

# 임산물과 식품산업의 연계 강화 방안: 단기소득임산물 중심으로

이 상 민 연구 위원  
최 지 현 선임연구위원

한국농촌경제연구원

**연구 담당**

이 상 민 연구 위원 연구총괄, 실태조사 및 분석  
최 지 현 선임연구위원 연계 강화 방안 마련

## 머 리 말

---

건강식품으로 알려진 임산물은 소득의 증가와 함께 소비가 늘어가기 마련이다. 산이라는 친환경 이미지가 함께 어우러지면서 소비를 원하는 사람들은 더욱 늘어날 것으로 예상된다. 그러나 우리가 주변에서 흔히 접할 수 있는 임산물은 생산된 형태 그대로 이거나 단순한 가공만 거친 것들이 대부분이다. 이러한 제품으로는 다양한 입맛을 가진 소비자들에게 다가가는 데 분명히 한계가 있다.

소비자들의 욕구를 충족시켜 임산물의 소비를 늘리는 것은 생산자들의 소득 증대와 직결 된다. 아울러 임산물의 소비촉진은 시장개방, 가격하락 등으로 인해 위축되고 축소된 임업의 발전을 위해서도 매우 중요한 방안이라 할 수 있다. 이에 산림청과 농림수산물부는 임산물의 소비확대를 위해 가공품 생산 증대방안 마련에 최선을 다하고 있다. 그러나 기반시설이 제대로 갖추어지지 않은 현실적인 어려움을 감안하면 결코 쉬운 일이 아닐 것으로 예상된다.

이 연구는 보다 많은 임산물이 가공과정을 거쳐 소비자들에게 공급될 수 있는 종합적인 방안을 제시하였다는 점에서 의의가 있다. 기초적인 통계자료가 잘 갖추어지지 않은 상황에서 설문을 통하여 임산물 가공업체의 실태를 조사하고, 임산물 가공품에 대한 소비자들의 행태를 밝혀내기 위해 많은 노력을 기울인 것으로 보인다. 이러한 노력들이 정책으로 이어져 진정한 임업의 발전을 위해 이용되기 바란다. 연구과정에서 정확한 정보와 진정한 제언을 주신 여러분, 특히 임산물 가공산업 발전을 위해 노력하고 계시는 업체 관계자들에게 감사의 말씀을 드린다.

2009. 11.

한국농촌경제연구원장 오 세 익



## 요 약

---

임업의 축소현상은 임산물 소비부족, 가격하락과 함께 산업의 활성화가 미진하였기 때문이다. 산업의 지속적인 유지 및 발전을 위해서는 새로운 수요를 개척할 필요가 있으며, 그 해결책은 식품산업과의 연계성을 강화하는 것이다. 그러나 임산물의 가공률은 매우 저조하며 대부분 원료상태 또는 매우 간단한 가공을 거쳐 유통되고 있는 실정이다. 또한 임산물 가공실태에 대한 기본적인 통계조차 집계되지 않고 있다. 이러한 이유는 상품개발을 위한 연구지원 부족, 식품산업화를 위한 정책지원 부족 등 여러 가지에서 원인을 찾을 수가 있을 것이다. 그러므로 현 시점에서는 가공사업의 실태를 점검하고 소비자의 소비경향을 파악하여 임산물의 활성화 방안을 식품산업과의 연계에서 찾는 연구가 필요하다.

가공업체 실태조사에 따르면 임산물 가공수준이 대체로 낮으며, 가공공정의 자동화 비율도 저조한 것으로 나타났다. 생산비용 가운데 원료비가 차지하는 비중이 농산물가공업체의 평균에 비해 낮게 나타났다. 그 이유는 자가 생산비중이 농산물가공업체에 비해 비교적 높기 때문이다. 그러나 생산규모가 많아질수록 자가 생산의 비중은 낮아지고, 다양한 방법으로 원료를 조달한다. 원료 조달에 있어서 대량구매를 위한 자금 부족을 가장 어려운 점으로 느끼고 있는 것으로 나타났다. 판매비가 농산물가공업체 평균에 비해 높아 임산물 가공식품의 유통이 원활하지 않다는 것을 나타낸다. 기술개발 방법은 대부분 직접 개발하는 것으로 조사되었는데, 부가가치 제고에는 한계가 있다. 소비자가 선호하는 대형할인점 납품비율이 낮게 나타났다. 임산물 담당부처인 산림청의 지원 규모가 상대적으로 적으며, 지원사업에 대한 정보가 잘 알려지지 않아 많은 업체가 지원을 하지 못하고 있는 실정이다.

소비자 조사 결과에 따르면 식재료비가 늘어날수록 버섯류와 산채류 가공식품에 대한 소비비율이 증가하므로 이들 품목의 소비는 지속적으로 늘어날 가능성이 높다. 소득 수준이 늘어나고 건강에 대한 관심이 높아질수

록 국내산 임산물 가공식품에 대한 소비는 지속적으로 늘어날 전망이다. 특히 소비자가 원하고 있으나 상대적으로 미흡한 호두, 산채류, 은행 등에 대한 가공식품 개발이 매우 절실한 실정이다. 주변의 추천을 통해 임산물 가공식품의 정보를 얻는 경우가 가장 많은데, 이 방법은 정보 확산 속도가 매우 느리고, 대상도 제한적이다. 건강을 위해서, 안전성이 높아서 등의 구매 동기는 국내산 임산물 가공식품의 홍보에 있어 중점을 두고 강조해야 할 점들이다. 구매경로의 선택에 있어서는 편리성이 가장 중요한 요소로 조사되었으며, 그 결과 대형할인점을 이용하는 경우가 가장 많은 것으로 나타났다. 대부분 소비자들이 원산지 표시를 확인하는 이유는 수입산에 비해 국내산 임산물 가공식품의 품질이 우수하다는 것을 인정하기 때문이다. 가격은 임산물 가공식품 구입의 가장 큰 문제점으로 지적되었으며, 소비확대를 위한 의견에서도 가장 많이 지적된 사항이다.

임산물 가공업에 대한 정부 정책을 살펴보면, 산림청의 많은 사업들이 가공시설 지원에 초점을 맞추고 있으며, 가공업체에서 가장 원하는 기술개발 및 원료수매자금에 관한 지원사업은 상대적으로 적은 편이다. 수출관련 사업을 제외하면 홍보와 개발을 지원하는 사업도 미미한 실정이다. 농림수산식품부 주관 사업의 경우에도 대부분 가공시설에 집중되어 지원되고 있으며, 기술개발 및 판매, 홍보에 대한 지원은 적은 것으로 나타났다. 다만 원료수매 지원에 관한 사업이 다양하게 제공되고 있다. 농림부와 산림청 모두 산발적이고 다양한 지원 사업이 산재된 상태이다. 또한 임산물산지종합유통센터, 시군유통회사설립·운영지원, 농산물산지유통센터 건립지원 사업, 농수산물종합유통센터 건립지원 사업 등 유통관련 사업에 가공이 포함되어 있어 가공의 중요성이 거의 부각되지 않고 있는 실정이다.

이상에서 살펴본 시사점 및 문제점을 바탕으로 임산물 가공산업과 식품산업 간의 연계강화 방안을 찾아보면, 우선 소규모 영세업체의 통폐합을 통하여 규모화 하는 방향으로 정책이 시행되어야 할 것이다. 소규모 영세업체의 경우 효율성이 떨어지고, 품질관리가 어려우며, 판매경로에 있어서도 제한적일 수 밖에 없다. 장기적으로 소규모 영세업체를 흡수·통합하여 규모의 경제를 이룩하고, 마케팅 능력을 높여 판매경로 개척에 도움을 줄

수 있도록 할 필요가 있다.

둘째, 가공실태 조사를 통해 드러난 바와 같이 임산물 가공산업은 가공 수준과 자동화 비율이 비교적 낮으며, 생산기반이 약하다는 것을 알 수 있다. 그 원인은 여러 가지 있겠지만 근본적으로 가공에 초점을 맞춘 유인책이 없기 때문이다. 이를 위해서는 거점 산지가공센터를 설립하여 운영하며, 임산물 산지유통센터의 가공기능을 강화하여야 한다. 또한 원료 구매를 원활하게 하기 위하여 원료 생산자와 가공업자 간의 연계를 강화하는 방안을 찾아야 할 것이다.

셋째, 가공사업에 대한 체계적 시스템을 구축하여야 한다. 임산물 가공산업 활성화를 위한 노력이 다양하게 진행되고 있으나 대체로 산발적이며 체계적이지 못하다. 기술개발, 유통개선, 홍보, 정부정책 등 거의 모든 분야에 산재된 문제점이다. 이러한 현상은 사업의 비효율성을 초래하는 요인이 되므로, 체계적인 시스템을 구축하여 산업 발전의 기반이 될 수 있도록 해야 할 것이다.

마지막으로 소비자와의 신뢰성 강화를 위한 노력을 경주하여야 할 것이다. 식품산업에 있어 생산자와 소비자 간의 신뢰는 산업의 근간이 된다. 국내산 임산물 가공식품의 인식이나 품질에 대한 소비자의 평가가 긍정적으로 제시되고 있으므로, 생산자는 소비자의 신뢰를 저버리지 않는 것이 중요하다.

원료 품목별 정책요구를 살펴보면, 표고버섯의 경우 가공기술 개발에 대한 방안을 마련하는 것이 가장 시급한 일이며, 밤에 대해서는 원료구입비를 인하할 수 있는 방안이 시급하다. 또한 대추의 경우 자동화설비를 마련할 수 있도록 해야 하며, 뽕은감에 대해서는 기술 수준에 맞추어 정책적으로 지원해 줄 수 있는 방안을 마련할 필요가 있다.

ABSTRACT

---

## Policy Measures to Strengthen the Linkage Between Forestry and Food Industry: Focusing on Non-Timber Products

This study suggests various schemes to make more forest products be processed, and this will result in an increase in the consumption of forest products. Survey research is the main method of this study.

Survey of manufacturers reveals that the level of processing technology for forest products is low. The ratio of raw material cost of forest products is lower than that of agricultural products, because many forest product manufacturers produce feedstock by themselves. The larger the amount of manufacture gets, however, the lower the ratio of self-production becomes. The most difficult problem in procuring feedstock is a lack of funds. Sales cost ratio is relatively high. This means that sales network is not fully established yet. Production technology is usually developed by manufacturers, and this limits an increase in the value of final products. Manufacturers sell their products through electronic or wholesale marketplaces rather than discount stores, which are consumers' favorite places to buy processed forest products. Many manufacturers do not have detailed information about government's support undertakings.

The result of consumer survey verifies that consumption of processed forest products will increase through growing income and interest in health. Especially walnuts, ginkgo nuts, and wild vegetables are at the top of the list of products that consumers want to see them processed. Consumers obtain information about processed forest products by words of mouth. This method is not effective in advertising good points of forest products. Convenience is the most important factor in deciding purchase method. Consequently, as mentioned above, big discount stores are their favorite marketplace to buy processed foodstuffs from the forest. Most consumers



check the country of origin when they buy processed forest foodstuffs. And they believe that domestic products are better than imports in quality. The price is high enough to prevent consumers from purchasing domestic products, however.

Many of government's support undertakings are focused on establishing facilities. Funds for technology development and buying feedstock, which are strongly wanted by manufacturers, are relatively small. Each government undertaking is done by itself. It is hard to verify interactions among the undertakings, which means that they are not organized well. Many undertakings related to food processing are focused on distribution rather than processing.

According to research results, the program for strengthening the linkage between forestry and food industry can be summarized as follows. First, small-size food processing companies had better merge into a big company to enhance bargaining power and management effectiveness. Second, to increase the level of processing technology, it is recommended that bases of processing facilities be built in feedstock production areas and to strengthen manufacturing functions of existing distribution facilities be strengthened. Third, it is required to build organized systems in support of processing ventures, from such aspects as technology development, public relations, and distribution to government policy. This will be a foundation of the forest products processing industry. Finally, we should devote great care not to abuse the confidence of consumers, since trust between producers and consumers is the most important factor for the success of food industry.

Researchers: Sang-Min Lee and Ji-hyun Choi

E-mail address: smlee@krei.re.kr, jihchoi@krei.re.kr



## 차 례

---

### 제1장 서론

1. 연구의 필요성 및 목적 .....	1
2. 선행연구 검토 .....	3
3. 연구범위와 방법 .....	6

### 제2장 주요 단기소득임산물 수급 및 가공현황

1. 밤 .....	9
2. 뽕은감 .....	12
3. 대추 .....	16
4. 표고버섯 .....	18

### 제3장 주요 단기소득임산물 가공 실태분석

1. 임산물 가공 품목 .....	21
2. 가공업체 실태 분석 .....	22

### 제4장 임산물 가공식품 소비 실태분석

1. 조사 개요 .....	47
2. 임산물 가공식품 구매 경험 .....	48
3. 임산물 가공식품 구매 행태 .....	53
4. 국내산 임산물 가공식품 구매 동기 및 평가 .....	56
5. 국내산 임산물 가공식품 구매 의향 및 정책 의견 .....	58
6. 주요 임산물 가공식품 구매 경향 .....	59
7. 시사점 .....	61

**제5장 임산물과 식품산업 연계 강화 방안**

- 1. 관련 정책 검토 ..... 63
- 2. 임산물과 식품산업의 연계 강화 방안 ..... 75

**제6장 요약 및 결론 ..... 87**

- 부 록 1: 임산물 가공업체에 대한 가공 실태 조사 ..... 93
- 부 록 2: 식품 관련 소비자 조사 ..... 101
- 참고 문헌 ..... 111

## 표 차례

---

### 제1장

표 1-1.	임산물 가공업체 실태조사 개요 .....	7
표 1-2.	임산물 가공식품에 대한 소비자조사 개요 .....	7

### 제2장

표 2-1.	밤의 수급추이 .....	10
표 2-2.	뽕은감의 수급추이 .....	12
표 2-3.	지역별 뽕은감 생산 추이 .....	13
표 2-4.	청도반시 가공화 비율 .....	14
표 2-5.	상품별 청도반시 가공화 현황(2007) .....	14
표 2-6.	상주 뽕은감 및 꽃감 생산현황 .....	16
표 2-7.	대추의 수급추이 .....	17
표 2-8.	대추 주산지별 생산현황 및 순위 .....	17
표 2-9.	표고버섯의 수급추이 .....	19
표 2-10.	지역별 건표고 생산량 추이 .....	19
표 2-11.	지역별 생표고 생산량 추이 .....	20

### 제3장

표 3-1.	주요임산물 가공품 현황 .....	21
표 3-2.	주요임산물 가공 상품화 현황 .....	22
표 3-3.	원료 구분 .....	23
표 3-4.	업체형태별 생산능력 .....	24
표 3-5.	밤 가공식품 생산 현황 .....	25
표 3-6.	대추 가공식품 생산 현황 .....	25
표 3-7.	뽕은감 가공식품 생산 현황 .....	25
표 3-8.	표고버섯 가공식품 생산 현황 .....	25

표 3-9.	원료별 가공업체 자동화 비율 .....	26
표 3-10.	가공업체 매출액별 자동화 비율 .....	26
표 3-11.	자동화 비율이 낮은 원인 .....	27
표 3-12.	원료별 매출액 규모 .....	28
표 3-13.	임산물 가공비용 대비 세부비용의 비중 .....	29
표 3-14.	임산물 식품가공업체 원료조달 방법 .....	30
표 3-15.	가공업체 매출액별 원료조달 방법 .....	30
표 3-16.	임산물 원료 조달 시 애로사항 .....	31
표 3-17.	임산물 가공식품 판매경로 .....	32
표 3-18.	매출규모별 임산물 가공식품 판매경로 .....	33
표 3-19.	임산물 가공식품 판매의 어려운 점 .....	33
표 3-20.	임산물 가공제품 수출 시 애로사항 .....	34
표 3-21.	지원받은 가공기술 연구개발비 정도 .....	35
표 3-22.	주요 가공기술 개발 방법 .....	35
표 3-23.	기술개발을 위한 정부 지원 방안 .....	36
표 3-24.	기관별 평균 지원 금액 .....	37
표 3-25.	임산물 가공산업 활성화를 위한 문제점 .....	38
표 3-26.	임산물 가공산업 활성화를 위해 가장 시급한 정책 .....	39
표 3-27.	매출규모별 임산물 가공산업 활성화 정책 선호도 .....	39
표 3-28.	원료 품목별 우선 지원 분야 .....	46

#### 제4장

표 4-1.	응답자 지역별 분포 .....	47
표 4-2.	식재료 구입비별 응답자 분포 .....	48
표 4-3.	식재료 구입비별 임산가공식품 구매경험 응답자 .....	49
표 4-4.	주요 임산가공식품별 구매경험 비율 .....	49
표 4-5.	밤 가공식품별 구매경험(중복응답) .....	50
표 4-6.	표고버섯 가공식품별 구매경험(중복응답) .....	51
표 4-7.	뽕은감 가공식품별 구매경험(중복응답) .....	51

표 4-8.	대추 가공식품별 구매경험(중복응답) .....	52
표 4-9.	기타 임산물 가공식품별 구매경험(중복응답) .....	52
표 4-10.	임산물 가공식품에 대한 정보획득 경로 .....	53
표 4-11.	임산물 가공식품 구매 경로 .....	53
표 4-12.	임산물 가공식품 구매 요인 .....	54
표 4-13.	임산물 가공식품 구매 경로별 구매 요인 .....	55
표 4-14.	제품 원료의 원산지 확인 여부 .....	55
표 4-15.	국내산 임산물 가공식품 구매 동기 .....	56
표 4-16.	국내산 임산물 가공식품 품질 평가 .....	57
표 4-17.	수입산에 대한 국내산 임산물 가공식품 품질 평가 .....	57
표 4-18.	국내산 임산물 가공식품 구입의 문제점 .....	58
표 4-19.	국내산 임산물 가공식품 소비 의향 .....	58
표 4-20.	국내산 임산물 가공식품 소비 확대를 위한 의견 .....	59
표 4-21.	주요 임산물 가공식품 구매 경향 분석 결과 .....	60

## 제5장

표 5-1.	사업별 지원조건 .....	64
표 5-2.	임산물 가공산업 관련 유통구조 개선사업 .....	65
표 5-3.	사업별 지원조건 .....	65
표 5-4.	임산물 가공식품 산업 지원사업 총괄(산림청) .....	72
표 5-5.	임산물 가공식품 산업 지원사업 총괄(농림수산식품부) .....	73
표 5-6.	거점 산지가공센터 후보지 .....	78
표 5-7.	연계 강화를 위한 정부와 가공업체의 역할 .....	85

## 그림 차례

---

### 제2장

그림 2-1. 밤 수입 추이 .....	10
-----------------------	----

### 제5장

그림 5-1. 임산물과 식품산업 연계 강화 기본방향 및 방안 .....	75
---	----



## 1. 연구의 필요성 및 목적

국내총생산액(GDP)에서 임산물이 차지하는 비중은 2001년 0.5%에서 2002년 0.4%로 감소한 후 정체상태를 나타내고 있다. 식품산업의 원료로 이용될 수 있는 단기소득임산물<sup>1</sup> 가운데 수실류, 산나물류, 버섯류, 약용식물류, 수액류, 죽순 등만 고려했을 경우 그 비중은 같은 기간 0.13%에서 0.11%로 하락한 것으로 나타난다. 이러한 임업의 축소현상은 농업과 마찬가지로 농촌인구의 도시진출로 인한 노동력 부족, 생산자의 고령화, 국산 임산물 소비부족, 가격하락 등의 요인 때문이다. 일부 단기소득임산물의 경우 단순 가공을 통한 수요가 늘어나면서 생산도 증가하거나 꾸준한 수준을 유지하였다. 그러나 이들 품목은 고관세(밤, 대추, 뽕은감), 조정관세(표고버섯) 등으로 보호받고 있어 시장 개방 등 외부 환경변화에 따라 언제든지 소비가 줄어들 수 있는 실정이다. 따라서 이들 품목을 중심으로 한 산업의 지속적인 유지와 발전을 위해서는 새로운 수요를 개척할 필요가 있다.

경제성장과 함께 늘어나는 도시인구, 소가족화, 여성의 적극적인 사회

---

<sup>1</sup> 목재가 아닌 임산물을 가리키는 용어로 목재에 비해 단기간에 재배하여 소득화할 수 있는 품목을 말한다. 2008년 임업총수입의 91.4%를 차지하여 임업의 가장 중요한 소득창출 부문이다(2008. 임가경제조사).

## 2 서 론

진출 등으로 인해 신선 식품의 소비는 줄어들고 가공식품, 전통식품, 외식에 대한 수요가 증가하고 있어 식품산업의 비중은 점차 커지고 있는 실정이다. 가구당 소비지출에서 신선식품의 비중이 1982년에 77%였으나 2006년에는 40%로 줄어든 반면, 가공식품과 외식에 대한 지출은 같은 기간 23%에서 60%로 늘어났다(최지현 외, 2007). 또한 식품제조업·유통업, 외식업 등 식품산업의 생산액은 100조 원에 달하며, 연평균 5.4%의 빠른 성장률을 보이고 있다. 임업과 농업은 식품산업과 함께 푸드시스템을 구성하는 축으로, 식품산업에 원료를 지속적이고 안정적으로 공급함으로써 새로운 수요를 개발하여 부가가치를 높일 수 있다. 농촌의 자원과 노동력을 활용하여 농가소득을 제고하는 것은 축소되는 임업의 위기 극복을 위해서 매우 중요하고 시급한 사안이다.

그러나 임산물에 대한 가공율은 매우 저조한 실정이다. 임산물 생산통계에 집계되는 식품관련 품목 48개 가운데 18개 정도가 가공품으로 활용되고 있으며, 나머지는 원료상태 또는 매우 간단한 가공을 거쳐 유통되고 있는 실정이다. 또한 임산물 가공실태에 대한 기본적인 통계조차 집계되지 않고 있다. 이러한 이유는 상품개발을 위한 연구지원 부족, 식품산업화를 위한 정책지원 부족 등 여러 가지에서 원인을 찾을 수가 있을 것이다. 그러므로 현 시점에서 임산물 수요증대를 위해 식품화 실태를 점검하고 활성화하는 방안을 찾는 연구가 필요하다.

이 연구는 가공업체 실태조사와 소비자 조사 등을 바탕으로 주요 단기소득임산물의 부가가치를 높이기 위한 식품산업과의 연계 강화 방안을 마련하는 데 그 목적이 있다. 특히 단기소득임산물의 가공산업 활성화에 초점을 맞추고 있다.

## 2. 선행연구 검토

### 2.1. 임산물 가공식품

임산물의 가공식품에 관한 연구는 꾀감에 관한 논문이 일부 있는데, 관련된 내용을 소개하면 다음과 같다.

조덕래(2003)는 경제성 분석연구의 기초자료를 제공하기 위해 꾀감의 시장동향을 분석하였다. 2002년 꾀감의 시장규모가 821억 원 정도 되는 것으로 추정하였다. 유통의 문제로는 거래규격 표준화가 미비하고, 소비자 기호에 관한 내용이 광고에 전혀 포함되지 않았다고 지적하였다. 개선방안으로는 생산기술 현대화, 저장기술 개발, 상품 홍보 강화, 가공을 통한 수요창출, 규격 표준화 등을 제시하였다.

조덕래 외(2004)는 산청지역 꾀감의 유통구조를 파악하여 문제점을 도출하고 개선방안을 제시하였다. 다양한 문제점에 따른 해결방안으로 소포장 단위 생산량 증대, 계통출하와 공동출하 유도, 소비지 판매처 개발, 저온저장시설 확충, 간이집하장과 포장센터 설치 투자, 등급 결정 기준 규정, 선별기 보급 등을 제시하였다.

조재환 외(2005)는 상주 꾀감 생산자의 생산규모별 산지유통 실태를 비교 분석하여 효율적인 산지 마케팅 관리 방안을 제시하였다. 판매실태 분석, 대규모 농가의 유통차별화 전략 분석, 규모별 농가수취가격 비교 분석 등을 내용으로 포함하였다. 가격 교섭력을 높이기 위해서는 도매시장과 대형유통업체(할인점) 등으로의 출하량을 늘려야 하며, 대규모 농가가 소규모 농가에 비해 유통차별화를 시도함으로써 마케팅의 효율성을 증진시키며, 그 결과 높은 농가수취가격을 실현한다고 하였다.

## 2.2. 농산물 가공식품

백중희와 박문호(1989)는 생산자단체가 축산가공산업에서 경쟁력을 갖추고, 이 산업에서 발생하는 부가가치를 농가에 이전할 수 있는 가능성을 모색하여 정책방향을 제시하였다. 가공산업과 농업의 효율적 연계체제 구축을 위한 정책 방안으로 국내 원료농산물 생산기반 확충, 수입원료 의존형 대기업에 대한 효과적 규제와 국산원료 이용 중소기업에 대한 육성, 식품 행정 및 기술 지원 체계 확립 등을 제시하였다.

정영일과 황수철(1998)은 농수산물 가공업체의 경영실태에 관한 정밀조사를 통하여 경영부실요인을 파악하고 그 대응방안을 모색하여 농산물 산지가공산업의 발전방향을 제시하고자 하였다. 조사결과 생산단계에서의 문제점으로 나타난 원료공급의 불안정과 상대적으로 값비싼 국산원료 구입비 부담을 해소하기 위하여 계약재배를 확대하고, 수입원료 이용을 허용하는 방안을 검토할 필요가 있으며, 이와 함께 국내원료 이용에 따른 원료수매자금 지원 등의 인센티브 부여 방안을 제시하였다.

이동필 외(2001)는 수입개방으로 인해 농업생산이 크게 위축되고 있는 상황에서 식품산업과 농업을 효과적으로 연계하여 농가경제의 안정을 도모하고 농업소득을 증대시킬 수 있는 방안을 마련하고자 하였다. 식품가공업체 조사를 통해 운영실태 및 국산농산물 이용실태를 알아보고, 소비자 설문조사를 통해 국산식품 선호, 차별화정책 인지도, 국산가공식품 안정성 평가, 전통식품 인증품 구입형태, 정책개선방향 등을 조사하였다. 식품산업의 생산액 및 부가가치액이 증가할 것으로 전망하면서, 국산 농산물을 이용한 가공식품 개발로 새로운 부가가치를 창출하고, 노동생산성이 낮고 노동집약적인 식품산업의 육성을 통하여 농촌인력 고용기회를 확대하여 농가소득 및 지역경제 활성화에 기여해야 한다고 주장하였다.

강창용 외(2005)는 버섯산업의 현황과 과제를 정리하고 우리나라 버섯산업의 지속적인 발전을 위한 수요증대 전략으로 기능성 물질을 활용한 식품산업과의 연계 필요성을 제시하였다.

황수철(2005)은 식품산업 부문별 농산물 이용 및 조달 실태를 통해 식품산업과 농업의 연계성을 파악하고 연계 강화 방안을 제시하였다. 방안으로는 식품산업 요구에 부응하는 공급시스템을 구축하고, 수직거래 형성, 네트워크와 파트너십 구성을 통한 경영능력 제고 등을 제시하였다.

최지현 외(2007)는 실증연구를 통하여 농업과 식품산업의 연계 실태를 분석하여 문제점을 도출하고, 두 산업의 연계 강화를 위한 세부 추진 방안을 제시하였다. 과즙음료산업, 두부산업, 돈육가공산업, 한식 프랜차이즈 산업 등을 연구대상으로 하였는데, 산지와 업계의 연계성 제고를 위해 지속적인 거래를 위한 수직적 결합시스템 구축, 산지의 품질관리와 공급물량 확보, 차별화를 통한 국내산 소비확대 등을 제시하였다.

이동필(2007)은 농산물 가공산업이 고용창출이란 점에서 국민경제와 밀접한 관계가 있으며, 원료농산물 수요 창출과 농산물의 부가가치 증대를 통한 농가소득을 향상시킬 수 있다고 주장하였다. 그러나 가공산업에 대한 정책이 식품산업 전체적인 틀 속에서 이루어지기 보다는 농산물 유통개선 또는 농가소득 정책의 일환으로 추진되고 있다고 지적하며, 현행의 농산물 가공산업 육성정책이 식품산업정책으로 발전하기 위해서는 정책대상과 범위 확장이 이루어져야 한다는 것을 지적하였다.

윤병선(2008)은 농업의 원활한 재생산과 식탁의 안전도를 지키기 위한 로컬푸드시스템의 확립 필요성을 주장하며, 그 가운데 농산물 가공산업을 농가소득증가의 계기로 삼아야한다고 강조하였다. 이를 위해서는 정부의 일관된 지원과 관리, 소규모 생산자를 조직한 범위의 경제 실현, 유기농산물인증제도 도입, 지리적 표시제의 개선방안 등을 제시하였다.

성방욱(2008)은 일본의 사례분석을 통하여 농업과 식품산업의 안정적이고 바람직한 연계의 시사점을 알아보고 국내 방안을 제시하였다. 대표적으로 연계 형태별 특성에 맞는 대책 추진, 조직화, 네트워크 등을 통한 연계 추진 체계 강화, 모델계약 제시, 계약 적정화, 연수 등을 통한 거래관계 안정성 및 지속성 확보, 신기술 및 적정품종 개발 보급, 신상품 개발, 판매촉진, 시설 정비 등을 제시하였다.

### 2.3. 선행연구와 본연구의 차별성

선행연구와의 가장 큰 차별성은 연구대상을 단기소득임산물로 한정하며, 이들 품목의 가공과 소비 측면을 모두 고려한다는 것이다. 따라서 단기소득임산물 가공산업 발전을 위한 방안을 처음으로 제시한 연구가 될 것이다. 또한 이 연구에서는 임산물 가공과 관련된 산림청 및 농림수산식품부의 2009년 정책 사업을 종합적으로 검토하여 문제점을 제시하였다.

## 3. 연구범위와 방법

### 3.1. 연구범위

식품산업을 구성하는 주체로는 크게 식품유통업체, 외식업체, 식품가공업체로 나눌 수 있다. 이들 주체에 대한 연구가 동시에 이루어질 경우 연계강화에 대한 종합적인 방안을 제시할 수 있을 것이다. 그러나 이 연구는 자료의 한계로 식품산업 가운데 식품유통업체와 외식업체를 제외한 식품가공업체만을 대상으로 한정하였다.

대상 품목은 현재 대규모로 재배되고 있으며, 기술 및 정책의 뒷받침으로 가공산업과의 연계성이 강화될 경우 소비가 늘어날 수 있는 밤, 뽕은감, 대추, 표고버섯 등을 중심으로 하였는데, 이들 품목의 2007년 생산액은 3,572억 원으로 전체 식용 단기소득임산물의 약 35%를 차지하였다. 최근 현황자료를 중심으로 하였으며, 시계열 자료가 필요한 경우에는 2000년대 이후의 통계자료를 이용하였다.

### 3.2. 연구방법

주요 연구방법으로는 기존 실태조사 자료 분석과 현장조사, 그리고 설문 조사를 들 수 있다. 기존 실태조사 자료인 정부지원 가공공장에 대한 경영 실태자료를 분석하여 임산물 가공공장 실태조사 결과와 비교하였다. 또한 사례 수집을 위해 주요 품목별 현장조사를 실시하였다. 현장조사를 통해 마련된 정보를 이용하여 임산물 가공업체 실태조사를 실시하였는데, 조사 개요는 <표 1-1>과 같다.

표 1-1. 임산물 가공업체 실태조사 개요

조사 목적	가공사업의 임산물 원료 조달, 판매, 경영에 있어 문제점을 파악하고 개선 방안을 도출
조사 대상	대추(와인, 차), 뽕은감(곶감, 와인, 감말랭이, 아이스 홍시), 밤(양갱, 푸레, 마론그라세), 표고버섯 등의 임산물 가공업체
조사 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국산 및 수입산 원료 이용현황</li> <li>- 원료 조달 방법</li> <li>- 원료 조달 상의 문제점(가격, 품질, 안정성 등)</li> <li>- 제품 판매의 문제점(시장 진입 제약, 제도 등)</li> <li>- 정책 건의 사항</li> </ul>

임산물 가공식품에 대한 소비자의 의견과 경향을 파악하기 위하여 도시에 거주하는 주부를 대상으로 임산물 가공식품에 대한 소비실태조사를 실시하였다. 조사개요는 <표 1-2>와 같다.

표 1-2. 임산물 가공식품에 대한 소비자조사 개요

조사 목적	임산 가공식품의 소비 실태를 파악하여 소비를 늘릴 수 있는 방안을 모색
조사 대상	도시지역 주부 500명
조사 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가공식품에 대한 인지도 및 선호도</li> <li>- 구입실태</li> <li>- 구입 시 문제점</li> </ul>





### 1. 밤

#### 1.1. 수급현황

최근 5년간 생산되고 수입된 밤은 생밤을 기준으로 2003년에 6만 5,000톤에서 2007년에 8만 8,000톤으로 연평균 7.6%의 증가율을 보였다. 2000년 9만 톤이 넘었던 생산량이 2003년 태풍의 피해로 인해 크게 감소하였으며, 그 이후 연평균 6.6%의 비율로 증가하였으나 2007년 생산량은 7만 8,000톤에 그쳤다. 생산량 감소는 태풍 등의 자연재해에도 원인이 있지만 남부지역 주산지(경남, 전남지역)를 중심으로 나타나는 밤나무의 노령화<sup>2</sup>, 재배자의 노령화 등과 같은 현상들이 복합적으로 작용하였기 때문이라고 할 수 있다.

---

<sup>2</sup> 국내 밤 생산량의 65% 이상을 차지하는 전남 광양, 경남 산청, 하동, 진주, 합천 등 남부권의 주산지는 1960년대 후반에서 1970년대 초반에 집중적으로 조림된 이후 신규조림이 제대로 이루어지지 않아 전반적으로 노령화되었다.

10 주요 단기소득임산물 수급 및 가공현황

표 2-1. 밤의 수급추이

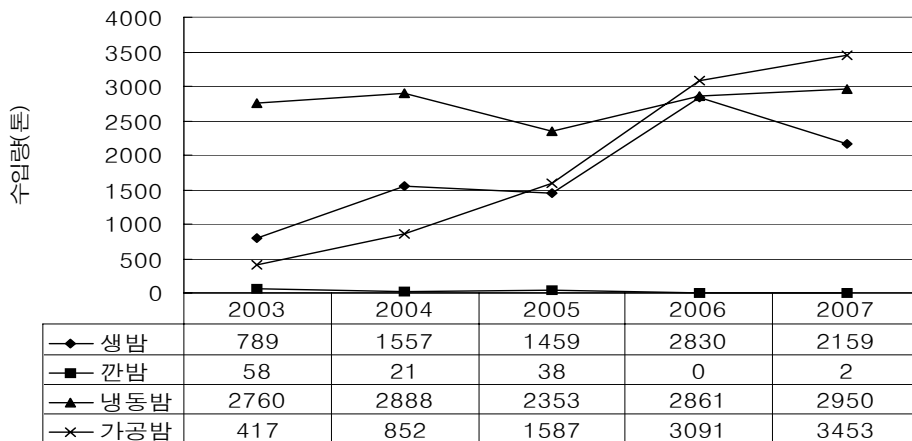
단위: 톤, %

연도		2003	2004	2005	2006	2007	연평균 증감률
공급	생산	60,017	71,796	76,447	82,450	77,524	6.6
	수입	5,240	6,584	6,583	10,236	10,092	17.8
수요	수출	18,727	19,610	18,985	17,182	14,000	-7.0
	소비	46,530	58,770	64,045	75,504	73,616	12.2

주: 생밤기준으로 환산하였으며, 각 품목의 전환계수로서 생밤(1.0), 깎밤(2.2), 냉동밤(1.4), 조제저장 밤(1.1)을 사용하였음. 국내소비는 (생산+수입-수출)로 추계한 값임.  
 자료: 산림청, 「임업통계연보(2008)」, 「임산물수출입통계(2003~2007)」

이에 따라 중국으로부터의 수입이 크게 늘어나, 2007년도에는 생밤을 기준으로 1만 92톤이 수입되는 등 최근 5년간 연평균 17.8%의 높은 증가율을 보였다. 전체적으로 볼 때 밤 수입량은 공급량의 12%를 차지한 것으로 나타났다. 대부분 가공원료로 이용되는 냉동밤은 2005년을 제외하면 약 3천 톤에 이르는 양이 꾸준히 수입되었다. 식용으로 이용되는 가공밤의 경우 최근 들어 연평균 69.6%로 급격히 늘어나는 추세를 보였다.

그림 2-1. 밤 수입 추이



자료: 수출입통계(무역협회)

밤은 2007년도에 2,820만 달러를 수출하여 임산물 수출액의 20%를 점유하는 주요 수출 품목이다. 밤 소비는 수출용이 25~30%를 차지하며, 국내 소비는 제수용 18~20%, 식자재용 15%, 과자, 통조림, 이유식용이 12~15%, 군밤용이 3~5%, 기타 12~15% 정도인 것으로 추정된다<sup>3</sup>.

## 1.2. 가공현황

2000년대 초반까지만 해도 생산량은 많았지만 단순하게 가공한 깻밤을 일본에 수출하여 국내 공급을 조절함으로써 재배자들은 지속적인 소득을 유지할 수 있었다. 따라서 밤 가공에 대한 필요성을 크게 느끼지 못하였으며 가공 기술도 발달하지 못한 형편이다. 그러나 2002년과 2003년에 발생한 연속적인 태풍으로 말미암아 공급이 크게 줄어 일시적으로 가격은 올랐지만, 이듬해부터 일본으로의 수출이 감소하면서 국내 공급 과잉으로 인해 가격이 하락함과 동시에 재배자 소득이 감소하였다. 따라서 대부분 국내 밤 가공업체들은 인건비 절약을 위해 중국에 공장을 설립하고 한국산 밤을 수출하여 가공한 후 일본으로 다시 수출하는 실정이다.

국내에서 밤을 가공하여 일본으로 수출하는 회사는 3개 정도인 것으로 알려져 있었다. 대부분 단순 가공을 거쳐 수출하는데, 그나마 한국 밤을 원료로 이용하는 회사는 하나뿐인 것으로 알려져 있다. 그러나 최근 부여에 향토 밤을 이용하여 다양한 제품으로 가공한 후 일본에 수출하거나 내수시장에 유통하는 가공회사가 설립되었다.

---

<sup>3</sup> 이상민, 장철수(2006).

## 2. 뽕은감

### 2.1. 수급현황

뽕은감의 생산액은 2007년 기준으로 1,560억 원이다. 생산량은 8만 2천 톤을 기록하여 2003년 대비 연평균 24.6%의 증가율을 나타냈다. 최근 들어 다양한 제품으로 가공되어 부가가치를 높이고 있어 소비의 증가와 함께 생산도 늘어나고 있는 실정이다. 주요 재배지역으로는 경북 청도, 상주, 충북 영동, 전남 광양, 영암 등이다.

2007년 수입은 2003년에 비해 약간 줄어들었으나, 약 1만 5천 톤 가량을 유지하였다. 대부분 공급은 국내에서 소비되고 있어 수출은 매우 적은 것으로 나타났다.

표 2-2. 뽕은감의 수급추이

단위: 톤, %

연도		2003	2004	2005	2006	2007	연평균 증감률
공급	생산	34,105	46,674	43,085	58,186	82,118	24.6
	수입	16,850	19,220	18,240	14,007	14,937	-3.0
수요	수출	185	309	181	620	114	-11.3
	소비	50,770	65,585	61,144	71,573	96,940	17.6

주: 신선 감을 기준으로 환산한 것으로서 건조 감의 전환계수로 3.33를 사용하였으며, 국내소비는 (생산+수입-수출)로 추계한 값임.

자료: 산림청, 「임업통계연보(2008)」, 「임산물수출입통계(2003~2007)」.

지역별 생산 추이를 보면, 2005년 이후 청도의 생산량이 전국에서 가장 많은 것으로 나타났으며 지속적으로 증가하고 있다. 2007년 청도와 상주에서 생산되는 양이 전국의 47% 이상을 차지하는 것으로 나타났다. 청도의 경우 뽕은감 가공산업이 비교적 활발하게 진행 중이며, 상주는 전통적으로 꾀감산업이 매우 활성화된 지역이다.

표 2-3. 지역별 뽕은감 생산 추이

단위: 톤, %

	2003	2004	2005	2006	2007	증가율 (03/07)	생산량 비율
청도군	4,969	8,773	10,029	17,970	28,510	473.8	34.7
상주시	5,838	12,679	8,846	9,493	10,579	81.2	12.9
영암군	4,299	3,953	3,205	5,713	6,634	54.3	8.1
광양시	137	990	1,261	1,551	6,839	4892.0	8.3
영동군	2,988	3,117	1,440	3,750	4,706	57.5	5.7
기타	15,874	17,162	18,304	19,709	24,850	56.5	30.3
합 계	34,105	46,674	43,085	58,186	82,118	140.8	100.0

자료: 임산물생산통계(각 연도, 산림청)

## 2.2. 가공현황

뽕은감은 대부분 말려서 건시(꽃감) 또는 반건시의 형태로 식용된다. 청도에서 재배되는 반시는 당도가 높으나 씨가 없고 과즙이 많아 꽃감으로 가공하기 어려운 품종이다. 반면 상주에서 주로 재배하고 있는 동시의 경우, 품질 좋은 꽃감을 만들기 적합한 품종이므로 대부분 꽃감으로 가공된다.

### 2.2.1. 청도 반시

특별한 가공품이 없던 청도 반시는 1999년 가격 폭락으로 인해 재배면적의 30% 정도를 수확하지 않는 사태가 발생하였다. 청도 농업기술센터에서는 생산자들의 피해를 줄일 수 있는 방안으로 가공기술 개발에 착수하였다. 2005~2007년 국고를 지원 받아 감 가공사업을 추진하였고, 이어 지자체 예산을 이용하여 지속적으로 추진 중에 있다. 가공사업 추진 이후 원료 감 사용량은 2004년 2,320톤에서 2007년 6,570톤으로 늘어나 7%에 불과하던 가공률이 19.3%로 높아졌다<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> 청도군 농업기술센터 내부자료(2008).

14 주요 단기소득임산물 수급 및 가공현황

표 2-4. 청도반시 가공화 비율

면적	농가수	생산량	가공량	가공율
1,749ha	5,406호	34,035톤	6,570톤	19.3%

2007년 상품별 가공원료 투입량을 살펴보면, 전체의 72.3%가 감말랭이 및 반건시 생산에 이용되었고, 아이스 홍시 13.9%, 감식초 음료 3%, 감와인 6.1% 등인 것으로 나타났다. 총매출액은 감잎차를 포함하여 240억 원이다. 원료 감 1톤당 가공화에 따른 가치를 살펴보면, 감화장품·비누가 1억 원으로 나타났고, 감초콜렛 2천만 원, 감와인 800만 원, 감말랭이·반건시 330만 원 등인 것으로 조사되었다. 따라서 평균 톤당 가공화 가치는 약 360만 원인 것을 알 수 있다.

표 2-5. 상품별 청도반시 가공화 현황(2007)

	원료(톤)	매출액(억 원)	가공화가치(백만 원)
합 계	6,570	240	3.6
감말랭이, 반건시	4,750	156	3.3
감와인	400	32	8.0
아이스 홍시	910	23	2.5
감식초 음료	200	6	3.0
감초콜릿	5	1	20.0
감물염색	300	16	5.3
감화장품·비누	5	5	100.0
감잎차		1	

주: 가공화가치의 합계는 가중평균을 나타냄.  
 자료: 청도군 농업기술센터 내부자료(2008).

가공제품별 유통 현황을 살펴보면, 감말랭이와 반건시는 유통회사, 대형마트, 백화점(5개), 고소도로 휴게소, 홈쇼핑 등으로 납품하여 판매하였으며, 미국, 일본, 캐나다 등지로 수출하였다. 아이스 홍시의 경우 2006년 학교 급식용으로 100만개 납품하였으며, 백화점, 대형마트 등의 46개 점포에

서 판매하였고, 골프장, 호텔 등에도 납품하였다.

청도의 감 가공산업이 비교적 활발하지만 다음과 같은 활성화 저해 요인들이 존재한다. 첫째, 단일 품종인 반시가 대규모로 재배되고 있어 병충해에 취약하며, 감나무의 수령이 높고, 재배자가 노령화되는 등 생산기반이 안정화되지 않아 원료 공급에 영향을 미칠 수 있다. 둘째, 가장 많이 생산되는 감말랭이와 반건시 등에 대한 표준화가 마련되어 있지 않아 상품성이 떨어지는 결과를 초래할 우려가 있다. 셋째, 가공시설 부족으로 재배시기에 많은 물량을 처리할 수 없어 손실량 발생이 많다. 넷째, 뽕은감의 특성상 쉽게 연화되어 장기간 보관하기 어려우므로 다양한 제품을 개발하여 가공 비율을 높여야 하나, 체계적인 연구가 부족하여 단순한 형태의 가공에 머물러 있다. 특히 꾸준히 소비될 수 있는 대중적인 제품 개발이 절실한 형편이다.

## 2.2.2. 상주 동시

우리나라의 꽃감 소비량은 2005년 약 1만 5,700톤으로 2002년에 비해 약 56% 증가하였다. 상주는 2007년에 약 6,100톤의 꽃감을 생산하여 전국 생산량의 54.6%를 차지하였다. 꽃감가공은 상주지역 농업 생산액에서 차지하는 비중이 24.4%나 되는 중요한 산업이다<sup>5</sup>. 상주에서 생산되는 뽕은감(동시)은 거의 대부분 꽃감 및 반건시의 원료로 이용되고 있다. 뽕은감 가공비율을 추산하기 위하여 꽃감생산량을 추정해 보면, 과실의 속도별 중량 감소율이 가장 적은 완숙과(약 70%)<sup>6</sup>를 기준으로 하더라도 2007년 상주에서 생산된 뽕은감으로 가공할 수 있는 꽃감의 양은 4,431톤이 된다. 따라서 상주에서 생산되는 뽕은감이 전량 꽃감으로 가공되었다고 가정하더라도 타 지역의 뽕은감이 유입되어 가공되었을 수도 있었을 것으로 추측된다<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> 경상북도농업기술원 상주감시험장 내부자료.

<sup>6</sup> 서동환 외(2007. 경상북도농업기술원 상주감시험장).

<sup>7</sup> 통계자료를 바탕으로 한 단순계산에 의한 추정이므로 결과가 사실과 다를 수 있다.

## 16 주요 단기소득임산물 수급 및 가공현황

표 2-6. 상주 뽕은감 및 꽃감 생산현황

단위: 톤

	2004	2005	2006	2007
뽕은감 생산량	12,595	14,345	14,460	14,770
뽕은감 생산량(꽃감으로 환산)	3,779	4,304	4,338	4,431
꽃감 생산량	4,550	5,600	5,700	6,100

자료: 상주시청 내부자료(2008)

가격은 무게에 따라 차이가 있으나 33g의 경우 개당 450원, 65g 이상인 경우 1,000원의 고가로 판매되고 있는 등 꽃감을 고급화하는 전략을 사용하고 있어 다른 가공품 개발에 대한 동기유발이 되지 않는다.

### 3. 대추

#### 3.1. 수급현황

대추는 2007년도에 627억 원의 생산액을 기록한 농가의 주요 소득원이다. 신선대추를 기준으로 7,733톤을 생산하여 2003년에 비해 약 16% 증가한 것으로 나타났으나, 2004년에 비해서는 약 11% 감소하였다. 2003년은 태풍의 피해로, 2006년은 개화시기와 맞물린 긴 장마로 평년에 비해 생산량이 크게 감소한 것으로 나타났다.

수입량은 2003년 3,924톤을 정점으로 크게 감소하였으나, 연간 800~1,000톤 사이에서 꾸준히 수입되었다. 신선대추도 밤과 마찬가지로 최소시장접근물량에 의해 수입이 제한되고 있으므로 주로 건조 대추가 중국에서 수입되었다. 그러나 최근에는 냉동 대추의 수입이 오히려 더 많은 것으로 나타났다<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> 산림청 임산물수출입통계자료(2008.2)에 따르면 냉동 대추는 2007년도에 522톤이 수입되었다.



표 2-7. 대추의 수급추이

단위: 톤, %

연도		2003	2004	2005	2006	2007	연평균 증감률
공급	생산	6,645	8,667	8,216	6,940	7,733	3.9
	수입	3,924	869	817	980	873	-31.3
수요	수출	-	-	-	-	3	-
	소비	10,569	9,536	9,033	7,920	8,603	-5.0

주: 대추는 신선(1.0) 대추를 기준으로 환산한 것으로서 전환계수로 건조(1.5)를 사용하였으며, 국내소비는 (생산+수입-수출)로 추계한 값임.

자료: 산림청, 「임업통계연보(2008)」, 「임산물수출입통계(2003~2007)」.

2007년 주산지별 생산량을 살펴보면 경산시, 청도군, 보은군, 대구 동구 등의 순으로 많았는데, 이들 4개 시·군이 전체 대추 생산량의 약 69%를 차지하였다. 특히 경산시와 청도군이 약 58%이상을 차지하였다.

2003년 대비 생산량 변화를 살펴보면 경산시와 청도군은 각각 77%, 12%씩 증가한 데 반해, 보은군과 대구의 생산량은 감소하였다. 보은군의 경우 대추재배를 군 주력사업으로 추진하고 있어 재배면적은 증가하였으나 유목 비율이 높아 생산량은 감소한 것으로 나타났다.

표 2-8. 대추 주산지별 생산현황 및 순위

단위 : 톤, %

순위	시·군	생산량		생산비율	증감률
		'03	'07		
1	경산시	1,899	3,359	43.4	76.9
2	청도군	1,023	1,143	14.8	11.7
3	보은군	837	427	5.5	-49.0
4	대구 동구	498	405	5.2	-18.7
기타(16개 시·군)		2,389	2,400	31.0	0.4
합계		6,645	7,733	100	16.4

자료: 임산물 생산통계(산림청, 2004~2008).

대추는 옛날부터 관혼상제에서 으뜸으로 여겨져 온 귀중한 과실로서 한약재, 차 등에 이용되고 있지만, 삼계탕, 영양밥, 갈비찜, 한과, 약과, 약식 등으로도 많이 소비된다.

### 3.2. 가공현황

대추는 한의원을 포함하여 가공에 이용되는 양이 전체 생산량의 8% 정도인 것으로 나타났다<sup>9</sup>. 경산을 비롯하여 보은, 청도 등에서 많이 생산되고 있으나, 현재 대추를 가공하여 제품으로 유통하고 있는 지역은 경산뿐인 것으로 알려져 있다. 경산의 원료 사용량은 건대추를 포함하여 약 200톤 가량인 것으로 추정된다. 가공업체는 5개 정도 있는 것으로 조사되었으며, 제품은 자체적으로 다양하게 개발되어 있으나 대부분 자동화 시설이 마련되지 않아 적극적으로 시장에 진출하지 못하는 상태이다.

경산 대추 가공화는 1990년대 말에 처음 시작되었는데, 경산대추영농조합에서 대추음료(캔)를 개발하여 판매하였다. 그러나 대기업과의 시장 경쟁으로 인해 판매망을 확보하지 못하여 사업에 실패하였다<sup>10</sup>.

## 4. 표고버섯

### 4.1. 수급현황

표고버섯의 2007년 국내생산액은 2,008억 원에 달하며, 생표고를 기준으로 보았을 때 공급량은 2003년 4만 4,147톤에서 2007년 5만 2,305톤으로 늘어나 연간 4.3%의 증가율을 보였다. 국내에서 생산된 표고버섯은 대부

<sup>9</sup> 장철수 외(2008) p11.

<sup>10</sup> 이 사업에 직접 참여한 관계자는 찾을 수 없으나, 시청 담당자의 설명을 참조하였다.

분 국내에서 소비하였으므로 수출은 같은 기간 연평균 1.2% 감소한 것으로 나타났다. 주로 건표고 위주로 수출이 이루어지며, 일본과 홍콩에 대한 수출이 전체의 80% 이상을 점유하였고, 싱가포르, 미국, 대만으로도 일부 수출되었던 것으로 나타났다. 국내 소비의 증가로 부족한 양을 중국에서 수입하였는데, 수입량은 같은 기간 연간 11.8%씩 증가하였으며, 전체 공급량에서 차지하는 비중 또한 22%에서 24%로 증가하였다.

표 2-9. 표고버섯의 수급추이

단위: 톤, %

연도		2003	2004	2005	2006	2007	연평균 증감률
공급	생산	36,127	38,043	38,936	38,104	39,759	2.4
	수입	8,020	10,727	10,385	9,663	12,546	11.8
수요	수출	2,582	1,669	2,479	1,400	2,459	-1.2
	소비	41,565	47,101	46,842	46,367	49,846	4.6

주: 표고버섯은 생표고(1.0)를 기준으로 환산한 것으로서, 전환계수로 건표고(7.1), 저장표고(1.0)를 사용하였으며, 국내소비는 (생산+수입-수출)로 추계한 값임.

자료: 산림청, 「임업통계연보(2008)」, 「임산물수출입통계(2003~2007)」.

지역별 건표고 생산을 보면 장흥이 2007년 전국 생산량의 26.4%를 차지하여 가장 많이 생산한 것으로 나타났고, 거제시가 전국 비중의 7.6%를 차지하여 두 번째로 많이 생산하였다.

표 2-10. 지역별 건표고 생산량 추이

단위: 톤, %

	2003	2004	2005	2006	2007	생산량 비중	연평균 증감율
장흥군	498.5	477.9	545.9	567.9	535.6	26.4	1.8
거제시	50.3	76.8	64.6	63.4	154.9	7.6	32.5
진안군	118.4	121.3	121.8	122.0	122.5	6.0	0.9
진도군	10.8	16.8	24.2	30.3	92.1	4.5	70.7
완주군	96.3	28.2	86.1	81.6	83.5	4.1	-3.5
기타	1,162.6	1,200.5	1,189.5	1,178.9	1,039.9	51.3	-2.8
합 계	1,936.9	1,921.6	2,032.0	2,044.1	2,028.5	100.0	1.2

자료: 산림청, 「임산물 생산통계」 각 연도.

## 20 주요 단기소득임산물 수급 및 가공현황

생표고의 경우 부여와 청양에서 가장 많이 생산되며, 그 비중이 2007년 전국 생산량의 21%를 차지하였다. 이 밖에 공주, 영동 등 충청남도 지방이 생표고의 주요 생산지인 것으로 나타났다.

표 2-11. 지역별 생표고 생산량 추이

단위: 톤, %

	2003	2004	2005	2006	2007	생산량 비중	연평균 증감율
부여군	2,642.5	2,742.9	3,251.6	3,240.8	3,939.4	15.5	10.5
청양군	235.0	600.0	1,000.0	1,200.0	1,330.0	5.2	54.2
공주시	1,379.8	1,021.0	1,064.0	1,377.4	1,184.6	4.7	-3.7
영동군	1,760.5	1,760.5	717.7	567.7	1,089.4	4.3	-11.3
장흥군	1,254.5	1,268.6	1,025.8	1,152.0	1,087.2	4.3	-3.5
기타	15,101.9	17,004.2	17,450.0	16,054.2	16,725.9	66.0	2.6
합 계	22,374.2	24,397.3	24,509.1	23,592.0	25,356.6	100.0	3.2

자료: 산림청, 「임산물 생산통계」 각 연도.

## 4.2. 가공현황

표고버섯은 생표고의 국내 가격이 높아 가공에 대한 동기가 유발되지 않는 단점이 있다. 가공하는 경우에도 분말을 만들어 그대로 유통하거나, 조미료로 가공하는 경우가 가장 많다. 최근 들어 주요 생산지인 장흥에서 표고버섯을 음료의 재료로 이용하거나 장아찌 등으로도 가공하고 있지만, 그 양이 많지 않은 것으로 알려져 있다.

C영농조합의 경우 충분한 원료 생산기반을 바탕으로 가공품을 생산·판매한다. 마케팅을 위하여 전문 직원을 채용하였으며, 끊임없는 노력으로 대형할인점에 판로를 개척하였다. 자가 생산량이 충분하여 원료가격 변동에 따른 경영의 어려움은 없었다. 그러나 최근 들어 매출이 증가하면서 원료조달의 자가생산 비중이 30% 이하로 떨어진 상태이다. 또한 고품질의 2차 가공품 생산을 계획하고 있으나 기술개발에 어려움을 겪고 있는 실정이다.

### 1. 임산물 가공 품목

임산물 가공에 대해 전국적인 규모로 조사되어 발표된 자료는 현재까지 없다. 따라서 가공업체수, 원료사용량 등 산업분석을 위해 필요한 통계자료도 마련되어 있지 않은 실정이다. 다만 품목별로 가공품의 종류만 일부 알려져 있다. 임산물 품목별 가공품 종류를 보면 주로 차, 술, 음료 등으로 만들어졌으며, 건강보조식품으로도 많이 가공된 것을 알 수 있다.

표 3-1. 주요임산물 가공품 현황

품목	가공품	품목	가공품
밤	마론그라세, 푸레, 양갱	더덕	음료, 장아찌
대추	와인, 차	산수유	쌀코팅 재료, 술
잣	차, 기름	천마	음료, 과립, 술
은행	건강식품	가시오갈피	술, 음료
호두	차, 과자, 기름	구기자	차, 술, 죽
표고버섯	음료, 조미료, 장류	두충	차, 술, 엑기스, 환
송이버섯	김치, 장아찌	신초	산초가루, 기름
머루	와인, 즙	오미자	차, 술, 엑기스
복분자	술, 차, 엑기스, 아이스크림	도라지	차, 캔디, 환

자료: 임산물 식품산업 발전 심포지엄(2008.12.4).

한편 산림조합에서 계통조직을 통해 조사한 임산물 가공실태를 보면 감이 매우 다양한 형태로 가공되는 것을 알 수 있으며, 송이버섯과 오갈피의

## 22 주요 단기소득임산물 가공 실태분석

가공도 상대적으로 발달한 것으로 나타났다.

표 3-2. 주요임산물 가공 상품화 현황

분류	품목	가공건수	가공형태
수실류	감	8	감식초, 절편, 감말랭이, 감와인, 아이스 홍시, 감초콜릿, 물염색제품, 감음료
	잣	9	황잣, 캔잣, 죽 등
	호두	4	기름, 술
	대추	3	음료, 엑기스
	머루	1	술
	복분자	3	술, 한과, 엑기스
버섯류	표고버섯	19	분말, 음료
	송이버섯	21	술, 장조림, 장아찌, 차, 사탕, 꿀, 엑기스
산나물류	도라지	1	진액
	더덕	4	장아찌, 진액, 술
약초류	오갈피	10	막장, 장아찌, 발효원액, 환 등
	오미자	1	엑기스
	산수유	1	음료수
	구기자	1	차
수업류	솔잎	2	진액, 엑기스
수목부산물류		1	수액

자료: 산림조합 계통조직 조사결과. 농업전망 2008.

## 2. 가공업체 실태 분석

### 2.1. 업체 현황

가공업체 실태분석을 위한 대상 업체 선정절차는 다음과 같다. 2007년 말까지 관리 중인 농림부지원 농산물가공업체(348개)<sup>11</sup> 가운데 임산물을

<sup>11</sup> 2007년 말을 기준으로 농림부지원 농산물가공업체 1,111개소 중 사후관리기간 경과로 관리가 해제된 업체를 제외하고, 현재 관리 중인 348개 업체.

가공하는 업체 67개와 법원에 등기된 영농조합법인 현황(2009.4.30)에서 임산물을 법인명에 포함하는 업체를 찾아낸 후, 시군의 협조를 받아 연락처를 알아낸 103개 업체 등 총 170개 업체를 조사 대상으로 선정하였다. 이들 업체 가운데 연락이 되지 않거나 조사를 거부한 업체를 제외한 73개 업체를 최종 대상으로 정하였다. 이들 업체 수는 초기대상의 43%에 해당한다. 원료 품목별로 가공업체를 구분하면 밤 8개, 뽕은감 28개, 대추 4개, 표고버섯 7개, 산나물류 6개, 밤, 뽕은감, 대추를 제외한 수실류 7개, 약용류 6개, 기타 7개 등이다.

표 3-3. 원료 구분

업체 사용 원료 구분	품목
산나물류	도라지, 더덕
밤, 뽕은감, 대추를 제외한 수실류	머루, 호두, 도토리, 산딸기
약용류	구기자, 당귀, 오갈피, 둥글레
기타	쑥, 솔잎, 약초류, 천마

한편 농산물 가공업체 부류별 분류에 따라 가공업체를 구분하면 다음과 같다.

- 김치절임류(1): 더덕장아찌
- 음료류(13): 감식초(8), 쑥즙(2), 도라지 액상(2), 구기자 엑기스
- 주류(12): 송로주, 대추술, 감와인(2), 더덕주, 머루와인, 머루주(2), 복분자와인, 복분자주, 구기자주, 오가피주
- 차류(4): 솔잎차, 대추차(2), 둥글레차
- 한과류(1): 구기자 한과
- 기타(42): 산채가공(2), 감가공(18), 버섯가공(7), 면류, 밤가공(8), 천마가공, 대추가공, 호두가공, 도토리가공, 한약재(2)

## 2.2. 생산현황

조사된 임산물 가공업체의 생산능력은 연간 약 614톤 정도로 나타났다. 생산능력이 100~500톤 사이의 업체가 가장 많았으며, 10~50톤 사이의 업체가 그 다음으로 많았다. 그러나 농산물가공업체 348개의 평균 1,218톤에 비해 절반 정도 수준이므로 비교적 소규모라 할 수 있다. 영농조합법인의 경우 평균 생산능력이 468톤으로 주식회사나 산림조합/농협보다 낮은 것으로 조사되었다.

이들 업체의 생산능력 가운데 70% 이상을 임산물 가공식품이 차지하는 것으로 조사되었다. 따라서 임산물 가공식품 생산능력은 평균 435톤 정도 되는 것으로 예상할 수 있다. 그러나 10% 미만인 업체수도 9개나 된다.

표 3-4. 업체형태별 생산능력

	업체수(개소)	생산능력(톤)	생산능력 대비 임산가공식품 생산능력(%)
전 체	73	614	70.8
영농조합법인	42	468.1	70.6
주식회사	8	872.6	63.8
산림조합/농협	5	2592	80.2
개인	16	294.9	71.3
기타	2	250	75.0

주요 원료 사용량을 보면 밤 3,158톤, 뽕은감 1만 3,901톤, 대추 39톤, 표고버섯 980톤 등인 것으로 조사되었다. 대부분 국내산 원료를 사용하고 있었으며, 대추의 경우에만 국내산 비율이 56%로 나타났다.

이들 업체가 생산하는 제품현황은 <표 3-5>, <표 3-6>, <표 3-7>, <표 3-8>과 같다. 밤제품의 경우 깎밤을 1,192톤 생산하여 전체의 약 77%를 차지하였다. 이 밖에 감로자, 푸레, 다이스 등을 생산한 것으로 나타났다. 대추제품으로는 건대추와 대추차를 생산하였으며, 뽕은감을 이용하여 꽃



감, 아이스 홍시, 감와인, 감식초 등 상대적으로 다양한 제품을 생산한 것으로 조사되었다. 또한 표고버섯 제품은 건표고, 표고분말, 표고절편, 표고조미료 등을 생산하였다. 대추를 제외한 주요 원료 품목 모두 간밤, 꽃감, 건표고와 같은 기본적인 가공제품이 가장 많이 생산된 것으로 나타나 가공 수준이 어느 정도인지 짐작할 수 있다.

표 3-5. 밤 가공식품 생산 현황

단위: 톤(%)

밤제품	간밤	감로자	다이스	퓨레
1552 (100)	1192 (76.8)	220 (14.2)	60 (3.9)	80 (5.1)

표 3-6. 대추 가공식품 생산 현황

단위: 톤(%)

대추제품	건대추	대추차
144 (100)	7 (4.9)	137 (95.1)

표 3-7. 뽕은감 가공식품 생산 현황

단위: 톤(%)

뽕은감 제품	꽃감	반건시	감말랭이	아이스 홍시	감와인	감식초 (kl)
6,972(100) 304.7kl	4452 (63.9)	46 (0.6)	237 (3.4)	1,867 (26.8)	370 (5.3)	304.7

표 3-8. 표고버섯 가공식품 생산 현황

단위: 톤(%)

표고버섯 제품	건표고	표고분말	표고절편	표고깍두기	표고조미료
973 (100)	590 (60.6)	180 (18.5)	189 (19.5)	12 (1.2)	2 (0.2)

26 주요 단기소득임산물 가공 실태분석

가공업체의 자동화 비율은 약 40% 정도로 매우 낮게 나타났다. 대추의 자동화 비율이 가장 높은 것으로 나타났으며, 밤이 두 번째로 높게 나타났다. 반면 표고버섯이 가장 낮은 8.6%의 자동화 비율을 갖춘 것으로 조사되었으며, 뽕은감의 경우에도 수작업이 많이 필요한 꺾임과 반건시를 주로 가공하는 업체가 13개나 차지하고 있어 자동화 비율이 비교적 낮은 것으로 나타났다.

표 3-9. 원료별 가공업체 자동화 비율

단위: 개소(%)

		~10%	10~30%	30~50%	50~70%	70% 이상	평균(%)
전체	73 (100)	20 (27.4)	7 (9.6)	7 (9.6)	15 (20.5)	24 (32.9)	40.2
표고버섯	7 (100)	4 (57.1)	2 (28.6)	1 (14.3)	-	-	8.6
약용류	6 (100)	-	1 (16.7)	-	3 (50.0)	2 (33.3)	55.0
수실류	7 (100)	2 (28.6)	1 (14.3)	1 (14.3)	1 (14.3)	2 (28.6)	35.7
산나물류	6 (100)	1 (16.7)	-	-	2 (33.3)	3 (50.0)	55.0
밤	8 (100)	1 (12.5)	1 (12.5)	-	1 (12.5)	5 (62.5)	57.5
뽕은감	28 (100)	9 (32.1)	2 (7.1)	5 (17.9)	4 (14.3)	8 (28.6)	36.1
대추	4 (100)	-	-	-	2 (50.0)	2 (50.0)	60.8
기타	7 (100)	3 (42.9)	-	-	2 (28.6)	2 (28.6)	35.7

표 3-10. 가공업체 매출액별 자동화 비율

매출액별	응답 자수	10% 미만	10~30%	30~50%	50~70%	70% 이상	평균 (%)
5억미만	30	12 (40.0)	2 (6.7)	2 (6.7)	6 (20.0)	8 (26.7)	34.7
5억이상	42	7 (16.7)	5 (11.9)	5 (11.9)	9 (21.4)	16 (38.1)	45.1

주: 1개 업체에서 매출액 규모를 모름/무응답으로 답하여 매출액별 구분에서는 72개 업체를 대상으로 조사한 결과를 이용하였음.

매출액별 자동화 비율을 보면, 5억 원 미만의 경우 10% 미만이 가장 많았으나, 5억 원 이상에서는 70% 이상이 가장 많은 것으로 나타났다. 매출액 규모가 증가하면 자동화 비율이 높아지는 것을 알 수 있다.

자동화 비율이 70% 이하인 49개 업체에 대해 비율이 낮은 이유를 물은 결과 자동화 설비가 비싸기 때문이라고 대답한 수가 57%에 해당하는 28개 업체나 되었다. 또한 기계 개발이 되지 않아서 자동화 비율이 낮다고 대답한 업체도 12개(25%)나 되는 것으로 나타났다. 기타의 대답으로는 수요가 적어서, 시설 중이라는 대답이 있었다. 기계작업이 효율적이지 않다고 대답한 업체는 매출액 규모가 5억 원 미만의 소규모이며, 이 가운데 뚝은감 가공업체가 2곳이나 된다.

표 3-11. 자동화 비율이 낮은 원인

단위: 개소(%)

		자동화 설비가 비싸서	기계가 개발되지 않아서	기계작업이 효율적이지 않아서	자동화 시설 정보가 없어서	기타
전체	49 (100)	28 (57.1)	12 (25)	3 (6.1)	2 (4.1)	4 (8.2)
표고버섯	7 (100)	4 (57.1)	-	-	1 (14.3)	2 (28.6)
약용류	4 (100)	2 (50.0)	2 (50.0)	-	-	-
수실류	5 (100)	2 (40.0)	2 (40.0)	-	-	1 (20.0)
산나물류	3 (100)	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	-	-
밥	3 (100)	1 (33.3)	2 (66.7)	-	-	-
뚝은감	20 (100)	12 (60.0)	4 (20.0)	2 (10.0)	1 (5.0)	1 (5.0)
대추	2 (100)	1 (50.0)	1 (50.0)	-	-	-
기타	5 (100)	5 (100.0)	-	-	-	-

### 2.3. 경영현황

가공업체의 매출규모를 보면 평균 약 21억 원 정도 되는 것으로 조사되었다. 그 가운데 10억 원을 초과하는 업체의 수가 가장 많았으며, 그 다음으로 1~5억원 사이의 업체가 전체의 30%인 22개이다.

원료별로 보면 뽕은감 가공업체의 매출액이 가장 높았으며, 약용류와 대추 가공업체의 매출액도 높은 것으로 나타났다. 그러나 5억 원 미만의 매출액을 기록한 원료 품목으로 표고버섯과 더불어 뽕은감 가공업체가 가장 많은 것으로 나타났다. 밤을 비롯한 수실류 그리고 표고버섯 가공업체의 평균 매출액이 상대적으로 낮게 조사되었다.

표 3-12. 원료별 매출액 규모

단위: 개소(%)

		~5천만 원	5천만~1억 원	1~5억 원	5~10억 원	10억 원~	무응답	평균 (백만 원)
전체	73 (100)	5 (6.8)	3 (4.1)	22 (30.1)	13 (17.8)	29 (39.7)	1 (1.4)	2,107.1
표고버섯	7 (100)	1 (14.3)	-	4 (57.1)	-	2 (28.6)	-	562.9
약용류	6 (100)	-	-	2 (33.3)	1 (16.7)	3 (50)	-	2,166.7
수실류	7 (100)	1 (14.3)	-	3 (42.9)	-	3 (42.9)	-	782.1
산나물류	5 (100)	1 (20)	-	1 (20)	-	3 (60)	-	1,146.0
밤	8 (100)	1 (12.5)	-	2 (25)	3 (37.5)	2 (25)	-	760.4
뽕은감	28 (100)	1 (3.6)	3 (11)	8 (28.6)	6 (21.4)	9 (32.1)	1 (3.6)	3,485.5
대추	5 (100)	-	-	1 (20)	1 (20)	3 (60)	-	2,120.0
기타	7 (100)	-	-	1 (14.3)	2 (28.6)	4 (57.1)	-	1,825.3

전체 매출액 중 임산물 가공식품이 차지하는 비율은 평균 70% 정도 되므로 임산물 가공식품의 평균 매출액은 약 14억 7천만 원 정도 되는 것으

로 추산할 수 있다. 총매출액 가운데 임산물 가공식품의 수출액이 차지하는 비율은 약 6% 정도에 불과하여 수출 비중이 매우 낮다는 것을 알 수 있다. 원료별로는 약용류(18.3%)와 뽕은감(8.7%)의 수출 비중이 가장 높게 나타났다.

전체 비용에 대한 세부항목별 비용이 차지하는 비중을 조사한 결과, 원료비가 전체의 약 절반에 해당하는 49.2%를 차지한 것으로 조사되었다. 특히 밤의 원료비가 가장 높은 57.9%를 차지하였으며, 표고버섯, 약용류, 대추도 50% 이상인 것으로 나타났다. 판매비의 비중도 12.2%로 비교적 높은 것으로 조사되었다.

이들 비용을 농산물가공업체<sup>12</sup> 조사결과와 비교해 보면, 원료구입비의 경우 농산물의 64.5%보다 약 15.3%포인트 낮은 것으로 나타났다. 제품개발비는 3.5%포인트 높으며, 홍보비 4%포인트, 판매비는 6.6%포인트 높게 나타났다. 임산물 가공업체의 원료구입비가 농산물가공업체 평균에 비해 낮은 이유는 자가생산비중이 31.4%로 농산물 평균 19.5%에 비해 상대적으로 높기 때문인 것으로 추정된다.

표 3-13. 임산물 가공비용 대비 세부비용의 비중

단위: %

	원료비	제품개발비	판매비	홍보비	기타	합계
전 체	49.2	4.5	12.2	5.3	28.0	100
표고버섯	54.3	4.7	6.7	5.6	28.7	100
약용류	57.5	2.5	8.0	7.5	24.5	100
수실류	46.4	10.0	12.9	4.7	26	100
산나물류	43.3	5.3	16.7	5.2	29.5	100
밤	57.9	2.0	7.8	2.0	30.3	100
뽕은감	46.1	4.8	14.7	5.6	28.8	100
대추	51.3	5.0	19.5	2.5	21.7	100
기타	47.6	1.0	7.3	7.4	36.7	100
농산물가공 업체평균	64.5	1.0	5.6	1.3	27.6	100

<sup>12</sup> 주석 10. 참조.

30 주요 단기소득임산물 가공 실태분석

원료조달 방법은 산지생산자를 통해 직접 구매하는 방법이 가장 보편적인 것으로 알려져 있다. 매출규모가 증가할수록 대량수매를 위해 다양한 방법으로 원료를 조달한다. 특히 계약재배의 비율이 높아지는 것으로 나타났다. 그러나 여전히 산지생산자로부터 직접 구입하는 경우가 많다.

표 3-14. 임산물 식품가공업체 원료조달 방법

단위: %

	자가 생산	계약 재배	산지 생산자	산지 조합	산지 수집상	도매 시장	기타
전 체	31.4	7.7	41.0	11.5	2.2	3.4	2.9
표고버섯	46.1	0.0	12.9	13.1	8.6	5.0	14.3
약용류	17.5	24.2	50.0	0.0	0.0	8.3	0.0
수실류	38.6	18.6	38.6	2.9	0.7	0.7	0.0
산나물류	37.5	37.5	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
밤	10.0	0.0	34.3	51.1	4.3	0.4	0.0
뽕은감	35.4	1.4	45.5	10.5	0.0	4.3	2.9
대추	0.0	5.0	77.5	5.0	10.0	2.5	0.0
기타	42.9	0.0	46.1	0.0	3.3	3.4	4.3
농산물가공업체평균	19.5	19.6	27.2	8.1	9.7	10.9	5.1

표 3-15. 가공업체 매출액별 원료조달 방법

단위: %

	자가 생산	계약 재배	산지 생산자	산지 조합	산지 수집상	도매 시장	기타
평균	31.41	7.67	40.99	11.45	2.22	3.38	2.88
5천만 원 미만	41.0	0.0	40.0	19.0	0.0	0.0	0.0
5천~1억 원 미만	35.0	0.0	65.0	0.0	0.0	0.0	0.0
1~5억 원 미만	44.3	5.2	41.1	2.7	1.1	4.3	1.4
5~10억 원 미만	40.8	9.6	26.5	7.7	0.0	7.7	7.7
10억 원 이상	14.8	11.0	45.1	19.9	4.7	1.7	2.8

원료조달의 어려움을 묻는 질문에서는 자금부족을 지적한 업체가 가장 많은 것으로 나타났다. 특히 일 년에 한 번 재배되는 밤을 비롯한 수실류의 경우 자금부족을 어려움으로 지적한 비중이 50%를 훨씬 초과하는 것으로 조사되었다. 그 밖에 원료가격 변동, 품질균일화, 저장시설부족 등을 애로사항으로 지적하였다.

표 3-16. 임산물 원료 조달 시 애로사항

단위: 개소(%)

		대량구매 자금부족	원료가격 변동심화	원료품질 균일화	원료 규격화	원료 저장시설 부족	대량구매 물량부족	기타	문제 없음
전체	73 (100)	33 (45.2)	9 (12.3)	6 (8.2)	5 (6.8)	4 (5.5)	1 (1.4)	3 (4.1)	12 (16.4)
표고 버섯	7 (100)	2 (28.6)	1 (14.3)	-	1 (14.3)	-	-	-	3 (42.9)
약용류	6 (100)	3 (50.0)	1 (16.7)	-	-	1 (16.7)	-	-	1 (16.7)
수실류	7 (100)	4 (57.1)	1 (14.3)	-	-	-	1 (14.3)	-	1 (14.3)
산나물류	5 (100)	1 (16.7)	-	2 (33.3)	1 (16.7)	-	-	1 (16.7)	1 (16.7)
밤	8 (100)	6 (75.0)	1 (12.5)	-	1 (12.5)	-	-	-	-
뽕은감	28 (100)	14 (50.0)	2 (7.1)	3 (10.7)	2 (7.1)	2 (7.1)	-	1 (3.6)	4 (14.3)
대추	5 (100)	1 (25.0)	1 (25.0)	-	-	1 (25.0)	-	-	1 (25.0)
기타	7 (100)	2 (28.6)	2 (28.6)	1 (14.3)	-	-	-	1 (14.3)	1 (14.3)

## 2.4. 판매 방법

임산물 가공식품은 매우 다양한 경로로 판매되고 있다. 그 가운데에서 인터넷 또는 홈쇼핑을 통하거나 현지직판, 도매시장 등을 이용하는 경우가 가장 많다고 대답하였다. 그러나 대형할인점이나 백화점과 같이 판매수수료를 부담하거나 판촉행사 경비를 부담하여야 하는 곳으로 출하하는 경우

32 주요 단기소득임산물 가공 실태분석

는 전체의 약 10%에 불과한 것으로 나타났다. 농산물가공업체와 비교하면 인터넷 또는 홈쇼핑, 현지직판 비율이 높은 데 반해, 대형할인점, 대량소비처 및 급식소에 대한 납품 비율이 떨어지는 것으로 나타났다. 매출규모가 낮은 업체일수록 이러한 경향이 두드러진다. 매출액이 5억 원 미만인 업체의 경우 대형할인점이나 백화점으로 납품하는 경우는 없으며, 대부분 인터넷 또는 홈쇼핑, 현지직판을 하는 것으로 나타나 판매경로가 제한적인 것으로 조사되었다.

표 3-17. 임산물 가공식품 판매경로

단위: 개소(%)

		인터넷 또는 홈쇼핑	현지 직판	도매 시장	농협/ 산림 조합 매장	대리점	대량 소비처 급식소	대형 할인점	백화점	수출	소매 시장	기타	없다
전체	73 (100)	13 (17.8)	13 (17.8)	12 (16.4)	8 (11.0)	7 (9.6)	6 (8.2)	4 (5.5)	3 (4.1)	3 (4.1)	2 (2.7)	1 (1.4)	1 (1.4)
표고 버섯	7 (100)	-	2 (28.6)	1 (14.3)	-	-	1 (14.3)	2 (28.6)	1 (14.3)	-	-	-	-
약용류	6 (100)	2 (33.3)	-	2 (33.3)	-	1 (16.7)	-	-	-	-	1 (16.7)	-	-
수실류	7 (100)	-	-	1 (14.3)	3 (42.9)	2 (28.6)	-	-	-	-	-	-	1 (14.3)
산물류	6 (100)	-	2 (33.3)	-	-	-	1 (16.7)	1 (16.7)	1 (16.7)	1 (16.7)	-	-	-
밤	8 (100)	-	-	2 (25.0)	-	1 (12.5)	2 (25.0)	-	-	2 (25.0)	1 (12.5)	-	-
뽕은감	28 (100)	9 (32.1)	7 (25.0)	3 (10.7)	2 (7.1)	2 (7.1)	2 (7.1)	1 (3.6)	1 (3.6)	-	-	1 (3.6)	-
대추	4 (100)	-	-	2 (50.0)	2 (50.0)	-	-	-	-	-	-	-	-
기타	7 (100)	2 (28.6)	2 (28.6)	1 (14.3)	1 (14.3)	1 (14.3)	-	-	-	-	-	-	-
농산물 가공업체	100	148	135	208	12	-	131	98	47	-	-	114	-

임산물 가공업체의 판매에 있어 가장 어려운 점을 수요처 확보라고 지적하였다. 마케팅의 전문성 부족을 그 다음으로 지적하였으며, 대형할인점의 횡포도 판매를 어렵게 하는 중요한 원인으로 나타났다<sup>13</sup>.

<sup>13</sup> 대형할인점의 포장지 제한 등 과도한 요구사항들도 판매의 어려움으로 지적되었다.



표 3-18. 매출규모별 임산물 가공식품 판매경로

단위: 개소(%)

		인터넷 또는 홈쇼핑	현지 직판	도매 시장	농협/ 산림 조합 매장	대리점	대량 소비처, 급식소	대형 할인점	백화점	수출	소매 시장	기타
매출 액별	72	13 (17.8)	13 (17.8)	12 (16.4)	8 (11.0)	7 (9.6)	6 (8.2)	4 (5.5)	3 (4.1)	3 (4.1)	2 (2.7)	1 (1.4)
5억 미만	30	9 (30.0)	9 (30.0)	2 (6.7)	3 (10.0)	2 (6.7)	3 (10.0)	-	-	-	1 (3.3)	1 (3.3)
5억 이상	42	4 (9.5)	4 (9.5)	9 (21.4)	5 (11.9)	5 (11.9)	3 (7.1)	4 (9.5)	3 (7.1)	3 (7.1)	1 (2.4)	2 (4.8)

표 3-19. 임산물 가공식품 판매의 어려운 점

단위: 개소(%)

		수요처 확보	마케팅 전문성 부족	유통업체의 홍포	대기업과의 경쟁	기타	없다
전 체	73 (100.0)	32 (43.8)	17 (23.3)	12 (16.4)	4 (5.5)	2 (2.7)	6 (8.2)
표고 버섯	7 (100.0)	2 (28.6)	1 (14.3)	3 (42.9)	-	1 (14.3)	-
약용류	6 (100.0)	5 (83.3)	-	-	1 (16.7)	-	-
수실류	7 (100.0)	1 (14.3)	1 (14.3)	2 (28.6)	1 (14.3)	-	2 (28.6)
산나물류	6 (100.0)	2 (33.3)	2 (33.3)	1 (16.7)	-	-	1 (16.7)
밤	8 (100.0)	5 (62.5)	2 (25.0)	1 (12.5)	-	-	-
뽕은감	28 (100.0)	11 (39.3)	10 (35.7)	3 (10.7)	1 (3.6)	1 (3.6)	2 (7.1)
대추	4 (100.0)	3 (75.0)	-	-	-	-	1 (25.0)
기타	7 (100.0)	3 (42.9)	1 (14.3)	2 (28.6)	1 (14.3)	-	-

모두 31개 업체가 수출경험이 있는 것으로 나타났다. 수출 시 애로사항으로는 일정한 수출가격을 유지하는 것이 가장 힘들다고 지적하였다. 즉, 원료가격이 상승하더라도 교역관계를 유지하기 위해서는 어느 정도 손해

34 주요 단기소득임산물 가공 실태분석

를 감수하여야 하기 때문이다. 수입국의 까다로운 검역이나 충분한 물량확보가 어렵다는 의견도 많이 나왔다.

표 3-20. 임산물 가공제품 수출 시 애로사항

단위: 개소(%)

		원료 가격과 관계없이 일정하게 유지되는 수출가격	수입국의 까다로운 검역	충분한 물량 확보	기타	없다
전 체	31 (100.0)	17 (54.8)	5 (16.1)	5 (16.1)	3 (9.7)	1 (3.2)
표고버섯	3 (100.0)	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	-	-
약용류	4 (100.0)	4 (100.0)	-	-	-	-
수실류	3 (100.0)	3 (100.0)	-	-	-	-
산나물류	4 (100.0)	1 (25.0)	2 (50.0)	1 (25.0)	-	-
밤	5 (100.0)	4 (80.0)	-	1 (20.0)	-	-
뽕은감	8 (100.0)	3 (37.5)	1 (12.5)	1 (12.5)	2 (25.0)	1 (12.5)
대추	2 (100.0)	1 (50.0)	-	-	1 (50.0)	-
기타	2 (100.0)	-	1 (50.0)	1 (50.0)	-	-

## 2.5. 기술개발

임산물 가공의 특허권 유무를 묻는 질문에서는 전체 73개 가운데 15개 업체가 특허권을 가지고 있다고 대답하였다.

기술개발을 위한 연구비 지출액은 평균 3,372만 원인 것으로 조사되었는데, 이 액수는 농산물가공업체 평균인 1,523만 원의 두 배에 달한다. 또한 전체의 15%에 해당하는 11개 업체가 가공기술 연구비를 지원 받은 경험이 있는 것으로 조사되었으며, 지원 받은 개발비는 평균 5억 2천만 원정도인

것으로 나타났다. 그러나 산나물류를 제외한 제품들은 2천 5백 만~1억 7천만 원 정도에 불과한 실정이다.

표 3-21. 지원받은 가공기술 연구개발비 정도

단위: 개소(%)

		5천만 원 미만	5천만 원 ~1억 원	1억 원 ~5억 원	10억 원 이상	평균 (만 원)
전 체	11 (100)	3 (27.3)	4 (36.4)	3 (27.3)	1 (9.1)	52,487
표고버섯	2 (100)	1 (50.0)	1 (50.0)	-	-	4,650
약용류	2 (100)	1 (50.0)	1 (50.0)	-	-	2,530
산나물류	3 (100)	-	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	172,667
뽕은감	2 (100)	1 (50.0)	-	1 (50.0)	-	5,500
기타	2 (100)	-	1 (50.0)	1 (50.0)	-	17,000

표 3-22. 주요 가공기술 개발 방법

단위: 개소(%)

		직접 개발	대학 의뢰	전문연구소에 의뢰	전문업체 방문	없다
전 체	73 (100.0)	58 (79.5)	7 (9.6)	6 (8.2)	1 (1.4)	1 (1.4)
표고버섯	7 (100.0)	5 (71.4)	-	2 (28.6)	-	-
약용류	6 (100.0)	4 (66.7)	2 (33.3)	-	-	-
수실류	7 (100.0)	4 (57.1)	1 (14.3)	2 (28.6)	-	-
산나물류	6 (100.0)	5 (83.3)	1 (16.7)	-	-	-
밤	8 (100.0)	6 (75)	-	1 (12.5)	-	1 (12.5)
뽕은감	28 (100.0)	23 (82.1)	3 (10.7)	1 (3.6)	1 (3.6)	-
대추	4 (100.0)	4 (100.0)	-	-	-	-
기타	7 (100.0)	7 (100.0)	-	-	-	-

가공기술개발 방법은 대부분 직접 개발하는 것으로 조사되었다. 대추의 경우 모두 직접 개발하는 것으로 나타나 전문기관의 도움을 받지 않고 있는 것으로 나타났다. 기술개발 기반을 갖추지 않은 상태에서 직접 개발한다는 것은 가공방법의 변경이나 단순한 개발에 의한 형태변형을 의미하므로 부가가치 제고에는 한계가 있다.

기술개발을 위한 가장 적합한 방법을 묻는 질문에서는 업체에 대한 기술개발비 지원을 확대해야 한다는 의견이 전체의 58%인 42개나 되었다. 21개 업체에서는 전문기관 기술개발 지원확대를 원하는 의견을 제시하였으며, 이 밖에 6개 업체에서는 정부주도의 기술개발 및 보급을 제시하였다. 품목별로도 별 차이가 없으나, 뽕은감의 경우 업체지원과 전문기관 지원의 의견이 비슷하게 분포하여 두 가지 방법을 동시에 추진해 줄 것을 원하고 있는 것으로 나타났다.

표 3-23. 기술개발을 위한 정부 지원 방안

단위: 개소(%)

		업체에 대한 기술 개발비 지원확대	전문기관 기술개발에 대한 정부지원 확대	정부 주도의 기술개발 및 보급 확대	없다	모름/ 무응답
전 체	73 (100.0)	42 (57.5)	21 (28.8)	6 (8.2)	2 (2.7)	2 (2.7)
표고버섯	7 (100.0)	5 (71.4)	2 (28.6)	-	-	-
약용류	6 (100.0)	3 (50.0)	1 (16.7)	-	1 (16.7)	1 (16.7)
수실류	7 (100.0)	4 (57.1)	2 (28.6)	1 (14.3)	-	-
산나물류	6 (100.0)	4 (66.7)	2 (33.3)	-	-	-
밤	8 (100.0)	4 (50.0)	2 (25.0)	1 (12.5)	1 (12.5)	-
뽕은감	28 (100.0)	14 (50.0)	10 (35.7)	3 (10.7)	-	1 (3.6)
대추	4 (100.0)	3 (75.0)	-	1 (25.0)	-	-
기타	7 (100.0)	5 (71.4)	2 (28.6)	-	-	-

## 2.6. 정부정책

임산물 가공과 관련하여 정부나 지방자치단체로부터의 지원경험을 묻는 질문에서는 전체의 42.5%에 해당하는 31개 업체가 지원받았던 것으로 조사되었다. 이 가운데 지방 자치단체로부터 지원받은 경우가 가장 많았으며, 산림청, 농림수산물부로부터 지원받은 횟수가 다음으로 많았다. 지원을 중복하여 받은 업체는 6개인 것으로 조사되었는데, 5개 사업을 지원받는 업체 1개, 3개 사업 지원 3개, 2개 사업 지원 2개 등인 것으로 나타났다. 산림청 사업의 경우 지원횟수는 많으나 지원금액이 타 기관 지원사업보다 적은 것으로 나타났다.

표 3-24. 기관별 평균 지원 금액

단위: 개소(만 원)

	지방 자치단체	산림청	농림수산 식품부	지식 경제부	기타 기관
전 체	21(20,249)	12(15,408)	6(44,000)	2(52,500)	2(10,000)
표고버섯	-	2(27,500)	-	1(5,000)	-
약용류	2(5,500)	-	-	-	-
수실류	2(5,150)	2(5,500)	1(50,000)	-	-
산나물류	2(101,000)	-	2(54,000)	1(100,000)	1(?)
밤	2(420)	1(2,500)	-	-	1(10,000)
뽕은감	1(10,562)	7(16,629)	3(35,333)	-	-
대추	1(80,000)	-	-	-	-
기타	1(4,900)	-	-	-	-

임산물 가공산업 활성화에 장애가 되는 정책의 문제점으로는 지원규모가 적다는 의견이 가장 많았다. 두 번째로는 일률적인 지원을 문제로 지적하였다. 이러한 문제점은 주요 지원 기관인 지방자치단체와 산림청의 지원규모가 타 부서에 비해 적기 때문일 것이다. 또한 정부 지원사업에 대한 충분한 정보가 없어서 지원받을 기회를 갖지 못했기 때문일 수도 있다. 따라서 적절한 지원정책 방안을 마련하기 위해서는 재정적으로 필요한 수준

을 진단한 후, 산업이 활성화 될 수 있는 적정 수준으로 지원하는 것이 바람직할 것이다.

표 3-25. 임산물 가공산업 활성화를 위한 문제점

단위: 개소(%)

		1	2	3	4	5	6
전 체	73 (100.0)	48 (65.8)	16 (21.9)	4 (5.5)	2 (2.7)	2 (2.7)	1 (1.4)
표고버섯	7 (100.0)	5 (71.4)	1 (14.3)	-	1 (14.3)	-	-
약용류	6 (100.0)	4 (66.7)	-	1 (16.7)	1 (16.7)	-	-
수실류	7 (100.0)	6 (85.7)	1 (14.3)	-	-	-	-
산나물류	6 (100.0)	4 (66.7)	2 (33.3)	-	-	-	-
밤	8 (100.0)	7 (87.5)	-	1 (12.5)	-	-	-
뽕은감	28 (100.0)	13 (46.4)	10 (35.7)	2 (7.1)	-	2 (7.1)	1 (3.6)
대추	4 (100.0)	3 (75.0)	1 (25.0)	-	-	-	-
기타	7 (100.0)	6 (85.7)	1 (14.3)	-	-	-	-

주: 1. 지원규모가 너무 작아 생산을 제외한 기술개발, 판매활동 등에 필요한 자금을 자비로 충족. 2. 업체별 생산수준, 기술수준 등을 고려하지 않고 일률적으로 지원. 3. 지원이 공정한 경쟁과 심사에 따라 이루어지지 않음. 4. 안정적인 판로 알선. 5. 기타. 6. 없다.

가공식품산업 활성화를 위한 방안으로는 기술지원을 가장 시급한 정책으로 꼽았으며, 원료수매자금 지원, 대량생산 시설지원, 홍보지원 등의 정책을 다음 순서로 제시하였다. 밤의 경우 원료수매자금 지원을 가장 중요한 지원정책으로 꼽았는데, 저장성이 용이하지 않은 품목의 특성으로 원료생산자들은 출하시기가 지나면 중간수집상에게 모두 처분해 버리므로 이 시기를 놓치면 원료를 수매하기가 힘들어지기 때문이다.

표 3-26. 임산물 가공산업 활성화를 위해 가장 시급한 정책

단위: 개소(%)

		제품 개발 기술 지원	원료수매 자금 지원	대량 생산 기계 설비 지원	홍보 지원	산림청의 적극적인 참여와 지원	경영 컨설팅 지원	원료 저장 시설 지원	기타
전 체	73 (100)	20 (27.4)	15 (20.5)	11 (15.1)	10 (13.7)	10 (13.7)	3 (4.1)	2 (2.7)	2 (2.7)
표고 버섯	7 (100)	2 (28.6)	2 (28.6)	1 (14.3)	-	1 (14.3)	-	0 (0.0)	1 (14.3)
약용류	6 (100)	2 (33.3)	2 (33.3)	-	2 (33.3)	-	-	-	-
수실류	7 (100)	2 (28.6)	1 (14.3)	1 (14.3)	1 (14.3)	-	2 (28.6)	-	-
산나물류	6 (100)	2 (33.3)	1 (16.7)	-	1 (16.7)	1 (16.7)	-	1 (16.7)	-
밤	8 (100)	1 (12.5)	4 (50.0)	1 (12.5)	-	2 (25.0)	-	-	-
뽕은감	28 (100)	6 (21.4)	5 (17.9)	5 (17.9)	4 (14.3)	5 (17.9)	1 (3.6)	1 (3.6)	1 (3.6)
대추	4 (100)	2 (50.0)	-	2 (50.0)	-	-	-	-	-
기타	7 (100)	3 (42.9)	-	1 (14.3)	2 (28.6)	1 (14.3)	-	-	-

매출규모별로 나누면 5억 원 미만의 경우 기술지원에 이어 홍보지원과 산림청의 적극적인 참여를 선호하는 것으로 나타났다.

표 3-27. 매출규모별 임산물 가공산업 활성화 정책 선호도

단위: 개소(%)

		제품 개발 기술 지원	원료 수매 자금 지원	대량 생산 기계 설비 지원	홍보 지원	산림청의 적극적인 참여와 지원	경영 컨설팅 지원	원료 저장 시설 지원	기타
매출 액별	72	20 (27.4)	15 (20.5)	11 (15.1)	10 (13.7)	10 (13.7)	3 (4.1)	2 (2.7)	2 (2.7)
5억 미만	30	7 (23.3)	3 (10.0)	5 (16.7)	6 (20.0)	6 (20.0)	1 (3.3)	1 (3.3)	1 (3.3)
5억 이상	42	13 (31.0)	11 (26.2)	6 (14.3)	4 (9.5)	4 (9.5)	2 (4.8)	1 (2.4)	1 (2.4)

## 2.7. 주요 임산물별 가공 실태분석

### 2.7.1. 표고버섯

표고버섯 가공업체의 자동화 비율은 8.6%로 전체 평균 40.2%에 비해 매우 낮은 수준이다. 자동화 비율이 낮은 원인으로 설비가 비싸기 때문이라는 대답이 57%를 차지하였다. 매출액 규모도 평균 5억 6,290만 원이며, 5억 원 미만의 업체수가 71%를 차지하여 대체로 영세한 것으로 나타났다. 가공비용 대비 항목별 비용을 살펴보면, 판매비가 평균보다 낮은 것으로 나타났다. 원료조달 방법은 자가생산 비율이 전체 품목 가운데 가장 높은 수치를 나타내었다. 따라서 원료조달에 있어서의 애로사항이 없다고 대답한 비율이 가장 높았다.

판매경로는 현지직판과 대형할인점을 이용하는 방법이 절반 이상이다. 판매상의 어려움으로는 유통업체의 횡포를 가장 많이 지적하였으며, 수요처 확보도 문제점으로 나타났다. 가공기술 대부분 직접 개발한다고 답하였으며, 정부정책도 업체에 대한 지원확대를 가장 많이 원하고 있는 것으로 나타났다. 정부지원의 문제점으로는 지원규모가 적다고 지적하였으며, 가공산업 활성화를 위한 시급한 정책으로는 기술지원을 꼽았다.

표고버섯 가공산업은 자동화 비율이 낮으며, 비교적 영세하다는 특징이 있다. 따라서 대규모 가공을 하기보다는 자가생산하여 가공하는 경향이 두드러진다. 중요한 유통경로인 대형할인점의 횡포가 유통상의 가장 큰 걸림돌인 것으로 나타났다. 가공기술은 대부분 직접 개발하므로 건표고를 간단히 가공하는 등 비교적 기술 수준이 낮은 품목을 생산한다. 이러한 점은 가공업자들도 느끼고 있어 기술개발에 대한 지원을 원하고 있다. 따라서 표고버섯에 대해서는 다양한 제품을 생산할 수 있는 가공기술개발이 가장 시급한 과제라 할 수 있다.



## 2.7.2. 밤

밤의 경우 자동화 비율이 57.5%로 표고버섯에 비해서는 비교적 높은 편이다. 그러나 박피기계가 개발·보급되지 않아서 자동화 비율이 더 이상 높아지지 않고 있는 실정이다. 산지조합을 통하여 원료를 조달하는 비율이 51.1%, 산지생산자로부터 직접구매하는 경우가 34.3%를 각각 차지하여 원료구입 비용이 많이 드는 편이다. 비용 가운데 원료구입비가 차지하는 비율이 57.9%로 전체 임산물 가운데 최고 수준이다. 따라서 원료조달 시 겪는 가장 큰 애로사항은 대량구매를 위한 자금부족인 것으로 나타났다. 반면 홍보를 위해 투자하는 비용은 전체의 2% 정도를 차지하고 있어 임산물 가공산업 가운데 가장 낮게 나타났다.

판매경로는 주로 대량소비처에 납품하거나 도매시장으로 출하하는 것으로 나타났다. 판매상의 어려운 점으로는 수요처를 확보하는 것과 마케팅의 전문성 부족을 지적하였다. 대부분 업체가 직접 기술을 개발하는 것으로 나타났으며, 기술개발 지원도 업체에 직접 지원해 주기를 원하는 것으로 나타났다. 밤 가공산업 활성화를 위해서는 다른 품목과 마찬가지로 지원규모를 확대해 줄 것을 원하고 있으며, 특히 원료수매자금에 대한 지원을 가장 시급하게 시행해야 한다는 의견을 제시하였다.

밤 가공산업은 원료자금률이 매우 낮은 특성이 있어 수매를 위한 자금이 많이 필요하다. 그 결과 홍보나 판매 등 운영에 드는 비용의 비율이 상대적으로 낮게 나타난다. 따라서 원료구입에 대한 재정적인 부담을 낮추어 운영비에 더 많은 자금을 투자할 수 있는 방안을 마련하는 것이 시급한 과제이다.

## 2.7.3. 대추

대추 가공업체의 자동화 비율은 60.8%로 임산물 가공업 가운데 가장 높은 것으로 나타났다. 매출액도 21억 2천만 원으로 상당히 높다. 비용구조를 보면, 원료비의 비율이 51.3%로 높게 나타났다. 그러나 홍보비가 2.5%

로 비교적 낮으며, 판매비는 19.5%로 원료 품목 가운데 가장 높게 나타났다. 원료는 대부분 산지 생산자로부터 직접 구매하는 것으로 조사되었으며, 자가생산은 거의 없는 것으로 나타났다. 따라서 원료가격 변화에 영향을 많이 받는다.

기술개발은 대부분 업체 스스로 하며, 이에 대한 정부지원을 바라는 입장이다. 다른 품목과 마찬가지로 지원규모가 적은 것이 활성화의 가장 큰 걸림돌이라고 지적하였으며, 특히 대량 생산을 위한 기계설비 지원을 필요로 하고 있다. 판매경로는 대부분 도매시장 또는 농협이나 산림조합으로 납품하며, 수요처를 확보하는 것이 판매의 가장 큰 어려움으로 나타났다.

대추의 경우 기계설비에 대한 지원을 필요로 하고 있다. 또한 비용구조에서 판매비가 높은 특성을 나타내는데, 이는 유통이 원활하게 이루어지지 않는다는 의미이다. 따라서 기계설비에 대한 개발과 지원, 그리고 유통구조 개선을 위한 노력이 필요하다.

#### 2.7.4. 뽕은감

꽃감을 가공하는 소규모 업체가 산재한 뽕은감 가공산업의 경우 자동화 비율이 36.1%로 매우 낮은 것으로 나타났다. 그 결과 5억 원 미만의 매출 규모를 나타내는 업체도 전체 28개 가운데 12개나 되는 것으로 조사되었다. 비용구조를 보면 대추와 마찬가지로 판매비의 비율이 14.7%로 매우 높은 것을 알 수 있다. 원료조달 방법은 산지 생산자로부터 직접 구매하는 비율과 산지 조합에서 구매하는 비율의 합이 56%를 차지하므로 대량구매를 위한 자금이 부족한 실정이다. 또한 원료의 특성상 균일한 품질의 원료를 구하는 데 어려움을 겪고 있다.

판매경로는 인터넷이나 홈쇼핑을 통하는 경우가 가장 많았으며, 현지에서 직접 판매하는 경우도 많다. 그러나 다른 품목과 마찬가지로 수요처 확보에 어려움을 겪고 있으며, 마케팅 전문성도 부족한 것으로 나타났다. 가공기술 개발을 위해 대학에 의뢰하는 경우도 있으나 대부분 직접 개발하고 있으며, 업체에 대한 기술개발비 투자와 전문기관 기술개발에 대한 정부의

지원 확대를 원하고 있는 것으로 나타났다. 정부 지원의 부족과 기술수준을 고려하지 않은 일률적인 지원을 가공산업 활성화의 걸림돌로 지적하였다. 시급한 정부정책으로는 기술 지원, 원료수매 자금 지원, 기계설비 지원 산림청의 적극적인 지원 등을 요구하였다.

뚝은감 가공산업은 영세한 소규모 업체부터 10억 원 이상의 매출을 올리는 업체까지 다양하게 분포하고 있는 특징이 있다. 업체간 기술수준이 다양하므로 수준에 맞는 적절한 지원을 필요로 한다. 또한 판매비의 비율이 높아 유통구조 개선이 절실히 필요한 실정이다.

### 2.7.5. 기타

약용류의 경우 자동화 비율이 약 55%로 임산물 평균인 40%에 비해 비교적 높은 편이다. 그러나 원료조달에 드는 비용이 전체의 58%를 차지하여 제품개발이나 판매에 투자할 여력이 없는 것으로 여겨진다. 원료조달 방법은 일부 계약재배를 실시하고 있으나 대부분 산지생산자를 통하여 구매하므로 원료비 상승에 따른 부담을 가공업자가 대부분 감수하여야 하는 어려움이 있다. 따라서 원료의 대량수매를 위한 자금 확보가 가장 시급한 것으로 나타났다.

수실류의 경우 원료를 자가생산하거나, 산지생산자로부터 구매, 계약을 통한 재배 등 비교적 다양한 경로로 조달하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 원료비의 비중이 임산물 가공품의 평균보다 낮다. 그러나 판매비 비중이 높으며, 유통업체의 횡포 등으로 인해 판매에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다. 따라서 수실류는 유통구조 개선을 위한 노력과 지원이 가장 절실한 것으로 고려된다.

산나물류의 경우 원료는 계약재배와 산지생산자 구매 등을 통하여 조달하는 비율이 전체의 62%를 넘는 것으로 나타났다. 따라서 원료의 품질관리에 어려움을 느끼고 있다. 또한 판매비에 대한 비중이 전체의 16.7%로 매우 높게 나타난다. 그러므로 계약재배 관리를 위한 컨설팅이나 유통구조 개선을 위한 노력이 가장 필요하다는 것을 알 수 있다.

## 2.8. 시사점

### 2.8.1. 낮은 가공수준 및 자동화 비율

품목별 제품생산현황에서 나타났듯이 기초적인 가공제품이 가장 높은 생산량 비중을 차지한다는 것은 가공수준이 낮다는 것을 의미한다. 가공공정의 자동화 비율이 낮은 이유로 비싼 설비가격을 지적하였는데, 임산물을 가공하기 위한 기계장비는 소규모로 제작되므로 자연히 가격이 비쌀 수 밖에 없는 특징이 있다. 따라서 기계장비 설치에 따른 부담을 경감해 주기 위해서는 기술개발과 재정적 지원이 동시에 이루어져야 할 것이다.

### 2.8.2. 비용구조 개선 필요

생산비용 가운데 원료비가 차지하는 비중이 농산물가공업체의 평균에 비해 낮게 나타나고 있어 상대적으로 유동성이 좋다는 것을 의미한다. 그 이유는 자가 생산의 비중이 농산물가공업체에 비해 비교적 높기 때문이다. 그러나 생산규모가 커질수록 그 비중이 높아지는 데는 한계가 있다. 그러므로 장기적으로 원료 구입비를 낮추고, 원료를 안정적으로 공급할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있다. 농산물에 비해 원료조달 비중이 낮은 계약재배를 늘리는 것이 하나의 방안이 될 수 있을 것이다. 원료 조달의 애로사항으로 대량구매를 위한 자금 부족을 가장 크게 느끼고 있는데, 단기적인 방안으로 원료 구매자금 지원을 확대할 필요가 있다. 또한 대량구매는 원료저장시설과 연결되는 문제이므로 원료구매를 위한 지원사업을 실시할 경우 저장시설 지원도 동시에 시행하여야 할 것이다.

제품개발비와 홍보비가 모두 농산물가공업체 평균에 비해 높다는 것은 산업의 발전을 위해서는 비교적 바람직한 비용구조를 가지고 있다는 것을 의미한다. 그러나 판매비가 높다는 것은 임산물 가공식품의 유통이 원활하지 않다는 것을 나타내므로 유통구조 개선을 위한 노력이 절실히 필요한 시점이다. 특히 대추와 뽕은감 가공품의 유통을 원활하게 할 수 있는 방안을 강구하여야 할 것이다.

### 2.8.3. 기술개발 체계 미비

기술개발 방법은 대부분 직접 개발하는 것으로 조사되었다. 그러나 기반이 갖추어지지 않은 상태에서 직접 개발한다는 것은 가공방법의 변경이나 단순한 기술개발에 의한 형태변형을 의미하므로 부가가치 제고에는 한계가 있다. 따라서 체계적인 기술개발을 위한 체제를 갖추는 것이 필요하다.

### 2.8.4. 대형할인점 납품비율 저조

대형할인점 납품비율이 낮게 나타나고 있는 것은 임산물 가공식품 유통망 확보가 시급하다는 것을 의미한다. 특히 소비자가 가장 선호하는 대형할인점으로 진출하는 것<sup>14</sup>이 판매망 확보를 위한 가장 전망 밝은 방법이므로 생산자와 유통업자 간의 신뢰를 바탕으로 한 거래관계를 구축하는 방안을 모색할 필요가 있다. 또한 대기업과의 경쟁관계를 개선하기 위해서는 공정한 유통질서를 확립하는 방안이 필요하다.

### 2.8.5. 소비자 신뢰를 위한 원산지 표시 및 관리

원산지 표시 및 성분표시를 엄격하게 시행하여 제품 원료에 대한 충분한 정보를 제공할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있다. 이와 동시에 철저한 관리를 통해 소비자의 믿음에 보답하여야 할 것이다.

### 2.8.6. 정부 지원사업에 대한 홍보 미흡

임산물임에도 불구하고 산림청의 지원 규모가 상대적으로 적으며, 지원사업에 대한 정보가 잘 알려지지 않아 많은 수의 업체가 사업에 지원하지 못하고 있는 실정이다. 따라서 실효성 있는 사업 수행을 위해 지원규모를

<sup>14</sup> 54쪽 참조.

늘리고, 정부 사업에 대한 적극적인 홍보를 통하여 정보를 공유함으로써 산업의 발전 기회를 놓치지 말아야 할 것이다.

### 2.8.7. 품목별 및 수준별 지원방안 차별화

원료 품목별 지원정책에 대해서 차별화 할 필요가 있다. 즉 표고버섯의 경우 가공기술 개발에 대한 방안을 마련하는 것이 가장 시급한 일이며, 밤에 대해서는 원료구입비를 인하할 수 있는 방안이 시급하다. 또한 대추의 경우 대량생산 기계설비를 마련할 수 있도록 해야 하며, 뽕은감에 대해서는 기술 수준에 맞추어 정책적으로 지원해 줄 수 있는 방안을 마련할 필요가 있다.

표 3-28. 원료 품목별 우선 지원 분야

원료 품목	지원 분야
표고버섯	가공 기술 개발
약용류	원료 구입
수실류	유통구조 개선
산나물류	원료 품질 관리
밤	원료 구입
뽕은감	기술 수준별 차등 지원
대추	기계 설비

### 2.8.8. 소규모 가공업체에 대한 정책 방안 마련

소규모 가공업체의 경우 자동화 비율이 낮아 효율성이 떨어지고, 가공품에 대한 품질관리가 어려우며, 판매경로에 있어서도 인터넷이나 현지직판 등에만 제한될 수 밖에 없는 실정이다. 따라서 장기적인 관점에서 이들 소규모 가공업체를 흡수·통합하여 규모의 경제를 이룩함으로써 생산의 효율성을 높이고, 중간 유통상과의 협상력을 높여 판매경로 개척에 도움을 줄 수 있도록 할 필요가 있다.

### 1. 조사 개요

임산물 소비실태 파악을 위해 도시에 거주하는 25~55세 주부 578명을 대상으로 소비자 조사를 실시하였다. 이들 가운데 지난 1년간 임산물 가공식품을 구매한 경험이 있는 대상자는 전체의 92.6%인 535명이었으며, 이들을 소비자 조사 최종 대상자로 선정하였다. 대상자의 지역별 분포를 보면 서울, 경기, 인천 지역 응답자가 전체의 54%, 중소도시 지역 응답자는 23.7%로 구성되었다.

표 4-1. 응답자 지역별 분포

단위: 명, %

	인 원	비 율
합 계	535	100
서울	110	20.6
경기/인천	176	32.9
광역시	122	22.8
중소도시	127	23.7

임산물 가공식품을 포함한 월평균 식비가 31~60만 원인 응답자가 전체의 44%를 차지하여 가장 많은 것으로 나타났으며, 60만 원을 초과하는 응답자의 비율도 30%나 된다. 그러나 월평균 임산물 가공식품 구입비는 1~5

만 원이라고 대답한 경우가 56.6%로 가장 많은 것으로 나타나 임산물 가공식품 구입비가 전체 식비에서 차지하는 비중이 비교적 낮은 것을 알 수 있다.

표 4-2. 식재료 구입비별 응답자 분포

	단위: 명, %	
	응답자수	비율
	합 계	100
월평균 식비	5~30만원 이하	25.8
	31~60만원 이하	43.9
	60만원 초과	30.3
월평균 임산물 가공식품 구입비	1~5만원 이하	56.6
	6~10만원 이하	29.7
	10만원 초과	13.6

## 2. 임산물 가공식품 구매 경험

가장 많이 구매한 임산물 가공식품을 묻는 질문에서 밤, 호도, 잣 등을 포함하는 견과류가 40.4%로 가장 높게 나타났으며, 표고버섯, 송이버섯 등의 버섯류(28.8%), 뽕은감, 대추, 복분자, 머루 등의 과실류(15.9%), 산나물류(7.9%), 약용류(5.2%) 등의 순으로 나타났다. 월평균 식재료 구입비가 높을수록 버섯류와 산나물류의 구매비율이 올라가는 것을 알 수 있다. 또한 임산물 가공식품 구입비가 증가할수록 버섯류에 대한 구매가 늘어나는 것으로 조사되었다.



표 4-3. 식재료 구입비별 임산가공식품 구매경험 응답자

단위: 명(%)

가공식품 원료	평균 (%)	월평균 식재료 구입비			월평균 임산물가공식품 구입비		
		3~20 만 원	21~40 만 원	40만 원 ~	1~5 만 원	6~10 만 원	10만 원 ~
합 계	100	169 (100)	211 (100)	155 (100)	303 (100)	159 (100)	73 (100)
견과류	40.4	67 (39.6)	91 (43.1)	58 (37.4)	130 (42.9)	60 (37.7)	26 (35.6)
과실류	15.9	33 (19.5)	28 (13.3)	24 (15.5)	46 (15.2)	26 (16.4)	13 (17.8)
버섯류	28.8	44 (26.0)	62 (29.4)	48 (31.0)	94 (31.0)	34 (21.4)	26 (35.6)
산나물류	7.9	11 (6.5)	16 (7.6)	15 (9.7)	16 (5.3)	18 (11.3)	8 (11.0)
약초류	1.3	2 (1.2)	1 (0.5)	4 (2.6)	1 (0.3)	6 (3.8)	0 (0.0)
약용류	5.2	10 (5.9)	12 (5.7)	6 (3.9)	15 (5.0)	13 (8.2)	0 (0.0)
수업류	0.4	2 (1.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.6)	0 (0.0)
기타	0.2	0 (0.0)	1 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.6)	0 (0.0)

주요 제품의 구매경험을 살펴보면, 밥과 뽕은감의 구매경험 비율이 표고버섯과 대추에 비해 높게 나타났다. 즉 가공품의 종류가 상대적으로 다양한 제품의 구매경험 비율이 높게 나타나고 있다.

표 4-4. 주요 임산가공식품별 구매경험 비율

단위: 명, %

	구매경험 응답자수	임산물 구매경험에 대한 비율
밥	468	87.5
표고버섯	380	71.0
뽕은감	443	82.8
대추	358	66.9
기타	141	26.4

밤 가공식품 가운데 많이 구입한 품목에 대해 3개까지 중복응답을 허용한 결과, 361명이 맛밤<sup>15</sup>을 구입한 경험이 있어 전체 응답인원의 77%를 차지하였다. 밤양갱의 구매 경험자가 65%로 두 번째 높은 비율을 차지하였으며, 간밤 59%, 밤푸레 4.5% 등이 그 뒤를 잇고 있다.

표 4-5. 밤 가공식품별 구매경험(중복응답)

단위: 명, %

	응답자수	총응답자에 대한 응답자 비율
총응답자수	468	100
간밤	275	58.8
밤푸레	21	4.5
밤양갱	304	65.0
맛밤	361	77.1
밤빵	5	1.1
구운밤	7	1.5
밤맛아이스크림	8	1.7
통조림	3	0.6
밤우유	2	0.4
기타	10	2.1

표고버섯 가공품의 경우 가루제품에 대한 구매경험이 가장 높으며, 그 다음 건표고, 표고조미료, 표고절편의 순으로 나타났다. 가장 기초적인 가공품인 건표고를 제외하면 천연 조미료와 같은 요리 첨가물 형태의 제품이 많이 소비되고 있는 것을 알 수 있다.

<sup>15</sup> 국내산밤을 이용한 제품도 있으나 대부분 중국산 밤을 구운 후 소포장하여 출시하는 제품.

표 4-6. 표고버섯 가공식품별 구매경험(중복응답)

단위: 명, %

	응답자수	응답자수에 대한 비율
전 체	380	100
표고절편	110	28.9
표고깍두기	31	8.2
표고가루	177	46.6
표고조미료	117	30.8
건표고	149	39.2
표고다식	1	0.3
기타	2	0.6

뽕은감의 경우 꽃감의 구매경험 비율이 가장 높게 나타났는데, 그 이유는 본격적인 가공기술이 보급된 청도를 제외하면 대부분 지역에서 전통적인 가공품인 꽃감을 생산하고 있기 때문이다. 유통 및 보관이 쉬우며, 건강 음료수로 알려진 감식초의 비율이 반건시보다 오히려 높은 것으로 집계되었다. 최근 개발된 아이스 홍시도 전체 응답자의 33%에 해당하는 144명이 구매경험이 있다고 대답하였다.

표 4-7. 뽕은감 가공식품별 구매경험(중복응답)

단위: 명, %

	응답자수	응답자수에 대한 비율
전 체	443	100
꽃감	350	79.0
감말랭이	41	9.3
반건시	154	34.8
아이스 홍시	144	32.5
감식초	242	54.6
감와인	9	2.0
감잎차	1	0.2

대추 가공식품으로는 단순하게 말린 건대추 구매경험이 가장 높았으며, 대추차 구매경험도 높은 것으로 나타났다. 대추는 실제 개발된 제품 수에

비해 상품화 된 수의 비율이 상대적으로 낮아, 소비되는 제품의 종류가 다양하지 않은 것으로 조사되었다.

표 4-8. 대추 가공식품별 구매경험(중복응답)

단위: 명, %

	응답자수	응답자수에 대한 비율
전 체	358	-
건대추	271	75.7
대추발효식초	15	4.2
대추차	249	69.6
대추떡	4	1.1
대추음료	4	1.1
대추한과	1	0.3

표 4-9. 기타 임산물 가공식품별 구매경험(중복응답)

단위: 명, %

제품	응답자수	비율	제품	응답자수	비율
복분자	15	10.6	도토리	4	2.8
오미자	15	10.6	산수유	4	2.8
아몬드	12	8.5	도라지	3	2.1
호두	9	6.4	오갈피	2	1.4
고로쇠	8	5.7	은행	2	1.4
취나물	8	5.7	천마	1	0.7
솔잎	6	4.3	헛개나무	1	0.7

이 밖에 임산물 가공식품에 대한 구매경험을 묻는 질문에 대하여 복분자와 오미자를 구매한 경험이 있는 소비자가 각각 10.6%를 차지하는 것으로 조사되었다.

### 3. 임산물 가공식품 구매 행태

임산물 가공식품에 대한 정보는 주위사람들의 추천을 통해 수집하는 경우가 전체의 44%로 가장 많았는데 이 수치는 TV/라디오, 신문 등 대중매체와 인터넷을 통한 정보획득 비율의 합보다 높은 것으로 나타났다. 지역별로 조금씩 다르게 나타나는데, 판촉행사를 통한 정보획득의 경우 서울과 경기/인천 지역이 광역시나 중소도시에 비해 높은 것으로 조사되었다.

표 4-10. 임산물 가공식품에 대한 정보획득 경로

단위: 명(%)

	전체 평균	서울	경기/인천	광역시	중소도시
합 계	535 (100)	110 (100)	176 (100)	122 (100)	127 (100)
TV/라디오	75 (14.0)	13 (11.8)	27 (15.3)	19 (15.6)	16 (12.6)
인터넷	102 (19.1)	14 (12.7)	35 (19.9)	22 (18.0)	31 (24.4)
신문/잡지	15 (2.8)	1 (0.9)	6 (3.4)	6 (4.9)	2 (1.6)
주위 사람 추천	235 (43.9)	46 (41.8)	70 (39.8)	62 (50.8)	57 (44.9)
캠페인	4 (0.7)	1 (0.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (2.4)
판촉행사	88 (16.4)	32 (29.1)	32 (18.2)	12 (9.8)	12 (9.4)
매장	15 (2.8)	3 (2.7)	6 (3.4)	0 (0.0)	6 (4.7)
책	1 (0.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.8)	0 (0.0)

표 4-11. 임산물 가공식품 구매 경로

단위: 명(%)

	전체	서울	경기/인천	광역시	중소도시
합 계	535 (100)	110 (100)	176 (100)	122 (100)	127 (100)
도매시장	35 (6.5)	8 (7.3)	5 (2.8)	11 (9.0)	11 (8.7)
소매시장	50 (9.3)	11 (10.0)	14 (8.0)	16 (13.1)	9 (7.1)
대형할인점	317 (59.3)	67 (60.9)	114 (64.8)	63 (51.6)	73 (57.5)
백화점	5 (0.9)	2 (1.8)	2 (1.1)	1 (0.8)	0 (0.0)
농협/산림조합 매장	44 (8.2)	8 (7.3)	14 (8.0)	11 (9.0)	11 (8.7)
인터넷, 홈쇼핑	55 (10.3)	12 (10.9)	15 (8.5)	14 (11.5)	14 (11.0)
생협, 유기농 전문점	19 (3.6)	1 (0.9)	9 (5.1)	4 (3.3)	5 (3.9)
농민직거래	10 (1.9)	1 (0.9)	3 (1.7)	2 (1.6)	4 (3.1)

경로별 구매행태를 보면 대형할인점을 통하여 구매하는 비율이 가장 높다. 인터넷이나 홈쇼핑을 통한 비율이 그 다음으로 높으며, 소매시장, 농협/산림조합, 도매시장 등의 순서로 나타났다.

구매에 있어서 가장 중요하게 고려하는 것은 구입의 편리성인 것으로 나타났다. 가격, 판매자에 대한 신뢰, 판촉행사 등이 중요한 요인으로 선택되었다. 판촉행사에 대한 선호도의 경우, 대형할인점을 이용하는 비율이 높은 서울과 경기/인천 지역이 타광역시나 중소도시에 비해 높다는 것을 알 수 있다. 따라서 대형할인점에서의 판촉행사는 임산물 가공식품에 대한 정보를 제공하고 동시에 소비자 구매력을 결정하는 중요한 요소임을 짐작할 수 있다.

표 4-12. 임산물 가공식품 구매 요인

단위: 명(%)

	전체	서울	경기/인천	광역시	중소도시
합 계	535 (100)	110 (100)	176 (100)	122 (100)	127 (100)
저렴한 가격	122 (22.8)	26 (23.6)	34 (19.3)	28 (23.0)	34 (26.8)
판매자에 대한 신뢰	84 (15.7)	15 (13.6)	31 (17.6)	20 (16.4)	18 (14.2)
다양한 판촉행사	65 (12.1)	22 (20.0)	21 (11.9)	11 (9.0)	11 (8.7)
구입의 편리성	200 (37.4)	35 (31.8)	71 (40.3)	46 (37.7)	48 (37.8)
제품의 다양성	41 (7.7)	9 (8.2)	12 (6.8)	12 (9.8)	8 (6.3)
제품의 품질	23 (4.3)	3 (2.7)	7 (4.0)	5 (4.1)	8 (6.3)

구입처별 구매요인을 살펴보면, 대형할인점의 경우 구입의 편리성, 다양한 판촉행사, 저렴한 가격 등이 중요한 것으로 조사되었다. 인터넷/홈쇼핑, 소매시장, 도매시장 등의 경우 저렴한 가격이 가장 중요한 요인인 것으로 나타났다. 농협이나 산림조합 매장을 이용하는 소비자는 판매처에 대한 신뢰를 가장 중요한 요인으로 고려하지만, 구입의 편리성이 매우 낮은 것으로 조사되었다.

표 4-13. 임산물 가공식품 구매 경로별 구매 요인

단위: 명(%)

	합계	저렴한 가격	판매처 신뢰	다양한 판촉행사	구입의 편리성	제품의 다양성	제품의 품질
도매시장	35 (100)	20 (57.1)	4 (11.4)	2 (5.7)	2 (5.7)	5 (14.3)	2 (5.7)
소매시장	50 (100)	23 (46.0)	3 (6.0)	1 (2.0)	20 (40.0)	3 (6.0)	0 (0.0)
대형할인점	317 (100)	52 (16.4)	18 (5.7)	58 (18.3)	154 (48.6)	29 (9.1)	6 (1.9)
백화점	5 (100)	0 (0.0)	3 (60.0)	1 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (20.0)
농협/산림조합 매장	44 (100)	2 (4.5)	34 (77.3)	0 (0.0)	1 (2.3)	1 (2.3)	6 (13.6)
인터넷 또는 홈쇼핑	55 (100)	25 (45.5)	1 (1.8)	2 (3.6)	23 (41.8)	3 (5.5)	1 (1.8)
생활협동조합/ 유기농 전문점	19 (100)	0 (0.0)	15 (78.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (21.1)
농민직거래	10 (100)	0 (0.0)	6 (60.0)	1 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (30.0)

표 4-14. 제품 원료의 원산지 확인 여부

단위: 명(%)

	밤	뽕은감	대추	표고버섯	기타
응답자수	468 (100)	443 (100)	358 (100)	380 (100)	141 (100)
확인한다	254 (54.3)	260 (58.7)	217 (60.6)	237 (62.4)	83 (58.9)
확인하는 편이다	180 (38.5)	160 (36.1)	121 (33.8)	133 (35.0)	49 (34.8)
확인하지 않는 편이다	32 (6.8)	22 (5.0)	19 (5.3)	10 (2.6)	8 (5.7)
확인하지 않는다	2 (0.4)	1 (0.2)	1 (0.3)	0 (0.0)	1 (0.7)

원료의 원산지 확인 여부를 묻는 질문에서 모든 품목에 대하여 92% 이상의 응답자가 원산지를 확인하는 편인 것으로 나타났다. 이 수치는 선행 연구 조사결과에서 나타난 농산물가공품의 72.3%에 비해 높은 것으로 나타났다(이계임 외, 2005). 그 가운데에서도 표고버섯에 대한 원산지 확인

비율이 가장 높았는데, 그 이유는 국내 생산량에 대한 수입량 비율이 가장 높기 때문인 것으로 추측된다<sup>16</sup>.

#### 4. 국내산 임산물 가공식품 구매 동기 및 평가

조사대상자 535명 가운데 최근 1년간 국내산 임산물 가공식품을 구매한 경험이 있다고 대답한 응답자는 509명(95%)인 것으로 나타났다. 이들이 국내산 임산물 가공식품을 구매하는 가장 큰 동기는 건강을 위해서이며, 이 밖에 식품의 안정성, 친환경성 등이 중요한 동기로 나타났다.

표 4-15. 국내산 임산물 가공식품 구매 동기

	단위: 명, %	
	응답자수	비율
합 계	509	100
건강을 위해서	233	45.8
안전성이 높아서	140	27.5
친환경적이어서	50	9.8
청정하다고 생각해서	15	2.9
영양가가 높을 것 같아서	16	3.1
대중매체의 홍보와 주위 사람들의 추천 때문에	11	2.2
판매자의 신뢰 때문에	27	5.3
원하는 품목이나 포장단위가 있어서	15	2.9
맛이 좋아서	2	0.4

국내산 임산물 가공식품의 품질은 매우 높다 또는 높은 편이라고 대답한 경우가 25~37% 정도로 나타났지만, 절반 이상의 응답자들이 적당하다고 평가한 것으로 분석되었다.

<sup>16</sup> 2007년 국내 생산량에 대한 수입량의 비율을 단순하게 계산하여 보면, 밤 11%, 대추 9.8%, 뽕은감 5.5%인데 반해, 표고버섯은 20%에 이른다.



표 4-16. 국내산 임산물 가공식품 품질 평가

단위: 명(%)

	밤	표고버섯	뽕은감	대추	기타
합 계	449 (100)	366 (100)	432 (100)	347 (100)	138 (100)
매우 높다	13 (2.9)	17 (4.6)	21 (4.9)	13 (3.7)	5 (3.6)
높다	110 (24.5)	119 (32.5)	114 (26.4)	109 (31.4)	29 (21.0)
적당하다	270 (60.1)	198 (54.1)	249 (57.6)	193 (55.6)	86 (62.3)
낮다	53 (11.8)	31 (8.5)	48 (11.1)	31 (8.9)	18 (13.0)
매우 낮다	3 (0.7)	1 (0.3)	0 (0)	1 (0.3)	0 (0)

수입산과 비교한 국내산 임산물 가공식품의 품질에 대해서는 대부분 국내산이 우수하다는 의견을 제시하였다. 그러나 최근 1년간 국내산 임산물 가공식품 구매경험이 없는 응답자(26명) 가운데 19.2%는 국내산과 수입산의 품질 차이가 없다고 대답하였다.

표 4-17. 수입산에 대한 국내산 임산물 가공식품 품질 평가

단위: 명(%)

	전체	월평균 식재료 구입비			월평균 임산물 가공식품 구입비		
		3~20 만 원	21~40 만 원	40 만 원	1~5 만 원	6~10 만 원	10 만 원
합계	535 (100)	169 (100)	211 (100)	155 (100)	303 (100)	159 (100)	73 (100)
국내산 품질이 좋다	500 (93.5)	151 (89.3)	199 (94.3)	150 (96.8)	278 (91.7)	151 (95.0)	71 (97.3)
차이가 없다	31 (5.8)	14 (8.3)	12 (5.7)	5 (3.2)	21 (6.9)	8 (5.0)	2 (2.7)
수입산 품질이 좋다	4 (0.7)	4 (2.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)

월평균 식재료 구입비와 임산물 가공식품 구입비에 따른 국내산 품질 평가 결과를 보면, 이들 비용이 높을수록 국내산 품질이 좋다는 비율이 높은 것으로 나타났다. 이들 비용이 낮은 층에서는 국내산 품질이 수입산과 차이가 없다고 답한 비율이 상대적으로 높았으며, 수입산 품질이 우수하다고 대답한 경우도 있었다.

소비자들이 느끼는 국내산 임산물 가공식품 구입의 문제점은 비싼 가격인 것으로 조사되었다. 이 밖에 구입처를 찾기 어려움, 지속적인 구매의 어려움, 적절한 포장용기 없음 등이 지적되었다.

표 4-18. 국내산 임산물 가공식품 구입의 문제점

단위: 명, %		
	응답자수	비율
합 계	535	100
가격이 비싸다	383	71.6
구입처를 찾기 어렵다	57	10.7
원하는 품목이 없다	11	2.1
지속적으로 구매하기 어렵다	45	8.4
적당한 포장단위(용량)가 없다	31	5.8
국내산인지 신뢰가 안 간다	8	1.5

## 5. 국내산 임산물 가공식품 구매 의향 및 정책 의견

국내산 임산물 가공식품을 구매한 경험이 있는 응답자의 경우, 대부분 지속적인 소비의향을 나타낸 것으로 조사되었다. 다만 6%의 응답자만이 구입 비중을 축소하거나 소비의향이 없다는 의견을 제시하였다. 최근 1년간 국내산 임산물 가공식품 구매경험이 없는 응답자의 경우(26명)에도 대부분 향후 소비할 의사가 있는 것(25명)으로 나타났다.

표 4-19. 국내산 임산물 가공식품 소비 의향

단위: 명, %		
	응답자수	비율
합 계	509	100
계속 소비할 예정, 형편이 되면 구입비중도 늘릴 것	274	53.8
계속 소비할 예정이지만 구입비중은 현 상태를 유지	206	40.5
계속 소비할 예정이지만 구입비중은 축소할 것	25	4.9
향후에 별로 소비할 의향이 없다	4	0.8

소비 촉진 및 확대를 위한 의견으로는 가격 인하를 첫째로 꼽았으며, 다양한 상품 개발, 유통망 확대, 홍보 확대 등의 순으로 의견이 집계되었다.

표 4-20. 국내산 임산물 가공식품 소비 확대를 위한 의견

단위: 명, %

	응답자수	비율
합 계	535	100
다양한 상품 개발	130	24.3
가격 인하	239	44.7
임산물 가공식품에 대한 홍보 확대	58	10.8
어디서나 쉽게 구입할 수 있도록 유통망 확대	97	18.1
지속적인 공급체계 구축	6	1.1
원산지 표지 강화/국내산임을 증명할 방안 마련	4	0.7
정직하게 믿음이 가는 제품 제조	1	0.2

새로운 가공식품 개발을 원하는 임산물로는 호도를 가장 많이 제시하였으며 산채류, 복분자, 밤, 은행 등의 순으로 나타났다.

## 6. 주요 임산물 가공식품 구매 경향

주요 임산물 가공식품에 대한 구매경향을 분석하기 위하여 로짓분석을 실시하였다. 종속변수는 밤, 뽕은감, 대추, 표고버섯 가공식품의 구매경험을 나타낸다. 독립변수는 구매자의 특성을 나타내는 나이와 식재료 구입비, 그리고 구매경로, 구매동기, 수입산에 대한 국내산 품질 평가 등을 나타내는 더미변수를 선택하였다. 구매경로는 산림조합, 농협, 생활협동조합, 유기농 매장 등과 같은 전문매장을 나타낸다.

추정 방정식의 우도비율이 389~662의 범위로 나타났으며, 모두 5% 이

내에서 유의한 것으로 나타났다. 구매경로, 구매동기, 수입산에 대한 국내산 품질 평가 등에 대해서 대부분 긍정적인 방향으로 추정되어 예상했던 결과를 도출할 수 있었다. 다만 표고버섯의 경우 친환경적인 임산물 가공식품을 선호하는 소비자의 구매확률이 떨어지는 것으로 나타났으나 통계적 유의성을 가지지 못하므로 큰 의미는 없다고 할 수 있다.

유의한 값을 나타내는 변수를 중심으로 품목별 특징을 보면, 밤의 경우 나이가 적거나, 친환경성을 선호하는 소비자의 구매확률이 높아지는 것으로 나타났다. 다양한 제품이 유통되는 밤가공식품의 소비층이 젊어지고 있다는 것을 나타낸다. 뽕은감은 전문매장을 이용하거나, 가공식품의 안정성을 중요하게 여기거나, 또는 식재료비가 높은 소비자일수록 구매확률이 높아지는 것으로 분석되었다. 대추 가공식품은 안전성, 친환경성, 국산품 등을 선호하는 소비자의 구매확률이 높은 것으로 나타난다.

표 4-21. 주요 임산물 가공식품 구매 경향 분석 결과

	나이	전문매장	건강을 위해서	안정성이 높아서	친환경적 이어서	국산품질 우수	식재료 구입비	상수	우도비	유의확률
밤	-0.033 (0.02)*	0.808 (0.54)	0.407 (0.33)	0.494 (0.38)	1.119 (0.65)*	0.702 (0.44)	0.009 (0.01)	1.861 (0.85)**	389	0.027
뽕은감	0.016 (0.02)	1.066 (0.54)**	0.294 (0.29)	0.711 (0.34)**	0.680 (0.50)	0.324 (0.42)	0.014 (0.01)**	-0.258 (0.74)	469.9	0.039
대추	0.022 (0.01)*	0.106 (0.31)	0.347 (0.24)	0.473 (0.27)*	1.004 (0.41)**	0.656 (0.36)*	0.004 (0.004)	-1.299 (0.62)**	661.5	0.032
표고버섯	-0.013 (0.01)	0.546 (0.33)*	0.084 (0.25)	0.300 (0.29)	-0.291 (0.36)	0.261 (0.38)	0.002 (0.004)	0.967 (0.64)	636.9	0.013

주: \*와 \*\*는 10% 및 5%에서 유의함을 나타냄. 괄호 안의 숫자는 표준편차를 나타냄.

## 7. 시사점

### □ 임산물 가공식품에 대한 수요증대 가능성

식재료비가 늘어날수록 버섯류와 산채류 가공식품에 대한 소비비율이 증가하므로 이들 품목의 소비는 지속적으로 늘어날 가능성이 높다. 상대적으로 종류가 다양한 밤과 뽕은감 가공식품의 구매경험이 표고버섯과 대추에 비해 많다는 것은 가공에 의한 소비확대가 가능하다는 것을 나타낸다. 밤의 경우 중국의 영향으로 맛밤에 대한 구매경험이 가장 높게 나타났으며, 이는 소비자의 선호에 맞는 가공식품을 개발하여 대량 생산할 경우 소비를 확대할 수 있는 여지가 많다는 것을 보여준다. 그러나 표고버섯, 대추 등은 가루, 건대추 등의 기초 가공품에 대한 소비 경험이 가장 많은 것으로 나타나 가공식품의 소비확대가 미미한 상태임을 나타낸다.

소득 수준이 늘어나고 건강에 대한 관심이 높아질수록 국내산 임산물 가공식품에 대한 소비는 지속적으로 늘어날 전망이다. 기술개발을 통하여 가공품을 개발하고 어디서나 편리하게 구매할 수 있도록 하여 임산물 소비를 촉진하는 정책 마련이 필요하다. 특히 소비자가 원하고 있으나 상대적으로 미흡한 호두, 산채류, 은행 등에 대한 가공식품 개발이 매우 절실하다.

### □ 대중매체를 통한 홍보 미흡

주변의 추천을 통해 임산물 가공식품의 정보를 획득하는 경우가 가장 많은데, 이 방법은 정보 확산 속도가 매우 느리고 대상도 제한적일 수 밖에 없다. 따라서 TV, 라디오, 신문, 잡지 등 대중매체를 통한 홍보가 필요한 상황이다. 건강을 위해서, 안전성이 높아서 등의 구매 동기는 국내산 임산물 가공식품의 홍보에 있어 중점을 두고 강조해야 할 점들이다.

### □ 대형할인점을 통한 판매확대 필요

구매경로의 선택에 있어서는 편리성이 가장 중요한 요소로 조사되었으며, 그 결과 대형할인점을 이용하는 경우가 가장 많은 것으로 나타났다. 그러나 가공업체의 입장에서는 대형할인점에 납품하기 위해서 연중 지속적으로 공급할 수 있는 물량을 확보하여야 하는 어려움이 있으며, 판촉행사 등에 대한 부담을 전가시키는 경향이 있어 납품에 대한 부담이 상대적으로 크다고 할 수 있다. 따라서 지속적인 납품체계 확립, 판촉행사 등 홍보에 대한 부담을 경감할 수 있는 방안이 필요하다.

### □ 소비자 신뢰 구축

대부분 소비자들이 원산지 표시를 확인하는 이유는 수입산에 비해 국내산 임산물 가공식품의 품질이 우수하다는 것을 인정하기 때문이다. 그러므로 원산지 표시를 정확하게 하여 국내산에 대한 품질 신뢰도를 지속적으로 유지하여야 할 것이다.

### □ 가격인하 방안 필요

가격은 임산물 가공식품 구입의 가장 큰 문제점으로 지적되었으며, 소비확대를 위한 의견에서도 가장 많이 지적된 사항이다. 따라서 기술개발과 자동화비율 제고, 대량생산 등을 통하여 원가를 절감할 수 있는 방안을 강구할 필요가 있다.

### 1. 관련 정책 검토

임산물 가공산업에 대한 정책은 산림청과 농림수산식품부를 중심으로 시행되고 있다. 농림수산식품부의 농림사업들 가운데 임산물 가공과 관련된 사업들을 살펴보고 문제점을 도출하여 연계 강화 방안을 마련한다.

#### 1.1. 산림청

산림청이 주관하는 정책 사업은 크게 세 분야로 구분할 수 있는데, 경영 기반 확충, 생산 및 유통개선, 산림자원 조성 등이다. 이 가운데 임산물 식품가공과 관련된 분야는 생산 및 유통개선 사업에 속한다. 생산 및 유통개선 분야는 또다시 7개로 세분화되는데, 산림사업종합자금 지원, 임산물 유통구조 개선사업 등이 식품가공과 연관되어 있다.

##### 1.1.1. 산림사업종합자금 지원

임업경영체의 사업계획에 따라 지원하여 임업인의 자금난을 해소하고 임가소득을 증대할 목적으로 시행하는 사업이다. 임산물 식품가공에 지원

가능한 사업은 순수용자인 임산물 가공시설, 임산물 건조시설, 임산물 가공지원 등이 해당된다. 이들 사업은 모두 국고용자가 아닌 대출기관용자<sup>17</sup>에 해당하며, 일부 사업에 대해서는 국고와 지방비로 보조하고 있다.

표 5-1. 사업별 지원조건

사업명	보조율(%)				용자한도
	국고	지방비	용자	자부담	
임산물 가공시설			80	20	설계의 80% 이내
임산물 건조시설	20	20	20	40	24.5백만 원
임산물 가공지원	20	20	20	40	사업비의 20% 이내

### 1.1.2. 임산물 유통구조 개선사업

임산물 직거래를 통하여 유통단계를 축소하고 비용을 절감하여 고효율, 저비용의 유통체계를 구축함으로써 생산자의 소득을 제고하고, 저장시설을 확충하여 홍수출하를 방지함으로써 가격안정화를 도모하는 데 목적이 있다. 또한 판매촉진비, 수출 기계장비, 운송차량 구입비, 해외시장개척 등을 지원하여 임산물 수출을 촉진하기 위하여 시행한다.

내용별로는 임산물 산지종합유통센터, 임산물 표준출하지원, 임산물 저장·건조시설, 임산물 가공지원, 임산물 명품화 브랜드화, 임산물 생산자 조직육성, 임산물 수출활성화, 해외시장개척, 임산물 수출촉진(균특) 등의 사업을 시행 중이다. 이 가운데 가공과 직접적인 연관이 있는 것은 임산물 산지종합유통센터 사업과 임산물 저장·건조시설, 임산물 가공지원 사업, 임산물 수출활성화, 해외시장개척, 임산물 수출촉진 등이다. 지리적표시등록이 공고된 생산자단체나 법인경영체의 경우 임산물 명품화 브랜드화를 위한 사업을 신청할 수도 있다. 그러나 세부사업간 당해 연도 중복지원은 제한된다.

<sup>17</sup> 10년 이하의 단기성 자금에 대하여 산림조합 자금으로 융자한 후 시중금리와 정책금리의 차액을 보전하는 방법을 가리킨다.



표 5-2. 임산물 가공산업 관련 유통구조 개선사업

사 업	지원 자격	자금 사용용도	비고
임산물 산지종합유통센터	생산자단체, 법인경영체	임산물의 수집·가공·유통체계를 구축 지원	해당 임산물 생산액 비율이 높은 시군에 우선지원
임산물 저장·건조시설	생산자, 생산자 단체, 법인경영체	임산물 저장 및 건조시설에 지원	
임산물 가공지원	생산자, 법인경영체	꽃감, 밤 등을 대상으로 임산물 가공기계 장비 지원	
임산물 명품화 브랜드화	지리적표시 등록 공고된 생산자단체, 법인경영체	디자인개발 지원, 저장포장라인시설 보완	
임산물 수출활성화	수출업체	판매촉진, 기계장비, 포장 디자인 개발, 현지 검역비, 밤 수출이력관리비, 해외 홍보비, 시장개척 활동, 수출상품 개척	
해외시장개척	수출업체	해외 홍보비, 시장개척 활동, 수출상품 개척	
임산물 수출촉진	수출업체		

주: 생산자단체는 5인 이상의 전문 생산자 조직을 가리키며, 법인경영체는 영농조합법인, 농업회사법인, 산림조합, 지방공기업 등의 법인 중 단기소득임산물을 사업대상 품목으로 하는 법인을 가리킴.

표 5-3. 사업별 지원조건

사 업 명	보 조 율(%)				지원 한도
	국고	지방비	융자	자부담	
임산물 산지종합유통센터	50	20		30	1개소당 500백만 원(총 15개소)
임산물 저장·건조시설	20	20	20	40	저장시설: 1개소당 60백만 원 (총 50개소) 건조시설: 1개소당 24백만 원 (총 10개소)
임산물 가공지원	20	20	20	40	대당 1백만 원 (총 330대)
임산물 명품화 브랜드화	40	20		40	디자인개발: 1개소당 32백만 원 (총 8개소) 저장포장라인시설보완: 1개소당 30백만 원(총 8개소)
임산물 수출활성화	50~100			0~50	예산범위 내
해외시장개척	70~100			0~30	예산범위 내
임산물 수출촉진	50	20		30	예산범위 내

## 1.2. 농림수산물식품부

임산물 가공업체가 농림수산물식품부에 신청할 수 있는 사업은 다음과 같다.

### 1.2.1. 시군 유통회사 설립·운영 지원

시·군단위 이상에서 규모화 되고 전문화된 농수산물 유통회사를 설립하고 운영을 지원함으로써 우수 농수산물의 안정적인 공급체계를 구축하고, 유통구조를 개선하여 농가소득을 증대할 목적으로 시행하는 사업이다. 대상자는 농림수산물식품부 공모 절차에 의해 선정된 시·군 유통회사이며, 지원자금은 설립초기 운영자금과 운영활성화 자금이 있다. 운영활성화 자금은 원물 매입자금 및 출하 선도금, 계약재배 계약금, 가공공장 원료 구입비 등으로 사용하여야 한다. 설립초기 단계 운영자금은 국고보조가 100%이며, 운영활성화 자금은 융자 80%, 자부담 20%이다.

### 1.2.2. 농식품 소비지·산지 상생협력

소비지와 산지가 상생할 수 있는 협력체계를 구축하고, 직거래를 통하여 유통경로를 다원화함으로써 농업인과 소비자의 편익을 증대시키고, 물류센터를 활성화 할 목적으로 시행하는 사업이다. 식품산업과 연관된 세부사업으로는 소비지산지협력사업과 가공용 수매지원 사업이 있다.

소비지·산지협력사업의 사업 대상자는 산지조직과 직접 공급 계약을 맺고 직거래를 하는 유통·식품·외식업체 및 농협중앙회 농산물도매분사 등이다. 자금은 국내산 농수산물 직거래 매입자금을 사용하여야 한다. 지원조건은 융자 80%, 자부담 20%이며 연리는 4%이다.

가공용 수매지원사업의 사업 대상자는 농산물 가공업체 및 전통 주류 제조업체, 한식외식업체, 단체급식업체 및 농산물 전처리 업체 등이다. 가공공장 건설 사업비를 정부로부터 지원받지 않은 업체에 자격이 주어진다. 지원자금의 용도는 원료 농산물 구매비용에 국한한다. 지원 기준은 융자

80%, 자부담 20%이며, 융자조건은 연리가 4%(농업경영체 3%), 기간은 1년(전통주류 제조업체는 2년)이다.

### 1.2.3. 산지유통종합자금지원

우수조직을 중심으로 유통종합자금을 집중지원하고 산지유통의 핵심체를 육성하며, 농산물 가공·저장업체가 국산농산물을 수매할 수 있도록 지원하여 산지 가격을 안정시키고, 대량 소비체제를 구축하여 부가가치를 향상시킬 목적으로 시행한다. 지원대상 사업은 산지유통활성화사업, 수급안정사업, 수매지원사업 등으로 나눌 수 있는데, 가공에 관한 것은 산지유통활성화사업과 수매지원사업 등이다.

산지유통활성화사업은 지역·품목조합 등의 농협조직과 영농조합법인, 시·군 유통회사 등의 농산물 유통조직 등을 사업 대상자로 한다. 자금은 농산물 가공공장의 원료구입을 위해 사용하여야 하며, 지원조건은 융자 80%, 자부담 20%이며, 지원한도금액은 공동마케팅 조직의 경우 300억 원, 산지유통전문조직 70억 원, 산지유통일반조직 30억 원 등이다.

수매지원사업은 정부지원 농산물 가공업체(농업경영체, 생산자단체, 기타 가공업체)가 대상이 되며, 국내산 가공원료 농산물 구매를 위해 자금을 사용하여야 한다. 지원 기준은 융자 80%, 자부담 20%이며, 지원조건은 연리 4%(생산자단체, 농업경영체 3%), 기간은 2년이다. 지원한도는 업체당 50억 원이다.

### 1.2.4. 전통·발효식품 육성 지원 사업

전통식품 품질인증을 받은 전통식품 제조·가공업체를 대상으로 한다. 자금의 용도는 시설의 신축, 증축, 증설, 개보수 및 물류장비 구입 등이며, 지원기준은 융자 80%, 자부담 20%이다. 지원은 업체당 400백만 원으로 제한된다.

### 12.5. 농식품 시설현대화

식품제조업체 시설현대화, 신선편이 시설현대화, 소비자유통 시설활성화, 돼지고기 열처리가공장 지원 등의 세부사업 가운데 임산물 식품가공과 관계되는 것은 식품제조업체 시설현대화이다. 이 사업은 식품 제조가공업체의 경쟁력을 제고하고, 농식품의 품질향상 및 안정성을 확보하기 위한 시설현대화(HACCP 인증 조건)에 목적이 있다. 따라서 HACCP(위해요소 중점관리기준) 식품안전인증을 받고자 하는 식품제조업체, 산지가공업체 등을 대상으로 한다. 자금은 HACCP 품질인증 획득을 위한 시설투자에 사용하여야 하며, 지원기준은 융자 80%, 자부담 20%이며, 연리는 3~4%, 지원한도는 자부담을 포함하여 2,500백만 원이다.

### 12.6. 생산자 융·복합형 식품제조기업 육성지원 사업

생산자와 식품제조업체가 공동 출자한 융·복합형 식품제조기업을 대상으로 한다. 사업의 목적은 안정적인 원료공급과 제조 및 마케팅 능력을 갖춘 기업으로 육성하여 생산자와 식품기업의 상생을 도모하기 위해서이다. 지원 자금은 저장, 가공, 부대시설의 신·증·개축 및 물류장비 구입을 포함하는 시설자금 그리고 농수산물 저장·가공 원료비 등의 운영자금에 사용할 수 있다. 지원조건은 총 소요 사업액의 80% 융자, 20% 자부담이며, 연리는 3%이다. 대출기한은 시설자금이 경우 3년 거치 7년 균등 상환이며, 운영자금은 2년 이내에 상환하여야 한다. 지원한도액은 업체당 50억 원 이내이다.

### 12.7. 농업종합자금지원

품목별 또는 기능별로 분산하여 지원되는 농업분야 세부사업을 통합함으로써 농업경영체의 사업계획에 따라 종합 지원할 목적으로 시행하는 사업이다. 지원 대상사업 가운데 임산물 식품산업과 연계된 사업은 농촌가공 산업육성 사업이다. 사업대상자는 농업인, 생산단체(농업법인), 농림수산식

품부장관이 승인한 주류제조면허 추천업체, 농림수산물식품부가 승인한 전통 식품명인 또는 신지식인이 운영하는 업체, 국산농산물을 원료로 사용하는 식품가공법인, 농촌특산단지 육성사업자로 선정된 경영체 등이다. 지원대상은 국내산 농산물로서 원료조달이 용이하고 경쟁력이 있는 품목, 대규모 판매처 등 판로확보가 용이한 품목, 주세법에 의거하여 주류제조면허를 받은 품목 등이 된다. 시설자금, 개보수자금, 운영자금으로 지원되는데, 시설자금의 경우 생산시설과 연계된 가공·저장·유통 시설 건축에 사용하여야 하며, 개보수자금은 시설 개수·보완 및 기계장비 구입에 사용하여야 한다. 운영자금은 사업 운영에 필요한 자금으로 활용하여야 한다. 지원 조건은 시설자금의 경우 3년 거치, 10년 균등분할상환이며, 2천만 원 이상부터 사업비의 80% 이내에서 지원된다. 개보수자금의 경우 2년 거치, 3년 균등 분할 상환해야 하며, 지원한도는 사업비의 80% 이내이다. 또한 운영자금은 2년 이내에 상환하는 조건으로 업체당 10억 원까지 지원된다.

이상 알아본 사업들은 일반회계 및 농특회계, 또는 다양한 기금에서 지원되는 사업들이다. 이들 사업 외에 지역사업을 효과적으로 관리하기 위하여 도입된 국가균형발전특별회계로 지원되는 사업 가운데 임산물 식품산업과 연관된 사업을 살펴보면 다음과 같다.

### 12.8. 광역클러스터 활성화 지원 사업

지역에 특화된 농림수산업을 중심으로 기술과 경영이 융합된 지원 체계를 구축하여 농어가소득 증대를 도모할 목적으로 시행된다. 지원 자격은 클러스터 사업단으로 인정되는 법인 또는 법인화 계획이 있는 사업단에 있으며, 지원자금의 용도는 혁신체계 구축 및 네트워킹 분야와 산업화 및 마케팅 분야에 국한된다. 혁신체계 구축 네트워킹 분야의 경우 인력양성 시스템 구축, 클러스터 주체간 네트워크 촉진, 전문 CEO 영입 비용, 사업단 컨설팅 및 자체평가 등의 사업에 자금을 활용하여야 하며, 산업화 및 마케팅 분야는 브랜드 개발 육성, R&D 지원, 홍보 및 공동 마케팅 등의 소프

트웨어와 가공·유통시설을 포함하는 종합물류센터 등의 공동 이용시설을 위해 자금을 활용하도록 한다. 지원조건은 국비 50%, 지방비 50%(시설비의 경우 자부담 20%)를 3년간 기본으로 지원하며, 지원 한도금액은 사업 단별로 30억 원이다.

### 12.9. 농산물산지유통센터 건립지원 사업

농산물 생산유통 계열화의 거점을 육성하고, 원예농산물 상품성을 향상시켜 부가가치를 제고하며, 유통체계를 개선할 목적으로 시행된다. 지원 대상은 협동조합, 영농조합법인, 농업회사법인, 지방공사, 시군유통회사 등의 생산자단체이며, 영농조합과 농업회사법인은 운영 실적이 1년 이상 있어야 한다. 특용·약용 작물을 포함한 화훼류와 청과류를 취급하는 경우에 한하여 지원할 수 있다. 그러나 임산물만 취급할 경우에는 지원 대상에서 제외된다. 자금은 지원 단가에 따른 건축물비, 선별·포장장비비, 유통시설장비비 등에 이용할 수 있다. 지원 조건은 국고 40%, 지방비 30%, 자부담 30%이며, 지원한도는 신규시설은 20억 원, 기존시설을 보완할 경우 8억 원이다.

### 12.10. 농수산물종합유통센터 건립지원 사업

새로운 형태의 물류체계를 구축하여 유통경로를 다원화하고 출하선택의 폭을 확대하며, 유통단계를 축소하여 비용을 절감함으로써 생산자 수취가격을 제고하고 동시에 소비자 가격을 안정시킬 목적으로 시행한다. 지원 자격은 지방자치단체, 생산자 단체, 전문유통업체 또는 이들의 컨소시엄 등에 있다. 자금은 농산물의 가공, 소포장, 보관, 현장판매 및 산지 물류체계 개선 선도 기능까지 포괄적으로 수행하는 농수산물종합유통센터 건설 사업비에 사용하도록 하며, 구체적으로 부지매입비, 시설비, 물류설비 등에 지원된다. 시설은 집배송장, 소매매장, 필수지원 시설, 기타 지원시설 등으로 구분되며, 필수지원시설에 소포장가공시설, 저온저장고, 냉동·냉장고 등이 포함된다. 지원조건은 지방자치단체가 소유하고 생산자 단체 또는 전

문 유통업체에 위탁할 경우 총사업비의 50%를 국고로, 나머지 50%를 지방비로 보조하며, 생산자 단체가 소유하고 운영할 경우 부지구입비의 50%를 용자, 시설비의 50%를 보조한다. 연리는 4.0%(민간 5.0%)이며, 5년 거치 10년 상환 조건이다. 지원 한도액은 따로 설정되어 있지 않다.

### 12.11. 농촌활력증진 사업

농촌활력증진 사업에는 신활력지역 지원사업, 향토산업 육성사업, 특화품목 육성사업 등이 포함되며, 임산물 식품가공산업과 직접적으로 연관된 사업은 특화품목 육성사업이다. 그러나 신활력지역 지원사업과 향토산업 육성사업도 임산물 식품가공산업과 연계하여 지원이 가능하다.

#### 가. 신활력지역 지원사업

대상지는 제2기 신활력지역으로 선정되고 고시된 70개 시·군이다. 농산물, 특산물 향토자원을 비롯하여 문화, 관광 등과 관련된 자원을 지원 대상으로 하며, 이들 자원을 특화시키고 상품화하여야 한다. 지원자금은 지역주체들의 역량 강화, 지역 연고산업 육성 및 육성을 위한 소프트웨어 개발 등에 중점적으로 사용되며, 하드웨어는 사업추진을 위하여 필요한 경우에 제한적으로 인정한다. 지원조건은 국고보조가 100%이며, 낙후 정도에 따라 지원한도액이 19억~29억 원으로 차별된다.

#### 나. 향토산업육성사업

농촌지역의 향토자원을 개발하여 1·2·3차 산업으로 연계하여 발전시킴으로써 지역경제의 활력을 증진할 목적이 있다. 대상은 농업인, 생산단체, 향토기업체, 연구단체 등이며, 산·학·연·관 등 다양한 사업주체가 참여하는 클러스터형 사업추진단을 구성하여야 한다. 농어촌지역 및 전후방 산업에 경제적 파급이 가능한 자원, 1·2·3차 산업이 연계되어 복합산업으로 육성할 수 있는 자원, 전통적인 자원 등을 지원 대상으로 한다. 자

금의 용도는 기존 특산품의 고급화, 다양화, 전통 농어업자원 및 동식물 자원을 활용한 상품개발, 농·수·축·임산물을 이용한 신소재 상품개발 등에 대한 소프트웨어 및 하드웨어에 국한된다. 지원조건은 국고 50%, 지방비와 자부담을 합하여 50%이며, 지원한도는 3년간 30억 원(국고 15억 원), 매년 평균 10억 원을 지원한다.

**다. 특화품목육성사업**

농촌지역에 고유한 특화품목을 집중 육성하여 농가소득을 제고할 목적으로 시행한다. 대상자는 농업인 조직, 생산자단체, 농산물가공업체 등이다. 지원대상은 타 지역과 차별성을 가진 시·군 지정 특화 품목이며, 자금의 사용용도는 지역의 특화품목을 브랜드화해서 농가소득을 제고하기 위한 생산, 유통, 가공 등에 한한다. 지원조건은 국고 50%, 지방비와 자부담을 합하여 50%이며, 지원한도는 단위사업당 총사업비 2천만 원(국고 1천만 원)에서 10억 원(국고 5억 원) 이내로 정한다.

표 5-4. 임산물 가공식품 산업 지원사업 총괄(산림청)

지원사업	지원조건 및 한도	지원분야							
		가공	건조	관측홍보	상품개발	포장(디자인)	원료구입	물류장비	운영자금
산림종합자금지원	용80/보40, 용20, 설계80%, 사업비20%, 24.5백만 원	○	○					○	
임산물유통구조개선사업	임산물산지종합유통센터	보70, 500백만 원	체계 구축						
	임산물 저장·건조시설	보40, 용20, 24백만 원		시설					
	임산물 가공지원	보40, 용20, 30백만 원/대	기계 장비						
	임산물 명품화 브랜드화	보60, 62백만 원				○			
	임산물수출 활성화	보50~100, 예산 내			○		○		
	해외시장 개척	보70~100, 예산 내			해외	○			
	임산물 수출촉진	보70, 예산 내							

주: 지원조건 및 한도의 이탤릭체는 지원 한도 금액을 나타냄.



표 5-5. 임산물 가공식품 산업 지원사업 총괄(농림수산식품부)

지원 사업	지원조건 및 한도	지원분야							
		가공	건설	관측 홍보	상품 개발	포장	원료 구입	물류 장비	운영 자금
시군유통회사 설립·운영지원	보100 (660백만 원) /용80 (7,0억 원)						○		초기
농식품 소비지· 산지 상생 협력	소비지· 산지협력 사업	용80(연매출 100억 이상)					○		
	가공용 수매지원	용80					○		
산지 유통 종합 자금 지원	산지유통 활성화사업	용80, 30억~ 300억					○		
	수매지원 사업	용80, 50억 원					○		
전통·발효식품 육성 지원 사업	용80	시설 신증축, 증설, 개보수						구입	
농식품 시설현대화	용80, 25억 원	시설 (HACCP 조건)							
생산자 식품 제조 육성 지원 사업	용80, 50억 원	신·증개 축, 시설					○		○
농업 종합 자금 지원	용80, 10억 원	시설 개보수, 기계							○
광역클러스터 활성화 지원 사업	보50, 30억 원	시설		○	○				
농산물 산지 유통 센터 건립 지원 사업	보70, 20억, 8억 원	건축물, 시설					장비		
농수산물 종합 유통 센터 건립 지원 사업	보100/보50, 용50	건설 사업비					○		
농촌 활력 증진 사업	신활력 지역 지원 사업	보100, 19~ 29억 원							
	향토 산업 육성	보80, 30억 원	시설		○	○			
	특화 품목 육성 사업	보조80, 2천만 ~10억 원	사업지원						국제 행사

### 1.3. 문제점

#### 1.3.1. 시설분야 편중 지원

산림청의 많은 사업들이 가공시설 지원에 초점을 맞추고 있으며, 가공업체에서 가장 원하는 기술개발 및 원료수매자금에 관한 지원사업은 상대적으로 적은 편이다. 수출관련 사업을 제외하면 홍보와 개발을 지원하는 사업도 드문 실정이다.

농림수산물식품부 주관 사업의 경우에도 대부분 가공시설에 집중되어 지원되고 있으며, 기술개발 및 판매, 홍보에 대한 지원은 적은 것으로 나타났다. 다만 원료수매 지원에 관한 사업이 다양하게 제공되고 있다.

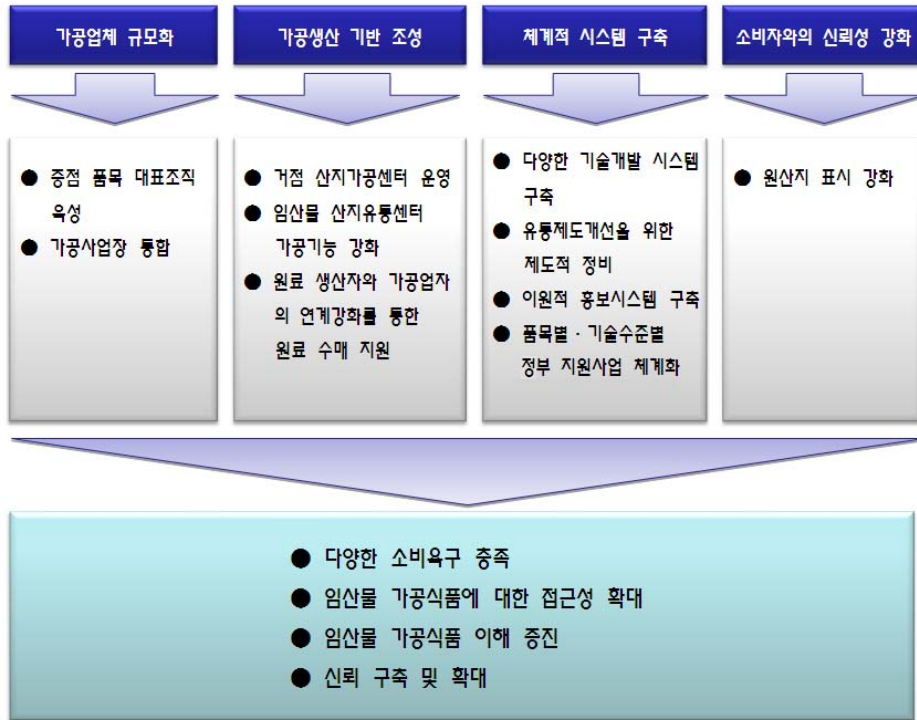
#### 1.3.2. 정부의 가공 사업에 대한 체계적 지원시스템 미흡

농림부와 산림청 모두 산발적이고 다양한 지원 사업이 산재된 상태이다. 또한 임산물산지종합유통센터, 시군유통회사설립·운영지원, 농산물산지유통센터 건립지원 사업, 농수산물종합유통센터 건립지원 사업 등 유통관련 사업에 가공이 포함되어 있어 가공의 중요성이 거의 부각되지 않고 있다. H군의 경우 임산물 산지유통센터를 건립하여 운영하고 있으나 자금 확보가 어려워 가공시설을 갖추지 못하고 있는 실정이다. 가공설비를 갖추고 있는 경우에도 건조기, 절단기, 박피기, 분쇄기 등의 기초적인 가공 시설만 마련한 상태이므로 고부가가치 상품을 생산하는 데는 한계가 있다. 그러므로 가공사업을 중심으로 한 시설을 마련하여 지속적이고 체계적인 지원과 관리가 이루어져야 할 것이다.

## 2. 임산물과 식품산업의 연계 강화 방안

### 2.1. 기본 방향

그림 5-1. 임산물과 식품산업 연계 강화 기본방향 및 방안



#### 2.1.1. 가공업체 규모화

앞서 지적한 바와 같이 소규모 영세업체의 경우 효율성이 떨어지고, 품질관리가 어려우며, 판매경로에 있어서도 제한적일 수 밖에 없다. 장기적으로 소규모 영세업체를 흡수·통합하여 규모의 경제를 이룩하고, 마케팅 능력을 높여 판매경로 개척에 도움을 줄 수 있도록 할 필요가 있다. 흡수·

통합 방법으로는 개별사업장의 독립성을 인정하고 공동 브랜드화를 통한 이미지 제고 및 공동 유통체제를 확립하는 방안이 있을 수 있다. 이를 위해 품목의 대표조직을 만들어, 유통, 홍보, 품질관리 등 운영에 관한 책임을 맡긴다. 상주 곳감의 경우 다수의 산간지역 소규모 건조장에서 생산되는 곳감의 품질이 대규모 건조장을 이용할 때보다 우수하다면 이 방법이 적합할 것이다. 그러나 이 방법은 품질에 대한 철저한 관리가 동반되어야 한다. 또 다른 방법으로는 사업장을 단일화하여 공동생산체제를 갖추는 것이다. 기술개발과 자동화를 통한 효율성 제고가 필요한 품목에 적합한 방법이며, 사업장 단일화는 거점 산지가공센터나 임산물유통센터를 이용하면 된다.

### 2.1.2. 효율적 가공 사업을 위한 생산 기반 조성

가공실태 조사를 통해 드러난 바와 같이 임산물 가공산업의 가공수준과 자동화 비율은 비교적 낮으며, 생산기반이 약하다는 것을 알 수 있다. 그 원인은 여러 가지 있겠지만 근본적으로 가공에 초점을 맞춘 유인책이 없기 때문이다. 생산기반은 산업 구축의 초석이 되므로 무엇보다 철저히 준비하여야 할 것이다.

### 2.1.3. 가공사업에 대한 체계적 시스템 구축

임산물 가공산업 활성화를 위한 노력이 다양하게 진행되고 있으나 대체로 산발적이며 체계적이지 못하다. 기술개발, 홍보, 마케팅, 정부정책 등 거의 모든 분야에 산재된 문제점으로 지적된다. 이러한 현상은 사업의 비효율성을 초래하는 요인이 될 수 있으므로, 체계적인 시스템을 구축하여 산업 발전의 기반이 될 수 있도록 해야 할 것이다.

## 2.1.4. 신뢰성 강화

식품산업에 있어 생산자와 소비자 간의 신뢰는 산업의 근간이 된다. 국내산 임산물 가공식품의 인식이나 품질에 대한 소비자의 평가가 긍정적으로 제시되고 있으므로, 생산자는 소비자의 신뢰를 저버리지 않는 것이 중요하다.

## 2.2. 연계 강화 방안

### 2.2.1. 중점 품목에 대한 대표조직 육성

현재 생산자가 중심이 된 영농조합이나 개인 소유의 소규모 영세업체는 제품 판매에 많은 어려움을 겪고 있는 형편이다. 생산, 가공, 유통 등 각 분야 전문가들이 모두 참여하는 조직을 형성하여 홍보, 판매촉진, 시장개척 등을 통합함으로써 전문성을 최대한 활용하고, 해당 품목의 가치를 제고하여 산업의 발전을 꾀할 필요가 있다.

거점 산지가공센터 및 임산물 산지유통센터를 중심으로 이들 센터에 원료를 납품하는 생산자, 소규모 가공업자, 농협 및 농수산물 유통공사의 유통전문가 등을 대상으로 한다. 초기에는 정부의 지원으로 운영되며, 수익금의 일부를 기금으로 조성하여 지속가능하도록 추진하는 것이 좋다.

### 2.2.2 거점 산지가공센터 운영

임산물 가공공장의 대부분은 자금부족으로 인해 영세한 형편이며, 기술력 및 시장 전문성도 많이 떨어지는 실정이다. 유통·가공과 관련하여 종합적으로 지원되고 있는 임산물유통센터 사업의 경우 가공기능이 매우 취약

약한 상태이며, 대부분 단순하고 기초적인 가공기능을 수행하는 데 그친다. 따라서 가공사업 활성화에 대한 모델을 제시할 수 있는 거점 산지가공센터 사업을 추진하는 방안을 모색할 필요가 있다. 사업의 목적은 건조, 박피, 절단 등 기본적인 가공을 통해 생산되는 제품보다 수준이 높은 중급 및 고급화된 가공제품을 생산하기 위해서이다. 단기소득임산물의 주요 생산지를 대상지역으로 선정하며, 주요 품목의 예를 들면 <표 5-6>과 같이 선정할 수도 있다. 사업대상자는 가공 경험자를 포함하는 생산자단체, 영농조합법인, 전문가공업체 등으로 정하며, 지원자금은 가공센터 설립과 원료수매 및 운영, 기술개발, 판매에 사용하도록 한다. 지원방식은 품목별 기술개발 수준에 따라 맞춤형으로 제공한다.

표 5-6. 거점 산지가공센터 후보지

단위:%

지역	주요품목	2008년 생산비중
공주, 부여	밤	27.1
장흥	건표고버섯	26.5
경산, 청도	대추	70.1
청도, 상주	뽕은감	51.9
김천, 영동	호두	40.2
임실, 청양	은행	25.2

자료: 임산물 생산통계(2008).

### 2.2.3. 임산물 산지유통센터의 가공기능 강화

2009년까지 허가된 임산물 산지유통센터는 모두 39개소로 밤, 표고버섯, 감, 대추, 산채류, 수액, 은행 등의 품목을 취급하고 있다. 이 가운데 10개 센터를 조사한 결과 2개소를 제외한 나머지는 박피기, 절단기, 스팀솔 등 단순한 가공에 필요한 시설만 갖추고 있는 것으로 나타났다<sup>18</sup>. 따라서 이

<sup>18</sup> 곡성, 공주, 남원, 부여, 산청, 장흥, 진안, 천안, 함양(2).

들 센터의 가공기능 강화를 위해 시설마련 자금을 확대 지원하고, 임산물 유통구조개선사업 가운데 임산물가공지원에 관한 것은 당해 연도 중복지원이 가능하도록 사업지침을 변경할 필요가 있다. 또한 총 판매액의 일정 비율을 중급 가공제품 판매액으로 충당할 것을 의무화하도록 해야 할 것이다. 그리하여 임산물 산지유통센터의 가공기능을 강화하고 기술개발을 유도하며, 원료 임산물의 부가가치를 제고하는 데 기여하여야 한다.

거점 산지가공센터와 중복될 경우에는 산지유통센터에 시설지원을 확대하고 기술개발을 위한 지원을 추가하여 두 센터의 기능을 종합하여 수행할 수 있도록 하면 된다.

#### 2.2.4. 원료 생산자와 가공업자의 연계 강화를 통한 원료수매 지원

가공식품 생산의 첫 단계인 원료구입에 있어 자금 및 저장시설 부족으로 인해 대량으로 원료를 구입하는 데 어려움이 있다. 원료를 대량 구입할 경우 제품을 연중 공급할 수 있게 되어 유통망 확보에 유리하며, 원료비 절감으로 가격인하를 달성할 수 있다. 지원 정책은 다양한 사업에 산재되어 있지만 대부분 유통사업의 일환으로 지원되고 있어 가공사업의 필요성이 부각되지 않는 형편이다.

원료조달 경로 조사 결과에서 알 수 있듯이 산업의 규모가 커질수록 자가 생산비율은 줄어들고 매우 다양한 경로를 통해서 원료를 조달하는 것을 알 수 있다(표 3-18). 특히 계약재배의 비율이 높아지지만 여전히 산지생산자에게 직접 구입하는 경우가 많다. 따라서 산지생산자와 계약재배 관계를 형성하여 신뢰를 바탕으로 한 거래관계를 구축함으로써 원료 생산자의 수요처 확보나 가공업자의 안정적인 원료공급을 위해 도움을 줄 수 있을 것이다. 동시에 대량수매의 기반이 되는 저장시설 확충을 위한 지원을 확대할 필요가 있다.

**사례: C 영농조합법인**

- 뽕은감 연간 200톤을 원료로 소비하여 가공
- 문제점
  - 대형할인점에 납품하기 위해서는 연중 일정한 양을 지속적으로 공급해야 함. 그러나 생산량이 많지 않고 원료확보가 어려우며, 저장 시설이 충분하지 않아 본격적인 납품이 이루어지지 않고 실정임.
  - 농민들의 입장에서 봤을 때도 저장시설이 마련되지 않은 상태에서 일정기간이 지나면 품질 및 가격이 하락하므로 추가적인 수익 감소 혹은 손실을 방지하기 위해 수집상에게 모두 출하하는 것이 관례임.
- 일시 수매에 따른 자금 압박과 위의 문제를 해결하기 위해서는 공동으로 운영하는 대형 저장고를 마련하여 일정한 양을 연간 보관할 수 있도록 하며, 농가 단위에서 이루어지는 초기 단계의 가공작업을 공동으로 실시하여 품질관리가 이루어질 수 있도록 해야 할 것임.

**2.2.5. 다양한 기술개발을 위한 시스템 구축**

임산물의 경우 기술개발 및 지원 부족으로 가공기술이 낙후되어 있는 실정이다. 가공기술에 대한 발달은 자동화 비율을 높여 대량생산을 가능하게 함으로써 제품 가격을 인하할 수 있고, 유통망 확대에 기여하여 소비자의 접근성을 높이는 계기가 될 것이다. 또한 여러 종류의 제품생산을 유도하여 다양한 소비자 욕구를 충족시킬 수 있다. 그러나 기술개발에 대한 정부의 지원 규모는 비교적 적은 편이며, 직접 기술개발에 대한 의지도 약한 편이다. 2008년 산림과학기술 연구개발에 투입된 금액 80억 원 가운데 ‘임산물 유통 및 단기 임산소득원 개발 연구’에 사용된 금액은 약 6억 원으로 전체의 7.5%를 차지하였으나 모두 주요 임산물 생산 및 유통실태 파악에 이용되었다<sup>19</sup>. 임산물 가공기술개발에 투입된 연구개발비는 거의 없는 것으로 나타났다. 임산물 가공식품 기술개발을 위한 자금도 해외시장개척,

<sup>19</sup> 산림청 내부자료.



광역클러스터 활성화 지원사업, 향토산업 육성사업 등에만 국한되어 있어 가공업자 입장에서는 지원받기가 상당히 힘든 형편이다. 따라서 정부 차원에서 가공기술 개발 연구사업을 적극적으로 지원하며, 동시에 개별 사업자의 기술개발을 위한 지원을 확대하고, 개발된 기술을 보급하는 시스템을 구축할 필요가 있다.

## 2.2.6. 유통체계 개선을 위한 제도적 정비

임산물 가공식품은 판매비의 비율이 높아 유통이 원활하지 않다는 것을 나타낸다. 유통구조를 개선할 경우 판매비 절감으로 제품의 가격을 인하할 수 있다. 정부에서는 유통구조 개선을 위해 다양한 사업으로 지원하고 있으나 최종 소비시장에서 발생하는 문제점을 해결하기 위한 방안은 마련하지 못하고 있는 실정이다. 소비자가 가장 선호하는 대형할인점은 유통마진을 수취하면서 유통비용의 일부를 따로 전가하는 불합리하고 불공정한 거래관계를 형성하고 있다. 또한 제품 포장지 디자인 제한 등 공급자의 편의를 고려하지 않는 독선적인 관행을 유지하고 있다. 이러한 문제점 개선을 위해 정부의 적극적인 개입이 필요하다. 산림청 홈페이지에 불공정 거래에 관한 신고 사이트를 마련하여 정보를 파악하고, 불공정거래위원회에 신고할 수 있는 행정적 편의를 제공할 수 있을 것이다.

### 사례: A영농조합법인

- 대추 슬라이스, 건대추, 대추발효식초(OEM) 등을 생산하여 판매하며, 식재료로 납품
- 문제점
  - 시장개척을 위한 인력 부족
  - 현재 납품하는 대형할인점은 포장지 디자인을 제한하고 있어 판매 활성화를 저해하는 요인이 됨.
    - 최근 슬라이스 제품의 포장디자인을 변경한 후 매출이 급성장하였으나, 대형할인점 납품용은 새로운 디자인 포장지를 이용하지 못하도록 함.

### 2.2.7. 가공업체와 지자체 및 협회의 이원적 홍보체계 구축

충분한 홍보를 통하여 소비자에게 다양한 정보를 제공하고, 국내산 임산물 가공식품의 우수성을 널리 알려 소비의 저변확대를 꾀할 필요가 있다. 국내산 임산물 가공식품은 수입산에 비해 품질이 우수하며 안전성이 높고, 건강을 위한 식품이라는 인식이 널리 퍼져있다. 또한 청정한 이미지가 형성되어 있으므로, 이러한 장점을 적극 활용하여 홍보할 수 있도록 하여야 할 것이다. 그러나 임산물 가공식품에 대한 정보가 대부분 입소문을 통하여 전달되고 있으므로 확산 속도가 매우 느릴 수밖에 없는 실정이다. 업체는 자금 부족으로 홍보가 부족한 실정이나, 정부의 지원은 매우 제한적이며 독립된 사업을 통한 지원은 거의 없다. 따라서 대중매체를 통하여 적극적으로 홍보할 수 있도록 하기 위하여 가공업체 홍보비 지원을 확대하여야 한다. 동시에 원료 임산물에 대해서는 지자체 및 관련 협회에서 홍보를 담당하는 것이 바람직하다.

#### 사례: J농업법인

- 유통전문회사, 4년간 대추 가공품 개발
- 문제점
  - TV 프로그램 제공, 라디오 선정 등 자체적인 홍보에 힘쓰고 있으나 자금부족으로 한계
- 이러한 문제점 해결을 위해서는 지자체와 기업이 공동으로 홍보할 수 있는 방안을 마련하여 서로간의 이익을 최대화하는 노력이 필요

### 2.2.8. 임산물 가공사업에 대한 품목별, 기술수준별 정부 지원사업 체계화

가공업체 실태조사를 통해서 나타난 바와 같이 원료 품목별로 상이한 정책적 요구조건이 있다. 그 이유는 품목의 특성과 기술수준에 따른 것임

로 정부도 품목간의 차이점을 감안하여 정책을 수립하고 집행하여야 한다. 표고버섯에 대해서는 가공기술 개발에 초점을 맞추어 지원하되 제품개발을 위한 투자를 늘려야 하며, 실효성 있는 지원을 위해 필요한 제품을 업체가 직접 전문기관에 의뢰할 수 있을 정도로 지원하는 것이 바람직하다. 개발된 제품의 권리는 초기 일정기간 동안 개발자가 소유하도록 한 후 국가에 이전하여 보급함으로써 시장을 확대할 수 있도록 한다.

밤에 대해서는 원료구입비를 인하할 수 있도록 원료수매자금 지원을 확대할 필요가 있다. 동시에 가공업을 하는 영농조합에 생산자들이 생산물로 출자하여 참여할 수 있도록 “농어업경영체 육성 및 지원에 관한 법률 시행령”<sup>20</sup> 제10조(조합법인에 대한 출자)에 명시할 필요가 있다.

대추의 경우 자동화 기계설비를 개발하여 보급하는 일이 가장 시급하다. 따라서 정부차원에서 기계를 개발하여 임대하거나 판매할 수 있는 방안을 모색하여야 할 것이다. 한 가지 방법으로 산림과학기술 연구개발비 가운데 일부를 개발비로 정하여 공모하는 방법이 있을 수 있다.

**사례: J농업법인**

- 유통전문회사, 4년간 대추 가공품 개발
- 문제점
  - 대추 절편, 과자, 액상 등 다양한 시제품을 개발해 놓았으나, 기계화 시설이 갖추어지지 않아 제품을 출하하지 못하고 있는 상태.
  - 현재는 건대추를 소포장하여 판매하고 있음.

뽕은감의 경우 꺾임을 생산하여 판매하는 소규모 가공업체가 많다. 그러므로 꺾임에 대한 지원은 시설비로 제한하고, 추가적인 가공에 드는 기계비 등은 생산 제품에 따라 차등지원할 수 있도록 해야 한다.

이 밖에 지원사업의 체계화를 위하여 임산물유통구조개선사업 중 하나인 임산물가공지원에 원료수매자금 및 저장시설 지원에 관한 사항을 통합

<sup>20</sup> 2009. 10. 8 제정.

하여 추진함으로써 가공에 관한 종합적인 지원이 가능하도록 하여야 한다. 이 때 대상은 기존에 운영되고 있는 임산물 가공업체로 한정하고, 자금은 기존의 기계장비 구입비 외에 원료수매자금, 저장시설비, 기술지원비 등에 사용하도록 한다.

## 2.2.9. 임산물 가공식품에 대한 소비자 신뢰구축 및 확대

소비자 조사결과에 따르면 국내산 임산물 가공식품에 대한 소비자의 평가는 긍정적이라는 것을 알 수 있다. 그러나 이러한 평가를 지속적으로 유지하고, 확대하기 위해서는 좋은 품질을 보장할 수 있는 관리체계를 구축할 필요가 있다. 특히 품질에 대한 관리가 어려운 소규모 업체에 대한 관리가 매우 중요하다. 대표조직을 형성할 경우 조직 차원에서 품질관리 시스템을 개발하여 운용하며, 위반사항에 대해서는 강력한 처벌 방안을 마련하여 애초에 위반에 대한 동기를 없애버릴 수 있도록 한다. 식품의 경우 단 한 차례의 속임수라도 허용하게 되면 소비자와의 신뢰는 사라지기 때문이다. 국가차원에서는 원산지에 대한 규정을 명확하게 정립하고, 철저히 지키게 함으로써 국내산에 대한 신뢰를 구축하고 유지하여야 한다. 국가뿐만 아니라 지역별로도 생산되는 가공품에 대해서는 원료의 출처와 성분 등에 대한 표기를 명확하게 하여 지역 특산품에 대한 신뢰를 고취시킬 필요가 있다.

이상의 방안을 정부의 역할과 업체의 역할로 구분하여 보면 <표 5-7>과 같다. 품목별 대표조직의 경우 설립을 위한 자금은 정부가 지원하지만 업체를 포함한 조직의 기금으로 지속가능하게 운영한다. 원료구매에 있어서는 업체가 계약재배를 확대하며, 이에 필요한 자금을 정부가 지원하는 방식이다. 가공기술 개발을 위해서는 정부의 자금지원이 있으나, 가공업체가 생산에 필요한 기술을 발굴하여 전문기관에 의뢰하는 방식을 취하게 될 것이다. 또한 중요한 기술개발을 위해서는 정부가 직접 사업비를 투자하게

된다. 유통체계 개선을 위해서는 정부가 공정거래를 관리하며, 업체는 소비자가 선호하는 방향으로 유통량을 늘리도록 노력하여야 한다. 마지막으로 가공업체는 원산지 표시를 준수하기 위해 노력해야 한다.

표 5-7. 연계 강화를 위한 정부와 가공업체의 역할

정부	가공업체
품목별 대표조직 초기 설립	품목별 대표조직 지속가능한 운영
거점 산지가공센터 설립	
산지유통센터 가공기능 강화	
저장시설 확충	계약재배 확대
기술개발 시스템 구축	기술개발 시스템 구축
공정거래 확립	대형할인점 유통비율 확대
원료 홍보	가공품 홍보
품목별, 기술수준별 지원사업 체계화	
원산지 표시 관리	원산지 표시 준수



국내총생산액(GDP)에서 임산물 생산액이 차지하는 비중은 2001년 0.5%에서 2002년 0.4%로 감소한 후 정체상태를 나타내고 있다. 이러한 임업의 축소현상은 산업의 활성화가 미진하였기 때문이다. 산업의 지속적인 유지 및 발전을 위해서는 새로운 수요를 개척할 필요가 있으며, 그 해결책은 식품산업과의 연계성을 강화하는 것이다. 그러나 임산물의 가공률은 매우 저조한 것으로 나타났다. 임산물 생산통계에 집계되는 식품관련 품목 48개 가운데 18개 정도가 제품으로 가공되고 있으며, 나머지는 원료상태 또는 매우 간단한 가공을 거쳐 유통되고 있는 실정이다. 또한 임산물 가공실태에 대한 기본적인 통계조차 집계되지 않고 있는 실정이다. 이러한 이유는 상품개발을 위한 연구지원 부족, 식품산업화를 위한 정책지원 부족 등 여러 가지에서 원인을 찾을 수가 있을 것이다. 그러므로 현 시점에서 가공사업의 실태를 점검하고 소비자의 소비경향을 파악하여 임산물의 활성화 방안을 식품산업과의 연계에서 찾는 연구가 절실하다.

가공업체 실태조사에서 나타난 결과를 요약하면 다음과 같다. 품목별 제품생산현황에서 나타났듯이 기초적인 가공제품이 가장 높은 생산량 비중을 차지한다는 것은 가공수준이 낮다는 의미이다. 가공공정의 자동화 비율이 낮은 이유로 비싼 설비가격을 지적하였는데, 임산물을 가공하기 위한 기계장비는 소규모로 제작되므로 당연히 가격이 비쌀 수 밖에 없는 특징이 있다.

생산비용 가운데 원료비가 차지하는 비중이 농산물가공업체의 평균에 비해 낮게 나타났다. 그 이유는 자가 생산비중이 농산물가공업체에 비해

비교적 높기 때문이다. 그러나 생산규모가 커질수록 자가 생산의 비중은 낮아지고, 다양한 방법으로 원료를 조달한다. 그러므로 장기적으로 원료 구입비를 낮추고, 원료를 안정적으로 공급할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있다. 원료 조달의 애로사항으로 대량구매를 위한 자금 부족을 가장 크게 느끼고 있는 것으로 나타났다. 제품개발비와 홍보비가 모두 농산물가공업체 평균에 비해 높다는 것은 산업의 발전을 위해서는 비교적 바람직한 비용구조를 가지고 있다는 것을 의미한다. 그러나 판매비가 높다는 것은 임산물 가공식품의 유통이 원활하지 않다는 것을 나타내므로 유통구조 개선을 위한 노력이 절실히 필요한 시점이다.

기술개발 방법은 대부분 직접 개발하는 것으로 조사되었다. 그러나 기반이 갖추어지지 않은 상태에서 직접 개발한다는 것은 가공방법의 변경이나 단순한 기술개발에 의한 형태변형을 의미하므로 부가가치 제고에는 한계가 있다.

대형할인점 납품비율이 낮게 나타나고 있는 것은 임산물 가공식품의 유통망 확보가 시급하다는 것을 의미한다. 특히 소비자가 가장 선호하는 대형할인점으로 진출하는 것이 판매망 확보를 위한 가장 전망 밝은 방법인 만큼 생산자와 유통업자 간의 신뢰를 바탕으로 한 거래관계를 구축하는 방안을 모색할 필요가 있다.

임산물임에도 불구하고 산림청의 지원 규모가 상대적으로 적으며, 지원 사업에 대한 정보가 잘 알려지지 않아 많은 업체가 지원을 하지 못하고 있는 실정이다. 또한 원료 품목별 지원정책을 차별화 할 필요가 있다. 즉 표고버섯의 경우 가공기술 개발에 대한 방안을 마련하는 것이 가장 시급한 일이며, 밤에 대해서는 원료구입비를 인하할 수 있는 방안 마련이 시급하다. 대추의 경우 자동화 기계설비를 마련할 수 있도록 해야 하며, 뽕은감에 대해서는 기술 수준에 맞추어 정책적으로 지원해 줄 수 있는 방안을 마련할 필요가 있다.

소규모 가공업체의 경우 자동화 비율이 낮아 효율성이 떨어지고, 가공품에 대한 품질관리가 어려우며, 판매경로에 있어서도 인터넷이나 현지직판 등에만 제한될 수 밖에 없는 입장이다. 따라서 장기적인 관점에서 이들 소



규모 가공업체를 흡수·통합하여 규모의 경제를 이룩하여 생산의 효율성을 높이고, 중간 유통상과의 협상력을 높여 판매경로 개척에 도움을 줄 수 있도록 할 필요가 있다.

소비자 조사 결과에 따르면 식재료비가 늘어날수록 버섯류와 산채류 가공식품에 대한 소비비율이 증가하므로 이들 품목의 소비는 지속적으로 늘어날 가능성이 높다. 상대적으로 종류가 다양한 밤과 뽕은감 가공식품의 구매경험이 표고버섯과 대추에 비해 많다는 것은 가공에 의한 소비확대가 가능하다는 것을 나타낸다. 소득 수준이 늘어나고 건강에 대한 관심이 높아질수록 국내산 임산물 가공식품에 대한 소비는 지속적으로 늘어날 전망이다. 따라서 기술개발을 통하여 가공식품을 개발하고 어디서나 편리하게 구매할 수 있도록 하여 임산물 소비를 촉진하는 정책 마련이 필요하다. 특히 소비자가 원하고 있으나 상대적으로 미흡한 호두, 산채류, 은행 등에 대한 가공식품 개발이 매우 절실한 형편이다.

주변의 추천을 통해 임산물 가공식품의 정보를 얻는 경우가 가장 많은데, 이 방법은 정보 확산 속도가 매우 느리고, 대상도 제한적이다. 따라서 TV, 라디오, 신문, 잡지 등 대중매체를 통한 홍보의 필요성이 절실한 실정이다. 건강을 위해서, 안전성이 높아서 등의 구매 동기는 국내산 임산물 가공식품의 홍보에 있어 중점을 두고 강조해야 할 점들이다.

구매경로의 선택에 있어서는 편리성이 가장 중요한 요소로 조사되었으며, 그 결과 대형할인점을 이용하는 경우가 가장 많은 것으로 나타났다. 그러나 가공업체의 입장에서는 대형할인점에 납품하기 위해서 연중 지속적으로 공급할 수 있는 물량을 확보하여야 하는 어려움이 있으며, 판촉행사 등에 대한 부담을 전가시키는 경향이 있어 납품에 대한 부담이 상대적으로 크다고 할 수 있다. 따라서 지속적인 납품체계를 확립하고, 판촉행사 등 홍보에 대한 부담을 경감할 수 있는 방안이 필요하다.

대부분 소비자들이 원산지 표시를 확인하는 이유는 수입산에 비해 국내산 임산물 가공식품의 품질이 우수하다는 것을 인정하기 때문이다. 그러므로 원산지 표시를 정확하게 하여 국내산에 대한 품질 신뢰도를 지속적으로 유지하여야 할 것이다.

가격은 임산물 가공식품 구입의 가장 큰 문제점인 것으로 지적되었으며, 소비확대를 위한 의견에서도 가장 많이 지적된 사항이다. 따라서 기술개발과 자동화비율제고, 대량생산 등을 통하여 원가를 절감할 수 있는 방안을 강구할 필요가 있다.

임산물 가공업에 대한 정부 정책을 살펴보면, 산림청의 많은 사업들이 가공시설 지원에 초점을 맞추고 있으며, 가공업체에서 가장 원하는 기술개발 및 원료수매자금에 관한 지원사업은 상대적으로 적은 편이다. 수출관련 사업을 제외하면 홍보와 개발을 지원하는 사업도 미미한 실정이다. 농림수산식품부 주관 사업의 경우에도 대부분 가공시설에 집중 지원되고 있으며, 기술개발 및 판매, 홍보에 대한 지원은 적은 것으로 나타났다. 다만 원료수매 지원에 관한 사업이 다양하게 제공되고 있다.

농림부와 산림청 모두 산발적이고 다양한 지원 사업을 실시하고 있는 상태이다. 또한 임산물산지종합유통센터, 시군유통회사설립·운영지원, 농산물산지유통센터 건립지원 사업, 농수산물종합유통센터 건립지원 사업 등 유통관련 사업에 가공이 포함되어 있어 가공의 중요성이 거의 부각되지 않고 있는 실정이다. 가공사업을 중심으로 한 시설을 마련하여 지속적이고 체계적인 지원과 관리가 이루어져야 할 것이다.

이상에서 살펴본 시사점 및 문제점을 바탕으로 임산물 가공산업과 식품산업 간의 연계강화 방안을 찾아보면 다음과 같이 정리할 수 있다.

우선 소규모 영세업체의 통폐합을 통하여 규모화하는 방향으로 정책이 시행되어야 할 것이다. 앞서 지적한 바와 같이 소규모 영세업체의 경우 효율성이 떨어지고, 품질관리가 어려우며, 판매경로에 있어서도 제한적일 수밖에 없다. 장기적으로 소규모 영세업체를 흡수·통합하여 규모의 경제를 이룩하고, 마케팅 능력을 높여 판매경로 개척에 도움을 줄 수 있도록 할 필요가 있다. 흡수·통합 방법으로는 개별사업장의 독립성을 인정하고 공동 브랜드화를 통한 이미지 제고 및 공동 유통체제를 확립하는 방안이 있을 수 있다. 이를 위해 품목의 대표조직을 만들어 유통, 홍보, 품질관리 등 운영에 관한 책임을 맡긴다. 또 다른 방법으로는 사업장을 단일화하여 공동생산체제를 갖추는 것이다. 기술개발과 자동화를 통한 효율성 제고가 필

요한 품목에 적합한 방법이며, 사업장 단일화는 거점 산지가공센터나 임산물유통센터를 이용하면 된다.

둘째, 가공실태 조사를 통해 드러난 바와 같이 임산물 가공산업의 가공 수준과 자동화 비율은 비교적 낮으며, 생산기반이 약하다는 것을 알 수 있다. 그 원인은 여러 가지 있겠지만 근본적으로 가공에 초점을 맞춘 유인책이 없기 때문이다. 이를 위해서는 거점 산지가공센터를 설립하여 운영하며, 임산물 산지유통센터의 가공기능을 강화하여야 한다. 또한 원료 구매를 원활하게 하기 위하여 원료 생산자와 가공업자 간의 연계를 강화하는 방안을 찾아야 할 것이다. 선행연구에서 언급된 수입원료 사용에 관한 문제는 신중하게 접근해야 한다. 맛밤의 예에서 알 수 있듯이 시장 확대를 위해서는 소비자들이 가장 부담스럽게 생각하는 가격을 인하해야 한다. 그러기 위한 방안으로 수입원료 사용을 허가할 수 있다. 그러나 원료구매 지원, 유통체계 개선 등 정부에서 시행하고 있는 사업들이 결국 국내산 원료를 이용한 임산물 가공식품의 경쟁력을 강화하여 원료 임산물 소비를 확대하기 위한 것이다. 따라서 수입원료 이용을 허가하는 것은 사업 목적에 맞지 않을 뿐만 아니라 원료 임산물 수입을 촉진하는 결과를 초래할 수 있다. 그러므로 수입농산물 이용은 제한하는 것이 옳다.

셋째, 가공사업에 대한 체계적 시스템을 구축하여야 한다. 임산물 가공산업 활성화를 위한 노력이 다양하게 진행되고 있으나 대체로 산발적이며 체계적이지 못하다. 기술개발, 유통개선, 홍보, 정부정책 등 거의 모든 분야에 산재된 문제점이다. 이러한 현상은 사업의 비효율성을 초래하는 요인이 되므로 체계적인 시스템을 구축하여 산업 발전의 기반이 될 수 있도록 해야 할 것이다.

마지막으로 소비자와의 신뢰성 강화를 위한 노력을 경주하여야 할 것이다. 식품산업에 있어 생산자와 소비자 간의 신뢰는 산업의 근간이 된다. 국내산 임산물 가공식품의 인식이나 품질에 대한 소비자의 평가가 긍정적으로 제시되고 있으므로, 생산자는 소비자의 신뢰를 저버리지 않는 것이 중요하다.

그동안 생산에 치중한 정책을 시행해 온 임산업 분야에서 식품산업의 연

계 강화 방안, 특히 가공산업의 활성화 방안을 도출하기는 상당히 어려운 작업이다. 여러 가지 어려움 가운데에서 임산물 가공산업의 현황을 파악할 수 없는 것이 가장 큰 문제점이다. 소비자 조사의 경우 적절한 가정에 따라 표본을 구성하였으므로 통계상의 편의를 제거할 수 있었다. 그러나 가공업체 조사의 경우, 현황파악에 어려움이 있어 만족스러운 표본이 추출되었다고 보기 어렵다. 그러나 사례로 제시한 현장조사 결과와 비교하였을 때 설문조사 결과가 크게 차이가 나지 않는 것으로 보아 임산물 가공업체의 의견을 충분히 반영하고 있다고 보여진다. 또한 이 연구는 그동안 짐작으로 여겨지던 임산물 가공산업과 가공식품에 관한 여러 가지 논제에 대하여 조사를 통하여 밝힘으로써 산업의 방향을 제시하고 최소한의 방안을 제시하였다는 데서 의의를 찾을 수 있을 것이다. 아울러 식품유통업체와 외식업체에 대한 연구는 자료가 갖추어지는 대로 추후 과제로 이어져 임산물 식품산업에 대한 연구가 완성될 수 있기 바란다.

## 부 록 1

## 임산물 가공업체에 대한 가공 실태 조사

안녕하십니까?

저희 한국농촌경제연구원은 한국의 농림경제 및 농어촌사회발전에 관한 종합적인 연구와 농업정책 수립을 지원하는 국책연구기관입니다. 본 설문은 한국농촌경제연구원이 주최하는 조사로서, 임산물 식품가공업체의 가공실태를 조사하여 산업의 발전방안을 마련하기 위해 마련되었습니다.

이 설문조사에서 얻은 개별 정보는 연구 목적 이외에 다른 목적으로는 결코 이용되지 않을 것입니다. 바쁘시더라도 빠짐없이 응답하여 주시면 감사하겠습니다. 설문 작성 중 궁금하신 사항이 있으시면 아래로 연락해 주시기 바랍니다.

주 소: 130-710 서울시 동대문구 회기동 4-102

한국농촌경제연구원

연락처: 이 상 민 부연구위원 02-3299-4193 smlee@krei.re.kr

■ 업체 현황에 관한 질문입니다.

문1. 귀사의 업체명은 무엇입니까?

[ ]

문2. 회사의 설립 연도는 언제입니까?

[ ]

문3. 귀사는 어떤 형태의 회사입니까?

- 1) 영농조합법인                      2) 주식회사      3) 산림조합 또는 농협  
4) 기타 (      )

문4. 귀사의 연간 생산능력은 얼마입니까?

( )톤

문5. 연간 생산능력 가운데 임산물 가공식품이 차지하는 비율은 어느 정도  
입니까?

( )%

문6. 귀사의 지난 1년 총매출액은 얼마였습니까?

( )원

문7. 귀사의 지난 1년 총매출액 가운데 임산물 가공식품이 차지하는 비율은  
어느 정도입니까?

( )%

문8. 귀사의 지난 1년 총매출액 가운데 수출액이 차지하는 비율은 어느 정도  
입니까?

( )%

문9. 생산공정의 자동화 비율은 어느 정도입니까?

( )%

문10. 자동화 비율이 낮다면, 그 이유는 무엇입니까?

- 1) 자동화 설비가 비싸서
- 2) 기계가 개발되지 않아서
- 3) 자동화 시설에 대한 정보가 없어서
- 4) 기타( )

문11. 원료 저장시설 규모는 어느 정도입니까?

	용	도	면	적(평)
1	냉동창고			
2	저온저장고			
3	예냉실			
4	기타			

▣ 임산물 가공식품 생산현황에 관한 질문입니다.

문12. 귀하께서는 어떤 종류의 임산물 가공식품을 생산하고 계십니까?

예) 원료: 감                      제품: 식초

번호	원 료 명	제 품 명
1		
2		
3		
4		
5		

※ 하나의 원료로 여러 가지 제품을 생산할 수 있으며, 이 경우 제품명을 모두 표기하여 주십시오.

문13. 각 제품별 원료 사용량과 제품 생산량은 얼마나 되십니까?

번호	원 료 명	원료사용량	제품별 생산량
1		국내산: 수입산:	
2		국내산: 수입산:	
3		국내산: 수입산:	
4		국내산: 수입산:	
5		국내산: 수입산:	

▣ 다음은 임산물 가공식품 원료 조달에 관한 질문입니다.

문14-1. 국내산 임산물 원료의 조달 방법별 비율은 어떻게 됩니까?(가장 많이 사용하는 원료)

- 1) 자가생산(    )%                      2) 계약재배(    )%
- 3) 산지생산자로부터 구입(    )%
- 4) 산지조합으로부터 구입(    )%
- 5) 산지수집상으로부터 구입(    )%
- 6) 도매시장에서 구입(    )%        7) 기타(    )%

문14-2. 국내산 임산물 원료의 조달 방법별 비율은 어떻게 됩니까?(두번째로 많이 사용하는 원료)

- 1) 자가생산( )%                      2) 계약재배( )%
- 3) 산지생산자로부터 구입( )%
- 4) 산지조합으로부터 구입( )%
- 5) 산지수집상으로부터 구입( )%
- 6) 도매시장에서 구입( )%      7) 기타( )%

문15. 귀하께서 국내산 임산물 원료를 조달하는 데 있어 가장 어렵다고 생각하시는 점은 무엇입니까? 아래의 보기에서 2개만 골라 주십시오.

- 1순위(                                      ), 2순위(                                      )
- 1) 대량구매에 따른 물량부족    2) 대량구매에 따른 자금부족
  - 3) 원료 저장시설 부족            4) 원료의 규격화
  - 5) 원료의 품질균일화            6) 원료의 가격변동 심화
  - 7) 문제없음                        8)기타(                                      )

문16. 임산물 가공식품 생산비용 가운데 원료비가 차지하는 비율은 어느 정도입니까? (                      )%

--> 모를 경우 전체 가공식품 생산비용 가운데 원료비가 차지하는 비율은? (                      )%

문17. 전체 생산비 가운데 아래의 비용이 차지하는 비율은 어느 정도입니까?

- 1) 제품개발비(                      )%      2) 판매비(                      )%
- 3) 홍보비(                      )%







문29. 임산물 가공사업 활성화를 위한 정책의 문제점은 무엇이라고 생각하십니까?

- 1) 지원 규모가 너무 적어 생산을 제외한 기술개발, 판매활동 등에 필요한 자금은 자비로 충족
- 2) 지원이 공정한 경쟁과 심사에 따라 이루어지지 않음.
- 3) 지원 사업이 다년간 지속적으로 이루어지지 않는 경우가 많음.
- 4) 업체별 생산수준, 기술수준 등을 고려하지 않고 일률적으로 지원
- 5) 기타( )

문30. 임산물 가공산업 활성화를 위해 가장 시급하게 시행되어야 할 정책은 무엇이라고 생각하십니까?

- 1) 제품 개발을 위한 기술 지원
- 2) 대량 생산을 위한 기계 설비 지원
- 3) 홍보 지원
- 4) 원료 저장시설 지원
- 5) 원료 구매자금 지원
- 6) 경영컨설팅 지원
- 7) 산림청의 적극적인 참여와 지원 필요
- 8) 기타( )

- 감사합니다 -

부 록 2

**식품 관련 소비자 조사**

안녕하세요?

본 조사는 우리나라의 농림경제 및 농어촌사회 발전에 관한 종합적인 연구와 농업정책 수립을 지원하는 국책연구기관인 한국농촌경제연구원 주최로 식품 소비 실태를 알아보기 위해 실시하고 있습니다.

이 설문조사에서 얻은 개별 정보는 연구 목적 이외에 다른 목적으로는 결코 이용되지 않을 것입니다. 바쁘시더라도 빠짐없이 응답하여 주시면 감사하겠습니다.

주관기관: 한국농촌경제연구원  
(130-710) 서울시 동대문구 회기동 4-102  
조사기관: (주)엠브레인

문1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- 1) 남자 → 조사 종료
- 2) 여자

문2. 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까? 만 \_\_\_\_\_ 세 (만 25~54세 까지만 진행)

- 1) 10대 → 조사 종료
- 2) 20대
- 3) 30대
- 4) 40대
- 5) 50대
- 5) 60대 이상 → 조사 종료

문3. 귀하의 현재 거주 지역은 어떻게 되십니까?

- 1. 서울
- 2. 부산
- 3. 대구
- 4. 인천
- 5. 광주
- 6. 대전
- 7. 울산
- 8. 경기
- 9. 강원
- 10. 충북
- 11. 충남
- 12. 전북
- 13. 전남
- 14. 경북
- 15. 경남
- 16. 제주

문3-1. (9~16의 경우) 귀하가 현재 거주하시는 지역이 시지역인가요? 군지역인가요?

- 1) 시지역                      2) 군지역 → 조사 종료

문4. 귀하의 혼인여부는 어떻게 되세요?

- 1) 기혼                      2) 미혼→ 미혼인 경우는 조사 중단  
3) 기타(사별, 이혼 등)

문5. 임산물 가공식품이란 견과류(밤, 잣, 호도, 은행, 도토리 등), 과실류(감(뽕은감), 대추, 개암, 머루, 다래, 복분자 등), 버섯류(표고버섯, 송이버섯, 목이버섯, 석이버섯 등), 산나물류(더덕, 고사리, 도라지, 취나물, 참나물, 두릅, 죽순 등), 약초류(천마, 장뇌 등), 약용류(오미자, 구기자, 산수유, 오갈피, 헛개나무 등), 수엽류(은행잎, 솔잎 등)와 같은 임산물을 원료로 이용하여 음료, 술, 차, 엑기스, 환, 분말, 와인, 장아찌, 말랭이, 아이스크림 등으로 가공한 것을 말합니다.

귀하께서 다음 중 지난 1년간 임산물 가공식품을 구매하신 적이 있으십니까?

- 1) 있다                      2) 없다 → 조사 종료

문6. 귀하께서 지난 1년간 가장 많이 구매하신 임산물 가공식품의 종류를 순서대로 골라주시기 바랍니다(1순위는 반드시 응답).

1순위(            ), 2순위(            ), 3순위(            ) → 2, 3순위 skip 가능

- 1) 견과류(밤, 호도, 잣, 도토리, 은행) 가공식품
- 2) 과실류(감(뽕은감), 대추, 복분자, 머루, 다래) 가공식품
- 3) 버섯류(표고버섯, 송이버섯, 목이버섯, 석이버섯) 가공식품
- 4) 산나물류(더덕, 고사리, 도라지, 취나물, 참나물, 두릅, 죽순) 가공식품
- 5) 약초류(천마, 장뇌) 가공식품
- 6) 약용류(오미자, 오갈피, 산수유, 구기자, 헛개나무) 가공식품
- 7) 수엽류(은행잎, 솔잎) 가공식품
- 8) 기타(고로쇠 수액) 가공식품

※ 뽕은감 : 감의 품종 중에서 뽕은맛이 나는 감. 감에는 단감과 뽕은감이 있는데, 한국의 재래종은 거의 뽕은감이고 현재 재배되고 있는 단감은 모두 일본에서 도입된 품종임. 꽃감, 감말랭이, 반건시, 아이스홍시, 감식초, 감와인 등 가공식품은 주로 뽕은감을 가공하여 만들.

문7. 귀하는 지난 1년간 밤 가공식품을 구매하신 적이 있으십니까?

(밤 가공식품에는 간밤, 밤퓨레, 밤양갱, 맛밤, 마론그라세 등이 있습니다.)

- 1) 예 → 문 7-1로 이동
- 2) 아니오

문7-1. 귀하께서 지난 1년간 주로 구매하신 밤 가공식품의 종류는 무엇입니까?→ 1개는 반드시 응답, 3개까지 응답 받음

(밤 가공식품에는 간밤, 밤퓨레, 밤양갱, 맛밤, 마론그라세 등이 있습니다.)

(                    ), (                    ), (                    )

문8. 귀하께서 지난 1년간 감(뽕은감) 가공식품을 구매하신 적이 있으십니까?

(감(뽕은감) 가공식품에는 꽃감, 감말랭이, 반건시, 아이스 홍시, 감식초, 감와인 등이 있습니다.)

- 1) 예 → 문 8-1로 이동
- 2) 아니오

문8-1. 귀하께서 지난 1년간 주로 구매하신 감(뽕은감) 가공식품의 종류는 무엇입니까?→ 1개는 반드시 응답, 3개까지 응답 받음  
(감(뽕은감) 가공식품에는 꽃감, 감말랭이, 반건시, 아이스 홍시, 감식초, 감와인 등이 있습니다.)  
(                    ), (                    ), (                    )

문9. 귀하께서 지난 1년간 대추 가공식품을 구매하신 적이 있으십니까?  
(대추 가공식품에는 건대추, 대추발효식초, 대추차 등이 있습니다.)  
1) 예 → 문 9-1로 이동                    2) 아니오

문9-1. 귀하께서 지난 1년간 주로 구매하신 대추 가공식품의 종류는 무엇  
입니까?→ 1개는 반드시 응답, 3개까지 응답 받음  
(대추 가공식품에는 건대추, 대추발효식초, 대추차 등이 있습니다.)  
(                    ), (                    ), (                    )

문10. 귀하께서 지난 1년간 표고버섯 가공식품을 구매하신 적이 있으십니  
까?  
(표고버섯 가공식품에는 건대추, 표고절편, 표고깍두기, 표고가루, 표고  
조미료 등이 있습니다.)  
1) 예 → 문 10-1로 이동                    2) 아니오

문10-1. 귀하께서 지난 1년간 주로 구매하신 표고버섯 가공식품의 종류는  
무엇입니까?→ 1개는 반드시 응답, 3개까지 응답 받음  
(표고버섯 가공식품에는 건대추, 표고절편, 표고깍두기, 표고가루, 표고  
조미료 등이 있습니다.)  
(                    ), (                    ), (                    )

문11. 귀하께서는 지난 1년간 위의 품목들 이외의 임산물 가공식품을 구매하신 적이 있으십니까?

- 1) 예 → 문 11-1로 이동      2) 아니오

문11-1. 위의 품목들 이외에 지난 1년간 주로 구매하신 임산물 가공식품의 종류는 무엇입니까?→ 1개는 반드시 응답, 3개까지 응답 받음.

(      ), (      ), (      )

※ 문 7~11에서 모두 ‘아니로’ 라고 응답한 경우는 나올 수 없음(문7~10을 모두 ‘아니오’로 응답할 경우도 문11은 ‘예’로 응답하고 문11-1에 품목이 한 개 이상 나와야 함).

문12. 귀하께서는 임산물 가공식품에 대한 정보를 어떤 경로를 통하여 가장 많이 얻고 있습니까? 순서대로 1, 2순위를 선택해 주십시오.

1순위(      ), 2순위(      )

- 1) TV/라디오      2) 인터넷      3) 신문/잡지  
4) 주위 사람 추천      5) 캠페인      6) 판촉행사  
7) 기타(      )

문13. 귀하께서 임산물 가공식품을 주로 구매하신 장소는 어디입니까? 순서대로 1, 2순위를 선택해 주십시오.

1순위(      ), 2순위(      )

- 1) 도매시장    2) 소매시장(동네 재래시장 및 소형 슈퍼)  
3) 대형할인점(홈플러스, 이마트, 롯데마트 등)  
4) 백화점      5) 농협/산림조합 매장    6) 인터넷 또는 홈쇼핑  
7) 생활협동조합 / 유기농 전문점  
8) 기타 (      )





- 6) 대중매체의 홍보와 주위 사람들의 추천 때문에
- 7) 판매자의 신뢰 때문에
- 8) 원하는 품목이나 포장단위가 있어서
- 9) 기타( )

문15-2. 귀하께서 구입하신 다음의 국내산 임산물 가공식품은 가격에 비해 품질 만족도가 어떠했습니까?

가공식품 원료	국내산 임산물 가공식품의 가격 대비 품질 만족도				
밤	①매우 낮다	②낮다	③적당하다	④높다	⑤매우 높다
뽕은감	①매우 낮다	②낮다	③적당하다	④높다	⑤매우 높다
대추	①매우 낮다	②낮다	③적당하다	④높다	⑤매우 높다
표고버섯	①매우 낮다	②낮다	③적당하다	④높다	⑤매우 높다
기타	①매우 낮다	②낮다	③적당하다	④높다	⑤매우 높다

→ 문 7~11에서 구입한 적 없는 경우는 제시 안함

문16. 귀하께서는 국내산 임산물 가공식품과 수입산 임산물 가공식품 사이에는 품질 차이가 있다고 생각하십니까?

- 1) 국내산의 품질이 좋다.
- 2) 수입산의 품질이 좋다.
- 3) 차이가 없다.

문17. 귀하께서는 국내산 임산물 가공식품 구입에 있어서 어려운 점이나 애로사항은 무엇입니까? 순서대로 1, 2순위를 선택해 주십시오.

1순위( ), 2순위( )

- 1) 가격이 비싸다.
- 2) 구입처를 찾기 어렵다.
- 3) 원하는 품목이 없다.
- 4) 지속적으로 구매하기 어렵다.
- 5) 적당한 포장단위(용량)가 없다.
- 6) 기타 ( )



문21. 귀댁의 한 달 평균 식비(식재료 구입비와 가족이 함께 외식하는 외 식비를 포함한 경우)는 어느 정도입니까?

월평균 ( )만 원

문22. 귀댁의 한 달 평균 식재료 구입비용은 어느 정도입니까?

월평균 ( )만 원→ 문 21보다 같거나 적음.

문23. 귀댁의 한 달 평균 식재료 구입비용 가운데 임산물 가공식품이 차지 하는 비용은 어느 정도입니까?

월평균 ( )만 원→ 문 22보다 같거나 적음.

- 감사합니다 -

## 참고 문헌

- 강창용 외. 2005. 버섯산업의 현황과 과제. 한국농촌경제연구원. R507.
- 김철민 외. 2000. 농업관련산업의 유형화와 연관구조 분석. 한국농촌경제연구원. C2000-1.
- 백종희, 박문호. 1989. 식품가공산업과 농업과의 연계방안. 한국농촌경제연구원. 연구보고 182.
- 산림청. 2008. 임산물 식품산업 발전 심포지엄.
- 산림청. 2008. 임산물 통계연보.
- 산림청. 2003. 임산물 통계연보.
- 산림청. 2008. 임가경제조사. <http://www.forest.go.kr>.
- 서동환 외. 2007. 감나무 재배 길잡이. 경상북도농업기술원 상주감시험장.
- 성방욱. 2008. 농업과 식품산업 연계 방안에 관한 연구: 일본사례를 중심으로. 과학원에 2008/5: 58-87.
- 손득중, 손철호. 2008. 임산물 상품다각화 현황과 우수사례. 「농업전망 2008」. 한국농촌경제연구원. E04-2008.
- 윤병선. 2008. 로컬푸드 관점에서 본 농산가공산업의 활성화 방안. 산업경제연구 21(2): 501-522.
- 이계임 외. 2005. 농산물가공품의 원산지표시제도 개선방안. 한국농촌경제연구원.
- 이동필 외. 2001. 식료의 안정적 공급 및 농산물과 식품산업의 연계강화 방안. 한국농촌경제연구. C2001-12.
- 이동필. 2007. 농산물 가공산업 육성을 위한 새로운 접근. 한국농정연구센터. 농정연구 22호 pp 70-104.
- 이상민, 장철수. 2006. 밤의 수급 전망모형 구축에 관한 연구. 한국농촌경제연구원.
- 이정희. 2007. 한국 푸드시스템의 현황과 발전과제. 식품유통연구 24(4): 106-130.
- 장철수 외. 2008. 대추재해보험도입을 위한 조사연구. 한국농촌경제연구원.
- 정영일, 황수철. 1998. 농산물 산지가공사업의 실태와 육성방향. (사)농정연구포럼. 정책자료시리즈 II.
- 조덕래. 2003. 꽃감의 시장동향 분석. 농업경영·정책연구 30(2): 306-323.

## 110 참고 문헌

- 조덕래, 김상용. 2004. 산청 꽃감의 산지유통실태 조사 분석. 농업경영·정책연구 31(2): 247-268.
- 조재환 외(2005). 상주 꽃감 농가의 규모별 산지유통실태 비교 분석. 식품유통연구 22(4): 45-66.
- 최지현 외. 2007. 식품산업과 농업의 연계성 제고방안. 한국농촌경제연구원. R551.
- 황수철 외. 2005. 농업과 식품산업의 연계강화를 위한 세부프로그램 비교연구 및 개발. (사) 농정연구센터.
- 황수철. 2006. 농업과 식품산업의 연계강화방안. 농정연구 19: 139-161.

연구보고 R603

임산물과 식품산업의 연계 강화 방안:  
단기소득임산물 가공사업을 중심으로

---

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25)

인 쇄 2009. 11.

발 행 2009. 11.

발행인 오세익

발행처 한국농촌경제연구원

130-710 서울특별시 동대문구 회기동 4-102

전화 02-3299-4000 <http://www.krei.re.kr>

인쇄처 경희정보인쇄(주)

전화 02-2263-7534 <http://www.khip.co.kr>

---

ISBN 978-89-6013-147-7 93520

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.  
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.

