

세계 초콜릿산업 동향*

윤 선 희
(한국농촌경제연구원 연구원)

1. 머리말

신들의 음식(food of the gods)을 의미하는 그리스어에서 유래된 카카오나무(테오브로마, Theobroma)의 열매를 가공하여 만든 식품을 초콜릿이라고 정의한다.¹⁾

초콜릿은 달콤함을 상징하는 식품으로 세대를 가리지 않고 꾸준한 사랑을 받고 있으며 최근에는 카카오의 건강 기능성에 대한 관심도 높아지고 있다. 이러한 높은 관심을 보여주는 많은 연구가 있는데 그중에서도 초콜릿의 섭취가 인지기능을 향상시킨다는 가설에서 시작한 콜롬비아 대학 프란츠 메저리 박사의 ‘초콜릿 소비, 인지 기능, 노벨상 수상자’라는 연구는 매우 흥미롭다. 우리나라뿐만 아니라 세계인들의 디저트인 초콜릿에 대한 소비 증가와 함께 트렌드의 변화도 급격하게 일어나고 있다.

본고에서는 세계와 우리나라의 초콜릿산업을 소개하고, 최근 동향을 살펴보고자 한다.

* (sunny@krei.re.kr).

1) Latif, R. 2013.

2. 초콜릿 제조과정과 영양성분

2.1. 카카오 생산

카카오는 적도 15~20도인 열대지역에서 재배되는데 다른 작물보다 기상이나 병해충에 민감한 특성이 있어 관리에 특별히 주의하여야 한다. 카카오나무를 심은 후 5년째 되는 해부터 약 20년간 열매를 수확할 수 있다. 카카오 열매인 카카오포드(cacao pod) 한 개에는 20~50개의 카카오콩(cacao bean)이 들어 있는데 이를 수확한 카카오포드에서 꺼내어 발효와 건조 과정을 거치게 된다.

발효는 카카오 특유의 쓴맛을 줄이고 풍미와 색을 좋게 만드는 중요한 과정이다. 발효된 카카오콩은 건조과정을 통해 수분을 8% 이하로 낮추는데 잘 건조된 카카오콩은 4~5년까지 저장할 수 있다. 농장에서 건조된 카카오콩은 수집, 포장하여 수출, 판매하게 된다.



자료: World Cocoa Foundation.

2.2. 초콜릿 가공과정

카카오콩이 가공공장으로 들어와 초콜릿 제품이 되기까지 여러 단계의 과정을 거친다. 우선 불순물을 제거하기 위해 세척과 윈노잉(winning, 키질)을 마친 후, 로스팅(roasting, 볶기)하여 짙은 갈색의 카카오닙(cacao nib)을 얻는다. 카카오닙을 분쇄하면 카카오 원액(cacao liquor, 또는 mass)이 되는데 이것을 압착하여 카카오 버터(cacao butter)와 그 나머자인 카카오 파우더(cacao powder)를 얻는다. 카카오 원액과 카카오 버터에 설탕, 우유, 견과류, 바닐라 등의 부재료를 혼합해 정제(refining)와 콘칭(conching), 몰딩(moulding, 조형) 단계를 거쳐 초콜릿 제품이 완성된다. 이 중 콘칭은 일정한 온도와 시간 동안 재료들을 잘 섞어서 풍미와 식감 등 상품성을 올려주는 매우 중요한 단계이다.

그림 2 초콜릿 제조과정(카카오에서 초콜릿제품이 되기까지)



자료: (www.total-nevastane.com).

2.3. 초콜릿 영양성분

종자에 따라 다소 차이가 있지만 카카오콩은 반 이상이 지방, 즉 카카오버터로 이루어져 있다. 카카오콩을 뺀 반죽인 카카오매스에는 지방이 53~55%, 탄수화물이 13~15%, 단백질이 9~10%, 섬유소가 16~18%, 수분이 1~1.5% 정도 포함되어 있다. 초콜릿은 카카오매스에 설탕, 카카오버터, 우유 등을 첨가해 만들기 때문에 완성된 초콜릿의 영양가는 카카오콩이나 카카오매스와는 다소 차이가 나며, 종류에 따라서도 다르다.

표 1 초콜릿 제품 유형별 영양성분(100g당 함유량)

구분	열량 (Kcal)	단백질 (g)	탄수화물 (g)	지방 (g)
화이트초콜릿	529	8.0	58.3	30.9
밀크초콜릿 (카카오 20~30% 함유)	565	8.9	50.3	37.6
다크초콜릿 (카카오 70% 함유)	561	8.2	29.8	45.4

자료: Mara P. Squicciarini, Johan Swinnen, The Economics of Chocolate(2016).

카카오는 철분과 마그네슘, 칼륨, 포타슘, 인 등 무기질의 함량이 높은 식품이다. 마그네슘은 인체에서 부족해지면 매우 불안하고 초조하며 경련을 일으키기도 하는 영양소로, 마그네슘이 풍부한 초콜릿은 스트레스 해소에도 좋은 식품이다.

다크초콜릿은 철분이 풍부하여 빈혈 예방에 좋고 나트륨과 콜레스테롤은 전혀 들어 있지 않기 때문에 고혈압 환자도 걱정 없이 먹을 수 있다. 반면, 우유가 들어가는 밀크초콜릿은 칼슘이 풍부하고 카카오 고형분이 전혀 들어 있지 않은 화이트 초콜릿은 카카오버터와 설탕으로만 되어 있으므로 다크초콜릿이나 밀크초콜릿에 비해 영양가치가 떨어진다.

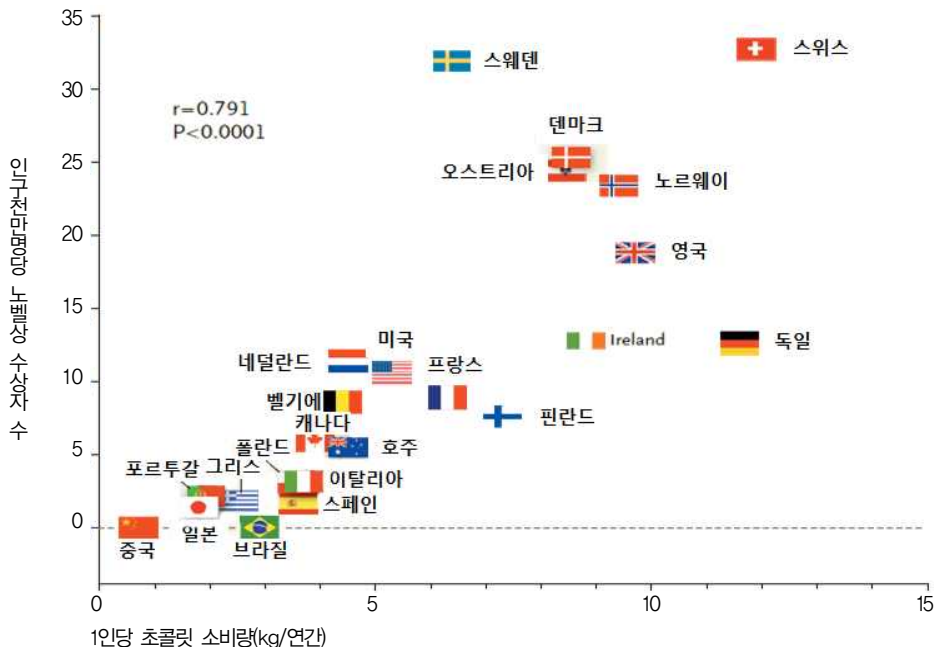
페닐에틸아민은 초콜릿 100g에 50~100mg 함유되어 있으며 기분을 좋게 만드는 물질로 알려져 있다. 초콜릿의 테오브로민이라는 성분은 체내에 흡수되면 대뇌 피질을 부드럽게 자극해 사고력을 높여준다. 집중해서 공부해야 할 때 초콜릿을 먹는 이유는 초콜릿에 함유된 카페인의 각성 역할만이 전부가 아니다.

콜롬비아 대학 프란츠 메저리 박사는 ‘초콜릿 소비, 인지기능, 노벨상 수상자’라는 연구를 통해 초콜릿의 섭취와 인지기능 향상의 상관관계를 분석하였다. 연구 결과는 연간 초콜릿 소비량과 노벨상 수상자 수에 상관관계가 있다는 것이었다. 메저리 박사는 초콜릿 섭취가 인지기능을 향상시킬 수 있다는 가설과 함께 교육수준이 높은 나라일수록 초콜릿의 건강기능성에 대한 정보를 알고 더 많은 양의 초콜릿을 섭취했을 것이라는 가설을 제시했다.

최근 초콜릿의 성분에 대한 연구에 따르면 항산화 성분인 플라바놀(flavanol)이 혈액 순환을 촉진해 시력을 향상시키고 심혈관계 질환을 예방하는 기능이 있다고 한다. 한편, 초콜릿은 우리 몸에 이로운 점도 있지만, 열량이 높고, 지방성분의 대부분이 트랜스지방이기 때문에 섭취에 주의해야 한다. 또 초콜릿의 단맛을 내는 단순 당은 체내

흡수가 빨라 혈당을 급격히 올리므로 당뇨나 고지혈증, 비만 등 성인병이 있는 경우에는 초콜릿을 멀리하는 것이 좋다.

그림 3 국가별 초콜릿 소비량과 노벨상 수상자 수 상관관계



자료: Franz H. Messerli, M.D. Chocolate Consumption, Cognitive Function, and Nobel Laureates(2012).

3. 세계 초콜릿 산업

3.1. 초콜릿의 역사²⁾

초콜릿은 멕시코 원주민이 마셨던 카카오콩 음료 초콜라틀(Chocolatl)에서 유래했다. 남아메리카 아마존강 유역과 베네수엘라의 오리노코강 인근 지역이 원산지인 카카오 나무는 신이 내린 선물로 불리며 음료나 약 또는 화폐 수단으로 활용되기도 하였다.

남미의 카카오나무는 1519년 아메리카를 네 번째로 항해하던 콜럼버스에 의해 유럽에 전파되었고, 이후 스페인 정복자인 코르테스가 카카오에 꿀과 향신료를 넣어 음료

2) 김선희, 2015. 고급 초콜릿 소비경험 동기에 따른 시장 세분화에 관한 연구. 세종대학교 대학원.

를 만들어 먹기 시작한 것으로 알려져 있다. 17세기 초반 프랑스에서 카카오열매를 가공하는 공정이 개발되고 17세기 중반에 초콜릿을 만들게 되었다. 이후 영국의 상류층들에게 인기를 끌면서 엘리트들의 인기 모임 장소로 ‘초콜릿 하우스’가 성행하게 되었고, 점차 카카오 가격이 하락하면서 대중들도 애용하는 식품이 되었다. 1758년 코텍스라는 의사는 카카오를 이용하여 체온을 낮추는 시럽을 만드는 한편 약의 쓴맛을 덜 느낄 수 있게 초콜릿을 함께 먹도록 하였다. 초콜릿은 19세기 초부터 의학적 용도로 복용하거나 우유와 함께 음용되기 시작하였고 벨기에인 쇼콜라티에에 의해 크림, 캐러멜, 가나슈 등을 채운 벨기에 쉘초콜릿(shell chocolate)이 널리 알려지게 되었다.

3.2. 초콜릿의 종류

코텍스(Codex, 국제식품규격위원회)의 기준(standard)에 의하면, 초콜릿은 카카오, 우유 등 재료의 구성에 따라 크게 7가지로 구분된다. 초콜릿(chocolate), 스위트초콜릿(sweet chocolate), 과자류에 속하는 커버처 초콜릿(couverture chocolate), 밀크초콜릿(milk chocolate), 패밀리밀크초콜릿(family milk chocolate), 밀크초콜릿커버처(milk chocolate couverture)와 기타로는 화이트초콜릿(white chocolate), 지안두야초콜릿(gianduja chocolate) 등이 있다.

초콜릿을 가격대별로 분류하면, 슈퍼프리미엄(super premium), 매스프리미엄(mass premium), 매스(mass)로 나눌 수 있다. 고급화 전략을 내세우는 프리미엄 제품들에 대한 선호는 높아지고 있으며 자체상표(PB)로 높은 마진을 남기는 대중적인 제품들의 매출도 증가하는 추세이다.

표 2 초콜릿 제품의 가격대별 분류

구분	시장 비중	내용		대표적 브랜드
Super premium	5%	고급, 수제초콜릿으로 프랑스 파리 초콜릿(salon du chocolat) 등을 통해 초콜릿 이상의 가치를 내세우며 예술적 기호식품으로서 최근 성장하고 있음.		고디바(Godiva), 피에르 마르코리니(Pierre Marcolini), 노이하우스(Neuhaus)
Mass premium	13%	프리미엄 초콜릿으로 가격 대비 상품의 이미지가 높으며 시장 확대되고 있음.		Lindt, Ferrero, Guylian
Mass	82%	B-Brand	중간단계의 대중적인 시장	Hershey, Mars, Kraft
		Own label/ Discount	저가의 소규모 독자적 브랜드로 최근 성장 중이며 기존 제조사보다 마진율이 높은 것이 특징임.	PB 제품

자료: 정유정, 「패키지 디자인의 텍스트의 의미작용에 대한 기호학적 연구-초콜릿 브랜드를 중심으로」 2009.

초콜릿을 제품 형태별로 분류하면, 우리가 흔히 먹는 바(bar)와 블록(block) 형태가 가장 대표적이다. 이 외에 한입에 먹을 수 있는 크기의 초콜릿이 여러 개 상자에 들어있으며 선물용으로 이용되는 형태와 상자나 주머니(bag)에 들어 있으며 간편한 간식 형태로 먹을 수 있는 셀프라인(selfline) 형태, 다양한 틀에 형태를 만들고 그 안에 가나슈, 견과류 등을 채운 몰드초콜릿 등이 있다.

표 3 초콜릿 제품의 형태별 분류

구분	특징	예시	구분	특징	예시
바 (Bar)	겉면에 초콜릿이 덮인 바(Bar) 형태로, 휴대가 간편함.		셀프라인 (Selfline)	상자나 주머니(bag)에 들어있는 캐주얼 간식 형태	
카운트라인 (Count line)	일정 틀에 초콜릿을 부어 블록(block) 또는 태블릿(tablet) 모양으로 만든 형태.		몰드초콜릿 (Mould)	다양한 형태의 틀에 초콜릿을 붓고 속을 비운 후 가나슈, 견과류 등을 채움	
상자 (Box)	먹기 좋은 크기의 초콜릿이 여러 개 상자에 들어있으며 대부분 선물용				

자료: 정유정, 「패키지 디자인의 텍스트의 의미작용에 대한 기호학적 연구-초콜릿 브랜드를 중심으로」 2009.

3.3. 세계 초콜릿 생산

세계 초콜릿 생산량의 28%를 미국이, 독일과 스위스, 벨기에 등 서유럽이 35%를 차지하고 있다.

독일은 연간 100억 달러 규모의 초콜릿을 생산하며 유명한 브랜드는 슈톨베르크(Stollwerck), 라메종뒤쇼콜라(La maison du chocolat) 등이 있다. 스위스는 17세기에 초콜릿을 처음 만들었으며 19세기 2차 세계대전 이전까지는 수출 지향적인 산업이었다. 그러나 최근에는 자국에서 생산된 초콜릿의 절반 이상을 직접 소비하고 있다.

벨기에에는 15개의 초콜릿 제조업체와 2,000여 개의 상점이 있으며 세계적인 브랜드인 고디바(Godiva)가 있다. 1884년부터 관련 법령에 의해 초콜릿의 재료와 비율 등을 관리하고 있으며 현대적인 장비의 사용을 최소화하는 수제품을 생산하여 자국 초콜릿에 대한 자부심이 강한 특징이 있다.

세계 초콜릿 제조업체 가운데 규모가 큰 기업(2015년 기준)은 다음 <표 4>와 같다. 미국은 1위, 2위, 6위와 17위까지 4개 기업이 속해있어 독보적인 초콜릿 제조업체를 보유하고 있다. 그 다음으로는 이탈리아(3위), 스위스(4위, 7위), 일본(5위, 9위), 아르헨티나(8위), 독일(10위), 러시아(11위), 한국(12위, 14위, 15위), 터키(13위), 프랑스(16위)를 차지하고 있다.

우리나라는 세계 17대 초콜릿 제조업체 중 3개를 보유하고 있는데 오리온과 롯데, 크라운제과는 국내뿐만 아니라 국제적으로도 상당한 규모로 인정받고 있는 것이다.

초콜릿 시장은 규모와 전략에 따라 두 가지 부류로 나누어 볼 수 있다. 대기업은 유통과 생산과정의 효율화로 비용을 절감함으로써 이윤을 남기는 데 반해, 중소기업은 제품을 고급화, 차별화하는 전략을 구사하고 있다.

표 4 세계 초콜릿 제조업체 순위(2015년 기준)

순위	업체명	국가	순위	업체명	국가
1	Mars Inc	미국	10	August Storck Kg	독일
2	Mondelez International	미국	11	United Confectionery Manufacturers	러시아
3	Ferrero Group	이탈리아	12	Orion Corp	한국
4	Nestle SA	스위스	13	Yildiz Holding	터키
5	Meiji Co Ltd	일본	14	Lotte Confectionery Co, Ltd	한국
6	Hershey Foods Corp	미국	15	Crown Confectionery Co, Ltd	한국
7	Chocoladefabriken Lindt Sprungli AG	스위스	16	Cemai	프랑스
8	Arcor	아르헨티나	17	Ferrara Candy Co	미국
9	Ezaki Glico Co Ltd	일본			

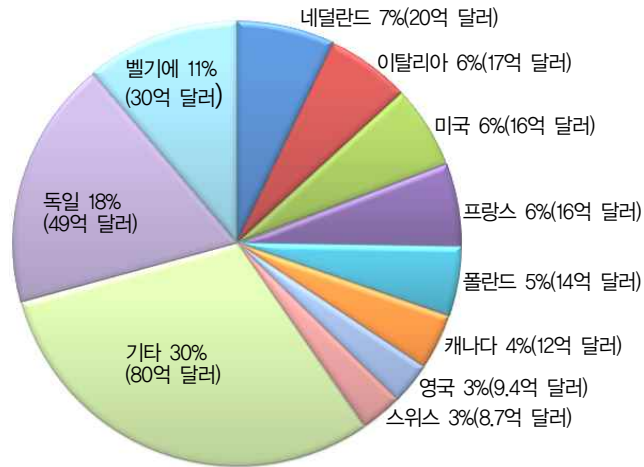
주: HS CODE 1806(초콜릿과 카카오가 함유된 제품).

자료: worldstopexports(www.worldstopexports.com).

3.4. 세계 초콜릿 무역

세계 초콜릿 무역액은 270억 달러 수준(2014년 기준)이다. 수출액이 가장 많은 국가는 독일로 세계 무역액의 18%(49억 달러)를 차지하고 다음으로는 벨기에 11%(30억 달러), 네덜란드 7%(20억 달러), 이탈리아 6%(17억 달러), 미국은 6%(16억 달러)를 차지하고 있다.

그림 4 세계 10대 초콜릿 수출국(2014년 수출액 기준)



주: HS CODE 1806(초콜릿과 카카오가 함유된 제품).
 자료: worldstopexports(www.worldstopexports.com).

수입액보다 상대적으로 수출액이 많은 순수출국 중에서 수출액이 가장 많은 독일은 2014년 기준 순수출액이 24억 달러이고 2010년 대비 34% 성장하였다. 다음 순위를 차지하고 있는 벨기에와 이탈리아, 폴란드, 네덜란드, 스위스 등도 성장세를 보이고 있다.

표 5 세계 10대 초콜릿 순수출입국(2014년 기준)

단위: 백만 달러, %

순수출			순수입		
국가	순수출액	2010년 대비	국가	순수입액	2010년 대비
독일	2,400	34.3	영국	1,300	32.3
벨기에	2,200	23.6	미국	630	-6.2
이탈리아	1,100	40.6	일본	583	27.3
폴란드	815	64.5	프랑스	448	36.6
네덜란드	749	71.3	호주	293	117.7
스위스	602	9.0	한국	268	80.5
터키	479	73.9	사우디아라비아	262	-7.7
캐나다	262	97.3	홍콩	247	105.8
싱가폴	215	23.7	아랍에미리트	205	-458.4
우크라이나	141	-69.2	포르투갈	191	0.7

주: HS CODE 1806(초콜릿과 카카오가 함유된 제품).
 자료: worldstopexports(www.worldstopexports.com).

수출액보다 상대적으로 수입액이 많은 순수입국 중에서는 영국의 순수입액이 2014년 기준, 13억 달러로 가장 많았고 2010년보다 32% 증가하였다. 미국은 영국 다음으로 순수입액이 많은 나라인데 6억 3,000달러의 초콜릿을 수입하였고 2010년과 비교해서는 6% 감소하였다. 한국은 2억 7,000달러의 초콜릿을 수입하였고 2010년보다는 수입액이 81% 증가한 것으로 나타났다.

3.5. 세계 초콜릿 소비와 가격

2015년 기준, 세계 초콜릿 소비액은 100억 달러 내외로 추정된다. 이 가운데 미국이 18%(18억 3,000달러), 영국이 9%(9억 4,000달러), 아시아는 14%(14억 3,000달러)로 증가 추세를 보이고 있다.

전문가들은 향후 초콜릿 가격이 상승 추세를 보일 것으로 전망하고 있다. 소비량 증가에 비해 초콜릿의 기본 원료인 카카오의 생산량이 감소하고 있기 때문이다. 2015년 초콜릿 가격(북아메리카 기준)은 14달러/kg로 2010년(11달러)보다 27% 상승하였다.

그림 5 국가별 초콜릿 소비액 비중(2015년 추정)



자료: 유로모니터(www.euromonitor.com).

중국과 인도 등 신흥국들이 이끄는 초콜릿 소비량 증가와 더불어 카카오 함량이 높은 다크초콜릿 등을 선호하는 소비패턴의 변화도 한몫을 하고 있다. <그림 7>에서 보는 바와 같이, 주요 국가의 소비패턴은 밀크초콜릿과 화이트초콜릿이 감소하고 상대적으로 다크초콜릿의 소비비중이 증가하고 있다.

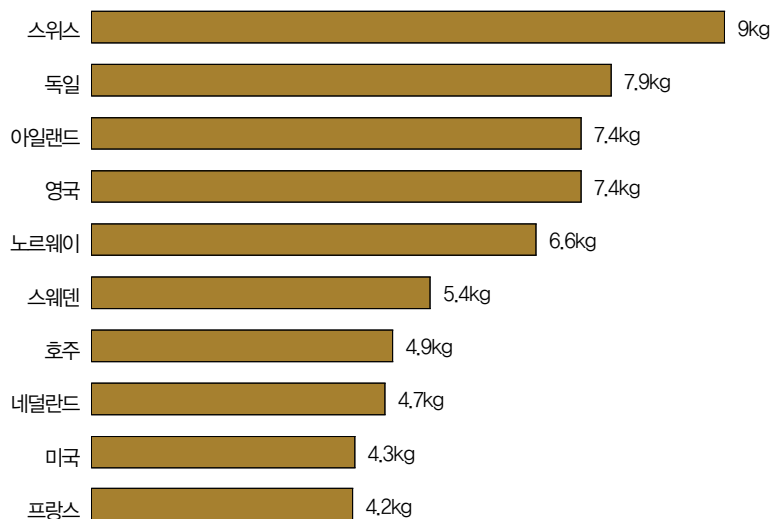
다크초콜릿 제품은 카카오 함량이 10% 내외인 밀크초콜릿에 비해 5~7배 많은 양의 카카오가 필요하다. 이에 따라 초콜릿 제조업체는 제품의 크기와 무게를 줄이거나 판매 가격을 높이는 전략을 취하고 있다.

국제 카카오 가격은 2012~2013년 생산량 증가에 따라 하락하였으나 이후 점차 상승하여 최근에는 2012년 대비 40%이상 높은 수준에서 거래되고 있다. 카카오 가격의 상승 이유는 생산 측면에서도 찾아볼 수 있는데 세계 카카오 생산량의 70%를 차지하는 서아프리카의 기상변화(가뭄)와 병해충 확산, 노동력 부족 등의 문제가 대두하고 있다. 2020년에는 100만 톤 내외의 카카오가 부족할 것으로 전망되고 있다.

초콜릿 1인당 소비량이 가장 많은 국가인 스위스는 연간 9kg의 초콜릿을 소비하며 이는 스니커즈바 173개(개당 52.7g)와 같은 양이다. 그 다음으로는 독일과 아일랜드, 영국, 노르웨이의 1인당 초콜릿 소비량이 7~8kg 수준이고 스웨덴, 호주, 네덜란드, 미국, 프랑스는 4~5kg 수준이다. 초콜릿 소비량이 증가하고 있는 중국과 인도의 1인당 소비량은 각각 200g, 100g으로 추정된다.

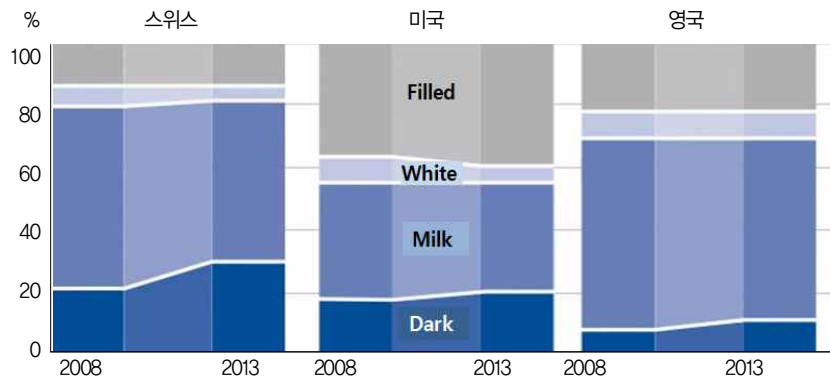
최근 초콜릿의 소비패턴은 맛뿐만 아니라 건강까지 생각하는 소비자들의 요구에 맞게 변화하고 있다. 앞서 살펴본 바와 같이 카카오 함량이 높은 다크초콜릿과 함께 당분과 지방 등 건강에 이롭지 않은 성분의 비중을 줄인 제품에 대한 선호가 높아지고 있다.

그림 6 국가별 1인당 초콜릿 소비량(연간, 2014년 추정)



자료: forbes(www.forbes.com).

그림 7 주요 국가의 초콜릿 소비패턴 변화



자료: consultancy.uk(www.consultancy.uk).

그림 8 국제 카카오가격(2005년 1월~2016년 2월)



자료: 국제코코아연합(CCO).

초콜릿의 소비자 가격에서 생산단계별 이윤 비중은 카카오와 초콜릿 제조업체가 70%를 차지한다. 소매업체가 17%, 중간 유통업체가 7%이고 카카오 생산자의 이윤 비중은 6%에 불과하다. 1980년에 카카오 생산자의 이윤 비중이 16%였던 것과 비교하면 매우 낮아진 것을 알 수 있다.

그림 9 초콜릿 생산단계별 이윤 비중



자료: www.eyapolitics.pbworks.com, 2015.

4. 우리나라의 초콜릿 산업

4.1. 우리나라 초콜릿의 역사

우리나라에 초콜릿이 처음 들어온 것은 대한제국 말기 황실에서 일하던 프랑스인 조리사 손탁이라는 사람에 의해서다. 손탁은 고종황제에게 커피를 소개한 인물이기도 하다. 일제강점기에는 일본산 초콜릿이 상류층의 간식으로 소비되었고 일반 대중에게 소개된 것은 1945년 해방과 함께 미군의 보급품에 의해서이다. 국내에서 초콜릿 생산은 1967년 해태제과에서 시작되었고, 1980년대 벨런타인테이가 국내에 소개되면서 시장이 확대되었다.

우리나라에서 초콜릿은 ‘카카오 가공품류와 초콜릿’으로 정의된다. 카카오 가공품류란 카카오 열매에서 얻은 카카오매스와 분말, 버터 등을 말하며 초콜릿이란 카카오 가공품류에 식품이나 식품첨가물을 더하여 가공한 제품을 말한다.

4.2. 국내 초콜릿 시장

국내 초콜릿 시장 규모는 매년 10% 이상의 성장세를 보이고 있다. 2014년, 우리나라의 카카오가공품과 초콜릿 생산액은 2009년 대비 53% 성장한 1조 2,000억 원이고, 생산량은 38% 증가한 15만 3,000톤이다. 동기간 수출량은 1% 증가에 불과하지만, 수출액은 2배 이상 성장한 것으로 나타났다.

카카오가공품과 초콜릿 생산업체 중 대기업 계열의 양산제과업체 3곳인 롯데제과, 오리온, 해태제과는 앞서 살펴본 바와 같이 세계적인 규모를 자랑하고 있다. 2014년 기준 이 세 업체의 국내 판매액은 롯데제과 3,953억 원, 오리온 3,139억 원, 해태제과

표 6 우리나라 카카오가공품과 초콜릿의 생산 및 수출 추이

구분	생산량 (톤)	생산액 (억 원)	국내판매량 (톤)	국내판매액 (억 원)	수출량 (톤)	수출액 (천 달러)
2009년	111,310	7,901	81,212	7,304	8,744	32,760
2014년	153,057	12,067	112,988	10,931	8,848	71,369
증감률(%)	37.5	52.7	39.1	49.7	1.2	117.9

자료: 식품의약품안전처, 「2014년도 식품 및 식품첨가물 생산실적 통계집」 (2015).

표 7 우리나라 카카오가공품과 초콜릿 제품별 생산 및 수출(2014년 기준)

구분	생산량 (톤)	생산액 (억 원)	국내판매량 (톤)	국내판매액 (억 원)	수출량 (톤)	수출액 (천 달러)
초콜릿가공품	89,945	8,106	70,505	7,271	8,017	63,207
초콜릿	23,087	2,607	19,320	2,163	536	4,368
준초콜릿	16,533	541	13,390	671	17	106
밀크초콜릿	2,963	377	2,494	390	71	1,634
기타 카카오가공품	19,515	369	6,667	361	170	1,631
화이트초콜릿	826	52	503	59	-	-
스위트초콜릿	110	12	58	12	36	423
카카오분말	72	3	50	3	-	-
카카오버터	1	-	1	-	-	-
카카오매스	4	-	1	-	-	-

자료: 식품의약품안전처, 「2014년도 식품 및 식품첨가물 생산실적 통계집」 (2015).

표 8 우리나라 카카오가공품과 초콜릿의 생산업체 순위(2014년 기준)

순위	국내 판매액 기준		수출액 기준	
	업체명	국내 판매액(억 원)	업체명	수출액(천 달러)
1	롯데제과(주)	3,953	롯데제과(주)	36,250
2	(주)오리온	3,139	(주)오리온	22,631
3	해태제과(주)	1,884	해태제과(주)	3,918
4	(주)삼광식품	356	(주)아우레이트	1,955
5	(주)파리크라상	180	삼진식품	1,467

자료: 식품의약품안전처, 「2014년도 식품 및 식품첨가물 생산실적 통계집」 (2015).

1,884억 원으로 절대적인 비중을 차지하고 있다. 수출액 기준으로는 2014년에 롯데제과와 오리온이 각각 3,625만 달러, 2,263만 달러를 기록하고 있다.

초콜릿 제품별 국내 판매액은 초콜릿 가공품이 7,300억 원으로 가장 많고 초콜릿 2,200억 원, 준초콜릿이 670억 원으로 나타났다. 이어서 밀크초콜릿, 기타 카카오가공품, 화이트초콜릿, 스위트초콜릿, 카카오분말 순이었다.

4.3. 우리나라 초콜릿 수입

수입 초콜릿의 인기에 힘입어 수입량과 수입액은 연평균 각각 4.6%, 9.5% 증가하는 추세이다. 초콜릿 수입량은 2000년에 1만 6,000톤에서 2015년은 약 3만 1,000톤으로 15년 동안 약 2배 증가하였고 수입액은 동기간 약 5,000만 달러에서 2억 1,000만 달러로 3배 이상 증가하였다. 수입량과 수입액이 크게 증가한 것과 함께 주목할 만한 점은 단위당 가격이 크게 상승했다는 것이다. 2000년에 kg당 3.3달러였던 수입 초콜릿은 2015년에 6.8달러로 2배 상승하였고 연평균 상승률은 4.9% 수준이다.

2015년 수입된 초콜릿 중 미국산은 6,200톤으로 가장 많았고 이어 중국산이 4,900톤, 싱가포르산 3,100톤, 벨기에산 2,800톤, 독일과 이탈리아산이 각각 2,700톤, 프랑스산 1,800톤 순이었다. 국가별로 2010년과 비교하면 미국산은 12% 감소한 반면, 중국과 유럽으로부터의 수입량이 늘어나는 추세이다. 이 기간에 중국과 독일산 수입량은 각각 6배와 5배 증가하였다.

표 9 우리나라 초콜릿의 수입 추이

단위: 톤, 천 달러, 달러/kg, %

구분	2000년 (A)	2005년	2010년	2015년 (B)	증감률 (B/A)	연평균 증감(상승)률 2000~2015년
수입량	15,520	20,669	21,112	31,066	100.2	4.6
수입액	50,752	87,426	122,013	211,102	315.9	9.5
단가	3.3	4.2	5.8	6.8	107.8	4.9

자료: 한국농수산식품유통공사(2016).

4.4. 우리나라 초콜릿 소비

1980년대 이후 일본식 밸런타인데이가 정착되기 시작하면서 2월과 입시철인 11월, 크리스마스가 있는 12월의 소비량 비중이 높은 특징을 나타내고 있다. 국내 초콜릿 시

장에서 많이 판매되는 제품 유형은 간편하게 먹을 수 있도록 포장단위가 작은 형태이다. 유통주체별 매출규모로 볼 때 저가의 초콜릿 가공품을 주로 판매하는 할인점, 편의점의 순위가 높은 것으로 나타났다. 반면에 수입 초콜릿의 경우에는 페레로로쉐(Ferrero Rocher), 마즈(Mars), 허쉬(Hershey)와 같은 순수 초콜릿 제품의 매출이 높다.

과거 국내 초콜릿 시장은 국내 생산 또는 미국산 허쉬 키세스로 대표되는 저렴한 수입초콜릿과 페레로로쉐(Ferrero rocher), 고디바(Godiva) 등으로 대표되는 고가의 수입 초콜릿으로 구분되었다. 그러나 최근에는 고급화, 웰빙 등 트렌드에 맞춘 수제초콜릿에 대한 수요가 증가함에 따라 소규모 전문점의 수가 증가하는 추세이다. 세계적인 추세와 같이 국내에서도 카카오 함량이 높고 다른 식품첨가물이 없거나 적은 순수초콜릿 제품에 대한 수요도 증가하고 있다.

5. 요약 및 결론

초콜릿의 기원으로 알려진 마야문명에서 카카오열매는 사람의 심장, 초콜릿은 혈액을 상징할만큼 귀중하고 신성시 여겨졌다. 신들의 음식, 신이 내린 선물, 사랑의 전령 등 초콜릿에 대한 표현 또한 다양하다. 현대인들에게 초콜릿은 맛있는 디저트이면서 특별한 날이나 사랑을 고백하는 선물로써도 꾸준히 사랑받는 아이템으로 자리잡았다.

최근 초콜릿 산업은 카카오 성분의 효능 홍보, 신흥시장 성장에 따른 수요 증가라는 호재와 카카오 등 원재료 가격 상승이라는 악재가 동시에 일어나고 있다. 향후 초콜릿의 소비는 보다 더 고급스럽고 차별화된 제품에 대한 선호가 높아지고 가격은 상승할 것으로 전망된다. 초콜릿 가격 상승 요인은 중국 등 신흥시장의 소비량 증가와 카카오 함량이 높은 다크초콜릿을 선호하는 소비패턴 변화, 카카오 생산량 감소에 따른 원재료 가격 상승 등이다.

우리나라 초콜릿 시장도 세계적인 추세와 같이 소비량 증가와 동시에 고급화, 차별화되고 있다. 이는 고급 초콜릿의 수입량 증가와 수입단가 상승, 소규모 수제초콜릿 상점의 인기 등으로 알 수 있다. 우리나라는 세계에서 규모가 큰 초콜릿 제조업체 중 15위 안에 3개의 업체가 포함되어 있어 세계적인 초콜릿 생산국가라고 할 수 있다. 하지만 생산량에 비해 수출량이 많지 않고 세계적으로 유명한 브랜드나 제품이 부재하다는 점에서 앞으로 차별화된 상품과 전략을 통해 경쟁력을 높일 필요성이 있다.

참고문헌

- 김선희. 2015. 「고급 초콜릿 소비경험 동기에 따른 시장 세분화에 관한 연구」. 세종대학교 대학원.
- 식품의약품안전처. 2015. 「2014년 식품 및 식품첨가물 생산실적」. 식품의약품안전처.
- 윤병삼. 2014. 「가나 카카오 생산동향」. 한국농촌경제연구원, 세계농업 제 163호.
- 한국농수산물유통공사. 2013. 「가공식품 세분화시장 보고서: 코코아가공품편」. 한국농수산물유통공사.
- 한국농수산물유통공사. 2016. 「초콜릿 및 초콜릿과자 수입 실적」. 한국농수산물유통공사.
- 한국식품영양과학회. 2014. 「국내 초콜릿 산업 동향」. 식품산업과 영양 19(2).
- Codex. 2003. Standard for Chocolate and Chocolate Products, Codex Stan 87-1981, Rev.1-2003. Codex.
- Consultancy.uk. 2014. KPMG: Swiss and Brits Largest Chocolate Consumers. (www.consultancy.uk)
- Daniel Workman. 2016. Chocolate Exports by Country. Worldstopexport. (www.Worldstopexport.com)
- Emiko Terazono. 2015. Rising cocoa price eat into chocolate bars. Financial Times. (www.ft.com)
- Franz H. Messerli, M.D. 2012. Chocolate Consumption, Cognitive Function, and Nobel Laureates. The New England Journal of Medicine.
- Janine Satioquia-Tan. 2015. Americans Eat How Much Chocolate?. CNBC. (www.CNBC.com)
- Latif, R. 2013. Chocolate, Cocoa and Human Health: A review. Netherlands Journal of Medicine, 71 (2), pp. 63-68
- Mara P. Squicciarini, Johan Swinnen. 2016. The Economics of Chocolate. Oxford University Press.
- Niall McCarthy. 2015. The World's Biggest Chocolate Consumers. Forbes (www.Forbes.com)
- Safila Naveed, Asra Hameed, Neelam Sharif, Sarif Ghafoor, Fatima Qamar. 2015. Chocolate Consumption in Children and Adults Vol 7. iMedPub Journals.
- Sheridan Hay, 2015. How does the Subject of Chocolate Fit into an International Politics Course?. Eyapolitics. (www.eyapolitics.pbworks.com)
- Stephen T Beckett. 2008. The Science of Chocolate 2nd Edition. The Royal Society of Chemistry.
- United States Department of Agriculture(USDA). 2013. International Agricultural Trade Report. USDA.
- Shane Ferro. 2014. The Chocolate Market is Getting Squeezed, And We're All Going to Have to Pay. Business Insider.(www.Business Insider.com)
- Wall Street Journal. 2016. Chocolate Makers Fight a Melting Supply of Cocoa. (www.wsj.com)

참고사이트

국제 카카오연합(www.icco.org)

농촌진흥청(www.rda.go.kr)

미국 농무부 해외농업국(www.fas.usda.gov)

세계 카카오재단 (www.worldcocoafoundation.org)