

식품가공 원료로서 쌀 소비 확대를 위한 연구

두은희 · 이진희

(이화여자대학교 식품영양학과 4학년)

◀ 목 차 ▶

제1장 서 론

- 제1절 쌀 소비 증진을 위한 연구 배경 1
- 제2절 쌀 소비 증진을 위한 연구 목적, 범위, 방법 4

제2장 본 론 - 쌀 가공식품 산업 고찰

- 제1절 쌀 가공식품 산업 현황 5
- 제2절 쌀 가공식품 산업에 대한 평가 9

제3장 본 론 - 쌀 소비 증진 방안 (가공식품 측면)

- 제1절 소비 트렌드에 맞춘 보완된 쌀 가공식품 13
- 제2절 예상되는 소비자 선호도 24

제4장 결 론 29

참고문헌 31

Abstract(초록) 33

부록 35

제1장 서 론

제1절 쌀 소비 증진을 위한 연구 배경

쌀은 밀, 옥수수와 함께 세계 3대 곡물의 하나로 세계적으로 널리 재배되고 있다.¹⁾ 특히 우리나라에서는 지금까지 세계에서 가장 오래된 벼씨로 알려진 중국 후난성 옥침암 동굴 유적의 1만 1,000년 전 것보다 최소 1,500년에서 3,000년을 더 앞선 순화된 자포니카 계통의 벼씨가 지난 1998년과 2001년 두 차례에 걸쳐 발굴돼 세계 고고학계를 놀라게 했다. 이는 고고학적으로 우리나라가 순화벼의 원조지역임을 입증한다.²⁾ 이렇듯 쌀은 수천년 동안 우리 민족을 길러 온 주곡으로서 단순히 사고파는 하나의 상품이기에 전에 우리 민족의 혼이며 피와 살이다. 즉, 우리 민족의 의식구조는 쌀문화로부터 이루어져 쌀은 식량으로 뿐만 아니라, 화폐대용, 물물교환의 척도와 저축수단으로까지 우리 생활에 밀접하게 쓰여져 왔으며 우리의 인체생리 작용도 쌀밥의 소화흡수에 알맞게 적응되어 왔다.

또한 쌀은 벼농사를 통해 우리 삶의 환경을 정화하고 쾌적하게 유지시키는 공익적 기능을 갖고 있다. 우리나라 전체 논 약 136만 정보의 담수능력은 23억톤으로 기존 6개 댐의 1.5배에 해당하는 홍수조절 기능을 갖고 있으며 토양유실을 방지하고 맑은 물, 신선한 공기와 푸르른 휴식공간을 제공한다. 아울러 농촌생활을 통해 얻는 협동심과 상부상조의 정신은 국민정서와 도덕함양의 근간이 된다.³⁾

쌀밥을 주식으로 하고 반찬을 부식으로 하는 우리 민족의 식생활 풍속에서는 쌀 이용에 대한 알뜰하고 다양한 우리 선조들의 지혜를 볼 수 있다. 밥솥에서 만들어 낸 누룽지는 어린이 간식으로, 송늬는 구수한 차로 애용해 왔다. 밥을 누룩으로 띄워 빚어낸 막걸리는 들일에 허기진 농민들

1) 박준근·박평식·송경환 (2003), 『세계의 식량 : 쌀』, 광주 : 전남대학교 출판부, p. 19.

2) 농민신문 편집국 (2005), 『쌀을 말한다』, 서울 : 농민신문사, p. 21.

3) 손종록 (1998), 「쌀 가공식품」, 『국민영양』, 201(-), p. 25.

의 힘을 솟구게 하는 원동력이 되어 왔다. 또한 쌀은 우리나라 세시풍속과 연결되어 떡국, 증편, 오곡밥, 송편 등 쌀을 이용한 식문화를 꽃피웠다.⁴⁾

이처럼 쌀을 빼놓은 우리 역사와 생활은 존재하지 않으며, 생각할 수 없다. 따라서 우리는 우리나라의 쌀 현황에 대해서 이해를 하고 올바른 방안을 제시하여 쌀문화에 근간을 둔 우리 민족의 정체성을 지켜야 한다.

우리나라의 쌀 현황을 살펴보면 < 표1 > 과 같다. 우리나라는 1970년대까지만 해도 쌀 자급자족이 이루어지지 않아서 혼분식 장려와 쌀 가공식품의 금지 등을 통하여 쌀 소비를 억제함으로써 공급과 소비의 균형을 조절하여 왔다. 그러나 쌀 재배 면적의 확대와 재배 기술의 향상 등으로 생산이 늘어나면서 '78년에 쌀 자급을 달성한 이래 계속해서 높은 자급률을 실현하고 있다. '96년 산 이후 기상재해를 입은 '98년을 제외하고는 자급률 100%를 상회하고 있으며, 특히 '01년산 대풍의 영향으로 '02년 쌀 자급률은 107.0%로 증가하였다. 그러나 '02~'03년산 연이은 작황 부진으로 '03년 및 '04년 쌀 자급률은 각각 97.5%, 93.1%로 하락하였다.

한편 쌀 재고량에 있어서는 쌀 생산량이 급격히 감소한 시기인 '91년~'95년 이후 계속된 풍작과 쌀 수입 등으로 '99년부터는 쌀의 재고량이 적정 수준을 상회하였고 또한 쌀 생산량의 증가와 쌀 소비량의 감소로 쌀 재고량이 누증되어 '02년 쌀 재고량은 1.005만석(재고율 26.0%)이었으나 '02년산 생산량 감소 및 대북지원 결과 '03년 쌀 재고량은 763만석(재고율 21.7%)으로 전년 대비 242만석 정도 줄어들었다.

국민 1인당 쌀 소비량은 '88년에는 122.2kg에서 '03년에는 83.2kg으로 감소하였으며, 1980년대에 1.0kg, 1990년대에는 연평균 2.4kg씩, 2000년대에 이르러서는 연평균 4.0kg씩 감소하여 국민 1인당 쌀 소비량 감소 속도가 빨라지고 있다. 국민 1인당 쌀 소비량이 빠르게 감소한 것은 식생활의 서구화, 편리화, 외부화 경향에 따라 외식 및 육류 소비가 증가하였기 때문이다.⁵⁾ 이와 더불어 우리나라의 쌀 재배면적과 총 농가 중 쌀농사

4) 상계서, p. 25.

5) 이계암·김민정 (2003), 「쌀 소비형태 분석」, 『한국농촌경제연구원』, pp. 8-10.

농가의 비중 또한 1980년 후반부터 점차 감소하고 있다.

〈 표1 〉 우리나라의 쌀 현황 관련 주요 지표⁶⁾

구분 (단위)	'88	'89	'90	'95	'96	'98	'99	'00	'01	'02	'03
쌀 재배면적 (천ha)	1,260	1,257	1,244	1,056	1,050	1,059	1,066	1,072	1,083	1,053	1,016
쌀 생산량 (천 t)	6,054	5,898	5,606	4,695	5,323	5,097	5,263	5,291	5,515	4,972	4,451
총 농가 중 비중(%)	85.9	85.8	56.3	80.3	79.2	77.7	77.0	77.9	77.8	77.0	74.8
쌀 자급률(%)	97.9	108.1	108.3	91.4	89.5	104.5	96.9	102.9	102.7	107.0	97.5
쌀 소비량 (1인당, kg)	122.2	121.4	119.6	106.5	104.9	99.2	96.9	93.6	88.9	87.0	83.2

이렇게 우리나라의 쌀 현황이 악화되고 있는 시점에서 우리나라의 쌀 시장 개방의 관세화 유예를 위한 쌀 협상이 9개국을 상대로 진행 중이다. 쌀 관련 협상의 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다. 우리나라는 쌀 관세화 유예가 탄생한 우루과이 라운드 협상에서 '95년~'04년의 10년간 관세화 유예에 1~4%의 최소시장접근이라는 합의를, '04년 쌀 재협상에서는 '05년~'14년까지 관세화 유예기간의 10년 연장과 의무 수입 물량의 매년 균등증량('14년 40만 8,700톤(국내 소비량의 7.96%)수준) 등에 합의를 얻어냈다.⁷⁾ 따라서 쌀 소비량의 감소추세에 있는 우리나라는 쌀 재협상 및 WTO/DDA 협상에 의해 쌀 시장 개방 폭의 확대로 증가된 수입쌀로 인해 쌀 재고량이 증가되어 쌀값의 하락과 쌀 재배의 감소로 이어질 전망이다.⁸⁾ 무한가치를 창출하는 우리나라의 주식인 쌀이 흔들리면 농업이 흔들

6) 농림부.

7) 농민신문 편집국, 전게서, pp. 224-225.

리게 된다. 우리 쌀, 우리 농산물을 보호하고 지켜야 하는 것은 그것이 우리나라의 정치, 경제, 문화 등과 직결되어 우리나라의 존립에 영향을 주기 때문이다. 따라서 현재 국내에서는 쌀 산업의 경쟁력을 향상시키고자 쌀 품종을 다양화하여 수확량보다는 식미감이 좋은 양질미와 특수한 기능을 갖는 특수미 등을 연구하고, 식품가공기술의 발전시켜 쌀을 이용한 편리한 가공식품을 개발해서 쌀의 소비를 촉진시키는 등의 노력을 하고 있다.

제2절 쌀 소비 증진을 위한 연구 목적, 범위, 방법

쌀의 품종개량으로 인한 다수확과 국민소득 향상, 빵 중심의 서구 문명의 영향, 식생활 개선을 목적으로 쌀은 영양가가 없는 것이라는 잘못된 생각의 만연 등으로 인한 쌀 소비량의 감소, 쌀 시장 개방 폭의 확대는 농가 수입 감소에 따른 농촌 경제 뿐 아니라 주식인 쌀 생산 감소에 의한 주식의 안정적 확보 측면에도 문제가 되므로 쌀 재배 농가의 경영안정을 위한 소득 보전 방안이 요구된다. 따라서 본 연구는 이를 위해 먼저 쌀을 소재로 하는 다양한 연구 및 현재 쌀 가공식품 산업의 현황에 대해 조사, 평가한 뒤, 비릿하고 밋밋한 맛으로 성장이 미비했던 두유 시장이 2000년 초 사회적 현상인 웰빙을 고려한 두유의 출시로 '02년에 '01년의 1,605억원 보다 25% 성장한 2,000억원대의 시장을 형성하는 사상 유래없는 호황을 맞이한 점에 착안하여 소비 트렌드에 맞춘 쌀 가공식품의 측면에서 쌀 소비 증진 방안을 연구, 제시하고자 한다.

본 연구는 쌀에 대한 자료 조사와 설문 조사를 병행하였다. 설문 조사는 쌀 가공식품을 구매해 본 적이 있는 10~50대의 여성 200명을 대상으로 하여 2006년 6월 15일~2006년 6월 16일 이틀 동안 서울시내에서 이루어졌으며, 쌀 가공식품에 대한 선행 연구를 토대로 작성한 설문지를 배부한 뒤, 응답자 자신이 직접 기재토록 하였다. 설문지의 결과는 백분율을 사용하여 비교하였다.

8) 김정호·이병훈 (2004), 『쌀 농업 구조 변화 동향과 전망』, 서울 : 한국농촌경제연구원, p. 5.

제2장 본 론 - 현재 쌀 가공식품 산업 고찰

쌀 가공식품 산업은 1986년 이후 전체 쌀 생산량이 늘어나고 소비량이 감소하면서 재고 쌀이 1천만석 이상 발생됨에 따라 정부미 관리비용의 증가로 인한 양특적자를 해소하기 위해 정부재고미를 가공식품 원료로 소비를 확대하면서부터 성장하게 된 산업이다. 이 산업은 주원료가 쌀이라는 특수성 때문에 관련업체들은 정부의 원료공급 및 가격정책에 민감하게 반응하며, 경우에 따라서는 정부의 정책변화에 따라 기업의 존폐여부가 결정되기도 하므로 가공용 쌀의 공급 및 가격 등에 관련된 정부의 정책은 항상 장기적인 시각에서 이루어져야 한다.

제1절 쌀 가공식품 산업 현황

쌀은 정부가 쌀 이용 규제조치 등에 관한 각종 제도를 조정 혼식 폐지(1986), 쌀 막걸리 및 가공식품의 원료 허용(1990)에 이어 증류식 소주 제조에도 쌀을 이용할 수 있도록 허가한 때(1991. 9)부터 가공식품의 주원료로서 자리잡기 시작하였다.⁹⁾ 그 동안 가공용 쌀 공급내역을 살펴보면 < 표2 > 와 같다. 일반가공 식품용과 주류용으로 공급된 쌀은 '89년엔 약 2만 1천톤 수준이던 것이 '91년엔 주정용 약 5만 8천톤을 포함하여 약 11만 4천톤, '94년엔 약 30만 1천톤이 공급된 것으로 나타났다. 한편 '92년부터는 '87년과 '88년산 정부 통일미를 수입 타피오카에 대체하여 주정에 이용하였으며 주정 가격 상승요인을 감안하여 공급가격을 80kg 가마당 2만원에서 1만 5천원으로 인하 공급하였으나 '95년 이후 재고미의 소진으로 주정용 쌀 공급이 중단되었다. 이러한 추세로 '96년부터 국내 쌀 재고의 대부분을 차지하던 통일계 쌀 재고가 소진되고, 생산량의 감소로 일반계 쌀 또한 재고가 부족하게 됨에 따라 가공용 쌀을 축소 공급하고 있어¹⁰⁾ 쌀 가공식품의 생산량 또한 감소하였으나 '02년부터 쌀 시장의 가공용 쌀

9) 손종록, 전계서, p. 27.

10) 상계서, p. 28.

의 공급이 점차 증가함에 따라 쌀 가공식품 산업도 제자리를 찾고 있다.

〈 표2 〉 연도별 가공용 쌀 공급내역¹¹⁾ (단위 : 톤)

구분	일반 가공 식품	주류			주정	즉석 판매	전통 식품	계
		계	탁약주	소주, 청주, 맥주				
'89	15,120	6,336	-	-	-	-	-	21,456
'90	17,424	15,408	-	-	-	-	-	32,832
'91	31,968	23,472	-	-	58,320	-	-	113,760
'92	70,848	38,016	-	-	135,936	-	-	244,800
'93	115,344	30,960	-	-	149,328	-	-	295,632
'94	144,288	40,320	-	-	116,640	-	-	301,248
'95	127,872	72,288	61,790	10,498	-	-	-	200,160
'96	104,829	28,803	15,961	12,842	-	-	-	133,632
'97	66,539	21,589	11,715	9,874	-	-	-	88,128
'98	60,552	17,640	9,727	79,143	-	-	-	78,192
'99	59,169	15,045	7,045	8,000	-	-	-	74,214
'00	52,067	15,045	8,020	7,025	-	-	-	67,112
'01	50,872	14,661	8,789	5,872	-	1,315	-	66,848
'02	53,594	16,839	9,185	7,654	-	3,393	79	73,905
'03	61,652	18,416	10,697	7,719	-	4,783	306	85,157
'04	62,598	22,649	12,249	10,400	-	6,377	249	91,873

우리나라의 쌀 소비 형태를 보면 전체 쌀 생산 95% 이상이 밥으로 소비되고 있으며 가공용은 주류를 포함하여 5%내외에 머물고 있다. 쌀 가공식품은 옛날부터 다양한 취반법과 조리방식에 따라 여러 가지 밥류와 죽류가 있고, 주식 외의 가공식품으로는 떡류와 한과류가 있다. 또한 음료 식품으로는 술과 식혜 등이 있다. 최근에는 제면이나 제과, 제빵 등에 쌀이 이용되고 있고 현미를 원료로 한 건강식품류도 판매되고 있다.¹²⁾ 국내

11) 한국쌀가공식품협회.

12) 손중록, 전계서, p. 28.

쌀 가공식품의 종류는 < 표3 > 과 같다.

< 표3 > 국내 쌀 가공식품의 종류¹³⁾

생산품목		분류기준
대분류	소분류	
떡면류	즉석	즉석으로 조리가 가능한 떡국 떡, 떡볶이 떡, 국수, 라면 등의 즉석제품
	떡면류	떡류, 국수, 생면 등
	떡면류	떡류, 국수, 생면 등
	전통떡류	인절미, 절편 등 전통떡
쌀과자	쌀과자	비스킷, 건빵, 스낵 등의 쌀과자
	한과류	쌀강정, 유과 등 전통 한과류 제품
	쌀튀밥	쌀을 단순 퍼핑한 상태의 쌀과자
	누룽지	누룽지 및 누룽지형태의 과자
쌀가루	생미분	쌀을 건식으로 단순분쇄한 쌀가루
	알파미분	알파미분, 활곡, 익스트루더미분, 볶음쌀가루 등의 제품으로 쌀의 성분이 호화된 형태의 쌀가루
	습식미분	침지공정 등의 공정과정을 거쳐 습식으로 분쇄한 쌀가루
주류	탁약주	탁주와 약주 제품
	소주	소주 제품
	청주	맥주 제품
	맥주	청주 제품
조미 식품	옛류	옛 및 조청류 제품
	장류	고추장, 된장, 간장 제품
	식초	식초 제품
기타	죽류	죽류 제품
	식혜	식혜류 제품
	스낵 부원료	스낵류 과자 부원료
	꼬치류	꼬치에 끼운 쌀 제품
	선식류	미숫가루 등 선식제품
	쌀음료	쌀음료 제품
	쌀빵	빵류제품

13) 한국쌀가공식품협회.

생산품목		분류기준
대분류	소분류	
	가공쌀밥	무균화 포장쌀밥, 레토르트 포장쌀밥, 냉동쌀밥, 건조쌀밥, 컵라이스
	쌀라면	라면류

먼저 주로 소비되는 주식용인 밥은 외식산업의 증가와 도시락 산업, 학교급식 등의 영향으로 전통적인 가정용 밥의 개념을 탈피 소위 밥류 가공산업의 한 부분을 차지하고 있다. 우리나라의 밥류 가공산업은 시장형성이 미흡하여 영세한 도시락 산업이 주도하여 왔으나 최근 대량취반설비의 국산화가 이루어지면서 농협을 중심으로 밥 공장의 설립이 진행되고 있고 일부 대기업도 상온에서 장기 유통이 가능한 무균포장밥을 비롯한 가공밥류를 생산, 판매하고 있다.¹⁴⁾

현재 우리나라에서는 멥쌀을 주재료로 하고 육류, 어패류, 채소, 종실류 등을 부재료로 하여 조리된 다양한 종류의 죽이 판매되고 있는데 국내 죽 제품의 시장규모는 '00년 매출액 추정치로 약 800억원을 넘고 있으며 전국의 소규모 죽 전문점을 합치면 1500억원에 이를 것으로 추정되고 있다.¹⁵⁾

국내의 떡류 시장은 최근 활발해 지고 있으나 유통상의 어려움으로 여전히 영세한 규모에 머무르고 있다. 떡류 가운데 가장 공장규모로 대량 생산이 가능한 품목은 떡국 떡, 떡볶이 떡으로 압출성형공법에 의해 가수 복원성이 우수한 흰떡을 제조하고 있다.

곡물과 과일 등의 발효를 통해 생산되는 식초의 건강기능성에 대한 효능이 입증되면서 최근 소비가 증가되고 있다. 과거에는 원가가 저렴한 양조식초가 주로 시장을 점거하였으나 근래에는 식초의 건강기능성이

14) 손종록, 전계서, pp. 28-29.

15) 고봉경 (2002), 「쌀 소재의 식품」, 『Journal of Living Science Research』, 28(-), p. 33.

중요시되면서 발효식초가 개발되어 시판되고 있다. 국내의 대기업에서 출시한 쌀식초(1994), 흑미식초(1999)와 대학의 식품 연구소 제품과 지역 특산물 등으로 판매되는 쌀식초가 그 예이다.

우리나라의 전통 장류는 콩을 주원료로 하나 전분질을 첨가한 메주를 사용하기도 한다. 특히 과거에 고오지를 이용하는 개량 메주를 생산함에 있어서 가격이 저렴한 밀가루나 값싼 대체원료를 이용하던 것과 달리 최근에는 쌀의 소비 촉진을 위하여 쌀을 이용하여 제국한 후 증자된 콩을 첨가하여 생산하고 있다.

1999년부터는 식혜, 송늬, 미숫가루 등 우리나라에서 전통적으로 마시던 쌀을 이용한 음료 외에 쌀과 현미를 볶은 후 효소 분해시켜서 얻은 맑은 액으로 제조된 새로운 쌀 음료가 시판되고 있다. 이 제품은 소비자들의 호응도가 좋아서 비슷한 시기에 많은 회사로부터 쌀 음료가 생산되었으나 최근에는 주춤하고 있다. 전통적인 쌀 발효 음료인 식혜는 상품화에 성공하여 '95년도 제조업체가 제조원과 판매원을 합쳐 85개로 조사되었으며, 시장규모는 약 2,500억원으로 우리나라 식품 산업사상 가장 단시간에 급성장한 품목으로 기록되었으나 이 또한 최근에는 하락세이다. 송늬는 크게 송늬 제품, 누룽지 제품, 누른 밥 제품이 생산되고 있으며 최근 전통식품 활성화에 힘입어 판매량이 증가되고 있다.¹⁶⁾

한국의 전통 술은 곡주가 기본으로 쌀 등 곡물을 익힌 것을 발효시켜 알코올 성분이 있도록 한 것으로 쌀과 관련된 전통 주류는 약 200여가지가 된다.¹⁷⁾

제2절 쌀 가공식품 산업에 대한 평가

우리나라의 쌀 가공식품 업체는 200여개의 일반가공업체로서 종업원 50명 이하가 대부분으로 공장규모가 영세할 뿐 아니라 생산기술도 매

16) 상계서, pp. 34-35.

17) 상계서, p. 35.

우 낙후한 실정이었다. 또한 그 동안에는 소비자들의 기호가 장기간에 걸쳐 밀가루 제품 등에 입맛이 길들여진 관계로 쌀 가공식품의 소비촉진에 큰 장애요인으로 작용하여 판매에 어려움을 겪어왔다.¹⁸⁾ 이에 정부는 쌀 가공식품 산업육성을 위해 '91년 1월 한국식품개발연구원 내에 쌀 이용 연구 센터를 설립하고, 원료의 저가공급 지원과 시설현대화 자금을 지원을 통하여 쌀 가공식품 육성기반을 마련하였다. 정부의 쌀 가공식품 육성 시책과 더불어 업계의 품질 향상과 다양한 쌀 가공식품의 개발 보급을 위한 노력은 소비자들에게 쌀 가공식품에 대한 좋은 인식과 호응을 얻도록 하였다.

그러나 이러한 정부의 지원과 업계의 노력에도 불구하고 2004년 기준으로 가공용 쌀은 떡국 떡, 떡볶이 떡이 중심이 되는 떡류 제품이 전체 소비량의 56%, 쌀 막걸리, 청주 등의 주류가 25%로 떡류 및 주류제품에서 전체 가공용 쌀의 약 80%를 소비하는 것으로 조사되었다.¹⁹⁾ 이처럼 쌀 가공식품이 다양하지 못하고 활성화되지 못한 이유에는 가공식품 제조에 적합하지 못한 쌀의 성분적 특성도 있지만 주원료인 쌀이 여러 가지 주변 상황으로 인해 수급이 안정적으로 이루어지지 않을 것이라는 예측과 수급불안정에 따른 가격 상승 등에 의해 제품의 수익성에 확신이 서지 않는 것 등의 이유로 업체들이 투자 확대를 주저하기 때문이라는 의견이 지배적이다. 따라서 이러한 문제를 해결하기 위해서는 공급자인 정부와 수요자인 쌀 가공식품 업체 모두 쌀을 밥으로 먹는 주식이라는 개념에서 탈피하여 다른 곡물과 마찬가지로 하나의 식품원료로서 인식하고 접근하는 자세로 바뀌어야 한다.²⁰⁾

쌀 가공식품 산업이 활성화되지 못하는 이유에 대한 연구들을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 15개 쌀 가공식품 가운데 가공쌀밥, 쌀가루, 쌀국수, 쌀빵 등을 이용해 본 경험이 전혀 없는 주부들에게 각 식품을 이용하지 않는 이유에 대하여 조사한 결과이다. 가공쌀밥은 방부제를 첨가하였

18) 상계서, p. 31.

19) 한국쌀가공식품협회.

20) 손중록, 전계서, p. 28.

을 가능성에 대한 염려(37%)와 식품 안정성에 대한 염려(13.3%) 때문에 구입하지 않았다고 답하였다. 쌀가루를 구입하지 않은 주부는 “방앗간에서 빵은 쌀가루보다 맛이 없을 것 같아서”(24.6%) 그리고 “100% 쌀이 아닐 것 같아서”(24.6%) 또는 “어떻게 이용하는지 몰라서”(20.8%) 쌀가루를 구입하지 않았다고 하였다. 쌀을 이용한 국수를 구입한 경험이 전혀 없는 주부의 48.3%는 어디에서 구입할 수 있는지를 모른다고 답했으며 맛이 없을 것 같다(15.8%)와 단지 사기 싫어서(14.2%) 구입하지 않았다고 답하였다. 쌀로 만든 빵을 구입한 경험이 없는 주부 가운데 56.6%는 쌀로 만든 빵이 있는지 몰랐다고 답하였다. 다음으로 단지 사기 싫어서라고 답한 사람도 22.4%이었다. 쌀을 원재료로 하는 밥과 쌀가루 등의 가공 식품은 재료의 순도와 방부제 등의 첨가에 대한 의구심이 구입을 저해하는 요인이었으며 특히 냉동밥 시장의 부진 원인은 기본적 품질이 떨어졌다는 점과 한국인의 식생활 패턴에 대한 분석이 충분히 이루어지지 못한 상태에서 조리의 편리성에만 초점을 두었다는 점을 들 수 있다. 또한 밀가루 대신 쌀을 이용한 빵과 국수는 아직까지도 제품에 대한 홍보가 부족하여 구입 장소와 제품의 종류 등에 대한 정보가 없는 것을 알 수 있다.²¹⁾

죽에 대한 소비자 조사 결과를 살펴보면 다음과 같다. 소비자들은 죽이 간편하고(27.3%) 또는 소화가 잘 되어서(20.7%) 좋아하는 반면 식성에 맞지 않거나(17.6%), 씹히는 감이 없으며(12.6%), 맛이 없어서(11.6%) 싫다고 하였다. 죽을 자주 먹지 못하는 이유는 조리법이 복잡하고, 시간이 오래 걸리며, 재료준비 등이 쉽지 않다고 응답하였다. 따라서 쌀 가공식품으로 죽의 소비를 늘이기 위해선 죽을 편하게 먹을 수 있도록 제품화하여 간편성이 수반되도록 다양한 편의식 죽의 개발이 이루어져야 한다. 즉 죽을 간편한 인스턴트 식품으로 개발하고, 포장형태를 다양화하여 식품 위생의 안전성 및 취급이 쉽도록 하며, 다양한 부재료를 이용하고 조리법을 개발하여 특수한 기능을 부여할 수 있는 기능식으로 개발되어야 하겠다.²²⁾

21) 조진휘·고봉경 (2003), 「대구지역 주부들의 쌀 가공식품 이용실태」, 『한국조리과학회지』, 19(3), p. 42.

고봉경(2001)의 연구에서 주부들의 떡에 대한 인식을 조사한 결과에 따르면 우리의 고유한 전통음식이라는 인식은 95.9%로 크게 자리잡고 있으나 현재 식생활에서 떡이 중요한 음식이라고 응답한 주부는 22.5%로 낮았다. 떡이 영양적 음식(94.0%)이라고는 하나 주식이라는 의식은 낮았다(41.9%). 떡을 만드는 방법을 알고 있다 하여도 거의 집에서 만들어서 먹지 않았으며(75.9%), 떡을 만드는 과정이 힘들기 때문이라고 하였다(59.4%). 생일이나 제사, 명절, 방문, 손님초대의 순위로 떡을 1~2달에 1회 정도 구입하는 경향이 가장 많았다. 떡은 98.4%가 맛이 좋은 식품으로 응답하였으나 가격이 대부분(96.5%) 비싸다고 하였다. 즉 소비자들은 떡은 맛있는 특별식이지만 값이 비싸다고 생각하고 있으므로, 떡의 유통 문제점을 해결하고 인건비가 절감되는 대량 생산으로 가격 경쟁력이 생긴다면 충분한 시장성이 있을 것으로 생각된다.²³⁾

쌀을 이용한 가공식품이 활발하지 않을 때 쌀의 가공용 소비처는 주로 양조용으로 60% 이상을 차지하였다. 즉 양조용 쌀은 가장 대량으로 쌀을 소비할 수 있는 가공방법이다. 그러나 우리나라는 아직까지 쌀의 수급이 불안정하므로, 쌀을 이용한 주류산업의 가장 큰 문제점은 원료작물의 안정적 확보에 있으므로 원료의 장기적 수급 조절정책이 필요하다.²⁴⁾

현재 우리나라의 쌀 가공식품 산업을 활성화시키기 위해서는 원료의 확보문제와 더불어 무엇보다 현실적인 식품소비 패턴에 부합되는 제품 위주로 개발이 이루어져야 하고 또 현대생활 감각에 맞도록 이용이 간편하고 수시로 편리하게 언제든지 구매가 가능해야 한다. 우리의 주생활도 바뀌고 사회상도 변화하여 많은 젊은 부부는 맞벌이로 혹은 부녀자의 사회진출로 가정에서 매 식사를 한다는 것은 매우 어렵다. 이렇게 변화된 생활환경에 살고 있는 현대인에 적합한 쌀 가공식품의 개발이 계속적으로 이루어져야 할 것이다.

22) 고봉경, 전계서, p. 33.

23) 상계서, p. 34.

24) 상계서, p. 35.

제3장 본 론 - 쌀 소비 증진 방안 (가공식품 측면)

제1절 소비 트렌드에 맞춘 보완된 쌀 가공식품

1. 밥

과거 우리나라에서는 주식인 밥에 대한 연구나 상품화 시도가 부진하였으며, 레토르트밥, 냉동밥 등의 밥제품이 시장에 소개되었으나 품질 수준이 미흡하여 밥맛에 관한 한 누구보다 높은 기대 수준을 갖고 있는 국내 소비자들의 욕구를 충족시켜 주지 못했다. 1980년대 말부터 국내 식품업체들의 가공밥에 대한 관심이 높아지기 시작하여 한국인의 입맛을 반영한 볶음밥, 필라프 등의 냉동밥이 처음 출시되었으나 활성화되지 못하였다. 그 후 1995년 레토르트밥이 상품밥 시장에 시판되었지만, 이 역시 품질 수준이 열악하여 시장 진입에는 실패하였다.

〈 표4 〉 국내 밥 시장의 변화사²⁵⁾

제품군	시장동향
알파미(89년)	사업검토 및 착수단계에서 보류
동결건조미(93년)	즉석 국과 연계하여 추진되었으나, 품질수준이 낮아서 보류됨
냉동밥(93년)	볶음밥, 필라프 등이 주종.
레토르트밥(95년)	집 밥 대비 품질수준이 열악하여 시장확대 실패 초기시설투자비는 저렴하나 품질 수준 열세로 인하여 시장진입 실패
무균포장밥(96년)	품질의 우수성과 편리성으로 시장 확대

〈 표5 〉 시판 가공밥류의 형태적 분류²⁶⁾

종류	종류의 설명	보존방법 및 기간
레토르트 밥	조리 가공한 미반류를 기밀성 있는 포장용기 또는 성형대에 넣어서 밀봉한 후, 가압하고 100℃ 이상에서 살균한 것	상온에서 12개월 혼반류는 6개월

25) 장인중 (2000), 「햇반」, 『식품과학과 산업』 33(3), p. 36.

종류	종류의 설명	보존방법 및 기간
무균포장밥	조리 가공한 미반류를 기밀성이 있는 포장용기 또는 성형대에 넣어서 밀봉한 것	상온에서 6개월
냉동밥	조리 가공한 미반류를 40℃ 이상에서 급속히 냉동한 것	-18℃에서 1년간
칠드밥	조리 가공한 미반류를 포장 후 냉각상태로 보존하는 것	냉장상태로 2개월
통조림밥	조리 가공한 미반류를 통조림하여 밀봉한 후 100℃ 이상에서 살균한 것	상온에서 5년간
건조밥	조리 가공한 미반류를 dfuvnd에서 급속히 건조한 것	상온에서 3년간

반면 일본의 상품밥 시장 규모는 95년 기준 900억엔 수준으로 연평균 14%의 성장세를 보이고 있었으며 냉동밥이 전체 시장의 70% 비중을 차지하고 있었으나 88년 도입된 무균 포장밥이 급격한 신장으로 시장 성장을 주도하고 있는 실정이다.²⁷⁾ 현재 일본의 전체 쌀 가공식품 생산량의 46% 정도를 상품밥이 차지하고 있다.²⁸⁾ 일본 시장에서 상품성을 인정 받은 무균 포장밥은 우리나라에서 96년 제일제당의 「햇반」을 통해서 본격화되었다. 소비자의 요구 품질을 대응할 수 있는 햇반의 핵심 기술은 식미 품질 향상과 무균화 포장 기술로 구분될 수 있다. 햇반은 국내 상품밥 시장이 제대로 형성되어 있지 않은 환경에서 소비자 인식상 수용이 쉽지 않은 제품 특성에도 불구하고 성공적으로 시장 정착을 한 것으로 판단되며 출시 3년만에 150억 수준의 매출을 달성하였으며 연평균 40%이상의 성장세를 기록하고 있다. 수요층도 독신자, 맞벌이 주부에서부터 학생, 전업주부, 노인층까지 사용경험이 꾸준히 확대되고 있으며 사용 상황도 여행, 레저활동, CVS점등 가정 외 수요 중심에서 점차 가정 내 수요로 확대되고 있다. ²⁹⁾

26) 손중록, 전계서, p. 29.

27) 장인중, 전계서, pp. 35-36.

28) 손중록, 전계서, pp. 29-30.

〈 표6 〉 일본의 쌀 가공 식품

종류	구분	적요
쌀밥류	레토르트밥	쌀밥, 흰밥, 오곡밥, 산채볶음밥
	쌀밥통조림	팔밥 등
	즉석쌀밥	컵라이스, 녹차밥 등
	알파화미	흰밥, 팔밥, 산채볶음밥, 오곡볶음밥 등
	냉동쌀밥	새우비빔밥, 중화볶음밥 등
	전자레인지용	새우비빔밥, 치킨라이스 등

〈 그림1 〉 햇반 공정도³⁰⁾

공정명	공정설명
원료 선별 →	햅쌀 수확시기에 별도로 수급하여 저온창고에 보관중인 벼를 농협에서 하루 前 도정하고 직배송하여 자체 저온창고에 보관, 생산일정에 맞추어 색체선별기, 석발기 및 사람으로 구성된 선별 공정을 거쳐 각종 이물을 충분히 선별한 후 당일 바로 사용한다.
세미 침지 →	선별이 끝난 쌀은 정수 및 용존 산소를 충분히 제거한 탈기수를 사용, 일정하게 씻은 후 일정한 시간동안 물에 담귀 놓아 불린다. (정제수 사용)
가압 살균 →	이물 제거 공정을 거친 용기를 투입한 후, 각 용기에 불린 쌀을 정량 계량하여 충전, 고온스팀에 의해 살균 시킨다.
취 반 →	살균이 끝난 후 정수과정과 자외선 살균과정을 거친 물을 충전하고, 100℃에서 30분간 밥을 짓는다.
필름 포장 →	무균화 시스템을 갖춘 공정 내(Clean Room)에서 증기 취반이 끝난 후 질소가스로 공기를 치환한 후 UV 살균된 필름으로 포장한다.
중속/냉각 →	포장된 제품은 엷은 상태로 필름을 재살균하고, 10분간 뜸들인 다음 18℃이하의 냉탕에서 냉각한다.
건 조 →	냉각된 상태의 제품을 건조 시킨다.
검사/출고 →	금속 검출기, 중량 선별기, 핀홀 체크기를 거쳐 완제품이 된다.

29) 장인중, 전계서, pp. 38-41.

30) 상계서, p. 39.

〈 표7 〉 국내 주요 상품밥 제품

제조사	상품
CJ주식회사	둥근햇반, 큰햇반, 작은햇반, 햇반흑미밥, 햇반오곡밥, 햇반 발아현미밥, 햇반담백한미역국밥, 햇반얼큰한육개장밥, 햇반시원한복어국밥, 햇반카레밥, 햇반짜장밥, 햇반송이버섯밥 등
오뚜기	맛있는오뚜기밥, 맛있는오뚜기발아현미밥, 맛있는오뚜기발아흑미밥, 낙지덮밥, 류산슬밥, 마파두부밥, 버섯리조또, 해물리조또, 김치리조또, 쇠고기야채리조또, 카레밥, 짜장밥, 김치참치덮밥 등
농심	농심찰밥, 농심라밥, 따끈따근햅쌀밥, 발아현미밥 등



〈 그림1 〉 국내 주요 쌀밥 제품

앞으로 쌀 소비를 증진시키기 위해 상품밥 시장에서 보안되어야 할 점으로는 다양한 쌀 제품 및 전통쌀 요리와 함께 젊은층을 위한 쌀 요리 음식의 등장을 들 수 있다. 일본의 경우 현재 30여종의 무균포장밥 제

품을 출하하고 있으며 품목으로는 비빔밥, 팔밥, 초밥·주먹밥, 흰밥 등이 있다. 냉동밥은 오코와(팔을 넣은 찰밥) 같은 형태로 밥을 지은 것과 다른 부재료와 섞어 밥을 지은 후 냉동시켜 포장한 것으로, 지금까지는 육류나 새우, 채소 등을 섞어 볶음밥처럼 만든 필라프류가 주종을 이루고 있었으나 최근에는 도리아, 리조또 등의 유럽풍 쌀 요리와 오코와와 같은 전통요리가 쏟아져 나와 가정용 수요도 빠르게 증가되고 있다.³¹⁾

더불어 소비층을 보다 확장하기 위해 독신자와 자취생을 위해 저가 상품밥의 등장(현재 소비자 구입가격은 1000원에서 1150원 수준이며, 가격수용도 조사 결과 소비자의 심리적 적정가격은 800~900원 선에 형성되어있었다.³²⁾ 그러나 이보다 낮은 가격 700원이하대에서 가격을 형성하는 것이 소비의 확장을 위해 바람직하다고 사료된다.)을 통해 일상식으로 활용할 수 있도록 상품화하는 동시에 웰빙쌀의 사용으로 고급화를 피해야 할 것이다. 웰빙쌀의 사용이란 흑미나 영양성분 강화미, 무농약쌀 등의 사용을 의미하며, 이를 통한 고급 소비자층의 공략이 필요하다.

2. 면

쌀의 소비확대를 고려할 경우에는 쌀전분 및 쌀가루의 제조로는 큰 도움이 되지 못한다. 따라서 서구화, 간편화, 외식화되는 최근의 식생활에 부합되는 새로운 제 2의 국민식을 개발, 보급할 필요가 있다. 이러한 목적으로 면, 빵의 2가지 방법이 적합하며, 쌀을 이용한 면으로는 1977년 말에 쌀가루의 면류제조적성에 대한 연구로 한국식품개발연구원의 쌀이용센터에서 개발한 100% 쌀국수 제품인 「Rice noodle」을 예로 들 수 있다. 하지만 빵은 스펀지 조직을 유지하여야 하기 때문에 쌀가루 100%로는 불가능하여 「찐빵」 또는 「쌀과자」 형태가 바람직하며 밀가루나 활성글루텐의 첨가는 필수조건이다.

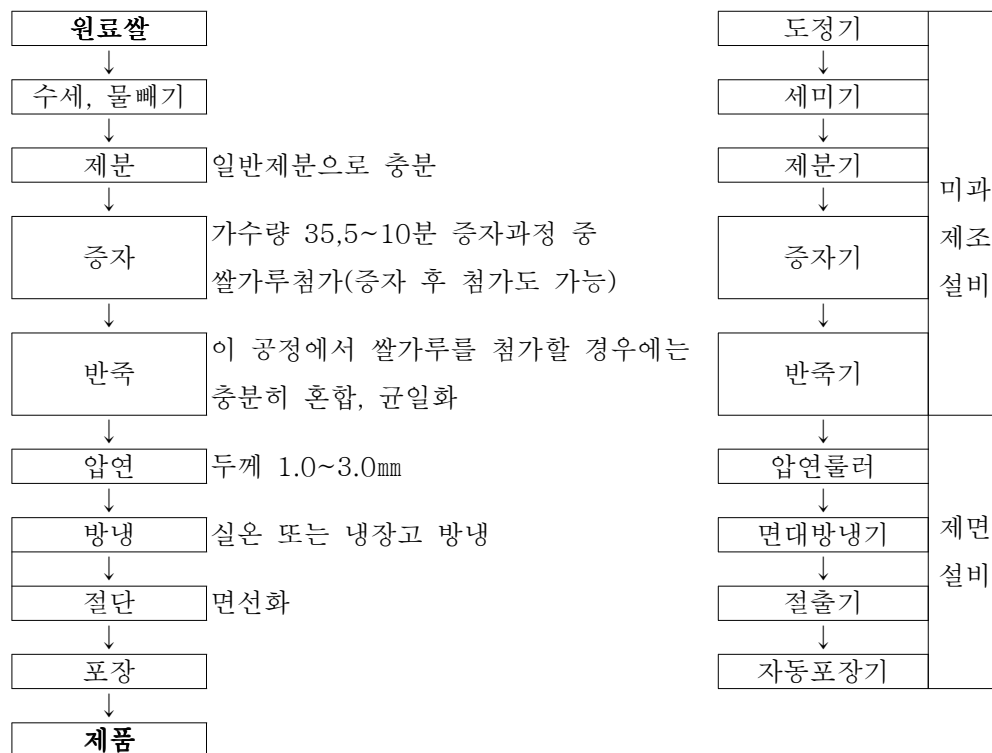
< 그림2 >는 쌀 100%를 원료로 사용하여 면류를 제조하는 공정

31) 고봉경, 전계서, pp. 35-36.

32) 장인중, 전계서, p. 33.

을 나타낸다. 즉 쌀가루에 물을 첨가한 후 증숙기에서 증숙하고 증숙 과정 중 또는 종료 후에 쌀가루를 20~50% 첨가하고 충분히 혼합한 후 일정한 두께로 압연하여 면대를 형성하고 공기 중에서 냉각한 후 절출기에서 면 선화하여 포장하여 제품으로 만든다. 또한 사용기계 설비 중 증숙 공정은 미과 제조시 생지 제조기계가 이용되며 다음 공정은 제면용 기계로서 가능하다. 따라서 특별하게 기계를 개발할 필요는 없다. 또한 이 방법에 의해 생산된 제품의 품질은 제조조건의 변경에 의해 제품 중의 단립구조를 변화시켜 자유로이 조절할 수가 있다.

〈 그림2 〉 Rise noodle의 제조공정 및 설비(쌀가루 100%)



Rice noodle은 열탕에서 삶고 냉수에 냉각하여 일반적인 면류 또는 스파게티와 동일한 방법으로 조리하여 먹을 수 있다. 원료가 쌀이기 때

문에 전분에 의한 점성이 있는 식감과 쌀밥과 동일한 향과 맛을 지니고 있다. 따라서 밀가루 면보다 이용도가 넓고 주식으로 뿐만 아니라 부식으로도 이용이 가능하다. 33)



〈 그림3 〉 국내 주요 쌀면(라면,국수) 제품

그러나 대다수의 소비자들이 쌀라면에 대한 인식이 떨어지고 있다. 이는 인스턴트 식품 이미지에서 쌀을 이용한 웰빙의 고급 이미지를 활용하지 못한 포장 디자인의 평범성, 적정가격 결정면에서 실패, 홍보 미흡 등으로 소비자에게 다가가지 못했기 때문이다. 따라서 이러한 점들에 대한 다양한 개선이 필요하다.

3. 죽

죽은 황제 시대로부터 시작된 토기를 이용한 곡물요리이다. 우리나라는 일찍부터 죽이 발달하였는데, 이는 《요록(要錄)》, 《군학회등(群

33) 이상호 (1992), 「식품 가공원료로서의 쌀 전분과 쌀가루」, 『식품기술』 5(2), pp. 15-24.

學會膳》, 《시의전서(是議全書)》 등 조선시대 조리서에 나오는 다양한 종류의 죽을 보면 알 수 있다. 우리나라의 죽은 40여 가지가 있는데 쌀, 울무, 팥, 콩, 청대콩, 녹두 등의 곡물죽, 곡물에 방풍나물, 아욱, 호박, 콩나물 등을 넣어 끓이는 나물죽, 우유, 닭고기, 양고기, 전복, 굴, 붕어 등을 넣어 끓이는 고기죽, 잣, 호도, 은행, 밤 등을 넣어 끓이는 열매죽 등이 있다. 때로는 인삼, 연실 등의 약재를 넣기도 한다.

죽은 주로 치료식, 보양식, 별미식, 대체식 또는 구황식의 기능을 하였다. 특히 쌀죽은 공복에 먹으면 누구에게나 좋다. 물론 대체식으로 가장 좋다. 또한 쌀죽은 위장을 보호하고 기운을 보하고 진액이 생성될 때 좋은 환자식이며 특히 위장병과 소화 불량(흉격)에는 가장 효험이 있는 처방식이다. 미음 등은 초상을 당하여 피로와 소화가 되지 않는 여러 사람들을 위한 음료 역할을 했으며 암죽 등도 밥보다는 소화가 잘되는 형태로 이유식으로서 훌륭한 역할을 가진다.³⁴⁾



〈 그림4 〉 국내 주요 죽(인스턴트)제품

34) 이혜정·전정일 (2000), 「쌀로 만든 죽의 종류와 조리 방법에 관한 고찰」, 『한국식품영양학회지』, 13(3), pp. 289-290.

〈 표8 〉 국내 주요 죽(인스턴트)제품

제조사	상품
동원F&B	전복죽, 참치죽, 쇠고기죽, 해물죽, 삼계죽, 야채죽, 밤단발죽, 꿀호박죽, 가평갯죽의 제품군을 가지고 있으며, 최근 웰빙 트렌드에 맞추어 양반보성녹차죽, 남극크릴새우죽, 흑미죽, 홍게살죽 등이 있다.
오뚜기	레토르트 식품으로서 3분 야채죽, 쇠고기죽, 버섯죽, 참치죽, 삼계죽, 전복죽, 갯죽, 녹두죽, 호박죽, 단팔죽 등
CJ주식회사	햇반전복죽, 햇반송이버섯죽, 햇반쇠고기죽, 햇반오차즈케죽, 햇반녹차죽, 햇반아침에흰쌀죽 등
죽도락	완도전복죽
삼조셀텍	단호박영양죽, 버섯영양죽, 닭고기영양죽, 쇠고기영양죽, 고구마영양죽, 단호박 영양죽, 두부검정콩죽

이처럼 곡류를 이용한 유동식으로 일찍부터 발달한 주식의 한 가지인 죽은 최근 즉석식품 등으로 가공되어 특히 직장인들의 간편한 식사로 이용되고 있다. 앞에서 보았듯이 죽은 다양한 재료로 조리될 수 있어서 그 사용재료에 따라 여러 가지로 분류될 수 있으며, 바다를 끼고 있는 해안지방은 여기서 생산되는 다양한 해산물을 이용한 죽이, 산간지방은 산에 나는 나물 등을 이용한 죽이 많이 이용되는 등 각 지역마다 특산물을 이용한 죽이 발달되어 있어서 지역에 따라서도 또한 분류될 수 있다. 따라서 가공 죽 시장을 더욱 활성화시키기 위해서는 이 점에 착안하여 지역 특산물과 연계한 죽제품을 다양하게 개발, 홍보해야 할 것이다.

4. 쌀 음료

음료시장은 크게 나누어 탄산음료, 주스음료, 스포츠음료, 커피음료를 포함한 기타음료로 나눌 수 있는데 1988년 전체음료 시장 규모는 23,300억에 달하였다. 이 중 탄산음료가 37%, 주스음료가 35.6%, 스포츠음료가 7.29%, 전통음료가 7.72%, 커피 등 기타 음료가 12.4%를 차지하고 있었다. 그 중 전통음료는 '94~'95년에 크게 성장하였으나 '96년 이후부터

는 점점 성장세가 둔화되다가 '98년에는 마이너스 27%로 감소 추세로 돌아섰다. 이 무렵 곡류를 주재료로 한 발효식품인 곡물음료가 출시하게 되었다. 대표적인 곡물음료의 예가 '99년에 나온 아침햇살인데 이 음료는 송늬와 맥을 같이 하고 발효음료인 식혜와도 비슷한 쌀 음료의 특성을 바탕으로 한 제품이다. 이후 곡물음료를 끊임없이 모방제품이 등장하여 2,000억 원대의 쌀 음료시장을 형성하게 되었다. 그러나 쌀 음료 시장의 확대는 매우 더딘 편이다. 이는 원료 처리와 생산, 살균 공정의 기술적 특허와 같은 기술상의 문제와 완벽한 원료추출 및 전처리 설비 보유와 같은 생산 설비상, 그리고 유사제품의 난발 및 제품 차별화 노력의 부족을 그 이유로 들 수 있다.³⁵⁾

〈 표9 〉 쌀음료 유사제품 출시 현황³⁶⁾

브랜드명	판매원	제조원	출시시기
아침햇살	웅진식품	웅진식품	99년 1월
상쾌한아침	동원산업	미전식품	99년 7월
좋은아침	코사마트	한식원	99년 7월
건강한아침	미네랄	한식원	99년 6월
백의민족	해태음료	해태음료	99년 7월
밝은햇살	일화	미전식품	99년 9월
가을햇살	효성농축산	효성농축산	99년 10월
햇살나라	한일종합식품	한일종합식품	99년 10월
굿모닝	한미	한미약품	99년 11월
해뜨는아침	고려식품	해양물산	99년 11월
별미별곡	롯데칠성	미전식품, 롯데칠성	2000년 1월

* 웅진식품의 아침햇살이 급신장함에 따라 각 업체에서는 경쟁적으로 쌀음료를 출시하고 있으며 현재 20여개 업체에서 25종이상의 쌀음료가 출시.

앞서 살펴본 바와 같이 현재 우리나라의 쌀음료 시장은 고루 발전되지 못하고 한 곳으로 편중되어 있으며, 제품수명 주기상 더 이상의 큰 시장의 확대는 예상하기 힘든 실정이다. 따라서 이보다는 다른 제품군으로

35) 두진우 (2000), 「아침햇살」, 『식품과학과 산업』 33(3), pp. 20-21.

36) 상계서, p. 20.

의 활로를 개척할 필요성이 크다. 따라서 발효 요구르트에 쌀의 첨가를 통한 상품화를 고려해 보고자 한다. 홍외숙·고영태(1991), 고영태·백지혜(1992)의 연구 외 다수 논문의 요구르트에 쌀 첨가시 젖산균의 산생성에 미치는 영향에 따르면 다음과 같다. 우유에 탈지분유나 쌀을 첨가하는 것은 젖산균의 산생성을 촉진시키며, 이러한 촉진효과는 탈지분유나 현미의 경우가 특히 높다고 한다. 이는 탈지분유의 첨가로 젖산균이 이용할 수 있는 무지유고형분 함량이 증가하여 산생성이 촉진된 것으로 생각되며 대조군보다 쌀 첨가군의 생산성이 높은 것은 우유에 들어있지 않은 젖산균 발육촉진물질이 쌀 속에 포함되어 있기 때문으로 추정되고 있다고 한다. 그리고 현미 첨가군이 다른 쌀 첨가군보다 산생성이 높았는데 그 이유는 찹쌀, 멥쌀, 통일벼는 미강이 제거된 백미를 사용하였으므로 비타민 B군 등의 젖산균 발육촉진물질의 함량이 현미보다 낮았기 때문이라 생각된다고 한다.

쌀의 첨가가 요구르트의 향미에 미치는 영향을 살펴보면 쌀 첨가 시료의 관능성은 비록 다소 저조하지만 앞으로의 연구에 의하여 쌀 첨가 시료의 관능성을 표준시료에 거의 상당하는 수준으로 개선될 가능성을 가지고 있음을 알 수 있었다. 또한 탈지분유 또는 쌀이 첨가된 커드상 요구르트의 저장성을 조사한 바에 따르면, 그 저장성은 매우 우수하다고 할 수 있는 연구결과가 나와 있어 앞으로 쌀 첨가 요구르트를 상품화하기에 있어서 큰 장점으로 주목받고 있다.³⁷⁾³⁸⁾

음료의 산업화를 위해서는 전통음료는 꼭 전통적인 방법을 고수해야 한다는 고정관념을 버려야 한다. 전통음료이기 때문에 보존제나 품질향상을 위한 첨가물을 쓰지 못하게 하는 식품법이 개선된다면 쌀 음료와 같은 전통음료의 유통이 보다 활성화 될 것이다.³⁹⁾

37) 홍외숙·고영태 (1991), 「우유와 쌀을 이용한 요구르트의 제조에 관한 연구」, 『한국식품과학회』, 23(5), pp. 587-592.

38) 고영태·백지혜 (1992), 「쌀의 저장기간이 쌀 첨가 요구르트의 품질에 미치는 영향」, 『한국식품과학회』 24(5), pp. 470-476.

제2절 예상되는 소비자 선호도

조사대상자들의 인구 통계적 특성은 < 표10 >에서와 같다. 여성 대상자들의 연령은 20대(40.5%)가 가장 많았고, 다음은 40대(27%), 30대(21.5%), 10대(8%), 50대(3%)의 순으로 나타났다. 직업별로는 학생(43%), 주부(24.5%), 자영업(19%), 회사원(8%), 기타(5.5%) 무직 순이었으며, 학생과 주부가 많았다. 가족을 구성하는 거주형태는 부부와 자녀로 이루어진 핵가족2(38%)가 제일 많았고, 다음으로 혼자 사는 독거(31%), 핵가족1(19%), 확대가족(12%)의 순으로 나타났다. 가구의 월수입은 250-350만원이(42%) 가장 많았고, 150-250만원(37%), 450만원 이상(22%), 350-450만원(13.5%), 150만원 이하(6.5%)의 순으로 나타났다.

< 표10 > 조사대상자들의 인구 통계적 특성

	구분	명(%)
연령	10대	16(8%)
	20대	81(40.5%)
	30대	43(21.5%)
	40대	54(27%)
	50대	6(3%)
직업	회사원	16(8%)
	자영업	38(19%)
	주부	49(24.5%)
	학생	86(43%)
	기타	11(5.5%)
가족형태	핵가족1	38(19%)
	핵가족2	76(38%)
	확대가족	24(12%)

39) 김경자 (2001), 「한국 전통편의 음료의 산업화 현황과 전망」, 『한국조리과학회지』, 17(6), pp. 691-659.

	독거	62(31%)
월수입	150만원 이하	13(6.5%)
	150-250만원	74(37%)
	250-350만원	92(46%)
	350-450만원	27(13.5%)
	450만원 이상	44(22%)
계		200(100.0)

〈 표11 〉 조사대상자들이 선호하는 쌀 가공제품

쌀 가공제품	계
상품밥류 (레토르트밥, 냉동밥, 건조밥, 무균포장밥(햇반))	74(21.3%)
떡류 (백설기, 인절미, 송편, 약식, 팔시루떡 등)	113(37.6%)
쌀가공면류 (쌀라면, 쌀국수 등)	55(18.6%)
인스턴트 죽류(참치죽, 녹두죽, 전복죽 등)	96(32%)
쌀음료류(가공식혜, 발효곡류음료(아침햇살))	90(30%)
곡주류(탁약주, 소주, 청주, 맥주)	65(21.6%)
쌀과자류(쌀과과, 한과류, 쌀튀밥, 누룽지)	107(35.6%)

쌀을 주재료로 만드는 쌀 가공 제품을 크게 < 표11 >과 같이 상품밥, 떡류, 쌀가공면류, 죽류, 주류, 과자류로 나누어 조사대상자들이 선호 제품을 조사해 보았다. 그 결과 조사대상자 즉 소비자의 선호도가 가장 높은 것은 떡류(37.6%)와 쌀과자류(35.6%)였고, 그 다음은 쌀음료류(30%)와 인스턴트 죽류(32%)였다. 여기서 알 수 있듯이 선호도가 높게 나타난 제품군은 부식 내지는 간식으로 이는 소비자들이 접하기 쉬운 제품이기 때문인 것으로 이해된다.

쌀 가공 제품의 이용형태는 취식 용도, 취식 빈도, 질의 추구정도로 제한하여 조사하였다. < 표12 >와 같이 각 제품군 별로 취식 용도 간

에는 차이가 있었다. 상품밥류는 주식용(57%)으로 이용되었으며, 쌀가공면류는 주식(9.5%)외에 주식대용(41.5%), 간식용(23.5%)으로 비교적 고루 이용되고 있다. 인스턴트 죽류의 경우 주식대용(42.5%)으로 이용되는 비율이 컸으며, 쌀음료류는 기호식용(71%)으로 높은 이용을 보였다. 취식빈도는 상품밥류와 쌀음료류가 가장 높은 편에 속하였고, 쌀가공면류의 이용이 가장 저조한 것으로 조사되었다. 상품의 구매시 질의 추구하고 관련된 항목에 있어서 쌀음료류의 추구 경향이 다른 항목보다 높은 것으로 조사되었다. 이는 쌀음료류가 기호식의 용도로 많이 이용되고 있기 때문인 것으로 사료된다.

〈 표12 〉 조사대상자들의 쌀 가공식품의 이용형태

		상품밥류	쌀가공면류	인스턴트죽류	쌀음료류
취식 용도	주식용	114(57%)	19(9.5%)	77(35.5%)	9(4.5%)
	주식대용	36(23%)	83(41.5%)	85(42.5%)	21(10.5%)
	간식용	10(2.5%)	47(23.5%)	24(12.5%)	28(24%)
	기호식용	30(7.5%)	31(15.5%)	14(7%)	142(71%)
취식 빈도	거의안함	50(25%)	113(56.5%)	26(13%)	13(6.5%)
	월1-3회	81(40.5%)	39(19.5%)	101(50.5%)	112(56%)
	주1-2회	39(19.5%)	35(17.5%)	42(21%)	13(6.5%)
	주3-5회	16(8%)	10(5%)	22(11%)	55(27.5%)
	매일	14(7%)	3(1.5%)	9(3%)	7(3.5%)
질의 추구	아니다.	31(15.5%)	39(19.5%)	48(24%)	23(11.5%)
	보통이다.	112(56%)	69(34.5%)	105(52.5%)	33(16.5%)
	그렇다.	57(38.5%)	92(46.5%)	47(23.5%)	144(72%)

〈 표13 〉 조사대상자들이 쌀 가공 제품을 선택하는 동기

쌀 가공 제품	선택동기			
	건강	맛	편의성	가격
상품밥류	40(20%)	24(12%)	121(60.5%)	15(7.5%)
쌀가공면류	37(18.5%)	48(24%)	80(40%)	35(17.5%)

인스턴트 죽류	30(15%)	43(21.5%)	115(57.5%)	12(6%)
쌀음료류	65(32.5%)	106(53%)	10(5%)	19(9.5%)

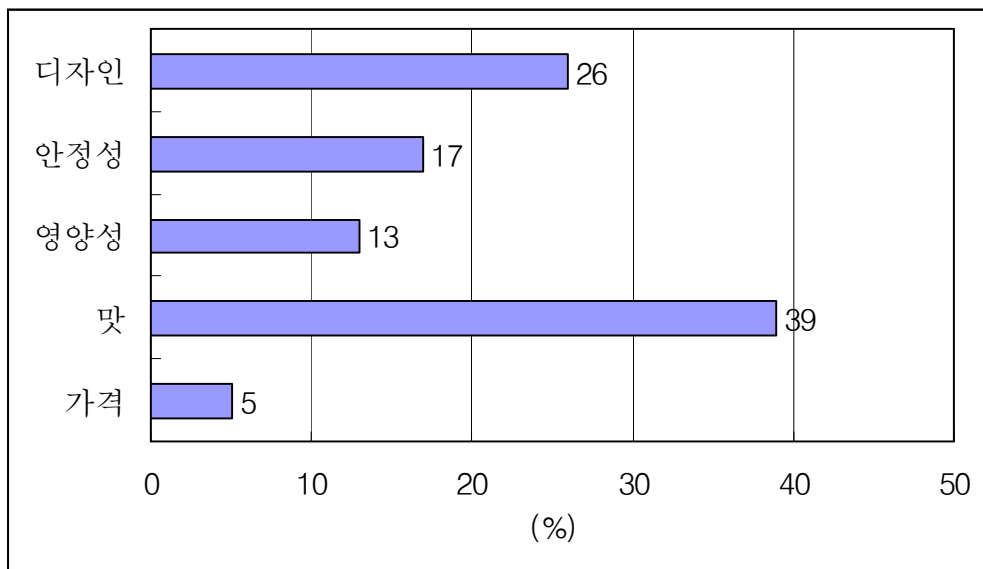
쌀 가공 제품에 대한 선택 동기를 비교하면 < 표13 >과 같다. 건강, 맛, 편의성, 가격 등의 제품 선택동기는 상품밥류, 쌀가공면류, 인스턴트 죽류 간에 유의성을 보였으며, 편의성이 높은 이유는 20대와 젊은 주부들로 이루어진 대상층이란 점과 제품군이 간편성을 염두에 두고 제조되었기 때문으로 판단된다. 또한 이러한 간편성, 편리성과 더불어 건강에 높은 관심이 있는 것은 최근 웰빙 트렌드와 같은 신소비 문화의 영향에서 비롯된 것으로 여겨진다.

쌀 가공 제품에 대한 정보에 있어서 조사대상자들은 쌀 가공 제품의 사용재료에 대한 정보획득 정도에 관해서는 알고는 있지만 구체적 내용(함량, 성분)까지는 모른다고 선택한 경우가 68,5%로 압도적으로 많았다. 이는 소비자들이 상품 구매에 있어서 단순히 제품의 광고문구에 의해 선택을 하는 경향이 많았고, 제품에 상세한 함량 및 재료의 소개가 미흡했기 때문인 것으로 생각된다. 특히 수입쌀을 이용한 제품을 구매하실 의향에 대한 의견으로 가격이 국내 쌀 제품보다 싸면 품질이 나빠도 구입하겠다는 응답이 42.5%, 품질이 좋다면 가격과 상관없이 구입하겠다는 응답이 10.5%로 조사된 점을 감안할 때 국내산 쌀 가공식품의 가격 및 품질경쟁력 제고가 시급한 것으로 나타났다. 이와 더불어 국내산 쌀에 대한 우수성의 홍보를 통해 소비자들의 구매동기를 부여할 필요성이 요구되었다.

마지막으로 조사대상자들에게 쌀 가공 제품을 제조한다면 무엇을 가장 먼저 보안하고 싶은지에 대해서 디자인, 안정성, 영양성, 맛, 가격으로 제한하여 조사한 결과 맛과 디자인을 보완하겠다는 의견이 많았다. 이 조사를 통해서 현재 대다수의 소비자들이 쌀 가공 제품의 맛에 대해 만족을 느끼지 못하며, 제품의 용기의 디자인이 소비를 촉진시키기에 부적절하다는 것을 알 수 있었다. 따라서 쌀 가공 제품에 대한 지속적인 소비자 관

능검사와 시음회를 통해 소비자의 입맛에 맞는 제품을 개발할 것과 소비자의 눈길을 끌기 위해 구매 욕구를 높일 수 있는 색, 모양 등의 면에서 창의적으로 디자인된 용기를 제품을 출시하기에 앞서 소비자들에게 선보여 호응을 관찰하여 제품의 실패를 낮추어야 할 것이다.

〈 그림5 〉 쌀 가공 제품의 제조시 보안점



제4장 결 론.

지금까지 우리나라의 쌀과 쌀 가공식품 산업의 현황에 대해서 전반적으로 조사, 평가한 것을 바탕으로 식품가공 원료로서 쌀 소비를 확대시킬 수 있는 방안에 대해서 제시하였다. 쌀은 항상 부족하고 낭비하지 말아야 하는 소중한 식량으로 여겨져 왔으므로 우리는 이제껏 쌀 소비를 확대시킬 수 있는 방안에 대해서 생각할 필요성이 없었다. 그러나 쌀을 주식으로 하고 벼농사가 농가 경제의 주축이 되어 있는 상황에서 쌀 생산량의 증가, 쌀 소비량의 감소, 수입쌀의 증가로 인한 쌀 재고량의 증가는 쌀값의 하락과 쌀 재배의 감소로 이어져 농가 경제의 어려움과 더불어 주식의 안정적 확보 측면에서 문제가 되므로 해결되어야 한다. 따라서 쌀의 수급에 따른 탄력적인 소비 패턴을 유지할 수 있는 소비자의 의식 및 쌀 가공식품 개발이 요구되어진다.⁴⁰⁾ 쌀 식품가공 원료로서 쌀 소비 확대를 가능하게 할 방안을 크게 3가지로 요약해 보았다.

첫째, 기본적으로 밥맛을 높여 쌀소비를 확대하여야 한다. 우리나라의 전체 쌀 생산 95% 이상이 밥으로 소비되는 점을 감안하면 소비자들의 기호에 맞는 양질미를 공급하는 것과 함께 밥맛을 좋게 하는 취반기를 개발, 보급해야 한다.⁴¹⁾

둘째, 경제성과 영양성을 고려한 소비 트렌드에 맞는 다양한 쌀 가공식품이 개발되어야 한다. 특히 쌀 가공식품을 개발함에 있어서 쌀만을 오로지 사용하는 식품을 개발하려고 애쓰지 말고 이미 시중에서 판매되고 있는 식품들을 모방하거나 이들과 유사한 식품의 주원료나 부재료의 일부 또는 전부를 쌀로 대체하는 식품을 만들어 내는 것이 중요하다는 것을 기억해야 한다.⁴²⁾ 이는 과거 저조한 시장성장을 보이던 쌀가공면류 제품이 최근 건강에 대한 관심의 증가로 수요가 늘어남에 따라 쌀의 소비확대에 큰 도움이 되지 못하는 쌀전분 및 쌀가루의 제조를 대신해 새로운 제2의

40) 고봉경, 전계서, p. 38.

41) 이현유 (1993), 「쌀 가공식품의 현황과 전망」, 『식품기술』, 6(1), p. 4.

42) 손중록, 전계서, p. 32.

국민식의 개발, 보급에 주도적인 역할을 하도록 개발하는 것, 바쁜 현대인을 위해 기호에 맞는 쌀을 이용한 한 그릇 음식과 다양한 편의식을 개발하는 것, 급성장하는 외식산업을 겨냥한 쌀 가공식품의 새로운 메뉴개발, 쌀을 이용한 전통식품의 현대화 등으로 이루어 질 수 있다.

셋째, 쌀의 품종별 가공용도 및 영양학적 특성 구명이 이루어져야 한다. 이를 통해서 향후 쌀 가공식품 산업의 활성화를 이룰 수 있으며, 과거 쌀 생산의 부족을 염려하여 이루어졌던 분식장려 운동으로 인해 생긴 쌀이 영양가가 낮다는 소비자들의 왜곡된 지식을 바로잡을 수 있다.

지금은 쌀이 남아서 걱정이지만 언제 기상이변, 전쟁 등으로 부족하게 될지도 모른다. 무한가치를 창출하는 우리나라의 주식인 쌀이 흔들리면 농업이 흔들리게 된다. 우리 쌀, 우리 농산물을 보호하고 지켜야 하는 것은 그것이 우리나라의 정치, 경제, 문화 등과 직결되어 우리나라의 존립에 영향을 주기 때문이다. 따라서 현재 국내에서는 쌀 산업의 경쟁력을 향상시키기 위해서 학계, 산업계, 연구기관이 힘을 모아 쌀 가공식품 기술을 개발해야 할 것이다.

참고문헌

- 강근옥·이현자 (2000), 「주부들의 떡에 대한 인식 및 섭취실태에 관한 연구」, 『한국조리과학회지』, 16(6) : 505-510
- 고봉경 (2002), 「쌀 소재의 식품」, 『Journal of Living Science Research』, 28(-) : 27-41
- 고영태·백지혜 (1992), 「쌀의 저장기간이 쌀 첨가 요구르트의 품질에 미치는 영향」, 『한국식품과학회』 24(5) : 470-476
- 김경자 (2001), 「한국 전통편의 음료의 산업화 현황과 전망」, 『한국조리과학회지』, 17(6) : 691-695
- 김일규 (2002), 「한민족과 쌀의 본질적 가치」, 충남대학교 농과대학 석사학위 논문.
- 김영경 (2001), 「쌀 산업의 발전방향」, 『최고농업경영자과정 논문집』, 5(-) : 575-591
- 김정호·이병훈 (2004), 『쌀 농업 구조 변화 동향과 전망』, 서울 : 한국농촌경제연구원.
- 김지홍 (2004), 『쌀 협상과 미곡산업 구조조정방안』, 서울 : 한국개발연구원.
- 농민신문 편집국 (2005), 『쌀을 말한다』, 서울 : 농민신문사.
- 농촌진흥청 (2003), 「쌀 품질에 대한 소비자 선호도 분석」, 『농업경영 연구보고』, 72호.
- 두진우 (2000), 「아침햇살」, 『식품과학과 산업』 33(3) : 17-21
- 모종린·최병일 (2004), 『한국의 통상협상 - 쌀에서부터 스크린쿼터까지』, 서울 : 도서출판 오름.
- 박준근·박평식·송경환 (2003), 『세계의 식량 : 쌀』, 광주 : 전남대학교 출판부.
- 손종록 (1998), 「쌀 가공식품」, 『국민영양』, 201(-) : 25-33
- 송재철·박현정 (2001), 『최신 식품가공학』, 경기 : 유림문화사.
- 이계임·김민정 (2003), 「쌀 소비형태 분석」, 『한국농촌경제연구원』

- 이상효 (1992), 「식품 가공원료로서의 쌀 전분과 쌀가루」, 『식품기술』 5(2) : 5-25
- 이영춘 (2002), 『식품개발원리』, 서울 : 신광출판사.
- 이해은·이아영·박주연·우경자·한영숙 (2004), 「증편 구조에 미치는 쌀 단백질의 영향」, 『한국조리과학회지』, 20(4) : 396-402
- 이현유 (1993), 「쌀 가공식품의 현황과 전망」, 『식품기술』, 6(1) : 1-5
- 이현유 (2005), 『쌀 소비확대를 위한 기술개발 연구』, 농림부.
- 이해정·전정일 (2000), 「쌀로 만든 죽의 종류와 조리 방법에 관한 고찰」, 『한국식품영양학회지』, 13(3) : 281-290
- 이효지 (1988), 「조선시대 떡류의 분석적 고찰」, 『한국음식문화 논총』, 제1집, 45
- 장인중 (2000), 「햇반」, 『식품과학과 산업』 33(3) : 35-42
- 조진휘·고봉경 (2003), 「대구지역 주부들의 쌀 가공식품 이용실태」, 『한국조리과학회지』, 19(3) : 300-307
- 최정숙·안훈희·남희정 (2002), 「쌀 품종별 백미와 현미의 영양성분 조성 비교」, 『한국식품영양과학회지』, 31(5) : 885-892
- 한복려 (1999), 『쉽게, 맛있게, 아름답게 만드는 떡』, 서울 : 궁중음식연구원.
- 한승희·최은정·오명숙 (2000), 「수입 쌀과 국산 쌀(추청벼)의 취반 특성 비교」, 『한국조리과학회지』, 16(1) : 91-97
- 홍외숙·고영태 (1991), 「우유와 쌀을 이용한 요구르트의 제조에 관한 연구」, 『한국식품과학회』, 23(5) : 587-592

- CJ주식회사 햇반. <http://www.hetbahn.co.kr>
- 오투기 <http://www.ottogi.co.kr/>
- 한국쌀가공식품협회 <http://www.krfa.or.kr/>
- 죽도락/전남완도군 <http://www.jukdorak.co.kr/>
- 농심 <http://www.nongshim.com/>

Abstract

우리나라는 예로부터 벼농사에 알맞은 아시아 몬순기후 지역으로 쌀을 재배하는데 주력해 왔다. 이렇듯 쌀은 수천년 동안 우리 민족을 길러 온 주곡으로서 단순히 사고파는 하나의 상품이기에 전에 우리 민족의 혼이며 피와 살이다.

그러나 오늘날 우리나라는 쌀의 품종개량으로 인한 다수확과 국민 소득 향상, 빵 중심의 서구문명의 영향, 식생활 개선을 목적으로 쌀은 영양가가 없는 것이라는 잘못된 생각의 만연 등으로 인한 쌀 소비량의 감소, 쌀 시장 개방 폭의 확대에 의한 수입쌀의 증가 등의 이유로 농가 수입 감소에 따른 농촌 경제 뿐 아니라 주식인 쌀 생산 감소에 의한 주식의 안정적인 확보 측면에도 문제가 되고 있다. 따라서 본 연구는 쌀 재배 농가의 경영안정을 위한 소득 보전 방안에 기초 자료를 제공하고자 비릿하고 밋밋한 맛으로 성장이 미비했던 두유 시장이 2000년 초 사회적 현상인 웰빙을 고려한 두유의 출시로 사상 유래없는 호황을 맞이한 점에 착안하여 먼저 쌀과 쌀 가공식품 산업의 현황을 소재한 연구를 자료 조사를 한 뒤 설문 조사를 병행하여 소비 트렌드에 맞춘 쌀 가공식품의 측면에서 쌀 소비 증진 방안을 연구, 제시하여 하고자 하였다.

우리나라는 전체 쌀 생산 95% 이상이 밥으로, 가공용은 주류를 포함하여 5%내외로 소비되고 있으며, 쌀 가공식품으로는 밥류, 죽류, 면류, 떡류, 음료류 등이 있다. 우리나라의 쌀 가공식품 산업은 영세한 공장 규모, 낙후된 생산기술, 밀가루 제품에 길들여진 소비자들의 기호로 인해 쌀 가공식품의 소비촉진에 어려움을 겪었으나 정부의 쌀 가공식품 육성 시책과 업계의 품질 향상과 다양한 쌀 가공식품의 개발 보급을 위한 노력으로 소비자들에게 쌀 가공식품에 대한 좋은 인식과 호응을 얻고 있다.

그러나 이러한 정부의 지원과 업계의 노력에도 불구하고 쌀 가공식품은 가공식품 제조에 적합하지 못한 쌀의 성분적 특성과 함께 주원료

인 쌀이 여러 가지 주변 상황으로 인해 수급이 안정적으로 이루어지지 않을 것이라는 예측과 수급불안정에 따른 가격 상승 등에 의해 제품의 수익성에 확신이 서지 않는 것 등의 이유로 업체들이 투자 확대를 주저하는 이유 등으로 활성화되지 못하고 있다. 따라서 이를 해결하고자 경제성과 영양성을 고려한 소비 트렌드에 맞는 쌀 소비 증진을 위한 쌀 가공식품에 대해 밥, 면, 죽, 음료의 측면에서 연구해 보았다.

첫째, 부진한 성장을 보이던 밥시장은 1996년 이후 본격적으로 시장확대가 일어나고 있으나, 한정된 제품으로 선택의 폭이 제한되면서 앞으로의 시장확대를 위한 방안 마련이 시급하다. 따라서 다양한 밥요리 제품, 소비자층의 확장을 위한 소비자 심리적 적정가격보다 낮은 가격대의 제품, 고급 소비자층을 위한 웰빙쌀을 사용한 제품의 등의 연구를 통해 시장을 확대해야 할 것이다.

둘째, 과거 저조한 시장성장을 보이던 쌀가공면류 제품은 최근 건강에 대한 관심의 증가로 수요가 늘어남에 따라 쌀의 소비확대에 큰 도움이 되지 못하는 쌀전분 및 쌀가루의 제조를 대신해 새로운 제2의 국민식의 개발, 보급에 주도적인 역할을 할 것으로 보인다.

셋째, 죽류는 최근 가공식품 원료보다는 외식산업에서 높은 성장률을 보이고 있다. 그동안 죽에 대한 높은 소비자의 인식에도 불구하고 쌀 가공식품으로서 죽에 대한 선호도는 매우 저조했다. 따라서 죽에 대해 선행된 연구를 바탕으로, 지역특산물과 연계를 통한 건강식 개념의 쌀 가공식품으로서 죽제품을 다양하게 개발, 홍보하여 소비를 확대시켜야 한다.

넷째, 마이너스 성장을 보이던 쌀음료 시장은 1999년 쌀음료의 등장으로 현재 2,000억 원대를 형성하고 있다. 그러나 쌀음료는 낮은 이용빈도로 이어지는 기호식으로 이용되는 점과 제품의 수명주기와 관련하여 더 이상 시장 확대를 기대하기 어려워 쌀 요구르트와 같은 새로운 제품을 개발하여 활로를 개척해야 한다.

우리나라의 쌀의 수급에 따른 탄력적인 소비 패턴을 유지하기 위해서는 위와 같은 쌀 가공식품의 개발이 지속적으로 이루어져야 한다.

부록

설문지

안녕하십니까?

저희는 이화여자대학교에서 식품영양학을 전공하고 있는 학생입니다. 본 설문지는 식생활에서 쌀 가공식품의 이용과 선호도를 조사하기 위하여 귀하의 귀중한 의견을 연구자료로 사용하고자 작성된 것입니다.

귀하의 응답내용은 오직 연구목적으로만 사용되며, 익명으로 처리되므로 특정 개인의 특성은 절대로 노출되지 않을 것임을 약속드립니다.

귀하의 성의 있고 솔직한 대답을 부탁드립니다. 귀하의 응답은 본 연구를 위해 매우 소중한 자료로서, 좋은 연구결과를 얻기 위한 기초가 될 것입니다.

2006년 6월 15일~2006년 6월 16일
이화여자대학교 식품영양학과 4학년 두은희 · 이진희 드림

<설문지 작성요령>

1. 본 설문지는 정답이 없으니 한 질문에 너무 오래 생각하지 마시고, 읽고 난 후의 느낌이나 생각을 솔직하게 대답하여 주시기 바랍니다.
2. 바람직하다고 생각하시는 것으로 대답하지 마시고, 귀하의 실제 느낌을 그대로 응답해 주시기 바랍니다.
3. 다소 번거롭더라도 귀하의 솔직하고 성의있는 응답을 다시 한번 부탁드립니다.

2-3번. 다음에 대해 각각 하나를 골라 ()에 해당하는 번호를 적어주세요.

2. 귀하가 쌀 가공 제품을 드신다면 주된 용도는 무엇입니까?

- ① 주식용으로 먹는다.
- ② 주식 대신으로 먹는다.

상품밥류: () ③ 간식용으로 먹는다.
④ 기호식으로 먹는다.

- ① 주식용으로 먹는다.
- ② 주식 대신으로 먹는다.

쌀가공면류: () ③ 간식용으로 먹는다.
④ 기호식으로 먹는다.

- ① 주식용으로 먹는다.
- ② 주식 대신으로 먹는다.

인스턴트 죽류: () ③ 간식용으로 먹는다.
④ 기호식으로 먹는다.

- ① 주식용으로 먹는다.
- ② 주식 대신으로 먹는다.

쌀음료류: () ③ 간식용으로 먹는다.
④ 기호식으로 먹는다.

3. 귀하는 쌀 가공제품을 얼마나 자주 이용하십니까?

상품밥류: () ①거의 이용안함 ②월1-3회 ③주1-2 ④주3-5회 ⑤매일

쌀가공면류: () ①거의 이용안함 ②월1-3회 ③주1-2 ④주3-5회 ⑤매일

인스턴트 죽류: () ①거의 이용안함 ②월1-3회 ③주1-2 ④주3-5회
⑤매일

쌀음료류: () ① 거의 이용안함 ② 월 1-3회 ③ 주 1-2 ④ 주 3-5회 ⑤ 매일

C. 다음은 귀하가 식품 선택에 있어 쌀 가공 제품을 선택하는 동기에 대한 질문입니다.

1. 쌀 가공 제품을 선택하는 동기는 무엇입니까?

- ① 영양 등 건강 때문에 먹는다.
- ② 냄새, 질감 등 맛이 있어서 먹는다.

상품밥 류: ()

- ③ 시간이 절약되는 편의성 때문에 먹는다.
- ④ 가격이 적당하기 때문에 먹는다.

- ① 영양 등 건강 때문에 먹는다.
- ② 냄새, 질감 등 맛이 있어서 먹는다.

쌀가공면류: ()

- ③ 시간이 절약되는 편의성 때문에 먹는다.
- ④ 가격이 적당하기 때문에 먹는다.

- ① 영양 등 건강 때문에 먹는다.
- ② 냄새, 질감 등 맛이 있어서 먹는다.

인스턴트 죽류: ()

- ③ 시간이 절약되는 편의성 때문에 먹는다.
- ④ 가격이 적당하기 때문에 먹는다.

- ① 영양 등 건강 때문에 먹는다.
- ② 냄새, 질감 등 맛이 있어서 먹는다.

쌀음료류: ()

- ③ 시간이 절약되는 편의성 때문에 먹는다.
- ④ 가격이 적당하기 때문에 먹는다.

2. 귀하는 쌀 가공 제품을 선택시 양보다 질을 중요하게 생각하십니까?
 각 항목에 해당하는 곳에 √표시해 주세요.

	아니다(양 중요)	보통이다	그렇다(질 중요)
상품밥류			
쌀가공면류			
인스턴트 죽류			
쌀음료류			

D. 다음은 쌀 가공 제품의 사용되는 재료에 관한 질문입니다.

1. 귀하는 쌀 가공 제품을 구입시 제품에 사용되는 재료의 국내산/수입산 쌀 여부 내지는 쌀의 종류에 대해 알고 계십니까? ()

- ① 잘 알고 있으며, 재료 함량도 읽어보고 찾아서 구입한다.
- ② 알고는 있지만, 구체적 내용까지는 모른다.
- ③ 잘 모르고 구입한다.
- ④ 관심이 없다.
- ⑤ 기타

2. 귀하가 쌀 가공 제품의 구입시 수입쌀을 이용한 제품을 구매하실 생각이 있으십니까? ()

- ① 어떠한 경우라도 구입하지 않겠다.
- ② 가격이 국내 쌀 제품보다 싸면 품질이 나빠도 구입하겠다.
- ③ 품질이 좋다면 가격과 상관없이 구입하겠다.
- ④ 가격이 국내 쌀 제품보다 싸고 품질이 더 좋다면 구입하겠다.
- ⑤ 무조건 수입쌀을 구입하겠다.

3. 귀하가 쌀 가공 제품을 제조한다면 무엇을 가장 먼저 보안하겠습니까?

()

- ① 가격 ② 맛 ③ 영양 ④ 안정성 ⑤ 디자인

♥ 끝까지 응답해 주셔서 대단히 감사합니다.