

# 海外食品産業의 動向

金 濟 華

〈調達廳 物資局〉

## 1. 개 황

미국 식품공업의 82년 출하액은 전년도에 비해 6%가 증가한 2,860억불에 달한 것으로 추정된다. 근년에는 인구증가율의 둔화 및 인구 구성의 변화(고령자 및 독신자의 증가)로 식품수요에 많은 변화가 나타났다. 영양과 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라 식품에 대한 기호도 변하고 있다.

더우기 물가의 상승과 가처분소득의 감소로 소비자들은 식비지출을 억제하기 위해 대체품이나 기타 상품을 이용하고 있으며 값이 비싼 것은 구입을 기피하고 있다.

### (1) 생산자가격

82년에 있어서 식품의 생산자가격의 상승률은 불과 1%로 전년도의 2.2%에 비하면 감소한 것으로 추정된다.

82년 1~9월은 식품 및 사료(飼料) 가격은 0.6% 상승한데 불과하다. 이와 같이 가격이 안정된 것은 농산물가격이 침체하였고 임금, 광열비, 포장, 운송비의 상승이 소폭에 그쳤기 때문이다.

### (2) 고 용

식품공업의 생산노동자수는 82년 말에는 전년도에 비해서 2%가 감소한 약 1,107,000명이며 이는 6년 사이에 최저수준이었다. 부문별로

는 볼트주(酒)(-7.4%), 곡물제품(-5.2%), 과일·야채통조림(-4.7%), 육제품(-3.7%)이었으며 증가한 부문은 청량음료(+2.2%), 냉동과일·야채통조림(+1.3%), 그외도 약간의 증가를 보인 부문은 낙농제품과 제빵부문이었다.

### (3) 합병과 흡수

시장의 침체, 고금리, 과잉생산을 타개하기 위해 식품가공업자들은 합병과 흡수를 82년의 경영전략으로 내세운 한편 신규 설비투자를 축소하였다. 실제로 82년의 식품업계의 합병 및 흡수건수는 지난 해에 비해 최고수준이었으며 82년 중반까지의 흡수건수는 345건에 달해 전년도 보다 20%가 증가하였고 82년 전체적으로 합병 및 흡수건수는 700건 이상으로 추정된다.

82년 6월, 미법무성은 합병 특히 제조업자와 소매업자와의 합병에 관한 규제를 완화하는 새로운 가이드라인을 발표함에 따라 많은 기업이 합병 등으로 발전을 기하게 되었던 것이다.

### (4) 이 윤

82년 식품가공업자들의 이윤은 좀처럼 늘지 못했다. 상반기의 이윤은 전년동기에 비해서 4%가 감소하였던 바, 자산이 2,500만불 이하의 중소기업은 약19%, 2,500만불 이상의 대

기업은 1.8%의 감익(減益)을 보았다.

## 2. 식육(食肉), 육제품(肉製品)

식육, 육제품산업의 대부분은 ① 식육포장 공장, 소시지 및 기타 식육가공품, ② 식육해체공장 및 식육, 계란가공이다. 이중 전자는 식육, 육제품공업 총출하액의 85%를 차지하였고 82년 출하액은 전년도 보다 2%가 증가한 6,590억불로 추정되며 실질성장율은 불과 0.3%에 그쳤다.

### (1) 소비패턴의 변화

76~81년 사이에 1인당 식육소비량은 204.6 파운드에서 207.5파운드로 증가했으나 82년은 75년이래 처음으로 200파운드 이하로 떨어진 것으로 추정되는데 요인은 1인당 돈육소비량이 15% 감소했기 때문이다. 소비량이 감소한 것은 돼지의 사육감소로 인한 도매가격 상승으로 소비자들이 구매를 기피했기 때문이다.

77~81년은 우육의 소비자가격은 연간 13.6%, 돈육과 조육(鳥肉)은 각각 4.9%, 6%가 상승하였으나 82년 1~7월에는 반대로 우육가격의 상승율은 2.2%인데 반해서 돈육은 10.8%, 조육은 5.4%이다. 82년의 1인당 우육소비량은 1% 이상 감소했으며 또한 20년이래 주요 육류의 소비량이 감소한 해이기도 하다.

### (2) 전 망

83년의 살고기부문은 7년 계속 저성장이 예상된다. 생산량은 82년 보다 1.4%가 감소할 것으로 보이며 우육생산은 비교적 안정되고 사료공급도 충분하며, 가격은 약 3%가 상승할 것으로 예상된다.

우육생산업자들은 그간의 부진을 만회하기 위해 현재보다 낮은 시세에 응할 기미는 없을 것으로 보인다. 한편 돈육가격은 약 3.5% 상승할 것이며 생산량은 2.5%가 감소할 것으로 보인다.

## 3. 우유, 유제품(乳製品)

우유, 유제품공업은 액유(液乳), 치즈, 농축유 및 연유(煉乳), 아이스크림 및 칠드더저어트버터 부분으로 구성되어 있다.

82년의 우유, 유제품의 출하액은 전년도에 비해 4.6%가 증가한 384억불로 추정된다. 77년 이후 1인당 우유, 유제품의 소비량은 감소했고 82년은 전년도 수준인 544포인드였으며 생산자가 가격은 가공식품의 1.9%증가 보다 낮은 1.5%의 증가를 보였다.

### (1) 액 유

82년 액유출하액은 전년도에 비해 2.6%가 증가하여 우유, 유제품 출하액의 약 50%를 차지하였다. 1인당 액유소비량은 전년도 보다 감소한 240.1 파운드였으며 77년 이후 연간 1.3%의 감소이다.

감소원인은 출산율의 저하, 소비자의 기호 변화 콜레스테롤에 대한 관심 때문인 것으로 보인다.

전유(全乳)는 액유전체의 50% 이상을 차지하고 있으나 전유나 탈지유 대신 요구르트나 저지방우유에 대하여 인기가 높아지고 있다.

77~82년은 유산제품인 요구르트의 1인당 소비량은 연간 3.1%가 증가했으며 82년은 2.8파운드에 달한 것으로 보인다. 동기간중 1인당 저지방우유의 소비량은 연간 4.4%가 증가하여 요구르트 소비량을 상회하였으며 82년에는 77.1 파운드로 추정된다. 반대로 1인당 전유 및 탈지유의 소비량은 연간 각각 4.2%, 17%가 감소하였다. 대부분의 소비자들은 요구르트는 저칼로리 음료로서 편리하고 짙은 간식품으로 인식하고 있다.

### (2) 치즈

82년 치즈 출하액은 내추럴 치즈와 프로세스 치즈를 합해서 우유, 유제품전체의

29%를 차지했으며 8.4%가 증가한 112억불에 달한 것으로 추정된다.

77~82년은 1인당 치즈 소비량은 연간 3.3%가 증가했으며 소비자들에게는 영양가가 높은 용도넓은 식품으로 전년도에 비해서 4.6%가 증가한 18.2파운드에 달한 것으로 보이며 77년이후 미국산 치즈의 1인당 소비량은 연간 2%로 증가하였고 82년은 9.6파운드에 달한 것으로 보인다. 또한 동기간중 특제치즈 및 고급치즈의 1인당 소비량은 연간 4%로 증가했으며 소비량은 8.4파운드에 달한 것으로 보이며 코티지 치즈의 소비량은 4.3파운드로 보합세를 보여 왔는데 이는 중량조정에 관심이 깊은 소비자들이 코티지 치즈에서 요구르트로 전환했기 때문이다.

### (3) 가당(加糖) 및 무당연유(無糖煉乳)

가당연유 및 무당연유의 82년 출하액은 46억불로 우유, 유제품 전체의 12%를 차지했으며 1인당 소비량은 7.1%가 감소한 6.5파운드이다.

77~82년은 연간 43%가 감소했으며 가당연유 및 무당연유는 주로 조리용으로 사용되기 때문에 즉석식품이 나오면서부터 수요가 줄어들고 있다.

### (4) 아이스크림 및 칠드디저어트

아이스크림 및 칠드디저어트의 82년 출하액은 우유, 유제품 전체의 약 8%를 차지했으며 전년도에 비해 5.5%가 증가한 30억불에 달한 것으로 추정된다.

아이스크림의 주요 소비자인구 감소로 냉과 수요에 영향을 주었고 이로 인해 아이스크림 및 칠드디저어트의 1인당 소비량이 감소하여 77~82년의 연간 감소율은 아이스크림 0.8%, 아이스밀 1.9%, 셔벗 4.4%이며 또한 82년의 소매가격은 1.8%의 상승에 불과했다.

### (5) 버 터

우유, 유제품의 최소부문인 버터의 82년 출하액은 4.4%가 증가한 13억불로 추정된다.

77~82년은 버터 1인당 소비량은 연간 0.5%의 비율로 감소하였으나 마가린은 반대로 0.5%가 증가하였던 바 이는 소비자들이 콜레스테롤과 가격에 깊은 관심을 가지고 있기 때문이며, 82년의 소매가격은 파운드당 2.06불로 마가린가격 75센트에 비하면 두배 이상이다.

### (6) 전 망

우유, 유제품의 83년 출하액은 전년도 수준으로 예상된다.

또한 82~87년은 우유, 유제품의 출하액은 연간 0.1%의 증가에 그칠 것으로 보이며 새로운 기술이나 제품의 개발로 80년 중반까지는 낙농산업의 전망에 대해 변화가 발생할지도 모를 일이다.

## 4. 과일, 야채가공품과 특제품

가공청과(加工靑果) 및 특수식품은 ① 통조림, ② 냉동, ③ 건조(탈수) 청과, 스프, ④ 피클수소스, 사라다드레싱으로 분류된다.

청과 및 특제품의 82년 생산량은 매각분과 재고를 합해서 전년도에 비해 약 9%가 증가한 316억불로 예상된다.

### (1) 통조림제품의 수요침체

과일, 야채통조림 및 특제품의 82년 생산량은 9.2%가 증가한 145억불이 증가하였으나 실질적으로는 0.6%의 증가에 불과하다. 대부분의 소비자들은 신선 또는 냉동야채를 좋아하기 때문에 통조림야채의 수요는 저조하였다 소금을 대량으로 함유하는 통조림 보다는 생선, 냉동제품이 건강상 유익하다고 믿는 소비자들이 늘어나고 있다. 78~82년중, 과일, 야채통조림 종류의 소비자들이 상승률은 거의 변하지 않은 8~10%이다. 통조림제품 중에서 증가를 보인 것은 과일쥬스와 토마토제품이

다. 낮은 값은 있으나 70년대 후반에 과일통조림 업체들은 소비자의 기호에 맞추어 사탕이 진한 것으로부터 엷은 시럽으로 전환하고 있다.

토마토의 통조림 및 멕시코산 통조림 수요가 지난 수년동안 증가하고 있는데 이는 라틴아메리카계의 인구의 급증과 소비자들이 저렴한 단백질을 다른 곳으로부터 찾고 있음을 보여 주고 있는 것이다.

소비자들의 통조림제품에서 냉동생선 식품으로의 전환으로 1인당 과일소비량중 과일통조림의 비율은 77년의 14%에서 82년에는 11.4%로 감소했으며 반대로 동기간중 과일의 비율은 60~62%로 증가하였다.

77~82년의 1인당 통조림야채의 소비량은 과일통조림의 경우와 유사하여 55.3파운드에서 51.5파운드로 감소하였다. 또한 야채의 총 소비량에 차지하는 통조림 비율은 23.1%에서 21.1%로 떨어졌으며 신선야채의 소비량은 양과 비율면에서 모두 증가하였다.

세계적인 경제불황과 달러화의 강세로 82년의 과일·야채통조림의 수출액은 12.2%가 감소한 3억 5,200만불이며, 과일통조림의 대수입국인 캐나다, 멕시코, 불란서 및 대서독수출량이 감소하는 한편 대일수출은 보합세를 보였다.

## (2) 냉동식품

82년의 냉동식품 출하액은 전년도에 비해서 11%가 증가한 108억불이며 가공, 수송, 저장에 따른 전력요금의 인상으로 냉동식품가격은 상승하였다. 또한 냉동과일 및 냉동야채의 가격은 각각 12%, 7%가 상승했으며 78~81년은 양자평균 연간 9%가 상승하였다.

82년의 1인당 냉동과일 소비량은 12.6파운드로 약간 감소했으며 냉동야채는 30.5파운드로 약 1%가 증가하였으나 이는 조리시간을

절약키 위한 식품이나 냉동식품이 증가했기 때문이다.

해외의 수요감소 및 달러화의 상승에도 불구하고 82년의 냉동식품의 수출액은 27%가 증가한 3억불에 달했으며 지난 수년간 수출액중 약 1/2은 캐나다 및 일본에 대한 수출이며, 냉동식품수출의 1/2 이상은 감귤, 약 15%는 감자제품이다. 한편 수입액은 멕시코로부터의 냉동딸기의 수입감소로 16%가 감소한 5,300만 불이었으며 90% 이상은 멕시코산이다.

## (3) 전 망

83년의 과일, 야채가공산업의 전망은 77년 이후 처음으로 실질적인 이익을 보게될 것으로 보인다. 최대부문인 과일, 야채통조림 및 특제품은 무균통조림쥬스, 나트륨함유량이 적은 통조림야채시럽을 엷게한 과일통조림 및 진공포장의 레토르트요리에 밀받침되어 약 1.6%의 증가가 예상되며 다음으로 큰 부문인 냉동식품은 약 30%의 증가가 예상된다.

## 5. 베이커리식품

82년의 베이커리식품의 출하액은 전년도에 비해 6.3%가 증가한 180억불이다. 총출하량의 3/4을 차지하는 빵, 케이크 및 관련제품부문은 전년도에 비해 6.6%가 증가한 133억불이며 쿠키 및 크래커의 출하액은 5.6%가 증가한 47억불이다.

82년의 빵, 케이크산업의 주요 문제점은 사탕의 가격변동 및 소비자 기호의 변화이다. 사탕가격의 변동으로 과자부문이 영향을 받았으며 또한 기업들은 제품의 배분을 소비시장의 변화에 신속히 적응시키지 않으면 아니되었다.

한편 무표백빵이 증가하고 있는데, 이는 소비자 기호의 변화를 제조기업들이 인식하고

있음을 보여준 것이며, 또한 사탕이나 나트륨 함유량이 적은 빵을 찾는 소비자들도 증가하고 있다.

### (1) 무표백빵과 표백빵

표백빵보다 무표백빵을 영양가가 높다고 보는 소비자가 늘어나고 있다. 이와 같은 수요에 비추어 많은 기업들이 소맥중심으로 혹은 소맥빵과 같은 특수빵을 대량으로 판매하였다. 그러나 수요가 한정되어 인고 종류에 따라서는 가격인상에 장해가 되기 때문에 기업들은 제품시장의 복잡성을 재인식하고 있다.

표백빵의 매상을 올리기 위해 기업들은 부피가 큰 영양배합의 표백빵을 판매하였다. 82년에도 제조업자들은 표백빵의 영양가가 높다고 강조하였으며 이것이 표백빵의 소비감소에 제동을 걸 가능성은 있다.

### (2) 가격변동

82년에 빵, 케이크산업용 농산물가격은 평균적으로 떨어졌다. 81년 9월부터 82년 9월까지 소맥분가격은 5.9% 하락하였으며 1년간의 사탕수수(산물) 가격은 1.6% 상승했으며 사탕무우(산물) 가격은 11%가 하락하였다. 기타 원료로서 콘시럽은 32.5%, 정제식물유 21%, 쇼오트닝(산물)은 3%가 각각 하락하였다. 불가의 하락으로 82년의 소매가격상승은 소규모적이었다.

사탕의 가격변동대책으로 빵, 케이크 회사들은 식품가공업체인 Sugar Users Group을 결성, 국제사탕시장의 가격변동을 감시하기로 하였다. 조직목적은 사탕가격의 안정을 촉진하고 저렴한 사탕대체물의 사용을 확대하는 일이다.

82년에도 빵, 과자제조업자들은 사탕의 대체물이용을 추진하여 특히 옥수수를 원료로한 제품의 이용을 확대하였다. 75년 이후 빵이나 롤빵, 케이크에 콘시럽을 사용하는 비율이 증

가하고 있다.

81년 8월부터 82년 8월까지 빵, 케이크제품의 소매가격은 전체적으로 9.1%가 상승하였고 특제품의 가격상승은 3.8~6.5%내에서 변동하였다. 표백빵은 4.7%, 기타빵은 3.8%가 상승하였다.

### (3) 고용감소

제빵산업에 종사하는 노동자수는 80년부터 82년까지 약 4%가 감소했는데 이는 경제불황 및 자동화의 영향인 것이다. 시간당 평균임금은 동기간에 15%가 상승하였다. 또한 전고용자수의 3/5이 제조부문에 종사하고 있으며 기타는 판매직이나 관리직이다.

### (4) 기술개발

82년에 기업들은 잇따라 프로그램이 가능한 전자제어장치를 제조공정에 투입, 생산공정의 간소화, 품질관리, 포장공정의 효율화를 목표로 하였다. 케이크 제조업자들도 최근에는 이 장치를 도입하였는데 지금에 와서는 쿠키, 크래커 제조업자들에게도 파급되고 있다.

포장 뿐만 아니라 원료의 혼합을 자동적으로 하기 때문에 오차를 줄이고 있으며, 원료·혼합비율이 일정하기 때문에 제품의 균일화도 높아지며 공장에서 품질관리도 용이하다.

### (5) 기 타

79년부터 81년까지 슈퍼마켓내의 빵판매 점포수는 7,900에서 10,600개점으로 증가했으며 82년은 새로 954개 점포(9% 증가)가 증가하였다.

### (6) 전 망

83년의 빵, 케이크부문의 출하액은 2%가 감소될 것으로 보이며 쿠키 및 크래커부문은 1.6%가 증가할 것으로 예상된다.

쿠키 및 크래커부문중 크래커의 수요는 쿠키보다 증가할 것으로 예상하고 있는데 이는 쿠키의 주요 소비층인구가 매년 감소하고 있고

성인들은 일반적으로 사탕이 들어있지 않는 크래커나 스낵을 좋아하기 때문이다.

이와 같은 사정으로 인해 83년도 사탕이나 나트륨함유량이 적은 제품의 시장은 계속 증가할 것으로 예상된다.

고속혼합기의 도입으로 생산시간이 단축되는 한편 유통시스템의 개선으로 에너지와 노동집약형 산업의 코스트는 더욱 삭감될 것이다. 82~87년의 빵, 케이크제품의 출하액은 연율 0.2%가 감소할 것으로 전망된다.

## 6. 과 자

82년 과자산업의 출하액은 전년도에 비해서 6.5%가 증가한 64억불에 달한 것으로 추정된다. 초콜렛 및 캔디류가 이 산업을 독점하고 있으며 82년에는 과자 총판매액의 85%를 차지하였고 출하액은 전년도에 비해 8%가 증가한 56억불에 달한 것으로 보인다.

82년 과자의 소비자가격은 약 3%가 상승하였는데 이는 사탕가격이 안정되고 코코아, 낙화생가격이 하락했기 때문이다.

이와 대조적으로 80년과 81년의 소매가격은 사탕, 코코아, 낙화생가격의 변동으로 11% 및 12%가 각각 상승하였다.

### (1) 캔디바의 대형화

82년은 캔디바의 중량증가로 77년 이후 처음으로 온스당 평균소매가격이 하락하였다. 따라서 모든 캔디바의 제조업자들이 중량을 증가시킨 결과 82년 온스당 소비자가격은 79년과 거의 동일하였으며 77~81년까지의 온스당 캔디바의 가격은 약 10% 상승하였다.

한편 82년의 광고비는 15%가 증가한 2억불로 예상되며 과자제조업자들은 신제품의 소개 및 캔디바의 판매촉진에 힘을 기울였던 것이다.

### (2) 원료공급

사탕, 코코아 및 낙화생은 과자원료비의 약 60%를 차지하고 있다. 82년의 사탕가격은 전년도에 비해 보합세였으나 낙화생가격은 약 9%가 감소하였으며 코코아가격은 하락하기 시작해 82년 중반까지 코코아두의 가격은 2년간 저가를 보였다.

### (3) 산업구조

과자제조업자들은 조직력이 강한 소규모기업 또는 매다형기업의 소회사들이 많다. 과자산업을 독점하는 10개사중 8개사까지가 이와 같은 회사들이다.

82년의 고용자수는 전년도에 비해 약 4%가 증가한 58,000명으로 추정되며 생산노동자수는 전체의 약 4/5를 차지하였다. 과자제조 노동자들의 82년도 시간당 평균임금은 7.1불로 전년도에 비해 7%가 상승하였다. 시간당 생산량은 지난 10년간 증가해 왔으나 82년은 처음으로 감소하였다.

### (4) 무역

82년의 과자제품(파일포함)의 수출은 수량, 금액 모두 감소했는데 이는 달러화 상승 및 북아메리카 최대의 거래대상국인 캐나다 및 멕시코의 경제불안에 기인한 것이다.

82년의 과자수입량, 금액은 각각 7%, 4%로 증가했으며 그 중 미국계 기업의 해외 자회사로부터의 캔디수입의 비율이 증가하였다. 달러화시세가 높기 때문에 82년 초코렛과 캔디의 파운드당 평균수출액은 1.6불로 상승하였고 수입액은 1.16불로 3%가 감소하였다.

### (5) 전망

83년의 과자제품의 출하액은 실질적으로 3.8%가 증가할 것으로 예상된다. 과자제품가격은 안정될 것으로 보이나 캔디바의 중량은 감소할 것이며 원료공급은 순조로울 것으로 예상된다.

사탕 및 코코아의 공급변동으로 원료비가

현저한 영향을 받지 않는 한 과자제품의 가격 변동은 적을 것이며 또한 82~87년까지 과자제품의 출하는 연평균 3.4%가 증가할 것으로 전망된다.

## 7. 알콜음료

알콜음료부분은 몰트주, 와인 및 브랜드, 증류주로 구분된다. 알콜음료의 82년 출하액은 전년도에 비해 8.9%가 증가한 117억불에 달한 것으로 추정되며 상인 1인당의 알콜소비량은 약간 감소하였다.

### (1) 몰트주

82년의 몰트주의 출하액은 전년도에 비해 8%가 증가한 110억불이며 실질성장율은 1.2%이었다. 또한 같은 연도의 맥주 및 에일의 소비자가격의 상승은 불과 5%였는데 이는 맥주회사의 격심한 판매경쟁으로 인한 것이다.

77~81년까지 생산자가격은 연율 17%가 상승했으며 소비자가격도 동기간에 8%를 상회하였다. 82년 수입맥주의 소비량은 최고수준을 기록했으며 몰트주의 수입액은 전년도보다 14%가 증가한 한편 수입량은 10%증가에 머물른 것으로 추정된다.

### (2) 와인 및 브랜드

와인의 국내소비량은 77~81년까지 연간 6% 이상의 증가에서 82년은 약 3%로 떨어졌으며 또한 와인 및 브랜드 출하액은 10%가 증가한 28억불에 달한 것으로 추정된다.

달러화의 상승과 가격에 민감한 소비자들의 구매관제로 82년의 수입와인은 와인시장에서 큰 점유율을 차지했으며 외국산 와인과의 경쟁격화에도 불구하고 82년 국산와인의 도매가격은 전년도에 비해 9%가 상승한 것으로 추정된다.

소비자가격에 있어서는 저가격의 수입와인의 수요가 낮고 가격상승이 억제되어 있기 때문에 5%의 상승에 그쳤으며 또한 76~81년까지의 와인소비자가격의 연간상승율은 평균 9%이었다.

### (3) 증류주

증류주의 82년 출하액은 10%가 증가한 35억불에 달한 것으로 추정되며 실질성장율은 4.7%이다. 소비량의 감소에도 불구하고 알콜도수가 낮은 제품으로의 소비자의 전환을 볼 수 있으며, 72~82년의 동출하액의 연간증가율은 2.6%이다.

실업률 및 경제불황이 증류증류주의 수요에 영향을 미쳤으나 저급주 및 고급주의 매상은 연간 호조를 보였다. 수요의 침체 및 소비자의 기호변화에 대응해서 증류주 제조업자들은 불용설비처분과 노동력 삭감으로 조업을 제한하였다.

82년의 증류주산업에 종사하는 생산노동자수는 9%가 감소한 10,000명이며 72~82년까지의 동노동자수의 감소율은 연평균 4%이다.

### (4) 전 망

83년의 알콜음료산업의 전망은 복잡하다. 성인의 인구증가율이 낮기 때문에 소비량의 대폭적인 증가는 어려울 것으로 보이며 한편 알콜음료 시장에서의 경쟁은 격화될 것이다.

알콜음료의 83년 출하액은 실질성장율은 4%에 이를 것으로 보이며 종류별 출하증가율은 몰트주 1%, 증류주 3%, 와인 및 브랜드 2.6%로 예상되며 앞으로 수년간 알콜음료의 소비는 확대될 것이며 제조업자들은 판매증가를 위한 새로운 방법을 모색할 것으로 보이며 82~87년의 알콜음료 출하액의 실질성장율은 4%로 전망된다.