

企劃記事 / 先進國의 食品産業 動向

日本의 食品産業

金 溶 澤

〈롯데製菓(株) 中央研究所 課長〉

오늘날 食品産業의 영역은 매우 넓어서 農水産物의 生産에서부터 저장, 加工, 流通, 外食産業에 이르기까지 서로 연관되어 大事業群을 형성하고 있다. 세계적인 경제대국인 日本의 경우에는 더우기 그렇다고 할 수 있다.

2次大戰後 경제의 급성장에 의한 國民所得의 확대 상승을 배경으로 하여 日本의 食生活는 서구화, 多樣化, 高度化, 간편화의 方向으로 改善되어 왔으며 이에 따라 飲食物品の 소비 패턴도 변화하여 왔다.

일본 食品産業의 發展은 2次大戰後 美國의 보호하에 平和産業인 生活物品産業의 發展에 힘입어 食品産業 自體의 技術向上, 新製品의 研究開發, 外資導入에 따른 新市場의 개척, 海外 食品의 輸入등을 통하여 生産性 向上과 併行한 消費者 요구에 대응하기 위한 기업들의 계속적인 노력의 결과라고 일컬어 진다.

1. 日本 食品産業의 위치와 구조

農水産物의 加工 製造業으로부터 발달된 日本의 食品産業은 1次加工技術이 발달하여 2次加工技術이 發展되고 최근들어 3次加工技術까지 발전하여 각각 加工段階의 商品市場이 形成되어 왔다. 여기에다 최근에는 3次加工品을 原料로하는 高度加工技術의 發見과 그것에 의한 商品의 開發 이외에 農水産物이 아닌 石油

石炭등을 原料로한 食品添加物의 제조기술의 開發까지 發展하였고 이들의 高度 技術의 융합에 의하여 관련된 有機化學 기타 産業部門에도 進出, 새로운 産業 部門을 形成하여 가고 있다.

전체 産業중에서 食品産業의 比重을 보면, 81년의 食料品 製造業의 生産額은 24조 1,727 억엔(약 83조원)으로 전체 産業의 10.7%를 차지하고 종업원 수는 111만 5천여명으로 전체의 10.6%를 점하고 있으므로 해서 生産額, 付加價値額, 雇面에서도 製造工業 가운데에서도 중요한 비중을 차지하고 있다(通産省資料 '81).

그 요인을 보면 食料品이 완전한 소모물자이고 生活必需品이라는 基本的인 體質과 他産業에 비해 경기에 덜 민감하다는 외에 製造技術의 發達이 多面化되어 있고 2次, 3次 加工 製品이 可能하다는 것과, 食生活의 多樣化, 高度化에 대응하여 量販體制를 형성, 그리고 高使用價値, 高付加價値 商品의 開發이 進行된 것 또한 技術혁신과 企業의 多角化가 싱크로 나이즈되어 관련 산업부문으로 진출이용이하다는 것 그리고 省에너지, 省資源의 기업노력이 성과가 있었다는 점 등의 이유로 인하여 安定 成長기조를 이루어 오고 있다.

食品産業을 이끌어 나가는 企業의 규모를 보면, 종업원 1,000명 이상을 고용하는 기업

〈表 1〉 食料品製造業 規模別 生産狀況(1981年)

従業員規模別	全 製 造 業			食 料 品 製 造 業			従業員規模別
	事業所數	生 産 額 (100萬圓)	構 成 比 (%)	事業所數	生 産 額 (100萬圓)	構 成 比 (%)	
合 計	436,382	225,575,344	100.0	52,178	24,172,762	100.0	合 計
4~ 9人	251,753	12,066,050	5.3	29,957	1,518,466	6.3	4~ 9人
10~ 19	87,989	14,182,226	6.3	10,101	1,937,739	8.0	10~ 19
20~ 29	41,245	13,469,563	6.0	5,253	2,054,926	8.5	20~ 29
30~ 49	22,339	13,667,663	6.1	2,542	2,279,680	9.4	30~ 49
50~ 99	18,814	23,003,910	10.2	2,517	4,438,060	18.4	50~ 99
100~199	8,207	23,651,039	10.5	1,172	4,914,344	20.3	100~199
200~299	2,448	15,151,066	6.7	333	2,303,855	9.5	200~299
300~499	1,736	21,344,720	9.5	200	2,306,266	9.5	300~499
500~999	1,190	30,272,554	13.4	87	1,886,889	7.8	500~999
1,000人 이상	661	58,766,554	26.1	16	532,539	2.2	1,000人 이상

注) 通産省「工業統計速報」

의 분포가 2.2%로서 다른 産業(철강: 52.4%, 중화학공업: 20.3%)에 비하여 중소기업이 많은 中位集中型의 2重, 3重 産業구조를 가지고 있다(표 1).

구체적인 규모를 살펴 보면 영세(4~9명) 14.3%, 소규모(20~49명) 17.9%, 中規模(50~199명) 38.7%, 中大規模(200~499명) 19%, 大規模(500명 이상) 10%로서 50명~499명 규모의 기업체 수가 전체의 57.7%에 달하여 중위집중형의 2重構造를 갖고 있다는 것을 쉽게 알 수 있다.

이와 같이 他産業에 비하여 구조적 후진성이 강한 면을 보이는 것은 食料品製造業이 農水産物을 原料로 하는 單純加工이 많고 大規模 設備投資를 하지 않아도 되었기 때문이다.

예를 들어 醬類, 淸酒 등은 家業의 성격이 강한 中位集中型이고, 菓子, 麵類 등은 典型的의 中小零細企業이 많다. 製油, 製粉 등은 大豆, 淸油, 小麥 등의 主産地에서 발달하였으나 최근에는 外國의 輸入原料를 많이 쓰게 되어 임해 공장이 발달하여 大規模 企業으로 發展하고 있다.

農産동조림, 水産동조림 등은 農協이나 農産

加工工場과 대규모 水産會社의 水産加工工場이 늘어나고 있어 지금까지의 中小工場과의 上下兩極化 현상을 보이고 있다.

백주, 증류주, 화학조미료, 양주 등은 일본 경제가 資本主義 國家 가운데서도 上位에 속하므로 다른 나라에서 볼 수 없는 近代化된 裝置産業으로 大型集中化, 中位集中化가 형성되어 있다.

乳業, 畜産加工 등은 5個 大메이커, 中企業群과 農協 등의 大型集中化와 中型集中이 併存하고 있다.

이상과 같이 일반적으로는 兩極分化的 方向으로 있다고 말할 수 있고 創業資本이 소규모로 만드시 大型化를 필요로 하고 있지 않기 때문에 中型集中化의 강한 면이 食料品製造業의 特質이라 말할 수 있겠다.

요컨대 日本의 食料品製造業도 현재의 中位集中型으로 되어 있으나, 世界的인 수준의 大企業을 갖고 있는 반면 手工業의 中小·零細企業도 存在하고 있는 경제적, 사회적 기반을 갖고 있고 후진성과의 二重構造가 좀체로 해소되지 않는 것이 또한 현실이다.

여기서 잠시 우리나라의 食品産業을 돌이켜

보면, 80년도 광공업통계 조사보고서(경제기획원)에 나타난 바와 같이 기업 규모에 있어서 중업원 50인 이하의 기업이 전체(4,617 업체) 食品製造業體의 87.8%(4,051개 업체)가 되고 이들 기업의 生産額 비율은 전체(4조 8,781억원)의 9%(4,376억원)에 불과한 영세하고 생산성이 매우 낮은 실정이고 보면 日本의 그것과는 상당한 차이를 실감할 수 있고 이 분야에 종사하는 사람들의 보다 많은 노력이 요구되고 있다.

2. 日本 食品産業의 市場動向

日本通産省의 工業統計速報에 의하면 食料品 製造業의 전체 事業所의 총생산액을 볼 때 1980년이 22조 6,025억엔, 1981년이 24조 1,728억엔, 1982년(추정)이 25조 4,061억엔으로 보고 있다.

이것을 베이스로 보고 소매가격의 총규모는 (추정 : 생산자가격 = 소매판매가격 × 0.75) 82년도의 추정가격으로 33조 8,748억엔에 달하고 있다.

년도별로 볼 때 商品群의 順位에는 큰 변화가 없으나 酒類와 小麥粉 및 그 2차 加工品の 比重이 높아지고 있는데 이들 두 商品은 行政介入이 강한 商品으로서 주류는 酒稅와 價格



의 引上이 종종 계속되고 小麥粉 및 그 2차가 公品은 食管會計의 積자를 줄이기 위해 價格 引上이 되어 왔기 때문이다(表 2).

이외에 同類의 食品群 속에서도 부침이 있어 예를 들면 飲料類, 調味料類, 酒類, 冷凍食品등이 그 좋은 예이다.

酒類에서 洋酒의 成長이 鈍化되었고 소주와 와인이 신장하고 있으며, 嗜好飲料 中에서도 테규라커피가 늘어나고 인스탄트 커피와 홍차류의 신장세가 나빠지고 있다. 또 아이스크림과 과자류도 商品群 内部에서의 세어를 차지하기 위한 자리다툼이 심한 것은 말할 나위 없다.

〈表 2〉 食料品製造業 部門別生産構成比(1981年度)

部 門 別	生産額 (100萬엔)	構成比 (%)	部 門 別	生産額 (100萬엔)	構成比 (%)
① 畜産加工	3,884,867	16.1	⑨ 清涼飲料	846,363	3.5
② 酒類	3,442,426	14.2	⑩ 砂糖	691,144	2.9
③ 빵·菓子	3,269,661	13.5	⑪ 製麵類	603,782	2.5
④ 水産加工(除缶詰)	2,881,209	11.9	⑫ 農水産缶詰	549,648	2.3
⑤ 飼料	1,596,833	6.6	⑬ 製茶, 커피	449,169	1.9
⑥ 精米, 精麥, 製粉, 기타의精穀	1,419,065	5.9	⑭ 澱粉, 물엿等	318,372	1.3
⑦ 調味料額	1,199,239	5.0	⑮ 冷凍食品	296,544	1.2
⑧ 油脂·同加工品	971,856	4.0	⑯ 其他	1,752,581	7.3
			計	24,172,762	100

※ 通産省「工業統計速報」에서

일본 시장에 있어서 食生活의 向上, 소비자의 요구 變化, 生産者의 原料 轉換, 技術革新, 企業의 付加價値추구 등으로부터 商品의 라이프사이클도 변하고 이에 따라 商品別 마케트 규모도 크게 좌우되고 있는데 최근의 그 경향을 요약하면 다음과 같다.

① 日本 경제의 高度成長期에는 量産·量販體制가 確立되었으나 그후 低成長期에 들어서서 商品의 多樣化, 高級個性化가 이루어 지고 있다.

그 구체적인 예로서 요구르트, 울무, 참깨 두부, 영지버섯, 식초, 두유, 소맥배아유, 스포츠음료등의 健康食品의 개발 판매와 일반 가공食品에 실증이 난 소비자들이 量보다 質을 찾는 경향에 맞추어 호화包裝의 고급라면 개발과 냉동, 냉장기술의 발전에 의한 냉동식품의 급증으로 高品質食品의 등장, 그리고 生活樣式의 西歐化, 핵가족화, 女性의 社會進出, 독신주의의 증가등 사회적 變化에 의한 요청에 따른 패스트푸드 전문점, 델리카테센등의 外食産業의 등장을 들 수 있겠다.

② 低成長期와 第1次 오일쇼크후 省에너지, 省資源, 省資材를 반영하고 企業의 合理化와 技術革新이 이루어져 商品의 實質化(使用價値추구)와 高付加價値化가 이루어 지고 있다.

③ 국제해양법 제정에 따라 水産物을 즐기는 日本人들에게 水産資源의 부족을 가져왔고 이에 대해 資源의 輸入과 水産加工製品의

수입이 늘어나 국내의 마케트 擴大의 原因이 되었다.

④ 경제 발전으로 歐美 先進國과의 무역 마찰에 대한 對應策으로서 輸入中點品目 속에 農畜産物과 그 加工品 및 酒類가 끼어 있어 日本 전체 市場을 늘이는 결과가 되었다.

그러나 좀더 內面的인 최근의 問題에 접어들면 경제의 低成長時代에 접어들어 소비의 위축으로 인하여 食品 需要量은 크게 늘지 않는 반면, 거의 大部分의 資材 및 原料를 外國으로부터 輸入에 의존하고 있고, 직접 소비자를 상대해야 하는 消費材로서 코스트의 變動에 따라 價格을 수시로 引上, 引下할 수 없다는 소위 V(불륨), P(가격), C(코스트) 문제에 當面하고 있고 이를 타개하기 위한 몸부림으로 合理化, 商品의 多樣化에 모든 기술을 동원하고 있는 것이 또한 현실이다.

한편으로는 보다 安定的인 事業을 위한 노력으로 의약품 업계로 진출하는 業體가 늘어나고 있는데 이는 미생물과 같은 관련이 있는 醱酵, 유업등의 食品企業과 생화학 研究所를 설립 發展시킨 회사들이며 최근 들어서는 유전자공학과 기타 관련 산업의 급격한 발전으로 遺傳子 조작기술, 醱酵, 酵素利用의 確大 등으로 새로운 미생물의 발견의 기회가 늘어남에 따라 食品業界에서도 의약품에로의 進出 뿐만이 아니라 食品自體의 發展에도 무한한 가능성을 내다 보며 도전하고 있다. ■