과 일본 국내의 군수품수요에 충족하기위하여 한국의 풍부한 원료와 인력을 기반으로 하여 1890년 인천에 소규모공장으로 시작되어 100여개의 장류제조공장이 설립되었으며 1945년 해방후 그중 일부 한국인에 의해 인수, 발전되어 1949년 국군창설과 함께 장류기업수의 증가는 계속되었다.

또한 1953년 전쟁종결과 1960년대 도시의 인구 집중현상, 70년대 산업발전과 더불어 150여개의 장류기업이 범람하게 되었다.

80년대 중반에는 장류품질에 대한 인식변화와 85년 산분해간장의 불신에서 비롯된 장류파동으로

인해 장류업체수는 85개로 정리되었다. 이는 정부의 품질개선에 대한 의지천명과 시설 현대화에 이은 치열한 광고, 판매경쟁에 의해 경영환경이 열악한 소기업의 경쟁력약화로 장류업체수가 점차 감소하게 된 원인으로 분석된다.

한편 90년대에 들어 매년1~2개업체의 부도 및 폐업등에 의한 감소현상과 더불어 신설업체 및 정부의 전통식품 품질인증제도의 활성화로 농민들에 의해 설립된 업체는 30여개로 점차증가되고 있는 실정이다.

표 1. 장류제조 업체수

년 도	업 체 수
1970	140
1980	114
1984	104
1985	85
1986	84
1988	81
1990	80
1992	81
1993	80
1994	80
1995.10현재	82

2.1. 업체의 지역분포

장류는 전통조미식품으로 음식조리시 필수적인 조미료로써 도시민들과 가까운 거리에 위치하여야 할 필요성에 의해 장류제조업을 도시형업종으로 지정하였으나 주거지역확대, 정부의 제조업체 공단입주 유도로 지방으로의 이전이 가속화 되었다.

특히 경기도 지역이 26.9%를 차지하는 것은 80년대 들어 서울지역공장들이 공장지역에서 주거지역으로 변경됨에 따른 경기도 지역으로의 이전이 이루어졌기 때문으로 분석되며 부산지역은 11.1%로 6.25전쟁기간중 피난처로써 장류소비급증에 따라 많은 업체가 부산에서의 공장설립이 이루어진 역사적배경이 있는 것으로 생각된다.

그밖의 시·도는 고루 분포되어 있어 지역분산형임을 나타내고 있다.(표 2)

표 2. 지역별 업체분포현황(1995년)

지역	구분	조 합 원 업 체		비 조 합 원 업 체		계	
		업 체 수	%	업 체 수	%	업 체 수	%
서 울	울	2	3.3	—	—	2	2.4
	부 산	7	11.1	—	—	7	8.5
인 천	천	1	1.8	—	—	1	1.2
	대 구	2	3.3	1	5.6	3	3.7
대 전	전	2	3.3	—	—	2	2.4
	광 주	3	4.9	—	—	3	3.7
강 원	원	5	8.1	3	16.6	8	9.8
	경 기	17	26.8	5	27.8	22	26.9
충 북	북	5	8.1	1	5.6	6	7.3
	충 남	5	8.1	—	—	5	6.1
전 북	북	3	3.3	4	22.2	7	8.5
	전 남	3	3.3	—	—	3	3.7
경 북	북	5	8.1	1	5.6	6	7.3
	경 남	4	6.5	3	16.6	7	8.5
		64	100.0	18	100.0	82	100.0

2.2. 기업형태

1995년도 장류업체의 기업형태를 보면 82개 업체중 주식회사는 33개로 전체의 40%에 해당하고 있으며 개인회사는 49개로 60%를 차지하여 개인회사의 비율이 아직 높으나 1995년을 기준으로 할 때 85개중 26개가 주식회사로 30%의 법인율을 비교할때 법인으로의 전환이 점차 이루어지고 있음을 알 수 있겠다. 표 3. 기업형태(1995년)

표 3. 기업형태(1995년)

구 분	법 인(%)	개 인(%)	계(%)
장류제조 업체	33(40.0)	49(60.0)	82(100)
조합원 업체	31(48.4)	33(51.6)	64(100)
비조합원 업체	2(11.1)	16(88.9)	18(100)

2.3. 종업원 규모

1995년도 장류제조업체의 종업원구성은 20명이하의 직원체제로 운영되는 업체가 45.1%를 차지하고 있어 여전히 소규모공장의 영세성을 면치 못하고 있다. 반면 종업원 100인 이상인 업체는 90년 8개업체, 92년 12개로 증가한 후 93년이후 9개업체로 감소하였는데 이는 규모가 큰업체의 생산시설 증설에 따른 채용종업원 증가현상과 더불어 시설자동화에 의한 인원감소라 파악된다.

장류업체의 총종업원수를 살펴보면 89년 3,082명, 90년 3,127명, 91년 3,790명으로 증가하였다가 93년 3,628명, 94년 3,605명으로 감소되어 인력수급의 어려움에 따른 기계자동화의 영향이라 보여진다.

한편 판매망 확충을 위한 영업분야의 직원증가가 두드러지고 있는 경향이다. 표 4. 종업원 규모(1994년)

표 4. 종업원 규모(1994년)

명	1~9	10~19	20~49	50~99	100~199	200~299	계
업체수	16	21	26	10	6	3	82
(%)	(19.5)	(25.6)	(31.7)	(12.2)	(7.3)	(3.7)	(100)

2.4 자산규모

95년도 82개 장류업체의 자산규모 분포를 살펴보면 5억이하인 업체가 23개로 91년 34개, 92년 29개, 93년 22개, 94년 19개였던 것과 비교하여 보면 증축 및 시설투자현상을 엿볼수 있으며 95년의 23개로 증가된 원인은 청국장제조업체의 공장신설로 판단되며 장류업체의 57%가 10억이하의 자산을 나타내고 있어 여전히 영세성을 면치 못하고 있다.

실질적인 자산평가는 이보다 높을것으로 추산된다.

3. 생산 및 장류수급현황

3.1 생산제품 종류

- (1) 간 장
 - 가정재래식간장(한식간장)
 - 개량식간장
양조간장, 혼합간장, 산분해간장, 효소분해간장, 한식간장
- (2) 된 장
 - 가정재래식된장(한식된장)
 - 일식된장
 - 한식된장
- (3) 고추장
 - 가정재래식고추장
 - 양조고추장
 - 개량고추장
- (4) 춘 장
- (5) 청국장
- (6) 혼합장
- (7) 메 주(기타 제조·가공식품류)

3.2 장류의 생산현황

간장, 된장, 고추장의 공장생산실적은 89년부터 급신장을 나타내고 있는데 이는 85년 간장파동

표 5. 자산규모별 업체수(1994년)

(원)	5억미만	6~10억	11~50억	51~100억	101~160억	161~200억	200억 이 상	계
업체 수	23	24	15	5	4	4	7	82
(%)	(28.0)	(29.3)	(18.3)	(6.1)	(2.5)	(4.9)	(8.5)	(100)
비율누계	28.0	57.3	75.6	81.9	86.6	91.5	100	100

후 광고매체인 T.V, 라디오, 잡지 등을 통한 홍보로 국민들에게 공장제품의 품질에 대한 깊은 신뢰로 인식변화를 가져 왔으며 업체 스스로도 신제품 개발 및 장류의 KS표시획득업체 증가, 시설현대화에 따른 위생적제조 및 품질향상으로 제품의 다각화를 비롯 혁신적 판매전략과 맞물려 소비자 특히 젊은주부들의 가정에 큰 호응을 얻은 결과라 생각되며 아울러 가정제조의 감소, 신도시 및 지방중소도시의 아파트입주가 활발해 지면서 생산증대에 큰 영향을 끼쳤다고 볼 수 있겠다.

한편 1995년도는 가격인상에 따른 가수요 및 콜레라발생과 국내여건등 소비위축으로 업계의 판로에 영향을 가져옴으로써 제자리걸음으로 큰 어려움을 겪고 있는 상황이다.

표 6. 간장, 된장, 고추장의 생산현황

품목 년도	간 장(kl)	된장(ton)	고 추 장 (ton)
1980	108,765	53,995	35,750
1982	114,736	55,386	35,598
1984	109,560	54,436	35,921
1986	108,567	46,177	33,220
1088	115,248	45,246	33,737
1989	144,000	58,000	42,000
1990	167,040	59,300	43,890
1991	169,030	61,100	48,833
1992	170,720	62,800	56,200
1993	171,200	68,300	64,600
1994	179,760	73,081	69,122

다. 장류의 수출·입현황

장류의 수출현황을 살펴보면 88년 이후 감소된 원인은 중동을 비롯해 해외건설경기의 퇴조와 교포대상만의 수출에 따른 것으로 교포의 식생활 변화가 전통발효식품의 소비감소를 부추긴 원인이라 생각된다.

반면 91년이후 수출증가는 소련, 중국의 개방에 따른 공산국가와의 교역증대와 교포의 증가, 해외건설확대등에 힘입은 결과라 생각된다.

간장의 수입자유화시기는 85년7월, 된장, 고추장은 83년7월로 10여년이 경과했고 관세율도 낮아지고 있으며 88년도의 가공용고추장의 수입후 고추장의 수입은 수입전 제한품목으로 1995년까지 지정되어있어 감소추세이나 간장, 된장의 수입증가는 예의주시하여야 할것으로 생각되며 고추장에 대한 수입제한조치가 99. 12. 31까지 향후 4년간 연장될것으로 기대됨에 따라 업계에서는 자구노력기간을 갖게되었다.

3.4 장류의 수익성

- (1) 장류산업은 공정이 단순한 노동집약형 1차 가공산업으로써 주재료가 농산물로 제품당 투입되는 원·부재료의 구성비는 품목별로 50~80%(예 : 된장 50~55%, 고추장55~70%)를 차지하고 있어 이는 1차가공산업의 평균 손익 분기점으로 판단되는 재료비 비중 30~60%보다 월등히 높아 이윤율이 낮다.
- (2) 장류제품은 저장, 숙성등의 공정을 거친 발효식품으로써 공정상 제품화 되기까지의 생산기

표 7. 장류수출실적

년도	간 장		된 장		고 추 장		춘 장		기 타	계
	중 량	중 량	중 량	중 량	중 량	중 량	중 량	중 량	금 액	총금액
1981	2,349	1,091	717	663	1,080	2,058	108	95	1,340	5,247
1983	1,877	1,165	1,205	817	1,444	1,676	150	120	1,106	4,884
1085	2,213	1,671	832	657	1,708	1,846	171	163	862	5,199
1987	1,494	1,029	1,035	663	1,972	2,418	186	156	1,180	5,446
1988	1,670	1,141	1,346	953	1,877	2,355	217	228	345	5,022
1989	1,253	958	1,173	1,195	1,331	2,062	231	259	327	4,801
1990	1,156	1,144	743	951	1,423	2,417	228	320	296	5,128
1991	1,055	1,591	676	1,039	1,679	3,408	152	283	424	6,745
1992	1,519	2,472	662	1,290	2,113	4,464	135	298	560	9,084
1993	1,583	2,518	501	1,095	1,228	4,725	273	534	640	9,512
1994	2,089	2,745	1,037	1,668	2,112	4,345	136	238	622	9,618
1995. 6	1,088	1,296	396	906	869	1,832	151	262	265	4,561

표 8. 장류수입현황

년도	간 장		된 장		고 추 장		춘 장		기 타	계
	중 량	중 량	중 량	중 량	중 량	중 량	중 량	중 량	금 액	총금액
1981	117	115	3	4	8	11			61	191
1983	67	75	29	28	7	11			18	132
1085	75	85	62	60	716	574			107	826
1987	101	138	71	121	530	411			205	875
1988	160	299	133	217	1,702	1,345			160	2,021
1989	211	333	69	156	403	330			410	1,229
1990	333	529	230	321	525	399			556	1,815
1991	247	433	146	224	359	302	34	12	355	1,314
1992	275	624	178	332	297	270			217	1,443
1993	318	818	238	444	118	109	252	68	187	1,558
1994	400	1,096	254	511	72	83	469	139	106	1,935
1995. 6	270	816	146	332	112	149	285	86	248	1,631

간(약45~120일)이 상당기간 소요되는 관계로 원료투입에서 제품판매, 판매대금의 회수까지 자금회전율이 연간 2~4회로 이로인한 금융비용 등이 가중되어 원가를 압박함으로써 기업의 투자욕을 저하시킨다.

(3) 주재료인 농산물은 매년 작황에 따라 가격의 등락폭이 심하여 기업의 원자재구입난을 가중시키며 자금부담을 높이고 이로인한 원가산정의 불균형등으로 적정이윤을 산정이 불가능하며 기업간의 판매처 확보를 위한 덤핑판매,

신규참여업체의 증가로 인한 제조업체의 난립, 대다수업체의 영세성등을 고려하여 불태 장류시장의 수익성은 낮을것으로 판단된다.

- (4) 다만 가정제조장류의 감소로 인해 공장제품소비가 증가되는 현상이 계속될 것으로 예상된다.

3.5 원부재료의 조달

장류제조의 원료로는 대두, 탈지대두, 소맥, 밀쌀, 찹쌀, 밀가루, 고추, 식염등과 기타식품첨가물의 부원료가 사용되며 찹쌀, 고추를 제외하고 거의 외국산을 수입, 원맥 또는 1차가공처리하여 원료로 사용하고 있다.

원료인 대두는 정부가 수입을 제한하는 품목으로 관세율이 2%로 낮춰졌으며 농수산물유통공사에서 수입, 실수요자에게 kg당 410원에 공급하고 있다. (이하 95년. 11월 현재가격)탈지대두는 수입자유화품목으로 수입이 자유로우나 현재 외국에서 수입되는 탈지대두는 사료용으로 장류용 재료로는 사용이 불가능하며 장류용 탈지대두는 농림수산부로부터 연간 소요량을 배정받아 당조합과 제일제당, 동방유량, 삼양유지의 유량 3사에 대두수입부터 제품가공, 생산까지의 조건으로 공급계약을 체결하여 장류업체에 kg당 248원에 공급하고 있다.

소맥, 밀쌀, 밀가루등은 국내산 원맥생산이 미약하여 외국에서 생산된 원맥을 사용하게 되며 미국산을 주로 수입 사용한다. 소맥은 수입자유화품목으로 관세율이 1%로 낮아졌으며 장류업체에서는 제분회사에서 수입한 원맥을 국내에서 구매, 원맥은 소량으로 포장 또는 산물자체로 kg당 241원에 구입하고 있으며 밀쌀의 경우 가공회사를 통해 원맥을 도정한 제품을kg당 315원에 구매 사용하고 있고 밀가루는 제분회사의 판매품중 주로 2등급을 사용하고 있다.

한편 소맥, 밀쌀, 밀가루는 전량 외국에서 수입되는 관계로 국제시세 변동에 따라 장류제품 생산원가에 큰영향을 미친다.

4. 장류제조업의 문제점 및 대책

4.1 문제점

(1) 품질향상

- 장류에 대한 체계적 연구실적 미비
- 장류기술자의 지속적인 기술향상 노력 절실 (업계지원 부족)
- 일부 소기업 품질개선-소비자 인식변화-품질선택권 향상기대
- 장류의 맛 다변화추구-향을 개선한 청국장, 된장, 덜매운고추장, 인삼·마요네즈·마늘·올리고당의 기능성을 추가한 장류생산, 저염간장(염도12.5%), 감염간장(염도8.5%)탄생, 젊은층 대상의 제품출현요구

(2) 과다경쟁

- 가격경쟁-덤핑판매, 제품품질과 연관
- 유통구조의 비현실성-중간상인횡포, 무자료 발생문제

(3) 장류제품의 수요창출개발

- 젊은세대의 식생활변화에 따른 장류개발 절실
- 전통식품으로 외국인에게 식용가능토록 서구화된 맛 개발

(4) 기계설비 보완

- 위생적기계설비 연구개발 필요성대두

(5) 정부의 지원

- 식품분야에 대한 대출지원미흡-중소기업공제기금

4.2 대책

- (1) 품질향상을 위한 KS획득, 전통식품마크획득 유도

-2차가공식품으로의 개발연구노력

- (2) 항암연구추진-G7프로젝트(장류, 김치, 항공 재료, 반도체 등)중 장류의 과학화체계정립 및 항암연구추진
- (3)과다경쟁방지
 - 실명화에 따른 자료발생 현실화 접근 유도
 - 장류거래질서 정상화 추진위원회 결성
1994.11.29
- (4) 현대적 상품디자인도안, 혁신적 마케팅전략 강구
- (5) 기계설비보완-기계자동화, 위생적설비 제작회사와 공동개발
- (6) 정부의 지원-대출지원, 세제혜택

5. 전 망

우리나라 장류산업의 미래를 살펴볼때 장류제품은 우리민족의 생활속에 전통적으로 내려오는 기본적인 조미식품으로 우리나라민의 식성이나 체질이 변하지 않는한 계속 애용될 것으로 생각되나 식품산업의 발달과는 달리 아직도 개선할 문제점들이 산적해있다하겠다.

한편 94. 9. 1부로 해제된 장류제조업의 중소기업 고유업종의 영향은 실로 엄청난 변화를 예고하고 있는데 이는 (주)해표유니레버사, 제일제당(주), 오투기식품(주), 삼양식품(주)등이 OEM방식으로 장류시장에 진출하여 기존 7개 대기업을 포함 11업체가 중소기업과 OEM으로 판매하고 있는 실정에 있어 대기업에서 직접생산판매하는 사례

가 발생될것으로 예상되어 앞으로 기존 중소기업의 경영은 점차 어려워져 일부 업체의 도산이 우려된다. 또한 광고매체를 통한 광고관측의 영향으로 몇몇 상위 광고업체의 신장률이 계속적으로 높아지고 있는 것은 소비자의 구매욕구가 대기업 선호심리와 연계될 때 앞으로의 장류업계의 판도는 큰변화를 가져올것이 틀림없다 하겠다. 장류는 한국인의 체질에 맞는 기본조미식품임으로 옛장류의 맛 재현 및 신세대를 위한 신제품개발의 출현은 구매력 및 수출증대 원인의 하나가될 수 있겠다.

간편함을 추구하는 현대인의 욕구를 충족시키기 위해서는 T.V, 라디오, 잡지, 신문 등 광고매체를 통한 장류의 홍보로 아파트뿐 아니라 모든 가정에도 공장제품이 자리잡을 것으로 생각된다.

한편 중소기업의 혁신적노력은 혁신적인 마케팅을 비롯 유전공학을 이용한 신기술의 활용, 에너지 절약, 공정의 단축, 연속생산, 품질의 개선, 개발등을 이룰 수 있을것이며 97년 7월부터 시작된 장류과학화연구는 장류산업이 한차원 높은 산업으로 발전되는 계기가 될것으로 확신하며 항암효과가 발표될 경우 장류제품의 선전효과는 클 것으로 전망된다.

더불어 아파트문화의 증가, 옛장류기술의 전수감소 추세로 장류시장은 점차 증가할것으로 전망되나 신세대층을 위한 제품개발과 시설투자, 인재양성, 연구개발등에 능동적이고 적극적으로 투자하느냐에 따라 장류업계의 판도는 변할것이며 그에 따른 신장률은 더욱 높아질것으로 예측된다.