

세계 가공식품산업 동향*

최 지 현

(한국농촌경제연구원 선임연구위원)

1. 가공식품 시장 현황

1.1. 세계 식품시장규모

영국의 리서치기관인 데이터모니터가 2012년 5월 추정한 바에 따르면, 세계 식품시장의 규모는 2011년 현재 약 5조 2천억 달러로 2008년 이후 연평균 3.2%의 증가를 보이고 있다. 식품시장 중 가공식품은 2조 7천억 달러로 약 52%를 차지하며, 음료시장이 1조 7천억 달러로 34%, 나머지 담배가 14%를 차지하였다.

데이터모니터는 2015년 세계 식품시장 규모를 2011년 이후 연평균 3.8%의 높은 성장 추세를 보여 약 6조 달러에 이를 것으로 전망하고 있다. 이는 기능성 식품이나 유기식품 등 웰빙건강식품의 빠른 증가에 힘입어 종전보다 더 빠른 속도로 성장할 것으로 전망하고 있는데 기인한다.

2011년 식품시장의 대륙별 비중은 유럽이 40%로 가장 높고, 아시아-태평양 30%, 북미 17% 순으로 나타났다. 2015년까지 대륙별 식품시장규모를 추정한 결과를 보면 유럽의 식품시장 비중은 2008년 이후 매년 감소하여 38%에 이르는 반면 아시아-태평양 지역은 33%로 증가하는 것으로 나타나 아시아 식품시장의 빠른 성장이 기대된다.

* (jihchoi@krei.re.kr 02-3299-4316).

표 1 전 세계 식품시장 규모(시장규모별)

단위: 십억 달러, %

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
세계식품시장	4,758.8 (100)	4,888.3 (100)	5,057.2 (100)	5,237.0 (100)	5,430.2 (100)	5,636.8 (100)	5,856.4 (100)	6,077.3 (100)
(담배제외)	4,091.9 (86.0)	4,195.3 (85.8)	4,336.4 (85.7)	4,486.3 (85.7)	4,647.3 (85.6)	4,819.0 (85.5)	5,000.8 (85.4)	5,188.0 (91.1)
식품시장	2,450.0 (51.5)	2,537.5 (51.9)	2,631.7 (52.0)	2,730.9 (52.1)	2,834.5 (52.2)	2,943.3 (52.2)	3,056.9 (52.2)	3,172.3 (52.2)
음료시장	1,641.9 (34.5)	1,657.8 (33.9)	1,704.6 (33.7)	1,755.4 (33.5)	1,812.8 (33.4)	1,875.8 (33.3)	1,944.0 (33.2)	2,015.7 (38.9)

자료: 2012.05. Datamonitor(www.datamonitor.com, 영국 리서치& 컨설팅 기관).

2008년 이후 아시아 식품시장의 연평균 성장속도는 5.7%에 이를 것으로 전망된다.

유럽의 국가별 식품시장규모는 독일, 프랑스, 영국, 이탈리아 순으로 크고, 아시아는 인구가 많은 중국이 47%를 차지해 가장 크고, 일본이 26%로 두 번째로 큰 시장이며, 호주, 인도, 한국 순으로 큰 것으로 추정된다.

2011년 기준 국가별 순위로 보면 미국이 8,287억 달러로 세계 시장의 16%를 차지하는 가장 큰 시장이며, 중국 14%, 독일 7% 순으로 나타났다. 2015년 전망치에 의하면 중국시장은 2011년 대비 38% 증가한 1조 달러에 달해 미국의 9만 3천억 달러를 추월

표 2 전 세계 식품시장 규모 (대륙별)

단위: 십억 달러, %

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
세계 식품시장	4,758.8 (100)	4,888.3 (100)	5,057.2 (100)	5,237.0 (100)	5,430.2 (100)	5,636.8 (100)	5,856.4 (100)	6,077.3 (100)
유럽	1,976.0 (41.5)	2,001.8 (41.0)	2,045.3 (40.4)	2,090.8 (39.9)	2,140.1 (39.4)	2,192.6 (38.9)	2,248.3 (38.4)	2,305.0 (37.9)
아시아-태평양	1,340.3 (28.2)	1,404.8 (28.7)	1,483.0 (29.3)	1,567.8 (29.9)	1,659.9 (30.6)	1,759.5 (31.2)	1,866.8 (31.9)	1,972.6 (32.5)
북미	858.9 (18.0)	874.1 (17.9)	895.5 (17.7)	918.6 (17.5)	943.1 (17.4)	969.2 (17.2)	996.3 (17.0)	1,024.3 (16.9)
중남미	459.7 (9.7)	478.3 (9.8)	497.9 (9.8)	518.2 (9.9)	539.2 (9.9)	561.1 (10.0)	586.9 (10.0)	607.4 (10.0)
중동·아프리카	123.9 (2.6)	129.3 (2.6)	135.4 (2.7)	141.6 (2.7)	147.9 (2.7)	154.4 (2.7)	161.1 (2.8)	167.9 (2.8)

자료: 2012.05. Datamonitor(www.datamonitor.com, 영국 리서치& 컨설팅 기관).

Food, Alcoholic beverages, Non-alcoholic beverages, Tabaco 합계. 2011~2015년은 추정치.

하여 세계 1위의 식품시장이 될 것으로 예상된다.

표 3 전 세계 식품시장 규모(국가별)

단위: 십억 달러

구 분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
세계식품시장	4,758.8	4,888.3	5,057.2	5,237.0	5,430.2	5,636.8	5,856.4	6,077.3
유럽	1,976.0	2,001.8	2,045.3	2,090.8	2,140.1	2,192.6	2,248.3	2,305.0
– 독일	334.4	338.6	344.9	351.5	358.3	365.5	373.0	380.3
– 프랑스	244.2	246.8	250.6	254.5	258.6	262.8	267.3	271.8
– 영국	216.3	217.3	223.1	229.7	237.3	245.6	254.3	263.0
– 이탈리아	214.8	217.7	220.4	223.7	227.4	231.4	235.7	240.2
– 러시아	175.5	177.4	184.5	190.0	195.7	201.8	208.4	215.4
– 스페인	162.4	165.3	168.4	172.3	176.6	181.4	186.7	192.0
– 네덜란드	58.7	59.5	60.5	61.6	62.7	63.8	65.0	66.2
– 폴란드	54.2	55.4	56.5	57.7	59.0	60.5	62.0	63.7
아시아-태평양	1,340.3	1,404.8	1,483.0	1,567.8	1,659.9	1,759.5	1,866.8	1,972.6
– 중국	578.1	624.3	678.7	738.0	801.8	870.7	944.8	1,016.9
– 일본	404.6	405.5	409.6	414.0	419.7	426.5	434.5	442.7
– 인도	50.5	57.5	65.5	74.2	83.5	93.3	104.1	114.9
– 호주	74.1	75.8	77.4	79.3	81.6	84.1	86.7	89.5
– 한국	51.5	52.8	54.3	56.0	57.7	59.5	61.4	63.3
– 태국	33.7	34.5	35.6	37.1	38.6	440.2	42.0	43.6
– 대만	32.0	33.0	34.1	35.2	36.3	37.4	38.6	39.8
북미	858.9	874.1	895.5	918.6	943.1	969.2	996.3	1,024.3
– 미국	774.4	787.9	807.6	828.7	851.2	875.1	900.0	925.8
– 캐나다	84.5	86.2	88.0	89.9	91.9	94.1	96.3	98.5
중남미	459.7	478.3	497.9	518.2	539.2	561.1	583.9	607.4
– 브라질	194.0	202.6	212.1	221.7	231.6	241.8	252.3	262.8
– 멕시코	133.9	139.0	144.3	149.9	155.7	161.9	168.4	175.5
중동·아프리카	123.9	129.3	135.4	141.6	147.9	154.4	161.1	167.9
– 남아프리카	33.8	34.8	36.4	37.8	39.3	40.8	42.3	43.8
– 사우디아라비아	23.7	29.7	31.3	32.9	34.6	36.3	38.0	39.9
– 이집트	21.9	22.5	23.2	23.9	24.6	25.4	26.2	27.0

자료: 2012.05. Datamonitor(www.datamonitor.com, 영국 리서치& 컨설팅 기관) 2012.05 자료(aT 정리).

분석기관 자체적인 측정·추여방법에 의한 결과로, 한국의 경우 통계청 제조업통계조사 등과 수치가 다름.

1.2. 품목별 가공식품시장규모

품목별 가공식품 세계시장 규모는 육류, 어류, 가공류 제품이 5,326억 달러로 전체에서 19.5%(1위)를 차지하며 2009년 이후 3.7%의 성장률을 보이고 있다. 그 다음으로 냉장식품(샌드위치, 즉석조리식품 등)이 4,741억 달러로 17.4%, 유제품이 3,543억 달러로 13.0%를 각각 차지하고 있다.

즉석섭취식품(ready meals)은 664억 달러로 2.4%에 불과하지만 2009년 이후 6.1%로 가공식품 중 가장 빠른 성장률을 나타내고 있어 간편식품의 빠른 소비 증가가 전망된다.

표 4 품목별 가공식품 세계시장 규모

단위 : 백만 달러, %

품 목	2009	2010	2011		
			판매액	비중	성장률
Meat, fish & poultry	495,418	513,547	532,590	19.5	3.7
Chilled food	440,058	456,678	474,115	17.4	3.8
Dairy food	330,664	342,076	354,345	13.0	3.6
Bakery & Cereals	322,054	335,339	349,683	12.8	4.3
Frozen food	185,396	191,519	197,535	7.2	3.1
Confectionery	145,123	149,437	154,153	5.6	3.2
Sauces, dressings & condiments	98,068	101,581	105,211	3.9	3.6
Dried food	90,989	93,956	96,932	3.5	3.2
Canned food	73,132	77,247	81,277	3.0	5.2
Savory snacks	78,653	80,770	82,986	3.0	2.7
Oils & fats	73,874	76,370	78,822	2.9	3.2
Ready meals	59,407	62,672	66,488	2.4	6.1
Ice cream	53,437	55,581	57,843	2.1	4.1
Pasta & noodles	45,613	47,575	49,642	1.8	4.3
Spreads	19,227	19,855	20,531	0.8	3.4
Soup	16,146	16,850	17,582	0.7	4.3
Baby food	10,239	10,667	11,152	0.7	4.5
계	2,537,499	2,631,719	2,730,887	100.0	3.8

주: Meat, fish & poultry에는 냉장, 냉동제품 포함.
자료: DATAMONITOR Interactive Consumer Database, 2012.4.

1.3. 세계 가공식품 교역 연왕

2010년 식품 교역현황을 보면 총 2조 1,783억 달러로 세계 상품교역액의 7.2%를 차지하고 있다. 대륙별 식품교역액 비중은 서유럽이 40.1%로 가장 높고, 아시아-태평양 19.7%, 북미 12.4%, 중남미 10.1% 순으로 높게 나타났다. 대륙별 총 상품교역액 중 식품교역액 비중은 중남미와 오세아니아가 각각 12.7%와 12.2%로 다른 지역에 비해 식품교역이 차지하는 비중이 높았다.

표 5 대륙별 총 교역액 및 비중 (2010년)

단위: 백만 달러

구 분	총 교역액		식품교역액(B) (2010)	B/A	대륙별 식품교역액 비중
	2009	2010(A)			
서유럽	8,793,878	9,859,107	874,403	8.9%	40.1%
동유럽	1,760,353	2,128,009	173,621	8.2%	8.0%
북미	3,253,305	3,971,076	271,051	6.8%	12.4%
중남미	1,353,273	1,730,918	219,979	12.7%	10.1%
아시아-태평양	7,307,676	9,570,931	428,787	4.5%	19.7%
오세아니아	363,938	469,527	57,152	12.2%	2.6%
중동 및 아프리카	1,987,458	2,413,214	153,324	6.4%	7.0%
전체	24,819,881	30,142,782	2,178,317	7.2%	100.0%

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

2010년 국가별 식품교역현황을 보면 미국은 988억 달러의 식품을 수출하고, 1,051억 달러를 수입하는 세계 최대 식품 수출 및 수입국으로 나타났다. 2위 독일은 미국과 마찬가지로 식품 수입이 수출보다 많은 국가이다. 3위는 프랑스로 와인 등 수출액이 많아 수출이 수입보다 17.6% 많은 639억 달러를 기록하였다.

교역액 4위인 네덜란드는 전형적인 중계무역국가로 식품수출이 수입보다 많다. 5위 6위인 영국과 이탈리아 역시 수입이 수출보다 많은 국가이며, 7위 중국은 식품수출이 454억 달러로 수입 348억 달러보다 많은 식품 수출국이다. 브라질, 스페인, 아르헨티나, 호주, 덴마크 등은 식품수출이 수입보다 많은 국가이며, 일본과 한국은 식품산업이 발달했지만 소득 증대에 따른 고급식품과 편이 식품의 수요 증대로 식품 수출보다 수입이 많은 국가이다.

표 6 국가별 식품 교역액 순위 (2010년)

단위: 백만 달러

순위	국가	식품 수입액	식품 수출액	식품 교역액
1	미국	105,135	98,767	203,902
2	독일	79,881	71,861	151,742
3	프랑스	54,341	63,912	118,253
4	네덜란드	40,978	63,320	104,298
5	영국	615,449	27,708	89,257
6	이탈리아	49,150	36,552	85,702
7	중국	34,821	45,364	80,185
8	벨기에	35,657	40,223	75,880
9	캐나다	31,116	36,033	67,149
10	브라질	9,489	54,391	63,880
11	스페인	27,713	35,087	62,800
12	일본	53,429	3,955	57,384
13	러시아	41,771	13,456	55,227
14	멕시코	119,540	19,390	38,930
15	인도네시아	10,659	27,933	38,592
16	태국	9,016	28,987	38,003
17	호주	10,747	26,530	37,277
18	말레이시아	13,254	23,108	36,362
19	아르헨티나	1,619	31,750	33,369
20	덴마크	11,274	18,323	29,597
~	~	~	~	~
24	한국	20,097	5,347	25,444

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

2. 세계 식품제조업체 동향

식품사업부문의 순익을 기준으로 작성한 세계 주요 식품기업 순위를 보면 곡물가공을 주로 하는 미국의 카길(Cargill)이 선두기업이고, 2위는 스위스의 유가공 전문기업인 네슬레(Nestle)인 것으로 나타났다. 국내 식품기업 중 농심이 유일하게 상위 100대 기업에 포함되었다. 상위에는 미국과 영국의 식품기업이 다수를 차지하고 있다.

2011년 Forbes에서 발표한 세계 2000대 기업 순위(The Global 2000)를 보면, 식품제조업 분야 상위 50대 기업에서 미국에 있는 식품기업이 18개(36%)로 가장 많고, 그 다음으로 영국 8개(16%), 일본 4개, 프랑스 3, 네덜란드 2, 호주 2, 브라질 2 순으로 많은 것

표 7 세계 주요 식품기업 순위(식품사업부문 순익기준)

단위: 백만 달러, %

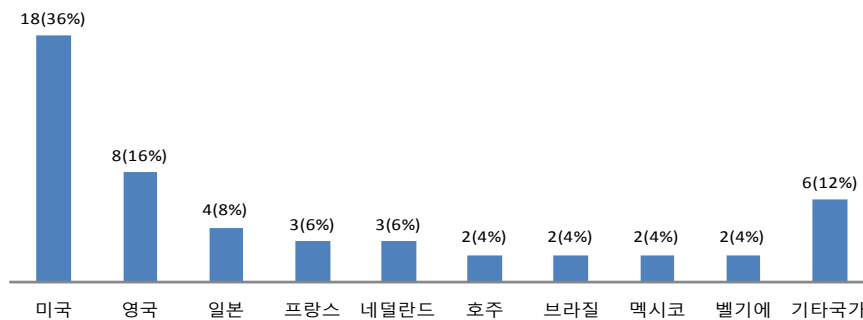
순위	업체명	국적	식품사업부문 순익
1	Cargill, Incorporated	United States	107,882
2	Nestlé	Switzerland	105,311
3	Japan Tobacco, Inc.	Japan	66,255
4	Unilever	United Kingdom	58,722
5	PepsiCo, Inc.	United States	57,838
6	Kraft Foods, Inc.	United States	49,207
7	Bunge Limited	United States	41,926
8	SUPERVALU INC.	United States	40,597
9	Finatis SA	France	38,329
10	SYSCO Corporation	United States	37,244
11	Hindustan Unilever Limited	India	36,993
12	Marubeni Corporation	Japan	35,358
13	J Sainsbury plc	United Kingdom	31,869
14	Wilmar International Limited	Singapore	30,378
15	Tyson Foods, Inc.	United States	28,430
16	George Weston Limited	Canada	28,011
17	Wm Morrison Supermarkets Plc	United Kingdom	26,312
18	Publix Super Markets, Inc.	United States	24,515
19	McDonald 's Corporation	United States	24,075
20	JFE Shoji Holdings, Inc.	Japan	23,535
87	Nongshim Co., Ltd.	South Korea	1,649

주: 순위는 식품사업부문 순익 기준임.

자료: DATAMONITOR Interactive Consumer Database, 2011.12.

그림 1 세계 상위 50개 식품제조업체의 국가별 분포 (2010년)

단위: 개

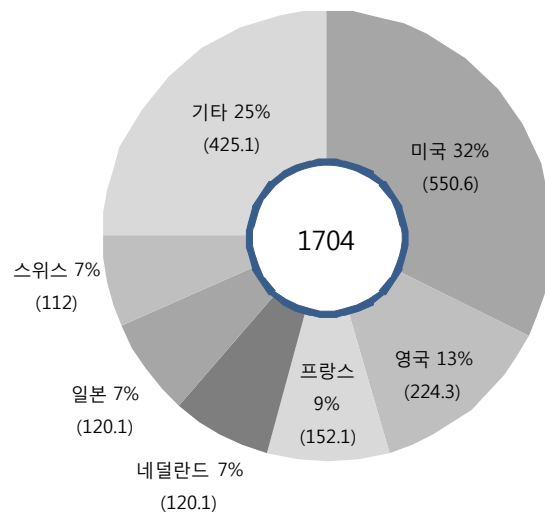


자료: Forbes 2011 The World' s Leading Companies 중 Beverage, Food Processing, Food Retail, Restaurant, Tobacco부문.

으로 나타났다.

식품제조업 분야 상위 50대 기업의 국가별 매출액¹⁾ 분포를 보면 미국 식품회사가 상위 50대 기업 전체 매출 총액의 32%를 차지하고 있으며, 영국 13%, 프랑스 9%, 스위스, 네덜란드, 일본이 각각 7%로 높게 나타났다.

그림 2 세계 상위 50개 식품제조업체의 국가별 매출액 분포 (2010년)



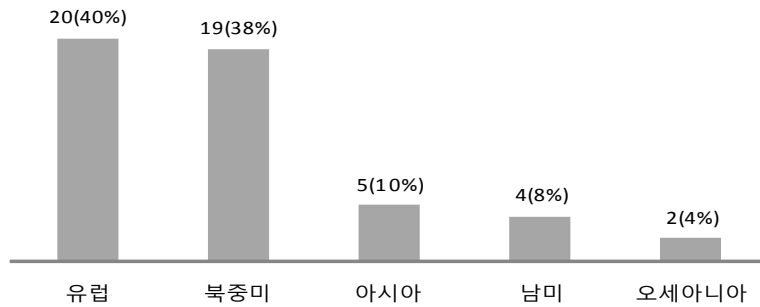
자료: Forbes 2011 The World's Leading Companies 중 Beverage, Food Processing, Food Retail, Restaurant, Tobacco부문.

스위스는 네슬레 1개의 기업밖에 없음에도 불구하고 네슬레가 상위 50대 기업 매출 총액의 7%를 차지할 정도로 단일 기업으로는 세계에서 가장 큰 규모를 보이고 있다. 상위 50개 식품기업의 대륙별 분포를 보면 유럽이 20개로 40%를 차지해 가장 많고, 미국과 멕시코를 포함한 북중미 지역에 19개 (38%)의 기업이 있으며, 그 다음 일본, 인도, 말레이시아 등을 포함한 아시아에 5개(10%) 기업이 분포되어 있는 것으로 나타났다.

1) Forbes誌의 Global 2011에 나온 매출액 자료는 그 기업의 식품관련 매출액뿐만 아니라 다른 사업의 매출액까지 합산된 금액 이어서 순수하게 식품매출액 자료로 보기에는 다소 한계가 있음.

그림 3 상위 50개 식품제조업체의 대륙별 분포 (2010년)

단위: 개



자료: Forbes 2011 The World's Leading Companies 중 Beverage, Food Processing, Food Retail, Restaurant, Tobacco부문.

3. 가공식품 유통채널별 판매 동향

세계적으로 가공식품은 슈퍼마켓/하이퍼마켓(56.2%), 독립·전문 소매점(31.1%), 편의점(9.1%)순으로 소매 중심의 유통망을 통하여 유통되는 것으로 나타났다. 최근 편의점이나 휴게소 등을 통한 식품 판매가 다른 소매점보다 빠른 속도로 증가하고 있다.

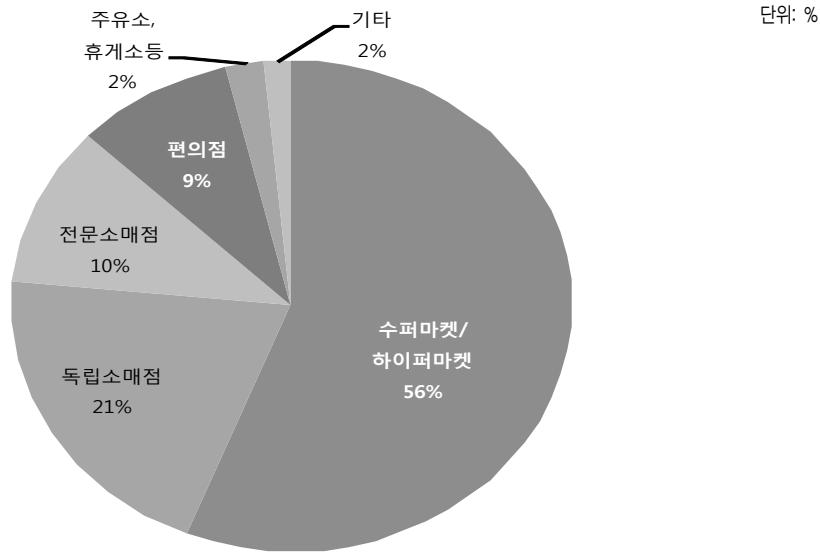
표 8 세계 가공식품 판매처별 비중

단위: 백만 달러, %

구분	2006	2007	2008	2009	2010	CAGR ('06~'10)
슈퍼마켓/하이퍼마켓	1,260,519 (55.4)	1,312,315 (55.6)	1,367,334 (55.8)	1,422,530 (56.1)	1,472,480 (56.2)	4.0%
독립소매점	472,197 (20.8)	488,850 (20.7)	504,894 (20.6)	521,024 (20.5)	538,773 (20.6)	3.4%
전문소매점	254,135 (11.2)	259,675 (11.0)	265,036 (10.8)	269,065 (10.6)	274,781 (10.5)	2.0%
편의점	203,183 (8.9)	211,830 (9.0)	220,772 (9.0)	229,196 (9.0)	238,224 (9.1)	4.1%
주유소, 휴게소등	48,243 (2.1)	50,561 (2.1)	52,928 (2.2)	55,389 (2.2)	57,954 (2.2)	4.7%
기타판매점	9,890 (0.4)	10,294 (0.4)	11,091 (0.5)	11,763 (0.5)	12,184 (0.5)	5.4%
백화점	11,956 (0.5)	12,010 (0.5)	12,042 (0.5)	12,050 (0.5)	12,020 (0.5)	0.1%
약국 등	8,581 (0.4)	8,899 (0.4)	9,254 (0.4)	9,558 (0.4)	7,868 (0.3)	-2.2%
창고형 할인매장	3,919 (0.2)	4,027 (0.2)	4,136 (0.2)	4,264 (0.2)	4,404 (0.2)	3.0%
자판기	1,820 (0.1)	1,896 (0.1)	1,972 (0.1)	2,030 (0.1)	2,103 (0.1)	3.7%
계	2,274,443 (100)	2,360,357 (100)	2,449,459 (100)	2,536,869 (100)	2,620,791 (100)	

자료: DATAMONITOR Interactive Consumer Database, 2011.8.

그림 4 세계 가공식품 판매처별 비중 (2010년)



자료: DATAMONITOR Interactive Consumer Database, 2011.8.

4. 유기농식품 시장

2008년 글로벌 경제위기로 산업투자 및 소비가 크게 위축되어 유기농식품시장도 위축되었으나 회복되고 있다. 2009년 유기농식품 시장규모는 549억 달러(70조원²⁾)로 2000년 179억 달러에서 3배 이상 성장한 규모이다. 유기제품에 대한 수요는 유럽과 북아메리카 지역에 집중되어, 두 지역에서 전 세계 판매량의 96%를 구입하고 있다. 아직 다른 지역에서는 소비자 인지도가 낮을 뿐만 아니라 구매여력이 충분하지 못하기 때문이다. 유기제품은 수요량에 비하여 공급량이 크게 부족한 상황이다. 초과 수요로 인하여 가격이 높게 형성되는 경향이 있다.

유기농식품 시장분포를 보면, 유럽과 북아메리카지역이 대부분을 차지하고 있음. 유럽과 미국은 전 세계 유기농식품 시장의 각각 260억 달러와 263억 달러로 48%씩을 차지하고 있다. 아시아는 중국, 인도, 태국, 필리핀, 베트남이라는 대규모 농업생산국들이 있는 지역이다. 하지만 이들 국가들에서 소비되는 유기농식품의 양은 미미한 수준이며, 일본과 한국, 대만, 싱가포르 등이 아시아의 주요 유기농식품 소비국이라 할 수

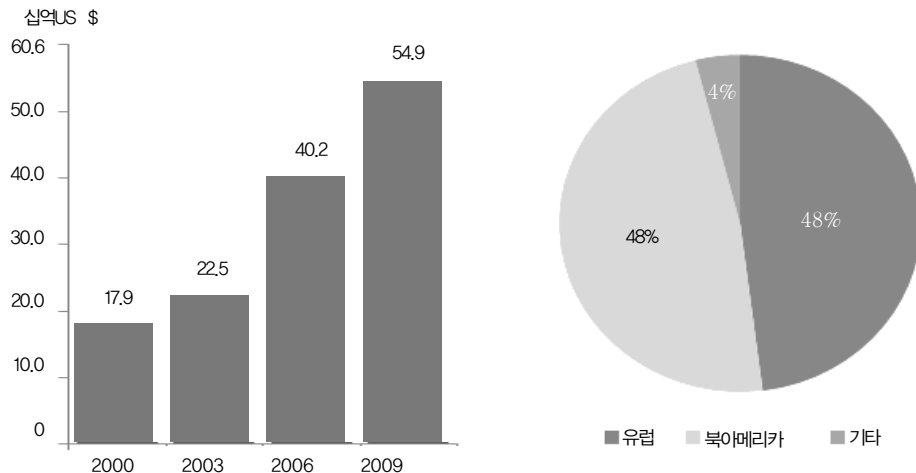
2) 2009년 매매기준율 1,275.82원/(US\$) 적용함.

있다. 상당수의 아시아 국가들이 인증표준을 마련하지 못하고 있다는 점이 시장 확대의 큰 장애요인이라 할 수 있다.

그림 5 유기농식품의 시장규모 및 지역분포

[유기농식품의 시장규모(2008-2009)]

[유기농식품의 지역분포(2009)]



자료: IFOAM, The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends, 2011.

5. 우리나라 식품제조업에 대한 시사점

현재 세계 식품시장은 소수의 다국적 기업이 지배하고 있는 구조이다. 네슬레, 유니레버 등 다국적기업의 아시아시장 진출이 증가하고 있는 반면 국내 대기업은 글로벌 기업 100위에도 들지 못할 정도로 매출면에서 열악하다. 따라서 전자, 반도체, 자동차, 철강 등 국제경쟁력을 지닌 주요 산업과 같이 국내 식품산업의 국제 경쟁력을 향상시키기 위해서는 식품기업의 경쟁력 제고를 위한 대책 마련이 시급하다.

우선 국내 기업의 글로벌화와 브랜드 경쟁력 제고를 위해서는 인프라 기반 조성이 요구된다. 식품시장 공략을 위한 기술개발 집중투자(발효기술, 기능성식품, 전통식품 등)와 대기업과 중소기업의 역할 정립(대기업 시장개척, 중소기업 동반 진출) 등 식품산업 주체간의 역할 분담과 협력을 유도할 필요가 있다.

안전과 웰빙을 강조하는 세계적인 식품 소비 트렌드에 대응해서 식품원료에 첨단 기술을 접목하여 부가가치를 높인 기능성 식품 개발에 주력하는 노력이 필요하다. 또

한 인구구조와 라이프 스타일 등의 변화에 지속적으로 주목하면서 신시장과 신수요 창출에 보다 많은 노력을 집중해야 할 것이다. 싱글족과 레저족, 그리고 뷰티족의 부상으로 식품산업의 융복합이 가속화되고 있으며, 시장 역시 세분화되고 있어 편리하면서도 건강에 좋은 식품, 안티-에이징 및 다이어트 전문 식품, 가공도가 높아 빠르게 섭취할 수 있는 식품 등의 개발에 대한 적극적인 투자가 요구된다.

참고문헌

- 김창길·정학균·문동현. 2012. 「친환경농식품의 생산·소비실태와 전망」. 한국농촌경제연구원.
- DATAMONITOR Interactive Consumer Database 2011.08.
- DATAMONITOR Interactive Consumer Database 2011.12.
- DATAMONITOR Interactive Consumer Database 2012.04.
- DATAMONITOR. 2012.05. (www.datamonitor.com).
- Euromonitor International Marketing Data and Statistics. 2012.
- Euromonitor European Marketing Data and Statistics. 2012.
- Forbes. 2011. The World's Leading Companies.
- IFOAM. 2010. *The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends*.
- IFOAM. 2011. *The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends*.
- 한국농수산식품유통공사. 2012.05. 식품산업 주요지표. (<http://fis.foodinkorea.co.kr>).
- 한국농수산식품유통공사 홈페이지(<http://www.at.or.kr>).