

2020 가공식품 세분시장 현황조사(요약)

1. 식육가공품 정의

■ 식육가공품이란 식육 또는 식육가공품을 주원료로 하여 가공한 것으로 **햄류, 소시지류, 베이컨류, 건조저장육류, 양념육류, 식육추출가공품, 식육함유가공품을 말함**

- **햄류**는 식육 또는 식육가공품을 부위에 따라 분류, 정형, 염지한 후 숙성, 건조, 훈연 가열처리하여 가공한 것으로 햄, 생햄, 프레스햄(육함량 75% 이상) 등이 있음
- **소시지류**는 식육 및 식육가공품을 그대로 또는 염지하여 분쇄, 세절 후 식품을 첨가해 훈연 또는 가열처리, 저온 발효 숙성 또는 건조, 또는 케이싱(돼지의 장 또는 양의 장 등으로 만든 소시지 껍질)에 충전해 냉장 냉동한 것으로 소시지, 발효소시지, 혼합소시지 등이 있음(육함량 70% 이상)
- **베이컨류**는 돼지의 복부육 또는 특정부위육을 정형, 염지 후 그대로 또는 식품을 첨가해 훈연 또는 가열처리한 것임
- **건조저장육류**는 식육을 그대로 또는 식품을 첨가 후 건조하거나 열처리하여 건조한 것(육함량 85% 이상)
- **양념육류**는 식육 또는 식육가공품에 식품을 첨가하여 양념하거나 이를 가열 등 가공한 것으로 양념육(육함량 60% 이상), 분쇄가공육제품(육함량 50% 이상의 햄버거 패티, 미트볼, 돈가스, 치킨너겟 등), 갈비가공품, 천연케이싱(돼지의 장 또는 양의 장으로 만든 껍질에 육류가공품을 채운 제품)으로 분류함
- **식육추출가공품**은 식육을 주원료로 물로 추출하거나 식품을 첨가하여 가공한 것으로 끓는 물에서 고아낸 육수, 사골육수, 곰탕, 삼계탕 등을 말함
- **식육함유가공품**은 식육을 주원료로 제조, 가공한 것으로 위 6가지에 해당되지 않는 것임

※ 식품의약품안전처, 식품공전 및 식품공전 해설서

〈식육가공품 유형별 주요 제품〉

햄류	소시지류	베이컨류	건조 저장육류	양념육류	식육추출 가공품	식육함유 가공품
						
CJ제일제당 스팸	롯데푸드 비엔나소시지	에쓰푸드 에쓰 베이컨	코주부 B&F 코주부 프리미엄육포	하림 닭갈비	복천식품 닭곰탕	대림사조 더바삭한 치킨&치즈볼

※ 각 사 홈페이지

2. 식육가공품 원료 수급 현황

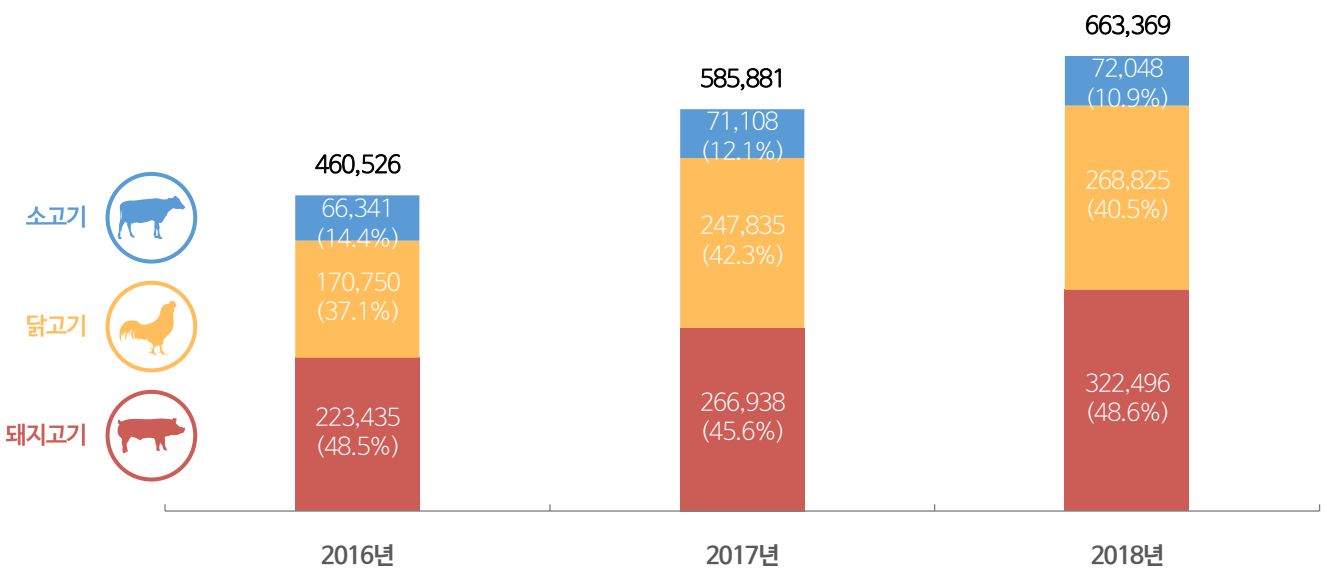
2018년 식육가공품의 원료로 사용된 육류 소비량은 전년 대비 13.2% 증가한 663,369톤

돼지고기 322,496톤(20.8%↑), 닭고기 268,825톤(8.5%↑), 쇠고기 72,048톤(1.3%↑)

■ **(돼지고기·닭고기 사용량 증가)** 2018년 식육가공품의 주요 원료인 육류의 총 사용량은 663,369톤으로 축종별로는 돼지고기 사용량이 43.5%, 닭고기 36.2%, 쇠고기 9.7%의 비중을 차지함

- 2018년 돼지고기 원료 사용량은 2016년 대비 44.3% 증가하며 꾸준한 증가세이고, 닭고기 사용량은 268,825톤으로 2016년 대비 57.4% 증가함
- 돼지고기 국산 비중은 계속 증가해 2018년 75.2%, 닭고기는 87.2%로 높은 자급률을 유지한 반면 쇠고기는 23.1%로 자급률이 낮음

〈식육가공품 내 축종별 원료 사용량〉 (단위: 톤, %)



※ 한국농수산식품유통공사 (2016년~2018년). 각 연도 식품산업 분야별 원료소비 실태조사 자료로 재구성함
1) 원료 사용량은 연도별 사업체 표본 선정 결과에 따라 품목별 편차가 존재하여 해석에 유의 필요

■ 2016년 대비 2018년 **소시지, 베이컨, 양념육류, 분쇄가공육류, 기타 육가공품**의 원료 사용량은 증가한 반면, **햄류, 육포, 축산물 조림**의 원료 사용량은 감소함

- 2018년, **햄류**는 주원료인 돼지고기의 사용량이 2년 사이 18.7% 감소한 반면, 닭고기의 사용량은 49.9% 증가하였으며, 이는 다이어트 등 소비자들의 건강에 대한 관심이 증가하면서 닭가슴살 등의 수요가 증가한 것이 원인으로 보임
- **소시지류와 베이컨류**의 주요 원료 사용량은 최근 3개년 계속 증가해왔으며, **소시지류**의 원료 사용량은 돼지고기, 닭고기, 쇠고기 모두 증가세를 보였고, **베이컨류**는 돼지고기 사용량이 큰 폭으로 증가함
- **양념육류**는 2017년 닭고기 사용량이 전년 대비 130% 증가하였으나, 2018년에는 5.3% 감소하였고, 분쇄가공육은 전년 대비 돼지고기(86.2%), 닭고기(61.8%), 쇠고기(82.5%) 사용량이 모두 증가함

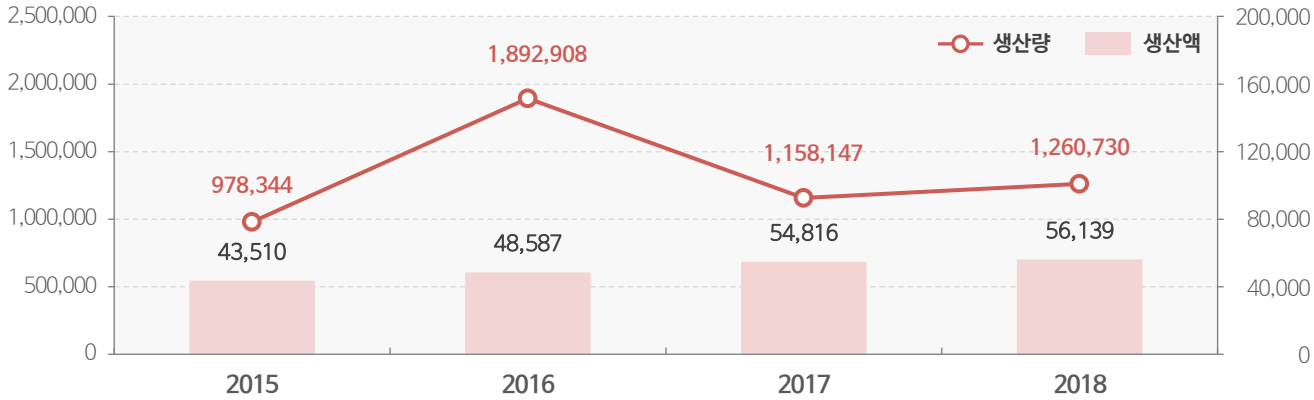
3. 생산실적

2018년 식육가공품 생산액 5조 6천억 원(2.4% ↑) 출하액 6조 7억 원(5.6% ↑)

소시지류(5.8% ↑), 양념육류(10.5% ↑), 건조저장육류(3.3% ↑), 식육함유가공품(28.9% ↑) 전년 대비 생산액 증가

〈식육가공품 연도별 생산 규모〉

(단위: 톤, 억 원)



※ 식품의약품안전처 (2015년~2018년). 각 연도별 식품 등 생산실적 자료로 재구성함

* 2016년 식육가공품 생산량의 급격한 증가는 생산업체들의 자체 입력 과정에서 과다 집계되었을 가능성이 있음

■ **(소시지·양념육류 생산 증가)** 식육가공품 생산 규모는 2015년 이후 꾸준히 증가하고 있으며, 2018년 생산량은 1,260,730톤으로 전년 대비 8.9% 증가, 생산액은 5조 6천억 원으로 전년 대비 2.4% 증가함

- 2018년 기준 식육가공품 유형별 생산 규모는 양념육류가 전체의 59.3%, 햄류가 18.2%, 소시지류가 9.5%, 식육추출가공품이 6.9%, 베이컨류 2.1%, 건조저장육류 2.0%, 식육함유가공품 2.0% 순으로 나타남
- 1인 가구 및 캠핑 인구 증가, HMR 제품 다양화로 양념육류(10.5%), 소시지류(5.8%), 식육함유가공품(28.9%) 생산이 증가한 반면, 조리냉동식품 및 배달 음식 시장 확대 영향으로 햄류(-10.0%), 식육추출가공품(-22.5%), 베이컨류(-11.7%) 생산 감소함

〈식육가공품 유형별 생산 규모〉

(단위: 톤, 억 원, %)

구분		2015년	2016년	2017년	2018년
햄류	생산량	159,807	250,629	191,884	185,660
	생산액	8,506 (19.5)	9,675 (19.9)	11,375 (20.8)	10,242 (18.2)
소시지류	생산량	91,959	148,845	111,898	114,820
	생산액	4,163 (9.6)	4,742 (9.8)	5,050 (9.2)	5,345 (9.5)
베이컨류	생산량	11,254	15,431	13,296	13,752
	생산액	988 (2.3)	1,090 (2.2)	1,359 (2.5)	1,200 (2.1)
건조저장육류	생산량	2,833	12,574	3,340	3,320
	생산액	947 (2.2)	975 (2.0)	1,062 (1.9)	1,097 (2.0)
양념육류	생산량	589,859	1,306,055	678,366	774,556
	생산액	24,291 (55.8)	26,904 (55.4)	30,133 (55.0)	33,285 (59.3)
식육추출 가공품	생산량	105,904	145,226	143,400	137,429
	생산액	3,689 (8.5)	4,365 (9.0)	4,971 (9.1)	3,854 (6.9)
식육함유 가공품	생산량	16,728	14,148	15,963	31,193
	생산액	926 (2.1)	836 (1.7)	866 (1.6)	1,116 (2.0)
합계	**생산량**	**978,344**	**1,892,908**	**1,158,147**	**1,260,730**
	생산액	**43,510**	**48,587**	**54,816**	**56,139**

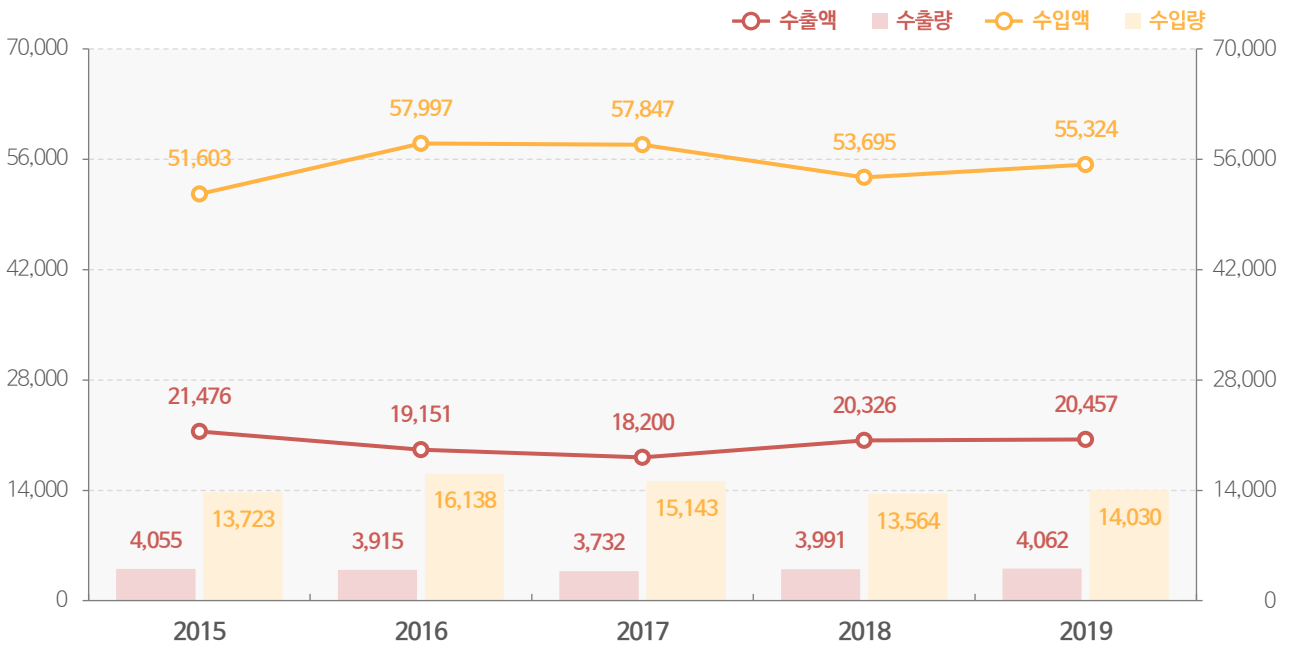
※ 식품의약품안전처 (2015년~2018년). 각 연도별 식품 등 생산실적 자료로 재구성함

4. 수출입 실적

2019년 식육가공품 수출량은 4,062톤(전년 대비 1.8% ↑) 수입량은 14,030톤(전년 대비 3.4% ↑)

2019년 수출액은 20,457천 달러(전년 대비 0.6% ↑), 수입액은 55,324천 달러(전년 대비 3.0% ↑)로 소폭 증가

〈식육가공품 수출입 현황〉 (단위: 톤, 천 달러)



※ 관세청 (2020.08.27.). 수출입무역통계

* HS코드 : 햄류(1602.41.1000, 1602.42.1000, 1602.49.1000), 소시지류(1601.00.1000, 1601.00.9000), 건조저장육류(1602.50.9000), 식육추출가공품(삼계탕 HS코드 1602.32.1010)

** 각 식육가공품 품목과 일치하는 HS코드가 없어 대표적인 코드를 적용한 값으로, 실제 국가 전체 식육가공품 수출 실적과는 차이가 있음

■ **(식육가공품 수출 수입 증가세 유지)** 2019년 식육가공품의 수출량은 4,062톤으로 전년 대비 1.8%, 수출액은 20,457천 달러로 0.6% 증가했으며, 수입량은 14,030톤으로 전년 대비 3.4%, 수입액은 55,324천 달러로 3.0% 증가함

- 햄류의 수출량은 2019년 858톤으로 전년 대비 43.2% 증가했고, 소시지는 728톤으로 전년 대비 18.6%, 건조저장육류는 90톤으로 전년 대비 47.5% 증가를 기록함
- 한편 햄류의 수입량은 2016년 이후 계속 감소해 2019년에는 2,791톤(13,233천 달러)을 기록했고, 소시지류 수입량은 대체로 증가해 2019년 10,829톤의 수입량과 39,766천 달러의 수입액을 기록함

■ **(미국과 필리핀 대상 수출량 증가)** 2019년 국가별 식육가공품 수출입 현황을 살펴보면, 수출액 기준으로 미국, 일본, 필리핀, 대만 순이었고, 수입액 기준으로 미국, 덴마크, 호주, 스페인 순임

- 중국은 2015년 기준 우리나라 식육가공품 최대 수출국이었으나, 사드 배치의 영향 등으로 수출량이 급감함
- 2018년 우리 정부와 필리핀 관계 당국과의 수출 검역 위생 협상을 통해 햄, 소시지, 삼계탕 등 열처리 축산물에 대한 필리핀으로의 수출이 크게 증가함

5. 유통 및 판매 현황

식육가공품 중 햄, 소시지, 베이컨의 유통 구조 내 B2B와 B2C 비율은 각각 50% 수준

캔햄의 온라인 유통 규모는 약 20%, 나머지 햄(캔햄 제외), 소시지, 베이컨은 10% 미만

■ **(햄은 B2B가 50% 이상, 소시지·베이컨은 약 50%)** 식육가공품의 국내 유통은 기업체 대상 B2B와 소비자 대상 소매점 및 온라인 판매인 B2C로 구분되는데 비율은 5:5 수준임

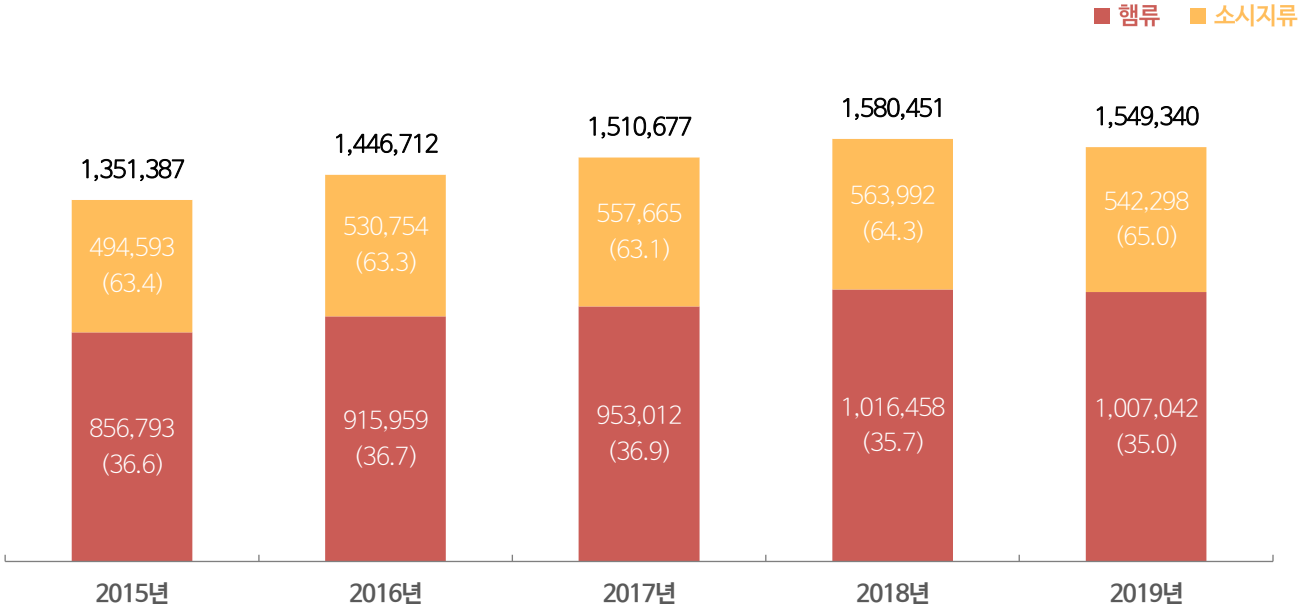
- 햄류는 B2B가 58%, B2C가 42%로 기업 대상 판매량이 다소 많은 편이고, 소시지류와 베이컨류는 B2B와 B2C가 각각 50%로 추정됨
- 햄(캔햄 제외), 소시지, 베이컨의 온라인 유통 비율은 전체의 10% 미만이고, 캔햄은 온라인 유통 비율이 약 20% 정도로 추정됨

■ **(햄·소시지 소매 판매액 증가세 주춤)** 식육가공품의 소매시장 규모는 2019년 기준 햄류, 소시지류를 합해 약 1조 5천5백억 원이며, 이는 전년 대비 2% 감소한 수치임

- 2015년 이후 명절 선물세트 판매 증가, 홈술, 혼술 트렌드의 확산으로 인한 안주 소비 증가, 캠핑 문화 확산, HMR 시장 활성화로 인해 햄, 소시지 판매는 꾸준히 증가해 옴
- 분기별로 보면 설 명절이 있는 1분기와 추석 명절 및 캠핑 시즌이 있는 3분기의 햄, 소시지 판매액이 크게 나타남
- 소매채널별로는 할인행사가 많은 할인점의 점유율이 40.6%로 가장 높았으며, 그 다음은 체인슈퍼(20.5%)로 나타났고, 편의점은 판매액이 계속 증가해 2017년 점유율 16.1%에서 2019년 19.0%로 가장 크게 증가함
- 제품별로는 일반햄의 판매액은 2017년 이후 증가세에 있지만, 캔햄과 소시지의 판매액은 2019년 다소 감소한 것으로 나타남

〈햄/소시지 소매 시장 규모〉

(단위: 백만 원, %)



※ 소매점유통POS데이터, aTFIS(식품산업통계정보시스템)

6. 소비자 동향 및 트렌드 분석

코로나 19 확산으로 가정식이 늘어나면서 식육가공품에 대한 관심과 수요 증가

가정식 반찬용과 술 안주용으로 햄, 소시지, 베이컨 등 식육가공품 소비 증가

■ **(전년 대비 식육가공품 구입 증가)** 식육가공품 구매 및 소비 행태와 트렌드를 분석하기 위해 소비자 500명 대상 온라인 조사를 실시한 결과, 코로나 19 이전인 전년 대비 **소시지류, 햄류의 구입률이 30% 가량 증가**한 것으로 나타남

- 소비자의 식육가공품 구입률은 햄류(28.8%), 소시지류(28.2%) 순으로 높게 나타났고, 가구 형태에 따라서 미혼 독립 가구는 햄류(37.5%)와 베이컨류(20.0%) 구입률이 높았고, 미취학 자녀가 있는 가구는 소시지류(30.0%), 햄류(28.6%)의 구입률이 높음
- 햄/소시지/베이컨 구입 빈도는 평균 월 1.7회였으며, 미혼 독립 가구와 초등/중고등 자녀 가구가 자주 구입한 것으로 나타났으며, 평균 구입액은 중고등 자녀 가구가 22,000원으로 가장 많음
- 햄/소시지/베이컨 구입에 영향을 주는 주요 요인으로 맛 품질(식감, 육즙 등)이 24.4%, 브랜드/제조사는 12.8%, 육함량(고기 함량)이 12.8%로 높게 나타났고, 원산지/원재료 9.5%, 가격 8.6%로 나타남

■ **(코로나 19로 햄, 소시지, 베이컨류 관심 증가)** 쇼핑 트렌드 분석 결과, 햄, 소시지, 베이컨류에 대한 관심은 2020년 3~5월에 증가했는데 이는 코로나 19의 확산에 의한 불안 심리로 저장용 식품 구입 및 외식을 기피하고 내식이 증가함에 따라 반찬용으로 햄, 소시지, 베이컨류에 대한 관심이 증가한 것으로 유추됨

- **햄류**에 대한 관심은 1월과 9월에 높게 나타나는데 이는 명절 선물세트 구입 때문으로 보이며, **소시지 및 베이컨류**에 대한 관심은 3분기에 증가하는데 이는 캠핑 대표 음식인 소시지에 대한 수요가 캠핑 시즌에 증가한 것으로 보임
- 최근에는 돼지고기 캔햄 외에 오리고기를 활용한 제품도 출시되며 다양한 육류 소비 트렌드가 나타났고, 프라이팬에 물을 넣어 굽는 '워터 프라잉' 방식이나 에어프라이어 등 조리법이 다양해지면서 킬바사 소시지, 통베이컨 등 제품에 대한 인기가 높아짐
- **양념육류** 중 쇠고기 양념육에 대한 관심은 1~2월, 9월 등 명절 기간에 높게 나타나고, 돼지고기와 닭고기의 양념육에 대한 관심은 휴가철인 12~1월, 7~8월에 높게 나타남
- 1인 가구 대상 반찬 및 안주용으로 **소포장 양념육 제품**이 인기를 끌고 있으며, **에어프라이어를 이용한 간편 조리 제품**이 출시되고 있음

〈오리고기 햄 제품〉

다향오리 덕팸	농협목우촌 오리를 슬라이스햄
	

〈식감을 강조한 베이컨 제품〉

에쓰푸드 존쿡델리미트 컨트리베이컨	롯데푸드 라퀴진 갈릭&페퍼 베이컨
	

〈소포장 양념육 제품〉

신세계푸드 '올반 양념육' 4종	대상 '집으로ON 간편양념육' 3종
	

〈에어프라이어 전용 튀김류 제품〉

하림 '에어프라이어 순살치킨'	올반 '깐풍기'
	

7-1. 해외 시장 동향

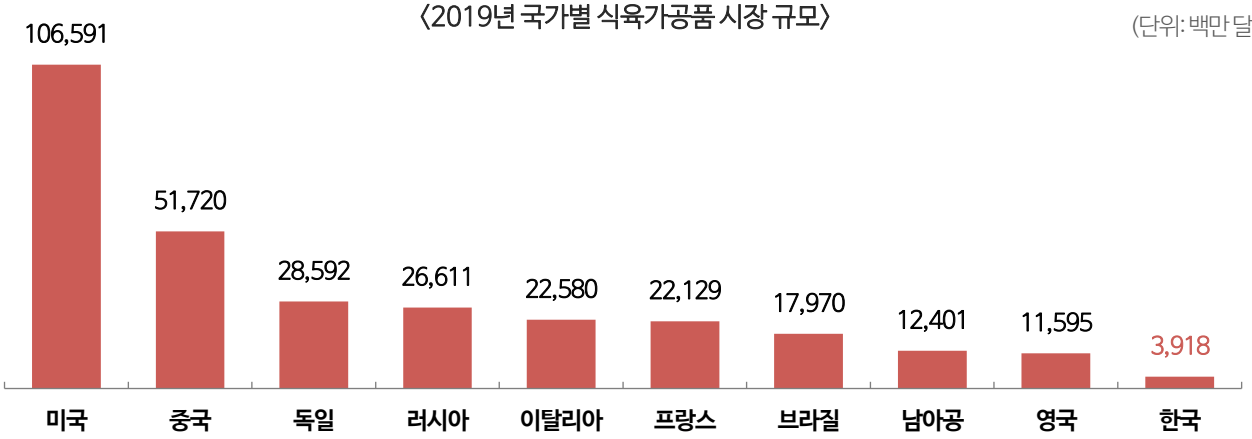
2019년 세계 식육가공품 시장 규모는 증가세(2019년 4,237억 달러), 미국 · 중국이 주도

미국은 세계 최대 식육가공품 시장 규모 유지, 중국은 ASF(아프리카 돼지 열병) 사태 후 시장 규모 회복세

■ **(식육가공품 세계 시장은 증가세)** 전 세계 식육가공품 시장 규모는 2016년 이후 꾸준히 성장하고 있으며, 2019년 약 4,237억 달러를 기록했는데 이는 2016년 대비 11.5% 성장한 수치임

- 국가별 규모를 살펴보면 2019년 미국이 1,066억 달러 규모로 전체 시장의 25.2%를 차지하고 있으며, 중국 611억 달러(14.4%), 독일 286억 달러(6.7%), 러시아 266억 달러(6.3%), 이탈리아 226억 달러(5.3%) 순이고, 우리나라는 39억 달러로 19위임
- 2019년 세계 햄/소시지 시장 규모는 1,543억 달러 규모로 전체 식육가공품 시장의 36.5%를 차지하고 있으며, 냉장 식육 가공육(버거&그릴, 미트볼 등)은 689억 달러(16.3%), 조리식품(Cooked Meats - Packaged)은 618억 달러(14.6%)를 기록함

〈2019년 국가별 식육가공품 시장 규모〉 (단위: 백만 달러)



※ Global Market Data, GlobalData

1) 글로벌 식육가공품의 분류 기준에 따른 데이터로 국내 식육가공품 기준 시장 규모와는 차이가 있음

2) 식육가공품 : 햄/소시지, 베이컨, 냉장 식육 가공품, 조리식품(Cooked Meats - Packaged), 냉동식육가공육, 염장 식육 가공품(Fermented Meats), 육즙소스(Bouillons & Stocks)

7-2. 글로벌 트렌드

① 저염, 저당 프리미엄 브랜드 출시

- 당분 및 나트륨이 적으면서도 고단백 간식류를 찾는 소비자들이 증가하면서 염분과 당분을 줄이고 다양한 고급화를 통해 품질을 끌어올린 육류 스낵 시장이 성장하는 추세임
- 관련 제조사들은 기존 육포 대비 덜 달고 덜 짜며 특징적인 맛 등 신규 메뉴를 출시하며 시장 점유율을 높여가고 있음

② 건강한 먹거리 선호로 클린 라벨(Clean Label)에 대한 관심 증가

- 건강을 중시하는 식품 트렌드가 지속되면서 식육가공품에서도 자연원료, 식물성 기반, 인공첨가물 미포함 등 다양한 부분에서 첨가물의 수를 줄이고 더욱 천연 상태 그대로를 유지하는 등 클린 라벨이 대세가 되어가고 있음. 특히 소비자들은 기존 관습적으로 사용되던 화학물질 등에 대해 우려하면서 제품 정보가 포장 라벨에 진실하고 명확하게 표기하기를 원하고 있음. 따라서 유기농, 천연원료 사용, 합성첨가물 미포함 등의 특성은 판매량이나 점유율 이외에도 브랜드 명성과 이미지에도 큰 영향을 줄 것으로 전망됨

③ 매콤한 육가공품 수요 증가세

- 기존 소금과 후추 등 전통적인 양념으로 가공된 식육가공품에서 벗어나 최근 가장 인기를 끄는 육류 맛 키워드는 매콤함임. 세계화로 인해 소비자들이 좀 더 모험적인 맛을 시도해 볼 기회가 주어졌고 새로운 맛에 대한 호기심 및 관심 증가와 각 지역 특색을 띄는 제품에 대한 선호도가 크게 늘어나는 점이 강한 향과 매운 맛을 내세우는 카테고리의 성장에 큰 역할을 하는 것으로 보임

④ 한입 크기(Bite-Size) 핑거 푸드의 약진

- 한 손으로 집어먹기 쉬운 핑거 푸드의 인기가 올라가면서 다양한 식육가공품 업체들은 기존 육류제품의 스낵 및 간편식화에 심혈을 기울이고 있음
- 간편하게 섭취할 수 있는 스낵류의 수요가 올라가고 바쁜 라이프 스타일과 줄어드는 여가시간 및 도시화로 인해 식사준비에 사용하는 시간이 줄어드는 등 식습관이 변화하는 추세임
- 현재 간식은 전체 식사에서 거의 절반 정도의 비중을 차지하며 이는 특히 아침과 점심 식사의 '간소화' 또는 '간식화' 영향이 큰 것으로 보임

7-3. 주요 국가 시장 동향

(미국 육류 소비 꾸준히 증가) 미국의 식육가공품 시장 규모는 2015년부터 증가폭은 크지 않지만 꾸준히 증가하고 있으며, 2019년 시장 규모는 2015년 대비 10.1% 증가를 기록함

- 미국의 식육가공품 시장은 그동안 지속적으로 많은 육류 제품을 소비해 왔으며, 코로나 19 및 건강과 가축 사육에 대한 환경적 문제가 제기됨에도 여전히 소비량이 증가세임
- 최근 미국 소비자들의 육류소비량은 증가했지만 주 소비 육류는 쇠고기에서 닭고기로 전환되고 있으며 건강에 대한 우려에 따라 레드 미트(red meat)에서 **화이트 미트(white meat)로 소비 비중이 이동**하고 있음
- 또한 기술의 발전으로 실제 고기와 유사한 맛과 품질을 구현해 육류를 대체할 수 있는 **대체육에 대한 관심이 증가**해 대체육 시장은 앞으로 더욱 성장할 것으로 전망됨

(중국 육류 소비는 ASF 사태 이후 회복세) 중국의 식육가공품 시장 규모는 2015년 아프리카 돼지 열병 사태(ASF)로 감소하다가 2017년을 기점으로 성장세를 보이고 있으며, 2019년 517억 달러의 규모를 기록, 계속 성장할 전망임

- 중국은 여러 바이러스 및 코로나 19 사태를 겪으면서 소비자들의 건강에 대한 우려와 인식 수준이 높아졌으며, 이에 맞춰 중국 내 대형 육류 수입업체들은 최첨단 가공 설비를 구축할 것으로 전망됨
- 중국에서도 **대체육에 대한 관심**은 커지고 있으며, 햄버거 패티, 소시지, 스테이크 위주의 서구권과 달리 가정식에 접목할 수 있는 식품 위주로 구성되는 특징을 보임

(일본 닭고기 소비 증가) 일본의 식육가공품 시장 규모는 2015년 이후 해마다 소폭 증가세를 보이고 있으며, 2019년 기준 79.6억 달러로 2015년 대비 19.7% 성장한 수치를 보임

- 최근 일본의 가장 큰 식품 트렌드는 저탄수화물, 고단백으로 대표되는 건강한 먹거리이며, 고령화가 진행된 일본의 노인 인구는 육류 소비를 멀리 했지만 닭고기의 항산화 성분 및 피로억제 등 효능이 알려지면서 **닭고기 등 가금류 제품이 인기**를 끌고 있음
- 편의점, 패스트푸드점 등 다양한 유통 채널을 통해 냉동 및 포장 조리식품으로 치킨 기반 메뉴의 제품들이 출시됨