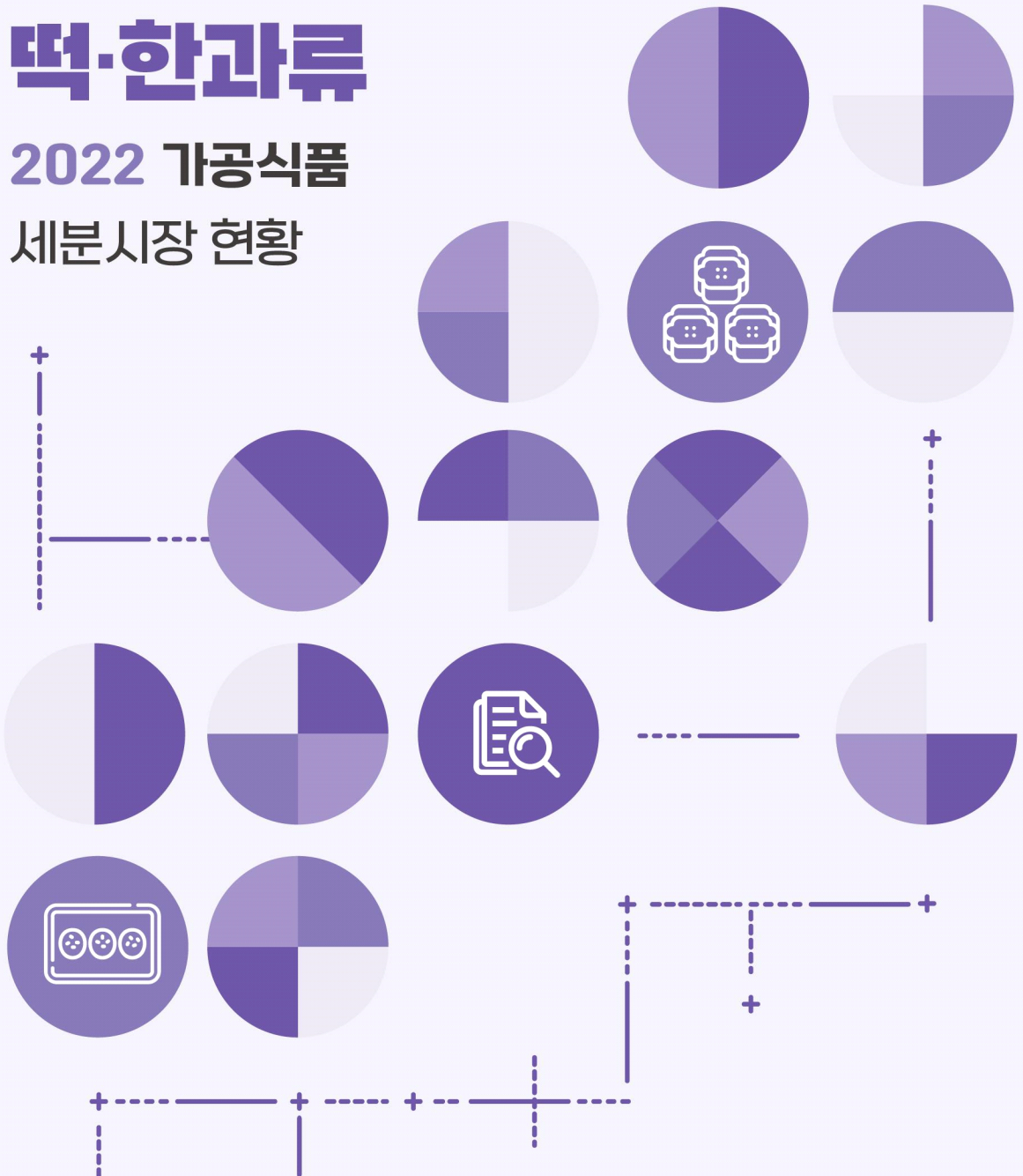


# 떡·한과류

## 2022 가공식품

### 세분시장 현황



aT FIS 식품산업통계정보  
Food Information Statistics System



농림축산식품부  
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

aT 한국농수산물유통공사  
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

© 2022. **aT** 한국농수산물유통공사

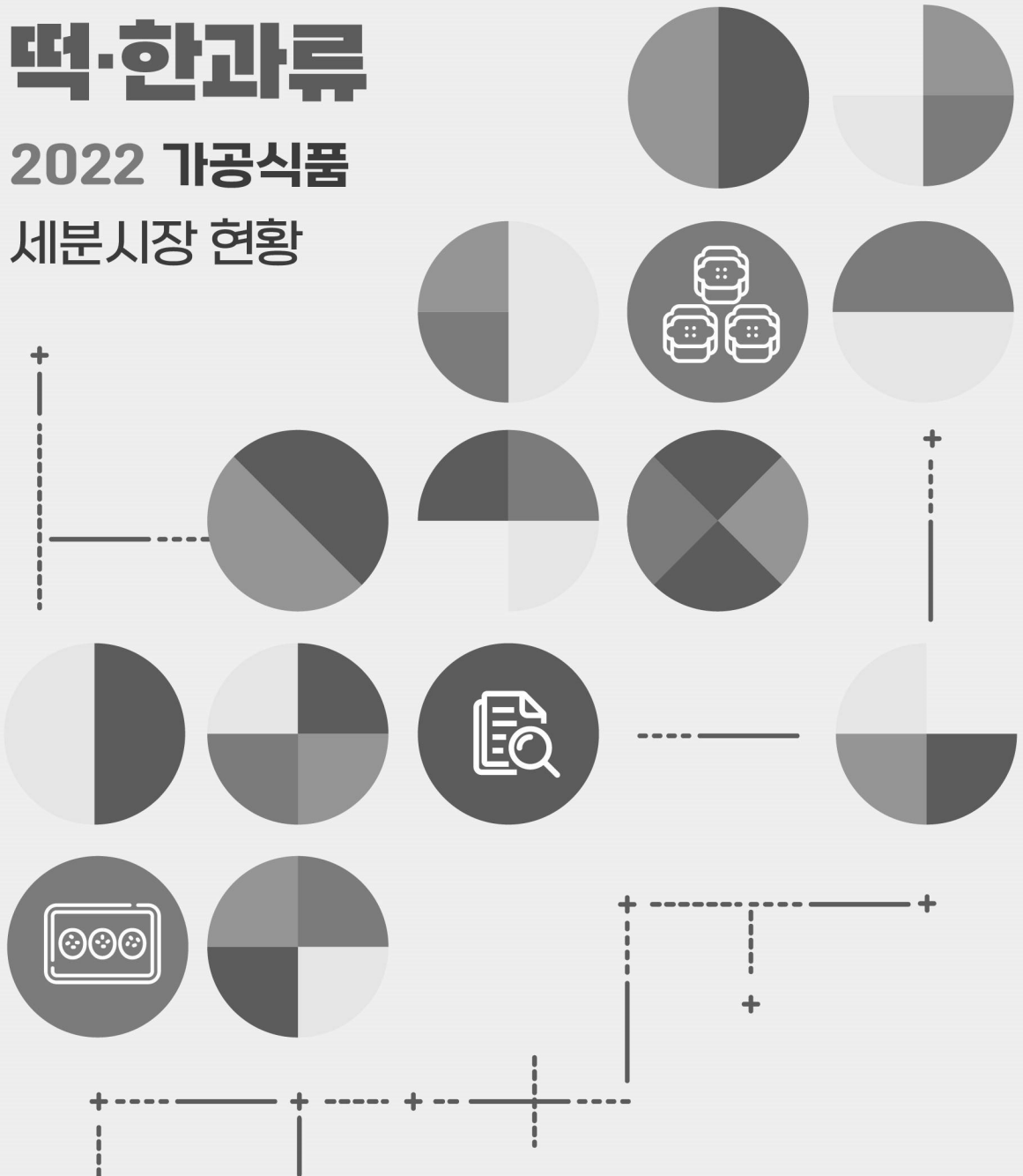
All rights reserved.

이 책의 저작권은 한국농수산물유통공사에 있으므로 무단으로 전체 또는 복제할 수 없으며,  
영리적인 목적으로도 이용할 수 없습니다.

# 떡·한과류

## 2022 가공식품

### 세분시장 현황



aT FIS 식품산업통계정보  
 Food Information Statistics System



농림축산식품부  
 Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

aT 한국농수산물유통공사  
 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



1. 본 보고서의 내용을 인용할 때에는 반드시

**aT** 한국농수산물유통공사 **의 자료임을**  
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

밝혀야 합니다.

2. 통계표 및 도표 내의 숫자는 반올림 되었으므로 세부 항목의 합이 전체 합계와 일치하지 않을 수 있습니다.

3. 통계표 및 도표에 사용된 기호의 뜻은 다음과 같습니다.

- - : 조사되었으나 정보가 없는 경우
- 0 : 조사 결과 값이 0이거나 0에 근사한 경우

4. 복수응답은 한 개 이상(1-2순위 또는 모두 선택)을 응답한 결과치를 집계한 결과입니다.



# 목 차

## 제 1 장. 시장 요약

## 제 2 장. 조사 개요

제1절. 조사 배경 및 목적 .....	17
1. 조사 배경 .....	17
2. 조사 목적 .....	18
제2절. 조사 대상 및 방법 .....	19
1. 조사 대상 .....	19
2. 조사 방법 .....	20
제3절. 시장 조사 개요 .....	24
1. 떡의 정의 및 종류 .....	24
2. 한과의 정의 및 종류 .....	37
3. 주요제품 .....	43
4. 성분 규격 .....	45
5. 제조공정 .....	59
6. 관련 인증 및 제도 .....	66



## 제 3 장. 원료 수급 동향

제1절. 원료 수급 동향 .....	91
1. 구성 원료 .....	91
2. 주요 원료 현황 .....	93

## 제 4 장. 생산 및 수출입 현황

제1절. 생산 및 출하 실적 .....	113
1. 생산 및 출하 현황 .....	113
2. 떡류 생산 및 출하 현황 .....	120
3. 한과 생산 및 출하 현황 .....	123
4. 주요 제조사 및 브랜드 현황 .....	126
제2절. 수출입 동향 .....	139
1. 수출입 코드 .....	139
2. 전체 수출입 현황 .....	142
3. 떡류 수출입 현황 .....	147
4. 쌀과자(한과 포함) 수출입 현황 .....	157

## 제 5 장. 유통 및 판매 현황

제1절. 유통 동향 .....	163
1. 유통 판매 구조 .....	163
2. 주요 판매 채널 특징 .....	165
제2절. 소매시장 규모 .....	168
1. 소매시장 규모 .....	168

## 제 6 장. 소비자 동향 및 트렌드 분석

제1절. 조사 개요 .....	175
1. 빅데이터 조사 개요 .....	175
2. 소비자 조사 개요 .....	176
제2절. 국내 시장 동향 .....	178
1. 시장 동향 .....	178
2. 온라인 빅데이터 분석 .....	181
제3절. 소비 행태 분석 .....	191
1. 구입 실태 .....	191
2. 인식 및 태도 .....	197



## 제 7 장. 해외 시장 동향

제1절. 유통 동향 .....	213
1. 세계 시장 규모 .....	213
제2절. 국가별 동향 .....	214
1. 일본 시장 .....	214
2. 중국 시장 .....	227

### [부록. 소비자 조사 설문지]



## 표 목 차

표1) 소비자 온라인 조사 응답자 특성 .....	22
표2) 식품공전 기준 떡의 정의 및 종류 .....	27
표3) 전통식품 표준규격 기준 떡의 정의 .....	29
표4) 전통식품 표준규격 체계상 떡의 종류 .....	35
표5) 식품공전 기준 한과의 정의 및 종류 .....	39
표6) 전통식품 표준규격 한과의 종류 .....	42
표7) 떡·한과 주요 제품 .....	43
표8) 떡·한과 제조·가공 기준 및 규격 .....	45
표9) 떡의 전통식품 표준규격 제조·가공 기준 및 규격 .....	47
표10) 한과의 전통식품 표준규격 제조·가공 기준 및 규격 .....	55
표11) 떡국떡 제조 공정 예시 .....	59
표12) 전통한과 제조업체 제조공정 예시 .....	65
표13) HACCP의 정의 .....	66
표14) 떡·한과 포함 식품 위생법 .....	67
표15) 식품 HACCP 적용 대상 .....	68
표16) 식품 HACCP 의무적용 품목 .....	69
표17) 떡·한과 KS 제품 인증 현황 .....	70
표18) 전통식품품질인증 떡·한과 품목별 인증 현황 .....	72
표19) 떡류 품목 전통식품품질인증 업체 .....	73
표20) 한과 품목 전통식품품질인증 업체 .....	75
표21) 유기원료 함량과 비유기 원재료 사용 조건 .....	78
표22) 떡류 유기가공식품 인증업체 .....	79
표23) 분야별 지정 현황 .....	81



표24) 떡·한과 대한민국식품명인 현황 .....	83
표25) 국가무형문화재 지정 현황 .....	85
표26) 한국형 식품안전인증제 .....	86
표27) 중소기업 적합업종 제도와 생계형 적합업종 제도 비교 .....	87
표28) 생계형 적합업종 대기업 생산·판매 허용 기준 .....	88
표29) 떡류 원료별 사용량 및 국산 비중 .....	91
표30) 한과 원료별 사용량 및 국산 비중 .....	93
표31) 쌀 생산 및 수입 현황 .....	94
표32) 쌀 AG코드 .....	95
표33) 쌀 도매가격 .....	96
표34) 1인당 쌀 소비 현황 .....	97
표35) 사업체 부문 쌀 소비량 .....	97
표36) 쌀 수출입 코드 .....	97
표37) 쌀 수출입 현황 .....	98
표38) 국가별 쌀 수입 현황 .....	99
표39) 소맥분(밀가루) 수출입 코드 .....	100
표40) 제분용 밀 연도별 수입 현황 .....	101
표41) 주요 국가별 밀(제분용) 수입 현황 .....	103
표42) 밀(HRW) 국제 가격 동향 .....	104
표43) 밀가루 연도별 생산 현황 .....	105
표44) 물엿 국내 생산실적 .....	106
표45) 물엿 수출입 코드 .....	107
표46) 물엿 수출입 현황 .....	108

표47) 주요 국가별 당류 수입 현황 .....	109
표48) 떡·한과 전체 생산 및 출하 규모 .....	114
표49) 과자류, 빵류 또는 떡류 내 떡·한과 출하 비중 .....	116
표50) 떡·한과 전체 출하 현황 .....	120
표51) 떡류 생산 및 출하 규모 .....	122
표52) 한과 생산 및 출하 규모 .....	125
표53) 떡류 제조업체 수 .....	127
표54) 떡류 제조업체 수 .....	127
표55) 떡류 제조업체 형태별 생산액 및 출하액 (10인 이상) .....	128
표56) 떡류 주요 제조업체 특징 및 연혁(떡국떡, 가래떡, 떡볶이떡) .....	132
표57) 떡류 제조업체 .....	135
표58) 한과 주요 제조업체 특징 및 연혁 .....	137
표59) 국가별 쌀가공식품(떡류) 세율 .....	140
표60) 떡·한과 수출입 코드 .....	141
표61) 떡·한과 전체 수출 및 수입 규모 .....	142
표62) 떡·한과 전체 수출 현황 .....	144
표63) 떡·한과 전체 수입 현황 .....	146
표64) 떡류 수출 및 수입 규모 .....	148
표65) 2021년 떡류 국가별 수출 현황 .....	150
표66) 떡류 국가별 수출 현황 .....	152
표67) 떡류 대륙별 수출 현황 .....	155
표68) 쌀과자(한과 포함) 수출 및 수입 규모 .....	157
표69) 제조사별 소매시장 규모 .....	170



표70) 제품 유형별 소매시장 규모 .....	171
표71) 판매 채널별 소매시장 규모 .....	172
표72) 소비자 온라인 조사 응답자 특성 .....	177
표73) 떡 100대 검색 제품 (Naver datalab) .....	187
표74) 한과 100대 검색 제품 (Naver datalab) .....	188
표75) 떡·한과 관련 연관 검색 단어 .....	190
표76) 평소 떡·한과 구입 경험 채널_복수응답 .....	194
표77) 떡·한과 제조업체 유형별 구입제품 .....	202
표78) 떡·한과 제제조업체 유형별 선호도 .....	206
표79) 일본 모찌 분류 .....	215
표80) 일본 베이카 분류 .....	216
표81) 일본 모찌 생산 규모 .....	217
표82) 일본 베이카 생산 규모 .....	218
표83) 일본 모찌 제조사 .....	220
표84) 일본 베이카 제조사 .....	223
표85) 중국 니엔가오 분류 .....	227
표86) 중국 니엔가오 제품 .....	230
표87) 중국 니엔가오 제조사 .....	232
표88) 중국 류화탕 제조사 .....	233

## 그림 목 차

그림1) 식품공전 체계상 떡의 식품 유형 .....	25
그림2) 전통식품 표준규격 기준 떡의 구분 .....	28
그림3) 식품공전 체계상 한과 식품 유형 .....	38
그림4) 떡국떡 제조공정 예시 .....	60
그림5) 유과(강정) 전통적인 제조공정 .....	63
그림6) 전통유과(강정)의 산업현장 제조공정 예시 .....	64
그림7) 전통한과 제조업체 제조공정 예시 .....	65
그림8) 떡·한과 전체 생산액 및 출하액 비중 .....	115
그림9) 떡·한과 전체 생산 현황 .....	117
그림10) 떡·한과 전체 출하 현황 .....	119
그림11) 떡류 생산 현황 .....	121
그림12) 떡류 출하 현황 .....	122
그림13) 한과 생산 현황 .....	123
그림14) 한과 출하 현황 .....	125
그림15) 떡류 제조업체 사업체수 및 출하액 (10인 이상) .....	129
그림16) 떡·한과 유형별 수출액 및 수입액 비중 .....	143
그림17) 떡·한과 유형별 전체 수출 현황 .....	145
그림18) 떡·한과 전체 수입 현황 .....	147
그림19) 떡류 수출 현황 .....	149
그림20) 대륙별 떡류 수출 현황 .....	154
그림21) 떡류 수입 현황 .....	156
그림22) 쌀과자(한과 포함) 수출 현황 .....	158
그림23) 쌀과자(한과 포함) 수입 현황 .....	159



그림24) 국내 떡·한과 시장 유통 구조 .....	164
그림25) 떡류 소매시장 규모 .....	169
그림26) 떡·한과 관련 검색량 추이 .....	182
그림27) 떡 검색어 워드 클라우드 분석 .....	183
그림28) 2022년 떡 검색 키워드 .....	184
그림29) 한과 검색어 워드 클라우드 분석 .....	185
그림30) 2022년 한과 검색 키워드 .....	186
그림31) 떡·한과 관련 키워드 네트워크 분석 .....	189
그림32) 떡·한과 구입빈도 .....	191
그림33) 떡·한과 정보 수집 채널_복수응답 .....	192
그림34) 떡·한과 구입 채널 .....	193
그림35) 떡·한과 구입량 변화(COVID-19 발생 이전과 비교) .....	195
그림36) 떡·한과 구입량 증가/감소 이유 .....	196
그림37) 떡·한과 구입시 고려 요인 .....	197
그림38) 떡·한과 품목별 인지 및 구입 지표_복수응답 .....	198
그림39) 떡·한과 품목별 선호_복수응답 .....	199
그림40) 떡·한과 구입 및 취식 이유 .....	200
그림41) 떡·한과 제조업체 유형별 구입제품 .....	201
그림42) 떡·한과 제조업체 유형별 구입이유_복수응답 .....	203
그림43) 떡·한과 제조업체 유형별 제품 만족도 .....	204
그림44) 떡·한과 제조업체 유형별 제품 선호도 .....	205
그림45) 떡·한과 제조업체 유형별 선호이유_복수응답 .....	207
그림46) 소비자 기대 가치 .....	210

그림47) 세계 시장 규모 ..... 213





# 제 1 장

---

## 시장 요약



## 시장 요약

### 1. 시장 개요

- 떡은 한자로 '병(餅)' 또는 '편(餠)'이라 하는데, 병은 일반적인 떡을 말하며 편은 눌러서 모양을 성형하는 떡을 주로 가리키며<sup>1)</sup> 식품공전 상 떡·한과는 '과자류, 빵류 또는 떡류'에 포함됨
- 식품의약품안전처의 「식품별 기준 및 규격」인 식품공전<sup>2)</sup>에 따르면 '떡'은 과자류, 빵류 또는 떡류 식품군에 해당하는 하위품목 중 하나인 '떡류'를 말하며 한과는 '과자류'의 한 품목으로 분류함
- 식품공전 상 떡류의 정의는 쌀가루, 찹쌀가루, 감자가루 또는 전분이나 기타 곡분 등을 주원료로 하여 이에 식염, 당류, 곡류, 두류, 채소류, 과일류 또는 주류 등을 가하여 반죽한 것 또는 익힌 것을 말함
  - 떡류는 다시 시루떡(증병), 쳐서 찌는 떡(도병), 단자류, 지지는 떡(전병)으로 나뉨
- 식품공전 한과의 정의는 과자류의 하나로 주로 곡물류나 과일, 견과류 등에 꿀, 엿, 설탕 등을 입혀 만든 것으로 유과, 약과, 정과 등을 말함<sup>3)</sup>
- 전통식품 표준규격은 '한과'와 '떡'을 따로 분류하며 '떡'을 하나로 묶어 정의하지 않고 약식, 가래떡, 증편, 새알심류, 찌는 떡, 치는 떡, 삶는 떡 각각에 대하여 정의하고 있음

1) 떡·한과 관련 업계 전문가 인터뷰

2) 식품공전, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2022년 8월 11일

3) 식품공전 제1.총칙 중 3.용어의 풀이, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2022년 8월 11일

## 2. 원료 수급 동향

- 2020년 떡류 제조에 사용된 원료의 총량은 181,317톤이며 이 중 쌀 121,344톤으로 66.9%, 밀가루(소맥분) 34,465톤으로 19.0%, 다음으로 쌀가루 사용이 10,187톤으로 5.6%를 차지함
- 한과 제조에 사용한 원료의 총사용량은 5,624톤으로 한과를 구성하는 주원료는 쌀 2,066톤으로 26.7%, 물엿 2,039톤 36.3%이며 다음으로 대두유 654톤으로 11.6%, 소맥분(밀가루) 488톤으로 8.7%, 소맥(밀) 144톤 2.6% 순임
- 원료 현황은 2021 식품산업 원료소비 실태조사에 따라 떡·한과의 주원료인 쌀과 떡의 부재료인 소맥분(밀가루), 한과의 부재료인 물엿을 살펴봄
- 2021년 기준 1인당 연간 쌀 소비량은 56.9kg으로 2020년 대비 1.4% 감소했으나, 사업체 부문 쌀 소비량은 68.2만 톤으로 2020년 대비 4.6% 증가함
  - 1인당 쌀소비 감소 및 사업체 부문 쌀소비 증가는 COVID-19로 개인이 밥을 하는 것과 같은 직접적인 쌀 소비 대신 식사대체용 쌀가공식품이나 막걸리 등 쌀을 이용한 식품산업이 성장하면서 이에 대한 수요가 증가하였기 때문으로 판단됨
  - 특히 떡류의 사업체 쌀 소비 비중이 2019년부터 지속적으로 증가해 2021년 국내 쌀 소비의 26% 비중을 차지함
- 한과 주원료 중의 하나인 소맥분(밀가루)은 해외에서 소맥(밀)을 수입하여 국내에서 밀가루 형태로 가공되어 사용되고 있음

- 밀은 세계적으로 높은 수요 대비 원활하지 못한 공급으로 인해 가격이 꾸준히 인상되고 있음<sup>4)</sup>
- 2021년 물엿 생산량은 44.5만 톤으로 2020년 대비 7.5% 감소한 반면, 생산액은 24.3%로 생산 비용이 크게 증가함

### 3. 생산 및 수출입 현황

#### 1) 생산 현황

- 떡·한과는 2017년 5,460억 원에서 2021년 7,313억 원으로 매년 5~11% 생산액이 증가하고 있으나 생산량은 2017년 대비 2배 이상 확대됨
  - 생산량 성장 속도 대비 생산액의 완만한 증가는 국내 쌀 가격 하락에 영향을 받았으며, 이러한 상황은 떡·한과 제조업체에 유리한 조건으로서 전통병과산업 발전에 유리한 요소로 작용함
- 2021년 최초로 떡류 생산량 및 출하량이 40만 톤을 넘어섬. 생산량 43.3만 톤, 출하량 40.1만 톤을 기록하며 떡류 시장은 급성장 중임
  - 떡류 시장의 급성장 원인은 크게 세 가지로 ①장기간의 COVID-19 상황을 지나면서 간편식 수요의 증가 및 ②건강에 관한 관심 증가로 소화가 잘되는 쌀을 이용한 가공식품에 대한 소비 증가, ③정부의 적극적인 쌀 소비 진작 정책으로 보여짐
- 2021년 한과 생산량은 58,988톤으로 2020년 대비 25.8%가 증가했으며 생산액은 818억 원 규모로 2020년 대비 5.7% 증가함

4) 2022.03.16., '수입 곡물 가격 2년새 47% 상승...8년 9개월만에 최고치', 연합뉴스

- 2019년 대비 2020년 생산량은 5.9% 증가했으나 같은 기간 생산액은 10.3% 감소함. 2020년 대비 2021년 생산량은 25.8% 증가했으나 같은 기간 생산액은 5.7% 증가에 그침. 이는 한과 생산 한과 제조업체의 생산성 향상과 주요 원자재인 국내산 쌀가격의 하락이 생산 원가의 부담을 줄여준 것이 영향을 끼쳤을 것으로 보여짐

## 2) 수출입 현황

- 2021년 떡·한과 전체 수출 규모는 수출량 2만 톤, 수출액 7천만 달러를 돌파한 성적을 거둠
  - 떡·한과 수출액의 전년 대비 증가율만 살펴보면 2018년 37.3%, 2019년 27.8%, 2020년 49.9%로 해마다 큰 폭으로 증가하며 2021년 수출액은 2017년 대비 3배 이상 커짐
  - 2021년 떡·한과 수출량은 20,551톤으로 전년 대비 14.9% 증가, 수출액은 7,182만 달러로 전년 대비 20.1%가 증가하여 수출량 대비 수출액 증가율이 더 높음. 이는 세계 시장에서 한국산 떡·한과의 가격 가치의 상승을 보여줌
- 떡·한과 수출은 매년 가파르게 상승하고 있는 가운데 2021년 수출량 및 수출액 모두 2017년 대비 약 3배 이상 급증함. 특히 2020년 기준 전년 대비 수출액은 49.9%, 수출량은 53.9% 증가함
  - 글로벌 시장에서 떡볶이를 중심으로 K-푸드 매운맛이 본격적으로 유행하여 동시에 쌀가공식품 수출에 대한 정부의 적극적 정책 지원의 상호작용이 이루어낸 결과임
- 2021년 떡·한과 수입은 2017년 이후 등락을 보이며 수입량은 2017년 대비 증가, 수입액은 감소함

- 2021년 떡 수입량 비중은 6.4%인 반면 한과 수입량 비중은 93.6%로 나타남. 떡과 한과 각각의 수입 비중은 수출과 완전히 반대되는 양상을 보임
  - 이는 수입량 및 수입액이 HS코드 기준에 의한 것으로 전통 떡류 및 한과와 함께 쌀을 주재료로 한 과자류가 대부분이기 때문으로 해석에 유의가 필요함

## 4. 유통 및 판매 현황

### 1) 유통 판매 구조

- 떡·한과류 유통 업체는 크게 개인 떡집/방앗간, 온/오프라인 떡·한과 판매 매장, 대형마트/백화점 등의 일반 매장과 프랜차이즈 떡집으로 크게 구분할 수 있음
  - 개인 떡집/방앗간 등은 전통 떡류만 생산하는 떡집도 있고, 전통 떡류와 한과를 함께 소량 생산, 판매하는 업체도 존재함
  - 프랜차이즈 떡·한과 판매업체는 개인 떡집/방앗간에서 생산하는 품목 외에도 전통 떡·한과를 현대적으로 재해석한 제품이나 케익류, 선물세트 등을 판매하고 있음
  - 한과는 식품제조업체에서는 거의 생산하고 있지 않으며, 한과를 전문적으로 생산하는 중소기업이 별도로 존재함

### 2) 소매시장 규모

- 소매시장 규모는 한과는 과자류 내 포함되어 파악이 어려우므로 제외하고 가래떡류 규모만 살펴봄

- 떡류 소매시장 규모는 2017년 이후 2020년까지 계속 성장하다가 2021년 1,565억 원으로 2020년 대비 9.6% 감소함
- 2018년은 1,385억 원으로 전년 대비 7.9% 증가, 2019년은 1,491억 원으로 전년 대비 7.6% 증가, 2020년은 1,730억 원으로 전년 대비 16.1% 증가, 2021년은 1,565억 원으로 전년 대비 9.6%가 감소함
  - 2020년까지의 소매시장의 성장은 COVID-19로 인해 가정 내 식사 대용식품이 늘어난 시기와 맞물리고 있으며 특히 이 기간은 '떡볶이떡' 제품 판매가 집중적으로 늘어난 시기임
  - 특히, 국물떡볶이 제품이 인기를 끌며 가정 내 밀키트 형식의 직접 조리제품과 HMR 형식의 용기형 떡볶이떡(제품유형 떡류)을 중심으로 판매됨

## 5. 시장 트렌드 및 소비자 동향

### 1) 시장 현황

- COVID-19 이전 떡·한과 시장은 서구형 디저트로 인해 규모가 감소하는 추세였음. 그러나 COVID-19 이후 발전된 유통기술과 다각화된 유통경로를 토대로 더욱 다양해지고 세분화하여 시장이 성장하는 기회가 됨
  - 떡·한과는 기업의 생산, 물류 시스템 발전, 냉장·냉동의 택배 배송 시스템 등장, 온라인 주문 시스템 체계화로 원거리 판로가 개척되어 수출 시장도 크게 성장함
  - 전국 각지의 유명한 떡·한과를 온라인 주문 후 빠르게 배송받아 즐길 수 있게 됨. 또한, 확대된 유통기한, 냉동유통 등으로 전 세계 수출이 확대됨



- 또한, 소비자들의 떡·한과에 대한 인식 변화로 떡·한과는 새로운 식재료와 함께 퓨전 식품으로 발전해 젊은 세대와 전 세계로 소비 시장이 확대되고 있음
  - 건강에 관심이 많고 설탕, 기름 등이 많이 함유된 기성 간식 제품에 식상함을 느꼈던 소비자들은 떡·한과에 주목함
  - 특히, 젊은 세대의 전통식품에 대한 관심이 증가하여 '약켓팅(약과 티켓팅)<sup>5)</sup>'이라는 신조어가 생겨남. 젊은 세대의 입맛을 잡기 위한 치즈떡, 티라미슈떡, 우유백설기 등의 새로운 떡들이 출시되는 한편, 레트로 감성의 떡 카페의 등장, 빵 대신 떡·한과를 판매하는 곳이 증가함

## 2) 소비자 동향

- 가정 내 떡·한과 구입 경험자는 1개월에 1.2회 떡·한과를 구입하고 있는 것으로 나타남
- 떡·한과 주 구입 채널은 '시장/동네떡집/방앗간'의 소규모 매장이 46.4%이며 '대형마트' 15.4%, '온라인 쇼핑몰' 10.6% 순임
  - 오프라인 매장에서 주 구입 비중이 80.5%로 전반적으로 떡·한과는 온라인 매장보다 오프라인 매장을 더 선호함
- 떡·한과 구입량이 COVID-19 발생 전과 비교하여 66.0%가 '변화가 없다'고 인식하며 '증가했다' 21.0%, '감소했다' 13.0%로 나타남
  - 연령대가 낮을수록 '구입량이 늘었다' 응답이 증가하고 젊은 세대의 떡·한과에 대한 관심이 증가한 것으로 보임

5) 2022.09.10. "약과에 빠졌어요"...'약켓팅'·'폼절' 대란' 약과의 재발견, YTN 뉴스

- 떡·한과 구입시 핵심 고려요인은 '맛'이며, 다음으로 '원료'와 '제품 및 판매자에 대한 신뢰'인 것으로 드러남
  - 특히 '신뢰' 요인은 1순위 응답률 대비 복수 응답률이 높아 잠재적으로 중요 요인으로 분석됨
- 떡류 중 가장 선호하는 제품은 '인절미류'로 48.0%의 선호도를 보임. 다음으로 '송편' 35.5%, '시루떡' 33.2%, '백설기' 25.8% 순임. 향후 구입 의향 제품 또한 '인절미'가 41.8%로 가장 높고 '시루떡', '송편', '백설기'가 그 뒤를 잇고 있음
  - 떡·한과 구입 및 취식의 가장 큰 이유는 '맛'이며 다음으로 '간식용' '식사 대용' 순임
- 떡·한과를 제조하는 업체 유형별로 '재래시장/방앗간/일반떡집' 구입이 83.0%로 가장 높고 이어서 '전문 중소제조업체', '백화점/마트 내 떡집', '대형 식품사' 순임
  - 재래시장/방앗간/일반떡집은 맛 이외 저렴한 가격, 가까운 거리가 구입이유이며, 제조 후 바로 구입할 수 있는 즉시성이 장점임
  - 백화점/마트 내 떡집 제품은 떡·한과 구입을 위한 목적성 아닌 다른 목적을 위한 방문시 병행구입의 이유가 높음
  - 전문 중소제조업체 제품은 온라인 구입 편의성 및 독특하고 차별화된 제품 등의 제품력에 대한 이유가 언급됨
  - 대형 식품사 제품 구입이유는 '신뢰성'이며 제품 고유의 특징점 요소는 다른 품목 대비 상대적으로 낮은 편임
- 2022년 떡·한과에 대한 소비자 기대 가치는 '속이 든든한 행복감', '삶의 여유', '한국의 맛' 등으로 나타나고 있음

- **속이 든든한 행복감(A Feeling of Fulling)**

쌀을 주원료로 한 떡·한과가 제공하는 포만감과 간편하게 한 끼 해결이 가능한 점이 떡·한과의 핵심 기대 가치임. 서양에서 들어온 제과류가 대중화되었으나 밀과 설탕으로 만들어진 빵보다 떡·한과류가 안전하고 건강에 도움이 되므로 한국인의 건강 생활에 맞는 영양을 제공한다는 인식이 소비자들에게 보편적으로 통용되고 있음. 특히 소화가 잘되고 다이어트에도 도움이 된다는 인식으로 인해 식사 대용으로도 인기가 높음

- **삶의 여유(Leisurely Life)**

소비자들은 오랫동안 차와 함께 떡·한과를 취식하며 여유로움을 기대함. 또한, 최근 새롭게 형성되고 있는 떡·한과의 고급화, 소포장, 독특한 외관 등의 차별화 및 최신 유행이 반영된 떡·한과를 즐기고 싶은 기대감이 있음

- **한국의 맛(The Taste of Korea)**

전통음식인 떡·한과가 제공하는 달콤함과 쫄득함, 부드러움, 고소함 등 다양한 맛에 대한 기본적인 기대감을 의미함. 다과 문화를 통해 여러 가지 맛있고 새로운 떡·한과의 맛을 접하게 되고 한국 문화에 대한 자부심, 긍지를 느낄 수 있는 점에서 소비자들이 기대하는 추구 가치로 볼 수 있음

## 6. 해외 시장 동향

### 1) 세계 시장 규모

- 떡·한과류는 우리의 전통식품으로 특히 한과류에 대해서는 해외에 동일한 제품이 있는 것이 아니므로 세계 시장 규모에 대해서는 떡류(Rice cake) 제품에 대해서만 살펴봄

- 데이터 브릿지 마켓 리서치(Data Bridge Market Research)에 따르면 2021년 세계 떡 시장규모는 333억 달러였으며 2022년부터 2029년까지 연평균 6.0% 성장하여 2029년에는 530억 8천만 달러에 이를 것으로 예측함<sup>6)</sup>

## 2) 글로벌 트렌드

- 세계시장 내에서 한국의 떡·한과는 한류스타나 유튜버 등을 통해서 해외에 소개되며 인지도가 높아짐. 이로 인해 2021년 국가별 떡류 수출현황을 살펴보면 미국, 인도네시아, 네덜란드, 태국, 홍콩, 필리핀, 말레이시아 등 상위 9개국 대상 수출액이 전년 대비 50% 이상 증가함
  - 인도네시아의 경우 2019년 수출액 78만 달러에서 2020년 352만 달러로 전년 대비 348% 증가했으며, 한국 드라마 등을 통한 K-푸드의 매운맛의 인기가 한국의 대표적 매운 간식인 '떡볶이'로 옮겨가면서 떡류의 수요가 크게 높아짐
  - 일본은 2019년 수출이 크게 증가했는데 2018년 편의점을 중심으로 (주)영풍의 '요뽀끼'가 단맛을 더해 현지화에 성공하면서 젊은 층을 대상으로 판매가 크게 증가함
  - 베트남은 국내 즉석떡볶이 프랜차이즈 '두끼'가 고급화된 떡볶이 전문 레스토랑을 런칭했으며 현지 시장에서 큰 인기를 얻으며 한국 떡볶이에 대한 수요가 급성장함

## 3) 국가별 동향

- 떡·한과류와 유사한 제품을 보유하고 있다고 판단되는 일본과 중국을 중심으로 살펴봄

6) Global Rice Cakes Market - Industry Trends and Forecast to 2029 : DATA BRIDGE

- **(일본)** 떡과 과자를 모두 화과자(和菓子)라고 부르며, 수분 함량에 따라 종류가 나뉨. 그 중 수분 함량이 높은 생과자는 우리의 떡과 같은 형태로 보임. 또한 일본의 쌀과자인 베이카(米菓)는 한과와 비슷한 것으로 보임
  - 생과자에는 한국의 찹쌀떡과 같은 모찌(餅, もち)나 찹쌀가루 반죽에 팥을 넣고 찐 다이후쿠(大福), 단고 등이 있음. 그러나 여러 종류의 떡들을 모찌로 통칭하기도 함. 모찌는 일본의 대표적인 전통식품으로 설날이나 다른 명절에 주로 섭취하며 꾸준한 소비가 이루어지고 있음
  - 모찌는 주로 겨울철, 특히 설날에 소비하는 경향이 크지만 최근 들어 일 년 내내 떡을 소비하자는 움직임이 일어나고 있음. 이는 COVID-19로 인하여 임시휴교, 재택근무 등 소비자들이 가정에서 식사하는 빈도가 늘어났기 때문임. 그럼에도 여전히 모찌의 소비는 여름 한 달간의 매출이 12월의 하루 매출과 같을 정도로 12월에 치중되어 있음
  - 베이카는 쌀로 만든 과자를 통칭하지만, 원료에 따라 제조 공정도 다르고 특징도 다른 과자가 포함되어 있음
  - 베이카의 대표 제품인 센베이는 우리나라의 한과에 비해 계절이나 시기에 관계없이 꾸준한 소비가 이루어지고 있음. 또한, 일본의 저출산 및 고령화로 과자 및 베이카 소비층은 노년층으로 이동함
- **(중국)** 니엔가오(年糕)는 쌀 또는 찹쌀을 찌서 만든 중국 전통음식으로 우리나라의 떡과 외형이 비슷한 부분이 있음. 또한 류화탕(蓼花糖)은 중국의 전통 설탕과자이며 찹쌀, 콩, 기름, 설탕, 참깨 등의 재료가 들어가며 만드는 방법과 완성된 모양이 우리나라의 한과와 유사함

- 중국 전통음식인 니엔가오(年糕)와 류화탕(蓼花糖) 춘절에 주로 먹음. 일반적으로 춘절에 집에서 떡을 만들어 먹지만 생활 환경이 현대화됨에 따라 다양한 종류의 떡이 가공·포장된 형태로 판매되고 있음
- 급속냉동식품 시장이 전체적으로 빠른 성장세를 보이며 특히 탕위안, 물만두, 떡 등이 포함된 조리류 시장의 성장세가 두드러짐. 또한, 중국 내 한식의 인기와 한국 특유의 매운맛에 대한 인지도가 상당히 높아 떡볶이, 한국 냉동떡 등에 대한 수요가 늘어나고 있음

## 제2장

---

# 조사 개요





## 제1절 조사 배경 및 목적

### 1. 조사 배경

- 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사는 2010년부터 식품산업의 육성 및 경쟁력 강화를 목적으로 매년 가공식품 세분시장 현황조사 결과를 제공해오고 있음
  - 조사 품목에 대한 원료 수급부터 생산, 유통, 판매, 소비까지 전체 시장의 구조와 각 이해 관계자들의 활동을 분석함으로써 식품 시장에 대한 이해를 돕고, 각 산업 분야에서 활용 가능한 기본 정보 및 심층적 시장현황 조사를 진행함으로써 각 업계의 경쟁력 확보 방안 도출과 건강한 식품산업의 지속 가능한 발전을 도모하고자 본 조사를 진행함
- 1인 가구 증가와 같은 '인구 구조 변화', 온라인 시장 확대와 같은 '유통 구조 변화', 식생활 전반 서구화에 따른 '소비자 라이프스타일 변화'에 대응하기 위해서 가공식품 품목별 선제적이고 미래지향적인 대응 전략 수립이 시급한 상황임
- 이를 기반으로 가공식품 기업들은 변화하는 산업환경 속에서 시장기회를 발굴하고, 효과적인 마케팅 전략을 수립하여 지속 성장할 수 있는 역량을 키워야 함

## 2. 조사 목적

- 본 조사는 가공식품 산업 활성화 및 이해 관계자들에게 가치 있는 시장 정보 제공을 위해 품목별 세분시장의 규모와 성장 배경을 조사하고, 원료 및 제품 시장의 변동 요인을 분석하여 식품업계의 실태를 파악하고자 함
  - 품목별 세분시장의 현황을 분석해 시장정보에 대한 접근성이 상대적으로 취약한 중소 규모 기업의 마케팅 활동 및 시장진출 전략 수립에 유용한 정보를 제공하며 학계, 정부 및 유관 기관에 신뢰할 수 있는 자료 제공으로 식품산업 발전 방안 및 유관 정책 수립을 지원할 수 있음
  - 또한, 소비자들도 가공식품 세분시장에 대한 이해를 높이고, 식생활과 밀접한 정보를 제공해 식품산업에 관한 관심을 유도함
- 식품시장의 주요 지표를 나타내는 공식 데이터와 통계 자료를 바탕으로 시장현황을 조망하고 변동 요인을 분석함으로써, 객관적이고 공신력 있는 자료를 기반으로 시장정보 수요자들에게 실질적이고 가치 있는 정보와 시사점을 제공하고자 함
  - 식품업계 실무자 및 산업 전문가들의 의견을 수렴하여 수요자 요구에 부합하는 시장환경에 대하여 심도 있는 분석 결과를 제시하고자 함
- 소비 트렌드, 글로벌 식품 소비 동향 및 주요 국가의 시장현황 분석 등 최신 시장 정보 제공으로 급변하는 시장 환경하에서 식품 기업들의 생존과 산업 경쟁력 강화에 기여하고자 함

## 제2절 조사 대상 및 방법

### 1. 조사 대상

- 2022년 가공식품 세분시장 현황조사 품목은 가공식품과 전통식품으로 구분되며 가공식품은 식용유, 라면, 냉동식품, 메디푸드, 전통식품은 식초류, 떡/한과, 조청/엿, 다류(차류)를 포함하고 있으며 본 조사는 떡·한과 시장을 대상으로 함
  - 떡·한과 시장현황 분석 항목은 시장 개요, 생산 및 수출입 동향, 유통 및 판매 동향으로 구성되며 시장현황과 관련된 각종 통계 데이터 및 최신 동향 관련 주요 문헌들을 분석하였음
  - 떡·한과 시장의 소비자 동향 분석은 온라인 소비자 조사 및 빅데이터 분석을 진행함
- 본 조사는 1) 각종 통계 및 문헌조사를 통한 시장현황 분석 ⇒ 2) 전문가 자문 회의를 통한 주요 이슈 확인 및 최신 동향 파악 ⇒ 3) 소비자 조사 및 빅데이터 분석 ⇒ 4) 전문가 검토를 통한 최종 보고서 완성 단계를 거침
  - 기업들의 해외 진출을 위한 시사점을 얻기 위해 문헌조사를 통한 글로벌 시장 동향 분석을 진행함

## 2. 조사 방법

- 본 조사는 전문가 자문 회의를 통해 산업에 대한 이해 및 이슈를 명확히 하고, 시장 자료 수집/분석을 위해 국내외 문헌 연구, 각종 통계 자료 분석, 소비자 구매 행태조사 및 빅데이터 분석으로 세분시장 현황과 트렌드를 분석함. 이후, 전문가 리뷰를 통해 조사내용 검수 및 의견 청취 후 결과를 보완함

### 1) 문헌 조사

- 국내 시장 동향 분석을 위해 한국농수산물유통공사의 식품산업 통계정보(aTFIS), 농식품수출정보(KATI), 식품의약품안전처의 식품공전과 식품 및 식품첨가물 생산실적, 관세청의 수출입 무역통계, 그리고 해외 동향 분석을 위해 유로모니터 인터내셔널(Euromonitor International)의 시장 동향 데이터 등을 활용함
  - 떡·한과의 정의와 분류는 식품의약품안전처의 식품공전 기준을 활용했고, 국내 생산 및 출하 실적은 식품의약품안전처의 식품 등 생산실적 자료를 활용함
  - 수출입은 관세청의 수출입 무역통계, 농식품수출정보(KATI) 자료를 이용했으며 소매 유통 규모는 식품산업통계정보(aTFIS)의 소매점 유통 POS 데이터, 소비 트렌드는 온라인 소비자 조사 결과 및 언론 기사를 참고했고, 소셜 네트워크 서비스(SNS) 자료를 추출하여 빅데이터 분석을 진행함
  - 해외 동향은 유로모니터 인터내셔널(Euromonitor International) 자료와 농식품수출정보(KATI), 대한무역투자진흥공사(KOTRA) 외 수출 관련 기관의 해외 시장 동향 리포트나 해외 유관기관의 발표 자료 및 언론 보도 등의 자료를 활용함

## 2) 전문가 인터뷰

- 업계 동향 및 문헌조사를 통해서도 도출하기 어려운 소비 트렌드나 시장의 주요 이슈는 식품업계 담당자 및 학계 전문가 자문 인터뷰를 통해 도출함

## 3) 소비자 구매 및 소비 행태 조사

- 떡·한과에 대한 인식 및 태도, 떡·한과 구매 및 이용 소비 행태 등 떡·한과 소비자를 이해하기 위한 소비자 대상 온라인 설문 조사를 진행함
  - 떡·한과에 대한 인지, 구매, 조리 및 취식 등 소비행태 전반에 대한 조사 및 분석을 통해 제품 개발 및 마케팅 전략을 수립할 수 있는 기초 정보를 제공하고자 함
  - 최근 1년 내 떡 또는 한과 제품 구입 경험이 있는 서울/수도권 및 5대 광역시 및 직할 시/군/구 거주하는 20세 이상 성인 남녀 소비자를 대상으로 2022년 11월 18일 ~ 11월 23일(6일간) 온라인 조사로 진행함

○ 소비자 대상 온라인 설문조사 응답자 특성은 다음과 같음

표1) 소비자 온라인 조사 응답자 특성

구분		사례수(명)	비중(%)
전체		500	100.0
성별	남성	102	20.4
	여성	398	79.6
연령	20대	90	18.0
	30대	89	17.8
	40대	110	22.0
	50대	117	23.4
	60대	94	18.8
	성별 * 연령	남성 20대	19
	남성 30대	20	4.0
	남성 40대	22	4.4
	남성 50대	21	4.2
	남성 60대	20	4.0
	여성 20대	71	14.2
	여성 30대	69	13.8
	여성 40대	88	17.6
	여성 50대	96	19.2
	여성 60대	74	14.8
결혼 여부	미혼	151	30.2
	기혼	349	69.8

\* 주요 떡·한과 제조사의 마케팅 대상은 여성이며(자문위원), 떡·한과에 대한 검색도 여성의 비율이 높아 성별 비중을 여성 : 남성 = 8 : 2 비중으로 설문조사를 실시함  
 (‘떡·한과’ 클릭량 비율 = 여성 83% : 남성 17%, 출처 : 네이버 datalab, 2021.10.06.~2022.10.06.)

#### 4) 빅데이터 조사 개요

○ 포털 사이트, SNS 등 온라인 상의 떡·한과 관련 키워드 검색량, 언급률 등 주요 지표에 대한 빅데이터 분석을 통하여 떡·한과에 대한 소비자 인식 정보, 2022년 핵심 키워드 등에 대한 추가 분석을 통해 시장 동향에 대한 설명을 보강하고, 현업 실무자의 관심도를 증대시키고자 함

○ 빅데이터 분석은 네이버 검색량 데이터를 기반으로 진행함

- 네이버는 국내 대표 온라인 검색 포털 사이트이며 누구나 자료 분석이 가능함
- 데이터 수집 기간은 2021년 10월 6일 ~ 2022년 10월 6일 (1년간)임
- 데이터 소스는 딱한과 기준 네이버 웹문서(1,500건), 블로그(1,001건), 뉴스(774건), 카페(460건), 지식인(991건), 학술정보 전체(1,010건), 네이버 트렌드, 네이버 데이터랩 등을 사용함
- 분석 방법은 워드 클라우드 분석(Word Cloud), 검색어 트렌드, 구조방정식 모델링(Structural Equation Modeling)임
- 분석 과정은 다음과 같음

구분	항목	세부 내용
1단계	데이터 수집	(관련 키워드 포함) 연관 검색어, 검색량 정보 수집(전체) -->
2단계	데이터 정제/언어 처리	수집된 데이터에 불필요한 요소들을 제거 --> 비정형 데이터 정형화 작업 --> 정제된 데이터 확보 -->
3단계	데이터 정형화 및 분석	정제된 데이터를 재정형화 --> 결과물 도출 --> 분석 및 보고서

7) naver.com

## 제3절 시장 조사 개요

### 1. 떡의 정의 및 종류

- 떡·한과 시장 현황조사에 앞서 조사 대상인 품목과 그 세분시장의 범위를 명확히 규정하기 위해 떡·한과에 대해 우선 정의함
- 떡은 삼국이 성립되기 이전인 부족국가 시대부터 만들어진 것으로 추정하고 있는데, 그 이유는 부족국가 시대에도 떡의 주재료인 곡물이 생산되었고 찌는 떡(증병)을 만드는데 필요한 도구인 갈판과 갈돌, 그리고 시루가 유적으로 출토되고 있기 때문임<sup>8)</sup>
- 떡은 한자로 '병(餅)' 또는 '편(餠)'이라 하는데, 병은 일반적인 떡을 말하며 편은 눌러서 모양을 성형하는 떡을 주로 가리키는 말임<sup>9)</sup>

#### 1) 식품공전

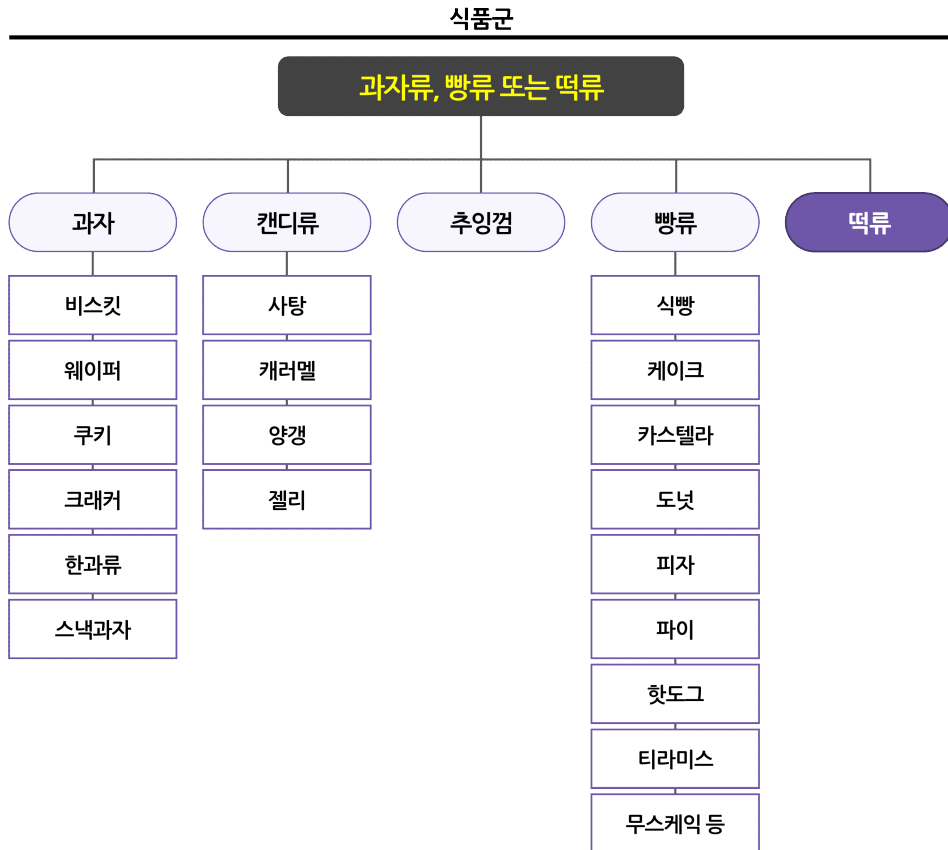
- 식품공전 상 떡·한과는 '과자류, 빵류 또는 떡류'에 포함됨
  - '과자류, 빵류 또는 떡류'는 곡분, 설탕, 달걀, 유제품 등을 주원료로 하여 가공한 것을 말하며 하위품목으로 과자, 캔디류, 추잉껌, 빵류, 떡류의 5개 식품유형이 있고 떡은 식품유형인 떡류에, 한과는 과자 내 세부품목에 포함됨

8) 도서 「한국의 전통병과」 2판, 정길자 외 4명, 교문사, 2021.

9) 떡·한과 관련 업계 전문가 인터뷰



그림1) 식품공전 체계상 떡의 식품 유형



\* 식품공전, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2022년 8월 11일

- 식품의약품안전처의 「식품별 기준 및 규격」인 식품공전<sup>10)</sup>에 따르면 '떡'은 과자류, 빵류 또는 떡류 식품군에 해당하는 하위품목 중 하나인 '떡류'를 말함

10) 식품공전, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2022년 8월 11일

- 식품공전 떡류의 정의는 쌀가루, 찹쌀가루, 감자가루 또는 전분이나 기타 곡분 등을 주원료로 하여 이에 식염, 당류, 곡류, 두류, 채소류, 과일류 또는 주류 등을 가하여 반죽한 것 또는 익힌 것을 말함
  - 떡류의 주원료인 곡분이란 곡류를 빻거나 갈아서 만든 가루를 말하며 쌀, 보리, 밀, 호밀, 귀리, 조, 수수, 옥수수, 메밀, 울무, 기장, 피 등이 해당되며 성형 후 익힌 것뿐만 아니라 사용하거나 익히지 않은 반가공제품 또한 포함함<sup>11)</sup>
- 식품공전에서 떡류는 다시 시루떡(증병), 쳐서 찌는 떡(도병), 단자류, 지지는 떡(전병)으로 나뉘며 각각의 정의를 살펴보면 다음과 같음<sup>12)</sup>
  - 시루떡(증병)이란 떡 중에서 가장 먼저 만들어진 떡의 기본형으로 곡물을 가루로 하여 시루에 안치고 솥 위에 얹어 증기로 찌내는 떡을 말함
  - 쳐서 찌는 떡(도병)은 찹쌀은 그대로 찌고 떡은 가루로 하여 물을 주어서 찌내어 더울 때에 절구나 안반에 쳐서 끈기가 나게 한 떡으로 인절미, 흰떡, 절편, 개피떡 등이 있음
  - 단자류는 찹쌀가루를 물을 내려서 찌거나, 익반죽하여 반대기를 만들어 끓는 물에 삶아내어 파리가 일도록 쳐서 적당한 크기로 빗거나 썰어서 고물을 묻히는 것을 말함
  - 지지는 떡(전병)은 찹쌀이나 찰곡식의 가루를 익반죽하여 모양을 빗어 기름에 지지는데, 화전, 주전, 부꾸미가 대표적임

11) 식약청 고시 제2009-172호, 2009.12.9.

12) 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 개정판 2019.01

표2) 식품공전 기준 떡의 정의 및 종류

구분	정의	제품
시루떡 (증병)	곡물을 가루로 하여 시루에 안치고 솔 위에 얹어 증기로 찌내는 떡	백설기 및 각종 설기떡 각종 시루떡 등
쳐서 찌는 떡 (도병)	찹쌀은 그대로 찌고 떡은 가루로 하여 물을 주어서 찌내어 더울 때에 절구나 안반에 쳐서 끈기가 나게 한 떡	인절미, 흰떡, 절편, 개피떡
단자류	찹쌀가루를 물을 내려서 찌거나, 익반죽하여 반대기를 만들어 끓는 물에 삶아내어 과리가 일도록 쳐서 적당한 크기로 빗거나 썰어서 고물을 묻히는 것	각종 경단, 오메기떡 등
지지는 떡 (전병)	찹쌀이나 찰곡식의 가루를 익반죽하여 모양을 빗어 기름에 지지는 떡	화전, 주전, 부꾸미 등

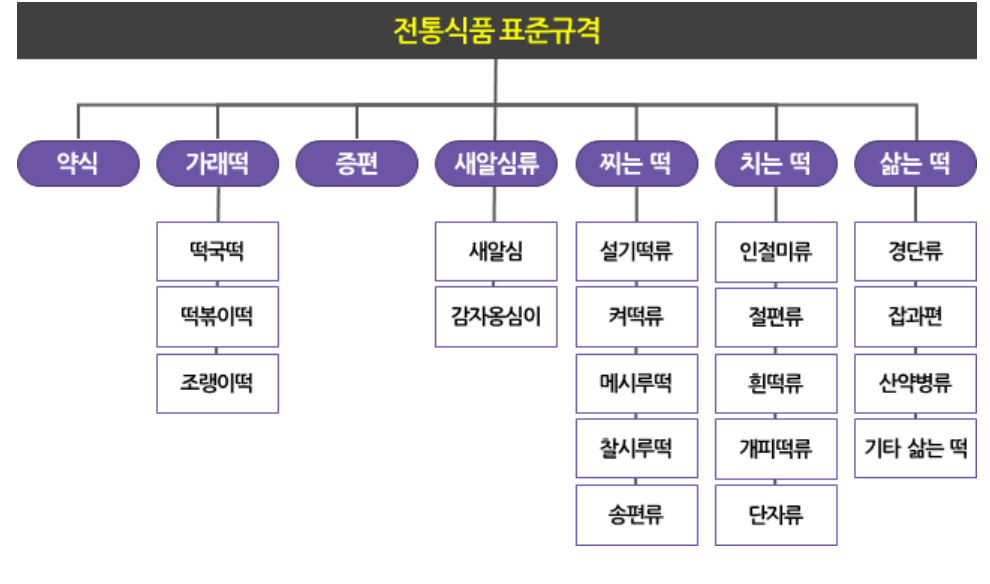
\* 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 개정판 2019.01

## 2) 전통식품 표준규격

- 전통식품 표준규격은 '떡'을 하나로 묶어 정의하지 않고 약식, 가래떡, 증편, 새알심류, 찌는 떡, 치는 떡, 삶는 떡 각각에 대하여 정의함
- 전통식품 표준규격의 7가지의 떡 중 약식, 증편에 대한 재구분은 없으나, 그 외의 떡은 다음과 같이 재구분함
  - 가래떡은 떡국떡, 떡볶이떡, 조랭이떡으로 나누어지며, 새알심류는 새알심과 감자옹심이로 구분함

- 찌는 떡은 설기떡류, 쪄떡류, 메시루떡, 찰시루떡, 송편류, 기타 찌는 떡으로 구분함
- 치는 떡은 인절미류, 절편류, 흰떡류, 개피떡류, 기타 찌는 떡으로 구분함
- 삶는 떡은 경단류, 잡과편, 산약병류, 기타 삶는 떡으로 구분함

그림2) 전통식품 표준규격 기준 떡의 구분



\* 국립농산물품질관리원 우수식품정보시스템(www.naqs.go.kr)

표3) 전통식품 표준규격 기준 떡의 정의

구분	정의	국내산 주원료	특징
약식 (T013)	찹쌀에 밤, 대추, 잣, 설탕, 소금, 참기름 등을 혼합하여 증숙하고 성형한 것	찹쌀, 밤, 대추	밤, 대추는 반드시 포함
가래떡 (T031)	쌀을 원료로 하고 이에 식염, 물 등을 가하여 증자, 압출성형, 냉각, 절단 등의 과정을 거쳐 제조된 떡	쌀, 식염	· 쌀 싸라기 및 찌쌀의 가공된 것은 사용 불가 · 밀가루 및 전분사용 불가
증편 (T059)	쌀을 주원료로 하여 이에 탁주, 식염, 효모, 물 등을 가하고 발효한 다음 일정한 크기와 모양으로 성형하여 고명을 얹거나 얹지 않고 증자, 포장 등의 공정을 거쳐 제조한 것	쌀(멥쌀, 찹쌀), 식염	탁주(청주), 효모로 발효
새알심류 (T060)	쌀 또는 감자를 주원료로 하여 이에 식염, 물 등을 가하여 동그랗게 빚은 것	쌀(멥쌀, 찹쌀), 감자(감자옹심이), 식염,	감자옹심이는 감자 80% 이상, 전분, 식염
찌는 떡 (T062)	증편을 제외한 것으로, 국내산 쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음, 한무리로 또는 고물을 켜켜로 얹어 증숙하여 일정한 모양으로 만든 찌는 떡	찹쌀, 멥쌀, 기타 곡류, 식염, 두류, 과실류 및 채소류	· 쌀 싸라기 및 찌쌀의 가공된 것은 사용 불가 · 밀가루 및 전분사용 불가
치는 떡 (T063)	가래떡을 제외한 것으로, 국내산 쌀 또는 차좁쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 찰지게 한 다음, 소를 넣거나 넣지 않고 일정한 모양으로 만들어 그대로 또는 고물을 입혀 만든 치는 떡이며 여기에 가래떡은 제외	찹쌀, 멥쌀, 차좁쌀, 기타 곡류, 식염, 두류, 과실류 및 채소류	· 쌀 싸라기 및 찌쌀의 가공된 것은 사용 불가 · 밀가루 및 전분사용 불가 (달라붙는 것 방지용은 예외)
삶는 떡 (T067)	국내산 쌀가루, 차조 및 차수수가루 등을 반죽하여 빚거나 안에 소를 넣어 일정한 모양으로 만들어 삶아 고물을 문힌 떡	찹쌀, 멥쌀, 차좁쌀, 기타 곡류, 식염, 두류, 과실류 및 채소류	· 쌀 싸라기 및 찌쌀의 가공된 것은 사용 불가 · 밀가루 및 전분사용 불가

\* 전통식품 표준규격 개정 전문, 국립농산물품질관리원 고시 제2021-9호

\* 우수식품정보시스템(www.naqs.go.kr),

## (1) 약식

- 약식은 찹쌀에 밤, 대추, 잣, 설탕, 소금, 참기름 등을 혼합하여 증숙하고 성형한 것을 말함. 예로부터 음식에 '약(藥)'이 들어가면 재료 중 꿀과 참기름이 들어간 것을 뜻하는데, 현대에 이르러 꿀 대신 조청, 설탕 등을 재료로 활용하게 되었으나 명칭은 그대로 '약식'으로 지칭함<sup>13)</sup>

## (2) 가래떡

- 가래떡은 쌀을 원료로 하고 이에 식염, 물 등을 가하여 증자, 압출성형, 냉각, 절단 등의 과정을 거쳐 제조된 떡으로 떡국떡, 떡볶이떡, 조랭이떡이 이에 해당함
  - 떡국떡은 쌀을 침지, 분쇄, 증자하여 둥근막대형으로 늘인 것을 편절하여 만든 것으로 주로 떡국에 사용하는 것을 말함
  - 떡볶이떡은 쌀을 침지, 분쇄, 증자하여 둥근막대형으로 늘인 것을 일정한 길이로 절단하여 만든 것으로 주로 떡볶이에 사용하는 것을 말함
  - 조랭이떡 쌀을 침지, 분쇄, 증자하여 둥근막대형으로 늘인 떡의 가운데를 잘록하게 눌러 성형한 조롱박 모양의 것을 말함

## (3) 증편

- 증편은 쌀을 주원료로 하여 이에 탁주, 식염, 효모, 물 등을 가하고 발효한 다음 일정한 크기와 모양으로 성형하여 고명을 얹거나 얹지 않고 증자, 포장 등의 공정을 거쳐 제조한 것임

13) 떡·한과 관련 업계 전문가 인터뷰

#### (4) 새알심류

- 새알심류는 쌀 또는 감자를 주원료로 하여 이에 식염, 물 등을 가하여 동그랗게 빚은 것으로 새알심과 감자옹심이가 이에 해당함
  - 새알심은 분쇄한 찹쌀, 멥쌀에 소금, 물을 가하여 혼합, 성형 등의 공정을 거친 것을 말함
  - 감자옹심이는 분쇄한 감자를 그대로 사용하거나 전분, 소금 등을 가하여 혼합, 성형, 증자 등의 공정을 거친 것을 말함

#### (5) 찌는 떡

- 찌는 떡은 증편을 제외한 것으로, 떡류 중에서 국내산 쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음, 한무리로 또는 고물을 켜켜로 얹어 증숙하여 일정한 모양으로 만든 찌는 떡을 말하며 여기에는 설기떡류, 켜떡류, 메시루떡, 찰시루떡, 송편류 및 기타 찌는 떡이 해당함
  - 설기떡류는 멥쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음, 고물을 넣고 한무리로 증숙하여 일정한 모양으로 만든 떡으로, 백설기, 콩시루떡, 무시루떡, 감설기떡, 썩시루떡, 밤설기떡, 행병, 도병, 당귀병, 국화병, 상자병 등이 있음
  - 켜떡류는 찹쌀이나 멥쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음, 팔고물이나 거피한 고물 등을 켜켜로 얹어 증숙하여 일정한 모양으로 만든 떡을 말함
  - 메시루떡은 멥쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음, 팔고물이나 거피한 고물 등을 켜켜로 얹어 증숙하여 일정한 모양으로 만든 떡으로, 고물과 켜가 있는 메시루떡과 고물없이 켜를 얇게 찌는 메시루편으로 나뉨

- 찰시루떡은 찹쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음, 잘라서 물에 불린 호박고지를 섞거나 섞지 않고 팔고물이나 거피한 고물을 켜켜로 엮어 증숙하여 일정한 모양으로 만든 떡이며 고물을 켜켜이 엮는 찰시루떡과 고물을 찹쌀가루에 섞어 메시루편과 같은 방법으로 찌는 찰시루편이 해당됨
- 송편류는 쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음 그대로 또는 송기, 쑥, 모시잎 등을 넣어 송편반죽을 만들고 녹두, 깨, 풋콩, 밤, 대추 등의 소를 넣어 빻은 후 솔잎을 깔고 찐 떡을 말함
- 기타 찌는 떡은 설기떡류, 켜떡류 및 송편류 이외의 찌는 떡을 말함

## (6) 치는 떡

- 치는 떡은 떡류 중에서 국내산 쌀 또는 차좁쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 찰지게 한 다음, 소를 넣거나 넣지 않고 일정한 모양으로 만들어 그대로 또는 고물을 입혀 만든 치는 떡이며 여기에 가래떡은 제외함. 치는 떡으로 인절미류, 절편류, 흰떡류, 개피떡류, 단자류, 기타 치는 떡이 있음
  - 인절미류는 찹쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 매우 치거나 교반하여 찰지게 한 다음, 일정한 모양을 만들어 그대로 또는 콩가루 등의 고물을 입힌 것으로 인절미, 쑥인절미, 차조인절미 등을 말함
  - 절편류는 멥쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 매우 치거나 교반하여 찰지게 한 다음, 일정한 크기로 잘라 떡살 등으로 눌러 모양을 만든 것으로 흰절편, 쑥절편, 송기절편 등을 말함



- 흰떡류는 멥쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 매우 치거나 교반하여 찰지게 한 다음, 일정한 크기로 길게 만든 것을 말하며 가래떡이라고 함
- 개피떡류는 멥쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 매우 치거나 교반하여 찰지게 한 다음, 소를 넣고 접어서 일정한 크기로 성형한 것으로 바람떡이라고도 하며 개피떡, 썩개피떡, 송기개피떡 등을 말함
- 단자류는 찹쌀을 물에 불려 그대로 가루로 만들거나 석이, 승검초 등의 부재료를 가하여 함께 가루로 만들어 반죽하고 찌거나 삶아 찰지게 하여 팥, 밤가루 등의 소를 넣거나 넣지 않고 일정한 모양을 만들어 잣가루, 밤가루, 팥고물 등을 입힌 것을 말하며 석이단자, 썩단자, 밤단자, 승검초단자, 각색단자, 도행단자, 유자단자, 토란단자, 밤단자, 건시단자, 배피떡, 오쟁이떡이 이에 해당함
- 기타 치는 떡으로 인절미류, 절편류, 흰떡류, 개피떡류, 단자류 외의 치는 떡을 말함

## (7) 삶는 떡

- 삶는 떡은 떡류 중에서 국내산 쌀가루, 차조 및 차수수가루 등을 반죽하여 빚거나 안에 소를 넣어 일정한 모양으로 만들어 삶아 고물을 묻힌 떡을 말하며 경단류, 잡과편, 산약병, 기타 삶는 떡이 있음
- 경단류는 쌀가루, 차조 및 차수수가루 등을 반죽하여 빚거나 일정한 모양으로 만들어 삶아 고물을 묻히거나, 찌서 찰지게 하여 일정한 모양을 만들어 고물을 묻힌 것으로 콩가루경단, 감자경단, 계피경단, 깨경단, 밤경단, 썩경단, 팥경단, 삼색채경단, 차수수경단, 오메기떡 등을 말함

- 잡과편은 쌀가루를 물에 불려 반죽하고 일정한 모양으로 만들어 삶은 다음 쳐서 찰지게 하거나, 찌서 찰지게 하여 일정한 모양을 만들어 잣을 넣고 꿀을 바른 뒤 대추채, 밤채, 곱감채, 잣가루 등으로 만든 고물을 입힌 떡을 말함
- 산약병은 쌀가루에 마가루를 섞어 꿀로 반죽하여 둥글게 모양을 만들어 삶은 다음, 또는 찌서 찰지게 하여 일정한 모양을 만들어 꿀을 묻힌 떡을 말함
- 기타 삶는 떡은 경단류, 잡과편 및 산약병 이외의 삶는 떡을 말함

표4) 전통식품 표준규격 체계상 떡의 종류

구분	종류	정의		
약식 (T013)	약식	찹쌀에 밤, 대추, 잣, 설탕, 소금, 참기름 등을 혼합하여 증숙하고 성형함		
가래떡 (T031)	떡국떡	쌀을 침지, 분쇄, 증자하여 둥근막대형으로 늘인 것을 편절하여 만든 것으로 주로 떡국에 사용하는 것을 말함		
	떡볶이떡	쌀을 침지, 분쇄, 증자하여 둥근막대형으로 늘인 것을 일정한 길이로 절단하여 만든 것으로 주로 떡볶이에 사용하는 것을 말함		
	조랭이떡	쌀을 침지, 분쇄, 증자하여 둥근막대형으로 늘인 떡의 가운데를 잘록하게 눌러 성형한 조롱박 모양의 것을 말함		
증편 (T059)	증편	쌀을 주원료로 하여 이에 탁주, 식염, 효모, 물 등을 가하고 발효한 다음 일정한 크기와 모양으로 성형하여 고명을 얹거나 얹지 않고 증자, 포장 등의 공정을 거쳐 제조함		
새알심류 (T060)	새알심	분쇄한 찹쌀, 멥쌀에 소금, 물을 가해 혼합, 성형 등의 공정을 거친 것		
	감자 옹심이	분쇄한 감자를 그대로 사용하거나 또는 이에 전분, 소금 등을 가하여 혼합, 성형, 증자 등의 공정을 거친 것		
찌는 떡 (T062)	설기떡류	멥쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음, 고물을 넣고 한무리로 증숙하여 일정한 모양으로 만든 떡		
	메시루떡	메시루떡	고물과 켜가 있음	붉은팔고물시루떡, 물호박떡, 거피팔고물시루떡, 상치떡, 느티떡 등
		메시루편	고물없이 켜를 얇게 찌는것	백편, 꿀편, 승검초편 석의편 등
	켜떡류	<p>찹쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음, 잘라서 물에 불린 호박고지를 섞거나 또는 섞지 않고 팔고물이나 거피한 고물을 켜켜로 얹어 증숙하여 일정한 모양으로 만든 떡</p>		
		찰시루떡	찰시루떡	고물과 켜가 있음
	찰시루편	고물을 찹쌀가루에 섞어 고물없이 켜를 얇게 찌는것	녹두찰시루편, 깨찰시루편 등	
송편류	<p>송편류는 쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음 그대로 또는 송기, 쑥, 모시잎 등을 넣어 송편반죽을 만들고 녹두, 깨, 풋콩, 밤, 대추 등의 소를 넣어 빚은 후 솔잎을 깔고 찌는 떡</p>			
기타 찌는 떡	설기떡류, 켜떡류 및 송편류 이외의 찌는 떡을 말함			

구분	종류	정의
치는 떡 (T063)	인절미류	찹쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 매우 치거나 교반하여 찰지게 한 다음, 일정한 모양을 만들어 그대로 또는 공가루 등의 고물을 입힌 것 인절미, 썩인절미, 차조인절미 등
	절편류	멥쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 매우 치거나 교반하여 찰지게 한 다음, 일정한 크기로 잘라 떡살 등으로 눌러 모양을 만든 것 흰절편, 썩절편, 송기절편 등
	흰떡류	멥쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 매우 치거나 교반하여 찰지게 한 다음, 일정한 크기로 길게 만든 것 흔히 가래떡이라고 말하며 전통식품 표준규격 가래떡(T031)과 분리
	개피떡류	멥쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 매우 치거나 교반하여 찰지게 한 다음, 소를 넣고 접어서 일정한 크기로 성형한 것으로 흔히 바람떡이라함 개피떡, 썩개피떡, 송기개피떡 등
	단자류	찹쌀을 물에 불려 그대로 가루로 만들거나 석이, 승검초 등의 부재료를 가하여 함께 가루로 만들어 반죽하고 찌거나 삶아 찰지게 하여 팥, 밤가루 등의 소를 넣거나 넣지 않고 일정한 모양을 만들어 잣가루, 밤가루, 팥고물 등을 입힌 것 석이단자, 썩단자, 밤단자, 승검초단자, 각색단자, 도행단자, 유자단자, 토란단자, 밤단자, 건시단자, 배피떡, 오쟁이떡
	기타 치는 떡	인절미류, 절편류, 흰떡류, 개피떡류, 단자류 외의 치는 떡을 말함
삶는 떡 (T067)	경단류	쌀가루, 차조 및 차수수가루 등을 반죽하여 빚거나 일정한 모양으로 만들어 삶아 고물을 묻히거나, 찌서 찰지게 하여 일정한 모양을 만들어 고물을 묻힌 것 콩가루경단, 감자경단, 계피경단, 깨경단, 밤경단, 썩경단, 팥경단, 삼색채경단, 차수수경단, 오메기떡 등
	잡과편	쌀가루를 물에 불려 반죽하고 일정한 모양으로 만들어 삶은 다음 쳐서 찰지게 하거나, 찌서 찰지게 하여 일정한 모양을 만들어 잣을 넣고 꿀을 바른 뒤 대추채, 밤채, 곶감채, 잣가루 등으로 만든 고물을 입힌 떡
	산약병	쌀가루에 마가루를 섞어 꿀로 반죽하여 둥글게 모양을 만들어 삶은 다음, 또는 찌서 찰지게 하여 일정한 모양을 만들어 꿀을 묻힌 떡
	기타 삶는 떡	경단류, 잡과편 및 산약병 이외의 삶는 떡을 말함

\* 전통식품 표준규격 개정 전문, 국립농산물품질관리원 고시 제2021-9호

\* 우수식품정보시스템(www.naqs.go.kr),

## 2. 한과의 정의 및 종류

- 우리 식생활에 기름과 꿀을 사용하기 시작한 것은 삼국시대부터인 것으로 추정되며 한과에 관한 구체적인 문헌 기록을 확인할 수 있는 것은 고려시대 때부터로 알려짐<sup>14)</sup>
- 한과는 근대로 넘어 오면서 차츰 쇠퇴하기 시작했으나 최근 젊은 층도 건강에 대한 관심이 높아지면서 밀가루와 설탕을 주재료로 한 빵이나 케이크보다 찹쌀, 꿀, 잣, 호두 깨 등 종실류를 재료로 만든 전통 한과류가 몸에 좋다는 인식이 점차 확산되고 있는 추세임
- 한과는 한자로 '과(菓)'라 하는데 흔히 떡과 한과를 가리켜 한식에서는 '병과(餅菓)'라고 말함<sup>15)</sup>

### 1) 식품공전

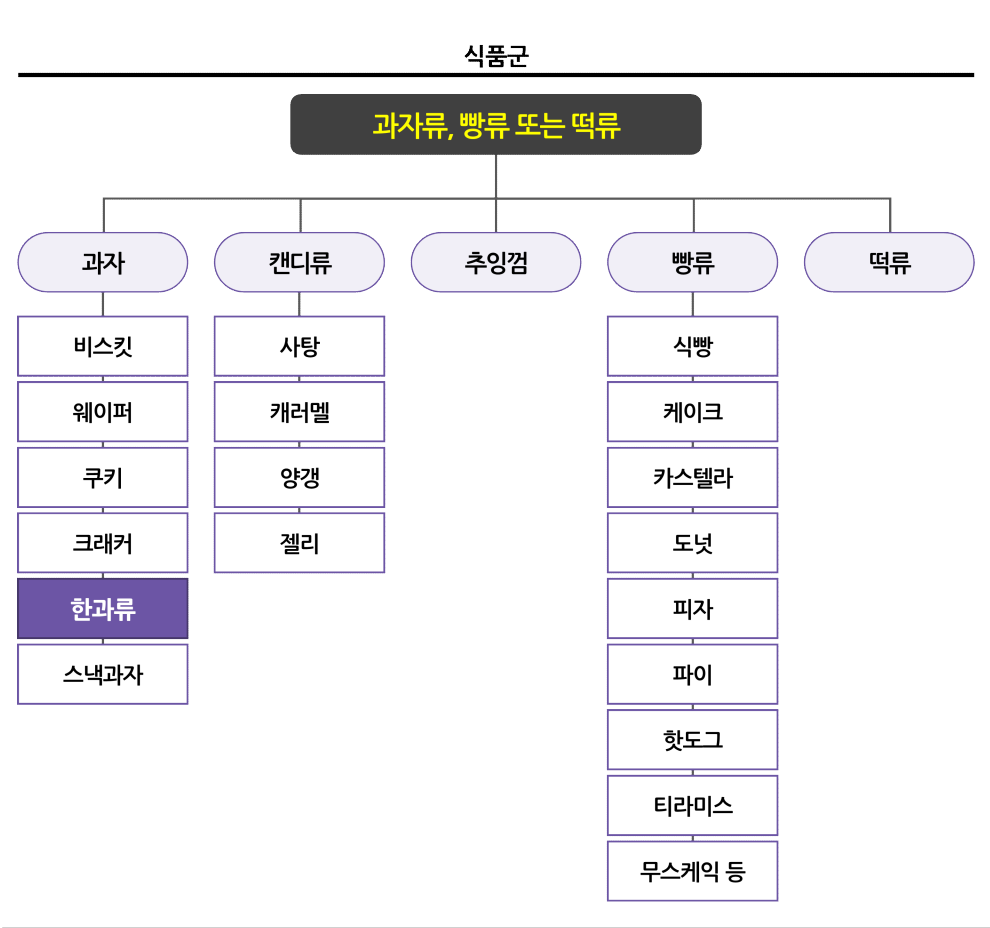
- 식품공전에 따르면 한과는 '과자류, 빵류 또는 떡류' 중 과자에 포함되며 과자의 세부 품목은 한과와 더불어 비스킷, 웨이퍼, 쿠키, 크래커, 스낵과자가 있음
  - '과자류, 빵류 또는 떡류'는 곡분, 설탕, 달걀, 유제품 등을 주원료로 하여 가공한 것을 말하며 하위품목으로 과자, 캔디류, 추잉껌, 빵류, 떡류의 5개 식품유형이 있고 한과는 과자 내 세부품목에 포함됨

14) 도서 『한국의 전통병과』 2판, 정길자 외 4명, 교문사, 2021.

15) 떡·한과 관련 업계 전문가 인터뷰

- 식품공전 한과의 정의는 주로 곡물류나 과일, 견과류 등에 꿀, 엿, 설탕 등을 입혀 만든 것으로 유과, 약과, 정과 등을 말함<sup>16)</sup>

그림3) 식품공전 체계상 한과 식품 유형



\* 식품공전, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2022년 8월 11일

16) 식품공전 제1.총칙 중 3.용어의 풀이, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2022년 8월 11일

- 한과는 제조과정 중 팽화<sup>17)</sup> 및 유탕처리 여부에 따라 강정(유과), 유밀과, 옛강정으로 다시 나뉨
  - 강정(유과)은 찹쌀가루를 주원료로 대기압으로 뿜어내어 부풀리는 공정. 수분이 증발하면서 식품은 다공성 물질로 하여 반죽, 건조, 유탕 또는 팽화 등의 가공처리 후 조청 등을 가하여 곡류 가공품, 깨 등의 식품을 입힌 것을 말함
  - 유밀과는 밀가루를 주원료로 하여 참기름, 당류, 꿀 또는 주류 등을 첨가하고 반죽, 유탕처리한 후 당류 또는 꿀을 가하여 만든 것이거나 이에 잣 등의 식품을 입힌 것임
  - 옛강정은 물엿 또는 조청 등에 곡류, 볶은 콩, 유지식물, 땅콩 또는 견과류 등을 혼합하여 성형한 것을 말함

#### 표5) 식품공전 기준 한과의 정의 및 종류

구분	정의
강정(유과)	찹쌀가루를 주원료로 대기압으로 뿜어내어 부풀리는 공정을 거침. 수분은 증발하며 식품은 다공성 물질로 하여 반죽, 건조, 유탕 또는 팽화 등의 가공처리 후 조청 등을 가하여 곡류 가공품, 깨 등의 식품을 입힌 것
유밀과	밀가루를 주원료로 하여 참기름, 당류, 꿀 또는 주류 등을 첨가하고 반죽, 유탕처리한 후 당류 또는 꿀을 가하여 만든 것이거나 이에 잣 등의 식품을 입힌 것
옛강정	물엿 또는 조청 등에 곡류, 볶은 콩, 유지식물, 땅콩 또는 견과류 등을 혼합하여 성형한 것

\* 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 개정판 2019.01

17) 팽화(Puffing) : 가압가열한 식품을 변화하게 하는 것

## 2) 전통식품 표준규격

- 전통식품 표준규격은 한과의 정의는 전통적인 또는 이에 준하는 제조 가공기술에 의하여 생산된 유밀과, 유과, 다식, 정과, 옛강정, 과편, 숙실과를 말함
- 한과는 유밀과 유과, 다식, 정과, 옛강정, 과편, 숙실과로 나뉘는데 이 중 유과는 강정과 산자로 다시 한 번 구분됨
- 유밀과는 밀가루에 꿀 등을 넣고 반죽한 후 적당한 모양으로 빚은 다음, 기름에 튀겨 꿀, 조청 또는 옛류를 이용하여 증청하고 튀밥이나 깨고물 등을 입힌 것으로 약과, 연약과, 소약과, 대약과, 모약과, 매작과(매잣과, 매엽과 또는 타래과라고도 함), 만두과 등을 말하며 주로 사용하는 밀가루 대신 다른 곡물을 사용하거나 그것들과 섞어 만든 것임
- 유과는 찹쌀을 물에 담가 삭힌 후 가루로 뺀 다음, 술, 정제수, 콩물 등으로 반죽하고 익혀서 여러 번 치댄 후 알팍하게 만든 찹쌀반죽을 적당한 모양으로 썰어 말린 다음, 기름에 튀겨 팽화시킨 후 꿀, 조청 등을 묻히고 고물을 입힌 것을 말함. 겉모양 크기에 따라 강정, 산자, 빙사과 등으로 부르며 주로 사용하는 찹쌀 대신 다른 곡물을 사용하거나 그것들과 섞어 쓸 수도 있음
  - 강정은 누에고치 또는 손가락 모양의 유과로서 세반강정, 깨강정, 잣강정, 계피강정, 송화강정 등을 말함
  - 산자는 납작한 네모 모양으로 만든 유과로서 각종 산자(세반산자, 매화산자, 메밀산자, 묘화산자 등) 및 이보다 좀 작은 크기의 연사과(세반 연사과, 매화 연사과, 백자 연사과, 각색 연사과 등) 등을 말함



- 다식이란 콩, 깨, 밤, 쌀, 녹말, 송화, 한약재 등의 가루에 꿀, 조청 등을 넣고 반죽한 후 다식판에 박아 낸 것을 말하며 다식에는 콩다식, 깨다식, 밤다식, 쌀다식, 녹말다식(녹차다식 또는 말차다식), 송화다식, 승검초다식 등이 있음
- 정과는 식물의 뿌리, 줄기, 열매 등의 생것이나 말린 오가리<sup>18)</sup>를 꿀, 조청, 물엿 또는 설탕에 넣고 조린 것으로 정과에는 무정과, 동아정과, 유자정과, 연근정과, 생강정과, 인삼정과, 홍삼정과, 더덕정과, 박오가리정과, 도라지정과, 산사정과, 청매정과, 모과정과 등이 있음. 단, 인삼정과 및 홍삼정과는 꿀만을 넣고 조린 것을 말함
- 엿강정은 조청이나 물엿 등을 끓이다가 튀긴 밥풀, 콩, 깨 또는 견과류 등을 넣고 잘 섞어 적당히 굳힌 후 일정 모양으로 썬 것을 말하며 엿강정에는 쌀 엿강정, 깨 엿강정, 콩 엿강정, 잣 엿강정, 호두 엿강정, 땅콩 엿강정 등이 있음
- 과편은 신맛이 나는 과일을 삶아 으갠 후 꿀을 넣어 조린 다음, 녹말가루를 넣어 엉기게 한 후 식혀 썰은 것으로 과편에는 앵두편, 살구편, 오미자편, 생강편, 모과편, 복분자편, 머루편 등이 있음
- 숙실과란 과수의 열매를 원형 그대로 또는 으깨어 익힌 후 꿀에 조린 것으로 익힌 숙실과에는 재료를 모양이 그대로 유지되게 꿀에 조린 초류(밤초, 대추초 등)와 익힌 재료를 으깨어서 꿀에 조려 다시 원래의 모양으로 만든 난류(울란, 조란, 강란 등)가 있음

18) 오가리 : 무나 호박 따위의 살을 길게 오리거나 썰어서 말린 것, 표준국어대사전

표6) 전통식품 표준규격 한과의 종류

구분	정의	주원료	주요 제품
유밀과	유밀과는 밀가루에 꿀 등을 넣고 반죽한 후 적당한 모양으로 빚은 다음, 기름에 튀겨 꿀, 조청 또는 엿류를 이용하여 증청하고 튀밥이나 깨고물 등을 입힌 것	밀가루, 쌀, 벌꿀, 참기름, 조청, 엿, 깨	약과, 연약과, 소약과, 대약과, 모약과, 매작과(타래과), 만두과 등
유과	강정	찹쌀, 콩, 벌꿀, 조청, 곡류, 기타 식물성 원료	세반강정, 깨강정, 잣강정, 계피강정, 송화강정 등
	산자		세반산자, 매화산자, 메밀산자, 모화산자, 세반 연사과, 매화 연사과, 백자 연사과, 각색 연사과 등
다식	콩, 깨, 밤, 쌀, 녹말, 송화, 한약재 등의 가루에 꿀, 조청 등을 넣고 반죽한 후 다식판에 박아 낸 것	콩, 깨, 밤, 쌀, 녹말, 송화가루, 한약재, 벌꿀, 조청	콩다식, 깨다식, 밤다식, 쌀다식, 녹차(말차)다식, 송화다식, 승검초다식 등
정과	식물의 뿌리, 줄기, 열매 등의 생것이나 말린 오가리를 꿀, 조청, 물엿 또는 설탕에 넣고 조리 한 것	식물의 뿌리, 줄기 및 열매, 벌꿀 (인삼정과, 홍삼정과에 한함)	인삼정과, 홍삼정과, 도라지정과, 무정과, 유자정과, 연근정과, 생강정과, 더덕정과, 박오거리정과, 산사정과, 청매정과, 모과정과 등
엿강정	조청이나 물엿 등을 끓이다가 튀긴 밥풀, 콩, 깨 또는 견과류 등을 넣고 잘 섞어 적당히 굳힌 후 일정 모양으로 썬 것	쌀, 콩, 깨, 견과류	쌀 엿강정, 깨 엿강정, 콩 엿강정, 잣 엿강정, 호두 엿강정, 땅콩 엿강정
과편	신맛이 나는 과일을 삶아 으갠 후 꿀을 넣어 조리 다음, 녹말가루를 넣어 엉기게 한 후 식혀 썰은 것	과실, 벌꿀, 녹말가루	앵두편, 살구편, 오미자편, 생강편, 모과편, 복분자편, 머루편
숙실과	과수의 열매를 원형 그대로 또는 으깨어 익힌 후 꿀에 조리 한 것 재료를 모양이 그대로 유지되게 꿀에 조리 초류와 익힌 재료를 으개어서 꿀에 조리 다시 원래의 모양으로 만든 난류가 있음	과실, 벌꿀	밤초, 대추초, 울란, 조란, 강란




\* 전통식품 표준규격 개정 전문, 국립농산물품질관리원 고시 제2021-9호

\* 우수식품정보시스템(www.naqs.go.kr),

### 3. 주요제품

- 식품공전에서는 원료 및 제조방법에 따라 떡·한과는 떡류 및 과자로 분류되지만 소매 유통채널에서는 떡국떡, 떡볶이떡, 송편, 유과, 강정, 약과와 같이 세부 떡 제품명으로 판매되고 있음
- 떡·한과는 한국 전통병과로서 국내 생산제품이 대부분임. 수출을 위해 떡국떡, 떡볶이떡, 약과가 일부 생산되고 있으며 대기업이 직접 생산하기보다 소규모 기업 및 농업법인, 영농조합법인 등에서 위탁생산하는 방식으로 시장에 제품을 공급함. 이는 떡국떡, 떡볶이떡 등 떡 제조업이 생계형 적합업종<sup>19)</sup>이기 때문임

표7) 떡·한과 주요 제품

구분	식품공전 분류	판매 채널 분류	주요 제품	이미지
떡류	시루떡	송편	- 피코크흰송편/㈜이마트/(주)대두식품 - 강화약쑥송편/농업회사법인강화마니(주) - 한살림냉동백미깨송편/㈜화성한과	
	쳐서 찌는 떡 (도병)	떡국떡	- 한입떡국떡/풀무원식품(주)/(주)덕산식품 - 우리쌀떡국떡/㈜오뚜기/세준F&B - 즐거운동행참쌀떡국떡/CJ제일제당/(주)미정	
		떡볶이 떡	- 풀무원찰떡볶이떡/풀무원식품(주) - 즐거운동행참쌀떡볶이떡/CJ제일제당/(주)미정 - 청정원순살떡볶이떡/대상(주)/죽암F&C	

19) 중소벤처기업부 고시 제2021-60호(2021.9.2.)

		조랭이 떡	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한살림조랭이떡/한살림(주)/화성한과</li> <li>- 우리쌀조랭이떡/칠갑농산(주)</li> </ul>	
		인절미	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 군고구마떡/(주)굿마인드(시루조아)</li> <li>- 떡편인절미, 영양떡/(주)떡파는사람들</li> </ul>	
	단자류	경단/응심이	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 달방아카스테라노랑경단/삼흥푸드</li> <li>- 현미찰쌀응심이/농업회사법인공사량유한회사</li> </ul>	
	지지는 떡 (전병)	부꾸미	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오마니찰수수부꾸미/해성식품</li> <li>- 수수부꾸미재료세트/마을기업싸리재/농업회사법인공사량유한회사</li> </ul>	
한과	강정(유과)	유과/산자	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 김규훈모듬유과/신공전통한과</li> <li>- 담미정조청산자/(주)성진식품</li> <li>- 교동유과/(주)교동씨엠</li> </ul>	
	유밀과	약과	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 삼립미니꿀약과/(주)호남샤니</li> <li>- 담미정약과/성진식품</li> <li>- 우리밀우리꿀약과/오성푸드</li> </ul>	
	옛강정	강정	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 현미튀밥강정/도올바이오푸드영농조합법인</li> <li>- 안복자쌀옛강정/농업회사법인(주)안복자한과</li> <li>- 옛날애중합강정/㈜청우식품/유유식품</li> </ul>	

\* 이마트, 롯데마트, 홈플러스, 한살림 온라인몰

## 4. 성분 규격

- 식품공전에 명시된 떡/한과류의 제조·가공기준 및 성분규격은 과자류, 빵류 및 떡류를 따르고, 전통식품 표준규격에 명시된 떡/한과류의 제조·가공기준 및 성분규격은 각각 별도로 제시되어 있음

### 1) 식품공전

표8) 떡·한과 제조·가공 기준 및 규격

품목	제조·가공기준 및 규격
떡·한과	<p><b>3) 제조·가공기준</b></p> <p>(1) 흡입하여 섭취할 수 있는 컵모양 등 젤리의 크기는 다음의 어느 하나에 적합하게 제조하여야 한다.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 뚜껑과 접촉하는 면의 최소내경이 5.5cm 이상이고 높이와 바닥면의 최소내경은 각각 3.5cm 이상</li> <li>② 긴 변의 길이가 10cm 이상이고 너비와 두께가 각각 1.5cm 미만</li> <li>③ 젤리 내 두 지점을 잇는 가장 긴 직선의 길이가 5.5cm 이상이고 젤리의 중량이 60g 이상</li> </ul> <p>(2) 컵모양 등 젤리의 원료로 다음의 겔화제는 사용할 수 없다.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 곤약, 글루코만난</li> </ul> <p>(3) 캔디류의 표면에 신맛을 내기 위해 구연산, 사과산 등을 도포하여 제조하는 경우, 구연산, 사과산 등의 성분이 50% 미만(여러 가지 산(酸)을 혼합하는 경우는 그 합으로서)이 되도록 희석하여 도포하여야 한다.</p>
	<p><b>5) 규격</b></p> <p>(1) 산가 : 2.0 이하(유탕·유처리한 과자에 한하며, 한과류는 3.0 이하)</p> <p>(2) 허용의 타르색소 : 검출되어서는 아니 된다(캔디류, 추잉껌, 빵류에 한한다).</p> <p>(3) 산화방지제(g/kg) : 다음에서 정하는 것 이외의 산화방지제가 검출되어서는 아니 된다(추잉껌에 한한다).</p>

품목	제조·가공기준 및 규격	
떡·한과	부틸히드록시아니솔 디부틸히드록시톨루엔 터셔리부틸히드로퀴논	0.4 이하 (병용할 때에는 디부틸히드록시톨루엔으로서 사용량, 부틸히드록시아니솔으로서 사용량 및 터셔리부틸히드로퀴논으로서 사용량의 합계가 0.4 이하)
	(4) 보존료(g/kg) : 다음에서 정하는 것 이외의 보존료가 검출되어서는 아니 된다.	
	프로피온산 프로피온산나트륨 프로피온산칼슘	2.5 이하 (프로피온산으로서 기준하며, 빵류에 한한다)
	(5) 세균수 : n=5, c=2, m=10,000, M=50,000(과자, 캔디류 및봉제품에 한하며, 발효제품 또는 유산균 함유제품은 제외한다.)	
	(6) 황색포도상구균 : n=5, c=0, m=0/10g [다만, 크림(우유, 달걀, 유크림, 식용유지를 주원료로 이에 식품이나 식품첨가물을 가하여 혼합 또는 공기혼입 등의 가공공정을 거친 것을 말한다.)을 도포 또는 충전 후 가열살균하지 않고 그대로 섭취하는 빵류에 한한다.]	
	(7) 살모넬라 : n=5, c=0, m=0/10g[다만, 크림(우유, 달걀, 유크림, 식용유지를 주원료로 이에 식품이나 식품첨가물을 가하여 혼합 또는 공기혼입 등의 가공공정을 거친 것을 말한다.)을 도포 또는 충전 후 가열살균하지 않고 그대로 섭취하는 빵류에 한한다.]	
	(8) 대장균 : n=5, c=1, m=0, M=10(떡류에 한한다.)	
	(9) 유산균수 : 표시량 이상(유산균함유 과자, 캔디류에 한한다.)	
	(10) 압착강도(Newton) : 5 이하(컵모양, 막대형 등 젤리에 한한다)	
	(11) 총산(구연산으로서, w/w%) : 6.0 미만(캔디류에 한하며, 표면에 신맛 물질이 도포되어 있는 경우는 4.5 미만)	
	(12) 총 아플라톡신( $\mu\text{g}/\text{kg}$ ) : 15.0 이하(B1, B2, G1 및 G2의 합으로서, 단 B1은 10.0 $\mu\text{g}/\text{kg}$ 이하이어야 하며, 땅콩 및 견과류 함유 과자, 캔디류, 추잉껌에 한한다)	
	(13) 푸모니신( $\text{mg}/\text{kg}$ ) : 1 이하(B1 및 B2의 합으로서. 단, 옥수수 50% 이상 함유 과자, 캔디류, 추잉껌에 한한다)	
	(14) 납( $\text{mg}/\text{kg}$ ) : 0.2 이하(캔디류에 한한다.)	

\* 식품공전, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2022년 8월 11일

## 2) 전통식품 표준규격

- 전통식품 표준규격에 명시된 떡·한과류의 제조·가공기준 및 성분규격은 떡과 한과 각각 제시되어 있음

### (1) 떡류

- 전통식품 표준규격에서는 떡을 약식, 가래떡, 증편, 새알심류, 찌는 떡, 치는 떡, 삶는 떡으로 나누어 품질기준과 주요 공정기준을 제시하고 있음
- 각각의 떡 종류별 품질기준 및 주요 공정기준은 다음과 같음

표9) 떡의 전통식품 표준규격 제조·가공 기준 및 규격

품목	떡류 제조·가공기준 및 규격								
떡류	<b>T013. 약식</b>								
	<b>1. 품질기준</b>								
	약식의 품질은 다음의 품질 기준에 적합하여야 한다								
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>기준</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>성상</td> <td>고유의 외관, 색택, 향미와 조직감을 가지며 이마이취 및 이물이 없어야 하며, 채점기준에 따라 채점한 결과, 모두 3점 이상이어야 한다.</td> </tr> <tr> <td>수분(% , w/w)</td> <td>34.0 ~ 48.0</td> </tr> <tr> <td>세균수(CFU/g)</td> <td>1.0 × 10<sup>6</sup> 이하</td> </tr> </tbody> </table>	구분	기준	성상	고유의 외관, 색택, 향미와 조직감을 가지며 이마이취 및 이물이 없어야 하며, 채점기준에 따라 채점한 결과, 모두 3점 이상이어야 한다.	수분(% , w/w)	34.0 ~ 48.0	세균수(CFU/g)	1.0 × 10 <sup>6</sup> 이하
	구분	기준							
성상	고유의 외관, 색택, 향미와 조직감을 가지며 이마이취 및 이물이 없어야 하며, 채점기준에 따라 채점한 결과, 모두 3점 이상이어야 한다.								
수분(% , w/w)	34.0 ~ 48.0								
세균수(CFU/g)	1.0 × 10 <sup>6</sup> 이하								
위의 표 이외의 요구사항은 식품위생법에서 정하는 기준에 적합하여야 한다.									

## 2. 주요 공정기준

구분	내용
세척	이물질 등이 충분히 제거되도록 성상, 이물질, 세척횟수 등에 대한 기준을 설정하여 관리하고, 세척 후 세척상태가 양호하며 이취가 없어야 한다.
불림	불림 시간 및 온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 불린 쌀은 세척 상태가 깨끗하고, 이취가 없어야 하며 불린 상태가 양호하여야 한다. 불림 시 침지수와 실온의 계절별 온도차가 큰 경우에는 최소 하절기와 동절기별로 온도를 별도로 설정하여야 한다.
1차 배합	배합비율 및 혼합정도에 대한 기준을 설정하고 배합순서에 따라 원료를 투입하여야 한다.
증숙	증숙 온도 및 시간 등의 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
2차 배합	배합비율 및 혼합정도에 대한 기준을 설정하고 배합순서에 따라 원료를 투입하여야 한다.
성형	규정된 모양의 크기와 중량으로 성형하여야 한다.
포장	포장 시 이물이 혼입되거나, 병원성미생물 등이 오염되지 아니 하도록 위생적으로 관리하여야 한다.
기타	냉동제품이 경우 동결 온도 및 시간 등에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 기타 주요공정은 공정의 특수성 및 제조기술의 개발로 인하여 공정의 수를 증감하거나 순서를 변경할 수 있으나, 각 공정에 대한 사용설비, 작업방법, 작업상의 유의사항 등을 규정하여 이에 따라 실시하여야 한다.

### T031. 가래떡

#### 1. 품질기준

가래떡의 품질은 다음의 품질 기준에 적합하여야 한다

항목	기준		
	떡국떡	떡볶이떡	조랭이떡
성상	고유의 색택, 향미와 조직감을 가지며, 이마·이취 및 이물이 없어야 하며, 채점기준에 따라 채점한 결과 평균 3점 이상이어야 한다.		
수분(% , w/w)	45.0 이하	49.0 이하	
대장균	음성		

위의 표 이외의 요구사항은 식품위생법에서 정하는 기준에 적합하여야 한다.



## 2. 주요 공정기준

구분	내용
원료선별	원료는 병충해가 없고, 물리적 손상이 없는 품질이 양호한 것을 사용하여야 한다.
세척	원료는 충분히 세척되어야 하며 세척된 원재료는 오랜 시간 실온에 방치되지 않도록 관리하여야 한다.
불림	불린 시간과 불린 온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 불린 쌀은 세척상태가 깨끗하고, 이취가 없어야 하며 불린 상태가 양호하여야 한다. 불림 시 침지수와 실온의 계절별 온도차가 큰 경우에는 최소 하절기와 동절기별로 온도를 별도로 설정하여야 한다.
분쇄	이물이 혼입되지 않도록 관리하여야 한다. 식염 또는 식염수를 투입할 경우 그 배합비율을 관리하여야 한다.
배합	분쇄한 쌀, 고물 등을 배합비율에 따라 이상 유무를 점검한 후 배합순서에 따라 원료를 투입하여야 한다.
증자	증자 온도와 시간의 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 예) 증숙 시 심부온도 95℃ 이상, 20분 이상
압출성형	압출조건에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 또한, 성형된 반제품의 크기와 중량이 균일하고 표면상태가 양호하여야 한다.
냉각 및 균히기	시간과 온도에 대한 기준을 설정하여 관리하여야 한다.
절단	일정한 크기와 모양으로 절단하고 절단 상태 등을 관리하여야 한다.
포장	포장 시 이물이 혼입되거나, 병원성미생물 등이 오염되지 아니 하도록 위생적으로 관리하여야 한다. 내포장에 사용되는 식물성 식용유지 등은 제품의 성상에 영향을 주지 않는 범위 내에서 최소한으로 사용하여야 한다.
기타	기타 주요공정은 공정의 특수성 및 제조기술의 개발로 인하여 공정의 수를 증감하거나 순서를 변경할 수 있으나, 각 공정에 대한 사용설비, 작업방법, 작업상의 유의사항 등을 규정하여 이에 따라 실시하여야 한다

### T059. 증편

#### 1. 품질기준

증편의 품질은 다음의 품질 기준에 적합하여야 한다

항목	기준
성상	고유의 색택과 향미를 가지며, 이마이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과 모두 3점 이상이어야 한다.
수분(% , w/w)	55.0 이하
대장균	음성

위의 표 이외의 요구사항은 식품위생법에서 정하는 기준에 적합하여야 한다.

## 2. 주요 공정기준

구분	내용
세척	이물질 등이 충분히 제거되도록 성상, 이물질, 세척회수 등에 대한 기준을 설정하여 관리하고, 세척 후 세척상태가 양호하며 이취가 없어야 한다.
불림	불림 시간과 불림 온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 불린 쌀은 세척상태가 깨끗하고 이취가 없어야 하며 불린 상태가 양호하여야 한다. 불림 시 침지수와 실온의 계절별 온도차가 큰 경우에는 최소 하절기와 동절기별로 온도를 별도로 설정하여야 한다.
탈수	과도한 수분이 잔류하지 않도록 탈수시간과 탈수온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
분쇄	이물이 혼입되지 않도록 관리하여야 한다. 식염 또는 식염수를 투입할 경우 그 배합비율을 관리하여야 한다.
배합	분쇄한 쌀, 탁주 등을 배합비율과 배합순서에 따라 원료를 투입하여야 한다.
발효	발효균이 균일하게 증식되도록 시간, 온도 및 습도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
성형	규정된 모양의 크기와 중량으로 성형하여야 한다.
증자	압력과 시간의 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
포장	제품은 이물질 등이 혼입되지 않도록 밀봉 포장하여야 하며, 크기 및 내용량도 균일하여야 한다.
기타	기타 주요공정은 공정의 특수성 및 제조기술의 개발로 인하여 공정의 수를 증감하거나 순서를 변경할 수 있으나, 각 공정에 대한 사용설비, 작업방법, 작업상의 유의사항 등을 규정하여 이에 따라 실시하여야 한다

## T060. 새알심류

### 1. 품질기준

새알심류의 품질은 다음의 품질 기준에 적합하여야 한다

항목	기준	
	새알심	감자용심이
성상	고유의 색택과 향미를 가지며 이미, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과 모두 3점 이상이어야 한다.	
수분(% , w/w)	45.0 이하	60.0 이하
대장균	음성	

위의 표 이외의 요구사항은 식품위생법에서 정하는 기준에 적합하여야 한다.

## 2. 주요 공정기준

### 1) 새알심

구분	내용	
새알심	세척	이물질 등이 충분히 제거되도록 관리하여야 한다.
	불림	시간과 온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 불린 쌀은 세척상태가 깨끗하고 이취가 없어야 하며 불린 상태가 양호하여야 한다.
	탈수	과도한 수분이 잔류하지 않도록 시간과 온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
	분쇄	분쇄기 등을 이용하여 곱게 분쇄하되, 이물이 혼입되지 않도록 하여야 한다.
감자 응심이	세척	이물질 등이 충분히 제거되도록 관리하여야 한다.
	박피	껍질을 제거하되, 병충해 및 변질 등에 의한 감자의 손상부위가 충분히 제거될 수 있도록 하여야 하며, 박피 후 제품에 먼지나 이물이 부착 또는 혼입되지 않도록 관리하여야 한다.
	분쇄	분쇄기 등을 이용하여 곱게 분쇄하되, 이물질이 혼입되지 않도록 하여야 한다.
	탈수	과도한 수분이 잔류하지 않도록 시간과 온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
배합	배합비율과 배합순서에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.	
성형	규정된 모양의 크기와 중량으로 성형하여야 한다.	
증자	압력과 시간의 기준을 설정하고 관리하여야 한다.	
포장	제품은 이물질 등이 혼입되지 않도록 밀봉 포장하여야 하며, 크기 및 내용량도 균일하여야 한다.	
기타	기타 주요공정은 공정의 특수성 및 제조기술의 개발로 인하여 공정의 수를 증감하거나 순서를 변경할 수 있으나, 각 공정에 대한 사용설비, 작업방법, 작업상의 유의사항 등을 규정하여 이에 따라 실시하여야 한다	

## T062. 찌는 떡

### 1. 품질기준

찌는 떡의 품질은 다음의 품질 기준에 적합하여야 한다

항목	기준
성상	고유의 향미와 조직감을 가지며 이미, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과, 모두 3점 이상이어야 한다.
식염(% , w/w)	1.0 이하
세균수(CFU/g)	1.0 × 10 <sup>5</sup> 이하
대장균	음성

위의 표 이외의 요구사항은 식품위생법에서 정하는 기준에 적합하여야 한다.

## 2. 주요 공정기준

구분	내용
세척	이물질 등이 충분히 제거되도록 성상, 이물질, 세척회수 등에 대한 기준을 설정하여 관리하고, 세척 후 세척상태가 양호하며 이취가 없어야 한다.
불림	불림 시간과 불림 온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 불린 쌀은 세척상태가 깨끗하고 이취가 없어야 하며 불린 상태가 양호하여야 한다. 불림 시 침지수와 실온의 계절별 온도차가 큰 경우에는 최소 하절기와 동절기별로 온도를 별도로 설정하여야 한다.
분쇄	이물이 혼입되지 않도록 관리하여야 한다. 식염 또는 식염수를 투입할 경우 그 배합비율을 관리하여야 한다.
배합	분쇄한 쌀, 고물 등을 배합비율에 따라 이상 유무를 점검한 후 배합순서에 따라 원료를 투입하여야 한다.
증숙	증숙 압력과 시간의 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 예) 증숙 시 심부온도 95℃ 이상, 20분 이상
냉각	냉각시간과 냉각온도에 대한 기준을 설정하여 관리하고, 냉각 후 과도한 수분이 잔류하지 않도록 하여야 한다.
성형	규정된 모양의 크기와 중량으로 성형하여야 한다.
포장	제품은 이물질 등이 혼입되지 않도록 밀봉 포장하여야 하며, 크기 및 내용량도 균일하여야 한다.
기타	기타 주요공정은 공정의 특수성 및 제조기술의 개발로 인하여 공정의 수를 증감하거나 순서를 변경할 수 있으나, 각 공정에 대한 사용설비, 작업방법, 작업상의 유의사항 등을 규정하여 이에 따라 실시하여야 한다

### T063. 치는 떡

#### 1. 품질기준

찌는 떡의 품질은 다음의 품질 기준에 적합하여야 한다

항목	기준
성상	고유의 향미와 조직감을 가지며 이미, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과, 모두 3점 이상이어야 한다.
식염(% , w/w)	1.0 이하
대장균	음성

위의 표 이외의 요구사항은 식품위생법에서 정하는 기준에 적합하여야 한다.

## 2. 주요 공정기준

구분	내용
세척	이물질 등이 충분히 제거되도록 성상, 이물질, 세척회수 등에 대한 기준을 설정하여 관리하고, 세척 후 세척상태가 양호하며 이취가 없어야 한다.
불림	불림 시간과 불림 온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 불린 쌀은 세척상태가 깨끗하고 이취가 없어야 하며 불린 상태가 양호하여야 한다. 불림 시 침지수와 실온의 계절별 온도차가 큰 경우에는 최소 하절기와 동절기별로 온도를 별도로 설정하여야 한다.
탈수	과도한 수분이 잔류하지 않도록 시간과 온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
분쇄	이물이 혼입되지 않도록 관리하여야 한다. 식염 또는 식염수를 투입할 경우 그 배합비율을 관리하여야 한다.
배합	분쇄한 쌀, 고물 등을 배합비율과 배합순서에 따라 원료를 투입하여야 한다.
증숙	증숙 압력과 시간의 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 예) 증숙 시 심부온도 95℃ 이상, 20분 이상
편칭/교반	온도와 시간의 기준을 정하여 편칭/교반 시간, 횟수, 온도를 관리하고 চাল진 상태와 수분 등을 관리하여야 한다.
냉각	냉각시간과 냉각온도에 대한 기준을 설정하여 관리하고, 냉각 후 과도한 수분이 잔류하지 않도록 하여야 한다.
성형	규정된 모양의 크기와 중량으로 성형하여야 한다.
고물입힘	고물이 적절히 잘 입혀질 수 있도록 성상에 대한 기준을 설정하여 관리하여야 한다. 고물을 입히는 작업구역은 적절한 습도를 유지하고, 이를 측정할 수 있는 온습도계를 비치하여야 한다.
포장	제품은 이물질 등이 혼합되지 않도록 밀봉 포장하여야 하며, 크기 및 내용량도 균일하여야 한다.
동결	냉동제품인 경우 동결온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
기타	기타 주요공정은 공정의 특수성 및 제조기술의 개발로 인하여 공정의 수를 증감하거나 순서를 변경할 수 있으나, 각 공정에 대한 사용설비, 작업방법, 작업상의 유의사항 등을 규정하여 이에 따라 실시하여야 한다

**T067. 삶는 떡**

**1. 품질기준**

찌는 떡의 품질은 다음의 품질 기준에 적합하여야 한다

항목	기준
성상	고유의 향미와 조직감을 가지며 이물, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과, 모두 3점 이상이어야 한다.
식염(% , w/w)	1.0 이하
대장균	음성

위의 표 이외의 요구사항은 식품위생법에서 정하는 기준에 적합하여야 한다.

**2. 주요 공정기준**

구분	내용
세척	이물질 등이 충분히 제거되도록 성상, 이물질, 세척회수 등에 대한 기준을 설정하여 관리하고, 세척 후 세척상태가 양호하며 이취가 없어야 한다.
불림	불림 시간과 불림 온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 불린 쌀은 세척상태가 깨끗하고 이취가 없어야 하며 불린 상태가 양호하여야 한다. 불림 시 침지수와 실온의 계절별 온도차가 큰 경우에는 최소 하절기와 동절기별로 온도를 별도로 설정하여야 한다.
분쇄	이물이 혼입되지 않도록 관리하여야 한다. 식염 또는 식염수를 투입할 경우 그 배합비율을 관리하여야 한다.
배합	분쇄한 쌀, 부재료 등을 배합비에 따라 이상 유무를 점검한 후 배합순서에 따라 원료를 투입하여야 한다.
삶기/증숙	물의 온도 및 삶는 시간에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 증숙하는 경우에는 증숙 압력과 시간의 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
편칭/교반	온도와 시간의 기준을 정하여 편칭/교반 시간, 횟수, 온도를 관리하고 찰진 상태와 수분 등을 관리하여야 한다.
냉각	냉각시간과 냉각온도에 대한 기준을 설정하여 관리하고, 냉각 후 과도한 수분이 잔류하지 않도록 하여야 한다.
성형	규정된 모양의 크기와 중량으로 성형하여야 한다.
포장	제품은 이물질 등이 혼입되지 않도록 밀봉 포장하여야 하며, 크기 및 내용량도 균일하여야 한다. 내포장에 사용되는 식물성 식용유지 등은 제품의 성상에 영향을 주지 않는 범위 내에서 최소한으로 사용하여야 한다.
동결	냉동제품인 경우 동결온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
기타	기타 주요공정은 공정의 특수성 및 제조기술의 개발로 인하여 공정의 수를 증감하거나 순서를 변경할 수 있으나, 각 공정에 대한 사용설비, 작업방법, 작업상의 유의사항 등을 규정하여 이에 따라 실시하여야 한다

\* 전통식품 표준규격 개정 전문, 국립농산물관리원 고시 제2021-9호

\* 우수식품정보시스템(www.naqs.go.kr)

## (2) 한과

- 전통식품 표준규격에 의한 한과의 품질기준 및 주요 공정기준은 다음과 같음

표10) 한과의 전통식품 표준규격 제조·가공 기준 및 규격

품목	한과 제조·가공기준 및 규격		
한과	<b>T001. 한과</b>		
	<b>1. 품질기준</b>		
	한과류의 품질은 표1 및 2의 품질 기준에 적합하여야 한다		
	<b>[표1 품질기준]</b>		
	항목	기준	
	성상	고유의 색택과 향미를 가지며 이미, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과, 모두 3점 이상이어야 한다.	
	산가	3.0 이하 (유밀과에 한한다) 2.0 이하 (유과에 한한다)	
	과산화물가(meq/kg)	40.0 이하(유밀과 및 유과에 한한다)	
	<b>[표2 품질기준]</b>		
	항목	기준	
		인삼 경과	홍삼 경과
	성상	고유의 색택과 향미를 가지며 이미, 이취 및 이물이 없어야 하고, 채점기준에 따라 채점한 결과, 모두 3점 이상이어야 한다.	
진세노사이드	Rf가 확인되어야 한다.	Rf와 Rg3가 확인되어야 한다.	
세균수(CFU/g)	5 × 10 <sup>4</sup> 이하		
대장균군	음성		
위의 표 이외의 요구사항은 식품위생법에서 정하는 기준에 적합하여야 한다.			

2. 주요 공정기준

1) 유밀과

구분	내용
체질	이물질 혼입되지 않도록 관리하고, 체의 크기 및 방법등에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
배합	체질한 밀가루에 쌀가루, 고물 등을 배합비율에 따라 이상 유무를 점검한 후 배합순서에 따라 원료를 투입하여야 한다.
성형	규정된 모양의 크기와 중량으로 성형하여야 한다.
유탕	온도 및 시간에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 유지의 산가 및 과산화물가에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
즙청	꿀 및 조청의 농도와 배합비율에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 즙청이 잘 이루어질 수 있도록 성상에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
포장	포장 시 이물이 혼입되거나, 병원성미생물 등이 오염되지 않도록 위생적으로 관리하여야 한다.

2) 유과

구분	내용
세척	이물질 등이 충분히 제거되도록 성상, 이물질, 세척횟수 등에 대한 기준을 설정하여 관리하고, 세척 후 세척상태가 양호하며 이취가 없어야 한다.
불림	불림시간과 불림온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 불린 쌀은 세척 상태가 깨끗하고, 이취가 없어야 하며 불린 상태가 양호하여야 한다.
분쇄	이물이 혼입되지 않도록 관리하여야 한다.
배합	분쇄한 쌀가루 등을 배합비율에 따라 이상 유무를 점검한 후 배합순서에 따라 원료를 투입하여야 한다.
증숙	증숙 압력과 시간의 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
치대기	치대는 시간에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
성형 및 건조	규정된 모양의 크기와 중량으로 성형하여야 하며, 건조 시간 및 수분함량에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 건조 후 표면의 상태가 양호하여야 한다.
유탕	온도 및 시간에 대한 기준과 유지의 산가 및 과산화물가에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
즙청	조청 및 꿀물이 균일하게 잘 입혀질 수 있도록 온도 및 농도기준을 설정하고 관리하여야 한다.
고명 문힘	고명이 균일하게 잘 입혀질 수 있도록 성상에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
포장	포장 시 이물이 혼입되거나, 병원성미생물 등이 오염되지 않도록 위생적으로 관리하여야 한다.



### 3) 다식

구분	내용
배합	분쇄한 원료와 조청 및 꿀 등을 배합비율에 따라 이상 유무를 점검한 후 배합순서에 따라 원료를 투입하여야 한다.
성형	규정된 모양의 크기와 중량으로 성형하여야 한다.
포장	포장 시 이물이 혼입되거나, 병원성미생물 등이 오염되지 않도록 위생적으로 관리하여야 한다.

### 4) 정과

구분	내용
세척	이물질 등이 충분히 제거되도록 성상, 이물질, 세척횟수 등에 대한 기준을 설정하여 관리하고, 세척 후 세척상태가 양호하며 이취가 없어야 한다.
조림	당액량, 조림시간 및 온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
냉각	냉각 온도 및 냉각 시간에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 규정된 모양의 크기와 성상에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
포장	포장 시 이물이 혼입되거나, 병원성미생물 등이 오염되지 않도록 위생적으로 관리하여야 한다.

### 5) 옛강정

구분	내용
전처리	원료의 특성에 따라서 건조, 볶음, 튀김, 열처리 조건의 온도 및 시간에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
배합	원부재료에 대한 배합기준을 설정하고 관리하여야 한다.
성형	규정된 모양의 크기와 중량으로 성형하고 절단하여야 한다.
포장	포장 시 이물이 혼입되거나, 병원성미생물 등이 오염되지 않도록 위생적으로 관리하여야 한다.

6) 과편

구분	내용
전처리	원료의 특성에 따라서 세척, 씨빼기, 껍질 벗기기를 실시하고 이물질 등이 충분히 제거되어야 한다.
삶기	삶는 온도 및 시간에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
조림	당액량 및 배합량, 조림 온도 및 시간에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
냉각 및 성형	냉각온도 및 시간에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 하며, 규정된 모양의 크기와 중량으로 성형하여야 한다.
포장	포장 시 이물질이 혼입되거나, 병원성미생물 등이 오염되지 않도록 위생적으로 관리하여야 한다.

7) 속실과

구분	내용
전처리	원료의 특성에 따라서 세척, 씨빼기, 껍질 벗기기를 실시하고 이물질 등이 충분히 제거되어야 한다. 난류의 경우 원료를 으깨어 사용함으로써 이에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
삶기	삶는 온도 및 시간에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
조림	당액량 및 배합량, 조림 온도 및 시간에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
냉각 및 성형	냉각온도 및 시간에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 하며, 난류의 경우 규정된 모양의 크기와 중량으로 성형하여야 한다.
포장	포장 시 이물질이 혼입되거나, 병원성미생물 등이 오염되지 않도록 위생적으로 관리하여야 한다.

기타 주요 공정은 공정의 특수성 및 제조기술의 개발로 인하여 공정의 수를 증감하거나 순서를 변경할 수 있으나, 각 공정에 대한 사용설비, 작업방법, 작업상의 유의사항 등을 규정하고, 이에 따라 실시하여야 한다.

- \* 전통식품 표준규격 개정 전문, 국립농산물관리원 고시 제2021-9호
- \* 우수식품정보시스템(www.naqs.go.kr)

## 5. 제조과정

- 떡·한과의 제조 과정의 기준은 2022년 8월 11일에 최종 고시된 식품공전을 토대로 작성함

### 1) 떡류(떡국떡) 제조과정<sup>20)</sup>

- 떡류 중 대표적인 가래떡을 냉각 후 절단하여 만드는 떡국떡을 기준으로 떡류의 제조 과정은 다음과 같음

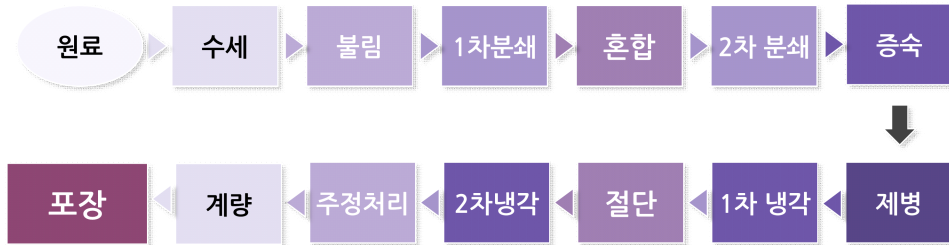
표11) 떡국떡 제조 공정 예시

구분	내용
원료 선별	이물선별기를 이용하여 원료 이물선별한다
수세	세미기를 통과시켜 세척 및 이물 제거한다
불림	쌀을 물에 넣어 불린다.
1차 분쇄	롤러를 이용하여 분쇄한다.
혼합	혼합 : 쌀을 제외한 부재료를 용해조에 넣어 혼합.
2차 분쇄	2차 분쇄 : 롤러를 이용하여 분쇄한다.
증숙	증숙 : 증기를 이용하여 증숙한다.
제병	제병 : 스크류, 몰드를 통과하여 모양을 만든다.
1차 냉각	1차 냉각 : 제병 후 떡 표면을 냉각시켜 떡의 부착을 방지한다.
절단	절단 : 제품 규격에 따라 절단한다
2차 냉각	냉각수에 침지하여 냉각한다
주정처리	주정을 분무하여 미생물의 증식을 억제한다
계량	제품별 규격에 따라 중량 계량한다
포장	포장

\* 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 개정판 2019.01

20) 식품공전, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2022년 8월 11일

그림4) 떡국떡 제조과정 예시



\* 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 개정판 2019.01

## 2) 한과(강정) 제조과정<sup>21)</sup>

- 한과류의 제조 공정은 강정(유과)의 전통적인 제조 공정을 우선 살펴봄
- 유과는 기름에 지져서 만들기 때문에 '기름 유(油)'가 붙으며, 튀기는 과정을 중심으로 한 전·후 처리 공정이 품질에 영향을 많이 끼침
  - 한국민속대백과사전에서 정의한 전통유과 제조공정을 살펴보면, 일단 좋은 찹쌀을 물에 담가 골마지가 끼도록 삭히고, 일주일에서 열흘 정도 계절에 따라 삭히는 기간을 달리하며 손으로 으깨질 정도로 삭힌 후 반죽하여 오랫동안 찐 다음 파리가 일도록 침
  - 삭히면 찹쌀의 입자에 미세한 균열이 생겨 찌서 칠 때 조직 사이에 기포가 들어가기 쉽기 때문에 오랫동안 파리가 일도록 쳐야 반죽에 골고루 기포가 자리 잡아서 지질 때 잘 부풀어 오르므로 속 빈 강정이 안 되도록 삭히고 치는 과정을 잘 해야한다고 공정을 기술하고 있음<sup>22)</sup>

21) 식품공전, 식품의약품안전처, 최종 고시일 2022년 8월 11일

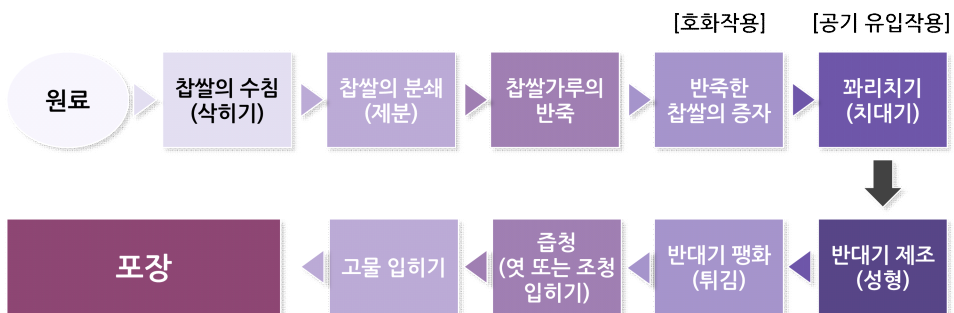
22) 도서 「한국의 전통병과」 2판, 정길자 외 4명, 교문사, 2021.

- 이렇게 만들어진 반죽을 알뜩하게 만들어 반대기를 어떻게 써느냐에 따라 유과 이름이 달라지는데 산자는 큼직한 네모 모양, 강정은 손가락 굵기, 방울강정은 엄지손톱만 한 것을 말함. 팔알만 한 것을 엿이나 설탕 시럽으로 뭉쳐 모나게 썬 것은 빈사과라 이르며 반대기를 말린 후 기름에 지진 후 꿀이나 엿을 바르는데 이때 지방의 산패를 막는 효능이 있는 생강즙이 들어가게 됨. 여기에 엿을 바르고 다양한 고물을 바르면 완성됨
- 찹쌀의 수침(삭히기): 유과의 주재료가 되는 찹쌀을 삭혀서 발효하는 과정으로 찹쌀의 수침시간이 유과의 품질에 커다란 영향을 미치는 것으로 알려져 있으며 수침기간은 문헌에 따라 조금씩 다르나 보통 7일에서 14일 정도를 잡음.
  - 수침의 목적은 수분을 잘 흡수하고 팽화력을 증가시키기 위한 것으로 수침시키는 동안 찹쌀에 일어나는 반응을 통해 유기산이 생성되어 산도가 증가하고, 양이온(K, Na, Ca, Mg)과 무기인이 용출되며 입도 분포가 변화하게 됨. 이러한 변화들로 인하여 점도가 증가하고 팽화력이 증가하는 효과를 얻음
- 찹쌀의 분쇄(제분): 수침된 찹쌀의 입자 사이에 공기를 포함시키고, 호화가 빠르고 균일하게 잘 일어나도록 하기 위한 조작으로 고서에서는 곱게 빻아서 체로 내리라고 하였으나 최근 생산 현장에서는 분쇄기를 이용, 40~80mesh 입자크기를 주로 사용하며 일반적으로 80mesh로 분쇄하고 있음
- 찹쌀가루의 반죽: 분쇄한 찹쌀가루에 부원료를 넣고 균일하게 잘 섞어 호화에 필요한 적당한 수분을 갖기 위해 반죽을 하는데 여기에 사용되는 부원료로는 주로 콩, 주류(청주, 소주, 약주, 막걸리 등)를 넣음

- 반죽 공정은 부원료를 얼마나, 어떻게 사용하느냐가 강정의 맛과 품질에 영향을 미치며, 전통적 생산 방법은 주로 수작업으로 이루어졌으나, 최근에는 기계나 설비 등을 도입하여 믹서기 형태의 반죽기를 사용하고 있음
- 반죽한 찹쌀의 증자(찜): 음식디미방과 규합총서에서는 증자는 속까지 찌거나 약한 불로 찌는 것으로 표현되고 있는데, 수침한 찹쌀에 모든 부재료를 넣고 혼합한 반죽물을 호화작용을 하는 과정임
  - 전통 생산방식에서는 가마솥을 이용하였으나, 오늘날에는 주로 스팀보일러를 사용하며, 보일러 용량에 따라 생산량의 차이는 있지만, 많은 부분에서 공정 개선이 이루어져 있음
- 파리치기(치대기): 파리치기 공정은 호화된 미립의 조직을 파괴시키고 가스를 지닐 수 있는 막을 형성시켜 포지(抱持)된 가스를 세분화하는 과정으로 나중에 반대기의 팽화 시에 중요한 역할을 하게 되는 공정임
- 반대기의 제조(성형): 증숙한 후 파리치기를 한 반죽은 점도가 높아 들러붙기 때문에 수작업에서는 밀가루, 옥수수전분, 감자전분 등을 널빤지에 깔고 밀대로 밀거나 손으로 늘리면서 두께를 조정하고 강정, 산자류 등 제품의 종류 및 크기에 맞게 절단하여 적당한 수분이 될 때까지 건조하여 유과의 기초가 되는 반대기를 만들
  - 규합총서에서는 건조하는 방법을 더운 방에 백지를 깔고 넣어 자주 뒤집으며 말리거나 말릴 때에는 표면이 먼저 건조하여 균열이 생기므로 바람을 피하라고 하였으며, 여름에는 벌에 말려도 좋다고 하였음

- 반대기의 팽화(튀김): 적당하게 건조된 반대기는 3일 정도 저온 저장고에서 숙성시킨 후 기름, 모래, 자갈 등을 이용 가열하여 팽화를 시키는데 주로 기름을 이용하는 방법이 가장 일반적임
  - 강정의 제조과정 중 가장 인력이 많이 필요하고 고열의 식용유를 사용하며 짧은 공정 속에서 품질이 결정되기에 작업의 안전성, 생산성, 품질의 표준화 등 개선의 여지가 가장 큰 공정임
- 유과의 저장(조청, 고물 입히기, 포장): 팽화가 끝나면 물엿이나 조청으로 즈청(汁淸)을 하게 되는데 즈청은 조청이나 물엿을 유과의 표면에 고루 묻게 하여 단맛을 부여하고 여러 가지 고물을 다양하게 붙일 수 있도록 할 뿐만 아니라 산소를 차단하여 지방의 산패를 억제하는 효과를 주는 것으로 알려져 있음.
  - 유과는 기름 함량이 많고 다공화된 식품으로 공기와의 접촉 면적이 넓어 산화가 어느 식품보다도 빠르게 일어날 수 있으므로 저장 중 흡습, 햇빛, 공기접촉, 고온 등의 문제가 매우 중요함

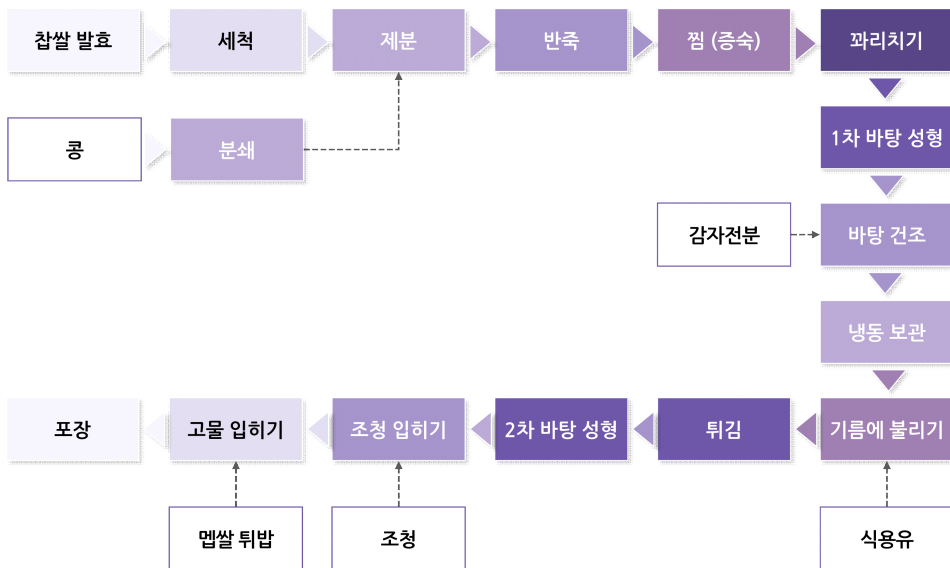
그림5) 유과(강정) 전통적인 제조과정



\* 도서 「한국의 전통병과」 2판, 정길자 외 4명, 교문사, 2021, 한국민속대백과사전을 참조하여 재구성

- 전통유과(강정)의 산업현장 제조는 반죽, 증자 후 2번의 성형 및 건조를 거치며 각 공정별 부재료 및 투입 시점을 기술하여 다음과 같음

그림6) 전통유과(강정)의 산업현장 제조공정 예시



\* 유과(부수계)의 식문화적 고찰과 품질개선에 관한 연구, 차경옥, 2015. 일부 재구성

- 산업현장에서 제시한 유과(강정) 생산과정은 전반적인 제조공정의 흐름은 유사하나 업체에 따라 일부 용어의 차이가 있으나 참쌀 발효, 세척, 분쇄 후 스팀 및 편칭 후 성형, 절단 및 건조, 숙성, 튀기기 및 즙첨, 고물 입힌 후 포장 등 전반적인 순서는 유사함



표12) 전통한과 제조업체 제조공정 예시

구분	내용
찰쌀 매입 및 발효	찰쌀을 물에 담가 15일 정도 발효시킨다.
세척, 분쇄	발효시킨 찰쌀을 세척 후 분쇄한다.
스팀, 편칭	찰쌀가루를 증기로 쪄낸 후 골고루 섞는다.
성형	편칭이 완료된 후 넓게 펴서 바탕의 모양을 만든다.
1차 건조 후 절단	1차 건조가 완료되면, 바탕의 크기로 절단한다.
2차 건조 후 저온숙성	2차 건조 후 저온창고에서 저온숙성을 한다.
튀기기	유과바탕을 기름에 넣으면 부풀어 오르기 시작한다.
옛코팅하기	튀겨진 바탕에 옛을 코팅한다.
쌀튀밥가루 입히기	옛으로 코팅한 후 쌀튀밥가루를 골고루 입힌다.
선별	쌀튀밥가루를 입힌 유과 중 불량품을 선별한다.
건조후 포장	쌀튀밥가루를 입힌 유과는 건조라인을 거친 후 포장한다.

\* (주)정일품 농업회사법인(www.jipfood.co.k)<sup>23)</sup>

그림7) 전통한과 제조업체 제조공정 예시



\* (주)정일품 농업회사법인(www.jipfood.co.k), 훈푸드 유한회사(http://hunfood.co.kr)<sup>24)</sup> 참조 후 재구성

23) 1989년 설립된 충남 서산 소재 기업. 제사상에 올리는 전통한과를 제조, 판매함

24) 1998년 설립된 전북 진안 소재 기업. 2019년 농촌융복합산업 6차 산업 사업자 인증

## 6. 관련 인증 및 제도

### 1) HACCP<sup>25)</sup>

- HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)이란 식품의 원료 관리, 제조, 가공, 조리, 소분, 유통 판매의 모든 과정에서 위해한 물질이 식품에 섞이거나 식품이 오염되는 것을 방지하기 위하여 각 과정의 위해 요소를 확인, 평가하여 중점적으로 관리하는 기준을 말함
- 위해요소분석(Hazard Analysis)과 중요관리점(Critical Control Point)의 영문 약자로 해썬 또는 식품안전관리인증 기준이라 하며, 식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리단계를 거쳐 최종소비자가 섭취하기 전까지의 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 규명하고, 이를 중점적으로 관리하기 위한 중요관리점을 결정하여 식품의 안전성을 확보하기 위한 과학적인 위생관리 체계라고 함

표13) HACCP의 정의

<p>HACCP 정의</p>	
<p>HACCP 인증 마크</p>	

\* 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

25) 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

- 적용 분야 및 대상으로는 축산물과 식품 분야로 나뉘는데, 떡·한과 지류는 식품의 하위 품목으로 「식품위생법」 제48조와 같은 법 시행령 제33조, 제34조, 「식품위생법 시행규칙」 제62조~제68조 2까지 「식품 및 축산물 안전관리인증 기준」 등에 따라 HACCP 적용대상으로서 관리를 받고 있음

표14) 떡·한과 포함 식품 위생법

법	조항
식품 위생법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제48조(식품안전관리인증기준)</li> <li>• 제48조의 2(인증 유효기간)</li> <li>• 제48조의 3(식품안전관리인증기준적용업소에 대한 조사·평가 등)</li> </ul>
동법 시행령	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제33조(식품안전관리인증기준)</li> <li>• 제34조(식품안전관리인증기준적용업소에 관한 업무의 위탁 등)</li> </ul>
동법 시행규칙	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제62조(식품안전관리인증기준 대상 식품)</li> <li>• 제63조(식품안전관리인증기준 적용업소의 인증신청 등)</li> <li>• 제64조(식품안전관리인증기준 적용업소의 영업자 및 종업원에 대한 교육 훈련)</li> <li>• 제65조(식품안전관리인증기준 적용업소에 대한 지원 등)</li> <li>• 제66조(식품안전관리인증기준 적용업소에 대한 조사·평가)</li> <li>• 제67조(식품안전관리인증기준 적용업소 인증취소 등)</li> <li>• 제68조(식품안전관리인증기준 적용업소에 대한 출입·검사 면제)</li> <li>• 제68조2(인증유효기간의 연장 신청 등)</li> </ul>

\* 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

- 참고로 식품에서의 HACCP 적용은 식품 및 즉석판매제조·가공업, 건강 기능 식품 및 식품첨가물 제조업, 식품소분업, 집단급식소 및 기타 식품 판매업, 식품접객업 및 집단급식소 등 식품의 제조·가공·유통·외식·급식의 모든 분야에 적용되고 있음

표15) 식품 HACCP 적용 대상

적용업종	세부업종 및 적용품목
식품제조·가공업소	과자류, 빵 또는 떡류, 코코아가공품류 또는 초콜릿류, 잼류, 설탕, 포도당, 과당, 엿류, 당시럽류, 올리고당류, 식육 또는 알함유가공품, 어육가공품, 두부류 또는 목류, 식용유지류, 면류, 떡·한과, 커피, 음료류, 특수용도식품, 장류, 조미식품, 김치류, 젓갈류, 조림식품, 절임식품, 주류, 건포류, 기타 식품류
건강기능식품 제조업소	영양소, 기능성 원료
식품첨가물 제조업소	식품첨가물, 혼합제제류
식품접객업소	위탁급식영업, 일반음식점, 휴게음식점, 제과점
기타	즉석판매제조·가공업소, 식품소분업소, 집단급식소식품판매업소, 기타식품판매업소, 집단급식

\* 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

- 2002년 비가열음료, 레토르트식품이 적용 품목에 추가되었으며, 2003년 어묵류 등 6개 식품 유형에 식품안전관리 의무화 규정을 신설한 이래로, 2006년 배추김치, 2014년 과자, 캔디류 등, 2016년 순대, 떡볶이 떡(떡류)에 대해 식품안전관리 인증을 의무적으로 적용하고 있음
- 유형별로 어육소시지, 음료류, 초콜릿류, 특수용도식품, 과자, 캔디류, 빵류 또는 떡류, 국수, 유탕면류, 즉석섭취식품과 단계별로 1~3단계에 포함되지 않는 업소의 의무적용 일정이 2020년 12월 01일부터 시행 예정이었으나, COVID-19로 인해 1년 동안 유예하여 2021년 12월 01일부터 시행되고 있음

표16) 식품 HACCP 의무적용 품목

적용업체	세부업종 및 적용품목	
의무 적용 유형 (업체)	어묵, 냉동수산식품(어류, 연체류), 조미가공품, 냉동식품(피자류, 만두류, 면류), 빙과류, 비가열음료, 레토르트식품	
	배추김치, 즉석조리식품(순대)	
	매출액 100억 이상 제조업체	
	어육소시지, 음료류, 초콜릿류, 특수용도식품, 과자, 캔디류, 빵류, 떡류, 국수, 유탕면류, 즉석섭취식품	
단계별 의무 적용	1단계 (*14.12.01 시행)	식품유형별 2013년 매출액 20억 이상이고 종업원 51인 이상인 업소
	2단계 (*16.12.01 시행)	식품유형별 2013년 매출액 5억 이상이고 종업원 21인 이상인 업소
	3단계 (*18.12.01 시행)	식품유형별 2013년 매출액 1억 이상이고 종업원 6인 이상인 업소
	4단계 (*21.12.01 시행)	1~3단계에 해당하지 아니하는 업소

\* 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

- 2016년 이후 떡류에 대한 HACCP 인증을 의무적으로 적용하고  
있어 2022년 전체 떡류 제조업에 해당하는 모든 업체가 HACCP  
인증을 받음

## 2) 가공식품산업표준 KS인증<sup>26)</sup>

- 가공식품 표준화(KS)란 합리적인 식품 및 관련 서비스의 표준을 제정·보급함으로써 가공식품의 품질고도화 및 관련 서비스의 향상, 생산기술 혁신을 기하여 거래의 단순·공정화 및 소비의 합리화를 통하여 식품산업 경쟁력을 향상시키고 국민 경제발전에 이바지하고자 하는 제도임



- 농림축산식품부장은 식품산업의 표준화를 촉진하고 식품의 품질 향상 및 소비자의 권익 증진을 위하여 식품의 산업표준인증제도를 운영할 수 있으며<sup>27)</sup>, 또한 해양수산부장은 수산 식품산업의 표준화를 촉진하고 수상 식품의 품질향상 및 소비자의 권익 증진을 위하여 수산 식품의 산업표준 인증제도를 운영할 수 있다고 함<sup>28)</sup>

표17) 떡·한과 KS 제품 인증 현황

심사기준 번호	심사기준명	공고번호	비고
KS H 2137	떡류	제2018-448호	사회적 요청에 의한 개정
KS H 2148	유과류	제2021-96호	적용범위 및 성상 채점 기준 구체화, 시험법 자구 수정, 서식의 통일, 표시 관련 법률명 개정
KS H 2524	가래떡	제2018-448호	사회적 요청에 의한 개정

\* 한국표준협회, 한국표준정보망(<https://www.kssn.net/index.do>)

26) 국립농산물품질관리원([www.naqs.go.kr](http://www.naqs.go.kr)), 한국식품연구원([www.kfri.re.kr](http://www.kfri.re.kr)), 한국표준정보망([www.kssn.net](http://www.kssn.net))

27) 「식품산업진흥법」 제20조 제1항

28) 「수산식품산업의 육성 및 지원에 관한 법률」 제27조 제1항

- 가공식품의 산업표준인증은 산업표준인증기관이 실시하며 산업표준 인증의 기준·표시방법 등에 관한 사항은 「산업표준화법」에 따르며<sup>29)</sup>, 산업표준 인증 대상 품목에는 농·수·축산물 가공식품이 해당됨
- 떡·한과의 인증 품목으로는 표준번호 KS H 2137 떡류, KS H 2148 유과류, KS H 2524 가래떡으로 총 3가지이지만 현재 떡류, 유과류, 가래떡으로 KS 인증을 받는 업체는 없음

### 3) 전통식품품질인증 제도

- 전통식품품질인증 제도는 「식품산업진흥법 제22조 및 같은 법 시행령 제29조」에 의거 국내산 농수산물을 주원재료로하여 제조·가공·조리 되어 우리 고유의 맛·향·색을 내는 전통 식품에 대해 정부가 품질을 보증하는 제도로 생산자에게는 고품질의 제품 생산을 유도하고, 소비자에게는 우수한 품질의 전통식품을 공급하는 효과를 보고자 함



- 전통식품 품목지정은 농림축산식품부 장관이 전통식품산업의 지원과 육성을 위해 국산농산물을 주원료로 제조·가공되고 예로부터 전승되어 오는 우리 고유의 맛·향 및 색깔을 내는 전통식품의 개발과 그 계승·발전을 위해 필요하다고 인정하는 품목을 전통식품으로 직접 지정하거나 특별시장·광역시장·도지사의 추천을 받아 이를 지정하여 고시함
- 전통식품 생산업체가 인증을 신청하면, 한국식품연구원에서 공장 심사와 제품심사를 통해 심사를 진행한 후에 통과된 업체에 인증표지를 부여함

29) 「식품산업진흥법 시행령」 제26조제2항 및 「수산물산업의 육성 및 지원에 관한 법률 시행령」 제29조제2항

- 평가사항으로는 공장입지, 작업장, 제조설비, 원료조달·관리, 주요공정 관리, 용수관리, 개인위생, 환경위생, 유통체계, 포장 및 표시 등 총 10가지 심사항목이 있으며 항목별 배점평가로 이루어짐
- 전통식품품질인증을 받은 떡·한과 제조업체는 총 59개 업체로 이 중 19개는 한과로, 40개는 각각의 떡으로 품질인증을 받음
  - 떡의 전통식품품질인증은 하나의 '떡류'가 아니라 약식, 가래떡, 증편, 새알심류, 찌는 떡, 치는 떡, 삶는 떡으로 모두 7개 품목으로 나누어져 있음
  - 떡 품목별 전통식품품질인증은 약식이 1개 업소, 가래떡이 22개 업소로 가장 많고 증편 3개 업소, 새알심류 2개 업소, 찌는 떡이 5개 업소, 치는 떡이 7개 업소임

표18) 전통식품품질인증 떡·한과 품목별 인증 현황

품목	떡							한과	합계
	약식	가래떡	증편	새알심류	찌는 떡	치는 떡	삶는 떡		
업체	1	22	3	2	5	7	0	19	59

\* 대한민국식품명인 지정 현황, 농림축산식품부, 2022.08.24

- 떡의 전통식품품질인증 업소는 영농조합법인, 전통식품 전문 제조업체 등 중소기업의 제품들이며 전통식품품질인증을 받은 떡 품목 외 다양한 떡도 함께 제조하여 판매하고 있는 것이 특징임



표19) 떡류 품목 전통식품품질인증 업체

구분	인증번호 (식품연 전통)	인증업체명	제품명
약식	제871호	웬떡마을영농조합법인	연잎밥
가래떡	제284호	송악농협 식품사업소	아산맑은떡국떡, 우리쌀햇쌀로만든떡국떡
	제336호	찰떡궁합	떡국떡
	제346호	농업회사법인 (주)안성떡방	썩떡국떡, 단호박떡국떡, 안성마춤웰빙 단호박떡국떡, 홍파프리카떡국떡, 안성마춤웰빙삼색떡국떡, 안성마춤웰빙 홍파프리카떡국떡, 삼색떡국떡, 떡국떡, 안성마춤웰빙썩떡국떡
	제362호	맛골	떡국떡
	제377호	(주)해피21세기	떡볶이떡, 조랭이떡, 떡국떡
	제436호	삼오종합식품(주)	떡볶이떡, 떡국떡
	제451호	오병이어	떡국떡
	제492호	정남농협화성 웰빙떡클러스터사업단	쌀떡국떡, 우리쌀떡국떡, 디딜향떡국떡, 디딜향떡볶이떡, 우리쌀조랭이떡, 우리미떡볶이떡, 우리쌀떡볶이떡, 쌀떡볶이떡, 우리미떡국떡, 디딜향조랭이떡
	제542호	농업회사법인 시루연(주)	조랭이떡, 떡볶이, 떡국떡
	제689호	(주)예담 농업회사법인	예담일품떡볶이떡, 예담일품떡국떡, 예담일품조랭이떡볶이
	제735호	농업회사법인(주)치약산병과 명품화사업단	떡국떡
	제813호	농업회사법인 하안햇살(주)	오색떡국떡, 별속떡국, 우리쌀떡국떡, 우리쌀로만든떡볶이떡, 맛있는우리쌀조랭이떡, 우리쌀떡볶이, 맛있는우리쌀떡볶이떡, 맛있는우리쌀떡국떡, 삼색조랭이
	제866호	농업회사법인 (주)제일영농	전설의김포곰쌀떡국떡
	제888호	(주)떡과풍경	현미떡국, 흑미떡국떡, 떡볶이, 단호박떡국, 떡국떡
	제909호	제주에프에스(FS)	백미떡국떡
	제1010호	대명에프에스(주)	떡볶이떡, 조랭이떡, 떡국떡
	제1070호	(주)맛찬들백미식품	쌀떡, 일반미순쌀떡
	제1071호	계수나무떡	조랭이떡, 떡볶이, 떡국떡
	제1102호	농업회사법인 (유)메밀꽃피는향아리	낭만부부꼬마가래떡
	제1150호	사임당푸드영농조합법인	떡국떡

구분	인증번호 (식품연 전통)	인증업체명	제품명
가래떡	제1163호	농업회사법인 아이사랑정푸드(유) 2공장	우리쌀 떡국떡, 말랑말랑 우리쌀떡
	제1274호	㈜맛찬들백미식품 제2공장	시골 쌀떡볶이떡, 우리쌀 조랭이떡, 시골 쌀떡국떡
증편	제659호	㈜해피21세기	방울증편
	제1069호	(주)상화에프앤비	동해기정
	제1126호	농업회사법인(주)안성떡방	증편, 사각증편
새알심류	제814호	농업회사법인 하안햇살(주)	찰쌀새알
	제1277호	찰떡궁합	새알심G
찌는 떡	제544호	농업회사법인 시루연㈜	백설기
	제661호	㈜해피21세기	백설기
	제1127호	농업회사법인(주)안성떡방	백설기, 하트설기
	제1278호	찰떡궁합	팔시루떡N
	제1244호	주식회사 뚝부기모시떡	뚝부기찜모시개떡, 뚝부기 모시개떡
찌는 떡	제545호	농업회사법인 시루연㈜	흰절편, 콩가루인절미, 가래떡, 썩절편
	제662호	㈜해피21세기	가래떡(찜용), 절편, 절편(썩)
	제822호	거문도해풍썩 영농조합법인	거문도해풍썩인절미, 거문도해풍썩썩개떡, 거문도해풍썩썩개떡
	제1128호	농업회사법인(주)안성떡방	토스트인절미, 흰썩절편
	제1151호	사임당푸드영농조합법인	절편
	제1165호	주식회사 만풍농업회사법인	절편(흰), 절편(썩), 가래떡
	제1279호	찰떡궁합	동그리떡N, 앙금수리취떡N, 오쟁이떡N, 흰, 오쟁이떡N, 썩, 흑미떡N, 수리취꿀떡N, 바람떡N, 절편N, 썩, 앙금썩개떡N, 꿀떡N, 썩, 콩인절미N, 수리취N, 썩개떡N, 바람떡N, 썩, 앙금개피N, 수리취절편N, 꿀떡N, 흰, 썩인절미N, 절편N, 색동떡N

\* 대한민국 식품명인 지정 현황, 농림축산식품부, 2022.08.24

- 2022년 11월 1일 기준, 한과 제조업체 중 전통식품품질인증을 받은 업소는 19개임. 대한민국식품명인이 운영하는 업체를 중심으로 영농조합법인, 소규모 전통식품 전문 제조업체 등 중소규모 업체의 제품이 품질인증을 받음

표20) 한과 품목 전통식품품질인증 업체

인증번호 (식품연 전통)	인증업체명	제품명
제002호	(주)갈골한과명인식품농업회사법인	찹쌀강정, 찹쌀과줄
제007호	신궁전통한과	흑임자깨강정, 달콤한유과, 참깨강정
제048호	양구전통한과영농조합법인	검은깨(흑임자)유과, 참깨유과, 찹쌀유과
제070호	농업회사법인(주)의령조청한과	쌀엿강정, 찹쌀유과
제104호	(주)화성한과	우리밀약과, 찹쌀현미엿강정, 들깨엿강정, 세반산자, 유자찹쌀엿강정, 찹쌀유과
제196호	농업회사법인 (주)안복자한과	안복자유과, 쌀강정
제204호	(주)교동씨엠	흑깨강정, 교동산자, 참깨유과, 들깨강정, 흑깨유과, 교동유과, 들깨유과, 참깨강정
제222호	금산약초인삼영농조합법인	홍삼진과골드, 홍삼절편, 홍삼진과, 홍삼진과골드 본
제376호	농업회사법인(주)담양한과명진식품	우리쌀로만든찹쌀유과, 쌀조청으로만든찹쌀산자
제390호	농업회사법인 충주사과한과(주)	단호박쌀강정
제428호	(유)서동한과	찹쌀유과
제571호	사임당푸드영농조합법인	현미찹쌀엿강정, 복분자유과, 당귀정과, 도라지정과, 찹쌀유과, 복분자보리엿강정
제716호	농업회사법인(주)성진식품	단호박유과, 백년초쌀강정, 단호박쌀강정, 조청유과, 연유과, 파래쌀강정, 숙유과, 우리밀약과 <sup>1</sup> , 치자쌀강정, 쌀강정, 백년초유과
제761호	농업회사법인 서해푸드 주식회사	흰찰쌀보리한과, 서해한과, 서해오색한과, 서해찹쌀산자
제797호	세종한과	울금한과
제997호	백석올미영농조합법인	올미유과, 올미산자
제1209호	도라지미	홍도라지정과, 도라지절편
제1223호	서가	서가 한입 도라지 정과, 서가 통뿌리 도라지정과, 서가 콩고물 도라지 정과
제1243호	유경식품	유경도라지정과

\* 국립농산물품질관리원 우수식품정보시스템(www.naqs.go.kr)

#### 4) 유기가공식품 인증<sup>30)</sup>

- 유기식품은 「농업·농촌 및 식품산업 기본법」 제3조 제7호의 식품 중에서 유기적인 방법으로 생산된 유기농수산물과 유기가공식품을 말하며, 유기가공식품은 유기농수산물을 원료 또는 재료로 하여 제조·가공·유통되는 식품을 말함(규제 「친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」 제2조 제4호)
- 유기가공식품 인증제도는 국립농산물품질관리원에서 인정한 공인받은 인증기관이 가공식품의 사용 원료와 제조공정을 심사하여 법의 기준에 적합하다고 보증하는 제품만 인증로고와 유기(농)명칭을 사용할 수 있게 하는 제도로, 공신력 있는 제3자 기관이 제조과정 등을 사전적으로 확인하게 하여 유기 표시의 신뢰도를 높임으로써 소비자와 생산자 모두를 보호하기 위한 제도임
- 유기 표시의 신뢰도를 높임으로써 소비자를 보호하고, 선의의 사업자로 하여금 고품질의 유기식품을 공급할 수 있도록 장려하는 것을 목적으로 하며, 가공식품을 '유기'로 표시하거나 판매하고자 하는 자는 농림축산 식품부 장관이 지정한 인증기관으로부터 인증을 받고, 인증기관은 인증을 받고자 하는 사업자의 현장을 확인하여 인증서를 발급함
- 2014년 1월 1일부터 시행된 유기가공식품 인증제도에 의해 국내법상 인증받지 않은 식품은 유기식품으로 판매할 수 없으나, 유기가공식품에 한해 국가 간 상호 동등성 협정을 체결한 국가에 해당하면, 해당 국가의 유기규정에 따라 인증을 받은 식품은 국내에서 유기식품으로 수입·판매가 가능함



30) 국립농산물품질관리원

- 상호 동등성 인정이란, 외국에서 시행하고 있는 유기식품 인증 제도가 우리나라와 동일한 수준의 원칙과 기준을 적용함으로써 법에 따른 인증과 동등하거나 그 이상의 인증제도를 운영하고 있다고 검증되면 양국의 정부가 상호주의 원칙을 적용하여 양국의 유기가공식품 인증이 동등하다는 것을 공식적으로 인정하는 것을 말함
  - 「친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」 제25조 규정에 따라 「한-미 유기가공식품 상호 동등성 인정 협정」(2014.07 발효)과 「한-EU 유기가공식품 상호 동등성 인정 협정」(2015.02 발효)에 따라 미국과 유럽에서 유기 인증을 받은 가공식품은 별도로 인증을 획득할 필요 없이 '유기(Organic)'를 표시하여 수출입 할 수 있음
- 유기가공식품 인증 및 표시 관련한 제도는 농림축산식품부령 제457호, 농림축산식품부 소관 친환경농어업육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률에 의거, 2021년 12월 1일부터 유기원료 함량에 따라 유기원료 95% 이상 제품만 인증 로고를 사용하도록 변경됨
- 이에 따라 유기원료 70% 이상은 인증 로고를 사용할 수 없으며, 주표시면에 유기 70%로 표시하여야 함
    - ① 친환경농어업법에 따라 인증을 받은 유기식품(유기 농·축·수산물, 유기가공식품)
    - ② 우리나라와 동등성 인정이 협정된 국가(미국, EU)로부터 수입된 유기가공식품(유기가공식품만 해당, 유기농산물, 유기축산물, 유기수산물 제외)

표21) 유기원료 함량과 비유기 원재료 사용 조건

구분		유기원료 함량
‘유기’로 표시	인위적으로 첨가한 물과 소금을 제외한 제품 중량의 95% 이상	① 식품원료(유기원료를 상업적으로 조달할 수 없는 경우로 한정) ② 시행규칙 별표1 제1호다목1에 따른 식품첨가물 또는 가공보조제
‘유기 70%’로 표시	인위적으로 첨가한 물과 소금을 제외한 제품 중량의 70% 이상	① 식품원료 ② 시행규칙 별표1 제1호다목1에 따른 식품첨가물 또는 가공보조제
유기가공식품에서 유기원료와 같은 품목의 비유기원료는 사용할 수 없음		① 가공되지 않은 원료에 대해 명칭이 같으면 동일한 원료로 판단 ② 단순가공원료는 해당 원료 가공에 사용된 원료가 동일하면 명칭이 달라도 동일한 원료임

\* 농림축산식품부/ 농림수산식품교육문화정보원

○ 2022년 11월 1일 기준으로 유기가공인증을 받은 떡·한과 제조업체는 총 19개 업체임. 16개 업체는 떡류로 유기가공인증을 받은 떡 제조업체이며 과자로 유기가공인증을 받은 한과업체가 2개임. 나머지 1개 업체는 다류 중 판매제품이 무교병에 해당하는 업체로 확인됨

- 2021년 12월 유기인증을 위한 유기원료 함량 기준이 개정됨에 따라 설탕, 물엿, 각종 식용유를 사용하는 한과 원료 특성으로 한과 유기가공인증 업체는 2개로 확인됨
- 대부분의 유기가공식품 인증을 받은 과자는 주로 ‘뽕튀기’류의 간식으로 이는 한과가 아니며 과자류 내의 과자 제품에 해당

표22) 떡류 유기가공식품 인증업체

인증번호	인증업체	인증품목
1800006	(주)본떼르	유기농EM현미 미니볼떡, 유기농EM현미 가래떡, 유기농EM현미 떡볶이떡, 유기농EM현미 떡국떡, 유기농EM현미노끼
5800006	유한회사 빛고을청아 청아우리떡	빛고을유기농 현미가래떡, 빛고을유기농 현미떡국떡, 빛고을유기농 떡볶이떡, 빛고을유기농 조랭이떡, 빛고을유기농 떡국떡, 유기농 몽떡, 유기농청아 조랭이떡, 유기농청아 절편, 유기농청아 백설기, 유기농청아 떡볶이떡, 유기농청아 가래떡, 유기농청아 떡국떡, 유기농청아 모양떡볶이13,550
5800155	(주)공드린 방앗간	유기농현미가래떡, 유기농현미떡국떡, 유기농조랭이떡, 유기농떡볶이떡, 유기농떡국떡, 유기농가래떡
10800218	농업회사법인 플로윈(주)	꽃세프가 천년향편, 꽃세프가 천년향편25, 꽃세프가 새싹보리 천년향편, 꽃세프가 새싹보리 천년향편2540,000
10800473	(주)화성한과	유기 떡국떡, 유기 떡볶이떡, 유기 조랭이떡518,000
10800477	정남농협 화성웰빙떡클 러스터사업단	자연이 키운 유기농 떡국떡, 자연이 키운 유기농 떡볶이떡, 조선향미 유기농 떡국떡, 조선향미 유기농 떡볶이떡, 조선향미 유기농 조랭이떡, 경기떡국
떡류  10800573	농업회사법인 (주)떡찌니	유기농 경기떡국, 보성프리미엄 유기농녹차 떡국(냉동), 보성프리미엄 유기농녹차떡볶이떡(냉동), 유기농 오트밀 가래떡, 유기농 오트밀 떡국떡, 유기농 오트밀 설기, 유기농 오트밀 떡볶이떡, 유기농 오트밀 떡국(냉동), 금쪽같은 유기농 떡볶이떡, 보성프리미엄 유기농녹차떡볶이떡, 보성프리미엄 유기농녹차떡국떡, 100세 장수 유기농떡국떡, 100세 장수 유기농 현미떡국떡, 유기농 백설기, 유기농 백설기(냉동), 유기농 단호박설기, 유기농 단호박설기(냉동), 유기농 비트설기, 유기농 비트설기(냉동), 유기농 자색고구마설기, 유기농 자색고구마설기(냉동), 말랑 유기농가래떡(냉동), 말랑 유기농 삼색가래떡(냉동), 말랑 유기농 들깨가래떡(냉동), 말랑 유기농 삼색꿀떡(냉동), 유기농 단호박가래떡, 유기농 비트가래떡, 말랑 유기농 삼색 꿀떡, 말랑 유기농 들깨 가래떡, 유기농 삼색 꿀떡, 유기농 들깨 절편, 유기농 오색 떡국떡, 유기농 떡국떡, 유기농 들깨 가래떡, 유기농 흑미 떡국떡, 유기농 비트 떡국떡, 유기농 시금치 떡국떡, 유기농 단호박 떡국떡, 유기농 비트 꿀떡, 유기농 단호박 꿀떡, 유기농 꿀떡, 오복가득담은 오색 떡국떡, 말랑 유기농 삼색가래떡, 말랑 유기농 가래떡, 떡찌니 유기농 가래떡, 떡찌니 유기농 삼색가래떡, 유기농 가래떡, 네니아 유기농 삼색가래떡, 유기농 현미떡국떡, 유기농 절편, 네니아 유기농 가래떡, 네니아 유기농 떡볶이떡, 네니아 유기농 떡국떡, 떡찌니 유기농 떡국떡, 떡찌니 유기농 현미떡국떡, 떡찌니 유기농 떡볶이떡,
12800294	(주)떡과풍경	떡국 떡, 백설기, (유기농)떡볶이, (유기농)현미설기떡, 유기농(인절미), (유기농)청남대연잎밥, (유기농)누룽지 현미 가래떡 (냉동식품), (유기농)현미가래떡, (유기농)단호박설기, (유기농)고구마 설기(가열하여 섭취하는 냉동식품)
12800302	주식회사 빠꾸기	유기농순정농부쌀떡국떡, 유기농 순정농부 쌀떡볶이떡

인증번호	인증업체	인증품목	
떡류	13800210	농업회사법인 홍성풀무주식회사	[유기95%인증] 유기농 떡국떡, 유기농 떡볶이, 유기농 구멍난떡볶이, 유기농 모양떡볶이, 유기농 조랭이떡, 유기농 가래떡, 유기농 쌀튀김떡, 유기농쌀 감자튀김떡, 현미가래떡, 유기방아 백미가래떡, 유기농 현미떡국떡, 유기농 현미떡볶이, 유기농 우리밀떡볶이 / [유기70%인증] 유기방아 현미 꿀떡270,000
	14800108	공덕농협 농산물 가공사업소	유기농우리쌀떡국떡, 유기농우리쌀떡볶이떡, 유기농쌀떡국떡, 유기농쌀떡볶이떡, 유기농떡국떡, 유기농떡볶이떡
	14800194	해아람영농조합법인	백미가래떡, 현미가래떡, 백미떡국떡
	14800202	농업회사법인 콩사랑 유한회사	유기농 무염 현미 설기, 유기농 꼬마 현미떡, 유기농 무염 현미 떡국떡, 유기농 무염 현미 가래떡, 유기농 무염 꼬마현미떡, 오늘만든 현미가래떡, 오늘만든 무염현미가래떡, 유기농 백미 떡국떡, 유기농 현미 떡국떡, 유기농 현미가래떡, 유기농 현미떡볶이, 유기농 조랭이떡, 유기농 오트밀 현미설기, 유기농 현미고구마절편, 유기농 통단호박 절편, 유기농 백미절편, 유기농 무염 백미가래떡, 유기농 무염 백미떡볶이떡, 유기농 싸리재 현미떡국떡, 유기농 싸리재 백미떡국떡, 유기농 발아현미가래떡, 유기농 발아현미떡국떡
	14800203	(유)큰바위식품	유기농 떡국떡, 유기농 현미떡국, 유기농 통떡볶이떡, 유기농가래떡
	14800215	우리영농조합법인 가공센터	유기 95%이상 : 산곡방아 유기농꿀떡, 산곡방아 유기농단호박꿀떡, 산곡방아 유기농 자색고구마꿀떡, 산곡방아 유기농떡국떡, 산곡방아 유기농 자색떡국떡, 산곡방아 유기농 단호박떡국떡, 산곡방아유기농 모양떡, 산곡방아 유기농떡볶이떡, 산곡방아 유기농 조랭이떡, 산곡방아 유기농가래떡, 산곡방아 유기농 백설기, 산곡방아 절편, 산곡방아 냉동가래떡, 산곡방아 냉동모양떡, 산곡방아냉동조랭이떡, 산곡방아 냉동떡볶이떡, 산곡방아 떡국떡, 현미떡국떡 / 유기 70%이상 : 산곡방아 치즈떡볶이떡, 산곡방아 냉동치즈떡볶이떡, 산곡방아 썬절편, 산곡방아 썬개떡, 산곡방아 썬가래떡, 산곡방아 썬인절미떡, 산곡방아 썬설기떡, 산곡방아 호박인절미, 산곡방아 호박설기, 산곡방아 오레오설기, 산곡방아 편시루떡, 산곡방아 모싯잎송편, 산곡방아 약식, 산곡방아 무화과찰떡, 산곡방아 영양찰떡, 산곡방아 인절미
	15800297	주식회사 죽암에프앤씨	종가집 우리쌀 유기농 떡국떡
한과	15800272	농업회사법인 (주)담양한과명진식품	예도가참쌀유과, 예도가홍유과, 한입에썬한입방울
	15800479	(주)올곧은	유기농쌀강정, 유기농땅콩쌀강정
	12800247	(주)에그앤씨드진천공장	무교병, 무교병(냉동)

\* 국립농산물품질관리원 친환경인증관리 정보시스템(<https://www.enviagro.go.kr>)



## 5) 대한민국식품명인 제도<sup>31)</sup>

○ 대한민국식품명인 제도는 식품의 제조·가공·조리 분야에서 우수한 기능보유자를 발굴하여 우리 고유의 전통 식문화를 보전하고 계승하기 위해 1994년부터 지정해 오고 있으며 현재 전통식품 분야에서 79명의 명인이 활동하고 있음



- 2022년 8월 24일 기준, 전통주, 장류, 김치류, 떡·한과류, 차류, 엿류 등에 대해 명인이 지정되어 있으며 사망 및 승계를 포함하여 현재는 총 79명의 명인이 지정되어 있음

표23) 분야별 지정 현황

분야	전통주	장류	김치류	떡·한과류	차류	엿류	인삼	기타	합계
인원	25	13	5	9	6	7	1	13	79

\* 대한민국식품명인 지정 현황, 농림축산식품부, 2022.08.23.

\* 인삼정과는 인삼에, 엿강정은 엿류에 포함함

○ 전통식품 명인의 조건으로는 해당 식품의 제조·가공·조리 분야에 계속하여 20년 이상 종사한 자, 전통식품의 제조·가공·조리 방법을 원형대로 보존하고 있으며 이를 그대로 실현할 수 있는 자, 대한민국 식품명인으로부터 보유기능에 대한 전수교육을 5년 (대한민국식품명인 사망 시는 2년) 이상 받고 10년 이상 그 업(業)에 종사한 자이며, 이 중에서 하나 이상의 요건에 해당하면 신청할 수 있음

31) 대한민국식품명인 지정 현황, 농림축산식품부, 2022.08.24

- 농식품부에서는 농촌진흥청(국립농업과학원)의 분야별 전문가로 구성된 점검반을 통해 적합성 검토를 시행하고, 식품산업진흥심의회 심의를 거쳐 지정함
- 대한민국식품명인으로 지정되면 명인 박람회, 전수자 장려금 지원, 체험 교육 활동비, 명인 기록 영상 제작 등 정부에서 추진하는 다양한 사업을 지원받을 수 있으며, 명인으로 지정받는 품목 또는 기능으로 만든 식품에 대한민국식품명인 표지를 표시할 수 있음(식품산업진흥법 제 14조 제 3항)
- 2022년 8월 기준 79명의 대한민국식품명인이 있으며 '떡·한과' 보유기능에 해당하는 명인은 총 11명으로 4명은 떡으로, 5명은 한과로, 1명은 엿류 중 엿강정으로, 1명은 인삼으로 명인 지정을 받음
- 떡류 지정 명인 4명은 김왕자(노티떡·신과병), 이연순(승검초단자), 김영숙(복령조화고), 구경숙(기정떡)임
- 한과 명인은 최봉석(갈골산자), 김규훈(유과, 약과), 김현의(참쌀유과), 심영숙(유과), 안복자(유과)임
- 박순애(엿강정)은 엿류, 정영석(인삼정과)는 인삼류로 지정받음
- 떡·한과 품목에서 최초로 대한민국식품명인을 지정받은 기능인은 최봉석(명인제23호)으로 갈골산자로 명인 지정을 받았으며, 가장 최근에는 구경숙(명인제81호)이 2018년에 기정떡으로 지정받음
- 온라인 판매문화가 활성화되면서 대부분의 명인들이 온라인쇼핑몰을 자체 운영하거나 포털사이트를 통해 제품을 판매하고 있는 가운데, (사)대한민국식품명인협회에서는 전통식품명인이 조제한 제품만을 판매하는 '대한민국식품명인물'을 운영하고 있음

표24) 떡·한과 대한민국식품명인 현황

명인 지정번호	이름	보유기능	지정일	업체	쇼핑몰 주소	
떡	제42호	김왕자	노티떡· 신과병	'12.03.05.	김왕자 흥익떡집	<a href="https://hongjik.modoo.at">https://hongjik.modoo.at</a>
	제52호	이연순	승검초단자	'13.12.03.	식품명인몰	<a href="https://koreagrandmaster.com">https://koreagrandmaster.com</a>
	제53호	김영숙	복령조화고	'13.12.03.	진도전통식품	<a href="https://jindofood.modoo.at">https://jindofood.modoo.at</a>
	제81호	구경숙	기정떡	'18.11.30.	농업회사법인 (주)사평기정떡	<a href="https://ricewinecake.com">https://ricewinecake.com</a>
한과	제23호	최봉석	갈골산자	'00.12.17.	(주)갈골한과명인식품 농업회사법인	<a href="http://www.galgol.com">http://www.galgol.com</a>
	제26호	김규훈	유과, 약과	'05.03.04.	신공유통	<a href="http://www.shinkung.co.kr">http://www.shinkung.co.kr</a>
	제33호	박순애	옛강정	'08.07.02.	(주)담양한과명진식품	<a href="http://www.damyang.co.kr">www.damyang.co.kr</a>
	제46호	김현의	찰쌀유과	'12.10.09.	(주)의령조청한과	<a href="https://hangwa114.modoo.at">https://hangwa114.modoo.at</a>
	제59호	심영숙	유과	'14.12.23.	(주)교동씨엠	<a href="http://www.gyodong.co.kr">www.gyodong.co.kr</a>
	제60호	안복자	유과	'14.12.23.	농업회사법인 (주) 안복자한과	<a href="http://www.anbokja.co.kr">http://www.anbokja.co.kr</a>
	제71호	정영석	인삼정과	'16.12.08.	식품명인몰	<a href="https://koreagrandmaster.com">https://koreagrandmaster.com</a>

\* 대한민국식품명인 지정 현황, 농림축산식품부, 2022.08.24

## 6) 국가무형문화재<sup>32)</sup>

- 국가무형문화재란 모습이 보이지 않는 문화재로 민족의 역사와 개념, 사상을 알 수 있는 노래, 음악, 연극, 공예기술 등이 있으며, 이 기술을 보유한 사람을 보통 인간문화재라 말하나, 정식 명칭은 국가무형문화재임
- 역사적·예술적·학술적 가치가 큰 무형문화유산 중 현대문명의 영향으로 소멸되거나 변질될 위험성이 있는 것을 선별하여 이를 보호하고 원형적 형태가 지속적으로 유지·전승될 수 있도록 하기 위하여 1962년 제정한 문화재보호법을 통해 국가무형문화재로 지정 보호·관리하고 있으며 문화재청장이 무형문화재위원회의 심의를 거쳐 지정한 국가지정 무형문화재(단, 전승단절 우려가 있어야 함)로 지정함
  - 현대화의 영향으로 사라져가고 있는 전통문화를 보존·전승하기 위하여 문화재보호법을 통하여 법으로 보장하고 있는 제도로써 크게 지정보호, 전승지원, 전수교육관 건립지원, 기타 제도적 지원(의료급여 및 학점인정제 등)으로 구분됨
- '식생활' 분야에서는 궁중 나인들에 의하여 대를 이어 전승되어 온 궁중음식이 근대화 및 한국전쟁을 거치면서 명맥이 단절될 수 있는 시점에 '조선왕조궁중음식' 명칭으로 국가무형문화재(무형문화재 지정 제38호)로 지정, 조선시대 마지막 주방상궁인 한희순에 의해 전수됨
- 식생활 중 처음으로 무형문화재로 지정된 궁중요리는 광복 이후 민간으로 전해져서 다양한 전통음식의 기본이 되었으며 한희순과 그의 제자 황혜성, 황혜성의 큰딸 한복려와 제자 정길자를 통해 궁중요리가 전수되고 있으며, 이들은 법에 따라 무형문화재 제38호로 지정되어 이어지고 있음.

32) 대한민국식품명인 지정 현황, 농림축산식품부, 2022.08.24

- 조선왕조궁중음식 중 궁중요리, 궁중병과(떡·한과)를 전승하고 있는데 궁중병과류에는 각색편, 각색단자, 두텁떡, 화전, 인절미, 약식, 주악, 각색정과, 다식, 과편, 약과, 강정, 숙실과(밤, 대추, 울란, 조란, 강란)가 있음
- 이 외에 식생활과 관련하여 '떡 만들기'가 2021년 11월 1일 국가무형문화재 종목으로 지정<sup>33)</sup>되었는데, 이는 한반도 전역에서 온 국민이 전승·향유하고 있는 문화라는 점에서 특정 보유자나 보유단체는 인정하지 않는 공동체 종목으로 지정됨

표25) 국가무형문화재 지정 현황

무형문화재 지정번호	무형문화재 지정명칭	구분	지정일	분류
제38호	조선왕조궁중음식	보유자지정	1971.01.06	전통 생활관습 / 식생활
		한복려 (궁중음식)	2007.07.09	전통 생활관습 / 식생활(궁중음식)
		정길자 (궁중병과)	2007.07.09	전통 생활관습 / 식생활(궁중병과)
종목지정	떡 만들기	종목지정	2021.11.01.	전통 생활관습/ 식생활

\* 문화재청

33) 문화재청 공고 2021-222호

## 7) 식품안전국가인증제<sup>34)</sup>

- 식품업계의 글로벌 시장진출을 위한 식품안전종합지원 시스템으로 수출 식품의 안전성을 세계 시장에서 인정받도록 식품의 제조·가공·유통 과정에서의 안전관리를 국제적 요구에 맞춘 제도를 마련하고, 수출 상대국의 기준·규격에 대한 맞춤형 상담, 관련 정보제공, 수출 사전검사, 증명서 발급 등 수출업계의 통관단계를 지원함

### 표26) 한국형 식품안전인증제

#### 한국형 식품안전인증제(K-NFSC, Korea National Food Safety Certificate)

- 식품안전관리인증기준(HACCP)에 식품안전경영<sup>35)</sup>을 보강한 식품안전 인증규격으로서 국제적으로 통용되도록 마련 중인 제도(수출식품에 한정)
- 국제식품산업협회(GFSI : Global Food Safety Initiative)의 승인을 통해 국제적인 인증규격으로 지위를 가짐

#### 역할1. 제도개발

- ✓ (제도개발) 국제적으로 통용되는 기준에 맞춘 수출식품의 안전관리 제도 마련
  - HACCP에 글로벌 유통업체(코스트코, 월마트 등)가 요구하는 가짜 식품(food fraud), 식품사고 예방(food defence), 알레르기 관리 등 추가

#### 역할2. 통관지원

- ✓ (통관지원) 수출 상대국 규제 정보 제공, 통관단계 애로해소 지원
  - 맞춤형 규제 상담(통관서류, 시설등록, 표시), 수출 전 안전성 사전검사, 증명서 발급

\* 식품의약품안전처

34) 2021.02.22., 식약처, '식품안전국가인증제' 온라인 설명회 개최, 식품의약품안전처 보도자료

35) 식품안전경영(Food Safety Management System): 경영, 감사, 식품 방어, 식품사기 등 안전한 식품을 생산·관리하기 위한 포괄적인 관리 시스템

## 8) 소상공인 생계형 적합업종 제도

- 소상공인 생계형 적합업종 제도란 소상공인이 사업을 영위하는 분야로의 대기업 진출을 억제하기 위해 만든 제도로, 생계형 적합업종에 지정된 업종에는 5년간 대기업이나 중견기업들이 해당 사업을 인수하거나 진입·확장할 수 없음
  - 소상공인단체가 '생계형 적합업종' 지정을 신청하면 동반성장 위원회가 부합되는지를 판단하며, 중소벤처기업부 심의를 통해 지정함
  - 2011년 10월에 중소기업이 경쟁력을 발휘할 수 있는 분야를 민간 중심으로 합의하여 대·중소기업 간의 합리적 역할을 마련하기 위해 만들어진 중소기업 적합업종 제도가 6년의 지정 기간이 종료되어 일몰됨에 따라, 특별법으로 제정됨
  - 생계형 적합업종 제도는 중소기업 적합업종 제도와 목적, 지정 절차, 지정 기간이 다르며, 대기업 참여 제한의 강도 및 이행 강제력이 보다 강화되었음

표27) 중소기업 적합업종 제도와 생계형 적합업종 제도 비교

구분	중소기업 적합업종 제도	소상공인 생계형 적합업종 제도
목적	대기업·중소기업 합리적 역할 분담	영세 소상공인 생존권 보장
지정 절차	동반위 통한 당사자 합의	동반위 추천 → 중기부 심의 → 중기부장관 고시
지정 기간	한시적(3+3년)	5년(재심의 가능)
대기업 참여제한	인수, 개시, 확장 자체 권고	인수, 개시, 확장 금지
이행 강제력	미이행시 동반위 공표	위반 시 2년 이하 징역 또는 1.5억 이내 벌금

\* 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr>)

- 떡국떡·떡볶이떡 제조업은 2021년<sup>36)</sup> 「소상공인 생계형 적합업종 지정에 관한 특별법」 제7조제3항에 따라 생계형 적합업종으로 지정·고시하였으며, 이어 2022년 국수·냉면 제조업종이 지정, 관리되고 있음
- 대기업은 2021년 9월 16일부터 2026년 9월 15일까지 5년 지정 기간에 예외적 승인 사항 외에 해당 사업의 인수 또는 확장이 원칙적으로 금지되며, 이를 위반할 경우 벌칙과 함께 이행강제금이 부과될 수 있음
  - 떡·한과 제조업은 대기업이 소형제품 시장(B2C)의 대부분을 잠식하고 있는 가운데 최근에는 주로 소상공인들이 영위하고 있는 대형제품 시장(B2B)에도 진출을 확대함에 따라 대형제품 시장을 중심으로 소상공인의 사업 영역을 안정적으로 보호할 필요가 있어 지정됨
- 다만, 대·중소기업 상생협력을 통해 시장이 더욱 성장할 수 있도록 다음의 경우에는 대기업의 생산·판매를 허용함

**표28) 생계형 적합업종 대기업 생산·판매 허용 기준**

업종
① 대기업이 중소기업 주문자상표부착생산(OEM)으로 떡국떡·떡볶이떡을 생산하는 경우 생산·판매를 제한하지 않음
② 프리미엄 제품 등 신시장 창출을 위해 최대 생산·판매 실적(출하량)을 기준으로 110%까지는 대기업의 생산·판매를 허용
③ 국산 농가에 미칠 영향을 고려해 국내산 쌀과 밀로 생산되는 품목은 생산·판매를 제한하지 않음

\* 중소벤처기업부고시 제2021-60호(2021. 9. 2)

36) 중소벤처기업부고시 제2021-60호(2021. 9. 2)



## |제3장|

---

# 원료 수급 동향



## 제1절 원료 수급 동향

### 1. 구성 원료

#### 1) 떡류 구성 원료

- 2021년 떡류 제조에 사용된 원료의 총량은 18.1만 톤이며 이 중 쌀이 12.1만 톤으로 66.9%, 밀가루(소맥분)이 34,465톤으로 19.0%, 다음으로 쌀가루 사용이 10,187톤으로 5.6%를 차지함
  - 쌀, 쌀가루, 밀가루(소맥분)을 제외한 원재료는 정제소금, 백설탕, 팥과 팥앙금 등이며 8.5% 비중임

표29) 떡류 원료별 사용량 및 국산 비중

(단위 : 톤, %)

식품 원료	주원료 사용량		주원료 품목별 사용 비중	원산지별 사용량		
	총사용량	떡류 내 사용 비중		국산 사용량	수입산 사용량	국산 비중
전체	181,253	100.0	100.0	75,519	105,735	41.7
쌀	121,344	66.9	17.9	68,410	52,934	56.4
소맥분(밀가루)	34,465	19.0	2.3	0	34,465	0.0
쌀가루	10,187	5.6	18.2	2,065	8,122	20.3
정제소금	3,217	1.8	2.1	2,752	465	85.5
백설탕	2,934	1.6	0.2	0	2,934	0.0
팥앙금	2,535	1.4	-	354	2,181	14.0
팥	1,309	0.7	-	290	1,018	22.2
감자전분	1,166	0.6	1.5	14	1,152	1.2
그 외 원료	4,096	2.3	-	1,634	2,464	39.9

\* 2021 식품산업 원료소비 실태조사, 한국농수산물유통공사

- 떡류 전체의 국산 원료 사용량은 41.7%로 원료 비중이 가장 높은 쌀의 수입량이 56.4%, 소맥분은 전량 수입, 쌀가루는 20.3% 수준이기 때문임
  - 수입산 쌀 사용량이 높은 이유는 국산쌀 대비 가격이 낮은 수입산 쌀의 의무수입량 40.9만 톤 이내에서는 저율할당관세 (TRQ)로 수입이 가능하여 대량 생산을 하는 제조업체의 경우 원가 절감을 위해 수입산 쌀을 사용하기 때문임

## 2) 한과 구성 원료

- 한과 제조에 사용한 원료의 총사용량은 5,624톤으로 주원료인 쌀 2,066톤으로 36.7%, 물엿 2,039톤으로 36.3%임. 다음으로 대두유가 654톤으로 11.6%, 소맥분(밀가루)이 488톤으로 8.7%, 소맥(밀)이 144톤으로 2.6% 순임
- 한과 전체의 국산 원료 사용량은 44.1%로 원료 비중이 가장 높은 쌀은 99% 국산을 사용하고 있으나 나머지 재료의 수입산 비중이 높기 때문인 것으로 보임
- 떡류와 한과의 원료 사용량을 비교해보면 떡류 원료 총사용량은 한과 사용량의 32배 수준으로 떡류 시장이 훨씬 규모가 크다는 것을 알 수 있음

표30) 한과 원료별 사용량 및 국산 비중

(단위 : 톤, %)

식품 원료	주원료 사용량		주원료 품목별 사용 비중	원산지별 사용량		
	총사용량	한과 내 사용 비중		국산 사용량	수입산 사용량	국산 비중
전체	5,624	100.0	100.0	2,481	3,142	44.1
쌀	2,066	36.7	0.3	2,047	19	99.1
물엿	2,039	36.3	1.1	398	1,640	19.5
대두유	654	11.6	0.3	3	650	0.5
소맥분(밀가루)	488	8.7	0.03	0	488	0.0
소맥(밀)	144	2.6	0.0	0	144	0.0
백설탕	113	2.0	0.02	0	113	0.0
그 외 원료	120	2.1	-	33	88	27.1

\* 2021 식품산업 원료소비 실태조사, 한국농수산물유통공사

## 2. 주요 원료 현황

- 2021 식품산업 원료소비 실태조사에 따라 떡·한과의 주원료인 쌀과 떡의 부재료인 소맥분(밀가루), 한과의 부재료인 물엿을 살펴봄

### 1) 쌀

- 떡·한과의 주원료인 쌀 생산량은 2022년 380만 톤, 재배면적은 72만 7천 ha, 수확량은 523kg/10a로 2021년 대비 생산량은 2.0% 감소, 재배면적은 0.7%, 수확량은 1.3% 감소함

- 재배면적의 감소는 2022년 쌀 가격하락과 함께 타작물 재배 지원 등의 쌀값 안정을 위한 「벼 재배면적 조정 정책」의 결과로 보임
- 수확량 감소는 일조시간 및 강수량 부족에 따른 단위 생산량이 감소했기 때문으로 보여짐<sup>37)</sup>
- 2021년에 쌀 가격 상승세 및 「논 타작물 재배 지원사업」 종료로 쌀 재배면적 및 생산량이 증가함. 이는 2022년 생산량 및 수확량의 감소에 영향을 미침
- 2020년과 2022년의 재배면적 차이는 726ha에 불과하나 2020년 수확량은 483kg/10a, 2022년은 523kg/10a로 8.3% 증가, 총생산량 또한 8.5% 증가함

표31) 쌀 생산 및 수입 현황

(단위 : 호, ha, 톤)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	2022
국내생산	재배면적(ha)	754,713	737,673	729,814	726,432	732,477	727,158
	10a당 생산량(kg)	527	524	513	483	530	523
	생산량(톤)	3,972,468	3,868,045	3,744,450	3,506,578	3,881,601	3,804,402
수입	수입량(톤)	452,307	424,919	328,154	525,797	492,901	349,413

\* 생산현황 : 2022년 농작물생산조사. 통계청 현백률 92.9% 기준

\* 수입현황 : 한국무역통계진흥원, 통계 가격 산정기준 : 수입CIF, 저울할당관세(TRQ) 408,700톤 포함

\* 쌀(AG코드 11101), 2022.09까지의 기준

- 2022년 쌀 가격 확인을 위해 농수산물식품유통공사의 쌀 AG 코드 (쌀 11101)에 대한 쌀, 찰쌀을 상, 중 등급별로 확인함

37) 2022년 쌀 예상생산량조사 결과 보도자료, 통계청(2022.10.7.)

표32) 쌀 AG코드

(단위 : 호, ha, 톤)

품목 : 쌀		AG코드 11101
1		농산물
	11	곡류
		01
		쌀

\* 한국농수산식품유통공사 KATI

- 2022년 쌀 1kg당 도매가격은 상품 2,446원, 중품 2,303원이며  
 찹쌀 도매가격은 1kg당 상품 2,724원, 중품 2,523원으로 나타남
- 2022년 상품 기준 쌀 도매가격 2,446원/kg은 2021년 2,859원/kg  
 대비 14.4% 감소함. 찹쌀 도매가격은 상품 기준 2,724원으로  
 2021년 대비 16.7%가 감소함
  - 2021년 쌀 가격하락의 가장 큰 이유는 쌀 생산량 대비 연간  
 쌀 소비량 감소가 가장 큰 원인임
- 2021년 기준 1인당 국내 연간 쌀 소비량은 56.9kg으로 이는  
 2020년 57.7kg 대비 0.8kg 감소하였는데, 쌀 생산량도 2015년  
 433만 톤을 기록한 이후 매년 점진적으로 감소 추세임
  - 2022년은 쌀 작황이 2021년 대비 비슷한 수준임에도 쌀 소비량이  
 감소하고 있어 쌀 소비가 줄어드는 추세를 고려하면 수급 과잉이  
 전망되며, 쌀 가격이 더 하락할 수도 있을 것으로 보임
- 이에 따라 2022년 9월 정부는 쌀값 안정을 위한 대책으로 2022년  
 수확기 쌀 45만 톤을 매입해 시장에서 격리하는 조치를 결정함

- 과잉 생산으로 시장에서 팔리지 못하고 쌓여 있는 쌀을 국가가 의무적으로 사들이는 것으로, 금번 시장 격리조치와 함께 수확기 중 공공비축미 45만 톤도 동시에 매입하기로 결정함<sup>38)</sup>

표33) 쌀 도매가격

(단위 : 원/kg)

구분	쌀		잡쌀	
	상품	중품	상품	중품
2017	1,678	1,579	1,864	1,749
2018	2,271	2,176	2,829	2,685
2019	2,432	2,346	3,276	3,128
2020	2,494	2,400	2,914	2,683
2021	2,859	2,740	3,270	3,081
2022	2,446	2,303	2,724	2,523

\* KAMIS 농산물 도매가격, 전체

\* 한국농수산물유통공사 2022.09까지의 기준

- 2021년 기준 1인당 연간 쌀 소비량은 56.9kg으로 2020년 대비 1.4% 감소했으나, 사업체 부문 쌀 소비량은 68만 157톤으로 2020년 대비 4.6% 증가함
  - COVID-19로 개인이 밥을 하는 직접적인 쌀 소비 대신 식사대체용 쌀가공식품이나 막걸리 등 쌀을 이용한 식품 산업이 성장하면서 이에 대한 수요가 증가했기 때문임
- 특히 떡류 제조업체의 쌀 소비 비중이 2019년부터 지속적으로 증가해 2021년 26% 비중을 차지함

38) 농림축산식품부 보도자료, 2022.10.3.



**표34) 1인당 쌀 소비 현황**

(단위 : kg/ %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021
1인당 소비량	61.8	61.0	59.2	57.7	56.9
증감률	-0.2%	-1.3%	-3.0%	-2.5%	-1.4%

\* 1인당 연간 양곡소비량조사(통계청 : KOSIS)

**표35) 사업체 부문 쌀 소비량**

(단위 : 톤, %)

구분	2019년		2020년		2021년	
	소비량	비중	소비량	비중	소비량	비중
총계	744,055	100.0	650,130	100.0	680,157	100.0
식료품 총계	494,560	66.5	436,683	67.2	474,746	69.8
떡류	176,500	23.7	159,179	24.5	176,690	26.0

\* 사업체부문 쌀 소비량(10차 개정, 통계청 : KOSIS)

- 쌀 연간 수출입 현황을 파악하기 위해 관세청 HS코드를 확인 후 HS 1006 (품명 곡물), 쌀의 전체 카테고리로 수출입을 자료를 검토함

**표36) 쌀 수출입 코드**

품명	쌀	HS코드 1006.
1006	곡물, 쌀	· 껍질을 벗긴 곡물이나 그 밖의 가공한 곡물은 제외 · 다만, 쌀은 현미·정미·연마미·광택미·반숙미·쇄미(broken rice)도 HS코드 제1006호로 분류
	10	벼
	20	현미
	30	정미 (연마·광택여부에 상관없음)
	40	쇄미(broken rice)

\* 관세법령정보포털, 관세청 (HS코드 1006)

- 2021년 전체 쌀 수출량은 원조용 쌀 포함 52,429톤으로 2020년 대비 5% 감소했으며 수출액은 2,255만 달러로 2020년 대비 17.6% 감소함
- 2021년 쌀 수입량은 49.3만 톤으로 2020년 대비 6.3% 감소함. 반면 2021년 수입액은 4억 257만 달러로 2020년 대비 7.2% 증가함
  - 2019년 이후 쌀 수입액은 증가세이며 쌀을 이용한 가공식품 산업 규모가 커짐에 따라 수입량 및 수입액은 당분간 증가할 것으로 전망됨
  - 이는 러시아 우크라이나 전쟁으로 인한 국제곡물가격 상승 및 즉석밥, 즉석떡볶이, 떡국, 막걸리 등 쌀가공식품 수요 증가와 맞물려 나타난 결과로 분석됨

표37) 쌀 수출입 현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	수출		수입	
	수출량	수출액	수입량	수입액
2017	2,767	5,641	452,301	298,413
2018	64,164	43,823	424,909	299,669
2019	52,663	26,234	328,147	274,222
2020	55,196	27,377	525,760	375,415
2021	52,429	22,551	492,836	402,573

\* 쌀 해외원조 물량 : 2019년 51,000톤, 2020년 52,950톤, 2021년 50,948톤, 자료원 : KATI

\* 수출입무역통계, 관세청, 쌀(HS코드 1006), 저울할당관세(TRQ) 408,700톤 포함

\* 수출 및 수입 기준 일관성을 위해 관세청 자료를 이용

- 수입액 기준 주요 쌀 수입국은 중국으로 2021년 수입액 1억 7,919만 달러로 전체 수입액의 44.5%를 차지함. 다음으로 미국이 37.7%, 베트남이 8.7%를 차지함

표38) 국가별 쌀 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

구분	수입량					수입액				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
중국	157,098	160,098	157,147	205,600	201,324	123,901	120,313	127,687	167,878	179,193
	(34.7)	(37.7)	(47.9)	(39.1)	(40.9)	(41.5)	(40.1)	(46.6)	(44.7)	(44.5)
미국	178,565	97,207	163,316	166,145	166,549	106,343	80,032	142,444	137,734	151,623
	(39.5)	(22.9)	(49.8)	(31.6)	(33.8)	(35.6)	(26.7)	(51.9)	(36.7)	(37.7)
베트남	71,605	137,566	7,654	122,514	63,860	47,246	82,888	3,991	54,372	34,888
	(15.8)	(32.4)	(2.3)	(23.3)	(13.0)	(15.8)	(27.7)	(1.5)	(14.5)	(8.7)
태국	35,019	20,016	17	31,498	31,494	14,597	8,891	64	15,421	18,714
	(7.7)	(4.7)	(0.0)	(6.0)	(6.4)	(4.9)	(3.0)	(0.0)	(4.1)	(4.6)
기타	10,014	10,021	13	2	29,609	6,326	7,545	36	10	18,155
	(2.2)	(2.4)	(0.0)	(0.0)	(6.0)	(2.1)	(2.5)	(0.0)	(0.0)	(4.5)
합계	452,301	424,909	328,147	525,760	492,836	298,413	299,669	274,222	375,415	402,573

\* 수출입무역통계, 관세청, 쌀(HS코드 1006)

- 1) 제분용 쌀(HS코드 1006)의 값이며, 2021년 수출액 기준으로 정렬함
- 2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림 하여 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

## 2) 소맥분(밀가루)

- 한과 주원료 중의 하나인 소맥분(밀가루)은 해외에서 소맥(밀)을 수입하여 국내에서 밀가루 형태로 가공되어 사용되며, 수입 소맥분(밀가루)의 비중은 매우 적음<sup>39)</sup>. 따라서, 소맥분(밀가루)의 원료 현황을 알아보기 위해 제분용 밀의 수입 현황을 확인하고자 함

표39) 소맥분(밀가루) 수출입 코드

품명	소맥분(밀가루)	HS코드 1001.99-2090	
1001	곡물, 밀과 매슬린	· 밀(일반밀, 듀럼종의 밀), · 매슬린 : 밀과 호밀을 2:1의 비율로 혼합한 것	
	기타	기타	
	99	제분용	기타
	20	90	기타

\* 관세법령정보포털, 관세청 제분용밀기타(HS코드 1001.99-2090)

- 연도별 제분용 밀의 수입 현황을 살펴보면, 수입량 기준 2017년 2,390,289톤 대비 2021년 2,503,114톤으로 4.7% 증가함. 같은 기간 수입액은 5억 9,653만 달러에서 8억 32만 달러로 34.2% 증가함
  - 밀은 세계적으로 높은 수요 대비 원활하지 못한 공급으로 인해 가격이 꾸준히 인상되고 있음<sup>40)</sup>. 여기에 COVID-19의 영향으로 국제 공급망 및 물류에 차질이 발생하고, 가뭄, 홍수 등으로 작황이 악화하여 식료품 가격이 상승함<sup>41)</sup>

39) 사단법인 한국제분협회(www.kofmia.org)

40) 2022.03.16., '수입 곡물 가격 2년새 47% 상승...8년 9개월만에 최고치', 연합뉴스

41) 2021.10.08., '식료품·석유 가격 동반 상승에 세계경제 주름', 글로벌이코노믹

- 2022년 2월 곡창지대인 우크라이나에서 전쟁이 벌어지며 국제 가격이 크게 오름. 세계 밀 수출 1위 국가인 러시아는 유라시아 경제 연합(EEU)으로의 수출 금지를 발표했으며, 수출 4위인 우크라이나는 전쟁으로 인해 봄 파종기를 놓쳐 국제 공급량이 감소함. 밀 자급률이 낮은 국내에서는 밀 수급 안정과 식량 안보를 위해 국산 밀 비축 계획을 추진함<sup>42)</sup>
- 국제적인 밀 가격 상승에 대응하기 위해 농림축산식품부는 '밀가루 가격 안정 지원사업'을 진행하기로 함. 국내 제분업체를 대상으로 밀 수입 가격 상승분의 70%를 한시적으로 지원하는 정책이며, 나머지 20%는 제분업체가, 10%는 소비자가 부담함<sup>43)</sup>
- 국산 밀이 국내 식품시장에서 제조 원료로 사용되지 못하는 이유는 높은 가격도 있지만, 많은 양을 균일한 품질로 안정적으로 공급할 수 있는 공급력이 부족하기 때문임. 밀 자급률을 높이기 위해서는 밀 보호 정책과 국산 밀 품종 개발, 공급 안정화 등의 다양한 방향의 노력이 함께 필요할 것임<sup>44)</sup>

**표40) 제분용 밀 연도별 수입 현황**

(단위 : 천 달러, 톤, 달러/kg)

구분	수입 규모		
	수입량	수입액	수입단가
2017	2,390,289	596,532	0.25
2018	2,330,758	661,403	0.28
2019	2,405,193	674,284	0.28
2020	2,500,437	691,357	0.28
2021	2,503,114	800,328	0.32

\* 수출입무역통계, 관세청, 제분용밀기타(HS코드 1001.99-2090)

42) 2022.03.16., '러시아, 밀 수출 금지 조치... 자급률 제고 불똥', 한국영농신문

43) 2022.07.06., '정부, 밀가루 가격 안정에 나섰다... 상승분 70% 지원', SBS

44) 2021.08.08., '대기업 라면에 우리밀 못 쓰는 이유, 가격 말고 또 있다', 오마이뉴스

- 국가별 제분용 밀의 수입 현황을 살펴보면 2021년 수입액 기준 미국이 50.1%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 호주 40.1%, 캐나다가 9.5% 순임
- 주요 국가에서의 수입량 증가율에 대비 수입액의 증가율이 높은 것을 확인할 수 있는데, 이는 2021년 미국과 캐나다의 이례적인 고온과 건조한 날씨로 인해 작황 피해가 심각해 곡물 가격이 상승했기 때문임
- 2021년 7월 기준 국내 제분업계에 밀을 공급하는 미국농민단체 연합인 미국소맥협회에 따르면, 미국산 백맥(제과용) 현물 가격은 전년 동기 대비 62% 상승했으며, 강맥(제빵용) 가격 또한 40% 가까이 상승한 것으로 나타남<sup>45)</sup>

---

45) 2021.07.26., '북미 폭염·이상기후에 불안한 밀 가격, 우리 식탁 노리는 후폭풍', 한국일보

표41) 주요 국가별 밀(제분용) 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

국가	수입량					수입액				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
미국	1,110,620 (46.5)	1,130,068 (48.5)	1,138,506 (47.3)	1,340,222 (53.6)	1,224,052 (48.9)	272,866 (45.7)	315,035 (47.6)	310,117 (46.0)	355,231 (51.4)	401,152 (50.1)
호주	1,047,252 (43.8)	1,016,883 (43.6)	1,054,561 (43.8)	969,459 (38.8)	1,057,251 (42.2)	255,274 (42.8)	287,416 (43.5)	302,187 (44.8)	281,031 (40.6)	320,704 (40.1)
캐나다	225,138 (9.4)	177,471 (7.6)	208,124 (8.7)	187,173 (7.5)	217,549 (8.7)	64,939 (10.9)	55,766 (8.4)	59,983 (8.9)	53,184 (7.7)	76,074 (9.5)
그 외	7,279 (0.3)	6,336 (0.3)	4,002 (0.2)	3,583 (0.1)	4,263 (0.2)	3,453 (0.6)	3,186 (0.5)	1,997 (0.3)	1,911 (0.3)	2,398 (0.3)
합계	2,390,289	2,330,758	2,405,193	2,500,437	2,503,114	596,532	661,403	674,284	691,357	800,328

\* 수출입무역통계, 관세청, 제분용밀기타(HS 1001.99-2090)

1) 제분용 밀(HS코드 1001.99-2090)의 값이며, 2021년 수출액 기준으로 정렬함

2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림 하여 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

○ 2021년 기준 밀의 톤당 연평균 국제 가격은 252달러로 2018년 187달러 대비 34.9% 증가함

- 남미 지역의 가뭄이 1년 이상 지속되면서 밀 생산량이 감소했으며 이상 기후로 인해 북미와 호주에서도 한파와 가뭄이 번갈아 오면서 생산량이 급감함. 공급량이 감소한 상황에서 COVID-19로 인해 중국이 밀을 대량 수입함에 따라 수요는 증가하고 공급은 부족해짐. 여기에 해운 운송비까지 인상되며 국제 밀 가격이 크게 상승함<sup>46)</sup>

46) 2021.05.07., '밀가루 아닌 금가루?...국제 밀 가격 '8년 만에 최고가', 이데일리

- 2022년 초 우크라이나와 러시아의 전쟁으로 인해 밀 국제 가격이 크게 상승했으나, 같은 해 7월 우크라이나와 러시아 간 흑해 항구 봉쇄 해제 합의 및 북반구 밀 수확 등의 영향으로 국제 밀 가격은 2022년 6월 기준 톤당 400.69달러에서 7월 320.71달러로 20.0% 하락함

표42) 밀(HRW) 국제 가격 동향

(단위 : \$/톤)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
1월	160.86	184.99	177.84	228.64	290.03
2월	176.90	175.42	173.09	233.10	305.67
3월	185.18	161.49	169.01	219.95	403.44
4월	187.69	156.01	178.36	229.80	415.14
5월	197.80	155.03	170.24	242.56	453.17
6월	189.21	171.95	164.18	229.49	400.69
7월	185.79	161.80	163.53	233.05	320.71
8월	209.49	149.54	161.71	264.00	319.30
9월	191.18	147.74	176.67	260.53	342.60
10월	188.11	153.35	199.73	277.40	-
11월	183.33	158.02	204.81	303.84	-
12월	185.92	166.33	208.61	301.44	-
연평균	186.99	161.40	179.04	251.89	360.96

\* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 국제 원자재 정보

1) 캔자스시티 상품거래소(KCBT) 기준임

2) 환산가로 명시하였으며, 2022년 9월 30일까지 제시된 가격을 기준으로 작성함

- 해외에서 밀을 수입하여 국내에서 가공하는 형태인 밀가루의 특징에 기반하여 밀가루의 국내 생산 실적을 살펴봄
- 밀가루는 생산량 기준으로 2017년 173만 톤에서 2021년 189만 톤으로 9.4% 증가했으며, 같은 기간 생산액은 8,803억 원에서 9,898억 원으로 12.4% 증가함



표43) 밀가루 연도별 생산 현황

(단위 : 백만 원, 톤, 원/kg)

구분	생산 규모		
	생산량	생산액	생산단가
2017	1,731,377	880,300	508.4
2018	1,729,727	824,506	476.7
2019	1,728,641	902,472	522.1
2020	1,813,453	884,369	487.7
2021	1,894,644	989,845	522.4

\* 연도별 식품 등의 생산실적, 식품의약품안전처

### 3) 물엿

- 물엿은 식품공전 상 전분 또는 곡분, 전분질원료를 산 또는 효소로 가수분해시켜 여과, 농축한 점조상<sup>47)</sup>의 것 또는 가수분해<sup>48)</sup> 생성물을 가공한 것을 말하는데, 일반적으로 옥수수를 주원료로 사용하고 있음
- 2021년 물엿 생산량은 44.5만 톤으로 2020년 대비 7.5% 감소한 반면, 생산액은 24.3%로 생산 비용이 크게 증가함

47) 점조 : 끈기가 있고 밀도가 조밀한 것, educalingo(사전)

48) 가수분해 : 일반적으로 염이 물과 반응하여 산과 염기로 분해하는 반응 또는 다당류나 단백질 등의 중축합체가 단위체로 분해하는 반응을 가리키지만 그 밖에 에스테르와 물로부터 산과 알코올이 생기는 반응 또는 물에 의한 분자 내의 분해 등이 있음, 식품공전해설서(2019)

- 물엿의 2021년 국내 출하량은 36.9만 톤으로 2017년 38.4만 톤 대비 4.0% 감소했으나 2020년 34.6만 톤 대비 6.7% 증가한 수치임
- 2021년 물엿 출하액은 2,740억 원으로 2020년 대비 20.8% 증가했으며 이는 2017년 대비 15.1%가 증가한 규모임

표44) 물엿 국내 생산실적<sup>49)</sup>

(단위 : 톤, 백만 원)

구분	생산실적		출하실적	
	생산량	생산액	출하량	출하액
2017	432,720	195,295	384,322	237,943
2018	457,544	222,540	417,444	259,576
2019	453,030	216,092	400,646	262,901
2020	414,061	200,037	345,846	226,796
2021	445,069	248,732	368,916	273,973

\* 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 물엿은 관세청 수출입무역통계에서 별도의 HS코드 없이 주로 기타당류 (1702.90-9000)에 포함되어 수입되고 일부가 맥아당 (1702.90-3000) 있는데, 두 값을 합한 값이 원료소비 사용실태조사 및 식품 및 식품첨가물 생산실적의 출하, 수출자료와 그 값이 근사하여 HS코드 1702(당류 중 그 밖의 당류)로 계산하여 기술함
- 이에 따라 아래의 물엿 수입 현황 자료는 100% 물엿 수치가 아니므로 참고로만 보는 것이 필요함

49) 생산액(제조원가) : 영업기간 내에 생산한 해당제품의 생산원가(원재료비, 노무비, 연료비, 전락비, 구매수용비, 위탁생산비, 수리·유지비, 감가상각비 등)을 천원 단위로 계산함

표45) 물엿 수출입 코드

HS코드	물엿 (그밖의 당류)	HS코드 1702
	당류,	당류, 설탕과자
17 02	그 밖의 당류	. 사탕수수무당이나 사탕무당, 자당, 당밀, 설탕과자류 제외 . 그 밖의 당류(糖類), 당시럽, 인조꿀, 캐러멜당

\* 관세법령정보포털, 관세청, 그 밖의 당류 (HS코드 1702)

- 물엿 수출량은 2019년 이후 지속적으로 감소하고 있음. 2021년 94,041톤으로 2020년 대비 9.5% 감소했으나 2021년 수출액은 8,291만 달러로 2020년 대비 8.3% 증가함
- 2021년 물엿 수입량은 14.3만 톤으로 2020년 대비 11.0% 감소했으나, 수입액은 7.1%가 증가함
  - 물엿의 수출량 및 수입량이 감소했음에도 물엿 수출액, 수입액이 증가한 이유는 물엿 가격이 상승했기 때문이며 이는 우크라이나 전쟁으로 물엿의 주재료인 옥수수 가격 상승이 물엿 가격 인상으로 이어지고 있기 때문임

표46) 물엿 수출입 현황

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	수출 현황		수입 현황	
	수출량	수출액	수입량	수입액
2017	115,528	89,244	187,098	135,117
2018	86,114	81,166	142,342	121,432
2019	106,342	83,159	159,042	144,616
2020	103,914	76,598	160,414	152,278
2021	94,041	82,941	142,731	163,075

\* 수출입무역통계, 관세청, 그 밖의 당류 (HS코드 1702)

- 물엿(그 밖의 당류)의 주요 수입국은 중국으로, 2021년 수입량 95,125톤으로 전체의 66.6%, 2021년 수입액은 7,173만 달러로 전체의 44.0%를 차지함
- 다음으로 미국에서의 수입이 많으며 2021년 기준 수입량 20,592톤, 수입액 2,983만 달러로 나타남

표47) 주요 국가별 당류 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

국가	수입량					수입액				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
중국	141,468	95,374	113,576	115,392	95,125	66,564	52,605	64,529	67,894	71,733
	(75.6)	(67.0)	(71.4)	(71.9)	(66.6)	(49.3)	(43.3)	(44.6)	(44.6)	(44.0)
미국	16,961	18,883	20,252	17,982	20,592	19,005	19,436	23,541	23,471	29,834
	(9.1)	(13.3)	(12.7)	(11.2)	(14.4)	(14.1)	(16.0)	(16.3)	(15.4)	(18.3)
독일	2,839	2,610	2,229	3,039	2,951	6,562	5,549	6,696	9,209	7,318
	(1.5)	(1.8)	(1.4)	(1.9)	(2.1)	(4.9)	(4.6)	(4.6)	(6.0)	(4.5)
네덜란드	2,958	2,663	2,937	2,739	1,623	7,418	7,627	7,834	7,422	4,895
	(1.6)	(1.9)	(1.8)	(1.7)	(1.1)	(5.5)	(6.3)	(5.4)	(4.9)	(3.0)
이스라엘	1,531	1,076	954	1,292	1,597	1,903	1,324	1,274	2,146	2,713
	(0.8)	(0.8)	(0.6)	(0.8)	(1.1)	(1.4)	(1.1)	(0.9)	(1.4)	(1.7)
말레이시아	948	1,024	1,247	1,543	1,478	910	1,017	1,232	1,462	1,509
	(0.5)	(0.7)	(0.8)	(1.0)	(1.0)	(0.7)	(0.8)	(0.9)	(1.0)	(0.9)
멕시코	1,219	1,367	1,044	1,219	1,227	3,991	4,357	3,402	3,901	3,985
	(0.7)	(1.0)	(0.7)	(0.8)	(0.9)	(3.0)	(3.6)	(2.4)	(2.6)	(2.4)
기타	19,174	19,346	16,802	17,207	18,139	28,764	29,517	36,109	36,773	41,088
	(10.2)	(13.6)	(10.6)	(10.7)	(12.7)	(21.3)	(24.3)	(25.0)	(24.1)	(25.2)
합계	187,098	142,342	159,042	160,414	142,731	135,117	121,432	144,616	152,278	163,075

\* 수출입무역통계, 관세청, 그 밖의 당류 (HS코드 1702)

1) 그 밖의 당류(HS코드 1702)의 값이며, 2021년 수출액 기준으로 정렬함

2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림하여 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음



## |제4장|

---

# 생산 및 수출입 현황





## 제1절 생산 및 출하 현황

### 1. 생산 및 출하 현황

#### 1) 전체 생산 및 출하 규모

- 2021년 떡·한과를 모두 합친 전통병과 생산량은 49.2만 톤으로 2020년 대비 35.3% 증가, 생산액은 7,313억 원으로 2020년 대비 5.2% 증가함
  - 2017년과 비교시 2021년까지 생산량은 5년 동안 101.3% 증가했고, 생산액은 같은 기간 동안 33.9%가 증가함. 이는 제조사의 생산량 대비 생산원가에 대한 부담 감소를 의미함
- 떡·한과 전체 전통병과 2021년 출하량은 45.9만 톤으로 2020년 대비 34.0% 증가했으며 출하액은 8,713억 원으로 2020년 대비 5.4%가 증가함

표48) 떡·한과 전체 생산 및 출하 규모

(단위 : 톤, 백만 원)

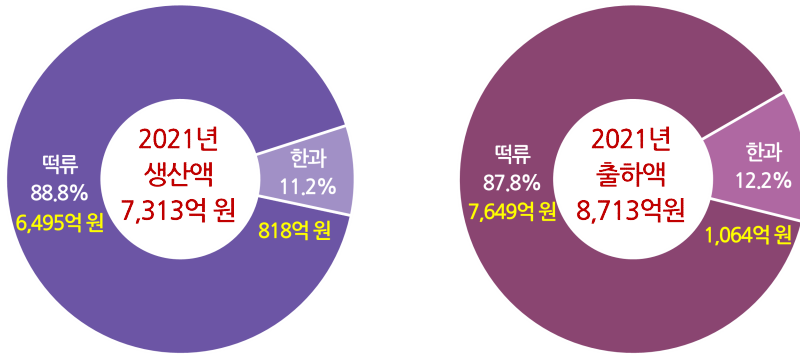
구분	생산 실적		출하 실적	
	생산량	생산액	출하량	출하액
2017	244,373	546,017	233,612	624,863
2018	259,605	577,083	240,708	678,384
2019	333,729	618,278	317,085	737,297
2020	363,374	695,024	342,687	826,502
2021	491,860	731,298	459,119	871,298

- ※ 식품의약품안전처(2017년~2022년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 떡·한과 생산실적 자료로 재구성함
- 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음
  - 2) 생산액(제조원가) : 영업기간 내에 생산한 해당제품의 생산원가(원재료비, 노무비, 연료비, 전력비, 구매수용비, 위탁생산비, 수리·유지비, 감가상각비 등)을 천원 단위로 계산함
  - 3) 출하액(국내판매액) : 영업기간 내에 각 업체에서 국내에 판매한 제품의 생산액에 기업이윤을 합하여 천원 단위로 계산함

- 전통병과인 떡·한과 전체에서 떡류의 생산액 비중은 88.8%이며 출하액 비중은 87.8%로 떡류 시장이 전통병과 시장을 견인하고 있으며 한과의 시장 영향력은 11~12% 수준으로 낮음

### 그림8) 떡·한과 전체 생산액 및 출하액 비중

(단위 : 백만 원, %)



※ 식품의약품안전처(2017년~2022년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 떡·한과 생산실적 자료로 재구성함

- 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자리수에서 다소 오차가 발생할 수 있음
- 2) 생산액(제조원가) : 영업기간 내에 생산한 해당제품의 생산원가(원재료비, 노무비, 연료비, 전력비, 구매수용비, 위탁생산비, 수리·유지비, 감가상각비 등)을 천원 단위로 계산함
- 3) 출하액(국내판매액) : 영업기간 내에 각 업체에서 국내에 판매한 제품의 생산액에 기업이윤을 합하여 천원 단위로 계산함

- 2021년 「과자류, 빵류 또는 떡류」 식품군 내 떡류 출하액 비중은 10.8%로 2017년(8.5%) 이후 떡류 비중은 점차 커지고 있음
- 떡류 생산량이 2019년 18.4%, 2020년 9.3%, 2021년 36.8%로 2017년 이후 매년 큰 폭으로 증가하고 있으며 생산액 또한 꾸준히 증가하며 생산액 비중 또한 늘어나고 있음
- 한과 생산량 및 생산액은 지속적으로 증가하고 있으나, 떡·한과 시장 내 생산액 비중은 2019년 이후 완만하게 감소하고 있음

- 이는 2019년에 떡류 생산량이 2018년 대비 20.9% 증가했기  
 때문에 소비자들이 밀가루, 설탕, 소금이 들어간 식품 및  
 유탄과자 대신 글루텐 프리(Gluten-free)인 '쌀가공식품'에 대한  
 관심과 기호가 증가하였기 때문임

표49) 과자류, 빵류 또는 떡류 내 떡·한과 출하 비중

(단위 : 톤, 백만 원, %)

	출하액				
	2017	2018	2019	2020	2021
과자류, 빵류 또는 떡류	6,186,900	6,212,171	6,578,075	6,848,228	7,087,757
	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
떡류	527,101	564,131	630,344	727,469	764,938
	(8.5)	(9.1)	(9.6)	(10.6)	(10.8)
과자(한과류)	97,762	114,253	106,952	99,033	106,360
	(1.6)	(1.8)	(1.6)	(1.5)	(1.5)

※ 식품의약품안전처(2017년~2022년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 떡·한과 생산실적 자료로 재구성함

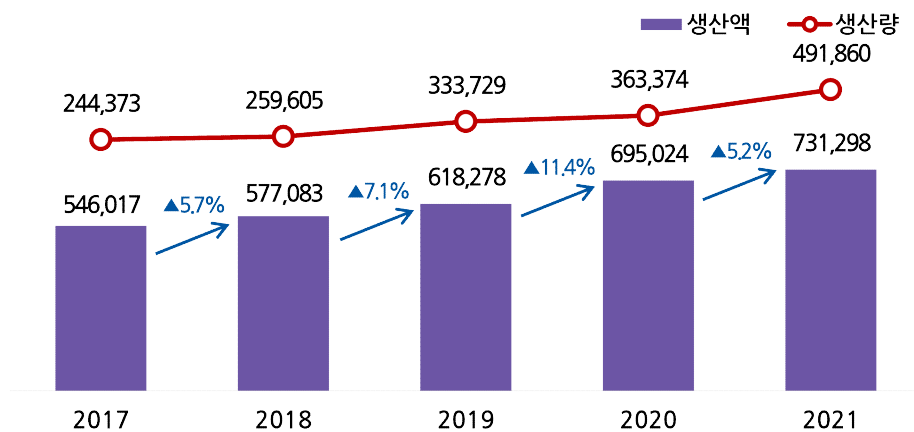
1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

## 2) 전체 생산 현황

- 떡·한과는 2017년 5,460억 원에서 2021년 7,313억 원으로 매년 5~11% 생산액이 증가하고 있으나 생산량은 2017년 대비 2배 이상 확대됨
  - 시장 규모 성장속도 대비 생산 비용의 완만한 증가는 떡·한과 제조업체에 유리한 조건으로서 전통병과산업 발전에 유리한 요소로 작용하고 있음

그림9) 떡·한과 전체 생산 현황

(단위 : 백만 원, 톤, %)



※ 식품의약품안전처(2017년~2022년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 떡·한과 생산실적 자료로 재구성함  
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자리수에서 다소 오차가 발생할 수 있음  
 2) 생산액(제조원가) : 영업기간 내에 생산한 해당제품의 생산원가(원재료비, 노무비, 연료비, 전락비, 구매 수용비, 위탁생산비, 수리·유지비, 감가상각비 등)을 천원 단위로 계산함

### 3) 전체 출하 현황

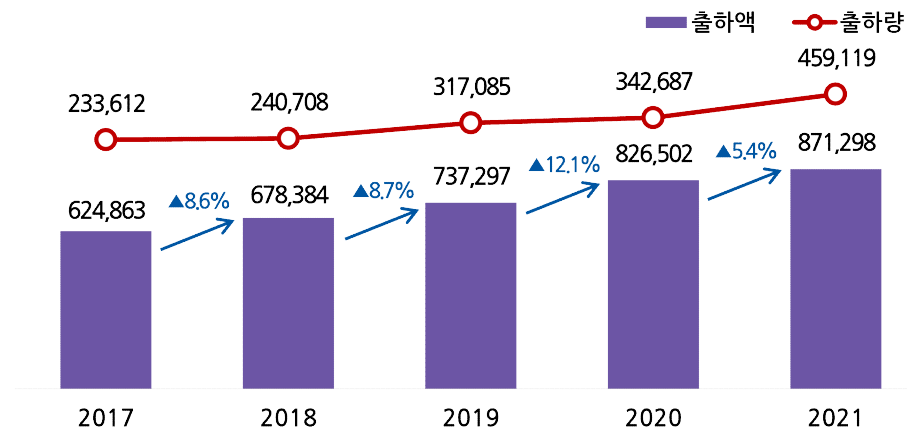
- 떡·한과 출하량이 매년 증가하고 있는 가운데, 떡류가 2021년에 2020년 대비 35.3%가 증가함
  - 떡류 출하량 증가는 쌀소비진작을 위해 정부에서 펼친 여러 정책의 실효성과 함께 밀가루 대신 쌀을 주원료로 한 떡볶이를 중심으로 매운맛 K-푸드에 대한 수요가 부합되었기 때문임
  - 정부는 쌀 소비촉진을 위해 쌀에 대한 긍정 인식 확산을 위한 방송·언론 홍보, 쌀 가공식품의 우수성을 홍보하기 위해 2011년부터 쌀가공식품 산업대전(Rice Show)을 개최해 왔으며, 쌀을 활용한 요리 경연대회(미스코리아), 대학생, 직장인을 위한 '천원의 아침밥', 15개 학교 대상 아침 급식 제공<sup>50)</sup> 사업을 진행함
  - 2021년 쌀가공식품 산업대전은 수출 상담 연결 492건, 상담액 1,313만 달러의 성과를 보임
  - 특히, '천원의 아침밥' 사업은 청년 대학생들에게 아침식사의 중요성을 일깨우고, 아침식사로 쌀밥이 맛과 건강이 모두 양호하다는 인식을 제공하여 효용성이 높은 사업으로 평가됨
- 또한, 떡류 출하량 증가는 3가지의 큰 특징을 보이는데, 첫째, 전통 떡류의 제조 방법은 유지하되 식재료에서 큰 변화를 보임. 서양 식재료에 익숙한 MZ세대를 주 소비층으로 '생크림 찹쌀떡', '생크림 딸기 찹쌀떡', '티라미수 찹쌀떡' '초코 찹쌀떡' 등 우유 생크림, 크림치즈, 티라미수, 과일 등을 넣은 제품을 개발, 판매함

50) 2022.11.23., '밥 한 공기로 MZ세대를 잡아라', 한국농업신문

- 둘째, 기존의 대형 유통채널 또는 오프라인 소매 채널에서 벗어나 차별적 유통전략을 구사함. 영세 제조업체라도 온라인 플랫폼이나 SNS 채널을 통해 온라인 주문, 택배 배송 방식이 활성화 되었는데, 이는 D2C(Direct to Customer) 방식으로 제조업체는 비용부담을 완화하고, 소비자는 전국 각지의 맛집 떡을 즐길 수 있어 모두에게 Win-Win인 판매 방식으로 출하액 및 출하량이 증가, 수출 시장에도 영향을 끼침
- 셋째, BTS와 같은 한류스타나 유명 유튜버가 취식한 떡볶이 등이 의도치 않게 이슈가 되면서 홍보 효과가 커짐. 이후 유튜브 먹방 및 구매 후기를 중심으로 인스타그램, 카카오톡 등의 SNS와 유튜브, 온라인 라이브 방송으로 홍보 및 판매 채널이 이동한 특징을 보임

그림10) 떡·한과 전체 출하 현황

(단위 : 백만 원, 톤, %)



※ 식품의약품안전처(2017년~2022년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 떡·한과 생산실적 자료로 재구성함  
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음  
 2) 출하액(국내판매액) : 영업기간 내에 각 업체에서 국내에 판매한 제품의 생산액에 기업이윤을 합하여 천원 단위로 계산함

표50) 떡·한과 전체 출하 현황

(단위 : 톤, 백만 원, %)

	출하량					출하액				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
떡	220,613	225,322	272,440	296,348	400,751	527,101	564,131	630,344	727,469	764,938
	(94.4)	(93.6)	(85.9)	(86.5)	(87.3)	(84.4)	(83.2)	(85.5)	(88.0)	(87.8)
한과	12,999	15,386	44,645	46,339	58,368	97,762	114,253	106,952	99,033	106,360
	(5.6)	(6.4)	(14.1)	(13.5)	(12.7)	(15.6)	(16.8)	(14.5)	(12.0)	(12.2)
합계	233,612	240,708	317,085	342,687	459,119	624,863	678,384	737,297	826,502	871,298

※ 식품의약품안전처(2017년~2022년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 떡·한과 생산실적 자료로 재구성함  
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음  
 2) 출하액(국내판매액) : 영업기간 내에 각 업체에서 국내에 판매한 제품의 생산액에 기업이윤을 합하여 천원 단위로 계산함

## 2. 떡류 생산 및 출하 현황

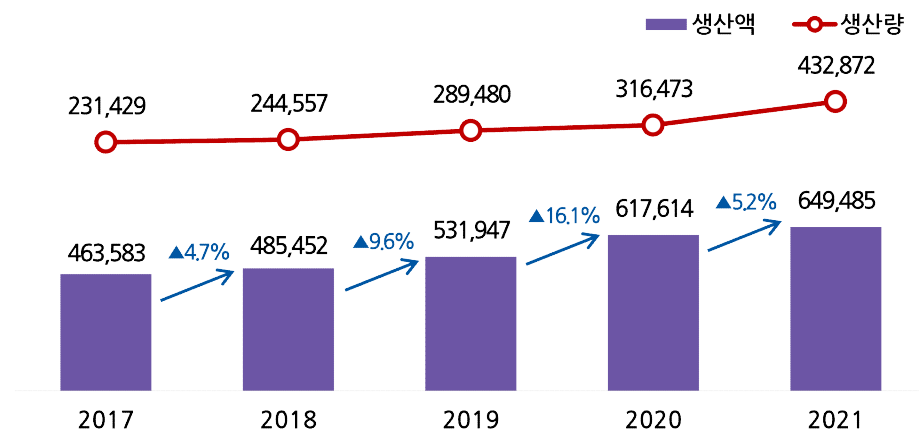
- 2021년 떡류 생산량 43.3만 톤, 출하량은 40.1만 톤을 넘어서며 떡류 시장은 급성장 중인 것으로 나타남
  - 떡류 시장의 급성장 원인은 크게 세 가지로 ①장기간의 COVID-19 상황을 지나면서 간편식 수요의 증가 및 ②건강에 관한 관심 증가로 소화가 잘되는 쌀을 이용한 가공식품에 대한 소비 증가, ③정부의 적극적인 쌀 소비 진작 정책으로 보여짐



- 다만, 출하액 측면에서 2021년 전년 대비 떡류 출하량이 35.2%가 증가하는 동안 출하액은 5.2% 증가함. 이는 주요 원자재인 국내산 쌀가격의 하락이 생산 원가의 부담을 줄여준 것으로 보여짐
- 우크라이나 전쟁으로 유라시아 곡창지대 공급 취약 및 브라질, 호주 등의 기후 악화로 전 세계적인 밀(소맥) 가격 상승, 수급 영향에 따라 소맥분 가공식품을 대체할 수 있는 떡류 시장의 급성장은 당분간 지속될 전망이다며 부가가치를 제고를 위한 여러 마케팅 및 전략 도입을 통한 양질의 시장형성이 필요한 시점임

그림11) 떡류 생산 현황

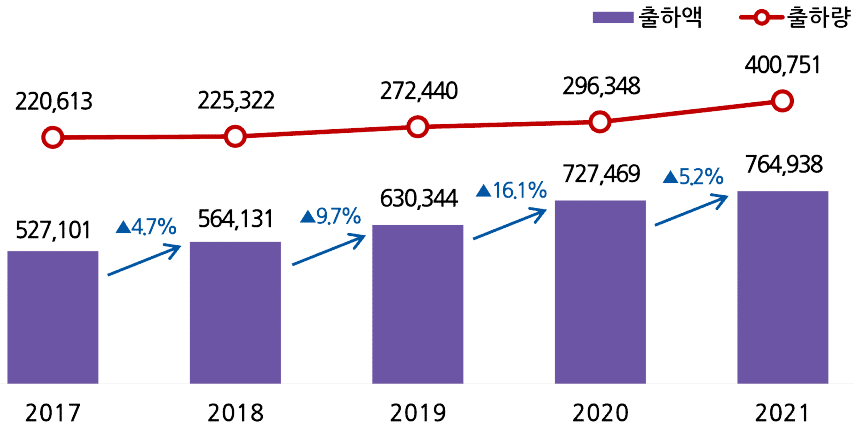
(단위 : 백만 원, 톤, %)



※ 식품의약품안전처(2017년~2022년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 떡·한과 생산실적 자료로 재구성함  
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음  
 2) 생산액(제조원가) : 영업기간 내에 생산한 해당제품의 생산원가(원재료비, 노무비, 연료비, 전력비, 구매수용비, 위탁생산비, 수리·유지비, 감가상각비 등)을 천원 단위로 계산함

그림12) 떡류 출하 현황

(단위 : 백만 원, 톤, %)



※ 식품의약품안전처(2017년~2022년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 떡·한과 생산실적 자료로 재구성함  
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자리수에서 다소 오차가 발생할 수 있음  
 2) 출하액(국내판매액) : 영업기간 내에 각 업체에서 국내에 판매한 제품의 생산액에 기업이윤을 합하여 천원 단위로 계산함

표51) 떡류 생산 및 출하 규모

(단위 : 톤, 백만 원)

구분	생산 실적		출하 실적	
	생산량	생산액	출하량	출하액
2017	231,429	463,583	220,613	527,101
2018	244,557	485,452	225,322	564,131
2019	289,480	531,947	272,440	630,344
2020	316,473	617,614	296,348	727,469
2021	432,872	649,485	400,751	764,938

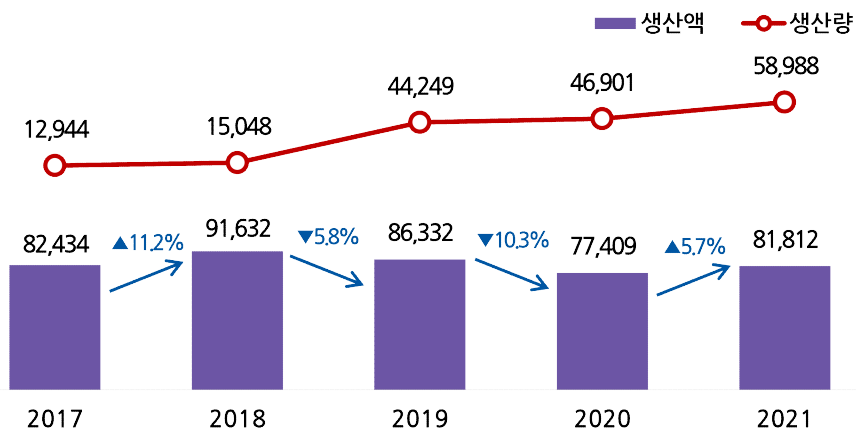
※ 식품의약품안전처(2017년~2022년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 떡·한과 생산실적 자료로 재구성함  
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자리수에서 다소 오차가 발생할 수 있음  
 2) 생산액(제조원가) : 영업기간 내에 생산한 해당제품의 생산원가(원재료비, 노무비, 연료비, 전력비, 구매수용비, 위탁생산비, 수리·유지비, 감가상각비 등)를 천원 단위로 계산함  
 3) 출하액(국내판매액) : 영업기간 내에 각 업체에서 국내에 판매한 제품의 생산액에 기업이윤을 합하여 천원 단위로 계산함

### 3. 한과 생산 및 출하 현황

- 2021년 한과 생산량은 58,988톤으로 2020년 대비 25.8%가 증가했으며 생산액은 818억 원 규모로 2020년 대비 5.7% 증가함
  - 2019년은 생산량 44,249톤, 출하량 44,645톤으로 처음으로 4만 톤을 넘어선 가운데 한과 생산량은 2019년과 2021년 각각 전년 대비 크게 증가한 특징을 보임
  - 2019년 대비 2020년 생산량은 5.9% 증가했으나 같은 기간 생산액은 10.3% 감소함. 2020년 대비 2021년 생산량은 25.8% 증가했으나 같은 기간 생산액은 5.7% 증가에 그침. 이는 사실상 한과 생산 한과 제조업체의 생산성이 향상되었으며 이는 주요 원자재인 국내산 쌀가격의 하락이 생산 원가의 부담을 줄여준 것으로 보여짐

그림13) 한과 생산 현황

(단위 : 백만 원, 톤, %)

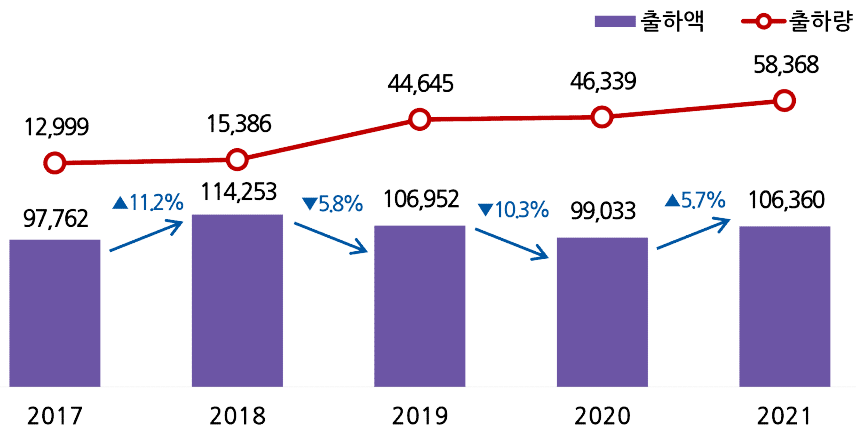


※ 식품의약품안전처(2017년~2022년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 떡·한과 생산실적 자료로 재구성함  
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자리수에서 다소 오차가 발생할 수 있음  
 2) 생산액(제조원가) : 영업기간 내에 생산한 해당제품의 생산원가(원재료비, 노무비, 연료비, 전력비, 구매수용비, 위탁생산비, 수리·유지비, 감가상각비 등)를 천원 단위로 계산함

- 2021년 출하량은 58,368톤으로 2020년 대비 27.0% 증가했으며 출하액은 1,063억 원으로 2020년 대비 5.7% 증가함
- 2021년 한과 시장의 출하액 증가는 약과를 중심으로 두드러짐
- 본래 한식에서 '약(藥)'자가 들어간 음식은 꿀과 참기름이 들어갔다는 뜻이며, 조선 시대까지 '밀가루(소맥분)'는 매우 귀한 식재료로서 궁중에서 쓰이던 식재료임. 여기에 '유탕(기름에 튀김)' 제조방법은 춘궁기에 금할 정도로 매우 사치스러운 조리 방법으로 이러한 식재료와 조리방식이 모두 포함된 '약과'는 매우 호화로운 전통 디저트임
- 최근 커피와 차류에 곁들이는 디저트로 마카롱, 티라미수, 마들렌 대신 전통 한과가 등장한 가운데, 2021년 '장인한과'가 본격적으로 D2C(Direct to Customer) 기반의 구글폼으로 구매신청을 통해 판매, 제조 중 깨진 조각을 청에 버무린 '파지 약과'가 입소문을 타면서 유명 유튜버나 블로거가 약과를 아이스크림에 찍어 먹거나, 머핀과 같은 빵의 토핑 등으로 다양하게 즐기는 먹방이나 리뷰영상이 유행하며 '약켓팅'(약과 티켓팅)이라는 신조어를 생성함. 전반적인 한과 출하량에 영향을 제공했을 것으로 분석됨

### 그림14) 한과 출하 현황

(단위 : 백만 원, 톤, %)



※ 식품의약품안전처(2017년~2022년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 떡·한과 생산실적 자료로 재구성함  
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음  
 2) 출하액(국내판매액) : 영업기간 내에 각 업체에서 국내에 판매한 제품의 생산액에 기업이윤을 합하여 천원 단위로 계산함

### 표52) 한과 생산 및 출하 규모

(단위 : 톤, 백만 원)

구분	생산 실적		출하 실적	
	생산량	생산액	출하량	출하액
2017	12,944	82,434	12,999	97,762
2018	15,048	91,632	15,386	114,253
2019	44,249	86,332	44,645	106,952
2020	46,901	77,409	46,339	99,033
2021	58,988	81,812	58,368	106,360

※ 식품의약품안전처(2017년~2022년). 식품 등의 생산실적. 각 연도별 떡·한과 생산실적 자료로 재구성함  
 1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음  
 2) 생산액(제조원가) : 영업기간 내에 생산한 해당제품의 생산원가(원재료비, 노무비, 연료비, 전력비, 구매수용비, 위탁생산비, 수리·유지비, 감가상각비 등)을 천원 단위로 계산함  
 3) 출하액(국내판매액) : 영업기간 내에 각 업체에서 국내에 판매한 제품의 생산액에 기업이윤을 합하여 천원 단위로 계산함

## 4. 주요 제조사 및 브랜드 현황

### 1) 생산업체 현황

- 식품의약품안전처의 '식품 등의 생산실적' 자료에는 떡류 제조업은 「과자류, 빵류 또는 떡류」에 포함되어 별도로 확인 불가함. 따라서 통계청 경제총조사를 바탕으로 작성된 2020년 '전국사업체조사'를 기반으로 떡류 제조업 사업체 수 및 종사자 수를 파악함
  - '전국사업체조사'는 조사기반 자료가 아닌, 등록기반 자료로 전수조사이며 2020년 조사는 사업체 세세분류별로 작성하여 떡류 제조업까지 확인이 가능함
- 그럼에도 한과 제조업은 '과자류 및 코코아 제품 제조업' 또는 '기타 곡물 가공품 제조업'에 타 제조업과 섞여 있어 확인이 불가하여 떡류 제조업을 기준으로 살펴봄
- 도매 또는 소매의 떡류 제조업 유형별로 확인하기 위해 면접조사 기반인 통계청 '전국제조업조사'를 근거로 작성함
  - 전국제조업조사는 '전국사업체조사'와 달리, 등록이 아닌, 10인 이상의 사업체에 대해 면접방식으로 진행된 조사기반 자료로 떡류 제조업의 도매 제조, 소매 제조를 확인할 수 있음. 전국제조업조사 또한 한과 제조업은 구분/별도 확인이 불가, 떡류 제조업 자료만 활용함
- 2017년 이후 떡류 제조업체 전체 종사자 및 사업체의 수는 큰 등락폭 없이 비슷한 수준을 유지하고 있으며 2020년 전체 종사자는 31,174명, 사업체 수는 13,798개 업체로 집계됨

**표53) 떡류 제조업체 수**

(개, 명)

구분	2016	2017	2018	2019	2020
사업체 수	13,594	13,686	13,405	13,154	13,798
종사자 수	31,131	31,729	31,164	31,073	31,174

\* 전국사업체조사, 통계청(<https://KOSIS.kr>),

\* 등록기반 자료

\* 2020년은 경제총조사를 바탕으로 작성, 그 기준에 준하여 전국 세세분류 자료 제공

- 떡류 제조업 종업원 수 현황을 보면 1인 사업체가 3,415개로 24.7%가 1인 운영의 영세 떡 제조업체로 볼 수 있으며 2~4명이 9,832개로 떡류 제조업의 71.3%를 차지하고 있음
- 10인 이상의 떡류 제조업체는 150개로 전체의 4%이며 대기업 OEM 생산 또는 대기업과 소상공인 생계형 지원방식의 협업을 맺고 대기업이 판매 대행 방식의 제조업체로 일반적으로 대형마트 등의 소매 유통채널에서 대기업 브랜드의 제조원으로 접할 수 있는 업체임

**표54) 떡류 제조업체 수**

(단위 : 개, 명, 백만 원)

구분	2020년 떡류 제조업		
	사업체 수	종사자 수	매출액
계	13,798	31,174	1,483,692
1명	3,415	3,415	116,962
2~4명	9,832	21,358	607,868
5~9명	401	2,586	190,833
10~19명	80	1,082	127,766
20~49명	59	1,664	261,922
50~99명	8	572	107,731
100~199명	2	X	X
200~299명	1	X	X
300명 이상	-	-	-

\* 전국사업체조사, 통계청(<https://KOSIS.kr>), 등록기반 자료

\* 2020년 경제총조사를 바탕으로 작성, 그 기준에 준하여 전국 세세분류 자료 제공

- 전국제조업조사를 기반으로 떡 제조업체를 살펴본 결과 앞서 전국사업체 조사에서 201개로 확인되는데, 떡류 도매 제조업체 158개, 떡류 소매 제조업체 43개로 집계됨
- 2019년 이후 떡류 제조업 및 소매 제조업의 사업체 수 및 출하액이 크게 증가하여 떡류 시장이 급성장 중임을 확인할 수 있음

표55) 떡류 제조업체 형태별 생산액<sup>51)</sup> 및 출하액 (10인 이상)

(단위 : 개, 백만 원)

구분		사업체수	생산액	출하액
2017	계	149	391,388	390,175
	제조(도매)	121	341,639	340,974
	제조(소매)	28	49,749	49,201
2018	계	151	437,010	436,419
	제조(도매)	126	387,248	386,174
	제조(소매)	25	49,762	50,245
2019	계	164	476,471	475,005
	제조(도매)	141	421,073	419,552
	제조(소매)	23	55,398	55,453
2020	계	201	598,509	596,261
	제조(도매)	158	534,513	533,144
	제조(소매)	43	63,996	63,117

\* 연도별 전국제조업조사, 통계청(<https://KOSIS.kr>),

\* 조사기반 자료(면접조사 자료)

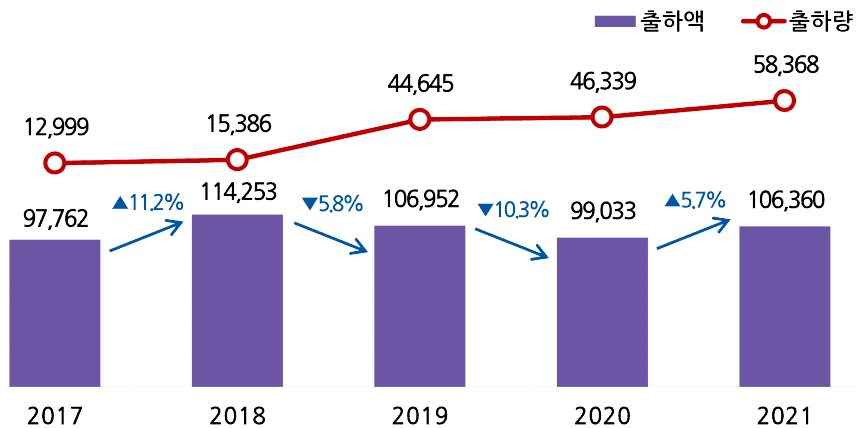
\* 전국사업체조사와 다른 자료로서, 전국 10인 이상 사업체: 약 75천 개(전수)에 대한 자료임

51) 생산액(제조원가) : 영업기간 내에 생산한 해당제품의 생산원가(원재료비, 노무비, 연료비, 전락비, 구매수용비, 위탁생산비, 수리·유지비, 감가상각비 등)을 천원 단위로 계산함



그림15) 떡류 제조업체 사업체수 및 출하액 (10인 이상)

(단위 : 개, 백만 원)



\* 연도별 전국제조업조사, 통계청(<https://KOSIS.kr>),

\* 조사기반 자료(면접조사 자료)

\* 전국사업체조사와 다른 자료로서, 전국 10인 이상 사업체: 약 75천 개(전수)에 대한 자료임

## 2) 주요 제조업체 동향<sup>52)</sup>

- 앞서 기술한 것과 같이 떡·한과 제조업체는 1~4인 이하 영세업체 중심의 시장이며, 식품 및 식품첨가물 생산실적 현황에서 과자류, 빵류 또는 떡류의 1위~20위까지의 기업 내 떡 제조업체는 포함되지 않음. 다만, 과자류, 빵류 또는 떡류의 수출 1위~20위까지의 기업에 떡류 제조업이 다음과 같이 포함되나, 이 중 한과 제조업체는 없는 것으로 확인됨
- 다만, 시중의 판매유통채널에서 떡류 제조업체를 제조원으로 하는 대기업 브랜드 및 일반인에게 공개된 기업평가정보<sup>53)</sup>를 확인하여 확인이 가능한 기업만 제시함

52) 2022년 식품유통연감, 떡·한과지

53) 네이버 포털 NICE평가정보

- 또한 대기업 위탁 판매 방식의 떡류 제조업의 경우 회사 홈페이지가 없는 경우가 많이 가능한 업체들로만 확인하여 소매 유통채널 브랜드 업체, 일반인에게 공개된 기업정보의 상위 매출 업체, 한과 업체를 별도로 소개함

## (1) 소매 유통채널 제조업체

- 업체로부터 떡을 공급받아 OEM(주문자 상표 부착 생산) 형태로서 중소기업 제조원으로 하여 떡국떡, 가래떡, 떡볶이떡을 판매하는 업체로 CJ제일제당, 풀무원, 오뚜기, 칠갑농산이 있음
- CJ제일제당은 1953년 기초소재식품인 설당을 생산으로 시작, 지난 60여 년간 식품산업의 발전을 선도하며 식품, BIO, 제약 분야까지 사업영역을 확장한 회사로 현재 백설, 해찬들, 다시다, 햇반, 비비고, 다담, 하선정, 고메, 스팸, 뿌디첼 등의 브랜드가 있으며 협력업체와 동반 런칭한 즐거운동행 브랜드가 있음
- 경쟁력 있는 협력중소기업을 발굴하고 지속가능한 성장의 기회를 제공하고자 2011 동산성장 사업인 '즐거운 동행'을 런칭, 2018년 협력업체 회사인 경주유명떡볶이업체인 (주)미정과 브랜드 미정당을 런칭함
  - 떡류 제조원은 (주)미정으로 즐거운동행 미정당 우리쌀떡국떡, 즐거운동행 미정당 방앗간참쌀떡국떡, 즐거운동행 미정당 국물떡볶이를 판매하고 있음
- 풀무원은 1981년 풀무원유기식품으로 설립되어, 국내에서 신선 식품과 음료 외에 건강기능식품, 먹는 샘물 등 다양한 영역에서 사업을 펼치고 있고 최초로 포장용 두부를 판매한 제조사로 '바른먹거리'의 건강 식생활 캠페인 및 식물성지향 식품에 관심을 두고 홍보에 적극적으로 임하고 있음

- 떡류 제조원은 (주)덕산식품으로 덕산식품은 원래 풀무원의 자회사였다가 2004년 풀무원이 지분을 전량매각하여 계열사에서 제외됨. 주요 판매 제품으로 우리쌀떡국떡, 누들떡볶이떡, 한입 떡국떡, 순쌀가래통떡, 찰떡볶이떡, 치즈떡볶이떡이 있음
- 오뚜기는 라면, 즉석밥, 식용유지, 스프, 케찹, 마요네즈, 식초, 조미 식품, 레토르트식품, 장류식품, 식용 유지류 등을 생산하는 종합식품 회사로 대표적인 HMR 제품인 3분카레, 3분짜장을 저변화한 회사임 특히 COVID-19 이후 다양한 HMR 제품을 중심으로 품목을 다양화하고 있음
  - 떡류 제조원은 (주)세준에프앤비이며 2007년 우리쌀떡국떡, 2012년 국물떡볶이를 출시하고, 주요 제품은 쫄깃한쌀떡국떡, 맛있는 쌀떡볶이, 맛있는 국물떡볶이를 판매 중임
- 칠갑농산은 소매 유통채널에서 직접 제조하여 판매하는 중소기업 떡류 제조업체로 쌀을 직접 가공하여 생산, 살균하고 있고 50여 개국에 수출 중임. 떡류, 면류 제조를 직접 가공, 제조, 판매, 수출까지 하고 있는 국내 1위 떡류 제조업체로 1992년 창업 이후 1일 최대 약 250톤의 자체 생산 능력과 2개의 공장을 가동하고 있으며 2002년 글로벌식품안전 경영시스템 인증을 획득함
  - 직접 쌀 가공, 제조, 판매까지 하므로 제조원이 별도로 없으며 주요 판매 제품으로 우리쌀떡국, 떡쌀떡국, 들깨떡국, 구워먹는 꿀가래떡, 칠갑쌀떡볶이떡, 우리쌀로만든 누들떡볶이떡, 일반미 햅쌀떡, 신당동할머니떡볶이, 우리쌀조랭이떡이 있음

표56) 떡류 주요 제조업체 특징 및 연혁(떡국떡, 가래떡, 떡볶이떡)

업체명	구분	내용
CJ 제일 제당	주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1953년 기초소재식품인 설당을 생산으로 시작, 지난 60여 년간 식품산업의 발전을 선도하며 식품, BIO, 제약 분야까지 사업영역을 확장함</li> <li>• 백설, 해찬들, 다시다, 햇반, 비비고, 다담, 하선정, 고메, 스팸, 뿌띠첼 등의 브랜드와 협력업체와 동반 런칭한 즐거운동행 브랜드가 있음</li> <li>• 건강한 식품산업생태계를 조성하고자, 경쟁력 있는 협력중소기업을 발굴하고 자금, 역량, 판로 등을 지원하여 협력중소기업의 사업 포트폴리오 확장과 지속가능한 성장의 기회를 제공</li> </ul>
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1953년 : 제일제당공업주식회사 설립</li> <li>• 1958년 : 제분 사업 시작</li> <li>• 1978년 : 식품 연구소 설립</li> <li>• 1993년 : 제일제당 독립경영 선언</li> <li>• 2011년 : 하선정 종합식품 합병</li> <li>• 2011년 : 기업·농가·고객 함께하는 동반성장 사업 ‘즐거운 동행’ 시작</li> <li>• 2018년 : 협력업체 미정과 떡·면·사리류 브랜드 '미정당' 런칭</li> <li>• 2018년 : 국내 최초 HMR 플래그십 스토어 CJ올리브마켓 오픈</li> <li>• 2020년 : 브랜드비비고 아름다운 우리말 상표 수상(고운상표·특허청장상)</li> <li>• 2020년 5월 : 경주미정당 떡볶이 출시</li> <li>• 2022년 : ‘즐거운동행’ 동반성지수 평가 7년 연속 최우수 선정</li> </ul>
	주요 생산 제품 <sup>54)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 즐거운동행 미정당 우리쌀떡국떡</li> <li>• 즐거운동행 미정당 방앗간참쌀떡국떡</li> <li>• 즐거운동행 미정당 국물떡볶이</li> </ul>

54) 즉석조리식품(HMR) 및 기타가공식품 제외

55) 즉석조리식품(HMR) 및 기타가공식품 제외

56) 즉석조리식품(HMR) 및 기타가공식품 제외

플무원	주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>1981년 플무원유기식품으로 출발하여 신선식품, 음료, 건강기능식품 및 먹는 샘물 등 다양한 영역에서 사업을 하며 '바른 먹거리 건강한 식생활' 캠페인을 지속적으로 실행하고 있음</li> <li>모든 제품과 서비스를 LOHAS 가치를 실현하기 위한 목적으로 연구, 개발하고 있으며 바른 먹거리와 건강 생활 사업, 바른 마음 경영을 통해 생활 속에서 로하스 가치를 실천하고 있음</li> </ul>
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> <li>1981년 : 플무원유기식품 설립</li> <li>1982년 : 플무원호소식품 설립</li> <li>1984년 : 플무원호소식품, '플무원식품(주)'로 상호 변경 및 법인 전환</li> <li>1985년 : 플무원식품(주)(구 플무원호소식품)과 플무원유기식품 합병</li> <li>1991년 : 플무원식품, 미국 현지법인 'PULMUONE U.S.A.' 설립</li> <li>1997년 : 울가홀푸드 전신 내추럴하우스자연건강(주) 설립</li> <li>2018년 : 플무원푸드머스, 식자재 유통기업 최초 GAP센터 설립</li> <li>2000년 : (주)푸드머스 설립, 식자재 구매 대형 사업 시작</li> <li>2004년 : 자회사인 덕산식품 지분 전량매각, 계열사에서 제외</li> <li>2018년 : 대한민국 사랑받는기업 정부포상' 공유가치창출(CSV) 부문 수상</li> <li>2020년 : 플무원식품 동반성장지수 평가에서 '최우수' 등급 획득</li> <li>2021년 : 식물성 지향 식품(Plant Forward Foods) 선도 기업' 선언, 식물성 단백질과 식물성 고기 사업 본격화</li> </ul>
	주요 생산 제품 <sup>55)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>우리쌀떡국떡, 누들떡볶이떡, 한입떡국떡, 순쌀가래통떡, 찰떡볶이떡, 치즈떡볶이떡</li> </ul>
오뚜기	주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>식용유지, 스프, 케찹, 마요네즈, 식초, 3분카레, 라면, 참치, 즉석밥 등을 생산하는 종합식품회사</li> <li>떡류 제조원: (주)세준에프앤비</li> </ul>
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> <li>1969년 : 회사 창립, 오뚜기 즉석카레 출시</li> <li>1973년 : 오뚜기 식품공업주식회사로 상호 변경</li> <li>2006년 : 삼포식품(주) 인수</li> <li>2007년 : 우리쌀 떡국떡 출시</li> <li>2012년 : 국물떡볶이 출시</li> <li>2016년 : 동반성장지수 기업별 평가 '우수'등급 선정</li> <li>2017년 : 짹짹 납작떡볶이면 출시</li> <li>2020년 : 무역의 날 '1억불 수출의 탑' 수상</li> <li>2021년 : 동반성장지수 기업별 평가 '우수'등급 선정</li> <li>2021년 : 자회사형 장애인표준사업장 (주)오뚜기프렌즈 창립</li> </ul>
	주요 생산 제품 <sup>56)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>쫄깃한쌀떡국떡, 맛있는 쌀떡볶이, 맛있는 국물떡볶이</li> </ul>

(주)칠갑 농산	주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 떡류 제조업 국내 1위업체</li> <li>• 농산물 가공업체로, 쌀을 가공하여 제품을 생산 살균,</li> <li>• 전 제품 주정처리천연펄프 포장 사용</li> <li>• 세계 50여 개국으로 수출 중</li> </ul>
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1980년: 농산물 가공공장 설립</li> <li>• 1992년: 칠갑농산 창업</li> <li>• 1998년: 칠갑농산 주식회사로 법인전환</li> <li>• 2000년: ISO9002 인증 획득</li> <li>• 2006년: 떡볶이용 떡 성형구 및 제조방법 특허</li> <li>• 2007년: HACCP 비고시제품 (떡류, 숙면류, 소스류)지정 획득</li> <li>• 2011년: 냉동식품 중 면류, 떡류, 소스류 HACCP 인증</li> <li>• 2014년: 우수쌀가공협회 TOP 10 선정(뚝살떡국)</li> <li>• 2016년: 하이서울 우수상품 어워드 혁신브랜드 부분 선정</li> <li>• 2016년: 국내 최초 자연건조방식 건면류 HACCP 획득</li> <li>• 2017년: 우수쌀가공협회 TOP 10 선정(뚝살떡국)</li> <li>• 2022년: 쌀가공품평회 칠갑농산 즉석들깨떡국 Top 10 선정</li> <li>• 2022년: 글로벌 식품안전 경영시스템 'FSSC22000(Food Safety System Certification 22000)' 인증 획득</li> </ul>
	주요 생산 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 우리쌀떡국, 뚝살떡국, 들깨떡국, 구워먹는꿀가래떡, 칠갑쌀떡볶이떡, 우리쌀로만든 누들떡볶이떡, 일반미햅쌀떡, 신당동할머니떡볶이, 우리쌀 조랭이떡</li> </ul>

\* 업체별 홈페이지의 관련 내용 참고, 즉석조리식품(HMR) 및 기타가공식품 제외

## (2) 공개 기업정보 떡류 제조업 상위 매출업체

○ 네이버 온라인포털사이트를 통해 일반인에게 기업정보를 공개하는 NICE 기업정보를 토대로 매출액 노출 기준 떡류 제조업체는 다음과 같음

- 한과 제조업은 제조업 구분상 '과자 및 코코아 가공품 제조', '곡류 가공품' 등 다양하게 섞여 있어 확인이 불가하며, 대부분 한과 외 쌀과자 및 빵튀기 등의 쌀가공 과자류로 떡류 제조업체만 기준으로 살펴봄

표57) 떡류 제조업체

업체명	설립일자	소재지	매출액(천원)
칠갑농산(주)	1994.08.01	경기 파주시 월릉면 휴암로79번길 50	28,518,260
(주)덕산식품	1989.09.01	충북 괴산군 사리면 모래재로이곡5길 1	27,464,774
(주)송학식품	1994.09.22	경기 파주시 운정4길 16	25,808,846
(주)창익	2007.06.01	광주 북구 경열로 242	20,013,038
(주)떡파는사람들	2006.01.01	대구 달서구 성서공단북로 250	19,925,196
(주)압구정공주떡	2016.07.01	서울 강남구 논현로161길 10, 1층	14,936,873
(주)아이케이푸드	2015.09.17	경기 부천시 삼작로115번길 65	14,209,210
(주)토담	2009.05.01	경기 안성시 미양면 농공단지길 18	13,857,122
(주)엔셀	2012.07.16	충북 음성군 원남면 상노길 274	13,665,329

\* NICE기업정보의 (C10711) 떡류 제조업 상위 9개 업체  
 \* 표준산업분류의 동일 업종으로 분류된 기업들의 매출액을 분석한 내용이며, 월별 산출함(2022.11.기준)  
 \* 외감법인 및 상장사에 한해서만 공개된 자료임

### (3) 한과 제조업체

- 한과 제조업체의 경우 통계청 제조업총조사 및 사업체조사에서 세세분류제조업 유형에 구분이 되어 있지 않아, 업체 개수 및 확인이 불가함
- 이에 식품명인이 운영하거나 이마트, 롯데마트 등 대형마트 온라인 쇼핑몰에 입주하고 별도의 온라인쇼핑몰을 운영하고 있는 3대 업체 중심으로 살펴봄
- 최근 들어 한과 외 영양바, 건강식바 등 과자류의 제품을 같이 판매하고 있는 특징을 보임

- 신궁전통한과는 대한민국식품명인 김규훈(명인지정 제26호)이 운영하는 한과 제조업체로 연말연시, 명절 전후로 TV홈쇼핑, 백화점, 대형마트, 온라인몰 등 판매채널을 다각화한 한과업체로 한과문화 박물관 운영 및 전통과자 책 등 한과문화 보급 및 저변화에 적극적인 한과 제조업체임
  - 주요 제품으로는 명인꿀약과, 계피꿀약과, 생강꿀약과, 단호박 꿀약과, 추억의쌀오란다, 달콤한유과 레드, 고소한 강정, 모듬유과, 찹쌀산자 등이 있음
  
- 담양한과는 대한민국식품명인 박순애(명인지정 제33호)가 운영하는 한과 제조업체로 '아루화' 브랜드로 판매하고 있으며 한과, 약과, 유과, 다식, 매작과, 강정 등 한과류, 제레류, 페백류 등 100여 종 제품을 판매함
  - 주요 판매제품으로 백년초유과, 우리밀약과, 하루영양바, 아루화 우리찹쌀꿀약과, 아루화미니꿀약과, 예도가백년초유과, 예도가 찹쌀유과 등이 있음
  
- 교동씨엠은 대한민국식품명인 심영숙(명인지정 제59호)가 운영하는 한과업체로 '교동한과' 브랜드로 판매하고 있음. 조청을 묻힌 한과에 흑미, 조, 들깨, 참깨, 흑임자 등 다양한 우리 곡식을 사용한 천연과자 '고시불'을 판매하는 것이 특징임
  - 주요 판매제품으로 교동약과, 교동삼각약과, 고시불, 교동한들 영양바, 수제교동약과, 현미강정, 메밀강정, 흑미강정 등임



표58) 한과 주요 제조업체 특징 및 연혁

업체명	구분	내용
신궁 전통 한과 (명인 김규훈 한과)	주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>대한민국 식품명인 지정번호 제26호 김규훈명인이 운영하는 제조업체</li> <li>TV 홈쇼핑, 백화점, 대형마트, 온라인몰 등 판매 채널 다양화</li> <li>온라인몰 : <a href="https://www.shinkung.co.kr">https://www.shinkung.co.kr</a></li> </ul>
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> <li>1981년 : 삼흥제과 설립 / 신궁병과 설립</li> <li>1992년 : 한국전통식품 제조업체 지정(식품연)</li> <li>2000년 : 제3차 ASEM(아시아/유럽 16개국 정상회담) 다과 공급업체 지정</li> <li>2004년 : 한국전통식품 세계화를 위한 품평회 한과부문 최우수상</li> <li>2005년 : 전통한과(유과, 약과) 제조기능 명인 지정(농림수산식품부 수상)</li> <li>2008년 : 한과문화 박물관 한가원 개관</li> <li>2014년 : ‘녹차를 함유한 전통한과 및 그 제조방법’, ‘홍삼을 함유한 전통한과 및 그 제조방법’ 특허등록</li> <li>2015년 : 한국의 전통과자 책 출간</li> <li>2020년 : 국립농산물품질관리원 스타팜 인증</li> <li>2021년 : 하루한끼영양바 비건 인증</li> </ul>
	주요 생산 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>명인꿀약과, 계피꿀약과, 생강꿀약과, 단호박꿀약과, 추억의쌀 오란다, 달콤한유과, 달콤한유과 레드, 고소한 강정, 모듬유과, 찹쌀산자, 더건강한너츠 영양바, 하루한끼영양바, 영양강정바, 약과에반할수밖에단호박꿀약과, 약과에반할수밖에계피꿀약과</li> </ul>
(주)담양 한과 명진 식품	주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>대한민국 식품명인 지정번호 제33호 박순애명인이 운영하는 제조업체</li> <li>‘아루화’ 브랜드로 판매</li> <li>조선 초기 양녕대군이 담양군 창평 지역에 낙향하여 지낼 때, 동행했던 궁녀들이 전수해 주었다는 창평 쌀엿과 조청이 남도의 풍부한 곡물과 어울려 한과 생산의 기반이 되었다 하며 이를 전승함</li> <li>온라인몰 : <a href="https://www.damyang.co.kr">https://www.damyang.co.kr</a></li> </ul>
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> <li>~1997년 : 가정에서 부업형태 한과, 쌀엿 생산 및 납품</li> <li>1998년 : 농림축산식품부 전통식품 지원업체 선정, 공장준공</li> <li>1999년 : 전통음식 한과류 해외진출(미국)</li> <li>2001년 : (주)담양한과 명진식품으로 법인전환</li> <li>2003년 : ISO 9001인증 획득</li> <li>2004년 : 서울세계음식박람회 금상수상(통과의례부문)</li> <li>2008년 : 대한민국 식품 명인 지정(33호)</li> <li>2011년 : HACCP 공장 및 신사옥 준공</li> <li>2016년 : 한과업체 최초로 식품안전관리인증기준(HACCP)적용업소 인증</li> <li>2019년 : 대한민국 한류대상 대상 수상</li> <li>2019년 : 쌀가공식품 TOP10 선정</li> <li>2020년 : 국립농산물품질관리원 스타팜 인증</li> </ul>
	주요 생산 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>백년초유과 우리밀약과, 하루영양바, 아루화우리찹쌀꿀약과, 아루화미니꿀약과, 예도가백년초유과, 예도가찹쌀유과, 아루화백년초방울유과</li> </ul>

업체명	구분	내용
교동씨엠	주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>대한민국 식품명인 지정번호 제59호 심영숙명인이 운영하는 제조업체</li> <li>강원도 진부의 靑松沈氏家 집안 대대로 내려오는 제조비법을 계승</li> <li>유과 제조법을 원형 그대로, 영서지방 특용작물(대관령 옥수수 등)을 이용한 전통방식과 선대로부터 계승한 제조비법으로 전통한과의 재현</li> <li>제품 카테고리별로 세부 브랜드를 만들어 판매</li> <li>TV 홈쇼핑, 백화점, 대형마트, 온라인몰 등 판매 채널 다양화</li> </ul> <p>온라인몰 : <a href="https://www.gyodong.co.kr">https://www.gyodong.co.kr</a></p>
	연혁	<ul style="list-style-type: none"> <li>1999년 : 강릉교동한과 설립</li> <li>2003년 : 전통식품 품질인증(식품연 전통 제204호)</li> <li>2004년 : 한국전통식품 BEST 5 한과류 부문 농림축산식품부 장관상 표창</li> <li>2010년 : G20 만찬 디저트 선정/UN본부 각국 대표단 한식 홍보 음식 선정</li> <li>2014년 : 대한민국 식품명인 제59호</li> <li>2016년 : HACCP 적용업소 인증</li> <li>2018년 : 평창동계올림픽 페스티발파크 강원상품관내 명품관 입점</li> <li>2019년 : 국가유공자 청와대 설선물 채택</li> </ul>
	주요 생산 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>교동약과, 교동삼각약과, 고시불(궁, 녹차, 메밀, 흑미, 백련초, 금굴, 딸기, 키위, 흑임자) 교동한들영양바, 수제교동약과, 현미강정, 메밀강정, 흑미강정, 흑깨와흑공, 참깨와흑공</li> </ul>

\* 업체별 홈페이지의 관련 내용 참고  
 \* 한과 외 제품(빵튀기, 센베이 등)은 제외함

## 제2절

## 수출입 동향

### 1. 수출입 코드

- 떡.한과 수출입 동향을 파악하기 위해 HS코드를 우선 살펴봄. HS코드<sup>57)</sup>는 국제통일상품분류체계에 따라 대외 무역거래 상품을 총괄적으로 분류한 품목분류 코드임
- 대외 무역거래 상품을 숫자 코드로 분류하여 상품분류 체계를 통일함으로써 국제무역을 원활하게 하고 관세율 적용에 일관성을 유지하기 위한 것으로 관세나 무역통계, 운송, 보험 등 다양한 목적에 사용함
  - 국제협약에 따라 HS코드는 10자리까지 사용할 수 있는데, HS코드 6자리까지는 국제 공통으로 사용하는 코드임
  - 앞의 1~2자리는 상품의 군별 구분, 3~4자리는 소분류로 동일류 내 품목의 종류별·가공도별 분류, 5~6자리는 세분류 동일호 내 품목의 용도·기능 등에 따른 분류임.
  - 7자리부터는 각 나라에서 세분화하여 부여하는 숫자이며 한국은 10자리를 사용하고 있음
- HS코드 번호에 따라 관세율이 달라지기 때문에 수출국에서는 관세율이 낮은 코드를 선호하고, 수입국에서는 관세율이 높은 코드를 선호함으로써 분쟁이 발생하기도 함

57) 국제통일상품분류체계(Harmonized Commodity Description and Coding System)

- 특히 식품은 자국의 식문화적 특징을 반영하므로 자국 문화 및 관련 산업 보호를 위해 다른 제품군에 비해 상대적으로 관세가 높은 아이템으로 FTA 활용 수출을 확대하기 위해 원산지 확인을 통한 FTA 관세혜택을 마련하고 있음
- 떡류 수출 시 FTA 체결국에 원산지 확인을 하지 않을 경우 국가별 10~50%의 관세를 부담하여야 하나, 원산지 증명서를 발급받으면 원산지 확인에 따른 FTA 협정세율 적용하여 330만 달러 이상의 관세 혜택을 받아 가격경쟁력을 확보할 수 있음

표59) 국가별 쌀가공식품(떡류) 세율<sup>58)</sup>

(단위 : %)

구분	베트남	캄보디아	태국	인도	미얀마	미국	페루	EU	라오스
기준세율	50	35	30	30	15	14	17	12.8	10
협정세율	0	0	0	5 이하	0	0	3.4	0	0

\* 2018.05.02., 정부양곡 국산쌀 사용 가공식품도 원산지 확인 가능해진다, 관세청

- 또한 한류열풍 등으로 우리 농식품을 선호하는 베트남에서 자국내 수입 세율에 대한 인하 혜택이 시행됨에 따라 관세 혜택의 효과가 더 클 것으로 기대됨<sup>59)</sup>
- 떡·한과는 아직까지 별도의 HS코드는 부여되어 있지 않아 떡은 HS코드 쌀가루의 것(1901.90-9091), 한과는 쌀과자(1905.90-1050)로 살펴보도록 함

58) 무역협정 상황에 따라 변동 가능성이 있으므로 참고 필요

59) 2023.02.08., 베트남, 드디어 RCEP 양허세율 2023년 1월부터 활용 가능, 통합무역정보서비스

표60) 떡·한과 수출입 코드

떡	HS코드 1901.90-9091
19	곡물곡분의 부제품과 빵류
01	맥아 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품,
90	기타
9091	쌀가루의 것
한과	HS코드 1905.90-1050
19	곡물곡분의 부제품과 빵류
05	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품, 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품
90	기타
1050	쌀과자 (대부분 쌀과자)

\* 관세법령정보포털, 관세청

- 수출량 및 수출액은 떡과 한과를 중심으로 기술하나, 떡 및 한과에 대한 별도의 HS코드가 없으므로 수출입 시장의 동향 기술시 실제 매출자료와 일부 상이할 수 있음을 감안하여야 함
- 수입량 및 수입액은 떡이나 한과가 아닌 쌀 또는 쌀가루로 만든 과자 및 베이커리 제품이 대부분임을 고려하여야 함

## 2. 전체 수출입 현황

### 1) 전체 수출입 규모

- 2021년 떡·한과 전체 수출 규모는 수출액 7천만 달러, 수출량 2만 톤을 돌파한 성적을 거둠
- 떡·한과 전통병과 수출액의 전년 대비 증가율만 살펴보면 2018년 37.3%, 2019년 27.8%, 2020년 49.9%로 해마다 큰 폭으로 증가하며 2021년은 2017년 대비 3배 이상 커짐
- 수출량은 20,551톤으로 전년 대비 14.9% 증가, 수출액은 7,182만 달러로 전년 대비 20.1%가 증가하여 수출량 대비 수출액 증가율이 더 높음. 이는 세계 시장에서 한국산 떡·한과의 가격 가치가 상승함을 보여줌
- 떡·한과 2021년 전체 수입량은 6,281톤으로 2020년 대비 8.4% 감소, 수입액은 2,521만 달러로 3.9% 감소함

표61) 떡·한과 전체 수출 및 수입 규모

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	수출규모		수입규모	
	수출량	수출액	수입량	수입액
2017	6,950	22,802	5,915	26,163
2018	9,090	31,299	5,787	24,567
2019	11,616	39,897	6,508	26,601
2020	17,883	59,817	6,859	26,223
2021	20,551	71,821	6,281	25,209

※ 수출입무역통계, 관세청

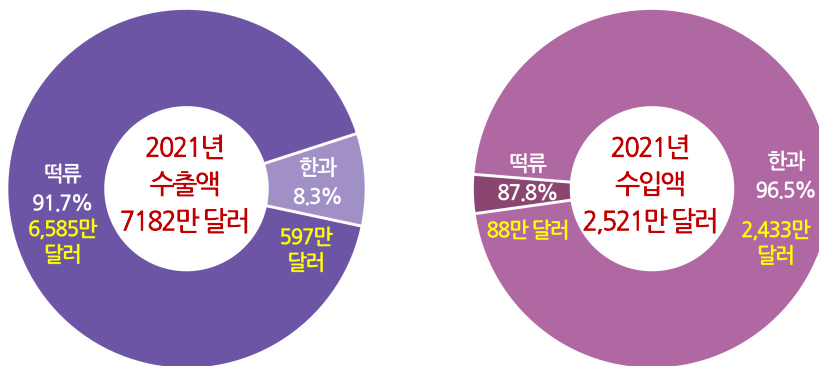
1) 떡 : 쌀가루의 것(HS코드 1901.90-9091), 한과 : 쌀과자(1905.90-1050)

2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

- 떡·한과 전체 수출입 시장에서 떡류 비중은 96.8%, 한과 비중은 3.2%이며, 수입시장에서의 떡류와 한과의 위상이 바뀌어 떡류 비중 3.5%, 한과 비중은 96.5%로 나타남
  - 이는 수입량 및 수입액이 HS코드 기준에 의한 것으로 전통 떡류 및 한과와 함께 쌀가공식품으로 쌀을 주재료로 한 과자류가 대부분이기 때문임
  - 특히 과자류의 경우 기타 쌀가공식품에 포함된 빵튀기 및 누룽지 등이 기타 쌀가공제품에 주로 해당하여 해석에 유의가 필요함

그림16) 떡·한과 유형별 수출액 및 수입액 비중

(단위 : 달러, %)



※ 수출입무역통계, 관세청

1) 떡 : 쌀가루의 것(HS코드 1901.90-9091), 한과 : 쌀과자(1905.90-1050)

2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

## 2) 전체 수출 규모

- 떡·한과 수출량 및 수출액은 매년 지속적으로 증가하고 있으며 떡류의 수출량 비중 증가가 두드러짐
  - 떡류의 수출량 비중은 2017년 86.4%에서 2021년 96.8%로 10.4% 증가, 수출액 비중은 2017년 70.3%에서 2021년 91.7%로 21.4%가 증가함

표62) 떡·한과 전체 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

	수출량					수출액				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
떡	6,008	8,326	11,068	16,997	19,903	16,032	24,524	34,313	53,763	65,853
	(86.4)	(91.6)	(95.3)	(95.0)	(96.8)	(70.3)	(78.4)	(86.0)	(89.9)	(91.7)
한과	942	765	549	886	648	6,770	6,775	5,584	6,054	5,968
	(13.6)	(8.4)	(4.7)	(5.0)	(3.2)	(29.7)	(21.6)	(14.0)	(10.1)	(8.3)
합계	6,950	9,090	11,616	17,883	20,551	22,802	31,299	39,897	59,817	71,821

※ 수출입무역통계, 관세청

1) 떡 : 쌀가루의 것(HS코드 1901.90-9091), 한과 : 쌀과자(1905.90-1050)

2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

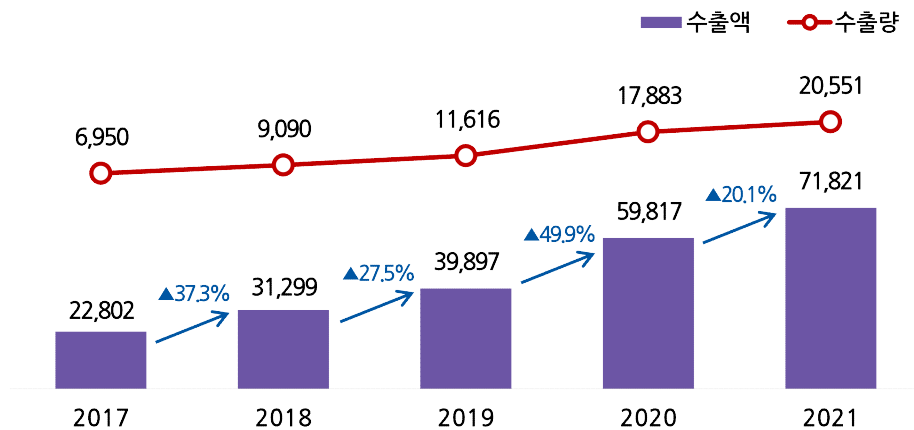
- 떡·한과 수출은 매년 가파르게 상승하고 있는 가운데 수출량 및 수출액 모두 2017년 대비 약 3배 이상 고속 성장 중임. 특히, 2019년 대비 2020년은 수출액은 49.9%, 수출량은 53.9%로 크게 성장함
  - 글로벌 쌀가공식품 시장에서 떡볶이를 중심으로 K-푸드 매운맛이 본격적으로 유행하고, 동시에 쌀가공식품 수출에 대한 정부의 적극적 정책 지원의 상호작용이 이루어낸 긍정적인 결과임



- 다만, 전통병과 시장의 급속한 시장 성장을 반영하고 수출 시장의 전략적 관리를 위해 떡과 한과의 생산소비 실적, 수출입 관련 지표의 정확한 도출이 필요함

그림17) 떡·한과 유형별 전체 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)



※ 수출입무역통계, 관세청

1) 떡 : 쌀가루의 것(HS코드 1901.90-9091), 한과 : 쌀과자(1905.90-1050)

2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

### 3) 전체 수입 규모

- 2021년 떡·한과 수입은 2017년 이후 등락을 보이며 수입량은 2017년 대비 증가, 수입액은 감소함
- 2021년 떡 수입량 비중은 6.4%인 반면 한과 수입량 비중은 93.6%로 나타남
  - 떡과 한과 각각의 수입 비중은 수출과 완전히 반대되는 양상을 보임

표63) 떡·한과 전체 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

	수입량					수입액				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
떡	185 (3.1)	316 (5.5)	212 (3.3)	303 (4.4)	403 (6.4)	2,085 (8.0)	1,579 (6.4)	809 (3.0)	536 (2.0)	877 (3.5)
한과	5,730 (96.9)	5,471 (94.5)	6,296 (96.7)	6,556 (95.6)	5,878 (93.6)	24,078 (92.0)	22,988 (93.6)	25,792 (97.0)	25,687 (98.0)	24,332 (96.5)
합계	5,915	5,787	6,508	6,859	6,281	26,163	24,567	26,601	26,223	25,209

※ 수출입무역통계, 관세청

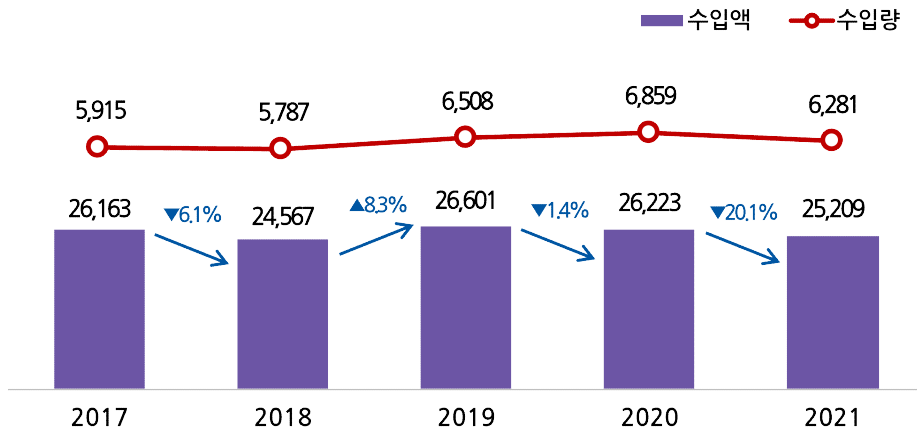
1) 떡 : 쌀가루의 것(HS코드 1901.90-9091), 한과 : 쌀과자(1905.90-1050)

2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

- 떡·한과 수입액 규모는 2019년 2,660만 달러에서 해마다 등락을 반복하다 2021년은 2,521만 달러로 감소함
- 수입량은 2017년 5,915톤에서 2020년 6,859톤까지 매년 증가했지만 2021년은 6,281톤으로 2017년 대비 감소함

그림18) 떡·한과 전체 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)



※ 수출입무역통계, 관세청

1) 떡 : 쌀가루의 컷(HS코드 1901.90-9091), 한과 : 쌀과자(1905.90-1050)

2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

### 3. 떡류 수출입 현황

- 2021년 기준 떡류 수출액은 6,585만 달러로 2020년 대비 22.5% 증가했으며, 수출량은 19,903톤으로 같은 기간 17.1%가 증가함
- 최근 5년간 떡류 수출 실적을 살펴보면 2017년 1,603만 달러에서 4,982만 달러가 늘어나 2021년 6,585만 달러를 달성함
  - 이는 2017년 대비 4배가 넘는 규모로 떡류 수출 시장은 정부정책 및 글로벌 수요와 맞물려 급속도로 성장하고 있음
- 수출량 추이를 살펴보면, 2017년 수출량 6,008톤에서 2021년 19,903톤으로 13,895톤이 증가했는데, 이는 2017년 수출량의 3배가 넘는 물량임

- 2017년에서 2021년까지, 수출액이 4배 이상 증가하는 동안 수출량은 3배가 증가한 이유는 단기간 폭발적으로 늘어난 시장 수요로 공급량이 부족했기 때문임
  - 이는 글로벌 쌀가공식품 시장 내 한국산 떡인 떡볶이의 가격가치가 상승했음을 방증함
- 2021년 떡 수입량은 403톤, 떡 수입액은 877만 달러로, 2017년 대비 떡 수입량이 117.0% 증가한 것에 반하여 동 기간 수입액은 57.9% 감소함
- 이는 한국산 떡의 위상이 상승함에 따라 외국산 쌀가공식품의 가치 하락을 의미함

표64) 떡류 수출 및 수입 규모

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	수출규모		수입규모	
	수출량	수출액	수입량	수입액
2017	6,008	16,032	185	2,085
2018	8,326	24,524	316	1,579
2019	11,068	34,313	212	809
2020	16,997	53,763	303	536
2021	19,903	65,853	403	877

※ 수출입무역통계, 관세청

1) 떡 : 쌀가루의 것(HS코드 1901.90-9091)

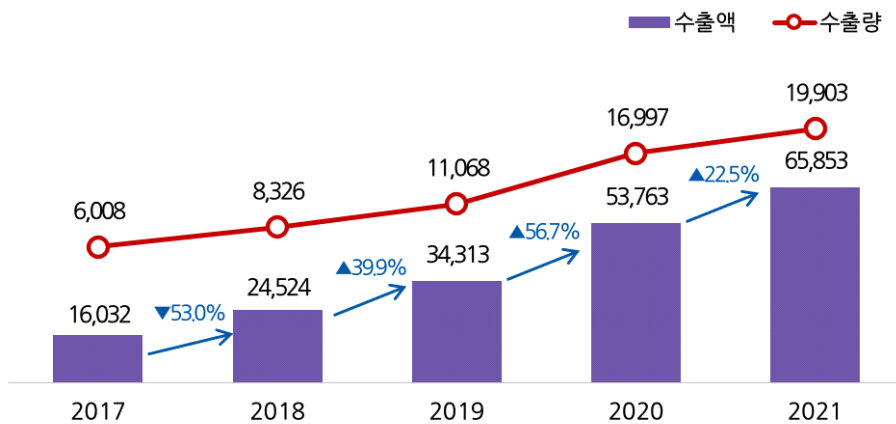
2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

- 수출액 규모는 2017년 이후 지속적으로 성장하고 있는데 2018년은 전년 대비 53.0%, 2019년은 39.9%, 2020년 56.7%로 수출 시장의 성장 속도가 매우 빠름

- 2021년 수출액은 6,585만 달러로 전년 대비 22.5%가 증가, 수출량은 19,903톤으로 같은 기간 17.1% 증가함
  - 떡류 수출 시장은 건강에 대한 관심으로 '쌀가공식품' 및 '떡볶이'의 인기와 함께 당분간 계속 성장할 것으로 전망함

그림19) 떡류 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)



※ 수출입무역통계, 관세청

1) 떡 : 쌀가루의 것(HS코드 1901.90-9091)

2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

- 2021년 국가별 수출규모를 살펴보면, 미국이 1,847만 달러, 6,050톤으로 1위, 다음으로 일본, 인도네시아, 베트남 순임 상위 4개국이 차지하는 수출 비중은 60.8%임
- 2021년 중국에 대한 떡류 수출액이 143만 달러로 10위권 밖으로 밀려난 점이 특징임

표65) 2021년 떡류 국가별 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

순위	국가	수출량	수출액	순위	국가	수출량	수출액
1	미국	6,050	18,470	11	중국	379	1,425
2	일본	2,609	10,982	12	대만	472	1,423
3	인도네시아	1,219	5,454	13	싱가포르	490	1,299
4	베트남	969	5,132	14	호주	412	1,289
5	네덜란드	1,061	3,049	15	러시아 연방	135	755
6	태국	1,108	2,426	16	영국	270	713
7	홍콩	1,087	2,368	17	사우디아라비아	90	614
8	필리핀	621	2,075	18	독일	177	484
9	말레이시아	762	2,056	19	이탈리아	289	469
10	캐나다	627	1,673	20	브라질	243	434

\* 수출입무역통계, 관세청

- 1) 쌀가루의 것 (HS코드 1901.90-9091)의 값이며, 2021년 수출액 기준으로 정렬함
- 2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림하여 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

- 각 국가별 수출 현황 흐름을 살펴보면 미국, 인도네시아, 네덜란드, 태국, 홍콩, 필리핀, 말레이시아 등 상위 9개국 대상 수출액이 2020년에 전년 대비 50% 이상 증가함

- 인도네시아의 경우 2019년 수출액 78만 달러에서 2020년 352만 달러로 전년 대비 348% 성장했는데, K-드라마 등을 통한 K-푸드 매운맛의 인기가 한국의 대표적 매운 간식인 '떡볶이'로 옮겨가면서 떡류의 수요가 전세계에서 폭발적으로 늘어남
- 일본은 2019년에 수출이 크게 증가 했는데 2018년 편의점을 중심으로 (주)영풍의 '요뽀끼'가 단맛을 더해 현지화에 성공하면서 떡볶이 HMR 상품이 수출되면서 젊은 층을 대상으로 판매가 크게 증가함
- 베트남은 국내 즉석떡볶이 프랜차이즈 '두끼'가 고급화된 떡볶이 전문 레스토랑을 런칭하면서 현지 시장에서 큰 인기를 얻으며 한국 떡볶이에 대한 수요가 급성장함

표66) 떡류 국가별 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

국가	수출량					수출액				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
미국	1,753	2,132	2,456	5,116	6,050	5,443	6,022	7,513	14,661	18,470
	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(34.0)	(24.6)	(21.9)	(27.3)	(28.0)
일본	452	1,396	1,986	2,360	2,609	1,245	6,364	9,102	10,562	10,982
	(25.8)	(65.5)	(80.9)	(46.1)	(43.1)	(7.8)	(26.0)	(26.5)	(19.6)	(16.7)
인도네시아	67	111	164	619	1,219	624	886	785	3,522	5,454
	(3.8)	(5.2)	(6.7)	(12.1)	(20.1)	(3.9)	(3.6)	(2.3)	(6.6)	(8.3)
베트남	306	378	640	703	969	1,261	1,724	2,549	2,861	5,132
	(17.5)	(17.7)	(26.1)	(13.7)	(16.0)	(7.9)	(7.0)	(7.4)	(5.3)	(7.8)
네덜란드	321	473	578	872	1,061	660	982	1,363	2,043	3,049
	(18.3)	(22.2)	(23.5)	(17.0)	(17.5)	(4.1)	(4.0)	(4.0)	(3.8)	(4.6)
태국	202	284	561	870	1,108	415	593	1,172	2,009	2,426
	(11.5)	(13.3)	(22.8)	(17.0)	(18.3)	(2.6)	(2.4)	(3.4)	(3.7)	(3.7)
홍콩	572	574	600	1,085	1,087	1,088	1,128	1,195	2,569	2,368
	(32.6)	(26.9)	(24.4)	(21.2)	(18.0)	(6.8)	(4.6)	(3.5)	(4.8)	(3.6)
필리핀	192	242	264	456	621	370	506	628	1,362	2,075
	(11.0)	(11.3)	(10.8)	(8.9)	(10.3)	(2.3)	(2.1)	(1.8)	(2.5)	(3.2)
말레이시아	178	277	433	627	762	474	650	1,210	1,805	2,056
	(10.2)	(13.0)	(17.6)	(12.3)	(12.6)	(3.0)	(2.7)	(3.5)	(3.4)	(3.1)
기타	1,966	2,461	3,387	4,289	4,417	4,452	5,669	8,796	12,369	13,841
	(112.2)	(115.4)	(137.9)	(83.8)	(73.0)	(27.8)	(23.1)	(25.6)	(23.0)	(21.0)
합계	6,008	8,326	11,068	16,997	19,903	16,032	24,524	34,313	53,763	65,853

\* 수출입무역통계, 관세청

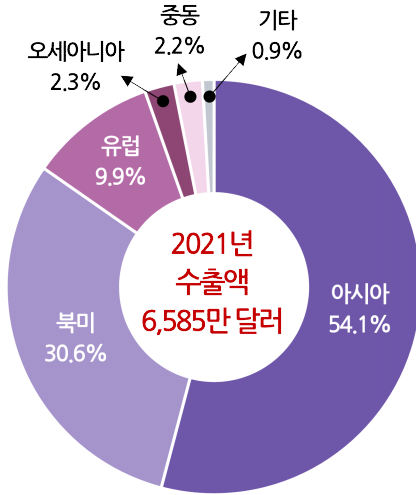
- 1) 쌀가루의 것 (HS코드 1901.90-9091)의 값이며, 2021년 수출액 기준으로 경렬함
- 2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림하여 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음



- 대륙 전반적으로 수출 규모가 크게 증가했으며 한국 음식에 대한 세계적인 열풍에 따른 영향으로 특히 2020년에 수출액이 급증한 특징을 보임
- 아시아 시장은 3,564만 달러로 시장 내 54.1%를 차지하고 있으며 다음으로 북미 시장 2,014만 달러로 30.6%를 차지하고 있음. 아시아와 북미 시장에 대한 수출 의존도가 84.7%로 나타남
- 중동 시장 2021년 수출액이 144만 달러로 2020년 대비 70.9% 증가하여 가장 빠른 시장 규모의 성장속도를 보임. 다음으로 유럽 시장 2021년 수출액이 651만 달러로 2020년 대비 51.9%가 증가했으며 아프리카 및 태평양 주변의 대양주에도 수출이 증가함
  - 떡류 시장 규모가 단기간 크게 성장함에 따라 떡류 및 한국 K-푸드에 대한 열기를 지속으로 유지하기 위해서는 제조업체, 수출업체에 대한 체계적인 지원 시스템 마련이 더욱 필요함
  - 특히, 다양한 식문화가 공존하고 있는 유럽 및 중동 시장에서의 시장 확대를 위해서 비건 인증뿐만 아니라, 할랄 (이슬람 식품인증)과 함께 유럽 식품시장의 25%를 차지하는 코셔(Kosher, 유대 식품인증)를 통한 인증확보가 필요함

그림20) 대륙별 떡류 수출 현황

(단위 : 천 달러)



구분	수출액(천 달러)
아시아	35,636
북미	20,143
유럽	6,506
오세아니아	1,546
중동	1,441
기타 (중남미, 아프리카, 대양주)	582

\* 수출입무역통계, 관세청

- 1) 쌀가루의 것 (HS코드 1901.90-9091)의 값이며, 2021년 수출액 기준으로 정렬함
- 2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림하여 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

표67) 떡류 대륙별 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)

국가	수출량					수출액				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
아시아	2,621	4,075	5,834	8,387	9,926	7,217	14,055	20,328	29,934	35,636
	(43.6)	(48.9)	(52.7)	(49.3)	(49.9)	(45.0)	(57.3)	(59.2)	(55.7)	(54.1)
북미	2,139	2,561	2,927	5,750	6,677	6,367	7,023	8,761	16,417	20,143
	(35.6)	(30.8)	(26.4)	(33.8)	(33.5)	(39.7)	(28.6)	(25.5)	(30.5)	(30.6)
유럽	762	1,092	1,541	1,816	2,263	1,413	2,190	3,307	4,282	6,506
	(12.7)	(13.1)	(13.9)	(10.7)	(11.4)	(8.8)	(8.9)	(9.6)	(8.0)	(9.9)
오세아니아	183	232	402	568	503	422	517	1,095	1,661	1,546
	(3.0)	(2.8)	(3.6)	(3.3)	(2.5)	(2.6)	(2.1)	(3.2)	(3.1)	(2.3)
중동	49	56	49	155	252	190	174	211	843	1,441
	(0.8)	(0.7)	(0.4)	(0.9)	(1.3)	(1.2)	(0.7)	(0.6)	(1.6)	(2.2)
중남미	247	301	303	310	266	408	550	577	594	531
	(4.1)	(3.6)	(2.7)	(1.8)	(1.3)	(2.5)	(2.2)	(1.7)	(1.1)	(0.8)
아프리카	0	0	2	2	7	0	1	10	9	29
	0.0	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	0.0	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)
대양주	7	7	10	9	9	14	15	23	23	22
	(0.1)	(0.1)	(0.1)	(0.1)	(0.0)	(0.1)	(0.1)	(0.1)	(0.0)	(0.0)
합계	6,008	8,326	11,068	16,997	19,903	16,032	24,524	34,313	53,763	65,853

\* 수출입무역통계, 관세청

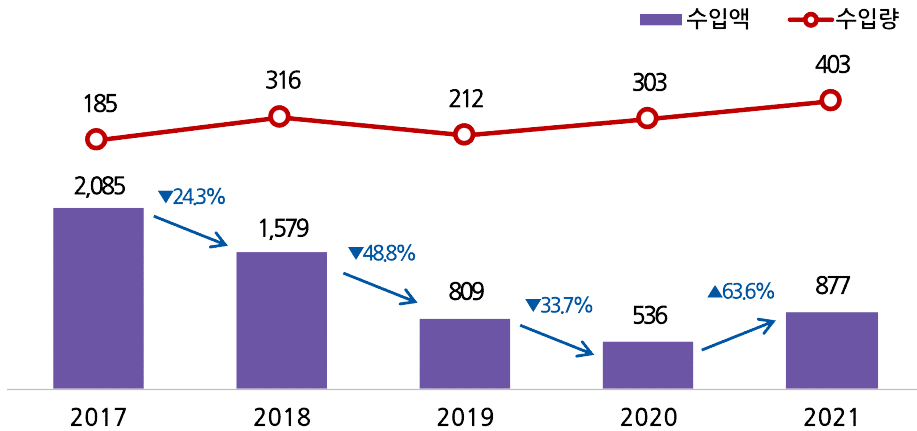
- 1) 쌀가루의 것 (HS코드 1901.90-9091)의 값이며, 2021년 수출액 기준으로 정렬함
- 2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림하여 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

○ 떡류 수입액은 2018년부터 2020년까지 수입액이 감소 후 2021년 소폭 증가함

- 이는 2017년 미국에서 수입하는 떡류의 수입액이 감소하면서 전체 수입액 감소에 영향을 끼친 것으로 보임. 2021년 떡류 수입액 및 수입량이 전년 대비 상승한 것은 일본과 중국에서 수입하는 물량이 약 2배 증가했기 때문이며, 이는 COVID-19로 인해 경색된 무역상황이 점차 해소되기 시작했기 때문으로 보임

그림21) 떡류 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)



※ 수출입무역통계, 관세청

1) 떡 : 쌀가루의 것(HS코드 1901.90-9091)

2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

#### 4. 쌀과자(한과 포함) 수출입 현황

- 한과 수출입에 대해서는 전술한 것과 같이 '한과'만 아니라 기타 쌀과자를 모두 포함한 것으로, 한과 시장만 분리하여 살피기 어려운 구조이며 한과보다는 쌀과자로서 해석해야 할 필요가 있음. 이는 「식품 및 식품첨가물 생산실적」에서도 마찬가지로 한과 시장의 해석에 유의가 필요하여 '쌀과자'로 기술함
- 쌀과자 수출입시장은 수출액 대비 수입액 규모가 4배 이상 큰 시장구조를 보이고 있음
- 2021년 쌀과자 수출액은 597만 달러로 2020년 대비 1.4% 감소하고 수출량은 648톤으로 2021년 대비 27.0% 감소함. 반면, 2021년 쌀과자 수입액은 2,433만 달러로 2020년 대비 5.3% 감소하고 수입량은 5,878톤으로 같은 기간 10.3% 감소함

표68) 쌀과자(한과 포함) 수출 및 수입 규모

(단위 : 톤, 천 달러)

구분	수출규모		수입규모	
	수출량	수출액	수입량	수입액
2017	942	6,770	5,730	24,078
2018	765	6,775	5,471	22,988
2019	549	5,584	6,296	25,792
2020	886	6,054	6,556	25,687
2021	648	5,968	5,878	24,332

※ 수출입무역통계, 관세청

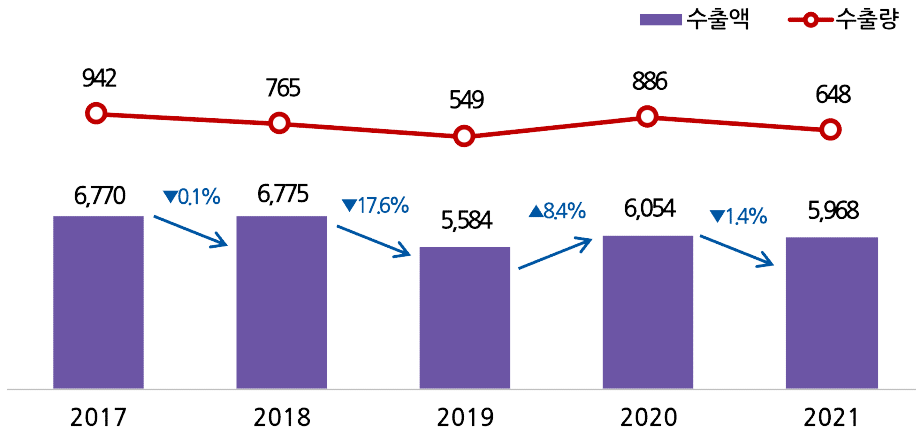
1) 한과 : 쌀과자(1905.90-1050)

2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

- 쌀과자 수출은 등락을 반복하며 2021년 수출액, 수출량 모두 2017년 대비 감소하고 있는 추세를 보이고 있음

그림22) 쌀과자(한과 포함) 수출 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)



※ 수출입무역통계, 관세청

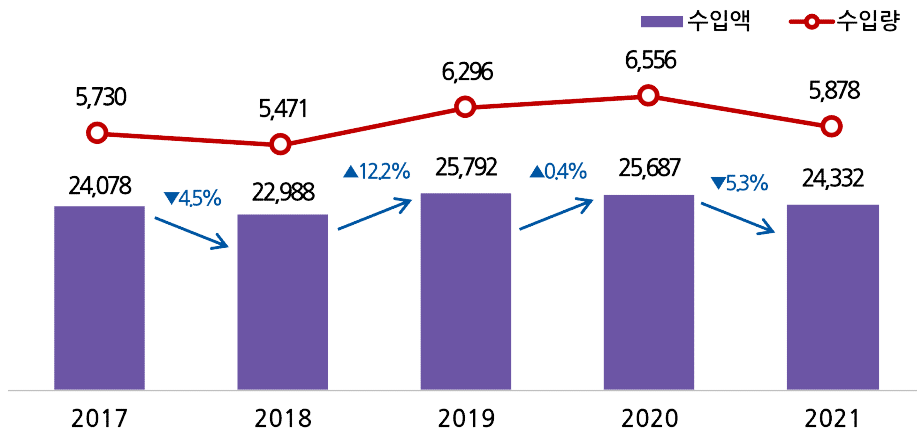
1) 한과 : 쌀과자(1905.90-1050)

2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음

- 쌀과자 수입은 2019년에서 2020년까지 소폭 증가했다가 2021년 수입액 2,433만 달러, 수입량 5,878톤으로 2017년과 비슷한 수준인 것으로 나타남

그림23) 쌀과자(한과 포함) 수입 현황

(단위 : 톤, 천 달러, %)



※ 수출입무역통계, 관세청

1) 한과 : 쌀과자(1905.90-1050)

2) 원천 자료 합계를 천 달러 단위로 반올림 계산, 합계 일의 자릿수에서 일부 오차 발생할 수 있음





# |제5장|

---

## 유통 및 판매 현황



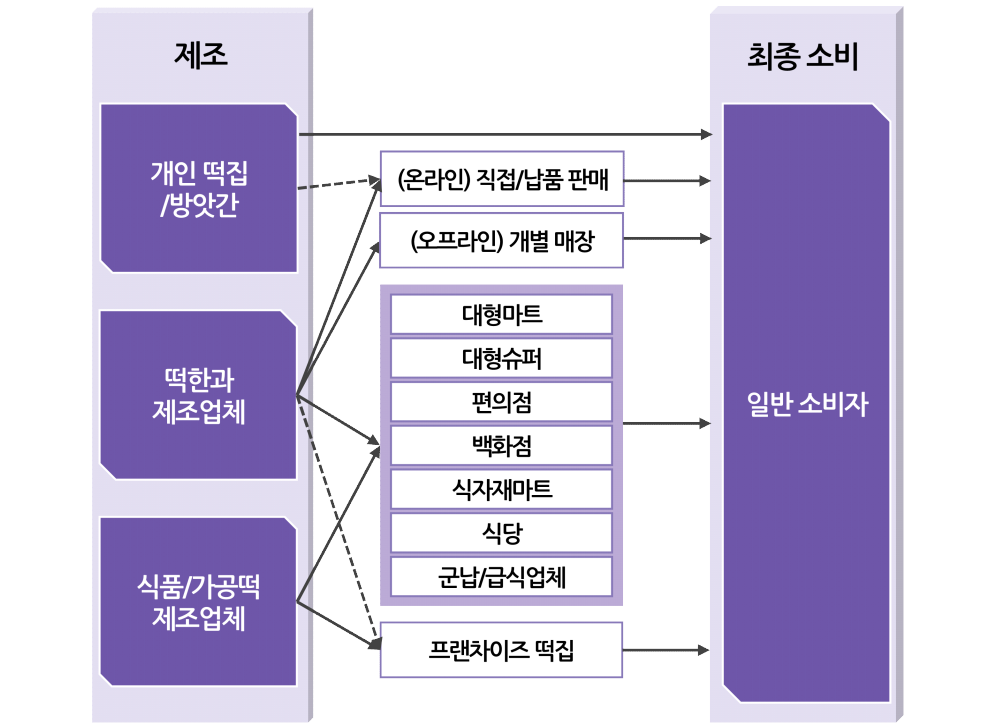
## 제1절 유통 동향

### 1. 유통 판매 구조

- 떡·한과류 유통 업체는 크게 개인 떡집/방앗간, 온라인/오프라인 떡·한과 판매 매장, 대형마트/백화점 등의 일반 매장과 프랜차이즈 떡집으로 크게 구분할 수 있음
- 재래 떡집/방앗간, (중소)떡/한과 제조업체, 식품 가공떡 제조업체 등이 떡·한과류를 제조 생산하여 온라인/오프라인 채널에서 직접 판매하거나, 여러 유통채널에 납품, 판매하고 있음. 그러나 판매 채널별 비중은 가공떡류 외에는 정확히 파악하기 어려워, 유통 구조를 중심으로 살펴봄
- 개인 떡집/방앗간 등은 전통 떡류만 생산하는 떡집도 있고, 전통 떡류와 한과를 함께 소량 생산, 판매하는 업체도 존재함
  - 일부 업체는 떡과 한과를 직접 제조하여 소비자에게 판매할 수 있는 즉석판매제조·가공업으로 영업신고를 하여 사업을 영위하고 있음
  - 특히, 과거에는 영업장 내에서만 판매가 가능했으나, 2014년 10월 30일 식품위생법 시행규칙이 개정되면서, 소비자가 요청할 경우 배달 판매도 가능해짐. 이에 따라 전통시장 내 위치한 개인 떡집/방앗간 등은 전화 주문, 온라인 인터넷 주문 판매가 가능해짐

- 프랜차이즈 떡·한과 판매업체는 개인 떡집/방앗간에서 생산하는 품목 외에도 전통 떡·한과를 현대적으로 재해석한 제품이나 케익류, 선물세트 등을 판매하고 있음
  - 다수의 프랜차이즈 가맹점을 보유하고 있어, 재래시장에 비해 판매 규모가 큰 특징이 있음. 대표적인 떡·한과 프랜차이즈 브랜드로 '빛은', '떡보의 하루' 등이 있음
- 한과는 식품제조업체에서는 거의 생산하고 있지 않으며, 한과를 전문적으로 생산하는 중소기업이 별도로 존재함
  - 전문 제조업체에서 생산된 한과는 직접 판매하기도 하지만, 프랜차이즈 떡집 등으로 납품하여 판매되기도 함

그림24) 국내 떡·한과 시장 유통 구조



\* 업계 전문가 인터뷰를 바탕으로 정리

- 식품 제조업체에서 생산하는 떡은 주로 대량 방식으로 생산되는 가공떡류(떡볶이떡, 떡국떡 등)로, 냉장·냉동떡, 건조떡, 즉석떡 형태로 유통되고 있음
  - 단순히 떡만 포장된 제품 외에도 소스류가 같이 포장된 제품도 많이 판매되고 있어 대형마트, 백화점, 대형슈퍼, 편의점 등 대형 소매 채널에서의 판매 비중이 높음

## 2. 주요 판매 채널 특징

### ○ 떡집/방앗간

제품 생산	- 백설기, 가래떡 등 인기 품목은 직접 제조, 그 외 품목 공장배송, 판매 - 제품 생산과 판매, 소비가 거의 동시에 이루어짐 - 소품종 소량생산, 생산 즉시 소비(판매) 특징
판매 특징	- 주변 단골손님들과의 거래, 관계를 통한 1:1 유통 라인 형성 - 주인의 기술, 전통, 노하우 중요, 단골 고객에 대한 응대 빠름
채널 전망	- 방앗간은 도시에서는 사라지는 추세 - 이전 수준의 동네 떡집 채널에 대한 전망은 부정적, - 빵집, 디저트 카페 등 선진화된, 높은 수준의 경쟁자 다수 존재

○ 마트, 백화점 입점 떡·한과 매장

<p><b>제품 생산</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주로 공장, 생산업체의 대량 생산 제품 취급</li> <li>- 공장에서 제조, 납품, 매장에서 판매 방식으로 영업</li> </ul>
<p><b>판매 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 타 채널 대비 가격 측면 우위, 당일 새벽 납품받은 신선한 제품 제공 가능</li> <li>- 백화점, 마트 등 입점 업체의 신뢰감, 유동인구 확보로 판매 용이</li> <li>- 대부분 지하 1층 등 타 디저트 카페, 커피숍 등과 경쟁 중</li> </ul>
<p><b>채널 전망</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자 트렌드, 기대 수준에 맞는 제품, 서비스 노력 중요</li> <li>- 식품 안전성, 건강 고려 등 강조와 포장 용기, 디자인 민감</li> <li>- 백화점, 마트 내 타 디저트 업체들과 경쟁 치열</li> <li>- 떡을 활용한 다양한 가공식품, 퓨전 간식 등 출시로 시장 확대 가능</li> </ul>

○ 프랜차이즈 떡·한과 전문 매장

<p><b>제품 생산</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 자신들만의 특별한 제품 출시 노력</li> <li>- 공장에서 제조하여 새벽 배송, 매장에서 판매하는 방식</li> </ul>
<p><b>판매 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 음료와 함께 추가 메뉴로 제공 다수(음료 판매의 부속품)</li> <li>- 본사의 전문적인 특색있는 제품 제공 가능</li> <li>- 본사의 마케팅, 홍보 활동으로 매장 영업 지원</li> <li>- 전문성에 대한 신뢰감 존재, 가격 경쟁력 다소 약함</li> </ul>
<p><b>채널 전망</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 제과, 제빵 업체와 같은 유통 구조로 성장은 시간이 걸릴 듯</li> <li>- 제과/제빵 업계는 전문교육기관을 통한 인재 양성, 전문인력 확보 지속</li> <li>- 반면, 떡·한과 업계는 여전히 영세한 소수 장인, 중소기업 중심</li> <li>- 제과/제빵 대비 시장의 기본 인프라 구축 미비</li> </ul>

## ○ 떡·한과 생산/판매 기업

<b>제품 생산</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 간식용(날개포장) 떡 생산, 증가 추세</li> <li>- 떡, 약과 등 종류별 중소 개별 공장 다수</li> </ul>
<b>판매 특징</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중소 떡·한과 생산 기업들은 대량 납품처 확보 노력 지속 중</li> <li>- 시장 성장에 따라 대기업들의 시장 확대, 제품 개발 노력</li> </ul>
<b>채널 전망</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내외 떡·한과 시장 성장의 최대 수혜자</li> <li>- 떡볶이 떡 이외에 식사, 간식대용식 떡 제품 개발 중</li> <li>- CJ, 풀무원 등 대기업 연구 개발 지속</li> </ul>

## 제2절 소매시장 규모

### 1. 소매시장 규모

- 소매시장 규모는 식품산업통계정보의 품목별 소매점 매출액 데이터<sup>60)</sup>를 활용하였으며, 2017년부터 2021년까지 상·하반기를 구분하여 집계됨. 본 보고서에서는 채널별, 제조사별, 브랜드별 데이터를 활용하여 전체 떡 소매시장 규모 및 채널별, 제조사별 소매시장을 살펴봄
  - 한과 시장에 대한 소매시장 규모는 과자류 내 포함, 파악이 어려워서 제외함
- 가정용 소매시장 자료는 떡볶이떡, 떡국떡 및 떡류로 세분되나, 떡류 내 제품 구분은 확인이 어려우나 시중의 판매 제품을 살펴볼 때 대부분 냉동 송편인 경단류로 예상됨
- 떡류 소매시장 규모는 2017년 이후 2020년까지 계속 성장하다가 2021년 1,565억 원으로 2020년 대비 9.6% 감소함
  - 2020년까지의 소매시장의 성장은 COVID-19로 인해 가정 내 식사 대용식품이 늘어난 시기와 맞물리고 있으며 특히 이 기간은 '떡볶이떡' 제품 판매가 집중적으로 늘어난 시기임
  - 특히, 국물떡볶이 제품이 인기를 끌며 가정 내 밀키트 형식의 직접 조리제품과 HMR 형식의 용기형 떡볶이떡(제품유형 떡류)을 중심으로 판매됨

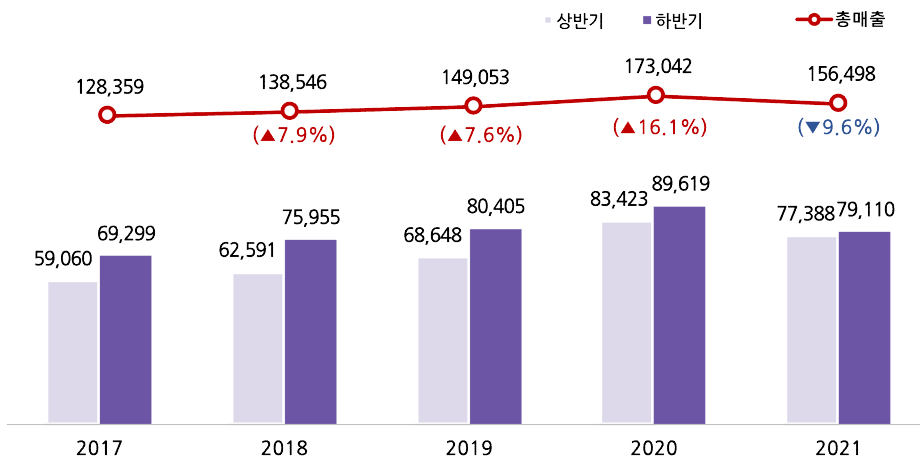
60) [www.atfis.or.kr](http://www.atfis.or.kr), 닐슨(Nilsen) 소매점 매출액



- 2021년 소매시장 규모 감소는 사회적 거리두기 완화에 따라 사회활동이 재개되면서 집에서 끼니를 해결하는 수요가 일부 외식으로 전환되며 나타난 결과로 보여짐

그림25) 떡류 소매시장 규모

(단위 : 백만 원)



\* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액 / 닐슨(Nilsen) 소매점 매출액

1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자리수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

## 1) 제조사별 소매시장 규모

○ 2021년 떡류 제조사별 매출액은 풀무원 26.9%, 스토아브랜드<sup>61)</sup> 16.1%, 미정 12.8%, 칠갑농산 10.7%, 송학식품 5.6% 순으로 나타남

- 풀무원 26.9%의 매출은 사실상 풀무원 납품 협력업체인 '덕산식품'의 매출임
- 미정의 매출액은 'CJ제일제당 즐거운동행 미정당'과 별도의 매출임을 고려하면 미정의 매출은 총 18.1%로 수준으로 보는 것이 타당함

61) 대형마트, 편의점 등의 PB(Private Brand)

표69) 제조사별 소매시장 규모

(단위 : 백만 원, %)

구분	2019년			2020년			2021년		
	전체	상반기	하반기	전체	상반기	하반기	전체	상반기	하반기
전체	149,053 (100.0)	68,648 (100.0)	80,405 (100.0)	173,042 (100.0)	83,423 (100.0)	89,619 (100.0)	156,498 (100.0)	77,388 (100.0)	79,110 (100.0)
풀무원	44,095 (29.6)	21,110 (30.8)	22,985 (28.6)	48,157 (27.8)	22,478 (26.9)	25,679 (28.7)	42,098 (26.9)	21,244 (27.5)	20,854 (26.4)
스토아 브랜드	21,430 (14.4)	8,423 (12.3)	13,007 (16.2)	26,721 (15.4)	13,451 (16.1)	13,270 (14.8)	25,146 (16.1)	11,924 (15.4)	13,222 (16.7)
미정	12,094 (8.1)	5,142 (7.5)	6,952 (8.6)	19,834 (11.5)	7,865 (9.4)	11,969 (13.4)	20,007 (12.8)	9,868 (12.8)	10,139 (12.8)
칠갑농산	17,156 (11.5)	8,060 (11.7)	9,096 (11.3)	19,064 (11.0)	9,467 (11.3)	9,597 (10.7)	16,691 (10.7)	8,034 (10.4)	8,657 (10.9)
송학식품	10,236 (6.9)	4,688 (6.8)	5,548 (6.9)	10,963 (6.3)	5,484 (6.6)	5,479 (6.1)	8,764 (5.6)	4,253 (5.5)	4,511 (5.7)
CJ 제일제당	10,637 (7.1)	5,692 (8.3)	4,945 (6.2)	11,182 (6.5)	6,425 (7.7)	4,757 (5.3)	7,444 (4.8)	3,614 (4.7)	3,830 (4.8)
세진식품	9,407 (6.3)	4,912 (7.2)	4,495 (5.6)	5,883 (3.4)	3,769 (4.5)	2,114 (2.4)	1,568 (1.0)	810 (1.0)	758 (1.0)
Etc	23,997 (16.1)	10,622 (15.5)	13,375 (16.6)	31,238 (18.1)	14,484 (17.4)	16,754 (18.7)	34,780 (22.2)	17,640 (22.8)	17,140 (21.7)

\* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액 / 닐슨(Nilsen) 소매점 매출액

1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

## 2) 유형별 소매시장 규모

- 2021년 식품공전 상 가래떡 유형으로 살펴보면, 떡볶이떡이 1,121억 원 규모로 71.6%를 차지하고, 다음으로 떡국떡이 365억 원으로 23.3%, 그 외 다른 떡류가 79억 원으로 5.0%를 차지함
  - 떡볶이떡은 대부분 냉장 제품의 밀키트 형태 또는 컵라면, 컵밥처럼 가볍게 전자레인지에 데워 먹을 수 있는 간편 조리식 형태로 판매되고 있으나, 제품 유형이 '기타 가공품'이 아닌 '떡류'로 대부분 판매하고 있음

표70) 제품 유형별 소매시장 규모

(단위 : 백만 원, %)

구분	2019년			2020년			2021년		
	전체	상반기	하반기	전체	상반기	하반기	전체	상반기	하반기
전체	149,053 (100.0)	68,648 (100.0)	80,405 (100.0)	173,042 (100.0)	83,423 (100.0)	89,619 (100.0)	156,498 (100.0)	77,388 (100.0)	79,110 (100.0)
떡볶이떡	107,276 (72.0)	48,864 (71.2)	58,412 (72.6)	125,621 (72.6)	60,861 (73.0)	64,760 (72.3)	112,109 (71.6)	55,797 (72.1)	56,312 (71.2)
떡국떡	32,801 (22.0)	15,289 (22.3)	17,512 (21.8)	38,445 (22.2)	18,260 (21.9)	20,185 (22.5)	36,536 (23.3)	17,761 (23.0)	18,775 (23.7)
떡류	8,976 (6.0)	4,495 (6.5)	4,481 (5.6)	8,976 (5.2)	4,302 (5.2)	4,674 (5.2)	7,854 (5.0)	3,831 (5.0)	4,023 (5.1)

\* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액 / 닐슨(Nilsen) 소매점 매출액

1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

### 3) 판매 채널별 소매시장 규모

- 2021년 떡류 소매시장 매출액은 할인점이 452억 원으로 28.9%, 체인슈퍼가 429억 원으로 27.4%, 독립슈퍼가 315억 원으로 20.2%, 편의점이 269억 원으로 17.2%의 비중을 차지하고 있음
  - 시기적으로 살펴보면 2020년에 가정에서 가까운 체인슈퍼 비중이 27.4%로 2020년 매출 비중 1위를 차지하였으며 이후 2021년에는 거리두기 완화로 사회활동이 증가하면서 할인점이 28.9% 비중으로 1위임
  - 편의점은 외부 활동이 위축되었던 시기인 2019년 이후로 매출 비중은 지속적으로 감소하여 2021년 매출 비중이 17.2%임

표71) 판매 채널별 소매시장 규모

(단위 : 백만 원, %)

구분	2019년			2020년			2021년		
	전체	상반기	하반기	전체	상반기	하반기	전체	상반기	하반기
전체	149,053 (100.0)	68,648 (100.0)	80,405 (100.0)	173,042 (100.0)	83,423 (100.0)	89,619 (100.0)	156,498 (100.0)	77,388 (100.0)	79,110 (100.0)
할인점	38,990 (26.2)	18,318 (26.7)	20,672 (25.7)	45,743 (26.4)	21,086 (25.3)	24,657 (27.5)	45,281 (28.9)	22,279 (28.8)	23,002 (29.1)
체인슈퍼	36,746 (24.7)	16,651 (24.3)	20,095 (25.0)	47,402 (27.4)	22,517 (27.0)	24,885 (27.8)	42,884 (27.4)	20,800 (26.9)	22,084 (27.9)
독립슈퍼	31,698 (21.3)	15,302 (22.3)	16,396 (20.4)	36,200 (20.9)	17,494 (21.0)	18,706 (20.9)	31,538 (20.2)	15,220 (19.7)	16,318 (20.6)
편의점	30,221 (20.3)	12,756 (18.6)	17,465 (21.7)	62,031 (35.8)	16,586 (19.9)	15,445 (17.2)	26,945 (17.2)	14,244 (18.4)	12,701 (16.1)
일반식품점	11,398 (7.6)	5,620 (8.2)	5,778 (7.2)	11,664 (6.7)	5,739 (6.9)	5,925 (6.6)	9,852 (6.3)	4,846 (6.3)	5,006 (6.3)

\* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액 / 닐슨(Nilsen) 소매점 매출액

1) 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림하였기 때문에 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음

## |제6장|

---

# 소비자 동향 및 트렌드 분석



## 제1절 조사 개요

### 1. 빅데이터 조사 개요

- 빅데이터 분석은 네이버 검색량을 기반으로 진행함
  - 네이버는 국내 대표 온라인 검색 포털 사이트이며, 누구나 자료 분석이 가능함
  - 데이터 수집 기간은 2021년 10월 6일 ~ 2022년 10월 6일 (1년간)임
  - 데이터 소스는 딱한과 기준 네이버 웹문서(1,500건), 블로그(1,001건), 뉴스(774건), 카페(460건), 지식인(991건), 학술정보 전체(1,010건), 네이버 트렌드, 네이버 데이터랩 등을 사용함
  - 분석 방법은 워드 클라우드 분석(Word Cloud), 검색어 트렌드, 구조방정식 모델링(Structural Equation Modeling)임
  - 분석 과정은 다음과 같음

구분	항목	세부 내용
1단계	데이터 수집	(관련 키워드 포함) 연관 검색어, 검색량 정보 수집(전체) -->
2단계	데이터 정제/언어 처리	수집된 데이터에 불필요한 요소들을 제거 --> 비정형 데이터 정형화 작업 --> 정제된 데이터 확보 -->
3단계	데이터 정형화 및 분석	정제된 데이터를 재정형화 --> 결과물 도출 --> 분석 및 보고서

## 2. 소비자 조사 개요

### 1) 조사 목적

- 온라인 소비자 조사는 떡류 및 한과 제품 소비행태 분석을 위해 시중에 판매 중인 떡류 및 한과를 구분하여 구입 및 이용, 인식 태도를 분석함

### 2) 조사 설계

- 최근 1년 내 떡 또는 한과 제품 구입 경험이 있는 서울/수도권 및 5대 광역시 및 직할 시/군/구 거주하는 20세 이상 성인 남녀 소비자를 대상으로 2022년 11월 18일 ~ 11월 23일(6일간) 온라인 조사로 진행함



### 3) 응답자 특성

표72) 소비자 온라인 조사 응답자 특성

구분		사례수(명)	비중(%)
전체		500	100.0
성별	남성	102	20.4
	여성	398	79.6
연령	20대	90	18.0
	30대	89	17.8
	40대	110	22.0
	50대	117	23.4
	60대	94	18.8
성별 * 연령	남성 20대	19	3.8
	남성 30대	20	4.0
	남성 40대	22	4.4
	남성 50대	21	4.2
	남성 60대	20	4.0
	여성 20대	71	14.2
	여성 30대	69	13.8
	여성 40대	88	17.6
	여성 50대	96	19.2
	여성 60대	74	14.8
결혼 여부	미혼	151	30.2
	기혼	349	69.8

\* 주요 소매 유통채널 떡·한과 제조사의 마케팅 대상은 여성이며(자문위원), 떡·한과에 대한 검색도 여성의 비율이 높아 성별 비중을 여성 : 남성 = 8 : 2 비중으로 설문조사를 실시함

(‘떡·한과’ 클릭량 비율 = 여성 83% : 남성 17%, 출처 : 네이버 datalab, 2021.10.06.~2022.10.06.)

## 제2절 국내 시장 동향 분석

### 1. 시장 동향

#### 1) 현재 시장 현황

- COVID-19 이전 떡·한과 시장은 명절이나 행사가 있을 때 주로 소비되거나 서구형 디저트로 인해 대량 주문·생산·소비가 감소하는 추세였음
- 그러나 COVID-19 이후 발전된 유통기술과 다각화된 유통경로를 토대로 더욱 다양해지고 세분화되어 시장 성장의 기회가 됨
  - 과거 집근처 동네 방앗간, 떡집 등에서 구입했던 떡·한과는 기업의 생산, 물류 시스템 발전, 냉장·냉동의 택배 배송 시스템 등장, 온라인 주문 시스템 체계화로 원거리 판로가 개척되어 수출 시장도 크게 성장함
  - 최근 전국 각지의 유명한 전통 떡·한과를 온라인 주문 후 빠르게 배송받아 즐길 수 있게 되었음. 또한, 떡 수출의 장애 요인이었던 유통기한 문제를 확대된 유통기한, 냉동유통 등으로 해결하여 전 세계 수출이 확대됨
- 또한, 소비자들의 떡·한과에 대한 인식 변화로 떡·한과는 새로운 식재료와 함께 퓨전 식품으로 발전해 젊은 세대와 전 세계로 소비 시장이 확대되고 있음
  - 건강에 관심이 많고 설탕, 기름 등이 많이 함유된 기성 간식 제품에 식상함을 느꼈던 소비자들은 떡·한과에 주목함

- 젊은 세대의 전통식품에 대한 관심이 증가하여 '약켓팅(약과 티켓팅)<sup>62)63)</sup>'이라는 신조어가 생겨남. 이에 떡·한과 제조업체는 젊은층의 입맛을 잡기 위한 치즈떡, 티라미슈떡, 우유백설기 등의 새로운 떡들을 출시함. 또한, 레트로 감성의 떡 카페의 등장, 빵 대신 떡·한과를 판매하는 곳이 증가함

## 2) 시장 트렌드

### ○ 건강에 대한 관심 증대

- 쌀을 이용한 가공식품인 떡과 한과는 밀 가공식품보다 안전하고 몸에 이로운 영양이 풍부하다고 인식하기 때문에 쌀로 만든 떡이 건강한 웰빙식품, 글루텐 프리(Gluten-free) 식품으로 각광받고 있음. 떡은 한 끼 식사로 충분한 영양적 가치가 인정되고 건강과 영양을 고려하는 소비자들의 욕구를 충족시키는 식품임

### ○ 구입/취식 편리함 추구

- 전 세계적으로 1인 가구 및 COVID-19 이후 집에서 식사하는 빈도 증가로 간편하게 끼니를 해결할 수 있는 제품에 대한 관심과 소비가 급증함. 소포장 제품, 보관과 휴대가 간편한 상품이 인기 있으며 특히, 구입, 배송, 취식 및 보관이 용이한 떡 제품에 대한 수요가 증가함. 떡은 가정에서 전자레인지, 에어프라이어 등으로 데워서 바로 취식할 수 있는 완성형 제품인 점에서 장점임. 냉장, 냉동 배달이 확대됨에 따라 지역의 유명 떡집의 판매 범위가 확장되고 전국 맛집으로 성장함

62) 2022.09.10. "약과에 빠졌어요"...'약켓팅'·'폼질' 대란' 약과의 재발견, YTN 뉴스

63) 본 보고서 124쪽 참고

### ○ 새로운 디저트 문화 확산

- 카페의 발전과 함께 식후 디저트를 즐기는 문화가 정착하면서 떡·한과를 디저트로 취급하는 점포가 늘어나고 있음. 젊은 세대의 취향과 입맛에 맞추어 찰떡머핀, 큐티백설기, 딸기크림치즈떡, 우유설기, 커피과자설기, 옥수수크림치즈떡 등 새로운 입맛과 취향에 맞춰 신제품이 개발됨. 또한 레트로와 할메니얼(할머니+밀레니얼) 트렌드로 전통 간식에도 관심이 많아져 전통 약과와 모타카 등 한과류 판매도 증가함

### 3) 향후 시장 전망

- 최근 국내 쌀가격은 하락했으나 전체적인 물가, 물류비용 및 환율 상승 등으로 기타 원재료 비용이 상승해 떡·한과 관련 다수의 중소기업, 떡·한과 운영업체들이 어려움에 처해 있음. 그러나 과거 대비 떡·한과 시장은 성장세를 나타내고 있고, 과거 대표 전통 음식으로서 떡·한과의 위상과 시장 규모를 회복하는 데 시간이 필요하지만 떡·한과 시장은 지속 성장할 것으로 업계 전문가들은 전망함
- 핵가족화, 1인 가구의 증가, 서구식 식습관 확산 이후로 가공용 쌀 제품들은 전체적으로 수요가 확대되면서 그 생산량과 소비량이 지속적으로 증가함. 특히, 떡의 경우 HMR 제품 증가, 식사 대용, 간식 대용 등으로 시장이 확대되어 가고 있으며, 한과의 경우 유밀과(약과류)와 빵튀기는 다양한 신제품들이 출시되면서, 여러 유통채널로 시장 확대가 이루어지고 있음

- 특히, 요즘 젊은 세대가 많이 찾는 음식과의 접점을 찾고, 커피와 떡, 약과와 아이스크림 등의 조합을 찾아내 판매 중인 업체도 있으며, 한류의 영향으로 해외에서의 관심이 고조되면서 떡·한과 제품의 수출도 현재보다 증가할 것으로 예상됨
- 이러한 업계 전문가들이 긍정적으로 시장을 전망하는 이유는 떡은 밀가루가 아닌 쌀과 천연재료를 이용하여 만든 식품이라는 인식이 강해 인공 향료, 글루텐 등에 대한 걱정을 상대적으로 덜하게 되기 때문임. 또한, 소득이 증가할수록 건강과 안전에 대한 의식이 높아지게 되는데, 떡은 이에 부합하는 건강한 이미지를 보유하고 있기도 함

## 2. 온라인 빅데이터 분석

### 1) 관련 검색량 분석

- 2021년 10월 6일부터 2022년 10월 6일까지 지난 1년간 네이버에서 검색된 '떡한과' 관련 검색량 추이는 2021년 1월 24일 '약초 한과, 곳감, 떡 명절 전통 음식의 변신' 관련 뉴스(KBS)가 최근 1년간 가장 많은 검색량을 기록하였음. 그 외, 2022년 추석 맞이 '송편, 한과, 찰떡세트 다양한 가격대로 소비자 선택 폭 확대' 뉴스(매일경제)도 높은 검색, 노출량을 기록하였으며, 떡과 관련된 뉴스는 최근 1년 간 일정 수준의 검색량을 유지하고 있음
- 네이버 쇼핑인사이트 기준, 떡한과 관련 검색 주체는 성별로는 여성 84%, 남성 16%로 여성 소비자의 검색 비율이 높게 나타나고 있으며, 연령별로는 30대 > 40대, 검색 기기는 모바일 83%, PC 17% 등으로 나타남

그림26) 떡·한과 관련 검색량 추이

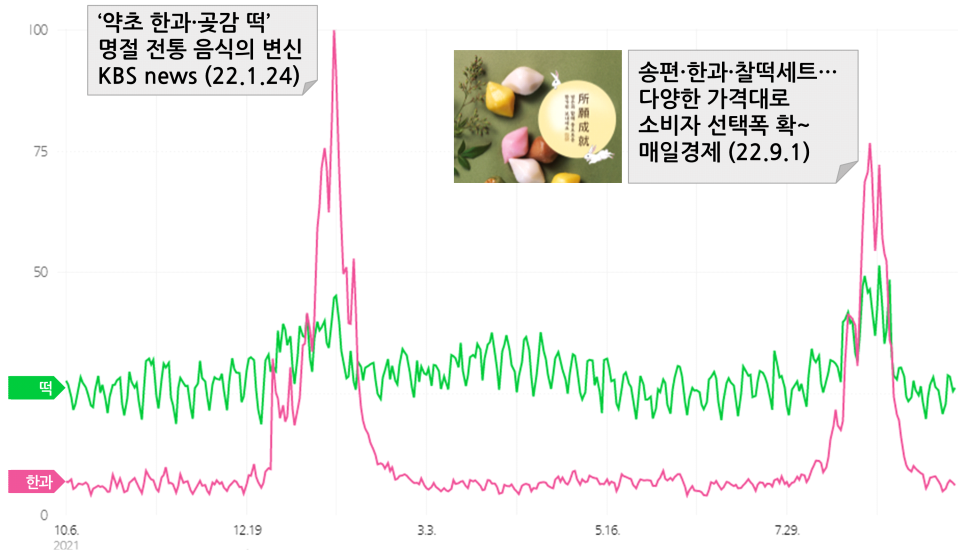




그림28) 2022년 떡 검색 키워드

떡 종류

떡볶이, 쭈찐쌀떡, 설기떡, 가래떡, 오메기떡,  
밀떡, 떡케이크,

전국 유명 떡집/떡 관련 업체

송림병떡집, 오복떡집, 엽기떡볶이,  
두끼떡볶이, 엽떡

떡 관련 방송/방송인

생방송 내고향, 오늘저녁, 백종원,  
서민갑부, 이영자, 편스토랑





그림30) 2022년 한과 검색 키워드

명절 선물

선물, 명절,  
구매, 한과선물세트, 추석, 선물세트

지역 특산 전통 한과

장인한과, 충주사과한과, 전통, 전문,  
서산옛날생강한과, 파지약과, 수제한과

온라인 주문

온라인, 판매, 추천, 택배, 택배,

#### 4) 2022년 핵심 키워드

- 네이버 데이터랩 쇼핑인사이트 클릭·검색어 노출 상위 100개 순위 검색어, 자문단 심층 면접, 소비자 정량 조사결과를 종합 분석하여, 2022년 떡한과 시장 제품별 핵심 키워드를 선정하였음

표73) 떡 100대 검색 제품 (Naver datalab)<sup>64)</sup>

1	떡	21	창억떡 호박인절미	41	호박인절미	61	굳지않는 떡	81	떡선물세트
2	기정떡	22	아리울떡공방	42	오복떡본가 썩인절미썩떡	62	수리취떡	82	약식
3	삼초창억떡	23	썩개떡	43	흑임자인절미	63	현미떡	83	시루떡
4	송편	24	청년떡집	44	백설기	64	카스테라인절미	84	떡미당
5	참쌀떡	25	가래떡	45	떡케익	65	오메기떡 아이스크림	85	술떡
6	떡케이크	26	백년화편	46	망개떡	66	개별포장떡	86	돌떡
7	창억떡	27	창억떡베스트	47	현미가래떡	67	정선수리취떡	87	개업떡
8	잔기지떡	28	영양찰떡	48	청년떡집 찐우유떡	68	이대명과	88	모시잎송편
9	오메기떡	29	백일떡	49	시루조아	69	송편만들기	89	식사대용떡
10	썩떡	30	우유떡	50	송편만들기키트	70	떡국떡	90	다이어트떡
11	모시송편	31	모시떡	51	꿀떡	71	오복시루	91	떡케익
12	인절미	32	앙금플라워 떡케이크	52	감자떡	72	바람떡	92	석미향
13	썩인절미	33	키리모찌	53	물방울떡	73	찰떡	93	모시잎송편 모시송편
14	답례떡	34	떡보의하루	54	이낙근참쌀떡	74	아침대용떡	94	곤약떡
15	앙꼬절편	35	밥알찰쌀떡	55	꿀떡백설기	75	호떡	95	송편키트
16	약밥	36	피코크호떡	56	치즈떡	76	보리떡	96	송편개별포장 찐송편
17	영양떡	37	아리울떡	57	다복술떡	77	착한떡	97	영광모시떡
18	떡함지	38	소떡소떡	58	백년화편 밥알찰쌀떡	78	영의정인절미	98	앙금절편
19	찐우유떡	39	떡보의하루 떡케이크	59	왕참쌀떡	79	썩설기	99	제주해풍썩떡 인절미
20	제주오메기떡	40	영광모시송편	60	절편	80	두텁떡	100	광양기정떡

64) '떡'으로 검색되어 나온 연관 검색어로 실제 떡뿐만 아니라 떡과 함께 검색된 키워드가 같이 제시되어 있음

표74) 한과 100대 검색 제품 (Naver datalab)<sup>65)</sup>

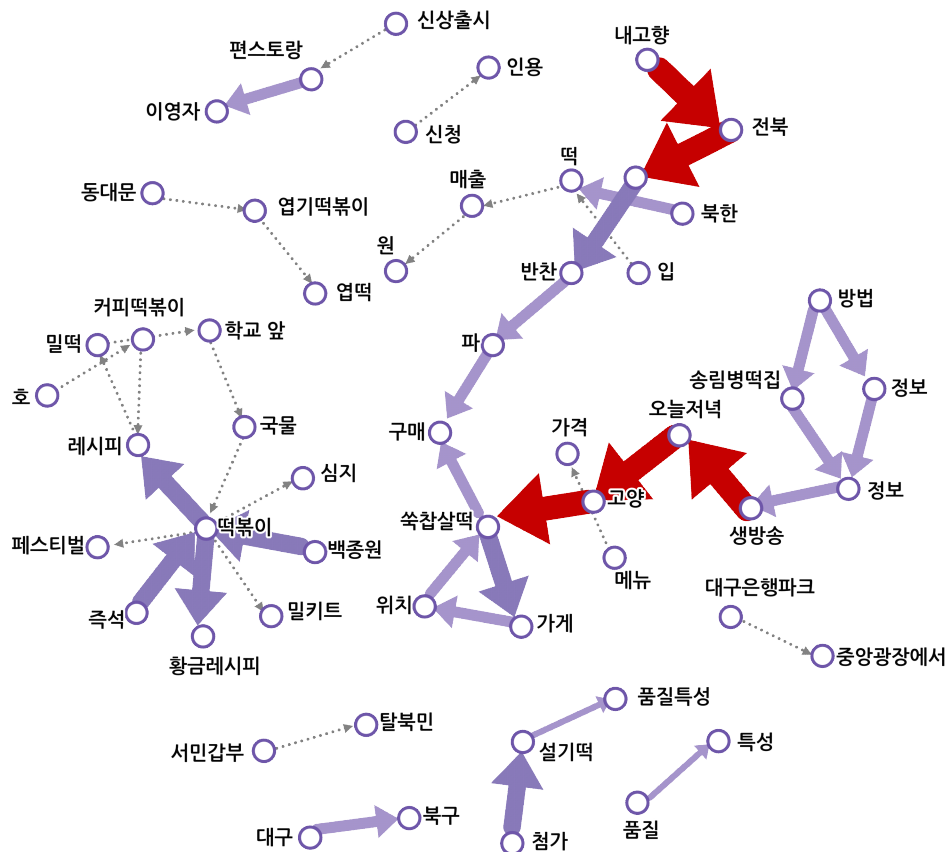
1	도라지정과	21	페스츄리약과	41	교동한과	61	정과	81	타래과
2	약과	22	초례청약과	42	한과선물	62	개성약과	82	버들골
3	한과	23	찰쌀유과	43	건영당 도라지정과 상견례	63	건영당 도라지정과	83	건영당
4	장인약과	24	옛소담 찰쌀손약과	44	호경가약과	64	교동약과	84	남매정과 공고물 도라지정과
5	장인한과	25	미세스도라지 한입국산 도라지정과	45	약과맛집	65	호박약과	85	호경가
6	버들골약과	26	찰쌀약과	46	명절선물	66	건영당상견례 선물답례품	86	미세스도라지 국산 도라지정과
7	수제약과	27	부모님추석선물	47	제주굴향과즐	67	삼립미니약과	87	별미담장인약과
8	한과선물세트	28	미니꿀약과	48	굴향과즐	68	하호맘과즐	88	감굴과즐
9	유한고려 인삼도라지	29	정과세트	49	청초한잔 도라지정과	69	우리밀약과	89	강릉명일한과
10	한과세트	30	금굴정과	50	꿀타래	70	도라지정과선물	90	국산도라지정과 상견례선물
11	미니약과	31	어반약과	51	추석선물세트	71	손찰쌀약과	91	모약과
12	상견례선물	32	제주과즐	52	만나당약과	72	남매정과 도라지정과	92	산차
13	국산도라지정과	33	공고물 도라지정과	53	도라지정과 250g	73	건영당 국산도라지정과	93	부모님추석 도라지정과
14	신호굴향과즐	34	호두정과	54	김규훈약과	74	무직타이거약과	94	김규훈오란다
15	옛소담약과	35	파지약과	55	경포대의아침 한과선물세트	75	강릉한과	95	부모님명절 도라지정과
16	유과	36	과즐	56	하루한끼영양바	76	개성주약	96	상견례도라지 건영당
17	의정부장인약과	37	수제한과	57	김규훈한과	77	삼립미니꿀약과	97	무진장한과
18	추석선물	38	장인한과약과	58	서산생강한과	78	약과추천	98	제주감굴과즐
19	모나카	39	도라지정과세트	59	김규훈영양바	79	브라우니약과	99	담양한과
20	꿀이구마약과	40	의정부 장인한과	60	부모님선물	80	설선물세트	100	장인한과 파지약과

65) '한과'로 검색되어 나온 연관 검색어로 실제 한과뿐만 아니라 한과와 함께 검색된 키워드가 같이 제시되어 있음

## 5) 키워드 네트워크 분석 (N-Gram Network)

- 네이버 검색에서 사용된 떡한과 관련 키워드들의 연관성 분석 결과 가장 연관성이 높은 검색 키워드 세트는 '떡볶이--> 레시피--> 밀떡--> 커피떡볶이--> 학교앞--> 국물', '내고향--> 전복--> 익산--> 반찬', '숙찰살떡--> 가게--> 위치', '생방송--> 오늘저녁--> 고양--> 숙찰살떡' 등의 떡한과 관련 검색어 키워드 네트워크가 존재함

그림31) 떡·한과 관련 키워드 네트워크 분석



\* G-Gram network 분석 : 키워드 중 가장 상호 연관성이 높은 키워드를 도출해 내는 분석(파이선 분석 기반)으로 화살표의 두께가 두껍고, 색깔이 진할수록 상호 연관성이 높은 키워드임을 의미(화살표 방향은 키워드 등장 순서)

표75) 떡·한과 관련 연관 검색 단어

no	검색단어	→	연관단어	검색량	no	검색단어	→	연관단어	검색량
1	택배	→	주문	554	16	대구	→	북구	305
2	구매	→	택배	537	17	파	→	구매	272
3	주문	→	방법	536	18	가게	→	위치	269
4	생방송	→	오늘저녁	444	19	북한	→	떡	265
5	내고향	→	전북	440	20	위치	→	썩찹쌀떡	264
6	고양	→	썩찹쌀떡	440	21	반찬	→	파	264
7	전북	→	익산	440	22	방법	→	송림병떡집	264
8	오늘저녁	→	고양	440	23	편스토랑	→	이영자	264
9	즉석	→	떡볶이	380	24	방법	→	오복떡집	264
10	떡볶이	→	레시피	372	25	정보	→	생방송	264
11	첨가	→	설기떡	364	26	송림병떡집	→	정보	264
12	백종원	→	떡볶이	356	27	썩찹쌀떡	→	구매	264
13	떡볶이	→	황금레시피	355	28	오복떡집	→	정보	264
14	익산	→	반찬	352	29	품질	→	특성	252
15	썩찹쌀떡	→	가게	352	30	설기떡	→	품질특성	231

## 제3절 소비 행태 분석

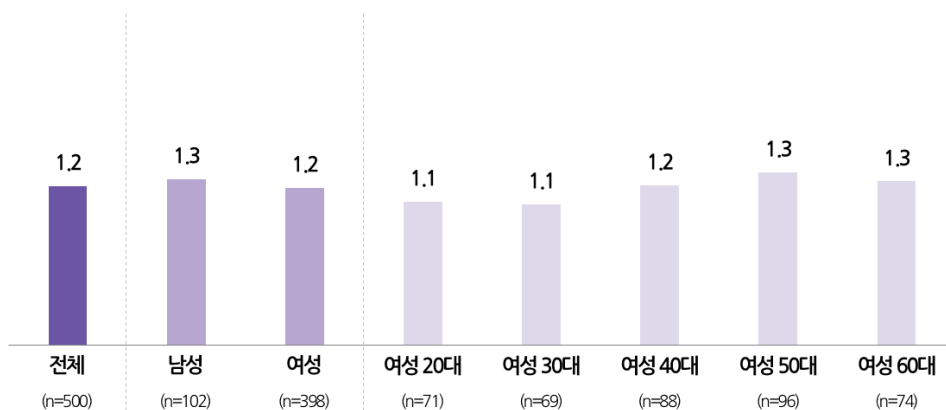
### 1. 구입 실태

#### 1) 구입빈도

- 가정 내 떡·한과 구입경험자는 1개월에 1.2회 떡·한과를 구입하고 있는 것으로 나타남
  - 50대 이상 여성, 남성의 구입빈도가 1.3회로 40대 이하 여성 대비 상대적으로 더 빈번하게 떡·한과를 구입하고 있음
  - 30대 이하 여성의 떡·한과 구입빈도는 월 1.1회로 나타남

그림32) 떡·한과 구입빈도

(n=500, 평균 : 회/개월)

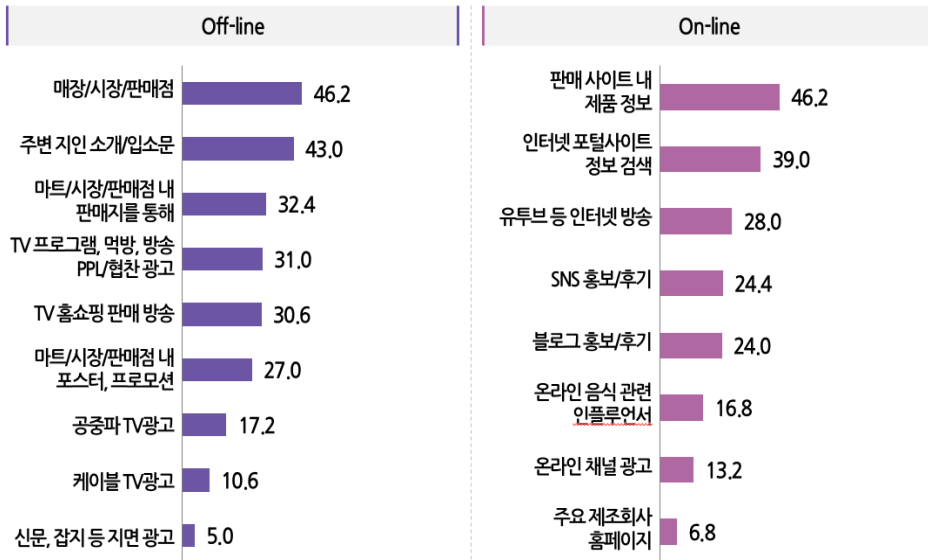


## 2) 정보 수집 채널

- 오프라인 채널을 통한 떡·한과 정보 수집은 '매장진열을 통한 상품정보'가 46.2%임. 다음으로 '주변 지인소개/입소문' 43.0%, '매장 판매자' 32.4%, 'TV 프로그램 PPL/협찬광고' 31.0%, 'TV 홈쇼핑 판매방송' 30.6% 순으로 나타남
- 온라인 채널에서 정보를 가장 많이 얻는 채널은 '판매 사이트 내 제품정보' 46.2%이며 다음으로 '포털사이트 검색' 39.0%, '유튜브 등 인터넷 방송' 28.0%, 'SNS 홍보/후기' 24.4%, '블로그 홍보/후기' 24.0%의 순으로 나타남
  - 온라인 채널 중 '홍보/후기'의 영향력은 48.4%로 떡·한과 정보 수집은 SNS 및 블로그를 통한 구전 효과가 큰 것으로 보임

그림33) 떡·한과 정보 수집 채널\_복수응답

(n=500, 단위 : %)



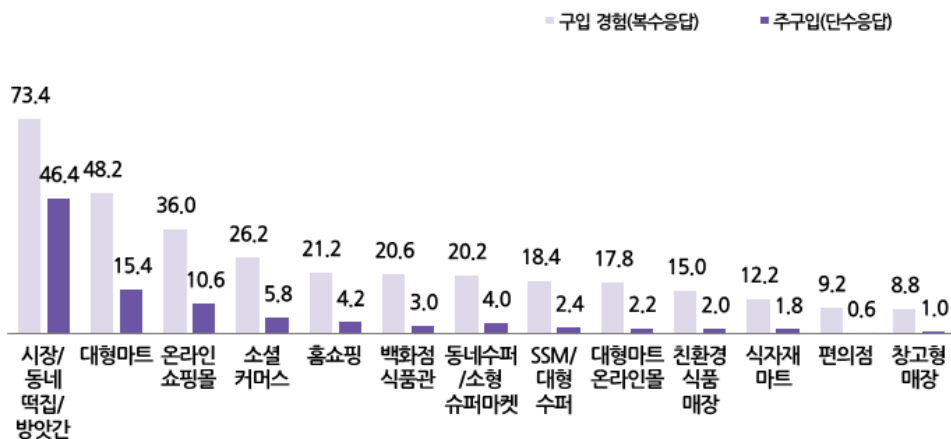


### 3) 구입 채널

- 떡·한과 주구입 채널은 '시장/동네떡집/방앗간'의 소규모 매장이 46.4%이며 '대형마트' 15.4%, '온라인 쇼핑몰' 10.6% 순임
  - 오프라인 매장에서 주구입 비중이 80.5%로 전반적으로 떡·한과는 온라인 매장보다 오프라인 매장을 더 선호함

그림34) 떡·한과 구입 채널

(n=500, 단위 : %)



- 여성은 '시장/동네떡집/방앗간' 등 주변의 전통적인 떡·한과 매장 구입을 75.6%로 가장 높으며 남성은 '대형마트' 구입율이 68.6%로 가장 높음
- 남성은 여성 대비 '온라인 쇼핑몰', '소셜커머스' 및 '유기농/친환경매장' 및 '백화점 식품관', '식자재 마트', '창고형 매장' 구입경험이 상대적으로 높은 특징을 보임

표76) 평소 떡·한과 구입 경험 채널\_복수응답

(n=500, 단위 : %)

	전체	성별	
		남성	여성
사례수	(500)	(102)	(398)
시장/동네에 있는 떡집/방앗간	73.4	64.7	75.6
대형마트	48.2	68.6	43.0
온라인쇼핑몰	36.0	42.2	34.4
소셜커머스	26.2	30.4	25.1
홈쇼핑	21.2	23.5	20.6
백화점 식품관	20.6	28.4	18.6
동네수퍼/소형슈퍼마켓	20.2	23.5	19.3
SSM/대형수퍼	18.4	22.5	17.3
대형마트 온라인몰	17.8	20.6	17.1
유기농/친환경 식품 매장	15.0	22.5	13.1
식자재 마트	12.2	19.6	10.3
편의점	9.2	10.8	8.8
참고형 매장	8.8	18.6	6.3

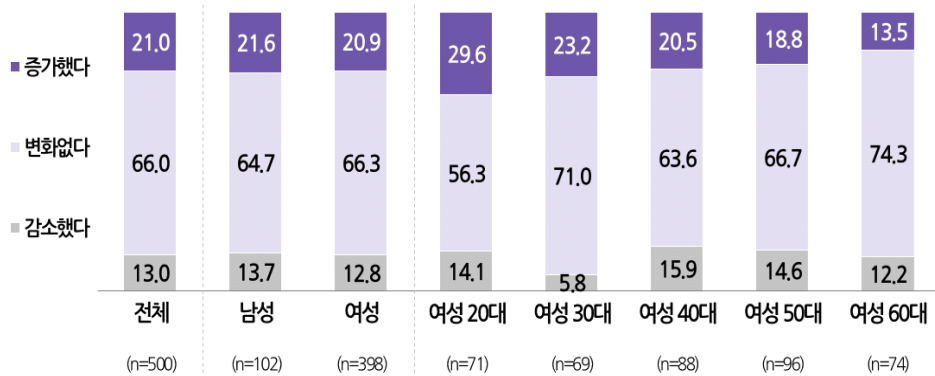
#### 4) 구입량 변화(COVID-19 발생 이전과 비교)

○ COVID-19 발생 전과 비교하여 떡·한과 구입량에 대해 66.0%가 '변화가 없다'고 응답, '증가했다' 21.0%, '감소했다' 13.0%임

- 연령대가 낮을수록 '구입량이 늘었다' 응답이 증가하고 있으며, 20대 여성에서 '증가했다'는 응답률은 30%에 근접해 젊은 세대의 떡·한과에 대한 관심이 증가한 것으로 보임
- 한편, 30대와 60대에서 COVID-19에 비교하여 '변화가 없다'고 응답한 비율이 70% 이상으로 높음

그림35) 떡·한과 구입량 변화(COVID-19 발생 이전과 비교)

(n=500, 단위 : %)

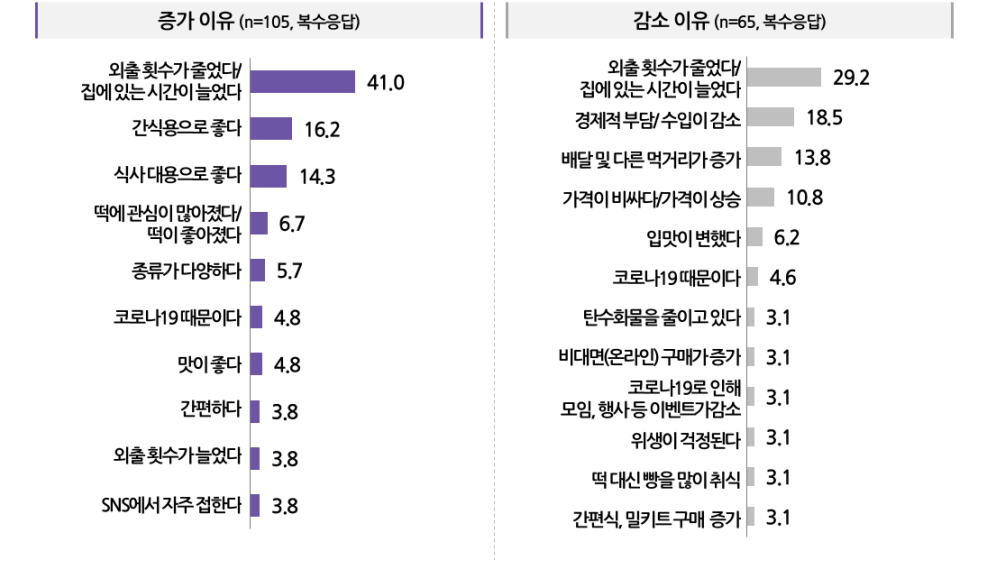


## 5) 구입량 증감 이유

- 떡·한과 구입이 증가한 가장 큰 이유는 '외출 횟수 감소/집에 있는 시간 증가한 점'임. 다음으로 '간식용' 16.2%, '식사대용' 14.3%로 가정 내 간식 및 식사대체 이유가 응답됨
- 구입량 감소이유로 '외출 횟수 감소/집에 있는 시간이 증가' 29.2%로 가장 높음. 다음으로 '경제적 부담/수입이 감소' 18.5%, '배달 및 다른 먹거리의 증가' 13.8%, '가격이 비싸다'가 10.8%로 나타남
  - 떡 외의 대체재 구입으로 감소했다는 응답은 모두 20.0%로 '배달 및 다른 먹거리 증가' 13.8%, '떡 대신 빵을 취식' 3.1%, '간편식, 밀키트 증가' 3.1%가 이에 해당함

그림36) 떡·한과 구입량 증가/감소 이유

(n=500, 단위 : %)

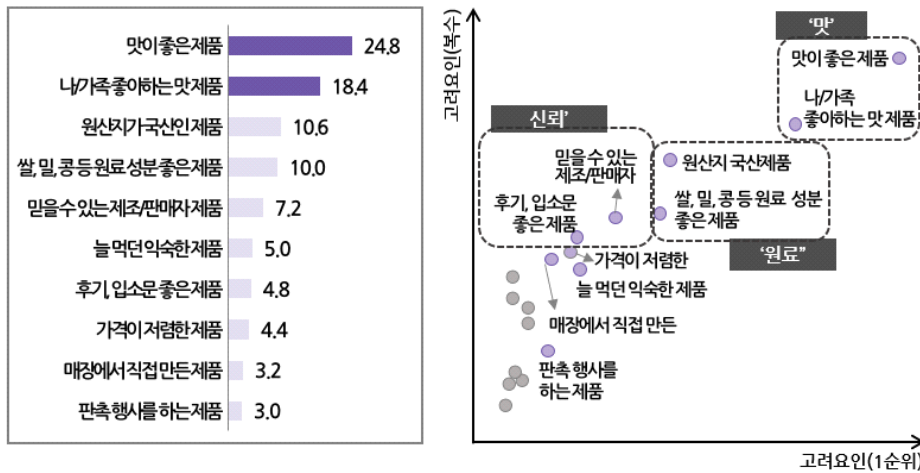


## 6) 구입시 고려요인

- 떡·한과 구입시 핵심 고려요인은 '맛'이며, 다음으로 '원료'와 '제품 및 판매자에 대한 신뢰'인 것으로 드러남
  - 특히 '신뢰' 요인은 1순위 응답률 대비 복수응답률이 높아 잠재적으로 중요 요인으로 분석됨

그림37) 떡·한과 구입시 고려 요인

(n=500, 단위 : %)



## 2. 인식 및 태도

### 1) 품목별 인지 지표

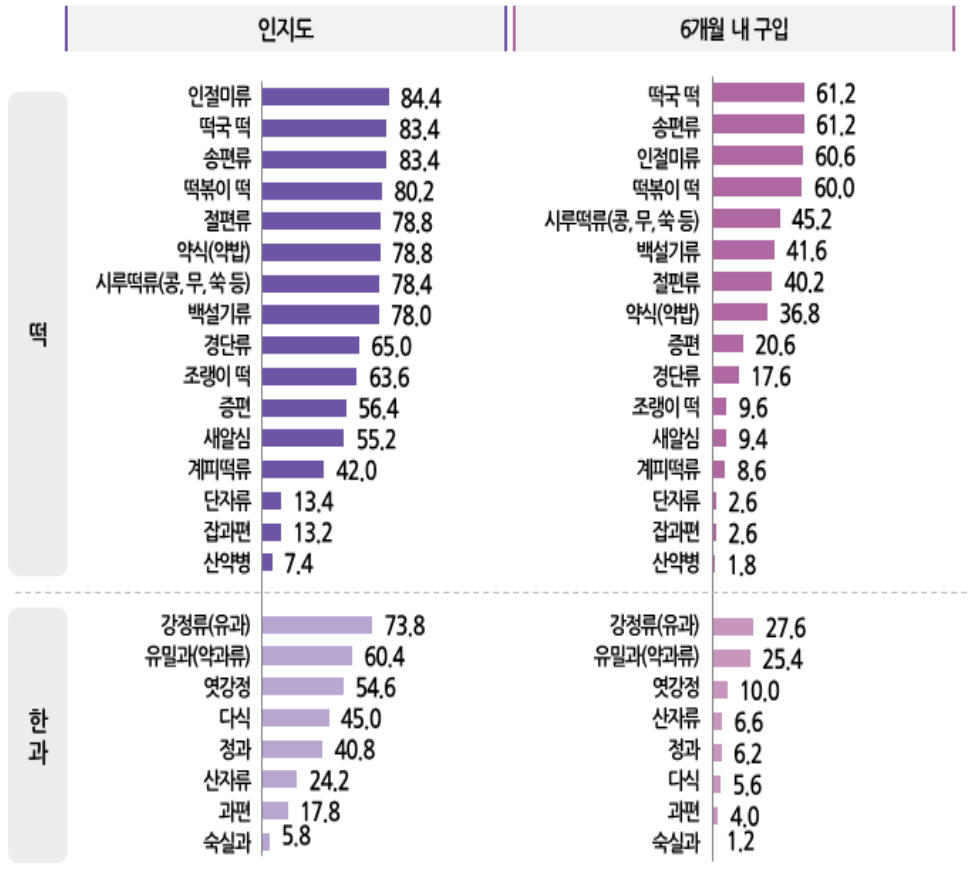
- 떡류 보조인지율<sup>66)</sup>은 '인절미' 84.4%, '떡국떡', '송편'이 각각 83.4%로 높음. 다음으로 '떡볶이떡'이 80.2%, '절편', 약식(약밥)이 각각 78.8%, '시루떡' 78.4%, '백설기' 78.0% 순으로 나타남
- '떡국떡', '송편' 6개월 이내 구입 경험이 각각 61.2%로 가장 높고 다음으로 '인절미류' 60.6%, '떡볶이떡' 60.0% 순임
- 한과류는 '강정(유과)' 73.8%, '유밀과(약과)' 60.4%, '옛강정' 54.6% 순으로 알고 있는 것으로 나타남

66) 보조인지율 : 해당 제품을 제시했을 때 알고 있다고 응답한 비율

- 한과류 구입경험은 '강정류(유과)' 27.6%, '유밀과(약과)' 25.4%, '옛강정' 10.0%로 전반적으로 인지율 대비 구입경험은 적음

그림38) 떡·한과 품목별 인지 및 구입 지표\_복수응답

(n=500, 단위 : %)

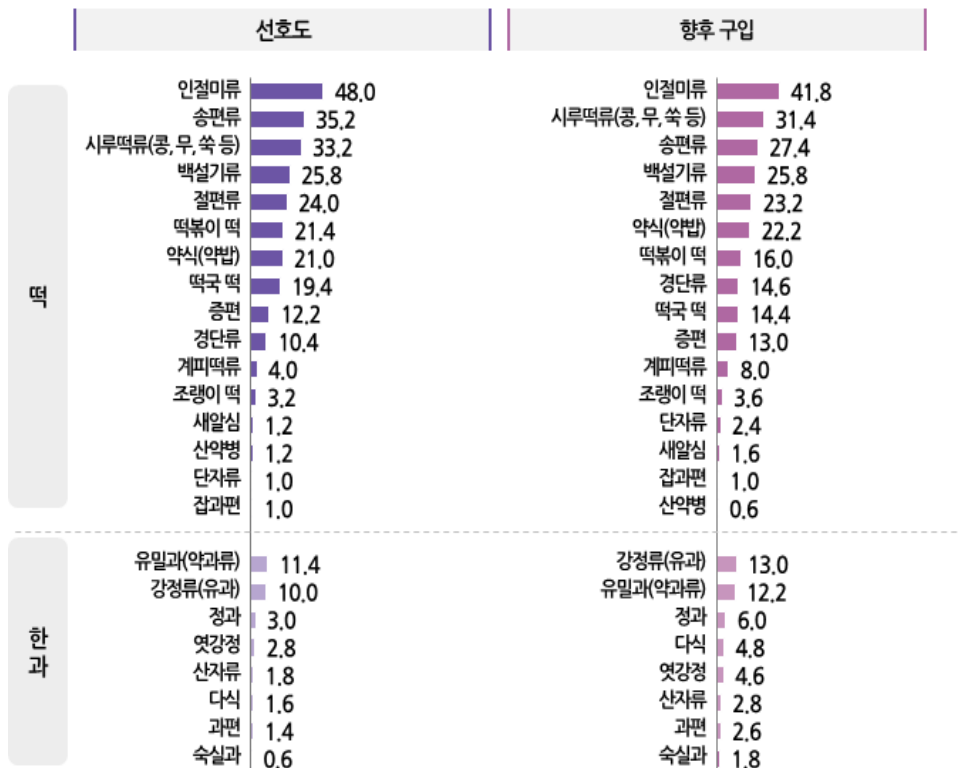


## 2) 품목별 구입 지표

- 떡류 중 가장 선호하는 제품은 '인절미류'로 48.0%의 선호도를 보임. 다음으로 '송편' 35.2%, '시루떡' 33.2%, '백설기' 25.8% 순임
- 향후 구입 의향 제품 또한 '인절미'가 41.8%로 가장 높고 '시루떡', '송편', '백설기'가 그 뒤를 잇고 있음
  - '송편'의 향후 구입의향이 '시루떡'보다 낮게 나타난 점은 조사 시점이 추석 이후(11월)이기 때문인 것으로 보임

그림39) 떡·한과 품목별 선호\_복수응답

(n=500, 단위 : %)

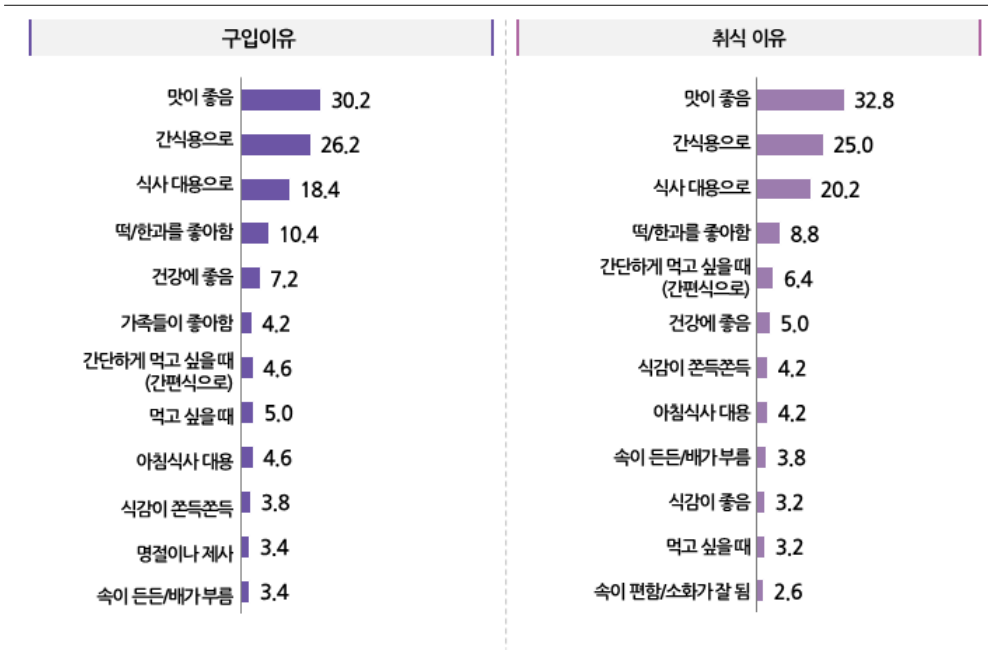


### 3) 구입 및 취식 이유

- 떡·한과 구입의 가장 큰 이유는 '맛' 30.2%이며 다음으로 '간식용' 26.2%, '식사 대용' 18.4% 순임
- 취식 이유 또한 구입 이유와 마찬가지로 '맛' 32.8%, '간식용' 25.0%, '식사 대용' 20.2% 순으로 나타남

그림40) 떡·한과 구입 및 취식 이유

(n=500, 단위 : 복수응답%)



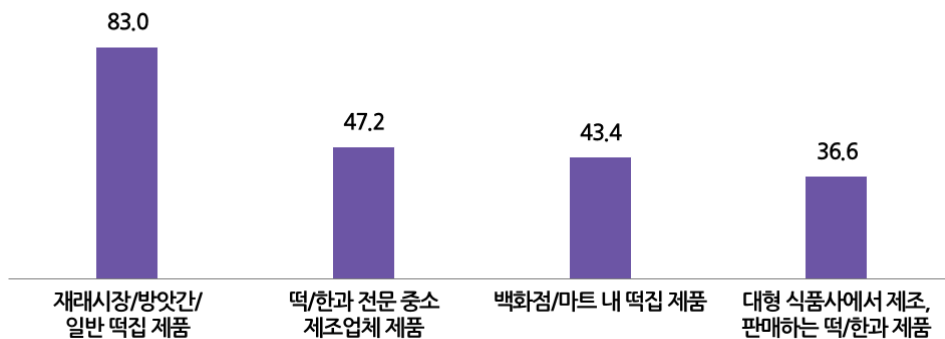


#### 4) 제조업체 유형별 구입제품

- 떡·한과 구입제품별로 살펴보면, '재래시장/방앗간/일반떡집 제품' 구입이 83.0%로 가장 높고 '떡/한과 전문 중소제조업체 제품'이 47.2%, '백화점/마트 내 떡집 제품'이 43.4%임
- 소매 유통채널 내 냉장 또는 냉동 형태로 판매하는 '대형식품사 제조 떡/한과 제품' 구입률은 36.6%로 가장 낮음

그림41) 떡·한과 제조업체 유형별 구입제품

(n=500, 단위 : 복수응답, %)



- 응답자 특성별로 살펴보면, '재래시장/방앗간/일반떡집 제품'은 40대 이후 여성에서 구입률이 높음
- 남성은 여성 대비 '떡·한과 중소기업 제품', '백화점/마트 내 떡집 제품' 및 '대형 식품사 제조/판매 제품' 구입이 상대적으로 높음

표77) 떡·한과 제조업체 유형별 구입제품

(n=500, 단위 : 복수응답, %)

	전체	성별		성 X 연령				
		남성	여성	여성 20대	여성 30대	여성 40대	여성 50대	여성 60대
사례수	(500)	(102)	(398)	(71)	(69)	(88)	(96)	(74)
재래시장/방앗간/ 일반 떡집 제품	83.0	78.4	<b>84.2</b>	71.8	81.2	<b>87.5</b>	<b>88.5</b>	<b>89.2</b>
떡/한과 전문 중소 제조업체 제품	47.2	<b>51.0</b>	46.2	46.5	44.9	<b>53.4</b>	45.8	39.2
백화점/마트 내 떡집 제품	43.4	<b>60.8</b>	38.9	32.4	<b>44.9</b>	42.0	35.4	40.5
대형 식품사에서 제조, 판매하는 떡/한과 제품	36.6	<b>40.2</b>	35.7	39.4	<b>43.5</b>	31.8	38.5	25.7

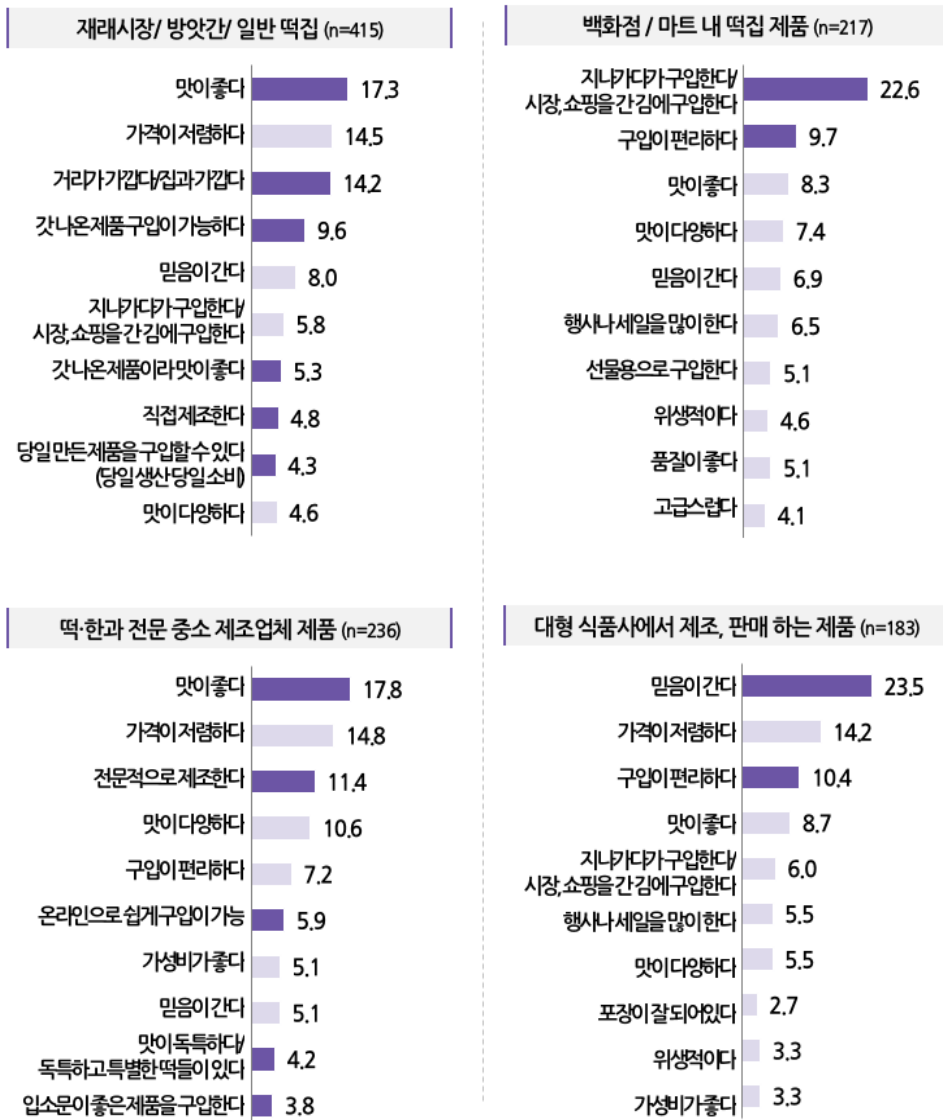
### 5) 떡·한과 제조업체 유형별 제품 구입 이유

- 떡·한과 제품 구입 이유를 살펴보면 재래시장/방앗간/일반떡집은 '맛' 17.3% > '가격저렴' 14.5% > '가까운거리' 14.2% 순임
  - 그 외 '갓 나온 제품 구입 가능', '갓 나온 제품 맛', '직접 제조', '당일제품 구입' 등 제조 후 바로 구입할 수 있는 즉시성이 재래시장/방앗간/일반떡집만의 구입이유로 언급됨
- 백화점/마트 내 떡집 제품은 '지나가다 구입' 등 떡·한과를 위한 목적성 구입이 아닌 다른 목적을 위한 방문시 병행구입의 이유가 가장 높음
- 떡·한과 전문 중소제조업체 제품은 '맛'과 함께 '가격저렴', '전문적 제조'의 순이며 그 외 '온라인 구입' 편의성 및 독특하고 차별화된 제품 등의 제품력에 대한 이유가 언급됨

- 대형 식품사 제조제품은 '믿음이 간다'가 가장 높으며 다음으로 '가격저렴', '구입편의성'의 순으로 제품 고유의 특징점 요소는 상대적으로 낮은 편임

그림42) 떡·한과 제조업체 유형별 구입이유\_복수응답

(단위 : %)

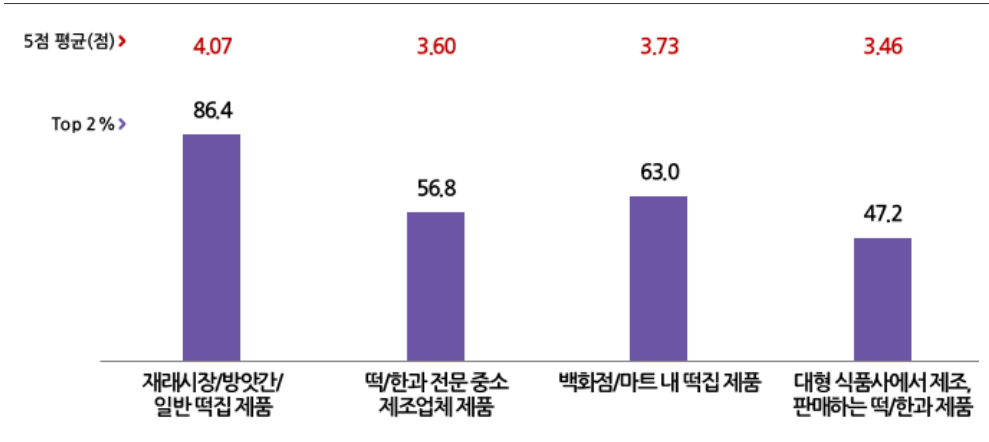


## 6) 떡·한과 제조업체 유형별 제품 만족도

- 떡·한과 제조업체 유형별 제품 만족도는 '재래시장/방앗간/일반떡집 제품'이 5점 척도 평균 4.1점, 만족도 86.4%로 가장 높음
- 다음으로 '백화점/마트 내 떡집 제품'이 63.0%로 2위, '떡/한과 전문 중소기업 제품'이 56.8%를 차지한 가운데 '대형 식품사 제조/판매 떡·한과 제품'에 대한 만족도가 상대적으로 가장 낮음

그림43) 떡·한과 제조업체 유형별 제품 만족도

(n=500, 단위 : %/점)

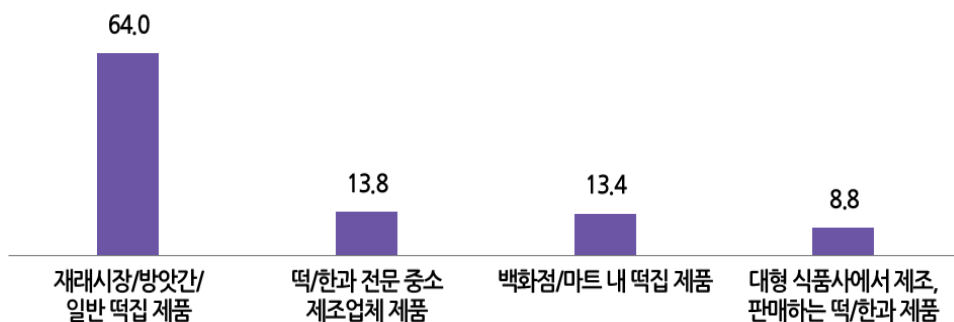


## 7) 떡·한과 제조업체 유형별 선호도

- 떡/한과 제조업체에 따른 제품 중 '재래시장/방앗간/일반떡집 제품' 선호도가 64.0%로 가장 높고, 그 외 제품은 10% 내외로 낮음
- '떡/한과 전문 중소기업체 제품' 선호도가 13.8%, '백화점/마트 내 떡집 제품' 선호도가 13.4% 수준으로 나타남

그림44) 떡·한과 제조업체 유형별 제품 선호도

(n=500, 단위 : %)



- 응답자 특성별로 선호 제품을 살펴보면 '재래시장/방앗간/일반떡집 제품' 및 '백화점/마트 내 떡집 제품'은 여성이 더 선호함
- '백화점/마트 내 떡집 제품'은 연령대가 내려갈수록 선호하며 '재래시장/방앗간/일반떡집 제품'은 연령대가 올라갈수록 선호함

표78) 떡·한과 제조업체 유형별 선호도

(n=500, 단위 : 단수응답, %)

	전체	성별		성 X 연령				
		남성	여성	여성 20대	여성 30대	여성 40대	여성 50대	여성 60대
사례수	(500)	(102)	(398)	(71)	(69)	(88)	(96)	(74)
재래시장/방앗간/ 일반 떡집 제품	64.0	60.8	<b>64.8</b>	59.2	62.3	68.2	62.5	<b>71.6</b>
떡·한과 전문 중소 제조업체 제품	13.8	<b>17.6</b>	12.8	11.3	11.6	12.5	<b>16.7</b>	10.8
백화점/마트 내 떡집 제품	13.4	10.8	<b>14.1</b>	<b>23.9</b>	<b>14.5</b>	10.2	15.6	6.8
대형 식품사에서 제조, 판매하는 떡·한과 제품	8.8	10.8	8.3	5.6	11.6	9.1	5.2	10.8

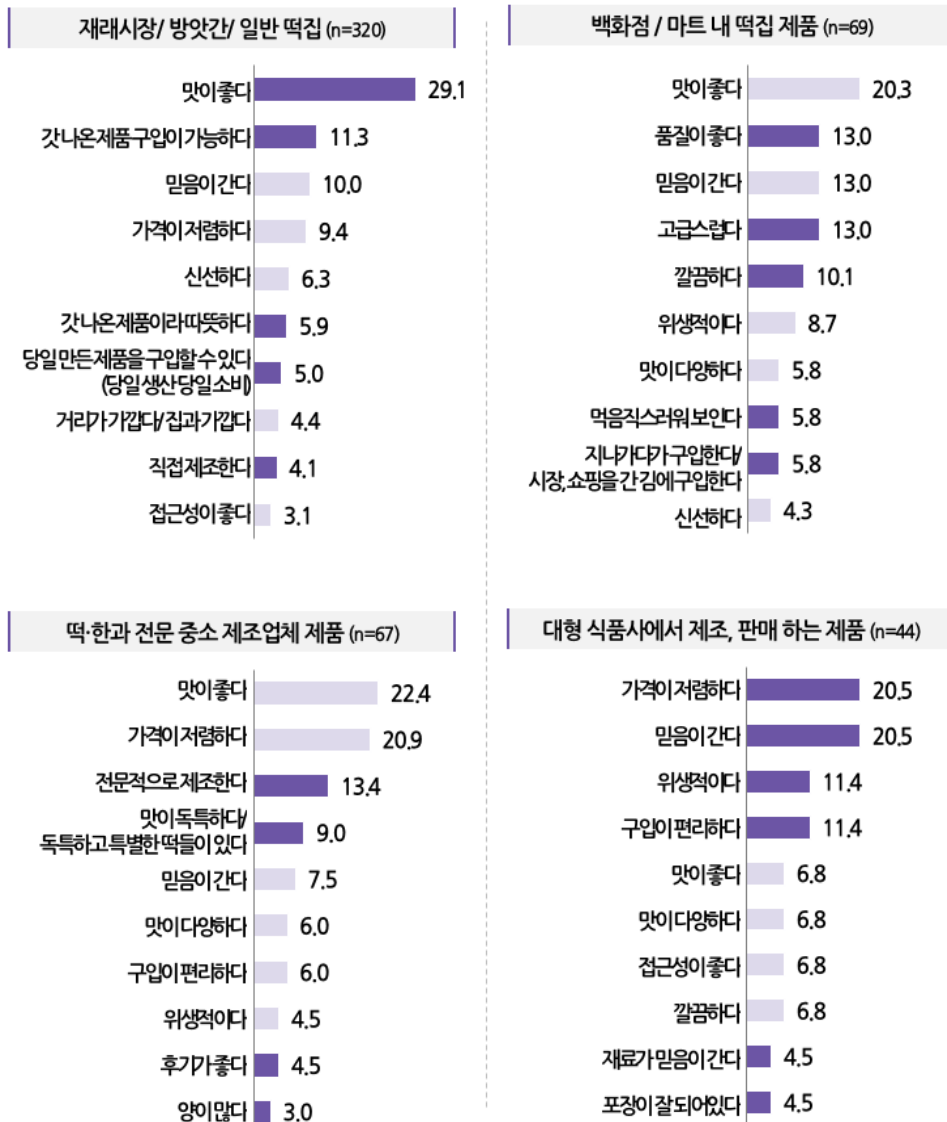
### 8) 떡·한과 제조업체 유형별 선호이유

- 떡·한과 제조업체 유형별 선호이유로 재래시장/방앗간/일반떡집 제품, 백화점/마트 내 떡집 제품, 떡·한과 전문 중소기업체 제품 모두 '맛'이 가장 큰 선호이유임
- 그 중 재래시장/방앗간/일반떡집 제품은 '맛'에 대한 응답이유가 29.1%로 가장 높으며 다음으로 '갓 나온 제품 구입' 등 제조 후 즉시 제품 구입이 가능한 이유 응답이 높음
- 백화점/마트 내 떡집 제품은 '품질 좋음' '고급' '깔끔' 등 이미지 관련 응답 이유가 상대적으로 높게 나타남
- 떡·한과 전문 중소기업체 제품은 '맛', '가격' 외 '전문적 제조', '독특하고 특별한 제품', '후기', '양이 많다' 등 제품 관련 이유가 높은 편임

- 대형 식품사 제조/판매 제품은 '가격 저렴'과 함께 '믿을 수 있다'가 선호 이유임

그림45) 떡·한과 제조업체 유형별 선호이유\_복수응답

(단위 : %)



## 9) 소비자 기대 가치

- 2022년 떡·한과에 대한 소비자 기대 가치는 '속이 든든한 행복감', '삶의 여유', '한국의 맛' 등으로 나타나고 있음. 3가지 기대 가치는 소비자들이 떡·한과 제품을 구입/조리/취식하면서 기대하는 핵심 가치로, 떡·한과 관련 기업들의 신제품 출시, 기존 제품을 통해 소비자들에게 제공하는 품질, 제공 혜택/편익, 이미지 등 가치 제안을 위한 핵심 키워드로 활용 가능한 소비자 내면의 추구/기대 사항으로 볼 수 있음
- **속이 든든한 행복감(A Feeling of Fulling)**
  - 쌀을 주원료로 한 떡·한과가 제공하는 포만감과 간편한 한끼 해결 가능한 점이 떡·한과의 핵심 기대 가치임. 서양에서 들어온 제과류가 대중화되었으나 밀과 설탕으로 만들어진 빵보다 떡·한과류가 안전하고 건강에 도움이 되어서 한국인의 건강 생활에 맞는 영양을 제공한다는 인식이 소비자들에게 보편적으로 통용되고 있음. 특히 소화가 잘 되고, 다이어트에도 도움이 되어서 식사 대용으로도 인기가 높음
  - 소비자들의 떡·한과에 대한 긍정적인 인식과 최근 트렌드, 프리미엄 떡·한과 제품 시장 활성화 역시 이러한 소비자들의 높아진 건강에 대한 관여 수준과 떡·한과에 대한 호의적인 태도가 기반이 되고 있음



## ○ 삶의 여유(Leisurely Life)

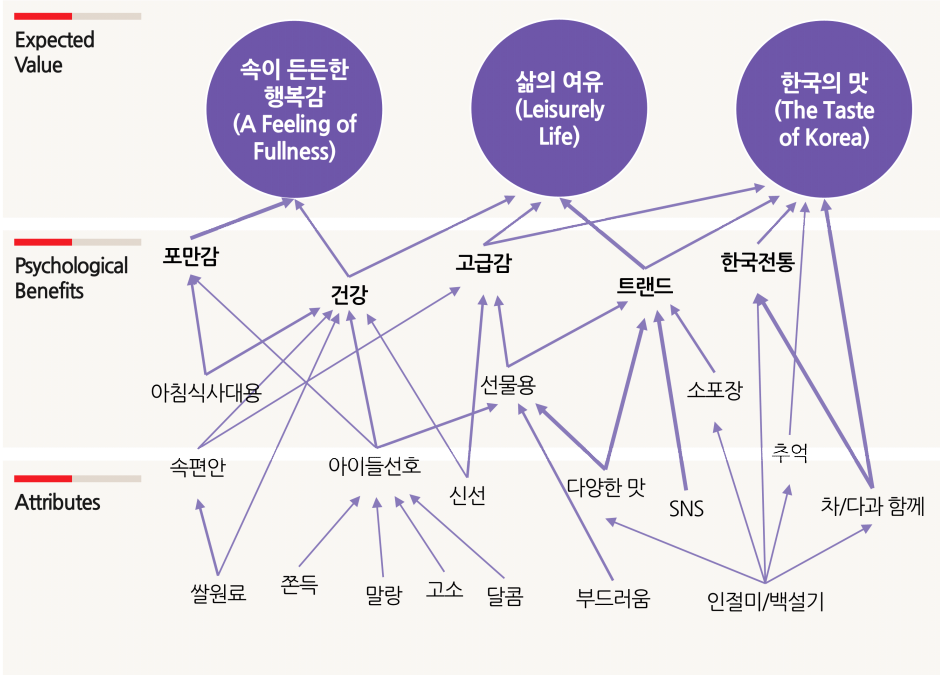
- 소비자들은 오랫동안 차와 함께 떡·한과를 취식하며 여유로움을 기대함. 또한, 최근 새롭게 형성되고 있는 떡·한과의 고급화, 소포장, 독특한 외관 등의 차별화와 최신 트렌드가 반영된 떡·한과를 즐기고 싶은 기대감이 있음
- 특히, 최근 젊은 세대, 외국인들의 입맛에 맞추어 새로운 타입의 제품들을 오프라인 디저트 카페, 온라인 채널 등 다양한 판매처에서 제공되고 있어 다양한 소비자 시장에서 떡·한과 시장이 성장하는 추세임. 떡·한과가 제공하는 맛, 건강 이미지와 함께 제공되는 여유로운 경험은 떡·한과 시장의 성장을 뒷받침하는 핵심 가치임

## ○ 한국의 맛(The Taste of Korea)

- 한국의 전통음식인 떡·한과가 제공하는 달콤함, 쫄득함, 부드러움, 고소함 등 다양한 맛에 대한 기본적인 기대감을 의미함
- 특히, 다과 문화를 통해 여러 가지 맛있고 새로운 떡·한과의 맛을 접하게 되고 한국 문화에 대한 자부심, 긍지를 느낄 수 있는 점에서 소비자들이 기대하는 추구 가치로 볼 수 있음

그림46) 소비자 기대 가치

떡한과 기대 가치(Laddering)



# |제7장|

---

## 해외 시장 동향



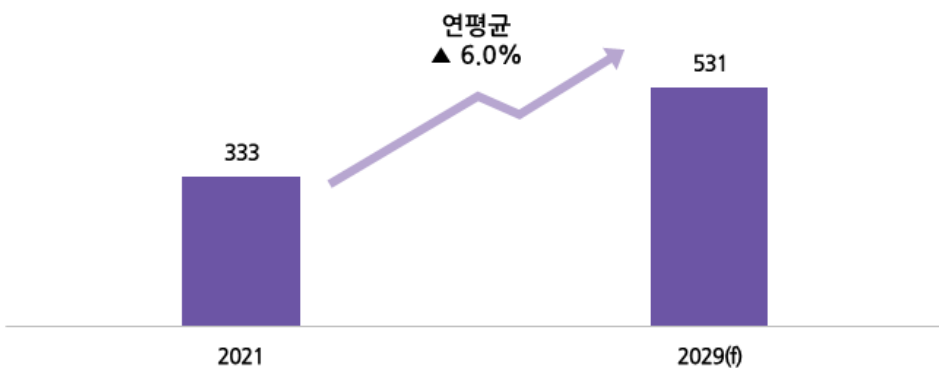
## 제1절 생산 및 출하 현황

### 1. 세계 시장 규모

- 떡/한과류는 우리의 전통식품으로 특히 한과류에 대해서는 해외에 동일한 제품이 있는 것이 아니므로 세계 시장 규모에 대해서는 떡 (Rice cake)류 제품에 대해서만 살펴봄
- 데이터 브릿지 마켓 리서치(Data Bridge Market Research)에 따르면 2021년 세계 떡 시장규모는 333억 달러였으며 2022년부터 2029년까지 연평균 6.0% 성장하여 2029년에는 530억 8천만 달러에 이를 것으로 예측함<sup>67)</sup>

그림47) 세계 시장 규모

(단위 : 억 달러)



\* Global Rice Cakes Market - Industry Trends and Forecast to 2029 : DATA BRIDGE

67) Global Rice Cakes Market - Industry Trends and Forecast to 2029 : DATA BRIDGE

## 제2절 국가별 동향

- 떡/한과류는 우리의 전통식품으로 해외에 동일한 제품이 있는 것이 아니어서, 유사한 제품을 보유하고 있다고 판단되는 일본과 중국을 중심으로 살펴봄

### 1. 일본 시장

#### 1) 시장 개요<sup>68)</sup>

- 일본에서는 떡과 과자를 모두 화과자(和菓子)라고 부르며, 수분 함량에 따라 종류가 나뉨. 수분함량이 20% 이하인 건과자(干菓子, 히가시), 수분함량이 20%~40%인 반생과자(半生菓子, 한나마가시), 수분함량이 40% 이상인 생과자(生菓子, 나마가시)로 구분하며, 수분 함량이 높은 생과자에 우리의 떡과 같은 형태로 보임
  - 생과자에는 한국의 찹쌀떡과 같은 모찌(餅, もち)나 찹쌀가루 반죽에 팥을 넣고 찐 다이후쿠(大福), 단고 등이 있음. 그러나 여러 종류의 떡들을 모찌로 통칭하기도 함
- 모찌는 일본의 대표적인 전통식품으로 설날이나 다른 명절에 주로 섭취하며 꾸준한 소비가 이루어지고 있음. 모찌는 재료, 모양, 만드는 법(내용물, 소스, 조리의 유무)에 따라 다양하게 분류됨. 대표적으로 둥근 형태의 마루모찌(丸餅)와 사각 형태의 키리모찌(切り餅)가 있음

68) 2018 가공식품 세분시장 현황 떡/한과류 시장

표79) 일본 모찌 분류

구분	설명		
모양	노시모찌(のし餅)	반죽을 자르지 않고 두께가 1.5cm 정도가 되도록 판 모양으로 늘려서 만든 모찌	
	마루모찌(丸餅)	모찌 반죽을 손으로 둥글게 빚은 것	
	나마코모찌 (なまこ餅)	모찌 반죽을 해삼 모양(반타원형)으로 빚어서 자른 것	
	키리모찌(切り餅)	노시모찌를 사각형으로 자른 것으로 카쿠모찌(角餅)라고도 함	
만드는 법	카가미모찌(鏡餅)	크고 작은 두 개의 둥글납작한 모찌를 쌓은 것	
	다이후쿠(大福)	팥소를 넣은 둥근 모양의 모찌	
	쿠사모찌(草餅)	반죽에 썩을 섞고 팥소를 넣어 만든 것	
	이소베모찌 (磯辺餅)	키리모찌 혹은 마루모찌를 구운 후 간장을 바르고 김으로 싸서 먹는 모찌	
	오하기(おはぎ)	둥글게 만든 모찌 표면에 팥가루, 콩가루, 참깨가루, 설탕 등을 묻힌 것	

\* 주요 모찌의 종류(主な餅の種類), Weblio, 2022.11.15

- 한과와 비슷한 것으로 일본의 쌀과자인 베이카(米菓)를 살펴봄. 베이카는 쌀로 만든 과자를 통칭하지만, 원료에 따라 제조 공정도 다르고 특징도 다른 과자가 포함되어 있음. 찹쌀을 원료로 하는 베이카는 일반적으로 아라레(あられ), 오카키(おかき)가 있음. 센베이(せんべい)의 경우, 맵쌀과 밀가루를 원료로 제조함

**표80) 일본 베이카 분류**

구분	설명			
찰쌀	아라레(あられ)	오카키와 같은 방법으로 만들며 크기가 더 작은 것		
	오카키(おかき)	카가미모찌를 잘게 쪼개 튀기거나 구운 것		
	아게모찌(揚げ餅)	튀긴 떡을 의미하며 소금이나 간장으로 양념하고 김을 붙여 먹는 경우가 많음		
맵쌀	센베이류 (せんべい類)	야키센베이 (구운센베이) 焼きせんべい	쿠사카형(딱딱한) 草か型(かため)	
			니가타형(부드러운) 新潟型(ソフト)	
			누레센베이(촉촉한) ぬれせんべい	
		아게센베이(튀긴센베이) 揚げせんべい		

\* 전국쌀과자공업조합, [www.arare-osenbei.jp](http://www.arare-osenbei.jp)



## 2) 시장 규모

- 일본의 모찌 시장규모에 대한 정확한 수치는 알 수 없으나 전국 떡 산업협동조합의 조사에 따르면 2021년 포장모찌의 생산량은 65,884톤으로 2020년 66,179톤 대비 0.4% 소폭 감소함. 이는 2017년 58,650톤 대비 12.3% 증가한 수치임
- 2021년 기준 모찌 반죽을 사각형, 또는 둥근 모양으로 만든 나마키리모찌가 전체 생산량의 92.2%를 차지하고 있음. 냉동모찌와 카가미모찌의 생산량은 2019년과 2020년 크게 감소했다가 2021년, 다시 원래의 생산량을 회복함
  - 2020년 모찌 생산량이 급격히 늘어났는데, 이는 2019년 일본의 소비세 인상과 COVID-19로 인한 가정 내 식사가 증가했기 때문으로 추정됨
  - 모찌는 주로 추운 계절에 구워 먹는 경우가 많아, 전체 매출의 80% 이상이 10월에서 12월 사이에 발생하고 있어 모찌 제조사들은 비수기 판매량을 늘리기 위해 여러 전략을 펼치고 있음

표81) 일본 모찌 생산 규모

(단위 : 톤)

구분	2017	2018	2019	2020	2021
이타모찌	54	43	49	37	40
살균키리모찌	445	421	376	548	527
나마키리(마루)모찌	53,345	54,959	56,249	61,769	60,756
카가미모찌	4,437	4,305	3,881	3,673	4,281
냉동모찌	369	430	339	152	280
그외	0	0	0	0	0
<b>합계</b>	<b>58,650</b>	<b>60,158</b>	<b>60,894</b>	<b>66,179</b>	<b>65,884</b>

\* kometnet.jp, 농림수산성(農林水産省) 「식품산업동태조사」 자료 활용 편집

- 전체적인 베이카 생산 규모는 감소하고 있으며, 2021년에는 2017년 생산량 28만 톤 대비 10.1%, 생산액은 3,336억 엔 대비 4.4% 감소하였음
  - 이는 일본의 COVID-19 확산 방지를 위한 제한 조치, 엔저, 원유가 급등 등으로 인해 비용과 물가가 상승하여 생산과 소비 경향이 감소하였기 때문으로 보여짐
  - 또한, 최근 일본에서 한국 과자가 역대 최대 매출을 올리며 인기를 얻고 있어 상대적으로 높은 연령층이 선호하는 쌀과자, 센베이에 대한 수요가 줄어든 것으로 추측됨

표82) 일본 베이카 생산 규모

(단위 : 톤, 억 엔)

		2017	2018	2019	2020	2021
센베이 (밀가루)	생산량	59,000	58,026	57,248	40,646	38,613
	생산액	520	512	508	371	356
	소비액	736	725	725	544	522
쌀과자	생산량	222,868	221,481	221,796	219,437	214,587
	생산액	2,816	2,778	2,856	2,796	2,832
	소비액	3,757	3,705	3,809	3,729	3,777
베이카 합계	생산량	281,868	279,507	279,044	260,083	253,200
	생산액	3,336	3,290	3,364	3,167	3,188
	소비액	4,493	4,430	4,534	4,273	4,299
과자 전체	생산량	2,011,021	2,034,337	2,016,162	1,895,204	1,918,243
	생산액	25,016	24,985	25,215	23,713	24,276
	소비액	33,898	33,909	34,298	32,242	32,975

\* 2021 과자데이터(菓子データ), 전일본과자협회(全日本菓子協会)

\* 쌀과자=아라레+센베이(멥쌀)

### 3) 주요 제조사

- 일본에는 다양한 모찌(떡) 제조사가 있으며, 그 중 주식회사 우사기 모찌(株式会社うさぎもち), 바쇼도(芭蕉堂), 에치고세이카주식회사(越後製菓株式会社), 주식회사 모찌야(株式会社もちや)의 모찌 제품을 대표적으로 살펴봄
- 주식회사 우사기모찌(株式会社うさぎもち)는 일본의 유명 쌀 산지인 니기타(新潟)현에 위치한 모찌 제조회사로 1964년 설립되었으며, 일본산 찹쌀을 100% 사용하는 것이 특징임. 우사기모찌가 개발한 포장 모찌인 '이타모찌'가 우사기모찌사의 대표 모찌 제품임
- 바쇼도(芭蕉堂)는 1868년 창업한 일본식 과자 제조업체로 일본 전통 과자 및 떡을 제조하여 판매하고 있음. 센베이, 막대기모찌(棒もち)등의 제품이 있으며, 특히 와라비모찌(わらび餅)라는 물방울 모양의 전통 고사리 떡이 대표 제품임
- 에치고세이카주식회사(越後製菓株式会社)는 모찌, 쌀, 과자, 쌀밥, 국수 등을 제조 및 판매하는 식품회사로 1947년 설립됨. 명절, 새해에 먹는 모찌를 주로 판매 중에 있으며, 대표 제품으로는 요리에 사용하는 모찌, 구워먹는 모찌, 높은 보존성과 화려한 장식으로 꾸며진 모찌가 있음
- 주식회사 모찌야(株式会社もちや)는 1974년, 주식회사 마루센의 식품 사업부가 분리되어 설립된 회사로, 모찌·쌀 가공식품을 제조 및 판매 중에 있음. 주요 모찌 제품으로는 현미, 쑥, 차조 등으로 색을 낸 모찌, 계절과 명절에 섭취하는 모찌, 요리 재료로 쓰이는 조리용 모찌 등이 있음

표83) 일본 모찌 제조사

구분	설명		이미지
주식회사 우사기모찌 (株式会社 うさぎもち)	우사기키리모찌 히토키레떡 (うさぎ切り餅 一切れパック)	작게 자를 수 있도록 선이 들어가 있는 제품. 일본산 찹쌀을 100% 사용하였으며 개별포장에 호소를 흡수하는 투명 필름을 사용하여 선도유지제 없이 품질을 유지할 수 있는 것이 특징임	
	나마키모찌 썩모찌 (生かき餅 よもぎ餅)	일본산 찹쌀 및 썩을 사용해 만든 모찌 제품으로 오븐에 가열하거나 구워먹는 용도의 모찌 제품임	
	간편장식세트 모찌포함 (簡単お飾り 切もち入り)	장식들과 함께 포장하여 판매하는 명절용 모찌 세트 제품임. 4등분으로 자를 수 있도록 선이 들어가 있으며 굽거나 물에 끓여 먹는 제품임	
바쇼도 (芭蕉堂)	책모양와라비모찌 검은콩가루 (本造り笑来美餅 黒豆きな粉)	와라비모찌와 검은콩가루를 함께 포장하여 판매하는 제품임. 갓 만든 모찌를 멸균처리 한 뒤 밀봉해 장시간 두고 먹을 수 있는 것이 특징임	
	키츠키네코모찌 (막대기모찌) 흰색 杵つきねこ餅 (棒もち) 白	전통 방식 그대로 만든 막대기모찌 제품으로 키츠키네코모찌라고도 부름. 원하는 크기로 잘라서 다양한 방식으로 먹을 수 있는 제품임	
	키츠키작은모찌 새우 (杵つき小餅 えび)	벚꽃 새우를 첨가해 둥근 모양으로 빚은 모찌 제품임.	




에치고 세이카 주식회사 (後製菓 株式会社)	<p>나마이치방 우오누마산 코가네모찌 마루모찌 (生一番 魚沼産こがね餅 まるもち)</p>	<p>니가타현에서 재배된 쌀을 사용하여 만든 모찌로, 맛의 신선함을 유지하기 위해 개별포장한 더블 배리어 포장으로 유통기한이 24개월로 긴 것이 특징임</p>	
	<p>키나코모찌(きなこ餅)</p>	<p>뜨거운 물을 부어 3분 안에 먹을 수 있도록 구성되어 있으며 작게 자를 수 있도록 선이 들어가 있는 제품임. 키나가루라는 콩가루가 포함되어 있는 것이 특징임</p>	
	<p>오카가미모찌 에치고노 킷쇼쥬이쇼 (키리모찌 개별포장) お鏡もち越乃吉祥・瑞 祥(切餅個装入)</p>	<p>제사용, 명절용 모찌로 화려한 장식과 감귤을 얹은 제품임. 니가타현산 쌀을 사용하여 제조하였으며 섭취하기 쉽게 포장되어 있는 것이 특징임</p>	
주식회사 모찌야 (株式会社 もちや)	<p>현미떡 (玄米餅)</p>	<p>일본산 현미 100%를 이용해 만든 제품으로, 백미에는 없는 단백질, 지방질, 식이섬유, 비타민, 미네랄 등의 영양소가 함유됨. 가압·가열살균방식으로 안전성, 위생, 보존, 편리성을 향상시킨 것이 특징임</p>	
	<p>요모기모찌 (よもぎ餅)</p>	<p>찹쌀 80%, 쑥 20%로 구성된 제품으로, 한국의 야생에서 자생한 쑥을 채취하여 농약을 일체 사용하지 않은 것이 특징이며, 개별포장으로 휴대성을 향상시킨 제품임</p>	
	<p>아와모찌 (粟もち)</p>	<p>일본산 찹쌀, 중국산 특상급 차조를 사용한 제품으로, 일본 후생노동성 지정검사기관에서 잔류농약검사 결과 주요성분 모두 불검출 판정을 받은 제품임</p>	

\* 각 사 홈페이지

- 베이카와 센베이 제품의 경우, 과자 업체에서 생산, 판매하고 있는 것으로 나타남. 따라서 카메다 제과그룹(亀田製菓), 이와즈카 제과 주식회사(岩塚製菓株式会社), 산코세이카 그룹(三幸製菓グループ)의 베이카 및 센베이 제품을 살펴봄
- 카메다 제과그룹(亀田製菓)은 1957년에 설립된 과자류 제조 및 판매기업임. 센베이, 아라레, 쌀로 만든 안주용 과자, 유아용 과자까지 다양한 카테고리의 상품을 판매 중임. 와사비 맛, 허니버터 맛 센베이, 간장 맛, 새우 맛 오카키 등 소비자의 입맛에 맞춘 다양한 맛의 베이카를 판매하고 있는 것이 특징임
- 이와즈카 제과 주식회사(岩塚製菓株式会社)는 1954년 설립된 쌀과자의 제조 및 판매기업임. 센베이, 오카키, 아라레, 기타 쌀 간식 제품 등을 판매 중이며 성인 소비자를 겨냥한 안주상품, DHA와 아몬드를 포함한 센베이 등 다양한 제품이 있음
- 산코세이카 그룹(三幸製菓グループ)은 1962년에 설립된 베이카 제조기업임. 상품 카테고리는 센베이, 막과자, 간식류로 구분되며 주력상품인 센베이는 할로윈 치즈 센베이, 쇼콜라 센베이, 명란 센베이 등 다양한 맛으로 구성해 총 80여 개의 제품을 판매 중임

표84) 일본 베이카 제조사

구분	설명		이미지
카메타 제과그룹 (龜田製菓)	샤리조 (しゃり蔵)	쌀의 거친 결을 살려 쌀의 맛을 더 강하게 낸 제품으로 아래레의 일종. 1봉지(56g)당 239kcal로 판매되고 있음	
	소프트사라다 (ソフトサラダ)	오키나와 소금으로 감칠맛과 짠맛을 낸 부드러운 선베이 제품으로 20개입으로 구성됨	
	켄부츠 (堅ぶつ)	두꺼운 떡을 한입 사이즈로 잘라 튀긴 뒤 소금을 뿌려 단단하고 짭짤한 맛을 낸 제품임	
이와즈카 제과 주식회사 (岩塚製菓 株式会社)	반자이산초 (バンザイ山椒)	니기타현 나가오카시의 반자이산초를 넣은 바삭하고 작은 알갱이의 아래레 제품으로 땅콩이 들어가 있는 것이 특징임	
	이와즈카의 검은콩 선베이 (岩塚の黒豆せんべい)	검은 콩을 넣은 담백한 짠맛의 딱딱한 선베이 제품으로 10개입으로 구성됨	
	시골의 오키 쌀국수맛 (田舎のおかき ざらめ味)	겉은 바삭하고 속은 알싸한 식감의 오키 제품으로 8개입으로 구성됨. 간장맛과 단맛이 어우러진 것이 특징임	

산코세이카 그룹 (三幸製菓グループ)	산코의튀김 단간장맛 (三幸の揚せん 甘口しょうゆ味)	독자적인 논프라이 제조법으로 튀긴 쌀과자 제품으로 부스러기가 생기지 않도록 스틱형으로 만든 것이 특징임	
	둥근콩센베이 (丸大豆せんべい)	둥근 검은콩을 넣은 딱딱한 센베이 제품임. 달콤한 간장 맛이며 10개입으로 구성됨	
	산코의카키노타네 (三幸の柿の種)	가다랑어 향과 간장 맛의 감씨모양 쌀과자 제품으로 하나에 6봉지로 소포장되어 있음	

\* 각 사 홈페이지



#### 4) 시장 및 소비자 특징

- 전국 떡 공업협동조합의 통계에 따르면 2021년 기준 일본의 2인 이상 가구당 평균 2.1kg의 모찌를 구입한 것으로 나타났으며 평균 구매 가격은 1kg당 812.3엔으로 나타남. 이는 2018년 구입량인 2.3kg 대비 5.3% 감소한 수치로 가구당 모찌 소비량은 지속적으로 감소세를 보이고 있음<sup>69)</sup>
  - 연령대 별로는 70대 이상이 가장 많이 모찌를 구매하는 것으로 나타났으며 나이가 어릴수록 적게 구매하는 것으로 나타남. 일본 사회의 고령화로 인하여 이러한 경향은 앞으로도 지속될 것으로 전망됨
- 모찌는 주로 겨울철, 특히 설날에 소비하는 경향이 크지만 최근 들어 일 년 내내 떡을 소비하자는 움직임이 일어나고 있음. 이는 COVID-19로 인하여 임시휴교, 재택근무 등 소비자들이 가정에서 식사를 하는 빈도가 늘어났기 때문임. 그럼에도 여전히 모찌의 소비는 여름 한 달간의 매출이 12월의 하루 매출과 같을 정도로 12월에 치중되어 있음<sup>70)</sup>
- 또한 일본 소비자들의 건강에 대한 관심증가로 다양한 신제품과 건강 기능성 식품 등이 출시되고 있음. 대표적으로 사토식품(サトウ食品)의 유산균을 함유한 모찌, 타이마츠식품(たいまつ食品)의 현미와 찹쌀을 사용한 제품 등이 있음

69) 전국 떡 공업협동조합(www.omochi100.jp), 2022.11.17

70) 2021.10.18., 포장 떡 특집: 연중 소비정착을 위한 고비 신상품·식제안 부활로 매장 활성화, 일본식품신문

사토식품(サトウ食品)	타이마즈식품(たいまつ食品)
	
<p>사토의 키리모찌 유산균플러스 (サトウの切り餅 乳酸菌プラス)</p>	<p>키츠키모찌 보리가 들어간 현미모찌 (杵つきもち麦入り玄米もち)</p>





- 베이카의 대표 제품인 샌베이는 우리나라의 한과에 비해 계절이나 시기에 관계없이 꾸준한 소비가 이루어지고 있음
- 일본의 저출산 및 고령화가 진행되며 최근 과자 및 베이카 소비층은 노년층으로 이동하고 있음. 일본 총무성 통계국에 따르면 2021년 일본의 고령자 비율은 전체 인구수의 29.1%로 과거 최고 비율을 달성하였으며 앞으로도 계속 상승할 것으로 예측됨. 따라서 많은 기업들이 고령자를 위한 제품이나 성인을 대상으로 어린 시절의 향수를 불러일으키는 제품을 출시하고 있음

## 2. 중국 시장

### 1) 시장 개요

- 니엔가오(年糕)는 쌀 또는 찹쌀을 찌서 만든 중국 전통음식으로 우리나라의 떡과 외형이 비슷한 부분이 있음. 니엔가오의 발음과 '해마다 상승'한다는 뜻을 가진 '연고(年高)'의 발음이 같아 춘절에 주로 만들어 먹음. 춘절에 먹는 니엔가오는 지역별로 조금씩 차이를 보임
  - 북방의 경우 백설기와 비슷한 바이가오(白糕)와 기장떡인 황미가오(黃米糕)를, 강남지역은 가래떡과 비슷한 수이모니엔가오(水磨年糕), 서남지역은 경단과 비슷한 빠빠(粑粑) 등을 먹음

표85) 중국 니엔가오 분류

구분	설명		
북방지역	바이가오 (白糕)	흰색 떡으로 우리나라의 백설기와 유사함 주로 찌거나 구워서 먹음	
	황미가오 (黃米糕)	노란색은 금을 상징 팥소나 갈색 설탕을 더하기도 함 찌거나 튀기는 형태로 먹음	
강남지역	수이모니엔가오 (水磨年糕)	닝보지역의 대표 떡 쌀 또는 밀로 만들어짐 떡국으로 끓여 먹거나 한국의 떡볶이를 만들 때 사용하기도 함	
서남지역	빠빠 (粑粑)	운남 고유의 떡으로 쿤밍의 대표적인 간식 참깨나 땅콩버터, 매운 소스를 묻히기도 함. 삶거나 튀겨서 먹음	

\* 바이두백과(<https://baike.baidu.com>)

- 류화탕(蓼花糖)은 중국의 전통 설탕과자임. 류화탕이라는 이름은 깨가 덩수룩하게 묻어 있는 모양이 여뀌꽃(蓼花)과 비슷하다 하여 지어짐. 찹쌀, 콩, 기름, 설탕, 참깨 등의 재료가 들어가며 만드는 방법과 완성된 모양이 우리나라의 한과와 유사함
  - 만드는 법은 찹쌀로 만든 떡을 말려 튀긴 후, 설탕물을 발라 참깨를 묻힘. 구체적으로는 24가지의 공정이 필요하며 원재료부터 완제품이 되는 데까지 반년 이상이 소요됨. 모든 과정을 거치면 겉은 바삭하며 속은 솜사탕과 같이 부드러운 식감을 가진 달콤한 과자가 됨
- 대표적인 류화탕 제품으로는 산시성 지역의 특산품인 삼원류화탕(三原蓼花糖)이 있음. 길림성 후원류화탕, 허난성 안양류화탕과 함께 중국 3대 류화탕으로 꼽힘. 예로부터 귀한 음식으로 여겨져 선물용으로 많이 이용되었고, 주로 겨울(춘절)에 먹음



## 2) 시장 규모

- 일반적으로 중국에서는 춘절에 집에서 떡을 만들어 먹지만 생활 환경이 현대화됨에 따라 다양한 종류의 떡이 가공·포장된 형태로 판매 중임. 그러나 아직까지 시장규모를 파악하기에는 어려움이 있어, 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 주요 제품을 통해 시장에서 판매되는 제품의 특징을 살펴봄
- 중국 최대 온라인 쇼핑몰 알리바바에서 니엔가오(年糕)로 검색했을 때 나오는 주요제품들을 위주로 살펴봄
  - 니엔가오가 별도의 카테고리로 나누어져 있지는 않으나, 주로 보이는 제품군을 살펴보면, 닝보떡(宁波年糕), 한국떡(韩式年糕), 치즈떡(芝士年糕), 수제떡(年糕手工), 9일떡(九日年糕), 주지떡(诸暨年糕), 일본떡(日本年糕), 냄비떡(火锅年糕), 절강떡(浙江年糕), 리양떡(弋阳年糕), 쓰청떡(慈城年糕), 샌드위치떡(夹心年糕) 등이 있음
- 이 중 중국 전통 떡은 닝보떡, 리양떡, 쓰청떡, 주지떡, 절강떡인데, 제품의 이름이나 생김새가 명확히 구분되지는 않음

표86) 중국 니엔가오 제품

구분	설명	용량 및 가격	이미지
닝보떡 (宁波年糕)	중국의 전통 떡으로 춘절에 주로 먹으며 게 등과 함께 유채기름에 볶아 먹기에 매우 알맞음. 채소를 넣고 떡국과 같이 끓여 먹기도 함	500g (6.5 위안)	
리양떡 (弋阳年糕)	1200년의 역사를 가진 강서지방 이양현의 전통 떡으로 3번 찌고 200번 두드리는 (三蒸两百锤) 독특한 제작방법을 갖고 있음. 느끼하거나 끈적이지 않아 찌고 볶고 삶고 튀기는 요리법 모두와 잘 어울림	2500g (24.44 위안)	
절강떡 (浙江年糕)	절강에서 주로 춘절에 만든 전통 떡으로 백설탕이나 흑설탕을 넣은 떡을 굽거나 튀겨 먹으며 일부 지역에서는 끓여 먹기도 함	12500g (35위안)	

\* 알리바바닷컴, 2022년 11월 17일 기준

- 한국떡, 치즈떡, 냄비떡, 샌드위치떡에는 한국의 떡볶이떡, 치즈떡볶이떡, 떡볶이 간편조리 제품 등이 속해 있음. 특히 볶음밥 맛 떡볶이, 치즈떡볶이 등의 제품이 많으며, 비비고, 청정원, 신사동 떡볶이 등 다양한 제품이 판매되고 있음
- 중국에서 레저식품(休闲食品)<sup>71)</sup>은 일상 소비재로, 여가와 함께 편하게 섭취할 수 있는 식품을 뜻함. 베이커리, 사탕, 과자, 스낵류, 견과류 등을 모두 포함하는데 전통 과자 또한 레저식품 중 하나로 포함되어 있음. 전통 과자에 대한 별도의 시장규모를 파악하기 어려워, 레저식품시장 규모를 대신하여 살펴봄

71) 빠른 소비품의 일종으로, 휴가나 휴식시에 먹는 음식을 말함. 레저식품은 과일과 야채, 고기, 곡물, 생선류 등을 원료로 해 합리적인 생산공정 기술을 이용해 만든 빠른 소비품의 일종임

- 중국 레저식품시장 규모는 이미 1조 위안을 넘어섰으며, 최근 5년간 연평균 성장률은 12%를 기록함. 2020년 COVID-19로 인해 레저식품 시장규모가 소폭 감소하였으나 2021년 다시 반등하여 약 1조 4,000억 위안의 규모를 달성할 것으로 전망되었음. 2016년부터 2020년까지 중국 레저식품업계 시장규모는 8,224억 위안에서 1조 2,984억 위안으로 증가하여 연평균 성장률 12.09%를 기록함<sup>72)</sup>
- 중국 레저식품 판매 채널은 인터넷 산업이 빠르게 발전함에 따라 전자상거래 시장이 급격히 성장함. 2011년에는 0.7%에 불과했던 레저식품 온라인 매출 비중이 2020년에는 14.8%로 높아진 데에 비해, 슈퍼마켓, 잡화점 등은 매출이 하락했음<sup>73)</sup>




### 3) 주요 제조사

- 니엔가오 제조사로는 항저우임안조식품유한공사(杭州临安赵氏食品有限公司), 자싱시산강식품유한공사(嘉兴市善康食品有限公司), 쉬안청시 농민삼촌식품유한공사(宣城市农民伯伯食品有限公司) 등이 있음
- 항저우임안조식품유한공사는 고구마떡, 호박떡 등 다양한 떡 종류와 함께 고구마, 죽순, 국수 등을 판매하고 있음. 자싱시산강식품유한공사는 명절선물용 떡과 음식을 취급하고 있으며, 쉬안청시농민삼촌식품유한공사는 떡볶이떡과 쌀국수, 냉동육 등을 유통 중임

72) 중국식품공업협회, Frost&Sullivan

73) Euromonitor, 보하이 증권(渤海证券)

표87) 중국 니엔가오 제조사

구분	설명	이미지
<p>항저우임안조 식품유한공사 (杭州临安赵氏 食品有限公司)</p>	<p>설립 : 2007년 12월 20일 주소 : 저장성 항저우 등록자본 : 200만 위안 주요제품 : 떡, 고구마, 국수 등</p>	
<p>자싱시산강 식품유한공사 (嘉兴市善康 食品有限公司)</p>	<p>설립 : 2018년 10월 24일 주소 : 철강성 자싱시 주요제품 : 명절선물, 월병, 전통떡, 만두 등</p>	
<p>쉬안청시농민삼촌 식품유한공사 (宣城市农民伯伯 食品有限公司)</p>	<p>설립 : 2016년 9월 19일 주소 : 안후이성 쉬안청시 등록자본 : 800만 위안 주요제품 : 떡, 떡볶이떡, 쌀국수, 냉동육 등</p>	

\* 알리바바닷컴(<https://www.1688.com>), 2022년 11월 17일 기준



- 대표적인 류화탕 제품인 삼원류화탕의 생산 기업으로는 우한시 청이전자상거래사업부(武汉市诚壹电子商务经营部), 오화현형베이진 원왕식품상행(五华县横陂镇源王食品商行) 등이 있음
- 두 곳 모두 다양한 과자류를 취급하고 있으며 전통 과자, 떡 등을 판매하고 있음

표88) 중국 류화탕 제조사

구분		설명	이미지
오화현 형베이진 원왕식품상행 (五华县横陂镇 源王食品商行)	수제 히비스커스 열매 류화탕 (手工芙蓉果蓼花糖)	원산지 : 중국 재료 : 참깨, 찹쌀, 맥아시럽, 흰설탕, 대두유 가격 : 500g당 33.54위안	
우한시 청이전자 상거래사업부 (武汉市诚壹电 子商务经营部)	산시성특산골 삼원류화탕 (陕西特产蜂蜜三原 蓼花糖)	원산지 : 산시성 셴양시 재료 : 찹쌀, 흰참깨, 황두, 벌꿀, 흰설탕, 맥아시럽 가격 : 350g 당 17.88위안	
	산시명물루이메이골 류화탕 (陕西特产瑞梅蜂蜜 蓼花糖)	원산지 : 산시성 셴양시 재료 : 찹쌀, 대우유, 흰설탕, 맥아시럽, 황두, 벌꿀, 참깨 가격 : 350g당 19.37위안	

\* 알리바바닷컴, 2022년 11월 17일 기준

#### 4) 시장 및 소비자 특징

- 중국 급속냉동식품 시장이 전체적으로 빠른 성장세를 보이며 특히 탕위안, 물만두, 떡 등이 포함된 조리류 시장의 성장세가 두드러짐. 중상산업연구원 발표에 따르면 급속냉동식품 시장규모는 연평균 10.5%의 성장률을 보이고 있음. 또한, 중국 내 한식의 인기와 한국 특유의 매운맛에 대한 인지도가 상당히 높아 떡볶이, 한국 냉동떡 등에 대한 수요가 늘어나고 있음. 2020년 중국의 대외 레저식품 수입액을 살펴보면, 대부분 국가가 마이너스 성장률을 보였으나 일본, 한국, 미국으로부터의 수입 규모는 크게 증가함. 특히 미국, 한국의 성장률이 약 50%로 두드러지게 나타남<sup>74)</sup>
- 최근 몇 년간 빠르게 성장한 중국 경제를 바탕으로 생활 수준이 향상되며 레저식품시장 규모 또한 성장함. 뿐만 아니라 인터넷 산업이 빠르게 발전함에 따라 중국 전자상거래 규모도 커지고 있음. 이에 따라 레저식품시장도 온라인 플랫폼을 중심으로 판매, 유통하며 성장하고 있음
- 중국의 레저식품 트렌드는 녹색화, 건강화로 나타남. 중국의 1인당 소득, 소비 수준이 높아지면서 일상적인 식생활 소비는 '배불리 먹기', '잘 먹기'에서 '건강하게 먹기'로 변화하고 있음. 높아지는 소비자 요구조건을 맞추기 위해 식품 안전성, 영양, 기능성에 대한 업체들의 관심이 높아지고 있으며, '맛' 요소를 만족시키면서 안전성, 영양성, 기능성을 모두 고려한 저당류, 저염류, 저탄수화물의 레저식품이 시장 확장의 주역이 되어 성장할 것으로 전망됨<sup>75)</sup>

74) 2021.09.10., 진동다오자로 보는 중국 레저식품 소비 트렌드, KOTRA

75) 2021.07.21., 중국 레저식품 산업 동향, KOTRA

- 亿邦动力研究院(亿邦动力研究院)에 따르면, 주요 소비층은 23-35세의 젊은 인구로 전체 소비군의 60% 비중을 차지하고 있음. 이들은 높은 구매력과 폭넓은 소비행태를 보여주며 풍부한 맛과 정교한 포장 디자인, 특색있는 소비 체험을 추구하여 가격에 대한 민감도가 낮은 것이 특징임
- 前瞻产业研究院(前瞻产业研究院)에 따르면 중국 소비자들이 레저 식품을 주로 소비하는 이유는 허기 해소, 기분 개선, 영양보충 등으로 나타났으며, 주로 소비가 이루어지는 장소·시간은 저녁 시간대, 여행, 그리고 아침 식사 대용임. 따라서 레저식품인 스낵바, 견과류 및 전통 과자와 떡 등을 식사 대용으로 섭취하는 것으로 파악됨



부록

---

설문지



## 가공식품에 대한 소비자 조사 - [떡·한과]

안녕하십니까?

글로벌리서치입니다.

본 조사는 가공식품을 이용하시는 소비자들의 인식, 태도에 대한 정보 수집을 위한 조사입니다.

바쁘시더라도 잠시만 시간을 내어 설문에 응답해 주신다면 대단히 감사하겠습니다.

본 조사는 선착순 마감 또는 설문 미대상일 경우 응답이 제한될 수 있음을 알려드립니다.

또한 불성실하게 응답하셨을 경우 조사 완료 후 사례금 지급이 취소될 수 있습니다.

본 설문에서 응답해주시는 정보는 법률 제11690호 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호 받을 수 있으며, 동법 제21조(개인정보의 파기)에 의거 조사 종료 후 파기되오니 안심하시고 원활한 연구 진행이 될 수 있도록 모든 문항을 빠짐없이 응답해 주시면 감사하겠습니다.

2022. 11. 글로벌리서치

### 응답자 특성

SQ1. 귀하나 귀하의 가족 혹은 가까운 친구 중에 다음의 직종에 종사하고 계신 분이 있나요?

- |                      |                        |
|----------------------|------------------------|
| 1) 광고회사나 마케팅/여론 조사회사 | 2) 신문사, 라디오, 방송국 등 언론계 |
| 3) 식품 제조 회사          | 4) 식품 판매 및 유통회사        |
| 5) 식품 유통회사           | 6) 해당 없음               |

SQ2. 귀하의 성별은 무엇인가요?                      1) 남자                                      2) 여자

SQ3. 귀하의 나이는 한국나이로 몇 세인가요? (                      )세





## A. 떡·한과 구입 취식 행태

QA1. 귀하께서는 평소 떡·한과 제품에 대한 정보를 어떤 채널을 통해 알게 되시나요?  
 평소 떡·한과에 대한 정보를 얻으시는 채널을 모두 선택해 주시기 바랍니다.

	보기
<b>오프라인</b>	1) 공중파 TV광고(MBC, SBS, KBS)
	2) 케이블 TV광고(JTBC, tvN, YTN, 조선TV 등)
	3) 신문, 잡지 등 지면 광고
	4) 매장/시장/판매점에서 (매장 내 진열/판매 상품)
	5) 마트/시장/판매점 내 판매지를 통해서(소개/판촉 활동)
	6) 마트/시장/판매점 내 포스터, 프로모션
	7) 주변 지인/가족 소개/입소문
	8) TV 프로그램, 먹방, 방송 PPL/협찬 광고
	9) TV 홈쇼핑 판매 방송을 통해
<b>온라인</b>	10) SNS 홍보/후기
	11) 블로그 홍보/후기
	12) 인터넷 포털사이트(네이버, 구글 등) 정보 검색
	13) 판매 사이트(G마켓, 11번가, 쿠팡, 티몬 등) 내 제품 정보
	14) 유튜브 등 인터넷 방송
	15) 주요 제조회사 홈페이지
	16) 온라인 채널 광고(Facebook, 인스타그램 등)
17) 온라인 음식 관련 인플루언서를 통해	
	18) 기타( )

QA2. 귀하께서 평소 떡·한과를 구입하시는 장소, 채널을 모두 선택해 주십시오.

QA3. 귀하께서 평소 가장 자주 떡·한과를 구입하시는 장소, 채널을 하나만 선택해 주십시오.

<QA2~QA3 공통 보기>

항목	QA2	QA3
1) 시장/동네에 있는 떡집/방앗간	1	1
2) 대형마트 (이마트, 롯데마트, 홈플러스 등)	2	2
3) SSM/대형수퍼 (이마트 에브리데이, 홈플러스 익스프레스, 롯데수퍼 등)	3	3
4) 동네수퍼/소형수퍼마켓	4	4
5) 창고형 매장 (코스트코, 이마트 트레이더스, 빅마켓 등)	5	5
6) 홈쇼핑(GS홈쇼핑, CJ홈쇼핑, 롯데홈쇼핑 등)	6	6
7) 백화점 식품관 (현대백화점, 신세계백화점 등)	7	7
8) 편의점(CU, GS25, 이마트24 등)(마켓컬리, 헬로우네이처, 오아시스 등)	8	8
9) 유기농/친환경 식품 매장 (초록마을, 한살림 등)	9	9
10) 식자재 마트	10	10
11) 대형마트 온라인몰(이마트몰, 롯데몰 등)	11	11
12) 온라인쇼핑몰 (G마켓, 11번가 등)	12	12
13) 소셜커머스 (티몬, 쿠팡, 위메프 등)	13	13
14) 기타( )	14	14

QA4. 과거(COVID-19 이전, 약 2년전)와 비교해 보시고 응답해주시기 바랍니다. 귀택에서의 평소 떡·한과 구입 빈도가 어떻게 변화했다고 생각하시는지요?

- 1) 과거/COVID-19 이전 대비 구입이 감소했다
- 2) 과거와 큰 차이 없다
- 3) 과거/COVID-19 이전 대비 구입이 증가했다

QA4-1. 그렇게 변화하신 이유는 무엇인가요?

QA5. 귀하께서 2022년 들어와서 떡·한과의 구입이 **늘어난** 채널, 장소를 모두 선택해 주십시오.

QA5-1. 귀하께서 최근 2-3년을 기준으로 떡·한과의 구입이 **감소한** 채널, 장소를 모두 선택해 주십시오.

### 〈QA5~QA5-1 공통 보기〉

항목	QA5	QA5-1
1) 시장/동네에 있는 떡집/방앗간	1	1
2) 대형마트 (이마트, 롯데마트, 홈플러스 등)	2	2
3) SSM/대형수퍼 (이마트 에브리데이, 홈플러스 익스프레스, 롯데수퍼 등)	3	3
4) 동네수퍼/소형슈퍼마켓	4	4
5) 창고형 매장 (코스트코, 이마트 트레이더스, 빅마켓 등)	5	5
6) 홈쇼핑(GS홈쇼핑, CJ홈쇼핑, 롯데홈쇼핑 등)	6	6
7) 백화점 식품관 (현대백화점, 신세계백화점 등)	7	7
8) 편의점(CU, GS25, 이마트24 등)(마켓컬리, 헬로우네이처, 오아시스 등)	8	8
9) 유기농/친환경 식품 매장 (초록마을, 한살림 등)	9	9
10) 식자재 마트	10	10
11) 대형마트 온라인몰(이마트몰, 롯데몰 등)	11	11
12) 온라인쇼핑몰 (G마켓, 11번가 등)	12	12
13) 소셜커머스 (티몬, 쿠팡, 위메프 등)	13	13
14) 기타( )	14	14

QA6. 귀하께서 평소 떡·한과를 구입하실 때 고려하시는 사항은 무엇인가요? 모두 선택해 주십시오

QA7. 귀하께서 평소 떡·한과를 구입하실 때, 가장 중요하게 고려하는 사항은 무엇입니까? 하나만 선택해 주십시오.

〈QA6~QA7 공통 보기〉

전체 항목	설명. [제품 선택 시 고려 사항 설명문]	고려요소	핵심요소
1) 저렴한 가격	기왕이면 가격이 저렴한 제품	1	1
2) 판촉 할인 행사	기왕이면 판촉 행사를 하는 제품	2	2
3) 가격 대비 양	기왕이면 양이 많은 제품	3	3
4) 떡·한과의 맛	기왕이면 맛이 좋은 제품	4	4
5) 진열 상태	기왕이면 진열 상태가 온전한, 깔끔한 제품	5	5
6) 신뢰감	기왕이면 믿을 수 있는 제조/판매자 제품	6	6
7) 제조회사	기왕이면 유명한 회사의 제품	7	7
8) 제품 외관	기왕이면 먹음직스러운 진열, 모양 제품	8	8
9) 원료 성분	기왕이면 쌀, 밀, 콩 등 원료 성분 좋은 제품	9	9
10) 쌀/밀 원산지	기왕이면 원산지가 국산인 제품	10	10
11) 유행 제품	기왕이면 친구/주변인들이 자주 먹는 제품	11	11
12) 용기/패키지	기왕이면 포장 용기, 패키지가 좋은 제품	12	12
13) 익숙한 제품	기왕이면, 늘 먹던 익숙한 제품	13	13
14) 주변인 평판/소문	기왕이면, 후기, 입소문이 좋은 제품	14	14
15) 제조 방식	기왕이면 매장에서 직접 만든 제품	15	15
16) 쌀/밀 함량	기왕이면, 쌀 함량이 많은 제품	16	16
17) 본인/가족 입맛	기왕이면, 나/가족이 좋아하는 맛의 제품	17	17
18) 매장 취급/진열	기왕이면 진열대에서 눈에 잘 띄는 제품	18	18

QA8. 다음에 제시한 떡·한과 중 귀하께서 알고 있는 것은 무엇입니까?  
알고 있는 떡·한과류를 모두 선택해 주십시오.

QA9. 귀하께서 최근 6개월 내 구입해서 드셔보신 떡·한과는 무엇입니까? 모두 선택해 주십시오.

QA10. 귀하께서 좋아하시는 떡·한과는 무엇입니까? 순서대로 3가지 선택해 주십시오.

QA11. 귀하께서 향후에 드시고 싶은 떡·한과는 무엇입니까? 순서대로 3가지 선택해 주십시오.

〈QA8~QA11 공통 보기〉

	보기	인지	구입	선호	향후 구입
떡	1) 약식(약밥)				
	2) 떡국 떡				
	3) 떡볶이 떡				
	4) 조랭이떡				
	5) 증편				
	6) 새알심				
	7) 백설기류				
	8) 시루떡류(공, 무, 쑥 등)				
	9) 송편류				
	10) 인절미류				
	11) 절편류				
	12) 계피떡류				
	13) 단자류				
	14) 경단류				
	15) 잡과편				
	16) 산약병				
한과	17) 강정류(유과)				
	18) 산자류				
	19) 유밀과(약과류)				
	20) 다식				
	21) 정과				
	22) 옛강정				
	23) 숙실과				
	24) 과편				

QA12. 귀하께서 떡·한과를 그렇게 구입하신 이유는 무엇입니까?

**B. 떡·한과 카테고리 특성**

이제부터는 떡·한과의 카테고리별 특징에 대해서 질문드리겠습니다.

QB1. 귀하께서는 평소 떡·한과를 드시는 이유는 무엇 때문인가요? 떡·한과를 드시는 이유를 모두 적어주십시오.

QB2. 다음 중 귀하께서 평소 구입하시는 떡·한과 제품은 무엇인가요? 모두 선택해 주십시오

1) 재래시장/방앗간/일반 떡집 제품
2) 백화점/마트 내 떡집 제품
3) 떡·한과 전문 중소 제조업체 제품
4) 대형 식품사에서 제조, 판매하는 떡·한과 제품

QB2-1. 귀하께서 **[[QB2a 응답값]]**을 제품을 구입/이용하신 이유는 무엇입니까?

QB3. 귀하께서는 다음에 제시된 떡·한과 제품에 대해서 각각 얼마나 만족하시는지요? 만족하시는 정도를 5점 만점으로 평가해 주시기 바랍니다.

만족도 평가	매우 불만족	대체로 불만족	보통	대체로 만족	매우 만족
1) 재래시장/방앗간/일반 떡집 제품	1	2	3	4	5
2) 백화점/마트 내 떡집 제품	1	2	3	4	5
3) 떡·한과 전문 중소 제조업체 제품	1	2	3	4	5
4) 대형 식품사에서 제조, 판매하는 떡·한과 제품	1	2	3	4	5

QB4. 귀하/귀댁에서 가장 선호하시는 떡·한과 제품은 무엇인가요?

1) 재래시장/방앗간/일반 떡집 제품
2) 백화점/마트 내 떡집 제품
3) 떡·한과 전문 중소 제조업체 제품
4) 대형 식품사에서 제조, 판매하는 떡·한과 제품

QB4-1. 귀하께서 **[[QB2a 응답값]]**을 가장 선호하시는 이유는 무엇입니까?

QB5. 그렇다면 귀하께서는 떡·한과를 평소 얼마나 자주 구입하셨는지요?

떡·한과를 구입하신 빈도를 응답해 주십시오.

- (1) 1개월에 1회 이상      (2) 월 1회 정도      (3) 2개월 1회 정도  
 (4) 3개월 1회 정도      (5) 4개월 1회 정도      (6) 5개월 1회 정도  
 (7) 6개월 1회 정도      (8) 그보다 드물게

[카테고리 현재력 : Category Funnel]

QB6. 다음에 제시된 떡·한과 제품에 대한 귀하의 생각을 가장 잘 표현한 문장을 하나씩 골라주십시오.

항목(로테이션)	이 떡·한과는 시장에서 하락하고 있다	이 떡·한과는 시장에서 안정/정체되어 있다	이 떡·한과는 시장에서 점진적으로 떠오르고 있다	이 떡·한과는 시장에서 급부상하고 있다	나는 비용과 시간이 더 들더라도 꼭 이 참기름을 구입하겠다
1) 재래시장/방앗간/일반 떡집 제품					
2) 백화점/마트 내 떡집 제품					
3) 떡·한과 전문 중소 제조업체 제품					
4) 대형 식품사에서 제조, 판매하는 떡·한과 제품					

QB7. 귀하께서 생각하실 때, 이전 대비 요즘 구입/사용하시는 떡·한과의 특징, 달라진 점은 무엇입니까? 무엇이든 좋으니, 자유롭게 적어 주십시오.

QB8. 귀하께서 평소 맛있는 떡·한과를 드실 때의 기분, 감정, 느낌 등 무엇이든 좋으니, 자유롭게 적어 주십시오.

## 기타 / 응답자 특성

DQ1. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- 1) 중학생
- 2) 고등학생
- 3) 대학생/대학원생
- 4) 전업주부
- 5) 취업주부
- 6) 미혼 직장인(사무직, 판매직, 기술직, 경영직, 관리직 등)
- 7) 기혼 직장인(사무직, 판매직, 기술직, 경영직, 관리직 등)
- 8) 자영업자(식당, 가게, 매장 운영 등)
- 9) 전문직(교수, 의사, 프리랜서, 언론인, 예술인 등)
- 10) 기타( )

DQ2. 귀댁의 월평균 소득(보너스, 이자, 집세 등을 포함한 금액)은 어느 정도입니까?

- |                   |                     |                   |
|-------------------|---------------------|-------------------|
| 1) 200만원 미만       | 2) 200만원~300만원 미만   | 3) 300만원~400만원 미만 |
| 4) 400만원~500만원 미만 | 5) 500만원~600만원 미만   | 6) 600만원~700만원 미만 |
| 7) 700만원~800만원 미만 | 8) 800만원~1,000만원 미만 | 9) 1,000만원 이상     |



## [공공누리 제4유형] 개별이용조건



### 출처표시

저작물의 출처를 표시해야 합니다.

이용자는 공공저작물을 이용할 경우, 다음과 같이 출처 또는 저작권자를 표시해야 합니다.

ex) "본 저작물은 '000(기관명)'에서 '00년'작성하여 공공누리 제4유형으로 개방한 '저작물명(작성자:000)'을 이용하였으며, 해당 저작물은 '000(기관명),000(홈페이지주소)'에서 무료로 다운로드할 수 있습니다."

\* 위 내용은 예시이므로 작성연도 및 해당 기관명과 홈페이지 주소, 작성자명 기입

온라인에서 출처 웹사이트에 대한 하이퍼링크를 제공하는 것이 가능한 경우에는 링크를 제공하여야 합니다.

이용자는 공공기관이 이용자를 후원한다거나 공공기관과 이용자가 특수한 관계에 있는 것처럼 제3자가 오인하게 하는 표시를 해서는 안됩니다.



### 상업적 이용금지

비영리 목적으로만 이용 가능

상업적 이용이 금지된 공공저작물은 영리행위와 직접 또는 간접으로 관련된 행위를 위하여 이용될 수 없습니다. 다만, 별도의 이용허락을 받아 공공저작물을 상업적으로 이용하는 것은 가능합니다.



### 변경금지

저작물을 변경 혹은 2차 저작물 작성금지

공공저작물의 변경이 금지 됩니다. 또한 내용상의 변경 뿐만 아니라 형식의 변경과 원저작물을 번역·편곡·각색·영상제작 등을 위해 2차적 저작물을 작성하는 것도 금지 대상 행위에 포함됩니다.



## 떡·한과류 | 2022 가공식품 세분시장 현황

1. 이 보고서는 농림축산식품부에서 주관하고 한국농수산물유통공사가 시행한 [가공식품 세분시장 현황]의 보고서입니다.
2. 이 보고서 내용을 인용할 때에는 반드시 농림축산식품부에서 주관하고 한국농수산물유통공사가 시행하여 분석한 [가공식품 세분시장 현황] 보고서의 내용임을 밝혀야 합니다.
3. 이 보고서는 식품산업통계정보시스템(<http://www.atfis.or.kr>)에서도 보실 수 있습니다.