

CEO Focus 제269호 (2011. 7. 25)

작 성 : 이삼섭 수석연구원(6399-5964)

samlee@nonghyup.com

안상돈 수석연구원(6399-5956)

ahnss88@empal.com

정준호 연구원(6399-6015)

firegpl@nonghyup.com

감 수 : 성재경 경제사업연구실장(6399-5933)

sjk3017@nheri.re.kr

국내 식자재 시장 동향과 시사점

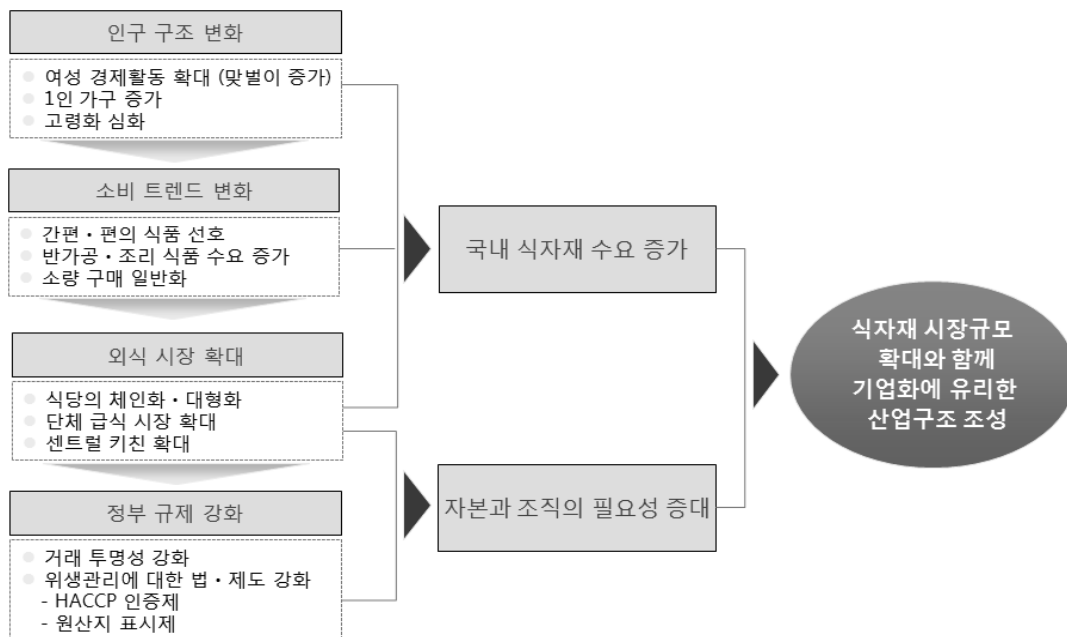
■ 목 차 ■

<요 약>

I. 식자재 시장 개요	1
II. 식자재 시장 동향	6
III. 시사점	18

< 요약 >

- 국내 식자재 시장 규모는 2010년 86.1조원에 이르며, 2005년 이후 연평균 10% 이상의 성장률을 나타내고 있음
 - 업체용 B2B 시장은 23.9조원(27.8%), 가정용 B2C 시장은 62.2조원(72.2%) 규모임
 - ※ 2008년 미국의 식자재 시장은 5,500억달러 규모임
- 극소수의 대기업과 다수의 영세 중소기업으로 구성된 생계형 구조임
 - 2009년 1,000억원이 넘는 식자재 업체는 5개사로 이들이 차지하는 시장점유비는 2.2% 임
- 2010년 업체용 B2B 식자재 시장 상품 비중은 농산물이 33.2%, 축산물 22.3%, 수산물이 12.0%, 가공식품 32.5%임
- 인구 구조의 변동은 식생활문화의 변화와 외식산업의 확대를 가져오고 있는 동시에 대기업에게 유리한 시장 환경을 조성하고 있음



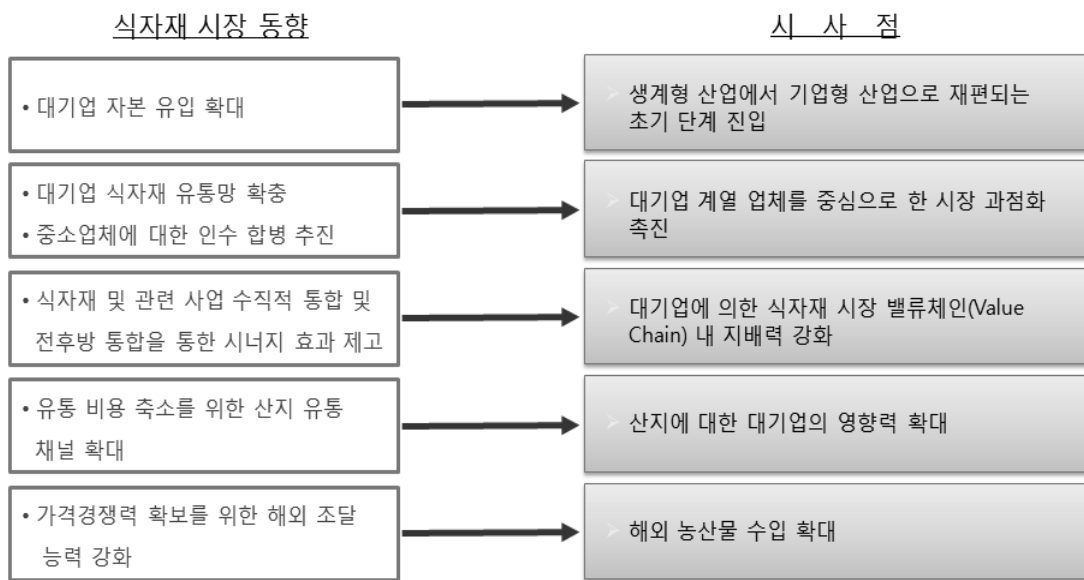
- 국내 식자재 시장이 기업화에 유리한 환경이 조성되면서 대기업 계열의 식자재 업체들이 적극적으로 사업 확장을 모색하고 있음
 - 시장 규모가 연평균 10% 이상 성장하고 있는 가운데 절대 강자가 없어 대기업들이 신뢰와 브랜드를 활용하여 시장 선점을 노리고 있음
- 2005년 이후 국내 식자재 시장 상위 5개업체의 연평균 매출성장률은 22.3%를 보이고 있음
 - 2009년 국내 식자재 시장 상위 5개 업체 총매출액 중 업체별 점유비는 CJ프레시웨이 35.3%(1위), 푸드머스 23.8%(2위), 아워홈 21.1%(3위), 삼성에버랜드 12.2%(4위), 신세계 7.6%(5위) 임

< 국내 식자재 시장 상위 5개 업체 현황 >

업 체 명	그 룹	주 요 브 랜 드	비 고
CJ 프레시웨이	CJ	이츠웰, 정품眞, 오렌 지스푼, 그린웰	• 기업형 식자재 시장 1위 • 3개 물류센터(이천, 양산, 광주)
푸드머스	풀무원	바른선, 본앤선	• 풀무원이라는 식품 전문업체 계열사 • 4개 물류센터(양지, 왜곡, 장성, 청원)
아 위 홈	LG	손수, 행복한맛남	• LG유통의 급식사업부에서 분사 • 3개 물류센터(성남, 청원, 광주)
삼 성 에버랜드	삼 성	웰스토리, 텔라코트	• Food Culture 사업부로 존재 • PB 상품을 통한 식재료 유통
신세계푸드	신세계	보노보노, 자니노켓, 웰채, 행복한입	• 3개 식품제조 공장(오산, 이천) • 3개 물류센터(논산, 왜관, 광주)

- CJ프레시웨이는 그룹사 내 시너지 창출을 위해 식품제조업(CJ제일제당) - 식자재사업(CJ프레시웨이) - CJ올리브영 · CJ오쇼핑(소매유통)-CJ푸드빌(외식 및 급식) 등으로 연결함
- 푸드머스는 그룹 내 제조업(풀무원) - 식자재사업(푸드머스) - ECMD(단체급식)를 연결하여 시너지 효과를 제고하고 있으며, 외식 개인사업자들에게 온라인 메뉴 개발 서비스 제공을 통해 본격적으로 식자재 시장을 공략하고 있음

- 아워홈은 패밀리레스토랑, 패스트푸드, 프랜차이즈의 '3F'와 개인이 운영하는 대형 외식업소 등을 구분하여 영업을 전개하고 있으며, 향후 중소 규모의 개인형 외식업소까지 공략하기 위하여 시스템을 개발 중임
- 삼성에버랜드는 호텔신라에 대한 식자재 공급과 계열사에 푸드 서비스 브랜드 웰스토리를 입주하면서 안정적인 매출 신장을 보여주고 있음
- 신세계푸드는 B2B와 B2C시장 모두 대응하고 있으나 절대적으로 B2B시장으로의 비중이 높은 가운데 식자재사업(신세계푸드) - 소매유통(이마트·신세계백화점·신세계몰 - 외식 및 급식(신세계푸드·스타벅스·조선호텔) 등으로 연결돼 시너지 창출 도모하고 있음
- 국내 식자재 시장은 대기업의 진입이 활발해 짐에 따라 시장 구조 조정 초기 단계에 있으며, 향후 시장내 대형화·전문성이 강화되고 대기업을 중심으로 한 시장 과점화가 촉진될 것으로 전망됨



국내 식자재 시장은 식생활문화의 변화로 시장규모 확대와 동시에 기업화에 유리한 환경이 조성되고 있어 대기업들의 영향력이 증대되고 있으나, 산지와 연계성을 가진 농협의 기회요인이기도 함

I. 식자재 시장 개요

1. 식자재의 정의

- 식자재(食資材)는 음식을 만드는 데에 쓰는 재료를 통틀어 이르는 말이나, 우리나라의 경우 식자재에 대한 명확한 개념이 정립되지 않은 상태임
- 넓게는 식품가공, 단체급식, 외식산업의 투입재로 사용되는 신선농축수산물, 가공농축수산물, 기타 가공식품, 조미식품, 주방용품과 기구, 설비 등을 포함함
- 좁은 의미의 식자재는 가공 정도에 따라 가공이 전혀 안된 신선농축수산물, 산지 유통센터, 물류센터, 매장 등에서 세척·탈피·절단 등의 단순 가공을 거친 단순가공식품, 가공 공정을 통해 그 형태나 성질 등이 변화한 일반 가공식품 등을 말함

< 표 1 > 식자재의 의미 및 분류

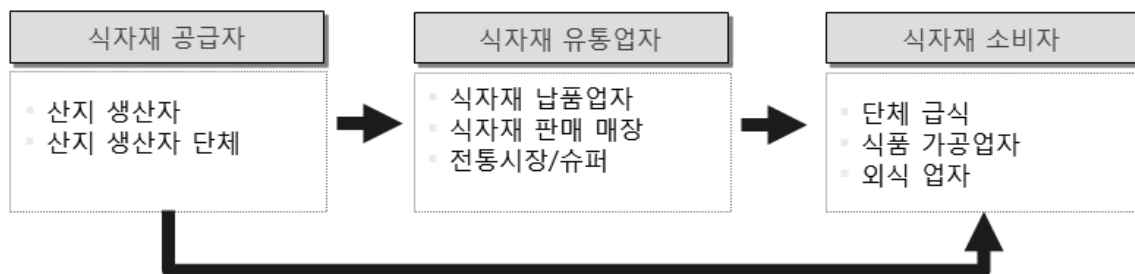
넓은 의미의 식자재		
좁은 의미의 식자재		주방 관련 기구 및 설비
신선농축수산물	단순가공식품	일반가공식품
> 가공이 전혀 안됨 > 채소, 과일 등 농축수산물 원물	> 세척, 탈피, 절단 등 > 단순가공 농축수산물	> 통상적인 가공 공정 통해 형태나 성질이 변화 > 밀가루, 간장, 라면 등
> 주방용품 및 기구 > 주방 설비 > 기타		

자료 : 농협경제연구소

2. 식자재 시장의 주체

- 식자재 시장은 앞에서 언급한 식자재가 거래되는 시장으로 공급자는 산지 생산자(단체)와 식자재 공급업체이고, 소비자는 단체급식, 외식업체, 식품가공업체 등으로 정리될 수 있음
- 또한 식자재 생산자와 식자재 소비자를 연결시켜주는 식자재 유통업자도 시장에서 고유의 기능을 담당하고 있음

< 그림 1 > 식자재 시장의 흐름

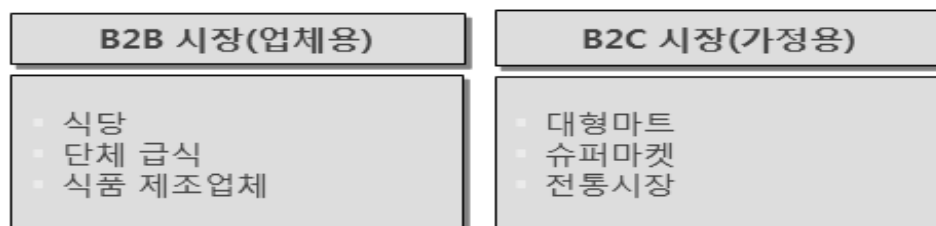


자료 : 농협경제연구소

3. 식자재 시장 분류

- 국내 식자재 시장은 구매자에 따라 업체용(B2B)과 가정용(B2C)으로 나눌 수 있음
- B2B 시장은 식당, 단체급식, 식품 제조업체 등을 대상으로 이루어지며, B2C 시장은 대형마트, 슈퍼마켓, 전통시장 등을 대상으로 함

< 그림 2 > 국내 식자재 시장 분류



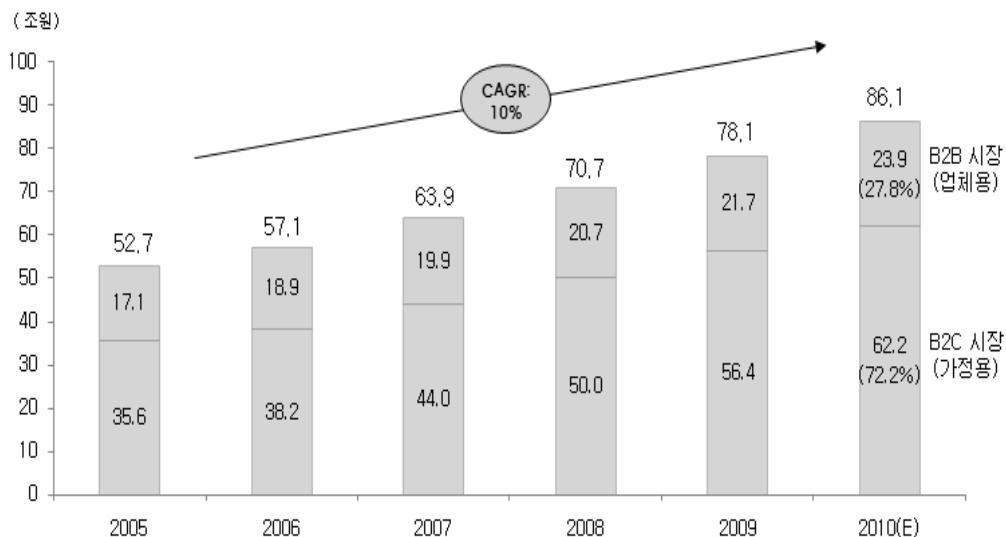
자료 : 농협경제연구소

4. 식자재 시장 규모

- 국내 식자재 시장의 정확한 규모는 알 수 없지만¹⁾, 통계청 자료와 관련 부서 자료에 따르면 2010년 말 기준 약 86.1조에 이르는 것으로 추정되며 2005년 이후 연평균 10% 이상의 성장률을 보임
- 업체용 B2B 시장은 23.9조원(27.8%) 규모로 연평균 6.9%, 가정용 B2C 시장은 62.2조원(72.2%) 규모로 11.8%의 성장률을 나타냄
 - B2B 시장은 외식산업과 함께 성장하는 특성상, 매년 5~6%의 성장률을 보이고 있는 외식업성장률과 비슷한 양상을 보임
 - B2C 시장은 소비자들이 식생활 간편화를 추구하면서 편의 식품 수요 증가로 시장이 빠르게 성장함

※ 2008년 미국의 식자재 시장은 5,500억달러 규모임²⁾

< 그림 3 > 국내 식자재 시장 규모 추이



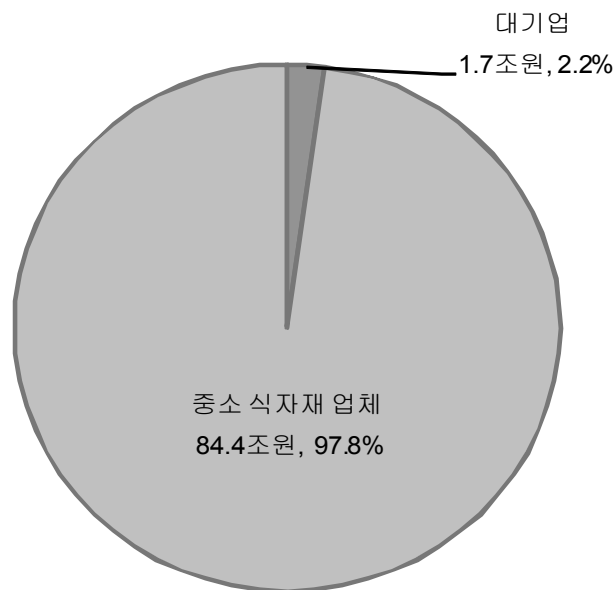
자료: 통계청, 농협중앙회 축산유통부, 농협경제연구소

- 1) 일반적으로 식자재 시장 규모는 유통 구조의 복잡성으로 인해 파악하기가 쉽지 않음. 특히 우리나라의 경우 추정하기가 어려운데, 그 이유는 ① 아직 식재료 범위 등에 대한 업계나 학계의 합의가 명확히 정립되어 있지 않고, ② 관련 공식 통계도 없으며, ③ 사업자 등록 없이 식자재 유통 사업을 수행하는 사람이 수만 명에 달해 무자료 거래가 전체 시장 거래에서 매우 높은 비중을 차지하고 있기 때문임
- 2) 농수산물유통공사, 「미국 식자재 공급현황 및 개선방향」

5. 식자재 시장 구조

- 현재까지 국내 식자재 시장은 극소수의 대기업과 다수의 영세 중소기업으로 구성된 생계형 중심의 구조임
- 2009년 기준 매출액 1,000억원이 넘는 식자재 업체는 5개사³⁾로 대기업 계열 기업이며, 이들이 차지하는 시장점유비는 2.2%에 불과함

< 그림 4 > 국내 식자재 시장 구조



자료 : 통계청, 농협경제연구소

- 대기업 시장점유율이 낮은 이유는 국내 식자재 시장의 몇 가지 구조적 요인들로 중소기업 대비 경쟁우위가 없었기 때문에 시장참여가 미온적이었음⁴⁾
- 체계적인 유통시스템 부재로 외식업체들이 관행처럼 중소기업체를 통해 세금절감을 목적으로 거래금액 조정 또는 무자료 거래를 해왔음
 - 대기업의 합법적인 거래방식으로는 가격 경쟁력을 갖기 어려운 상황

3) 5개사는 CJ프레시웨이, 푸드머스, 아워홈, 삼성에버랜드, 신세계푸드 등임

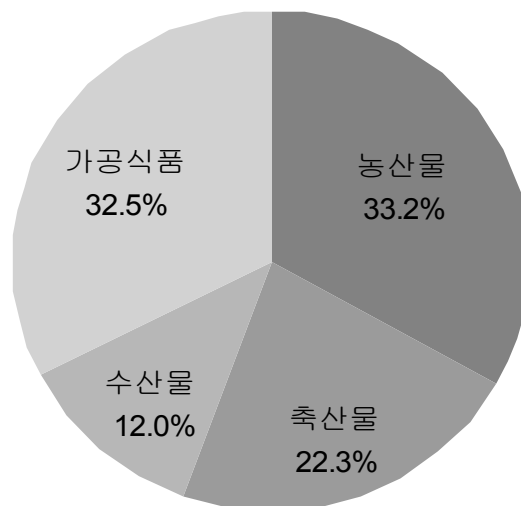
4) 식자재 관련 농협관계자 인터뷰 자료 정리

- 업체간 경쟁이 심하고 복잡한 중간 유통상의 마진 확보를 위한 가격 체계로 대기업이 중소기업들 대비 가격경쟁력을 갖기 어려운 구조
- 영세한 외식업체와의 거래에 따른 이점이 적고 거래 위험성 등
 - 대부분의 외식업체가 영세한 생계형 식당 이었다는 점 때문에 주문 자체가 표준화되어 있지 않고, 중소기업과 거래를 통해 필요할 때마다 소량 구매가 대부분이었음
 - 생계형 식당의 신용 문제도 대기업 입장에서는 거래 관련 위험을 높이는 요인

6. 식자재 시장 상품 구성

- 2010년 B2B 식자재 시장 상품은 농산물이 33.2%, 축산물이 22.3%, 수산물이 12.0%, 가공식품 32.5%의 비율로 구성된 것으로 추정됨
- 농산물 중에는 채소류가 47%, 곡물이 45%, 과일류가 8%를 차지함

< 그림 5 > 2010년 식자재 시장 상품별 구성 비율(B2B 시장 기준)



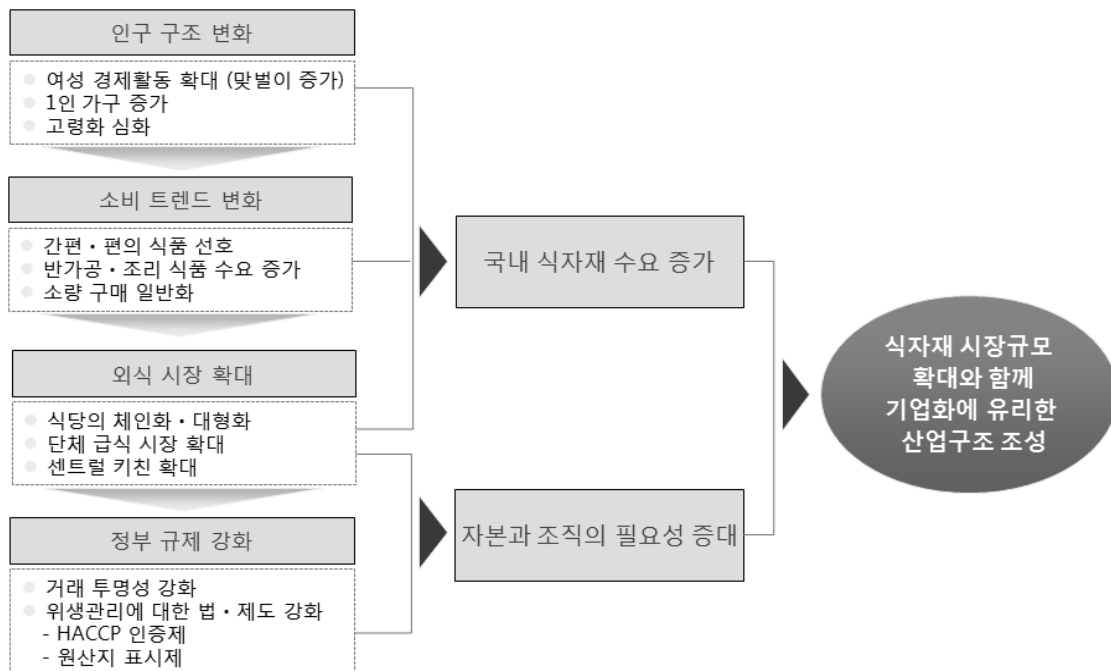
자료 : 엄정호, 「외식업의 진정한 파트너십」, 북깁러리, 2011, 농협경제연구소

II. 식자재 시장 동향

1. 식자재 시장을 둘러싼 환경 변화와 영향

- 인구 구조의 변화는 식생활문화의 변화를 가져오고 있는 동시에 식생활의 외부화(外部化)를 강화시키고 있음
 - 여성의 경제활동 비중이 높아지고 1인 가구 증가, 고령화 심화 등은 경제활동 구조가 서구식으로 변화해 가는 사회 전반에 걸친 추세임
- 식문화의 변천 과정에서 소비자들의 식품소비 트렌드가 변화하고 외식산업이 급격히 성장하면서 식자재 수요가 증가하고 있음
- 식자재 사업에 대한 정부 규제 강화는 자본과 조직을 갖춘 기업에게 유리한 시장 구조를 만드는 중요한 요인으로 작용하고 있음
 - 위생 관리 및 저장을 위해서는 콜드체인시스템, 저온저장 창고, 물류·가공센터에 대한 투자가 필요하며, 이는 경제적 진입장벽으로 작용

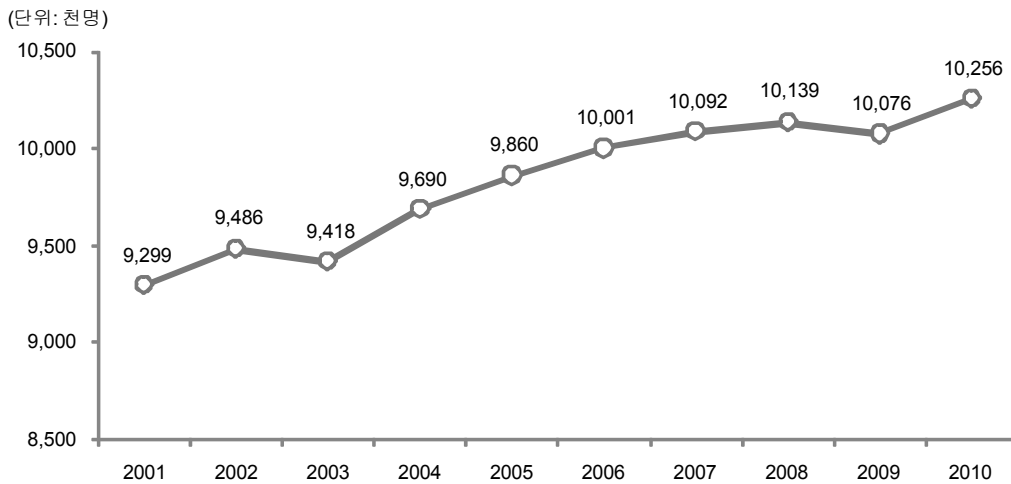
< 그림 6 > 식자재 시장 환경 변화와 영향



가. 인구 구조 변화

- 여성 경제활동 참여 확대로 여성경제활동인구⁵⁾가 2001년 이후 2010년 까지 연평균 1.1% 증가함

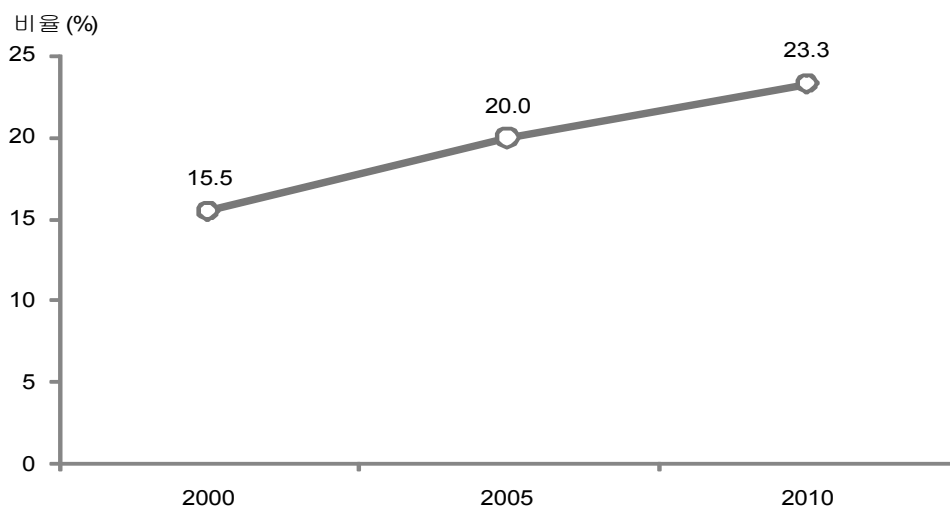
< 그림 7 > 여성경제활동인구 추이



자료 : 통계청

- 전체 가구에서 1인가구가 차지하는 비중은 2000년 15.5%에서 2005년 20.0%, 2010년 23.3%까지 높아짐

< 그림 8 > 전체 가구에서 1인가구가 차지하는 비율 추이

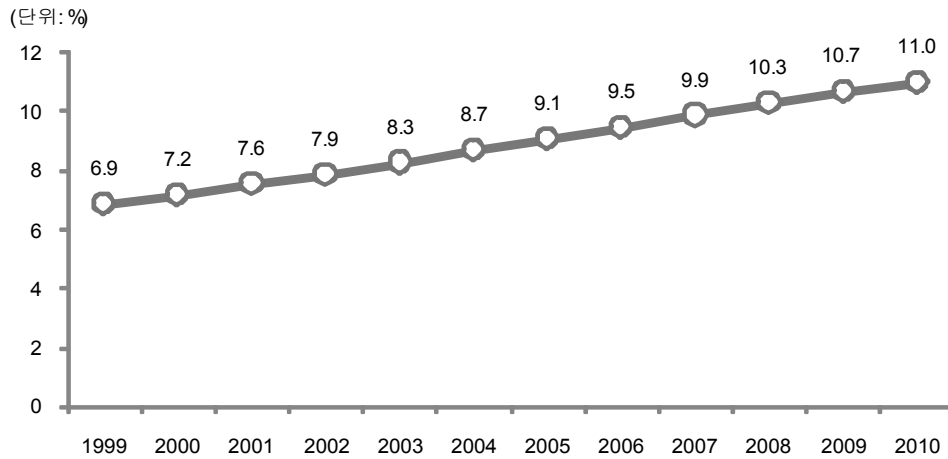


자료: 통계청

5) 만 15세 이상 여성인구 중 경제활동인구를 의미함

- 2000년 고령화사회로 진입한 우리나라는 고령 인구 비중이 계속 높아지고 있어 2018년 고령사회, 2026년 초고령사회가 될 전망이다⁶⁾

< 그림 9 > 65세 이상 인구 비중 추이

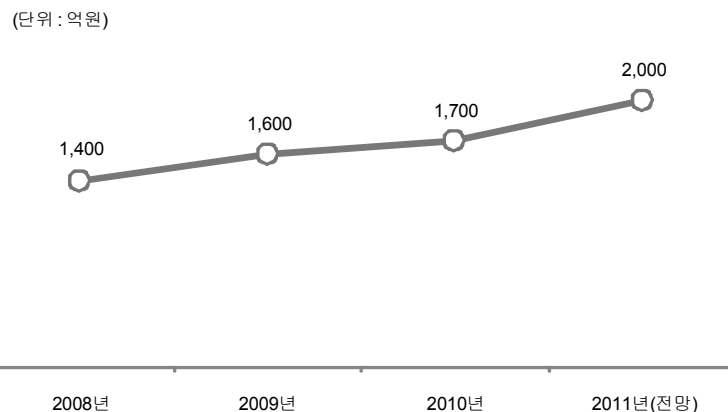


자료: 통계청

나. 소비 트렌드 변화

- 여성의 경제활동 참여 확대, 고령화 등으로 식사 준비 시간을 단축하고 조리를 편리하게 하는 가정간편식(HMR)⁷⁾ 등 반조리·반가공 식품의 수요가 증가함

< 그림 10 > HMR 시장 규모 추이 및 전망



자료 : 식품외식경제신문 2011. 7. 1일자

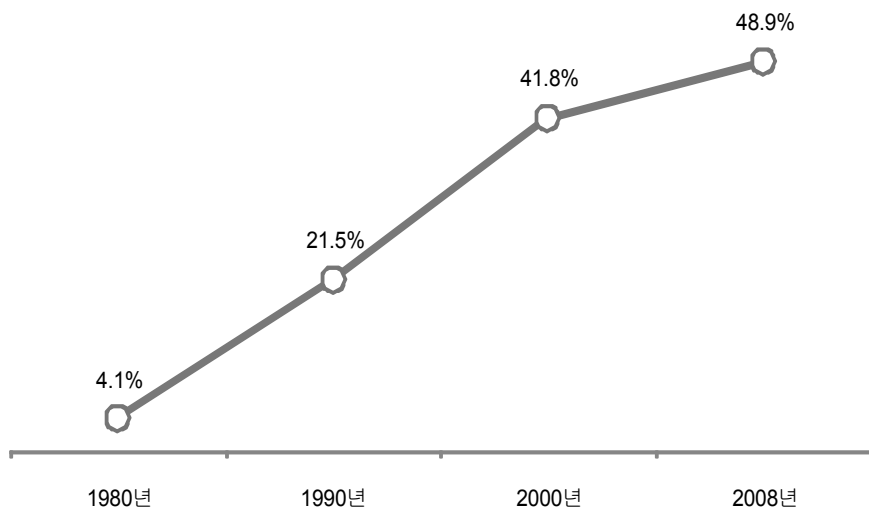
6) 유엔이 제시한 기준에 따르면 한 국가의 총 인구 중 65세 이상 인구 비중이 7%, 14%, 20% 이상이면 각각 고령화사회, 고령사회, 초고령사회로 분류됨
 7) Home Meal Replacement

- 국내 HMR 시장 규모는 2008년 이후 연평균 10.2% 성장하였으며 2011년에는 2천억원 규모가 넘을 것으로 전망됨
- 1~2인 가구비중 확대⁸⁾로 식재료 낭비를 없애기 위해 필요한 만큼만 구매하는 소량 구매가 확산되고 있음
- L마트의 경우 2011년 상반기 소포장 식자재 매출이 280억원을 기록하면서 지난 해 실적 200억원 대비 40% 증가함⁹⁾
 - 2011년 상반기 3kg 포장단위 쌀 매출은 전년동기 대비 83.8% 증가한 반면, 20kg단위 매출은 14% 감소였으며, 1~2인분에 맞게 포장된 김치의 판매량도 증가함

다. 외식 시장 확대

- 여성의 사회진출 확대, 소비트렌드 변화 등으로 외식비가 전체 식료품지출액에서 차지하는 비중이 늘어나고 있음
- 전체식비 중 외식비 비중은 1980년 4.1%에서 2008년 48.9%로 증가

< 그림 11 > 도시근로자 전체식비 중 외식비 비중 추이



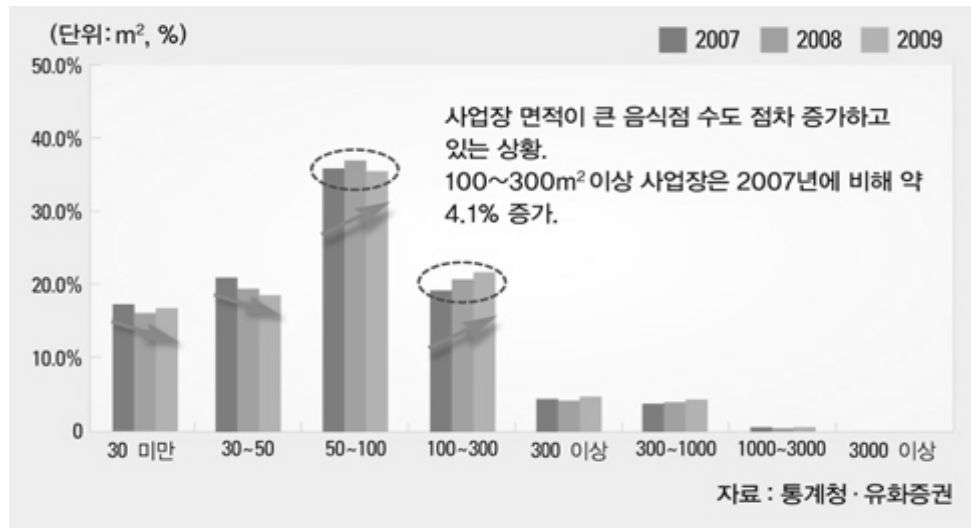
자료 : 통계청

8) 2010년 기준 전체가구 중 1인 가구 비율은 23.9%, 2인 가구 비율은 24.3%로 나타남
 9) 매일경제신문 2011. 7. 18일자

□ 기업형 음식점 운영이 늘어나면서 대형화되고 있으며, 이것은 체인화로 이어지고 있음

○ 2009년 100~300m² 이상 대형 음식점 수는 2007년 대비 4.1%p 증가함

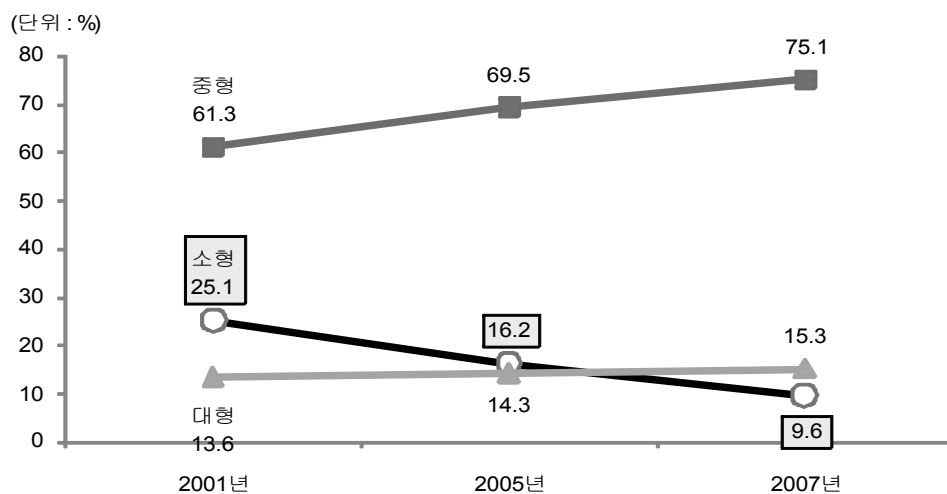
< 그림 12 > 음식점 면적 추이



주 : 한국경제매거진 2011. 6. 14일 보도 내용 인용

○ 연매출 5천만원 이하의 소형음식점 시장 점유율이 2001년 25.1%에서 2007년 9.6%로 하락함

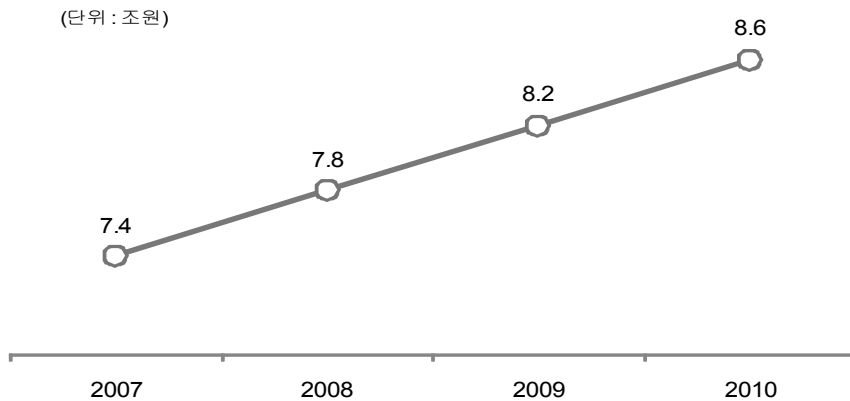
< 그림 13 > 음식점업 규모별 시장점유율 추이



주 : 연매출액 기준 소형 5천만원 미만, 중형 5천~10억원 미만, 대형 10억원 이상
 자료 : 통계청, 농협경제연구소

- 급식시장은 학교급식 확대, 대기업 계열 업체 진출 등으로 2007년 이후 연평균 5.1% 성장하여 2010년 8.6조원 규모로 증가함

< 그림 14 > 급식시장 규모 추이



자료 : 업계자료 정리

- 외식업체의 대형화 및 체인화가 가속되면서 점포수가 증가하고 식자재의 대량 공급, 맛과 품질의 균일성 등이 요구됨에 따라 센트럴 키친(Central Kitchen: 중앙 공급식 주방형 공장)¹⁰이 확대 중임
 - 센트럴 키친을 활용하면 매장 내 주방공간을 최소화하고 고객을 위한 공간을 최대화할 수 있고, 식재료 준비 등 조리 시간 단축할 수 있으며, 인건비, 주방시설, 임대료 등이 절감되며, 각 매장의 맛과 품질도 균일하게 관리할 수 있는 장점이 있음

라. 정부의 제도 및 규제 강화

- 신용카드 및 현금영수증(2005년부터 시행) 사용이 활성화되고, 정부의 세무 감독이 강화됨에 따라 중소기업체들의 절세가능성이 축소됨
 - 민간소비지출액 대비 신용카드와 현금영수증 사용 비중은 2004년 42%에서 2008년 65%로 증가함¹¹)

10) 센트럴 키친은 중앙 집중식 조리센터로서 미국 대형외식업체들이 주로 사용하는 일종의 식자재 공장임

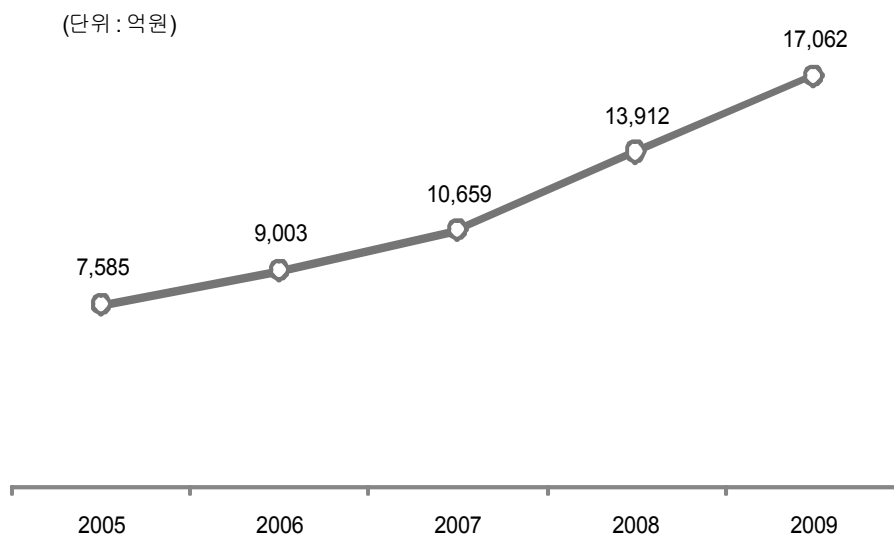
- 정부는 식품제조업소에 대한 식품위해요소중점관리기준(HACCP) 적용을 확대하고 있음
 - 정부의 HACCP제도는 2006년부터 어육가공품의 어묵류, 냉동수산 식품의 어류·연체류·조미가공품 등 3종, 냉동식품 중 피자류·만두류·면류 등 3종, 빙과류, 비가열음료, 레토르트식품, 배추김치 등 7개 품목군을 의무적용 대상으로 지정하여 연매출액과 종업원 수 기준으로 매년 순차 확대하고 있음
 - 마지막 단계로 2012년 12월부터는 연매출액 기준 1억 미만이거나 종업원 수 5인 이하의 업소에 대해 의무 적용함으로써 소규모기업 까지 전면 확대할 계획임
- 정부는 식품유통에 대한 안전성 강화를 위해 이력 추적 관리 및 원산지 표시 규정을 확대 적용하고 있고 식품 이물에 대한 행정처분을 강화하는 등 반복되는 식품사고를 겪으면서 정부의 위생관리에 대한 법규가 강화되고 있음
 - 농산물 이력추적관리는 농산물을 생산단계부터 판매단계까지의 정보를 기록하면서 소비자가 먹는 농산물에 대한 정보를 쉽게 알 수 있도록 농산물 이력추적관리를 확대하고 있음
 - 원산지 표시제의 전면실시로 정확하고 투명한 식자재 거래가 법제화됨
 - 수입농산물 160개와 국산농산물 202개 품목에 대한 원산지 표시를 법제화함
 - 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 오리고기, 쌀(밥류), 배추김치 품목을 대상으로 적용한 음식점원산지표시제를 2011년 8월부터는 수산물 까지 확대함

11) 식품위생경제신문 2010. 6. 4일자

2. 식자재 시장 동향

- 국내 식자재 시장이 기업화에 유리한 환경이 조성되면서 대기업 계열의 업체들이 적극적으로 식자재 사업 확장을 모색하고 있음
 - 시장 규모가 연평균 10% 이상 성장하고 있는 가운데 절대 강자가 없다는 점
 - 가공, 물류 등 기존 시설과 식자재에 대한 노하우를 바탕으로 사업 다각화를 꾀하고 규모화를 통해 가격경쟁력을 확보하고 계열사 간 시너지를 확보
 - 대기업의 신뢰와 브랜드를 활용하여 시장을 선점
- 국내 식자재 시장은 개인사업자나 중소기업 중심으로 2009년 식자재부문 매출 1,000억원 이상의 업체는 CJ프레시웨이, 푸드머스, 삼성에버랜드, 아워홈, 신세계푸드 등 5개 업체임
- 2005년 이후 이들 상위 5개업체의 연평균 매출 성장률은 22.3% 임

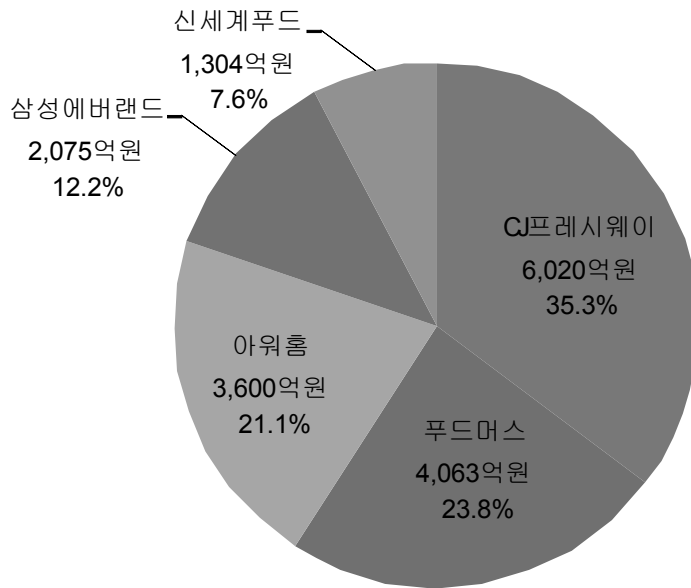
< 그림 15 > 식자재시장 상위 5개사 매출액 추이



자료 : 5개사 내부 자료

- 2009년 상위 5개 업체 총매출액 중 업체별 점유비는 CJ프레시웨이 35.3%, 푸드머스 23.8%, 아워홈 21.1%, 삼성에버랜드 12.2%, 신세계푸드 7.6% 임

< 그림 16 > 상위 5개 업체 매출액 및 점유비



주 : 2009년 매출액 기준
 자료 : 5개사 내부 자료 및 보도자료 종합

< 표 2 > 국내 식자재 시장 상위 5개업체 현황

업체명	그룹	주요 브랜드	비고
CJ프레시웨이	CJ	이츠웰, 정품眞, 오렌지스푼, 그린웰	<ul style="list-style-type: none"> • 기업형 식자재 시장 1위 • 3개 물류센터(이천, 양산, 광주)
푸드머스	풀무원	바른선, 본앤선	<ul style="list-style-type: none"> • 풀무원이라는 식품 전문업체 계열사 • 4개 물류센터(양지, 왜곡, 장성, 청원)
아워홈	LG	손수, 행복한맛남	<ul style="list-style-type: none"> • LG유통의 급식사업부에서 분사 • 3개 물류센터(성남, 청원, 광주)
삼성에버랜드	삼성	웰스토리, 텔라코트	<ul style="list-style-type: none"> • Food Culture 사업부로 존재 • PB 상품을 통한 식재료 유통
신세계푸드	신세계	보노보노, 자니노, 썬, 웰채, 행복한입	<ul style="list-style-type: none"> • 3개 식품제조 공장(오산, 이천) • 3개 물류센터(논산, 왜관, 광주)

자료 : 5개사 내부 자료 및 보도자료 정리

3. 주요 식자재 기업별 동향

가. CJ프레시웨이

- 식자재 사업 매출액은 2005년 3,488억원에서 2009년 6,020억원으로 연평균 14.6%의 성장률을 나타냄
- 농수축산물 등 1차 상품과 가공식품, 주방 소모품 및 대형주방기기 등 식당 운영에 필요한 식자재 약 2만여 가지 품목을 취급하고 있음
- 그룹사 내 시너지 창출을 위해 식품제조업(CJ제일제당) - 식자재사업(CJ프레시웨이) - CJ올리브영·CJ오쇼핑(소매유통)-CJ푸드빌(외식 및 급식) 등으로 연결함
- 2011년부터 본격적으로 쌀, 육류, 콩 등 계열사내에 필요한 식자재 구매통합을 담당하게 됨으로써 매출액이 크게 증가할 것으로 보임
- 2003년 동종업계 최초로 도입한 ERP(전사자원관리)시스템을 통해 식자재 구입 고객을 위한 웹 수발주 시스템을 구축·운영하고 있음
- 2011년 5월 농협중앙회와 '상생협력을 위한 양해각서'를 체결하고 농협으로부터 우수한 품질의 식자재를 구매해 전국의 식자재 유통 대리점, 체인식당 등에 공급하기로 함

나. 푸드머스

- 식자재 사업 매출액은 2005년 1,315억원에서 2009년 4,063억원으로 연평균 32.6%의 성장률을 나타냄
- 그룹 내 제조업(풀무원) - 식자재사업(푸드머스) - ECMD(단체급식)를 연결 시너지 효과를 제고하고 있음

- 직영 급식업체 대상으로 '바른선', '본앤선' 등 자체브랜드로 식자재 사업을 전개하고 있으며, 농산물, 수산물, 축산물, 공산품 등의 종합 식자재를 취급함
- 2010년 푸드머스 양지집배센터를 설립하고 영농조합, 농가 등 산지와 직거래를 추진하고 있음
- 2011년에는 프랜차이즈 형태가 아닌 개인사업자들을 위한 온라인 메뉴북 사이트를 오픈하고 메뉴 개발 서비스를 하면서 식자재 시장 공략을 위한 사전 준비 중임

다. 아워홈

- 식자재 사업 매출액은 2005년 1,600억원에서 2009년 3,600억원으로 연평균 22.5%의 성장률을 나타냄
- 아워홈은 외부소싱 상품을 포함해 총 7천여개의 식자재 아이টে를 취급하고 있음
- B2B 전문 식자재 브랜드 '행복한 맛남'과 학교급식 식자재 전문 브랜드 '행복한 맛남 프리미엄'을 바탕으로 산업체, 병원, 학교 등의 단체급식업체 뿐만 아니라 프랜차이즈 업체, 호텔, 웨딩, 리조트 등에 식자재를 공급하고 있음
- 현재 패밀리레스토랑, 패스트푸드, 프랜차이즈의 '3F'와 개인이 운영하는 대형 외식업소 등을 구분하여 영업을 전개하고 있으며, 향후 중소규모의 개인형 외식업소까지 공략하기 위하여 시스템을 개발 중임
- 식자재는 20개 국가를 통한 해외소싱과 국내 50여개 농가 및 영농조직과의 직거래를 통해 조달하고 있음

라. 삼성에버랜드

- 식자재 사업 매출액은 2005년 1,182억원에서 2009년 2,075억원으로 연평균 15.1%의 성장률을 나타냄
- 삼성에버랜드는 호텔신라에 대한 식자재 공급과 계열사에 푸드 서비스 브랜드 웰스토리를 입주하면서 안정적인 매출 신장을 보여주고 있음
- 전처리 식자재 브랜드 '미장빨라스', 고품질 식자재 브랜드 '후레시스' 등을 운영, 80여종의 PB 상품으로 사업 전개하고 있음
- 향후 외식 프랜차이즈용 품목을 확대하고 제품력과 브랜드력을 갖춘 독점 공급 상품을 발굴하는 등 차별화된 상품의 개발과 판매에 주력, 식자재사업의 성장기반을 구축해나갈 계획임

마. 신세계푸드

- 2006년 타 선도업체 보다 늦게 시장에 진출하였으나 신세계의 계열 분리로 (주)이마트에 편입됨에 따라 안정적인 사업구조를 갖추게 됨
- 식자재 사업 매출액은 2006년 384억원에서 2009년 1,304억원으로 연평균 50.3%의 성장률을 나타냄
- 이마트를 비롯해 호텔, 일부 편의점에 필요한 식자재 및 가공식품을 제조해 납품하고 있으며 B2B와 B2C시장 모두 대응하고 있으나 절대적으로 B2B시장으로의 비중이 높음
- 식자재사업(신세계푸드) - 소매유통(이마트·신세계백화점·신세계몰 - 외식 및 급식(신세계푸드·스탁박스·조선포텔) 등으로 연결돼 시너지 창출 도모

Ⅲ. 시사점

- 국내 식자재 시장은 대기업자본의 시장진입 확대가 일어나면서 영세 다수의 식자재 업체 중심의 '생계형 산업'에서 본격적으로 대기업 중심의 '기업형 산업'으로 재편되는 초기 단계에 진입함
 - 현 식자재 시장 상황은 국내에 할인점이 도입되던 초기 재래시장, 자영업자 위주의 소매시장 상황과 유사함
- 대기업을 중심으로 한 기업형 식자재 업체들은 이미 각 지역에 물류거점을 마련하고 식자재 유통망을 확보해 가고 있으며, 향후 강력한 자본력을 바탕으로 중소기업체에 대한 인수·합병 작업이 활발해 질 것으로 보여 대기업 계열사를 중심으로 한 시장 내 과점화가 촉진될 전망이다
- 대기업 계열 자회사들은 식자재 제조사 - 유통사 - 외식 및 소매유통사 간 수직적 통합과 전후방통합을 통해 시너지 효과를 제고하고 식자재 시장의 밸류체인(Value Chain) 내 지배력을 강화할 것임
- 대기업 식자재 업체들의 전후방통합은 원재료 조달부터 소비까지 가는 경로를 단축해 유통비용을 줄일 수 있으므로 산지에서의 대량구매 유통채널을 확대할 전망이어서 산지에 대한 대기업 식자재 업체의 영향력은 증가할 것임
- 가격경쟁력 확보를 위해 '식자재 시장은 내수'라는 개념에서 탈피해서 해외 조달능력을 강화할 것으로 보여 대기업 중심의 식자재 시장 재편은 농산물 수입을 확대할 것임
- 이에 농협은 대기업 계열 식자재 업체의 식자재 시장 진출 가속화와 시장 지배력 확대에 대비하여 빠른 시간 안에 농협의 시장 점유비를 확대하고 차별화할 수 있는 전략수립이 필요함

2008 CEO Focus

- 대통령 당선인의 경제철학 / 제185호 / 김영섭
- 통합 RPC의 강점과 그 활용 방안 / 제186호 / 안진용
- 중앙회 경제사업 조직편제 원리 / 제187호 / 한기인
- 국제 곡물 수급요인 분석과 향후 가격 전망 / 제188호 / 현성현
- 국제 원자재 가격 급등과 농업 / 제189호 / 신재근·안상돈·손황제·김태성
- 농업·농촌의 올바른 이해 / 제190호 / 김영섭·허용준
- 천안배원에농협의 수출사업과 시사점 / 제191호 / 정인영
- 식량위기와 쌀 자급의 의의 / 제192호 / 김영섭·신재근
- 금융브랜드 가치 경영 / 제193호 / 김유섭
- 협동조합의 구조문제와 해결방안 / 제194호 / 임영선
- NH 금융고객과 함께하는 경영의 실천 대안 : '문화마케팅' / 제195호 / 허 훈
- 2008년 미국 농업법과 농업 보조금 정책 / 제196호 / 손황제·신재근
- 국제 원자재 가격 급등과 농업(II) / 제197호 / 김영섭·안상돈·손황제
- 수출 선도농협, 김해 대동농협의 수출사업 / 제198호 / 정인영
- 최근 금융부문 외화유동성 동향과 대응 방향 / 제199호 / 송두한·김현식
- 세계 금융 불안에 따른 중소기업의 문제점과 대응 방향 / 제200호 / 구본웅
- 금융고객 로열티 측정의 새로운 방법 : 순추천고객지수(NPS) / 제201호 / 허 훈
- 원자재가격 및 환율 급등이 농가소득에 미치는 영향과 대책 / 제202호 / 신재근
- 원료곡물가격·환율 변동이 배합사료 원가에 미치는 영향과 대응 방향 / 제203호 / 안상돈·김태성
- 쌀소득보전직불제 운영 현황과 개선 방안 / 제204호 / 김영섭
- 세계 금융 불안에 따른 조선 산업 전망과 시사점 / 제205호 / 구본웅
- 지역농협의 연합판매사업 성공사례 「상주외서농협 : 배 판매」 / 제206호 / 우재영
- 글로벌 경기 침체에 따른 철강산업의 전망과 시사점 / 제207호 / 구본웅
- 포도주산지 농협의 판매사업 성공사례 - 영천 금호농협 / 제208호 / 송재일
- 금융안정화 대책 동향과 농협의 대응방향 / 제209호 / 송두한·허 훈
- 농협의 지역종합센터 우수사례 - 안동농협의 지역밀착형 사업전략 / 제210호 / 이상호·권경섭
- 글로벌 경기침체에 따른 자동차산업의 전망과 시사점 / 제211호 / 구본웅
- 기업구조조정 프로그램 현황과 시사점 / 제212호 / 구본웅
- 최근 자금시장 불안의 원인 분석과 시사점 / 제213호 / 임일섭
- 농업·농촌 발전모델의 전환과 농업협동조합의 과제 - 네덜란드 환경협동조합 사례를 중심으로 / 제214호 / 최용주
- 글로벌 경기침체에 따른 반도체산업 전망과 시사점 / 제215호 / 구본웅
- 농협 브랜드 이미지 회복과 대응전략 / 제216호 / 허 훈
- 2009년 국내 소매시장 전망 / 제217호 / 이삼섭·안상돈
- 2009년 국내 소비 트렌드 전망 / 제218호 / 이삼섭·안상돈
- 네덜란드 그리너리 농협의 경영혁신 사례 / 제219호 / 우재영
- 협동조합 경영정보 / 특별호 (2008. 3. 31) / 이인우

- 협동조합 경영정보(2008년 4월호) / 특별호 / 이인우·김한중·박은혜
- 협동조합 경영정보(2008년 5월호) / 특별호 / 이인우·김한중·박은혜
- 협동조합 경영정보(2008년 7월호) / 특별호 / 이인우·김한중·박은혜
- 협동조합 경영정보(2008년 8월호) / 특별호 / 이인우·김한중·박은혜
- 협동조합 경영정보(2008년 9월호) / 특별호 / 이인우·김한중·박은혜
- 협동조합 경영정보(2008년 10월호) / 특별호 / 이인우·김한중·박은혜
- 협동조합 경영정보(2008년 11월호) / 특별호 / 이인우·김한중
- 협동조합 경영정보(2008년 12월호) / 특별호 / 이인우·김한중

2009 CEO Focus

- 일본의 지산지소(地産地消) 현황과 시사점 / 제220호 / 김영섭·손황제
- 글로벌 경기침체에 따른 석유화학산업 전망과 시사점 / 제221호 / 구본웅
- 금융기관의 잠재리스크 진단 및 경영과제 / 제222호 / 송두한·김현식
- 주요국의 금융기관 자본확충 현황과 농협의 대응방향 / 제223호 / 윤건용
- Fitch社의 국내은행 / 스트레스 테스트 결과 / 제224호 / 김유섭
- 국내 은행 및 금융지주사 경쟁력 분석·평가 / 제225호 / 인쇄안함
- 농협중앙회 대형마트사업의 향후 전략 / 제226호 / 채성훈
- 신종 인플루엔자 A형(H1N1)이 양돈농가에 미치는 영향과 대책 / 제227호 / 안상돈·손황제
- 최근 금융위기와 日本 농림중금의 자본확충 / 제228호 / 최재학
- 최근 경기흐름 진단과 향후 전망 / 제229호 / 임일섭
- 인터넷 쇼핑 시장 동향과 농협 NH쇼핑의 대응 방향 / 제230호 / 이삼섭
- 협동조합 출자금에 대한 국제회계기준(IFRS)의 최근 논의 / 제231호 / 최재학
- 일본농협 합병의 성과와 한계 / 제232호 / 임영선
- 일본 농협의 현황과 과제 / 제233호 / 이원진
- 한-인도 CEPA 체결의 주요 내용과 기대 효과 / 제234호 / 손황제
- 금융고객관점에서 분석한 농협 금융브랜드 경쟁력 / 제235호 / 허 훈
- 미국 농식품 유통 환경의 동태적 변화 / 제236호 / 김철민
- 국내 PEF 관련 동향과 시사점 / 제237호 / 김대현
- 금융상품 패키지화를 통한 고객 관리방안 - “(가칭) NH SMART Package” / 제239호 / 허 훈
- 사업분리개편 관련 NH보험사 판매채널의 제도적 발전방안 / 제240호 / 윤건용
- 쌀 수급동향과 정책과제 / 제241호 / 신재근
- 두바이 사태를 통해 본 세계경제 불안요인과 시사점 / 제242호 / 임일섭
- 농협 사업구조개편에 따른 정부지원의 논리와 지원방식 검토 / 제243호 / 김대현
- 고령화시대의 고객니즈변화와 금융상품 / 제244호 / 허 훈
- 협동조합 경영정보 - 2009년 1월호 / 특별호(2009. 1. 1) / 이인우·김한중
- 협동조합 경영정보 - 2009년 2월호 / 특별호(2009. 2. 1) / 이인우·김한중
- 농협중앙회의 자본확충방안 검토 / 특별호(2009. 6. 15)

2010 CEO Focus

- 구제역 발생이 축산농가에 미치는 영향과 대책 / 제245호 / 김태성·안상돈
- 녹색성장과 농협의 시사점 / 제246호 / 이판용
- 국내 은행 금융상품 비교·분석 - 개인 고객 여·수신 상품 / 제247호 / 허 훈·김유섭
- 남유럽 재정위기 현황과 전망 / 제248호 / 임일섭
- 농림수산 관련산업의 부가가치와 종사자 수 추정 / 제249호 / 김철민
- 구제역 방역지침 한·일 비교 및 시사점 / 제250호 / 안상돈·김태성
- 금융회사의 경영패러다임 변화와 과제 / 제251호 / 허 훈
- 최근 농업상황 변화의 영향과 대응 방향 이상기후, 쌀값하락, 구제역을 중심으로 / 제252호 / 이삼섭·안상돈·채성훈·정준호
- 국내 은행산업 현황 및 주요 은행 경쟁력 비교, 평가 / 제253호 / 송두한
- 건고추 및 고춧가루 산업 현황 및 농협 가공사업에 시사점 / 제254호 / 이삼섭·정준호
- 최근 배추파동 발생요인과 시사점 / 제255호 / 한기인·김태성
- 최근 경기흐름 진단과 평가 / 제256호 / 임일섭
- 국내 은행산업 현황 및 주요 은행 경쟁력 비교, 평가 / 제257호 / 송두한
- 금융회사의 고객만족경영 혁신사례와 시사점 / 제258호 / 허 훈
- 국내금융지주사 비교, 평가 / 제259호 / 송두한·김유섭
- 외환은행 합병에 따른 영향과 시사점 / 제260호 / 송두한
- 최근 구제역 발생에 따른 시장동향과 시사점 / 제261호 / 김태성

2011 CEO Focus

- 2011년 국내 소매시장 전망 / 제262호(2011.2.17) / 이삼섭·안상돈
- 국내 금융동향 및 주요은행 경쟁력 비교, 평가 / 제263호(2011.3.31) / 송두한·최성종
- 동일본 대지진의 영향과 전망 / 제264호(2011.4.15) / 임일섭·양선주
- 민간 PF 배드뱅크 추진과 시사점 / 제265호(2011.4.30) / 송두한
- 기업의 위기관리 전략 / 제266호(2011.6.3) / 유춘권·박태영
- 자본확충펀드 조기상환 허용과 농협에 주는 시사점 / 제267호(2011.6.7) / 윤건용·최성종
- 재스민 혁명의 배경과 영향 / 제268호(2011.7.12) / 양선주
- 국내 식자재 시장 동향과 시사점 / 제269호(2011.7.25) / 이삼섭·안상돈·정준호