

식품시장 뉴스레터

조미료

마켓 리포트



매출 현황

조미료는 복합 조미식품에 해당하며, 종합 조미료(일반 조미료, 자연 조미료)와 발효 조미료로 구분하여 분류한다. 조미료는 식품의 가공 및 제조 또는 음식물을 조리할 때 첨가하여 그 맛을 돋워주는 물질 또는 식품의 총칭을 말한다. 국내 조미료 매출 규모는 2018년 1,599억 원으로 2016년 1,564억 원 보다 2.3% 증가하였다. 1인 가구, 맞벌이 가구 등 가구유형 변화 추세에 따라 간편식 시장이 성장하고 분말 조미료 이외에 액상 조미료, 간편 양념 등의 수요가 증가하면서 매출도 동반 상승한 흐름을 보여준다.

[조미료 매출 현황] (단위:백만원)



* 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)

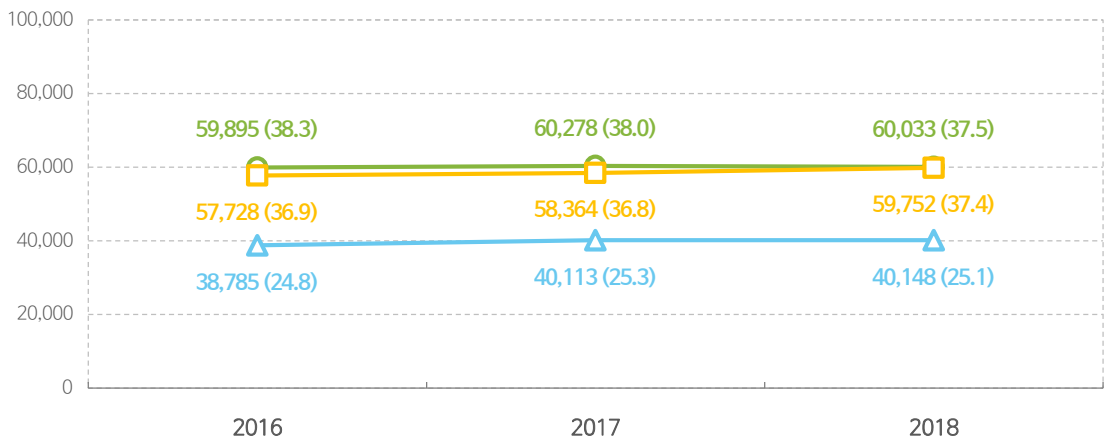
국내 소매 시장 현황

조미료 유형별 매출 현황

(단위:백만원, %)

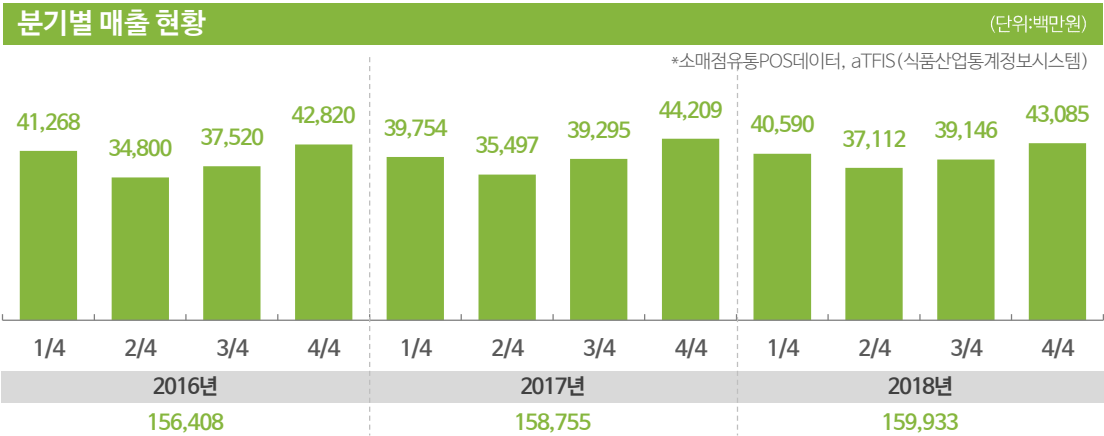
○ 자연조미료 □ 일반조미료 ▲ 발효조미료

* 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)

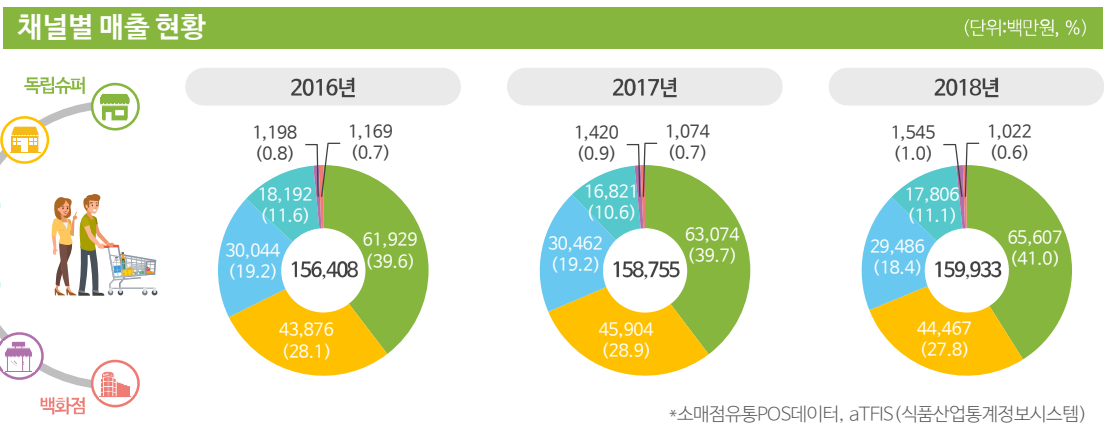


조미료 시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 자연 조미료(2018년 기준 37.5%)이며, 이어서 일반 조미료 (37.4%), 발효 조미료 (25.1%) 순으로 나타났다. 최근 3년간 자연 조미료의 매출 점유율은 감소하고 있는 반면, 일반 조미료의 매출규모는 2018년 기준 597억 원으로 2016년 이후 꾸준히 증가추세를 보이며, 매출 1순위 뒤를 바짝 쫓고 있다. 2016년도에 식품의약품안전처에서 MSG의 안정성이 입증되었다는 사실을 국민들에게 알리기 시작했고 식품첨가물 분류에서 '화학적 합성첨가물'이라는 용어를 퇴출시키기로 결정하면서 MSG에 대한 소비자들의 인식에 변화가 생기기 시작했다. 또한 젊은층 사이에서 집밥·국방(요리방송)이 인기를 끌면서 간단한 요리시 사용되는 조미료 구매에 자연조미료 보다 상대적으로 가격이 저렴한 일반조미료를 선호하는 트렌드가 반영된 것으로 해석된다.

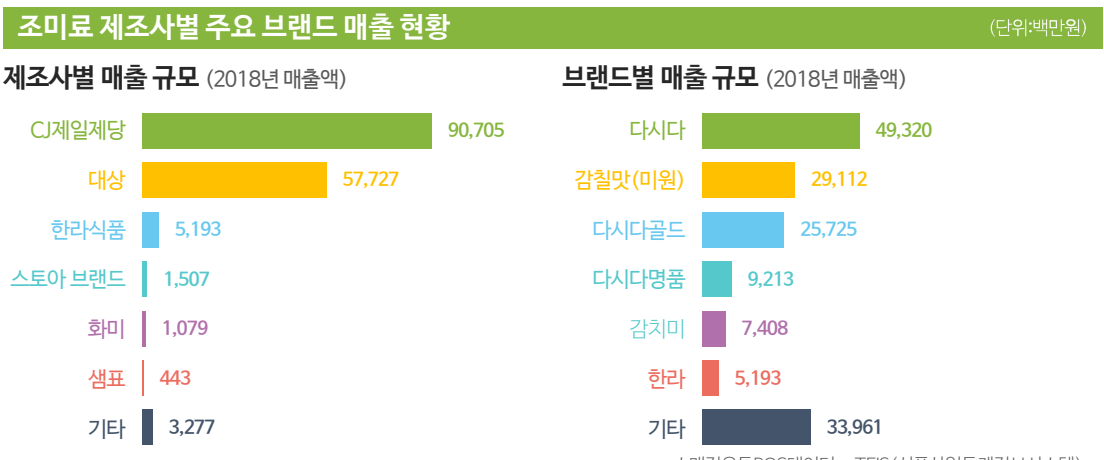
마켓 리포트



조미료의 분기별 매출 현황을 살펴보면, 겨울(4분기)에 가장 높은 매출증가를 보이다 여름(2분기)에는 판매가 감소하는 반복적인 양상을 보인다. 이는 추운 겨울에는 외식보다는 내식의 수요가 많고, 탕/찌개/국과 같은 음식에 대한 선호 증가로 인해 조미료 판매가 증가한 것으로 분석된다. 상대적으로 외식이 많아지는 여름에는 조미료 소비가 감소하다 명절 및 캠핑 수요가 높아지는 3분기를 시작으로 다시 매출이 증가하는 패턴을 보이고 있다.



2018년 매출액 기준, 가장 높은 판매 점유율을 보인 채널은 독립슈퍼(41.0%)로 월등하게 체인슈퍼(27.8%)를 추월했다. 그 뒤로는 할인점(18.4%), 일반식품점(11.1%) 등의 순이다. 독립슈퍼의 매출 규모는 2016년 619억 원에서 2018년 656억 원으로 5.9% 증가하며, 점유율도 1.4% 증가하였다. 독립슈퍼는 2가지 채널특성(할인점의 저렴한 가격, 편의점의 쉬운 접근성)이 적절히 반영된 채널로 꾸준한 성장세를 유지하는 것으로 판단된다.



조미료 제조사 판매 점유율을 살펴보면, 2018년 기준, CJ제일제당이 56.7%로 가장 높은 점유율을 보였으며, 이어서 대상(36.1%), 한라 식품(3.2%)순으로 나타났다. 브랜드별로 살펴보면, '다시다'가 493억 원으로 1위로 나타났으며, 이어서 감칠맛(미원)(291억 원), 다시다골드(257억 원) 등의 순으로 나타났다. 참고로 한라식품사의 '한라'는 단일 브랜드로만 제품을 출시하고 있어, 제조사의 매출액과 브랜드 매출액이 동일한 특징을 보인다.

조미료

시장 및 소비 트렌드



국내 트렌드

건강 중시 트렌드와 구매 전 성분, 원재료 등을 꼼꼼히 따지는 이른바 '체크슈머'(Check+Consumer)가 증가하면서 천연 원료로 맛을 살린 조미료가 성장세를 보이고 있다. 과거의 조미료가 자연스러운 맛, 향을 내기 위해 첨가물을 소량 사용했다면 최근에는 원재료 함량을 늘려 맛, 영양 모두 강화한 다양한 제품이 출시되고 있다. 사조해표는 '천연 원물 티백 조미료'를 출시했다. 100% 국내산 원물을 통째로 건조해 친환경 티백에 담은 것이 특징인 제품이다. 쿡방(요리방송)을 통해 셰프들의 '만능장', '마법소스' 등이 노출되면서 액상 조미료 시장도 높은 성장세를 나타냈다. 이에 따라 액상 조미료 시장을 공략하기 위한 업계의 경쟁도 치열해지고 있다. 한라식품은 '요리요정이팀장(요리 유튜버)'과 손잡고 한라참치액이 함유된 '요리요정 볶음 조림 소스'를 출시했다. 수험은 명태 농축액을 함유한 '요리롤9해조 플러스'를 출시했다. 액상 조미료는 다른 양념없이 쉽고 간편하게 다양한 요리에 활용할 수 있는 점을 장점으로 내세워 소비자들의 큰 사랑을 받고 있다.

원물 조미료		액상 조미료	
천연 원물 티백 조미료 (사조해표)	요리요정 볶음 조림 소스 (한라식품)	요리요정 볶음 조림 소스 (한라식품)	요리롤9해조 플러스 (수험)

조미료 시장 트렌드

국내 조미료 시장이 4세대로 진입했다. 1세대와 2세대 조미료는 지난 수십년간 국민들의 입맛을 사로잡았지만 MSG라 불리는 글루탐산나트륨이 건강에 좋지 않다는 부정적 이미지를 형성하면서 수요가 급격하게 줄었다. 이를 보완하여 출시된 것이 3세대 천연 조미료다. 천연 조미료는 쇠고기, 멸치 등의 원물을 갈아 만들어 건강에 좋지 않다는 이미지에서 벗어나는데는 성공하였으나 기존 음식에 맛이 섞여 감칠맛이 부족하다는 한계가 있었다. 이런 문제들을 종합적으로 해결하고자 나온 것이 4세대 천연 액상조미료다.



1세대 - 미원

다시마에서 맛을 내는 성분으로 알려진 MSG가 발견되면서 이를 추출한 미원이라는 조미료가 처음 출시되었다. 사탕수수 미생물을 이용해 발효시켜 만든 글루탐산나트륨이라는 성분을 이용하는데 음식에 소량만 넣어도 맛을 낼 수 있다는 것이 특징이다.



2세대 - 다시다

1975년에 출시된 조미료로 국물을 좋아하는 한국인의 식습관을 분석하여 쇠고기, 멸치 등을 기본으로 파, 마늘, 양파 등의 야채와 향신료로 맛을 낸 제품이다. 미원과 마찬가지로 음식에 소량 넣으면 깊은 맛을 낼 수 있다. 특히, 쇠고기 성분이 들어가 있기 때문에 쇠고기를 쉽게 접하기 힘들었던 서민들에게 인기가 높은 제품이었다.



3세대 - 산들애, 맛선생

국내산 자연재료를 이용하여 풍부한 맛과 향을 내며, 볶음, 무침, 조림, 국 등 다양한 요리에 넣어주면 요리의 맛을 완성해준다. 육수 제품과 요리수 제품이 있는데 육수 제품은 국물 요리의 첫 단계에서부터 넣어주면 쉽게 육수가 완성되고, 요리수 제품은 요리의 마지막 단계에 넣어주면 요리의 맛을 살려준다.



4세대 - 연두

기존 조미료와는 카테고리화 달리 새롭게 요리에센스라는 카테고리를 제안하며 출시된 제품이다. 쿵을 발효하여 만든 제품으로 자극적이지 않은 순식물성이라 웰빙, 건강하다는 점을 내세우고 있다. 요리에 자신이 없는 사람들도 간편하게 음식의 맛을 살릴 수 있다는 점이 특징이다. 샘표 연두의 뒤를 이어 대상의 '요리에 한수'와 신송식품의 '신송요리가 맛있는 이유'도 액상조미료 형태로 출시되었다.



식품산업 관련소개

「2019 농림축산식품 일자리 박람회 개최」



- **일시** 2019.8.30(금)~31(토)
- **장소** 동대문디자인플라자 (DDP)
- **내용** 농식품 관련 기관 채용 설명회, 직무멘토링, 면접 컨설팅, 이력서 사진 촬영, 유망일자리 소개 및 상담, 창업 전문 컨설팅 등
- **신청기간** 2019.7.29(월)~8.23(금)

▪ **신청방법** agri-jobfair.kr 온라인 접수

「건강기능식품 기능성 평가 가이드 개정 발간」

식약처는 「건강기능식품 기능성 평가 가이드」를 개정하여 발간한다고 밝혔다. 이번 개정판은 체지방 감소, 혈압 개선, 혈당 개선, 혈중 콜레스테롤 개선, 인지능력 개선, 기억력 개선, 갱년기 여성 및 남성 건강, 피부건강, 혈중 중성지방 개선 등 10개 분야이다. 안전평가원은 사전상담, 모독토의제 등을 운영하여 새로운 기능성 원료를 개발하고 지원하고 있으며 앞으로도 다양한 서비스를 제공할 계획 이라고 밝혔다. 자세한 사항은 식품의약품안전평가원 (nifds.go.kr)에서 확인할 수 있다.

「국산 농축산물 구매이행 보증보험 지원사업 안내」

- **사업개요** 중소식품업체가 국산 농축산물 공급 업체와의 신용거래를 위한 ‘국산 농축산물 구매이행 보증보험’ 가입 시 보험료의 50%를 국가에서 지원 (보증 한도 최대 5천만원, 보험요율 0.662~2.647% 보증기간 1년 이내)
- **지원대상** 식품제조·가공업 등록업체, 축산물 가공업·건강기능식품제조업 허가업체, 학교급식 전자조달시스템(eaT) 등록 학교급식 공급 업체 중 2017년 이후 거래실적 있는 법인
- **신청방법** foodbiz.or.kr에서 신청
- **문의** aT 식품외식기획부 061-931-0712/0714

「aT농식품유통교육원 식품교육」

1. 식품기업 현장개선 아이디어 발상법
 - **신청기간** ~2019.9.1
 - **교육기간** 2019.9.3
2. 식품기업 Audit 대응실전
 - **신청기간** ~2019.9.22.
 - **교육기간** 2019.9.24~25

2019 가공식품 세분시장 현황조사 간편식 보고서 발간



농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사는 간편식에 대한 2019 가공식품 세분시장 현황 보고서를 발간하였다. 2019년 가공식품 세분시장의 조사품목은 간편식, 참기름·들기름, 음료류(생수포함), 배추김치(절임배추 포함), 커피류, 청국장, 두부류·묵류, 절임류, 과자류, 엿류(조청 포함)의 총 10개 품목으로 연중 순차적으로 발간되며, 식품산업통계정보시스템 (www.atfis.or.kr)을 통해 다운 받을 수 있다.