



2021년 1월 22일 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.

식품산업정책과 과 장 이시혜(044-201-2111), 서기관 송재원(2116) / 제공일 : 1월 21일 (총 4매)

걱정없이 농사짓고 안심하고 소비하는 나라

가공밥, 떡볶이 등 쌀을 원료로 한 가정간편식(HMR) 제품 인기

- 2020 가공식품 세분시장 현황 보고서(쌀가공식품) 발간 -

《 주 요 내 용 》

◆ 2019년 쌀가공식품 소매시장 규모 및 채널별 점유율

- 2019년 쌀가공식품 소매시장 규모(가공밥, 떡, 죽류, 쌀과자, 쌀라면, 현미유, 쌀식빵 기준)는 **8,840억원**('18년 대비 10.9% 증가)
 - * POS 소매점 매출액 기준 : ('17)6,654억원 → ('18)7,973 → ('19)8,840
 - 품목별 매출액은 **가공밥(4,938억원)**, **떡(1,542억원)**, **죽류(1,332억원)**, **쌀과자(911억원)** 순
- 소매 채널별 점유율은 **할인점(32.5%)**, **편의점(24.0%)**, **체인슈퍼(18.8%)** 순
 - * 가공밥은 할인점(31.8%) 및 편의점(25.5%), 떡은 할인점(29.4%)과 체인슈퍼(23.1%)에서 주로 구입

◆ 2020년 쌀가공식품 소비동향 및 트렌드(온라인 설문조사)

- 최근 3개월 내 구입경험은 **가공밥(79.7%)이 가장 높음**
 - * 구입경험 : 가공밥(79.7%), 떡볶이떡(48.2%), 쌀과자(45.1%), 죽류(43.4%) 순
 - 가공밥은 **20~30대 남성과 20대 여성**의 구입 경험률이 높았으며, 떡볶이떡·쌀과자는 자녀가 있는 **30~40대 소비자**가 주로 구입
 - 죽류·떡국떡은 **30~40대 여성층**이, 쌀라면은 **30대 남성과 20~30대 여성층**의 구입 경험률이 높게 나타남
- 코로나19 확산에 따른 외식자제 및 내식증가로 식사 대용 쌀가공식품 소비가 늘고, 비대면 채널을 통한 구입 증가
 - 전년 대비 구입이 증가했다는 답변은 **가공밥(56.1%)이 가장 높고**, 떡볶이떡(24.9%), 죽류(22.3%), 쌀과자(15.7%) 순
 - 온라인 쇼핑몰을 통한 구입은 **가공밥(69.9%)**, 떡국떡(64.5%), 떡볶이떡(63.9%) 등 대부분 증가했다고 답변

□ 농림축산식품부(장관 김현수, 이하 농식품부)와 한국농수산물유통공사(사장 이병호)는 「2020 가공식품 세분시장 현황 보고서 : 쌀가공식품」을 발간하였다.

○ 이번 보고서는 쌀가공식품의 유통 및 판매구조, 소비자 동향 및 트렌드, 출하 및 수출입 현황 등에 대한 정보를 담고 있다.

□ POS 소매 매출액 기준, 2019년 주요 쌀가공식품(가공밥, 떡, 죽류, 쌀과자, 쌀라면, 현미유, 쌀식빵 기준)의 소매시장 규모는 8,840억원으로 2018년보다 약 10.9% 증가하였다.

* POS 소매점 매출액 : ('17)6,654억원 → ('18)7,973 → ('19)8,840

○ 품목별로는 가공밥 4,938억원, 떡 1,542억원, 죽류 1,332억원, 쌀과자 911억원 순으로 매출액이 높게 나타났다.

○ 가정간편식 시장이 성장하면서 가공밥, 떡, 죽류, 쌀라면 등 주요 쌀가공식품의 매출액이 지속적으로 증가하고 있다.

- 특히, 죽류는 전년 대비 매출액이 50.5% 증가하였으며, 쌀라면(20.7%), 떡(9.4%), 가공밥(6.0% ↑) 매출액도 크게 늘었다.

□ 2019년 쌀 가공식품의 주요 소매 채널별 점유율은 할인점(32.5%), 편의점(24.0%), 체인슈퍼(18.8%) 순으로 높은 것으로 나타났다.

○ 가공밥의 경우 할인점(31.8%) 및 편의점(25.5%)에서, 떡은 할인점(29.4%)과 체인슈퍼(23.1%)에서 주로 구입하는 것으로 조사되었다.

□ 코로나19 확산에 따른 외식 자제 및 내식 증가로 인해 가공밥 등 쌀가공식품 소비 증가가 2020년에는 더욱 확대되었다.

- 소비자 900명을 대상으로 한 온라인 설문조사에서 80%에 달하는 소비자가 최근 3개월 이내 가공밥을 구입한 적이 있다고 답했고, 떡볶이떡(48.2%), 쌀과자(45.1%), 죽류(43.4%)의 구입 경험률도 40% 이상으로 높게 나타났다.
- 소비자 유형별로는 가공밥은 20~30대 남성과 20대 여성의 구입 경험률이 높았으며, 떡볶이떡·쌀과자는 자녀가 있는 30~40대 소비자가 구입하는 경우가 많았다.
- 죽류·떡국떡은 30~40대 여성층이, 쌀라면은 30대 남성과 20~30대 여성층의 구입 경험률이 높은 것으로 나타났다.

< 쌀가공식품 최근 3개월 내 구입경험률 >

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
(사례수)	(900)	(448)	(106)	(107)	(119)	(116)	(452)	(107)	(107)	(116)	(122)
가공밥류	79.7	79.9	81.1	81.3	78.2	79.3	79.4	82.2	76.6	81.0	77.9
쌀 떡볶이떡	48.2	44.0	40.6	46.7	51.3	37.1	52.4	48.6	57.0	60.3	44.3
쌀 과자류	45.1	40.6	40.6	51.4	36.1	35.3	49.6	47.7	54.2	50.9	45.9
죽류	43.4	38.6	36.8	48.6	36.1	33.6	48.2	48.6	54.2	53.4	37.7
쌀 떡국떡	34.2	29.7	28.3	35.5	27.7	27.6	38.7	31.8	38.3	48.3	36.1
쌀 주류	31.8	33.9	29.2	38.3	32.8	35.3	29.6	28.0	29.0	30.2	31.1
쌀 면류	30.3	28.1	28.3	34.6	20.2	30.2	32.5	32.7	40.2	29.3	28.7
쌀 음료류	29.6	31.3	37.7	44.9	25.2	19.0	27.9	34.6	29.9	21.6	26.2
쌀 빵류	23.2	21.0	29.2	33.6	10.9	12.1	25.4	21.5	27.1	25.0	27.9
라이스페이퍼	17.0	14.1	17.9	14.0	12.6	12.1	19.9	18.7	17.8	24.1	18.9
이유식용 쌀가루	2.0	2.2	2.8	2.8	1.7	1.7	1.8	1.9	4.7	0.0	0.8
기타 쌀가공식품 (시리얼/누룽지/선식)	28.3	23.7	31.1	30.8	16.8	17.2	33.0	30.8	39.3	33.6	28.7
없음	1.8	1.8	2.8	0.9	1.7	1.7	1.8	1.9	1.9	0.9	2.5

* 가공밥은 즉석밥, 컵밥, 냉동밥을 포함하며, 기타 쌀가공식품은 시리얼, 누룽지, 선식을 포함함

- 한편, 2019년의 소비와 비교해서는 쌀가공식품 전반적으로 소비가 늘고, 특히 온라인 쇼핑몰·홈쇼핑 등 비대면 채널을 통한 구입이 증가한 것으로 나타났다.

- 설문대상자의 56.1%가 가공밥 구입이 증가했다고 답변했고, 떡볶이떡(24.9%), 죽류(22.3%), 쌀과자(15.7%) 등도 전년보다 구입이 크게 증가한 것으로 조사되었다.

< 전년 대비 구입증가 품목(복수응답) >

구분	전체	남성					여성				
		소계	20대	30대	40대	50대	소계	20대	30대	40대	50대
(사례수)	(900)	(448)	(106)	(107)	(119)	(116)	(452)	(107)	(107)	(116)	(122)
가공밥류	56.1	57.6	56.6	63.6	56.3	54.3	54.6	60.7	50.5	51.7	55.7
쌀 떡볶이떡	24.9	22.1	24.5	27.1	23.5	13.8	27.7	27.1	26.2	29.3	27.9
죽류	22.3	19.4	16.0	26.2	19.3	16.4	25.2	28.0	26.2	22.4	24.6
쌀 과자류	15.7	15.0	21.7	20.6	10.1	8.6	16.4	17.8	21.5	14.7	12.3
쌀 떡국떡	14.7	14.3	13.2	20.6	4.2	19.8	15.0	12.1	21.5	16.4	10.7
쌀 주류	13.2	10.0	9.4	15.0	6.7	9.5	16.4	14.0	17.8	18.1	15.6
쌀 음료류	11.3	10.5	15.1	17.8	5.9	4.3	12.2	13.1	11.2	12.1	12.3
쌀 면류	11.2	13.6	12.3	17.8	10.9	13.8	8.8	10.3	13.1	6.9	5.7
쌀 빵류	10.4	12.9	15.1	23.4	6.7	7.8	8.0	7.5	12.1	2.6	9.8
라이스페이퍼	6.0	6.0	6.6	7.5	5.0	5.2	6.0	6.5	5.6	4.3	7.4
이유식용 쌀가루	1.1	0.9	1.9	1.9	0.0	0.0	1.3	0.9	3.7	0.0	0.8
기타 쌀가공식품 (시리얼, 누룽지, 전식)	12.2	11.2	16.0	17.8	6.7	5.2	13.3	14.0	15.9	10.3	13.1
없음	8.1	8.9	4.7	8.4	11.8	10.3	7.3	9.3	7.5	4.3	8.2

- 쌀가공식품 관련 전년대비 구입이 증가한 채널로는 공통적으로 온라인 쇼핑몰이 가장 많았으며,

- 특히, 가공밥(69.9%), 떡국떡(64.5%), 떡볶이떡(63.9%), 죽류(61.1%)는 온라인 쇼핑몰을 통한 구입이 증가했다는 응답이 60% 이상 높게 나타났다.

□ 쌀 가공식품 세분시장 현황에 대한 자세한 정보는 식품산업통계정보시스템(www.aTFIS.or.kr)에 게재된 『2020 가공식품 세분시장 현황 보고서 : 쌀가공식품』을 통해 확인할 수 있다.