

발 간 등 록 번 호

11-1543000-004533-01



제3차 쌀가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 기본계획 수립 기초연구

© 2023-39 | 2023.11.



연구기관
한국농촌경제연구원

연구 담당

김종진 | 연구위원 | 연구 총괄, 제1~6장 집필

홍연아 | 부연구위원 | 제5, 6장 집필

주준형 | 연구원 | 자료 수집, 제2, 5장 집필

남경수 | 전문연구원 | 제2, 3, 6장 집필

승준호 | 부연구위원 | 제4장 집필

김두휘 | 연구원 | 자료 수집, 제2, 3, 6장 집필

제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

이 보고서를 「제3차 쌀가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 기본계획 수립 기초연구」
과제의 최종 보고서로 제출합니다.

2023년 11월

연구기관: 한국농촌경제연구원
연구책임자: 김 종 진 (연구위원)
연구참여자: 홍 연 아 (부연구위원)
 주 준 형 (연구원)
 남 경 수 (전문연구원)
 승 준 호 (부연구위원)
 김 두 휘 (연구원)

연구 필요성 및 목적

- (필요성) “쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률”이 요구하는 「제3차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 기본계획」 수립을 지원하기 위한 정책 방안 연구가 필요함.
 - 즉, ① 쌀 과잉 공급구조가 향후에도 지속될 것으로 전망되어 쌀 수급 안정을 위한 소비 활성화 방안, ② 식량자급률 증대를 위한 가루쌀 생산·소비 확대 정책에 대응하여 생산·가공·유통에 이르는 가루쌀 가치사슬 체계 구축, 간편식·건강식 추구 경향에 따른 최근 가파른 성장세를 보이는 쌀 간편조리 제품 등의 지속적 성장을 유도할 수 있는 방안 마련, 중장기적으로 높은 정부정책 혹은 정부양곡 의존도에서 탈피하여 자생적·지속적 쌀 가공산업 발전방안 마련이 필요함.
- (목적) 본연구는 “쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률” 5조에 의한 「제3차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 기본계획」 수립을 지원하기 위한 기초자료 생성 및 정책 방안 도출을 목적으로 함. 세부 연구의 목적은 다음을 포함함.
 - 국내 쌀 가공산업, 정부 정책, 쌀 가공품 시장의 트렌드, 현황, 전망 등에 관한 자료 수집 및 분석자료를 제시하며, 주요국의 쌀 가공산업, 쌀 가공품 시장 및 정책 동향자료를 조사함.
 - 「제3차 기본계획」의 정책 방향을 제시함.

□ 정책 수요 도출: 쌀가공식품 산업구조 및 소비추세

- 쌀가공식품업체의 쌀 구입량에서 정부양곡 비중은 70%(2021년 기준)에 이를 정도로 커 쌀 가공산업의 정부양곡 의존도가 매우 높은 상황이나 품목에 따라 이러한 비중은 매우 다름. 즉, 정부양곡뿐만 아니라 민간양곡의 안정적 공급 체계구축은 쌀 가공산업 발전의 기본 전제조건이라 할 수 있음.
 - 정부양곡 사용 비중이 높은 품목은 쌀떡류, 장류, 주류, 곡물가공식품류, 쌀가루이며 민간양곡 사용 비중이 높은 품목은 가공밥류, 기타즉석식품류, 쌀빵류 등임.

- 또한 정부양곡에서 수입산이 차지하는 비중은 77%(전체에서 54% 차지)에 이릅니다.
 - 쌀가공식품업체 조사 결과 '안정적 원료 조달체계 구축'이 중요도 및 정부 정책의 효과성 측면에서 가장 높은 점수를 받음.
- 적정가격에 안정적으로 원료 가공용쌀 공급은 쌀가공식품의 밑 기반 제품 대비 시장경쟁력 확보, 수출 경쟁력 등과 직결되는 문제로 기존의 정부양곡 공급 체계 보완에 더하여 민간양곡 공급 체계의 구축 및 확대가 필요함.
- 일본은 '쌀 신시장개척 등 촉진사업'을 통해 농가와 쌀가공식품업체가 전략제휴(계약재배 등)을 통해 가공용쌀 조달 체계를 구축할 경우 이러한 체계구축에 소요되는 비용을 지원하는 방식으로 민간양곡의 안정적 조달을 도모함.
- 쌀 가공식품업체 수는 감소하는 추이를 보이나 전체 매출액은 증가하여 업체당 매출액은 증가하는 추세를 보이나 여전히 종사자 규모가 1~4인 업체가 84%(2021년 기준), 매출액 15억 원 이하인 업체가 81%에 이를 정도로 영세업체가 대부분이므로 이러한 영세성에서 오는 사업한계를 보완할 수 있는 정부의 적극적인 역할이 필요함.
- 이는 대부분의 업체가 신제품개발을 위한 연구개발, 설비투자, 판로확보를 위한 홍보 등을 수행할 능력을 갖추기 어렵다는 것을 의미하는 것으로 이 분야에서의 정부의 적극적인 지원 정책이 필요함.
- 즉, 쌀 가공산업의 가치사슬은 원료곡 조달에서의 정부양곡 비중이 높으며 생산공정이 비교적 단순하여 원료곡의 가격/품질 경쟁력이 완성품 경쟁력 결정의 주요 요인으로 작용하며 영세업체가 대부분으로 자체적인 연구개발, 판로확보, 홍보 능력이 크지 않다는 특징을 가짐.
- 이상의 특징으로 정부의 원료곡 공급, R&D 및 판로확보 지원이 무엇보다 중요함.

□ 정책 수요 도출: 판매·홍보

- 쌀가공식품은 전반적으로 소비가 증가할 것으로 조사 및 전망되었으나 품목, 소비 요인, 주 소비층 및 채널에 대한 변화가 예상되므로 이에 맞는 소비촉진 및 판로확보 전략이 필요함.
 - 가구의 식품 주구입자는 향후 쌀가공식품 구매액은 식생활 패턴 변화 예상(57.8%), 건강에 대한 고려(40.8%) 등으로 쌀빵류(43.0%), 쌀과자류(40.4%), 쌀떡류(33.6%), 쌀가루(27.3%)를 중심으로 증가할 것으로 응답함.
 - 쌀가공식품의 구매 채널은 오프라인 매장에서 온라인 쇼필몰 중심으로 전환될 것으로 예상되며, 로컬푸드마켓 및 친환경 전문점 이용 의향도 높음.
 - 소비자 조사 결과 쌀가공식품에 대해 맛/품질, 안전성, 신선도 유지를 중요하게 생각하며 개선점으로 시장 접근성 및 높은 가격을 지적함.
 - 쌀가공식품의 주요 소비층은 품목별로 차이는 있으나, 대체로 소득 수준이 높지 않은 소규모 가족 단위의 젊은 연령층으로 이들을 중심으로 식별됨.
 - 쌀가공식품업체 조사 결과 판매·홍보 부분의 정책의 중요도는 ‘국내 판매채널 확대’, ‘미래세대 식생활 교육 강화’ 등의 순으로 나타남.

- 최근 한류 확산으로 인한 한식 열풍으로 쌀가공식품 수출액은 급증하고 있어 쌀 가공산업 발전을 위한 새로운 기회로 활용할 필요가 있음.
 - 최근 5년(2018년~2022년) 기준으로 특히, ‘떡류’, ‘즉석밥’, ‘전통주’의 연평균 수출액 증가율은 각각 32%, 39%, 4%로 빠른 증가율을 보이고 있음.
 - 2022년 기준으로 미국 수출 비중이 49%로 여타국을 압도하는 모습이나 베트남, EU의 수출액 연평균 증가율이 각각 19%, 16%에 달해 동남아 및 EU 시장으로의 적극적인 수출 확대 지원 전략이 필요한 상황임.

□ 정책 수요 도출: 가루쌀 관련

- 가루쌀 육성에 따라 가루쌀의 시장공급량이 급격히 증가할 것으로 전망되므로 밀가루 수

요 대체를 통한 식량안보 강화 및 쌀 수급균형 달성이라는 애초의 정책목표가 달성될 수 있도록 가루쌀 제품 시장 창출 및 산업생태계 조성을 위한 정책적 지원이 필요함.

- 정부는 2023년 1만 톤인 가루쌀 생산량을 2024년 5만 톤, 2025년 8만 톤, 2026년 20만 톤으로 증가시켜 연간 밀가루 수요(약 200만 톤)의 10%를 대체할 계획임.
- 이를 위해 안정적 생산기반 조성을 통한 재배 안정성 확보, 가루쌀 공급 체계 구축, 제품화 및 가공유통 기술개발 지원, 수출 포함 시장 활성화, 홍보 등 가루쌀 시장 창출 및 산업생태계 조성 방안 마련이 필요함.
- 쌀가공식품업체 조사 결과 원료 가루쌀의 ‘안정적 원료 공급체계 마련’이 3차 기본계획 수립 관점에서의 중요도와 정부 정책 효과성 측면에서 높은 점수를 받음.

□ 제3차 기본계획 추진 방향과 과제

- 산업 경쟁력 제고를 통한 수출산업화를 이룩하기 위해 쌀 가공산업 ‘가치사슬 전반에 걸친 균형있는 성장을 통한 산업경쟁력 확보’를 정책 목표로 설정함.
- 쌀 가공품의 소비 및 수출 증가세를 강화할 수 있도록 가루쌀 산업생태계 조성, 공급·시설 확충, 기술개발 강화 등 제도 및 지원체계 정비 등이 요구됨.

〈 3차 기본계획 전략 및 과제(안) 〉

전략	추진 과제
1. 산업 성장 기반 공공화	• 안정적 원료곡 조달체계 구축
	• 시설·경영·전문인력 지원 강화
	• 산업지원 지원기반 강화
2. 스타 제품 육성	• 주력제품 발굴 육성
	• 제품개발을 위한 R&D 강화 및 체계화
3. 수출 및 유통채널 확대	• 국내 유통채널 확대
	• 수출시장 확대
4. 미래수요 창출	• 인식 제고를 위한 국내외 홍보 강화
	• 미래세대 식생활 교육 강화
5. 가루쌀 가치사슬 구축	• 안정적 원료 공급체계 마련
	• 제품화 지원
	• 소비기반 확대

자료: 저자 작성.

○ 산업 성장 기반 공공화를 통해 산업경쟁력을 강화

- 안정적 원료곡 조달체계 구축: (정부양곡) 공급물량 예측 가능성 제고, 품질 제고, 쌀가루 원료쌀 정부양곡 공급 확대, 관리시스템 고도화. (민간신곡) 용도별 맞춤형 계열화 체계 강화, 전용 생산단지 관리 개선, 품종 등 기반 기술개발, 가공용 쌀 생산 유인 제공
- 시설·경영개선 지원 및 전문인력 육성 강화: 시설 확충·개보수·운영자금 지원 확대, 인증, 식품안전, 품질 개선 등 통합적 컨설팅 지원 강화, 업계의 교육수요에 부응하게 교육과정 내실화하여 필요한 전문인력 육성
- 규제 및 제도, 정보 등 산업지원 기반 개선: ‘글루텐프리’ 인증제 도입, ‘규제신고센터’ 운영 내실화, 쌀 가공제품 통계 정보지도 구축/시장 관련 국내외 정보 제공

○ 스타 제품·기업 육성을 통한 산업의 도약적 성장 동력 확보

- 주력제품 발굴 육성: 쌀가공제품 품평회(TOP 10 지정) 내실화를 통한 유망제품 발굴, 수출 및 내수용 유망제품(HMR, 죽 등) 개발 R&D 지원, 전통주 활성화
- 전략기업 발굴 육성: (수출) 유망제품 개발·보유 기업을 중심으로 혁신기업 선정, 자금(범부처 정책자금 및 기존 펀드 활용), R&D, 판로 등 혁신기업 성장단계별 맞춤 지원 추진, 혁신기업을 중심으로 지역 전략 쌀 가공기업 육성지원
- 제품개발을 위한 R&D 강화 및 체계화: 업계의 수요를 반영한 공공부문 연구개발 체계 구축·강화 및 기술의 현장 확산 촉진, 민간부문의 트렌드 맞춤형 제품개발 및 품질 개선 연구개발 지원

○ 수출 및 유통채널 확대를 통한 판로확보 지원

- 국내 유통채널 확대: 군·학교 급·배식 등 공공수요 확대, 대형 유통매장 및 온라인 유통 채널 입점 지원, 쌀가공식품 프랜차이즈 등 외식산업 지원, 소비자 접점 확대를 위한 행사(전시회 및 페스티벌) 지원 강화
- 수출 확대: ‘쌀가공식품 수출협의회’ 운영, 쌀가공식품 공동브랜드 Korecipe, 해외 전

시 지원사업 등 수출 관련 업무 지원 강화, 수출을 위한 전략 품목·국가 발굴 및 인프라 강화, 수출 경쟁력 제고를 위한 기반 구축 및 신시장 개척 기업 지원 강화

○ 미래수요 창출을 통한 지속적 성장 기반 마련

- 인식 제고를 위한 국내외 홍보 강화: 국내외 소비자 홍보 강화, '쌀 가공식품대전' 등 전시회 및 페스티벌 개최 지원 강화, 글루텐프리 등 우수성 홍보, 쌀 가공식품 소비트렌드 변화에 대한 지속적인 모니터링 체계 구축
- 미래세대 식생활 교육 강화: 미래세대(초등학생 등) 대상 쌀을 중심 건강한 식생활 교육 강화, 소비자 성향(건강, 에너지원, 다이어트 등) 및 체질에 맞는 음식 섭취 교육 프로그램 구축

○ 가루쌀 생태계 구축을 통한 식량안보 기여

- 안정적 원료 공급체계 마련: 생산기반 조성 / 재배 안정성 강화
- 제품화 지원: 가루쌀 공급체계 운영 / 제품화 및 가공·유통 기술개발 지원
- 소비기반 확대: 가루쌀 제품 시장 활성화 및 수출 확대, 가루쌀 가공식품 홍보 강화

제1장 서론

1. 연구의 필요성과 목적	1
2. 선행연구	6
3. 연구 내용 및 방법	10

제2장 쌀가공식품산업 현황 및 전망

1. 가공용 쌀 소비	13
2. 쌀가공식품산업 현황	21
3. 쌀가공식품 수출 동향	33
4. 쌀가공식품산업 전망	42
5. 시사점	48

제3장 쌀가공식품 소비 실태

1. 쌀가공식품 소비 실태	51
2. 주요 쌀가공식품 소비 동향	75
3. 시사점	94

제4장 국내외 쌀 가공산업 관련 정책

1. 국내 가루쌀 육성 정책	99
2. 일본의 가공용 쌀 산업 및 정책 동향	104

제5장 「제2차 기본계획」 성과평가 및 정책 수요조사

1. 「제2차 기본계획」 주요 내용	123
2. 미래 유망분야 발굴·지원 분야	126
3. 산업 혁신기반 강화 분야	137
4. 수요기반 확대 분야	149

5. 쌀 가공산업 정책 수요 조사	154
--------------------------	-----

제6장 제3차 기본계획 추진방향과 주요 내용

1. 기본계획 추진 방향	167
2. 주요 정책 과제	173

부록

1. 2023년 쌀 가공식품 제조업체 조사 설문지	199
2. 2023년 쌀 가공식품 소비자 조사 설문지	215

참고문헌	229
-------------------	------------

제1장

〈표 1-1〉 쌀 가공산업정책 연혁	2
〈표 1-2〉 정부의 가루쌀 지원정책(2022년)	3

제2장

〈표 2-1〉 생산량 대비 정부양곡 매입 실적	16
〈표 2-2〉 정부관리양곡 판매실적	16
〈표 2-3〉 사업체부문 업종별 쌀 소비량	19
〈표 2-4〉 쌀가공식품 연도별 소비동향	20
〈표 2-5〉 사업체 특성별 쌀가공식품 부문 매출액	22
〈표 2-6〉 사업체 특성별 쌀가공식품제조업 사업체 수	23
〈표 2-7〉 사업체 특성별 쌀가공식품 부문 종사자 수	25
〈표 2-8〉 주생산품목별 쌀 구입량	27
〈표 2-9〉 쌀가공식품제조업체의 쌀 구입 유형별 비율	29
〈표 2-10〉 사업체 특성별 쌀가루 구입량	30
〈표 2-11〉 쌀가공식품제조업체의 구입 쌀가루의 쌀 원산지 비율	31
〈표 2-12〉 쌀가공식품 품목별 수출액 동향	35
〈표 2-13〉 쌀가공식품 국가별 품목별 수출액 동향	36
〈표 2-14〉 對미국 쌀가공식품 품목별 수출액 동향	37
〈표 2-15〉 對일본 쌀가공식품 품목별 수출액 동향	38
〈표 2-16〉 對중국 쌀가공식품 품목별 수출액 동향	39
〈표 2-17〉 對베트남 쌀가공식품 품목별 수출액 동향	40
〈표 2-18〉 對EU 쌀가공식품 품목별 수출액 동향	41
〈표 2-19〉 가공용쌀 소비량 결정요인 회귀분석	43
〈표 2-20〉 가공용쌀 전망 결과	44

제3장

〈표 3-1〉 소비자설문 응답자 특성	51
〈표 3-2〉 쌀가공식품 상대구매지수 변화	54
〈표 3-3〉 쌀떡류 월평균 가구 상대구매지수 변화	57
〈표 3-4〉 쌀과자류 월평균 가구 상대구매지수 변화	58
〈표 3-5〉 쌀빵류 월평균 가구 상대구매지수 변화	59
〈표 3-6〉 면류 월평균 가구 상대구매지수 변화	60
〈표 3-7〉 주류 월평균 가구 상대구매지수 변화	61
〈표 3-8〉 쌀가루 월평균 가구 상대구매지수 변화	62
〈표 3-9〉 가공밥류 월평균 가구 상대구매지수 변화	63
〈표 3-10〉 쌀가공식품 구매채널 변화	64
〈표 3-11〉 동네 슈퍼마켓 이용 비율 변화	66
〈표 3-12〉 중소형 슈퍼마켓 이용 비율 변화	67
〈표 3-13〉 대형마트 이용 비율 변화	68
〈표 3-14〉 온라인 쇼핑몰 이용 비율 변화	69
〈표 3-15〉 쌀가공식품 품목별 글루텐 관련 정보 제공 전후 지불의사금액 변화	73
〈표 3-16〉 가공밥류 연도별 매출액, 사업체 수 및 수출액	75
〈표 3-17〉 가공밥(즉석밥/컵밥/냉동밥) 구입 빈도 및 월평균 구입액	76
〈표 3-18〉 가공밥(즉석밥/컵밥/냉동밥) 구입 채널	76
〈표 3-19〉 가공밥(즉석밥/컵밥/냉동밥) 중요 구입 영향 요인	77
〈표 3-20〉 떡류 연도별 매출액, 사업체 수 및 수출액('17~'21)	78
〈표 3-21〉 떡국떡 구입 빈도 및 월 평균 구입액	79
〈표 3-22〉 떡국떡 구입 채널	79
〈표 3-23〉 떡국떡 중요 구입 영향 요인	81
〈표 3-24〉 떡볶이떡 구입 빈도 및 월 평균 구입액	82
〈표 3-25〉 떡볶이떡 구입 채널	82
〈표 3-26〉 떡볶이떡 중요 구입 영향 요인	84

〈표 3-27〉 주류 연도별 매출액, 사업체 수 및 수출액('17~'21)	85
〈표 3-28〉 탁주 구입 빈도 및 월 평균 구입액	85
〈표 3-29〉 탁주 구입 채널	85
〈표 3-30〉 탁주 중요 구입 영향 요인	87
〈표 3-31〉 면류 연도별 매출액, 사업체 수 및 수출액('17~'21)	88
〈표 3-32〉 쌀면 구입 빈도 및 월 평균 구입액	88
〈표 3-33〉 쌀면 구입 채널	89
〈표 3-34〉 쌀면 중요 구입 영향 요인	90
〈표 3-35〉 빵류 연도별 매출액, 사업체 수 및 수출액('17~'21)	91
〈표 3-36〉 쌀빵 구입 빈도 및 월 평균 구입액	91
〈표 3-37〉 쌀빵 구입 채널	92
〈표 3-38〉 쌀빵 중요 구입 영향 요인	93
〈표 3-39〉 주요 품목별 구매 특성 및 홍보·마케팅 대상	95
〈표 3-40〉 소비 트렌드에 따른 유망 쌀가공식품	97

제4장

〈표 4-1〉 가루쌀과 일반쌀 비교	101
〈표 4-2〉 가루쌀 이앙·파종·출수기 및 수량	101
〈표 4-3〉 2023 가루쌀 제품개발 참여 식품업체	103
〈표 4-4〉 가공용쌀과 신규수요용쌀의 용도	104
〈표 4-5〉 일본의 용도별 쌀 재배면적 추이	106
〈표 4-6〉 일본의 가공용 및 신규 수요용 쌀 생산량 및 단수 동향	106
〈표 4-7〉 일본의 쌀 가공식품 용도별 쌀 사용량(2020년)	108
〈표 4-8〉 일본의 쌀 가공식품 생산 동향	108
〈표 4-9〉 일본의 가공밥 생산 현황	109
〈표 4-10〉 일본의 가공용 쌀 및 신규 수요용 쌀의 관리요령	111
〈표 4-11〉 일본의 논 활용 직접지불 교부금 단가	113

〈표 4-12〉 저비용 생산 등의 대응 지원(면적 지불) 단가	116
〈표 4-13〉 일본 쌀 신시장 개척 등 촉진사업의 대처 메뉴	117
〈표 4-14〉 2022년 논 작물 소득 구성(천 엔/10a)	121

제5장

〈표 5-1〉 고부가가치식품기술개발(R&D) 사업의 미래대응식품 관련 예산 집행 내역	127
〈표 5-2〉 정부의 가공용쌀 연도별 배정 현황(특별공급)	130
〈표 5-3〉 쌀 가공식품 및 농림축산식품 수출액	130
〈표 5-4〉 수출국가군별 전략 품목 및 지원 전략	131
〈표 5-5〉 미래 유망분야 발굴·지원 관련 추진성과 평가	133
〈표 5-6〉 통계 현황조사 일정	139
〈표 5-7〉 통계 현황조사 일정	143
〈표 5-8〉 정부양곡 공급체계 개선 관련 추진성과 평가	144
〈표 5-9〉 수요기반 확대 분야 추진성과 평가	152
〈표 5-10〉 사업체 조사 응답 업체 유형	154
〈표 5-11〉 세부 항목별 경영상 어려움 조사 결과표	158
〈표 5-12〉 세부 항목별 정부지원 또는 역할의 필요성 조사 결과	161
〈표 5-13〉 ‘제3차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 기본계획’ 과제 평가: 전체	163
〈표 5-14〉 ‘제3차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 기본계획’ 과제 평가: 규모별	164

제6장

〈표 6-1〉 3차 기본계획(안) 비교	170
〈표 6-2〉 3차 기본계획 전략 및 과제(안)	171
〈표 6-3〉 가공용쌀 계약재배 시범사업 실적	174
〈표 6-4〉 1차 기본계획의 가공용 쌀 계약재배 및 전용 재배단지 조성 계획	175
〈표 6-5〉 쌀가공식품 해외수출 물류거점 서비스 지원 사업	180
〈표 6-6〉 쌀 가공식품의 홍보를 위한 박람회 상시 정례화 및 업체 운영 지원사업	181

〈표 6-7〉 쌀 가공품 수출입 동향 분석 및 배포 사업	182
〈표 6-8〉 글루텐프리 인증 관련 사업	190
〈표 6-9〉 주종별 출하액 추이	191
〈표 6-10〉 전통주 출하액 추이	192
〈표 6-11〉 전통주 주종별 출하액(2022년도 기준)	193
〈표 6-12〉 주종별 과세 표준	194
〈표 6-13〉 주류 관련 납부 세금 종류	194
〈표 6-14〉 국내 전통주산업의 SWOT 분석 및 대응 전략	196

제2장

<그림 2-1> 쌀 수급 추이 14

<그림 2-2> 쌀 재고량 추이 14

<그림 2-3> 가공용 쌀 소비량 추이 15

<그림 2-4> 사업체부문 쌀 소비량 및 비중 17

<그림 2-5> 용도별 가공용 쌀 소비량 변화(2011년 대비 2022년 증감률) 18

<그림 2-6> 소재지별 사업체 수 23

<그림 2-7> 가공업체의주생산품목별 쌀구입량 및 구입량 비중(2021년 기준) 26

<그림 2-8> 쌀가공식품제조업 주생산품목별 쌀 구입량 원산지 비중(2021년 기준) 28

<그림 2-9> 쌀가공식품 유통구조 32

<그림 2-10> 쌀가공식품 수출액 추이 33

<그림 2-11> 최근 5년(2018년~2022년) 쌀가공식품 품목별 수출액 점유율 및 증가율 34

<그림 2-12> 가공용쌀 소비량 전망: 추세 연장 42

<그림 2-13> 가공용쌀 소비량 전망: 회귀분석 43

<그림 2-14> 가공용쌀 전망 결과 44

<그림 2-15> 쌀가공식품 매출액 추정 및 전망 46

<그림 2-16> 쌀가공식품 매출액 연평균 증감률 추정 및 전망 46

<그림 2-17> 가구의 향후 5년 쌀가공식품 구매액 전망(연평균 증감률) 47

<그림 2-18> 쌀가공식품업체의 향후 5년(2024~2028년) 쌀 가공품 매출액 전망
(연평균 증감률) 47

제3장

<그림 3-1> ‘쌀가공제품’하면 연상되는 제품 52

<그림 3-2> ‘쌀가공제품’하면 연상되는 이미지 53

<그림 3-3> 소득 및 월평균 식품소비지출액 변화 54

<그림 3-4> 쌀가공식품 구매액 변화(5년 전, 현재(2023), 5년 후) 55

<그림 3-5> 쌀가공식품 구매액 변화 및 전망 원인(중복 응답) 56

〈그림 3-6〉 쌀가공식품 구매 채널 비중 및 변화	64
〈그림 3-7〉 쌀가공식품 구매 채널 선택 시 고려사항	65
〈그림 3-8〉 쌀가공식품 구매 시 고려 사항	70
〈그림 3-9〉 쌀가공식품 구매 만족도	70
〈그림 3-10〉 쌀가공식품산업 중요도 인식 및 인식 원인	71
〈그림 3-11〉 쌀가공식품산업 향후 발전 방향	72
〈그림 3-12〉 글루텐 인지 여부 및 쌀의 글루텐프리 해당여부 인지도	72
〈그림 3-13〉 쌀가공식품 품목별 글루텐 관련 정보 제공 전후 지불의사금액 변화	73
〈그림 3-14〉 정보 습득 경로 및 정보 제공 희망 경로	74
〈그림 3-15〉 가공밥(즉석밥/컵밥/냉동밥) 구입 증가 채널	76
〈그림 3-16〉 가공밥(즉석밥/컵밥/냉동밥) 주 취식자 및 취식 상황	77
〈그림 3-17〉 떡국떡 구입 증가 채널	79
〈그림 3-18〉 떡국떡 주 취식자 및 취식 상황	80
〈그림 3-19〉 떡볶이떡 구입 증가 채널	82
〈그림 3-20〉 떡볶이떡 주 취식자 및 취식 상황	83
〈그림 3-21〉 탁주 구입 증가 채널	86
〈그림 3-22〉 탁주 주 음용자 및 음용 상황	86
〈그림 3-23〉 쌀면 구입 증가 채널	89
〈그림 3-24〉 쌀면 주 취식자 및 취식 상황	90
〈그림 3-25〉 쌀빵 구입 증가 채널	92
〈그림 3-26〉 쌀빵 주 취식자 및 취식 상황	93

제4장

〈그림 4-1〉 가루쌀 활용 쌀 가공산업 활성화 대책의 개요	100
〈그림 4-2〉 일본의 제조공정에 의한 쌀 가공식품 분류	105
〈그림 4-3〉 쌀가루용 쌀 생산량과 수요량 추이	107
〈그림 4-4〉 일본의 쌀 가공품 수출 추이	110

<그림 4-5> 일본의 경영소득안정대책 실시 체계도	114
<그림 4-6> 일본 쌀 신시장 개척 등 촉진 사업 흐름도	115
<그림 4-7> 일본 쌀 신시장 개척 등 촉진사업의 대처 사업 사례	117
<그림 4-8> 일본 쌀가루 협회 주요 활동 내용	120
<그림 4-9> 일본의 용도별 가공용 쌀 생산 및 소비량(2020년 기준)	122

제5장

<그림 5-1> 제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 관한 5개년 기본계획	125
<그림 5-2> 한국쌀가공식품협회 규제신고센터 시스템	128
<그림 5-3> 2차 기본계획 중 '미래 유망분야 발굴·지원'의 정책 중요도, 효과성 및 성과 평가	135
<그림 5-4> 2차 기본계획 중 '산업 혁신기반 강화'의 정책 중요도 및 효과성, 그리고 성과평가	146
<그림 5-5> 2차 기본계획 중 '수요기반 확대'의 정책 중요도 및 효과성, 그리고 성과 평가 ...	153
<그림 5-6> 업무영역 추진의 어려움 정도	155
<그림 5-7> 업무 영역 추진의 어려움 정도 - 국내 판매 제품	155
<그림 5-8> 업무 영역 추진의 어려움 정도 - 설비 보수 확장	156
<그림 5-9> 제조 과정의 지원 요구사항	156
<그림 5-10> 업무 영역 추진의 어려움 정도 - 제품 판매(수출)	157
<그림 5-11> 해외 수출 과정에서 지원이 필요한 항목(수출하는 업체만 포함)	157
<그림 5-12> 쌀 가공산업 영업 측면에서의 정부의 지원 또는 역할의 필요성	159
<그림 5-13> 쌀 가공산업 영업 측면에서의 정부의 지원 또는 역할의 필요성 - 제품판매(국내)	159
<그림 5-14> 쌀 가공산업 영업 측면에서의 정부의 지원 또는 역할의 필요성 - 설비 보수·확장	160
<그림 5-15> 쌀 가공산업 영업 측면에서의 정부의 지원 또는 역할의 필요성 - R&D 관련	160

〈그림 5-16〉 쌀 가공산업 운영의 어려움 및 정부 지원 또는 역할 필요성 비교	165
〈그림 5-17〉 3차 기본계획 과제의 중요도 평가: 업체 규모별	165

제6장

〈그림 6-1〉 지역 특산물을 활용한 제품 개발 사례	183
〈그림 6-2〉 신세계 백화점의 ‘블라썸 데이’, ‘파머스 마켓’	184
〈그림 6-3〉 이천 쌀을 이용한 제품 개발 사례	184
〈그림 6-4〉 쌀을 이용한 제품 개발 사례(스타벅스)	185
〈그림 6-5〉 쌀을 이용한 제품 개발 사례(파리바게트)	185
〈그림 6-6〉 인천시 9월 추가배송비 지원 안내문 예시	188
〈그림 6-7〉 주요 주류별 출하액 추이	191
〈그림 6-8〉 주요 전통주 출하액 추이	192

1

서론

1. 연구의 필요성과 목적

1.1. 연구의 필요성

- 쌀 산업은 2000년대 이후부터 공급과잉(약 30만 톤) 구조가 지속되면서 쌀값 급등락이 빈번히 발생하여 쌀 농가의 소득 불안정성이 증대되었을 뿐만 아니라 소비자 측면에서도 불만 요인으로 작용함. 이러한 과잉 공급구조는 향후에도 지속될 것으로 전망됨.
 - 쌀 과잉 공급구조는 생산과 소비가 전반적으로 감소하는 가운데도 소비량 감소 폭이 생산량 감소 폭보다 크게 유지된 것에 더해 의무수입(MMA) 물량이 매년 40만 톤 수입된 것이 원인임.
 - 2000년 이후 쌀 과잉 공급물량은 수입쌀을 고려하지 않더라도 연평균 약 30만 톤, 수입쌀을 포함하면 약 60만 톤에 이르는 것으로 추정됨.
 - 향후 10년간 쌀 생산량은 연평균 1% 감소하나 식생활 변화 등으로 쌀 소비량은 연평균 2%씩 감소하여 쌀 과잉 공급구조가 지속될 것으로 전망되며 1인당 쌀소비량은 2022년 56.7kg에서 2033년 44.9kg 수준까지 감소할 것으로 전망됨(KREI, 농업전망 2023).
- 2000년 이후 과잉 공급구조가 지속되었으나 가공용 쌀 소비량 증대를 위한 정부의 쌀 가공 산업 육성정책은 대북지원 부재로 쌀 재고 부담이 크게 증가하기 시작한 2008년 이후부터 본격화되었음.

- 쌀 과잉 공급구조 지속에 따른 쌀값 하락, 재고 누증 등의 문제가 지속되자 공급 측면의 생산조정(2003~05년 ‘쌀생산조정제’, 2011~13년 ‘논소득기반다양화사업’, 2018~20년 ‘논타작물 재배지원 사업’), 쌀 직불제 개편(2019년)과 함께 수요 측면의 쌀 소비 활성화 및 쌀 가공산업육성 정책을 추진함.
- 2007년 이전에는 과잉 공급구조하에서도 대북지원과 특별처분(주정용) 등으로 재고 부담이 크지 않았으나 대북 지원이 부재한 상황에서 2008~09년 연속된 풍작으로 재고 부담이 급증하자 본격적인 쌀 가공산업 육성정책에 나섬.
- 2008년 쌀 가공산업 활성화 정책 발표를 시작으로 제품군별·용도별 공급가격 차등 인하, 쌀 가공업체 시설자금 지원, 연구 예산지원, 쌀가루 소비촉진을 위한 범국민 R10 Korea Project 추진, 떡볶이, 막걸리 제품 등 활성화 정책 추진, 가공용 쌀 계약재배 시범사업 추진, 쌀가공식품 수출지원 정책이 2010년대 초까지 수행됨.
- 2011년 “쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률”이 제정·시행되면서 동법 5조에 근거하여 5년마다 “쌀 가공산업육성 및 쌀 이용촉진에 관한 기본계획”을 수립하고 이를 기반으로 쌀 가공산업육성 정책이 수립·수행되어 오늘에 이룸.

〈표 1-1〉 쌀 가공산업정책 연혁

시기	특징	주요 정책
2001년 ~ 2007년	쌀 가공산업 정체기	① 00.12월 이후 매년 1차례씩 3차에 걸친 가공용쌀 가격 인하 (84,700원/80kg→44,468원/80kg) ② 대북지원, 주정용 처분 등 과잉재고 처분을 위한 다양한 정책 시행 ③ 가격 인하 이외에는 쌀 가공산업 지원을 위한 지원책은 없었던 시기
2008년 ~ 2013년	쌀 가공산업육성법 제정 등 산업기반 구축	① 쌀 가공산업 활성화 정책 발표('08.11.) ② 제품군별·용도별 공급가격 차등 인하 ③ 쌀가공기업 시설자금 지원 ④ 연구예산 지원 ⑤ 쌀가루 소비 촉진 위한 범국민 r10 Korea Project 추진 ⑥ 떡볶이, 막걸리 제품 등 활성화 정책 추진 ⑦ 가공용쌀 계약재배 시범사업 추진('10~'13) ⑧ 쌀가공식품 수출지원 ⑨ 쌀 가공산업육성법제정·시행('11.11.)
2014년 ~ 2018년	제1차 쌀 가공산업 및 쌀 이용 촉진 5개년 기본계획	- 비전: 쌀 가공산업 활성화를 통한 고부가가치 실현 - 목표: 2018년까지 쌀가공식품산업 규모 5.3조 원 수준까지 확대 - 4대 전략과 10대 정책과제 ① 쌀 가공산업 기반 확충(가공용 쌀 안정공급체계 및 정보·통계 기반 구축) ② 쌀 가공식품 소비시장 확대(유통 활성화, 수출지원, 소비촉진) ③ 쌀 가공산업과 농업 간 연계 강화 (지역 전략 쌀 가공기업 육성, 쌀 가공업체 경영개선 지원 및 전문인력 양성) ④ 기술개발·보급 강화(R&D 확대, 신제품·소재 개발, 기술산업화 지원)

시기	특징	주요 정책
2019년 ~ 2023년	제2차 쌀 가공산업 및 쌀 이용 촉진 5개년 기본계획	<ul style="list-style-type: none"> - 목표: 쌀 가공산업 성장과 쌀 소비촉진 활성화 - 기본방향: 기술개발·인력양성·투자확대 등 산업혁신 기반 강화 및 쌀 가공제품의 소비처 확대 - 주요 추진과제 <ol style="list-style-type: none"> ① 미래유망분야 발굴 지원: 유망시장 분야 제품 육성, 밀가루 대체를 위한 쌀가루산업 육성, 전략 수출국 수출 집중 지원 ② 산업 및 혁신 기반 강화: 원료 안정 공급, 시설 및 경영개선 지원, R&D 및 전문인력 육성, 정확한 통계 및 정보 제공 ③ 수요기반 확대: 군, 학교 급식 등 공공수요 확대, 유통채널 확대, 소비 홍보

자료: 김병률 외(2020)와 농림축산식품부(2019)를 참고하여 작성함.

○ 최근에는 러·우 전쟁 등으로 국제곡물 가격이 급등하면서 식량안보가 우리 사회의 주요 아젠다로 등장함에 따라 가루쌀 생산·소비 확대를 포함한 “중장기 식량안보 강화방안(2022.12)”을 발표함.

- 가루쌀 생산 확대는 지속되는 쌀 공급과잉 문제에 대응하면서도 거의 전량을 수입에 의존하는 밀을 쌀로 대체하여 국내 식량자급률을 증대시키기 위한 목적임.
- “중장기 식량안보 강화방안(2022.12)”의 가루쌀 지원 정책은 전문 생산단지 중심으로 대규모·집중 생산체계를 구축하는 방식으로 가루쌀 생산량을 2022년 5백 톤 규모에서 2026년 20만 톤 규모로 증대시키려는 생산지원 정책과 가루쌀 수요처에 대해 계약재배, 원료 할인공급, 신제품 개발 지원 등을 통해 신수요 창출을 추진하는 소비기반 구축사업으로 구성됨.

〈표 1-2〉 정부의 가루쌀 지원정책(2022년)

구분	내용
생산 지원	전문 생산단지 중심으로 대규모·집중 생산체계 구축 ▶ 가루쌀 재배 전문 생산단지를 신규 조성하여 단계적으로 재배 확대 * 목표 생산량(천 톤): ('22)0.5 → ('26)200, 재배면적(천 ha): ('22)0.1 → ('26)42.1 * 가루쌀 전문 생산단지(개소): ('23)39 → ('27)200 ▶ 표준 재배법 보급 및 현장 컨설팅 지원 등 재배 안정성 제고
소비기반 구축	가루쌀 수요처에 대해 계약재배, 원료 할인공급, 신제품 개발 지원 등을 통해 新수요 창출 추진 ▶ 가루쌀 이용 확산을 위한 제품개발, 소비판로 지원 등 추진 * '23년도 예산안에 '쌀가루 산업화 지원' 예산 71억 원 신규 반영 ▶ 글루텐프리 등 쌀 가공식품에 특화된 식품인증 홍보·활성화 * 쌀 가공식품의 글루텐프리 국내 인증: ('22)최초 인증 → ('27)50개 기업

자료: 농림축산식품부. 2022.12. “중장기 식량안보 강화 방안”.

○ 이상과 같은 정부의 쌀 가공산업육성 및 가루쌀 지원 정책은 쌀 과잉 공급구조에 따른 재고 부담 경감과 쌀 수급 안정이라는 차원에서 추진되어 온 측면이 커 국내 쌀 가공산업 및 가공용 쌀 소비량은 정부의 가공용 쌀 판매량과 판매단가에 따라 크게 영향을 받는 구조임.

- 과잉재고 우려 → 정부 쌀 가공산업 육성정책 시행 → 기업의 설비투자 및 신규 참여기업 증가 → 쌀소비량 증가 혹은, 정부의 쌀 공급가격 인하 정책 시행 → 제조업체 수 증가 → 가공용쌀 소비량 증가로 이어지나 반대로 정부의 가격 인상 정책 시행 → 제조업체 수 감소 → 가공용쌀 소비량 감소 등의 과정을 반복함(윤원병 2018).
 - 이는 쌀 가공산업이 소비와 시장에 기반하기보다 정부양곡의 낮은 가격에 의존하여 성장하면서 정부양곡 공급량 및 가격 의존성이 매우 높다는 것을 의미함.
 - 즉, 가공용 쌀이 밀 등의 여타 곡물과의 대체 가능성이 높으며 대부분의 쌀 가공업체들이 쌀 이외의 곡물 등을 혼합하여 사용하면서 쌀과 여타 곡물의 상대 가격에 따라 사용량을 결정하는 구조라는 것을 시사함. 국산 쌀값이 수입 밀 가격의 4~5배에 달하며 쌀가루 가공비용도 밀가루보다 2배 이상 높아 정책지원 없이 민간양곡을 가공용으로 사용하기에 매우 어려운 상황임.
- 반면 식단의 서구화, 핵가족화 및 1인 가구 증가 등으로 간편식을 추구하면서도 건강을 함께 추구하는 경향이 강해지면서 쌀 간편식 제품의 성장세가 매우 큼.
- 한국농촌경제연구원의 '2022 식품소비행태조사' 설문조사 결과에 따르면 1.81%는 집에서 즉석밥(햇반 등)만 먹는다고 응답함.
 - 가공용 쌀 소비 중 식용 가공용 소비량은 간편 조리식의 확산 등으로 추세적 증가세를 보임. 식량용 1인당 쌀 소비량 감소가 지속되는 가운데 식용 가공용 쌀 소비량의 증가세는 전체적인 쌀 소비량 감소세를 완화하는 역할을 하고 있음.
- 이상의 논의는 쌀 수급 안정, 식량안보 강화 차원에서 쌀 가공산업육성 정책 마련 연구의 필요성을 나타낼 뿐만 아니라 쌀 소비행태 변화 대응과 쌀 가공산업 건전한 발전이라는 차원에서 쌀 가공산업육성 정책 마련 연구의 필요성을 시사함.
- 쌀 과잉 공급구조가 향후에도 지속될 것으로 전망되어 쌀 수급 안정을 위한 소비 활성화 방안으로 쌀 가공산업육성 정책연구가 필요함.
 - 식량자급률 증대를 위한 가루쌀 생산·소비 확대 정책에 대응하여 생산·가공·유통에 이르는 가루쌀 가치사슬 체계 구축 연구 필요. 더하여 기존의 쌀가루와 가루쌀의 경쟁(구축) 가능성 등을 고려한 시장 포지셔닝 연구도 필요함.
 - 간편식·건강식 추구 경향에 따라 최근 가파른 성장세를 보이는 쌀 간편조리제품 등의 지

속적 성장을 유도할 수 있는 방안 마련 및 장류 제조용 등과 같이 소비량 감소·지체되는 쌀가공식품에 대한 대응방안 마련 연구도 필요함.

- 중장기적으로 높은 정부정책 의존도에서 탈피하여 자생적·지속적 쌀 가공산업 발전방안 마련이 필요함.
- 이상의 내용을 포괄하여 “쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률”이 요구하는 「제3차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 기본계획」수립을 지원하기 위한 정책 방안 연구가 필요함.

1.2. 연구목적

○ 본 연구는 “쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률” 5조에 의한 「제3차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 기본계획」 수립을 지원하기 위한 기초자료 생성 및 정책 방안 도출을 목적으로 함. 세부 연구의 목적은 다음을 포함함.

- 국내 쌀 가공산업, 정부 정책, 쌀 가공품 시장의 트렌드, 현황, 전망 등에 관한 자료 수집 및 분석자료 제시
- 주요국의 쌀 가공산업, 쌀 가공품 시장 및 정책 동향자료 조사
- 「제2차 기본계획」에 대한 성과평가 및 시사점 도출
- 「제3차 기본계획」의 정책 방향 제시

2. 선행연구

2.1. 쌀 가공산업 육성정책

- 금준석(2008)의 「쌀 가공산업의 활성화」 연구에서는 가공식품으로 사용되는 쌀 생산량에 대해 한국과 일본의 현황에 대해 비교하고, 국내 쌀 가공식품의 현 위치를 쌀의 가공식품화 금지라는 식량자원 차원의 제도적 장치의 결과로 분석하며, 쌀 가공제품의 짧은 라이프 사이클 및 낮은 사후관리 체계의 수준과 같은 세부적인 국내 쌀 가공 산업의 문제점을 제시하고, 이를 극복하기 위한 쌀 가공산업 연구개발 활성화, 가공제품 품질규격 및 양산기술 개발 등 쌀 가공식품의 개발 방안을 제시함.
- 김태형(2010)의 「쌀가공 산업과 쌀가공 제품 현황」 연구에서는 한국과 일본의 쌀 소비량과 수급 추이, 일본의 쌀 가공식품과 쌀 소비 촉진 현황을 제시함. 해당 연구에서는 쌀 가공화 산업의 개발 방향으로는 주식과 소맥분 대체 적용 분야로 확대가 이루어져야 소비가 촉진되고, 산업의 발달이 이루어질 것으로 전망함. 또한, 짧은 주기로 변화하는 음식 문화에 걸맞는 쌀 가공제품의 개발, 가공적성이 높은 쌀가루 제조를 위한 분쇄 기술 쇄신 및 대량생산 공정에 대한 연구를 통해 쌀 가공 제품 확대를 주장함.
- 이현유(2010)의 「쌀 가공식품과 밥의 산업화」 연구에서는 쌀 가공제품의 형태 및 가공제품 분야별 쌀 공급 상황, 쌀의 원료 형태와 가공 방법, 그리고 이에 따라 생산되는 제품군을 제시함. 또한 해당 연구에서는 밥의 산업화를 위한 향후 과제로서 기능성 쌀을 육종 및 보급할 것과 새로운 개념의 쌀 생산, 기능성 물질의 첨가, 맛의 개선, 유통 촉진, 편의성 제고, 학교 급식의 확대 및 내실화를 통해 밥에 대한 기호성 유지를 주장함.
- 김미령(2011)의 「우리나라 쌀산업과 쌀 가공산업의 현황」 연구에서는 이상 기후 및 세계무역자유화, 세계곡물 재고량의 감소와 같은 세계 식량위기와 국내 식량자급률의 추이를 제시하며, 국내 농가 소득의 주요 품목인 쌀의 중요성을 역설함. 해당 연구에서는 현재 국내 쌀 산업의 현황과 문제점으로 원료 쌀 품질 및 관리의 낮은 수준, 쌀 품질 표준화의 부재, 저장 시스템을 지적하였으며, 이에 따라 정부의 쌀 가공산업 지원, 가공용 품종 개발, 쌀가루 유통시스템의 확보와 같은 쌀 가공산업의 활성화를 주장하였음.

- 김종진 외(2018)의 「소비 변화에 대응한 식량정책 개선 방안」 연구에서는 쌀의 공급 과잉에 대한 구조를 개선한다는 측면에서 국내 식량산업을 생산 및 소비 측면으로 나누어 옥수수와 콩, 서류 등 재배환경을 고려해 벼의 타작물 전환 가능성을 검토하고, 쌀의 소비행태 분석을 실시함. 연구 결과, 향후 연평균 10~28만 톤의 쌀 공급 과잉이 전망되며, 벼에 대한 재배면적 축소, 그리고 쌀 소비 확대를 위한 정책 기조가 지속되어야 함을 시사함.
- 윤원병 외(2018)의 「제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 기본계획 수립 기초연구」에서는 국내외 쌀가공 산업의 현황 및 한계, 그리고 쌀 가공산업 육성 기본계획에 대한 추진성과와 이에 대한 평가를 진행하였으며, 제 2차 쌀 가공산업 육성 기본계획 수립의 기본 방향과 가공용쌀 소비량 및 시장 규모, 수출액 등에 대한 정량적·분야별 기대효과를 추산함.
- 이석진 외(2020)의 「한국 쌀 생산 및 가공의 변화 추이 분석」 연구에서는 국내 벼 수확 면적과 생산량, 그리고 1인당 쌀 소비량이 낮아지는 추세를 제시하고, 전체 생산량 대비 연도별 RPC(미곡종합처리장)의 수확기 벼 매입 실적을 비교하였으며, 소비자의 쌀 선택 척도 중 쌀 제품의 색상(백도)(42.3%), 아미로즈 및 단백질 함량(경도)(25.3%), 그리고 쌀 제품의 유통 함수율(수분)(20.1%)의 중요성을 밝힘. 또한, 국내 소비자의 고급 쌀 제품에 대한 기호도 증가에 따른 도정과정에서의 색상과 수분, 그리고 이물질 제거 등에 대한 기술개발이 필요하다는 점을 강조함.
- 김종인 외(2021)의 「식량 공급체계 개선 및 자급 목표 설정에 대한 연구」에서는 국내 곡물 수급 관련 통계 자료 수집 및 한국농촌경제연구원의 KREI-KASMO 모형을 활용하여 주요국들의 곡물 수급 사례들을 파악하여 국내 곡물 수급 현황을 분석하고, 식량위기의 발생 가능성을 고려한 향후 대응책을 마련코자 함. 또한 식량 자급률 지표의 개선과 더불어 국내와 해외 상황을 고려한 식량 자급 목표치의 재설정, 그리고 이를 위한 정책 마련을 목적으로 함.

2.2. 쌀 가공식품에 대한 소비 및 생산

- 윤순덕 외(2015)의 「한국 수도권 가구의 변화하는 쌀 가공식품 구매패턴: 2010-2015」 연구에서는 서울, 경기, 인천에 거주하는 2인 이상 1,000가구에 대해 쌀 가공식품 10종에 대한 구매장소별 구매 지수를 산출함. 분석 결과, 쌀 가공식품의 분류별 구매 비중은 떡류

(95%), 밥류(81%), 과자류(77%), 주류(75%), 빵류(54%) 순으로 나타났으며, 대형마트, 기업형 슈퍼, 전문점에서의 쌀 가공식품에 대한 구매가 증가하는 패턴을 발견함.

- 한재환(2014)의 「쌀 가공식품 원료의 원산지 선호에 영향을 미치는 요인」 연구에서는 쌀 가공식품에 사용되는 원재료에 대한 소비자들의 선호도에 영향을 미치는 요인을 분석하려 순환이변량 프로빗 모형을 이용해 소비자의 쌀 가공식품 구입에 있어서 중요시되는 요인들을 분석함. 분석 결과, 남성 및 기혼자는 여성 및 미혼자에 비해 수입쌀로 제조된 쌀 가공식품 소비에 대한 거부감이 낮게 나타났으며, 연령이 3~40대에 해당하는 소비자가 쌀 원산지에 가장 큰 관심을 갖는 것으로 확인됨.
- 강재희 외(2017)의 「떡류 쌀 가공식품의 소비가치가 태도와 구매의도에 미치는 영향」 연구에서는 떡류 쌀 가공식품의 소비 가치가 구매 행태와 의도에 끼치는 영향을 분석하였으며, 분석 결과 경제적, 감정적, 본질적 가치가 소비자의 쌀 가공식품 구매 태도에 긍정적인 영향을 주는 것을 밝혔으며, 소비자의 수요와 요구사항, 그리고 소비가치와 같은 심리적 부분에 대한 면밀한 관찰이 쌀 가공식품 제조기업의 경영 전략에 중요함을 시사함.
- 김종진 외(2022)의 「쌀 시장 유통 구조 분석 및 소비 실태에 관한 연구」에서는 쌀 수급에 대한 관련 통계를 분석하여 국내 쌀 시장의 유통구조와 경제 주체별 수요, 공급, 그리고 재고를 분석해 쌀의 유통실태를 파악하고, 사회·경제적 요인들이 쌀 소비에 미치는 영향을 분석해 향후 쌀 소비량을 전망함. 분석 결과, 유통량의 경우, 임도정업체 88만 톤, 양곡유통업체 91만 톤, 그리고 온라인 소매유통 채널 62만 톤으로 파악되었고, 향후 2030년의 1인당 쌀 소비량은 약 50kg 내외로 전망됨.

2.3. 쌀 가공식품 분류 등

- 이병두 외(2008)의 「쌀 가공 식품 산업 연구」에서는 쌀의 일반적 영양성분과 쌀의 기능성, 그리고 쌀과 밀의 영양분 차이를 제시하고, 국내의 쌀 가공식품 현황을 분석하였으며, 쌀 가공 제품을 분류하고, 이를 다시 밥류, 죽류, 떡류, 쌀가루, 과자류, 음료, 주류, 면류의 측면에서 주요 기업 및 제품 생산 방식, 세부 품목의 시장 점유율 등을 파악함. 또한 해당 연구에서는 쌀 가공식품의 상품화를 위해 생산 및 가공 비용이 낮아야 하며, 제품의 포장재 및 디자인

개발, 무형 문화재인 전통식품의 현대공정 식품에 대한 적응을 위한 개발 기업화 연구의 필요성을 역설함.

- 신말식(2009)의 「쌀 가공식품(Rice - Processed Food)」 연구에서는 국내의 쌀과 관련된 식문화를 조명하고, 쌀이 함유하고 있는 영양 성분과 고유 특성, 쌀의 용도와 적성 쌀 품종에 따른 적절한 가공 용도를 제시함. 또한 해당 연구에서는 국내외 쌀 가공제품의 종류를 분류하고, 쌀 가공에 있어 밀가루와 쌀가루의 비교를 통해 쌀가루의 개선방안을 도출함.
- 신말식(2010)의 「미래의 쌀 소비 변화를 주도할 밀가루 대체 쌀 가공식품」에서는 미래 식품 산업의 한 모습으로서의 밀가루 대체 쌀 가공식품 발전 가능성에 주목하여 연간 1인당 쌀 소비량 및 가공용 쌀 소비량을 분석하고, 국내 쌀 가공제품의 종류와 분류기준을 제시하였으며, 제분방법에 따른 여러 가지 쌀가루들의 특성과 그 개선방안을 언급함.
- 금준석(2010)의 「쌀의 영양과 쌀 가공식품」 연구에서는 쌀의 구조와 영양분포를 제시하며 쌀의 가공식품이라는 개념이 식품공전상에 뚜렷한 정의가 없다고 주장하였고, 이에 따라 가격 경쟁력이 낮고, 원천기술 개발보다 제품 개발에만 치중되어 왔으며, 식사 대체용 쌀 가공제품의 기술개발의 부진, 그리고 국가지원정책의 결여를 쌀 가공식품 산업 활성화 저해의 문제점으로 지적하였음.

2.4. 본 연구의 차별성

- 이상과 같은 쌀 가공산업 육성정책, 쌀 가공식품에 대한 생산 및 소비, 쌀 가공식품에 대한 다양한 연구에도 불구하고 최근의 쌀가공식품 및 쌀가공식품산업에 대한 전체적이며 포괄적인 이슈를 식별하고 쌀 가공산업 육성을 위한 대응 방안을 도출한 연구는 매우 제한적임.
 - 제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 기본계획 수립을 위해 수행한 윤원병 외 (2018)의 연구도 최근의 가루쌀 정책, 쌀 가공품 소비행태 변화 등에 대한 고려가 미흡함.
- 본 연구는 최근의 쌀 가공식품산업 특성 및 쌀가공식품의 소비행태 변화, 관련 정부 정책 추진성과 및 정책 방향을 충분히 고려하여 쌀가공식품 산업의 육성 방향을 제시한다는 측면에서 선행연구와 차별화됨.

3. 연구 내용 및 방법

3.1. 연구 내용

- 쌀가공·쌀가루 산업 및 소비 현황 및 트렌드 등 분석
 - 쌀 수급 및 가공용 쌀 소비량 추세분석 및 전망
 - 쌀 가공산업 생산액(시장 규모), 업체 수, 고용 추세 등 분석
 - 쌀 가공업체 원료 조달, 쌀 사용량 결정요인(가격, 대체재 가격, 원산지, 품질 등), 정책 개선점 및 애로점 조사 및 분석
 - 유통업체 실태 조사를 통한 쌀 가공품 유통구조(온·오프라인 등) 현황 및 문제점 분석
 - 소비자 조사를 통한 가공용 쌀 소비량 결정요인 및 소비 애로점 파악

- 주요국의 쌀 가공산업 및 정책 동향 조사
 - 주요국(쌀을 주식으로 사용하는 국가 중심)의 가공용 쌀 소비 추세 및 생산·소비·유통 등에 관한 지원 정책 조사
 - 주요국과의 쌀 가공산업 정책 비교 및 시사점 제시

- 「제2차 기본계획」에 대한 성과 제시 및 평가
 - 비전, 목표, 과제에 대한 총괄적 실적 점검, 성과 도출 및 평가
 - 미래 유망 분야 발굴·지원, 산업 혁신기반 강화, 수요기반 확대 등
 - 각 세부 정책별 실적점검 및 평가
 - 관계기관 추진실적 점검 및 평가
 - 기본계획 추진체계의 효과성 등 평가
 - 계획과 실적 차이 발생 시 원인 분석 및 개선방안 제시

- 「제3차 기본계획」의 정책 방향 제시
 - 쌀 및 쌀 가공·쌀가루 산업의 여건 변화 등 전망(사회·경제적 여건 변화, 산업과 관련한 세부 변수별 변화 등)
 - 중장기 비전·목표·전략·과제 제시

3.2. 연구 방법

○ 선행연구 및 기존 자료 조사분석

- 국내 쌀 가공산업 및 가공식품 관련 현황, 정책 및 평가 문헌 검토
- 주요국 쌀 가공산업 및 관련 정책 문헌 조사

○ 정량 자료 수집 및 계량분석

- 통계청 양곡소비량조사, 농림축산식품부 양정자료 등 가공용쌀 소비량 및 쌀가공식품 관련 원자료 분석을 통한 소비 트렌드 및 영향요인 분석
- 계량분석모형 등을 이용한 쌀 수급 및 가공용쌀 수요 전망
- 설문조사 결과를 이용한 가공업체의 쌀 소비량 결정요인 및 가구의 쌀 가공품 소비 영향요인 분석

○ 전문가 및 업체로 구성된 자문단 운영

- 내부 연구팀에 대응하는 쌀 가공산업 전문가, 업체 및 유관기관이 참여하는 전문가 자문단 구성 및 운영
- 조사 및 분석 결과 논의, 정책 평가, 정책 개선 방향 및 방안 논의 및 도출

○ 설문조사 수행

- 쌀 가공산업 현황 및 애로점 파악을 위한 쌀 가공업체 조사
- 쌀 가공품 소비 확대를 위한 개선점 및 소비 현황 파악을 위한 쌀 가공품 소비행태 조사

2

쌀가공식품산업 현황 및 전망

1. 가공용 쌀 소비

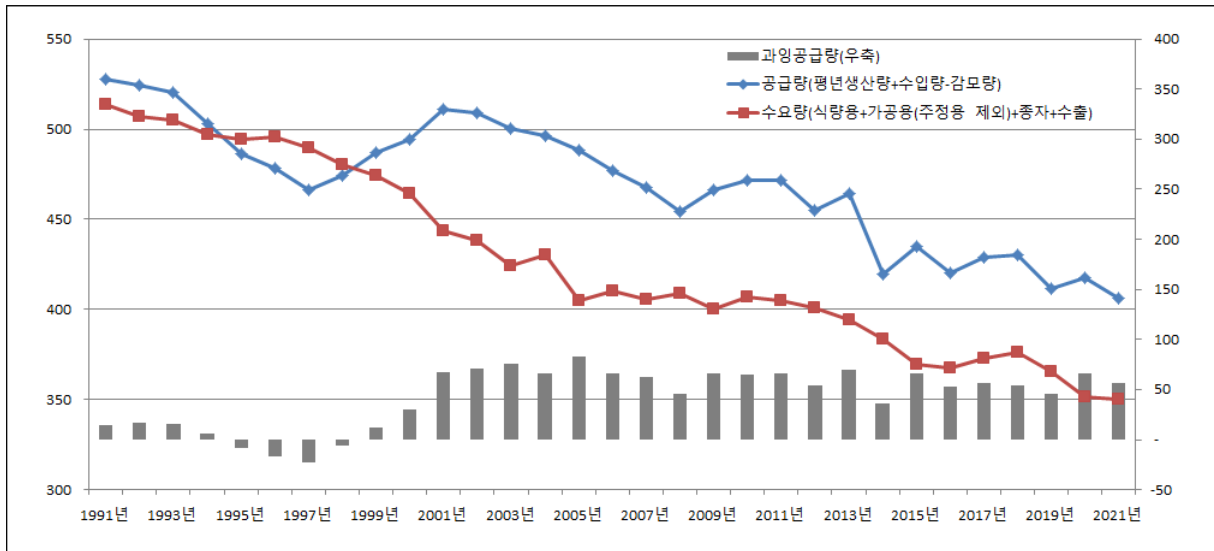
1.1. 쌀 산업 일반현황

○ 국내 쌀 수급은 소득 증가, 인구구조 변화 등으로 인한 식품 소비행태 변화로 쌀소비량은 빠르게 감소한 데 비해, 쌀 생산량은 재배의 편의성, 대체 작물의 부족, 식량안보 이슈 등에 따른 정책지원 등으로 감소세가 소비량에 비해 느린 상황에서 수입쌀 물량이 더해지면서 2000년대 이후 과잉공급 구조가 지속되어 왔음.

- 1990년대 100kg을 상회한 1인당 연간 쌀 소비량은 2000년 이후 연평균 2.4%씩 감소하였으나 동기간 쌀 생산량 연평균 감소율은 1.5%에 불과하였음.
- 또한 최소시장접근(MMA: Minimum Market Access) 물량이 1995년 5만 1천 톤에서 1차 관세화 유예 기간이 종료된 2004년 20만 5천 톤으로 증량되었으며 관세화가 종료된 2015년 이후부터는 매년 40만 9천여 톤으로 증가함.
- 이러한 쌀 과잉공급 구조개선을 위해 쌀생산조정제(2003~2005), 논소득기반다양화사업(2011~2013년), 논타작물재배지원정책(2018~2020년) 등의 벼 재배를 타작물 재배로 전환하고자 하는 생산조정 지원사업이 시행되어 일시적인 정도의 성과를 거두었으나 이러한 사업이 쌀시장의 단기적인 수급 상황에 따라 시행과 중단이 반복되면서 과잉공급 구조는 지속됨.
- 이로 인해 2000년 이후 쌀 과잉 공급물량은 수입쌀을 고려하지 않을 경우 연평균 약 30만 톤, 수입쌀을 포함하면 약 60만 톤에 이르는 것으로 추정됨.

〈그림 2-1〉 쌀 수급 추이

단위: 만 톤



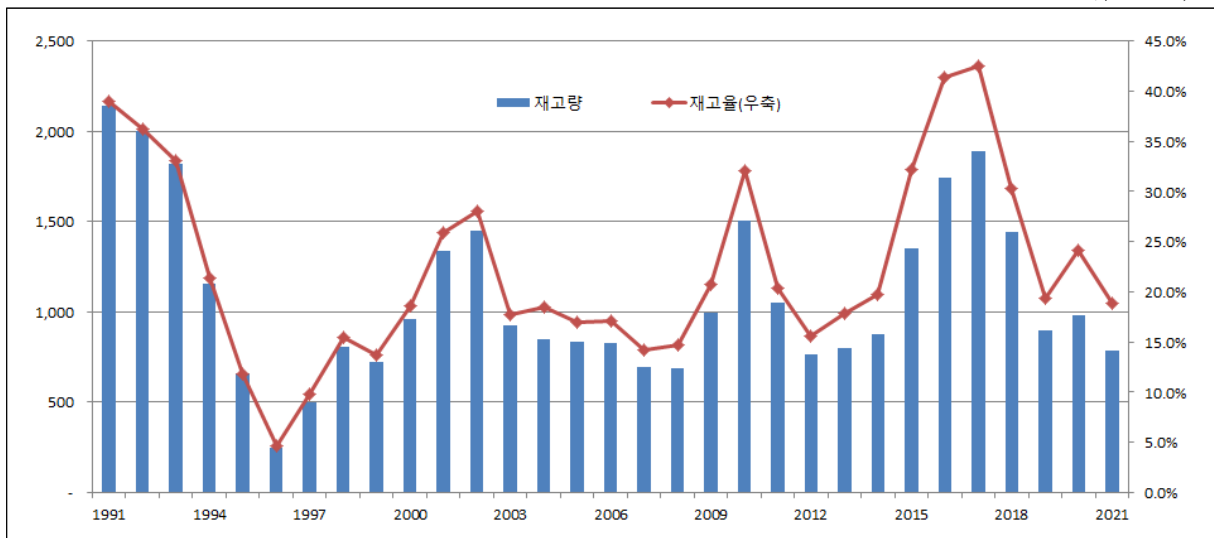
자료: 농림축산식품부 「양정자료」를 이용하여 저자가 작성함.

○ 지속된 쌀 과잉공급 구조로 주정용 및 사료용 등을 통한 주기적인 재고 처리가 이루어졌음에도 2000년 이후 쌀 연평균 재고량 및 재고율 규모는 107만 톤, 23.0%에 달했음.

- 특히 정부는 쌀 재고량 증가로 인한 재정 부담 완화를 위해 2016~2020 양곡연도에 총 163만 톤의 쌀을 사료용으로 처분함.

〈그림 2-2〉 쌀 재고량 추이

단위: 천 톤, %

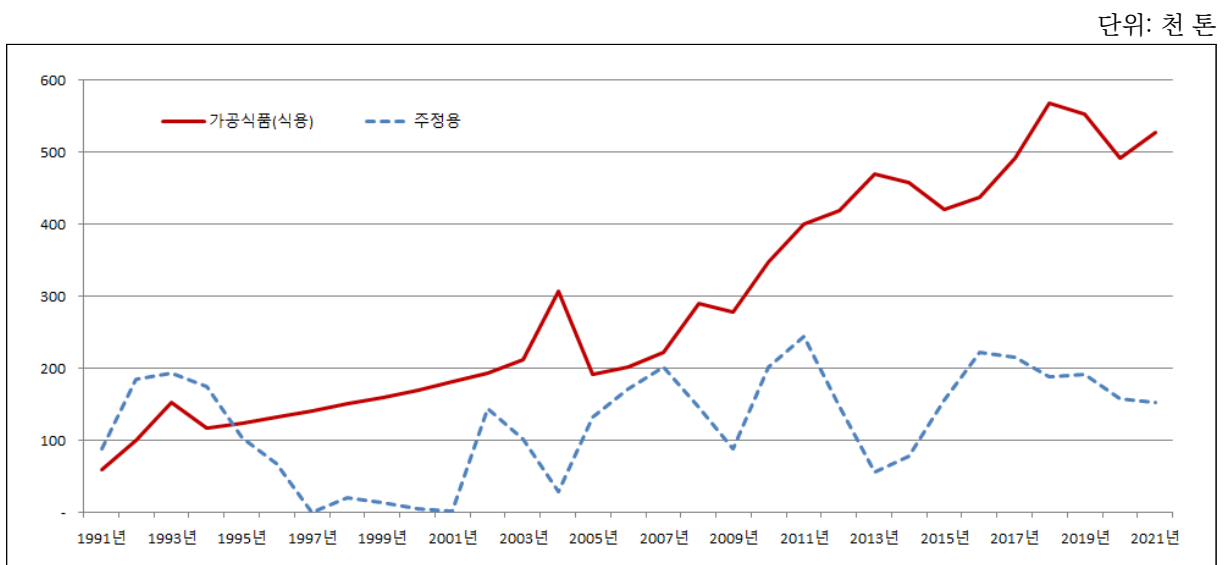


자료: 농림축산식품부 「양정자료」를 이용하여 저자가 작성함.

○ 반면, 식량(밥쌀)용 쌀 소비량 감소에 따라 전체 쌀 소비량이 감소하는 가운데에도 가공용 쌀 소비량은 1인, 맞벌이 가구 증가 등의 인구·사회적 구조변화, 소득 증가에 따른 식품 소비행태 변화, 쌀 가공산업 육성정책 등으로 특히, 2000년대 중반부터 가파른 증가세를 보여왔음.

- 가공용(주정용 제외) 쌀 소비량은 2005년 19만 톤 수준이던 것이 2021년에는 53만 톤까지 증가하여 이 기간 연평균 증가율이 6.5%에 이룸.
- 이러한 가공용 쌀 소비량 증가는 인구구조 변화와 소득 수준 향상에 따라 식품 소비행태가 다양화·고급화되고 간편식에 대한 수요가 증가한 것이 원인으로 분석됨.
- 주정용 쌀 소비량은 재고 누증에 따른 재정부담 완화를 위해 정부의 재고 상황에 대응하여 처분량이 결정되면서 연도별 변동성이 큰 것으로 나타나나 2000년 중반 이후부터는 매년 10~20만 톤에 이룸.

〈그림 2-3〉 가공용 쌀 소비량 추이



자료: 농림축산식품부 「양정자료」를 이용하여 저자가 작성함.

1.2. 정부의 양곡관리

○ 정부는 수확기에 식량안보 및 공익 목적의 물량을 매년 수매하는 것에 더하여 해당 연산의 수급 상황에 따라 시장격리 물량을 매입해 왔음.

- 2021양곡연도를 기준으로 공공비축 34만 톤, APTERR(아세안 및 한·중·일 비상 쌀 비축 협정에 따른 물량) 1만 톤을 매입함.

- 시장격리 물량 매입이 없는 경우 정부 매입량은 생산량 대비 9% 수준이나 풍작에 따른 수급 조절용 시장격리 물량을 매입한 해의 정부 매입 비중은 15%를 상회하였음.

〈표 2-1〉 생산량 대비 정부양곡 매입 실적

단위: 천 톤

연도	생산(A)	매입(B)	B/A(%)
2010	4,295	437	10.2
2011	4,224	261	6.2
2012	4,006	363	9.1
2013	4,230	368	8.7
2014	4,241	640	15.1
2015	4,327	747	17.3
2016	4,197	689	16.4
2017	3,972	720	18.1
2018	3,868	350	9.0
2019	3,744	369	9.9
2020	3,507	332	9.5
2021	3,882	351	9.0

자료: 농림축산식품부 '양정자료(2022)'.

○ 정부의 쌀 판매는 군관수용, 공공용, 가공용 및 사료용으로 구분되며 군관수용 판매량은 감소하는 추이를 나타내나 공공용 및 가공용은 증가하는 추이를 보임.

- 군관수용 쌀 판매량은 2010년 6만 8천 톤에서 2021년 3만 7천 톤까지 감소함.
- 공공용의 사회복지용 정부 쌀 판매는 2010년대 중반 이후 증가하여 2021년에는 12만 5천 톤에 달했음.
- 가공용 정부 쌀 판매는 2021년 기준으로 가공식품용 32만 5천 톤, 주정용 14만 4천 톤으로 전체 46만 9천 톤인 것으로 파악됨. 사료용은 2016년부터 2020년까지 이루어졌으며 총 163만 톤의 판매가 이루어짐.

〈표 2-2〉 정부관리양곡 판매실적

단위: 천 톤

연도	군 관수용			공공용			가공용 및 사료용			
	계	쌀	보리쌀	계	학교 급식용	사회 복지용	계	가공 식품용	주정용	사료용
2010	69	68	1	134	41	93	367	191	176	-
2011	68	67	1	123	34	89	433	243	190	-
2012	68	67	1	119	26	93	380	247	133	-
2013	67	66	1	110	16	94	303	251	53	-
2014	62	62	-	96	9	87	287	228	58	-
2015	59	59	-	89	5	82	316	196	120	-
2016	58	58	-	82	3	79	528	220	212	96

연도	군 관수용			공공용			가공용 및 사료용			
	계	쌀	보리쌀	계	학교 급식용	사회 복지용	계	가공 식품용	주정용	사료용
2017	54	54	-	84	2	82	805	215	175	415
2018	49	49	-	95	1	94	1,177	260	171	746
2019	45	45	-	108	1	107	988	299	185	504
2020	40	40	-	117	0	117	502	305	151	46
2021	37	37	-	125	0	125	469	325	144	-

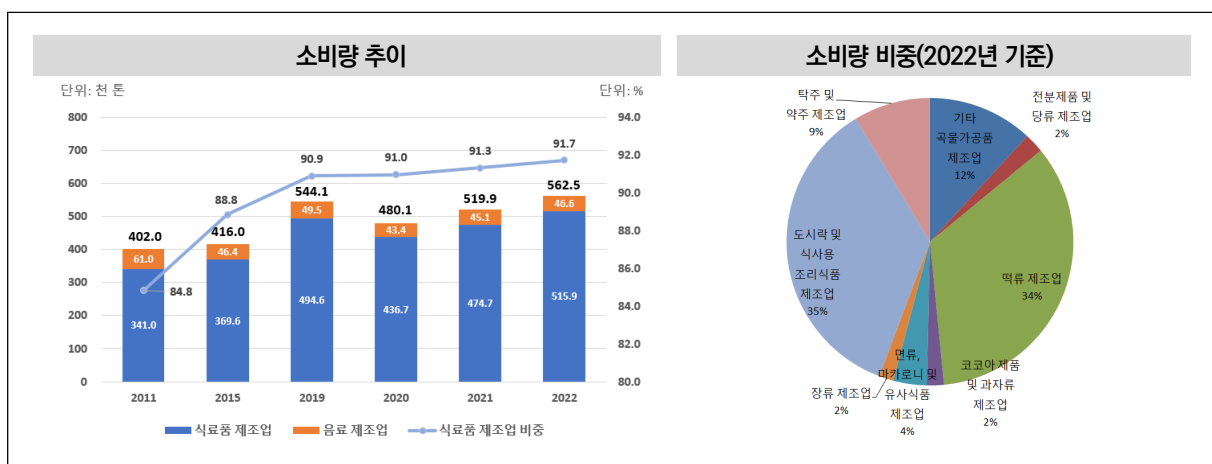
자료: 농림축산식품부 '양정자료(2022)'.

1.3. 가공용 쌀 소비 동향

○ 2022년 기준 주정 제조업을 제외한 사업체 부문 전체 쌀 소비량은 전년 대비 8.2%, 2011년 대비 39.9% 증가한 56만 3천 톤임.

- 식료품 제조업의 쌀 소비량은 전년 대비 8.7% 증가한 51만 6천 톤으로 전체 쌀 소비량의 91.7%를 차지했고, 음료 제조업의 쌀 소비량은 전년 대비 3.2% 증가한 4만 7천 톤으로 나타남.
- 전체 쌀 소비량 중 식료품 제조업의 비중은 2019년까지 급격히 상승했으며, 이후 증가추세를 유지해 2022년 기준 91.7%로 나타남.
- 2022년 기준 주요 부문별 쌀 소비량 구성비는 떡류 제조업(32.9%), 기타 식사용 가공처리 조리식품 제조업(25.7%), 기타 곡물가공품 제조업(11.4%), 탁주 및 약주 제조업(8.3%) 순으로 나타남.

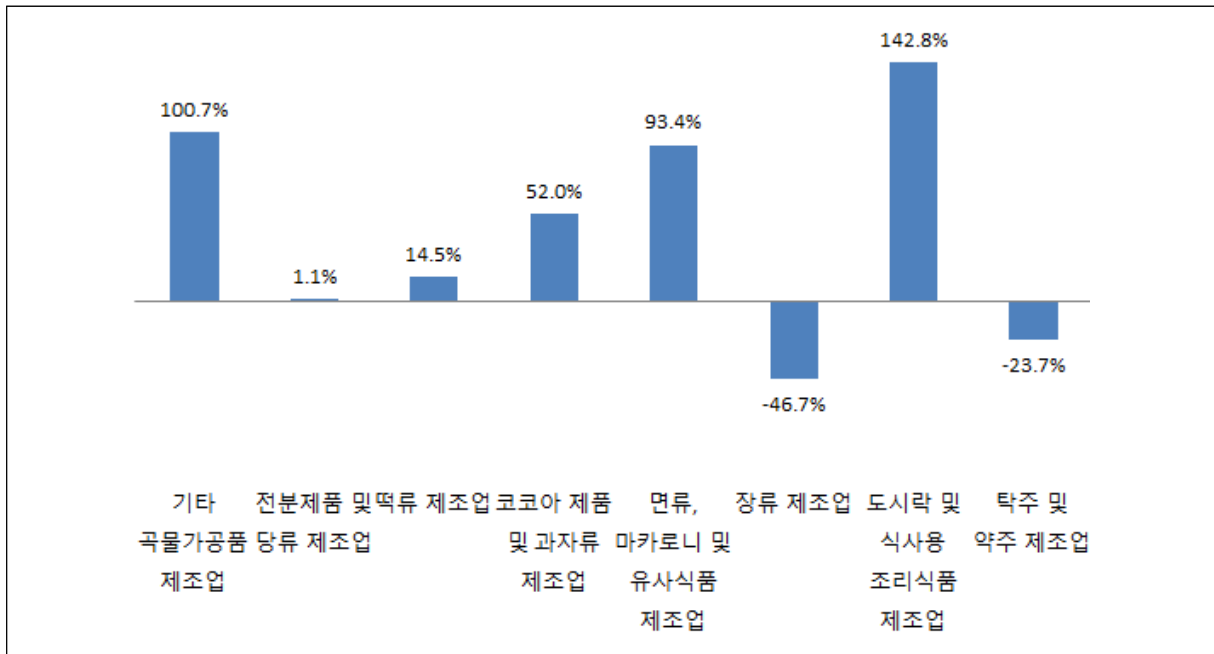
〈그림 2-4〉 사업체부문 쌀 소비량 및 비중



자료: 통계청 "양곡소비량조사" 사업체부문(https://kosis.kr/statisticsList/statisticsListIndex.do?parentId=K1.1&vwcd=MT_ZTITLE&menuId=M_01_01) 검색일: 2023.8. 7.을 이용하여 저자가 작성함.

○ 통계청 양곡소비량조사 결과 자료가 제공되는 2011년에서 2022년까지 기간의 “도시락 및 식사용조리식품 제조업”의 쌀 소비량은 143% 증가함. 특히, “기타 식사용 가공처리 조리식품 제조업”의 쌀 소비량은 2021년 전년 대비 10% 증가, 2022년 27% 증가(14만 톤)하는 등 최근 큰 폭으로 증가하고 있음.

〈그림 2-5〉 용도별 가공용 쌀 소비량 변화(2011년 대비 2022년 증감률)



주: 주정 제조업 사용량 제외.

자료: 통계청 “양곡소비량조사” 사업체부문(https://kosis.kr/statisticsList/statisticsListIndex.do?parentId=K1.1&vwcd=MT_ZTITLE&menuId=M_01_01) 검색일: 2023.8. 7.을 이용하여 저자가 작성함.

○ ‘도시락 및 식사용 조리식품’은 최근까지 빠른 성장세가 지속되고 있으며 특히, ‘기타 식사용 가공처리 조리식품 제조업’의 2022년 시점에서의 전년 대비 쌀소비량 증가율은 27.2%에 달했음.

- 쌀 소비량이 과거부터 최근까지 증가추세를 보인 분야는 ‘도시락 및 식사용 조리식품’(전년 대비 19.5%, 2011년 대비 142.8%), ‘기타 곡물가공품 제조업’(전년 대비 5.0%, 2011년 대비 100.7%), ‘코코아제품 및 과자류’(전년 대비 1.8%, 2011년 대비 52.0%), ‘전분제품 및 당류 제조업’(전년 대비 8.7%, 2011년 대비 1.1%)이었음.
- ‘장류 제조업’의 쌀 소비량은 전년 대비 11.0% 증가했으나, 2011년 대비 46.7% 감소함. 또한, ‘면류·마카로니 및 유사식품 제조업’의 쌀 소비량은 전년 대비 8.2% 감소했고, 2015년 대비 93.4% 증가함.

〈표 2-3〉 사업체부문 업종별 쌀 소비량

단위: 천 톤

구분	2011		2015		2020		2022			
	소비량	구성비 (%)	소비량	구성비 (%)	소비량	구성비 (%)	소비량	구성비 (%)	2021년 대비 증감률 (%)	2011년 대비 증감률 (%)
사업체부문 쌀 소비량(계)	402.0	100	416.0	100	480.1	100	562.5	100	8.2	39.9
식료품 제조업(10)	341.0	84.8	369.6	88.8	436.7	91.0	515.9	91.7	8.7	51.3
기타 곡물가공품 제조업 (10619)	31.9	7.9	41.6	10.0	54.9	11.4	64.0	11.4	5.0	100.7
전분제품 및 당류 제조업 (10620)	11.6	2.9	13.0	3.1	11.3	2.3	11.7	2.1	8.7	1.1
떡류 제조업 (10711)	161.6	40.2	171.0	41.1	159.2	33.2	185.1	32.9	4.7	14.5
코코아제품 및 과자류 (10713)	6.7	1.7	7.2	1.7	9.7	2.0	10.3	1.8	1.8	52.0
면류·마카로니 및 유사식품 (10730)	10.5	2.6	11.1	2.7	19.6	4.1	20.3	3.6	-8.3	93.4
장류 제조업 (10743)	16.5	4.1	10.9	2.6	7.7	1.6	8.8	1.6	11.0	-46.7
도시락 및 식사용 조리식품 (10798)	78.9	19.6	96.4	23.2	143.2	29.8	191.6	34.1	19.5	142.8
도시락류 제조업 (10751)	-	-	-	-	40.2	8.4	47.0	8.4	0.7	-
기타 식사용 가공처리 조리식품 제조업(10759)	-	-	-	-	103.0	21.4	144.6	25.7	27.2	-
기타	23.1	5.7	18.5	4.4	31.2	6.5	24.1	4.3	-6.5	4.3
음료 제조업(11)	61.0	15.2	46.4	11.2	43.4	9.0	46.6	8.3	3.2	-23.7
탁주 및 약주 제조업 (11111)	61.0	15.2	46.4	11.2	43.4	9.0	46.6	8.3	3.2	-23.7

주 1) 2019년부터 10차 산업분류 개정으로 도시락 및 식사용 조리식품(10798)이 도시락류 제조업(10751)과 기타 식사용 가공처리 조리식품 제조업(10759)으로 세분화됨.

2) 음료 제조업 중 주정 제조업(11121)은 제외됨.

자료: 통계청 “양곡소비량조사” 사업체부문(https://kosis.kr/statisticsList/statisticsListIndex.do?parentId=K1.1&vwcd=MT_ZTITLE&menuId=M_01_01) 검색일: 2023.8. 7.을 이용하여 저자가 작성함.

1.4. 쌀가공식품 소비동향

○ 지난 10년(2010~2021년) 쌀가공식품의 가구 구입액을 기준으로 연평균 성장률이 큰 품목은 즉석밥, 쌀죽, 누룽지 등의 순으로 주로 식사대용품인 것으로 조사되었으며 2021년 기준 가구 구매액이 큰 품목은 즉석밥, 쌀떡, 쌀죽, 쌀과자 순인 것으로 나타남.

- 쌀가공식품의 가구당 구입액, 구입횟수, 회당 구입액은 쌀떡과 라이스페이퍼를 제외하고

모든 품목에서 증가함. 쌀떡은 가구당 구입횟수는 감소했지만 가구당 및 회당 구입액은 증가했으며, 라이스페이퍼는 구입액과 구입횟수 모두 감소함.

- 2021년 즉석밥 가구당 구입액은 9만 225원으로 연평균 9.8% 증가하여 소비자들이 편의성을 추구하는 경향이 증가함.
- 쌀떡은 가구당 구입횟수가 연평균 3.1% 감소했으나, 가구당 및 회당 구입액이 모두 증가하여 고급화된 떡에 대한 수요가 증가함.
- 쌀죽, 누룽지, 쌀면, 쌀빵은 구입액과 구입횟수가 모두 증가하였으며, 특히 쌀죽의 가구당 구입액 증가율은 연평균 8.9%로 즉석밥 다음으로 높음.

〈표 2-4〉 쌀가공식품 연도별 소비동향

단위: 원

구분		2010	2015	2018	2019	2020	2021	전년 대비 변화율 (%)	연평균 변화율 (%)
즉석밥	가구당 구입액	32,309	39,871	48,849	56,618	63,702	90,225	41.6	9.8
	가구당 구입횟수(회)	6.71	7.99	8.97	9.43	9.32	12.2	30.9	5.6
	회당 구입액	4,815	4,990	5,443	6,001	6,837	6,780	-0.8	3.2
쌀가루	가구당 구입액	6,250	5,459	5,758	6,227	6,791	7,747	14.1	2.0
	가구당 구입횟수(회)	1.35	1.48	1.48	1.41	1.45	1.42	-2.1	0.5
	회당 구입액	4,624	3,700	3,890	4,418	4,680	5,016	7.2	0.7
쌀과자	가구당 구입액	12,962	15,112	17,059	22,666	19,251	17,923	-6.9	3.0
	가구당 구입횟수(회)	3.08	3.77	4.14	4.29	4.03	3.45	-14.4	1.0
	회당 구입액	4,203	4,006	4,121	5,281	4,774	4,760	-0.3	1.1
쌀떡	가구당 구입액	50,404	43,995	44,118	58,815	60,128	55,706	-7.4	0.9
	가구당 구입횟수(회)	11.29	8.54	8.27	8.37	9.05	7.94	-12.3	-3.1
	회당 구입액	4,463	5,151	5,333	7,027	6,642	6,427	-3.2	3.4
쌀면	가구당 구입액	8,195	7,936	9,051	9,185	10,624	12,619	18.8	4.0
	가구당 구입횟수(회)	1.98	1.96	2.9	2.62	2.62	2.44	-6.9	1.9
	회당 구입액	4,137	4,051	3,124	3,503	4,048	4,735	17.0	1.2
쌀빵	가구당 구입액	6,205	7,738	11,057	13,056	12,428	12,325	-0.8	6.4
	가구당 구입횟수(회)	1.92	2.99	3.43	3.55	3.37	2.91	-13.6	3.9
	회당 구입액	3,227	2,588	3,220	3,673	3,692	3,887	5.3	1.7
쌀죽	가구당 구입액	10,282	16,484	14,917	19,763	21,754	26,228	20.6	8.9
	가구당 구입횟수(회)	2.52	2.79	3.58	4.15	4.13	3.83	-7.3	3.9
	회당 구입액	4,072	5,905	4,163	4,758	5,263	6,281	19.3	4.0
누룽지	가구당 구입액	6,785	9,880	14,765	18,051	18,704	16,545	-11.5	8.4
	가구당 구입횟수(회)	1.87	1.93	2.32	2.25	2.37	2.07	-12.7	0.9
	회당 구입액	3,633	5,112	6,365	8,036	7,887	7,330	-7.1	6.6
라이스 페이퍼	가구당 구입액	9,141	5,668	5,440	5,117	4,897	5,524	12.8	-4.5
	가구당 구입횟수(회)	1.65	1.57	1.71	1.55	1.47	1.46	-0.7	-1.1
	회당 구입액	5,543	3,599	3,172	3,295	3,341	3,467	3.8	-4.2

주: 2021년 구입액, 구입횟수 및 회당 구입액은 예측치임.
 자료: 농촌진흥청 '사회부연(死灰復燃), 쌀 소비를 말한다'.

2. 쌀가공식품산업 현황¹⁾

2.1. 산업 규모

2.1.1. 매출액

○ 2021년 기준 쌀가공식품 부문 매출액은 7조 5천억 원으로 전년 대비 2.3%, 2019년 대비 13.9% 증가한 것으로 나타남.

- 생산품목별로 살펴보면, 쌀떡 및 쌀과자류, 주류의 매출액은 증가하였고 나머지 품목류는 감소함.
- 2021년 기준, 업종별 매출액 비중은 쌀가공식품제조업이 90.8%(6조 8천억 원), 즉석판매제조가공업²⁾이 9.2%(7천억 원)를 차지함.
- 주생산품목별 비중은 주류가 26.3%로 가장 높았으며, 다음으로 쌀떡류(25.5%), 즉석식품류(가공밥류(19.3%), 기타 즉석식품류(6.4%)) 순임. 부문 매출액을 업종별로 구분해 보면 쌀가공식품제조업이 90.3%, 즉석판매제조가공업이 9.7%를 차지하는 것으로 나타남.
- 쌀가공식품제조업에서 차지하는 비중이 증가추세를 보이는 주생산품목은 쌀떡류, 주류, 즉석식품류(가공밥류 등)이며, 감소 추세를 보이는 품목은 면류, 음료/다류 등임.
- 업체 규모별 매출액을 살펴보면, 1~4인의 소규모 업체는 비중과 매출액이 모두 감소하였고, 50인 이상의 대규모 업체는 비중과 매출액이 모두 증가함.
- 다만, 이러한 세부 품목별, 업체 규모별 매출액의 연도 간 비교는 전체 모집단(쌀가공식품 제조업체)의 매출액을 정확하게 집계한 것이 아니라 표본조사를 통해 추정된 것이라는 측면에서 일정 정도의 오차가 차이가 발생할 수 있다는 것을 감안할 필요가 있음.

1) 쌀가공식품산업 현황은 농림축산식품부의 연도별 “쌀가공식품제조업 현황조사 보고서”를 기초로 작성하였으며, 해당 조사는 전국사업체조사의 사업체 중 쌀가공식품제조업 여부를 적결률 조사를 통해 확인하여 모집단을 추정한 결과임.

2) 즉석판매제조가공업의 모집단은 사업장에서 쌀가공식품을 생산하여 직접 최종소비자에게 판매하는 사업체(떡집, 방앗간)이며, 쌀가공식품 제조업은 즉석판매제조가공업을 제외한 식품제조업체(표준산업분류코드 2자리(10, 11))를 대상으로 조사함.

〈표 2-5〉 사업체 특성별 쌀가공식품 부문 매출액

단위: 백만 원

사업체 특성별		2019년		2020년(A)		2021년(B)		
		매출액	구성비(%)	매출액	구성비(%)	매출액	구성비(%)	
전체		6,591,511	100	7,340,314	100	7,510,110	100	
업종	쌀가공식품제조업	-	-	6,659,415	90.8	6,784,042	90.3	
	즉석판매제조가공업	-	-	680,899	9.2	726,069	9.7	
주생산 품목별 (소분류)	쌀떡류	1,308,111	19.8	1,832,658	25.0	1,914,579	25.5	
	쌀과자류	761,081	11.5	178,658	2.4	204,508	2.7	
	쌀빵류			73,075	1	69,129	0.9	
	당류	64,502	1.0	75,411	1	48,322	0.6	
	면류	233,809	3.5	124,810	1.7	73,186	1.0	
	음료/다류	300,731	4.6	301,305	4.1	276,819	3.7	
	장류	399,746	6.1	619,854	8.4	489,617	6.5	
	조미식품류	267,007	4.1	37,524	0.5	26,855	0.4	
	주류	793,818	12.0	1,635,183	22.3	1,976,322	26.3	
	곡물 및 농산가공식품류	곡물 및 농산가공식품류	835,451	13	637,542	9	487,804	7
		농산가공식품류	641,999	9.7	-	-	-	-
		곡물가공식품류	-	-	361,815	4.9	313,261	4.2
		쌀가루	193,452	2.9	275,727	3.8	174,543	2.3
	즉석식품류	즉석식품류	1,499,025	22.7	1,812,762	24.7	1,934,548	25.7
		가공밥류	-	-	-	-	1,450,153	19.3
		기타 즉석식품류	-	-	1,812,762	24.7	484,395	6.4
	첨가물류	-	-	11,531	0.2	8,422	0.1	
	기타 식품류	128,230	1.9	-	-	-	-	
	종사자 규모별	1~4인	-	-	948,277	12.9	828,574	11.0
		5~9인	-	-	433,407	5.9	526,238	7.0
10~19인		-	-	735,902	10.0	920,536	12.3	
20~49인		-	-	1,748,282	23.8	1,661,922	22.1	
50인 이상		-	-	3,474,446	47.3	3,572,840	47.6	

주 1) 2019년 기준 조사결과는 즉석판매제조가공업을 별도로 구분하지 않았고, 주생산품목(소분류)의 경우에도 일부 분류가 추가되거나 통합됨.

2) 2019~2020년에는 쌀가루제조업을 별도로 조사하였으나, 2021년에는 쌀가공식품제조업에 포함되어 있음.

3) 과자류/빵류는 2021년부터 쌀과자류(스낵류, 한과, 라이스페이퍼)와 쌀빵류로 세분화됨.

4) 농산가공식품류는 2021년부터 곡물가공식품류(누룽지, 씨리얼, 선식, 찌릿, 빵튀기, 쌀튀밥)와 쌀가루(쌀가루, 호화쌀가루)로 세분화됨.

5) 즉석식품류는 2022년부터 가공밥류(도시락류, 무균밥, 냉동밥)와 기타 즉석식품류로 세분화됨.

자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서' 각 연도를 재구성함.

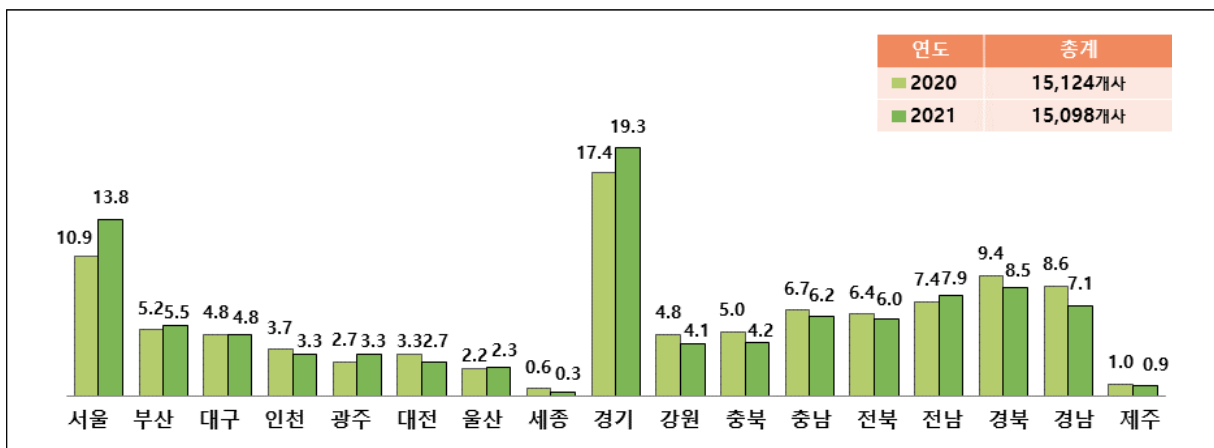
2.1.2. 사업체 수

○ 2021년 기준, 쌀가공식품제조업 사업체 수는 1만 5천 개 업체로 전년보다 26개 업체(0.2%)가 감소하였으며, 2019년 대비 4천 개 업체(25.4%)가 감소함.

- 업종별로 살펴보면, 쌀가공식품제조업의 업체 수는 증가한 반면, 즉석판매제조가공업의 수가 감소함.
- 쌀떡류 생산업체는 감소하고 나머지 생산업체는 대부분 업체 수가 증가하였는데, 2021년 기준, 쌀떡류 생산업체 수는 1만 1,940개 업체로 전년 대비 236개 업체(1.9%), 2019년 대비 1,136개 업체(10.5%)가 감소함.
- 사업체 수는 감소추세를 보이지만, 매출액은 증가한 것으로 나타나 업체당 매출액은 증가한 것으로 판단됨. 또한, 1~4인 규모의 업체는 그 수와 매출액이 모두 감소하였으나, 50인 이상 규모의 업체는 그 수가 감소하였음에도 불구하고 매출액은 증가한 것으로 나타남.

○ 지역별 사업체 소재지를 보면, 서울/경기권이 가장 많았으며, 서울/경기권은 전년보다 업체 수가 증가하였고, 나머지 지역은 대부분 감소함.

〈그림 2-6〉 소재지별 사업체 수



자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서'.

〈표 2-6〉 사업체 특성별 쌀가공식품제조업 사업체 수

단위: 개사

사업체 특성별	2019년		2020년(A)		2021년(B)		
	사업체 수	구성비(%)	사업체 수	구성비(%)	사업체 수	구성비(%)	
전체	17,918	100	15,124	100	15,098	100	
업종	쌀가공식품제조업	-	3,575	23.6	3,837	25.4	
	즉석판매제조가공업	-	11,549	76.4	11,261	74.6	
주생산 품목별 (소분류)	쌀떡류	10,804	60.3	12,176	80.5	11,940	79.1
	쌀과자류	1,348	7.5	458	3.0	493	3.3
	쌀빵류			135	0.9	145	1.0
	당류	178	1.0	147	1.0	159	1.1

사업체 특성별		2019년		2020년(A)		2021년(B)	
		사업체 수	구성비(%)	사업체 수	구성비(%)	사업체 수	구성비(%)
식품	면류	168	0.9	78	0.5	82	0.5
	음료/다류	319	1.8	102	0.7	109	0.7
	장류	602	3.4	261	1.7	280	1.9
	조미식품류	1,205	6.7	96	0.6	103	0.7
	주류	719	4.0	659	4.4	706	4.7
	곡물 및 농산가공식품류	1,619	9.1	599	3.9	639	4.2
	농산가공식품류	1,537	8.6	-	-	-	-
	곡물가공식품류	-	-	501	3.3	533	3.5
	쌀가루	82	0.5	98	0.6	106	0.7
	즉석식품류	608	3.4	403	2.7	432	2.9
	가공밥류	-	-	-	-	252	1.7
	기타 즉석식품류	-	-	403	2.7	180	1.2
	첨가물류	-	-	10	0.1	10	0.1
	기타 식품류	348	1.9	-	-	-	-
종사자 규모별	1~4인	14,584	81.4	13,082	84.8	12,649	83.8
	5~9인	1,635	9.1	774	6.5	1,079	7.1
	10~19인	752	4.2	598	4.1	675	4.5
	20~49인	532	3.0	440	3.0	485	3.2
	50인 이상	333	1.9	223	1.5	210	1.4

- 주 1) 2019년 기준 조사결과는 즉석판매제조가공업을 별도로 구분하지 않았고, 주생산품목(소분류)의 경우에도 일부 분류가 추가되거나 통합됨.
- 2) 2019~2020년에는 쌀가루제조업을 별도로 조사하였으나, 2021년에는 쌀가루제조업에 포함되어 있음.
- 3) 과자류/빵류는 2021년부터 쌀과자류(스낵류, 한과, 라이스페이퍼)와 쌀빵류로 세분화됨.
- 4) 농산가공식품류는 2021년부터 곡물가공식품류(누룽지, 씨리얼, 선식, 전쌀, 빵튀기, 쌀튀밥)와 쌀가루(쌀가루, 호화쌀가루)로 세분화됨.
- 5) 즉석식품류는 2022년부터 가공밥류(도시락류, 무균밥, 냉동밥)와 기타 즉석식품류로 세분화됨.
- 자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서' 각 연도를 재구성함.

2.1.3. 종사자 수

- 2021년 기준, 쌀가공식품 부문 종사자 수는 7만 2천 명으로 전체 종사자 수의 84.4%를 차지하는 것으로 나타났으며, 이는 전년 대비 2.0%, 2019년 대비 5.9% 감소함.
- 업종별로 보면, 쌀가공식품제조업이 4만 8천 명으로 전체에서 67.0%, 즉석판매제조가공업은 2만 4천 명으로 33.0%를 차지함.
 - 주생산품목별(소분류) 종사자수는 쌀떡류가 3만 4천 명(47.8%)으로 가장 많았고, 주류(11.6%), 즉석식품류(가공밥류(8.3%), 기타 즉석식품류(7.3%)) 순서로 나타났으며, 장류, 주류, 쌀가루 생산업체의 종사자 수가 증가함.

〈표 2-7〉 사업체 특성별 쌀가공식품 부문 종사자 수

단위: 명

사업체 특성별		2019년		2020년(A)		2021년(B)	
		종사자 수	구성비(%)	종사자 수	구성비(%)	종사자 수	구성비(%)
전체		67,681	100	70,320	100	71,686	100
업종	쌀가공식품제조업	-	-	45,881	65.2	48,055	67.0
	즉석판매제조가공업	-	-	24,439	34.8	23,631	33.0
주생산 품목별 (소분류)	쌀떡류	25,918	38.3	34,457	49.0	34,290	47.8
	쌀과자류	8,861	13.1	3,266	4.6	3,229	4.5
	쌀빵류			2,079	3.0	1,647	2.3
	당류	959	1.4	784	1.1	771	1.1
	면류	2,128	3.1	1,541	2.2	1,487	2.1
	음료/다류	1,940	2.9	1,645	2.3	1,702	2.4
	장류	2,262	3.3	2,257	3.2	3,274	4.6
	조미식품류	4,491	6.6	1,848	2.6	831	1.2
	주류	3,368	5.0	6,574	9.3	8,296	11.6
	곡물 및 농산가공식품류	9,251	14	6,645	10	4,892	7
	농산가공식품류	8,351	12.3	-	-	-	-
	곡물가공식품류	-	-	4,569	6.5	3,911	5.5
	쌀가루	900	1.3	2,076	3	981	1.4
	즉석식품류	7,573	11.2	9,013	12.8	11,164	15.6
	가공밥류	-	-	-	-	5,937	8.3
	기타 즉석식품류	-	-	9,013	12.8	5,227	7.3
	첨가물류	-	-	211	0.3	105	0.1
	기타 식품류	1,830	2.7	-	-	-	-

주 1) 2019년 기준 조사결과는 즉석판매제조가공업을 별도로 구분하지 않았고, 주생산품목(소분류)의 경우에도 일부 분류가 추가되거나 통합됨.

2) 2019~2020년에는 쌀가루제조업을 별도로 조사하였으나, 2021년에는 쌀가공식품제조업에 포함되어 있음.

3) 과자류/빵류는 2021년부터 쌀과자류(스낵류, 한과, 라이스페이퍼)와 쌀빵류로 세분화됨.

4) 농산가공식품류는 2021년부터 곡물가공식품류(누룽지, 찌리얼, 전식, 찌쌀, 병튀기, 쌀튀밥)와 쌀가루(쌀가루, 호화쌀가루)로 세분화됨.

5) 즉석식품류는 2022년부터 가공밥류(도시락류, 무균밥, 냉동밥)와 기타 즉석식품류로 세분화됨.

자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서' 각 연도를 재구성함.

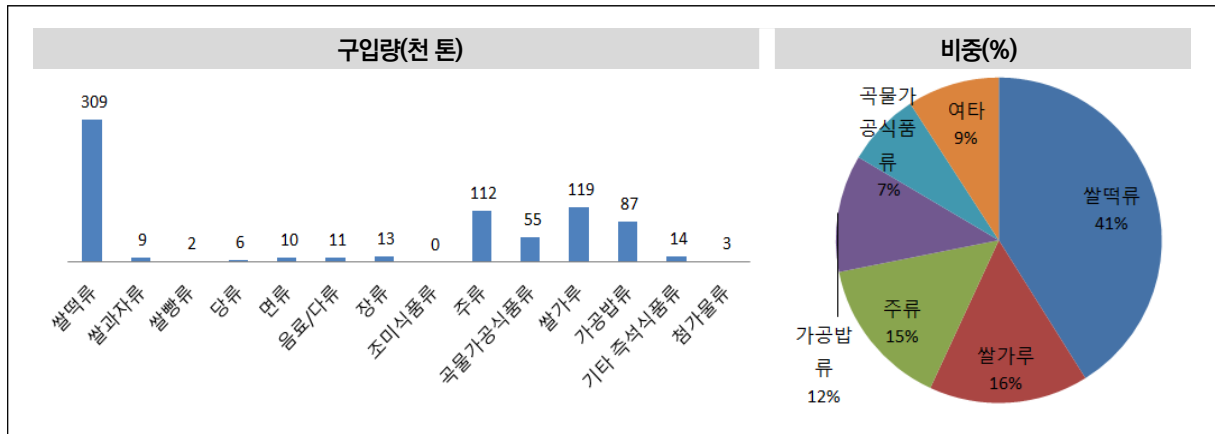
2.2. 가공용 쌀 유통

2.2.1. 가공용 쌀 조달

- '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서'의 2021년 기준 가공업체의 쌀 구매량은 75만 1천 톤으로 주생산품목이 '쌀떡류'인 업체의 구매량이 31만 톤으로 전체의 41%에 달하는 것으로 조사됨.

- 2021년 쌀 구입량은 쌀가공식품제조업이 68만 1천 톤(90.7%), 즉석판매제조가공업이 7만 톤(9.3%)인 것으로 나타남.
- 주생산품목별(소분류) 쌀 구입량은 ‘쌀떡류’가 30만 9천 톤(41.1%), 다음으로 ‘쌀가루’ 11만 9천 톤(15.8%), ‘주류’ 11만 2천 톤(15.0%) 순임.

〈그림 2-7〉 가공업체의주생산품목별 쌀구입량 및 구입량 비중(2021년 기준)



자료: 농림축산식품부 ‘쌀가공식품제조업 현황조사 보고서’ 2021년 자료를 사용하여 저자가 작성함.

- 2021년 기준 가공업체의 쌀 구매량은 전년보다 2.1% 감소하였으나, 2019년보다는 11.9% 증가함.
 - 2021년 원료용 쌀 구입량은 2020년 대비 감소하였는데, 업종별로 보면 쌀가공식품제조업보다 즉석판매제조가공업의 구입량이 상대적으로 더 크게 감소함.
 - 전년보다 가공 원료용 쌀 구입량이 증가한 생산품목은 쌀빵류, 장류, 쌀가루이며, 나머지 생산 품목의 쌀 구입량은 감소함. 그중 쌀과자류와 조미식품류의 감소가 크게 나타났으며, 당류, 면류, 음료/다류, 주류는 전년보다는 쌀 구입량이 감소하였으나, 2019년보다는 증가함.

〈표 2-8〉 주생산품목별 쌀 구입량

사업체 특성별		2019년		2020년(A)		2021년(B)	
		원료 구입량(톤)	구성비 (%)	원료 구입량 (톤)	구성비 (%)	원료 구입량(톤)	구성비 (%)
전체		671,155	100	767,154	100	751,133	100
업종	쌀가공식품제조업	-	-	689,377	89.9	680,939	90.7
	즉석판매제조가공업	-	-	77,777	10.1	70,194	9.3
주생산 품목별 (소분류)	쌀떡류	206,567	30.8	315,218	41.1	308,589	41.1
	쌀과자류	18,773	2.8	13,532	1.8	9,342	1.2
	쌀빵류			651	0.1	2,101	0.3
	당류	3,911	0.6	7,379	1	5,924	0.8
	면류	3,524	0.5	12,785	1.7	10,296	1.4
	음료/다류	4,336	0.6	12,979	1.7	10,661	1.4
	장류	4,524	0.7	11,341	1.5	12,744	1.7
	조미식품류	2,061	0.3	918	0.1	488	0.1
	주류	65,629	9.8	128,391	16.7	112,410	15
	곡물 및 농산가공식품류	217,941	32	154,207	20	174,009	23
	농산가공식품류	115,742	17.2	-	-	-	-
	곡물가공식품류	-	-	57,122	7.4	55,184	7.3
	쌀가루	102,199	15.2	97,085	12.7	118,825	15.8
	즉석식품류	138,026	20.6	109,642	14.3	101,356	13.4
	가공밥류	-	-	-	-	87,481	11.6
	기타 즉석식품류	-	-	109,642	14.3	13,875	1.8
	첨가물류	-	-	112	0	3,213	0.4
	기타 식품류	5,863	0.9	-	-	-	-

주 1) 2019년 기준 조사결과는 즉석판매제조가공업을 별도로 구분하지 않았고, 주생산품목(소분류)의 경우에도 일부 분류가 추가되거나 통합됨.

2) 2019~2020년에는 쌀가루제조업을 별도로 조사하였으나, 2021년에는 쌀가공식품제조업에 포함되어 있음.

3) 과자류/빵류는 2021년부터 쌀과자류(스낵류, 한과, 라이스페이퍼)와 쌀빵류로 세분화됨.

4) 농산가공식품류는 2021년부터 곡물가공식품류(누룽지, 찌리얼, 선식, 전쌀, 빵튀기, 쌀튀밥)와 쌀가루(쌀가루, 호화쌀 가루)로 세분화됨.

5) 즉석식품류는 2022년부터 가공밥류(도시락류, 무균밥, 냉동밥)와 기타 즉석식품류로 세분화됨.

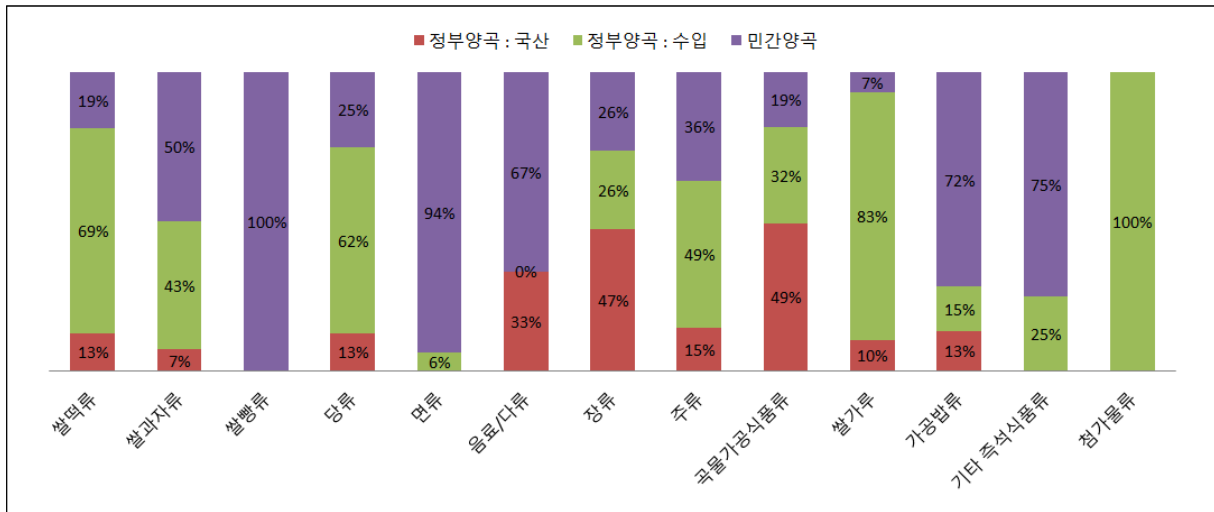
자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서' 각 연도를 재구성함.

○ 쌀가공식품제조업의 2021년 쌀 구입량(68만 1천 톤) 가운데 정부양곡이 차지하는 비중은 69.8%, 민간 30.2%였으며, 총 쌀 구입량에서 수입산이 차지하는 비중은 53.8%, 정부 양곡에서 수입산이 차지하는 비중은 77.1%임.

- 세부 품목별 민간양곡 조달 비중은 '쌀빵류'(100%), '면류'(94%), '기타즉석식품류'(75%), '가공밥류'(72%), '음료/다류'(67%), '쌀과자류'(50%) 순으로 높게 조사됨.

- 반면, '첨가물류', '쌀가루', '쌀떡류', '당류', '주류'는 수입 정부양곡 조달 비중이 높고 '곡물가공식품류'와 '장류'는 국산 정부양곡 비중이 높은 것으로 나타남.

〈그림 2-8〉 쌀가공식품제조업 주생산품목별 쌀 구입량 원산지 비중(2021년 기준)



자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서' 2021년 자료를 사용하여 저자가 작성함.

○ 2021년 쌀 구입량 중 정부양곡의 비중은 전년보다 1.7%p 상승했으며, 총 구매량에서 수입산이 차지하는 비중은 7.8%p, 정부양곡에서 수입산이 차지하는 비중은 9.5%p 상승함.

- 2020년 대비 2021년 정부양곡 구입 비중이 감소한 생산 품목은 쌀빵류, 당류, 면류, 장류, 조미식품류 등이었으며, 정부양곡 구입 비중이 증가한 생산 품목은 쌀과자류, 음료/다류, 즉석식품류(가공밥류 및 기타 즉석식품류) 등임.
- 2021년 정부양곡에서 수입산이 차지하는 비중은 전년보다 9.5%p 증가한 77.1%였으며, 수입산 비중이 증가한 생산 품목은 쌀떡류, 쌀과자류, 당류, 곡물가공식품류, 즉석식품류(가공밥류 및 기타 즉석식품류) 등임.

〈표 2-9〉 쌀가공식품제조업체의 쌀 구입 유형별 비율

사업체 특성별	2019년					2020년(A)					2021년(B)					
	원료 구입량 (천 톤)	정부양곡 비중(%)	민간양곡 비중(%)	총구매량 에서 수입산 비중(%)	정부양곡 에서 수입산 비중(%)	원료 구입량 (천 톤)	정부양곡 비중(%)	민간양곡 비중(%)	총구매량 에서 수입산 비중(%)	정부양곡 에서 수입산 비중(%)	원료 구입량 (천톤)	정부양곡 비중(%)	민간양곡 비중(%)	총구매량 에서 수입산 비중(%)	정부양곡 에서 수입산 비중(%)	
업종	쌀가공식품제조업	671.2	57.4	42.6	38.9	67.8	689.4	68.1	31.9	46	67.5	680.9	69.8	30.2	53.8	77.1
주생산 품목별 (소분류)	쌀떡류	206.6	56.6	43.4	44.2	78	237.4	83.8	16.1	65.9	78.6	238.4	81.4	18.6	68.8	84.6
	쌀과자류	18.8	35.1	64.9	28.5	81.3	13.5	24.4	75.6	14.6	59.8	9.3	51	51	43.7	85.7
	쌀빵류						0.7	51.7	48.3	50.5	97.7	2.1	0.0	97.3	0.0	-
	당류	3.9	33.6	66.4	21.0	62.5	7.4	77.1	22.9	56.9	73.8	5.9	69	23	57.5	83.3
	면류	3.5	12.6	87.4	12.6	100	12.8	85.5	14.5	67.5	78.9	10.3	6.6	99.2	6.6	100
	음료/다류	4.3	5.3	94.6	0	0	13.0	4.9	95.0	1.2	24.5	10.7	31.9	63.9	0	0
	장류	4.5	80.0	20.0	33.4	41.8	11.3	91.0	9.0	22.2	24.4	12.7	74.8	26.7	26.7	35.7
	조미식품류	2.1	4.3	95.7	2.6	61.4	0.9	31.2	68.7	22.2	71.2	0.5	0	0	0	-
	주류	65.6	62.7	37.3	44.7	71.3	128.4	82.7	17.3	68.0	82.2	112.4	63.6	36.3	49.1	77.1
	곡물 및 농산가공식품류	217.9	87.3	12.7	57.9	66.3	97.1	85.9	4.9	46.5	54.1	118.8	89.2	10.6	66.5	74.6
	농산가공식품류	115.7	86.6	13.4	52.3	60.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	곡물가공식품류	-	-	-	-	-	57.1	71.5	28.5	8.6	12	55.2	81.4	18.5	32.1	39.4
	쌀가루	102.2	88.2	11.8	64.2	72.8	97.1	94.4	5.6	68.8	72.9	118.8	92.8	6.9	82.5	88.9
	즉석식품류	138	15	85	1.7	11.4	109.6	23.8	76.2	5.4	22.7	101.4	27.5	71.9	16.1	58.5
	가공밥류	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	87.5	28.0	71.6	14.8	52.8
	기타 즉석식품류	-	-	-	-	-	109.6	23.8	76.2	5.4	22.7	13.8	24.5	73.6	24.5	100.0
	첨가물류	-	-	-	-	-	0.1	0	100	0	-	3.2	100	0	100	100
기타 식품류	5.9	67.7	32.3	67.3	99.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

- 주 1) 2019년 쌀가공식품제조업 및 주 생산품목별 수치는 쌀가공식품제조업, 쌀가루제조업, 즉석판매제조업을 모두 포함한 수치임.
 2) 2019년 기준 조사결과는 즉석판매제조가공업을 별도로 구분하지 않았고, 주생산품목(소분류)의 경우에도 일부 분류가 추가되거나 통합됨.
 3) 2019~2020년에는 쌀가루제조업을 별도로 조사하였으나, 2021년에는 쌀가공식품제조업에 포함되어 있음.
 4) 과자류/빵류는 2021년부터 쌀과자류(스낵류, 한과, 라이스페이퍼)와 쌀빵류로 세분화됨.
 5) 농산가공식품류는 2021년부터 곡물가공식품류(누룽지, 씨리얼, 선식, 찌쌀, 빙튀기, 쌀튀밥)와 쌀가루(쌀가루, 호화쌀가루)로 세분화됨.
 6) 즉석식품류는 2022년부터 가공밥류(도시락류, 무균밥, 냉동밥)와 기타 즉석식품류로 세분화됨.
 자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서' 각 연도를 재구성함.

2.2.2. 쌀가루 조달

○ 쌀가공식품제조업의 2021년 기준 쌀가루 구입량은 6만 6천 톤으로 전년보다 2.1%, 2019년보다 7.2% 증가함.

- 2021년 쌀가공식품제조업의 쌀가루 구입량은 전년 대비 3.5% 증가한 반면, 즉석판매제조가공업의 구입량은 24.3% 감소함.
- 2021년 쌀가루 구입량은 쌀가공식품제조업이 6만 4천 톤(96.1%), 즉석판매제조가공업이 3천 톤(3.9%)인 것으로 나타남.
- 주생산품목별(소분류) 쌀가루 구입량은 주류가 2만 6천 톤(39.3%), 다음으로 쌀떡류 1만 2천 톤, 당류 1만 2천 톤 순임.
- 전년보다 가공 원료용 쌀가루 구입량이 증가한 생산품목은 쌀떡류, 쌀과자류, 쌀빵류, 음료/다류 등이며, 쌀가루 구입량이 감소한 생산품목은 당류, 면류, 장류, 조미식품류, 주류 등임.

〈표 2-10〉 사업체 특성별 쌀가루 구입량

사업체 특성별		2019년		2020년(A)		2021년(B)	
		원료 구입량(톤)	구성비(%)	원료 구입량(톤)	구성비(%)	원료구입량(톤)	구성비(%)
전체		62,016	100	65,132	100	66,478	100
업종	쌀가공식품제조업	-	-	61,713	94.8	63,890	96.1
	즉석판매제조가공업	-	-	3,419	5.2	2,588	3.9
주생산 품목별 (소분류)	쌀떡류	514	0.8	8,069	12.4	12,259	18.4
	쌀과자류	5,902	9.5	1,489	2.3	2,948	4.4
	쌀빵류			574	0.9	2,121	3.2
	당류			4,094	6.6	11,654	17.9
	면류	6,640	10.7	4,174	6.4	4,035	6.1
	음료/다류	816	1.3	557	0.9	1,229	1.8
	장류	16	0.0	5,891	9	4,387	6.6
	조미식품류	837	1.3	269	0.4	110	0.2
	주류	4,354	7.0	27,017	41.5	26,153	39.3
	곡물 및 농산가공식품류	37,207	60.0	858	1.3	1,932	2.9
	농산가공식품류	37,207	60.0	-	-	-	-
	곡물가공식품류	-	-	858	1.3	1,532	2.3
	쌀가루	-	-	0	0.0	400	0.6
	즉석식품류	1,209	1.9	4,531	7.0	1,086	1.6
	가공밥류	-	-	-	-	122	0.2
	기타 즉석식품류	-	-	4,531	7.0	964	1.4
	첨가물류	-	-	49	0.1	0	0
	기타 식품류	428	0.7	-	-	-	-

- 주 1) 2019년 쌀가공식품제조업 및 주 생산품목별 수치는 쌀가공식품제조업, 쌀가루제조업, 즉석판매제조업을 모두 포함한 수치임.
 2) 2019년 기준 조사결과는 즉석판매제조가공업을 별도로 구분하지 않았고, 주생산품목(소분류)의 경우에도 일부 분류가 추가되거나 통합됨.
 3) 2019~2020년에는 쌀가루제조업을 별도로 조사하였으나, 2021년에는 쌀가공식품제조업에 포함되어 있음.
 4) 과자류/빵류는 2021년부터 쌀과자류(스낵류, 한과, 라이스페이퍼)와 쌀빵류로 세분화됨.
 5) 농산가공식품류는 2021년부터 곡물가공식품류(누룽지, 씨리얼, 선식, 찌릿쌀, 병튀기, 쌀튀밥)와 쌀가루(쌀가루, 호화쌀가루)로 세분화됨.
 6) 즉석식품류는 2022년부터 가공밥류(도시락류, 무균밥, 냉동밥)와 기타 즉석식품류로 세분화됨.
 자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서' 각 연도를 재구성함.

○ 쌀가공식품제조업의 2021년 쌀가루 구입량(6만 7천 톤) 가운데 국내산이 차지하는 비중은 86.5%임.

- 2021년 기준, 생산품목별 국내산 쌀가루 구입 비중이 가장 높은 품목은 쌀빵류(97.4%)였으며, 다음으로 음료/다류(97.0%), 곡물가공식품류(93.8%), 조미식품류(92.3%) 순이었으며, 당류의 국내산 쌀가루 구입 비중이 56.9%로 가장 낮았음.
- 2021년 쌀가루 구입량 중 국내산 비중은 전년보다 19.0%p 상승함. 2021년 생산품목별 국내산 사용 비중은 모든 생산품목에서 전년보다 증가하였으며, 국내산 비중이 가장 크게 증가한 생산품목은 면류(30.7%p)였고, 다음으로 조미식품류(23.2%p), 장류(22.7%p) 순임.

〈표 2-11〉 쌀가공식품제조업체의 구입 쌀가루의 쌀 원산지 비율

사업체 특성별		2020년			2021년		
		쌀가루 구입량(톤)	국내산 비중(%)	수입산 비중(%)	쌀가루 구입량(톤)	국내산 비중(%)	수입산 비중(%)
전체		65,132	67.5	32.5	66,478	86.5	13.5
주생산 품목별 (소분류)	쌀떡류	8,069	68.0	32.0	12,259	83.6	16.4
	쌀과자류	1,489	82.8	17.2	2,948	84.8	15.2
	쌀빵류	574	90.1	9.9	2,121	97.4	2.6
	당류	11,654	45.1	54.9	10,218	56.9	43.1
	면류	4,174	51.1	48.9	4,035	81.8	18.2
	음료/다류	557	83.6	16.4	1,229	97.0	3.0
	장류	5,891	69.6	30.4	4,387	92.3	7.7
	조미식품류	269	76.8	23.2	110	100.0	0.0
	주류	27,017	46.3	53.7	26,153	80.4	19.6
	곡물 및 농산가공식품류	858	89.3	10.7	1,932	90.7	9.3
	곡물가공식품류	858	89.3	10.7	1,532	93.8	6.2
	쌀가루	0	-	-	400	78.8	21.2
	즉석식품류	4,531	80.7	19.3	1,086	87.8	12.2
	가공밥류	-	-	-	122	100.0	0.0
	기타 즉석식품류	4,531	80.7	19.3	964	86.2	13.8
	첨가물류	49	75.0	25.0	0	-	-

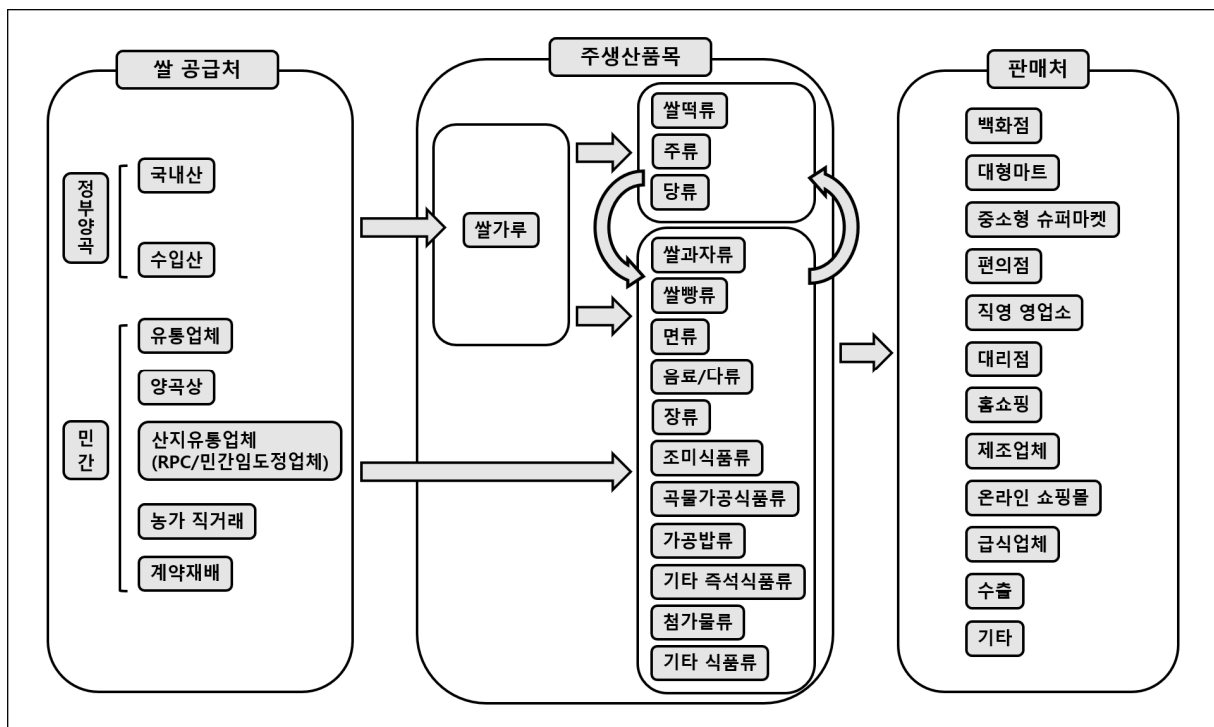
주: 즉석식품류는 2022년부터 가공밥류(도시락류, 무균밥, 냉동밥)와 기타 즉석식품류로 세분화됨.

자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서' 각 연도를 재구성함.

2.2.3. 가공용 쌀 유통구조

- 쌀가공식품제조업의 쌀, 쌀가루 구입처는 정부(국내산, 수입산)와 민간(농협 포함)이며, 민간 쌀은 유통업체, 양곡상, 산지유통업체, 농가직거래 및 계약재배를 통해 구입하고, 백화점, 대형마트 및 수출 등 다양한 판매처로 판매됨.
- 구입된 쌀은 쌀가공식품을 생산하는데 사용되거나, 쌀가루로 가공된 다음 쌀가공식품으로 재가공됨.
- 구입된 쌀가루는 쌀떡류, 주류, 당류 생산에 주로 사용되는 등 주생산품목 사이 재가공이 이루어짐.

〈그림 2-9〉 쌀가공식품 유통구조



자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서' 자료를 이용하여 저자가 작성함.

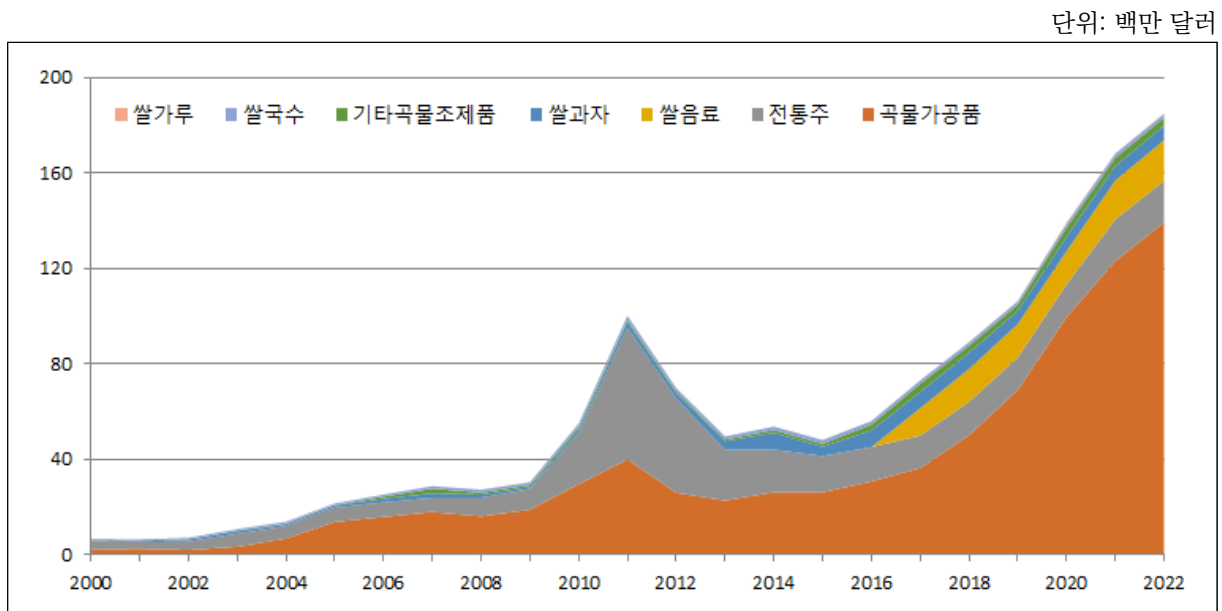
3. 쌀가공식품 수출 동향

3.1. 쌀가공식품 품목별 수출 동향

○ 쌀가공식품 수출액은 2011년 1억 달러를 달성한 이후 감소 추세로 전환되었으나 2010년 중반 이후 한류 영향 등으로 다시 상승세로 전환됨. 2015년 4천 8백억 달러에서 2022년 1억 8천 5백만 달러까지 증가함.

- 2011년 쌀 가공품 수출액은 한류와 국내 쌀 생산 과잉에 따른 정부양곡 가공용 공급 증가로 주류(탁주)와 ‘곡물가공품’(즉석밥, 누룽지 등)의 수출액이 증가하면서 1억 달러까지 증가했으나 홍보 부족, 가격 경쟁력, 외교 문제 등으로 수출액 증가가 지속되지 못함.
- 2010년대 중반 이후 떡류, 즉석밥, 쌀과자, 전통주 등의 일부 품목이 안정적인 증가세를 보였음. 특히, 한류 영향 등으로 떡류와 즉석밥 등의 ‘곡물가공품’ 수출액이 크게 증가함.

〈그림 2-10〉 쌀가공식품 수출액 추이

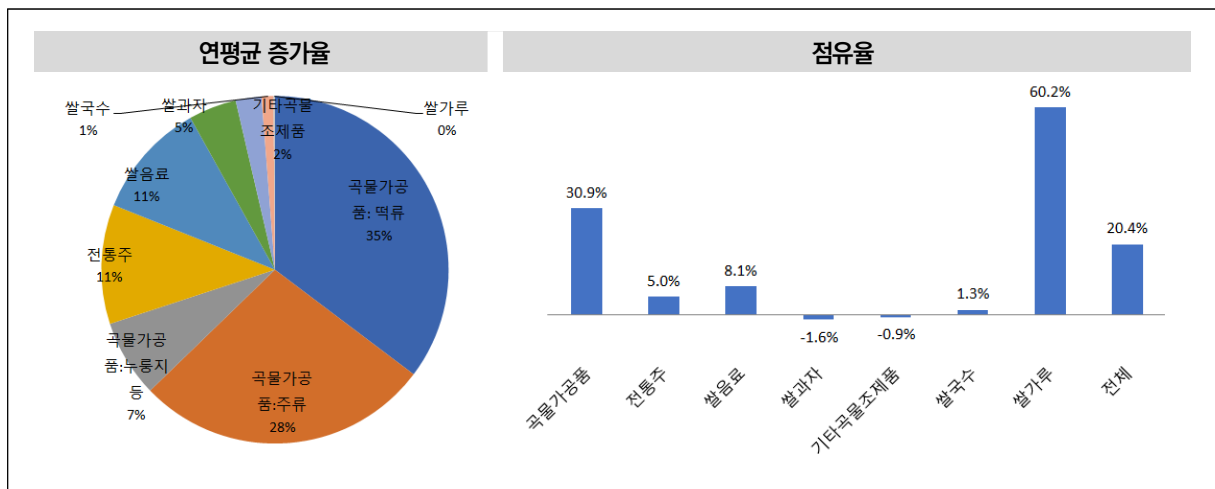


자료: KATI 농식품수출정보통계(<https://www.kati.net/statistics/periodPerformance.do>) 검색일: 2023.10.30.을 이용하여 저자가 작성함.

○ 최근 5년(2018년~2022년) 평균 기준 품목별 쌀 가공품 수출액 비중은 ‘떡류’, ‘즉석밥’ 등이 포함된 ‘곡물가공품’이 70.0%, ‘전통주’가 11.1%, ‘쌀음료’ 10.8%, ‘쌀과자’ 4.5% 순이며, 전체 쌀가공식품 수출액 연평균 증가율은 20.0%에 달했음.

- ‘곡물가공품’으로 분류되는 ‘떡류’와 ‘즉석밥’은 각각 전체 수출액에서의 비중이 35.3%, 27.5%로 클 뿐만 아니라 수출액 연평균 증가율이 각각 31.9%, 38.9%에 이를 정도로 커 전체 쌀가공식품 성장을 견인하는 모습임.
- ‘전통주’는 탁주가 대부분(점유율 10.0%)을 차지하나 연평균 증가율은 탁주, 청주, 약주가 각각 4.1%, 4.8%, 4.5%로 고르게 증가하는 모습임.
- ‘쌀가루’ 연평균 수출액 증가율은 60.2%에 달하나 수출액은 18만 달러(점유율 0.1%)로 미미한 수준임.

〈그림 2-11〉 최근 5년(2018년~2022년) 쌀가공식품 품목별 수출액 점유율 및 증가율



자료: KATI 농식품수출정보통계(<https://www.kati.net/statistics/periodPerformance.do>) 검색일: 2023.10.30.을 이용하여 저자가 작성함.

- 2022년 우리나라의 쌀가공식품 수출액은 전년 대비 10.0% 증가한 1억 8천만 달러로, 2018년 이후 연평균 20.0% 증가하였음.
- 주요 수출 품목은 즉석밥(34.8%), 떡류(34.6%), 쌀음료(9.1%), 탁주(8.5%) 등이며, 즉석밥과 누룽지 및 쌀 시리얼의 수출액 증가율이 크게 나타남.
- 즉석밥의 수출액은 전년 대비 36.7% 증가한 6,400만 달러로 연평균 39.5% 증가함.
- 누룽지 및 쌀 시리얼의 수출액은 전년 대비 7.4% 증가한 1,100만 달러로 연평균 6.3% 증가함.
- 떡류의 경우 연평균 27.1%의 증가추세를 보였으나, 2022년 수출액은 전년 대비 2.7% 감소한 6,400만 달러로 나타남.

〈표 2-12〉 쌀가공식품 품목별 수출액 동향

단위: 천 달러

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년 대비 변화율	연평균 변화율
쌀가공식품	89,053	106,296	139,091	168,183	184,955	100	10.0	20.0
곡물가공품	50,050	68,998	99,596	123,066	139,308	75.3	13.2	29.2
떡류	24,524	34,313	53,763	65,853	64,065	34.6	-2.7	27.1
즉석밥	16,969	23,970	36,745	47,039	64,315	34.8	36.7	39.5
누룽지 및 쌀 시리얼	8,558	10,715	9,088	10,174	10,927	5.9	7.4	6.3
전통주	13,987	13,681	13,779	17,486	17,422	9.4	-0.4	5.6
탁주	12,410	12,191	12,469	15,804	15,677	8.5	-0.8	6.0
청주	795	768	663	845	920	0.5	8.9	3.7
약주	782	722	648	837	825	0.4	-1.5	1.3
쌀음료	13,739	13,882	13,801	16,228	16,918	9.1	4.2	5.3
기타음료	12,478	12,373	12,121	14,467	15,623	8.4	8.0	5.8
식혜	1,261	1,509	1,680	1,761	1,295	0.7	-26.5	0.7
쌀과자	6,775	5,584	6,054	5,968	6,232	3.4	4.4	-2.1
기타곡물조제품	3,022	2,685	3,897	3,571	3,349	1.8	-6.2	2.6
쌀국수	1,382	1,353	1,637	1,710	1,503	0.8	-12.1	2.1
쌀가루	99	113	326	155	224	0.1	44.7	22.8

자료: KATI 농식품수출정보통계(<https://www.kati.net/statistics/periodPerformance.do>) 검색일: 2023.10.30.을 이
용하여 저자가 작성함.

3.2. 쌀가공식품 국가별 수출 동향

○ 2022년 우리나라의 쌀가공식품 주요 수출국은 미국(48.6%), 일본(9.1%), EU(6.2%), 중국(5.2%), 베트남(5.1%) 순으로 나타남.

- 전년 대비 쌀가공식품 수출액이 증가한 국가는 미국(27.7%), EU(15.9%), 베트남(2.6%)이며, 각각 연평균 30.9%, 16.3%, 19.2% 증가함.
- 반면, 일본과 중국의 쌀가공식품 수출액은 전년 대비 각각 13.8%와 4.5% 감소했으나, 연평균 각각 4.4%, 5.9% 증가함.

〈표 2-13〉 쌀가공식품 국가별 품목별 수출액 동향

단위: 천 달러

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년 대비 변화율	연평균 변화율
쌀가공식품	89,053	106,296	139,091	168,183	184,955	100	10.0	20.0
미국	30,608	37,030	58,374	70,366	89,855	48.6	27.7	30.9
일본	14,077	16,273	17,235	19,410	16,740	9.1	-13.8	4.4
중국	7,588	9,370	10,350	9,982	9,533	5.2	-4.5	5.9
베트남	4,631	6,226	6,550	9,108	9,348	5.1	2.6	19.2
EU	6,300	7,227	7,610	9,959	11,539	6.2	15.9	16.3
곡물가공품	50,050	68,998	99,596	123,066	139,308	75.3	13.2	29.2
미국	19,072	26,143	45,867	58,416	77,928	42.1	33.4	42.2
일본	6,496	9,275	10,777	11,482	8,300	4.5	-27.7	6.3
중국	2,291	3,794	4,652	3,685	3,122	1.7	-15.3	8.0
베트남	2,439	3,572	3,713	6,141	5,389	2.9	-12.2	21.9
EU	3,552	4,627	5,290	7,075	8,923	4.8	26.1	25.9
전통주	13,987	13,681	13,779	17,486	17,422	9.4	-0.4	5.6
미국	2,600	2,565	3,276	3,626	3,332	1.8	-8.1	6.4
일본	6,685	6,543	5,954	7,245	7,714	4.2	6.5	3.6
중국	1,710	1,728	1,584	1,873	1,485	0.8	-20.7	-3.5
베트남	663	686	613	603	599	0.3	-0.6	-2.5
EU	462	423	365	605	596	0.3	-1.4	6.6
쌀음료	13,739	13,882	13,801	16,228	16,918	9.1	4.2	5.3
미국	3,683	4,024	4,195	4,091	3,970	2.1	-2.9	1.9
일본	441	200	278	461	545	0.3	18.4	5.5
중국	1,905	2,514	2,719	3,721	3,827	2.1	2.8	19.1
베트남	1,245	1,485	1,465	1,618	2,394	1.3	47.9	17.8
EU	1,727	1,696	1,474	1,475	1,366	0.7	-7.4	-5.7
쌀과자	6,775	5,584	6,054	5,968	6,232	3.4	4.4	-2.1
미국	3,216	2,772	2,247	2,029	2,270	1.2	11.8	-8.3
일본	13	34	49	65	125	0.1	92.0	75.6
중국	1,313	666	675	280	682	0.4	143.2	-15.1
베트남	232	240	582	632	714	0.4	12.9	32.5
EU	374	312	288	497	304	0.2	-38.8	-5.1
기타곡물조제품	3,022	2,685	3,897	3,571	3,349	1.8	-6.2	2.6
미국	1,383	929	1,943	1,515	1,626	0.9	7.3	4.1
일본	367	147	144	139	42	0.0	-69.6	-41.8
중국	287	577	583	250	235	0.1	-6.2	-4.9
베트남	13	178	79	57	216	0.1	279.0	100.5
EU	47	26	20	81	147	0.1	81.0	33.4
쌀국수	1,382	1,353	1,637	1,710	1,503	0.8	-12.1	2.1
미국	604	545	660	626	605	0.3	-3.3	0.1
일본	75	73	34	18	14	0.0	-20.6	-34.0
중국	80	84	129	167	176	0.1	5.4	21.8
베트남	29	61	30	28	32	0.0	11.8	2.5
EU	134	140	165	221	195	0.1	-11.8	9.7
쌀가루	99	113	326	155	224	0.1	44.7	22.8
미국	50	52	186	63	124	0.1	96.2	25.6
일본	-	-	-	-	-	0.0	-	-
중국	3	8	9	6	6	0.0	8.6	26.0
베트남	10	4	70	28	5	0.0	-83.8	-18.3
EU	4	3	8	6	9	0.0	53.6	21.1

자료: KATI 농식품수출정보통계(<https://www.kati.net/statistics/periodPerformance.do>) 검색일: 2023.10.30.을 이
용하여 저자가 작성함.

3.3. 쌀가공식품 주요국 수출 동향

3.3.1. 미국

○ 2022년 對미국 쌀가공식품 수출액은 전년 대비 27.7% 증가한 9,000만 달러로, 연평균 30.9% 증가함.

- 주요 수출 품목은 즉석밥(57.6%), 떡류(24.3%), 누룽지 및 쌀 시리얼(4.8%) 등이며, 전년 대비 수출액 증가율이 큰 품목은 즉석밥, 떡류 등임.
- 즉석밥 수출액은 전년 대비 44.1% 증가한 5,200만 달러로 연평균 49.6% 증가함.
- 떡류 수출액은 전년 대비 18.0% 증가한 2,200만 달러로 연평균 37.9% 증가함.
- 반면, 약주와 탁주 수출액은 전년 대비 각각 18.1%와 11.8% 감소한 것으로 나타남.

〈표 2-14〉 對미국 쌀가공식품 품목별 수출액 동향

단위: 천 달러

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년 대비 변화율	연평균 변화율
쌀가공식품	30,608	37,030	58,374	70,366	89,855	100	27.7	30.9
곡물가공품	19,072	26,143	45,867	58,416	77,928	86.7	33.4	42.2
떡류	6,022	7,513	14,661	18,471	21,797	24.3	18.0	37.9
즉석밥	10,337	15,497	27,479	35,934	51,797	57.6	44.1	49.6
누룽지 및 쌀 시리얼	2,713	3,134	3,727	4,012	4,333	4.8	8.0	12.4
전통주	2,600	2,565	3,276	3,626	3,332	3.7	-8.1	6.4
탁주	2,008	2,002	2,729	2,904	2,561	2.8	-11.8	6.3
청주	133	161	205	231	369	0.4	59.9	29.2
약주	460	402	342	491	402	0.4	-18.1	-3.3
쌀음료	3,683	4,024	4,195	4,091	3,970	4.4	-2.9	1.9
기타음료	3,056	3,179	3,339	3,265	3,386	3.8	3.7	2.6
식혜	627	845	856	826	584	0.6	-29.3	-1.8
쌀과자	3,216	2,772	2,247	2,029	2,270	2.5	11.8	-8.3
기타곡물조제품	1,383	929	1,943	1,515	1,626	1.8	7.3	4.1
쌀국수	604	545	660	626	605	0.7	-3.3	0.1
쌀가루	50	52	186	63	124	0.1	96.2	25.6

자료: KATI 농식품수출정보통계(<https://www.kati.net/statistics/periodPerformance.do>) 검색일: 2023.10.30.을 이
용하여 저자가 작성함.

3.3.2. 일본

○ 2022년 對일본 쌀가공식품 수출액은 전년 대비 13.8% 감소한 1,700만 달러로 연평균 4.4% 증가함.

- 주요 수출 품목은 떡류(48.3%)와 탁주(45.7%)이며, 전년 대비 수출액 증가율이 크게 나타난 품목은 쌀과자와 쌀음료 등임.
- 쌀과자 수출액은 전년 대비 92.0% 증가한 13만 달러이며, 연평균 75.6% 증가함.
- 쌀음료 수출액은 전년 대비 18.4% 증가한 55만 달러이며, 연평균 5.5% 증가함.
- 반면, 쌀가공식품 수출액 중 가장 큰 비중을 차지하는 떡류의 수출액은 전년 대비 26.4% 감소함.

〈표 2-15〉 對일본 쌀가공식품 품목별 수출액 동향

단위: 천 달러

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년 대비 변화율	연평균 변화율
쌀가공식품	14,077	16,273	17,235	19,410	16,740	100	-13.8	4.4
곡물가공품	6,496	9,275	10,777	11,482	8,300	49.6	-27.7	6.3
떡류	6,364	9,102	10,562	10,982	8,083	48.3	-26.4	6.2
즉석밥	7	20	1	44	19	0.1	-57.9	27.7
누룽지 및 쌀 시리얼	125	154	214	456	198	1.2	-56.6	12.1
전통주	6,685	6,543	5,954	7,245	7,714	46.1	6.5	3.6
탁주	6,625	6,481	5,918	7,196	7,647	45.7	6.3	3.7
청주	4	5	-	11	17	0.1	56.4	42.3
약주	55	57	36	38	50	0.3	31.3	-2.7
쌀음료	441	200	278	461	545	3.3	18.4	5.5
기타음료	371	144	197	386	468	2.8	21.1	6.0
식혜	70	57	80	74	78	0.5	4.3	2.5
쌀과자	13	34	49	65	125	0.7	92.0	75.6
기타곡물조제품	367	147	144	139	42	0.3	-69.6	-41.8
쌀국수	75	73	34	18	14	0.1	-20.6	-34.0
쌀가루	-	-	-	-	-	-	-	-

자료: KATI 농식품수출정보통계(<https://www.kati.net/statistics/periodPerformance.do>) 검색일: 2023.10.30.을 이용하여 저자가 작성함.

3.3.3. 중국

○ 2022년 對중국 쌀가공식품 수출액은 전년 대비 4.5% 감소한 950만 달러로, 연평균 5.9% 증가함.

- 주요 수출 품목은 쌀음료(40.1%), 탁주(13.2%), 누룽지 및 쌀 시리얼(19.2%) 등이며, 쌀과자와 누룽지 및 쌀 시리얼 등의 수출액 증가율이 크게 나타남.
- 쌀과자 수출액은 전년 대비 143.2% 증가한 68만 달러임.
- 누룽지 및 쌀 시리얼 수출액은 전년 대비 32.0% 증가한 180만 달러이며, 연평균 17.3% 증가함.
- 반면, 떡류와 즉석밥 수출액이 전년 대비 각각 57.9%, 21.0% 감소하고, 특히 수출액 비중이 큰 탁주의 수출액이 전년 대비 18.2% 감소하면서 전체 쌀가공식품 수출액은 2021년 대비 감소함.

〈표 2-16〉 對중국 쌀가공식품 품목별 수출액 동향

단위: 천 달러

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년 대비 변화율	연평균 변화율
쌀가공식품	7,588	9,370	10,350	9,982	9,533	100	-4.5	5.9
곡물가공품	2,291	3,794	4,652	3,685	3,122	32.7	-15.3	8.0
떡류	736	1,811	2,240	1,425	600	6.3	-57.9	-5.0
즉석밥	587	1,244	1,103	870	687	7.2	-21.0	4.0
누룽지 및 쌀 시리얼	968	739	1,310	1,390	1,835	19.2	32.0	17.3
전통주	1,710	1,728	1,584	1,873	1,485	15.6	-20.7	-3.5
탁주	1,241	1,353	1,303	1,534	1,255	13.2	-18.2	0.3
청주	404	336	241	284	185	1.9	-34.9	-17.8
약주	64	39	40	55	45	0.5	-18.1	-8.5
쌀음료	1,905	2,514	2,719	3,721	3,827	40.1	2.8	19.1
기타음료	1,699	2,304	2,456	3,369	3,499	36.7	3.9	19.8
식혜	207	209	263	353	328	3.4	-7.0	12.2
쌀과자	1,313	666	675	280	682	7.2	143.2	-15.1
기타곡물조제품	287	577	583	250	235	2.5	-6.2	-4.9
쌀국수	80	84	129	167	176	1.8	5.4	21.8
쌀가루	3	8	9	6	6	0.1	8.6	26.0

자료: KATI 농식품수출정보통계(<https://www.kati.net/statistics/periodPerformance.do>) 검색일: 2023.10.30.을 이용하여 저자가 작성함.

3.3.4. 베트남

○ 2022년 對베트남 쌀가공식품 수출액은 전년 대비 2.6% 증가한 930만 달러로, 연평균 19.2% 증가함.

- 주요 수출 품목은 떡류(49.0%), 쌀음료(25.6%), 쌀과자(7.6%) 등이며, 수출액 증가율이 큰 품목은 쌀음료, 기타곡물조제품 등임.
- 쌀음료 수출액은 전년 대비 47.9% 증가한 240만 달러로, 연평균 17.8% 증가함.
- 기타곡물조제품 수출액은 전년 대비 279.0% 증가한 22만 달러로, 연평균 100.5% 증가함.
- 반면, 수출액 비중이 가장 큰 떡류의 수출액은 전년 대비 10.7% 감소함.

〈표 2-17〉 對베트남 쌀가공식품 품목별 수출액 동향

단위: 천 달러

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년 대비 변화율	연평균 변화율
쌀가공식품	4,631	6,226	6,550	9,108	9,348	100	2.6	19.2
곡물가공품	2,439	3,572	3,713	6,141	5,389	57.6	-12.2	21.9
떡류	1,724	2,549	2,861	5,132	4,578	49.0	-10.8	27.7
즉석밥	665	947	739	889	703	7.5	-20.9	1.4
누룽지 및 쌀 시리얼	50	76	113	121	108	1.2	-10.9	21.2
전통주	663	686	613	603	599	6.4	-0.6	-2.5
탁주	622	578	563	527	531	5.7	0.8	-3.9
청주	8	17	5	13	23	0.2	72.7	29.1
약주	32	92	45	63	46	0.5	-27.6	9.4
쌀음료	1,245	1,485	1,465	1,618	2,394	25.6	47.9	17.8
기타음료	1,227	1,463	1,445	1,580	2,378	25.4	50.5	18.0
식혜	18	22	20	38	16	0.2	-58.7	-3.1
쌀과자	232	240	582	632	714	7.6	12.9	32.5
기타곡물조제품	13	178	79	57	216	2.3	279.0	100.5
쌀국수	29	61	30	28	32	0.3	11.8	2.5
쌀가루	10	4	70	28	5	0.0	-83.8	-18.3

자료: KATI 농식품수출정보통계(<https://www.kati.net/statistics/periodPerformance.do>) 검색일: 2023.10.30.을 이용하여 저자가 작성함.

3.3.5. EU

○ 2022년 對EU 쌀가공식품 수출액은 전년 대비 15.9% 증가한 1,200만 달러로, 연평균 16.3% 증가함.

- 주요 수출 품목은 떡류(59.7%), 쌀음료(11.8%), 즉석밥(11.2%) 등이며, 떡류, 즉석밥, 누룽지 및 쌀 시리얼 등 곡물가공품의 수출액 증가율이 크게 나타남.
- 누룽지 및 쌀 시리얼 수출액은 전년 대비 78.4% 증가한 74만 달러로, 연평균 0.6% 증가함.
- 즉석밥 수출액은 전년 대비 23.2% 증가한 130만 달러로, 연평균 17.3% 증가함.
- 떡류 수출액은 전년 대비 22.8% 증가한 690만 달러로, 연평균 33.9% 증가함.
- 반면, 쌀과자, 쌀음료 수출액은 전년 대비 각각 38.8%, 7.4% 감소함.

〈표 2-18〉 對EU 쌀가공식품 품목별 수출액 동향

단위: 천 달러

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년 대비 변화율	연평균 변화율
쌀가공식품	6,300	7,227	7,610	9,959	11,539	100	15.9	16.3
곡물가공품	3,552	4,627	5,290	7,075	8,923	77.3	26.1	25.9
떡류	2,147	3,178	3,905	5,612	6,893	59.7	22.8	33.9
즉석밥	684	909	853	1,049	1,293	11.2	23.2	17.3
누룽지 및 쌀 시리얼	721	541	532	413	738	6.4	78.4	0.6
전통주	462	423	365	605	596	5.2	-1.4	6.6
탁주	266	236	269	464	445	3.9	-4.0	13.8
청주	118	135	45	62	86	0.7	38.1	-7.7
약주	78	52	51	79	65	0.6	-17.4	-4.5
쌀음료	1,727	1,696	1,474	1,475	1,366	11.8	-7.4	-5.7
기타음료	1,661	1,609	1,418	1,410	1,331	11.5	-5.6	-5.4
식혜	67	87	56	66	35	0.3	-46.4	-14.8
쌀과자	374	312	288	497	304	2.6	-38.8	-5.1
기타곡물조제품	47	26	20	81	147	1.3	81.0	33.4
쌀국수	134	140	165	221	195	1.7	-11.8	9.7
쌀가루	4	3	8	6	9	0.1	53.6	21.1

자료: KATI 농식품수출정보통계(<https://www.kati.net/statistics/periodPerformance.do>) 검색일: 2023.10.30.을 이용하여 저자가 작성함.

4. 쌀가공식품산업 전망

4.1. 가공용 쌀 소비량 전망

4.1.1. 전망 방법

○ 가공용쌀 소비량 전망은 전체 소비량과 민간양곡 소비량을 각각 전망하고 전체 소비량과 민간양곡 소비량 전망치 차이를 정부양곡 공급량으로 설정하는 방법으로 수행함.

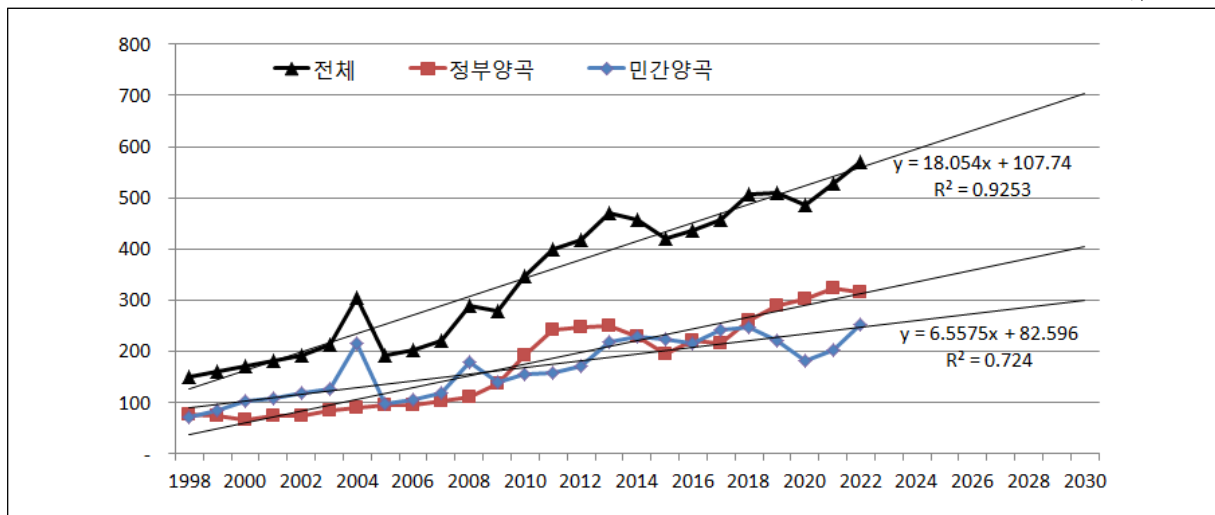
- 가공용쌀 소비량 전망은 주정용쌀 소비량을 제외한 상태에서 전망치를 생성하고 이후 최근 추세를 반영한 주정용 소비량 전망치를 합치는 방법으로 전체 가공용쌀 소비량을 전망치를 생성함.
- 전체 및 민간양곡 소비량 전망치는 추세를 연장하는 방법과 가공용 쌀 소비량에 영향을 준다고 알려진 변수를 사용한 회귀분석을 적용하는 두 가지 방법으로 추정하였음.

○ 추세를 연장하는 방식의 전체 및 민간양곡 가공용쌀 소비량 전망치는 선형 추세 연장방식을 적용하여 계산함.

- 선형과 지수형 추세 연장 방법을 적용한 결과, 선형 연장방식 결과의 결정계수(R^2)가 지수형 방식에 비해 높게 나타남.

〈그림 2-12〉 가공용쌀 소비량 전망: 추세 연장

단위: 천 톤



주: 전체 및 정부양곡 가공용쌀 소비량 전망치는 주정용을 제외한 수치를 바탕으로 생성함.

자료: 저자 작성.

○ 가공용쌀 소비량 회귀분석 결과, $\log(\text{쌀/밀가루 상대 가격})$, $\ln(\text{1인 가구 비중})$ 을 포함하는 모형이 추정치의 유의도 및 영향의 방향(부호) 측면에서 적절한 것으로 판단함.

- $\log(\text{쌀/밀가루 상대 가격})$, $\ln(\text{1인 가구 비중})$, $\ln(\text{실질 GDP})$, 추세 등을 설명변수로 한 회귀분석을 수행하였으며 추정치의 부호와 유의도 및 이를 통한 전망치의 적정성 등을 고려하여 최종 모형을 선정함.

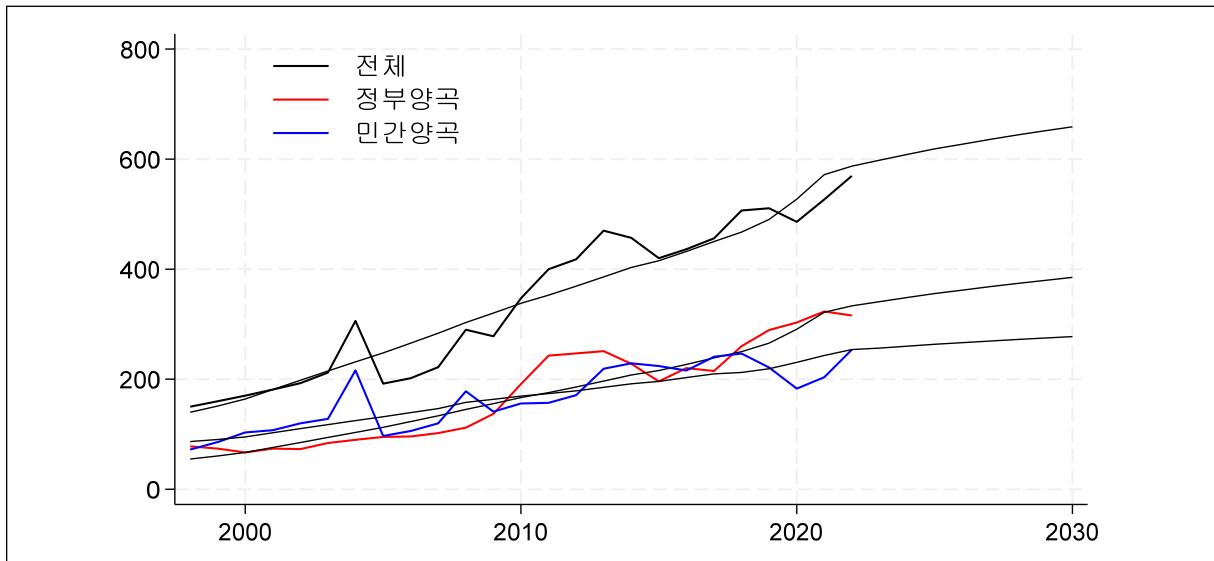
〈표 2-19〉 가공용쌀 소비량 결정요인 회귀분석

	종속변수: $\log(\text{소비량})$			
	전체 소비량		민간 소비량	
$\ln(\text{쌀/밀가루 상대 가격})$	-0.237 (0.159)	-0.251 (0.152)	-0.176 (0.244)	-0.476* (0.249)
$\ln(\text{1인 가구 비중})$	1.629*** (0.183)	-0.145 (1.385)	1.164*** (0.280)	-4.890** (2.262)
$\ln(\text{실질 GDP})$		3.247*** (1.135)		3.998** (1.1853)
추세		-0.031 (0.027)		0.088* (0.044)
상수항	9.572*** (0.561)	-18.533* (10.672)	7.678*** (0.858)	-32.961* (17.426)
관측치 수	25	25	25	25
adj R2	0.911	0.937	0.687	0.747

주: 괄호 안은 표준오차를 나타내며 *, **, ***는 각각 유의수준 10%, 5%, 1% 수준에서 통계학적으로 유의미함을 나타냄.

〈그림 2-13〉 가공용쌀 소비량 전망: 회귀분석

단위: 천 톤

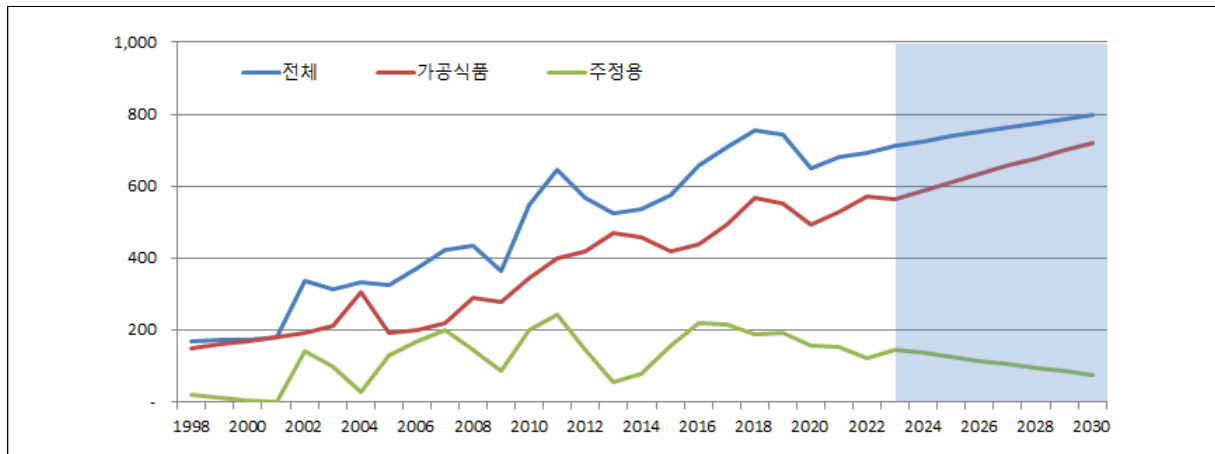


주: 전체 및 정부양곡 가공용쌀 소비량 전망치는 주정용을 제외한 수치를 바탕으로 생성함.
자료: 저자 작성.

4.1.2. 전망 결과

- 최종 전망치는 추세 연장과 회귀분석 방식으로 도출된 전망치를 평균하는 방식으로 최종 전망치를 생성함.
- 전체 가공용 쌀 소비량은 향후 5년간(2024~2028년간) 연평균 1.7%씩 증가하여 3차 기본 계획이 완료되는 2028년에는 77만 4천 톤에 이를 것으로 전망됨.
 - 동기간 주정용을 제외한 가공용쌀 소비량은 연평균 3.7%씩 증가하여 2028년에는 67만 8천 톤에 이를 것으로 전망되었으며 주정용 소비량은 최근 추세가 지속되면서 감소하는 것으로 전망됨.

〈그림 2-14〉 가공용쌀 전망 결과



자료: 저자 작성.

〈표 2-20〉 가공용쌀 전망 결과

단위: 천 톤

양곡연도	합계	가공식품용	
		가공식품용	주정용
2020	650	492	158
2021	680	527	153
2022	691	570	122
2023	713	565	148
2024	726	588	137
2025	739	612	127
2026	751	634	117
2027	762	656	106
2028	774	678	96
2029	785	699	86
2030	796	721	76

주: 회색으로 표시된 부분은 도출된 전망치임.

자료: 저자 작성.

4.2. 쌀가공식품 매출액 전망

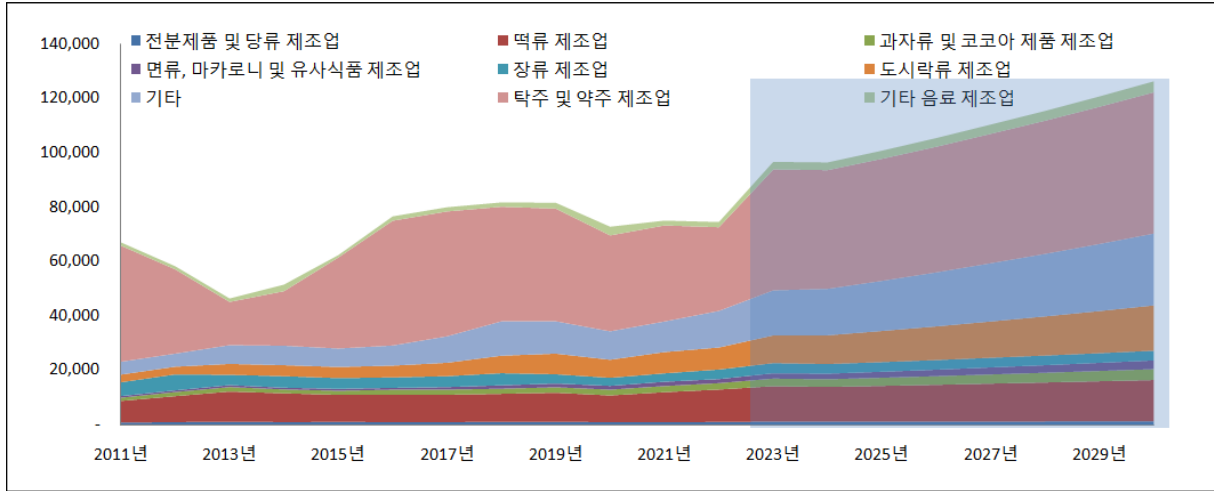
- 쌀가공식품 시장 매출액 전망은 앞 절에서 수행한 가공용 쌀 소비량을 이용하는 방법과 함께 쌀가공식품업체 및 소비자 설문조사를 통한 방법을 병행하였음.
 - 설문조사에 의한 방법은 개별 업체의 매출액 전망 및 개별 가구의 구매액 전망을 직접 설문 조사한 결과를 집계하는 방법으로 수행하여 각각 공급과 수요측 시각에서의 전망치로 해석할 수 있음.

4.2.1. 추세 반영 전망

- 쌀가공식품 매출액 전망은 앞 절에서 전망한 가공용 쌀 전망치에 품목별 단가를 적용하는 방식으로 수행하였음. 이는 현재까지의 쌀가공식품 소비소비량 추세 및 특성을 반영한 전망이라 할 수 있음.
 - 통계청의 2021년 ‘사업체부문’ 품목별 쌀소비량과 품목별 매출액 농림축산식품부의 ‘쌀가공식품제조업 현황조사 보고서’의 품목별 매출액으로 품목별 쌀 가공품 수율(=매출액/쌀소비량)을 도출
 - 품목별 쌀 소비량 전망은 각 품목의 특성을 반영하여 전망함. 즉, 각 품목 간에 대체·보완 관계가 뚜렷하지 않을 것으로 보고 연립방정식 체계보다 개별 상품의 쌀 소비량을 각각 전망함.
 - 최종적인 쌀 가공품 품목(업종)별 매출액은 품목별 쌀 소비량에 수율을 곱하는 방식으로 계산하였으며 물가상승률(가공식품 최근 5년 연평균 상승률 2.9% 적용)을 반영함.
- 전체 쌀 가공산업 매출액 규모는 소비량은 향후 5년간(2024~2028년간) 연평균 3.6%씩 증가하여 3차 기본계획이 완료되는 2028년에는 11조 4천억 원에 이를 것으로 전망됨.
 - 이는 쌀 가공산업 과거 5년(2018~2023년) 연평균 성장률 추정치인 3.4%에 비해 소폭 증가한 수준임.

〈그림 2-15〉 쌀가공식품 매출액 추정 및 전망

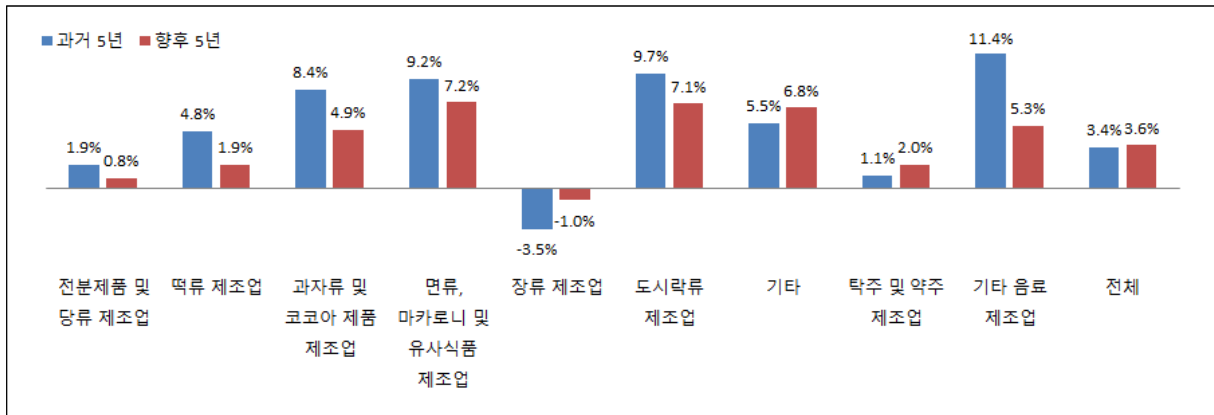
단위: 억 원



자료: 저자 작성.

○ 향후 5년간 매출액 증가가 가장 빠를 것으로 전망된 업종은 ‘면류, 마카로니 및 유사식품 제조업’으로 연평균 7.2%씩 성장할 것으로 전망되었으며 이후 ‘도시락류 제조업’(7.1%), ‘기타 음료제조업’(5.3%), ‘과자류 및 코코아 제품 제조업’(4.9%) 순으로 전망됨.

〈그림 2-16〉 쌀가공식품 매출액 연평균 증감률 추정 및 전망



자료: 과거 5년과 향후 5년은 각각 2018~2023년, 2024~2028년을 나타내 함.

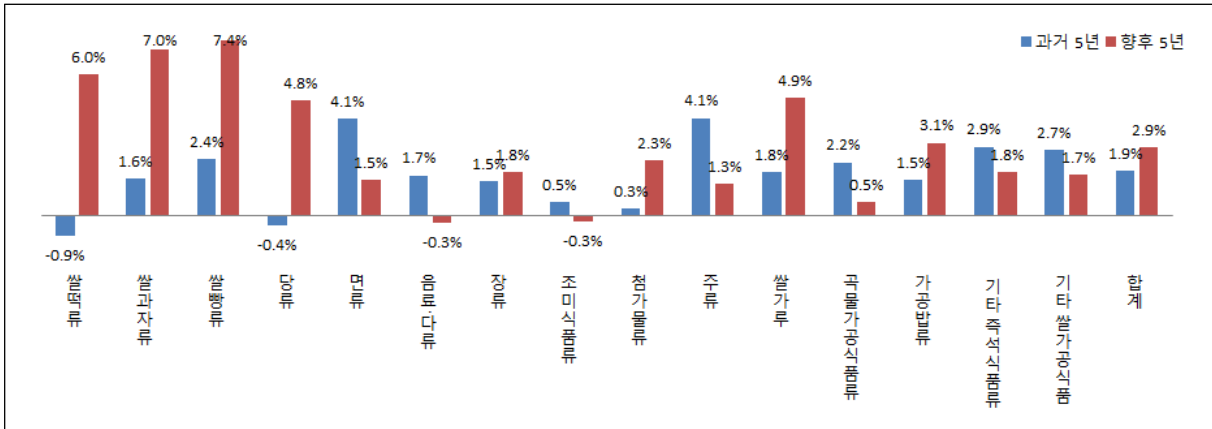
자료: 저자 작성.

4.2.2. 가구와 업체 전망

○ 가구의 식품 주구입자는 쌀가공식품(쌀이나 쌀가루를 원료로 하여 가공한 식품으로 쌀이나 쌀가루가 전부 혹은 일부 들어간 모든 식품으로 정의함) 월평균 구매액은 2023년 23만 9천 원에서 연평균 2.9%씩 증가하여 5년 후에는 27만 5천 원에 달할 것으로 전망함.

- 품목별로는 ‘쌀빵류’ 구매액의 연평균 증가율이 7.4%로 가장 크게 집계되었으며 이후 ‘쌀과자류’(7.0%), 쌀떡류(6.0%), 쌀가루(4.9%), 당류(4.8%) 순으로 연평균 증가율이 크게 조사됨.

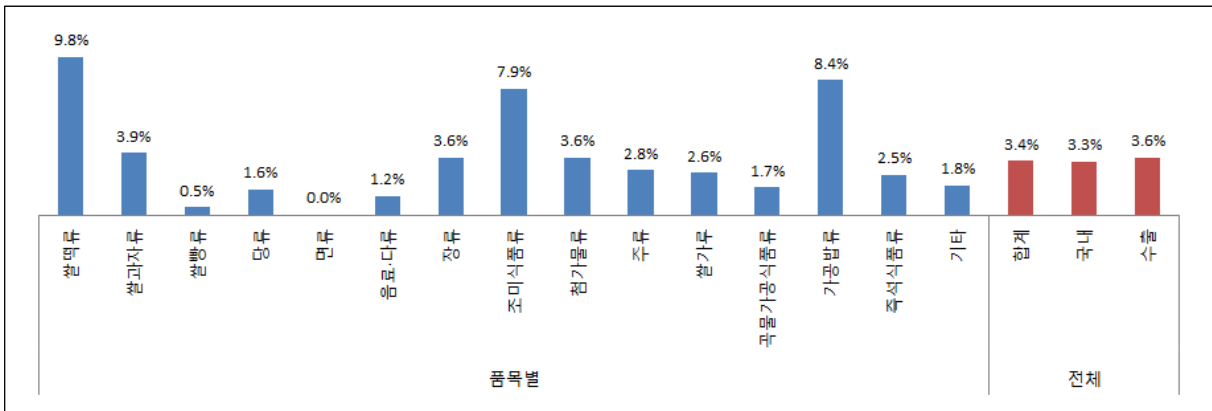
〈그림 2-17〉 가구의 향후 5년 쌀가공식품 구매액 전망(연평균 증감률)



주: 가구의 농식품 주구입자 1,000명의 조사 결과를 이용하여 저자 작성함.

- 쌀가공식품업체는 향후 5년간 쌀가공식품 연평균 매출액이 3.4%씩 증가할 것으로 전망함.
 - ‘쌀떡류’의 매출액 연평균 증가율이 9.8%로 가장 크게 성장할 것으로 집계되었으며 이후 가공밥류 8.4%, 조미식품류 7.9% 순으로 나타남.
 - 쌀가공식품의 국내 판매와 해외 수출로 인한 매출액의 향후 5년간 연평균 증가율은 각각 3.3%, 3.6%로 수출 증가율이 국내 판매 증가율에 비해 소폭 클 것으로 전망함.

〈그림 2-18〉 쌀가공식품업체의 향후 5년(2024~2028년) 쌀 가공품 매출액 전망(연평균 증감률)



주: 쌀 가공식품업체는 300개의 조사 결과를 이용하여 저자 작성함.

5. 시사점

5.1. 쌀가공식품 산업 트렌드

- 국내 쌀 생산량은 소비량은 감소로 인해 1990년대부터 지속적으로 감소하고 있음. 다만, 동기간 가공용 쌀 소비량은 증가하였음.
 - 생산량 감소가 소비량 감소를 따라잡지 못하면서, 국내 쌀 재고량 누증 등의 문제점 발생. 이러한 상황에서 쌀 가공산업의 성장은 다양한 쌀 관련 제품 생산을 통한 수요 창출이라 측면에서 수급안정에 기여할 수 있으며, 쌀 재고량 소진에도 기여하고 있음.
- 2022년 가공용 쌀 소비량은 2011년 대비 39.9% 증가하였음. 이러한 증가는 도시락 및 식사용 조리식품, 면류 제조업, 과자류 제조업의 성장에 기인함.
- 쌀가공식품 제조업체의 매출액도 증가추세를 보이고 있으며, 매출액의 증가가 두드러지는 업종은 쌀떡류, 과자류, 주류, 즉석식품(가공밥) 등임.
 - 2021년 기준 매출액이 비중이 큰 업종은 쌀떡류, 주류, 즉석식품으로 세 가지 업종의 매출액이 총매출액에서 차지하는 비중은 77.5%에 달함.
- 사업체의 가공용 쌀 구입량 비중 즉, 원료 곡물의 사용량 비중은 쌀떡류가 41.1%(2021년 기준)로 가장 높은 수준이며, 주류, 쌀가루, 가공밥의 사용량 비중이 높은 수준임.
 - 쌀 원료 사용량이 큰 쌀떡류, 주류, 즉석식품의 쌀 구입량은 일정 정도의 증감이 발생하고 있으나 전반적으로 증가추세를 보이고 있으며, 쌀가루 업종의 쌀 구입량은 꾸준한 증가세를 보이고 있음.

5.2. 수출시장

- 우리나라 쌀가공식품 수출은 떡류, 즉석밥을 중심으로 증가하고 있으며, 전통주와 쌀음료의 수출량도 증가 추세를 보임.
 - 2022년 기준 우리나라의 쌀가공식품 수출액은 전년 대비 10.0% 증가한 1억 8천만 달러로 2018년부터 연평균 20.0% 증가하였음.

- 수출액에서 떡류와 즉석밥이 차지하는 비중은 약 70%에 달하며, 연평균 수출액 증가율은 떡류 27.1%, 즉석밥 39.5% 임. 전통주는 연평균 6.0%, 쌀음료는 5.3% 증가하였음.
- 우리나라의 쌀가공식품 주요 수출국은 미국, 일본, 중국, 베트남 등으로 각 국가로의 수출액은 증가추세를 보임.
- 미국으로의 쌀가공식품 수출은 즉석밥, 떡류, 기타 음료를 중심으로 증가하고 있음.
 - 가공밥은 글루텐프리, 저지방 식품임과 함께 저렴한 한끼 식사용으로 선호가 상승함.
 - 떡류는 소셜 미디어 플랫폼을 통한 떡볶이 레시피 공유 등 떡볶이 인지도 상승
 - 쌀음료는 지속가능성에 대한 관심과 천연 재료 사용으로 인한 건강한 제품이라는 인식으로 소비가 증가함.
 - 미국은 글루텐프리, Non-GM, 유기농 등 인증 제품에 대한 선호가 높으므로 이를 활용한 수출전략이 요구됨.
- 일본으로의 쌀가공식품 수출은 떡류와 탁주를 중심으로 증가하고 있음.
 - 떡류는 쫄깃한 식감과 매콤한 맛에 대한 선호로 떡국과 떡볶이 수요 증가
 - 일본 내 젊은 소비층의 저알콜 주류 소비 증가와 하이볼에 대한 선호 증가로 막걸리 수요 증가 추세가 다소 완화됨. 다만, 최근 탄산 막걸리 등 젊은 세대를 겨냥한 신제품을 중심으로 수출 확대 가능성은 존재함.
 - 건강에 대한 관심사가 높아지고 있으므로 식품첨가물, 설탕, 소금 등의 함량을 낮춘 제품과 동물성 식품을 배제한 디저트 제품에 대한 수출전략이 요구됨.
- 중국으로의 쌀가공식품 수출은 쌀음료를 중심으로 누룽지 및 쌀 시리얼 제품이 증가하고 있음.
 - 쌀음료는 간편한 아침식사 대용으로서의 소비 증가와 저당·저염의 자연스러운 단맛에 대한 선호가 높음.
 - 누룽지 및 쌀 시리얼은 간편한 식사대용으로 소비되고 있음.
 - 탁주는 수출액이 큰 품목 중 하나이나, 최근 증가세가 주춤한 상황임. 최근 젊은 층의 저알콜 주류를 선호하는 추세와 건강에 대한 관심 증가에 근거하여 알콜이면서 유산균을 포함한 막걸리에 대한 홍보도 필요함.

○ 베트남으로의 쌀가공식품 수출은 떡류와 쌀음료 중심으로 이뤄지고 있음.

- 최근 떡류는 한류 열풍으로 젊은 세대에서 떡볶이 수요가 증가함.
- 쌀음료는 최근 저당 음료의 소비가 증가하면서, 설탕 함유량이 높은 청량음료를 대체하고 있음. 또한, 건강하고 체중감량에 좋은 식사대용품으로 소비도 발생하고 있음.
- 밀가루를 대체하는 바나나, 코코넛, 귀리 분말 등에 대한 인식이 좋아지면서, 쌀가루 제품에 대한 선호도 높아짐. 이에 따라 쌀과자 수출액이 증가추세를 보임.

5.3. 시장 규모 전망

○ 가구와 쌀가공식품 제조업체 설문조사를 통한 쌀가공식품 시장규모 전망 결과는 쌀 소비량 추이를 기반으로 한 전망 결과뿐만 아니라 가구(소비측)와 업체(공급측) 간에도 일정 정도 차이를 보인다는 것으로 요약됨.

- 가구는 ‘쌀빵류’, ‘쌀과자류’, 쌀떡류의 구매액 증가율이 클 것으로 나타났으나, 업체는 ‘쌀 떡류’, ‘가공밥류’, ‘조미식품류’의 매출액 증가율이 높을 것으로 조사됨.
- 이제까지의 쌀 소비량 추세를 살펴보면, ‘가공밥류(도시락류)’, 면류, 과자류의 향후 매출액 증가율이 클 것으로 예상됨.
- 소비자의 구매액 증가 예상 품목과 업체의 매출액 증가 품목이 다르게 나타남. 이는 소비자가 원하는 쌀가공 제품과 업체가 생산을 증가시키고자 하는 제품의 차이로 볼 수 있음. 따라서 업체는 소비자의 수요를 면밀히 파악하여 기존의 제품 생산과 함께 소비자가 요구하는 제품을 파악하여 수요를 충족시킨다면, 쌀가공식품 산업의 규모가 전망보다 더 크게 증가할 것으로 판단됨.

○ 다만, 쌀소비량 추이 및 수요·공급측 전망 모두 쌀가공식품 시장 규모가 3% 전후의 성장률을 지속할 것이라는 점에는 일관성이 있으며 특히, ‘가공밥류(도시락류)’의 성장세가 지속될 것이라는 결과도 관련 업계와 정부 측 모두 동의하는 결과임.

- 업체 조사 결과 국내 매출액 증가에 비해 수출을 통한 매출액 증가가 클 것으로 전망됨.
- 대부분 업체는 수출을 통한 매출액 증가를 기대하고 있으므로 신규 해외시장 발굴 및 판촉·마케팅을 적극적으로 지원하는 정책이 요구됨.

3

쌀가공식품 소비 실태

1. 쌀가공식품 소비 실태

1.1. 조사 개요

- 본 설문조사는 가구의 농식품 주구입자를 대상으로 이루어졌으며, 식품 구매 및 식생활 행태, 쌀가공식품 구매 행태, 식품소비 관련 교육 및 홍보, 쌀 산업 중요도 인식 등을 조사함.
- 설문조사는 한국농촌경제연구원이 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 설문조사 전문 업체인 (주)엠브레인퍼블릭에 의뢰하여 전화 조사로 진행되었으며, 총 1,009명의 농식품 주구입자가 응답함.
- 아래 표는 소비자 설문조사의 응답자 특성을 정리한 것임.

〈표 3-1〉 소비자설문 응답자 특성

구분		응답자 수(명)	비율(%)
전체		1009	100.0
성별	남성	515	51.1
	여성	494	48.9
연령대	20~29세	188	18.6
	30~39세	197	19.5
	40~49세	239	23.7
	50~59세	258	25.6
	60~64세	128	12.7
맛별이여부	맛별이 함	380	62.8
	맛별이 하지 않음	225	37.2

○ 쌀가공식품에 대해 떠오르는 긍정적 이미지로는 “건강함”(321명), “맛있음”(97명), “간편함 및 편리함”(88명), “소화가 잘 됨”(34명) 순으로 나타남.

- 반면, 쌀가공식품에 대한 부정적인 이미지로는 “비싸다”(139명), “탄수화물”(131명), “살이 찐다”(117명) 등이 조사됨.

〈그림 3-2〉 ‘쌀가공제품’ 하면 연상되는 이미지



자료: 한국농촌경제연구원 이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

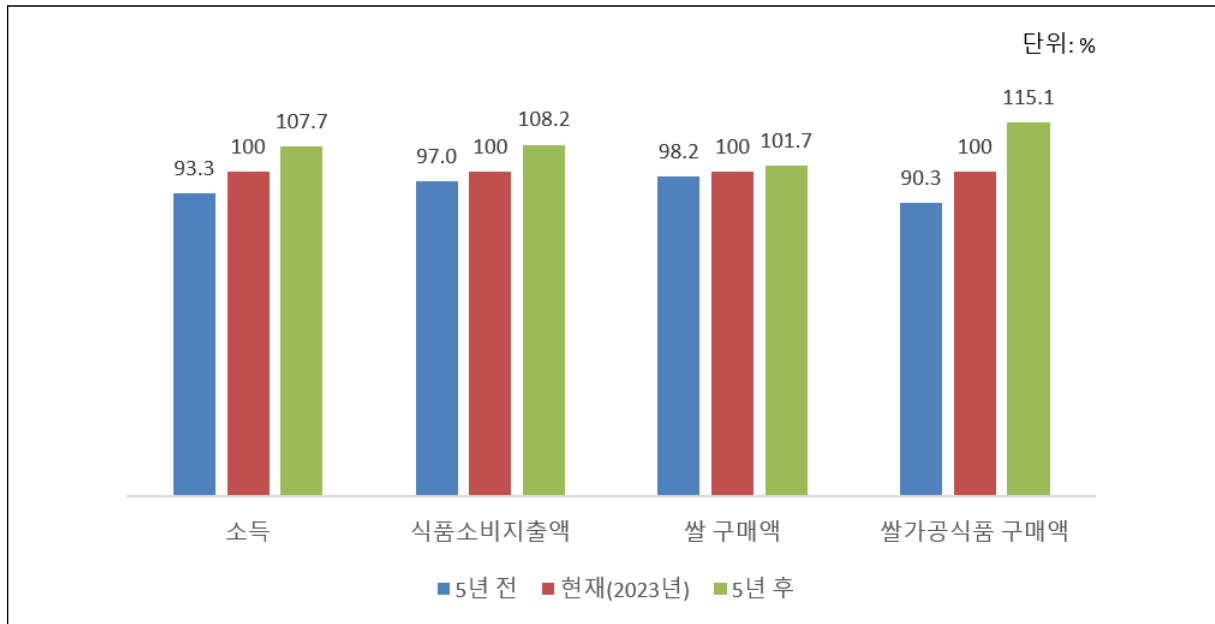
1.3. 쌀가공식품 구매

1.3.1. 쌀가공식품 구매액

○ 2023년 소득을 기준으로 소득, 식품소비지출액, 쌀 및 쌀가공식품 구매액을 설문한 결과, 소득과 모든 식품소비 지출액이 증가 추세를 보임.

- 5년 전부터 현재까지 소득이 증가한 것에 비해 전체 식품 소비지출액과 쌀 구매액 증가는 상대적으로 적게 증가했으나, 쌀가공식품 구매액 증가는 소득보다 더 크게 증가함.
- 5년 후 식품 소비지출액 변화는 소득 변화와 유사할 것으로 보이며, 쌀 구매액 변화는 크지 않으나, 쌀가공식품 구매액은 상대적으로 크게 증가할 것으로 응답됨.

〈그림 3-3〉 소득 및 월평균 식품소비지출액 변화



자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

○ 2023년 가구당 월평균 쌀가공식품 구매액은 5년 전 대비 9.7% 증가했으며, 5년 후 15.1% 증가할 것으로 응답됨.

- 2023년 기준 쌀가공식품 구매액 비중이 큰 품목은 주류(11.0%), 면류(10.8%), 가공밥류(9.4%), 쌀떡류(9.3%) 순임.
- 5년 후 구매액 변화가 클 것으로 전망되는 품목은 쌀빵류(43.0%), 쌀과자류(40.4%), 쌀떡류(33.6%), 쌀가루(27.3%) 등임.

〈표 3-2〉 쌀가공식품 상대구매지수 변화

구분	5년 전		현재(2023년)		5년 후		5년 전~현재 변화 (B-A, %p)	현재~5년 후 변화 (C-B, %p)
	상대 구매지수 (A)	품목별 비중	기준 연도 (B)	품목별 비중	상대 구매지수 (C)	품목별 비중		
합계	90.3	100	100	100	115.1	100	9.7	15.1
쌀떡류	104.4	10.7		9.3	133.6	10.8	-4.4	33.6
쌀과자류	92.0	5.4		5.3	140.4	6.5	8.0	40.4
쌀빵류	87.7	5.7		5.9	143.0	7.3	12.3	43.0
당류	102.2	5.2		4.7	126.6	5.1	-2.2	26.6
면류	77.9	9.7		10.8	107.8	10.1	22.1	7.8
음료·다류	91.3	7.6		7.6	98.4	6.5	8.7	-1.6
장류	92.5	6.7		6.6	109.5	6.3	7.5	9.5

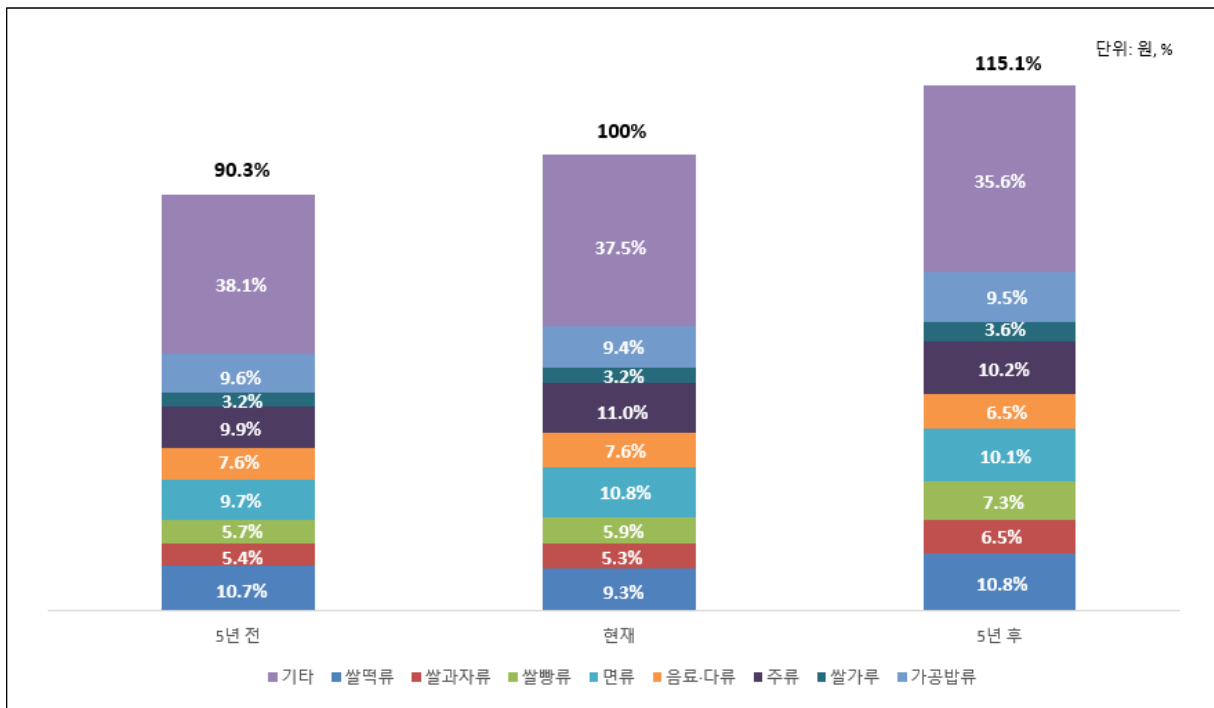
구분	5년 전		현재(2023년)		5년 후		5년 전~현재 변화 (B-A, %p)	현재~5년 후 변화 (C-B, %p)
	상대 구매지수 (A)	품목별 비중	기준 연도 (B)	품목별 비중	상대 구매지수 (C)	품목별 비중		
조미식품류	97.2	5.3	100	5.0	98.7	4.3	2.8	-1.3
첨가물류	98.6	3.4		3.2	112.2	3.1	1.4	12.2
주류	77.7	9.9		11.0	106.8	10.2	22.3	6.8
쌀가루	90.5	3.2		3.2	127.3	3.6	9.5	27.3
곡물가공식품류	88.4	6.4		6.5	102.8	5.8	11.6	2.8
가공밥류	92.3	9.6		9.4	116.3	9.5	7.7	16.3
기타 즉석식품류	84.7	7.1		7.5	109.5	7.1	15.3	9.5
기타 쌀가공식품	85.5	3.9		4.1	108.7	3.8	14.5	8.7

주 1) 쌀가공식품 상대구매지수는 2023년 쌀가공식품 구매액이 100일 때, 5년 전 지불한 금액과 5년 후 지불할 의향이 있는 금액을 상대적으로 나타내는 지수임.

2) 쌀가공식품 상대구매지수는 2023년을 기준으로 집계함.

자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

〈그림 3-4〉 쌀가공식품 구매액 변화(5년 전, 현재(2023), 5년 후)



주: 2023년 현재 구매액을 기준(100)으로 한 상대적 크기를 나타냄.

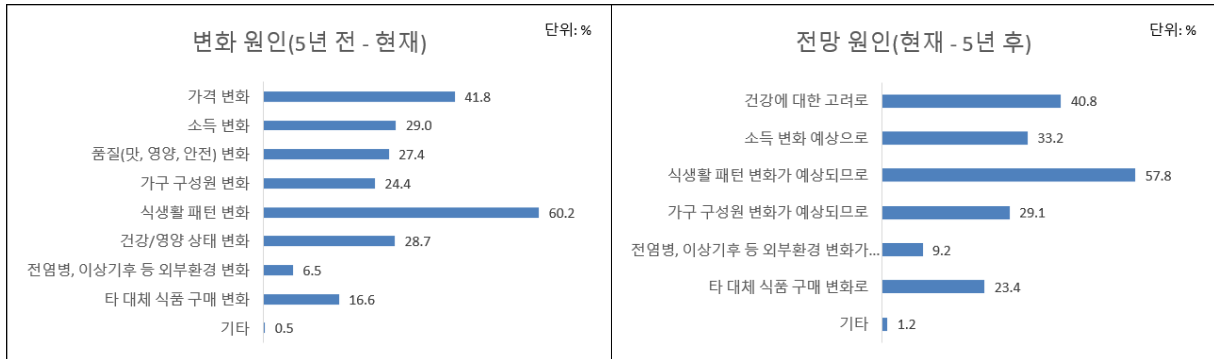
자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

○ 과거 대비 쌀가공식품 구매액이 증가한 원인으로서는 식생활 패턴 변화(60.2%), 가격 변화(41.8%), 소득 변화(29.0%), 건강/영양 상태 변화(28.7%), 품질 변화(27.4%) 등이 응답됨.

○ 향후 쌀가공식품 구매액이 증가할 것으로 예상되는 이유로는 식생활 패턴 변화 예상(57.8%),

건강에 대한 고려(40.8%), 소득 변화 예상(33.2%), 가구 구성원 변화 예상(29.1%) 등으로 조사됨.

〈그림 3-5〉 쌀가공식품 구매액 변화 및 전망 원인(중복 응답)



자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

1) 쌀떡류

○ 2023년 기준 쌀떡류 구매액 비중은 9.3%로 4.4% 감소했으나, 향후 33.6% 증가할 것으로 예상됨.

- 20~29세 응답자의 쌀떡류 구매액이 5년 전에 비해 21.7% 감소했으며, 젊은 연령층(20~29세, 30~39세, 40~49세)에서 쌀떡류 구매액이 각각 53.4%, 55.6%, 33.8% 증가할 것으로 나타남.
- 맛별이를 하는 경우 5년 후 쌀떡류 구매액 증가율은 35.0%로 맛별이를 하지 않는 경우보다 크게 증가할 것으로 예상됨.
- 3세대 가족(부모+부부+자녀)의 쌀떡류 구매액이 가장 높았으며, 1세대 가족과 1인 가구의 쌀떡류 구매액 증가율이 각각 55.3%와 34.2%로 크게 증가할 것으로 조사됨.

〈표 3-3〉 쌀떡류 월평균 가구 상대구매지수 변화

단위: %

구분		쌀떡류 월평균 가구 상대구매지수			5년 전~현재 변화 (B-A, %p)	현재~5년 후 변화 (C-B, %p)
		5년 전 (A)	기준 연도 (B)	5년 후 (C)		
전체		104.4	100	133.6	-4.4	33.6
성별	남성	105.7		140.7	-5.7	40.7
	여성	103.3		127.7	-3.3	27.7
연령대	20~29세	121.7		153.4	-21.7	53.4
	30~39세	101.0		155.6	-1.0	55.6
	40~49세	98.3		133.8	1.7	33.8
	50~59세	99.6		115.1	0.4	15.1
	60~64세	103.9		120.7	-3.9	20.7
맞벌이여부	맞벌이 함	102.3		123.6	-2.3	23.6
	맞벌이 하지 않음	92.3		135.0	7.7	35.0
가족 구성 형태	1세대가족	113.0		155.3	-13.0	55.3
	2세대가족	103.0		128.1	-3.0	28.1
	3세대가족	99.5		125.3	0.5	25.3
	4세대가족	115.5		124.1	-15.5	24.1
	1인가구	100.5		134.2	-0.5	34.2
	기타	124.3		250.7	-24.3	150.7
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	105.7		135.4	-5.7	35.4
	200~400만 원 미만	104.1		149.6	-4.1	49.6
	400~600만 원 미만	98.3		129.8	1.7	29.8
	600~800만 원 미만	104.1		122.5	-4.1	22.5
	800만 원 이상	113.3	133.7	-13.3	33.7	
자녀(미취학 및 초/중/고등학생) 유무	자녀 있음	97.0	136.0	3.0	36.0	
	자녀 없음	109.7	131.6	-9.7	31.6	

주: 쌀가공식품 상대구매지수는 2023년을 기준(100)으로 집계함.

자료: 한국농촌경제연구원 이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

2) 쌀과자류

○ 2023년 기준 쌀과자류 구매액 비중은 5.3%로 8.0% 증가했고, 향후 40.4% 증가할 것으로 예상됨.

- 여성 응답자의 5년 후 쌀과자류 구매액 증가율은 47.5%로 남성 응답자보다 크게 나타남.
- 과거에 비해 30~39세와 40~49세 응답자의 쌀과자류 구매액은 각각 19.2%, 21.6% 증가한 반면, 60세 이상 응답자의 쌀과자류 구매액은 9.4% 감소함.
- 맞벌이를 하는 경우 쌀과자류 구매액이 과거에 비해 24.5% 증가했으며, 맞벌이 여부와 관계없이 5년 후 쌀과자류 구매액이 증가할 것으로 나타남.

- 4세대 가족(조부모+부모+부부+자녀)의 쌀과자류 구매액 증가율이 86.2%로 가장 컸으며, 5년 후 구매액 증가율은 1세대 가족이 80.8%로 가장 큼.
- 자녀가 있는 경우 쌀과자류 구매액이 과거에 비해 22.0% 증가했으며, 자녀가 없는 경우 향후 쌀과자류 구매액이 더 크게 증가할 것으로 나타남.

〈표 3-4〉 쌀과자류 월평균 가구 상대구매지수 변화

단위: %

구분		쌀과자류 월평균 가구 구매액			5년 전~현재 변화 (B-A, %p)	현재~5년 후 변화 (C-B, %p)
		5년 전 (A)	기준 연도 (B)	5년 후 (C)		
전체		92.0	100	140.4	8.0	40.4
성별	남성	92.7		133.3	7.3	33.3
	여성	91.2		147.5	8.8	47.5
연령대	20~29세	98.2		133.5	1.8	33.5
	30~39세	80.8		142.8	19.2	42.8
	40~49세	78.4		130.8	21.6	30.8
	50~59세	100.6		155.6	-0.6	55.6
	60~64세	109.4		135.0	-9.4	35.0
맞벌이여부	맞벌이 함	75.5		139.5	24.5	39.5
	맞벌이 하지 않음	100.5		133.8	-0.5	33.8
가족 구성 형태	1세대가족	101.5		180.8	-1.5	80.8
	2세대가족	91.8		133.5	8.2	33.5
	3세대가족	79.6		129.3	20.4	29.3
	4세대가족	13.8		131.3	86.2	31.3
	1인가구	100.4		133.9	-0.4	33.9
	기타	123.2		249.8	-23.2	149.8
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	116.2		163.5	-16.2	63.5
	200~400만 원 미만	99.3		161.4	0.7	61.4
	400~600만 원 미만	75.6		136.5	24.4	36.5
	600~800만 원 미만	94.6		119.3	5.4	19.3
	800만 원 이상	90.0		139.5	10.0	39.5
자녀(미취학 및 초/중/고등학생) 유무	자녀 있음	78.0		128.3	22.0	28.3
	자녀 없음	103.8		153.4	-3.8	53.4

주: 쌀과자류 상대구매지수는 2023년을 기준(100)으로 집계함.

자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

3) 쌀빵류

○ 2023년 기준 쌀빵류 구매액 비중은 5.9%로 12.3% 증가했고, 향후 43.0% 증가할 것으로 예상됨.

- 30~39세를 제외한 모든 연령층에서 쌀빵류 구매액은 증가했으며, 30~39세 응답자의 경우 쌀빵류 구매액이 5년 전에 비해 4.0% 감소했지만, 향후 증가율은 77.0%로 가장 크게 증가할 것으로 나타남.
- 4세대 가족(조부모+부모+부부+자녀)의 쌀빵류 구매액이 과거에 비해 122.1% 증가했으나, 다른 형태의 가족과 달리 향후 구매액이 감소할 것으로 조사됨.

〈표 3-5〉 쌀빵류 월평균 가구 상대구매지수 변화

단위: %

구분		쌀빵류 월평균 가구 구매액			5년 전~현재 변화 (B-A, %p)	현재~5년 후 변화 (C-B, %p)
		5년 전 (A)	기준 연도 (B)	5년 후 (C)		
전체		87.7	100	143.0	12.3	43.0
성별	남성	90.5		146.1	9.5	46.1
	여성	85.2		140.4	14.8	40.4
연령대	20~29세	82.4		136.6	17.6	36.6
	30~39세	104.0		177.0	-4.0	77.0
	40~49세	85.8		140.6	14.2	40.6
	50~59세	78.4		129.6	21.6	29.6
	60~64세	92.0		138.4	8.0	38.4
맞벌이여부	맞벌이 함	86.1		142.7	13.9	42.7
	맞벌이 하지 않음	86.8		137.4	13.2	37.4
가족 구성 형태	1세대가족	106.6		216.5	-6.6	116.5
	2세대가족	80.7		136.0	19.3	36.0
	3세대가족	99.3		135.6	0.7	35.6
	4세대가족	-22.1		55.3	122.1	-44.7
	1인가구	102.3		113.2	-2.3	13.2
	기타	34.3		150.5	65.7	50.5
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	99.6		165.4	0.4	65.4
	200~400만 원 미만	100.5		160.6	-0.5	60.6
	400~600만 원 미만	68.6		137.1	31.4	37.1
	600~800만 원 미만	103.0		129.1	-3.0	29.1
	800만 원 이상	77.5	139.4	22.5	39.4	
자녀(미취학 및 초/중/고등학생) 유무	자녀 있음	82.2	127.6	17.8	27.6	
	자녀 없음	92.8	158.7	7.2	58.7	

주: 쌀가공식품 상대구매지수는 2023년을 기준(100)으로 집계함.

자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

4) 면류

○ 2023년 기준 면류 구매액 비중은 10.8%로 22.1% 증가했고, 향후 7.8% 증가할 것으로 예상됨.

- 여성과 남성 응답자 모두 과거에 비해 면류 구매액이 증가했으나, 5년 후 구매액 변화율은 남성 응답자가 15.7%로 더 크게 나타남.
- 젊은 연령층(20~39세)에서 면류 구매액의 증가 추세가 뚜렷하며, 50~59세 응답자의 경우 향후 면류 구매액이 14.0% 감소할 것으로 응답됨.
- 3세대 가족(부모+부부+자녀)과 4세대 가족(조부모+부모+부부+자녀)의 면류 구매액이 각각 8.7%와 28.1% 감소할 것으로 나타남.
- 자녀가 없을 경우 향후 면류 구매액이 14.2% 증가할 것으로 나타난 반면, 자녀가 있을 경우 면류 구매액이 소폭 감소할 것으로 응답됨.

〈표 3-6〉 면류 월평균 가구 상대구매지수 변화

구분		면류 월평균 가구 구매액			단위: %	
		5년 전 (A)	기준 연도 (B)	5년 후 (C)	5년 전~현재 변화 (B-A, %p)	현재~5년 후 변화 (C-B, %p)
전체		77.9	100	107.8	22.1	7.8
성별	남성	86.7		115.7	13.3	15.7
	여성	69.7		101.5	30.3	1.5
연령대	20~29세	81.3		124.6	18.7	24.6
	30~39세	85.8		118.9	14.2	18.9
	40~49세	70.4		105.3	29.6	5.3
	50~59세	71.0		86.0	29.0	-14.0
	60~64세	83.6		101.2	16.4	1.2
맞벌이여부	맞벌이 함	79.8		97.5	20.2	-2.5
	맞벌이 하지 않음	71.6		96.4	28.4	-3.6
가족 구성 형태	1세대가족	75.2		121.9	24.8	21.9
	2세대가족	80.5		105.4	19.5	5.4
	3세대가족	59.1		91.3	40.9	-8.7
	4세대가족	48.0		71.9	52.0	-28.1
	1인가구	97.2		124.0	2.8	24.0
	기타	-11.5		124.6	111.5	24.6
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	52.2		90.6	47.8	-9.4
	200~400만 원 미만	85.0		127.5	15.0	27.5
	400~600만 원 미만	73.6		107.0	26.4	7.0
	600~800만 원 미만	93.7		94.6	6.3	-5.4
	800만 원 이상	67.1		103.9	32.9	3.9
자녀(미취학 및 초/중/고등학생) 유무	자녀 있음	82.9		99.0	17.1	-1.0
	자녀 없음	73.9		114.2	26.1	14.2

주: 쌀가공식품 상대구매지수는 2023년을 기준(100)으로 집계함.

자료: 한국농촌경제연구원 이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

5) 주류

○ 2023년 기준 주류 구매액 비중은 11.0%로 22.3% 증가했고, 향후 6.8% 증가할 것으로 예상됨.

- 주류 구매액은 여성보다 남성이 더 높게 응답했으며, 연령대별 5년 전 대비 구매액 증가율은 20~29세가 41.3%로 가장 크게 나타남.
- 맛별이를 하는 경우 주류 구매액이 증가 추세를 보이는 반면, 그렇지 않은 경우 향후 주류 구매액이 6.9% 감소할 것으로 나타남.
- 1세대 가족(부부, 형제 또는 자매)과 2세대 가족(부부+자녀)의 주류 구매액이 과거에 비해 각각 38.6%, 25.8% 증가한 반면, 1인 가구의 경우 과거에 비해 구매액이 3.1% 감소했고, 향후 구매액 증가율은 4세대 가족(조부모+부모+부부+자녀)이 35.5%로 가장 크게 나타남.

〈표 3-7〉 주류 월평균 가구 상대구매지수 변화

단위: %

구분		주류 월평균 가구 구매액			5년 전~현재 변화 (B-A, %p)	현재~5년 후 변화 (C-B, %p)
		5년 전 (A)	기준 연도 (B)	5년 후 (C)		
전체		77.7	100	106.8	22.3	6.8
성별	남성	76.2		109.4	23.8	9.4
	여성	79.4		103.6	20.6	3.6
연령대	20~29세	58.7		104.4	41.3	4.4
	30~39세	84.3		109.8	15.7	9.8
	40~49세	71.4		109.6	28.6	9.6
	50~59세	82.2		101.9	17.8	1.9
	60~64세	106.5		112.2	-6.5	12.2
맛별이여부	맛별이 함	87.1		116.6	12.9	16.6
	맛별이 하지 않음	80.5		93.1	19.5	-6.9
가족 구성 형태	1세대가족	61.4		112.4	38.6	12.4
	2세대가족	74.2		103.8	25.8	3.8
	3세대가족	91.8		110.1	8.2	10.1
	4세대가족	68.6		135.5	31.4	35.5
	1인가구	103.1		112.7	-3.1	12.7
	기타	104.0		107.8	-4.0	7.8
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	55.6		99.0	44.4	-1.0
	200~400만 원 미만	78.5		105.1	21.5	5.1
	400~600만 원 미만	78.5		107.3	21.5	7.3
	600~800만 원 미만	81.9		107.8	18.1	7.8
자녀(미취학 및 초/중/고등학생) 유무	800만 원 이상	78.7	110.2	21.3	10.2	
	자녀 있음	76.1	110.1	23.9	10.1	
	자녀 없음	78.9	104.3	21.1	4.3	

주: 쌀가공식품 상대구매지수는 2023년을 기준(100)으로 집계함.

자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

6) 쌀가루

○ 2023년 기준 쌀가루 구매액 비중은 3.2%로 9.5% 증가했고, 향후 27.3% 증가할 것으로 예상됨.

- 연령대별 향후 쌀가루 구매액은 30~39세와 50~59세에서 각각 76.1%, 33.9% 증가할 것으로 나타남.
- 맞벌이를 하는 경우 향후 쌀가루 구매액 증가율은 35.0%로, 맞벌이를 하지 않는 경우보다 더 크게 증가함.
- 3세대 가족(부모+부부+자녀)과 4세대 가족(조부모+부모+부부+자녀)의 쌀가루 구매액은 과거에 비해 각각 44.1%, 45.6% 증가했으며, 그중 4세대 가족(조부모+부모+부부+자녀)의 향후 구매액 증가율이 152.6%로 매우 크게 나타남.
- 소득이 낮은(200만 원 미만, 200~400만 원 미만) 응답자의 경우 향후 쌀가루 구매액이 각각 77.1%, 40.2% 증가할 것으로 응답됨.

〈표 3-8〉 쌀가루 월평균 가구 상대구매지수 변화

단위: %

구분		쌀가루 월평균 가구 구매액			5년 전~현재 변화 (B-A, %p)	현재~5년 후 변화 (C-B, %p)
		5년 전 (A)	기준 연도 (B)	5년 후 (C)		
전체		90.5	100	127.3	9.5	27.3
성별	남성	86.8		125.5	13.2	25.5
	여성	95.4		130.0	4.6	30.0
연령대	20~29세	73.0		117.1	27.0	17.1
	30~39세	103.8		176.1	-3.8	76.1
	40~49세	63.7		107.1	36.3	7.1
	50~59세	120.9		133.9	-20.9	33.9
	60~64세	79.1		116.0	20.9	16.0
맞벌이여부	맞벌이 함	96.2		135.0	3.8	35.0
	맞벌이 하지 않음	87.2		111.8	12.8	11.8
가족 구성 형태	1세대가족	51.6		166.2	48.4	66.2
	2세대가족	100.9		115.5	-0.9	15.5
	3세대가족	55.9		101.0	44.1	1.0
	4세대가족	54.4		252.6	45.6	152.6
	1인가구	96.2		185.5	3.8	85.5
	기타	134.6		422.6	-34.6	322.6
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	117.4		177.1	-17.4	77.1
	200~400만 원 미만	75.2		140.2	24.8	40.2
	400~600만 원 미만	73.6		109.5	26.4	9.5
	600~800만 원 미만	106.7		132.1	-6.7	32.1
	800만 원 이상	99.5	119.7	0.5	19.7	
자녀(미취학 및 초/중/고등학생) 유무	자녀 있음	96.7	116.3	3.3	16.3	
	자녀 없음	82.1	140.4	17.9	40.4	

주: 쌀가공식품 상대구매지수는 2023년을 기준(100)으로 집계함.

자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

7) 가공밥류

○ 2023년 기준 가공밥류 구매액 비중은 9.4%로 7.7% 증가했고, 향후 16.3% 증가할 것으로 예상됨.

- 응답자가 여성일 경우 남성에 비해 향후 가공밥 구매액이 더 크게 증가(21.9%)할 것으로 나타남.
- 젊은 연령층(20~29세, 30~39세)일 경우 향후 가공밥 구매액이 각각 19.8%, 28.8% 증가할 것으로 응답됨.
- 맛별이를 할 경우 향후 가공밥 구매액 증가율은 20.2%로 맛별이를 하지 않는 경우보다 더 크게 증가함.
- 3세대 가족(부모+부부+자녀)의 가공밥 구매액은 향후 9.8% 감소할 것으로 응답된 반면, 4세대 가족(조부모+부모+부부+자녀)의 구매액 증가율은 237.3%로 매우 크게 증가할 것으로 조사됨.

〈표 3-9〉 가공밥류 월평균 가구 상대구매지수 변화

단위: %

구분		가공밥류 월평균 가구 구매액			5년 전~현재 변화 (B-A, %p)	현재~5년 후 변화 (C-B, %p)
		5년 전 (A)	기준 연도 (B)	5년 후 (C)		
전체		92.3	100	116.3	7.7	16.3
성별	남성	93.4		111.4	6.6	11.4
	여성	91.1		121.9	8.9	21.9
연령대	20~29세	97.2		119.8	2.8	19.8
	30~39세	95.0		128.8	5.0	28.8
	40~49세	93.9		113.7	6.1	13.7
	50~59세	86.7		110.9	13.3	10.9
	60~64세	83.3		99.7	16.7	-0.3
맛별이여부	맛별이 함	94.7		120.2	5.3	20.2
	맛별이 하지 않음	82.2		104.5	17.8	4.5
가족 구성 형태	1세대가족	112.5		135.8	-12.5	35.8
	2세대가족	91.8		112.2	8.2	12.2
	3세대가족	76.6		90.2	23.4	-9.8
	4세대가족	110.7		337.3	-10.7	237.3
	1인가구	75.8		122.6	24.2	22.6
	기타	81.9		122.0	18.1	22.0
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	73.8		89.3	26.2	-10.7
	200~400만 원 미만	81.3		114.1	18.7	14.1
	400~600만 원 미만	94.4		126.2	5.6	26.2
	600~800만 원 미만	105.2		121.8	-5.2	21.8
	800만 원 이상	98.5	114.3	1.5	14.3	
자녀(미취학 및 초/중/고등학생) 유무	자녀 있음	94.0	120.7	6.0	20.7	
	자녀 없음	91.0	113.0	9.0	13.0	

주: 쌀가공식품 상대구매지수는 2023년을 기준(100)으로 집계함.

자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

1.3.2. 쌀가공식품 구매 채널

○ 2023년 기준 쌀가공식품 주요 구매 채널은 대형마트(29.5%), 온라인 쇼핑몰(24.2%), 동네 슈퍼마켓(13.5%), 중소형 슈퍼마켓(11.5%) 등임.

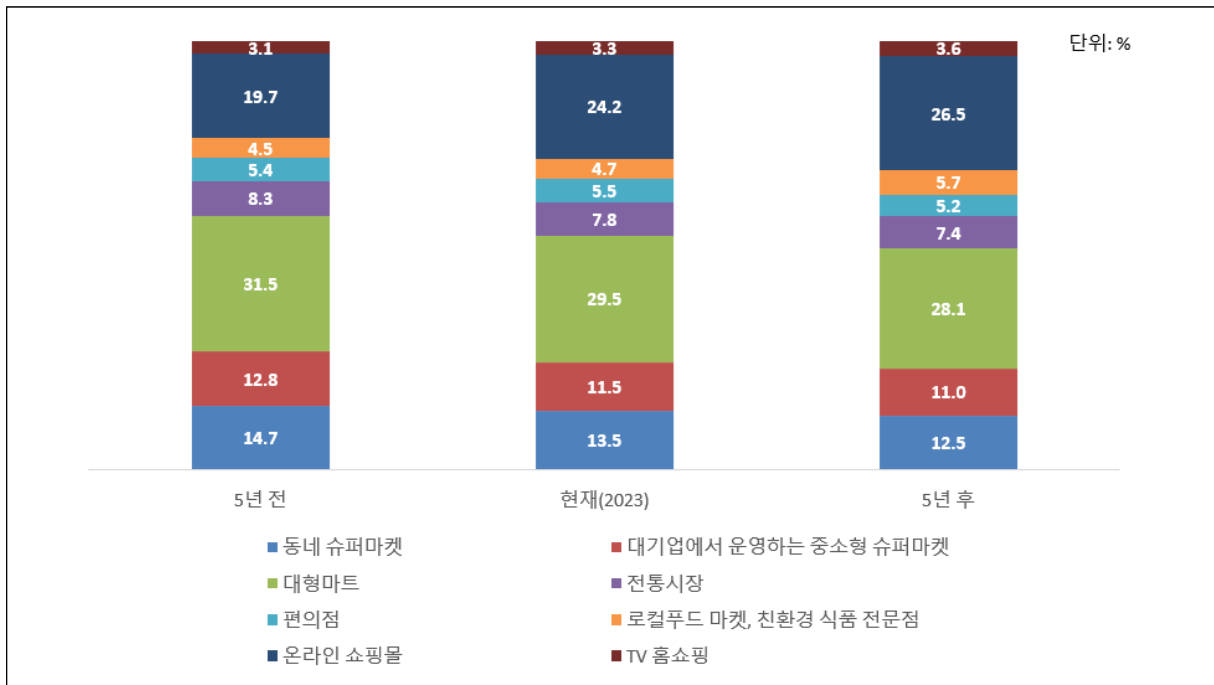
- 온라인 쇼핑몰, TV 홈쇼핑 등의 이용이 증가 추세를 보이고, 대형마트, 동네 슈퍼마켓, 중소형 슈퍼마켓, 전통시장 등의 이용은 감소하는 추세임.

〈표 3-10〉 쌀가공식품 구매채널 변화

구분	5년 전	현재(2023)	5년 후	변화 (B-A, %p)	변화 (C-B, %p)
	비중 (A, %)	비중 (B, %)	비중 (C, %)		
동네 슈퍼마켓	14.7	13.5	12.5	-1.2	-0.9
대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓	12.8	11.5	11.0	-1.2	-0.6
대형마트	31.5	29.5	28.1	-2.0	-1.5
전통시장	8.3	7.8	7.4	-0.5	-0.4
편의점	5.4	5.5	5.2	0.1	-0.3
로컬푸드 마켓, 친환경 식품 전문점	4.5	4.7	5.7	0.1	1.0
온라인 쇼핑몰	19.7	24.2	26.5	4.5	2.3
TV 홈쇼핑	3.1	3.3	3.6	0.2	0.3
합계	100.0	100.0	100.0	-	-

자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

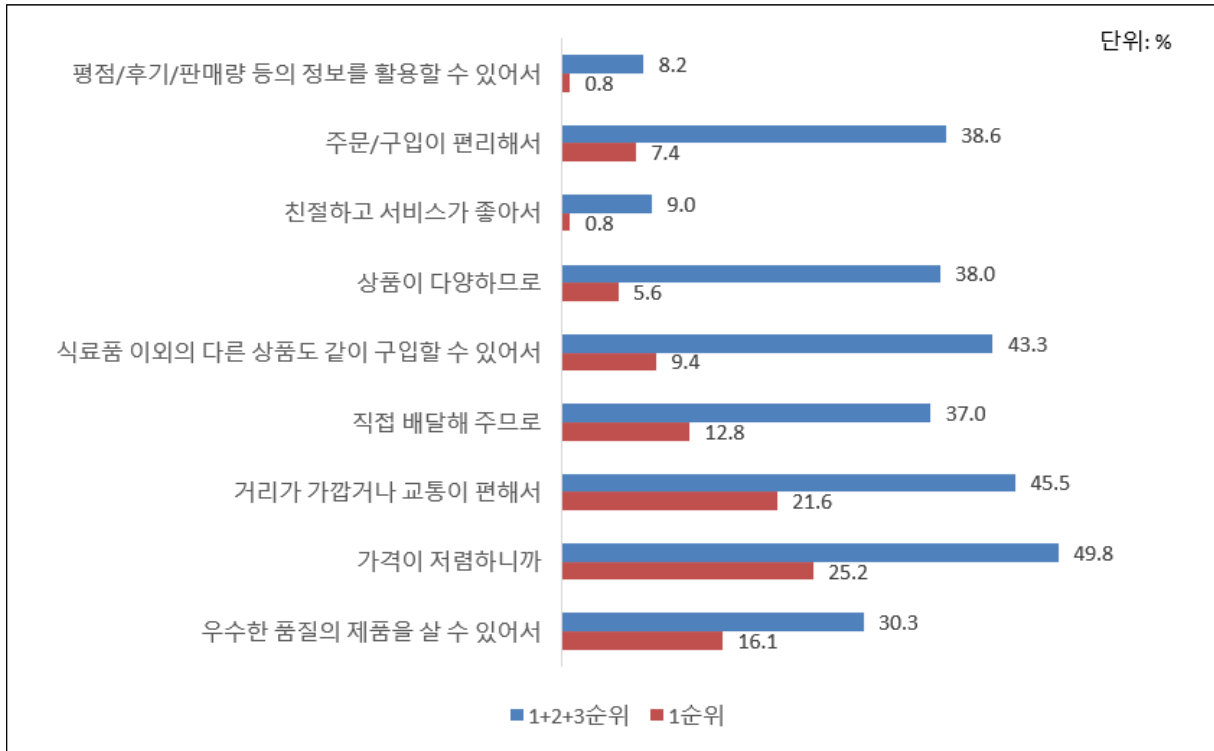
〈그림 3-6〉 쌀가공식품 구매 채널 비중 및 변화



자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

○ 쌀가공식품 구매 채널 선택 시 고려사항으로는 저렴한 가격(25.2%), 접근성(21.6%), 우수한 품질(16.1%) 등이며, 그 외에도 다른 상품을 같이 구입할 수 있는 점, 다양한 상품, 편리한 주문 및 구입, 배달 여부 등도 구매 채널 선택에 영향을 미치는 것으로 나타남.

〈그림 3-7〉 쌀가공식품 구매 채널 선택 시 고려사항



자료: 한국농촌경제연구원 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

1) 동네 슈퍼마켓

○ 2023년 기준 동네 슈퍼마켓의 이용 비율은 13.5%로 감소 추세를 보임.

- 2023년 20~29세 응답자의 동네 슈퍼마켓 이용 비율은 18.2%로 연령대 중 가장 높게 나타남.
- 3세대 가족(부모+부부+자녀)과 4세대 가족(조부모+부모+부부+자녀)의 이용 비율이 1.7%p, 2.8%p 감소했으며, 향후 1인 가구의 이용 비율이 크게 감소할 것으로 예상됨.

〈표 3-11〉 동네 슈퍼마켓 이용 비율 변화

단위: %

구분		동네 슈퍼마켓 이용 비율			변화 (B-A, %p)	변화 (C-B, %p)
		5년 전 (A)	현재 (2023년, B)	5년 후 (C)		
전체		14.7	13.5	12.5	-1.2	-0.9
성별	남성	15.2	14.2	13.3	-1.0	-0.8
	여성	14.1	12.7	11.7	-1.3	-1.1
연령대	20~29세	20.0	18.2	17.5	-1.8	-0.7
	30~39세	13.2	11.5	9.7	-1.6	-1.8
	40~49세	13.7	12.9	11.8	-0.8	-1.1
	50~59세	14.1	13.3	12.0	-0.7	-1.3
	60~64세	12.1	11.0	12.0	-1.2	1.0
맞벌이여부	맞벌이 함	13.2	12.1	11.4	-1.1	-0.7
	맞벌이 하지 않음	13.1	12.3	11.6	-0.8	-0.7
가족 구성 형태	1세대가족	13.7	13.4	12.1	-0.4	-1.3
	2세대가족	14.3	12.8	12.2	-1.5	-0.6
	3세대가족	15.9	14.1	14.7	-1.7	0.5
	4세대가족	17.6	14.8	15.1	-2.8	0.3
	1인가구	15.9	16.4	14.0	0.5	-2.5
	기타	17.7	10.5	6.7	-7.2	-3.8
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	16.1	16.2	14.3	0.2	-1.9
	200~400만 원 미만	15.9	14.6	12.8	-1.3	-1.8
	400~600만 원 미만	16.7	15.4	14.6	-1.3	-0.8
	600~800만 원 미만	13.0	11.7	11.1	-1.4	-0.5
	800만 원 이상	11.0	9.7	9.8	-1.3	0.1
자녀(미취학 및 초/중/고등학생) 유무	자녀 있음	14.2	12.4	12.1	-1.7	-0.4
	자녀 없음	14.9	14.1	12.8	-0.9	-1.3

자료: 한국농촌경제연구원 이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

2) 중소형 슈퍼마켓

○ 2023년 기준 중소형 슈퍼마켓의 이용 비율은 11.5%로 감소 추세를 보임.

- 2023년 20~29세 응답자의 동네 슈퍼마켓 이용 비율이 14.3%로 연령대 중 가장 높게 나타남.
- 4세대 가족(조부모+부모+부부+자녀)과 1인 가구의 이용 비율이 각각 2.4%p, 3.9%p 감소함.

〈표 3-12〉 중소형 슈퍼마켓 이용 비율 변화

단위: %

구분		중소형 슈퍼마켓 이용 비율			변화 (B-A, %p)	변화 (C-B, %p)
		5년 전 (A)	현재 (2023년, B)	5년 후 (C)		
전체		12.8	11.5	11.0	-1.2	-0.6
성별	남성	12.8	11.7	11.3	-1.1	-0.4
	여성	12.8	11.4	10.7	-1.4	-0.7
연령대	20~29세	14.8	14.3	13.2	-0.5	-1.1
	30~39세	13.1	11.6	12.1	-1.5	0.6
	40~49세	13.0	11.2	10.6	-1.8	-0.6
	50~59세	12.2	11.5	10.0	-0.7	-1.5
	60~64세	10.2	8.3	8.8	-1.9	0.5
맞벌이여부	맞벌이 함	13.9	12.7	12.4	-1.2	-0.2
	맞벌이 하지 않음	10.6	10.0	8.7	-0.6	-1.3
가족 구성 형태	1세대가족	11.1	12.1	10.6	1.0	-1.5
	2세대가족	13.1	11.9	11.3	-1.2	-0.6
	3세대가족	14.6	14.4	14.1	-0.2	-0.3
	4세대가족	15.5	13.1	13.0	-2.4	-0.1
	1인가구	12.5	8.6	8.3	-3.9	-0.3
	기타	10.5	6.5	12.3	-4.0	5.8
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	10.1	8.5	7.8	-1.5	-0.7
	200~400만 원 미만	13.8	12.6	12.2	-1.3	-0.4
	400~600만 원 미만	10.9	10.5	9.6	-0.4	-0.9
	600~800만 원 미만	12.6	11.3	10.9	-1.3	-0.4
	800만 원 이상	15.5	13.4	13.0	-2.1	-0.4
자녀(미취학 및 초/중/고등학생) 유무	자녀 있음	13.9	13.0	12.4	-1.0	-0.6
	자녀 없음	12.1	10.7	10.2	-1.4	-0.5

자료: 한국농촌경제연구원 이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

3) 대형마트

○ 2023년 기준 대형마트의 이용 비율은 29.5%로 가장 높지만, 감소 추세를 보임.

- 연령대가 높을수록 대형마트 이용 비율이 높으며, 1~3세대 가족의 이용 비율이 큰 것으로 나타남.

〈표 3-13〉 대형마트 이용 비율 변화

단위: %

구분		대형마트 이용 비율			변화 (B-A, %p)	변화 (C-B, %p)
		5년 전 (A)	현재 (2023년, B)	5년 후 (C)		
전체		31.5	29.5	28.1	-2.0	-1.5
성별	남성	31.2	28.8	27.4	-2.4	-1.4
	여성	31.9	30.3	28.7	-1.6	-1.6
연령대	20~29세	25.7	24.3	23.9	-1.3	-0.4
	30~39세	31.0	29.6	27.7	-1.4	-1.9
	40~49세	30.1	28.0	27.1	-2.2	-0.8
	50~59세	35.1	32.0	29.6	-3.1	-2.4
	60~64세	36.5	35.0	33.4	-1.5	-1.6
맞벌이여부	맞벌이 함	32.5	29.5	28.4	-3.0	-1.1
	맞벌이 하지 않음	37.0	34.9	33.2	-2.1	-1.7
가족 구성 형태	1세대가족	32.2	27.0	27.8	-5.2	0.8
	2세대가족	33.8	32.1	30.4	-1.7	-1.7
	3세대가족	30.0	28.3	26.6	-1.7	-1.6
	4세대가족	16.1	17.1	15.1	1.0	-2.0
	1인가구	25.0	24.4	22.0	-0.5	-2.5
	기타	17.6	17.3	12.0	-0.3	-5.3
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	28.2	25.9	24.8	-2.4	-1.0
	200~400만 원 미만	30.4	28.2	26.8	-2.2	-1.3
	400~600만 원 미만	31.7	28.4	29.3	-3.3	0.8
	600~800만 원 미만	33.9	33.8	30.7	0.0	-3.1
	800만 원 이상	32.3	30.6	27.3	-1.7	-3.4
자녀(미취학 및 초/중/고등학생) 유무	자녀 있음	30.0	28.5	27.5	-1.5	-1.0
	자녀 없음	32.4	30.1	28.4	-2.3	-1.7

자료: 한국농촌경제연구원 이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

4) 온라인 쇼핑물

○ 2023년 기준 온라인 쇼핑물의 이용 비율은 24.2%로 두 번째로 높으며, 증가 추세를 보임.

- 2023년 1인 가구의 이용 비율은 29.5%로 높고, 점차 증가하는 추세를 보이는 반면, 4세대 가족(조부모+부모+부부+자녀)의 경우 향후 온라인 쇼핑물 이용이 감소할 것이라고 응답함.

〈표 3-14〉 온라인 쇼핑몰 이용 비율 변화

단위: %

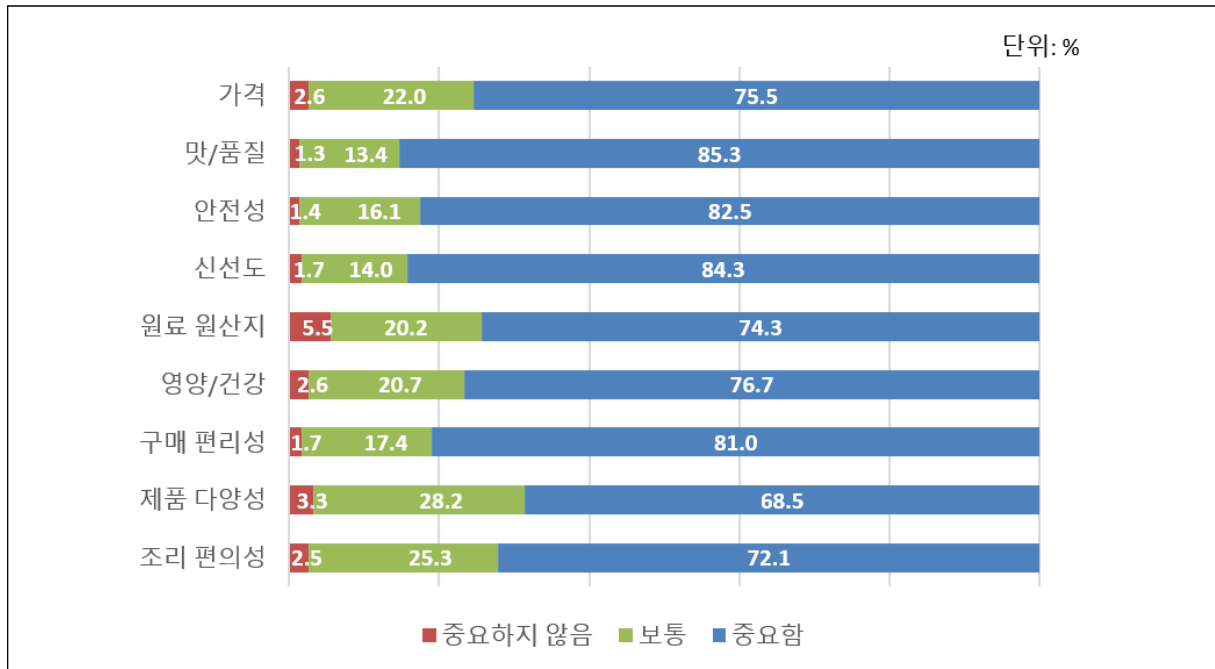
구분		온라인 쇼핑몰 이용 비율			변화 (B-A, %p)	변화 (C-B, %p)
		5년 전 (A)	현재 (2023년, B)	5년 후 (C)		
전체		19.7	24.2	26.5	4.5	2.3
성별	남성	19.4	23.8	26.8	4.4	2.9
	여성	20.0	24.6	26.3	4.6	1.7
연령대	20~29세	16.7	21.0	23.0	4.3	2.0
	30~39세	22.1	28.2	31.3	6.1	3.1
	40~49세	22.7	26.9	28.8	4.2	1.9
	50~59세	18.7	22.6	26.5	3.8	4.0
	60~64세	16.6	21.0	20.1	4.4	-0.9
맞벌이여부	맞벌이 함	18.7	23.8	25.1	5.1	1.3
	맞벌이 하지 않음	19.8	24.3	26.2	4.5	1.9
가족 구성 형태	1세대가족	21.6	26.7	28.1	5.0	1.4
	2세대가족	18.5	22.4	24.8	4.0	2.3
	3세대가족	15.9	18.9	19.4	3.1	0.4
	4세대가족	18.7	26.1	21.0	7.3	-5.1
	1인가구	23.3	29.5	33.7	6.2	4.2
	기타	29.9	38.1	45.1	8.2	7.0
월평균 가구 소득 (세전)	200만 원 미만	20.4	25.4	28.5	5.0	3.1
	200~400만 원 미만	20.9	25.0	26.9	4.1	1.9
	400~600만 원 미만	18.8	23.3	24.2	4.5	1.0
	600~800만 원 미만	19.8	22.7	27.1	2.9	4.4
	800만 원 이상	18.8	25.1	27.4	6.3	2.3
자녀(미취학 및 초/중/고등학생) 유무	자녀 있음	20.4	24.7	26.1	4.3	1.4
	자녀 없음	19.3	23.9	26.8	4.7	2.9

자료: 한국농촌경제연구원 이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

1.4. 쌀가공식품 구매 고려 사항 및 만족도

○ 소비자들이 쌀가공식품을 구매할 경우 맛과 품질, 신선도, 안전성, 구매의 편리성이 중요하게 고려하는 반면, 제품의 다양성과 조리의 편의성, 그리고 원료 원산지는 상대적으로 덜 고려하는 것으로 나타남.

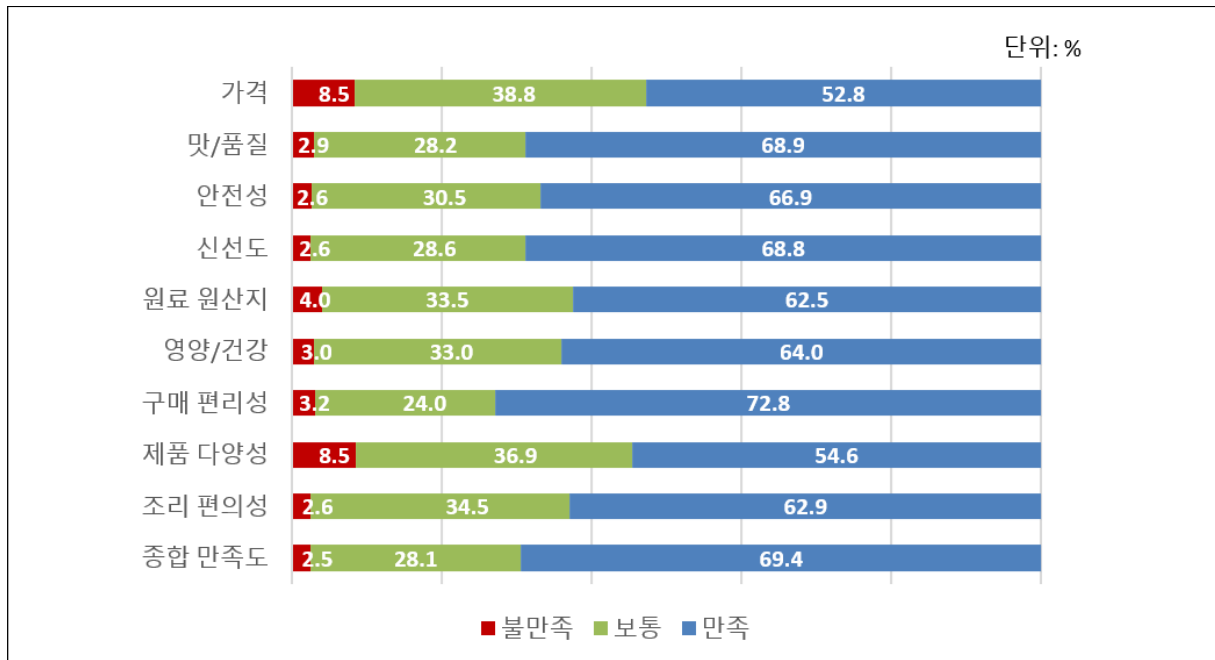
〈그림 3-8〉 쌀가공식품 구매 시 고려 사항



주: '중요하지 않음'은 '전혀 중요하지 않음'과 '중요하지 않음', '중요함'은 '중요함'과 '매우 중요함'을 합한 결과임.
 자료: 한국농촌경제연구원 이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

○ 소비자들이 쌀가공식품을 구매할 경우 구매의 편리성, 맛과 품질, 신선도 측면에서 만족하고 있는 반면, 가격과 제품의 다양성 측면에서 만족하지 못하는 것으로 조사됨,

〈그림 3-9〉 쌀가공식품 구매 만족도



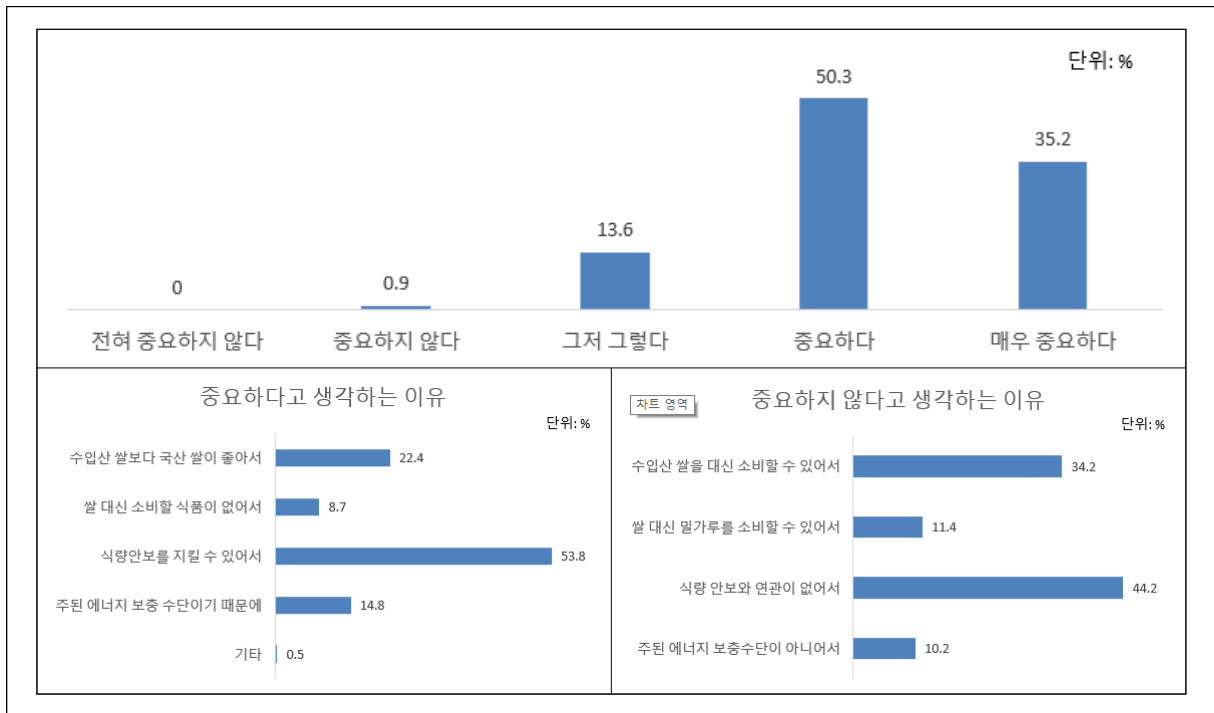
주: '불만족'은 '매우 불만족 한다'와 '불만족하는 편이다', '만족'은 '만족하는 편이다'와 '매우 만족한다'를 합한 결과임.
 자료: 한국농촌경제연구원 이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

1.5. 쌀가공식품 산업 발전 방향

○ 우리나라 쌀 생산 및 관련 산업의 중요성에 대해 응답자의 50.3%가 중요하다, 35.2%가 매우 중요하다고 답변함.

- 쌀 생산 및 관련 산업이 중요한 이유는 식량 안보(53.8%), 국산 쌀에 대한 선호도(22.4%), 주된 에너지 보충 수단으로서의 기능(14.8%), 대체재가 없음(8.7%) 순으로 나타남.
- 반면 중요하지 않다고 응답한 경우, 주된 이유로는 식량 안보와 연관이 없고(44.2%), 수입산 쌀을 대신 소비할 수 있기 때문(34.2%)이라고 응답함.

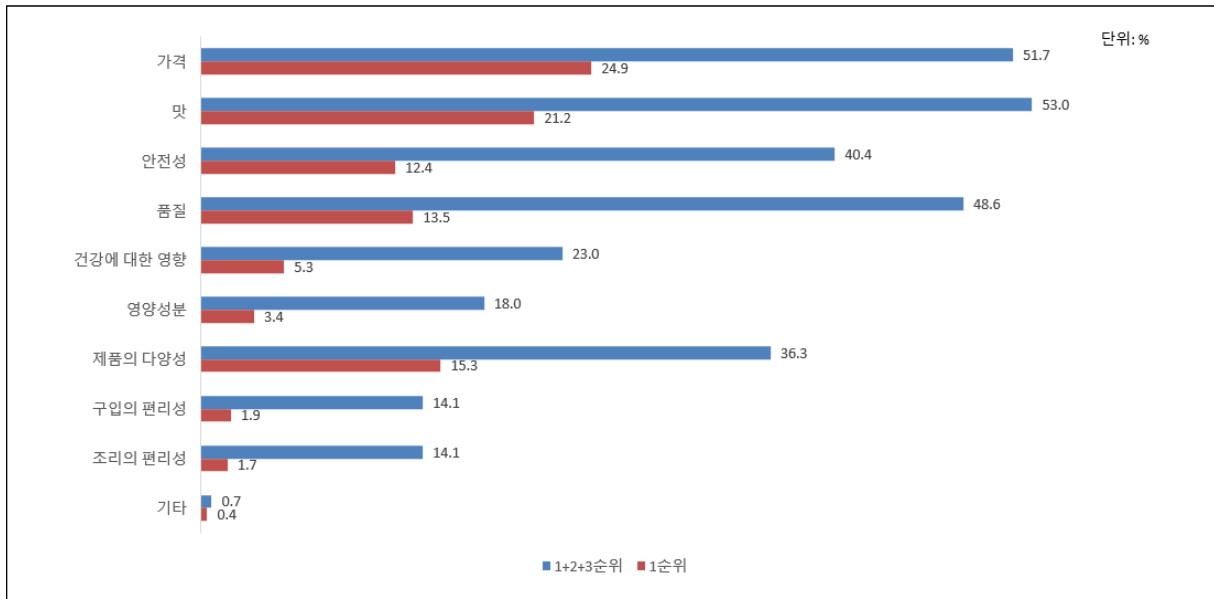
〈그림 3-10〉 쌀가공식품산업 중요도 인식 및 인식 원인



자료: 한국농촌경제연구원 이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

○ 우리나라 쌀 생산 및 관련 산업의 향후 발전 방향에 대한 응답은 가격(24.9%), 맛(21.2%), 제품의 다양성(15.3%) 순으로 높았으며, 그 외에도 품질과 안전성 측면에서 발전해야 한다고 응답됨.

〈그림 3-11〉 쌀가공식품산업 향후 발전 방향



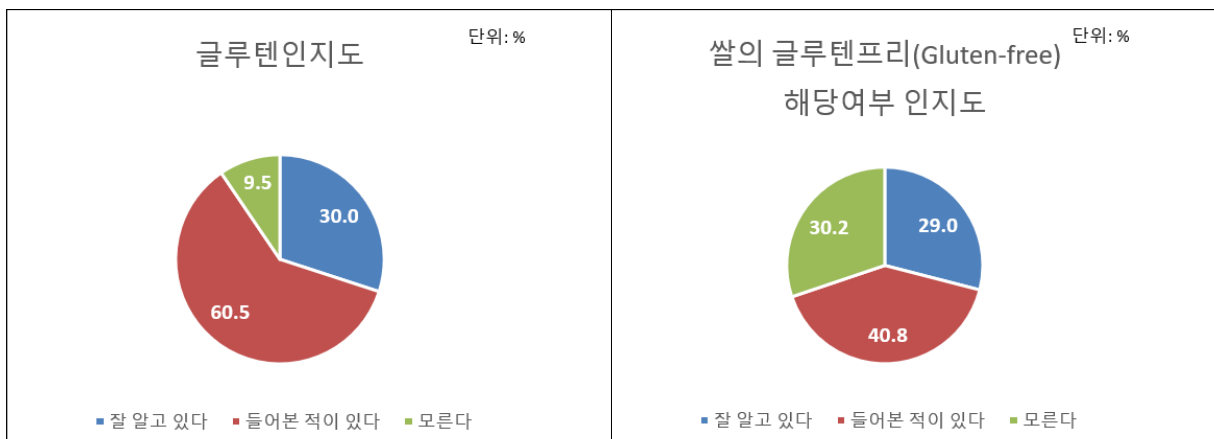
자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

1.6. 원료곡물에 따른 소비자 지불의향

○ 글루텐에 대한 인지여부를 조사한 결과, 응답자 중 9.5%가 글루텐에 대해 모른다고 응답한 반면, 전체 응답자의 30.2%가 쌀의 글루텐프리 여부를 모르고 있는 것으로 나타남.

- 글루텐에 대해 잘 알고 있는 소비자는 쌀의 글루텐프리 여부도 알고 있는 것으로 나타났으나, 글루텐에 대해 어느 정도 알고 있는 소비자도 쌀의 글루텐프리 여부를 인지하지 못하는 것으로 보임.

〈그림 3-12〉 글루텐 인지 여부 및 쌀의 글루텐프리 해당여부 인지도



자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

○ 면류, 빵류, 과자류, 분말류(튀김가루, 부침가루 등)에 대해 수입산 밀로 만든 식품의 가격을 기준으로 원료별 지불의사금액을 조사한 결과, 국산 햅쌀, 국산 밀, 수입산 밀, 국산 묵은쌀, 수입산 쌀 순으로 나타남.

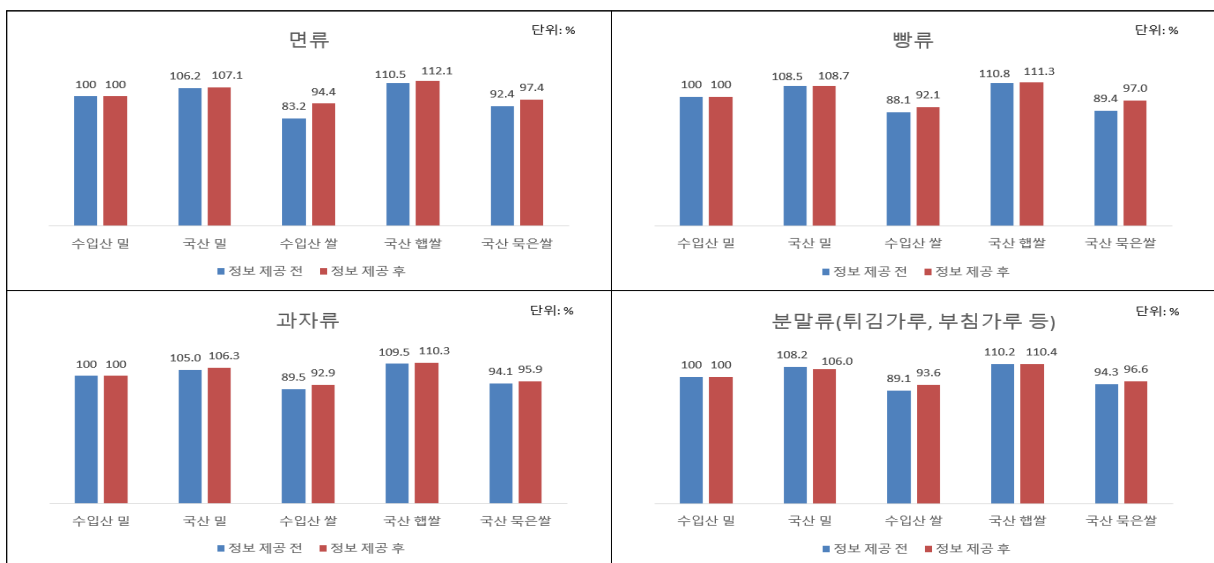
- 글루텐 관련 정보를 제공한 후 국산 밀과 국산 햅쌀의 경우 지불의사금액 수준은 크게 변하지 않았으나, 수입산 쌀과 국산 묵은쌀로 만든 제품에 대한 지불의사금액은 5.8%p, 4.1%p 증가함.
- 다만, 국산 햅쌀의 글루텐 관련 정보 제공 전후 지불의사금액 증가폭이 상대적으로 작은 수준(0.8%p)으로 나타났는데, 이는 소비자들이 국산 햅쌀에 대해 이미 높은 지불의사금액을 가지며, 그에 따라 정보 제공에 따른 지불의사금액의 변화가 적은 것으로 판단됨.

〈표 3-15〉 쌀가공식품 품목별 글루텐 관련 정보 제공 전후 지불의사금액 변화

구분		지불의사금액(%)				
		수입산 밀	국산 밀	수입산 쌀	국산 햅쌀	국산 묵은쌀
면류	정보 제공 전	100	106.2	83.2	110.5	92.4
	정보 제공 후	100	107.1	94.4	112.1	97.4
빵류	정보 제공 전	100	108.5	88.1	110.8	89.4
	정보 제공 후	100	108.7	92.1	111.3	97.0
과자류	정보 제공 전	100	105.0	89.5	109.5	94.1
	정보 제공 후	100	106.3	92.9	110.3	95.9
분말류	정보 제공 전	100	108.2	89.1	110.2	94.3
	정보 제공 후	100	106.0	93.6	110.4	96.6
평균	정보 제공 전	100	107.0	87.5	110.2	92.6
	정보 제공 후	100	107.0	93.3	111.0	96.7

주: 쌀가공식품에 대한 지불의사금액은 정보 제공 전과 후, 품목별 응답이 하나라도 생략된 경우 제외하고 집계함.
 자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

〈그림 3-13〉 쌀가공식품 품목별 글루텐 관련 정보 제공 전후 지불의사금액 변화

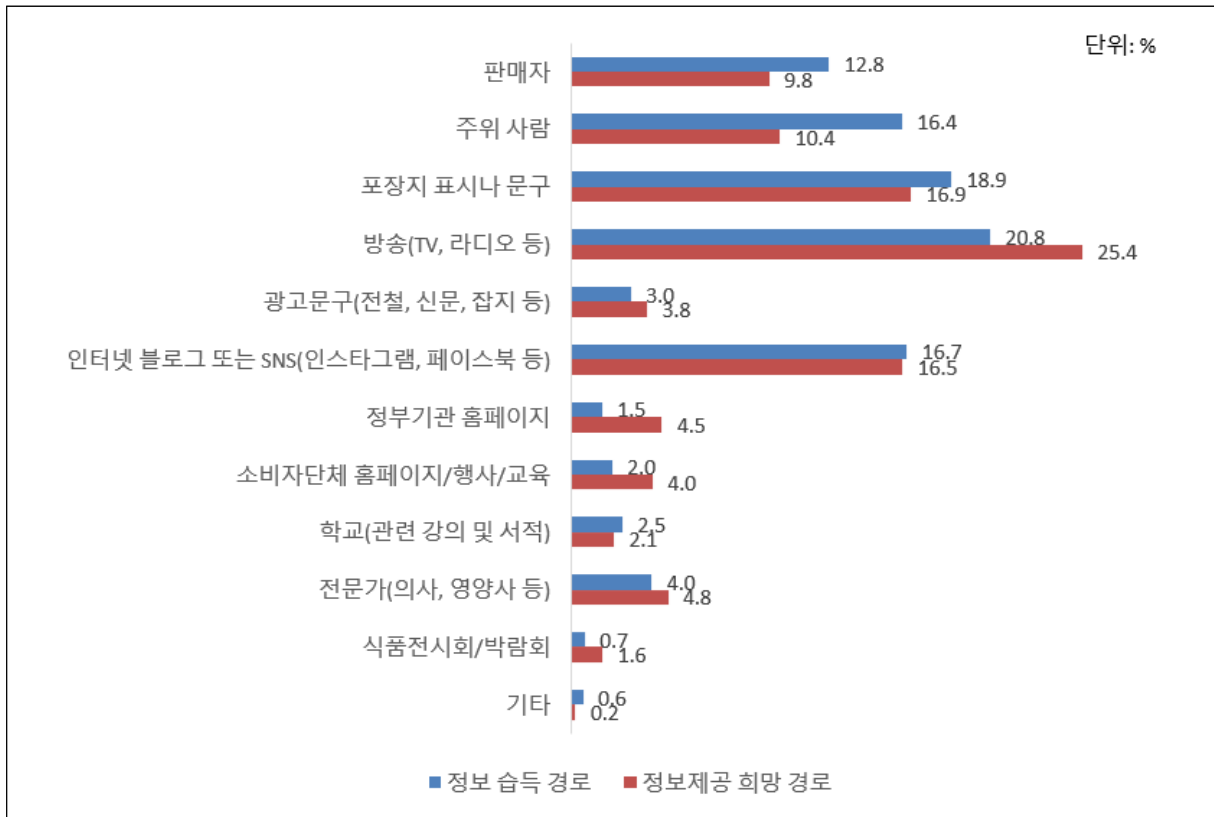


자료: 한국농촌경제연구원이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

○ 소비자들의 주요 정보 습득 경로는 방송(20.8%), 포장지 표시 및 문구(18.9%), SNS(16.7%), 주위 사람(16.4%) 순으로 나타남.

- 정보 습득 비중이 가장 높은 방송의 경우 현재 이용하는 응답자 비율은 20.8%이고, 향후 25.4%가 정보 제공을 위한 경로로 이용되길 희망함.
- 그 외에도 정부기관, 홈페이지 등을 통해 식품 관련 정보를 제공받기를 희망하는 것으로 나타남.
- 반면, 판매자, 주위 사람, 포장지 표시 및 문구의 경우 현재 정보 습득을 위해 이용하는 비율에 비해서 향후 정보를 제공받을 경로로써 상대적으로 희망되지 않음.

〈그림 3-14〉 정보 습득 경로 및 정보 제공 희망 경로



자료: 한국농촌경제연구원 이 농식품 주구입자 1,009명을 대상으로 2023년 9월 5일부터 9월 21일까지 조사한 결과임.

2. 주요 쌀가공식품 소비 동향

2.1. 주요 쌀가공식품 소비 트렌드

2.1.1. 가공밥류³⁾

- 2021년 가공밥류 국내 매출액은 쌀가공식품 총 매출액의 19.3%인 1.5조 원이며 전년 대비 6.7% 증가했고, 사업체 수는 252개사로 전년 대비 7.2% 증가함.
- 2021년 즉석밥 수출액은 쌀가공식품 총 수출액의 28.0%인 4,700만 달러로 전년 대비 2.6% 증가함.

〈표 3-16〉 가공밥류 연도별 매출액, 사업체 수 및 수출액

구분	2019	2020	2021
가공밥류 매출액(십억 원)	1,124	1,359	1,450
가공밥류 사업체 수(개사)	355	235	252
즉석밥 수출액(천 달러)	34,685	45,859	47,039

주: 2019년과 2020년 가공밥류 매출액 및 사업체 수는 2021년 즉석식품류 중 가공밥류 매출액 및 사업체 수의 비율을 이용해 계산한 수치임.

자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서' 각 연도, 한국농수산물유통공사 '주요국 쌀가공식품 주력 수출 품목 시장조사(2022)'를 재구성함.

- 가공밥은 주로 20~30대를 중심으로 소비되며, 대형할인점(44.2%)과 온라인 쇼핑몰(20.5%)을 통한 구매가 많으나, 향후 온라인 쇼핑몰과 홈쇼핑, 편의점을 통한 소비가 증가가 예상됨.
 - 월 평균 구입액은 20~30대 남성과 30대 여성이 가장 컸으며, 30대와 50대 남성 그리고 40~50대 여성이 대형 할인점에서 주로 가공밥을 구입하고 있으며, 40대 남성과 20대 여성이 온라인 쇼핑몰을 통해 주로 가공밥을 구입하고 있음.
 - 향후, 온라인 쇼핑몰을 통한 가공밥 구입을 증가하겠다는 소비자가 69.9%였으며, 홈쇼핑 42.9%, 대형 할인점 35.3%, 편의점 34.5% 순임.

3) 즉석밥 소비동향은 한국농수산물유통공사 '2020 가공식품 세분시장 현황 -쌀가공식품-' 자료를 활용함.

〈표 3-17〉 가공밥(즉석밥/컵밥/냉동밥) 구입 빈도 및 월평균 구입액

단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(799)	(400)	(97)	(96)	(107)	(100)	(399)	(99)	(93)	(105)	(102)
구입빈도 (회/월)	1.72	1.92	2.13	2.12	1.58	1.89	1.52	1.66	1.67	1.47	1.31
월 평균 구입액 (천 원)	20.07	20.93	22.36	24.50	17.85	19.41	19.21	19.79	22.90	17.24	17.31

출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

〈표 3-18〉 가공밥(즉석밥/컵밥/냉동밥) 구입 채널

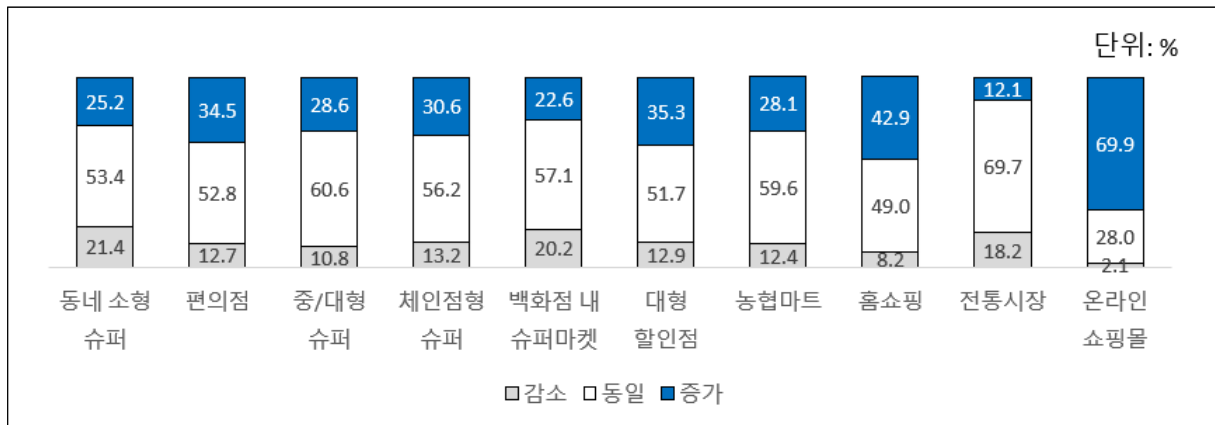
단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(799)	(400)	(97)	(96)	(107)	(100)	(399)	(99)	(93)	(105)	(102)
대형 할인점	44.2	44.5	28.9	51.0	42.1	56.0	43.9	29.3	36.6	55.2	52.9
온라인 쇼핑몰	20.5	18.0	15.5	12.5	26.2	17.0	23.1	29.3	22.6	22.9	17.6
체인점형 슈퍼	9.9	8.3	9.3	8.3	7.5	8.0	11.5	13.1	17.2	7.6	8.8
중/대형 슈퍼	9.6	8.0	7.2	7.3	7.5	10.0	11.3	10.1	12.9	10.5	11.8
편의점	7.5	10.8	23.7	10.4	7.5	2.0	4.3	11.1	3.2	1.9	1.0

주: 그 외 동네 소형 슈퍼(16.4%), 농협 마트(11.1%), 백화점 내 슈퍼마켓(10.5%), 홈쇼핑(6.1%), 전통시장(4.1%) 순임.

출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

〈그림 3-15〉 가공밥(즉석밥/컵밥/냉동밥) 구입 증가 채널



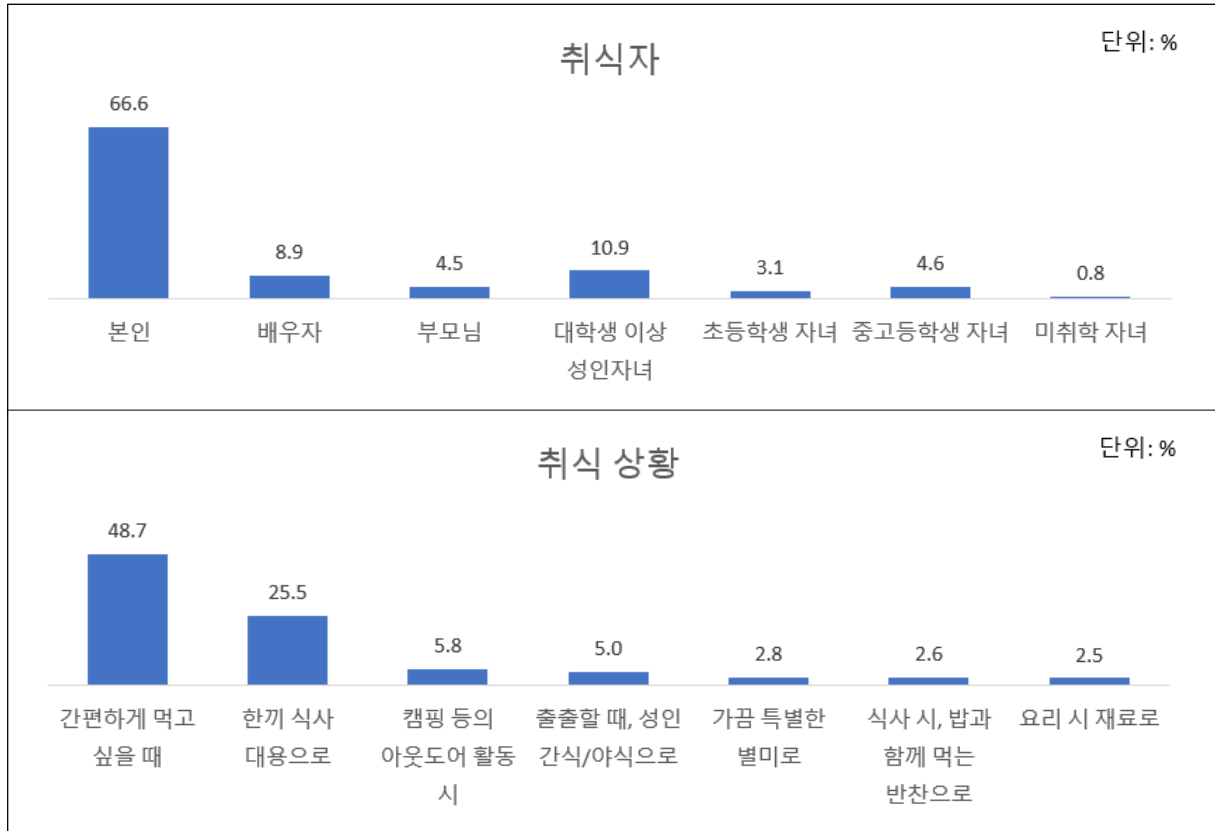
출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

○ 가공밥은 구입자 본인이 취식하기 위해 주로 구입하며(66.6%), 간편하게 한 끼 식사 대응으로 구입하는 비중이 약 74.2%로 가장 높음. 또한 구입 시 주요 요인으로는 가격, 브랜드, 편의성, 원산지 등으로 나타남.

- 가공밥의 주 취식자는 본인이 66.6%, 성인자녀 10.9%, 배우자 8.9%임.

- 가공밥 구입 시 가격을 중시하는 소비자는 30~40대 남성과 20대 여성이며, 브랜드를 중시하는 소비자는 50대 남성과 여성, 편의성을 중시하는 소비자는 40~50대 남성과 20~40대 여성으로 나타남.

〈그림 3-16〉 가공밥(즉석밥/컵밥/냉동밥) 주 취식자 및 취식 상황



출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

〈표 3-19〉 가공밥(즉석밥/컵밥/냉동밥) 중요 구입 영향 요인

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(799)	(255)	(97)	(96)	(107)	(100)	(295)	(99)	(93)	(105)	(102)
가격	16.8	20.3	16.5	21.9	28.0	14.0	13.3	19.2	10.8	18.1	4.9
브랜드/제조사	13.4	14.0	12.4	12.5	11.2	20.0	12.8	13.1	11.8	10.5	15.7
조리/취식의 편의성	10.6	11.3	6.2	8.3	16.8	13.0	10.0	11.1	11.8	11.4	5.9
쌀의 원산지/지역	10.1	8.5	5.2	7.3	7.5	14.0	11.8	6.1	12.9	12.4	15.7
유통기한	9.4	9.8	13.4	6.3	10.3	9.0	9.0	8.1	8.6	6.7	12.7
판촉 행사	7.9	6.8	5.2	6.3	4.7	11.0	9.0	10.1	6.5	13.3	5.9
다양한 곡류	6.8	4.8	2.1	8.3	4.7	4.0	8.8	6.1	4.3	9.5	14.7

출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

○ (시사점) 가공밥은 즉석밥을 중심으로 성장하고 있으나, 최근 간편한 한끼 식사를 추구하는 소비자의 트렌드에 따라 단순 백미, 잡곡밥 등이 아닌 한 끼 식사가 가능한 가공밥(컵밥, 볶음밥, 주먹밥)에 대한 관심이 증가함.

- 가족 구성원수의 감소 및 경제활동 인구 증가 등의 영향으로 HMR 시장은 급격히 성장하고 있음. 소비자들은 간편함과 함께 건강(에너지원)을 동시에 추구할 수 있는 제품을 선호함.
- 젊은 층 대상의 판촉은 온라인을 중심으로 가격과 유통기한에 초점을 두고, 40~50대 대상의 판촉은 브랜드, 원산지에 중점을 행사 위주로 시행하는 것이 효과적일 것으로 판단됨.

2.1.2. 떡류⁴⁾

○ 2021년 쌀떡류 국내 매출액은 쌀가공식품 총 매출액의 25.5%인 1.9조 원으로 전년 대비 4.5% 증가했으며, 사업체 수는 11,940개사로 전년 대비 1.9% 감소함.

○ 2021년 떡류 수출액은 쌀가공식품 총 수출액의 39.2%인 6,500만 달러로 전년 대비 22.5% 증가함.

〈표 3-20〉 떡류 연도별 매출액, 사업체 수 및 수출액('17~'21)

구분	2019	2020	2021
쌀떡류 매출액(십억 원)	1,308	1,833	1,915
쌀떡류 사업체 수(개사)	10,804	12,176	11,940
떡류 수출액(천 달러)	34,304	53,750	65,853

자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서' 각 연도, 한국농수산물유통공사 '주요국 쌀가공식품 주력 수출 품목 시장조사(2022)'를 재구성함.

〈떡국떡〉

○ 떡국떡은 주로 20~30대를 중심으로 소비되며, 대형할인점(46.7%)을 통한 구매가 가장 많으나, 향후 온라인 쇼핑몰과 홈쇼핑, 농협마트, 편의점을 통한 소비 증가가 예상됨.

- 월 평균 구입액은 20~30대 남성과 여성이 가장 컸으며, 50대 남성과 40~50대 여성이 대형 할인점에서 주로 가공밥을 구입하고 있으며, 40대 남성과 30~40대 여성이 온라인 쇼핑몰을 통해 주로 떡국떡을 구입하고 있음.

4) 떡류 소비동향은 한국농수산물유통공사 '2020 가공식품 세분시장 현황-쌀가공식품-', '2022 가공식품 세분시장 현황-떡·한과류-' 자료를 활용하였음.

- 향후, 온라인 쇼핑몰을 통한 떡국떡 구입이 증가할 것이라는 소비자가 64.5%였으며, 농협마트 35.9%, 홈쇼핑 35.0%, 편의점 32.7% 순임.

〈표 3-21〉 떡국떡 구입 빈도 및 월 평균 구입액

단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(420)	(191)	(41)	(52)	(48)	(50)	(229)	(44)	(54)	(71)	(60)
구입빈도 (회/월)	1.13	1.22	1.56	1.10	1.25	1.03	1.22	1.10	1.20	0.92	1.07
월 평균 구입액 (천 원)	9.59	9.28	10.34	10.33	8.52	8.04	9.86	12.07	11.15	7.75	9.57

출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

〈표 3-22〉 떡국떡 구입 채널

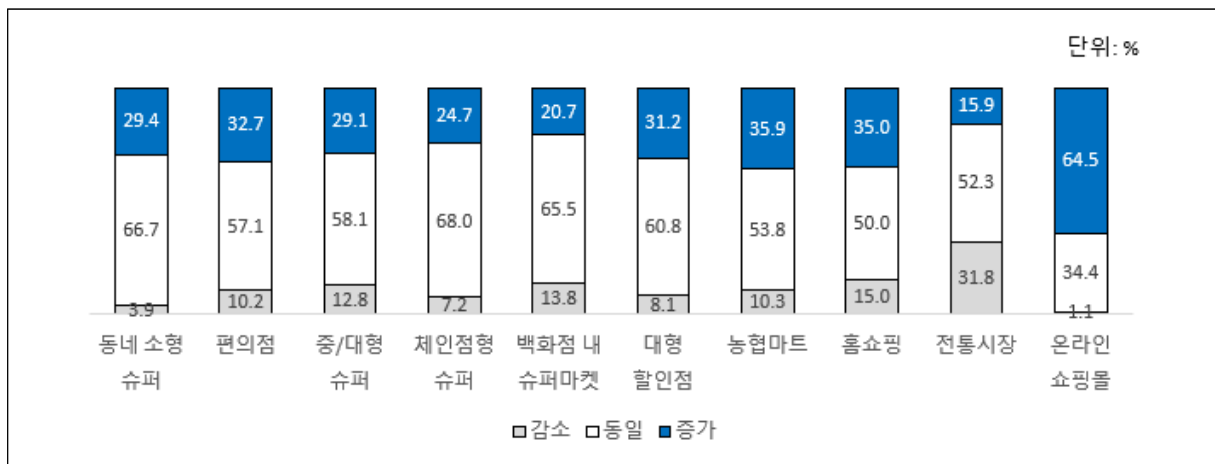
단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(420)	(191)	(41)	(52)	(48)	(50)	(229)	(44)	(54)	(71)	(60)
대형 할인점	46.7	44.0	17.1	48.1	43.8	62.0	48.9	38.6	40.7	59.2	51.7
중/대형 슈퍼	13.1	12.0	14.6	9.6	10.4	14.0	14.0	22.7	18.5	5.6	13.3
온라인 쇼핑몰	12.6	13.1	12.2	9.6	18.8	12.0	12.2	9.1	16.7	14.1	8.3
체인점형 슈퍼	9.3	8.4	17.1	7.7	10.4	0.0	10.0	6.8	7.4	12.7	11.7
동네 소형 슈퍼	6.4	7.3	17.1	3.8	4.2	6.0	5.7	4.5	5.6	5.6	6.7
편의점	3.6	4.7	7.3	9.6	2.1	0.0	2.6	6.8	3.7	1.4	0.0
전통시장	3.3	3.7	4.9	3.8	6.3	0.0	3.1	4.5	3.7	0.0	5.0

주: 그 외 농협 마트(9.3%), 백화점 내 슈퍼마켓(6.9%), 홈쇼핑(4.8%) 순으로 나타남.

출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

〈그림 3-17〉 떡국떡 구입 증가 채널

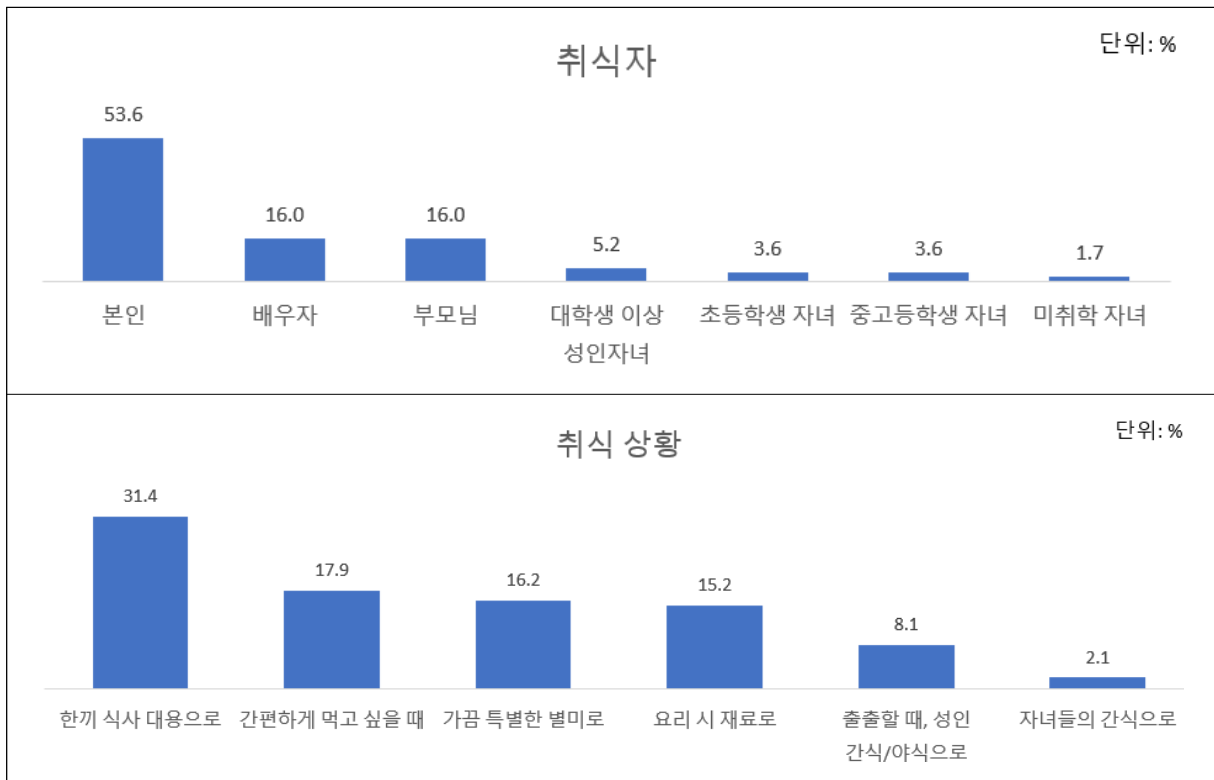


출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

○ 떡국떡은 구입자 본인이 취식하기 위해 주로 구입하며(53.6%), 간편하게 한 끼 식사 대용으로 구입하는 비중이 약 49.3%로 가장 높았으며, 가끔 특별한 별미로 구입하는 비중도 16.2%를 차지함. 또한 구입 시 주요 요인으로서는 가격, 원산지, 유통기한 등으로 나타남.

- 떡국떡의 주 취식자는 본인이 53.6%, 배우자 16.0%, 부모님 16.0% 임.
- 떡국떡 구입 시 가격을 중시하는 소비자는 30~40대 남성이며, 원산지 및 지역을 중시하는 소비자는 40~50대 남성과 여성으로 나타남.

〈그림 3-18〉 떡국떡 주 취식자 및 취식 상황



주: 그 외 쌀의 품종(11.9%), 다양한 곡류(11.7%), 열량/칼로리(8.3%), 판매원/시식사원의 권유(6.0%), 브랜드 지인 추천(5.5%), 광고/캠페인(5.2%), 쌀의 재배 농법(5.0%), 포장 디자인(3.8%) 순으로 나타남.

출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

〈표 3-23〉 떡국떡 중요 구입 영향 요인

단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(420)	(191)	(41)	(52)	(48)	(50)	(229)	(44)	(54)	(71)	(60)
가격	16.0	20.4	12.2	25.0	20.8	22.0	12.2	11.4	14.8	15.5	6.7
쌀의 원산지/지역	15.7	11.0	7.3	3.8	14.6	18.0	19.7	9.1	13.0	25.4	26.7
유통기한	10.5	10.5	7.3	5.8	16.7	12.0	10.5	13.6	9.3	7.0	13.3
브랜드/제조사	8.3	9.4	2.4	13.5	12.5	8.0	7.4	6.8	9.3	5.6	8.3
첨가물	7.6	7.9	12.2	11.5	4.2	4.0	7.4	9.1	3.7	9.9	6.7
조리/취식의 편의성	7.4	7.9	2.4	5.8	12.5	10.0	7.0	2.3	7.4	11.3	5.0
판촉 행사	6.9	4.7	2.4	3.8	6.3	6.0	8.7	6.8	11.1	9.9	6.7
친환경/유기농 인증 여부	5.0	5.2	7.3	7.7	2.1	4.0	4.8	4.5	1.9	2.8	10.0
제품 보관 방법	5.0	5.2	7.3	7.7	4.2	2.0	4.8	6.8	9.3	2.8	1.7

출처: 한국농수산물유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

○ (시사점) 떡국떡은 1인가구의 확대와 명절 간소화 트렌드에 따라 소포장 제품 또는 간편 조리 떡국 제품을 선호함.

- 떡국떡은 1인 가구의 확대와 명절 간소화 트렌드에 따라 소포장 제품 또는 간편 조리 떡국 제품을 선호함.
- 떡국떡 판촉은 40대 이상을 대상으로 온라인을 중심의 가격과 원산지 및 지역에 초점을 두고 시행하는 것이 효과적일 것으로 판단됨.

〈떡볶이떡〉

○ 떡볶이떡은 주로 20~30대 여성과 30대 남성을 중심으로 소비되며, 대형할인점(40.7%)을 통한 구매가 가장 많으나, 향후 온라인 쇼핑몰과 홈쇼핑, 편의점을 통한 소비가 증가할 것임.

- 월 평균 구입액은 20~30대 여성과 30대 남성이 가장 컸으며, 50대 남성과 40~50대 여성이 대형 할인점에서 주로 떡볶이떡을 구입하고 있으며, 20대와 40대 남성 그리고 30대 여성이 온라인 쇼핑몰을 통해 주로 떡볶이떡을 구입하고 있음.
- 향후, 온라인 쇼핑몰을 통한 떡볶이떡 구입을 증가하겠다는 소비자가 63.9%였으며, 홈쇼핑 46.7%, 편의점 41.3% 순임.

〈표 3-24〉 떡볶이떡 구입 빈도 및 월 평균 구입액

단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(550)	(255)	(58)	(61)	(75)	(61)	(295)	(62)	(73)	(86)	(74)
구입빈도 (회/월)	1.37	1.41	1.70	1.40	1.25	1.35	1.33	1.42	1.62	1.14	1.20
월 평균 구입액 (천 원)	9.78	10.02	10.43	11.48	9.84	8.41	9.58	11.32	11.23	8.35	7.91

출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

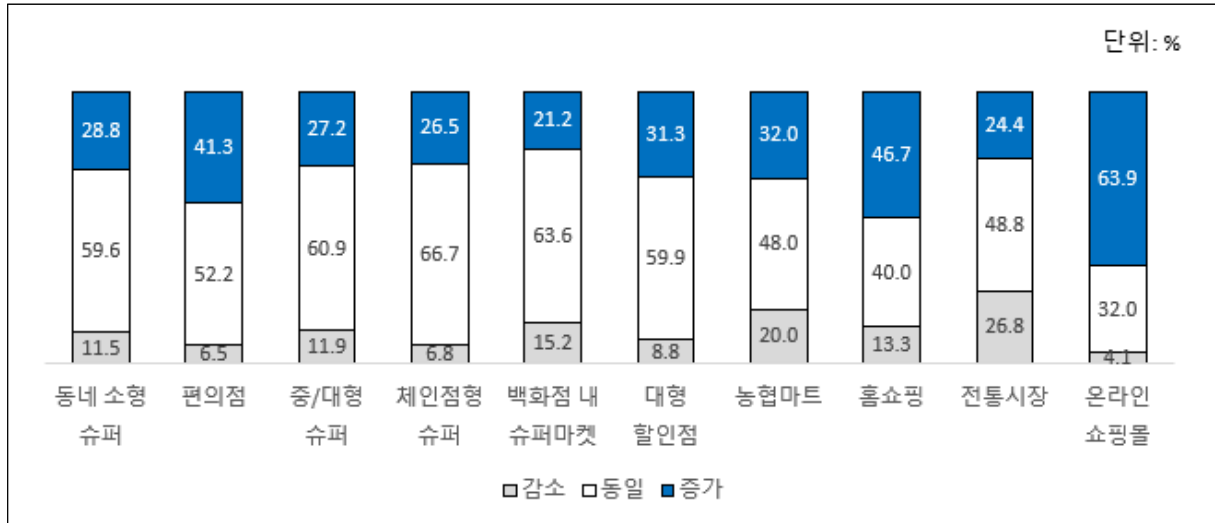
〈표 3-25〉 떡볶이떡 구입 채널

단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(550)	(255)	(58)	(61)	(75)	(61)	(295)	(62)	(73)	(86)	(74)
대형 할인점	40.7	37.6	20.7	42.6	37.3	49.2	43.4	33.9	34.2	47.7	55.4
온라인 쇼핑몰	14.0	16.1	19.0	9.8	22.7	11.5	12.2	8.1	17.8	12.8	9.5
중/대형 슈퍼	13.6	13.7	13.8	11.5	13.3	16.4	13.6	11.3	12.3	11.6	18.9
체인점형 슈퍼	10.4	8.2	10.3	11.5	6.7	4.9	12.2	9.7	15.1	15.1	8.1
편의점	7.8	7.1	6.9	9.8	8.0	3.3	8.5	21.0	6.8	5.8	2.7

주: 그 외 동네 소형 슈퍼(9.5%), 농협 마트(9.1%), 전통시장(7.5%), 백화점 내 슈퍼마켓 (6.0%), 홈쇼핑(5.5%) 순으로 나타남.
출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

〈그림 3-19〉 떡볶이떡 구입 증가 채널



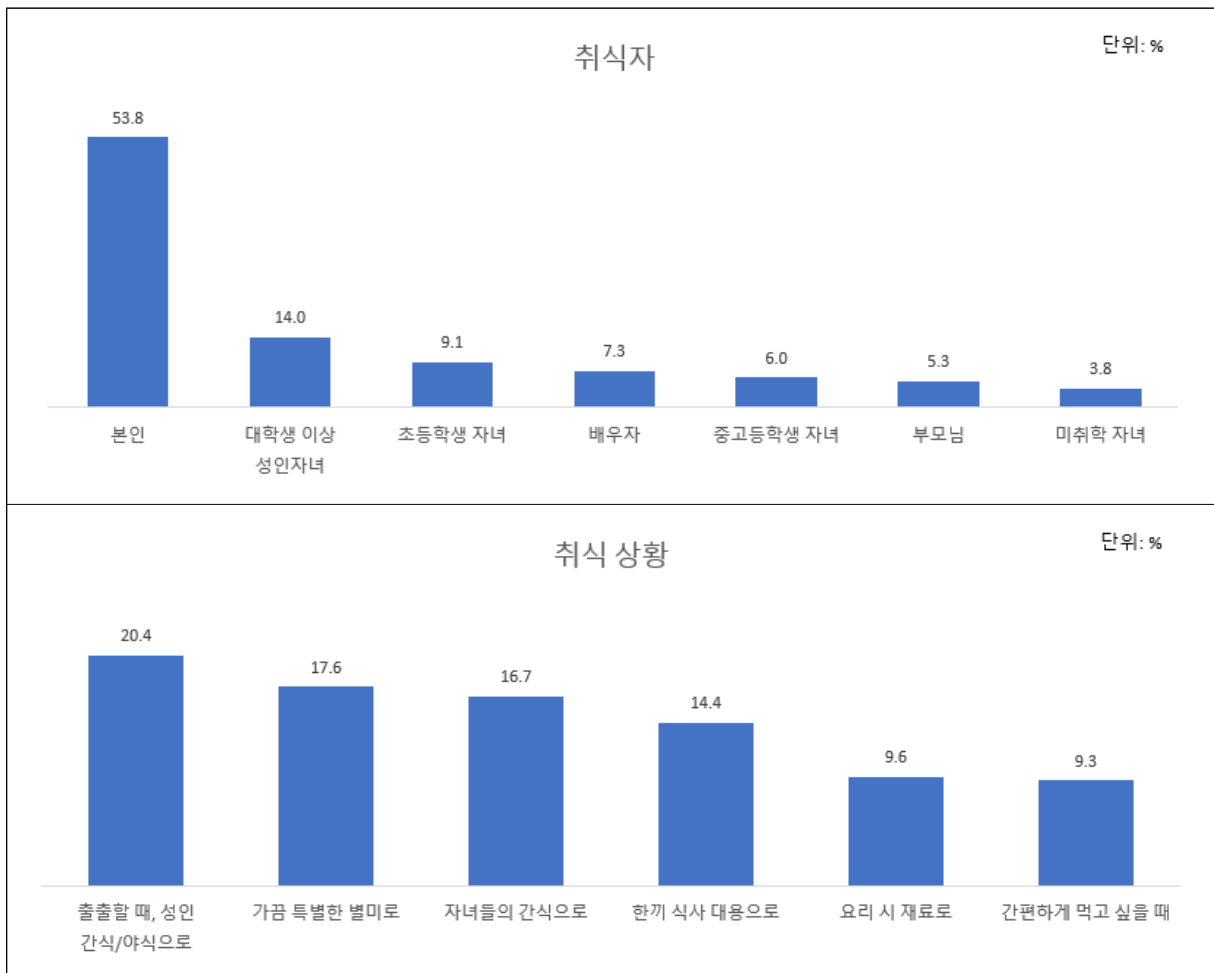
출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

- 떡볶이떡은 구입자 본인이 취식하기 위해 주로 구입하며(53.8%), 성인 및 자녀 간식으로 구입하는 비중이 약 37.1%로 가장 높았고, 간편하게 한 끼 식사 대용으로 구입하는 비중

이 26.0%, 가끔 특별한 별미로 구입하는 비중이 17.6%를 차지함. 또한 구입 시 주요 요인으로는 가격, 원산지, 브랜드, 편의성 등으로 나타남.

- 떡볶이떡의 주 취식자는 본인이 53.8%, 성인 자녀 14.0%, 초등학생 자녀 9.1% 임.
- 떡볶이떡 구입 시 가격을 중시하는 소비자는 30~40대 남성이며, 원산지 및 지역을 중시하는 소비자는 40~50대 여성으로 나타남.

〈그림 3-20〉 떡볶이떡 주 취식자 및 취식 상황



출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

〈표 3-26〉 떡볶이떡 중요 구입 영향 요인

단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(550)	(255)	(58)	(61)	(75)	(61)	(295)	(62)	(73)	(86)	(74)
가격	19.6	26.7	22.4	31.1	32.0	19.7	13.6	12.9	17.8	17.4	5.4
쌀의 원산지/지역	12.9	8.2	3.4	6.6	8.0	14.8	16.9	12.9	15.1	17.4	21.6
브랜드/제조사	11.5	11.0	6.9	6.6	13.3	16.4	11.9	17.7	8.2	11.6	10.8
조리/취식의 편의성	9.5	6.7	0.0	6.6	10.7	8.2	11.9	12.9	11.0	15.1	8.1
유통기한	7.3	7.5	6.9	4.9	8.0	9.8	7.1	9.7	5.5	3.5	10.8
판촉 행사	6.7	47.0	6.9	0.0	5.3	6.6	8.5	3.2	9.6	10.5	9.5
첨가물	5.3	5.1	5.2	8.2	4.0	3.3	5.4	3.2	6.8	3.5	8.1
열량/칼로리	4.5	4.7	10.3	3.3	2.7	3.3	4.4	6.5	4.1	1.2	6.8

주: 그 외 제품 보관(13.3%), 친환경/유기농 인증 여부(10.5), 쌀의 품종(9.5%), 다양한 곡류(8.0%), 판매원/시식사원의 권유(7.1%), 지인 추천(7.1%), 브랜드 광고/캠페인(5.6%), 포장 디자인(5.5%), 쌀의 재배 농법(5.1%) 순으로 나타남.

출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

○ (시사점) 떡볶이떡은 간식으로서의 소비가 중심으로 다양한 양념을 선택할 수 있는 밀키트와 간편하게 소비할 수 있는 컵떡볶이 중심으로 소비가 증가함.

- 남성 대상의 떡볶이떡 판촉은 가격과 브랜드 중심으로 추진하고, 여성 대상의 판촉은 원산지 및 지역 중심으로 추진하는 것이 바람직해 보임. 다만, 떡볶이떡은 식사 대응보다 자녀의 간식용 소비가 상대적으로 높게 나타나므로 젊은층의 소비트렌드를 고려하여 다양한 맛의 상품을 개발하는 것이 필요할 것으로 판단됨.

〈기타 떡〉

○ 건강한 간식에 대한 수요가 증가하면서 쫄깃한 식감과 맛, 영양 측면에서 일반 떡에 대한 선호가 증가함. 다만, 20~30대 선호를 겨냥한 퓨전 떡(크림, 치즈 함유), 구워 먹는 떡, 개별 소포장 등이 요구됨.

2.1.3. 주류

○ 2021년 주류 국내 매출액은 쌀가공식품 총 매출액의 26.3%인 2조 원으로 전년 대비 20.9% 증가했으며, 사업체 수는 706개 사로 전년 대비 7.1% 증가함.

○ 2021년 전통주 수출액은 쌀가공식품 총 수출액의 10.4%인 1,700만 달러로 전년 대비 26.9% 증가함.

〈표 3-27〉 주류 연도별 매출액, 사업체 수 및 수출액('17~'21)

구분	2019	2020	2021
주류 매출액(십억 원)	794	1,635	1,976
주류 사업체 수(개사)	719	659	706
전통주 수출액(천 달러)	13,681	13,779	17,486

자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서' 각 연도, 한국농수산식품유통공사 '주요국 쌀가공식품 주력 수출 품목 시장조사(2022)'를 재구성함.

〈탁주(막걸리)〉

○ 탁주는 전 연령대의 남성과 30대 여성을 중심으로 소비되며, 대형할인점(30.4%)과 중·대형 슈퍼(16.2%), 편의점(14.8%), 동네 슈퍼(13.0%)를 통한 구매가 가장 많았으며, 향후에도 편의점, 슈퍼마켓을 통한 소비가 지속될 것으로 예상됨.

- 월 평균 구입액은 20~40대 남성과 30대 여성이 가장 컸으며, 30대 남성과 40~50대 여성이 대형 할인점에서 주로 탁주를 구입하고 있으며, 20~30대 여성이 편의점을 통해 주로 탁주를 구입하고 있음.
- 향후, 편의점을 통해 탁주 구입을 증가하겠다는 소비자가 40.2%였으며, 백화점 내 슈퍼마켓 37.5%, 전통시장과 동네 소형 슈퍼가 각각 33.3%, 32.1% 순임.

〈표 3-28〉 탁주 구입 빈도 및 월 평균 구입액

단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(345)	(183)	(46)	(48)	(42)	(47)	(162)	(37)	(34)	(42)	(49)
구입빈도(회/월)	1.59	1.76	1.67	1.54	2.07	1.78	1.41	1.03	1.88	1.50	1.28
월 평균 구입액(천 원)	11.37	12.45	12.54	12.94	12.69	11.64	10.15	12.11	15.21	7.88	7.10

출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

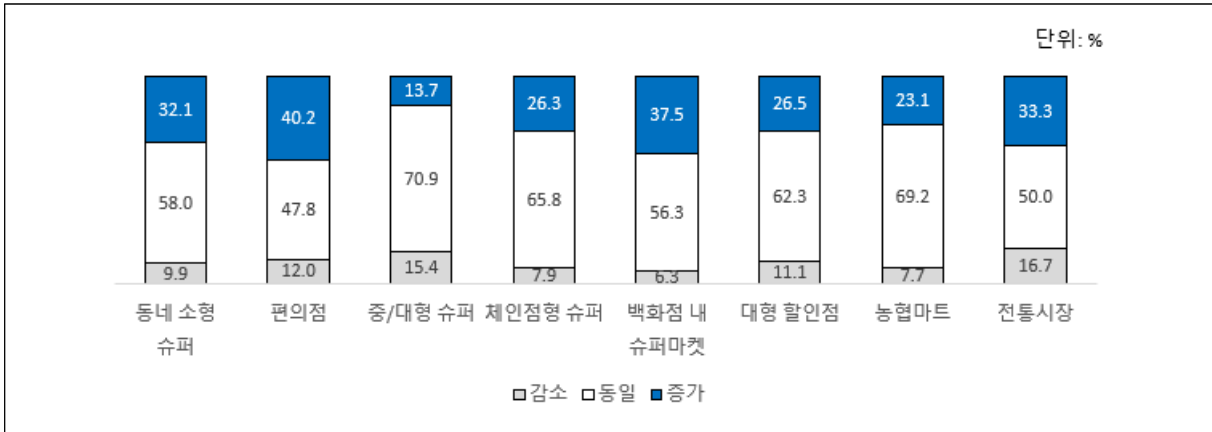
〈표 3-29〉 탁주 구입 채널

단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(345)	(183)	(46)	(48)	(42)	(47)	(162)	(37)	(34)	(42)	(49)
대형 할인점	30.4	29.5	21.7	43.8	26.2	25.5	31.5	29.7	26.5	33.3	34.7
중/대형 슈퍼	16.2	12.0	4.3	6.3	19.0	19.1	21.0	18.9	14.7	23.8	24.5
편의점	14.8	13.1	10.9	16.7	21.4	4.3	16.7	21.6	26.5	9.5	12.2
동네 소형 슈퍼	13.0	16.4	8.7	12.5	19.0	25.5	9.3	8.1	5.9	11.9	10.2
체인점형 슈퍼	9.6	8.7	6.5	8.3	7.1	12.8	10.5	10.8	11.8	14.3	6.1

출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

〈그림 3-21〉 탁주 구입 증가 채널

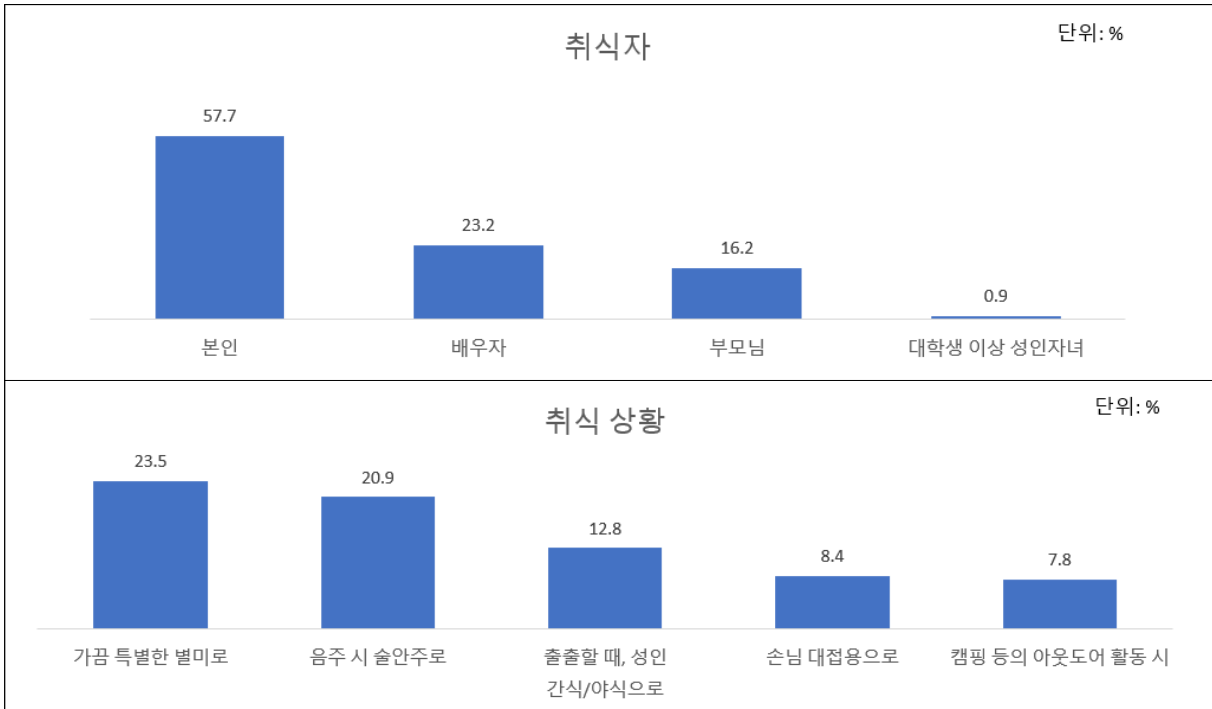


출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

○ 탁주는 구입자 본인(57.7%)과 배우자(23.2%) 및 부모님(16.2%)을 위해 주로 구입하며, 구입 시 주요 고려 요인은 브랜드, 가격, 유통기한, 원산지 등으로 나타남.

- 탁주의 주 취식자는 본인이 57.7%, 배우자 23.2%, 부모님 16.2% 임.
- 탁주 구입 시 브랜드를 중시하는 소비자는 40~50대 남성과 20대, 40대 여성이며, 가격을 중시하는 소비자는 30대 남성과 여성, 유통기한을 중시하는 소비자는 50대 남성과 40대 여성, 쌀의 원산지 및 지역을 중시하는 소비자는 30~50대 여성으로 나타남.

〈그림 3-22〉 탁주 주 음용자 및 음용 상황



출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

〈표 3-30〉 탁주 중요 구입 영향 요인

단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(345)	(183)	(46)	(48)	(42)	(47)	(162)	(37)	(34)	(42)	(49)
브랜드/제조사	20.3	19.7	6.5	18.8	21.4	31.9	21.0	27.0	11.8	26.2	18.4
가격	13.3	16.4	15.2	20.8	16.7	12.8	9.9	10.8	11.8	4.8	12.2
유통기한	13.0	13.1	13.0	4.2	11.9	23.4	13.0	13.5	11.8	16.7	10.2
쌀의 원산지/지역	10.7	7.7	6.5	6.3	9.5	8.5	14.2	0.0	14.7	14.3	24.5
첨가물	7.0	8.2	8.7	12.5	4.8	6.4	5.6	0.0	8.8	7.1	6.1
브랜드 광고/캠페인	5.8	4.9	4.3	4.2	9.5	2.0	6.8	8.1	5.9	4.8	8.2
지인 추천	4.3	1.6	2.2	2.1	0.0	2.1	7.4	13.5	2.9	2.4	10.2
판촉 행사	4.1	3.3	4.3	6.3	2.4	0.0	4.9	13.5	2.9	4.8	0.0

주: 그 외 조리/취식의 편의성(11.3%), 친환경/유기농 인증 여부(9.9%), 다양한 곡류(9.0%), 제품 보관 방법(8.7%), 열량/칼로리(8.7%), 포장 디자인(6.7%), 쌀의 품종(6.1%), 판매원/시식 사원의 권유(5.8%), 쌀의 재배 농법(3.8%) 순으로 나타남.
출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

○ (시사점) 탁주(막걸리)는 기성세대 술이라는 인식과 상대적으로 짧은 유통기한 한계는 있지만 최근 트렌드를 반영한 상품개발 및 체험 연계 등을 통한 소비 확대 가능성이 존재함.

- 탁주(막걸리)는 기성세대 술이라는 인식이 강함. 다만, 최근 젊은 층을 겨냥한 트렌디한 막걸리 제품(프로바이오틱스, 스파클링 등)과 고급화 전략(복순도가 손막걸리 등) 등을 통한 소비가 창출되고 있음. 또한 양조장 체험, 소믈리에 추천 등과 결합한 소비도 존재함.
- 탁주의 판촉은 40대 이상을 중심으로 남성은 브랜드와 가격에 중점을 두고, 여성은 원산지 및 지역에 중점을 두는 것이 효율적일 것으로 판단됨.

〈기타 주류〉

○ 젊은 소비자층을 중심으로 제로 슈거 및 도수 양극화를 보이는 증류주 소비 확대되는 추세임.

- 최근 소비자는 술의 도수를 낮추고 다양한 맛(하이볼류)을 요구하거나, 원액 그대로 높은 도수(위스키류)를 요구하는 양극화 성향을 보임.
- 이에 따라 위스키 수입량이 크게 증가하고 있으며, 국내에서도 증류를 통해 소주의 도수를 높이거나, 이를 활용한 하이볼류의 다양한 제품이 출시되고 있음.
- 또한, 소비자들의 건강 및 다이어트에 대한 관심은 주류산업에도 영향을 미치면서 제로슈거 주류 소비도 증가함.

2.1.4. 면류

○ 2021년 면류 국내 매출액은 쌀가공식품 총 매출액의 1.0%인 730억 원으로 전년 대비 41.4% 감소했고, 사업체 수는 82개사로 전년 대비 5.1% 증가함.

○ 2021년 쌀국수 수출액은 쌀가공식품 총 수출액의 1.0%인 171만 달러로 전년 대비 4.4% 증가함.

〈표 3-31〉 면류 연도별 매출액, 사업체 수 및 수출액('17~'21)

구분	2019	2020	2021
면류 매출액(십억 원)	234	125	73
면류 사업체 수(개사)	168	78	82
쌀국수 수출액(천 달러)	1,353	1,638	1,710

자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서' 각 연도, 한국농수산물유통공사 '주요국 쌀가공식품 주력 수출 품목 시장조사(2022)'를 재구성함.

○ 쌀면은 30대를 중심으로 소비되며, 대형할인점(46.0%)과 온라인 쇼핑몰(15.1%)을 통한 구매가 가장 많으나, 향후 온라인 쇼핑몰과 편의점을 통한 소비가 증가할 것으로 예상됨.

- 월 평균 구입액은 30대 남성과 여성이 가장 컸으며, 50대 남성과 40~50대 여성이 대형 할인점에서 주로 쌀면을 구입하고 있으며, 40대 남성과 20대 여성이 온라인 쇼핑몰을 통해 주로 쌀면을 구입하고 있음.

- 향후, 온라인 쇼핑몰을 통한 쌀면 구입을 증가하겠다는 소비자가 66.7%였으며, 편의점 36.7%, 대형 할인점과 체인점형 슈퍼가 각각 33.0%, 30.8% 순으로 나타남.

〈표 3-32〉 쌀면 구입 빈도 및 월 평균 구입액

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(430)	(211)	(49)	(60)	(50)	(52)	(219)	(46)	(57)	(59)	(57)
구입빈도 (회/월)	1.43	1.62	1.82	1.68	1.17	1.80	1.26	1.25	1.43	1.13	1.21
월 평균 구입액 (천 원)	10.75	11.22	10.49	13.05	9.60	11.37	10.29	10.15	13.39	8.88	8.75

단위: %

출처: 한국농수산물유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

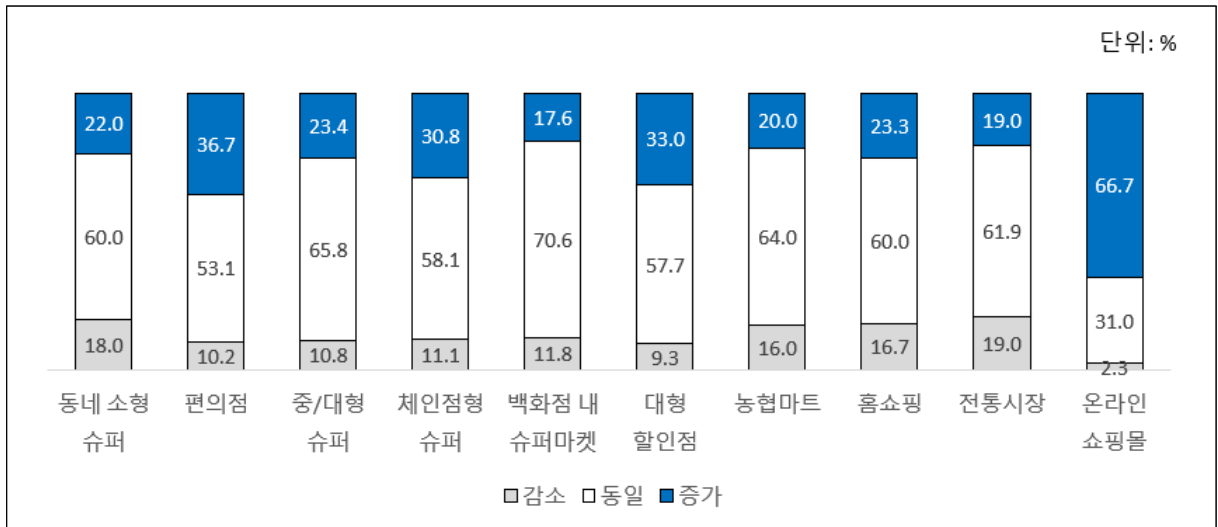
〈표 3-33〉 쌀면 구입 채널

단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(430)	(211)	(49)	(60)	(50)	(52)	(219)	(46)	(57)	(59)	(57)
대형 할인점	46.0	44.1	24.5	45.0	44.0	61.5	47.9	30.4	47.4	59.3	50.9
온라인 쇼핑몰	15.1	15.2	26.5	8.3	18.0	9.6	15.1	17.4	15.8	15.3	12.3
체인점형 슈퍼	11.9	10.9	6.1	11.7	16.0	9.6	12.8	19.6	15.8	11.9	5.3
중/대형 슈퍼	9.8	9.0	12.2	3.3	10.0	11.5	10.5	10.9	5.3	3.7	22.8
편의점	7.4	9.5	16.3	18.3	2.0	0.0	5.5	10.9	7.0	5.1	0.0
동네 소형 슈퍼	4.4	5.2	6.1	3.3	8.0	3.8	3.7	6.5	1.8	1.7	5.3
농협마트	1.9	1.9	2.0	5.0	0.0	0.0	1.8	0.0	1.8	3.4	1.8

주: 그 외 백화점 내 슈퍼마켓(7.9%), 홈쇼핑(7.0%), 전통시장(4.9%) 순으로 나타남.
출처: 한국농수산물유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

〈그림 3-23〉 쌀면 구입 증가 채널

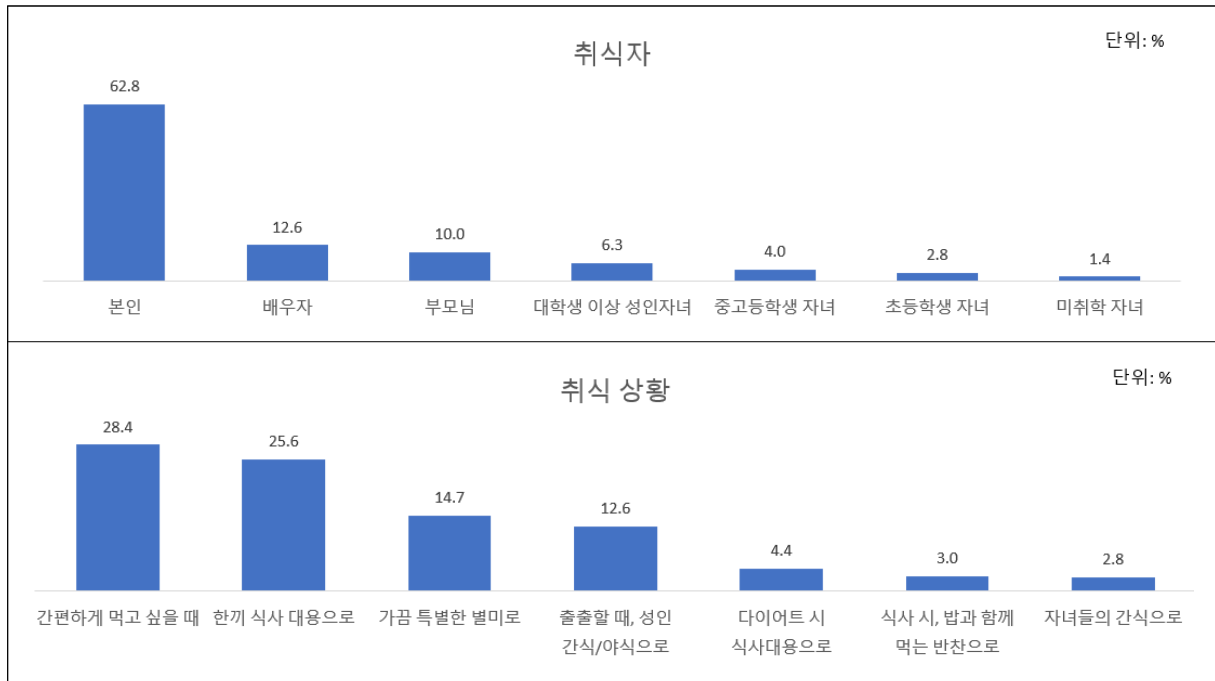


출처: 한국농수산물유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

○ 쌀면은 구입자 본인이 취식하기 위해 주로 구입하며(62.8%), 간편하게 한 끼 식사 대응으로 구입하는 비중이 약 54.0%로 가장 높았으며, 간식 및 야식으로(14.8%)와 가끔 별미로(14.7%) 소비되고 있음. 또한 구입 시 주요 요인으로는 가격, 편의성, 브랜드 등으로 나타남.

- 쌀면의 주 취식자는 본인이 62.8%, 배우자와 부모님이 각각 12.6%, 10.0%임.
- 쌀면 구입 시 가격을 중시하는 소비자는 30~40대 남성과 30대 여성이며, 편의성을 중시하는 소비자는 20대 남성과 40대 여성, 브랜드를 중시하는 소비자는 40~50대 남성, 쌀의 원산지 및 지역을 중시하는 소비자는 40~50대 여성으로 나타남.

〈그림 3-24〉 쌀면 주 취식자 및 취식 상황



출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

〈표 3-34〉 쌀면 중요 구입 영향 요인

단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(430)	(211)	(49)	(60)	(50)	(52)	(219)	(46)	(57)	(59)	(57)
가격	18.1	19.9	12.2	23.3	30.0	13.5	16.4	17.4	22.8	11.9	14.0
조리/취식의 편의성	12.8	13.3	16.3	13.3	10.0	13.5	12.3	13.0	12.3	16.9	7.0
브랜드/제조사	9.1	0.0	2.0	8.3	16.0	13.5	8.2	6.5	8.8	6.8	10.5
쌀의 원산지/지역	8.1	5.7	4.1	1.7	8.0	9.6	10.5	2.2	8.8	18.6	10.5
판촉 행사	7.4	6.6	12.2	10.0	2.0	1.9	8.2	13.0	5.3	10.2	5.3
유통기한	7.2	6.6	2.0	10.0	8.0	5.8	7.8	6.5	8.8	6.8	8.8
열량/칼로리	6.0	6.2	8.2	10.0	0.0	5.8	5.9	8.7	7.0	0.0	8.8

출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

○ (시사점) 쌀면은 글루텐프리 제품으로서 선호가 증가하고 있으며, 낮은 칼로리나 락토베지테리언 맞춤 제품을 통해 소비가 창출되고 있음.

- 쌀면은 다이어트와 건강에 대한 소비자의 관심이 증가하면서 글루텐프리 제품이자, 낮은 칼로리나 락토베지테리언 맞춤 제품 등을 중심으로 소비가 창출되고 있음.
- 쌀면에 대한 판촉은 한끼 식사대용으로서 기능에 초점을 두고, 온라인 중심으로 시행하는 것이 효율적일 것으로 보임. 이때 편의성과 쌀의 원산지에 대한 소비자 선호를 반영하는 것이 중요할 것으로 판단됨.

2.1.5. 빵류

○ 2021년 쌀빵류 국내 매출액은 쌀가공식품 총 매출액의 0.9%인 69억 원으로 전년 대비 5.4% 감소했으며, 사업체 수는 145개사로 전년 대비 7.4% 증가함.

〈표 3-35〉 빵류 연도별 매출액, 사업체 수 및 수출액('17~'21)

구분	2019	2020	2021
매출액(십억 원)	-	73	69
사업체 수(개사)	-	135	145

자료: 농림축산식품부 '쌀가공식품제조업 현황조사 보고서' 각 연도를 재구성함.

○ 쌀빵은 주로 20~30대를 중심으로 소비되며, 대형할인점(39.6%)과 체인형 슈퍼(12.6%), 편의점(10.7%)을 통한 구매가 많으나, 향후 온라인 쇼핑몰과 편의점을 통한 소비가 증가할 것임.

- 월 평균 구입액은 20~30대 남성과 30대 여성이 가장 컸으며, 30대~50대 남성 그리고 40~50대 여성이 대형 할인점에서 주로 쌀빵을 구입하고 있으며, 20~40대 여성은 체인점형 슈퍼, 30~40대 남성은 편의점을 통해 주로 쌀빵을 구입하고 있음.
- 향후, 온라인 쇼핑몰을 통한 쌀빵 구입을 증가하겠다는 소비자가 52.6%였으며, 전통시장 39.1%, 편의점 38.3%, 체임점형 슈퍼와 대형 할인점이 각각 32.4%, 31.2%로 나타남.

〈표 3-36〉 쌀빵 구입 빈도 및 월 평균 구입액

단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(270)	(126)	(43)	(43)	(19)	(21)	(144)	(28)	(36)	(34)	(46)
구입빈도 (회/월)	1.69	1.74	1.90	1.45	1.71	2.04	1.65	1.60	1.87	1.66	1.50
월 평균 구입액 (천 원)	14.26	14.56	17.05	15.35	10.58	11.43	14.01	13.96	17.50	11.79	12.93

출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

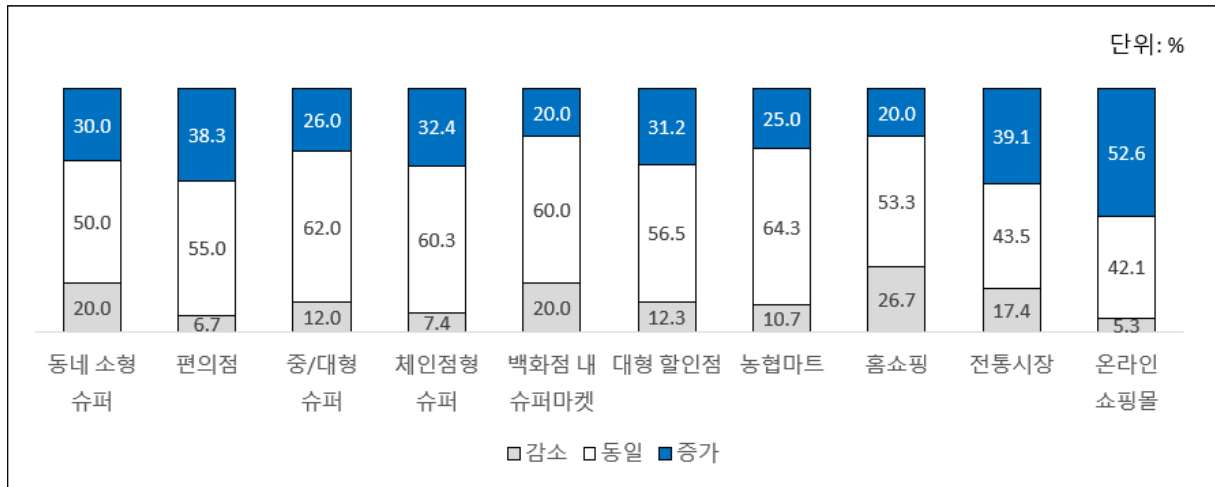
〈표 3-37〉 쌀빵 구입 채널

단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(270)	(126)	(43)	(43)	(19)	(21)	(144)	(28)	(36)	(34)	(46)
대형 할인점	39.6	36.5	23.3	41.9	47.4	42.9	42.4	25.0	33.3	47.1	56.5
체인점형 슈퍼	12.6	8.7	9.3	9.3	0.0	14.3	16.0	25.0	16.7	17.6	8.7
편의점	10.7	15.1	14.0	23.3	15.8	0.0	6.9	21.4	11.1	0.0	0.0
중/대형 슈퍼	8.1	11.1	14.0	9.3	10.5	9.5	5.6	0.0	5.6	5.9	8.7
온라인 쇼핑몰	7.8	7.9	11.6	4.7	5.3	9.5	7.6	7.1	16.7	2.9	4.3

주: 그 외 동네 소형 슈퍼(11.1%), 농협 마트(10.4%), 백화점 내 슈퍼마켓(9.3%), 전통시장(8.5%), 홈쇼핑(5.6%) 순으로 나타남.
출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

〈그림 3-25〉 쌀빵 구입 증가 채널

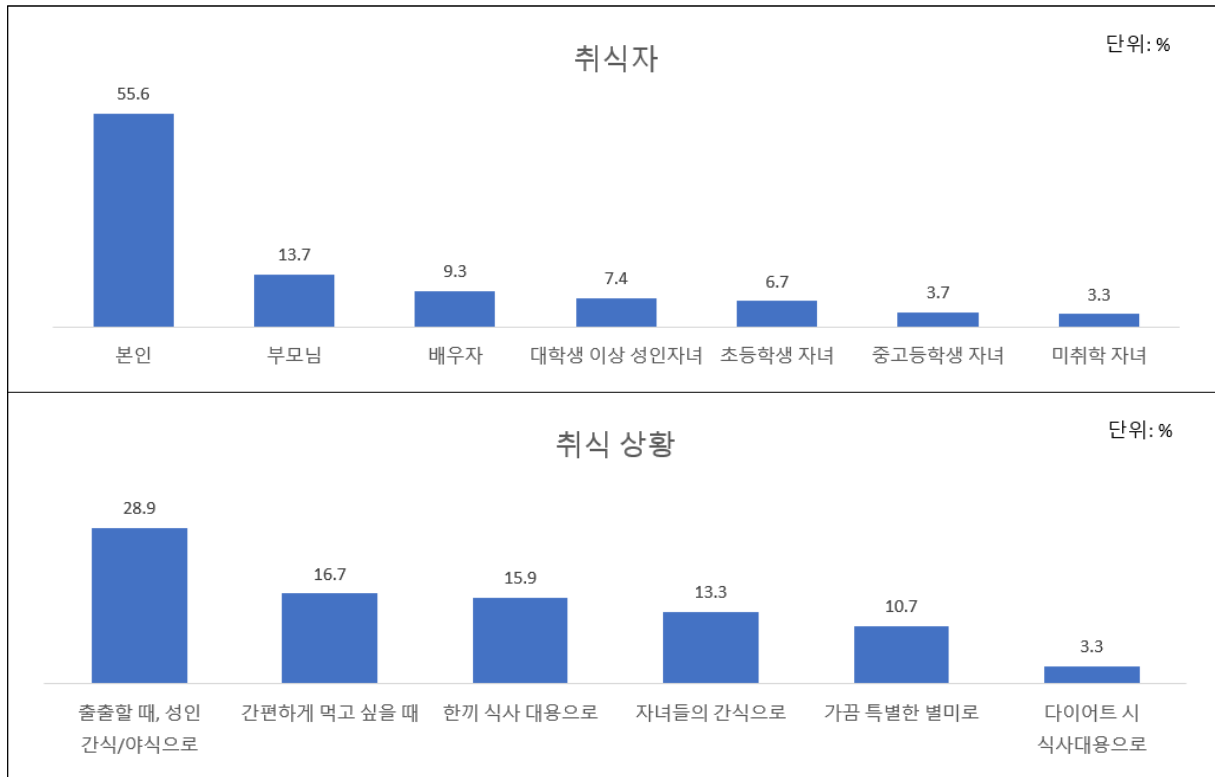


출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

○ 쌀빵은 구입자 본인이 취식하기 위해 주로 구입하며(55.6%), 간식 및 야식으로(42.2%), 간편하게 한 끼 식사 대응으로(32.6%) 구입하는 비중이 높았음. 또한 구입 시 주요 고려요인은 가격, 첨가물, 칼로리, 유통기한 등으로 나타남.

- 쌀빵의 주 취식자는 본인이 55.6%, 부모님 13.7, 배우자 9.3% 임.
- 쌀빵 구입 시 가격을 중시하는 소비자는 30~40대 남성과 20대 여성이며, 첨가물을 중시하는 소비자는 30~50대 여성, 열량 및 칼로리를 중시하는 소비자는 20대 남성과 여성으로 나타남.

〈그림 3-26〉 쌀빵 주 취식자 및 취식 상황



출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

〈표 3-38〉 쌀빵 중요 구입 영향 요인

단위: %

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
사례수	(270)	(126)	(43)	(43)	(19)	(21)	(144)	(28)	(36)	(34)	(46)
가격	17.8	20.6	16.3	30.2	26.3	4.8	15.3	21.4	16.7	20.6	6.5
첨가물	10.0	7.1	4.7	7.0	15.8	4.8	12.5	0.0	16.7	11.8	17.4
열량/칼로리	9.6	11.1	23.3	7.0	0.0	4.8	8.3	14.3	8.3	2.9	8.7
유통기한	8.1	6.3	7.0	2.3	15.8	4.8	9.7	10.7	11.1	5.9	10.9
쌀의 원산지/지역	7.8	6.3	7.0	0.0	5.3	19.0	9.0	3.6	5.6	17.6	8.7
브랜드/제조사	6.7	6.3	0.0	7.0	5.3	19.0	6.9	10.7	8.3	5.9	4.3
친환경/유기농 인증 여부	6.7	5.6	2.3	7.0	10.5	4.8	7.6	3.6	2.8	11.8	10.9
다양한 곡류	6.3	4.8	4.7	7.0	0.0	4.8	7.6	7.1	5.6	5.9	10.9

주: 그 외 조리/취식의 편의성(18.1%), 판촉 행사(17.8%), 제품 보관 방법(14.4%), 쌀의 품종(14.1%), 판매원/시식 사원의 권유(11.9%), 브랜드 광고/캠페인(9.6%), 쌀의 재배 농법(7.0%), 포장 디자인(5.6%), 지인 추천(4.8%) 순으로 나타남.

출처: 한국농수산식품유통공사 '2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)'.

○ (시사점) 쌀빵은 맛있으면서 살 안찌는 음식을 찾는 소비자의 증가와 함께 시장이 커지고 있음.

- 쌀빵 또한 다이어트와 건강에 대한 소비자의 관심이 증가하면서 글루텐프리 제품이자, 낮은 칼로리나 락토베지테리언 맞춤 제품(쌀 마들렌, 찹쌀 콩나기에, 쌀 스콘 등)을 중심으로

로 소비가 창출되고 있으며, 식음료 프랜차이즈 및 제과제빵 업체들(스타벅스, 파이파케트, 삼립 등)과 연계를 통해 농촌과 상생하는 이미지가 구축되고 있음.

- 쌀빵의 판촉은 건강한 간식이라는 인식을 심어주는 방향이 필요하며, 밀가루 대비 상대적으로 높은 단가가 요구되므로 프리미엄 이미지를 강조하는 판촉이 요구됨.

3. 시사점

3.1. 쌀가공식품 소비

- 쌀가공식품 전체 구매액은 현재 구매액(100) 대비 5년 후 약 15.1%p 증가할 것으로 조사됨.
 - 쌀빵류(43.0%p), 쌀과자류(40.4%p), 쌀떡류(33.6%p), 가공밥류(16.3%p) 등이 평균보다 더 큰 증가를 보였고, 면류(7.8%p)와 주류(6.8%p)는 상대적으로 증가가 적을 것으로 나타남.
- 쌀가공식품의 주요 구매 채널은 오프라인 매장(동네슈퍼, 중소형 및 대형 마트)에서 온라인 쇼핑몰 중심으로 전환될 것으로 예상되며, 로컬푸드 마켓 및 친환경 전문점 이용의향도 높음.
 - 동네 및 중소형 슈퍼마켓의 경우 연령대가 낮은 소비자들이 주로 이용하며, 대형마트는 연령대가 높은 소비자들이 꾸준히 이용함. 또한, 온라인 쇼핑몰의 경우 1인 가구의 이용이 두드러지며 점차 이용이 확대되는 추세를 보임.
- 소비자들은 쌀가공식품을 소비할 때 가격, 맛/품질, 안전성, 신선도, 구매 편리성을 중요하게 생각하고 있으며, 맛/품질, 안전성, 신선도에 대한 만족도는 높은 편이나, 가격과 구매 편리성에 대한 만족도는 상대적으로 낮게 나타남. 따라서 맛/품질, 안전성, 신선도를 유지하면서, 시장의 접근성을 개선하고 낮은 가격에 쌀가공식품을 제공할 수 있는 방안이 필요함.
- 쌀가공식품의 주요 소비층은 품목별로 차이는 있으나, 대체로 소득 수준이 높지 않은 소규모 가족 단위의 젊은 연령층으로 이들을 중심으로 소비가 증가할 것으로 판단됨.
 - 쌀가공식품을 구매하는 소비자는 대부분 가격을 중요하게 고려하고 있으며, 이외 고려 사항은 품목별로 상이함.

- 쌀떡류는 간편한 한 끼 식사(떡국떡)와 성인 및 자녀 간식(떡볶이떡)으로 주로 소비되며, 소득 수준이 높지 않은 소규모 가구의 젊은 남성을 대상으로 원산지와 브랜드에 중점을 둔 홍보가 필요함.
- 쌀과자와 쌀빵류는 성인 및 자녀 간식으로 주로 소비되며, 소득 수준이 높지 않은 소규모 가구를 대상으로 첨가물과 칼로리에 중점을 둔 홍보가 요구됨.
- 면류는 간편한 한 끼 식사로 주로 소비되며, 소득 수준이 높지 않은 소규모 가구의 젊은 남성을 대상으로 편의성에 중점을 둔 홍보가 요구됨.
- 주류는 탁주와 기타 주류(증류주 등)로 구분됨. 탁주는 연령층이 높은 가구원을 포함한 대규모 가구의 남성을 대상으로 한 홍보가 필요하며, 유통기한이 주요 고려사항이므로 편의점 중심의 구매 편의성에 중점을 둔 마케팅이 필요함. 기타 주류(증류주 등)는 소규모 가구의 젊은층이 주요 소비층으로 브랜드와 트렌드에 초점을 둔 마케팅이 요구됨.
- 가공밥류는 간편한 한 끼 식사로 주로 소비되며, 소규모 맞벌이 가구의 젊은 여성층을 대상으로 브랜드, 편의성을 강조한 홍보가 효율적일 것으로 판단됨.

〈표 3-39〉 주요 품목별 구매 특성 및 홍보·마케팅 대상

구분	구매액 증가 가구 특성	주요 구매 채널	구매 채널 증가	구매 용도	구매 시 주요 고려사항	홍보·마케팅 대상
쌀떡류 (↑33.6%p)	남성, 20~39세, 1세대 가족, 가구 소득 400 이하	대형 마트	온라인 쇼핑물, 홈쇼핑	떡국떡: 간편한 한 끼 식사, 가공 별미, 요리재료 떡볶이떡: 성인 및 자녀 간식, 가공 별미, 간편한 한 끼 식사	가격, 원산지, 브랜드, 편의성	소득 수준이 높지 않은 소규모 가구의 젊은 남성
쌀과자류 (↑40.4%p)	여성, 50~59세, 1세대 가족, 가구 소득 400 이하, 미취학 자녀 없음	대형 마트	온라인 쇼핑물	성인 및 자녀 간식	가격, 첨가물, 칼로리	소득 수준이 높지 않은 소규모 가구의 중년 여성
쌀빵류 (↑43.0%p)	30~39세, 1세대 가족, 가구 소득 400 이하, 미취학 자녀 없음	대형 마트	온라인 쇼핑물	성인 및 자녀 간식, 간편한 한 끼 식사	가격, 첨가물, 칼로리	소득 수준이 높지 않은 소규모 가구
면류 (↑7.8%p)	남성, 20~39세, 1인 및 1세대 가족, 가구 소득 200~400, 미취학 자녀 없음	대형 마트	온라인 쇼핑물	간편한 한 끼 식사	가격, 편의성	소득 수준이 높지 않은 소규모 가구의 젊은 남성
주류 (↑6.8%p)	탁주: 남성, 60세 이상, 3세대 이상 가족 기타 주류: 남성, 30~49세, 1인 및 1세대 가족	대형 마트	편의점	-	가격, 브랜드 (기타 주류), 유통기한(탁주)	탁주: 대규모 가구의 60세 이상 남성 기타 주류: 소규모 가구의 젊은 남성
가공밥류 (↑16.3%p)	여성, 20~39세, 맞벌이, 1인 및 1세대 가족	대형 마트	온라인 쇼핑물, 홈쇼핑	간편한 한 끼 식사	가격, 브랜드, 편의성, 원산지	소규모 맞벌이 가구의 젊은 여성

자료: 저자 작성.

3.2. 주요 쌀가공식품 소비트렌드

- 우리나라 식품소비 트렌드는 편의성, 다양성, 건강을 중시하는 방향으로 변화하고 있으며, 최근 윤리적 소비 또는 가치소비에 대한 인식도 증가하고 있음.
 - 식품소비 트렌드 변화의 주요 요인은 1인 가구의 확대, 급속한 고령화, 맛별이 보편화, 기후변화, 탄소중립, ESG경영 등이 있음.
 - 식품소비 트렌드는 전술한 요인으로 인해 간편하고 편리성을 추구하는 경향이 증가함에 따라 외식, 배달, 간편식 소비가 증대됨.
 - 또한, 건강에 대한 염려확대로 건강기능식품 소비와 다이어트 인구가 증가함.
 - 윤리적소비 및 가치소비의 점진적 확산은 음식물쓰레기 감소, 친환경제품 구입으로 이어지며, 제품의 품질과 무관하게 기업의 행태가 소비자의 구매 또는 불매로 나타남.

- 세계 글루텐프리 시장은 2017년 81억 3천만 달러에서 2022년 114억 2천만 달러 수준으로 성장했으며, 앞으로 더 확산될 것으로 보임(Global Market Monitor, 2022).
 - 글루텐프리 식품시장을 겨냥하여 한국글루텐프리인증사업단이 영국 BRCGS(Brand Reputation through Compliance Global Standards)와 업무협약을 맺고 글루텐프리인증 교차인정을 위한 협력체계를 구축하는 등 쌀가공식품 수출 증대를 위한 계획이 추진 중임.
 - 쌀 제품이 밀보다 더 안전하다는 인식은 91.2%이며, 소화가 더 잘 된다는 인식이 90.0%로 글루텐을 지양하는 소비자들의 쌀가공식품에 대한 수요가 높고, 쌀 제품이 밀 제품에 비해 건강하고 영양이 풍부하며 칼로리는 낮다고 인식하고 있어 다이어트 시 밀 제품에 대체하여 쌀 제품을 소비하는 것으로 나타남(한국식품산업협회, 2021).
 - 또한, 글루텐에 대한 정보 제공 전후 밀가루 원료에 대한 지불의사금액 변화는 상대적으로 적고 쌀 원료에 대한 지불의사금액 증가는 상대적으로 크게 나타남. 이는 쌀이 글루텐프리임을 인지하고 쌀 원료에 대한 지불의사금액이 상승한 것으로 글루텐프리에 대한 홍보가 쌀가공식품의 수요 증가로 이어질 가능성이 존재한다고 볼 수 있음.

- 코로나19 이후 재택생활이 늘어나며 온라인 소매 유통채널을 통한 구매가 급증하였으며 보관 및 조리가 쉬운 HMR(가정간편식)과 밀키트에 대한 수요가 증가함.

- 가정간편식 시장이 성장함에 따라 가공밥, 떡, 죽류, 쌀라면 등 주요 쌀가공식품의 매출액이 지속적으로 증가하고 있음.
- 코로나19 발생 이후 식품 및 가공식품의 온라인 유통채널을 통한 구매가 급증함.

○ 최근 식품소비트렌드는 건강, 편의성, 다양성, 취미/여가, 가치소비로 크게 5가지로 구분할 수 있으며, 대표적인 쌀가공식품을 5가지 소비트렌드로 분류함.

- 글루텐프리, 락토베지테리안 제품 생산을 통해 건강을 추구하는 소비자를 대상으로 쌀면, 쌀빵, 쌀음료를 시장을 공략할 수 있음.
- 간편한 한끼를 편리하게 구매하고 조리할 수 있는 가공밥, 떡국떡을 통해 편의성을 추구하는 소비자층을 확대할 수 있음.
- 소비자의 취향에 따른 맵기 조절, 다양한 맛, 볶음밥/주먹밥/비빔밥 등 다양한 제품을 구성하여 다양한 먹거리를 추구하는 소비시장 확보할 수 있음.
- 혼술, 혼밥이 증가하고 여성 소비자들의 선호가 증가하는 하이볼 주류와 도수 높은 증류주를 선호하는 소비자의 취향을 고려한 위스키류를 생산하여 젊은 소비자층을 공략하고, 캠핑족이 증가함에 따라 구워먹는 가래떡, 간식용 떡 시장의 확대 가능성이 큼.
- 양조장 체험, 프랜차이즈업체와 협업한 우리쌀 제품 개발 등 농촌과의 상생 및 체험을 통한 소비자의 가치소비 욕구 충족시킬 수 있음(지역특산물 연계: 나주배빵, 천안포도빵, 상주사과빵, 영덕꽃게빵 등).

〈표 3-40〉 소비 트렌드에 따른 유망 쌀가공식품

소비 트렌드	제품류	세부 제품(예시)	근거
건강	쌀면	컵쌀국수(김치, 미역), 강황쌀국수(채식)	<ul style="list-style-type: none"> • 글루텐 프리 • 락토베지테리안
	쌀빵	쌀 마들렌, 콩나시에, 스콘	
	음료	라이스밀크	
편의성	가공밥	컵밥, 볶음밥, 주먹밥, 누룽지	<ul style="list-style-type: none"> • 간편한 한끼 • 구매의 편의성 • 조리의 편리성
	떡류(떡국떡)	컵사골떡국, 소포장 떡국 밀키트	
다양성	가공밥	컵밥, 볶음밥, 주먹밥, 누룽지	<ul style="list-style-type: none"> • 취향에 따른 맛 선택 • 다양한 제품 구성
	떡류(떡볶이떡)	컵떡볶이(매운, 로제, 기름 등), 밀키트	
취미/여가	주류(탁주)	탄산막걸리, 프로바이오 막걸리	<ul style="list-style-type: none"> • 즐기는 술 자리 • 혼밥, 혼술 • 캠핑족 증가
	주류(증류주)	하이볼, 제로슈거, 위스키류	
	떡류(기타떡)	구워먹는 가래떡, 개별포장 가래떡, 초코찰떡	
가치소비	주류	양조장 체험, 소물리에 선발	<ul style="list-style-type: none"> • 농촌과 상생 • 새로운 신도불이 • 체험을 통한 소비 가치
	쌀빵	우리미 카스테라(스타벅스), 00쌀 호빵, 우리 쌀식빵(파리바게트)	

자료: 저자 작성.

4

국내외 쌀 가공산업 관련 정책

1. 국내 가루쌀 육성 정책

- 정부는 2027년까지 가루쌀 20만 톤을 공급, 연간 밀가루 수요(약 200만 톤)의 10%를 대체한다는 목표 아래 ①안정적 원료 공급체계 마련, ②산업화 지원, ③가공식품 소비 기반 확대를 3대 주요 정책과제로 설정하였음.
 - 쌀의 가공적성 한계, 높은 가공 비용 등 제약 요인으로 인해 새로운 수요를 창출하여 시장을 확대하는 데 한계가 존재함.
 - 이에 정부는 떡류·주류·즉석식품류 등에 국한된 쌀 가공식품 범위를 넓히고, 수입에 의존하는 밀가루 수요의 일부를 쌀로 대체하기 위한 대안으로 가공 전용 쌀 종류인 가루쌀을 활용한 쌀 가공산업 활성화 대책을 마련함.
 - 이를 통해 2027년까지 가루쌀로 연간 밀가루 수요(약 200만 톤)의 10%(20만 톤)를 대체하여 밀 수입 의존도를 낮추어 식량안보에 기여함과 동시에 쌀 수급 과잉 문제를 해결하는 것을 목표로 설정함.

- 2023년 가루쌀 1만 톤 공급을 위한 38개의 생산단지(2천 ha)를 조성하여 운영하고 있으며, 2024년에는 식품기업의 가루쌀 수요 확대에 대비하여 재배면적을 1만 ha로 확대할 계획을 발표함(농림축산식품부 보도자료).⁵⁾

⁵⁾ 농림축산식품부. 2023.2.16. “2024년 가루쌀 생산단지 신청하세요”.

- 가루쌀 생산계획 : (2023년) 1만 톤 → ('24) 5만 톤 → ('25) 8만 톤 → ('26) 20만 톤
- 가루쌀 재배단지에 대해 교육·상담 지원, 공동육묘장, 농기계 등 가루쌀 생산 확대에 필요한 시설·장비를 지원할 계획임. 또한 가루쌀 생산 농업인에게 전략작물직불금을 지급(ha당 100만 원, 이모작 시 250만 원)하며 생산량 전량을 정부가 매입할 계획을 발표함.

〈그림 4-1〉 가루쌀 활용 쌀 가공산업 활성화 대책의 개요

비전	가루쌀을 활용하여 쌀 가공산업 활성화 및 수급 문제 해결	
목표	<p>'27년까지 가루쌀 20만 톤 공급, 연간 밀가루 수요 약 200만 톤 중 10% 대체</p> <p>① 쌀 가공산업 시장 규모 : ('20) 7.3조 원 → ('27) 10.0 ② 가공용 쌀 공급(주정용 제외) : ('21) 527천 톤 → ('27) 783 * 가공용 가루쌀 공급 : ('21) 0.1천 톤 → ('27) 200 ③ 식량자급률 : ('21) 전체 44.4%, 밀 1.1%, 쌀 구조적 공급과잉 → ('27) 전체 55.5%*, 밀 8.0%**, 쌀 수급 균형</p>	
추진 과제	1. 안정적 원료 공급체계 마련	① 생산 기반 조성 ② 재배 안정성 강화
	2. 산업화 지원	① 가루쌀 공급체계 운영 ② 제품화 및 가공·유통 기술개발 지원
	3. 소비기반 확대	① 쌀 가공식품 시장 활성화 및 수출 확대 ② 쌀 가공식품 홍보 강화

자료: 농림축산식품부 보도자료(2022.6.9.), 『분질미를 활용한 쌀 가공산업 활성화 대책』을 일부 수정. <<https://www.mafra.go.kr/home/5109/subview.do?enc=Zm5jdDF8QE8JTjGymjzTjTGaG9tZSUyRjc5MiUyRjU2NDIxOCUyRmFydGNsVmllldy5kbyUzRg%3D%3D>> 검색일: 2023. 5. 3.

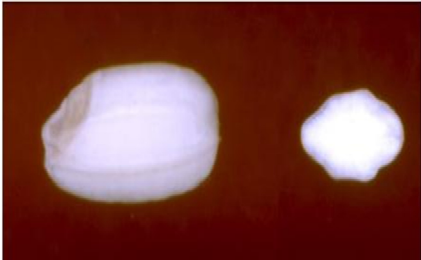
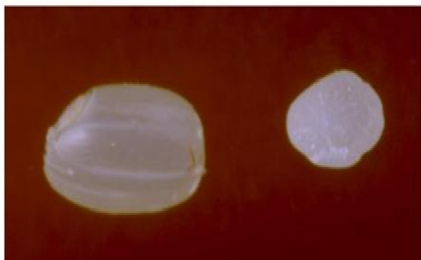
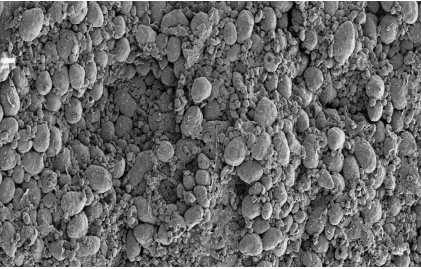
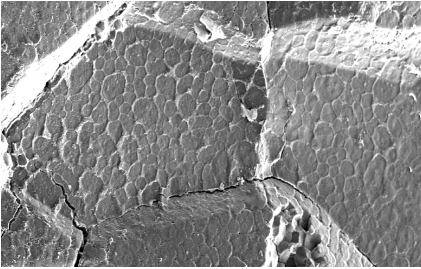
1.1. 품종 개발

○ 2019년 농촌진흥청이 세계 최초로 개발한 가루쌀 바로미2는 밀처럼 바로 빵아 가루를 만들 수 있는 품종으로 전분구조가 밀가루처럼 둥글고 성글어 건식제분이 가능함.

- 기존 밥쌀을 가루로 생산하기 위해서는 물에 불리는 작업과 폐수 발생이 불가피하고 제분 공정을 규모하기 어려웠으나, 가루쌀은 물에 불릴 필요 없이 대규모 제분 설비를 이용한 고품질 가루 생산이 가능하여 산업화에 유리함. 특히, 일반쌀과 달리 건식제분이 가능하며, 국내 다양한 제분기를 이용한 제분이 가능함.

- 남부 내륙평야지에서 6월 말이나 7월 초 늦은 모내기예 잘 적응해 동계작물과 이모작이 가능함. 다만, 일반벼보다 수발아가 잘되며 고온건조 기상에서는 이삭이 잘 여물지 않아 5월 말에 모를 내는 통상적인 벼 재배 방식은 적합하지 않음.
- 출수기 및 생육 일수는 모를 늦게 내는 만기 재배에서 이삭 패는 시기는 8월 24일 경임.
- 가루쌀의 평균 단수는 만기 재배에서 475kg/10a로 일반 쌀(518kg/10a)에 비해 낮은 것으로 나타남.

〈표 4-1〉 가루쌀과 일반쌀 비교

구분	가루쌀(바로미2)	일반 멥쌀(조평)
배유(왼쪽) / 배유 절단면(오른쪽)		
배유 절단면 가운데 부분 확대한 모습	 전분구조가 밀처럼 둥글고 성글게 배열	 가루쌀보다 치밀하게 배열

자료: 농촌진흥청, 『2023 바로미2 재배력』.〈<https://www.nongsaro.go.kr/portal/ps/psv/psvr/psvre/curationDtl.ps?menuId=PS03352&srchCurationNo=1846>〉 검색일: 2023. 5. 3.

〈표 4-2〉 가루쌀 이앙·파종·출수기 및 수량

지대별	파종기(월.일.)	이앙기(월.일.)	출수기(월.일.)	단수(kg/10a)	
				평균	지역별 범위
호남 평야지	6.10.	7.1.	8.24.	482	473~491
영남 평야지	6.15.	7.10.	8.28.	466	447~484
중부 평야지	6.15.	7.10.	8.20.	478	425~531
평균			8.24.	475	-

자료: 농촌진흥청, 『2023 바로미2 재배력』.〈<https://www.nongsaro.go.kr/portal/ps/psv/psvr/psvre/curationDtl.ps?menuId=PS03352&srchCurationNo=1846>〉 검색일: 2023. 5. 3.

1.2. 전문 재배단지 육성을 통한 공급 기반 구축

- 2023년부터 정부는 가루쌀 산업 활성화를 위해 생산부터 소비에 이르는 가치사슬 전반에 대한 다양한 대책을 본격적으로 추진하고 있으며, 2026년까지 20만 톤의 가루쌀을 공급하기 위한 기반을 구축하고 있음.
- 정부는 균일한 품질과 대량 생산·공급을 위해 일정 규모 이상의 가루쌀 전문 재배단지를 조성하여, 가루쌀 재배에 익숙하지 않은 농업인이 안정적인 재배 기술과 유통체계를 갖추도록 컨설팅 교육 및 시설·장비를 지원하고 있음.
- 또한 2023년도에 가루쌀 재배단지 2천 ha를 운영하고 있으며, 2024년에는 재배단지를 1만 ha로 대폭 확대하고 2026년에는 4만 2천 ha까지 늘리는 것을 목표로 하고 있음.
 - 추진목표: ('23) 2천 ha→('24) 10천 ha→('25) 15.8천 ha→('26) 42.1천 ha
- 전략작물직불금과 연계하여 동계작물과 이모작 시 250만 원/ha, 가루쌀만 재배 시 100만 원/ha이 추가 지원됨. 한편, 가루쌀 재배 확대, 공동영농에 대한 농가 인식 전환과 경영체의 내실있는 운영 등에 필요한 교육 및 컨설팅 비용이 지원됨.
 - (교육비) 가루쌀 및 동계작물 재배교육, 공동영농 및 농가조직화를 위한 인식전환, 계약재배, 작부체계 전환, 발작물 연계 등 생산 및 재배기술, 농기계 조작·관리, GAP·친환경·저탄소 인증 취득, 가루쌀 순도분석 비용, 선진지 견학 등
 - (컨설팅비) 공동영농 및 농가조직화를 위한 경영체 조직관리 및 운영체계 수립(공동경영체 운영위원회 설치, 제도·규약 마련, 사업전략 등), 경영개선(사업여건에 따른 적정 취급량 및 운영활성화, 보유 농기계의 효율적 운영, 향토자원 활용, 농가소득증대 방안 등), 생산역량혁신 계획수립(작목 및 품종선택, 재배방법, 영농기술, 작부체계, 농기계공동운영, 생산비 절감 등) 등
- 가루쌀 가공분야(제면, 제빵, 소재 등) 수요 창출을 위해 농가 희망량 전망을 정부가 매입할 계획임(2024년까지 확정, 2025년 추가 검토).

1.3. 가루쌀을 이용한 가공식품 개발

- 정부는 2023년부터 식품업계의 새로운 가루쌀 제품개발을 지원하고, 가루쌀 신메뉴 개발 동네 빵집을 선정하는 등 가루쌀의 소비판로를 확대할 계획임.
 - 2023년 1월부터 가루쌀 제품개발에 참여할 식품업체를 모집했으며, 심사를 통해 15개 식품업체의 19개 제품을 선정함. 연말까지 가루쌀로 만든 라면, 칼국수, 식빵, 과자, 튀김 가루 등의 시제품 개발과 소비자 평가가 진행될 예정임.
 - 식품업체와 별도로 2023년 3월 전국 20개소의 동네빵집을 선정하여 우수메뉴 선정 품평회를 실시하고, 우수메뉴 팝업스토어, 박람회 전시·판매 등을 지원할 계획임.

〈표 4-3〉 2023 가루쌀 제품개발 참여 식품업체

분류	제품 내역
면류 4종	농심 볶음사출면, 삼양식품 짜장라면, 이가자연면 칼국수, 하림산업 라면
빵류 5종	대두식품 팔만주, 성심당(로쏘) 쉬폰케이크·식빵, 미듬영농조합법인 식사용쌀빵, SPC삼립 파운드케익 등 4종, 에코맘의산골이유식 영유아쌀빵
과자류 7종	농협경제지주 현미칩, 미듬영농조합법인 몰드과자, 삼양식품 라면과자, 에코맘의산골이유식 영유아과자, 풀무원 고단백스낵, 해태제과 오예스, 호정식품 약과
기타 3종	농심미분 튀김용 빵가루, 대두식품 제빵용 프리믹스, 사조동아원 튀김가루 등 프리믹스

자료: 농림축산식품부 보도자료(2023.4.27.), 『가루쌀로 도약하는 농업과 식품의 미래』, <<https://www.mafra.go.kr/home/5109/subview.do?enc=Zm5jdDF8QEB8JTJGYmJzJTJGaG9tZSUyRjc5MiUyRjU2NjE1MSUyRmFydGNsVmlldy5kbyUzRg%3D%3D>> 검색일: 2023. 5. 3.

2. 일본의 가공용 쌀 산업 및 정책 동향

2.1. 일본의 가공용 쌀 산업 동향

2.1.1 가공용 쌀 및 제품 분류

- 일본의 주식용 쌀을 제외한 쌀의 분류는 가공용쌀과 신규수요용쌀로 대별할 수 있음. 가공용쌀과 신규수요용쌀의 용도는 아래 표와 같이 구분됨.
 - 일본은 농가경제 및 식량안보를 고려하여, 2007년부터 쌀을 주식용과 다른 용도(이하 ‘용도제한 쌀’)로 구분하여 생산하고, 생산한 쌀을 용도별(비축용, 가공용, 신규수요용)로 나누어 유통하도록 하였음.

〈표 4-4〉 가공용쌀과 신규수요용쌀의 용도

가공용쌀	신규수요용쌀
<ul style="list-style-type: none"> • 쌀을 원료로 하는 주류(예: 청주, 소주) • 가공밥(예: 레토르트 쌀밥, 냉동 쌀밥 등 2개월 이상 보존 가능한 것) • 쌀을 원료로 하는 조미료(예: 된장) • 쌀가루, 현미가루, 기타 유사 제품 • 쌀과자 및 쌀을 원료로하는 과자 • 현미차, 비타민강화쌀, 감주, 알파화쌀 또는 알파화쌀을 원료로 하는 제품, 모로미, 시리얼, 유아식, 쌀전분 등 • 기타 농산국장이 필요하다고 인정한 용도 	<ul style="list-style-type: none"> • 사료용 • 쌀가루용(쌀 이외 곡물의 대체가 되는 빵, 면 등의 용도) • WCS용 벼 • 신시장개척용(국내외 신시장 개척을 도모할 것으로 판단되는 용도로 제공되는 쌀, 수출용 일본쌀 원료로 제공되는 것에 한정하여 양조용 현미를 포함)

자료: 일본 농림수산성(2023). 需要に応じた米の生産・販売の推進に関する要領.

- 쌀 가공과 관련된 산업은 사람이 소비하는 쌀 가공식품 산업과 가축사육에 사용하는 사료산업으로 분류할 수 있음.
 - 쌀 가공식품은 정미단계를 거치는지 여부, 쌀가루 제분단계를 거치는지 여부에 따라 제품의 종류가 나누어짐.
- 농림수산성의 식품산업동태조사 일체를 수탁하여 조사하고 있는 일반 사단법인 「식품수급 연구센터」에 따르면 쌀 가공식품은 아래 〈그림 4-2〉와 같이 분류할 수 있음.
- 쌀의 종류(멥쌀 혹은 찰쌀)를 구분하지 않고, 정미공정을 거치지 않는 시리얼과 현미, 정미 단계를 거치는 가공밥과 포장 떡, 주류, 양념류로 분류, 쌀가루 분쇄공정을 거치는 각종 식품으로 분류함. 쌀 과자는 주로 떡을 원료로 사용하나 일부 원료로서 쌀가루도 사용함.

2.1.2 가공용 및 신규수요용 쌀 생산 현황

○ 일본의 주식용 쌀 재배면적은 매년 감소추세를 보이는 가운데 가공용 및 신규수요용 쌀의 재배면적은 2020년 이후 증가추세에 있음.

- 2022년 주식용 쌀은 2010년 이후 연평균 1.1% 감소하였으나, 같은 기간 가공용쌀과 신규 수요용 쌀은 각각 연평균 1.1%, 8.2% 증가함.

〈표 4-5〉 일본의 용도별 쌀 재배면적 추이

단위: 만 ha

구분	주식용 쌀	비축용 쌀	가공용 쌀	신규 수요용 쌀						
				쌀가루용	사료용	WCS벼	신시장 개척용	주조용	기타	
2010	158.0	주식용	3.9	3.7	0.5	1.5	1.6	0.0	-	0.1
2015	140.6	4.5	4.7	12.5	0.4	8.0	3.8	0.2	0.1	0.0
2016	138.1	4.0	5.1	13.9	0.3	9.1	4.1	0.1	0.1	0.0
2017	137.0	3.5	5.2	14.3	0.5	9.2	4.3	0.1	0.1	0.0
2018	138.6	2.2	5.2	13.1	0.5	8.0	4.3	0.4	-	0.0
2019	137.9	3.3	4.7	12.4	0.5	7.3	4.2	0.4	-	-
2020	136.6	3.7	4.5	12.6	0.6	7.1	4.3	0.6	-	-
2021	130.3	3.6	4.8	17.5	0.8	11.6	4.4	0.7	-	-
2022	125.1	3.6	5.0	20.8	0.8	14.2	4.8	0.7	-	-

자료: 일본 농림수산성(2023). 米をめぐる状況について.

○ 일본의 용도별 쌀 생산량을 살펴보면, 어느 용도이든 정책 시행 직후에는 급증하였으나, 2016년 이후에는 ‘신시장 개척용’ 쌀을 제외한 용도는 모두 정체하고 있음.

○ 정책 전환과 더불어 ‘맛있는 쌀’ 생산에서 ‘다수확 쌀’ 생산으로, 육종 방향 및 기술체계의 전환을 시도하고 있지만, 아직 그 효과는 나타나고 있지 않음.

〈표 4-6〉 일본의 가공용 및 신규 수요용 쌀 생산량 및 단수 동향

단위: 천 톤, 톤/ha

구분	가공용 쌀		신규 수요용 쌀						
			쌀가루용		사료용		WCS 벼 면적 (천 ha)	신시장 개척용	
	생산량	단수	생산량	단수	생산량	단수		생산량	단수
2010	212.8	5.4	24.6	5.0	68.0	4.6	15.9	2.0	5.0
2015	253.2	5.4	23.0	5.4	440.1	5.5	38.2	8.3	5.4
2016	278.4	5.5	19.0	5.5	506.0	5.6	41.4	7.9	5.5
2017	279.1	5.4	28.4	5.4	499.5	5.5	42.9	7.2	5.4

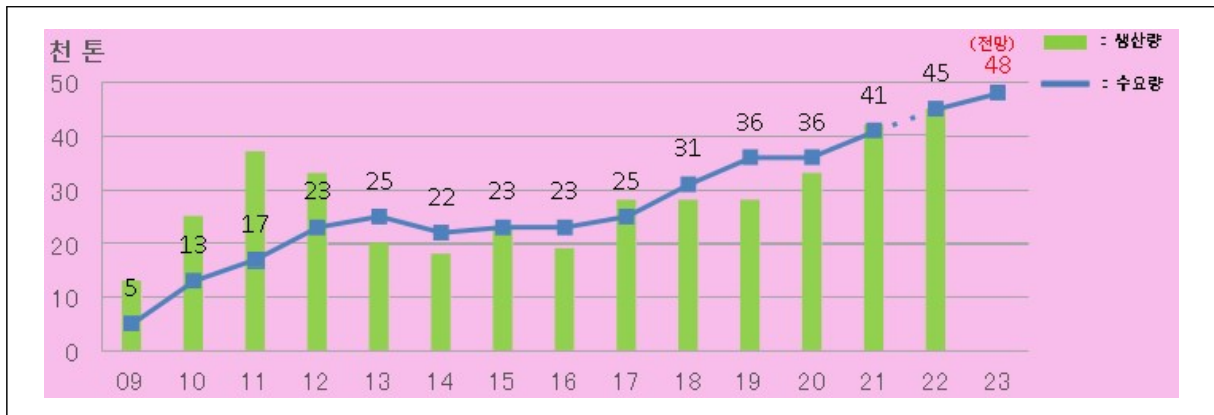
구분	가공용 쌀		신규 수요용 쌀						
			쌀가루용		사료용		WCS 벼 면적 (천 ha)	신시장 개척용	
	생산량	단수	생산량	단수	생산량	단수		생산량	단수
2018	274.2	5.3	27.7	5.2	426.5	5.4	42.5	19.1	5.4
2019	252.9	5.4	28.0	5.3	389.3	5.4	42.5	22.3	5.4
2020	243.2	5.4	33.4	5.3	380.5	5.4	42.8	33.0	5.4
2021	262.2	5.5	41.6	5.5	662.7	5.7	44.2	36.9	5.5
2022	271.0	5.4	45.9	5.5	803.4	5.7	48.4	39.8	5.5

자료: 일본 농림수산성(2023). 新規需要米等の用途別作付生産状況の推移.

○ 쌀가루용 쌀의 수요량은 2017년도까지는 2만 톤 정도로 유지되었으나, 2018년부터 쌀가루의 특징인 글루텐을 포함하지 않는 특성을 강조하는 ‘논글루텐 쌀가루 제3자 인증제도’와 ‘쌀가루 용도별 기준’을 적용하면서 쌀가루 수요량이 확대되고 있음.

○ 쌀가루 이용 확대를 위해 ‘쌀가루 이용 확대 지원 대책 사업(140억 엔)’을 전개한 바 있으며, 쌀가루의 특징을 살린 신상품 개발이나 기계설비 도입 등을 지원하고 있음.

〈그림 4-3〉 쌀가루용 쌀 생산량과 수요량 추이



자료: 일본 농림수산성(2023). 米をめぐる状況について.

2.1.3. 쌀 가공식품 생산 동향

○ 쌀을 가장 많이 원료로 사용하는 가공품은 청주임. 청주는 주로 주식용과 가공용을 사용하며, 같은 주류인 소주는 주로 규격 외 쌀과 수입쌀을 사용함. 가공밥은 주식용과 가공용만 사용하고 있고, 미소는 가공용 및 규격 외 쌀과 수입쌀을 사용하고 있음.

- 소비자가 제품 맛에 민감한 가공 밥과 청주에는 수입쌀 및 쌀가루를 전혀 사용하지 않음.

○ 쌀 과자는 청주 다음으로 쌀을 많이 사용하지만, 수입원료(수입쌀 및 수입 쌀가루)와 규격 외 쌀이 주된 원료임.

〈표 4-7〉 일본의 쌀 가공식품 용도별 쌀 사용량(2020년)

단위: 만 톤(현미 환산)

구분	주식용 쌀	가공용 쌀	신규 수요용 쌀	규격외 쌀	MMA쌀	수입쌀 가루	합계
가공밥	5	6	-	-	-	-	11
포장 떡	4	3	-	-	-	1	8
청주	9	8	-	3	-	-	21
소주	-	1	-	4	2	-	7
미소	-	1	-	3	5	-	10
쌀 과자	2	3	-	7	4	3	19
쌀 가루	1	2	3	1	2	2	12
기타	1	2	-	1	1	1	6
합계	22	26	3	19	14	7	94

자료: 일본 농림수산성(2023). 米に関するマンスリーレポート 재가공.

○ 쌀을 이용한 가공식품 생산량은 전반적으로 정체되고 있는 실정임. 특히, 쌀을 주원료로 하는 양조산업이 쇠퇴하고 있음.

- 2022년 쌀 미소, 포장떡, 쌀가루 생산량은 각각 2010년 이후 연평균 0.6%, 1.2%, 2.1% 증가하였으나, 같은 기간 쌀과자는 연평균 0.4% 감소하고, 청주와 미림은 각각 연평균 3.2%, 1.2% 줄어들었음.

○ 가장 많은 쌀을 원료로 사용하는 식품 가공업은 청주 제조업이며, 청주와 같은 방법으로 쌀을 발효시켜 만드는 조미료로 미림이 있음. 쇠퇴가 두드러진 산업은 청주 제조업임.

〈표 4-8〉 일본의 쌀 가공식품 생산 동향

단위: 천 톤, 천 킬로리터(청주, 미림)

구분	쌀 미소	포장떡	쌀과자	쌀가루	청주	미림
2010	372.7	55.8	223.4	72.4	447.1	101.8
2015	393.6	59.0	220.4	94.6	444.7	96.1
2016	408.7	63.5	217.7	92.7	426.5	93.9
2017	413.5	59.6	222.9	94.9	411.3	91.0
2018	408.1	60.2	221.5	94.0	406.1	87.0
2019	412.0	60.9	221.8	91.2	366.0	93.4
2020	404.7	66.2	219.4	91.1	312.0	88.7
2021	394.2	65.6	214.6	85.0	311.8	89.0
2022	399.8	64.0	212.5	92.5	-	-

자료: 일본 미곡기구(2023). 米加工品の生産動向.

○ 가공밥은 지속적인 업무용 수요증가와 가정용 현미밥, 잡곡밥 등의 수요증가로 조금씩 증가하고 있음.

- 생산량이 많은 가공 형태는 무균포장과 냉동으로⁸⁾ 전체의 약 90%를 차지함. 최근에는 가정에서 전자레인지로 간단히 가열해도 밥맛이 좋고 비상용으로 장기 보관이 가능해, 무균 포장 밥이 증가하여 냉장 밥보다 생산량이 많음.

〈표 4-9〉 일본의 가공밥 생산 현황

구분	생산량(만 톤)	레토르트 밥	무균포장 밥	냉동 밥	칠드 밥	캔 밥	건조 밥
2010년	23	8.3%	43.4%	44.3%	1.3%	0.4%	1.8%
2015년	35	8.9%	39.3%	49.3%	1.4%	0.3%	1.1%
2016년	34	8.1%	42.1%	47.3%	0.9%	0.2%	1.5%
2017년	37	7.5%	43.2%	46.6%	1.3%	0.1%	1.3%
2018년	39	7.1%	43.6%	46.7%	1.2%	0.1%	1.3%
2019년	40	6.9%	45.8%	44.7%	1.1%	0.1%	1.3%
2020년	40	6.7%	48.7%	42.3%	1.0%	0.1%	1.1%
2021년	41	6.8%	50.4%	40.6%	0.9%	0.1%	1.2%
2022년	43	7.5%	49.7%	40.6%	0.7%	0.0%	1.2%

자료: 일본 미곡기구(2023). 年別加工米飯生産量の推移.

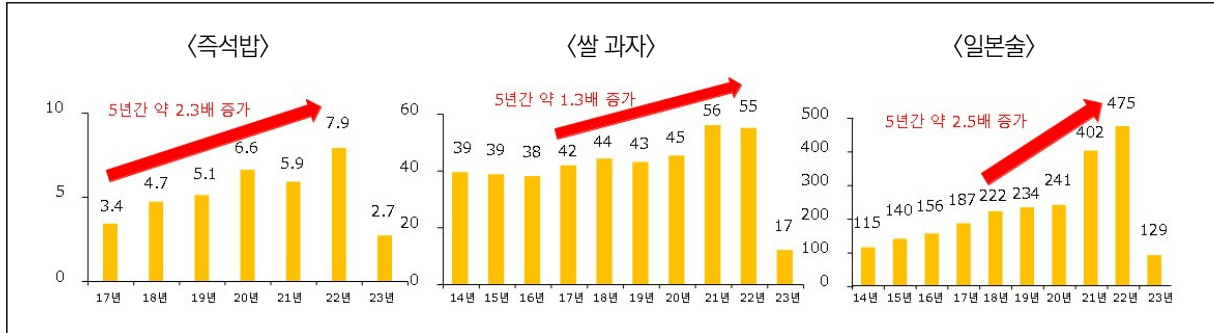
2.1.4. 쌀 가공식품 수출 동향

- 즉석밥 수출업자에 따르면 해외 수요처 확보, 제조공장 가동률 향상 및 신설로 2022년 수출액과 수출량 모두 증가함. 즉석밥 수출량은 최근 5년간 약 2.3배 늘어남.
- 쌀 과자는 국내 생산 점유율 상위 회사가 장기간 생산 및 수출을 중단하면서 2022년 수출액·수출량이 감소함.
- 일본술의 경우 최근 5년간 수출 증가세가 가장 큰 것으로 나타남. 중국과 미국에서의 수요 증감에 힘입어 2022년 수출액과 수출량이 모두 증가하였음.

8) 무균포장 밥은 밀폐성 용기에 쌀과 넣고 가열하여 밥을 짓고, 냉동 밥은 밥을 지은 뒤에 반찬과 맛을 추가하여 급속 냉동 포장함. 무균포장 밥은 대부분 흰 밥이며, 냉동 밥은 주로 필라프(pilaf), 볶음밥, 구운 삼각 주먹밥 등이며, 가정용은 식품 도매업을 통해, 업무용은 외식업체 및 도시락업체에 유통됨.

〈그림 4-4〉 일본의 쌀 가공품 수출 추이

단위: 억 엔



주: 2023년은 1월~4월까지의 실적임.

자료: 일본 농림수산업성(2023). 米をめぐる状況について.

2.2. 일본의 가공용 쌀 관련 정책

- 쌀 가공산업은 「주요 식량의 수급 및 가격 안정에 관한 법률」, 「미곡의 신(新)용도 이용 촉진 법률」, 「미곡 거래와 관련된 정보 기록 및 산지 정보의 전달에 관한 법률」 등의 법률에 근거한 정책적 지원을 받음.
- 「2008년산미곡의생산조정실시요령」에서 ‘신규수요쌀’을 규정하였고 2008년산부터 신규 수요 쌀에 대한 보조를 본격적으로 실시하였으며, 2009년에는 「미곡 신(新)용도 이용 촉진 법률」을 제정함.
 - ‘신규수요쌀’은 주식용 쌀, 가공용 쌀, 비축미 이외의 쌀로 사료용, 쌀가루용(주로 빵, 면 제조용), WCS(Whole Crop Silage)용, 바이오에탄올용, 수출용, 짚 전용, 주식용 이외 용도를 위한 종자 등의 용도로 이용되는 쌀임.
 - 「미곡의 새로운 신용도 이용촉진에 관한 법률」에서 미곡의 새로운 용도로 사용을 촉진하기 위해 쌀 생산자와 쌀 가공품 제조업자가 연대한 조직을 지원하는 제도를 도입. 특히 새로운 용도의 쌀 생산자와 쌀가루제조업자·제빵용 쌀가루 제조업자·축산농가가 연대하여 계약재배 및 유통을 조직화하도록 하고 장관의 결정하에 각종 지원대책과 가격 결정 및 유통방식으로 자유롭게 결정하도록 규정함.
 - 2013년 ‘농림수산업·지역의 활력 창조플랜’을 통해 식량자급률 향상을 목적으로 논 활용 직접지불교부금을 이용한 본격적인 전략작물(사료용 쌀 등) 경작 촉진을 도모함.

- 2015년에는 「식료·농업·농촌기본계획」 개정을 통해 쌀가루용 쌀과 사료용 쌀 2025년 생산목표를 각각 10만 톤, 110만 톤으로 설정함.

○ 비축용 이외의 ‘용도제한 쌀’(가공용 및 신규 수요용) 관리는 농림수산성 령에 의거하여 아래의 <표 4-10>과 같은 방식으로 관리하고 있음.

- 생산 및 출하계획에 농업재생위원회와 농림수산성 지방농정국이 관여함.
- 유통은 주식용 쌀의 유통 방식을⁹⁾ 활용하고 있음. 차이점이 있다면, 생산자와 JA(생산자단체) 사이에 농업재생협의회가 관여하는 것임.
- ‘용도제한 쌀’ 가운데, 비축용 쌀은 적정비축량을 약 100만 톤 정도로 설정하여, 생산자로부터 정부가 직접 구입하고, 민간에 위탁하여 비축함. 또한 5년 이상 묵은 재고쌀은 사료용으로 판매함.

<표 4-10> 일본의 가공용 쌀 및 신규 수요용 쌀의 관리요령

구분	가공용 쌀	신규 수요용 쌀
실시주체	㉠ 생산조정방침인정요령에서 규정한 전국 생산출하단체 및 현 생산자출하단체 ㉡ 인정방침 작성자 ¹⁰⁾ ㉢ 농업인 및 농업인이 조직한 단체로 지방농정국장이 인정한 자	가공용 쌀과 같음
대상 쌀	가공용으로 아래의 용도로 사용할 목적으로 생산한 쌀로 ¹¹⁾ , 양조용 현미를 제외한 ㉠ 품위검사에서 3등급 이상의 쌀 ㉡ 3등 이상이 아니더라도 지방농정국장이 가공용 안정공급에 필요하다고 인정한 쌀 ㉢ 농산물 검사원이 배치된 공동건조 보관시설에서 수량과 품종이 확인된 벼 및 현미	규정이 없음
계획 작성 및 인정	㉠ 생산자는 주식용과 구분하여, 포장별로 계획서를 작성하여, 이를 생산출하단체에게 보고한다. ㉡ 생산출하단체는 ‘가공용 쌀 실시계획서’를 6월 30일까지 지방농정국장에게 제출한다. ㉢ 지방농정국장은 이를 심사 인정하고, 농업재생위원회에 통지한다. ㉣ 한편으로 생산출하단체는 생산자와 6월 30일까지 출하계약을 맺고, 이를 농업재생위원회 및 지방농정국장에게 제출한다. ㉤ 생산출하단체는 판매업체 혹은 가공업체와 계약을 맺고, 이를 농업재생위원회와 지방농정국장에게 제출한다.	㉠ 실시주체는 ‘신규 수요용 쌀 실시계획서’를 6월 30일까지 지방농정국장에게 제출한다. ㉡ 또한 생산출하단체는 생산자와 6월 30일까지 출하계약을 맺고, 이를 농업재생위원회 및 지방농정국장에게 제출한다.

9) 주식용 쌀 유통의 특징은 전시체제의 식량 통제를 전후 식량관리법에도 유지하였으며, 유통 자유화 이후의 식량법 유통에도 그 형태가 강하게 남아있는 것임. 이런 통제방식을 활용하여 용도 외 유통이 불가능하도록 관리하고 있음. 여기에 쌀 생산이력추적(traceability) 제도도 활용하고 있음.

10) 『主要食糧の需給及び價格安定に関する法律』第5条에서 인정한 자. 쌀 생산조정에 참여하는 생산자 및 단체임.

11) 2001년 농림수산성이 고지한 農産物規格規定제1-2에서 정한 쌀.

구분	가공용 쌀	신규 수요용 쌀
관리	㉠ 생산자, 생산출하단체, 판매업체 및 가공업체: 주식용과 가공용을 분리하여 보관하고, 관리 장부를 기록 보관한다. ㉡ 가공용 수요자 및 자가 가공 생산자: 쌀 가공품의 제조 및 출하 장부를 기록 보관한다. ㉢ 생산자, 생산출하단체, 판매업체 및 가공업체: 실적을 연간 2회(4월-9월, 10-3월) 지방농정국장에게 보고한다.	㉠ 생산자, 수요자: 매매계약을 맺고, 적정유통 서약서를 작성한다. ㉡ 생산자, 수요자: 신규 수요용 쌀 상황, 가공품 판매 상황, 사용 상황을 장부에 기재한다. ㉢ 농업재생위원회는 whole crop silage 벼의 재배 매뉴얼을 만들고, 생산자의 재배관리를 지도한다. ㉣ 생산, 집하, 출하 보고: 생산자와 생산출하단체는 이들 상황을 다음해 12월 20일까지 지방농정국장에게 보고한다. ㉤ 판매실적 보고: 생산자, 판매업체 수요자는 실적을 연간 2회(4월-9월, 10-3월) 지방농정국장에게 보고한다. ¹²⁾
적정 유통 감독 및 지도	지방농정국장은 농림수산성령에 의거하여 적정하게 유통하는지를 감독 지도한다.	지방농정국장은 농림수산성령에 의거하여 적정하게 유통하는지를 감독 지도한다.

자료: 農林水産省, 需要に応じた米の生産・販売の推進に関する要領.

2.2.1. 논 활용 직접지불교부금

- 1970년 이후 지속적인 쌀 감산 정책에도 불구하고 주식인 쌀의 과잉생산과 식량 자급률의 저하로, 일본 정부는 쌀 생산 방향을 전환하게 되었음.
- 일본이 쌀 산업(생산) 방향을 전환한 것은 2005년 자민당 정권의 ‘경영소득안정대책’임. 이 대책의 일환으로 ‘품목횡단적 경영안정대책’을 세우고, 쌀을 비롯한 밀, 대두 등의 전략작물을 그 대상에 포함시켰음.
- 품목횡단적 경영안정대책의 기본적인 사고는 “논에 어느 전략작물을 재배하더라도 주식용 쌀 재배만큼의 소득을 얻을 수 있도록 한다”는 것이었음. 이는 민주당 정권의 ‘논 활용 소득보상교부금’에도 그대로 계승되었음.
- 2010년 일본의 민주당 정부는 ‘농업인 호별 소득보상’을 내걸고 ‘논 활용 소득보상교부금’ 제도를 신설하였음. 2013년 정권을 되찾은 자민당(제2차 아베 정부)은 이 제도를 수정하여, 명칭을 현행 ‘논 활용 직접지불교부금(水田活用の直接支払交付金: 이하 논 활용 교부금)’으로 바꾸었음.
- 쌀을 용도별로 구분 생산하면, 생산자는 ‘논 활용 교부금’ 제도에 의거하여 보조금을 받으며, 이로써 주식용 쌀을 생산하는 만큼 경영소득을 얻을 수 있도록 하였음.

¹²⁾ 총체사일리지(WCS; Whole Crop Silage)용과 조사료용은 제외함.

○ 쌀의 신규수요를 촉진하기 위한 가장 핵심적인 지원은 직불금을 지급하는 “논(水田) 활용 직접지불교부금제도”임.

- “논(水田) 활용 직접지불교부금제도”는 전략작물 지원, 이모작 지원, 쌀재배 경종·축산농가 연계 지원과 산지교부금 추가 배분을 통한 지원으로 구성됨.
- 전략작물 지원: 논에서 주식용 쌀 대신 전략작물을 판매 목적으로 생산하는 자에게 지급. 쌀가루용과 사료용 쌀에 대해서는 생산성 향상을 위해 단수에 비례하여 증가하는 단가를 적용하여 연간 최대 105천 엔/10a 지불함. 사료용 쌀 및 쌀가루용 쌀의 차등 교부금 산출 방식은 기준값 $\pm 167\text{엔} \times \text{kg}/10\text{a}$ 의 방식으로 산출되며, 여기서 기준값은 약 8만 엔으로 각 지역의 농업재생위원회가 조정함. 또한 단수의 상한 및 하한을 지역표준 단수 $\pm 150\text{kg}/10\text{a}$ 로 정해두고 있음.
- 이모작 지원: ‘주식용쌀+전략작물’ 혹은 ‘전략작물+전략작물’ 등의 이모작을 실행할 경우 전략작물 재배면적 10a 당 연간 15천 엔/10a을 추가 지급함.
- 경축연계 지원: 논을 활용하여 경종과 축산을 연계하는 지역순환농업 촉진을 목적으로 13천 엔/10a 지급
- 산지교부금: 지역의 특색 있는 논 농업을 위해 지역 스스로 작성하는 계획에 대해 지원하는 제도로 쌀가루용과 사료용 쌀을 다수확 전용 품종으로 재배할 경우 12천 엔/10a을 추가 지급. 지역에서 책정한 ‘논 완전 활용 비전’(水田フル活用ビジョン)에 의거하여 다수확 품종 도입 및 이모작, 축산과 연계한 작물재배 등을 실시하면, 중앙정부가 지방정부에 배분하는 범위 안에서 교부함.

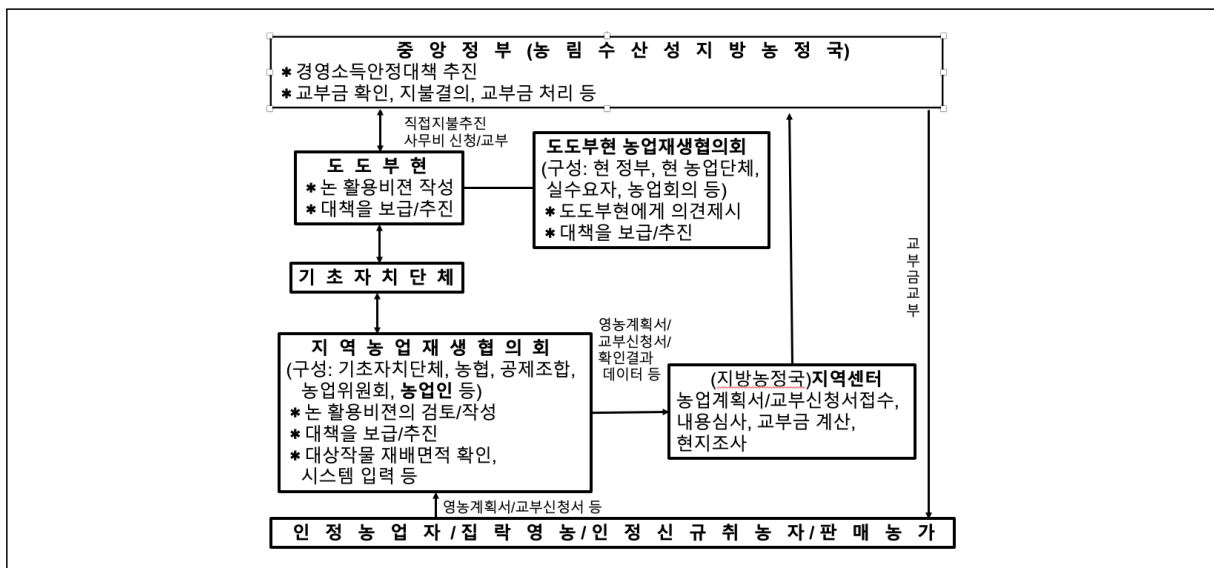
〈표 4-11〉 일본의 논 활용 직접지불 교부금 단가

대상작물		교부금 단가(엔/10a)
전략작물 지원	가공용 쌀	20,000
	사료용 쌀 및 쌀가루용 쌀	55,000~105,000(단수에 따라 차등 교부함)
	WCS용 벼	80,000
	맥류, 대두, 사료용 작물	35,000
이모작 지원	이모작 전략작물	15,000
경축연계 지원	논 활용 경축연계	13,000
산지교부금	사료용, 쌀가루용의 다수확 전용품종	12,000
	가공용쌀 다년 계약	12,000
	비축미	7,500
	메밀, 유채씨	기간작 20,000, 이모작 15,000

자료: 일본 농림수산업성(2023). 米をめぐる状況について.

- ‘논활용직접지불교부금제도’ 시행을 위해 연간 3천억 엔의 예산이 소요됨.
- ‘신규수요쌀’ 생산 및 수요 확대를 위한 과제로 수입 제분용 밀과 사료곡물과의 가격 경쟁력 확보를 위한 생산비용 절감이 절대적으로 필요한 상황임.
 - 이를 위해 다수확 품종 개발, 생산·가공·소비를 연결하는 네트워크 확보, 안정적 공급체계 구축, 가공설비재정비, 용도별 쌀의 유통 혼란방지 등의 과제가 존재함.
- 논 활용교부금 제도는 경영소득안정대책의 일환이며, 경영소득안정대책 실시에서 가장 중요한 역할을 하는 것은 농업재생협의회임.
 - 농업재생협의회는 현 농업재생협의회(都道府県農業再生協議会)와 지역농업재생협의회로 구성되어 있으며, 13) 농림수산성 지방농정국의 조언을 받으며, 논을 완전히 활용하도록, 주식용과 전락작물의 재배면적 방침을 정하고, 이를 지역의 생산자 및 집하출하단체에 주지시킴. 즉 중앙정부의 정책에 맞도록 지역의 쌀과 전락작물의 재배면적을 조정함.
 - 농업재생위원회는 재배면적을 계획하는 단계(논벼 생산실시계획서의 작성과 제출), 재배 단계(논벼 및 전락작물의 재배면적 파악)에서 생산량을 조정하여, 출하판매단계에서 집하출하단체 및 생산자단체는 행정과 협력하여 원활한 판매를 도모함.

〈그림 4-5〉 일본의 경영소득안정대책 실시 체계도



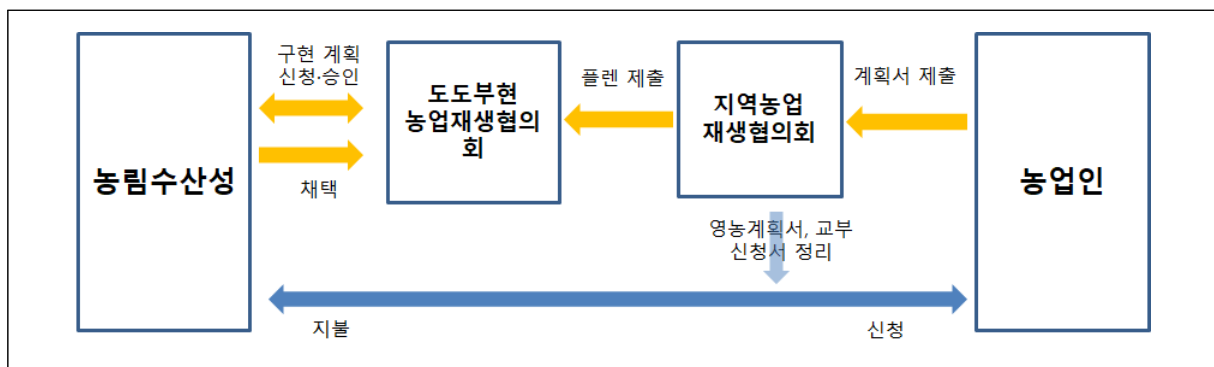
자료: 일본 농림수산성(2014). 経営所得安定対策の概念.

13) 농업재생협의회는 1994년 『主要食糧の需給及び価格安定に関する法律』에 의거한 지방정부 및 기초자치단체의 협의회. 협의회 위원에는 지역의 농업단체장과 농업위원회 의장이 포함되어 있음.

2.2.2. 쌀 신시장개척 등 촉진사업

- 국내외의 신수요에 대응하기 위해서 산지와 실수요자의 연계를 강화하고, 이를 바탕으로 실수요자 요구에 따른 쌀 생산 및 수요를 창출·확대하기 위한 취지로 수행됨.
 - 논농업을 신수요 확대가 기대되는 작물을 생산하는 농업으로 전환하기 위해 신시장 개척용 쌀이나 가공용 쌀, 쌀가루용 쌀(빵·면 전용 품종)에 대해 산지와 실수요자가 연계하여 작성한 ‘산지·실수 협동 계획’에 기초한 실수요자 요구에 부응하기 위한 저비용 생산 등의 대응을 지원함.
 - 2023년 예산 배정액은 110억 엔임.
- 산지·실수 협동 계획은 산지와 실수요자가 제휴해 신시장 개척용 쌀과 가공용 쌀, 쌀가루용 쌀(빵·면 전용 품종)에 대해 신수요 확대를 위해 필요한 생산대책이나 수요 창출·확대에 관한 대응 내용, 목표 등을 포함한 계획임.
 - 사업에 임하고자 하는 지역농업재생협의회는 다음 내용을 포함하는 플랜을 도도부현 농업재생협의회에 제출하여야 함.
 - ① 계획에 참가하는 구성원: 농업인, 농업인 단체, 집출하업자, 실수요자(식품제조사업자, 수출사업자 등), 지방자치단체 등
 - ② 신시장 개척이나 가공 등 수요에 따른 생산 등의 대응과 관련된 현황·향후 대응 방침
 - ③ 목표 설정 내용: 비용 생산 등의 대응 지원(면적지불)을 신청하는 경우는 농업자별 계획서를 정리한 일람을 포함하여야 함.
 - ④ 목표 달성에 필요한 대처

〈그림 4-6〉 일본 쌀 신시장 개척 등 촉진 사업 흐름도



자료: 일본 농림수산성(2022), 쌀 신시장 개척 등 촉진 사업 개요.

- 지역협의회가 책정한 계획에 참가하는 농업인이 실수요자 요구에 따른 가격·품질 등에 대응에 필요한 저비용 생산 등의 대책을 실시할 경우 대응 면적에 따라 이하의 단가가 적용됨.
 - 다만, 본 사업의 면적지불을 지원받는 논은 2020년도 활용 직접지불교부금 전략 작물 조성(가공용 쌀:2만 엔/10a, 쌀가루용 쌀 5.5~10.5만 엔/10a) 및 도도부현에 대한 산지 교부금 대응에 따른 추가 배분(신시장 개척용 쌀: 2만 엔/10a)의 대상 면적에서 제외함.

〈표 4-12〉 저비용 생산 등의 대응 지원(면적 지불) 단가

대상 품목	단가
신시장개척용쌀	4만 엔/10a
가공용 쌀	3만 엔/10a
쌀가루용 쌀 (빵·면용 전용 품종)	9만 엔/10a

자료: 일본 농림수산성(2022), 쌀 신시장 개척 등 촉진 사업 개요.

- 대상 품목: 2020년산(기간작)의 신시장 개척용 쌀, 가공용 쌀, 쌀가루용 쌀(빵·면 전용 품종)
 - 2020년산 주식용 쌀을 작부하지 않은 논은 기간작만 대상이며 신시장 개척용 쌀, 쌀가루용 쌀 및 가공용 쌀은 각각 ‘수요에 따른 쌀의 생산·판매 추진에 관한 요령’에 기초한 신규 수요미 대응 계획, 가공용 쌀 대응 계획의 인정을 받는 것이 대상.
- 채택 요건: 아래의 요건을 충족하여야 함.
 - 지역농업재생협의회가 제출한 플랜에 참가하는 농업인일 것
 - 농업인 또는 농업인과 출하 계약을 체결하는 집출하업자 등이 실수요자와 판매계약을 체결할 것(또는 출하·판매계약을 체결할 계획이 있을 것)
 - 농업인은 대상 품목에 대해 아래 표의 저비용 생산 등의 대처 메뉴 중 3가지 이상을 실시할 것(새로운 대응일 필요는 없지만, 가능한 한 새로운 대처를 실시하거나 대응 면적을 확대하거나 보다 고도의 대응으로 할 것을 권장)

〈표 4-13〉 일본 쌀 신시장 개척 등 촉진사업의 대처 메뉴

대응 메뉴	대응 내용
①직파 재배	담수 직파 재배, 건전 직파 재배
②소식 재배	지역 관행 재배의 이식 밀도에 비해 밀도를 낮추고 이식에 필요한 묘상자 수를 줄이는 대처
③고밀도 파종 및 육묘 재배	지역 관행 재배의 육묘 밀도에 비해 밀도를 높여 이식에 필요한 묘상자 수를 줄이는 대처
④수영장 육묘	수영장을 설치하고 수영장 내에 모종 상자를 두고 담수 상태로 실시하는 육묘
⑤온탕 종자 소독	농약을 사용하지 않고, 약 60℃의 온탕에 볍씨를 담근 후 종자 소독을 실시
⑥효율적인 이식 재배	무대갈퀴 이식 재배, 유묘 이식 재배
⑦작기 분산	작기가 다른 복수 품종을 작부하여 작기를 분산하는 대처
⑧토양 진단 등을 토대로 시비·흙 만들기	토양진단 등에 기초한 시비, 유기질 자재나 토양개량 자재 사용
⑨효율적인 시비	흘려보낸 시비, 육묘상자 전량 시비, 축조 시비
⑩효율적인 농약 처리	파종시 동시처리, 모내기 동시처리
⑪화학 비료 사용량 감소	퇴비 이용 등을 통해 화학비료 사용량의 30% 이상 삭감
⑫화학 농약 사용량 감소	종합적인 방제체계 확립 등을 통해 화학농약 사용량의 50% 이상 삭감
⑬다수 품종의 도입 ※ 쌀가루용 쌀(빵, 면 전용 품종)은 제외	다수 품종의 작부
⑭농기계의 공동 이용	지역 내 농기계 공동이용 및 공유서비스 활용
⑮스마트 농업기기 활용	드론이나 물 관리 시스템 등의 활용
⑯햇바 유래 온실가스의 삭감	포바 유래의 일산화이질소 삭감을 위한 대응 실시
⑰방앗간에 탄소 저장	방앗간에 탄소 저장을 위한 대처

자료: 일본 농림수산성(2022), 쌀 신시장 개척 등 촉진 사업 개요.

〈그림 4-7〉 일본 쌀 신시장 개척 등 촉진사업의 대처 사업 사례



자료: 일본 농림수산성(2023), 쌀 신시장 개척 등 촉진사업. 설명자료.

〈붙임 4-1〉 쌀 신시장 개척 등 촉진 사업의 보고 및 점검 체계¹⁴⁾

가. 작부 면적 확인

- 지역농업재생협의회는 교부신청자의 영농계획서에 근거해 대상 작물과 관련된 작부 면적, 작부 상황, 교부 대상이 되는 대처의 실시 상황 등을 확인함.
 - 작부면적 확인일은 원칙적으로 대상작물의 생산연도 7월 1일을 기준으로 하되, 해당 일에 확인하기 어려운 작물에 대해서는 지역농업재생협의회가 지방농정국 등과 협의하여 확인 날짜를 설정할 수 있음.
- 대상작물의 작부면적 등의 확인에 대해서는 농업공제조합 등으로부터 농작물 공제 인수면적 등의 정보를 제공받아 실시하는 것을 기본으로 하며, 그에 따른 확인이 불가능한 경우에는 현지 확인을 실시함.
 - 당해연도 10월 31일까지 작부면적 등을 확인할 수 없는 대상 작물이 있는 경우에는 지방농정국과 협의 후, 지역농업재생협의회가 해당 작물을 생산하는 교부신청자의 일부를 추출하여 실제 작물의 작부상황을 현지조사함으로써 영농계획서 상의 신청 면적을 작부면적으로 인정함.
- 지역농업재생협의회는 확인 결과를 '경영소득안정대책 등 교부금 교부신청자별 작부면적 확인 결과보고서' 양식에 맞게 취합하여 기초데이터(지방농정국이 지정한 형식)와 함께 지방농정국 등에 보고함.
- 지방농정국은 교부신청자 각각의 출하·판매 등 실적보고서의 내용을 확인함.
- 자연재해 등에 의해 대상작물의 작부가 곤란해진 농지에 대하여 지방농정국장 등이 인정할 경우 교부대상이 될 수 있음.
 - 단, 교부신청자가 교부신청서 및 영농계획서를 지방농정국 등 또는 지역농업재생협의회에 제출한 것이어야 함. 피해를 입은 농지 또는 도로가 재해복구사업의 대상이 되며, 다른 작물로의 전환을 포함해 작물의 작부가 어려운 것을 확인할 수 있어야 함. 해당 자연재해 등의 발생 전에 경작이나 종자소독 등의 작부 준비를 하고 있었다고 확인할 수 있어야 함.

나. 출하·판매 실적 보고

- 교부신청자는 원칙적으로 대상작물의 생산연도 12월 20일까지 대상작물과 관련된 '출하·판매 등 실적보고서 겸 서약서'를 작성하고, 확인 서류로써 당해연도 출하·판매 계약서 사본 또는 판매 전표 사본 중 하나를 첨부하여 지방농정국 또는 지역농업재생협의회에 제출함.
- 지방농정국장 등은 교부신청자가 신청한 출하·판매수량 등이 적절한지 확인하기 위하여 농협 등의 단체, 수요자 등에 대하여 필요한 사항의 보고를 요구하고 교부신청자의 신청내용 등과 대조함.
 - 구체적으로는 대상작물의 검사나 집하가 끝난 시기에 출하자별 대상 작물의 수량이나 검사 결과 등을 알 수 있는 자료를 제출받는 경우가 있음.

¹⁴⁾ 농림수산성(2023), 경영소득안정대책 등 실시요강, https://www.maff.go.jp/j/seisaku_tokatu/antei/attach/pdf/keiei_antei-184.pdf 검색일: 2023년 10월 9일.

- 지방 농정국장은 신청 내용 등의 확인을 위해 필요한 경우에는 지방 농정국의 직원에 의한 현지 조사를 실시하며, 지역농업재생협의회의 협조를 받는 동시에 교부신청자나 지방공공단체, 농협 등 관계기관에도 협조를 요청함.

다. 교부금 반환

- 교부 요건을 확인할 때 사용하는 서류나 교부금 교부신청의 기초가 되는 서류의 내용에 대하여 사실과 다른 내용을 기재하는 등 허위 신청을 하여 교부금을 부정하게 받은 사실이 판명된 경우 교부금을 반환함.
- ‘수요에 따른 쌀의 생산·판매 추진에 관한 요령’에서 정하는 신규 수요용 쌀 및 가공용 쌀을 생산하는 자가 미곡을 주식용으로 출하·판매한 것이 판명된 경우 판명된 연산과 관련되는 모든 경영 소득안정 대책 등의 교부금을 반환 조치함. 특히, 악질로 인정되는 경우에는 다음 해부터의 교부 신청서를 접수받지 않음.

2.2.3. 쌀가루 이용확대 지원 대책사업

- 일본 농림수산성에서는 쌀가루용 쌀 생산 농가를 대상으로 직접지불교부금에 의한 생산비 보조와 함께 안정적인 공급체계를 구축하기 위한 가공시설의 정비, 포장용기 제조, 집출하를 위한 저장시설 등 구축을 위한 자금지원을 실시하고 있음. 2023년 쌀가루 이용확대 지원 대책사업 예산액은 140억 엔임.
- 일본에서 유일하게 자급 가능한 곡물인 쌀을 원료로 한 쌀가루 이용 확대를 위해 소비·유통·생산 각각의 단계에 대한 지원을 실시함. 쌀가루의 특징을 살린 신상품 개발, 수요 확대에 대응하기 위한 제조 능력 강화, 쌀가루 전용 품종의 생산 확대에 대해 집중적으로 지원함.
 - 국산 쌀가루를 원료로 하고 쌀가루의 특징을 살린 신상품의 개발·제조, 기계 개발·도입을 지원하고, 쌀가루와 쌀가루 제품의 이용 확대를 향한 정보 제공
 - 쌀가루 제분, 쌀가루제품 제조능력 강화를 위한 지원, 제분기업·식품제조업자의 시설 정비, 제조라인 증설 등 쌀가루의 수요 창출·확대에 필요한 지원
 - 쌀가루 이용 확대가 기대되는 빵·면용 쌀가루 전용 품종 증산을 위한 지원, 종자 생산을 위한 기계·시설의 도입 등을 지원
- 일본 정부는 2017년 5월 쌀가루의 국내 보급 및 수출 확대를 위하여 쌀가루 제조업자와 쌀가루를 이용한 식품제조업자, 외식사업자, 원료용 쌀을 생산하는 생산자 단체, 소비자 단체

등 관계자들로 구성된 “일본 쌀가루협회”를 설립하였음. 당해 협회의 역할은 다음과 같이 크게 4가지임.

- ① “논글루텐(Non-gluten) 쌀가루 제3자 인증제도” 운영
 - 논글루텐 쌀가루 인증기관에 대한 등록, 감시, 인증마크 등의 관리를 실시하고 있으며, 2018년 6월에 인증을 시작하였음.
- ② 일본 국내 쌀가루제품 보급 및 확대
 - 쌀가루의 용도별 기준과 논글루텐 표시 보급으로 이용자가 사용하기 쉬운 제품의 보급 및 확대
- ③ 쌀가루 제조업자와 산지의 중개 역할
 - 쌀가루용 쌀 생산자와 쌀가루 제조업자의 수요, 공급에서 발생하는 괴리(mis-match)를 해결하기 위해 원료용 쌀 주산지 생산자와 제조업자를 대상으로 정보교류회를 수시로 개최하고 있음.
- ④ 쌀가루 제품 수출 확대를 위한 판촉 활동
 - 쌀가루 제품 수출 확대를 위하여 해외시장조사와 함께 해외 바이어를 대상으로 정보 제공 및 판촉 활동을 활발하게 진행하고 있음.

〈그림 4-8〉 일본 쌀가루 협회 주요 활동 내용



자료: 일본 농림수산성 홈페이지.

- 농림수산성에서는 쌀가루 소비 확대를 위해서 산하에 “미분(米粉)구락부”를 설치 운영하고 있음.
 - 미분구락부에서 추진하고 있는 「FOOD ACTION NIPPON」 국민 활동에 참여하고 있는 생산자, 소비자, 대형유통업체, 제조업체, 외식업체 수는 2018년 기준으로 약 1,352개사임.
 - 주요활동 내용으로는 쌀가루의 효능 및 기본정보 제공과 함께 요리 레시피에 대한 정보 제공을 바탕으로 가정 내 소비촉진을 도모하고 있음.

- 또한 생산자, 유통 및 가공업자, 대형소매점, 외식업체, 소비자 등과의 유기적 연계를 통한 정보 교환 및 인지도 확산을 위해 쌀가루 요리 경진대회를 연 1회 개최하여 소비자 참여 유도를 통한 쌀가루 홍보에 많은 노력을 기울이고 있음.

2.2.4. 성과 및 시사점

○ 교부금 지원 등을 통한 지원으로 가공용 및 신규수요용 쌀 소득은 주식용 쌀 소득을 상회하는 것으로 계산됨.

- 2022년 기준 주식용 쌀 소득은 19천 엔/10a이나 가공용과 신시장개척용쌀 소득은 각각 21, 28천 엔/10a로 계산되었음.
- 가공용과 신시장개척용 쌀 판매 수입은 각각 80천 엔/10a, 76천 엔/10a이나 가공용 쌀의 경우 산지교부금(각각 11천 엔/10a, 42천 엔/10a), 전략작물조성(20천 엔/10a, 0천 엔/10a) 지원금이 더해지면서 주식용 쌀 소득을 상회하였음.
- 반면, 판매 수입은 주식용 쌀(118천 엔/10a)에 비해 가공용과 신시장개척용 쌀은 각각 32%(80천 엔/10a), 36%(76천 엔/10a) 낮아 쌀가공업체는 단수 증수를 고려하지 않더라도 훨씬 낮은 가격으로 쌀을 확보한 것으로 추정됨.

〈표 4-14〉 2022년 논 작물 소득 구성(천 엔/10a)

구분			주식용		사료용쌀		가공용 쌀	신시장 개척용쌀	밀	콩
			2021년	2022년	표준단수	다수성				
수입	산지교부금	지역설정	-	-	3	3	2	2	4	7
		현설정	-	-	4	4	9	10	1	1
		신시장개척용쌀작부지원	-	-	-	-	-	20	-	-
		복수년 가산	-	-	-	-	-	10	-	-
	판매 수입		109	118	16	21	80	76	17	27
	발작물직접지원교부금		-	-	-	-	-	-	41	29
	전략작물조성		-	-	80	105	20	-	35	35
합계		109	118	103	133	111	118	98	99	
비용 등	경비		99	100	86	93	91	90	49	49
	소득		10	19	18	40	21	28	49	50
	합계		109	119	104	133	112	118	98	99
	노동시간(시간/10a)		22	22	22	24	22	22	5	7

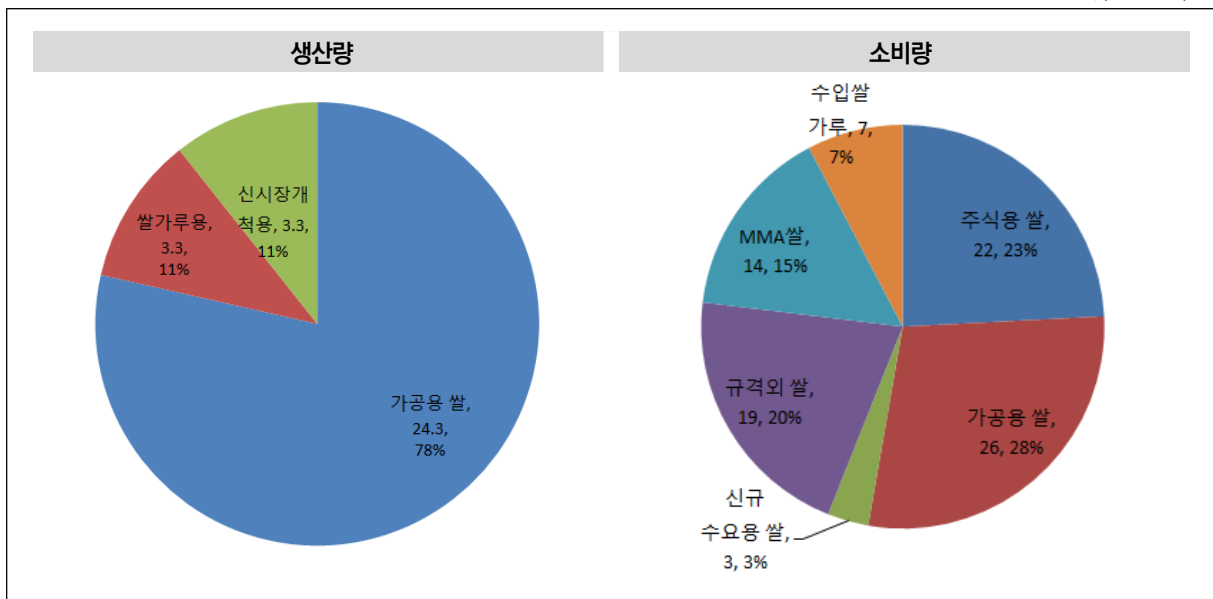
자료: 일본 농림수산성(2023), 경영 소득 안정 대책 등의 개요. p.23.

○ 2020년 일본의 가공용 쌀 생산량은 24만 톤으로 전체 가공용 소비량(94만 톤)의 26%에 달하는 등 가공용 소비량의 상당한 부분을 차지함. 다만, 가공용 쌀 생산량은 정체되는 모습을 보이며 쌀가루용(3만 톤), 신시장 개척용(3만 톤) 쌀 생산량은 여전히 미미한 상황임.

- 또한 애초에 기대하였던 단수의 증가 폭도 크지 않는 것으로 나타남. 즉, 가공용 쌀에 대해 '맛있는 쌀' 생산에서 '다수확 쌀' 생산으로, 육종 방향 및 기술 체계의 전환을 시도하고 있지만, 아직 그 효과는 크지 않음.

〈그림 4-9〉 일본의 용도별 가공용 쌀 생산 및 소비량(2020년 기준)

단위: 만 톤, %



자료: 일본 농림수산성(2023). 新規需要米等の用途別作付生産状況の推移.

5

「제2차 기본계획」 성과평가 및 정책 수요조사

1. 「제2차 기본계획」 주요 내용

1.1. 계획의 수립 배경

- 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률(제5조)에 따라 매 5년마다 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 관한 기본계획 수립이 필요한 법정 계획임.
 - 「쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률」 제정(2011년) 이후 1차 계획 수립 및 시행('14~'18년)한 결과와 산업환경 변화 등을 고려하여 기본계획을 재수립함.
- (1차 기본계획 성과) 제1차 기본계획('14~'18)의 4대 전략 및 10대 정책과제를 성실히 수행하여 정책 목표를 달성함.
 - '쌀 가공산업 기반 확충' 측면에서는 가공용 쌀 전용 재배단지를 조성하고, '쌀·쌀 가공식품 소비시장 확대' 분야에서는 쌀 가공식품 산업대전을 개최하는 등 관련 유통채널의 활성화를 성취함.
 - '쌀 가공산업과 농업 간 연계 강화'의 경우, 지역 전략 쌀 가공기업 27개소를 육성하여 지역 내 쌀 가공제품 생산기업 및 농가의 연계를 지원함.
 - '기술 개발·보급 강화' 분야에서는 가공용도별 신제품종을 3종 개발하고, 가공용도별 적합 품종 17종을 선발하였으며, 쌀 가공식품 연구개발을 통해 개발된 기술특허 526건에 대한 기업 이전을 실시함.

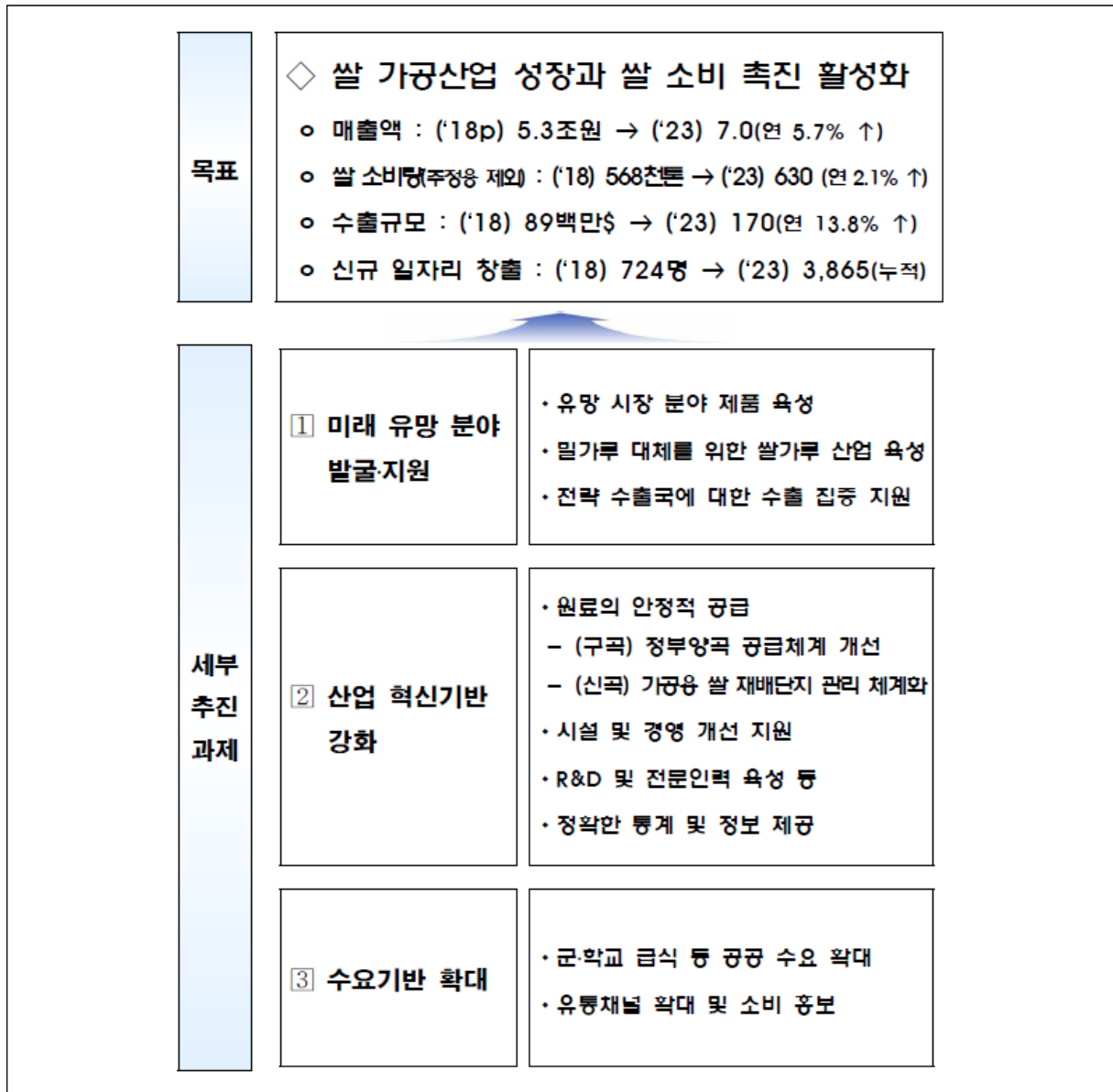
○ (반성) 미래 유망분야, 신수요 창출, 통계 등의 산업기반 구축 미비

- 쌀 및 쌀 가공식품에 대한 새로운 수요 창출을 위한 미래 유망분야에 대한 발굴과 지원이 부족했다고 평가됨. 특히 시대 변화에 대한 전략적 지원이 미흡했다는 평가가 있음.
- 쌀 및 쌀 가공산업계는 원료 가격 및 공급이 불안정하며, 기업 대부분이 영세한 점이 지적되었음. 원료 중 정부양곡에 대한 의존도가 높은 상황에서 이에 대한 공급 시기 및 가격 예측가능성이 저조한 것과, 민간 쌀 시장과의 연계가 부족하다는 평가가 있었음.
- 안정적 신규 수요 발굴에 대한 정책과 통계 등 산업의 기반을 이루는 측면이 미비했다고 평가됨. 향후 주요 소비주체가 되는 미래 세대에 대한 정책적·제도적 접근이 부족했으며, 쌀 가공기업에 대한 정규화된 범위가 설정돼있지 않아 관련 통계 생성에 애로사항이 있다는 점이 지적됨.

1.2. 제 2차 기본계획의 주요 내용

- 제2차 기본계획의 기본방향은 ‘쌀 가공산업의 성장세를 배가할 수 있는 기술개발과 인력 양성, 그리고 투자 확대와 같은 산업 혁신 기반을 강화’하는 것과 ‘유망 품목 발굴, 소비 창출, 수출 등을 통한 쌀 가공제품의 소비기반을 지속적으로 확대하고 제도기반을 정비’하는 것으로 구성됨.

〈그림 5-1〉 제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 관한 5개년 기본계획



자료: 제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 관한 5개년 기본계획.

○ **미래 유망분야 발굴·지원**: 제 2차 기본계획의 첫 번째 주요 과제는 미래 유망분야 발굴·지원으로 '유망시장 분야의 제품을 육성', '쌀가루 산업 육성', '수출 지원 강화'에 초점을 맞춰 설정됨.

- 주요 추진계획은 HMR·죽 등 유망제품과 비식용 소재 시장 육성을 위한 R&D 지원 및 수요기반형 제품의 개발 유도, 쌀가루 시장 확대를 위한 KS 표준 기술의 세분화 및 정부양곡 공급 지원 확대, 그리고 수출기업의 특성을 고려한 수출 지원 전략 마련이 있음.

○ **산업 혁신 기반 강화**: 제 2차 기본계획의 두 번째 주요 과제는 산업 혁신 기반 강화로서, '정

부 양곡 공급체계 개선', '민간 가공용 쌀 공급 기반 확충', '시설·경영 개선', 'R&D 강화 및 체계화', '정확한 통계·정보 제공'의 세부과제로 이루어져 있음.

- 주요 추진 계획으로는 쌀 가공업체의 정부양곡 수요의 사전 조사, 제품 용도별 맞춤형 가공용 쌀의 생산과 유통, 가공 단계에 대한 계열화 체계 구축, 시설 확충·개보수 및 운영자금 지원, (가공)제품 용도별 맞춤형 신제품의 개발, 쌀 가공제품 통계 정보 지도를 구축하여 쌀 및 쌀 가공제품 관련 통계를 다수의 사이트에 구현하는 것이 있음.

○ **수요 기반 확대:** 제 2차 기본계획의 세 번째 주요 과제는 수요 기반 확대로서, '군·학교 등 공공 수요 확대', '유통채널 확충 및 국내외 홍보 강화'를 세부 과제로 함.

- 주요 추진계획으로는 쌀 가공식품 급식 제공과 쌀 중심의 건강한 식생활 교육 강화(학교), 쌀 가공식품의 급식 제품 종류나 배급 회수와 배급량 증대(군대), 그리고 대형마트 내 상설 판매장의 운영과 우수 쌀 가공식품 제품들에 대한 대형마트나 군납, aT 수출 지원사업 지원 시 가산점을 부여하는 것이 있음.

2. 미래 유망분야 발굴·지원 분야

2.1. 계획 및 성과

2.1.1. 유망시장 분야 제품 육성

1) 유망시장 분야 제품 육성 기반 구축 및 R&D 지원

○ (계획) 식품소비 트렌드 변화에 따라 부상 중인 HMR, 죽 등 유망 제품 시장을 체계적으로 육성하기 위한 기반을 구축하고, 맛·품질 유지 등을 위한 R&D 우선 지원을 계획함.

- 유망식품 R&D 과제를 2018년 13개 과제(23억 원)에서 2023년 26개 과제(60억 원)로 늘리고, 시설 보완 및 운영자금(연 500억 원) 신청 시 가산점 부여 등을 통해 우선 지원하기로 함.
- HMR, 플라스틱 대체 친환경 소재 개발 등에 대한 R&D 지원 방안을 검토하기로 함(2019년, 연구용역).

○ (성과) 2020년부터 고부가가치식품기술개발(R&D) 사업의 ‘미래대응식품’ 분야 예산을 편성하여 고령화, 1인 가구 증가 등 사회·경제적 여건 변화에 선제적으로 대응할 수 있는 미래 유망 식품 개발을 지원해오고 있음.

- 해당분야의 예산 집행액은 2020년 2,146백만 원에서 2022년 15,804백만 원으로 7배 정도 증가하였음<표 5-1>.

〈표 5-1〉 고부가가치식품기술개발(R&D) 사업의 미래대응식품 관련 예산 집행 내역

구분	2020	2021	2022
미래대응식품 분야 예산(백만 원)	2,146	10,847	15,804

자료: 농림축산식품부 예산 및 기금운용계획 사업설명 자료, 각 연도.

2) 수요기반형 제품 개발 유도

○ (계획) 정기적으로 유망 시장에 대한 국내·외 시장 동향 및 소비자 선호도를 조사·제공(aT) 하여 민간의 수요기반형(On-Demand) 제품 개발을 유도하기로 계획함.

○ (성과) 한국농수산물유통공사(aT)는 월별 국가별·품목별 수출 동향을 파악하여 쌀과 쌀 가공식품 수출정보를 제공함.

- KATI(농식품수출정보) 및 TRASS(한국무역통계진흥원) 시스템을 활용하여 월별 수출 정보를 제공
- UN조달 시장 진출방안 조사 및 주력 품목에 맞는 영양강화쌀, 영양죽 등 신규 상품 개발 지원

3) 비식용 제품 개발을 위한 R&D 추진

○ (계획) 쌀 빨대, 쌀 유래 성분 화장품, 애견사료, 쌀 주얼리 등 다양한 비식용 소재의 산업용 특별공급을 신규추진('20~)하고, 신규 유망 비식용 제품 개발을 위한 R&D 추진을 병행하기로 계획함.

○ (성과) 비식용 소재 활용 및 제품 개발에 대한 성과는 없는 것으로 나타남. 제2차 쌀 가공산업육성 기본계획이 추진된 2019년에 이어 2020년 쌀 생산량 감소로 쌀값이 상승함에 따라 비식용 소재 활용 여건이 악화됨.

4) 규제신고센터 운영

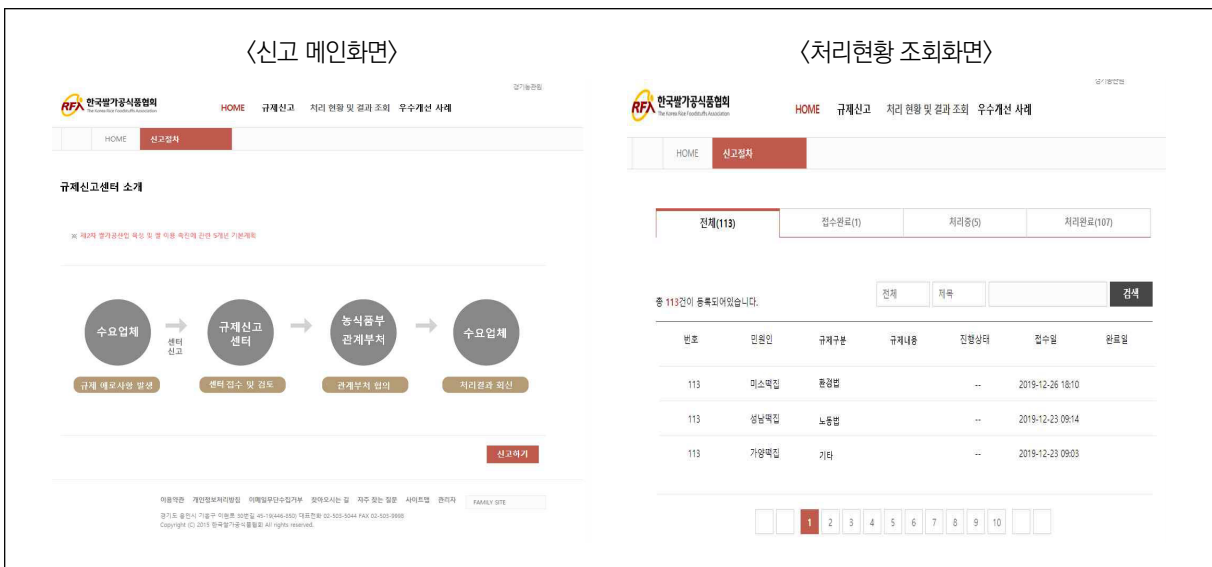
○ 쌀가공협회 등 관련 협회를 창구로 하는 ‘규제신고센터’를 2019년부터 운영하기로 함.

- 규제 애로사항을 반기별로 취합하고, 문제 제기사항에 대해 관련 부처 등과 협의한 결과를 통보하여 기업 활동을 적극 지원하기로 함.

○ (성과) 쌀가공식품협회를 통해 규제 및 애로사항 적극발굴을 위한 별도 모니터링반을 운영하고, 가공용쌀 수급관리시스템 내 온라인 ‘규제신고센터’를 구축하여 사용자가 쉽게 신고 및 진행사항을 확인할 수 있도록 구현함.

- 유망시장 분야 제품 육성 관련 기업 현장 애로사항을 취합하여 규제·제도 개선사항을 관계부처에 건의하고 결과를 관련기업에 회신하는 절차를 마련함.

〈그림 5-2〉 한국쌀가공식품협회 규제신고센터 시스템



출처: 농림축산식품부(2020), '20년도 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 시행계획'.

2.1.2. 쌀가루 산업 육성

1) KS 표준 기술 개선

○ (계획) 쌀가루 시장 확대를 위해 KS 표준 기술을 보다 세분화하고, 기준을 강화하기로 함.

- 건식 쌀가루 KS 기준 신규 개발, 습식 쌀가루 KS 기준 강화(전분손상도 축소, 기준 입도 함량 비율 강화) 및 쌀가루 등급제 등 추진

○ (성과) 쌀가루 활용에 있어서 범용성을 확보하기 위해 쌀가루 KS 표준을 개정함. 가공품 제조 용도별로 분류하던 기준(2017년)을 쌀가루 원료의 품질 특성(건식, 습식)에 따라 구분하도록 개정(2021년)하여 범용성을 확보함.

- (기존) 떡류용, 면류용, 제빵용, 제과용 쌀가루 → (변경) 건식, 습식 쌀가루

2) 쌀가루용 정부양곡 지원 확대

○ (계획) 쌀가루용 원료쌀에 대한 정부양곡 공급 지원을 확대하기로 계획함.

- 국내산 건식 쌀가루를 활용한 프리미엄 제과·제빵 및 제면 시장 등 확대 가능한 점을 고려하여 국내산 쌀가루 특별공급 대상을 현행 습식 제조업체에서 건식 제조업체로 확대하기로 함.

○ (성과) 정부에서 공공비축용 수매, 시장격리 수매 및 MMA 의무수입 쌀로 확보한 비축재고는 일반 식용 공급미를 제외하고 재고처리를 위해 주정용과 사료용 및 가공용으로 특별공급하고 있음. 한편, 건식제분이 가능한 품종을 개발(2019년)하고, 가루쌀 전문 재배단지 조성(2023년)하였으며, 이를 통해 밀가루를 가루쌀로 대체하는 실수요업체에 특별 공급할 계획임.

- 정부에서 가공업체에 특별공급하는 정부양곡 가공용쌀은 국내산 재고쌀과 MMA 수입쌀로 구성됨<표 5-2>. MMA 수입산은 쌀가루용으로 증가추세에 있으며, 2021년 9만 4천 톤이 공급됨. 다만, 국내 쌀 생산량 감소 추세와 국내산 쌀 재고 수준 감소로 인해 최근 가공용 쌀 특별공급이 불안정해져 수입산 쌀 공급에 비해 국산쌀 공급량을 줄이고 있음.

- 2019년 농촌진흥청이 개발한 가루쌀 바로미2는 밀처럼 바로 빵아 가루를 만들 수 있는 품종으로 전분구조가 밀가루처럼 둥글고 성글어 건식제분이 가능함.

- 정부는 균일한 품질과 대량 생산·공급을 위해 일정 규모 이상의 가루쌀 전문 재배단지 2천ha(2023년)를 조성하여, 가루쌀 재배에 익숙하지 않은 농업인이 안정적인 재배 기술과 유통체계를 갖추도록 컨설팅 교육 및 시설·장비를 지원하였음.

- 정부는 매년 3~5월에 농가별로 분질미 매입 계약을 체결한 후 수확기에 농가가 생산한 분질미를 공공비축미로 매입하고 밀가루를 가루쌀로 대체하고자 하는 실수요업체에 특별 공급할 계획임.

- 한편, 식품·제분업계에 시료 제공, 연구개발 지원 등을 통해 가루쌀을 활용한 전략 제품을 개발 중임.

〈표 5-2〉 정부의 가공용쌀 연도별 배정 현황(특별공급)

단위: 천 톤

연도	MMA 수입산			국산			합계
	일반용	쌀가루용	소계	일반용	쌀가루용	소계	
2013	미시행	미시행	0	미시행	50	50	50
2014	미시행	50	50	미시행	미시행	0	50
2015	제한없음	제한없음	0	미시행	미시행	0	0
2016	제한없음	제한없음	0	90	10	100	100
2017	150	70	220	53	7	60	280
2018	140	60	200	70	10	80	280
2019	142	58	200	88	12	100	300
2020	141	66	207	90	20	110	317
2021	216	94	310	44	6	50	360

주 1) 특별공급을 시행하지 않는 경우 “미시행”, 물량 제한이 없는 경우 “제한없음”으로 표시.

2) 정부 가공용쌀 특별공급 결정량으로, 실제 사용과 차이가 있음.

자료: 농협경제지주 내부자료.

2.1.3. 수출 지원 강화

1) 쌀 가공식품 수출액 연평균 13.8% 성장

○ (목표) 쌀 가공식품 수출액 연평균 13.8% 성장(2018년: 89백만 달러 → 2023년: 170백만 달러) 달성

○ (성과) 쌀가공식품 수출액은 2019년 1억 달러를 상회하였으며, 2022년에는 1억 8천만 달러로 집계되어 제2차 쌀 가공산업육성 기본계획의 목표를 달성하였음.

- 코로나19 이후 건강에 관한 관심 증가로 한국 식문화에 대한 관심이 높아지면서 미국과 유럽을 중심으로 떡볶이, 즉석밥 등의 인기가 특히 높았던 것이 수출에 긍정적으로 작용한 것으로 분석됨.

〈표 5-3〉 쌀 가공식품 및 농림축산식품 수출액

단위: 백만 달러

구분	2018	2019	2020	2021	2022
농림축산식품 수출액	6,928.3	7,025.7	7,564.3	8,558.2	8,830.9
쌀 가공식품 수출액	89.3	108.6	138.0	164.0	180.6

자료: 농림축산식품부 예산 및 기금운용계획 사업설명 자료, 각 연도.

2) 수출 지원 전략 마련

○ (계획) 수출기업의 영세성, 수출국가별 특성을 고려하여 수출 지원 전략을 마련하는 정책 방향을 수립함.

- (기업) 영세 수출기업이 수출단계별로 겪는 애로사항을 발굴하여, 단계별 지원체계 구축
- (수출국) 주요 수출국별 특화전략을 수립하고, 수출 성장세가 빠른 신규 유망 수출국을 권역별 신성장 거점국가로 지정하여 집중 지원
- ‘농식품수출정보’(www.kati.net, aT 운영) 내 쌀 가공식품 코너를 신설하고, 주요 국가별 전략보고서(연 1회) 및 관련 정보 제공

〈표 5-4〉 수출국가군별 전략 품목 및 지원 전략

구분	전략 품목	핵심전략
주요국	미국 가공밥, 떡, 쌀음료, 쌀과자	(현황) 교민시장 위주로 제품이 판매되고 있으며, 미주 지역에 글루텐 프리시장 확대
		(개선) 수요층 확대를 위해 히스패닉 등이 방문하는 유통업체 입점을 지원하고, 글루텐 프리 인증제('19.상) 도입
	일본 떡	(현황) 막걸리 유행 종료 이후, 청년층을 중심으로 떡볶이 유행
		(개선) 수출품목 및 수요층 다양화를 위해 현지마켓 동향 정기 분석 제공
베트남 쌀음료 등	(현황) 박항서 열풍 등으로 인해 빠른 수출 성장세	
	(개선) 스타 마케팅 등을 추진하고, 수출 제품 다양화를 위해 현지 박람회, 바이어의 국내 초청 등 추진	
중국 쌀과자	(현황) 정치적 관계 경색이후 프리미엄 유아 쌀과자를 제외한 품목 수출 감소	
	(개선) 유아용 프리미엄 쌀과자 시장 집중 공략	
신성장 거점국가	가공밥, 떡	떡류 등 핵심 전략품목 위주로 홍보하여 친숙함 형성 후, 기타 품목에 대한 수출 확대

출처 : 농림축산식품부(2020), '20년도 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 시행계획

○ (성과) aT를 통한 수출지원사업을 전개하고 있으며, 주요국가별 전략을 마련함.

- aT 수출지원사업을 통한 물류비 지원, 현지 목표 국가에 맞는 쌀 가공식품 상품개발 지원, 미국 등 11개국을 대상으로 대형유통매장 연계 판촉 추진 및 해외 박람회 등을 개최하여 쌀 가공식품 홍보를 실시함.
- 2022년 '주요국 쌀 가공식품 시장조사'를 통해 미국, 일본, 베트남, 중국의 쌀가공식품 주력 수출품목 시장조사 결과를 제공하였고, '아세안 쌀가공식품 시장현황 및 수출확대 방안'에서는 베트남, 인도네시아, 필리핀 시장에 대한 전략을 제시함.
- (미국) 쌀 가공식품 중 HMR 유망상품 발굴 및 홍보 강화를 통해 K-Food에 대한 소비자 접근성을 확대함.

- (일본) 막걸리·떡볶이 등 수도권에서 수요가 검증된 쌀 가공식품을 대상으로 지역별 강소 유통업체 신규입점을 지원하여 판매채널을 강화함.
- (중국) 영유아용 쌀과자의 수출유망품목 선정 및 중국 유기인증 지원으로 중국 영유아식품 전문 바이어와의 매칭을 통해 중국 수출이 성사됨. ‘티몰 한국식품 국가관’을 K-Food 대표 플랫폼으로 육성하여 유통업체 입점을 지원하고, 조기교육센터 연계를 통한 영유아 쌀과자 체험, 유통매장 VIP 회원 대상 주부 쿠킹클래스 체험 등 세대별 맞춤형 체험 마케팅을 추진함.
- (베트남, 인도네시아 등) 현지에 진출한 한국계 편의점, 유력 배달 플랫폼(그랩, 푸디 등) 과 연계하여 쌀과자·떡볶이 등 주요 품목의 유통망을 확대함.
- (신성장 거점국가) 인도 One-stop 수출지원¹⁵⁾으로 컵떡볶이 제품 신규 수출 성사

2.2. 추진 성과평가

- 유망시장 분야 제품 육성의 경우 ‘비식용 제품 개발을 위한 R&D’ 추진 실적이 미미하고 일부 세부 목표별 성과에서는 보완할 부분이 있는 것으로 평가됨.
 - ‘유망 제품 시장 육성 기반 구축’은 R&D 지원 확대를 통해 대상 시장의 기반을 구축해 온 것으로 평가됨.
 - ‘수요기반형 제품 개발’의 경우 KATI(농식품수출정보)를 활용해 쌀과 쌀 가공식품 수출 정보를 수요자에게 제공하고 있음. 다만, 국내 및 수출국 소비자의 니즈에 대한 정보 제공은 부족한 것으로 나타남.
 - ‘비식용 제품 개발을 위한 R&D’는 사업 추진 시기에 쌀 생산량 감소로 쌀값이 상승함에 따라 비식용 소재 활용 여건이 악화되어 목표를 달성하지 못한 것으로 평가됨.
 - ‘규제신고센터 운영’은 쌀가공식품협회를 통해 센터를 구축하고 운용해 오고 있어 일부 성과가 인정됨.

¹⁵⁾ One-stop 시험수출 지원사업은 통관프로세스 전과정에 대한 현지 전문가가 맞춤형 지원(제품 성분 검토 및 라벨링 제작, 통관 및 검역)을 하는 것을 의미함.

○ 쌀가루 산업 육성 분야는 'KS 표준 기술 개선' '쌀가루용 정부양곡 지원 확대'의 세부 목표를 비교적 준수하게 달성한 것으로 평가됨.

- 건식 및 습식 쌀가루의 원료 특성을 고려하여 2021년 KS 표준 기술을 개정하여 범용성을 확보함.
- '쌀가루용 정부 양곡 지원 확대'와 관련하여 2021년 MMA 쌀 특별공급이 2014년 대비 약 2배 증가하고, 건식제분이 가능한 가루쌀 품종개발과 전문 재배단지를 조성하여 전반적으로 사업 목표를 달성한 것으로 평가됨.

○ 수출 지원 강화는 세부 목표인 쌀 가공식품 수출액 목표치 달성, 수출 지원 전략 측면에서 성과가 있었던 것으로 평가됨.

- 쌀 가공식품 수출액 목표치는 2023년 170백만 달러였으나, 2022년 이미 180백만 달러를 넘어서 목표를 달성함.
- '수출 지원 전략 마련'과 관련하여 aT를 통한 수출 지원사업을 전개하고 주요 국가별 지원 전략을 마련해오고 있으나, 수출국 확대를 위해 보다 다양한 국가에 대한 정보 제공 및 전략 수입 필요한 것으로 평가됨.

〈표 5-5〉 미래 유망분야 발굴·지원 관련 추진성과 평가

구분	목표	성과	평가
유망시장 분야 제품 육성	• 유망 제품 시장 육성 기반 구축	• 고부가가치식품기술개발(R&D) 사업의 미래대응식품 관련 예산 2020년 21억 원에서 2022년 158억 원으로 7배 정도 증가	• 유망제품 R&D 지원 확대를 통한 대상 시장의 기반 구축 • 가루쌀 활용 제품 개발 지원 등 계속 사업화 필요
	• 수요기반형 제품 개발	• KATI(농식품수출정보) 쌀과 쌀 가공식품 수출정보를 제공	• 수출 동향 정보에 중점을 두고 있어 국내외 소비자 인식에 대한 정보 제공 부족 • 국내외 소비자 선호도에 대한 조사를 확대하여 제품 개발 및 수출 시 소비자 니즈 반영 필요
	• 비식용 제품 개발을 위한 R&D	• 사업추진 실적 없음	• 쌀가격 등락에 상관없이 구곡 및 수입쌀을 활용한 안정적 원료 공급체계 마련하여 식용뿐만 아니라 비식용 제품 개발 활성화 필요
	• 규제신고센터 운영	• 쌀가공식품협회를 통해 '규제신고센터' 구축·운영 • 규제 및 애로사항 적극발굴을 위한 모니터링반 운영	• KATI(농식품수출정보) '규제신고센터' 추가 구축을 통해 수출기업 애로사항 취합 • 모니터링한 내용을 연구과제와 연계하여 해당 애로사항을 개선할 수 있는 방안 마련

구분	목표	성과	평가
쌀가루 산업 육성	• KS 표준 기술 개선	• 쌀가루 원료의 품질 특성(건식, 습식)에 따라 구분하도록 개정(2021년)하여 범용성 확보	• 가루쌀(건식) 생산 및 제품 개발 성과를 토대로 추가적인 개선 필요성 검토
	• 쌀가루용 정부양곡 지원 확대	• 2021년 MMA 쌀 쌀가루용 특별공급 9만 4천 톤(2014년 5만 톤) • 건식제분 가능한 품종 개발(2019년) • 가루쌀 전문 재배단지 2천 ha(2023년) 조성, 2026년 4만 2천 ha 목표	• 국내 쌀 생산량 변동에 의해 가공용 쌀 특별공급이 불안정하므로 수입산과 더불어 국내산의 안정적 공급기반 마련을 위한 대안 검토 필요 • 건식제분 가능 품종 재배단지 육성은 계속 사업화 필요
수출 지원 강화	• 쌀 가공식품 수출액 170백만 달러 달성	• 2022년 쌀 가공식품 수출액 180백만 달러 달성	• 주요 수출대상국의 시장 여건을 고려한 현실적인 목표치 재설정
	• 수출 지원 전략 마련	• aT를 통한 수출지원사업을 전개, 주요 국가별 지원 전략 마련	• KATI(농식품수출정보) 내 쌀 가공식품 코너 신설을 통해 정기적인 정보 제공 • 기존 주요 수출국 외 신성장 거점국가에 대한 전략 품목 심층조사 필요

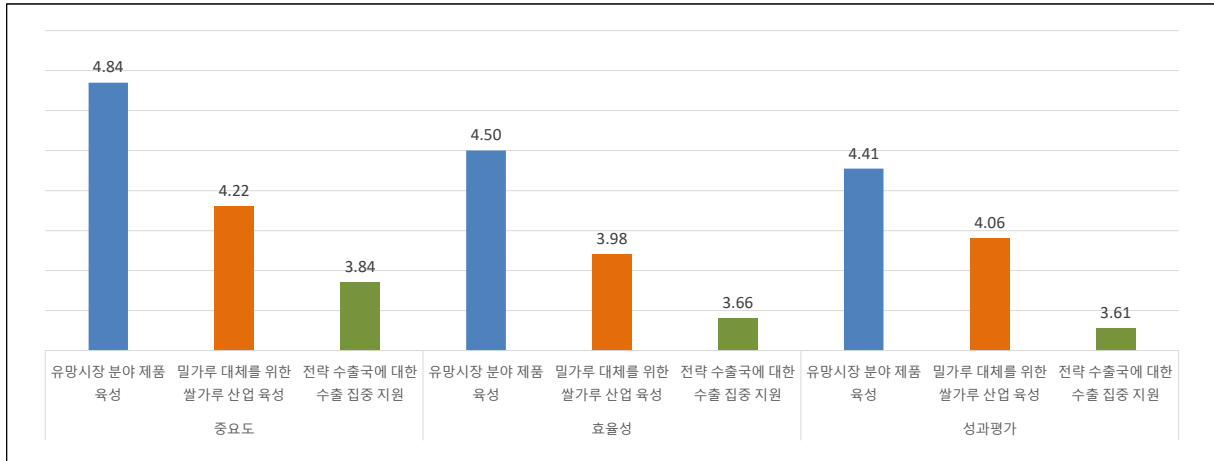
자료: 저자 작성.

○ 쌀 가공식품업체를 대상으로 조사한 ‘제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 5개년 기본계획’의 ‘미래 유망 분야 발굴·지원’을 위한 추진 과제들의 쌀 가공산업 발전이라는 측면에서의 중요도, 효율성(정부 정책수행 비용 대비 성과) 및 성과(정책 추진기간(2019년~2023년) 동안의 성과) 평가 결과는 아래와 같음.

- 정책 중요도 평가에서는 ‘유망시장 분야 제품 육성’이 5점 척도 평균 기준 4.48점으로 가장 중요도가 높다고 응답되었으며, 다음으로 ‘밀가루 대체를 위한 쌀가루 산업 육성’은 4.22점, 그리고 ‘전략 수출국에 대한 수출 집중 지원’ 항목에 대한 중요도는 3.84점으로 상대적으로 낮게 나타남.
- 정책 효율성 측면에서도 정책 중요도와 같이 ‘유망시장 분야 제품 육성’ 항목에 대한 효율성 점수가 4.50점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘밀가루 대체를 위한 쌀가루 산업 육성’(3.98점), ‘전략 수출국에 대한 수출 집중 지원’(3.66점) 순임.
- 정책성과 평가에서는 역시 ‘유망시장 분야 제품 육성’이 가장 높은 평가(4.41점)를 받았으며, 다음으로 ‘밀가루 대체를 위한 쌀가루 산업 육성’(4.06점), 다음으로 ‘전략 수출국에 대한 수출 집중 지원’(3.61점) 순으로 나타남.

〈그림 5-3〉 2차 기본계획 중 ‘미래 유망분야 발굴·지원’의 정책 중요도, 효과성 및 성과 평가

단위: %



주: 조사한 쌀 가공식품업체는 총 300개 중 2차 기본계획을 인지하고 있는 51개 업체의 응답을 분석한 결과임.
자료: 저자 작성.

○ ‘미래 유망 분야 발굴·지원’ 세부 추진과제의 정책 수혜를 받은 경험이 있는 업체는 ‘유망시장 분야 제품 육성’과 관련하여 11개 업체, ‘밀가루 대체를 위한 쌀가루 산업 육성’과 ‘전략 수출국에 대한 수출 집중 지원’은 12개 업체에서 수혜를 받은 것으로 나타남. 만족도는 모두 3.6점/5점을 상회하였으며, 특히 ‘유망시장 분야 제품 육성’ 지원 수혜 만족도가 4점/5점으로 가장 높았음.

2.3. 개선 방향

○ (유망시장 분야 제품 육성) 가루쌀 품종 개발 및 전문 재배단지 육성과 연계하여 가루쌀을 이용한 유망 제품 개발에 대한 지원을 중심으로 사업을 지속할 필요가 있음.

- ‘유망 제품 시장 육성 기반 구축’ 계속 사업화가 요구되며, 전술한 바와 같이 가루쌀 이용 제품에 대한 지원을 늘리는 방향으로 추진할 필요가 있음.
- ‘비식용 제품 개발을 위한 R&D’ 분야는 우선 쌀 가격 등락에 상관없이 구곡 및 수입쌀의 안정적 원료 공급체계를 마련한 필요가 있으며, 가루쌀을 활용한 쌀빨대,¹⁶⁾ 바이오필름 등과 같은 비식용 제품 개발을 중심으로 투자 및 지원 확대가 요구됨.

16) 최근 외식업계에서 친환경이 대세가 되면서 일회용 플라스틱 빨대를 대체할 수 있는 쌀 빨대 제품이 출시되고 있음. (주)자연에 버리다, (주)연지곤지’는 국내산 쇠미·수입쌀과 타피오카를 이용해 제품을 개발함.

- ‘수요기반형 제품 개발’ 관련 성과는 수출 동향 정보 제공에 그치고 있어 국내를 비롯한 해외 소비자에 대한 인식을 반영한 제품 개발에 한계가 있을 것으로 판단됨. 따라서 국내외 소비자 선호도에 대한 조사를 확대하여 제품 개발 및 수출 시 소비자 니즈를 반영할 필요가 있음.
 - 규제 개선과 관련하여서는 현재 쌀가공식품협회가 ‘규제신고센터’를 구축하여 규제 및 애로사항을 발굴하고 있으나, 모니터링한 내용을 연구과제와 연계하여 해당 애로사항을 개선할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있음. 또한, 쌀 가공식품 관련 규제 개선과 더불어 KATI(농식품수출정보) 내 ‘규제신고센터’ 추가 구축을 통해 수출기업 애로사항 취합하여 적극적인 수출전략을 수립할 수 있을 것으로 여겨짐.
- (쌀가루 산업 육성) 국내 쌀 생산량 변동에 의해 가공용 쌀 특별공급이 불안정하므로 수입산과 더불어 국내산의 안정적인 공급기반을 마련하되, 기존의 습식쌀가루 산업에서 가루쌀(건식쌀가루)을 활용한 쌀 가공산업을 육성하는 방향으로 전환이 필요함.
- 가루쌀은 늦이앙에 적합하여 이모작을 통한 농가소득 보전, 생육기간 단축으로 인한 탄소중립 실천¹⁷⁾이 가능함. 또한, 건식 제분은 습식 제분에 비해 비용이 적게 들고 국내 다양한 제분 방식(대규모 밀 제분 설비로도 건식제분 가능) 모두 사용 가능함.
 - KS 기준은 가루쌀(건식쌀가루) 생산 및 제품 개발 성과를 토대로 추가적인 개선 필요성의 검토가 요구됨.
- (수출지원 강화) 쌀 가공식품 수출액은 2022년 목표치를 달성하였으므로 해외 시장 여건을 반영한 목표치를 재설정하고, 보다 다양한 국가를 대상으로 수출을 확대할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있음.
- 쌀 가공식품 수출액은 주요 수출대상국과 신성장 거점국가의 시장 여건을 고려하여 현실적인 목표치를 재설정함.
 - 이를 위해 KATI(농식품수출정보) 내 쌀 가공식품 코너 신설을 통해 정기적인 정보를 제공하고, 기존 주요 수출국 외 신성장 거점국가에 대한 전략 품목의 심층조사 실시를 통해 수출업체에 정보를 제공하여 보다 적극적인 수출 지원 전략을 마련해야 함.

17) 가루쌀은 모를 늦게심는 늦이앙이 가능한 조생종 품종임. 벼 조생종 품종 재배시 탄소발생량은 중만생종 대비 44.4% 감축이 가능하여 탄소중립실천이 가능함(가루쌀 미래비전 선포식(2023.4.27.), 정지웅 발표자료, “가루쌀의 특성 및 향후 연구방향”)

3. 산업 혁신기반 강화 분야

- 가공용 쌀 소비를 매년 확대하되, 정부 양곡의 공급 예측 가능성과 민간 조달 역량 확대에 초점을 둔 성과지표를 설정함.
 - 가공용 쌀 소비량 : (2018년) 568천 톤 → (2023년) 630천 톤
 - 정부 양곡 의존도 축소 : (2018년) 45.8% → (2023년) 38.8%
 - 민간 가공용 재배단지 지정 및 육성 : (2018년) 35개소 → (2023년) 56개소

3.1. 계획 및 성과

3.1.1. 정부양곡 공급체계 개선

1) 가공용 정부양곡 공급물량 예측 가능성 제고

- (계획) 국내 쌀 수급상황을 감안하여, 연도별로 쌀 가공업체에 대한 정부 양곡 수요를 미리 집계 및 조사하고 당시의 정부양곡의 재고 상황이나 수급동향 등(변화)을 반영하여 중장기 수요와 공급 계획을 5년 단위로 마련하는 계획임. 또한, 수출 계약 등을 체결한 기업에 대해 업체별 한도물량 배정 시 가산점을 부여하는 방식의 우대를 통해 업체의 신규 투자를 장려함.
 - 민간 가공용 쌀 재배단지와의 계약 등을 조사해 민간에 대한 쌀 조달 확대 노력에 대한 평가를 통해 업체별 한도 물량 배정에 반영함.

- (성과) 정부 재고 여건을 반영해 국내산은 전년 공급 물량(50천 톤, 계획)을 유지, 수입산은 전년비 감소한 양을(2021년 310천 톤(계획)에서 2022년 270천 톤) 공급함. 또한 '가공용 쌀 수급 관리시스템'을 이용해 월별 수급 현황 파악과 분기별 현장점검을 시행하고, 특별공급된 쌀에 대한 유통 단계를 점검함. 추가로, 과거부터 진행되어 온 정부양곡 수요 사전조사는 5년 단위로 계속해서 진행해 옴.

2) 가공용 쌀 납품규정 강화 등 품질 제고방안 마련

- (계획) 가공용 쌀의 품위규격을 높이고, '가공용 쌀 품질 관리센터'를 설치해 운영하는 방식

의 정부양곡의 품질을 높이는 방안을 마련하고, 정부양곡 도정공장 평가제를 도입해 운영상황을 정기적으로 점검해 품질을 유지할 계획임.

- (성과) 2020년부터 품질관리센터를 운영해 가공용 쌀 품질에 대한 실시간 평가를 진행하고, 통합정보시스템의 구축을 통해 정부양곡 관리의 효율성을 높임. 품질관리센터는 쌀가공협회에서 운영 중이며, 수요자가 쌀 가공식품 제조업체가 정부에게 쌀을 받았을 때 센터에 신고를 하는 시스템을 확립함.
 - 품질관리센터를 통해 사전에 품질관리가 이루어지며, 신고가 있을 시 대한곡물협회, 지자체가 현장방문을 통해 규격 내에서 도정했는지 샘플링(Sampling) 검사가 이루어짐.

3) 입출고/운송/가공 현황 실시간 확인 체계 마련

- (계획) 2020년부터 입출고나 운송, 가공현황에 대해 실시간으로 확인이 가능한 ‘정부양곡 지능형 관리시스템’을 도입하여 배송예정일 등과 같은 정보를 제공할 계획임.
- (성과) 현재까지 해당 계획에 대한 성과는 별도로 보고되거나 확인되지 않았으며, 2020년부터 진행된 품질관리시스템 운영에서 해당 계획에 대한 내용을 담당하고 있는 것으로 추측됨.

3.1.2. 민간 가공용 쌀 공급기반 확충

1) 제품 용도별 맞춤형 가공용 쌀 생산/유통/가공 간 계열화 체계 구축

- (계획) 2023년까지 지방자치단체와 제휴로 민간 가공용 쌀 전문단지를 21개 추가로 설립하기로 계획함(2018년 33개소, 4,470ha에서 2023년 56개소, 8,115ha로 확장)
- (성과) 지역특화 및 산업체와 연계한 가공 전용품종 생산단지를 확대함.
 - 2019년에는 1,113ha였으나 2020년에는 1,651ha, 2021년에는 2,000ha였으며, 2022년에는 2,300ha로 전용품종 생산단지가 꾸준히 확장세에 있음.

2) 가공용 쌀 전문단지에 대한 체계적 관리

- (계획) 2019년 전용 재배단지는 총 35개소이며 이 중 우수단지는 그 20%에 해당하는 7개소

였으나 2023년 전용 재배단지를 56개소로, 그중 우수단지는 12개소로 확대하며, 또한 이러한 우수단지 사례를 바탕으로 가공용 쌀 재배단지 표준 운영 지침안을 마련하고 배포함.

- (성과)시계열 통계를 확보하고, 통계의 연속성을 체계적으로 관리할 수 있도록 조사 데이터 시스템을 연결시키고, 통계 업무처리 관련 매뉴얼을 작성하는 등 통계작성을 시스템화함.

〈표 5-6〉 통계 현황조사 일정

구분	모집단 정비	현황조사	보고서 작성	통계 생산·제공
시기	4월	5~9월	10월	11월

자료: 2022년도 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 시행계획.

3.1.3. 시설/경영 개선

1) (자금지원) 시설확충/개보수/운영자금 지원

- (계획) 쌀 가공업체에 대한 시설확충, 개보수, 운영자금 지원을 지속적으로 실시하며, 우수업체에 대해서는 지원한도를 점증적으로 증대시키는 계획임.

- 연간 500억 원, 2019~2023년간 총 2,500억 원 규모의 지원과 우수업체에 대한 지원한도를 2019년 70억 원에서 2021년 100억 원으로 상향

- (성과) 쌀 가공이나 도정, 또는 쌀 보관 기업에 용자를 지원하고, 농업인 경영비 부담을 경감시키기 위해 운전자금의 대출 고정금리를 기존 2.5%에서 1.5%로 낮추고, 연간 500억 원을 지원(쌀 가공업체 400억 원, 정부관리 양곡 도정·보관업체 100억 원)

2) (컨설팅) 한국농수산식품유통공사(aT)를 통한 컨설팅 통합 지원

- (계획) 쌀 가공업체에 대한 해썹(HACCP) 인증과 같은 식품 기술이나 디자인 항목에 대한 상담을 통합적으로 지원할 계획임.

- 연간 식품기업 80여 개, 2019~2023년에 해당하는 5년간 총 400개소에 대한 상담(컨설팅) 지원

- (성과) 국산 원료를 이용하는 중소 식품 기업에 대해 위생안전 측면에서 HACCP, GMP지정

획득, 식품안전 시스템 구축 등 7개소에 대해, 품질개선 측면에서 공정개선, 상품 품질개선, 브랜드·포장 디자인, 품질인증과 같이 4개소에 대해 신규분야에 대한 컨설팅을 지원

3) (전문인력) 쌀 가공업체 종사자 등을 대상으로 한 전문인력 양성

○ (계획) 쌀 가공업체 종사자 및 관계자를 대상으로 한 전문 교육 과정을 신설하여 기업과 같은 수요자 적합 전문인력을 육성하고 이를 위해 2019년 교육과정을 시범적으로 운영한 이후 본 사업으로 전환해 2020년을 기준으로 지속적으로 추진할 계획임(연간 200명).

○ (성과) 원가관리 계산 실무나 떡 제조 기능사에 대한 교육 과정을 지속적으로 이행하고, 온라인 마케팅, 해썹(HACCP) 등과 같은 소상공인 대상으로 한 맞춤형 교육을 신규로 추진하여 전문인력 246명을 양성함.

- 교육 내용으로는 HACCP 개요, 법적 요건 해설, HACCP 관리, 선행요건 프로그램 등이 있음.

3.1.4. R&D 강화 및 체계화

1) 품종 등 기반기술 개발

○ (계획) HMR을 포함하여 미래형 혁신 식품을 개발키 위해 쌀로 빚은 술이나 쌀로 만든 면과 같은 제품 용도별 맞춤형 신품종을 개발하고자 하였으며(총 5종), 기존 품종에 대해서는 품종 특성을 평가해 제품군별 용도에 따른 품종별 가이드라인을 수립함.

○ (성과) 유아·실버푸드용 특수미 품종(소재)에 대해 2종의 신품종을 개발하였으며, 초다수성 품종의 전통식품 가공적성을 조사하는 등 소재의 다양화를 시도함.

2) 기능성 소재 등 혁신적 수요 창출

○ (계획) 쌀을 소재로 하는 고부가가치의 신소재를 총 10종 개발하고, 이를 데이터베이스화(DB화)하여 2021년부터 제공하며, 더하여 프리미엄 환자식 소재를 3종 개발, 생분해성 소재의 실용화 기술을 개발하여 기존 플라스틱 시장에 대한 대체화 작업을 실시함.

○ (성과) 고아밀로스 ‘도담쌀’의 수요 확대를 목적으로 하는 가공 소재화 기술 3건을 새로이 개발하고, 직접 가열이나 전자레인지 등 2차 취반 특성에 적합한 소재 탐색을 실시함.

3) 트렌드 맞춤형 제품 개발 및 품질 개선

○ (계획) 기업이 연구기관을 지정하고, 연구성과를 도출할 수 있는 R&D 바우처(연간 최대 17억 원 지원)와 식품기업이 현장 애로사항을 자체적으로 해결할 수 있도록 하는 단기간 소규모 해결과제를 2018년부터 지원할 계획임.

○ (성과) 본 목표에 대한 성과지표를 찾을 수 없음.

4) 기술의 현장 확산

○ (계획) 연간 150건에 해당하는 기술 특허 이전을 지원하는 사업을 추진하며, 이를 통해 기술 소개자료를 작성 및 배포하고, 기술과 기업을 연계하는 서비스와 관련 기술 설명회를 시행하고 시제품을 제작 및 실용화 초기 비용을 업체당 4억 원 지원할 계획임.

○ (성과) 쌀 가공기술 소개 및 사업화 성과 자료집을 작성해 배포하고(총 5건), 국유특허나 지방자치단체, 민간 특허 등과 같은 맞춤형 기술 설명회를 8회 운영하였음. 또한 기술이전 업체 등 산업체와 제휴한 가공용 원료곡의 생산단지를 2019년 1,113ha에서 2021년 2,000ha까지 확대하였으며, 가루용 쌀(가루미2)의 생산-가공 연계 협의체를 확대해 운영함(2020년 참여 가공업체수는 15개였으나 2021년에는 18개로 확대됨).

3.1.5. 정확한 통계정보 제공

1) 쌀 가공기업 인증제 도입

○ (계획) 쌀 가공기업 인증제를 도입하여 이를 통한 쌀 가공기업의 범위를 명확화하고, 지원 정책 수립 시 기반으로 활용함.

- 미구축된 통계의 경우, 업계의 정보 수요를 고려해 생산주기나 생산내용을 선결정한 이후 구축함(2022년까지 완료)

○ (성과) 본 목표에 대한 성과지표를 찾을 수 없음.

2) 쌀 가공제품 통계 정보지도 구축

- (계획) 쌀 가공제품 통계 정보지도를 구축하여, 연관된 통계들을 하나의 사이트에 공시(2023년까지 완료)함.
- (성과) 본 목표에 대한 성과지표를 찾을 수 없음.

3.2. 추진성과 평가

- 정부양곡 공급체계 개선의 경우, ‘입출고/운송/가공 현황 실시간 확인 체계 마련’ 추진 실적 이 아직 확인되지 않았으며, 그 외 ‘가공용 정부양곡 공급물량 예측 가능성 제고’와 관련하여서는 적절한 성과지표를 도출할 필요가 있는 것으로 평가되었음.
 - ‘가공용 정부양곡 공급물량 예측 가능성 제고’는 일정 부분 계획(목적)을 달성했으나 계획 달성 지표로 특별 공급 확대 여부나 가공용 쌀의 공급량의 수치를 제시하는 것은 적절한 성과 지표는 아닌 것으로 보임.
 - ‘가공용 쌀 납품규정 강화 등 품질 제고방안 마련’은 품질관리센터를 실제 설립했다는 점에서 계획(목적)을 달성한 것으로 판단되나 신고제를 통한 샘플링 점검 이외에 정기적 품질 점검은 실행되지 않고 있는 것으로 판단되어 충분한 목적 달성이라 보기는 어렵다고 사료됨.
 - ‘입출고/운송/가공 현황 실시간 확인 체계 마련’은 현재 기준으로 목표 달성 여부를 확인할 수 없음.
- 민간 가공용 쌀 공급기반 확충의 경우, 대체로 모든 세부 목표별 성과가 기존 목표에 부합하였으나, 각각의 목표에서 현재 확인이 불가능 사항들이 존재해 일부 보완 및 추가 조사가 필요한 것으로 평가됨.
 - ‘제품 용도별 맞춤형 가공용 쌀 생산/유통/가공 간 계열화 체계 구축’의 경우, 민간 가공용 쌀 전문단지에 대한 추가 설립 여부가 확인되지 않았으며, 본 계획에 대해 지역특화 원료곡 생산단지 조성은 본 성과평가에 적합한 지표는 아니라고 판단됨.
 - ‘가공용 쌀 전문 단지에 대한 체계적 관리’의 경우, 전용 재배단지의 확대 여부를 확인할

수 없으나, 2022년도 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 시행계획에서 가공용 쌀 재배단지 표준 운영 지침안과 관련하여 통계업무처리 관련 매뉴얼을 확인할 수 있어 일부 목표를 달성한 것으로 판단됨.

〈표 5-7〉 통계 현황조사 일정

구분	모집단 정비	현황조사	보고서 작성	통계 생산·제공
시기	4월	5~9월	10월	11월

자료: 2022년도 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 시행계획.

○ 시설/경영 개선의 경우, ‘컨설팅 통합지원’ 세부 목표를 제외하고는 기존의 목표를 모두 달성한 것으로 평가됨.

- ‘(자금지원) 시설확충/개보수/운영자금 지원’의 경우, 쌀 가공업체에 대한 융자 지원 및 금리 혜택을 지원한 사례와 연간 500억 원에 해당하는 쌀 관련기업 지원의 측면에서 본 계획에 대한 목표 달성률은 높은 것으로 판단됨.
- ‘(컨설팅) 한국농수산식품유통공사(aT)를 통한 컨설팅 통합 지원’의 경우, 계획 대비(80여 개소 컨설팅 지원) 부족한 수의 컨설팅이 이루어졌다는 점에서 목적이 달성되지 못했음.
- ‘(전문인력) 쌀 가공업체 종사자 등을 대상으로 한 전문인력 양성’은 쌀 가공업체 종사자 및 관계자 대상 전문 교육 과정의 신설 및 목표(200명)를 상회하는 수치의 전문인력을 양성하여 본 목표는 달성된 것으로 사료됨.

○ R&D 강화 및 체계화는 ‘품종 등 기반기술 개발’, ‘기능성 소재 등 혁신적 수요 창출’에서 모두 일부 성과가 확인되었으나, 기 목표에 해당하는 수치를 달성하지 못하였으며, ‘트렌드 맞춤형 제품 개발 및 품질개선’ 항목에 대한 사업 성과는 확인되지 않음.

- ‘품종 등 기반기술 개발’의 경우, 목표했던 신품종의 개수에는 미달하였고(목표 5종, 실제 달성 2종), 초다수성 품종의 전통식품에 대한 가공적성을 조사하긴 하였으나 품종별 가이드라인을 수립하지는 못한 관계로 본 목표는 달성되지 못한 것으로 판단됨.
- ‘기능성 소재 등 혁신적 수요 창출’의 경우, 목표했던 신소재 개발에는 미달하였고(목표 10종, 실제 달성 3종), 이에 대한 데이터베이스화 작업 여부를 확인할 수 없음. 또한 생분해성 소재의 실용화 기술 개발 역시 2차 취반 특성에 적합한 소재 탐색을 시도한 정황만이 파악되어 본 목표는 달성되지 못했다고 판단됨.
- ‘트렌드 맞춤형 제품 개발 및 품질 개선’은 기존 목표에 대한 성과지표를 찾을 수 없음.

- '기술의 현장 확산'은 목표했던 기술 소개 자료 작성 및 배포, 기술 설명회를 개최하였으며, 기술이전 업체에 대한 지원 사업을 추진했다는 점에서 목표는 달성된 것으로 판단됨.

○ 정확한 통계정보 제공의 경우, 세부 목표인 '쌀 가공기업 인증제 도입' 및 '쌀 가공제품 통계 정보지도 구축'에 대한 성과를 찾을 수 없음.

〈표 5-8〉 정부양곡 공급체계 개선 관련 추진성과 평가

구분	목표	성과(2021년 추진실적 기준)	평가
정부 양곡 공급 체계 개선	가공용 정부양곡 공급물량 예측 가능성 제고 (연도별 쌀 가공업체 정부양곡 수요 사전조사 중장기수요/공급계획 마련(5년 단위))	- 특별공급 확대하되 국내산 공급물량 최소화 가공용쌀 공급량: ('18 260천 톤 → '19 300천 톤 → '20 317천 톤 → '21 319천 톤) - '가공용 쌀 수급 관리시스템'을 통한 월별 수급 현황 파악과 분기별 현장점검 시행 및 특별공급된 쌀의 유통 단계 점검	일정 부분 계획(목적)을 달성했으나 계획 달성 지표로 특별 공급 확대 여부나 가공용 쌀의 공급량의 수치를 제시하는 것은 적절한 지표는 아닌 것으로 보임.
	가공용 쌀 납품규정 강화 등 품질 제고방안 마련 (정부양곡 도정공장 평가 신규도입(2020년) 가공용쌀 품위규격 상향 가공용쌀 품질관리센터 설치/운영)	품질관리 센터 운영(2020년~), 통합 정보시스템 확대 구축	- 품질관리 센터를 실제 설립했다는 점에서 계획(목적)을 달성한 것으로 판단 - 추후 신고제를 통한 샘플링 점검 이외에 정기적 품질 점검 실시 필요
	입출고/운송/가공 현황 실시간 확인 체계 마련 (정부양곡 지능형 관리시스템 도입(2020년))	사업추진 실적 없음	목표 달성 여부 확인 불가
민간 가공용 쌀 공급 기반 확충	제품 용도별 맞춤형 가공용 쌀 생산/유통/가공 간 계열화 체계 구축 (2023년까지 지자체 연계 민간 가공용 쌀 전문단지 21개소 추가 육성 (2018년3 3개소(4,470ha) → 2023년 56개소(8,115ha))	사업체와 연계한 가공용 원료곡 생산단지 확대 ('19: 1,113ha → '20: 1,651 → '21: 2,000)	- 민간 가공용 쌀 전문단지에 대한 추가 설립 여부가 확인 필요 - 지역특화 원료곡 생산단지 조성 성과달성 지표 간의 부합성 검토 필요
	가공용 쌀 전문단지 체계적 관리 (실태조사 실시 우수관리단지연차별확대 (2019년 35개 중 7개 우수단지 → 2023년 56개 중 12개 우수단지) 가공용 쌀 재배단지 표준운영지침안 마련/배포(2019년 하))	- 농림축산식품부&한국쌀가공식품 협회 쌀가공식품제조업 현황조사 실시(2020, 2021년 기준) - 가공용 쌀 재배단지 표준 운영 지침안 및 통계업무처리 매뉴얼 작성	- 전용 재배단지 확대 여부 확인 필요 - 가공용 쌀 재배단지 표준 운영 지침안 및 관련 통계업무처리 관련 매뉴얼 계속 작성 필요
시설/경영 개선	(자금지원) 시설확충/개보수/운영자금 지원 (연간 500억 원, 2019~2023년 총 2,500억 원 규모 시설지원한도확대(2019년 70억 원 → 100억 원))	용자지원 400억 원 지원한도 확대 (2020년 70억 원 → 2021년 100억 원)	쌀 가공업체에 대한 용자 지원 및 금리 혜택 지원, 연간 500억 원의 쌀 관련기업 지원이 이루어져 초기 목표 달성
	(컨설팅) 컨설팅 통합지원 (연간 80개사 내외, 2019~2023년 총 400여 개소)	식품위생안전 7개소, 품질개선분야 4개소 컨설팅 지원	컨설팅 통합지원 분야에서의 컨설팅 추가 수행 필요

구분	목표	성과(2021년 추진실적 기준)	평가
	(전문인력) 전문인력양성 (전문교육과정 신설 및 전문인력 양성(200명) 교육시범운영(2019년) 후 본사업추진)	영세 소상공인 맞춤형 교육 추진하여 전문인력 양성 246명	쌀 가공업체 종사자 및 관계자 대상 전문 교육 과정의 신설 및 목표(200명)를 상회하는 수치의 전문인력을 양성 목표 달성 (총 246명)
R&D 강화 및 체계화	품종 등 기반기술 개발 (용도별 맞춤형 신제품 개발 5종 (기존 품종에 대해서는 용도에 적합한 가이드라인 마련 2020년))	유아/실버푸드용 특수미 품종 2종 개발 완료	- 목표치 달성을 위한 추가적인 신소재 개발이 필요 - 품종별 가이드라인 수립 필요
	기능성 소재 등 혁신적 수요 창출 (고부가가치 신소재 개발 10종 개발된 기능성 소재 DB 제공(2021년) (밀가루대체프리미엄식한자식소재개발 3종, 생분해성소재실용화기술개발 3종))	고아밀로스 '도담쌀' 이용 확대를 위한 가공 소재화 기술 3건 개발	- 신소재 개발 품목에 대한 DB 작업 필요 - 생분해성 소재 실용화 기술 개발 필요
	트렌드 맞춤형 제품 개발 및 품질 개선 (R&D 바우처 지원(최대 17억 원/년) 단기간소규모해결과제지원(1억 원/년))	사업추진 실적 없음	
	기술 현장 확산 (기술 특허이전 지원(150건/년) 시제품실용화초기비용지원(4억/업체))	쌀 가공기술 소개 및 사업화 성과 자료집 작성 및 배포(5건) 국유특허 및 지자체, 민간 특허 등에 대한 맞춤형 기술 설명회 운영(8회) 쌀 가공기술 특허이전 지원(생산단지 확대)	기술 소개 자료 작성 및 배포, 기술 설명회의 지속적인 개최 및 기술 이전 업체에 대한 지원 사업 계속 추진 필요
정확한 통계 정보 제공	쌀 가공기업 인증제 도입 (「쌀 가공산업법」 개정(2021년))	본 목표에 대한 성과지표를 찾을 수 없음	-
	쌀 가공제품 통계 정보지도 구축 (쌀 관련 통계 하나의 사이트에서 구현(2023년))	본 목표에 대한 성과지표를 찾을 수 없음	-

자료: 저자 작성.

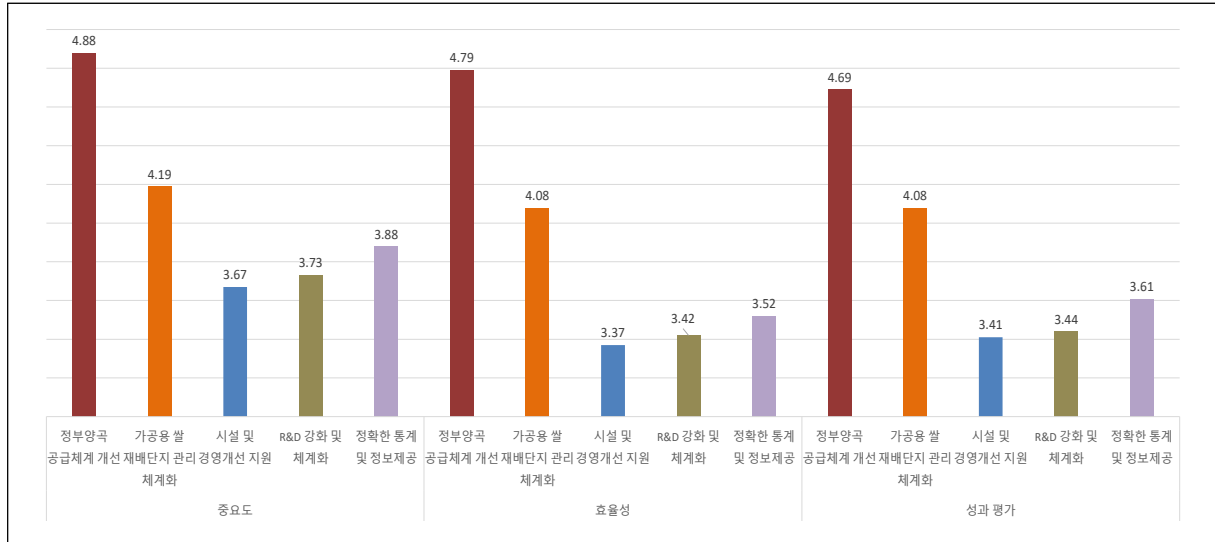
○ 쌀 가공식품업체를 대상으로 조사한 '제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 5개년 기본계획'의 '산업 혁신기반 강화'을 위한 추진과제에 대한 쌀 가공산업 발전이라는 측면에서의 중요도, 효율성(정부 정책수행 비용 대비 성과) 및 성과(정책 추진기간(2019년~2023년) 동안의 성과) 평가 결과는 아래와 같음.

- 5점 척도 기준 중요도 측면에서 살펴보면, 정부양곡 공급체계 개선이 중요하다고 응답한 점수는 4.88점으로 가장 높았으며, 다음으로는 '가공용 쌀 재배단지 관리 체계화'(4.19점), '정확한 통계 및 정보제공'(3.88점), 'R&D 강화 및 체계화'(3.73점), '시설 및 경영개선 지원'(3.67점) 등의 순으로 나타남.
- 효율성 측면에서는 '정부양곡 공급체계 개선'이 4.79점, '가공용 쌀 재배단지 관리 체계화'가 4.08점으로 가장 효율성이 높았던 것으로 확인되었고, '정확한 통계 및 정보제공'(3.52점), R&D 강화 및 체계화(3.42점) '시설 및 경영개선 지원'(3.37점)의 순으로 확인됨.

- 성과 평가적 측면에서는 ‘정부양곡 공급체계 개선’에 대한 평가가 4.69점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘가공용 쌀 재배단지 관리 체계화’(4.08점), ‘정확한 통계 및 정보제공’(3.61점), ‘R&D 강화 및 체계화’(3.44점), ‘시설 및 경영개선 지원’(3.41점) 순으로 높은 평가를 받은 것으로 확인됨.

〈그림 5-4〉 2차 기본계획 중 ‘산업 혁신기반 강화’의 정책 중요도 및 효과성, 그리고 성과평가

단위: %



주: 조사한 쌀 가공식품업체는 총 300개 중 2차 기본계획을 인지하고 있는 51개 업체의 응답을 분석한 결과임.
 자료: 저자 작성.

○ 실제로 ‘산업 혁신기반 강화’ 세부 추진과제의 정책 수혜를 받은 경험이 있는 업체는 ‘정부양곡 공급체계 개선’과 관련하여 15개 업체, ‘가공용 쌀 재배단지 관리 체계화’ ‘시설 및 경영개선 지원’, ‘R&D 강화 및 체계화’는 14개 업체에서 수혜를 받은 것으로 나타났음. ‘정부양곡 공급체계 개선’ 관련 수혜 만족도는 4점/5점을 기록했으나, ‘R&D 강화 및 체계화’ 수혜 만족도는 3점/5점으로 조사되어 과제별 수혜 만족도 편차가 다소 큰 것을 확인할 수 있음.

3.3. 개선 방향

○ (정부양곡 관리시스템 개선) 정부양곡 공급체계 개선 분야의 경우, 정부 양곡 지능형 관리시스템 도입, 정부양곡 수급의 모니터링 실시 및 관련 자료에 대한 DB화 등 2차 기본계획의 목표를 우선적으로 추진할 필요가 있음.

- ‘가공용 정부양곡 공급물량 예측 가능성 제고’ 분야에서는 국내 가공용 정부양곡 수급의 모니터링 실시 및 관련 DB화를 이행하고, 전용 관측 시스템을 개발 또는 도입할 필요가 있음.
- ‘가공용 쌀 납품규정 강화 등 품질 제고방안 마련’의 경우, 기존 목표였던 정부양곡 도정 공장 평가제를 도입하여 정기적인 운영상황 점검 및 물량 배정과 가공임액 결정에 반영할 필요가 있음.
- ‘입출고/운송/가공 현황 실시간 확인 체계 마련’ 분야에서는 기존의 목표였던 입출고와 운송, 가공 현황을 실시간으로 확인할 수 있는 ‘정부 양곡 지능형 관리시스템’을 개발 및 도입할 필요가 있음.

○ (실수요 연계형의 민간양곡 조달 체계구축) 민간 가공용 쌀 공급기반 확충의 개선 방향에서는 2차 기본계획의 목표였던 가공용 쌀에 대한 전용 재배단지 확보가 우선적으로 이행되어야 될 것으로 판단됨.

- ‘제품 용도별 맞춤형 가공용 쌀 생산/유통/가공 간 계열화 체계 구축’의 경우, 민간 가공용 쌀 전문 단지 추가 육성(기존 목표 21개) 및 농가와 사전 계약을 완료한 생산자 단체 등에 대한 농기계와 같은 시설과 장비에 대한 우선 지원 혜택을 제공할 필요가 있음.
- ‘가공용 쌀 전문 단지에 대한 체계적 관리’의 경우, 가공용 쌀에 대한 전용 재배단지를 확보하고, 해당 단지에 대한 운영 현황들을 지속적·정기적으로 모니터링할 수 있는 시스템을 구축할 필요가 있음.

○ (지속적 경영개선 자금지원) 시설/경영 개선 측면에서는 쌀 가공업체에 대한 지속적인 자금 지원 및 컨설팅 작업의 효율화가 추가적으로 이뤄져야 될 것으로 평가됨.

- ‘(자금지원) 시설확충/개보수/운영자금 지원’ 측면에서는 쌀 가공산업의 장기적인 발전을 위해 쌀 가공업체에 대한 지속적인 자금 지원을 실시할 필요가 있음.
- ‘(컨설팅) 한국농수산식품유통공사(aT)를 통한 컨설팅 통합 지원’의 경우, 기존의 목표였던 연간 식품기업 80개사 내외, ‘19~’23년 간 총 400개소에 대한 컨설팅을 위해 해썬(HACCP) 인증, 식품기술, 디자인 분야 이외에도 마케팅이나 유통 효율화 등 다방면에 대한 컨설팅 인력 확충 및 컨설팅 프로그램을 진행할 필요가 있음.
- ‘(전문인력) 쌀 가공업체 종사자 등을 대상으로 한 전문인력 양성’은 기존 쌀 가공산업의

전문 교육 과정에 해당하는 원료용 쌀의 특성 이해나 쌀 가공산업의 현황과 향후 트렌드 이외에도 현재의 고물가 기조 및 이상기후 등 외부적인 충격에 대비하여 더욱 더 견고한 산업기반을 다질 수 있는 인재 육성 프로그램의 개발 및 전문인력을 육성할 필요가 있음.

○ (수요자 맞춤형 기술개발 지원) R&D 강화 및 체계화 측면에서는 기술의 DB 작업과 기술 소개에 대한 여러 가지 홍보 방안 모색이 필요한 것으로 평가됨.

- ‘품종 등 기반기술 개발’의 경우, 가루쌀이나 바로미2와 같은 국내 개발 신품종 개발을 위한 연구 개발비 지원 및 신품종 개발 업체나 기관에 대한 유통 및 마케팅 활동 관련 지원이 필요함. 또한, 기존의 가루쌀이나 바로미2가 갖고있는 수발아 문제 등과 같은 품종 자체적인 문제를 개선한 품종을 개발할 시에도 신품종으로 인정해주는 제도를 확충할 필요가 있음.
- ‘기능성 소재 등 혁신적 수요 창출’ 측면에서는 쌀 가공산업 관련 신소재 개발 및 생분해성 소재의 실용화 기술 개발 등과 같은 기술 혁신에 대한 모니터링 시스템을 구축하고, 이에 대해 정기적으로 조사 및 광고·홍보 활동을 지원할 필요가 있음.
- ‘트렌드 맞춤형 제품 개발 및 품질 개선’의 경우, 소비자 및 생산자 조사와 같은 시장 모니터링을 통해 어떠한 특징을 갖는 신품종 및 제품에 수요가 있는지 조사 및 해당 조사 결과를 쌀 가공업계에 전달할 필요가 있음.
- ‘기술의 현장 확산’은 초기 목표는 달성되었으나, 기술의 현장 확산 효과를 극대화하기 위한 정부 차원의 기술 설명회에 대한 홍보 및 시제품 제작 등 제품의 실용화 초기 비용에 대한 지원을 확대할 필요가 있음.

4. 수요기반 확대 분야

4.1. 계획 및 성과

- 학교, 군대 등 공공수요를 확대하고, 유통채널 확대 및 대국민 홍보 강화를 통해 수요 기반을 확충하는 것임.
- 성과지표로 ‘쌀 가공식품 학교 급식(연간 13만 명) 지속 추진’과 ‘쌀 가공식품 군 급식 배급 횟수 또는 배급량 확대(2023년까지 3개 품목)’를 제시함.

4.1.1. 군·학교 급식 등 공공수요 확대

- 쌀 및 쌀 가공식품은 영양학적으로 우수하나, 학생·청년층이 밀가루 중심의 서구식 식습관에 익숙해짐에 따라 쌀 가공식품 소비 기반이 축소됨.
 - 학교, 군대 등 공공 급식 내 쌀 가공식품 소비를 확대하는 한편, 미래 소비자(학생·청년층)에게 쌀 중심 식습관 형성을 위한 지원 확대를 계획함.

1) 학교 급식 및 식생활 교육 강화

- (계획) 쌀 가공식품 학교급식(중식) 제공 및 쌀 중심의 건강한 식생활 교육 강화, 구체적으로 쌀 가공식품 급식을 지속 추진하고, 쌀 중심의 건강한 식습관 형성 교육도 병행 추진함(초등 학생 대상, 연 13만 명 내외).
- (성과) 교육 및 급식 지원실시. 2019년 초등생 대상(15개교 1,500명 대상) 아침 간편식 제공, 급식(중식) 제공, 초등생 대상(13만 명, 교육 10회 및 급·간식 10회 제공) 교육 실시. 2020년 ‘쌀 맛나는 학교(’13~)’ 사업(170개교 11만 명) 진행, 대학생 대상 ‘천원의 아침밥’ 캠페인 진행(25개 대학 40만 명). 2021년 어린이 대상 정보 제공 및 체험 학습(롯데월드 ‘키자니아’ 내 전시장과 체험장으로 구성된 ‘식량정보센터’ 운영, ‘쌀 맛나는 학교’ 사업 진행, ‘천원의 아침밥’ 캠페인 강화(일반식당, 도시락으로 확대), 2022년 ‘키자니아’ 운영, ‘쌀 요리 실습’ 교육, 캠페인 강화(도시락 포장 병행)함.

2) 군대 배급 품목 및 배급량 확대

- (계획) 쌀 가공식품 급식 제품 종류(7개→9개)를 확대하고, 장병 선호도가 높은 제품에 대해 배급 횟수 또는 회당 배급량을 증대(2019년 쌀 올리고당 → 2020~: 쌀과자, 누룽지, 떡 등) 하기로 함.
- (성과) 배식 품목 확대함. 2019년 배급 횟수, 배급량(3개 품목), 품목(쌀과자, 누룽지, 등) 확대하고 2020년 우수제품(잡채볶은밥, 통새우볶은밥) 신규 배식 추진함.

4.1.2 유통채널 확대 및 소비 홍보

- 대부분의 업체가 영세하여 단독으로 대형마트 등 국내 주요 유통채널과 해외 바이어에 접근하기 어려운 상황으로 쌀 가공제품의 소비자 접점을 확대하고, 쌀 가공식품에 대한 국내외 홍보를 통해 소비자의 긍정적 인식 확산이 필요함.

1) 쌀 가공식품 유통채널 확대

- (계획) 우수제품에 대한 대형마트 내 상설 판매 운영, 온·오프라인 유통매장 내 입점을 지원함.
 - 유통업체와 협의하여 우수 쌀 가공식품 Top 10 제품은 대형마트·군납·aT 수출 지원사업 지원시 가산점 등 부여
 - 온·오프라인 쌀 및 쌀 가공식품 기획전을 정기 개최(연 1회)하여, 쌀가공업체의 판촉 기회 마련
- (성과) 매년 '쌀 가공식품대전'을 개최하여 우수제품(Top10 제품)을 중심으로 대형마트·군납·aT 수출지원사업 가산점 부여함. 특히, 2021년에는 코로나19로 비대면 전시 기반 산업대전 개최하고 쇼핑몰과 연계한 품평회 개최함.

2) 쌀 가공식품 소비 홍보 강화

- (계획) 온·오프라인 매체 등을 통해 국내 소비자 대상 쌀 가공제품의 우수성 홍보, '쌀 가공식품대전' 등 해외 바이어 대상 홍보를 강화함.

- 신문·TV·라디오 등 다양한 홍보 수단을 활용하여 홍보 진행
 - 쌀·쌀가공식품 온·오프라인 유통채널 입점 지원, 해외바이어 대상 국내 쌀 가공식품 홍보의 장인 '쌀 가공식품대전' 개최(연 1회)
 - 쌀 가공기업들이 주도적으로 소비·홍보사업을 추진할 수 있도록 자조금 조성지원 검토 (「쌀 가공산업 육성법」 개정사항)
- (성과) '쌀 가공산업 자조금' 조성 기반 마련, 온·오프라인 쌀 가공식품 기획전(쌀 가공식품대전) 개최함. 백설기 날, 쌀의 날, 가래떡의 날 등 행사 활용 소비유도. (농정원) 식량정보센터 운영(요리 등 체험행사 진행), '쌀 요리 실습' 등 식습관 교육, '도시락 포장' 병행 아침밥 제공 및 홍보. '맛'을 주제로 쌀 맞춤형 요리영상 제작 홍보. 유통업체와 연계한 요리법 교육, 백설기 날, 쌀의 날, 가래떡의 날 등 활용한 홍보 및 참여 유도. 판매실적 중심의 Top10 선정 및 지원. '서울국제식품산업대전' 활용 국내외 바이어 유치 및 온라인 홍보관(O2O) 운영

4.2. 추진성과 평가

- 학교 급식 지원 및 교육을 통한 건강한 식생활 식습관 형성은 초등생을 대상으로 한 간편식 제공, 교육 등이 비교적 내실있게 진행된 것으로 판단됨. 그리고 군 배급 횟수 및 배급량 확대는 품목확대 등의 성과는 일부 확인(잡채볶음밥, 통새우볶음밥 등)되나 납품 물량에 대한 정보가 확인되어 쌀가공식품의 군납품을 통한 소비량 확대 효과의 판단은 어려움.
- 쌀가공식품 유통채널 확대는 쌀 가공식품대전을 통한 Top10 제품을 중심으로 대형마트·군납·aT 수출 납품 시 가산점 부여 등의 지원이 이루어짐. 다만, 판매처 확보가 가장 절실한 영세업체를 대상으로 하는 전반적인 온·오프라인 유통채널 입점에 대한 실질적이며 체계적 지원은 여전히 미흡함.
- 다양한 행사 식량정보센터 등을 활용하여 적극적인 홍보를 수행함. 다만 이러한 홍보가 판매량 증가로 이어졌는지에 대한 의문은 존재함.

〈표 5-9〉 수요기반 확대 분야 추진성과 평가

구분	목표	성과	평가
군·학교 급식 등 공공 수요 확대	• 학교: 교육 및 급식 지원	• 초등생 대상 간편식 제공 및 교육 • ‘쌀맛나는 학교’ 사업, ‘식량정보센터’ 운영 • ‘천원의 아침밥’ 캠페인 도시락 확대 • ‘키자니아’ ‘쌀 요리 실습’ 등 수행	• 초등생 대상 교육 및 배식을 통해 소비 확대 및 쌀중심 식습관 형성에 기여
	• 배식 품목 및 양 확대	• 배급 횟수 배급량 및 품목(쌀과자, 누룽지 등) 확대 • 우수제품(잡채볶음밥, 통새우볶음밥) 신규배식 추진	• 일정 정도의 군 배급량 확대에 성과 있었으나 지속적 추진 미흡 • 수요에 기반한 배급 품목 확대 필요
유통채널 확대 및 소비 홍보	• 유통채널 확대	• 우수제품(Top10 제품)을 중심으로 대형마트·군납·aT 수출 등 지원 • 쇼핑몰과 연계한 품평회 개최	• 군납/수출지원사업 가산점 부여 등의 인센티브 제공 • 온·오프라인 유통채널 입점에 대한 실질적이며 체계적 지원 미흡
	• 홍보 강화	• ‘쌀 가공산업 자조금’ 조성 기반 마련 • 식량정보센터 운영(요리 등 체험행사 진행) • 백설기 날, 쌀의 날, 가래떡의 날 등 활용한 홍보 및 참여 유도 • ‘서울국제식품산업대전’ 활용 국내외 바이어 유치 및 온라인 홍보관(O2O) 운영.	• 다양한 행사와 사업을 통한 홍보 진행 • ‘쌀 가공산업 자조금’ 조성 성과 미흡 • 홍보가 판매량 증가로 이어졌는지 의문

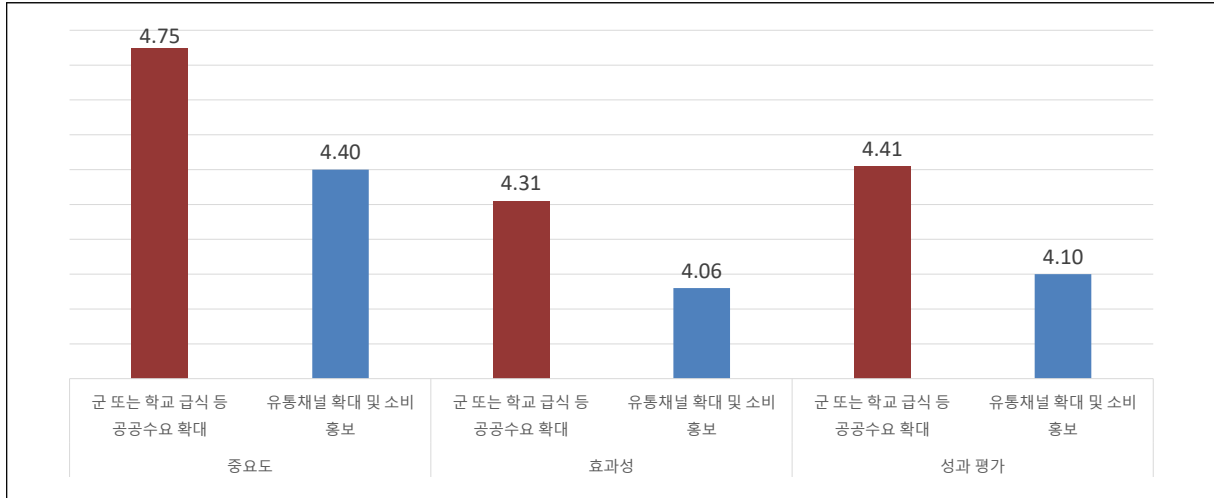
자료: 저자 작성.

○ 쌀 가공식품업체를 대상으로 조사한 ‘제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 5개년 기본계획’의 ‘수요기반 확대’를 위한 추진과제에 대한 쌀 가공산업 발전이라는 측면에서의 중요도, 효율성(정부 정책수행 비용 대비 성과) 및 성과(정책 추진기간(2019년~2023년) 동안의 성과) 평가 결과는 아래와 같음.

- 5점 평균 점수 척도 기준, 중요도 측면에서는 ‘군 또는 학교 급식 등 공공수요 확대’가 4.75점, ‘유통채널 확대 및 소비 홍보’가 4.40점으로 나타나 상대적으로 군 또는 학교 급식 등 공공수요 확대에 대한 중요성이 높게 평가되는 것으로 나타남.
- 효과성 측면에서는 ‘군 또는 학교 급식 등 공공수요 확대’에 대해서는 4.31점, ‘유통채널 확대 및 소비 홍보’에 대해 중요하다고 평가한 점수는 4.06점으로 확인되어, 군 또는 학교 급식 등 공공수요 확대에 대한 정책 효과성이 높은 것으로 나타남.
- 성과 평가로는 ‘군 또는 학교 급식 등 공공수요 확대’가 4.41점, ‘유통채널 확대 및 소비 홍보’가 4.10점으로 나타나 군 또는 학교 급식 등 공공수요 확대에 대한 정책 성과평가가 높은 것으로 확인됨.

〈그림 5-5〉 2차 기본계획 중 ‘수요기반 확대’의 정책 중요도 및 효과성, 그리고 성과 평가

단위: %



주: 조사한 쌀 가공식품업체는 총 300개 중 2차 기본계획을 인지하고 있는 51개 업체의 응답을 분석한 결과임.
자료: 저자 작성.

○ 실제로 ‘수요기반 확대’ 세부 추진과제의 정책 수혜를 받은 경험이 있는 업체는 ‘군·학교 급식 등 공공수요 확대’와 관련하여 30개 업체, ‘유통채널 확대 및 소비 홍보’에서는 31개 업체로 조사되어, 여타 전략에 비하여 수혜 업체가 많았던 것으로 확인됨. ‘군·학교 급식 등 공공수요 확대’ 부문 수혜 업체의 만족도는 3.9점/5점, ‘유통채널 확대 및 소비 홍보’ 부문의 수혜 업체 만족도는 3.4/5점으로 나타남.

4.3. 개선 방향

- (공공부문 및 미래세대 수요 창출 노력 지속) 군·학교 급식 및 교육 등의 공공수요 확대와 미래 세대에 대한 인식 및 식습관 개선은 지속적인 추진이 필요함. 다만 군, 학생들의 수요 파악 등을 위한 주무 부서와의 소통 등 정부와 업계의 추가적인 배급식 품목 및 양을 증대시키기 위한 노력이 필요함.
- (유통채널 접근성 강화) 기존의 ‘쌀 가공식품대전’ 등의 행사를 통한 유통채널 접근 기회를 제공하는 것에 더해 영세업체가 자유로이 참여 혹은 자사의 제품을 홍보·판매할 수 있는 장을 마련할 필요.
 - 특히, 온라인 유통채널을 통한 가공식품 구매가 일상화되고 있으므로 온라인 유통채널을 통한 판매지원을 강화할 필요가 있음.

5. 쌀 가공산업 정책 수요 조사

○ 아래는 3차 기본계획의 직접적인 수혜 대상인 쌀가공업체 300개에 대해 사업 수행의 어려움, 정부 정책 수요, '제3차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 기본계획' 반영 가능 정책들에 대한 중요도 등을 조사한 결과를 정리함.

- 본 절에서는 본조사 결과 이외에 쌀가공업체를 대상으로 정책 수요를 조사한 기존의 결과도 보완적으로 사용하여 정리하였음.

〈표 5-10〉 사업체 조사 응답 업체 유형

구분	업체 수	사업체 유형				
		소상공인 (소기업 & 근로자 수 10명 미만)	소기업 (매출액 120억 원 이하)	중기업 (매출액 120~1천억 원)	중견기업 (매출액 1천억 원 초과)	
전체	300	72.3	23.3	3.7	0.7	
시도	서울경기인천	22	77.3	22.7	0.0	0.0
	부산울산경남	41	63.4	34.1	2.4	0.0
	대구경북	54	74.1	18.5	5.6	1.9
	광주전라	141	83.7	13.5	2.8	0.0
	대전세종충청	38	39.5	52.6	5.3	2.6
	제주강원	4	25.0	50.0	25.0	0.0
종사자 규모	1~4인	149	100.0	0.0	0.0	0.0
	5~9인	59	93.2	6.8	0.0	0.0
	10~19인	42	21.4	76.2	2.4	0.0
	20인 이상	50	8.0	68.0	20.0	4.0
주 쌀가공식품	쌀떡류	124	83.9	15.3	0.0	0.8
	쌀과자류	18	72.2	27.8	0.0	0.0
	쌀빵류	4	75.0	0.0	0.0	25.0
	당류/면류	6	100.0	0.0	0.0	0.0
	음료·다류	5	20.0	80.0	0.0	0.0
	장류	7	42.9	28.6	28.6	0.0
	조미식품류	9	66.7	33.3	0.0	0.0
	주류	30	90.0	6.7	3.3	0.0
	쌀가루	25	52.0	32.0	16.0	0.0
	곡물가공식품류	27	74.1	25.9	0.0	0.0
	가공밥류	30	53.3	40.0	6.7	0.0
	즉석식품류	5	20.0	60.0	20.0	0.0
	기타	10	40.0	50.0	10.0	0.0

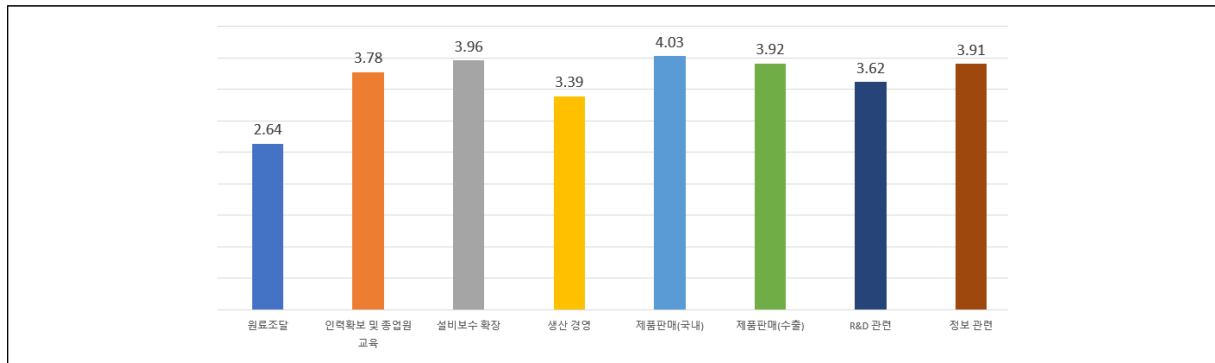
주: 저자 작성.

5.1. 업체의 애로사항(업무 어려움)

○ 쌀 가공식품업체 300개를 대상으로 ‘쌀 가공식품 사업을 영위하는 데 있어 각 업무영역의 어려움 정도’를 조사한 결과 쌀 가공업체가 가장 큰 어려움을 느낀다고 응답한 영역은 국내 제품 판매로 나타났으며, 다음으로 설비 보수 확장, 해외로의 제품 판매(수출), 정보 관련 업무, 인력확보 및 종업원 교육, R&D 관련 등의 순으로 나타남.

〈그림 5-6〉 업무영역 추진의 어려움 정도

단위: 점/5점

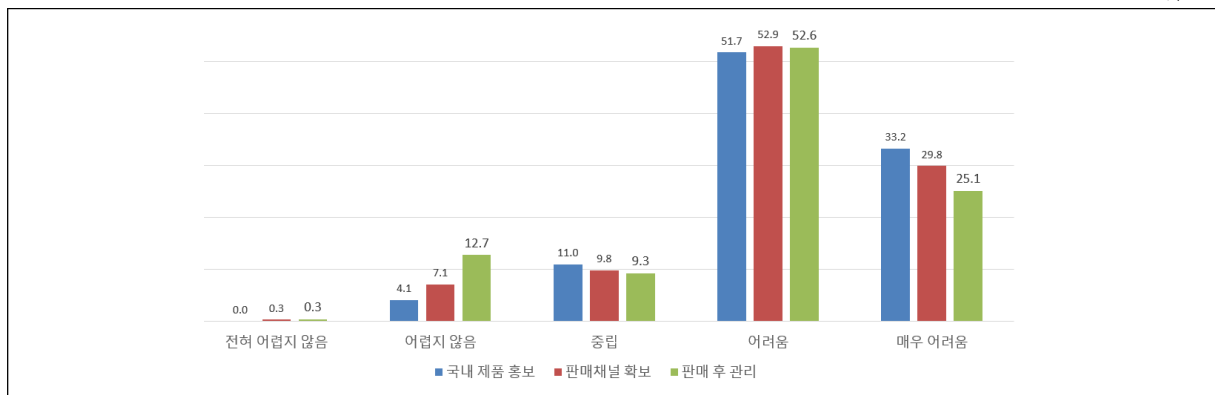


주: 쌀 가공식품업체 300개를 대상으로 조사함.
자료: 저자 작성.

○ (내수판매) 쌀 가공업체에서 가장 어렵다고 응답한 ‘국내 제품 판매’ 항목의 세부 항목을 살펴보면, ‘국내 제품 홍보’에 어려움(매우 어려움+어려움)을 느낀다고 응답한 비중이 무려 84.9%를 차지하였으며, 다음으로 ‘판매 채널 확보’(82.7%), 그리고 ‘판매 후 관리’(77.7%) 순으로 어려움을 호소하는 것으로 나타남.

〈그림 5-7〉 업무 영역 추진의 어려움 정도 - 국내 판매 제품

단위: %

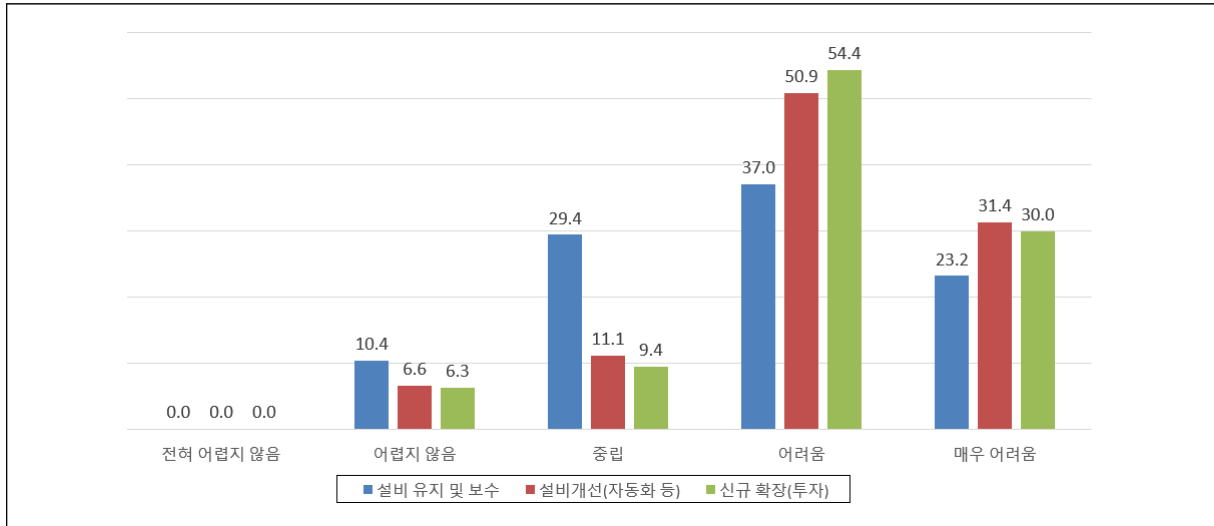


주: 쌀 가공식품업체 300개를 대상으로 조사함.
자료: 저자 작성.

○ (설비 보수 확장) 쌀 가공업체에서 두 번째로 어렵다고 응답한 ‘설비 보수 확장’ 항목의 세부 항목을 살펴보면, ‘신규 확장(투자)’에 어려움(매우 어려움+어려움)을 느낀다고 응답한 비중이 84.4%를 차지하였으며, 다음으로 ‘설비개선(자동화 등)’(82.3%), 그리고 ‘설비 유지 및 보수’(60.2%) 순으로 어려움을 호소하는 것으로 나타남.

〈그림 5-8〉 업무 영역 추진의 어려움 정도 - 설비 보수 확장

단위: %

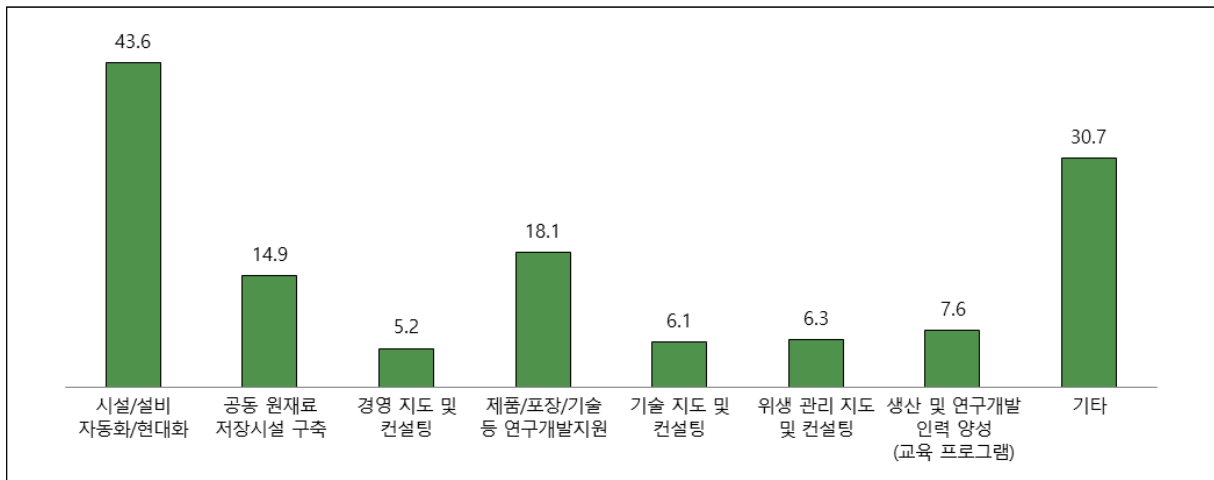


주: 쌀 가공식품업체 300개를 대상으로 조사함.
자료: 저자 작성.

○ 농림축산식품부(2022)에서도 쌀 가공식품제조업체의 제조과정상의 지원 요구사항 중에서는 시설/설비 자동화/현대화(43.6%)에 대한 요구가 가장 높게 나타남.

〈그림 5-9〉 제조 과정의 지원 요구사항

단위: 중복응답 %

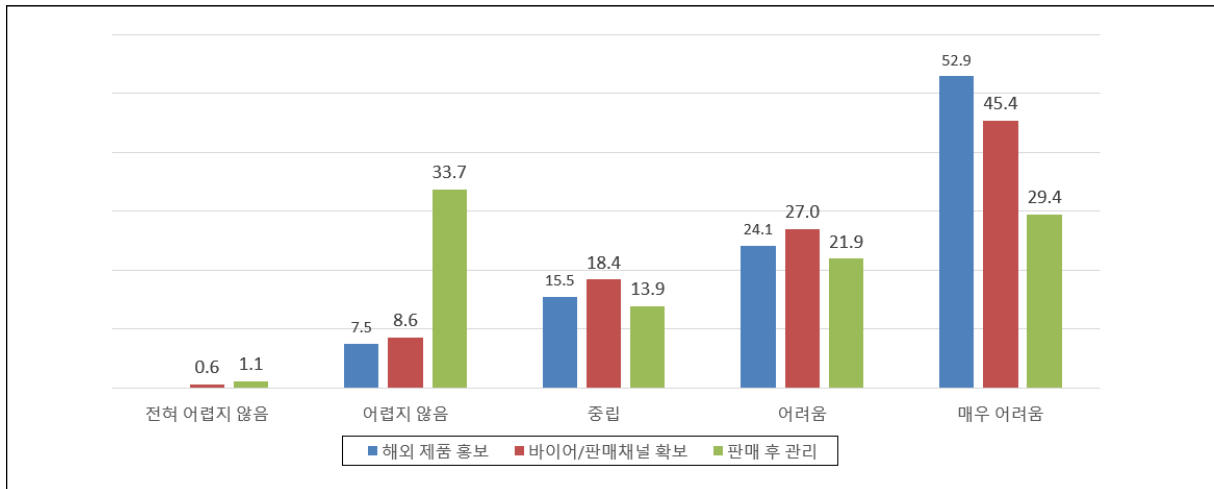


자료: 농림축산식품부 '2021년 기준 쌀가공식품제조업 현황조사 결과보고서'.

○ (해외수출) 쌀 가공업체에서 세 번째 애로사항으로 꼽은 ‘해외수출’의 세부 항목을 살펴보면, ‘홍보’에 어려움(매우 어려움+어려움)을 느낀다고 응답한 비중이 77.0%로 가장 컸으며, 다음으로 ‘바이어/판매채널 확보’(72.4%), ‘판매 후 관리’(51.3%) 순으로 어려움을 호소하는 것으로 나타남.

〈그림 5-10〉 업무 영역 추진의 어려움 정도 - 제품 판매(수출)

단위: %



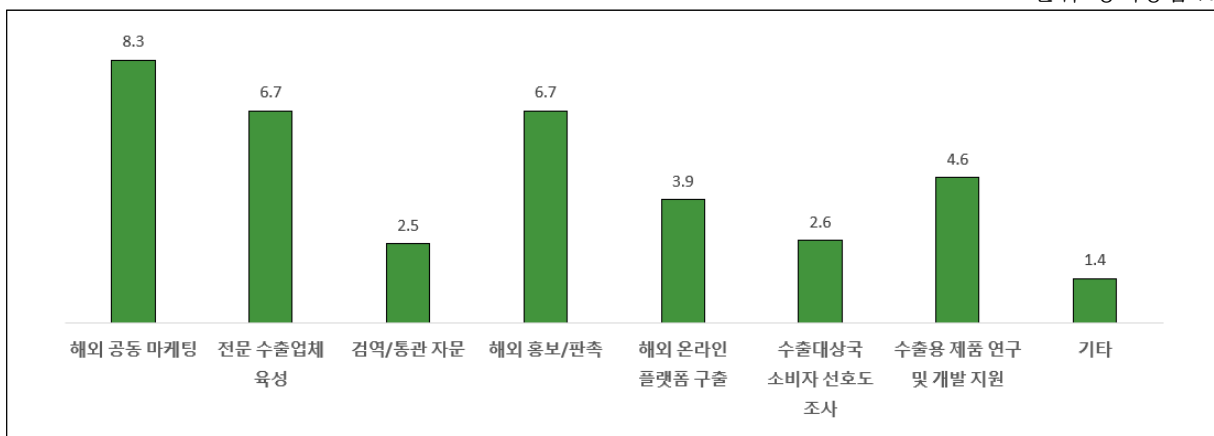
주: 쌀 가공식품업체 300개를 대상으로 조사함.

자료: 저자 작성.

○ 농림축산식품부(2022) 조사 결과에서는 수출을 진행한 기업에서 해외 수출 과정에 지원이 필요한 항목으로는 해외 공동 마케팅(8.3%)이 가장 높은 응답률을 보였음. 다음으로는 전문 수출업체 육성(6.7%), 해외 홍보/판촉(6.7%) 등에 대한 지원 필요 항목으로 나타남.

〈그림 5-11〉 해외 수출 과정에서 지원이 필요한 항목(수출하는 업체만 포함)

단위: 중복응답 %



주: 수출하지 않는 업체는 제외함.

자료: 농림축산식품부 '2021년 기준 쌀가공식품제조업 현황조사 결과보고서'.

〈표 5-11〉 세부 항목별 경영상 어려움 조사 결과표

단위: 위/5점 평균

업무영역		경영상 어려움 정도		
		순위	평균점수	
원료 조달	정부 양곡 조달	23	2.84	
	민간 양곡 조달	25	2.64	
	쌀가루 조달	26	2.41	
	기타(포장재 등)	24	2.65	
인력확보 및 종업원 교육	전문인력 확보	11	3.82	
	직원교육	13	4.05	
설비 보수·확장	설비 유지·보수	14	3.73	
	설비개선(자동화 등)	5	4.07	
	신규 확장(투자)	3	4.08	
생산·경영	품질·위생 관리	22	3.35	
	경영 컨설팅	20	3.43	
	기술지도	21	3.38	
제품 판매	국내	국내 제품 홍보	2	4.14
		판매채널 확보	6	4.05
		판매 후 관리	9	3.89
	수출	해외 제품 홍보	1	4.42
		바이어/판매채널 확보	4	4.08
		판매 후 관리	19	3.45
R&D 관련	제품·품질·포장 관련	18	3.57	
	가공용 쌀 품종 관련	17	3.60	
	생산공정 개선 관련	16	3.61	
	기술 이전 및 교육	15	3.69	
정보 관련	국내 소비시장 정보	8	3.96	
	해외 소비시장 정보	7	4.01	
	제도(인증·위생 등) 및 규제 관련 정보	10	3.88	
	정부양곡 등 원료곡 관련 정보	12	3.77	

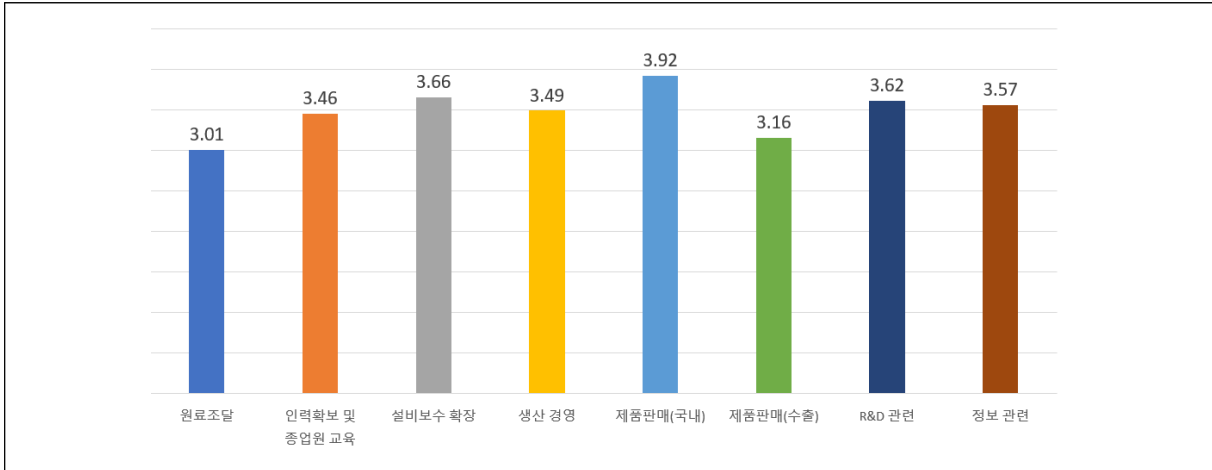
자료: 저자 작성.

5.2. 정부 우선 지원 사항

○ 쌀 가공업체의 사업 영위 측면에서의 정부의 지원 또는 역할의 필요성 평가를 살펴보면, ‘제품판매(국내)(3.92점)’가 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘설비보수 확장(3.66점)’, 그리고 ‘R&D 관련 지원(3.62점)’ 등의 순으로 나타났음.

〈그림 5-12〉 쌀 가공산업 영업 측면에서의 정부의 지원 또는 역할의 필요성

단위: 점/5점

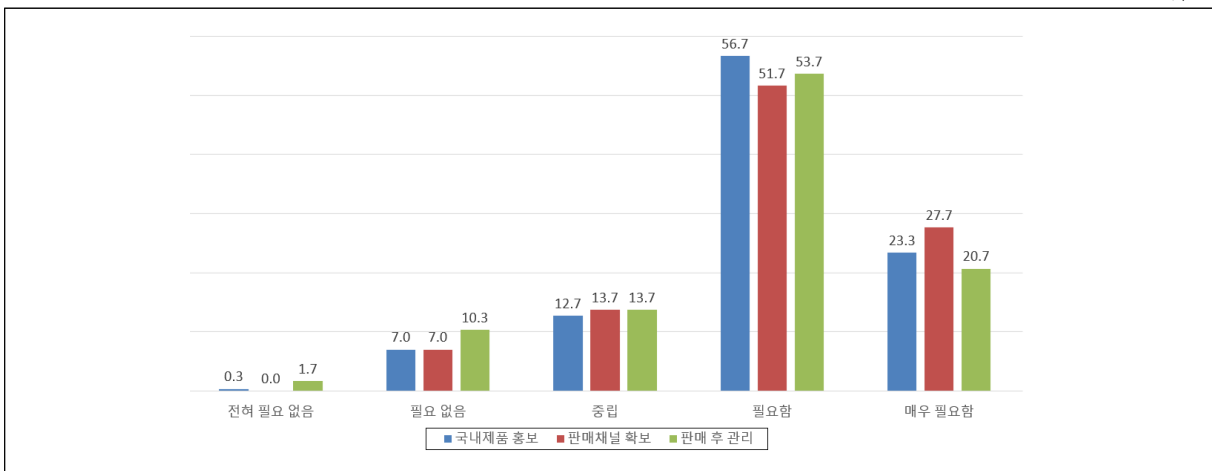


주: 쌀 가공식품업체 300개를 대상으로 조사함.
자료: 저자 작성

○ 쌀 가공업체에서 가장 필요성을 느낀다고 응답한 ‘제품판매(국내)’ 항목의 세부 항목을 살펴 보면, ‘국내제품 홍보’가 80.0%의 응답률로 높은 필요성을 갖는다고 평가되었으며, 다음으로 ‘판매채널 확보’가 79.4%, ‘판매 후 관리’가 74.4%로 높은 필요성을 갖는 것으로 확인됨.

〈그림 5-13〉 쌀 가공산업 영업 측면에서의 정부의 지원 또는 역할의 필요성 - 제품판매(국내)

단위:%

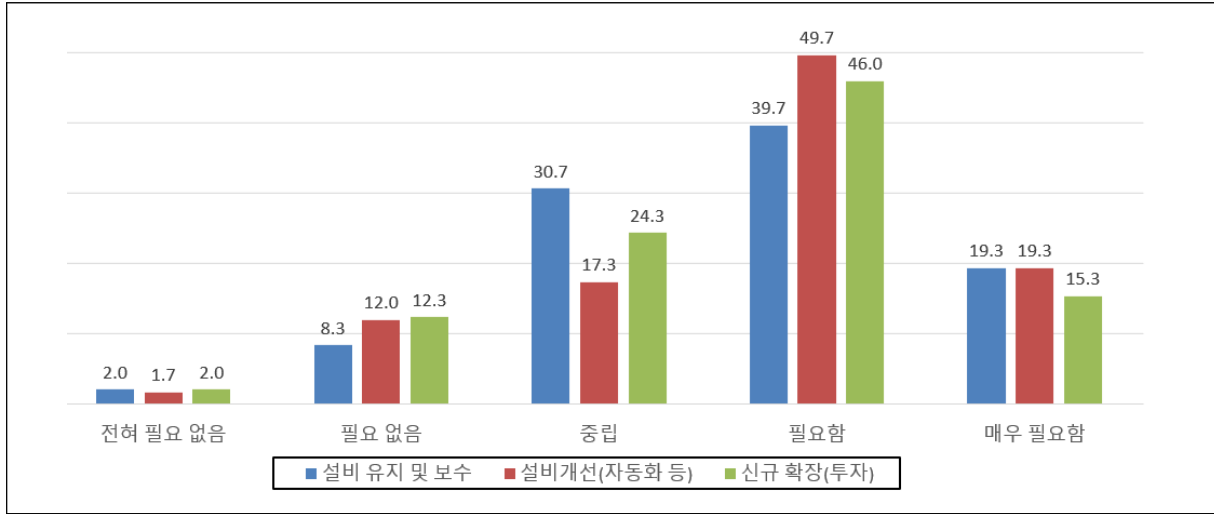


주: 쌀 가공식품업체 300개를 대상으로 조사함.
자료: 저자 작성.

○ 쌀 가공업체에서 두 번째로 높은 필요성을 느낀다고 응답한 ‘설비 보수·확장’ 항목의 세부 항목을 살펴보면, ‘설비 개선(자동화 등)’ 항목이 69.0%로 가장 높은 필요성을 갖는다고 평가되었으며, 다음으로 ‘신규 확장(투자)’가 61.3%, ‘설비 유지 및 보수’가 59.0%로 다음 순서로 높은 필요성을 갖는 것으로 확인됨.

〈그림 5-14〉 쌀 가공산업 영업 측면에서의 정부의 지원 또는 역할의 필요성 - 설비 보수·확장

단위:%

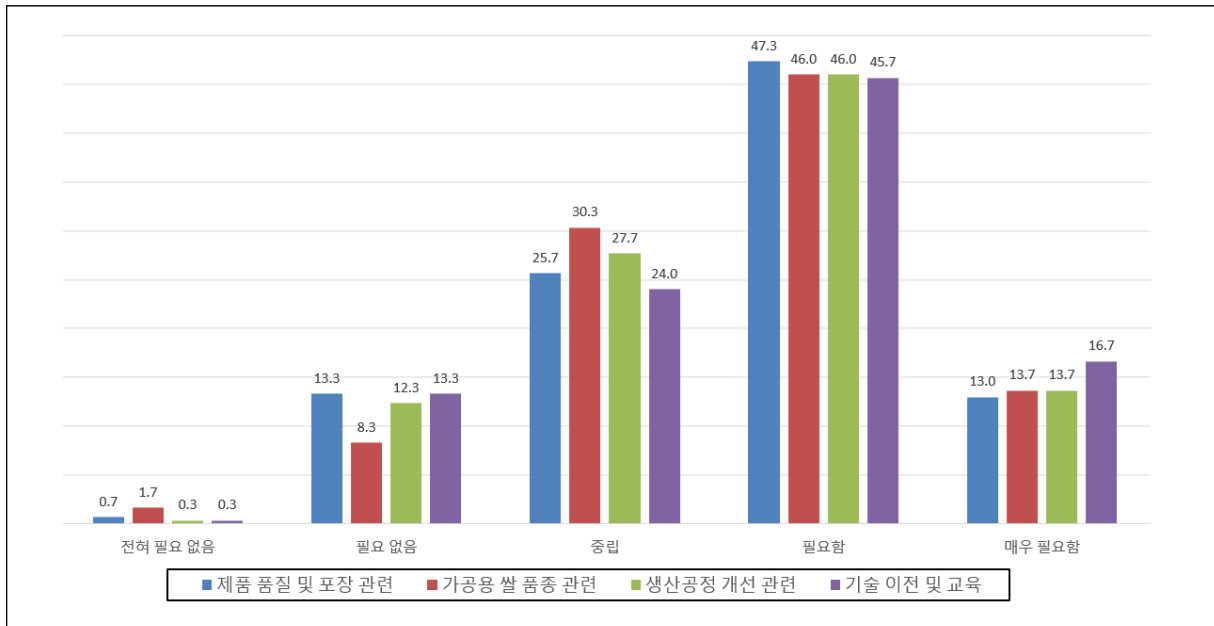


주: 쌀 가공식품업체 300개를 대상으로 조사함.
자료: 저자 작성.

○ 쌀 가공업체에서 세 번째로 정부의 지원 또는 역할의 필요성이 높다고 평가된 'R&D' 항목의 세부 항목을 살펴보면, '기술 이전 및 교육'이 62.3%로 가장 필요성이 높은 것으로 응답되었으며, 다음으로 '제품 품질 및 포장 관련'이 60.3%로, 그리고 '가공용 쌀 품종 관련'과 '생산공정 개선 관련'이 각 59.7%로 필요성이 높은 순으로 나타남.

〈그림 5-15〉 쌀 가공산업 영업 측면에서의 정부의 지원 또는 역할의 필요성 - R&D 관련

단위:%



주: 쌀 가공식품업체 300개를 대상으로 조사함.
자료: 저자 작성.

○ 쌀 가공업체가 경영상 어려움을 느끼는 항목을 순위대로 비교한 결과 ‘해외 제품 홍보(4.22 점/5점)’가 1순위를 차지하였으며, 다음으로는 ‘국내 제품 홍보(4.14점)’, ‘신규 확장(4.08 점)’, ‘바이어/판매채널 확보(4.08점)’, ‘설비 개선(자동화 등)(4.07점)’의 순으로 나타남.

○ 쌀 가공업체가 정부 지원 또는 역할의 필요성이 높다고 응답한 항목을 순위대로 비교해 본 결과 ‘판매 채널 확보(4.00점)’가 1순위를 차지하였으며, ‘국내 제품 홍보(3.96점)’, ‘국내 소비시장 정보(3.83점)’, ‘판매 후 관리(3.81점)’, ‘설비 개선(자동화 등)(3.73점)’ 등의 순으로 나타남.

〈표 5-12〉 세부 항목별 정부지원 또는 역할의 필요성 조사 결과

단위: 위/5점 평균

업무영역		정부 지원 또는 역할의 필요성		
		순위	평균점수	
원료 조달		정부 양곡 조달	22	3.17
		민간 양곡 조달	16	3.49
		쌀가루 조달	26	2.54
		기타(포장재 등)	25	2.82
인력확보 및 종업원 교육		전문인력 확보	17	3.47
		직원교육	19	3.44
설비 보수·확장		설비 유지·보수	7	3.66
		설비개선(자동화 등)	5	3.73
		신규 확장(투자)	10	3.60
생산·경영		품질·위생 관리	15	3.50
		경영 컨설팅	18	3.47
		기술지도	14	3.51
제품 판매	국내	국내 제품 홍보	2	3.96
		판매채널 확보	1	4.00
		판매 후 관리	4	3.81
	수출	해외 제품 홍보	23	3.17
		바이어/판매채널 확보	20	3.22
		판매 후 관리	24	3.09
R&D 관련		제품·품질·포장 관련	12	3.59
		가공용 쌀 품종 관련	9	3.62
		생산공정 개선 관련	11	3.60
		기술 이전 및 교육	8	3.65
정보 관련		국내 소비시장 정보	3	3.83
		해외 소비시장 정보	21	3.20
		제도(인증·위생 등) 및 규제 관련 정보	6	3.67
		정부양곡 등 원료곡 관련 정보	13	3.56

자료: 저자 작성.

5.3. 3차 기본계획 정책 수요

- 이하는 쌀가공식품업체를 대상으로 '쌀 가공산업 발전과 쌀가공식품 소비 촉진이라는 측면에서 제3차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 기본계획에 포함될 수 있는 각 업무 분야별 중요도, 정부의 정책적 노력 대비 효과성, 현재 상황 평가'를 조사한 결과임.
- 업체들은 업무영역별 중요도 측면에서는 생산지원 관련이 3.96점으로 가장 중요성이 높은 것으로 응답하였음.
 - 현재 상황 평가는 5점 평균점수 환산 시 생산지원 관련이 3.60점으로 가장 높았고 이와 유사하게 가루쌀 관련에 대한 평가가 3.59로 차순위, 그리고 '판매 및 홍보 관련'이 3.55점으로 상대적으로 낮은 평가 결과를 나타냄.
 - 효과성 측면에서는 '판매 및 홍보 관련' 전략이 3.61점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '생산지원 관련'이 3.59점, '가루쌀 관련'이 3.55점으로 상대적으로 낮은 것으로 조사됨.
- 세부 업무 및 정책 영역별로 쌀 가공업체들의 현재 상황 평가를 살펴보면 '안정적 원료 조달 체계 구축'이 가장 크게 개선되어야 될 항목으로 평가함.
 - 중요성 평가에서 역시 '안정적 원료 조달체계 구축'의 중요성을 가장 높게 평가하였으며, 차순위로 유망기업 발굴 육성, 다음으로 유망제품 발굴 육성, 제품개발 R&D 강화 체계화 등의 순으로 나타나 신제품 및 관련 R&D에 대한 중요성이 높게 평가됨.
 - 정부 정책 및 노력의 효과성 측면에서도 '안정적 원료 조달체계 구축'에 대한 정부 정책의 효과성이 가장 높게 평가되었으며, 차순위로 '국내외 홍보 강화', 다음으로 '시설·경영·전문인력 지원 강화', '산업자원 지원 기반 강화' 등의 순으로 정부 정책 및 노력의 효과성이 높은 것으로 평가되었음.

〈표 5-13〉 ‘제3차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 기본계획’ 과제 평가: 전체

단위: 점/5점

분야	과제	현재 상황 평가		중요도		정부 정책 및 노력 효과성	
		순위	평균점수	순위	평균점수	순위	평균점수
생산 지원 관련	안정적 원료 조달체계 구축	1	3.93	1	4.38	1	4.01
	시설·경영·전문인력 지원 강화	4	3.61	7	4.00	3	3.60
	산업지원 지원 기반 강화	12	3.46	11	3.77	4	3.39
	유망제품 발굴 육성	10	3.49	3	3.88	13	3.56
	유망기업 발굴 육성	7	3.58	2	3.89	6	3.53
	제품개발 R&D 강화·체계화	9	3.51	4	3.88	7	3.45
	평균	-	3.60	-	3.97	-	3.59
판매·홍보 관련	국내 판매채널 확대	5	3.60	6	4.10	12	3.65
	수출 확대	13	3.46	12	3.38	8	3.48
	국내외 홍보 강화	11	3.49	10	4.01	2	3.61
	미래 세대 식생활 교육 강화	3	3.65	9	4.02	5	3.69
	평균	-	3.55	-	3.88	-	3.61
가루쌀 관련	안정적 원료 공급체계 마련	2	3.66	5	3.60	9	3.62
	제품화 지원	6	3.59	8	3.54	11	3.54
	소비기반 확대	8	3.53	13	3.53	10	3.50
	평균	-	3.59	-	3.56	-	3.55

자료: 저자 작성.

○ 제 3차 기본계획 3대 전략에 대한 의견을 종사자 1~9인 업체와 10인 이상의 업체로 나누어 살펴본 결과, ‘생산지원’, ‘판매 및 홍보’, ‘가루쌀’과 관련하여 업체의 규모가 상관없이 현재 상황, 중요도 및 효과성 측면에서 유사한 경향을 보였으나, 10인 이상의 업체는 ‘생산지원’에 대한 중요도를 1~9인 업체에 비해 높게 평가(4.08/5점)함. 또한 종사자 수 1~9인 업체에서는 ‘판매 및 홍보’에 대한 효과성을 ‘제조지원’ 및 ‘가루쌀’에 비해 높게 평가함.

- 쌀 가공업체의 현재 상황 평가로는 종사자수 1-9인 기업과 10인 이상 기업 모두에서 ‘안정적 원료 조달체계 구축’이 가장 크게 개선되어야 될 항목으로 평가함.
- 쌀 가공업체의 중요성 평가에서는 1-9인 기업과 10인 이상 기업 모두에서 ‘안정적 원료 조달체계 구축’의 중요성을 가장 높게 평가하였으며, 차순위로 1-9인 기업에서는 ‘국내 판매채널 확대’, 10인 이상 기업에서는 ‘시설·경영·전문인력 지원 강화’를 선정함.
- 정부 정책 및 노력의 효과성 측면에서는 1-9인 기업과 10인 이상 기업 모두에서 ‘안정적 원료 조달체계 구축’에 대한 정부 정책의 효과성을 가장 높게 평가하였으며, 차순위로 1-9인 기업에서는 ‘미래세대 식생활 교육 강화’, 10인 이상 기업에서는 ‘시설·경영·전문인력 지원 강화’가 가장 효과성이 높은 것으로 평가함.

〈표 5-14〉 ‘제3차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 기본계획’ 과제 평가: 규모별

단위: 점/5점

분야	과제	현재 상황 평가		중요도		정부 정책 및 노력 효과성	
		1-9인	10인 이상	1-9인	10인 이상	1-9인	10인 이상
생산 지원 관련	안정적 원료 조달체계 구축	3.91	3.96	4.34	4.46	3.96	4.14
	시설·경영·전문인력 지원 강화	3.58	3.67	3.92	4.17	3.51	3.78
	산업지원 지원 기반 강화	3.47	3.45	3.70	3.92	3.31	3.57
	유망제품 발굴 육성	3.48	3.51	3.87	3.89	3.53	3.62
	유망기업 발굴 육성	3.53	3.67	3.84	4.00	3.46	3.70
	제품개발 R&D 강화·체계화	3.55	3.41	3.80	4.05	3.36	3.66
판매·홍보 관련	국내 판매채널 확대	3.60	3.61	4.41	4.07	3.63	3.72
	수출 확대	3.42	3.53	3.38	3.39	3.43	3.60
	국내외 홍보 강화	3.51	3.45	4.01	4.01	3.56	3.74
	미래세대 식생활 교육 강화	3.65	3.65	4.00	4.07	3.69	3.70
가루쌀 관련	안정적 원료 공급체계 마련	3.67	3.63	3.64	3.51	3.62	3.62
	제품화 지원	3.59	3.61	3.51	3.62	3.47	3.70
	소비기반 확대	3.51	3.57	3.40	3.67	3.41	3.68

자료: 저자 작성

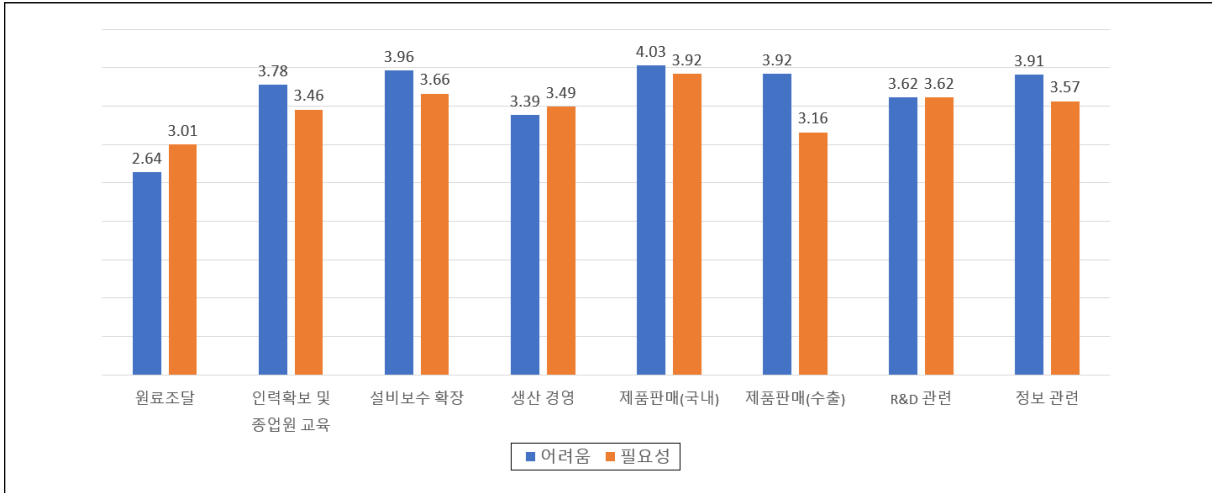
5.4. 정책 수요 요약

○ 쌀 가공산업의 운영의 어려움과 정부 지원 또는 역할의 필요성 측면에서 모두 높은 점수를 기록한 업무 영역은 제품판매(국내)로 나타났으며, 다음으로 ‘설비보수 확장’, ‘정보 관련 지원’인 것으로 확인됨.

- 경영상의 어려움 대비 정부의 지원이나 역할의 필요성이 높다고 응답된 것은 ‘생산 경영’으로 나타났으며, 제품 판매(수출)의 경우, 경영상 어려움은 크지만 정부차원의 지원의 효과성은 낮은 것으로 조사됨.
- 수출에 대한 정부 지원 필요성이 낮게 조사된 것은 다수의 조사 대상 업체가 수출을 하지 않거나 의향이 없기 때문인 것으로 판단됨.

〈그림 5-16〉 쌀 가공산업 운영의 어려움 및 정부 지원 또는 역할 필요성 비교

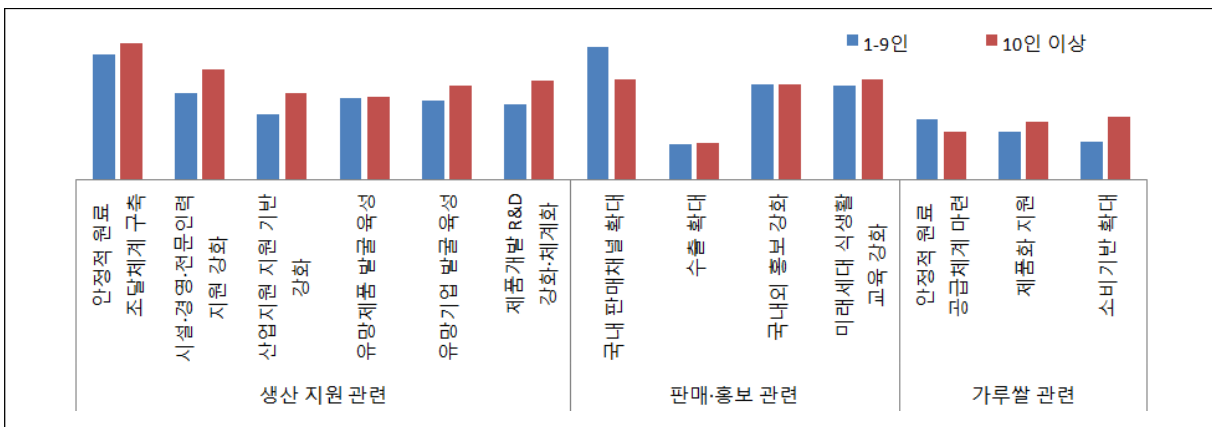
단위: 점/5점



주: 쌀 가공식품업체 300개를 대상으로 조사함.
자료: 저자 작성.

- 쌀 가공식품업체들은 ‘안정적 원료 조달체계 구축’의 현재 상황을 높이 평가하면서도 중요도나 정책 효과성을 높게 평가하여 원료 공급 체계를 지속적으로 고도화시킬 필요가 있음.
 - 중요도 기준으로 ‘안정적 원료 조달체계 구축’, ‘유망기업 발굴 육성’, ‘유망제품 발굴 육성’ 순으로 조사되었으며, 정부 정책 효과성 측면에서는 ‘안정적 원료 조달체계 구축’, ‘국내외 홍보 강화’, ‘시설·경영·전문인력 지원 강화’ 등의 순으로 조사되어 유망제품 육성, 마케팅 지원, 시설·인력 지원이 업체들의 주요 요청사항으로 해석할 수 있음.
 - 특히, ‘국내 판매채널 확대’는 규모가 작은 기업이 큰 기업에 비해 중요도가 높다고 응답하여 소규모 기업을 중심으로 한 판매채널 지원이 필요함.

〈그림 5-17〉 3차 기본계획 과제의 중요도 평가: 업체 규모별



주: 쌀 가공식품업체 300개를 대상으로 조사함.
자료: 저자 작성.

6

제3차 기본계획 추진 방향과 주요 내용

1. 기본계획 추진 방향

1.1. 소비 추세 및 정책 평가 결과

1.1.1. 생산 기반 조성지원 관련

○ 쌀가공식품업체의 쌀 구입량에서 정부양곡 비중은 70%(2021년 기준)에 이를 정도로 커 쌀 가공산업의 정부양곡 의존도가 매우 높은 상황이나 품목에 따라 이러한 비중은 매우 다름. 즉, 정부양곡뿐만 아니라 민간양곡의 안정적 공급 체계구축은 쌀 가공산업 발전의 기본 전제조건이라 할 수 있음.

- 정부양곡 사용 비중이 높은 품목은 쌀떡류, 장류, 주류, 곡물가공식품류, 쌀가루이며 민간 양곡 사용 비중이 높은 품목은 가공밥류, 기타즉석식품류, 쌀빵류 등임.
- 또한 정부양곡에서 수입산이 차지하는 비중은 77%(전체에서 54% 차지)에 이룸.
- 정부양곡 통합정보시스템, 품질관리센터 운영 내실화 및 고도화를 통해 원료곡의 안정적 공급과 품질 개선 노력 필요
- ‘안정적 원료 조달체계 구축’은 정책 수혜 업체를 대상으로 한 3차 기본계획 정책 수요평가에서 중요도 및 정책 효과성 측면에서 가장 중요한 정책으로 평가됨.

○ 적정가격에 안정적으로 원료 가공용쌀 공급은 쌀가공식품의 밀 기반 제품 대비 시장경쟁력

확보, 수출 경쟁력 등과 직결되는 문제로 기존의 정부양곡 공급 체계 보완에 더하여 **민간양곡 공급 체계의 구축 및 확대**가 필요함.

- 일본은 '쌀 신시장개척 등 촉진사업'을 통해 농가와 쌀가공식품업체가 전략제휴(계약재배 등)를 통해 가공용쌀 조달 체계를 구축할 경우 이러한 체계 구축에 소요되는 비용을 지원하는 방식으로 민간양곡의 안정적 조달을 도모함.

○ 쌀 가공식품업체 수는 감소하는 추이를 보이거나 전체 매출액은 증가하여 업체당 매출액은 증가하는 추세를 보이거나 여전히 종사자 규모가 1~4인 업체가 84%(2021년 기준), 매출액 15억 원 이하인 업체가 81%에 이를 정도로 영세업체가 대부분이므로 이러한 **영세성에서 오는 사업한계를 보완**할 수 있는 정부의 적극적인 역할이 필요함.

- 이는 대부분의 업체가 신제품 개발을 위한 연구개발, 설비투자, 판로확보를 위한 홍보 등을 수행할 능력을 갖추기 어렵다는 것을 의미하는 것으로 이러한 분야에서의 정부의 맞춤형 지원 정책이 필요함.
- '국내 판매채널 확대'는 정책 수혜 업체를 대상으로 한 3차 기본계획 정책 수요평가에서 규모가 작은 기업을 중심으로 특히, 중요하게 평가됨.

○ 즉, 쌀 가공산업의 가치사슬은 원료곡 조달에서의 정부양곡 비중이 높으며 생산공정이 비교적 단순하여 원료곡의 가격/품질 경쟁력이 완성품 경쟁력 결정의 주요 요인으로 작용하며 영세업체가 대부분으로 자체적인 연구개발, 판로확보, 홍보 능력이 크지 않다는 특징을 가짐.

- 이상의 특징으로 **정부의 원료곡 공급, R&D 및 판로확보 지원**이 무엇보다 중요함.

1.1.2. 판매·홍보 관련

○ 쌀가공식품은 전반적으로 소비가 증가할 것으로 조사 및 전망되었으나 품목, 소비 요인, 주 소비층 및 채널에 대한 변화가 예상되므로 이에 맞는 **소비촉진 및 판로확보 전략**이 필요함.

- 가구의 식품 주구입자는 향후 쌀가공식품 구매액은 식생활 패턴 변화 예상(57.8%), 건강에 대한 고려(40.8%) 등으로 쌀빵류(43.0%), 쌀과자류(40.4%), 쌀떡류(33.6%), 쌀가루(27.3%)를 중심으로 증가할 것으로 응답함.
- 쌀가공식품의 구매 채널은 오프라인 매장에서 온라인 쇼핑몰 중심으로 전환될 것으로 예상되며, 로컬푸드마켓 및 친환경 전문점 이용 의향도 높음.

- 소비자 조사 결과 쌀가공식품에 대해 맛/품질, 안전성, 신선도 유지를 중요하게 생각하며 개선점으로 시장 접근성 및 높은 가격을 지적함.
- 쌀가공식품의 주요 소비층은 품목별로 차이는 있으나, 대체로 소득 수준이 높지 않은 소규모 가족 단위의 젊은 연령층으로 이들을 중심으로 식별됨.
- 인구구조 변화에 따라 예상되는 식품 소비 행태 변화에 대응하여 노인 친화, 펫푸드 등의 맞춤형 제품 개발과 판매·홍보 강화 필요. 더하여 미래세대가 쌀 중심의 식습관을 갖도록 교육프로그램 운영 내실화 필요

○ 최근 **한류 확산**으로 인한 한식 열풍으로 쌀가공식품 수출액은 급증하고 있어 **쌀 가공산업 발전을 위한 새로운 기회로 활용**할 필요가 있음.

- 최근 5년(2018년~2022년) 기준으로 특히, ‘떡류’, ‘즉석밥’, ‘전통주’의 연평균 수출액 증가율은 각각 32%, 39%, 4%로 빠른 증가율을 보이고 있음.
- 2022년 기준으로 미국 수출 비중이 49%로 여타국을 압도하는 모습이나 베트남, EU의 수출액 연평균 증가율이 각각 19%, 16%에 달해 동남아 및 EU 시장으로의 적극적인 수출 확대 지원 전략이 필요한 상황임.
- 해외 인증(글루텐프리) 지원, 국제식품대전 혹은 박람회 참가, 국제시장 홍보 등을 통한 수출수요 창출과 해외 유통채널 확보 필요

1.1.3. 가루쌀 관련

○ 가루쌀 육성에 따라 가루쌀의 시장공급량이 급격히 증가할 것으로 전망되므로 밀가루 수요 대체를 통한 식량안보 강화 및 쌀 수급균형 달성이라는 애초의 정책목표가 달성될 수 있도록 **가루쌀 제품 시장 창출 및 산업생태계 조성**을 위한 정책적 지원 필요

- 정부는 2023년 1만 톤인 가루쌀 생산량을 2024년 5만 톤, 2025년 8만 톤, 2026년 20만 톤으로 증가시켜 연간 밀가루 수요(약 200만 톤)의 10%를 대체할 계획임.
- 이를 위해 안정적 생산기반 조성을 통한 재배 안정성 확보, 가루쌀 공급 체계 구축, 제품화 및 가공유통 기술개발 지원, 수출 포함 시장 활성화, 홍보 등 가루쌀 시장 창출 및 산업생태계 조성 방안 마련이 필요함.

1.2. 3차 기본계획 추진 전략 및 과제

○ 2차에 걸친 ‘쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 5개년 기본계획’ 수립 및 시행으로 쌀 가공산업의 성장 기반 조성, 쌀가공식품의 품질 및 가격 경쟁력 확보, 안정적 원료 공급체계 마련 등의 쌀 가공품의 생태계 구축 등의 성과

- 1차 기본계획(2014년~2018년)은 ‘가공산업 활성화로 고부가가치 실현’이라는 비전하에 쌀 가공산업 기반 확충, 쌀 및 쌀 가공품 소비시장 확대, 쌀 가공산업과 농업 간 연계 강화, 기술개발 보급강화를 추진함.
- 2차 기본계획(2019년~2023년)은 기술개발과 인력양성, 산업혁신 기반을 강화 및 미래 유망제품 발굴 육성, 소비 창출, 수출 등을 통한 쌀 가공제품의 소비기반을 지속적으로 확대하고 제도기반을 정비함.

○ 3차 기본계획은 이제까지의 정책추진을 통해 마련된 산업 및 제도적 기반을 바탕으로 쌀 가공품 ‘가치사슬 전반에 걸친 균형있는 성장을 통한 산업 및 수출 경쟁력 확보’를 정책 목표로 설정할 필요가 있음.

- 이를 위해 적정 품질·가격의 원료곡을 안정적으로 조달 받을 수 있는 체계의 구축, 가루쌀 가치사슬 체계 구축 및 생산품의 국내외 경쟁력 확보, 온라인·수출 중심의 유통채널 확대가 필요함.

〈표 6-1〉 3차 기본계획(안) 비교

	1차 계획	2차 계획	3차 계획(안)
발전 단계	외형적 성장 중심	산업 내실화 단계	산업 경쟁력 제고를 통한 수출 산업화
비전	쌀 가공산업 활성화로 고부가가치 실현	쌀 가공산업 성장과 쌀소비 촉진 활성화	스타 제품 육성을 통한 쌀 가공산업의 성장·수출 산업화
정책 목표	쌀 공급과잉 해소를 위한 수요처로서 쌀 가공산업	수요가 공급을 견인하는 쌀 가공산업	가치사슬 전반에 걸친 균형있는 성장을 통한 산업 경쟁력 확보
과제	원료 공급	정부 양곡 의존체계	정부 양곡 공급체계 고도화 및 민간 조달 확대
	제품 생산	경영자금 지원 등 업체 유지 지원	국내외 유망 품목 선제적 발굴 및 육성
	소비기반	1회성 지원, 국내 위주의 홍보	학교, 군 등 대량 수요처 확보, 국내외 유통채널 확대
			예상 가능한 원료곡 조달체계 구축
			가루쌀 가치사슬 체계 구축 및 생산품의 국내외 경쟁력 확보
			온라인/수출 중심의 유통채널 확대

자료: 저자 작성.

○ 산업 경쟁력 제고를 통한 수출 산업화를 이룩하기 위해 쌀 가공산업 ‘가치사슬 전반에 걸친 균형있는 성장을 통한 산업경쟁력 확보’를 정책 목표로 설정하고 이에 대응한 전략과 추진 과제를 식별함.

- 3차 기본계획은 2차 기본계획에서 수행된 정책과 일관성을 유지한 상황에서 제도적 지원 체계 고도화와 더불어 유망제품 발굴, 수출 증대를 위한 지원을 강화하여 지속적인 쌀 가공산업의 발전을 도모하여야 함.
- 또한 가루쌀의 시장공급량 확대에 따라 가루쌀 제품의 생태계 구축을 통해 기존 쌀가루 제품과의 보완적인 시장 확대 전략을 도모해야 함.

〈표 6-2〉 3차 기본계획 전략 및 과제(안)

전략	추진 과제
1. 산업 성장 기반 공공화	<ul style="list-style-type: none"> • 안정적 원료곡 조달체계 구축 • 시설·경영·전문인력 지원 강화 • 산업지원 지원기반 강화
2. 스타 제품 육성	<ul style="list-style-type: none"> • 주력제품 발굴 육성 • 제품개발을 위한 R&D 강화 및 체계화
3. 수출 및 유통채널 확대	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 유통채널 확대 • 수출시장 확대
4. 미래수요 창출	<ul style="list-style-type: none"> • 인식 제고를 위한 국내외 홍보 강화 • 미래세대 식생활 교육 강화
5. 가루쌀 가치사슬 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 안정적 원료 공급체계 마련 • 제품화 지원 • 소비기반 확대

자료: 저자 작성.

○ (전략 1) 산업 성장 기반 공공화를 통한 산업경쟁력 강화

- 안정적 원료곡 조달체계 구축: (정부양곡) 공급물량 예측 가능성 제고, 품질 제고, 쌀가루 원료쌀 정부양곡 공급 확대, 관리시스템 고도화. (민간양곡) 용도별 맞춤형 계열화 체계 강화, 전용 생산단지 관리 개선, 품종 등 기반 기술개발, 가공용 쌀 생산 유인 제공
- 시설·경영개선 지원 및 전문인력 육성 강화: 시설 확충·개보수·운영자금 지원 확대, 인증, 식품안전, 품질 개선 등 통합적 컨설팅 지원 강화, 업계의 교육수요에 부응하게 교육과정 내실화하여 필요한 전문인력 육성
- 규제 및 제도, 정보 등 산업지원 기반 개선: ‘글루텐프리’ 인증제 도입, ‘규제신고센터’ 운영 내실화, 쌀 가공제품 통계 정보지도 구축/시장 관련 국내외 정보 제공

○ (전략 2) 스타 제품 육성을 통한 산업의 도약적 성장 동력 확보

- 주력제품 발굴 육성: 쌀가공제품 품평회(TOP 10 지정) 내실화를 통한 유망제품 발굴, 수출 및 내수용 유망제품(HMR, 죽 등) 개발 R&D 지원, 전통주 활성화
- 전략기업 발굴 육성: (수출) 유망제품 개발·보유 기업을 중심으로 혁신기업 선정, 자금(범부처 정책자금 및 기존 펀드 활용), R&D, 판로 등 혁신기업 성장단계별 맞춤 지원 추진, 혁신기업을 중심으로 지역 전략 쌀 가공기업 육성지원
- 제품개발을 위한 R&D 강화 및 체계화: 업계의 수요를 반영한 공공부문 연구개발 체계 구축·강화 및 기술의 현장 확산 촉진, 민간 부문의 트렌드 맞춤형 제품개발 및 품질 개선 연구개발 지원

○ (전략 3) 수출 및 유통채널 확대를 통한 판로확보 지원

- 국내 유통채널 확대: 군·학교 급·배식 등 공공수요 확대, 대형 유통매장 및 온라인 유통채널 입점 지원, 쌀가공식품 프랜차이즈 등 외식산업 지원, 소비자 점점 확대를 위한 행사(전시회 및 페스티벌) 지원 강화
- 수출 확대: '쌀가공식품 수출협의회' 운영, 쌀가공식품 공동브랜드 Korecipe, 해외 전시 지원사업 등 수출 관련 업무 지원 강화, 수출을 위한 전략 품목·국가 발굴 및 인프라 강화, 수출 경쟁력 제고를 위한 기반 구축 및 신시장 개척 기업 지원 강화

○ (전략 4) 미래수요 창출을 통한 지속적 성장 기반 마련

- 인식 제고를 위한 국내외 홍보 강화: 국내외 소비자 홍보 강화, '쌀 가공식품대전' 등 전시회 및 페스티벌 개최 지원 강화, 글루텐프리 등 우수성 홍보, 쌀 가공식품 소비트렌드 변화에 대한 지속적인 모니터링 체계 구축
- 미래세대 식생활 교육 강화: 미래세대(초등학생 등) 대상 쌀을 중심 건강한 식생활 교육 강화, 소비자 성향(건강, 에너지원, 다이어트 등) 및 체질에 맞는 음식 섭취 교육 프로그램 구축

○ (전략 5) 가루쌀 생태계 구축을 통한 식량안보 기여

- 안정적 원료 공급체계 마련: 생산기반 조성 / 재배 안정성 강화
- 제품화 지원: 가루쌀 공급체계 운영 / 제품화 및 가공·유통 기술개발 지원
- 소비기반 확대: 가루쌀 제품 시장 활성화 및 수출 확대, 가루쌀 가공식품 홍보 강화

2. 주요 정책 과제

- 본 절에서는 3차 기본계획의 전략에 따라 제시된 과제 중에서 2차 기본계획에 더하여 추가적으로 고려되어야 하는 과제를 중심으로 필요성 및 정책대안을 제시하고자 함.
 - 즉, 민간 가공용쌀 공급체계 구축, 수출 지원체계 강화. 미래유망 제품 지원, 글루텐프리 인증 및 홍보 지원, 전통주 활성화에 대해 구체적 정책과제 및 방안을 제시함.

2.1. 민간 가공용쌀 공급체계 구축

2.1.1. 추진 연혁

- 과잉 생산된 쌀의 소비처로서 쌀 가공산업에서 벗어나 원료곡의 안정적 공급을 통한 쌀 가공산업의 경쟁력 확보 및 쌀가공업체와 농가 간 연계강화를 통한 생산농가의 소득증대 차원에서 가공용쌀 재배단지가 논의됨.
 - 2014년 「쌀 가공산업육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률」에 그 당위성이 규정되어 있으며 정부는 가공용쌀의 공동구매나 계약재배 등과 같은 사업을 적극적으로 발굴하여 쌀 가공산업이 농업과 지속적으로 연계 발전할 수 있는 제도적 장치를 마련할 필요가 있음.
 - (쌀 가공산업 경쟁력 제고) 중장기적으로 쌀 가공산업의 경쟁력 제고를 통한 쌀 소비기반 확대를 위해서는 원료곡 생산농가와 쌀가공식품업체가 유기적인 협력관계를 강화를 통해 안정적인 원료곡 확보가 필수적임.
 - (생산농가 소득증대) 생산농가는 공동판매나 계약재배 활성화를 통해 가공용쌀의 생산을 규모화·전문화를 통해 생산성 향상을 도모하고 안정적 판로를 확보할 필요
 - 즉, 가공용쌀의 농업 연계 강화 사업은 쌀 가공산업 경쟁력 제고, 생산농가의 소득증대, 논의 형상 유지를 통한 식량자급률 향상 및 중장기적 식량안보 이슈에 대응 차원에서 수행
- 쌀 가공산업에 대한 농업 연계 강화 사업은 “가공용쌀 계약재배 사업(시범사업)”, “들녘별 경영체 육성사업” 등을 통해 수행됨.
 - (가공용쌀 계약재배사업) 쌀가공업체와 생산농가 간 계약을 통하여 가공용쌀의 생산·공급 관계를 구축하고 정부에서는 220천 원/10a를 지원하는 사업으로 농가의 소득을 보전

하면서도 가공용쌀 구입 단가를 낮추어 쌀가공제품의 가격 경쟁력을 확보할 수 있도록 한 사업임.

- (들녘별 경영체 육성사업) 쌀 산업의 경쟁력 제고를 위해 들녘(50ha이상)으로 생산농가를 조직화·규모화된 쌀 농업 육성하여 생산비 절감과 함께 고품질 식량작물 생산기반을 구축하는 쌀산업 경쟁력 향상 도모를 목적으로 하는 사업임.

○ 가공용쌀 계약재배사업은 가공용 쌀의 생산 및 공급가격 인하를 위해 일정 금액의 생산비 보조와 다수확 품종의 보조라는 정책적 수단을 연계한 사업임.

- 장기적으로는 규모화, 전용 재배단지 조성 등 부가적인 정책 연계를 위하여 시범사업 기간 동안 정부 보조와 다수확 품종의 생산을 통해 가공용쌀의 가격 인하와 안정공급이라는 두 가지 목적을 달성할 수 있는지를 검증하는데 그 목적이 있었음.

○ (시범사업) 2011년~2013년, 3년 동안 쌀 생산조정제와 연계하여 시행됨. 시범사업 결과 i) 생산농가의 영세성, 계약 미이행 시 제재수단 미흡으로 계약의 실효성 확보에 제약 ii) 산지 유통업체(RPC 등)의 생산자 관리능력에 한계가 있고, 농가의 가공용 쌀에 대한 품질보증 인식 부족 iii) 면적비례에 의한 소득차 보전으로 계약물량 불이행 사태 발생 등 문제점을 노출함.18)

〈표 6-3〉 가공용쌀 계약재배 시범사업 실적

구분		2011	2012	2013
계약면적		902.38ha	2,785.61ha	3,765.34ha
재배지역		전국 21개 시·군	전국 23개 시·군	전국 23개 시·군
참여조직		30여개 조직	50여개 조직	50여개 조직
계약 곡종 (ha)	보람찬	288.71	2,210.16	3,282.67
	설강벼	209.85	334.12	279.92
	고아미	155.35	166.15	148.35
	기타(한아름, 다산벼, 드래찬 등)	248.47	75.18	54.4
	계	902.38	2,785.61	3,765.34
계약주 제	협회	266.41ha	1,201.88ha	1,198.1ha
	자체	635.97ha	1,583.88ha	2,567.54ha
계약단가(원/kg)*		1,472(현미) 1,454(백미)	1,673(현미) 1,718(백미)	1,467(현미) 1,642(백미)
공급단가(원/kg)*		1,472(현미) 1,454(백미)	1,723(현미) 1,768(백미)	1,622(현미) - (백미)
정부지원		220천원/10a	좌동	좌동

주: 계약단가 및 공급단가는 한국쌀가공식품협회 주관으로 일괄적으로 다수확품종에 한하여 체결한 계약 및 공급한 단가이며 쌀가공업체와 생산농가가 개별적으로 계약 추진한 것은 제외하였음.

자료: 농림축산식품부(2014), 쌀가공업체와 농가간 연계강화 전략모델 수립, p.49.

18) 농림축산식품부(2018), 제2차 쌀 가공산업육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 기본계획 수립 기초연구. p.93~94.

○ (1차 기본계획) 시범사업을 바탕으로 가공용쌀 특화단지를 조성하여 다수확 품종 생산 유도를 계획하였으나 조성 면적 계획미달에 더해 밥쌀용 유출 등의 문제 발생함.

- 가공, 수출용 쌀의 맞춤형 대량 생산 및 가격 경쟁력 확보가 가능한 수출·가공용쌀 생산 농업법인 육성. 구체적으로 새만금·화옹지구 시범사업(2017년 화옹공구 500ha, 2018년 새만금 1·4공구 508ha)을 통해 특화단지 모델을 구축한 후 타 간척농지로 확산하는 모델을 제시함.
- 가공업체 입지 등 지역 특성을 고려하여 다양한 유형(소규모 단지형 30ha 이내, 중규모 단지자립형 30~60ha), 지역 산업형(300ha이상) 등의 단지 조성
- 가공용 다수확 품종 개발·보급으로 가공업체의 원료비 부담경감. 구체적으로 2022년까지 10톤/ha 수준 초다수성 품종개발로 원료비 최대 50% 절감

〈표 6-4〉 1차 기본계획의 가공용 쌀 계약재배 및 전용 재배단지 조성 계획

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
면적(천 ha)	2	3	4	5	10
생산량(천 톤)	14	21	28	35	70

주: 가공용쌀 단수 기준: 정곡 기준 702kg/10a.

- 지자체가 전용재배 단지 33개소(2018년, 4.5천 ha)를 지정하여 영농자재 가공시설 시설 자금 등 지원하는 성과가 있었으나 식미 등 저품질, 다수성 가공용쌀의 밥쌀용으로 유출 등의 부작용 발생

○ (2차 기본계획) 제품 용도별 맞춤형 가공용쌀 생산-유통-가공간 계열화 체계 구축 및 단지의 체계적 관리를 위한 실태조사 및 우수단지 연차별 확대를 계획

- 계열화 체계 구축을 위해 2023년까지 지자체와 연계하여 가공용 쌀 전문단지 21개소(2018년 33개소 4,470ha→2023년 56개소, 8,115ha) 추가육성을 계획함. 이를 위해 i) (생산 측면) 가공적성에 맞는 품종 선택·통일, 재배기술 지도, 시설·장비 지원(들녘 경영체를 우선 선정하여 트랙터, 이앙기, 방제기, 콤팩트 등에 대해 국고 보조 50% 지원) 등을 통해 업체가 원하는 고품질 가공용쌀 생산 유도, ii) (가공·유통) 사전 계약을 맺은 생산자단체(들녘 경영체 등) 및 RPC(도정시설 및 건조·보관시설 개보수 우선 지원)를 중심으로 가공·유통 체계화
- 가공용쌀 전문단지 체계적 관리를 위해 실태조사 및 우수관리단지 연차별 확대를 계획함.

이를 위해 i) 가공용쌀 재배단지 표준 운영 지침안 마련·배포하고 지자체별로 관리 및 평가를 매년 시행하고 2020년부터는 우수관리단지 선정(우수단지는 RPC 벼 매입자금, 가공업체 운영자금 지원 시 가산점 부여) ii) 가공용 볍씨·쌀 유통 등 관리 문제 발생 시 해당 지역에 대한 공공비축미 물량감축 등 제재조치 시행

2.1.2. 추진 필요성

- 민간 가공용쌀의 안정적 조달을 위한 사업은 농업·농촌과의 연계 강화를 통한 쌀 가공산업의 안정적 원료확보와 농가 소득증대 차원에서 중요하나 쌀산업에서의 과잉 공급이 지속되면서 정책추진이 부담되는 상황이 지속됨.
 - 가공용쌀은 다수성 확대를 통한 다수성 품종을 통한 생산성 향상으로 농가소득 증대와 가공산업의 가격 경쟁력 강화가 핵심이나 쌀 산업에서의 과잉생산 구조가 지속되면서 다수성 품종을 통한 쌀 생산량 증대 전략은 부담으로 작용함.
 - 이러한 이유로 2011~2013년 시범사업에 이은 1, 2차 기본계획에 반영되었음에도 중앙정부 차원의 본격적인 지원사업이 수행되지 못한 것으로 추정됨.
- 중장기적인 발전 전략 측면에서 경쟁력 있는 원료곡의 안정적 확보는 국내 쌀 가공산업의 성장과 쌀가공식품 수출 측면에서도 매우 중요함.
 - 중장기적으로 쌀 과잉공급구조가 해소될 것으로 가정한다면 정부양곡에 의존한 쌀 가공산업은 지속될 수 없음.
 - 최근 빠르게 증가하고 있는 쌀가공식품 수출 경쟁력을 확보하기 위해서는 원료곡 경쟁력이 매우 중요한 요소임. 즉, 쌀가공식품 생산은 공정이 비교적 단순하여 수출 경쟁력은 원료곡 경쟁력에 크게 좌우됨. 따라서 국내에서 원료곡 경쟁력을 충분히 확보하지 못할 경우, 우리나라 쌀가공식품이 세계화에 성공하더라도 국내 기업들의 현지 생산 및 원료곡 경쟁력이 높은 국가의 수출에 의해 빠르게 대체될 가능성이 높음.
 - 김치는 세계화에 일정 정도 성공하였으나 원료의 낮은 가격 경쟁력으로 현재 우리나라는 김치 순 수입국임.

2.1.3. 정책 방안

- 전략작물직접지불제 대상 품목으로 가공용 쌀을 지정하고 쌀 산업의 수급 상황을 고려하여 점차적으로 생산성 증대(단지화, 다수성 품종 육성 등)에 대한 유인을 제공하여 안정적인 원료곡 조달체계와 쌀 가공품의 가격 경쟁력을 확보할 필요가 있음.
- 가공용쌀의 전략작물직접지불제 대상 품목 추진
 - 가공용쌀은 수입 밀을 대체하여 식량자급률 증대에 기여할 수 있을 뿐만 아니라 철저한 유통관리를 통해 쌀 수급 불안 해소에도 도움을 줄 수 있음.
 - 철저한 유통관리와 함께 가공용쌀의 생산 효율성을 높일 수 있도록 다수확 품종 육종, 재배·생산 기술에 대한 R&D 투자 필요. 가공용 쌀의 경우 ‘다수확 쌀’ 생산으로 육종 방향 및 기술 체계의 정책 전환 추진
 - 이를 위해서는 밥쌀용 쌀과 분리된 가공용 쌀 유통 체계의 구축이 필요함.

〈글상자 6-1〉 전략작물직접지불제

밀·콩과 같이 수입에 의존하는 작물의 국내 생산을 확대하고 구조적 과잉인 밥쌀용 벼 재배를 줄여 만성적인 쌀 수급불안을 해소하면서 논 이용률을 향상시키기 위해 2023년부터 시행

〈전략작물직불제 대상 품목 및 지급단가〉

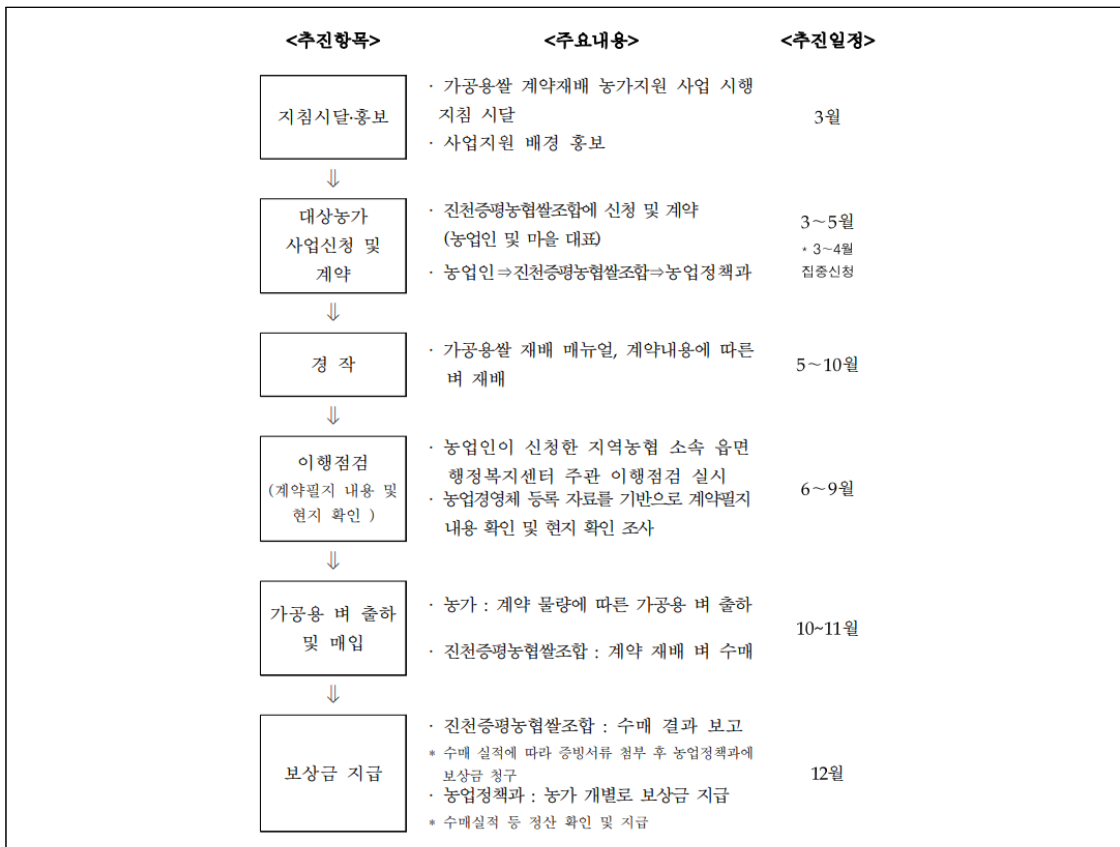
대상 품목		지급단가(만 원/ha)	
단작	동계	밀, 보리, 귀리 등 동계 식량작물	50
		청보리, 라이그라스 등 동계 조사료	50
	하계	가루쌀, 콩	100
		하계 조사료	430
이모작	밀-가루쌀, 밀-논콩		250
	동계조사료-가루쌀, 동계조사료-논콩		250
	이외 동·하계 이모작은 단작 단가를 합산하여 지급		

- 쌀 생산단지(농가)와 쌀가공업체간 전략제휴 지원사업 추진
 - 일본의 ‘쌀 신시장 개척 등 촉진 사업’과 같이 농가와 쌀가공업체가 전략제휴(계약재배 등)를 통해 가공용쌀을 생산할 경우 계약 이행에 수반되는 비용(생산비 등)의 일부를 중앙정부와 지방정부가 공동지원

〈글상자 6-2〉 진천군 가공용쌀 계약재배 농가 지원사업 사례

- (목적 및 내용) 가공용쌀 재배를 통한 농가소득 증대와 진천쌀 소비 확대를 위해 가공용쌀 계약재배 농가 지원사업 추진함.
 - 2023년 사업비는 162백만 원(군비 100%), 품종은 황금노들과 보람찬을 사용함.
 - 지원대상으로는 진천증평농협쌀조합 공동사업법인과 가공용쌀(황금노들, 보람찬) 계약재배 약정을 체결하고 실제 벼 수매를 실시한 농업인이 해당됨.
- (시행 절차) 가공용쌀 계약재배 지원사업은 1)지침 시달 및 홍보, 2)대상 농가 사업신청 및 계약, 3)경작, 4)이행점검, 5)가공용 벼 출하 및 매입, 6)보상금 지급의 순으로 이루어짐.
 - 3월에는 지침 시달 및 홍보(3월) 단계에서는 가공용쌀 계약재배 농가지원 사업 시행 지침을 시달하며, 이후 5월까지 진천증평농협쌀조합에 신청 및 계약을 진행하게 됨.
 - 다음으로 10월까지 가공용 쌀 재배 매뉴얼과 계약 내용에 따라 재배가 시행되고, 그 기간 동안 진천증평농협쌀조합 공동사업법인에서 이행점검을 실시함. 다음으로 10~11월까지는 출하물량의 품위검사에 통과한 물량에 한하여 매입을 진행하며, 11월 말에 결과보고를 제출한 후 정산 및 보상금이 12월에 지급됨.
 - 진천증평농협쌀조합공동사업법인이 농가별 매입품종, 매입량 등을 확인한 후에 농업정책과에 제출하면 농업정책과가 결과 보고 및 증빙서류를 검토한 후 보상금을 농가별로 개별 지급함.

〈가공용쌀 계약재배 지원사업 추진체계〉



- (지원단가) 1,350원/포(ha당 조곡 200포 한도), 지급 기준은 벼 수분은 15%로 환산하여 정산수매를 실시함(보상금은 수매실적에 따라 지급함(40kg들이 한 포당 1천 700원, 1ha당 34만 원 지원)).
- (성과) 최근 성과로는 2022년 가공용쌀을 이용한 고품질화 실현을 목표로 생거진천쌀 프리미엄 햇반 출시/대한민국 국가브랜드 대상 쌀 부문 1위를 달성함.
- 경기도, 익산시, 아산시도 이러한 가공용쌀 계약재배 농가 지원사업을 하고 있으며 함양군(2015년 한정), 여주시(2015년 한정), 영주시(2010년 한정), 사천시(2011년 한정), 횡성군(2015년 한정)의 경우 1회 성으로 실시됨.

2.2. 수출 지원체계 강화

2.1.1. 쌀가공식품 해외수출 물류거점 서비스 지원

가. 필요성

- 쌀 가공식품 해외수출 물류거점 서비스란 자체적으로 배송물류 기반 구축이 어려운 소규모·영세 쌀가공식품업체에 대한 수출 지원을 통해 쌀 가공식품에 대한 수출 단가를 낮춰 대외 경쟁력을 제고시킬 필요가 있음.
- 본 서비스에 대한 지원 대상은, 중기업, 소기업, 소상공인에 해당하는 확인서를 소지한 쌀 가공식품 제조업체 및 수출업체에 해당함.

나. 정책 방안

- 쌀가공식품 해외수출 물류거점서비스 지원의 주요 내용은 인천과 부산항의 상온·저온의 풀필먼트¹⁹⁾를 진행할 수 있는 거점물류센터를 임대해주는 것을 통해 해외 수출을 진행하려는 쌀 가공식품 생산업체에 대한 지원으로 구분할 수 있음.

¹⁹⁾ 풀필먼트(Fulfillment) : 주문 상품이 물류창고를 거쳐 고객에게 배송되기까지의 전 과정(입고, 보관, 상하차, 수출 등)을 일괄처리하는 것.

〈표 6-5〉 쌀가공식품 해외수출 물류거점 서비스 지원 사업

구분	내용
목적	쌀 가공식품 업체에 대한 수출지원을 통한 쌀가공식품 수출단가 감소 및 대외 경쟁력 제고
대상	중기업, 소기업, 소상공인에 해당하는 쌀가공식품 제조업체 및 수출업체
지원	①인천/부산항, 상온/저온 풀필먼트 거점물류센터 임대 ②수출 물류 바우처 발행을 통한 업체 지원

자료: 저자 작성.

2.2.2. 쌀 가공식품의 홍보를 위한 박람회 상시 정례화 및 업체 운영 지원사업

가. 필요성

- 해외거점 전시도매센터 운영 지원사업은 해외거점별 대한민국 쌀가공식품 상설도매센터를 운영하면서, 상시적으로 현지 도매상을 대상으로 비즈니스를 통해 로컬 시장에 대한 공략과 이를 통한 수출 판로를 확대할 필요성이 있음.

나. 정책 방안

- 해외거점 전시도매센터 운영 지원
 - 본 사업의 내용은 1) 온·오프라인을 연계한 해외거점 유통플랫폼(전시도매센터)을 구축 및 운영하고, 2) 상설 전시도매센터 쌀가공식품을 전시·홍보하며, 3) 해외 거점 유통업체 바이어 확보를 통한 상시 수출상담회를 진행하는 것을 포함함.
- 쌀가공식품산업대전(라이스쇼) 온라인전시관 확대 추진(쌀가공식품 B2B 온라인 거래 플랫폼)
 - 쌀가공식품산업대전(라이스쇼) 온라인전시관 확대 추진 사업은 라이스쇼의 참가한 업체들의 제품에 대한 온라인 판로 확대와 이를 통한 수출 소비를 활성화하는 것이 목적임.
 - 본 사업은 라이스쇼 현장·참가업체 홍보관 및 바이어 매칭 창구로 활용되고 있는 온라인 전시관 규모를 확대하여 라이스쇼 참가업체의 제품을 해외 바이어가 “라이스쇼 온라인전시관”을 통해 구매할 수 있는 B2B 플랫폼 형태를 구축하는 것임.
- 쌀가공식품산업대전(라이스쇼) 홍보·마케팅 확대 추진
 - 쌀가공식품산업대전(라이스쇼) 홍보·마케팅 확대 추진 사업은 쌀가공식품산업대전 내 부대 프로그램 및 참가업체(중소기업)에 대한 언론홍보를 강화하는 것임.

- 본 사업의 주요 내용은 1) 언론이나 매체, 소셜미디어 홍보 등 바이어 및 참관객 타겟 홍보를 위한 전시에 대해 사전 홍보를 확대하는 것과, 2) 홍보·마케팅 역량이 타 업체에 비해 부족한 참가업체의 개별 콘텐츠를 강화하고, 부대 이벤트와의 홍보를 연계하는 것임.

○ 쌀가공식품 수출 확대를 위한 해외 박람회 개최

- 쌀가공식품 수출 확대를 위한 해외 박람회 개최 사업의 목적은 쌀 가공식품 수출이 매년 증대됨에 따라 해외 박람회에 “한국관”을 신설하고, 이를 통한 국내 쌀가공제조업체에 대한 수출 판로를 지원하는 것임.
- 주요 내용은 1) 선정된 10개 사에 대해 미주/유럽에 대한 박람회 참가를 1회 지원하고, 2) 쌀가공제조업체 수요 조사를 통한 해외국가(미주/유럽/아시아 등)를 타진하며, 3) 전 세계 K-FOOD에 대한 확산으로 “한국관”의 위상이 드러난 목공 형태의 부스를 제공하는 것임.

〈표 6-6〉 쌀 가공식품의 홍보를 위한 박람회의 상시 정례화 및 업체 운영 지원사업

구분	내용	
해외거점 전시도매센터 운영지원	목적	로컬 시장 공략을 통한 수출 판로 확대
	내용	①온·오프라인 연계한 해외거점 유통플랫폼 구축·운영 ②상설 전시도매센터 쌀가공식품 전시·홍보 ③해외 거점 유통업체 바이어 확보를 통한 상시 수출상담회 진행
	지원방식	보조금 지원
쌀가공식품산업대전(라이스쇼) 온라인 전시관 확대추진 (쌀가공식품 B2B온라인 거래 플랫폼)	목적	라이스쇼 참가업체에 대한 수출 소비 활성화
	대상	라이스쇼 참가 업체
	내용	라이스쇼 참가 제품을 해외 바이어가 구매할 수 있는 플랫폼 형태로 전환
쌀가공식품산업대전(라이스쇼) 홍보·마케팅 확대 추진	목적	쌀가공식품산업대전 참가업체에 대한 언론 홍보
	대상	쌀 가공식품대전 참가업체
	내용	①전시 내용의 사전 홍보 확대 ②홍보 및 마케팅 역량이 부족한 참가업체에 대한 홍보
쌀가공식품 수출 확대를 위한 해외박람회 개최	목적	쌀가공제조업체 수출 판로지원
	내용	①미주/유럽 박람회 1회 참가 ②해외국가 타진(미주/유럽/아시아 등) ③6~10개사에 대한 부스 추진
	지원방식	임차비 및 참가비 100%, 물류 1CBM, 통역

자료: 저자 작성.

2.2.3. 쌀 가공품 수출입 동향 분석 및 배포

가. 필요성

- 쌀 가공품 수출입 동향 분석 보도자료 배포를 통해 수요자들에게 시의적절한 정보를 제공할 필요성이 있음.

나. 정책 방안

- 본 사업은 쌀 가공품 수출입 동향 분석 보도자료 배포를 통해 수요자들에게 시의적절한 정보를 제공하는 것을 목적으로 함. 이에 따라 관련 보도자료를 월간 또는 격월간으로 제작·배포함으로써 정기적인 정보를 제공.
- 지원방식은 식품제조업체, 외식업체, 소비자단체, 언론계, 정책담당자, 관련 연구자 등 다양한 수요계층의 식품산업 정보 수요자 인적 DB를 구축하는 것임.

〈표 6-7〉 쌀 가공품 수출입 동향 분석 및 배포 사업

구분	내용
목적	보도자료를 배포함으로써 시의성 있는 식품산업 정보 분석 결과 제공
내용	쌀 가공품 수출입 동향에 대한 자료를 월간 또는 격월간으로 제작·배포
지원방식	식품제조업체, 외식업체, 각종 생산·소비자단체 등 다양한 수요계층이 요구하는 정보의 DB화

자료: 저자 작성.

2.3. 유망 제품 및 시장 지원

2.3.1. 지역상생 및 프랜차이즈 협력 지원

가. 내용 및 필요성

- 지역 특산물 및 프랜차이즈와 연계한 제품 생산 시 지원
 - 쌀가공식품 생산 체험, 프랜차이즈 업체와 협업한 우리쌀 제품 개발 등 농촌과의 상생 및 체험을 통한 소비자의 가치소비 욕구를 충족시킬 수 있음.
 - 새로운 신토불이 문화, 체험과 소비 연계, 농촌과 상생 등 최근 소비자들이 추구하는 가치 소비에 부합함.

○ 대형 유통업체와 제휴하여 쌀가공식품 소비처 제공

○ 밀가루 대비 단가가 높은 쌀을 원료로 사용함으로 인한 제품가격 상승에 대응하여 건강, 상생, 특산물 등 이미지 구축 필요

나. 유사 지원 사례

○ 식품업계는 지역 특산물을 활용한 ‘로코노미(loconomy)’ 마케팅을 활용하여 지역 홍보 및 농산물 판로 확대에 기여함.

- 한국 맥도날드는 2021년 ‘창녕 갈릭 버거’, 2022년 ‘보성 녹돈 버거’, 그리고 2023년 ‘진도 대파 크림 크로켓 버거’ 등 지역 특산물을 활용한 K-버거를 개발 및 판매하여 지역 농산물을 홍보하고 판로를 확대함.
- 롯데웰푸드는 2023년 5월 해남 녹차를 활용한 ‘해남 녹차 빼빼로’를 출시했으며, 새로운 지역 상생 빼빼로 개발을 시도하고 있음.
- 메가MGC커피는 2022년부터 제주 레몬, 장수 오미자, 청도 홍시, 고흥 유자 등 지역 특산물을 활용한 음료를 개발하며 지역 농가의 판로 개척 및 지역경제 활성화에 기여함.

〈그림 6-1〉 지역 특산물을 활용한 제품 개발 사례



자료: 롯데웰푸드 홈페이지. <https://www.lottewellfood.com/>, 메가MGC 커피 홈페이지. <https://www.mega-mgc-coffee.com/>, 맥도날드 홈페이지. <https://www.mcdonalds.co.kr/kor/main.do>. 검색일: 2023년 11월 1일.

○ 신세계 백화점은 코로나19 확산에 따라 판로확보에 어려움을 겪는 화훼 농가를 위해 수요가 적은 꽃을 대량 매입 및 판매하는 ‘블라썸 데이’ 진행 및 2013년 7월부터 청년 농부들이 기른 작물 및 가공품을 판매할 수 있는 ‘파머스 마켓’을 운영함.

- 신세계 백화점 강남점에서 진행된 ‘블라썸 데이’ 행사에서 리시안셔스, 스톡크 등 꽃 200단을 경기도 화성 화훼농가에서 매입·판매함.

- 농부들은 ‘파머스 마켓’ 특설 매장에서 견과류, 우유 및 치즈 등을 판매할 수 있으며, 신세계 백화점과 e커머스 업체 등 안정적 거래처를 확보할 수 있음.

〈그림 6-2〉 신세계 백화점의 ‘블라썸 데이’, ‘파머스 마켓’



자료: 신세계 그룹 뉴스룸. <https://www.shinsegaegroupnewsroom.com/tag/%EB%B8%94%EB%9D%BC%EC%8D%B8%EB%8D%B0%EC%9D%B4/>. 검색일: 2023년 11월 1일.

- 이마트 24는 2019년 이천 쌀을 이용한 이천쌀콘 아이스크림, 이천쌀라떼를 출시했으며, 2020년 컵 형태의 이천쌀 아이스크림을 출시함.
 - 이천쌀콘 아이스크림과 이천쌀라떼컵 개당 찌쌀 5g이 들어가며 2019년 5월 출시하여 동년 약 10톤의 이천 쌀을 사용한 것으로 나타남.

〈그림 6-3〉 이천 쌀을 이용한 제품 개발 사례



자료: 이마트24 홈페이지. <https://m.emart24.co.kr/press/1213.>, 님터 홈페이지. <https://m.damtuh.com/>. 검색일: 2023년 11월 1일.

- 스타벅스는 ‘문경 오미자 피치오’, ‘광양 황매실 피치오’, ‘공주 보니밤 라떼’ 등 지역 특산물을 이용한 음료를 지속적으로 개발했으며, 2019년 ‘이천 햅쌀 라떼’와 ‘이천 햅쌀 프라푸치노’를 출시하였고, 2023년 우리 농산물인 흑미를 활용하여 ‘블랙 햅쌀 고봉 라떼’를 출시함.

- 이천 쌀 음료는 출시 3주만에 60만 잔 이상 판매되었고, 이를 통해 이천쌀 약 16톤이 소비된 것으로 나타남.

〈그림 6-4〉 쌀을 이용한 제품 개발 사례(스타벅스)



자료: 스타벅스 홈페이지. <https://www.starbucks.co.kr/index.do>. 검색일: 2023년 11월 1일.

○ 파리바게트는 2012년부터 영천 미니사과, 강진 파프리카, 진주 쌀기 등 지역 농가와 MOU를 체결하여 관련 제품을 출시했으며, 2023년 우리 농산물을 활용한 제품을 출시해 농업의 미래성장을 지원하는 SPC그룹 ‘행복상생 프로젝트’의 일환으로 가루쌀을 활용한 제품들을 개발함.

- ‘우리쌀 유자 롤케익’, ‘우리쌀 견과 파운드’, ‘바삭한 우리쌀 모나카’, ‘떡 하니 행복 찰떡 만월빵’ 등 다양한 제품을 출시함.

〈그림 6-5〉 쌀을 이용한 제품 개발 사례(파리바게트)



자료: 파리바게트 홈페이지. <https://www.paris.co.kr/>. 검색일: 2023년 11월 1일.

다. 정책 방안

- 대형 유통업체와 제휴를 통한 쌀가공식품 판매관 또는 쌀가공식품 데이 운영
- 프렌차이즈와 협력한 제품 생산 시 원료(가공용 쌀) 구입비 지원
- 지역 상생(지자체 협력, 지역특산물 활용 등) 제품 생산 시 원료(가공용 쌀) 구입비 및 홍보비 지원

2.3.2. 소규모 쌀가공식품 생산업체 대상 배송체계 마련

가. 내용 및 필요성

- 생산 업체의 규모와 제품의 짧은 유통기한을 고려한 배송체계 마련 및 배송비 지원
 - 쌀 가공식품 생산에서 큰 비중을 차지하는 떡류는 소규모 업체가 다수이며, 제품의 특성상 유통기한이 짧은 제품이 많음.
 - 쌀 가공식품 대상 물류 및 배송협약 체결 지원을 통해 소규모 업체의 비용 절감에 기여
- 최근 소비트렌드를 고려하여 당일 및 익일 배송을 통한 온라인 거래 활성화 기대

나. 유사 지원 사례

- 인천시는 ‘인천 소상공인 공동물류센터 구축을 통한 공유물류 서비스 실증사업’을 통해 시내에 ‘소상공인 공동물류센터’²⁰⁾ 7일간의 시범운영을 시행한 이후 2023년 7월 10일부터 정식 운영 중에 있음.
 - 이는 미리 지정된 노선을 통해 인천시에 속한 7대의 1톤 전기화물차량이 소상공인 배송 물품을 특정 시간에 구역별로 순회하며 공동물류센터로 신속히 집하작업을 실시해 배송 속도를 제고시키고, 비용을 감축해 소상공인의 온라인을 통한 판매 경쟁력을 높이려는 취지로 실시됨.
 - 인천시는 소상공인 배송 물품에 대한 공동물류센터로의 집화비용을 지원, 소상공인이 자체적으로 부담하는 배송비를 공동물류센터의 운영사 및 택배사, 그리고 배송업체와의 논

²⁰⁾ 운영사는 (주)비이투브이로, 현재 인천시 지원 대상에 속한 소상공인 200여 개 업체 중 150개의 업체가 참여함.

의를 통해 인천과 서울에 대한 당일배송은 3,500원(소상공인이 미리 지정한 장소로 입고 시 3,000원), 전국 익일 배송은 2,500원으로 책정하였음.

○ 또한, 인천시 강화군에서는 농산물과 수산물에 대한 택배비 지원사업을 실시함.

- 농산물은 직거래 시 택배비를 지원하며, 지원 대상은 강화군에 주소를 둔 농업인 및 생산자 단체로, 개인 100건, 단체는 500건까지 건당 5,000원 기준으로 그 60%에 해당하는 3,000원을 지원함.
- 수산물 지원 대상자는 관내에 주소가 있는 어업인 또는 어업인 단체로서, 거구지 내 사무소에서 신청 가능하며, 개인은 100건 최대 30만 원, 생산자단체는 택배 200건까지 최대 60만 원을 지원함. 지원을 받기 위해서는 택배 송장에는 '강화군 수산물 내용 확인필' 날인이 필요하며, 제품화되어 판매되는 가공품 및 중간유통 방식으로 거래되는 상품 또는 타지역에 거주하는 가족에게 송부되는 택배에 대한 비용은 지원대상에서 제외함. 2023년에는 수산물 택배비 지원을 전년인 2022년 대비 4배 이상 확대하여 1억 4천여만 원의 사업비를 확보했으며, 개인은 1건당 3,000원씩 최대 150건, 생산자단체는 1건당 3,000원씩 최대 200건까지 지원받을 수 있음.

○ 해양수산부는 9월 한 달에 한하여 '2023년 섬 지역 생활물류(택배)'의 추가운임 지원사업을 실시하고 있음(인천, 경기, 충남, 전북, 전남, 경북, 경남, 제주).

- 이는 배삯의 포함으로 인해 도심보다 평균적으로 5배 높은 택배비용을 내는 섬 주민들의 경제적 부담을 감축시키기 위한 것임.
- 지원 금액으로는 도심에서 섬으로 배달하는 택배는 실제 비용과 무관하게 시나 군별로 건당 일정 금액을 지원하며, 섬에서 도심으로 발송하는 택배의 경우, 운송장 번호 및 지불증빙자료를 제출할 시 지불했던 추가배송비를 돌려주는 형식을 취함(신청인 계좌로 일괄 지급).

〈그림 6-6〉 인천시 9월 추가배송비 지원 안내문 예시



자료: 인천광역시 홈페이지. <https://www.incheon.go.kr/search/search?kwd=%EB%B0%B0%EC%86%A1%EB%B9%84+%EC%A7%80%EC%9B%90>. 검색일: 2023년 11월 1일.

다. 정책 방안

○ 소규모 쌀가공식품 생산업체 대상 공동 물류체계 마련 및 배송비 지원

- 지역 및 거점별 물류센터 구축
- 물류센터의 운영사, 택배사와 협약하여 유통기한이 짧은 쌀 가공품 신속배송 체계 마련
- 개별 배송 대비 배송비 절약
- 지역 및 거점 물류센터 활용이 어려운 업체에 대한 개별 배송비 지원

2.4. 글루텐프리 인증 및 홍보 지원

가. 내용 및 필요성

○ 글루텐프리 인증 지원 및 국내외 홍보 방안 마련

- 글루텐프리, 락토베지테리안 제품 생산을 통해 건강을 추구하는 소비자를 대상으로 쌀면, 쌀빵, 쌀음료를 시장을 공략할 수 있음.
- 또한, 글루텐 불내증에 대한 우려가 큰 국가 중심의 마케팅으로 수출 증대

- 쌀가공식품협회는 영국의 BRCGS(소매협회 식품안전 국제규격)와 글루텐프리 인증표준 및 동등성 협약을 진행 중이며, 유럽 웰빙 전시회에 참여하여 한국글루텐프리 홍보
 - 한국글루텐프리와 BRCGS 글루텐프리 인증의 동등성 협약, 심사 및 교육, 인증 관련 사항에 대한 협의 및 논의 진행
 - 쌀은 대표적인 글루텐프리식품의 원료로 쌀가공식품에 대한 유럽 현지의 관심도가 높음.
- 안전하고 건강한 식생활을 추구하는 소비자 증가에 대응하여 쌀가공식품의 장점 극대화 필요
 - 쌀가공식품업체 한국글루텐프리 인증 획득비용 지원사업은 글루텐프리 인증획득 비용부담 경감을 통해 글루텐프리 인증제품 수출 확대를 도모할 필요가 있음.

나. 정책 방안

- 글루텐프리인증 관리와 홍보를 위한 전문인력 양성(인증센터 설립 또는 협회 내 인증팀 구성 등), 인증의 지속적 관리와 해외협력 지원(참가비 및 제반 경비 지원 증대) 필요
- 쌀가공식품업체 한국글루텐프리 인증 획득비용 지원
 - 국내에서 한국글루텐프리 인증을 받고자 하는 모든 기업을 대상으로 추진할 필요가 있음.
- 한국 글루텐프리 인증제품 해외 홍보 지원을 통한 해외수요 확대
 - 한국 글루텐프리 인증제품 해외 홍보 지원은 실수요국가인 미국과 영국을 중심으로 연간 1회의 국제식품 전시나 박람회에 정례적으로 참가하고 한국 글루텐프리 부스를 운영·홍보하는 것이 주요 내용임.
- 쌀가공식품 수출 확대를 위한 인증표준 연구개발
 - 쌀가공식품 수출 확대를 위한 인증표준 연구개발 사업은 글루텐프리 인증의 국제화 및 기타 수출에 필요한 인증개발을 통한 쌀가공식품 기업의 수출확대를 지원하는 것을 목적으로 함. 본 사업의 대상은 한국글루텐 프리 인증과 GFSI 승인인증을 받은 기업임.

〈표 6-8〉 글루텐프리 인증 관련 사업

구분		내용
쌀가공식품업체 한국글루텐프리인증 획득비용 지원	목적	글루텐프리 인증제품 확대 및 수출 장려
	대상	한국글루텐프리인증을 받으려는 기업
	지원방식	인증 획득에 필요한 비용의 70% 국고지원
한국 글루텐프리 인증제품 홍보지원을 통한 해외수요 확대	목적	한국글루텐프리 인증 및 인증제품 수출 확대 지원
	대상	한국글루텐프리 인증제품을 보유한 기업
	내용	연1회 국제식품전시·박람회 참가, 한국글루텐프리부스 운영 및 홍보
	지원방식	1) 국고지원(협회) : 공동 장치 및 서비스 제공, 전시 운영비 등 2) 국고지원(기업) : 한국글루텐프리인증기업 참가비(임차비), 장치비, 물류비 등 3) 자부담(기업) : 교통비, 숙박비, 식비 등 기타잡비
쌀가공식품 수출확대를 위한 인증표준 연구개발	목적	글루텐프리 인증의 국제화 및 쌀가공식품 기업의 수출확대
	대상	한국글루텐프리 인증, GFSI승인인증(FSSC22000, BRC 등)
	내용	컨설팅을 통한 글루텐프리인증의 정식 인정제도로의 도입, 국제표준화 및 수출관련 인증 개발과 해외 인증의 국내 도입
	지원방식	컨설팅 비용 지원

자료: 저자작성.

2.5. 전통주 활성화

2.5.1. 국내 주류산업 동향

○ 2022년 국내 주류산업의 매출액은 9조 9,700억 원으로 2018년 이후 연평균 2.5%씩 성장하였으며, 2021년 대비 10% 이상 증가하였음.

- 2022년 기준 국내 주류산업은 맥주와 희석식 소주가 전체 출하액의 81.6%를 차지하며, 전통주 등으로²¹⁾ 분류되는 주류의 출하액 비중은 13.4%임.
- 2022년 국내 주류 시장은 맥주(41.6%), 희석식 소주(40.0%), 탁주(5.2%), 기타주류(3.0%), 증류식소주(1.4%), 과일주(1.3%), 청주(1.3%), 약주(0.7%), 리큐르(0.3%), 일반증류주(0.2%), 위스키(0.2%), 브랜디(0.0%) 순임.
- 코로나19로 인해 주춤하던 주류시장은 2022년 성장세로 전환되었으며, 최근 5년간 연평균 성장률이 가장 크게 증가한 주류는 증류식 소주(43.4%)와 위스키(26.1%)임.
- 증류식 소주와 위스키의 시장점유율은 여전히 매우 낮은 수준이나, 향후 성장 가능성이 매우 높다고 볼 수 있음.

21) 전통주 등으로 구분된 주류는 지원을 받을 수 있는 전통주와 다른 개념으로 탁주, 약주, 청주, 과일주, 증류식소주, 일반 증류주, 리큐르, 기타주류를 포함하고 있음. 전통주 등으로 분류된 주류 내 전통주(민속주+지역특산주)가 포함됨.

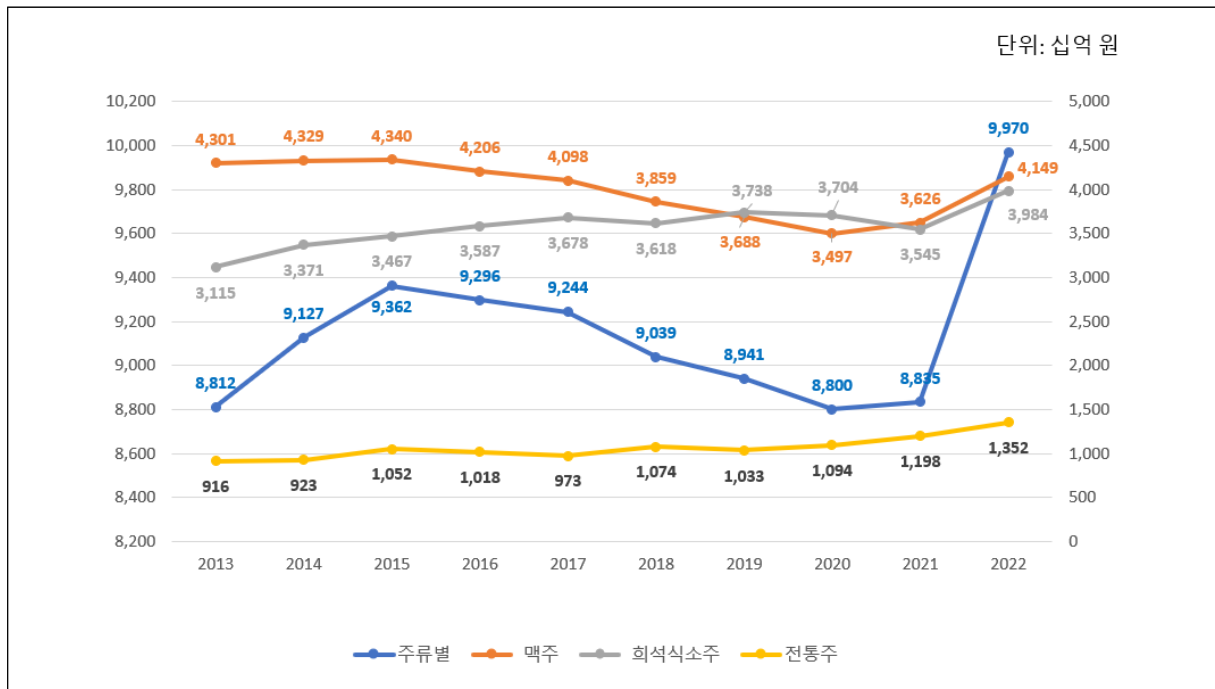
〈표 6-9〉 주종별 출하액 추이

단위: 십억 원

구분	2018		2019		2020		2021		2022		연평균 변화율 (%)
	출하액	비중 (%)	출하액	비 중(%)	출하액	비중 (%)	출하액	비중 (%)	출하액	비중 (%)	
주류 전체	9,039	100	8,941	100	8,800	100	8,835	100	9,970	100	2.5
맥주	3,859	42.7	3,688	41.2	3,497	39.7	3,626	41.0	4,149	41.6	1.8
희석식 소주	3,618	40.0	3,738	41.8	3,704	42.1	3,545	40.1	3,984	40.0	2.4
위스키	7.6	0.1	5.1	0.1	4	0.0	5.8	0.1	19.2	0.2	26.1
브랜드	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-
전통주 등	1,066	11.8	1,028	11.5	1,090	12.4	1,192	13.5	1,333	13.4	5.7
탁주	459	5.1	443	5.0	471	5.4	510	5.8	519	5.2	3.1
약주	64.4	0.7	62.4	0.7	53.9	0.6	64.5	0.7	69.2	0.7	1.8
청주	111	1.2	108	1.2	106	1.2	114	1.3	127	1.3	3.4
과실주	103	1.1	91.7	1.0	97	1.1	128	1.4	128	1.3	5.6
증류식 소주	33.3	0.4	38.4	0.4	44.8	0.5	64.6	0.7	141	1.4	43.4
일반증류주	13.4	0.1	12.6	0.1	10.9	0.1	11.8	0.1	16.2	0.2	4.9
리큐르	25.7	0.3	19.2	0.2	16	0.2	28	0.3	33.4	0.3	6.8
기타주류	257	2.8	252	2.8	291	3.3	272	3.1	299	3.0	3.9

자료: 국세청, 국세통계.

〈그림 6-7〉 주요 주류별 출하액 추이



자료: 국세청, 국세통계.

○ 2022년 전통주(민속주+지역특산주) 시장규모는 1,629억 원으로, 주류 전체 출하액(약 10조 원)의 1.6%를 차지함.

- 전통주 출하액은 꾸준히 증가하고 있으며, 2022년 출하액은 2018년 이후 연평균 37.5%, 전년 대비 73.0% 성장함.
- 전통주 산업의 규모 확대는 지역특산주 출하액 증가가 큰 비중을 차지함.

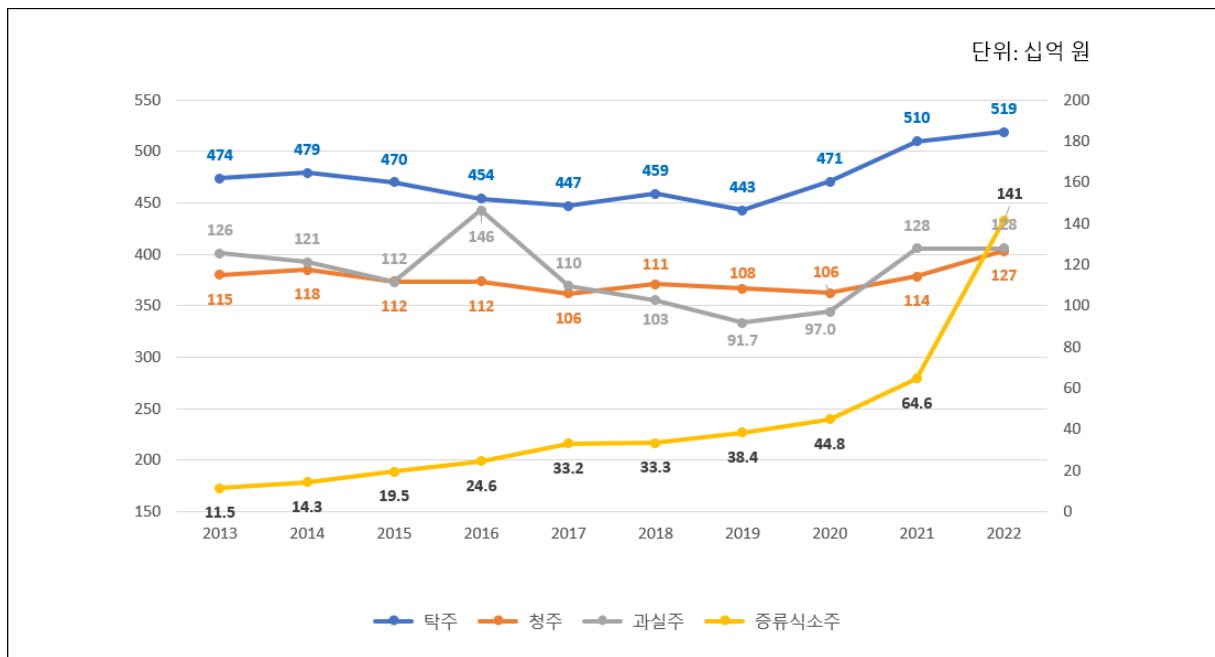
〈표 6-10〉 전통주 출하액 추이

단위: 백만 원

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2022년도 비중(%)	연평균 변화율(%)
주류 전체	9,039,379	8,941,278	8,799,538	8,834,539	9,970,322	100	2.5
전통주 등	1,065,911	1,027,639	1,090,250	1,192,385	1,332,623	13.4	5.7
전통주	45,573	53,128	62,665	94,149	162,912	1.6	37.5
민속주	11,999	12,167	11,997	10,973	10,616	0.1	-3.0
지역 특산주	33,574	40,961	50,668	83,176	152,296	1.5	45.9

자료: 국세청, 국세통계.

〈그림 6-8〉 주요 전통주 출하액 추이



자료: 국세청, 국세통계.

○ 2022년 전통주의 주종별 출하액 비중을 살펴보면, 증류식소주(29.3%)와 탁주의 비중이 높고 그 다음으로 과실주(18.2%), 약주(9.0%) 순임.

- 민속주는 증류식소주가 36.8%로 가장 큰 비중을 차지하며 다음으로 약주(26.8%), 탁주(16.2%)순임.
- 지역특산주는 탁주가 29.3%, 증류식 소주가 28.7%, 과실주가 19.5%를 차지함.

〈표 6-11〉 전통주 주종별 출하액(2022년도 기준)

단위: 백만 원

구분	전통주 등	전통주			전통주 외
		민속주	지역특산주		
합계	1,332,623	162,912 (100.0)	10,616 (100.0)	152,296 (100.0)	1,169,711
탁주	518,974	46,340 (28.4)	1,752 (16.5)	44,588 (29.3)	472,634
약주	69,218	14,741 (9.0)	2,842 (26.8)	11,899 (7.8)	54,477
청주	126,584	1,651 (1.0)	-	1,651 (1.1)	124,933
과실주	127,967	29,686 (18.2)	-	29,686 (19.5)	98,281
증류식소주	141,206	47,665 (29.3)	3,905 (36.8)	43,760 (28.7)	93,541
일반증류주	16,175	12,567 (7.7)	816 (7.7)	11,751 (7.7)	3,608
리큐르	33,444	7,504 (4.6)	1,283 (12.1)	6,221 (4.1)	25,940
기타주류	299,055	2,758 (1.7)	18 (0.2)	2,740 (1.8)	296,297

자료: 국세청, 국세통계.

2.5.2. 주류 관세 현황 및 전통주 혜택

○ 법률상 전통주는 민속주와 지역특산주를 의미함.

- 여기서 민속주는 주류 부문 무형문화재 보유자 혹은 식품명인이 주세법에 따라 제조한 술이며, 지역특산주는 농어업경영체 및 생산자단체가 직접 생산하거나 주류제조장 인근에서 생산된 농산물을 주 원료로 제조하는 주류를 의미함.
- 전통주의 혜택은 주세 경감(50%), 시설기준 완화, 직접 판매 및 온라인 판매 허용이 있음. 즉, 직접적인 비용 절감과 판매채널 확대에 의한 활성화가 예상되며, 시설기준 완화는 진 입장벽은 낮추는 역할을 함.

○ 종량세가 부과되는 주류는 주정, 탁주, 맥주이며, 이외 주류는 종가세가 적용됨.

- 발효주류의 종가세는 30%, 증류주류는 72%임.

- 주류는 출고가격에 주세(종량세 또는 종가세)가 적용되며, 이후 주세에 따라 교육세가 부과됨.
- 최종적으로 출고가격과 주세, 교육세의 합에 부가가치세(10%)가 부과됨.

〈표 6-12〉 주종별 과세 표준

대분류	세분류	세율	주종별 특징
주정	주정	57원/리터	녹말 함유 원료를 발효시켜 알코올 85도 이상으로 증류한 것
발효주류	탁주	41.7원/리터	녹말 함유 원료를 발효시켜 만든 술
	약주	30%	탁주를 맑게 여과한 술(누룩 1%이상)
	청주	30%	쌀을 발효시켜 맑게 여과한 술(누룩 1% 미만)
	과실주	30%	과실을 발효시켜 맑게 여과한 술
	맥주	830.3원/리터	발아 맥류를 발효시켜 맑게 여과한 술
증류주류	소주	72%	녹말 함유 원료를 발효시켜 증류한 술
	위스키	72%	발아 곡류를 발효·증류하여 나무통에 저장한 술
	브랜드	72%	과실주를 증류하여 나무통에 저장한 술
	일반증류주	72%	전분·당분 등의 원료를 발효시킨 후 증류·여과한 술
	리큐르	72%	증류주 중 불휘발분*이 2도 이상인 술 * 술을 끓이는 경우에도 증발되지 않고 남아있는 성분(당분, 아미노산 등)

출처: 한국농촌경제연구원, 제3차 전통주 등의 산업발전 기본계획 수립 연구(2022).

〈표 6-13〉 주류 관련 납부 세금 종류

구분	과세표준	산출방식
주세	출고가격	출고가격 × 주종별 주세율
교육세	주세	주세 × 교육세율
부가가치세	출고가격 + 주세 + 교육세	[출고가격 + 주세 + 교육세] × 10%

출처: 한국농촌경제연구원, 제3차 전통주 등의 산업발전 기본계획 수립 연구(2022).

2.5.3. 정책 방안

1) 내용 및 필요성

○ 전통주 범위를 확대하여 통한 우리 쌀 위스키에 대한 지원 증대

- 쌀은 지역별 브랜드를 가지고 있으나, 실제 술을 제조하는 데 사용되는 쌀은 산지별 품질 차이가 존재한다고 보기 어려움. 즉, 지역특산주로 인정받기 위해 특정 지역의 쌀만 사용하는 것은 비효율적임.
- 전통주 범위에 우리 쌀 위스키를 포함시켜 지역과 관계없이 국산 쌀을 사용할 경우, 전통주로 인정할 필요가 있음.

○ 우리 쌀 위스키의 전통주 인정을 위한 지원

- 전통주의 범위를 확대하기 위해서는 전통주에 대한 개념 재정립이 선행되어야 함.
- 우리 쌀 위스키 생산업체에게 해당 지역에서 생산되는 쌀을 사용하여 지역특산주로 인정 받을 수 있도록 유도해야 함. 이때 해당지역 생산농가 및 단체의 쌀 사용이 원활히 진행될 수 있도록 지원이 필요함.
- 쌀 증류주 제조업체들의 세부담 및 시설기준 완화와 판매채널 확대는 우리 쌀 증류주의 품질 및 가격 경쟁력 향상, 그리고 소비량 확대로 이어질 수 있음.

○ 증류주에 대해 종가세에서 종량세로 전환

- 주정, 탁주, 맥주는 술의 양과 도수에 비례하는 종량세가 적용되며, 그 외 주류에 대해서는 종가세가 적용되며 위스키의 경우 세율이 72%로 높은 수준임.
- 쌀을 원료로 고급화된 제품인 위스키를 생산할 경우, 세부담이 커져 주류 품질 개선 및 시장 확대에 부정적임. 따라서 우리 쌀을 원료로 하는 전통 증류주에 대해 종량세 전환하는 등 점진적인 과세 표준 개선을 통해 쌀 증류주 시장의 확대를 추진해야 함.

2) 유사 사례

○ 맥주와 탁주의 경우 2020년 주세법 개정으로 종가세에서 종량세로 전환 및 물가상승률을 고려한 물가연동제를 실시하였고, 이에 따라 소규모 수제맥주 제조업체의 주세부담 완화에 따른 가격 경쟁력 상승으로 맥주 시장이 크게 성장함.

○ 증류주인 박재범 소주는 강원도 원주의 농업회사법인(원스피리츠)에서 생산한 것으로 원주의 양조장과 협업하였으며, 원주에서 생산되는 지역농산물인 쌀을 사용하여 지역특산주로 인정받아 전통주의 혜택을 받음.

○ 한국농촌경제연구원(2022)의 연구에서도 전통주산업의 발전을 위한 대응 전략을 제안함.

〈표 6-14〉 국내 전통주산업의 SWOT 분석 및 대응 전략

국내 전통주산업의 SWOT 분석		
S(강점)	W(약점)	
S1. 전통주의 대물림으로 역사적·문화적 보전·계승의 가치 S2. 지역별 특색과 문화의 역사적 자산가치 S3. 국가와 지역의 대표브랜드로 육성 가능 S4. 지역농산물의 원료 사용으로 지역경제활성화 기여 S5. 다양한 농산물 활용으로 새로운 술 개발 가능 S6. 수출산업으로 성장 가능성이 높은 산업 S7. 높은 건강 및 웰빙 이미지 S8. 고부가가치 농촌융복합 산업화의 가능성 높음	W1. 제조업체 영세성으로 새로운 설비 투자와 R&D 투자 어려움 W2. 국산원료 농산물의 큰 가격변동성과 안정적인 원료 수급의 어려움 W3. 전통주 생산 고급인력 확보와 단순노동자 수급의 동시적 어려움 W4. 메인 유통채널 확보의 어려움과 신선한 이미지 미흡 W5. 전통주산업 육성 전문기관 부재 W6. 전통주 발전을 위한 중장기 로드맵과 추진체계 취약 W7. 전통주산업 발전을 위한 정부의 예산 부족	
O(기회)	T(위협)	
O1. MZ세대의 전통주에 대한 관심 증대로 전통주산업에 젊은층의 유입 확산 O2. 정부의 적극적 전통주산업 육성 정책 추진(법 제정) O3. 한식 기반의 웰빙 및 발효식품 관심 증대 O4. 세계적인 한류 확산으로 K-food 관심과 수출 증대 O5. 전통주 전문가 양성과 교육훈련 과정에 대한 관심 O6. 전통주 전문점과 보틀샵 등 전통주 판매공간과 트렌디한 주점 증가로 국내외 젊은 층 관심 증대 O7. 다양한 전통주 관련 자원의 중요성 인식 증대와 관광, 문화, 체험 등과의 융합 증대	T1. 소주, 맥주, 와인 등 국내외 주류대기업과의 경쟁 심화 T2. 코로나19와 경제침체로 인한 주류 소비 위축 T3. 국내산 고가 원료에 대한 부담에 따라 수입원료에 대한 의존도 심화 T4. 다양한 주류의 수입 증가에 따라 소비자의 주류 선택권 확대와 전통주 소외 가중 T5. 수입 주류의 가격·품질에 대한 비교열위로 인한 전통주의 경쟁력 저하 T6. 국내외적으로 한국 전통주에 대한 낮은 인지도	
전통주산업의 대응 전략		
O (기회)	S(강점)	W(약점)
	SO(기회를 활용해서 강점을 강화)	WO(기회를 활용해 약점을 보완)
T (위협)	SO1. 한류 확산을 활용한 한국술(K-sool) 대표 브랜드 전략 강화 SO2. 국내외 젊은층 대상 친근하고 마시기 좋은 전통주 개발로 수입주류에 대응 SO3. 농업·문화·양조·체험 등을 융합한 전통주 융복합 산업화를 통한 차별화 SO4. 지역농업을 비롯한 전통주산업의 전후방 연관산업의 연계성 강화 SO5. 고부가가치 수출산업으로 육성	WO1. 전통주산업 육성을 위한 설비 및 R&D 부문 정부 재정투융자 확대 WO2. 국산 원료 개발과 안정적 수급 강화 WO3. 교육과정 확대를 통한 고급인력 육성 강화 WO4. 전통주 전문 유통채널 확충과 신선한 이미지로의 전환 WO5. 전통주산업 육성 전문기관 설립과 이를 통한 중장기 로드맵 마련과 체계적 추진 WO6. 취약한 거버넌스의 체계화
	ST(강점을 활용하여 위협을 회피)	WT(위협을 회피하면서 약점을 보완)
ST1. 지역성, 향토성, 문화성을 활용한 제품과 기업의 스토리 강화, 대기업과 차별화 ST2. 전통주의 웰빙 이미지 강화를 통한 주류시장 속 전통주 시장 확대 ST3. 전통주의 다양성을 활용한 주류 틈새시장 공략 ST4. 전통주산업의 융복합산업화를 통한 새로운 인력 유입 유도 ST5. K-food 인지도 확산을 이용한 한국술 인지도 개선	WT1. 영세한 전통주 사업체를 강소기업으로 육성 WT2. 지역농업과의 연계성을 강화하여 가격경쟁력 높은 원료농산물의 안정적 확보 WT3. 다양한 신제품 개발로 전통주 선택권 확대와 인지도 개선 WT4. 언택트 마케팅과 플랫폼을 활용한 소비시장 유지 및 확대 WT5. 전통성을 유지하는 범위 내에서 안전성 강화와 노동력 절감을 위한 생산시설의 현대화와 첨단화	

출처: 한국농촌경제연구원, 제3차 전통주 등의 산업발전 기본계획 수립 연구(2022).

3) 정책 방안

- 전통주 범위를 우리 쌀 위스키가 포함될 수 있도록 분류 체계 개편에 대한 지원 증대
- 우리 쌀 위스키의 지역특산물 인증 지원
 - 우리 쌀 위스키의 지역특산물 인증을 위해 해당 지역 원료 사용 시 원료 구매액 지원(구매비 지원, 계약재배 시 혜택, 원료 구매 용자지원 등)
- 증류주에 대해 종가세에서 종량세로 전환
 - 단, 국내외 여건, 세수 확보, 사회 후생 변화 등을 종합적으로 고려하여 중장기적으로 접근할 필요가 있음.
- 소비자 맞춤형 홍보 지원
 - 미디어, 개인방송 등 다양한 미디어에서 쌀 증류주 및 막거리 콘텐츠 제작(음주 TPO, 음식과 페어링 등)
 - 20~30대 청년층의 전통주 소비확대와 연계하여 맞춤형 홍보 지원
 - 밀키트와 전통주를 결합한 홈술키트, 전통주 양조키트 등 체험 기반의 제품을 통해 소비확대를 추진할 수 있음.
 - 쌀 원료의 증류주를 이용한 전통주 하이볼 등 최신 주류 음용 트렌드를 고려한 홍보가 필요함.

1. 2023년 쌀 가공식품 제조업체 조사 설문지

ID <input style="width: 100px;" type="text"/>
쌀가공식품업체 현황 및 정책 수요조사
<p>안녕하십니까? 국무총리실 소속 국책연구기관인 한국농촌경제연구원에서는 쌀가공식품업체를 대상으로 설문조사를 실시하고자 합니다. 본 조사 결과는 「제3차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 기본계획」 수립 기초연구에 사용될 예정이며, 조사를 통해 수집된 정보는 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의거하여 비밀이 엄격하게 보호되며 통계 분석 이외의 다른 목적으로 이용되지 않습니다.</p> <p style="text-align: center;">2023. 09.</p> <p>✉ 작성기관 : 한국농촌경제연구원 (담당자 연락처: 식품경제연구실 주준형 061-820-2016) ✉ 수행기관 : ㈜한국결합조사연구소 (담당자 연락처: 김상훈 연구원 ☎ 02-3702-2538)</p>
응답 안내
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 모든 문항은 특별한 표시가 없는 한 2022년 12월 31일을 기준으로 작성해 주십시오. ◆ 본 설문지의 모든 내용은 귀 사업장에만 해당되는 내용입니다. 만약 본사 또는 본부, 공장이 별도로 있는 경우 구분해서 귀 사업장에 해당되는 내용만 작성해 주십시오. ◆ 응답은 귀 사업체(사업장)과 관련한 생산, 인력, 재무 등 전반적 상황을 잘 파악하고 있는 대표 또는 회사 내 관리자급 이상 직원이나 경영 또는 기획, 생산 분야 업무를 맡고 계신 책임자께서 해주시기 바랍니다. ◆ 각 문항 표 상단에 있는 '응답지침 및 용어설명'을 참고해 작성해 주시기 바랍니다. ◆ 종사자 수, 금액 등의 부분에 해당 사항이 없는 경우 '0' 또는 '-'를 표시해 주시기 바랍니다.
- 1 -

Part A	쌀가공업체 일반 현황
---------------	--------------------

A1. 귀사의 일반 현황에 대해 응답해주세요.

1) 사업체명		2) 대표자 성별	① 남성 ② 여성
3) 설립연도	()년	4) 쌀가공식품 시작연도	()년
5) 소재지	() 시·도 () 시·군·구		
6) 조직유형	① 개인사업체 ② 회사법인 ③ 비법인단체		
7) 사업체 유형	① 소상공인(소기업이면서 상시 근로자 수 10명 미만) ② 소기업(평균 매출액 기준 120억원 이하) ③ 중기업(평균 매출액 120억원 초과~1000억원 이하) ④ 중견기업(평균 매출액 1000억원 초과 또는 업종 관계없이 자산총액 5000억원 이상) ⑤ 대기업(상호출자제한기업집단 또는 채무보증제한 기업집단 소속회사 또는 자산총액 10조원 이상 법인의 피출자 기업)		

A2. 귀사의 연간 매출액에 대해 응답해주세요.

구분	(1) 2021년 연간					(2) 2022년 연간				
	조	천억	백억	십억	억	조	천억	백억	십억	억
① 전체 매출액										
② 쌀가공식품 매출액 (응답 어려운 경우 ③ 응답)										
③ 전체 매출액 중 쌀가공식품 매출액이 차지하는 비중(%)	()%					()%				

A3. 귀사의 종사자 수에 대해 응답해 주세요.

구분	(1) 2021년 연간			(2) 2022년 연간		
	남성	여성	전체	남성	여성	전체
전체	()명	()명	()명	()명	()명	()명
쌀가공식품 부문	① ()명	()명	()명	()명	()명	()명
	② ()%	()%		()%	()%	

[①, ②항 중 하나만 작성함. ②항은 명시적 구분이 어려운 경우 해당 부문 전체 종사자 수를 100%로 할 때 쌀 가공부문 업무 비중을 기입함]

A4. 귀사의 원료 쌀 및 쌀가루 구매량 및 구매액에 대해 응답해 주세요.

[정부양곡: 정부가 민간 대입 또는 수입하여 공급하는 쌀로 (사)한국쌀가공식품협회를 통해서만 구매 가능. 민간: 정부양곡 배정물량 외에 민간에서 구매하는 쌀 모두를 말하며, 농협도 민간에 포함]
[구매액과 단가는 하나만 기입]

구입처		(1) 2021년 연간 구입량			
		구매량	구매액	단가	
쌀	정부양곡	①국산	()톤	()백만원	()원/kg
		②수입산	()톤	()백만원	()원/kg
	민간	③일반미(현미 포함)	()톤	()백만원	()원/kg
		④잡 쌀	()톤	()백만원	()원/kg
		⑤싸라기	()톤	()백만원	()원/kg
		⑥특수미(향미, 후미 등)	()톤	()백만원	()원/kg
	⑦ 원료 사급형태 ↳ 위탁업체가 원료를 직접 제공하는 형태		()톤	()백만원	()원/kg
쌀 합계(①+②+③+④+⑤+⑥+⑦)		()톤	()백만원	()원/kg	
쌀가루	⑧생쌀가루(건식·습식·반습식)		()톤	()백만원	()원/kg
	⑨호화쌀가루(알과미분·볶음미분 등)		()톤	()백만원	()원/kg
	⑩프리믹스(쌀가루 외에 타 재료 혼합한 쌀가루)		()톤	()백만원	()원/kg
	쌀가루 합계(⑧+⑨+⑩)		()톤	()백만원	()원/kg

구입처		(2) 2022년 연간 구입량			
		구매량	구매액	단가	
쌀	정부양곡	①국산	()톤	()백만원	()원/kg
		②수입산	()톤	()백만원	()원/kg
	민간	③일반미(현미 포함)	()톤	()백만원	()원/kg
		④잡 쌀	()톤	()백만원	()원/kg
		⑤싸라기	()톤	()백만원	()원/kg
		⑥특수미(향미, 후미 등)	()톤	()백만원	()원/kg
	⑦ 원료 사급형태 ↳ 위탁업체가 원료를 직접 제공하는 형태		()톤	()백만원	()원/kg
쌀 합계(①+②+③+④+⑤+⑥+⑦)		()톤	()백만원	()원/kg	
쌀가루	⑧생쌀가루(건식·습식·반습식)		()톤	()백만원	()원/kg
	⑨호화쌀가루(알과미분·볶음미분 등)		()톤	()백만원	()원/kg
	⑩프리믹스(쌀가루 외에 타 재료 혼합한 쌀가루)		()톤	()백만원	()원/kg
	쌀가루 합계(⑧+⑨+⑩)		()톤	()백만원	()원/kg

A4-1. 귀사의 금년(2023년) 및 5년 후(2028년) 원료 쌀 및 쌀가루 구매량을 얼마나 전망하십니까?
 [2022년 응답단은 A4의 (2) 2022년 연간 구입량 응답 내용을 제시]

구입처		2022년 응답 (A4 응답참고)	연간 원료 구매량 전망		
			금년(2023년) 전망	5년 후(2028년) 전망	
쌀	정부 양곡	①국산	()톤	()톤	()톤
		②수입산	()톤	()톤	()톤
	민간	③일반미(현미 포함)	()톤	()톤	()톤
		④잡 쌀	()톤	()톤	()톤
		⑤싸라기	()톤	()톤	()톤
		⑥특수미(향미 흑미 등)	()톤	()톤	()톤
	⑦ 원료 사급형태 ↳ 위탁업체가 원료를 직접 제공하는 형태		()톤	()톤	()톤
쌀 합계(①+②+③+④+⑤+⑥+⑦)		()톤	()톤	()톤	
쌀 가 루	⑧쌀가루(건식·습식·반습식)		()톤	()톤	()톤
	⑨호화쌀가루(알파미분 ·프리믹스·볶음미분 등)		()톤	()톤	()톤
	⑩프리믹스(쌀가루 외에 타 재료 혼합한 쌀가루)		()톤	()톤	()톤
	쌀가루 합계(⑧+⑨+⑩)		()톤	()톤	()톤

A4-2. 귀사는 원료로 사용하는 쌀(쌀가루)의 구매가격이 상승한다면 쌀(쌀가루) 사용량을 줄이고 대신 밀가루 등의 대체 원료 사용량을 늘리는 것이 가능하십니까?

- ① 가능함 (→ 문4-3으로) ② 불가능함 (→ 문5로)

(A4-2 ① 응답자 대상)

A4-3. 그렇다면 귀사는 원료로 사용하는 쌀(쌀가루) 구매가격 상승 시 전체 쌀(쌀가루) 사용량의 몇 %를 밀가루 등으로 대체할 것입니까? 아래의 쌀(쌀가루) 구매 가격 상승 가정에 대해 응답해 주세요.

구분		밀가루 등으로 대체할 쌀 혹은 쌀가루 사용량 비중										
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
쌀(쌀가루) 가격 상승 가정	1) 20% 상승 시	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪
	2) 50% 상승 시	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪
	3) 100% 상승 시	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪

A5. 귀사가 생산한 쌀 가공제품의 판매액에 대해 응답해 주세요. 아래 제시된 쌀 가공제품 중 귀사의 판매액이 있는 제품에 대해 국내 판매와 수출을 구분하여 응답해 주세요.

[판매액이 0인 경우 미기입 바람, 총판매액은 자동 계산, A2 ㉔의 쌀가공식품 매출액과 일관성 유지 필요]

쌀가공식품 판매액	2021년 판매액 (백만원)		2022년 판매액 (백만원)	
	국내	국외(수출)	국내	국외(수출)
1) 찹떡류(떡볶이·떡국떡·전통떡)	()	()	()	()
2) 찹과자류(찹과자·한과)	()	()	()	()
3) 찹빵류(찹빵류)	()	()	()	()
4) 당류(물엿·조청·엿류)	()	()	()	()
5) 면류(생면·숙면·유당면·진면)	()	()	()	()
6) 음료·다류(다류·음료)	()	()	()	()
7) 장류(고추장·된장·청국장)	()	()	()	()
8) 조미식품류(식초·소스·카레)	()	()	()	()
9) 첨가물류(효모)	()	()	()	()
10) 주류(탁주·약주·맥주·소주 등)	()	()	()	()
11) 쌀가루(생쌀가루·호화쌀가루)	()	()	()	()
12) 곡물가공식품류 (누룽지·씨리얼·병뚜기 등)	()	()	()	()
13) 가공밥류(도시락류·무균·냉동밥 등)	()	()	()	()
14) 즉석식품류(기타 즉석식품류)	()	()	()	()
15) 기타(기타 쌀가공식품)	()	()	()	()
총판매액(제시)	()	()	()	()

A5-1. 귀사의 금년 및 5년 후 원료 쌀 가공제품 판매량을 얼마나 전망하십니까?

판매액이 있는 것으로 전망되는 제품에 대해 국내 판매와 수출을 구분하여 기입해주세요.

[판매액이 0인 경우 미기입 바람, 총판매액은 자동 계산, 2022년 응답단은 A5의 응답 내용을 제시]

쌀가공식품 판매액	2022년 판매액 (백만원)	연간 판매액 전망(백만원)				
		금년(2023년) 전망		5년 후(2028년) 전망		
		국내	국외(수출)	국내	국외(수출)	
1) 찹떡류(떡볶이·떡국떡·전통떡)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
2) 찹과자류(찹과자·한과)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
3) 찹빵류(찹빵류)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
4) 당류(물엿·조청·엿류)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
5) 면류(생면·숙면·유당면·진면)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
6) 음료·다류(다류·음료)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
7) 장류(고추장·된장·청국장)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
8) 조미식품류(식초·소스·카레)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
9) 첨가물류(효모)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
10) 주류(탁주·약주·맥주·소주 등)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
11) 쌀가루(생쌀가루·호화쌀가루)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
12) 곡물가공식품류 (누룽지·씨리얼·병뚜기 등)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
13) 가공밥류(도시락류·무균·냉동밥 등)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
14) 즉석식품류(기타 즉석식품류)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
15) 기타(기타 쌀가공식품)	(제시)	(제시)	()	()	()	()
총판매액	(제시)	(제시)	()	()	()	()

Part B. 제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 5개년 기본계획' 평가

농림축산식품부는 쌀 가공산업 발전과 쌀 소비 촉진을 위해 2014년부터 “쌀가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 기본계획”을 5년 주기로 수립·시행하고 있습니다. 2019년부터 2023년까지 대상으로 2차 기본계획이 수립·시행되고 있으며 전략 및 추진과제는 다음과 같습니다.

[제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 5개년 기본계획] 전략 및 추진과제

전략	추진과제
미래 유망 분야 발굴·지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ 유망시장 분야 제품 육성 ○ 밀가루 대체를 위한 쌀가루 산업 육성 ○ 전략 수출국에 대한 수출 집중 지원
산업 혁신기반 강화	<ul style="list-style-type: none"> ○ 원료의 안정적 공급 <ul style="list-style-type: none"> - (구곡) 정부양곡 공급체계 개선 - (신곡) 가공용 쌀 체제단지 관리 체계화 ○ 시설 및 경영개선 지원 ○ R&D 강화 및 체계화 ○ 정확한 통계 및 정보 제공
수요기반 확대	<ul style="list-style-type: none"> ○ 군·학교 급식 등 공공수요 확대 ○ 유통채널 확대 및 소비 홍보

B1. 귀하는 위와 같은 2차 기본계획 내용을 어느 정도 알고 계십니까?

- ① 매우 잘 알고 있음
- ② 비교적 잘 알고 있음
- ③ 알고 있음
- ④ 물어본 적 있음
- ⑤ 전혀 모름

2차 기본계획 중 “미래 유망 분야 발굴·지원” 전략의 세부 추진과제 내용은 다음과 같습니다.

“미래 유망 분야 발굴·지원” 전략 추진과제	세부 추진과제
○ 유망시장 분야 제품 육성	<ul style="list-style-type: none"> - 유망제품(HMR, 즉 등) 개발 R&D 지원 - 시장 관련 국내외 정보 제공 - 비식용 제품개발 지원(R&D 등) - ‘규제신고센터’ 운영
○ 쌀가루 산업 육성	<ul style="list-style-type: none"> - 쌀가루 KS 표준 기술 세분화·기준강화 - 쌀가루 원료쌀 정부양곡 공급 확대
○ 수출 지원 강화	<ul style="list-style-type: none"> - 영세 중소기업 대한 단계별 지원체계 구축 - 국가군별 전략 품목 지정 지원 - 신시장 개척 기업 지원 강화

[주: 이하 B5 문항까지 각 문항과 함께 동일 화면에 제시 바람]

B2. 귀하는 이상의 2차 기본계획 중 “미래 유망 분야 발굴·지원” 전략의 추진과제가 우리나라 쌀가공산업 발전이라는 측면에서 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 세부 과제별로 응답해 주세요.

“미래 유망 분야 발굴·지원” 전략 추진과제	정책 중요도 평가					잘 모르겠 음
	전혀 중요하 지 않음	중요하 지 않음	중립	중요함	매우 중요함	
1) 유망시장 분야 제품 육성	①	②	③	④	⑤	⑨
2) 밀가루 대체를 위한 쌀가루 산업 육성	①	②	③	④	⑤	⑨
3) 전략 수출국에 대한 수출 집중 지원	①	②	③	④	⑤	⑨

B3. 귀하는 2차 기본계획 중 “미래 유망 분야 발굴·지원” 세부 추진과제가 쌀가공산업 발전이라는 측면에서 정부 정책수행(계정 투입) 비용 대비 효율성을 어떻게 평가하십니까? 세부 과제별로 응답해 주세요.

“미래 유망 분야 발굴·지원” 분야 세부 추진과제	정책 효율성 평가					잘 모르겠 음
	매우 비효율적	비효율적	중립	효율적	매우 효율적	
1) 유망시장 분야 제품 육성	①	②	③	④	⑤	⑨
2) 밀가루 대체를 위한 쌀가루 산업 육성	①	②	③	④	⑤	⑨
3) 전략 수출국에 대한 수출 집중 지원	①	②	③	④	⑤	⑨

B4. 귀하는 2차 기본계획 중 “미래 유망 분야 발굴·지원” 세부 추진과제의 정책 추진 기간 (2019년~2023년) 동안의 성과를 어떻게 평가하십니까? 세부 과제별로 응답해 주세요.

“미래 유망 분야 발굴·지원” 분야 세부 추진과제	정책 추진 성과 평가					잘 모르겠 음
	매우 효과적이 지 못함	효과적 이지 못함	중립	효과 적이 있음	매우 효과적 이있음	
1) 유망시장 분야 제품 육성	①	②	③	④	⑤	⑨
2) 밀가루 대체를 위한 쌀가루 산업 육성	①	②	③	④	⑤	⑨
3) 전략 수출국에 대한 수출 집중 지원	①	②	③	④	⑤	⑨

B5. 귀사는 2차 기본계획 중 “미래 유망 분야 발굴·지원” 세부 추진과제의 정책 수혜를 받은 경험이 있습니까? 세부 과제별로 응답해 주세요.

“미래 유망 분야 발굴·지원” 분야 세부 추진과제	수혜 여부		잘 모르겠음
	있다	없다	
1) 유망시장 분야 제품 육성	①	②	⑨
2) 밀가루 대체를 위한 쌀가루 산업 육성	①	②	⑨
3) 전략 수출국에 대한 수출 집중 지원	①	②	⑨

(B5의 정책 수혜자 대상 응답자만)

B5-1. 귀하는 귀사가 “미래 유망 분야 발굴·지원” 분야 정부 정책 중 아래 추진과제에 대해 수혜를 받은 경험이 있다고 응답하셨습니다. 그렇다면 정책 수혜에 대한 만족도는 어느 정도입니까?

[주: B5의 세부 추진과제 중 수혜 여부에 ‘있다’를 응답한 세부 과제만을 제시할 것]

“미래 유망 분야 발굴·지원” 분야 세부 추진과제	정책 수혜 만족도				
	매우 불만족	불만족	중립	만족	매우 만족
1) 유망시장 분야 제품 육성	①	②	③	④	⑤
2) 밀가루 대체를 위한 쌀가루 산업 육성	①	②	③	④	⑤
3) 전략 수출국에 대한 수출 집중 지원	①	②	③	④	⑤

2차 기본계획 중 “산업 혁신기반 강화” 전략의 세부 추진과제 내용은 다음과 같습니다.

“산업 혁신기반 강화” 전략 추진과제	세부 추진과제
○ 원료의 안정적 공급: 정부양곡 공급체계 개선(정부양곡)	- 정부양곡 공급분량 예측가능성 제고 - 쌀 납품규정 강화 및 수요자 평가 - 정부양곡 지능형 관리시스템 도입
○ 원료의 안정적 공급: 가공용 쌀 재배단지 관리 체계화(단간 신곡)	- 용도별 맞춤형 계열화 체계 구축 - 가공용 쌀 전문단지 관리 개선
○ 시설 및 경영개선 지원	- 시설확충·개보수 및 운영자금 지원 - HACCP 인증 등 컨설팅 통합지원 - 교육과정 신설을 통한 전문인력 육성
○ R&D 강화 및 체계화	- 품종 등 기반 기술개발 - 기능성 소재 등 혁신력 수요 창출 - 드립드 맞춤형 계통 개발 및 품질 개선 - 기술의 현장 확산
○ 정확한 통계 및 정보 제공	- ‘쌀가공기업’ 인증제 도입 - 쌀 가공제품 통계 정보지도 구축

[주: 이하 B9 문항까지 각 문항과 함께 동일 화면에 제시 바람]

B6. 귀하는 이상의 2차 기본계획 중 “산업 혁신기반 강화” 전략의 추진과제가 우리나라 쌀가공산업 발전이라는 측면에서 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 세부 과제별로 응답해 주세요.

“산업 혁신기반 강화” 전략 추진과제	정책 중요도 평가					잘 모르겠 음
	전혀 중요하 지 않음	중요하 지 않음	중립	중요함	매우 중요함	
1) 정부양곡 공급체계 개선	①	②	③	④	⑤	⑨
2) 가공용 쌀 재배단지 관리 체계화	①	②	③	④	⑤	⑨
3) 시설 및 경영개선 지원	①	②	③	④	⑤	⑨
4) R&D 강화 및 체계화	①	②	③	④	⑤	⑨
5) 정확한 통계 및 정보 제공	①	②	③	④	⑤	⑨

B7. 귀하는 2차 기본계획 중 “산업 혁신기반 강화” 세부 추진과제가 살가공산업 발전이라는 측면에서 정부 정책수행 비용 대비 효율성을 어떻게 평가하십니까? 세부 과제별로 응답해 주세요.

“산업 혁신기반 강화” 분야 세부 추진과제	정책 효율성 평가					잘 모르겠음
	매우 비효율적	비효율적	중립	효율적	매우 효율적	
1) 정부양곡 공급체계 개선	①	②	③	④	⑤	⑥
2) 가공용 쌀 재배단지 관리 체계화	①	②	③	④	⑤	⑥
3) 시설 및 경영개선 지원	①	②	③	④	⑤	⑥
4) R&D 강화 및 체계화	①	②	③	④	⑤	⑥
5) 정확한 통계 및 정보 제공	①	②	③	④	⑤	⑥

B8. 귀하는 2차 기본계획 중 “산업 혁신기반 강화” 세부 추진과제의 정책 추진 기간(2019년~2023년) 동안의 성과를 어떻게 평가하십니까? 세부 과제별로 응답해 주세요.

“산업 혁신기반 강화” 분야 세부 추진과제	정책 추진 성과 평가					잘 모르겠음
	매우 효과적이 지 못함	효과적 이지 못함	중립	효과 적 이 있음	매우 효과적 이 있음	
1) 정부양곡 공급체계 개선	①	②	③	④	⑤	⑥
2) 가공용 쌀 재배단지 관리 체계화	①	②	③	④	⑤	⑥
3) 시설 및 경영개선 지원	①	②	③	④	⑤	⑥
4) R&D 강화 및 체계화	①	②	③	④	⑤	⑥
5) 정확한 통계 및 정보 제공	①	②	③	④	⑤	⑥

B9. 귀사는 2차 기본계획 중 “산업 혁신기반 강화” 세부 추진과제의 정책 수혜를 받은 경험이 있습니까? 세부 과제별로 응답해 주세요.

“산업 혁신기반 강화” 분야 세부 추진과제	수혜 여부		잘 모르겠음
	있다	없다	
1) 정부양곡 공급체계 개선	①	②	③
2) 가공용 쌀 재배단지 관리 체계화	①	②	③
3) 시설 및 경영개선 지원	①	②	③
4) R&D 강화 및 체계화	①	②	③
5) 정확한 통계 및 정보 제공	①	②	③

(B9의 정책 수혜자 대상 응답자만)

B9-1. 귀하는 귀사가 “산업 혁신기반 강화” 분야 정부 정책 중 아래 추진과제에 대해 수혜를 받은 경험이 있다고 응답하셨습니다. 그렇다면 정책 수혜에 대한 만족도는 어느 정도입니까?

[주: B9의 세부 추진과제 중 수혜 여부에 ‘있다’를 응답한 세부 과제만을 제시할 것]

“산업 혁신기반 강화” 분야 세부 추진과제	정책 수혜 만족도				
	매우 불만족	불만족	중립	만족	매우 만족

1) 정부양곡 공급체계 개선	①	②	③	④	⑤
2) 가공용 쌀 재배단지 관리 체계화	①	②	③	④	⑤
3) 시설 및 경영개선 지원	①	②	③	④	⑤
4) R&D 강화 및 체계화					
5) 정확한 통계 및 정보 제공	①	②	③	④	⑤

2차 기본계획 중 “수요기반 확대” 전략의 세부 추진과제 내용은 다음과 같습니다.

“수요기반 확대” 전략 추진과제	세부 추진과제
○ 군·학교 급식 등 공공수요 확대	- 급식 확대 및 식생활 교육 강화 - 쌀 가공식품 태급식 확대
○ 유통채널 확대 및 소비 홍보	- 유통대장 입점 지원 등 유통 채널 확대 - 국내외 소비자, 바이어 대상 홍보 강화

[주: 이하 B14 문항까지 각 문항과 함께 동일 화면에 제시 바람]

B10. 귀하는 이상의 2차 기본계획 중 “수요기반 확대” 전략의 추진과제가 우리나라 쌀가공산업 발전이라는 측면에서 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 세부 과제별로 응답해 주세요.

“수요기반 확대” 전략 추진과제	정책 중요도 평가					잘 모르겠음
	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	중립	중요함	매우 중요함	
1) 군·학교 급식 등 공공수요 확대	①	②	③	④	⑤	⑨
2) 유통채널 확대 및 소비 홍보	①	②	③	④	⑤	⑨

B11. 귀하는 2차 기본계획 중 “수요기반 확대” 세부 추진과제가 쌀가공산업 발전이라는 측면에서 정부 정책수행 비용 대비 효율성을 어떻게 평가하십니까? 세부 과제별로 응답해 주세요.

“수요기반 확대” 분야 세부 추진과제	정책 효율성 평가					잘 모르겠음
	매우 비효율적	비효율적	중립	효율적	매우 효율적	
1) 군·학교 급식 등 공공수요 확대	①	②	③	④	⑤	⑨
2) 유통채널 확대 및 소비 홍보	①	②	③	④	⑤	⑨

B12. 귀하는 2차 기본계획 중 “수요기반 확대” 세부 추진과제의 정책 추진 기간(2019년~2023년) 동안의 성과들 어떻게 평가하십니까? 세부 과제별로 응답해 주세요.

“수요기반 확대” 분야 세부 추진과제	정책 추진 성과 평가					잘 모르겠음
	매우 효과적이지 못함	효과적이지 못함	중립	효과적이 있음	매우 효과적이 있음	
1) 군·학교 급식 등 공공수요 확대	①	②	③	④	⑤	⑨
2) 유통채널 확대 및 소비 홍보	①	②	③	④	⑤	⑨

B13. 귀사는 2차 기본계획 중 “수요기반 확대”이 세부 추진과제의 정책 수혜를 받은 경험이 있습니까? 세부 과제별로 응답해 주세요.

“수요기반 확대” 분야 세부 추진과제	수혜 여부		잘 모르겠음
	있다	없다	
1) 군·학교 급식 등 공공수요 확대	①	②	③
2) 유통채널 확대 및 소비 홍보	①	②	③

(B14의 정책 수혜자 대상 응답자만)

B14-1. 귀사가 “수요기반 확대” 분야 정부 정책 중 아래 추진과제에 대해 수혜를 받은 경험이 있다고 응답하셨습니다. 그렇다면 정책 수혜에 대한 만족도는 어느 정도입니까?

“수요기반 확대” 분야 세부 추진과제	정책 수혜 만족도				
	매우 불만족	불만족	중립	만족	매우 만족
1) 군·학교 급식 등 공공수요 확대	①	②	③	④	⑤
2) 유통채널 확대 및 소비 홍보	①	②	③	④	⑤

[주: B14의 세부 추진과제 중 수혜 여부에 ‘있다’를 응답한 세부 과제만을 제시할 것]

‘제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 5개년 기본계획’의 3대 전략 및 추진과제는 다음과 같습니다. 제시된 전략과 추진과제를 참고하여 전략별 중요도, 정책 효율성, 추진 성과 평가에 대한 아래 질문에 응답해 주세요.

[제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 5개년 기본계획] 세부 추진과제

전략	추진과제
미래 유망 분야 발굴·지원	○ 유통시장 분야 제품 육성
	○ 밀가루 대체를 위한 쌀가루 산업 육성
	○ 전략 수출국에 대한 수출 집중 지원
산업 혁신기반 강화	○ 원료의 안정적 공급
	- (구곡) 정부양곡 공급체계 개선
	- (신곡) 가공용 쌀 거래단지 관리 체계화
	○ 시설 및 경영개선 지원
	○ R&D 강화 및 체계화
수요기반 확대	○ 정확한 통계 및 정보 제공
	○ 군·학교 급식 등 공공수요 확대
	○ 유통채널 확대 및 소비 홍보

[주: 이하 B17 문항까지 각 문항과 함께 동일 화면에 제시 바람]

B15. 귀사는 이상의 2차 기본계획의 3대 전략이 우리나라 중소기업 발전이라는 측면에서 얼마나 중요하다고 생각하십니까? 전략별로 응답해 주세요.

2차 기본계획 3대 전략	정책 중요도 평가					잘 모르겠음
	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	중립	중요함	매우 중요함	
1) 미래 유망 분야 발굴·지원	①	②	③	④	⑤	⑥
2) 산업 혁신기반 강화	①	②	③	④	⑤	⑥
3) 수요기반 확대	①	②	③	④	⑤	⑥

B16. 귀하는 이상의 2차 기본계획의 3대 전략이 중소기업 발전이라는 측면에서 정부 정책수행 비용 대비 효율성을 어떻게 평가하십니까? 전략별로 응답해 주세요.

2차 기본계획 3대 전략	정책 효율성 평가					잘 모르겠음
	매우 비효율적	비효율적	중립	효율적	매우 효율적	
1) 미래 유망 분야 발굴·지원	①	②	③	④	⑤	⑥
2) 산업 혁신기반 강화	①	②	③	④	⑤	⑥
3) 수요기반 확대	①	②	③	④	⑤	⑥

B17. 귀사는 이상의 2차 기본계획의 3대 전략의 정책 추진기간(2019년~2023년) 동안의 성과를 어떻게 평가하십니까? 전략별로 응답해 주세요.

2차 기본계획 3대 전략	정책 추진 성과 평가					잘 모르겠음
	매우 효과적이지 못함	효과적이지 못함	중립	효과적이 있음	매우 효과적이 있음	
1) 미래 유망 분야 발굴·지원	①	②	③	④	⑤	⑥
2) 산업 혁신기반 강화	①	②	③	④	⑤	⑥
3) 수요기반 확대	①	②	③	④	⑤	⑥

Part C | **쌀 가공산업 애로사항 및 정책 수요**

C1. 귀사가 쌀 가공식품 사업을 영위하는 데 있어 아래에 제시된 각 업무영역의 어려움을 어느 정도로 평가하십니까?

업무영역		업무영역 추진의 어려움 정도					해당 사항 없음	
		전혀 어렵지 않음	어렵지 않음	중립	어려움	매우 어려움		
원료 조달	1) 정부 양곡 조달	①	②	③	④	⑤	⑨	
	2) 민간 양곡 조달	①	②	③	④	⑤	⑨	
	3) 쌀가루 조달	①	②	③	④	⑤	⑨	
	4) 기타(포장재 등)	①	②	③	④	⑤	⑨	
인력 확보 및 종업원 교육	5) 전문인력 확보	①	②	③	④	⑤	⑨	
	6) 직원교육	①	②	③	④	⑤	⑨	
설비 보수·확장	7) 설비 유지·보수	①	②	③	④	⑤	⑨	
	8) 설비개선(자동화 등)	①	②	③	④	⑤	⑨	
	9) 신규 확장(투자)	①	②	③	④	⑤	⑨	
생산·경영	10) 품질·위생 관리	①	②	③	④	⑤	⑨	
	11) 경영 컨설팅	①	②	③	④	⑤	⑨	
	12) 기술지도	①	②	③	④	⑤	⑨	
제품 판매	국내	13) 국내 제품 홍보	①	②	③	④	⑤	⑨
		14) 판매채널 확보	①	②	③	④	⑤	⑨
		15) 판매 후 관리	①	②	③	④	⑤	⑨
	수출	16) 해외 제품 홍보	①	②	③	④	⑤	⑨
		17) 바이어/판매채널 확보	①	②	③	④	⑤	⑨
		18) 판매 후 관리	①	②	③	④	⑤	⑨
R&D 관련	19) 제품·품질·포장 관련	①	②	③	④	⑤	⑨	
	20) 가공용 쌀 품종 관련	①	②	③	④	⑤	⑨	
	21) 생산공정 개선 관련	①	②	③	④	⑤	⑨	
	22) 기술 이전 및 교육	①	②	③	④	⑤	⑨	
정보 관련	23) 국내 소비시장 정보	①	②	③	④	⑤	⑨	
	24) 해외 소비시장 정보	①	②	③	④	⑤	⑨	
	25) 제도(인증·위생 등) 및 규제 관련 정보	①	②	③	④	⑤	⑨	
	26) 정부양곡 등 원료곡 관련 정보	①	②	③	④	⑤	⑨	

C2. 귀사가 할 가공식품 사업을 영위하는 데 있어 아래에 제시된 각 업무영역에 대한 정부의 지원 혹은 역할의 필요성은 어느 정도로 평가하십니까?

업무영역		정부 지원 혹은 역할의 필요성					
		전혀 필요 없음	필요 없음	중립	필요함	매우 필요함	
원료 조달	1) 정부 양곡 조달	①	②	③	④	⑤	
	2) 민간 양곡 조달	①	②	③	④	⑤	
	3) 쌀가루 조달	①	②	③	④	⑤	
	4) 기타(포장재 등)	①	②	③	④	⑤	
인력 확보 및 종업원 교육	5) 전문인력 확보	①	②	③	④	⑤	
	6) 직원교육	①	②	③	④	⑤	
설비 보수·확장	7) 설비 유지·보수	①	②	③	④	⑤	
	8) 설비개선(자동화 등)	①	②	③	④	⑤	
	9) 신규 확장(투자)	①	②	③	④	⑤	
생산·경영	10) 품질·위생 관리	①	②	③	④	⑤	
	11) 경영 컨설팅	①	②	③	④	⑤	
	12) 기술지도	①	②	③	④	⑤	
제품 판매	국내	13) 국내 제품 홍보	①	②	③	④	⑤
		14) 판매채널 확보	①	②	③	④	⑤
		15) 판매 후 관리	①	②	③	④	⑤
	수출	16) 해외 제품 홍보	①	②	③	④	⑤
		17) 비이커/판매채널 확보	①	②	③	④	⑤
		18) 판매 후 관리	①	②	③	④	⑤
R&D 관련	19) 제품·품질·포장 관련	①	②	③	④	⑤	
	20) 가공용 쌀 품종 관련	①	②	③	④	⑤	
	21) 생산공정 개선 관련	①	②	③	④	⑤	
	22) 기술 이전 및 교육	①	②	③	④	⑤	
정보 관련	23) 국내 소비시장 정보	①	②	③	④	⑤	
	24) 해외 소비시장 정보	①	②	③	④	⑤	
	25) 제도(인증·위생 등) 및 규제 관련 정보	①	②	③	④	⑤	
	26) 정부양곡 등 원료곡 관련 정보	①	②	③	④	⑤	

Part D. 제3차 기본계획 과제 평가

아래는 쌀 가공산업 발전과 쌀가공식품 소비 촉진이라는 측면에서 각 업무 분야별 중요도, 정부의 정책적 노력 대비 효과성, 현재 상황에 대해 논의하고자 합니다.

D1. 귀하는 쌀 가공산업 발전과 쌀가공식품 소비 촉진이라는 측면에서 제시된 과제의 중요도를 각각 어떻게 평가하십니까?

분야	과제	쌀가공산업 발전 측면에서의 중요도				
		전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	중립	중요함	매우 중요함
제조 지원 관련	1) 안정적 원료 조달체계 구축	①	②	③	④	⑤
	2) 시설·경영·전문인력 지원 강화	①	②	③	④	⑤
	3) 산업지원 지원 기반 강화	①	②	③	④	⑤
	4) 유명제품 발굴 육성	①	②	③	④	⑤
	5) 유명기업 발굴 육성	①	②	③	④	⑤
	6) 제품개발 R&D 강화·체계화	①	②	③	④	⑤
판매·홍보 관련	7) 국내 판매채널 확대	①	②	③	④	⑤
	8) 수출 확대	①	②	③	④	⑤
	9) 국내외 홍보 강화	①	②	③	④	⑤
	10) 미래세대 식생활 교육 강화	①	②	③	④	⑤
가우뮴 관련	11) 안정적 원료 공급체계 마련	①	②	③	④	⑤
	12) 제품화 지원	①	②	③	④	⑤
	13) 소비기반 확대	①	②	③	④	⑤

D2. 귀하는 쌀 가공산업 발전과 쌀가공식품 소비 촉진이라는 측면에서 아래에 제시된 과제에 대한 현재 상황을 각각 어떻게 평가하십니까?

분야	과제	쌀가공산업 발전 측면에서의 현재 상황 평가				
		전혀 개선 불필요	개선 불필요	중립	개선 필요	매우 개선 필요
제조 지원 관련	1) 안정적 원료 조달체계 구축	①	②	③	④	⑤
	2) 시설·경영·전문인력 지원 강화	①	②	③	④	⑤
	3) 산업지원 지원기반 강화	①	②	③	④	⑤
	4) 유명제품 발굴 육성	①	②	③	④	⑤
	5) 유명기업 발굴 육성	①	②	③	④	⑤
	6) 제품개발 R&D 강화·체계화	①	②	③	④	⑤
판매·홍보 관련	7) 국내 판매채널 확대	①	②	③	④	⑤
	8) 수출 확대	①	②	③	④	⑤
	9) 국내외 홍보 강화	①	②	③	④	⑤
	10) 미래세대 식생활 교육 강화	①	②	③	④	⑤
가우뮴 관련	11) 안정적 원료 공급체계 마련	①	②	③	④	⑤
	12) 제품화 지원	①	②	③	④	⑤
	13) 소비기반 확대	①	②	③	④	⑤

D3. 귀하는 쌀 가공산업 발전과 쌀가공식품 소비 촉진이라는 측면에서 제시된 과제에 대한 정부의 재정지원 등의 정책적 노력 대비 효과성을 각각 어떻게 평가하십니까?

분야	과제	정부의 정책노력 대비 효과성				
		전혀 효과적 이지 않음	효과적 이지 않음	중립	효과적 임	매우 효과적 임
제조 지원 관련	1) 안정적 원료 조달체계 구축	①	②	③	④	⑤
	2) 시설·경영·전문인력 지원 강화	①	②	③	④	⑤
	3) 산업지원 지원 기반 강화	①	②	③	④	⑤
	4) 유망제품 발굴 육성	①	②	③	④	⑤
	5) 유망기업 발굴 육성	①	②	③	④	⑤
	6) 제품개발 R&D 강화·체계화	①	②	③	④	⑤
판매· 홍보 관련	7) 국내 판매채널 확대	①	②	③	④	⑤
	8) 수출 확대	①	②	③	④	⑤
	9) 국내외 홍보 강화	①	②	③	④	⑤
	10) 미래세대 식생활 교육 강화	①	②	③	④	⑤
가우뿔 관련	11) 안정적 원료 공급체계 마련	①	②	③	④	⑤
	12) 제품화 지원	①	②	③	④	⑤
	13) 소비기반 확대	①	②	③	④	⑤

D4. 이상에서 제시된 과제 이외에 쌀 가공산업 발전과 쌀가공식품 소비 촉진이라는 측면에서 정부의 정책적 노력이 필요하다고 생각하는 분야는 무엇입니까?

(_____)

응답해 주셔서 감사합니다

A. 일반적 식료품 구매 및 식생활 형태

본 조사는 특별한 사건/사고/이슈 등의 영향으로 특정 기간 동안 이루어진 구입 행태가 아닌, 평소 귀하께서 농식품을 구입하시는 행태를 기준으로 응답하여 주십시오.

A1. 귀하의 식료품 구매와 관련된 다음 사항을 현재(2023년) 월평균 수준을 100으로 할 때 5년 전과 5년 후 월평균 수준을 기입해주세요.

구분	5년 전(2018년) 추정	현재(2023년)	5년 후(2028년) 추정
1. 월평균 가구 소득		100	
2. 가구의 전체 월평균 식품소비지출액		100	
3. 가구의 월평균 쌀 구매액		100	
4. 쌀가공식품 구매액		100	

[예: 5년 전이 현재 수준보다 10% 작을 때 90, 5년 후 20% 증가 전망 시 120을 각각 기록함]

A2. 귀하의 월평균 식품소비지출액은 얼마인가? 그 중 식재료(농수축산물 및 가공식품)와 외식(배달, 데이크아웃 포함) 구매액의 비중은 어느 정도인가?

식품소비지출액	식재료		외식 (배달, 데이크아웃)
	농수축산물	가공식품	
월평균()만원 (100%)	()%	()%	()%

A3. 귀하가 구입한 가공식품(외식 및 농축산물 제외)의 구매액 기준 구매 채널 비중은 어떻게 됩니까? 코로나 이전과 현재 그리고 5년 후 전망을 기입해 주세요.

	가공식품		
	5년 전 전(2018년, 코로나 이전)	현재(2023년)	5년 후(2028년)
1. 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)	ex 30%	%	%
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)	%	%	%
3. 대형마트(이마트, 하나트몰집, 홈플러스, 롯데마트 등) 및 백화점	%	%	%
4. 전통시장(재래시장)	%	%	%
5. 편의점	%	%	%
6. 프랜차이즈 마켓, 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)	%	%	%
7. 온라인 쇼핑몰(쿠팡 등 인터넷·모바일, 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등)	%	%	%
8. TV 홈쇼핑	%	%	%
합계	100%	100%	100%

A4. 귀하의 지난 일주일간 식사 현황을 기록해 주세요.

식사	(1) 아침	(2) 점심	(3) 저녁	(4) 간식
드신 횟수	회	회	회	회
저른 횟수	회	회	회	
합계	7 회	7 회	7 회	

[거른 횟수는 자동 계산]

A5. (거른 횟수가 0보다 큰 응답자) 식사를 거르는 이유는 무엇인가요? (중복 응답 가능)

1. 시간이 없어서
2. 먹고 싶지 않아서
3. 건강상의 이유로(다이어트, 식이조절 등)
4. 식사 준비가 안돼서(음식을 만들 줄 모르고, 차려주는 사람이 없어서)
5. 식재료/음식을 구입할 비용이 없어서
6. 기타 (기록 :)

A6. (아침 드신 횟수가 1이상인 응답자) 아침 식사는 주로 무엇을 드시나요? 가장 자주 드시는 아침식사 메뉴를 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | |
|----------|--------------|
| 1. 밥 | 2. 빵/샌드위치 |
| 3. 죽/누룽지 | 4. 선식/미숫가루 |
| 5. 씨리얼 | 6. 우유 |
| 7. 떡류 | 8. 과일/샐러드 |
| 9. 안 먹는다 | 10. 기타(기록:) |

B. 쌀가공식품 구매

쌀가공식품이란?

‘쌀이나 쌀가루를 원료로 하여 가공한 식품’으로 쌀이나 쌀가루가 전부 혹은 일부 들어간 모든 식품을 포함함.
(예)

소분류 품목명	세분류 항목(품목)명	예시
1. 쌀떡류	떡볶이떡 떡볶이 김떡볶(쌀떡) 김떡볶(쌀떡)	떡볶이 떡볶이 쌀기름, 속전, 콩전, 밀전, 가래떡, 무떡볶, 떡볶이 쌀떡볶, 인편미, 단자, 양양떡볶, 무떡볶, 떡볶이
2. 쌀과자류	쌀과자 한과	쌀강정, 쌀과자, 권봉, 권봉 연사 한과, 유과, 산자
3. 쌀빵류	쌀빵류	
4. 당류	물엿, 조청, 엿물	물엿, 유린도당, 조청, 프리도당, 과당
5. 면류	생면, 숙면	
6. 송편·다류	다류 송편	송편, 송편, 송편, 보리차, 유수수차 등 과자 송편
7. 장류	고추장 된장, 찜국장	
8. 조미식품류	식초 소스 및 카레	
9. 쌀가루류	누룽지	쌀가루, 누룽지/입과, 쌀과
10. 누룽지	락구/약구 죽구 기타 쌀죽구(청구, 후천자 등) 소구	락구(락걸리, 황죽구, 죽구), 약구 죽구(죽아죽), 죽구 청구, 프리죽구, 상계인, 후천자구, 기타(과죽죽구) 죽소스 소구, 죽볶소스 소구
11. 쌀가루	쌀가루 분쇄쌀가루	전식미분, 숯식(탄산식)미분, 후술미분 분쇄미분, 후천가루, 프리미스
12. 곡물가공 식품류	누룽지 씨리얼, 선식 생분말, 쌀분말	
13. 가공당류	도시락당 무관화포당 생분말	김당, 쌀과김당, 조당, 도시락 죽소당, 견당 생우유분말
14. 기타 곡식식품류 (가공당류 제외)	기타 곡식식품류(가공당류 제외)	죽소당, 죽소수분지, 소분, 분포, 후천당(전부소당), 향도그, 노 명, 죽소분말, 죽소분말수
15. 기타 쌀가공식품	기타 쌀가공식품	김치, 견을 등 상기 범주의 속하지 않은 것

B1. 귀사의 쌀 가공식품(쌀이 원료로 사용된 제품으로 한정) 품목별 5년 전 현재 그리고 5년 후 월평균 가구 구매액은
기업에 주세요.

항목	5년 전(2018년, 코로나 이전) 구매액	현재(2023년) 월평균 구매액 및 구매 건수		5년 후(2028년) 구매액 전망
		구매액	구매 횟수	
1. 쌀떡류	()천원	()천원	()회	()천원
2. 쌀과자류	()천원	()천원	()회	()천원
3. 쌀빵류	()천원	()천원	()회	()천원
4. 당류	()천원	()천원	()회	()천원
5. 면류	()천원	()천원	()회	()천원
6. 송편·다류	()천원	()천원	()회	()천원
7. 장류	()천원	()천원	()회	()천원
8. 조미식품류	()천원	()천원	()회	()천원

9. 첨가물류	()천원	()천원	()회	()천원
10. 주류	()천원	()천원	()회	()천원
11. 쌀가루	()천원	()천원	()회	()천원
12. 곡물가공식품류	()천원	()천원	()회	()천원
13. 가공밥류	()천원	()천원	()회	()천원
14. 기타 곡식식품류 (가공밥류 제외)	()천원	()천원	()회	()천원
15. 기타 쌀가공식품	()천원	()천원	()회	()천원
합계	(A)천원	(B)천원		(C)천원

[구매액이 0원인 경우는 0으로 기록하거나 공란으로 두 것. 합계 행은 자동 계산하여 제시할 것. 횟수는 소수점 1자리 까지 기입 가능하게 할 것]

B1-1 (쌀가공식품 구매액이 감소 또는 증가한 경우, A≠B) 귀대의 최근 쌀가공식품 구매액이 5년전에 비해 변화한 원인은 무엇입니까? (복수 응답 가능)

- | | |
|------------------------|------------------|
| 1. 가격 변화 | 2. 소득 변화 |
| 3. 품질(맛, 영양, 안전) 변화 | 4. 가구 구성원 변화 |
| 5. 식생활 패턴 변화 | 6. 건강/영양 상태 변화 |
| 7. 전염병, 이상기후 등 외부환경 변화 | 8. 타 대체 식품 구매 변화 |
| 9. 기타(기록 : _____) | |

B1-2 (쌀가공식품 구매액이 감소 또는 증가한 것이라고 응답한 경우, B≠C) 귀대의 쌀가공식품 구매액이 변화한 것으로 전망한 원인은 무엇입니까? (복수 응답 가능)

- | | |
|-------------------------------|---------------------|
| 1. 건강에 대한 고려 | 2. 소득 변화 예상으로 |
| 3. 식생활 패턴 변화가 예상되므로 | 4. 가구 구성원 변화가 예상되므로 |
| 5. 전염병, 이상기후 등 외부환경 변화가 예상되므로 | 6. 타 대체 식품 구매 변화로 |
| 7. 기타(기록 : _____) | |

B2 (B1의 응답 중 2023년 구매액이 가장 높은 품목에 대해) 귀대 가장 많이 구입한 쌀 가공식품의 구매액 기준 구매 채널 비중은 어떻게 됩니까? 5년 전과 현재 그리고 5년 후 전망을 쌀 가공식품 전체를 기준으로 응답해주세요.

	5년 전(2018년, 코로나 이전)	현재(2023년)	5년 후(2028년)
1. 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)			
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)			
3. 대형마트(이마트, 하나로클럽, 홈플러스, 롯데마트 등) 및 백화점			
4. 전통시장(재래시장)			
5. 편의점			
6. 트윙푸드 마켓, 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 조식마을, 한살림 등)			
7. 온라인 쇼핑몰(주방 등 인터넷·모바일, 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등)			
8. TV 홈쇼핑			
합계	100%	100%	100%

B2-1. 응답하신 바와 같이 쌀가공식품 구매 채널을 이용하시는 이유는 무엇인가요? 주로 이용하시는 이유를 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | |
|--------------------------------|----------------|
| 1. 우수한 품질의 제품을 살 수 있어서 | 2. 가격이 저렴하니까 |
| 3. 거리가 가깝거나 교통이 편해서 | 4. 직접 배달해 주므로 |
| 5. 식재료 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서 | 6. 상품이 다양하므로 |
| 7. 친절하고 서비스가 좋아서 | 8. 주문/구입이 편리해서 |
| 9. 평점/후기/판매량 등의 정보를 활용할 수 있어서 | 10. 기타 (기록 :) |

B3. (B1의 응답 중 2023년 구매액이 두 번째로 높은 품목에 대해) 쿼리 두 번째로 많이 구입한 쌀 가공식품의 구매액 기준 구매 채널 비중은 어떻게 됩니까? 5년 전과 현재 그리고 5년 후 전망을 쌀 가공식품 전체를 기준으로 응답해주세요.

	가공식품		
	5년 전(2018년, 코로나 이전)	현재(2023년)	5년 후(2028년)
1. 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)			
2. 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트에브리데이 등)			
3. 대형마트(이마트, 하나투어집, 홈플러스, 롯데마트 등) 및 백화점			
4. 전통시장(재래시장)			
5. 편의점			
6. 브랜드푸드 마켓, 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 노브랜드, 한살림 등)			
7. 온라인 쇼핑몰(쿠팡 등 인터넷·모바일, 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등)			
8. TV 홈쇼핑			
합계	100%	100%	100%

B3-1. 응답하신 바와 같이 쌀가공식품 구매 채널을 이용하시는 이유는 무엇인가요? 주로 이용하시는 이유를 순서대로 세 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | |
|--------------------------------|----------------|
| 1. 우수한 품질의 제품을 살 수 있어서 | 9. 가격이 저렴하니까 |
| 2. 거리가 가깝거나 교통이 편해서 | 4. 직접 배달해 주므로 |
| 5. 식재료 이외의 다른 상품도 같이 구입할 수 있어서 | 6. 상품이 다양하므로 |
| 7. 친절하고 서비스가 좋아서 | 8. 주문/구입이 편리해서 |
| 9. 평점/후기/판매량 등의 정보를 활용할 수 있어서 | 10. 기타 (기록 :) |

B4. 쿼리가 현재 쌀가공식품 구매 시 아래 항목에 대해 고려하는 정도는 어떻습니까?

항목	쌀 가공식품 구매 시 고려 정도				
	전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통이다	중요함	매우 중요함
1. 가격	㉠	㉡	㉢	㉣	㉤
2. 맛/품질	㉠	㉡	㉢	㉣	㉤
3. 안전성	㉠	㉡	㉢	㉣	㉤
4. 신선도(제조일자, 유통기간 등)	㉠	㉡	㉢	㉣	㉤
5. 원료의 원산지	㉠	㉡	㉢	㉣	㉤
6. 영양/건강	㉠	㉡	㉢	㉣	㉤
7. 구매 편리성	㉠	㉡	㉢	㉣	㉤
8. 제품의 다양성	㉠	㉡	㉢	㉣	㉤
9. 조리의 편리성	㉠	㉡	㉢	㉣	㉤

B5. 귀하의 현재 쌀가공식품 구매 만족도는 어느 정도입니까? 만족도를 아래의 항목별로 응답해주세요.

항목	쌀 가공식품 구매 만족도				
	매우 불만족 한다	불만족하는 편이다	보통이다	만족하는 편이다	매우 만족한다
1. 가격	①	②	③	④	⑤
2. 맛/품질	①	②	③	④	⑤
3. 안전성	①	②	③	④	⑤
4. 신선도(제조일자, 유통기간 등)	①	②	③	④	⑤
5. 원료의 원산지	①	②	③	④	⑤
6. 영양/건강	①	②	③	④	⑤
7. 구매 편리성	①	②	③	④	⑤
8. 제품의 다양성	①	②	③	④	⑤
9. 조리의 편리성	①	②	③	④	⑤
10. 전반적인 만족도	①	②	③	④	⑤

B6. 귀하께서 생각하시기에 수입산 밀로 만든 식품의 가격을 100%이라 할 때 국산 밀, 수입산 및 국산 설탕로 만든 식품의 경우에는 각각에 대해서 어느 정도의 금액을 지불할 의사가 있으신가요?

예) 수입산 밀가공식품(100)보다 20% 더 지불할 의사가 있으실 경우 120, 20% 덜 지불하실 경우, 80 기입.

구분	수입산 밀	국산 밀	수입산 설탕	국산 설탕	국산 목은설탕
면류	100				
빵류	100				
과자류	100				
분말류 (튀김가루, 부침가루 등)	100				

1. 잘 알고 있다

2. 물어본 적이 있다.

3. 모른다

글루텐(Gluten)이란?

밀과 보리, 호밀을 비롯한 일부 곡물에 함유된 불용성 단백질로 특징한 식감과 쫄이 부풀어 오르게 하는 역할을 함. 글루텐은 과민성대장증후군, 만성소화장애(Celiac Disease) 등을 유발할 수 있음.

글루텐프리(Gluten-free)란?

글루텐에 민감한 소비자를 위해, 글루텐 함유 곡물을 원재료가 사용되지 않거나 글루텐을 제거한 원재료를 사용하여 총 글루텐 함량이 미국 식품의약국(FDA)이 규정한 복강질환 환자들이 견딜 수 있는 수준인 20ppm 이하인 식품에 글루텐프리 표시를 할 수 있음.

글루텐프리 식품 쌀, 수수, 기장, 메밀, 이마탄스, 퀴노 등 등 곡류와 모든 과일 및 채소류, 쌀가루, 두류가루, 전분(옥수수, 감자, 완두) 등을 원재료로 사용한 식품

C7. 귀하께서 생각하는 수입산 밀로 만든 식품의 가격을 100%이라 할 때 글루텐에 대한 정보를 접한 뒤 국산 밀, 수입산 및 국산 쌀로 만든 식품의 경우에는 각각에 대해서 어느 정도의 금액을 지불할 의사가 있으신가요?
예) 수입산 밀가루식품(100)보다 20% 더 지불할 의사가 있으실 경우 120, 20% 덜 지불하실 경우, 80 기입.

구분	수입산 밀	국산 밀	수입산 쌀	국산 햅쌀	국산 묵은쌀
면류	100				
빵류	100				
과자류	100				
분말류 (튀김가루, 부침가루 등)	100				

[B7 문항과의 일관성을 고려하여 응답할 수 있도록 유도 즉, 한 제품은 크거나 같아야 함]

D. 쌀 가공식품 산업 중요도 인식

쌀 산업의 중요성 및 가공산업 확대 필요성

D1. 귀하는 우리나라 쌀 생산 및 관련 산업이 중요하다고 생각하십니까?

㉠	㉡	㉢	㉣	㉤
전혀 중요하지 않다	중요하지 않다	그저 그렇다	중요하다	매우 중요하다

㉠에서 ①~②가 응답된 경우)

D1-1. 우리나라 쌀 생산 및 관련 산업이 중요하지 않다고 생각하시는 경우 그 이유는 무엇입니까?

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. 수입산 쌀을 대신 소비할 수 있어서 | 2. 쌀 대신 밀가루를 소비할 수 있어서 |
| 3. 식량 안보와 연관이 없어서 | 4. 주된 에너지 보충수단이 아니어서 |
| 5. 기타 (기록 : _____) | |

㉠에서 ④~⑤가 응답된 경우)

D1-2. 우리나라 쌀 생산 및 관련 산업이 중요하다고 생각하시는 경우 그 이유는 무엇입니까?

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| 1. 수입산 쌀보다 국산 쌀이 좋아서 | 2. 쌀 대신 소비할 식품이 없어서 |
| 3. 식량안보를 지킬 수 있어서 | 4. 주된 에너지 보충 수단이기 때문에 |
| 5. 기타 (기록 : _____) | |

D2. 우리나라 쌀 가공식품의 어떤 측면이 더 발전해야 한다고 생각하시나요? 우선순위로 세 가지만 말씀해 주세요.

1순위 :	2순위 :	3순위 :
-------	-------	-------

- | | |
|--------------|----------------------|
| 1. 가격 | 2. 맛 |
| 3. 안전성 | 4. 품질 |
| 5. 건강에 대한 영향 | 6. 영양성분 |
| 7. 제품의 다양성 | 8. 구입의 편리성 |
| 9. 조리 편리성 | 10. 기타 (기록 : _____) |

가구 특성

DQ1. 귀댁의 가족 구성 형태는 어떻게 되시나요?

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| 1. 1세대가족(예: 부부, 형제·자매만으로 구성) | 2. 2세대가족(예: 부부+자녀로 구성) |
| 3. 3세대가족(예: 부모+부부+자녀로 구성) | 4. 4세대가족(예: 조부모+부모+부부+자녀로 구성) |
| 5. 1인 가구 | 6. 기타(가족:) |

DQ2. 귀댁의 가구원(동거인, 가구주 포함) 중 다음에 해당하는 연령대의 가족이 몇 명인가요?

만 6세 이하 (미취학)	만 7세-12세 (초등학생)	만 13세-18세 (중/고등학생)	만 19-29세 이하	만 30-39세 이하	합계
()명	()명	()명	()명	()명	
만 40-49세 이하	만 50-59세 이하	만 60-69세 이하	만 70-79세 이하	만 80세 이상	
()명	()명	()명	()명	()명	

DQ3. 귀하께서는 현재 결혼을 하셨나요?

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| 1. 기존 (→DQ8-1에 추가응답) | 2. 미혼(사별·이혼 포함) (→DQ4트 이동) |
|----------------------|----------------------------|

DQ3-1. 귀댁은 현재 맞벌이를 하고 계신가요? (유배우자 가구인 경우에만)

- | | |
|----------|--------------|
| 1. 맞벌이 함 | 2. 맞벌이 하지 않음 |
|----------|--------------|

응답자 특성

SQ1. 귀하의 성별은 무엇인가요?

- | | |
|-------|-------|
| 1. 남성 | 2. 여성 |
|-------|-------|

SQ2. 귀하의 연령을 알려주세요.

만 ()세

SQ3. 귀하의 직업은 무엇인가요?

있음	① 관리자	② 전문가 및 관련 종사자	③ 사무 종사자
	④ 서비스 종사자	⑤ 판매 종사자	⑥ 농림어업 속련 종사자
	⑦ 기능원 및 관련 기능 종사자	⑧ 장치기계조작 및 조립 종사자	⑨ 단순노무 종사자
	⑩ 군인		
없음	⑪ 학생	⑫ 주부	⑬ 취업 준비 중
	⑭ 기타()		

SQ4. 귀하는 정규 교육을 어디까지 마치셨나요?

- | | |
|-------------------------|---------------|
| 1. 중졸 이하 | 2. 고졸(대학생 포함) |
| 3. 대학교 졸업(전문대졸/대학원생 포함) | 4. 대학원 졸업 이상 |

QQ13. 거주지역 → 묻지 말고 조사원 명부 확인 후 선택

- | | | | |
|-------------|----------|----------|-------------|
| 1. 서울특별시 | 2. 부산광역시 | 3. 인천광역시 | 4. 대구광역시 |
| 5. 대전광역시 | 6. 광주광역시 | 7. 울산광역시 | 8. 경기도 |
| 9. 경상북도 | 10. 경상남도 | 11. 전라북도 | 12. 전라남도 |
| 13. 충청북도 | 14. 충청남도 | 15. 강원도 | 16. 제주특별자치도 |
| 17. 세종특별자치시 | | | |

▶ 연락 정보는 응답하신 내용에 대해 추가 질문사항이 있는 경우 필요하기 위한 것으로 다른 목적으로는 사용되지 않습니다

응답자	이름 : _____ 주소 : _____ 시/도 _____ 시/군/구 _____ 읍/면/동 나머지 주소 : _____ 전화번호 : (_____) _____ 핸드폰번호 _____
면접인	이름 : _____ 면접일시 : 2022년 ____월 ____일 ____시 부터 ____분 동안
검증인	이름 : _____ 검증 일시 : 2022년 ____월 ____일 ____시 검증 결과 : 1. 합격 2. 보완 3. 불합격(이유: _____)

*** 조사에 응해 주셔서 대단히 감사합니다 ***

참고문헌

- 강재희·강진희 2017. 「떡류 쌀 가공식품의 소비가치가 태도와 구매의도에 미치는 영향」. 한국관광연구학회.
- 금준석. 2008. 「쌀 가공산업의 활성화」. 한국식품영양과학회.
- 금준석. 2010. 「쌀의 영양과 쌀 가공식품」. 한국식품저장유통학회.
- 김미령. 2011. 「우리나라 쌀산업과 쌀 가공산업의 현황」. 한국식품영양과학회.
- 김병률·김성우·김상효·김종인·홍연아·주재창·전창곤·최지현·송성환·하수안·이육직. 2020. 『쌀가루 수요확대 및 안정적 원료조달 방안 연구』. 한국농촌경제연구원.
- 김종인·김종진·박한울·허정희·이진아. 2021. 「식량 공급체계 개선 및 자급 목표 설정에 대한 연구」. 한국농촌경제연구원.
- 김종진·김종인·윤종열·조남욱·박동규. 2018. 「소비 변화에 대응한 식량정책 개선 방안」. 한국농촌경제연구원.
- 김종진·이두영·문동현·김범석. 2022. 「쌀 시장 유통 구조 분석 및 소비 실태에 관한 연구」
- 김태형. 2010. 「쌀가공 산업과 쌀가공 제품 현황」. 한국식품저장유통학회.
- 신말식. 2009. 『쌀 가공식품(Rice - Processed Food)』. 식품과학과 산업.
- 신말식. 2010. 『미래의 쌀 소비 변화를 주도할 밀가루 대체 쌀 가공식품』. 한국식품산업협회.
- 윤순덕·오세관·박혜영·우관식·최인덕·조용빈·박성호·정응기·김육한. 2015. 「한국 수도권 가구의 변화하는 쌀 가공식품 구매패턴: 2010-2015」. 한국국제농업개발학회.
- 윤원병·장인석·김재민·구부금·이성주·이종규. 2018. 「제 2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 기본계획 수립 기초연구」. 농림축산식품부.
- 이병두·은종방. 2008. 『쌀 가공 식품 산업 연구』. 한국식품영양과학회.
- 이석진·조종승·홍성하. 2020. 「한국 쌀 생산 및 가공의 변화 추이 분석」. 한국농업기계학회.
- 이현유. 2010. 「쌀 가공식품과 밥의 산업화」. 한국식품연구원.
- 한재환. 2014. 「쌀 가공식품 원료의 원산지 선호에 영향을 미치는 요인」. 농업생명과학연구.

〈국내 보고서〉

- 농림축산식품부. 2022.12. “중장기 식량안보 강화 방안”.
- 농림축산식품부. 2019.6. “2019~2023 제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 관한 5개년 계획”.
- 농림축산식품부. 2020. “20년도 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 시행계획”.
- 농림축산식품부. 2022. “22년도 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 시행계획”.
- 농림축산식품부. 각 연도. 예산 및 기금운용계획 사업설명 자료.
- 농림축산식품부. 2014. 쌀가공업체와 농가간 연계강화 전략모델 수립.
- 농림축산식품부. 각 연도. 쌀가공식품제조업 현황조사 결과보고서.
- 농촌진흥청. 2021. “사회부연(死灰復燃), 쌀 소비를 말한다”.
- 농협경제지주. 2021. 내부자료.
- 한국농수산물유통공사. 2020. “2020 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품)”.
- 한국농수산물유통공사. 2022. “주요국 쌀가공식품 주력 수출품목 시장조사”.

한국농촌경제연구원. 2022. 제3차 전통주 등의 산업발전 기본계획 수립 연구.

<웹 사이트>

국세청, 국세통계. <https://tasis.nts.go.kr/websquare/websquare.html?w2xPath=/cm/index.xml>. 검색일: 2023. 11. 1.

농림축산식품부 보도자료(2023.4.27.), 『가루쌀로 도약하는 농업과 식품의 미래』. <https://www.mafra.go.kr/home/5109/subview.do?enc=Zm5jdDF8QEB8JTJGYmJzJTJGaG9tZSUyRjc5MiUyRjU2NjE1MSUyRmFydGNsVmllldy5kbyUzRg%3D%3D>. 검색일: 2023. 5. 3.

농림축산식품부 보도자료(2022.6.9.), 『분질미를 활용한 쌀 가공산업 활성화 대책』. <https://www.mafra.go.kr/home/5109/subview.do?enc=Zm5jdDF8QEB8JTJGYmJzJTJGaG9tZSUyRjc5MiUyRjU2NDIxOCUyRmFydGNsVmllldy5kbyUzRg%3D%3D>. 검색일: 2023. 5. 3.

농촌진흥청, 『2023 바로미2 재배력』. <https://www.nongsaro.go.kr/portal/ps/psv/psvr/psvre/curationDtl.ps?menuId=PS03352&srchCurationNo=1846>. 검색일: 2023. 5. 3.

담터 홈페이지. <https://m.damtuh.com/>. 검색일: 2023. 11. 1.

롯데웰푸드 홈페이지. <https://www.lottewellfood.com/>. 검색일: 2023. 11. 1.

맥도날드 홈페이지. <https://www.mcdonalds.co.kr/kor/main.do>. 검색일: 2023. 11. 1.

메가MGC 커피 홈페이지. <https://www.mega-mgcoffee.com/>. 검색일: 2023. 11. 1.

스타벅스 홈페이지. <https://www.starbucks.co.kr/index.do>. 검색일: 2023년 11. 1.

신세계 그룹 뉴스룸. <https://www.shinsegaegroupnewsroom.com/tag/%EB%B8%94%EB%9D%BC%EC%8D%B8%EB%8D%B0%EC%9D%B4/>. 검색일: 2023. 11. 1.

이마트24 홈페이지. <https://m.emart24.co.kr/press/1213>, 담터 홈페이지. <https://m.damtuh.com/>. 검색일: 2023. 11. 1.

인천광역시 홈페이지. <https://www.incheon.go.kr/search/search?kwd=%EB%B0%B0%EC%86%A1%EB%B9%84+%EC%A7%80%EC%9B%90>. 검색일: 2023. 11. 1.

일본 농림수산성. <https://www.maff.go.jp>.

일본 농림수산성. 2023. 경영소득안정대책 등 실시요강. https://www.maff.go.jp/j/seisaku_tokatu/antei/attach/pdf/keiei_antei-184.pdf. 검색일: 2023. 10. 9.

통계청, 양곡소비량조사. https://kosis.kr/statisticsList/statisticsListIndex.do?parentId=K1.1&vwcd=MT_ZTITLE&menuId=M_01_01.

파리바게트 홈페이지. <https://www.paris.co.kr/>. 검색일: 2023. 11. 1.

한국농수산물유통공사, 농식품 수출통계. <https://www.kati.net/statistics/periodPerformance.do>.

需要に応じた米の生産・販売の推進に関する要領. <<https://www.maff.go.jp>>.

米麦加工食品生産動態等統計調査. <<https://www.maff.go.jp>>.

米をめぐる状況について. <<https://www.maff.go.jp>>.

新規需要米等の用途別作付生産状況の推移. <<https://www.maff.go.jp>>.

米に関するマンスリーレポート. <<https://www.maff.go.jp>>.

需要に応じた米の生産・販売の推進に関する要領. <<https://www.maff.go.jp>>.

経営所得安定対策の概念. <<https://www.maff.go.jp>>.

米加工品の生産動向. <<https://www.komenet.jp/>>.

年別加工米飯生産量の推移. <<https://www.komenet.jp/>>.