

KREI

포용성장 및 지속가능성 관련 식품제조업 분야 실태조사 결과

김상호 · 이계임 · 홍연아 · 문동현 · 허성윤 · 이육직 · 신성용



KREI

포용성장 및 지속가능성 관련 식품제조업 분야 실태조사 결과

김상효·이계임·홍연아·문동현·허성윤·이욱직·신성용



연구 담당

김상호 | 부연구위원 | 연구 총괄

이계임 | 선임연구위원 | 본 보고서 시사점 및 대응과제 도출

홍연아 | 부연구위원 | 본 보고서 제4장 집필

문동현 | 전문연구위원 | 본 보고서 제3장 집필

허성윤 | 전문연구위원 | 본 보고서 제5장 집필

이옥직 | 연구원 | 자료 수집 및 분석

신성용 | 연구원 | 자료 수집 및 분석

R922 연구자료-1

포용성장 및 지속가능성 관련 식품제조업 분야 실태조사 결과

등 록 | 제6-0007호(1979. 5. 25.)

발 행 | 2020. 12.

발 행 인 | 김홍상

발 행 처 | 한국농촌경제연구원

우) 58321 전라남도 나주시 빛가람로 601

대표전화 1833-5500

인 쇄 처 | (주)에이치에이엔컴퍼니

I S B N | 979-11-6149-451-7 93520

※ 이 책에 실린 내용은 한국농촌경제연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

※ 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.

무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.

제1장 서론

1. 실태조사의 필요성	3
2. 세부 주제 선정 및 분류	4
3. 조사 개요	8

제2장 포용성장과 지속가능성 관련 인식/평가 및 경영 문제점

1. 포용성장 및 지속가능성 관련 인식 및 실천 현황	15
2. 포용성장과 지속가능성 달성을 위한 각 과제별 적절성 평가	19
3. 경영상 문제점 및 정책 수요 평가	22

제3장 식품제조업체 간 거래 및 협력 실태와 정책 인식

1. 식품제조업체 간 거래 실태	27
2. 중소기업 보호정책에 대한 식품제조업체의 인식 및 평가	33
3. 식품제조업체 간 상생협력 실태	37
4. 식품제조업 분야 상생협력 관련 소비자 인식	52

제4장 식품제조업 일자리 관련 현황 및 평가

1. 식품제조업 인력 현황	61
2. 식품제조업 분야 정규직화 및 직원 교육 현황	77
3. 식품제조업체의 일자리 정책 활용 실태	84
4. 식품제조업 분야 일자리 관련 일반소비자 인식 및 평가	85
5. 식품제조업 일자리 관련 대학생 인식 및 평가	90

제5장 식품제조업과 농업의 연계 관련 실태

- 1. 식품제조업의 원료 농산물 조달 현황 99
- 2. 식품제조업체의 국내산 원재료 사용에 대한 인식 및 평가 108

제6장 식품제조업 분야 연구개발 및 부가가치 창출 현황

- 1. 식품제조업체 연구개발 현황 및 전략 119
- 2. 식품제조업 분야 부가가치/수요 창출을 위한 노력 실태 130
- 3. 연구개발 및 제품개발 분야 정부 지원정책에 대한 인식 및 평가 147

제7장 식품제조업체의 사회적 책임 활동 현황/전망 및 인식

- 1. 식품제조업체의 사회적 책임 활동 인식 및 평가 155
- 2. 식품제조업체의 사회적 책임 활동 추진 현황 159
- 3. 식품제조업체의 사회적 책임 활동 추진 방식 168
- 4. 식품제조업체의 사회적 책임 활동 추진 평가와 전망 175
- 5. 식품제조업 분야 사회적 책임에 대한 소비자 인식 및 평가 181

참고문헌 191

제1장

〈표 1-1〉 K-SDGs 세부 목표와 포용성장/지속가능성 핵심 가치의 연계성	5
〈표 1-2〉 13가지 세부 주제에 대한 전문가 평가(단위: 7점 만점 리커트)	6
〈표 1-3〉 각 상호관계에 따른 13가지 세부 주제 분류	7
〈표 1-4〉 식품제조업체 조사 실시 및 분석	8
〈표 1-5〉 소비자 조사 실시 및 분석	9
〈표 1-6〉 대학생 조사 실시 및 분석	10
〈표 1-7〉 업체조사별 응답 표본 구성	10
〈표 1-8〉 응답 표본 구성	11
〈표 1-9〉 응답 표본 구성(대학생 조사)	12

제2장

〈표 2-1〉 포용성장 가치에 대한 인지도	16
〈표 2-2〉 포용성장 추구를 위한 노력 정도	17
〈표 2-3〉 지속가능성 가치에 대한 인지도	18
〈표 2-4〉 지속가능성 추구를 위한 노력 정도	19
〈표 2-5〉 과제별 포용성장 기여도	20
〈표 2-6〉 과제별 지속가능성 기여도	21
〈표 2-7〉 과제별 경영 전반에서의 실천도	22
〈표 2-8〉 당면한 문제(1+2순위)	23
〈표 2-9〉 식품제조업 성장을 위해 가장 필요한 정책	24

제3장

〈표 3-1〉 수위탁거래 형태	28
〈표 3-2〉 위탁을 받은 경우 애로사항(1+2순위)	29
〈표 3-3〉 위탁을 준 경우 애로사항(1+2순위)	30
〈표 3-4〉 수·위탁기업에 지원해 준 사항(중복응답)	32
〈표 3-5〉 수·위탁기업에 지원을 받은 사항(중복응답)	33
〈표 3-6〉 중소기업 보호제도별 인지도	34
〈표 3-7〉 중소기업 보호제도별 효과성	35
〈표 3-8〉 중소기업 보호제도별 필요성	36
〈표 3-9〉 상생협력 추진 여부	38
〈표 3-10〉 상생협력 추진 대상 기업(중복응답)	39
〈표 3-11〉 상생협력 추진 분야(중복응답)	40
〈표 3-12〉 상생협력 추진 방식(중복응답)	41
〈표 3-13〉 상생협력을 통한 긍정적인 효과 여부	43
〈표 3-14〉 상생협력을 추진하지 않은 주된 이유	46
〈표 3-15〉 상생협력 추진 계획 여부	47
〈표 3-16〉 향후 상생협력 추진 분야(중복응답)	48
〈표 3-17〉 향후 상생협력 추진 방식(중복응답)	49
〈표 3-18〉 상생협력을 위한 정부의 역할 필요성	50
〈표 3-19〉 상생협력 확산을 위한 정부의 역할	51
〈표 3-20〉 식품제조업 분야 중소기업 보호제도의 필요성	53
〈표 3-21〉 식품제조업 분야 중소기업 진흥제도의 필요성	54
〈표 3-22〉 식품제조업 분야 대·중소기업 간 상생협력의 필요성	55

〈표 3-23〉 식품제조업 분야 상생협력 확산을 위한 정부의 적극적인 역할의 필요성	56
〈표 3-24〉 식품제조업 분야 상생협력 추진 기업제품 구입 의사	58

제4장

〈표 4-1〉 직종별 인력 현황(평균) - 상용직	62
〈표 4-2〉 연령별 인력 현황(평균) - 상용직	63
〈표 4-3〉 직종별 미충원 발생 비중(평균)	64
〈표 4-4〉 향후 인력충원 필요 여부 및 필요 정도	69
〈표 4-5〉 인력난 해소를 위한 방법(중복응답)	70
〈표 4-6〉 파견근로자 고용 경험 및 활용 이유	71
〈표 4-7〉 중앙정부 취업정보 포털 활용 경험 및 활용 이유	72
〈표 4-8〉 지방자치단체 취업정보 포털 활용 경험 및 활용 이유	73
〈표 4-9〉 민간 취업정보 포털 활용 경험 및 활용 이유	74
〈표 4-10〉 중앙정부, 공공기관 주최 취업 박람회 활용 경험 및 활용 이유	75
〈표 4-11〉 지방정부 주최 취업 박람회 활용 경험 및 활용 이유	76
〈표 4-12〉 교육훈련 여부 및 대상	80
〈표 4-13〉 정부 일자리사업 활용 경험 여부 및 활용 경험이 없는 이유 (1+2순위)	85
〈표 4-14〉 좋은 일자리 평가 기준(1+2순위)	86
〈표 4-15〉 식품제조 대기업 일자리에 대한 인식	87
〈표 4-16〉 식품제조 중소기업 일자리 대한 인식	88
〈표 4-17〉 정부 일자리 정책 추진 시 중점사항(1+2순위)	89
〈표 4-18〉 좋은 일자리 평가 기준(1순위)	91

〈표 4-19〉 전공과 관련된 직업을 갖는 것의 중요성	92
〈표 4-20〉 식품제조·서비스·유통·외식 분야 내 취업하고 싶은 기업 유형	93
〈표 4-21〉 식품제조·서비스·유통·외식 분야 내 취업하고 싶은 직군	94
〈표 4-22〉 식품 중소기업에 취업할 의향	95
〈표 4-23〉 식품제조·유통·외식업에서 원하는 일자리를 찾거나 가지기 어렵다고 생각하는 이유	96

제5장

〈표 5-1〉 농산물 원료 구매 전담부서/인력 보유 여부	100
〈표 5-2〉 농산물 원료 구매 영향을 미치는 부서 및 담당자	101
〈표 5-3〉 계약재배를 하지 않은 이유	105
〈표 5-4〉 향후 계약재배 의향	108
〈표 5-5〉 부문별 수입산 대비 국산 수준 평가	109
〈표 5-6〉 원재료 원산지 관련 인식조사 결과	110
〈표 5-7〉 향후 국내산, 수입산 농축산물 사용 비중 의향	113
〈표 5-8〉 원재료별 국내산, 수입산 농축산물 사용 비중 전망	114
〈표 5-9〉 국내산 원료 사용 확대를 위해 정부가 주력해야 할 정책 (1+2+3순위)	114

제6장

〈표 6-1〉 연구개발 인력	120
〈표 6-2〉 석사학위 이상 연구개발 인력	121
〈표 6-3〉 연구개발 여성 인력 인원수	122
〈표 6-4〉 연구개발 예산(잠정)	123

〈표 6-5〉 매출액 대비 연구개발 예산 비중	124
〈표 6-6〉 지난 5년간(2015~2019년) 연구개발 전담인력 규모 변화	125
〈표 6-7〉 지난 5년간(2015~2019년) 연구개발 예산 변화	126
〈표 6-8〉 경영혁신 부문별 ‘중요도 높음’ 응답 비중	127
〈표 6-9〉 국내/해외 시장 전략별 ‘중요도 높음’ 응답 비중	128
〈표 6-10〉 R&D 전략별 ‘중요도 높음’ 응답 비중	129
〈표 6-11〉 인구사회 변화에 대응한 경영전략 수립 여부	130
〈표 6-12〉 부문별 향후 5년간 시장 규모 변화 예상	131
〈표 6-13〉 부문별 기술 측면 준비 수준	132
〈표 6-14〉 제품 개발에 있어 가장 취약한 분야(1+2순위)	133
〈표 6-15〉 제품 개발에 있어 정부의 지원이 가장 필요한 분야(1+2순위)	134
〈표 6-16〉 신제품 개발 및 출시 계획 여부	135
〈표 6-17〉 신제품 개발 및 출시 계획이 없는 이유	136
〈표 6-18〉 제품 및 기술 보호 수단 보유 여부	137
〈표 6-19〉 제품 및 기술 보호 수단별 보유 응답 비중	138
〈표 6-20〉 제품 및 기술 보호 수단별 실효성 ‘높음’ 응답 비중	139
〈표 6-21〉 제품 및 기술 보호 수단을 보유하지 않는 이유	140
〈표 6-22〉 생산/물류 공정 분야 개선·혁신 사항별 ‘중요도 높음’ 응답 비중	141
〈표 6-23〉 생산/물류 공정 분야 개선·혁신사항별 기술 준비 수준	142
〈표 6-24〉 제품 기획/마케팅 공정 분야 개선·혁신사항별 ‘중요도 높음’ 응답 비중	143
〈표 6-25〉 제품 기획/마케팅 공정 분야 개선·혁신사항별 기술 준비 수준	144
〈표 6-26〉 신수요 발굴을 위한 적극적인 정보탐색 여부	145
〈표 6-27〉 신수요 발굴을 위한 정보탐색 경로	146

〈표 6-28〉 시장이 확대될 식품(1+2순위)	147
〈표 6-29〉 제품 개발을 위한 정부지원정책 이용 경험 여부	148
〈표 6-30〉 정부가 추진하는 식품 R&D 정책의 개선과제별 필요성 평가	151

제7장

〈표 7-1〉 기업의 사회적 책임 이행의 필요성, 관심도	156
〈표 7-2〉 음식물폐기물 감축을 위한 노력 유형	158
〈표 7-3〉 사회적 책임 관련 사업 추진 여부	159
〈표 7-4〉 사회적 책임 활동의 명문화 여부	160
〈표 7-5〉 사회적 책임 활동 전담부서 혹은 담당자 여부	161
〈표 7-6〉 사회적 책임 활동 추진의 주된 이유(1+2순위)	162
〈표 7-7〉 사회적 책임 활동 추진 시 회사 내적 장애요인(1+2순위)	163
〈표 7-8〉 사회적 책임 활동 추진 시 회사 외적 장애요인(1+2순위)	164
〈표 7-9〉 사회적 책임 활동별 평균 예산	165
〈표 7-10〉 사회적 책임 활동을 추진하지 않은 배경	168
〈표 7-11〉 기업의 사회적 책임 추진 방식	169
〈표 7-12〉 기업의 사회적 책임 활동 주요 대상(중복응답)	172
〈표 7-13〉 기업의 사회적 책임 활동 주요 전달 방식(중복응답)	174
〈표 7-14〉 사회적 책임 활동을 위한 임직원 대상 교육 실시 여부	175
〈표 7-15〉 기업의 사회적 책임 활동 평가 방식	176
〈표 7-16〉 사내 사회적 책임 활동에 대한 만족도	178
〈표 7-17〉 부문별 향후 사내 사회적 책임 활동 증감 전망	179
〈표 7-18〉 기업의 사회적 책임을 제도화하는 국제적인 움직임에 대한 인지 여부	181

〈표 7-19〉 사회적 책임에 대한 소비자의 인지 및 관심 여부	182
〈표 7-20〉 식품제조업체의 사회적 책임에 이행 정도에 대한 소비자의 평가 ..	183
〈표 7-21〉 일반제조업 대비 식품제조업의 사회적 책임 이행의 필요성	184
〈표 7-22〉 식품제조 대기업 대비 식품제조 중소기업의 사회적 책임 이행의 필요성	186
〈표 7-23〉 식품제조기업의 사회적 책임 활동의 유형별 필요성	187
〈표 7-24〉 타 식품제조기업 대비 사회적 책임을 이행하는 식품제조기업의 식품에 대한 구입 의향	188
〈표 7-25〉 식품제조기업의 사회적 책임에 대한 정부의 관심과 정책의 중요도	189
〈표 7-26〉 사회적 책임 활동 활성화를 위해 바람직한 정부의 역할	190

제3장

〈그림 3-1〉 중소기업 적합업종제도 필요 이유	37
〈그림 3-2〉 상생협력을 통한 주된 긍정적 효과	44
〈그림 3-3〉 상생협력을 중단한 주된 이유	45
〈그림 3-4〉 식품제조업 분야 상생협력 확산을 위해 정부가 추진해야 할 역할 (1+2순위)	57

제4장

〈그림 4-1〉 직종별 미충원 이유-사무관리직(1+2순위)	65
〈그림 4-2〉 직종별 미충원 이유-연구개발직(1+2순위)	65
〈그림 4-3〉 직종별 미충원 이유-기술직(1+2순위)	66
〈그림 4-4〉 직종별 미충원 이유-기능직(1+2순위)	67
〈그림 4-5〉 직종별 미충원 이유-단순노무직(1+2순위)	67
〈그림 4-6〉 직종별 미충원 이유-판매서비스직(1+2순위)	68
〈그림 4-7〉 임시/일용직 근로자 정규직화 계획 여부	77
〈그림 4-8〉 임시/일용직 근로자 정규직화 계획 이유	78
〈그림 4-9〉 임시/일용직 근로자 정규직화 계획이 없는 이유	79
〈그림 4-10〉 대상자별 교육 훈련 방식 - 임원급 이상	81
〈그림 4-11〉 대상자별 교육 훈련 방식 - 중간관리자	81
〈그림 4-12〉 대상자별 교육 훈련 방식 - 정규직 직원	82
〈그림 4-13〉 대상자별 교육 훈련 방식 - 비정규직 직원	83
〈그림 4-14〉 대상자별 교육 훈련 방식 - 전 직원	83
〈그림 4-15〉 일자리 정보 활용 채널	90

제5장

〈그림 5-1〉 농산물 구매 시 주요 고려 요인	102
〈그림 5-2〉 수입산 원료 농산물 사용 이유(1+2+3순위)	102
〈그림 5-3〉 국내산 원료 농산물 사용 이유(1+2+3순위)	103
〈그림 5-4〉 계약재배 경험 유무	104
〈그림 5-5〉 계약재배 시 재배기간	106
〈그림 5-6〉 계약재배 시 애로사항	107
〈그림 5-7〉 국내산 원료 농산물 사용 시 장점별 동의 정도	111

제6장

〈그림 6-1〉 정부지원정책을 이용하지 않은 이유	149
〈그림 6-2〉 정부지원정책이 실효성 없었던 이유	150

제7장

〈그림 7-1〉 사회적 책임 활동 유형별 필요성 및 이행 수준 순위 (업체 조사, 1+2순위)	157
〈그림 7-2〉 음식물폐기물 감축 노력 여부	157
〈그림 7-3〉 사회적 책임 활동별 활동 비중	165
〈그림 7-4〉 사회적 책임 활동별 작년 대비 올해 예산이 증가 혹은 감소한 응답의 비중	167
〈그림 7-5〉 단독 추진 이유	170
〈그림 7-6〉 파트너십 추진 이유	171
〈그림 7-7〉 기업의 사회적 책임 활동 주요 대상 계층(중복응답)	173

〈그림 7-8〉 기업의 사회적 책임 활동의 성과가 높을 것으로 기대되는 영역 (1+2순위)	177
〈그림 7-9〉 사회적 책임 활동을 추진하기 위해 필요한 정부의 지원 분야 (1+2+3순위)	180
〈그림 7-10〉 일반제조업 대비 식품제조업의 사회적 책임 이행이 더 중요한 이유	185

제1장

서론



1

서론

1. 실태조사의 필요성

- 식품산업은 높은 영세업체 비율, 영세업체의 낮은 영업이익률과 시장협상력, 농업과의 높은 연계성 등으로 인해 타 산업보다 ‘포용성장’ 개념 검토·적용의 필요성이 큰 분야임.
- 식품산업 내 불평등 혹은 격차가 확산되는 양상은 식품산업의 포용성장을 저해하는 요인으로 작용할 수 있으므로 식품산업 내 다양한 격차를 포용성장의 관점에서 검토할 필요가 있음.
- 우리 사회 전체, 경제/산업, 환경, 소비자의 건강 등 다양한 측면에서 식품산업은 ‘지속가능성’을 추구해야 하며 미래지향적인 식품정책이 추진되어야 함.
- 식품산업에서 포용성장과 지속가능성과 관련한 이슈가 중요함에도 불구하고

고, 이와 관련한 국내 실태를 종합적으로 파악한 조사는 현재까지 진행된 바가 없음.

- 이 보고서는 포용성장과 지속가능성 측면에서 국내 식품제조업의 실태를 파악함으로써 대응과제 도출을 위해 활용되는 기초자료를 제공하고자 함.

2. 세부 주제 선정 및 분류

- 세부 주제 선정에 앞서 본 연구에서는 포용성장과 지속가능성의 핵심 가치를 선정하고, 한국형 지속 가능한 성장목표(K-SDGs)를 참고함.
- 관련 선행연구로부터 공통 키워드를 선정, 분류하여 포용성장과 지속가능성의 핵심 가치를 선정함.
 - 포용성장의 핵심 가치로 ① 안정 성장, ② 공정 기회, ③ 공평배분을 선정하였으며, 지속가능성의 핵심 가치로는 ① 미래지향, ② 순환/환경을 선정
- 선정된 포용성장과 지속가능성의 핵심 가치를 바탕으로 한국형 지속 가능한 발전 목표(K-SDGs) 목록 내에서 식품제조업 분야에 적용 가능한 3개 분야 20개 세부 목표를 선정함<표 1-1>.
 - ‘목표 8. 좋은 일자리 확대와 경제성장’은 포용성장의 핵심 가치인 안정 성장, 공정 기회, 공평배분과 관련됨.
 - ‘목표 9. 사회 기반시설 구축, R&D 확대 및 경제성장’과 ‘목표 12. 지속가능한 소비·생산 증진’은 지속가능성의 핵심 가치인 미래지향, 순환/환경과 관련이 깊음.

〈표 1-1〉 K-SDGs 세부 목표와 포용성장/지속가능성 핵심 가치의 연계성

관련 목표	핵심가치
Goal 8. 좋은 일자리 확대와 경제성장	
8-1 모두가 행복해지는 경제성장을 한다.	지속성장
8-2 좋은 일자리 창출을 위한 정책을 강화한다.	공정기회
8-3 자원을 효율적으로 활용하여 경제성장으로 인한 환경훼손을 억제한다.	지속성장
8-4 동일한 가치노동에 대해 동일한 임금을 지급한다.	공평배분
8-5 청년 고용률을 증가시킨다.	공정기회
8-6 모든 근로자의 권리를 보호하고 안전하고 건강한 근로 환경을 조성한다.	공평배분
Goal 9. 사회 기반시설 구축, R&D 확대 및 경제성장	
9-2 산업의 다양성을 추구하고 지속가능한 기업활동의 기반마련을 통해 산업 경쟁력을 확보한다.	지속성장
9-3 기술 역량을 구축하고 고도화된 기술 상용화를 촉진하여 국제 경쟁력을 강화한다.	지속성장
9-4 국가 연구 인력과 자본을 확충하고 적절한 연구의 기획과 실행을 통해 국가 경제성장에 기여한다.	지속성장
9-5 환경 친화적인 산업 활동과 기술 혁신을 통해 자원효율성이 높은 산업화를 추구한다.	순환환경
Goal 12. 지속가능한 소비·생산 증진	
12-1 지속가능한 소비와 생산에 관한 통합적인 국가정책을 수립하고 이행한다.	미래지향
12-2 모든 자원을 지속가능하게 관리하고 효율적으로 사용한다.	미래지향
12-3 식품의 생산과 유통, 폐기과정에서 발생하는 식품 손실을 감소시킨다.	순환환경
12-6 기업의 지속가능 경영활동을 관리하고 자원을 확대한다.	미래지향
12-7 녹색 제품 인증 및 녹색 구매의 확대를 통해 지속가능한 녹색 소비를 촉진한다.	순환환경
12-9 플라스틱이 선순환하도록 재생 플라스틱의 활용을 증가시키고, 친환경재료 개발을 통해 플라스틱의 환경으로 유출을 방지한다.	순환환경

자료: K-SDGs에서 선별함. 지속가능발전포털(<http://ncsd.go.kr/ksdgs>, 검색일: 2020. 2. 15.).

○ 포용성장과 지속가능성의 5가지 핵심 가치와 K-SDGs의 세부 목표를 참고하여 식품제조업 분야의 13가지 세부 과제를 사전적으로 선정함. 선정된 각 과제는 전문가 조사¹⁾를 통해 적절성, 중요성, 시급성 세 가지 측면에서 평가가 이루어짐〈표 1-2〉.

- 평가 결과 전체 과제의 부문별 7점 만점 기준 평균 점수는 적절성 5.25점, 중요성 5.33점, 시급성 5.18점으로 모두 5점을 넘는 것으로 확인되어 선정

1) 전문가 조사 대상자는 총 112명으로, 여성 20명(남성 92명), 30대 11명, 40대 43명, 50대 37명, 60대 21명으로 구성됨. 직업별로는 중앙부처 정책담당자 21명, 학계 교수 44명, 연구기관 연구자 30명, 산업계 전문가 17명임. 중앙부처 정책담당자의 경우 현재 식품제조업과 관련된 중앙부처/과에서 근무하고 있는 과장급/서기관·사무관급 담당자뿐만 아니라 전임, 전전임 담당자 모두를 조사 대상에 포함시킴.

된 과제가 식품제조업의 포용성장과 지속가능성 추구를 위해 필요한 과제
들인 것으로 판단됨.

〈표 1-2〉 13가지 세부 주제에 대한 전문가 평가(단위: 7점 만점 리커트)

구분	적절성	중요성	시급성	평균
1. 식품제조업 내 규모별 생산성 격차 완화	5.048	5.208	4.924	5.060
2. 식품제조업 내 규모별 임금 격차 완화	5.172	5.228	5.068	5.156
3. 농업과 식품제조업의 연계 강화	5.346	5.447	5.329	5.374
4. 대·중·소 식품제조업 간 상생협력 추진	5.741	5.632	5.452	5.608
5. 식품제조업의 사회적 책임 강화	5.386	5.374	5.158	5.306
6. 식품제조업 분야 소기업/영세업체 배려	4.997	4.931	4.882	4.937
7. 식품제조업 분야 창업생태계 개선	5.357	5.419	5.390	5.389
8. 수출기업 육성/지원을 통한 신수요 창출	5.341	5.343	5.361	5.348
9. 식품제조업 분야 고용/일자리 창출	5.933	5.967	5.823	5.908
10. 식품제조업에서의 식품 손실/폐기 감축	5.799	5.819	5.275	5.631
11. 식품제조업 분야 혁신을 통한 고부가가치 창출	4.657	5.214	5.186	5.019
12. 식품제조업의 식품안전 관리 강화	4.670	4.929	4.747	4.782
13. 생산의 지속가능성을 위한 자원 활용 효율화	4.847	4.736	4.454	4.679
평균	5.253	5.327	5.178	
표본 수	112			

자료: 한국농촌경제연구원 전문가 조사 결과

○ 식품제조업의 포용성장 및 지속가능성 관련 이슈를 상호관계 중심으로 검토
하고자 상호관계 구성요소를 근로자, 기업, 산업, 사회/환경으로 설정하여 ①
기업과 기업 내 근로자, ② 기업과 기업, ③ 기업과 산업, ④ 산업과 산업, ⑤
기업과 사회/환경 간 관계를 도출함. 앞서 도출한 13가지 세부 주제는 각 관
계에 따라 아래와 같이 분류 가능함〈표 1-3〉.

〈표 1-3〉 각 상호관계에 따른 13가지 세부 주제 분류

상호관계별 분류	세부 주제
기업과 기업	1. 식품제조업 내 규모별 생산성 격차 완화 4. 대·중·소 식품제조업 간 상생협력 추진 6. 식품제조업 분야 소기업/영세업체 배려 7. 식품제조업 분야 창업생태계 개선
기업과 기업 내 근로자	2. 식품제조업 내 규모별 임금 격차 완화 9. 식품제조업 분야 고용/일자리 창출
산업과 산업	3. 농업과 식품제조업의 연계 강화
기업과 산업	8. 수출기업 육성/지원을 통한 신수요 창출 11. 식품제조업 분야 혁신을 통한 고부가가치 창출
기업과 사회/환경	5. 식품제조업의 사회적 책임 강화 10. 식품제조업에서의 식품 손실/폐기 감축 12. 식품제조업의 식품안전 관리 강화 13. 생산의 지속가능성을 위한 자원 활용 효율화

자료: 직접 작성

○ 본 과제의 범위와 분량을 고려했을 때 앞서 선정한 13가지 모든 세부 주제를 구체적으로 다루기는 어려움. 따라서 각 분류별로 세부 주제를 적절히 취합하여 다음과 같은 주제를 최종적으로 선정함.

- 기업과 기업 간 발생할 수 있는 포용성장 및 지속가능성 관련 문제는 ‘중소 기업 당면 과제’를 중심 주제로 선정
- 기업과 근로자 간 관계 분류에서는 ‘일자리의 안정적 확대 및 질적 개선’을 주제로 선정
- 산업과 산업 간 관계의 중심 주제는 ‘원료 농산물 이용과 국산 가공식품 차별화’로 선정
- 기업과 산업 관계 분류에서는 ‘신수요 및 부가가치 창출’을 주제로 선정
- 기업과 사회/환경 간 분류에서는 ‘기업의 사회적 책임 활동을 주제’로 선정

3. 조사 개요

○ 식품제조업체를 대상으로 포용성장과 지속가능성 관련 인식 및 실천 현황 등을 파악하기 위한 설문조사를 실시함<표 1-4>.

- 포용성장 및 지속가능성과 관련하여 선정한 세부 과제 분류별로 조사 문항을 구성함.
- 조사 대상은 식품 제조공정이 있는 식품제조업체 400여 개 사로 설정하였으며, 모바일 서베이, 전화 및 팩스를 통해 조사를 진행함.

〈표 1-4〉 식품제조업체 조사 실시 및 분석

조사수행 기관	조사명	구분	내용
(주)코리아 데이터 네트워크	식품제조업의 정책 및 상생협력 관련 조사	활용 목적	식품제조업체 간 거래관계, 상생협력 현황 및 중소기업 보호정책과 관련한 인식 파악
		조사 대상	식품 제조공정이 있는 식품제조업체 400여 개 사
		조사 방법	모바일 서베이 및 전화·팩스
		조사 기간	2020년 9월 8일 ~ 10월 21일
	식품기업의 사회적 책임 활동 조사	활용 목적	식품제조업체의 사회적 책임 활동 현황 및 관련 인식 파악
		조사 대상	식품 제조공정이 있는 식품제조업체 400여 개 사
		조사 방법	모바일 서베이 및 전화·팩스
		조사 기간	2020년 9월 8일 ~ 10월 21일
	식품기업의 일자리 창출 관련 조사	활용 목적	식품제조업체의 인력 실태 및 일자리 관련 정부지원정책 이용 현황 파악
		조사 대상	식품 제조공정이 있는 식품제조업체 400여 개 사
		조사 방법	모바일 서베이 및 전화·팩스
		조사 기간	2020년 9월 8일 ~ 10월 21일
	식품기업의 신수요창출 관련 조사	활용 목적	식품제조업체의 연구개발 현황 및 부가가치 창출을 위한 활동 현황 파악
		조사 대상	식품 제조공정이 있는 식품제조업체 400여 개 사
		조사 방법	모바일 서베이 및 전화·팩스
		조사 기간	2020년 9월 8일 ~ 10월 21일
(주)코리아 데이터 네트워크, (주)한국기업데이터	농산물 품목별 소비동향 조사	활용 목적	식품제조업체의 국산/수입산 원료 농산물 활용 현황 및 국산 원료 농산물 이용 의사 파악
		조사 대상	식품 제조공정이 있는 식품제조업체 400여 개 사
		조사 방법	모바일 서베이 및 전화·팩스
		조사 기간	2020년 9월 8일 ~ 10월 21일

자료: 직접 작성

○ 식품제조업이 포용성장 및 지속가능성을 추구하기 위해서는 업체의 노력뿐만 아니라 소비자의 기대가 뒷받침되어야 함. 이에 본 연구에서는 각 세부 과제별로 소비자의 식품제조업체에 대한 인식을 파악하고 이를 업체조사를 통해 파악된 식품제조업체의 실태와 비교하고자 온라인 설문조사를 실시하였음<표 1-5>.

- 세부 과제 중 신수요 창출을 제외한 나머지 세부 과제(기업 간 상생협력, 일자리 창출, 국내 농업연계, 기업의 사회적 책임 활동) 분야별로 조사 문항을 구성

〈표 1-5〉 소비자 조사 실시 및 분석

조사수행 기관	조사명	구분	내용
(주)엠브레인 퍼블릭	포용성장 및 지속가능성 관련 소비자 인식조사	활용 목적	식품제조업 분야 내 기업 간 상생협력, 일자리 창출, 사회적 책임과 관련한 소비자의 인식과 식품제조업체의 인식 비교
		조사 대상 및 표본 구성	20대 이상, 60대 이하 성인 남녀 2,000명
		조사 방법	구조화된 웹 설문 활용, 온라인으로 조사 추진
		조사 기간	2020년 9월 24일 ~ 10월 6일
	소비자 가공식품 구입행태 조사	활용 목적	가공식품 내 국산 원재료에 대한 선호 파악
		조사 대상	가구 내 가공식품 주구입자
		표본 구성	가공식품 주구입자 3,000명 선택실험 품목, 처치방법에 따라 그룹을 10개로 나누어, 각 그룹별로 300명씩 배분
		조사 방법	구조화된 웹 설문 활용, 온라인으로 조사 추진
		조사 기간	2020년 10월 8일 ~ 10월 15일

자료: 직접 작성

○ 식품제조업 일자리에 대한 대학생의 인식 및 선호도를 식품제조업 실태와 비교하기 위해 식품산업 관련 학과 대학생을 대상으로 온라인 설문조사를 실시함<표 1-6>.

〈표 1-6〉 대학생 조사 실시 및 분석

조사수행 기관	조사명	구분	내용
(주)엠브레인 퍼블릭	대학생 식품산업 일자리 인식조사	활용 목적	식품제조업체 일자리와 관련한 대학생의 인식 및 구체적 선호와 식품제조업체 일자리 실태를 비교 분석
		조사 대상 및 표본 구성	식품산업과 관련된 학과(식품공학과, 식품영양학과, 농업식품경제학과 등)에 재학 중인 대학·대학원생 382명
		조사 방법	구조화된 웹 설문 활용, 온라인으로 조사 추진
		조사 기간	2020년 10월 6일 ~ 10월 13일

자료: 직접 작성

○ 조사별 구체적 표본 구성은 아래와 같음〈표 1-7, 1-8, 1-9〉.

〈표 1-7〉 업체조사별 응답 표본 구성

단위: 개

구분		상생협력 조사 응답자 수	일자리 창출 조사 응답자 수	국내 농업연계 조사 응답자 수	신수요 창출 조사 응답자 수	기업의 사회적 책임 활동 조사 응답자 수
전 체		433	404	433	404	412
소재 권역	서울/경기/인천	152	144	152	142	146
	충청/대전/세종	100	90	97	90	92
	대구/울산/ 부산/경북/경남	87	81	86	82	84
	광주/전라	64	62	70	63	62
	강원/제주	30	27	28	27	28
	대기업*	24	21	43	21	23
기업 분류	중기업	152	138	141	139	143
	소기업	165	154	159	155	153
	소상공인	92	91	90	89	93
	동	182	170	180	170	172
소재 지역	읍·면	251	234	253	234	240
	2000년 이전	78	73	77	74	77
업력	2001~2009년	208	188	211	190	195
	2010년 이후	147	143	145	140	140

주(* 표시): 본래 '대기업'은 「중소기업기본법」에 따라 식품제조업 기준 최근 3년 평균 매출액 1,000억 원 초과 혹은 자산총액 5천억 원 이상의 중견기업 중 공정거래위원회에서 지정한 상호출자제한기업집단을 의미함. 그러나 본 연구에서는 표본 수 확보 및 지칭상 편의를 위해 기준을 완화하여 최근 3년 평균 매출액 500억 원 이상 혹은 자산총액 5천억 원 이상의 기업을 '대기업'으로 분류함.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

〈표 1-8〉 응답 표본 구성

단위: 명

구분		응답자 수	구분		응답자 수
전 체		2,000	월평균 가구 소득(세전)	200만 원 미만	252
성별	남성	1,007		200만~300만 원 미만	373
	여성	993		300만~400만 원 미만	371
연령	20대	358		400만~500만 원 미만	355
	30대	373		500만~600만 원 미만	241
	40대	451		600만 원 이상	408
	50대	465	직업	관리자/전문가/사무직	971
	60대 이상	353		서비스/판매종사자	344
거주 지역	수도권	1,027		농업/단순노무/조작/조립	250
	충청권	210		경찰/군인/공무원	93
	호남권	211		학생	28
	대경권	193		무직	242
	동남권	303		자영업자/프리랜서/파트타임	72
	강원권	56	채식주의자 여부	예	140
	도시	1,778		아니오	1,860
거주 지역 (분류)	농촌지역	222	식품지원제도 (생계급여나 무료급식 등) 혜택 수혜 여부	예	69
최종 학력	고등학교 졸업 이하	580		아니오	1,931
	대학 중퇴/졸업	1,226	평소 건강에 대한 관심도	그렇지 않다	46
	대학원 이상	194		보통	426
가구 구성원	1인 가구	398	정치적 성향	그렇다	1,528
	2인 가구	436		진보적	606
	3인 가구	500		중도적	785
	4인 가구	516		보수적	378
	5인 이상 가구	150		관심 없음	231

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

〈표 1-9〉 응답 표본 구성(대학생 조사)

단위: 명

구분		응답자 수	구분		응답자 수
전 체		382	학교명	상명대학교	27
성별	남	107		대구대학교	11
	여	275		서울과학기술대학교	32
연령대	18~20세	114		전남대학교	68
	21~22세	111		단국대학교	31
	23~24세	93		충북대학교	1
	25세 이상	67		덕성여자대학교	55
학교유형	일반 4년제 대학	321		연세대학교	3
	일반대학원	60		서울대학교	20
	특수/전문대학원	1		강원대학교	30
학년	1학년	64	전공	경상대학교	104
	2학년	55		농업경제학과, 식품자원경제학과	119
	3학년	91		식품공학과, 식품과학과	129
	4학년	111		식품영양학과	83
	대학원	61		호텔경영·외식	1
				농식품생명공학부	2
			그 외 비식품 관련 학과	48	

자료: 한국농촌경제연구원 대학생 대상 설문조사

제2장

포용성장과 지속가능성 관련 인식/평가 및 경영 문제점



2

포용성장과 지속가능성 관련 인식/평가 및 경영 문제점

1. 포용성장 및 지속가능성 관련 인식 및 실천 현황

○ 포용성장의 가치에 대해 잘 알고 있는지를 묻는 설문에 응답기업의 43.3%는 ‘모르겠다’라고 응답한 반면 응답 기업의 17.1%만이 ‘알고 있다’라고 응답함 <표 2-1>.

- 기업 규모별로 ‘모르겠다’라고 응답한 비중은 소상공인 54.3%, 중기업 42.1%, 소기업 38.2% 순으로 높은 것으로 나타남.
- 업력별로 ‘알고 있다’라고 응답한 비중은 2000년 이전에 설립된 기업에 비해 이후 설립된 기업이 3%p가량 높음.

〈표 2-1〉 포용성장 가치에 대한 인지도

단위: %, 점

구분		응답 기업 수	전혀 모르 겠다	잘 모르 겠다	보통 이다	잘 알고 있다	매우 잘 알고 있다	종합평가			5점 척도	표준 편차
								모르 겠다	보통	알고 있다		
전 체		409	7.6	35.7	39.6	15.4	1.7	43.3	39.6	17.1	2.7	0.9
소재 권역	서울/경기/인천	138	11.6	37.7	34.8	13.0	2.9	49.3	34.8	15.9	2.6	1.0
	충청/대전/세종	93	5.4	41.9	36.6	16.1	0.0	47.3	36.6	16.1	2.6	0.8
	대구/울산/ 부산/경북/경남	85	5.9	30.6	45.9	17.6	0.0	36.5	45.9	17.6	2.8	0.8
	광주/전라	64	4.7	28.1	43.8	20.3	3.1	32.8	43.8	23.4	2.9	0.9
	강원/제주	29	6.9	37.9	44.8	6.9	3.4	44.8	44.8	10.3	2.6	0.9
기업 분류	중기업	152	7.9	34.2	40.1	15.8	2.0	42.1	40.1	17.8	2.7	0.9
	소기업	165	6.1	32.1	43.0	17.0	1.8	38.2	43.0	18.8	2.8	0.9
	소상공인	92	9.8	44.6	32.6	12.0	1.1	54.3	32.6	13.0	2.5	0.9
소재 지역	동	168	10.7	34.5	39.9	11.9	3.0	45.2	39.9	14.9	2.6	0.9
	읍·면	241	5.4	36.5	39.4	17.8	0.8	41.9	39.4	18.7	2.7	0.8
업력	2000년 이전	68	11.8	36.8	36.8	14.7	0.0	48.5	36.8	14.7	2.5	0.9
	2001~2009년	201	6.5	34.8	41.3	15.4	2.0	41.3	41.3	17.4	2.7	0.9
	2010년 이후	140	7.1	36.4	38.6	15.7	2.1	43.6	38.6	17.9	2.7	0.9

주: 5점 척도 값은 '전혀 모르겠다(1점)' ~ '매우 잘 알고 있다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 포용성장 추구를 위한 경영 전반에서의 노력 정도에 대한 문항에는 '노력하지 않고 있다(21.3%)'에 비해 '노력하고 있다(24.4%)'는 응답이 비교적 많은 것으로 나타남(표 2-2).

- 기업 규모별로 '노력하지 않고 있다'는 응답의 비중은 소상공인이 31.5%로 소기업, 중기업에 비해 다소 높게 나타남.

〈표 2-2〉 포용성장 추구를 위한 노력 정도

단위: %, 점

구분		응답 기업 수	전혀 노력하지 않는다	노력하지 않고 있다	보통 이다	노력 하고 있다	매우 노력하고 있다	종합평가			5점 척도	표준 편차
								노력하지 않고 있다	보통	노력하고 있다		
전 체		409	2.9	18.3	54.3	21.0	3.4	21.3	54.3	24.4	3.0	0.8
소재 권역	서울/경기/인천	138	5.1	16.7	56.5	18.1	3.6	21.7	56.5	21.7	3.0	0.8
	충청/대전/세종	93	1.1	24.7	54.8	16.1	3.2	25.8	54.8	19.4	3.0	0.8
	대구/울산/부산/ 경북/경남	85	1.2	20.0	51.8	25.9	1.2	21.2	51.8	27.1	3.1	0.7
	광주/전라	64	3.1	12.5	50.0	29.7	4.7	15.6	50.0	34.4	3.2	0.8
	강원/제주	29	3.4	13.8	58.6	17.2	6.9	17.2	58.6	24.1	3.1	0.9
기업 분류	중기업	152	2.6	15.8	59.9	17.8	3.9	18.4	59.9	21.7	3.0	0.8
	소기업	165	1.8	16.4	52.1	26.7	3.0	18.2	52.1	29.7	3.1	0.8
	소상공인	92	5.4	26.1	48.9	16.3	3.3	31.5	48.9	19.6	2.9	0.9
소재 지역	동	168	4.2	16.1	57.7	19.0	3.0	20.2	57.7	22.0	3.0	0.8
	읍·면	241	2.1	19.9	51.9	22.4	3.7	22.0	51.9	26.1	3.1	0.8
업력	2000년 이전	68	2.9	19.1	55.9	22.1	0.0	22.1	55.9	22.1	3.0	0.7
	2001~2009년	201	2.5	16.4	59.7	17.9	3.5	18.9	59.7	21.4	3.0	0.8
	2010년 이후	140	3.6	20.7	45.7	25.0	5.0	24.3	45.7	30.0	3.1	0.9

주: 5점 척도 값은 '전혀 노력하지 않는다(1점)' ~ '매우 노력하고 있다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 지속가능성의 가치에 대해 잘 알고 있는지를 묻는 설문에 응답 기업의 27.9%가 '모르겠다'라고 응답하였고, 30.1%는 '알고 있다'고 응답하여 포용성장에 비해 다소 인지도가 높은 것으로 나타남〈표 2-3〉.

- 규모별로 '모르겠다'고 응답한 비중은 소상공인(39.1%), 중기업(25.0%), 소기업(24.2%) 순으로 높음.
- 최근에 설립한 기업일수록 '알고 있다'고 응답한 비중이 높아짐.

〈표 2-3〉 지속가능성 가치에 대한 인지도

단위: %, 점

구분		응답 기업 수	전혀 모르 겠다	잘 모르 겠다	보통 이다	잘 알고 있다	매우 잘 알고 있다	종합평가			5점 척도	표준 편차
								모르 겠다	보통	알고 있다		
전 체		409	5.1	22.7	42.1	26.7	3.4	27.9	42.1	30.1	3.0	0.9
소재 권역	서울/경기/인천	138	7.2	19.6	43.5	27.5	2.2	26.8	43.5	29.7	3.0	0.9
	충청/대전/세종	93	3.2	23.7	44.1	25.8	3.2	26.9	44.1	29.0	3.0	0.9
	대구/울산/부산/ 경북/경남	85	5.9	21.2	41.2	30.6	1.2	27.1	41.2	31.8	3.0	0.9
	광주/전라	64	4.7	26.6	35.9	23.4	9.4	31.3	35.9	32.8	3.1	1.0
	강원/제주	29	0.0	31.0	44.8	20.7	3.4	31.0	44.8	24.1	3.0	0.8
기업 분류	중기업	152	5.3	19.7	50.7	22.4	2.0	25.0	50.7	24.3	3.0	0.8
	소기업	165	3.6	20.6	42.4	29.1	4.2	24.2	42.4	33.3	3.1	0.9
	소상공인	92	7.6	31.5	27.2	29.3	4.3	39.1	27.2	33.7	2.9	1.0
소재 지역	동	168	7.7	19.0	44.6	27.4	1.2	26.8	44.6	28.6	3.0	0.9
	읍·면	241	3.3	25.3	40.2	26.1	5.0	28.6	40.2	31.1	3.0	0.9
업력	2000년 이전	68	5.9	22.1	50.0	22.1	0.0	27.9	50.0	22.1	2.9	0.8
	2001~2009년	201	3.5	24.4	45.3	23.9	3.0	27.9	45.3	26.9	3.0	0.9
	2010년 이후	140	7.1	20.7	33.6	32.9	5.7	27.9	33.6	38.6	3.1	1.0

주: 5점 척도 값은 '전혀 모르겠다(1점)' ~ '매우 잘 알고 있다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 지속가능성 추구를 위한 노력 정도는 '노력하지 않고 있다'는 응답이 16.9%, '노력하고 있다'는 응답이 36.2%로 노력하고 있다고 응답한 기업의 비중이 더 높은 것으로 나타남(표 2-4).

- 규모별로 '노력하고 있다'고 응답한 비중은 소기업(38.2%), 소상공인(37.0%), 중기업(33.6%) 순으로 높은 것으로 나타남.

〈표 2-4〉 지속가능성 추구를 위한 노력 정도

단위: %, 점

구분		응답 기업 수	전혀 노력하지 않는다	노력하지 않고 있다	보통 이다	노력 하고 있다	매우 노력하고 있다	종합평가			5점 척도	표준 편차
								노력하지 않고 있다	보통	노력하고 있다		
전 체		409	2.0	14.9	46.9	32.3	3.9	16.9	46.9	36.2	3.2	0.8
소재 권역	서울/경기/인천	138	2.9	12.3	50.7	31.2	2.9	15.2	50.7	34.1	3.2	0.8
	충청/대전/세종	93	2.2	17.2	45.2	31.2	4.3	19.4	45.2	35.5	3.2	0.8
	대구/울산/부산/ 경북/경남	85	1.2	16.5	44.7	36.5	1.2	17.6	44.7	37.6	3.2	0.8
	광주/전라	64	1.6	14.1	43.8	31.3	9.4	15.6	43.8	40.6	3.3	0.9
	강원/제주	29	0.0	17.2	48.3	31.0	3.4	17.2	48.3	34.5	3.2	0.8
기업 분류	중기업	152	2.6	17.1	46.7	29.6	3.9	19.7	46.7	33.6	3.2	0.8
	소기업	165	1.2	10.3	50.3	35.2	3.0	11.5	50.3	38.2	3.3	0.7
	소상공인	92	2.2	19.6	41.3	31.5	5.4	21.7	41.3	37.0	3.2	0.9
소재 지역	동	168	2.4	13.1	50.0	32.1	2.4	15.5	50.0	34.5	3.2	0.8
	읍·면	241	1.7	16.2	44.8	32.4	5.0	17.8	44.8	37.3	3.2	0.8
업력	2000년 이전	68	1.5	11.8	52.9	33.8	0.0	13.2	52.9	33.8	3.2	0.7
	2001~2009년	201	2.0	16.4	47.3	28.9	5.5	18.4	47.3	34.3	3.2	0.8
	2010년 이후	140	2.1	14.3	43.6	36.4	3.6	16.4	43.6	40.0	3.3	0.8

주: 5점 척도 값은 '전혀 노력하지 않는다(1점)' ~ '매우 노력하고 있다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

2. 포용성장과 지속가능성 달성을 위한 각 과제별 적절성 평가

○ 본 연구에서 도출한 포용성장과 지속가능성 달성을 위한 다섯 가지 과제(기업 간 상생협력 강화, 일자리 창출, 국내 농업과의 연계 강화, 신수요 창출, 기업의 사회적 책임 수행)별 적절성을 기업들을 대상으로 평가하게 함.

- “귀하께서는 다음에 제시된 5가지 과제들이 식품제조업의 포용성장(또는 지속가능성)에 얼마나 기여할 것으로 생각하십니까?”라는 질문에 대해 ‘전혀 기여하지 못할 것이다(1점)’에서 ‘매우 기여할 것이다(5점)’ 까지 5점 척도로 평가할 수 있도록 함.

○ 포용성장과 관련한 과제별 적절성 평가 결과 모든 과제의 평균 점수가 5점 만점 기준 3점 이상을 받아 응답 기업들이 대체적으로 과제 선정이 적절한 것으로 생각하는 것으로 나타남<표 2-5>.

○ 특히 일자리 창출(3.41점)과 신수요 창출 부문(3.38점)의 적절성이 다른 과제들에 비해 다소 높은 것으로 나타남.

〈표 2-5〉 과제별 포용성장 기여도

단위: 점

구분		응답 기업 수	기업 간 상생협력 강화	일자리 창출	국내 농업과의 연계 강화	신수요 창출	기업의 사회적 책임 수행
전 체		409	3.33	3.41	3.37	3.38	3.31
소재 권역	서울/경기/인천	138	3.22	3.38	3.26	3.38	3.22
	충청/대전/세종	93	3.32	3.42	3.34	3.33	3.29
	대구/울산/부산/ 경북/경남	85	3.34	3.32	3.31	3.31	3.28
	광주/전라	64	3.47	3.58	3.58	3.55	3.48
	강원/제주	29	3.45	3.41	3.69	3.38	3.48
기업 분류	중기업	152	3.26	3.40	3.26	3.23	3.24
	소기업	165	3.39	3.49	3.47	3.51	3.36
	소상공인	92	3.32	3.28	3.38	3.39	3.34
소재 지역	동	168	3.24	3.32	3.27	3.26	3.24
	읍·면	241	3.39	3.48	3.44	3.46	3.36
업력	2000년 이전	68	3.25	3.50	3.26	3.34	3.29
	2001~2009년	201	3.29	3.40	3.28	3.31	3.25
	2010년 이후	140	3.41	3.39	3.54	3.49	3.41

주: '전혀 기여하지 못할 것이다(1점)' ~ '매우 기여할 것이다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 지속가능성과 관련한 과제별 적절성 평가 결과 또한 모든 과제의 점수가 5점 척도에서 보통 기준인 3점 이상을 받음<표 2-6>.

○ 일자리 창출(3.55점), 신수요 창출(3.53점), 국내 농업과의 연계 강화(3.52점)를 통한 지속가능성 개선에 대한 업체의 기대가 특히 높은 것으로 나타남.

〈표 2-6〉 과제별 지속가능성 기여도

단위: 점

구분		응답 기업 수	기업 간 상생협력 강화	일자리 창출	국내 농업과의 연계 강화	신수요 창출	기업의 사회적 책임 수행
전 체		409	3.47	3.55	3.52	3.53	3.45
소재 권역	서울/경기/인천	138	3.40	3.59	3.46	3.46	3.47
	충청/대전/세종	93	3.49	3.58	3.48	3.58	3.43
	대구/울산/부산/ 경북/경남	85	3.46	3.46	3.48	3.48	3.42
	광주/전라	64	3.63	3.63	3.73	3.70	3.56
	강원/제주	29	3.48	3.41	3.52	3.45	3.24
기업 분류	중기업	152	3.39	3.51	3.44	3.43	3.41
	소기업	165	3.54	3.64	3.61	3.56	3.48
	소상공인	92	3.50	3.46	3.49	3.63	3.46
소재 지역	동	168	3.38	3.49	3.46	3.49	3.45
	읍·면	241	3.54	3.60	3.56	3.56	3.45
업력	2000년 이전	68	3.41	3.47	3.50	3.44	3.32
	2001~2009년	201	3.44	3.54	3.49	3.52	3.45
	2010년 이후	140	3.55	3.61	3.57	3.58	3.51

주: '전혀 기여하지 못할 것이다(1점)' ~ '매우 기여할 것이다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 각 과제별 경영 전반에서의 실천 정도를 '전혀 실천/달성하지 못하고 있다(1점)'에서 '매우 잘 실천/달성하고 있다(5점)'까지 5점 척도 기준으로 자체 평가하도록 함〈표 2-7〉.

○ 일자리 창출 3.25점, 국내 농업과의 연계 강화 3.17점, 기업의 사회적 책임 수행 3.17점, 신수요 창출 3.14점, 기업 간 상생협력 강화 3.13점으로 과제별로 실천 정도의 차이가 크진 않은 것으로 확인됨.

○ 지역·규모 간 비교에서는 차이가 있는 것으로 확인됨.

- 지역별로는 광주/전라 지역 소재의 기업들의 점수가 다른 지역에 비해 전반적으로 높게 나타났으며, 강원/제주 지역에서는 ‘국내 농업과의 연계 강화’ 부분의 점수가 3.38점으로 다른 과제들에 비해 비교적 높게 나타남.
- 규모별로는 소기업의 점수가 다른 기업 규모 분류에 비해 높은 것으로 나타남.

〈표 2-7〉 과제별 경영 전반에서의 실천도

단위: 점

구분		응답 기업 수	기업 간 상생협력 강화	일자리 창출	국내 농업과의 연계 강화	신수요 창출	기업의 사회적 책임 수행
전 체		409	3.13	3.25	3.17	3.14	3.17
소재 권역	서울/경기/인천	138	3.06	3.23	3.09	3.12	3.12
	충청/대전/세종	93	3.10	3.28	3.08	3.10	3.16
	대구/울산/부산/ 경북/경남	85	3.06	3.14	3.16	3.11	3.13
	광주/전라	64	3.38	3.47	3.41	3.34	3.31
	강원/제주	29	3.21	3.14	3.38	3.10	3.24
기업 분류	중기업	152	3.10	3.24	3.14	3.03	3.09
	소기업	165	3.20	3.33	3.22	3.25	3.25
	소상공인	92	3.04	3.13	3.13	3.14	3.16
소재 지역	동	168	3.08	3.24	3.16	3.07	3.17
	읍·면	241	3.16	3.27	3.18	3.20	3.17
업력	2000년 이전	68	3.03	3.18	3.13	3.12	3.06
	2001~2009년	201	3.14	3.27	3.17	3.15	3.18
	2010년 이후	140	3.15	3.26	3.19	3.14	3.21

주: ‘전혀 실천/달성하지 못하고 있다(1점)’ ~ ‘매우 잘 실천/달성하고 있다(5점)’ 응답 결과의 가중평균을 나타냄.
자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

3. 경영상 문제점 및 정책 수요 평가

○ 경영상 국내 식품제조업체들이 당면한 문제에 대해 조사한 결과 ‘인력확보 어려움/인건비 부담(34.3%)’과 ‘자본/투자 여력 부족(31.2%)’이 가장 큰 어려움인 것으로 나타남〈표 2-8〉.

○ 지역별로 당면한 문제가 다른 것으로 나타남.

- 광주/전라, 강원/제주 지역 소재 기업의 경우 ‘원재료 조달 어려움’을 호소
한 기업이 각각 14.0%, 16.3%로 다른 지역 소재 기업에 비해 비교적 높음.
- ‘자본/투자여력 부족’에 대한 응답 비중은 서울/경기/인천(35.1%), 광주/
전라(32.8%) 소재 기업의 비중이 비교적 높음.
- ‘인력확보 어려움/인건비 부담’ 응답 비중은 충청/대전/세종(39.3%) 지역
소재 기업의 비중이 비교적 높음.

○ 규모별로는 중기업의 경우 ‘인력확보 어려움/인건비 부담’ 응답 비중이 38.7%로 가장 높고, 소기업과 소상공인의 경우 중기업에 비해 ‘자본/투자여력 부족’ 응답 비중이 각각 33.5%, 32.7%로 중기업(27.8%)에 비해 다소 높음.

〈표 2-8〉 당면한 문제(1+2순위)

단위: %

구분		응답 기업 수	원재료 조달 어려움	자본/ 투자여력 부족	인력확보 어려움/ 인건비 부담	판매 및 마케팅 부족	기술력 부족	기타
전 체		409	10.3	31.2	34.3	19.6	3.4	1.1
소재 지역	서울/경기/인천	138	6.2	35.1	34.3	18.9	4.0	1.5
	충청/대전/세종	93	11.5	28.9	39.3	16.7	3.3	0.4
	대구/울산/부산/ 경북/경남	85	10.9	28.3	31.6	22.3	5.3	1.6
	광주/전라	64	14.0	32.8	30.6	21.5	0.5	0.5
	강원/제주	29	16.3	25.6	33.7	20.9	2.3	1.2
기업 분류	중기업	152	7.7	27.8	38.7	18.9	5.0	1.8
	소기업	165	12.8	33.5	35.0	14.9	2.7	1.0
	소상공인	92	10.0	32.7	25.7	29.4	2.2	0.0
소재 지역	동	168	11.2	29.9	31.8	22.0	3.3	1.8
	읍·면	241	9.7	32.1	36.0	18.0	3.6	0.6
업력	2000년 이전	68	9.0	29.5	34.5	21.5	5.0	0.5
	2001~2009년	201	8.6	29.3	39.0	17.4	3.6	2.1
	2010년 이후	140	13.4	34.8	27.5	21.9	2.4	0.0

주: 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 식품제조업 성장을 위해 가장 필요한 정책으로는 ‘판로 확대 및 안정화를 위한 정책(38.9%)’과 ‘생산 시설의 현대화 및 확장을 위한 정책(24.0%)’의 응답 비중이 가장 높음<표 2-9>.

○ 동 지역 소재 기업의 경우 ‘원료의 안정적 조달을 위한 정책’의 응답 비중이 19.0%로 읍·면 지역에 비해 높으며, 읍·면 지역은 ‘생산 시설의 현대화 및 확장을 위한 정책’에 대한 응답 비중이 29.5%로 동 지역에 비해 높음.

○ 규모별로 중기업의 경우 ‘원료의 안정적 조달을 위한 정책(18.4%)’, 소기업은 ‘생산시설의 현대화 및 확장을 위한 정책(30.9%)’, 소상공인은 ‘판로 확대 및 안정화를 위한 정책(45.7%)’의 응답 비중이 다른 기업들에 비해 높게 조사됨.

〈표 2-9〉 식품제조업 성장을 위해 가장 필요한 정책

단위: %

구분	응답 기업 수	원료의 안정적인 조달을 위한 정책	식품의 고부가 가치화를 위한 기술, R&D정책	생산 시설의 현대화 및 확장을 위한 정책	판로 확대 및 안정화를 위한 정책	공정(협력) 성장 지원 정책	소비자 신뢰 제고 정책	기타
전 체	409	13.4	10.8	24.0	38.9	6.8	3.7	2.4
소재 권역	서울/경기/인천	138	9.4	13.8	21.7	42.0	7.2	2.2
	충청/대전/세종	93	19.4	8.6	25.8	35.5	1.1	6.5
	대구/울산/부산/ 경북/경남	85	10.6	12.9	24.7	35.3	10.6	3.5
	광주/전라	64	15.6	4.7	23.4	43.8	7.8	1.6
	강원/제주	29	17.2	10.3	27.6	34.5	10.3	0.0
기업 분류	중기업	152	18.4	10.5	22.4	32.9	8.6	5.3
	소기업	165	10.3	10.3	30.9	40.6	4.2	1.2
	소상공인	92	10.9	12.0	14.1	45.7	8.7	5.4
소재 지역	동	168	19.0	11.9	16.1	40.5	7.1	3.0
	읍·면	241	9.5	10.0	29.5	37.8	6.6	4.1
업력	2000년 이전	68	13.2	10.3	25.0	39.7	10.3	1.5
	2001~2009년	201	14.4	10.4	23.9	36.8	6.5	4.0
	2010년 이후	140	12.1	11.4	23.6	41.4	5.7	4.3

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

제3장

식품제조업체 간 거래 및 협력 실태와 정책 인식



3

식품제조업체 간 거래 및 협력 실태와 정책 인식

1. 식품제조업체 간 거래 실태

- 수위탁거래 형태를 묻는 문항에 대한 응답 결과 ‘위탁을 주기만 한다’고 응답한 경우는 5.8%로 매우 낮으며 나머지 경우는 비슷한 비중을 나타냄<표 3-1>.
- 규모별로 중견 이상 기업의 경우 ‘위탁을 주기만 하는 경우(20.8%)’가 상대적으로 다른 기업 유형에 비해 높음. 소기업과 소상공인의 경우 ‘수·위탁 거래가 없는 경우(각 37.0%, 34.8%)’가 비교적 높은 것으로 확인됨.

〈표 3-1〉 수위탁거래 형태

단위: %

구분		응답 기업 수	위탁을 주기만 한다	위탁을 받기만 한다	위탁을 주기도 하고 위탁을 받기도 한다	수·위탁거래가 없다
전 체		433	5.8	32.1	30.0	32.1
소재 권역	서울/경기/인천	152	9.9	34.9	27.6	27.6
	충청/대전/세종	100	6.0	32.0	34.0	28.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	87	1.1	35.6	28.7	34.5
	광주/전라	64	4.7	20.3	35.9	39.1
	강원/제주	30	0.0	33.3	20.0	46.7
기업 분류	대기업	24	20.8	20.8	37.5	20.8
	중기업	152	5.3	31.6	36.2	27.0
	소기업	165	3.6	34.5	24.8	37.0
	소상공인	92	6.5	31.5	27.2	34.8
소재 지역	동	182	8.2	30.8	30.2	30.8
	읍·면	251	4.0	33.1	29.9	33.1
업력	2000년 이전	78	6.4	39.7	32.1	21.8
	2001~2009년	208	6.3	29.3	32.2	32.2
	2010년 이후	147	4.8	32.0	25.9	37.4

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 위탁을 받은 경우 거래하면서 주로 겪은 애로사항에 대한 응답 결과 ‘원료가격 상승분 등 납품단가 미반영(28.9%)’ 응답의 비중이 가장 높음. 이외에도 ‘납품기한 단축·촉박(15.5%)’, ‘납품대금 결제기한 미준수(15.0%)’ 응답도 비중이 높음〈표 3-2〉.

○ 규모별로는 중기업의 경우 ‘원료가격 상승분 등 납품단가 미반영(32.4%)’ 사례에 대한 응답이 다른 기업에 비해 높고, 소기업은 ‘납품기한 단축·촉박(17.5%)’, 소상공인은 ‘일방적 발주 중단(16.7%)’ 및 ‘납품대금 결제기한 미준수(23.3%)’ 문제에 대한 응답 비중이 다른 기업들에 비해 높은 것으로 조사됨.

〈표 3-2〉 위탁을 받은 경우 애로사항(1+2순위)

단위: %

구분		응답 기업 수	약정서 및 물품 수령증 등 서면 미발급	일방적 대금 결정	일방적 발주 중단 (위탁취소, 거래선 변경)	원료가격 상승분 등 납품단가 미반영	위탁기업 제품의 구매 강요	경영간섭 (전속거래 강요, 인사 개입 등)
전 체		269	1.9	7.4	11.6	28.9	1.1	1.9
소재 권역	서울/경기/인천	95	2.3	9.2	12.3	31.8	1.5	2.7
	충청/대전/세종	66	2.7	4.3	10.3	28.3	0.0	2.2
	대구/울산/부산/ 경북/경남	56	1.3	7.9	13.8	24.3	2.0	1.3
	광주/전라	36	1.0	6.0	11.0	28.0	1.0	0.0
	강원/제주	16	0.0	11.6	7.0	32.6	0.0	2.3
기업 분류	대기업	14	5.0	0.0	2.5	17.5	0.0	2.5
	중기업	103	0.4	5.7	11.0	32.4	1.8	0.4
	소기업	98	2.2	9.3	10.8	29.0	0.7	3.7
	소상공인	54	3.3	9.3	16.7	25.3	0.7	1.3
소재 지역	동	111	2.3	9.4	13.0	26.7	2.3	1.0
	읍·면	158	1.6	6.0	10.6	30.5	0.2	2.5
업력	2000년 이전	56	4.4	10.7	11.9	33.3	1.3	1.9
	2001~2009년	128	0.6	6.3	12.6	31.5	1.1	1.7
	2010년 이후	85	2.2	6.9	9.9	22.0	0.9	2.2

주: 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

〈표 3-2〉 위탁을 받은 경우 애로사항(1+2순위): 계속

단위: %

구분		응답 기업 수	비합리적인 품질수준 검사/요구	납품기한 단축·촉박	납품대금 결제 기한 미준수	각종 수수료 및 지연이자 미지급	기타
전 체		269	6.1	15.5	15.0	2.2	8.4
소재 권역	서울/경기/인천	95	3.8	13.8	12.6	1.9	8.0
	충청/대전/세종	66	8.2	18.5	15.8	2.2	7.6
	대구/울산/부산/ 경북/경남	56	4.6	13.2	13.2	3.9	14.5
	광주/전라	36	9.0	16.0	24.0	0.0	4.0
	강원/제주	16	9.3	20.9	11.6	2.3	2.3
기업 분류	대기업	14	12.5	30.0	10.0	2.5	17.5
	중기업	103	7.8	14.6	12.5	3.9	9.6
	소기업	98	5.2	17.5	13.8	0.4	7.4
	소상공인	54	2.7	10.0	23.3	2.0	5.3
소재 지역	동	111	3.9	13.7	17.6	2.3	7.8
	읍·면	158	7.6	16.9	13.2	2.1	8.8
업력	2000년 이전	56	7.5	13.8	6.9	1.3	6.9
	2001~2009년	128	6.6	16.0	11.5	3.2	8.9
	2010년 이후	85	4.3	15.9	25.9	1.3	8.6

주: 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 위탁을 준 경우 주로 겪는 애로사항으로는 ‘제품의 품질 저하(30.8%)’, ‘납품 기한 미준수(17.1%)’, ‘원료가격 하락분 등 납품단가 미반영(17.1%)’ 문제에 대한 응답이 가장 많음<표 3-3>.

○ 중견 이상 기업과 중소기업의 경우 ‘제품의 품질 저하(각 30.0%, 39.8%)’를 주요 애로사항으로 응답한 비중이 다른 기업들에 비해 높은 반면, 소기업과 소상공인은 ‘일방적 대금결정(각 11.7%, 15.5%)’과 ‘원료가격 하락분 등 납품단가 미반영(각 19.5%, 16.7%)’의 응답 비중이 높아 중소기업 이상 규모의 기업에 비해 상대적으로 계약 대금과 관련한 불이익 문제를 더 많이 겪는 것으로 조사됨.

〈표 3-3〉 위탁을 준 경우 애로사항(1+2순위)

단위: %

구분		응답 기업 수	약정서 및 물품수령증 등 서면 미발급	일방적 대금 결정	일방적 납품 중단(위탁취소, 거래선 변경)	원료가격 하락분 등 납품단가 미반영	수탁기업 제품의 구매 강요
전 체		155	4.2	9.1	7.0	17.1	1.2
소재 권역	서울/경기/인천	57	1.9	10.3	7.7	16.8	3.2
	충청/대전/세종	40	2.7	7.1	8.9	21.4	0.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	26	8.2	6.8	8.2	9.6	0.0
	광주/전라	26	7.0	11.3	0.0	21.1	0.0
	강원/제주	6	5.9	11.8	11.8	5.9	0.0
기업 분류	대기업	14	2.5	5.0	15.0	10.0	5.0
	중기업	63	1.7	5.1	7.4	17.0	1.1
	소기업	47	6.3	11.7	7.8	19.5	0.8
	소상공인	31	7.1	15.5	1.2	16.7	0.0
소재 지역	동	70	2.0	11.1	7.1	16.7	2.0
	읍·면	85	6.1	7.4	7.0	17.4	0.4
업력	2000년 이전	30	6.0	10.7	13.1	14.3	1.2
	2001~2009년	80	3.2	6.8	7.7	15.8	1.4
	2010년 이후	45	4.9	12.3	1.6	21.3	0.8

주: 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

〈표 3-3〉 위탁을 준 경우 애로사항(1+2순위): 계속

단위: %

구분		응답 기업 수	경영간섭 (전속거래 강요, 인사개입 등)	제품의 품질 저하	납품기한 미준수	기타
전 체		155	1.6	30.8	17.1	11.9
소재 권역	서울/경기/인천	57	1.3	27.7	16.8	14.2
	충청/대전/세종	40	0.0	31.3	20.5	8.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	26	4.1	31.5	17.8	13.7
	광주/전라	26	1.4	35.2	12.7	11.3
	강원/제주	6	5.9	35.3	11.8	11.8
기업 분류	대기업	14	5.0	30.0	17.5	10.0
	중기업	63	1.1	39.8	19.9	6.8
	소기업	47	0.8	21.1	12.5	19.5
	소상공인	31	2.4	27.4	17.9	11.9
소재 지역	동	70	1.0	29.3	20.7	10.1
	읍·면	85	2.2	32.2	13.9	13.5
업력	2000년 이전	30	0.0	23.8	14.3	16.7
	2001~2009년	80	1.8	36.0	17.1	10.4
	2010년 이후	45	2.5	26.2	18.9	11.5

주: 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 수·위탁 기업에 지원해 준 사항을 조사한 결과 지원해준 내용이 없는 경우를 제외하면 ‘원료구매 지원(17.7%)’이 가장 많은 응답 비중을 나타냄〈표 3-4〉.

○ 중견 이상 기업의 경우 ‘시설/설비지원(13.0%)’, ‘교육/컨설팅 지원(13.0%)’을 해줬다는 응답이 가장 많으며, 기업의 규모가 작아질수록 ‘지원해 준 내용이 없다’는 응답의 비중이 높아짐.

〈표 3-4〉 수·위탁기업에 지원해 준 사항(중복응답)

단위: %

구분		응답 기업 수	자금 지원	R&D 지원	시설/ 설비 지원	원료 구매 지원	마케팅 지원	교육/ 컨설팅 지원	인력/ 채용 지원	복지· 후생 지원	기타	지원 해준 내용 없음
전 체		155	6.7	9.1	8.1	17.7	8.1	6.7	3.8	1.4	1.9	36.4
소재 지역	서울/경기/인천	57	6.2	11.1	12.3	16.0	3.7	7.4	3.7	1.2	0.0	38.3
	충청/대전/세종	40	7.3	9.1	5.5	21.8	9.1	12.7	3.6	0.0	3.6	27.3
	대구/울산/부산/ 경북/경남	26	6.1	6.1	6.1	18.2	9.1	0.0	6.1	3.0	0.0	45.5
	광주/전라	26	6.1	9.1	6.1	15.2	15.2	3.0	3.0	3.0	3.0	36.4
	강원/제주	6	14.3	0.0	0.0	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3	42.9
기업 분류	대기업	14	8.7	8.7	13.0	8.7	4.3	13.0	8.7	4.3	0.0	30.4
	중기업	63	7.1	8.3	10.7	19.0	4.8	8.3	3.6	2.4	1.2	34.5
	소기업	47	3.4	10.2	6.8	16.9	10.2	3.4	5.1	0.0	5.1	39.0
	소상공인	31	9.3	9.3	2.3	20.9	14.0	4.7	0.0	0.0	0.0	39.5
소재 지역	동	70	7.4	8.4	6.3	17.9	6.3	8.4	4.2	1.1	0.0	40.0
	읍·면	85	6.1	9.6	9.6	17.5	9.6	5.3	3.5	1.8	3.5	33.3
업력	2000년 이전	30	6.1	9.1	9.1	6.1	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	54.5
	2001~2009년	80	8.0	6.3	9.8	19.6	6.3	8.9	3.6	1.8	1.8	33.9
	2010년 이후	45	4.7	14.1	4.7	20.3	14.1	4.7	4.7	0.0	1.6	31.3

주: 중복응답을 고려한 전체 응답 수 대비 각 선택지의 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 수·위탁 기업에 지원받은 사항을 조사한 결과 ‘지원받은 내용이 없다’는 응답이 54.3%로 가장 높고, ‘원료 구매 지원’ 응답이 10.9%, ‘마케팅 지원’ 9.0%, ‘교육/컨설팅 지원’이 7.1% 순으로 높음〈표 3-5〉.

○ ‘지원받은 내용이 없다’는 응답 비중은 기업 규모가 커질수록 낮아지는 경향을 나타냄.

〈표 3-5〉 수·위탁기업에 지원을 받은 사항(중복응답)

단위: %

구분		응답 기업 수	자금 지원	R&D 지원	시설/ 설비 지원	원료 구매 지원	마케팅 지원	교육/ 컨설팅 지원	인력/ 채용 지원	복지· 후생 지원	기타	지원 받은 내용 없음
전 체		269	4.7	4.3	5.9	10.9	9.0	7.1	1.6	0.9	1.2	54.3
소재 권역	서울/경기/인천	95	5.9	3.4	7.6	8.5	10.2	7.6	1.7	0.8	0.8	53.4
	충청/대전/세종	66	4.8	6.0	6.0	13.1	9.5	9.5	3.6	1.2	3.6	42.9
	대구/울산/부산/ 경북/경남	56	1.6	4.7	4.7	12.5	4.7	6.3	0.0	1.6	0.0	64.1
	광주/전라	36	5.4	5.4	5.4	8.1	8.1	2.7	0.0	0.0	0.0	64.9
	강원/제주	16	5.3	0.0	0.0	15.8	15.8	5.3	0.0	0.0	0.0	57.9
기업 분류	대기업	14	4.3	4.3	13.0	13.0	13.0	8.7	13.0	0.0	0.0	30.4
	중기업	103	7.1	7.1	4.0	14.3	6.3	10.3	0.0	1.6	2.4	46.8
	소기업	98	3.5	2.7	8.8	6.2	10.6	4.4	0.9	0.9	0.9	61.1
	소상공인	54	1.7	1.7	1.7	11.7	10.0	5.0	1.7	0.0	0.0	66.7
소재 지역	동	111	5.1	5.1	5.1	12.5	8.8	5.1	2.9	0.7	0.0	54.4
	읍·면	158	4.3	3.8	6.5	9.7	9.1	8.6	0.5	1.1	2.2	54.3
업력	2000년 이전	56	7.4	2.9	7.4	1.5	5.9	8.8	4.4	2.9	1.5	57.4
	2001~2009년	128	6.4	5.7	5.7	15.3	7.0	10.8	0.6	0.6	1.9	45.9
	2010년 이후	85	0.0	3.1	5.2	10.3	14.4	0.0	1.0	0.0	0.0	66.0

주: 중복응답을 고려한 전체 응답 수 대비 각 선택지의 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

2. 중소기업 보호정책에 대한 식품제조업체의 인식 및 평가

○ 중소기업 보호제도별 인지도를 묻는 문항에서는 ‘중소기업 적합업종제도’에 대해 알고 있다고 응답한 기업은 전체 433개 기업의 27.3%, ‘소상공인 생계형 적합업종제도’는 23.3%, ‘중소기업 사업조정제도’ 16.2%, ‘중소기업자 간 경쟁제품지정제도’ 14.5%임〈표 3-6〉.

○ 기업의 규모가 작을수록 각 제도에 대해 알고 있다고 응답하는 비중도 작아짐.

〈표 3-6〉 중소기업 보호제도별 인지도

단위: %

구분		응답 기업 수	중소기업 적합업종제도	중소기업 사업조정제도	중소기업자 간 경쟁제품지정제도	소상공인 생계형 적합업종제도
전 체		433	27.3	16.2	14.5	23.3
소재 권역	서울/경기/인천	152	29.6	16.4	15.8	19.1
	충청/대전/세종	100	27.0	17.0	15.0	22.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	87	29.9	17.2	13.8	29.9
	광주/전라	64	26.6	17.2	14.1	25.0
	강원/제주	30	10.0	6.7	10.0	26.7
기업 분류	대기업	24	50.0	29.2	33.3	37.5
	중기업	152	28.3	19.1	15.8	23.7
	소기업	165	27.3	17.6	15.2	23.6
	소상공인	92	19.6	5.4	6.5	18.5
소재 지역	동	182	25.8	15.9	14.3	21.4
	읍·면	251	28.3	16.3	14.7	24.7
업력	2000년 이전	78	30.8	16.7	10.3	23.1
	2001~2009년	208	28.4	15.4	14.4	22.6
	2010년 이후	147	23.8	17.0	17.0	24.5

주: 각 제도별 인지 여부를 묻는 문항에서 '알고 있다'고 응답한 응답 기업의 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 응답 기업들에게 보호제도별 효과성을 5점 척도로 평가하게 한 결과 '소상공인 생계형 적합업종제도(3.28점)', '중소기업자 간 경쟁제품지정제도(3.21점)', '중소기업 적합업종제도(3.20점)' 순으로 점수가 높게 나타남〈표 3-7〉.

○ 지역별로는 서울/경기/인천 지역과 강원/제주 지역에서 각 제도에 대한 평가가 전반적으로 다른 지역에 비해 낮은 것으로 나타남.

○ 소상공인은 특히 '소상공인 생계형 적합업종제도(3.45점)'에 대한 평가가 다른 기업들에 비해 높은 것으로 나타남.

〈표 3-7〉 중소기업 보호제도별 효과성

단위: 점

구분		응답 기업 수	중소기업 적합업종제도	중소기업자 간 경쟁제품지정제도	소상공인 생계형 적합업종제도
전 체		433	3.20	3.21	3.28
소재 권역	서울/경기/인천	152	3.15	3.11	3.18
	충청/대전/세종	100	3.21	3.22	3.36
	대구/울산/부산/ 경북/경남	87	3.23	3.25	3.30
	광주/전라	64	3.31	3.38	3.39
	강원/제주	30	3.13	3.13	3.23
기업 분류	대기업	24	3.17	3.00	3.04
	중기업	152	3.21	3.21	3.23
	소기업	165	3.21	3.19	3.27
	소상공인	92	3.20	3.28	3.45
소재 지역	동	182	3.20	3.15	3.26
	읍·면	251	3.21	3.25	3.30
업력	2000년 이전	78	3.24	3.21	3.32
	2001~2009년	208	3.25	3.24	3.26
	2010년 이후	147	3.12	3.16	3.29

주: '전혀 효과가 없다(1점)' ~ '매우 효과적이다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 보호제도별 필요성을 묻는 문항에서는 '중소기업 적합업종제도(3.44점)', '소상공인 생계형 적합업종제도(3.35점)', '중소기업자 간 경쟁제품지정제도(3.31점)' 순으로 점수가 높음〈표 3-8〉.

○ 효과성을 묻는 문항과 마찬가지로 서울/경기/인천 지역과 강원/제주 지역에 서 각 제도에 대한 필요성 점수가 전반적으로 다른 지역에 비해 낮음.

○ 대기업은 다른 기업들에 비해 보호제도의 필요성에 대한 평가가 전반적으로 낮음.

〈표 3-8〉 중소기업 보호제도별 필요성

단위: 점

구분		응답 기업 수	중소기업 적합업종제도	중소기업자 간 경쟁제품지정제도	소상공인 생계형 적합업종제도
전 체		433	3.44	3.31	3.35
소재 권역	서울/경기/인천	152	3.35	3.24	3.27
	충청/대전/세종	100	3.59	3.39	3.43
	대구/울산/부산 /경북/경남	87	3.52	3.24	3.32
	광주/전라	64	3.45	3.52	3.50
	강원/제주	30	3.13	3.17	3.23
기업 분류	대기업	24	2.96	2.88	3.00
	중기업	152	3.43	3.31	3.26
	소기업	165	3.52	3.33	3.40
	소상공인	92	3.43	3.38	3.49
소재 지역	동	182	3.36	3.22	3.30
	읍·면	251	3.50	3.37	3.38
업력	2000년 이전	78	3.35	3.27	3.28
	2001~2009년	208	3.48	3.32	3.32
	2010년 이후	147	3.43	3.32	3.42

주: '전혀 필요하지 않다(1점)' ~ '매우 필요하다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

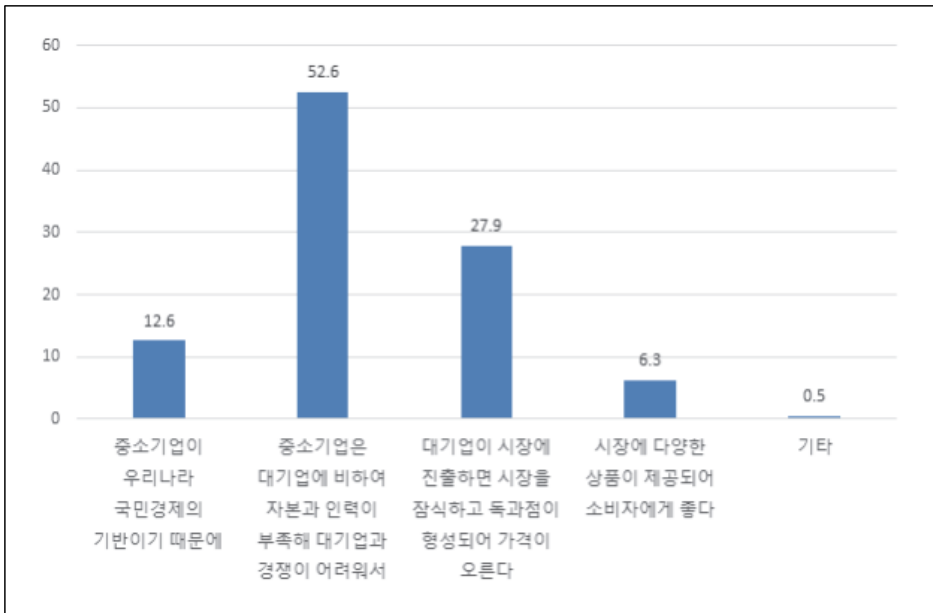
자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 중소기업 적합업종제도가 필요하다고 응답한 업체를 대상으로 필요한 이유에 대해 설문한 결과 '중소기업이 대기업에 비해 자본과 인력이 부족하여 대기업과 경쟁이 어렵다(52.6%)'는 응답이 가장 많음(그림 3-1).

○ 그다음으로는 '대기업이 시장에 진출하면 시장을 잠식하고 독과점이 형성되어 가격이 오른다(27.9%)'는 응답이 높아 대기업과의 불공정 경쟁 및 그로 인해 발생하는 독과점의 폐해를 막는 차원에서 중소기업 적합업종제도가 필요하다고 응답한 사례가 많음.

〈그림 3-1〉 중소기업 적합업종제도 필요 이유

단위: %



자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

3. 식품제조업체 간 상생협력 실태

- 상생협력을 추진하고 있는지 여부를 묻는 문항에서는 ‘추진하고 있다’라고 응답한 기업이 전체 응답 기업의 26.1%임<표 3-9>.
- 지역별로는 충청/대전/세종에서 ‘추진하고 있다’라고 응답한 기업의 비중 (39.0%)이 높으며, 규모별로는 중기업의 해당 비중(30.9%)이 높음.

〈표 3-9〉 상생협력 추진 여부

단위: %

구분		응답 기업 수	추진하고 있다	추진했지만 중단하였다	추진하지 않았다
전 체		433	26.1	4.6	69.3
소재 권역	서울/경기/인천	152	21.7	5.3	73.0
	충청/대전/세종	100	39.0	2.0	59.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	87	23.0	3.4	73.6
	광주/전라	64	26.6	6.3	67.2
	강원/제주	30	13.3	10.0	76.7
기업 분류	대기업	24	25.0	8.3	66.7
	중기업	152	30.9	5.3	63.8
	소기업	165	24.2	2.4	73.3
	소상공인	92	21.7	6.5	71.7
소재 지역	동	182	23.1	5.5	71.4
	읍·면	251	28.3	4.0	67.7
업력	2000년 이전	78	26.9	5.1	67.9
	2001~2009년	208	28.4	2.9	68.8
	2010년 이후	147	22.4	6.8	70.7

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

- 상생협력을 추진하고 있는 기업들을 대상으로 대상 기업을 설문한 결과 주로 동종 분야 대기업(33.3%) 및 중소기업(32.1%)과 협업하는 것으로 확인됨〈표 3-10〉.
- 지역별로는 서울/경기/인천 지역과 강원/제주 지역에서는 대기업(각 30.0%, 25.0%)보다는 중소기업(각 40.0%, 50.0%)과 협업하는 경우가 많은 반면, 충청/대전/세종 지역 및 대구/울산/부산/경북/경남 지역에서는 중소기업(각 28.8%, 27.6%)보다는 대기업(각 37.3%, 37.9%)과 협업하는 경우가 더 많음.
- 중기업은 대기업과 협업하는 경우가 45.7%로 가장 많은 반면 소기업과 소상공인은 중소기업과 협업하는 경우가 각각 39.7%, 32.0%로 가장 많음.

〈표 3-10〉 상생협력 추진 대상 기업(중복응답)

단위: %

구분		응답 기업 수	식품제조 대기업	식품제조 중소기업	농업회사법인 및 영농조합법인	유통 및 운송 업체
전 체		113	33.3	32.1	20.6	13.9
소재 권역	서울/경기/인천	33	30.0	40.0	14.0	16.0
	충청/대전/세종	39	37.3	28.8	20.3	13.6
	대구/울산/부산/ 경북/경남	20	37.9	27.6	27.6	6.9
	광주/전라	17	26.1	26.1	26.1	21.7
	강원/제주	4	25.0	50.0	25.0	0.0
기업 분류	대기업	6	33.3	33.3	25.0	8.3
	중기업	47	45.7	25.7	17.1	11.4
	소기업	40	22.4	39.7	20.7	17.2
	소상공인	20	24.0	32.0	28.0	16.0
소재 지역	동	42	32.8	39.3	16.4	11.5
	읍·면	71	33.7	27.9	23.1	15.4
업력	2000년 이전	21	36.0	44.0	8.0	12.0
	2001~2009년	59	42.0	28.4	18.2	11.4
	2010년 이후	33	17.3	32.7	30.8	19.2

주 1) 중복응답을 고려한 전체 응답 수 대비 각 선택지의 비중을 나타냄.

2) '상생협력을 추진하고 있다'고 응답한 113개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 추진 분야를 묻는 문항에서는 '유통 및 판로 분야(39.9%)'와 '제품 개발 및 생산분야(31.2%)'에서 협력하는 경우가 가장 많은 것으로 확인됨〈표 3-11〉.

○ 소상공인의 경우 '유통 및 판로 분야(48.4%)'에서 다른 기업과 협력한다고 응답한 비중이 높게 나타남.

〈표 3-11〉 상생협력 추진 분야(중복응답)

단위: %

구분		응답 기업 수	원료 수급 분야	제품 개발 및 생산 분야	유통 및 판로 분야	경영 및 관리 분야	기타
전 체		113	24.3	31.2	39.9	4.0	0.6
소재 권역	서울/경기/인천	33	18.4	34.7	40.8	6.1	0.0
	충청/대전/세종	39	29.7	29.7	35.9	3.1	1.6
	대구/울산/부산/ 경북/경남	20	26.7	23.3	46.7	3.3	0.0
	광주/전라	17	20.8	37.5	37.5	4.2	0.0
	강원/제주	4	16.7	33.3	50.0	0.0	0.0
기업 분류	대기업	6	18.2	27.3	36.4	18.2	0.0
	중기업	47	23.6	34.7	37.5	2.8	1.4
	소기업	40	28.8	28.8	39.0	3.4	0.0
	소상공인	20	19.4	29.0	48.4	3.2	0.0
소재 지역	동	42	22.7	37.9	37.9	1.5	0.0
	읍·면	71	25.2	27.1	41.1	5.6	0.9
업력	2000년 이전	21	21.4	39.3	39.3	0.0	0.0
	2001~2009년	59	22.5	31.5	40.4	4.5	1.1
	2010년 이후	33	28.6	26.8	39.3	5.4	0.0

주 1) 중복응답을 고려한 전체 응답 수 대비 각 선택지의 비중을 나타냄.

2) '상생협력을 추진하고 있다'고 응답한 113개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 상생협력 추진 방식을 묻는 문항에서는 '유통/마케팅 지원(30.9%)'과 '원료 구매 지원(23.4%)'을 추진하는 경우가 가장 많은 것으로 나타남. 그다음으로는 'R&D 지원(15.4%)', '시설/설비 지원(9.0%)', '교육/컨설팅 지원(8.5%)', '자금 지원(7.4%)', '인력/채용 지원(2.7%)', '복지·후생 지원(0.5%)' 순으로 응답 비중이 높음〈표 3-12〉.

○ 상생협력 추진 방식은 기업 규모별로 차이가 있음.

- 중기업의 경우 다른 기업에 비해 '교육/컨설팅 지원(10.4%)'을 추진하는 경우가 더 많음.

- 소기업과 소상공인은 '유통/마케팅 지원(각 36.2%, 37.1%)'을 추진하는 경우가 다른 기업에 비해 잦은 것으로 확인됨.

〈표 3-12〉 상생협력 추진 방식(중복응답)

단위: %

구분		응답 기업 수	자금 지원	R&D 지원	시설/설비 지원	원료 구매 지원	유통/ 마케팅 지원
전 체		113	7.4	15.4	9.0	23.4	30.9
소재 권역	서울/경기/인천	33	6.6	19.7	9.8	18.0	34.4
	충청/대전/세종	39	6.3	17.5	11.1	27.0	22.2
	대구/울산/부산/ 경북/경남	20	5.7	11.4	8.6	20.0	31.4
	광주/전라	17	17.4	8.7	0.0	34.8	34.8
	강원/제주	4	0.0	0.0	16.7	16.7	66.7
기업 분류	대기업	6	16.7	5.6	5.6	16.7	27.8
	중기업	47	7.8	19.5	9.1	23.4	24.7
	소기업	40	5.2	15.5	8.6	25.9	36.2
	소상공인	20	5.7	11.4	11.4	22.9	37.1
소재 지역	동	42	9.6	17.8	9.6	26.0	24.7
	읍·면	71	6.1	13.9	8.7	21.7	34.8
업력	2000년 이전	21	6.7	6.7	10.0	23.3	36.7
	2001~2009년	59	9.8	15.7	9.8	21.6	28.4
	2010년 이후	33	3.6	19.6	7.1	26.8	32.1

주 1) 중복응답을 고려한 전체 응답 수 대비 각 선택지의 비중을 나타냄.

2) '상생협력을 추진하고 있다'고 응답한 113개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

〈표 3-12〉 상생협력 추진 방식(중복응답): 계속

단위: %

구분		응답 기업 수	교육/컨설팅 지원	인력/재용 지원	복지·후생 지원	기타
전 체		113	8.5	2.7	0.5	2.1
소재 권역	서울/경기/인천	33	4.9	3.3	1.6	1.6
	충청/대전/세종	39	11.1	3.2	0.0	1.6
	대구/울산/부산/ 경북/경남	20	17.1	2.9	0.0	2.9
	광주/전라	17	0.0	0.0	0.0	4.3
	강원/제주	4	0.0	0.0	0.0	0.0
기업 분류	대기업	6	5.6	16.7	5.6	0.0
	중기업	47	10.4	1.3	0.0	3.9
	소기업	40	6.9	0.0	0.0	1.7
	소상공인	20	8.6	2.9	0.0	0.0
소재 지역	동	42	5.5	4.1	0.0	2.7
	읍·면	71	10.4	1.7	0.9	1.7
업력	2000년 이전	21	6.7	3.3	0.0	6.7
	2001~2009년	59	9.8	2.9	0.0	2.0
	2010년 이후	33	7.1	1.8	1.8	0.0

주 1) 중복응답을 고려한 전체 응답 수 대비 각 선택지의 비중을 나타냄.

2) '상생협력을 추진하고 있다'고 응답한 113개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 상생협력을 통한 긍정적인 효과 여부를 묻는 설문에서는 상생협력을 추진하는 기업의 84.1%가 '긍정적인 효과가 있다'고 응답함〈표 3-13〉.

○ 대구/울산/부산/경북/경남 지역의 경우 상생협력에 대해 긍정적으로 평가하는 비중이 60.0%로 다른 지역에 비해 낮음.

〈표 3-13〉 상생협력을 통한 긍정적인 효과 여부

단위: %

구분		응답 기업 수	긍정적인 효과 있음	긍정적인 효과 없음
전 체		113	84.1	15.9
소재 권역	서울/경기/인천	33	87.9	12.1
	충청/대전/세종	39	92.3	7.7
	대구/울산/부산/ 경북/경남	20	60.0	40.0
	광주/전라	17	88.2	11.8
	강원/제주	4	75.0	25.0
	대기업	6	83.3	16.7
기업 분류	중기업	47	80.9	19.1
	소기업	40	85.0	15.0
	소상공인	20	90.0	10.0
소재 지역	동	42	90.5	9.5
	읍·면	71	80.3	19.7
업력	2000년 이전	21	81.0	19.0
	2001~2009년	59	79.7	20.3
	2010년 이후	33	93.9	6.1

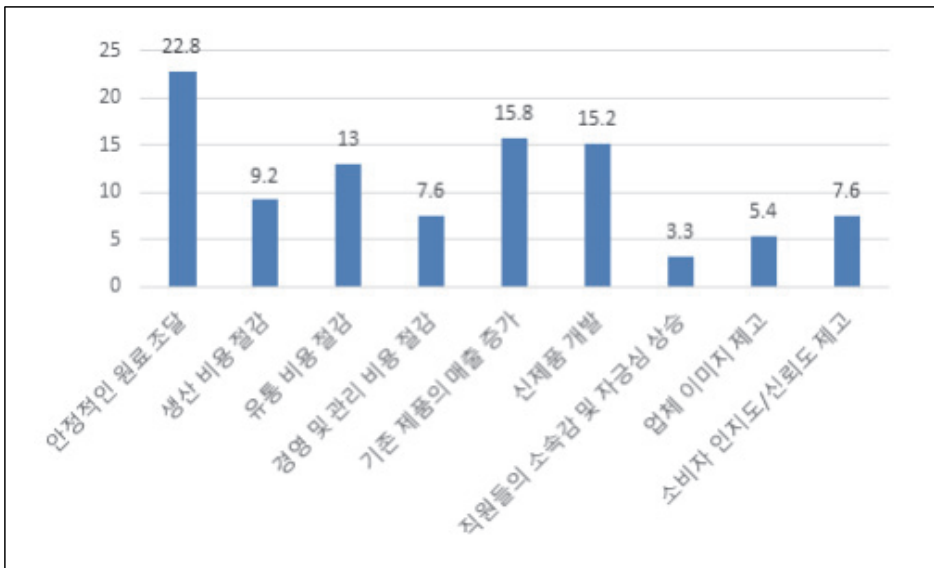
주: '상생협력을 추진하고 있다'고 응답한 113개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 구체적으로 주된 긍정적 효과에 대해 설문한 결과 '안정적인 원료 조달(22.8%)', '기존 제품의 매출 증가(15.8%)', '신제품 개발(15.2%)', '유통 비용 절감(13.0%)', '생산 비용 절감(9.2%)' 등 다양한 분야에서 긍정적인 효과가 발생하고 있는 것으로 조사됨<그림 3-2>.

〈그림 3-2〉 상생협력을 통한 주된 긍정적 효과

단위: %

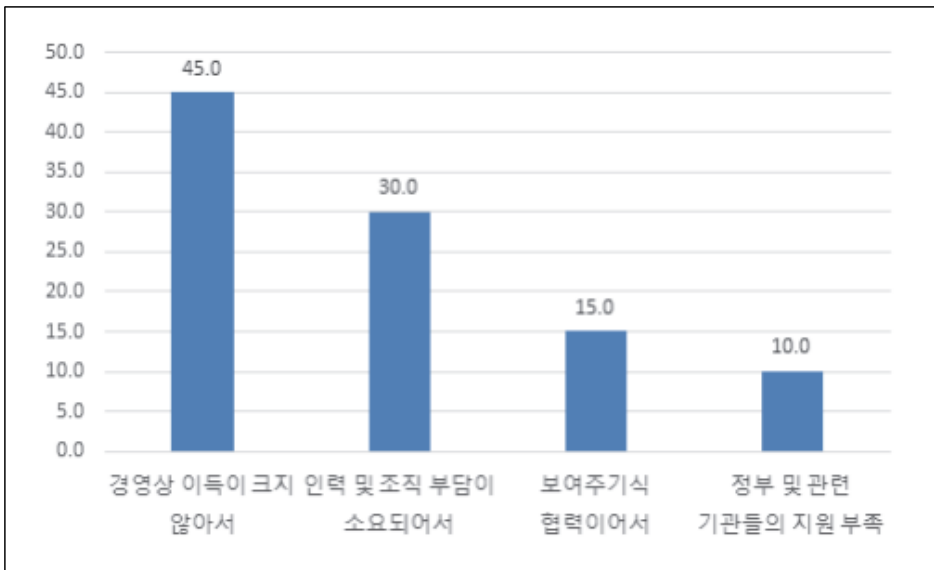


주: 상생협력의 긍정적인 효과 여부에 '긍정적인 효과가 있다'고 답한 95개의 기업을 대상으로 설문한 결과임.
자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

- 상생협력을 추진했지만 중단한 기업들을 대상으로 중단한 주된 이유에 대해 설문한 결과 '경영상 이득이 크지 않아서(45.0%)', '인력 및 조직 부담이 소요되어서(30.0%)', '보여주기식 협력이었어서(15.0%)', '정부 및 관련 기관들의 지원 부족(10.0%)' 순으로 응답 비중이 높게 나타남〈그림 3-3〉.

〈그림 3-3〉 상생협력을 중단한 주된 이유

단위: %



주: '상생협력을 추진했으나, 중단하였다'고 응답한 20개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 상생협력을 추진하지 않았다고 응답한 기업을 대상으로 추진하지 않은 이유를 설문한 결과 '상생협력 사업에 대한 관심이 없어서(21.0%)', '경영상 이득이 크지 않아서(17.0%)' 등의 이유도 있으나, '상생협력 사업을 알지 못해서(20.3%)', '상생협력 대상업체를 찾지 못해서(15.3%)', '상생협력 프로그램 운영방식을 몰라서(12.0%)' 추진하지 않았다고 응답한 기업도 상당수 있어, 해당 프로그램에 대한 홍보 및 교육, 매칭을 위한 도움이 필요한 것으로 나타남<표 3-14>.

○ 특히 중기업과 소기업의 경우 '상생협력 대상업체를 찾지 못하는(각 21.6%, 14.9%)' 경우가 많은 것으로 나타남. 또한 소기업과 소상공인은 '상생협력 사업을 잘 알지 못하는 경우(각 23.1%, 30.3%)'가 다른 기업에 비해 많은 것으로 조사됨.

〈표 3-14〉 상생협력을 추진하지 않은 주된 이유

단위: %

구분		응답 기업 수	경영상 이득이 크지 않아서	인력 및 조직 부담이 소요되어서	상생협력 대상 업체를 찾지 못해서	상생협력 사업을 알지 못해서
전 체		300	17.7	11.3	15.3	20.3
소재 권역	서울/경기/인천	111	16.2	10.8	13.5	21.6
	충청/대전/세종	59	18.6	8.5	22.0	15.3
	대구/울산/부산/ 경북/경남	64	20.3	12.5	20.3	18.8
	광주/전라	43	14.0	14.0	9.3	23.3
	강원/제주	23	21.7	13.0	4.3	26.1
기업 분류	대기업	16	25.0	6.3	6.3	12.5
	중기업	97	18.6	4.1	21.6	11.3
	소기업	121	20.7	16.5	14.9	23.1
	소상공인	66	9.1	13.6	9.1	30.3
소재 지역	동	130	23.1	6.9	12.3	19.2
	읍·면	170	13.5	14.7	17.6	21.2
업력	2000년 이전	53	22.6	17.0	9.4	20.8
	2001~2009년	143	16.8	9.1	18.2	16.1
	2010년 이후	104	16.3	11.5	14.4	26.0

주: '상생협력을 추진하고 있지 않다'고 응답한 300개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

〈표 3-14〉 상생협력을 추진하지 않은 주된 이유: 계속

단위: %

구분		응답 기업 수	상생협력 프로그램 운영방식을 몰라서	상생협력에 대한 관심이 없어서	기타
전 체		300	12.0	21.0	2.3
소재 권역	서울/경기/인천	111	11.7	24.3	1.8
	충청/대전/세종	59	8.5	23.7	3.4
	대구/울산/부산/ 경북/경남	64	6.3	20.3	1.6
	광주/전라	43	18.6	16.3	4.7
	강원/제주	23	26.1	8.7	0.0
기업 분류	대기업	16	12.5	37.5	0.0
	중기업	97	16.5	26.8	1.0
	소기업	121	8.3	14.0	2.5
	소상공인	66	12.1	21.2	4.5
소재 지역	동	130	12.3	24.6	1.5
	읍·면	170	11.8	18.2	2.9
업력	2000년 이전	53	13.2	13.2	3.8
	2001~2009년	143	12.6	25.2	2.1
	2010년 이후	104	10.6	19.2	1.9

주: '상생협력을 추진하고 있지 않다'고 응답한 300개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 상생협력 추진 계획 여부를 묻는 문항에서 계획이 '있다'고 응답한 비중은 29.3%로 '없다(22.6%)'에 비해 높은 것으로 조사됨<표 3-15>.

○ 상생협력 추진 계획이 '있다'고 응답한 비중은 기업의 규모가 작아질수록 높아지는 것으로 나타남. 또한 대기업을 제외한 나머지 기업의 경우 상생협력 추진 의향이 있는 기업의 비중이 없는 기업의 비중에 비해 높게 나타남.

〈표 3-15〉 상생협력 추진 계획 여부

단위: %

구분		응답 기업 수	있다	없다	모르겠다
전 체		433	29.3	22.6	48.0
소재 권역	서울/경기/인천	152	24.3	25.0	50.7
	충청/대전/세종	100	37.0	16.0	47.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	87	25.3	26.4	48.3
	광주/전라	64	37.5	20.3	42.2
	강원/제주	30	23.3	26.7	50.0
기업 분류	대기업	24	12.5	16.7	70.8
	중기업	152	27.0	22.4	50.7
	소기업	165	30.3	23.0	46.7
	소상공인	92	35.9	23.9	40.2
소재 지역	동	182	26.4	24.7	48.9
	읍·면	251	31.5	21.1	47.4
업력	2000년 이전	78	26.9	24.4	48.7
	2001~2009년	208	27.4	22.1	50.5
	2010년 이후	147	33.3	22.4	44.2

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 상생협력 추진 계획이 있는 기업들을 대상으로 추진 분야에 대해 설문한 결과 '유통 및 판로 분야(43.0%)'와 '제품 개발 및 생산 분야(32.4%)'에서 상생협력을 추진할 의향이 높은 것으로 확인됨<표 3-16>.

○ 충청/대전/세종 지역 소재 기업은 다른 지역에 비해 '원료 수급 분야(25.0%)'에서 다른 기업과의 상생협력을 추진하겠다는 응답 비중이 높음.

〈표 3-16〉 향후 상생협력 추진 분야(중복응답)

단위: %

구분		응답 기업 수	원료 수급 분야	제품 개발 및 생산 분야	유통 및 판로 분야	경영 및 관리 분야
전 체		127	17.9	32.4	43.0	6.8
소재 권역	서울/경기/인천	37	10.5	38.6	43.9	7.0
	충청/대전/세종	37	25.0	28.1	40.6	6.3
	대구/울산/부산/ 경북/경남	22	15.2	36.4	42.4	6.1
	광주/전라	24	17.5	30.0	45.0	7.5
	강원/제주	7	23.1	23.1	46.2	7.7
기업 분류	대기업	3	0.0	40.0	40.0	20.0
	중기업	41	22.4	32.8	43.1	1.7
	소기업	50	16.1	34.4	39.8	9.7
	소상공인	33	17.6	27.5	49.0	5.9
소재 지역	동	48	19.7	28.9	43.4	7.9
	읍·면	79	16.8	34.4	42.7	6.1
업력	2000년 이전	21	10.7	35.7	50.0	3.6
	2001~2009년	57	20.0	32.2	43.3	4.4
	2010년 이후	49	18.0	31.5	40.4	10.1

주 1) 중복응답을 고려한 전체 응답 수 대비 각 선택지의 비중을 나타냄.

2) ‘향후 상생협력 추진계획이 있다’고 응답한 127개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 향후 상생협력 추진 방식에 대해 설문하는 문항에서는 ‘유통/마케팅 지원 (29.6%)’에 대한 선호도가 높은 것으로 조사됨〈표 3-17〉.

○ 그 외에도 ‘원료 구매 지원(17.4%)’, ‘R&D 지원(16.6%)’, ‘시설/설비 지원 (15.4%)’에 대한 선호도도 비교적 높음.

〈표 3-17〉 향후 상생협력 추진 방식(중복응답)

단위: %

구분	응답 기업 수	자금 지원	R&D 지원	시설/설비 지원	원료 구매 지원
전 체	127	8.1	16.6	15.4	17.4
소재 권역	서울/경기/인천	37	7.5	17.9	10.4
	충청/대전/세종	37	9.0	15.4	21.8
	대구/울산/부산/ 경북/경남	22	8.7	19.6	15.2
	광주/전라	24	9.3	14.0	23.3
	강원/제주	7	0.0	15.4	15.4
기업 분류	대기업	3	0.0	0.0	25.0
	중기업	41	5.3	19.7	14.5
	소기업	50	9.0	15.3	18.9
	소상공인	33	10.7	16.1	8.9
소재 지역	동	48	6.4	17.0	14.9
	읍·면	79	9.2	16.3	15.7
업력	2000년 이전	21	3.3	13.3	16.7
	2001~2009년	57	7.1	16.1	14.3
	2010년 이후	49	10.5	18.1	16.2

주 1) 중복응답을 고려한 전체 응답 수 대비 각 선택지의 비중을 나타냄.

2) '향후 상생협력 추진계획이 있다'고 응답한 127개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

〈표 3-17〉 향후 상생협력 추진 방식(중복응답): 계속

단위: %

구분	응답 기업 수	유통/마케팅 지원	교육/컨설팅 지원	인력/채용 지원	복지·후생 지원
전 체	127	29.6	5.7	5.3	2.0
소재 권역	서울/경기/인천	37	38.8	3.0	1.5
	충청/대전/세종	37	21.8	9.0	3.8
	대구/울산/부산/ 경북/경남	22	23.9	6.5	10.9
	광주/전라	24	32.6	4.7	7.0
	강원/제주	7	38.5	0.0	7.7
기업 분류	대기업	3	50.0	0.0	0.0
	중기업	41	28.9	7.9	3.9
	소기업	50	25.2	4.5	6.3
	소상공인	33	37.5	5.4	5.4
소재 지역	동	48	31.9	4.3	3.2
	읍·면	79	28.1	6.5	6.5
업력	2000년 이전	21	50.0	3.3	3.3
	2001~2009년	57	27.7	8.0	5.4
	2010년 이후	49	25.7	3.8	5.7

주 1) 중복응답을 고려한 전체 응답 수 대비 각 선택지의 비중을 나타냄.

2) '향후 상생협력 추진계획이 있다'고 응답한 127개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 상생협력을 위한 정부의 역할 필요성에 대해 설문한 결과 ‘필요하다’고 응답한 기업의 비중은 51.7%로 응답 기업 전체의 과반수 이상이 정부의 역할이 어느 정도 필요한 것으로 인식하고 있음<표 3-18>.

○ 필요성 평가 결과를 5점 척도 기준으로 살펴보면 대기업의 경우 3.42점으로 가장 낮은 점수를 나타내는 반면 중기업, 소기업, 소상공인은 각각 3.65점, 3.72점, 3.66점으로 높은 점수를 나타냄.

〈표 3-18〉 상생협력을 위한 정부의 역할 필요성

단위: %, 점

구분		전혀 필요하지 않다	필요하지 않다	보통	필요하다	매우 필요하다	잘 모르겠다	5점 척도
전 체		0.7	6.9	29.1	36.0	15.7	11.5	3.67
소재 지역	서울/경기/인천	0.7	8.6	32.9	27.6	14.5	15.8	3.55
	충청/대전/세종	1.0	8.0	29.0	39.0	14.0	9.0	3.63
	대구/울산/부산/ 경북/경남	1.1	5.7	26.4	39.1	16.1	11.5	3.71
	광주/전라	0.0	4.7	25.0	45.3	17.2	7.8	3.81
	강원/제주	0.0	3.3	26.7	40.0	23.3	6.7	3.89
기업 분류	대기업	0.0	8.3	29.2	41.7	0.0	20.8	3.42
	중기업	1.3	6.6	30.3	34.9	16.4	10.5	3.65
	소기업	0.6	7.9	24.2	36.4	17.6	13.3	3.72
	소상공인	0.0	5.4	35.9	35.9	15.2	7.6	3.66
소재 지역	동	1.1	8.2	34.6	32.4	10.4	13.2	3.49
	읍·면	0.4	6.0	25.1	38.6	19.5	10.4	3.79
업력	2000년 이전	0.0	7.7	26.9	34.6	14.1	16.7	3.66
	2001~2009년	1.0	6.7	29.8	36.5	15.4	10.6	3.66
	2010년 이후	0.7	6.8	29.3	36.1	17.0	10.2	3.69

주: ‘전혀 필요하지 않다(1점)’ ~ ‘매우 필요하다(5점)’ 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 상생협력 확대에 정부의 역할이 필요하다고 응답한 기업들을 대상으로 구체적으로 필요한 정부의 역할에 대해 설문한 결과 주로 ‘세제/자금 지원(34.4%)’과 ‘기업 간의 거래 공정화 강화(25.0%)’ 역할을 정부에서 수행해줄 것 바라는 것으로 조사됨<표 3-19>.

○ ‘세제/자금 지원’은 대기업보다 중소기업 및 소상공인이 주로 응답함.

〈표 3-19〉 상생협력 확산을 위한 정부의 역할

단위: %

구분		응답 기업 수	기업 간의 거래 공정화 강화	대중소기업의 해외시장 동반진출 지원	성과공유제 강화	상생결제제도 강화
전 체		224	25.0	4.9	4.5	12.5
소재 권역	서울/경기/인천	64	25.0	3.1	3.1	7.8
	충청/대전/세종	53	18.9	9.4	5.7	17.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	48	27.1	4.2	2.1	12.5
	광주/전라	40	25.0	5.0	10.0	17.5
	강원/제주	19	36.8	0.0	0.0	5.3
기업 분류	대기업	10	40.0	0.0	20.0	0.0
	중기업	78	29.5	5.1	2.6	12.8
	소기업	89	24.7	3.4	5.6	14.6
	소상공인	47	14.9	8.5	2.1	10.6
소재 지역	동	78	26.9	2.6	5.1	11.5
	읍·면	146	24.0	6.2	4.1	13.0
업력	2000년 이전	38	26.3	2.6	10.5	10.5
	2001~2009년	108	26.9	5.6	1.9	13.0
	2010년 이후	78	21.8	5.1	5.1	12.8

주: 상생협력 확산을 위해 정부의 역할이 필요하다고 응답한 224개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

〈표 3-19〉 상생협력 확산을 위한 정부의 역할: 계속

단위: %

구분		응답 기업 수	협력 사업확대를 위한 세제/자금 지원	상생협력 공동인프라 구축 (클러스터 포함)	사회적 분위기 조성
전 체		224	34.4	14.3	4.5
소재 권역	서울/경기/인천	64	40.6	12.5	7.8
	충청/대전/세종	53	37.7	11.3	0.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	48	35.4	12.5	6.3
	광주/전라	40	20.0	20.0	2.5
	강원/제주	19	31.6	21.1	5.3
	대기업	10	10.0	30.0	0.0
기업 분류	중기업	78	33.3	15.4	1.3
	소기업	89	33.7	13.5	4.5
	소상공인	47	42.6	10.6	10.6
소재 지역	동	78	33.3	10.3	10.3
	읍·면	146	34.9	16.4	1.4
업력	2000년 이전	38	36.8	10.5	2.6
	2001~2009년	108	33.3	16.7	2.8
	2010년 이후	78	34.6	12.8	7.7

주: 상생협력 확산을 위해 정부의 역할이 필요하다고 응답한 224개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

4. 식품제조업 분야 상생협력 관련 소비자 인식

○ 식품제조업 분야 내 중소기업 보호제도의 필요성에 대해 설명하고, 그 필요성에 대해 일반 소비자들의 인식이 어떠한지 조사함〈표 3-20〉.

○ 조사 결과 ‘필요하다’ 혹은 ‘매우 필요하다’는 응답이 전체 응답의 80.8%를 차지하여 식품을 소비하는 소비자들은 전반적으로 식품제조업 분야 내 중소기업 보호제도의 필요성에 공감하고 있는 것으로 파악됨.

○ 남성보다는 여성, 연령이 높을수록, 정치적 성향이 진보적인 경우 5점 척도 점수가 높게 나타나 중소기업 보호제도의 필요성에 더욱 공감하는 경향을 보임.

〈표 3-20〉 식품제조업 분야 중소기업 보호제도의 필요성

단위: %, 점

구분		응답 수	전혀 필요하지 않다	필요하지 않다	보통	필요하다	매우 필요하다	잘 모르겠다	5점 척도
전 체		2,000	0.9	2.0	14.0	48.0	32.8	2.4	4.12
성별	남성	1,007	1.7	2.5	16.0	44.9	33.1	1.9	4.07
	여성	993	0.1	1.5	12.0	51.1	32.5	2.8	4.18
연령	20대	358	2.2	3.4	18.2	47.2	23.5	5.6	3.91
	30대	373	1.6	1.9	17.2	49.6	26.5	3.2	4.01
	40대	451	0.4	1.6	13.7	51.9	31.5	0.9	4.13
	50대	465	0.2	0.6	11.6	47.7	37.6	2.2	4.25
	60대 이상	353	0.3	3.1	9.9	42.2	44.2	0.3	4.27
최종 학력	고등학교 졸업 이하	580	1.6	2.6	14.7	47.4	31.7	2.1	4.07
	대학 중퇴/졸업	1,226	0.6	1.5	13.3	49.0	32.8	2.8	4.15
	대학원 이상	194	1.0	3.1	16.5	42.8	36.1	0.5	4.10
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	252	0.8	2.4	17.1	44.8	32.1	2.8	4.08
	200만~300만 원 미만	373	0.3	2.4	15.0	49.6	29.8	2.9	4.09
	300만~400만 원 미만	371	0.8	1.3	14.6	47.7	34.8	0.8	4.15
	400만~500만 원 미만	355	0.3	2.0	11.5	49.9	33.2	3.1	4.17
	500만~600만 원 미만	241	0.4	1.7	16.6	49.4	31.1	0.8	4.10
	600만 원 이상	408	2.5	2.2	11.3	46.1	34.8	3.2	4.12
정치적 성향	진보적	606	0.7	1.2	10.1	47.5	39.6	1.0	4.26
	중도적	785	0.6	2.7	15.9	46.8	31.2	2.8	4.08
	보수적	378	1.6	1.9	12.4	48.7	33.3	2.1	4.13
	관심 없음	231	1.3	2.2	20.3	51.9	19.5	4.8	3.90

주: '전혀 필요하지 않다(1점)'~'매우 필요하다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 동일한 응답자를 대상으로 중소기업 진흥제도에 대한 설명과 함께 해당 제도의 필요성에 대해 소비자를 대상으로 설문한 결과 '필요하다'와 '매우 필요하다'는 응답 비중이 81.9%로 조사됨〈표 3-21〉.

○ 마찬가지로 남성보다는 여성, 연령이 높을수록, 정치적 성향이 진보적인 경우 5점 척도 점수가 높음.

〈표 3-21〉 식품제조업 분야 중소기업 진흥제도의 필요성

단위: %, 점

구분		전혀 필요 하지 않다	필요하지 않다	보통	필요하다	매우 필요하다	잘 모르겠다	5점 척도
전 체		0.5	1.1	14.2	49.6	32.3	2.6	4.15
성별	남성	0.9	1.2	16.5	46.1	33.2	2.2	4.12
	여성	0.0	0.9	11.8	53.1	31.3	2.9	4.18
연령	20대	1.1	2.5	22.6	47.2	20.9	5.6	3.89
	30대	0.8	0.3	17.2	52.5	25.5	3.8	4.06
	40대	0.4	1.6	11.8	53.2	32.2	0.9	4.16
	50대	0.0	0.2	10.5	48.8	38.3	2.2	4.28
	60대 이상	0.0	0.8	10.2	45.0	43.1	0.8	4.31
최종 학력	고등학교 졸업 이하	0.7	1.6	16.9	47.9	29.8	3.1	4.08
	대학 중퇴/졸업	0.3	0.8	12.5	50.4	33.5	2.4	4.19
	대학원 이상	0.5	1.0	16.5	49.0	31.4	1.5	4.12
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	0.4	1.2	17.5	43.3	34.5	3.2	4.14
	200만~300만 원 미만	0.3	0.5	13.9	53.4	28.2	3.8	4.13
	300만~400만 원 미만	0.3	0.3	17.0	47.7	32.6	2.2	4.15
	400만~500만 원 미만	0.0	1.1	11.5	52.4	32.1	2.8	4.19
	500만~600만 원 미만	0.0	2.1	14.5	52.7	29.5	1.2	4.11
	600만 원 이상	1.5	1.5	11.8	47.3	36.0	2.0	4.17
정치적 성향	진보적	0.3	1.0	10.7	47.4	38.8	1.8	4.26
	중도적	0.3	1.3	15.2	48.8	32.1	2.4	4.14
	보수적	0.8	0.5	13.2	51.9	32.0	1.6	4.16
	관심 없음	0.9	1.3	21.2	54.1	16.0	6.5	3.89

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 대·중소기업 간 상생협력에 대한 설명과 함께 필요성에 대한 소비자 평가를 조사한 결과 ‘필요하다’와 ‘매우 필요하다’는 응답 비중이 85.5%였음(표 3-22).

○ 연령이 높을수록, 정치적 성향이 진보적인 경우 5점 척도 점수가 높게 나타남.

〈표 3-22〉 식품제조업 분야 대·중소기업 간 상생협력의 필요성

단위: %, 점

구분		전혀 필요 하지 않다	필요하지 않다	보통	필요하다	매우 필요하다	잘 모르겠다	5점 척도
전 체		0.3	1.0	11.7	46.2	39.3	1.6	4.25
성별	남성	0.5	1.3	14.1	42.5	40.5	1.1	4.23
	여성	0.1	0.7	9.2	49.9	38.1	2.0	4.28
연령	20대	1.1	2.0	21.2	45.8	25.7	4.2	3.97
	30대	0.3	0.5	15.3	48.3	34.0	1.6	4.17
	40대	0.0	1.3	9.5	50.1	38.4	0.7	4.26
	50대	0.2	1.1	7.1	46.2	44.3	1.1	4.35
	60대 이상	0.0	0.0	6.8	39.4	53.3	0.6	4.47
최종 학력	고등학교 졸업 이하	0.7	0.9	15.3	44.1	36.7	2.2	4.18
	대학 중퇴/졸업	0.1	1.1	9.8	47.5	40.3	1.3	4.29
	대학원 이상	0.5	1.0	12.4	44.3	40.7	1.0	4.25
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	0.4	0.4	16.3	44.0	36.9	2.0	4.19
	200만~300만 원 미만	0.5	1.1	12.3	50.7	33.0	2.4	4.17
	300만~400만 원 미만	0.0	1.3	12.1	43.7	42.3	0.5	4.28
	400만~500만 원 미만	0.3	0.8	9.3	50.4	38.0	1.1	4.26
	500만~600만 원 미만	0.0	1.2	11.2	48.1	38.2	1.2	4.25
	600만 원 이상	0.5	1.0	10.0	40.9	45.6	2.0	4.33
정치적 성향	진보적	0.0	0.8	7.1	43.2	48.2	0.7	4.40
	중도적	0.4	1.3	12.7	47.5	36.6	1.5	4.20
	보수적	0.5	1.1	9.8	45.2	42.3	1.1	4.29
	관심 없음	0.4	0.4	22.9	51.1	20.3	4.8	3.95

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 대·중소기업 간 상생협력의 확산을 위해 정부의 적극적인 역할이 필요한지에 대해 소비자들을 대상으로 설문한 결과 ‘필요하다’와 ‘매우 필요하다’고 응답한 소비자가 79.0%였음〈표 3-23〉.

○ 연령이 높을수록, 정치적 성향이 진보적인 경우 5점 척도 점수가 높음.

〈표 3-23〉 식품제조업 분야 상생협력 확산을 위한 정부의 적극적인 역할의 필요성

단위: %, 점

구분		전혀 필요 하지 않다	필요하지 않다	보통	필요하다	매우 필요 하다	잘 모르겠다	5점 척도
전 체		1.6	2.1	15.3	44.7	34.3	2.1	4.10
성별	남성	2.1	2.5	15.9	42.4	36.1	1.0	4.09
	여성	1.0	1.7	14.7	47.0	32.4	3.1	4.12
연령	20대	2.8	1.7	22.3	43.3	25.7	4.2	3.91
	30대	1.9	1.1	18.5	48.3	29.0	1.3	4.03
	40대	1.1	3.5	14.9	46.1	32.6	1.8	4.07
	50대	0.9	2.2	11.0	43.7	40.9	1.5	4.23
	60대 이상	1.4	1.7	11.0	41.9	42.2	1.7	4.24
최종 학력	고등학교 졸업 이하	1.9	1.7	18.3	41.2	34.0	2.9	4.07
	대학 중퇴/졸업	1.4	2.0	13.8	46.6	34.5	1.7	4.13
	대학원 이상	1.5	3.6	16.0	43.3	34.0	1.5	4.06
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	2.0	2.0	22.2	39.7	32.9	1.2	4.01
	200만~300만 원 미만	0.8	1.9	15.0	48.8	30.6	2.9	4.10
	300만~400만 원 미만	1.1	1.3	17.8	45.6	32.3	1.9	4.09
	400만~500만 원 미만	0.8	2.0	13.5	42.3	38.6	2.8	4.19
	500만~600만 원 미만	1.7	1.7	13.7	48.1	32.8	2.1	4.11
	600만 원 이상	2.9	3.4	11.5	43.4	37.5	1.2	4.10
정치적 성향	진보적	0.5	0.7	10.4	44.6	43.1	0.8	4.30
	중도적	1.5	2.4	16.6	45.9	31.8	1.8	4.06
	보수적	2.4	4.5	14.3	43.7	33.9	1.3	4.03
	관심 없음	3.0	0.9	25.5	42.9	20.3	7.4	3.83

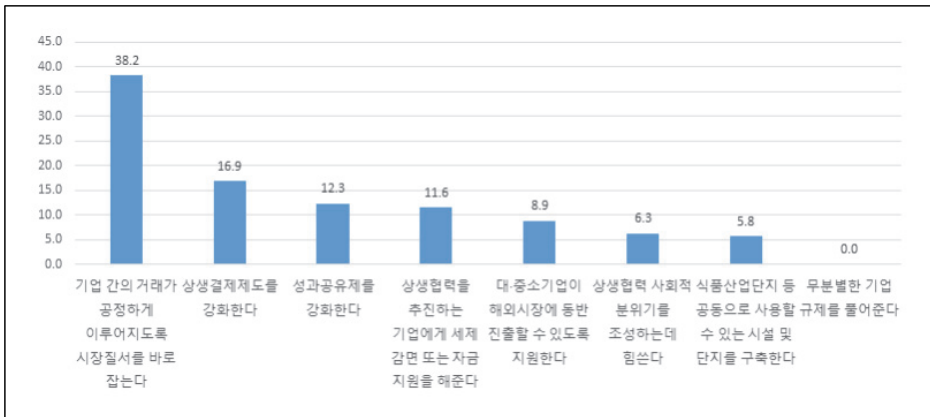
자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 대·중소기업 간 상생협력의 확산을 위해 정부의 적극적인 역할이 필요하지 않다고 응답한 응답자들을 제외한 나머지 1,886명의 응답자들을 대상으로 상생협력 확산을 위해 정부가 추진해야 할 역할에 대해 설문함(그림 3-4).

○ 설문 결과 ‘기업 간의 거래가 공정하게 이루어지도록 시장질서를 바로 잡아야 한다(38.2%)’는 응답이 가장 많고, 그다음으로는 ‘상생결제제도 강화(16.9%)’의 응답 비중이 높음.

〈그림 3-4〉 식품제조업 분야 상생협력 확산을 위해 정부가 추진해야 할 역할(1+2순위)

단위: %



주 1) 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

2) '대·중소기업 간 상생협력의 확산을 위해 정부의 적극적인 역할이 필요하지 않다'고 응답한 응답자들을 제외한 나머지 1,886명을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 다른 모든 조건이 같을 경우, 상생협력을 추진하는 식품제조기업의 제품을 구입할 의사가 있는지를 물어본 결과, 응답자의 64.8%가 '구입할 의향이 있다'고 응답함<표 3-24>.

○ 구입의향 점수는 남성에 비해 여성이, 연령대가 높을수록, 소득이 높을수록, 정치성향이 진보적인 응답자가 높은 것으로 조사됨.

〈표 3-24〉 식품제조업 분야 상생협력 추진 기업제품 구입 의사

단위: %, 점

구분		전혀 구입할 것 같지 않다	구입할 것 같지 않다	보통이다	구입할 생각이 있는 편이다	구입할 생각이 크다	5점 척도
전 체		0.5	1.7	33.1	54.1	10.7	3.73
성별	남성	0.8	2.3	36.4	47.8	12.7	3.69
	여성	0.1	1.1	29.7	60.5	8.6	3.76
연령	20대	0.8	2.0	46.6	41.3	9.2	3.56
	30대	0.8	1.3	39.4	53.6	4.8	3.60
	40대	0.2	1.6	32.8	56.1	9.3	3.73
	50대	0.4	1.7	26.0	58.3	13.5	3.83
	60대 이상	0.0	2.0	22.4	59.5	16.1	3.90
최종 학력	고등학교 졸업 이하	0.5	2.4	38.1	49.7	9.3	3.65
	대학 중퇴/졸업	0.4	1.4	30.8	56.3	11.2	3.76
	대학원 이상	0.5	1.5	33.0	53.6	11.3	3.74
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	1.2	1.6	45.2	43.3	8.7	3.57
	200만~300만 원 미만	0.0	1.6	39.7	48.8	9.9	3.67
	300만~400만 원 미만	0.5	1.9	31.8	55.8	10.0	3.73
	400만~500만 원 미만	0.0	1.4	33.0	57.5	8.2	3.72
	500만~600만 원 미만	0.0	2.1	26.6	58.1	13.3	3.83
	600만 원 이상	1.0	1.7	24.8	58.8	13.7	3.83
정치적 성향	진보적	0.2	1.0	25.6	59.1	14.2	3.86
	중도적	0.5	1.8	34.5	54.8	8.4	3.69
	보수적	0.5	2.4	33.6	51.6	11.9	3.72
	관심 없음	0.9	2.2	47.2	42.9	6.9	3.53

주: '전혀 구입할 것 같지 않다(1점)'~'구입할 생각이 크다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

제4장

식품제조업 일자리 관련 현황 및 평가



4

식품제조업 일자리 관련 현황 및 평가

1. 식품제조업 인력 현황

- 직종별 인력 현황을 설문한 결과 전체 상용직 직원은 남성이 42.8명, 여성이 29.4명으로 남성이 더 많은 비중을 보임<표 4-1>.
- 대부분의 직종에서 여성에 비해 남성의 재직자 수가 더 많으나, 연구개발직의 경우 남성 1.9명, 여성 2.0명으로 비슷한 수를 나타냈으며, 단순노무직(남 19.2명, 여 15.5명)과 판매서비스직(남 2.7명, 여 1.8명)도 비교적 남녀 구성비가 적게 차이 남.
- 지역별로 서울/경기/인천 지역은 남성 78.4명, 여성 48.8명으로 재직 인력수가 다른 지역에 비해 많은 데 반해 광주/전라 지역은 남성 18.4명, 여성 12.2명으로 지역 간 재직 인원 수 차이가 큰 것으로 조사됨.

〈표 4-1〉 직종별 인력 현황(평균) - 상용직

단위: 명

구분		응답 기업 수	사무관리직		연구개발직		기술직		기능직		단순노무직		판매 서비스직		합계	
			남	여	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여
전 체		404	11.7	6.4	1.9	2.0	3.2	1.5	4.2	2.2	19.2	15.5	2.7	1.8	42.8	29.4
소재 지역	서울/경기/인천	144	22.1	11.1	3.4	4.0	5.0	2.5	6.3	3.9	37.3	25.7	4.3	1.6	78.4	48.8
	충청/대전/세종	90	9.1	5.5	1.5	1.3	1.6	0.6	3.9	1.1	14.1	13.5	1.1	0.4	31.3	22.4
	대구/울산/부산/ 경북/경남	81	4.0	3.2	0.8	0.6	2.5	1.3	3.5	1.7	6.0	8.4	2.3	3.6	19.2	18.8
	광주/전라	62	4.4	2.4	0.9	0.7	2.4	1.3	1.4	0.3	7.6	6.8	1.8	0.7	18.4	12.2
	강원/제주	27	5.4	3.3	0.5	0.5	2.3	0.9	1.7	2.1	6.9	8.9	2.2	4.4	19.1	20.1
기업 분류	대기업	21	129.7	56.6	20.0	24.2	25.3	16.0	28.1	13.6	229.0	141.7	26.7	6.7	458.9	258.9
	중기업	138	11.3	7.0	1.5	1.1	3.6	1.6	6.0	3.5	16.5	16.0	3.0	3.4	41.9	32.7
	소기업	154	2.4	2.2	0.7	0.7	1.3	0.3	1.3	0.6	4.0	6.3	0.6	0.6	10.3	10.7
	소상공인	91	0.8	1.1	0.4	0.3	0.5	0.2	0.7	0.2	0.8	1.1	0.2	0.0	3.3	3.0
소재 지역	동	170	19.4	9.9	3.3	3.6	5.1	2.8	7.1	4.0	33.7	24.8	4.2	2.4	72.8	47.5
	읍·면	234	6.2	3.9	0.9	0.8	1.7	0.6	2.0	0.8	8.7	8.7	1.6	1.3	21.1	16.2
업력	2000년 이전	73	20.8	9.1	2.1	1.5	3.8	2.1	5.4	1.0	32.4	24.1	6.6	2.3	71.2	40.0
	2001~2009년	188	14.0	8.3	2.7	3.1	4.2	2.2	6.0	3.9	22.4	19.1	2.4	2.7	51.6	39.2
	2010년 이후	143	4.1	2.6	0.8	0.7	1.5	0.5	1.2	0.5	8.3	6.3	1.0	0.3	16.8	11.0

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 연령별 인력 현황을 살펴보면 가장 인원이 많은 30~40대의 경우 남성 26.4명, 여성 15.6명으로 남성의 비중이 더 큰 것으로 나타났으며, 나머지 연령대에서는 남성이 1~2명가량 더 많은 것으로 조사됨〈표 4-2〉.

○ 대기업과 중기업에서 특히 남성과 여성 인력의 차이가 큼.

〈표 4-2〉 연령별 인력 현황(평균) - 상용직

단위: 명

구분		20대		30~40대		50대		60대 이상	
		남	여	남	여	남	여	남	여
전 체		5.9	4.2	26.4	15.6	8.8	7.7	1.8	1.9
소재 권역	서울/경기/인천	9.7	6.9	50.0	29.0	16.3	11.1	2.5	1.8
	충청/대전/세종	5.6	3.8	18.8	10.2	5.3	6.1	1.6	2.4
	대구/울산/부산/ 경북/경남	2.8	2.0	10.3	7.9	4.7	7.1	1.4	1.9
	광주/전라	2.6	1.6	10.6	5.6	4.0	3.8	1.2	1.2
	강원/제주	3.2	4.5	10.9	8.3	4.1	5.5	0.9	1.9
기업 분류	대기업	59.3	40.0	303.3	166.0	88.7	49.1	7.6	3.8
	중기업	6.3	4.7	24.4	14.4	8.8	10.8	2.4	2.8
	소기업	1.4	1.2	5.0	4.5	2.7	3.5	1.1	1.6
	소상공인	0.3	0.4	1.8	1.4	0.7	0.6	0.5	0.6
소재 지역	동	9.6	6.9	45.4	26.7	15.4	11.8	2.4	2.1
	읍·면	3.2	2.3	12.6	7.5	4.1	4.7	1.3	1.7
업력	2000년 이전	10.7	7.0	41.9	20.4	15.7	10.6	2.8	2.0
	2001~2009년	6.4	4.7	33.4	21.6	9.6	10.5	2.2	2.4
	2010년 이후	2.6	2.2	9.3	5.3	4.2	2.5	0.7	1.1

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 직종별로 미충원 인원이 발생한 기업의 비중을 살펴보면 ‘단순노무직(25.5%)’에서 미충원 발생이 가장 잦으며, ‘사무관리직(20.3%)’, ‘연구개발직(13.4%)’, ‘기능직(10.4%)’, ‘기술직(8.7%)’, ‘판매서비스직(6.2%)’ 순으로 미충원 인원 발생이 잦음〈표 4-3〉.

○ 지역별로는 충청/대전/세종 지역의 미충원 발생률이 다른 지역에 비해 비교적 높음.

○ 대기업의 경우 다른 기업에 비해 ‘단순노무직(33.3%)’과 ‘판매서비스직(9.5%)’을 제외한 나머지 직종에서 미충원 발생률이 낮은 것으로 조사됨. 특히 ‘기술직’과 ‘기능직’ 분야에서는 미충원 발생하지 않은 것으로 확인됨.

〈표 4-3〉 직종별 미충원 발생 비중(평균)

단위: %

구분		사무관리직	연구개발직	기술직	기능직	단순노무직	판매서비스직
전 체		20.3	13.4	8.7	10.4	25.5	6.2
소재 권역	서울/경기/인천	16.7	12.5	7.6	10.4	22.2	4.9
	충청/대전/세종	32.2	23.3	10.0	15.6	41.1	4.4
	대구/울산/부산/ 경북/경남	13.6	7.4	8.6	8.6	23.5	8.6
	광주/전라	22.6	14.5	9.7	6.5	19.4	11.3
	강원/제주	14.8	0.0	7.4	7.4	11.1	0.0
	대기업	14.3	9.5	0.0	0.0	33.3	9.5
기업 분류	중기업	21.0	15.2	9.4	11.6	26.8	6.5
	소기업	19.5	13.6	10.4	9.7	27.9	5.2
	소상공인	22.0	11.0	6.6	12.1	17.6	6.6
소재 지역	동	17.6	12.4	5.3	11.8	17.1	5.3
	읍·면	22.2	14.1	11.1	9.4	31.6	6.8
업력	2000년 이전	20.5	20.5	4.1	11.0	28.8	8.2
	2001~2009년	19.1	13.3	8.5	9.0	25.5	6.4
	2010년 이후	21.7	9.8	11.2	11.9	23.8	4.9

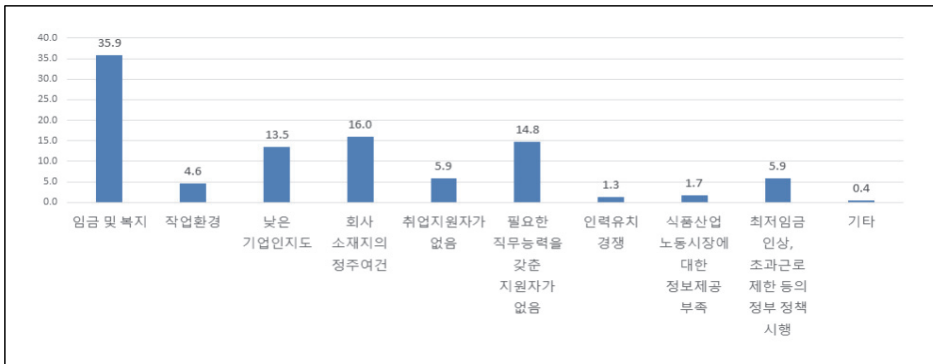
주: 해당 분류 전체 기업 수 대비 직종별로 미충원 인원이 1명 이상인 기업의 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 직종별 미충원 이유를 살펴보면 사무관리직의 경우 ‘임금 및 복지(35.9%)’가 가장 많은 비중을 차지했고, 그 외에 ‘회사 소재지의 정주여건(16.0%)’, ‘필요한 직무능력을 갖춘 지원자가 없음(14.8%)’, ‘낮은 기업의 인지도(13.5%)’가 주요 미충원 이유였음〈그림 4-1〉.

〈그림 4-1〉 직종별 미충원 이유-사무관리직(1+2순위)

단위: %



주 1) 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

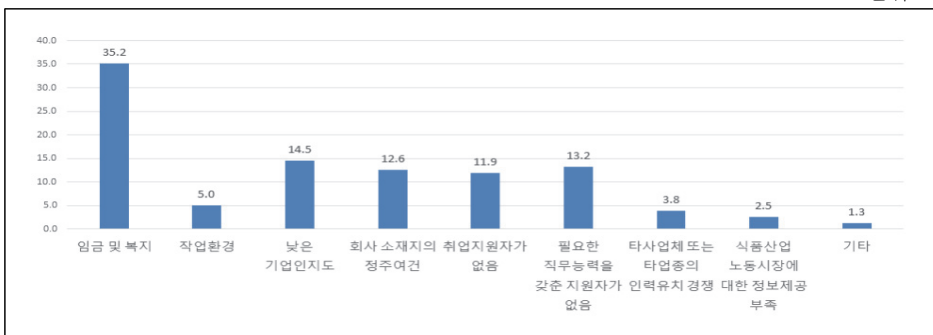
2) 사무관리직의 미충원 인원이 1명 이상인 기업 82개를 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 연구개발직의 경우 사무관리직과 마찬가지로 ‘임금 및 복지(35.2%)’가 가장 큰 비중을 차지했고, 이외에 ‘낮은 기업 인지도(14.5%)’, ‘필요한 직무능력을 갖춘 지원자가 없음(13.2%)’, ‘회사 소재지의 정주여건(12.6%)’ 및 ‘취업 지원자가 없음(11.9%)’이 주요 미충원 이유였음〈그림 4-2〉.

〈그림 4-2〉 직종별 미충원 이유-연구개발직(1+2순위)

단위: %



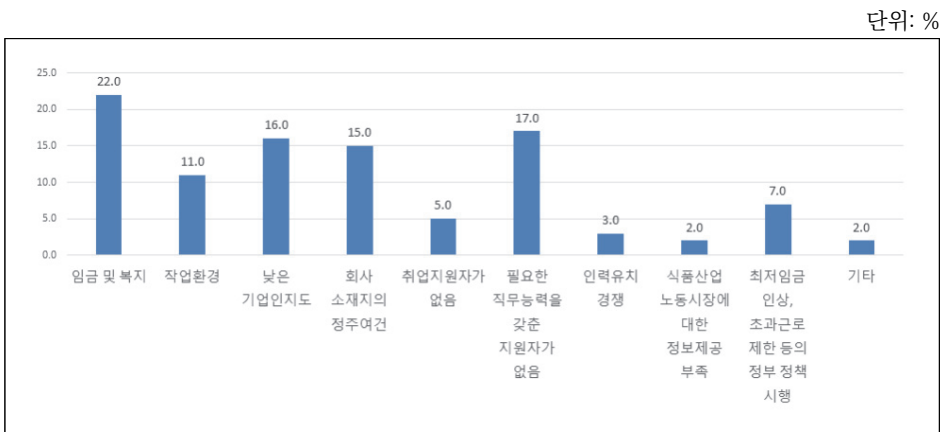
주 1) 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

2) 연구개발직의 미충원 인원이 1명 이상인 기업 54개를 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 기술직의 경우 ‘임금 및 복지(22.0%)’, ‘필요한 직무능력을 갖춘 지원자가 없음(17.0%)’, ‘낮은 기업 인지도(16.0%)’, ‘회사 소재지의 정주여건(15.0%)’ 및 ‘작업 환경(11.0%)’ 등을 이유로 인원을 뽑지 못한 경우가 많음. 앞서 사무 관리직과 연구개발직에 비해서는 ‘작업환경’을 이유로 미충원 인원이 발생하였다는 응답 비중이 높음<그림 4-3>.

〈그림 4-3〉 직종별 미충원 이유-기술직(1+2순위)



주 1) 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

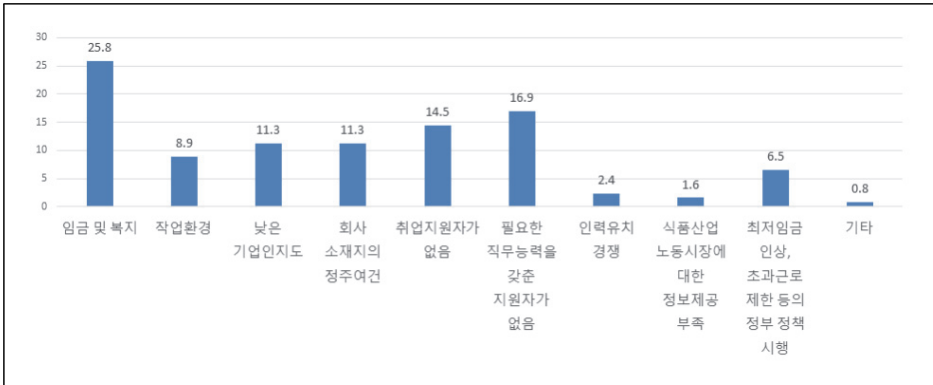
2) 기술직의 미충원 인원이 1명 이상인 기업 35개를 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 기능직의 경우 ‘임금 및 복지(25.8%)’, ‘필요한 직무능력을 갖춘 지원자가 없음(16.9%)’, ‘취업 지원자가 없음(14.5%)’, ‘낮은 기업의 인지도(11.3%)’ 및 ‘회사 소재지의 정주여건(11.3%)’이 주요 미충원 이유였음<그림 4-4>.

〈그림 4-4〉 직종별 미충원 이유-기능직(1+2순위)

단위: %



주 1) 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

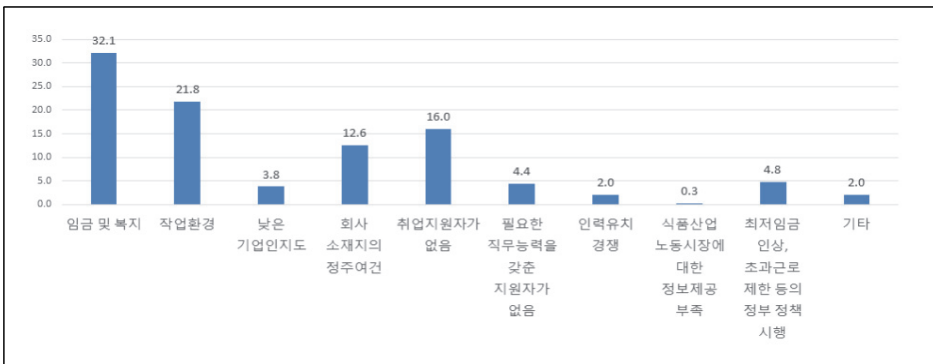
2) 기능직의 미충원 인원이 1명 이상인 기업 42개를 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 단순노무직의 경우 주요 미충원 이유로 ‘임금 및 복지(32.1%)’, ‘작업 환경 (21.8%)’, ‘취업지원자가 없음(16.0%)’ 및 ‘회사 소재지의 정주여건(12.6%)’ 이라 응답한 비중이 높음〈그림 4-5〉.

〈그림 4-5〉 직종별 미충원 이유-단순노무직(1+2순위)

단위: %



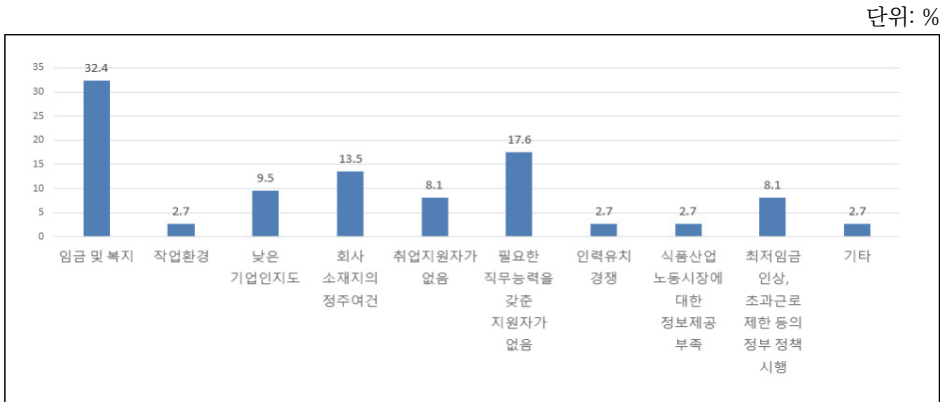
주 1) 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

2) 단순노무직의 미충원 인원이 1명 이상인 기업 103개를 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 판매서비스직의 주요 미충원 이유로는 ‘임금 및 복지(32.4%)’, ‘필요한 직무 능력을 갖춘 지원자가 없음(17.6%)’, ‘회사 소재지의 정주여건(13.5%)’, ‘낮은 기업 인지도(9.5%)’ 등임<그림 4-6>.

〈그림 4-6〉 직종별 미충원 이유-판매서비스직(1+2순위)



주 1) 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

2) 판매서비스직의 미충원 인원이 1명 이상인 기업 25개를 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 향후 인력충원 필요 여부 및 필요 정도에 대해 설문한 결과 전체 응답 기업의 58.9%가 필요하다고 응답했으며, 직종별로는 ‘단순노무직(3.56점)’, ‘기술직(3.22점)’, ‘기능직(3.20점)’, ‘연구개발직(3.19점)’, ‘판매 서비스직(3.08점)’, ‘사무 관리직(2.99점)’ 순으로 인력충원이 필요한 것으로 조사됨<표 4-4>.

○ 지역별로 인력충원이 필요하다고 응답한 비중은 충청/대전/세종(70.0%), 광주/전라(71.0%) 지역 소재 기업의 비중이 높음.

○ 규모별로 인력충원이 필요하다고 응답한 기업의 비중은 대기업(66.7%)과 소상공인(63.7%)의 비중이 높음.

〈표 4-4〉 향후 인력충원 필요 여부 및 필요 정도

단위: %, 점

구분		응답 기업 수	필요 여부		필요 정도					
			예	아니오	사무 관리직	연구 개발직	기술직	기능직	단순 노무직	판매 서비스직
전 체		404	58.9	41.1	2.99	3.19	3.22	3.20	3.56	3.08
소재 권역	서울/경기/인천	144	52.8	47.2	3.01	3.31	3.34	3.25	3.46	3.11
	충청/대전/세종	90	70.0	30.0	2.98	3.14	3.24	3.14	3.93	2.90
	대구/울산/부산/ 경북/경남	81	50.6	49.4	2.83	3.13	3.23	3.12	3.13	3.08
	광주/전라	62	71.0	29.0	3.26	3.18	3.03	3.23	3.59	3.18
	강원/제주	27	51.9	48.1	2.46	3.00	3.08	3.38	3.54	3.60
기업 분류	대기업	21	66.7	33.3	3.23	3.17	3.25	2.91	3.54	3.22
	중기업	138	55.1	44.9	2.89	3.02	3.05	3.11	3.62	2.78
	소기업	154	58.4	41.6	2.93	3.26	3.31	3.28	3.61	3.23
	소상공인	91	63.7	36.3	3.15	3.36	3.32	3.27	3.41	3.25
소재 지역	동	170	50.0	50.0	3.09	3.38	3.32	3.24	3.51	3.14
	읍·면	234	65.4	34.6	2.93	3.09	3.16	3.17	3.59	3.03
업력	2000년 이전	73	61.6	38.4	3.07	3.18	3.06	3.17	3.33	3.00
	2001~2009년	188	55.3	44.7	2.86	3.04	3.20	3.17	3.59	2.82
	2010년 이후	143	62.2	37.8	3.09	3.37	3.31	3.24	3.64	3.42

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 식품제조업체에서 시행 중인 인력난 해소를 위한 방법으로 ‘특별한 대책이 없다(39.1%)’를 제외한 나머지 응답의 비중을 살펴보면 ‘생산설비의 자동화 추진(27.7%)’, ‘임금 인상 및 복지여건 개선(26.7%)’ 및 ‘외국인 인력 확대(24.3%)’ 등이 높음〈표 4-5〉.

○ 대기업의 경우 인력난 해소 방법으로 주로 ‘임금 인상 및 복지여건 개선(42.9%)’을 시행 중이라는 응답 비중이 다른 기업에 비해 높으며, 중기업의 경우 ‘외국인 인력 확대(37.7%)’를 통해 인력난을 해소한다는 응답이 상대적으로 많음.

○ 소상공인의 경우 인력난 해소를 위한 ‘특별한 대책이 없다(48.4%)’고 응답한 비중이 다른 기업에 비해 높게 나타나, 이들의 인력난 해소를 위한 사회적 차원의 대책 마련이 필요한 것으로 판단됨.

〈표 4-5〉 인력난 해소를 위한 방법(중복응답)

단위: %

구분		생산 공장의 타지역 이동	생산 설비의 자동화 추진	외국인 인력 확대	여성 인력 확대	실버 인력 확대	임금 인상 및 복지여건 개선	1차 전처리 등 아웃소싱 확대	국가 지원 사업 활용	업종 전환	특별한 대책이 없다
전 체		4.0	27.7	24.3	7.7	6.7	26.7	4.2	13.4	1.5	39.1
소재 권역	서울/경기/인천	2.1	22.9	17.4	4.9	2.1	26.4	4.9	11.8	0.7	45.8
	충청/대전/세종	7.8	26.7	35.6	7.8	10.0	31.1	3.3	14.4	2.2	28.9
	대구/울산/부산/ 경북/경남	3.7	33.3	18.5	8.6	8.6	19.8	3.7	14.8	1.2	46.9
	광주/전라	3.2	35.5	24.2	12.9	8.1	32.3	4.8	14.5	1.6	35.5
	강원/제주	3.7	22.2	40.7	7.4	11.1	22.2	3.7	11.1	3.7	22.2
	대기업	0.0	28.6	4.8	0.0	0.0	42.9	4.8	4.8	0.0	42.9
기업 분류	중기업	3.6	26.8	37.7	10.1	7.2	26.1	2.9	13.0	0.7	34.1
	소기업	5.2	31.8	20.1	5.8	6.5	26.0	6.5	10.4	1.3	37.7
	소상공인	3.3	22.0	15.4	8.8	7.7	25.3	2.2	20.9	3.3	48.4
	동	4.1	23.5	19.4	6.5	5.3	30.6	4.7	10.0	1.2	41.8
소재 지역	읍·면	3.8	30.8	27.8	8.5	7.7	23.9	3.8	15.8	1.7	37.2
	2000년 이전	1.4	32.9	19.2	6.8	6.8	30.1	5.5	4.1	0.0	42.5
업력	2001~2009년	4.3	30.3	32.4	9.6	8.0	23.4	2.7	14.4	1.6	31.9
	2010년 이후	4.9	21.7	16.1	5.6	4.9	29.4	5.6	16.8	2.1	46.9

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 파견근로자 고용경험이 있는 기업은 19.3%인 것으로 조사됨. 이들이 파견근로자를 고용하는 주된 이유로는 ‘인력충원을 신속하고 쉽게 할 수 있다(62.8%)’는 응답이 가장 많음〈표 4-6〉.

○ 기업 규모가 커질수록 파견근로자 고용경험이 있다고 응답한 경우가 늘어나는 것으로 확인됨. 대기업의 경우 인력충원(28.6%)보다는 인력 관리(71.4%)를 이유로 파견근로자를 이용하는 경우가 더 많음.

〈표 4-6〉 파견근로자 고용 경험 및 활용 이유

단위: %

구분		고용 경험		활용 이유					
		예	아니오	구직자에 대한 정보부족	비용이 저렴 하다	인력충원을 신속하고 쉽게 할 수 있다	채용절차를 진행할 인력 부족	인력관리가 효율적이다	기타
전 체		19.3	80.7	5.1	1.3	62.8	6.4	20.5	3.8
소재 지역	서울/경기/인천	27.8	72.2	2.5	2.5	62.5	5.0	25.0	2.5
	충청/대전/세종	21.1	78.9	10.5	0.0	63.2	5.3	10.5	10.5
	대구/울산/부산/ 경북/경남	9.9	90.1	0.0	0.0	62.5	12.5	25.0	0.0
	광주/전라	16.1	83.9	10.0	0.0	70.0	10.0	10.0	0.0
	강원/제주	3.7	96.3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
기업 분류	대기업	33.3	66.7	0.0	0.0	28.6	0.0	71.4	0.0
	중기업	25.4	74.6	8.6	0.0	54.3	8.6	22.9	5.7
	소기업	20.1	79.9	3.2	3.2	80.6	6.5	6.5	0.0
	소상공인	5.5	94.5	0.0	0.0	60.0	0.0	20.0	20.0
소재 지역	동	22.4	77.6	2.6	2.6	63.2	5.3	21.1	5.3
	읍·면	17.1	82.9	7.5	0.0	62.5	7.5	20.0	2.5
업력	2000년 이전	26.0	74.0	0.0	5.3	78.9	0.0	10.5	5.3
	2001~2009년	22.3	77.7	9.5	0.0	52.4	7.1	26.2	4.8
	2010년 이후	11.9	88.1	0.0	0.0	70.6	11.8	17.6	0.0

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 중앙정부에서 운영하는 취업정보 포털을 활용한 경험이 있는지 설문한 결과 74.5%의 기업이 활용한 경험이 있다고 응답함〈표 4-7〉.

○ 주요 활용 이유로는 ‘구직자에 대한 정보습득이 용이함(42.9%)’, ‘인력 충원을 신속하고 쉽게 할 수 있기 때문(38.9%)’으로 조사됨.

○ 소상공인의 경우 취업정보 포털을 활용하였다는 응답 비중이 59.3%로 다른 기업에 비해 다소 낮음. 대기업의 경우 활용 이유로 ‘비용이 저렴해서(26.7%)’ 취업정보 포털을 활용하는 경우가 다른 기업에 비해 높음.

〈표 4-7〉 중앙정부 취업정보 포털 활용 경험 및 활용 이유

단위: %

구분		활용 경험		활용 이유				
		예	아니오	구직자에 대한 정보 습득이 용이하다	비용이 저렴하다	인력충원을 신속하고 쉽게 할 수 있다	해당 채널을 통해 채용한 인력에 대한 만족도가 높다	기타
전 체		74.5	25.5	42.9	11.6	38.9	4.7	2.0
소재 지역	서울/경기/인천	70.8	29.2	39.2	16.7	38.2	3.9	2.0
	충청/대전/세종	80.0	20.0	47.2	8.3	37.5	6.9	0.0
	대구/울산/부산/경북/경남	72.8	27.2	42.4	8.5	40.7	3.4	5.1
	광주/전라	75.8	24.2	40.4	10.6	44.7	2.1	2.1
	강원/제주	77.8	22.2	52.4	9.5	28.6	9.5	0.0
기업 분류	대기업	71.4	28.6	46.7	26.7	26.7	0.0	0.0
	중기업	79.7	20.3	36.4	12.7	41.8	6.4	2.7
	소기업	79.2	20.8	44.3	6.6	43.4	3.3	2.5
	소상공인	59.3	40.7	51.9	16.7	25.9	5.6	0.0
소재 지역	동	63.5	36.5	44.4	14.8	36.1	3.7	0.9
	읍·면	82.5	17.5	42.0	9.8	40.4	5.2	2.6
업력	2000년 이전	79.5	20.5	46.6	12.1	32.8	5.2	3.4
	2001~2009년	78.2	21.8	37.4	11.6	44.2	5.4	1.4
	2010년 이후	67.1	32.9	49.0	11.5	34.4	3.1	2.1

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 지방자치단체의 취업정보 포털을 활용하였다는 응답은 27.2%로 앞선 중앙정부 취업정보 포털에 대한 설문 결과에 비해 그 비중이 낮음〈표 4-8〉.

○ 주요 활용 이유로는 중앙정부 취업정보 포털과 마찬가지로 ‘인력충원을 신속하고 쉽게 할 수 있다(41.8%)’와 ‘구직자에 대한 정보 습득 용이(40.0%)’의 응답 비중이 높음.

○ 지역별로는 충청/대전/세종(34.4%), 광주/전라(33.9%) 지역 소재 기업의 활용도가 높은 것으로 조사되었으며, 규모별로는 대기업의 활용도(4.8%)가 가장 낮은 것으로 조사됨.

〈표 4-8〉 지방자치단체 취업정보 포털 활용 경험 및 활용 이유

단위: %

구분		활용 경험		활용 이유				
		예	아니오	구직자에 대한 정보 습득이 용이하다	비용이 저렴하다	인력충원을 신속하고 쉽게 할 수 있다	해당 채널을 통해 채용한 인력에 대한 만족도가 높다	기타
전 체		27.2	72.8	40.0	8.2	41.8	3.6	6.4
소재 권역	서울/경기/인천	22.9	77.1	33.3	9.1	36.4	6.1	15.2
	충청/대전/세종	34.4	65.6	48.4	3.2	35.5	6.5	6.5
	대구/울산/부산/ 경북/경남	22.2	77.8	33.3	16.7	50.0	0.0	0.0
	광주/전라	33.9	66.1	47.6	9.5	42.9	0.0	0.0
	강원/제주	25.9	74.1	28.6	0.0	71.4	0.0	0.0
기업 분류	대기업	4.8	95.2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	중기업	30.4	69.6	28.6	9.5	47.6	7.1	7.1
	소기업	30.5	69.5	38.3	8.5	44.7	2.1	6.4
	소상공인	22.0	78.0	70.0	0.0	25.0	0.0	5.0
소재 지역	동	21.8	78.2	40.5	8.1	32.4	5.4	13.5
	읍·면	31.2	68.8	39.7	8.2	46.6	2.7	2.7
업력	2000년 이전	24.7	75.3	55.6	11.1	27.8	0.0	5.6
	2001~2009년	30.3	69.7	29.8	8.8	45.6	7.0	8.8
	2010년 이후	24.5	75.5	48.6	5.7	42.9	0.0	2.9

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 민간 취업정보 포털 활용 경험에 대한 문항에서는 전체 기업의 65.8%가 이용하고 있는 것으로 조사됨〈표 4-9〉.

○ 대기업의 경우 대다수인 95.2%가 해당 포털을 활용하고 있는 것으로 조사되었으며, 기업 규모가 커질수록 이용 비중도 증가하는 것으로 확인됨.

〈표 4-9〉 민간 취업정보 포털 활용 경험 및 활용 이유

단위: %

구분		활용 경험		활용 이유				
		예	아니오	구직자에 대한 정보 습득이 용이하다	비용이 저렴하다	인력충원을 신속하고 쉽게 할 수 있다	해당 채널을 통해 채용한 인력에 대한 만족도가 높다	기타
전 체		65.8	34.2	38.7	5.3	47.0	6.4	2.6
소재 권역	서울/경기/인천	69.4	30.6	40.0	3.0	47.0	7.0	3.0
	충청/대전/세종	78.9	21.1	32.4	9.9	50.7	5.6	1.4
	대구/울산/부산/ 경북/경남	55.6	44.4	35.6	2.2	51.1	4.4	6.7
	광주/전라	61.3	38.7	50.0	7.9	36.8	5.3	0.0
	강원/제주	44.4	55.6	41.7	0.0	41.7	16.7	0.0
기업 분류	대기업	95.2	4.8	30.0	0.0	50.0	10.0	10.0
	중기업	74.6	25.4	35.9	4.9	51.5	4.9	2.9
	소기업	59.1	40.9	39.6	5.5	44.0	8.8	2.2
	소상공인	57.1	42.9	46.2	7.7	42.3	3.8	0.0
소재 지역	동	68.8	31.2	39.3	6.0	44.4	8.5	1.7
	읍·면	63.7	36.3	38.3	4.7	49.0	4.7	3.4
업력	2000년 이전	63.0	37.0	41.3	2.2	39.1	15.2	2.2
	2001~2009년	70.7	29.3	35.3	6.0	52.6	3.0	3.0
	2010년 이후	60.8	39.2	42.5	5.7	42.5	6.9	2.3

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 중앙정부, 공공기관 취업박람회 활용 경험 비중은 6.9%로 다소 적음. 해당 채널을 활용하는 비중은 중기업(12.3%), 대기업(9.5%), 소기업(5.2%), 소상공인(1.1%) 순임〈표 4-10〉.

〈표 4-10〉 중앙정부, 공공기관 주최 취업 박람회 활용 경험 및 활용 이유

단위: %

구분		활용 경험		활용 이유				
		예	아니오	구직자에 대한 정보 습득이 용이하다	비용이 저렴하다	인력충원을 신속하고 쉽게 할 수 있다	해당 채널을 통해 채용한 인력에 대한 만족도가 높다	기타
전 체		6.9	93.1	32.1	7.1	32.1	7.1	21.4
소재 권역	서울/경기/인천	7.6	92.4	18.2	18.2	36.4	0.0	27.3
	충청/대전/세종	11.1	88.9	30.0	0.0	30.0	10.0	30.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	3.7	96.3	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0
	광주/전라	6.5	93.5	75.0	0.0	25.0	0.0	0.0
	강원/제주	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
기업 분류	대기업	9.5	90.5	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
	중기업	12.3	87.7	23.5	0.0	47.1	5.9	23.5
	소기업	5.2	94.8	50.0	12.5	12.5	12.5	12.5
	소상공인	1.1	98.9	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
소재 지역	동	8.8	91.2	33.3	13.3	26.7	6.7	20.0
	읍·면	5.6	94.4	30.8	0.0	38.5	7.7	23.1
업력	2000년 이전	9.6	90.4	57.1	28.6	0.0	14.3	0.0
	2001~2009년	9.6	90.4	16.7	0.0	44.4	5.6	33.3
	2010년 이후	2.1	97.9	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 지방정부 주최 취업 박람회 활용 경험 비중은 중앙정부의 취업 박람회에 비해 높은 10.1%로 조사됨. 기업 규모별로는 마찬가지로 중기업(16.7%), 대기업(9.5%), 소기업(9.1%), 소상공인(2.2%) 순으로 높게 조사됨〈표 4-11〉.

○ 지역별로는 충청/대전/세종 지역(14.4%)과 강원/제주(14.8%)의 활용 경험 비중이 다른 지역에 비해 높은 것으로 나타남.

〈표 4-11〉 지방정부 주최 취업 박람회 활용 경험 및 활용 이유

단위: %

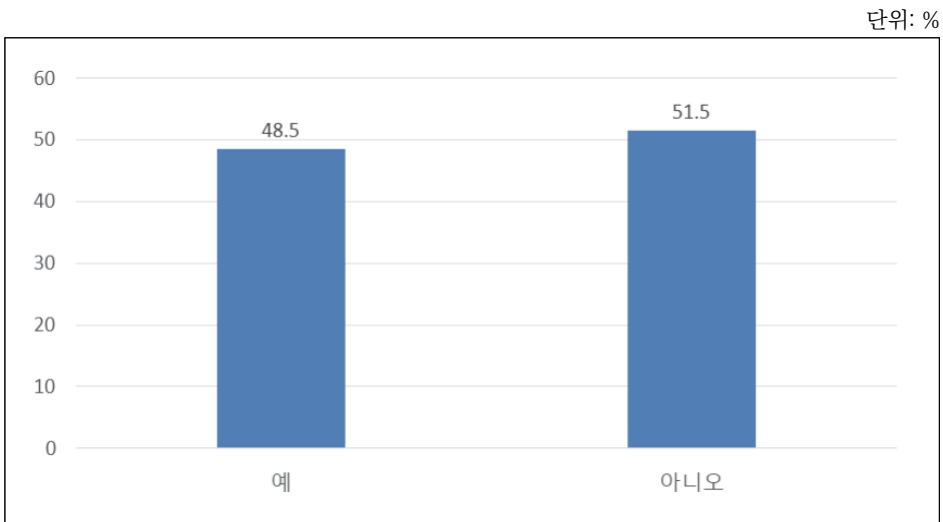
구분		활용 경험		활용 이유				
		예	아니오	구직자에 대한 정보 습득이 용이하다	비용이 저렴하다	인력충원을 신속하고 쉽게 할 수 있다	해당 채널을 통해 채용한 인력에 대한 만족도가 높다	기타
전 체		10.1	89.9	36.6	7.3	36.6	9.8	9.8
소재 권역	서울/경기/인천	9.0	91.0	23.1	15.4	38.5	7.7	15.4
	충청/대전/세종	14.4	85.6	38.5	0.0	30.8	23.1	7.7
	대구/울산/부산/ 경북/경남	6.2	93.8	20.0	0.0	60.0	0.0	20.0
	광주/전라	9.7	90.3	50.0	16.7	33.3	0.0	0.0
	강원/제주	14.8	85.2	75.0	0.0	25.0	0.0	0.0
기업 분류	대기업	9.5	90.5	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	중기업	16.7	83.3	30.4	4.3	43.5	8.7	13.0
	소기업	9.1	90.9	42.9	7.1	28.6	14.3	7.1
	소상공인	2.2	97.8	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
소재 지역	동	10.6	89.4	33.3	11.1	33.3	11.1	11.1
	읍·면	9.8	90.2	39.1	4.3	39.1	8.7	8.7
업력	2000년 이전	12.3	87.7	55.6	22.2	22.2	0.0	0.0
	2001~2009년	13.3	86.7	28.0	4.0	40.0	12.0	16.0
	2010년 이후	4.9	95.1	42.9	0.0	42.9	14.3	0.0

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

2. 식품제조업 분야 정규직화 및 직원 교육 현황

○ 임시/일용직 근로자에 대한 정규직화 추진 계획을 조사한 결과 응답 기업의 48.5%가 계획이 있는 것으로 응답함<그림 4-7>.

<그림 4-7> 임시/일용직 근로자 정규직화 계획 여부



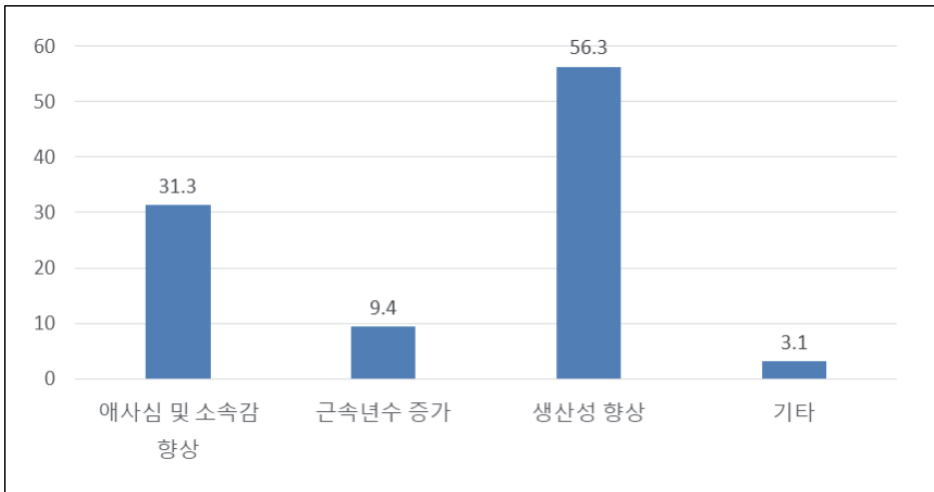
주: 임시일용직을 고용한 기업 66개를 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 추진 이유로는 ‘생산성 향상(56.3%)’이 가장 많은 비중을 차지했으며, ‘애사심 및 소속감 향상(31.3%)’ 응답 비중도 상당수를 차지함<그림 4-8>.

〈그림 4-8〉 임시/일용직 근로자 정규직화 계획 이유

단위: %

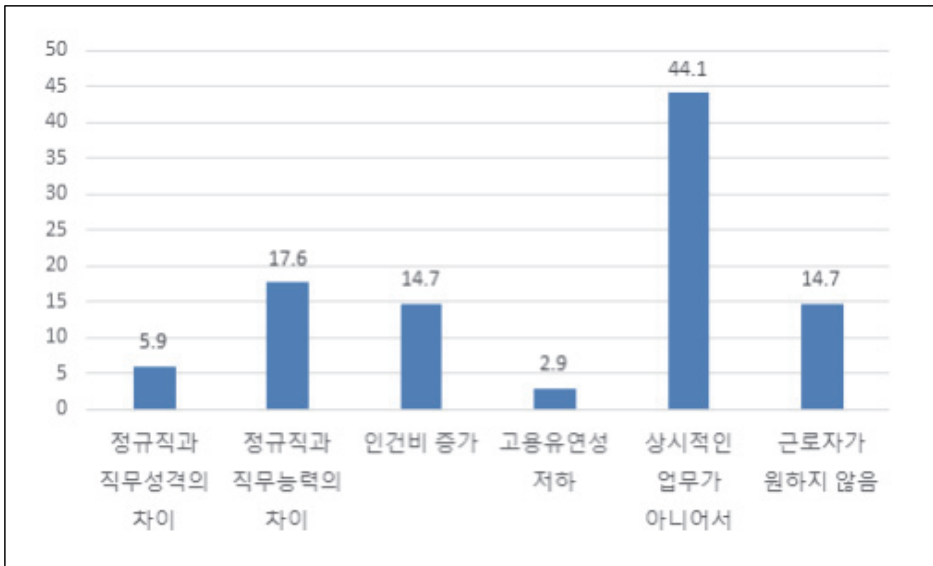


주: 임시일용직을 고용한 기업 66개 중 정규직화 계획이 있다고 대답한 32개 기업을 대상으로 설문한 결과임.
자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 임시/일용직 근로자에 대한 정규직화 계획이 없는 이유로는 ‘상시적인 업무가 아니어서(44.1%)’라는 응답의 비중이 가장 높게 나타났으며 ‘정규직과 직무능력의 차이(17.6%)’, ‘인건비 증가(14.7%)’, ‘근로자가 원하지 않음(14.7%)’ 응답도 상당수를 차지함<그림 4-9>.

〈그림 4-9〉 임시/일용직 근로자 정규직화 계획이 없는 이유

단위: %



주: 임시일용직을 고용한 기업 66개 중 정규직화 계획이 없다고 대답한 34개 기업을 대상으로 설문한 결과임.
자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 직원을 대상으로 직무능력 향상을 위한 교육을 진행하고 있는지 설문한 결과 응답 기업의 51.2%가 교육을 실시하고 있다고 응답함. 주요 교육 대상으로는 ‘전직원(39.0%)’ 응답이 가장 많으며, ‘정규직(28.5%)’, ‘중간관리자(24.5%)’ 응답이 그다음으로 많음〈표 4-12〉.

○ 대기업의 경우 교육을 실시하고 있다고 응답한 비중은 85.7%로 가장 높으며 기업의 규모가 작아질수록 교육 비중도 줄어드는 것으로 나타남.

〈표 4-12〉 교육훈련 여부 및 대상

단위: %

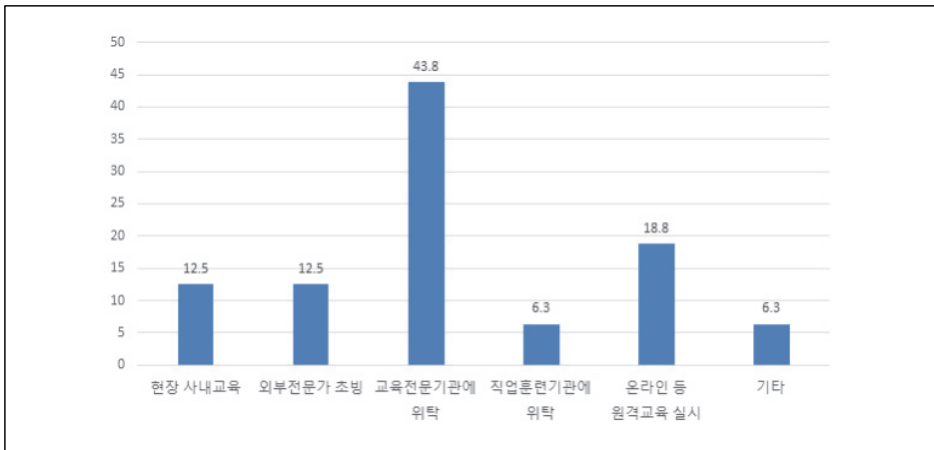
구분		응답 기업 수	교육 여부		교육 대상				
			예	아니오	임원급 이상	중간 관리자	정규직	비정규직	전 직원
전 체		404	51.2	48.8	5.8	24.5	28.5	2.2	39.0
소재 권역	서울/경기/인천	144	47.9	52.1	7.0	26.0	32.0	4.0	31.0
	충청/대전/세종	90	52.2	47.8	6.5	25.8	22.6	0.0	45.2
	대구/울산/부산/ 경북/경남	81	53.1	46.9	3.4	22.4	27.6	1.7	44.8
	광주/전라	62	59.7	40.3	6.8	27.3	29.5	2.3	34.1
	강원/제주	27	40.7	59.3	0.0	7.7	30.8	0.0	61.5
기업 분류	대기업	21	85.7	14.3	8.3	16.7	29.2	0.0	45.8
	중기업	138	56.5	43.5	5.3	29.2	31.0	0.9	33.6
	소기업	154	50.0	50.0	6.1	23.2	26.3	3.0	41.4
	소상공인	91	37.4	62.6	4.9	19.5	26.8	4.9	43.9
소재 지역	동	170	44.7	55.3	5.7	23.6	28.3	3.8	38.7
	읍·면	234	56.0	44.0	5.8	25.1	28.7	1.2	39.2
업력	2000년 이전	73	41.1	58.9	2.7	32.4	29.7	0.0	35.1
	2001~2009년	188	55.3	44.7	6.5	26.6	29.9	2.6	34.4
	2010년 이후	143	51.0	49.0	5.8	17.4	25.6	2.3	48.8

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 임원급 이상 인원에 대한 교육은 주로 교육 전문기관에 위탁하는 경우(43.8%)가 가장 많으며, ‘온라인을 통한 원격 교육(18.8%)’, ‘현장 사내 교육(12.5%)’, ‘외부전문가 초빙(12.5%)’ 응답 비중도 상당수를 차지함(그림 4-10).

〈그림 4-10〉 대상자별 교육 훈련 방식 - 임원급 이상

단위: %

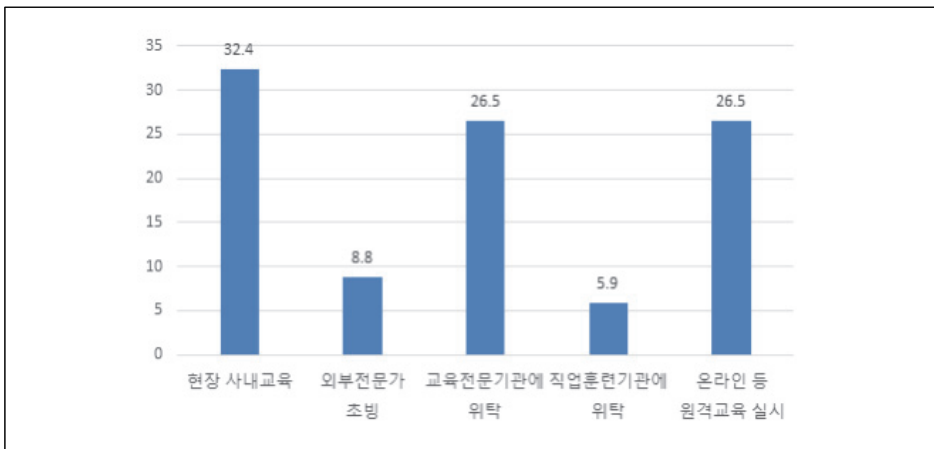


자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 중간관리자를 대상으로 하는 교육에서는 ‘현장 사내교육(32.4%)’이 가장 높은 비중을 차지하였고, ‘교육전문기관에 위탁(26.5%)’, ‘온라인 등 원격 교육(26.5%)’이 그다음 비중을 차지함(그림 4-11).

〈그림 4-11〉 대상자별 교육 훈련 방식 - 중간관리자

단위: %

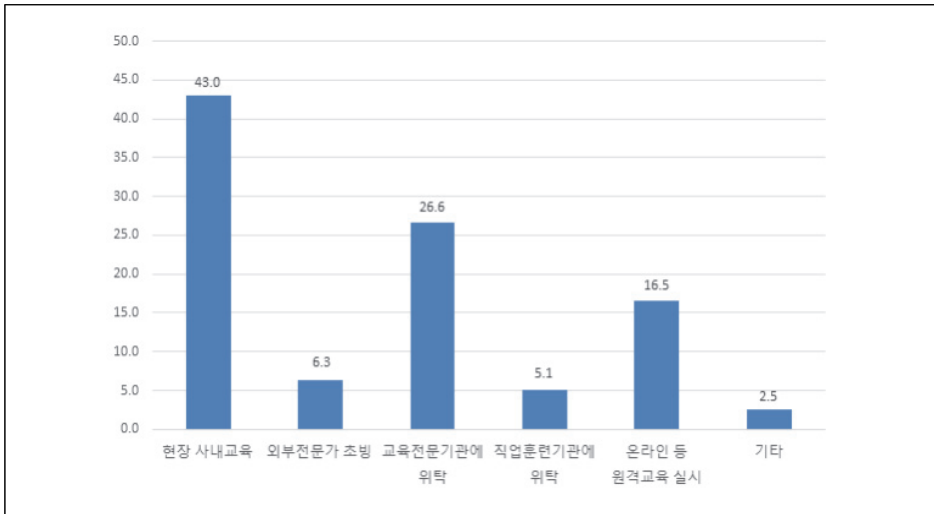


자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 정규직 직원을 대상으로 한 교육의 경우 ‘현장 사내교육(43.0%)’, ‘교육전문기관에 위탁(26.6%)’, ‘온라인 등 원격교육 실시(16.5%)’ 순으로 응답 비중이 높음<그림 4-12>.

〈그림 4-12〉 대상자별 교육 훈련 방식 - 정규직 직원

단위: %

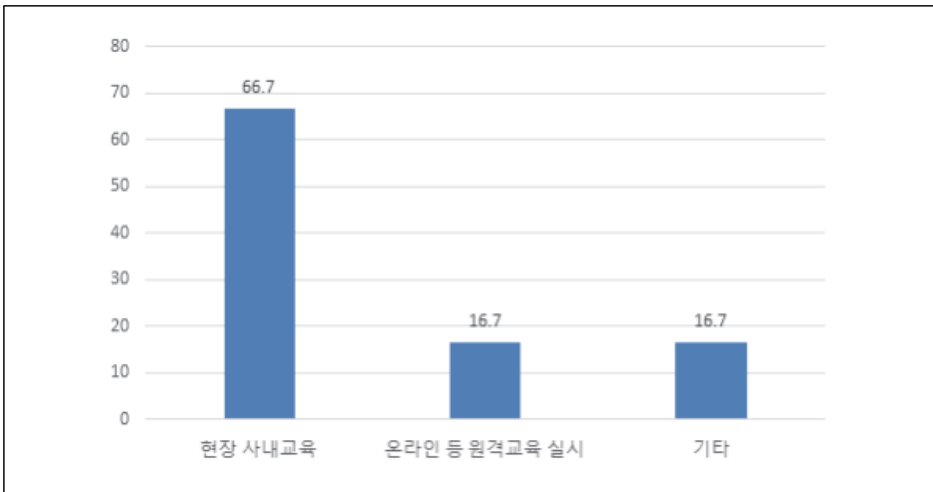


자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 비정규직 직원을 대상으로 한 교육의 경우 대부분 ‘현장 사내교육(66.7%)’을 가장 많이 실시하는 것으로 확인됨<그림 4-13>.

〈그림 4-13〉 대상자별 교육 훈련 방식 - 비정규직 직원

단위: %

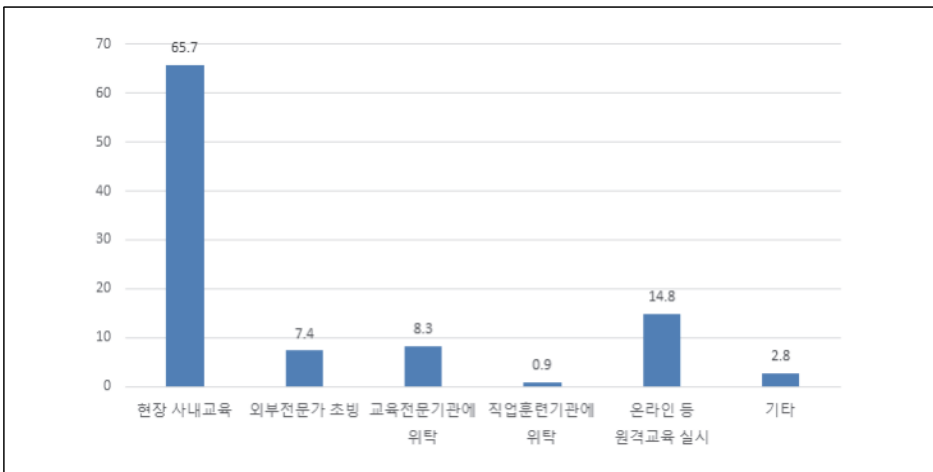


자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 전 직원을 대상으로 하는 교육의 경우 대부분 ‘현장 사내교육(65.7%)’을 통해 진행되며 ‘온라인 등 원격교육(14.8%)’이 그다음 비중을 차지함〈그림 4-14〉.

〈그림 4-14〉 대상자별 교육 훈련 방식 - 전 직원

단위: %



자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

3. 식품제조업체의 일자리 정책 활용 실태

- 정부 일자리사업 활용 경험 여부를 설문한 결과 응답 기업의 46.3%는 해당 사업을 활용해보지 않았다고 응답함<표 4-13>.
- 해당 기업들을 대상으로 활용 경험이 없는 이유를 설문한 결과 ‘자체 해결이 가능함(27.3%)’ 응답 비중이 가장 높으며, 그다음으로는 ‘지원제도에 대해 알지 못했음(20.7%)’, ‘자격 요건이 되지 않아 신청 포기(19.9%)’ 응답 비중이 높게 나타남.
- 일자리사업 활용을 하지 않은 비중은 소기업 이상 규모에서는 기업의 규모가 작아질수록 그 비중이 줄어드나, 소상공인의 경우는 해당 비중이 51.6%로 절반가량의 기업이 정부 지원사업의 혜택을 받지 않은 것으로 확인됨.
 - 소상공인이 지원사업을 활용하지 않는 이유로는 ‘자체 해결이 가능한 경우’가 25.4%로 가장 많으나, ‘지원제도에 대해 알지 못하는 경우(22.1%)’나 ‘자격 요건이 되지 않아 신청을 포기한 경우(16.4%)’도 상당수인 것으로 나타남.

〈표 4-13〉 정부 일자리사업 활용 경험 여부 및 활용 경험이 없는 이유(1+2순위)

단위: %

구분		응답 기업 수	경험 여부		활용 경험 없는 이유							
			예	아니오	지원 제도에 대해 알지 못했음	자격 요건이 되지 않아 신청 포기	신청 서류, 신청절차 등이 복잡하여 신청 포기	신청에서 부터 최종 지원까지 시간이 너무 길어 회사의 인력운용 계획과 맞지 않음	실제 지원 금액이나 혜택이 기업 수요에 비해 작음	활용하고 싶으나 원하는 사업 유형이 없음	자체 해결이 가능함	기타
전 체		404	53.7	46.3	20.7	19.9	9.2	6.2	7.6	7.0	27.3	2.1
소재 권역	서울/경기/인천	144	51.4	48.6	20.2	20.2	11.8	6.2	6.7	6.2	27.0	1.7
	충청/대전/세종	90	45.6	54.4	23.2	20.0	7.2	5.6	8.0	4.8	31.2	0.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	81	56.8	43.2	15.6	20.8	10.4	7.3	8.3	12.5	21.9	3.1
	광주/전라	62	58.1	41.9	18.8	23.2	5.8	4.3	7.2	4.3	33.3	2.9
	강원/제주	27	74.1	25.9	42.1	0.0	5.3	10.5	10.5	10.5	10.5	10.5
기업 분류	대기업	21	23.8	76.2	19.0	26.2	4.8	7.1	4.8	4.8	33.3	0.0
	중기업	138	54.3	45.7	22.1	18.4	9.8	8.6	1.2	6.7	32.5	0.6
	소기업	154	60.4	39.6	18.8	22.5	9.4	3.1	11.3	10.0	21.9	3.1
	소상공인	91	48.4	51.6	22.1	16.4	9.8	6.6	12.3	4.1	25.4	3.3
소재 지역	동	170	50.6	49.4	19.7	17.9	12.4	6.9	6.0	5.5	28.9	2.8
	읍·면	234	56.0	44.0	21.6	21.6	6.7	5.6	8.9	8.2	26.0	1.5
업력	2000년 이전	73	43.8	56.2	22.2	17.6	10.2	7.4	6.5	4.6	29.6	1.9
	2001~2009년	188	52.7	47.3	19.5	23.4	9.1	6.5	3.9	6.9	28.1	2.6
	2010년 이후	143	60.1	39.9	21.6	16.2	8.8	4.7	14.2	8.8	24.3	1.4

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

4. 식품제조업 분야 일자리 관련 일반소비자 인식 및 평가

○ 20~60대의 성인 남녀를 대상으로 좋은 일자리 평가에 대한 기준을 설문한 결과 ‘급여 수준 및 복리 후생(42.9%)’, ‘고용 안정성(21.0%)’, ‘근무 환경(17.4%)’이 주요 평가 기준인 것으로 조사됨(표 4-14).

- 남성의 경우 여성에 비해 ‘고용 안정성(22.4%)’을 고려하는 비중이 더 높으며, 여성의 경우 ‘근무 환경(20.8%)’을 고려하는 비중이 남성에 비해 높게 나타남.

〈표 4-14〉 좋은 일자리 평가 기준(1+2순위)

단위: %

구분		응답자 수	급여 수준 및 복리후생	직장 (고용) 안정성	근무 환경 (업무 강도, 안정성 등)	개인의 발전 가능성 (자아 실현)	직업 자체의 미래 전망	자신의 전공이나 보유한 기술과의 관련성	직장 브랜드 인지도 (회사 규모)	기업 문화	각종 차별 (연령/지역/성 등)	근무지 정주 여건
전 체		2,000	42.9	21.0	17.4	5.0	4.3	3.6	2.7	2.0	0.9	0.2
성별	남성	1,007	42.0	22.4	14.1	6.5	5.0	3.7	3.3	2.2	0.6	0.2
	여성	993	43.7	19.5	20.8	3.5	3.6	3.6	2.1	1.7	1.2	0.2
연령	20대	358	42.3	17.5	16.9	5.4	3.0	4.4	5.7	3.2	1.3	0.4
	30대	373	45.3	18.9	19.6	3.9	4.2	2.3	2.8	2.6	0.4	0.1
	40대	451	44.7	20.8	17.3	4.7	4.4	2.4	2.3	1.9	1.1	0.4
	50대	465	40.9	24.2	18.2	5.4	4.1	3.3	1.6	1.1	0.9	0.1
	60대 이상	353	41.1	22.6	14.8	5.6	5.8	6.1	1.6	1.3	0.9	0.2
최종 학력	고등학교 졸업 이하	580	44.7	18.7	17.9	5.3	4.4	3.3	2.9	1.3	1.2	0.2
	대학 중퇴/졸업	1,226	42.1	22.2	17.5	4.4	4.3	3.5	2.7	2.1	0.9	0.2
	대학원 이상	194	42.4	19.4	15.5	7.7	3.8	5.2	2.2	3.1	0.3	0.3
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	252	44.7	18.1	21.2	4.6	3.2	2.8	2.0	1.3	1.7	0.4
	200만~300만 원 미만	373	45.0	18.7	17.8	4.4	3.3	4.4	3.6	1.3	1.4	0.2
	300만~400만 원 미만	371	44.6	20.3	15.5	5.9	4.7	4.2	2.4	1.4	0.8	0.2
	400만~500만 원 미만	355	41.5	22.3	16.7	5.1	5.3	3.3	3.0	2.1	0.5	0.4
	500만~600만 원 미만	241	42.6	21.4	18.7	4.1	3.3	3.5	2.8	2.2	1.2	0.1
	600만 원 이상	408	39.6	23.9	16.5	5.5	5.1	3.3	2.4	3.2	0.3	0.2
정치적 성향	진보적	606	41.8	22.5	17.7	4.8	3.9	3.0	3.2	1.5	1.3	0.2
	중도적	785	43.3	20.3	16.9	5.6	3.9	4.4	2.5	2.4	0.6	0.1
	보수적	378	41.4	21.3	16.6	5.1	5.7	4.0	2.6	2.2	0.7	0.4
	관심 없음	231	46.6	18.5	20.1	3.6	3.9	1.9	2.5	1.3	1.3	0.4

주: 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

- 식품제조 대기업 일자리에 대한 인식을 조사한 결과 점수가 높은 항목은 ‘직장브랜드 인지도(4.03점)’, ‘급여 및 복리후생(3.68점)’, ‘근무환경(3.64점)’이며, 점수가 가장 낮은 항목은 ‘각종 차별(3.10점)’ 항목임〈표 4-15〉.

- 20대의 경우 ‘근무 환경(3.44점)’에 대한 평가점수가 다른 연령대 응답자에 비해 다소 낮게 나타남.

〈표 4-15〉 식품제조 대기업 일자리에 대한 인식

단위: 점

구분		급여 및 복리후생	직장 (고용) 안정성	직장 브랜드 인지도	자신의 전공이나 보유한 기술과의 관련성	개인의 발전 가능성 (자아 실현)	직업 자체의 미래 전망	근무환경 (업무강도, 안전성 등)	기업 문화	근무지 정주 여건	각종 차별 (연령, 지역, 성 등)
전 체		3.68	3.61	4.03	3.51	3.39	3.59	3.64	3.54	3.52	3.10
성별	남성	3.64	3.60	3.97	3.49	3.37	3.54	3.61	3.53	3.49	3.05
	여성	3.73	3.62	4.09	3.54	3.41	3.64	3.68	3.55	3.54	3.14
연령	20대	3.69	3.57	3.96	3.44	3.24	3.45	3.44	3.34	3.39	3.17
	30대	3.67	3.55	4.06	3.45	3.33	3.56	3.51	3.39	3.36	3.15
	40대	3.73	3.57	4.03	3.49	3.39	3.59	3.69	3.57	3.53	3.08
	50대	3.68	3.66	4.07	3.56	3.48	3.67	3.76	3.66	3.64	3.06
	60대 이상	3.63	3.71	4.00	3.63	3.48	3.66	3.78	3.71	3.63	3.03
최종 학력	고등학교 졸업 이하	3.66	3.59	3.95	3.48	3.37	3.59	3.63	3.55	3.56	3.15
	대학 중퇴/졸업	3.69	3.61	4.06	3.51	3.37	3.57	3.64	3.53	3.49	3.08
	대학원 이상	3.70	3.67	4.06	3.65	3.51	3.70	3.70	3.54	3.55	3.04
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	3.55	3.55	3.93	3.37	3.23	3.50	3.53	3.45	3.42	3.21
	200만~300만 원 미만	3.66	3.58	3.98	3.46	3.38	3.56	3.53	3.46	3.44	3.12
	300만~400만 원 미만	3.73	3.62	4.07	3.50	3.39	3.55	3.63	3.53	3.53	3.11
	400만~500만 원 미만	3.70	3.61	4.02	3.58	3.46	3.60	3.71	3.63	3.55	3.17
	500만~600만 원 미만	3.72	3.61	3.99	3.47	3.39	3.61	3.71	3.54	3.59	3.00
	600만 원 이상	3.70	3.67	4.12	3.63	3.42	3.70	3.75	3.60	3.57	2.99
정치적 성향	진보적	3.67	3.60	4.05	3.53	3.40	3.62	3.67	3.53	3.55	3.18
	중도적	3.67	3.62	4.03	3.50	3.37	3.56	3.62	3.52	3.48	3.06
	보수적	3.78	3.69	4.06	3.61	3.44	3.64	3.74	3.66	3.62	3.06
	관심 없음	3.60	3.50	3.90	3.36	3.34	3.52	3.50	3.46	3.39	3.06

주: '매우 낮음(1점)' ~ '매우 높음(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 식품제조 중소기업 일자리 대한 인식은 '각종 차별(3.14점)'을 제외한 전 부문에서 3점 이하의 점수를 받아 전반적인 인식이 좋지 않은 것으로 조사됨<표 4-16>.

○ 특히 '급여 및 복리후생(2.60점)'에 대한 점수가 가장 낮은 것으로 나타남.

○ 여성보다는 남성, 20대보다는 30대의 전반적인 평가점수가 더 낮게 조사됨.

〈표 4-16〉 식품제조 중소기업 일자리 대한 인식

단위: 점

구분		급여 및 복지후생	직장 (고용) 안정성	직장 브랜드 인지도	자신의 전공이나 보유한 기술과의 관련성	개인의 발전 가능성 (자아 실현)	직업 자체의 미래 전망	근무환경 (업무강도, 안전성 등)	기업 문화	근무지 정주 여건	각종 차별 (연령, 지역, 성 등)
전 체		2.60	2.72	2.61	2.82	2.75	2.91	2.75	2.84	2.83	3.14
성별	남성	2.54	2.70	2.58	2.78	2.72	2.86	2.68	2.79	2.79	3.12
	여성	2.66	2.74	2.64	2.85	2.78	2.95	2.82	2.88	2.87	3.15
연령	20대	2.77	2.87	2.84	2.98	2.88	3.03	2.81	2.85	2.96	3.17
	30대	2.53	2.72	2.58	2.79	2.60	2.83	2.61	2.70	2.73	3.23
	40대	2.56	2.71	2.53	2.75	2.71	2.86	2.74	2.80	2.81	3.14
	50대	2.57	2.65	2.54	2.75	2.76	2.86	2.78	2.91	2.82	3.10
	60대 이상	2.58	2.69	2.60	2.84	2.84	2.99	2.81	2.93	2.87	3.06
최종 학력	고등학교 졸업 이하	2.68	2.79	2.69	2.82	2.76	2.86	2.82	2.89	2.83	3.11
	대학 중퇴/졸업	2.56	2.69	2.58	2.81	2.74	2.92	2.71	2.81	2.84	3.16
	대학원 이상	2.59	2.71	2.57	2.84	2.83	2.98	2.78	2.85	2.80	3.10
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	2.63	2.74	2.61	2.71	2.67	2.86	2.73	2.84	2.85	3.13
	200만~300만 원 미만	2.62	2.76	2.59	2.88	2.74	2.92	2.73	2.79	2.76	3.17
	300만~400만 원 미만	2.55	2.71	2.65	2.74	2.74	2.87	2.73	2.86	2.80	3.13
	400만~500만 원 미만	2.63	2.72	2.66	2.88	2.81	2.95	2.80	2.89	2.86	3.14
	500만~600만 원 미만	2.58	2.66	2.61	2.79	2.79	2.87	2.75	2.79	2.88	3.12
	600만 원 이상	2.58	2.73	2.56	2.85	2.76	2.94	2.75	2.84	2.86	3.13
정치적 성향	진보적	2.56	2.72	2.57	2.80	2.73	2.92	2.75	2.85	2.86	3.21
	중도적	2.61	2.71	2.62	2.82	2.76	2.91	2.73	2.84	2.82	3.13
	보수적	2.57	2.72	2.63	2.85	2.77	2.90	2.78	2.81	2.82	3.06
	관심 없음	2.70	2.78	2.67	2.79	2.78	2.85	2.76	2.83	2.81	3.10

주: '매우 낮음(1점)'~'매우 높음(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 20~60대의 성인남녀를 대상으로 정부의 일자리 정책 추진 시 중점사항을 설문한 결과 '고용안정성 보장(27.4%)'과 '일자리 확대를 위한 제도, 지원 강화(23.4%)'가 가장 필요한 정책이라는 응답이 많음(표 4-17).

○ 주요 취업 계층인 20대의 경우 '일자리 확대를 위한 제도 지원, 강화(25.5%)' 응답뿐만 아니라 '일자리 정보제공 확대(11.9%)'에 대한 응답 비중도 높아 현행 일자리 정보제공 정책에 대한 보완이 이루어져야 할 것으로 판단됨.

〈표 4-17〉 정부 일자리 정책 추진 시 중점사항(1+2순위)

단위: %

구분		고용 안정성 보장	일자리 확대를 위한 제도 지원, 강화	근무환경 개선을 위한 제도 강화	일자리 정보제공 확대	새로운 직종 발굴 및 홍보	전일제 근로자의 근로시간 단축	실직 및 취업준비 기간 중의 생활지원 강화	각종 차별 완화	직업상담 및 직업 진로지도 확대
전 체		27.4	23.4	13.7	9.6	8.8	6.2	4.2	3.4	3.4
성별	남성	25.4	23.5	11.7	9.4	10.3	7.1	5.0	3.2	4.5
	여성	29.4	23.2	15.6	9.9	7.3	5.2	3.3	3.7	2.3
연령	20대	17.2	25.5	12.8	11.9	8.3	10.8	5.2	4.0	4.2
	30대	25.1	17.5	19.7	8.1	9.9	7.1	4.3	4.3	4.0
	40대	30.1	20.2	15.3	8.8	9.1	5.7	4.4	3.3	3.3
	50대	30.8	28.1	9.7	9.0	8.5	4.3	3.7	2.9	3.0
	60대 이상	32.0	25.3	11.2	10.7	8.2	3.5	3.3	2.9	2.8
최종 학력	고등학교 졸업 이하	24.7	22.6	12.2	12.8	9.0	7.4	4.5	3.1	3.7
	대학 중퇴/졸업	28.8	23.5	14.5	8.5	8.3	5.7	4.0	3.4	3.3
	대학원 이상	26.3	25.3	12.5	7.0	11.0	5.3	4.1	4.8	3.6
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	24.3	26.5	9.1	11.8	7.5	4.6	6.9	4.8	4.5
	200만~300만 원 미만	25.6	24.2	13.8	10.7	7.1	6.6	4.6	3.1	4.1
	300만~400만 원 미만	27.6	25.3	12.5	8.9	8.5	7.3	3.4	3.1	3.3
	400만~500만 원 미만	30.3	20.5	14.6	9.4	9.9	5.8	3.9	2.5	3.1
	500만~600만 원 미만	28.1	21.0	16.6	7.9	10.1	5.1	4.0	4.1	3.0
	600만 원 이상	27.5	22.9	15.0	9.2	9.6	6.5	3.0	3.5	2.8
정치적 성향	진보적	31.4	20.8	12.7	9.1	8.6	6.6	3.8	3.3	3.6
	중도적	25.4	25.4	14.0	9.0	9.6	5.6	4.0	3.6	3.5
	보수적	25.8	23.4	13.1	11.6	8.9	5.6	4.2	4.1	3.3
	관심 없음	26.0	23.4	16.0	9.7	6.3	7.6	5.6	2.3	3.0

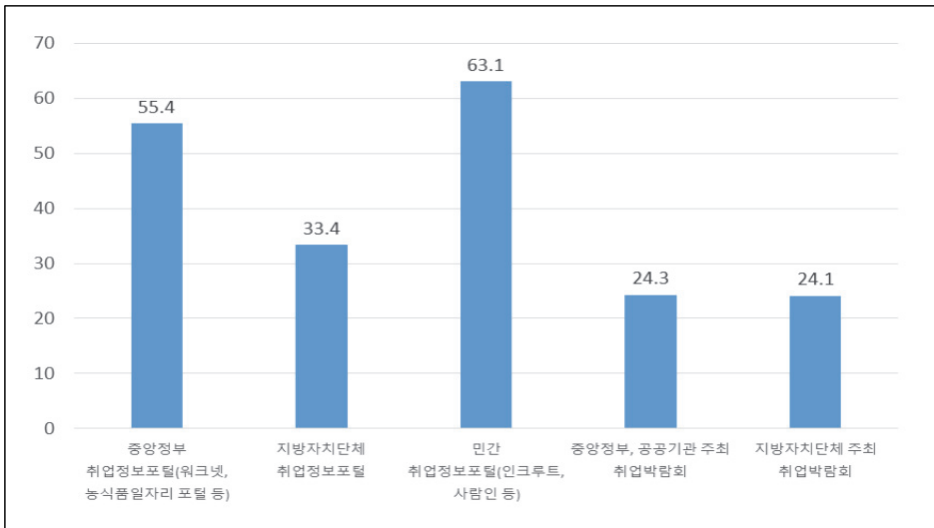
주: 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 일자리 정보 활용 여부를 채널별로 조사한 결과 가장 많은 이용 비중을 나타내는 채널은 ‘민간 취업정보 포털(이용 비중 63.1%)’임. 그다음으로는 ‘중앙정부 취업정보 포털(55.4%)’이었으며, ‘중앙정부, 공공기관 주최 취업 박람회(24.3%)’와 ‘지방자치단체 주최 취업박람회(24.1%)’의 경우 앞선 업체조사에 비해 활용 비중이 높게 나타남〈그림 4-15〉.

〈그림 4-15〉 일자리 정보 활용 채널

단위: %



주: 각 채널별 활용 여부에 '활용함'이라고 응답한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

5. 식품제조업 일자리 관련 대학생 인식 및 평가

○ 대학생/대학원생을 대상으로 좋은 일자리에 대한 평가 기준을 설문한 결과 응답자의 40.1%는 '급여수준 및 복리후생'을 가장 중요한 평가기준으로 응답했으며, 그다음으로는 '고용 안정성(23.0%)', '근무환경(14.4%)' 순으로 조사됨<표 4-18>.

○ (일반)대학원생의 경우 일반 4년제 대학생에 비해 '개인의 발전 가능성(11.7%)', '전공 관련성(11.7%)'을 가장 중요한 평가 기준으로 응답한 비중이 높은 것으로 조사됨.

〈표 4-18〉 좋은 일자리 평가 기준(1순위)

단위: %

구분		응답자 수	급여 수준 및 복리 후생	직장 (고용) 안정성	근무 환경 (업무강도, 안전성 등)	개인의 발전 가능성 (자아실현)	전공 관련성	직업 자체의 미래 전망	직장 브랜드 인지도 (회사규모)	기업 문화	근무지 정주 여건	각종 차별 (연령/지역/성 등) 유무
전 체		382	40.1	23.0	14.4	5.8	5.5	4.2	3.9	1.8	0.8	0.5
성별	남	107	36.4	22.4	13.1	9.3	9.3	5.6	0.9	0.9	1.9	0.0
	여	275	41.5	23.3	14.9	4.4	4.0	3.6	5.1	2.2	0.4	0.7
학교 유형	일반 4년제 대학	321	42.7	23.4	13.7	4.7	4.4	4.0	4.4	1.6	0.6	0.6
	일반대학원	60	26.7	21.7	16.7	11.7	11.7	5.0	1.7	3.3	1.7	0.0
	특수/전문대학원	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
학년	1학년	64	46.9	18.8	15.6	3.1	4.7	3.1	7.8	0.0	0.0	0.0
	2학년	55	36.4	30.9	10.9	3.6	9.1	0.0	5.5	3.6	0.0	0.0
	3학년	91	42.9	22.0	16.5	5.5	1.1	4.4	3.3	1.1	2.2	1.1
	4학년	111	43.2	23.4	11.7	5.4	4.5	6.3	2.7	1.8	0.0	0.9
	대학원	64	26.2	21.3	18.0	11.5	11.5	4.9	1.6	3.3	1.6	0.0
거주 지역	서울	89	49.4	15.7	11.2	9.0	3.4	6.7	1.1	3.4	0.0	0.0
	경기/인천	65	33.8	30.8	10.8	6.2	4.6	0.0	6.2	1.5	3.1	3.1
	충청권	33	42.4	15.2	18.2	3.0	3.0	3.0	9.1	6.1	0.0	0.0
	전라권	65	40.0	29.2	13.8	1.5	6.2	4.6	3.1	0.0	1.5	0.0
	경상권	113	33.6	23.9	18.6	6.2	8.8	3.5	4.4	0.9	0.0	0.0
	강원	17	52.9	17.6	11.8	5.9	0.0	11.8	0.0	0.0	0.0	0.0

자료: 한국농촌경제연구원 대학생 대상 설문조사

○ 전공과 관련된 직업을 갖는 것에 대한 중요성을 물어본 결과 응답자의 18.0%는 ‘중요하지 않다’고 응답한 반면 59.4%는 ‘중요하다’고 응답한 것으로 조사됨〈표 4-19〉.

○ 4년제 대학생의 경우 해당 문항에 대한 점수는 5점 척도 기준 3.56점으로 대학원생(3.52점)에 비해 높지만 ‘매우 중요하다’고 평가한 비중은 대학원생이 18.3%로 4년제 대학생 16.8%에 비해 높음.

〈표 4-19〉 전공과 관련된 직업을 갖는 것의 중요성

단위: %, 점

구분		전혀 중요하지 않다	중요하지 않다	보통이다	중요하다	매우 중요하다	5점 척도
전 체		3.1	14.9	22.5	42.4	17.0	3.55
성별	남	5.6	15.9	19.6	38.3	20.6	3.52
	여	2.2	14.5	23.6	44.0	15.6	3.56
학교 유형	일반 4년제 대학	3.4	13.7	23.1	43.0	16.8	3.56
	일반대학원	1.7	21.7	18.3	40.0	18.3	3.52
	특수/전문대학원	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	3.00
학년	1학년	1.6	7.8	17.2	43.8	29.7	3.92
	2학년	3.6	10.9	27.3	47.3	10.9	3.51
	3학년	4.4	16.5	28.6	38.5	12.1	3.37
	4학년	3.6	16.2	19.8	44.1	16.2	3.53
	대학원	1.6	21.3	19.7	39.3	18.0	3.51
거주 지역	서울	6.7	16.9	20.2	40.4	15.7	3.42
	경기/인천	0.0	12.3	20.0	56.9	10.8	3.66
	충청권	0.0	9.1	30.3	39.4	21.2	3.73
	전라권	4.6	12.3	24.6	40.0	18.5	3.55
	경상권	2.7	15.9	21.2	39.8	20.4	3.59
	강원	0.0	29.4	29.4	29.4	11.8	3.24

주: '전혀 중요하지 않다(1점)'~'매우 중요하다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 대학생 대상 설문조사

○ 식품제조·서비스·유통·외식 분야에서 대학생들이 가장 취업하고 싶어하는 기업 유형으로는 '공공기관'이 56.8%로 가장 높은 응답 비중을 보이며, 그다음으로는 '대기업(28.2%)', '중견기업(8.4%)', '벤처/스타트업(3.1%)', '중소기업(2.6%)', '자영업(0.9%)' 순임〈표 4-20〉.

○ 남학생의 경우 여학생에 비해 '중견기업(11.1%)'과 '중소기업(4.8%)', '자영업(3.2%)'에 대한 응답이 높으며 여학생은 남학생에 비해 '공공기관(58.4%)'과 '대기업(29.3%)'에 대한 선호가 높음.

〈표 4-20〉 식품제조·서비스·유통·외식 분야 내 취업하고 싶은 기업 유형

단위: %

구분		공공기관 (공기업, 정부 행정기관 포함)	대기업	중견기업	벤처/ 스타트업 기업	중소기업	자영업
전 체		56.8	28.2	8.4	3.1	2.6	0.9
성별	남	52.4	25.4	11.1	3.2	4.8	3.2
	여	58.5	29.3	7.3	3.0	1.8	0.0
학교 유형	일반 4년제 대학	57.8	27.1	8.9	2.6	3.1	0.5
	일반대학원	51.4	34.3	5.7	5.7	0.0	2.9
학년	1학년	59.6	25.5	6.4	0.0	6.4	2.1
	2학년	65.6	18.8	6.3	9.4	0.0	0.0
	3학년	58.7	26.1	8.7	4.3	2.2	0.0
	4학년	52.2	32.8	11.9	0.0	3.0	0.0
	대학원	51.4	34.3	5.7	5.7	0.0	2.9
거주 지역	서울	48.0	42.0	6.0	4.0	0.0	0.0
	경기/인천	63.6	20.5	11.4	2.3	2.3	0.0
	충청권	40.0	40.0	15.0	5.0	0.0	0.0
	전라권	65.8	26.3	2.6	0.0	5.3	0.0
	경상권	61.8	17.6	10.3	2.9	4.4	2.9
	강원	28.6	57.1	0.0	14.3	0.0	0.0

자료: 한국농촌경제연구원 대학생 대상 설문조사

○ 취업하고 싶은 직군으로는 ‘연구개발직(39.0%)’, ‘사무관리직(32.5%)’, ‘기술직(19.9%)’, ‘기능직(5.0%)’, ‘판매서비스직(3.1%)’, ‘단순 노무직(0.5%)’ 순으로 선호하는 것으로 조사됨〈표 4-21〉.

○ 대학원생의 경우 4년제 대학생에 비해 ‘연구개발직(63.3%)’에 대한 선호도가 높은 것으로 조사됨.

〈표 4-21〉 식품제조·서비스·유통·외식 분야 내 취업하고 싶은 직군

단위: %

구분		연구개발직	사무관리직	기술직 (예: 품질관리, 생산관리 등)	기능직 (예: 영양사, 조리사 등)	판매 서비스직	단순노무직
전 체		39.0	32.5	19.9	5.0	3.1	0.5
성별	남	36.4	31.8	22.4	5.6	3.7	0.0
	여	40.0	32.7	18.9	4.7	2.9	0.7
학교 유형	일반 4년제 대학	34.3	34.6	23.1	4.7	2.8	0.6
	일반대학원	63.3	21.7	3.3	6.7	5.0	0.0
	특수/전문대학원	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
학년	1학년	32.8	32.8	28.1	3.1	3.1	0.0
	2학년	41.8	25.5	29.1	1.8	1.8	0.0
	3학년	36.3	33.0	18.7	5.5	4.4	2.2
	4학년	29.7	41.4	20.7	6.3	1.8	0.0
	대학원	63.9	21.3	3.3	6.6	4.9	0.0
거주 지역	서울	40.4	30.3	20.2	4.5	3.4	1.1
	경기/인천	41.5	21.5	23.1	10.8	1.5	1.5
	충청권	36.4	27.3	21.2	15.2	0.0	0.0
	전라권	41.5	41.5	12.3	1.5	3.1	0.0
	경상권	39.8	31.0	23.9	0.9	4.4	0.0
	강원	11.8	70.6	5.9	5.9	5.9	0.0

자료: 한국농촌경제연구원 대학생 대상 설문조사

○ 대학생을 대상으로 식품 중소기업에 취업할 의향을 설문한 결과 응답자의 58.6%가 취업할 의향이 있다고 밝힘〈표 4-22〉.

○ 남학생(45.8%)에 비해 여학생(63.6%)이, 대학원생(48.3%)에 비해 4년제 대학생(60.7%)의 취업 의향이 더 높은 것으로 조사됨.

○ 지역별로는 경기/인천(76.9%)과 충청권(66.7%)의 비중이 비교적 높음.

〈표 4-22〉 식품 중소기업에 취업할 의향

단위: %

구분		예	아니오
전 체		58.6	41.4
성별	남	45.8	54.2
	여	63.6	36.4
학교 유형	일반 4년제 대학	60.7	39.3
	일반대학원	48.3	51.7
	특수/전문대학원	0.0	100.0
학년	1학년	60.9	39.1
	2학년	63.6	36.4
	3학년	67.0	33.0
	4학년	54.1	45.9
	대학원	47.5	52.5
거주 지역	서울	52.8	47.2
	경기/인천	76.9	23.1
	충청권	66.7	33.3
	전라권	44.6	55.4
	경상권	58.4	41.6
	강원	58.8	41.2

자료: 한국농촌경제연구원 대학생 대상 설문조사

○ 대학생들을 대상으로 식품제조·유통·외식업에서 원하는 일자리를 찾기가 어려운 이유에 대해 설문한 결과 ‘취업정보가 부족하거나 잘 몰라서(26.7%)’, ‘채용기회 자체가 줄어들어서(22.8%)’, ‘학력, 기술, 경력 등 자격이 맞지 않아서(16.2%)’ 등이 주요 이유로 응답됨〈표 4-23〉.

○ 남성의 경우 여성에 비해 ‘급여수준이 맞지 않아서(15.0%)’, ‘근무환경이나 근무지가 맞지 않아서(13.1%)’라는 응답의 비중이 높고, 여성의 경우 남성에 비해 ‘학력, 기술, 경력 등 자격이 맞지 않아서(17.8%)’라는 응답의 비중이 더 높음.

○ 대학원생의 경우 4년제 대학생에 비해 ‘취업정보가 부족하거나 잘 몰라서 (15.0%)’의 비중보다 ‘채용기회 자체가 줄어서(26.7%)’, ‘희망하는 근로형태의 일자리가 많지 않아서(15.0%)’의 응답 비중이 더 높은 것으로 나타남.

〈표 4-23〉 식품제조·유통·외식업에서 원하는 일자리를 찾거나 가지기 어렵다고 생각하는 이유

단위: %

구분		취업정보가 부족하거나 잘 몰라서	채용기회 자체가 줄어서	학력, 기술, 경력 등 자격이 맞지 않아서	급여 수준이 맞지 않아서	희망하는 근로형태 (정규직, 비정규직 등)의 일자리가 많지 않아서	근무환경이나 근무지가 맞지 않아서	각종차별 때문에 (연령/지역 /성 등)
전 체		26.7	22.8	16.2	12.3	9.4	8.9	3.7
성별	남	25.2	22.4	12.1	15.0	10.3	13.1	1.9
	여	27.3	22.9	17.8	11.3	9.1	7.3	4.4
학교 유형	일반 4년제 대학	29.0	22.1	15.6	12.1	8.4	8.4	4.4
	일반대학원	15.0	26.7	18.3	13.3	15.0	11.7	0.0
	특수/전문대학원	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
학년	1학년	35.9	17.2	10.9	12.5	14.1	4.7	4.7
	2학년	27.3	25.5	21.8	7.3	5.5	7.3	5.5
	3학년	31.9	18.7	15.4	14.3	6.6	9.9	3.3
	4학년	23.4	26.1	15.3	12.6	8.1	9.9	4.5
	대학원	14.8	26.2	19.7	13.1	14.8	11.5	0.0
	대학원	14.8	26.2	19.7	13.1	14.8	11.5	0.0
거주 지역	서울	24.7	30.3	10.1	15.7	9.0	7.9	2.2
	경기/인천	27.7	13.8	16.9	16.9	6.2	10.8	7.7
	충청권	18.2	24.2	24.2	18.2	6.1	9.1	0.0
	전라권	23.1	21.5	21.5	12.3	7.7	9.2	4.6
	경상권	31.9	20.4	15.0	7.1	14.2	8.0	3.5
	강원	29.4	35.3	17.6	0.0	5.9	11.8	0.0

자료: 한국농촌경제연구원 대학생 대상 설문조사

제5장

식품제조업과 농업의 연계 관련 실태



5

식품제조업과 농업의 연계 관련 실태

1. 식품제조업의 원료 농산물 조달 현황

- 농산물 원료 구매 전담부서 혹은 인력 보유 여부에 대해 설문한 결과 응답 기업의 37.9%가 전담부서와 전담인력 모두 없는 것으로 조사됨<표 5-1>.
- 대기업의 경우 대부분 전담부서(76.7%) 혹은 인력(18.6%)을 보유하고 있는 것으로 조사되었으며, 기업의 규모가 작아질수록 전담부서와 인력이 모두 없는 경우가 증가함.

〈표 5-1〉 농산물 원료 구매 전담부서/인력 보유 여부

단위: %

구분		응답 기업 수	전담부서 또는 전담팀 있음	전담부서는 없으나, 전담 인력은 있음	전담부서와 전담인력 모두 없음
전 체		433	28.9	33.3	37.9
소재 권역	서울/경기/인천	152	25.0	36.2	38.8
	충청/대전/세종	97	36.1	25.8	38.1
	대구/울산/부산/ 경북/경남	86	22.1	34.9	43.0
	광주/전라	70	32.9	37.1	30.0
	강원/제주	28	35.7	28.6	35.7
기업 분류	대기업	43	76.7	18.6	4.7
	중기업	141	43.3	24.8	31.9
	소기업	159	17.6	43.4	39.0
	소상공인	90	3.3	35.6	61.1
소재 지역	동	180	26.7	32.2	41.1
	읍·면	253	30.4	34.0	35.6
업력	2000년 이전	77	26.0	35.1	39.0
	2001~2009년	211	40.8	29.9	29.4
	2010년 이후	145	13.1	37.2	49.7

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 원료 구매에 영향을 미치는 부서 혹은 담당자를 설문한 결과 응답 기업의 50.6%가 ‘회사 대표’가 직접 영향을 미치는 것으로 응답함. ‘원료구매 부서 및 책임자’가 영향을 미치는 경우는 36.7%로 확인됨〈표 5-2〉.

○ 대기업의 경우 ‘회사 대표자(23.3%)’보다는 ‘원료구매 부서 및 책임자(62.8%)’가 구매에 영향을 주로 미치는 것으로 응답했으며, 소상공인의 경우 75.6%가 ‘회사 대표’가 직접 농산물 원료 구매를 결정하는 것으로 응답함.

〈표 5-2〉 농산물 원료 구매 영향을 미치는 부서 및 담당자

단위: %

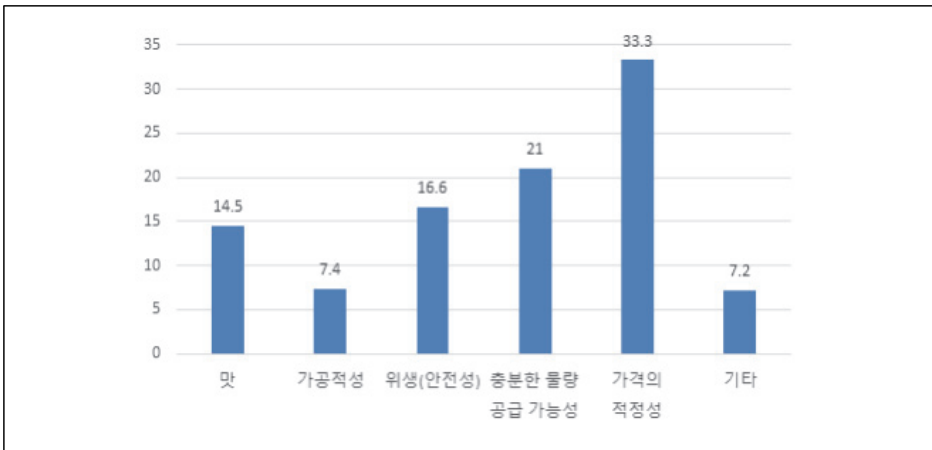
구분		회사 대표자	원료구매 부서 및 책임자	상품개발 부서 및 책임자	기획/마케팅 부서 및 책임자	기타
전 체		50.6	36.7	4.6	0.7	7.4
소재 권역	서울/경기/인천	53.9	34.2	5.3	0.7	5.9
	충청/대전/세종	45.4	43.3	4.1	1.0	6.2
	대구/울산/부산/ 경북/경남	54.7	32.6	2.3	0.0	10.5
	광주/전라	44.3	40.0	5.7	1.4	8.6
	강원/제주	53.6	32.1	7.1	0.0	7.1
	대기업	23.3	62.8	4.7	4.7	4.7
기업 분류	중기업	42.6	48.9	1.4	0.0	7.1
	소기업	50.9	34.0	6.9	0.0	8.2
	소상공인	75.6	10.0	5.6	1.1	7.8
소재 지역	동	46.7	38.9	5.6	0.6	8.3
	읍·면	53.4	35.2	4.0	0.8	6.7
업력	2000년 이전	40.3	42.9	7.8	0.0	9.1
	2001~2009년	50.2	40.8	2.4	1.4	5.2
	2010년 이후	56.6	27.6	6.2	0.0	9.7

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 농산물 구매 시 주요 고려 요인으로는 ‘가격의 적정성(33.3%)’에 대한 응답 비중이 가장 높으며, ‘충분한 물량 공급 가능성(21.0%)’이 그다음 비중을 차지함〈그림 5-1〉.

〈그림 5-1〉 농산물 구매 시 주요 고려 요인

단위: %

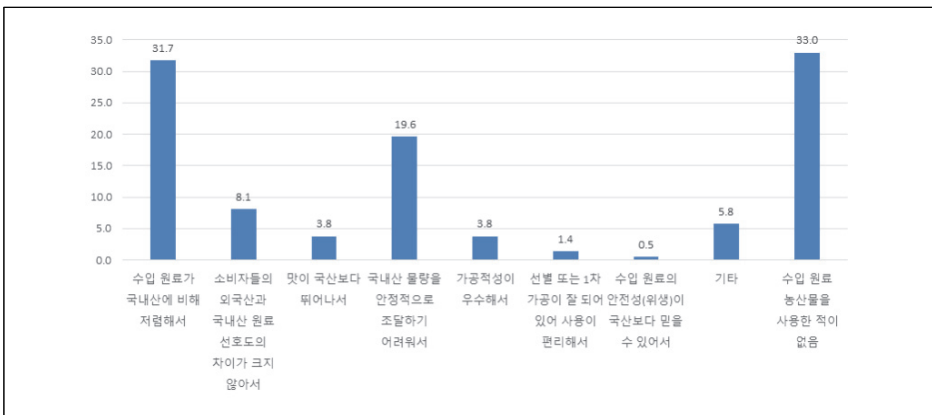


자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 수입산 원료 농산물을 사용하는 이유로는 ‘수입 원료 농산물을 사용한 적이 없음(33.0%)’ 응답을 제외하면 ‘수입 원료가 국내산에 비해 저렴해서(31.7%)’라는 응답이 가장 높은 비중을 차지함. 그다음으로는 ‘국내산 물량을 안정적으로 조달하기 어려워서(19.6%)’ 응답이 높은 비중을 보임(그림 5-2).

〈그림 5-2〉 수입산 원료 농산물 사용 이유(1+2+3순위)

단위: %



주: 1순위에 3배, 2순위에 2배, 3순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

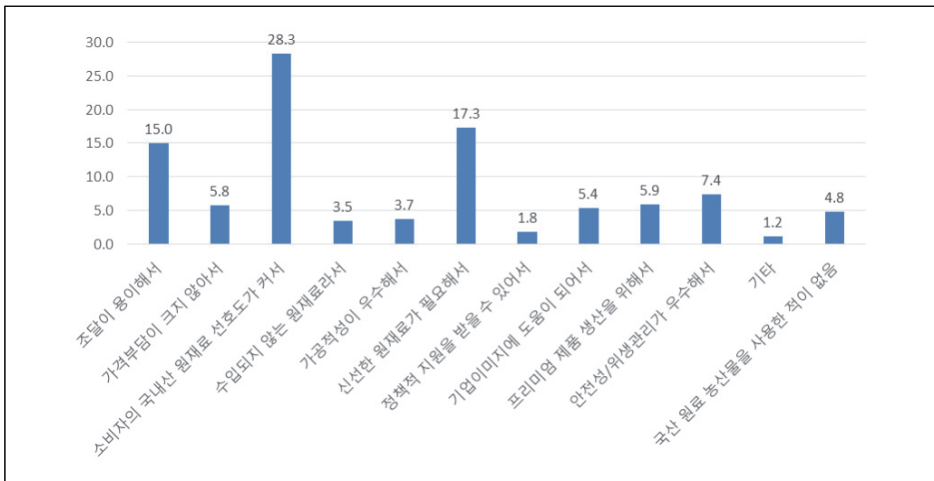
자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 국내산 농산물을 원료로 사용하는 주요 이유로는 ‘소비자의 국내산 원재료 선호도가 커서(28.3%)’, ‘신선한 원재료가 필요해서(17.3%)’, ‘조달이 용이해서(15.0%)’ 응답 비중이 가장 큼<그림 5-3>.

○ 앞서 수입산 원료 이용 이유에 대한 조사에서 ‘국내산 물량을 안정적으로 조달하기 어려워서(19.6%)’ 응답이 높은 비중을 차지한 것을 고려했을 때 국내산 농산물 중 품목별로 조달이 용이한지 여부가 다를 것으로 짐작됨.

〈그림 5-3〉 국내산 원료 농산물 사용 이유(1+2+3순위)

단위: %



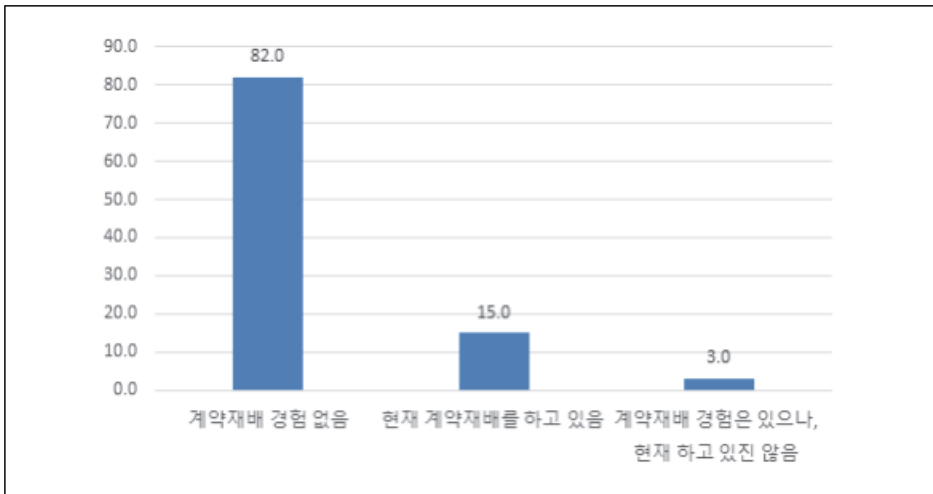
주: 1순위에 3배, 2순위에 2배, 3순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 계약재배 경험 유무를 설문한 결과 ‘경험이 없다’는 응답은 82.0%였으며, ‘현재 계약재배를 하고 있다’고 응답한 경우는 15.0%였음<그림 5-4>.

〈그림 5-4〉 계약재배 경험 유무

단위: %



자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 계약재배를 하지 않은 이유로는 ‘원하는 만큼의 물량을 조달할 수 없어서 (27.3%)’, ‘어디서 누구와 계약을 해야할지 정보가 없어서(13.8%)’, ‘농가 관리 등 업무량이 증가할 것 같아서(13.5%)’, ‘가격이 비싸서(10.1%)’, ‘시세에 따라 계약 상대방이 계약이행을 하지 않을 것 같아서(7.0%)’ 순으로 응답 비중이 높음. ‘기타’ 응답의 비중이 28.2%로 다소 높는데, 구체적인 응답으로는 ‘필요성을 느끼지 못해서’라는 응답이 가장 많으며, 그 외에도 ‘계약재배 할 만큼의 물량을 필요로 하지 않는다’라거나, ‘국내산 원료를 사용하지 않는다’ 등의 응답이 있음<표 5-3>.

○ 대기업의 경우 계약재배를 하지 않은 주요 이유로 ‘농가 관리 등 업무량이 증가할 것 같아서(38.9%)’라는 응답의 비중이 가장 높은 반면, ‘원하는 만큼의 물량을 조달할 수 없어서(19.4%)’에 대한 응답 비중은 상대적으로 낮음.

〈표 5-3〉 계약재배를 하지 않은 이유

단위: %

구분		응답 기업 수	어디에서 누구와 계약을 해야 할지 정보가 없어서	원하는 만큼의 물량을 조달할 수 없어서	시세에 따라 계약 상대방이 계약이행을 하지 않을 것 같아서	가격이 비싸서	농가 관리 등 업무량이 증가할 것 같아서	기타
전 체		355	13.8	27.3	7.0	10.1	13.5	28.2
소재 권역	서울/경기/인천	138	12.3	24.6	8.7	8.7	12.3	33.3
	충청/대전/세종	80	13.8	31.3	6.3	12.5	13.8	22.5
	대구/울산/부산/ 경북/경남	63	20.6	23.8	4.8	14.3	9.5	27.0
	광주/전라	51	11.8	33.3	5.9	3.9	19.6	25.5
	강원/제주	23	8.7	26.1	8.7	13.0	17.4	26.1
기업 분류	대기업	36	8.3	19.4	11.1	0.0	38.9	22.2
	중기업	120	11.7	30.8	5.8	8.3	13.3	30.0
	소기업	124	16.9	27.4	5.6	12.1	9.7	28.2
	소상공인	75	14.7	25.3	9.3	14.7	8.0	28.0
소재 지역	동	159	15.1	21.4	8.2	9.4	14.5	31.4
	읍·면	196	12.8	32.1	6.1	10.7	12.8	25.5
업력	2000년 이전	62	8.1	21.0	4.8	11.3	22.6	32.3
	2001~2009년	174	13.2	28.2	7.5	9.2	13.8	28.2
	2010년 이후	119	17.6	29.4	7.6	10.9	8.4	26.1

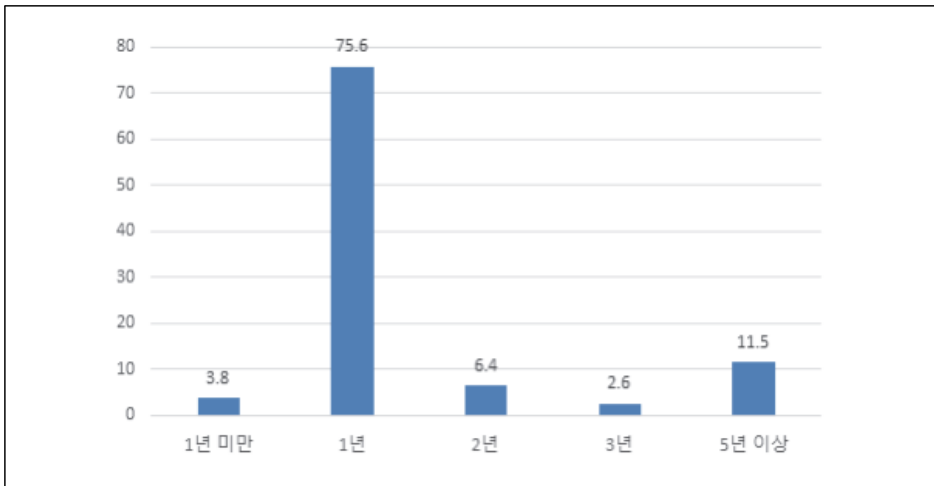
주: 계약재배 경험이 없다고 응답한 355개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 계약재배 시 계약재배 기간은 '1년'이라는 응답의 비중이 75.6%로 가장 높으며 그다음으로 '5년 이상' 장기계약을 하는 경우에 대한 응답 비중이 11.5%로 높은 것으로 조사됨〈그림 5-5〉.

〈그림 5-5〉 계약재배 시 재배기간

단위: %



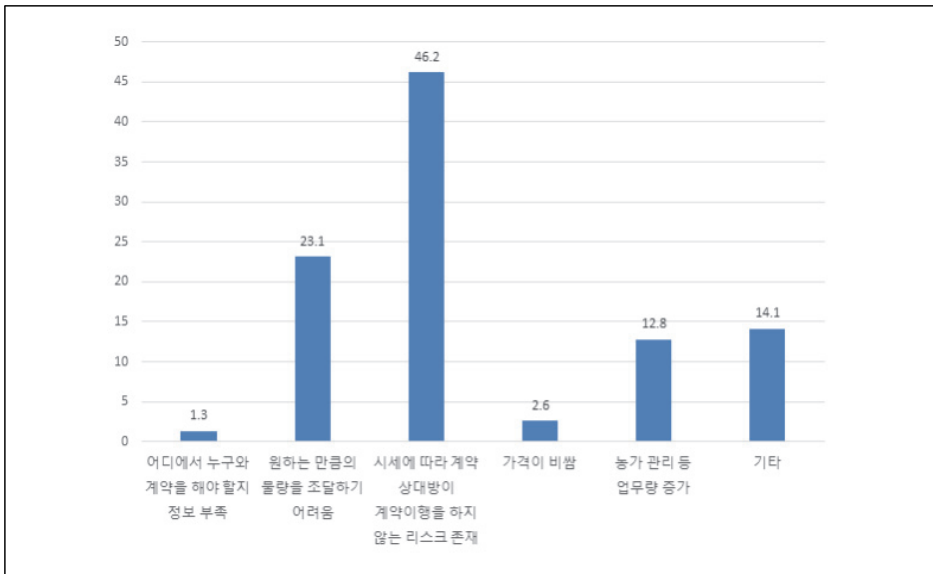
주: 계약재배 경험이 있다고 응답한 78개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

- 계약재배 시 애로사항으로는 ‘시세에 따라 계약 상대방이 계약이행을 하지 않는 리스크가 존재함(46.2%)’이라는 응답이 가장 높으며, ‘원하는 만큼의 물량을 조달하기 어렵다(23.1%)’라는 응답 비중도 상당수를 차지함〈그림 5-6〉.

〈그림 5-6〉 계약재배 시 애로사항

단위: %



주: 계약재배 경험이 있다고 응답한 78개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

- 응답 기업 전체를 대상으로 향후 계약재배 의향에 대해 설문한 결과 59.4%는 ‘의향이 없다’고 응답하였으며, 23.3%의 기업이 ‘의향이 있다’고 응답함<표 5-4>.
- 대구/울산/부산/경북/경남, 광주/전라 지역 소재 기업의 계약재배 의향은 각각 30.2%, 37.1%로 다른 지역에 비해 높게 조사됨.
- 의향이 있는 기업은 소기업이 28.9%로 응답 비중이 가장 높으며, 그다음으로 소상공인 21.1%, 중기업 19.9%, 대기업 18.6% 순으로 응답 비중이 높게 나타남.

〈표 5-4〉 향후 계약재배 의향

단위: %

구분		응답 기업 수	의향 있음	의향 없음	잘 모르겠다/생각해본 적 없다
전 체		433	23.3	59.4	17.3
소재 권역	서울/경기/인천	152	15.1	65.8	19.1
	충청/대전/세종	97	21.6	57.7	20.6
	대구/울산/부산/ 경북/경남	86	30.2	55.8	14.0
	광주/전라	70	37.1	48.6	14.3
	강원/제주	28	17.9	67.9	14.3
	대기업	43	18.6	60.5	20.9
기업 분류	중기업	141	19.9	63.1	17.0
	소기업	159	28.9	54.7	16.4
	소상공인	90	21.1	61.1	17.8
소재 지역	동	180	18.3	61.7	20.0
	읍·면	253	26.9	57.7	15.4
업력	2000년 이전	77	24.7	61.0	14.3
	2001~2009년	211	22.3	61.1	16.6
	2010년 이후	145	24.1	55.9	20.0

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

2. 식품제조업체의 국내산 원재료 사용에 대한 인식 및 평가

○ 전체 433개 업체를 대상으로 수입산 대비 국내산 농산물 부문별 수준을 평가하도록 한 결과 가격의 적정성 부문을 제외한 다른 부문에서는 모두 평가점수가 100점 이상으로 전반적으로 국산이 수입산에 비해 높은 점수를 받는 것으로 확인됨〈표 5-5〉.

○ 맛 분야에서는 ‘쌀(122.3점)’과 ‘소고기(120.7점)’가 가장 높은 점수를 받음.

○ 가공적성 분야에서는 ‘우유(113.3점)’와 ‘쌀(110.6점)’이 가장 높은 점수를 받으며, 위생(안전성) 부문에서는 ‘쌀(123.7점)’과 ‘콩(120.0점)’이 가장 높은 수준으로 평가받음.

○ 충분한 물량 공급 가능성에서는 ‘우유(120.8점)’가 가장 높은 점수를 받으며, 신선도 측면에서는 ‘쌀(125.4점)’이 가장 높은 점수를 받음.

○ 가격의 적정성 측면에서는 ‘소고기(76.0점)’와 ‘콩(79.1점)’이 가장 낮은 점수를 받아 식품제조업체는 해당 원료의 가격이 수입산에 비해 비싸다는 인식이 강한 것으로 조사됨.

〈표 5-5〉 부문별 수입산 대비 국산 수준 평가

부문	양파	미늘	감자	계란	우유	쌀	콩	돼지고기	닭고기	소고기
맛	112.7	115.8	105.1	107.5	110.8	122.3	119.0	114.0	108.3	120.7
가공적성	106.3	106.4	103.1	101.6	113.3	110.6	109.9	108.0	103.5	108.8
위생(안전성)	112.7	114.3	103.1	114.5	115.0	123.7	120.0	110.9	107.1	114.4
충분한 물량 공급 가능성	103.6	100.5	102.6	111.8	120.8	107.3	102.2	104.6	109.8	109.1
가격의 적정성	87.4	85.2	90.6	87.5	99.4	82.0	79.1	82.8	91.5	76.0
신선도	115.1	114.9	105.1	118.2	119.2	125.4	117.6	116.2	112.3	118.7

주: 해당 품목의 수입산의 수준을 100이라고 했을 때, 수입산 대비 국산의 상대적인 수준을 나타냄. 숫자가 높을수록 수준이 더 뛰어남을 의미함.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 국산 원재료 사용을 위해 노력하는 정도를 5점 척도로 자체 평가하도록 한 결과 평균 3.99점으로 전반적으로 업체에서는 국산 원재료 사용을 위해 노력을 하고 있는 것으로 나타남〈표 5-6〉.

○ 기업별로는 소기업(4.08점)과 대기업(4.07점)의 점수가 높으며, 중기업(3.87점)의 점수는 다른 기업에 비해 다소 낮은 것으로 확인됨.

○ 원재료 원산지의 각 부문별 영향력에 대한 평가를 설문한 결과 전반적으로 기업의 규모가 작을수록 원재료 원산지의 각 부문별 영향력을 크게 평가하는 경향을 보임.

- ‘가공식품 품질에 대한 원재료 원산지의 영향’ 부문에서는 모든 기업에서 4점 이상으로 전반적으로 높은 점수를 부여했으나 대기업의 점수는 4.02점, 소상공인의 점수는 4.23점으로 소상공인의 점수가 더 높음.
- ‘가공식품 판매실적에 대한 원재료 원산지의 영향’ 부문에서는 대기업의 경우 3.63점으로 다른 기업에 비해 낮은 점수를 부여함.
- ‘소비자의 가공식품 구매 의사에 대한 원재료 원산지의 영향’ 부문에서는 대기업 4.21점, 소상공인 4.38점으로 차이를 보임.

〈표 5-6〉 원재료 원산지 관련 인식조사 결과

단위: 점

구분		국산 원재료 사용 노력 정도	가공식품 품질에 대한 원재료 원산지의 영향	가공식품 판매실적에 대한 원재료 원산지의 영향	소비자의 가공식품 구매 의사에 대한 원재료 원산지의 영향
전 체		3.99	4.11	4.03	4.28
소재 권역	서울/경기/인천	3.82	4.06	3.91	4.17
	충청/대전/세종	4.04	4.06	4.06	4.32
	대구/울산/부산/ 경북/경남	3.91	4.10	4.03	4.20
	광주/전라	4.21	4.26	4.14	4.46
	강원/제주	4.43	4.25	4.21	4.54
기업 분류	대기업	4.07	4.02	3.63	4.21
	중기업	3.87	4.06	4.03	4.20
	소기업	4.08	4.11	4.04	4.31
	소상공인	3.99	4.23	4.19	4.38
소재 지역	동	4.00	4.09	4.00	4.28
	읍·면	3.98	4.13	4.04	4.28
업력	2000년 이전	3.79	3.96	3.87	4.08
	2001~2009년	4.01	4.12	4.06	4.31
	2010년 이후	4.06	4.19	4.06	4.34

주 1) 국산 원재료 사용 노력 정도: ‘전혀 노력하지 않는다(1점)’ ~ ‘매우 노력하고 있다(5점)’ 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

2) 가공식품 품질에 대한 원재료 원산지의 영향: ‘전혀 영향을 미치지 않는다(1점)’ ~ ‘매우 영향을 미친다(5점)’ 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

3) 가공식품 판매실적에 대한 원재료 원산지의 영향: ‘전혀 영향을 미치지 않는다(1점)’ ~ ‘매우 영향을 미친다(5점)’ 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

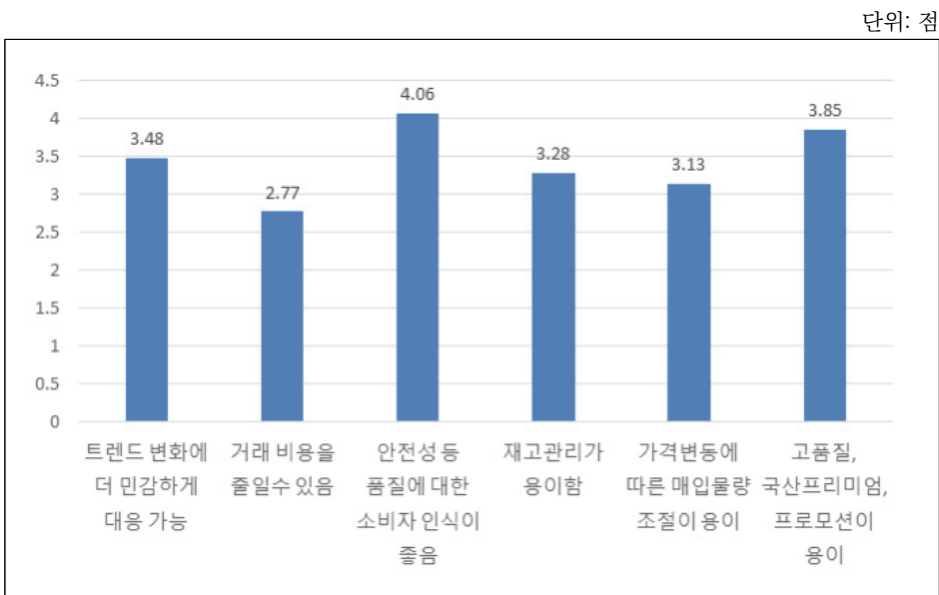
4) 소비자의 가공식품 구매 의사에 대한 원재료 원산지의 영향: ‘전혀 영향을 미치지 않는다(1점)’ ~ ‘매우 영향을 미친다(5점)’ 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 국내산 원료 농산물 사용 시 장점별 동의 정도를 5점 척도로 평가하도록 한 결과 가장 높은 점수를 받은 서술은 ‘안전성 등 품질에 대한 소비자 인식이 좋음(4.06점)’이며, 이외에도 ‘신선도가 뛰어남(3.97점)’, ‘고품질, 국산 프리미엄, 프로모션이 용이(3.85점)’하다는 서술에 대한 동의 정도가 비교적 높아 국내산 원재료가 프리미엄을 지닌다는 인식을 업체 간에 어느 정도 공유하고 있는 것으로 판단됨(그림 5-7).

○ 반면 ‘거래 비용을 줄일 수 있다(2.77점)’, ‘가격변동에 따른 매입물량 조절 용이(3.13점)’ 부분의 점수는 비교적 낮아 비용 및 안정적 공급 측면에서 국내산 농산물에 대한 평가가 다소 낮은 것으로 판단됨.

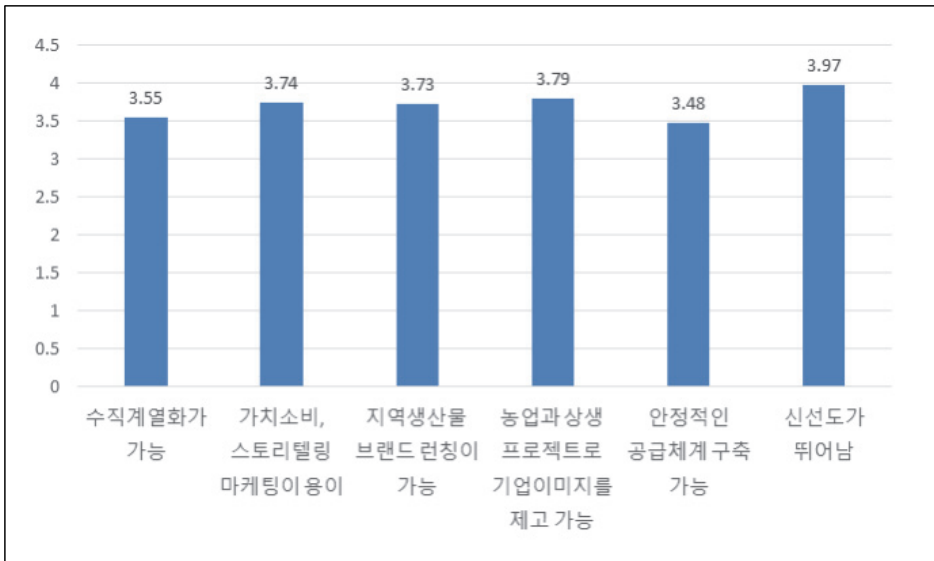
〈그림 5-7〉 국내산 원료 농산물 사용 시 장점별 동의 정도



주: ‘전혀 동의하지 않는다(1점)’ ~ ‘매우 동의한다(5점)’ 응답 결과의 가중평균을 나타냄.
 자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

〈그림 5-7〉 국내산 원료 농산물 사용 시 장점별 동의 정도: 계속

단위: 점



주: '전혀 동의하지 않는다(1점)' ~ '매우 동의한다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 향후 국내산 농산물 이용 의향을 설문한 결과 '수입산 비중을 늘릴 것 같다 (9.9%)'는 응답에 비해 '국내산 비중을 늘릴 것 같다(21.9%)'에 대한 응답 비중이 더 높음〈표 5-7〉.

○ 지역별로는 광주/전라 지역 소재의 기업의 수입산 비중 증대 의향이 2.9%로 다른 지역 소재의 기업에 비해 비중이 낮게 조사된 반면 국내산 비중 증대 의향은 27.1%로 가장 높음.

○ 대기업의 경우 '수입산 비중을 늘릴 것 같다'는 응답은 2.3%의 비중을 나타내어 다른 업체에 비해 그 비중이 낮은 것으로 확인됨.

〈표 5-7〉 향후 국내산, 수입산 농축산물 사용 비중 의향

단위: %

구분		수입산 비중을 늘릴 것 같다	현재와 비슷한 수준이 유지될 것 같다	국내산 비중을 늘릴 것 같다
전 체		9.9	68.1	21.9
소재 지역	서울/경기/인천	9.9	68.4	21.7
	충청/대전/세종	13.4	68.0	18.6
	대구/울산/부산/ 경북/경남	10.5	67.4	22.1
	광주/전라	2.9	70.0	27.1
	강원/제주	14.3	64.3	21.4
기업 분류	대기업	2.3	81.4	16.3
	중기업	9.2	72.3	18.4
	소기업	10.7	66.7	22.6
	소상공인	13.3	57.8	28.9
소재 지역	동	8.3	70.0	21.7
	읍·면	11.1	66.8	22.1
업력	2000년 이전	9.1	72.7	18.2
	2001~2009년	9.5	67.3	23.2
	2010년 이후	11.0	66.9	22.1

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 업체의 해당 원재료 사용 여부에 관계없이 원재료별 국내산과 수입산 사용 비중에 대한 업체들의 전망을 조사한 결과 ‘수입산 사용 비중이 늘어날 것 같다’는 응답이 비교적 높은 품목류로는 ‘쇠고기(51.7%)’, ‘돼지고기(45.0%)’, ‘과일류(42.3%)’, ‘쌀 이외의 곡물류(42.0%)’가 있음〈표 5-8〉.

○ ‘국내산 사용 비중이 늘어날 것 같다’는 응답 비중이 비교적 높은 품목은 ‘과채류(23.1%)’, ‘엽채류(20.6%)’, ‘근채류(20.3%)’임.

〈표 5-8〉 원재료별 국내산, 수입산 농축산물 사용 비중 전망

단위: %

원재료	수입산 사용 비중이 늘어날 것 같다	현재와 비슷한 수준이 유지될 것 같다	국내산 사용 비중이 늘어날 것 같다
쌀	26.6	57.7	15.7
쌀 이외의 곡물류	42.0	48.3	9.7
엽채류	18.2	61.2	20.6
과채류	18.0	58.9	23.1
근채류	18.0	61.7	20.3
조미채소	34.2	49.2	16.6
과일류	42.3	46.2	11.5
쇠고기	51.7	37.6	10.6
돼지고기	45.0	43.0	12.0
닭고기	39.3	47.3	13.4

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 국내산 원료 사용 확대를 위해 정부가 주력해야 할 정책으로는 ‘국내산 원료 사용 시 자금/세제 지원(32.2%)’, ‘농산물 원료를 안정적으로 조달하도록 조직화/계약재배/보험 등 지원(25.7%)’ 선택지에 대한 응답 비중이 높아 국내산 원료 사용 확대를 위해 비용 및 수급 측면에서의 정책 보완이 필요함을 시사함〈표 5-9〉.

〈표 5-9〉 국내산 원료 사용 확대를 위해 정부가 주력해야 할 정책(1+2+3순위)

단위: %

구분		농산물 원료 안정적으로 조달하도록 조직화/계약재배/ 보험 등 지원	가공적성 원료 농산물 개발 보급 지원	국산 농산물 우수성 홍보, 교육 등 소비 저변 확대	인증/표시방법 개선 등을 통해 국산 사용 차별화 지원
전 체		25.7	11.7	9.6	13.0
소재 권역	서울/경기/인천	26.8	14.8	7.6	12.5
	충청/대전/세종	27.3	10.6	10.3	13.5
	대구/울산/부산/ 경북/경남	20.0	13.0	11.7	12.8
	광주/전라	27.6	7.3	10.7	13.5
	강원/제주	26.8	6.5	8.5	13.7
기업 분류	대기업	29.7	7.9	4.4	17.5
	중기업	24.9	12.3	12.3	13.0
	소기업	29.2	12.0	8.6	11.5
	소상공인	19.1	12.2	9.7	13.6
소재 지역	동	24.0	11.9	9.1	14.9
	읍·면	27.0	11.6	10.0	11.7
업력	2000년 이전	25.1	13.3	9.4	15.4
	2001~2009년	27.1	11.8	11.4	12.3
	2010년 이후	24.2	10.8	7.2	12.8

주: 1순위에 3배, 2순위에 2배, 3순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

〈표 5-9〉 국내산 원료 사용 확대를 위해 정부가 주력해야 할 정책(1+2+3순위): 계속

단위: %

구분		국내산 원료 사용 시 자금/ 세제 지원	원료 농산물 산지, 공급단체 정보 지원	기타
전 체		32.2	7.5	0.3
소재 권역	서울/경기/인천	31.2	6.4	0.7
	충청/대전/세종	30.5	7.6	0.2
	대구/울산/부산/ 경북/경남	34.5	7.9	0.0
	광주/전라	33.6	7.3	0.0
	강원/제주	32.7	11.8	0.0
기업 분류	대기업	33.6	7.0	0.0
	중기업	30.5	7.0	0.0
	소기업	31.9	6.4	0.3
	소상공인	34.5	10.1	0.8
소재 지역	동	33.5	6.6	0.0
	읍·면	31.2	8.0	0.5
업력	2000년 이전	29.2	6.9	0.7
	2001~2009년	30.5	6.7	0.3
	2010년 이후	36.2	8.8	0.1

주: 1순위에 3배, 2순위에 2배, 3순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

제6장

식품제조업 분야 연구개발 및 부가가치 창출 현황



6

식품제조업 분야 연구개발 및 부가가치 창출 현황

1. 식품제조업체 연구개발 현황 및 전략

- 식품제조업 내 연구개발 인력을 설문한 결과, 연구개발 인력이 없는 경우는 45.8%이며, 연구개발 인력이 있는 경우 업체당 평균 4.3명의 연구개발 인력이 있는 것으로 조사됨<표 6-1>.
- 서울/경기/인천, 충청/대전/세종 지역에 비해 나머지 지역에서 연구개발 인력이 없다는 응답의 비중이 더 높으며, 서울/경기/인천 지역의 업체의 경우 업체당 평균 연구개발 인력의 수가 8.0명으로 다른 지역에 비해 더 많아 지역 간 편차가 존재하는 것으로 확인됨.
- 기업 규모별 평균 연구개발 인력은 대기업 44.0명, 중기업 2.9명, 소기업 2.3명, 소상공인 0.8명으로 대기업과 중소기업 간 격차가 큰 것으로 조사됨.

〈표 6-1〉 연구개발 인력

단위: %, 명

구분		응답 기업 수	없음	1명	2명	3~5명 미만	5~30명 미만	30명 이상	평균
전 체		404	45.8	12.4	12.1	14.6	13.6	1.5	4.3
소재 권역	서울/경기/인천	142	41.5	13.4	12.7	18.3	11.3	2.8	8.0
	충청/대전/세종	90	38.9	10.0	13.3	13.3	23.3	1.1	3.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	82	52.4	11.0	12.2	11.0	12.2	1.2	2.5
	광주/전라	63	49.2	14.3	11.1	15.9	9.5	0.0	1.9
	강원/제주	27	63.0	14.8	7.4	7.4	7.4	0.0	0.9
기업 분류	대기업	21	38.1	0.0	4.8	4.8	28.6	23.8	44.0
	중기업	139	39.6	7.9	10.1	18.7	23.7	0.0	2.9
	소기업	155	42.6	16.1	16.1	15.5	9.0	0.6	2.3
	소상공인	89	62.9	15.7	10.1	9.0	2.2	0.0	0.8
소재 지역	동	170	43.5	11.2	14.1	12.9	14.7	3.5	7.6
	읍·면	234	47.4	13.2	10.7	15.8	12.8	0.0	2.0
업력	2000년 이전	74	47.3	8.1	12.2	12.2	14.9	5.4	4.8
	2001~2009년	190	42.6	9.5	11.6	17.9	17.9	0.5	6.0
	2010년 이후	140	49.3	18.6	12.9	11.4	7.1	0.7	1.8

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 석사학위 이상 연구개발 인력을 조사한 결과 없는 경우는 72.8%이며, 있는 경우 업체당 평균 인력은 1.8명임(표 6-2).

○ 지역별 업체당 인력은 서울이 3.9명이며, 나머지 지역은 1명을 넘기지 못함. 대기업의 경우 평균 24.3명의 석사학위 이상 인력을 보유하고 있는데 반해, 중소기업의 경우 1명을 넘기지 않는 것으로 조사되어 지역 간, 기업 규모 간 격차가 심한 것으로 조사됨.

〈표 6-2〉 석사학위 이상 연구개발 인력

단위: %, 명

구분		없음	1명	2명	3~5명 미만	5~30명 미만	30명 이상	평균
전 체		72.8	12.6	7.2	4.2	2.7	0.5	1.8
소재 권역	서울/경기/인천	70.4	12.0	8.5	4.9	2.8	1.4	3.9
	충청/대전/세종	63.3	20.0	7.8	5.6	3.3	0.0	0.8
	대구/울산/부산/ 경북/경남	82.9	8.5	2.4	4.9	1.2	0.0	0.4
	광주/전라	74.6	7.9	11.1	1.6	4.8	0.0	0.6
	강원/제주	81.5	14.8	3.7	0.0	0.0	0.0	0.2
기업 분류	대기업	42.9	9.5	19.0	4.8	14.3	9.5	24.3
	중기업	64.7	14.4	9.4	6.5	5.0	0.0	0.8
	소기업	78.1	15.5	3.9	2.6	0.0	0.0	0.3
	소상공인	83.1	5.6	6.7	3.4	1.1	0.0	0.3
소재 지역	동	69.4	12.4	7.6	4.7	4.7	1.2	3.5
	읍·면	75.2	12.8	6.8	3.8	1.3	0.0	0.5
업력	2000년 이전	68.9	13.5	6.8	1.4	8.1	1.4	1.6
	2001~2009년	67.9	15.3	8.9	5.8	1.6	0.5	2.8
	2010년 이후	81.4	8.6	5.0	3.6	1.4	0.0	0.4

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 여성 인력을 보유하고 있지 않은 업체는 전체 응답 기업의 59.7%임. 보유하고 있는 업체의 경우 업체당 평균 2.2명의 인력을 보유하고 있는 것으로 조사됨〈표 6-3〉.

○ 서울 지역의 경우 여성 인력을 보유한 업체는 업체당 평균 4.2명의 여성 인력을 운용하고 있는 것으로 조사되었으며, 대기업의 경우 24.4명, 중소기업의 경우 0~1명 정도의 여성 인력을 운용하는 것으로 조사돼 지역 간, 업체 간 차이가 큰 것으로 확인됨.

〈표 6-3〉 연구개발 여성 인력 인원수

단위: %, 명

구분		없음	1명	2명	3~5명 미만	5~30명 미만	30명 이상	평균
전 체		59.7	17.3	9.9	8.9	3.7	0.5	2.2
소재 권역	서울/경기/인천	57.7	16.2	12.0	8.5	4.9	0.7	4.2
	충청/대전/세종	51.1	18.9	12.2	13.3	4.4	0.0	1.3
	대구/울산/부산/ 경북/경남	63.4	22.0	6.1	4.9	2.4	1.2	1.2
	광주/전라	63.5	14.3	7.9	11.1	3.2	0.0	1.0
	강원/제주	77.8	11.1	7.4	3.7	0.0	0.0	0.4
기업 분류	대기업	42.9	4.8	9.5	14.3	23.8	4.8	24.4
	중기업	50.4	20.9	11.5	13.7	3.6	0.0	1.2
	소기업	60.0	18.1	11.0	7.1	3.2	0.6	1.2
	소상공인	77.5	13.5	5.6	3.4	0.0	0.0	0.4
소재 지역	동	59.4	16.5	9.4	7.6	5.9	1.2	4.1
	읍·면	59.8	17.9	10.3	9.8	2.1	0.0	0.9
업력	2000년 이전	60.8	12.2	12.2	4.1	9.5	1.4	2.2
	2001~2009년	55.3	19.5	10.5	12.1	2.1	0.5	3.2
	2010년 이후	65.0	17.1	7.9	7.1	2.9	0.0	0.9

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 전체 응답기업의 43.6%는 연구개발 예산을 따로 책정하고 있지 않은 것으로 조사됨. 연구개발 예산을 책정한 기업의 경우 업체당 평균 약 2.5억 원의 연구개발 예산을 책정하고 있음〈표 6-4〉.

○ 지역별로 연구개발 예산을 책정하지 않는다고 응답한 비중은 강원/제주 지역, 대구/울산/부산/경북/경남 지역이 각각 59.3%, 51.2%로 다소 높음. 또한 해당 지역은 연구개발 예산이 책정된 경우 업체당 평균이 다른 지역에 비해 다소 낮은 것으로 조사됨.

○ 기업 규모별로는 연구개발 예산을 책정하지 않다는 응답 비중은 소상공인(60.7%)을 제외하면 나머지 기업 간에 큰 차이는 없으나, 업체당 평균 연구개발 예산은 규모별로 크게 차이가 나타나는 것으로 확인됨.

〈표 6-4〉 연구개발 예산(잠정)

단위: %, 백만 원

구분		없음	1억 원 미만	1억~5억 원 미만	5억~10억 원 미만	10억~30억 원 미만	30억 원 이상	평균
전 체		43.6	27.0	20.3	4.5	3.0	1.7	250.9
소재 권역	서울/경기/인천	40.8	26.8	20.4	5.6	2.1	4.2	440.9
	충청/대전/세종	33.3	36.7	15.6	7.8	5.6	1.1	241.9
	대구/울산/부산/ 경북/경남	51.2	20.7	24.4	1.2	2.4	0.0	91.6
	광주/전라	47.6	23.8	22.2	3.2	3.2	0.0	130.0
	강원/제주	59.3	22.2	18.5	0.0	0.0	0.0	46.9
기업 분류	대기업	38.1	9.5	14.3	4.8	4.8	28.6	2,409.7
	중기업	38.1	18.7	24.5	10.1	7.9	0.7	267.9
	소기업	39.4	35.5	24.5	0.6	0.0	0.0	67.3
	소상공인	60.7	29.2	7.9	2.2	0.0	0.0	34.5
소재 지역	동	41.8	27.1	17.6	6.5	2.9	4.1	419.2
	읍·면	44.9	26.9	22.2	3.0	3.0	0.0	128.6
업력	2000년 이전	43.2	29.7	14.9	1.4	5.4	5.4	330.9
	2001~2009년	40.5	21.1	25.8	7.4	4.2	1.1	334.0
	2010년 이후	47.9	33.6	15.7	2.1	0.0	0.7	95.8

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 매출액 대비 연구개발 예산의 비중은 연구개발 예산이 없는 경우(46.0%)를 제외하고는 1% 미만이 24.3%로 가장 많으며 1~2%인 경우가 9.4%로 그다음으로 높음. 4~5%인 경우(8.7%)와 5% 이상인 경우(4.5%)도 어느 정도 비중을 차지함〈표 6-5〉.

○ 기업 규모가 클수록 연구개발 예산이 없는 비중은 줄어드는 경향을 보임. 대기업의 경우 연구개발 예산을 책정하는 대부분의 기업이 매출액 대비 0~1% 정도의 연구개발 예산을 책정(61.9%)하는 것으로 조사됨.

〈표 6-5〉 매출액 대비 연구개발 예산 비중

단위: %

구분		예산 없음 (0%)	0~1%	1~2%	2~3%	3~4%	4~5%	5% 이상
전 체		46.0	24.3	9.4	5.0	2.2	8.7	4.5
소재 권역	서울/경기/인천	43.7	26.8	7.7	7.0	2.1	7.7	4.9
	충청/대전/세종	36.7	31.1	14.4	4.4	1.1	8.9	3.3
	대구/울산/부산/ 경북/경남	51.2	20.7	7.3	3.7	3.7	8.5	4.9
	광주/전라	50.8	14.3	12.7	4.8	1.6	9.5	6.3
	강원/제주	63.0	22.2	0.0	0.0	3.7	11.1	0.0
기업 분류	대기업	33.3	61.9	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0
	중기업	41.7	30.2	13.7	2.2	0.7	10.1	1.4
	소기업	41.9	22.6	9.0	7.1	2.6	10.3	6.5
	소상공인	62.9	9.0	5.6	5.6	4.5	5.6	6.7
소재 지역	동	44.7	28.8	7.1	6.5	1.2	6.5	5.3
	읍·면	47.0	20.9	11.1	3.8	3.0	10.3	3.8
업력	2000년 이전	44.6	28.4	6.8	8.1	0.0	6.8	5.4
	2001~2009년	43.2	27.4	10.0	2.6	2.1	11.1	3.7
	2010년 이후	50.7	17.9	10.0	6.4	3.6	6.4	5.0

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 지난 5년간 연구개발 전담 인력 규모의 변화를 설문한 문항에서는 전체 응답 기업의 5.4%는 감소하였다고 응답한 반면 8.7%는 증가하였다고 응답함〈표 6-6〉.

○ 대기업의 경우 연구개발 인력을 감소시켰다는 응답은 없는데 반해, 증가하였다는 응답 비중은 28.6%로 가장 높음.

〈표 6-6〉 지난 5년간(2015~2019년) 연구개발 전담인력 규모 변화

단위: %

구분		20% 이상 감소	10~20% 감소	10% 미만 감소	비슷함	10% 미만 증가	10 ~ 20% 증가	20% 이상 증가
전 체		3.2	0.5	1.7	85.9	4.5	1.2	3.0
소재 권역	서울/경기/인천	2.8	0.7	1.4	86.6	4.9	0.7	2.8
	충청/대전/세종	2.2	1.1	1.1	82.2	5.6	4.4	3.3
	대구/울산/부산/ 경북/경남	6.1	0.0	1.2	86.6	4.9	0.0	1.2
	광주/전라	3.2	0.0	1.6	87.3	1.6	0.0	6.3
	강원/제주	0.0	0.0	7.4	88.9	3.7	0.0	0.0
기업 분류	대기업	0.0	0.0	0.0	71.4	23.8	0.0	4.8
	중기업	2.2	0.7	1.4	86.3	4.3	2.9	2.2
	소기업	5.2	0.0	0.6	86.5	3.9	0.6	3.2
	소상공인	2.2	1.1	4.5	87.6	1.1	0.0	3.4
소재 지역	동	2.9	0.6	0.6	87.6	4.1	1.2	2.9
	읍·면	3.4	0.4	2.6	84.6	4.7	1.3	3.0
업력	2000년 이전	8.1	0.0	0.0	85.1	2.7	0.0	4.1
	2001~2009년	1.6	0.5	1.6	85.8	5.8	2.1	2.6
	2010년 이후	2.9	0.7	2.9	86.4	3.6	0.7	2.9

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 지난 5년간 연구개발 예산을 감소시켰다는 응답 비중은 5.4%, 증가시켰다는 응답은 10.4%로 증가시켰다는 응답의 비중이 더 많은 것으로 조사됨(표 6-7).

○ 대기업의 경우 연구개발 예산을 감소시켰다는 응답은 없는 반면 증가시켰다는 응답 비중이 19.1%에 달함. 중기업과 소기업의 경우도 예산을 증가시켰다는 응답이 감소시켰다는 응답에 비해 우세했으나, 소상공인은 예외적으로 연구개발 예산을 감소시켰다는 응답이 더 많음.

〈표 6-7〉 지난 5년간(2015~2019년) 연구개발 예산 변화

단위: %

구분		20% 이상 감소	10~20% 감소	10% 미만 감소	비슷함	10% 미만 증가	10~20% 증가	20% 이상 증가
전 체		3.7	0.5	1.2	84.2	5.7	2.0	2.7
소재 권역	서울/경기/인천	4.2	1.4	0.0	85.2	5.6	1.4	2.1
	충청/대전/세종	2.2	0.0	1.1	81.1	7.8	4.4	3.3
	대구/울산/부산/경북/경남	4.9	0.0	1.2	85.4	7.3	0.0	1.2
	광주/전라	4.8	0.0	1.6	84.1	1.6	1.6	6.3
	강원/제주	0.0	0.0	7.4	85.2	3.7	3.7	0.0
기업 분류	대기업	0.0	0.0	0.0	81.0	14.3	4.8	0.0
	중기업	2.2	0.0	0.0	85.6	7.2	2.9	2.2
	소기업	5.2	1.3	0.0	83.9	5.2	1.3	3.2
	소상공인	4.5	0.0	5.6	83.1	2.2	1.1	3.4
소재 지역	동	4.1	0.6	1.2	84.7	5.3	1.8	2.4
	읍·면	3.4	0.4	1.3	83.8	6.0	2.1	3.0
업력	2000년 이전	8.1	1.4	0.0	85.1	2.7	0.0	2.7
	2001~2009년	2.1	0.5	0.5	83.2	8.4	2.6	2.6
	2010년 이후	3.6	0.0	2.9	85.0	3.6	2.1	2.9

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 경영혁신 분야 내 부문별 중요도를 평가하게 한 결과 ‘제품(47.3%)’ 및 ‘생산/물류 공정(41.3%)’ 부문의 개선·혁신 중요도가 다른 부문에 비해 더 높은 것으로 나타남(표 6-8).

○ 대기업은 ‘제품(52.4%)’과 ‘생산/물류 공정(52.4%)’ 부문의 개선을 가장 중요하게 생각하는 반면, 소상공인은 ‘제품(50.6%)’, ‘판매/마케팅 방법(46.1%)’의 개선·혁신을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타남. 중기업은 다른 기업에 비해 네 부문에 대한 중요도를 다소 낮게 평가하는 것으로 확인됨.

〈표 6-8〉 경영혁신 부문별 ‘중요도 높음’ 응답 비중

단위: %

구분		제품 개선·혁신	생산/물류 공정 개선·혁신	조직운영 방식 개선·혁신	판매/마케팅 방법 개선·혁신
전 체		47.3	41.3	23.3	37.1
소재 권역	서울/경기/인천	48.6	35.2	19.0	35.2
	충청/대전/세종	47.8	52.2	31.1	44.4
	대구/울산/부산/ 경북/경남	46.3	39.0	19.5	29.3
	광주/전라	44.4	41.3	25.4	39.7
	강원/제주	48.1	44.4	25.9	40.7
기업 분류	대기업	52.4	52.4	28.6	28.6
	중기업	38.1	35.3	21.6	31.7
	소기업	52.9	46.5	27.7	38.1
	소상공인	50.6	39.3	16.9	46.1
소재 지역	동	41.8	36.5	20.6	37.6
	읍·면	51.3	44.9	25.2	36.8
업력	2000년 이전	41.9	28.4	21.6	33.8
	2001~2009년	47.4	42.1	24.2	33.7
	2010년 이후	50.0	47.1	22.9	43.6

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 국내/해외 시장 전략별 중요도에 대한 평가를 설문한 결과 ‘국내 시장 부가가치 창출 전략(50.5%)’, ‘국내 시장 신수요 창출 전략(44.3%)’에 대해 중요도가 높다고 응답한 비중이 상대적으로 많음. 국내 식품제조기업들은 해외보다는 국내시장에서의 신수요 및 부가가치 창출 전략을 더욱 중요하게 생각하는 것으로 판단됨〈표 6-9〉.

○ 대기업의 경우 다른 기업에 비해 상대적으로 해외 수출시장에서의 신수요 (19.0%)와 부가가치 창출 전략(28.6%)의 중요성을 높게 평가함.

〈표 6-9〉 국내/해외 시장 전략별 ‘중요도 높음’ 응답 비중

단위: %

구분		국내 시장 신수요 창출 전략	국내 시장 부가가치 창출 전략	해외 수출시장 신수요 선점 전략	해외 수출시장 부가가치 창출 전략
전 체		44.3	50.5	13.6	16.1
소재 권역	서울/경기/인천	45.1	49.3	14.1	16.2
	충청/대전/세종	44.4	52.2	14.4	18.9
	대구/울산/부산/ 경북/경남	39.0	46.3	13.4	13.4
	광주/전라	44.4	58.7	15.9	17.5
	강원/제주	55.6	44.4	3.7	11.1
기업 분류	대기업	66.7	47.6	19.0	28.6
	중기업	43.2	48.2	15.8	16.5
	소기업	43.9	50.3	11.6	12.9
	소상공인	41.6	55.1	12.4	18.0
소재 지역	동	41.8	46.5	14.1	15.3
	읍·면	46.2	53.4	13.2	16.7
업력	2000년 이전	43.2	40.5	10.8	13.5
	2001~2009년	47.9	52.1	15.3	15.3
	2010년 이후	40.0	53.6	12.9	18.6

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ R&D 전략별로는 ‘기존 제품의 개선(53.7%)’, ‘가격경쟁력(44.1%)’, ‘새로운 고객층 확보(39.9%)’, ‘고객 맞춤형 제품/솔루션(29.2%)’, ‘새로운 제품의 출시(27.2%)’ 순으로 중요도를 높게 평가하는 것으로 조사됨〈표 6-10〉.

○ 대기업의 경우 다른 기업들에 비해 ‘새로운 제품의 출시(42.9%)’, ‘고객 맞춤형 제품/솔루션(42.9%)’에 대한 ‘중요도 높음’ 응답 비중은 높은 반면 ‘기존 제품의 개선(38.1%)’, ‘가격경쟁력(28.6%)’에 대한 응답 비중은 낮아, 중요하게 생각하는 연구개발 전략에 기업 규모 간 차이가 있는 것으로 파악됨.

〈표 6-10〉 R&D 전략별 ‘중요도 높음’ 응답 비중

단위: %

구분		기존 제품의 개선	새로운 제품의 출시	새로운 고객층 확보	고객 맞춤형 제품/솔루션	가격경쟁력
전 체		53.7	27.2	39.9	29.2	44.1
소재 권역	서울/경기/인천	56.3	30.3	40.1	30.3	44.4
	충청/대전/세종	56.7	20.0	36.7	30.0	50.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	52.4	25.6	37.8	25.6	36.6
	광주/전라	55.6	28.6	41.3	31.7	47.6
	강원/제주	29.6	37.0	51.9	25.9	37.0
기업 분류	대기업	38.1	42.9	28.6	42.9	28.6
	중기업	51.8	24.5	41.0	29.5	47.5
	소기업	58.1	28.4	41.3	28.4	41.3
	소상공인	52.8	25.8	38.2	27.0	47.2
소재 지역	동	52.9	27.6	40.6	31.2	47.1
	읍·면	54.3	26.9	39.3	27.8	41.9
업력	2000년 이전	47.3	25.7	32.4	23.0	41.9
	2001~2009년	56.8	27.9	43.7	30.0	43.7
	2010년 이후	52.9	27.1	38.6	31.4	45.7

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 인구사회 변화에 대응한 경영전략 수립 여부에 대해 설문한 결과 응답 기업의 23.8%만이 이에 대응한 경영전략을 수립하고 있다고 응답함〈표 6-11〉.

○ 대기업의 경우 응답 기업의 절반가량인 52.4%의 기업이 인구사회 변화에 대응한 경영전략을 수립하고 있다고 응답하여 다른 기업에 비해 높은 응답 비중을 나타냄.

〈표 6-11〉 인구사회 변화에 대응한 경영전략 수립 여부

단위: %

구분		수립함	수립하지 않음
전 체		23.8	76.2
소재 권역	서울/경기/인천	23.9	76.1
	충청/대전/세종	22.2	77.8
	대구/울산/부산/ 경북/경남	25.6	74.4
	광주/전라	23.8	76.2
	강원/제주	22.2	77.8
기업 분류	대기업	52.4	47.6
	중기업	24.5	75.5
	소기업	21.9	78.1
	소상공인	19.1	80.9
소재 지역	동	22.9	77.1
	읍·면	24.4	75.6
업력	2000년 이전	20.3	79.7
	2001~2009년	25.3	74.7
	2010년 이후	23.6	76.4

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

2. 식품제조업 분야 부가가치/수요 창출을 위한 노력 실태

○ 미래 유망 식품산업 분야별로 향후 5년간 시장 규모의 변화를 예상하도록 한 결과 응답 업체들이 가장 크게 증가할 것으로 예상하는 분야는 ‘건강기능식품(4.03점)’, ‘친환경 원재료를 사용한 식품(4.02점)’으로 조사됨. 가장 낮은 점수를 받은 분야는 배양육, 식물성 고기, 곤충 식품 등 기존에 없던 ‘미래형 식품(3.62점)’임〈표 6-12〉.

○ 대기업은 ‘미래형식품(3.95점)’, ‘타 식품의 소재가 되는 식품(3.90점)’ 분야에서 다른 기업에 비해 높은 점수를 부여한 것으로 조사됨.

〈표 6-12〉 부문별 향후 5년간 시장 규모 변화 예상

단위: 점

구분		미래형 식품 (배양육, 식물성 고기, 곤충식품 등)	고령자/환자 등 개인 맞춤형 식품	친환경 원재료를 사용한 식품	타 식품의 소재가 되는 식품	건강 기능식품	타깃 수출시장 소비자 선호에 맞는 식품
전 체		3.62	3.94	4.02	3.64	4.03	3.79
소재 권역	서울/경기/인천	3.64	3.95	3.98	3.63	4.00	3.77
	충청/대전/세종	3.63	3.87	4.07	3.70	4.08	3.79
	대구/울산/부산/ 경북/경남	3.61	3.91	3.90	3.52	3.99	3.73
	광주/전라	3.63	4.13	4.21	3.71	4.19	3.95
	강원/제주	3.52	3.70	3.96	3.63	3.81	3.70
기업 분류	대기업	3.95	3.90	4.05	3.90	3.95	3.76
	중기업	3.56	3.85	3.94	3.62	4.01	3.76
	소기업	3.63	3.97	4.07	3.67	4.05	3.79
	소상공인	3.63	4.01	4.03	3.55	4.07	3.87
소재 지역	동	3.54	3.95	3.95	3.62	3.94	3.73
	읍·면	3.68	3.92	4.06	3.65	4.10	3.84
업력	2000년 이전	3.61	3.96	4.05	3.68	3.97	3.69
	2001~2009년	3.59	3.93	3.99	3.62	4.06	3.78
	2010년 이후	3.67	3.93	4.03	3.65	4.03	3.86

주: ‘크게 감소(1점)’ ~ ‘크게 증가(5점)’ 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 유망 식품산업 분야별 기술 준비 수준을 설문한 결과 ‘친환경 원재료를 사용한 식품(3.01점)’을 제외한 나머지 부문에서 3점 이하의 평균 점수가 나와 업체들이 대체로 자사의 기술적 준비 수준을 낮게 평가하고 있는 것으로 확인됨 〈표 6-13〉.

○ 대기업의 경우 다른 기업에 비해 자사의 기술 수준을 높게 평가하고 있는 것으로 조사됨. 특히 ‘건강기능식품(3.19점)’과 ‘친환경 원재료를 사용한 식품(3.14점)’ 분야에 대한 점수가 다른 기업들에 비해 높고, 기술 준비 수준도 보통인 3점 이상의 평균을 보임.

〈표 6-13〉 부문별 기술 측면 준비 수준

단위: 점

구분		미래형식품 (배양육, 식물성 고기, 곤충식품 등)	고령자/ 환자 등 개인맞춤형 식품	친환경 원재료를 사용한 식품	타 식품의 소재가 되는 식품	건강 기능식품	타깃 수출시장 소비자 선호에 맞는 식품
전 체		2.34	2.77	3.01	2.58	2.80	2.76
소재 권역	서울/경기/인천	2.35	2.82	2.97	2.58	2.80	2.75
	충청/대전/세종	2.36	2.69	2.99	2.62	2.96	2.78
	대구/울산/부산/ 경북/경남	2.34	2.71	2.89	2.66	2.73	2.67
	광주/전라	2.30	2.84	3.30	2.44	2.73	2.87
	강원/제주	2.37	2.81	3.00	2.52	2.70	2.78
기업 분류	대기업	2.67	3.05	3.14	2.76	3.19	2.86
	중기업	2.36	2.70	2.94	2.64	2.76	2.71
	소기업	2.35	2.85	3.08	2.57	2.81	2.81
	소상공인	2.24	2.69	2.99	2.46	2.79	2.73
소재 지역	동	2.34	2.81	2.95	2.56	2.76	2.71
	읍·면	2.35	2.74	3.06	2.59	2.83	2.80
업력	2000년 이전	2.41	2.78	2.91	2.62	2.88	2.76
	2001~2009년	2.36	2.77	3.03	2.63	2.77	2.74
	2010년 이후	2.29	2.76	3.04	2.49	2.81	2.79

주: '전혀 준비 안 됨(1점)' ~ '철저히 준비됨(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 식품제조업체들은 제품 개발에 있어 가장 취약한 분야로 '전문인력 양성 (35.7%)'을 가장 많이 응답함. 이외에도 '가공기술 및 기계 분야(20.9%)', '원재료 분야(16.2%)' 분야가 취약하다고 응답한 비중이 상대적으로 높음(표 6-14).

○ 대기업의 경우 '포장기술 분야(3.3%)'에 대한 응답은 다른 업체들에 비해 낮은 비중을 보인 대신, '원재료 분야(32.8%)'에 대한 응답이 다른 업체들에 비해 높은 특징을 보임.

〈표 6-14〉 제품 개발에 있어 가장 취약한 분야(1+2순위)

단위: %

구분		원재료 (품종, 품질, 소재)	가공기술, 가공기계	저장기술	포장기술 (친환경, 기능성)	전문인력 양성	기타
전 체		16.2	20.9	8.4	11.5	35.7	7.3
소재 권역	서울/경기/인천	16.4	23.0	6.9	9.2	34.6	10.0
	충청/대전/세종	17.0	21.5	10.9	10.1	34.0	6.5
	대구/울산/부산/ 경북/경남	15.6	17.9	6.9	10.1	42.2	7.3
	광주/전라	13.4	20.3	11.0	16.9	32.6	5.8
	강원/제주	21.3	18.7	6.7	18.7	34.7	0.0
기업 분류	대기업	32.8	21.3	6.6	3.3	36.1	0.0
	중기업	17.1	19.2	9.1	11.5	37.6	5.6
	소기업	13.4	24.1	9.1	12.2	33.4	7.9
	소상공인	15.7	17.8	6.8	12.3	36.4	11.0
소재 지역	동	20.6	18.4	5.5	12.5	33.9	9.2
	읍·면	13.1	22.7	10.6	10.7	36.9	6.0
업력	2000년 이전	20.7	23.6	8.7	9.6	30.3	7.2
	2001~2009년	14.5	21.2	7.1	12.5	37.5	7.1
	2010년 이후	16.2	18.9	10.1	11.0	36.2	7.7

주: 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 정부의 지원이 가장 많이 필요한 분야로는 앞서 가장 취약한 분야에 대한 설문과 마찬가지로 ‘전문인력 양성(31.3%)’, ‘가공기술, 가공기계(25.3%)’, ‘원재료(14.9%)’ 응답에 대한 비중이 가장 높음〈표 6-15〉.

○ 대기업 또한 앞서와 마찬가지로 ‘저장기술(3.3%)’에 대한 응답 비중은 낮은 대신 ‘원재료(32.8%)’에 대한 응답 비중은 높은 것으로 나타남.

〈표 6-15〉 제품 개발에 있어 정부의 지원이 가장 필요한 분야(1+2순위)

단위: %

구분		원재료(품종, 품질, 소재)	가공기술, 가공기계	저장기술	포장기술 (친환경, 기능성)	전문인력 양성	기타
전 체		14.9	25.3	6.9	12.8	31.3	8.8
소재 권역	서울/경기/인천	15.8	23.0	5.3	12.9	33.8	9.2
	충청/대전/세종	15.6	29.2	6.6	9.9	28.4	10.3
	대구/울산/부산/경북/경남	15.6	23.4	7.3	9.6	34.4	9.6
	광주/전라	13.5	27.6	10.6	15.3	27.1	5.9
	강원/제주	9.3	24.0	6.7	25.3	29.3	5.3
기업 분류	대기업	32.8	26.2	3.3	8.2	29.5	0.0
	중기업	14.0	21.3	9.2	14.0	34.5	7.0
	소기업	13.5	28.4	6.7	12.7	29.6	9.1
	소상공인	14.3	25.7	4.6	12.2	30.0	13.1
소재 지역	동	18.9	20.9	4.6	15.2	30.2	10.1
	읍·면	12.0	28.4	8.6	11.1	32.2	7.8
업력	2000년 이전	21.4	21.8	4.4	9.2	33.5	9.7
	2001~2009년	13.2	24.7	6.4	15.0	32.3	8.4
	2010년 이후	13.7	27.9	9.0	11.8	28.8	8.8

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 신제품 개발 및 출시 계획 여부를 설문한 결과 응답 기업의 40.6%가 해당 계획을 가지고 있다고 응답함〈표 6-16〉.

○ ‘신제품 개발 및 출시 계획을 가지고 있다’의 응답 비중은 대기업이 57.1%로 가장 높으며, 중기업은 35.3%로 가장 낮음.

〈표 6-16〉 신제품 개발 및 출시 계획 여부

단위: %

구분		계획 있음	계획 없음
전 체		40.6	59.4
소재 권역	서울/경기/인천	40.1	59.9
	충청/대전/세종	44.4	55.6
	대구/울산/부산/ 경북/경남	30.5	69.5
	광주/전라	46.0	54.0
	강원/제주	48.1	51.9
기업 분류	대기업	57.1	42.9
	중기업	35.3	64.7
	소기업	40.6	59.4
	소상공인	44.9	55.1
소재 지역	동	38.2	61.8
	읍·면	42.3	57.7
업력	2000년 이전	41.9	58.1
	2001~2009년	38.4	61.6
	2010년 이후	42.9	57.1

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 신제품 개발 및 출시 계획이 없는 이유로 가장 많은 비중을 차지한 응답은 ‘신제품 출시의 성공 가능성이 불확실해서(32.5%)’임. 이외에도 ‘자금 혹은 전문인력 부족(26.7%)’, ‘신제품 관련 아이디어/정보 부족(15.0%)’으로 인해 신제품을 출시하지 않는 경우도 다수 존재하는 것으로 확인됨〈표 6-17〉.

○ 대기업의 경우 ‘자금이나 전문인력 부족’ 문제보다는 다른 문제, 특히 ‘신제품 출시의 성공가능성이 불확실’한 점으로 인해 신제품을 출시하지 않는다고 응답하였으나, 다른 업체들은 상당수가 ‘자금 혹은 전문인력의 부족’ 문제로 신제품을 출시하지 않는 것으로 확인됨.

〈표 6-17〉 신제품 개발 및 출시 계획이 없는 이유

단위: %

구분		응답 기업 수	신제품 출시의 성공가능성이 불확실해서	다른 회사가 개발한 신제품을 쉽게 따라할 수 있어서	신제품을 출시할 아이디어/ 정보가 부족해서	신제품을 출시해도 중장기적 이익이 법/제도에 의해 보호되지 않으므로 (Me-too 베끼기)	새로운 제품을 개발·생산 하기에는 기술이 부족해서	자금이나 전문인력이 부족해서	기타
전 체		240	32.5	2.9	15.0	2.5	12.9	26.7	7.5
소재 권역	서울/경기/인천	85	30.6	2.4	18.8	0.0	15.3	29.4	3.5
	충청/대전/세종	50	36.0	2.0	12.0	2.0	10.0	28.0	10.0
	대구/울산/부산 /경북/경남	57	35.1	3.5	12.3	5.3	8.8	28.1	7.0
	광주/전라	34	32.4	0.0	8.8	2.9	20.6	20.6	14.7
	강원/제주	14	21.4	14.3	28.6	7.1	7.1	14.3	7.1
기업 분류	대기업	9	66.7	11.1	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0
	중기업	90	32.2	3.3	14.4	4.4	13.3	21.1	11.1
	소기업	92	29.3	2.2	14.1	1.1	14.1	33.7	5.4
	소상공인	49	32.7	2.0	18.4	2.0	10.2	28.6	6.1
소재 지역	동	105	29.5	3.8	14.3	1.9	13.3	28.6	8.6
	읍·면	135	34.8	2.2	15.6	3.0	12.6	25.2	6.7
업력	2000년 이전	43	25.6	4.7	11.6	0.0	23.3	20.9	14.0
	2001~2009년	117	32.5	3.4	14.5	4.3	12.8	24.8	7.7
	2010년 이후	80	36.3	1.3	17.5	1.3	7.5	32.5	3.8

주: 신제품 개발 및 출시 계획이 없다고 응답한 240개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 제품 및 보호 수단 보유 여부를 설문한 결과 응답 기업의 43.6%가 보호수단을 한 가지 이상 가지고 있는 것으로 응답함〈표 6-18〉.

○ 소기업 및 소상공인과 대기업 간 응답 비중의 차이는 크지 않으나, 중기업의 경우 해당 수단을 보유하였다고 응답한 비중이 38.8%로 다른 기업에 비해 다소 낮음.

〈표 6-18〉 제품 및 기술 보호 수단 보유 여부

단위: %

구분		응답 기업 수	보유함	보유하지 않음
전 체		404	43.6	56.4
소재 권역	서울/경기/인천	142	43.0	57.0
	충청/대전/세종	90	46.7	53.3
	대구/울산/부산/ 경북/경남	82	39.0	61.0
	광주/전라	63	46.0	54.0
	강원/제주	27	44.4	55.6
기업 분류	대기업	21	52.4	47.6
	중기업	139	38.8	61.2
	소기업	155	45.2	54.8
	소상공인	89	46.1	53.9
소재 지역	동	170	37.6	62.4
	읍·면	234	47.9	52.1
업력	2000년 이전	74	39.2	60.8
	2001~2009년	190	44.2	55.8
	2010년 이후	140	45.0	55.0

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 제품 및 기술 보호수단을 보유하고 있다고 응답한 기업을 대상으로 보유 응답 비중을 확인한 결과 ‘특허권을 등록’한 경우가 83.0%로 가장 많으며 ‘복잡한 생산 방식을 채택’하는 경우가 12.5%로 가장 낮음〈표 6-19〉.

○ 대기업의 경우 다른 기업에 비해 ‘실용신안권(52.4%)’, ‘의장권(45.5%)’, ‘복잡한 생산 방식을 채택(27.3%)’하여 제품 및 기술을 보호하는 경우가 많은 것으로 나타남.

〈표 6-19〉 제품 및 기술 보호 수단별 보유 응답 비중

단위: %

구분		응답 기업 수	특허권	실용신 안권	의장권	상표권	사내 기밀로 유지	복잡한 생산 방식을 채택	경쟁기업에 앞서 시장 선점	기타
전 체		176	83.0	43.6	21.0	67.6	49.4	12.5	29.0	1.1
소재 권역	서울/경기/인천	61	86.9	43.0	24.6	68.9	49.2	16.4	29.5	0.0
	충청/대전/세종	42	81.0	46.7	23.8	54.8	64.3	14.3	33.3	2.4
	대구/울산/부산/ 경북/경남	32	71.9	39.0	18.8	78.1	40.6	9.4	15.6	0.0
	광주/전라	29	93.1	46.0	10.3	62.1	41.4	3.4	34.5	3.4
	강원/제주	12	75.0	44.4	25.0	91.7	41.7	16.7	33.3	0.0
기업 분류	대기업	11	90.9	52.4	45.5	81.8	90.9	27.3	45.5	0.0
	중기업	54	77.8	38.8	25.9	72.2	53.7	11.1	31.5	1.9
	소기업	70	84.3	45.2	12.9	62.9	44.3	10.0	22.9	1.4
	소상공인	41	85.4	46.1	22.0	65.9	41.5	14.6	31.7	0.0
소재 지역	동	64	85.9	37.6	31.3	78.1	50.0	17.2	32.8	0.0
	읍·면	112	81.3	47.9	15.2	61.6	49.1	9.8	26.8	1.8
업력	2000년 이전	29	82.8	39.2	27.6	72.4	51.7	6.9	31.0	0.0
	2001~2009년	84	84.5	44.2	22.6	70.2	51.2	13.1	29.8	1.2
	2010년 이후	63	81.0	45.0	15.9	61.9	46.0	14.3	27.0	1.6

주: 제품 및 기술 보호 수단을 보유하고 있다고 응답한 176개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 보호수단별 실효성에 대해 ‘높음’이라고 응답한 비중을 살펴보면 앞서 가장 많은 보유 응답 비중을 보인 ‘상표권(72.3%)’과 ‘특허권(65.8%)’에 대한 응답 비중이 가장 높음〈표 6-20〉.

○ 대기업은 앞서 다른 기업에 비해 높은 보유 응답 비중을 보인 ‘실용신안권(66.7%)’, ‘의장권(80.0%)’, ‘복잡한 생산방식을 채택(66.7%)’에 대해 다른 기업에 비해 긍정적인 평가를 하는 것으로 확인됨.

〈표 6-20〉 제품 및 기술 보호 수단별 실효성 ‘높음’ 응답 비중

단위: %

구분		응답 기업 수	특허권	실용신 안권	의장권	상표권	사내 기밀로 유지	복잡한 생산 방식을 채택	경쟁기업에 앞서 시장 선점
전 체		176	65.8	57.7	54.1	72.3	51.7	59.1	56.9
소재 권역	서울/경기/인천	61	71.7	66.7	80.0	81.0	46.7	50.0	66.7
	충청/대전/세종	42	70.6	50.0	30.0	60.9	59.3	66.7	50.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	32	60.9	50.0	33.3	64.0	46.2	66.7	40.0
	광주/전라	29	55.6	55.6	33.3	77.8	50.0	100.0	60.0
	강원/제주	12	55.6	66.7	66.7	72.7	60.0	50.0	50.0
기업 분류	대기업	11	70.0	66.7	80.0	66.7	50.0	66.7	80.0
	중기업	54	64.3	52.9	42.9	69.2	51.7	50.0	41.2
	소기업	70	61.0	56.3	66.7	72.7	48.4	57.1	56.3
	소상공인	41	74.3	61.5	44.4	77.8	58.8	66.7	69.2
소재 지역	동	64	81.8	80.0	55.0	86.0	62.5	72.7	66.7
	읍·면	112	56.0	37.0	52.9	62.3	45.5	45.5	50.0
업력	2000년 이전	29	75.0	44.4	62.5	76.2	53.3	50.0	55.6
	2001~2009년	84	62.0	53.8	42.1	67.8	48.8	36.4	48.0
	2010년 이후	63	66.7	70.6	70.0	76.9	55.2	88.9	70.6

주: 제품 및 기술 보호 수단을 보유하고 있다고 응답한 176개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 제품 및 기술 보호 수단을 보유하지 않는 이유로는 ‘비용 대비 효과가 없어서 (28.5%)’, ‘제품 보호 정책을 피해서 얼마든지 복제가 가능해서(27.2%)’, ‘시장 선점 효과만으로 충분해서(26.8%)’, ‘개발한 제품 보호를 신청하고 승인되는 과정이 너무 오래 걸려서(9.6%)’, ‘기타(7.9%)’ 순으로 응답 결과가 높음 〈표 6-21〉.

○ 응답 비중이 가장 높은 두 가지 이유가 보호 수단의 실효성과 비용임을 고려했을 때 업체가 개발한 제품 혹은 기술을 보호할 수 있는 실효성 있는 수단을 마련하는 것이 필요해 보임.

○ 응답 기업의 규모에 따른 응답 결과의 차이는 크지 않은 것으로 확인됨.

〈표 6-21〉 제품 및 기술 보호 수단을 보유하지 않는 이유

단위: %

구분		응답 기업 수	개발한 제품 보호를 신청하고 승인되는 과정이 너무 오래 걸려서	비용 대비 효과가 없어서	제품 보호 정책을 피해서 얼마든지 복제가 가능해서	시장 선점 효과만으로 충분해서	기타
전 체		228	9.6	28.5	27.2	26.8	7.9
소재 권역	서울/경기/인천	81	9.9	25.9	28.4	32.1	3.7
	충청/대전/세종	48	12.5	18.8	31.3	29.2	8.3
	대구/울산/부산/ 경북/경남	50	8.0	34.0	24.0	22.0	12.0
	광주/전라	34	11.8	32.4	17.6	23.5	14.7
	강원/제주	15	0.0	46.7	40.0	13.3	0.0
기업 분류	대기업	10	0.0	30.0	50.0	20.0	0.0
	중기업	85	10.6	30.6	22.4	27.1	9.4
	소기업	85	7.1	29.4	29.4	25.9	8.2
	소상공인	48	14.6	22.9	27.1	29.2	6.3
소재 지역	동	106	8.5	33.0	25.5	23.6	9.4
	읍·면	122	10.7	24.6	28.7	29.5	6.6
업력	2000년 이전	45	17.8	31.1	15.6	28.9	6.7
	2001~2009년	106	8.5	31.1	26.4	26.4	7.5
	2010년 이후	77	6.5	23.4	35.1	26.0	9.1

주: 제품 및 기술 보호 수단을 보유하고 있지 않다고 응답한 228개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 생산·물류 공정 내 개선·혁신 사항별로 중요성을 평가하도록 한 결과 업체 ‘비용절감(63.4%)’, ‘품질향상(63.9%)’, ‘물류 혁신을 통한 비용 절감(41.3%)’ 이외에도 ‘온실가스 배출 저감(24.5%)’, ‘지역생산체제로 전환(25.0%)’, ‘음식물류 폐기물 배출 저감화(30.7%)’와 같은 사회적 가치를 포함한 사항에 대해 높은 중요도를 부여한 응답 기업이 상당수 있는 것으로 조사됨〈표 6-22〉.

○ 소상공인과 소기업의 경우 ‘지역생산체제로 전환’에 대해 높은 중요도를 부여한 비중이 각각 31.5%, 25.2%로 다른 기업에 비해 높게 나타남.

〈표 6-22〉 생산/물류 공정 분야 개선·혁신 사항별 ‘중요도 높음’ 응답 비중

단위: %

구분		응답 기업 수	비용절감	품질향상	온실가스 배출 저감	물류 혁신을 통한 비용절감	지역생산 체계로 전환	음식물류 폐기물 배출 저감화	생산 공정에서 폐수 처리 적정화
전 체		404	63.4	63.9	24.5	41.3	25.0	30.7	30.4
소재 권역	서울/경기/인천	142	60.6	58.5	21.8	40.8	21.1	25.4	22.5
	충청/대전/세종	90	73.3	71.1	27.8	44.4	28.9	33.3	36.7
	대구/울산/부산/ 경북/경남	82	58.5	62.2	24.4	37.8	22.0	34.1	30.5
	광주/전라	63	65.1	68.3	20.6	42.9	28.6	27.0	36.5
	강원/제주	27	55.6	63.0	37.0	40.7	33.3	48.1	37.0
기업 분류	대기업	21	52.4	47.6	28.6	33.3	23.8	33.3	33.3
	중기업	139	65.5	61.2	25.2	48.9	20.9	33.1	32.4
	소기업	155	67.1	68.4	21.3	40.0	25.2	29.7	31.0
	소상공인	89	56.2	64.0	28.1	33.7	31.5	28.1	25.8
소재 지역	동	170	62.9	61.2	25.9	42.9	24.1	32.9	32.9
	읍·면	234	63.7	65.8	23.5	40.2	25.6	29.1	28.6
업력	2000년 이전	74	52.7	54.1	23.0	36.5	21.6	28.4	29.7
	2001~2009년	190	66.3	65.3	25.3	45.3	24.7	32.1	30.0
	2010년 이후	140	65.0	67.1	24.3	38.6	27.1	30.0	31.4

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 업체들을 대상으로 생산/물류 공정 내 개선·혁신 사항별로 자사의 기술 준비 수준을 평가하도록 한 결과 ‘비용절감(3.03점)’, ‘품질향상(3.07점)’ 분야는 기술 준비가 보통 수준은 되는 것으로 평가한 반면, ‘온실가스 배출 저감(2.72점)’, ‘지역생산체계로 전환(2.83점)’, ‘음식물류 폐기물 배출 저감화(2.79점)’에 대한 평가는 다소 낮은 것으로 확인됨〈표 6-23〉.

○ 대기업의 경우 다른 기업에 비해 모든 부문의 기술 준비 수준을 다른 기업에 비해 높게 평가함.

〈표 6-23〉 생산·물류 공정 분야 개선·혁신사항별 기술 준비 수준

단위: 점

구분		비용 절감	품질 향상	온실가스 배출 저감	물류 혁신을 통한 비용절감	지역생산 체계로 전환	음식물류 폐기물 배출 저감화	생산 공정에서 폐수 처리 적정화
전 체		3.03	3.07	2.72	2.88	2.83	2.79	2.94
소재 권역	서울/경기/인천	2.99	3.02	2.68	2.85	2.70	2.73	2.89
	충청/대전/세종	3.07	3.06	2.71	2.93	2.86	2.73	2.98
	대구/울산/부산/경북/경남	2.94	3.01	2.66	2.79	2.82	2.80	2.88
	광주/전라	3.22	3.27	2.90	3.00	3.00	2.94	3.10
	강원/제주	3.04	3.04	2.74	2.93	3.00	2.96	2.96
기업 분류	대기업	3.33	3.29	3.05	3.05	3.00	3.14	3.19
	중기업	2.94	2.97	2.68	2.91	2.73	2.66	2.91
	소기업	3.12	3.21	2.75	2.89	2.88	2.83	2.97
	소상공인	2.97	2.92	2.65	2.80	2.84	2.84	2.89
소재 지역	동	3.04	3.07	2.77	2.90	2.81	2.82	2.96
	읍·면	3.03	3.06	2.68	2.87	2.84	2.77	2.93
업력	2000년 이전	3.11	3.18	2.91	2.97	2.85	2.80	2.99
	2001~2009년	2.99	3.00	2.70	2.91	2.80	2.74	2.96
	2010년 이후	3.05	3.10	2.65	2.80	2.85	2.86	2.90

주: '전혀 준비 안 됨(1점)' ~ '철저히 준비됨(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 제품 기획/마케팅 공정 내 개선·혁신사항별 '중요도 높음' 응답 비중은 '포장/디자인 고급화'가 41.8%, '식품 개발/생산을 위한 정보 획득'이 40.1%로 가장 높고, '사전 시장성 점검 강화'가 25.2%로 가장 낮음〈표 6-24〉.

○ 대기업의 경우 '친환경 포장재 활용(28.6%)', '포장/디자인 고급화(23.8%)' 부분의 중요도가 다른 기업에 비해 낮게 평가된 것으로 나타나, 기업 규모별로 중요도가 높은 분야가 다른 것으로 확인됨.

〈표 6-24〉 제품 기획/마케팅 공정 분야 개선·혁신사항별 ‘중요도 높음’ 응답 비중

단위: %

구분		친환경 포장재 활용	제품 기획단계의 정교화	포장/디자인 고급화	사전 시장성 점검 강화	시장 조사 및 정보 획득	식품 개발/ 생산을 위한 정보 획득
전 체		35.9	32.9	41.8	25.2	38.6	40.1
소재 권역	서울/경기/인천	38.7	35.2	38.7	31.0	39.4	44.4
	충청/대전/세종	33.3	33.3	40.0	20.0	33.3	36.7
	대구/울산/부산/ 경북/경남	28.0	20.7	39.0	22.0	34.1	36.6
	광주/전라	44.4	46.0	54.0	27.0	46.0	39.7
	강원/제주	33.3	25.9	44.4	18.5	48.1	40.7
기업 분류	대기업	28.6	38.1	23.8	23.8	38.1	33.3
	중기업	36.7	28.1	36.0	24.5	38.1	34.5
	소기업	36.8	37.4	48.4	26.5	40.6	47.7
	소상공인	34.8	31.5	43.8	24.7	36.0	37.1
소재 지역	동	34.7	29.4	35.9	24.7	40.6	38.8
	읍·면	36.8	35.5	46.2	25.6	37.2	41.0
업력	2000년 이전	31.1	24.3	35.1	23.0	37.8	36.5
	2001~2009년	36.3	34.2	42.6	26.8	38.4	41.6
	2010년 이후	37.9	35.7	44.3	24.3	39.3	40.0

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 제품 기획/마케팅 공정 분야 개선·혁신사항별 기술 준비 수준을 평가하도록 한 결과 모든 부문에서 평균 평가점수가 3점 이하인 것으로 확인되어 기업들이 자사의 해당 부문 준비 수준을 다소 낮게 평가하는 것으로 확인됨(표 6-25).

○ 중기업의 경우 모든 분야에서 자사에 대한 평가점수가 다른 기업에 비해 비교적 낮은 것으로 확인됨.

〈표 6-25〉 제품 기획/마케팅 공정 분야 개선·혁신사항별 기술 준비 수준

단위: 점

구분		친환경 포장재 활용	제품 기획단계의 정교화	포장/디자인 고급화	사전 시장성 점검 강화	시장 조사 및 정보 획득	식품 개발/생산을 위한 정보 획득
전 체		2.79	2.85	2.98	2.75	2.82	2.90
소재 권역	서울/경기/인천	2.83	2.87	3.06	2.80	2.85	2.96
	충청/대전/세종	2.82	2.91	3.01	2.74	2.78	2.80
	대구/울산/부산/경북/경남	2.79	2.79	2.85	2.74	2.80	2.89
	광주/전라	2.56	2.79	2.90	2.65	2.79	2.87
	강원/제주	3.04	2.89	3.07	2.81	2.89	2.96
기업 분류	대기업	3.00	3.05	3.00	2.90	2.95	2.76
	중기업	2.82	2.88	2.89	2.76	2.78	2.87
	소기업	2.77	2.87	3.03	2.75	2.90	2.99
	소상공인	2.73	2.73	3.03	2.70	2.69	2.81
소재 지역	동	2.81	2.81	2.87	2.72	2.80	2.84
	읍·면	2.78	2.89	3.06	2.78	2.83	2.94
업력	2000년 이전	2.84	2.81	2.95	2.78	2.92	2.89
	2001~2009년	2.83	2.84	2.95	2.75	2.77	2.85
	2010년 이후	2.71	2.89	3.04	2.74	2.83	2.96

주: '전혀 준비 안 됨(1점)' ~ '철저히 준비됨(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 신수요 발굴을 위해 적극적으로 정보를 탐색하는지 설문한 결과 응답 기업의 절반이 조금 넘는 55.7% 기업이 '정보를 탐색한다'고 응답함〈표 6-26〉.

○ 대기업과 소기업의 경우 '정보를 탐색한다'고 응답한 비중이 61.9%, 60.6%로 상대적으로 높음.

○ 업력이 짧은 기업일수록 '정보를 탐색한다'고 응답한 비중이 높은 경향을 보임.

〈표 6-26〉 신수요 발굴을 위한 적극적인 정보탐색 여부

단위: %

구분		정보 탐색함	정보 탐색하지 않음
전 체		55.7	44.3
소재 권역	서울/경기/인천	56.3	43.7
	충청/대전/세종	46.7	53.3
	대구/울산/부산/ 경북/경남	54.9	45.1
	광주/전라	61.9	38.1
	강원/제주	70.4	29.6
기업 분류	대기업	61.9	38.1
	중기업	51.8	48.2
	소기업	60.6	39.4
	소상공인	51.7	48.3
소재 지역	동	54.1	45.9
	읍·면	56.8	43.2
업력	2000년 이전	50.0	50.0
	2001~2009년	54.7	45.3
	2010년 이후	60.0	40.0

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 식품제조업체들은 신수요 발굴을 위한 정보탐색 경로로 주로 ‘인터넷 블로그 또는 SNS(46.7%)’와 ‘식품전시회/박람회(20.9%)’를 이용하는 것으로 조사됨(표 6-27).

○ 대기업의 경우 ‘인터넷 블로그 또는 SNS(23.1%)’ 대신 ‘민간 또는 소비자 단체 홈페이지/행사/교육(23.1%)’ 혹은 ‘식품전시회/박람회(30.8%)’를 이용하는 비중이 다른 업체에 비해 높게 나타남.

〈표 6-27〉 신수요 발굴을 위한 정보탐색 경로

단위: %

구분		정부기관 홈페이지/ 행사	인터넷 블로그 또는 SNS (트위터, 페이스북 등)	민간 또는 소비자단체 홈페이지/ 행사/교육	학교 (관련 강의 및 서적)	관련 전문가	식품전시회/ 박람회	자체 평가/ 모니터링단	기타
전 체		8.0	46.7	7.6	0.4	4.0	20.9	10.2	2.2
소재 지역	서울/경기/인천	5.0	52.5	8.8	0.0	2.5	17.5	11.3	2.5
	충청/대전/세종	11.9	35.7	11.9	2.4	2.4	21.4	11.9	2.4
	대구/울산/부산/ 경북/경남	6.7	44.4	8.9	0.0	8.9	22.2	4.4	4.4
	광주/전라	10.3	48.7	2.6	0.0	2.6	28.2	7.7	0.0
	강원/제주	10.5	47.4	0.0	0.0	5.3	15.8	21.1	0.0
기업 분류	대기업	0.0	23.1	23.1	0.0	0.0	30.8	15.4	7.7
	중기업	13.9	43.1	5.6	1.4	0.0	19.4	12.5	4.2
	소기업	3.2	53.2	8.5	0.0	7.4	17.0	9.6	1.1
	소상공인	10.9	45.7	4.3	0.0	4.3	28.3	6.5	0.0
소재 지역	동	5.4	43.5	10.9	0.0	5.4	21.7	12.0	1.1
	읍·면	9.8	48.9	5.3	0.8	3.0	20.3	9.0	3.0
업력	2000년 이전	5.4	29.7	5.4	0.0	10.8	35.1	10.8	2.7
	2001~2009년	11.5	50.0	8.7	1.0	1.0	15.4	11.5	1.0
	2010년 이후	4.8	50.0	7.1	0.0	4.8	21.4	8.3	3.6

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 향후 시장이 빠르게 확대될 식품군으로 가장 많은 응답을 받은 분야는 ‘가정간편 식(33.0%)’과 ‘친환경 관련 식품(25.6%)’임〈표 6-28〉.

○ 대기업은 ‘레트로, 뉴트로 등 리뉴얼 제품(14.5%)’을 빠르게 시장이 확대될 식품이라고 응답한 비중이 상대적으로 높음.

〈표 6-28〉 시장이 확대될 식품(1+2순위)

단위: %

구분		응답 기업 수	친환경 관련 식품(유기 가공식품, 친환경적으로 포장된 식품)	고령자 대상 식품	메디푸드, 건강기능 식품 등 기능성 식품	지역 특화식품 (지역농산물, 특색/스토리 활용)	가정 간편식 (밀키트, HMR)	레트로, 뉴트로 등 리뉴얼 제품	영 유아용 식품	기타
전 체		404	25.6	10.4	17.4	4.2	33.0	6.6	2.6	0.3
소재 권역	서울/경기/인천	142	26.3	11.0	12.2	2.4	38.0	7.8	2.2	0.0
	충청/대전/세종	90	21.1	12.1	23.4	4.2	32.1	5.7	1.1	0.4
	대구/울산/부산/ 경북/경남	82	22.8	9.9	19.8	3.0	30.2	7.8	5.6	0.9
	광주/전라	63	29.6	10.2	19.9	6.5	28.5	3.2	2.2	0.0
	강원/제주	27	35.8	3.7	11.1	11.1	29.6	7.4	1.2	0.0
	대기업	21	27.4	8.1	17.7	1.6	29.0	14.5	1.6	0.0
기업 분류	중기업	139	24.9	10.9	16.9	3.7	36.6	6.2	0.7	0.0
	소기업	155	26.4	9.5	16.4	4.2	32.6	6.4	4.0	0.4
	소상공인	89	25.1	11.6	19.7	5.4	29.3	5.4	3.1	0.4
소재 지역	동	170	25.5	9.7	15.8	5.1	34.7	7.1	1.8	0.4
	읍·면	234	25.8	10.9	18.6	3.5	31.8	6.2	3.1	0.1
업력	2000년 이전	74	30.9	6.9	18.4	4.1	32.3	4.6	2.3	0.5
	2001~2009년	190	22.6	11.6	17.6	4.2	36.4	5.3	2.0	0.4
	2010년 이후	140	26.9	10.6	16.5	4.2	28.9	9.4	3.5	0.0

주: 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

3. 연구개발 및 제품개발 분야 정부 지원정책에 대한 인식 및 평가

○ 제품 개발을 위한 정부지원정책을 이용해 본 경험이 있는지 설문한 결과 응답
기업의 약 21.3%만이 이용해 본 경험이 있다고 응답함〈표 6-29〉.

○ 대기업보다는 중소기업과 소상공인이 해당 정책을 이용했다고 응답한 비중이 높음.

〈표 6-29〉 제품 개발을 위한 정부지원정책 이용 경험 여부

단위: %

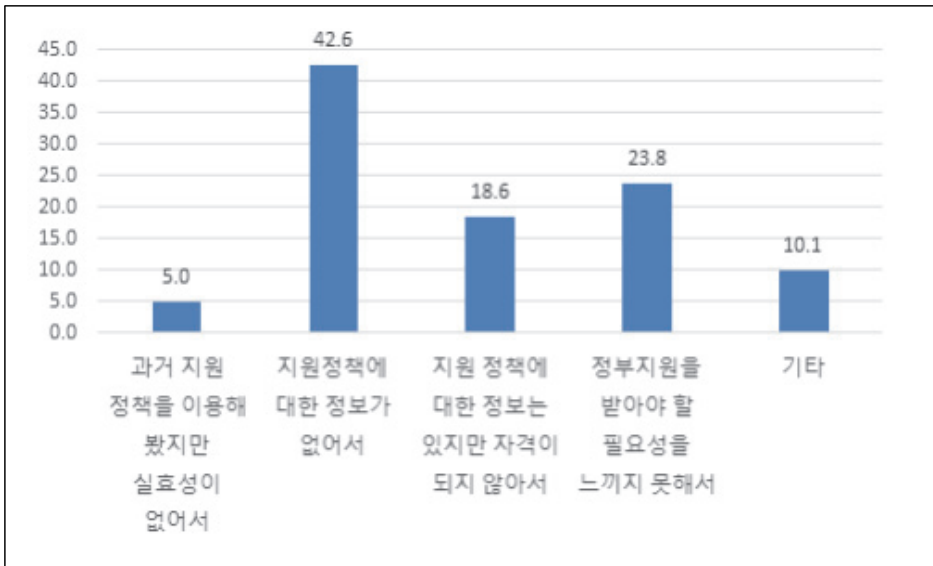
구분		응답 기업 수	이용해 봄	이용한 적 없음
전 체		404	21.3	78.7
소재 권역	서울/경기/인천	142	15.5	84.5
	충청/대전/세종	90	22.2	77.8
	대구/울산/부산/ 경북/경남	82	22.0	78.0
	광주/전라	63	36.5	63.5
	강원/제주	27	11.1	88.9
기업 분류	대기업	21	9.5	90.5
	중기업	139	20.1	79.9
	소기업	155	18.7	81.3
	소상공인	89	30.3	69.7
소재 지역	동	170	18.8	81.2
	읍·면	234	23.1	76.9
업력	2000년 이전	74	16.2	83.8
	2001~2009년	190	21.6	78.4
	2010년 이후	140	23.6	76.4

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 정부지원정책을 이용하지 않는 이유로는 ‘지원정책에 대한 정보가 없어서 (42.6%)’라는 응답이 가장 높은 비중을 차지함. 이는 정책에 홍보의 필요성을 시사함<그림 6-1>.

〈그림 6-1〉 정부지원정책을 이용하지 않은 이유

단위: %

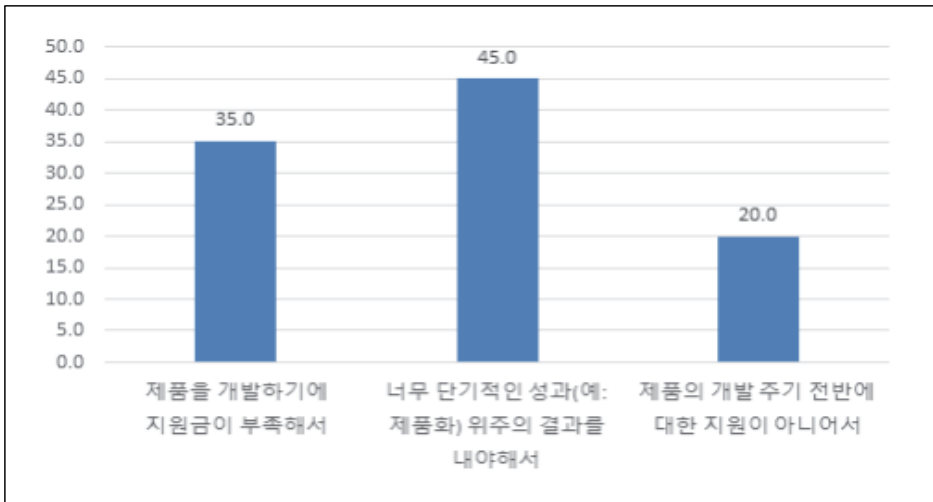


자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ ‘정부지원정책이 실효성 없어서 이용하지 않았다’라고 응답한 업체 20개를 대상으로 실효성이 없었던 이유를 설문한 결과 응답 기업의 45.0%가 ‘너무 단기적인 성과 위주의 결과를 내야해서’, 35.0%는 ‘제품을 개발하기에 지원금이 부족해서’라고 응답함〈그림 6-2〉.

〈그림 6-2〉 정부지원정책이 실효성 없었던 이유

단위: %



주: 정부지원정책을 이용하지 않은 이유로 '과거 지원정책을 이용해 봤지만 실효성이 없어서'라고 응답한 20개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 정부가 추진하는 식품 R&D 정책의 개선과제별 필요성을 평가하도록 한 결과 '중소기업에의 집중 지원(3.69점)', '지역업체, 소형업체들의 식품안전/위생 문제 지원(3.69점)', '식품 R&D 결과에 대한 보호 강화(3.67점)' 과제에 대한 필요성을 상대적으로 높게 평가하는 것으로 확인됨<표 6-30>.

○ 광주/전라 지역 소재 기업은 다른 지역 기업에 비해 전반적으로 모든 과제분야에서의 점수가 높으며, 특히 '중소기업에의 집중 지원(3.92점)', '지역업체, 소형업체들의 식품안전/위생문제 지원(3.95점)' 과제가 필요하다고 응답한 경우가 많음.

○ 대기업은 중소기업과 달리 '식품 소재산업 중점(3.86점)', '식품/포장 기계개발 비중 증가(3.86점)' 과제를 다른 과제에 비해 더 필요한 것으로 평가함.

〈표 6-30〉 정부가 추진하는 식품 R&D 정책의 개선과제별 필요성 평가

단위: 점

구분	응답 기업 수	지자체 정책 및 지역 산업과 연계	산업화보다는 기초연구 비중 증가	중소기업에의 집중 지원	식품 R&D 결과에 대한 보호 강화	산학연 공동으로 진행	미래식품, 혁신식품 초점
전 체	404	3.52	3.40	3.69	3.67	3.35	3.49
소재 권역	서울/경기/인천	142	3.46	3.44	3.64	3.66	3.35
	충청/대전/세종	90	3.58	3.38	3.77	3.74	3.38
	대구/울산/부산/ 경북/경남	82	3.39	3.29	3.54	3.56	3.29
	광주/전라	63	3.75	3.51	3.92	3.78	3.37
	강원/제주	27	3.52	3.41	3.67	3.59	3.37
기업 분류	대기업	21	3.62	3.52	3.48	3.67	3.38
	중기업	139	3.42	3.32	3.61	3.57	3.33
	소기업	155	3.51	3.37	3.72	3.64	3.30
	소상공인	89	3.67	3.56	3.83	3.90	3.45
소재 지역	동	170	3.45	3.34	3.59	3.59	3.27
	읍·면	234	3.57	3.45	3.76	3.73	3.41
업력	2000년 이전	74	3.30	3.26	3.39	3.39	3.27
	2001~2009년	190	3.48	3.38	3.69	3.66	3.35
	2010년 이후	140	3.69	3.51	3.86	3.84	3.39

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

〈표 6-30〉 정부가 추진하는 식품 R&D 정책의 개선과제별 필요성 평가: 계속

단위: 점

구분	응답 기업 수	첨단기술 개발에 중점 지원	식품 소재산업 중점	식품/포장 기계개발 비중 증가	지역 업체, 소형업체들의 식품안전/ 위생문제 지원	양적으로 확대
전 체	404	3.28	3.41	3.42	3.69	3.61
소재 권역	서울/경기/인천	142	3.27	3.42	3.37	3.59
	충청/대전/세종	90	3.26	3.44	3.49	3.71
	대구/울산/부산/ 경북/경남	82	3.28	3.32	3.30	3.62
	광주/전라	63	3.38	3.51	3.59	3.95
	강원/제주	27	3.26	3.33	3.48	3.78
기업 분류	대기업	21	3.57	3.86	3.86	3.67
	중기업	139	3.20	3.32	3.27	3.57
	소기업	155	3.27	3.41	3.47	3.72
	소상공인	89	3.37	3.45	3.47	3.85
소재 지역	동	170	3.29	3.36	3.35	3.60
	읍·면	234	3.28	3.44	3.47	3.76
업력	2000년 이전	74	3.22	3.39	3.41	3.51
	2001~2009년	190	3.22	3.35	3.33	3.64
	2010년 이후	140	3.41	3.50	3.56	3.86

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

제7장

식품제조업체의 사회적 책임 활동 현황/전망 및 인식



7

식품제조업체의 사회적 책임 활동 현황/전망 및 인식

1. 식품제조업체의 사회적 책임 활동 인식 및 평가

- 기업의 사회적 책임 이행의 필요성 및 관심도에 대한 5점 척도 기준 평가점수는 각각 3.56점, 3.12점으로 전반적으로 기업의 사회적 책임 이행의 필요성에 대해서는 긍정적인 응답이 많으나, 관심도에 대한 응답은 다소 낮음<표 7-1>.
- 기업의 규모가 작을수록 필요성 및 관심도가 더 높은 경향을 보임.

〈표 7-1〉 기업의 사회적 책임 이행의 필요성, 관심도

단위: 점

구분		응답 기업 수	필요성	관심도
전 체		412	3.56	3.12
소재 권역	서울/경기/인천	146	3.58	3.07
	충청/대전/세종	92	3.49	3.10
	대구/울산/부산/ 경북/경남	84	3.56	3.17
	광주/전라	62	3.68	3.23
	강원/제주	28	3.43	3.07
기업 분류	대기업	23	3.48	3.00
	중기업	143	3.53	3.10
	소기업	153	3.59	3.11
	소상공인	93	3.57	3.19
소재 지역	동	172	3.56	3.11
	읍·면	240	3.56	3.13
업력	2000년 이전	77	3.45	2.99
	2001~2009년	195	3.57	3.07
	2010년 이후	140	3.61	3.26

주: '전혀 필요하지 않다', '전혀 관심이 없다(1점)' ~ '매우 필요하다', '매우 관심이 많다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

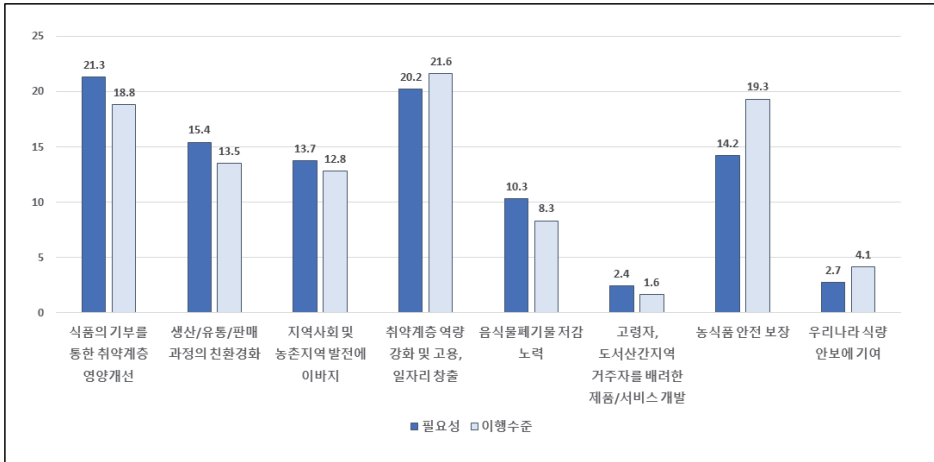
자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 식품제조업체를 대상으로 사회적 책임 활동 유형별로 필요한 정도에 따라 2순위까지 선택하도록 한 결과, '식품 기부를 통한 취약계층 영양 개선(21.3%)', '취약계층 역량 강화 및 고용, 일자리 창출(20.2%)', '생산/유통/판매 과정의 친환경화(15.4%)', '농식품 안전 보장(14.2%)', '지역사회 및 농촌 지역 발전에 이바지(13.7%)' 순으로 응답 비중이 높음〈그림 7-1〉.

○ 동일 활동에 대한 국내 식품제조업의 이행 수준에 따른 순위 선정 문항에서는 '취약계층 역량 강화 및 고용, 일자리 창출(21.6%)', '농식품 안전 보장(19.3%)', '식품기부를 통한 취약계층 영양개선(18.8%)' 순으로 응답 비중이 높음.

〈그림 7-1〉 사회적 책임 활동 유형별 필요성 및 이행 수준 순위(업체 조사, 1+2순위)

단위: %

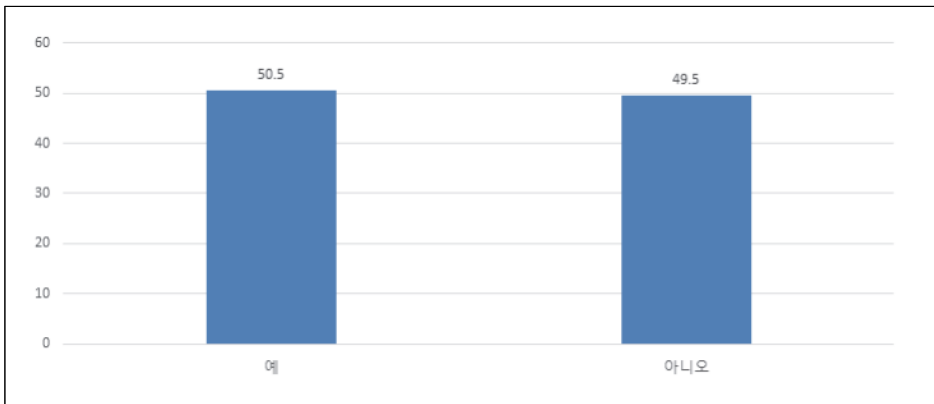


주: 필요성(혹은 이행 수준)이 높은 순으로 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.
자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 음식물폐기물 감축 분야에 대한 노력 여부를 물어본 결과 전체 응답 기업의 절반 가량이 노력을 하고 있다고 응답함〈그림 7-2〉.

〈그림 7-2〉 음식물폐기물 감축 노력 여부

단위: %



자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 음식물폐기물 감축을 위해 노력하고 있다고 응답한 208개의 기업을 대상으로 음식물폐기물 감축을 위해 어떤 노력을 하고 있는지 설문한 결과 주로 ‘필요한 원물 물량 계산 정확도를 향상(37.5%)’하거나 ‘미사용 원재료 및 생산된 식품류를 기부(22.1%)’하는 것으로 조사됨<표 7-2>.

○ 기업 규모별로 살펴보면 주로 ‘필요한 원물 물량 계산을 정확히 하는’ 경우는 소기업과 소상공인이 각각 50.0%, 48.9%로 다른 기업에 비해 높으며, 대기업과 중기업은 ‘미사용 원재료 및 생산된 식품류를 기부’하는 경우가 각각 36.4%, 35.7%로 다른 기업에 비해 높음.

〈표 7-2〉 음식물폐기물 감축을 위한 노력 유형

단위: %

구분		응답 기업 수	필요한 원물 물량 계산 정확도 향상	원재료 보관시설 개선	생산/유통 공정 개선 혹은 새로운 공정 도입	미사용 원재료 및 생산된 식품류 기부	폐기물 관련 컨설팅 서비스 이용	기타
전 체		208	37.5	16.3	16.8	22.1	4.8	2.4
소재 지역	서울/경기/인천	71	42.3	12.7	11.3	28.2	2.8	2.8
	충청/대전/세종	46	34.8	19.6	13.0	30.4	2.2	0.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	43	27.9	18.6	25.6	14.0	9.3	4.7
	광주/전라	34	47.1	14.7	17.6	14.7	5.9	0.0
	강원/제주	14	28.6	21.4	28.6	7.1	7.1	7.1
기업 분류	대기업	11	18.2	9.1	36.4	36.4	0.0	0.0
	중기업	70	18.6	17.1	20.0	35.7	7.1	1.4
	소기업	80	50.0	11.3	17.5	11.3	5.0	5.0
	소상공인	47	48.9	25.5	6.4	17.0	2.1	0.0
소재 지역	동	78	35.9	12.8	16.7	26.9	2.6	5.1
	읍·면	130	38.5	18.5	16.9	19.2	6.2	0.8
업력	2000년 이전	39	38.5	7.7	15.4	30.8	5.1	2.6
	2001~2009년	104	29.8	17.3	18.3	25.0	5.8	3.8
	2010년 이후	65	49.2	20.0	15.4	12.3	3.1	0.0

주: 음식물 폐기물 감축을 위해 노력하고 있다고 응답한 208개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

2. 식품제조업체의 사회적 책임 활동 추진 현황

○ 조사에 참여한 412개 업체 중 사회적 책임 관련 사업을 추진하고 있는 기업은 28.9%, 추진하고 있진 않지만 향후 추진 계획이 있는 기업은 21.1%로 절반이 사회적 책임 활동을 현재 혹은 향후에 추진할 의향이 있는 것으로 나타남<표 7-3>.

○ 기업의 규모가 클수록 조사시점에서 사회적 책임 관련 사업을 추진하고 있다고 응답한 비중이 높고, 향후 추진 의향이 없다고 응답한 비중은 낮음.

〈표 7-3〉 사회적 책임 관련 사업 추진 여부

단위: %

구분		응답 기업 수	추진하고 있음	추진하고 있진 않지만, 향후 추진 계획 있음	추진하고 있지 않고, 향후 추진 계획 없음
전 체		412	28.9	21.1	50.0
소재 권역	서울/경기/인천	146	28.1	21.2	50.7
	충청/대전/세종	92	27.2	21.7	51.1
	대구/울산/부산/ 경북/경남	84	35.7	15.5	48.8
	광주/전라	62	25.8	24.2	50.0
	강원/제주	28	25.0	28.6	46.4
기업 분류	대기업	23	52.2	17.4	30.4
	중기업	143	32.9	24.5	42.7
	소기업	153	24.8	20.3	54.9
	소상공인	93	23.7	18.3	58.1
소재 지역	동	172	30.8	22.1	47.1
	읍·면	240	27.5	20.4	52.1
업력	2000년 이전	77	23.4	22.1	54.5
	2001~2009년	195	31.8	23.1	45.1
	2010년 이후	140	27.9	17.9	54.3

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 현재 사회적 책임 관련 사업을 추진 중인 119개 응답 기업들을 대상으로 사회적 책임 활동을 경영방침 혹은 사내 규정 등에 명문화하고 있는지를 설문함<표 7-4>.

○ 119개 기업 중 20.2%의 기업만이 해당 내용을 명문화하고 있는 것으로 나타났으며, 기업 규모에 따른 차이는 뚜렷하게 나타나진 않음.

○ 119개 기업 중 사회적 책임 활동 전담부서 혹은 담당자가 있는 기업의 비중은 약 41.2%인 것으로 확인됨. 마찬가지로 기업 규모에 따른 차이는 뚜렷하지 않음.

〈표 7-4〉 사회적 책임 활동의 명문화 여부

단위: %

구분		응답 기업 수	명문화 되어 있음	명문화 되어 있지 않음
전 체		119	20.2	79.8
소재 권역	서울/경기/인천	41	22.0	78.0
	충청/대전/세종	25	28.0	72.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	30	6.7	93.3
	광주/전라	16	25.0	75.0
	강원/제주	7	28.6	71.4
기업 분류	대기업	12	16.7	83.3
	중기업	47	25.5	74.5
	소기업	38	21.1	78.9
	소상공인	22	9.1	90.9
소재 지역	동	53	20.8	79.2
	읍·면	66	19.7	80.3
업력	2000년 이전	18	11.1	88.9
	2001~2009년	62	25.8	74.2
	2010년 이후	39	15.4	84.6

주: 사회적 책임 활동을 추진 중인 119개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

〈표 7-5〉 사회적 책임 활동 전담부서 혹은 담당자 여부

단위: %

구분		응답 기업 수	전담부서 있음	전담부서 없으나, 담당자 있음	전담부서 및 담당자가 없거나, 모르겠음
전 체		119	2.5	38.7	58.8
소재 권역	서울/경기/인천	41	4.9	39.0	56.1
	충청/대전/세종	25	0.0	52.0	48.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	30	0.0	23.3	76.7
	광주/전라	16	0.0	37.5	62.5
	강원/제주	7	14.3	57.1	28.6
기업 분류	대기업	12	16.7	25.0	58.3
	중기업	47	2.1	40.4	57.4
	소기업	38	0.0	44.7	55.3
	소상공인	22	0.0	31.8	68.2
소재 지역	동	53	5.7	41.5	52.8
	읍·면	66	0.0	36.4	63.6
업력	2000년 이전	18	5.6	27.8	66.7
	2001~2009년	62	3.2	41.9	54.8
	2010년 이후	39	0.0	38.5	61.5

주: 사회적 책임 활동 추진 중인 119개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 사회적 책임 활동을 추진 중이거나 추진 계획이 있는 기업 206개를 대상으로 해당 활동 추진의 주요 이유를 물어본 결과 ‘기업 이미지 제고(37.6%)’, ‘내부적 필요성 인식 확산(24.5%)’ 응답이 가장 많음〈표 7-6〉.

○ 중기업, 소기업, 소상공인의 경우 ‘정부 독려 및 인센티브 제공(각 10.3%, 6.8%, 8.5%)’ 때문에 사회적 책임 활동을 추진하는 경우도 다수 있는 것으로 파악됨.

〈표 7-6〉 사회적 책임 활동 추진의 주된 이유(1+2순위)

단위: %

구분		응답 기업 수	내부적 필요성 인식확산	정부 독려 및 인센티브 제공	제품 마케팅 일환	사회적 분위기 및 입법 동향	기업 이미지 제고	기타	해당 사항 없음
전 체		206	24.5	8.2	14.1	8.7	37.6	4.9	2.1
소재 지역	서울/경기/인천	72	18.4	8.5	13.4	10.9	42.8	3.0	3.0
	충청/대전/세종	45	30.2	7.9	17.5	5.6	33.3	3.2	2.4
	대구/울산/부산/ 경북/경남	43	21.5	9.9	14.0	8.3	36.4	8.3	1.7
	광주/전라	31	32.6	5.8	12.8	7.0	37.2	4.7	0.0
	강원/제주	15	29.3	7.3	9.8	12.2	29.3	9.8	2.4
기업 분류	대기업	16	23.9	2.2	15.2	8.7	45.7	4.3	0.0
	중기업	82	20.3	10.3	15.5	8.2	38.8	5.2	1.7
	소기업	69	29.3	6.8	11.0	8.9	34.6	6.3	3.1
	소상공인	39	25.5	8.5	16.0	9.4	36.8	1.9	1.9
소재 지역	동	91	23.4	9.4	10.9	10.9	39.8	4.7	0.8
	읍·면	115	25.4	7.2	16.6	6.9	35.7	5.0	3.1
업력	2000년 이전	35	18.3	7.5	7.5	11.8	36.6	10.8	7.5
	2001~2009년	107	23.6	7.3	15.6	8.3	38.9	4.7	1.7
	2010년 이후	64	29.3	9.9	14.9	7.7	35.9	2.2	0.0

주 1) 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

2) 사회적 책임 활동을 추진 중이거나 추진 계획이 있는 206개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 사회적 책임 활동 추진 시 회사 내적 장애요인으로서는 ‘예산 부족(35.6%)’, ‘인력 및 전문성 부족(25.3%)’에 대한 응답이 많음〈표 7-7〉.

○ 소기업과 소상공인의 경우 다른 기업에 비해 ‘예산 부족’을 내적 장애요인으로 응답한 비중이 각각 40.2%, 36.5%로 다른 기업에 비해 높음.

〈표 7-7〉 사회적 책임 활동 추진 시 회사 내적 장애요인(1+2순위)

단위: %

구분		응답 기업 수	CEO/임직원의 추진 의지 및 관심 부족	인력 및 전문성 부족	예산 부족	회사 내 부서 간 협조 미흡	전담 부서 부재	기타	해당 사항 없음
전 체		206	7.6	25.3	35.6	4.0	10.1	15.2	2.3
소재 지역	서울/경기/인천	72	10.4	24.5	32.8	3.1	10.9	15.6	2.6
	충청/대전/세종	45	4.8	27.8	41.3	4.0	8.7	11.1	2.4
	대구/울산/부산/ 경북/경남	43	8.6	28.4	34.5	1.7	8.6	15.5	2.6
	광주/전라	31	7.6	16.5	38.0	5.1	7.6	22.8	2.5
	강원/제주	15	0.0	29.3	29.3	12.2	19.5	9.8	0.0
기업 분류	대기업	16	6.8	29.5	27.3	4.5	13.6	18.2	0.0
	중기업	82	12.2	21.2	32.9	5.0	10.8	16.2	1.8
	소기업	69	4.3	28.8	40.2	2.7	9.2	12.0	2.7
	소상공인	39	3.8	26.0	36.5	3.8	8.7	17.3	3.8
소재 지역	동	91	9.8	24.1	31.0	5.3	12.7	15.5	1.6
	읍·면	115	5.8	26.2	39.2	2.9	8.1	14.9	2.9
업력	2000년 이전	35	9.6	33.0	29.8	0.0	13.8	10.6	3.2
	2001~2009년	107	10.7	21.4	33.1	6.6	11.0	16.6	0.7
	2010년 이후	64	1.2	27.6	42.9	1.8	6.5	15.3	4.7

주 1) 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

2) 사회적 책임 활동을 추진 중이거나 추진 계획이 있는 206개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 주된 외적 장애요인으로서는 ‘사회적 책임 활동 관련 정보 부족(31.5%)’, ‘사회 전반의 분위기 조성 미흡(18.2%)’에 대한 응답이 많음〈표 7-8〉.

○ 대기업의 경우 ‘사회적 책임 관련 정보 부족(15.9%)’보다는 ‘사회 전반의 분위기 조성 미흡(27.3%)’, ‘사회적 책임 활동 관련 법/제도 미흡(20.5%)’을 주된 장애요인으로 응답하는 비중이 높아 기업 규모별로 주된 외적 장애요인에 차이가 있는 것으로 파악됨.

〈표 7-8〉 사회적 책임 활동 추진 시 회사 외적 장애요인(1+2순위)

단위: %

구분		응답 기업 수	사회적 책임 활동 관련 법/제도 미흡	사회적 책임 활동 관련 정보 부족	사회 전반의 분위기 조성 미흡	중앙정부/ 지방 자치단체 관심 부족	공익단체 (사회복지시설, 시민단체, 비영리단체)의 전문성 부족	기타	해당 사항 없음
전 체		206	11.6	31.5	18.2	8.2	10.7	16.7	3.1
소재 지역	서울/경기/인천	72	12.8	28.7	19.1	7.4	7.4	19.1	5.3
	충청/대전/세종	45	15.0	37.8	13.4	11.0	11.8	7.9	3.1
	대구/울산/부산/ 경북/경남	43	9.5	31.9	23.3	8.6	8.6	15.5	2.6
	광주/전라	31	10.3	25.6	11.5	7.7	16.7	28.2	0.0
	강원/제주	15	4.9	34.1	26.8	2.4	17.1	14.6	0.0
기업 분류	대기업	16	20.5	15.9	27.3	6.8	9.1	18.2	2.3
	중기업	82	12.2	34.7	14.4	10.8	10.4	15.3	2.3
	소기업	69	11.0	33.0	19.2	6.6	11.0	15.4	3.8
	소상공인	39	7.8	28.4	20.6	5.9	11.8	21.6	3.9
소재 지역	동	91	10.7	31.6	19.3	8.6	12.7	14.8	2.5
	읍·면	115	12.4	31.4	17.3	7.8	9.2	18.3	3.6
업력	2000년 이전	35	12.0	30.4	26.1	3.3	6.5	19.6	2.2
	2001~2009년	107	12.8	31.3	16.0	11.8	9.4	16.7	2.1
	2010년 이후	64	9.4	32.4	17.6	4.7	15.3	15.3	5.3

주 1) 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

2) 사회적 책임 활동을 추진 중이거나 추진 계획이 있는 206개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

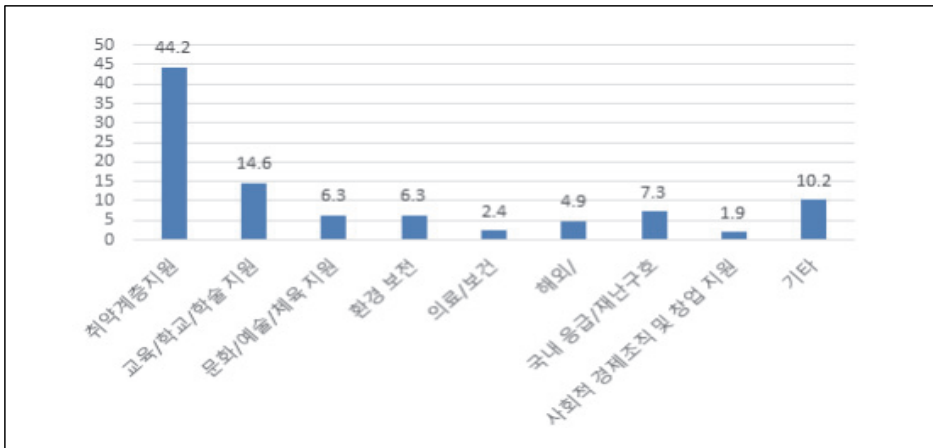
자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 사회적 책임 활동은 ‘취약계층지원(44.2%)’ 활동이 가장 많이 이루어지고 있으며, 해당 활동에 예산도 가장 많이 투입(평균 20.2백만 원)되는 것으로 확인됨〈그림 7-3, 표 7-9〉.

○ 기업 규모별 평균 사회적 책임 활동 예산의 총계는 대기업 81.9백만 원, 중기업 52.4백만 원, 소기업 29.7백만 원, 소상공인 27.7백만 원으로, 기업 규모가 클수록 더 늘어났음〈표 7-9〉.

〈그림 7-3〉 사회적 책임 활동별 활동 비중

단위: %



주 1) 2019년 해당 활동에 대한 예산이 0보다 큰 값을 지나는 경우의 비중을 나타냄.

2) 사회적 책임 활동을 추진 중이거나 추진 계획이 있는 206개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

〈표 7-9〉 사회적 책임 활동별 평균 예산

단위: 백만 원

구분		응답 기업 수	취약계층지원	교육/학교/ 학술 지원	문화/예술/ 체육 지원	환경 보전	의료/보건
전 체		206	20.2	6.4	1.1	5.3	0.2
소재 지역	서울/경기/인천	72	24.5	9.2	2.2	0.6	0.2
	충청/대전/세종	45	6.7	1.7	0.5	0.5	0.2
	대구/울산/부산/ 경북/경남	43	11.8	1.7	0.7	23.3	0.2
	광주/전라	31	32.7	15.5	0.2	0.0	0.0
	강원/제주	15	37.5	1.2	0.0	1.3	0.0
기업 분류	대기업	16	53.0	8.9	3.4	2.5	0.0
	중기업	82	23.8	13.2	0.6	12.5	0.3
	소기업	69	16.5	1.0	1.6	0.0	0.1
	소상공인	39	5.4	0.5	0.0	0.5	0.0
소재 지역	동	91	31.3	7.8	1.9	11.7	0.0
	읍·면	115	11.4	5.2	0.4	0.2	0.3
업력	2000년 이전	35	26.2	4.1	0.3	0.0	0.3
	2001~2009년	107	18.8	10.4	1.0	10.0	0.2
	2010년 이후	64	19.1	0.9	1.7	0.3	0.0

주: 사회적 책임 활동을 추진 중이거나 추진 계획이 있는 206개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

〈표 7-9〉 사회적 책임 활동별 평균 예산: 계속

단위: 백만 원

구분		응답 기업 수	해외/ 국제 지원	국내 응급/ 재난구호	사회적 경제조직 및 창업 지원	기타	총계
전 체		206	1.9	2.9	0.1	4.6	42.7
소재 권역	서울/경기/인천	72	0.4	1.5	0.2	0.0	38.8
	충청/대전/세종	45	0.5	5.2	0.0	13.8	29.1
	대구/울산/부산/ 경북/경남	43	7.0	5.8	0.0	0.2	50.7
	광주/전라	31	0.1	0.2	0.1	7.2	56.0
	강원/제주	15	2.0	0.0	0.0	6.7	48.7
기업 분류	대기업	16	1.3	9.7	0.0	3.1	81.9
	중기업	82	0.4	0.6	0.1	0.9	52.4
	소기업	69	0.0	3.0	0.0	7.5	29.7
	소상공인	39	8.6	4.7	0.0	8.0	27.7
소재 지역	동	91	0.7	1.1	0.2	1.3	56.0
	읍·면	115	2.8	4.3	0.0	7.3	31.9
업력	2000년 이전	35	0.0	0.2	0.0	0.1	31.2
	2001~2009년	107	0.5	1.0	0.1	7.3	49.3
	2010년 이후	64	5.2	7.5	0.0	2.6	37.3

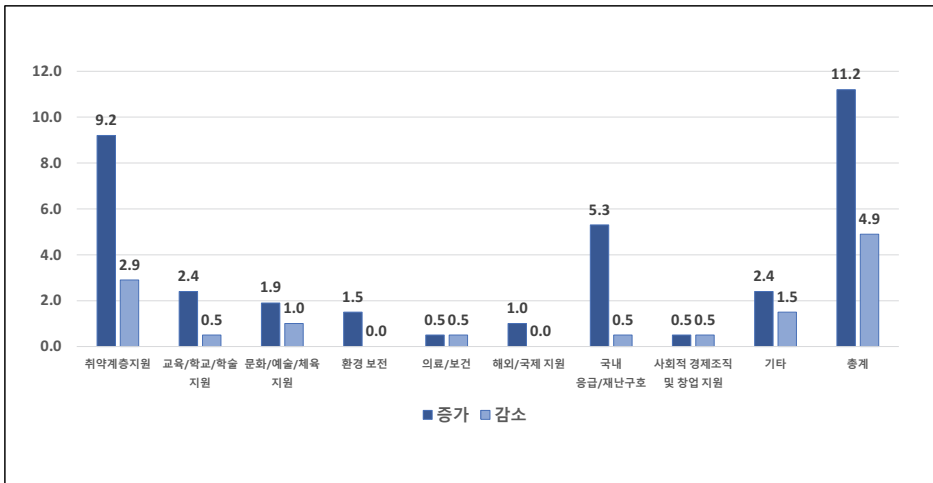
주: 사회적 책임 활동을 추진 중이거나 추진 계획이 있는 206개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 활동 부문별로 2019년 대비 2020년 예산이 증가 혹은 감소하였다고 응답한 비중을 확인한 결과 전반적으로 작년에 비해 올해 사회적 책임 활동의 예산이 증가하였다고 응답한 경우가 더 많음〈그림 7-4〉.

〈그림 7-4〉 사회적 책임 활동별 작년 대비 올해 예산이 증가 혹은 감소한 응답의 비중

단위: %



주 1) 2019년 대비 2020년 해당 예산이 증가 혹은 감소하였다고 응답한 기업의 비중을 나타냄.

2) 사회적 책임 활동을 추진 중이거나 추진 계획이 있는 206개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 사회적 책임 활동을 추진하지 않고 추진할 계획이 없는 기업을 대상으로 해당 활동을 추진하지 않는 이유에 대해 설문한 결과 ‘경제적인 여력 부족(44.4%)’으로 해당 활동을 추진하지 않는 경우가 가장 많음〈표 7-10〉.

○ 기업 규모가 커질수록 ‘경영진/주주의 반대’ 응답 비중은 오르는 반면, ‘경제적인 여력이 부족해서’의 응답 비중은 감소하여 기업 규모에 따라 사회적 책임 활동을 추진하지 않는 이유가 달라지는 것으로 확인됨.

〈표 7-10〉 사회적 책임 활동을 추진하지 않은 배경

단위: %

구분		응답 기업 수	들어본 적 없어서	필요성을 못 느껴서	경영진/ 주주의 반대	경제적인 여력이 부족해서	어떻게 추진해야 할지 몰라서 (정보 부족)	해당사항 없음
전 체		293	11.3	11.3	3.1	44.4	15.7	14.3
소재 권역	서울/경기/인천	105	8.6	12.4	2.9	49.5	14.3	12.4
	충청/대전/세종	67	14.9	11.9	3.0	37.3	14.9	17.9
	대구/울산/부산/ 경북/경남	54	11.1	11.1	3.7	38.9	18.5	16.7
	광주/전라	46	8.7	4.3	4.3	52.2	15.2	15.2
	강원/제주	21	19.0	19.0	0.0	38.1	19.0	4.8
기업 분류	대기업	11	0.0	9.1	18.2	27.3	27.3	18.2
	중기업	96	11.5	13.5	5.2	41.7	16.7	11.5
	소기업	115	12.2	7.8	0.9	45.2	18.3	15.7
	소상공인	71	11.3	14.1	1.4	49.3	8.5	15.5
소재 지역	동	119	8.4	9.2	4.2	50.4	13.4	14.3
	읍·면	174	13.2	12.6	2.3	40.2	17.2	14.4
업력	2000년 이전	59	15.3	10.2	3.4	39.0	15.3	16.9
	2001~2009년	133	12.0	12.0	3.0	43.6	17.3	12.0
	2010년 이후	101	7.9	10.9	3.0	48.5	13.9	15.8

주: 사회적 책임 활동을 추진하지 않은 293개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

3. 식품제조업체의 사회적 책임 활동 추진 방식

○ 사회적 책임을 현재 추진하고 있는 119개 기업을 대상으로 사회적 책임의 추진 방식에 대해 설문한 결과 응답 기업의 74.8%가 단독으로 추진한다고 응답함〈표 7-11〉.

○ 대기업의 경우 단독으로 추진하는 경우는 58.3%로 다른 기업에 비해 비중이 낮은 반면 타 기업 혹은 기관과 파트너십을 통해 진행하는 경우는 25.0%로 높음.

〈표 7-11〉 기업의 사회적 책임 추진 방식

단위: %

구분		응답 기업 수	귀사 단독 추진으로 진행	타 기업/기관과 파트너십으로 진행	두 방식을 혼용
전 체		119	74.8	15.1	10.1
소재 권역	서울/경기/인천	41	73.2	17.1	9.8
	충청/대전/세종	25	72.0	8.0	20.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	30	76.7	16.7	6.7
	광주/전라	16	68.8	25.0	6.3
	강원/제주	7	100.0	0.0	0.0
기업 분류	대기업	12	58.3	25.0	16.7
	중기업	47	70.2	12.8	17.0
	소기업	38	76.3	18.4	5.3
	소상공인	22	90.9	9.1	0.0
소재 지역	동	53	67.9	18.9	13.2
	읍·면	66	80.3	12.1	7.6
업력	2000년 이전	18	72.2	11.1	16.7
	2001~2009년	62	72.6	14.5	12.9
	2010년 이후	39	79.5	17.9	2.6

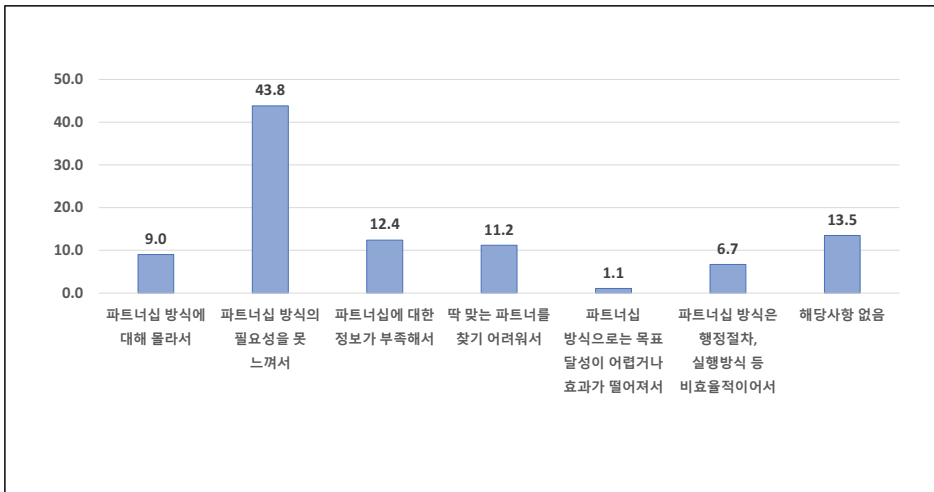
주: 사회적 책임 활동을 추진한 경험이 있다고 응답한 119개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 단독 추진 이유로는 ‘파트너십 방식의 필요성을 못 느껴서’라는 응답이 43.8%로 가장 높으나, ‘파트너십에 대한 정보가 부족해서(12.4%)’, ‘딱 맞는 파트너를 찾기 어려워서(11.2%)’ 응답도 상당수를 차지함(그림 7-5).

〈그림 7-5〉 단독 추진 이유

단위: %



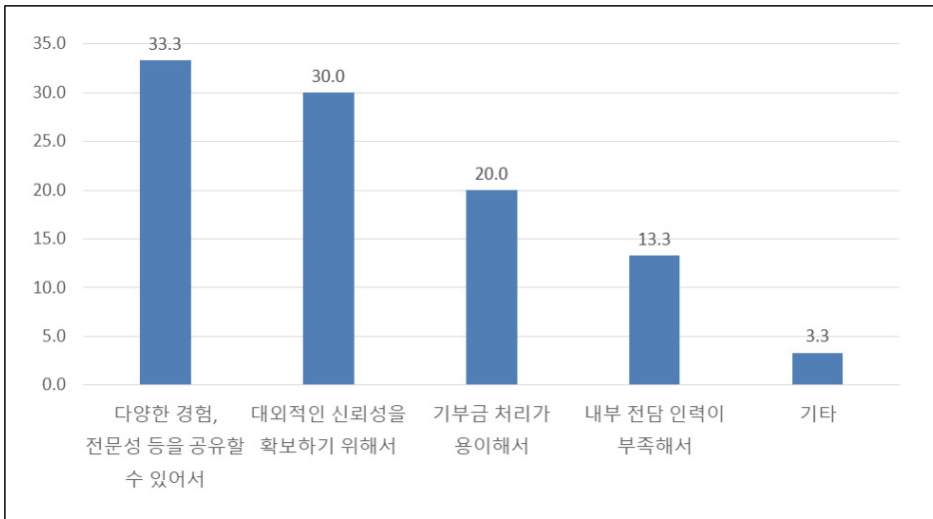
주: 사회적 책임 활동을 단독으로 추진한다고 응답한 89개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 파트너십 방식 추진 이유로는 ‘다양한 경험, 전문성 등을 공유할 수 있어서 (33.3%)’, ‘대외적인 신뢰성 확보(30.0%)’, ‘기부금 처리 용이(20.0%)’, ‘내부 전담 인력 부족(13.3%)’, ‘기타(3.3%)’ 순으로 응답함〈그림 7-6〉.

〈그림 7-6〉 파트너십 추진 이유

단위: %



주: 사회적 책임 활동의 일부 혹은 전체를 파트너십으로 추진한다고 응답한 89개 기업을 대상으로 설문한 결과임.
 자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 사회적 책임 활동의 주요 대상으로는 ‘경제/사회적으로 취약한 계층(60.0%)’이 가장 많은 것으로 나타남〈표 7-12〉.

○ 소기업의 경우 ‘소상공인’을 대상으로 사회적 책임 활동을 수행하는 응답이 11.4%로 다른 기업에 비해 많음.

〈표 7-12〉 기업의 사회적 책임 활동 주요 대상(중복응답)

단위: %

구분		응답 기업 수	경제/사회적으로 취약한 개인	소상공인 (전통시장 포함)	농업 생산자 (단체)	사회적 기업	기타
전 체		119	60.0	6.4	10.7	17.1	5.7
소재 지역	서울/경기/인천	41	60.0	6.0	12.0	14.0	8.0
	충청/대전/세종	25	57.1	7.1	3.6	25.0	7.1
	대구/울산/부산/ 경북/경남	30	60.0	8.6	14.3	14.3	2.9
	광주/전라	16	60.0	5.0	10.0	25.0	0.0
	강원/제주	7	71.4	0.0	14.3	0.0	14.3
기업 분류	대기업	12	62.5	6.3	12.5	18.8	0.0
	중기업	47	62.7	2.0	9.8	19.6	5.9
	소기업	38	61.4	11.4	9.1	13.6	4.5
	소상공인	22	51.7	6.9	13.8	17.2	10.3
소재 지역	동	53	56.5	8.1	9.7	21.0	4.8
	읍·면	66	62.8	5.1	11.5	14.1	6.4
업력	2000년 이전	18	68.4	15.8	0.0	10.5	5.3
	2001~2009년	62	59.7	4.2	12.5	18.1	5.6
	2010년 이후	39	57.1	6.1	12.2	18.4	6.1

주 1) 중복응답을 고려한 전체 응답 수 대비 각 선택지의 비중을 나타냄.

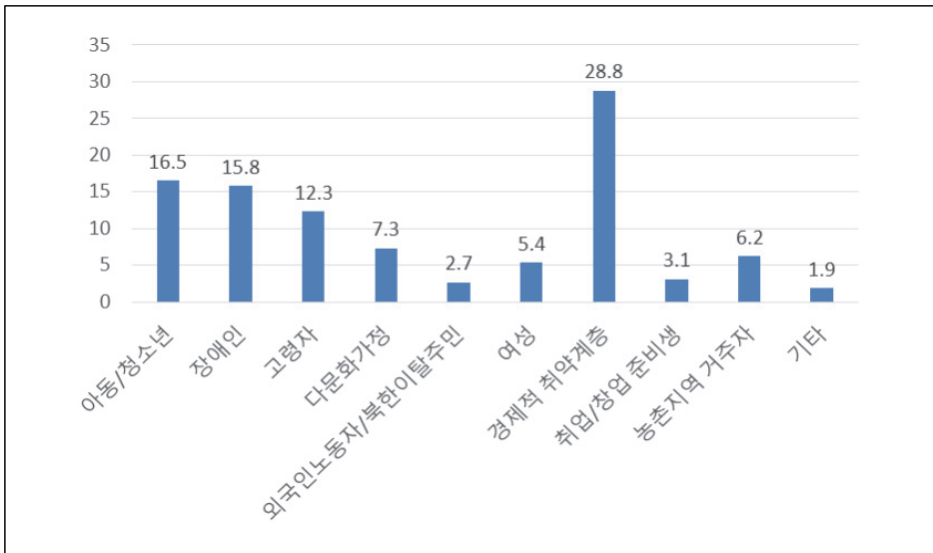
2) 사회적 책임 활동을 추진한 경험이 있다고 응답한 119개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 사회적 책임 활동의 주요 대상 계층으로는 ‘경제적 취약 계층(28.8%)’이 가장 많으며, 이외에도 ‘아동/청소년(16.5%)’, ‘장애인(15.8%)’, ‘고령자(12.3%)’ 등 순으로 응답 결과가 분포됨〈그림 7-7〉.

〈그림 7-7〉 기업의 사회적 책임 활동 주요 대상 계층(중복응답)

단위: %



주 1) 중복응답을 고려한 전체 응답 수 대비 각 선택지의 비중을 나타냄.

2) 사회적 책임 활동을 추진한 경험이 있다고 응답한 119개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 사회적 책임 활동의 주요 전달 방식으로는 ‘현물 기부/지원’이 47.8%로 가장 많으며, ‘현금성 기부/지원’ 응답이 28.8%로 그다음으로 많음〈표 7-13〉.

○ 대기업의 경우 ‘현금성 지원(20.0%)’ 대신 ‘자원봉사 활동(20.0%)’을 수행하는 비중이 다른 기업에 비해 높음.

〈표 7-13〉 기업의 사회적 책임 활동 주요 전달 방식(중복응답)

단위: %

구분		응답 기업 수	현금성 기부/지원	현물 기부/지원	가격 할인	서비스 제공	자원봉사 활동	기타
전 체		119	28.8	47.8	3.8	4.9	8.7	6.0
소재 권역	서울/경기/인천	41	21.3	44.3	3.3	9.8	11.5	9.8
	충청/대전/세종	25	28.2	59.0	5.1	0.0	5.1	2.6
	대구/울산/부산/ 경북/경남	30	31.3	41.7	6.3	6.3	8.3	6.3
	광주/전라	16	42.3	46.2	0.0	0.0	7.7	3.8
	강원/제주	7	30.0	60.0	0.0	0.0	10.0	0.0
기업 분류	대기업	12	20.0	45.0	0.0	5.0	20.0	10.0
	중기업	47	28.4	47.3	4.1	4.1	9.5	6.8
	소기업	38	28.1	47.4	5.3	8.8	5.3	5.3
	소상공인	22	36.4	51.5	3.0	0.0	6.1	3.0
소재 지역	동	53	24.7	43.5	4.7	5.9	11.8	9.4
	읍·면	66	32.3	51.5	3.0	4.0	6.1	3.0
업력	2000년 이전	18	32.3	32.3	3.2	9.7	12.9	9.7
	2001~2009년	62	28.0	47.0	5.0	5.0	10.0	5.0
	2010년 이후	39	28.3	58.5	1.9	1.9	3.8	5.7

주 1) 중복응답을 고려한 전체 응답 수 대비 각 선택지의 비중을 나타냄.

2) 사회적 책임 활동을 추진한 경험이 있다고 응답한 119개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 사회적 책임 활동을 위해 임직원을 대상으로 별도 교육을 실시하는지 설문한 결과 응답 기업의 10.9%만이 실시하고 있다고 응답함〈표 7-14〉.

○ 실시하고 있다고 응답한 비중이 가장 높은 기업은 소기업(18.4%), 가장 낮은 기업은 중기업(4.3%)이었음. 지역별로는 광주/전라 지역 소재 기업(25.0%)이 높으며, 대구/울산/부산/경북/경남 지역 소재 기업(6.7%)의 응답 비중이 가장 낮음.

〈표 7-14〉 사회적 책임 활동을 위한 임직원 대상 교육 실시 여부

단위: %

구분		응답 기업 수	예	아니오
전 체		119	10.9	89.1
소재 권역	서울/경기/인천	41	9.8	90.2
	충청/대전/세종	25	8.0	92.0
	대구/울산/부산/ 경북/경남	30	6.7	93.3
	광주/전라	16	25.0	75.0
	강원/제주	7	14.3	85.7
기업 분류	대기업	12	8.3	91.7
	중기업	47	4.3	95.7
	소기업	38	18.4	81.6
	소상공인	22	13.6	86.4
소재 지역	동	53	11.3	88.7
	읍·면	66	10.6	89.4
업력	2000년 이전	18	11.1	88.9
	2001~2009년	62	8.1	91.9
	2010년 이후	39	15.4	84.6

주: 사회적 책임 활동을 추진한 경험이 있다고 응답한 119개 기업을 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

4. 식품제조업체의 사회적 책임 활동 추진 평가와 전망

○ 사회적 책임 활동 평가 방식을 설문한 결과 응답 기업의 대부분이 사회적 책임 활동을 추진하고 있지 않거나, 별도 평가지표를 가지고 있지 않은 것으로 파악됨. 평가지표 혹은 시스템을 통해 해당 활동을 평가하고 있는 기업은 전체 응답기업의 7.7%에 불과함〈표 7-15〉.

○ 사회적 책임 활동을 평가하고 있다고 응답한 기업의 비중은 대기업과 중기업의 경우 각각 17.4%, 11.9%로 다른 기업에 비해 높은 반면 소기업과 소상공인은 각각 4.6%, 4.3%로 비교적 낮음.

〈표 7-15〉 기업의 사회적 책임 활동 평가 방식

단위: %

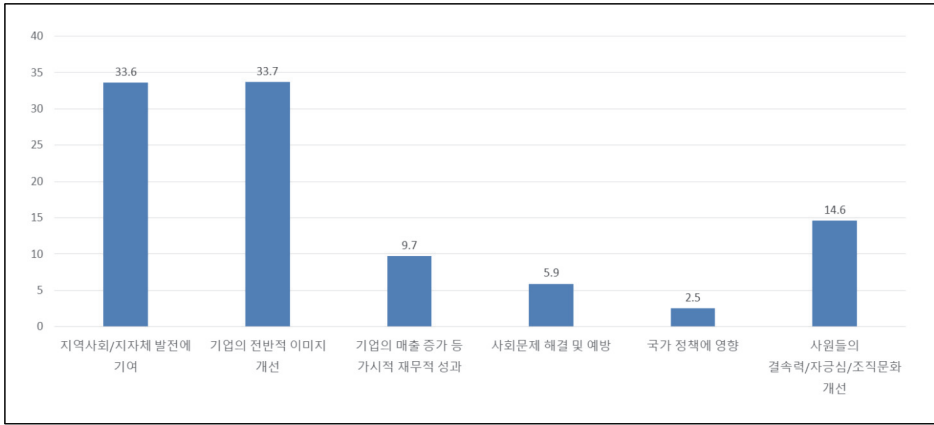
구분		응답 기업 수	사회적 책임 활동을 추진 하고 있지 않음	별도 평가 지표와 시스템 안에서 자체적으로 평가	외부 전문가 혹은 외부 기관이 평가	회사 내부와 외부 전문가/ 기관이 공동 평가	별도 평가 지표 혹은 평가시스템이 없음	해당 사항 없음
전 체		412	42.2	5.3	0.7	1.7	32.3	17.7
소재 권역	서울/경기/인천	146	44.5	4.8	0.0	2.7	28.8	19.2
	충청/대전/세종	92	50.0	5.4	1.1	0.0	28.3	15.2
	대구/울산/부산/ 경북/경남	84	34.5	7.1	1.2	2.4	38.1	16.7
	광주/전라	62	38.7	6.5	1.6	1.6	29.0	22.6
	강원/제주	28	35.7	0.0	0.0	0.0	53.6	10.7
기업 분류	대기업	23	21.7	8.7	0.0	8.7	34.8	26.1
	중기업	143	39.2	7.0	1.4	3.5	32.2	16.8
	소기업	153	42.5	4.6	0.0	0.0	34.0	19.0
	소상공인	93	51.6	3.2	1.1	0.0	29.0	15.1
소재 지역	동	172	39.5	4.7	1.2	2.3	31.4	20.9
	읍·면	240	44.2	5.8	0.4	1.3	32.9	15.4
업력	2000년 이전	77	35.1	3.9	1.3	3.9	31.2	24.7
	2001~2009년	195	40.0	6.7	0.5	2.1	35.9	14.9
	2010년 이후	140	49.3	4.3	0.7	0.0	27.9	17.9

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

- 기업의 사회적 책임 활동의 성과가 높을 것으로 기대되는 영역에 대한 응답으로는 ‘지역사회/지자체 발전에 기여(33.6%)’, ‘기업의 전반적 이미지 개선(33.7%)’에 대한 응답이 많음〈그림 7-8〉.

〈그림 7-8〉 기업의 사회적 책임 활동의 성과가 높을 것으로 기대되는 영역(1+2순위)

단위: %



주: 1순위에 2배, 2순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 사내 사회적 책임 활동에 대한 만족도 설문에서는 전체 응답 기업의 7.0%는 만족하지 않는다고 응답한 반면, 만족한다고 응답한 기업은 14.8%로 현재 활동에 만족하고 있다는 응답 비중이 더 높음(표 7-16).

○ 기업 규모별로는 대기업의 만족도가 5점 척도 기준 3.18점으로 가장 높음. 대기업의 경우 ‘매우 만족하고 있다’는 응답은 없으나 ‘만족하는 편’이라는 응답이 26.1%로 다른 기업에 비해 높아 만족도 점수가 높은 특징을 지님.

〈표 7-16〉 사내 사회적 책임 활동에 대한 만족도

단위: %, 점

구분		응답 기업 수	전혀 만족하지 않음	만족하지 않는 편	보통	만족하는 편	매우 만족함	해당 없음	5점 척도
전 체		412	1.9	5.1	40.3	13.3	1.5	37.9	3.12
소재 권역	서울/경기/인천	146	2.1	4.1	45.9	11.0	0.7	36.3	3.06
	충청/대전/세종	92	0.0	5.4	35.9	13.0	2.2	43.5	3.21
	대구/울산/부산/ 경북/경남	84	2.4	7.1	41.7	13.1	0.0	35.7	3.02
	광주/전라	62	4.8	6.5	29.0	17.7	4.8	37.1	3.18
	강원/제주	28	0.0	0.0	46.4	17.9	0.0	35.7	3.28
기업 분류	대기업	23	0.0	8.7	60.9	26.1	0.0	4.3	3.18
	중기업	143	2.8	3.5	44.1	11.9	2.1	35.7	3.11
	소기업	153	2.0	5.9	37.3	13.7	1.3	39.9	3.11
	소상공인	93	1.1	5.4	34.4	11.8	1.1	46.2	3.12
소재 지역	동	172	2.3	5.8	43.0	15.7	0.6	32.6	3.09
	읍·면	240	1.7	4.6	38.3	11.7	2.1	41.7	3.14
업력	2000년 이전	77	2.6	7.8	48.1	11.7	0.0	29.9	2.98
	2001~2009년	195	1.5	5.1	42.6	13.3	1.0	36.4	3.11
	2010년 이후	140	2.1	3.6	32.9	14.3	2.9	44.3	3.22

주: 5점 척도는 '전혀 만족하지 않음(1점)' ~ '매우 만족함(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 향후 사내 사회적 책임 활동을 증가시킬 것인지 감소시킬 것인지 부문별로 평가하도록 한 결과 모든 부문에서 5점 척도 기준 3점 이상을 기록하여 응답 기업들이 향후 사회적 책임 활동을 증가시킬 것으로 응답한 경우가 많은 것으로 조사됨(표 7-17).

○ 부문별로는 '취약계층 지원(3.32점)'과 '환경 보전(3.25점)' 부문의 점수가 높게 나타났으며, '해외/국제지원(3.05점)'은 가장 점수가 낮음.

○ 대기업과 소기업의 점수가 다른 기업들에 비해 전반적으로 높게 나타나 해당 기업들의 사회적 책임 수행 의지가 높은 것으로 조사됨.

〈표 7-17〉 부문별 향후 사내 사회적 책임 활동 증감 전망

단위: 점

구분		응답 기업 수	취약계층 지원	교육/학교/ 학술지원	문화/예술/ 체육지원	환경 보전	의료/보건
전 체		412	3.32	3.15	3.07	3.25	3.13
소재 권역	서울/경기/인천	146	3.34	3.14	3.10	3.29	3.15
	충청/대전/세종	92	3.34	3.14	3.04	3.20	3.12
	대구/울산/부산/ 경북/경남	84	3.24	3.13	3.05	3.15	3.08
	광주/전라	62	3.45	3.27	3.15	3.34	3.19
	강원/제주	28	3.11	2.96	2.96	3.25	3.04
기업 분류	대기업	23	3.39	3.22	3.09	3.22	3.09
	중기업	143	3.26	3.14	3.08	3.20	3.11
	소기업	153	3.39	3.16	3.08	3.33	3.16
	소상공인	93	3.28	3.13	3.05	3.19	3.12
소재 지역	동	172	3.31	3.12	3.06	3.22	3.12
	읍·면	240	3.33	3.17	3.08	3.26	3.13
업력	2000년 이전	77	3.34	3.16	3.01	3.21	3.09
	2001~2009년	195	3.28	3.15	3.09	3.24	3.13
	2010년 이후	140	3.37	3.14	3.08	3.27	3.15

주: '크게 감소할 것(1점)' ~ '크게 증가할 것(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

〈표 7-17〉 부문별 향후 사내 사회적 책임 활동 증감 전망: 계속

단위: 점

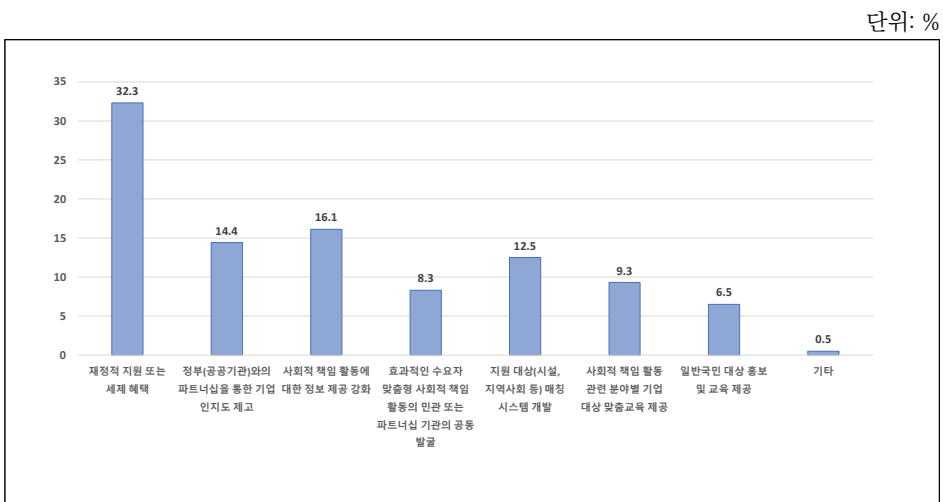
구분		응답 기업 수	해외/ 국제 지원	국내 응급/ 재난구호	사회적 경제조직 및 창업 지원	기타	총계
전 체		412	3.05	3.13	3.17	3.04	3.27
소재 권역	서울/경기/인천	146	3.06	3.14	3.16	3.03	3.25
	충청/대전/세종	92	3.02	3.10	3.18	3.03	3.25
	대구/울산/부산/ 경북/경남	84	3.04	3.10	3.13	3.02	3.25
	광주/전라	62	3.11	3.23	3.27	3.16	3.42
	강원/제주	28	2.96	3.11	3.11	2.96	3.18
기업 분류	대기업	23	3.09	3.26	3.22	3.00	3.39
	중기업	143	3.03	3.09	3.14	3.03	3.22
	소기업	153	3.04	3.17	3.21	3.08	3.33
	소상공인	93	3.08	3.10	3.15	3.02	3.22
소재 지역	동	172	3.02	3.09	3.14	3.00	3.23
	읍·면	240	3.07	3.16	3.20	3.08	3.30
업력	2000년 이전	77	3.04	3.12	3.18	3.01	3.26
	2001~2009년	195	3.03	3.12	3.15	3.02	3.24
	2010년 이후	140	3.09	3.15	3.19	3.09	3.31

주: '크게 감소할 것(1점)' ~ '크게 증가할 것(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 식품제조업체를 대상으로 사회적 책임 활동 활성화를 위해 필요한 정부의 지원 분야를 설문한 결과 ‘재정적 지원 또는 세제 혜택(32.3%)’이 가장 많은 응답을 받음. 그 외에 ‘사회적 책임 활동에 대한 정보 제공 강화(16.1%)’, ‘정부와의 파트너십을 통한 기업 인지도 제고(14.4%)’와 같이 사회적 책임 활동에 대한 정보 제공 분야의 지원이 필요하다는 응답이 뒤를 이었으며, ‘지원 대상 매칭 시스템 개발(12.5%)’이 필요하다는 응답도 다수 있음<그림 7-9>.

〈그림 7-9〉 사회적 책임 활동을 추진하기 위해 필요한 정부의 지원 분야(1+2+3순위)



주: 1순위에 3배, 2순위에 2배, 3순위에 1배의 가중치를 부여하여 산출한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

○ 업체를 대상으로 기업의 사회적 책임을 제도화하는 국제적인 움직임에 대한 인지 여부를 조사한 결과 응답 기업의 75.7%가 ‘해당 내용을 전혀 알지 못하고 있다’고 응답하였으며, ‘알고 있고, 회사 내부적으로 대응하고 있다’고 응답한 비중은 1.7%에 불과한 것으로 나타남<표 7-18>.

○ 대기업의 경우 ‘알고 있고, 회사 내부적으로 대응하고 있다’고 응답한 비중이 8.7%로 다른 기업 유형에 비해 높음.

〈표 7-18〉 기업의 사회적 책임을 제도화하는 국제적인 움직임에 대한 인지 여부

단위: %

구분		응답 기업 수	알고 있고, 회사 내부적으로 대응하고 있음	알고 있지만, 별도의 대응을 준비하고 있지는 않음	해당 내용을 전혀 알지 못함
전 체		412	1.7	22.6	75.7
소재 권역	서울/경기/인천	146	2.7	24.7	72.6
	충청/대전/세종	92	3.3	12.0	84.8
	대구/울산/부산/ 경북/경남	84	0.0	25.0	75.0
	광주/전라	62	0.0	35.5	64.5
	강원/제주	28	0.0	10.7	89.3
기업 분류	대기업	23	8.7	8.7	82.6
	중기업	143	1.4	25.2	73.4
	소기업	153	1.3	21.6	77.1
	소상공인	93	1.1	23.7	75.3
소재 지역	동	172	2.9	22.1	75.0
	읍·면	240	0.8	22.9	76.3
업력	2000년 이전	77	1.3	23.4	75.3
	2001~2009년	195	2.1	24.1	73.8
	2010년 이후	140	1.4	20.0	78.6

자료: 한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

5. 식품제조업 분야 사회적 책임에 대한 소비자 인식 및 평가

○ 소비자들에게 ‘기업의 사회적 책임’에 대해 알고 있는지 설문한 결과 전체 응답자의 62.9%가 알고 있다고 응답하였으며, 74.9%가 관심이 있다고 응답, 과반수 이상의 소비자들이 기업의 사회적 책임에 대한 관심을 갖고 있는 것으로 확인됨〈표 7-19〉.

○ 연령이 높을수록, 학력이 높을수록, 소득이 높을수록 기업의 사회적 책임에 대해 알고 있고 관심을 가지고 있다고 응답한 비중이 더 높아짐.

〈표 7-19〉 사회적 책임에 대한 소비자의 인지 및 관심 여부

단위: %

구분		응답 수	인지 여부	관심 여부
전 체		2,000	62.9	74.6
성별	남성	1,007	68.4	75.9
	여성	993	57.2	73.2
연령	20대	358	56.1	61.7
	30대	373	60.9	67.0
	40대	451	61.9	73.2
	50대	465	64.7	83.2
	60대 이상	353	70.5	85.8
최종 학력	고등학교 졸업 이하	580	47.1	63.4
	대학 중퇴/졸업	1,226	68.2	78.0
	대학원 이상	194	76.3	86.1
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	252	50.0	60.3
	200만~300만 원 미만	373	52.8	67.8
	300만~400만 원 미만	371	64.7	74.4
	400만~500만 원 미만	355	62.8	75.8
	500만~600만 원 미만	241	68.5	82.2
	600만 원 이상	408	75.0	84.1
정치적 성향	진보적	606	70.5	82.5
	중도적	785	63.7	74.3
	보수적	378	64.3	78.0
	관심 없음	231	37.7	48.9

주: 기업의 사회적 책임에 대해 알고 있거나 관심이 있다고 응답한 비중을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 소비자들은 식품제조업 분야에서 대기업 및 중견기업(3.29점)이 중소기업(2.94점)에 비해 전반적으로 사회적 책임을 더욱 잘 이행하고 있는 것으로 인식하고 있음<표 7-20>.

- ‘식품제조 중소기업’에 대한 인식 점수는 ‘보통’ 수준인 3점보다도 낮아 사회적 책임 분야에서 식품제조 중소기업에 대한 소비자들의 인식이 다소 좋지 않은 것으로 조사됨.

- 소득이 높을수록 식품제조업체에 대한 사회적 책임 이행 평가점수가 어느 정도 높아지는 경향을 보임.

〈표 7-20〉 식품제조업체의 사회적 책임에 이행 정도에 대한 소비자의 평가

단위: 점

구분		응답 수	식품제조 대기업/중견기업	식품제조 중소기업
전 체		2,000	3.29	2.94
성별	남성	1,007	3.19	2.83
	여성	993	3.39	3.06
연령	20대	358	3.30	2.98
	30대	373	3.18	2.76
	40대	451	3.29	2.92
	50대	465	3.30	3.02
	60대 이상	353	3.36	3.03
최종 학력	고등학교 졸업 이하	580	3.22	2.96
	대학 중퇴/졸업	1,226	3.31	2.93
	대학원 이상	194	3.30	2.95
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	252	3.13	2.81
	200만~300만 원 미만	373	3.21	2.94
	300만~400만 원 미만	371	3.24	2.94
	400만~500만 원 미만	355	3.34	2.98
	500만~600만 원 미만	241	3.28	3.00
	600만 원 이상	408	3.45	2.96
정치적 성향	진보적	606	3.20	2.90
	중도적	785	3.32	2.95
	보수적	378	3.39	2.98
	관심 없음	231	3.23	2.93

주: '전혀 이행하고 있지 않다(1점)' ~ '매우 잘 이행하고 있다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

- 일반제조업 대비 식품제조업의 사회적 책임 이행 필요성을 설문한 결과, 식품 제조기업의 사회적 책임 활동이 일반제조기업에 비해 더 중요하다고 응답한 경우(46.0%)가 반대의 경우(12.3%)에 비해 더 많음〈표 7-21〉.

- 연령이 높을수록 일반제조업에 비해 식품제조업의 사회적 책임 이행이 더 중요하다고 응답한 비중이 높아지는 경향을 보임.

〈표 7-21〉 일반제조업 대비 식품제조업의 사회적 책임 이행의 필요성

단위: %

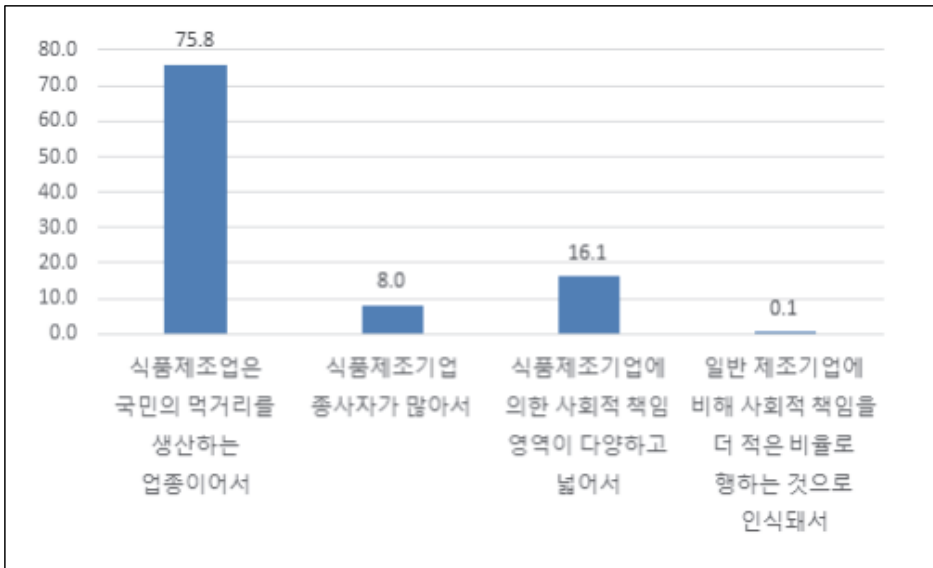
구분		응답 수	(1) 일반제조기업의 활동이 더욱 중요	(2) ←-----	(3) -----	(4) -----→	(5) 식품제조기업의 활동이 더욱 중요
전 체		2,000	2.9	9.4	41.9	35.9	10.1
성별	남성	1,007	3.3	10.9	39.6	36.1	10.0
	여성	993	2.5	7.8	44.1	35.5	10.1
연령	20대	358	4.7	9.8	46.6	29.3	9.5
	30대	373	2.7	10.2	47.2	33.0	7.0
	40대	451	1.1	8.6	41.7	37.3	11.3
	50대	465	3.7	9.0	36.3	40.4	10.5
	60대 이상	353	2.5	9.3	38.8	37.7	11.6
최종 학력	고등학교 졸업 이하	580	5.5	8.3	43.3	33.1	9.8
	대학 중퇴/졸업	1,226	2.0	9.6	41.1	37.2	10.0
	대학원 이상	194	.5	10.8	42.3	35.6	10.8
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	252	3.6	8.3	44.4	31.0	12.7
	200만~300만 원 미만	373	4.0	9.9	44.8	33.8	7.5
	300만~400만 원 미만	371	2.2	10.5	39.6	39.6	8.1
	400만~500만 원 미만	355	2.8	7.6	44.2	36.6	8.7
	500만~600만 원 미만	241	2.5	11.6	41.9	33.2	10.8
	600만 원 이상	408	2.5	8.6	37.5	38.2	13.2
정치적 성향	진보적	606	2.8	8.6	37.5	38.4	12.7
	중도적	785	2.4	8.8	46.9	33.1	8.8
	보수적	378	3.7	12.7	33.6	40.2	9.8
	관심 없음	231	3.5	7.8	49.8	31.2	7.8

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 일반제조업 대비 식품제조업의 사회적 책임 이행이 더 중요한 이유로는 ‘식품 제조업이 국민의 먹거리를 생산하는 업종이기 때문’이라는 비중이 75.8%로 가장 높음〈그림 7-10〉.

〈그림 7-10〉 일반제조업 대비 식품제조업의 사회적 책임 이행이 더 중요한 이유

단위: %



주: '일반제조업 대비 식품제조업의 사회적 책임 이행의 필요성' 문항에서 4점 혹은 5점을 선택한 918명의 응답자를 대상으로 설문한 결과임.

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 식품제조업 내 대기업과 중소기업의 사회적 책임 이행의 필요성을 묻는 문항에서는 대기업의 활동이 더 필요하다고 응답한 경우가 47.7%, 중소기업의 활동이 더 필요하다고 응답한 경우가 23.6%임<표 7-22>.

〈표 7-22〉 식품제조 대기업 대비 식품제조 중소기업의 사회적 책임 이행의 필요성

단위: %

구분		응답 수	(1) 대기업 활동이 중소기업보다 필요	(2) 〈-----	(3) -----	(4) -----〉	(5) 중소기업 활동이 대기업보다 필요
전 체		2,000	21.5	26.2	28.8	18.0	5.6
성별	남성	1,007	20.5	24.6	29.4	19.1	6.5
	여성	993	22.6	27.8	28.2	16.8	4.6
연령	20대	358	19.0	22.1	29.9	22.3	6.7
	30대	373	22.0	24.7	32.4	16.6	4.3
	40대	451	19.5	26.4	30.8	17.3	6.0
	50대	465	24.9	29.5	25.6	14.6	5.4
	60대 이상	353	21.5	27.5	25.5	20.1	5.4
최종 학력	고등학교 졸업 이하	580	20.0	21.4	30.3	22.2	6.0
	대학 중퇴/졸업	1,226	22.0	28.0	27.7	16.8	5.5
	대학원 이상	194	22.7	29.4	30.9	12.4	4.6
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	252	19.0	21.0	37.7	16.3	6.0
	200만~300만 원 미만	373	19.0	23.6	30.8	22.0	4.6
	300만~400만 원 미만	371	20.8	29.6	24.8	19.1	5.7
	400만~500만 원 미만	355	20.6	23.4	32.1	18.0	5.9
	500만~600만 원 미만	241	21.2	28.2	27.4	18.3	5.0
정치적 성향	600만 원 이상	408	27.0	29.9	23.0	14.0	6.1
	진보적	606	26.2	24.1	22.3	21.3	6.1
	중도적	785	19.4	27.3	34.3	14.6	4.5
	보수적	378	21.7	29.6	23.0	19.3	6.3
	관심 없음	231	16.0	22.5	36.8	18.2	6.5

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 소비자를 대상으로 동일한 사회적 책임 활동 유형에 대해 필요성을 평가하도록 한 결과 ‘농식품 안전 보장(4.25점)’, ‘음식물 폐기물 저감 노력(4.16점)’이 가장 높은 점수를 받음.

- 이는 앞서 업체 조사에서 확인된 결과와는 다른 결과로, 특히 ‘음식물 폐기물 저감 노력’의 경우 업체 조사에서는 중요도가 다소 낮으나, 소비자 조사에서는 중요도가 높음(표 7-23).

○ 일부 문항을 제외하고 전반적으로 사회적 책임 활동 필요성에 대한 점수는 나이가 많을수록, 학력이 높을수록 높아지는 경향을 나타냄.

〈표 7-23〉 식품제조기업의 사회적 책임 활동의 유형별 필요성

단위: 점

구분		응답 수	식품의 기부활동을 통한 경제적 취약계층 영양개선	생산/유통/판매 과정의 친환경화	지역사회 및 농촌지역 발전에 이바지	사회적 취약계층 역량 강화 및 고용, 일자리 창출	음식물 폐기물 저감 노력	고령자, 도서산간지역 거주자를 배려한 제품/서비스 개발	농식품 안전 보장
전 체		2,000	3.87	3.96	3.99	3.99	4.16	3.76	4.25
성별	남성	1,007	3.76	3.88	3.92	3.90	4.03	3.69	4.13
	여성	993	3.98	4.05	4.07	4.08	4.29	3.82	4.37
연령	20대	358	3.73	3.73	3.90	3.84	3.98	3.69	3.99
	30대	373	3.80	3.84	3.96	3.90	4.14	3.67	4.13
	40대	451	3.88	3.94	4.00	4.03	4.17	3.73	4.25
	50대	465	3.97	4.10	4.03	4.10	4.21	3.80	4.39
	60대 이상	353	3.95	4.17	4.06	4.03	4.28	3.90	4.45
최종 학력	고등학교 졸업 이하	580	3.82	3.90	3.99	4.02	4.13	3.78	4.19
	대학 중퇴/졸업	1,226	3.89	3.99	3.98	3.98	4.17	3.74	4.27
	대학원 이상	194	3.88	3.98	4.04	3.95	4.20	3.79	4.26
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	252	3.85	3.90	3.98	4.04	4.12	3.77	4.18
	200만~300만 원 미만	373	3.80	3.89	3.92	3.95	4.14	3.72	4.18
	300만~400만 원 미만	371	3.88	3.97	4.02	3.99	4.18	3.78	4.28
	400만~500만 원 미만	355	3.89	3.96	3.99	4.00	4.17	3.78	4.22
	500만~600만 원 미만	241	3.83	3.96	3.95	3.90	4.07	3.67	4.22
	600만 원 이상	408	3.94	4.07	4.06	4.03	4.23	3.79	4.36
정치적 성향	진보적	606	3.90	4.03	4.06	4.04	4.22	3.81	4.29
	중도적	785	3.90	3.98	3.96	3.94	4.15	3.76	4.24
	보수적	378	3.84	3.92	4.01	4.02	4.13	3.72	4.26
	관심 없음	231	3.74	3.80	3.89	3.97	4.07	3.68	4.13

주: '전혀 필요하지 않다(1점)' ~ '매우 필요하다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 다른 모든 조건이 같을 때 타 식품제조기업 대비 사회적 책임을 잘 이행하는 것으로 알려진 식품제조기업의 식품을 구입할 의향이 있는지를 설문함(표 7-24).

○ 설문 결과 전체 응답자의 91.7%가 '구입 의향이 있다'고 응답하였음. 성별, 연령, 최종학력 등 응답자의 인구 특성에 따른 큰 차이는 발견되지 않음.

〈표 7-24〉 타 식품제조기업 대비 사회적 책임을 이행하는 식품제조기업의 식품에 대한 구입 의향

단위: %

구분		응답 수	구입 의향 있음	구입 의향 없음
전 체		2,000	91.7	8.4
성별	남성	1,007	88.8	11.2
	여성	993	94.6	5.4
연령	20대	358	82.1	17.9
	30대	373	90.3	9.7
	40대	451	91.6	8.4
	50대	465	97.8	2.2
	60대 이상	353	94.6	5.4
최종 학력	고등학교 졸업 이하	580	89.1	10.9
	대학 중퇴/졸업	1,226	92.7	7.3
	대학원 이상	194	92.8	7.2
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	252	90.1	9.9
	200만~300만 원 미만	373	90.6	9.4
	300만~400만 원 미만	371	91.6	8.4
	400만~500만 원 미만	355	91.5	8.5
	500만~600만 원 미만	241	94.6	5.4
	600만 원 이상	408	91.9	8.1
정치적 성향	진보적	606	94.2	5.8
	중도적	785	92.2	7.8
	보수적	378	91.0	9.0
	관심 없음	231	84.0	16.0

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 소비자를 대상으로 식품제조기업의 사회적 책임에 정부의 관심과 정책이 필요한지를 설문한 결과 응답자의 79.1%가 ‘중요하다’고 응답해 기업의 사회적 책임 이행을 위해 정부 활동의 필요성에 대해 대체적으로 공감하고 있는 것으로 판단됨〈표 7-25〉.

○ 남성보다는 여성이, 연령대가 높을수록 기업의 사회적 책임 이행을 위해 정부의 역할이 중요한 것으로 평가함.

〈표 7-25〉 식품제조기업의 사회적 책임에 대한 정부의 관심과 정책의 중요도

단위: %, 점

구분		응답 수	전혀 중요하지 않다	별로 중요하지 않다	보통이다	중요한 편이다	매우 중요하다	5점 척도
전 체		2,000	0.9	1.8	18.4	60.3	18.8	3.94
성별	남성	1,007	1.3	2.3	20.9	57.5	18.1	3.89
	여성	993	0.5	1.2	15.8	63.0	19.4	4.00
연령	20대	358	0.8	2.8	29.6	53.1	13.7	3.76
	30대	373	1.3	2.1	22.3	58.7	15.5	3.85
	40대	451	0.7	1.6	19.1	62.3	16.4	3.92
	50대	465	0.9	0.9	11.0	66.7	20.6	4.05
	60대 이상	353	0.8	1.7	11.6	58.1	27.8	4.10
최종 학력	고등학교 졸업 이하	580	0.7	2.1	21.2	57.8	18.3	3.91
	대학 중퇴/졸업	1,226	1.0	1.5	17.1	61.8	18.6	3.96
	대학원 이상	194	1.0	2.6	17.5	57.7	21.1	3.95
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	252	1.6	0.4	23.0	53.6	21.4	3.93
	200만~300만 원 미만	373	0.3	1.9	22.0	59.5	16.4	3.90
	300만~400만 원 미만	371	0.8	1.6	18.3	62.0	17.3	3.93
	400만~500만 원 미만	355	0.3	1.7	16.6	65.4	16.1	3.95
	500만~600만 원 미만	241	1.2	2.1	15.4	63.5	17.8	3.95
	600만 원 이상	408	1.5	2.5	15.4	57.1	23.5	3.99
정치적 성향	진보적	606	0.3	1.7	13.7	64.4	20.0	4.02
	중도적	785	0.9	1.3	21.0	58.9	18.0	3.92
	보수적	378	1.3	3.4	14.6	58.7	22.0	3.97
	관심 없음	231	1.7	0.9	27.7	56.7	13.0	3.78

주: 5점 척도는 '전혀 중요하지 않다(1점)'~'매우 중요하다(5점)' 응답 결과의 가중평균을 나타냄.

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

○ 사회적 책임을 위한 바람직한 정부의 역할로는 '전체적인 방향과 비전을 제시 (49.2%)'해야 한다는 응답이 가장 많으나, '가능한 모든 정책 수단을 동원 (44.0%)'해야 한다는 응답도 상당수 있는 것으로 파악됨〈표 7-26〉.

○ 대체로 남성보다는 여성이, 연령이 높을수록 기업의 사회적 책임 활동 활성화를 위해 '가능한 모든 정책 수단을 동원'해야 한다는 응답이 많음.

〈표 7-26〉 사회적 책임 활동 활성화를 위해 바람직한 정부의 역할

단위: %

구분		응답 수	특별히 할 일 없음	전체적인 방향과 비전 제시	가능한 모든 정책수단을 동원
전 체		2,000	6.9	49.2	44.0
성별	남성	1,007	8.5	51.3	40.1
	여성	993	5.2	46.9	47.8
연령	20대	358	12.6	53.1	34.4
	30대	373	7.0	53.4	39.7
	40대	451	8.0	47.2	44.8
	50대	465	3.4	49.7	46.9
	60대 이상	353	4.2	42.5	53.3
최종 학력	고등학교 졸업 이하	580	7.4	47.6	45.0
	대학 중퇴/졸업	1,226	6.4	49.5	44.0
	대학원 이상	194	8.2	51.5	40.2
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	252	7.1	42.9	50.0
	200만~300만 원 미만	373	6.7	46.4	46.9
	300만~400만 원 미만	371	5.9	51.5	42.6
	400만~500만 원 미만	355	7.0	51.3	41.7
	500만~600만 원 미만	241	6.2	51.0	42.7
	600만 원 이상	408	8.1	50.5	41.4
정치적 성향	진보적	606	4.6	48.2	47.2
	중도적	785	6.2	52.5	41.3
	보수적	378	11.1	48.7	40.2
	관심 없음	231	8.2	41.1	50.6

자료: 한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

참고문헌

환경부. 국가지속가능발전목표(K-SDGs) 세부목표 및 지표. 참고: 지속가능발전포털,

<http://www.ncsd.go.kr/>

한국농촌경제연구원 대학생 대상 설문조사

한국농촌경제연구원 소비자 대상 설문조사

한국농촌경제연구원 식품제조업체 대상 설문조사

한국농촌경제연구원 전문가조사

KREI

www.krei.re.kr

포용성장 및 지속가능성 관련
식품제조업 분야 실태조사 결과

한국농촌경제연구원

전라남도 나주시 빛가람로 601
T. 1833-5500 F. 061) 820-2211

