신선편이 농산물 생산동향 및 과제

이 충 관
농업회사법인 (주)퍼스프

1. 신선편이 농산물 시장

국내 신선편이 농산물 시장은 1990년 후반 이후 패스트푸드, 패밀리레스토랑 등의 외식업체 및 학교 등 단체급식 시장에서 수요가 크게 증가하기 시작하였고, 2000년 이후에는 대형마트 등 일반 소매로 수요가 확대되면서 최근에는 최소류 뿐만 아니라 과일, 버섯 등 여러 품목이 신선편이로 상품화되고 있다.

국내 전체 신선편이 농산물 시장은 약 7천억원~1조원(2009년)으로 추정되고 있고, 이 중 채소류가 87%로 대부분을 차지하나, 신선편이 과일 수요가 크게 증가하면서 신선편이 농산물의 약 5% 수준을 차지하는 것으로 추정되고 있다.

표 1. 조사기관별 신선편이 농산물 시장 규모 추정

(단위 :억원)

조사 기관	신선편이 시장(연도)	추정 배경	비 고
한국식품 연구원	4,988 (2006)	- 소매 : 1,198(대형마트 1,140 백화점 58) - 외식업체 : 332(햄버거 92, 피자 110, 패밀리 레스토랑 130) - 일반음식점 : 2,438 (※ 2005 지역농업네트워크 보고서 인용	단체급식은 제외된 조사
	6,889이상 (2011)	- 소매 : 2,500(대형마트 1,800 백화점 70) - 외식업체 : 381(햄버거 92, 피자 128, 패밀리 레스토랑 161) - 일반음식점 : 최소 2,438(*최소 추정치) - 단체급식 : 2,200(최소 추정치)	단체급식및 일반음식점 성장률 낮게 평가한추정치 (08년에'11년 추정)
한국농촌 경제연구원	5,510~ 6,830 (2009)	- 소매 : 240 - 외식업 : 4,660~5,540 - 식품제조업 : 900~1,830	단체급식은 제외된 조사
신선편이 농산물협회	1조원 (2009)	- 신선편이 전문업체 매출액 : 5,400 - 대형 급식업체 매출액 : 1,000 - 영세 급식업체 매출액 : 2,000 - 신선편이 유통업체(수입 포함) : 1,600	분류 업체별 일부 중복

가. 조사기관별 신선편이 시장 규모

신선편이 농산물 시장은 조사기관에 따라 약 3천억원의 차이가 발생하였는데 (표 1) 이는 신선편이 농산물의 범위에 대해 각 조사기관별로 차이가 있는 것으로 한국식품연구원에서는 소매시장을 1,198억원('06)으로 조사하였으나 한국농촌경제 연구원은 240억원('09)으로 조사하였다.

1) 신선편이 농산물 범위

신선편이 농산물은 농촌진흥청과 신선편이 농산물협회에서는 「신선한 상태로 다듬거나 절단되어 세척과정을 거친 과일, 채소, 나물, 버섯류로 본래의 식품적 특성을 갖고 있으며 위생적으로 포장되어 있어 편리하게 이용할 수 있는 농산물」이라고 정의하고 있다.

이외에 식품의약품안전청의 '신선편의식품'과 국립농산물품질관리원의 '신선편이농산물'에 대한 정의가 있으며 약간 차이는 있으나 기본적인 의미는 구입한 뒤 다듬거나 세척할 필요 없이 바로 먹을 수(ready to eat)있거나 조리에 사용할 수(ready to cook) 있는 농산물이다.

그러나 실제 신선편이 가공업체에서 생산하는 품목 또는 시장에서 정확한 신선편이 정의를 적용하기가 어려워 범위가 애매모호 한 것이 있어 넓은 의미로 편리하게 이용할 수 있도록 다듬기, 박피, 절단되어져 포장되어 유통하면 모두 포함하고 있다. 그리고 최근에는 신선편이 가공하여 냉동된 채소 또는 데치기를 한 채소(나물포함)까지 신선편이 농산물에 포함하자는 의견이 커지고 있다.

2) 신선편이 농산물 생산자 단체의 추정

신선편이농산물협회에서는 생산자 매출액을 중심으로 시장을 추정하였는데 매출액에는 신선편이 농산물 이외 단순 다듬기 처리한 것도 포함될 수 있다. 신선편이협회에서 조사한 신선편이 전문 생산자는 108개('09)로 이들 업체의 총 매출액을 5,400억원으로 추정하고 있다.

그리고 신선편이 전문 업체 이외에 농산물 절단, 세척을 취급하는 곳은 개인사업자를 포함하여 약 1,000여개가 되는 것으로 이들 영세업체 매출액 약 2,000억원과, 대형 급식업체의 신선편이 매출액 약 1,000억원, 그리고 박피, 절단 후 일부 조제하거나 냉동채소된 것을 포함한 유통업체에서 취급하는 품목 약 1,600억원을 포함하여 총 1조원으로 추정하고 있다. 그러나 이중에는 신선편이 전문업체 매출액과 대형 급식업체 매출액에 중복되는 부분도 있을 수 있다.

나. 신선편이 품목별 가공량

신선편이 농산물 생산량은 매년 증가하여 신선편이 전문 업체에서는 연간 약 225천톤의 원료를 신선편이로 가공하고 있는데, 신선편이 채소의 경우 국내 채소 생산량의 약 2% 수준인 연간 약 196천톤이 신선편이로 가공되고 있어 신선편이 품목의 약 87%를 차지하고 있다.

그리고 신선편이 과일은 2002~2003년 이후 수요가 크게 증가하기 시작하여 현재 연간 10천톤이 가공되고 있으며, 도라지, 더덕 등이 주로 박피되는 신선편이 나물류와 표고, 새송이버섯 등이 절단되

표 2. 신선편이 품목별 가공량(2009)

구분	계	채소			과일	나물, 버섯류
		소계	샐러드, 쌈채소	조리, 조미용		
가공량(천톤)	225	196	70	123	10	19
비율(%)	100	86.8	31.2	55.6	45	8.7

어 조리용으로 유통되고 있는 버섯류는 약 19톤이 신선편이로 가공되고 있다.

다. 신선편이 농산물 가공 상품

1) 신선편이 채소류

국내에서 유통되고 있는 신선편이 채소류 중에는 양상추 단일품목 및 로메인상추, 적채, 치커리, 양배추, 당근, 적양배추, 방울토마토 등이 혼합된 샐러드용 채소와 상추(적상추, 청상추), 로메인상추, 비타민, 적근대, 케일 등의 쌈채소등이 대표적이다. 이외에 세척된 어린잎채소 및 새싹채소 등 ready-to-eat 채소가 전체 신선편이 상품의 약 32%를 차지하고 있다.

그리고 조리 및 조미용으로는 양파(박피, 절단), 감자(박피, 다이스 절단), 마늘(박피, 세절, 다진마늘), 당근(박피, 절단), 파(절단, 채), 무(절단, 채), 호박(절단), 파프리카(채, 사각절단), 연근(절단) 등이 신선편이로 가공되어 전체 신선편이 상품의 56%를 차지하고 있다.

2) 신선편이 과일류

국내에서 유통 중인 신선편이 과일류 상품에서 가장 많은 품목은 파인애플이나 최근에 국내산 과일인 메론, 키위, 방울토마토, 포도, 밤, 사과 등을 이용한 신선편이 상품이 등장하고 있다.

신선편이 과일 상품은 단일 또는 몇 개 종류가 서로 혼합되어 있고, 절단 형태도 파인애플이나 메론과 같이 심 또는 속을 제거한 다음 슬라이스, 조각 절단 및 바(bar) 형태의 절단 등 다양한 제품들이 출시되어 있다.

그리고 포도는 주로 청포도를 사용하여 절단송이, 포도알로 만들었으나 거봉 및 일반 포도도 상품화되고 있고, 절단 사과, 석류알이 유통되고 있으며, 오래 전부터 이용한 밤은 깐밤 및 밤 슬라이스 형태로 절단되어 진공포장 및 용기포장 등 다양하게 포장되어 유통되고 있다.

이밖에 신선편이 범주에 해당될 수 있는 과일 품목으로 세척되어 낱개로 포장된 세척사과와 표면을 세척한 다음 다양한 크기로 절단된 수박, 메론이 유통되고 있다.

3) 신선편이 나물 및 버섯류

신선편이 나물은 채소류와 범위가 일부 중복되는 종류도 있으나 대표적인 품목은 도라지, 더덕, 우엉 등의 근채류와 취나물, 고사리 등의 산나물과 달래, 냉이, 미나리 등의 봄나물이 있으며 콩나물과 숙주나물 같이 대표적인 곡류 나물류도 다듬어져 있는 것들이 포함된다.

그리고 버섯류는 비록 가공과정에서 세척되어 있지 않지만 생산과정이 위생적이며 구입 후 바로 조리에 이용할 수 있도록 절단 다듬어진 것을 포함한다. 대표적인 상품으로는 절단된 표고 및 새송이 버섯과 세척된 느타리버섯이 각각 단일품목 또는 서로 혼합되어 소매용으로 상품화 되고 있고, 위생적으로 생산된 팽이버섯도 혼합버섯류에 포함되고 있으며, 양송이는 세척되어 슬라이스로 가공되어 주로 피자업체 등 외식업체에 공급되고 있다.

2. 신선편이 농산물 수요 전망

신선편이 농산물은 신선한 과일, 채소가 갖는 건강적인 기능에다가 생활수준의 향상에 따라 소비자의 구매를 유도하는 외관, 편이성 및 합리적인 소포장으로 인해 일반 소매용 소비가 보다 늘어날 것으로 전망되고 있고, 단체급식 및 외식업체에 공급되는 식재료로서도 꾸준히 증가할 것으로 전망되어지고 있다.

그러나 신선편이 농산물 소비 증가 속도에 대해서는 소비자 및 유통업체간에 다르게 전망하고 있

는데 이는 ① 신선편이 제품의 가격 경쟁력 확보, ② 위생 및 안전성 확보에 따른 소비자 신뢰제고, ③ 신선도 유지 보존기술 활용, ④ 품목별 다양한 상품 개발에 의한 소비자 욕구 충족 등과 같은 사항이 어떻게 진행되느냐에 따라 차이가 있을 수 있다.

가. 신선편이 농산물 수요자측면에서 전망

신선편이 농산물을 사용하고 있는 급식업체, 외식업체 및 일반 소비자를 대상으로 앞으로 신선편이 농산물 수요에 대한 전망을 조사한 결과는 소비형태별로 차이가 있었으나 전체적으로 증가하는 것으로 전망되고 있다(표 3).

우나 피자전문점은 대형업체는 안정화단계이나 다른 업체에서의 사용이 증가할 것으로 전망하녀, 패밀리레스토랑은 식재료의 품질이나 위생조건이 개선되면 신선편이 사용이 증가할 것으로 전망하였다.

2) 농협경제연구소의 전망

농협경제연구소(2009)에서 조사한 신선편이 농산물 이용 전망은 대형급식업체 6개 업체 중 4개 업체는 정체될 것으로 전망하였는데 이는 신선편이 농산물 사용 비중이 30%로 더 이상 증가가 어려울 것으로 전망하였다. 이들 업체는 오히려 단체급식보다는 일반 소비자용 시장이나 식재료 영업부문, 식

표 3. 주요 신선편이 농산물 전문 생산업체 가공품의 소비형태

구분	연도	계(%)	단체급식	외식업			소매	식품제조
				소계	패스트푸드	기업형 레스토랑		
가공량 (천톤)	2006년	22.3 (100)	6.6 (29.8)	6.1 (27.2)	2.9 (13.0)	3.2 (14.2)	6.4 (28.7)	3.2 (14.3)
	2010년	37.9 (100)	11.0 (29.1)	6.7 (17.7)	2.9(7.6)	3.8 (10.1)	10.8 (28.4)	9.4 (24.8)
증가율(%)		69.9	66.6	9.8	0	18.8	68.7	193.7

1) 한국식품연구원의 전망

신선편이 농산물 시장 전망에 대하여 한국식품연구원(2008)은 유통형태별로 소비를 추정하였는데 소매형태인 대형할인점에서는 연평균 10%를 상회하는데 특히 샐러드류와 Ready-to-cook 형태의 편의식품이 주도할 것으로 전망하였고, 백화점은 샐러드류와 소포장 채소 증가로 연간 10~20% 증가하며, 절단 과일은 12~30% 증가할 것으로 전망하였다. 그리고 단체급식 시장은 그동안 성장률이 높아 이제는 성장속도가 둔화되어 2011년 까지는 2~4%의 낮은 성장률을 전망하였다.

또한 외식업체에서는 햄버거도 대부분의 채소류를 신선편이로 구입하고 있어 더 이상 증가가 어려

품가공용 원료시장에서 수요가 확대될 것으로 전망하였다.

3) 농촌경제연구원의 전망

농촌경제연구원에서는 외식 업체를 대상으로 조사한 결과 신선편이시장이 단기적으로는 정체되나 3~5년 후에는 성장할 것이라는 의견이 전체의 56%였으며, 이중 기업형 업체에서 78%가 증가할 것으로 전망하여 신선편이 수요자가 생계형 소형 음식점보다는 외식업체에서 사용이 증가할 것으로 전망하였다.

4) 기타 기관의 전망

또한 신선편이 농산물의 소비에 대하여 (주)지역농업네트워크는(2005년) 조사대상 식재료업체와 대형유통업체 모두 앞으로 신선편이 농산물 구매를 늘릴 계획이라고 답변했는데. 그 이유는 소비요구가 늘어나서가 42.9%로 가장 높았고 편리해서(28.6%), 인력절감이 가능해서(14.3%), 위생적으로 안전해서(14.3%)의 순으로 나타났다.

나. 신선편이 생산량 변화에 따른 수요 추정

신선편이 농산물 전문 생산업체 11개소의 신선편이 농산물 가공량을 2006년 22.3천 톤에서 2010년 37.9천 톤으로 증가하여 그동안 양적인 선장이 있었던 것으로 나타났으며, 생산업체 11개 중 9개 업체는 4년 전 보다 약 30% 이상 가공 량이 증가하였다.

1) 즉석섭취용(Ready-to-eat) 신선편이 농산물

가) 채소류

신선편이 품목별로는 샐러드, 쌈채소 및 어린잎채소 등의 바로 섭취할 수 있는 Ready-to-eat 채소 가공이 4.6천 톤(2010)으로 2006년 보다 오히려 0.2천 톤 감소하였으며 가공비율은 11.6%(2010)로 2006년(20.6%)과 비교하면 9% 감소하여 전체적인으로인 생산량이 증가했음에도 불구하고 생식용 신선편이 시장은 위축된 것으로 나타났다. 여기에는 채소류가 감소한 것이 영향을 미쳤는데 이는 2008년 신선편의 식품의 미생물 규격을 시행하면서 샐러드 및 새싹채소에 대한 미생물 규격 위반을 조사하면서 대형 할인점 등에서의 상품 철수 및 언론 보도를 통해 소비심리를 위축시킨 것이 연향을 미친 것으로 여겨졌다.

그러나 2011년 들어와서 유통업계에서는 샐러드 수요가 다소 증가하고 있는데 이는 2010년 신선편의식품에 대한 대장군 규격이 당초 '음성'에서 10CFU/g으로 변경되어 유럽의 규격(100~1,000 CFU/g)보다는 아직 제한이 많지만 어느 정도 현실화된 점, 샐러드 생산업체의 위생 강화 및 건강과 다이어트를 고려한 소비자 식생활로 더욱 증가할 것으로 전망된다.

나) 과일류

즉석 섭취용 품목 중 과일류는 가공 량이 크게 증가하여 신선편이 전문 업체에서 가공한 량은 2006년 2.6천 톤에서 2010년 4.1천 톤으로 58%증가하였으며 이 기간에 신선편이 과일류 전문 가공업체도 새로 설립되었다. 신선편이 과일은 조각과일이라고도 불리며 처음에는 파인애플 위주로 생산되고 있다가 사용하는 과일 품목이 다양해져 빠르게 증가하고 있다.

선진국에서도 신선편이 품목 중에서 과일류 성장이 가장 빠른데 미국의 경우 2006년에 전년대비 채소류 증가율은 9.4%였으나 과일류는 14.8%증가하였다. 그리고 영국의 경우 2006년에 2004년과 비교하여 전체적으로 12.7%증가하였는데 이 중 과일류가 75.6%로 샐러드의 10.4%와 비교하면 매우 높은 증가로 선진국에서의 소비패턴을 보면, 국내에서의 신선편이 과일 시장도 큰 잠재성을 갖고 있다.

3) 즉석조리용(ready-to-cook) 신선편이 농산물

2000년대 초반에서 후반까지 단체급식 시장의 성장으로 즉석조리용 신선편이 농산물 가공이 크게 증가하여 신선편이 전문 생산업체 11개소의 가공량은 2006년 15.2천 톤에서 2010년 29.3천 톤으로 93% 증가하였다. 이는 2008년부터 샐러드 및 새싹채소 산업의 위축으로 신선편이 전문 생산업체 2개소가 샐러드에서 조리용 단체급식으로 품목을 전환하여 단체급식 규모가 크게 증가하였다.

그러나 2010년 일조부족 및 2010~2011년 겨울 기간 중 이상한파로 인한 농산물 원료 가격의 상승으로 신선편이 농산물 수급에 차질이 빚어지면서 주요 소비처인 학교급식에서 사용이 일시적으로 정체되기도 하였으며, 최근 친환경 농산물 학교급식이

정착되면서 신선편이 농산물 수급 불균형과 가격 문제 등으로 앞으로 신선편이 농산물의 급식 사용은 수요가 크게 증가하기에는 어려움이 있다.

4) 신선편이 농산물 소비 형태에 따른 수요 추정

신선편이 농산물 전문 생산업체 11개소에서 가공한 품목은 2010년에는 단체급식 11.0천 톤, 외식업 6.7천톤, 소매업 10.8천 톤, 식품제조업 9.4천톤이 사용되었으며 2006년과 비교하면 식품제조(194%), 소매(69%), 단체급식(67%)이 크게 증가하였으나 외식업체로 출하한 것은 10% 미만으로 낮게 나타났다.

따라서 신선편이 전문 업체에서 생산한 제품의 소비 형태는 단체급식 29.1%, 소매 28.4%, 식품제조 24.83%를 차지하고 있으며, 외식업은 17.7%로 2006로 2006년 보다 전 유율이 낮게 나타났다.

3) 신선편이 농산물 품목별 전망

가) 신선편이 채소 소비 전망

국내 신선편이 농산물의 대부분을 차지하고 있는 채소류는 아직도 신선편이 가공비율이 2%밖에 되지 않아 선진국의 5~10% 수준과 비교하면 크게 낮아 앞으로도 신선편이 채소 가공 량이 증가할 것으로 전망된다.

특히 채소류 중에서 앞으로 소비증가가 예상되는 품목으로서 신선편이 업계에서는 양채류를 압도적으로 꼽았고 식자재와 유통업계에서는 양채류와 구근류 등을 비슷한 비중으로 증가할 것으로 예상하고 있다.

앞으로 신선편이 채소류 품목은 보다 다양하고 고품질의 제품이 등장할 것으로 여겨지는데 새로운 품목은 보다 다양하고 고품질의 제품이 등장할 것으로 여겨지는데 새로운 품목으로서는 맛, 건강기능성 이외에 외관을 더운 돋보이게 하는 컬리플라워, 비트, 로즈(샐러드사보이) 감은 채소류와 먹기도 편리하지만 맛도 좋은 베이비캐럿의 사용이 증가할 것이다. 특히 베이비 캐럿은 그동안 냉동된 수입산이 이용되었으나 국내 생산이 시작되면서 증가할 것으로 여겨진다.

그리고 향기가 독특하며 건강을 고려하여 민들레, 잔대잎, 당귀잎, 로케트샐러드, 바질 같은 샐러드용 산채 및 허브류의 신선편이 품목과 조리용 품목으로는 단호박과 다양한 용도(볶음, 구이, 찜, 간식용)로 조리할 수 있도록 만들어진 감자의 수요가 더욱 증가할 것으로 전망한다.

나) 신선편이 과일 소비 전망

선진국에서 주로 소비되는 신선편이 과일은 파일애플, 사과, 포도, 수박 및 멜론으로(과채류를 신선편이 시장에서는 과일에 포함) 수박은 두 번째로 많이 신선편이 가공되는 과일이다. 국내에서는 파인애플이 가장 많이 소비되고 있으나 최근 들어 사과, 포도 가 증가하면서 점차 과일류가 다양해지고 있다.

그러나 아직 수박, 멜론, 토마토 등 과채류에 대한 신선편이 상품은 매우 부족한데 최근 씨없는 수박 생산이 증가하고 있고, 포도의 경우 탈립이 쉽게 되는 기술이 개발되면서 앞으로 수박과 포도를 이용한 신선편이 상품이 증가할 것으로 전망된다.

그리고 그동안 꼭지가 제거되면 신선도가 떨어지는 것으로 여겨졌던 방울토마토의 경우 신선편이 식품은 신선한 과일이 갖는 건강적인 기능에다가 생활수준의 향상에 따라 구매를 유도하는 외관 및 편이성으로 인해 일반 소비자의 구매가 보다 늘어날 것으로 전망되고 있다.

이 외에 최근에는 학교 등의 단체급식에서도 어린 학생들이 후식용으로 한 번에 먹기 어려운 과일을 신선편이화 하여 제공하는 방법을 요구하고 있어 과일 주산지에서 지역 내 단체급식을 중심으로 신선편이로 절단 한 배, 감귤, 복숭아도 등장하고 있다. 또한, 패밀리레스토랑 등 외식업체에 공급되는 과일류도 꾸준히 증가할 것으로 전망되고 있다.

3. 참 고 자 료

1. 김건희, 2005. 소비자의 신선편이식품에 대한 수요와 요구. 식품저장과 가공산업 4(2):1-6
2. 김지강. 2007. 신선편이 농식품 산업 및 품질관리. 세명문화사
3. 김지강. 2010. 급식산업에서 신선편이 농산물의 활용 현황 및 전망. 급식산업의 국내 식재료 이용 활성화방안 심포지엄. 농촌진흥청 국립농업과학원
4. 김지강. 2011. 신선편이 농산물의 외식, 급식 활용현황 및 과제. 신선편이 식재료 및 외식산업 연계 활성화 심포지엄. 농촌진흥청 국립원예특작과학원
5. 농협경제연구소. 2009. 대형급식업체의 전처리 농산물 이용현황과 농협 전처리사업의 대응 방향. NHERI 리포트 59호
6. 이용선, 김성훈, 김동훈. 신선편이농산물 시장의 실태와 활성화 방안. 2009. 한국농촌경제연구원
7. 장민선, 김지강, 김건희.2010. 신선편이 근채류에 대한 소비자 인식 조사. 한국식품조리과학회지 26(5):649-654