

세계 농식품 산업 현황과 구조*

김 규 호

(서울대학교 농업정책 및 농업통상 연구실 박사과정)

1. 세계 농식품 산업의 연왕

1.1. 세계 시장규모와 교역 연왕

세계 농식품 시장은 식품, 음료, 담배산업 등으로 구성되어 있다. 식품 부문은 농산물 식품시장과 포장식품시장으로 나뉘는데, 농산물은 곡물, 덩이줄기류, 설탕, 감미료, 유지종자, 과일, 채소, 식물성기름, 견과류, 콩류, 두류, 향신료, 커피, 차, 코코아 등을 포함하며, 포장식품은 육류, 생선, 제과 및 제빵, 유제품 및 다른 카테고리를 포함한 건조, 냉장, 냉동 및 기타 포장 식품 등을 포괄한다.

음료부문은 탄산음료, 에너지 음료, 맥주, 사과주, 향이 가미된 알코올음료, 주정, 와인 등이 판매되는 부문을 의미하고, 경우에 따라 농식품 산업에 포함될 때도 있고 그렇지 않을 때도 있는 담배산업은 썩는 담배, 시가, 잎담배를 포함한 담배 및 기타 담배 제품을 포괄한다.

세계 농식품시장의 규모는 리서치 기관에 따라 약간의 차이를 보이고 있으나 영국의 리서치기관인 데이터모니터가 추정한 바에 따르면, 2011년 현재 약 5조 2천억 달러 수준인 것으로 확인된다. 이는 농식품 산업이 연평균 약 3.6%씩 성장하고 있는 추세에

* 본 내용은 세계의 농식품 산업 현황 분석을 바탕으로 작성하였다(towind95@snu.ac.kr, 02-880-4731).

따른 것으로 2015년에는 6조 달러에 달할 것으로 전망된다. 또한 음료 시장이 앞으로의 농식품 산업 성장세를 이끌 것이라는 분석이다.

표 1 세계 농식품시장 규모

단위: 십억 달러, %

구 분	2009	2010	2011	2013(p)	2015(p)
세계 농식품시장	4,888.3	5,057.2	5,237.0	5,636.8	6,077.3
	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
(담배산업 제외 시)	4,195.3	4,336.4	4,486.3	4,819.0	5,188.0
	(85.8)	(85.7)	(85.7)	(85.6)	(91.1)
- 식품시장	2,537.5	2,631.7	2,730.9	2,943.3	3,172.3
	(51.9)	(52.0)	(52.1)	(52.2)	(52.2)
- 음료시장	1,657.8	1,704.6	1,755.4	1,875.8	2,015.7
	(33.9)	(33.7)	(33.5)	(33.4)	(38.9)

주: 괄호 안의 수치는 해당 부문이 세계 농식품시장에서 차지하는 비중임.
자료: Datamonitor, 2012, Food, Beverages, Tobacco를 합하여 재구성.

이를 대륙별로 구분하여 보면 아시아-태평양 지역의 연평균 성장률이 5.7%로 높게 나타나 주목을 요한다. 물론 유럽의 시장 규모가 가장 크지만, 유럽은 북미와 더불어 현재 다소 감소하는 추세인 것으로 확인된다. 중남미와 중동·아프리카 지역은 큰 변화가 없거나 미세하게 성장세를 보이고 있는 것으로 나타난다.

한편 유로모니터(Euromonitor) 자료에 따르면, 세계 농식품 산업 교역은 2010년 현재

표 2 대륙별 농식품시장 규모

단위: 십억 달러, %

	2009	2010	2011	2013(p)	2015(p)
세계 농식품시장	4,888.3	5,057.2	5,237.0	5,636.8	6,077.3
	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
- 유럽	2,001.8	2,045.3	2,090.8	2,192.6	2,305.0
	(41.0)	(40.4)	(39.9)	(38.9)	(37.9)
- 아시아-태평양	1,404.8	1,483.0	1,567.8	1,759.5	1,972.6
	(28.7)	(29.3)	(29.9)	(31.2)	(32.5)
- 북미	874.1	895.5	918.6	969.2	1,024.3
	(17.9)	(17.7)	(17.5)	(17.2)	(16.9)
- 중남미	478.3	497.9	518.2	561.1	607.4
	(9.8)	(9.8)	(9.9)	(10.0)	(10.0)
- 중동·아프리카	129.3	135.4	141.6	154.4	167.9
	(2.6)	(2.7)	(2.7)	(2.7)	(2.8)

주: 괄호 안의 수치는 해당 지역이 세계 농식품시장에서 차지하는 비중임.
자료: Datamonitor, 2012, Food, Beverages, Tobacco를 합하여 재구성.

약 2조 2천억 달러 수준인 것으로 나타난다. 이 중 40%를 상회하는 8천 7백억 달러 정도가 서유럽에서의 교역액이며, 아시아-태평양 지역이 4천 3백억 달러 수준으로 그 뒤를 따르고 있다.

표 3 대륙별 농식품 교역액 규모, 2010

단위: 백만 달러, %

구 분	농식품 교역액	세계 농식품 교역액 대비 비중
서 유 럽	874,403	40.1
동 유 럽	173,621	8.0
북 미	271,051	12.4
중 남 미	219,979	10.1
아시아-태평양	428,787	19.7
오세아니아	57,152	2.6
중동·아프리카	153,324	7.0
세 계	2,178,317	100.0

자료: Euromonitor, 2012, International Marketing Data and Statistics.

Euromonitor, 2012, European Marketing Data and Statistics.

1.2. 주요국의 식품산업 현황

주요국의 최근 연도 평균 총산출 대비 농식품 산업 생산액 비중을 살펴보면, 덴마크와 벨기에 등의 국가에서 농식품 산업의 비중이 높은 것으로 나타난다. 대체로 유럽권 국가들의 비중이 높은 가운데 우리나라와 일본은 국가 총산출 대비 농식품 산업 생산액이 3.2% 수준인 것으로 확인된다.

표 4 국가별 총산출 대비 농식품 산업 생산액 비중

단위: %

구 분	농식품 산업 생산액 비중	
	총산출 대비	각 국 제조업 생산액 대비
벨기에	4.6	14.6
덴마크	5.1	22.6
프랑스	4.0	14.4
일 본	3.2	10.1
한 국	3.2	6.4
스위스	3.1	10.8
미 국	2.7	12.0
평 균	3.7	13.0

주: 2000~2009년 평균 비중임.

자료: OECD Structural Analysis(STAN) DB에서 재가공.

농식품 수출은 미국, 독일, 프랑스, 네덜란드 등의 국가에서 활발히 이뤄지는 것으로 파악되며, 북미와 유럽이 아닌 지역 중에서는 브라질의 수출이 특히 많은 것으로 나타난다. 수출과 수입을 합한 교역액 역시 미국과 독일, 프랑스, 네덜란드, 영국 등 구미 각 국에서 상위권을 차지하는 것으로 확인된다.

표 5 국가별 농식품 교역액 규모, 2010

단위: 백만 달러

구 분	농식품 수출액	농식품 수입액	농식품 교역액
미 국	98,767	105,135	203,902
독 일	71,861	79,881	151,742
프 랑 스	63,912	54,341	118,253
네덜란드	63,320	40,978	104,298
영 국	27,708	61,549	89,257
이탈리아	36,552	49,150	85,702
중 국	45,364	34,821	80,185
벨 기 에	40,223	35,657	75,880
캐 나 다	36,033	31,116	67,149
브 라 질	54,391	9,489	63,880
(한 국)	5,347	20,097	25,444

자료: Euromonitor, 2012, International Marketing Data and Statistics.

Euromonitor, 2012, European Marketing Data and Statistics.

특히 벨기에, 덴마크, 네덜란드 등은 농식품 총 생산의 50% 이상을 수출하는 것으로 분석된다. 독일과 프랑스처럼 내수 시장이 큰 국가들도 이보다 수출 비중이 작기는 하지만 그래도 전체 농식품 총생산의 20% 이상을 수출하고 있다.

표 6 국가별 농식품 수출 비중

단위: %

구 분	농식품 수출 비중	
	총 상품수출액 대비	농식품 산업 GDP 대비
벨 기 에	7.6	64.7
캐 나 다	5.9	23.2
덴 마 크	19.9	63.8
프 랑 스	9.2	25.0
독 일	4.0	20.5
네덜란드	12.2	58.1
스 위 스	2.5	14.9
미 국	4.6	6.0
영 국	5.3	14.4
(한 국)	1.0	4.4

주: 2000~2009년 평균 비중임.

자료: OECD Structural Analysis(STAN) DB에서 재가공.

농식품기업의 R&D 투자는 각 국가 내 총 기업 R&D 투자액과 비교했을 때 네덜란드, 스페인, 벨기에, 일본 등의 국가에서 활발한 것으로 나타난다. 일본의 경우 우리나라와 농식품 산업 여건이 비슷함에도 불구하고 우리나라의 두 배에 가까운 농식품기업 R&D 투자 비중을 보이고 있다.

표 7 국가별 농식품기업 R&D 지출 비중

단위: %

구 분	농식품기업 R&D 지출 비중	
	총 기업 R&D 투자액 대비	총 제조업체 R&D 투자액 대비
벨 기 에	2.3	3.3
캐 나 다	0.8	1.4
프 랑 스	1.9	2.3
독 일	0.6	0.7
네덜란드	5.1	6.7
일 본	2.3	2.6
미 국	1.2	1.8
스 페 인	3.2	4.9
(한 국)	1.2	3.2

주: 2000~2009년 평균 비중임.

자료: OECD Structural Analysis(STAN) DB에서 재가공.

2. 세계 농식품 산업 시장구조의 특징

2.1. 다섯 가지 요인(Five Forces) 모델로 살펴본 농식품 산업의 시장 구조¹⁾

시장구조를 분석하는 여러 방법론이 있지만, 그 중에서도 하버드 경영대학원의 마이클 포터(Michael E. Porter) 교수가 창안한 ‘다섯 가지 요인 모델’은 어느 한 산업의 구조나 수익성에 영향을 미치는 경제적 요인들을 살펴보는 데 매우 유용한 분석틀을 제공하는 모델이다. 포터 교수에 의하면, 장기적으로 특정 산업의 수익성 및 매력도는 산업의 구조적 특성에 의하여 영향을 받는데, 이러한 특성은 ‘다섯 가지 요인’, 즉 구매자의 힘(buyer power), 공급자의 힘(supplier power), 대체재(substitutes)의 위협, 신규진입자(New entrants)의 위협, 그리고 내부경쟁(internal rivalry)의 강도에 의하여 결정된다. 그

1) 본 소절은 주로 Datamonitor(2011)의 세계 농식품 산업 시장 분석 내용을 토대로 작성되었다.

리고 이러한 다섯 가지 요인의 강도를 분석하기 위해 각 요인별로 세부 결정요소들을 검토한 후 총체적인 판단에 이르게 하는 산업분석 모델이 바로 ‘다섯 가지 요인 모델’이라고 할 수 있다. 이는 질적인 분석을 통해 해당 산업의 구조와 환경, 트렌드 등을 판단하는 데 특히 유용하다.

표 8 마이클 포터가 제시한 산업구조 영향 요인

다섯 가지 요인	각 요인별 세부 결정 요소
구매자의 힘	후방통합, 구매자독립성, 구매자의 규모, 재정적 능력, 전환비용, 과점 위협, 가격민감성, 제품 중요도, 전환경향, 비차별화된 제품 등
공급자의 힘	차별화된 재화, 전방통합, 품질/비용의 중요성, 대체 생산요소 미비, 과점 위협, 기업 중요도, 기업독립성, 공급자의 규모, 전환비용 등
대체재의 위협	유용한 대안, 저렴한 대안, 낮은 전환비용 등
신규진입자의 위협	유동망 접근성, 기존기업의 목인, 지적재산권 관련성, 규제, 고정비용, 전환비용, 시장성장성, 규모의 중요성, 공급자 접근성, 비차별화 된 제품, 브랜드 등
내부경쟁 강도	경쟁자의 규모, 확대 용이성, 퇴출장벽, 다양성, 전환비용, 고정비용, 기업의 숫자, 기업의 유사성, 저장비용, 비차별화 된 제품, 제로섬 게임 등

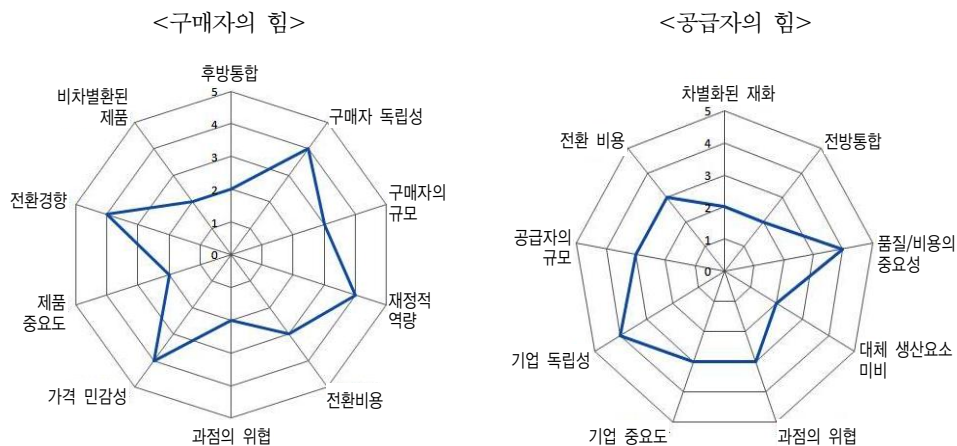
자료: D. Besanko et al., 2002, Economics of Strategy.

세계 농식품 산업의 시장구조도 이러한 ‘다섯 가지 요인’의 관점에서 분석할 수 있다. 우선 다섯 가지 요인 중 ‘구매자의 힘’은 가격 인하 및 품질 제고 압력 등을 통하여 농식품 산업에 영향을 미칠 수 있다. 분석 결과, 농식품 산업에서 이러한 ‘구매자의 힘’에 가장 영향을 미치는 세부 결정 요소들은 4점을 받은 구매자독립성, 재정적 능력, 가격민감성, 전환경향 등인 것으로 나타났고, 비차별화된 제품, 후방통합, 과점 위협, 제품 중요도 등은 2점을 받아 상대적으로 영향이 덜 한 것으로 분석되었다. 이는 농식품 산업의 현 구매자들이 막대한 자금력으로 농식품 산업체들과 대규모의 장기계약을 맺는 현상이 반영되었기 때문이다. 게다가 이들 구매자들은 세계 시장에서 비교적 가격에 민감하게 반응하여 구매선을 전환하는 경향이 있다. 따라서 이러한 구매자의 힘은 농식품 산업체의 수익에 큰 영향을 미친다. 다만 소매 체인점들이 그들 자신의 브랜드로 포장한 식품을 판매함으로써 시장에 영향을 미치는 후방통합의 경우, 사례가 없지는 않지만 세계 전체적인 농식품 산업 구조를 놓고 볼 때 그 영향이 그리 크지는 않은 것으로 분석된다.

또한 ‘공급자의 힘’의 경우, 공급자들이 가격을 인상하거나 품질 저하에 따른 비용

을 농식품 산업체에게 전가함으로써 수익성을 잠식할 수도 있다. 분석 결과, ‘공급자의 힘’에 가장 영향을 크게 미치는 세부 결정 요소들은 4점을 받은 품질/비용의 중요성과 기업독립성이었고, 차별화된 재화, 전방통합, 대체 생산요소 미비 등의 요소는 2점으로 비교적 영향을 적게 미치는 것으로 나타났다. 이는 농식품 산업의 핵심 원료가 과일, 채소, 육류, 생선, 유제품, 곡류 등으로 이러한 원재료가 기후조건의 변화, 계절적 요인의 변화, 생산량의 변화, 수출입 여건의 변화 등의 이유로 가격 및 품질 변동의 영향을 받게 될 때 농식품 기업체들의 이윤에도 크게 영향을 미치게 되는 탓이다. 반면 대체로 원료의 공급자들은 농식품 기업체들보다 분산되어 있고 규모가 작아 교섭력이 크지 않으며, 이로 인해 공급자보다 자금력에서 우위에 있는 농식품 기업체들에 의한 계약 불이행 사례도 빈번히 발생하는 것이 사실이다. 물론 그렇더라도 신선하고 높은 품질을 지닌 원료의 지속적 공급 필요성이 증대됨에 따라 공급자의 교섭력은 점차 커지고 있는 것으로 분석된다.

그림 1 세계 농식품 산업 구조의 각 영향 요인에 대한 세부 결정 요소 (1), 2010



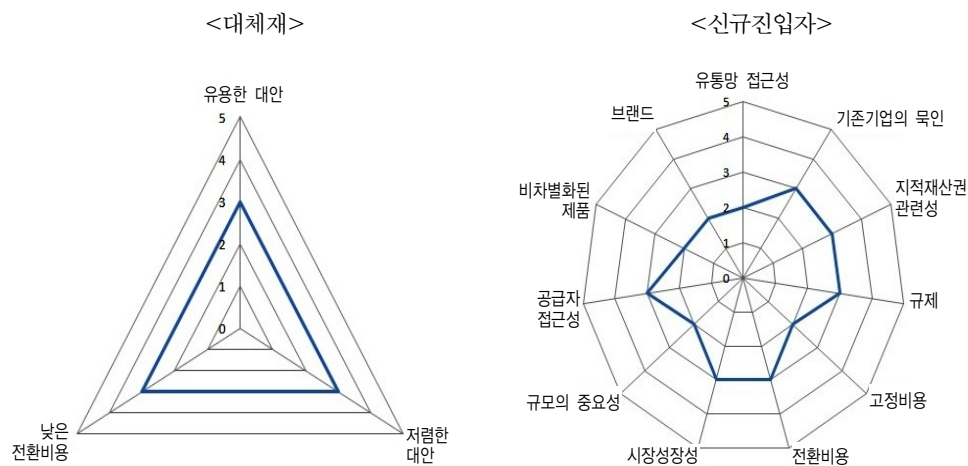
자료: Datamonitor, 2011, Industry Profile – Global Food, Beverage & Tobacco.

다음으로 ‘대체재’는 농식품 기업이 용인할 수 있는 가격의 상한선을 설정케 함으로써 기존 기업의 잠재적 수입을 제한할 수 있는데, 이러한 ‘대체재’의 위협에 영향을 미치는 요소들로는 유용한 대안과 저렴한 대안, 그리고 낮은 전환비용 등 세 가지 요소가 고르게 3점으로 나타나 중간 정도의 영향을 미치고 있는 것으로 분석되었다. 예를

들어 탄산음료나 알코올음료의 대체재는 차와 커피, 우유 등으로 소매업자나 최종소비자의 전환비용이 높지 않으며 재고를 쌓아두어도 부담스럽지 않다. 게다가 네슬레 같은 대기업은 다각화된 생산을 통해 탄산음료와 커피류를 동시에 생산함으로써 대체재의 위협을 감소시키는 것을 알 수 있다. 또한 육류, 생선, 과일, 채소 등의 포장제품의 대체재는 포장되지 않은 신선식품인데, 대형마트 같은 곳에서는 대부분 포장된 제품으로 판매하고 있음에도 불구하고 일부 소매업자들은 포장을 하지 않고 판매함으로써 소비자에게 다양한 선택권을 주고 있다. 물론 최근 건강과 생태에 대한 소비자들의 관심이 증가함에 따라 유기농 제품에 대한 수요가 늘고 있고, 특히 포장하지 않은 유기농 식품에 대한 수요가 틈새시장을 조성하고 있기는 하지만, 이러한 유기농 제품의 특성 상 소요되는 비용의 상당 부분이 소비자에게 전가되므로 대체재로서의 위협이 그리 크지는 않아 보인다.

한편 기존의 시장점유율과 원료 획득 시 영향을 줄 수 있는 ‘신규진입자’의 위협에는 기존 기업의 묵인, 지적재산권 관련성, 규제, 낮은 전환비용, 시장성장성, 공급자 접근성 등이 3점으로 고르게 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 나머지는 2점의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 신규진입 방법으로는 새로운 회사의 설립, 기존 기업 운영의 다각화, 기존 기업의 인수 등이 있으며, 최근 틈새시장을 장악하는 소규모 사업자들의 진입이 늘고 있는 추세이다. 코카콜라나 펩시콜라, 네슬레 같은 거대기업들과 경쟁하

그림 2 세계 농식품 산업 구조의 각 영향 요인에 대한 세부 결정 요소 (2), 2010

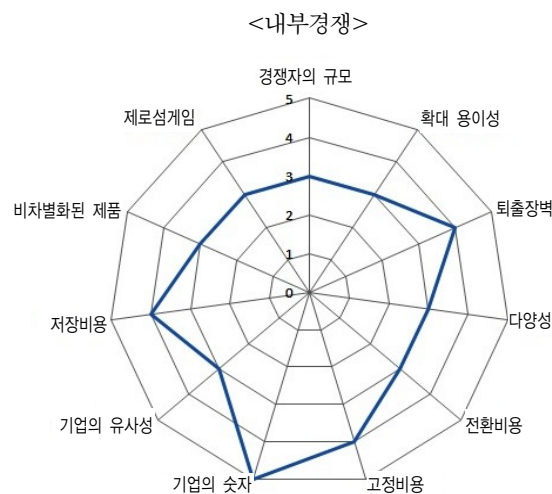


자료: Dalamonitor, 2011, Industry Profile – Global Food, Beverage & Tobacco.

기 위해서는 거대 자본 투자가 요구되는데, 이는 신규 진입에 큰 장벽이 되고 있다. 더욱이 이러한 거대기업들의 사업 다각화로 인해 소규모 기업의 틈새시장 진입도 점차 여의치 않을 전망이다. 그리고 기존 기업들이 공급자와 거래해 온 오랜 역사와 노하우를 감안할 때 신규진입자가 공급자 접근성을 확보하는 것이 판매를 위한 유통망 접근성을 확보하는 것보다 더 어려운 일인 것으로 분석되었다. 다만 건강에 대한 관심 증대로 인한 유기농 제품 수요 증가와 외국 음식이나 요리법 등에 대한 수요가 증가함에 따른 신규진입 가능성은 여전히 있는 편이다. 이들 신규진입자들로서는 보호주의 무역에 대한 수출·입 정책이나 정부의 엄격한 식품안전 규제, 소매업자와의 가격 협상 등이 농식품 산업 분야에서 지속적으로 극복해야 할 요건이 될 것이다.

마지막으로 농식품 산업 내 ‘내부경쟁’의 강도에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 5점을 받은 기업의 숫자로 나타났다. 일반적으로 시장에 더 많은 기업이 있을 경우 가격이 더 낮아지는 것으로 예측된다. 많은 수의 경쟁자들이 있을 경우에 적어도 그 중 한 경쟁자가 현재 상태에 대해 만족하지 못하고 자신의 시장 위치를 개선하기 위해 가격을 낮추려 할 가능성이 높은 것이다. 또한 낮은 시장점유율을 가진 기업은 자신이 가격을 내리더라도 경쟁 기업들이 굳이 그에 대응하지 않으리라고 판단할 수도 있다. 세계 농식품 시장에서 가장 높은 시장점유율을 보이는 기업은 코카콜라, 펩시콜라, 네슬레, 중국 국영담배회사 등인데 이러한 주요 기업들이 세계 전체 식품 및 기호식품 시

그림 3 세계 농식품 산업 구조의 각 영향 요인에 대한 세부 결정 요소 (3), 2010

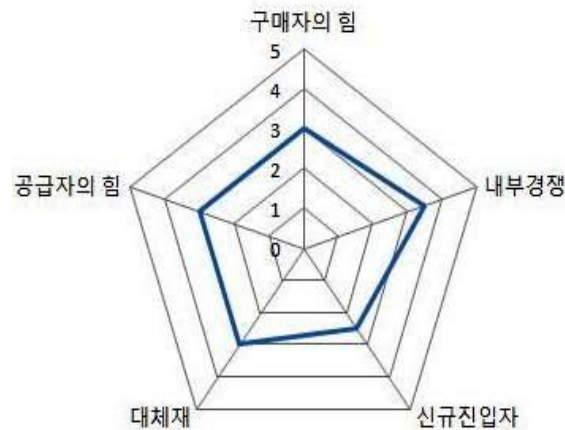


자료: Datamonitor, 2011, Industry Profile - Global Food, Beverage & Tobacco.

장에서 차지하는 점유율이라야 모두 합쳐 12.1% 가량으로, 나머지 87.9%가 다른 회사들이다. 담배를 제외한 식음료시장만 보면 이러한 시장점유율은 8.4%로 떨어지며, 음료를 제외한 식품시장만 봐도 상위 5개 회사의 점유율이 5%뿐인 것으로 나타나 농식품 산업 부문의 경쟁을 심화시키는 요인이 되고 있다. 이밖에도 저장비용, 고정비용 및 퇴출장벽 등이 4점으로 높게 나왔으며, 3점 미만의 요인은 없는 것으로 분석되었다. 고정비용과 퇴출장벽이 강하다는 것은 농식품기업들이 시장에서 퇴출하는 대신 살아남기 위해 노력할 것이며 그에 따라 가격경쟁이 더 긴 기간 나타날 수 있음을 의미한다. 다른 요인들과 마찬가지로 ‘내부경쟁’에서도 구매자들 입장에서 낮은 전환비용의 영향이 일정하게 존재하는 것으로 분석되는데, 이로 인해 농식품 기업은 경쟁기업의 가격보다 낮은 가격을 책정하여 시장점유율을 증가시키려는 유혹에 빠지기 쉽다.

이상의 결과를 종합하면, 세계 농식품 산업의 경우, 산업 내의 ‘내부경쟁’이 산업 전체적인 수익성과 구조에 가장 큰 영향을 미치고 있는 것으로 분석된다. ‘신규진입자’의 위협은 상대적으로 영향을 덜 미치는 것으로 분석되며, 나머지 ‘구매자의 힘’, ‘공급자의 힘’, ‘대체재’의 위협 등이 중간 정도의 영향을 미치는 것으로 나타난다. 또한 ‘내부경쟁’을 제외한 모든 요인들이 ‘내부경쟁’에 영향을 미치는 것으로 분석된다. 이는 기업들 간의 경쟁이 다른 요인들에 의해 영향을 받을 수 있음을 의미한다.

그림 4 세계 농식품 산업의 시장 구조에 영향을 미치는 요인, 2010



자료: Datamonitor, 2011, Industry Profile – Global Food, Beverage & Tobacco.

2.2. 주요 기업 연왕

세계적인 경제지 Forbes가 선정한 2011년 세계 100대 기업 중 농식품 기업은 4개가 포함되어 있다. 스위스의 네슬레(Nestle)가 40위, 미국의 코카콜라(Coca-Cola)와 펩시코(PepsiCo)가 각각 87위와 88위, 그리고 ‘버드와이저’ 제조사인 벨기에의 앤하이저-부쉬 인베브(Anheuser-Busch InBev)가 93위를 차지한 것이다. 여기서는 이 중 네슬레와 코카콜라, 펩시코의 매출과 순수익 등 주요 현황 및 사업 다각화 경향을 살펴본다.

2.2.1. 네슬레

네슬레는 2011년 892억 달러의 매출, 101억 달러의 순수익으로 세계 농식품 기업 중 부동의 1위 기업으로 자리매김하고 있으며, 고용인원 역시 2009년 현재 27만 8천 여 명으로 나타나 세계적인 다국적 기업의 명성을 이어가고 있다. 영업이익률도 꾸준히 10% 이상의 수치를 보여준다.

네슬레의 사업 부문은 크게 음료, 유제품 및 아이스크림, 조리식품 및 쿠키 에이드, 과자류, 애완동물용, 제약품 등 6개 부문으로 나뉘지는데, 각 부문에서 세계적인 브랜드를 다수 보유한 강점이 있다. 예를 들어 커피나 초코 음료 등을 포함한 음료 부문에서는 네스카페, 네스프레소, 테이스터스 초이스, 네스퀵 등의 유명 브랜드가 매출 신장을 이끌고 있으며, 유제품 및 아이스크림 부문에서는 커피메이트와 하겐다즈가, 과자류에서는 크런치가, 애완동물용 부문에서는 퓨리나와 프리스키가, 화장품을 포함한 제약 부문에서는 로레알 등의 브랜드가 관련 시장의 선도 브랜드로 평가받고 있다.

표 9 네슬레의 주요 경영지표

단위: 십억 달러, %, 명

구 분	2007	2008	2009	2010	2011
매출액	103.1	105.3	103.2	112.0	89.2
순수익	10.2	18.3	11.3	36.7	10.1
영업이익률	9.9	17.4	10.9	32.7	11.3
고용인원	276,000	283,000	278,000	-	-

자료: Datamonitor, 2011, Industry Profile – Global Food, Beverage & Tobacco,
Forbes, 2012, Global 2000 Leading Companies 자료를 재구성.

2.2.2. 코카콜라

코카콜라는 2011년 465억 달러의 매출, 86억 달러의 순수익을 기록하고 있다. 영업이익률은 매년 차이는 있으나 대체로 20% 내외로 높게 나타난다.

코카콜라의 사업 부문은 잘 알려진 대로 콜라와 환타, 스프라이트 등을 비롯한 탄산음료에 집중되어 있지만, 최근에는 비타민워터, 허브 음료, 과일 주스 등의 사업 다각화에도 힘을 쏟고 있어 매출이 급속도로 신장되고 있는 추세다. 특히 과일 주스의 경우 세계적 브랜드인 미닛메이드를 기반으로 오렌지 주스 등의 매출을 늘려가고 있는 상황이다. 또한 상대적으로 노하우가 부족한 다양한 음료 영역에서 네슬레, 네스티, 프레스티 등 여러 기업체와 판매나 기술 제휴 등을 통해 세계 시장을 공략하고 있는 것으로 분석된다.

표 10 코카콜라의 주요 경영지표

단위: 십억 달러, %

구 분	2007	2008	2009	2010	2011
매출액	28.9	31.9	31.0	35.1	46.5
순수익	6.0	5.8	6.8	11.8	8.6
영업이익률	20.7	18.2	22.0	33.6	18.9

자료: Datamonitor, 2011, Industry Profile - Global Food, Beverage & Tobacco.
Forbes, 2012, Global 2000 Leading Companies 자료를 재구성.

2.2.3. 펍시코

펍시코는 2011년 665억 달러의 매출, 64억 달러의 순수익을 기록하고 있으며, 최근 5개년 간의 영업이익률도 꾸준히 10%를 상회하는 수준으로 나타난다.

펍시 역시 웰빙 트렌드에 따라 음료 부문에서 탄산음료의 비중을 줄이고 주스와 스포츠 음료 등으로 제품군을 과감히 재조정한 것이 세계 시장의 변화 양상에 들어맞은 것으로 분석된다. 잘 알려진 대로 매출액의 큰 부분을 차지하던 KFC, 피자헛, 타코벨 등의 레스토랑 사업 부문을 매각하는 대신 주스 업체인 트로피카나와 게토레이 브랜드를 소유한 케이커오즈를 인수하여 집중적이고 탄탄한 포트폴리오를 구축한 것이 대표적인 사례다. 또한 프리토레이, 치토스 등 스낵 부문에서도 매출이 급신장하고 있는 추세다.

표 11 펩시코의 주요 경영지표

단위: 십억 달러, %

구 분	2007	2008	2009	2010	2011
매출액	39.5	43.3	43.2	57.8	66.5
순수익	5.7	5.1	5.9	6.3	6.4
영업이익률	14.3	11.9	13.8	10.9	9.6

자료: Datamonitor, 2011, Industry Profile – Global Food, Beverage & Tobacco.
Forbes, 2012, Global 2000 Leading Companies 자료를 재구성.

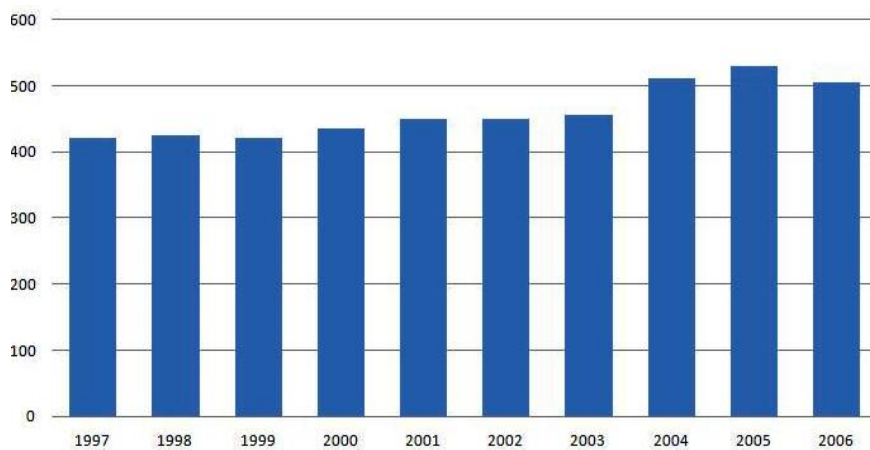
3. 미국의 농식품 가공산업 동향

3.1. 주요 연왕

1990년대 중반 이래 미국의 농식품 가공산업 생산 규모는 다소 증가하는 추세를 보이는 가운데, 2006년 약 5천 4백억 정도의 생산 규모인 것으로 파악된다. 그러나 농식품 가공산업 종사자 수는 해마다 평균 5%씩 줄어드는 추세로 1995년에 156만 명이 고용되어 있었으나, 2008년에는 148만 명 남짓한 수준으로 확연히 감소한 것으로 드러난다.

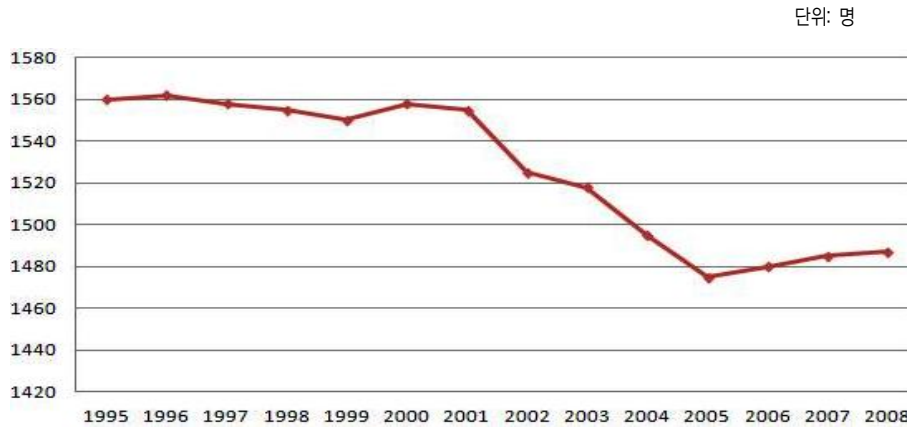
그림 5 미국의 농식품 가공산업 생산액 변화

단위: 십억 달러



자료: 미 상무부, 2011, Industry Outlook – Food Manufacturing NAICS 311.

그림 6 미국의 농식품 가공산업 종사자 수 변화 추이

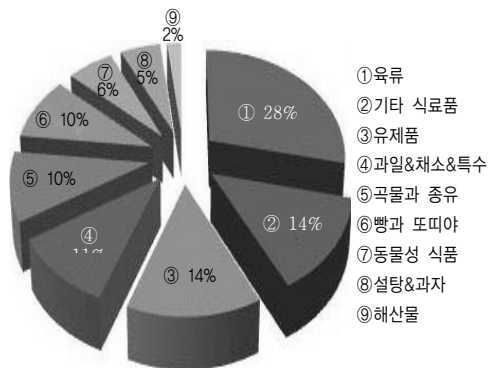


자료: 미 상무부, 2011, Industry Outlook - Food Manufacturing NAICS 311.

세부 품목별로 생산액을 분류해보면, 육류와 기타 식료품, 유제품, 그리고 과일과 채소 등의 순으로 비중이 10% 이상인 것으로 나타난다. 그러나 가정에서의 소비 현황을 살펴보면, 생산 현황과 비교적 비슷하면서도 육류 다음으로 과일과 채소의 소비 비중이 두 번째로 높게 나타나는 차이가 있다.

그림 7 미국의 농식품 품목별 생산 및 소비 비중

<품목별 생산 비중, 2006>



<품목별 소비 비중, 2007>



주: 품목별 소비 비중에서의 금액은 가구당 연간 소비액을 뜻함.

자료: 미 상무부, 2011, Industry Outlook - Food Manufacturing NAICS 311.

3.2. 주요 이슈와 전망 2)

미국에서의 농식품 가공산업은 최근 몇 년 간 큰 도전에 직면해왔음에도 불구하고 앞으로도 성장을 지속하리라는 낙관적인 전망이 지배적이다. 소비자들의 선호가 빠르게 변하고 사람들 역시 이전보다 자주 음식을 섭취하고 있으므로 혁신적인 기업들은 이러한 변화에 대응하여 성장의 기회를 잡아온 것이 사실이다. 한 조사에 의하면 농식품기업 경영자들의 83%가 향후 수익 성장을 기대하고 있었으며, 52%는 고용규모가 늘어날 것이라고 전망하였다. 그럼에도 일각에서 제기하듯 기업들이 재정적인 성장에 비해 고용을 상대적으로 덜 늘리고 있으며, 향후 전망도 그러하다는 사실은 주요하게 검토되어야 할 것이다.

비용과 가격 부문에서는 원료 및 완제품 가격의 상승이 미국 농식품 가공 시장에서의 향후 주요한 이슈인 것으로 분석된다. 이는 원유와 바이오 에너지 등의 에너지 비용 상승 역시 포함한다. 이런 상황에서 농식품기업들은 생산품의 크기를 줄여 원료비용과 포장비용을 절감하는 방안, 원료를 대체하는 방안, 가격 인상으로 비용 증가를 상쇄하는 방안 등 다양한 자구책을 강구하고 있는 현실이다.

투자가 집중되는 분야도 주목을 요한다. 건강식품에 대한 수요를 충족시키기 위한 새로운 생산 라인이 가동되고 있으며, 녹색문명, 지속가능한 성장 등에 대한 이슈가 제기되면서 에너지 효율적인 장비에 대한 투자 역시 늘어나고 있다. 이러한 투자는 농식품기업들의 새로운 전략 설정과 궤를 같이 하는데, 유기농 및 건강식품, 윤리적 소비자들의 수요 충족, 기업의 지속가능성 개선 등의 전략이 최근의 상품 개발 및 판매에 활발히 적용되고 있는 것으로 분석된다.

마지막으로 소셜 미디어와 신기술의 도입이 미국의 농식품기업들에게 중요해지고 있다는 점을 지적할 수 있다. 아직은 농식품기업 경영자들 중 26%만이 소셜 미디어와 신기술 도입을 고려중인 것으로 응답하고 있지만, 점차 기업들은 페이스북이나 트위터 등을 통해 소비자들에게 접근하는 일의 중요성을 깨달아가고 있는 것으로 보인다. 특히 농식품의 경우 소비자가 일반적인 광고보다 친구나 타인들의 의견을 더 신뢰하는 경향이 있어 마케팅 효과가 크다는 것이 전문가들의 중론이다.

이처럼 미국의 농식품기업들은 새로운 소비자들을 확보하고 기존의 고객들을 잃지 않기 위해 변화하는 선호와 트렌드에 발맞추어 대책 마련에 부심하고 있는 것이다.

2) 본 소절은 Grant Thornton(2011)의 미국 농식품가공산업 시장 분석 내용을 토대로 작성되었다.

참고문헌

한국농수산식품유통공사, 2012, “식품산업 주요지표” .

Datamonitor, 2011, *Industry Profile - Global Food, Beverage & Tobacco*.

D. Besanko et al., 2002, *Economics of Strategy*, John Wiley&Sons, Inc.

Euromonitor, 2012, *European Marketing Data and Statistics*.

Euromonitor, 2012, *International Marketing Data and Statistics*.

Forbes, 2012, *Global 2000 Leading Companies*.

Grant Thornton, 2011, "Fast Facts on Food Processing", *Food Processing*.

US Department of Commerce, 2011, *Industry Outlook - Food Manufacturing NAICS 311*.

네슬레 www.nestle.com

데이터모니터 www.datamonitor.com

미국식품수출협회 www.foodexport.org

OECD stat <http://stats.oecd.org>