

발간등록번호

11-1543000-001137-01

2015 가공식품 세분시장 현황

떡류 시장



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Forestry



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

© 2015. **at** 한국농수산물유통공사

All rights reserved.

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

2015 가공식품 세분시장 현황

떡류 시장



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



CONTENTS

떡류 시장 요약	1
제 1 장 가공식품 세분시장 조사 개요	
제1절 조사 배경 및 목적	8
제2절 조사 대상 및 방법	9
1. 조사 대상	9
2. 조사 방법	9
제 2 장 떡류 개요	
제1절 떡의 정의 및 역사	14
1. 떡의 정의	14
2. 떡의 역사	16
3. 떡의 영양	18
4. 떡의 종류	20
제2절 떡의 가공기준 및 제조방법	25
1. 떡의 가공기준 및 성분규격	25
2. 떡 제조 방법	29
제3절 떡 관련 인증 제도	31
1. 전통식품품질인증제도	31
2. 가공식품산업표준 KS 인증	32
3. 식품안전관리인증제도(HACCP)	32
4. 유기가공식품 인증제도	33
5. (전통)식품명인제도	34
제 3 장 생산 및 수출입 현황	
제1절 주요 원료 현황	38
1. 원료 사용 실태	38
제2절 국내 생산 현황	43
1. 생산 및 출하 동향	43
2. 주요 생산 업체	44



제3절 수출입 현황	49
1. 수출입 규모	49
2. 국가별 수출입 규모	50
제 4 장 소매 시장 현황	
제1절 소매 시장 규모	54
1. 떡 유통 판매 구조	54
2. 가공떡 소매채널 판매 현황	55
제2절 떡 브랜드 현황	62
1. 떡 프랜차이즈 전문점 브랜드	62
2. 가공떡 유통 브랜드	66
제3절 소비 시장 특성	71
제 5 장 구입 및 소비 특성	
제1절 떡 구입 및 소비 특성	76
제2절 전통식품 품질인증마크 떡 구입	94
제 6 장 해외 시장 동향	
제1절 일본 시장	98
제2절 중국 시장	105
제3절 미국 시장	109
부록. 소비자 조사 결과	115



CONTENTS

[표 1-1] 조사 대상	9
[표 1-2] 소비자 조사 개요	11
[표 2-1] 떡류의 정의	14
[표 2-2] 전통식품 표준규격에 명시된 떡류의 정의	15
[표 2-3] 떡의 영양소 함유량(100g 기준)	18
[표 2-4] 떡 재료의 영양소 함유량(100g 기준)	19
[표 2-5] 식품공전 해설서에 명시된 떡 종류	21
[표 2-6] 전통식품 표준규격에 명시된 떡 종류	22
[표 2-7] 쌀가공식품 분류 중 떡류의 분류	24
[표 2-8] 식품공전 상 떡류의 규격	25
[표 2-9] 전통식품 표준규격에 의한 떡의 제조·가공기준	26
[표 2-10] 전통식품 표준규격에 의한 떡의 원료 기준	27
[표 2-11] 전통식품 표준규격에 의한 떡의 품질 기준	27
[표 2-12] 전통식품 표준규격에 의한 떡의 품질 기준	28
[표 2-13] 전통식품 표준규격에 의한 떡의 주요 공정기준(찌는 떡)	28
[표 2-14] 떡류(떡볶이 포함)의 HACCP 의무적용 단계	33
[표 3-1] 쌀 생산 및 소비 현황	39
[표 3-2] 쌀(찰쌀) 가격 동향 (일반계 중품 기준, 도매가)	39
[표 3-3] 밀가루 국내 생산 실적	40
[표 3-4] 밀가루 수입 실적	40
[표 3-5] 떡 원료 사용량 및 국산 사용 비중(2013년 기준)	41
[표 3-6] 떡류 국내 생산 및 출하 실적	43
[표 3-7] 떡 제조 도매 생산 및 출하 실적(2013년 기준)	44
[표 3-8] 떡 제조업체 수	44
[표 3-9] 종업원수 기준 떡류 업체 규모	45
[표 3-10] 떡류 제조업체의 지역별 분포	45
[표 3-11] 주요 전통떡류 전문점 현황	46
[표 3-12] 가공 떡류 주요 생산 업체 특징 및 연혁	48
[표 3-13] 떡 수출입 현황	49
[표 3-14] 주요 국가별 떡 수출 현황	50
[표 3-15] 주요 국가별 떡 수입 현황	51



2015 가공식품 세분시장 현황 - 떡류 시장

[표 4-1] 가공떡 소매 채널별 판매 규모	56
[표 4-2] 가공떡 종류별 판매 규모	57
[표 4-3] 떡 제조사별 소매 시장 판매 규모	58
[표 4-4] 가공떡(떡국떡, 떡볶이떡) 상품 가격 비교표	59
[표 4-5] 유통 채널별 떡국떡 상품 판매가격	60
[표 4-6] 소비자 물가지수 비교표	61
[표 4-7] 다소비스식품 중 떡 순위 변동	61
[표 4-8] 빛은 떡 주요 제품	63
[표 4-9] 떡보의 하루 떡 주요 제품	64
[표 4-10] 떡담 떡 주요 제품	65
[표 4-11] 풀무원 떡 주요 제품	66
[표 4-12] 송학식품 떡 주요 제품	67
[표 4-13] 칠갑산업 떡 주요 제품	68
[표 4-14] CJ제일제당(주) 떡 주요 제품	68
[표 4-15] 미정 떡 주요 제품	69
[표 4-16] 수입 떡 주요 제품	70
[표 4-17] 떡 프랜차이즈 전문점 현황	71
[표 4-18] 떡볶이 전문 프랜차이즈 현황	72
[표 5-1] 간식 또는 대용식으로 빵과 떡 비교	76
[표 5-2] 떡 구입 이유	78
[표 5-3] 떡 구입량	80
[표 5-4] 자주 구입하는 떡 종류	81
[표 5-5] 자주 구입하는 떡 종류(식사용/간식용)	82
[표 5-6] 선호하는 부재료 종류	84
[표 5-7] 선물용 떡 구입용도	86
[표 5-8] 선물용으로 구입한 떡 종류	87
[표 5-9] 선물용 떡 구입 용도와 종류	88
[표 5-10] 선물용 떡 구입 용도와 주요 구입처	88
[표 5-11] 떡 선물세트 가격	89
[표 5-12] 선물용 떡 선택 이유	90
[표 5-13] 떡 개선사항	93
[표 5-14] 전통식품 품질인증마크의 떡 구입 영향 정도	95
[표 5-15] 전통식품 품질인증마크 떡 구입 의향이 없는 이유	96



CONTENTS

[표 6-1] 일본 떡(모찌) 소비 현황	99
[표 6-2] 일본 포장떡 생산액 추이	99
[표 6-3] 일본 찹쌀떡 수입 현황	100
[표 6-4] 일본 가공 떡 판매 기업	100
[표 6-5] 일본 화과자 종류	101
[표 6-6] 일본 화과자 중 생과자(떡) 종류	101
[표 6-7] 일본 내 유통 떡 제품	102
[표 6-8] 일본 편의점 떡 제품	103
[표 6-9] 중국 떡 종류	105
[표 6-10] 중국 내 유통되는 떡 제품	106
[표 6-11] 중국에서 유통되는 한국떡	106
[표 6-12] 한인마켓에서 유통되고 있는 한국 전통떡	110
[표 6-13] 미국 내 유통되는 한국 가공떡 제품	111
[표 6-14] 미국 내 유통되는 일본떡류	112
[그림 2-1] 떡의 종류 및 유통 형태	20
[그림 2-2] 찌는 떡 제조 과정	29
[그림 2-3] 떡국 떡 제조 과정	29
[그림 4-1] 떡 소매채널 판매 구조	54
[그림 4-2] 떡 소비자물가지수 변동 추이	60
[그림 5-1] 떡 선호 이유	77
[그림 5-2] 떡 구입 이유	78
[그림 5-3] 떡 구입 빈도	79
[그림 5-4] 떡 구입량	80
[그림 5-5] 자주 구입하는 떡 종류	81
[그림 5-6] 주요 떡 구입처	83
[그림 5-7] 떡 구입 시 고려 요인	85
[그림 5-8] 선물용으로 구입한 떡 종류	86
[그림 5-9] 선물용 떡 선택 이유	90
[그림 5-10] 떡 섭취 시 불편사항	91
[그림 5-11] 떡 개선사항	92
[그림 5-12] 전통식품 품질인증마크 부착 떡 구입 경험 여부	94
[그림 5-13] 전통식품 품질인증마크 부착 떡 구입 이유	95

떡류 시장 요약

1. 떡류 시장 개요

1) 떡류 정의 및 분류

- ‘식품공전’에 의하면 떡류는 ‘빵 또는 떡류’의 하나의 유형임. 떡류는 쌀가루, 찹쌀가루, 감자가루 또는 전분이나 기타 곡분 등을 주원료로 하여 이에 식염, 당류, 곡류, 두류, 채소류, 과일류 또는 주류 등을 가하여 반죽한 것 또는 익힌 것을 말함
- ‘전통식품 표준규격’에 의하면 떡류에 약식, 가래떡, 증편, 새알심, 찌는떡, 치는떡, 삶는떡 총 7가지 종류가 있으며, 각 품목별로 정의가 되어 있음
- 식품공전 해설서와 전통식품 표준규격에 명시된 떡류의 종류는 다음과 같음

떡의 구분	식품공전 해설서	전통식품 표준규격	시중 떡 유통 형태
찌는 떡	시루떡 (증편)	<p>찌는 떡 : 설기떡류, 켜떡류, 메시루떡, 찰시루떡, 송편류, 기타 찌는 떡</p> <p>약식 증편</p>	상온 또는 냉동 상태로 재래시장 떡집, 프랜차이즈 떡집, 떡 카페, 온라인 떡 쇼핑몰 등에서 판매
치는 떡	쳐서 찌는 떡 (도병) : 인절미, 흰떡, 절편, 개피떡 등	<p>가래떡 : 떡국떡, 떡볶이떡, 조랭이떡</p> <p>치는 떡 : 인절미류, 절편류, 흰떡류, 개피떡류, 단자류, 기타 치는 떡</p>	<p>주정·진공 포장하여 냉장·냉동·건조·즉석 제품 등으로 일반 소매채널 유통</p> <p>상온 또는 냉동 상태로 재래시장 떡집, 프랜차이즈 떡집, 떡 카페, 온라인 떡 쇼핑몰 등에서 판매</p>
삶는 떡	단자류	삶는 떡 : 경단류, 잡과편, 산약병, 기타 삶는 떡	
지지는 떡	지지는 떡 (전병) : 화전, 주전, 부꾸미 등		



2) 떡류 관련 인증 제도

- 떡과 관련된 대표적인 인증 제도로는 전통식품품질인증, 가공식품산업표준KS 인증, 식품안전관리 인증(HACCP), 유기가공식품 인증, (전통)식품명인제도가 있음. 2014년 12월말 기준 떡으로 전통식품품질인증을 받은 업체는 43개이며, 2015년 9월말 기준 떡 관련 식품명인은 3명이 지정되어 있음

2. 생산 및 수출입 현황

1) 원료 현황

- (떡은 주재료인 쌀과 다양한 부재료 사용) 떡에는 주재료 외에도 떡의 종류에 따라 다양한 부재료가 사용됨
 - 떡류 제조업의 쌀 소비량은 2011년 161,628톤에서 2013년 203,656톤으로 계속 증가하다가 2014년 188,248톤으로 다소 감소함
 - 원료소비실태조사 표본업체의 떡류 사용 쌀의 국산 사용 비중은 52.6%임
 - 혼합용 재료로는 두류(콩, 강낭콩 등), 견과류(밤, 호두 등), 과일류(대추, 꽃감 등) 등이 사용되며, 걸고물용 재료로 두류(콩고물, 동부고물, 녹두고물 등), 속고물용 재료로는 두류(콩, 팥, 동부), 종실류(참깨) 등이 주로 사용됨
- (1인당 연간 쌀 소비량 감소) 2014년 1인당 연간 쌀 소비량은 65.1kg으로 2009년 74.0kg 보다 12.0% 감소함
 - 1인당 쌀 소비량 감소는 쌀을 대체할 수 있는 식품의 종류들이 다양화되고 식생활 문화가 변화하면서 1인당 연간 쌀 소비량이 줄어든 것으로 보임

2) 국내 생산 현황

- (2014년 가공떡류의 생산량 21만1천 톤) 식품 및 식품첨가물 생산실적 상 떡류의 2014년 국내 생산규모는 총 생산량 21만1천 톤, 총 생산액 4,639억 원임. 이는 주로 가공떡(떡국떡, 떡볶이떡 등)을 생산하는 식품제조가공업체의 실적임

- 즉석판매제조가공업체의 전통떡 생산량은 연간 약 28만 톤으로 추정함
- 따라서 전통떡, 가공떡을 모두 포함한 떡류 전체의 연간 생산량은 약 50만 톤 내외로 추정함
- **(떡류 제조업체의 97.3%가 5인 미만 영세소규모)** 2013년 기준 국내 떡류 제조업체수는 총 13,886개 이며, 이중 97.3%인 13,515개 업체가 종업원수 5인 미만의 영세소규모 업체임. 또한 전체 떡류업체 중 13,776개 업체 (99.1%)가 10인 미만 소규모 업체임
- 떡 생산업체는 전통시장 재래식 제조업체, 프랜차이즈 떡류 제조업체, 가공 떡 제조업체로 나눌 수 있는데, 전통시장 재래식 떡 제조업체의 경우 주거 밀집 지역이 형성된 지역에 분포하여 서울 14.8%, 경기도 18.2%로 수도권 비중이 높음. 비교적 규모가 큰 가공떡류 공장의 경우 수도권보다는 지방에 위치하고 있음

3) 수출입 현황

- **(떡 수출 2014년 130억 원 규모)** 2014년 기준 떡류의 수출량 4,630톤, 수출액 약 1,320만 달러이며, 수출량 기준 최근 5년 평균(2010~2014년) 32.5% 증가한 수치임
- 한국 고유의 전통식품 특성상 떡의 수입은 상대적으로 적으며 2014년 기준 수입량 163톤, 수입액 약 143만 달러 규모임. 떡은 주로 일본에서 수입하고 있으며, 찹쌀떡(모찌, 다이후쿠 등)을 수입함
- **(한류 영향으로 떡볶이떡 수출 증가)** 떡의 주요 수출 국가는 2014년도 기준으로 미국(25.7%)과 중국(19.0%)임
- 미국으로 떡 수출은 2010년 699톤에서 2014년 1,188톤으로 꾸준히 증가하고 있으며, 수출량 기준 연평균 14.2% 증가함
- 중국으로 떡 수출은 2010년 157톤에서 2014년 881톤으로 연평균 53.9% 증가하고, 홍콩으로의 떡 수출도 2010년 35톤에서 2014년 438톤으로 급격히 증가함
- 일본으로 떡 수출은 2012년까지 증가하다가 2013년을 기점으로 감소함. 2014년 수출량 401톤, 수출액 149만7천 달러임



3. 소매시장 현황

1) 소매 시장 규모

- (전통떡과 가공떡의 유통구조 차이) 식품제조업체에서 생산한 가공떡(주정·진공 포장하여 유통하는 떡국떡, 떡볶이떡 등)은 B2B 판매가 가능하지만 즉석판매제조·가공업체(보통 재래시장 떡집)에서 생산한 떡은 B2B 유통은 할 수 없으며, 즉석 제조하여 소비자에게 직접 판매하는 경우가 대부분임
- (떡국떡, 떡볶이떡 등 가공떡은 소매유통채널 유통) 일반 소매채널로 유통되고 있는 떡볶이떡, 떡국떡, 떡류 등의 시장규모는 2014년 기준 약 820억 원이며, 2013년도 629억 원에 비해 30.3% 증가한 규모임
 - 2014년 기준 가공떡 소매시장 규모는 할인점 255.4억 원(31.1%), 독립슈퍼 202.9억 원(24.7%), 체인슈퍼 188.4억 원(23.0%), 일반식품점 85.2억 원(10.4%), 편의점 77.1억 원(9.4%) 순임
 - 2015년 3/4분기 누적 소매채널 별 판매 비중은 할인점 33.6%, 독립슈퍼 28.5%, 체인슈퍼 23.1%, 편의점 8.3%, 일반식품점 5.1%임. 가공떡의 할인점 매출은 해마다 증가하고 있으며, 백화점 매출은 감소세를 보이고 있음
- (가공떡 시장에서 떡볶이떡의 점유율 증가) 가공떡 중 떡볶이떡이 2015년 3/4분기 누계 기준 69.7%로 가장 높은 점유율을 보이고 있으며, 지속적으로 점유율이 증가하고 있음. 반면에 떡국떡과 떡류도 매출액은 증가하고 있으나 점유율은 하락하고 있음
 - 떡볶이떡은 2/4분기와 3/4분기에 매출액이 높게 나타나고 있으며, 떡국떡과 떡류는 상대적으로 날씨가 춥고, 명절이 포함되어 있는 1/4분기와 4/4분기에 매출액이 다소 높은 계절성이 나타남

2) 소비시장 특성

- (다소비식품 1인당 연간 떡 섭취량 5.9kg) 떡은 2013년 기준 1인당 1일 16.1g 섭취, 즉 1인당 연간 5.9kg을 섭취하는 것으로 나타남
 - 떡은 2013년 기준 다소비식품 26위임. 빵은 22위, 라면은 30위임

- **(떡 디저트 카페의 활성화)** 기존 커피를 즐겨마시던 카페형 점포에서 떡과 전 통차, 한과류 등을 함께 맛보고 즐길 수 있는 떡카페가 증가하고 있음
 - 신세대 입맛에 맞는 새로운 떡메뉴를 개발하여 반응이 좋은 설빙의 가맹점수는 478개이며, 떡 프랜차이즈 전문점인 삼립식품의 빛은은 2014년 기준 가맹점 121개, 떡보의 하루는 164개 가맹점(직영점 포함)을 갖추고 있음
- **(떡볶이 전문 프랜차이즈 시장의 성장)** 2014년 기준 떡볶이 전문 프랜차이즈 상위 5개 업체 기준 시장 규모는 가맹점 1,592개, 매출액 1,340억원 규모임

4. 구입 및 소비 특성

- **(빵 보다 떡 선호 39.6%)** 간식 또는 대용식으로 빵보다 떡을 더 선호한다는 응답은 39.6%로 나타남
- **(떡 구입시 주요 고려 요인은 떡의 종류 > 가격 > 주원료 함량 순)** 떡 구입시 주로 고려하는 요인은 떡의 종류(39.3%), 가격(16.9%), 주원료 함량(12.6%) 순으로 나타남
 - 평소 자주 구입하는 떡은 인절미(15.2%), 백설기(14.8%), 꿀떡(11.0%), 영양찰떡(10.3%) 순으로 나타남
- **(주로 재래시장 떡집에서 구입 41.4%)** 아직까지 떡은 소규모 재래시장 떡집이 많이 분포하고 있으므로 재래시장 떡집에서 구입하는 경우가 41.4%로 가장 높게 나타나고 있으며, 다음으로 대형마트 21.0%, 카페형 떡 전문점 14.9% 순으로 나타남
- **(한 번에 두 팩 이하 소용량 구입)** 한 번에 구입하는 떡의 양은 200g 소용량 2팩 이하가 79.0%(2팩 45.6%, 1팩 33.4%)로 떡을 간식용으로 소량씩 구입해 먹는 것으로 보이며, 이는 변화한 소비트렌드를 반영함
- **(떡 개선사항-식감유지 > 국산원재료 > 다양한 맛의 개발 순)** 떡 섭취시 불편사항으로 떡이 쉽게 굳음으로 인한 식감 저하(29.4%), 떡의 유통기한 짧음(17.9%), 보관의 어려움(14.4%) 등 떡 고유의 식품 특성으로 인한 보관 및 유통상의 불편함에 대한 응답이 상대적으로 높게 나타남
 - 이에 따라 떡에 대한 개선사항으로 시간이 지나도 식감이 유지되는 제품



개발(19.0%), 국산 원재료 비중 높임(11.4%), 다양한 맛의 개발(.3%), 유통 기한을 늘릴 수 있는 제품 개발(8.1%) 등이 나타남

5. 해외시장 동향

- **(한류의 영향과 함께 떡볶이에 대한 인기 상승)** 한국의 떡이 무엇인지 모르는 국가도 존재하지만 해외로 떡의 수출은 점점 증가하고 있으며, 수출하는 떡은 주로 가공떡(떡국떡, 떡볶이떡 등)으로 한류의 영향과 함께 떡볶이에 대한 인기가 상승하면서 떡볶이떡의 수출이 증가함
- **(미국 - 한국 고유의 전통식품인 떡에 대한 인지도 낮음)** 미국의 경우 한국의 떡이 무엇인지 모르는 경우가 대부분임. 그러나 미국으로 떡 수출은 2010년 699톤(262만6천 달러)에서 2014년 1,188톤(403만5천 달러)으로 꾸준히 증가하고 있으며, 수출량 기준 연평균 14.2% 증가함.
 - 떡국떡과 떡볶이떡은 미국 현재 생산품과 한국에서 수출한 제품이 한인마켓과 온라인을 통해 유통되고 있으며, 전통떡류는 가격경쟁력 등의 이유로 현지에서 직접 생산하여 한인마켓을 중심으로 판매하고 있음
- **(일본 - 떡은 자국 내에서 생산하여 소비)** 일본인은 자국 식품에 대한 신뢰도가 높은 편이며, 떡 역시 자국 내에서 생산하여 소비하는 경향이 높음
 - 2013년 기준 일본의 모찌떡 1인당 연간 구매량은 799g이며, 평균 구매 단가는 kg 당 7.1달러임
 - 일본 화과자 중 떡(생과자, 수분함량 40% 이상)의 종류로 모찌 다이후쿠, 당고 등이 있으며, 일본에서 유통되고 있는 가공떡은 찹쌀로만 만든 떡이 많음
- **(중국 - 가공떡 유통)** 중국 내 유통되는 가공떡 제품으로 우리나라 가래떡과 비슷한 니엔가오, 소를 넣고 만든 탕위안, 기름에 튀긴 츠바 등이 가공식품 형태로 포장되어 판매되고 있음
 - 중국으로 떡 수출 현황은 2010년 157톤(128만4천 달러)에서 2014년 881톤(237만4천 달러)으로 증가함. 우리나라에서 해외로 주로 수출하는 품목인 가래떡, 떡볶이떡 등이 중국에서도 유통되고 있으며, 현지에서 직접 생산 판매하는 제품도 다수 존재함

제 1 장

가공식품 세분시장 조사 개요

제1절 조사 배경 및 목적

제2절 조사 대상 및 방법





제 1 절 조사 배경 및 목적

- 식품 시장이 지속적으로 성장하고 식품에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 가공식품 시장에 대한 기초 자료 수요는 꾸준히 증가하고 있음
 - 농식품에 기반한 가공식품은 일반 소비재와는 달리 소비자들의 구매 및 이용특성에 민감하게 반응하는 특징이 있음
 - 또한 가공식품 산업의 원활한 육성 및 지원을 위해 품목별 정의 및 분류, 특성 파악이 필요함
 - 따라서 가공식품 시장의 전반적인 기초 통계자료 외에 소비자들의 구매 및 소비 특성을 분석한 자료가 필요함
 - 더불어 기존 제조 및 소비 시장의 관점을 종합적으로 고려한 시장을 정의함으로써 생산자 및 구매자 모두에게 일관성 있는 정보 제공이 이루어져야 함
- 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 데이터를 기반으로 폭 넓고 깊이 있게 분석하였으며, 가공식품 전문가의 의견 수렴 및 검토를 통해 수요자 니즈에 부합하는 콘텐츠를 구성함
 - 본 조사의 활용 가치로는 첫째, 가공식품과 관련된 이해관계자들에게 실질적인 가치를 제공할 수 있는 정보를 제공함
 - 둘째, 정보 수집이 어려운 중소기업에게 생존을 위한 전략 수립의 기초 자료가 될 수 있는 정보를 제공함
 - 마지막으로 농식품 유관기관의 가공식품 관련 정책에 직·간접적으로 활용될 수 있도록 함

제 2 절 조사 대상 및 방법

1. 조사 대상

- 조사대상 품목은 총 20개이며, 이번 품목은 ‘떡’ 임

[표 1-1] 조사 대상

면류	다류	소스류 및 드레싱류	음료류
버터 및 치즈	냉동식품	즉석섭취·조리식품	즉석밥
된장	간장	고추장	주류
조미향신	원물간식	환자식	한과류
떡류	식육/어육/알가공품류	영유아식	체중조절식품

2. 조사 방법

- 조사 방법은 크게 문헌조사와 소비자 조사로 이루어짐

1) 문헌조사

- 국내 주요 문헌자료는 식품의약품안전처의 식품공전과 식품 및 식품 첨가물 생산실적, 농림축산식품부/한국농수산물유통공사의 식품원료소비실태조사, 한국농수산물유통공사의 식품산업통계정보(aTFIS)를 활용함



- 품목 정의는 식품공전을 활용하여 품목군의 제조 및 시장 기준 정의와 국내에 출시되고 있는 제품을 살펴봄
- 시장규모는 원료, 생산, 출하, 유통, 소비 측면에서 살펴봄. 원료는 식품원료 소비실태조사, 생산 및 출하는 식품 및 식품첨가물 생산실적, 유통 및 소비는 식품산업통계정보와 일부 식품원료소비실태조사, 산업 및 언론 리포트/기사, 전문가 인터뷰를 활용함

2) 소비자 조사

- 소비자조사는 품목군별 구매 및 소비 특성을 파악하기 위한 목적으로 전문조사업체에 의뢰하여 온라인조사로 실시함
- 떡을 구입한 경험이 있는 20대~50대 남녀 500명을 대상으로 조사를 실시하였으며, 성별 분포는 남성 200명, 여성 300명, 연령 계층별 분포는 20대 80명(16.0%), 30대 140명(28.0%), 40대 140명(28.0%), 50대 140명(28.0%)임
- 표본오차는 95%의 신뢰수준에서 ±4.4%임
- 주요 조사 내용은 구매 및 소비 특성과 관련한 전반적인 문항임

[표 1-2] 소비자 조사 개요

조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> ○ 떡을 구입한 경험이 있는 20대~50대 남녀 500명 성별 - 남성 200명(40%) 여성 300명(60%) 연령 - 20대 : 80명(16.0%) <li style="padding-left: 20px;">- 30대 : 140명(28.0%) <li style="padding-left: 20px;">- 40대 : 140명(28.0%) <li style="padding-left: 20px;">- 50대 : 140명(28.0%)
조사 방법	<ul style="list-style-type: none"> ○ 온라인 조사
조사 시기	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2015년 11월 30일 ~ 12월 4일
주요 조사 내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 떡 선호도 ○ 자주 구입하는 떡 ○ 선호하는 부재료 ○ 구입 고려 속성 ○ 구입 빈도 ○ 구입 용량 ○ 구입 용도 ○ 소비 특성 ○ 전통식품관련 인증마크 제품 구입 경험 ○ 떡 섭취 시 불편사항 ○ 향후 이용을 위한 개선 사항 등

제 2 장 떡류 개요

제1절 떡의 정의 및 역사

제2절 떡 가공기준 및 제조방법

제3절 떡 관련 인증제도





제 1 절 떡의 정의 및 역사

1. 떡의 정의

- 떡은 전통식품으로 원료 및 제조방법 등에 따라 다양한 종류가 존재하지만 식품공전, 전통식품 표준규격 상에 명시된 떡의 정의는 다음과 같음

1) 식품공전¹⁾의 정의

- 가공식품 제조 기준인 식품공전에 의하면 떡류는 ‘빵 또는 떡류’의 하나의 유형임. 빵 또는 떡류라 함은 밀가루, 쌀가루, 찹쌀가루, 감자가루 또는 전분이나 기타 곡분 등을 주원료로 하여 이에 다른 식품 또는 식품첨가물을 가하여 제조특성에 따라 가공한 것으로 빵류, 떡류, 만두류를 말함
 - 빵 또는 떡류에는 빵류, 떡류, 만두류 세 가지 유형이 있음
- 식품공전에서 떡류는 쌀가루, 찹쌀가루, 감자가루 또는 전분이나 기타 곡분 등을 주원료로 하여 이에 식염, 당류, 곡류, 두류, 채소류, 과일류 또는 주류 등을 가하여 반죽한 것 또는 익힌 것을 말함

[표 2-1] 떡류의 정의

식품공전상의 유형	정의
떡류	쌀가루, 찹쌀가루, 감자가루 또는 전분이나 기타 곡분 등을 주원료로 하여 이에 식염, 당류, 곡류, 두류, 채소류, 과일류 또는 주류 등을 가하여 반죽한 것 또는 익힌 것을 말함

※ 식품공전, 식품의약품안전처, 2015.06.11.개정고시

2) 전통식품 표준규격²⁾의 정의

- 전통식품 표준규격에는 약식(T013), 가래떡(T031), 중편(T059), 새알심(T060), 찌는떡(T062), 치는떡(T063), 삶는떡(T067) 총 7가지 종류가 기재되어 있음

1) 식품공전, 식품의약품안전처, 2015.06.11.개정고시

2) 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원, 2013.8.

제2장 떡류 개요

○ 각 품목별로 정의된 내용은 다음과 같음

[표 2-2] 전통식품 표준규격에 명시된 떡류의 정의

규격 번호	품목명	적용범위	종류	주원료
T013	약식	국내산 찹쌀을 주원료로 하고 밤, 대추, 잣, 설탕, 소금, 참기름 등을 혼합하여 증숙하고 성형한 약식	-	쌀, 밤, 대추, 잣, 호두, 땅콩
T031	가래떡	국내산 쌀을 원료로 하고 이에 식염, 물 등을 가하여 증자, 압출성형, 냉각, 절단 등의 과정을 거쳐 제조된 가래떡	떡국떡, 떡볶이떡, 조랭이떡	쌀, 식염
T059	증편	국내산 쌀을 주원료로 하여 이에 탁주, 식염, 효모, 물 등을 가하고 발효한 다음 일정한 크기와 모양으로 성형하여 고명을 얹거나 얹지 않고 증숙, 포장 등의 공정을 거쳐 제조한 증편	-	쌀
T060	새알심	국내산 쌀을 주원료로 하여 이에 식염, 물, 등을 가하여 증자, 성형, 냉각, 포장 등의 공정을 거쳐 제조한 새알심	-	쌀
T062	찌는 떡	증편을 제외한 국내산 쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음, 한무리로 또는 고물을 켜켜로 얹어 증숙하여 일정한 모양으로 만든 찌는 떡	설기떡류, 켜떡류, 메시루떡, 찰시루떡, 송편류, 기타 찌는 떡	찹쌀, 멬쌀, 식염, 두류, 기타 곡류, 과실류, 채소류
T063	치는 떡	가래떡을 제외한 국내산 쌀 또는 차좁쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 찰지게 한 다음, 소를 넣거나 넣지 않고 일정한 모양으로 만들어 그대로 또는 고물을 입혀 만든 치는 떡	인절미류, 절편류, 흰떡류, 개피떡류, 단자류, 기타 치는 떡	찹쌀, 멬쌀, 차좁쌀, 식염, 두류, 기타 곡류, 과실류, 채소류
T067	삶는 떡	국내산 쌀가루, 차초 및 차수수가루 등을 반죽하여 빚거나 안에 소를 넣어 일정한 모양으로 만들어 삶아 고물을 묻힌 떡	경단류, 잡과편, 산약병, 기타 삶는 떡	찹쌀, 멬쌀, 차좁쌀, 식염, 기타곡류, 두류, 과실류, 채소류

※ 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원, 2013.8.

2. 떡의 역사

- 청동기 유적지에서 떡을 만들던 도구들이 출토된 것으로 미루어볼 때, 떡의 기원은 농경의 시작과 함께 이루어졌을 것으로 추정됨. 삼국시대 이전에는 쌀보다는 조, 수수, 콩, 보리 같은 잡곡류로 만든 떡을 즐겼을 것으로 추정되며 통일신라시대에 이르러 쌀을 재료로 하는 떡이 보편화 되었다고 보고 있음
- 고려시대 때에는 불교가 발전하며 다식(茶食)문화가 발달하였는데, 차와 함께 떡과 한과를 곁들여 먹었음. 고려시대 때 대표적인 떡으로는 밤과 찹쌀가루, 꿀물을 주재료로 한 ‘고려율고(高麗栗糕)’가 있음
- 떡의 종류 및 재료법을 기록한 책은 조선시대 이후로 활발히 출간되었으며 궁중 의궤(儀軌)에는 잔치에 올려 졌던 떡의 종류를 연대별로 기록하고 있으며, 각 재료와 분량을 상세히 적어놓고 있음

1) 고전 문헌에 나타난 떡³⁾

- 『삼국사기』에 유리왕과 탈해가 서로 왕위를 사양하다 떡을 깨물어 생긴 잇자국의 수가 많은 유리가 왕이 되었다는 기록이 존재함
- 떡에 관한 문헌은 대부분 조선시대 중기 이후에 쓰였음. 떡류만을 위한 책이라기보다는 우리나라의 음식들의 조리법을 소개한 책 중 떡 부분이 삽입되어 있는 경우가 많음
 - 1670년경 출간된 『음식지미방(飲食知味方)』은 한글로 된 최초의 요리 서적이며, 안동 장씨부인이 옛날부터 전해 내려오거나 스스로 개발한 요리법을 기록한 서적임. 상화법, 증편법, 잡과편법, 밤설기법, 석이편법, 인절미 굽는 법 등 떡 제조 과정이 기록되어 있음.
 - 1809년 빙허각 이씨가 쓴 가정대백과 전서인 『규합총서(閩閩叢書)』의 ‘주식의편’에 요리편을 소개하고 있으며, 백령조화고, 백설고, 전권병, 두툰떡 등 28종의 떡이 기록되어 있음⁴⁾

3) 우리 떡 이야기, 농촌진흥청, 2011

4) 「규합총서(閩閩叢書)」에 수록된 떡의 종류 및 조리법에 대한 고찰, 김준희 외 2명, 한국식품영양학회지, 2012.12

2) 떡류 산업의 발전과정⁵⁾

- 궁중과 민간에서 자급자족 해왔던 떡류는 20세기 초 도정·제분업이 발달하면서 산업화가 시작됨. 지역별로 고장만의 특색 있는 떡을 판매하기 시작했음
 - 6·25전쟁 이후 미국의 밀가루 원조로 제분·제빵 산업이 발전하게 된 반면에, 떡은 제사상과 혼례 등 특별한 날에만 만들어 먹었음. 1960년대 쌀 생산량이 증가하면서 떡은 다시 재래시장의 중요 품목으로 자리 잡았고, 특정 떡만 생산하는 떡 전문 생산업체가 나타나기 시작함
 - 1970년대 도시화가 진행되면서 떡은 집에서 만들어 먹는 것에서 방앗간이나 떡 전문점에서 사먹는 식품으로 인식이 변화함. 하지만 여전히 재래시장을 중심으로 한 소규모 업체가 중심을 이룸
 - 1980년대 국민 소득 수준 향상에 따라 떡 소비도 증가하였음. 1990년대 초부터 대형 할인점 등의 유통채널이 추가되어 떡의 유통 및 판매가 다양화 됨
 - 2000년대 이후 식품산업 소비 트렌드가 ‘웰빙’ 과 ‘전통으로 이동하고, 슬로푸드에 대한 관심이 높아지며 국내 떡 소비가 늘고 있음. 2002년도 1,133억 원이던 떡류 생산액이 2014년엔 4,639억 원으로 약 4배 가량 증가함⁶⁾
 - 또한 2000년대 들어 쌀가루 믹스, 떡 카페 등 소비자들이 떡을 쉽게 접할 수 있게 되었음. 2006년 삼립식품이 떡 프랜차이즈 사업 ‘빛은’ 으로 떡류 시장에 진출하였고, 풀무원, 제일제당 등에서 가공떡(떡국떡, 떡볶이떡) 제품을 생산 판매하여 전체 떡시장은 성장하는 중임
 - 2011년 전통떡, 2014년 떡국떡 및 떡볶이떡이 중소기업적합업종에 선정됨에 따라 대기업의 사업 확장과 진입 자제 등이 권고됨. 직접 제조는 대기업의 시설 확장과 신규시장 진입 자제를 권고하고, 기존 대기업의 OEM⁷⁾ 생산은 직접 제조로 전환 불가능함

5) 우리 떡 이야기, 농촌진흥청, 2011

6) 2002, 2014년도 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

7) OEM(Original equipment manufacturing, 주문자 상표 부착 생산) : 판매회사가 제품 생산회사에 의뢰하여 반제품 또는 완제품을 납품받아 판매하는 경우 판매 회사가 요구하는 제품 상표로 제품을 출고하도록 하는 제조 및 생산 방식 (농업용어사전, 농업진흥청, 2015.11.26. 기준)

3. 떡의 영양

1) 떡의 영양학적 성분

□ 떡의 주재료인 쌀에는 인체의 주요한 열량 공급원인 당질과 풍부한 식이섬유 등이 함유되어 있음. 또한 두류, 견과류, 과일류, 채소류, 종실류 등을 배합하여 영양적 균형을 맞춘 떡은 식사대용으로도 좋음

[표 2-3] 떡의 영양소 함유량(100g 기준)

구분	열량 (Kcal)	수분 (g)	단백질 (g)	지질 (g)	탄수화물		회분 (g)	칼슘 (mg)	인 (mg)	철 (mg)	칼륨 (mg)	나트륨 (mg)	비타민		
					당질 (g)	섬유소 (g)							B1 (mg)	B2 (mg)	niacin (mg)
시루떡	217	45.2	5.5	0.6	47.5	4.4	1.2	18	88	6.3	201	278	0.14	0.08	0.6
백설기	238	42.6	3.6	0.4	52.5	0.6	0.8	7	41	1.4	33	289	0.03	0	0.2
무지개떡	229	42.4	3.5	0.3	53	0.2	0.8	10	41	1.4	32	277	0.04	0.04	0.3
쑥설기	242	39.3	4.3	0.3	55.6	-	0.5	3	62	1	28	33	0.06	0.02	8.1
증편	201	51.4	2.7	0.3	44.8	0.6	0.8	7	33	0.2	26	264	0	0	0.7
검정콩송편	200	49.8	6.9	0.8	41.2	-	1.3	20	79	1	179	463	0.04	0.02	0.6
깨송편	209	48.7	3.5	1.4	45.6	-	0.8	19	52	1.1	36	215	0.04	0.01	0.4
팥송편	200	49.5	5.4	0.4	43.6	-	1.1	5	62	0.5	108	466	0.04	0.02	0.8
가래떡	217	47.6	3.8	0.3	47.5	0.6	0.7	6	43	1.6	27	237	0.02	0	0.1
흑미가래떡	209	48.1	3.5	0	47.8	-	0.6	8	52	1.3	46	226	0.05	0.02	0.9
개피떡	207	48.7	4.3	0.8	45.6	-	0.6	17	44	1.2	29	155	0.05	0.04	0.5
쑥개피떡	206	48.8	4.5	0.8	45.2	-	0.7	24	46	1.8	46	157	0.05	0.04	0.5
꿀떡	218	45.7	3.8	0.8	48.9	3.1	0.8	20	42	4.3	45	251	0.1	0.01	0.2
절편	201	51.3	3.6	0.3	43.9	0.4	0.8	10	39	2.5	31	266	0.01	0	0.1

※ 국가표준식품성분표 제8개정판, 농촌진흥청 국립농업과학원, 2011.

2) 떡 재료의 영양학적 성분

- 곡류(참쌀, 멥쌀, 현미 등) 외에도 두류(콩, 팥, 녹두 등), 견과류(잣, 호두, 밤 등), 과일류(사과, 감, 대추 등), 채소류(쑥, 단호박, 당근 등), 종실류(참깨, 흑임자 등) 등 떡에 사용되는 다양한 재료는 필수 영양소를 보충함으로써 영양적 가치를 높임

[표 2-4] 떡 재료의 영양소 함유량(100g 기준)

구분	열량 (Kcal)	수분 (g)	단백질 (g)	지질 (g)	탄수 화물 (g)	회분 (g)	칼슘 (mg)	인 (mg)	철 (mg)	비타민					
										A (μ g)	B1 (mg)	B2 (mg)	niacin (mg)	섬유소 (g)	
곡류	참쌀	373	9.6	7.4	0.4	81.9	0.7	4	151	2.2	0	0.14	0.08	1.6	0.7
	멥쌀	372	10.8	6.4	0.5	81.6	0.4	4	140	0.4	0	0.11	0.04	1.5	0.3
	밀	333	10.6	10.6	1	75.8	2	52	254	4.7	0	0.43	0.12	2.4	2.2
두류	콩	420	9.7	36.2	17.8	30.7	5.6	245	620	6.5	0	0.53	0.28	2.2	5
	팥	356	8.9	19.3	0.1	68.4	3.3	82	424	5.6	0	0.54	0.14	3.3	4.7
	녹두	354	10.9	22.3	1.5	62	3.3	100	335	5.5	72	0.4	0.14	2	4.6
견과류	잣	665	3.4	14.7	2.1	68.2	11.6	10	18	560	5.8	0.56	0.18	3.6	1
	호두	663	3.5	15.4	66.7	12.6	1.8	92	332	2.2	22	0.24	0.09	101	2.8
	밤	167	57.8	3.2	0.6	37.1	1.3	28	68	1.6	45	0.25	0.08	1	1.3
과일류	곶감	247	30.1	2.2	0.2	66	1.5	28	65	1.3	295	0.02	0.01	0.8	2.8
	대추	90	73.6	2.2	0.1	22.8	1.3	28	45	1.2	13	0.04	0.05	0.6	0.7
채소류	쑥	84	71.9	5.3	0	20	2.8	230	65	4.3	3,982	0.12	0.32	0.8	4.7
	단호박	70	79	1.7	0.2	18	1.1	4	37	0.4	4,018	0.03	0.04	0.3	1.1
종실류	참깨	569	4.8	20.5	49.2	21.2	4.3	1,060	546	10.4	15	0.65	0.15	5.1	0

※ 국가표준식품성분표 제8개정판, 농촌진흥청 국립농업과학원, 2011.

1) 생것, 마른 것 기준임 / 비타민 A는 베타카로틴임

4. 떡의 종류

□ 떡의 재료 및 제조 방법 등에 따라 떡의 종류는 다양하지만 식품공전 해설서 및 전통식품 표준규격에서는 크게 찌는 떡, 치는 떡, 삶는 떡, 지지는 떡 등으로 구분하여 떡의 종류를 명시함

[그림 2-1] 떡의 종류 및 유통 형태⁸⁾

떡의 구분	식품공전 해설서	전통식품 표준규격	시중 떡 유통 형태
찌는 떡	시루떡 (증병)	<p>찌는 떡 : 설기떡류, 켜떡류, 메시루떡, 찰시루떡, 송편류, 기타 찌는 떡</p> <p>약식 증편</p>	<p>상온 또는 냉동 상태로 재래시장 떡집, 프랜차이즈 떡집, 떡 카페, 온라인 떡 쇼핑몰 등에서 판매</p>
치는 떡	쳐서 찌는 떡 (도병) : 인절미, 흰떡, 절편, 개피떡 등	<p>가래떡 : 떡국떡, 떡볶이떡, 조랭이떡</p>	<p>주정·진공 포장하여 냉장·냉동·건조·즉석 제품 등으로 일반 소매채널 유통</p> <p>상온 또는 냉동 상태로 재래시장 떡집, 프랜차이즈 떡집, 떡 카페, 온라인 떡 쇼핑몰 등에서 판매</p>
		<p>치는 떡 : 인절미류, 절편류, 흰떡류, 개피떡류, 단자류, 기타 치는 떡</p>	
삶는 떡	단자류	<p>삶는 떡 : 경단류, 잡과편, 산약병, 기타 삶는 떡</p>	
지지는 떡	지지는 떡 (전병) : 화전, 주전, 부꾸미 등		

8) 영세규모 떡집은 대부분 즉석판매제조가공업으로 B2B 유통이 안되고, 전통떡을 제조하여 일반소비자에게 직접 판매함. 떡국떡, 떡볶이떡 등은 식품제조업체에서 주정·진공 포장하여 냉장·냉동 제품 등으로 일반 소매채널로 유통하는 경우가 많음

1) 식품공전 해설서에 명시된 떡의 종류

- 식품공전 해설서에서 떡류의 종류를 시루떡(증병), 처서 찌는 떡(도병), 단자류, 지지는 떡(전병)으로 설명함. 이를 업계는 시루떡은 찌는 떡으로, 처서 찌는 떡은 치는 떡으로, 단자류는 삶는 떡으로 통용하고 있음
 - 시루떡(증병) : 떡 중에서 가장 먼저 만들어진 떡의 기본형이다. 곡물을 가루로 하여 시루에 안치고 솥 위에 얹어 증기로 찌냄
 - 처서 찌는 떡(도병) : 찹쌀은 그대로 찌고 떡은 가루로 하여 물을 주어서 찌내어 더울 때에 절구나 안반에 처서 끈기가 나게 한 떡으로 인절미, 흰떡, 절편, 개피떡 등이 있음
 - 단자류 : 찹쌀가루를 물을 내려서 찌거나, 익반죽하여 반대기를 만들어 끓는 물에 삶아내어 파리가 일도록 처서 적당한 크기로 빗거나 썰어서 고물을 묻힘
 - 지지는 떡(전병) : 지지는 떡은 찹쌀이나 찰곡식의 가루를 익반죽하여 모양을 빗어 기름에 지지는데, 화전, 주전, 부꾸미가 있음

[표 2-5] 식품공전 해설서에 명시된 떡 종류

구분	종류	설명
시루떡 (증병)	시루떡	가장 먼저 만들어진 떡의 기본형 떡임. 곡물을 가루로 하여 시루에 안치고 솥 위에 얹어 증기로 찌냄
처서 찌는 떡 (도병)	인절미, 흰떡, 절편, 개피떡 등	찹쌀은 그대로 찌고 떡은 가루로 하여 물을 주어서 찌내어 더울 때에 절구나 안반에 처서 끈기가 나게 한 떡
단자류	단자류	찹쌀가루를 물을 내려서 찌거나, 익반죽하여 반대기를 만들어 끓는 물에 삶아내어 파리가 일도록 처서 적당한 크기로 빗거나 썰어서 고물을 묻힌 떡
지지는 떡 (전병)	화전, 주전, 부꾸미	찹쌀이나 찰곡식의 가루를 익반죽하여 모양을 빗어 기름에 지지는 떡

※ 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012. 12.

- 1) 식품공전에는 품목군이 ‘빵 또는 떡류’로 되어 있으며, 식품유형 떡류의 정의만 명시하고 있으며, 식품공전 해설서에 떡의 종류 중 일부를 설명하고 있음

2) 전통식품 표준규격에 명시된 떡의 종류

- 전통식품 표준규격에서 떡류의 종류는 약식, 가래떡, 증편, 새알심, 찌는 떡, 치는 떡, 삶는 떡으로 설명함
 - 약식, 증편, 가래떡(떡국떡, 떡볶이떡, 조랭이떡), 새알심
 - 찌는 떡 : 설기떡류, 쪄떡류, 메시루떡, 찰시루떡, 송편류, 기타 찌는 떡
 - 치는 떡 : 인절미류, 절편류, 흰떡류, 개피떡류, 단자류, 기타 치는 떡
 - 삶는 떡 : 경단류, 잡과편, 산약병, 기타 삶는 떡

[표 2-6] 전통식품 표준규격에 명시된 떡 종류

품목명	떡의 종류	설명
약식	약식	국내산 찹쌀을 주원료로 하고 밤, 대추, 잣, 설탕, 소금, 참기름 등을 혼합하여 증숙하고 성형함
가래떡 (치는 떡)	떡국떡	국내산 쌀을 침지, 분쇄, 증자하여 둥근막대형으로 늘인 것을 편절하여 만든 것으로 주로 떡국에 사용하는 것을 말함
	떡볶이떡	국내산 쌀을 침지, 분쇄, 증자하여 둥근막대형으로 늘인 것을 일정한 길이로 절단하여 만든 것으로 주로 떡볶이에 사용하는 것을 말함
	조랭이떡	국내산 쌀을 침지, 분쇄, 증자하여 둥근막대형으로 늘인 떡의 가운데를 잘록하게 눌러 성형한 조롱박 모양의 것을 말함
증편 (찌는 떡)	증편	국내산 쌀을 주원료로 하여 이에 탁주, 식염, 효모, 물 등을 가하고 발효한 다음 일정한 크기와 모양으로 성형하여 고명을 얹거나 얹지 않고 증숙, 포장 등의 공정을 거쳐 제조함
새알심	새알심	국내산 쌀을 주원료로 하여 이에 식염, 물, 등을 가하여 증자, 성형, 냉각, 포장 등의 공정을 거쳐 제조함
찌는 떡	설기떡류	국내산 멥쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음, 고물을 넣고 한무리로 증숙하여 일정한 모양으로 만든 떡으로, 백설기, 콩시루떡, 무시루떡, 감설기떡, 썩시루떡, 밤설기떡, 행병, 도병, 당귀병, 국화병, 상자병 등을 말함
	쪄떡류	국내산 찹쌀이나 멥쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음, 팔고물이나 거피한 고물 등을 쪄켜로 얹어 증숙하여 일정한 모양으로 만든 떡을 말함
	메시루떡	국내산 멥쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음, 팔고물이나 거피한 고물 등을 쪄켜로 얹어 증숙하여 일정한 모양으로 만든 떡으로, 붉은팔고물시루떡, 거피팔고물시루떡, 물호박떡, 상치떡, 느티떡 등의 고물을 넣고 쪄로 만들어 찌는 메시루떡과 백편, 꿀편, 승검초편, 석의편 등의 고물없이 쪄를 얇게 해서 찌는 메시루편 등을 말함
	찰시루떡	국내산 찹쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음, 잘라서 물에 불린 호박고지를 섞거나 또는 섞지 않고 팔고물이나 거피한 고물 을 쪄켜로 얹어 증숙하여 일정한 모양으로 만든 떡으로, 찹쌀가루를 얇게 안치고 고물을 쪄켜로 얹어 찌는 찰시루떡, 두텁떡 등의 찰시루떡과, 깨나 녹두 또는 밤, 대추, 검은콩, 팥, 호두, 잣 등을 찹쌀가루에 섞어 매편과 같이 찌는 찰시루편 등을 말함

제2장 떡류 개요

품목명	떡의 종류	설명
	송편류	국내산 쌀을 물에 불려 가루로 만든 다음 그대로 또는 송기, 썩, 모시잎 등을 넣어 송편 반죽을 만들고 녹두, 깨, 팥콩, 밤, 대추 등의 소를 넣어 빚은 후 솔잎을 깔고 찐 떡을 말함
	기타 찌는 떡	(설기떡류), (켜떡류) 및 (송편류) 이외의 찌는 떡을 말함
치는 떡	인절미류	국내산 찹쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 매우 치거나 교반하여 찰지게 한 다음, 일정한 모양을 만들어 그대로 또는 콩가루 등의 고물을 입힌 것으로 인절미, 썩인절미, 차조인절미 등을 말함
	절편류	국내산 멥쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 매우 치거나 교반하여 찰지게 한 다음, 일정한 크기로 잘라 떡살 등으로 눌러 모양을 만든 것으로 흰절편, 썩절편, 송기절편 등을 말함
	흰떡류	국내산 멥쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 매우 치거나 교반하여 찰지게 한 다음, 일정한 크기로 길게 만든 것을 말하며 가래떡이라고도 함
	개피떡류	국내산 멥쌀을 물에 불려 가루로 만들거나 또는 그대로 증숙하여 매우 치거나 교반하여 찰지게 한 다음, 소를 넣고 접어서 일정한 크기로 성형한 것으로 바람떡이라고도 하며 개피떡, 썩개피떡, 송기개피떡 등을 말함
	단자류	국내산 찹쌀을 물에 불려 그대로 가루로 만들거나 석이, 승검초 등의 부재료를 가하여 함께 가루로 만들어 반죽하고 찌거나 삶아 찰지게 하여 팥, 밤가루 등의 소를 넣거나 넣지 않고 일정한 모양을 만들어 잣가루, 밤가루, 팔고물 등을 입힌 석이단자, 썩단자, 밤단자, 승검초단자, 각색단자, 도행단자, 유자단자, 토란단자, 밥단자, 건시단자, 배피떡, 오쟁이떡 등을 말함
	기타 치는 떡	(인절미류), (절편류) 및 (흰떡류), (개피떡류), (단자류) 이외의 치는 떡을 말함
삶는 떡	경단류	국내산 쌀가루, 차조 및 차수수가루 등을 반죽하여 빚거나 일정한 모양으로 만들어 삶아 고물을 묻히거나, 찌서 찰지게 하여 일정한 모양을 만들어 고물을 묻힌 것으로 콩가루경단, 감자경단, 계피경단, 깨경단, 밤경단, 썩경단, 팔경단, 삼색채경단, 차수수경단, 오메기떡 등을 말함
	잡과편	국내산 쌀가루를 물에 불려 반죽하고 일정한 모양으로 만들어 삶은 다음 쳐서 찰지게 하거나, 찌서 찰지게 하여 일정한 모양을 만들어 잣을 넣고 꿀을 바른 뒤 대추채, 밤채, 꽃감채, 잣가루 등으로 만든 고물을 입힌 떡을 말함
	산약병	국내산 쌀가루에 마가루를 섞어 꿀로 반죽하여 동글게 모양을 만들어 삶은 다음, 또는 찌서 찰지게 하여 일정한 모양을 만들어 꿀을 묻힌 떡을 말함
	기타 삶는 떡	(경단류), (잡과편) 및 (산약병) 이외의 삶는 떡을 말함

※ 전통식품 표준규격, 국립농산물품질관리원, 2013.8.

3) 유통방식 차이에 따른 떡의 분류

- 떡류를 유통방식에 따라 크게 재래시장 유통 떡류, 프랜차이즈 유통 떡류, 가공 떡류로 구분함
 - 재래시장 유통 떡류는 제조공정에 따른 전통 떡류 4종(찌는떡, 치는떡, 삶는떡, 지지는떡)을 모두 포함하며, 직접 제조하여 소비자에게 직접 판매함
 - 재래시장 유통떡류 제조업체는 대부분 즉석판매제조·가공업체로 기존에는 영업장 내에서 판매하는 것만 가능했으나 2014년 10월 30일 식품위생법 시행규칙이 개정⁹⁾되어 소비자가 요청할 경우 떡의 배달 판매가 가능해짐. 이에 따라 전통시장 내 위치한 떡 제조업체는 유선을 통한 주문 판매나 인터넷 주문을 통한 온라인 판매가 가능해짐
 - 프랜차이즈 유통 떡류는 재래시장 유통 떡류에서 생산하는 품목에 떡케익 등을 추가한 것으로 삼립식품의 떡 브랜드인 ‘빛은’ 등이 있음
 - 가공 떡류는 떡 제조업체(식품제조업체)의 대량 생산 방식으로 생산되는 제품들로, 냉장·냉동떡, 건조떡, 즉석떡 형태로 유통됨. 주로 떡국떡, 떡볶이떡 등이 가공떡으로 제조되어 일반 소매채널에서 판매됨

[표 2-7] 쌀가공식품 분류 중 떡류의 분류

대분류	중분류	소분류	생산 품목
떡류	재래시장 유통 떡류	전통 떡류	가래떡, 인절미, 절편, 증편 등
	프랜차이즈 유통 떡류	전통떡류, 떡케익	전통 떡류, 떡케익
	가공 떡류	냉장·냉동 떡	주정·진공포장 등으로 냉장·냉동 유통 제품
		건조떡	라면, 국수 등의 즉석제품에 첨부
		즉석 떡류	즉석 열수 조리 가능한 떡

※ 쌀가공식품 분류, 쌀가공식품협회

9) 식품위생법 시행규칙(제57조, [별표 17]), 식품의약품안전처

제 2 절 떡의 가공기준 및 제조방법

1. 떡의 가공기준 및 성분규격

1) ‘식품공전’에 의한 떡의 제조·가공기준 및 규격

- 식품공전에 의한 떡의 제조·가공기준 및 규격은 ‘빵 또는 떡류’를 따르며 그 내용은 다음과 같음
 - 제조·가공기준 : 주정 처리(주정 1% 이상 사용) 제품은 잔류 주정에 의한 품질변화가 없도록 하여야 함
 - 규격 : 떡은 정해진 보존료 이외의 보존료가 검출되지 않아야 하며, 대장균군은 음성이어야 함

[표 2-8] 식품공전 상 떡류의 규격

(1) 성상 : 고유의 향미를 가지고 이마-이취가 없어야 한다. (2) 타르색소 : 검출되어서는 아니 된다(식빵, 카스텔라에 한한다). (3) 삭카린나트륨 : 검출되어서는 아니 된다(떡류, 만두류에 한한다.) (4) 보존료(g/kg) : 다음에서 정하는 것 이외의 보존료가 검출되어서는 아니 된다.	
프로피온산 프로피온산나트륨 프로피온산칼슘	2.5 이하 (프로피온산으로서 기준하며, 빵류에 한한다)
소르빈산 소르빈산칼륨 소르빈산칼슘	1.0 이하 (소르빈산으로서 기준하며, 팥 등 양금류에 한한다)
(5) 황색포도상구균 : 음성이어야 한다(다만, 크림을 도포 또는 충전한 것에 한한다). (6) 살모넬라 : n=5, c=0, m=0/10g(다만, 크림을 도포 또는 충전한 것에 해당된다) (7) 대장균 : 음성이어야 한다(떡류에 한한다.)	

※ 식품공전, 식품의약품안전처, 2015.06.11.(개정고시)

2) ‘전통식품 표준규격’에 의한 떡의 제조·가공기준 및 품질기준

- 전통식품 표준규격에 의한 떡의 제조·가공기준의 내용은 다음과 같음
 - 공장입지, 작업장, 보관시설, 제조설비에 관한 기준이 명시되어 있으며, 제조 공정상 또는 기능의 특수성에 의하여 제조설비를 증감할 수 있음

[표 2-9] 전통식품 표준규격에 의한 떡의 제조·가공기준

구분	제조·가공기준
공장입지	<ol style="list-style-type: none"> 1. 주변 환경에 제품을 오염시키는 오염원이 없고 청결하게 유지되어 있어야 한다. 2. 공장은 독립 건물이나 완전히 구획되어서 식품위생에 영향을 미칠 수 있는 다른 목적의 시설과 구분되어야 한다.
작업장	<ol style="list-style-type: none"> 1. 모든 설비를 갖추고 작업에 지장이 없는 넓이 및 밝기를 갖추어야 한다. 2. 작업장의 내벽은 내수성자재이어야 하며 원료처리장, 배합실 및 내포장실의 내벽은 바닥으로부터 1.5 m까지 내수성자재로 설비하거나 방균 페인트로 도색하여야 한다. 3. 작업장의 바닥은 내수성자재를 이용하여 습기가 차지 아니하도록 하며, 또한 배수가 잘 되도록 하여야 한다. 4. 작업장 내에서 발생하는 악취, 유해가스, 매연 및 증기 등을 환기시키기에 충분한 창문을 갖추거나 환기시설을 갖추어야 하며 창문, 출입구 기타의 개방된 장소에는 쥐 또는 해충, 먼지 등을 막을 수 있는 설비를 하여야 한다. 5. 원료, 기구 및 용기류를 세척하기 위한 세척설비와 청결한 물을 충분히 공급할 수 있는 급수시설을 갖추어야 한다.
보관시설	<p>보관시설은 원료, 자재 및 제품을 적절하게 보관할 수 있고 내구력이 있는 시설이어야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 원료 및 자재 보관시설 원료 및 자재는 종류별로 구분하여 보관이 가능한 면적을 갖추어야 하며, 냉동·냉장을 이용한 보관 시는 정기적으로 일정시각에 온도를 계측하여야 한다. 그리고 보관 중 변질되지 않고 먼지 등의 이물이 부착 또는 혼입되지 않아야 한다. 2. 제품보관시설 제품 보관 중 품질의 변화를 막기 위하여 고온다습하지 않아야 한다.
제조설비	<p>제조 및 가공 중 설비의 불결이나 고장 등에 의한 제품의 품질변화를 방지하기 위하여 직접 식품에 접촉하는 설비의 재질은 불침투성 재질이어야 하며 항상 세척 및 점검관리를 하여야 한다. 그리고 작업장에 설치하여야 할 주요 기계, 기구 및 설비는 다음과 같다.</p> <p>(1)세척설비 (2)침지설비 (3)탈수설비 (4)분쇄설비 (5)배합설비 (6)증자설비 (7)성형설비 (8)냉각설비 (9)절단설비 (10)포장설비</p>

※ 전통식품 표준규격, 국립농산물 품질관리원, 2013.8.

- 전통식품 표준규격에 의한 떡의 원료 및 자재의 기준 내용은 다음과 같음
 - 주원료는 국내산을 사용하여야 하며, 부원료라 하더라도 특정 원료를 제품명으로 사용하는 경우와 특정 원료가 제품에서 차지하는 중량비율이 주원료보다 높은 경우에는 국내산을 사용하여야 함을 명시함
 - 식품첨가물은 사용할 수 없음

[표 2-10] 전통식품 표준규격에 의한 떡의 원료 기준

구분	원료 기준
주원료 및 부원료	(1) 주원료는 국내산을 사용하여야 한다. 또한, 부원료라 하더라도 특정 원료를 제품명으로 사용하는 경우와 특정 원료가 제품에서 차지하는 중량비율이 주원료보다 높은 경우에는 국내산을 사용하여야 한다. (2) 사용할 원료인 찹쌀, 멥쌀, 식염, 두류, 기타 곡류, 과실류, 채소류, 유지 식물류, 당류, 견과류, 한약재 등은 적절한 구매기준을 정하여 그 기준에 적합한 것을 구매하여야 한다. (3) 주원료 중 쌀은 싸라기 및 찌쌀의 가공된 것을 사용하여서는 아니 된다. (4) 주원료 중 쌀은 이물의 혼입을 방지하거나 최소화하기 위해 이물 저감화를 위한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
식품첨가물	식품첨가물을 사용하여서는 아니 된다.
용수	「먹는 물 관리법」의 먹는 물 수질기준에 적합하여야 하며, 수돗물이 아닌 물을 음용수로 사용할 경우에는 공공 시험기관에서 1년마다 음용적합 시험을 받아야 한다. 지하수를 사용하는 경우에는 적합한 수질을 얻기 위해 필요한 경우 정수시설을 설치·운용하여야 하며 정수 필터 등은 주기적으로 교체하고, 청소 등을 실시하여야 한다.
기구 및 용기	「식품위생법」의 기구 및 용기·포장의 기준·규격에 적합하고, 원료와 접촉하는 기구 및 용기류는 세척이 용이한 내부식성 재질이어야 하며, 작업 전후에 위생적으로 세척 또는 살균하여야 한다.

※ 전통식품 표준규격, 국립농산물 품질관리원, 2013.8.

- 전통식품 표준규격에 의한 떡의 품질기준은 다음의 내용에 적합하여야 하며, 아래 표 이외의 요구사항은 『식품위생법』에서 정하는 기준에 적합하여야 함
 - 찌는떡, 치는떡, 삶는떡의 품질기준은 다음과 같음

[표 2-11] 전통식품 표준규격에 의한 떡의 품질 기준

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

※ 전통식품 표준규격, 국립농산물 품질관리원, 2013.8.

- 가래떡(떡국떡, 떡볶이떡, 조랭이떡)의 품질기준은 다음과 같음

[표 2-12] 전통식품 표준규격에 의한 떡의 품질 기준

항목	떡국떡	떡볶이떡	조랭이떡
수분(% , w/w)	45.0 이하	47.0 이하	47.0 이하
무염성회분함량 (% ,w/w)	0.5 이하	0.5 이하	0.5 이하
대장균	음성	음성	음성
성상	고유의 향미와 조직감을 가지며, 이미이취 및 이물이 없어야 하며, 채점기준에 따라 채점한 결과 평균 3점 이상이어야 하며, 1점 항목이 없어야 한다.		

※ 전통식품 표준규격, 국립농산물 품질관리원, 2013.8.

- 전통식품 표준규격에서 떡의 주요 공정별 관리 기준을 제시하고 있으며 찌는 떡의 공정기준은 다음과 같음

[표 2-13] 전통식품 표준규격에 의한 떡의 주요 공정 기준(찌는 떡)

구분	주요 공정별 관리 기준
세척	이물질 등이 충분히 제거되도록 성상, 이물질, 세척횟수 등에 대한 기준을 설정하여 관리하고, 세척 후 세척상태가 양호하며 이취가 없어야 한다.
불림	불린 시간과 불린 온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 불린 쌀은 세척상태가 깨끗하고, 이취가 없어야 하며 불린 상태가 양호하여야 한다. 불림 시 침지수와 실온의 계절별 온도차가 큰 경우에는 최소 하절기와 동절기별로 온도를 별도로 설정하여야 한다.
분쇄	이물이 혼입되지 않도록 관리하여야 한다. 식염 또는 식염수를 투입할 경우 그 배합비율을 관리하여야 한다.
배합	분쇄한 쌀, 고물 등을 배합비율에 따라 이상 유무를 점검한 후 배합순서에 따라 원료를 투입하여야 한다.
증숙	증숙 압력과 시간의 기준을 설정하고 관리하여야 한다. 예) 증숙 시 심부온도 95℃ 이상, 20분 이상
냉각	냉각시간과 냉각온도에 대한 기준을 설정하여 관리하고, 냉각 후 과도한 수분이 잔류하지 않도록 하여야 한다.
성형	규정된 모양의 크기와 중량으로 성형하여야 한다.
포장	포장 시 이물이 혼입되거나, 병원성미생물 등이 오염되지 아니 하도록 위생적으로 관리하여야 한다. 내포장에 사용되는 식물성 식용유지 등은 제품의 성상에 영향을 주지 않는 범위 내에서 최소한으로 사용하여야 한다.
동결	냉동제품인 경우 동결온도에 대한 기준을 설정하고 관리하여야 한다.
기타공정	필요한 경우 상기 이외의 공정에 대해서는 사용설비, 작업방법, 작업상의 유의사항 등을 규정하여 이에 따라 실시하여야 한다.

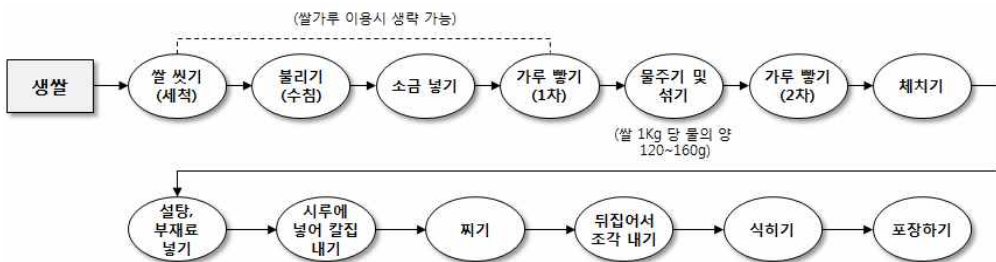
※ 전통식품 표준규격, 국립농산물 품질관리원, 2013.8.

2. 떡 제조 방법

1) 전통 떡(찌는 떡) 제조 방법¹⁰⁾

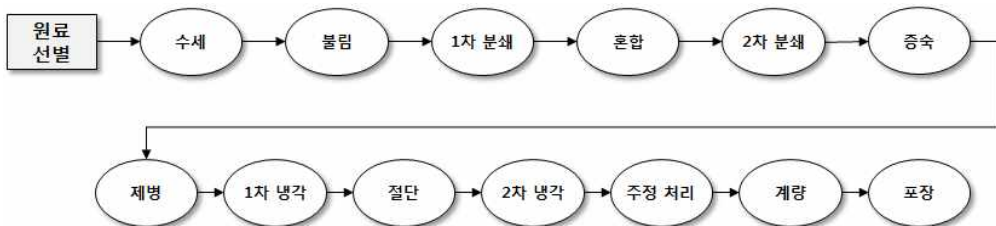
- 떡의 주재료는 멥쌀과 찰쌀이며 재료에 따라 공정이 달라짐. 떡에는 고물과 소 등 다양한 부재료를 필요로 하는 떡 종류가 많으며, 각각의 부재료를 다루는 방법도 떡의 종류마다 상이함
- 기본적인 떡 제조 단계는 쌀 씻기→쌀 불리기→1차 쌀가루 분쇄→물주기→반죽하기→2차 쌀가루 분쇄→부재료 첨가→찌기→포장하기를 거치며, 떡 제조용 습식 쌀가루를 이용하면 앞의 3단계를 생략할 수 있음
 - 제조 방법에 따라 반죽 때 넣는 물의 양이 다르며 떡 종류에 따라 뜨거운 물로 반죽하는 익반죽을 하기도 함

[그림 2-2] 찌는 떡 제조 과정



2) 가공 떡(떡국 떡) 제조 방법¹¹⁾

[그림 2-3] 떡국 떡 제조 과정



10) 떡 제조 기술, 한국 떡 연구회 외, 2008.

11) 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.12.



떡국 떡 제조 방법(세부설명)

1. 원료 선별 : 이물선별기를 이용하여 원료를 이물선별한다.
2. 수세 : 세미기를 통과시켜 세척 및 이물 제거한다.
3. 불림 : 쌀을 물에 넣어 불린다.
4. 1차 분쇄 : 롤러를 이용하여 분쇄한다.
5. 혼합 : 쌀을 제외한 부재료를 용해조에 넣어 혼합.
6. 2차 분쇄 : 롤러를 이용하여 분쇄한다.
7. 증숙 : 증기를 이용하여 증숙한다.
8. 제병 : 스크류, 몰드를 통과하여 모양을 만든다.
9. 1차 냉각 : 제병 후 떡 표면을 냉각시켜 떡의 부착을 방지한다.
10. 절단 : 제품 규격에 따라 절단한다.
11. 2차 냉각 : 냉각수에 침지하여 냉각한다.
12. 주정 처리 : 주정을 분무하여 미생물의 증식을 억제한다.
13. 계량 : 제품별 규격에 따라 중량 계량한다.
14. 포장

※ 식품공전 해설서, 식품의약품안전처, 2012.

제 3 절 떡 관련 인증 제도

1. 전통식품품질인증제도¹²⁾

- 전통식품품질인증제도는 「식품산업진흥법」에 의거 국
내산 농수산물을 주원(재)료로 하여 제조·가공·조리
되어 우리 고유의 맛·향·색을 내는 우수한 전통식품
에 대하여 정부가 품질을 보증하는 제도임
- 전통식품품질인증제도를 통해 생산자에게는 고품질의
제품생산을 유도하고, 소비자에게는 우수한 품질의 우
리 전통식품을 공급하고자 함
- 전통식품품질인증제도의 인증품목으로는 떡(규격번호 T015)을 비롯하여 고
추장, 간장, 식혜, 한과류 등 84가지가 있음
- 전통식품의 품목지정은 농림축산식품부 장관이 국산농산물을 주원료로 제조
·가공되고 예로부터 전승되어 오는 우리 고유의 맛·향 및 색깔을 내는 전
통식품이 개발과 그 계승을 위해 필요하다고 인정하는 품목을 직접 지정하거
나 특별시장·광역시장·도지사의 추천을 받아 지정하여 고시함
- 평가사항으로는 공장입지, 작업장, 제조설비, 원료조달·관리, 주요공정관리,
용수관리, 개인위생, 환경위생, 유통체계, 포장 및 표시의 10여 가지 항목이
있으며, 모두 항목별 배점으로 평가함
- 인증 이후 3년마다 정기적으로 심사를 받아야 하며 위반 시 과태료 부과, 표
시 사용, 판매 정지 등의 페널티가 부과됨
- 2014년 12월31일 현재 떡(가래떡, 찌는떡, 치는떡, 증편, 새알심 등)으로
전통식품 품질인증을 받은 업체는 총 43곳임



12) 전통식품품질인증제도, 농림축산식품부, 2015.6

2. 가공식품산업표준 KS 인증¹³⁾

- 가공식품 표준화(KS)는 1962년 정부가 산업 발전과 소비자 보호를 위해 국내 공산품을 대상으로 제정한 한국산업표준(KS)로부터 시작되었으며 2008년에 법이 개정되어 서비스 및 농수축산물 가공식품 부분까지 확대되었음
- KS를 인가하는 기관은 국립농산물품질관리원이며, 가공식품 표준화를 통해 식품 및 관련 서비스의 표준을 제정·보급함으로써 가공식품의 품질고도화 및 관련 서비스의 향상, 생산기술 혁신을 기하여 거래의 단순·공정화 및 소비를 합리화하고자 함
- 떡의 KS 품목명은 ‘떡류’ 이고 세부품목으로는 ‘떡’, ‘레토르트떡’, ‘냉동떡’ 으로 분류되며, 규격번호는 KS H 2137임.
- 평가사항은 총 7가지이며 표준화일반, 유통관리, 자재의 관리, 공정관리, 제품의 품질관리, 제조설비관리, 검사장비관리 등을 심사함. 사후관리는 시판품 조사와 정기 심사를 통하여 제품에 이상이 생길 시 「산업표준화법」에 의거하여 처리함



3. 식품안전관리인증제도 (HACCP)¹⁴⁾

- HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)은 식품위해요소중점관리기준으로 통칭함. 식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리단계를 거쳐 최종 소비자가 섭취하기 전까지 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 관리하여 식품의 안전성을 확보하기 위한 위생관리 체계임



13) 가공식품 산업표준, 한국식품연구원, 2015.5

14) 식품의약품안전처 한국식품안전관리인증원, (www.haccpkorea.or.kr). (2015.10.30. 기준)

- 2014년 11월부터는 식품위해요소중점관리기준에서 식품안전관리인증기준으로 용어가 변경됨
- 현재 국내 HACCP의 의무적용 대상 식품은 어육가공품(어묵류), 냉동수산식품(어류, 연체류, 패류, 갑각류, 조미가공품), 냉동식품(기타 빵 또는 떡류·면류·일반가공식품의 기타가공품), 빙과류, 집단급식소의 조리식품, 도시락류, 비가열음료, 레토르트 식품 등이 있음
- 떡류 역시 어린이기호식품¹⁵⁾에 속해 의무적용 대상이며, 2015년 10월 30일 기준 HACCP 인증을 받은 떡류 업체는 총 107 곳임
- 떡볶이를 포함한 떡류의 HACCP 의무화는 단계별로 적용됨. 2015년 12월 현재는 매출액 20억원 이상 및 종업원수 51명 이상 업체에만 적용되지만 2020년 12월 1일부터는 종업원수 5인 이하인 업체까지 HACCP 인증을 받도록 해야함

[표 2-14] 떡류(떡볶이 포함)의 HACCP 의무적용 단계

품목	1단계	2단계	3단계	4단계	5단계
적용 시기	2014.12.1. 부터	2016.12.1. 부터	2017.12.1. 부터	2018.12.1. 부터	2020.12.1. 부터
떡류 (떡볶이 포함)	매출액 20억원 및 종업원수 51명 이상	매출액 5억원 및 종업원수 21명 이상	매출액 1억원 및 종업원수 10명 이상	매출액 1억원 및 종업원수 6명 이상	나머지 업소

4. 유기가공식품 인증제도¹⁶⁾

- 유기가공식품 인증제도는 2008년부터 시행한 제도로, 공인받은 인증기관이 가공식품의 사용원료와 제조공정을 심사하여, 그 관리체계가 법의 기준에 부합하다는 것을 보증하는 제품만 인증로고와 유기(농) 명칭을 사용할 수 있게 하는 제도임



15) 어린이기호식품 8개 품목으로는 어육소시지, 과자·캔디류, 음료류, 빵류·떡류(떡볶이 포함), 초콜릿류, 국수·유당면류, 특수용도식품, 즉석섭취식품 등이 있음

16) 국립농산물품질관리원 유기가공식품인증조회(<http://www.agrin.go.kr/>), 2015.10.30. 기준

- 유기가공식품이란 유기농·축산물을 원(재)료로 하여 제조·가공한 식품을 말하는데, 최종 제품 분석만으로는 그 진위를 알기 어려운 경우가 많아 공신력 있는 제3자 기관이 제조과정 등을 심사하여 그 신뢰성을 높이고자 하는 제도임
- 2014년 7월 1일 발효된 「한·미 유기가공식품 상호동등성 인정 협정」에 따라 미국에 수출하는 한국 기업은 추가 인증 없이 '유기(Organic)' 등의 표기를 사용할 수 있게 됨
- 인증을 받지 않은 제품에 “유기”, "Organic", "Bio" 등의 표시를 한 경우 「친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」에 따라 징역 혹은 벌금형에 처할 정도로 엄격함
- 떡류는 ‘빵 또는 떡류’에 속해 있으며, 2015년 11월 17일 기준 유기가공식품 인증을 받은 업체 수는 총 12곳임. 인증 업체 중 대부분이 떡국 떡과 가래떡을 취급하고 있음

5. (전통)식품명인제도¹⁷⁾

- 식품명인제도는 농림축산식품부장관이 우리식품의 계승·발전을 위하여 식품제조·가공·조리 등 분야를 정하여 식품명인으로 지정 육성하는 제도임
- 20년 이상 한 분야의 식품에 정진하였거나, 전통방식을 원형대로 보존하고 이를 실현할 수 있는 자, 또는 명인으로부터 보유기능에 대한 전수교육을 5년 이상 이수 받고 그 후 10년 이상 그 업체에 종사한 자 중 선발함
- 「식품산업진흥법」에 의거하여 지정 및 고시하며, 농림축산식품부장관은 선정된 식품명인에 대해 제품 전시·박람회 개최, 판로확대 및 홍보 등 다양한 사업을 지원함
- 전통식품명인제도로 1994년부터 시행되었으며 2008년도에는 일반식품명인까지 포함하여 식품명인제도로 확대 운영 중임



17) 식품명인제도, 농림축산식품부, 2014.9.24 개정고시



제2장 떡류 개요

- 2015년 9월 24일 농림축산식품부 고시 기준, 총 68명이 식품명인으로 지정되었음. 그 중 떡 명인은 김왕자(노티떡·신과병), 이연순(승검초단자), 김영숙(복령조화고)임

제 3 장

생산 및 수출입 현황

제1절 주요 원료 현황

제2절 국내 생산 현황

제3절 수출입 현황



제 1 절 주요 원료 현황

1. 원료 사용 실태

- 식품공전 상의 식품유형 중 떡류의 주원료는 쌀, 소금, 소맥분(밀가루)이며, 부재료는 떡 종류마다 다양함
 - 떡류에 사용된 원료 중 주재료인 쌀은 74.2%, 천일염은 8.1%, 소맥분(밀가루)은 6.4% 비중이며, 기타 11.3%의 재료가 사용됨¹⁸⁾
 - 이에 떡의 주요 원료인 쌀을 중심으로 살펴봄

1) 쌀 생산 및 가격 동향

- 연간 쌀 생산량은 감소하다가 2012년을 기점으로 2013년부터 조금씩 증가 추세를 보이고 있음
 - 2014년 기준 쌀 생산량은 약 424만 톤으로 2009년 대비 13.7% 감소함
 - 국내 쌀 생산량은 1980-1990년대에 500만 톤 이상 생산하다가 2000년대 이후에 400만 톤 이상 생산량으로 감소하였음
- 2014년 1인당 연간 쌀 소비량은 65.1kg으로 2009년 74.0kg 보다 12.0% 감소함
 - 1인당 쌀 소비량 감소는 쌀을 대체할 수 있는 식품의 종류들이 다양화되고 식생활 문화가 변화하면서 1인당 연간 쌀의 소비량이 줄어든 것으로 보임
- 2011년부터 2013년까지 떡류에 사용된 쌀 소비량은 계속 증가하다가 2014년 다소 감소함
 - 떡류 제조업의 쌀 소비량은 2011년 161,628톤에서 2013년 203,656톤으로 계속 증가하다가 2014년 188,248톤으로 감소함. 이는 전체 식량쌀 소비량의 5.6%(2014년 기준) 비중임

18) 2014 식품산업 분야별 원료소비 실태조사, 한국농수산물유통공사
조사 대상 기간은 2013년 1월~12월이며, 조사 대상은 전국의 종업원수 5인 이상 식품제조사업체 9,088개 중 3,500개를 통계적 표본 추출하여 조사함

[표 3-1] 쌀 생산 및 소비 현황

연도	공급		수요		
	생산량(톤) ¹⁾	수입량(톤) ²⁾	식량쌀 수요량(톤)	떡류쌀 소비량(톤) ³⁾	1인당 쌀 소비량(kg)
2009	4,916,080	257,000	3,683,000	-	74.0
2010	4,295,413	307,000	3,678,000	-	72.8
2011	4,224,019	419,000	3,610,000	161,628	71.2
2012	4,006,185	370,000	3,554,000	183,095	69.8
2013	4,230,011	526,000	3,435,000	203,656	67.2
2014	4,240,739	388,000	3,354,000	188,248	65.1

* KOSIS 국가통계포털 / 농수산물수출지원정보(www.kati.net)

1) 생산량은 통계청 농작물 생산 조사 자료이며, 미국 생산량(백미, 92.9%) 기준임

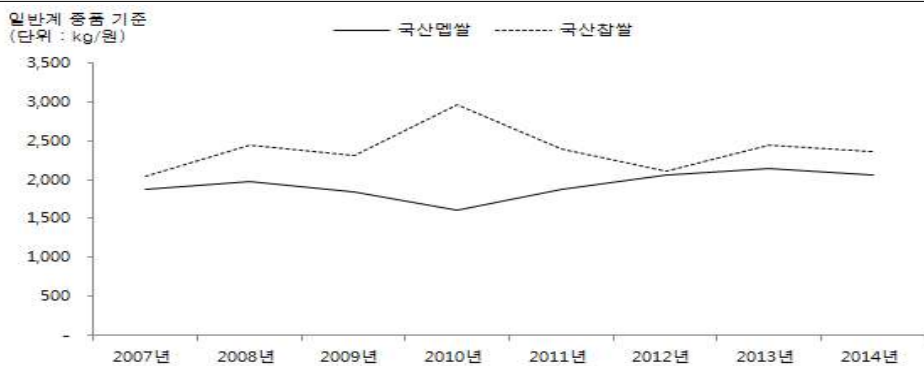
2) 수입량 및 식량쌀 수요량은 한국쌀가공식품협회 쌀 산업 관련 지표 자료임

3) 소비량은 통계청 양곡 소비량 조사 자료이며, 2011년부터 사업체부문 쌀 소비량조사를 실시함

□ 일반 쌀(멥쌀)에 비해 찰쌀의 가격 변동폭은 상대적으로 큰 편이며, 2014년 찰쌀 1kg은 2,368원으로 멥쌀 2,064원에 비해 14.7% 정도 비쌈

○ 찰쌀은 생산량이 적으므로 한 해의 풍작 여부에 따라 가격 변동폭이 상대적으로 크게 나타남

[표 3-2] 쌀(찰쌀) 가격 동향 (일반계 중품 기준, 도매가)



구분	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
국산멥쌀 (kg/원)	1,878	1,979	1,845	1,611	1,867	2,055	2,145	2,064
국산찰쌀 (kg/원)	2,043	2,453	2,310	2,960	2,403	2,113	2,444	2,368

* aT (KAMIS 가격통계 www.kamis.or.kr)

2) 소맥분(밀가루) 생산 및 가격 동향

- 가공떡류의 재료로 사용되는 밀가루는 거의(99.9%) 수입산을 사용하고 있음
- 밀가루는 원료인 밀을 대부분 수입(미국, 호주, 터키산 등)해서 국내에서 생산함. 밀가루의 국내 생산 실적은 2008년 약 145만 톤 이후 다소 감소하여, 2014년 기준 약 171만 톤을 생산하고 있음
- 생산액은 2008년도 이후로 약 1조 원 내외의 규모를 유지하고 있음

[표 3-3] 밀가루 국내 생산 실적

년도	생산량(톤)	생산액(천원)	출하량(톤)	출하액(천원)
2008	1,458,578	1,026,702,326	1,413,007	1,056,290,376
2009	1,633,322	1,035,989,534	1,565,508	1,148,962,748
2010	1,595,694	923,051,408	1,420,587	1,025,722,758
2011	1,655,379	1,033,339,219	1,684,444	1,078,428,361
2012	1,695,576	1,065,320,242	1,668,984	1,115,856,322
2013	1,612,207	1,011,788,949	1,374,250	1,138,990,208
2014	1,711,897	1,006,399,890	1,644,295	1,166,933,335

※ 연도별(2008~2014) 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 국내 밀가루 수입량은 2002년 약 2천 톤에서 2014년 약 2만4천 톤으로 10년 사이 12배 이상 물량이 증가함
- 2010년까지 캐나다에서 2만여 톤 이상의 밀가루를 수입하다가 이후 물량이 급감하며 전체 수입 물량에도 영향을 미침. 2014년 기준, 밀가루의 수입단가는 kg당 0.61달러로 2008년에 비해 소폭 하락함

[표 3-4] 밀가루 수입 실적

년도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2008	60,491	39,685	0.66
2009	72,816	36,246	0.50
2010	73,272	34,847	0.48
2011	32,317	19,784	0.61
2012	30,203	16,335	0.54
2013	25,304	16,062	0.63
2014	23,955	14,631	0.61

※ 관세청(www.customs.go.kr)

1) HS 코드 밀가루 1101.00.1000 값임

3) 떡 원료 사용 비중

- 떡에는 주재료인 쌀 외에도 떡의 종류에 따라 다양한 부재료가 사용됨
- 혼합용 재료로는 두류(콩, 강낭콩), 견과류(밤, 호두), 과일류(대추, 곶감) 등이 사용됨. 겉고물용 재료로는 두류(콩고물, 동부고물, 녹두고물 등), 속고물용 재료로는 두류(콩, 팥, 동부), 종실류(참깨, 검정깨) 등이 주로 사용됨
 - 기타 감미료(설탕, 물엿, 꿀 등)와 착색료(치자, 호박가루, 썩가루 등) 등이 사용됨

[표 3-5] 떡 원료 사용량 및 국산 사용 비중(2013년 기준)¹⁹⁾

식품원료		총사용량 (톤)	국산사용량 (톤)	수입산사용량 (톤)	떡류 전체 대비 사용 비중 (%)	국산 비중 (%)
전체		123,806	65,417	58,388	100.0	52.8
곡류 및 곡분, 전분	쌀	91,905	48,358	43,547	74.2	52.6
	보리	33	33	0	0.0	100
	옥수수	4	0	4	0.0	0
	쌀가루	960	945	15	0.8	98.5
	보리가루(분말)	7	7	0	0.0	100
	옥수수가루(분말)	122	0	122	0.1	0
	소맥분(밀가루)	7,924	7	7,917	6.4	0.1
	메밀가루	283	1	283	0.2	0.2
두류 및 서류	대두	1,245	486	759	1.0	39.1
	팥	1,455	998	457	1.2	68.6
	땅콩	1,279	15	1,264	1.0	1.2
	감자	2,839	2,839	0	2.3	100
	고구마	174	174	0	0.1	100
	타피오카	21	0	21	0.0	0
	팥앙금	889	209	680	0.7	23.5
	주정	9	3	6	0.0	33.7
특용작물류	참깨	49	26	24	0.0	52.2
	인삼엑기스/분말	0	0	0	0.0	100
과일·채소류	과일및채소퓨레	0	0	0	0.0	0
축산물류	계란	533	553	0	0.4	100
우유 및 유가공품	전지분유	3	0	3	0.0	0
	탈지분유	1	1	0	0.0	100

19) 조사 대상 기간은 2013년 1월~12월이며, 조사 대상은 전국의 종업원수 5인 이상 식품제조사업체 9,088개 중 3,500개를 통계적 표본 추출하여 조사함



2015 가공식품 세분시장 현황 - 떡류 시장

식품원료		총사용량 (톤)	국산사용량 (톤)	수입산사용량 (톤)	떡류 전체 대비 사용 비중 (%)	국산 비중 (%)
	연유	1	1	0	0.0	100
	버터	4	0	4	0.0	0
	유크림	0	0	0	0.0	18.5
수산물/수산물 유래식품	천일염	10,072	10,062	10	8.1	99.9
	정제소금	455	319	136	0.4	70.1
당류	감자전분	344	0	344	0.3	0.0
	옥수수전분	503	273	230	0.4	54.3
	기타전분	94	0	94	0.1	0.0
	변성전분 (텍스트린)	30	0	30	0.0	0.0
	백설탕	2005	0	2005	1.6	0.0
	갈색설탕	24	0	24	0.0	0.0
	과당류	4	1	3	0.0	20.0
	올리고당류	26	5	21	0.0	20.0
	물엿	158	9	148	0.1	6.0
	전분당	43	0	43	0.0	0.0
식용유지류	대두유	100	0	100	0.1	0.0
	옥배유	14	3	10	0.0	23.9
	채종유	18	0	17	0.0	0.5
	참기름	102	85	17	0.1	83.2
	들기름	1	0	1	0.0	0.0
코코아 가공품류	코코아분말	1	0	1	0.0	0.0
기타	기타전분	50	4	46	0.0	8.3

※ 2014 식품산업 분야별 원료소비 실태조사, 한국농수산식품유통공사

제 2 절 국내 생산 현황

1. 생산 및 출하 동향

1) 떡의 생산 및 출하 실적

- 식품 및 식품첨가물 생산실적 상 떡류의 2014년 국내 생산규모는 총 생산량 21만1천 톤, 총 생산액 4,639억 원이며, 국내 출하규모는 총 출하량 18만6천 톤, 총 출하액 4,601억 원임. 이는 주로 가공떡(떡국떡, 떡볶이떡 등)을 생산하는 식품제조가공업체의 실적임
 - 즉석판매제조가공업체²⁰⁾의 전통떡 생산량은 연간 약 28만 톤으로 추정함²¹⁾
 - 따라서 전통떡, 가공떡을 모두 포함한 떡류 전체의 연간 생산량은 약 50만 톤 내외로 추정함

[표 3-6] 떡류 국내 생산 및 출하 실적

연도	생산실적		출하실적	
	생산량(톤)	생산액(백만원)	출하량(톤)	출하액(백만원)
2008	114,916	247,128	114,651	264,136
2009	352,322	275,863	345,038	293,387
2010	137,903	314,551	129,481	358,300
2011	167,464	371,312	154,597	432,618
2012	182,633	359,420	168,433	425,972
2013	185,354	382,166	165,150	456,435
2014	211,222	463,915	186,769	460,122

※ 각 연도 별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 1) 출하량은 전년도 재고를 포함함
- 2) 식품제조가공업체의 실적이며, 즉석판매제조가공업체의 실적은 포함되지 않음
- 3) 2007년 식품공전의 식품 기준 및 규격이 전면 개정되어 2008년부터 작성함

- 통계청 광업제조업조사에 의하면 2013년 기준 떡 제조 도매업체(10인 이상, 113개)의 생산액은 2,685억 원, 출하액은 2,632억 원임. 식품 및 식품첨가물 생산실적 상 수치와 비교해 보면 2013년 생산액 기준, 70.3%를 10인 이상

20) 5인 미만 영세 규모의 전통 재래시장 떡집이 다수임

21) 업계 관계자 인터뷰



떡 제조 도매 업체에서 생산하고 있는 것으로 나타남

- 10인 이상 떡 제조 소매업체는 29개이며, 생산액 및 출하액은 약 322억 원 규모임. 참고로 떡 제조업체의 99.1%가 10인 미만 소규모임

[표 3-7] 떡 제조 도매 생산 및 출하 실적(2013년 기준)

구분	사업체수(10인 이상)	생산액(백만원)	출하액(백만원)
떡 제조 도매	113	268,514	263,192
떡 제조 소매	29	32,196	32,280

※ 통계청 광업제조업조사 (10인 이상 사업체 기준)

2. 주요 생산 업체

1) 떡류 제조업체 현황

- ‘떡류 제조업’은 산업분류표상 ‘기타 식품 제조업’ 중 ‘떡, 빵 및 과자류 제조업’의 하위 카테고리에 분류되어 있음
- 떡류산업은 대부분 영세규모 업체이며, 2013년 기준 국내 떡류 제조업체수는 총 13,886개 업체임
- 등록된 떡류 업체수는 2008년 13,750개에서 2013년 13,886개로 소폭 증가 하였으나 연도별 비슷한 수준을 유지하고 있음. 떡류 업체 중 떡(가래떡, 찌는떡, 치는떡, 증편, 새알심 등)으로 전통식품 품질인증을 받은 업체는 43개 임(2014년 12월 31일 기준)

[표 3-8] 떡 제조업체 수

연도	2008	2009	2010	2011	2012	2013
업체수(개)	13,750	13,918	13,948	13,959	13,953	13,886

※ 통계청(kostat.go.kr) (2015.10.30.)



제3장 생산 및 수출입 현황

- 2013년 기준 총 13,886개 업체 중 13,515개 업체(97.3%)는 종업원수 5인 미만(평균 종사자수 1.9명)의 영세소규모 업체임
 - 전체 떡류업체 중 13,776개 업체(99.1%)가 10인 미만 소규모 업체이며, 100인 이상 대규모 업체는 3개(0.02%)에 불과함

[표 3-9] 종업원수 기준 떡류 업체 규모

구분(명)	1-4명	5-9명	10-19명	20-49명	50-99명	100-299명	계
업체수(개)	13,515	251	71	38	8	3	13,886
비중(%)	97.3	1.8	0.5	0.3	0.1	0.02	100.0

※ 통계청(<http://kostat.go.kr>) (2015.10.30.)

- 떡류 제조업체의 지역별 분포를 살펴보면 서울 14.8%, 경기도 18.2%로 수도권 비중이 높음
 - 전통 재래식 떡 제조업체의 경우 주거 밀집 지역이 형성된 수도권에 다수 분포하고 있으며, 비교적 규모가 큰 가공떡류 공장의 경우 수도권보다는 지방에 위치하고 있음

[표 3-10] 떡류 제조업체의 지역별 분포

지역	업체수(개)	비중(%)	지역	업체수(개)	비중(%)
서울	2,057	14.8	강원	522	3.8
부산	961	6.9	충북	489	3.5
대구	771	5.6	충남	721	5.2
인천	543	3.9	전북	776	5.6
광주	474	3.4	전남	1,048	7.5
대전	331	2.4	경북	1,167	8.4
울산	304	2.2	경남	995	7.2
세종	31	0.2	제주	166	1.2
경기	2,530	18.2	전국 계	13,886	100.0

※ 통계청(<http://kostat.go.kr>) (2015.10.30.)


2) 주요 생산 업체 특징

- 떡 생산 업체는 전통시장 제조업체, 프랜차이즈 떡류 제조업체, 가공 떡 제조업체로 나눌 수 있음
- 전통시장 제조업체는 대부분 종업원수 5인 이하의 사업장으로 전통시장 내에서 즉석제조·가공하여 판매하고 있으며 지역 단위를 넘어선 브랜드 구축이 어려움
- 따라서 프랜차이즈 떡류 제조업체와 가공 떡 제조업체를 중심으로 살펴봄

가. 프랜차이즈 떡류 제조업체

- 전통떡류와 떡케익을 제조·유통·판매하고 있는 업체들은 다수의 가맹점을 가지고 있는 떡 프랜차이즈 전문점과 매장 내에서 떡과 음료를 즐길 수 있는 떡카페로 분류할 수 있음
- 빛은, 떡보의 하루, 떡담 등은 전국에 프랜차이즈 매장을 운영하고 있으며, 빛은과 떡보의 하루는 공장에서 생산한 전통떡류를 유통하고 있음. 떡담은 공장에서 쌀가루형태로 제작하여 각 매장에서 썰내어 판매하는 전략을 취함
- 동변상련, 호원당, 종로福떡방 등은 매장에서 간단한 차류 등을 함께 즐길 수 있는 떡카페로 매장에서 생산한 제품이 아닌 생산 공장에서 만들어 매장으로 유통하는 과정을 거침
- 최근 프랜차이즈 떡류 제조업체는 매장뿐 아니라 홈페이지를 통한 온라인 주문 판매도 함께 하고 있으며 배달은 전국 단위로 가능함

[표 3-11] 주요 전통떡류 전문점 현황

기업명	내 용		기업 로고
빛은	주요 특징	SPC그룹 계열사인 (주)삼립식품이 만든 떡류 프랜차이즈 전문점으로 소량 포장한 떡 단품 및 떡케익, 떡 선물 세트 등을 판매하고 있음. 홈페이지 내ギフト존을 운영하여 기념일에 맞춘 떡 종류를 분류해 놓은 것이 특징적임	
	주요 제품	모음찰떡케익, 모듬세트 등	

제3장 생산 및 수출입 현황






기업명	내 용		기업 로고
떡보의 하루	주요 특징	2003년에 설립한 대구 동구점을 시작으로 가장 먼저 프랜차이즈를 시작하였음. 전제품을 100% 공사에서 직접 생산 후 전국 매장으로 유통하고 있음	
	주요 제품	떡케익, 구워먹는 떡, 짙어먹는 떡 등	
떡담	주요 특징	1965년 창역떡집에서 시작하였으며, 2대째 가업을 이어가고 있음. 즉석찜기와 쌀가루 저온 숙성기술로 매장에서 5분내에 떡을 썰내는 생산형 주문떡 프랜차이즈를 운영중	
	주요 제품	답례떡, 떡케이크 등	
동변상련	주요 특징	1999년에 설립한 동변상련은 소량 날개 포장 판매를 특징으로 전통떡과 서양재료를 접목하여 신세대에 맞춘 제품 개발로 유명함. 파티 등을 위한 케이터링 서비스를 제공하고 있으며, 수작업 위주의 떡 제품으로 제품을 고급화함	
	주요 제품	색단자, 꽃부꾸미 등 단품떡과 행사떡 등	
호원당	주요 특징	1953년 요리연구가 故조자호께서 설립한 정통 한식다과원임. 두툽떡 떡류 외에도 한과류와 음료도 함께 판매하고 있음	
	주요 제품	두툽떡, 콩찰편, 약식, 송편 등의 단품과 떡 세트 등	
종로福떡방	주요 특징	1965년도에 창립하여 찹쌀떡을 비롯 각종 떡류와 죽, 한과류를 비롯 폐백음식, 신행음식 등을 생산하고 있음. 가래떡으로 한국전통식품인증을 받았으며, 공장은 경기도 고양시에 위치함	
	주요 제품	복떡케익, 찹쌀떡 선물세트 등	

※ 각 사 홈페이지(2015.11.30. 기준)

나. 가공떡류 생산업체

- 가공떡류 생산업체는 주로 떡볶이떡과 떡국떡을 생산 및 유통판매하는 곳으로 공장에서 제조·가공하여 유통업체에 납품함
- 가공떡류의 경우 제품별로 차별화가 쉽지 않아 재료의 원산지 표기가 중요하며, 국내산 쌀을 사용하였을 경우 제품명에 명시하는 경우가 많음
 - 최근 떡볶이떡 매출이 성장하면서 가정에서 쉽게 떡볶이를 만들어 먹을 수 있도록 떡볶이떡 단품이 아닌 조리용 소스까지 함께 동봉한 패키지 형태로 제품을 판매하고 있음

[표 3-12] 가공 떡류 주요 생산 업체 특징 및 연혁

기업명	내 용		기업 로고
풀무원	주요 특징	1981년 ‘풀무원유기식품’ 으로 설립되어, 바른 먹거리를 제공한다는 기업 미션을 가지고 있음. 사업부문은 신선식품, 건강기능식품, 푸드서비스, 친환경유통, 미네랄워터사업이 있음. 떡류는 풀무원식품 주식회사(제조/판매)에서 담당함.	
	주요 품목	간식(떡 포함), 건강식품, 음료, 면, 만두 등	
	주요 브랜드	풀무원, SOGA, 생가득, 찬마루, ORGA 등	
송학 식품	주요 특징	농협(하나로마트), 코스트코, 이마트, CJ프레시웨이 등 국내 대형유통업체에 제품을 납품하고 있음. 떡류 공장은 경기도 파주시에 위치하고 있고, 떡국떡, 떡볶이떡 등이 주력 제품임	
	주요 품목	떡국떡, 떡볶이떡, 냉면, 쫄면, 김치, 만두 등	
	주요 브랜드	송학	
칠갑 농산	주요 특징	충청남도 청양에 공장을 두고 제품을 생산하고 원재료 중 일부는 지역 농산물을 매입하여 사용함. 농협하나로마트, 이마트 등 대형매장에 제품을 유통하고 있음	
	주요 품목	떡볶이, 떡국, 냉면, 쫄면, 국수, 생면, 소스 등	
	주요 브랜드	칠갑농산	
CJ 제일 제당	주요 특징	기존 ‘프레시안’ 에서 생산하던 떡국떡과 떡볶이떡을 동반성장브랜드인 ‘즐거운 동행’ 에서 담당함	
	주요 품목	떡, 고추장, 즉석밥, 가공연어캔 등 식품의 대부분을 제조·생산하는 종합식품회사	
	주요 브랜드	즐거운 동행, 프레시안, 해찬들, 다담, 백설, 햇반 등	
미정 (주)	주요 특징	CJ제일제당(주)의 ‘즐거운 동행’ 브랜드 떡국떡과 떡볶이떡 주납품업체이며, 미정(주)의 브랜드로도 유통업체를 통해 떡국떡과 떡볶이떡을 판매하고 있음	
	주요 품목	떡볶이떡, 떡국떡, 면류 등	
	주요 브랜드	우리가족애, 구멍송송	

※ 각 사 홈페이지 (2015.11.30. 기준)

제 3 절 수출입 현황

1. 수출입 규모²²⁾

- 떡의 수출은 해마다 증가하고 있으며 2014년 수출액 기준 약 130억 원 규모임
 - 2014년 기준 수출량 4,630톤, 수출액 약 1,320만 달러이며, 수출량 기준 최근 5년 평균(2010~2014년) 32.5% 증가한 수치임
 - 한국 전통식품 특성 상 떡의 수입은 상대적으로 적으며 2014년 기준 수입량 163톤, 수입액 약 143만 달러 규모임

[표 3-13] 떡 수출입 현황

년도	수출량(톤)	수출액(천달러)	수입량(톤)	수입액(천달러)
2008	526	1,525	61	373
2009	778	2,261	92	605
2010	1,503	5,921	175	1,614
2011	2,225	8,370	184	1,430
2012	3,166	11,132	166	1,495
2013	4,300	11,908	226	1,754
2014	4,630	13,205	163	1,438

※ 수출입 무역통계, 관세청 (2015.12.2. 기준)

1) 떡은 HS코드 1901.90.9091 (쌀가루 조제품)에 속해 있음

- 떡류 수출 제품은 떡볶이떡, 떡국떡 같은 가공 떡류가 많은 비중을 차지함
 - 2014년 기준 떡류 수출 실적 상위 업체의 수출액은 다음과 같음

업체명	수출액(달러)	비고
(주)송학식품	3,540,306	떡볶이떡, 떡국떡 등
농업회사법인(주)영풍	831,842	떡볶이떡, 떡국떡 등
칠갑농산 주식회사	532,459	떡볶이떡, 떡국떡 등
(주)삼미식품	257,335	경단, 영양찰떡 등
정남농협 화성웰빙떡 클러스터사업단	207,769	떡볶이떡, 떡국떡, 조랭이떡 등

※ 각 년도 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처 / 각 사 홈페이지(2015.11.30.)

22) 떡은 HS코드 1901.90.9091 (쌀가루 조제품)으로 순수한 떡류만의 수치는 아니며, 주로 가공 떡류(떡볶이떡, 떡국떡 등)임. 식품 및 식품첨가물 생산실적 상 수출량과는 다소 차이가 있음



2. 국가별 수출입 규모²³⁾

1) 국가별 수출액 규모

- 떡의 주요 수출 국가는 2014년도 기준으로 미국(25.7%)과 중국(19.0%)임
 - 미국으로 떡 수출은 2010년 699톤에서 2014년 1,188톤으로 꾸준히 증가하고 있으며, 수출량 기준 연평균 14.2% 증가함
 - 중국으로 떡 수출은 2010년 157톤에서 2014년 881톤으로 연평균 53.9% 증가함. 홍콩으로의 떡 수출도 2010년 35톤에서 2014년 438톤으로 급격히 증가함
 - 일본으로 떡 수출은 2012년까지 증가하다가 2013년을 기점으로 감소함. 2014년 수출량 401톤, 수출액 149만7천 달러임
 - 기타 국가로의 수출도 증가하고 있으며, 2012년 대비 2014년 수출량이 두 배 이상 증가한 국가로는 캐나다, 이탈리아, 브라질, 말레이시아 등이 있음
 - 수출량이 두 배 이상 증가한 나라의 경우 한류의 영향과 관련 있는 것으로 보이며, 특히 말레이시아의 경우 한류 드라마 인기에 따라 떡볶이를 판매하는 분식점도 등장하는 등 한국 음식에 대한 인기도 증가하고 있는 것으로 보임

[표 3-14] 주요 국가별 떡 수출 현황

국가	수출량(톤)					수출액(천불)				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
미국	699	842	1,006	1,176	1,188	2,626	3,162	3,692	3,920	4,035
중국	157	192	374	861	881	1,654	1,284	1,904	2,649	2,374
일본	229	647	697	504	401	634	2,300	2,572	1,532	1,497
홍콩	35	71	199	303	438	74	171	277	532	922
기타	383	473	890	1,456	1,722	933	1,453	2,687	3,275	4,377
합계	1,503	2,225	3,166	4,300	4,630	5,921	8,370	11,132	11,908	13,205

※ 수출입 무역통계, 관세청 (2015.12.2. 기준)

1) 떡은 HS코드 1901.90.9091 (쌀가루 조제품)에 속해 있음

23) 떡은 HS코드 1901.90.9091 (쌀가루 조제품)으로 순수한 떡류만의 수치는 아니며, 주로 가공 떡류(떡볶이떡, 떡국떡 등)임



2) 국가별 수입액 규모

- 떡은 한국고유의 식품으로 수입량은 적지만 2013년 기준 일본에서 113톤을 수입함. 수입액은 79만8천 달러임
 - 일본에서 수입하는 떡은 찹쌀떡(모찌, 다이후쿠 등) 류임

[표 3-15] 주요 국가별 떡 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천달러)				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
일본	80	98	108	140	113	645	820	866	934	798
미국	12	6	7	9	8	706	363	440	528	426
중국	2	23	2	7	21	29	31	7	32	73
기타	81	57	49	70	21	234	216	182	260	141
합계	175	184	166	226	163	1,614	1,430	1,495	1,754	1,438

※ 수출입 무역통계, 관세청 (2015.12.2. 기준)

1) 떡은 HS코드 1901.90.9091 (쌀가루 조제품)에 속해 있음

제 4 장

소매 시장 현황

제1절 소매 시장 규모

제2절 떡 브랜드 현황

제3절 소비 시장 특성

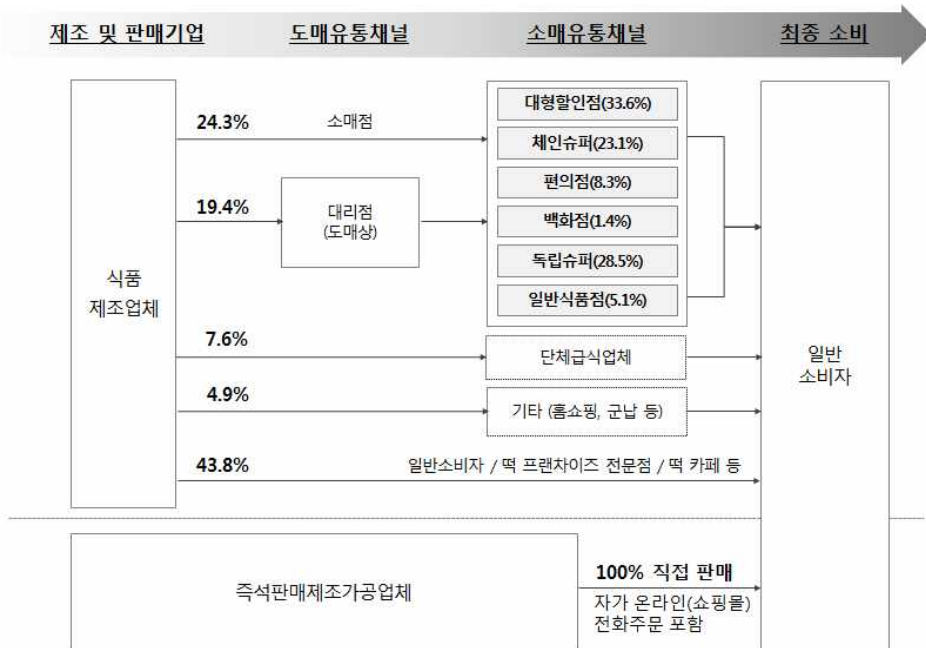


제 1 절 소매 시장 규모

1. 떡 유통 판매 구조

- 시중에 유통되고 있는 떡류는 크게 가공떡과 전통떡으로 구분할 수 있음
 - 가공떡(떡볶이떡, 떡국떡 등)은 식품제조업체에서 생산 후 주정·진공 포장(규격화)되어 냉장, 냉동, 건조, 즉석 형태로 일반 가공식품과 같이 유통채널 등을 통해 유통되고 있음
 - 전통떡(찌는떡, 치는떡, 삶는떡 등)은 주로 재래시장 떡집(즉석판매제조가공업체)에서 즉석 제조 후 떡집(매장)에서 소비자에게 직접 판매되거나 자가 온라인 쇼핑몰 등을 통해 판매되고 있음. 또는 떡 프랜차이즈 전문점이나 떡 카페에서 직접 생산하여 소비자에게 직접 판매함

[그림 4-1] 떡 소매채널 판매 구조²⁴⁾



24) 식품제조업체 유통경로 비중은 2013년 전통식품산업 실태조사(205개 떡류 업체 사례) 비중이므로 참고 수준으로만 해석할 필요가 있음.

즉석판매제조가공업체는 일반소비자에게 100% 직접 판매함 (업계 관계자 인터뷰).

소매유통채널 비중은 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr). 2015년 3/4분기 누계 매출액 기준임

- 식품제조업체에서 생산한 가공떡(떡볶이떡, 떡국떡 등)은 B2B 판매가 가능하지만 즉석판매제조·가공업체(보통 재래시장 떡집)에서 생산한 떡은 B2B 유통은 할 수 없으며, 일반소비자에게 직접 판매만 가능함²⁵⁾

2. 가공떡²⁶⁾ 소매채널 판매 현황

- 전통떡은 떡집(보통 즉석판매제조가공업체)에서 즉석 제조하여 소비자에게 직접 판매하는 경우가 대부분이므로 소매채널 판매 현황은 규격화되어 생산 판매되고 있는 가공떡을 중심으로 살펴봄
 - 떡집(보통 즉석판매제조가공업체)에서 즉석 제조하여 직접 판매하는 전통떡의 경우 연간 매출 규모 약 1조 4천억 원 이상²⁷⁾ 규모로 추정함
- 일반 소매채널로 유통되고 있는 떡볶이떡, 떡국떡, 떡류 등의 시장규모는 2014년 기준 약 820억 원이며, 2013년도 629억 원에 비해 30.3% 증가한 규모임

1) 유통 채널별 가공떡 소매시장 규모

- 국내 가공떡 시장은 떡국떡, 떡볶이떡 등으로 구성되어 있음
- 2014년 기준 가공떡 소매시장 규모는 할인점 255.4억 원(31.1%), 독립슈퍼 202.9억 원(24.7%), 체인슈퍼 188.4억 원(23.0%), 일반식품점 85.2억 원(10.4%), 편의점 77.1억 원(9.4%) 순임
 - 2015년 3/4분기 누적 소매채널 별 판매 비중은 할인점 33.6%, 독립슈퍼 28.5%, 체인슈퍼 23.1%, 편의점 8.3%, 일반식품점 5.1%임
 - 가공떡의 할인점 매출은 해마다 증가하고 있으며, 백화점에서의 매출은 감소세를 보이고 있음

25) 식품위생법 시행규칙(제57조, [별표 17]), 식품의약품안전처, 2015.8.18 개정고시

26) 가공떡은 주정·진공 포장(규격화)하여 냉장,냉동,건조,즉석 제품으로 유통시키는 떡(주로 떡국떡, 떡볶이떡 등)임

27) 업계 관계자 인터뷰, (산출근거=(소비량*수율)*판매단가)

[표 4-1] 가공떡 소매 채널별 판매 규모

(단위: 백만원, %)

구분	2013년				2014년				2015년			2013년	2014년	2015년 3/4분기 누계
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기			
할인점	4,357 (26.6)	3,412 (29.8)	4,545 (32.8)	6,267 (29.5)	6,606 (31.0)	5,000 (32.1)	6,135 (29.0)	7,803 (32.6)	8,703 (32.6)	6,627 (33.9)	7,562 (34.5)	18,581 (29.5)	25,544 (31.1)	22,892 (33.6)
독립 슈퍼	5,747 (35.1)	3,494 (30.5)	3,986 (28.8)	6,896 (32.5)	6,827 (32.0)	4,641 (29.8)	1,179 (5.6)	7,642 (31.9)	8,249 (30.9)	5,573 (28.5)	5,602 (25.6)	20,123 (32.0)	20,289 (24.7)	19,424 (28.5)
체인 슈퍼	4,187 (25.6)	2,992 (26.1)	3,465 (25.0)	5,193 (24.4)	5,106 (23.9)	3,685 (23.7)	4,361 (20.6)	5,687 (23.7)	6,139 (23.0)	4,548 (23.3)	5,075 (23.2)	15,837 (25.2)	18,839 (23.0)	15,762 (23.1)
일반 식품점	1,033 (6.3)	675 (5.9)	738 (5.3)	1,255 (5.9)	1,352 (6.3)	858 (5.5)	5,139 (24.3)	1,175 (4.9)	1,446 (5.4)	1,029 (5.3)	1,010 (4.6)	3,701 (5.9)	8,524 (10.4)	3,485 (5.1)
편의점	776 (4.7)	710 (6.2)	904 (6.5)	1,295 (6.1)	1,100 (5.2)	1,176 (7.6)	4,114 (19.4)	1,319 (5.5)	1,789 (6.7)	1,495 (7.6)	2,359 (10.8)	3,685 (5.9)	7,709 (9.4)	5,643 (8.3)
백화점	266 (1.6)	184 (1.6)	224 (1.6)	337 (1.6)	343 (1.6)	211 (1.4)	247 (1.2)	344 (1.4)	391 (1.5)	271 (1.4)	291 (1.3)	1,011 (1.6)	1,145 (1.4)	953 (1.4)
합계	16,366	11,468	13,862	21,242	21,333	15,572	21,174	23,970	26,717	19,543	21,899	62,938	82,049	68,159

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

□ 가공떡의 소매채널 판매액은 증가세를 나타내고 있음

- 특히 떡볶이떡이 2015년 3/4분기 누계 기준 69.7%로 가장 높은 점유율을 보이고 있으며, 지속적으로 점유율이 증가하고 있음
- 반면에 떡국떡과 떡류도 매출액은 증가하고 있으나 점유율은 하락하고 있음
- 떡볶이떡은 2/4분기와 3/4분기에 매출액이 높게 나타나고 있으며, 떡국떡과 떡류는 상대적으로 날씨가 춥고, 명절이 포함되어 있는 1/4분기와 4/4분기에 매출액이 다소 높은 계절성이 나타남

[표 4-2] 가공떡 종류별 판매 규모

(단위 : 백만원, %)

구분	2013년				2014년				2015년			2013년	2014년	2015년 3/4분기 누계
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기			
떡볶이떡	7,586 (46.4)	8,554 (74.6)	10,663 (76.9)	12,447 (58.6)	11,185 (52.4)	11,780 (75.6)	16,299 (77.0)	14,653 (61.1)	14,821 (55.5)	15,328 (78.4)	17,364 (79.3)	39,250 (62.4)	53,917 (65.7)	47,513 (69.7)
떡국떡	6,619 (40.4)	2,088 (18.2)	2,381 (17.2)	6,473 (30.5)	7,289 (34.2)	2,549 (16.4)	3,555 (16.8)	6,856 (28.6)	8,779 (32.9)	2,987 (15.3)	3,433 (15.7)	17,561 (27.9)	20,249 (24.7)	15,199 (22.3)
떡류	2,161 (13.2)	825 (7.2)	817 (5.9)	2,322 (10.9)	2,859 (13.4)	1,242 (8.0)	1,320 (6.2)	2,462 (10.3)	3,118 (11.7)	1,228 (6.3)	1,102 (5.0)	6,125 (9.7)	7,883 (9.6)	5,448 (8.0)
합계	16,366	11,468	13,862	21,242	21,333	15,572	21,174	23,970	26,717	19,543	21,899	62,938	82,049	68,159

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

2) 가공떡 제조사별 소매시장 규모

- 2014년 가공떡 제조사별 소매시장 판매액 기준 풀무원 27.2%, 송학식품 21.8%, 칠갑농산 10.8%로 상위 3개 기업이 소매시장 매출의 59.8%의 점유율을 차지함
 - 유통전문업체의 PL상품²⁸⁾도 10.0%의 비중을 차지함
 - 연도별 시장점유율 변화를 보면 송학식품, 칠갑농산은 마이너스 성장을 기록하고 있는 반면, 풀무원은 업계 1위를 유지하면서 계속 시장점유율을 넓히고 있음
 - 2014년까지 5%내외의 점유율을 보인 CJ제일제당(주)가 2015년 1/4분기를 기점으로 매출이 대폭 상승하여 10% 이상의 점유율을 보임

28) PL상품(private label products) : 유통업체가 제조업체에 주문하여 생산한 상품에 자사의 상표를 붙여서 판매하는 상품으로 우리나라에서는 PB(private brand)상품이라는 용어로도 사용됨

[표 4-3] 떡 제조사별 소매 시장 판매 규모

(단위: 백만원, %)

구분	2013년				2014년				2015년			2013년	2014년	2015년 3/4분기 누계
	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기			
풀무원	3,361 (20.5)	2,842 (24.8)	4,136 (29.8)	6,270 (29.5)	6,381 (29.9)	5,357 (34.4)	8,798 (41.6)	7,969 (33.2)	7,869 (29.5)	6,955 (35.6)	9,539 (43.6)	16,609 (26.4)	22,333 (27.2)	24,363 (35.7)
송학 식품	3,274 (20.0)	2,710 (23.6)	3,062 (22.1)	5,018 (23.6)	5,039 (23.6)	3,810 (24.5)	3,933 (18.6)	5,126 (21.4)	5,346 (20.0)	3,561 (18.2)	1,347 (6.2)	14,064 (22.3)	17,908 (21.8)	10,254 (15.0)
칠갑 농산	3,275 (20.0)	1,535 (13.4)	1,481 (10.7)	2,593 (12.2)	3,185 (14.9)	1,443 (9.3)	1,770 (8.4)	2,499 (10.4)	3,347 (12.5)	1,531 (7.8)	2,406 (11.0)	8,884 (14.1)	8,897 (10.8)	7,284 (10.7)
스토아 브랜드	1,638 (10.0)	1,367 (11.9)	1,796 (13.0)	2,191 (10.3)	1,740 (8.2)	1,613 (10.4)	2,358 (11.1)	2,496 (10.4)	2,500 (9.4)	1,832 (9.4)	2,257 (10.3)	6,992 (11.1)	8,207 (10.0)	6,589 (9.7)
CJ제일 제당	673 (4.1)	645 (5.6)	778 (5.6)	724 (3.4)	662 (3.1)	793 (5.1)	1,083 (5.1)	1,623 (6.8)	2,728 (10.2)	2,589 (13.2)	2,304 (10.5)	2,820 (4.5)	4,161 (5.1)	7,621 (11.2)
미정(주)	877 (5.4)	342 (3.0)	384 (2.8)	615 (2.9)	585 (2.7)	249 (1.6)	309 (1.5)	683 (2.8)	891 (3.3)	718 (3.7)	1,174 (5.4)	2,218 (3.5)	1,826 (2.2)	2,783 (4.1)
기타	3,268 (20.0)	2,027 (17.7)	2,224 (16.0)	3,830 (18.0)	3,741 (17.5)	2,307 (14.8)	2,924 (13.8)	3,563 (14.9)	4,037 (15.1)	2,357 (12.1)	2,873 (13.1)	11,349 (18.0)	12,535 (15.3)	9,267 (13.6)
합계	16,366	11,468	13,862	21,242	21,333	15,572	21,174	23,970	26,717	19,543	21,899	62,938	82,049	68,159

* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

3) 가공떡 상품 판매 가격

- 소매채널에 유통되고 있는 가공떡(떡국떡, 떡볶이떡)의 가격을 비교해본 결과, 브랜드 및 재료의 원산지와 소매채널에 따라 가격 차이를 보이고 있음
 - 같은 제조사 제품이어도 풀무원 제품의 경우, 국내산 쌀을 사용한 떡국떡은 100g 기준 평균 1,138원, 수입산 쌀을 사용한 떡국떡은 100g 기준 평균 355원으로 약 3배 정도 높은 가격에 판매되고 있음
 - 떡볶이떡의 가격은 대체로 100g 기준으로 500원 미만에 판매되고 있으나, 떡볶이를 가정에서 바로 만들어 먹을 수 있도록 소스까지 동봉한 제품은 상대적으로 가격 단가가 높음

[표 4-4] 가공떡(떡국떡,떡볶이떡) 상품 가격 비교표

구분	제품명	중량	가격(원)	100g기준 가격(원)	제조사	비고(특징)
떡 국 떡	풀무원 우리쌀떡국	700g	5,500	786	풀무원	국산쌀 사용
	생가득 한입떡국떡	1.5kg	5,580	372	풀무원	-
	송학햇쌀떡국	1kg	5,480	548	송학식품	국산쌀 사용
	우리미(米)떡국떡	500g	1,641	328	송학식품	국산쌀 사용
	일반미햅쌀떡	1kg	5,480	548	칠갑농산	국산쌀 사용
	우리햅쌀떡국떡	700g	4,850	693	CJ 제일제당	국산쌀 사용
	우리가족애 쌀 떡국떡	1kg	2,880	288	(주)미정	-
떡 볶 이 떡	생가득 한입떡볶이떡	400g	2,000	500	풀무원	국산쌀 사용
	생가득 바로조리 순쌀떡볶이	480g	3,980	829	풀무원	떡볶이용 소스 패키지
	요모조모 떡볶이떡	500g	1,833	366	송학식품	-
	매콤한 국물떡볶이	373g	2,600	697	송학식품	떡볶이용 소스 패키지
	톡톡해떡볶이	400g	1,800	450	칠갑농산	국산쌀 사용
	순쌀떡볶이	600g	2,300	383	칠갑농산	국산쌀 사용
	참쌀왕떡볶이떡	600g	1,980	330	CJ 제일제당	-
	밀당의 고수 화끈한 불떡볶이	425g	4,680	1101	CJ 제일제당	떡볶이용 소스 패키지
	구멍송송 쌀떡볶이	400g	1,880	470	(주)미정	-
	구멍송송 밀떡볶이	400g	1,880	470	(주)미정	-

※ 이마트몰(<http://emart.sgg.com>), 롯데마트(<http://lottemart.com>) 등 (2015.12.01 기준)

- 소매채널 유통점유율 1위 기업인 풀무원의 상품 중 생가득 우리쌀떡국 700g, 풀무원 SOGA떡국떡 1kg, 생가득한입떡국1.5kg 세 상품의 유통채널별 가격을 비교한 결과, 모두 할인점 가격이 가장 저렴하고, 편의점 가격이 가장 비싸게 나타남(편의점 > 일반식품점 > 체인슈퍼 > 독립슈퍼 > 할인점 순)
- 상품 가격 상승률은 일률적이지 않고 상품별로 차이가 있음. 2013년 대비 2015년 가격상승률은 풀무원 생가득 우리쌀떡국 700g 8.6%, 풀무원 SOGA 떡국떡 1kg 17.4%, 생가득한입떡국 1.5kg 6.5% 상승함

[표 4-5] 유통 채널별 떡국떡 상품 판매가격

(단위 : 원/kg)

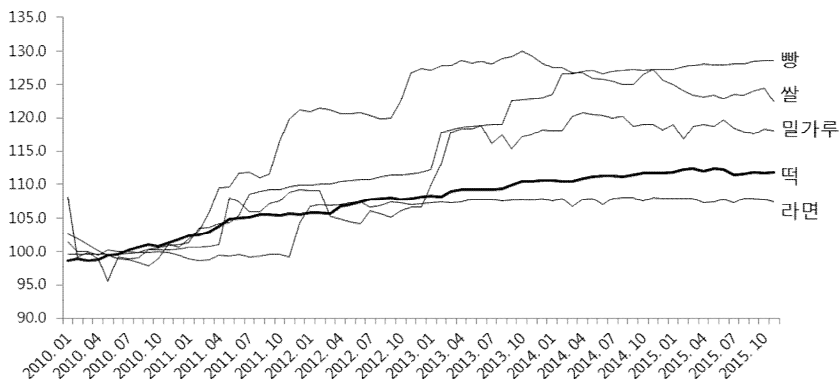
구분	할인점 (대형마트)	체인슈퍼	독립슈퍼	일반 식품점	편의점	연도별 평균가격
풀무원생가득 우리쌀떡국 700g	2013년	7,143	7,349	7,226	7,297	7,685
	2014년	7,293	7,587	7,866	7,126	7,905
	2015년	7,766	7,914	7,862	8,039	8,260
풀무원 SOGA떡국떡 1kg	2013년	3,070	3,032	2,927	3,060	-
	2014년	3,373	3,525	3,318	3,220	3,650
	2015년	3,332	3,669	3,414	3,607	3,726
풀무원 생가득한입 떡국 1.5kg	2013년	3,283	3,783	3,434	3,451	-
	2014년	3,330	3,446	3,076	3,544	-
	2015년	3,551	3,685	3,839	3,773	-

※ 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) (2015.11.27. 기준)

4) 떡의 소비자 물가지수 및 떡 소비량

- 떡의 소비자물가지수를 살펴보면 2010년 11월 101.3에서 2015년 11월 111.7로 5년간 10.5% 상승함
 - 이는 빵(27.5% 상승), 쌀(21.0% 상승), 밀가루(17.8% 상승)에 비해 상대적으로 낮은 수치임
 - 주식 또는 대용식으로 섭취할 수 있는 쌀, 밀가루, 빵, 라면의 소비자물가지수와 비교해보면 떡의 소비자물가지수는 라면보다 높고, 빵보다 낮은 수치임

[그림 4-2] 떡 소비자물가지수 변동 추이



[표 4-6] 소비자 물가지수²⁹⁾ 비교표

구분	2010. 11	2011. 11	2012. 11	2013. 11	2014. 11	2015. 11
쌀	101.1	119.8	126.7	129.3	127.3	122.3
밀가루	100.3	108.9	106.6	117.5	119.1	118.1
빵	100.9	109.6	111.5	122.8	127.2	128.7
떡	101.3	105.7	107.9	110.5	111.7	111.7
라면	99.9	99.2	107.0	107.7	108.0	107.4

※ 국가통계포털(kosis.kr) (2015.12.2. 기준)

- 다소비식품(국민건강통계)에서 떡은 2013년 기준 1인당 1일 16.1g을 섭취하는 것으로 나타남. 이를 환산하면 1인당 연간 떡 섭취량은 5.9kg(5,876.5g)으로 볼 수 있음
 - 2013년 기준 1인당 연간 백미 섭취량 57.9kg(57,889g)의 10.2% 비중임
 - 떡은 꾸준히 다소비식품 순위에 오르는 품목으로 2013년 기준 라면(30위)보다 떡(26위)을 많이 섭취하고 있는 것으로 나타났으며, 빵(22위) 보다는 적게 섭취함
 - 남녀별로 다소 편차가 있어서 떡은 여성이 더 많이 섭취하는 것으로 나타남

[표 4-7] 다소비식품 중 떡 순위 변동

구분		2010			2011			2012			2013		
		전체	남성	여성	전체	남성	여성	전체	남성	여성	전체	남성	여성
백미	순위	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	섭취량(g)	181	207.7	154.2	186.1	217.9	154.3	169.8	197.3	142.2	158.6	182.7	134.4
빵	순위	23	22	21	23	23	18	21	21	18	22	21	20
	섭취량(g)	17.5	18.9	16.1	16.7	17.1	16.3	18.2	19.3	17.2	18.9	19.8	17.9
떡	순위	26	29	14	26	29	20	28	-	22	26	30	18
	섭취량(g)	16.9	14.7	19.1	14.8	13.6	16	12.5	-	15.7	16.1	13.1	19.2
라면	순위	29	23	-	28	22	-	26	22	-	30	23	-
	섭취량(g)	13.7	18	-	14.2	18.4	-	13.9	18.9	-	14	18.9	-

※ 국민건강통계, 식품의약품안전처, 2010~2013.

1) 다소비식품 : 중량을 기준으로 1일 평균 섭취량이 높은 식품

29) 소비자물가지수 : 소비자가 구입하는 상품이나 서비스의 가격변동을 나타내는 지수



제 2 절 떡 브랜드 현황

- 국내 떡 브랜드는 재래시장 떡류, 떡 프랜차이즈 전문점 브랜드, 가공떡 유통 브랜드 등으로 나뉨
 - 재래시장 떡류는 특정한 규모를 갖춘 브랜드가 존재하기 보다는 방앗간 형식의 즉석 생산 방식이므로 프랜차이즈 브랜드와 가공떡 유통 브랜드를 중심으로 살펴봄
 - 떡 프랜차이즈 전문점 브랜드는 가맹점 수가 많은 상위 3개 기업 브랜드를 중심으로 살펴봄
 - 가공떡 유통 브랜드는 소매채널 유통 점유율 상위 5개 기업 브랜드를 중심으로 살펴봄

1. 떡 프랜차이즈 전문점 브랜드

1) 빛은

- 빛은은 2006년도에 (주)삼립식품이 만든 떡 프랜차이즈 전문점 브랜드로 전국 113개의 매장이 있음.³⁰⁾ (주)삼립식품의 영업본부 산하에 빛은BU에서 전국 프랜차이즈망을 관리함. 최근에는 온라인 판매를 통한 유통 효율성을 강화하고, 제품의 고급화를 추구하여 판매이익 증대를 도모하고 있음
- 빛은은 키티설기(밀크), 우리쌀집케익(애플&망고) 등 지속적으로 떡류에 관한 연구를 진행하고 있으며, 반구운 찰떡 및 그의 제조 방법, 쌀떡 제조용 성형몰드 가압장치 등 떡 제조에 관한 특허 등을 보유하고 있음
- 빛은 매장에서는 떡 및 떡케익 뿐만 아니라 한과와 수정과 식혜 등의 음료도 함께 판매하고 있음

30) 빛은 홈페이지(www.bizeun.co.kr) (2015.11.27. 기준)

[표 4-8] 빛은 떡 주요 제품

식품유형	제품명	제품 특성	제품 사진
떡류	헬로키티가 사랑한 떡케익 (밀크)	- 일본 SANRIO CO.,LTD사와의 협업을 통해 키티 캐릭터를 사용해 생산한 떡 - 주요 성분 : 쌀(국산), 우유{원유(국산)}	
떡류	영광모시잎 송편	- 영광에서 재배한 모시잎 반죽에 통동부를 가득 넣은 별미떡 - 주요 성분 : 쌀가루(국내산), 통동부(미안마), 모시잎(국내산)	
떡류	썩가득설기	- 국내산 썩을 원료로 만든 설기떡으로 가로 8cm 정도의 크기로 먹기 편하게 만든 것이 특징 - 주요 성분 : 쌀(국산), 냉동썩(국산)	
떡류	대복떡(팥)	- 담백한 팥앙금과 다양한 견과류가 안에 속으로 들어 있는 떡 - 주요 성분 : 찹쌀(국산), 팥고물{팥(중국산), 식염(국산)}, 통팥앙금{팥(중국산), 정제염(국산)}, 거피팥고물{거피팥(중국산), 식염(국산)}	

※ 빛은 홈페이지(www.bizeun.com) (2015.11.27. 기준)

- 빛은은 명절 등에 선물용으로 많이 판매되는 떡의 특성을 반영하여 떡 선물 세트 제품을 만들어 판매하고 있음. 별도로 제작된 포장용기에 용량과 제품의 수에 따라 호수를 정하여 판매함




	
빛은 선물세트 중 '모듬세트 5호'	빛은 찹쌀떡과 전통엿으로 만든 수험생을 위한 '합격의 문'

※ 빛은 홈페이지(www.bizeun.com) (2015.11.27. 기준)

2) 떡보의 하루

- 떡보의 하루는 2003년 국내 최초의 떡 프랜차이즈 전문점 브랜드로 (주)떡보는사람들의 브랜드임. 전국 10개 지사와 해외 1개 지사의 유통망을 가지고 있으며 전국 150여개의 가맹점이 있음³¹⁾
- 떡전문점과 떡카페를 운영중임. 전제품을 공장에서 생산하여 전국 매장으로 유통하는 방식으로 운영 중이며, 기존에 서울과 인천, 전라도, 경상도에 위치 하던 공장을 대구로 통합시켜 제품의 안정적인 공급을 도모함
- 온라인 유통의 성장으로 온라인을 통한 판매가 증가하고 있으며, 떡류의 특성 상 선물용으로 구입하는 제품의 비중이 높음

[표 4-9] 떡보의 하루 떡 주요 제품

식품유형	제품명	제품 특성	제품 사진
떡류	스탠드 2단 케익	- 2단으로 쌓은 떡케익으로 백설기를 이용한 떡케익이 아닌 팔시루와 다양한 떡을 쌓아 만든 것이 특징 - 주요 성분 : 찹쌀(국산), 멥쌀(국산), 고운앙금 (팥:중국산, 적강낭콩:수입산), 땅콩(중국산), 검은콩(중국산), 강낭콩(중국산)	
떡류	개업답례 (답례떡)	- 선물용으로 만든 선물세트로 콩쌀콩떡, 호박팥시루, 흑임자콩찰떡 등 다른 종류의 떡을 하나의 패키지로 만들어 판매함 - 주요 성분 : 찹쌀(국산), 멥쌀(국산), 고운앙금 (팥:중국산, 적강낭콩:수입산), 호박분말(뉴질랜드산), 강력쌀가루(쌀:국산)	
떡류	떡고물가래 떡1호	- 콩 고물 가래떡, 코코넛 고물 가래떡, 카스테라 고물 가래떡을 개별 포장하여 판매하는 제품 - 주요 성분 : 멥쌀(국산), 천일염(국산), 코코넛분말(필리핀산), 콩가루(백태:미국산), 건조크랜베리(미국산)	




※ 떡보의 하루(www.dcake.co.kr) 홈페이지 (2015.11.27. 기준)

31) 떡보의 하루 홈페이지(www.dcake.co.kr) (2015.11.27. 기준)

3) 떡담

- 떡담은 1965년에 설립된 창역 떡집에서 2대째를 거쳐 프랜차이즈 떡집으로 사업을 확장하여 전국 42개 가맹점이 있음
- 전통식품품질인증을 받았으며, 매장에 쌀가루 등 즉석떡 재료를 공급하여 직접 특수찜기를 이용해 바로 완제품을 만들어 판매하게 함

[표 4-10] 떡담 떡 주요 제품

식품유형	제품명	제품 특성	제품 사진
떡류	희망-2호 (담례떡)	<ul style="list-style-type: none"> - 오메기, 수리취 오메기, 모듬찰떡 등 6종의 제품을 개별포장하여 선물세트로 제작하여 판매함 - 주요 성분(오메기) : 참쌀(국내산),팥(수입산),팥앙금(팥:수입산,강낭콩:수입산),견과류(수입산) 	
떡류	나만의 떡케익	<ul style="list-style-type: none"> - 설기떡(둘레떡)안에 원하는 종류의 떡을 선택하여 떡케익을 만들 수 있게 함 - 주요 성분(백설기) : 멥쌀(국내산) 	
떡류	福 바람떡	<ul style="list-style-type: none"> - 바람떡을 복주머니 형태로 모양을 낸 떡 - 주요 성분 : 멥쌀(국내산),쑥(국내산),적팥앙금(팥:수입산,강낭콩:수입산) 	






※ 떡담 홈페이지 (www.ricepie.com) (2015.11.27. 기준)

2. 가공떡 유통 브랜드

1) 풀무원

- 풀무원은 생가득, 소가 브랜드로 떡국떡과 떡볶이떡을 유통 판매하고 있음
 - 제조는 떡국떡과 떡볶이떡을 전문으로 생산하는 식품제조회사 OEM³²⁾ 생산 방식을 주로 취하고 있음
 - 최근에는 떡과 소스를 함께 판매하는 떡볶이떡도 출시하고 있음

[표 4-11] 풀무원 떡 주요 제품

식품유형	제품명	제품 특성	제품 사진
떡류	생가득 우리쌀떡국	-특징 : 국산일반미로 만든 떡국떡임. 화학조미료, 합성착색료, 합성보존료 등을 첨가하지 않은 제품 -주요성분 : 쌀99%(국산), 정제염, 주정	
떡류	생가득 한입떡국떡	-특징 : 첨가물 없이 쌀로만 만들어 쫄깃한 식감이 살아 있음. 떡이 쉽게 굳어지지 않으며 화학조미료, 합성보존료 등을 첨가하지 않음 -주요성분 : 쌀 99%(수입산), 정제염, 주정	
떡류	생가득 한입떡볶이떡	-특징 : 99% 쌀로 만들어 쫄깃한 식감의 쌀떡볶이임. 일반 떡볶이의 1/2 길이로 만들어 편의성을 높임. 화학조미료, 합성착색료 등을 첨가하지 않음 -주요성분 : 쌀 99%(국산), 정제염, 주정	
떡류	생가득 바로조리순쌀 떡볶이	-특징 : 가정에서 쉽게 떡볶이를 조리해 먹을 수 있도록 떡과 소스를 하나의 제품으로 만들었음 -주요성분 : 쌀(수입산) 73.2%, 바로조리순쌀떡볶이소스, 바로조리순쌀떡볶이용 야채고명, 정제염, 주정	
떡류	풀무원 소가 떡볶이떡	-특징 : 타 제품보다 상대적으로 가격이 저렴함 -주요성분 : 쌀92%(수입산), 소맥분(밀/미국, 호주산), 정제염, 주정	

※ 풀무원 홈페이지(www.pulmuone.co.kr) (2015.11.20. 기준)

32) 주문자상표 부착상품(OEM, original equipment manufacturing) : 판매 회사가 제품 생산 회사에 의뢰하여 판매 회사가 요구하는 제품 상표로 제품을 출고하도록 하는 제조 및 생산 방식

2) 송학식품

- 송학식품은 농협(하나로마트), 코스트코, CJ프레시웨이 등 국내 대형유통업체에 제품을 납품하고 있음. 떡류 공장은 경기도 파주시에 위치하고 있으며, 떡국떡, 떡볶이떡 등이 주력 제품임

[표 4-12] 송학식품 떡 주요 제품

식품유형	제품명	제품 특성	제품 사진
떡류	송학햇쌀떡국	<ul style="list-style-type: none"> - 특징 : 산지에서 구입한 100% 일반미만을 사용하여 제조함 - 주요 성분 : 쌀98%(국산), 주정, 정제소금 	
떡류	우리미떡국떡	<ul style="list-style-type: none"> - 특징 : 국산쌀로 만들어 풍부한 맛을 지님 - 주요 성분 : 쌀95%(국산), 소맥전분(밀/수입산), 정제소금, 주정 	
떡류	요묘조묘 떡볶이떡	<ul style="list-style-type: none"> - 특징 : 쌀떡으로 6가지의 다른 모양의 떡이 특징이며 500g의 소포장으로 가정에서 만들어 먹을 수 있게 제조함 - 주요 성분 : 쌀95%(수입산), 소맥전분(밀/수입산), 정제소금(중국산), 주정, 감미유-s(대두), 혼합제제(젓산나트륨, 프로필렌글리콜, 초산나트륨, 정수) 	
떡류	매콤한 국물떡볶이	<ul style="list-style-type: none"> - 특징 : 떡볶이떡과 소스, 건더기스프를 함께 동봉하여 판매하는 제품으로 가정에서 손쉽게 떡볶이를 만들어 먹을 수 있게 제조함 - 주요 성분 : 쌀96.5%(수입산), 소맥전분(밀:수입산), 정제소금(중국산), 주정, 혼합제제(젓산나트륨, 프로필렌글리콜, 초산나트륨, 정수), 감미유-s(대두) 	

※ 송학식품 홈페이지 (www.songhak.co.kr) (2015.11.20. 기준)

3) 칠갑농산

- 충청남도 청양에 공장을 두고 제품을 생산하고 있으며, 원재료 중 일부는 지역 농산물을 매입하여 사용함. 농협하나로마트, 이마트 등 대형매장에 제품을 유통하고 있음

[표 4-13] 칠갑산업 떡 주요 제품

식품의 유형	제품명	제품 특성	제품 사진
떡국떡	일반미햅쌀떡	<ul style="list-style-type: none"> - 특징 : 일반미 햅쌀만을 원료로 사용하여 제조함 - 주요 성분 : 쌀99%(국산),정제염,주정,채종유 	
떡볶이떡	똑똑해떡볶이	<ul style="list-style-type: none"> - 특징 : 숫자모양과 알파벳모양으로 되어 있어 아이들의 학습과 흥미를 유발할 수 있는 모양의 떡볶이 - 주요 성분 : 쌀가루90%(국산), 소맥전분(밀), 정제염, 주정, 채종유 	
떡볶이떡	순쌀떡볶이	<ul style="list-style-type: none"> - 특징 : 가정에서 쉽게 떡볶이를 만들어 먹을 수 있도록 떡볶이떡과 양념장을 함께 동봉하여 판매함 - 주요 성분 : 쌀94%(국산), 맥전분(밀:미국산,호주산), 정제염, 주정 	

※ 칠갑농산(주) 홈페이지 (www.chilkab.co.kr) (2015.11.20. 기준)



4) CJ제일제당(주)

- CJ제일제당(주)는 동반성장 모델인 ‘즐거운 동행’ 브랜드를 통해 떡을 유통하고 있음. 떡은 (주)미정에서 제조하고 CJ제일제당은 제품개발, 마케팅, 제품유통 등을 담당하고 있으며, ‘밀당의 고수’ 시리즈 제품인 간편조리용 떡볶이떡도 출시함

[표 4-14] CJ제일제당(주) 떡 주요 제품

식품의 유형	제품명	제품 특성	제품 사진
떡국떡	우리햅쌀 떡국떡	<ul style="list-style-type: none"> - 전통 떡매치는 방식으로 만들어 쫄깃한 식감을 지님. 국산 햅쌀을 원재료로 사용함 - 주요 성분 : 쌀 99%(국산), 정제소금, 주정 	

제4장 소매 시장 현황




식품의 유형	제품명	제품 특성	제품 사진
떡볶이떡	참쌀떡볶이떡	<ul style="list-style-type: none"> - 전통 방앗간 방식으로 여러 번 치대 만든 떡. - 냉장식품으로 개봉 후 냉장/냉동실에서 보관해야 함 - 주요 성분 : 쌀(수입산) 99%, 정제소금, 주정 	
떡볶이떡	밀당의 고수 화끈한 불 떡볶이	<ul style="list-style-type: none"> - 속이 뚫린 떡볶이떡과 소스를 함께 동봉하여 소비자가 조리하기 쉽게 만든 제품임 - 주요 성분 : (밀떡볶이) 밀가루 99.0% (밀:호주산,미국산),정제소금,주정 	

※ CJ제일제당(주) 홈페이지 (www.cj.co.kr) (2015.11.20. 기준)

5) (주)미정

- 1963년도에 설립된 (주)미정은 경상북도에 위치하며, CJ제일제당(주)의 브랜드인 ‘즐거운 동행’에 떡국떡과 떡볶이떡 주납품업체임. (주)미정의 브랜드로 직접생산 판매하는 ‘우리가족애’ 떡국떡과 구멍송송 쌀떡볶이 등도 유통업체를 통해 판매하고 있음

[표 4-15] 미정 떡 주요 제품



식품의 유형	제품명	제품 특성	제품 사진
떡국떡	우리가족애 쌀 떡국떡	<ul style="list-style-type: none"> - 쌀로 만든 떡국떡임 - 주요 성분 : 쌀 99%(수입산), 정제소금, 주정 	
떡볶이떡	구멍송송 쌀 떡볶이	<ul style="list-style-type: none"> - 떡 가운데에 구멍이 뚫려 있어 떡볶이 소스를 더 쉽게 흡수할 수 있도록 만들 - 주요 성분 : 쌀 99%(수입산), 정제소금, 주정 	
떡볶이떡	구멍송송 밀 떡볶이	<ul style="list-style-type: none"> - 떡 가운데에 구멍이 뚫려 있어 떡볶이 소스를 더 쉽게 흡수할 수 있도록 만들 - 주요 성분 : 밀가루 99%(밀: 호주산, 미국산), 정제소금, 주정 	

※ 신세계몰 (emart.ssg.com) (2015.11.20. 기준)

6) 수입떡류

□ 모찌, 다이후쿠 등 일본 찰쌀떡 종류 일부가 수입 유통되고 있음

[표 4-16] 수입 떡 주요 제품

식품의 유형	제품명	제품 특성	제품 사진
떡류 (건조제품)	일본 정통 찰떡 키리모찌	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 유노타니(주)가 니가타 우오누마 지방에서 재배된 쌀을 가지고 생산하여 한국으로 수출한 제품으로, 네모난 모양에 직화구이나 튀겨서 먹기에 좋다고 설명하고 있음 - 가격 : 12,000 / 용량 : 400g*2 - 주요 성분 : 찰쌀 100%(일본) 	
떡류 (가열하지 않고 섭취하는 냉동식품)	특선 다이후쿠	<ul style="list-style-type: none"> - 특선 다이후쿠 12개입으로 일본 정통 기법으로 제조. 100%찰쌀과 북해도산 적팔앙금을 사용하며, 방부제 및 합성보존료를 전혀 사용하지 않음. 냉동하여 배송함 - 제조사 : MINATO SEIKA CO.,LTD - 수입원 : 손로만드는사랑(주) - 가격 : 41,000원 / 용량: 1,140g (95g*12) - 주요 성분 : 시로(백) 다이후쿠: 찰쌀분말, 설탕, 팥, 맥아당, 물엿, 소금, 모찌소프트(옥수수전분, 일파,아밀라아제(비세균성),올리고당],정제수/쿠사(썩) 다이후쿠(썩3.5%함유): 찰쌀분말, 설탕, 팥, 맥아당, 물엿, 썩3.5%, 정제소금, 효소[옥수수전분,알파-아밀라아제(비세균성),올리고당],정제수/마메(콩)다이후쿠(적완두콩5.01%함유):설탕,찰쌀분말,팥,적완두콩5.01%,맥아당,물엿,소금,모찌소프트모찌소프트(옥수수전분, 일파,아밀라아제(비세균성),올리고당],정제수 등 	

※ 신세계몰 (emart.ssg.com)

제 3 절 소비 시장 특성

1) 떡 디저트 카페의 활성화

- 기존 커피를 즐겨마시던 카페형 점포에서 떡과 전통차, 한과류 등을 함께 맛보고 즐길 수 있는 떡카페가 증가하고 있음
- 설립 1년 만인 2014년 전국에 약 478개 가맹점 점포망을 구축한 설빙의 대표 메뉴는 인절미 빙수로 중고생 및 20~30대 여성들 사이에서 폭발적이 인기를 얻고 있음. 그 외에도 생딸기 찹쌀떡, 인절미 토스트, 풍당치즈 가래떡 등 신세대 입맛에 맞는 새로운 떡메뉴를 개발하여 반응이 좋음
- 그 외에도 동병상련, 빛은, 미랑, 황금시루 등 다양한 떡카페가 인기를 끌고 있음



- 떡 프랜차이즈 전문점도 활성화 되고 있으며, 대표적으로 삼립식품의 빛은은 2014년 기준 가맹점 107개, 매출 약 245억 원 규모임. 매출액은 순수 떡류의 매출만이 아닌 기타 음료 및 디저트를 포함한 떡카페 전체 메뉴의 매출액임. 설빙은 일반 카페전문점에서 다양한 퓨전 떡 제품을 판매하고 있는 형태로 전통떡을 취급하는 타 떡 프랜차이즈 전문점과는 성격이 다름

[표 4-17] 떡 프랜차이즈 전문점 현황

떡카페 프랜차이즈 브랜드	가맹점수(개)	매출액(백만원)	업체명
빛은	121	24,554	(주)삼립식품
설빙	478	20,187	(주)설빙
떡보의 하루	164	15,119	(주)떡파는사람들
떡담	40	3,636	라이스파이
예다손	38	8,202	(주)예다손

※ 공정거래위원회 가맹사업부 자료공개(franchise.ftc.go.kr) (2016.1.11)

1) 가맹점수(직영점 포함)와 매출액은 2014년 기준

2) 빛은 매출액은 직영점 14개를 제외한 가맹점 107개의 추정 평균매출액으로 산출한 수치임

2) 떡볶이 전문 프랜차이즈 시장의 성장

- 떡카페 뿐만 아니라 떡볶이 전문 프랜차이즈 가맹점도 증가하고 있음. 떡볶이 전문 프랜차이즈 시장 규모는 2014년 프랜차이즈 상위 5개 업체 기준 총 가맹점 1,592개, 매출액 1,340억원 규모임
- 떡볶이 전문 프랜차이즈는 비교적 적은 창업자본으로 개점할 수 있고, 친숙한 메뉴와 어렵지 않은 조리 방법으로 진입장벽이 낮은 것이 특징이어서 떡볶이 전문 프랜차이즈 시장이 성장함
- 대표적인 떡볶이 전문 프랜차이즈 브랜드로는 아딸, 죠스떡볶이, 국대떡볶이, 불닭발동대문엽기떡볶이, 신전떡볶이 등이 있음
- 간편하게 먹을 수 있는 떡볶이에 배달서비스를 접목하여 시너지 효과를 얻고 있는데, 업계는 배달 서비스 수요의 증가 원인을 1~2인 가구의 증가로 파악하고 있음

[표 4-18] 떡볶이 전문 프랜차이즈 현황

떡볶이 프랜차이즈 브랜드	가맹점수(개)	매출액(백만원)	업체명
아딸	643	25,678	(주)오투스페이스
죠스떡볶이	426	59,239	(주)죠스푸드
불닭발동대문엽기떡볶이	248	36,170	(주)햇시즈너
신전떡볶이	167	4,296	신전푸드시스
국대떡볶이	108	8,640	(주)국대에프앤비

※ 공정거래위원회 가맹사업부 자료공개(franchise.ftc.go.kr) (2015.12.3)

1) 가맹점수(직영점 포함)와 매출액은 2014년 기준

3) 떡류의 브랜드화 및 가공기술 개발

- 정부의 쌀가공식품 지원사업의 결과로 다양한 형태의 브랜드가 만들어짐
- 2008년도에 농림축산식품부에서 추진한 지역농업클러스터에 경기도 화성의 ‘화성웰빙떡’ 사업이 선정되어 화성웰빙떡클러스터가 시작됨
- 화성떡웰빙클러스터는 경기에서 생산된 경기미를 이용하여 떡을 제작함. 2010년 자체 브랜드 ‘디딜향’을 만들어 하나로마트, 이마트, GS샵 등의 유통업체 등을 통하여 판매하고 있음. 또한 2015년 현재 오스트리아, 독일, 영국, 미국, 중국 등 5개국으로 수출하고 있음

제4장 소매 시장 현황

- 경기농림진흥재단에서 경기미 소비촉진과 떡 산업을 육성하기 위해 떡 브랜드 ‘모닝메이트’를 만들어 브랜드 무상 사용 권한 및 운영권을 부여하고 떡 프랜차이즈 가맹사업의 자율권을 부여함
- 신양주영농조합은 양주쌀로 빚은 순 우리떡 전문브랜드 '가즌뜰'을 개발하고 시판에 나섬



- 기존에는 영업장 내에서 판매하거나 직접 배달하던 떡류의 온라인쇼핑몰 판매가 활성화되고 있으나 떡 고유의 특성상 유통기한이 짧은 단점을 보완하기 위해 가공기술 개발 및 냉동떡 형태로 유통되는 경우가 증가함
 - 2014년 10월 30일 식품위생법 시행규칙이 개정되어 소비자가 요청할 경우 떡의 배달 판매가 가능해짐. 이에 따라 전통시장 내 위치한 떡 제조업체는 유선을 통한 주문 판매나 인터넷 주문을 통한 온라인 판매가 가능해짐
 - 이에 따라 전통떡을 냉동떡 형태로 제조·포장하여 온라인으로 소비자에게 판매하는 업체가 늘고 있음
 - 농촌진흥청은 굳지 않는 떡 기술을 중소기업에 이전하고 기술의 사용을 장려하고 있음. 이 기술을 사용하면 방부제 처리 없이 실온에서 2~3일, 냉장보관 4~10일, 냉동보관 6개월 이상 저장 및 유통이 가능함

제 5 장 구입 및 소비 특성

제1절 떡 구입 및 소비 특성

제2절 전통식품 품질인증마크 떡 구입



제 1 절 떡 구입 및 소비 특성

- 떡 구입 및 소비 특성을 파악하기 위해 2015년 11월 30일~12월 4일까지 전문조사업체에 의뢰하여 온라인조사로 실시함. 최근 떡을 구입 및 소비한 경험이 있는 20대~50대 남녀 500명을 대상으로 조사를 실시하였으며, 성별 분포는 남성 40%, 여성 60%이며, 연령별 분포는 20대(16.0%), 30대(28.0%), 40대(28.0%), 50대(28.0%)임³³⁾
- 떡에 대한 본격적인 조사에 앞서, 간식 또는 대용식으로 빵보다 떡을 더 선호하는지 여부를 먼저 조사함. 2013년 기준 우리나라 국민 1인당 빵 1일 섭취량은 18.9g이며, 떡 1일 섭취량은 16.1g임³⁴⁾
 - 간식 또는 대용식으로 빵보다 떡을 더 선호한다는 응답은 39.6%로 나타남
 - 연령별로 50대(53.6%), 성별로 여성(36.0%)보다 남성(45.0%)이 빵보다 떡을 더 선호한다는 응답이 상대적으로 더 높게 나타남

[표 5-1] 간식 또는 대용식으로 빵과 떡 비교

구분	전체 (n=500)	성별		연령			
		남성 (n=200)	여성 (n=300)	20대 (n=80)	30대 (n=140)	40대 (n=140)	50대 (n=140)
빵보다 떡을 더 선호함	39.6	45.0	36.0	31.3	32.1	37.9	53.6
빵보다 떡을 더 선호하지는 않음	60.4	55.0	64.0	68.8	67.9	62.1	46.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

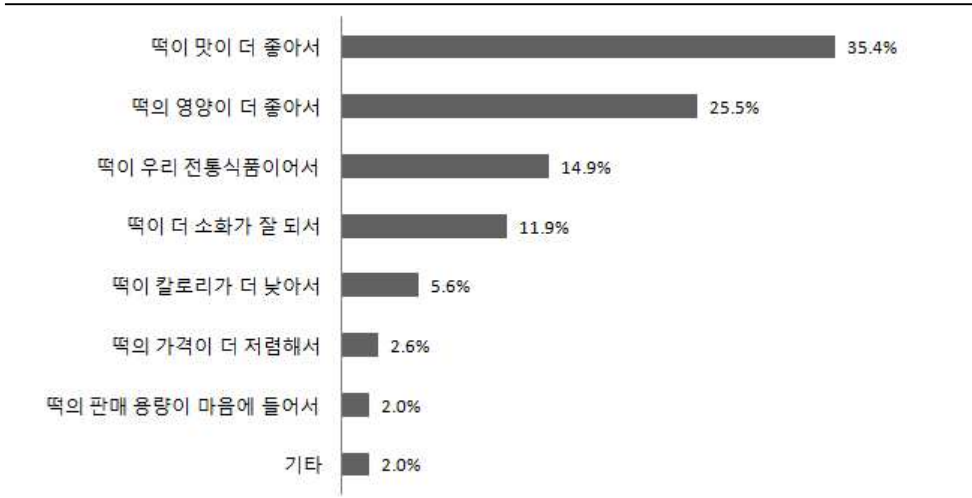
- 간식 또는 대용식으로 빵보다 떡을 더 선호한다고 응답한 사람 중 그 이유로 떡의 맛이 더 좋음(35.4%), 떡의 영양이 더 좋음(25.5%), 우리 전통식품임(14.9%), 떡이 소화가 더 잘 됨(11.9%) 등을 응답함
 - 떡의 맛이 더 좋아서 선택한다는 응답은 20대(50.0%), 떡의 영양이 좋아서 선택한다는 응답은 40대(32.5%)에서 상대적으로 더 높게 나타남

33) 상세 내용 부록 참조

34) 국민건강통계 다소비식품, 식품의약품안전처, 2013.

[그림 5-1] 떡 선호 이유

(단위 : %)



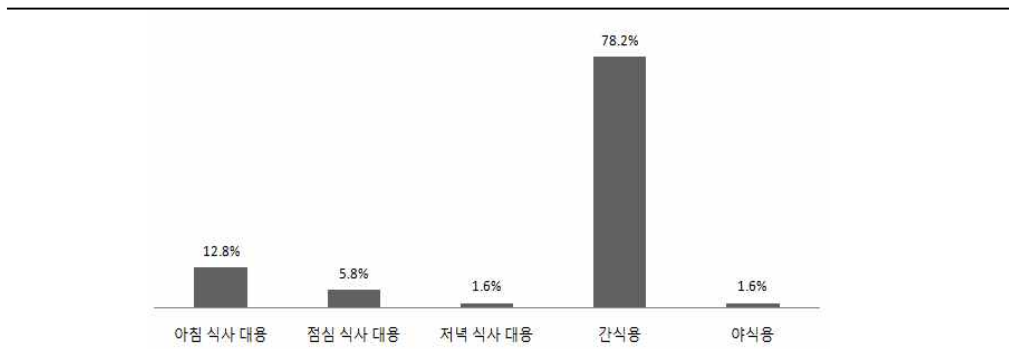
구분	전체 (n=302)	성별		연령			
		남성 (n=145)	여성 (n=157)	20대 (n=34)	30대 (n=67)	40대 (n=83)	50대 (n=118)
떡이 맛이 더 좋아서	35.4	36.6	34.4	50.0	38.8	32.5	31.4
떡의 영양이 더 좋아서	25.5	24.1	26.8	23.5	29.9	32.5	18.6
떡이 우리 전통식품이어서	14.9	13.1	16.6	8.8	11.9	14.5	18.6
떡이 더 소화가 잘 되서	11.9	13.8	10.2	8.8	11.9	9.6	14.4
떡이 칼로리가 더 낮아서	5.6	5.5	5.7	2.9	1.5	3.6	10.2
떡의 가격이 더 저렴해서	2.6	2.8	2.5	2.9	3.0	3.6	1.7
떡의 판매 용량이 마음에 들어서	2.0	2.1	1.9	2.9	1.5	1.2	2.5
기타	2.0	2.1	1.9	.0	1.5	2.4	2.5
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

※ 다중응답결과로, 응답수를 바탕으로 퍼센트 합계 계산함

- 떡은 식사 대용보다 간식용(78.2%)으로 구입하는 비중이 높음
 - 아침식사 대용으로 떡을 먹는다는 응답자는 12.8%, 점심 식사대용으로 먹는다는 응답자는 5.8%임

[그림 5-2] 떡 구입 이유

(n= 500, 단위: %)



- 20대의 경우 식사대용(아침, 점심, 저녁 합 27.5%)으로 먹는 비중이 상대적으로 더 높게 나타났으며, 간식으로 먹는 비율은 30대(82.9%)에서 가장 높게 나타남

[표 5-2] 떡 구입 이유

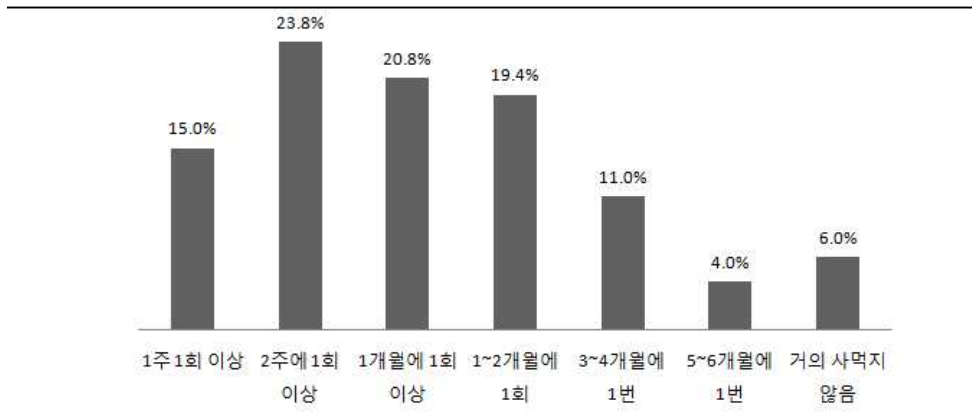
구분	전체 (n=500)	성별		연령			
		남성 (n=200)	여성 (n=300)	20대 (n=80)	30대 (n=140)	40대 (n=140)	50대 (n=140)
아침 식사 대용	12.8	13.0	12.7	13.8	10.7	16.4	10.7
점심 식사 대용	5.8	4.5	6.7	8.8	5.0	5.0	5.7
저녁 식사 대용	1.6	0.5	2.3	5.0	0.0	1.4	1.4
간식용	78.2	80.0	77.0	71.3	82.9	75.7	80.0
야식용	1.6	2.0	1.3	1.3	1.4	1.4	2.1
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

제5장 구입 및 소비 특성

- 떡의 구입 빈도는 2주에 1회 이상 23.8%, 1개월에 1회 이상 20.8%, 1~2개월에 1회 19.4%로 나타남
- 1주에 1회 이상 구입한다는 비율은 15.0%로 나타났으며, 5~6개월에 한 번이나 거의 사먹지 않는 비율도 10.0% 나타남
- 연령층이 높아질수록 떡의 구입 빈도도 증가하는 것으로 나타남. 1개월에 1회 이상(2주 1회, 1주 1회 이상 포함) 떡을 구입해 먹는 비중은 20대와 30대는 각각 50.0%, 40대는 62.9%, 50대는 71.4% 비율로 나타남

[그림 5-3] 떡 구입 빈도

(n= 500, 단위: %)

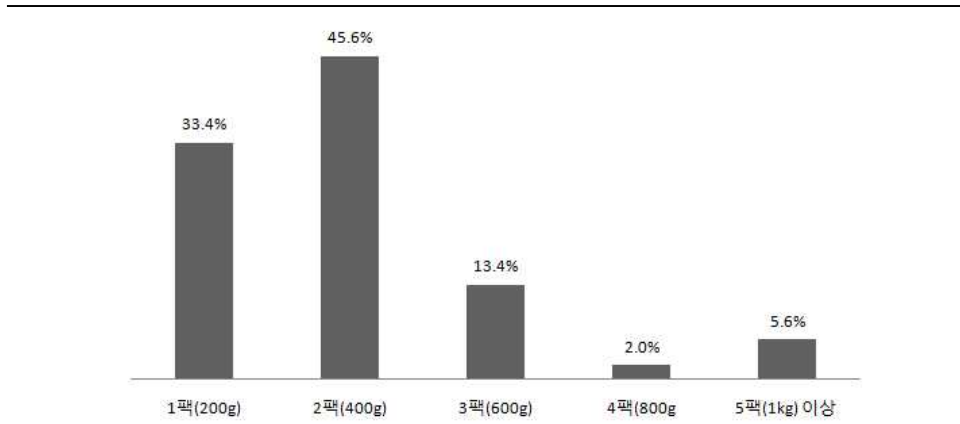


구분	전체 (n=500)	성별		연령			
		남성 (n=200)	여성 (n=300)	20대 (n=80)	30대 (n=140)	40대 (n=140)	50대 (n=140)
1주 1회 이상	15.0	13.0	16.3	13.8	12.1	15.7	17.9
2주에 1회 이상	23.8	24.0	23.7	18.8	18.6	24.3	31.4
1개월에 1회 이상	20.8	22.5	19.7	17.5	19.3	22.9	22.1
1~2개월에 1회	19.4	20.5	18.7	20.0	27.1	17.9	12.9
3~4개월에 1번	11.0	12.5	10.0	13.8	13.6	10.0	7.9
5~6개월에 1번	4.0	4.5	3.7	6.3	3.6	3.6	3.6
거의 사먹지 않음	6.0	3.0	8.0	10.0	5.7	5.7	4.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

- 한 번에 구입하는 떡의 양은 200g 소용량 2팩 이하가 79.0%(2팩 45.6%, 1팩 33.4%)로 나타남에 따라 떡을 간식용으로 소량씩 구입해 먹는 것으로 보임
- 한 번에 3팩은 13.4%, 5팩 이상 구입하는 비율은 5.6%로 나타남

[그림 5-4] 떡 구입량

(n = 500, 단위: %)



- 1팩을 구입하는 비중은 20대(45.0%)와 여성(39.0%)에서 상대적으로 높게 나타나고 있으며, 2팩을 구입하는 비중은 40대(52.1%)와 남성(48.5%)에서 상대적으로 높게 나타남

[표 5-3] 떡 구입량

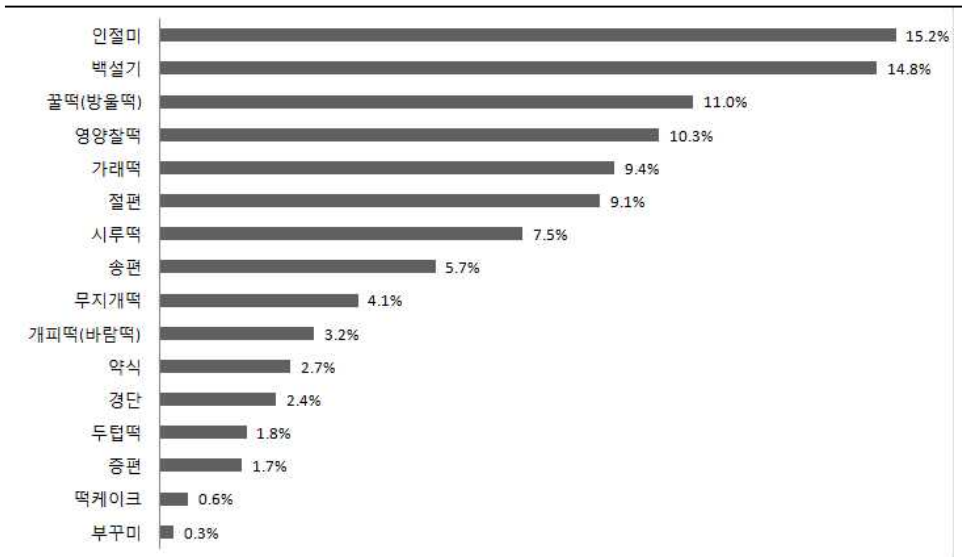
(단위 : %)

구분	전체 (n=500)	성별		연령			
		남성 (n=200)	여성 (n=300)	20대 (n=80)	30대 (n=140)	40대 (n=140)	50대 (n=140)
1팩(200g)	33.4	25.0	39.0	45.0	37.9	27.9	27.9
2팩(400g)	45.6	48.5	43.7	43.8	39.3	52.1	46.4
3팩(600g)	13.4	15.5	12.0	6.3	15.0	13.6	15.7
4팩(800g)	2.0	4.0	0.7	0.0	1.4	1.4	4.3
5팩(1kg) 이상	5.6	7.0	4.7	5.0	6.4	5.0	5.7
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

- 평소 자주 구입하는 떡은 인절미 15.2%, 백설기 14.8%, 꿀떡 11.0%, 영양찰떡 10.3% 순으로 나타남
- 이어서 가래떡 9.4%, 절편 9.1%, 시루떡 7.5%, 송편 5.7% 순으로 나타남

[그림 5-5] 자주 구입하는 떡 종류

(n=943, 다중응답, 단위: %)



- 성별로 볼 때 자주 구입하는 떡으로 인절미와 백설기는 남성, 가래떡과 절편은 여성에게서 상대적으로 조금 높게 나타남
- 연령별로 보면 20대는 백설기(18.3%)와 꿀떡(16.3%)을 구입하는 비중이 상대적으로 더 높게 나타남
- 40대는 가래떡(13.4%), 50대는 인절미(18.0%)와 영양찰떡(14.3%)이 다른 연령대에 비해 상대적으로 더 높게 나타남

[표 5-4] 자주 구입하는 떡 종류

(n=943, 다중응답, 단위: %)

구분	전체 (n=943)	성별		연령			
		남성 (n=378)	여성 (n=565)	20대 (n=153)	30대 (n=263)	40대 (n=261)	50대 (n=266)
인절미	15.2	17.7	13.5	14.4	12.5	15.3	18.0

2015 가공식품 세분시장 현황 - 떡류 시장

구분	전체 (n=943)	성별		연령			
		남성 (n=378)	여성 (n=565)	20대 (n=153)	30대 (n=263)	40대 (n=261)	50대 (n=266)
백설기	14.8	16.9	13.5	18.3	16.3	13.8	12.4
꿀떡(방울떡)	11.0	12.4	10.1	16.3	12.9	11.1	6.0
영양찰떡	10.3	9.0	11.2	5.2	9.5	10.0	14.3
가래떡	9.4	7.9	10.4	3.3	9.5	13.4	9.0
절편	9.1	7.4	10.3	7.2	10.3	8.8	9.4
시루떡	7.5	7.1	7.8	6.5	7.6	7.3	8.3
송편	5.7	5.0	6.2	5.2	4.6	7.7	5.3
무지개떡	4.1	4.8	3.7	9.8	3.4	2.7	3.0
개피떡(바람떡)	3.2	2.4	3.7	2.0	4.2	0.8	5.3
약식	2.7	3.4	2.1	2.0	2.3	3.1	3.0
경단	2.4	1.9	2.8	5.2	3.4	1.5	.8
두텁떡	1.8	1.6	1.9	1.3	1.1	1.5	3.0
증편	1.7	1.3	1.9	2.0	0.8	2.7	1.5
떡케이크	0.6	0.8	0.5	0.7	1.5	0.0	.4
부꾸미	0.3	0.3	0.4	0.7	0.0	0.4	.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

※ 다중응답결과로, 응답수를 바탕으로 퍼센트 합계 계산함

- 백설기와 인절미는 식사용이나 간식용으로 모두 즐겨먹는 떡으로 나타났으며, 영양찰떡과 무지개떡은 식사용으로, 꿀떡(방울떡)과 시루떡은 간식용으로 더 많이 먹는 것으로 나타남

[표 5-5] 자주 구입하는 떡 종류(식사용/간식용)

(단위: %)

구분	식사용(아침+점심+저녁) (n=101)	간식용(간식+야식) (n=399)
백설기	29.7	27.6
인절미	28.7	28.6
영양찰떡	27.7	17.3
절편	18.8	16.8
무지개떡	16.8	5.5
가래떡	13.9	18.8
꿀떡(방울떡)	10.9	23.3
시루떡	9.9	15.3
송편	8.9	11.3
두텁떡	6.9	2.5
증편	5.9	2.5
개피떡(바람떡)	5.0	6.3
경단	5.0	4.5

제5장 구입 및 소비 특성

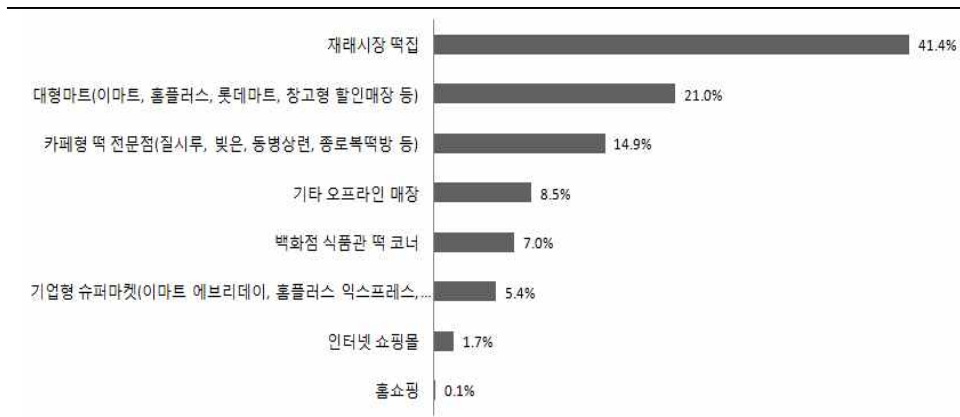
구분	식사용(아침+점심+저녁) (n=101)	간식용(간식+야식) (n=399)
약식	2.0	5.8
부꾸미	1.0	0.5
떡케이크	1.0	1.3

※ 다중응답결과로, 응답자수를 바탕으로 퍼센트 계산함

- 떡은 재래시장 떡집에서 구입하는 경우가 41.4%로 가장 높게 나타남
 - 다음으로 대형마트 21.0%, 카페형 떡 전문점 14.9%, 기타 오프라인 매장 8.5%, 백화점 식품관 떡 코너 7.0% 순임

[그림 5-6] 주요 떡 구입처

(n = 859, 단위: %)



구분	전체 (n=859)	성별		연령			
		남성 (n=372)	여성 (n=487)	20대 (n=132)	30대 (n=242)	40대 (n=238)	50대 (n=247)
재래시장 떡집	41.4	36.8	45.0	38.6	41.3	42.0	42.5
대형마트	21.0	23.1	19.3	22.7	20.7	22.3	19.0
카페형 떡 전문점	14.9	16.4	13.8	12.1	16.5	14.3	15.4
기타 오프라인 매장	8.5	8.1	8.8	8.3	11.6	8.8	5.3
백화점 식품관 떡 코너	7.0	7.3	6.8	6.1	5.8	7.1	8.5
기업형 슈퍼마켓	5.4	7.0	4.1	9.1	2.5	4.2	7.3
인터넷 쇼핑몰	1.7	1.3	2.1	3.0	1.7	1.3	1.6
홈쇼핑	0.1	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

※ 다중응답결과로, 응답수를 바탕으로 퍼센트 합계 계산함

- 떡의 재료 중 주재료인 쌀 이외에 선호하는 부재료로 팥 24.0%, 콩 17.0%로 두류의 선호 비중이 상대적으로 높게 나타남. 쌀로만 제조된 떡을 선호한다는 응답도 13.4% 나타남
 - 그 외 선호하는 부재료로 밤 13.4%, 견과류 12.4%, 쭉 9.0%, 종실류 5.6% 등의 비율로 나타났으며, 떡에 과일이나 채소류가 재료로 들어가는 것을 선호하는 비율은 낮게 나타남
 - 성별로 볼 때 선호도에 차이를 보이는 부재료를 보면, 팥에 대한 선호도는 남성(30.5%)이 여성(19.7%)보다 높게 나타나고 있으며, 쌀로만 제조된 떡을 선호하는 경우는 여성(16.3%)이 남성(9.0%)보다 높게 나타남
 - 견과류는 남성(16.5%)이 여성(9.7%)보다 높게 나타나고 있으며, 쭉은 여성(12.3%)이 남성(4.0%)보다 선호도가 더 높게 나타남
 - 연령별로 볼 때 30대와 40대는 팥을 선호하는 비중이 상대적으로 높으며, 50대는 콩, 20대는 밤을 선호하는 비중이 상대적으로 높게 나타남
 - 또한 20, 30대는 40, 50대에 비해 쌀로만 제조된 떡을 선호하는 경우가 상대적으로 더 높게 나타남

[표 5-6] 선호하는 부재료 종류

(n=500, 단위: %)

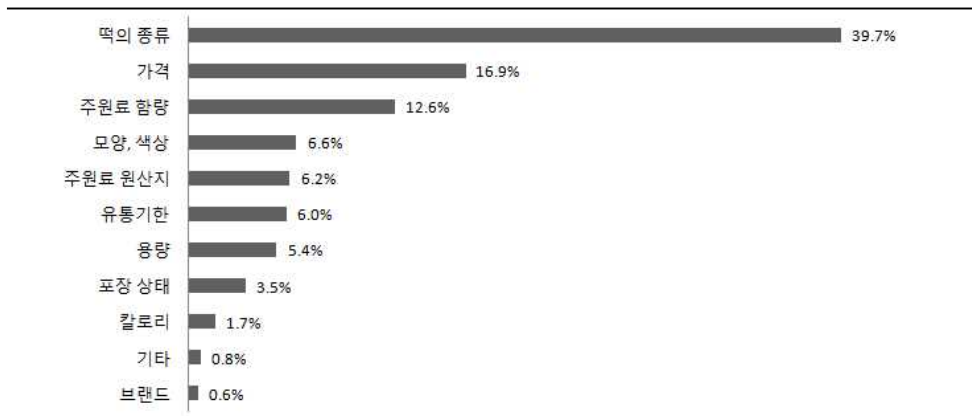
구분	전체 (n=500)	성별		연령			
		남성 (n=200)	여성 (n=300)	20대 (n=80)	30대 (n=140)	40대 (n=140)	50대 (n=140)
팥	24.0	30.5	19.7	17.5	28.6	27.1	20.0
콩(흰콩,검정콩)	17.0	19.0	15.7	12.5	15.0	15.0	23.6
밤	13.4	12.0	14.3	22.5	9.3	14.3	11.4
선호하는 부재료 없음 (쌀로만 제조된 떡 선호)	13.4	9.0	16.3	18.8	19.3	9.3	8.6
견과류(땅콩,호두,잣 등)	12.4	16.5	9.7	7.5	12.1	15.7	12.1
쭉	9.0	4.0	12.3	7.5	7.9	7.9	12.1
종실류(참깨,검정깨,들깨 등)	5.6	6.0	5.3	8.8	5.0	4.3	5.7
대추를 제외한 과일류 (사과,딸기,감 등)	1.8	2.5	1.3	1.3	1.4	3.6	0.7
쭉을 제외한 채소류 (당근,단호박 등)	1.6	0.0	2.7	2.5	0.0	0.7	3.6
기타 두류(강낭콩, 녹두 등)	1.0	.5	1.3	1.3	0.0	2.1	0.7
대추	0.8	0.0	1.3	0.0	1.4	0.0	1.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

제5장 구입 및 소비 특성

- 떡을 구입하실 때 주로 고려하는 요인으로 떡의 종류 39.7%, 가격 16.9%, 주원료 함량은 12.6% 순으로 나타남
 - 다음으로 모양 및 색상은 6.6%, 주원료 원산지 6.2%, 유통기한 6.0%, 용량 5.4% 비중으로 나타남
 - 성별로 볼 때 가격을 고려하는 경우는 남성(20.5%)이 여성(14.5%)보다 상대적으로 높게 나타남
 - 연령별로 볼 때 20대는 가격(26.3%), 40대는 주원료 함량(18.2%)을 고려하는 비중이 다른 연령대보다 상대적으로 높게 나타남

[그림 5-7] 떡 구입 시 고려 요인

(n = 1000, 다중응답, 단위: %)



구분	전체 (n=1000)	성별		연령			
		남성 (n=400)	여성 (n=600)	20대 (n=160)	30대 (n=280)	40대 (n=280)	50대 (n=280)
떡의 종류	39.7	39.0	40.2	36.3	42.5	42.1	36.4
가격	16.9	20.5	14.5	26.3	17.9	15.0	12.5
주원료 함량	12.6	14.5	11.3	6.3	10.4	18.2	12.9
모양, 색상	6.6	4.8	7.8	8.1	7.5	5.7	5.7
주원료 원산지	6.2	6.0	6.3	3.1	5.7	5.7	8.9
유통기한	6.0	4.3	7.2	3.1	5.4	5.7	8.6
용량	5.4	4.5	6.0	7.5	4.6	3.6	6.8
포장 상태	3.5	3.8	3.3	5.6	3.6	2.1	3.6
칼로리	1.7	2.0	1.5	1.3	0.7	0.7	3.9
기타	0.8	0.5	1.0	1.3	1.4	0.4	0.4
브랜드	0.6	0.3	0.8	1.3	0.4	0.7	0.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

※ 다중응답결과로, 응답수를 바탕으로 퍼센트 합계 계산함

- 떡을 선물로 구입해 본 경험이 있는 경우 돌·결혼 등 행사 답례용 18.2%, 생일 선물용 16.4%, 기타 선물용 15.2%, 명절 선물용 14.4% 순으로 나타남
- 반면, 떡을 선물로 구입해 본 경험이 없는 경우도 31.6%의 비중을 나타냄

[표 5-7] 선물용 떡 구입 용도

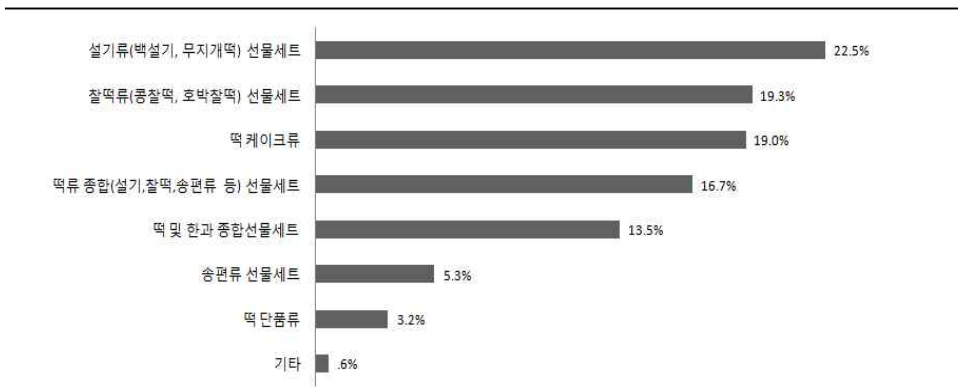
(n= 500, 단위: %)

구분	전체 (n=500)	성별		연령			
		남성 (n=200)	여성 (n=300)	20대 (n=80)	30대 (n=140)	40대 (n=140)	50대 (n=140)
돌,결혼 등 행사 답례용	18.2	20.0	17.0	10.0	24.3	20.0	15.0
생일 선물용	16.4	17.0	16.0	7.5	19.3	18.6	16.4
기타 선물용	15.2	12.0	17.3	12.5	17.1	15.0	15.0
명절 선물용	14.4	17.0	12.7	18.8	12.1	10.7	17.9
고객 응대용	4.2	4.5	4.0	2.5	2.9	4.3	6.4
선물 경험 없음	31.6	29.5	33.0	48.8	24.3	31.4	29.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

- 선물용으로 구입한 떡은 설기류 선물세트 22.5%, 찰떡류 선물세트 19.3%, 떡케이크류 19.0% 순으로 나타남. 다음으로 떡류 종합 선물세트 16.7%, 떡 및 한과 종합 선물세트 13.5% 순으로 나타남

[그림 5-8] 선물용으로 구입한 떡 종류

(n= 342, 단위: %)



- 찰떡 선물세트와 떡케이크류는 여성이 구입한 비중이 남성보다 상대적으로 높게 나타남
- 설기류 선물세트, 떡류 종합 선물세트, 떡 및 한과 종합선물세트는 남성이 구입한 비중이 여성보다 상대적으로 높게 나타남
- 연령별로 설기류 선물세트는 40대(28.1%), 찰떡류 선물세트는 50대(29.3%), 떡 케이크류는 30대(24.5%), 떡류 종합 선물세트는 50대(21.2%)에서 다른 연령대보다 구입한 비중이 상대적으로 높게 나타남

[표 5-8] 선물용으로 구입한 떡 종류

(n= 342, 단위: %)

구분	전체 (n=342)	성별		연령			
		남성 (n=141)	여성 (n=201)	20대 (n=41)	30대 (n=106)	40대 (n=96)	50대 (n=99)
설기류(백설기, 무지개떡) 선물세트	22.5	24.8	20.9	24.4	22.6	28.1	16.2
찰떡류(콩찰떡, 호박찰떡) 선물세트	19.3	13.5	23.4	19.5	12.3	16.7	29.3
떡 케이크류	19.0	16.3	20.9	22.0	24.5	17.7	13.1
떡류 종합(설기,찰떡,송편류 등) 선물세트	16.7	21.3	13.4	12.2	16.0	14.6	21.2
떡 및 한과 종합선물세트	13.5	14.2	12.9	9.8	14.2	17.7	10.1
송편류 선물세트	5.3	6.4	4.5	12.2	4.7	3.1	5.1
떡 단품류	3.2	2.8	3.5		3.8	2.1	5.1
기타	.6	.7	.5		1.9		
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

- 돌·결혼 등 행사 답례용으로는 설기류 선물세트(49.5%)를 구입한 비중이 높게 나타났으며, 명절 선물용으로는 떡류 종합선물세트(23.6%), 생일 선물용으로는 송편류 선물세트(52.4%), 고객 응대용으로는 찰떡류 선물세트(33.3%), 기타 선물용으로는 찰떡류 선물세트(28.9%)를 구입한 비중이 높게 나타남

[표 5-9] 선물용 떡 구입 용도와 종류

(단위: %)

구분	돌,결혼 등 행사 답례용 (n=91)	명절 선물용 (n=72)	생일 선물용 (n=82)	고객 응대용 (n=21)	기타 선물용 (n=76)
설기류(백설기, 무지개떡) 선물세트	49.5	12.5	11.0	23.8	11.8
찰떡류(공찰떡, 호박찰떡) 선물세트	14.3	16.7	14.6	33.3	28.9
떡 케이크류	3.3	12.5	2.4	0.0	5.3
떡류 종합(설기,찰떡,송편류 등) 선물세트	15.4	23.6	9.8	14.3	19.7
떡 및 한과 종합선물세트	6.6	23.6	8.5	23.8	14.5
송편류 선물세트	7.7	9.7	52.4	4.8	9.2
떡 단품류	3.3	1.4	0.0	0.0	9.2
기타	0.0	0.0	1.2	0.0	1.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

- 떡의 주요 구입처는 재래시장 떡집이지만 고객응대용은 카페형 떡 전문점 (27.3%)에서 구입하는 비중도 상대적으로 높게 나타남

[표 5-10] 선물용 떡 구입 용도와 주요 구입처

(단위: %)

구분	돌,결혼 등 행사 답례용 (n=91)	명절 선물용 (n=72)	생일 선물용 (n=82)	고객 응대용 (n=21)	기타 선물용 (n=76)
대형마트	21.4	22.1	22.2	18.2	17.7
기업형 슈퍼마켓	6.9	7.6	5.2	6.1	4.3
카페형 떡 전문점	16.4	17.6	17.0	27.3	18.4
백화점 식품관 떡 코너	6.9	4.6	10.5	6.1	5.0
재래시장 떡집	40.3	38.9	34.0	33.3	45.4
기타 오프라인 매장	7.5	6.9	10.5	9.1	7.1
인터넷 쇼핑몰	0.6	2.3	0.7	0.0	2.1
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

- 떡 선물세트 가격은 3만원 이상~5만원 미만(37.4%), 1만원 이상~3만원 미만(30.4%), 5만원 이상~10만원 미만(15.5%) 비중으로 나타남
- 1만원 미만도 12.3%로 나타났으며, 10만원 이상~20만원 미만은 4.1%임

[표 5-11] 떡 선물세트 가격

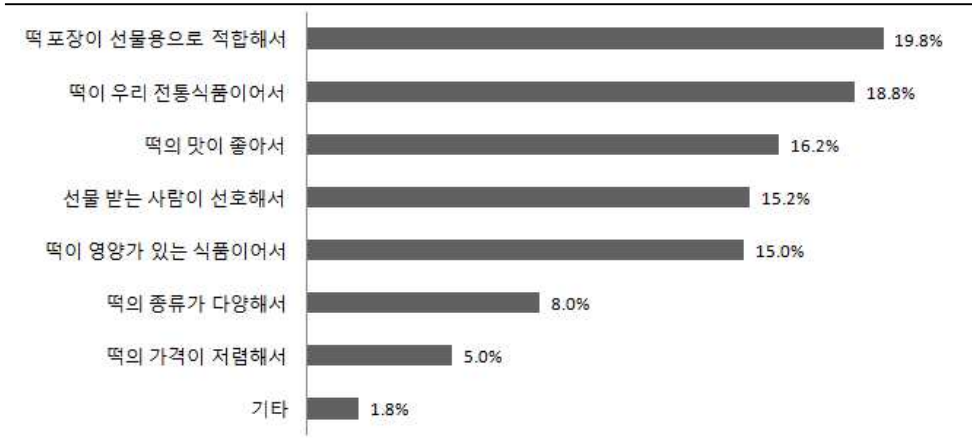
(n=500, 단위 : %)

구분	전체 (n=500)	성별		연령			
		남성 (n=200)	여성 (n=300)	20대 (n=80)	30대 (n=140)	40대 (n=140)	50대 (n=140)
1만원 미만	12.3	10.6	13.4	12.2	10.4	15.6	11.1
1만원 이상~3만원 미만	30.4	25.5	33.8	29.3	31.1	26.0	34.3
3만원 이상~5만원 미만	37.4	39.0	36.3	39.0	39.6	41.7	30.3
5만원 이상~10만원 미만	15.5	19.9	12.4	14.6	14.2	12.5	20.2
10만원 이상~20만원 미만	4.1	5.0	3.5	2.4	4.7	4.2	4.0
20만원 이상	0.3	0.0	0.5	2.4	0.0	0.0	0.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

- 선물용으로 떡을 선택한 이유는 떡 포장이 선물용으로 적합해서(19.8%), 떡이 우리 전통식품이어서(18.8%), 떡의 맛이 좋아서(16.2%) 비중으로 나타남
- 선물 받는 사람이 선호해서(15.2%), 떡이 영양가 있는 식품이어서(15.0%) 선물용으로 떡을 구입한다는 응답도 나타남

[그림 5-9] 선물용 떡 선택 이유

(n= 500, 단위: %)



- 떡 포장이 선물용으로 적합해서 선택한다는 응답은 여성(24.7%)과 20대(23.8%), 30대(24.2%) 젊은 연령층에서 상대적으로 높은 응답률을 보임
- 우리 전통식품이어서 선택한다는 응답은 50대(25.0%) 연령층에서 상대적으로 높게 나타남

[표 5-12] 선물용 떡 선택 이유

(n=499, 단위 : %)

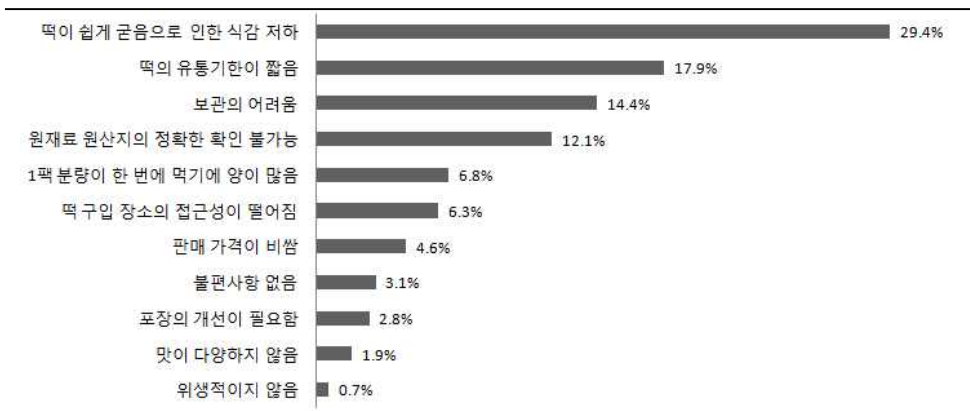
구분	전체 (n=499)	성별		연령			
		남성 (n=224)	여성 (n=275)	20대 (n=63)	30대 (n=153)	40대 (n=139)	50대 (n=144)
떡 포장이 선물용으로 적합해서	19.8	13.8	24.7	23.8	24.2	18.7	14.6
떡이 우리 전통식품이어서	18.8	21.0	17.1	14.3	12.4	21.6	25.0
떡의 맛이 좋아서	16.2	19.6	13.5	15.9	14.4	16.5	18.1
선물 받는 사람이 선호해서	15.2	15.6	14.9	14.3	15.7	15.1	15.3
떡이 영양가 있는 식품이어서	15.0	14.3	15.6	19.0	17.0	10.8	15.3
떡의 종류가 다양해서	8.0	8.5	7.6	1.6	5.2	12.9	9.0
떡의 가격이 저렴해서	5.0	5.8	4.4	7.9	6.5	4.3	2.8
기타	1.8	1.3	2.2	3.2	4.6	0.0	0.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

제5장 구입 및 소비 특성

- 떡 섭취 시 불편사항으로는 떡이 쉽게 굳음으로 인한 식감 저하(29.4%), 떡의 유통기한이 짧음(17.9%), 보관의 어려움(14.4%) 등으로 떡 고유의 특성으로 인한 보관 및 유통상의 불편함에 대한 응답률이 높게 나타남
- 다음으로 원재료 원산지의 정확한 확인 불가능(12.1%), 1팩 분량의 떡이 많음(6.8%), 떡 구입 장소의 접근성이 떨어짐(6.3%) 등이 불편사항으로 나타남

[그림 5-10] 떡 섭취 시 불편사항

(n = 907, 다중응답, 단위: %)



구분	전체 (n=907)	성별		연령			
		남성 (n=365)	여성 (n=542)	20대 (n=139)	30대 (n=244)	40대 (n=261)	50대 (n=263)
떡이 쉽게 굳음으로 인한 식감 저하	29.4	31.0	28.4	34.5	28.3	28.0	29.3
떡의 유통기한이 짧음	17.9	17.8	17.9	14.4	18.9	20.3	16.3
보관의 어려움	14.4	15.6	13.7	10.8	14.3	14.2	16.7
원재료 원산지의 정확한 확인 불가능	12.1	12.6	11.8	10.8	12.7	13.0	11.4
1팩 분량이 한 번에 먹기에 양이 많음	6.8	4.7	8.3	9.4	6.1	5.7	7.2
떡 구입 장소의 접근성이 떨어짐	6.3	6.0	6.5	5.0	6.1	7.7	5.7
판매 가격이 비쌌	4.6	5.8	3.9	5.8	4.5	3.8	4.9
불편사항 없음	3.1	3.0	3.1	5.0	3.7	1.5	3.0
포장의 개선이 필요함	2.8	2.5	3.0	2.9	3.3	1.9	3.0
맛이 다양하지 않음	1.9	.8	2.6	1.4	1.2	3.1	1.5
위생적이지 않음	0.7	0.3	0.9	0.0	0.8	0.8	0.8
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

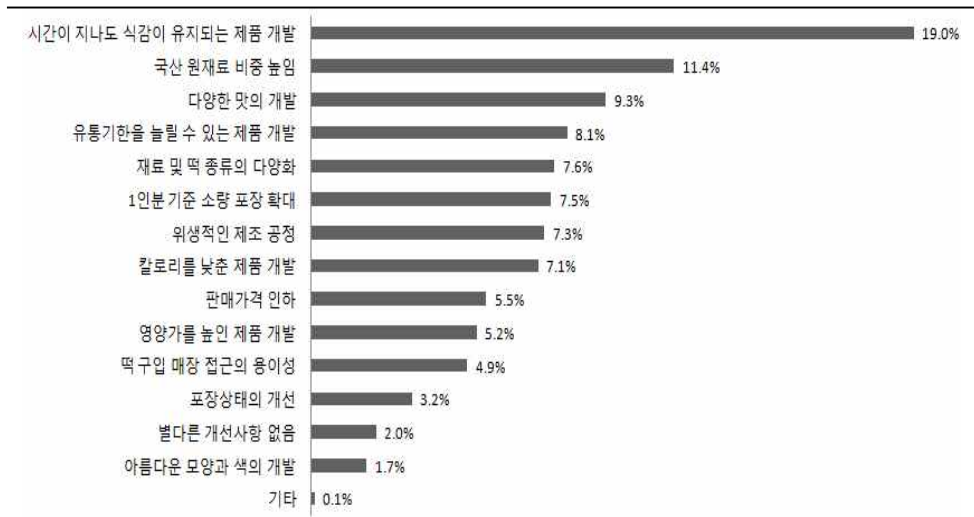
※ 다중응답결과로, 응답수를 바탕으로 퍼센트 합계 계산함



- 응답자 중 떡에 대한 개선사항으로 시간이 지나도 식감이 유지되는 제품 개발 (19.0%)을 원하는 소비자가 가장 많은 것으로 나타남
 - 다음으로 국산 원재료 비중 높임(11.4%), 다양한 맛의 개발(9.3%), 유통기한을 늘릴 수 있는 제품 개발(8.1%), 위생적인 제조 공정(7.3%)으로 나타남
 - 재료 및 떡 종류의 다양화(7.6%), 1인분 기준 소량 포장 확대(7.5%), 칼로리를 낮춘 제품 개발(7.1%) 등에 대한 응답도 나타남에 따라 다양화된 소비자의 욕구를 읽을 수 있음

[그림 5-11] 떡 개선사항

(n = 981, 다중응답, 단위: %)



- 연령별로 40대(20.4%)와 50대(21.1%)에서 시간이 지나도 식감이 유지되는 떡 개발을 응답한 비중이 다른 연령대보다 상대적으로 높게 나타남
- 20대(10.5%)는 다른 연령대 보다 재료 및 떡 종류의 다양화에 대한 응답이 상대적으로 높게 나타남
- 성별로 볼 때 남성(9.9%)은 유통기한을 늘릴 수 있는 제품 개발에 대한 응답이 여성(6.8%)보다 상대적으로 높게 나타났으며, 여성이 남성보다 상대적으로 높게 나타난 항목으로는 소량 포장 확대 및 칼로리를 낮춘 제품 개발 등이 나타남

[표 5-13] 떡 개선사항

(n= 981, 다중응답, 단위:)

구분	전체 (n=981)	성별		연령			
		남성 (n=395)	여성 (n=586)	20대 (n=153)	30대 (n=274)	40대 (n=275)	50대 (n=279)
시간이 지나도 식감이 유지되는 제품 개발	19.0	19.2	18.8	15.0	17.5	20.4	21.1
국산 원재료 비중 높임	11.4	11.6	11.3	9.2	11.7	12.4	11.5
다양한 맛의 개발	9.3	9.4	9.2	8.5	9.9	12.0	6.5
유통기한을 늘릴 수 있는 제품 개발	8.1	9.9	6.8	7.2	7.3	9.1	8.2
재료 및 떡 종류의 다양화	7.6	8.4	7.2	10.5	6.9	8.7	5.7
1인분 기준 소량 포장 확대	7.5	5.1	9.2	9.8	8.4	6.2	6.8
위생적인 제조 공정	7.3	7.1	7.5	7.8	6.9	5.1	9.7
칼로리를 낮춘 제품 개발	7.1	5.8	8.0	7.8	5.8	5.8	9.3
판매가격 인하	5.5	6.1	5.1	6.5	5.5	4.7	5.7
영양가를 높인 제품 개발	5.2	5.8	4.8	2.0	5.8	5.5	6.1
떡 구입 매장 접근의 용이성	4.9	5.3	4.6	4.6	6.9	3.6	4.3
포장상태의 개선	3.2	3.0	3.2	2.6	3.6	2.9	3.2
별다른 개선사항 없음	2.0	1.5	2.4	5.2	2.2	1.8	0.4
아름다운 모양과 색의 개발	1.7	1.8	1.7	3.3	1.1	1.8	1.4
기타	0.1	0.0	0.2	0.0	0.4	0.0	0.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

※ 다중응답결과로, 응답수를 바탕으로 퍼센트 합계 계산함

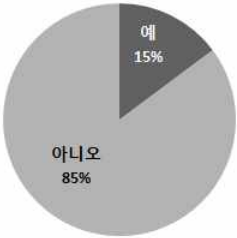


제 2 절 전통식품 품질인증마크 떡 구입

- 국내산 농수산물을 주원(재)료로 하여 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향·색을 내는 우수한 전통식품에 대하여 정부가 품질을 보증한 제품에 한해 전통식품 품질인증마크를 부착할 수 있음
- 시중에 유통하고 떡 중 전통식품 품질인증마크를 부착한 떡 구입 경험은 14.8%임
 - 전통식품 품질인증마크 부착 떡 구입 경험은 50대(22.1%)에서 다른 연령대보다 상대적으로 높게 나타남

[그림 5-12] 전통식품 품질인증마크 부착 떡 구입 경험 여부

(n=500, 단위:%)

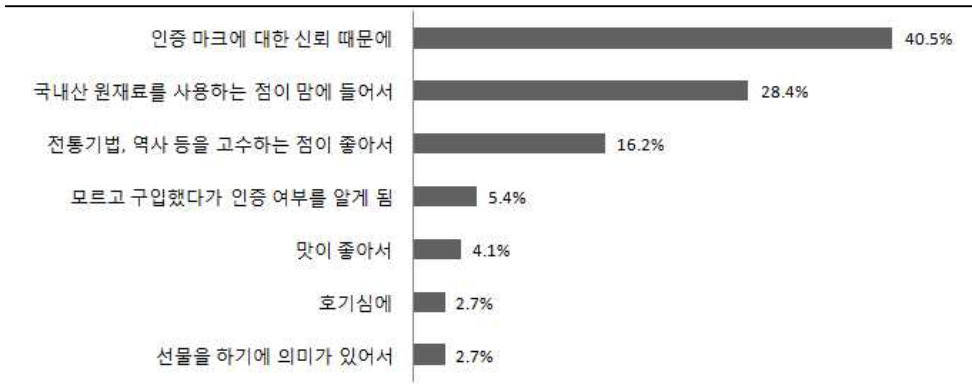
전통식품 품질인증마크 부착 떡 구입 경험	구분	전체 (n=500)	성별		연령			
			남성 (n=200)	여성 (n=300)	20대 (n=80)	30대 (n=140)	40대 (n=140)	50대 (n=140)
	구입경험 있음	14.8	17.0	13.3	11.3	12.9	11.4	22.1
	구입경험 없음	85.2	83.0	86.7	88.8	87.1	88.6	77.9
	합계	100.0	100	100	100	100	100	100

※ 온라인 조사 결과로 해석을 일반화하는데 주의를 요함

- 전통식품 품질인증마크가 부착된 떡을 구입한 응답자는 74명(14.8%)임
 - 인증마크 부착 떡을 구입한 응답자는 74명에 불과하지만 응답자 중 인증마크 부착 떡 구입 이유로 인증마크에 대한 신뢰(40.5%), 국내산 원재료 사용(28.4%), 전통기법 및 역사 고수(16.2%) 등의 응답을 나타냄

[그림 5-13] 전통식품 품질인증마크 부착 떡 구입 이유

(n= 74, 단위: %)



※ n=74(전통식품 인증마크 떡 구입 경험자 수)

□ 전통식품 품질인증마크가 떡 구입에 영향을 미쳤다는 응답률이 76.2%(매우 영향을 미침 10.8%, 다소 영향을 미침 55.4%)로 나타남

[표 5-14] 전통식품 품질인증마크의 떡 구입 영향 정도

(n=74, 단위 : %)

구분	전체 (n=74)	성별		연령			
		남성 (n=34)	여성 (n=40)	20대 (n=9)	30대 (n=18)	40대 (n=16)	50대 (n=31)
매우 영향을 미쳤다	10.8	17.6	5.0	0.0	5.6	12.5	16.1
다소 영향을 미쳤다	55.4	55.9	55.0	55.6	61.1	56.3	51.6
보통이다	28.4	26.5	30.0	33.3	27.8	31.3	25.8
영향을 미치지 않았다	4.1	0.0	7.5	11.1	5.6	0.0	3.2
전혀 영향을 미치지 않았다	1.4	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0	3.2
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

※ n=74(전통식품 인증마크 떡 구입 경험자 수)



- 구입 경험자 및 비경험 모두를 대상으로 향후 전통식품 품질인증마크가 부착된 떡 구입 의향을 조사해본 결과, 89.8%가 구입 의향을 밝힘
 - 향후 전통식품 품질인증마크가 부착된 떡 구입 의향이 없는 경우는 10.2%로 전체 응답자 500명 중 51명에 불과하지만, 그 이유로는 비싼 가격에 비해 품질이 기대 이하라는 응답이 27.5%로 가장 높게 나타남
 - 이어서 나타난 이유는 판매하는 곳이 많지 않음(25.5%), 가격이 너무 비싸서(21.6%), 기대했던 것에 비해 맛이 없어서(17.6%), 순으로 나타남

[표 5-15] 전통식품 품질인증마크 떡 구입 의향이 없는 이유

(n=51, 단위 : %)

구분	전체 (n=51)	성별		연령			
		남성 (n=11)	여성 (n=40)	20대 (n=7)	30대 (n=17)	40대 (n=10)	50대 (n=17)
비싼 가격에 비해 품질이 기대 이하	27.5	36.4	25.0	28.6	41.2	30.0	11.8
판매하는 곳이 많지 않아서	25.5		32.5	28.6	11.8	30.0	35.3
가격이 너무 비싸서	21.6	18.2	22.5	14.3	29.4	0.0	29.4
기대했던 것에 비해 맛이 없어서	17.6	36.4	12.5	14.3	11.8	30.0	17.6
제품 구성 및 포장에 마음에 들지 않음	3.9	9.1	2.5	14.3	5.9	0.0	0.0
기타	3.9	0.0	5.0	0.0	0.0	10.0	5.9
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* n=51(향후 전통식품 인증마크 부착 떡 구입 의향이 없다고 응답한 수)

제 6 장

해외 시장 동향

제1절 일본 시장

제2절 중국 시장

제3절 미국 시장





- 떡은 한국고유의 전통식품으로 수입량은 적지만 2013년 기준 일본에서 113톤(79만8천 달러)을 수입함. 일본에서 수입하는 떡은 찹쌀떡(모찌, 다이후쿠 등)류임
- 떡의 주요 수출 국가는 2014년도 기준으로 미국(25.7%)과 중국(19.0%)임. 수출하는 떡은 주로 가공떡(떡국떡, 떡볶이떡 등)이며, 한류의 영향과 함께 떡볶이에 대한 인기가 상승하면서 떡볶이떡의 수출이 증가함
 - 미국으로 떡 수출은 2010년 699톤(262만6천 달러)에서 2014년 1,188톤(403만5천 달러)으로 꾸준히 증가하고 있으며, 수출량 기준 연평균 14.2% 증가함. 단 전통떡류는 가격경쟁력 등의 이유로 현지에서 직접 생산하여 한인 마켓을 중심으로 판매하고 있음
 - 중국으로 떡 수출은 2010년 157톤(165만4천 달러)에서 2014년 881톤(237만4천 달러)으로 연평균 53.9% 증가함
 - 일본으로 떡 수출은 2014년 기준 401톤(149만7천 달러)임
- 이에 일본, 중국, 미국을 중심으로 떡 관련 해외시장 현황을 살펴봄

제 1 절 일본 시장

1) 시장규모

- 일본의 쌀가공식품은 냉동미반류(성형타입, 볶음밥류), 레토르트, 무균포장미반류, 포장떡, 죽, 잡곡, 리조트 등으로 구분함³⁵⁾
 - 일본의 쌀 가공식품 중 떡류에는 모찌류, 포장떡류, 당고류 등이 있음. 모찌류에는 백옥모찌, 냉동백옥모찌, 즉석모찌 등이 있으며, 포장떡류에는 포장모찌(세절형, 판상형, 구형), 당고류는 냉동멥쌀당고, 진공포장당고 등이 있음
- 모찌는 찹쌀로 만든 대표적인 떡으로 손이나 기계로 만든 떡을 통칭하며, 2013년 기준 일본 2인 이상 가구(평균 가구 인원 3.05명)당 2.44kg을 구입한 것으로 나타남

35) 일본의 쌀가공식품 유통현황 - 상온미반류편, 오사카 AT센터, 2013

- 2013년 기준 일본의 떡(모찌) 1인당 연간 구매량은 799g³⁶⁾이며, 평균 구매 단가는 kg 당 7.1달러임

[표 6-1] 일본 떡(모찌) 소비 현황

구분	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
가구 구입 수량(g)	2,703	2,711	2,573	2,423	2,463	2,460	2,437
가구 인원	3.14	3.13	3.11	3.09	3.08	3.07	3.05
인당 구매 수량 (g)	861	866	827	784	800	801	799
평균 구매 가격(달러/kg)	7.3	7.4	7.5	7.4	7.5	7.3	7.1

※ 전국 떡 공업 협동 조합(www.omochi100.jp)

1) 원출처: 일본 총무성 「가계조사」(전국 2인 이상 가구)

2) 2014년 기준 100엔=0.95달러 (KEB하나은행 기준)

- 일본의 쌀가공식품 유통현황 자료에 의하면 2012년 기준 포장떡 생산액은 4.74억 달러임. 이 중 절편 3.56억 달러, 경단 1.18억 달러로 절편이 약 75% 정도의 비중을 차지함

[표 6-2] 일본 포장떡 생산액 추이

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2010년	2011년	2012년
절편	349 (74.6)	362 (75.2)	356 (75.1)
경단	119 (25.4)	119 (24.8)	118 (24.9)
계	467	481	474

※ 일본의 쌀가공식품 유통현황 - 상온미반류편, 오사카 AT센터, 2013

1) 절편은 찹쌀로 만들어 안에 소를 넣지 않은 모찌(もち)를 의미함

경단은 당고(だんご) 등 구 모양의 떡을 의미함

- 일본에서 떡의 수입량은 극히 적어서 2014년 기준 모찌(찹쌀떡)의 수입량 18톤, 수입액 6만3천 달러에 불과함
- 일본인은 자국 식품에 대한 신뢰도가 높은 편이며, 떡 역시 자국 내에서 생산하여 소비하는 경향이 높음

36) 2013년 기준 우리나라의 1인당 연간 떡 섭취량은 5,876g임(다소비식품 조사자료)

[표 6-3] 일본 찹쌀떡 수입 현황

(단위:kg, 천 달러)

국가명	2010		2011		2012		2013		2014	
	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
대만	15,000	23.8	15,600	25.5	14,400	23.9	14,400	29.4	14,400	31.1
중국	445	6.4	14,644	85.7	4,080	38.7	2,586	23.5	3,060	28.1
기타	1,308	9.9	0	0.0	207	2.8	453	2.2	1,053	4.7
합계	16,753	40.1	30,244	111.2	18,687	65.4	17,439	55.1	18,513	63.9

* KITA(www.kita.net)




- 1) 일본 찹쌀떡의 HS CODE는 1901.90.179임³⁷⁾
- 2) 2014년 평균환율 100엔=0.95달러임 (KEB하나은행 기준)

□ 일본 전국 떡 공업 협동조합(全餅工)³⁸⁾은 국내산 쌀, 찹쌀만으로 제조한 포장 떡이라는 보증 마크(안심 마크)를 붙여 자국산 쌀로 만든 떡 소비를 촉진하는 홍보를 하고 있음

- 생산, 재배, 유통 과정을 알기 어려운 외국 쌀과 달리 자국산 쌀, 찹쌀만으로 만들어진 포장 떡은 어디에서 어떻게 재배되고, 유통했는지 추적 가능하며, 안심하고 안전한 포장 떡을 즐길 수 있음을 강조함
- 일본에는 자국산 쌀을 사용하는 찰떡 기업들이 다수 존재하며, 일본 전국 떡 공업 협동 조합에 가입한 기업 중 50년 이상 역사를 자랑하는 기업들은 다음과 같음





[표 6-4] 일본 가공 떡 판매 기업

회사명	창업년도	판매 품목	로고
에치고제과 (越後製菓)	1947	떡류, 쌀 과자, 밥, 국수, 반찬 류	
키무라식품 (きむら食品)	1954	포장 떡, 냉동 쌀밥, 찹쌀 가루	
타이마쓰식품 (たいまつ食品)	1958	포장 떡, 베스트 거울 떡, 디저트, 무균 쌀밥, 발아 현미 죽, 가바 관련 상품, 빵 및 관련 상품	

37) 일본 관세청에서 확인한바 모찌는 1901.90.179에 포함되어 있음

(원문:もち `だんごその他これらに類する米産品(育 食用又は食餌療法用のものを除く)

38) 일본 전국 떡 공업 협동 조합(www.omochi100.jp)

마루신식품 (マルシン食品)	1922	떡류 (포장 떡, 거울 떡), 일본식 디저트 과자 (젤리, 푸딩 등), 과자 (경단, 만두), 건강 식품 (발아 현미 관련 상품, 템피, 다이어트 식품)	
조호쿠면공 (城北麵工)	1949	건면, 생면, 만두, 찐만두 피부, 싱글팩 떡, 포장 떡,	

2) 주요 떡 제품 및 유통 현황

- 일본에서는 떡과 과자를 모두 화과자(和菓子)라고 부름. 화과자는 수분 함량에 따라 종류가 나뉨
 - 건과자(히가시)는 수분함량이 20% 미만이고, 반생과자(한나마가시)는 수분함량이 20%~40%이며, 생과자(나마가시)는 수분함량이 40% 이상임
 - 생과자가 우리나라의 떡과 비슷하며, 생과자의 종류로 모찌(餅, もち), 다이후쿠(大福, だいふく), 당고(団子, だんご) 등이 있음

[표 6-5] 일본 화과자 종류

화과자 구분	수분함량	특성	종류
생과자 (나마가시)	40% 이상	우리나라 떡과 비슷하며, 모찌라고 불리는 찰떡이 여기에 속함	모찌, 당고, 다이후쿠 등
반생과자 (한나마가시)	20~40%	팔랑금으로 만든 양갱과 찹쌀가루를 얇게 튀겨 만든 과자껍질 안에 팔랑금 등 다양한 소를 넣은 모나카 등이 있음	양갱, 모나카
건과자 (히가시)	20% 이하	볶은 곡식 등을 시럽에 버무린 오코시, 쌀가루나 밀가루 반죽을 얇게 밀어 구워 낸 센베이 등이 있음	오코시, 센베이

- 모찌(もち)는 찹쌀로 만든 떡을 통칭하는 말이므로 다이후쿠(だいふく)나 당고(だんご) 등도 모찌(もち)와 명확히 구분되는 분류체계는 아님

[표 6-6] 일본 화과자 중 생과자(떡) 종류

생과자 구분	특성
모찌 (もち)	찰쌀로 만든 떡으로 손이나 기계로 만든 떡을 통칭함 모찌의 종류에는 설날에 먹는 카가미모찌(鏡餅), 구워서 먹는 키리모찌(きりもち), 일본 떡국인 오조우니(お雑煮)에 넣어 먹는 조니모찌(雑煮餅), 찰떡을 썰어 놓은 카키모찌(かきもち) 등이 있음
다이후쿠 (だいふく)	찰쌀가루 반죽에 팥을 넣고 찐 찹쌀떡의 일종이며, 떡 안에 소로 팥과 딸기, 생크림 등을 넣기도 함





당고 (団子, だんご)	찰쌀가루를 끓는 물로 익반죽하여 작고 동그랗게 만든 경단의 일종으로 보통 네 다섯 개씩 꼬치로 꿰어 그 위에 콩가루 혹은 간장 소스 등으로 맛을 낸
-----------------	--

□ 일본에서 유통되고 있는 가공떡은 찰쌀로만 만든 떡이 많음. 구워 먹는 떡인 키리모찌(きりもち)는 대부분 네모난 모양이며, 찰떡을 찢어 넣은 카키모치(かきもち) 등이 판매되고 있음

[표 6-7] 일본 내 유통 떡 제품

떡 종류	제품명	설명	이미지
카키모찌 (かきもち)	うさぎ生かき餅 ミックス	- 키무라식품의 구워 먹는 떡. 100% 국내산 찰쌀 이용해 만들었으며, 썩맛, 검은콩맛, 새우맛, 참깨맛 등 네 가지 맛이 들어 있음 - 4.16 달러 / 300g - 주요 성분 : 찰쌀(국내산, 100%)	
카키모찌 (かきもち)	카키모찌 이로이로 かきもちいろいろ	- 에치고제과의 구워 먹는 진공 포장 떡. 콩, 썩, 새우, 참깨 네 가지 맛으로 구성함 - 4.60 달러 / 280g - 주요 성분 : 벼 찰쌀(국내산), 콩(non-GMO), 썩, 참깨, 새우, 소금, 착색료	
카키모찌 (かきもち)	きねつき豆も	- 타이마쯔식품의 2016년 맞이 설날떡. 두 원숭이와 굴이 올라간 3종 세트 - 4.01 달러 / 300g - 주요 성분 : 찰쌀(국내산), 콩(훗카이도) (용량 미표시)	
오이와이모찌 (お祝いもち)	축하떡 お祝いもち切り餅	- 에치고제과의 축하떡. 10개씩 포장된 네모떡이 4팩 들어 있음. 홍백(紅白)색 떡은 축하용으로 사용됨 - 34.25 달러 - 주요 성분 : 찰쌀 (성분, 용량 미표시)	
카가미모찌 (お鏡餅)	조디약 3 세트 (干支詰合せ3個セット)	- 타이마쯔식품의 2016년 맞이 설날떡. 두 원숭이와 굴이 올라간 3종 세트 - 29.80 달러 (용량 미표시) - 주요 성분 : 찰쌀(국내산, 100%)	
키리모찌 (きりもち)	풍덩이떡 (こがねもち)	- 타이마쯔식품의 100% 국내산 떡을 이용해 만든 토끼 동그란 떡. 보통 국 등에 많이 넣어 먹음 - 3.01 달러 / 360g - 주요 성분 : 찰쌀(국내산, 100%)	




제6장 해외 시장 동향

떡 종류	제품명	설명	이미지
키리모찌 (きりもち)	데와모찌 (出羽のもち)	- 조후쿠면공의 100% 국내산 쌀로 만든 구워 먹는 떡 - 6.65 달러 / 450 g - 주요 성분 : 찹쌀(국내산)	
키리모찌 (きりもち)	토끼 네모 한 조각 팩 (うさぎ切り餅一切れパック)	- 키무라식품의 100% 국내산 찹쌀을 이용해 만든 토끼 네모떡. 오븐에 구워 먹거나 끓여 먹는 떡임 - 5.08 달러 / 350g - 주요 성분 : 찹쌀(국내산, 100%)	
키리모찌 (きりもち)	네모 생떡 (越後生一番切り餅)	- 에치고제과의 100% 국내산 찹쌀을 사용한 네모 난 모양의 떡 - 5.62 달러 / 400 g - 주요 성분 : 찹쌀(국내산)	
키리모찌 (きりもち)	대음양떡 (大吟醸もち)	- 마루신식품의 100% 국내산 쌀로 만든 구워 먹는 떡 - 8.00 달러 / 550 g - 주요 성분 : 찹쌀(국내산)	

※ 각사 홈페이지와 라쿠텐(www.rakuten.co.jp), 2015.12.8. 기준

- 일본 편의점은 편의점 스위트라 하여 디저트를 개발하여 판매하고 있음. 편의점 스위트는 롤케익 등 서양 디저트류와 모찌를 비롯한 일본의 화과자를 모두 포함함

[표 6-8] 일본 편의점 떡 제품

떡 종류	제품명	설명	이미지
와라비 모찌 (わらびもち)	콩가루 향기 고사리 떡 (きなこ香る わらび餅)	- わらべや日洋(株) 업체의 제품 - 와라비모찌(고사리떡)은 팥과 콩고물을 얹어 여름에 시원하게 먹는 떡의 일종 - 1.31 달러 - 판매처 : 세븐일레븐	
당고 (だんご)	간장이 돋보이는 당고 (醤油引き立つみたらし団子)	- (株) デザートランドM3 업체의 제품 - 국산 멥쌀을 사용한 간장맛 당고 - 1.31 달러 - 패밀리마트	
와라비 모찌 (わらびもち)	말차 와라비모찌 (抹茶わらび餅)	- 株式会社とかち製菓 업체의 제품 - 검은꿀에 찍어 먹는 말차가루를 곁들인 와라비모찌 - 2.47 달러 - 써클케이산쿠스(サークルKサンクス)	



3) 시장 및 소비자 특성

- 일본에서 떡은 계절에 관계없이 유통 및 소비되기는 하나 주로 설날(1월 1일)에 먹는 식품이라는 인식이 강함
 - 설에는 우리나라의 떡국과 비슷한 오조우니(お雑煮)를 먹고, 카가미모찌(鏡もち)라는 찹쌀떡을 신에게 바치며 복을 기원함
 - 일본 포장떡은 연중 판매되는 안정적인 시장이나, 9월부터 3월까지 매출이 집중되는 경향이 있으며, 특히 연말과 신년에 매출이 가장 높은 명절 특수 품목임³⁹⁾
- 일본인들은 주로 슈퍼마켓에서 떡을 구입하며 가족이나 친척들로부터 선물받거나 생협 및 식재배달 서비스, 쌀가게 또는 당고가게 등에서 구입하기도 함
 - 노년층이 주 소비층이며 젊은 세대로 갈수록 전통떡보다는 서양식 디저트를 선호하는 경향이 있음

39) 일본의 쌀가공식품 유통현황 - 상온미반류편, 오사카 AT센터, 2013

제 2 절 중국 시장

- 우리나라에서 중국으로 떡 수출 현황은 2010년 157톤(128만4천 달러)에서 2014년 881톤(237만4천 달러)으로 증가함
 - 중국에서 떡이 포함된 HS code인 190590040은 포함하는 품목의 범위가 넓기 때문에 우리나라의 떡과 비슷한 떡류의 수출입 동향을 파악하기 어려움. 따라서 중국에서 유통되는 떡을 중심으로 살펴봄

1) 주요 떡 제품 및 유통 현황

- 중국의 떡은 다양한 종류가 있으나 크게 쌀로 만든 떡인 카오(糕)와 밀로 만든 떡인 빙(餅)으로 구분할 수 있음. 우리나라의 떡류와 비슷한 형태를 가진 떡으로는 니엔가오(年糕), 탕위안(汤圆), 츠바(糰粿) 등이 있음

[표 6-9] 중국 떡 종류

생과자 구분	특성
니엔가오(年糕)	중국의 신년음식 중 하나로 우리나라의 가래떡과 비슷하며, 중국에서는 쌀떡을 찢 후에 달군 팬에 기름을 두르고 튀겨 먹음
탕위안(汤圆)	니엔가오(年糕)와 마찬가지로 중국의 신년음식 중 하나이며, 찹쌀가루 등을 동그랗고 작게 빚은 떡으로, 대부분 안에 소를 넣어서 만들며 국 등에 재료로 넣어 먹음
츠바(糰粿)	찹쌀로 떡을 만들어 그늘에 말린 것으로 굽거나 기름을 두른 팬에 튀겨 먹음. 지방마다 모양이나 안에 첨가하는 재료들이 다르며, 찹쌀과 함께 쑥 등을 넣어 색을 내기도 함

- 중국 내 유통되는 가공떡 제품으로 우리나라 가래떡과 비슷한 니엔가오, 소를 넣고 만든 탕위안, 기름에 튀긴 츠바 등이 가공식품 형태로 포장되어 판매되고 있음

40) 우리나라에서 떡 수출입 현황을 파악하는 HS 코드는 1901.90.9091로, 이 역시 쌀가루 조제품에 속해 있어 순수한 떡류만의 수치는 아니지만 중국의 떡 수출입 현황을 파악하기 위한 HS 코드 1905900 와 범위의 차이가 커서 비교가 어려움


[표 6-10] 중국 내 유통되는 떡 제품




떡 종류	제품명	설명	이미지
니엔가오 (年糕)	수마수정설떡 (水磨水晶年糕)	- 중국 절강성에서 생산된 니엔가오로 진공포장하여 유통함 - 0.72 달러 / 400g - 주요 성분 : 쌀, 물	
니엔가오 (年糕)	호아드 니엔가오 (惠之园切片年糕)	- 허페이에서 생산된 니엔가오로 떡국떡처럼 잘려진 형태로 진공 포장되어 유통됨. 0~25도 사이에서 냉장 보관할 것을 명시함 - 0.70 달러 / 400g - 주요 성분 : 쌀, 물, 식품 첨가물	
니엔가오 (年糕)	양품포자 니엔가오 (良品铺子小年糕)	- 중국 광둥에서 생산된 니엔가오로 안에는 팔소가 들어 있으며 겉에는 코코넛 고물을 묻힌 제품 - 0.26 달러 / 60g - 주요 성분 : 쌀, 말토오스, 붉은 팥 (팥, 흰 설탕, 맥아당, 대두유, 탈수 소화 아세트산 나트륨), 물, 식용 코프라	
탕위안 (汤圆)	맥덕웅간홀 탕위안 (麦德隆干吃汤圆)	- 중국 푸젠성에서 생산된 탕위안으로 땅콩, 붉은팥, 참깨, 토란, 땅콩 등이 소로 들어가 있음 - 0.05 달러 / 25g - 주요 성분 : 말토스, 설탕, 전분	
츠바 (糍粑)	사천츠바 (川味糍粑)	- 중국 푸젠성에서 생산된 츠바로 해동한 후 기름에 튀긴 후 흑설탕, 콩가루 등을 뿌려 먹이라고 설명하고 있음 - 0.88 달러 / 240g - 주요 성분 : 동북 쌀, 빵 부스러기, 운남 갈색 설탕, 간장 가루	

* 알리바바닷컴(www.1688.com) (2015.12.8. 기준)

□ 우리나라에서 해외로 주로 수출하는 품목인 가래떡, 떡볶이떡 등이 중국에서도 유통되고 있으며, 현지에서 직접 생산 판매하는 제품도 다수 존재함

[표 6-11] 중국에서 유통되는 한국떡

떡 종류	제품명	설명	이미지
떡볶이떡	한국니엔가오 (韩国年糕)	- 한국 떡볶이떡으로 한국에서 생산하여 중국으로 수출함 - 1.76 달러 / 500g - 주요 성분 : 쌀, 소금, 물 등	

떡볶이떡	한국치즈떡 (韩式芝士年糕)	- 중국 산둥에서 생산된 니엔가오로 안에 안에 치즈가 들어 있는 제품이며 냉동상태로 판매됨. 치즈맛 뿐 아니라 자색고구마, 호박 등의 맛도 있음 - 2.16 달러 / 500 g - (주) 미나 칭다오 식품 - 주요 성분 : 쌀, 물, 치즈, 소금, 콩기름	
떡볶이떡	요뽕끼 떡볶이 (YOPOKKI 香辣炒年糕)	- 한국 인스턴트 떡볶이로 한국에서 생산하여 중국으로 수출함 - 2.24 달러 / 140g - 주요 성분 : 쌀 99.1 %, 정제 소금	
떡국떡	한국 떡국떡 (韩式年糕片)	- 산둥에서 생산한 한국 떡국떡이며, 제조업자는 Rhee Bros.,Inc. 으로 한국 업체임 - 2.24 달러 / 907g - 쌀, 소금, 물 등	

※ 알리바바닷컴(www.1688.com) (2015.12.8. 기준)

2) 시장 및 소비자 특성

- 중국 음식은 지역별로 특징이 뚜렷하며, 각 지역별로 선호하는 맛이 다름
 - 중국 북쪽은 밀 문화권, 남쪽은 쌀 문화권으로 나눌 수 있음. 북쪽은 짠 맛을 선호하며, 남쪽은 단 맛을 선호함
 - 광둥·상해·호남·호북 지방 등 중국의 남쪽은 쌀이 많이 재배되기 때문에 전통적으로 쌀 가공식품을 많이 섭취하는 지역임
 - 중국의 설날인 춘절(春節, 음력 1월 1일)에 북쪽은 만두류인 교자(餃子)를 먹고, 남쪽은 떡류인 니엔가오(年糕)를 주로 먹음. 중국의 찹쌀떡인 츠바(糰粿)는 광둥, 호남, 호북 등 남쪽에서 즐겨 먹음





- 중국에서 주로 판매하던 한국 요리는 한국 전통 음식이나 고기 요리 등이었으나, 최근에는 떡볶이 등을 파는 분식집도 중국에서 인기가 높아지고 있으며 떡볶이 프랜차이즈 전문점 및 테이크아웃 전문점도 있음
 - 중국 내 떡볶이 전문점은 한국 떡볶이 특유의 매운맛만을 강조하기 보다는 중국인의 입맛에 맞도록 현지화한 제품도 개발하여 판매함. 카레맛, 짜장맛 등의 떡볶이도 있음
- 중국은 간식문화가 발달하여 변화가의 샤오즈제(小吃街, 간식 파는 거리) 및 야시(夜市, 야시장) 등 메이시이따오찌에(美食一条街, 먹자골목)가 전국에 분포하여 있음
 - 메이시이따오찌에는 프랜차이즈 업체 등 현지 로컬 업체와 소규모 영세 점포로 이루어져 있음. 충칭 등의 지역에서는 프랜차이즈 업체가 강세를 보이고 있음
 - 대도시 뿐 아니라 충칭 등 2·3선 도시도 발전하면서 중국인들의 바쁜 생활패턴이 점점 일반화되고 있음. 이에 따라 간편하게 먹을 수 있는 제품들이 선호되고 있으나 포장된 인스턴트식품보다 외식을 선호하는 경향이 있음
 - 중국 정부의 부패척결 방침에 따라 유명 고급 식당의 매출은 하락하는 추세이며, 중저가 대중식당의 매출은 독특한 메뉴와 서비스로 상승세를 보임
 - 이에 따라 깨끗한 위생 관리와 질 좋은 재료로 만든 떡볶이 프랜차이즈는 경쟁력이 있을 것이라 판단됨. 한 예로, 한국 기업인 주홀딩스 그룹의 떡볶이 프랜차이즈 브랜드인 타이거 떡볶이(Tigertopoki)는 중국 현지인들 입맛에 맞는 제품 개발과 동물원 콘셉트의 세련된 인테리어로 인기를 끌고 있음



제 3 절 미국 시장

- 우리나라에서 미국으로 떡 수출 현황은 2010년 699톤(262만6천 달러)에서 2014년 1,188톤(403만5천 달러)으로 꾸준히 증가함
 - 이는 떡국떡, 떡볶이떡⁴¹⁾ 등의 가공떡이며, 전통떡은 현지에서 직접 생산하여 한인마켓 중심으로 일부 유통됨. 우리나라에서 미국으로 수출되는 떡국떡과 떡볶이떡으로 다음과 같은 제품이 있음

종류	쌀 떡볶이떡	떡볶이	떡국떡과 떡볶이	떡국떡
이미지				
수출 제조업체	한울식품	농업회사법인 영풍	산돌식품	풀무원
HS CODE	1905.90	1901.90	1901.90	2104.10

※ 바이코리아(www.buykorea.org) (2015.12.10. 기준)

- 1) HS 코드 1905.90는 HS 코드 1905(식빵, 페스트리, 케이크, 비스킷과 기타 베이커리 제품 함유)의 하위 품목 '기타' 로 분류됨
- 2) HS 코드 2104.10은 HS 코드 2104(수프와 수프와 그를 위한 조제품)의 하위 품목으로 분류됨

- 미국은 떡을 위한 별도의 HS 코드를 가지고 있지 않으며, 떡류 뿐만 아니라 다른 제품들도 포함하고 있어서 떡의 시장규모를 파악하기 어려우므로 미국에서 유통되는 떡 제품을 중심으로 살펴봄

1) 주요 떡 제품 및 유통 현황

- 떡으로 번역되는 영단어 'rice cake' 는 미국에서는 쌀 튀밥 종류를 뭉쳐놓은 스낵의 종류 중 하나로 통용됨. 한국의 떡은 무엇인지 알지 못하는 미국인이 대다수임

41) 우리나라에서 미국으로 수출하는 떡국떡과 떡볶이떡은 대부분 HS 코드 1901.90를 사용하나, 수출업자에 판단에 따라 HS 코드 1905.90 등 다른 코드를 사용하기도 함



- 떡류는 미국 주류시장 보다는 대부분 한인마켓에서 판매되고 있으며, 한국 쌀을 사용한 제품은 가격 경쟁력이 낮은 편임
 - 전통떡류는 대부분 현지생산으로 이루어지는데 이는 가격 면에서 경쟁력을 갖추기 어렵기 때문임
 - 현지 생산된 전통떡은 한인마켓과 한인타운 안에 위치한 떡집에서 유통되고 있음
 - 즉석 떡볶이 같은 현대인들의 빠르고 간편한 식생활에 맞춘 제품들도 출시되고 있음






- 한인마켓과 한인타운 내 떡집에서는 절편, 인절미, 가래떡 등의 전통떡류를 구입할 수 있으며 가격대는 한 팩에 6~7달러 정도임(H Mart 기준)

[표 6-12] 한인마켓에서 유통되고 있는 한국 전통떡

제품명	설명	이미지
진가 전통떡 (Jinga Red bean & green Pea rice cake)	- 미국 내 한인마켓인 H mart에서 판매하는 전통떡 - 11oz / 6.69 달러 - 원산지 : 미국 - 주요 성분 : 쌀, 팥, 녹두, 설탕, 소금, 물	

제6장 해외 시장 동향



제품명	설명	이미지
진가 인절미 (Jinga Soybean Powdered Rice Cake)	- 미국 내 에스닉푸드마켓인 H mart에서 판매하는 인절미 - 9 oz / 5.89 달러 - 원산지 : 미국 - 주요 성분 : 쌀, 콩가루, 물, 설탕, 소금	
진가 달콤한 참깨를 채운 떡 (Jinga Sweet Sesame Filled Rice Cake)	- 미국 내 에스닉푸드마켓인 H mart에서 판매하는 전통떡 - 6 oz / 6.69 달러 - 원산지 : 미국 - 주요 성분 : 쌀가루, 참깨, 썬, 설탕	
현미떡 (Jinga Brown Rice Cake)	- 미국 내 에스닉푸드마켓인 H mart에서 판매하는 현미 가래떡 - 16 oz / 5.89 달러 - 원산지 : 미국 - 주요 성분 : 현미, 썬, 설탕	

※ H Mart 홈페이지 (www.hmart.com)

□ 떡볶이떡과 떡국떡은 미국 내 한인마켓과 온라인을 통해 유통되고 있으며, 미국 현지 생산품과 한국에서 수출한 제품이 있음

【표 6-13】 미국 내 유통되는 한국 가공떡 제품

떡 종류	제품명	설명	이미지
떡국떡	쉽게 만드는 떡국 (Easy Cook Rice Cake Soup)	- 떡국떡과 국물용 소스를 패키지로 판매하는 제품 - 964g / 7.99 달러 (H MART) - 생산지 : 미국 - 주요 성분 : 쌀, 물, 소금	
떡볶이떡	조리동 동그란 떡 (Choridong Rice Cake Round)	- 쌀가루로 만들었으며, 쫄깃한 식감이라고 설명함 - 907g / 5.49달러 (H MART) - 생산지 : 미국 - 주요 성분 : 쌀, 물, 소금	
떡볶이떡	코리아타운 떡볶이 (Ktown Dukkoki)	- 떡볶이를 쉽게 만들어 먹을 수 있도록 떡볶이떡을 소스와 라면사리와 함께 동봉한 제품임 - 720g / 9.99 달러 (H MART) - 생산지 : 한국 - 주요 성분 : 쌀, 물, 소금	

떡 종류	제품명	설명	이미지
떡볶이떡	꼬마 쌀 떡볶이 (Korean Traditional Food Teokbokki)	<ul style="list-style-type: none"> - 이베이, 아마존 등 미국 온라인마켓을 통해 수출되는 한국 제품이며, 떡볶이 소스와 함께 판매함. 소스는 맵지 않은(sweet, not spicy)맛 (아마존) - 제조사: 청우림 - 주요 성분 : 쌀(수입/국내산), 정제염, 에타농르 등 	
떡국떡	유키 한국떡 (Youki stock / domestic)	<ul style="list-style-type: none"> - 일본의 youki에서 만든 한국 떡국떡임. 일본 국내산 쌀을 사용하여 일본 내에서 생산하며, 미국으로 수출함 - 300g / 11.81 달러 (아마존) - 주요 성분 : 쌀가루, 소금 	

※ H MART (www.hmart.com) / 아마존(www.amazon.com) (2015.12.10. 기준)

- 미국에 유통되는 다이후쿠는 대만 회사에서 일본식(Japanese Style) 모찌라고 하여 제조·유통하는 경우가 많음

[표 6-14] 미국 내 유통되는 일본떡류

떡 종류	제품명	설명	이미지
다이후쿠	일본 모찌 다이후쿠 (Japanese Rice Cake Mochi Daifuku)	<ul style="list-style-type: none"> - 대만의 소프트인디케이터푸드(Soft Indicator foods co.,Ltd)에서 제조하여 미국의 와롱마케팅(Walong Marketing,Inc.)에서 유통하는 일본 녹차맛 다이후쿠 - 210g / 5.09 달러 - 주요 성분 : 녹차페이스트, 말토스, 설탕, 찹쌀가루, 녹차가루, 감자전분, 보존제 	
키리모찌	에덴 달콤한 현미모찌 (Eden Sweet Brown Rice Mochi)	<ul style="list-style-type: none"> - 미시건에 위치한 에덴푸드(Eden Foods)에서 만든 글루텐프리 모찌 - 10.5 ounce / 12.99 달러 - 주요 성분 : 유기농 현미 	
다이후쿠	로얄패밀리 모찌롤 (Royal Family Mochi Roll)	<ul style="list-style-type: none"> - 대만의 Loyal Family Co.,Ltd에서 제조하는 녹차맛 모찌롤 - 150g / 6.25 달러 - 주요 성분 : 말토스, 설탕, 찹쌀, 마가린, 팔, 보존제 등 	
키리모찌	키무라 식품 코가네 키리모찌 조각 (Kimura food Kogane kirimochi piece)	<ul style="list-style-type: none"> - 일본의 키무라 식품(Kimura Food) 제품으로 일본에서 수출함 - 250g / 9.89 - 주요 성분 : 찹쌀 	

※ 이베이(www.ebay.com)/ 아마존(www.amazon.com) (2015.12.8. 기준)

2) 시장 및 소비자 특성

- 한국떡은 미국 주류 식품이 아니기 때문에 명확하게 정해진 명칭이 있는 것보다 단어를 번역하는 사람마다 명칭에 차이가 있음
 - 예를 들어 떡국떡은 ‘sliced rice cake(썰린 떡)’ 또는 ‘Rice cake oval et (타원형 떡)’으로 불림. 떡볶이 또한 ‘tteokbokki’, ‘ddeokbokki’, ‘topokki’ 등으로 발음으로 스펠링을 추측하여 쓰이고 있음⁴²⁾
- 전통떡은 주로 에스닉푸드 마켓이나 한인타운 내에서 판매되고 있으나 전반적인 인지도 부족으로 판매에 애로사항이 있음
 - 1990년대 말 미국 캘리포니아주 로스앤젤레스 당국에서 한인타운과 차이나타운 내에 떡집 위생 단속을 강화함. 한국의 전통떡은 냉장고에 보관하면 그 맛을 유지하기 어렵지만 미국 보건당국은 그 점을 이해하고 있지 못하였음
 - 2001년에 떡의 상온판매 허용시간을 4시간에서 24시간으로 늘리는 법안이 통과되었고, 현재까지도 캘리포니아주 내 떡의 상온판매 허용시간은 24시간임. 그러나 2013년도 조지아주 애틀란타에서는 조지아주 공공보건에 관한 규정 ‘조리된 음식을 5°C 이상 실온에서 4시간 이상 판매할 수 없다’ 를 근거로 애틀란타에 위치한 떡집에 위생기준 미달 판정을 내림

REFERENCE GUIDE FOR THE NEW FOOD OFFICIAL INSPECTION REPORT

7. Proper hot and cold holding temperatures

- Korean rice cake found in the range of 50° F - 130° F (10° C - 53 ° C) AND has exceeded the 24 hour time period, or is the required label/label information.

※ LA카운티 공공보건국 (www.publichealth.lacounty.gov), (2014.10.23.)

- 미국인들의 식습관 트렌드는 건강과 웰빙이며, 비만과 이에 따른 합병증에 의해 건강 관련 식품의 관심이 지속적으로 증가하고 있음
 - 저칼로리, 저콜레스트롤, 유기농 등 자신에게 필요한 제품의 특징을 고려한 후 제품을 구매하며, 가공품의 경우 어떠한 재료로 만들어졌는지를 중요하게 고려함. 이러한 건강에 대한 소비자의 니즈를 충족시키기 위해 미국 식품회사들은 제품에 구운 감자칩, 야채칩 등 ‘건강한 버전’ 을 내놓고 있음

42) 농림축산식품부와 한식재단에서 발간한 '한식메뉴 외국어표기 길라잡이'(2014.11)에 의하면 떡볶이의 외국어 표기는 Tteok-bokki 임



- 에스닉푸드 중에서도 아시안 음식은 건강식품으로 인식되고 있으며, 아시아에서 넘어온 자연 재료를 사용한 식품은 미국 내 다른 대중 식품보다 건강과 품질 면에서 신뢰도가 높음
- 글루텐프리 제품이 일반 대중들에게도 건강식으로 인식되어 지속적으로 글루텐프리 제품의 소비가 증가하고 있음. 따라서 글루텐이 함유된 밀 대신에 쌀이 그 대안으로 인식되고 있으며, 쌀을 함유하고 있는 제품들이 점점 증가하고 있음
- 미국 내에서 떡볶이는 코리아타운의 한국 음식점 및 한국 분식집에서 판매하였으나, 최근 한국 떡볶이 전문점이 미국에 진출하였음
 - 흥대 조폭떡볶이는 미국 캘리포니아 한인타운에 개점하였으며, 가격은 2인분 기준 9.99 달러임. 2015년 9월 배달 서비스를 시작하였으며, 5달러의 배달비를 받고 30달러 이상 주문할 경우 무료임
 - 핫시즈너의 동대문 엽기떡볶이가 미국 뉴욕 맨하탄에 개점하였음. 대표 메뉴인 엽기떡볶이의 가격은 8.99 달러이며 엽기떡볶이와 순대, 튀김 등 분식 메뉴를 세트로 묶어 판매하고 있음

	
조폭떡볶이 캘리포니아 점 (Buena Park, CA)	엽기떡볶이 뉴욕 맨하탄점 (b/t Broadway & 5th Ave. Koreatown, Midtown West)

※ 조폭떡볶이(www.jopoktopokki.com), 엽기떡볶이 (yupdduknyc.com)

1. 떡류 소비자 조사 결과

□ 귀하께서는 평소에 떡을 어떻게 드십니까?

(단위: %)

구 분	사례수(명)	아침 식사 대응	점심 식사 대응	저녁 식사 대응	간식용	야식용		
전체	500	12.8	5.8	1.6	78.2	1.6		
성별	남성	200	13.0	4.5	0.5	80.0	2.0	
	여성	300	12.7	6.7	2.3	77.0	1.3	
연령	20대	80	13.8	8.8	5.0	71.3	1.3	
	30대	140	10.7	5.0	0.0	82.9	1.4	
	40대	140	16.4	5.0	1.4	75.7	1.4	
	50대	140	10.7	5.7	1.4	80.0	2.1	
거주 지역	수도권	270	15.2	6.3	1.1	74.8	2.6	
	부산/울산/경남	80	13.8	3.8	2.5	78.8	1.3	
	대구/경북	50	12.0	2.0	0.0	86.0	0.0	
	대전/충청	50	8.0	8.0	4.0	80.0	0.0	
	광주/전라	50	4.0	8.0	2.0	86.0	0.0	
등거인 수	1명	28	17.9	3.6	7.1	71.4	0.0	
	2명	77	11.7	6.5	1.3	77.9	2.6	
	3명	139	11.5	5.8	0.0	81.3	1.4	
	4명	212	12.7	5.7	2.4	77.4	1.9	
	5명 이상	44	15.9	6.8	0.0	77.3	0.0	
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	391	11.8	5.1	1.5	79.8	1.8	
	6-10회	83	14.5	8.4	2.4	73.5	1.2	
	11-15회	10	20.0	0.0	0.0	80.0	0.0	
	16-20회	14	21.4	14.3	0.0	64.3	0.0	
	21-25회	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	250	12.0	6.4	2.4	78.0	1.2	
	21-40만원 이하	147	14.3	6.8	1.4	76.2	1.4	
	41-60만원 이하	64	12.5	3.1	0.0	81.3	3.1	
	61만원 이상	39	12.8	2.6	0.0	82.1	2.6	
결혼 여부	예(기혼)	337	13.4	3.9	1.2	79.8	1.8	
	아니오(미혼)	163	11.7	9.8	2.5	74.8	1.2	
직업	농업/어업/임업	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
	자영업	42	14.3	0.0	2.4	81.0	2.4	
	판매/서비스직	15	13.3	6.7	0.0	73.3	6.7	
	기능/숙련공	10	0.0	10.0	0.0	80.0	10.0	
	일반직업직	3	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	
	사무/기술직	229	12.2	5.2	1.3	79.5	1.7	
	경영/관리직	21	28.6	0.0	0.0	71.4	0.0	
	전문/자유직	35	11.4	11.4	5.7	71.4	0.0	
	전업주부	86	12.8	7.0	1.2	79.1	0.0	
	학생	36	13.9	5.6	2.8	77.8	0.0	
학력	무직	12	8.3	16.7	0.0	75.0	0.0	
	기타	9	0.0	0.0	0.0	88.9	11.1	
	고졸 이하	120	10.8	5.0	2.5	80.0	1.7	
	대학교 졸업	332	12.7	5.4	1.5	78.6	1.8	
	대학원 졸업 이상	48	18.8	10.4	0.0	70.8	0.0	
	가구 총소득	200만원 미만	41	17.1	7.3	7.3	68.3	0.0
		200-299만원	72	11.1	6.9	1.4	79.2	1.4
		300-399만원	112	8.9	4.5	0.0	84.8	1.8
		400-499만원	89	11.2	2.2	2.2	82.0	2.2
		500-599만원	82	14.6	8.5	0.0	75.6	1.2
600-699만원		39	12.8	5.1	2.6	79.5	0.0	
700만원 이상		65	18.5	7.7	1.5	69.2	3.1	

부록. 소비자 조사 결과

□ 간식 또는 대용식으로 빵 보다 떡을 더 선호하십니까?

(단위: %)

구분		사례수(명)	예	아니오
전체		500	39.6	60.4
성별	남성	200	45.0	55.0
	여성	300	36.0	64.0
연령	20대	80	31.3	68.8
	30대	140	32.1	67.9
	40대	140	37.9	62.1
	50대	140	53.6	46.4
거주 지역	수도권	270	37.8	62.2
	부산/울산/경남	80	37.5	62.5
	대구/경북	50	44.0	56.0
	대전/충청	50	48.0	52.0
동거인 수	광주/전라	50	40.0	60.0
	1명	28	50.0	50.0
	2명	77	28.6	71.4
	3명	139	37.4	62.6
	4명	212	42.9	57.1
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	44	43.2	56.8
	1-5회	391	39.1	60.9
	6-10회	83	38.6	61.4
	11-15회	10	40.0	60.0
	16-20회	14	50.0	50.0
장보기금액 /한달	21-25회	2	100.0	0.0
	0-20만원 이하	250	36.8	63.2
	21-40만원 이하	147	43.5	56.5
	41-60만원 이하	64	43.8	56.3
결혼 여부	61만원 이상	39	35.9	64.1
	예(기혼)	337	42.7	57.3
직업	아니오(미혼)	163	33.1	66.9
	농업/어업/임업	2	0.0	100.0
	자영업	42	47.6	52.4
	판매/서비스직	15	53.3	46.7
	기능/숙련공	10	40.0	60.0
	일반직업직	3	66.7	33.3
	사무/기술직	229	35.4	64.6
	경영/관리직	21	57.1	42.9
	전문/자유직	35	37.1	62.9
	전업주부	86	41.9	58.1
	학생	36	30.6	69.4
	무직	12	41.7	58.3
	기타	9	66.7	33.3
학력	고졸 이하	120	39.2	60.8
	대학교 졸업	332	39.2	60.8
	대학원 졸업 이상	48	43.8	56.3
가구 총소득	200만원 미만	41	39.0	61.0
	200-299만원	72	34.7	65.3
	300-399만원	112	38.4	61.6
	400-499만원	89	39.3	60.7
	500-599만원	82	32.9	67.1
	600-699만원	39	61.5	38.5
700만원 이상	65	43.1	56.9	

2015 가공식품 세분시장 현황 - 떡류 시장

□ 간식 또는 대용식으로 빵 보다 떡을 더 선호하는 이유는 무엇입니까? (2가지 선택)

(단위: %)

구분	사례수(명)	떡이 맛이 더 좋아서	떡의 영양이 더 좋아서	떡의 가격이 더 저렴해서	떡이 칼로리가 더 낮아서	떡의 판매 용량이 마음에 들어서	떡이 더 소화가 잘 되어서	떡이 우리 전통식품이어서	기타	
전체	302	54.0	38.9	4.0	8.6	3.0	18.2	22.7	3.0	
성별	남성	145	58.9	38.9	4.4	8.9	3.3	22.2	21.1	3.3
	여성	157	50.0	38.9	3.7	8.3	2.8	14.8	24.1	2.8
연령	20대	34	68.0	32.0	4.0	4.0	4.0	12.0	12.0	0.0
	30대	67	57.8	44.4	4.4	2.2	2.2	17.8	17.8	2.2
	40대	83	50.9	50.9	5.7	5.7	1.9	15.1	22.6	3.8
	50대	118	49.3	29.3	2.7	16.0	4.0	22.7	29.3	4.0
거주 지역	수도권	152	57.8	38.2	2.0	7.8	2.0	16.7	24.5	0.0
	부산/울산/경남	48	36.7	60.0	6.7	16.7	6.7	10.0	20.0	3.3
	대구/경북	33	45.5	50.0	0.0	4.5	4.5	18.2	22.7	4.5
	대전/충청	36	70.8	12.5	12.5	4.2	0.0	29.2	16.7	4.2
동거인 수	광주/전라	33	50.0	30.0	5.0	10.0	5.0	25.0	25.0	15.0
	1명	18	71.4	28.6	0.0	0.0	0.0	7.1	14.3	7.1
	2명	32	50.0	36.4	4.5	18.2	4.5	13.6	18.2	0.0
	3명	79	50.0	36.5	5.8	9.6	1.9	21.2	21.2	5.8
	4명	146	56.0	41.8	2.2	8.8	4.4	19.8	26.4	1.1
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	27	47.4	42.1	10.5	0.0	0.0	15.8	21.1	5.3
	1-5회	230	55.6	41.8	2.0	7.8	3.3	15.0	21.6	3.3
	6-10회	52	46.9	25.0	12.5	6.3	3.1	40.6	25.0	3.1
	11-15회	8	75.0	50.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	16-20회	9	42.9	42.9	0.0	0.0	0.0	0.0	42.9	0.0
	21-25회	3	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	0-20만원 이하	140	62.0	35.9	5.4	6.5	1.1	17.4	19.6	4.3
	21-40만원 이하	101	45.3	40.6	1.6	15.6	4.7	23.4	23.4	3.1
결혼 여부	41-60만원 이하	39	53.6	39.3	3.6	0.0	7.1	10.7	25.0	0.0
	61만원 이상	22	42.9	50.0	7.1	7.1	0.0	14.3	35.7	0.0
직업	예(기혼)	220	50.7	38.9	4.2	9.0	2.8	19.4	24.3	3.5
	아니오(미혼)	82	63.0	38.9	3.7	7.4	3.7	14.8	18.5	1.9
	농업/어업/임업	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	32	50.0	40.0	0.0	20.0	0.0	20.0	30.0	0.0
	판매/서비스직	9	37.5	50.0	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5	0.0
	기능/숙련공	7	25.0	50.0	0.0	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0
	일반작업직	4	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	사무/기술직	121	58.0	39.5	4.9	6.2	2.5	16.0	17.3	4.9
	경영/관리직	18	41.7	41.7	0.0	0.0	0.0	50.0	8.3	8.3
	전문/자유직	21	46.2	38.5	0.0	15.4	7.7	15.4	38.5	0.0
	전업주부	57	55.6	38.9	5.6	5.6	5.6	11.1	36.1	0.0
학생	17	72.7	27.3	0.0	0.0	0.0	27.3	27.3	0.0	
무직	8	60.0	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	
기타	8	50.0	16.7	0.0	16.7	0.0	33.3	16.7	0.0	
학력	고졸 이하	68	48.9	38.3	4.3	6.4	0.0	17.0	25.5	4.3
	대학교 졸업	203	57.7	37.7	3.8	9.2	4.6	18.5	21.5	3.1
	대학원 졸업 이상	31	42.9	47.6	4.8	9.5	0.0	19.0	23.8	0.0
가구 총소득	200만원 미만	21	62.5	37.5	6.3	18.8	0.0	0.0	0.0	6.3
	200-299만원	32	56.0	36.0	4.0	4.0	0.0	8.0	20.0	0.0
	300-399만원	65	48.8	37.2	4.7	7.0	2.3	23.3	23.3	4.7
	400-499만원	62	54.3	51.4	2.9	17.1	0.0	25.7	22.9	2.9
	500-599만원	41	66.7	18.5	7.4	3.7	14.8	14.8	25.9	0.0
	600-699만원	39	54.2	45.8	4.2	8.3	0.0	16.7	29.2	4.2
700만원 이상	42	42.9	42.9	0.0	3.6	3.6	25.0	28.6	3.6	

부록. 소비자 조사 결과

□ 떡은 얼마나 자주 구입하십니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	1주 1회 이상	2주에 1회 이상	1개월에 1회 이상	1~2개월에 1회	3~4개월에 1번	5~6개월에 1번	거의 사먹지 않음	
전체	500	15.0	23.8	20.8	19.4	11.0	4.0	6.0	
성별	남성	200	13.0	24.0	22.5	20.5	12.5	4.5	3.0
	여성	300	16.3	23.7	19.7	18.7	10.0	3.7	8.0
연령	20대	80	13.8	18.8	17.5	20.0	13.8	6.3	10.0
	30대	140	12.1	18.6	19.3	27.1	13.6	3.6	5.7
	40대	140	15.7	24.3	22.9	17.9	10.0	3.6	5.7
	50대	140	17.9	31.4	22.1	12.9	7.9	3.6	4.3
거주 지역	수도권	270	15.2	27.4	21.1	20.0	7.0	3.3	5.9
	부산/울산/경남	80	11.3	25.0	20.0	18.8	17.5	3.8	3.8
	대구/경북	50	16.0	12.0	30.0	18.0	18.0	4.0	2.0
	대전/충청	50	20.0	16.0	22.0	16.0	14.0	4.0	8.0
동거인 수	광주/전라	50	14.0	22.0	10.0	22.0	12.0	8.0	12.0
	1명	28	21.4	14.3	17.9	21.4	10.7	7.1	7.1
	2명	77	11.7	14.3	14.3	26.0	19.5	5.2	9.1
	3명	139	9.4	20.9	31.7	14.4	12.2	5.0	6.5
	4명	212	18.9	27.8	16.5	21.2	8.0	2.8	4.7
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	44	15.9	36.4	20.5	13.6	6.8	2.3	4.5
	1-5회	391	12.3	23.8	21.0	20.2	12.0	4.9	5.9
	6-10회	83	22.9	25.3	15.7	20.5	8.4	0.0	7.2
	11-15회	10	20.0	20.0	30.0	10.0	0.0	10.0	10.0
	16-20회	14	42.9	7.1	42.9	0.0	7.1	0.0	0.0
장보기금액 /한달	21-25회	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	0-20만원 이하	250	10.0	22.0	20.8	20.0	14.8	4.8	7.6
	21-40만원 이하	147	19.7	27.9	21.1	16.3	6.1	4.1	4.8
	41-60만원 이하	64	17.2	17.2	18.8	26.6	12.5	3.1	4.7
결혼 여부	61만원 이상	39	25.6	30.8	23.1	15.4	2.6	0.0	2.6
	예(기혼)	337	16.9	25.5	21.7	18.4	9.2	3.3	5.0
직업	아니오(미혼)	163	11.0	20.2	19.0	21.5	14.7	5.5	8.0
	농업/어업/임업	2	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	지영업	42	14.3	28.6	23.8	19.0	7.1	4.8	2.4
	판매/서비스직	15	33.3	13.3	13.3	26.7	13.3	0.0	0.0
	기능/숙련공	10	20.0	10.0	40.0	10.0	10.0	10.0	0.0
	일반직업직	3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	229	12.7	19.7	22.7	19.7	14.0	4.8	6.6
	경영/관리직	21	19.0	38.1	14.3	23.8	0.0	0.0	4.8
	전문/자유직	35	25.7	25.7	11.4	17.1	8.6	2.9	8.6
	전업주부	86	17.4	33.7	15.1	18.6	5.8	1.2	8.1
	학생	36	13.9	16.7	19.4	19.4	19.4	8.3	2.8
학력	무직	12	0.0	16.7	25.0	16.7	16.7	8.3	16.7
	기타	9	0.0	22.2	55.6	22.2	0.0	0.0	0.0
	고졸 이하	120	10.8	23.3	25.0	22.5	10.8	4.2	3.3
	대학교 졸업	332	16.3	24.7	19.3	19.3	9.6	4.5	6.3
가구 총소득	대학원 졸업 이상	48	16.7	18.8	20.8	12.5	20.8	0.0	10.4
	200만원 미만	41	19.5	17.1	24.4	17.1	9.8	7.3	4.9
	200-299만원	72	8.3	22.2	27.8	18.1	16.7	0.0	6.9
	300-399만원	112	16.1	19.6	17.0	24.1	12.5	7.1	3.6
	400-499만원	89	12.4	25.8	23.6	18.0	10.1	4.5	5.6
	500-599만원	82	15.9	25.6	18.3	19.5	9.8	2.4	8.5
	600-699만원	39	25.6	20.5	20.5	17.9	12.8	0.0	2.6
700만원 이상	65	13.8	33.8	16.9	16.9	4.6	4.6	9.2	



2015 가공식품 세분시장 현황 - 떡류 시장

□ 한 번에 구입하는 떡의 양은 어느 정도입니까?

(단위: %)

구분	사레수(명)	1팩(200g)	2팩(400g)	3팩(600g)	4팩(800g)	5팩(1kg) 이상	
전체	500	33.4	45.6	13.4	2.0	5.6	
성별	남성	200	25.0	48.5	15.5	4.0	7.0
	여성	300	39.0	43.7	12.0	0.7	4.7
연령	20대	80	45.0	43.8	6.3	0.0	5.0
	30대	140	37.9	39.3	15.0	1.4	6.4
	40대	140	27.9	52.1	13.6	1.4	5.0
	50대	140	27.9	46.4	15.7	4.3	5.7
거주 지역	수도권	270	34.1	44.8	14.8	1.5	4.8
	부산/울산/경남	80	30.0	46.3	13.8	2.5	7.5
	대구/경북	50	40.0	40.0	14.0	2.0	4.0
	대전/충청	50	22.0	58.0	10.0	4.0	6.0
등거인 수	광주/전라	50	40.0	42.0	8.0	2.0	8.0
	1명	28	50.0	25.0	21.4	0.0	3.6
	2명	77	42.9	39.0	13.0	2.6	2.6
	3명	139	30.9	45.3	15.8	1.4	6.5
	4명	212	31.1	48.1	11.8	2.8	6.1
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	44	25.0	59.1	9.1	0.0	6.8
	1-5회	391	33.8	45.0	14.1	1.8	5.4
	6-10회	83	31.3	47.0	10.8	3.6	7.2
	11-15회	10	20.0	70.0	10.0	0.0	0.0
	16-20회	14	42.9	35.7	14.3	0.0	7.1
장보기금액 /한달	21-25회	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	0-20만원 이하	250	37.6	43.6	12.8	0.8	5.2
	21-40만원 이하	147	29.9	45.6	12.9	3.4	8.2
	41-60만원 이하	64	31.3	50.0	15.6	1.6	1.6
결혼 여부	61만원 이상	39	23.1	51.3	15.4	5.1	5.1
	예(기혼)	337	30.0	47.8	14.2	3.0	5.0
직업	아니오(미혼)	163	40.5	41.1	11.7	0.0	6.7
	농업/어업/임업	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	지영업	42	38.1	45.2	7.1	7.1	2.4
	판매/서비스직	15	60.0	26.7	13.3	0.0	0.0
	기능/숙련공	10	20.0	60.0	20.0	0.0	0.0
	일반직업직	3	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3
	사무/기술직	229	34.5	45.9	13.1	1.7	4.8
	경영/관리직	21	28.6	52.4	9.5	4.8	4.8
	전문/자유직	35	25.7	51.4	11.4	2.9	8.6
	전업주부	86	29.1	47.7	16.3	1.2	5.8
	학생	36	36.1	41.7	11.1	0.0	11.1
	무직	12	33.3	25.0	25.0	0.0	16.7
	기타	9	44.4	44.4	11.1	0.0	0.0
학력	고졸 이하	120	40.0	40.0	12.5	1.7	5.8
	대학교 졸업	332	32.2	47.9	13.0	1.5	5.4
	대학원 졸업 이상	48	25.0	43.8	18.8	6.3	6.3
가구 총소득	200만원 미만	41	34.1	22.0	29.3	2.4	12.2
	200-299만원	72	34.7	50.0	9.7	0.0	5.6
	300-399만원	112	38.4	42.0	16.1	0.9	2.7
	400-499만원	89	32.6	47.2	13.5	2.2	4.5
	500-599만원	82	36.6	47.6	8.5	3.7	3.7
	600-699만원	39	20.5	61.5	10.3	0.0	7.7
	700만원 이상	65	27.7	47.7	10.8	4.6	9.2

부록. 소비자 조사 결과

□ 평소 자주 구입하는 떡은 다음 중 어떤 것입니까? 아래 16가지 중 2가지만 골라 주십시오.

(단위: %)

구분	사례수(명)	백설기	무지개떡	시루떡	영양찰떡	송편	증편	두답떡	인절미	절편	가래떡	개피떡	경단	꿀떡	부꾸미	약식	떡케일		
전체	943	28.0	7.8	14.2	19.4	10.8	3.2	3.4	28.6	17.2	17.8	6.0	4.6	20.8	0.6	5.0	1.2		
성별	남성	378	32.0	9.0	13.5	17.0	9.5	2.5	3.0	33.5	14.0	15.0	4.5	3.5	23.5	0.5	6.5	1.5	
	여성	565	25.3	7.0	14.7	21.0	11.7	3.7	3.7	25.3	19.3	19.7	7.0	5.3	19.0	0.7	4.0	1.0	
연령	20대	153	35.0	18.8	12.5	10.0	3.8	2.5	27.5	13.8	6.3	3.8	10.0	31.3	1.3	3.8	1.3		
	30대	263	30.7	6.4	14.3	17.9	8.6	1.4	2.1	23.6	19.3	17.9	7.9	6.4	24.3	0.0	4.3	2.9	
	40대	261	25.7	5.0	13.6	18.6	14.3	5.0	2.9	28.6	16.4	25.0	1.4	2.9	20.7	0.7	5.7	0.0	
	50대	266	23.6	5.7	15.7	27.1	10.0	2.9	5.7	34.3	17.9	17.1	10.0	1.4	11.4	0.7	5.7	0.7	
거주지역	수도권	513	26.3	7.4	13.0	17.4	5.9	4.1	4.1	32.2	17.4	20.0	6.7	4.8	24.1	0.7	4.8	1.1	
	부산/울산/경남	151	36.3	10.0	18.8	25.0	21.3	1.3	3.8	26.3	12.5	12.5	2.5	5.0	8.8	0.0	2.5	2.5	
	대구/경북	94	32.0	2.0	14.0	30.0	28.0	2.0	2.0	22.0	20.0	8.0	4.0	0.0	14.0	0.0	10.0	0.0	
	대전/충청	93	24.0	10.0	18.0	22.0	2.0	2.0	2.0	28.0	22.0	16.0	6.0	6.0	24.0	0.0	4.0	0.0	
동거인수	광주/전라	92	24.0	10.0	10.0	8.0	12.0	4.0	2.0	20.0	16.0	26.0	10.0	6.0	26.0	2.0	6.0	2.0	
	1명	51	28.6	7.1	10.7	32.1	17.9	3.6	0.0	28.6	10.7	14.3	3.6	7.1	14.3	0.0	3.6	0.0	
	2명	139	27.3	5.2	14.3	24.7	5.2	3.9	5.2	23.4	15.6	19.5	11.7	0.0	19.5	0.0	3.9	1.3	
	3명	262	28.8	9.4	9.4	22.3	13.7	2.9	3.6	24.5	16.5	17.3	6.5	5.0	20.9	0.7	5.8	1.4	
	4명	405	26.9	8.5	16.0	15.6	10.8	3.3	3.3	31.6	17.9	17.5	4.2	6.1	22.2	0.9	4.7	1.4	
식료품구매향수/1개월	5명 이상	86	31.8	4.5	22.7	11.4	6.8	2.3	2.3	36.4	22.7	20.5	4.5	2.3	20.5	0.0	6.8	0.0	
	1-5회	734	27.9	7.2	14.1	18.9	11.8	2.8	2.6	27.9	18.2	18.4	5.9	4.1	21.5	0.5	4.6	1.5	
	6-10회	158	27.7	10.8	12.0	19.3	7.2	4.8	7.2	34.9	10.8	16.9	6.0	8.4	16.9	1.2	6.0	0.0	
	11-15회	19	30.0	0.0	30.0	20.0	10.0	0.0	0.0	30.0	20.0	10.0	0.0	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	
	16-20회	28	35.7	14.3	14.3	35.7	7.1	0.0	0.0	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0	21.4	0.0	14.3	0.0	
장보기금액/한달	21-25회	4	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	0-20만원 이하	462	28.4	8.8	12.0	22.0	11.6	1.2	2.4	26.4	15.6	15.6	6.8	5.2	22.4	0.0	5.2	1.2	
	21-40만원 이하	284	29.3	6.8	15.6	15.6	7.5	4.8	5.4	27.9	21.8	20.4	6.1	5.4	19.0	1.4	4.8	1.4	
	41-60만원 이하	122	18.8	9.4	9.4	23.4	14.1	7.8	4.7	32.8	20.3	14.1	6.3	1.6	20.3	0.0	6.3	1.6	
결혼여부	61만원 이상	75	35.9	2.6	30.8	10.3	12.8	2.6	0.0	38.5	5.1	28.2	0.0	2.6	17.9	2.6	2.6	0.0	
	예(기혼)	638	24.9	5.9	13.4	22.6	9.8	3.9	4.5	30.3	17.8	20.8	5.9	3.3	19.9	0.6	4.5	1.5	
직업	아니오(미혼)	305	34.4	11.7	16.0	12.9	12.9	1.8	1.2	25.2	16.0	11.7	6.1	7.4	22.7	0.6	6.1	0.6	
	농업/어업/임업	4	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	
	자영업	81	23.8	7.1	21.4	11.9	11.9	2.4	2.4	31.0	21.4	19.0	7.1	4.8	19.0	0.0	9.5	0.0	
	판매/서비스직	27	26.7	6.7	13.3	40.0	26.7	6.7	0.0	13.3	13.3	0.0	0.0	6.7	13.3	0.0	13.3	0.0	
	기능/숙련공	18	20.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	40.0	10.0	10.0	20.0	0.0	60.0	0.0	0.0	0.0	
	일반직업직	6	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	
	사무/기술직	422	30.6	7.0	15.7	17.0	9.6	1.7	2.6	30.6	15.7	18.8	4.4	3.9	21.8	0.0	3.1	1.7	
	경영/관리직	39	33.3	4.8	9.5	23.8	4.8	0.0	0.0	28.6	23.8	28.6	0.0	0.0	14.3	0.0	9.5	4.8	
	전문/자유직	67	34.3	11.4	8.6	28.6	11.4	2.9	2.9	22.9	11.4	11.4	8.6	11.4	11.4	5.7	8.6	0.0	
	전업주부	169	19.8	8.1	8.1	27.9	8.1	8.1	7.0	26.7	22.1	25.6	5.8	3.5	17.4	1.2	5.8	1.2	
	학생	69	33.3	13.9	11.1	5.6	16.7	2.8	2.8	27.8	19.4	5.6	8.3	11.1	30.6	0.0	2.8	0.0	
	무직	23	25.0	0.0	33.3	25.0	16.7	0.0	0.0	25.0	8.3	25.0	16.7	0.0	8.3	0.0	8.3	0.0	
	기타	18	22.2	11.1	33.3	22.2	33.3	0.0	11.1	22.2	11.1	0.0	11.1	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0	
	학력	고졸 이하	228	19.2	5.8	20.0	15.0	13.3	3.3	3.3	32.5	20.8	13.3	10.0	6.7	22.5	0.0	4.2	0.0
		대학교 졸업	627	31.3	9.3	12.0	20.8	9.9	2.7	3.3	26.5	15.4	19.3	4.5	4.2	21.4	0.6	5.7	1.8
대학원 졸업 이상		88	27.1	2.1	14.6	20.8	10.4	6.3	4.2	33.3	20.8	18.8	6.3	2.1	12.5	2.1	2.1	0.0	
가구총소득	200만원 미만	76	31.7	4.9	22.0	19.5	12.2	2.4	0.0	24.4	12.2	19.5	9.8	2.4	19.5	0.0	4.9	0.0	
	200-299만원	139	27.8	12.5	15.3	19.4	13.9	1.4	1.4	23.6	16.7	8.3	9.7	6.9	27.8	0.0	6.9	1.4	
	300-399만원	211	22.3	6.3	11.6	21.4	9.8	2.7	5.4	29.5	17.0	21.4	7.1	3.6	25.0	0.9	3.6	0.9	
	400-499만원	170	31.5	6.7	11.2	16.9	7.9	3.4	2.2	28.1	22.5	19.1	4.5	4.5	20.2	0.0	9.0	3.4	
	500-599만원	153	28.0	13.4	14.6	18.3	6.1	3.7	1.2	24.4	18.3	25.6	3.7	2.4	23.2	0.0	3.7	0.0	
	600-699만원	76	25.6	2.6	12.8	25.6	10.3	2.6	7.7	46.2	23.1	17.9	2.6	0.0	10.3	2.6	2.6	2.6	
	700만원 이상	118	32.3	4.6	16.9	16.9	18.5	6.2	6.2	30.8	9.2	9.2	4.6	10.8	10.8	1.5	3.1	0.0	



2015 가공식품 세분시장 현황 - 떡류 시장

□ 떡의 재료 중 주재료인 쌀 이외에 선호하는 부재료는 무엇입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	콩(흰콩, 검정콩)	팥	밤	대추	속	종실류	밤을 제외한 견과류	대추를 제외한 과일류	속을 제외한 채소류	기타 두류(강낭콩, 녹두 등)	선호하는 부재료 없음
전체	500	17.0	24.0	13.4	.8	9.0	5.6	12.4	1.8	1.6	1.0	13.4
성별	남성	200	19.0	30.5	12.0	0.0	4.0	6.0	16.5	2.5	0.0	9.0
	여성	300	15.7	19.7	14.3	1.3	12.3	5.3	9.7	1.3	2.7	16.3
연령	20대	80	12.5	17.5	22.5	0.0	7.5	8.8	7.5	1.3	2.5	18.8
	30대	140	15.0	28.6	9.3	1.4	7.9	5.0	12.1	1.4	0.0	19.3
	40대	140	15.0	27.1	14.3	0.0	7.9	4.3	15.7	3.6	2.1	9.3
	50대	140	23.6	20.0	11.4	1.4	12.1	5.7	12.1	0.7	3.6	8.6
거주 지역	수도권	270	15.2	24.1	14.4	0.0	10.4	5.6	14.1	2.2	0.7	12.6
	부산/울산/경남	80	21.3	27.5	17.5	0.0	6.3	1.3	3.8	1.3	1.3	18.8
	대구/경북	50	20.0	16.0	10.0	0.0	6.0	12.0	20.0	0.0	4.0	10.0
	대전/충청	50	24.0	22.0	14.0	4.0	10.0	6.0	12.0	0.0	0.0	8.0
	광주/전라	50	10.0	28.0	4.0	4.0	8.0	6.0	10.0	4.0	6.0	18.0
동거인 수	1명	28	14.3	28.6	14.3	0.0	10.7	7.1	7.1	0.0	3.6	14.3
	2명	77	22.1	18.2	14.3	0.0	11.7	6.5	14.3	2.6	0.0	10.4
	3명	139	18.0	19.4	7.2	0.7	9.4	7.2	15.8	2.2	2.9	16.5
	4명	212	16.5	27.4	14.6	1.4	7.1	4.2	9.9	1.9	0.9	14.2
	5명 이상	44	9.1	29.5	25.0	0.0	11.4	4.5	13.6	0.0	2.3	4.5
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	391	16.1	25.6	13.3	1.0	7.9	6.1	11.5	1.5	1.5	14.3
	6-10회	83	16.9	16.9	14.5	0.0	10.8	4.8	18.1	3.6	2.4	12.0
	11-15회	10	20.0	50.0	10.0	0.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0
	16-20회	14	35.7	0.0	14.3	0.0	28.6	0.0	7.1	0.0	7.1	7.1
	21-25회	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	250	17.2	22.4	14.0	0.8	8.4	5.6	9.6	2.4	1.2	18.4
	21-40만원 이하	147	15.6	25.2	12.9	1.4	9.5	8.2	12.9	0.7	0.7	10.9
	41-60만원 이하	64	20.3	21.9	12.5	0.0	9.4	3.1	18.8	3.1	3.1	7.8
	61만원 이상	39	15.4	33.3	12.8	0.0	10.3	0.0	17.9	0.0	5.1	0.0
결혼 여부	예(기혼)	337	19.3	25.8	11.9	0.9	9.8	4.5	12.8	1.8	1.5	10.7
	아니오(미혼)	163	12.3	20.2	16.6	0.6	7.4	8.0	11.7	1.8	1.8	19.0
직업	농업/어업/임업	2	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	42	14.3	33.3	7.1	0.0	2.4	11.9	16.7	0.0	2.4	11.9
	판매/서비스직	15	26.7	33.3	6.7	0.0	6.7	0.0	6.7	6.7	0.0	6.7
	기능/숙련공	10	10.0	30.0	20.0	0.0	0.0	10.0	20.0	0.0	0.0	10.0
	일반작업직	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	66.7
	사무/기술직	229	16.6	27.9	16.2	0.4	6.1	3.9	11.4	1.7	1.7	14.0
	경영/관리직	21	28.6	28.6	0.0	0.0	0.0	9.5	19.0	4.8	0.0	9.5
	전문/자유직	35	20.0	20.0	2.9	2.9	11.4	2.9	17.1	2.9	2.9	17.1
	전업주부	86	15.1	10.5	15.1	2.3	22.1	4.7	12.8	0.0	1.2	11.6
	학생	36	19.4	11.1	19.4	0.0	8.3	8.3	5.6	2.8	0.0	22.2
학력	고졸 이하	120	17.5	20.8	11.7	0.8	14.2	6.7	7.5	2.5	4.2	14.2
	대학교 졸업	332	16.3	25.0	14.5	0.6	7.5	5.4	13.6	1.8	0.9	13.0
	대학원 졸업 이상	48	20.8	25.0	10.4	2.1	6.3	4.2	16.7	0.0	0.0	14.6
	200만원 미만	41	17.1	22.0	17.1	0.0	14.6	12.2	2.4	0.0	2.4	12.2
가구 총소득	200-299만원	72	18.1	23.6	12.5	1.4	12.5	8.3	8.3	1.4	1.4	9.7
	300-399만원	112	17.9	25.0	11.6	0.0	10.7	3.6	14.3	1.8	0.9	14.3
	400-499만원	89	19.1	20.2	12.4	1.1	7.9	2.2	15.7	4.5	1.1	14.6
	500-599만원	82	13.4	29.3	15.9	2.4	6.1	2.4	12.2	1.2	1.2	14.6
	600-699만원	39	23.1	17.9	12.8	0.0	7.7	5.1	15.4	0.0	5.1	12.8
	700만원 이상	65	12.3	26.2	13.8	0.0	4.6	10.8	13.8	1.5	1.5	13.8

부록. 소비자 조사 결과

□ 떡을 구입하실 때 주로 고려하는 요인은 무엇입니까? 우선적으로 고려하는 2가지만 선택하여 주십시오.

(단위: %)

구분	사례수(명)	떡의 종류	모양, 색상	주원료 함량	주원료 원산지	가격	브랜드	용량	칼로리	포장 상태	유통기한	기타	
전체	1000		79.4	13.2	25.2	12.4	33.8	1.2	10.8	3.4	7.0	12.0	1.6
성별	남성	400	78.0	9.5	29.0	12.0	41.0	0.5	9.0	4.0	7.5	8.5	1.0
	여성	600	80.3	15.7	22.7	12.7	29.0	1.7	12.0	3.0	6.7	14.3	2.0
연령	20대	160	72.5	16.3	12.5	6.3	52.5	2.5	15.0	2.5	11.3	6.3	2.5
	30대	280	85.0	15.0	20.7	11.4	35.7	0.7	9.3	1.4	7.1	10.7	2.9
	40대	280	84.3	11.4	36.4	11.4	30.0	1.4	7.1	1.4	4.3	11.4	0.7
	50대	280	72.9	11.4	25.7	17.9	25.0	0.7	13.6	7.9	7.1	17.1	0.7
거주 지역	수도권	540	78.9	13.0	25.9	12.2	35.6	1.1	10.0	3.3	7.0	11.9	1.1
	부산/울산/경남	160	82.5	15.0	23.8	10.0	33.8	0.0	11.3	3.8	7.5	8.8	3.8
	대구/경북	100	80.0	22.0	30.0	14.0	20.0	2.0	8.0	4.0	4.0	14.0	2.0
	대전/충청	100	82.0	10.0	22.0	10.0	42.0	2.0	8.0	2.0	6.0	14.0	2.0
동거인 수	광주/전라	100	74.0	6.0	22.0	18.0	30.0	2.0	20.0	4.0	10.0	14.0	0.0
	1명	56	71.4	7.1	28.6	14.3	39.3	0.0	10.7	0.0	3.6	21.4	3.6
	2명	154	80.5	19.5	16.9	15.6	33.8	0.0	10.4	2.6	6.5	14.3	0.0
	3명	278	81.3	12.2	25.9	7.2	38.8	1.4	9.4	2.2	7.9	10.1	3.6
식료품 구매횟수 /1개월	4명	424	78.8	12.3	28.3	12.7	31.1	0.9	11.8	5.2	6.6	11.3	0.9
	5명 이상	88	79.5	13.6	20.5	20.5	27.3	4.5	11.4	2.3	9.1	11.4	0.0
	1-5회	782	79.3	12.3	25.8	12.0	33.8	1.3	10.7	3.3	7.7	12.0	1.8
	6-10회	166	77.1	13.3	25.3	13.3	36.1	1.2	13.3	3.6	3.6	12.0	1.2
	11-15회	20	90.0	30.0	20.0	10.0	20.0	0.0	10.0	0.0	0.0	20.0	0.0
장보기금액 /한달	16-20회	28	92.9	28.6	14.3	14.3	35.7	0.0	0.0	0.0	7.1	7.1	0.0
	21-25회	4	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	0-20만원 이하	500	78.0	12.8	23.6	9.2	39.6	1.2	10.8	3.2	6.8	12.8	2.0
	21-40만원 이하	294	78.9	10.9	25.9	15.6	30.6	0.0	15.6	2.7	5.4	12.9	1.4
결혼 여부	41-60만원 이하	128	79.7	20.3	25.0	15.6	28.1	3.1	4.7	3.1	6.3	12.5	1.6
	61만원 이상	78	89.7	12.8	33.3	15.4	17.9	2.6	2.6	7.7	15.4	2.6	0.0
직업	예(기혼)	674	79.5	13.6	27.3	14.2	29.1	1.2	10.4	4.5	6.2	12.8	1.2
	아니오(미혼)	326	79.1	12.3	20.9	8.6	43.6	1.2	11.7	1.2	8.6	10.4	2.5
	농업/어업/임업	4	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	84	85.7	11.9	21.4	11.9	31.0	0.0	7.1	7.1	7.1	14.3	2.4
	판매/서비스직	30	66.7	13.3	46.7	20.0	33.3	6.7	0.0	0.0	6.7	6.7	0.0
	기능/숙련공	20	80.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	10.0	0.0	0.0	10.0	0.0
	일반직업직	6	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0
	사무/기술직	458	83.0	13.5	24.0	9.2	35.4	0.9	10.5	2.2	9.2	10.9	1.3
	경영/관리직	42	71.4	9.5	47.6	19.0	19.0	0.0	4.8	9.5	4.8	14.3	0.0
	전문/자유직	70	71.4	14.3	25.7	5.7	42.9	0.0	14.3	5.7	2.9	14.3	2.9
	전업주부	172	77.9	11.6	29.1	23.3	19.8	2.3	10.5	4.7	4.7	15.1	1.2
	학생	72	83.3	19.4	5.6	8.3	52.8	2.8	13.9	0.0	8.3	2.8	2.8
	무직	24	66.7	16.7	16.7	8.3	25.0	0.0	25.0	8.3	0.0	25.0	8.3
기타	18	55.6	11.1	22.2	22.2	55.6	0.0	22.2	0.0	0.0	11.1	0.0	
학력	고졸 이하	240	80.0	12.5	20.8	13.3	30.8	0.8	10.8	2.5	10.8	16.7	0.8
	대학교 졸업	664	78.9	14.5	26.2	12.7	33.4	1.2	11.7	2.7	6.0	10.8	1.8
	대학원 졸업 이상	96	81.3	6.3	29.2	8.3	43.8	2.1	4.2	10.4	4.2	8.3	2.1
가구 총소득	200만원 미만	82	75.6	12.2	22.0	14.6	43.9	0.0	9.8	2.4	4.9	14.6	0.0
	200-299만원	144	75.0	12.5	16.7	8.3	51.4	0.0	11.1	1.4	9.7	9.7	4.2
	300-399만원	224	83.0	10.7	27.7	9.8	33.9	0.0	12.5	0.9	5.4	14.3	1.8
	400-499만원	178	79.8	16.9	28.1	11.2	30.3	2.2	9.0	3.4	6.7	11.2	1.1
	500-599만원	164	82.9	15.9	29.3	13.4	20.7	1.2	12.2	4.9	7.3	12.2	0.0
	600-699만원	78	79.5	15.4	20.5	15.4	30.8	2.6	5.1	7.7	7.7	15.4	0.0
700만원 이상	130	75.4	9.2	26.2	18.5	30.8	3.1	12.3	6.2	7.7	7.7	3.1	

2015 가공식품 세분시장 현황 - 떡류 시장

□ 떡은 주로 어디에서 구입하고 계십니까? 구입 경험이 있는 곳 최대 3개까지 응답 가능합니다

(단위: %)

구분	사례수(명)	대형마트	기업형 슈퍼마켓	카페형 떡 전문점	백화점 식품관 떡 코너	재래시장 떡집	기타 오프라인 매장	인터넷 쇼핑몰	홈쇼핑	
전체	859	36.0	9.2	25.6	12.0	71.2	14.6	3.0	0.2	
성별	남성	372	43.0	13.0	30.5	13.5	68.5	15.0	2.5	0.0
	여성	487	31.3	6.7	22.3	11.0	73.0	14.3	3.3	0.3
연령	20대	132	37.5	15.0	20.0	10.0	63.8	13.8	5.0	0.0
	30대	242	35.7	4.3	28.6	10.0	71.4	20.0	2.9	0.0
	40대	238	37.9	7.1	24.3	12.1	71.4	15.0	2.1	0.0
	50대	247	33.6	12.9	27.1	15.0	75.0	9.3	2.9	0.7
거주 지역	수도권	463	35.2	9.6	27.8	13.7	67.0	14.8	3.0	0.4
	부산/울산/경남	144	42.5	11.3	23.8	10.0	82.5	7.5	2.5	0.0
	대구/경북	82	30.0	4.0	18.0	12.0	84.0	12.0	4.0	0.0
	대전/충청	87	48.0	12.0	16.0	10.0	64.0	18.0	6.0	0.0
	광주/전라	83	24.0	6.0	34.0	8.0	70.0	24.0	0.0	0.0
동거인 수	1명	56	46.4	21.4	28.6	14.3	57.1	28.6	3.6	0.0
	2명	124	37.7	7.8	20.8	10.4	71.4	7.8	5.2	0.0
	3명	226	30.2	6.5	25.9	8.6	73.4	15.1	2.2	0.7
	4명	375	36.8	10.8	25.9	14.6	70.8	16.0	1.9	0.0
	5명 이상	78	40.9	4.5	29.5	11.4	75.0	9.1	6.8	0.0
식품 구매횟수 /1개월	1-5회	670	37.9	8.4	25.1	12.0	71.9	13.0	2.8	0.3
	6-10회	141	28.9	9.6	30.1	10.8	67.5	18.1	4.8	0.0
	11-15회	26	40.0	20.0	30.0	30.0	90.0	50.0	0.0	0.0
	16-20회	20	28.6	14.3	14.3	7.1	64.3	14.3	0.0	0.0
	21-25회	2	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	420	35.6	8.0	22.4	10.4	72.8	15.2	3.2	0.4
	21-40만원 이하	264	34.0	10.2	32.7	12.9	71.4	16.3	2.0	0.0
	41-60만원 이하	98	31.3	6.3	20.3	18.8	62.5	10.9	3.1	0.0
	61만원 이상	77	53.8	17.9	28.2	7.7	74.4	10.3	5.1	0.0
결혼 여부	예(기혼)	570	34.7	9.5	26.7	11.6	72.1	12.5	1.8	0.3
	아니오(미혼)	289	38.7	8.6	23.3	12.9	69.3	19.0	5.5	0.0
직업	농업/어업/임업	4	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	100.0	0.0	0.0
	자영업	74	33.3	11.9	19.0	21.4	73.8	14.3	2.4	0.0
	판매/서비스직	23	33.3	13.3	20.0	6.7	60.0	13.3	6.7	0.0
	기능/숙련공	18	30.0	10.0	40.0	10.0	90.0	0.0	0.0	0.0
	일반직업직	4	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
	사무/기술직	392	40.2	10.0	25.3	11.4	68.1	14.0	2.2	0.0
	경영/관리직	39	47.6	4.8	33.3	14.3	76.2	4.8	4.8	0.0
	전문/자유직	71	37.1	11.4	37.1	8.6	80.0	17.1	8.6	2.9
	전업주부	138	25.6	3.5	24.4	16.3	76.7	12.8	1.2	0.0
	기타	61	36.1	11.1	22.2	2.8	72.2	19.4	5.6	0.0
학력	고졸 이하	185	26.7	7.5	19.2	9.2	72.5	15.8	3.3	0.0
	대학교 졸업	586	38.0	9.9	26.5	13.9	72.3	13.6	2.1	0.3
	대학원 졸업 이상	88	45.8	8.3	35.4	6.3	60.4	18.8	8.3	0.0
가구 총소득	200만원 미만	66	34.1	9.8	14.6	14.6	61.0	22.0	4.9	0.0
	200-299만원	125	37.5	8.3	25.0	9.7	73.6	15.3	4.2	0.0
	300-399만원	191	33.9	6.3	27.7	10.7	72.3	18.8	0.9	0.0
	400-499만원	146	32.6	13.5	23.6	10.1	71.9	11.2	1.1	0.0
	500-599만원	139	36.6	4.9	23.2	14.6	74.4	12.2	3.7	0.0
	600-699만원	67	41.0	20.5	28.2	7.7	69.2	5.1	0.0	0.0
	700만원 이상	125	40.0	7.7	33.8	16.9	69.2	15.4	7.7	1.5

부록. 소비자 조사 결과

□ 카페형 떡 전문점에서 떡을 구입하신 경우 다음 중 어느 매장에서 구입하셨습니다? 최대 2개까지 선택 가능합니다

(단위: %)

구분	사례수(명)	질시루	빛은	동병상련	호원당	미단	예문병과	종로복떡방	기타 카페형 떡 전문점	
전체	169	10.9	56.3	3.9	9.4	10.2	9.4	16.4	15.6	
성별	남성	82	14.8	42.6	4.9	13.1	16.4	11.5	21.3	9.8
	여성	87	7.5	68.7	3.0	6.0	4.5	7.5	11.9	20.9
연령	20대	17	6.3	68.8	6.3	12.5	0.0	0.0	6.3	6.3
	30대	49	10.0	67.5	0.0	5.0	5.0	10.0	7.5	17.5
	40대	48	11.8	50.0	5.9	8.8	23.5	8.8	17.6	14.7
	50대	55	13.2	44.7	5.3	13.2	7.9	13.2	28.9	18.4
거주 지역	수도권	103	12.0	61.3	1.3	10.7	9.3	9.3	24.0	9.3
	부산/울산/경남	25	0.0	52.6	15.8	21.1	15.8	15.8	5.3	5.3
	대구/경북	12	11.1	66.7	0.0	0.0	11.1	11.1	11.1	22.2
	대전/충청	9	12.5	25.0	0.0	0.0	25.0	12.5	0.0	37.5
등거인 수	광주/전라	20	17.6	47.1	5.9	0.0	0.0	0.0	5.9	41.2
	1명	11	0.0	62.5	0.0	12.5	12.5	12.5	37.5	0.0
	2명	21	6.3	50.0	0.0	12.5	6.3	12.5	25.0	18.8
	3명	47	5.6	61.1	5.6	5.6	16.7	8.3	11.1	16.7
식료품 구매횟수 /1개월	4명	76	20.0	58.2	3.6	10.9	9.1	10.9	16.4	9.1
	5명 이상	14	0.0	38.5	7.7	7.7	0.0	0.0	7.7	46.2
	1-5회	132	9.2	55.1	3.1	9.2	10.2	10.2	20.4	17.3
	6-10회	31	20.0	56.0	8.0	4.0	12.0	8.0	4.0	12.0
	11-15회	4	0.0	66.7	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	16-20회	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	21-25회	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	0-20만원 이하	72	10.7	51.8	3.6	7.1	8.9	8.9	19.6	17.9
	21-40만원 이하	63	10.4	58.3	6.3	12.5	6.3	8.3	14.6	14.6
결혼 여부	41-60만원 이하	15	7.7	69.2	0.0	0.0	7.7	7.7	7.7	15.4
	61만원 이상	19	18.2	54.5	0.0	18.2	36.4	18.2	18.2	9.1
	예(기혼)	121	12.2	51.1	4.4	7.8	11.1	12.2	17.8	17.8
직업	아니오(미혼)	48	7.9	68.4	2.6	13.2	7.9	2.6	13.2	10.5
	농업/어업/임업	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	13	25.0	12.5	0.0	25.0	25.0	25.0	25.0	25.0
	판매/서비스직	4	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0
	기능/숙련공	5	0.0	25.0	0.0	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0
	일반직업직	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	75	10.3	60.3	3.4	8.6	8.6	6.9	17.2	13.8
	경영/관리직	8	28.6	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6	28.6
	전문/자유직	20	7.7	84.6	0.0	0.0	23.1	7.7	15.4	15.4
	전업주부	28	9.5	66.7	9.5	0.0	4.8	9.5	14.3	19.0
	학생	8	12.5	62.5	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	무직	4	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3	33.3
기타	3	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	
학력	고졸 이하	27	13.0	60.9	4.3	4.3	0.0	17.4	8.7	8.7
	대학교 졸업	119	10.2	53.4	4.5	11.4	11.4	8.0	18.2	18.2
	대학원 졸업 이상	23	11.8	64.7	0.0	5.9	17.6	5.9	17.6	11.8
가구 총소득	200만원 미만	7	0.0	83.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	
	200-299만원	21	11.1	50.0	5.6	5.6	16.7	5.6	11.1	11.1
	300-399만원	42	3.2	61.3	0.0	9.7	9.7	6.5	22.6	22.6
	400-499만원	28	14.3	33.3	4.8	19.0	14.3	19.0	14.3	14.3
	500-599만원	25	15.8	57.9	0.0	15.8	10.5	10.5	5.3	15.8
	600-699만원	17	27.3	54.5	9.1	9.1	18.2	0.0	27.3	9.1
	700만원 이상	29	9.1	68.2	9.1	0.0	0.0	13.6	13.6	18.2

2015 가공식품 세분시장 현황 - 떡류 시장

□ 떡을 선물용으로 구입해 본 경험이 있으시다면, 어떤 용도로 구입하셨습니다습니까?

(단위: %)

구분		사례수(명)	돌,결혼 등 행사 답례용	명절 선물용	생일 선물용	고객 응대용	기타 선물용	선물 경험 없음
전체		500	18.2	14.4	16.4	4.2	15.2	31.6
성별	남성	200	20.0	17.0	17.0	4.5	12.0	29.5
	여성	300	17.0	12.7	16.0	4.0	17.3	33.0
연령	20대	80	10.0	18.8	7.5	2.5	12.5	48.8
	30대	140	24.3	12.1	19.3	2.9	17.1	24.3
	40대	140	20.0	10.7	18.6	4.3	15.0	31.4
	50대	140	15.0	17.9	16.4	6.4	15.0	29.3
거주 지역	수도권	270	22.6	16.3	12.2	3.7	15.6	29.6
	부산/울산/경남	80	17.5	11.3	21.3	1.3	13.8	35.0
	대구/경북	50	10.0	14.0	14.0	6.0	18.0	38.0
	대전/충청	50	14.0	14.0	22.0	4.0	14.0	32.0
동거인 수	광주/전라	50	8.0	10.0	28.0	10.0	14.0	30.0
	1명	28	14.3	17.9	7.1	0.0	28.6	32.1
	2명	77	19.5	15.6	13.0	3.9	18.2	29.9
	3명	139	16.5	15.8	12.9	2.9	18.0	33.8
	4명	212	20.8	14.6	19.8	5.2	12.3	27.4
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	44	11.4	4.5	22.7	6.8	6.8	47.7
	1-5회	391	17.9	14.3	16.4	4.3	14.8	32.2
	6-10회	83	19.3	14.5	16.9	4.8	16.9	27.7
	11-15회	10	10.0	10.0	10.0	0.0	20.0	50.0
	16-20회	14	21.4	21.4	14.3	0.0	14.3	28.6
장보기금액 /한달	21-25회	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	0-20만원 이하	250	14.8	11.6	16.0	4.8	15.2	37.6
	21-40만원 이하	147	23.8	17.0	19.0	4.1	14.3	21.8
	41-60만원 이하	64	15.6	15.6	14.1	3.1	15.6	35.9
결혼 여부	61만원 이상	39	23.1	20.5	12.8	2.6	17.9	23.1
	에(기혼)	337	22.0	13.4	18.4	4.5	14.2	27.6
직업	아니오(미혼)	163	10.4	16.6	12.3	3.7	17.2	39.9
	농업/어업/임업	2	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	자영업	42	9.5	14.3	19.0	9.5	9.5	38.1
	판매/서비스직	15	13.3	13.3	13.3	0.0	26.7	33.3
	기능/숙련공	10	10.0	30.0	20.0	0.0	40.0	0.0
	일반직업직	3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3
	사무/기술직	229	23.6	11.4	17.9	4.4	12.7	30.1
	경영/관리직	21	19.0	19.0	14.3	4.8	9.5	33.3
	전문/자유직	35	17.1	22.9	5.7	5.7	20.0	28.6
	전업주부	86	17.4	15.1	17.4	3.5	19.8	26.7
학력	학생	36	5.6	19.4	11.1	2.8	8.3	52.8
	무직	12	0.0	8.3	25.0	0.0	25.0	41.7
	기타	9	22.2	11.1	11.1	0.0	22.2	33.3
	고졸 이하	120	15.0	9.2	14.2	3.3	18.3	40.0
	대학교 졸업	332	18.1	15.7	17.8	4.5	14.5	29.5
가구 총소득	대학원 졸업 이상	48	27.1	18.8	12.5	4.2	12.5	25.0
	200만원 미만	41	2.4	22.0	14.6	4.9	19.5	36.6
	200-299만원	72	15.3	16.7	12.5	1.4	11.1	43.1
	300-399만원	112	17.0	16.1	16.1	2.7	19.6	28.6
	400-499만원	89	19.1	13.5	20.2	5.6	11.2	30.3
	500-599만원	82	24.4	11.0	17.1	2.4	17.1	28.0
	600-699만원	39	23.1	12.8	15.4	5.1	10.3	33.3
700만원 이상	65	21.5	10.8	16.9	9.2	15.4	26.2	

부록. 소비자 조사 결과

□ 선물용으로 구입한 떡은 어떤 종류입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	설기류(백설기, 무지개떡) 선물세트	찰떡류(공찰떡, 호박찰떡) 선물세트	송편류 선물세트	떡류 종합(설기, 찰떡, 송편류 등) 선물세트	떡 및 한과 종합선물세트	케이크류	떡 단품류	기타	
전체	342	22.5	19.3	5.3	16.7	13.5	19.0	3.2	.6	
성별	남성	141	24.8	13.5	6.4	21.3	14.2	16.3	2.8	0.7
	여성	201	20.9	23.4	4.5	13.4	12.9	20.9	3.5	0.5
연령	20대	41	24.4	19.5	12.2	12.2	9.8	22.0	0.0	0.0
	30대	106	22.6	12.3	4.7	16.0	14.2	24.5	3.8	1.9
	40대	96	28.1	16.7	3.1	14.6	17.7	17.7	2.1	0.0
	50대	99	16.2	29.3	5.1	21.2	10.1	13.1	5.1	0.0
거주 지역	수도권	190	24.7	20.0	4.7	15.8	16.3	12.6	4.7	1.1
	부산/울산/경남	52	19.2	11.5	3.8	23.1	9.6	30.8	1.9	0.0
	대구/경북	31	16.1	19.4	12.9	9.7	6.5	35.5	0.0	0.0
	대전/충청	34	26.5	20.6	5.9	14.7	11.8	20.6	0.0	0.0
등거인 수	광주/전라	35	17.1	25.7	2.9	20.0	11.4	20.0	2.9	0.0
	1명	19	10.5	5.3	15.8	10.5	15.8	31.6	10.5	0.0
	2명	54	18.5	27.8	5.6	22.2	7.4	9.3	5.6	3.7
	3명	92	18.5	17.4	4.3	23.9	15.2	16.3	4.3	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	4명	154	29.2	16.9	5.2	11.7	14.9	20.8	1.3	0.0
	5명 이상	23	13.0	34.8	0.0	13.0	8.7	30.4	0.0	0.0
	1-5회	265	21.9	18.1	5.3	16.2	13.6	21.5	3.0	0.4
	6-10회	60	25.0	25.0	5.0	15.0	13.3	11.7	5.0	0.0
	11-15회	5	20.0	20.0	0.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	16-20회	10	20.0	20.0	10.0	30.0	10.0	0.0	0.0	10.0
	21-25회	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	0-20만원 이하	156	22.4	22.4	5.8	14.1	9.0	22.4	3.2	0.6
	21-40만원 이하	115	24.3	18.3	4.3	15.7	17.4	14.8	4.3	0.9
결혼 여부	41-60만원 이하	41	17.1	19.5	4.9	26.8	14.6	17.1	0.0	0.0
	61만원 이상	30	23.3	6.7	6.7	20.0	20.0	20.0	3.3	0.0
직업	예(기혼)	244	23.0	19.3	4.1	19.3	12.7	17.6	3.3	0.8
	아니오(미혼)	98	21.4	19.4	8.2	10.2	15.3	22.4	3.1	0.0
	농업/어업/임업	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	자영업	26	15.4	19.2	7.7	7.7	23.1	26.9	0.0	0.0
	판매/서비스직	10	20.0	10.0	20.0	30.0	0.0	20.0	0.0	0.0
	기능/숙련공	10	10.0	30.0	10.0	40.0	10.0	0.0	0.0	0.0
	일반작업직	2	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	사무/기술직	160	23.1	18.8	5.0	17.5	11.3	21.3	2.5	0.6
	경영/관리직	14	28.6	14.3	0.0	14.3	21.4	21.4	0.0	0.0
	전문/자유직	25	28.0	16.0	8.0	16.0	20.0	12.0	0.0	0.0
전업주부	63	25.4	17.5	1.6	14.3	17.5	14.3	7.9	1.6	
학력	학생	17	17.6	23.5	11.8	17.6	5.9	23.5	0.0	0.0
	무직	7	14.3	42.9	0.0	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0
	기타	6	16.7	33.3	0.0	16.7	0.0	16.7	16.7	0.0
	고졸 이하	72	26.4	23.6	2.8	13.9	12.5	15.3	4.2	1.4
가구 총소득	대학교 졸업	234	22.2	16.7	6.4	17.1	13.2	21.4	3.0	0.0
	대학원 졸업 이상	36	16.7	27.8	2.8	19.4	16.7	11.1	2.8	2.8
	200만원 미만	26	23.1	19.2	7.7	15.4	11.5	15.4	7.7	0.0
가구 총소득	200-299만원	41	19.5	17.1	4.9	22.0	9.8	26.8	0.0	0.0
	300-399만원	80	25.0	10.0	5.0	22.5	12.5	18.8	3.8	2.5
	400-499만원	62	24.2	25.8	3.2	12.9	17.7	16.1	0.0	0.0
	500-599만원	59	27.1	15.3	6.8	15.3	13.6	16.9	5.1	0.0
	600-699만원	26	19.2	19.2	3.8	19.2	11.5	19.2	7.7	0.0
	700만원 이상	48	14.6	33.3	6.3	8.3	14.6	20.8	2.1	0.0



2015 가공식품 세분시장 현황 - 떡류 시장

□ 구입한 떡 선물세트의 가격대는 얼마였습니까?

(단위: %)

구 분		사례수(명)	1만원 미만	1만원 이상~3만원 미만	3만원 이상~5만원 미만	5만원 이상~10만원 미만	10만원 이상~20만원 미만	20만원 이상
전체		342	12.3	30.4	37.4	15.5	4.1	.3
성별	남성	141	10.6	25.5	39.0	19.9	5.0	0.0
	여성	201	13.4	33.8	36.3	12.4	3.5	0.5
연령	20대	41	12.2	29.3	39.0	14.6	2.4	2.4
	30대	106	10.4	31.1	39.6	14.2	4.7	0.0
	40대	96	15.6	26.0	41.7	12.5	4.2	0.0
	50대	99	11.1	34.3	30.3	20.2	4.0	0.0
거주 지역	수도권	190	15.3	28.4	32.1	19.5	4.2	0.5
	부산/울산/경남	52	7.7	30.8	42.3	17.3	1.9	0.0
	대구/경북	31	6.5	32.3	51.6	6.5	3.2	0.0
	대전/충청	34	8.8	38.2	47.1	5.9	0.0	0.0
	광주/전라	35	11.4	31.4	37.1	8.6	11.4	0.0
동거인 수	1명	19	21.1	31.6	36.8	5.3	5.3	0.0
	2명	54	14.8	40.7	27.8	13.0	3.7	0.0
	3명	92	13.0	28.3	40.2	14.1	4.3	0.0
	4명	154	10.4	25.3	41.6	18.8	3.2	0.6
	5명 이상	23	8.7	47.8	21.7	13.0	8.7	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	265	11.3	30.9	38.5	15.1	3.8	0.4
	6-10회	60	18.3	28.3	33.3	13.3	6.7	0.0
	11-15회	5	0.0	20.0	60.0	20.0	0.0	0.0
	16-20회	10	0.0	40.0	20.0	40.0	0.0	0.0
	21-25회	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	156	13.5	32.7	37.2	12.8	3.2	0.6
	21-40만원 이하	115	10.4	33.9	34.8	13.9	7.0	0.0
	41-60만원 이하	41	12.2	17.1	43.9	24.4	2.4	0.0
	61만원 이상	30	13.3	23.3	40.0	23.3	0.0	0.0
결혼 여부	예(기혼)	244	12.7	29.1	34.8	18.0	4.9	0.4
	아니오(미혼)	98	11.2	33.7	43.9	9.2	2.0	0.0
직업	농업/어업/임업	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	26	11.5	15.4	42.3	30.8	0.0	0.0
	판매/서비스직	10	20.0	20.0	40.0	20.0	0.0	0.0
	기능/숙련공	10	0.0	50.0	30.0	20.0	0.0	0.0
	일반직업직	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	160	10.0	30.6	40.0	15.0	3.8	0.6
	경영/관리직	14	14.3	14.3	35.7	28.6	7.1	0.0
	전문/자유직	25	16.0	36.0	40.0	8.0	0.0	0.0
	전업주부	63	15.9	38.1	30.2	9.5	6.3	0.0
	학생	17	11.8	17.6	41.2	23.5	5.9	0.0
	무직	7	14.3	42.9	28.6	0.0	14.3	0.0
기타	6	16.7	16.7	33.3	16.7	16.7	0.0	
학력	고졸 이하	72	16.7	31.9	30.6	15.3	4.2	1.4
	대학교 졸업	234	11.1	28.2	40.2	15.8	4.7	0.0
	대학원 졸업 이상	36	11.1	41.7	33.3	13.9	0.0	0.0
가구 총소득	200만원 미만	26	23.1	38.5	26.9	11.5	0.0	0.0
	200-299만원	41	4.9	43.9	34.1	12.2	4.9	0.0
	300-399만원	80	13.8	27.5	36.3	12.5	8.8	1.3
	400-499만원	62	11.3	29.0	41.9	14.5	3.2	0.0
	500-599만원	59	6.8	25.4	47.5	18.6	1.7	0.0
	600-699만원	26	23.1	19.2	42.3	15.4	0.0	0.0
	700만원 이상	48	12.5	33.3	27.1	22.9	4.2	0.0

부록. 소비자 조사 결과

□ 선물용으로 떡을 선택한 이유는 무엇입니까? 주요 이유 2가지만 선택하여 주십시오.

(단위: %)

구분	사례수(명)	떡의 맛이 좋아서	떡이 영양가 있는 식품이어서	떡의 가격이 저렴해서	떡이 우리 전통식품이어서	떡의 종류가 다양해서	떡 포장이나 선물용으로 적합해서	선물 받는 사람이 선호해서	기타	
전체	499	23.7	21.9	7.3	27.5	11.7	28.9	22.2	2.6	
성별	남성	224	31.2	22.7	9.2	33.3	13.5	22.0	24.8	2.1
	여성	275	18.4	21.4	6.0	23.4	10.4	33.8	20.4	3.0
연령	20대	63	24.4	29.3	12.2	22.0	2.4	36.6	22.0	4.9
	30대	153	20.8	24.5	9.4	17.9	7.5	34.9	22.6	6.6
	40대	139	24.0	15.6	6.3	31.3	18.8	27.1	21.9	0.0
	50대	144	26.3	22.2	4.0	36.4	13.1	21.2	22.2	0.0
거주 지역	수도권	269	21.6	21.6	6.8	27.9	8.4	30.5	22.1	2.6
	부산/울산/경남	79	28.8	19.2	1.9	30.8	23.1	26.9	17.3	3.8
	대구/경북	45	16.1	25.8	6.5	29.0	9.7	25.8	29.0	3.2
	대전/충청	51	29.4	23.5	14.7	17.6	11.8	26.5	23.5	2.9
동거인 수	광주/전라	55	28.6	22.9	11.4	28.6	14.3	28.6	22.9	0.0
	1명	24	42.1	0.0	0.0	21.1	5.3	21.1	31.6	5.3
	2명	79	22.2	20.4	9.3	29.6	9.3	27.8	22.2	5.6
	3명	131	18.5	20.7	9.8	23.9	8.7	29.3	27.2	4.3
	4명	235	26.0	26.0	5.8	31.2	15.6	29.9	17.5	0.6
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	30	17.4	21.7	8.7	17.4	8.7	30.4	26.1	0.0
	1-5회	384	23.0	19.6	6.8	28.3	12.1	30.2	22.6	2.3
	6-10회	88	23.3	30.0	8.3	26.7	10.0	25.0	20.0	3.3
	11-15회	8	40.0	40.0	20.0	20.0	0.0	20.0	20.0	0.0
장보기금액 /한달	16-20회	16	40.0	30.0	0.0	10.0	10.0	30.0	30.0	10.0
	21-25회	3	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	0-20만원 이하	234	28.8	25.6	8.3	23.1	10.3	29.5	21.8	2.6
	21-40만원 이하	158	14.8	18.3	6.1	28.7	12.2	33.9	20.0	3.5
결혼 여부	41-60만원 이하	60	29.3	19.5	4.9	34.1	14.6	19.5	22.0	2.4
	61만원 이상	47	23.3	20.0	10.0	36.7	13.3	20.0	33.3	0.0
직업	예(기혼)	354	23.0	20.5	6.6	31.1	13.1	28.7	19.3	2.9
	아니오(미혼)	145	25.5	25.5	9.2	18.4	8.2	29.6	29.6	2.0
	농업/어업/임업	4	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	자영업	41	26.9	26.9	0.0	38.5	23.1	11.5	30.8	0.0
	판매/서비스직	13	60.0	30.0	0.0	0.0	10.0	10.0	20.0	0.0
	기능/숙련공	13	10.0	20.0	0.0	40.0	20.0	20.0	10.0	10.0
	일반직업직	3	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0
	사무/기술직	238	25.0	26.3	8.1	25.6	8.8	33.8	18.1	3.1
	경영/관리직	21	14.3	14.3	7.1	42.9	7.1	28.6	35.7	0.0
	전문/자유직	36	20.0	8.0	12.0	32.0	8.0	40.0	24.0	0.0
	전업주부	84	15.9	14.3	6.3	27.0	17.5	25.4	22.2	4.8
	학생	28	23.5	29.4	17.6	29.4	5.9	35.3	23.5	0.0
학력	무직	9	42.9	28.6	0.0	0.0	0.0	14.3	42.9	0.0
	고졸 이하	98	26.4	22.2	6.9	20.8	18.1	22.2	19.4	0.0
	대학교 졸업	347	23.1	23.1	7.7	29.1	9.4	31.2	21.8	3.0
	대학원 졸업 이상	54	22.2	13.9	5.6	30.6	13.9	27.8	30.6	5.6
가구 총소득	200만원 미만	37	42.3	19.2	7.7	19.2	11.5	19.2	23.1	0.0
	200-299만원	58	22.0	22.0	7.3	29.3	4.9	26.8	22.0	7.3
	300-399만원	109	17.5	17.5	5.0	27.5	12.5	26.3	26.3	3.8
	400-499만원	97	27.4	30.6	6.5	35.5	9.7	27.4	16.1	3.2
	500-599만원	89	22.0	10.2	13.6	22.0	20.3	39.0	23.7	0.0
	600-699만원	42	30.8	34.6	7.7	38.5	7.7	23.1	15.4	3.8
	700만원 이상	67	18.8	27.1	4.2	20.8	10.4	33.3	25.0	0.0

2015 가공식품 세분시장 현황 - 떡류 시장

□ 평소 떡을 드시면서 느꼈던 불편사항이 있다면 무엇입니까? 2가지만 선택하여 주십시오.

(단위: %)

구분	사례수(명)	원재료 원산지의 정확한 확인 불가능	떡의 유통기한이 짧음	떡이 쉽게 굳음으로 인한 식감 저하	보관의 어려움	떡 구입 장소의 접근성이 떨어짐	판매 가격이 비쌌음	포장의 개선이 필요함	위생적이지 않음	맛이 다양하지 않음	1팩 분량이 한 번에 먹기에 양이 많음	기타	불편사항 없음	
전체	907	22.0	32.4	53.4	26.2	11.4	8.4	5.0	1.2	3.4	12.4	0.0	5.6	
성별	남성	365	23.0	32.5	56.5	28.5	11.0	10.5	4.5	0.5	1.5	8.5	0.0	5.5
	여성	542	21.3	32.3	51.3	24.7	11.7	7.0	5.3	1.7	4.7	15.0	0.0	5.7
연령	20대	139	18.8	25.0	60.0	18.8	8.8	10.0	5.0	0.0	2.5	16.3	0.0	8.8
	30대	244	22.1	32.9	49.3	25.0	10.7	7.9	5.7	1.4	2.1	10.7	0.0	6.4
	40대	261	24.3	37.9	52.1	26.4	14.3	7.1	3.6	1.4	5.7	10.7	0.0	2.9
	50대	263	21.4	30.7	55.0	31.4	10.7	9.3	5.7	1.4	2.9	13.6	0.0	5.7
거주 지역	수도권	496	22.2	36.3	54.4	24.4	11.5	8.9	4.8	1.9	3.7	12.6	0.0	3.0
	부산/울산/경남	142	16.3	22.5	57.5	32.5	8.8	6.3	6.3	1.3	2.5	16.3	0.0	7.5
	대구/경북	91	28.0	30.0	56.0	20.0	10.0	14.0	4.0	0.0	4.0	8.0	0.0	8.0
	대전/충청	87	24.0	28.0	42.0	24.0	12.0	10.0	6.0	0.0	4.0	8.0	0.0	16.0
	광주/전라	91	22.0	34.0	50.0	34.0	16.0	2.0	4.0	0.0	2.0	14.0	0.0	4.0
동거인 수	1명	50	32.1	32.1	50.0	7.1	17.9	17.9	3.6	7.1	0.0	7.1	0.0	3.6
	2명	139	20.8	35.1	54.5	22.1	7.8	11.7	3.9	0.0	7.8	13.0	0.0	3.9
	3명	251	22.3	33.1	53.2	28.1	14.4	5.0	3.6	0.7	1.4	11.5	0.0	7.2
	4명	387	21.7	30.2	51.4	28.8	11.3	8.5	6.6	1.4	2.8	14.2	0.0	5.7
	5명 이상	80	18.2	36.4	63.6	27.3	4.5	6.8	4.5	0.0	6.8	9.1	0.0	4.5
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	706	21.7	31.7	54.5	24.3	11.3	9.0	5.4	1.3	3.8	11.8	0.0	5.9
	6-10회	151	21.7	32.5	51.8	32.5	9.6	8.4	3.6	1.2	2.4	13.3	0.0	4.8
	11-15회	19	50.0	10.0	60.0	30.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	10.0
	16-20회	27	14.3	64.3	35.7	28.6	14.3	0.0	7.1	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0
	21-25회	4	0.0	50.0	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	448	21.2	32.8	53.2	23.6	11.2	9.2	4.4	0.8	2.4	13.6	0.0	6.8
	21-40만원 이하	266	26.5	29.9	51.7	27.2	12.2	8.2	4.8	0.7	4.1	11.6	0.0	4.1
	41-60만원 이하	120	15.6	31.3	56.3	32.8	10.9	7.8	7.8	4.7	3.1	14.1	0.0	3.1
	61만원 이상	73	20.5	41.0	56.4	28.2	10.3	5.1	5.1	0.0	7.7	5.1	0.0	7.7
결혼 여부	예(기혼)	617	21.4	32.9	53.1	28.2	13.4	7.4	5.6	0.9	3.9	11.9	0.0	4.5
	아니오(미혼)	290	23.3	31.3	54.0	22.1	7.4	10.4	3.7	1.8	2.5	13.5	0.0	8.0
직업	농업/어업/임업	4	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	78	26.2	28.6	57.1	33.3	14.3	4.8	4.8	2.4	4.8	4.8	0.0	4.8
	판매/서비스직	25	26.7	33.3	40.0	13.3	20.0	13.3	0.0	6.7	0.0	13.3	0.0	0.0
	기능/숙련공	17	10.0	40.0	50.0	20.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	10.0
	일반작업직	5	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	415	18.8	33.2	56.8	24.9	10.5	8.7	4.4	1.3	2.6	13.5	0.0	6.6
	경영/관리직	42	33.3	38.1	42.9	47.6	9.5	4.8	4.8	0.0	4.8	14.3	0.0	0.0
	전문/자유직	65	17.1	34.3	57.1	22.9	11.4	11.4	8.6	0.0	0.0	20.0	0.0	2.9
	전업주부	155	25.6	32.6	48.8	26.7	14.0	7.0	4.7	1.2	7.0	9.3	0.0	3.5
	학생	60	27.8	27.8	44.4	22.2	5.6	8.3	2.8	0.0	0.0	11.1	0.0	16.7
무직	23	8.3	41.7	41.7	25.0	25.0	8.3	16.7	0.0	8.3	16.7	0.0	0.0	
	기타	18	33.3	0.0	77.8	44.4	0.0	22.2	0.0	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0
학력	고졸 이하	211	26.7	32.5	48.3	23.3	11.7	9.2	3.3	0.0	3.3	10.8	0.0	6.7
	대학교 졸업	609	20.8	31.6	54.5	28.0	11.7	7.8	5.4	1.8	3.6	12.7	0.0	5.4
	대학원 졸업 이상	87	18.8	37.5	58.3	20.8	8.3	10.4	6.3	0.0	2.1	14.6	0.0	4.2
가구 총소득	200만원 미만	72	24.4	34.1	48.8	17.1	14.6	12.2	2.4	0.0	2.4	12.2	0.0	7.3
	200-299만원	128	13.9	31.9	51.4	26.4	18.1	6.9	5.6	2.8	4.2	11.1	0.0	5.6
	300-399만원	205	29.5	30.4	55.4	25.9	8.0	8.9	4.5	0.9	2.7	11.6	0.0	5.4
	400-499만원	161	23.6	30.3	53.9	24.7	12.4	6.7	6.7	0.0	4.5	12.4	0.0	5.6
	500-599만원	154	19.5	36.6	53.7	28.0	13.4	9.8	3.7	1.2	3.7	15.9	0.0	2.4
	600-699만원	70	17.9	43.6	59.0	25.6	7.7	2.6	5.1	0.0	0.0	10.3	0.0	7.7
	700만원 이상	117	20.0	26.2	50.8	32.3	6.2	10.8	6.2	3.1	4.6	12.3	0.0	7.7

부록. 소비자 조사 결과

□ 평소 떡을 드시면서 느꼈던 개선 사항은 무엇입니까? (우선적으로 개선이 필요하다고 생각하는 2가지만 선택하여 주십시오)

(단위: %)

구분	사례수 (명)	국산 원재료 비중 높임	재료 및 떡 종류의 다양화	다양한 맛의 개발	아름다운 모양과 색의 개발	영양가를 높인 제품 개발	칼로리를 낮춘 제품 개발	시간이 지나도 식감이 유지되는 제품 개발	유통기한을 늘릴 수 있는 제품 개발	포장상태의 개선	위생적인 제조 공정	판매가 인하	떡 구입 매장 접근의 용이성	1인분 기준 소량 포장 확대	기타	별다른 개선사항 없음	
전체	981	22.4	15.0	18.2	3.4	10.2	14.0	37.2	15.8	6.2	14.4	10.8	9.6	14.8	0.2	4.0	
성별	남성	395	23.0	16.5	18.5	3.5	11.5	11.5	38.0	19.5	6.0	14.0	12.0	10.0	0.0	3.0	
	여성	586	22.0	14.0	18.0	3.3	9.3	15.7	36.7	13.3	6.3	14.7	10.0	9.0	18.0	0.3	4.7
연령	20대	153	17.5	20.0	16.3	6.3	3.8	15.0	28.8	13.8	5.0	15.0	12.5	8.8	18.8	0.0	10.0
	30대	274	22.9	13.6	19.3	2.1	11.4	11.4	34.3	14.3	7.1	13.6	10.7	13.6	16.4	0.7	4.3
	40대	275	24.3	17.1	23.6	3.6	10.7	11.4	40.0	17.9	5.7	10.0	9.3	7.1	12.1	0.0	3.6
	50대	279	22.9	11.4	12.9	2.9	12.1	18.6	42.1	16.4	6.4	19.3	11.4	8.6	13.6	0.0	0.7
거주 지역	수도권	533	20.4	13.7	15.6	4.1	8.9	15.2	40.4	18.9	5.6	17.4	10.7	9.6	13.7	0.4	3.0
	부산/울산/경남	156	20.0	13.8	26.3	2.5	8.8	16.3	40.0	11.3	6.3	8.8	11.3	8.8	16.3	0.0	5.0
	대구/경북	98	28.0	18.0	20.0	2.0	16.0	12.0	22.0	12.0	8.0	12.0	10.0	12.0	20.0	0.0	4.0
	대전/충청	96	32.0	16.0	22.0	0.0	14.0	6.0	32.0	12.0	4.0	14.0	8.0	16.0	8.0	0.0	8.0
동거인 수	광주/전라	98	22.0	20.0	14.0	6.0	10.0	14.0	36.0	14.0	10.0	14.0	2.0	20.0	0.0	4.0	
	1명	55	14.3	17.9	17.9	0.0	3.6	17.9	46.4	7.1	10.7	10.7	25.0	10.7	10.7	0.0	3.6
	2명	152	20.8	13.0	19.5	2.6	10.4	15.6	37.7	13.0	5.2	19.5	11.7	10.4	14.3	1.3	2.6
	3명	270	22.3	12.9	16.5	4.3	7.2	12.2	37.4	16.5	4.3	10.8	12.2	9.4	22.3	0.0	5.8
	4명	417	24.1	13.2	19.3	3.3	13.7	15.1	34.9	16.5	6.1	16.0	9.0	10.4	11.3	0.0	3.8
	5명 이상	87	22.7	31.8	15.9	4.5	6.8	9.1	40.9	20.5	11.4	11.4	4.5	4.5	11.4	0.0	2.3
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	767	21.2	16.4	17.4	3.8	10.0	13.8	37.3	16.9	6.1	14.1	11.5	9.7	13.8	0.3	3.8
	6-10회	164	26.5	10.8	19.3	2.4	9.6	14.5	39.8	13.3	3.6	15.7	9.6	8.4	20.5	0.0	3.6
	11-15회	19	30.0	10.0	30.0	0.0	10.0	0.0	20.0	0.0	20.0	30.0	0.0	20.0	10.0	0.0	10.0
	16-20회	27	28.6	7.1	28.6	0.0	21.4	21.4	35.7	7.1	0.0	7.1	7.1	7.1	14.3	0.0	7.1
장보기금액 /월	21-25회	4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	0-20만원 이하	485	16.8	15.6	17.2	3.2	8.8	14.0	38.4	14.4	5.6	12.8	12.0	10.8	18.0	0.4	6.0
	21-40만원 이하	291	30.6	14.3	19.0	3.4	9.5	13.6	36.1	13.6	6.8	15.0	12.2	10.9	10.9	0.0	2.0
	41-60만원 이하	127	20.3	17.2	21.9	6.3	12.5	12.5	37.5	25.0	6.3	14.1	7.8	1.6	12.5	0.0	3.1
결혼 여부	61만원 이상	78	30.8	10.3	15.4	0.0	17.9	17.9	33.3	17.9	7.7	23.1	2.6	10.3	12.8	0.0	0.0
	예(기혼)	667	22.3	13.9	17.5	3.3	12.5	13.4	40.9	19.3	7.4	14.5	9.5	8.9	11.9	0.3	2.4
직업	아니오(미혼)	314	22.7	17.2	19.6	3.7	5.5	15.3	29.4	8.6	3.7	14.1	13.5	11.0	20.9	0.0	7.4
	농업/어업/임업	4	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	84	26.2	4.8	23.8	0.0	11.9	14.3	42.9	23.8	9.5	16.7	7.1	7.1	11.9	0.0	0.0
	판매/서비스직	30	20.0	20.0	26.7	6.7	13.3	20.0	40.0	20.0	0.0	13.3	6.7	0.0	6.7	0.0	6.7
	기능/숙련공	19	20.0	50.0	30.0	10.0	0.0	10.0	20.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0	10.0
	일반직업직	6	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
	사무/기술직	449	19.2	16.6	16.2	3.1	11.8	12.7	39.7	16.2	5.7	13.5	8.7	10.9	17.9	0.0	3.9
	경영/관리직	42	19.0	4.8	14.3	0.0	14.3	9.5	42.9	28.6	9.5	14.3	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0
	전문/자유직	69	14.3	8.6	22.9	0.0	14.3	14.3	37.1	11.4	0.0	20.0	25.7	11.4	14.3	0.0	2.9
	전업주부	169	27.9	14.0	16.3	4.7	8.1	17.4	36.0	16.3	8.1	15.1	10.5	7.0	10.5	1.2	3.5
	학생	68	27.8	22.2	5.6	0.0	19.4	22.0	22.0	8.3	5.6	13.9	8.3	5.6	16.7	0.0	11.1
	무직	23	41.7	8.3	16.7	8.3	0.0	8.3	8.3	0.0	8.3	16.7	25.0	25.0	16.7	0.0	8.3
	기타	18	22.2	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	55.6	11.1	11.1	0.0	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0
학력	고졸 이하	236	24.2	13.3	15.8	3.3	8.3	15.8	35.8	16.7	7.5	10.0	10.8	13.3	16.7	0.8	4.2
	대학교 졸업	651	21.1	16.3	18.7	3.6	10.8	13.6	36.7	16.0	5.7	16.0	10.5	8.1	15.1	0.0	3.9
	대학원 졸업 이상	94	27.1	10.4	20.8	2.1	10.4	12.5	43.8	12.5	6.3	14.6	12.5	10.4	8.3	0.0	4.2
가구 총소득	200만원 미만	79	22.0	19.5	7.3	2.4	0.0	22.0	29.3	14.6	9.8	17.1	17.1	7.3	17.1	0.0	7.3
	200-299만원	141	20.8	18.1	20.8	6.9	9.7	12.5	37.5	13.9	2.8	8.3	13.9	11.1	13.9	0.0	5.6
	300-399만원	220	23.2	12.5	17.0	5.4	8.0	14.3	37.5	16.1	6.3	14.3	13.4	11.6	12.5	0.9	3.6
	400-499만원	174	25.8	13.5	20.2	1.1	10.1	14.6	36.0	14.6	6.7	12.4	12.4	7.9	15.7	0.0	4.5
	500-599만원	163	25.6	14.6	19.5	3.7	15.9	8.5	37.8	17.1	4.9	17.1	4.9	9.8	18.3	0.0	1.2
	600-699만원	77	15.4	15.4	20.5	0.0	5.1	17.9	51.3	28.2	5.1	20.5	2.6	7.7	5.1	0.0	2.6
700만원 이상	127	18.5	15.4	18.5	1.5	16.9	13.8	33.8	10.8	9.2	15.4	9.2	9.2	18.5	0.0	4.6	



2015 가공식품 세분시장 현황 - 떡류 시장

□ 귀하께서는 전통식품관련 인증 마크가 부착된 떡을 구입해 본 경험이 있으십니까?

(단위: %)

구 분		사례수(명)	예	아니오
전체		500	14.8	85.2
성별	남성	200	17.0	83.0
	여성	300	13.3	86.7
연령	20대	80	11.3	88.8
	30대	140	12.9	87.1
	40대	140	11.4	88.6
	50대	140	22.1	77.9
거주 지역	수도권	270	17.0	83.0
	부산/울산/경남	80	13.8	86.3
	대구/경북	50	10.0	90.0
	대전/충청	50	10.0	90.0
동거인 수	광주/전라	50	14.0	86.0
	1명	28	14.3	85.7
	2명	77	11.7	88.3
	3명	139	11.5	88.5
	4명	212	18.4	81.6
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	44	13.6	86.4
	1-5회	391	13.8	86.2
	6-10회	83	18.1	81.9
	11-15회	10	10.0	90.0
	16-20회	14	21.4	78.6
장보기금액 /한달	21-25회	2	50.0	50.0
	0-20만원 이하	250	9.2	90.8
	21-40만원 이하	147	21.1	78.9
	41-60만원 이하	64	15.6	84.4
결혼 여부	61만원 이상	39	25.6	74.4
	예(기혼)	337	17.2	82.8
직업	아니오(미혼)	163	9.8	90.2
	농업/어업/임업	2	0.0	100.0
	자영업	42	14.3	85.7
	판매/서비스직	15	20.0	80.0
	기능/숙련공	10	30.0	70.0
	일반직업직	3	0.0	100.0
	사무/기술직	229	12.2	87.8
	경영/관리직	21	19.0	81.0
	전문/자유직	35	22.9	77.1
	전업주부	86	19.8	80.2
	학생	36	8.3	91.7
	무직	12	0.0	100.0
	기타	9	22.2	77.8
학력	고졸 이하	120	12.5	87.5
	대학교 졸업	332	16.0	84.0
	대학원 졸업 이상	48	12.5	87.5
가구 총소득	200만원 미만	41	14.6	85.4
	200-299만원	72	13.9	86.1
	300-399만원	112	10.7	89.3
	400-499만원	89	13.5	86.5
	500-599만원	82	14.6	85.4
	600-699만원	39	17.9	82.1
700만원 이상	65	23.1	76.9	

부록. 소비자 조사 결과

□ 전통식품관련 인증 마크가 부착된 떡을 구입하신 이유는 무엇입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	맛이 좋아서	국내산 원재료를 사용하는 점이 맘에 들어서	전통기법, 역사 등을 고수하는 점이 좋아서	선물을 하기에 의미가 있어서	인증 마크에 대한 신뢰 때문에	호기심에	모르고 구입했다가 인증 여부를 알게 됨	
전체	74	4.1	28.4	16.2	2.7	40.5	2.7	5.4	
성별	남성	34	8.8	26.5	20.6	0.0	41.2	0.0	2.9
	여성	40	0.0	30.0	12.5	5.0	40.0	5.0	7.5
연령	20대	9	0.0	22.2	22.2	0.0	44.4	0.0	11.1
	30대	18	11.1	16.7	5.6	5.6	44.4	5.6	11.1
	40대	16	6.3	43.8	12.5	0.0	37.5	0.0	0.0
	50대	31	0.0	29.0	22.6	3.2	38.7	3.2	3.2
거주 지역	수도권	46	2.2	28.3	15.2	4.3	43.5	2.2	4.3
	부산/울산/경남	11	0.0	27.3	18.2	0.0	36.4	9.1	9.1
	대구/경북	5	20.0	0.0	40.0	0.0	40.0	0.0	0.0
	대전/충청	5	20.0	40.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0
동거인 수	광주/전라	7	0.0	42.9	14.3	0.0	28.6	0.0	14.3
	1명	4	0.0	25.0	0.0	0.0	75.0	0.0	0.0
	2명	9	0.0	44.4	0.0	0.0	44.4	0.0	11.1
	3명	16	12.5	12.5	18.8	6.3	37.5	6.3	6.3
식료품 구매횟수 /1개월	4명	39	2.6	28.2	23.1	2.6	41.0	2.6	0.0
	5명 이상	6	0.0	50.0	0.0	0.0	16.7	0.0	33.3
	1-5회	54	3.7	25.9	16.7	3.7	44.4	0.0	5.6
	6-10회	15	6.7	20.0	20.0	0.0	33.3	13.3	6.7
장보기금액 /한달	11-15회	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	16-20회	3	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
	21-25회	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	0-20만원 이하	23	4.3	34.8	13.0	0.0	39.1	0.0	8.7
결혼 여부	21-40만원 이하	31	0.0	16.1	19.4	3.2	48.4	6.5	6.5
	41-60만원 이하	10	10.0	30.0	20.0	0.0	40.0	0.0	0.0
직업	61만원 이상	10	10.0	50.0	10.0	10.0	20.0	0.0	0.0
	예(기혼)	58	1.7	31.0	17.2	3.4	39.7	3.4	3.4
	아니오(미혼)	16	12.5	18.8	12.5	0.0	43.8	0.0	12.5
	농업/어업/임업	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	6	0.0	33.3	33.3	0.0	16.7	0.0	16.7
	판매/서비스직	3	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	기능/숙련공	3	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0
	일반직업직	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	28	7.1	32.1	21.4	3.6	32.1	0.0	3.6
	경영/관리직	4	0.0	0.0	25.0	0.0	75.0	0.0	0.0
전문/자유직	8	0.0	37.5	12.5	0.0	50.0	0.0	0.0	
학력	전업주부	17	0.0	23.5	0.0	0.0	58.8	11.8	5.9
	고졸 이하	15	6.7	33.3	13.3	6.7	33.3	6.7	0.0
	대학고 졸업	53	1.9	28.3	17.0	1.9	43.4	1.9	5.7
	대학원 졸업 이상	6	16.7	16.7	16.7	0.0	33.3	0.0	16.7
	200만원 미만	6	16.7	33.3	16.7	0.0	33.3	0.0	0.0
	200-299만원	10	0.0	40.0	10.0	0.0	40.0	0.0	10.0
	300-399만원	12	0.0	16.7	25.0	0.0	41.7	8.3	8.3
400-499만원	12	8.3	41.7	8.3	0.0	33.3	8.3	0.0	
가구 총소득	500-599만원	12	8.3	33.3	16.7	8.3	33.3	0.0	0.0
	600-699만원	7	0.0	42.9	0.0	0.0	57.1	0.0	0.0
	700만원 이상	15	0.0	6.7	26.7	6.7	46.7	0.0	13.3

□ 전통식품관련 인증 마크가 떡 구입에 영향을 미쳤습니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	매우 영향을 미쳤다	다소 영향을 미쳤다	보통이다	영향을 미치지 않았다	전혀 영향을 미치지 않았다	
전체	74	10.8	55.4	28.4	4.1	1.4	
성별	남성	34	17.6	55.9	26.5	0.0	0.0
	여성	40	5.0	55.0	30.0	7.5	2.5
연령	20대	9	0.0	55.6	33.3	11.1	0.0
	30대	18	5.6	61.1	27.8	5.6	0.0
	40대	16	12.5	56.3	31.3	0.0	0.0
	50대	31	16.1	51.6	25.8	3.2	3.2
거주 지역	수도권	46	8.7	58.7	26.1	6.5	0.0
	부산/울산/경남	11	18.2	36.4	45.5	0.0	0.0
	대구/경북	5	20.0	40.0	40.0	0.0	0.0
	대전/충청	5	0.0	60.0	40.0	0.0	0.0
	광주/전라	7	14.3	71.4	0.0	0.0	14.3
동거인 수	1명	4	0.0	50.0	25.0	25.0	0.0
	2명	9	0.0	77.8	11.1	11.1	0.0
	3명	16	6.3	62.5	31.3	0.0	0.0
	4명	39	15.4	51.3	30.8	2.6	0.0
	5명 이상	6	16.7	33.3	33.3	0.0	16.7
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	54	13.0	57.4	25.9	3.7	0.0
	6-10회	15	6.7	46.7	33.3	6.7	6.7
	11-15회	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	16-20회	3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
	21-25회	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	23	13.0	47.8	30.4	4.3	4.3
	21-40만원 이하	31	12.9	67.7	16.1	3.2	0.0
	41-60만원 이하	10	0.0	40.0	50.0	10.0	0.0
	61만원 이상	10	10.0	50.0	40.0	0.0	0.0
결혼 여부	예(기혼)	58	12.1	53.4	29.3	3.4	1.7
	아니오(미혼)	16	6.3	62.5	25.0	6.3	0.0
직업	농업/어업/임업	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	지영업	6	33.3	50.0	0.0	0.0	16.7
	판매/서비스직	3	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	기능/숙련공	3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0
	일반직업직	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	28	10.7	53.6	35.7	0.0	0.0
	경영/관리직	4	0.0	75.0	25.0	0.0	0.0
	전문/자유직	8	12.5	62.5	12.5	12.5	0.0
	전업주부	17	5.9	64.7	17.6	11.8	0.0
	학생	3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
	무직	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
학력	고졸 이하	15	13.3	46.7	33.3	6.7	0.0
	대학교 졸업	53	7.5	60.4	28.3	1.9	1.9
	대학원 졸업 이상	6	33.3	33.3	16.7	16.7	0.0
가구 총소득	200만원 미만	6	0.0	83.3	16.7	0.0	0.0
	200-299만원	10	0.0	60.0	30.0	10.0	0.0
	300-399만원	12	16.7	41.7	33.3	8.3	0.0
	400-499만원	12	8.3	41.7	41.7	8.3	0.0
	500-599만원	12	8.3	75.0	16.7	0.0	0.0
	600-699만원	7	14.3	57.1	28.6	0.0	0.0
	700만원 이상	15	20.0	46.7	26.7	0.0	6.7

부록. 소비자 조사 결과

□ 향후 전통식품관련 인증 마크가 부착된 떡을 구입할 의향이 있으십니까?

(단위: %)

구분		사례수(명)	예	아니오
전체		500	89.8	10.2
성별	남성	200	94.5	5.5
	여성	300	86.7	13.3
연령	20대	80	91.3	8.8
	30대	140	87.9	12.1
	40대	140	92.9	7.1
	50대	140	87.9	12.1
거주 지역	수도권	270	91.5	8.5
	부산/울산/경남	80	91.3	8.8
	대구/경북	50	84.0	16.0
	대전/충청	50	92.0	8.0
	광주/전라	50	82.0	18.0
동거인 수	1명	28	82.1	17.9
	2명	77	89.6	10.4
	3명	139	89.2	10.8
	4명	212	92.0	8.0
	5명 이상	44	86.4	13.6
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	391	89.5	10.5
	6-10회	83	91.6	8.4
	11-15회	10	90.0	10.0
	16-20회	14	85.7	14.3
	21-25회	2	100.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	250	87.2	12.8
	21-40만원 이하	147	93.2	6.8
	41-60만원 이하	64	89.1	10.9
	61만원 이상	39	94.9	5.1
결혼 여부	예(기혼)	337	89.9	10.1
	아니오(미혼)	163	89.6	10.4
직업	농업/어업/임업	2	100.0	0.0
	자영업	42	88.1	11.9
	판매/서비스직	15	93.3	6.7
	기능/숙련공	10	90.0	10.0
	일반직업직	3	100.0	0.0
	사무/기술직	229	90.4	9.6
	경영/관리직	21	100.0	0.0
	전문/자유직	35	91.4	8.6
	전업주부	86	89.5	10.5
	학생	36	83.3	16.7
	무직	12	75.0	25.0
	기타	9	88.9	11.1
학력	고졸 이하	120	88.3	11.7
	대학교 졸업	332	91.0	9.0
	대학원 졸업 이상	48	85.4	14.6
가구 총소득	200만원 미만	41	80.5	19.5
	200-299만원	72	93.1	6.9
	300-399만원	112	89.3	10.7
	400-499만원	89	88.8	11.2
	500-599만원	82	92.7	7.3
	600-699만원	39	92.3	7.7
	700만원 이상	65	89.2	10.8

2015 가공식품 세분시장 현황 - 떡류 시장

□ 구입 의향이 없다면 이유는 무엇입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	기대했던 것에 비해 맛이 없어서	가격이 너무 비싸서	비싼 가격에 비해 품질이 기대 이하라서	제품 구성 및 포장에 맘에 들지 않아서	판매하는 곳이 많지 않아서	기타	
전체	51	17.6	21.6	27.5	3.9	25.5	3.9	
성별	남성	11	36.4	18.2	36.4	9.1	0.0	0.0
	여성	40	12.5	22.5	25.0	2.5	32.5	5.0
연령	20대	7	14.3	14.3	28.6	14.3	28.6	0.0
	30대	17	11.8	29.4	41.2	5.9	11.8	0.0
	40대	10	30.0	0.0	30.0	0.0	30.0	10.0
	50대	17	17.6	29.4	11.8	0.0	35.3	5.9
거주 지역	수도권	23	21.7	8.7	26.1	0.0	43.5	0.0
	부산/울산/경남	7	28.6	14.3	42.9	14.3	0.0	0.0
	대구/경북	8	0.0	12.5	25.0	0.0	37.5	25.0
	대전/충청	4	0.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	광주/전라	9	22.2	44.4	22.2	11.1	0.0	0.0
동거인 수	1명	5	20.0	40.0	20.0	0.0	20.0	0.0
	2명	8	25.0	37.5	12.5	0.0	12.5	12.5
	3명	15	6.7	13.3	46.7	6.7	20.0	6.7
	4명	17	23.5	23.5	23.5	0.0	29.4	0.0
	5명 이상	6	16.7	0.0	16.7	16.7	50.0	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	41	17.1	24.4	29.3	2.4	22.0	4.9
	6-10회	7	28.6	14.3	14.3	14.3	28.6	0.0
	11-15회	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	16-20회	2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	32	15.6	25.0	31.3	3.1	25.0	0.0
	21-40만원 이하	10	30.0	10.0	40.0	0.0	10.0	10.0
	41-60만원 이하	7	14.3	28.6	0.0	14.3	28.6	14.3
	61만원 이상	2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
결혼 여부	예(기혼)	34	20.6	23.5	17.6	2.9	29.4	5.9
	아니오(미혼)	17	11.8	17.6	47.1	5.9	17.6	0.0
직업	농업/어업/임업	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	5	20.0	20.0	60.0	0.0	0.0	0.0
	판매/서비스직	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	기능/숙련공	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	일반직업직	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	22	18.2	27.3	22.7	4.5	27.3	0.0
	경영/관리직	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	전문/자유직	3	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0
	전업주부	9	11.1	33.3	0.0	0.0	33.3	22.2
	학생	6	16.7	0.0	33.3	16.7	33.3	0.0
학력	고졸 이하	14	14.3	14.3	28.6	7.1	28.6	7.1
	대학교 졸업	30	16.7	30.0	23.3	0.0	26.7	3.3
	대학원 졸업 이상	7	28.6	0.0	42.9	14.3	14.3	0.0
	200만원 미만	8	12.5	50.0	25.0	0.0	12.5	0.0
가구 총소득	200-299만원	5	20.0	20.0	20.0	0.0	40.0	0.0
	300-399만원	12	25.0	16.7	25.0	0.0	25.0	8.3
	400-499만원	10	20.0	20.0	40.0	0.0	10.0	10.0
	500-599만원	6	33.3	16.7	16.7	16.7	16.7	0.0
	600-699만원	3	0.0	0.0	33.3	0.0	66.7	0.0
	700만원 이상	7	0.0	14.3	28.6	14.3	42.9	0.0



2015 가공식품 세분시장 현황 - 떡류 시장

Q8. 떡은 주로 어디에서 구입하고 계십니까? 구입 경험이 있는 곳 최대 3개까지 응답 가능합니다.

- 1) 대형마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트 등) 떡 코너
- 2) 기업형 슈퍼마켓(GS슈퍼마켓, 이마트 에브리데이, 홈플러스 익스프레스, 롯데슈퍼 등) 떡 코너
- 3) 카페형 떡 전문점(질시루, 빛은, 동병상련, 종로복떡방 등) → Q8-1
- 4) 백화점 식품관 떡 코너
- 5) 재래시장 떡집
- 6) 기타 오프라인 매장
- 7) 인터넷 쇼핑몰
- 8) 홈쇼핑

* 카페형 떡 전문점은 영업이윤을 목적으로 일정한 판매시설을 갖추고 떡, 한과, 음청류를 중심으로 판매하는 카페형 또는 프랜차이즈형 떡 전문점으로 기존의 일반적인 떡집과는 차별화된 개념임

Q8-1. Q8에서 3번을 응답하신 분께 드리는 질문입니다. 카페형 떡 전문점에서 떡을 구입하신 경우 다음 중 어느 매장에서 구입하셨습니다? 최대 2개까지 선택 가능합니다.

- 1) 질시루
- 2) 빛은
- 3) 동병상련
- 4) 호원당
- 5) 미단
- 6) 예문병과
- 7) 종로복떡방
- 8) 기타 카페형 떡 전문점(직접 기재 :)

Q9. 떡을 선물용으로 구입해 본 경험이 있으시다면, 어떤 용도로 구입하셨습니다?

- 1) 돌,결혼 등 행사 답례용
- 2) 명절 선물용
- 3) 생일 선물용
- 4) 고객 응대용
- 5) 기타 선물용
- 6) 선물 경험 없음 → Q10

Q9-1. 선물용으로 구입한 떡은 어떤 종류입니까?

- 1) 설기류(백설기, 무지개떡) 선물세트
- 2) 찰떡류(콩찰떡, 호박찰떡) 선물세트
- 3) 송편류 선물세트
- 4) 떡류 종합(설기,찰떡,송편류 등) 선물세트
- 5) 떡 및 한과 종합선물세트
- 6) 떡 케익류
- 7) 떡 단품류
- 8) 기타

Q9-2. 구입한 떡 선물세트의 가격대는 얼마였습니까?

- 1) 1만원 미만
- 2) 1만원 이상~3만원 미만
- 3) 3만원 이상~5만원 미만
- 4) 5만원 이상~10만원 미만
- 5) 10만원 이상~20만원 미만
- 6) 20만원 이상

Q9-3. 선물용으로 떡을 선택한 이유는 무엇입니까? 주요 이유 2가지만 선택하여 주십시오.

- 1) 떡의 맛이 좋아서
- 2) 떡이 영양가 있는 식품이어서
- 3) 떡의 가격이 저렴해서
- 4) 떡이 우리 전통식품이어서
- 5) 떡의 종류가 다양해서
- 6) 떡 포장이 선물용으로 적합해서
- 7) 선물 받는 사람이 선호해서
- 8) 기타

Q10. 평소 떡을 드시면서 느꼈던 불편사항이 있다면 무엇입니까? 2가지만 선택하여 주십시오.

- 1) 원재료 원산지의 정확한 확인 불가능
- 2) 떡의 유통기한이 짧음
- 3) 떡이 쉽게 굳음으로 인한 식감 저하
- 4) 보관의 어려움
- 5) 떡 구입 장소의 접근성이 떨어짐
- 6) 판매 가격이 비쌌음
- 7) 포장의 개선이 필요함
- 8) 위생적이지 않음
- 9) 맛이 다양하지 않음
- 10) 1팩 분량이 한 번에 먹기에 양이 많음
- 11) 기타
- 12) 불편사항 없음

Q11. 평소 떡을 드시면서 느꼈던 개선 사항은 무엇입니까?

우선적으로 개선이 필요하다고 생각하는 2가지만 선택하여 주십시오.

- | | |
|---------------------------|------------------------|
| 1) 국산 원재료 비중 높임 | 2) 재료 및 떡 종류의 다양화 |
| 3) 다양한 맛의 개발 | 4) 아름다운 모양과 색의 개발 |
| 5) 영양가를 높인 제품 개발 | 6) 칼로리를 낮춘 제품 개발 |
| 7) 시간이 지나도 식감이 유지되는 제품 개발 | 8) 유통기한을 늘릴 수 있는 제품 개발 |
| 9) 포장상태의 개선 | 10) 위생적인 제조 공정 |
| 11) 판매가격 인하 | 12) 떡 구입 매장 접근의 용이성 |
| 13) 1인분 기준 소량 포장 확대 | 14) 기타 |
| 15) 별다른 개선사항 없음 | |

Q12. 귀하께서는 전통식품관련 인증 마크가 부착된 떡을 구입해 본 경험이 있으십니까?

- 1) 예 → Q12-1로 2) 아니오 → Q12-3으로

Q12-1. 전통식품관련 인증 마크가 부착된 떡을 구입하신 이유는 무엇입니까?

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| 1) 맛이 좋아서 | 2) 국내산 원재료를 사용하는 점이 맘에 들어서 |
| 3) 전통기법, 역사 등을 고수하는 점이 좋아서 | 4) 선물을 하기에 의미가 있어서 |
| 5) 인증 마크에 대한 신뢰 때문에 | 6) 호기심에 |
| 7) 모르고 구입했다가 인증 여부를 알게 됨 | 8) 기타 |

Q12-2. 전통식품관련 인증 마크가 떡 구입에 영향을 미쳤습니까?

- | | | |
|----------------|--------------------|---------|
| 1) 매우 영향을 미쳤다 | 2) 다소 영향을 미쳤다 | 3) 보통이다 |
| 4) 영향을 미치지 않았다 | 5) 전혀 영향을 미치지 않았다. | |

Q12-3. 향후 전통식품관련 인증 마크가 부착된 떡을 구입할 의향이 있으십니까?

- 1) 예 2) 아니오 → Q12-4

Q12-4. 구입 의향이 없다면 이유는 무엇입니까?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1) 기대했던 것에 비해 맛이 없어서 | 2) 가격이 너무 비싸서 |
| 3) 비싼 가격에 비해 품질이 기대 이하라서 | 4) 제품 구성 및 포장이 맘에 들지 않아서 |
| 5) 판매하는 곳이 많지 않아서 | 6) 기타 |

※ 다음은 배경 질문입니다.

AQ1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- 1) 남성 2) 여성

AQ2. 귀하의 연령은?

- 1) 20대 2) 30대 3) 40대 4) 50대

AQ3. 귀하의 현재 거주지는 어떻게 되십니까?

- 1) 수도권 2) 부산/울산/경남 3) 대구/경북 4) 대전/충청 5) 광주/전라

AQ4. 현재 귀택에서 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



2015 가공식품 세분시장 현황 - 떡류 시장

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

1개월 평균 ()회

AQ6. 그럼 귀하께서 한달 동안 장보기 금액(식품 및 가공식품의 구매금액 포함)은 얼마나 되십니까?

한달 평균 ()만원

AQ7. 귀하께서는 결혼 하셨습니까? 1. 예(기혼) 2. 아니오(미혼) 3.기타

AQ8. 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 (적을 것: _____)

AQ9. 실례지만 귀하께서는 학교를 어디까지 마치셨습니까?

1. 고졸 이하
2. 대학교 졸업
3. 대학원 졸업 이상

AQ10. 귀택의 한달 평균 가구 총 소득은 얼마 정도입니까?

세금 공제 이전 소득을 기준으로 아래 보기에서 각각 선택해 주시기 바랍니다.

- | | | |
|---------------|---------------|-----------------|
| 1. 49만원 이하 | 2. 50~99만원 | 3. 100-199만원 |
| 4. 200-299만원 | 5. 300-399만원 | 6. 400-499만원 |
| 7. 500-599만원 | 8. 600-699만원 | 9. 700-799만원 |
| 10. 800-899만원 | 11. 900-999만원 | 12. 1000-1499만원 |

가공식품 세분시장 현황

2016년 01월 인쇄

2016년 01월 발행

편저·발행



인쇄처 유노아트 서울 마포구 서교동 398-12 이정빌딩 202호

전라남도 나주시 문화로 227 한국농수산물유통공사

TEL : (061) 931-0709, 0718, 0716 FAX : (061) 931-0799

본 책자의 내용에 관한 사항은

한국농수산물유통공사 식품기획부(061-931-0709, 0718, 0716)로
문의하여 주시기 바랍니다.

동 자료는 식품산업통계정보시스템(www.aTFIS.or.kr)을 통해
다운받아 볼 수 있습니다.

이 책의 내용은 한국농수산물유통공사의 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.