

발간등록번호

11-1543000-001584-01

OPEN

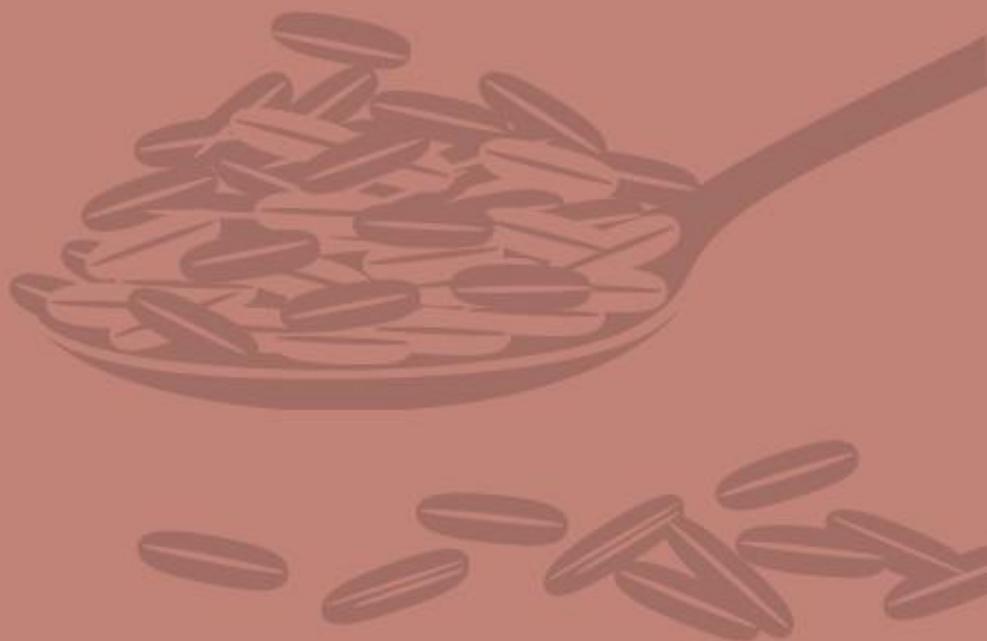


공공누리

공공저작물 자유이용허락

2016 가공식품 세분시장 현황

쌀가공식품 시장



농림축산식품부



한국농수산물유통공사

© 2016. **at** 한국농수산물유통공사

All rights reserved.

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

2016 가공식품 세분시장 현황

쌀가공식품 시장



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

일러두기

쌀가공식품은 떡, 밥, 탁주·약주 외에 다양한 제품으로 출시되고 있습니다. 그러나 위의 품목을 제외하고, 대부분의 품목에 쌀은 일부 원료로 활용하고 있는 상황이어서, 쌀이 들어간 품목의 정확한 생산·수출입·유통데이터를 확보하는데 한계가 있습니다. 이에 본 보고서에서는 떡류, 밥류, 주류와 같이 상대적으로 시장 데이터가 명확히 존재하는 품목을 중심으로 시장을 살펴보았습니다. 이에 농림축산식품부나 타 기관 등에서 발표하는 시장 규모 등과 차이가 있을 수 있으니, 이용에 착오 없으시기 바랍니다.

CONTENTS



목 차

쌀 가공식품 시장 요약	1
제1장 시장 조사 개요	
제 1 절 조사 배경 및 목적	8
제 2 절 조사 대상 및 방법	9
1. 조사 대상	9
2. 조사 방법	9
제2장 쌀 가공식품 개요	
제 1 절 쌀 가공식품 시장 분석 필요성	12
1. 정부의 쌀 가공식품 시장 육성 노력	12
2. 쌀 소비 지속 감소	13
제 2 절 쌀 가공식품 정의 및 분류	15
1. 쌀 가공식품의 정의	15
2. 쌀 가공식품의 분류	17
3. 쌀 가공식품 주요 제품	19
제3장 쌀 가공식품 원료 현황	
제 1 절 쌀의 특성	22
1. 쌀의 종류별 특성	22
2. 쌀 가공 기술	23
제 2 절 국제 쌀 수급 동향	26
1. 국제 쌀 수급 동향	26
2. 국제 쌀 가격 동향	28
제 3 절 국내 쌀 사용 현황	29
1. 쌀 수급 현황	29
2. 가공용 쌀 사용 현황	30

쌀 가공식품 시장

제4장 쌀 소비 및 수출입 현황

제 1 절 가공용 쌀 소비 현황	32
1. 쌀 소비 현황	32
2. 주요 쌀 가공식품 생산(출하) 규모	35
제 2 절 수출입 현황	37
1. 쌀 가공식품 관련 HSK코드	37
2. 쌀 가공식품 수출입 현황	38

제5장 유통 및 판매 현황

제 1 절 유통구조	42
제 2 절 주요 제품 소매채널 판매 규모	43
1. 소매채널 판매 규모	43
2. 품목별 소매채널 판매 현황	44

제6장 소비 특성

제 1 절 소비시장 특성	48
1. 떡	48
2. 즉석밥	49
3. 탁주	51
4. 간식/디저트	53
5. 기타	56
제 2 절 소비자 특성	59
1. 자주 구입하는 쌀 가공식품 관련 특성	59
2. 많이 섭취하는 쌀 가공식품 관련 특성	63
3. 쌀 가공식품 관련 소비자 인식	67

CONTENTS



목 차

제7장 해외 시장 동향

제 1 절 일본	72
1. 동향	72
2. 우리나라의 수출 품목	88
제 2 절 중국	80
1. 동향	80
2. 우리나라의 수출 품목	83
제 3 절 기타 우리나라의 해외 수출 품목	85
1. 싱가포르	85
2. 미국	86
3. 태국	86

부록. 소비자 조사 결과

1. 소비자 조사 분석 결과	90
2. 소비자 조사 설문지	103

쌀 가공식품 시장

[표 1-1] 조사 대상	9
[표 1-2] 소비자 조사 개요	10
[표 2-1] 쌀 가공산업 육성 관련 정책 변화	12
[표 2-2] 1인당 연간 쌀 소비 현황	13
[표 2-3] 국내 쌀 소비 현황	14
[표 2-4] 식품공전 기준으로 볼 수 있는 쌀 가공식품	16
[표 2-5] 쌀 가공식품 분류기준	18
[표 2-6] 쌀 가공식품 주요 제품	19
[표 3-1] 쌀의 가공용도별 품질 특성	22
[표 3-2] 쌀 가공식품 R&D 투자 핵심기술과제	24
[표 3-3] 국제 쌀 수급 동향 및 전망	26
[표 3-4] 세계 주요 쌀 생산국	27
[표 3-5] 가공용 쌀 사용 현황	30
[표 4-1] 업종별 연간 쌀 소비 현황	33
[표 4-2] 전통/전통업종 외 쌀 소비 현황	34
[표 4-3] 주요 쌀 가공식품 출하 실적	36
[표 4-4] 쌀 가공식품 HS코드	38
[표 4-5] 주요 쌀 가공식품 수출입 규모	40
[표 5-1] 쌀 가공식품 주요 품목별 유통구조 특징	42
[표 5-2] 주요 쌀 가공식품 소매시장 판매액 추이	43
[표 5-3] 쌀가공식품 종류별 판매 현황	44
[표 5-4] 쌀가공식품 소매채널별 판매 현황	45
[표 5-5] 2015년 기준 소매채널별 품목 판매 현황	46

CONTENTS



목 차 - 표/그림

[표 6-1] 자주 구입하는 쌀 가공식품	60
[표 6-2] 구입시 주요 고려 사항	61
[표 6-3] 구입 이유	62
[표 6-4] 자주 섭취하는 쌀 가공식품	63
[표 6-5] 섭취 빈도 (1주일 기준)	64
[표 6-6] 주요 섭취 시기	65
[표 6-7] 주요 소비 장소	66
[표 6-8] 가장 먼저 떠오르는 쌀 가공식품 품목	67
[표 6-9] 향후 출시 희망 제품	69
[표 6-10] 소비자가 생각하는 쌀 가공식품의 쌀 함량 기준	69
[표 7-1] 일본의 1인당 연간 쌀 소비량	72
[표 7-2] 가공용 쌀 생산 현황	74
[표 7-3] 일본 쌀 가공식품 생산현황	75
[표 7-4] 일본에서 판매중인 한국제품	79
[표 7-5] 중국의 1인당 연간 쌀 소비량	80
[표 7-6] 중국에서 판매중인 한국 제품	84
[표 7-7] 해외에서 판매중인 한국 제품	87
[그림 3-1] 쌀가공식품산업 R&D 지원규모	23
[그림 3-2] 국제 쌀 가격 추이	28
[그림 4-1] 식품 내 쌀 함량 비중	35
[그림 4-2] 주요 쌀 가공식품 수출입 현황	38
[그림 6-1] 주요 구입-소비 가족 구성원	68
[그림 7-1] 쌀·쌀 가공품 수출실적 및 목표	73

쌀 가공식품 시장 요약

1. 쌀 가공식품 시장 개요

- 2014년 관련 법에 따라 ‘쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 5개년 기본 계획’을 마련하는 한편, 2015년에는 쌀 소비환경 변화에 맞춰 쌀 가공산업을 고급화·다양화·차별화하여 고부가가치 산업으로 육성할 계획인 ‘쌀 가공산업 활성화 방안’을 마련함. 그러나 식생활이 서구화되고, 식습관 패턴에도 변화가 일면서 쌀 소비량은 지속적으로 감소하고, 쌀 가공식품 산업도 아직까지 규모 있게 성장하지 못하고 있는 상황임
- 쌀가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 관한 법률은 **쌀 가공식품을 쌀(벼·현미와 그 도정과정에서 발생한 부산물 포함)을 원료 또는 재료로 하여 가공한 식품이라고 정의하고 있음**
 - 법률 및 여러 문헌상의 내용을 종합해보면 일반적으로 쌀 함량에 관계없이 쌀을 함유한 가공식품을 통칭하고 있음

2. 쌀 가공식품 원료 현황

- **(생산 및 소비량 감소세 둔화)** 쌀 재배 면적은 꾸준히 감소하고 있으나 단수 증가로 인해 생산 감소가 둔화되고 있음. 또한 식생활 서구화 등으로 식량으로써의 쌀 수요량이 감소함에 따라 전체 수요량도 감소하고 있으나 가공용 쌀 사용량이 증가하며 최근 그 감소폭이 둔화된 것으로 나타남
- **(가공용 쌀 사용량의 일시적 감소)** 가공식품 원료용 쌀(주정용 소비량을 제외한 가공용 쌀)의 소비량은 2015년 기준 42만톤으로, 전년 대비 91.9% 수준으로 감소함. 가공식품 원료용 쌀 사용량은 2011년 이후 2014년까지 꾸준히 증가하다 2015년에 감소함. 다만 정부의 쌀 가공식품 산업 육성에 따라 향후 증가할 것으로 전망되고 있음

3. 쌀 소비 및 수출입 현황

- (쌀 가공식품 품목의 다양화) 양곡소비량조사에 따르면 2015년 기준 국내 식품 제조업 중 쌀 소비량이 많은 업종(주정제조업 제외)은 떡류 제조업(29.7%)이며, 도시락 및 식사용 조리식품, 탁주 및 약주 제조업 순으로 높게 나타남. 이들 3개 업종은 국내 쌀 사용량(주정제조업 제외)의 74.8%를 차지하고 있음
 - 전통 쌀 가공식품 업종(떡, 탁주 및 약주, 장류 제조업) 외 다양한 업종에서 쌀 사용량이 지속적으로 증가하고 있으며, 쌀 가공식품의 산업 및 품목이 다양화 되고 있음. 전통 품목 외 업종 중 가장 많은 비중을 차지하는 업종은 도시락 및 조리식품 제조업(2015년 기준 16.8%)으로 혼밥족¹⁾ 증가, 캠핑 등의 야외활동 증가로 인해 편의점 도시락과 같은 간편식의 소비시장의 규모가 커지며 향후 쌀 사용량 증가가 예상되는 업종으로 판단됨
- (주요 쌀 가공식품 수출액 감소) 주요 쌀 가공식품 총 수출액(쌀 함유량이 높은 떡, 즉석밥 등이 포함되는 HS코드 및 쌀 관련 단일품목의 HS코드로 수출액 파악)은 2011년 9,407만 달러에서 2015년 5,553만 달러로 약 41% 감소함. 수입액은 2011년부터 2015년까지 5,000만 달러 수준을 유지하고 있음
 - 미과, 식혜, 조제식료품 등의 수출액은 증가 추세이나 전통주의 수출액이 크게 감소하여 전체적인 쌀 가공식품 수출 규모에 영향을 준 것으로 판단됨

4. 유통 및 판매 현황

- (최종식품별 상이한 유통구조) 쌀 가공식품은 최종식품에 따라 그 유통구조 및 특징이 매우 상이하므로, 가장 대표적인 떡, 즉석밥, 탁주를 중심으로 유통구조 특징을 살펴봄
 - 떡은 가공떡과 전통떡으로 분류되는데, 가공떡의 경우 식품제조업체에서 생산되는 일반 가공식품과 유사한 유통구조를 가지며 전통떡은 재래시장 떡집, 방앗간을 중심으로 유통되고 있음
 - 즉석밥의 경우 대부분 제조업체-도·소매 유통채널-일반소비자로 이어지는 유통구조를 가지고 있으며, 기내식 또는 일부 일식 레스토랑으로 유통되는 B2B 시장을 제외하면 B2C로의 판매비중은 90% 수준으로 파악됨

1) 혼자 밥먹는 사람

- 탁주의 경우 법적으로 정해진 유통단계가 있으며, 주류 특성상 유통음식업체 채널을 통한 B2B 시장 판매비중이 40%에 이름
- (2015년 주요 쌀 가공식품의 소매채널 판매규모는 약 7,595억원) 탁주, 즉석밥 등 주요 9개 쌀 가공식품의 2015년 국내 소매채널 판매액은 약 7,595억으로 나타남
- 쌀 가공식품 소매채널 판매액에서 탁주, 즉석밥, 떡류가 차지하는 비중이 전체의 84.6%로 이들 3개 품목의 비중이 매우 큼. 품목별 판매액 추이를 살펴봤을 때 최근 3년간 가장 매출액 규모가 커진 품목은 즉석밥이며, 현미유, 쌀라면 등은 매출액이 급감한 것으로 나타남

5. 소비시장 특성

- (떡-복고열풍, 조리법의 다양화) 최근 과거에 대한 동경, 향수를 담은 복고풍 (Retro) 열풍으로 쌀떡볶이, 밀떡볶이 제품이 많이 판매되고 있음. 그 외 구워먹는 떡, 떡 샌드위치, 카스테라 등 다양한 조리법과 간편 포장으로 간식 대응, 식사 대응으로 소비되고 있음
- (즉석밥-프리미엄화, 일품메뉴화) ‘비상용’ 에 불과하던 즉석밥이 ‘집밥’ 을 대체하는 식품으로 변화하고 있음. 유기농쌀, 슈퍼곡물 등이 들어가 일반 쌀밥보다 영양분이 풍부한 프리미엄 즉석밥이 출시되고 있으며, 양념장 등이 동봉되어 있어 다른 반찬 없이 구매한 밥 자체가 하나의 음식인 제품에 대한 수요가 늘고 있음
- (탁주-맛으로 즐기는 막걸리) 최근 막걸리에 대한 인식이 맛 자체를 즐기는 식품으로 변화하였으며, 이러한 변화에 따라 주재료인 쌀이나 맛에 새로운 변화를 준 제품들이 다양하게 출시되고 있음
- (간식/디저트-안심간식) 최근 아이들에게 좀 더 영양가 있고 건강한 간식을 챙겨 주고 싶은 엄마들의 마음을 담은 쌀과자들이 인기를 끌고 있음. 열량 높은 군것질을 대체할 수 있을 뿐 아니라 간편하게 먹을 수 있는 것이 특징임. 또한 편의점과 마트 등에서 인절미 아이스크림, 인절미과자, 라이스 푸딩 등의 한식 퓨전 상품들을 쉽게 찾아볼 수 있음. 한식 디저트를 중심으로 하는 카페가 증가하고 있고 일반 디저트 카페에서도 쌀을 이용한 메뉴를 개발하여 소비자에게 좋은 반응을 얻고 있음

- (기타 다양한 쌀 가공식품) 다양한 용도의 죽제품, 캠핑죽/바쁜 직장인 등을 타깃으로 하는 누룽지 제품, 밀가루면/우유의 대체식품의 일종인 쌀면/라이스 밀크 등의 다양한 쌀 가공식품이 출시되고 있음

6. 소비자 특성

- (가장 자주 구입하는 쌀 가공식품은 쌀과자) 소비자들이 자주 구입하는 쌀 가공식품에 대하여 전체 응답자의 18.2%가 쌀과자라고 답변하였으며, 떡 (17.8%), 즉석밥(16.5%), 쌀떡볶이(15.5%)가 그 뒤를 잇는 것으로 조사됨
 - 가구 구성원 수에 따라서는 1,2인의 가족과 3,4인 가족, 5명 이상 가족으로 크게 3가지 패턴을 볼 수 있음. 1,2인 가족의 경우 즉석밥과 쌀 떡볶이, 3,4인 가족의 경우 쌀과자와 떡, 5명 이상 가족의 경우 쌀과자와 쌀떡볶이를 가장 자주 구매하는 것으로 조사됨
- (가장 많이 먹는 쌀 가공식품은 떡) 소비자들이 많이 섭취하는 쌀 가공식품에 대한 응답은 자주 구입하는 쌀 가공식품 (쌀과자-떡-즉석밥-쌀떡볶이 순)과 다소 순위 차이가 있는 것으로 나타남. 가장 많이 섭취하고 있는 쌀 가공식품은 떡(19.1%), 쌀과자(17.0%), 쌀떡볶이(16.5%), 즉석밥(14.2%) 순으로 나타남
 - 연령별로는 20대, 30대는 쌀과자와 떡을 가장 많이 섭취하는 것으로 나타났으며, 40대의 경우 떡(22.5%), 쌀 떡볶이(18.7%)를 많이 섭취하는 것으로 나타남. 쌀음료의 경우 40대는 20대, 30대의 절반 수준으로 먹는 것으로 나타남
- (쌀 가공식품 구매시 가격이 주요 고려사항) 쌀 가공식품 구입시 품목별로 주요하게 고려한 사항에 대하여 질문한 결과 가격(23.7%)이라고 답변한 응답자가 가장 많았으며, 쌀 원산지(15.2%), 쌀 함량(14.5%) 순으로 높게 나타남
- (타제품으로 대체불가능한 쌀 가공식품) 주 구입 이유는 타제품으로의 대체 불가능한 식품(29.9%)이기 때문인 것으로 나타났으며, 소화 영양 등 건강에 유익하고(23.1%), 다른 가공식품과는 다른 맛(21.5%) 때문에 쌀 가공식품을 구입하는 것으로 조사됨
- (쌀 가공식품으로 인식하는 쌀 함량 기준은 50-60% 미만) 소비자들이 생각하는 쌀 가공식품의 쌀 함량 기준은 최소한 50~60% 미만(22.8%)이 되어야 한다는 응답이 가장 많았으며, 60~70% 미만(13.0%), 90~100%미만(12.5%) 순으로 높게 나타남

7. 해외 시장 동향

- **(글루텐프리, 웰빙 식품에 대한 관심 증가)** 글루텐은 밀, 보리, 귀리 등에 들어 있는 글루테닌(glutenin)과 글리아딘(gliadin)이 결합하여 만들어지는 단백질의 일종임. 미국 등 서양인 중 글루텐 알레르기가 있는 사람이 많아 글루텐프리 식품에 대한 수요가 증가함
- **(일본)** 1인당 쌀 소비량은 지난 1962년 118kg에서 2015년에는 54.6kg으로 절반 이상 감소하였는데 이는 매년 약 8만 톤씩 소비가 줄어든 셈임. 이에 일본 정부는 쌀 소비 확대를 위한 쌀 가공산업 활성화 정책을 수립·시행함. 일본 농림수산성이 2013년 8월 공표한 국가별 품목별 수출 전략에서는 2020년 술을 포함한 쌀·쌀가공품 수출액 목표를 600억엔으로 하고 있으며, 2015년 쌀·쌀가공품 수출액은 201억엔으로 전년 대비 19.2% 증가함
 - 일본의 쌀 가공식품은 떡류(모찌류), 과자류, 조미료류, 즉석밥류, 국수류 등 국내의 쌀 가공식품과 비슷함. 2015년 기준 즉석밥 생산량은 약 35만톤, 쌀과자 생산량은 약 22만톤, 떡 생산량은 약 6만톤 정도임
 - 쌀 가공식품 수출 품목 중 일본 내 어느 정도 시장이 형성된 품목은 떡볶이, 막걸리, 죽 제품 등으로 한류 붐과 더불어 수요기반이 형성되었으나 최근 이들 품목들에 대한 시장 수요가 침체된 상태임
- **(중국)** 2000년 기준 1인당 연간 쌀 소비량은 84.3kg이었으나 이후 꾸준히 감소하여 2013년에는 22.6% 감소한 65.5kg으로 나타남. 이는 쌀을 대체할 수 있는 식품이 증가하기도 했지만, 도시에 비해 상대적으로 쌀 소비량이 많았던 농촌지역의 소비가 크게 감소한 것이 큰 요인으로 작용함
 - 자국 내 쌀 가공식품에 대한 위생과 안전에 불신이 높은 중국 프리미엄 소비자 계층이 수입 제품에 대한 관심이 높음. 건강 관련 웰빙 제품에 대한 수요가 늘어나고 있으며 최근 한국드라마 등 한류와 연계한 떡볶이 식문화에 관심이 높아지면서 떡볶이 떡, 떡국떡은 물론 떡볶이 소스가 함께 들어있는 제품까지 다양한 제품이 판매되고 있음

2016 가공식품 세분시장 현황

제 1 장

시장 조사 개요

제 1 절 조사 배경 및 목적

제 2 절 조사 대상 및 방법

제 1 절 조사 배경 및 목적

- 2010년 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사가 가공식품 품목별 세분시장 현황분석 보고서를 발간한 이래, 가공식품 시장은 더욱 다양한 변화가 일어나고 있음
- 특히 생산 중심의 시장에서 유통 및 소비 중심으로 시장 재편이 확대되고, 수입 가공식품의 증가, HMR과 같이 외식과 가공식품의 중간 역할을 하는 간편식품의 확대 등 시장의 변화가 두드러짐. 이에 따른 소비자들의 구매 및 이용 특성도 민감하게 나타나고 있는 상황임
- 따라서 변화하는 식품 시장의 특성을 반영한 시장 분석 정보를 생산자 및 구매자 모두에게 제공하여, 산업의 원활한 육성 및 지원, 스마트 소비에 부응할 필요가 있음

- 이에 본 조사는 가공식품 산업구조를 고려한 명확한 자료 수집 및 분석을 통해 관련 이해관계자들에게 품목 시장의 가치 있는 기본 정보를 제공하고자 함
 - 본 보고서에 제시된 내용은 객관성 및 타당성을 담보한 Data를 기반으로 폭 넓고 깊이 있게 분석하였으며, 가공식품 전문가의 의견 수렴 및 검토를 통해 수요자 니즈에 부합하는 콘텐츠를 구성함
 - 가공식품과 관련된 이해관계자들에게 실질적인 가치를 제공할 수 있는 정보를 제공하고,
 - 특히 정보 수집이 어려운 중소기업에게는 시장 전략 수립의 기초 자료가 될 수 있는 정보를 제공함
 - 또한 국민들에게는 소비하고 있는 식품에 대한 정확한 정보를 제공하여 식품을 구입 및 소비하는데 참고 자료로 활용될 수 있도록 하며,
 - 마지막으로 농식품 유관기관의 가공식품 관련 정책에 직·간접적으로 활용될 수 있도록 함

제 2 절 조사 대상 및 방법

1. 조사 대상

- 조사대상 품목군은 총 20개이며, 이번 품목군은 ‘쌀 가공식품’ 임

[표 1-1] 조사 대상

탄산수	과자류	두부	쌀가공식품
곡물가공식품	반찬류	신선편의식품	도시락
절임류	레토르트	초콜릿류	농산물통조림
건강기능식품	인삼 및 홍삼	식품첨가물	커피류
청국장	건조과일채소류	고령친화식	순대

2. 조사 방법

- 조사 방법은 크게 문헌조사와 소비자 조사로 이루어짐

1) 문헌조사

- 국내 문헌자료는 식품의약품안전처의 식품공전과 식품 및 식품 첨가물 생산실적, AC닐슨의 소매판매데이터, 농림축산식품부/한국농수산식품유통공사의 식품원료 소비실태조사, 한국농수산식품유통공사의 식품산업통계정보(FIS), 통계청의 양곡 소비량조사결과 등을 활용함
- 쌀 가공식품의 정의는 「쌀가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 관한 법률」, 식품공전을 활용하였으며, 이를 바탕으로 제조 및 시장 기준 정의와 국내에 출시되고 있는 제품을 살펴봄

- 시장규모는 원료, 가공용쌀 소비현황, 유통, 매출, 소비 측면에서 살펴봄. 원료는 통계청과 관세청의 농작물생산조사 및 수출입데이터, 가공용쌀 소비현황은 통계청의 양곡소비량조사결과를 활용함. 소매유통은 식품산업통계정보와 일부 AC 닐슨 소매판매데이터를, 소비는 산업 및 언론 리포트/기사, 전문가 인터뷰를 활용함. 또한 해외 동향은 한국농수산물유통공사의 해외시장 맞춤형보고서 및 언론 리포트/기사 등을 바탕으로 분석함

2) 소비자 조사

- 소비자조사는 품목군별 구매 및 소비 특성을 파악하기 위한 목적으로 전문 조사 업체에 의뢰하여 온라인 조사로 실시함
- 쌀 가공식품을 구입 및 소비한 경험이 있는 20대~40대 남녀 600명을 대상으로 조사를 실시하였으며, 성별 분포는 남성 240명(40%), 여성 360명(60%), 연령별 분포는 20대 200명(33.3%), 30대 200명(33.3%), 40대 200명(33.3%)임
- 표본오차는 95%의 신뢰수준에서 $\pm 4.0\%$ p임

[표 1-2] 소비자 조사 개요

조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> ○ 쌀 가공식품을 구입한 경험이 있는 20대~40대 남녀 600명 - 성별 : 남성 300명, 여성 300명 - 연령 : 20대 200명, 30대 200명, 40대 200명
조사 방법	<ul style="list-style-type: none"> ○ 온라인 패널 조사
조사 시기	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2016년 7월 7일 ~ 7월 14일
주요 조사 내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 자주 구입하는 쌀 가공식품, 많이 먹는 쌀 가공식품 ○ 쌀 가공식품의 최소 쌀 함량 기준 인식도 ○ 구입 고려 요인, 이유 ○ 섭취 빈도 ○ 주요 소비 시간, 장소 ○ 주요 구매·소비 가족구성원 문항 등

2016 가공식품 세분시장 현황

제 2 장

쌀 가공식품 개요

제 1 절 쌀 가공식품 시장 분석 필요성

제 2 절 쌀 가공식품 정의

제 1 절 쌀 가공식품 시장 분석 필요성

1. 정부의 쌀 가공식품 시장 육성 노력

- 우리나라는 1980년대 중반 이후 쌀 생산량이 증가하고, 식생활의 서구화로 쌀 잉여분이 증가하면서 쌀을 밥이 아닌 가공식품으로 이용하는 것에 대한 규제를 해제하기 시작함. 이때부터 본격적인 쌀 가공식품에 대한 연구가 시작되었고, 정부에서도 2000년 후반부터는 쌀 가공산업 활성화를 위한 정책을 마련하고, 관련법을 제정하는 등 쌀 가공산업 육성을 위해 적극적인 행보에 나섰음
- 농림축산식품부에서는 「농업·농촌 및 식품산업기본법」에 근거하여 쌀 가공제품(식품 및 비식품제품 포함)을 생산하는 업체 중 연간 쌀 사용 실적이 10톤 이상인 업체(사업기간이 1년 미만인 신규업체는 예외)를 대상으로 쌀 가공산업 육성 지원사업을 매년 추진하고 있음
- 또한 2015년에는 쌀 소비환경 변화에 맞춰 쌀 가공산업을 고급화·다양화·차별화하여 고부가가치 산업으로 육성할 계획인 ‘쌀 가공산업 활성화 방안’을 마련함

[표 2-1] 쌀 가공산업 육성 관련 정책 변화

단계	정책
쌀 가공산업 토대 마련 (1985~1990)	<ul style="list-style-type: none"> • 가공용 쌀 가격 인하 및 10% 혼식 의무비를 폐지(1986) • 정부미 10분도 규정 해제(1989) • 쌀막걸리 제조 허용(1990)
쌀 가공산업 지원제도 본격 도입 (1991~1995)	<ul style="list-style-type: none"> • 시설현대화자금 285억원(39개업체) 지원(1988~91) • 한국식품개발연구원내 쌀전문연구부서 ‘쌀이용연구센터’ 설립(1991) • 증류시 소주제조에 대한 쌀 사용 허용(1991) • 쌀 가격 인하(20,000원/80kg)
처분 및 대북지원 위주 정책으로 쌀 가공산업 위축 (쌀 가공산업 육성기조에서 관리기조로변환) (1996~2000)	<ul style="list-style-type: none"> • 쌀 가공산업 육성기조에서 쌀 가공산업 관리기조로 재전환 • 가공용 쌀 공급 및 관리강화 방안 수립 • 가공용 쌀 원료 가격 인상(20,000원/80kg→84,700원/80kg) • 가공용 쌀 원료 공급물량 조절 • 가공용 MMA 쌀에 대한 용도를 식용으로까지 범위 확대
쌀 가공산업 지원 및 대북지원 등 처분정책 병행 추진 (2001~2007)	<ul style="list-style-type: none"> • 2000년 12월 이후 매년 1차례씩 3차에 걸친 가공용 쌀 가격인하 (84,700원/80kg→44,468원/80kg) • 대북지원(차관 형태) • 주정용 처분(타피오카 수입가와 연계한 kg당 170원)

단계	정책
정부의 쌀 가공산업 지원으로 외형이 확대되고 '육성법' 제정으로 산업적 기틀이 마련 (2008~2013)	<ul style="list-style-type: none"> • 쌀 가공산업과 연계한 다양한 활성화 정책 발표(2008) • 제품군별 쌀소비 촉진효과를 감안 용도별 가격 차등 인하 • 쌀 가공식품기업(신규창업 포함) 시설자금 지원 및 연구예산지원 • 떡볶이, 막걸리 등 주력품목 중심 지원 및 홍보 • 쌀 가공산업 육성 및 소비촉진에 관한 법률 제정(2011) • 쌀 산업 발전 5개년(2011~2015) 계획(2011)
쌀 가공산업 육성 계획 수립·추진 (2014~)	<ul style="list-style-type: none"> • 쌀 가공산업 육성 5개년(2014~2018) 계획 수립(2014) • 쌀 가공산업 활성화 방안 마련(2015) • 쌀 특별재고관리대책(2016)

※ 쌀 가공산업의 현황과 문제점-NH농협조사월보, 농협협동조합중앙회, 2016, KMAC 재구성

2. 쌀 소비 지속 감소

- 그러나 식생활이 서구화되고, 식습관의 패턴도 변화가 일면서 국내 쌀 소비량은 지속적으로 감소하고, 쌀 가공식품 산업도 아직까지 규모있게 성장하지 못하고 있는 상황임

1) 밥쌀용 쌀 소비량 감소세

- 2015년 기준, 1인당 연간 밥쌀용 쌀 소비량은 62.9kg으로 2010년(72.8kg)에 비해 약 10kg 감소함. 밥쌀로 소비되는 쌀 소비량은 매년 감소하고 있는 추세임
- 30년 전인 1985년 소비량(128.1kg)에 비해서는 2015년에 절반 이상 감소한 상황임. 이는 밥 한 공기(100g~120g) 기준으로 계산해보면 1일당 1.4~1.7그릇으로 하루에 2공기도 채 먹지 않는 셈이라고 할 수 있음²⁾

[표 2-2] 1인당 연간 쌀 소비 현황

(단위 : kg)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
1인당 밥쌀용 쌀 소비량	72.8	71.2	69.8	67.2	65.1	62.9
1인당 가공용 쌀 소비량	7.0	7.9	8.3	9.2	8.9	8.1
계	79.4	79.8	79.1	76.4	74.0	71.0

※ 쌀가공산업 활성화 방안, 농림축산식품부, 2015

1) 1인당 가공용 쌀 소비량 계산 시 주정용은 제외함

2) 오늘은 쌀의 날 '굴욕' ... 넘치는 재고에 소비, 가격은 반토막, 아시아경제, 2016.8.18

2) 가공용 쌀 이용량 증가 둔화

- 표 2-2를 보면, 1인당 가공용 쌀 소비량은 2010년 7.0kg에서 2015년 8.1kg으로 1.1kg 증가함. 소비량은 늘었지만, 아직까지 전체 쌀 소비에서 차지하는 비중은 크지 않은 상황임
 - 표 2-3에 쌀 전체 사용량을 좀 더 자세히 살펴보면, 식량용으로 사용되는 비중이 전체의 75.5%(2014년 기준)임
 - 반면 가공용으로 사용되는 쌀의 비중은 2010년 11.7%(54.9만톤)에서 2014년 12.1%(53.5만톤)로 비중이나 사용량에 큰 변화가 없는 상황임. 오히려 사용량은 2012년 이후 다소 줄어들음

[표 2-3] 국내 쌀 소비 현황

(단위: 천톤)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
식량	3,678	3,610	3,554	3,435	3,340
가공	549	644	566	526	535
종자	39	37	36	36	35
기타	442	881	727	496	514
합계	4,708	5,172	4,883	4,493	4,424

※ 쌀 수급 추이, 통계청

- 이에 본 보고서에서는 쌀 가공식품 시장의 현황과 특성, 문제점 등 전반에 대해 분석하여 쌀 가공식품 시장을 이해하고 육성하는데 기본 자료를 제공하고자 함

제 2 절 쌀 가공식품 정의 및 분류

1. 쌀 가공식품의 정의

- 쌀 가공식품의 정의는 법률상 규정되어 있으며, 농림축산식품부의 가공용 쌀 공급 및 관리지침³⁾에서는 품목별 쌀 가공업체 분류 기준을 두고 있으나 그 범위가 매우 광범위함. 그 외 여러 문헌상에서도 쌀 가공식품에 대해 정의하고 있는데, 일반적으로 쌀의 함량에 관계없이 쌀을 함유한 가공식품을 쌀가공식품으로 보고 있음
- 보통 식품과 가공식품의 분류는 최종식품을 기준으로 하는 것이 이해하기 좋기 때문에 현재 식품공전에서는 떡류, 탁주 등 품목으로 분류하고 있음
- 현행 법령 및 행정규칙에서 설명하고 있는 쌀 가공식품의 정의는 다음과 같음

1) 쌀가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 관한 법률⁴⁾

- 쌀 가공식품의 법률적 정의는 쌀가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 관한 법률에 정의(이하 쌀가공산업법)되어 있음. 동법에서는 쌀 가공식품을 쌀(벼·현미와 그 도정과정에서 발생한 부산물 포함)을 원료 또는 재료로 하여 가공한 식품이라고 정의하고 있음
- 법률상에서는 사실상 쌀을 이용하여 생산하는 모든 가공식품을 포함하는 의미로 정의되어 있음

2) 식품공전 기준으로 볼 수 있는 쌀 가공식품⁵⁾

- 식품공전에서는 쌀 가공식품을 하나의 품목군으로 별도로 정의하고 있지 않고, 쌀을 재료로 가공한 식품인 과자, 빵, 떡, 탁주, 청주 등의 식품을 개별적으로 정의하고 있음. 쌀을 재료로 가공한 식품이 속한 식품유형은 다음과 같음

3) 가공용 쌀 공급 및 관리지침, 농림축산식품부, 2015.12.3

4) 쌀가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률, 2015.6.22 개정고시 (약칭:쌀가공산업법)

5) 식품의 기준 및 규격, 식품의약품안전처, 2016.6.30 개정고시

- 빵 또는 떡류는 밀가루, 쌀가루, 찹쌀가루, 감자가루 또는 전분이나 기타 곡분 등을 주원료로 하여 가공한 것으로 빵류, 떡류, 만두류를 의미함. 특히 쌀 가공식품의 대표 식품군이라 할 수 있는 떡류는 쌀가루, 찹쌀가루 등을 주원료로 함
- 주류는 곡류, 서류, 과일류 및 전분질원료 등을 주원료로 하여 발효 등 제조·가공한 것으로 탁주, 약주, 청주 등이 쌀 가공식품에 해당함
- 면류는 곡분 또는 전분 등을 주원료로 하여 성형, 열처리, 건조 등을 한 것으로 국수, 냉면, 당면, 유탕면류, 파스타류, 기타 면류를 말함. 특히 곡분 또는 전분 등을 주원료로 제조하는 국수와 듀럼세몰리나, 듀럼가루, 밀가루 또는 쌀가루를 주원료로 제조하는 마카로니, 스파게티 등의 파스타류가 쌀 가공식품에 해당함
- 장류 중에서는 된장, 고추장, 춘장 등이 대두, 쌀 등의 곡류를 주원료로 하여 발효 숙성시킨 것을 제조, 가공한 것으로 쌀 가공식품에 해당함
- 찌쌀이라 함은 벼를 증자·건조하여 도정한 것이나 쌀을 증자하여 건조한 것이라 정의되어 있으며, 주로 생으로 먹거나 강정으로 만들어 섭취하는 쌀 가공식품임
- 시리얼류는 옥수수, 밀, 쌀 등의 곡류를 주원료로 하여 비타민류 및 무기질류를 강화, 가공한 것으로 정의되어 있어 쌀 가공식품에 포함될 수 있음
- 그 외 식품별 기준 및 규격에 해당되지 않은 식품을 별도로 규정한 ‘규격외 일반 가공식품의 기준 및 규격’에 정의된 곡류가공품에 쌀가공식품이 포함될 수 있음

[표 2-4] 식품공전 기준으로 볼 수 있는 쌀 가공식품

식품유형	식품품목	주원료	주요품목
과자류	과자	곡분 등 식물성 원료	미과, 한과
빵 또는 떡류	빵	밀 또는 기타 곡분	쌀빵
	떡	쌀가루, 찹쌀가루, 감자가루 또는 전분이나 기타 곡분	떡
면류	국수	곡분 또는 전분	쌀국수
장류	된장	대두, 쌀, 보리, 밀 또는 탈지대두	된장
	고추장	두류 또는 곡류	고추장
	춘장	대두, 쌀, 보리, 밀 또는 탈지대두	춘장
주류	탁주, 청주	곡류, 서류 및 전분질원료	탁주, 청주
기타식품류	찌쌀	쌀	찌쌀
	시리얼류	옥수수, 밀, 쌀 등 곡류	쌀 시리얼
규격외 일반가공식품	곡류가공품	곡류	

※ 식품공전 기준으로 분류된 품목군 중 주원료에 쌀이 포함된 품목 발체하여 KMAC 재구성

3) 한국산업표준 (KS, Korean Industrial Standards)⁶⁾

- 한국산업표준에서도 식품공전과 마찬가지로 쌀 가공식품 자체에 대하여 정의하고 있지는 않지만, 쌀을 원료로 하여 만든 여러 가공식품에 대한 표준을 정하고 있음
 - 한국산업표준에서 정한 쌀을 원료로 하는 가공식품은 누룽지, 떡류, 가래떡, 시리얼, 간장, 고추장, 된장, 춘장, 된장, 메주 등이 있음

2. 쌀 가공식품의 분류

- 정의에서 살펴본 것처럼 쌀 가공산업은 쌀을 원료로 하여 가공식품을 생산하는 모든 산업분야를 말하며, 쌀을 원료로 사용하면 모두 쌀 가공식품으로 보고 있음
 - ‘가공용 쌀 공급 및 관리지침’ 내에 쌀가공식품을 분류하고 있으나, 실제 제조·가공 시 쌀 소비량이 높은 식품, 식품공전에서 쌀을 주원료로 정의한 식품 또는 소비자가 쌀 가공식품이라고 인식하는 식품 등과는 차이가 있을 것으로 예상됨
 - 참고로 본 보고서에서는 소비자들이 생각하는 쌀 가공식품에 대해 조사를 진행함⁷⁾. 소비자들이 생각하는 쌀 가공식품의 최소 쌀 함량 기준에 대해 5% 미만부터 100%까지 다양한 응답이 있었는데, 가장 비중이 높게 나타난 응답은 쌀 함량이 50~60% 미만임. 쌀 함량이 해당 비중에 부합하는 제품은 밥, 떡, 술, 쌀국수 등 극히 일부 제품으로 확인됨
- 더욱이 쌀 가공식품의 생산·유통·수출입 데이터 수집 시스템이 별도로 마련되어 있지 않기 때문에 쌀 가공식품 시장의 데이터 수집에 한계가 있음. 따라서 쌀 가공식품의 분류를 보다 단순화하여 시장을 살펴보는 것이 보다 의미 있을 것으로 판단됨
 - 따라서 농림축산식품부의 쌀 가공업체 분류기준을 준용하되, 앞서 언급한대로 **쌀 사용량이 많고, 소비자가 인식하는 쌀 가공식품이라 부를 수 있는 제품의 쌀 함량 기준, 데이터 수집의 한계를 종합적으로 고려하여 떡류, 밥류, 주류를 중점적으로** 살펴보고, 과자, 국수 등은 기타 쌀 가공식품으로 분류하여 살펴보도록 함

6) 산업표준화법, 2016.27 개정고시

7) “귀하께서는 쌀의 함량이 최소 몇 % 이상 되어야 쌀 가공식품이라고 생각하십니까?” 라고 물어보았으며, ‘제6장 소비특성의 제2절 소비자 특성’ 표 6-9에 자세한 결과를 제시함

[표 2-5] 쌀 가공식품 분류기준

농식품부의 쌀가공업체 분류기준 ¹⁾			식품공전 ²⁾ 식품의 유형	재분류 ³⁾
대분류	중분류	소분류		
제과 제빵류	스낵건과	쿠키, 스낵, 비스킷, 건빵 등	빵 또는 떡류	기타 쌀가공식품
	한과 쌀빵	강정, 유과, 산자, 약과, 다식 등 식빵, 바게트, 카스테라, 케익 등 빵류		
떡류	떡볶이	떡국, 떡볶이	즉석조리식품	떡류
	전통떡	설기떡, 송편, 증편, 떡케익 등		
	즉석용기떡	즉석용기떡국떡, 즉석용기떡볶이떡		
가공밥류	포장밥	무균포장밥, 냉동볶음밥 등	즉석조리식품	즉석밥
	건조밥	레토르트밥		
주류	탁약주	쌀막걸리, 약주 등	주류	주류
	소주	증류식소주, 희석식소주 등		
	맥주	맥주		
	청주	청주		
면류	면류	국수, 파스타 등 건면류, 라면 등 유탕면류, 쫄면·냉면 등 숙면류, 칼국수, 수제비, 우동 등 생면류	면류	기타 쌀가공식품
		즉석용기면		
음료	쌀음료	식혜, 쌀음료 등	기타음료	기타 쌀가공식품
조미식품	장류	고추장, 된장, 쌈장, 간장 등	장류	
	식초	현미식초, 미림 등	식초	
	소스	쌀첨가소스, 스프 등	소스류	
죽류	유동식	죽, 수프, 미음 등	즉석조리식품	
묵류	묵·두부	쌀묵, 쌀두부 등	두부 및 묵류	
엿류	물엿	쌀엿, 쌀조청 등	엿류	
곡류가공	가공쌀	파보일드(올벼)쌀, 건조찐쌀 등	곡류가공품	
	빵튀기	쌀튀밥		
	인조쌀	인조쌀, 마카로니		
	누룽지	누룽지, 누룽지과자, 누룽지시리얼 등		
	선식류	미숫가루, 선식류 등		
	시리얼류	시리얼		
쌀가루	건식미분	건식쌀가루	즉석섭취식품	
	습식미분	습식쌀가루		
	알파미분	활곡, 팽화미분, 볶음쌀가루 등		
	혼합곡분	프리믹스 등		
쌀추출물	기능성소재	가바, 쌀단백질, 쌀뜨물 등	곡류가공품	
	미강	미강류		
	전분	쌀전분		
기타		기타		

- 1) 가공용쌀공급 및 관리지침, 농림축산식품부, KMAC 재구성
- 2) 식품공전, 식품의약품안전처, 2016.06.30. 개정고시
- 3) 쌀사용량과 데이터 수집 가능 여부를 종합적으로 고려하여 KMAC 재분류

3. 쌀 가공식품 주요 제품

- 쌀 가공식품은 다양한 형태의 제품으로 출시되고 있으며, 본 보고서에서 언급하는 품목 분류의 이해를 돕기 위해 주요 제품을 제시함. 참고로 국산쌀, 수입산쌀 사용이나 OEM 여부에 상관없이, 국내에서 판매되는 주요 제품을 정리함

[표 2-6] 쌀 가공식품 주요 제품

구분		주요 제품 및 제품 이미지	식품의 유형
떡류		생가득 우리쌀 떡국떡(풀무원) 송학 햇살떡국(송학식품)	 떡류
		생가득 국물떡볶이(풀무원)	 떡류
		프리미엄더블초코칩쌀떡세트 (청애들)	 떡류
		끝판 떡볶이(아셀떡)	 즉석조리식품
즉석밥	맨밥	햇반(CJ제일제당) 맛있는 오뚜기밥(오뚜기)	 즉석조리식품
		센콕 100% 현미밥(동원F&B)	 즉석조리식품 (살균제품, 질소충전제품)
	복합밥	햇반 컵반 미역국밥(CJ제일제당) 청정원 상하이짬뽕밥(대상)	 즉석조리식품
		곤드레나물밥 (한우물영농조합법인)	 곡류가공품/ 가열하여 섭취하는 냉동식품

구분		주요 제품 및 제품 이미지	식품의 유형
주류	탁주	장수 생막걸리(서울탁주제조협회) 국순당 쌀 막걸리(국순당) 느린마을 막걸리(배상면주가)	탁주
		아이싱(국순당)	기타주류
	약주	황진이주 (농업회사법인(유)참본)	약주
기타	미과	참쌀 선과(크라온)	과자(유처리제품)
		쌀로별 오리지널(롯데)	과자 (유탕처리제품)
	면류	생가득 베트남 쌀국수(풀무원) 쿡시 해물맛 쌀국수 (한스코리아)	국수
	죽류	양반 야채죽(동원)	즉석조리식품 (레토르트식품)
	쌀가루	건강한 쌀 부침가루(농심)	곡류가공품
	음료류	아침햇살(웅진식품)	혼합음료
	엿류	예청 생강조청(경일식품)	기타엿

※ 이마트(www.ssg.com)/롯데마트몰(www.lottemart.com)/홈플러스(www.homeplus.co.kr) 판매량 순위
(기준일: 2016.08.15), 쌀가공식품협회 쌀가공품 품평회 순위(2014년, 2015년)

2016 가공식품 세분시장 현황

제 3 장

쌀 가공식품 원료 현황

제 1 절 쌀의 특성

제 2 절 국제 쌀 수급 동향

제 3 절 국내 쌀 사용 현황

제 1 절 쌀의 특성

1. 쌀의 종류별 특성

- 농림축산식품부의 ‘가공용 쌀 공급 및 관리지침’에 의하면, 쌀의 용도를 밥쌀용, 가공용으로 구분하고, 특히 쌀의 공급 및 수입에 해당 기준을 사용함
- 가공용 쌀 공급 및 관리지침에서 정의한 가공용 쌀이란 쌀 가공품 원료로 **정부가 공급하는 쌀(정부양곡)**을 의미하며, 가공용 쌀의 종류는 다시 국산쌀과 수입쌀로 구분하고 있음. 이때 국산쌀은 연산별로 구분하며, 수입쌀은 연산별, 국가별, 품종별(단립종·중립종·장립종)으로 구분함⁸⁾
- 농촌진흥청에서는 쌀을 용도별로 크게 밥쌀용, 가공용, 기능성으로 나누고, 최종 식품에 적합한 품질특성을 지닌 품종을 개발하고 있음. 쌀의 가공용도별 품질 특성 및 쌀 적합 품종은 다음과 같음
 - 우리나라의 쌀 소비 형태를 보면 국산쌀의 95% 이상이 밥으로 소비되고 있으며 가공용은 주류 제조 포함 5% 내외로 소비되고 있음⁹⁾

[표 3-1] 쌀의 가공용도별 품질 특성

쌀의 용도		품질특성	원료 쌀 품종
밥쌀용 (가정·식당/공장)		쌀의 외관이 맑고, 밥에는 윤기가 나고, 차지고 부드러움 (아밀로스함량 20% 이하, 저단백질)	삼광, 운광, 고품, 호품, 철보, 하이아미, 대보, 진수미, 영호진미, 신동진, 일미, 일품 등
가 공 용	국수용	국수를 끓일 때 면의 모양 유지되고, 면의 탄력성이 높은 것(아밀로스함량 25% 이상)	고아미, 팔방미, 미면, 새미면
	현미/찰떡용	현미밥과 떡류에서 부드럽고 찰기가 오래 유지되는 쌀 (아밀로스함량 13% 이하)	동진찰 등 찰벼(5%), 백진주(9%), 설백(10%), 월백(12%), 만미(13%)
	발아현미용	현미 눈이 일반 쌀 보다 3배 이상 커 발아 시 GABA ¹⁰⁾ 함량이 많은 쌀	큰눈, 눈큰흑찰, 눈큰흑찰1호
	양조용(술)	쌀 내부 공간이 넓어 발효가 잘되는 쌀	양조벼, 설갱
	식혜, 음료	향기 나는 쌀 당 함량이 높은 쌀	미향, 설향찰, 아랑향찰, 향미벼, 단 미

8) 가공용 쌀 공급 및 관리지침, 농림축산식품부, 2015

9) 쌀가공식품, 농촌진흥청, 2015.03.05

쌀의 용도		품질특성	원료 쌀 품종
	미네랄쌀	라이신 함량 높음	영안벼
	원료가격 절감형 다수성(다용도)	수량이 많은 쌀 (쌀 수량 700kg/ha 이상 기준)	한아름2호(758kg/10a), 다산2호 안다, 세계진미, 보람찬(자포니카) 등
기능성	항산화	검정 쌀(안토시아닌 색소) 붉은 쌀(타닌계 색소)	흑광, 조생흑찰, 흑수정 등 적진주, 홍진주, 건강홍미 등
	다이어트	난소화성 전분함량 10% 이상	고아미3호, 4호, 도담쌀 등

※ ‘다양한 쌀과 가공식품, 어떤 것들이 있을까?’, 농촌진흥청 보도자료, 2015.10.11.

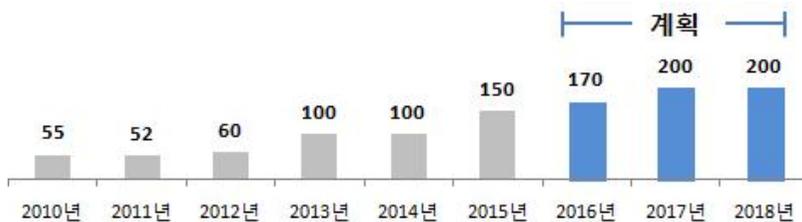
2. 쌀 가공 기술

1) 쌀 가공식품산업 R&D 지원 규모

- 쌀 가공식품산업에 대한 정부의 R&D 지원규모는 매년 증가하는 추세임. 특히 2014년 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 관한 5개년 기본계획을 통해 가공용 쌀 시장규모에 부합하는 국가 R&D투자 확대를 공표함
 - 2018년까지 쌀가공식품 R&D 투자를 2013년(100억원)의 2배 수준인 200억원으로 확대키로 함

[그림 3-1] 쌀가공식품산업 R&D 지원규모

(단위 : 억원)



※ 한국쌀가공식품협회 업무자료
쌀가공산업육성 및 쌀이용촉진에 관한 5개년 기본계획, 농림축산식품부, 2014, KMAC 재구성

10) 감마아미노낙산(Gamma Aminobutyric Acid), 신경전달물질로 뇌 혈류개선, 산소 공급증가와 뇌세포 대사 기능 촉진 효과가 있음

- 정부는 쌀 가공산업 육성 5개년 계획을 통해 가공용 쌀의 소비기반 지속 확충 및 부가가치 제고를 위해 3개 전략목표를 설정하고, 4개분야 23개 핵심기술과제를 추진키로 함
 - 수요조사 및 기술개발의 시급성을 우선 고려하여 품종개발보급(3개), 쌀가공제품 개발(14개), 고부가 신소재 개발(3개), 연구성과 산업화 지원(3개)의 핵심기술과제를 선정·추진함
 - 개발기술의 시제품화, 상품화 촉진을 위한 가공업체의 후속 R&D지원을 통해 수익·가치창출을 추진하고, 쌀 가공식품 R&D 협의회를 통해 종합조정 및 지원체계를 강화하여 쌀 가공산업의 안정적 성장을 도모하기로 함

[표 3-2] 쌀 가공식품 R&D 투자 핵심기술과제

분야	핵심과제	세부실천계획 (~ '18년누계)	지원주체	지원예산 ('14~ '18년)
품종개발보급	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 생산원가 절감 다수성 품종 ▪ 쌀가루 전용 품종 개발 ▪ 용도 다양화 품종 개발 	10종	농촌진흥청 농업기술실용화재단	180억원
쌀가공제품 개발	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 밀가루대체 가공제품 ▪ 즉석 쌀 가공제품개발 ▪ 발효기술 접목제품 ▪ 전분노화 억제제품 ▪ 고령화웰빙 제품개발 ▪ 제품의 품질향상 등 	시제품특허 30종	농림축산식품부 농촌진흥청 한국식품연구원	470억원
고부가 신소재 개발	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 성인병 예방 등 소재 개발 ▪ 신 기능성 물질 소재 개발 ▪ 기능소재 DB화 	13종	농촌진흥청	85억원
연구성과 산업화 지원	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 우수기술 정보제공 ▪ 기술이전 사업화 지원 ▪ 산업화 후속 기술 지원 발굴 	-	농업기술실용화재단	85억원

※ 쌀가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 5개년 기본계획, 농림축산식품부, 2014, KMAC 재구성

2) 가공용 쌀 품종 등 특수미 개발 증가¹¹⁾

- 쌀 가공산업의 확대와 쌀 기능에 대한 관심 증가, R&D 확대 등 개별 식품의 가공 특성과 기능성을 살려 개발된 쌀 품종이 증가함
 - 2016년 현재 국립종자원에 국가품종목록에 등록된 벼 품종은 모두 293개이며, 그 중 242개 품종(82.6%)은 농촌진흥청에서 개발하여 등재함
 - 농촌진흥청 국립식량과학원은 밥맛 좋은 쌀, 가공식품 만들기에 좋은 쌀, 기능성분을 높인 쌀 등을 개발 보급하고 있음
- 밥쌀용 쌀 중 최고품질 쌀은 쌀알 가운데(심백)와 쌀 옆면(복백)에 하얀 반점이 전혀 없고 '일품' 이상의 밥맛과 도정수율이 75% 이상(완전미 도정수율은 65% 이상)이면서 벼에서 발생하는 주요 병해충 2개 이상에 저항성을 가져함
 - 현재까지 육성된 최고품질 쌀은 '삼광', '운광', '고품', '호품', '하이아미', '해담쌀', '청품' 등 15품종임. 특히, '고품', '삼광', '호품'은 일본의 '고시히카리' 등 외국 품종보다 밥맛이 더 월등한 것으로 평가받기도 함
- 술, 국수, 빵 등을 만들기 좋은 가공용 쌀 품종들이 지속적으로 개발됨에 따라 전통주 중심이던 쌀 가공제품 종류도 다양해지고 있음
 - '설갱'은 매우 부드럽고 잘 으깨져 누룩균이 잘 달라붙고 번식도 왕성해 맛과 향기가 좋은 술을 만들 수 있는 품종이며, 경기도 대형 주류업체는 8종의 제품에 '설갱'을 사용하고 있음
 - '고아미'는 면을 만들었을 때 탄력이 좋은 쌀국수용 품종임. 충남의 한 쌀 가공업체는 '고아미'를 이용해 쌀 함량 90%의 국수와 50%인 설령탕 사리면을 개발해 월 100톤 가량 쌀국수를 생산·판매하고 있음
 - 이 외에도 국립식량과학원에서는 산업체와 함께 글루텐이 들어가지 않았거나 적게 들어간 빵이나 아이스크림, 피자, 소시지 등 고부가가치 쌀 가공식품을 개발하고 있음

11) 농촌진흥소식-우리 쌀의 진화, 맛있는 쌀! 건강에 좋은 쌀!, 농촌진흥청, 2016

제 2 절 국제 쌀 수급 동향

1. 국제 쌀 수급 동향

- 세계 쌀 생산은 몬순 기후와 밀접하게 연계되어 있어 세계 총 생산량의 90% 정도가 아시아에서 이루어지며, 동시에 아시아에서 주식으로 소비되기 때문에 교역 비중(전체 생산에서 차지하는 교역량의 비중, 2015/16년 기준 8.78%)이 매우 얇은 시장구조를 갖고 있는 것이 특징임¹²⁾
- 2016/17 국제 쌀 생산량은 전년대비 2.3% 증가된 481.2백만 톤으로 전망되며, 쌀 소비량은 0.4% 늘어나지만 교역량은 1.8% 감소될 전망이다. 쌀 기말재고량은 전년대비 0.6% 증가한 107.3백만 톤으로 전망되고, 기말재고율은 전년과 동일한 22.3%가 될 전망이다¹³⁾
- 2016/17년 주요 쌀 생산국의 재배면적 증가(전년 대비 1.7%증가)와 단수 증가가(전년 대비 0.5%증가) 전체 생산량 증가에 영향을 미친 것으로 보이며, 소비량이 증가할 것으로 전망되지만 생산량이 전년 대비 2.3% 증가하면서 전체 재고량이 증가할 것으로 보임¹⁴⁾

[표 3-3] 국제 쌀 수급 동향 및 전망

(단위 : 백만톤)

구 분	2014/15	2015/16 (추정)	2016/17(전망)		변동율(%)
			2016.6	2016.7	전년대비
생 산 량	478.70	470.64	480.72	481.23	2.3
공 급 량	592.51	585.18	587.34	587.93	0.5
소 비 량	477.97	478.48	480.39	480.63	0.4
교 역 량	43.78	41.29	40.53	40.53	-1.8
기말재고량	114.54	106.7	106.95	107.3	0.6
기말재고율(%)	24	22.3	22.3	22.3	

※ World Agricultural Supply and Demand Estimates, USDA, 2016.07.12 기준

1) 정곡 기준

12) 이해당사국의 쌀산업 현황, 한국농촌경제연구원, 2004

13) 2016년 7월 USDA 세계 곡물 수급 전망, 한국농촌경제연구원, 2016

14) '16.7월 국제 쌀 시장동향, aT한국농수산물유통공사 식량관리처, 2016.07

- 주요 쌀 생산국을 살펴보면 2016/17년 기준 중국(세계 생산량의 31%), 인도(22%), 인도네시아(7.5%), 방글라데시(7.3%)순으로 많은 쌀을 생산하고 있음
- 국가별 생산량이 크게 변하지 않아 연도별 생산국 순위에도 큰 변화가 없음
 - 우리나라의 쌀 생산량은 2016/17년 기준 400만톤(전망치)으로 세계 쌀 생산량의 0.83% 수준임

[표 3-4] 세계 주요 쌀 생산국

(단위 : 천톤)

쌀 생산국	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16 (추정)	2016/17 (전망)
중국	143,000	142,530	144,560	145,770	146,500
인도	105,240	106,646	105,480	103,500	105,000
인도네시아	36,550	36,300	35,560	35,300	36,600
방글라데시	33,820	34,390	34,500	34,500	34,550
베트남	27,537	28,161	28,166	28,100	28,500
태국	20,200	20,460	18,750	15,800	17,000
버마	11,715	11,957	12,600	12,200	12,500
필리핀	11,428	11,858	11,915	11,350	12,000
브라질	8,037	8,300	8,465	7,125	8,500
미국	6,348	6,117	7,106	6,107	7,779
일본	7,907	7,931	7,849	7,653	7,680
대한민국	4,006	4,230	4,241	4,327	4,000
기타	70,962	73,607	74,467	72,665	76,082
합계	472,495	478,439	478,704	470,637	481,232

※ World Rice Production, Consumption, and Stocks, USDA, 2016.07.12 기준

1) 2016/17 생산량은 2016년 7월 기준 전망치임

2. 국제 쌀 가격 동향

- 국제 쌀 시장의 주 거래 품종은 한국, 중국, 일본 등지에서 주로 생산, 소비되는 중립종인 자포니카(Japonica) 쌀과 태국, 인도, 베트남, 파키스탄 등지에서 생산, 소비되는 장립종(안남미로 불리우기도 함)인 인디카(Indica)쌀로 대별됨
- 2016년 7월 미국 중립종 쌀 수출가격은 606달러/톤으로 쌀 가격 하락세가 지속되고 있음. 미국 중립종 쌀은 캘리포니아의 가뭄개선으로 인한 재배면적 및 단수 증가 전망으로 가격이 하락함¹⁵⁾
- 7월 태국 쌀 수출가격은 417달러/톤이며, 베트남 쌀은 355달러/톤임. 태국은 가뭄으로 인한 파종지연과 아프리카 수요 증가, 정부의 쌀 비축 재고 방출로 수출 가격은 보합세를 보임. 반면 베트남 쌀 가격은 신곡 출하 및 태국 정부의 비축 재고 방출, 인도네시아, 필리핀 등 수입국의 수요 감소로 하락세를 보임

[그림 3-2] 국제 쌀 가격 추이

(단위 : 달러/톤)



※ 해외곡물시장정보, 한국농촌경제연구원, 2016, KMAC 재구성

- 1) FOB: 수출가격
- 2) 미국 캘리포니아 중립종 현물가격: 도정율 4% 1등급, 25kg 부대 포장품질 기준
- 3) 태국산 장립종 현물가격: 100% B등급 기준

15) 농업관측(국제곡물) 2016년 8월호, 한국농촌경제연구원, 2016

제 3 절 국내 쌀 사용 현황

1. 쌀 수급 현황

- 쌀 생산량은 작황에 따라 달라지나, 매년 재배면적이 감소되고 있어 생산량이 점차 줄어드는 추세임. 다만 재배면적이 감소하여도 단수가 증가하여 생산감소가 둔화되고 있음
- 쌀 식량 수요량은 국민 1인당 소비량의 감소로 인해 매년 감소 추세임. 쌀 소비량 감소는 쌀 소비량 감소는 웰빙, 식생활 서구화로 인한 대체식품의 소비 증가에 기인함
 - 2015년 식량으로써의 쌀 소비는 324만톤으로 2011년 대비 10.3% 감소하였으며, 지속적으로 감소는 추세를 보이고 있음
 - 가공용으로 소비되는 쌀 중 가공식품원료용 쌀 소비량은 2011년 40.2만톤에서 2015년 42만톤으로 4.5% 상승함. 그러나 이는 2014년(45.7만톤)에 비해서는 8.1% 감소한 수치임. 향후 가공식품 원료용 쌀 소비량은 정부의 쌀 가공식품 산업 육성 계획에 따라 증가할 여지가 있는 것으로 전망됨

[표 3-5] 국내 쌀 수급 현황 추이

(단위 : 천톤)

구분	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년 (잠정)
공급량	6,223	5,645	5,294	5,311	5,553
- 이월	1,509	1,051	762	801	874
- 생산	4,295	4,224	4,006	4,230	4,241
- 수입	419	370	526	280	438
수요량	5,164	4,883	4,493	4,436	4,199
- 식량	3,612	3,554	3,435	3,340	3,239
- 가공 ¹⁾	646	571	526	535	575
▶ 가공식품원료용 ²⁾	402	423	471	457	420
▶ 주정용	244	148	56	78	156
- 기타	902	755	530	559	383
- 수출	4	3	2	2	2
쌀 자급률 (%)	83.1	86.6	89.2	95.4	101.0

※ 각 연도별 농림축산식품 주요통계, 농림축산식품부

양곡년도(전년 11.1~당년 10.31) 확정치 기준임

- 1) 수요량 중 가공용은 양곡소비량 기준으로 작성함. 이에 따라 주요통계와 일부 차이가 날 수 있음
- 2) 가공식품원료용 : 떡·과자 등 가공식품 원료용과 주정용으로 소비되는 물량의 합

2. 가공용 쌀 사용 현황

- 가공식품 원료용 쌀(주정용 소비량을 제외한 가공용 쌀)의 소비량은 2015년 기준 42만톤으로, 전년 대비 91.9% 수준으로 감소함. 가공식품 원료용 쌀 사용량은 2011년 이후 2013년까지 꾸준히 증가하다 2014년 이후 감소세로 전환됨
- 정부공급량은 정부정책에 의해 매년 큰 차이가 있으며, 재고량이 많은 때에는 낮은 가격으로 특별 공급하는 경우가 있음. 정해진 비중은 없지만 2011년과 2012년은 특히 국산 쌀의 특별 공급분이 많았던 해로 전체 가공용 쌀(주정용 제외) 소비량의 31.3%(2011년), 35.2%(2012년)가 특별 공급됨
- 참고로 주정용으로 사용되는 가공용 쌀의 경우 정부정책에 따라 그 소비량이 현저히 달라지는 경향이 있어 이를 제외하고 살펴봄

[표 3-6] 가공용 쌀 사용 현황

(단위 : 천톤)

구분		2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	
정부 공급	국산	일반	1	0	38	37	12
		특별	125	147	80	27	-
		소계	126	147	118	64	12
	수입	일반	89	77	128	114	138
		특별	19	23	-	49	48
		소계	108	100	128	163	186
	계	일반	90	78	166	151	150
		특별	144	170	80	76	48
		소계	234	248	246	227	197
자체 조달 (민간구매)		168	175	225	230	222	
합계		402	423	471	457	420	

※ 2015 양곡년도 가공용 쌀 사용현황, 한국쌀가공식품협회, 2016

- 1) 주정용은 포함하지 않음
- 2) 일반공급 : 농식품부장관이 고시하는 가격으로 공급하거나 공개입찰 방식으로 공급하는 것
특별공급 : 정부관리 쌀 수급상황 등에 따라 필요하다고 인정하여 공급물량, 공급가격과 공급방식 등을 별도로 정하여 공급하는 것
- 3) 반올림하여, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2016 가공식품 세분시장 현황

제 4 장

쌀 소비 및 수출입 현황

제 1 절 가공용 쌀 소비 현황

제 2 절 수출입 현황

제 1 절 가공용 쌀 소비 현황

1. 쌀 소비 현황

1) 업종별 쌀 소비 현황

- 2015년 양곡소비량 조사¹⁶⁾에 따르면 국내 식품제조업 중 쌀 소비량이 많은 업종은 떡류 제조업(29.7%)이며, 주정 제조업(27.1%), 도시락 및 식사용 조리 식품(16.8%), 탁주 및 약주 제조업(8.1%) 순으로 높게 나타남
- 업종별로 쌀 소비량 비중이 달라지고 있긴 하지만 매년 위의 상위 4개 업종의 쌀 소비량이 전체의 약 80%를 상회하고 있는 것으로 나타남
- 주정제조업을 제외한¹⁷⁾ 가공용 쌀 소비 현황을 살펴보면 2011년 이후 2013년 470,568톤까지 증가하다가 이후 다소 감소하는 추세를 보이고 있음. 또한 주정 제조업 외 상위 3개 업종의 쌀 소비량은 전체(주정 제조업 사용량 제외)의 74.8%(2015년 기준)를 차지하고 있음
- 떡류 제조업의 경우 2013년 203,656톤에서 2015년 170,980톤으로 쌀 소비량이 2년 새 16.0% 감소하였음. 이는 2014년 복고 유행 이후 프랜차이즈 매장의 밀떡볶이 메뉴 활성화 등으로 쌀 떡볶이의 소비가 감소하였기 때문으로 보임
- 쌀 떡볶이와 밀 떡볶이의 판매 비중은 한참 쌀 떡볶이 소비가 활발하던 2009년 6:4에서 2016년 현재 5:5 정도로 변화하여, 쌀 떡볶이 소비 비중이 다소 낮아진 것으로 파악되고 있음¹⁸⁾

16) 양곡 소비량 조사 중 '사업체 부문' 조사 결과임

- 조사 기간
 - 전년 11월 1일 ~ 당년 10월 31일
- 조사 대상
 - 사업체 부문 : 전국의 쌀을 주원료로 사용하는 식료품 및 음료 제조업체(2,267개)
(조사업종 : 2014년 전국 사업체 조사에서의 식료품 및 음료 제조업체 중 33개 업종)
- 조사 품목
 - 미곡, 맥류, 잡곡, 두류, 서류

17) 주정제조업의 경우 정부정책에 따라 쌀 소비량이 급격히 달라지고, 주정 자체를 쌀 가공식품으로 보지 않기 때문에 주정 제조업을 제외 한 나머지 산업에 대한 쌀 소비 현황을 살펴보는 것이 적절함

18) 업계 전문가 인터뷰

[표 4-1] 업종별 연간 쌀 소비 현황

(단위 : 톤, %)

산업별	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
떡류 제조업	161,628 (25.0)	183,095 (32.1)	203,656 (38.7)	188,248 (35.2)	170,980 (29.7)
도시락 및 식사용 조리식품 제조업	78,913 (12.2)	74,495 (13.1)	100,685 (19.1)	98,369 (18.4)	96,411 (16.8)
탁주 및 약주 제조업	61,023 (9.4)	61,386 (10.8)	47,182 (9.0)	47,259 (8.8)	46,403 (8.1)
기타 곡물가공품 제조업 ¹⁹⁾	31,871 (4.9)	29,995 (5.3)	46,575 (8.9)	53,600 (10.0)	41,610 (7.2)
전분제품 및 당류 제조업	11,615 (1.8)	13,599 (2.4)	14,935 (2.8)	12,856 (2.4)	12,956 (2.3)
면류, 마카로니 및 유사식품 제조업	10,501 (1.6)	10,389 (1.8)	11,709 (2.2)	9,859 (1.8)	11,115 (1.9)
장류 제조업	16,533 (2.6)	18,184 (3.2)	11,225 (2.1)	12,197 (2.3)	10,858 (1.9)
코코아 제품 및 과자류 제조업	6,749 (1.0)	8,123 (1.4)	8,346 (1.6)	7,074 (1.3)	7,194 (1.3)
기타	23,148 (3.6)	23,430 (4.1)	26,255 (5.0)	27,088 (5.1)	22,179 (3.9)
소계	401,981 (62.2)	422,696 (74.1)	470,568 (89.4)	456,550 (85.3)	419,706 (72.9)
주정 제조업 ²⁰⁾	243,946 (37.8)	148,016 (25.9)	55,572 (10.6)	78,449 (14.7)	155,754 (27.1)
합계	645,927 (100.0)	570,712 (100.0)	526,140 (100.0)	534,999 (100.0)	575,460 (100.0)

※ 연도별 양곡소비량 조사, 통계청

- 쌀의 사용량이 많은 떡, 탁주 및 약주 등의 전통식품류의 쌀 사용 비중이 매우 높은 것은 사실이나 그 외 다양한 업종에서의 쌀 사용량이 증가하고 있어 쌀 가공식품의 산업 및 품목이 보다 다양화 되고 있는 것을 알 수 있음
- 전통적인 쌀 가공식품 업종인 떡, 탁주 및 약주, 장류 제조업을 제외한 나머지 업종의 쌀 소비량 비중을 살펴보면 2012년 37.9%에서 꾸준히 증가하여 2014년 45.7%, 2015년 45.6%를 차지하는 것으로 나타남(주정 제조업을 제외한 쌀 소비량 내 비중임)

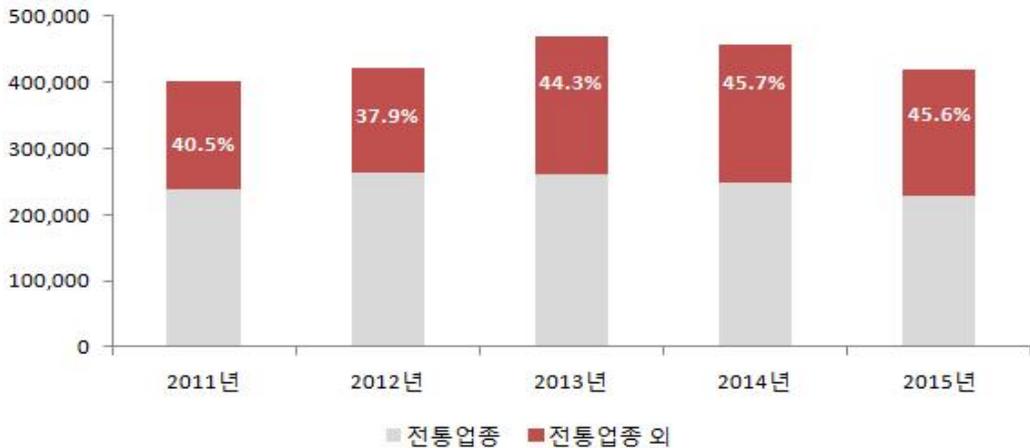
19) 기타 곡물가공품제조업(10619)은 시리얼식품, 선식, 누룽지 등을 제조하는 산업활동임

20) 주정 제조업(11121)은 고구마, 감자 등 전분 또는 당분을 함유하는 원료를 발효 및 증류시켜 에틸알콜 및 중성주정을 생산하는 산업 활동임

- 전통 쌀 가공식품 업종 외 가장 많은 비중을 차지하는 업종은 도시락 및 조리 식품 제조업으로 (2015년 기준 16.8%) 혼밥족²¹⁾ 증가, 캠핑 등의 야외활동 증가로 인해 편의점 도시락과 같은 간편식 소비시장의 규모가 커지며 향후 쌀 사용량 증가가 예상되는 업종으로 판단됨

[표 4-2] 전통/전통업종 외 쌀 소비 현황

(단위 : 톤)



구분	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
전통업종 (떡류, 장류, 탁주 및 약주 제조업)	239,184 (59.5%)	262,665 (62.1%)	262,063 (55.7%)	247,704 (54.3%)	228,241 (54.4%)
전통업종 외	162,797 (40.5%)	160,031 (37.9%)	208,505 (44.3%)	208,846 (45.7%)	191,465 (45.6%)
합계	401,981	422,696	470,568	456,550	419,706

※ 2015년 양곡 소비량 조사, 통계청

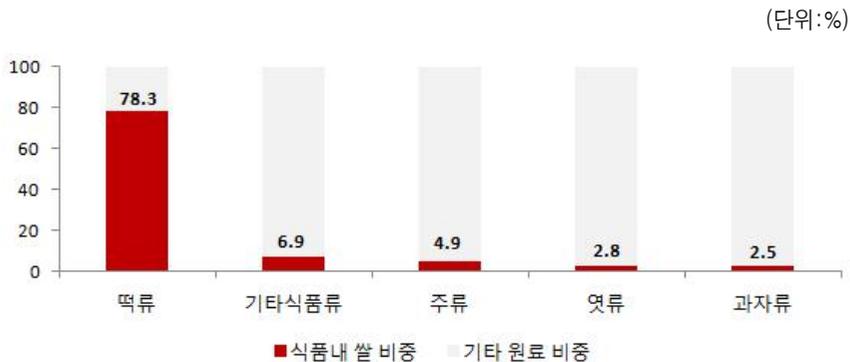
1) 주정 제조업 제외

21) 혼자 밥먹는 사람

2) 품목별 쌀 함량 비중

- 식품 내 쌀 함량으로 보면, 역시 떡류의 쌀 비중이 78.3%로 가장 높아 대표 쌀 가공식품으로 불릴 수 있을 만큼 쌀 함량이 높은 것을 알 수 있음
- 그 외 즉석섭취식품, 일반 곡류가공품 등의 기타식품류의 쌀 비중은 6.9%, 주류 4.9% 순으로 높은 것으로 나타남. 주류의 경우, 탁주나 청주 같은 전통주 외에는 쌀을 사용하는 경우가 거의 없어 상대적으로 쌀 함량이 낮은 것으로 분석됨

[그림 4-1] 식품 내 쌀 함량 비중



※ 2015 식품산업 원료소비 실태조사, 농림축산식품부

1) 쌀가루 미포함

2) 기타식품류 : 즉석섭취·편의식품류, 일반곡류가공품, 기타 / 주류 : 탁주, 소주, 기타주류

2. 주요 쌀 가공식품 생산(출하) 규모

- 쌀 소비량이 많은 떡류, 도시락 및 식사용 조리식품, 탁주 및 약주를 중심으로 생산 규모 변화를 살펴봄
- 그 외에 기타 곡물가공품, 쌀과자, 쌀이 들어간 장류 등은 소량의 원료로 사용되는 경우가 다수라서 별도의 생산실적을 확인하기 어려워 생산 현황에 포함하지 못함. 다만 쌀국수는 규모가 크지 않지만, 주 생산기업 확인이 가능하여 기업의 매출액을 바탕으로 출하규모를 추정함
- 주요 쌀 가공식품의 출하실적 순위를 살펴보면 떡류(5,039억원), 탁주(4,701억원), 도시락(4,549억원) 순으로 높은 것으로 나타남

- 2011년 대비 출하실적이 가장 큰 폭으로 증가한 품목은 쌀국수로 출하액은 2.4배 증가한 413억원임. 출하실적이 가장 큰 폭으로 감소한 품목은 약주로 2011년 대비 36.6% 감소함
- 양곡소비량 조사 결과와 비교해 보면, 떡의 경우 쌀소비량(5.8% 증가)과 함께 출하 실적도 (16.5% 증가) 함께 증가하여 전체적으로 떡 소비량이 늘어난 것을 알 수 있음
- 도시락의 2015년 쌀 사용량은 2011년 대비 22.2% 증가하였지만, 같은 기간 출하액은 2011년 대비 0.7% 증가하는데 그침. 이는 다양한 도시락 및 식사용 조리식품이 출시되며 판매량 자체는 증가하였으나 편의점 등에서 집중적으로 출시되고 있는 저렴한 가격대의 도시락류 때문인 것으로 추정됨
- 탁주 및 약주 제조업의 쌀 사용량은 2011년 대비 2015년에 24.0% 감소하였고, 같은 기간 출하 실적은 12.8% 감소하는 수준에 그침. 탁주 및 약주의 판매액의 감소가 상대적으로 적은 이유는 최근 출시된 다양한 프리미엄 막걸리 등 상승된 제품 단가가 영향을 미친 것으로 추정됨
- 쌀국수의 쌀 사용량은 2011년 대비 5.8% 증가하였지만, 출하액은 2.4배 증가하여 쌀 사용량 대비 출하액의 규모가 큰 폭으로 증가한 것으로 조사됨. 이는 쌀국수의 단가 상승 외에 쌀국수 외에 기타 다른 쌀가공식품이 포함된 것이 복합적으로 영향을 미친 것으로 분석됨

[표 4-3] 주요 쌀 가공식품 출하 실적

(단위: 백만원)

구분	2011년	2015년	증감율(%)
떡류 ¹⁾	432,618	503,904	16.5%
도시락 ¹⁾	451,911	454,927	0.7%
탁주 ²⁾	509,710	470,061	-7.8%
약주 ²⁾	106,653	67,588	-36.6%
쌀국수 ³⁾	17,177	41,314	140.5%

1) 떡류, 도시락 출하실적 : 각 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

2) 탁주, 약주 출하실적 : 국세통계, 국세청

3) 쌀국수의 출하액은 FIS의 식품기업정보에 고시된 식품기업 중 주요 생산품목이 쌀국수인 기업 중 매출액 상위 5개 기업((주)미정, 농업회사법인(주)백제, (주)한스코리아, 농업회사법인현농(주), (주)굿모닝푸드)의 매출액을 활용함. 상위 5개 기업은 쌀국수 외에 다른 쌀가공식품도 일부 생산하고 있어, 실제 쌀국수 전체 출하실적은 본 보고서에서 제시한 규모와 상이할 수 있음

제 2 절 수출입 현황

- 농림축산식품부는 쌀 가공식품의 2014년 수출규모를 6,096.8만 달러로 추정하고 있으며, 2018년까지 수출액 1억 5,000만 달러 달성을 목표로 하고 있음²²⁾

1. 쌀 가공식품 관련 HS코드²³⁾

- 수출입통계의 기초가 되는 HS 코드에서 쌀 가공식품을 별도로 분류하고 있지는 않으며 쌀을 이용하여 만든 가공식품이 여러 코드에 별도로 분리되어 있음
- 쌀 가공식품은 품목별로 HS코드가 정확하게 품목구분이 되지 않기 때문에 관세 등의 이유로 동일 품목에 대해서도 다른 HS코드를 적용하기도 함. 또한 해당 HS 코드로 등록된 수출입 금액 및 물량에서 쌀 가공식품을 별도로 추출할 수 없기 때문에 쌀 가공식품의 수출입 데이터를 정확하게 파악할 수 없는 한계가 있음
 - 따라서 쌀의 함유량이 높은 떡류, 즉석밥 등을 주로 적용한 조제식료품 기타(쌀가루의 것), 조제식료품 기타(기타), 찌거나 삶은 쌀과 쌀 가공식품 단일 품목을 적용한 미과, 식혜, 전통주(탁주, 청주, 약주), 그 외 쌀튀밥 등의 기타 쌀 가공품을 적용하는 튀긴 쌀(HS코드는 표 4-4 참고)의 수출입 금액을 위주로 그 규모를 파악하고자 함

[표 4-4] 쌀 가공식품 HS코드

HS코드	HS코드명	적용품목
1901 10 9090	조제식료품 기타 (기타)	이유식용 쌀가루
1901 20 1000	베이커리제품 제조용 혼합물 및 가루반죽 (쌀가루의 것)	쌀가루
1901 90 9091	조제식료품 기타(쌀가루의 것)	떡볶이, 즉석밥, 떡국떡, 죽
1901 90 9099	조제식료품 기타(기타)	떡국, 떡볶이
1902 19 1000	국수	쌀국수
1902 30 1090	인스턴트 면류(기타)	쌀면류
1904 10 3000	튀긴 쌀	기타 쌀 가공품, 쌀튀밥
1904 10 9000	곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품(기타)	즉석밥, 쌀과자, 막걸리믹스, 술씨, 현미플레이크

22) 쌀 가공산업 활성화 방안, 농림축산식품부, 2015

쌀 가공산업육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 5개년 기본계획, 농림축산식품부, 2015

23) 관세·통계통합품목 분류표(HSK, Harmonized System of Korea), 국제협약으로 채택된 국제통일상품분류체계(Harmonized Commodity Description and Coding System)의 약칭

HS코드	HS코드명	적용품목
1904 90 1010	찌거나 삶은 쌀	즉석밥
1904 90 9000	기타	누룽지, 쌀시리얼
1905 90 1050	미과	쌀과자(한과)
1905 90 9020	라이스 페이퍼	라이스 페이퍼
2103 90 1030	고추장	쌀고추장
2202 90 3000	식혜	식혜
2202 90 9000	음료(설탕, 감미료 첨가한 물, 인삼음료, 과즙음료 이외 기타)	아침햇살
2206 00 2010	청주	청주
2206 00 2020	약주	약주
2206 00 2030	탁주	탁주
2206 00 2090	곡물발효주(청주, 약주, 탁주 이외 기타)	기타 쌀로 만든 주류
2302 40 1000	미강	쌀눈+쌀겨가루

※ 농림축산식품부(2016년도 수출물류비 지원지침), 한국농수산물유통공사, 한국쌀가공식품협회에서 쌀 가공식품으로 분류한 품목을 종합적으로 적용하여 재정리

2. 쌀 가공식품 수출입 현황

- 앞서 언급한 7가지 품목(24)의 수출입 규모는 다음과 같음. 쌀 가공식품 총 수출액은 2011년 9,407만 달러에서 2015년 5,553만 달러로 약 41% 감소함. 수입액은 2011년부터 2015년까지 5,000만 달러 수준을 유지하고 있음
- 미과, 식혜, 조제식료품 등의 수출액은 증가하는 추세를 보이고 있으나 전통주의 수출액이 크게 감소한 것이 전체적인 쌀 가공식품 수출 규모 감소에 영향을 준 것으로 판단됨

[그림 4-2] 주요 쌀 가공식품 수출입 현황

(단위 : 천\$)



※ 수출입 무역통계, 관세청

1) 주요 쌀가공식품이 포함된 7개 품목(청주,약주,탁주는 1개 품목으로 봄) HS코드의 수출입금액 기준임

24) 청주, 탁주, 약주는 1개 품목으로 분류함

- 7개 주요 쌀 가공식품의 품목별 수출입 규모를 살펴보면, 다음과 같음
 - 2011년에는 전체 쌀 가공식품 수출에서 가장 높은 비중을 차지하는 품목이 전통주(58.6%)였으나 이후 전통주의 수출이 감소하여 2015년에는 조제식료품 기타(기타)품목(29.7%)에 이어 수출액 규모 2위(27.4%)를 기록함
 - 주요 품목 중 수출액이 큰 조제식료품 기타(기타) 품목과 찌거나 삶은 쌀의 HS 코드는 즉석밥이 적용된 것으로 추정되는데, 이 중 즉석밥 수출규모는 2014년 900만 달러로 2013년(780만 달러)대비 15.4% 증가함²⁵⁾
 - 전통주의 수출규모는 2011년 5,514만 달러에서 2015년 1,523만 달러로 72.4% 감소함. 전통주에서 가장 많은 비중을 차지하고 있는 막걸리의 수출 감소(24.5%)는 주 수출국인 일본에서의 소비 둔화에 기인함
 - 식혜와 같은 전통 쌀 가공식품의 경우, 우리나라에서 주로 제조·섭취하는 제품으로 해외에서 우리나라로 수입을 하는 경우는 극히 적은 것으로 보임. 하지만 2014년 경기도농업기술원이 개발한 바나나맛 식혜가 중국으로 수출되어 인기를 끌며 수출액은 점차 늘고 있는 추세임²⁶⁾
 - 미과 수출액의 경우 미국 내 저칼로리·무가당 제품 소비트렌드의 영향으로²⁷⁾ 2014년 전년 대비 약 2배 증가한 700만 달러까지 수출액이 일시 증가하였으나 2015년 390만 달러로 다시 43% 하락함
 - 미과의 경우 거의 대부분 중국에서 OEM으로 생산하여 들여와 국내에서 판매하는데, 이때 OEM 생산량이 모두 수입량으로 잡혀 수입규모가 수출규모보다 크게 잡히고 있음
- 농림축산식품부에 따르면 상기 품목 외 대표적인 쌀음료인 아침햇살의 수출규모가 감소하다가 반등하고 있는 것으로 나타남(2014년 574만 달러, 전년 대비 21.2% 증가)²⁸⁾. 이는 최근 아침햇살이 베트남에서 식사대용으로 음용될 정도로 인기가 높아졌기 때문으로 지난 2013년 66만 달러이던 현지 수출액이 2014년에 138만 달러로 2배 이상 성장한 점이 이를 뒷받침 하고 있음²⁹⁾

25) 2014 쌀 가공식품업체 수출 현황, 쌀박물관 홈페이지, 2015.08.04

26) 경기농기원 개발 '바나나맛 식혜', 중국에 추가 수출, 식품저널, 2014.09.29

27) 농식품부 "쌀과자 미국수출 증가세", 세계일보, 2014.10.13

28) 쌀 가공산업 활성화 방안, 농림축산식품부, 2015

29) K푸드 이끄는 국내 쌀 음료 시장 1위 '아침햇살', 주간현대, 206.1.25

[표 4-5] 주요 쌀 가공식품 수출입 규모

(단위: 천\$)

품목명	2011년		2012년		2013년		2014년		2015년	
	수출액	수입액								
조제식료품 기타 (쌀가루의 것)	8,370	1,430	11,132	1,495	11,908	1,754	13,205	1,438	12,279	1,866
조제식료품 기타(기타)	12,340	14,119	12,189	11,405	13,115	11,318	15,470	11,767	16,518	12,307
튀긴 쌀	77	174	235	255	82	356	265	158	164	105
찌거나 삶은 쌀	14,894	3,150	1,353	3,330	2,967	3,154	3,947	3,055	6,356	2,894
미과	2,494	16,149	2,263	19,136	3,549	16,211	7,003	19,966	3,925	19,878
식혜	751	0	842	0	812	0	1,047	9	1,058	11
전통주 (청주, 약주, 탁주)	55,147	15,265	39,447	16,683	21,327	16,175	17,862	14,674	15,234	13,279
합계	94,073	50,287	67,461	52,304	53,760	48,968	58,799	51,067	55,534	50,340

※ 수출입 무역통계, 관세청

- 1) 주요 쌀가공식품이 포함된 7개 품목(청주,약주,탁주는 1개 품목으로 봄) HS코드의 수출입금액 기준임
- 2) 반올림 과정에서 합계값 일의 자릿수에 오차가 발생할 수 있음

2016 가공식품 세분시장 현황

제 5 장

유통 및 판매 현황

제 1 절 유통구조

제 2 절 소매시장 규모

제 1 절 유통 구조

- 쌀 가공식품은 최종식품에 따라 그 유통구조 및 특징이 매우 상이하므로, 가장 대표적인 떡, 즉석밥, 탁주를 중심으로 유통구조 특징을 살펴봄
 - 떡은 가공떡과 전통떡으로 분류되는데, 가공떡의 경우 식품제조업체에서 생산되는 일반 가공식품과 유사한 유통구조를 가지며 전통떡은 재래시장 떡집, 방앗간을 중심으로 유통되고 있음
 - 즉석밥의 경우 대부분 제조업체-도·소매 유통채널-일반소비자로 이어지는 유통구조를 가지고 있으며, 기내식 또는 일부 일식 레스토랑으로 유통되는 B2B 시장을 제외하면 전체 B2C로의 판매비중은 90% 수준으로 파악됨
 - 탁주의 경우 법적으로 정해진 유통단계가 있으며, 주류 특성상 유통음식업체 채널을 통한 B2B 시장 판매비중이 40%에 이룸

[표 5-1] 쌀 가공식품 주요 품목별 유통구조 특징

품목	유통구조 특징	소매채널별 매출 특징 (2015년 기준)
떡	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 가공떡(떡볶이떡, 떡국떡 등)은 식품제조업체에서 생산되어 일반 소매유통채널을 통해 판매됨 ▪ 전통떡은 주로 재래시장 떡집(즉석판매제조가공업체)에서 즉석 제조 후 소비자에게 직접 판매하거나, 자가 온라인, 쇼핑몰 등으로 판매됨. 또는 떡 프랜차이즈 전문점이나 떡 카페에서 직접 생산 판매함 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 가공떡의 경우 체인슈퍼에서의 매출이 가장 높고(31.8%), 할인점(29.4%), 독립슈퍼(26.3%) 순으로 매출이 높음
즉석밥	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 대부분 B2C를 통해 판매 (90%) ▪ 주요 B2B (10%)시장은 기내식과 일부 일식레스토랑(초밥집 제외)임 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 할인점에서의 매출이 가장 높음(31.8%) ▪ 체인슈퍼(24.8%), 독립슈퍼(19.3%) 순으로 매출이 높고, 일반식품점 매출(7.4%) 도 점차 증가하고 있음
탁주	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 주류 특성상 원칙적으로 '제조-도매-소매-소비자' 유통단계를 거치도록 되어 있음 ▪ 전통술 활성화 차원에서 도매유통채널을 거치지 않고 판매할 수 있으나 거의 이루어지지 않음 ▪ 유통음식업체 채널을 통한 B2B 시장 판매비중은 40% 정도로 추정됨 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 독립슈퍼에서의 매출이 가장 높음(32.1%) ▪ 편의점(22.8%), 일반식품점(20.1%) 순으로 높음

※ 2015 가공식품 세분시장 현황_떡류 시장, 한국농수산물유통공사, 2016
 2015 양곡년도 가공용 쌀 사용현황, 쌀가공협회, 2016
 2015 가공식품 세분시장 현황_즉석밥 시장, 한국농수산물유통공사, 2016
 2013 가공식품 세분시장 현황_탁주편, 한국농수산물유통공사, 2014
 소매채널별 매출액:식품산업통계정보(FIS), 한국농수산물유통공사 / 링크아츠텍, KMAC 재구성

제 2 절 주요 제품 소매채널 판매 규모

1. 소매채널 판매 규모³⁰⁾

- 다양한 쌀 가공식품 품목이 존재하지만, 쌀을 원료로 사용하면서 유통데이터 집계 가능한 주요 쌀 가공식품인 떡, 즉석밥, 탁주, 쌀과자 등 9개 품목을 중심으로 소매채널에서의 판매 규모를 살펴봄
- 9개 쌀 가공식품의 소매채널 판매 규모는 2013년 6,864억원에서 2015년 7,595억원으로 10.7% 증가함. 그 중 탁주, 즉석밥, 떡류가 차지하는 비중이 전체의 84.6%임
 - 품목별 판매액 추이를 살펴봤을 때 최근 3년간 가장 판매 증가율이 높은 품목은 즉석밥(28.0%)이며, 이어서 떡(17.7%), 미과(11.1%)로 나타남
 - 반면 쌀식빵과 현미유(각각 74.4% 감소), 쌀라면(32.5% 감소)은 감소한 상황임. 쌀식빵은 신제품 출시가 거의 없고, 기존 제품도 일부 판매가 중단되어 매출이 감소한 것으로 판단됨. 현미유는 소비자의 선호도가 떨어지는 편인데다가, 기존의 가정용 식용유 시장에서 선호도가 높거나 새롭게 출시되는 많은 제품들에 밀려 매출액이 급감한 것으로 파악됨

[표 5-2] 주요 쌀 가공식품 소매시장 판매액 추이

(단위 : 백만원, %)

구분	2013년		2014년		2015년		2016년 상반기		13년 대비 15년 증감율
	판매액	비중	판매액	비중	판매액	비중	판매액	비중	
탁주	297,000	43.3	299,078	41.8	302,488	39.8	146,166	38.1	1.8%
즉석밥	163,734	23.9	182,744	25.5	209,527	27.6	116,102	30.3	28.0%
떡	111,297	16.2	121,182	16.9	130,945	17.2	59,892	15.6	17.7%
미과	62,873	9.2	66,653	9.3	69,851	9.2	38,727	10.1	11.1%
죽류	34,249	5.0	32,740	4.6	36,347	4.8	18,480	4.8	6.1%
누룽지	5,899	0.9	5,974	0.8	5,672	0.7	3,079	0.8	-3.8%
쌀라면	4,214	0.6	4,386	0.6	2,845	0.4	613	0.2	-32.5%
쌀식빵	3,814	0.6	1,513	0.2	978	0.1	376	0.1	-74.4%
현미유	3,268	0.5	1,645	0.2	837	0.1	298	0.1	-74.4%
합계	686,348	100	715,915	100	759,490	100	383,733	100	10.7%

※ 식품산업통계정보(FIS), 한국농수산물유통공사 / AC닐슨 소매점 매출액

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

30) 소매채널은 대형할인점, 체인슈퍼, 편의점, 독립슈퍼, 일반식품점의 오프라인 소매채널 기준임

2. 품목별 소매채널 판매 현황

- 분기별 쌀 가공식품 품목별 판매액 추이를 분석해 본 결과, 분기별 상이한 특징이 나타남
 - 타주는 2/4분기 매출액이 가장 높게 나타남. 이는 통상 봄철 등산이나 나들이를 많이 가는 3월 이후와 농민들이 타주를 즐겨 찾는 농번기에 막걸리 판매량이 증가하기 때문인 것으로 보여짐
 - 우리나라는 예로부터 고유명절인 설에는 떡국, 추석에는 송편, 식혜 등 쌀로 만든 음식을 먹어왔고, 이러한 관습적인 식문화로 인해 떡류의 매출액은 1/4분기와 4/4분기에 다소 높은 특징이 나타남
 - 즉석밥이나 죽류, 누룽지는 계절에 상관없이 주식 또는 간식으로 섭취하기 때문에 분기별 매출액의 차이가 거의 없는 것으로 나타남. 다만 죽과 누룽지는 따뜻하게 먹는 특징이 있어 1/4분기와 4/4분기 매출이 약간 높은 특징이 나타남

[표 5-3] 쌀가공식품 종류별 판매 현황

(단위:백만원,%)

구분	2014년					2015년					2016년		
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	합계	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	합계	1/4분기	2/4분기	합계
타주	69,617 (39.1)	80,342 (46.3)	78,449 (43.3)	70,670 (38.5)	299,078 (41.8)	70,250 (36.5)	83,085 (44.6)	77,786 (40.9)	71,367 (37.5)	302,488 (39.8)	68,091 (35.3)	78,075 (40.9)	146,166 (38.1)
즉석밥	42,663 (24.0)	43,824 (25.3)	48,957 (27.0)	47,300 (25.8)	182,744 (25.5)	46,994 (24.4)	48,579 (26.1)	57,569 (30.3)	56,385 (29.6)	209,527 (27.6)	56,552 (29.3)	59,550 (31.2)	116,102 (30.3)
떡류	36,074 (20.3)	23,458 (13.5)	26,433 (14.6)	35,217 (19.2)	121,182 (16.9)	41,752 (21.7)	26,800 (14.4)	27,348 (14.4)	35,045 (18.4)	130,945 (17.2)	36,271 (18.8)	23,621 (12.4)	59,892 (15.6)
미과	16,460 (9.2)	15,929 (9.2)	16,565 (9.1)	17,699 (9.7)	66,653 (9.3)	19,120 (9.9)	17,226 (9.2)	17,088 (9.0)	16,417 (8.6)	69,851 (9.2)	19,688 (10.2)	19,039 (10.0)	38,727 (10.1)
죽류	8,902 (5.0)	7,279 (4.2)	7,451 (4.1)	9,108 (5.0)	32,740 (4.6)	10,608 (5.5)	8,374 (4.5)	8,254 (4.3)	9,111 (4.8)	36,347 (4.8)	9,742 (5.1)	8,738 (4.6)	18,480 (4.8)
쌀라면	1,022 (0.6)	759 (0.4)	1,076 (0.6)	1,529 (0.8)	4,386 (0.6)	1,198 (0.6)	748 (0.4)	471 (0.2)	428 (0.2)	2,845 (0.4)	331 (0.2)	282 (0.1)	613 (0.2)
쌀식빵	766 (0.4)	289 (0.2)	249 (0.1)	209 (0.1)	1,513 (0.2)	242 (0.1)	312 (0.2)	249 (0.1)	175 (0.1)	978 (0.1)	189 (0.1)	187 (0.1)	376 (0.1)
현미유	609 (0.3)	262 (0.2)	608 (0.3)	166 (0.1)	1,645 (0.2)	373 (0.2)	99 (0.1)	284 (0.1)	81 (0.0)	837 (0.1)	215 (0.1)	83 (0.0)	298 (0.1)
누룽지	1,887 (1.1)	1,329 (0.8)	1,314 (0.7)	1,444 (0.8)	5,974 (0.8)	1,755 (0.9)	1,244 (0.7)	1,155 (0.6)	1,518 (0.8)	5,672 (0.7)	1,730 (0.9)	1,349 (0.7)	3,079 (0.8)
합계	178,001	173,472	181,099	183,344	715,915	192,292	186,467	190,205	190,527	759,490	192,809	190,924	383,733

※ 식품산업통계정보(FIS), 한국농수산물유통공사 / AC닐슨 소매점 매출액

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

- 2015년 기준 쌀가공식품은 독립슈퍼의 점유율이 25.9%로 가장 높으며, 이어서 체인슈퍼(22.6%), 대형할인점(22.3%) 등의 순으로 나타남
 - 쌀가공식품의 채널별 점유율은 크게 변동이 없는 가운데, 편의점의 점유율이 2014년 17.0%에서 2016년 상반기 15.0%로 2.0%p 감소, 같은 기간 일반식품점이 11.5%에서 12.6%로 1.1%p의 소폭 증가한 것이 특징임

[표 5-4] 쌀가공식품 소매채널별 판매 현황

(단위:백만원,%)

구분	2014년					2015년					2016년		
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	합계	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	합계	1/4분기	2/4분기	합계
대형 할인점	42,789 (24.0)	37,065 (21.4)	41,094 (22.7)	41,267 (22.5)	162,215 (22.7)	45,137 (23.5)	38,839 (20.8)	43,437 (22.8)	42,033 (22.1)	169,446 (22.3)	44,463 (23.1)	43,601 (22.8)	88,831 (23.1)
체인 슈퍼	39,761 (22.3)	37,492 (21.6)	40,361 (22.3)	41,549 (22.7)	159,163 (22.2)	44,446 (23.1)	40,902 (21.9)	42,502 (22.3)	44,079 (23.1)	171,928 (22.6)	44,885 (23.3)	41,783 (21.9)	85,943 (22.4)
백화점	1523 (0.9)	1483 (0.9)	1621 (0.9)	1702 (0.9)	6329 (0.9)	1719 (0.9)	1605 (0.9)	1783 (0.9)	1921 (1.0)	7028 (0.9)	1955 (1.0)	1793 (0.9)	3748 (1.0)
편의점	27,628 (15.5)	31,205 (18.0)	31,982 (17.7)	30,539 (16.7)	121,354 (17.0)	28,813 (15.0)	32,186 (17.3)	30,583 (16.1)	30,541 (16.0)	122,123 (16.1)	28,893 (15.0)	28,917 (15.1)	57,562 (15.0)
독립 슈퍼	46,092 (25.9)	45,639 (26.3)	45,414 (25.1)	47,149 (25.7)	184,294 (25.7)	50,000 (26.0)	48,972 (26.3)	48,675 (25.6)	48,867 (25.6)	196,514 (25.9)	49,492 (25.7)	49,801 (26.1)	99,251 (25.9)
일반 식품점	20,208 (11.4)	20,588 (11.9)	20,627 (11.4)	21,138 (11.5)	82,561 (11.5)	22,176 (11.5)	23,960 (12.8)	23,225 (12.2)	23,086 (12.1)	92,447 (12.2)	23,122 (12.0)	25,027 (13.1)	48,397 (12.6)
합계	178,001	173,472	181,099	183,344	715,915	192,292	186,467	190,205	190,527	759,490	192,809	190,924	383,733

※ 식품산업통계정보(FIS), 한국농수산식품유통공사 / AC닐슨 소매점 매출액

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

- 소매채널별 잘 팔리는 품목을 분석해 본 결과, 대형할인점에서는 즉석밥(39.4%), 체인슈퍼에서는 탁주(30.6%)와 즉석밥(30.2%), 백화점에서는 즉석밥(44.1%), 편의점(56.4%)과 독립슈퍼(49.5%), 일반식품점(65.9%)에서는 탁주로 나타남
 - 미과는 상대적으로 백화점(17.1%)에서 즉류는 편의점(9.0%)에서 상대적으로 잘 팔리는 특성이 있음

[표 5-5] 2015년 기준 소매채널별 품목 판매 현황

(단위:백만원,%)

구분	대형할인점	체인슈퍼	백화점	편의점	독립슈퍼	일반식품점
탁주	22,236 (13.1)	52,666 (30.6)	635 (9.0)	68,832 (56.4)	97,226 (49.5)	60,892 (65.9)
즉석밥	66,697 (39.4)	51,935 (30.2)	3,098 (44.1)	31,882 (26.1)	40,456 (20.6)	15,457 (16.7)
떡류	40,015 (23.6)	41,630 (24.2)	1,699 (24.2)	5,962 (4.9)	34,524 (17.6)	7,116 (7.7)
미과	26,280 (15.5)	15,465 (9.0)	1,204 (17.1)	4,315 (3.5)	16,387 (8.3)	6,202 (6.7)
죽류	7,956 (4.7)	7,550 (4.4)	287 (4.1)	10,973 (9.0)	6,976 (3.5)	2,604 (2.8)
쌀라면	1,434 (0.8)	421 (0.2)	59 (0.8)	153 (0.1)	628 (0.3)	149 (0.2)
쌀식빵	869 (0.5)	92 (0.1)	4 (0.1)	0.0	13 (0.0)	0.0
현미유	105 (0.1)	351 (0.2)	42 (0.6)	6 (0.0)	304 (0.2)	27 (0.0)
누룽지 ¹⁾	3,854 (2.3)	1,818 (1.1)				
합계	169,446	171,928	7028	122,123	196,514	92,447

※ 식품산업통계정보(FIS), 한국농수산식품유통공사 / AC닐슨 소매점 매출액

- 1) 소매시장에서 판매되는 누룽지 매출실적은 집계의 한계로 할인점과 체인슈퍼 일부 실적을 바탕으로 작성함
- 2) 백만원 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

2016 가공식품 세분시장 현황

제 6 장

소비 특성

제 1 절 소비시장 특성

제 2 절 소비자 특성

제 1 절 소비시장 특성

1. 떡

- 최근 과거에 대한 동경, 향수를 담아 이전 세대의 것을 다시 재현하는 복고풍 (Retro) 열풍이 불고 있음³¹⁾
 - 쌍팔년도, 추억, (국민)학교, 그때 그 시절 등의 단어와 교과서 속 캐릭터, 교복 이미지를 활용하여 추억을 자극함. 복고 유행 속에 쌀 떡볶이 제품 외 밀 떡볶이 제품도 많이 출시됨

				
추억의 맛 국물떡볶이 아워홈	그때 그 시절 국물떡볶이 대림선	쌍팔년도 떡볶이 그루나무	추억의 국민학교 떡볶이 팔도비즈	학교앞 떡볶이 해표
쌀떡볶이		밀가루 떡볶이		

- 전통적인 떡이 아닌 다양한 방법으로 가공된 떡 제품이 출시됨. 다양한 조리법과 간편한 포장으로 간식대용, 식사대용으로 소비되고 있음
 - 안에 치즈가 들어있어 구워먹는 떡, 떡 사이에 샐러드가 들어있는 떡샌드위치, 카스테라 사이에 찹쌀떡이 들어있는 떡샌드케이크 등이 있음

		
구워먹는 치즈떡 더미들레	떡샌드위치 디달향	떡샌드케이크 랑떡 떡다움

31) 추억을 먹고 마신다...응답하라 2015, 식음료업계 복고풍 트렌드, 머니투데이 머니S, 2015.12.19

- 어린이 간식, 조리 등 용도에 맞게 모양과 맛을 변형시킨 떡이 판매되고 있음
 - 별/숫자/알파벳 모양 떡, 구멍이 뚫려있어 소스 흡수가 잘 되는 떡, 안에 치즈/고구마/썩 등이 들어있는 떡, 천연 재료로 색을 낸 떡 등이 있음



2. 즉석밥

1) 프리미엄 간편식

- 집에 밥이 떨어졌을 때 ‘비상용’에 불과하던 즉석밥이 ‘집밥’을 대체하는 식품으로 변화하고 있음. 집밥 못지않은 품질로 이왕이면 건강까지 챙길 수 있는 프리미엄 제품을 원하는 소비자가 증가하고 있음
 - 유기농쌀, 슈퍼곡물 등이 들어가 일반 쌀밥보다 영양분이 풍부한 제품이 꾸준히 출시되고 있음



2) 밥의 메뉴화³²⁾

- 다른 반찬 없이 구매한 밥 자체가 하나의 음식인 제품에 대한 수요가 늘고 있음. 양념장과 숟가락이 동봉되어 간단한 조리 후 바로 먹을 수 있는 제품임
 - 나물, 찌개, 반찬 등이 밥과 조리된 상태로 나오기 때문에 따로 반찬을 준비할 필요가 없음. 나물손질이나 밥 짓기에 부담을 느끼는 소비자들이 건강식을 찾을 때 주로 이용함



햇반 컵반 순두부찌개 국밥
CJ제일제당

슬로룩 자연 즉석밥 3종
로가닉

슬로룩 자연 즉석밥 3종
로가닉

라면에
말아먹기 좋은
라말
밥
CU

라면밥
CU

3) 다른 음식과 함께 조리할 수 있는 상품³³⁾

- 개인의 입맛에 따라 상품의 기존 조리법을 변형하는 ‘모디슈머(modisumer)³⁴⁾’가 늘어남에 따라 식품업체도 라면 등 다른 음식과 함께 간편하게 조리할 수 있는 상품을 출시함
 - 컵라면 전용밥으로 출시된 '라면에 말아먹기 좋은 흰 쌀밥'이란 뜻의 ‘라말밥’은 동그란 주먹밥 형태로 출시 첫날 1만개 이상 판매되며 소비자들의 관심을 끄. 라면이나 국에 간편하게 말아먹을 수 있고, 나들이용 도시락 등에 다양하게 활용할 수 있다는 것이 장점으로 꼽힘

32) [CEO 단상] 즉석밥의 자연친화적 변신, 아시아경제, 2016.05.26

33) “넣어먹고 말아먹고” ... ‘모디슈머’ 겨냥한 가공식품 붐물, 뉴스1, 2016.06.19

34) 제품을 제조사에서 제시하는 표준방법대로 따르지 않고 자신만의 방식으로 재창조해 내는 소비자

3. 탁주

- 막걸리는 가장 오랜 시간동안 밥 대신 먹는 농주(農酒)로 여겨졌지만, 지난 몇 년 사이 웰빙 열풍과 함께 웰빙 식품으로 생각하는 소비자들이 생겨남. 그리고 가장 최근에는 막걸리의 맛 자체를 즐기는 트렌드가 생겨남.³⁵⁾ 이러한 소비자 인식의 변화에 따라 주재료인 쌀이나 맛에 새로운 변화를 준 제품들이 다양하게 출시됨
 - 유기농쌀, 햅쌀, 지역 최상급 쌀을 원료로 하고 인공감미료를 넣지 않아 막걸리 자체의 맛을 추구함. 고급스러운 이미지를 만들 뿐 아니라 보존력을 높이고 안정적인 맛을 유지하기 위해 유리병에 담아 판매하는 것이 특징임
 - 복순도가 손막걸리는 가양주³⁶⁾ 형식의 전통주로 국산 쌀과 전통 누룩을 이용해 만듦. 누룩이 발효되는 과정에서 자연 생성되는 천연 탄산이 샴페인의 느낌을 줌
 - 배혜정도가의 탁테일은 고급탁주와 천연과즙을 섞은 칵테일 막걸리로 딸기, 포도, 복분자, 바나나 매실 등 총 5종으로 출시되고 있음
 - 배다리 프리미엄 막걸리 블랙라벨은 국내 최초로 햅쌀과 생산자 이력관리를 도입 하였으며 프랑스의 보졸레누보³⁷⁾처럼 햅쌀로 만든 신선한 막걸리라는 의미의 ‘막걸리 누보’ 트렌드를 만듦
 - 국순당은 2009년부터 매 해 ‘햅쌀로 빚은 첫술’ 막걸리를 한정판으로 출시하고 있음. 일반적인 막걸리 제조법인 고두밥을 사용하지 않고 생쌀발효법으로 빚어 일반 막걸리보다 부드러운 특징이 있음
 - 술샘의 백설공주는 이화주³⁸⁾로 물을 거의 넣지 않고 떡으로만 빚은 떠먹는 막걸리임. 용인백옥쌀과 최고급 전통 쌀 누룩으로 만듦

				
복순도가 손막걸리 복순도가	탁테일 복분자 배혜정도가	배다리 프리미엄 블랙라벨 배다리술도가	햅쌀로 빚은 첫술 국순당	이화주 막걸리 술샘

35) 병도 맛도 달라졌다, 지금은 막걸리 3.0시대, 조선일보, 2016.07.06

36) 가양주(家釀酒) : 집에서 빚은 술

37) 보졸레 누보 : 그 해 수확한 가메 품종의 포도로 4~5주간의 짧은 숙성기간을 거쳐 만들어지는 헛와인. 매년 11월 셋째 주 목요일에 전세계적으로 동시에 출시함

38) 여름에 빚는 술, 배꽃이 필 때 누룩을 만드는 술이라 하여 이화주라 불리움

- 술을 마시고 취하는 것이 아니라 분위기 좋은 곳에서 술의 풍미와 향을 감상하는 술 소비 문화가 확산되면서 저도주를 찾는 소비자들이 갈수록 더 많아지고 있음. 이러한 트렌드의 영향으로 과일을 첨가한 순한 막걸리가 인기를 끌고 있으며, 도수가 낮아 간편하게 즐길 수 있어 젊은 여성의 소비가 많음
- 국순당이 기존 제품인 아이싱 자몽맛에 이어 청포도맛과 클립소다맛을 출시함. 꾸준한 인기가 있는 자몽맛과 시즌스페셜 수박맛을 300ml 용량의 병으로 출시함
- 국순당 과일막걸리는 생쌀을 발효한 막걸리에 각종 과일 농축액을 첨가해 기존 전통주의 누룩향 대신 새콤달콤한 맛을 살림. 기존막걸리보다 알코올 도수는 낮추고 막걸리의 텁텁함은 줄임
- 디비저 막걸리는 공주알밤과 복숭아가 들어간 막걸리로 저도수(3.5%)와 소용량(500ml)으로 부담 없이 가볍게 마시기 좋음

		
아이싱(청포도/자몽/클립소다) 국순당	바나나/복숭아 막걸리 국순당	디비저(복숭아 막걸리) 천지인주조

- 막걸리하면 월매, 할매, 주막 등을 먼저 떠올리게 되던 전통적인 이미지에서 탈피하여 막걸리를 중점적으로 판매하는 세련된 전문 바, 펍 등이 늘어나는 추세임. 현대적이고, 고급스럽게 꾸며져 있어 막걸리와 고급한식을 함께 즐길 수 있음
- 지방 특선 막걸리나 프리미엄 막걸리 등을 갖추고 있고 전문 셰프가 만드는 안주를 제공함

		
느린마을 양조장&펍	마크홀릭	세막

4. 간식/디저트

- 최근 아이들에게 좀 더 영양가 있고 건강한 간식을 챙겨주고 싶은 엄마의 마음을 담은 ‘안심 간식’이 인기를 끌고 있음. 열량 높은 군것질을 대체할 수 있을 뿐 아니라 간편하게 먹을 수 있는 것이 특징임³⁹⁾
 - 매일유업의 유아식전문 브랜드 맘마밀 요미요미에서 출시한 ‘요미요미 유기농 쌀떡뽕’은 알리지 체크 시스템을 통해 제품 패키지 내 삽입된 QR코드를 스캔하면 알레르기를 유발하는 5개의 식품(우유, 계란, 대두, 밀, 땅콩)의 함유에 대한 분석결과를 제조일자별로 파악할 수 있게 함⁴⁰⁾
 - 미즈앤코의 셰피라이스볼은 100% 국내산 쌀가루를 사용하여 만든 유아용 간식으로, 일반적으로 과자에 많이 사용하는 밀가루, 옥수수가루를 사용하지 않음. 우유칼슘과 칼슘의 흡수를 돕는 비타민D 및 필수 지방산인 리놀올레산이 함유된 해바라기유를 사용함
 - 일동 후디스가 출시한 아기밀 쌀국수는 무농약, 국내산 원재료로 만든 이유식으로 나트륨 함량을 최소로 관리함

		
<p>맘마밀 요미요미 유기농 쌀떡뽕 매일유업</p>	<p>셰피라이스볼 3종 미즈앤코</p>	<p>아기밀 쌀국수 일동 후디스</p>

- 기존 쌀과자들은 간장, 인절미, 유과, 설탕 등 전통적인 재료로 만들어졌지만 특별하고 새로운 맛을 추구하는 소비자의 입맛을 맞추기 위해 치즈, 김 등 주로 사용하지 않던 재료가 등장하기 시작함
 - 체다치즈와 카망베르치즈 2가지가 들어간 농심 치즈쌀과자는 쌀과자의 담백함과 치즈의 부드러움을 함께 느낄 수 있음
 - 쌀과자의 곁에 김을 감싼 형태의 스낵도 출시되고 있음. 김의 향긋함과 쌀과자의 바삭함이 어우러져 간식이나 술안주로도 활용 가능함

39) 식음료업계, 아이 건강 지켜줄 ‘안심 스낵’ 인기, 아시아경제, 2016.04.30

40) 매일유업 ‘요미요미 유기농 쌀떡뽕’ 출시, 노컷뉴스, 2016.06.07

- 한살림, 올가 등 유기농, 친환경 식재료를 판매하는 업체들이 PB제품으로 쌀과자를 출시였으며, 일반 마트보다 더 다양한 종류를 판매하고 있음
 - 튀밥처럼 쌀을 그대로 활용한 과자 외에도 고구마 쿠키, 감자 과자 등에 쌀을 첨가한 제품까지 다양함

			
치즈 쌀과자 농심	동그랑쌀과자 한살림	뽕이요 자연드림	유기농 쌀튀밥 올가

- 전통 음식을 일상생활에서 간편하게 즐길 수 있도록 만든 한식 퓨전 상품들을 편의점과 마트에서 쉽게 찾아볼 수 있음
 - CU에서는 인절미를 아이스크림으로 재해석한 'HEYROO 파르페 인절미'를 출시함. 콩을 주재료로 만든 아이스크림에 볶은 콩가루로 만든 콩초코칩을 넣어 만든 제품으로 컵 가운데에 찰떡이 들어있어 얼린 인절미처럼 먹을 수 있는 제품임. 전통 떡으로 만든 디저트 상품인 컵경단 3종을 출시함. 컵경단은 국내산 찹쌀로 빚은 한입 크기의 경단 속에 백앙금, 팔앙금, 슈크림이 들어있고 메이플 시럽을 별도로 첨가해 기호에 따라 다양한 형태로 즐길 수 있도록 함⁴¹⁾
 - GS25는 100% 국내산 쌀로 만든 'GS YOUUS 쌀로 만든 고소한 인절미'를 출시함. 쌀가루와 볶음콩가루를 넣어 고소한 인절미 맛을 느낄 수 있음
 - CJ제일제당은 쌀 디저트인 '쁘띠첼 라이스 푸딩'을 출시함. 쌀 베이스의 푸딩을 만들고 현미, 고구마, 단호박 등 익숙한 재료를 활용한 한식 디저트임. 담백하고 부드러운 맛으로 아침식사 대용으로 먹을 수 있는 건강 디저트 제품임

		
HEYROO 쌀 디저트 CU	GS YOUUS 고소한 인절미 GS25	쁘띠첼 라이스 푸딩 CJ제일제당

41) CU, 한식퓨전상품출시, 식품음료신문, 2016.07.12

- 프랜차이즈 업계에서도 쌀을 이용한 제품이 출시되고 있음. 한식 디저트를 중심으로 하는 카페가 증가하고 있고 일반 디저트 카페에서도 쌀을 이용한 메뉴를 개발하여 소비자에게 좋은 반응을 얻고 있음
- 디저트 카페 소복의 주 메뉴인 소복 아이스크림은 매일 아침마다 솥에 우유를 끓여 만든 기본 베이스에 현미와 백미 등의 곡식들을 뿜은 후 볶아 만들어 고소하고 담백한 맛을 냄. 소복 아이스크림은 소복 인절미 아이스볼, 소복 구름모찌, 소복 초청 찹쌀파이 등으로 메뉴화 되어 있음
- 컵설기를 주 메뉴로 하는 디저트카페 메고지고에서는 개인의 취향에 따라 4가지 쌀가루 베이스와 6가지 속재료, 3가지 토핑 중 원하는 재료를 택하여 개인의 취향에 맞는 설기를 만들어 먹을 수 있음
- 수제 젤라또를 판매하는 디저트카페 젤라띠젤라띠에서는 이천쌀과 우유를 이용해 이탈리아 정통방식으로 만든 이천쌀 아이스크림을 출시함. 쌀알이 씹히는 독특한 식감과 맛에 인기가 많음
- 던킨도너츠에서는 도넛반죽 안에 이천쌀가루를 넣어 담백한 맛과 식감을 살린 도넛에 쿡 글레이즈를 입힌 제품과 이천쌀을 구워만든 토핑을 올린 도넛 2종을 출시함
- 떡 전문 프랜차이즈 브랜드 빛은에서는 찹쌀가루가 들어간 마카롱을 출시함

				
소복 아이스크림 소복	컵설기 메고지고	이천쌀아이스크림 젤라띠젤라띠	이천쌀 도넛 던킨도너츠	찹쌀 마카롱 빛은

5. 기타

1) 죽

- 소비자의 기호가 다양해짐에 따라 단순히 아플 때 먹는 죽이 아니라 용도별로 다른 기능성 죽이 출시되고 있음. 해장용, 보양식용 죽 뿐 아니라 아이들이 이유식으로 먹는 죽까지 다양한 제품이 판매되고 있음
- 동원F&B는 해장용 즉석죽 ‘양반 해장죽’ 3종(콩나물바지락죽, 김치순두부죽, 얼큰짬뽕죽)을 출시함. 해장에 좋은 원재료들과 소화가 잘되는 국내산 찹쌀로 만들었으며, 숙취해소에 좋은 헛개열매 추출분말을 더함
- GS25에서 출시한 ‘아침엔본죽 보양죽’은 닭가슴살과 전복, 인삼이 들어간 전통적인 보양식을 편의점 컨셉에 맞춰 출시한 제품임. 상온에서 판매되는 일반 죽과는 다르게 냉장으로 보관되어 신선도가 높음
- 베비언스의 ‘바른입맛 영양쌀죽’은 아이의 발달 단계별로 성장에 필요한 영양 요소와 제형에 따라 차이를 둔 제품을 출시함. 7,9,12개월 등 성장단계별 제품이 출시되었으며 이는 단계별 특징적 요소가 반영된 제품을 선호하는 엄마들의 소비 트렌드를 반영한 것임

		
<p>양반 해장죽 3종 동원F&B</p>	<p>아침엔본죽 보양죽 GS25</p>	<p>바른입맛 영양쌀죽 베비언스</p>

2) 누룽지

- 누룽지 제품은 중·노년층이 주로 섭취한다는 이미지에서 벗어나기 위해 깔끔하고 감각적인 패키지를 이용함. 파우치형태의 깔끔한 포장으로 휴대하면서 물만 부어 바로 먹을 수 있음
- 뿐만 아니라 간식으로도 간편하게 먹을 수 있어 야외활동이 많은 캠핑족,⁴²⁾ 바쁜 직장인의 식사대용으로 많이 판매되며, 칼로리가 높지 않아 다이어트 식품으로도 인기가 좋음



- ‘바비한컵’ 은 204칼로리로 간단하지만 든든하고 건강하게 먹는다는 컨셉으로 출시된 제품으로 아침식사대용, 해외여행, 등산, 캠핑용으로 좋음
- ‘청춘 누룽지’ 는 백미와 오곡으로 만든 영양레시피와 현미와 귀리로 만든 슬림레시피 두 종류로 출시되어 소비자의 필요에 따라 제품을 선택할 수 있음



3) 쌀면

- 쌀은 알레르기 물질이 발견되지 않은 유일한 곡물로 글루텐프리(43)운동과 함께 밀 대신 쌀을 사용한 식품을 선호하는 소비자가 늘어남. 그에 맞춰 대표적인 밀가루 식품인 스파게티, 라면 등을 대체할 수 있는 쌀면이 다양한 업체를 통해 출시되고 있음
- 풀무원은 쌀 80%에 곡물 전분을 배합해 만든 파스타면에 소스가 어우러진 ‘쌀파스타’와 ‘베트남 쌀국수 포’, ‘태국볶음쌀국수 팟타이’, 여름 계절면으로 출시된 ‘부드럽게 쫄깃한 쌀면 매콤물비빔면’에 이어 ‘부드럽게 쫄깃한 쌀면 페투치네’까지 5종의 쌀 생면 라인업을 갖추고 있음
- 아워홈은 기존 쌀파스타 3종(크림소스, 미트소스, 토마토소스)에 이어 간편 요리가 가능한 쌀로 만든 이색 면요리 제품 ‘쌀파스타 조개크림소스’, ‘쌀볶음면’, ‘쌀짜장면’ 3종을 추가로 출시함
- ‘콩나물 떡배기’ 는 콩나물과 북어, 무로 맛을 낸 국물에 쌀로 만든 면으로 부담 없이 가볍게 한 끼를 먹을 수 있는 제품으로 출시됨



42) '쌀 가공식품으로 간편·건강한 캠핑 떠나자', 의학신문, 2016.6.17

43) 글루텐프리 식품: 셀리악병(장 속에 염증이 생겨 용모가 손상되는 병)이 밀의 주요 단백질인 글루텐에서 유발된다는 것이 밝혀짐. 그에 따라 등장한 글루텐이 포함되지 않은 식품을 말함

4) 라이스밀크

- 일본, 미국, 유럽시장에서 채식주의자나 콩, 밀, 일반 우유 등에 알레르기가 있는 사람들의 우유 대용품으로 라이스밀크가 인기를 끌고 있음. 건강음료뿐 아니라 요리의 재료 등으로 다양하게 활용 가능함⁴⁴⁾
- 생식 제조 전문업체인 이룸이 출시한 '파머스드림 라이스밀크'는 쌀의 우수성을 담은 저지방, 저칼로리, 건강식 쌀 우유를 표방하는 음료임. 영양이 풍부한 쌀눈과 쌀 추출액을 주원료로 한 라이스밀크는 칼슘과 비타민A, 비타민E 등의 영양성분을 함유하고 있음. 90kcal로 칼로리가 적고, 쌀로 만들어서 순한 맛이 특징이며, 합성색소, 합성착향료, 합성보존료, 설탕, 액상과당을 첨가하지 않음



44) 아침 식사 거르지 말고 '라이스 밀크 하세요' , 노컷뉴스, 2016.05.16

제 2 절 소비자 특성

- 쌀 가공식품의 구입 및 소비 특성 파악을 위해 2016년 7월 7일 ~ 7월 14일 까지 쌀 가공식품에 대한 구매 및 소비 경험이 있는 온라인 조사 패널 600명을 대상으로 조사가 진행되었으며, 성별별로 남성 240명(40%), 여성 360명(60%), 연령별로 20대, 30대, 40대 각각 200명씩 조사를 진행함⁴⁵⁾

1. 자주 구입하는 쌀 가공식품 관련 특성

- 소비자들이 자주 구입하는 쌀 가공식품에 대하여 전체 응답자의 18.2%가 쌀과자라고 답변하였으며, 떡(17.8%), 즉석밥(16.5%), 쌀떡볶이(15.5%)가 그 뒤를 잇는 것으로 조사됨
 - 성별에 따라 자주 구입하는 쌀 가공식품의 순위가 다소 다르게 나타남. 남성의 경우 주로 구입하는 제품은 쌀과자(18.9%), 즉석밥(17.8%), 떡(16.3%) 순으로 높게 나타났으며, 여성의 경우 떡(18.8%), 쌀과자(17.7%), 쌀떡볶이(17.6%) 순으로 높게 나타남
 - 연령별로는 20대는 쌀과자(20.2%), 즉석밥(17.9%), 30대는 쌀과자(17.4%), 떡(16.8%), 40대는 떡(21.6%), 쌀떡볶이, 쌀과자(각각 17.1%)를 자주 구입하는 것으로 나타남
 - 가구 구성원 수에 따라서는 1-2인의 가족과 3-4인 가족, 5인 이상 가족의 3가지 패턴으로 구입 품목에 차이가 있는 것으로 나타남. 1-2인 가족의 경우 즉석밥과 쌀 떡볶이, 3-4인 가족의 경우 쌀과자와 떡, 5인 이상 가족의 경우 쌀과자와 쌀떡볶이를 가장 자주 구매하는 것으로 조사됨

45) 자세한 내용 부록 참고

[표 6-1] 자주 구입하는 쌀 가공식품

(단위 : %)

구분	쌀과자	떡	즉석밥	쌀 떡볶이	쌀음료	주류 (탁주 등)	쌀국수	누룽지	쌀빵	쌀 고추장	라이스 페이퍼	기타	
전체(n=1,718)	18.2	17.8	16.5	15.5	9.1	5.9	5.2	4.0	3.3	2.6	1.6	0.2	
성별	남성(n=681)	18.9	16.3	17.8	12.3	11.3	8.4	6.0	3.1	3.1	1.8	0.9	0.1
	여성(n=1,037)	17.7	18.8	15.7	17.6	7.7	4.3	4.6	4.6	3.4	3.2	2.0	0.2
연령	20대(n=570)	20.2	14.9	17.9	15.1	11.9	4.7	5.4	3.2	4.4	0.7	1.6	0.0
	30대(n=564)	17.4	16.8	16.3	14.4	10.6	6.0	3.4	5.0	3.4	3.7	2.5	0.5
	40대(n=584)	17.1	21.6	15.4	17.1	5.0	7.0	6.7	3.9	2.1	3.4	0.7	0.0
동거 가족수	1명(n=178)	13.5	14.6	21.3	15.2	9.0	9.6	4.5	4.5	3.9	2.2	1.7	0.0
	2명(n=211)	15.6	16.1	19.9	18.0	8.1	7.6	4.7	4.7	0.5	2.8	1.4	0.5
	3명(n=528)	17.8	19.3	16.7	14.0	9.5	5.5	5.1	3.6	4.0	2.5	1.9	0.2
	4명(n=614)	20.2	18.1	15.0	15.3	9.4	5.2	5.4	3.9	3.1	2.9	1.3	0.2
	5명이상(n=187)	20.3	17.6	12.8	18.2	8.6	4.3	5.9	4.3	4.3	2.1	1.6	0.0

- 1) 다중응답결과로, 응답수를 바탕으로 100%로 환산하여 계산함
- 2) 쌀음료 : 식혜, 아침햇살 등
- 3) 동거가족수는 본인을 포함함

- 쌀 가공식품 구입시 품목별로 주요하게 고려한 사항에 대하여 질문한 결과 가격 (23.7%)이라고 답변한 응답자가 가장 많았으며, 쌀 원산지(15.2%), 쌀 함량 (14.5%) 순으로 높게 나타남
- 대부분의 품목에서 주요 고려 사항으로 가격을 가장 많이 꼽았지만, 쌀고추장과 쌀빵의 경우 쌀 함량을 가장 주요한 고려 사항으로 보고 있으며, 즉석밥이나 쌀음료, 쌀과자의 경우 가격과 함께 브랜드도 함께 주요 고려사항으로 보고 있는 것으로 조사됨

[표 6-2] 구입시 주요 고려 사항

(단위 : %)

구분	가격	쌀 원산지	쌀 함량	브랜드	유통 기한	첨가물	용량	포장 상태	칼로리	기타
전체 (n=9,860)	23.7	15.2	14.5	13.9	11.4	6.9	6.4	4.4	1.5	2.2
즉석밥(n=1,617)	25.5	13.7	12.4	16.9	12.7	5.0	6.7	3.9	1.5	1.9
떡(n=1,755)	22.7	17.2	14.6	11.6	11.5	8.9	5.4	4.8	0.7	2.6
쌀 떡볶이 (n=1,535)	23.5	15.3	16.0	12.5	11.5	7.6	6.9	3.7	1.2	1.8
탁주/쌀로만든 술 (n=578)	20.8	16.4	15.0	15.4	12.5	6.4	6.1	4.1	1.2	2.1
쌀음료(n=898)	25.7	13.7	12.7	15.9	9.2	6.3	8.4	4.1	1.9	2.0
쌀고추장(n=262)	19.5	19.8	22.9	10.3	13.0	6.5	4.2	3.4	0.0	0.4
쌀과자(n=1,798)	25.6	13.9	13.3	14.9	10.7	5.9	6.7	4.5	2.0	2.4
쌀빵(n=321)	17.8	15.3	20.9	11.8	11.2	7.8	5.6	4.9	0.9	3.8
쌀국수(n=527)	23.7	14.4	13.3	12.1	11.0	8.9	5.7	4.3	4.2	2.3
누룽지(n=403)	19.8	17.9	14.4	14.6	11.2	8.2	5.9	5.7	1.0	1.3
라이스페이퍼 (n=154)	21.4	15.0	13.7	9.7	12.3	6.5	6.5	9.8	3.2	1.9

※ 다중응답결과로, 응답수를 바탕으로 100%로 환산하여 계산함

- 쌀 가공식품을 구입하는 주 이유는 타제품으로 대체 불가능한 식품이기 때문 (29.9%)인 것으로 나타났으며, 소화, 영양 등 건강에 유익하고(23.1%), 다른 가공식품과는 다른 맛(21.5%) 때문에 쌀 가공식품을 구입하는 것으로 조사됨
- 쌀빵의 경우 특히 소화, 영양 등 건강에 유익하기 때문에 구입한다(39.3%)는 응답자가 많은 것으로 조사되었으며, 쌀국수, 누룽지도 건강에의 유익함 때문 (각각 28.1%, 32.7%)에 많이 구매하는 것으로 조사됨. 쌀음료 경우 다른 가공 식품과 다른 맛(29.0%) 때문에 구입한다는 답변이 가장 많은 것으로 조사됨

[표 6-3] 구입 이유

(단위 : %)

구분	타제품으로 대체불가	소화,영양 등 건강에 유익	일반가공식품과 다른 맛	쌀 함유제품에 대한 호기심	상대적으로 저렴한 가격	기타
전체 (n=5,028)	29.9	23.1	21.5	9.2	6.9	9.5
즉석밥(n=825)	33.0	16.1	18.7	8.1	9.5	14.7
떡(n=896)	32.0	23.3	20.6	7.7	6.9	9.4
쌀 떡볶이 (n=783)	31.4	23.4	21.1	9.3	5.6	9.2
탁주/쌀로만든 술 (n=295)	32.2	22.0	20.7	9.2	5.1	10.8
쌀음료(n=459)	27.5	17.6	29.0	10.5	7.6	7.8
쌀고추장(n=132)	37.9	24.2	15.9	12.9	4.5	4.5
쌀과자(n=918)	25.8	25.2	24.1	10.0	7.1	7.8
쌀빵(n=163)	17.8	39.3	22.7	11.0	3.1	6.1
쌀국수(n=267)	24.7	28.1	20.6	10.9	6.7	9.0
누룽지(n=205)	30.2	32.7	16.1	6.8	7.3	6.8
라이스페이퍼 (n=79)	39.2	27.8	19.0	6.3	2.5	5.1

※ 다중응답결과로, 응답수를 바탕으로 100%로 환산하여 계산함

2. 많이 섭취하는 쌀 가공식품 관련 특성

- 소비자들이 많이 섭취하는 쌀 가공식품에 대한 응답은 자주 구입하는 품목과 (쌀과자-떡-즉석밥-쌀떡볶이 순) 다소 순위 차이가 있는 것으로 나타남. 가장 많이 섭취하는 쌀 가공식품은 떡(19.1%), 쌀과자(17.0%), 쌀떡볶이(16.5%), 즉석밥(14.2%) 순으로 나타남
- 남성은 쌀과자(18.7%), 떡(18.1%) 순으로 많이 먹고 있는 반면, 여성의 경우 쌀떡볶이(19.8%), 떡(19.7%) 순으로 나타남. 쌀 떡볶이의 경우 여성이 남성보다 많이 먹고 있는 것으로 나타났으며, 그 외 쌀음료 및 쌀로 만든 주류의 경우 남성이 더 많이 먹는 것으로 조사됨
- 연령별로는 20대, 30대는 쌀과자와 떡을 가장 많이 섭취하는 것으로 나타났으며, 40대의 경우 떡(22.5%), 쌀 떡볶이(18.7%)를 많이 섭취하는 것으로 나타남. 쌀음료의 경우 40대는 20, 30대의 절반 수준으로 먹는 것으로 나타남
- 1-2인가구의 경우 식사를 대체할 수 있는 즉석밥, 떡류(쌀떡볶이, 떡)를 가장 많이 섭취하고 있으며, 3인 이상 가구는 떡, 쌀과자를 가장 많이 먹는 것으로 나타남. 5인 이상 가구는 4인 이하 가구보다 즉석밥 섭취비중이 현저히 낮은 것으로 조사됨

[표 6-4] 자주 섭취하는 쌀 가공식품

(단위 : %)

구분		떡	쌀과자	쌀떡볶이	즉석밥	쌀음료	주류(탁주등)	쌀국수	누룽지	쌀고추장	쌀빵	라이스페이퍼	기타
전체(n=1,692)		19.1	17.0	16.5	14.2	8.6	5.3	5.3	4.6	3.7	3.4	2.2	0.2
성별	남성(n=674)	18.1	18.7	11.4	15.4	11.0	8.2	5.3	3.6	3.0	3.7	1.5	0.1
	여성(n=1,018)	19.7	15.9	19.8	13.5	7.0	3.3	5.2	5.2	4.1	3.2	2.7	0.3
연령	20대(n=556)	16.7	18.7	16.0	15.3	10.6	4.1	4.9	4.0	2.2	4.7	2.7	0.2
	30대(n=558)	17.9	18.3	14.7	13.6	10.4	5.2	5.0	4.8	3.8	3.2	2.5	0.5
	40대(n=578)	22.5	14.2	18.7	13.8	4.8	6.4	5.9	4.8	5.0	2.4	1.4	0.0
동거가족수	1명(n=180)	18.3	12.8	16.1	19.4	7.8	8.9	3.3	4.4	3.3	3.3	2.2	0.0
	2명(n=207)	16.4	13.0	20.3	15.5	9.2	6.8	4.3	7.2	2.9	1.9	1.9	0.5
	3명(n=516)	20.3	17.1	13.6	14.9	8.3	4.8	6.4	4.5	2.7	4.8	2.3	0.2
	4명(n=606)	19.0	19.0	17.0	13.4	8.4	4.6	5.3	3.6	4.8	2.5	2.3	0.2
	5명이상(n=183)	19.7	19.1	19.1	8.7	9.8	3.3	4.9	4.9	3.8	4.4	1.6	0.5

※ 다중응답결과로, 응답수를 바탕으로 100%로 환산하여 계산함

- 응답자들에게 가장 많이 먹는 쌀 가공식품에 대한 섭취빈도를 질문한 결과 보통 1주일에 2회 이하(78.3%)로 섭취하는 것으로 나타남
 - 응답자들이 가장 많이 먹는 품목에 대한 섭취빈도를 묻는 질문이나 일주일에 1회 미만 섭취한다는 응답자가 38.3%, 2회 이하로 섭취한다는 응답자가 40.0%로 나타나 전반적으로 쌀 가공식품에 대한 섭취빈도가 높지 않은 것을 알 수 있음
 - 대다수의 품목에서 일주일에 1~2회 섭취하는 응답자 비중이 가장 높은 것으로 조사되었으나 쌀 떡볶이, 쌀국수, 누룽지의 경우 일주일에 1회 미만으로 섭취한다는 응답자 비중이 가장 높은 것으로 조사됨
 - 일주일에 5회 이상 섭취하여 거의 매일 섭취하고 있다는 응답자가 많은 품목 순위를 살펴보면 쌀고추장(33.3%), 즉석밥(11.6%), 쌀음료수(9.4%)순으로 높게 나타남. 쌀 고추장의 경우 요리의 재료로 활용되는 품목이기 때문에 기타 쌀 가공식품보다 섭취 빈도가 높은 것으로 판단됨

[표 6-5] 섭취 빈도 (1주일 기준)

(단위 : %)

구분	하루에 1회 이상	일주일에 5~6회	일주일 3~4회	일주일에 1~2회	일주일에 1회 미만
전체(n=587)	2.9	5.5	13.3	40.0	38.3
즉석밥(n=146)	4.8	6.8	16.4	40.4	31.5
떡(n=150)	2.0	8.0	14.0	38.0	38.0
쌀 떡볶이 (n=89)	2.2	1.1	7.9	37.1	51.7
탁주/쌀로만든 술 (n=24)	4.2	4.2	16.7	37.5	37.5
쌀음료(n=32)	3.1	6.3	9.4	40.6	40.6
쌀고추장(n=12)	8.3	25.0	16.7	50.0	0.0
쌀과자(n=98)	2.0	2.0	11.2	45.9	38.8
쌀국수(n=20)	0.0	0.0	15.0	40.0	45.0
누룽지(n=16)	0.0	6.3	18.8	31.3	43.8

※ 응답자 수가 10인 미만인 쌀빵, 라이스페이퍼, 기타 품목은 분석에서 제외

- 쌀 가공식품은 주로 간식대용(45.0%)으로 섭취한다는 응답자가 가장 많았고, 저녁식사 대용(20.6%), 아침식사 대용(13.5%) 순으로 응답률이 높게 나타남
- 식사대용으로 자주 먹는 쌀 가공식품은 즉석밥(83.6%)이며, 간식/야식 대용으로 먹는 쌀 가공식품은 쌀과자(94.9%), 쌀음료(78.1%)인 것으로 조사됨. 떡이나 쌀 떡볶이의 경우 주로 간식 대용(각각 62.0%, 52.8%)으로 먹지만, 식사 대용으로도 먹는 것으로 나타남
 - 즉석밥의 경우 저녁식사 대용(38.4%)이나 아침식사 대용(28.8%)로 섭취하며, 누룽지의 경우 아침식사 대용(56.3%)으로 많이 섭취하고 있는 것으로 조사됨
 - 탁주는 식사나 간식 대용 식품이 아닌 주류 자체의 특성 때문으로 야식이나 기타로 선택한 응답자가 많은 것으로 파악되며, 쌀고추장의 경우에도 다른 음식의 재료로 사용되기 때문에 기타를 선택한 응답자가 많은 것으로 판단됨

[표 6-6] 주요 섭취 시기

(단위 : %)

구분	아침식사 대용	점심식사 대용	저녁식사 대용	간식 대용	야식 대용	기타
전체(n=598)	13.5	10.4	20.6	45.0	4.7	5.9
떡(n=150)	16.0	12.0	6.7	62.0	0.7	2.7
즉석밥(n=146)	28.8	16.4	38.4	2.7	4.1	9.6
쌀 떡볶이(n=89)	1.1	14.6	27.0	52.8	2.2	2.2
쌀과자(n=98)	1.0	0.0	2.0	89.8	5.1	2.0
쌀음료(n=32)	3.1	3.1	9.4	78.1	0.0	6.3
탁주/쌀로만든 술(n=24)	0.0	0.0	25.0	12.5	41.7	20.8
쌀국수(n=20)	10.0	15.0	55.0	10.0	10.0	0.0
누룽지(n=16)	56.3	0.0	6.3	25.0	6.3	6.3
쌀고추장(n=12)	0.0	0.0	41.7	8.3	8.3	41.7
쌀빵(n=7)	14.3	28.6	28.6	28.6	0.0	0.0
라이스페이퍼(n=4)	0.0	25.0	75.0	0.0	0.0	0.0

※ 응답수가 작은 탁주, 쌀국수, 누룽지, 쌀고추장, 쌀빵, 라이스페이퍼는 해석에 유의해야 함

- 쌀 가공식품을 주로 소비하는 장소는 집(76.6%)으로 조사되었으며, 회사(5.9%), 편의점(5.9%), 야외(캠핑, 여행) 등에서도 소비하는 것으로 나타남
 - 즉석밥의 경우 회사(10.3%)와 야외활동(9.6%)에서의 소비가 많으며, 탁주는 편의점(8.3%)과 기타 장소(8.3%), 쌀음료의 경우 집(34.4%), 편의점(31.3%), 쌀빵의 경우 집(42.9%), 편의점(28.6%)에서 소비되고 있음

[표 6-7] 주요 소비 장소

(단위:%)

구분	집	회사	야외활동 (캠핑, 여행)	편의점	식당 /레스토랑	카페	도로/철도 휴게소	기타
전체 (n=598)	76.6	5.9	5.0	5.9	4.0	0.3	0.3	2.0
즉석밥(n=146)	74.0	10.3	9.6	4.8	0.0	0.0	0.0	1.4
떡(n=150)	85.3	4.0	2.7	3.3	1.3	0.7	0.0	2.7
쌀 떡볶이 (n=89)	86.5	1.1	2.2	0.0	9.0	0.0	0.0	1.1
탁주/쌀로만든 술 (n=24)	70.8	0.0	8.3	8.3	4.2	0.0	0.0	8.3
쌀음료(n=32)	34.4	9.4	9.4	31.3	6.3	0.0	3.1	6.3
쌀고추장(n=12)	91.7	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0
쌀과자(n=98)	77.6	8.2	5.1	7.1	0.0	1.0	1.0	0.0
쌀빵(n=7)	42.9	0.0	0.0	28.6	14.3	0.0	0.0	14.3
쌀국수(n=20)	45.0	5.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
누룽지(n=16)	93.8	6.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
라이스페이퍼 (n=4)	75.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0

※ 응답수가 작은 탁주, 쌀고추장, 쌀빵, 쌀국수, 누룽지, 라이스페이퍼는 해석에 유의해야 함

3. 쌀 가공식품 관련 소비자 인식

1) 쌀 가공식품 인지

- 쌀 가공식품을 구매해본 경험이 있는 소비자에게 가장 먼저 떠오르는 쌀 가공식품 제품을 주관식 형태로 설문한 결과 쌀과자-떡-즉석밥 순으로 가장 많이 구입하는 식품 상위 3개와 일치하는 것으로 나타남
 - 쌀 가공식품으로 가장 먼저 쌀과자 제품을 떠올린 응답자가 전체의 55.8%로 가장 많았고, 다음으로 떡(19.1%), 즉석밥(7.2%) 순으로 응답자가 많은 것으로 조사되었음
 - 소비자들은 전통품목인 떡, 주류(쌀막걸리), 장류보다는 쌀과자나 즉석밥, 면(쌀국수 등) 등 자주 접하는 식품을 가장 먼저 떠올리고 있는 것으로 나타남
 - 연령별 응답의 차이를 살펴보면 떡이나 면류의 경우 연령대가 높을수록, 즉석밥이나 음료의 경우 연령대가 낮을수록 상대적으로 많은 응답자가 먼저 떠올리는 품목으로 선택하는 경향을 보임

[표 6-8] 가장 먼저 떠오르는 쌀 가공식품 품목

쌀 가공식품 하면 가장 먼저 떠오르는 품목	품목	연령별 응답			
		20대	30대	40대	
	쌀과자 (n=316)	58.7%	60.2%	48.7%	
	떡 (n=108)	16.4%	18.3%	22.5%	
	즉석밥 (n=41)	12.2%	5.4%	4.2%	
	면 (n=30)	3.2%	4.3%	8.4%	
	음료 (n=20)	5.8%	3.2%	1.6%	
	주류 (n=15)	0.5%	1.6%	5.8%	
	빵 (n=4)	0.0%	1.6%	0.5%	
	기타 (n=32)	3.2%	5.4%	8.4%	
	총합계		100.0%	100.0%	100.0%

1) 다중응답결과로, 응답수를 바탕으로 100%로 환산하여 계산함

2) 품목별 상세 답변은 부록 참조

2) 주요 구입-소비자

- 쌀 가공식품은 구입 당사자가 소비를 하는 경우가 가장 많았고, 가족 구성원 중 구입한 본인이 소비하는 경우 외에는 자녀가 소비하는 경우가 15.6%로 부모, 형제/자매 보다 많은 것으로 조사됨

[그림 6-1] 주요 구입-소비 가족 구성원



3) 향후 출시 희망 제품

- 향후 출시가 되면 좋을 것 같은 쌀이 들어간 제품에 대해 주관식으로 응답을 받아본 결과 전반적으로는 쌀과자류에 대한 응답이 20.5%로 가장 높게 나타남
 - 남성의 경우 쌀라면, 파스타, 쌀국수 등의 면류 및 쌀빵 관련 응답이 가장 많이 나타났으며, 여성의 경우 쌀과자와 쌀아이스크림, 쌀피자 등 기타식품에 대한 답변이 많은 것으로 조사됨
 - 연령별 답변을 비교해 본 결과 20대의 경우 쌀과자와 함께 기타식품(아이스크림, 만두 등)의 답변이 많았으며, 30대는 쌀과자와 쌀빵, 쌀케이크 등의 빵류 관련 답변이 많은 것으로 조사됨. 40대의 경우 쌀라면, 쌀국수 등의 면류와 함께 죽, 쌀전, 만두, 아이스크림 등의 기타 식품에 대한 답변이 많은 것으로 나타남

[표 6-9] 향후 출시 희망 제품

(단위:%)

구분	식품								가공품	
	쌀과자	면	빵	쌀가공식품 기타	음료	떡	주류	기타		
전체 (n=386)	20.5%	19.2%	17.7%	5.3%	12.4%	2.3%	1.0%	19.2%	2.3%	
성별	남성 (n=24)	15.2%	25.3%	18.4%	2.5%	12.7%	3.2%	2.5%	17.7%	2.5%
	여성 (n=57)	24.1%	15.2%	17.3%	7.2%	12.2%	1.7%	0.0%	20.3%	2.1%
연령	20대 (n=30)	22.9%	16.8%	16.8%	3.8%	11.5%	3.1%	1.5%	19.8%	3.8%
	30대 (n=28)	24.3%	13.0%	23.5%	6.1%	13.0%	1.7%	0.9%	14.8%	2.6%
	40대 (n=23)	15.4%	26.2%	14.1%	6.0%	12.8%	2.0%	0.7%	22.1%	0.7%

1) 다중응답결과로, 응답수를 바탕으로 100%로 환산하여 계산함

2) 품목별 상세 답변은 부록 참조

4) 함량 기준

- 소비자들이 생각하는 쌀 가공식품의 쌀 함량 기준은 최소한 50~60% 미만 (22.8%)이 되어야 한다는 응답이 가장 많았으며, 60~70% 미만(13.0%), 90~100%미만(12.5%) 순으로 높게 나타남
- 성별 및 연령에 따른 응답의 차이를 비교해보면 전체적으로 50~60% 미만이어야 한다는 응답이 가장 많았으며, 여성보다는 남성이, 연령대가 높을수록 쌀 함량 기준이 높은 것으로 조사됨

[표 6-10] 소비자가 생각하는 쌀 가공식품의 쌀 함량 기준

(단위:%)

구분	5% 미만	5% ~10% 미만	10% ~20% 미만	20% ~30% 미만	30% ~40% 미만	40% ~50% 미만	50% ~60% 미만	60% ~70% 미만	70% ~80% 미만	80% ~90% 미만	90% ~100% 미만	100%	
	전체 (n=600)	1.2	4.7	4.5	4.3	8.2	6.3	22.8	13.0	12.3	7.7	12.5	2.5
성별	남성 (n=240)	1.7	7.1	5.0	3.3	9.2	5.4	23.3	12.5	8.8	6.7	12.9	4.2
	여성 (n=360)	0.8	3.1	4.2	5.0	7.5	6.9	22.5	13.3	14.7	8.3	12.2	1.4
연령	20대 (n=200)	2.0	7.0	5.5	6.5	10.5	6.5	21.0	15.0	11.5	5.5	8.0	1.0
	30대 (n=200)	1.5	4.5	4.0	4.0	6.5	7.5	25.0	10.5	12.0	7.0	13.0	4.5
	40대 (n=200)	0.0	2.5	4.0	2.5	7.5	5.0	22.5	13.5	13.5	10.5	16.5	2.0

해외 시장 동향

제 1 절 일본

제 2 절 중국

제 3 절 기타 우리나라의 해외 수출 품목

- 해외에서는 글루텐프리, 웰빙 식품에 대한 관심이 쌀 가공식품으로 이어지고 있음
 - 글루텐은 밀, 보리, 귀리 등에 들어있는 글루테닌(glutenin)과 글리아딘(gliadin)이 결합하여 만들어지는 단백질의 일종임. 미국 등 서양인 중 글루텐 알레르기를 보이는 사람이 많아 글루텐프리 식품에 대한 수요가 증가함⁴⁶⁾
- 세계 쌀 가공식품 시장규모를 추정하기는 어려우나 주로 아시아권에서 소비되고 있으며, 그 밖의 지역에서는 시장규모가 매우 작음. 따라서 주요 쌀문화권이라고 할 수 있는 일본과 중국을 중심으로 해외 쌀 가공식품 시장을 살펴봄

제 1 절 일본

1. 동향

1) 쌀 소비 확대를 위한 쌀 가공산업 활성화 정책

- 일본의 1인당 연간 쌀 소비량은 2014년 기준 55.6kg이며, 이 중 가공용 쌀의 소비량은 1.5kg임. 일본 농림수산성에 따르면⁴⁷⁾ 2015년 1인당 쌀 소비량은 54.6kg으로 전년도에 비해 1kg 감소한 것으로 나타남
 - 1인당 쌀 소비량은 지난 1962년 118kg에서 2015년에는 54.6kg으로 절반 이상 감소하였는데 이는 매년 약 8만 톤씩 소비가 줄어든 셈임⁴⁸⁾

[표 7-1] 일본의 1인당 연간 쌀 소비량

(단위: kg)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
1인당 밥쌀용 쌀 소비량	57.5	56.0	54.5	55.1	53.7
1인당 가공용 쌀 소비량	2.0	1.8	1.8	1.8	1.5
계	59.5	57.8	56.3	56.9	55.6

※ 国民1人・1年当たり供給粗食料, 総務省 統計局(<http://www.e-stat.go.jp>), 2014(헤이세이 26년)

46) 글루텐 프리 음식의 진실은?, 더사이언스타임즈, 2016.08.18

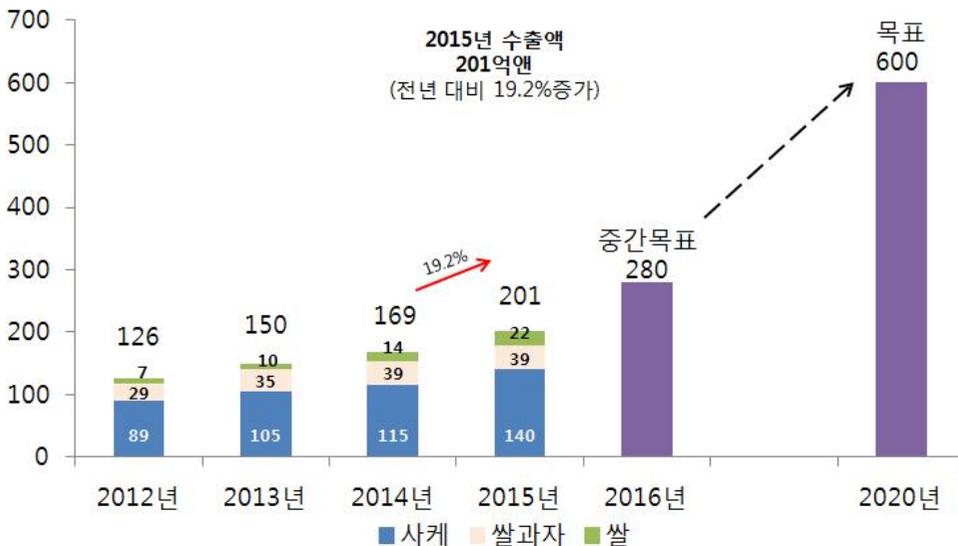
47) 食料需給表(平成 27年度), 농림수산성(<http://www.maff.go.jp/>), 2016.08
측정기간은 2014년 4월 1일부터 2015년 3월 31일까지임

48) 일본도 쌀 소비량 50년새 절반 감소... "식습관 변화가 원인", 세계일보, 2016.08.08

- 일본 정부는 쌀 소비 감소의 해법으로 쌀 가공산업의 활성화를 제시하였으며, 이는 쌀가루의 경쟁력 강화 정책로 이어짐. 쌀 주산지인 니가타현에서 2008년 대부분 수입에 의존하는 밀가루 소비량의 10%를 국내산 쌀가루로 전환하는 ‘R10프로젝트(Rice Flour 10% Project)’ 캠페인이 시작되었고 이는 일본 전역으로 확대됨⁴⁹⁾
- 중앙정부차원에서 ‘쌀가루 신규용도로의 이용촉진에 관한 법률 (일명 쌀가루법)’을 제정·시행하여 쌀가루용 쌀 생산농가에 농업자금 상환기간 연장, 밥쌀용 쌀 수준의 소득 확보를 위한 직불금 등을 지원함. 또한 ‘푸드액션니폰(FOOD ACTION NIPPON)’운동의 하나로 쌀가루클럽도 운영하여 쌀가루 판매 촉진 활동 및 다양한 정보를 공유하고 있음⁵⁰⁾
- 농림수산성이 2013년 8월 공표한 국가별 품목별 수출전략에서는 2020년 술을 포함한 쌀·쌀 가공품 수출액 목표를 600억엔으로 잡고 있으며, 2015년 쌀·쌀 가공품 수출액은 201억엔으로 전년 대비 19.2% 증가함

[그림 7-1] 쌀·쌀 가공품 수출실적 및 목표

(단위 : 억¥)



※ 日本酒をめぐる状況, 農林水産省政策統括官, 2016

1) 정부의 식량 원조량 제외, 수량 1톤 미만 및 금액 20만엔 미만 미반영

49) 쌀 소비량 줄지만 ‘가공용 쌀’ 소비는 늘어, 농민신문, 2016.02.24

50) [특별기획]쌀 생존전략 리포트 1부-소비자가 답이다(6)쌀가루를 다시보자, 농민신문, 2015.11.06

- 농림수산성에 따르면 가공용 쌀 생산량은 꾸준히 증가하여 2015년에 25.7만톤을 생산하였으며 이는 2011년 대비 65.8% 증가한 수치임. 가공용 쌀 전체 생산량 중 약 39.5%(2014년 기준)는 술의 원료로 사용됨. (2014년산 술 원료 쌀의 사용량은 약 25만톤 정도이며, 주조적합미 약 9만톤(36%), 가공용 쌀 11만톤(42%), 밥쌀용 쌀 3만톤(11%), 특정 미곡 약 3만톤 (10%)임)⁵¹⁾

[표 7-2] 가공용 쌀 생산 현황

(단위 : 천톤)

연도	멥쌀	찰쌀	합계	합계	
				전국유통	지역유통
2011년	123	32	155	46	108
2012년	149	32	181	66	115
2013년	178	29	208	83	125
2014년	232	34	266	111	155
2015년	208	48	257	96	161

※ 가공용 쌀 생산량, 일본 농림수산성, 2016

2) 쌀 가공식품 생산현황 및 주요 제품

- 일본의 쌀 가공식품은 떡류(모찌류), 과자류, 조미료류, 즉석밥류, 국수류 등 우리나라의 쌀 가공식품과 품목이 비슷함. 2015년 기준 즉석밥 생산량은 약 35만톤, 쌀과자 생산량은 약 22만톤, 떡 생산량은 약 6만톤 정도임
- 2015년 기준 즉석밥은 연간 34만 9000톤이 생산되었는데 그 중 냉동쌀밥(약 50%)과 무균 포장밥(약 40%)이 대부분의 시장을 차지하고 있음. 두 품목 모두 꾸준한 성장세를 보이며 시장규모를 키워가고 있음
 - 쌀과자는 2013년, 2014년 생산량이 다소 감소하였으나 2015년에 다시 이전의 생산량 수준을 회복함. 포장떡의 경우 2015년 기준 즉석밥의 16.5%, 쌀과자의 26.2% 수준의 작은 시장이지만 2010년 이후 큰 변화 없이 꾸준한 생산량을 보이고 있음

51) 日本酒をめぐる状況, 農林水産省政策統括官, 2016

- 일본의 대표적인 전통 술 사케는 쌀을 누룩으로 발효시킨 후 여과하여 맑게 걸러낸 술로 최근 사케의 국내 생산량이 다소 감소하는 경향을 보이고 있음. 이는 소비자의 선호가 양에서 질로 변화하고, 다른 주류와의 경쟁 등에 기인함⁵²⁾

[표 7-3] 일본 쌀 가공식품 생산현황

(단위: 톤, 사케는 kl)

품목		2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
즉석밥	레토르트쌀밥	18,739	26,800	25,356	30,601	33,270	30,685
	무균포장쌀밥	99,409	110,139	116,999	127,749	136,092	136,886
	냉동쌀밥	100,936	117,089	134,574	155,609	160,038	171,501
	냉장쌀밥	3,304	3,557	4,232	5,100	5,361	4,765
	통조림쌀밥	1,279	1,030	826	1,048	1,212	1,094
	건조쌀밥	4,287	5,405	5,794	4,124	4,687	4,493
	즉석밥 소계	227,952	264,020	287,781	324,230	340,660	349,424
쌀과자	우박과자	100,093	100,229	96,676	91,471	93,228	94,995
	센베이	123,352	127,368	128,079	125,053	123,448	125,355
	쌀과자 소계	223,445	227,597	224,755	216,524	216,676	220,350
떡	포장떡	55,773	57,725	57,335	57,084	57,373	57,823
합계		507,170	549,342	569,871	597,838	614,709	627,597
주류	사케	637,714	641,510	631,763	617,521	602,376	496,111

※ 平成27年度 食品産業動態調, 농림수산성, KMAC재구성

- 1) 2015년 사케 생산량은 1월부터 11월까지의 사케와 혼합사케의 합계임
- 2) 톤 단위 기준으로 작성하는 가운데, 합계값 일의 자릿수에 다소 오차가 발생할 수 있음

① 즉석밥

- 일본의 즉석밥은 1935년에 군대용 음식으로 처음 개발되었으며 1980년대 레토르트쌀밥이 출시되어 비상식이나 해외여행 시에 사용됨. 1980년대 후반에는 무균포장밥이 출시되었고 메뉴도 풍부해서 비상식용, 레저용은 물론 가정에서도 많이 이용하고 있음⁵³⁾

52) 日本酒をめぐる状況, 農林水産省政策統括官, 2016

53) 米穀安定供給確保支援機構(미국안정공급확보지원기구) 홈페이지 Q&A(<http://www.komenet.jp/>) 한국 포장밥 대명사 핫반 성공 비결, 동아비즈니스리뷰, 2011년 12월호

- 레토르트 쌀밥은 조리된 밥에 공기가 들어가지 않도록 밀폐용기에 넣고 고압가열 살균한 것으로 상온에서 6개월~1년간 저장할 수 있음. 흰쌀밥 외에 밥, 죽 등이 포함됨. 우리나라에 비해 훨씬 다양한 가공 죽 제품이 판매되고 있음
- 무균포장밥은 무균설비가 있는 곳에서 지은 밥으로 레토르트 쌀밥과 비슷하지만 열을 가하지 않고 포장하여 맛이 좋음
- 냉동쌀밥은 조리한 밥을 영하 40℃이하에서 급속 냉각한 것으로 1년간 저장이 가능함. 볶음밥, 구운 주먹밥 등이 있고 가정에서 자주 이용함

		
시마야 푸구 조수이 레토르트 (シマヤ ふぐ雑炊 レトルト) 레토르트밥	미야기켄상 히토메보레 (宮城県産ひとめぼれ) 무균포장밥	아루파크ومی 수탄도파크우 (アルファスタンドパック) 건조밥

② 전통 쌀 디저트

- 일본의 쌀과자는 헤이안 시대에 처음 만들어졌으며, 뒤이어 에도 시대에 쌀을 원료로 떡과 당고가 생기고, 이를 생업으로 하는 사람들이 생겨나면서 다양한 쌀과자가 만들어졌다고 전해짐
- 치마키(ちまき)는 대나무잎에 싸서 찌먹는 떡으로 지금은 단옷날 먹지만 당시에는 상류층 여성의 간식이었음
- 당고(団子) 쌀가루에 따뜻한 물을 부어 만든 반죽을 삶거나 찐 후 작고 둥글게 빚어 만든 일본의 대표적인 화과자임. 밀, 기장, 말린 고구마 가루 등을 혼합하여 만들기도 하고 불교행사에서 공양할 때도 당고를 사용함
- 이외에도 라쿠간(らくがん), 센베이(せんべい) 등이 있음

				
치마키 (ちまき)	당고 (団子)	센베이 (せんべい)	우이로우 (ういろう)	카시와모찌 (かしわもち)

③ 포장떡

- 포장떡은 건조시킨 떡국 떡과 같은 딱딱한 형태의 레토르트 떡 종류가 많으며, 구워먹거나 물에 불려 먹으며 둥근 형태와 사각형태가 주를 이룸. 보통 날개 판매 보다 여러 개가 한번에 들어있는 팩으로 포장하여 판매함

			
이치고 세이 이치방 키리모찌 (越後生一番切り餅)	우사기 히토키레 파크 마루 모찌 (うさぎ 一切れパック 丸もち)	이치고 키네쓰키 코가네 모찌 (越後杵つき黄金もち)	오이시 오 모찌 (おいしい おもち)

④ 쌀음료

- 최근 쌀을 이용한 음료인 라이스밀크가 인기를 얻고 있음. 라이스밀크는 저지방, 저칼로리 건강식이란 입소문이 퍼져 일본시장 트렌드 분석 매체인 닛케이 트렌디(日経トレンドィ)에서 '2015년 올해의 히트상품 4위'에 뽑힐 정도로 인기가 높음
 - 캔이나 팩에 들어있어 바로 음용할 수 있는 제품은 물론 분말 타입으로 물에 타먹는 제품도 있고, 기본맛 외에 녹차맛, 코코아맛, 과일맛 등 다양한 제품이 출시되고 있음
 - 아이의 이유식, 요리 보조재료, 환자 유동식 등 다양한 용도로 활용할 수 있음

		
캔제품 라이스밀크	분말파우더형 라이스밀크	녹차/코코아/복숭아맛 라이스밀크

2. 우리나라의 수출 품목⁵⁴⁾

- 쌀 가공식품 중 일본 내 어느 정도 시장이 형성된 품목은 떡볶이, 막걸리, 즉류 제품 등으로 한류 붐과 더불어 수요기반이 형성되었으나 최근 이들 품목들에 대한 시장 수요가 침체된 상태임
 - 떡볶이는 한국계 음식점을 중심으로 판매되었으나, 덕산물산, 유키, 아이지엠 등 일본 업체의 시장참여로 제품화가 활발히 진행되어 일본 유통업체를 통해서도 판매됨에 따라 시장규모가 확대됨
 - 막걸리는 한국 음식점, 한국 슈퍼 등에서만 판매되던 것이 2002년 월드컵 및 한류에 힘입어 인지도가 확산되어 '맛코리(マッコリ)'라는 이름으로 인기를 끌었음. 2010년부터 진로, 2011년부터 일본의 산토리가 시장에 참여하면서 대규모 홍보가 이루어져 시장이 급속도로 성장했으나 2012년 이후 한일 관계 냉각, 엔화 약세, 한류 약화, 일본 주류 유행 변화 등이 맞물리면서 시장이 급속히 축소되었음
 - 즉석밥류로는 CJ제일제당의 '비비고 한반' 이 판매되고 있음. 한류 문화 영향으로 한식에 대한 인지도나 이해도가 높다는 점을 감안해 컵반 한반이라는 제품명을 한식의 정체성을 나타낼 수 있는 '비비고 한반' (bibigo 韓飯)으로 변경함. 현재 '황태국밥', '곰탕국밥', '순두부 국밥' 3종류가 판매되고 있음

54) (일본)떡,곤약_해외시장맞춤보고서, aTKati 농수산식품수출지원정보, 2015.06.15
CJ제일제당 <햇반 컵반>, 일본 홍콩 유통 체인 대규모 입점, 라이벌뉴스, 2016.04.26
국내산 쌀수출 핸드북, 한국농수산식품유통공사, 2015.02
<막걸리, 봄날은 갔나...일본수출 3년새 81% 급감>, 연합뉴스, 2015.01.20

[표 7-4] 일본에서 판매중인 한국제품

품목	제품명			
떡볶이				
	소케 준마이 토포키 (宗家 純米トッポギ)	소쿠세키 카푸 아메리카 토포키 (即席カップ米トッポギ)	요포키 (YOPOKKI)	떡볶이 재료 세트
막걸리				
	이돈 맥고리 (E-DON 맍꼬리)	코지 아쯔시 도 나마 맥고리 (麹醇堂 生맍꼬리)	진로 맥고리 (JINRO 맍꼬리)	서우루 맥고리 (ソウル맍꼬리)
즉석밥				
	비비고 칸 메시 푸고쿠 아지 (bibigo 韓飯 プゴク味)			

※ 라쿠텐 웹사이트(www.rakuten.co.jp)

제 2 절 중국

1. 동향

1) 쌀 소비량⁵⁵⁾

- 중국은 지역마다 식생활이 상이한 편임. 북방지역 주민들 대다수는 밀가루 음식을 주식으로 하고 쌀을 보조식품으로 활용하는 반면, 남방지역 주민은 쌀이 식단의 주를 이루고 밀가루를 보조식품으로 활용함
- 2000년 기준 1인당 연간 쌀 소비량은 84.3kg이었으나 이후 꾸준히 감소하여 2013년에는 22.6% 감소한 65.5kg으로 나타남. 이는 쌀을 대체 할 수 있는 식품이 증가하기도 했지만 도시에 비해 상대적으로 쌀 소비량이 많았던 농촌에서 쌀 소비가 크게 감소한 것이 큰 요인으로 작용함

[표 7-5] 중국의 1인당 연간 쌀 소비량

(단위 : kg)

구분	2000년	2005년	2010년	2011년	2012년	2013년
1인당 연간 쌀 소비량	84.27	76.92	71.71	68.56	65.87	65.54
-도시	54.01	53.60	54.23	52.97	52.11	52.11
-농촌	101.4	94.50	89.16	84.96	81.13	81.10

※ 중국 쌀 산업 현황, 농촌경제연구원, 2015.12

1) 2015 中國統計年鑒, 국가통계국(<http://www.stats.gov.cn/>), 2015

2) 주요 쌀 가공식품

① 즉석밥

- 중국의 온라인몰 이하오디엔(1号店)에서 판매하고 있는 즉석밥은 대부분 남부 지역 요리의 특색을 살린 덮밥류나 볶음밥류가 대부분임. 즉석밥에 대한 인지도가 낮고 밥의 맛, 가격 면에서 선호도가 떨어져 즉석밥의 수요가 낮았으나⁵⁶⁾ 최근 1인 가구가 크게 증가하여 즉석밥에 대한 관심이 증가하고 있음⁵⁷⁾

55) 중국 쌀 산업 현황, 농촌경제연구원, 2015.12

56) 中, 즉석식품시장을 잡아라, Kotra, 2012.12.10

- 전자레인지나 가스레인지로 가열하여 섭취하는 제품이 대부분이고 우리나라의 컵라면처럼 물을 부어 밥이 들어간 수프처럼 먹는 제품도 있음
- 내부에 발열팩과 발열수가 들어있어, 뜨거운 물 혹은 전자레인지 등 별다른 도구 없이 밥을 데울 수 있는 자가 열 즉석밥도 판매하고 있음

			
치킨카레밥	야채수프맛	버섯필라프	베이컨맛 볶음밥

② 팔보반(八宝饭)

- 중국에서는 새해 첫날 팔보반(八宝饭)이라는 쌀로 만든 푸딩을 먹는 전통이 있음. 팔보반이라는 이름은 직역하면 여덟 가지 보물 쌀이라는 이름인데 이름처럼 8가지의 건조과일과 견과류를 넣어 만든 달콤한 음식임. 생김새는 우리나라 약밥과 비슷하고 안에 달콤한 콩 필링이 들어있음⁵⁸⁾
- 중국 최대 온라인 쇼핑몰 타오바오(Taobao)에서 통조림 쌀 푸딩을 검색하면 마링(Maling)사 제품이 가장 먼저 검색 되는데 그만큼 가장 인기 있는 제품임. 마링(Maling) 외에도 우펑(五丰), 첸첸라오라오(真真老老) 등 다양한 브랜드의 제품이 존재함



마링(MALING)

첸첸라오라오(真真老老)

③ 영유아 이유식용 쌀가루

- 중국의 영유아 이유식용 쌀가루 제품은 펠라민 분유 파동, 박테리아 감염 분유 유통 등으로 중국 부모들의 불안감이 높아 자국산을 기피하는 성향이 뚜렷함. 그에 따라 하인즈, 거버 등 신뢰할 수 있는 다국적 기업의 브랜드에 수요가 집중되어 있음⁵⁹⁾

57) 중국 내 소스즉석식품 시장 커진다, 시사저널e, 2016.03.28

58) Babaofan: A sweet and sticky Chinese New Year tradition, CNN Travel, 2010.02.14

59) 무한 가능성 잠재된 중국 영유아 간식시장, KOTRA 해외비즈니스정보포털, 2014.02.03

		
하인즈 (HEINZ)	거버 (Gerber)	네슬레 (Nestle)

④ 쌀과자

- 중국에서 가장 유명한 쌀과자 브랜드는 왕왕(旺旺)식품임. 왕왕식품은 1992년 중국 시장에 진출하여 중국인들이 좋아하는 전통식 쌀과자를 과자 제품으로 재탄생시켜 선풍적인 인기를 끌었음⁶⁰⁾ 하지만 최근에는 다양한 맛의 수입 과자가 중국 내 시장에 유통되며 인기를 끌고 있음
 - 왕왕식품은 해초, 후추, 매운 고추 등이 가미된 쌀과자를 판매하고 있음
 - 일본, 대만, 말레이시아, 태국, 한국 등 다양한 나라의 제품이 수입되고 있으며, 식료품에 특화된 사이트인 이하오디엔(1号店)에는 수입쌀 과자 코너가 따로 있을 정도로 관심이 높음
 - 쌀 맛만 나는 전통 과자보다는 치즈, 계란, 김, 해산물향 등 다른 맛이 혼합된 쌀과자 수요가 높음

			
후샤오하이타이 (厚烧海苔) 중국	주루어차ومی취엔 (药蕻糙米卷) 대만	미거오우 (米果屋) 일본	프라운 칩스 (prawn chips) 말레이시아

⑤ 쌀국수⁶¹⁾

- 쌀국수는 쌀을 주식으로 하는 남부 지방에 소비가 집중 되어 있으며 운남성, 광시성 등에서 많은 소비가 이루어지고 있음. 이에 따라 쌀국수 생산업체도 주로

60) (차이나 기업노트)중국 쌀과자의 대명사 '중국왕왕', 뉴스토마토, 2015.11.20

61) (중국)쌀국수_해외시장맞춤보고서, aTKati 농수산식품수출지원정보, 2016

중국의 남부지방에 집중되어 있는데, 생산업체의 수는 많으나 소규모 공장이 대부분임. 현재까지 대량으로 쌀국수를 생산하는 기업은 없는 상황인 것으로 파악됨

- 최근 화학물질을 첨가한 공업용 소금을 식염으로 둔갑하여 판매하거나, 멜라민을 함유한 분유를 유통하는 등 다양한 식품 안전사고가 일어남에 따라 불량식품에 대한 중국 소비자들의 불안과 불만의 목소리가 높아지면서 식품안전과 품질에 대한 관심으로 이어짐. 또한 건강과 웰빙에 대한 트렌드로 면류 제품 포장에 ‘녹색식품’, ‘유기농인증’, ‘글루텐프리’ 등의 문구가 삽입되어 있는 제품의 판매율이 증가하는 추세임



2. 우리나라의 수출 품목⁶²⁾

- 자국 내 쌀 가공식품에 대한 위생과 안전에 불신이 높은 중국 프리미엄 소비자 계층이 수입 제품에 대한 관심이 높음. 건강 관련 웰빙 제품에 대한 수요가 늘어남
- 2010년부터 한국 막걸리 수입량은 빠르게 증가했음. 비록 시장 가격이 중국산 미주보다 높은 편이지만 최근 한국 문화, 특히 한국 드라마의 영향으로 점진적으로 성장하고 있음. 한국산 막걸리는 현지 대리상을 통해 주로 한식당에 공급되며 최근 일식당, 중국 주점(酒店) 및 대형유통매장, 백화점에도 공급을 시작함
- 2012~2014년 중국의 한국산 과자 수입이 57%나 증가하였는데 2014년 과자 수입액이 약 2,000만 달러였음. 쌀과자의 수입도 함께 늘어 우리나라는 중국의 쌀과자 수입국 6위에 오름. aT 전북지역본부는 중국 부유층들이 안전식품에 관심이 많고 생후 6개월에서 42개월 유아 대상의 쌀과자가 없다는 점에 착안해 유기농 쌀을 활용한 유아 전용 쌀과자의 중국 수출 사업화를 기획함

62) (중국)막걸리_해외시장맞춤보고서, aTKati 농수산식품수출지원정보, 2015.06.15
 국내산 쌀수출 핸드북, 한국농수산물유통공사, 2015.02
 대중국 맞춤형 유기농 쌀과자 시장분석 및 선호도 조사결과, aT전북지역본부, 2015.12
 참진 한국 쌀, 13억 중국 입맛 잡으려 간다, 2015.12.14
 ‘3+1=중국 과자시장’, 주간무역, 2015.08.07
 식료품사이트 1号店(www.yhd.com)

- 최근 한류와 연계한 떡볶이 식문화에 관심이 높아지면서 떡볶이 떡, 떡국 떡은 물론 떡볶이 소스가 함께 들어있는 제품까지 다양한 제품이 판매되고 있음. 풀무원은 매운 음식을 잘 못 먹는 외국인들을 위해 매운맛은 줄이고 달콤한 맛을 강화하여 현지화한 ‘칠리 떡볶이’ 를 판매하고 있음

[표 7-6] 중국에서 판매중인 한국 제품

품목	제품명				
막걸리					
	국순당 쌀막걸리	아이싱 막걸리	미쓰리 막걸리	순희 막걸리	진로막걸리
쌀과자					
	크런치 화이트	크리스피롤	뽀로로 설과	쌀로만든 대롱	
떡볶이					
	추로리 한국떡볶이	대동강 떡볶이	칠리떡볶이	끝판떡볶이	치즈떡
음료					
	하늘청식혜 바나나맛	아침햇살			
누룽지					
	참드리 누룽지				

제 3 절 기타 우리나라의 해외 수출 품목

1. 싱가포르⁶³⁾

- 현지에서 판매되고 있는 대표적인 쌀 가공식품은 쌀 식초, 청주, 막걸리, 쌀국수, 쌀과자(센베이), 냉동볶음밥 등이며 국수를 즐겨 먹는 동남아인의 식습관 특성 상 쌀국수 제품에 대한 수요가 가장 많음
- 현지 대형유통마켓에서 판매되는 즉석밥 중 국내 브랜드는 CJ제일제당과 오뚜기사의 제품임. CJ제일제당의 햇반 컵반은 주로 한국인이 운영하는 슈퍼마켓에서 소량으로 판매중이며 레스토랑 호텔 등으로 공급처를 늘려갈 계획임
 - 현재 마켓에서 판매되는 냉동 즉석볶음밥은 한국산이 유일하며 김치, 새우불고기, 잡채볶음밥 종류가 인기리에 판매되고 있음
- 떡볶이 떡도 현지 마켓에서 판매 중이며, 떡볶이의 경우 냉동 간편조리식품으로 인기가 있음
- 일반 막걸리의 경우 수출액이 2014년 19.9만 달러에서 2015년 18.1만 달러로 8.5% 감소하였으나 과실 막걸리의 경우 8만 달러를 수출하여 전년대비 29% 증가함
 - 유자, 복숭아, 감귤, 알밤 등이 함유된 막걸리가 현지 젊은이와 한식당을 중심으로 인기를 얻기 시작하여 현재 대형유통, 온라인 마켓에서 판매되고 있음
- 쌀을 소재로 한 라면은 농심의 떡국면이 교민운영 슈퍼마켓에서 판매 중이며, 쿡시에서 만든 칼국수(멸치맛, 해물맛, 얼큰한맛)가 대형유통마켓에서 판매 중이나 매출규모는 크지 않음
 - 싱가포르는 2013년 한국으로부터 1만 3,382달러 규모의 즉석 쌀국수를 수입하였고, 이는 전년대비 47.7%증가한 수치임

63) 한국 쌀가공식품에 대한 현지 수요 조사-싱가포르, aTKati 농수산식품수출지원정보, 2016.01.25

2. 미국⁶⁴⁾

- 미국시장에서 판매되는 쌀과자 제품들은 라이스케익(Rice cake) 및 칩(chips) 같은 스낵종류가 대부분임. 소비자들의 접근성을 높이기 위해 기존의 스낵과 비슷한 형태(또띠아, 감자칩)에 현지인들이 좋아하는 다양한 맛을 가진 제품들이 유통되고 있음
- 현지 한인마트의 경우 한국에서 수입된 다양한 제품이 있으며 그 외에 섰베이 같은 일본식 쌀과자 제품들도 판매되고 있음. 미국 내 한인마켓뿐 아니라 아시안마켓에서 판매량이 증가하고 있음. 최근 히스패닉마켓에서는 인공 첨가물 없이 쌀로 만든 스낵이라는 이미지로 건강스낵을 찾는 소비자들로부터 인기가 높음
- 빵튀기와 튀밥을 이용해 만든 쌀과자 스틱은 코스트코에서도 판매 중임. 튀기지 않아 칼로리가 낮고 섰탕과 소금 함유량이 적어 웰빙 트렌드와 잘 맞아 인기가 있음
- 웰빙 트렌드에 따라 즉석밥도 보리밥, 발아현미밥, 흑미밥 등이 인기를 끌면서 ‘간편식’에서 ‘건강식’으로 진화하고 있음. 현재 판매 중인 국내 브랜드는 CJ제일제당의 햇반과 동원F&B의 쉰죽, 오투기, 농협 집밥 등임
- 전체 즉석밥 매출을 주도하고 있는 것은 흰밥이지만, 잡곡밥류의 판매량도 매년 15~20%씩 증가하고 있음. 발아현미밥, 오곡밥 등은 중장년 층 이상에게 인기가 높음

3. 태국⁶⁵⁾

- 태국은 세계 2위 쌀 생산국인 만큼 쌀국수, 쌀 과자 등 쌀 가공식품 종류가 다양함. 건강, 미용, 육아에 대한 관심이 높아지며 중상류층 소비자 위주로 성장하는 추세임

64) 국내산 쌀수출 핸드북, 한국농수산식품유통공사, 2015.02

미국서 한국산 ‘쌀 과자’ 인기, 한국일보, 2015.07.28

[미국-뉴욕] 다양해진 즉석밥 ‘건강식’ 손색 없네, The Korea Times, 2016.04.02

65) [방콕사무소] 2016 태국 쌀 가공식품 현황, aTKati 농수산식품수출지원정보, 2016.07.29
www.bigc.co.th

- 한국 쌀(가공식품) 수입식품은 막걸리, 헛반, 식혜(음료) 및 즉석 떡볶이 제품이 진출해 있으며, 외식 식자재용으로 치즈떡 등이 수입되고 있음
- 인지도는 낮은 편이나, 한국 음식의 인기가 높아지면서 즉석떡볶이, 부대찌개, 닭갈비에 사용되는 치즈떡 및 식혜 등에 대한 인지도가 상승하고 있는 추세임

[표 7-7] 해외에서 판매중인 한국 제품

국가	품목	제품명				
싱가폴	떡볶이					
		추억의 국물떡볶이		88서울 국물떡볶이		
	즉석밥					
		잡채볶음밥		불고기볶음밥		
	막걸리					
		진로막걸리	알밤막걸리	제주한라봉막걸리	부자막걸리(포도), 탁테일(매실)	
	쌀국수					
		우리쌀국수		떡국면	럭시 해물맛쌀국수	

국가	품목	제품명		
미국	즉석밥			
		햇반	농협 집밥	오뚜기밥
	쌀과자			
		쌀과자 골드	라이스롤	콩절미
태국	즉석밥 떡볶이 식초			
		햇반	요뽀끼	현미식초

소비자 조사 결과

1. 소비자 조사 분석 결과
2. 소비자 조사 설문지

1. 소비자 조사 분석 결과

Q1. 쌀 가공식품하면 제일 먼저 떠오르는 제품은 무엇입니까? (다중응답 가능) (단위 : 명, %)							
구분	제품	빈도	비중	구분	제품	빈도	비중
쌀과자	쌀과자	209	36.9%	떡	떡국떡	7	1.2%
	빵튀기, 튀밥	36	6.4%		떡볶이	15	2.7%
	쌀로벌	38	6.7%		떡케이크	1	0.2%
	한과	7	1.2%		쌀떡	85	15.0%
	떡빵	2	0.4%	떡 소계		108	19.1%
	라이스크리스피	1	0.2%	면	쌀국수	27	4.8%
	미양	2	0.4%		냉면	1	0.2%
	비스켓	1	0.2%		마카로니	1	0.2%
	빵이요	1	0.2%		쌀라면	1	0.2%
	쌀강정	3	0.5%	면 소계		30	5.3%
	쌀건빵	1	0.2%	음료	식혜	15	2.7%
	쌀대롱	3	0.5%		아침햇살	5	0.9%
	쌀로본	2	0.4%	음료 소계		20	3.5%
	조청유과	1	0.2%	즉석밥	햇반	41	7.2%
	참쌀선과	5	0.9%	즉석밥 소계		41	7.2%
	찰쌀병과	1	0.2%	주류	쌀막걸리	15	2.7%
	찰쌀전병	1	0.2%	주류 소계		15	2.7%
	튀김과자	1	0.2%	쌀가공식품 기타	누룽지	21	3.7%
	현미칩	1	0.2%		미숫가루	5	0.9%
쌀과자 소계		319	55.8%		시리얼,시리얼바	3	0.6%T
쌀빵	쌀케이크	1	0.2%		라이스페이퍼	1	0.2%
	찐빵	2	0.4%		전병	1	0.2%
	안흥쌀찐빵	1	0.2%		죽	1	0.2%
쌀빵 소계		4	0.7%	쌀가공식품 기타 소계		29	5.7%
총합계						566	100.0%

Q2. 다음의 쌀 가공식품 중 2016년에 가장 자주 구입한 제품을 선택하여 주십시오. 최대 3순위까지 응답 가능합니다. (단위 : %)

구분		사례수 (명)	즉석 밥	떡	쌀떡볶이	탁주/쌀로 만든 술	쌀음료 (식혜, 아침햇살 등)	쌀고추장	쌀과자	쌀빵	쌀국수	누룽지	라이스페이퍼	기타
전체		1,718	16.5	17.8	15.5	5.9	9.1	2.6	18.2	3.3	5.2	4.0	1.6	0.2
성별	남성	681	17.8	16.3	12.3	8.4	11.3	1.8	18.9	3.1	6.0	3.1	0.9	0.1
	여성	1,037	15.7	18.8	17.6	4.3	7.7	3.2	17.7	3.4	4.6	4.6	2.0	0.2
연령	20대	570	17.9	14.9	15.1	4.7	11.9	0.7	20.2	4.4	5.4	3.2	1.6	0.0
	30대	564	16.3	16.8	14.4	6.0	10.6	3.7	17.4	3.4	3.4	5.0	2.5	0.5
	40대	584	15.4	21.6	17.1	7.0	5.0	3.4	17.1	2.1	6.7	3.9	0.7	0.0
결혼 여부	예(기혼)	823	15.8	19.6	16.5	6.0	6.2	3.8	17.9	2.6	5.5	4.7	1.5	0.1
	아니오(미혼)	895	17.2	16.2	14.6	5.9	11.8	1.6	18.5	3.9	4.9	3.4	1.7	0.2
직업	자영업	75	13.3	25.3	16.0	6.7	6.7	5.3	9.3	1.3	9.3	4.0	2.7	0.0
	사무/기술직	736	16.6	17.8	14.1	5.6	9.5	2.9	19.4	3.0	5.6	4.2	1.1	0.3
	전문/자유직	112	20.5	17.9	8.9	10.7	6.3	2.7	18.8	4.5	2.7	4.5	2.7	0.0
	전업주부	269	17.5	19.3	20.1	4.5	3.7	4.5	16.0	3.0	4.5	4.8	2.2	0.0
	학생	239	18.0	14.2	18.8	2.9	14.2	0.4	21.3	2.9	3.8	2.1	1.3	0.0
	무직	109	13.8	17.4	16.5	10.1	11.9	0.9	14.7	3.7	7.3	2.8	0.9	0.0
학력	기타	178	13.5	17.4	13.5	7.9	10.1	1.7	18.0	5.1	5.1	5.1	2.2	0.6
	고졸 이하	196	16.8	15.3	17.3	6.6	9.7	2.0	16.3	2.0	5.6	5.1	2.0	1.0
	대학교 재학/휴학	293	16.7	16.4	16.0	4.4	13.0	0.7	21.2	3.8	3.8	3.1	1.0	0.0
	대학교 졸업	1113	16.3	18.3	15.6	5.9	8.4	3.1	18.0	3.5	5.0	4.2	1.6	0.1
거주 지역	대학원 졸업/수료 이상	116	18.1	20.7	10.3	8.6	6.0	4.3	16.4	1.7	9.5	2.6	1.7	0.0
	서울	344	16.9	16.3	17.2	5.8	8.7	3.2	17.7	3.5	4.1	4.9	1.5	0.3
	경기/인천	519	17.5	18.9	17.7	5.2	7.7	3.5	16.2	3.1	5.6	3.3	1.2	0.2
	부산/울산/경남	257	17.1	18.7	11.3	7.0	9.3	1.2	20.2	3.1	6.6	2.3	2.7	0.4
	대구/경북	202	16.8	17.3	17.3	5.9	8.4	2.5	18.8	3.5	3.5	4.0	2.0	0.0
	대전/세종시/충청	198	14.1	18.2	12.1	6.1	10.6	2.5	20.2	4.0	7.1	5.1	0.0	0.0
동거 가족 수	광주/전라	198	14.6	16.7	14.1	6.6	12.6	1.5	19.2	2.5	4.0	5.6	2.5	0.0
	1명	178	21.3	14.6	15.2	9.6	9.0	2.2	13.5	3.9	4.5	4.5	1.7	0.0
	2명	211	19.9	16.1	18.0	7.6	8.1	2.8	15.6	0.5	4.7	4.7	1.4	0.5
	3명	528	16.7	19.3	14.0	5.5	9.5	2.5	17.8	4.0	5.1	3.6	1.9	0.2
	4명	614	15.0	18.1	15.3	5.2	9.4	2.9	20.2	3.1	5.4	3.9	1.3	0.2
5명 이상	187	12.8	17.6	18.2	4.3	8.6	2.1	20.3	4.3	5.9	4.3	1.6	0.0	
식료품 구매 횟수 (1개월)	3회이하	360	16.4	16.9	14.4	7.2	9.4	1.9	19.7	4.2	3.1	5.0	1.4	0.3
	4~6회이하	661	16.8	18.9	16.3	4.8	8.8	2.9	18.0	2.0	5.6	4.4	1.4	0.2
	7~9회이하	134	17.9	16.4	18.7	9.7	6.0	2.2	18.7	4.5	3.7	1.5	0.7	0.0
식료품 구매 금액 (1개월)	10회이상	563	16.0	17.4	14.6	5.5	10.1	2.8	17.4	3.9	6.4	3.6	2.1	0.2
	10만원미만	394	15.0	16.0	16.2	4.8	11.2	1.5	20.8	4.6	4.8	4.1	0.8	0.3
	20만원미만	537	18.1	17.3	14.9	7.8	9.3	1.5	16.4	3.0	5.4	3.9	2.2	0.2
	30만원미만	394	18.5	18.0	13.7	5.1	9.6	4.1	17.8	3.6	4.1	4.1	1.3	0.3
식품 소비 성향	40만원이상	235	14.9	18.7	18.7	5.5	6.8	3.0	20.4	2.1	5.5	3.4	0.9	0.0
	신제품 추구형	479	14.2	18.0	13.8	6.1	10.2	3.3	18.8	4.4	6.7	2.7	1.7	0.2
	브랜드 추구형	509	16.5	18.3	15.5	5.1	9.4	2.0	18.3	2.8	4.9	5.3	1.6	0.4
	저가격 소비형	460	17.6	15.2	16.1	6.7	9.8	2.2	20.2	2.8	3.9	3.9	1.5	0.0
식품 관여도	웰빙추구형	270	18.9	21.1	17.8	5.9	5.6	3.3	13.7	3.0	5.2	4.1	1.5	0.0
	저관여	499	17.0	16.0	14.8	7.0	10.4	3.0	18.4	3.2	3.2	5.2	1.2	0.4
	중관여	744	16.9	18.8	15.9	5.8	9.4	2.0	18.3	3.4	5.0	3.1	1.3	0.1
체형	고관여	475	15.4	18.1	15.8	5.1	7.4	3.2	17.9	3.2	7.6	4.2	2.3	0.0
	마른 체형	99	12.1	14.1	17.2	4.0	9.1	4.0	19.2	4.0	11.1	4.0	1.0	0.0
	다소 마른 체형	281	15.7	17.4	15.3	6.0	10.7	1.1	18.5	2.5	5.3	5.7	1.4	0.4
	보통 체형	780	17.1	17.7	15.5	5.0	8.8	3.2	19.0	3.7	4.9	3.3	1.7	0.1
	다소 비만체형	472	16.9	18.6	15.3	7.6	8.3	2.3	18.0	2.5	4.4	4.2	1.5	0.2
비만 체형	86	17.4	19.8	16.3	7.0	11.6	2.3	10.5	4.7	4.7	3.5	2.3	0.0	

2016 가공식품 세분시장 현황 - 쌀 가공식품 시장

Q3. 다음의 쌀 가공식품 중 2016년에 가장 많이 먹고 있는 제품을 선택하여 주십시오. 최대 3순위까지 응답 가능합니다. (단위 : %)

구분		사례수 (명)	즉석 밥	떡	쌀떡볶이	탁주/쌀로 만든 술	쌀음료 (식혜, 아침햇살 등)	쌀고추장	쌀과자	쌀빵	쌀국수	누룽지	라이스페이퍼	기타
전체		1,692	14.2	19.1	16.5	5.3	8.6	3.7	17.0	3.4	5.3	4.6	2.2	0.2
성별	남성	674	15.4	18.1	11.4	8.2	11.0	3.0	18.7	3.7	5.3	3.6	1.5	0.1
	여성	1,018	13.5	19.7	19.8	3.3	7.0	4.1	15.9	3.2	5.2	5.2	2.7	0.3
연령	20대	556	15.3	16.7	16.0	4.1	10.6	2.2	18.7	4.7	4.9	4.0	2.7	0.2
	30대	558	13.6	17.9	14.7	5.2	10.4	3.8	18.3	3.2	5.0	4.8	2.5	0.5
	40대	578	13.8	22.5	18.7	6.4	4.8	5.0	14.2	2.4	5.9	4.8	1.4	0.0
결혼 여부	예(기혼)	811	14.4	20.1	17.1	5.3	6.0	5.1	16.3	3.0	5.4	5.4	1.7	0.1
	아니오(미혼)	881	14.1	18.2	15.9	5.2	10.9	2.4	17.7	3.9	5.1	3.7	2.6	0.3
직업	자영업	73	8.2	28.8	20.5	6.8	4.1	6.8	12.3	2.7	5.5	2.7	1.4	0.0
	사무/기술직	730	14.9	19.3	14.5	5.3	9.7	3.4	17.4	3.0	5.3	4.5	2.1	0.4
	전문/자유직	108	12.0	21.3	16.7	6.5	5.6	1.9	17.6	4.6	4.6	5.6	3.7	0.0
	전업주부	265	16.6	18.9	21.9	4.2	2.6	6.4	14.0	3.0	4.2	5.7	2.6	0.0
	학생	230	17.0	14.8	17.8	2.2	13.0	2.6	19.1	3.9	3.5	4.3	1.7	0.0
	무직	112	10.7	19.6	16.1	8.9	9.8	1.8	17.0	3.6	8.0	3.6	0.9	0.0
학력	기타	174	10.3	18.4	13.2	6.9	9.8	2.9	19.0	4.6	7.5	4.0	2.9	0.6
	고졸 이하	192	13.0	15.6	20.8	6.3	9.4	5.2	15.6	2.6	4.7	4.7	1.0	1.0
	대학교 재학/휴학	279	15.1	19.0	16.8	3.2	11.8	3.2	17.6	3.9	3.2	3.6	2.2	0.4
	대학교 졸업	1106	14.0	19.4	15.9	5.5	7.9	3.6	17.4	3.5	5.4	4.8	2.4	0.1
	대학원 졸업/수료 이상	115	16.5	21.7	13.9	6.1	6.1	2.6	14.8	2.6	9.6	4.3	1.7	0.0
거주 지역	서울	338	15.1	18.3	18.9	6.2	7.7	3.8	16.3	2.7	6.2	3.3	0.9	0.6
	경기/인천	515	14.6	18.6	18.6	4.9	7.2	4.1	15.9	3.1	5.2	5.0	2.5	0.2
	부산/울산/경남	254	14.2	19.3	13.0	7.5	7.9	2.4	19.7	2.4	5.9	3.5	3.9	0.4
	대구/경북	195	14.9	20.5	16.9	5.6	9.7	2.6	16.9	5.6	2.6	3.1	1.5	0.0
	대전/세종시/충청	196	11.7	21.4	13.3	3.1	12.8	3.6	17.3	5.1	5.6	5.1	1.0	0.0
동거 가족 수	광주/전라	194	13.9	17.5	13.9	3.6	9.3	5.2	17.5	3.1	5.2	7.7	3.1	0.0
	1명	180	19.4	18.3	16.1	8.9	7.8	3.3	12.8	3.3	3.3	4.4	2.2	0.0
	2명	207	15.5	16.4	20.3	6.8	9.2	2.9	13.0	1.9	4.3	7.2	1.9	0.5
	3명	516	14.9	20.3	13.6	4.8	8.3	2.7	17.1	4.8	6.4	4.5	2.3	0.2
	4명	606	13.4	19.0	17.0	4.6	8.4	4.8	19.0	2.5	5.3	3.6	2.3	0.2
식품 구매 횟수 (1개월)	5명 이상	183	8.7	19.7	19.1	3.3	9.8	3.8	19.1	4.4	4.9	4.9	1.6	0.5
	3회이하	343	15.2	17.8	14.9	5.5	7.6	4.4	18.1	3.8	5.0	5.5	1.7	0.6
	4~6회이하	655	14.8	20.2	17.6	4.4	9.2	4.3	15.7	2.1	5.0	4.7	1.8	0.2
	7~9회이하	132	15.9	18.9	18.2	9.1	7.6	1.5	17.4	3.8	1.5	3.8	2.3	0.0
식품 구매 금액 (1개월)	10회이상	562	12.6	18.7	15.8	5.2	8.7	3.0	17.8	4.6	6.6	3.9	2.8	0.2
	10만원미만	387	11.1	17.6	17.6	3.4	10.6	3.4	19.1	4.9	5.4	4.9	1.8	0.3
	20만원미만	526	16.3	18.4	16.2	6.8	8.9	3.0	15.0	3.4	5.1	4.2	2.3	0.2
	30만원미만	387	16.3	17.6	14.5	4.4	8.5	5.7	17.6	3.1	4.4	5.2	2.3	0.5
식품 소비 성향	40만원미만	235	11.9	23.0	18.7	6.4	5.5	2.1	17.9	2.6	5.5	4.7	1.7	0.0
	40만원이상	157	13.4	22.9	16.6	5.1	7.0	3.8	15.9	1.9	7.0	3.2	3.2	0.0
	신제품 추구형	474	12.4	19.4	14.6	6.3	9.7	3.8	17.5	4.6	6.1	3.8	1.5	0.2
	브랜드 추구형	500	15.2	18.2	17.6	4.2	8.6	3.6	16.0	3.2	5.6	5.2	2.2	0.4
식품 관여도	저가격 소비형	448	15.0	17.6	16.3	5.6	9.6	3.3	19.2	2.5	4.0	4.5	2.2	0.2
	웰빙추구형	270	14.4	22.6	18.1	4.8	4.8	4.1	14.4	3.3	5.2	4.8	3.3	0.0
	저관여	490	14.9	17.1	15.5	6.7	11.0	3.7	16.7	3.7	3.5	4.5	2.2	0.4
체형	중관여	729	14.3	19.8	16.6	4.9	8.0	3.2	18.0	3.6	5.8	3.8	1.9	0.3
	고관여	473	13.5	20.1	17.3	4.2	7.0	4.4	15.9	3.0	6.3	5.7	2.5	0.0
	마른 체형	96	9.4	17.7	16.7	3.1	9.4	4.2	16.7	3.1	11.5	6.3	2.1	0.0
	다소 마른 체형	282	12.8	17.4	16.3	5.3	8.2	3.9	18.4	3.2	6.0	5.0	3.2	0.4
	보통 체형	771	14.8	19.8	16.6	4.5	8.6	3.9	17.8	3.9	4.5	3.6	1.8	0.1
비만 체형	다소 비만체형	459	14.8	19.2	16.8	6.5	8.1	2.8	15.7	3.1	5.0	5.7	2.0	0.4
	비만 체형	84	16.7	19.0	14.3	7.1	11.9	4.8	13.1	2.4	3.6	3.6	3.6	0.0

구분		사례수 (명)	5% 미만	5%~ 10% 미만	10%~ 20% 미만	20%~ 30% 미만	30%~ 40% 미만	40%~ 50% 미만	50%~ 60% 미만	60%~ 70% 미만	70%~ 80% 미만	80%~ 90% 미만	90%~ 100% 미만	100%
전체		600	1.2	4.7	4.5	4.3	8.2	6.3	22.8	13.0	12.3	7.7	12.5	2.5
성별	남성	240	1.7	7.1	5.0	3.3	9.2	5.4	23.3	12.5	8.8	6.7	12.9	4.2
	여성	360	0.8	3.1	4.2	5.0	7.5	6.9	22.5	13.3	14.7	8.3	12.2	1.4
연령	20대	200	2.0	7.0	5.5	6.5	10.5	6.5	21.0	15.0	11.5	5.5	8.0	1.0
	30대	200	1.5	4.5	4.0	4.0	6.5	7.5	25.0	10.5	12.0	7.0	13.0	4.5
	40대	200	0.0	2.5	4.0	2.5	7.5	5.0	22.5	13.5	13.5	10.5	16.5	2.0
결혼 여부	예(기혼)	283	0.0	2.8	3.2	3.2	8.5	6.0	20.8	12.0	15.2	9.2	16.3	2.8
	아니오(미혼)	317	2.2	6.3	5.7	5.4	7.9	6.6	24.6	13.9	9.8	6.3	9.1	2.2
직업	자영업	26	7.7	3.8	3.8	0.0	3.8	3.8	26.9	19.2	15.4	3.8	11.5	0.0
	사무/기술직	257	0.4	3.5	4.7	5.1	8.9	6.2	23.3	13.2	9.7	7.8	14.0	3.1
	전문/자유직	40	5.0	10.0	2.5	5.0	5.0	5.0	27.5	10.0	10.0	7.5	5.0	7.5
	전업주부	91	0.0	0.0	4.4	1.1	6.6	7.7	19.8	16.5	15.4	12.1	14.3	2.2
	학생	83	2.4	7.2	6.0	2.4	4.8	4.8	24.1	15.7	16.9	7.2	8.4	0.0
	무직	39	0.0	5.1	5.1	5.1	7.7	10.3	17.9	12.8	12.8	2.6	15.4	5.1
	기타	64	0.0	9.4	3.1	9.4	15.6	6.3	21.9	3.1	12.5	6.3	12.5	0.0
학력	고졸 이하	72	2.8	4.2	6.9	4.2	8.3	6.9	19.4	9.7	11.1	9.7	12.5	4.2
	대학교 재학/휴학	100	2.0	5.0	8.0	4.0	6.0	6.0	24.0	17.0	11.0	7.0	10.0	0.0
	대학교 졸업	387	0.8	4.9	3.1	3.9	8.5	6.7	23.5	13.7	11.6	8.0	12.9	2.3
	대학원 졸업/수료 이상	41	0.0	2.4	4.9	9.8	8.8	2.4	19.5	2.4	24.4	2.4	14.6	7.3
거주 지역	서울	120	0.8	2.5	3.3	4.2	10.8	5.0	24.2	20.0	10.8	7.5	6.7	4.2
	경기/인천	180	0.6	3.9	5.6	5.6	7.2	6.7	22.2	12.8	11.7	9.4	11.7	2.8
	부산/울산/경남	90	2.2	5.6	2.2	3.3	4.4	6.7	27.8	10.0	13.3	5.6	18.9	0.0
	대구/경북	70	1.4	2.9	5.7	5.7	4.3	1.4	25.7	12.9	17.1	7.1	14.3	1.4
	대전/세종시/충청 광주/전라	70	0.0	5.7	7.1	4.3	12.9	8.6	15.7	11.4	8.6	7.1	15.7	2.9
동거 가족 수	1명	65	0.0	6.2	3.1	4.6	6.2	0.0	29.2	16.9	7.7	7.7	13.8	4.6
	2명	77	1.3	2.6	3.9	6.5	3.9	6.5	23.4	11.7	11.7	7.8	19.5	1.3
	3명	183	1.6	5.5	4.9	3.3	10.9	4.4	22.4	13.1	12.6	9.8	9.8	1.6
	4명	211	0.9	4.3	3.8	5.2	6.6	9.5	20.9	11.4	12.8	7.6	13.7	3.3
	5명 이상	64	1.6	4.7	7.8	1.6	12.5	7.8	23.4	15.6	15.6	1.6	6.3	1.6
식료품 구매 횟수 (1개월)	3회이하	127	0.0	5.5	3.9	3.1	10.2	7.1	24.4	11.0	11.0	7.1	12.6	3.9
	4~6회이하	233	1.3	5.6	5.2	3.9	8.2	6.9	21.5	13.3	12.9	8.2	12.4	0.9
	7~9회이하	46	0.0	4.3	2.2	10.9	6.5	4.3	15.2	15.2	15.2	8.7	15.2	2.2
	10회이상	194	2.1	3.1	4.6	4.1	7.2	5.7	25.3	13.4	11.9	7.2	11.9	3.6
식료품 구매 금액 (1개월)	10만원미만	142	1.4	7.7	7.7	5.6	9.2	6.3	21.1	12.7	10.6	6.3	9.2	2.1
	20만원미만	187	1.1	5.3	4.8	5.3	8.0	5.3	24.1	10.7	13.9	8.0	12.8	0.5
	30만원미만	136	1.5	2.9	4.4	3.7	6.6	8.1	22.1	13.2	14.0	7.4	11.0	5.1
	40만원미만 40만원이상	81 54	0.0 1.9	2.5 1.9	0.0 1.9	1.2 3.7	9.9 7.4	4.9 7.4	22.2 25.9	19.8 11.1	7.4 14.8	8.6 9.3	19.8 13.0	3.7 1.9
식품 소비 성향	신제품 추구형	167	0.6	6.0	4.2	4.8	12.0	6.0	17.4	17.4	13.2	5.4	9.0	4.2
	브랜드 추구형	177	0.0	4.5	5.1	1.7	9.0	6.8	26.0	11.9	13.0	7.3	13.6	1.1
	저가격 소비형	163	3.1	4.3	3.7	6.1	6.1	6.1	22.7	12.9	11.0	8.6	13.5	1.8
	웰빙추구형	93	1.1	3.2	5.4	5.4	3.2	6.5	26.9	7.5	11.8	10.8	15.1	3.2
식품 관여도	저관여	180	0.6	3.9	3.9	5.0	9.4	6.1	20.0	16.1	8.3	11.1	13.3	2.2
	중관여	259	1.9	5.8	5.4	3.5	6.6	7.7	27.0	9.3	14.3	5.8	11.2	1.5
	고관여	161	0.6	3.7	3.7	5.0	9.3	4.3	19.3	15.5	13.7	6.8	13.7	4.3
체형	마른 체형	34	0.0	5.9	8.8	2.9	8.8	2.9	14.7	11.8	8.8	17.6	11.8	5.9
	다소 마른 체형	97	0.0	9.3	4.1	4.1	9.3	4.1	20.6	13.4	20.6	4.1	8.2	2.1
	보통 체형	272	1.8	4.4	4.4	4.4	8.1	5.9	25.4	14.3	10.7	7.0	11.8	1.8
	다소 비만체형 비만 체형	166 31	1.2 0.0	3.0 0.0	4.2 3.2	4.2 6.5	7.8 6.5	7.8 12.9	21.1 25.8	11.4 9.7	10.2 16.1	9.0 6.5	17.5 6.5	2.4 6.5

Q5. 귀하께서는 아래의 쌀 가공식품을 구입할 때, 주로 고려하는 속성은 무엇입니까? 최대 2순위까지 응답 가능합니다. (단위 : %)

구분	사례수 (명)	브랜드	쌀 원산지	쌀 함량	가격	칼로리	첨가물	용량	유통 기한	포장 상태	기타
[Q2.1순위]											
전체	1,172	15.4	14.3	14.2	24.7	1.4	7.3	6.3	11.0	2.9	2.5
즉석밥	362	24.6	14.4	8.3	28.2	0.3	3.9	6.1	11.6	1.7	1.1
떡	238	3.4	19.3	16.8	20.6	0.0	14.3	3.4	14.3	3.8	4.2
쌀 떡볶이	145	8.3	14.5	22.1	26.2	0.7	4.1	9.0	13.1	1.4	0.7
탁주/ 쌀로 만든 술	64	20.3	10.9	17.2	20.3	0.0	3.1	4.7	15.6	4.7	3.1
쌀음료	66	19.7	10.6	13.6	22.7	1.5	7.6	10.6	7.6	1.5	4.5
쌀고추장	14	21.4	28.6	14.3	14.3	0.0	14.3	7.1	0.0	0.0	0.0
쌀과자	212	18.9	10.8	13.7	25.9	3.3	7.5	7.5	4.7	4.7	2.8
쌀빵	14	0.0	14.3	14.3	14.3	0.0	14.3	0.0	14.3	14.3	14.3
쌀국수	32	6.3	9.4	6.3	28.1	15.6	12.5	6.3	9.4	3.1	3.1
누룽지	19	0.0	15.8	36.8	26.3	0.0	5.3	5.3	10.5	0.0	0.0
라이스페이퍼	4	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	50.0	0.0	0.0
기타	2	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
[Q2.2순위]											
전체	1,133	13.2	15.6	14.6	23.7	1.6	7.0	6.4	11.4	4.7	1.9
즉석밥	351	14.2	13.7	13.4	24.2	1.7	5.7	8.3	12.3	4.6	2.0
떡	230	12.6	18.7	17.0	18.3	0.9	11.3	3.5	12.6	3.5	1.7
쌀 떡볶이	142	10.6	13.4	12.7	26.8	2.8	8.5	4.9	13.4	4.2	2.8
탁주/ 쌀로 만든 술	56	14.3	12.5	19.6	23.2	0.0	5.4	10.7	8.9	3.6	1.8
쌀음료	62	9.7	14.5	14.5	32.3	1.6	1.6	8.1	4.8	11.3	1.6
쌀고추장	14	0.0	28.6	28.6	14.3	0.0	7.1	7.1	14.3	0.0	0.0
쌀과자	208	15.4	15.4	13.0	25.5	2.4	4.8	5.3	11.5	4.8	1.9
쌀빵	14	7.1	28.6	14.3	21.4	0.0	7.1	7.1	7.1	7.1	0.0
쌀국수	32	12.5	18.8	18.8	25.0	0.0	9.4	9.4	0.0	3.1	3.1
누룽지	20	20.0	25.0	10.0	15.0	0.0	5.0	10.0	10.0	5.0	0.0
라이스페이퍼	4	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0
[Q2.3순위]											
전체	1,057	13.4	15.3	14.7	22.5	1.6	6.4	6.5	11.6	5.7	2.2
즉석밥	322	13.7	13.4	14.3	24.2	1.9	6.5	6.5	13.4	5.3	0.9
떡	216	14.4	19.0	17.1	18.1	0.5	6.9	5.1	9.7	6.0	3.2
쌀 떡볶이	133	12.8	12.8	13.5	24.1	0.8	8.3	7.5	12.8	6.0	1.5
탁주/ 쌀로 만든 술	53	5.7	13.2	18.9	24.5	1.9	3.8	7.5	9.4	13.2	1.9
쌀음료	58	15.5	8.6	13.8	27.6	5.2	3.4	10.3	10.3	1.7	3.4
쌀고추장	12	16.7	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0
쌀과자	195	14.9	16.9	10.8	23.1	1.5	6.2	6.7	11.8	5.6	2.6
쌀빵	14	14.3	14.3	14.3	7.1	7.1	14.3	0.0	7.1	14.3	7.1
쌀국수	32	15.6	18.8	12.5	25.0	3.1	6.3	3.1	12.5	0.0	3.1
누룽지	20	0.0	25.0	30.0	15.0	0.0	5.0	10.0	5.0	5.0	5.0
라이스페이퍼	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0

Q6. 귀하께서는 아래의 쌀 가공식품을 구입하는 이유는 무엇입니까? (단위 : %)							
구분	사례수 (명)	다른 제품으로는 대체불가능한 제품이기 때문	소화, 영양 등 건강에 좋아서	일반 가공식품과 다른 맛 때문에	쌀이 들어간 제품도 먹어보고 싶어서(호기심)	상대적으로 가격이 저렴해서	기타
[Q2_1순위]							
전체	600	34.3	20.0	20.2	7.0	7.5	11.0
즉석밥	185	49.7	8.1	3.2	3.2	15.1	20.5
떡	122	33.6	36.1	18.0	4.1	2.5	5.7
쌀 떡볶이	75	37.3	21.3	24.0	5.3	6.7	5.3
탁주/ 쌀로 만든 술	32	31.3	21.9	25.0	9.4	3.1	9.4
쌀음료	34	20.6	11.8	50.0	11.8	0.0	5.9
쌀고추장	7	28.6	28.6	14.3	28.6	0.0	0.0
쌀과자	108	16.7	19.4	38.0	12.0	7.4	6.5
쌀빵	7	0.0	71.4	0.0	0.0	0.0	28.6
쌀국수	17	17.6	11.8	41.2	23.5	0.0	5.9
누룽지	10	50.0	30.0	10.0	10.0	0.0	0.0
라이스페이퍼	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
기타	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
[Q2_2순위]							
전체	581	28.7	23.8	23.6	8.9	6.7	8.2
즉석밥	49	62.0	4.0	4.0	4.0	8.0	18.0
떡	112	29.2	29.2	30.6	1.4	4.2	5.6
쌀 떡볶이	99	22.6	24.7	24.7	11.8	6.5	9.7
탁주/ 쌀로 만든 술	40	46.7	13.3	10.0	0.0	13.3	16.7
쌀음료	72	27.5	17.6	31.4	9.8	7.8	5.9
쌀고추장	19	42.1	26.3	5.3	10.5	5.3	10.5
쌀과자	106	11.1	19.2	41.4	15.2	8.1	5.1
쌀빵	21	14.3	42.9	17.9	21.4	0.0	3.6
쌀국수	29	30.2	30.2	16.3	9.3	7.0	7.0
누룽지	24	31.4	45.7	5.7	0.0	8.6	8.6
라이스페이퍼	9	37.5	25.0	31.3	6.3	0.0	0.0
기타	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
[Q2_3순위]							
전체	537	28.7	23.8	23.6	8.9	6.7	8.2
즉석밥	50	62.0	4.0	4.0	4.0	8.0	18.0
떡	72	29.2	29.2	30.6	1.4	4.2	5.6
쌀 떡볶이	93	22.6	24.7	24.7	11.8	6.5	9.7
탁주/ 쌀로 만든 술	30	46.7	13.3	10.0	0.0	13.3	16.7
쌀음료	51	27.5	17.6	31.4	9.8	7.8	5.9
쌀고추장	19	42.1	26.3	5.3	10.5	5.3	10.5
쌀과자	99	11.1	19.2	41.4	15.2	8.1	5.1
쌀빵	28	14.3	42.9	17.9	21.4	0.0	3.6
쌀국수	43	30.2	30.2	16.3	9.3	7.0	7.0
누룽지	35	31.4	45.7	5.7	0.0	8.6	8.6
라이스페이퍼	16	37.5	25.0	31.3	6.3	0.0	0.0
기타	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

2016 가공식품 세분시장 현황 - 쌀 가공식품 시장

Q7. 귀하께서는 아래의 쌀 가공식품을 구입할 때, 쌀의 국산/수입산 여부가 구매에 어느 정도 영향을 미칩니까? (단위 : %)						
구분	사례수 (명)	국산/수입산 여부가 전혀 영향을 미치지 않는다	국산/수입산 여부가 영향을 미치지 않는 편이다	보통이다	국산/수입산 여부가 영향을 미치는 편이다	국산/수입산 여부가 매우 영향을 미친다
[Q2_1순위]						
전체	600	5.7	12.3	27.0	36.3	18.7
즉석밥	185	4.3	7.0	28.6	37.3	22.7
떡	122	2.5	7.4	23.8	41.8	24.6
쌀 떡볶이	75	4.0	13.3	25.3	36.0	21.3
탁주/ 쌀로 만든 술	32	9.4	12.5	25.0	34.4	18.8
쌀음료	34	8.8	29.4	29.4	23.5	8.8
쌀고추장	7	0.0	0.0	0.0	71.4	28.6
쌀과자	108	13.0	16.7	30.6	33.3	6.5
쌀빵	7	0.0	14.3	57.1	28.6	0.0
쌀국수	17	0.0	41.2	23.5	23.5	11.8
누룽지	10	0.0	10.0	0.0	50.0	40.0
라이스페이퍼	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
기타	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
[Q2_2순위]						
전체	581	4.3	10.7	31.2	36.7	17.2
즉석밥	49	2.0	14.3	20.4	40.8	22.4
떡	112	2.7	4.5	19.6	40.2	33.0
쌀 떡볶이	99	1.0	14.1	28.3	43.4	13.1
탁주/ 쌀로 만든 술	40	0.0	7.5	30.0	45.0	17.5
쌀음료	72	6.9	9.7	34.7	34.7	13.9
쌀고추장	19	0.0	5.3	21.1	42.1	31.6
쌀과자	106	9.4	11.3	45.3	26.4	7.5
쌀빵	21	4.8	4.8	61.9	28.6	0.0
쌀국수	29	10.3	27.6	34.5	17.2	10.3
누룽지	24	0.0	4.2	20.8	58.3	16.7
라이스페이퍼	9	11.1	33.3	33.3	11.1	11.1
기타	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
[Q2_3순위]						
전체	537	4.3	10.1	32.4	36.7	16.6
즉석밥	50	8.0	8.0	24.0	30.0	30.0
떡	72	2.8	8.3	26.4	40.3	22.2
쌀 떡볶이	93	3.2	5.4	25.8	44.1	21.5
탁주/ 쌀로 만든 술	30	3.3	6.7	16.7	50.0	23.3
쌀음료	51	7.8	23.5	19.6	43.1	5.9
쌀고추장	19	5.3	0.0	31.6	52.6	10.5
쌀과자	99	3.0	17.2	40.4	28.3	11.1
쌀빵	28	3.6	3.6	42.9	42.9	7.1
쌀국수	43	7.0	9.3	44.2	20.9	18.6
누룽지	35	0.0	5.7	40.0	42.9	11.4
라이스페이퍼	16	6.3	6.3	75.0	6.3	6.3
기타	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

Q8. 가족 구성원 중 아래의 쌀 가공식품을 가장 자주 구입하는 사람은 누구입니까? (단위 : %)					
구분	사례수 (명)	응답자 본인	부모님	자식/자녀	형제/자매
[Q2_1순위]					
전체	600	76.0	16.0	5.7	2.3
즉석밥	185	84.9	10.8	3.2	1.1
떡	122	66.4	31.1	1.6	0.8
쌀 떡볶이	75	82.7	2.7	12.0	2.7
탁주/ 쌀로 만든 술	32	81.3	12.5	3.1	3.1
쌀음료	34	82.4	11.8	0.0	5.9
쌀고추장	7	42.9	57.1	0.0	0.0
쌀과자	108	65.7	16.7	13.9	3.7
쌀빵	7	71.4	14.3	0.0	14.3
쌀국수	17	82.4	11.8	5.9	0.0
누룽지	10	80.0	10.0	0.0	10.0
라이스페이퍼	2	0.0	100.0	0.0	0.0
기타	1	100.0	0.0	0.0	0.0
[Q2_2순위]					
전체	581	72.1	17.9	7.4	2.6
즉석밥	49	83.7	10.2	2.0	4.1
떡	112	58.9	33.0	7.1	0.9
쌀 떡볶이	99	70.7	17.2	10.1	2.0
탁주/ 쌀로 만든 술	40	87.5	10.0	0.0	2.5
쌀음료	72	76.4	11.1	8.3	4.2
쌀고추장	19	84.2	5.3	10.5	0.0
쌀과자	106	71.7	14.2	10.4	3.8
쌀빵	21	61.9	33.3	4.8	0.0
쌀국수	29	82.8	10.3	3.4	3.4
누룽지	24	62.5	20.8	12.5	4.2
라이스페이퍼	9	77.8	22.2	0.0	0.0
기타	1	100.0	0.0	0.0	0.0
[Q2_3순위]					
전체	537	72.3	18.2	6.9	2.6
즉석밥	50	92.0	6.0	2.0	0.0
떡	72	52.8	36.1	8.3	2.8
쌀 떡볶이	93	74.2	12.9	9.7	3.2
탁주/ 쌀로 만든 술	30	83.3	16.7	0.0	0.0
쌀음료	51	76.5	11.8	7.8	3.9
쌀고추장	19	78.9	15.8	5.3	0.0
쌀과자	99	70.7	15.2	11.1	3.0
쌀빵	28	67.9	17.9	14.3	0.0
쌀국수	43	79.1	14.0	2.3	4.7
누룽지	35	54.3	42.9	0.0	2.9
라이스페이퍼	16	81.3	12.5	0.0	6.3
기타	1	100.0	0.0	0.0	0.0

Q9. 귀하께서는 아래의 쌀 가공식품을 얼마나 자주 드십니까? 1주일을 기준으로 응답하여 주십시오 (단위 : %)						
구분	사례수 (명)	하루에 1번 이상	일주일에 5~6회	일주일에 3~4회	일주일에 1~2회	일주일에 1회 미만
[Q3_1순위]						
전체	600	2.8	5.3	13.5	39.8	38.5
즉석밥	146	4.8	6.8	16.4	40.4	31.5
떡	150	2.0	8.0	14.0	38.0	38.0
쌀 떡볶이	89	2.2	1.1	7.9	37.1	51.7
탁주/ 쌀로 만든 술	24	4.2	4.2	16.7	37.5	37.5
쌀음료	32	3.1	6.3	9.4	40.6	40.6
쌀고추장	12	8.3	25.0	16.7	50.0	0.0
쌀과자	98	2.0	2.0	11.2	45.9	38.8
쌀빵	7	0.0	0.0	28.6	42.9	28.6
쌀국수	20	0.0	0.0	15.0	40.0	45.0
누룽지	16	0.0	6.3	18.8	31.3	43.8
라이스페이퍼	4	0.0	0.0	25.0	25.0	50.0
기타	2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
[Q3_2순위]						
전체	570	1.4	3.3	9.1	36.3	49.8
즉석밥	38	2.6	2.6	15.8	31.6	47.4
떡	110	0.9	3.6	6.4	44.5	44.5
쌀 떡볶이	118	0.8	0.0	4.2	33.1	61.9
탁주/ 쌀로 만든 술	43	0.0	2.3	2.3	55.8	39.5
쌀음료	66	3.0	6.1	16.7	33.3	40.9
쌀고추장	25	4.0	12.0	28.0	24.0	32.0
쌀과자	84	0.0	3.6	7.1	31.0	58.3
쌀빵	27	0.0	7.4	14.8	29.6	48.1
쌀국수	22	4.5	0.0	13.6	27.3	54.5
누룽지	28	0.0	3.6	3.6	50.0	42.9
라이스페이퍼	8	12.5	0.0	12.5	12.5	62.5
기타	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
[Q3_3순위]						
전체	522	0.8	2.3	8.6	30.3	58.0
즉석밥	57	0.0	1.8	8.8	19.3	70.2
떡	63	0.0	1.6	3.2	19.0	76.2
쌀 떡볶이	72	0.0	0.0	4.2	33.3	62.5
탁주/ 쌀로 만든 술	22	0.0	0.0	4.5	50.0	45.5
쌀음료	47	4.3	4.3	6.4	31.9	53.2
쌀고추장	25	0.0	4.0	32.0	40.0	24.0
쌀과자	106	0.9	0.9	15.1	29.2	53.8
쌀빵	24	0.0	8.3	4.2	41.7	45.8
쌀국수	47	2.1	2.1	2.1	38.3	55.3
누룽지	33	0.0	6.1	15.2	36.4	42.4
라이스페이퍼	25	0.0	4.0	0.0	16.0	80.0
기타	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

Q10. 귀하께서는 아래의 쌀 가공식품을 주로 언제 드십니까? (단위 : %)							
구분	사례수 (명)	아침식사 대응	점심식사 대응	저녁식사 대응	간식 대응	야식 대응	기타
[Q3_1순위]							
전체	600	13.5	10.3	20.5	44.8	4.7	6.2
즉석밥	146	28.8	16.4	38.4	2.7	4.1	9.6
떡	150	16.0	12.0	6.7	62.0	0.7	2.7
쌀 떡볶이	89	1.1	14.6	27.0	52.8	2.2	2.2
탁주/ 쌀로 만든 술	24	0.0	0.0	25.0	12.5	41.7	20.8
쌀음료	32	3.1	3.1	9.4	78.1	0.0	6.3
쌀고추장	12	0.0	0.0	41.7	8.3	8.3	41.7
쌀과자	98	1.0	0.0	2.0	89.8	5.1	2.0
쌀빵	7	14.3	28.6	28.6	28.6	0.0	0.0
쌀국수	20	10.0	15.0	55.0	10.0	10.0	0.0
누룽지	16	56.3	0.0	6.3	25.0	6.3	6.3
라이스페이퍼	4	0.0	25.0	75.0	0.0	0.0	0.0
기타	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
[Q3_2순위]							
전체	570	6.0	9.1	12.8	54.9	6.8	10.4
즉석밥	38	18.4	18.4	42.1	0.0	10.5	10.5
떡	110	7.3	9.1	7.3	70.9	3.6	1.8
쌀 떡볶이	118	0.0	9.3	16.9	60.2	11.0	2.5
탁주/ 쌀로 만든 술	43	2.3	0.0	16.3	9.3	27.9	44.2
쌀음료	66	4.5	3.0	6.1	68.2	1.5	16.7
쌀고추장	25	4.0	8.0	24.0	16.0	4.0	44.0
쌀과자	84	1.2	0.0	1.2	90.5	4.8	2.4
쌀빵	27	11.1	11.1	7.4	66.7	0.0	3.7
쌀국수	22	0.0	68.2	4.5	13.6	0.0	13.6
누룽지	28	35.7	7.1	14.3	39.3	0.0	3.6
라이스페이퍼	8	0.0	0.0	50.0	37.5	0.0	12.5
기타	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
[Q3_3순위]							
전체	522	6.1	10.0	16.3	49.4	6.5	11.7
즉석밥	57	8.8	21.1	38.6	5.3	5.3	21.1
떡	63	3.2	3.2	6.3	68.3	9.5	9.5
쌀 떡볶이	72	0.0	13.9	19.4	51.4	8.3	6.9
탁주/ 쌀로 만든 술	22	0.0	0.0	0.0	13.6	40.9	45.5
쌀음료	47	8.5	2.1	2.1	74.5	4.3	8.5
쌀고추장	25	4.0	4.0	24.0	16.0	0.0	52.0
쌀과자	106	0.9	2.8	2.8	86.8	2.8	3.8
쌀빵	24	8.3	8.3	16.7	62.5	4.2	0.0
쌀국수	47	2.1	40.4	29.8	23.4	2.1	2.1
누룽지	33	42.4	3.0	12.1	27.3	9.1	6.1
라이스페이퍼	25	8.0	4.0	52.0	24.0	0.0	12.0
기타	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

Q11. 귀하께서는 아래의 쌀 가공식품을 주로 소비하는 장소는 어디입니까? (단위 : %)									
구분	사례수 (명)	집	회사	야외활동 (캠핑, 여행 등)	편의점	식당/ 레스토랑	카페	도로/철도 휴게소	기타
[Q3_1순위]									
전체	600	76.7	5.8	5.0	5.8	4.0	0.3	0.3	2.0
즉석밥	146	74.0	10.3	9.6	4.8	0.0	0.0	0.0	1.4
떡	150	85.3	4.0	2.7	3.3	1.3	0.7	0.0	2.7
쌀 떡볶이	89	86.5	1.1	2.2	0.0	9.0	0.0	0.0	1.1
탁주/ 쌀로 만든 술	24	70.8	0.0	8.3	8.3	4.2	0.0	0.0	8.3
쌀음료	32	34.4	9.4	9.4	31.3	6.3	0.0	3.1	6.3
쌀고추장	12	91.7	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0
쌀과자	98	77.6	8.2	5.1	7.1	0.0	1.0	1.0	0.0
쌀빵	7	42.9	0.0	0.0	28.6	14.3	0.0	0.0	14.3
쌀국수	20	45.0	5.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
누룽지	16	93.8	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
라이스페이퍼	4	75.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
기타	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
[Q3_2순위]									
전체	570	76.3	2.6	15.8	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0
즉석밥	38	83.6	8.2	3.6	0.9	0.9	0.0	0.0	2.7
떡	110	79.7	2.5	1.7	4.2	8.5	0.0	2.5	0.8
쌀 떡볶이	118	48.8	0.0	9.3	4.7	27.9	0.0	0.0	9.3
탁주/ 쌀로 만든 술	43	45.5	15.2	10.6	10.6	6.1	1.5	3.0	7.6
쌀음료	66	84.0	4.0	0.0	8.0	0.0	0.0	0.0	4.0
쌀고추장	25	81.0	8.3	8.3	1.2	0.0	0.0	0.0	1.2
쌀과자	84	55.6	18.5	3.7	14.8	3.7	0.0	0.0	3.7
쌀빵	27	63.6	9.1	0.0	0.0	18.2	0.0	4.5	4.5
쌀국수	22	96.4	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
누룽지	28	25.0	12.5	0.0	12.5	37.5	12.5	0.0	0.0
라이스페이퍼	8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
기타	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
[Q3_3순위]									
전체	522	69.9	6.9	7.3	5.4	7.5	0.4	0.6	2.1
즉석밥	57	57.9	8.8	26.3	7.0	0.0	0.0	0.0	0.0
떡	63	76.2	9.5	4.8	1.6	3.2	0.0	0.0	4.8
쌀 떡볶이	72	79.2	2.8	2.8	2.8	8.3	0.0	2.8	1.4
탁주/ 쌀로 만든 술	22	81.8	0.0	4.5	0.0	9.1	0.0	0.0	4.5
쌀음료	47	46.8	10.6	17.0	21.3	0.0	0.0	2.1	2.1
쌀고추장	25	88.0	0.0	0.0	4.0	8.0	0.0	0.0	0.0
쌀과자	106	76.4	11.3	6.6	1.9	0.9	0.9	0.0	1.9
쌀빵	24	75.0	8.3	0.0	8.3	4.2	4.2	0.0	0.0
쌀국수	47	48.9	4.3	0.0	2.1	44.7	0.0	0.0	0.0
누룽지	33	75.8	6.1	3.0	9.1	3.0	0.0	0.0	3.0
라이스페이퍼	25	72.0	0.0	4.0	8.0	12.0	0.0	0.0	4.0
기타	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

Q12. 가족 구성원 중 아래의 쌀 가공식품을 주로 소비하는 사람은 누구입니까? (단위 : %)					
구분	사례수 (명)	응답자 본인	부모님	자식/자녀	형제/자매
[Q3_1순위]					
전체	600	73.8	10.5	13.7	2.0
즉석밥	146	87.0	3.4	8.2	1.4
떡	150	62.7	24.0	13.3	0.0
쌀 떡볶이	89	68.5	0.0	28.1	3.4
탁주/ 쌀로 만든 술	24	100.0	0.0	0.0	0.0
쌀음료	32	84.4	6.3	9.4	0.0
쌀고추장	12	75.0	16.7	8.3	0.0
쌀과자	98	63.3	12.2	19.4	5.1
쌀빵	7	42.9	42.9	0.0	14.3
쌀국수	20	95.0	0.0	5.0	0.0
누룽지	16	81.3	12.5	6.3	0.0
라이스페이퍼	4	75.0	25.0	0.0	0.0
기타	2	50.0	0.0	0.0	50.0
[Q3_2순위]					
전체	570	64.7	15.4	16.0	3.9
즉석밥	38	78.9	10.5	7.9	2.6
떡	110	55.5	30.0	14.5	0.0
쌀 떡볶이	118	63.6	6.8	25.4	4.2
탁주/ 쌀로 만든 술	43	72.1	20.9	0.0	7.0
쌀음료	66	75.8	10.6	9.1	4.5
쌀고추장	25	68.0	20.0	8.0	4.0
쌀과자	84	54.8	9.5	31.0	4.8
쌀빵	27	63.0	11.1	22.2	3.7
쌀국수	22	90.9	4.5	0.0	4.5
누룽지	28	57.1	28.6	7.1	7.1
라이스페이퍼	8	62.5	25.0	0.0	12.5
기타	1	100.0	0.0	0.0	0.0
[Q3_3순위]					
전체	522	64.4	15.3	16.7	3.6
즉석밥	57	82.5	3.5	12.3	1.8
떡	63	38.1	34.9	19.0	7.9
쌀 떡볶이	72	62.5	11.1	23.6	2.8
탁주/ 쌀로 만든 술	22	95.5	0.0	0.0	4.5
쌀음료	47	76.6	6.4	10.6	6.4
쌀고추장	25	72.0	24.0	4.0	0.0
쌀과자	106	53.8	16.0	26.4	3.8
쌀빵	24	66.7	16.7	16.7	0.0
쌀국수	47	70.2	8.5	19.1	2.1
누룽지	33	60.6	30.3	6.1	3.0
라이스페이퍼	25	72.0	16.0	8.0	4.0
기타	1	100.0	0.0	0.0	0.0

Q13. 끝으로 쌀이 들어간 제품으로 나왔으면 하는 제품이 있다면 무엇입니까? (다중응답 가능) (단위 : 명, %)										
구분	품목	제품	빈도	비중	구분	품목	제품	빈도	비중	
쌀가공식품	쌀과자	쌀과자	40	10.1	쌀가공식품	빵	쌀빵	52	13.2	
		사탕	10	2.5			쌀케이크	12	3.0	
		비스킷	8	2.0			도너츠	4	1.0	
		초콜릿	5	1.3			파이	2	0.5	
		쌀젤리	4	1.0		빵 소계	70	17.7		
		껌	3	0.8		떡	쌀떡	6	1.5	
		뽕튀기, 튀밥	3	0.8			떡볶이	2	0.5	
		쌀강정	3	0.8			참쌀떡	1	0.3	
		검은쌀과자	1	0.3		떡 소계	9	2.3		
		쌀건빵	1	0.3		주류	술	3	0.8	
		쌀칩과자	1	0.3			쌀막걸리	1	0.3	
		카라멜	1	0.3		주류 소계	4	1.0		
		타래과(한과)	1	0.3		기타	죽	7	1.8	
		쌀과자 소계	81	20.5			식사대용음식	1	0.3	
	면	쌀라면	쌀라면	45			11.4	아침대용 간편식	1	0.3
			파스타	9			2.3	쌀피자	6	1.5
			쌀국수	8			2.0	치킨	2	0.5
			냉면	3			0.8	쌀로만치킨	1	0.3
			쌀우동	3			0.8	쌀전	3	0.8
			쌀쫄면	3			0.8	만두	7	1.8
쌀면			2	0.5	돈가스		1	0.3		
쌀칼국수			1	0.3	볶음밥		2	0.5		
쌀공국수			1	0.3	스프		2	0.5		
생쌀국수면			1	0.3	쌀국수짬뽕		1	0.3		
면 소계	76	19.2	쌀동그랑땡	1	0.3					
쌀가공식품 기타	기타	시리얼	4	1.0	쌀어묵		1	0.3		
		누룽지	2	0.5	햄버거		2	0.5		
		라이스페이퍼	1	0.3	호떡		1	0.3		
		선식	2	0.5	쌀튀김	5	1.3			
		미숫가루	1	0.3	쌀빙수	1	0.3			
		에너지바	4	1.0	쌀수제비	1	0.3			
		쌀과자바	1	0.3	디저트	2	0.5			
		쌀영양바	1	0.3	간식	4	1.0			
		칼로리바	1	0.3	샐러드	1	0.3			
		튀긴누룽지	2	0.5	아이스크림	16	4.1			
		비빔밥용 밥	1	0.3	쌀요플레	1	0.3			
		즉석조리제품	1	0.3	쌀고기	2	0.5			
쌀가공식품 기타 소계	21	5.3	쌀두부	1	0.3					
음료	음료	쌀음료	35	8.9	쌀뜨물	1	0.3			
		쌀우유	4	1.0	육수	1	0.3			
		식혜	2	0.5	튀김가루	1	0.3			
		쌀주정 소주	1	0.3	기타 소계	76	19.2			
		쌀쥬스	2	0.5	쌀가공식품 소계	386	97.7			
		쉐이크	1	0.3	쌀가공품	회장품	6	1.5		
		쌀차	1	0.3		마스크팩	1	0.3		
		아침햇살	1	0.3		비누	1	0.3		
		발효유	1	0.3		종이	1	0.3		
		탄산수	1	0.3	쌀가공품 소계	9	2.3			
음료 소계	49	12.4	총합계	395	100.0					

AQ3. 귀하가 생각하는 귀하의 체형은 다음 중 어디에 해당합니까?

- 1) 마른 체형 2) 다소 마른 체형 3) 보통 체형 4) 다소 비만 체형 5) 비만 체형

AQ4. 식사하시는 횟수 중에 가정이 아닌 식당/외부(회사식당/편의점/간이음식점 포함)에서 식사하신 횟수는 일주일 기준 몇 회 정도 되십니까? (1일 3끼를 먹는 기준으로 응답하여 주십시오.)

1주일 총 ()회

AQ5. 귀하는 한 달에 몇 번 정도 식료품(가공식품 포함)을 구입하십니까?

1개월 평균 ()회

AQ6. 그럼 귀하의 한 달 동안 식료품 구입 금액(식품 및 가공식품의 구매금액 포함)은 얼마나 되십니까?

- 1) 5만원 미만 2) 5만원 ~ 10만원 미만 3) 10만원 ~ 15만원 미만
 4) 15만원 ~ 20만원 미만 5) 20만원 ~ 25만원 미만 6) 25만원 ~ 30만원 미만
 7) 30만원 ~ 35만원 미만 8) 35만원 ~ 40만원 미만 9) 40만원 이상

Q 쌀가공식품 구매 및 소비에 대한 질문

Q1. 쌀 가공식품하면 제일 먼저 떠오르는 제품은 무엇입니까? ()

Q2. 다음의 쌀 가공식품 중 2016년에 **가장 자주 구입한 제품**을 선택하여 주십시오.

최대 3순위까지 응답 가능합니다.

- 1) 즉석밥 2) 떡 3) 쌀 떡볶이 4) 탁주/쌀로만들 술
 5) 쌀음료(식혜, 아침햇살 등) 6) 쌀고추장 7) 쌀과자 8) 쌀빵
 9) 쌀국수 10) 누룽지 11) 라이스페이퍼 12) 기타()

Q3. 다음의 쌀 가공식품 중 2016년에 **가장 많이 먹고 있는 제품**을 선택하여 주십시오.

최대 3순위까지 응답 가능합니다.

- 1) 즉석밥 2) 주떡 3) 쌀 떡볶이 4) 탁주/쌀로만들 술
 5) 쌀음료(식혜, 아침햇살 등) 6) 쌀고추장 7) 쌀과자 8) 쌀빵
 9) 쌀국수 10) 누룽지 11) 라이스페이퍼 12) 기타()

Q4. 귀하께서는 **쌀의 함량이 최소 몇 % 이상 되어야** 쌀 가공식품이라고 생각하십니까?

함량 예	
떡국떡 : 쌀 99% , 정제염	쌀과자 : 쌀 59% , 옥수수전분, 설탕, 팜유 등
쌀고추장 : 쌀 22% , 고춧가루 등	식혜 : 쌀 2% , 엿기름 등

- 1) 5% 미만 2) 5~10% 미만 3) 10~20% 미만 4) 20~30% 미만 5) 30~40% 미만
 6) 40~50% 미만 7) 50~60% 미만 8) 60~70% 미만 9) 70~80% 미만 10) 80~90% 미만
 11) 90~100% 미만 12) 100%

BQ	응답자 배경 질문
----	-----------

BQ1. 현재 귀댁에서 동거하고 계시는 가족 수는 귀하를 포함하여 총 몇 명입니까? 혼자 살 경우 1명으로 말씀해 주십시오.

- 1) 1명 2) 2명 3) 3명 4) 4명 5) 5명 이상

BQ2. 귀하께서는 결혼 하셨습니까? 1) 예(기혼) 2) 아니오(미혼) 3) 기타

BQ3. 실례지만 귀하의 직업은 무엇입니까?

- 1) 농업/어업/임업(가족종사자 포함)
- 2) 자영업 (종업원 9명이하의 소규모 업소주인 및 가족 종사자, 목공소주인, 개인택시운전자)
- 3) 판매/서비스직 (상점점원, 세일즈맨 등)
- 4) 기능/숙련공 (운전자, 선반/목공, 숙련공 등)
- 5) 일반작업직 (토목관계의 현장작업, 청소, 수위, 육체노동 등)
- 6) 사무/기술직 (일반회사 사무직, 기술직, 초·중·고교사, 향해사 등)
- 7) 경영/관리직 (5급 이상의 고급공무원, 교장, 기업체부장이상의 직위 등)
- 8) 전문/자유직(대학교수, 의사, 변호사, 예술가, 종교가 등)
- 9) 전업주부
- 10) 학생 (고등학생/ 대학생/ 대학원생)
- 11) 무직
- 12) 기타 (_____)

BQ4. 실례지만 귀하께서는 학교를 어디까지 마치셨습니까?

- 1) 고졸 이하 2) 대학교 재학/휴학 3) 대학교 졸업 4) 대학원 졸업/수료 이상

2016 가공식품 세분시장 현황

2016년 12월 인쇄

2016년 12월 발행

편저 · 발행



인쇄처 유노아트 서울 마포구 서교동 398-12 이정빌딩 202호

전라남도 나주시 문화로 227 한국농수산식품유통공사

TEL : (061) 931-1114 FAX : (061) 931-1299

본 책자의 내용에 관한 사항은

한국농수산식품유통공사 식품기획부(061-931-0709, 0716, 0718)로

문의하여 주시기 바랍니다.

동 자료는 식품산업통계정보시스템(www.aTFIS.or.kr)을 통해

다운받아 볼 수 있습니다.

이 책의 내용은 한국농수산식품유통공사의 서면 동의가 있어야 사용할 수 있습니다.

또한 무단으로 책의 내용이나 각종 자료를 복제 및 전제하거나 웹상의 수집 및 게시하는 행위,
판매 등 상업적 이용을 금합니다.