

Processed Rice Products



유럽 쌀가공식품 현황

유럽 주요국의 쌀 소비 현황

코로나19 팬데믹이 한창이던 2019~2020년 사이, 집에서 보내는 시간이 많아지고 홈쿠킹 가구가 증가함에 따라 2019년 대비 2020년 쌀 소비는 13% 증가하였다. 게다가 쌀의 시장규모는 최근 5년 동안 27%의 증가율을 보이며 그 수요는 지속적으로 증가하고 있음을 알 수 있다.

구체적으로 유럽 주요 5개국인 영국, 스페인, 이탈리아, 독일, 프랑스의 쌀 소비 현황을 볼 때 대체적으로 쌀 소비는 증가하는 흐름이다. 2019~2020년 사이 특히 프랑스(17%), 스페인(15%), 영국(13%)에서의 소비가 다른 국가에 비해 큰 폭으로 증가하였다. 향후 5년 뒤에도 이 흐름은 계속 이어질 것으로 전망되고 있다.

유럽 주요 5국 최근 5개년 쌀 소비 추이 및 전망

(단위 : 백만 달러)



자료 Euromonitor

* 2021년 이후 수치는 전망치

쌀 소비도 간편하고 편리하게

코로나19 팬데믹을 보내며 외식을 줄이고 홈쿠킹을 선호하는 유럽 가구가 증가하면서 다양하고 이국적인 향신료나 소스가 유럽 내에서 출시되고 인기를 모았다. 이러한 흐름에 따라 바베큐향, 매운 멕시칸 소스, 데리야키 소스 등을 입힌 밥과 같은 쌀 가공식품이 유통되고 있다. 또한 유럽 소비자들은 파스타 외에도 프리미엄 소스와 재료를 통해 만들어진 다양한 이국적인 쌀 간편식품을 소비하고자 하는 경향이 있다.

최근에는 요리에 활용할 수 있는 쌀 시럽, 쌀 크림과 같은 소스류와 간편식의 형태로 밥을 첨가한 샐러드, 즉석밥 등이 활발하게 유통되고 있다. 이에 더해 리조또로 쌀 소비가 많은 이탈리아의 경우, 전통적으로 주식인 파스타에도 쌀을 사용한 '쌀 파스타'를 출시하며 쌀에 대한 관심이 높아지고 있다. 이처럼 쌀은 주식에 있어서도 밀의 대체재로 다양하게 활용되고 있다.



쌀 시럽

자료 <https://www.naturalia.fr/>



조리용 쌀 크림

자료 <https://www.naturalia.fr/>



BBQ 맛 즉석밥

자료 <https://www.tesco.com/>



간편식 볶음밥 팩

자료 <https://www.monoprix.fr/>



밥을 첨가한 샐러드

자료 <https://www.carrefour.fr/>

유럽 내 유통 중인
쌀 가공식품

채식 기반 트렌드에 이은 쌀 소비 증가

이렇게 유럽에서 쌀에 대한 관심은 바로 쌀이 가진 장점인 글루텐 프리(Gluten Free)로부터 비롯된다. 따라서 이러한 점을 부각시키며 유기농·건강 제품을 전문으로 하는 온·오프라인 매장에서 쌀을 활용한 제품들이 출시되고 있다.

또한 팬데믹 이후 높아진 유럽 소비자들의 건강에 대한 관심과 식물성 단백질, 채식 기반의 음식 소비 트렌드에 따라서 그 제품군은 점점 다양해지고 있다.

그러므로 글루텐 프리라는 쌀의 장점을 살려 채식 인구와 채식 기반의 음식 소비를 원하는 소비자들을 대상으로 마케팅 전략을 세우는 것이 중요할 것으로 보인다. 기존에 우유 대체품으로 쌀을 활용한 제품이 대부분이었으나 현재는 디저트류, 비스킷류에 있어서도 쌀의 활용도가 높아져 기존의 쌀 갈레트를 넘어 비건 식품이라는 이미지로 점점 그 종류가 다양해지는 추세다. 쌀을 활용한 쌀 요거트, 쌀 아이스크림, 쿠키류, 디저트류 등이 이에 해당되며 다양하게 출시되고 있다.



유럽 내 유통 중인
쌀 가공식품

쌀 바닐라 드링크

자료 <https://www.naturalia.fr/>



우유 대체 쌀 드링크

자료 <https://shop.rewe.de/>



설탕 무첨가 코코넛, 쌀 음료

자료 <https://tienda.mercadona.es/>



유럽 내 유통 중인 쌀 가공식품



쌀을 사용한 바닐라향 디저트 (프랑스)
자료 <https://www.naturalia.fr/>



쌀 초코 갈레트 (이탈리아)
자료 <https://www.bennet.com/>



쌀 레몬 생강 쿠키 (이탈리아)
자료 <https://www.bennet.com/>



쌀 푸딩 (스페인)
자료 <https://tienda.mercadona.es/>



쌀을 활용한 김 스낵 (스페인)
자료 <https://tienda.mercadona.es/>



베이컨, 쌀, 옥수수 칩스 (독일)
자료 <https://shop.rewe.de/>



對유럽 한국 쌀 가공식품 수출 현황

한편 쌀에 대한 유럽시장의 관심이 높아짐에 따라 對유럽 한국 쌀 가공식품의 수출 또한 증가하고 있다. 최근 5개년 동안 對EU(영국 포함)로의 수출이 증가한 한국 쌀 가공식품의 현황은 아래 표와 같다.

떡류 품목(떡볶이, 떡국떡, 죽)의 경우, 2021년에는 매출이 전년 대비 44% 증가해 170만 달러(원화 22억원) 이상 증가했다. 게다가 늘어나는 채식 인구와 비건 식품에 대한 수요를 반영해 비건 표시를 해둔 제품들도 보이기 시작한다. 또한 튀긴 쌀(퍼프드 라이스), 쌀과자와 같이 간식으로 활용도가 높은 품목(미과)의 경우도 2020년 대비 2021년 각각 522%, 73%로 큰 폭으로 증가하였다.

유럽 현지 온·오프라인 매장에서 현재 유통되고 있는 한국의 쌀 가공식품은 비빔밥 (상온)밀키트, 냉동 HMR, 떡볶이 떡, 쌀과자로 이는 일부 유통매장에서만 구매가 가능한 상황이다. 불닭볶음면의 인기로 매운맛의 한국식품이 관심을 끌며 떡볶이 역시 젊은층을 대상으로 인기를 누리며 유통매장 입점이 확대되고 있는 상황이다. 한식에 대한 인지도 제고로 간편하게 만들어 즐길 수 있는 냉동 볶음밥 등 한식 HMR 제품에 대한 수요 역시 증가할 것으로 전망된다.



對EU(영국 포함) 한국의 주요 쌀 가공식품 수출 추이

(단위 : 천 달러)

| HS CODE | 품목명 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|------------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1901909091 | 떡류 | 1,265 | 1,382 | 2,147 | 3,178 | 3,905 | 5,612 |
| 1904103000 | 퍼프드 라이스 | 10 | 12 | 17 | 17 | 9 | 56 |
| 1904901010 | 찌거나 삶은 쌀 | 313 | 487 | 684 | 908 | 853 | 1,049 |
| 1905901050 | 쌀과자 | 264 | 364 | 374 | 312 | 288 | 497 |
| 2202993000 | 식혜 | - | 75 | 66 | 87 | 56 | 65 |
| 2206002030 | 탁주 | 142 | 146 | 266 | 236 | 269 | 464 |

이밖에도 쌀 가공식품은 글루텐 프리, 저칼로리식 등 건강에 관심이 많은 소비자층이 즐겨 찾는 품목으로 유기농을 내세운 마케팅이 도움이 될 수 있다. 한국 유기농 인증은 EU에서 동등성을 인정받을 수 있는데 이를 위해 우선 EU가 인정한 한국의 기관(EU 등재 한국 인증기관*)에서 제품에 대한 유기농 인증과 인증코드를 취득해야 한다. 이 인증코드를 제품 외 포장지 혹은 라벨에 명시하면 EU에서도 유기농 제품으로 유통할 수 있다. 단, EU 소재의 수입업체 역시 유기농 취급 라이선스를 가지고 있어야 하며 수입신고 시 해당 유기농 인증코드가 필요하다. 또한, 국가에 따라 유통국 관리 당국에 유기농 제품 신고 및 등록을 별도로 진행해야 한다.

*리스트 참고: <https://www.enviagro.go.kr/>

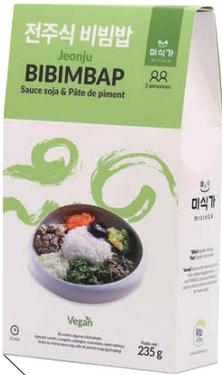
프랑스 현지에서 유통 중인 한국 쌀 가공식품



프랑스 오성 매장 떡볶이 떡 (비건 표시) 자료 직접 촬영



프랑스 현지 매장 막걸리 발효키트 (Bienmanger 온라인 사이트) 자료 <https://www.bienmanger.com/>



프랑스 현지 매장 비빔밥 (Bienmanger 온라인 사이트) 자료 <https://www.bienmanger.com/>



프랑스 까르푸 매장 떡볶이 떡 자료 <https://www.carrefour.fr/>



프랑스 까르푸 매장 쌀강정 자료 <https://www.carrefour.fr/>

작성자 파리지사 신예지

Key Point

채식 기반의 음식을 찾는 유럽 소비자들의 성향에 맞춘 쌀 가공식품 출시가 한창이다. 이에 더해 과거 떡의 끈적이는 식감이 낮설었던 유럽 소비자들도 다양한 K-컨텐츠를 통해 접한 떡볶이 등 한국 간식류에 대한 인지도가 제고되는 상황에서 이제는 글루텐 프리를 장점으로 한 떡 제품에 대한 수용도가 높아지고 있다. 이밖에도 다양한 종류의 볶음밥 간편식(HMR)과 쌀강정, 식혜 등 다양한 제품들을 유럽 소비자의 입맛에 맞게 소개할 필요가 있다.

쌀의 나라 베트남에서는 한국산 쌀 가공식품이 인기

쌀의 나라 베트남

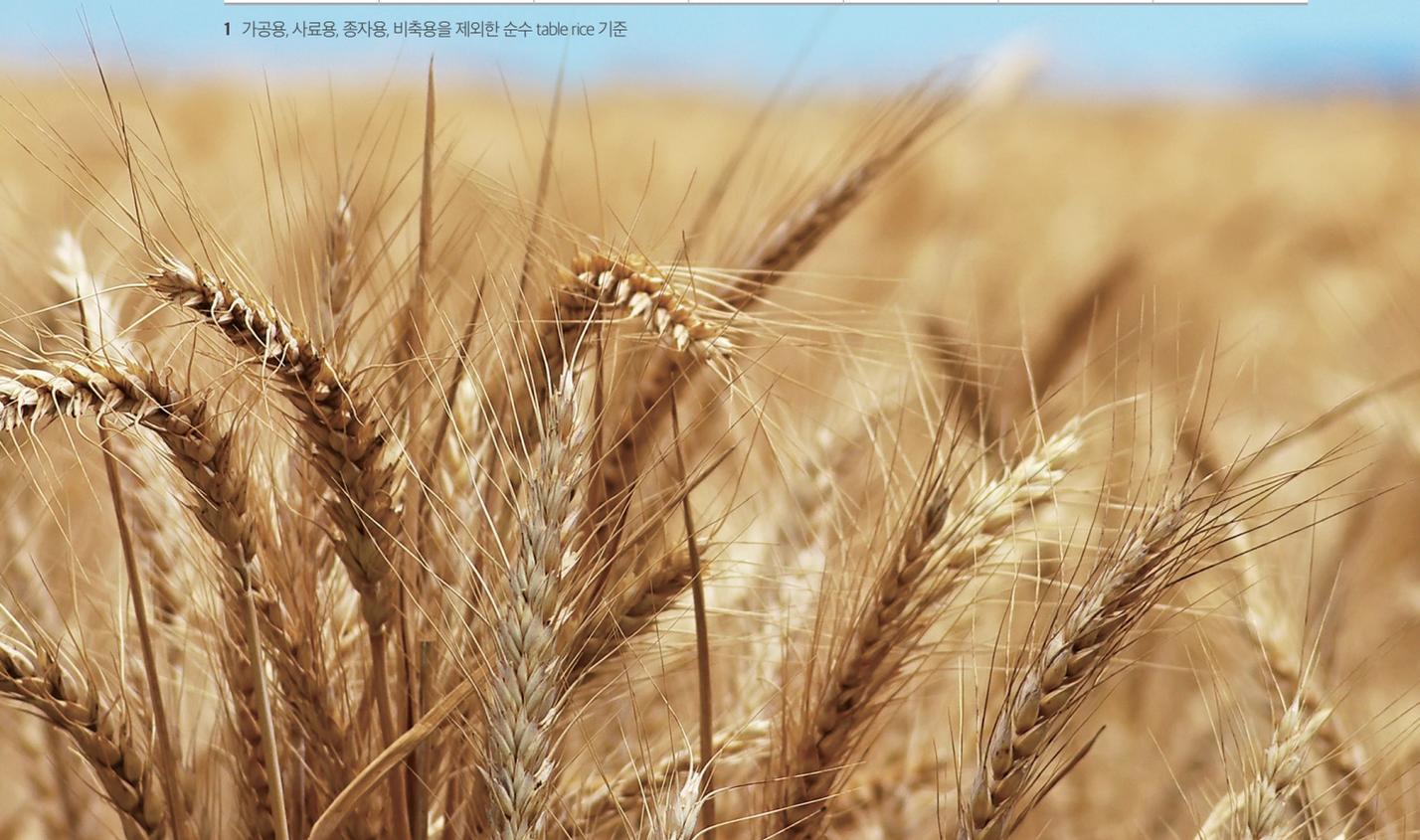
베트남은 연중 따뜻한 기후로 쌀 재배에 적합한 조건을 갖추고 있다. 연 3회 쌀 수확이 가능하며 길을 중심으로 한 쪽에서는 모내기, 다른 한 쪽에서는 고개 숙인 벼가 물결치는 황금 벌판을 찾아보는 것이 어렵지 않다. '21년 베트남 쌀 생산량은 28.5백만 톤으로 640만 톤을 필리핀, 중국, 말레이시아 등 국가로 수출하고 있어 세계 2위 쌀 수출국으로 이름을 올렸다. 이외에도 '19년 태국과 캄보디아 쌀을 제치고 베트남의 ST25쌀이 세계에서 가장 맛있는 쌀로 선정된 바 있다. 베트남은 '쌀의 나라'라고 불리는 만큼 베트남 국민의 주식은 쌀밥이며, 쌀을 활용한 쌀국수, 라이스페이퍼, 쌀과자 등 다양한 쌀 가공식품을 생산하고 있다.

2021 베트남 쌀 생산 및 수출입 현황

(단위 : 백만 달러, 백만 톤)

| 구분 | 생산량 | 수출 | | 수입 | | 소비량 |
|----|-------|------|-------|------|--------|-------------------|
| | | 종량 | 금액 | 종량 | 금액 | |
| 쌀 | 28.51 | 6.22 | 3,290 | 1.44 | 720.80 | 9.72 ¹ |

1 가공용, 사료용, 종자용, 비축용을 제외한 순수 table rice 기준



베트남에서는 한국산 쌀 가공식품이 인기

베트남 현지 소비자들의 주식이 쌀인 만큼 쌀을 가공하여 만든 식품에 대한 거부감이 없는 편으로 현지 온·오프라인 유통 매장에서는 쉽게 쌀 가공식품을 찾아볼 수 있다. 현지 인기 한국산 쌀 가공식품으로는 쌀음료, 떡볶이, 쌀과자 등이 있으며 특히 한국산 쌀음료의 경우 '베트남 국민 음료수'라고 불릴 정도로 인기가 많다. 한국산 쌀음료의 주재료인 쌀은 베트남 소비자들에게 매우 친숙한 재료이며, 타 제품 대비 당도가 낮고

건강하다고 인식되어 있어 아침식사 대용으로도 섭취하고 있다. 대표 쌀 가공식품인 떡볶이는 K-POP 등 한류 열풍을 타고 현지 소비자들에게 한국식 매운맛으로 큰 인기를 끌고 있다. 현지 MZ세대를 중심으로 라이스페이퍼를 활용한 떡볶이 레시피가 이슈가 되는 등 떡볶이에 대한 사랑이 뜨겁다.

또한, 2020년 이후 코로나19 확산으로 인해 집콕을 선호하는 소비자가 증가함에 따라 자연스럽게 간편하고 식사대용으로도 활용이 가능한 컵 떡볶이 등이 큰 인기를 끌었다.



떡볶이
 가격 101,500VND
 (5,000원)
 중량 300g

쌀과자
 가격 35,000VND
 중량 303g



컵떡볶이
 가격 41,000VND
 (2,000원)
 중량 130g

쌀음료
 가격 110,000VND
 (5,500원)
 중량 1.5L



2021 對베트남 인기 한국 쌀 가공식품 수출실적

(단위 : 톤, 천달러)

| 구분 | 2020 (A) | | 2021 (B) | | 증감률 (B/A) | | 2021.5 (C) | | 2022.5 (D) | | 증감률 (D/C) | |
|-----|----------|----------|----------|----------|-----------|------|------------|----------|------------|----------|-----------|-------|
| | 물량 | 금액 | 물량 | 금액 | 물량 | 금액 | 물량 | 금액 | 물량 | 금액 | 물량 | 금액 |
| 쌀음료 | 22,783.8 | 31,494.8 | 22,448.2 | 34,464.9 | ▲1.5 | 9.4 | 9,334.2 | 14,938.2 | 12,355.6 | 21,019.5 | 32.4 | 40.7 |
| 떡류 | 702.8 | 2,860.6 | 968.7 | 5,131.6 | 37.8 | 79.4 | 289.5 | 1,267.9 | 452.5 | 2,136.5 | 56.3 | 68.5 |
| 햇반 | 297.5 | 852.0 | 320.1 | 1,009.8 | 7.6 | 18.5 | 134.2 | 396.2 | 86.8 | 259.9 | ▲35.3 | ▲34.4 |
| 미과 | 85.3 | 581.5 | 88.7 | 631.9 | 4.1 | 8.7 | 77.0 | 308.8 | 9.7 | 215.4 | ▲87.4 | ▲30.2 |

* 미과 (HS Code : 1905901050), 햇반 (HS Code : 190490 / 찌거나 삶은 쌀 및 곡류 제조품),
 쌀음료 (HS Code : 2202993000, 2202999000 / 식혜 및 기타음료), 떡류(Hs code : 1901909091)



경쟁 품목 현황

베트남에서는 태국, 중국, 일본 등 다양한 국가의 쌀 가공식품이 유통·판매되고 있으며 일부 현지 업체에서는 쌀과자, 쌀떡 등의 제품 포장지에 한국어를 표기하여 생산할 정도로 현지 소비자들의 한국산 쌀 가공식품에 대한 선호도는 높은 것으로 보인다.

쌀과자의 경우 김맛, 치즈맛, BBQ맛 등 다양한 소비자층을 겨냥한 제품이 판매되고 있으며 주머니 사정을 걱정하지 않고 부담 없이 즐길 수 있는 가격(23,000VND/150g)으로 남녀노소를 불문하고 인기 간식으로 꼽히고 있다.

이외에도 각종 요리에 사용되는 라이스페이퍼, 쌀국수 등 다양한 쌀 가공식품을 찾아볼 수 있으며 건강식품으로 인식되어 현지 소비자들의 선호도가 높은 편이다.



쌀떡
 원산지 베트남
 가격 30,000VND (1,500원)
 중량 500g



쌀과자
 원산지 베트남
 가격 23,000VND (1,150원)
 중량 150g



컵떡볶이
 원산지 베트남
 가격 23,000VND (1,150원)
 중량 82g



쌀과자
 원산지 태국
 가격 45,000VND
 중량 150g

자료 온라인 몰(Shopee) / Bánh gạo

작성자 하노이지사 최성국

Key Point

베트남 현지 소비자들에게 친숙한 쌀이 주재료로 거부감이 없는 쌀 가공식품은 남녀노소 전 연령층 소비자에게 사랑받고 있다. 또한, 건강식품으로 인식되고 있어 아침식사 대용 또는 건강한 간식으로도 인기가 많다. 한국산 쌀과자, 떡볶이, 쌀음료 등의 인기는 한류 열풍과 동반 성장하여 인기가 꾸준할 것으로 전망된다. 또한 최근 현지 소비자들의 관심사인 건강에 중점을 둔 제품 역시 진출이 가능할 것으로 보인다. 예시로 현지 소비자들에게 건강식품으로 인식되고 있는 요플레와 건강하고 친숙한 재료인 쌀을 활용한 '쌀요플레'와 같이 건강과 편리성을 모두 충족시키면서 현지에서 찾아볼 수 없는 제품군은 면밀한 검토를 통해 시장 진출을 고려할 수 있을 것으로 생각된다.

미국 쌀 가공품 시장 현황

미국의 쌀 산업시장

미국은 세계 쌀 생산량의 2% 미만을 생산하지만 세계 쌀 수출량의 6%를 차지하는 세계 5위의 쌀 수출국이다. 현재 미국에서 수출하는 쌀의 양은 미국 쌀 전체 생산량의 45~50%에 이른다. 한편 미국의 쌀 수입량은 지난 20년간 급격히 증가하였다. 지난 5년간 미국은 평균적으로 전체 쌀 공급량의 약 11%를 수입하였으며 2019~2020년에는 14%를 수입하였다.



원산지별 미국 쌀 수입

(단위: 천 톤)

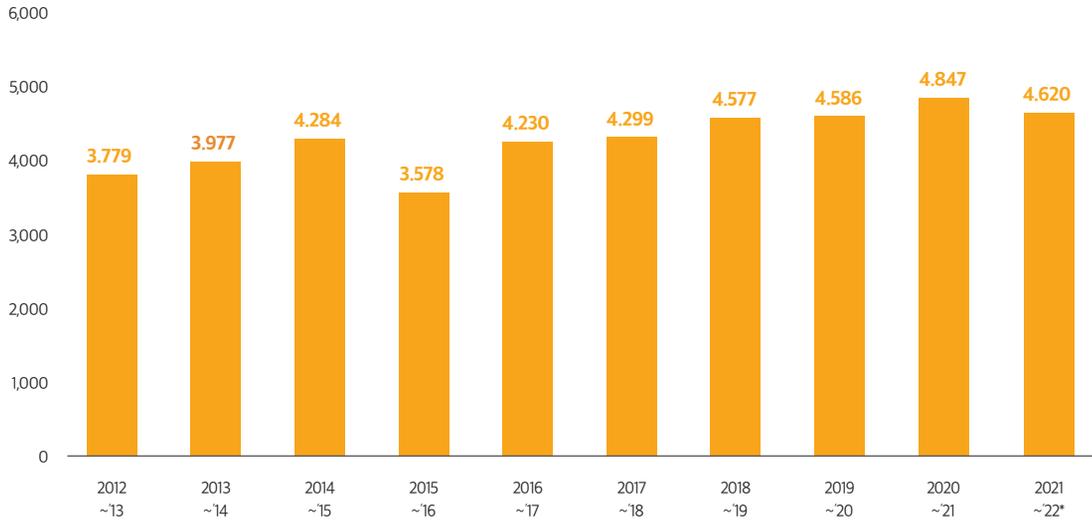


Note Rice Imports are reported as product-weight.

Source USDA, Foreign Agricultural Service, Global Agricultural Trade System database

미국 쌀 소비량

(천 미터 톤 단위의 소비량)



Source USDA, "Grain: World Markets and Trade"; <https://downloads.usda.library.cornell.edu/>

북미시장은 아시아 및 아프리카에 비해 1인당 쌀 소비량이 비교적 적은 경향을 보이고 있다. 그러나 고가의 가격에도 불구하고 세계 쌀 무역 시장에서 아시아 쌀 품종 (Asian aromatic varieties)의 점유율과 수요는 증가하고 있다. 또한 인종 구성 변화, 글루텐 프리에 대한 수요 증가, 쌀 기반 제품의 지속적인 개발로 인해 미국 내 쌀 소비는 꾸준히 증가하고 있다.



대표적 쌀 가공식품

미국시장에서 쌀 기반 가공제품 시장은 크게 일반 식품용, 주류 제조용, 애완동물 사료용 등으로 나눌 수 있다. 이 중 일반 식품 분야에서 현재 미국 최대 온라인 유통점인 아마존 진출 제품을 살펴보면 노출도가 높은 제품으로는 Rice Dishes, Rice Cakes Chips & Crackers 등이 있고 이외에도 유아용 이유식 및 시리얼 제품이 최근 새로운 트렌드를 반영해 판매되고 있다.



Amazon Bestseller :
Rice Dishes



Ben's Original Ready Rice Pouch Basmati
가격 \$0.24 / Ounce



Rice A Roni Heat & Eat Rice, 2 Flavor Variety Pack
가격 \$0.32 / Ounce

Annie Chun's Cooked White Sticky Rice
가격 \$0.26 / Ounce



Rice Dishes 카테고리 제품들은 주로 위 3개 제품과 유사한 파우치 형태의 즉석밥 제품들이 대부분이다. 한국 제품으로는 검색 시점(07/08/2022, 12:36 AM, PST) 당시 27위를 기록하고 있는 오투기 밥 제품이 있으며, 동남아시아 요리 방식의 양념된 쌀밥 제품 역시 높은 순위를 차지하고 있다.



Amazon Bestseller :
Rice Cakes Chips &
Crackers

Quaker Rice Crisps
가격 \$5.33 / Count



Off the Eaten Path 4 Flavor Sampler
Veggie Crisps Variety Pack
가격 \$2.31 / Count

Quaker Large Rice Cakes
가격 \$5.75 / Count



스낵 카테고리의 하위 항목으로 Rice Cakes Chips & Crackers 에서 간편히 먹을 수 있는 칩 제품들이 상위를 차지하고 있다. 이외 국내 제품 중 떡볶이 관련 제품들이 검색 시점에 상위 30 위 내에 6개(햇살 떡볶이 떡, 요쁘끼, 요쁘끼 치즈 컵, 요쁘끼 치즈, 요쁘끼 컵, 불닭떡볶이)가 있다.



Yopokki Sweet & Mild Spicy Tteokbokki

가격 \$6.53 / Pack



Korean Rice Cake Tteokbokki Stick

가격 \$9.98 / Pack

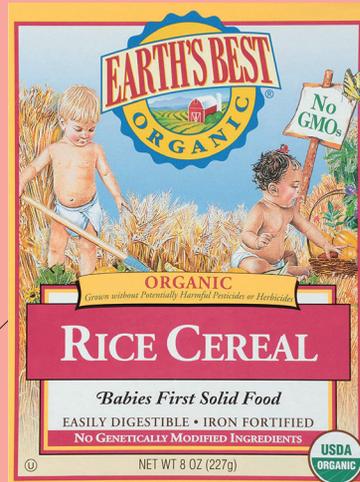


Rice Infant 항목으로 검색하면 상위에는 유아용 쌀 이유식 및 시리얼 제품들이 차지하고 있으며 이외에도 유아용 쌀 퍼프 (튀밥), 러스크(유아용 크래커) 등의 제품들이 있다.

Rice Infant

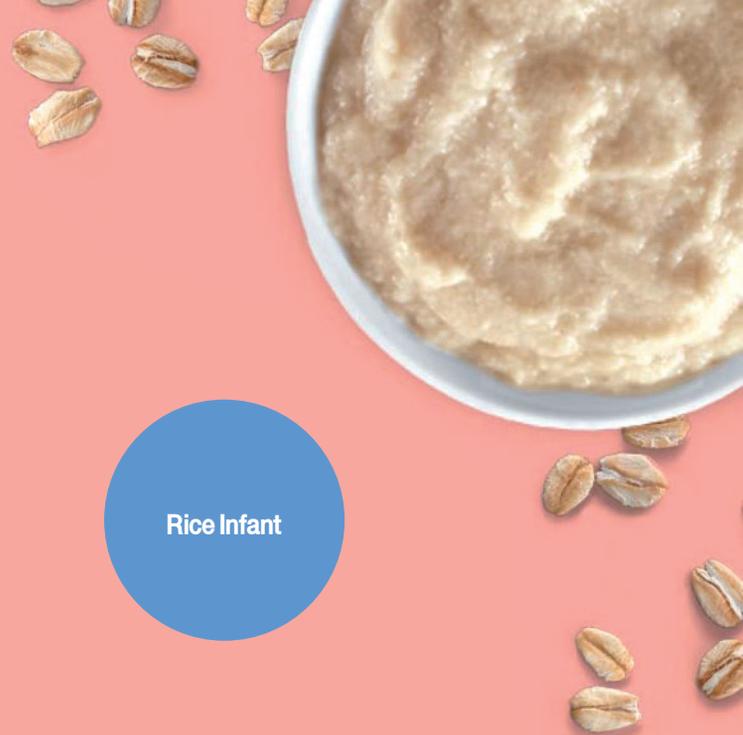


● Gerber Baby Cereal, Rice
가격 \$4.94 / Count



● Earth's Best Organic Infant Cereal, Rice Cereal
가격 \$10.47 / Count

● Else Nutrition Super Cereal For Babies 6 mo+
가격 \$6.99 / Count



향후 미국시장 내 쌀 가공제품 전망

① **Rice Milk** 퓨처 마켓 인사이트(Future Market Insights)의 최근 보고서에 따르면 쌀로 만든 우유 대체품의 세계시장 매출은 2022년 6억 1,430만 달러로 추정되며 2017~2021년 사이 CAGR 4.8%로 성장해왔다. 해당 보고서는 쌀로 만든 우유 대체품의 세계 시장이 2022~2032년 사이 CAGR 6.2%로 성장할 것으로 예상하고 있다. 미국으로 시장 범위를 좁힐 경우 2022~2032년 사이 시장 매출은 CAGR 4.2%로 성장할 것으로 예상되고 있다. 쌀우유 대체품시장이 빠르게 성장하고 있는 것은 쌀우유가 전통 우유제품과 풍미, 맛, 질감에 있어 유사성을 가지고 있어 식물성 우유 대체품 중에 선호 제품 중 하나로 부상하고 있기 때문이다. 그리고 유당 불내증 및 견과류 불내증이 있는 소비자들의 유제품 대체품에 대한 수요는 꾸준히 유지되며 이러한 수요가 이 시장의 성장을 주도할 것으로 보인다. 또한 케토, 완전 채식, 글루텐 프리 등과 같은 기능성 식단을 선택하는 소비자들이 증가함에 따라 쌀로 만든 대체 유제품 시장이 주목받을 것으로 보인다.

② **한국 전통 주류 (막걸리)** 최근 구글 트렌드에서 막걸리에 대한 미주 지역 검색량 추세를 살펴보면 검색 빈도가 꾸준히 상승하고 있는 것을 볼 수 있다. 20 이하로 머물던 구글 트렌드 강도가 2020년 7월을 기점으로 상승하기 시작하여 최근에는 30 이상의 검색 강도를 유지하고 있다. 한국 전통 주류의 경우 이미 미국시장 내 하나의 주류 카테고리로 인식되어 있는 일본 전통주인 사케(Sake)를 벤치마킹할 수 있는 것으로 보인다. 사케의 경우 2019년 92억 9,016만 달러의 매출을 기록하였으며 2020~2027년 동안 CAGR 4.7%로 꾸준히 성장할 것으로 예상되고 있다. 이와 같은 시장 전망에 발맞추어 2020년 국순당이 '1000억 프리바이옌 막걸리'를 미국에 수출하며 미국 시장 공략에 나선 바 있다.

시간 흐름에 따른 관심도 : 막걸리



③ **Gluten Free** 미국 내에서 글루텐 불내증으로 인한 알레르기 진단이 늘고 있으며 셀리악병, 자가면역 질환 증가와 같은 요인과 더불어 글루텐 프리와 관련된 제품시장이 확장되고 있다. Research and Markets의 보고서에 따르면, 2020~2026년 기간 중 미국 내 글루텐 프리 산업은 CAGR 10.10%로 급성장할 것으로 전망된다. 글루텐 프리 제품에 대한 수요가 증가하고 있는 시점에서 글루텐을 포함하고 있지 않은 쌀의 성분적 특이점을 이용한 쌀가루, 파스타, 스낵류 제품에 대한 적절한 홍보가 필요한 것으로 보인다. 특히 미국 내 쌀 스낵 시장(Packaged Rice Snacks Market)은 소매 및 온라인 유통 환경의 확장과 양질의 재료로 만든 건강한 스낵에 대한 수요 증가 트렌드에 힘입어 시장 성장이 촉진될 것으로 보인다.

작성자 | 뉴욕지사 윤슬기



Key Point 북미시장은 아시아 및 아프리카에 비해 쌀 소비량이 적은 편임에도 불구하고 인종 구성 변화, 글루텐 프리에 대한 수요 증가 등의 이유로 인해 아시아 쌀 품종의 점유율과 그 수요가 증가하고 있는 추세다. 때문에 미국 내 쌀 소비는 꾸준히 증가하고 있다. 그러므로 트렌드를 반영한 쌀 가공식품을 개발해 수출한다면 농식품 사업 분야에서 유리한 위치를 선점할 수 있을 것으로 기대되는 바이다.

일본 쌀가루 산업 동향과 이용 확대를 위한 노력

일본의 쌀 소비량 감소 움직임

일본의 1인당 쌀 연간 소비량은 1962년도에 118kg를 기점으로 2020년도 기준 1인당 50.7kg로 연간 평균 0.6kg씩 감소하는 추세다. 한국의 경우도 이와 유사하게 2020년 기준 연간 1인당 쌀 소비량 57.7kg으로 일본 보다는 높지만 1980년도와 대비하면 132.7kg로 절반에 못 미치는 수치로 감소세는 일본보다 빠르다.

전체 식량 생산량에 있어서 쌀이 대부분을 차지하는 양국 모두 쌀 소비량 감소에 대한 문제를 직면하고 있는 상황이다.

일본농업신문이 10~70대 남녀를 대상으로 2021년도에 실시한 일본 내 쌀 소비실태 조사 결과를 보면 전체의 40%가 쌀밥을 먹는 횟수가 하루 1번 이하라고 답했으며, 가정 내 식사 및 외식 전체를 통틀어 쌀을 먹지 않을 때의 이유로 특히 빵이나 면을 더 많이 즐겨 먹기 때문인 것으로 응답했다. 즉 식습관의 변경에 따라 밀 관련제품의 소비 확대가 이루어진 것으로 나타난 것이다.

일본의 경우, 2019년도를 기준으로 밀의 자국 내 생산량은 103.7만 톤, 수입량은 531.2만 톤으로 수입산이 약 84%를 차지하고 있어 쌀과 밀의 수급 불균형이 지속적으로 나타났음을 볼 수 있다.

이를 해결하기 위한 방법 중 하나로 일본은 쌀가루 산업의 확대를 통해 밀가루의 대체와 쌀 소비 확대를 목표로 여러 사업을 추진하고 있다. 특히 최근 우크라이나 전쟁으로 야기된 전 세계적 식량 부족에 따른 밀가루의 대체품으로 쌀가루 산업은 더욱 두각을 나타내고 있다.



2021 일본 쌀 소비실태조사

(단위: %)



자료 일본농업신문 조사

2020 일본 내 쌀 소비동향에 대한 조사결과

(단위: %)

| 구분 | 주 식사 메뉴 | | |
|---------|---------|------|----|
| | 밥 | 빵, 면 | 기타 |
| 가정 내 식사 | 87 | 10 | 3 |
| | 57 | 32 | 11 |
| 외 식 | 62 | 30 | 8 |

* 나카소쿠: 외부에서 사온 음식을 집에서 간단히 즐기는 가정내 식사와 외식의 중간



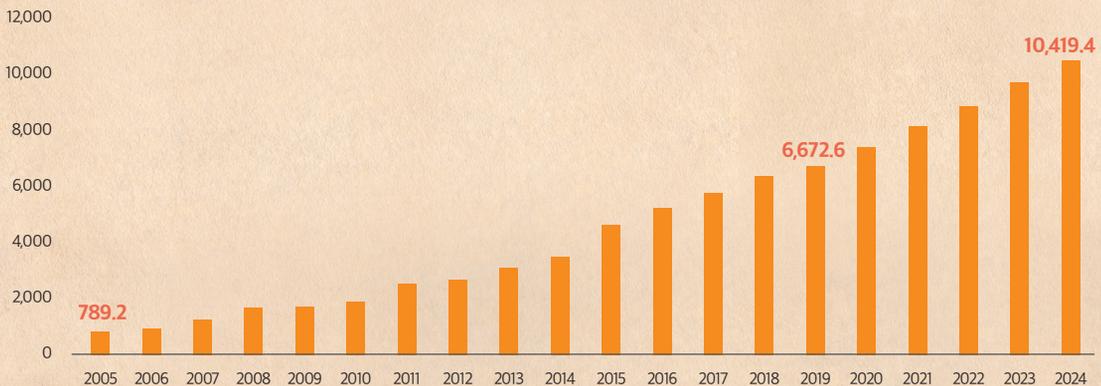
일본의 쌀가루 산업 동향

우선 전 세계적인 글루텐 프리 시장 확대에 맞춰 일본에서도 이를 활용하기 시작했다. 글루텐은 곡류 단백질의 일종으로 반죽을 쫄깃하게 하거나 빵을 가볍고 폭신하게 만드는 역할을 하지만 알러지 유발에 따른 각종 소화 장애 원인으로 밝혀짐에 따라 글루텐 프리 제품이 지속적으로 각광받기 시작했다. 2024년도에는 전 세계적으로 100억 달러를 넘는 시장을 형성할 것으로 예측되고 있다.

일본의 쌀가루용 쌀 수요량은 '17년도까지 2만 톤 미만으로, 2013년까지 연간 2만 톤 수준 도달 이후 한동안 성장률이 부진했으나 농림수산성은 「논글루텐 쌀가루 제3차 인증제도」와 「쌀가루의 용도별 기준」을 2018년도부터 운용한 이후 수요량이 확대되고 있다고 전했다. 쌀가루의 수요량은 지속적으로 상승해 '21년도에는 4만 톤에 육박하였다.

전 세계 글루텐 프리 시장 규모

(단위 : 백만 달러)





쌀가루 이용 확대를 위한 노력

일본에서는 기존 글루텐 프리에 대한 별도 인증제도는 없으며, 식품위생법상 알러지 유발물질 중 1개로 10ppm 이상 제품에 함유되어 있을 시 의무적으로 글루텐 함유를 표시하는 것으로 대체하고 있었다. 이에 2017년도부터 시행한 「논글루텐 쌀가루 제3자 인증제도」는 미국, 유럽의 글루텐 프리(Gluten-Free) 기준(20ppm)보다 엄격한 기준을 적용하고 있다. 총 글루텐 함량이 1ppm 이하인 쌀가루와 이를 활용한 제품(검사방법 등에 대해서는 농림수산성령에 의거 별도 가이드라인)에 대해 일본쌀가루협회의 운영·관리 하에 논글루텐 쌀가루 인증마크를 표시할 수 있도록 하였다.

또한, 현재는 쌀가루 제조공정에 있어서 글루텐 혼입을 방지하여 제품의 글루텐 함유량이 1ppm 이하로 제조공정을 관리하는 규격을 농림수산성 장관이 관리하는 JAS(일본 농림규격)으로 제정하여, 제조판매업자를 대상으로 해당 인증을 받도록 하였으며 관련 사항을 지원하고 있다.

일본 쌀가루용 쌀 생산 및 수요량



논 글루텐 관련 인증 제도

| 구분 | 논 글루텐 인증 제도(일본쌀가루협회) | 논 글루텐 쌀가루의 제조공정관리 JAS 인증 |
|-----------|---|--|
| 내용 | 글루텐 함유량이 1ppm 이하인 일본산 쌀가루 및 해당 원료를 주로 사용하는 제품 | 최종제품에 글루텐 함유량이 1ppm이 이하가 될 수 있도록 제조공정을 관리하고 있음을 사업자가 인증받는 것 |
| 인증대상 | 쌀가루 제품, 쌀가루 사용 가공품 | 쌀가루 제조판매사업자 |
| 구성 | <p>일본쌀가루협회 (제도 관리, 운영) ↓ 등록인증기관 - 일본환경보건기구 ↓ 쌀가루제조판매사업자</p> | <p>농림수산성 장관 (규격의 제정 등) ↓ 등록인증기관 - JASCERT (일본농림규격인증얼라이언스) ↓ 쌀가루제조판매사업자</p> |
| 로고사진 및 활용 | <p>[해당 제품에 로고 부착가능]</p> | <p>[인증취득 사업자 광고 등에 표시가능]</p> |

동시에 쌀가루의 직접적인 활용을 확대하기 위해 용도별로 기준을 3가지로 나누어 해당 기준을 농림수산성령으로 지정하여 적용하고 있다.

쌀가루 직접 활용 확대 기준

| 구분 | 1번 (과자, 요리용) | 2번 (빵용) | 3번 (면용) | 측정법 | | |
|-------------|-----------------------------|--------------------------------|---------|---------------------------------------|-------------------|----------------------------|
| 입도 (입자의 지름) | 입경75 μ m 이하의 비율이 50% 이상 | | | 레이저 회절 산란법 | | |
| 전분손상도 | 10% 미만 | | | AACC 방법 (76-31) | | |
| 아밀로스 함유율 | 소프트 | 미들 | 빵 전체 | 면 전체 | 요오드전분반응. 근적외분광분석법 | |
| | 15% 미만 | 15%~20% | | | | 하드 |
| | 부드러운케이크, 쿠키 | 스펀지 케이크, 튀김옷 등 | | | | 25%이상 강한 탄력의 면, 단단한 케이크 |
| 수분함유율 | 10% 이상 15% 미만 | | | 상압가열건조법 (105도 건조법), 전기저항식 측정법 (전기수분계) | | |
| [글루텐 첨가율] | - | 18~20%정도 ※ 글루텐 첨가에 대한 명기 필요 | | - | | |

쌀가루 이용 확대를 위한 노력

최근 일본에서는 밀가루 가격이 상승함에 따라 쌀가루가 더욱 주목을 받고 있는 상황이다. 기존에는 밀가루보다 높은 단가로 인해 시장 확대에 어려움이 있었지만 밀가루 가격이 급등하는 현재에는 쌀가루와의 가격 차이가 줄고 있기 때문이다. 이와 관련하여 현재 일본 정부에서는 물가 상승 긴급대책의 하나로 쌀가루를 이용하는 상품개발에 중사하는 사업자 지원책을 내놓았다. 세부적으로는 기존 제품의 원재료를 수입 밀에서 쌀가루나 일본산 밀로 변경하는데 필요한 조사, 원재료 전환에 필요한 기계 도입비 등에 대해 정부가 지원한다고 한다.

이외에도 각 지자체와 기업의 협력 확대를 통한 쌀가루 보급이 이뤄지고 있다. 일본의 니가타현에서는 밀가루 소비량의 10%를 쌀가루로 대체하는 'Rice Flour 10% 프로젝트, R10 프로젝트'를 통해 대기업의 쌀가루 제품 개발이 이뤄졌고 수요 개척을 실시한 결과 올해 일본 제과제빵 업계 1위인 야마자키 제빵에 쌀가루가 들어간 신상품 출시로 이어지게 되었다. 업계 2위인 PASCO에서는 구마모토현과 연계하여 쌀가루를 활용한 제품을 출시하는 등 대형 업체 뿐만 아닌 슈퍼마켓 등에서도 쌀을 활용한 제품을 출시하고자 하는 움직임을 보이고 있다.

또한 일본 내 주요 쌀 생산지인 아키타현 내 오카타무라(大潟村)에서는 전체 유치원 및 초등학교를 대상으로 산지의 쌀가루를 사용한 음식을 제공하고 있다. 마을 내에 제조공장을 갖추고 품목은 만두랑 파스타 등으로 구성되며, 모두 쌀가루를 활용해 제조되고 있다.

민간에서는 지역 내 쌀 생산 농가와 제면소가 협업해 쌀가루를 활용한 우동을 선보였고 제과 업체에서는 쌀가루로 만든 튀김 빵가루를 새롭게 개발하고 쌀 도매업체에서는 쌀가루와 솔지게미 등을 활용한 치즈 대체품을 개발, 판매할 예정이다.

특히 이번 밀가루 가격 급등으로 인해 밀가루를 주로 활용하는 면, 제빵업계에서 쌀가루와 밀가루를 혼합한 제품이나 쌀가루 전용 제품의 개발에 나서는 점이 뚜렷하게 나타나고 있다.

2021년 기준, 일본 매출액 1,033억 엔의 카메다 제과에서는 알레르기 발생 원재료 28개 품목을 사용하지 않은 쌀가루 빵 전용 브랜드를 런칭하였으며, 2021년도 7월에는 타 회사의 쌀가루 빵 사업 부문을 인수하여 운영하고 있다.

니가타현 연계
야마자키 제빵과
구마모토현 연계
PASCO의 쌀가루
빵 제품들



각종 냉동제품을 생산하고 있는 일본햄 주식회사는 올해 3월 알레르기 대응 식품군 하나에 쌀가루면을 활용한 파스타 제품 2종을 출시하였으며, 특히 일본 햄의 경우 쌀가루를 활용한 닭튀김이나 돈까스의 튀김가루도 판매 중에 있다. 이외에도 일본에 1,000개 이상 점포를 보유한 우동 프랜차이즈 전문점 마루가마 제면 운영회사인 트리들 홀딩스는 2022년 3월 쌀로 만든 면 요리를 판매하는 신규 업종을 개시하여 전국에 점포를 지속적으로 확대하겠다고 밝혔다.

이렇게 정부의 정책적 지원 및 보조와 더불어 식품 및 외식 대기업 등과 함께 쌀가루를 활용한 신규 제품 출시를 위한 노력이 이루어지고 있는 점이 쌀가루 산업 확대에 긍정적으로 작용하고 있다.

- 1 쌀가루 면을 사용한 글루텐 프리 냉동 라면
[GF RAMEN LAB]
- 2 쌀가루면 프랜차이즈 닭자이삼고
[트리들홀딩스(HD)]
- 3 쌀가루 파스타면 세트(나폴리탄, 크림)
[일본햄 주식회사]



작성자 | 도쿄지사 김현규

Key Point

최근 식량안보와 관련해 전 세계적으로 자국의 식량 자급율에 대한 고민이 깊어져 가고 있다. 한국과 일본 모두 쌀 소비량 감소 대비 식생활 서구화에 따른 밀가루 소비 증가라는 비대칭적 상황에 대한 고민을 안고 있는 상황이다. 밀가루의 가격 상승이 직접적인 위기로 다가온 지금이 쌀가루 산업시장을 확대할 수 있는 기회의 시점이라 볼 수 있다.