

2017.10.16.



1. 소비시장 현황



2. 소비시장 규모



3. 소비자물가지수 분석

가공식품 마켓리포트

식육가공품편



농림축산식품부



한국농수산식품유통공사

1. 소비시장 현황

- 햄, 소시지로 구성된 식육가공품의 국내 시장은 CJ제일제당, 롯데푸드, 동원F&B, 대상, 목우촌, 사조대림, 진주햄 등이 참여하고 있음
- 2017년 식육가공품 시장은 수요 촉진을 위한 ‘제품의 프리미엄화’와 소비자들의 다양한 니즈에 부합하는 ‘색다른 맛 출시’로 요약해볼 수 있음

① 제품의 프리미엄화

- CJ제일제당 ‘더 건강한 냉장햄 3종’은 김밤햄, 슬라이스햄, 라운드햄으로 구성되어 있으며, 무항생제 돼지고기를 사용해 안심하고 먹을 수 있는 프리미엄 햄 제품임. 또한 인공감미료인 아질산나트륨 대신 자연에서 얻은 재료만을 사용하여 보존성을 강화한 것이 특징임
- 진주햄 ‘천하장사 더블링 2종’은 더블링 콰트로치즈와 참치마요의 2가지 맛으로 차별화한 제품임. 날개로 포장되어있어 편리하게 이용할 수 있으며, 편의점을 중심으로 판매되고 있음. 새로운 맛과 형태는 고객들의 높은 호응을 이끌어 출시 이후 15일 만에 100만개를 판매하기도 함¹⁾
- 동원F&B ‘오븐&통그릴 3종’은 육즙, 식감 등을 그대로 살리기 위해 돼지고기 살코기를 그대로 맞춤 제조과정(Grinding for Whole-Meat)으로 제조된 육가공 제품임. 200도 이상의 직화열풍으로 구워, 씹는 맛이 좋고 육즙이 많은 것이 특징임. 블랙퍼스트소시지와 폭찹스테이크 오리지널/스파이스 햄으로 구성되어 있으며, 반찬, 안주뿐만 아니라 캠핑용으로도 활용될 수 있음

② 색다른 맛 출시

- 진주햄 ‘맥소 2종’은 기존의 오리지널맛 외에 화끈한 불맛을 추가하여 브랜드 리뉴얼을 단행함. 혼술 및 혼밥족의 증가로 편의점 이용 빈도수가 증가한 점에 착안하여 만든 제품임. 돼지고기 75%를 함유하여 식감과 풍미가 좋으며, 특히 새롭게 추가된 ‘맥소 화끈한 불맛’은 고급스러운 색의 패키지를 통해 2039세대를 겨냥한 것이 특징임

			
CJ제일제당 ‘더건강한 냉장햄 3종’	진주햄 ‘천하장사 더블링 2종’	동원F&B ‘오븐&통그릴 3종’	진주햄 ‘맥소 2종’

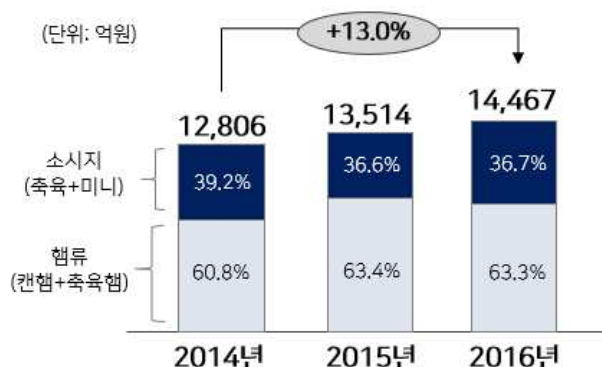
2. 소비시장 규모

- 간편식 시장 확대, 명절 선물 소비, 건강 원료 사용 등 제품 및 시장 변화에 따라 식육가공품 소매시장 규모는 꾸준한 상승세를 보이며 2014년 1조 2,806억 원에서 2016년 1조 4,467억 원으로 13% 증가함

1) 진주햄 ‘천하장사 더블링’ 출시 보름 만에 100만개 돌파, 파이낸셜뉴스, 2017.09.26

- 특히 진주햄은 2015년 대비 2016년에 20.1%의 성장세를 보였으며, 특히 주요 제품인 ‘천하장사’는 같은 기간 23.7% 성장함. 진주햄은 뽀로로, 라바 등 어린이 캐릭터를 이용한 신제품 출시로 타겟층을 확대하고 있으며, 참고로 중국에서는 ‘대력천장(大力天將)’이라는 자체브랜드로 중국 미니소시지 시장 점유율도 높여가고 있음

[그림 1] 식육가공품 소매시장 규모 추이



※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) - 식육가공품 소매점 매출액 기준임

- 2017년 2/4분기 매출액 기준으로 식육가공품은 할인점(34.5%)에서 주로 판매되고 있으며, 이어서 체인슈퍼(22.8%), 독립슈퍼(18.9%), 편의점(17.8%) 등으로 높게 나타남. 상위 4개 채널의 점유율은 94%임
- 2015년 대비 2016년 매출 변화를 살펴보면, 일반식품점을 제외하고는 모든 채널의 매출액이 증가하였으며, 특히 백화점(84.9% 증가)과 편의점(23.4% 증가)의 매출이 크게 증가함

[표 1] 식육가공품 소매 매출액 - 소매 채널별

(단위: 백만원, %)

구분	2015					2016					2017	
	1/4	2/4	3/4	4/4	합계	1/4	2/4	3/4	4/4	합계	1/4	2/4
할인점	170,751 (47.7)	110,440 (37.2)	207,458 (47.0)	90,808 (35.6)	579,457 (42.9)	175,323 (46.1)	107,745 (35.3)	211,128 (46.3)	108,483 (35.6)	602,679 (41.7)	180,018 (44.6)	112,656 (34.5)
체인슈퍼	73,640 (20.6)	62,017 (20.9)	91,843 (20.8)	53,302 (20.9)	280,802 (20.8)	80,752 (21.2)	69,292 (22.7)	94,803 (20.8)	65,573 (21.5)	310,421 (21.5)	85,169 (21.1)	74,370 (22.8)
독립슈퍼	57,299 (16.0)	63,191 (21.3)	74,129 (16.8)	49,727 (19.5)	244,346 (18.1)	58,843 (15.5)	61,470 (20.1)	70,118 (15.4)	57,196 (18.8)	247,627 (17.1)	62,598 (15.5)	61,684 (18.9)
편의점	36,334 (10.2)	38,867 (13.1)	44,429 (10.1)	41,573 (16.3)	161,203 (11.9)	42,281 (11.1)	47,266 (15.5)	55,501 (12.2)	53,872 (17.7)	198,920 (13.7)	53,448 (13.2)	58,069 (17.8)
일반식품점	17,478 (4.9)	19,245 (6.5)	20,729 (4.7)	17,335 (6.8)	74,787 (5.5)	16,380 (4.3)	16,804 (5.5)	17,633 (3.9)	16,291 (5.3)	67,109 (4.6)	15,753 (3.9)	16,385 (5.0)
백화점	2,368 (0.7)	2,908 (1.0)	2,904 (0.7)	2,612 (1.0)	10,791 (0.8)	6,588 (1.7)	2,903 (1.0)	7,288 (1.6)	3,176 (1.0)	19,955 (1.4)	6,866 (1.7)	3,432 (1.1)
합계	357,871	296,667	441,491	255,358	1,351,387	380,167	305,482	456,471	304,592	1,446,712	403,852	326,595

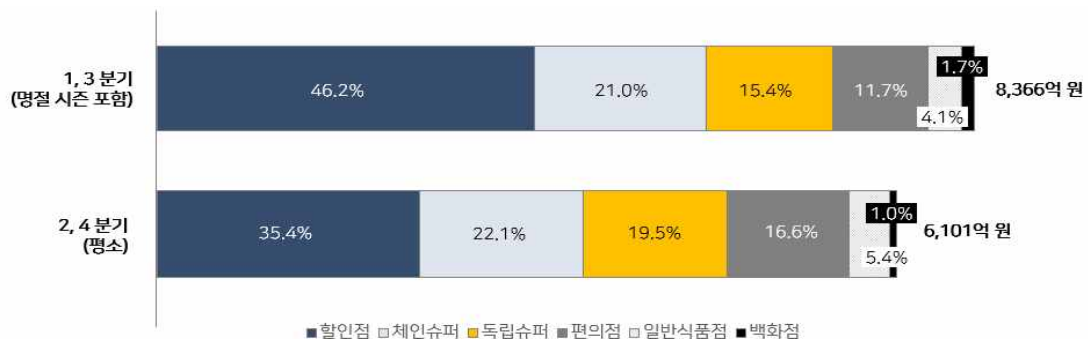
※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) - 식육가공품 소매점 매출액 기준임

1) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

MARKET REPORT

- 편의점은 다른 소매채널에 비해 접근성과 편리성이 좋다는 장점을 바탕으로 ‘천하장사’, ‘키스틱’ 같은 간식용인 미니소시지 판매가 높게 나타남. 반면 백화점은 설날이나 추석 등 명절선물세트로 햄세트가 많이 팔리는 채널이라는 특징이 있는데, 특히 2016년에는 김영란법으로 인해 3만원, 5만원 이하 선물세트 제품의 인기 여파로 햄세트가 주목을 받으며 1/4분기와 3/4분기 매출이 상승하며 2016년 전체 매출이 상승한 것으로 분석됨
- 식육가공품은 앞서 언급한대로 참치캔, 식용유 등과 함께 명절 대표 선물세트 구성품으로, 분기별, 채널별로도 판매 점유율에 차이가 나타나는 특징이 있음
- 우선 분기별 매출액을 비교해 보면, 명절이 포함된 분기(1,3분기)의 매출액과 평소(2,4분기) 매출액이 2천억원 정도 차이가 나타나고 있음
- 채널별 특징을 보면, 평소(2,4분기)에 비해 명절이 포함된 분기(1,3분기)에 할인점과 백화점의 매출액 점유율이 상승했는데, 이는 저렴한 가격 혹은 다양한 가격/크기별 제품 구성 등의 장점으로 명절 선물세트가 많이 팔리는 소매채널별 특징이 작용한 것으로 보임

[그림 2] 식육가공품 분기 매출 비교(2016년 매출액 기준)



- 2017년 2/4분기 매출 기준으로, 축육햄이 40.3%로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 이어서 축육소시지(32.7%), 캔햄(15.3%) 순으로 나타남

[표 2] 식육가공품 소매 매출액 - 제품 유형별

(단위: 백만원, %)

구분	2015					2016					2017	
	1/4	2/4	3/4	4/4	합계	1/4	2/4	3/4	4/4	합계	1/4	2/4
축육햄	105,945 (29.6)	119,970 (40.4)	128,649 (29.1)	98,391 (38.5)	452,955 (33.5)	114,793 (30.2)	123,678 (40.5)	136,021 (29.8)	116,780 (38.3)	491,272 (34.0)	123,243 (30.5)	131,721 (40.3)
캔햄	142,593 (39.8)	48,998 (16.5)	167,904 (38.0)	44,342 (17.4)	403,837 (29.9)	152,079 (40.0)	47,479 (15.5)	172,406 (37.8)	52,723 (17.3)	424,687 (29.4)	153,248 (37.9)	50,044 (15.3)
축육소시지	83,011 (23.2)	97,088 (32.7)	112,019 (25.4)	81,974 (32.1)	374,092 (27.7)	84,962 (22.3)	100,100 (32.8)	111,078 (24.3)	100,604 (33.0)	396,744 (27.4)	95,584 (23.7)	106,803 (32.7)
미니소시지	26,322 (7.4)	30,610 (10.3)	32,919 (7.5)	30,650 (12.0)	120,501 (8.9)	28,333 (7.5)	34,224 (11.2)	36,966 (8.1)	34,485 (11.3)	134,008 (9.3)	31,777 (7.9)	38,027 (11.6)
합계	357,871	296,667	441,491	255,358	1,351,387	380,167	305,482	456,471	304,592	1,446,712	403,852	326,595

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) - 식육가공품 소매점 매출액 기준임

1) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 합계 값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2) 축육햄은 사각햄, 베이컨, 김밥용햄, 라운드햄, 슬라이스 햄 등이 포함되며, 캔햄은 스팸, 런치미트 등 캔 안에 들어있는 햄 제품을 의미함. 축육소시지에는 비엔나소시지, 후랑크소시지 등이 포함되며, 미니소시지는 '레토르트'로 구분되는데 천하장사, 키스틱 같은 케이싱에 넣어 가열한 소용량의 소시지 등이 포함됨

- 식육가공품은 각 유형별로 소비 장소, 섭취 용도 등이 상이하여 시장점유율은 분기마다 차이를 보임. 축육햄이나 축육소시지는 베이컨, 김밥용햄, 비엔나소시지 등을 포함하며 이는 소풍, 캠핑 등 외부활동이 많은 2,3분기에 매출 상승세를 보임. 반면, 미니소시지는 간식용, 안주용으로 주로 섭취되어 분기에 상관없이 꾸준한 수요를 보이고 있는 것으로 해석됨

3. 소비자물가지수 분석

- 식육가공품의 소비자물가지수는 소시지와 햄 및 베이컨의 소비자물가지수를 기준으로 살펴봄. 소시지의 소비자물가지수는 2015년 1월 99.70에서 2017년 9월 96.47로 2년 9개월간 3.2% 감소했으며, 같은 기간 햄 및 베이컨은 7.2% 감소함
- 분석 기간에 기업들의 두드러진 가격 인상 이슈는 나타나지 않았으며, 2016년~2017년 1/4분기와 3/4분기를 중심으로 지수 변동이 크게 나타난 것은 명절특수로 인한 판매 제품 가격 변동분이 반영된 것으로 보여짐

[그림 3] 식육가공품 월별 소비자물가지수 추이



※ 국가통계포털(Kosis.kr)

소시지, 햄 및 베이컨 소비자물가지수(2015=100 기준임)

구분	소시지		햄 및 베이컨	
	소비자물가지수	전월비(%)	소비자물가지수	전월비(%)
2015. 01	99.70	-	99.36	-
2015. 02	101.09	1.4	100.49	1.1
2015. 03	100.04	-1.0	100.35	-0.1
2015. 04	99.62	-0.4	99.88	-0.5
2015. 05	100.11	0.5	99.44	-0.4
2015. 06	100.18	0.1	100.43	1.0
2015. 07	100.31	0.1	99.65	-0.8
2015. 08	100.08	-0.2	100.06	0.4
2015. 09	99.12	-1.0	99.48	-0.6
2015. 10	98.91	-0.2	100.31	0.8
2015. 11	99.76	0.9	100.01	-0.3
2015. 12	101.08	1.3	100.54	0.5

MARKET REPORT

구분	소시지		햄 및 베이컨	
	소비자물가지수	전월비(%)	소비자물가지수	전월비(%)
2016. 01	101.37	0.3	99.85	-0.7
2016. 02	101.68	0.3	95.63	-4.2
2016. 03	101.23	-0.4	99.63	4.2
2016. 04	101.02	-0.2	99.39	-0.2
2016. 05	101.26	0.2	98.93	-0.5
2016. 06	100.53	-0.7	94.57	-4.4
2016. 07	98.79	-1.7	93.07	-1.6
2016. 08	99.04	0.3	94.29	1.3
2016. 09	101.20	2.2	93.29	-1.1
2016. 10	101.45	0.2	93.34	0.1
2016. 11	96.92	-4.5	94.41	1.1
2016. 12	98.30	1.4	93.79	-0.7
2017. 01	100.49	2.2	94.28	0.5
2017. 02	98.23	-2.2	93.30	-1.0
2017. 03	96.43	-1.8	93.50	0.2
2017. 04	100.04	3.7	92.72	-0.8
2017. 05	97.35	-2.7	90.93	-1.9
2017. 06	99.26	2.0	92.01	1.2
2017. 07	96.72	-2.6	92.90	1.0
2017. 08	98.00	1.3	91.92	-1.1
2017. 09	96.47	-1.6	92.18	0.3

- 1) 본 리포트는 식품산업통계정보시스템(www.atfis.or.kr)의 가공식품 소매점 매출액 데이터를 기반으로 작성되었습니다.
- 2) 2016년 9월 4주(참치캔)까지 작성된 마켓리포트는 링크아즈텍코리아에서 제공한 소매점 매출액을 기준으로 작성하였으며, 2016년 9월 5주(어육가공품)부터 작성된 마켓리포트는 닐슨코리아에서 제공한 소매점 매출액을 기준으로 작성됩니다. 이전에 작성한 마켓리포트와 수치에 다소 차이가 있을 수 있으니, 이용에 참고하시기 바랍니다.