

# 對美 쌀 가공식품 수출현황 분석 및 수출확대 방안

2024.10.



2024년 9월 26일자 매매기준율(하나은행) 적용  
1 USD(달러) = 1,329.40원

# [ 목 차 ]

<b>I. 조사개요</b> .....	<b>1</b>
1. 조사 배경 및 목적 .....	1
2. 조사 범위 및 방법 .....	2
<b>II. 쌀 가공식품 정의 및 분류</b> .....	<b>3</b>
<b>III. 쌀 가공식품 수출현황</b> .....	<b>4</b>
1. 對美 수출현황 .....	4
2. 對글로벌 수출현황 .....	6
<b>IV. 미국 쌀 가공식품 시장현황</b> .....	<b>9</b>
1. 시장현황 .....	9
2. 수입현황 .....	19
3. 판매현황 .....	22
가. 온라인 판매현황 .....	22
나. 오프라인 판매현황 .....	39
다. 온·오프라인 판매현황 종합분석 .....	48
4. 소비현황 .....	50
가. 소비자 인식조사 개요 .....	50
나. 소비자 인식조사 결과 .....	51
다. 주요 품목별 트렌드 .....	67

<b>V. 수출 유의사항</b> .....	<b>73</b>
1. 식품안전현대화법(FSMA) .....	73
2. 식품원료·첨가물·잔류물질 규정 .....	76
3. 가공밥(즉석밥 포함) 관련 규정 .....	80
4. 쌀 기반 주류 관련 규정 .....	81
5. 쌀 가공식품 라벨링 규정 .....	82
6. 기타 유의사항 .....	85
<b>VI. 결론 및 수출확대 방안</b> .....	<b>86</b>
1. 쌀 가공식품 수출 확대 필요성 .....	86
2. 對美 수출 및 시장현황 분석 .....	89
3. 對美 수출확대 방안 및 유의사항 .....	92
4. 결론(對美 수출확대 전략) .....	96

# 對美 쌀 가공식품 수출현황 분석 및 수출확대 방안

본 보고서에서 제시된 쌀 가공식품은 ①찌거나 삶은 쌀(즉석밥 등), ②조제식품 기타(쌀가루의 것)(떡볶이, 떡 등), ③곡류제조품(누룽지, 쌀시리얼 등) 등 총 16개 이상 HS코드에 해당하는 품목으로 구성되나, 공식적으로 공개된 부류별 통계집계상의 이유 등으로 본 보고서 내 수출입통계 데이터는 비중이 큰 상위 7개 품목(즉석밥, 떡류, 곡물조제품, 곡물발효주, 쌀과자, 튀긴쌀, 식혜)의 합으로 작성

## 1. 조사배경

- '23년 미국은 국내 쌀 가공식품 수출의 56.1%를 차지하는 주요 수출국으로, '19년 이후 수출액은 연평균 36.1%의 높은 성장률을 기록하며 수출 호조세 유지
- 반면 국내 쌀 소비는 지속적인 감소세이며, 이는 국내 쌀 생산 가격 하락에 영향을 미쳐 쌀 가공식품의 수출 확대를 통한 소비 진작 필요성 대두

## 2. 쌀 가공식품 정의 및 분류

- 쌀 가공식품은 곡류가공품의 한 유형으로, 쌀을 주 원료로 하여 제조·가공하거나 이에 식품 또는 식품 첨가물을 가하여 가공한 것을 의미
  - 대표적으로는 떡류, 즉석밥, 쌀과자, 쌀 발효주(막걸리 등), 쌀 음료(식혜) 등이 있음
  - 본 보고서에서 제시하는 쌀 가공식품은 ▲찌거나 삶은 쌀 ▲쌀과자 ▲떡류 ▲튀긴쌀(쌀튀밥) ▲곡물 발효주(쌀로 만든 것) ▲쌀음료 ▲기타 곡물 조제품(쌀로 만든 것)을 기준으로 함
  - 또한 쌀 가공식품의 수출입통계 데이터는 전체 쌀가공식품 중 수출액 비중이 큰 상위 7개 품목(즉석밥, 떡류, 곡물조제품, 곡물발효주, 쌀과자, 튀긴쌀, 식혜)을 기준으로 함

## 3. 쌀 가공식품 수출현황

- **(전체)** 23년 쌀 가공식품 수출액은 2억 226만 달러(한화 약 2,687억 원)<sup>1)</sup>로 전년 대비 21.4%, 2019년 이후 연평균 22.0%의 높은 성장률 기록
  - \* **(참고)** '24년 1월부터 7월까지 쌀 가공식품 수출액은 전년 동기 대비 45.8% 증가한 1억 5,267만 달러(한화 약 2,028억 원)로 동기간 기준 최대치를 기록
  - 주요 수출 품목은 즉석밥(39.0%)과 떡류(38.4%)로 양분되며, 주요 수출국은 미국(56.1%), 일본(6.2%), 베트남(4.1%), 호주(3.3%), 네덜란드(2.8%) 등
  - 전 세계적 간편식 및 건강식에 대한 관심 증가와 한국 문화 콘텐츠의 흥행으로 인한 한식 수요 증가는 국내 쌀 가공식품 수출 증대에 기여
- **(對美)** '23년 수출액은 전년 대비 32.7% 증가한 1억 1,345만 달러(한화 약 1,507억 원) 기록
  - \* **(참고)** '24년 1월부터 7월까지 對美 주요 쌀 가공식품 수출액은 전체 수출의 60.2%에 달하는 9,184만 9,200달러(한화 약 1,220억 원)로 전년 동기간 대비 65.8% 증가
  - 주요 수출 품목은 즉석밥(57.7%)과 떡류(24.6%)로 나타나며, 이 외 기타 곡물조제품(10.3%), 곡물 발효주(3.0%), 쌀과자(2.3%), 튀긴 쌀(1.2%), 식혜(0.8%) 순으로 수출
  - 미국은 국내 쌀 가공식품 수출의 50% 이상을 차지하는 주요 수출국으로, 즉석밥, 떡볶이 등 쌀 가공식품의 수요 증가로 냉동 김밥과 같은 신규 품목이 수출되며 수출 최대 기록을 매년 경신 중

1) 쌀 가공식품 주요품목인 떡류, 튀긴쌀(쌀튀밥), 즉석밥, 쌀과자, 곡물발효주(청주·약주·탁주), 식혜, 기타 곡물조제품(누룽지, 쌀 시리얼 등) 기준

## 4. 미국 쌀 가공식품 시장현황

- **(시장구분)** 미국에서 쌀 가공식품은 ▲쌀국수 ▲쌀 스낵 ▲즉석밥 ▲떡류 ▲쌀 음료와 같이 크게 5가지 유형으로 분류
  - **(쌀국수)** 건강을 생각하는 식생활로의 변화, 새로운 요리를 탐구하는 새로운 소비 트렌드로 수요 증가
  - **(쌀 스낵)** 지방 함량 및 칼로리가 낮아 건강하고 편리한 간식으로 인기 지속
  - **(즉석밥)** 편의 식품의 수요 증가, 건강 증진을 위한 통곡물 포함 식단이 인기를 끌며 간편하게 쌀밥을 먹을 수 있는 즉석밥 수요 증가
  - **(떡류)** 저칼로리 간식 수요가 증가하며 쌀로 만든 떡이 간식 대용으로 소비
  - **(쌀 음료)** 건강을 고려해 유음료를 대체할 수 있는 식물성 음료 소비가 증가하며 쌀 음료 시장 성장세
- **(시장현황)** ▲건강 중시 ▲식품 편의성 추구 ▲쌀요리에 대한 관심 증가로 쌀 가공식품 소비 증가
  - OTT를 통한 한국 식품 관련 콘텐츠 접근성 향상, 미국 내 한식당 증가 등으로 한국 식품을 접할 기회가 많아지며 냉동 김밥, 떡볶이, 즉석밥 등 쌀 가공식품에 대한 수요와 관심이 지속
- **(수입현황)** 미국으로 수입되는 대표적인 쌀 가공식품은 쌀과자, 떡류, 즉석밥 등
  - '23년 수입액은 23억 9,998만 달러(한화 약 3조 1,891억 원)로 2019년 이후 연평균 15.1% 성장세
  - 쌀과자(49.4%), 떡류(26.1%), 즉석밥(10.9%), 쌀 튀밥(7.3%), 곡물발효주(3.5%), 기타 냉동 쌀 가공식품(2.8%) 순으로 수입하며, 한국산의 비중은 7.3%로 상위 3위에 위치
- **(판매현황)** 미국 온·오프라인 유통채널에서 판매되는 쌀 가공식품은 자국산이 절반 이상(51.9%)을 차지하며, 일본산(20.7%), 태국산(7.4%), 인도산(5.2%), 중국산(4.4%) 등이 유통
  - 한국산 쌀 가공식품 주요 품목은 온라인에서는 모두 판매되고 있으나, 오프라인 매장에서는 쌀과자, RTE 떡볶이, 막걸리, 쌀음료 등 일부 품목이 소수의 제품으로 판매
  - 쌀 가공식품 주요 품목의 평균 판매단가는 100g(ml)당 2.54달러(한화 약 3,377원)로, 한국산 쌀 가공식품 평균 판매단가는 100g당 2.39달러(한화 약 3,177원) 대비 소폭 높은 편
- **(소비현황<sup>2)</sup>)** 전체 응답자(147명)의 65.3%는 쌀 가공식품에 대해 인지하며, 쌀 가공식품을 소비해 본 경험이 있는 응답자는 전체의 72.1%로 집계
  - **(소비이유)** '맛있어서(73.6%)', '건강식을 섭취하고 싶어서(60.4%)', '요즘 유행이어서(58.5%)' 순
  - **(고려요소)** '맛(38.7%)', '가격(21.7%)', '품질(13.2%)', '성분' 및 '원산지/브랜드'(각 6.6%) 순
  - **(한국산 인지도 및 이미지)** 응답자의 70.7%는 한국산 쌀 가공식품에 대해 알고 있으며, 한국산 쌀 가공식품에 대해 '맛있다(55.7%)', '고품질이다(53.6%)', '안전하다/위생적이다(50.7%)', '건강할 것 같다(39.3%)' 순으로 인식
  - **(한국산 소비이유)** '맛있어서(63.1%)', '건강식을 섭취하고 싶어서(57.7%)', '간편한 섭취가 가능해서(53.2%)', '요즘 유행이어서(52.3%)' 순
  - **(경쟁력 비교)** 한국산 쌀 가공식품은 '맛', '품질', '포장', '위생/안전성', '제품 정보제공', '제품 인증', '원산지 국가의 이미지/신뢰도' 부분에서 경쟁국산(태원산지) 제품보다 우수하다고 인식
  - \* **(참고)** 반면 '구매용이성' 및 '가격'은 한국산보다 경쟁국산(태원산지) 제품이 더 우수하다고 인식
  - **(즉석밥 소비)** 응답자의 93.6%는 즉석밥을 소비해 본 경험 보유하며, 건강한 식단을 위해(밀 기반 식사 대체 포함) 주로 소비

2) 미국 소비자의 쌀 가공식품 소비행태에 대한 온라인 설문조사 결과(147명 대상, 2024년 8월)

- (즉석밥 경쟁력 비교) 한국산과 경쟁국산(타원산지)의 즉석밥 경쟁력 비교 결과, ‘맛’, ‘포장’, ‘위생/안전성’, ‘구매용이성’, ‘제품정보제공’ 부문에서 한국산이 우위를 점함
  - \* (참고) 반면 ‘제품인증’과 ‘원산지 국가의 이미지/신뢰도’ 부문은 간소한 차이로 한국산보다 경쟁국산이 우수하다고 인식되며, 가격과 품질 부문은 한국산과 경쟁국산이 유사한 수준으로 인식
- (한국산 쌀가공식품 경쟁력 확보 방안) ‘더 맛있어야 한다(맛의 강화)(32.4%)’, ‘품질기준 향상(21.6%)’, ‘가격인하(20.1%)’가 필요하다고 응답하였으며, ‘증량’ 및 ‘구매 용이성 확보’(각 5.8%), ‘포장개선’·‘제품정보 강화’·‘인증취득’·‘적극적인 홍보’가 필요하다는 응답은 각 3.6%로 집계
- (냉동김밥 소비트렌드) 최근 건강식 트렌드에 부합하는 메뉴로 간편하게 섭취할 수 있고 가성비가 높아 영양적·가격적 측면을 모두 충족하는 매력적인 음식으로 인식
  - 온라인 커뮤니티와 SNS 등에서 소비자들은 대부분 냉동 김밥을 맛있고 가성비 있는 음식으로 평가했으며, 더 맛있게 먹는 방법에 대해 공유함
  - 다만 일부 소비자는 김밥 속재료의 카드뮴 함량에 대한 경고라벨 부착이 필요하다는 의견을 제시하였고, 해동 후에도 김의 식감이 너무 질기다고 평가하기도 함
- (즉석밥 소비트렌드) 글루텐을 함유한 빵이나 첨가물이 함유된 볶음밥보다 건강하게 섭취할 수 있는 탄수화물 기반 식단으로 인식되며 수요 증가
  - 최근 한식에 대한 소비자 관심이 증가하며 집에서 한국식 밥을 먹을 수 있는 즉석밥의 인기가 지속
  - 소비자들은 한국 즉석밥에 대해 ▲맛있고 ▲빠른 조리가 가능하며 ▲상온 보관이 가능해 편리하다고 인식
- (떡류 소비트렌드) 쫄쫄한 식감과 다양한 맛으로 떡은 미국 내 새로운 디저트로 각광
  - 떡볶이는 한국의 대표적인 쌀 가공식품으로, 독특한 맛과 질감의 조합으로 미국 소비자의 입맛을 사로잡음
  - 이 외에도 쌀가루 반죽(떡)을 이용한 디저트 메뉴가 인기를 끌고 있으나, 주로 일본식 찹쌀떡인 모찌를 활용한 제품 위주로 확인
- (쌀국수 소비 트렌드) 저렴한 가격에 건강하고 맛있는 식사로 인식되며 쌀국수 메뉴를 판매하는 길거리 푸드카트(Street Food Cart)나 퀵서비스레스토랑(Quick Service Restaurant)<sup>3)</sup>이 증가

## 5. 수출 유의사항

- (FDA 시설등록) 미국으로 수출되는 식품(쌀 가공식품 포함)은 식품안전현대화법(FSMA)에 따라 美식품의약국(FDA)에 시설등록을 해야 함
- (해외공급자검증프로그램) 미국 식품안전현대화법(FSMA)의 일환으로 추진되는 규칙으로, 일반 식품으로 분류되는 쌀 가공식품은 해당 규정을 준수해야 함
- (식품원료 및 첨가물 규정) ‘의도한 용도대로 사용했을 경우 일반적으로 안전하다고 인정되는 물질’에 대한 규정인 GRAS(Generally Recognized As Safe) 및 美FDA는 연방규정집21(CFR 21)의 식품첨가물 규정 준수 필요

3) 격식을 차리지 않는 편안한 분위기에서 일반적으로 10달러 이하의 저렴한 식사를 효율적으로 제공하는 레스토랑의 형태로, 메뉴 제공(서빙) 속도와 고객의 편의성을 우선시하는 것이 특징

- **(잔류물질)** 美식품의약국(FDA)에서는 식품에 함유될 수 없는 유해물질의 목록을 명시하고 있으며, 떡, 쌀과자(과자류), 쌀음료(음료류), 쌀국수(면류) 등 쌀 가공식품에는 아플라톡신(Aflatoxi)<sup>4)</sup>에 대한 잔류허용기준이 존재
- **(Proposition 65)** 캘리포니아에서 유통되는 식품(쌀 가공식품 포함)은 유해 독성물질 규제 대상에 해당하며, 쌀 가공식품에 포함될 수 있는 화학물질은 무기비소(Inorganic Arsenic)<sup>5)</sup> 및 카드뮴(Cadmium)으로 제시됨
- **(즉석밥 관련 규정)** 즉석밥, 볶음밥, 덮밥, 비빔밥 등을 포함한 가공밥은 미국에서 ‘저산성 식품’에 해당하여 별도의 식품시설 등록이 요구됨
- **(라벨링 규정)** 쌀 가공식품을 포함해 미국으로 수출되는 모든 식품은 美식품의약국(FDA)의 라벨링 규정에 따라 ▲제품명 ▲순중량 ▲원산지 ▲성분목록 ▲알레르기 유발물질 ▲영양 성분표 ▲제조업체 정보 등을 필수로 표기해야 함
  - **(쌀 기반 주류)** 증류주 또는 알코올 함량 7% 이상의 수입 와인(Rice wine 포함)에 해당하는 청주와 약주는 주류담배과세무역청의 라벨링 기준을 준수해야 하며, 주류 유형을 불문하고 알코올 함량 0.5% 이상인 모든 알코올 음료의 라벨에는 알코올음료 섭취 위험성에 대한 경고 문구가 표시되어야 함
- **(기타 유의사항)** 미국으로 수입되는 모든 식품(쌀 가공식품 포함)은 美식품의약국(FDA)에 사전 신고(Prior Notice)를 해야 함

## 6. 결론 및 수출확대방안

- **(수출확대 필요성)** 국내 쌀 소비의 지속적인 감소세로 쌀가격 하락에 영향을 미치고 있으며, 이에 국내 쌀 소비 촉진 및 시장 안정화를 위해 쌀 가공식품의 수출 확대가 중요한 역할을 할 것으로 전망
- **(수출확대방안)** ▲한국산 쌀 가공식품에 대한 인지도 개선 ▲세분화된 소비자 요구에 부합하는 제품 다양화 ▲유통채널 확대를 통한 접근성 강화 ▲건강식 수요에 기반한 마케팅 전략 수립 필요
  - **(인지도 개선)** 최근 미국 내 한국 문화 콘텐츠를 통해 간접 경험하는 한식(K-Food)에 대한 호기심이 증가하며 쌀 가공식품 수요도 높아지는 추세이므로 한국은 쌀 가공식품의 주요 생산국이며, 한국산 쌀 가공식품은 건강하고 고품질의 제품이라는 이미지 형성을 위한 적극적인 홍보활동이 필요
  - **(제품 다양화)** 맛과 유형을 세분화한 제품 출시 전략이 요구되며, 더 나아가 소비자의 입맛을 사로잡을 수 있는 새로운 제품 개발 필요
  - **(접근성 강화)** 현지 유통업체 및 물류기업과의 파트너십을 강화해 미국 소비자가 보편적으로 이용하는 오프라인 채널로의 확장이 필요하며, 최근 온라인을 통한 식품 구매가 증가함에 따라 온라인 유통채널 역시 활성화 필요
  - **(건강식 마케팅)** 미국 내 쌀 가공식품은 밀 기반 식품을 대체할 수 있는 건강한 탄수화물 식단으로 인식되고 있어 글루텐프리, 비만 예방, 건강식·베지테리언(채식) 및 비건 식단에 부합하는 식품임을 강조하는 마케팅 전략 마련 필요

4) 발암성이 있는 독성물질로 다량 섭취 시 출혈, 구토, 설사, 장기손상 등을 유발

5) Arsenic(Inorganic)

# I. 조사개요

## 1. 조사 배경 및 목적

□ 2023년 기준 미국은 국내 쌀 가공식품 수출의 56.1%를 차지하는 주요 수출국으로, 건강에 대한 관심 및 편의식 수요 증가로 쌀 가공식품 수출 호조세 유지

- 2023년 국내 주요 쌀 가공식품 對美 수출액<sup>6)</sup>은 1억 1,345만 2,000달러(한화 약 1,507억 원)로, 2019년 이후 연평균 36.1%의 높은 성장률 기록
  - 주요 수출 품목은 즉석밥(57.7%)과 떡류(24.6%)로 나타나며, 이 외에도 곡물조제품(9.0%), 곡물발효주(8.0%), 쌀과자(3.5%), 튀긴쌀(1.2%), 식혜(0.8%) 등이 수출
  - 2023년 쌀가공식품 전체부류의 對美 수출액은 1억 1,477만 8,000달러(한화 약 1,525억 8,587만 원)로 집계
- 2023년 미국의 전체 쌀 가공식품 수입액<sup>7)</sup> 중 한국산의 비중은 7.1%로 캐나다와 멕시코에 이어 수입 상위 3위국에 위치
- 쌀 가공식품은 밀 기반 식품 대비 건강한 식단으로 인식되어 건강을 생각하는 소비자 요구를 충족하였으며, 즉석밥 및 떡볶이 등 제품이 식품 편의성을 중시하는 소비 동향에 부합하며 인기 지속
  - 특히 2023년 8월, 소셜네트워크서비스(SNS)를 통해 한국 냉동 김밥에 대한 미국 소비자의 관심이 크게 증가하였고, 냉동 김밥은 쌀과 채소로 구성된 건강식(채식)으로 인식되며, 가성비와 편의성을 갖춘 한 끼 식사로 소비
- 이와 더불어 미국 내 한국 문화 콘텐츠의 인기 증가로 한국의 주식(主食)인 쌀 기반 식품 및 요리 메뉴에 대한 관심이 증가하며 쌀 가공식품 수출을 견인

□ 반면 국내 쌀 소비는 지속적인 감소세로 쌀 가공식품의 수출 확대를 통한 소비 진작 필요성 대두

- 2023년 1인당 연간 쌀 소비량은 56.4kg으로, 2019년 이후 연평균 1.2% 감소
- 2023년 국내 쌀 생산량은 370만 2,000톤으로 2019년 이후 보합세(-0.3%)인 반면, 2024년 9월 산지 쌀 가격은 20kg 기준 4만 3,842원으로 전년 동기간 대비 12.1% 하락<sup>8)</sup>
- 국내 쌀 소비감소는 생산가격 하락의 주요 요인으로 지목되어 쌀 소비 촉진을 위한 쌀 가공식품 개발 및 수출 확대 필요성 대두

6) ①찌거나 삶은 쌀(즉석밥 등), ②조제식료품 기타(쌀가루의 것)(떡볶이, 떡 등), ③곡류제조품(누룽지, 쌀씨리얼 등) 등 총 16개 이상 HS코드에 해당하는 품목 중 비중이 큰 상위 7개 품목(즉석밥, 떡류, 곡물조제품, 곡물발효주, 쌀과자, 튀긴쌀, 식혜) 중심의 합으로 수출실적 산정

7) ①찌거나 삶은 쌀(즉석밥 등), ②조제식료품 기타(쌀가루의 것)(떡볶이, 떡 등), ③곡류제조품(누룽지, 쌀씨리얼 등) 등 총 16개 이상 HS코드에 해당하는 품목 중 수입 통계 품목분류가 가능한 6개 품목(즉석밥, 떡류, 튀긴 쌀, 쌀과자, 곡물발효주, 곡물조제품) 기준

8) 2024년 9월 5일 정곡 20kg 산지가격 기준(통계청)

## 2. 조사 범위 및 방법

- 본 보고서는 한국 쌀 가공식품의 주요 수출국인 미국으로의 수출 확대 방안을 마련하기 위해 미국 쌀 가공식품 ▲시장 ▲수입 ▲판매 ▲소비현황을 중점으로 조사
- 제2장에서는 쌀 가공식품의 정의와 유형별 분류 체계를 명시하였고, 제3장에서는 국내 쌀 가공식품의 對美·對글로벌 수출현황을 살펴봄
  - 제4장 1절에서는 미국 쌀 가공식품 시장의 제품별 구분과 유형별 시장 현황에 대해 서술하였고, 2절에서는 미국의 품목별·국가별 쌀 가공식품 수입현황 및 수입단가를 조사
  - 제4장 3절에서는 미국 쌀 가공식품 미국 주요 소매유통채널의 온·오프라인 판매 현황에 대해 서술
    - 온라인 제품 판매현황은 미국의 주요 식품 유통채널의 온라인 사이트와 온라인 마켓 플랫폼(Amazon 등)을 기반으로 조사하였으며, 오프라인 제품 판매현황은 Walmart, Target, Whole Foods Market 등 주요 오프라인 매장 및 한인마트(Super1Mart)를 대상으로 조사
  - 제4장 4절에서는 온라인 설문조사를 통해 미국 소비자의 쌀 가공식품에 대한 인지도 및 소비행태에 대해 서술
    - 본 설문조사는 미국 소비자 147명을 대상으로 2024년 8월 9일부터 8월 13일까지(5일간) 온라인으로 진행되었으며, ▲쌀 가공식품 인지도 ▲소비 경험 ▲소비행태 ▲한국산 쌀 가공식품의 경쟁력 등에 대해 조사
  - 제5장에서는 조사 결과 분석을 토대로 미국 쌀 가공식품 시장현황에 대한 결론을 도출하고 對美 수출 확대 방안을 제시

<표 1-1> 조사 범위 및 조사 방법

구분	조사 범위		조사 방법
제2장	쌀 가공식품 정의 및 유형별 분류		문헌정보조사
제3장	국내 쌀 가공식품 수출현황(對美·對글로벌)		문헌정보조사
제4장	미국 쌀 가공식품 시장현황	쌀 가공식품 구분 쌀 가공식품 주요 품목별 현황	문헌정보조사
	미국 쌀 가공식품 수입현황	품목별·국가별 수입동향 쌀 가공식품 수입단가	문헌정보조사
	미국 쌀 가공식품 판매현황	온·오프라인 판매현황	문헌정보조사 및 제품조사(Shop visiting)
	미국 쌀 가공식품 소비현황	소비자 인식조사	온라인 설문조사
제5장	결론 및 수출 확대방안 제언	수출현황 분석	조사 결과 종합 분석
		수출유의사항 및 비관세장벽	문헌정보조사
		수출확대방안 제언	조사 결과 종합 분석 및 업계 담당자 인터뷰

## II. 쌀 가공식품 정의 및 분류

□ 쌀 가공식품은 곡류가공품의 한 유형으로, 쌀을 주원료로 하여 제조·가공하거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가하여 가공한 것을 의미

- 대표적으로는 떡류, 즉석밥, 쌀과자, 쌀 발효주(막걸리), 쌀 음료(식혜) 등이 있음

<표 II-1> 국내 쌀 가공식품 주요 유형

구분	상세 품목														
쌀 가공식품	<table border="1"> <tr> <td>밥류/죽류</td> <td>레토르트밥, 무균포장밥, 냉동밥, 칠드밥<sup>9)</sup>, 통조림밥<sup>10)</sup>, 건조밥<sup>11)</sup></td> </tr> <tr> <td>병과류</td> <td>떡류(떡볶이떡, 떡국떡 포함)</td> </tr> <tr> <td>미과류(쌀과자)</td> <td>한과, 쌀강정, 쌀전병 등</td> </tr> <tr> <td>면류</td> <td>쌀라면, 쌀냉면, 쌀짬면, 쌀국수류 등</td> </tr> <tr> <td>미분(米粉)<sup>12)</sup>류</td> <td>팽화미(튀긴 쌀)</td> </tr> <tr> <td>음료류</td> <td>쌀발효음료, 식혜 등</td> </tr> <tr> <td>기타</td> <td>후레이크(시리얼), 누룽지, 곡물발효주(막걸리, 쌀소주) 등</td> </tr> </table>	밥류/죽류	레토르트밥, 무균포장밥, 냉동밥, 칠드밥 <sup>9)</sup> , 통조림밥 <sup>10)</sup> , 건조밥 <sup>11)</sup>	병과류	떡류(떡볶이떡, 떡국떡 포함)	미과류(쌀과자)	한과, 쌀강정, 쌀전병 등	면류	쌀라면, 쌀냉면, 쌀짬면, 쌀국수류 등	미분(米粉) <sup>12)</sup> 류	팽화미(튀긴 쌀)	음료류	쌀발효음료, 식혜 등	기타	후레이크(시리얼), 누룽지, 곡물발효주(막걸리, 쌀소주) 등
밥류/죽류	레토르트밥, 무균포장밥, 냉동밥, 칠드밥 <sup>9)</sup> , 통조림밥 <sup>10)</sup> , 건조밥 <sup>11)</sup>														
병과류	떡류(떡볶이떡, 떡국떡 포함)														
미과류(쌀과자)	한과, 쌀강정, 쌀전병 등														
면류	쌀라면, 쌀냉면, 쌀짬면, 쌀국수류 등														
미분(米粉) <sup>12)</sup> 류	팽화미(튀긴 쌀)														
음료류	쌀발효음료, 식혜 등														
기타	후레이크(시리얼), 누룽지, 곡물발효주(막걸리, 쌀소주) 등														

\*출처: 농촌진흥청 농업기술포털(농사로)

- 본 장에서 제시하는 쌀 가공식품은 수출통계 품목분류가 가능한 떡류, 튀긴 쌀(쌀튀밥), 찌거나 삶은 쌀, 쌀과자, 곡물발효주(쌀로 만든 것), 쌀 음료 및 기타 곡물조제품을 기준으로 함

<표 II-2> 쌀 가공식품 수출 품목 범주

품목	HS Code(한국)	비고	
쌀 가 공 식 품 품 목	맥아추출물 - 쌀가루의 것	1901.90-9091	떡볶이, 즉석밥, 떡국떡, 죽
	곡물조제품 - 튀긴 쌀	1904.10-3000	쌀튀밥, 튀긴쌀
	곡물조제품 - 찌거나 삶은 쌀	1904.90-1010	즉석밥
	베이커리류 - 쌀과자	1905.90-1050	한과 등
	곡물발효주 - 탁주·청주·약주	2206.00-2030/2010/2020	-
	음료류 기타 - 식혜	2202.99-3000	-
	곡물조제품 - 기타	1904.90-9000	누룽지, 쌀 시리얼

9) 조리 가공한 미반류를 포장 후 냉각상태로 보존한 것

10) 조리가공한 미반류를 포장 후 통조림하여 밀봉한 후 100℃ 이상에서 살균한 것

11) 조리가공한 미반류를 열풍에서 급속 건조한 것

12) 쌀을 빻은 가루

### Ⅲ. 쌀 가공식품 수출현황

#### 1. 對美 수출현황

對美 수출 쌀 가공식품은 ①찌거나 삶은 쌀(즉석밥 등), ②조제식료품 기타(쌀가루의 것)(떡볶이, 떡 등), ③곡류제조품(누룽지, 쌀씨리얼 등) 등 총 16개 이상 HS코드 품목의 합으로 구성되나, 본 보고서에서는 비중이 큰 상위 7개 품목 중심의 합으로 수출실적 및 내용 기술

□ 2023년 對美 주요 쌀 가공식품 수출액은 전년 대비 32.7% 증가한 1억 1,345만 2,000달러(한화 약 1,507억 원) 기록

- 주요 수출 품목은 즉석밥(57.7%)과 떡류(24.6%)로, 해당 품목의 수출 비중이 82.3%에 달함
  - 즉석밥 수출액은 6,541만 5,000달러(한화 약 869억 원)로 전년 대비 26.3%, 2019년 이후 연평균 43.3% 증가
  - 떡류 수출액은 전년 대비 28.3% 증가한 2,796만 3,000달러(한화 약 372억 원)로 2019년 이후 연평균 38.9% 증가
- 이 외 기타 곡물조제품(10.3%), 곡물발효주(3.0%), 쌀과자(2.3%), 튀긴 쌀(1.2%), 식혜(0.8%) 순으로 수출

<표 III-1> 쌀 가공식품 對美 수출현황(2019~2023)

구분		2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
합계		33,082	53,946	66,178	85,521	113,452	100.0	32.7	36.1
1	즉석밥	15,497	27,479	35,934	51,797	65,415	57.7	26.3	43.3
2	떡류	7,513	14,661	18,471	21,797	27,963	24.6	28.3	38.9
3	곡물조제품 기타	3,134	3,727	4,012	4,333	11,642	10.3	168.7	38.8
4	곡물발효주	2,565	3,276	3,626	3,332	3,441	3.0	3.3	7.6
5	쌀과자	2,772	2,247	2,029	2,270	2,666	2.3	17.4	-1.0
6	튀긴쌀	758	1,700	1,281	1,407	1,383	1.2	-1.7	16.2
7	식혜	845	856	826	584	942	0.8	61.3	2.8

\*주: HS Code 1901.90-9091(맥아추출물-쌀가루의 것), 1904.10-3000(곡물조제품-튀긴쌀), 1904.90-1010(곡물조제품-찌거나 삶은 쌀), 1905.90-1050(베이커리류-쌀과자), 2206.00-2030(곡물발효주-탁주), 2206.00-2010(곡물발효주-청주), 2206.00-2020(곡물발효주-약주), 2202.99-3000(음료류-식혜), 1904.90-9000(곡물조제품-기타) 기준

\*출처: 농식품수출정보 KATI(검색일: 2024.07.11.)

□ 2024년 1월부터 7월까지 對美 주요 쌀 가공식품 수출액은 전체 수출의 60.2%에 달하는 9,184만 9,200달러(한화 약 1,220억 원)로 전년 동기간 대비 65.8% 증가

- 2024년 7월 누계 기준 對美 수출 주요 품목은 ▲기타 곡물조제품 ▲즉석밥 ▲떡류 순으로 나타남
  - 기타 곡물 조제품의 2024년 7월 누적 수출액은 전체 對美 쌀 가공식품 수출의 38.3%에 해당하는 3,515만 1,000달러(한화 약 467억 원)로 집계

- 즉석밥 수출액은 3,442만 8,800달러(한화 약 457억 원)로 전체 對美 수출의 37.5%를 차지하며, 떡류 수출액은 1,823만 9,600달러(한화 약 242억 원)로 전체 對美 수출의 19.9%를 차지
- 전년 동기간 대비 수출 증가율이 가장 큰 품목은 ‘기타 곡물조제품’ 으로 2023년 7월 대비 842.4%의 증가율 기록
  - 뒤이어 떡류(23.0% ↑), 즉석밥(7.6% ↑) 등의 수출이 증가하였고, 식혜 수출은 전년 동기간 대비 0.8% 증가하여 보합세
- 반면 곡물발효주(3.7% ↓), 쌀과자(32.4% ↓), 튀긴쌀(29.3% ↓) 등은 전년 동기간 대비 수출이 감소한 것으로 나타남

<표 III-2> 쌀 가공식품 품목별 對美 수출현황 (2023.07/2024.07)

(단위: 천 달러, %)

구분	2023년 7월 누계	2024년 7월 누계	비중 (2024.07)	전년비 (23/24)
합계	55,394.1	91,849.2	100.0	65.8
1 곡물조제품 기타	3,730.0	35,151.0	38.3	842.4
2 즉석밥	32,000.5	34,428.8	37.5	7.6
3 떡류	14,827.8	18,239.6	19.9	23.0
4 곡물발효주	1,940.3	1,868.0	2.0	-3.7
5 쌀과자	1,576.5	1,065.9	1.2	-32.4
6 튀긴쌀	777.1	549.7	0.6	-29.3
7 식혜	541.9	546.2	0.6	0.8

\*주: HS Code 1901.90-9091(맥아추출물-쌀가루의 것), 1904.10-3000(곡물조제품-튀긴쌀), 1904.90-1010(곡물조제품-찌거나 삶은 쌀), 1905.90-1050(베이커리류-쌀과자), 2206.00-2030(곡물발효주-탁주), 2206.00-2010(곡물발효주-청주), 2206.00-2020(곡물발효주-약주), 2202.99-3000(음료류-식혜), 1904.90-9000(곡물조제품-기타) 기준

\*출처: 농식품수출정보 KATI(검색일: 2024.08.13.)

□ 미국은 국내 쌀 가공식품 수출의 50% 이상을 차지하는 주요 수출국으로, 즉석밥, 떡볶이 등 쌀 가공식품의 수요 증가로 냉동 김밥과 같은 신규 품목이 수출되며 수출 최대 기록을 매년 경신 중

- 2023년 대미 수출 비중은 전체 쌀 가공식품 수출의 56.1% 차지하였고, 2024년 1월부터 7월까지 대미 수출 비중은 전체의 60.2% 차지
  - 2019년 3,308만 2,000달러(한화 약 440억 원) 수준이었던 대미 쌀 가공식품 수출은 연평균 36.1%의 높은 성장률로 지속적인 증가세를 보이고 있으며, 2024년 7월 누적 수출액은 전년 동기간 대비 65.8% 증가하며 수출 호황을 이어감
- 가정간편식의 대중화, 글루텐프리 식품 수요 증가로 냉동 김밥, 즉석밥, 떡류 등 쌀 가공식품의 인기가 높아지며 수출이 증가한 것으로 분석
  - 2023년 소셜네트워크서비스(SNS)를 통해 큰 인기를 끌었던 냉동 김밥 열풍이 지속되며 현지 대형 유통매장에 냉동 김밥이 입점하면서 對美 수출에 기여
  - 이 외에도 간편식과 건강식에 대한 소비자 관심 증가로 영양성분이 풍부해 한 끼 식사로도 손색 없고 편리하게 먹을 수 있는 쌀 가공식품에 대한 수요가 이어지며 지속적으로 수출 증가세

## 2. 對글로벌 수출현황

□ 2023년 쌀 가공식품 수출액은 2억 226만 달러(한화 약 2,687억 원)<sup>13)</sup>로 전년 대비 21.4%, 2019년 이후 연평균 22.0%의 높은 성장률 기록

- (품목별) 주요 수출 품목은 즉석밥(39.0%)과 떡류(38.4%)로 양분
  - 즉석밥 수출액은 7,884만 1,000달러(한화 약 1,047억 원)로 전년 대비 22.6% 증가하였고, 떡류 수출액은 7,776만 3,000달러(한화 약 1,033억 원)로 전년 대비 21.4% 증가

<표 III-3> 쌀 가공식품 품목별 수출현황 (2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)	
합계	91,228	123,526	150,472	166,634	202,260	100.0	21.4	22.0	
1	즉석밥	23,970	36,745	47,039	64,315	78,841	39.0	22.6	34.7
2	떡류	34,313	53,763	65,853	64,065	77,763	38.4	21.4	22.7
3	곡물조제품 기타	10,715	9,088	10,174	10,927	18,184	9.0	66.4	14.1
4	곡물발효주	13,681	13,779	17,486	17,422	16,167	8.0	-7.2	4.3
5	쌀과자	5,584	6,054	5,968	6,232	7,159	3.5	14.9	6.4
6	튀긴 쌀	1,457	2,417	2,191	2,378	2,429	1.2	2.2	13.6
7	식혜	1,509	1,680	1,761	1,295	1,717	0.8	32.5	3.3

\*주: HS Code 1901.90-9091(맥아추출물-쌀가루의 것), 1904.10-3000(곡물조제품-튀긴쌀), 1904.90-1010(곡물조제품-찌거나 삶은 쌀), 1905.90-1050(베이커리류-쌀과자), 2206.00-2030(곡물발효주-탁주), 2206.00-2010(곡물발효주-청주), 2206.00-2020(곡물발효주-약주), 2202.99-3000(음료류-식혜), 1904.90-9000(곡물조제품-기타) 기준  
\*출처: 농식품수출정보 KATI(검색일: 2024.07.11.)

- (국가별) 주요 수출국은 미국으로 전체 수출의 56.1%를 차지하며, 이 외 일본(6.2%), 베트남(4.1%), 호주(3.3%), 네덜란드(2.8%) 등으로 수출
  - 對美 수출액은 전년 대비 32.7% 증가한 1억 1,345만 2,000달러(한화 약 1,507억 원)로 2019년 이후 연평균 36.1% 증가

<표 III-4> 쌀 가공식품 국가별 수출현황(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)	
합계	91,228	123,526	150,472	166,634	202,260	100.0	21.4	22.0	
1	미국	33,082	53,946	66,178	85,521	113,452	56.1	32.7	36.1
2	일본	15,851	16,809	18,746	16,055	12,462	6.2	-22.4	-5.8
3	베트남	4,470	4,812	7,301	6,658	8,261	4.1	24.1	16.6
4	호주	2,807	3,403	3,865	4,337	6,655	3.3	53.5	24.1
5	네덜란드	1,476	2,152	3,186	3,814	5,700	2.8	49.5	40.2
6	캐나다	2,192	3,046	3,106	3,867	5,269	2.6	36.2	24.5
7	중국	3,628	4,109	4,015	4,478	4,035	2.0	-9.9	2.7
8	필리핀	5,265	2,006	2,701	3,035	3,278	1.6	8.0	-11.2
9	인도네시아	813	3,598	5,588	4,210	3,217	1.6	-23.6	41.1
10	대만	1,647	2,954	4,746	4,401	3,140	1.6	-28.6	17.5

\*주: HS Code 1901.90-9091(맥아추출물-쌀가루의 것), 1904.10-3000(곡물조제품-튀긴쌀), 1904.90-1010(곡물조제품-찌거나 삶은 쌀), 1905.90-1050(베이커리류-쌀과자), 2206.00-2030(곡물발효주-탁주), 2206.00-2010(곡물발효주-청주), 2206.00-2020(곡물발효주-약주), 2202.99-3000(음료류-식혜), 1904.90-9000(곡물조제품-기타) 기준  
\*출처: 농식품수출정보 KATI(검색일: 2024.07.11.)

13) 쌀 가공식품 주요품목인 떡류, 튀긴쌀(쌀튀밥), 즉석밥, 쌀과자, 곡물발효주(청주·약주·탁주), 식혜, 기타 곡물조제품(누룽지, 쌀 시리얼 등) 기준

□ 2024년 1월부터 7월까지 쌀 가공식품 수출액은 전년 동기 대비 45.8% 증가한 1억 5,267만 달러(한화 약 2,028억 원)로 동기간 기준 최대치를 기록<sup>14)</sup>

- 전체 쌀 가공식품 수출은 △떡류 △즉석밥 △기타 곡물조제품이 견인
  - 2024년 7월 누계 기준 떡류 수출액은 5,228만 4,500달러(한화 약 695억 원)로 전체 쌀 가공식품 수출의 34.2% 차지
  - 즉석밥 수출액은 4,494만 2,300달러(한화 약 597억 원)로 전체 수출의 29.4%를, 기타 곡물조제품 수출액은 4,018만 1,400달러(한화 약 534억 원)로 전체 수출의 26.3%를 차지
- 2024년 7월 누계 기준 전년 동기 대비 수출 증가율이 가장 큰 품목은 ‘기타 곡물조제품’으로, 수출액은 전년 동기간 대비 451.6%로 크게 증가
  - 이 외에도 떡류(22.5% ↑), 즉석밥(15.5% ↑), 식혜(5.9% ↑), 곡물발효주(2.4% ↑) 등의 수출 증가
- 반면 쌀과자(18.9% ↓), 튀긴쌀(5.2% ↓) 수출은 전년 동기간 대비 감소

<표 III-5> 쌀 가공식품 품목별 수출현황 (2023.07/2024.07)

(단위: 천 달러, %)

구분	2023년 7월 누계	2024년 7월 누계	비중 (2024.07)	전년비 (23/24)
합계	104,707.3	152,657.7	100.0	45.8
1 떡류	42,685.4	52,284.5	34.2	22.5
2 즉석밥	38,900.9	44,942.3	29.4	15.5
3 곡물조제품 기타	7,284.8	40,181.4	26.3	451.6
4 곡물발효주	9,301.7	9,526.0	6.2	2.4
5 쌀과자	4,235.1	3,436.7	2.3	-18.9
6 튀긴쌀	1,335.9	1,266.3	0.8	-5.2
7 식혜	963.5	1,020.5	0.7	5.9

\*주: HS Code 1901.90-9091(맥아추출물-쌀가루의 것), 1904.10-3000(곡물조제품-튀긴쌀), 1904.90-1010(곡물조제품-찌거나 삶은 쌀), 1905.90-1050(베이커리류-쌀과자), 2206.00-2030(곡물발효주-탁주), 2206.00-2010(곡물발효주-청주), 2206.00-2020(곡물발효주-약주), 2202.99-3000(음료류-식혜), 1904.90-9000(곡물조제품-기타) 기준

\*출처: 농식품수출정보 KATI(검색일: 2024.08.13.)

□ 전 세계적 간편식 및 건강식에 대한 관심 증가와 한국 문화 콘텐츠의 흥행으로 인한 한식 수요 증가는 국내 쌀 가공식품 수출 증대에 기여

- 코로나19 팬데믹 이후 건강식 선호 현상이 확산되며 쌀 가공식품 수요 증가
  - 쌀은 밀에 비해 단백질, 섬유질, 비타민이 풍부한 반면 지방과 콜레스테롤 함량이 낮고, 밀이나 기타 곡류로 만든 식품보다 소화가 잘된다는 장점이 있어 특히 밀을 주식(主食)으로 섭취하는 미국, 유럽 등 해외 주요국에서 건강한 식품 이미지를 구축
  - 또한 밀에 함유된 불용성 단백질 성분인 글루텐은 특정 체질을 대상으로 설사, 복통, 소화 장애를 일으키거나 알레르기를 유발할 수 있는데, 쌀 가공식품은 글루텐프리(gluten-free) 식품으로 소화가 편하고 건강하게 섭취할 수 있는 식품으로 인식

14) 쌀 가공식품 주요품목인 떡류, 튀긴쌀(쌀튀밥), 즉석밥, 쌀과자, 곡물발효주(청주·약주·탁주), 식혜, 기타 곡물조제품(누룽지, 쌀 시리얼 등) 기준

- 최근 조리·저장이 간편한 식품의 수요 증가로 RTE 형태의 쌀 가공식품에 관심
  - 간편성과 효율성을 추구하는 현대인의 라이프스타일에 부합하도록 간편하게 조리하거나 데우기만 하면 섭취가 가능한 즉석밥, 떡볶이, 냉동 김밥 등이 이에 해당
  - 또한 별도의 조리가 필요 없으면서도 영양이 풍부하고 포만감이 오래 지속되어 한 끼 식사로 손색없는 떡류와 쌀 스낵 등은 기존 간식(빵류, 과자류)를 대체할 수 있는 간식으로 부상
- 한국 문화 콘텐츠의 전 세계적 인기는 한식에 대한 호기심을 불러일으켰고, 한국의 주식(主食)인 쌀로 만든 식품의 전 세계적 관심과 수요가 증가
  - 드라마나 영화, 음식 프로그램(예능) 등 한국 콘텐츠에서 노출된 쌀 가공식품(떡볶이, 김밥 등)에 대한 해외 소비자의 관심은 쌀 가공식품 인기 형성에 기여

<그림 III-1> 쌀 가공식품이 노출된 한국 콘텐츠

		
김밥을 소재로 한 드라마 <이상한 변호사 우영우>	떡볶이 장면이 나오는 드라마 <도깨비>	BST가 떡볶이를 먹는 장면 <유튜브 BST 공식 채널 영상>

<그림 III-2> 해외 소비자의 한국 쌀 가공식품(김밥·떡볶이·떡) 시식 콘텐츠

		 Sottek Sottek (소떡소떡) - Korean Sausage and Rice Cake. Sikemera using Sempio Gochujang pasta!	
떡볶이	김밥	떡(소떡소떡)	떡국 떡으로 만든 요리

\*출처: YouTube @SJandMelCouple@HowKevEats @3genfam @Natasha's List(검색일: 2024.07.24.)

## IV. 미국 쌀 가공식품 시장현황

### 1. 시장현황

#### 가. 쌀 가공식품 구분

□ 미국에서 쌀 가공식품(Rice-based food)은 ▲쌀국수 ▲쌀 스낵 ▲즉석밥 ▲떡류 ▲쌀 음료와 같이 크게 5가지 유형으로 분류

- (쌀국수) 쌀가루를 반죽해 만든 국수로, 밀 기반 국수보다 소화가 잘되고 칼로리가 낮아 다이어트 음식으로 각광

<그림 IV-1> 쌀 국수 종류별 제품 예시



\*출처: Amazon(검색일: 2024.08.18.)

- (쌀 스낵) 쌀로 만든 과자 및 스낵류를 의미하는 것으로 크게 쌀 크리스프(rice crisps), 쌀 크래커(rice crackers), 쌀 비스킷(rice biscuits), 쌀 칩(rice chips) 등으로 구분<sup>15)</sup>

<그림 IV-2> 쌀 스낵 종류별 제품 예시



\*출처: Amazon(검색일: 2024.08.18.)

- (즉석밥) 가열 및 간단한 조리 후 바로 섭취할 수 있는 ‘조리된 밥’의 형태
  - 일반적으로 즉석밥은 백미를 데치거나 찌서 수분 함량을 12% 이하로 탈수하는 공정을 거쳐 만듦
  - 쌀로 만든 밥을 조리 후 포장 용기에 담아 간단한 가열(전자레인지 등) 후 바로 섭취할 수 있는 인스턴트 밥(instant/steamed/cooked rice)<sup>16)</sup>과 조리된 밥을 건조한 형태로 물에 끓여 먹을 수 있는 건조밥(parboiled rice), 여러 종류의 식재료를 넣어 조리한 형태로 간단한 가열/조리 후 섭취 가능한 레토르트밥(retort rice)<sup>17)</sup> 또는 냉동밥(frozen rice)으로 구분

15) 떡류(rice cake) 역시 쌀 스낵으로 분류하기도 하나, 본 보고서에서 떡류는 별도의 카테고리 구분하여 제시

16) 한국의 즉석밥 개념

17) 한국의 냉동 볶음밥과 같은 개념

<그림 IV-3> 즉석밥 종류별 제품 예시

				
인스턴트 밥(즉석밥)	건조밥	레토르트밥(냉동밥)		

\*출처: Amazon(검색일: 2024.08.18.)

- (떡류) 쌀로 만든 식품으로, 쌀가루를 응축하거나 모양을 갖추어 만든 식품
  - 미국에서는 아시아권의 떡(떡, 모찌)류 외에도 쌀을 튀겨 만든 제품(퍼프드 라이스)도 떡(rice cake)의 일종으로 보기도 함<sup>18)</sup>
  - 한국산 떡은 떡볶이 떡(Tteokbokkik Rice Cake.), 떡국 떡(sliced rice cake), RTE 형태의 떡볶이(Tteokbokkik) 등이 주를 이룸
  - 이 외 떡 제품은 일본식 떡인 모찌(Mochi)가 떡(rice cake)의 일종으로 판매되며 비교적 종류가 다양한 편

<그림 IV-4> 떡류 종류별 제품 예시

			
떡	떡볶이 떡	떡국 떡	떡볶이(RTE)

\*출처: Amazon(검색일: 2024.08.18.)

- (쌀 음료) 쌀로 만든 무알코올 음료로, 미국에서 쌀 음료는 미유(米乳, 쌀우유)<sup>19)</sup>로 인식되기도 함
  - 유당불내증 및 건강과 환경을 생각하는 소비자의 식물성 식품 선호 동향으로 우유 성분이 함유되지 않은 식물성 우유(plant-based milk) 소비가 증가하고 있으며, 아몬드·귀리우유·두유와 같은 개념으로 미유(쌀우유)가 소비

<그림 IV-5> 쌀 음료 종류별 제품 예시

			
쌀우유	쌀우유	식혜	쌀음료

\*출처: Amazon(검색일: 2024.08.18.)

18) 본 보고서에서 퍼프드 라이스는 쌀 스낵으로 포함하여 서술

19) rice milk, 쌀을 주원료로 만든 우유로, '우유(milk)'로 칭해지나 우유 성분을 함유하지 않은 식물성(plant-based) 우유에 속함

## 나. 쌀 가공식품 시장현황

### □ ▲건강 중시 ▲식품 편의성 추구 ▲쌀요리에 대한 관심 증가 등은 미국 시장 내 쌀 가공식품 소비 증가에 주요한 요인으로 작용

- 건강을 중시하는 소비 트렌드가 지속되며, 육류와 밀 기반 식단을 주식으로 하는 미국 소비자들이 쌀에 관심을 가지기 시작
  - 쌀은 영양소가 풍부한 반면 지방이나 열량이 낮아 건강하게 섭취할 수 있는 탄수화물로 인식되며, 글루텐을 함유하지 않아 소화가 쉽고 건강에 이로운 식재료로 인식
  - 약 10여 년 전부터 미국 내 건강 간식으로 쌀 스낵이 큰 인기를 끌며 수요가 지속되고 있고, 최근에는 쌀로 만든 식품군(쌀 가공식품)에 대한 전반적인 관심이 증가하는 추세
- 바쁜 현대 생활에서 간편하게 쌀 가공식품을 섭취할 수 있도록 편의성을 내세운 RTE 제품이 미국 내 유통되며 소비자 요구에 부합
  - 즉석밥, RTE 형태의 떡볶이, 쌀국수 등 쌀의 영양적 이점은 유지하면서 간편하게 섭취 가능한 제품이 출시되며 미국 소비자의 구매 접근성을 높임
- 미국 내 아시안 인구 증가로 미국 소비자가 쌀 기반의 요리나 식품을 접할 기회가 많아졌고, 특히 한국 식품에 대한 관심이 증가하며 쌀 가공식품 소비 확대
  - 미국 내 주요 레스토랑 리뷰 사이트인 엘프(Yelp)에 따르면 미국 주요 도시에서 한식당에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있음
  - 다수의 현지 언론보도에 따르면 미국 내 한국 식품(요리) 수요 증가로 한식당 개업이 지속적으로 증가하고 있으며, 현지 전문가들은 한식당을 아시안 레스토랑의 한 종류가 아닌 개별적인 범주로 분류해야 한다고 주장

### □ 한류 영향 및 한식 인지도 확산으로 한국산 쌀 가공식품에 대한 수요도 증가

- OTT를 통한 한국 식품 관련 콘텐츠 접근성 향상, 미국 내 한식당 증가 등으로 한국 식품을 접할 기회가 많아지며 쌀 가공식품에 대한 수요와 관심이 지속
- **(김밥)** 2023년 미국의 대형 유통업체 Trader Joe' s에서 판매된 냉동 김밥 열풍 이후 한국 김밥의 수요가 지속되자 Costco 등 타 유통업체에서도 김밥을 출시
  - 육류 함유 제품의 까다로운 통관절차를 우회하기 위해 고기 없이 채소로만 구성하고, 유통을 위해 영하 50℃에서 급속 냉동한 김밥이 '전자레인지에 2분만 데우면 간편하게 먹을 수 있는 영양성분이 풍부한 채식 식품'으로 인식되며 김밥 열풍을 일으킴
  - 김밥 한 줄 평균 열량이 300kcal 수준으로 건강한 한 끼 식사이면서 차려 먹어야 하는 번거로움 없이 데우기만 하면 바로 입에 넣어 먹을 수 있어 간편성을 추구하는 소비자의 요구에 부합
  - 또한 물가 상승으로 테이크아웃 간편식이나 냉동식품 소비가 증가하는 상황에서 다양한 재료를 넣은 김밥 한 줄이 3.99달러(2023년 8월 기준)에 판매되어 영양적·가격적 측면을 모두 충족하는 식품으로 인식

- **(떡볶이)** 한국의 떡볶이가 미국 내 트렌디(trendy)한 음식으로 여겨짐
  - 한류스타(BST)가 떡볶이를 먹는 영상 콘텐츠가 OTT 플랫폼을 통해 방영되고, 미국 TV 프로그램 (Sesame street)에서 2021년부터 등장하고 있는 한국인 캐릭터(지영)가 가장 좋아하는 음식이 ‘떡볶이’라는 설정 등 미국 문화 콘텐츠의 영향으로 떡볶이에 대한 소비자의 관심을 불러일으킴
  - 이에 COSTCO, Walmart, Amazon 등 미국 온·오프라인 유통채널에서 한국식 인스턴트 떡볶이 제품의 판매가 급격히 증가
  - 또한 국내 식품기업 대상의 브랜드인 오푸드(O’Food)의 2023년 인스턴트 떡볶이 미국 내 판매량 역시 2022년 대비 450% 증가하며 미국 내 증가하는 떡볶이 수요를 입증
- **(즉석밥)** 쌀밥은 탄수화물 중에서도 영양성분이 풍부하고 지방이나 칼로리가 낮은 건강식으로 인식되며 수요가 증가하였고, 밥을 직접 지어먹기 어려운 소비 환경으로 즉석밥이 인기

## 다. 쌀 가공식품 유형별 시장현황

### □ 쌀국수

- **(시장규모)** 2024년 북미지역의 쌀국수 시장규모는 70억 9,000만 달러(한화 약 9조 4,198억 원)로 추산되며, 2029년까지 연평균 13.7%의 성장률로 134억 6,000만 달러(한화 약 17조 8,830억 원)에 달할 전망<sup>20)</sup>
- **(시장현황)** 건강을 생각하는 식생활로의 변화, 새로운 요리를 탐구하는 새로운 소비 트렌드로 쌀국수 시장 성장
  - 건강을 생각하는 소비자가 증가하며 밀 기반 식품 대비 열량은 적고 영양성분은 풍부한 쌀로 만든 면류(국수) 수요가 증가
  - 미국 내 다양한 문화의 요리에 대한 소비자의 개방적 태도가 확대됨과 동시에 아시아계 인구 증가로 쌀국수 요리를 파는 퀵 서비스 레스토랑이 증가하며 저렴한 가격으로 건강하고 맛있게 한 끼 식사 해결이 가능한 쌀국수 소비가 증가
- **(시장이슈)** 최근 미국에서 유통되는 쌀국수 제품은 품질향상, 유통기한 연장, 소비자 편의성 향상을 위해 혁신적인 고급 포장 기술을 적용
  - 진공 밀봉 외에도 가스치환포장(MAP)<sup>21)</sup> 및 재밀봉이 가능한 포장 기술 등을 도입하여 제품의 신선도와 질감을 보존할 수 있도록 함
  - 더 나아가 지속가능성을 중시하는 소비 트렌드에 맞추어 친환경 포장재 및 포장 디자인을 도입함으로써 소비자 요구에 부합하고자 함

20) 미국 시장규모만 별도로 집계하는 통계는 확인되지 않음

21) Modified Atmosphere Packaging, 식품 포장 내부의 공기를 가스 혼합물(보통 질소나 이산화탄소)로 대체하여 식품의 품질을 보존하도록 포장하는 방식

- **(제품현황)** 얇은 면(thin rice vermicelli)이나 납작한 면(flat rice noodles)<sup>22)</sup>, 넓직한 면(wide rice sticks)<sup>23)</sup> 등의 형태가 신선, 냉동, 건조 형태로 유통되나, 대부분은 건면 형태가 주를 이룸
- 또한 메뉴 유형에 따라 중국식, 서양식, 동남아식 쌀국수로 세분화되며, 미국 내 중국계 소비자의 증가로 중국식 쌀국수 시장의 점유율이 가장 높은 것으로 나타남

<그림 IV-6> 쌀국수 면 유형



\*출처: the spruce Eats 자료를 바탕으로 재가공(검색일: 2024.08.18.)

- **(주요기업)** 미국 기업 외에도 중국, 일본, 태국, 싱가포르, 베트남 등 아시아 국가의 기업이 미국 시장에서 쌀국수 제품 유통
- 북미지역 내 주요 쌀국수 기업은 Mandarin Noodle Manufacturing(캐나다), Nan Shing Hsinchu(대만), Ying Yong Food Products(중국), JFC International(미국), Nature soy(미국), Leong Guan Food Manufacturer(싱가포르), Nissin Foods(일본), Prsident Rice Products(태국), Acecook Vietnam(베트남) 등이 있음
- **(한국산)** 미국 쌀국수 시장 내 한국 브랜드의 점유율은 높지 않은 것으로 나타나며 유통되는 제품 역시 비교적 제한적인 것으로 확인
- 한국산 쌀국수 제품은 국내 식품 대기업 브랜드(샘표·대상·CJ)의 면(쌀국수) 자체 또는 RTE 형태의 쌀국수 제품이 판매되나 그 수가 많지 않으며, 대부분 고구마 전분으로 만든 당면이 연관 상품으로 확인

<그림 IV-7> 미국 내 판매 중인 한국산 쌀국수 제품



\*출처: 각 브랜드 공식 홈페이지 및 Trader Joes', Amazon 등 현지 온라인 유통 플랫폼(검색일: 2024.08.18.)

22) 주로 태국식 팟타이에 사용되는 면과 같은 형태

23) 주로 중국의 차우펀(chow fun)에 사용되는 면과 같은 형태

□ 쌀 스낵

- (시장규모) 2023년 미국의 쌀 스낵 시장규모는 3억 8,180만 달러(한화 약 5,073억 원)로, 2019년 이후 연평균 9.7% 증가<sup>24)</sup>하였고, 2024년 시장규모는 전년 대비 2.6% 증가한 3억 9,170만 달러(한화 약 5,204억 원)로 추산

<표 IV-1> 미국 쌀 스낵 시장규모(2019~2023)

(단위: 백만 달러, %)

2019	2020	2021	2022	2023	2024 <sup>e</sup>	전년비 (23/24)	연평균 (19/24)
264.2	298.8	329.2	365.7	381.8	391.7	2.6	8.2

\*주: 2024년 시장규모는 2024년 7월 기준 추정치(e)임

\*출처: Euromonitor(검색일: 2024.07.11.)

- (시장현황) 지방 함량 및 칼로리가 낮아 건강을 생각하는 소비자 사이에서 건강하고 편리한 간식으로 인기 지속
  - 글루텐을 함유하지 않고 Non-GMO 재료로 만들어져 밀 기반 스낵보다 건강하다는 인식이 확산되었으며, 저당·저나트륨·저지방뿐만 아니라 영양소가 풍부하다는 건강상 이점으로 쌀 스낵에 대한 선호가 증가
- (시장이슈) 소비자 요구에 부합하기 위해 혁신적인 맛과 다양한 종류의 제품이 출시되며 시장 내 경쟁이 치열해지는 추세
  - 미국 쌀 스낵 주요 브랜드 중 하나인 Quaker에서는 변화하는 소비자 요구에 부합하기 위해 버터 팝콘, 바다소금과 라임, 애플시나몬 등 다양한 맛의 쌀 스낵을 출시하고 있으며, 2024년 3월에는 딜피클(Dill Pickle)<sup>25)</sup> 맛 쌀 칩(rice chips)을 출시
  - 2023년 2월 미국 쌀 스낵 기업 Element Snacks는 쌀 크리스프에 캐러멜을 입히고 바다소금을 뿌린 제품을 출시하였고, 2024년 4월 Kellanova(Kellogg's)는 쌀 시리얼로 만든 스낵바인 Rice Krispies에 미국에서 가장 꾸준히 인기 있는 초콜릿과 땅콩버터 맛을 적용한 제품을 출시
  - 베트남 쌀 스낵 기업 Richy Group은 한국을 연상케 하는 포장 디자인과 맛의 제품을 유통 중

<그림 IV-8> 미국 내 출시된 새로운 맛의 쌀 스낵



\*출처: 각 브랜드 공식 홈페이지 및 Trader Joes', Amazon 등 현지 온라인 유통 플랫폼(검색일: 2024.08.18.)

24) Euromonitor(2024.08)

25) 식초에 설탕과 오이를 넣고 절여 먹는 음식으로, 국내에서 '피클'로 통용되는 음식의 정식 명칭

- **(제품현황)** 쌀 크리스프(rice crisps), 쌀 칩(rice chips) 형태가 주를 이루며, 이 외에도 쌀 크래커(rice crackers), 쌀 비스킷(rice biscuits) 등이 존재
- **(주요기업)** Element Snacks Inc, General Mills Inc., PepsiCo Inc. Kellogg Co. 등 자국 기업뿐만 아니라 수많은 해외 기업이 시장 내 진출해 제품 유통
  - 미국 쌀 스낵 시장 내 진출한 해외 기업 중 Kameda Seika, Sanko Seika, Iwatsuka Confectionery, Mochikichi, Kuriyamabeika 등 일본 기업이 가장 많고, 중국(Miduoqi, COFCO, Xiaowangzi Food 등), 한국(BonChi), 싱가포르(Want Want), 네덜란드(De Katjang BV), 호주(Ricegrowers Ltd.), 태국(Wide Faith Foods Co Ltd) 등 수 많은 기업이 진출
- **(한국산)** 국내 쌀과자 및 한과 등은 기름에 튀기지 않고 설탕과 소금을 적게 넣어 맛이 담백하고 칼로리가 낮은 건강 간식으로 인식되며 꾸준히 미국 내 수요 발생
  - 2010년대 초반 미국 내 한국 쌀 과자의 인기가 급격히 증가하며 對美 쌀과자 수출이 크게 증가<sup>26)</sup>한 이후 쌀과자 수출 규모는 지속적으로 성장<sup>27)</sup>

## □ 즉석밥

- **(시장규모)** 2024년 미국 즉석밥 시장규모는 6억 7,892만 달러(한화 약 9,021억 원)로 추산되며, 2031년까지 연평균 4.2%의 시장성장률을 보일 것으로 전망<sup>28)</sup>
- **(시장현황)** 편의 식품의 수요 증가는 즉석밥 시장 성장을 주도하는 주요 요인으로 지목되며, 건강 증진을 위한 통곡물 포함 식단이 인기를 끌며 간편하게 쌀밥을 먹을 수 있는 즉석밥 수요 증가
  - 이와 더불어 미국 내 1인 가구 증가로 1인분씩 포장된 즉석밥 수요가 증가하는 추세로, 즉석밥은 소비자가 원하는 양만큼 갖 지은 밥을 먹을 수 있다는 점이 최대 장점으로 지목
- **(시장이슈)** 백미 기반의 쌀밥에서 건강과 영양을 생각해 현미로 만든 즉석밥이나 유기농 쌀로 만든 즉석밥이 증가하고 있으며, 요리(메뉴)에 어울리는 품종을 사용한 즉석밥 등 제품 유형이 다양화되는 추세
  - 즉석밥에 사용되는 쌀 품종은 한국, 일본, 중국 등 주로 동북아시아 지역에서 생산되는 자포니카종이 주를 이루지만, 최근 즉석밥의 품미와 유형 다양화로 인도, 동남아시아, 중국 남부 지역에서 주로 생산되는 인디카 품종(바스마티, 재스민 등)으로 만든 즉석밥도 증가
- **(제품현황)** 전자레인지에 데워 바로 먹을 수 있는 인스턴트밥(즉석밥)이 주를 이룸
  - 이 외에도 조리된 밥을 건조해 만든 형태로 물에 불려(끓여) 먹을 수 있는 건조밥이나 여러 종류의 식재료를 넣어 조리한 형태로 간단한 가열/조리 후 섭취 가능한 레토르트밥(retort rice)<sup>29)</sup>, 이를 냉동 형태로 판매하는 냉동밥(frozen rice)도 즉석밥의 한 유형으로 분류

26) 2010년 對美 쌀과자 수출액 85만 7,000달러(한화 약 11억 원)에서 2011년 180만 4,000달러(한화 약 24억 원)로 약 110.5% 증가

27) 2023년 對美 쌀과자 수출액은 266만 6,000달러(한화 약 35억 원)로 2011년 대비 47.8% 증가

28) Instant Rice Market Report 2024 (Global Edition), Cognitive Market Research(2024.06)

29) 한국의 냉동 볶음밥과 같은 개념

- **(주요기업)** Uncle Ben's, Golden Rain, Riviana 등 자국 브랜드 외에도 일본 (Shirakiku, TableMark, Maruchan), 인도(Tasty Bite), 캐나다(Minute Rice), 독일(Knorr), 영국 (VeeTee), 이탈리아(Rice-A-Roni), 호주(SunRice), 브라질(Hinode) 등이 시장 내 활동
- **(한국산)** 미국 내 판매되는 대표적인 한국 즉석밥 제품은 CJ제일제당·오뚜기·대상 등이 있음
  - CJ제일제당 즉석밥 제품인 '햇반 백미'의 2023년 북미 수출액은 1,600억 원으로, 전년 대비 20.6%, 2021년 수출액 대비 두 배 성장
  - 미국 내 K-푸드 트렌드 지속으로 집에서 한국식 쌀밥을 먹고자 하는 소비자가 증가하며 수출 성장세가 이어졌고, 쌀밥을 주식으로 하지 않아 가정 내 밥솥을 보유한 소비자가 드물어 전자레인지로 간편하게 조리해 먹을 수 있는 즉석밥 소비가 늘어난 것으로 분석
  - '햇반 백미'는 상온가공밥으로 미국 내 'bibigo Sticky Rice(찰진 밥)'라는 이름으로 코스트코 등 대형 유통채널에 입점해 판매 중
  - CJ제일제당은 한국에서 제조해 미국으로 수출하는 비비고 즉석밥 외에도 미국 캘리포니아에 생산기지를 보유하고 있는 계열사 Annie Chun's을 통해 즉석밥을 생산 및 유통

<그림 IV-9> 미국 내 판매 중인 한국산 즉석밥 제품



\*출처: 각 브랜드 공식 홈페이지 및 Amazon 등 현지 온라인 유통 플랫폼(검색일: 2024.08.18.)

## □ 떡류

- **(시장특징)** 미국 등 서양에서 떡(rice cake)은 쌀로 만든 일부 스낵(뽕튀기와 같은 형태)을 포함하는 개념이며, 국내의 '떡' 과 같은 형태는 주로 일본식 떡(모찌)으로 인식
- **(시장현황)** 저칼로리 간식 수요가 증가하며 쌀로 만든 떡이 간식 대용으로 소비
  - 체중을 관리하거나 건강한 식단을 추구하는 소비자 사이에서 떡은 영양성분이 풍부하고 포만감이 높으면서도 기존 간식 대비 열량이 낮은 간식으로 인식되어 인기
- **(시장이슈)** 떡의 인기가 증가하며 떡을 주메뉴로 한 디저트 메뉴가 인기
  - 대부분 일본식 떡(모찌)을 기반으로 한 디저트로, 표면을 떡으로 감싼 아이스크림이나 쌀 반죽으로 만든 도넛 등이 새로운 디저트 카페 메뉴로 부상

<그림 IV-10> 미국 내 떡을 주메뉴로 한 디저트 메뉴

			
떡 아이스크림 (Mochidoki)	쌀 케이크(떡) (Gwenie's Pastries)	떡 도넛 (My Mochi Donut)	떡 아이스크림 (Sweety)

\*출처: 각 브랜드 공식 홈페이지(검색일: 2024.08.22.)

- (제품현황) 유형에 따라 부풀린(Puffed) 떡과 모찌(일본식) 떡으로 구분<sup>30)</sup>되며, 초콜릿이나 캐러멜을 곁들인 맛이 가장 미국 소비자에게 익숙한 것으로 인식
  - 아시아권에서 통용되는 일반적인 ‘떡’의 형태는 한국산 떡볶이·떡국 떡이나 디저트용 일본식 떡(모찌) 위주로 확인
- (주요기업) 미국 떡(rice cake) 시장의 주요 브랜드는 대부분 빵튀기 형태의 부풀린 떡(puffed rice cake) 제품을 유통하고 있으며, 전통적인 ‘떡’을 판매하는 브랜드는 대부분 일본 브랜드로 확인
  - 빵튀기 형태의 부풀린 떡을 유통하는 주요 브랜드는 Quaker, Kallo, Lundberg, LIEBERS 등 쌀 스낵 기업이 주를 이룸

<그림 IV-11> 미국 내 부풀린 떡(puffed rice cake) 제품 예시



\*주: 미국에서는 떡에 대한 개념이 없어 부풀린 떡(puffed rice cake)은 떡류(rice cake)와 쌀 스낵(rice snack) 모두에 해당하는 형태로, 국내 쌀 가공식품 분류를 기준으로 부풀린 떡은 떡보다 쌀과자(쌀 스낵)에 가까움

\*출처: 각 브랜드 공식 홈페이지(검색일: 2024.08.22.)

<그림 IV-12> 미국 내 일본식 떡(Mochi) 제품 예시



\*주: 국내에서 ‘떡’으로 칭해지는 제품은 미국에서 주로 일본식 떡(모찌)으로 유통

\*출처: Amazon(검색일: 2024.08.22.)

30) 미국에서 puffed rice cake로 일컫는 제품은 떡보다는 쌀과자의 유형에 가까운 형태로, 본 보고서에서는 puffed rice snack으로 분류하였음

- (한국산) 떡국 떡, 떡볶이 떡, 조랭이떡 등 떡볶이나 떡국 등 음식으로 만들어 먹는 떡이 주로 유통되며, RTE 형태의 떡볶이 제품도 판매
  - 송편이나 절편, 무지개떡(백설기)과 같은 한국의 전통 떡류 제품은 찾아보기 어려움

□ 쌀 음료

- (시장규모) 2020년(최신자료) 미국의 미유(쌀우유) 시장규모는 320만 달러(한화 약 43억 원)로 전체 식물성 우유(plant-based milk) 시장의 약 2.7%를 차지
- (시장현황) 건강을 고려해 유음료를 대체할 수 있는 식물성 음료를 찾는 소비자가 증가하면서 쌀 음료 시장 성장 추세
- (제품현황) 무알코올 쌀 음료는 크게 쌀우유와 식혜, 쌀 발효음료, 쌀 성분을 첨가한 음료 등 기타 제품으로 분류
- (주요기업) Dream(미국), SunOpta Grains and Foods Inc.(캐나다) 등 쌀우유 제조사와 일본식 쌀 발효음료(아마자케) 제조사인 The Rice Malt, Marukura 등이 시장에 진출

<그림 IV-13> 미국 내 쌀음료 주요 제품 예시

			
Rice Dream Organic Rice Drink	Dream Organic Whole Rice Milk	Fermented Rice Drink (Non-Alcohol)	Marukura Rice Koji Amazake(Non-Alcohol Fermented Rice Drink)

\*출처: Amazon(검색일: 2024.08.22.)

- (한국산) 식혜, 쌀 기반 음료(아침햇살) 등 대표적인 한국식 쌀 음료로 판매

<그림 IV-14> 미국 내 한국산 쌀음료 주요 제품 예시

			
Paldo Rice Punch	Korean Rice Drink non-alcoholic	Haneulchung Sweet Rice Drink Shikhye	Korean Traditional Rice Drink

\*출처: Amazon, woltariusa(검색일: 2024.08.22.)

## 2. 수입현황

### 가. 쌀 가공식품 수입

□ 미국으로 수입되는 대표적인 쌀 가공식품은 쌀과자, 떡류, 즉석밥 등이 있음

- 본 장에서 제시하는 쌀 가공식품은 수입 통계 품목분류가 가능한 떡류, 튀긴 쌀(쌀 튀밥), 찌거나 삶은 쌀, 쌀과자, 곡물 발효주(쌀로 만든 것), 쌀 음료 및 기타 곡물 조제품을 기준으로 함

<표 IV-2> 쌀 가공식품 수출 품목 범주

품목		HS Code(미국)	비고
쌀 가 공 식 품	떡류	1901.90-9195	맥아추출물의 조제식료품 기타
	튀긴 쌀(쌀 튀밥)	1904.10-0080	곡물 조제 식료품 기타 (팽창시키거나 볶아서 얻은 것)
	즉석밥(찌거나 삶은 쌀)	1904.90-0140	곡물 조제 식료품 기타 (볶지 않은 것/볶거나 팽창된 곡물의 혼합 형태)
	쌀과자	1905.90-9030	콘칩 및 이와 유사한 스낵류
		1905.90-9090	기타 베이커리류
	곡물발효주(탁주·청주·약주)	2206.00-4500	막걸리(rice wine)와 사케
기타 쌀 가공식품(김밥 등)	1904.90-0120	기타 곡물 조제 식료품 냉동	

□ 2023년 미국 쌀 가공식품 수입액은 전년 대비 4.3% 증가한 23억 9,998만 2,000달러 (한화 약 3조 1,891억 원)로 2019년 이후 연평균 15.1%의 성장세를 보임

- (품목별) 전체 쌀 가공식품 중 쌀과자의 비중이 49.4%에 달하며, 뒤이어 떡류(26.1%), 즉석밥(10.9%), 쌀 튀밥(7.3%), 곡물발효주(3.5%), 기타 냉동 쌀 가공식품(2.8%) 순
  - 쌀과자 수입액은 전년 대비 16.0% 증가한 11억 8,535만 1,000달러(한화 약 1조 5,751억 원)로 2019년 이후 연평균 19.6% 증가
  - 떡류 수입액은 6억 2,643만 9,000달러(한화 약 8,324억 원)로 전년 대비 5.7% 감소하였으나, 2019년 이후 연평균 성장률은 9.6%로 집계
    - 미국의 한국산 떡류 수입은 전년 대비 5.5% 증가하였으나, 주요 수입국인 캐나다, 중국, 베트남 등에서의 수입이 전년 대비 감소하며 전체 수입 규모 감소에 영향
  - 즉석밥 수입액은 2억 6,082만 달러(한화 약 3,466억 원)로 전년 대비 3.7% 감소하였고, 쌀튀밥 수입액은 1억 7,586만 4,000달러(한화 약 2,337억 원)로 전년 대비 4.7% 증가
    - 한국산(상위 2위) 수입은 전년 대비 14.6% 증가하였으나, 수입 상위 1위 국가인 캐나다(35.3%)를 비롯해 스페인(3위, 11.4%), 태국(수입 5위, 5.2%) 등에서의 수입이 감소하며 전체 수입 규모에 영향
  - 곡물발효주 수입액은 전년 대비 29.5% 감소한 8,376만 3,000달러(한화 약 1,113억 원)로 집계되었으며, 기타 쌀 가공식품 수입액은 전년 대비 17.5% 증가한 6,774만 5,000달러(한화 약 900억 원)로 나타남

- 곡물발효주 주요 수입국인 일본(1위, 93.0%)과 한국(2위, 5.3%)에서의 수입 모두 감소하며 전체 수입 규모가 감소

<표 IV-3> 미국 쌀 가공식품 품목별 수입현황(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
합계	1,367,529	1,526,738	1,808,935	2,301,264	2,399,982	100.0	4.3	15.1
1 쌀과자	579,565	657,166	765,483	1,022,031	1,185,351	49.4	16.0	19.6
2 떡류	433,752	475,097	568,799	664,025	626,439	26.1	-5.7	9.6
3 즉석밥	149,441	196,696	207,936	270,839	260,820	10.9	-3.7	14.9
4 쌀튀밥	93,598	103,083	127,069	167,958	175,864	7.3	4.7	17.1
5 곡물발효주	73,392	57,006	97,162	118,745	83,763	3.5	-29.5	3.4
6 기타(김밥 등)	37,781	37,690	42,486	57,666	67,745	2.8	17.5	15.7

\*주: HS Code 1901.90-9195(떡류), 1904.10-0080(튀긴쌀), 1904.90-0140(즉석밥, 찌거나 삶은 쌀), 1905.90-9030(쌀과자, 쿠키 및 이와 유사한 형태), 1905.90-9090(쌀과자, 기타 베이커리류), 2206.00-4500(곡물발효주, 막걸리와 사케), 1904.90-0120(기타 쌀 가공식품 냉동, 김밥 등) 기준

\*출처: ITC Trademap(검색일: 2024.07.11.)

- (국가별) 주요 수입국은 캐나다(32.9%)와 멕시코(28.4%)이며, 한국산 수입 비중은 7.3%로 상위 3위에 위치
  - 한국산 쌀 가공식품 수입액은 전년 대비 20.1% 증가한 1억 6,966만 2,000달러(한화 약 2,255억 원)로 집계되었으며, 2019년 이후 연평균 24.7%의 높은 성장률 기록

<표 IV-4> 미국 쌀 가공식품 국가별 수입현황(2019~2023)

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (2023)	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
합계	1,367,529	1,526,738	1,808,935	2,301,264	2,399,982	100.0	4.3	15.1
1 캐나다	452,422	512,743	591,413	761,374	788,730	32.9	3.6	14.9
2 멕시코	279,527	346,948	426,729	555,195	680,650	28.4	22.6	24.9
3 대한민국	70,208	88,018	103,469	141,222	169,662	7.1	20.1	24.7
4 일본	70,227	52,922	91,677	112,283	78,943	3.3	-29.7	3.0
5 인도	48,882	59,948	69,763	77,662	73,464	3.1	-5.4	10.7
6 중국	49,546	46,411	50,591	65,182	56,409	2.4	-13.5	3.3
7 프랑스	28,023	30,762	44,222	47,386	49,422	2.1	4.3	15.2
8 태국	38,234	36,911	40,130	57,036	43,792	1.8	-23.2	3.5
9 베트남	19,025	33,103	33,664	47,019	31,352	1.3	-33.3	13.3
10 스페인	10,227	12,136	18,506	32,439	29,612	1.2	-8.7	30.4

\*주: HS Code 1901.90-9195(떡류), 1904.10-0080(튀긴쌀), 1904.90-0140(즉석밥, 찌거나 삶은 쌀), 1905.90-9030(쌀과자, 쿠키 및 이와 유사한 형태), 1905.90-9090(쌀과자, 기타 베이커리류), 2206.00-4500(곡물발효주, 막걸리와 사케), 1904.90-0120(기타 쌀 가공식품 냉동, 김밥 등) 기준

\*출처: ITC Trademap(검색일: 2024.07.11.)

## 나. 쌀 가공식품 수입단가

□ 2023년 쌀 가공식품 평균 수입단가는 kg당 4.33달러(한화 약 5,756원)로 집계

- 수입단가가 가장 높은 품목은 곡물발효주로 kg당 8.06달러(한화 약 1만 715원)에 수입
- 수입단가가 가장 낮은 품목은 즉석밥과 떡류로, 즉석밥 수입단가는 kg당 2.86달러(한화 약 3,802원), 떡류 수입단가는 kg당 2.87달러(한화 약 3,815원)로 집계

<표 IV-5> 미국 쌀 가공식품 품목별 수입단가(2019~2023)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
평균	3.76	3.60	3.91	4.17	4.33	3.9	3.6
1 곡물발효주	7.71	6.72	8.14	8.25	8.06	-2.3	1.1
2 기타(김밥)	3.67	3.65	3.65	4.01	4.70	17.2	6.4
3 쌀과자	3.22	3.21	3.31	3.73	4.21	12.9	6.9
4 쌀튀밥	2.70	2.57	2.99	3.23	3.28	1.6	5.0
5 떡류	2.81	2.78	2.72	2.87	2.87	-	0.5
6 즉석밥	2.42	2.65	2.62	2.92	2.86	-2.1	4.3

\*주: HS Code 1901.90-9195(떡류), 1904.10-0080(튀긴쌀), 1904.90-0140(즉석밥, 찌거나 삶은 쌀), 1905.90-9030(쌀과자, 콘칩 및 이와 유사한 형태), 1905.90-9090(쌀과자, 기타 베이커리류), 2206.00-4500(곡물발효주, 막걸리와 사케), 1904.90-0120(기타 쌀 가공식품 냉동, 김밥 등) 기준

\*출처: ITC Trademap(검색일: 2024.07.11.)

□ 2023년 한국산 쌀 가공식품 평균 수입단가는 kg당 4.23달러(한화 약 5,623원)로 전체 쌀 가공식품 평균 수입단가와 유사한 수준

- 한국산 쌀 가공식품 중 쌀과자의 수입단가가 kg당 7.47달러(한화 약 9,931원)로 가장 높은 가격 형성
- 수입단가가 가장 낮은 품목은 곡물 발효주로 kg당 1.66달러(한화 약 2,207원)에 수입

<표 IV-6> 미국 쌀 가공식품 한국산 수입단가(2019~2023)

(단위: 달러/kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
평균	3.59	3.46	3.81	4.28	4.23	-1.1	4.2
1 쌀과자	7.22	6.52	7.32	8.44	7.47	-11.6	0.9
2 기타(김밥)	4.37	4.46	5.08	5.37	6.69	24.6	11.2
3 쌀튀밥	2.52	2.63	2.85	3.51	3.29	-6.3	6.9
4 즉석밥	3.09	3.15	3.00	3.31	3.21	-3.0	1.0
5 떡류	2.86	2.57	2.93	3.20	3.06	-4.4	1.7
6 곡물발효주	1.46	1.45	1.69	1.84	1.66	-9.8	3.3

\*주: HS Code 1901.90-9195(떡류), 1904.10-0080(튀긴쌀), 1904.90-0140(즉석밥, 찌거나 삶은 쌀), 1905.90-9030(쌀과자, 콘칩 및 이와 유사한 형태), 1905.90-9090(쌀과자, 기타 베이커리류), 2206.00-4500(곡물발효주, 막걸리와 사케), 1904.90-0120(기타 쌀 가공식품 냉동, 김밥 등) 기준

\*출처: ITC Trademap(검색일: 2024.07.11.)

### 3. 판매현황

#### 가. 온라인 판매현황

□ 미국 온라인 플랫폼에서는 밥류(즉석밥·가공밥), 떡·떡볶이, 쌀국수, 쌀 스낵, 쌀 음료, 쌀 기반 주류 등 다양한 쌀 가공식품이 판매<sup>31)</sup>

- **(전체)** 미국 온라인 플랫폼에서 판매 중인 쌀 가공식품(7개 품목, 126개 제품 기준)의 100g당 평균 단가는 2.91달러(한화 약 3,869원)로 확인
- **(전체)** 쌀 가공식품 품목별 100g당 평균 단가는 쌀과자 > 떡류(떡볶이 포함) > 가공밥 순으로 높으며, 즉석밥의 100g당 평균 단가가 전체 품목 중 가장 낮은 수준
  - 쌀과자의 평균 단가는 100당 4.75달러(한화 약 6,315원)로 가장 높은 수준이었고, 뒤이어 떡류(떡볶이 포함) 3.59달러(한화 약 4,773원)/100g, 가공밥 3.31달러(한화 약 4,400원)/100g, 쌀 기반 주류 2.72달러(한화 약 3,616원)/100g 순으로 나타남
  - 이 외에도 쌀국수는 2.55달러(한화 약 3,390원)/100g, 쌀 음료는 2.27달러(한화 약 3,018원)/100g의 평균 단가를 형성하고 있으며, 즉석밥의 100g당 평균 단가는 1.19달러(한화 약 1,582원)로 쌀 가공식품 세부 품목 중 가장 낮은 수준으로 확인
- **(한국산)** 품목별 100g당 평균 단가는 쌀과자 > 쌀국수 > 떡류(떡볶이 포함) 순으로 높으며, 즉석밥의 평균 단가가 가장 낮음
  - 품목별 100g당 평균 단가는 쌀과자 5.84달러(한화 약 7,764원), 쌀국수 3.62달러(한화 약 4,812원), 떡류(떡볶이 포함) 3.44달러(한화 약 4,573원), 가공밥 3.43달러(한화 약 7,560원), 쌀 기반 주류 2.79달러(한화 약 3,296원), 쌀음료 1.72달러(한화 약 2,287원) 순
  - 즉석밥의 평균 단가는 100g당 0.93달러(한화 약 1,236원)로 쌀 가공식품 세부 품목 중 평균 단가가 가장 낮은 수준으로 판매
- **(수입산)** 품목별 100g당 평균 단가는 떡류 > 쌀과자 > 가공밥 순으로 높으며, 즉석밥의 평균 단가가 가장 낮음
  - 품목별 100g당 평균 단가는 떡류 3.74달러(한화 약 4,972원), 쌀과자 3.66달러(한화 약 4,866원), 가공밥 3.20달러(한화 약 4,254원), 쌀 음료 2.82달러(한화 약 3,749원), 쌀 기반 주류 2.65달러(한화 약 3,523원), 쌀국수 1.48달러(한화 약 1,968원) 순
  - 즉석밥의 평균 단가는 100g당 1.45달러(한화 약 1,928원)로 쌀 가공식품 세부 품목 중 평균 단가가 가장 낮은 수준으로 판매
- **(가격비교)** 미국 온라인 유통채널에서 판매 중인 쌀 가공식품의 원산지별 단가는 한국산이 경쟁국산(미국산 및 수입산)보다 소폭 높은 수준
  - 한국산 쌀 가공식품(7개 품목, 63개 제품 기준)의 100g당 평균 단가는 3.11달러(한화 약 4,134원)로 나타나며, 경쟁국(미국 및 수입산)산 쌀 가공식품(7개 품목, 63개 제품)의 100g당 평균 단가 2.71달러(한화 약 3,603원)로 집계

31) 2024년 8월, 미국 내 온라인 유통 플랫폼(Amazon, Walmart, MEGA Mart, H Mart 등)에서 판매 중인 7개 품목(즉석밥, 가공밥, 떡류, 쌀국수, 쌀과자, 쌀음료, 쌀 기반 주류)의 한국산 및 경쟁국산 제품(각 9건) 조사 결과(총 126개 제품 조사)

- 쌀 가공식품 세부 품목 중 쌀과자, 쌀국수, 쌀 기반 주류, 가공밥은 한국산의 평균 단가가 경쟁국산 대비 높은 반면, 쌀음료, 떡류(떡볶이 포함), 즉석밥은 경쟁국산의 평균 단가가 한국산보다 높음

<표 IV-7> 미국 온라인 유통채널에서 판매되는 쌀 가공식품 품목별 단가 비교

(단위: 달러/100g·100ml)

구분	100g당 평균 단가			단가 비교*
	전체 평균	한국산(A)	경쟁국산(B)	
쌀 가공식품 전체 평균	2.91	3.11	2.71	+15%
- 쌀과자	4.75	5.84	3.66	+60%
- 떡(떡볶이 포함)	3.59	3.44	3.74	-8%
- 가공밥	3.31	3.43	3.2	+7%
- 쌀 기반 주류	2.72	2.79	2.65	+5%
- 쌀국수	2.55	3.62	1.48	+145%
- 쌀음료	2.27	1.72	2.82	-39%
- 즉석밥	1.19	0.93	1.45	-39%

\*주: 단가 비교는 경쟁국산(B) 대비 한국산(A) 단가의 높낮음 정도를 의미하는 것으로, 양수(+)는 경쟁국산 대비 한국산의 단가가 높음을, 음수(-)는 경쟁국산 대비 한국산의 단가가 낮음을 의미

□ 미국 온라인 유통채널에서 판매 중인 경쟁국산 쌀 가공식품의 주요 원산지는 미국, 일본, 태국, 중국 등으로 확인

- (원산지 비중) 쌀 가공식품 7개 품목(63개 제품) 중 미국산 제품이 33.3%(21개)로 가장 많고, 일본(31.7%, 20개), 태국(11.1%, 7개), 중국(9.5%, 6개) 순으로 확인
  - 이 외에도 대만·멕시코·인도(각 3.2%, 2개), 영국·이탈리아·베트남(각 1.6%, 1개)을 원산지로 한 쌀 가공식품이 확인
- (원산지별 평균 단가) 100g당 평균 단가는 대만 > 인도 > 일본 > 중국 > 태국 순으로 높으며, 베트남산 쌀 가공식품 평균 단가가 가장 낮음
  - 쌀 가공식품 7개 유형의 평균 단가는 대만산이 100당 4.05달러(한화 약 5,384원)로 가장 높고, 뒤이어 인도산 3.27달러(한화 약 4,347원), 일본산 3.19달러(한화 약 4,241원), 중국산 3.04달러(한화 약 4,041원), 태국산 2.80달러(한화 약 3,722원) 순으로 나타남
  - 뒤이어 이탈리아산 2.35달러(한화 약 3,124원), 미국산 1.75달러(한화 약 2,326원), 멕시코산 1.59달러(한화 약 2,114원), 영국산 1.50달러(한화 약 1,994원), 베트남산 0.76달러(한화 약 1,010원)로 확인

<표 IV-8> 미국 온라인 유통채널에서 판매되는 쌀 가공식품 원산지별 비중 및 평균 단가 비교

(단위: 개, %, 달러/100g·100ml)

제품 비중				평균 단가		
국가	제품 수(개)	비중(%)	국가	평균단가		
1	미국	21	33.3	1	대만	4.05
2	일본	20	31.7	2	인도	3.27
3	태국	7	11.1	3	일본	3.19
4	중국	6	9.5	4	중국	3.04
5	인도	2	3.2	5	태국	2.80
6	대만	2	3.2	6	이탈리아	2.35
7	멕시코	2	3.2	7	미국	1.75
8	영국	1	1.6	8	멕시코	1.59
9	이탈리아	1	1.6	9	영국	1.50
10	베트남	1	1.6	10	베트남	0.76

□ (즉석밥) 한국산을 비롯한 미국, 태국, 일본, 영국 등 다양한 국가의 제품이 판매되며, 한국산 즉석밥에 대한 소비자 만족도가 높은 것으로 확인됨

- (제품단가) 100g당 평균 단가는 1.19달러(한화 약 1,582원)로, 경쟁국산 즉석밥이 한국산보다 높은 가격으로 판매
  - 한국산 즉석밥의 평균 단가는 100g당 0.93달러(한화 약 1,236원), 경쟁국산 즉석밥의 평균 단가는 100g당 1.45달러(한화 약 1,928원)로 집계
- (제품 유형) 한국산 즉석밥은 모두 무균포장된 인스턴트 밥 형태이나, 경쟁국산 즉석밥은 무균포장된 인스턴트밥과 건조밥 형태로 구분
  - (중량) 한국산 즉석밥의 중량은 모두 210g으로 확인되며, 경쟁국산의 평균 중량은 269g으로 최소 180g에서 최대 396g으로 나타남
  - (쌀 품종) 한국산 즉석밥은 모두 자포니카종 백미로 만든 제품이나, 경쟁국산 즉석밥은 인디카종 (재스민, 바스마티 등)의 제품도 확인되며, 백미 외에도 현미로 만든 즉석밥이 판매
- (경쟁국 현황) 미국산 즉석밥 수가 가장 많고, 영국, 인도, 일본, 태국 등에서 수입된 제품이 판매되는 것으로 확인
  - 원산지별 평균 단가는 인도산 5.60달러(한화 약 7,445원)/100g, 영국산 1.50달러(한화 약 1,994원)/100g, 태국산 1.25달러(한화 약 1,662원)/100g, 일본산 1.11달러(한화 약 1,476원)/100g, 미국산 0.72달러(한화 약 957원)/100g 순
- 온라인 유통채널의 소비자 후기 조사 결과, 한국산 즉석밥에 대한 후기 평점이 가장 높은 것으로 확인
  - 온라인 유통채널에서 한국산 즉석밥을 구매한 소비자 리뷰에 따르면, 한국산 즉석밥은 찰기가 있고 맛이 있어 선호되는 것으로 나타남, 조리 및 포장 편의성에 대해서도 만족하는 것으로 나타남

<표 IV-9> 미국 온라인에서 판매 중인 한국산 쌀 가공식품 - 즉석밥

제품사진			
제품명	O'Food BAP Instant Rice	Delicious Cooked Rice	Cooked White Hetbahn
제조사/브랜드	대상 / O'Food	오뚜기	CJ제일제당 / 햇반
가격	USD 1.99	USD 1.99	USD 2.1
중량	7.4oz(210g)	7.4oz(210g)	7.4oz(210g)
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품사진			
제품명	Cooked White Sticky Rice	Restaurant Style Bibigo Cooked Sticky White Rice Bowls	Shirakiku Dried Grains & Rice*
제조사/브랜드	CJ제일제당 / Annie Chun's	CJ제일제당 / 비비고	Wismettac / Shirakiku
가격	USD 2.19	USD 2.19	USD 2.25
중량	7.4oz(210g)	7.4oz(210g)	7.4oz(210g)
원산지	대한민국	대한민국	대한민국

제품사진			
제품명	자연미 흰쌀밥	찰진밥	Sushi Rice*
제조사/브랜드	Raw nature 자연담음	동원	삼진글로벌넷 / Sukina
가격	USD 1.25	USD 2.33	USD 1.33
중량	7.4oz(210g)	7.4oz(210g)	7.4oz(210g)
원산지	대한민국	대한민국	대한민국

\*주: Shirakiku Dried Grains & Rice 제품은 미국 기업(Wismettac Asian Foods)의 일본 식품 브랜드(Shirakiku)이나 제조국은 한국으로 확인되며, Sushi Rice는 한국 기업(삼진글로벌넷)의 일본식 식재료 브랜드(Sukina) 제품으로 한국에서 생산  
\*출처: Amazon, H mart, Mega mart, sayweee.com(검색일: 2024.08.13)

<표 IV-10> 미국 온라인에서 판매 중인 경쟁국산 쌀 가공식품 - 즉석밥

제품사진			
제품명	Ready Rice Jasmin	Boil-in-Bag Rice	Basmati and Wild Rice
제조사/브랜드	Mars food / Ben's Original	Riviana Foods Inc. / Success	Veetee
가격	USD 1.58	USD 2.48	USD 4.50
중량	8.5oz(240g)	14oz(396g)	10.6oz(300g)
원산지	미국	미국	영국
제품사진			
제품명	Long Grain White Rice	Ready-to-Serve White Rice	Instant Brown Rice for Quick Meals
제조사/브랜드	Eat Regal	Riviana Foods Inc. / Minute	Riviana Foods Inc. / Minute
가격	USD 13.99	USD 1.99	USD 2.99
중량	8.8oz(250g)	8.8oz(250g)	14oz(396g)
원산지	인도	미국	미국
제품사진			
제품명	Japanese White Sticky Rice	Steamed White Rice	Organic Jasmine Rice
제조사/브랜드	IRIS Foods / IRIS Rice	Nishiki	Talaypu Natural Products / Thai Harvest
가격	USD 2	USD 1.6	USD 2.49
중량	6.3oz(180g)	7.4oz(210g)	7oz(200g)
원산지	일본	미국	태국

\*출처: Amazon(검색일: 2024.08.13)

□ (가공밥) 한국산을 비롯한 미국, 이탈리아, 인도, 태국 등 국가의 제품이 판매

- (제품단가) 100g당 평균 단가는 3.31달러(한화 약 4,400원)로, 한국산 즉석밥이 경쟁국산 보다 높은 가격으로 유통
  - 한국산 가공밥의 평균 단가는 100g당 3.43달러(한화 약 4,560원), 경쟁국산 가공밥의 평균 단가는 100g당 13.20달러(한화 약 1만 7,548원)로 집계
- (제품 유형) 한국산 가공밥은 RTE 형태의 죽, 비빔밥, 냉동 김밥 등이 판매되는 반면, 경쟁국산 제품은 볶음밥, 파에야(Paella)<sup>32)</sup>, 필라프(Pilaf)<sup>33)</sup>, 리소토(Risotto)<sup>34)</sup> 등이 주를 이루며, 드물게 포리지(Porridge)<sup>35)</sup>나 한국식 비빔밥이 판매
  - 온라인 유통채널 내 소비자 후기에 따르면 한국산 죽은 맛이 좋으나 가격이 비싸다는 평이 주를 이룸
  - 경쟁국산에서 유통 중인 한국식 비빔밥에 대한 소비자 후기에서는 한국의 비빔밥 맛과 다르다는 평이 대부분을 차지함
- (경쟁국 현황) 미국산 제품이 가장 많고, 이탈리아, 인도, 태국 등에서 수입된 제품이 판매되는 것으로 확인
  - 원산지별 평균 단가는 태국산 5.96달러(한화 약 7,923원)/100g, 미국산 3.30달러(한화 약 4,387원)/100g, 이탈리아산 2.35달러(한화 약 3,124원)/100g, 인도산 0.93달러(한화 약 1,236원)/100g 순

<표 IV-11> 미국 온라인에서 판매 중인 한국산 쌀 가공식품 - 가공밥류(김밥 포함)

제품사진			
제품명	BONJUK Rice Porridge	Kimchi Bibimbap Meals Ready to Eat	Korean Porridge
제조사/브랜드	Bon World Co., LTD / 본죽	Mincook	CJ제일제당 / 비비고
가격	USD 8.33	USD 5.99	USD 6.99
중량	10.6oz(300g)	3.35oz(100g)	9.88oz(280g)
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품사진			
제품명	Buldak Bibimbap	Rice Porridge with Abalone	Korean Rice Porridge
제조사/브랜드	참이푸드 / Easybab	오뚜기	CJ제일제당 / 비비고
가격	USD 6.53	USD 7.49	USD 10.99
중량	100g	10.05oz(285g)	280g
원산지	대한민국	대한민국	대한민국

32) 스페인의 쌀요리로 볶음밥과 유사

33) 쌀을 주재료로 고기와 채소를 곁들여 만든 음식으로 볶음밥과 유사

34) 이탈리아 전통 요리로 쌀을 주재료로 만드는 음식

35) 곡물에 물이나 우유를 넣고 끓여 만든 음식으로 우리나라 죽과 유사한 형태

제품사진			
제품명	유부우영 비건김밥	유부우영 김밥	참치마요 김밥
제조사/브랜드	울골 / 바바김밥	ALTist / BABIDA	한우물HAU
가격	USD 5.95	USD 4.99	USD 4
중량	230g	230g	8.1oz(230g)
원산지	대한민국	대한민국	대한민국

\*출처: Amazon, Wootari usa, Mega Mart, Kevin's chice(검색일: 2024.08.13)

<표 IV-12> 미국 온라인에서 판매 중인 경쟁국산 쌀 가공식품 - 가공밥류

제품사진			
제품명	Fried Rice	Ready Rice Jasmin	Spanish Rice Mix
제조사/브랜드	McCormick & Company, Inc. / Thai Kitchen	Mars food / Ben's Original	Riviana Foods / Mahatma
가격	USD 5.3	USD 2.18	USD 1.19
중량	8.8oz(249g)	8.5oz(240g)	5oz(142g)
원산지	미국	미국	미국
제품사진			
제품명	Roasted Chicken And Garlic Pilaf	Organic Long Grain & Wild Rice Pilaf	Spanish Parboiled Rice
제조사/브랜드	Near East	Whole Foods Market / 365	Regal Kitchen / Eat Regal
가격	USD 5.61	USD 3.99	USD 2.33
중량	6.3oz(178g)	6oz(170g)	8.8oz(250g)
원산지	미국	이탈리아	인도
제품사진			
제품명	Risotto Creamy Parmesan	Cooked Thai Jasmine Rice Porridge	Bibimbap
제조사/브랜드	Lundberg / Lundberg	Knorr	GOOD TO-GO
가격	USD 6.84	USD 1.99	USD 15.95
중량	5.5oz(156g)	35g	6.7oz(190g)
원산지	미국	태국	미국

\*출처: Amazon(검색일: 2024.08.13)

□ (떡류) 한국산을 비롯한 일본, 중국, 대만, 태국 등 주로 아시아권 국가의 제품이 유통되며, 한국산은 주로 떡볶이용 떡이나 RTE 떡볶이 위주로 판매

- (제품단가) 100g당 평균 단가는 3.59달러(한화 약 4,773원)로, 경쟁국산 떡류 제품이 한국산보다 높은 가격으로 판매
  - 한국산 떡류(떡볶이 포함)의 평균 단가는 100g당 3.44달러(한화 약 4,573원), 경쟁국산 떡류 제품의 평균 단가는 100g당 3.74달러(한화 약 4,972원)로 집계
- (제품 유형) 한국산은 떡볶이·떡국 떡과 RTE 떡볶이 제품 위주로 판매되며, 경쟁국산은 주로 일본이나 중화권(중국·대만)의 떡류 제품이 판매
  - 디저트용 떡류에 해당하는 제품은 일본식 떡(모찌)이 가장 많고, 중국이나, 대만, 태국에서 수입된 제품도 일부 확인
- (경쟁국 현황) 일본산 제품 수가 가장 많고, 중국, 대만, 태국에서 수입된 제품이 판매되는 것으로 확인
  - 경쟁국산 원산지별 평균 단가는 중국산 4.08달러(한화 약 5,424원)/100g, 일본산 4.02달러(한화 약 5,344원)/100g, 대만산 2.73달러(한화 약 3,629원)/100g, 태국산 2.70달러(한화 약 3,589원)/100g 순

<표 IV-13> 미국 온라인에서 판매 중인 한국산 쌀 가공식품 - 떡류/떡볶이

제품사진			
제품명	Instant Rabokki	Tteokbokki Cup Rice Cake with Sweet & Spicy Sauce	Original Tteokbokki
제조사/브랜드	Yopokki	CJ제일제당 / 비비고	대상 / O'food
가격	USD 4.99	USD 9.25	USD 7.99
중량	260g	4.40oz(125g)	9.1oz(260g)
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품사진			
제품명	CupBokki	Buldak Tteokbokki	TAEKYUNG Topokki
제조사/브랜드	Semchorong / K-Bros	삼양	농심태경
가격	USD 3.15	USD 7.17	USD 6.47
중량	0.26lb(120g)	6.31oz(179g)	128g
원산지	대한민국	대한민국	대한민국

제품사진			
제품명	Korean Sliced Rice Cakes	Tteokguk	RICE TTEOK-BOKKI
제조사/브랜드	Plogmag / UNHA'S ASIAN SNACK BOX	Surasang	오뚜기
가격	USD 9.84	USD 4.66	USD 11.30
중량	21.16oz(600g)	6.24oz(177g)	15.02oz(426g)
원산지	대한민국	대한민국	대한민국

\*출처: Amazon(검색일: 2024.08.14)

<표 IV-14> 미국 온라인에서 판매 중인 경쟁국산 쌀 가공식품 - 떡류/떡볶이

제품사진			
제품명	Teriyaki Flavor Japanese Rice Mochi Snack	Japanese Walnuts Mochi Candies	Mochi Rice Cake
제조사/브랜드	BEIKA MOCHI	YAMASAN KYOTO UJI	KWOLYKIM
가격	USD 13.49	USD 18.99	USD 9.49
중량	6.8oz(194g)	10.2oz(290g)	11.64oz(330g)
원산지	일본	일본	중국
제품사진			
제품명	Original Mini Mochi	Red and White Daifuku Mochi Rice Cake	apanese Rice Cake
제조사/브랜드	Tea Zone	Kameda / Shirakiku	Satoh Kirimochi
가격	USD 8.18	USD 7.33	USD 24.00
중량	10.58oz(300g)	12.72oz(361g)	38.8oz(1,100g)
원산지	대만	일본	일본
제품사진			
제품명	Japanese Mochi Fruits Rice Cake	Dried Durian with Sticky Rice Bites	Mochi Rice Cake
제조사/브랜드	Madamera	Rozocha	KWOLYKIM
가격	USD 4.30	USD 4.99	USD 18.99
중량	180g	6.52oz(185g)	12.69oz(360g)
원산지	일본	태국	중국

\*출처: Amazon(검색일: 2024.08.14)

□ (쌀국수) 한국산을 비롯한 미국, 중국, 태국, 베트남 등 제품이 판매되며, 수입산은 대부분 아시아권 국가에서 생산된 제품으로 확인

- (제품단가) 100g당 평균 단가는 2.55달러(한화 약 3,390원)로, 한국산 쌀국수가 경쟁국산 보다 높은 가격으로 판매
  - 한국산 쌀국수의 평균 단가는 100g당 3.62달러(한화 약 4,812원), 경쟁국산 쌀국수의 평균 단가는 100g당 1.48달러(한화 약 1,968원)로 집계
- (제품 유형) 한국산 쌀국수는 면 자체보다 RTE 형태의 쌀국수 제품이 많은 반면, 경쟁국산 쌀국수는 면(쌀국수 자체)만 파는 형태가 주를 이룸
  - 한국산 쌀국수 면은 쌀로 만든 소면, 팟타이<sup>36)</sup>용 쌀국수, 일반 쌀국수 등이 유통되나 제품 수가 제한적인 편
  - 경쟁국산 쌀국수 면은 얇은 면, 넓적한 면, 납작한 면 등 다양한 형태로, 제품당 평균 중량은 339g으로 최소 227g에서 최대 600g으로 포장되어 판매
- (경쟁국 현황) 중국산 쌀국수 제품이 가장 많고, 태국, 베트남에서 수입된 제품과 자국산(미국산) 제품이 판매
  - 경쟁국산 원산지별 평균 단가는 중국산 2.00달러(한화 약 2,659원)/100g, 태국산 1.18달러(한화 약 1,569원)/100g, 미국산 1.06달러(한화 약 1,409원)/100g, 베트남산 0.76달러(한화 약 1,010원)/100g 순

<표 IV-15> 미국 온라인에서 판매 중인 한국산 쌀 가공식품 - 쌀국수

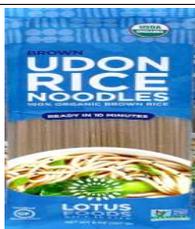
제품사진			
제품명	Rice Noodles	Pad Thai Rice Noodles	아침에 쌀국수
제조사/브랜드	샘표	CJ제일제당 / Annie Chun's	호자원
가격	USD 13.70	USD 4.35	USD 6.95
중량	28.2oz(800g)	8oz(227g)	500g
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품사진			
제품명	포 쌀국수 순한맛	후루룩 쌀국수 미역국	잔치 쌀국수
제조사/브랜드	농심태경	농심	오뚜기
가격	USD 2.49	USD 3.99	USD 2.99
중량	3.53oz(100g)	74g	34g
원산지	대한민국	대한민국	대한민국

36) 태국의 볶음 쌀국수 요리

제품사진			
제품명	해조 쌀국수가 바로바로	멸치맛 쌀국수	한끼든든 쌀국수
제조사/브랜드	바다가득히	미가면	Naturevill
가격	USD 4.79	USD 1.60	USD 2.99
중량	82g	92g	3.2oz(91g)
원산지	대한민국	대한민국	대한민국

\*출처: Amazon, Wooltari usa, Mega Mart, Hanpoom, Cconma USA, H mart(검색일: 2024.08.14)

<표 IV-16> 미국 온라인에서 판매 중인 경쟁국산 쌀 가공식품 - 쌀국수

제품사진			
제품명	Stir Fry Rice Noodles	Organic Traditional Pad Thai Rice Noodles	Vietnamese Rice Noodles
제조사/브랜드	Thai Kitchen	Lotus Foods	VUONG MART
가격	USD 4.18	USD 4.49	USD 4.56
중량	14oz(396g)	8oz(227g)	600g
원산지	미국	중국	베트남
제품사진			
제품명	Thin Rice Noodles	Rice Stick	Black Rice & Brown Rice Ramen Noodles
제조사/브랜드	Taste of Thai	Three Ladies	Onetang
가격	USD 3.30	USD 3.29	USD 1.49
중량	16oz(454g)	14oz(397g)	2.47oz(70g)
원산지	태국	태국	중국
제품사진			
제품명	Black Rice Noodles	Rice Stick Noodles	Organic Brown Udon Rice Noodles
제조사/브랜드	Onetang	10MM	Lotus Foods
가격	USD 4.49	USD 8.99	USD 4.37
중량	8oz(227g)	16oz(454g)	8oz(227g)
원산지	중국	태국	중국

\*출처: Amazon(검색일: 2024.08.14)

□ (쌀 스낵) 한국산을 비롯한 미국, 태국, 일본, 대만 등 제품이 유통되며, 한국산 쌀 스낵은 쌀과자나 빵튀기 위주로 판매

- (제품단가) 100g당 평균 단가는 4.75달러(한화 약 6,315원)로, 한국산이 경쟁국산보다 높은 가격으로 판매
  - 한국산 쌀 스낵의 평균 단가는 100g당 5.84달러(한화 약 7,764원), 경쟁국산 쌀 스낵의 평균 단가는 100g당 3.66달러(한화 약 4,866원)로 집계
- (제품 유형) 한국산은 쌀과자나 빵튀기가 주를 이루며, 경쟁국산 제품은 쌀칩, 쌀 크리이프 등의 형태로 쌀과자에 초콜릿이나 시즈닝을 입혀 맛을 낸 제품 위주
  - 한국산 쌀 스낵의 평균 중량은 124g으로 최소 20g에서 최대 270g으로 포장 판매되며, 경쟁국산 쌀 스낵의 평균 중량은 199g으로 최소 25g에서 최대 791g으로 판매
- (경쟁국 현황) 미국산 제품이 가장 많고, 태국, 일본, 대만 등에서 수입된 제품이 판매
  - 경쟁국산 원산지별 평균 단가는 대만산 5.37달러(한화 약 7,139원)/100g, 일본산 4.04달러(한화 약 5,371원)/100g, 미국산 3.40달러(한화 약 4,520원)/100g, 태국산 3.16달러(한화 약 4,201원)/100g 순
- 한국산 빵튀기에 대한 소비자 만족도가 높은 편으로, 맛과 식감이 좋다는 의견이 주를 이루나 다소 비싼 편이라는 의견도 존재

<표 IV-17> 미국 온라인에서 판매 중인 한국산 쌀 가공식품 - 쌀 스낵

제품사진			
제품명	Chamssal Seongwa	Crunchy Rice Snack	Cho Chung U-Gua
제조사/브랜드	크라운	Jayone	농심
가격	USD 8.00	USD 3.32	USD 3.74
중량	115g	2.8oz(80g)	2.82oz(80g)
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품사진			
제품명	Popped Rice Cakes	Korean Rice Cracker Savory Flavor	Korean Traditional Popped Brown Rice Cakes Cracker
제조사/브랜드	근영제과	케이비인터내셔널	산촌마을 농업회사법인
가격	USD 12.95	USD 14.20	USD 9.50
중량	120g	270g	252g(84g*3)
원산지	대한민국	대한민국	대한민국

제품사진			
제품명	뽕튀기	유기농 쌀떡과자	튀룽
제조사/브랜드	자연나라	Renewallife / 또또맘	동선식품
가격	USD 2.49	USD 1.99	USD 3.49
중량	100g	20g	77g
원산지	대한민국	대한민국	대한민국

\*출처: Amazon, Mega mart(검색일: 2024.08.14)

<표 IV-18> 미국 온라인에서 판매 중인 경쟁국산 쌀 가공식품 - 쌀 스낵

제품사진			
제품명	Rice Crisps Caramel	Dark Chocolate Rice Cakes	Apple Cinnamon Crunchy Rollers
제조사/브랜드	Quaker	Lieber's	Chef Bobo Brand, Inc / Friendly Grains
가격	USD 5.57	USD 4.33	USD 1.2
중량	9.8oz(280g)	3.1oz(90g)	0.9oz(25g)
원산지	미국	미국	미국
제품사진			
제품명	Mini Rice Cakes	Simply Salt Rice Snacks	Mochi Snack Bites
제조사/브랜드	Drizzilicious	Good Thins	Sun Tropics
가격	USD 4.48	USD 3.58	USD 3.16
중량	4oz(113g)	3.5oz(100g)	3.5oz(100g)
원산지	미국	미국	태국
제품사진			
제품명	Marshmallow Snack Bars	Nori Maki Arare Rice Crackers with Seaweed	Senbei Rice Crackers
제조사/브랜드	Rice Krispies Treats	Wismettac / Shirakiku	Hot Kid
가격	USD 9.88	USD 5.74	USD 8.06
중량	27.9oz(791g)	5oz(142g)	5.3oz(150g)
원산지	미국	일본	대만

\*출처: Walmart(검색일: 2024.08.14)

- (쌀 음료) 한국산을 비롯한 미국, 일본, 멕시코산 제품이 판매되며, 미국 내 수입 유통되는 쌀 음료는 주로 각국 고유의 전통 쌀 음료(식혜, 아마자케, 오르차타)로 확인
  - (제품단가) 100g(ml)당 평균 단가는 2.27달러(한화 약 3,018원)로, 경쟁국산 쌀 음료가 한국산보다 높은 가격으로 판매
    - 한국산 쌀 음료의 평균 단가는 100g(ml)당 1.72달러(한화 약 2,287원), 경쟁국산 쌀 음료의 평균 단가는 100g(ml)당 2.82달러(한화 약 3,749원)로 집계
  - (제품 유형) 한국산은 대부분 식혜나 쌀 음료(아침햇살)로 확인되며, 경쟁국산 제품은 쌀우유(주로 미국산), 일본식 식혜인 아마자케, 멕시코식 쌀 음료인 오르차타 등이 판매
  - (경쟁국 현황) 일본산 쌀음료가 가장 많고, 미국산과 멕시코산 제품이 확인
    - 경쟁국산 원산지별 평균 단가는 일본산 3.88달러(한화 약 5,158원)/100g(ml), 멕시코산 1.59달러(한화 약 2,114원)/100g(ml), 미국산 1.39달러(한화 약 1,848원)/100g(ml) 순

<표 IV-19> 미국 온라인에서 판매 중인 한국산 쌀 가공식품 - 쌀음료(무알코올)

제품사진			
제품명	Vilac Shikhye	Shikhye	아침햇살
제조사/브랜드	팔도	하늘청	웅진
가격	USD 2.49	USD 18.99	USD 18.13
중량	2.05fl oz(238ml)	1,800ml	50fl oz(1,417g)
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품사진			
제품명	Shikhye DIY Kit	식혜	아주 맛있는 식혜
제조사/브랜드	해오름	양반	Kitchen story
가격	USD 23.99	USD 1.99	USD 5.99
중량	544g	500ml	1,000ml
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품사진			
제품명	인삼식혜	유기농 진식혜	간편한 손식혜
제조사/브랜드	인삼아빠김태엽	네니아	동강마루
가격	USD 3.99	USD 2.00	USD 1.20
중량	340ml	80ml	40g
원산지	대한민국	대한민국	대한민국

\*출처: Walmart, Mega mart, sayweee.com, Kimc market, Cconma USA(검색일: 2024.08.15)

<표 IV-20> 미국 온라인에서 판매 중인 한국산 쌀 가공식품 - 쌀음료(무알코올)

제품사진			
제품명	Rice Drink	Rice Malt	Rice Koji Amazake <sup>1)</sup>
제조사/브랜드	Rice Dream	Komachi	Marukura
가격	USD 7.18	USD 10.62	USD 12.92
중량	32fl oz(946ml)	21.16oz(600g)	8.81oz(250g)
원산지	미국	일본	일본
제품사진			
제품명	Horchata Rice and Cinnamon	Horchata <sup>2)</sup>	Horchata <sup>2)</sup>
제조사/브랜드	Klass	Natura's	MEXQUISITA
가격	USD 26.68	USD 7.88	USD 12.95
중량	70.5oz(2,000g)	14oz(390g)	23.6fl oz(700ml)
원산지	멕시코	미국	멕시코
제품사진			
제품명	Amazake <sup>1)</sup>	Amazake <sup>1)</sup>	Amazake <sup>1)</sup>
제조사/브랜드	Kurihara Shoten	Marufuku	Marukome
가격	USD 1.40	USD 14.00	USD 3.62
중량	55g	200g	6.08fl oz(125ml)
원산지	일본	일본	일본

\*주1: Amazake(아마자케)는 주정을 발효해 만든 일본식 식혜로, 알코올 도수가 1% 미만으로 청량음료로 분류

\*주2: Horchata(오르차타)는 식물이나 쌀로 만든 음료로 우리나라의 쌀음료(아침햇살)와 유사한 맛을 내는 것으로 알려짐

\*출처: Walmart(검색일: 2024.08.15)

□ (쌀 기반 주류) 한국산과 일본산 제품이 주를 이루며 드물게 미국산 제품이 판매

- (제품단가) 100ml당 평균 단가는 2.72달러(한화 약 3,616원)로, 한국산 제품이 경쟁국산보다 소폭 높은 가격으로 판매
  - 한국산 쌀 기반 주류의 평균 단가는 100ml당 2.79달러(한화 약 3,709원), 경쟁국산 쌀 기반 주류의 평균 단가는 100ml당 2.65달러(한화 약 3,523원)로 집계
- (제품 유형) 한국산 쌀 기반 주류는 막걸리와 청주, 쌀 기반 소주 등이 주를 이루며, 경쟁국산(주로 일본 및 일부 미국산) 쌀 기반 주류는 모두 사케로 확인
  - 일본식 쌀 기반 주류인 사케는 미국 내 쌀 기반 주류 중 가장 인지도가 높은 것으로 나타남
  - 한국산 쌀 기반 주류 중 하나인 막걸리는 코로나19 기간 동안 '면역력에 좋은 술'로 인식되며 소비가 증가하였으나, 유통기한이 짧다는 한계와 더불어 미국 내 주류 소비자의 소비 전환(과일주 선호)으로 2022년부터 막걸리 소비가 감소하기 시작한 것으로 분석
- (경쟁국 현황) 대부분 일본산 쌀 기반 주류(사케)로 확인되며, 미국에서 생산된 일본식 쌀 기반 주류(사케) 제품도 판매
  - 경쟁국산 원산지별 평균 단가는 일본산이 2.91달러(한화 약 3,869원)/100ml로 미국산 0.60달러(한화 약 798원)/100ml 대비 4배 이상 높은 가격에 판매

<표 IV-21> 미국 온라인에서 판매 중인 한국산 쌀 가공식품 - 쌀 기반 주류

제품사진			
제품명	쌀 막걸리	바나나 막걸리	복숭아 막걸리
제조사/브랜드	국순당	국순당	국순당
가격	USD 4.99	USD 4.99	USD 4.99
중량	750ml	750ml	750ml
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품사진			
제품명	Bek Se Ju	White Grape Sparkling Makgeolli	월매 막걸리
제조사/브랜드	국순당	국순당	서울 장수
가격	USD 4.99	USD 1.66	USD 9.99
중량	375ml	350ml	750ml
원산지	대한민국	대한민국	대한민국
제품사진			
제품명	미르	감사	원소주
제조사/브랜드	술샘	술샘	원스피리츠
가격	USD 35.95	USD 19.95	USD 18.95
중량	375ml	375ml	375ml
원산지	대한민국	대한민국	대한민국

\*출처: The liquor store, Amazon, uptown spirits(검색일: 2024.08.16)

<표 IV-22> 미국 온라인에서 판매 중인 경쟁국산 쌀 가공식품 - 쌀 기반 주류

제품사진			
제품명	Sho Chiku Bai Junmai Sake	Superior Junmai Ginjo Sake	Sayuri Nigori Sake
제조사/브랜드	Takara sake	Hakutsuru Sake	Hakutsuru Sake
가격	USD 4.48	USD 17.99	USD 16.99
중량	750ml	720ml	720ml
원산지	미국	일본	일본
제품사진			
제품명	Junmai Sake Dry	Nigori Sake	Dassai 39 Junmai Daiginjo Sake
제조사/브랜드	Ozeki Sake	Kurosawa Sake	Asahi Shuzo Wine
가격	USD 12.99	USD 18.99	USD 41.99
중량	1,500ml	720ml	750ml
원산지	일본	일본	일본
제품사진			
제품명	Junmai Sake	Karatamba Honjozo Sake	Kijuro Tokubetsu Honjozo Sake
제조사/브랜드	Shichida Sake	Ozeki Sake	Hakushika Sake
가격	USD 33.99	USD 14.99	USD 17.99
중량	720ml	720ml	720ml
원산지	일본	일본	일본

\*출처: Walmart, The liquor store(검색일: 2024.08.16)

□ (기타) 주요 쌀 가공식품 품목 외에도 쌀로 만든 푸딩(디저트)이 활발히 판매

- (원산지) 미국산 제품이 가장 많고, 멕시코, 태국, 레바논, 독일 등에서 수입된 제품이 유통
- (제품 유형) 대부분 제품이 떠먹는 형태의 쌀 푸딩으로 평균 중량은 153g 수준
- (제품단가) 100g당 평균 단가는 3.86달러(한화 약 5,131원)로, 독일산 제품이 가장 고가에, 태국산 제품이 가장 저가에 판매
  - 원산지별 평균 단가는 독일산 12.47달러(한화 약 1만 6,578원)/100g, 레바논산 4.28달러(한화 약 5,690원)/100g, 미국산 2.93달러(한화 약 3,895원)/100g, 멕시코산 2.01달러(한화 약 2,672원)/100g, 태국산 1.32달러(한화 약 1,755원)/100g 순

<표 IV-23> 미국 온라인에서 판매 중인 쌀 가공식품 - 기타(쌀 푸딩)

제품사진			
제품명	Rice Pudding	Rice Pudding Snack	Rice Pudding
제조사/브랜드	Kozy Shack	Senior Rico	D'Gari
가격	USD 0.66	USD 0.70	USD 1.93
중량	113g	106g	3.4oz(96g)
원산지	미국	미국	멕시코
제품사진			
제품명	Coconut Milk Rice Pudding	Rice Pudding	Rice Majarete Pudding
제조사/브랜드	Sun Tropics	Tazah	Goya foods
가격	USD 3.17	USD 8.98	USD 7.95
중량	8.46oz(240g)	7.4oz(210g)	3.25oz(92g)
원산지	태국	레바논	미국
제품사진			
제품명	Rice Pudding	Milchreis(Rice Pudding)	Traditional Style Rice Pudding Cup
제조사/브랜드	Reynaldo's	Dr.Oetker	El Viajero
가격	USD 0.98	USD 15.59	USD 8.50
중량	7oz(198g)	125g	7oz(198g)
원산지	미국	독일	미국

\*주: Milchreis-독일어로 rice pudding이라는 뜻

\*출처: Amazon, Walmart(검색일: 2024.08.15)

## 나. 오프라인 판매현황

□ 미국 오프라인 유통매장<sup>37)</sup>에서는 쌀 스낵과 즉석밥이 가장 활발히 판매되며, 이 외에도 가공밥, 쌀국수 등이 판매

- (쌀 스낵) 제품당 평균 중량은 약 265g이며, 100g당 평균 2.20달러(한화 약 2,925원)에 판매<sup>38)</sup>
  - 미국산 쌀 스낵이 대부분으로 100g당 평균 2.28달러(한화 약 3,031원)에 판매, 드물게 한국산 쌀 스낵이 판매되나 대부분 영유아용 간식 제품으로 확인되며 100g당 평균 단가는 0.35달러(한화 약 465원)
  - 쌀칩, 쌀 시리얼, 쌀 기반 스낵 바 등의 유형으로 판매되며, 초콜릿을 입히거나 시나몬, 치즈 등의 시즈닝을 가미해 맛을 낸 제품이 판매

<표 IV-24> 미국 오프라인 매장에서 판매 중인 쌀 가공식품 - 쌀 스낵

제품사진				
	제품명	Aged White Cheddar Rice cakes	Crispy Rice Bites	Himalayan Salted Caramel
	제조사/브랜드	Simple Truth Organic	Simple Truth	Simple Truth Organic
	가격	USD 2.79	USD 5.99	USD 2.79
	중량	3oz(85g)	7.5oz(213g)	3oz(85g)
원산지	미국	미국	미국	
제품사진				
	제품명	Brown Rice cakes	Cheddar rice crisps	Rice Krispies
	제조사/브랜드	Lundberg	Quaker	Kellogg's
	가격	USD 5.99	USD 2.79	USD 6.99
	중량	8.5oz(241g)	3oz(85g)	12oz(340g)
원산지	미국	미국	미국	
제품사진				
	제품명	Low Sodium Rice Cakes	Rice Krispies Treats	Rice Crisps Sweet & Savory mix
	제조사/브랜드	Kroger	Kellogg's	Quakers
	가격	USD 2.99	USD 1.99	USD 12.99
	중량	4.5oz(128g)	2.3oz(65g)	12.02oz(341g)
원산지	미국	미국	미국	

\*출처: 미국 오프라인 소매 유통채널(Walmart, Target, Ralphs, Whole Foods Market, Super1Mart) 방문조사 결과(2024.08)

37) 대형마트(Walmart, Target, Ralphs), 식료품 전문 매장(Whole Foods Market), 아시안마트(Super1Mart) 방문 조사 결과(2024.09)

38) 오프라인 소매 유통채널에서 판매 중인 24개 제품 기준

제품사진			
제품명	Cocoa Krispies	Rice Krispies Treats	Rice Krispies Treats Chocolatey Peanut Butter
제조사/브랜드	Kellogg's	Kellogg's	Kellogg's
가격	USD 5.29	USD 4.99	USD 4.99
중량	19oz(539g)	16oz(454g)	9.8oz(272g)
원산지	미국	미국	미국
제품사진			
제품명	Chewy Chocolate Bars	Chewy Dips	Everything Rice Cakes
제조사/브랜드	Quakers	Quakers	Quakers
가격	USD 6.29	USD 6.29	USD 3.69
중량	15.2oz(431g)	14.8oz(420g)	5.9oz(167g)
원산지	미국	미국	미국
제품사진			
제품명	Lightly Salted Rice Cakes	Caramel Rice Cakes	Cheddar Rice Crisps
제조사/브랜드	Quakers	Quakers	Quakers
가격	USD 3.69	USD 3.69	USD 4.29
중량	4.47oz(127g)	6.5oz(184g)	6.06oz(172g)
원산지	미국	미국	미국
제품사진			
제품명	Buttermilk Ranch Rice Crisps	Chocolate Rice Cake	Apple Cinnamon
제조사/브랜드	Quaker	Quaker	Quaker
가격	USD 3.98	USD 3.64	USD 3.64
중량	6.06oz(172g)	7.23oz(205g)	5.53oz(157g)
원산지	미국	미국	미국

\*출처: 미국 오프라인 소매 유통채널(Walmart, Target, Ralphs, Whole Foods Market, Super1Mart) 방문조사 결과(2024.08)

제품사진				
	제품명	Rice Krispies Treats	Rice Krispies Treats Chocolatey Peanut Butter	유기농 팥장 백미
	제조사/브랜드	Kellog's	Kellog's	맘스 snack
	가격	USD 5.12	USD 4.82	USD 2.99
	중량	12.1oz(343g)	9.8oz(278g)	30g
원산지	미국	미국	한국	
제품사진				
	제품명	허니 눈꽃 쌀과자	유기농 쌀떡병	우리쌀인절미 스낵
	제조사/브랜드	오성물산코리아	ivenet	C&Me
	가격	확인 불가	확인 불가	확인 불가
	중량	920g	30g	150g
원산지	한국	한국	한국	

\*출처: 미국 오프라인 소매 유통채널(Walmart, Target, Ralphs, Whole Foods Market, Super1Mart) 방문조사 결과(2024.08)

- (즉석밥<sup>39)</sup>) 제품당 평균 중량은 약 295g, 100g당 평균 1.27달러(한화 약 1,688원)에 판매<sup>40)</sup>
  - 미국산 제품이 주를 이루며, 인도산과 캐나다산, 한국산 제품이 판매 중으로 확인
  - 100g당 평균 단가는 한국산이 2.14달러(한화 약 2,845원)로 가장 높고, 미국산 1.25달러(한화 약 1,662원), 캐나다산 1.24달러(한화 약 1,648원), 인도산 1.16달러(한화 약 1,542원) 순
  - 인디카(장립종)계 재스민 품종으로 만든 제품이 다수이며, 백미(White Rice), 현미(Brown Riced) 등으로 유형을 구분하여 판매 중
  - 한국산 즉석밥은 오투기사 제품이 유일하며, 국내 식품기업 CJ제일제당의 미국 계열사 Annie Chun's의 즉석밥 제품도 유통

<표 IV-25> 미국 오프라인 매장에서 판매 중인 쌀 가공식품 - 즉석밥

제품사진				
	제품명	Jasmine Rice	Jasmine Rice	Brown Rice Quinoa
	제조사/브랜드	Kroger	Minute	Simple Truth Organic
	가격	USD 3.39	USD 2.99	USD 2.99
	중량	18oz(510g)	8.8oz(244g)	8.8oz(249g)
원산지	인도	미국	인도	

39) 찌거나 삶은 쌀

40) 오프라인 소매 유통채널에서 판매 중인 17개 제품 기준

제품사진				
제품명	Coconut Jasmine	Brown Rice with Ancient Grains	White Rice	
제조사/브랜드	Ben's Original	Simple truth organic	Annie Chun's(CJ Foods)	
가격	USD 2.99	USD 2.99	USD 5.49	
중량	8.5oz(241g)	8.8oz(249g)	22.2oz(629g)	
원산지	캐나다	인도	미국	
제품사진				
제품명	Sticky Rice	Cooked rice	Brown Jasmine Rice with Cilantro and a Hint of Lime	
제조사/브랜드	Tasty Bite	Ottogi	Seeds of Change	
가격	USD 3.99	USD 4.49	USD 4.29	
중량	8.8oz(249g)	7.4oz(210g)	8.5oz(241g)	
원산지	인도	한국	미국	
제품사진				
제품명	Brown Rice	Yellow Rice	Couscous mix	Whole Grain Brown Rice
제조사/브랜드	Tamaki Gold	Zatarain's	Near East	Good & Gather
가격	USD 3.29	USD 1.79	USD 3.59	USD 1.59
중량	7.4oz(210g)	6.9oz(196g)	5.8oz(164g)	8.8oz(249g)
원산지	미국	미국	미국	미국
제품사진				
제품명	Jasmine Rice	Instant White Rice	Jasmine Read Rice	Boil in Bag
제조사/브랜드	Minute	Good & Gather	Ben's Original	Good & Gather
가격	USD 1.99	USD 1.69	USD 5.49	USD 1.69
중량	2.8oz(79g)	14oz(397g)	17.3oz(490g)	14oz(397g)
원산지	미국	미국	인도	미국

\*출처: 미국 오프라인 소매 유통채널(Walmart, Target, Ralphs, Whole Foods Market, Super1Mart) 방문조사 결과(2024.08)

- (가공밥41) 제품당 평균 중량은 약 204g, 100g당 평균 1.71달러(한화 약 2,273원)에 판매42)
  - 리소또, 볶음밥, 빠에야43), 필라프44) 등의 형태가 주를 이루며, 미국산 제품이 가장 많고 이탈리아산, 멕시코산, 캐나다산 제품 등이 판매
  - 100g당 평균 단가는 이탈리아산이 2.24달러(한화 약 2,978원)로 가장 높고, 미국산 1.74달러(한화 약 2,313원), 멕시코산 1.47달러(한화 약 1,954원), 캐나다산 1.08달러(한화 약 1,436원) 순

<표 IV-26> 미국 오프라인 매장에서 판매 중인 쌀 가공식품 - 가공밥

제품사진			
	Spanish Rice	ALESSI Risotto	Chicken Flavored Fried Rice
	Lundberg	Alessi	Knorr
	USD 6.49	USD 5.09	USD 3.79
	6oz(170g)	8oz(227g)	2.6oz(74g)
원산지	미국	Italy	미국
제품사진			
	Spanish Rice	Chicken&Herb Seasoned rice	Rice&Pasta Blended with Broccoli
	La Preferida	Minute	Knorr
	USD 2.19	USD 2.99	USD 1.69
	5.25oz(149g)	8.8oz(249g)	5.5oz(156g)
원산지	Mexico	미국	미국
제품사진			
	Spanish Rice Pilaf	5 Grain Pilaf	Creamy White Cheddar Broccoli Rice
	Rice Roni	Good & Gather	Good & Gather
	USD 1.79	USD 2.79	USD 2.79
	6.8oz(193g)	9.5oz(269g)	9.5oz(269g)
원산지	미국	미국	미국

41) 찌거나 삶은 쌀에 기타 부재료를 넣고 조리된 형태로 판매하는 제품(예- 볶음밥)

42) 오프라인 소매 유통채널에서 판매 중인 12개 제품 기준

43) 스페인식 쌀 요리로 볶음밥과 유사

44) 쌀을 기름에 볶아 육수에 넣어 가열 조리해 만드는 음식

제품사진			
제품명	Rice A Roni Chicken	Spanish Style Rice	Ready Rice Roasted Chicken
제조사/브랜드	Rice A Roni	Good & Gather	Ben's Original
가격	USD 1.59	USD 1.59	USD 2.69
중량	6.9oz(196g)	8.8oz(249g)	8.8oz(249g)
원산지	미국	미국	캐나다

\*출처: 미국 오프라인 소매 유통채널(Walmart, Target, Ralphs, Whole Foods Market, Super1Mart) 방문조사 결과(2024.08)

- (쌀국수) 제품당 평균 중량은 약 225g, 100g당 평균 2.87달러(한화 약 3,815원)에 판매<sup>45)</sup>
  - 건조 형태의 쌀국수 면뿐만 아니라 RTE 형태의 쌀국수 제품(팟타이, 베트남 쌀국수, 쌀라면 등)이 판매되며, 미국산, 태국산, 일본산 순으로 판매 비중이 높음
  - 국내 식품기업 CJ제일제당의 미국 계열사 Annie Chun's의 쌀국수(팟타이) 제품도 유통
  - 100g당 평균 단가는 미국산 3.99달러(한화 약 5,304원), 일본산 2.51달러(한화 약 3,337원), 태국산 1.13달러(한화 약 1,502원) 순

<표 IV-27> 미국 오프라인 매장에서 판매 중인 쌀 가공식품 - 쌀국수

제품사진			
제품명	Vietnamese Pho Noodle Soup Bowl	Pad Thai Rice Noodles	Jantaboon Rice Sticks
제조사/브랜드	StarAniseFoods	Simple Truth Organic	Beyond Frontier Sourcing
가격	USD 3.49	USD 3.99	USD 3.79
중량	1.9oz(54g)	8.8oz(249g)	14oz(397g)
원산지	미국	미국	태국
제품사진			
제품명	Pad Thai Rice noodles	Phonomenal	Pad Thai Rice Noodle
제조사/브랜드	Annie Chun's(CJ Foods)	Phonomenal	Simply Truth Organic
가격	USD 5.49	USD 5.49	USD 3.99
중량	8oz(227g)	2.47oz(70g)	8.8oz(249g)
원산지	미국	미국	미국

45) 오프라인 소매 유통채널에서 판매 중인 9개 제품 기준

제품사진			
제품명	Vermicelli Rice Noodle	Rice noodles	Stir Fry Rice
제조사/브랜드	A taste of Thai	A Taste of Thai	Cup Noodles
가격	USD 3.99	USD 3.79	USD 1.96
중량	8.8oz(249g)	16oz(454g)	2.75oz(78g)
원산지	태국	태국	일본

\*출처: 미국 오프라인 소매 유통채널(Walmart, Target, Ralphs, Whole Foods Market, Super1Mart) 방문조사 결과(2024.08)

- (쌀 기반 주류) 제품당 평균 중량은 약 394ml, 100ml당 평균 4.39달러(한화 약 5,836원)에 판매<sup>46)</sup>
  - 일본산 쌀 기반 주류(사케)가 대부분으로, 드물게 미국산 사케 제품이 판매되며 한국산 쌀 기반 주류는 막걸리 제품이 판매
  - 100ml당 평균 단가는 일본산 3.98달러(한화 약 5,291원), 미국산 3.32달러(한화 약 4,414원)로 큰 차이를 보이지 않으나 일본산이 소폭 높은 수준

<표 IV-28> 미국 오프라인 매장에서 판매 중인 쌀 가공식품 - 쌀 기반 주류

제품사진				
제품명	Hou Hou Shu	Nankai Shochu	Nama Sake	Daiginjo Sake
제조사/브랜드	Chikurin	Nankai Shochu	Sho Chiku Bai	Murai Family
가격	USD 16.99	USD 35.70	USD 8.99	USD 65.70
중량	300ml	750ml	300ml	720ml
원산지	일본	일본	일본	일본
제품사진				
제품명	Hiro Jumai Sake	Junmai Ginjo	Ozeki Sake	
제조사/브랜드	Hiro Jumai	Hakushika	Ozeki	
가격	USD 14.99	USD 6.99	USD 3.49	
중량	300ml	300ml	180ml	
원산지	일본	일본	일본	

46) 오프라인 소매 유통채널에서 판매 중인 8개 제품 기준

제품사진			
제품명	Ginjo	장수막걸리	Kooksoondang
제조사/브랜드	Takara Sake	서울 장수	국순당
가격	USD 9.95	확인 불가	확인 불가
중량	10.2oz(300ml)	750ml	350ml x 6
원산지	미국	한국	한국
제품사진			
제품명	국순당 쌀막걸리 바나나맛	국순당 쌀막걸리 복숭아맛	국순당 쌀막걸리
제조사/브랜드	국순당	국순당	국순당
가격	확인 불가	확인 불가	확인 불가
중량	750ml	750ml	750ml
원산지	한국	한국	한국

\*출처: 미국 오프라인 소매 유통채널(Walmart, Target, Ralphs, Whole Foods Market, Super1Mart) 방문조사 결과(2024.08)

- (쌀 음료) 제품당 평균 중량은 약 1리터로, 100ml당 평균 0.47달러(한화 약 625원)에 판매<sup>47)</sup>
  - 멕시코산 쌀 발효음료인 오르차타(Horchata)가 100ml당 평균 0.53달러(한화 약 705원)에 판매되며, 미국산 쌀 기반 우유는 100ml당 0.28달러(한화 약 372원)에 판매
  - 한국산 쌀 음료는 국내 식품기업 웅진외의 아침햇살 제품이 판매되고 있음

<표 IV-29> 미국 오프라인 매장에서 판매 중인 쌀 가공식품 - 쌀음료

제품사진			
제품명	Ricemilk	Horchata	Horchata
제조사/브랜드	Dream	Klass	Horchata
가격	USD 5.23	USD 2.58	USD 3.13
중량	1.89 ℓ	14.12g	0.47 ℓ
원산지	미국	멕시코	멕시코

47) 오프라인 소매 유통채널에서 판매 중인 4개 제품 기준

제품사진				
	제품명	Horchata	아침햇살	아침햇살 흑미
	제조사/브랜드	El Mexicano	웅진	웅진
	가격	USD 2.62	USD 가격	USD 가격
	중량	12oz(350ml)	500ml	500ml
	원산지	멕시코	한국	한국

\*출처: 미국 오프라인 소매 유통채널(Walmart, Target, Ralphps, Whole Foods Market, Super1Mart) 방문조사 결과(2024.08)

- (떡볶이) 제품당 평균 중량은 약 223g, 100g당 평균 2.21달러(한화 약 2,938원)에 판매<sup>48)</sup>되며, 모두 한국산으로 확인

<표 IV-30> 미국 오프라인 매장에서 판매 중인 쌀 가공식품 - 떡볶이

제품사진				
	제품명	Yopokki	BBQ Tteokbokki	Yopokki
	제조사/브랜드	Young Poong	O'food	Young poong
	가격	USD 7.99	USD 8.99	USD 4.29
	중량	9.2oz(261g)	10.2oz(289g)	4.23oz(120g)
	원산지	한국	한국	한국

\*출처: 미국 오프라인 소매 유통채널(Walmart, Target, Ralphps, Whole Foods Market, Super1Mart) 방문조사 결과(2024.08)

48) 오프라인 소매 유통채널에서 판매 중인 3개 제품 기준

## 다. 온·오프라인 판매현황 종합분석

□ 미국 온·오프라인 소매 유통채널에서 판매 중인 쌀 가공식품 주요 품목의 평균 판매단가는 100g(ml)당 2.54달러(한화 약 3,377원)로 집계

- 쌀 기반 주류의 평균 판매단가는 쌀 기반 주류 > 쌀과자 > 떡(떡볶이) > 쌀국수 > 가공밥 > 쌀음료 > 즉석밥 순으로 높게 형성

<표 IV-31> 미국 온·오프라인 유통채널에서 판매되는 쌀 가공식품 품목별 단가 비교

(단위: 달러/100g·100ml)

구분	100g당 평균 단가		
	전체 평균	온라인	오프라인
쌀 가공식품 전체 평균	2.54	2.91	2.16
- 쌀 기반 주류	3.56	2.72	4.39
- 쌀과자	3.48	4.75	2.2
- 떡(떡볶이 포함)	2.90	3.59	2.21
- 쌀국수	2.71	2.55	2.87
- 가공밥	2.51	3.31	1.71
- 쌀음료	1.37	2.27	0.47
- 즉석밥	1.23	1.19	1.27

□ 온·오프라인을 통틀어 미국 소매 유통채널에서 판매되는 쌀 가공식품은 미국산이 절반 이상(51.9%)을 차지하며, 일본산(20.7%), 태국산(7.4%), 인도산(5.2%), 중국산(4.4%) 등이 주를 이룸

- 미국산 제품은 쌀 가공식품 주요 유형에서 모두 판매 비중이 가장 높았고, 일본산은 쌀 기반 주류·떡류·쌀음료·즉석밥, 태국산은 쌀과자·떡류·가공밥·쌀국수·즉석밥, 인도산은 가공밥·즉석밥, 중국산은 쌀국수·떡류 등이 유통

<표 IV-32> 미국 온·오프라인 유통채널에서 판매되는 제품 유형별 원산지

구분	온라인	오프라인
- 쌀과자	미국, 태국, 일본, 대만	미국
- 떡/떡볶이	일본, 중국, 대만, 태국	확인 불가
- 가공밥	미국, 이탈리아, 인도, 태국	미국, 이탈리아, 멕시코, 캐나다
- 쌀 기반주류	일본, 미국	일본, 미국
- 쌀국수	중국, 태국, 베트남, 미국	미국, 일본, 태국
- 쌀음료	미국, 일본, 멕시코	미국, 멕시코
- 즉석밥	미국, 영국, 인도, 일본, 태국	미국, 인도, 캐나다

- 100g당 평균 판매단가는 일본산이 3.74달러(한화 약 4,972원)로 가장 높았고, 이탈리아산 2.30달러(한화 약 3,058원), 인도산 2.22달러(한화 약 2,951원), 대만산 2.03달러(한화 약 2,699원) 순으로 고가에 판매

<표 IV-33> 미국 온·오프라인 유통채널에서 판매되는 쌀 가공식품 원산지별 비중 및 평균 단가 비교  
(단위: 개, %, 달러/100g·100ml)

국가	제품 수				평균단가		
	전체	온라인	오프라인	비중	평균	온라인	오프라인
1 미국	70	21	49	51.9	1.94	4.05	2.13
2 일본	28	20	8	20.7	3.74	3.27	4.29
3 태국	10	7	3	7.4	1.97	3.19	1.13
4 인도	7	2	5	5.2	2.22	2.80	1.16
5 중국	6	6	-	4.4	1.52	3.04	-
6 멕시코	6	2	4	4.4	1.18	1.75	0.77
7 대만	2	2	-	1.5	2.03	2.35	-
8 이탈리아	2	1	1	1.5	2.30	1.50	2.24
9 캐나다	2	-	2	1.5	0.58	-	1.16
10 베트남	1	1	-	0.7	0.38	0.76	-
11 영국	1	1	-	0.7	0.75	1.59	-

- 한국산 쌀 가공식품 주요 품목은 온라인에서는 모두 판매되고 있으나, 오프라인 매장에서는 쌀과자, RTE 떡볶이, 막걸리, 쌀음료 등 일부 품목이 소수의 제품으로 판매
- 온·오프라인 통합 한국산 쌀 가공식품 평균 판매단가는 100g당 2.39달러(한화 약 3,177원)로 집계

<표 IV-34> 미국 온·오프라인 유통채널의 제품 유형별 한국산 판매현황

구분	온라인	오프라인
- 쌀과자	쌀과자, 빵튀기	쌀과자
- 떡/떡볶이	떡볶이떡, 떡국떡, RTE떡볶이	RTE 떡볶이
- 가공밥	죽, 비빔밥, 냉동 김밥	확인 불가
- 쌀 기반주류	막걸리, 청주, 쌀소주	막걸리
- 쌀국수	RTE 쌀국수	확인 불가
- 쌀음료	쌀음료	쌀음료
- 즉석밥	즉석밥	즉석밥

## 4. 소비현황

### 가. 소비자 인식조사 개요

□ 2024년 8월 미국 소비자 147명을 대상으로 쌀 가공식품 소비행태에 대한 온라인 설문조사 실시

- (조사기간) 2024년 8월 9일 ~ 2025년 8월 13일(5일간)
- (조사대상) 미국에 거주하는 미국 국적 보유자 147명
- (조사내용)
  - 미국 소비자의 쌀 가공식품 인식 및 소비현황
  - 한국산 쌀 가공식품 소비현황 및 경쟁력 조사
  - 즉석밥(instant rice) 소비현황

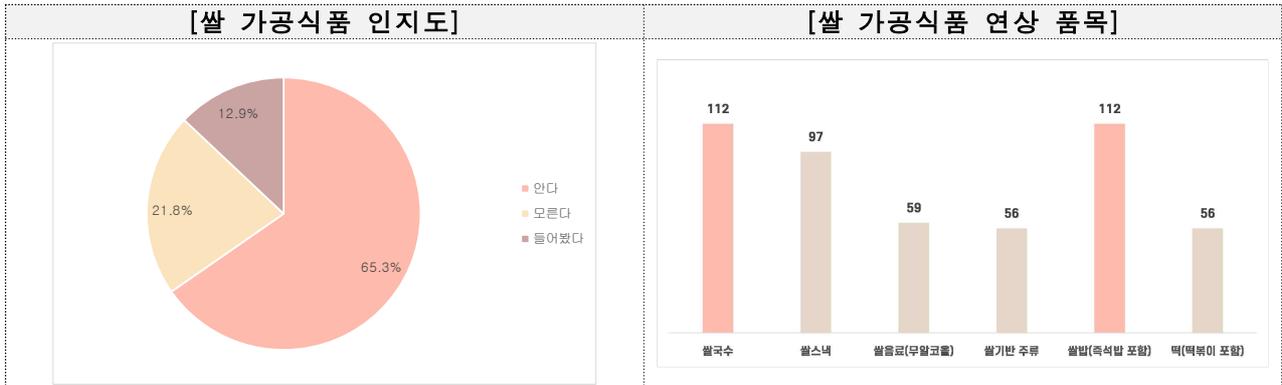
<표 IV-35> 쌀 가공식품 미국 소비자 인식조사 개요

조사 기간		2024.08.09. ~ 2024.08.13.(5일간)
조사 방법		온라인 설문조사(패널조사)
조사 대상		미국에 거주하는 소비자(미국 국적 보유자) 147명
패널 개요	응답자 수	147명(100%)
	성비	남성(56.8%), 여성(43.2%)
	연령비	18~29세(7.9%), 30~44세(48.2%), 45~60세(25.9%), 60세 이상(18.0%)
	지역	북동부(41.3%), 중서부(7.2%), 남부(23.2%), 서부(28.3%)
오차 한계		±8.482%
조사 내용		<p><b>1. 쌀 가공식품 인지도 및 인식</b> - 인지도, 연상제품, 연상국가, 연상 이미지</p> <p><b>2. 쌀 가공식품 소비현황</b> - 소비 경험, 소비이유, 소비 빈도, 구매 시 고려 요소, 섭취 방식</p> <p><b>3. 한국산 쌀 가공식품 소비현황</b> - 쌀 가공식품 인지도, 연상 이미지, 연상 품목, 소비 경험, 소비이유, 소비 빈도, 구매 시 고려 요소, 소비방식, 타 원산지 제품과의 경쟁력 비교</p> <p><b>4. 즉석밥 소비현황</b> - 소비 경험, 소비이유, 소비빈도, 소비방식, 구매 시 고려 요소, 주요 구매처 및 제품 유형, 원산지별 경쟁력 비교, 쌀 품종 고려 여부, 이전 대비 소비 빈도 변화</p> <p><b>5. 한국산 쌀 가공식품 경쟁력 확보를 위한 사항</b> - 한국산 쌀 가공식품 경쟁력 확보를 위한 개선사항, 기타 의견</p>

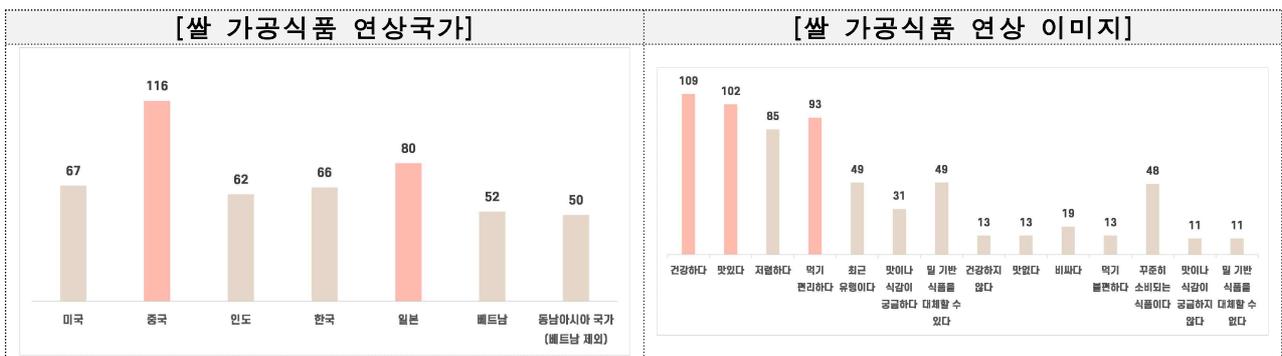
## 나. 소비자 인식조사 결과

□ 설문조사에 참여한 전체 응답자(147명)의 65.3%는 쌀 가공식품에 대해 인지하고 있음

- (연상품목49) 쌀 가공식품을 생각하면 떠오르는 품목은 ‘쌀국수’와 ‘쌀밥(즉석밥 포함)’이 각각 76.2%로 가장 높은 비중 차지
  - 뒤이어 ‘쌀 스낵’(66.0%) > ‘쌀음료(무알코올)’(40.1%) > ‘떡(떡볶이 포함)’ 및 ‘쌀 기반 주류’(각 38.1%) 순



- (연상국가50) 쌀 가공식품의 주요 원산지로 연상되는 국가는 ‘중국(78.9%)’이 가장 많음
  - 뒤이어 ‘일본(54.4%)’ > ‘미국(45.6%)’ > ‘한국(44.9%)’ > ‘인도(42.2%)’ > ‘베트남(35.4%)’ > ‘베트남을 제외한 기타 동남아시아 국가(34.0%)’ 순
- (연상 이미지51) 쌀 가공식품을 생각하면 연상되는 이미지는 ‘건강하다(74.2%)’ > ‘맛있다(69.4%)’ > ‘먹기 편리하다(63.3%)’ 순
  - 이 외에도 ‘저렴하다(57.8%)’ > ‘최근 유행이다’ 및 ‘밀 기반 식품을 대체할 수 있다’(각 33.3%) > ‘꾸준히 소비되는 식품이다(32.7%)’ 순으로 연상



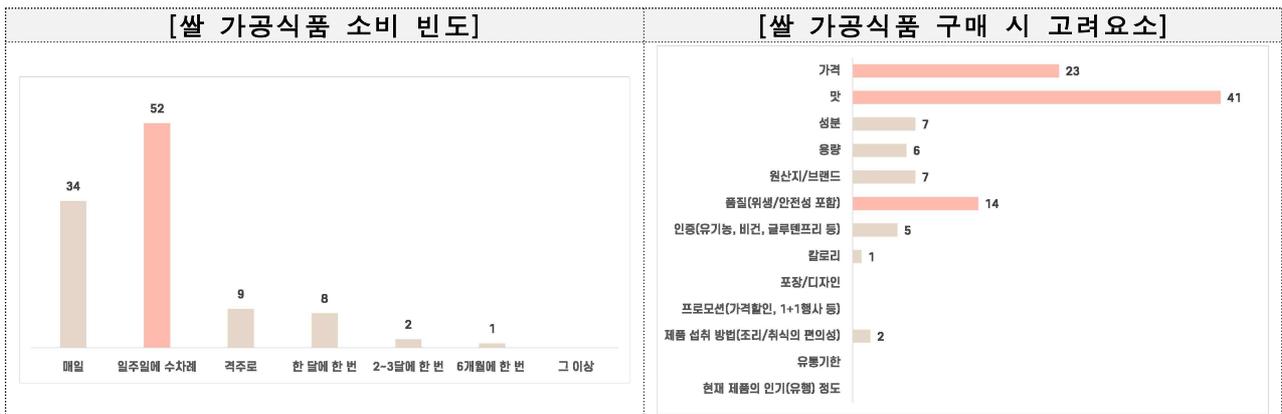
49) 중복집계  
50) 중복집계  
51) 중복집계

□ 쌀 가공식품을 소비해 본 경험이 있는 응답자는 전체의 72.1%로 집계

- (소비이유52) ‘맛있어서(73.6%)’ 쌀 가공식품을 소비한다는 비중이 가장 많음
  - 뒤이어 ‘건강식을 섭취하고 싶어서(60.4%)’, ‘요즘 유행이어서(58.5%)’ 쌀 가공식품을 소비하였으며, 이 외에도 ‘간편한 섭취가 가능해서(49.1%)’, ‘쌀 가공식품을 좋아해서(48.1%)’, ‘가격이 저렴해서(46.2%)’ 순으로 응답

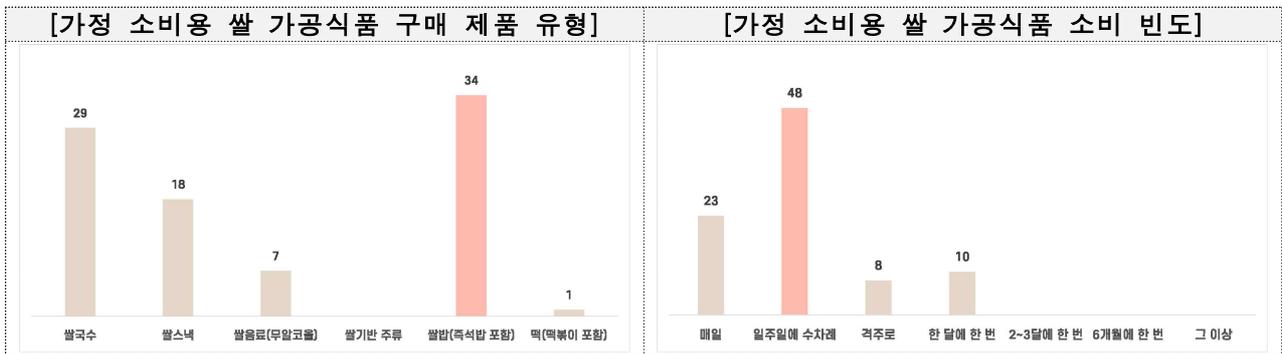
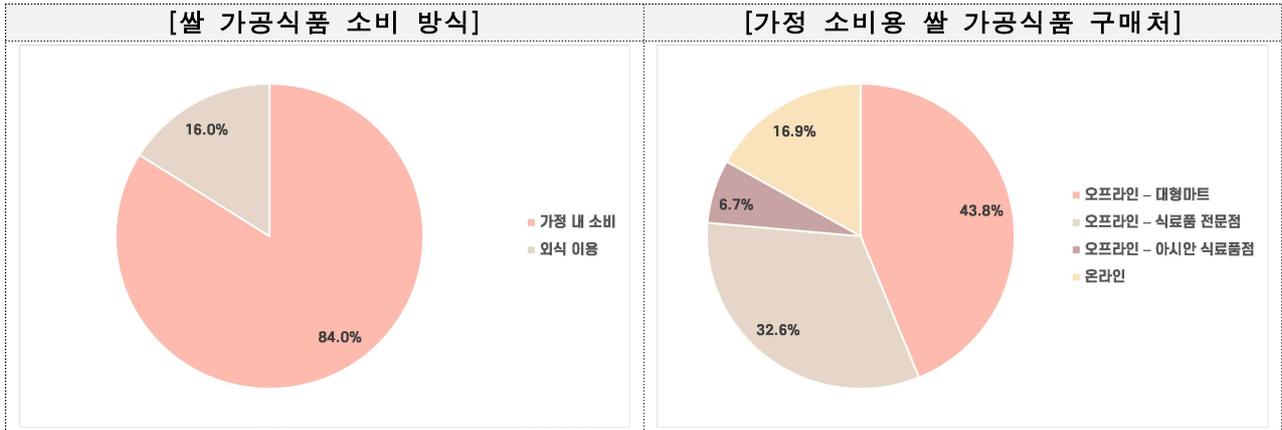


- (소비빈도) 쌀 가공식품 소비 경험이 있는 응답자의 49.1%는 ‘일주일에 수차례’ 쌀 가공식품을 섭취하며, ‘매일’ 섭취하는 소비자의 비중은 32.1%로 나타남
- (구매 시 고려요소) 쌀 가공식품 구매 시 ‘맛(38.7%)’ 을 가장 중요하게 고려하였고, ‘가격(21.7%)’, ‘품질(13.2%)’ 순으로 고려
  - 이 외에도 ‘성분’ 및 ‘원산지/브랜드’(각 6.6%), ‘용량(5.7%)’, ‘인증(4.7%)’ 등을 중시

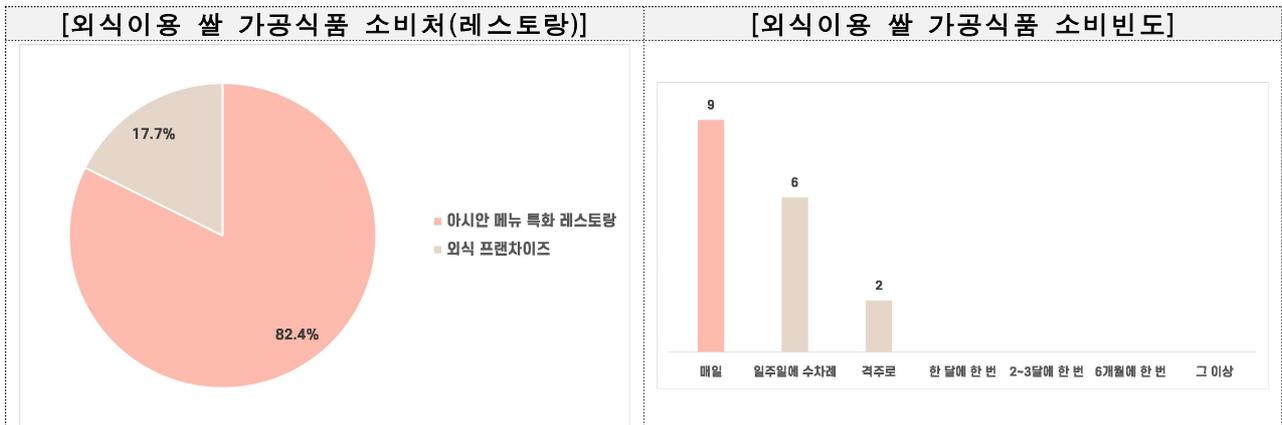


- (소비방식) 쌀 가공식품을 ‘가정 내 소비’ 하는 비중이 84.0%에 달하며, ‘외식을 이용’ 하는 응답자는 16.0%로 집계
  - (가정 내 소비) 가정 취식용 쌀 가공식품은 주로 ‘오프라인 대형마트(43.8%)’나 ‘오프라인 식료품 전문점(32.6%)’에서 구매하며, ‘온라인’ 구매 비중은 16.9%로 나타남
  - 가정 취식용 쌀 가공식품 구매 제품은 ‘쌀밥(즉석밥 포함)’이 38.2%로 가장 많았고, 뒤이어 ‘쌀 국수(32.6%)’, ‘쌀 스낵(20.2%)’ 순

- 가정에서 쌀 가공식품을 소비하는 응답자의 53.9%는 ‘일주일에 수 차례’ 쌀 가공식품을 소비하였고, 뒤이어 ‘매일’ 소비하는 비중은 25.8%로 나타남



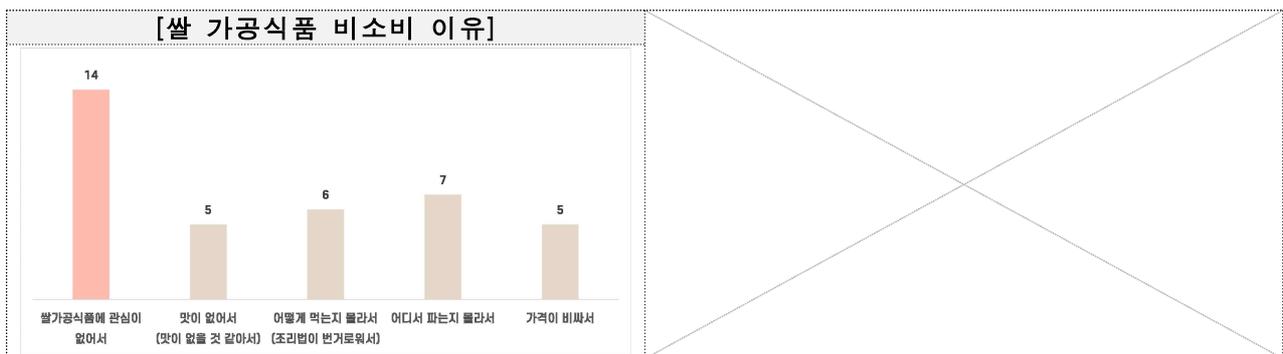
- (외식이용) 외식으로 쌀 가공식품을 소비하는 응답자의 82.4%는 ‘아시아 특화 레스토랑’에서 쌀 가공식품을 섭취하였고, 52.9%는 ‘매일’ 외식으로 쌀 가공식품을 소비한다고 응답
- 뒤이어 ‘일주일에 수차례’ 외식으로 쌀 가공식품을 소비하는 비중은 35.3%, ‘격주로’ 소비하는 비중은 11.8%로 집계
- 쌀 가공식품을 외식으로 소비하는 이유에 대해 응답자의 58.58%는 ‘쌀 가공식품을 먹어보고 싶지만 요리법을 몰라서(또는 요리하기 번거로워서)’라고 응답했고, 41.2%는 ‘쌀로 만든 특정 메뉴의 음식을 선호해서’라고 응답
- 외식을 통해 주로 소비하는 쌀 가공식품 유형은 ‘쌀국수(64.7%)’가 가장 많았고, 뒤이어 ‘쌀 스낵(23.5%)’, ‘쌀을 활용한 요리(볶음밥, 비빔밥, 떡볶이, 김밥, 초밥 등)’와 ‘떡(떡볶이 포함)’이 각각 5.9%로 나타남





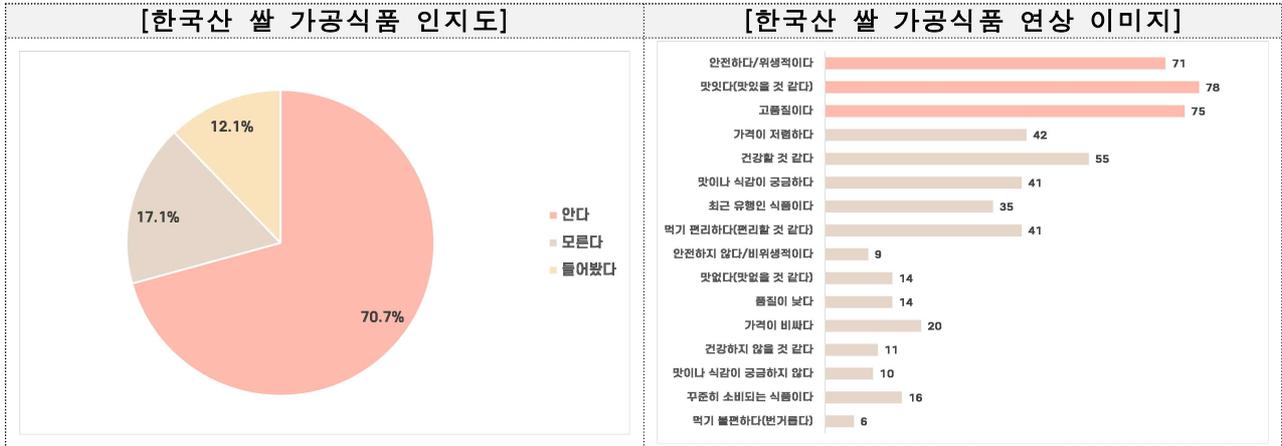
□ 쌀 가공식품을 소비해 본 적 없는 응답자는 27.9%로, 주로 ‘쌀 가공식품에 관심이 없어서(37.8%)’ 소비하지 않는 것으로 나타남

- 이 외에도 ‘어디서 파는지 몰라서(18.9%)’, ‘어떻게 먹는지 몰라서(혹은 조리법이 번거로워서)(16.2%)’, ‘맛이 없어서(혹은 맛이 없을 것 같아서)’ · ‘가격이 비싸서’ (각 13.5%) 쌀 가공식품을 소비하지 않는다고 응답
- 기타 이유로 ‘탄수화물 섭취를 제한하기 위해’ 쌀 가공식품을 섭취하지 않는다는 의견 존재

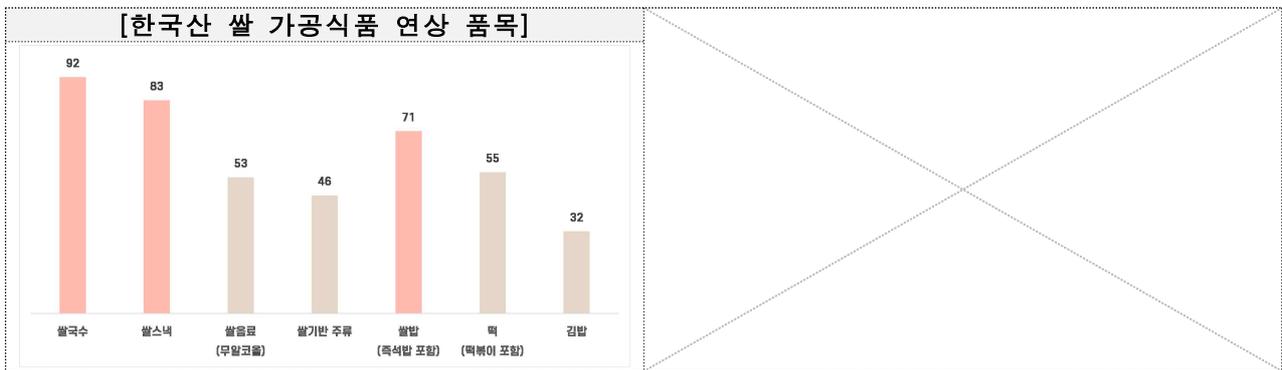


□ 한국산 쌀 가공식품에 대해 알고 있는 응답자는 70.7%로 나타나며, 이 외 한국산 쌀 가공식품에 대해 ‘들어봤다(12.1%)’, ‘모른다(17.1%)’ 로 집계

- (연상 이미지53) 한국산 쌀 가공식품을 생각하면 연상되는 이미지는 ‘맛있다(맛있을 것 같다)(55.7%)’ > ‘고품질이다(53.6%)’ > ‘안전하다/위생적이다(50.7%)’ 순
- 이 외에도 ‘건강할 것 같다(39.3%)’ > ‘가격이 저렴하다(30.0%)’ > ‘맛이나 식감이 궁금하다’·‘먹기 편리하다(편리할 것 같다)’(각 29.3%) > ‘최근 유행인 식품이다(25.0%)’ 등으로 연상

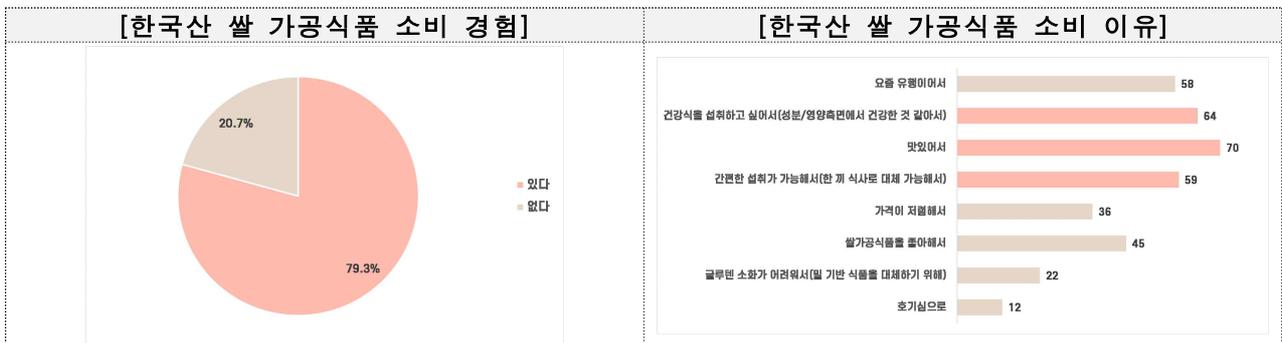


- (연상 품목) 한국산 쌀 가공식품으로 연상되는 제품은 ‘쌀국수(65.7%)’ > ‘쌀 스낵(59.3%)’ > ‘쌀밥(즉석밥 포함)(50.7%)’ 으로 나타남
- 뒤이어 ‘떡(떡볶이 포함)(39.3%)’ > ‘쌀음료(무알코올)(37.9%)’ > ‘쌀 기반 주류(32.9%)’ > ‘김밥(22.9%)’ 순

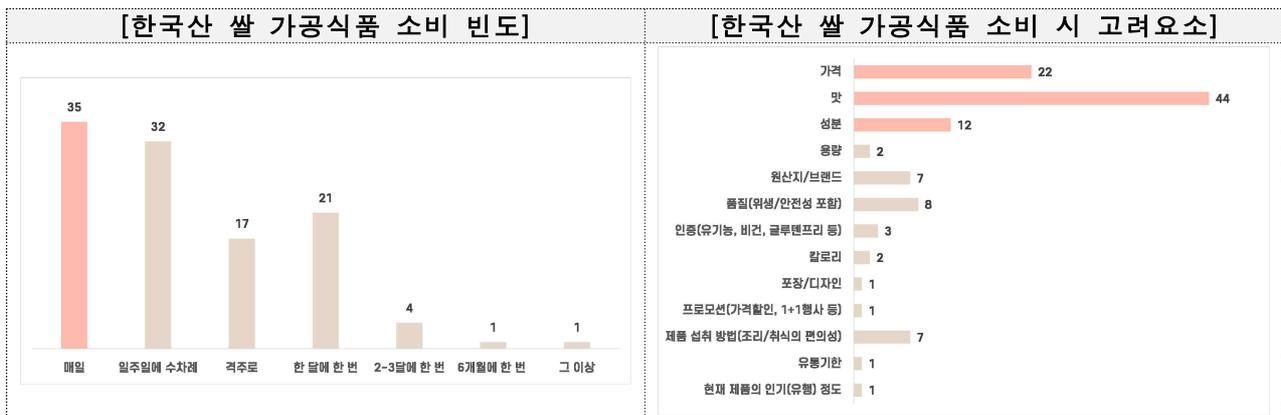


□ 한국산 쌀 가공식품을 소비해 본 경험이 있는 응답자는 79.3%로 집계

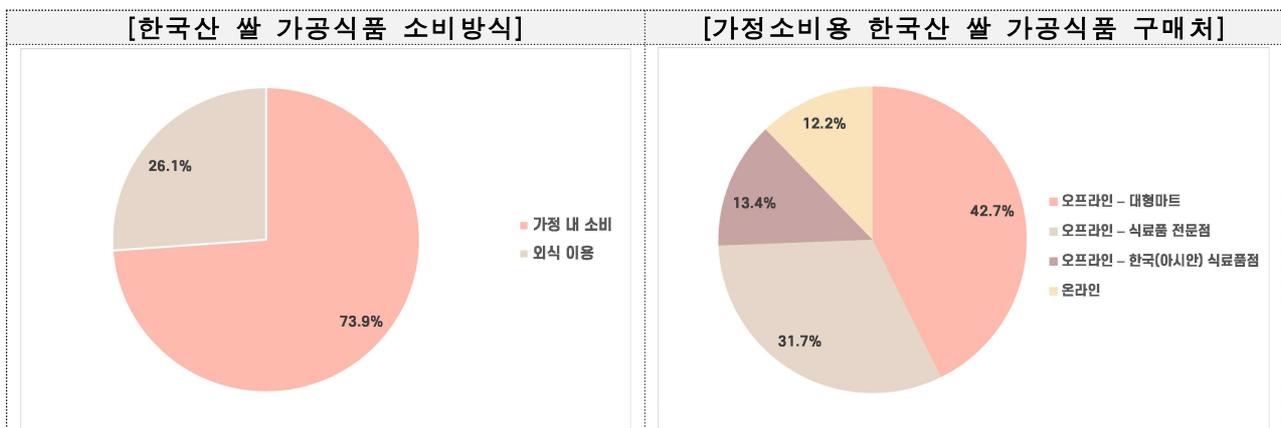
- (소비이유54) ‘맛있어서(63.1%)’, ‘건강식을 섭취하고 싶어서(57.7%)’, ‘간편한 섭취가 가능해서(53.2%)’ 한국산 쌀 가공식품을 주로 소비
- 이 외에도 ‘요즘 유행이어서(52.3%)’, ‘쌀 가공식품을 좋아해서(40.5%)’, ‘가격이 저렴해서(32.4%)’, ‘글루텐 소화가 어려워서(밀 기반 식품 대체)(19.8%)’, ‘호기심으로(10.8%)’ 순으로 한국산 쌀 가공식품을 소비한다고 응답

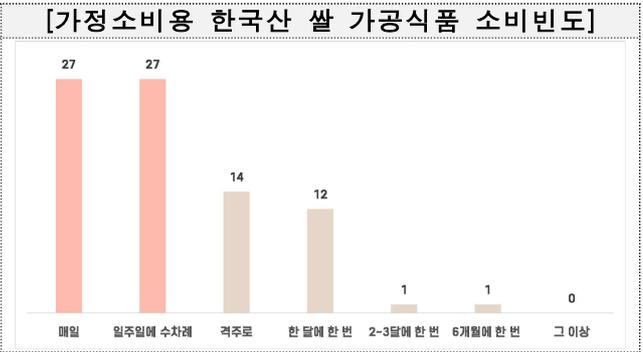
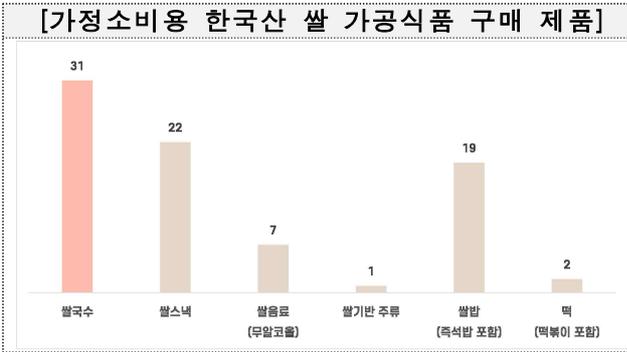


- (소비빈도) ‘매일’ 한국산 쌀 가공식품을 소비하는 비중이 31.5%로 가장 높고, 뒤이어 ‘일주일에 수차례’ 소비하는 비중이 28.8%로 나타남
- (구매 시 고려요소) 한국산 쌀 가공식품 구매 시 ‘맛(39.6%)’을 가장 중요한 구매 요소로 꼽음
  - 뒤이어 ‘가격(19.8%)’, ‘성분(10.8%)’, ‘품질(7.2%)’, ‘제품섭취방법’·‘원산지 및 브랜드’(각 6.3%) 순으로 중요하게 고려

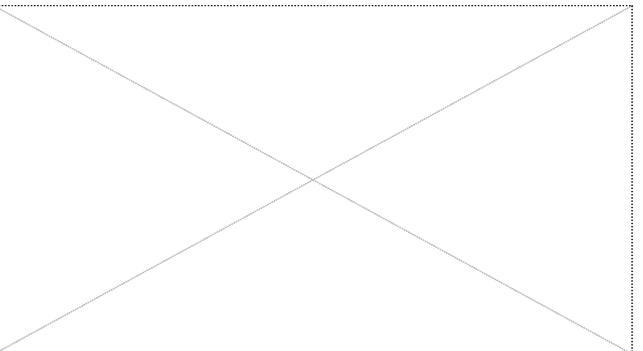
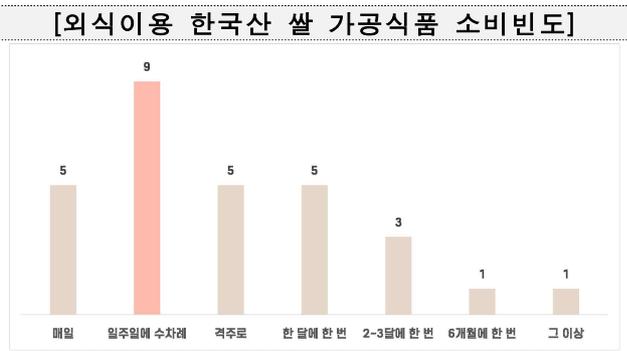
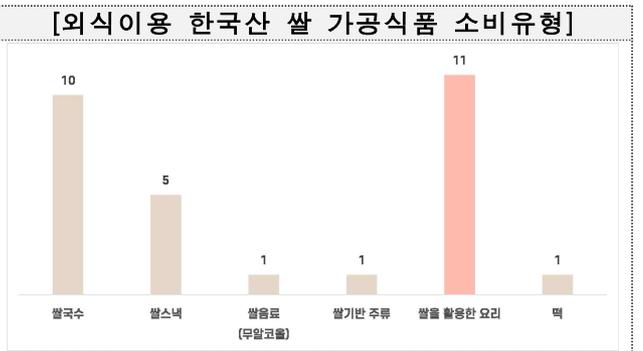
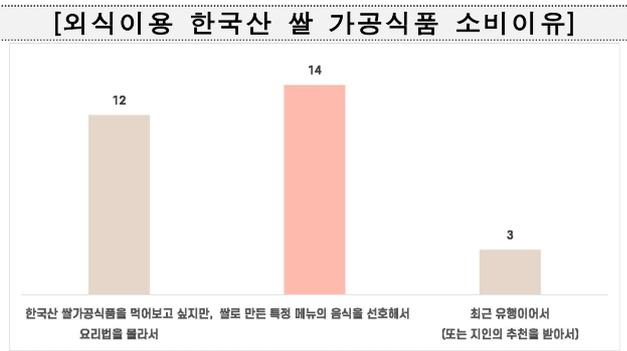


- (소비방식) 한국산 쌀 가공식품을 ‘가정 내 소비’ 하는 비중은 73.9%, ‘외식을 이용’ 하는 응답자는 26.1%로 나타남
  - (가정 내 소비) 가정 소비용 한국산 쌀 가공식품은 ‘오프라인 대형마트(42.7%)’와 ‘오프라인 식료품 전문점(31.7%)’에서 주로 구매하며, ‘오프라인 아시아인 식료품점(13.4%)’과 ‘온라인(12.2%)’에서도 구매
  - 가정 소비용으로 구매하는 한국산 쌀 가공식품의 유형은 ‘쌀국수(37.8%)’ > ‘쌀 스낵(26.8%)’ > ‘쌀밥(즉석밥 포함)(23.2%)’으로 나타나며, ‘쌀음료(무알코올)(8.5%)’, ‘떡(떡볶이 포함)(2.4%)’, ‘쌀 기반 주류(1.2%)’의 비중은 높지 않음
  - ‘매일’ 혹은 ‘일주일에 수차례’ 한국산 쌀 가공식품을 가정에서 소비한다는 비중이 각각 32.9%로 가장 많은 비중 차지

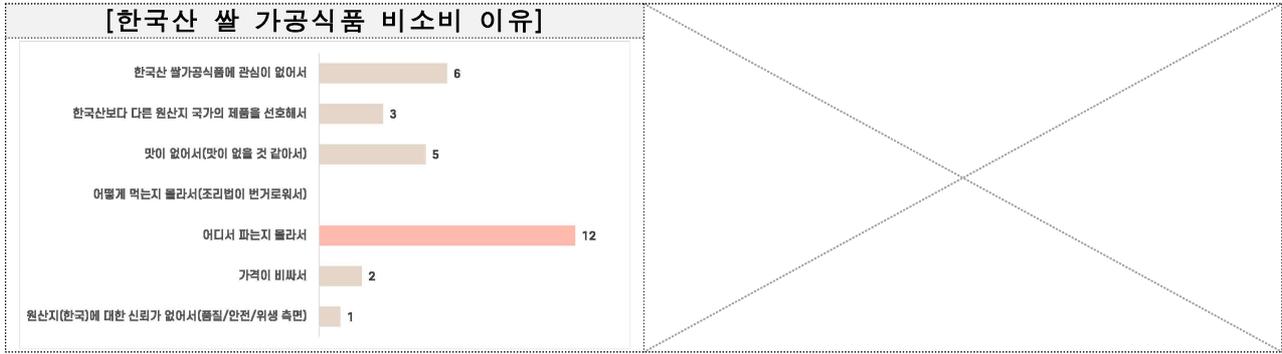




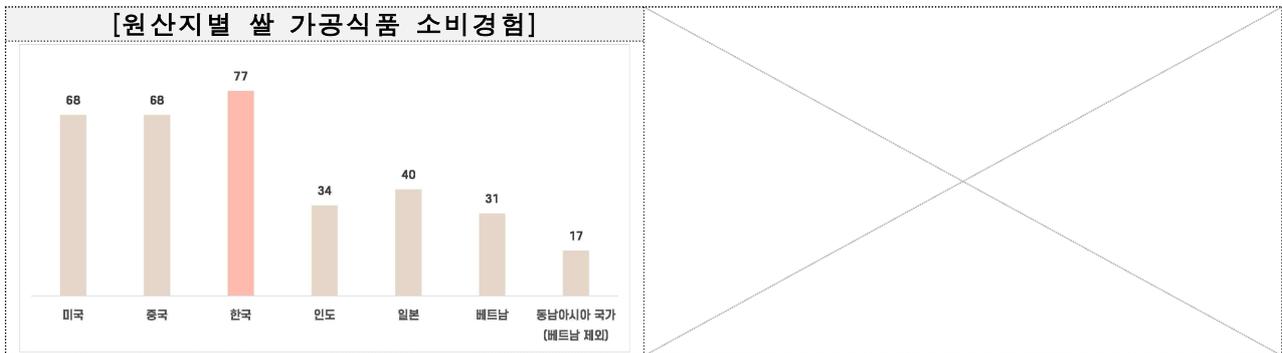
- (외식이용) 외식으로 한국산 쌀 가공식품을 소비하는 이유는 ‘쌀로 만든 특정 메뉴의 음식을 선호해서(48.3%)’, ‘한국산 쌀 가공식품을 먹어보고 싶지만 요리법을 몰라서(또는 요리하기 번거로워서)(41.4%)’로 나타나며, ‘최근 유행이어서’ 외식으로 한국산 쌀 가공식품을 소비하는 비중은 10.3%로 집계
- 외식으로 섭취하는 한국산 쌀 가공식품의 유형은 ‘쌀을 활용한 요리(볶음밥, 비빔밥, 떡볶이, 김밥 등)’가 37.%로 가장 많았고, ‘쌀국수(34.5%)’, ‘쌀 스낵(17.2%)’ 순
- ‘일주일에 수차례’ 외식으로 한국산 쌀 가공식품을 소비하는 비중이 31.0%로 가장 높았고, ‘매일’·‘격주로’·‘한 달에 한 번’ 소비하는 비중이 각각 17.2%로 나타남



- 한국산 쌀 가공식품을 소비해 본 적 없는 응답자는 20.7%로, 이 중 41.4%가 ‘어디서 파는지 몰라서’ 한국산 쌀 가공식품을 소비해본 적 없다고 응답
- 이 외에도 ‘한국산 쌀 가공식품에 관심이 없어서(20.7%)’, ‘맛이 없어서(없을 것 같아서)(17.2%)’, ‘한국산보다 다른 원산지 국가의 제품을 선호해서(10.3%)’ 한국산 쌀 가공식품을 소비하지 않은 것으로 나타남



□ 한국산 쌀 가공식품을 소비해본 적 있는 응답자는 ‘미국’ · ‘중국’ (각 61.3%), ‘일본(36.0%)’, ‘인도(30.6%)’, ‘베트남(27.9%)’, ‘베트남을 제외한 기타 동남아시아 국가(15.3%)’ 의 쌀 가공식품을 소비한 경험 보유



- 한국산 쌀 가공식품은 ‘맛’, ‘품질’, ‘포장’, ‘위생/안전성’, ‘제품 정보제공’, ‘제품 인증’, ‘원산지 국가의 이미지/신뢰도’ 부분에서 경쟁국산(타원산지) 제품보다 우수하다고 인식55)
  - 특히 ‘품질(+17)’, ‘맛(+11)’, ‘위생/안전성(+9)’, ‘제품 인증(+9)’, ‘원산지 국가의 이미지/신뢰도(+9)’는 한국산 제품이 경쟁국산 제품과 큰 격차를 보이며 ‘보다 우수하다(좋다)’고 인식
  - ‘포장(+1)’, ‘제품 정보제공(+1)’ 부분에서 ‘한국산 제품이 우수하다’는 응답은 ‘경쟁국산 제품이 우수하다’는 응답과 간소한 차이를 보임
- 반면 ‘구매용이성(-6)’ 및 ‘가격(-4)’은 한국산보다 경쟁국산(타원산지) 제품이 더 우수하다고 인식

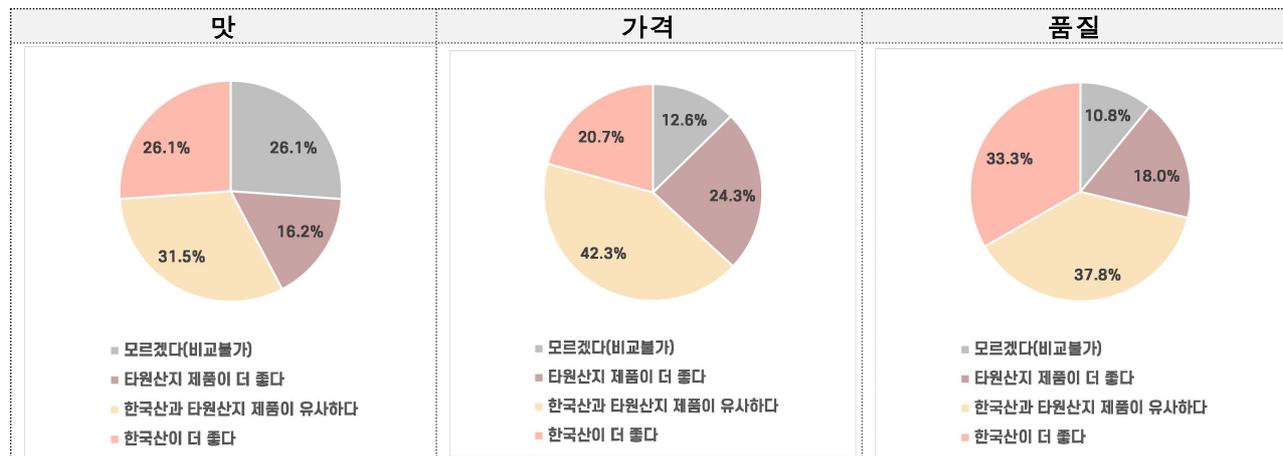
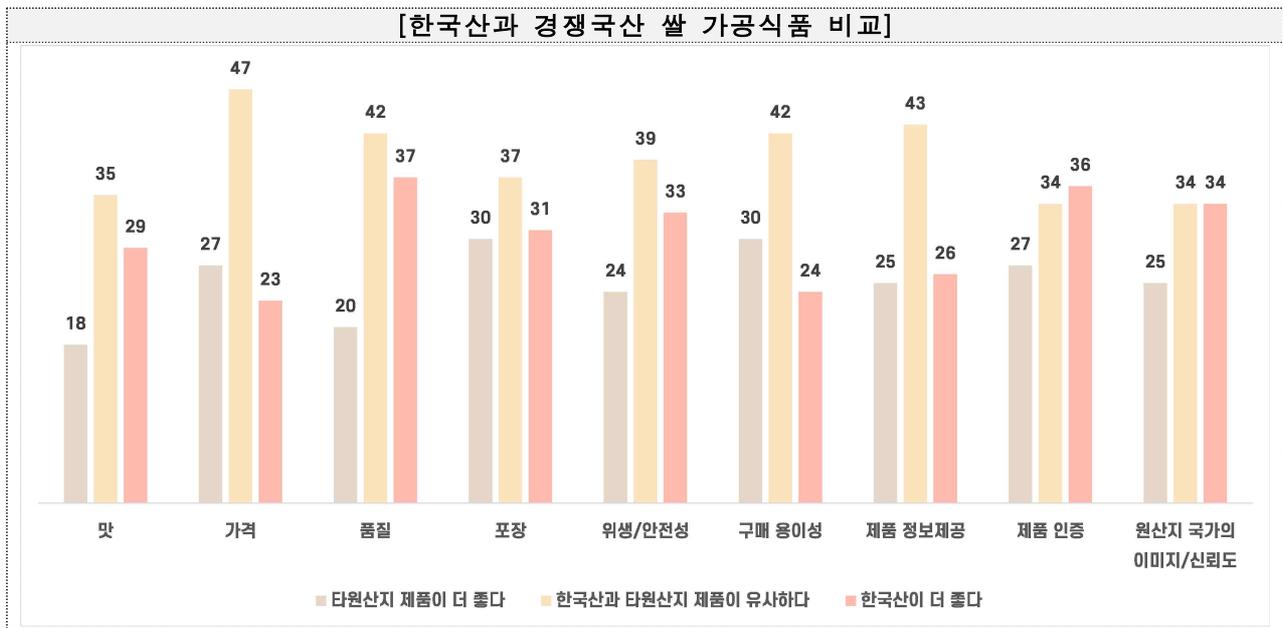
55) ‘한국산과 타원산지 제품이 유사하다’는 응답을 제외하고 비교

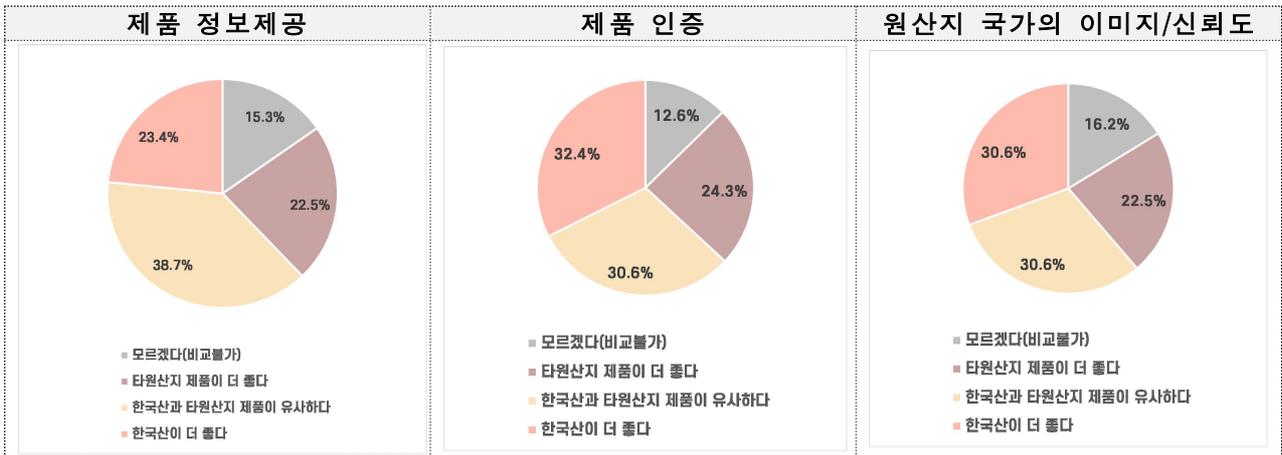
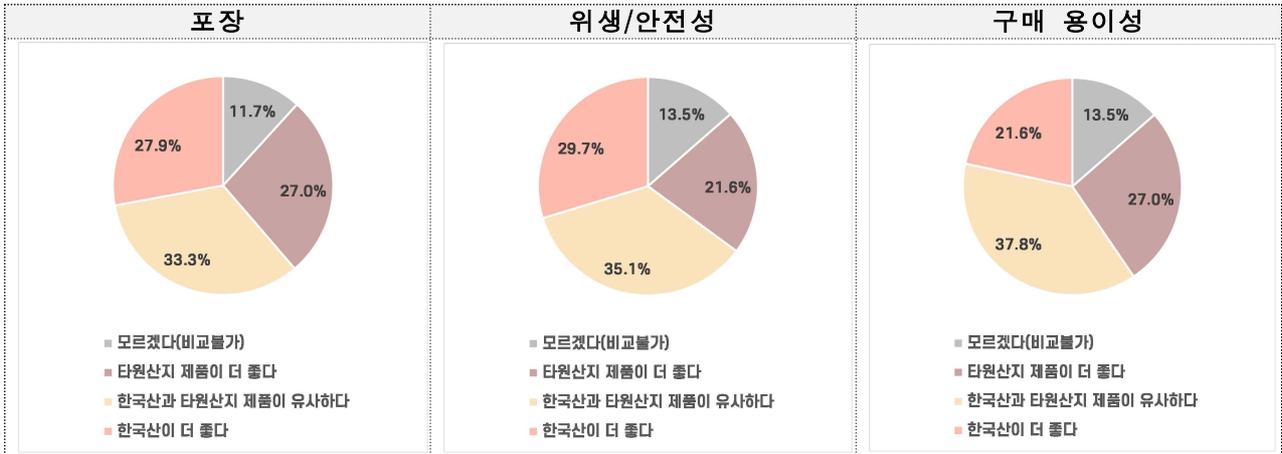
<표 IV-35> 한국산 쌀 가공식품 소비자의 한국산/경쟁국산 경쟁력 비교

(Base: 전체 n=111, 단위: %)

항목	응답수(건)			
	타원산지 제품이 더 좋다	한국산과 타원산지 제품이 유사하다	한국산이 더 좋다	타원산지 vs 한국산 비교*
1 맛	18	35	29	+11
2 가격	27	47	23	-4
3 품질	20	42	37	+17
4 포장	30	37	31	+1
5 위생/안전성	24	39	33	+9
6 구매 용이성	30	42	24	-6
7 제품 정보제공	25	43	26	+1
8 제품 인증(글루텐프리, 비건, 유기농 등)	27	34	36	+9
9 원산지 국가의 이미지/신뢰도	25	34	34	+9

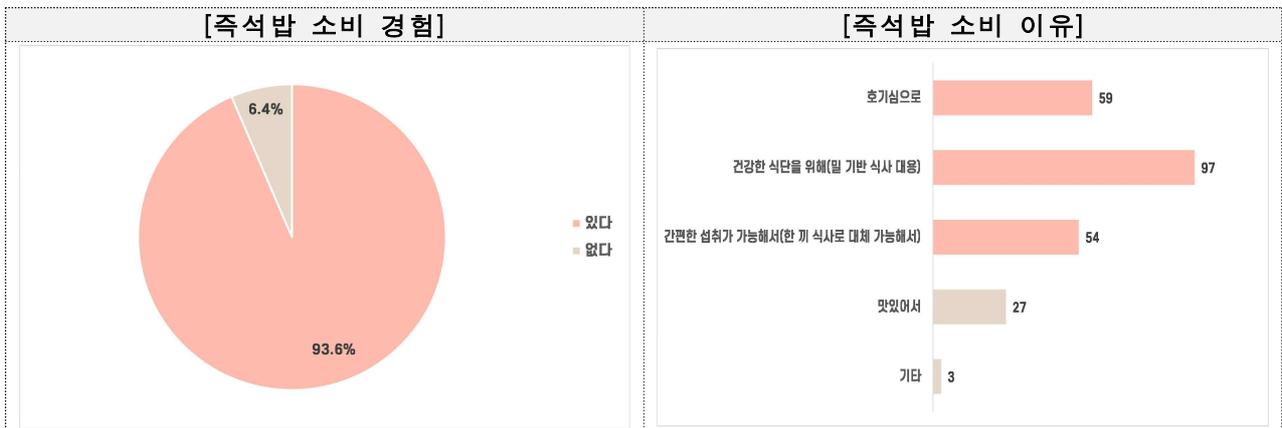
\*타원산지vs한국산 비교 항목의 양수(+)는 한국산이 우위, 음수(-)는 경쟁국산이 우위를 의미



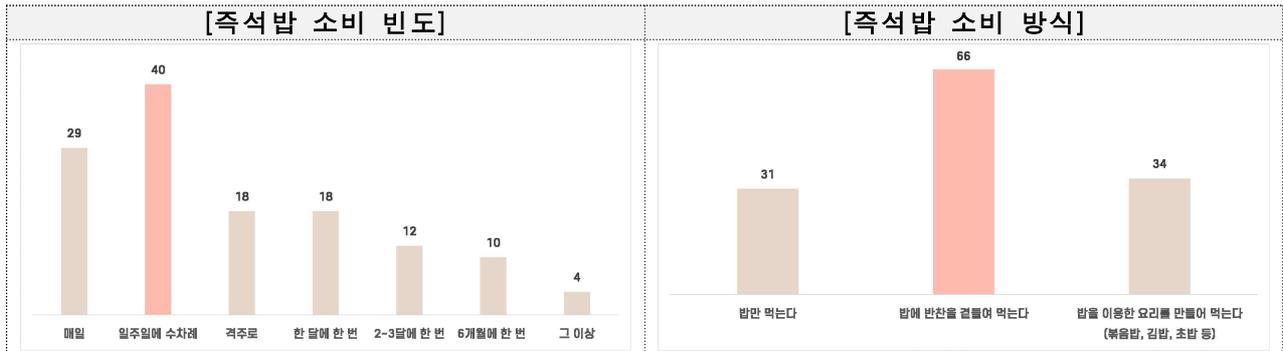


□ 응답자의 93.6%는 즉석밥을 소비해 본 경험 보유하며, 건강한 식단을 위해(밀 기반 식사 대체 포함) 주로 소비되는 것으로 나타남

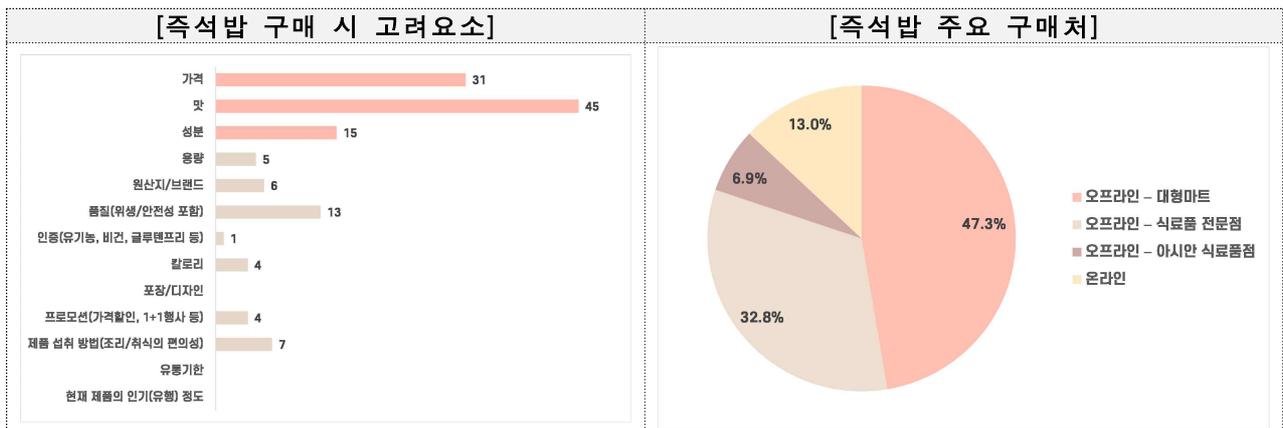
- (소비이유56) 쌀 가공식품 소비 이유는 ‘건강한 식단을 위해(밀 기반 식사 대응)’ > ‘호기심으로’ > ‘간편한 섭취가 가능해서’ > ‘맛있어서’ 순으로 나타남



- **(소비빈도)** ‘일주일에 수차례(30.5%)’ 즉석밥을 소비하는 비중이 가장 많고, 뒤이어 ‘매일(22.1%)’, ‘격주로’ · ‘한 달에 한 번’ (각 13.7%) 순
- **(소비방식)** ‘밥에 반찬을 곁들여 먹는’ 응답자가 50.4%이며, ‘밥을 이용한 요리를 만들어 먹는’ 비중이 26.0%, ‘밥만 먹는’ 비중이 23.7%로 나타남

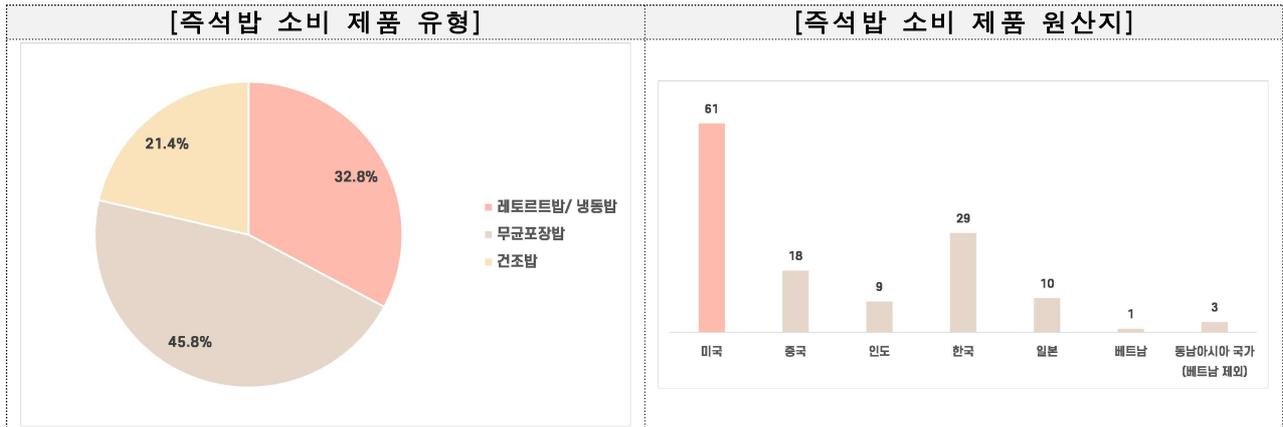


- **(구매 시 고려요소)** 즉석밥 구매 시 ‘맛(34.4%)’ 을 가장 중시하였고, ‘가격(23.7%)’, ‘성분(11.5%)’ 을 그 다음으로 중요하게 여김
  - 뒤이어 ‘품질(9.9%)’, ‘제품 섭취방법(5.3%)’, ‘원산지/브랜드(4.6%)’, ‘용량(3.8%)’, ‘칼로리’·‘프로모션’(각 3.1%) 순으로 고려
- **(구매처)** 즉석밥은 주로 ‘오프라인 대형마트(47.3%)’ 와 ‘오프라인 식료품 전문점(32.8%)’ 에서 구매
  - ‘온라인’에서 구매하는 비중은 13.0%로 집계되었으며, ‘오프라인 아시안 식료품점’을 이용하는 응답자는 6.9%로 나타남

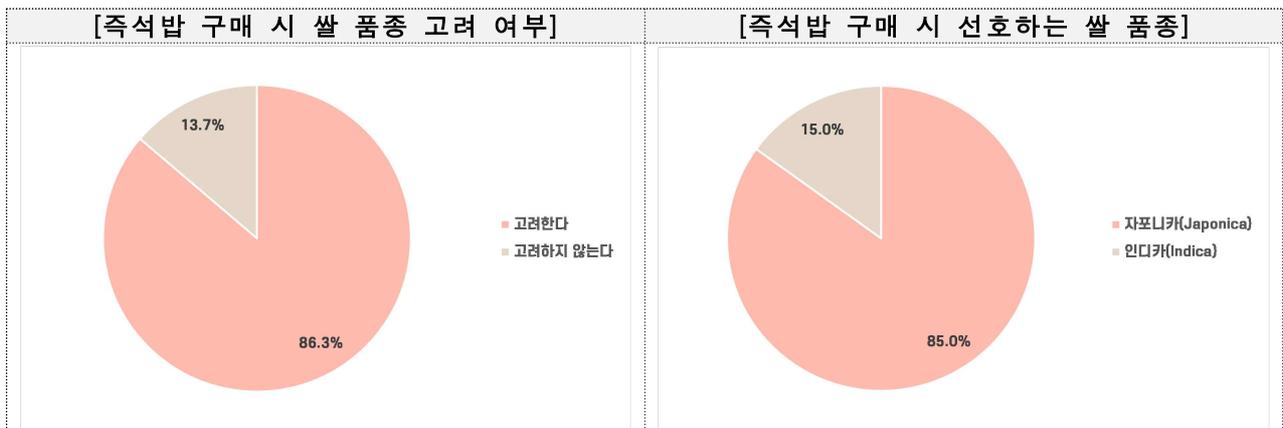


- **(제품유형)** 조리된 밥의 형태로 간단한 가열 후 섭취 가능한 ‘무균포장밥(즉석밥)’ 구매 비중이 45.8%로 가장 높음
  - 뒤이어 여러 식재료를 함께 넣어 만든 형태로 간단한 가열/조리 후 섭취 가능한 ‘레토르트밥이나 냉동밥’이 32.8%, 조리된 쌀을 건조한 형태로 물에 불려 먹는 ‘건조밥’이 21.4%로 나타남

- (원산지) 즉석밥을 소비해본 적 있는 응답자의 46.6%는 ‘미국산’ 제품을 구매하였고, ‘한국산(22.1%)’, ‘중국산(13.7%)’ 순으로 나타남
  - 이 외에도 ‘일본(7.6%)’, ‘인도(6.9%)’, ‘기타 동남아시아 국가(베트남 제외)(2.3%)’, ‘베트남(0.8%)’산 즉석밥 구매 경험 보유



- (쌀 품종) 즉석밥 소비 경험을 보유한 응답자의 86.3%는 구매 시 ‘쌀의 품종을 고려’ 하며, 이 중 85.0%는 ‘자포니카종을 선호’ 한다고 응답



□ 한국산과 경쟁국산(타원산지)의 즉석밥 경쟁력 비교 결과, ‘맛’, ‘포장’, ‘위생/안전성’, ‘구매용이성’, ‘제품정보제공’ 부문에서 한국산이 우위를 점함<sup>57)</sup>

- 특히 ‘위생/안전성(+18)’ 과 ‘구매 용이성(+12)’ 부문에서 한국산이 경쟁국산보다 더 우수하다고 인식되었고, ‘정보제공(+7)’, ‘포장(+6)’, ‘맛(+2)’ 부문 역시 경쟁국산보다 한국산이 우수하다고 인식
- 반면 ‘제품인증(-1)’ 과 ‘원산지 국가의 이미지/신뢰도(-1)’ 부문은 간소한 차이로 한국산보다 경쟁국산이 우수하다고 인식
- 가격과 품질 부문은 한국산과 경쟁국산이 유사한 수준으로 인식됨

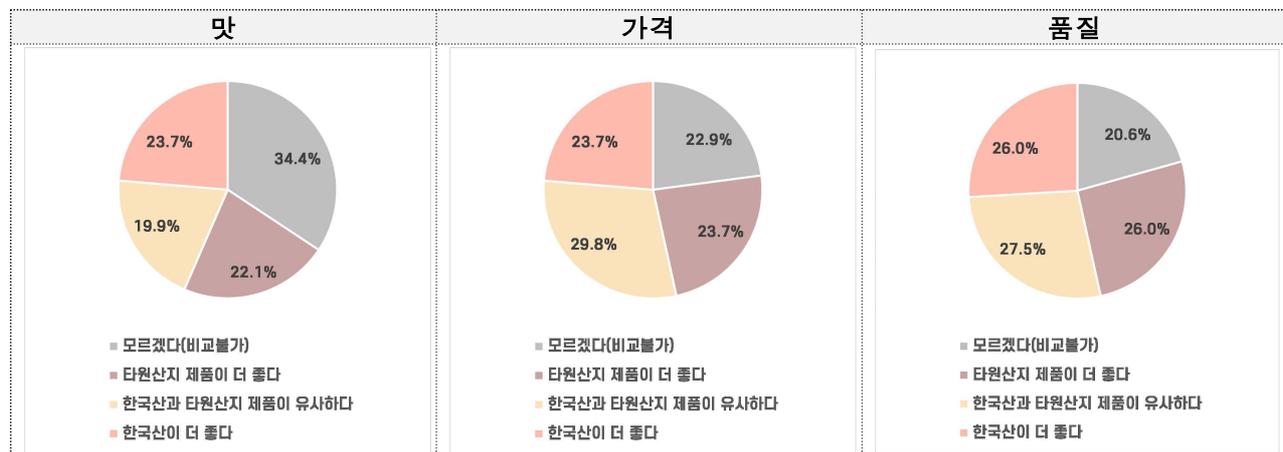
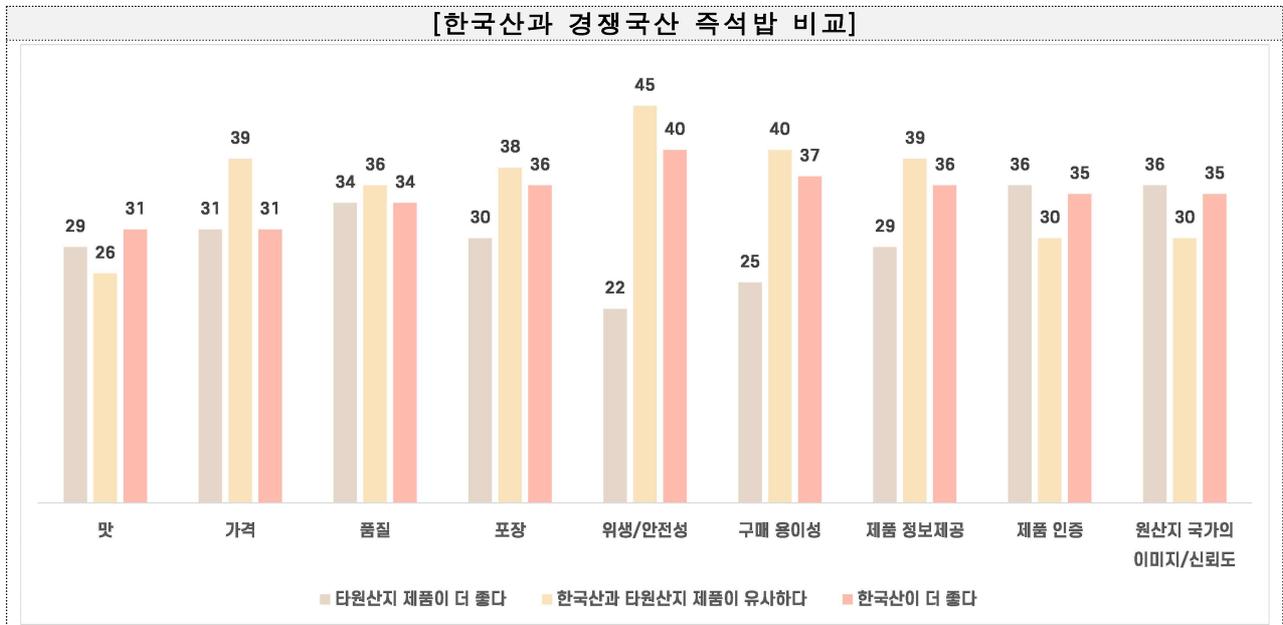
57) ‘한국산과 타원산지 제품이 유사하다’는 응답을 제외하고 비교

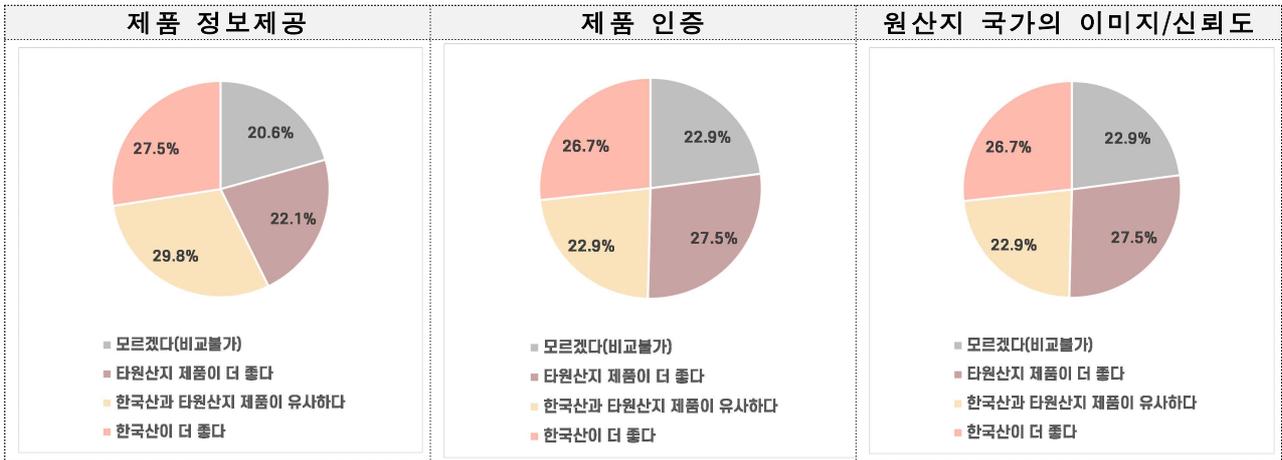
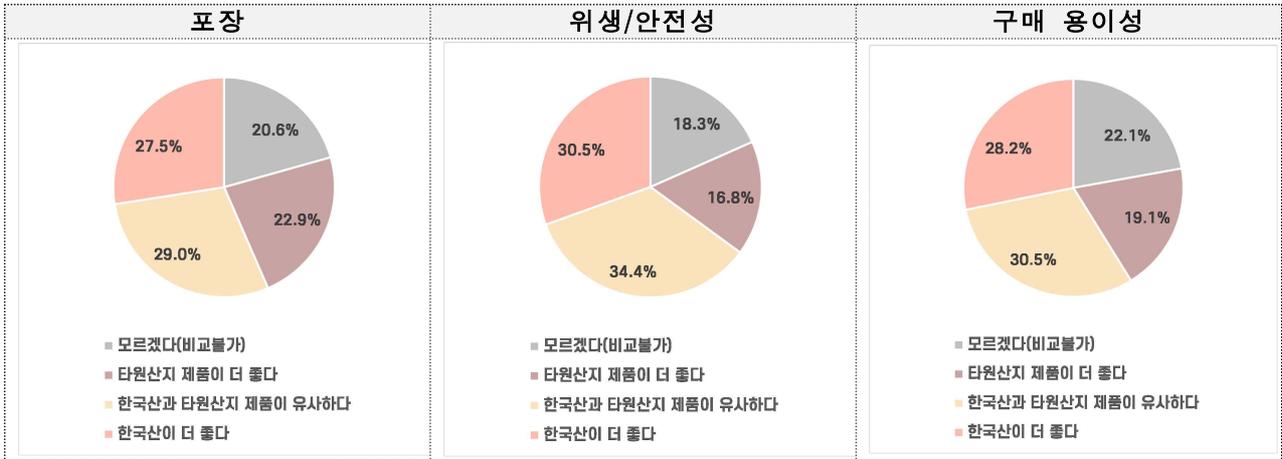
<표 IV-36> 즉석밥 소비자의 한국산/경쟁국산 경쟁력 비교

(Base: 전체 n=111, 단위: %)

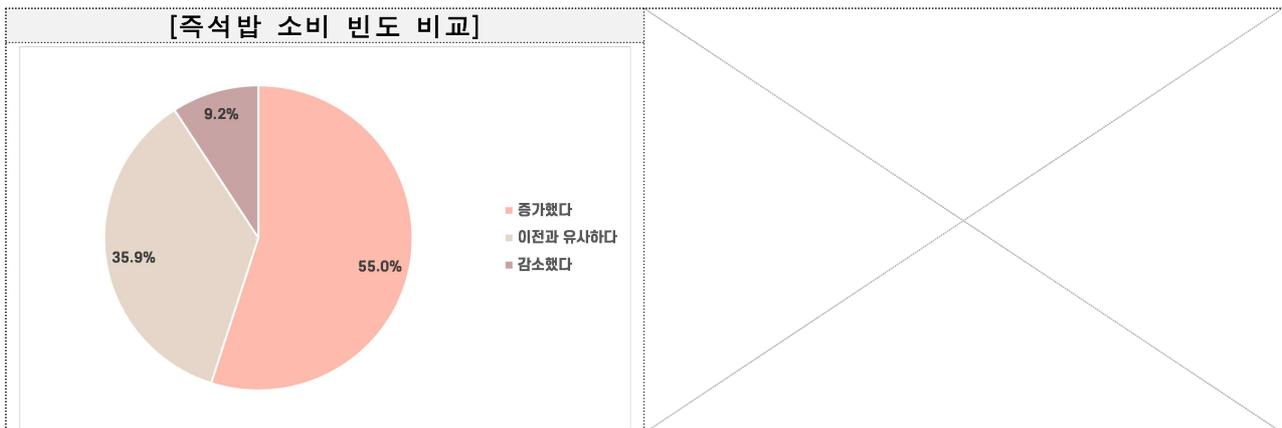
항목	응답수(건)			
	타원산지 제품이 더 좋다	한국산과 타원산지 제품이 유사하다	한국산이 더 좋다	타원산지 vs 한국산 비교*
1 맛	29	26	31	+2
2 가격	31	39	31	0
3 품질	34	36	34	0
4 포장	30	38	36	+6
5 위생/안전성	22	45	40	+18
6 구매 용이성	25	40	37	+12
7 제품 정보제공	29	39	36	7
8 제품 인증(글루텐프리, 비건, 유기농 등)	36	30	35	-1
9 원산지 국가의 이미지/신뢰도	36	30	35	-1

\*타원산지vs한국산 비교 항목의 양수(+)는 한국산이 우위, 음수(-)는 경쟁국산이 우위를 의미





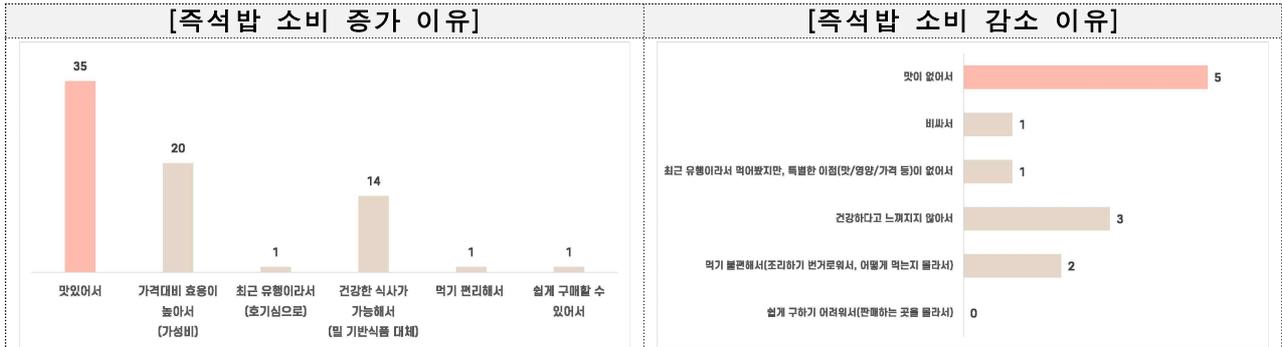
□ 2023년을 기점으로 ‘즉석밥 소비가 증가했다’ 는 비중이 55.0%로 가장 많음



- (소비증가) 즉석밥 소비가 증가한 이유는 ‘맛있어서(48.6%)’, ‘가격대비 효용이 높아서(27.8%)’, ‘건강한 식사가 가능해서(밀 기반 식품 대체)(19.4%)’ 순
- ‘최근 유행이라서(호기심으로)’·‘먹기 편리해서’·‘쉽게 구할 수 있어서’ 즉석밥 소비가 증가했다는 비중은 각 1.4%로 집계

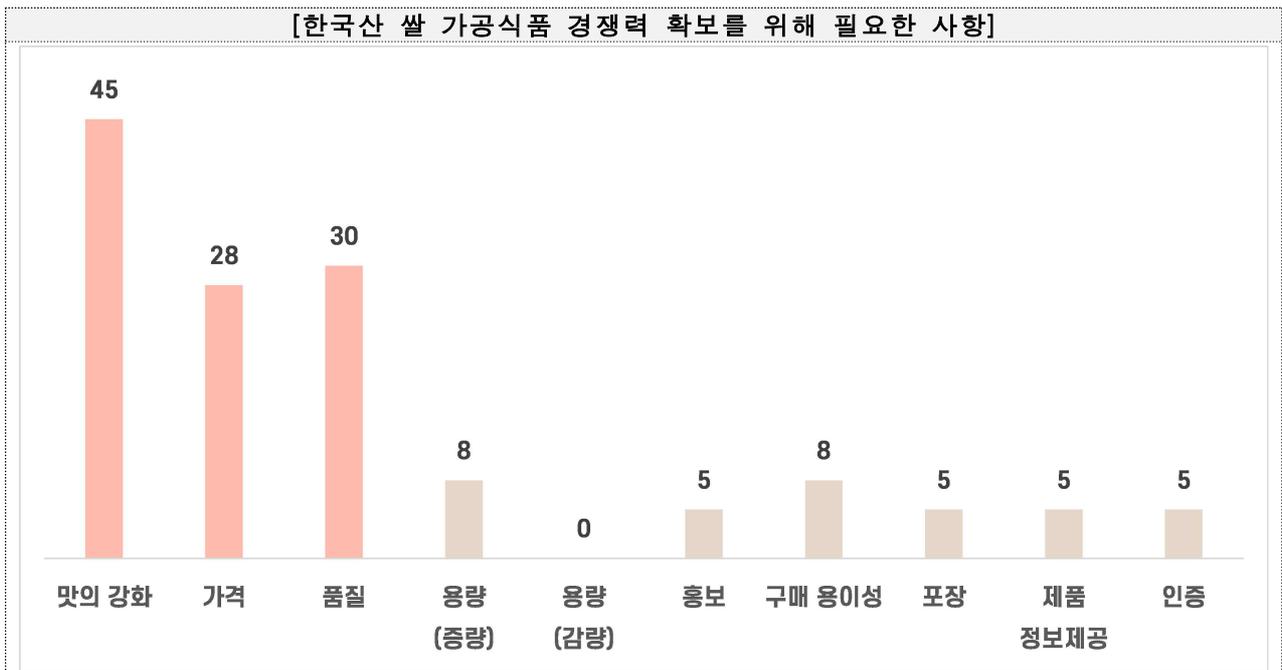
○ (소비감소) 2023년을 기점으로 ‘즉석밥 소비가 감소했다’는 비중은 9.2%

- 즉석밥 소비가 감소한 이유는 ‘맛이 없어서(41.7%)’, ‘건강하다고 느껴지지 않아서(25.0%)’, ‘먹기 불편해서(조리하기 불편해서, 어떻게 먹는지 몰라서)(16.7%)’로 나타나며, ‘비싸서’·‘최근 유행이지만 특별한 이점(맛·영양·가격 등)이 없어서’ 소비가 감소했다는 비중은 각 8.3%로 집계



□ 응답자의 32.4%는 한국산 쌀 가공식품이 경쟁력을 확보하기 위해 ‘더 맛있어야 한다(맛의 강화)’고 인식

- 뒤이어 ‘품질기준 향상(21.6%)’, ‘가격인하(20.1%)’가 필요하다고 응답하였으며, ‘증량’ 및 ‘구매 용이성 확보’ (각 5.8%), ‘포장개선’ · ‘제품정보 강화’ · ‘인증취득’ · ‘적극적인 홍보’가 필요하다는 응답은 각 3.6%로 집계



- 응답자의 46.9%는 현재 ‘한국산 쌀 가공식품에 대해 만족’하며, ‘별다른 개선 사항이 없다’고 응답<sup>58)</sup>

58) 주관식 응답 기준

- 다만 한국산 쌀 가공식품 소비 경험 및 개선사항에 대한 주관적인 의견으로는 ‘구매 접근성 향상’ · ‘홍보 강화’ (각 14.3%)가 가장 필요하다고 응답
- 이 외에도 ‘제품 다양화(12.2%)’, ‘품질개선(10.2%)’, ‘맛(풍미/질감/다양화)’과 ‘영양성분’ 개선 (각 6.1%), ‘포장 개선’·‘증량’·‘가격 인하’(각 4.1%), ‘위생/안전성 강화(2.0%)’ 순으로 필요한 것으로 나타남

기 타 의 견	<b>구매 접근성 향상</b>
	- 한국 쌀(가공식품)이 조금 더 맛있었지만, 미국 쌀(가공식품)이 구하기가 더 쉽다
	- 한국 쌀(가공식품)을 먹어본 적 있는지 모르겠다. 주로 중국 식당에서 먹는다.
	- 지역 내 매장에서 한국 쌀 가공식품을 쉽게 구할 수 없다.
	- 제품을 판매하는 곳(소매업체)을 모른다
	- 공급량이 부족하다
	- 더 쉽게 구할 수 있어야 한다
	- 미국 매장에서 한국 쌀 가공식품을 찾기가 어렵다
	<b>홍보 강화(정보제공 포함)</b>
	- 더 큰 시장에서 홍보를 강화해야 한다
	- 더 널리 알려져야 한다
	- 가격, 제품을 더 잘 홍보하고, 가능하면 샘플을 제공하는 것이 좋을 것 같다
	- 제품이 좋다고 생각하지만, 소비자들이 더 자주 사려면 제품에 대해 알아야 한다
	- 소비자에게 제품과 건강상의 이점을 알리고 소비 방법을 알려줘야 한다
	- 소비자들이 쌀 가공식품에 대해 알 수 있도록 홍보해야 한다
	<b>제품 다양화</b>
	- 더 다양한 종류가 필요하다
	- 더 많은 옵션이 필요하다
	- 쌀 기반 디저트, 즉석밥, 간식의 더 많은 종류가 필요하다
	- 더 다양한 옵션이 필요하다
	- 제품 유형이 더 독특하다면 구매가 증가할 것이다
	- 미국에서 판매되는 쌀 가공식품의 유형이 더욱 다양하다
	<b>품질 개선</b>
- 품질이 좋아야 한다	
- 한국산은 품질과 안전성에 대한 기준이 너무 낮다. 미국 기준과 품질을 맞춰야 한다	
- 곡물 자체의 개선이 필요하다	
- 한국산은 질감이 다르고 맛이 떨어진다	
- 한국 쌀은 중국산과 비슷하다	

## 다. 주요 품목별 트렌드

□ 2023년 여름 SNS를 통해 확산된 냉동 김밥 시식 영상이 미국 소비자의 큰 관심을 끌며 한국 김밥에 대한 인기가 지속되고 있음

- 미국 식료품 유통업체 Trader Joe's에서 판매된 한국 냉동 김밥에 대한 소비자 관심이 크게 증가하며 김밥 수백만 줄 분량인 250톤의 초도 물량이 입점 한 달 만에 완판되는 실적을 거둠
  - 많은 소비자들이 SNS를 통해 냉동 김밥에 대한 관심을 표현했고, 일부 소비자들은 '냉동 김밥을 겨우 구했다', '먹어보고 싶었는데 구할 수 없다', '(내가 사야 하니) 제발 냉동 김밥을 그만 사라'와 같은 게시물을 올리며 김밥 열풍을 일으킴
  - 냉동 김밥에 대한 지속적인 수요로 2023년 10월 500톤의 추가 발주가 이루어졌으며, 기존 유통업체 외에도 COSTCO 등 다른 미국 대형 유통망으로도 입점하며 판로를 확장

<그림 IV-15> 미국 식료품 유통업체 Trade Joe's에서 판매된 냉동 김밥과 완판 현황



\*출처: Trader Joe's 공식 홈페이지, 그 냉동 김밥은 어쩌다 미국에서 품절되었나? 시사인(2024.02.29.), reddit(검색일: 2023.09.13.)

- 미국 내 냉동 김밥 열풍이 지속되며 기존 냉동 김밥 생산업체(올콘) 외에도 국내 다양한 김밥 브랜드가 미국으로 수출되고 있음
  - 사조대림은 2024년 4월 한식 레시피를 담은 냉동 김밥 15만 5,000줄에 해당하는 36톤을 초도 수출했고, 미국 내 한인 식료품 체인인 H-Mart에 입점해 판매를 시작
  - 또한 이후 매달 7만 2,000줄의 냉동 김밥을 수출할 계획으로, H-Mart 외에도 대형 유통채널 Trader Joe's 등에 입점하여 제품을 판매할 예정
  - 국내 냉동식품 제조기업 우양은 2024년 5월 기준 미국 대형마트 세 곳에 냉동 김밥을 납품하는 계약을 추진하였으며 동년 3분기부터 수출을 시작한 것으로 알려짐
  - 국내 식물성 대체식품 기업 알티스트는 2024년 3월 100% 식물성 원료로 만든 바비다(BANIDA) 냉동 김밥 3종(참치·불고기·매운불고기)을 출시해 초도 물량 약 5만 개를 미국으로 수출
  - 해당 제품은 미국 내 아시아 식료품점 Saywee와 국내 신세계그룹 이마트가 인수한 식료품 전문점 Bristol Farms를 통해 유통

<그림 IV-16> 미국으로 수출되는 한국 냉동 김밥



사조대림 냉동 김밥 3종  
(유부우영·참치·버섯잡채)

우양 냉동 김밥  
(참치마요·유부우영)

알티스트 식물성 냉동 김밥  
(불고기맛·참치맛·매운불고기맛)

\*출처: 사조대림, '냉동 김밥' 美 시장 필두로 글로벌 수출 나선다, 뉴스원(2024.06.24.), 우양 공식 홈페이지(<http://www.foodkorea.com/>), 알티스트, 냉동 김밥 미국 수출...“한식의 맛 선도 목표”, 이뉴스투데이(2024.03.19.)(검색일: 2023.09.26.)

- 냉동 김밥은 최근 건강식 트렌드에 부합하는 메뉴로 간편한 섭취가 가능하고 가성비가 높아 영양적·가격적 측면을 모두 충족하는 매력적인 음식으로 인식
  - 미국으로 수출된 한국 냉동 김밥은 엄격한 수입 통관을 준수하기 위해 햄이나 계란 등 동물성 재료를 사용하지 않고 유부나 잡채 등을 넣어 만들어 최근 증가한 비건식(채식) 수요에 부합
  - 또한 다른 식사나 메뉴처럼 부피가 크거나 차려 먹어야 하는 번거로움 없이 전자레인지 해동만으로 간편하게 한입에 먹을 수 있고, 들고 다니면서도 먹을 수 있다는 점이 장점으로 여겨짐
  - 냉동식품으로 유통기한이 상대적으로 길고, 한 줄에 3.99달러(한화 약 5,304원) 수준으로 저렴한 가격에 한 끼 식사를 해결할 수 있다는 가성비 높은 식품으로 인식
- 온라인 커뮤니티와 SNS 등에서 소비자들은 대부분 냉동 김밥을 맛있고 가성비 있는 음식으로 평가했으며, 더 맛있게 먹는 방법에 대해 공유함
  - 다만 일부 소비자는 김밥 속재료의 카드뮴 함량에 대한 경고라벨 부착이 필요하다는 의견을 제시하였고, 해동 후에도 김의 식감이 너무 질기다고 평가하기도 함

<그림 IV-17> 한국 냉동 김밥에 대한 미국 소비자 반응



Just had some for lunch: twist, After heating I cut them in half, toss in a bowl with some of the gochujang sauce, fried egg on top, side of kimchi.. so good 😊

↳ 점심으로 먹었는데 고추장과 계란 프라이를 얹어 김치와 함께 먹었다. 너무 맛있었다.



It's a clever food product (kudos to the design team) and pretty good. Cold kimbap is normally terrible and reheated kimbap is normally terrible.

They focused on making the Rice good by steaming from frozen, then choosing a veggie filling set that is fully cooked and specifically steams nicely (most kimbap has ingredients like spinach that's blanched and tastes bad reheated or even goes bad with bacteria). Then you can eat cold or hot after steaming.

Then using Kim that is defect free (or maybe reinforced some way) that doesn't fall apart with the nuking.

I actually eat it with a piece of spam and danmuji on top of each slice. Sometimes egg.

At least when I had a bunch of it. I had like 6 packs and it was gone in a few days. Now there's no more at TJ's.

↳ 영리한 제품이다. 보통 차갑거나 다시 데운 김밥은 맛이 없는데, 해동 후에도 맛있게 먹을 수 있는 속재료로 만들어졌다.



It's pretty good. I think the hype is a little extreme but the amount of servings and price is great! I get full from half the package and I'm not the tiniest person.

↳ 꽤 맛있다. 양도 넉넉하고 가격이 훌륭하다. 나는 작은 사람이 아님에도 불구하고 반만 먹어도 배부르다.

Hear me out. Do an egg wash and a quick fry.

I put them in the microwave just to thaw them a little to be able to separate them. Then crack and egg scramble it. Dip each piece and then toss in an oil coated pan. Delicious!!!!

↳ 계란 물을 입혀서 기름 두른 팬에 구워 먹으면 더 맛있다.



As someone who's never had kimbap I had this yesterday for the first time and it was pretty good. I would get again.

↳ 김밥을 처음 먹어봤는데 꽤 맛있었다. 다시 먹을 의향이 있다.



I think these are pretty good! I threw some gochujang sauce on it and liked it a bit more. Maybe doesn't live up to the hype... but that's okay! Still a good option. It makes me want to learn how to make fresh kimbap 🥳

↳ 꽤 맛있는 음식이다. 고추장을 조금 뿌리면 더 맛있게 먹을 수 있다. 신선한 김밥을 만드는 법을 배우고 싶어졌다.



I followed the microwave instructions and the seaweed was extremely chewy. Does anyone have any cooking recommendations to minimize the chewiness?

↳ 레시피대로 해동했는데 김이 엄청 질겼다. 이를 해결할 수 있는 레시피가 있나?



Lol where's the warning label for cadmium? If it has a warning label at trader Joe's, believe them.

👍 10 🗳️ 🏆 Award ➦ Share ...



I believe seaweed and other seafood has high levels of cadmium.

👍 5 🗳️ 🏆 Award ➦ Share ...



Isn't it legally mandated to have a warning label due to California's Prop 65? I understand the concern of having a heavy metal warning in food, it depends on where the food is sourced and if that geographical area is lowly polluted. Leafy foods like lettuce, spinach, and seaweed contain contain small levels of cadmium. As does rice and root veggies.

Generally, risk exposure is low as you'd have to ingest or inhale high quantities daily in order to be at risk for cancers.

Not downplaying this at all. It's definitely important to reduce dietary exposure to any heavy metal. Simply explaining why a warning may exist to people that aren't aware of the Prop65 warnings.

👍 3 🗳️ 🏆 Award ➦ Share ...

↳ 카드뮴 함량에 대한 경고라벨이 부착되어야 한다.

↳ 해조류(김)와 기타 수산물에는 카드뮴이 많이 들어있다고 생각한다.

↳ 캘리포니아 Prop65 규정에 따라 카드뮴 관련 경고 라벨 부착이 의무화되어 있지 않나? 상추, 시금치, 해조류와 같이 잎이 많은 식품에는 소량의 카드뮴이 들어있고, 쌀과 뿌리채소도 마찬가지이다. 해당 경고문구를 부착해야 한다.

\*출처: reddit(검색일: 2023.09.13)

□ (즉석밥) 즉석밥은 글루텐을 함유한 빵이나 첨가물이 함유된 볶음밥보다 건강하게 섭취할 수 있는 탄수화물 기반 식단으로 인식되며 수요 증가

- 최근 한식에 대한 소비자 관심이 증가하며 집에서 한국식 밥을 먹을 수 있는 즉석밥의 인기가 지속되고 있음
  - 2023년 CJ제일제당 즉석밥 제품의 미국 매출액은 약 1억 1,600만 달러(한화 약 1,542억 1,040만 원)로 전년 대비 21% 증가했고, 2021년 대비 두 배가량 증가함
  - CJ제일제당은 백미와 혼합곡물을 포함한 다양한 즉석밥을 수출하고 있으며, 백미로 만든 즉석밥 제품이 전체 물량의 약 90%를 차지
  - CJ제일제당에 따르면, 미국 즉석밥 소비자의 35%는 즉석밥을 건강한 식단으로 간주하여 구매하는 것으로 나타남
- 소비자들은 한국 즉석밥에 대해 ▲맛있고 ▲빠른 조리가 가능하며 ▲상온 보관이 가능해 편리하다고 인식<sup>59)</sup>
  - 매번 밥을 짓는 것보다 즉석밥을 섭취하는 것이 균일하고 일관성 있는 맛과 식감을 느낄 수 있고, 간편하게 휴대할 수 있어 사무실이나 외부에서도 편리하게 식사를 대체할 수 있다고 평가
- 소비자들은 즉석밥 자체로 소비하기도 하나, 즉석밥 위에 참기름을 뿌려 먹거나, 달걀부침을 올려 먹거나, 손질된 채소를 올려 볶음밥(비빔밥) 형태로 먹는 등 다양한 자신만의 즉석밥 레시피를 공유함

<그림 IV-18> 미국 소비자가 SNS를 통해 공유한 즉석밥 맛있게 먹는 방법



\*출처: TikTok(@mukbanger101, @wonderlulli, @karenbujan)(검색일: 2023.09.13.)

59) 아마존 리뷰 기반

□ (떡류) 독특한 식감과 다양한 맛으로 떡은 미국 내 새로운 디저트로 각광받고 있음

- 이 중 떡볶이는 한국의 대표적인 쌀 가공식품으로, 독특한 맛과 질감의 조합으로 미국 소비자의 입맛을 사로잡음
  - 미국의 언론매체 NBC News에 따르면 한국 길거리 음식에 대한 미국 내 수요가 급격히 증가했는데, 이는 한국 문화에 대한 관심 증가와 온·오프라인에서의 구매 접근성이 높아졌기 때문으로 분석
  - 미국 대형 유통채널 코스트코(Costco)에서는 RTE 형태의 떡볶이 제품이 판매되고 있고, 미국 전역에서 떡볶이 전문 레스토랑이 생겨나며 소비자의 수요를 충족함
  - 미국 유통채널 월마트(Walmart)와 아마존(Amazon)을 통해 떡볶이를 유통하는 대상(오푸드)의 2022년 떡볶이 매출은 전년 대비 450% 증가한 것으로 나타남
- 쌀가루 반죽(떡)을 이용한 디저트 메뉴가 인기를 끌고 있으나, 주로 일본식 찹쌀떡인 모찌를 활용한 제품 위주로 확인
  - 2020년 Mochinut은 일본식 찹쌀떡(모찌)과 미국의 도넛을 합친 형태의 디저트를 판매해 큰 인기를 끌었고, 이후 쌀가루 기반의 한국식 핫도그를 새로운 메뉴로 추가하며 제품군을 확장
  - 해당 브랜드의 디저트는 쌀가루 반죽을 이용해 일반 도넛이나 핫도그에 비해 쫄깃한 질감으로 소비자에게 새로운 맛과 식감을 선사하며 인기를 끌
  - 이 외에도 모찌 안에 아이스크림을 채운 모찌 아이스크림의 인기도 지속되고 있는데, 이는 미국에서 일본식 디저트로 알려져 있음
  - 과거 일본식 찹쌀떡인 모찌는 미국 소비자에게 다소 생소한 식품이었으나, 아이스크림을 접목한 새로운 형태의 디저트가 인기를 끌며 모찌에 대한 소비자의 관심과 인식이 확대되었고, 최근 모찌 및 이를 활용한 디저트는 미국 소비자에게 친숙한 메뉴로 소비됨

<그림 IV-19> 미국 언론에서 보도한 떡볶이 인기 기사



\*출처: NBC NEWS(<https://www.nbcnews.com/news/asian-america/tteokbokki-food-trend-koreas-ultimate-street-food-rcna70827>), MOCHINUT(<https://www.mochinut.com>), Mymochi(<https://www.instagram.com/mymochi/>(검색일: 2023.09.13.))

□ (쌀국수) 저렴한 가격에 건강하고 맛있는 식사로 인식되며 쌀국수 메뉴를 판매하는 길거리 푸드카트(Street Food Cart)나 퀵서비스레스토랑(Quick Service Restaurant)<sup>60)</sup>이 증가

- 쌀국수를 이용한 메뉴는 중화권이나 베트남, 태국 등 동남아시아 지역의 전통 요리로 인식되며, 국물이 있는 쌀국수나 볶음 쌀국수, 넓적한 쌀국수 안에 고기와 채소를 넣은 쌀국수롤(Rice Noodle Roll, 청판<sup>61)</sup>) 등의 형태로 판매
  - 길거리 푸드카트에서 판매되는 쌀국수롤은 3달러(한화 약 3,988원) 내외 수준으로, 미국 소비자들은 저렴하고 간편한 한 끼 식사나 스낵으로 소비

<그림 IV-20> 미국 레스토랑에서 판매되는 쌀국수 메뉴



\*출처: Rice N Noodle(<https://www.ricenoodlevegas.com>), OODLE YUNNAN RICE NOODLE(<https://oodlesf.square.site>), LIYIN RICE ROLL MASTER CANTON(<https://www.liyinus.com>)(검색일: 2024.09.13.)

<그림 IV-21> 미국 길거리 푸드카트에서 판매되는 쌀국수롤(Rice noodle roll)



\*출처: TikTok(@jonathanchoione, @twogluttons, @wsfc888)(검색일: 2024.08.22.)

60) 격식을 차리지 않는 편안한 분위기에서 일반적으로 10달러 이하의 저렴한 식사를 효율적으로 제공하는 레스토랑의 형태로, 메뉴 제공(서빙) 속도와 고객의 편의성을 우선시하는 것이 특징

61) 넓적한 쌀국수 면에 고기나 새우, 채소를 넣고 말아 익힌 요리로, 덩섬의 형태와 유사

## V. 수출 유의사항

### 1. 식품안전현대화법(FSMA)

□ 인간 및 동물 소비 목적의 식품에 대한 안전성을 보장하기 위해 2011년 1월 식품 안전현대화법(Food Safety Modernization Act, FSMA)이 제정

- 동 법은 사람이 먹는 식품과 동물 소비용 사료에 대해 현대식 제조공정을 마련하여 식품 안전에 영향을 미칠 수 있는 잠재적 문제를 예방함으로써 미국 내 안전한 식품 공급을 보장하는 것을 목표로 함
- 식품의 잠재적 위험을 파악하여 문제 발생을 예방하고 식품 생산의 관리 및 감독 등을 식품 생산업체가 책임지도록 함
- 이에 미국으로 식품(쌀 가공식품 포함)을 수출하는 자는 ▲식품 안전에 영향을 미칠 수 있는 위해요소 평가 및 예방관리에 대한 의무를 지며 ▲美FDA에 식품시설 등록을 해야 함
- 또한 미국으로 식품(쌀 가공식품 포함)을 수입하는 자는 동 법 하위 규칙 중 하나인 해외공급자검증프로그램(Foreign Supplier Verification Program, FSVP)의 대상으로, 수입한 식품에 대한 안전성 검증 및 공급업체에 대한 보증 의무를 짐

□ (FDA 시설등록) 미국으로 수출되는 식품(쌀 가공식품 포함)은 식품안전현대화법(FSMA)에 따라 美식품의약국(FDA)에 시설등록을 해야 함

- 식품안전현대화법은 미국 내에서 식품을 제조·가공·포장·저장하는 국내의 시설에 대해 식품의약국(FDA)에 등록할 의무를 명시
  - 21 CFR 1.227에 따라 미국은 잠재적인 생물테러 또는 식품매개질병 발생의 위치 및 근원지를 파악하고, 영향을 받을 가능성이 있는 시설에 대한 조속한 통보를 위해 식품시설등록을 의무화
- 동 법은 식품 전반을 포함하는 품목에 대해 시설등록을 의무화하고 있어, 미국으로 수출되는 쌀 가공식품 역시 FDA에 식품 시설을 등록해야 함

<표 V-1> 식품안전현대화법(FSMA)에 따라 FDA에 시설등록이 필요한 식품 품목

FDA 시설등록 의무 품목		FDA 시설등록 제외 품목
- 건강보조식품 및 식이원료	- 식품/사료 또는 식품/ 사료 재료로 쓰이는 미가공 농산물	- 식품접촉물질
- 유아용 조제유	- 통조림 및 냉동식품/사료	- 제초제
- 음료(주류 및 병입생수 포함)	- 제빵제과 제품, 스낵 식품, 사탕 (씹는 껌 포함)	※식품접촉물질 또는 제초제만을 제조·가공·포장·저장하는 시설은 FDA 시설등록 의무가 없음
- 과일 및 채소	- 생식품용 동물	
- 어류 <sup>62)</sup> 및 해산물	- 사료(반려동물 사료, 간식, 사료 등)	
- 낙농제품 및 껍질있는 달걀		

- 美FDA 식품 시설등록을 위해서는 미국 현지의 대리인(US Agent)이 지정되어야 함
  - 시설등록 신청은 소유자, 운영자, 시설을 담당하는 대리인 또는 이 중 하나가 신청을 위임한 자가 할 수 있으나, 해외 소재 시설의 경우 해당 시설과 FDA간 소통을 위해 미국 내 대리인을 지정해야 함
  - 미국 내 대리인은 미국에 거주하며 사업장을 운영 중인 사람으로서 물리적으로 미국 내에 체류 중인 사람이어야 함
- 식품 시설등록은 FDA 식품시설등록 사이트<sup>63)</sup>를 통해 신청할 수 있으며, 등록비와 수수료는 부과되지 않음
  - 식품 시설의 등록은 시설에서 미국 내 소비 목적으로 식품의 제조·가공·포장·저장을 개시하기 전 이루어져야 함
  - 식품 시설의 정보는 매 짝수 해 10월 1일부터 12월 31일 내 갱신되어야 하며, 등록이 갱신되지 않는 경우 FDA는 해당 식품 시설등록이 만료(등록을 하지 않은 것)된 것으로 간주

**<표 V-2> 美FDA 시설등록 시 제출 정보**

<b>필수 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 시설명, 상세주소, 전화번호</li> <li>- 2020년 10월 1일 이후, FDA가 수용가능한 것으로 인정하는 고유시설식별번호(Unique Facility Identifier, UFI)</li> <li>- 선호하는 우편주소가 시설주소와 다른 경우, 해당 주소</li> <li>- 모회사 명칭, 주소, 전화번호(해당 시)</li> <li>- 시설 연락 담당자의 이메일 주소(해외시설의 경우, 해당 시설의 미국 내 대리인 성명, 주소, 전화번호, 이메일 주소)</li> <li>- 비상연락용 전화번호 및 이메일 주소</li> <li>- 소유자, 운영자 또는 담당 대리인 성명, 상세주소, 전화번호</li> <li>- 시설이 사용하는 상호 일체</li> <li>- 해당 시설의 식품/사료 제품 범주(등록양식에 기재된 것)</li> <li>- 기재한 각 식품/사료 제품 범주에 대해 시설에서 수행하는 활동 종류</li> <li>- FDA가 연방식품의약품화장품법(Federal Food, Drug, and Cosmetic Act, FD&amp;C)에서 허용한 시간에, 동 법에서 허용한 방식으로 시설을 검사하기 위한 허가를 받을 수 있도록 한다는 보장</li> <li>- 제출된 정보가 진실하고 정확하며, 정보 제출인이 제출 권한을 보유하고 있다는 확인</li> </ul>
<b>선택 정보 (제출 권고)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 시설 팩스번호</li> <li>- 선호하는 우편주소가 시설주소와 다른 경우, 해당 주소의 팩스번호 및 이메일주소</li> <li>- 시설 소유자, 운영자, 또는 담당 대리인 팩스번호</li> <li>- 모회사 팩스번호 및 이메일주소(해당 시)</li> <li>- 시설 비상연락담당자 성명 및 직책</li> <li>- 해외 시설의 경우 미국 내 대리인의 직책 및 팩스번호</li> <li>- 권한을 부여한 개인의 팩스번호</li> <li>- 예상 운영기간(계절별로 사업을 영위하는 경우)</li> </ul> <p><i>※해당 선택 정보는 제출 의무사항이 아니나, FDA는 아래 정보를 사용하여 식품/사료 관련 비상 상황의 대상이 되거나 그 영향을 받을 수 있는 시설과 보다 효과적으로 소통하기 위해 선택 정보를 제출하도록 권장</i></p>

**□ (식품예방통제) 식품예방통제(Preventive Control of Human Food, PC)는 인간이 섭취하는 식품의 생산시설을 대상으로 ‘위해요소분석 및 사전 예방과 관리·감독에 대한’ 의무를 명시**

- 이에 식품 생산업체는 현행우수제조관리기준(Current Good Manufacturing Practice, cGMP)을 마련해야 함
  - 현행우수제조관행(cGMP)은 제조 등 공정관리 과정에서 직원의 질병 발생 및 청결 관리, 작업장과 작업장비의 위생적 관리, 보관 및 유통 시 변질 방지 등을 고려하여 관리하도록 함

62) 메기목 어류(메기, 트라, 스와이, 바사) 및 해당 어류에서 추출한 제품만을 가공하는 시설의 경우 시설 전체를 미국농무부(United States Department of Agriculture, USDA)가 전담하여 규율하므로 FDA 등록 의무는 없음

63) <https://www.access.fda.gov/oa/>

- 또한 식품 생산업체는 위해요소예방관리기준(Hazard Analysis and Risk-based Preventive Controls, HARPC)에 근간한 식품예방통제 계획을 수립해야 함
  - 위해요소예방관리기준(HARPC)은 기존의 위해요소를 세분화하여 파악, 분석, 평가하기 위해 위험 평가 중요관리점(Treat Assessment & Critical Control Point, TACCP) 및 식품 안전 선행요건프로그램 (Publicly Available Specification, PAS)과 같은 세부 기준을 바탕으로 식품 제조 및 가공업체가 사전에 식품 생산을 위생적으로 관리하고 대비할 수 있도록 함
  - 위해요소예방관리기준은 적용 예외 대상인 식품을 제외한 모든 식품을 제조·가공·포장·유통·수급·보관·수입하는 시설에 대해 적용
    - 쌀 가공식품 주요 품목 중 즉석밥과 쌀 음료는 위해요소예방관리기준 적용 제외 대상에 해당

**<표 V-3> 위해요소예방관리기준(HARPC) 적용 예외 대상 품목**

- 
- USDA 관할 하에 있는 육류, 사육조류, 계란 등의 취급, 가공 및 선적시설
  - FDA의 수산물 및 주스 HACCP 규정에 따라 운영을 하는 시설(예 - 쌀음료)
  - FDA의 새로운 기준이 적용되는 농산물안전협회의 시설(농장, 협동조합, 재배자, 수확업자 및 신선한 과일 및 채소를 취급하는 기타 회사에는 적용 면제)
  - 저산성 및 산성화 통조림식품 가공자(예 - 즉석밥)
  - “중소기업”으로 정의된 시설
  - 과거 3년간 평균 50만 달러 이하의 제품 가치 또는 수익을 가진 시설
  - 동물용 식품을 주로 생산하는 시설, 추후 가공을 목적으로 하는 과일 및 채소 이외의 원료농산물을 보관하는 시설, 잠재적 교차오염을 위해 환경에 노출되지 않은 포장식품을 저장하는 시설
  - 아몬드와 같이 위험이 적은 작업으로 간주되는 제조, 가공, 포장 또는 보관 시설
  - 소매 식료품 가게, 식당 및 농장
- 

\*출처: 미국 식품현대화법(FSMA) 대응 매뉴얼(검색일: 2024.08.28.)

**□ (해외공급자검증프로그램) 미국 식품안전현대화법(FSMA)의 일환으로 추진되는 규칙으로, 일반식품으로 분류되는 쌀 가공식품은 해당 규정을 준수해야 함**

- 해외공급자검증프로그램(Foreign Supplier Verification Program, FSVP)은 미국 내 수입자가 수입 식품에 대한 안전성 등을 보장하도록 함
  - 이에 미국 수입업자는 수입 식품에 대한 ▲위해요소 결정 ▲해외 공급업체의 이행능력 평가 ▲공급체 승인 및 적절한 공급업체 검증 활동 △시정조치 수행 등에 책임을 짐
  - FDA는 수입 식품 통관 시 수입업체에 해당 수입 식품에 대한 관련 서류를 요구할 수 있고, 서류 심사 후 현장 점검 및 시찰이 이루어질 수 있음
  - 동 프로그램과 관련한 서류가 미비할 경우 FDA는 수입업체에 ▲경고(Warning letter) ▲수입거절(Import Refusal) ▲수입경보(Import Alert) 등의 조치를 취할 수 있음
    - 수입자의 FSVP 위반으로 자사 제품이 수입 경보에 등재된 경우 수출자는 수입자를 변경하거나 기존의 수입자가 수입 경보 해제를 받아야 하며, 수입자가 FSVP를 위반한 경우 수출자 역시 자사 제품 통관이 거부되는 등의 조치를 받을 수 있음
- 따라서 미국으로 식품(쌀 가공식품 포함)을 수출하려는 자는 동 프로그램의 수행이 가능한 수입자 또는 대리인을 지정해야 함
  - 수입업자가 수입하는 제품의 공급업체별 각각 FSVP가 필요하며, 단일 공급업체에서 여러 식품을 수입하는 경우에도 각 식품에 해당하는 각각의 FSVP가 필요

## 2. 식품원료·첨가물·잔류물질 규정

□ (원료 규정) 미국은 식품에 사용되는 원료(물질) 및 첨가물에 대한 규정을 운영하여 허용된 원료(물질)만 식품에 사용할 수 있도록 함

- (GRAS<sup>64</sup>/65) 연방식품의약품화장품법(Federal Food, Drug, and Cosmetic Act, FD&C)에 따라 ‘의도한 용도대로 사용했을 경우 일반적으로 안전하다고 인정되는 물질’에 대해 규정
  - 미국에서 유통 및 판매되는 식품 원료의 안전성을 평가하는 제도로, GRAS 목록에 등재되지 않은 물질은 식품에 사용될 수 없음
  - GRAS 규정에 따라 누구든지 특정 물질이 의도된 사용 조건에서 GRAS라는 결론을 FDA에 신고할 수 있으며, FDA는 신고를 받은 후 30일 내 GRAS에 대한 평가를 진행하고, 신고목록을 공개함

**<표 V-4> GRAS 성분 신고 및 FDA 평가 절차**

<b>GARS 신고</b>	규정에 따라 누구든지 특정 물질이 의도된 사용 조건에서 GRAS라는 결론을 FDA에 신고 가능
<b>FDA 검토</b>	GRAS 신고 접수 후 30일 이내 신고인에게 하기 3개 유형 중 하나로 서면 답변 ① 이견 없음 ② GRAS 결론에 대한 충분한 근거를 제시하지 못함 ③ 신고인의 요청에 따라 GRAS 신고에 대한 평가를 중단함
<b>신고목록 공개</b>	FDA는 FDA의 답변 유형에 관계없이 1998년 이후 접수한 모든 GRAS 신고목록을 공개

\*출처: 미국 FDA(검색일: 2024.08.28.)

- (식품첨가물) 美FDA는 연방규정집21(CFR 21)의 식품첨가물 규정에 따라 식품에 사용할 수 있는 첨가물의 목록을 제시
  - 2024년 9월 기준 총 3,971개의 식품첨가물이 FDA에 사용가능한 물질로 등록되어 있으며, 식품에 사용되는 총 56개의 색소첨가물을 명시
    - \* 美FDA 식품첨가물 목록 : <https://www.cfsanappsexternal.fda.gov/scripts/fdcc/?set=FoodSubstances>
    - \* 美FDA 색소첨가물 목록 : [https://cfsanappsexternal.fda.gov/scripts/fdcc/?set=ColorAdditives&sort=Sort\\_Unique\\_ID&order=ASC&startrow=1&type=column&search=Use-current%C2%A4VARCHAR%C2%A4foods](https://cfsanappsexternal.fda.gov/scripts/fdcc/?set=ColorAdditives&sort=Sort_Unique_ID&order=ASC&startrow=1&type=column&search=Use-current%C2%A4VARCHAR%C2%A4foods)
  - 국내에서 떡과 같은 쌀 가공식품 생산 시 색을 내기 위한 용도로 일반적으로 사용되는 ‘치자황 색소(Gardenia Yellow)<sup>66</sup>’는 미국에서 첨가물로 사용할 수 없음

64) Generally Recognized As Safe

65) <https://www.cfsanappsexternal.fda.gov/scripts/fdcc/?set=GRASNotices>

66) 치자나무(Gardenia augusta Merrill 또는 Gardenia jasminoides Ellis)의 과실을 물 또는 에탄올로 추출 또는 가수분해를 거쳐 얻어진 색소로서 크로신(crocin) 및 크로세틴(crocetin)을 주성분으로 하는 것이다. 다만, 색가조정, 품질보존 등을 위하여 희석제, 안정제 및 용제 등을 첨가할 수 있음. 식품의약품안전처

□ (잔류물질) 美 FDA에서는 식품에 함유될 수 없는 유해물질의 목록을 명시하고 있으며, 떡, 쌀과자(과자류), 쌀음료(음료류), 쌀국수(면류) 등 쌀 가공식품에는 아플라톡신(Aflatoxi)<sup>67)</sup>에 대한 잔류허용기준이 존재

<표 V-5> 쌀 가공식품에 대한 미국의 유해물질 구분

유해물질명	적용 품목	잔류허용기준	유해물질 분류*
aflatoxi(aflatoxin B1, B2, G1, G2))	떡류, 과자류, 음료류, 면류	20 mcgs/kg(20ppb)	○

\*주: 유해물질분류 - 농약(P, Pesticide), 동물용의약품(V, Veterinary medicine), 방사능물질(R, Radioactive material), 중금속(H, Heavy metal), 기타(O, Others)

\*출처: KATI 농식품수출정보(검색일: 2024.08.28.)

- 미국은 김밥의 주재료인 ‘김’에 요오드 최대 허용 수준을 준수하도록 요구
  - 연방규정(21 CFR 184.1121)에 따르면, 김을 포함한 홍조류(紅藻類)<sup>68)</sup>는 건조 손실<sup>69)</sup>이 20% 이하여야 하며, 요오드의 잔류허용기준은 0.05%로 확인됨

□ 캘리포니아에서 유통되는 식품(쌀 가공식품 포함)은 「Proposition 65<sup>70)</sup>」에 따라 유해 독성물질 규제 대상에 해당<sup>71)</sup>

- 이는 암, 선천적 기형 및 기타 생식장애를 유발하는 것으로 알려진 화학물질이 포함된 특정 제품(식품을 포함한 소비재)에 대해 경고하고 소비자를 보호하기 위한 목적으로 시행
- 쌀 가공식품에 포함될 수 있는 화학물질은 무기비소(Inorganic Arsenic)<sup>72)</sup> 및 카드뮴(Cadmium)으로 제시됨
  - 캘리포니아 주정부는 비소 수치가 높은 토양에서 재배된 쌀에서는 높은 함량의 비소가 검출될 수 있으며, 일부 식용 해조류는 물에서도 비소를 흡수할 수 있다고 언급하였고, 카드뮴은 특정 생선, 조개류, 내장육에서 발견되는 화학물질로, 토양질에 따라 시금치와 같이 잎이 많은 채소는 카드뮴 함량이 높을 가능성이 있다고 명시

67) 발암성이 있는 독성물질로 다량 섭취 시 출혈, 구토, 설사, 장기손상 등을 유발

68) 조류(Algae)로 분류되는 원생생물의 하나로 김이나 우뚝가사리 등을 포함

69) 물질 건조로 인한 질량 손실로, 분석 시료의 원래 질량에서 건조 후 질량을 뺀 값을 의미

70) 식수안전 및 독성물질 관리법(The Safe Drinking Water and Toxic Enforcement Act of 1986)

71) 별도의 웹사이트(<https://www.p65warnings.ca.gov/chemicals>)를 통해 게시하고 있으며 2023년 12월 29일 기준 총 1,006개의 유해 물질이 포함되어 있음

72) Arsenic(Inorganic)

<표 V-6> 캘리포니아주에서 명시한 쌀 기반 식품 관련 화학물질

화학물질명	독성 구분	기준 <sup>1)</sup>	NSRL <sup>2)</sup> or MADL <sup>3)</sup> ( $\mu\text{g}/\text{일}$ )
Arsenic (inorganic arsenic compounds)	발암	LC (Labor Code)	0.06(흡입 시) 10(흡입 시를 제외하고)
Arsenic (inorganic oxides)	발달 및 생식장애	SQE (State's Qualified Expert)	-
Cadmium	발달 및 생식장애, 남성	SQE (State's Qualified Expert)	4.1(경구 섭취 시)
Cadmium and cadmium compounds	발암	SQE (State's Qualified Expert)	-
Cadmium	-	-	0.05(흡입 시)

\*주1: 화학물질 유해성에 대한 근거를 의미하는 것으로, LC(Labor Code)는 노동법을 기준으로, SQE는 주정부의 권 위있는 전문가에 의해 식별

주1: NSRL(no significant risk level)은 발암 물질에 대한 중대한 위험 수준을 의미

주2: MADL(Maximum Allowable Dose Level)은 유해 화학물질에 대한 최대허용용량수준을 의미

\*출처: 캘리포니아 주정부 Proposition 65 홈페이지(<https://www.p65warnings.ca.gov/>)(검색일: 2024.09.26)

- 2012년(최신자료) 美FDA의 조사 결과, 미국 내 유통되는 쌀 가공식품 중 무기비소 함량 최대 허용용량 수준(MADL)인  $10\mu\text{g}/\text{일}$ 을 초과하는 제품군은 없는 것으로 나타남

<표 V-7> 美FDA의 쌀 가공식품 관련 무기비소 함량 조사 결과(2013.09)

품목	품명	무기비소 함량 (mcg/1회 제공량)		조사 샘플 수
		평균	함량 범위	
베이커리믹스&푸딩	브라우니	1.3	0.8-1.6	5
	케이크/머핀	3.0	0.04-5.0	24
	파이/피자 크러스트	2.5	1.8-2.9	3
	푸딩	0.8	0.02-2.4	4
음료	맥주	2.1	0.4-9.4	65
	쌀 음료(Non-Dairy Rice Drinks)	3.3	0.7-11	61
	단백질 음료	1.5	0.03-3.6	32
	쌀 음료(Rice Beverage)	0.9	0.01-6.7	42
	주류(Rice Wine)	0.5	0.1-1.2	22
시리얼	시리얼(Hot/Ready-to-eat)	3.2	0.6-30	110
	영아용 시리얼	1.8	0.6-3.8	69
	유아용 시리얼	1.5	1.0-2.7	16
쿠키	-	1.6	0.5-3.1	43
건강보조식품	쌀 단백질 파우더	1.9	0.1-5.7	12
곡물기반 바(bars)	시리얼/그레놀라 바	1.7	0.2-5.1	86
	식사대체용/에너지바	2.0	0.2-3.9	29
영아용 조제분유	-	0.1	0.02-0.1	10
파스타	-	6.6	3.6-11	23
스낵	떡(Rice Cakes)	4.3	0.7-8.2	59
	쌀스낵(Savory Rice Snacks)	2.2	0.4-5.2	119
	쌀 스낵(Sweet Rice Snacks)	0.9	0.02-2.0	22

\*출처: Analytical Results from Inorganic Arsenic in Rice and Rice Products Sampling September 2013, US FDA(검색일: 2024.09.26.)

- 동 규제에서 명시한 물질이 포함된 제품은 이에 대해 명확하고 적절한 경고문 (Warning Label)을 부착해야 함
  - 제품이 함유한 지정 유해물질이 법률상 안전 허용치(Safe-harbor level)를 넘어서는 경우 이와 관련된 경고문을 제품 자체 혹은 제품의 패키징에 부착하거나 매장 내 디스플레이·라벨·선반 태그에 표기하는 등 다양한 방식으로 명시해야 하며, 또한 경고문 내용에는 유해 물질의 명칭을 하나 이상 기재해야 함
  - 만일 제품에 포함된 유해 물질이 분포도가 매우 낮아 실제로 위해를 끼칠 영향이 적고 이를 과학적으로 입증 가능한 경우에는 동 규제의 대상에서 제외됨

**<표 V-8> 캘리포니아주에서 유통되는 유해독성물질 규제 대상 품목의 경고문 예시**

**WARNING:** Consuming this product can expose you to chemicals including [name of one or more chemicals], which is [are] known to the State of California to cause cancer and birth defects or other reproductive harm. For more information go to [www.P65Warnings.ca.gov/food](http://www.P65Warnings.ca.gov/food).

**경고:** 이 제품을 섭취할 경우 [하나 이상의 화학물질명]을 포함한 화학물질에 노출될 수 있으며, 이는 캘리포니아주에서 암과 선천적 기형 및 기타 생식적 피해를 유발하는 것으로 알려져 있습니다. 자세한 내용은 [www.P65Warnings.ca.gov/food](http://www.P65Warnings.ca.gov/food)를 참고하십시오.

\*출처: 캘리포니아 주정부 Proposition 65 홈페이지(<https://www.p65warnings.ca.gov/>)(검색일: 2024.09.26)

- 동 규제는 캘리포니아주에서 유통되는 모든 제품의 생산·수입·유통·소매 등 모든 경로상의 모든 기업 및 개인에게 적용되며, 위반 시 하루 최대 2,500달러(한화 약 332만 원)의 벌금이 부과됨
  - 캘리포니아에서 사업을 영위하거나 캘리포니아에 위치하지 않더라도 캘리포니아 소비자에게 제품을 판매·유통하는 10인 이상의 기업은 모두 동 규제의 적용 대상임

**□ 또한 캘리포니아주에서 유통되는 식품에는 ▲브롬화식물성오일<sup>73)</sup> ▲브롬산칼륨<sup>74)</sup> ▲프로필파라벤<sup>75)</sup> ▲적색3호<sup>76)</sup>와 같은 총 4가지 화학물질의 사용이 금지될 예정**

- 이는 2023년 캘리포니아주 내 관련 법안(Assembly Bill 418)의 최종 승인에 따른 것으로, 캘리포니아주는 사람이 섭취하는 식품에 위 4가지 성분의 사용과 해당 물질을 함유한 식품의 생산·판매·유통을 금지할 예정
- 해당 물질은 주로 식품 보관 기간을 늘리고 풍미를 높이기 위한 첨가물로 사용되었으나, 과다하게 섭취할 경우 과잉행동 유발, 신경계 손상, 발암 가능성 증가 등의 문제가 발생할 수 있어 캘리포니아주에서는 해당 물질을 인체에 유해한 화학물질로 지정
- 관련 규정 위반 시 최초 1회는 5,000달러(한화 약 665만 원)의 벌금이 부과되며, 이후 위반 건마다 1만 달러(한화 약 1,329만 원) 이하의 벌금이 부과될 예정

73) 음료의 향을 오래 보존하기 위한 목적의 유화제로 사용되어왔으나, 해당 물질이 건강에 미치는 악영향에 대한 과학적 증거를 기반으로 美FDA는 2024년 8월 2일부터 미국 전역에서 식품 생산 시 해당 물질의 사용을 금지함

74) 밀가루의 식품첨가제로 사용되는 물질이나 발암 가능성이 있어 사용이 금지됨

75) 파라옥시안식향산프로필이라고도 불리우며, 캡셀류, 젤류, 과일 및 채소, 소스류 등에 사용되는 보존제로 생식독성을 일으킬 수 있어 사용이 금지되는 추세

76) 잔텐계 식용색소로, 캔디류, 소시지, 주류, 초콜릿류, 음료, 구운 과자류, 어묵 등의 착색료로 사용되며 생체대사와 관여하여 갑상선 및 간암 발생 가능성이 보고된 바 있음

### 3. 가공밥(즉석밥 포함) 관련 규정

□ 즉석밥, 볶음밥, 덮밥, 비빔밥 등을 포함한 가공밥은 미국에서 ‘저산성식품’에 해당하여 별도의 식품시설 등록이 요구됨

- 저산성식품(Low-Acid Canned Food, LACF)은 열처리 및 진공포장되어 상온상태에서 판매할 수 있는 식품으로, 열가공 후 밀봉용기(금속, 유리, 플라스틱 등)에 포장된 pH가 4.6 이상, 수분활성도가 0.85 이상인 식품이 이에 해당
- 미국으로 저산성식품을 수출하고자 하는 업체는 FDA에 제조시설을 등록(FCE)하고, FDA로부터 제조시설등록번호를 부여받아야 함
  - 미국으로 수출되는 가공밥류는 밀봉한 포장식품의 제조공정을 등록하는 FCE(Food Canning Establishment) 절차를 거쳐야 하며, 제조시설 등록과 함께 제조공정서류를 FDA에 제출해야 함
  - FDA는 등록 신청 건에 대해 서류검사를 통해 제조시설등록번호(Food Canning Establishment Number)를 교부하며, 제조시설 등록은 최초 1회만 요구됨
- 또한 시설등록 시 함께 제출한 제조공정에 대해 FDA는 검토를 거쳐 SID(Submission Identifier) 번호를 교부함
  - SID 번호는 각 제품마다의 제조공정에 대해 주어지는 것으로, 동일 제품이라도 용량이 다를 경우 용량별로 각각의 SID 번호 발급이 필요함
  - 다만, 박테리아가 발생하거나 증식할 수 없는 상태로 제조된 식품은 SID 등록이 면제됨

#### <표 V-9> SID 등록 면제 요건

- 
- 산성식품(자연적 또는 정상적인 상태에서 pH 4.6 이하)
  - 산성식품(드레싱, 조미료)
  - 알코올음료
  - 탄산음료
  - 발효식품(산을 생성하는 미생물에 의해 pH 4.6 이하인 경우)
  - 수분활성도(Aw) 0.85 미만
  - 냉장 보관되어 판매, 유통되는 식품
  - 잼, 젤리 등 연방규정 21CFR 150에 해당하는 식품
- 

\*출처: 미국 FDA(검색일: 2024.08.28.)

#### 4. 쌀 기반 주류 관련 규정

##### □ 미국 내 주류 규제기관은 주류담배과세무역청(TTB)과 식품의약국(FDA)으로 분류

- 주류담배과세무역청(Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, TTB)은 미국 재무부 (Department of the Treasury) 산하 주류 규제기관으로, 미국 내 유통되는 와인, 증류주, 맥아주(맥주) 등 전반적인 주류에 대한 규제를 담당
  - 2018년 주류담배과세무역청(TTB)은 기존 관리 대상 품목에 Rice Wine 카테고리를 신설해 사케와 경주법주를 포함함
  - 경주법주는 쌀로 만든 청주의 일종으로 알코올 함량 7% 이상(16%)의 Rice Wine으로 분류되며, 안동소주는 쌀 기반 주류이나 알코올 함량 7% 이상(22% 이상)의 증류주(Distilled Spirit)로 분류되어 주류담배과세무역청의 규정을 준수해야 함
- 미국식품의약국(FDA)은 부피를 기준으로 알코올 함량(Alcohol by Volume, ABV)이 7% 미만인 와인이나 맥아가 아닌 수수, 쌀, 밀 등 다른 대체품으로 만들어졌거나 홉 없이 만들어진 맥주에 대해 규제
  - 연방알코올관리법(Federal Alcohol Administration Act, FAA Act)에 따라 주류담배과세무역청에서 규제하지 않는 주류는 FDA의 규제 대상으로, 알코올 함량이 7% 미만인 막걸리 등 쌀 기반 주류는 FDA의 규제 대상에 해당

<표 V-10> 미국 내 주류 규제기관 및 품목

관할기관	주류담배과세무역청(TTB)	식품의약국(FDA)
관할 품목	와인(알코올 함량 7~24%), 증류주, 맥주	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 알코올 함량(ABV) 7% 미만의 희석된 와인이나 사이다(Cider)</li> <li>- 맥아 외 수수, 쌀, 밀 등 다른 대체품으로 만들어졌거나 홉 없이 만들어진 맥주</li> </ul>
쌀 기반 주류 해당 품목	청주·약주(경주법주, 안동소주 등) 알코올 함량 7% 이상의 탁주(막걸리)	알코올 함량 7% 미만의 탁주(막걸리) (와인으로 분류)

##### □ 주류담배과세무역청(TTB)의 연방알코올관리법(Federal Alcohol Administration Act, FAA Act)에 따라 증류주, 와인, 맥주는 수입허가를 취득해야 함

- 수입허가(Importer's Permit) 취득을 위해 수입업자는 반드시 미국 내 사업체와 직원을 보유해야 하며, 수입하는 주류를 판매하는 것 외에 다른 주류를 도매로 판매하고자 할 경우 별도의 허가(Wholesaler's Basic Permit)를 취득해야 함
- 수입업자는 수입허가증 취득 후 수입 주류에 대한 각각의 제품 및 라벨에 대해 당국(TTB)에서 발급한 라벨승인인증서(Certificate of Label Approval, COLA)를 취득해야 함
  - 주류담배세금무역국은 각 주류의 라벨에 대해 사전 심사를 통해 라벨승인인증서(COLA)를 발급하며, 해당 증거가 있어야만 수입 통관이 진행 가능

## 5. 쌀 가공식품 라벨링 규정

□ 쌀 가공식품을 포함해 미국으로 수출되는 모든 식품은 미국식품의약국(FDA)의 미국연방규정에 따른 라벨링 규정(CFR 21 Part 101 - Food Labelling)을 준수해야 함

- 관련 규정에 따라 미국 내 유통되는 모든 가공식품에는 ▲제품명 ▲순중량 ▲원산지 ▲성분목록 ▲알레르기 유발물질 ▲영양성분표 ▲제조업체 정보 등을 필수로 표기해야 함
- 라벨의 내용은 모두 영어로 표기해야 하며, 외국어 표기는 영어와 외국어 모두로 병기해야 함

<표 V-11> 미국 식품 라벨링 필수 표기사항

표시사항		세부 설명
1	제품명	· 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼 차지하도록 표시 · 바닥과 평행하게 표시 · 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름 사용
2	순중량	· 주 표시면 하단 30%에 위치하게 표시 · 영미 파운드법(oz, lb, quater)에 따라 표시하며 미터법(g, ml 등) 함께 표시 가능
3	원산지	· 수입식품의 경우 반드시 원산지를 기재해야 하며 유통업체의 주소 또한 필수 기재 · 국가명은 표준 영어로 기재하며 눈에 잘 띄는 곳에 지워지거나 분실되지 않게 표기 · 원산지 표시 의무는 FDA의 라벨링 규정과는 별도로 미국 관세청에서 주관하는 내용으로, 위반 시 무역 세관법을 위반하는 것이므로 주의해야 함
4	성분목록	· 중량을 기준으로 내림차순으로 나열 · 전체 제품 용량 및 무게의 2% 이하를 구성하는 성분은 위 방식의 적용을 받지 않음 · 허가된 방부제 첨가 시 방부제의 통상 명칭 및 기능을 표기
5	알레르기 유발물질	· 식품 알레르기 유발 물질(Major food allergen)이 포함된 경우 반드시 기재 · 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 크기로, 원재료명의 문자 크기 이상으로 표기 · 주요 알레르기 유발물질 : 어류, 갑각류/조개류, 우유, 계란, 견과류, 밀, 땅콩, 대두/콩
6	영양성분표	· 열량, 총 지방(포화지방, 트랜스지방), 콜레스테롤, 나트륨, 총 탄수화물(식이섬유, 총당, 첨가당), 단백질, 비타민D, 칼슘, 철분 등의 정보를 포함 · 4살 이상이 한 자리에서 일반적으로 소비하는 양을 표기하는 1회 섭취량이 포함되어야 함 · 일일섭취량을 기준으로 1일 영양성분 기준치(% DV)를 표기해야 함
7	제조업체 정보	· 제조사, 포장업체 또는 유통업체의 이름을 표기 · 제조업체의 이름이나 주소가 없는 경우에는 제품과 관련된 업체명을 반드시 기재 · 제조사, 포장업체 또는 유통업체 표기는 일반적으로 정확한 도로이름 및 번호, 도시(주), 우편번호(Zip Code) 등의 정보를 모두 포함
8	유통기한	· 제조 일자 또는 유통기한을 표기해야 함 · FDA는 'Best If Used By'의 사용을 권고하고 있지만, 유통기한 날짜 표기에 대한 공식적이고 보편적인 기준은 없음

\* 출처: 미국 FDA, eCFR(검색일 2024.08.29.)

□ 쌀 기반 주류는 제품의 유형 및 특성에 따라 주류담배과세무역청 또는 식품의약품국의 라벨링 규정을 준수해야 함

- (TTB 라벨링 규정) 증류주 또는 알코올 함량 7% 이상의 수입 와인(Rice wine 포함)에 해당하는 청주와 약주는 주류담배과세무역청의 라벨링 기준을 준수해야 함

<표 V-12> 주류담배과세무역청(TTB)의 주류 라벨링 규정

구분	표기사항	상세 내용
증류주	필수 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 브랜드명</li> <li>- 식별기준에 따른 증류주의 유형(보드카, 진, 위스키 등)</li> <li>- 알코올 함량(% 표기, 오차범위 ±0.3%)</li> <li>- 숙성년수</li> <li>- 색소첨가물(해당 시)</li> <li>- 상품명세(해당 시)</li> <li>- 건강경고문구</li> <li>- 수입자 또는 병입업체의 이름과 주소</li> <li>- 순용량(ml 또는 ℓ)</li> <li>- 원산지(수입품에 해당)</li> </ul>
	선택 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품을 설명할 수 있는 부연 명칭(제품 식별을 위해 표시한 설명적 이름이나 문구로, 라벨 내 브랜드명에 추가하여 표시 가능)</li> <li>- 알코올 함량</li> <li>- 식이정보(글루텐 함량, 주요 식품 알레르기 표시, 영양소 함량과 관련된 진술)</li> </ul>
와인 (알코올 함량 7% 이상 수입와인)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 브랜드명</li> <li>- 원산지명 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 라벨 내 빈티지(vintage date)<sup>77)</sup>, 포도 품종의 지명, 품종의 중요성을 나타내는 지명, 준 상업적 지명(semi-generic designation), 병입과 관련한 사항, 관련 규정 (27 CFR 4.39(j))에 따라 “브랜드”라는 단어로 적격화된 제품명이 표기될 경우 원산지가 기재되어야 함</li> </ul> </li> <li>- 식별기준에 따른 와인의 유형(레드와인, 로제와인, 화이트와인 등)</li> <li>- 외국 와인의 비율(해당 시) <ul style="list-style-type: none"> <li>· 미국산 와인과 외국산 와인을 블렌딩한 와인의 경우, 라벨에 외국산 와인이 포함되어 있다는 언급이 있는 경우에는 외국산 와인의 원산지와 함량 비율 (예: 이탈리아산 포도 와인 30%)을 명시해야 함</li> </ul> </li> <li>- 알코올 함량(용량 당 % 표기) <ul style="list-style-type: none"> <li>· 알코올 함량이 14% 이상인 와인은 알코올 함량 표시가 필수이며, 알코올 함량이 7~14%인 와인인 경우 숫자로 표기한 알코올 함량 대신 브랜드 라벨 내 와인의 유형에 “테이블 와인”, “라이트 와인” 등으로 표기 가능</li> </ul> </li> <li>- 색소첨가물(해당 시)</li> <li>- 건강경고문구</li> <li>- 수입자 또는 병입업체의 이름과 주소</li> <li>- 순용량</li> <li>- 아황산염 선언 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 소비자에게 와인에 아황산염이나 아황산염 처리제가 포함되었음을 알리는 문구로, 총 이산화황이 10ppm 이상일 경우 “<b>아황산염 포함(CONTAINS SULFITES)</b>”과 같은 문구로 명시해야 함</li> </ul> </li> </ul>

\*출처: 미국 주류담배과세무역청(TTB)(검색일: 2024.09.12.)

- **(FDA 주류 라벨링 규정)** 주류담배과세무역청의 소관이 아닌 주류 제품은 연방 식품의약품화장품법(Federal Food, Drug, and Cosmetic Act, FD&C)에 따라 FDA의 공정 포장라벨링법(Fair Packaging and Labeling Act, FPLA) 적용 대상임

<표 V-13> 미국식품의약국(FDA)의 주류 라벨링 규정

대상 품목	라벨 의무 표기사항
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 알코올 도수 7% 미만의 와인</li> <li>- 맥아 외 원료(수수, 쌀, 밀)로 만들어진 맥주</li> <li>- 주류담배과세무역청(TTB)의 연방알코올관리법(FAA)에서 규제하고 있지 않은 주류</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영문 제품명</li> <li>- 순중량</li> <li>- 영양분석표</li> <li>- 성분리스트</li> <li>- 제조업자명 및 주소</li> <li>- 원산지</li> </ul>

\*출처: 미국 주류담배과세무역청(TTB)(검색일: 2024.09.12.)

- 주류 유형을 불문하고 알코올 함량 0.5% 이상인 모든 알코올 음료의 라벨에는 하기와 같은 경고 문구가 표시되어야 함

<표 V-14> 알코올음료에 부착되어야 하는 경고 문구

“경고 문구: (1) 일반 전문의에 따르면, 임신 중인 여성은 알코올음료를 섭취하지 않기를 권장합니다. (2) 알코올음료의 섭취는 섭취자의 운전 능력 또는 기계 작동 능력을 저하시킬 수 있으며, 건강상의 문제를 야기할 수 있습니다.”

“GOVERNMENT WARNING: (1) According to the Surgeon General, women should not drink alcoholic beverages during pregnancy because of the risk of birth defects. (2) Consumption of alcoholic beverages impairs your ability to drive a car or operate machinery, and may cause health problems.”.

\*출처: 「27 U.S. Code § 215 - Labeling requirement」 (검색일: 2024.08.28.)

77) 와인을 만든 포도를 수확한 때를 의미

## 6. 기타 유의사항

□ 미국으로 수입되는 모든 식품(쌀 가공식품 포함)은 미국식품의약국(FDA)에 사전신고(Prior Notice)를 해야 함

- FDA는 미국으로 수입되는 모든 식품에 대해 FDA 신고서(Prior Notice, PN)를 제출하도록 규정
  - 다만 육류제품, 가공육 제품, 계란 제품 등 미국 농무부(USDA)의 관할 품목에 대해서는 FDA로의 사전신고가 면제됨
- 사전신고는 FDA 웹사이트(Prior Notice System Interface PNSI) 또는 미국 관세국경보호청(CBP)의 통관사이트(ABI)를 통해 신고 가능
  - FDA 웹사이트(PNSI)를 통해 신고하는 경우 제품이 미국에 도착하기 15일 전부터 접수할 수 있으며, 관세국경보호청의 통관사이트(ABI)를 통해 신고하는 경우 제품이 미국에 도착하기 30일 전부터 접수가 가능함
  - 또한 운송 수단에 따라 제품이 미국에 도착하기 최소 2~8시간 전까지 사전신고가 완료되어야 함

**<표 V-15> 미국식품의약국(FDA) 사전신고(Prior Notice) 제출 시기**

운송 형태	사전신고 완료 시기
육로	항구 도착 최소 2시간 전
철로	항구 도착 최소 4시간 전
항공	항구 도착 최소 4시간 전
수로	항구 도착 최소 8시간 전

\*출처: 미국 주류담배과세무역청(TTB)(검색일: 2024.09.12.)

- 사전신고서에 기재해야 하는 정보는 다음과 같음

**<표 V-16> 미국식품의약국(FDA) 사전신고(Prior Notice) 제출 시기**

- 신고자의 성명 및 주소	- 수입자, 소유자, 수취인의 이름
- 선하증권 유형	- 수량
- FDA 제품 코드	- 제조업체명(가공식품의 경우)
- 제품명	- 생산자명(신선식품의 경우)
- 배송업체명	- 생산국가
- 식품이 배송되는 국가명	- 항공사 및 운송 수단
- 도착정보(위치, 날짜, 시간)	- 식품의 입국이 거부된 모든 국가의 정보

\*출처: 미국 주류담배과세무역청(TTB)(검색일: 2024.09.12.)

## VI. 결론 및 수출확대 방안

### 1. 쌀 가공식품 수출 확대 필요성

□ 밥쌀용 쌀 소비는 지속적인 감소세를 보이는 반면, 가공용 쌀 소비는 증가세

- 2023년 1인당 연간 쌀 소비량은 56.4kg으로 2019년 이후 연평균 1.2%로 감소
  - 인구구조 및 식습관 변화 등으로 쌀 소비량은 지속적으로 감소하는 추세

<표 VI-1> 국내 1인당 연간 쌀 소비량(2019~2023)

(단위: kg, %)

2019	2020	2021	2022	2023	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
59.2	57.7	56.9	56.7	56.4	-0.5	-1.2%

\*출처: 2023년 양곡소비량조사, 통계청(2024.01.26.)

- 2023년 국내 쌀 생산량 중 식음료 제조업체에서의 쌀 소비 비중은 22.1%로 전년 대비 20.2%p 증가하며 최근 5년간 최대 규모로 집계

<표 VI-2> 국내 쌀 생산량 및 사업체 쌀 소비량(2019~2023)

(단위: 톤, %, %p)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
쌀 생산량(톤)	3,744,000	3,507,000	3,882,000	3,764,000	3,702,000	-1.6	-0.3
사업체 쌀 소비량(톤)	744,055	650,130	680,157	691,422	817,122	18.2	2.4
사업체 쌀 소비 비중(%)	19.9	18.5	17.5	18.4	22.1	20.2	2.7

\*주: 식료품 및 음료 제조업의 세부 업종별 비중은 상위업종을 100%로 산정한 결과

\*출처: 통계청

- 2023년 식음료 제조업체의 쌀 소비량은 81만 7,122톤으로 2019년 이후 연평균 2.4% 증가
  - 코로나19가 직접적인 영향을 미친 2020년 사업체 쌀 소비량은 전년 대비 12.6% 감소하였으나, 이후 식사 대응 쌀 가공식품의 수요가 크게 증가하며 사업체 쌀 소비 규모는 회복되는 양상을 보임
  - 사업체 쌀 소비량의 68.3%는 식료품 제조업에서 발생하며, 31.7%는 음료 제조업에서 발생
    - 식료품 제조업 중 떡류(38.4%), 기타 식사용 가공처리 조리식품(23.3%), 기타 곡물가공품(14.4%) 제조업에서의 쌀 소비량이 가장 많고, 음료 제조업은 주정 제조업의 쌀 사용 비중이 76.1% 차지

<표 VI-3> 사업체 업종별 쌀 소비량(2019~2023)

(단위: 톤, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	연평균 (19/23)
사업체 쌀 소비량(A+B)	744,055	650,130	680,157	691,422	817,122	100.0	2.4
식료품 제조업(A)	494,560	436,683	474,746	515,894	558,064	68.3	3.1
- 기타 곡물가공품 제조업	56,007	54,903	60,920	63,967	80,284	(14.4)	9.4
- 전분제품 및 당류 제조업	13,230	11,255	10,804	11,741	13,774	(2.5)	1.0
- 떡류 제조업	176,500	159,179	176,690	185,079	214,041	(38.4)	4.9
- 과자류 및 코코아 제품 제조업	9,280	9,710	10,080	10,258	13,134	(2.4)	9.1
- 면류·마카로니 및 유사식품 제조업	20,126	19,599	22,144	20,307	17,552	(3.1)	-3.4
- 장류 제조업	9,062	7,712	7,944	8,819	10,673	(1.9)	4.2
- 도시락류 제조업	46,760	40,197	46,723	47,045	52,058	(9.3)	2.7
- 기타 식사용 가공처리 조리식품	98,427	102,955	113,677	144,595	130,126	(23.3)	7.2
음료 제조업(B)	249,495	213,447	205,411	175,528	259,057	31.7	0.9
- 탁주 및 약주 제조업	49,547	43,415	45,139	46,582	53,199	(20.5)	1.8
- 주정 제조업	191,407	157,647	153,446	121,775	197,102	(76.1)	0.7

\*주: 식료품 및 음료 제조업의 세부 업종별 비중은 상위업종을 100%로 산정한 결과

\*출처: 2020~2023년 양곡소비량조사, 통계청(2024.01.26.)

- 2022년(최신자료) 국내 쌀 가공식품 시장규모는 8조 4,000억 원으로 2018년 이후 연평균 7.5% 증가

<표 VI-4> 국내 쌀 가공식품 시장규모(2018~2019)

(단위: 조 원, %)

2018	2019	2020	2021	2022	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
6.3	7.2	7.3	7.5	8.4	12.0	7.5

\*출처: 농림축산식품부 보도자료(2024.01.23.)

□ 2024년 9월 기준 쌀가격은 정곡 20kg 기준 4만 3,842원으로 전년 대비 12.1% 감소

- 이는 기본적으로 쌀 과잉생산 구조 속에서 생산량을 소비가 따라가지 못하는데 기인한 것으로 분석

<표 VI-5> 국내 산지 쌀가격 추이(2019~2023)

(단위: 원/20kg, %)

2019년 9월	2020년 9월	2021년 9월	2022년 9월	2023년 9월	전년비 (22/23)	연평균 (19/23)
47,666	53,881	39,321	49,851	43,842	-12.1	-2.1

\*주: 정곡 20kg, 매월 5일 산지가격 기준으로 작성

\*출처: 통계청

□ 반면 국내 쌀 가공식품 수출 규모는 최근 5년간 연평균 22.0%의 높은 성장률을 기록하며 호조세

- 2023년 쌀 가공식품 수출액은 2억 226만 달러(한화 약 2,687억 원<sup>78)</sup>)로 전년 대비 21.4% 증가
- 이 중 즉석밥(39.0%)과 떡류(38.4%)의 비중이 가장 높고, 이 외에도 기타 곡물 조제품(9.0%), 곡물 발효주(8.0%), 쌀과자(3.5%) 등이 주력 수출
- ▲간편식 ▲건강식에 대한 전 세계적 수요 증가와 더불어 ▲높아진 한식(K-Food)의 위상과 ▲뉴트로 트렌드로 한국 쌀 가공식품에 대한 관심이 증가하며 수출 증대에 기여

□ 최근 국내 쌀 시장현황 및 쌀 가공식품 수출 호조세와 같은 상황으로 미루어보아, 국내 쌀 소비 촉진 및 시장 안정화를 위해 쌀 가공식품의 수출 확대가 중요한 역할을 할 것으로 전망

- 주식용(밥쌀용) 쌀 소비감소로 쌀 가격 하락 등 시장 위기 요인이 발생하는 상황  
- 사업체에서의 가공용 쌀 소비는 증가세이나, 2023년 기준 소비량은 전체 쌀 생산량의 22.1% 수준
- 이에 쌀 가공식품 수출 확대를 통해 국내 쌀 소비를 촉진하고 부가가치를 창출하여 시장 활성화 및 안정화에 기여할 수 있을 것으로 분석

---

78) 쌀 가공식품 주요 품목인 떡류, 튀김쌀(쌀튀밥), 즉석밥, 쌀과자, 곡물발효주(청주·약주·탁주), 식혜, 기타 곡물 조제품(누룽지, 쌀 시리얼 등) 기준

## 2. 對美 수출 및 시장현황 분석

□ 미국은 한국 쌀 가공식품 수출의 56.1%를 차지하는 주요 수출국으로, 2023년 1억 1,345만 2,000달러(한화 약 1,507억 원) 수출

- 對美 쌀 가공식품 수출액은 2019년 이후 연평균 36.1%의 높은 성장률 기록
  - 2024년 7월 누계 기준 對美 쌀 가공식품 수출액은 9,184만 9,200달러(한화 약 1,220억 원)로 전년 동기 대비 65.8% 증가
- 즉석밥(57.7%)의 수출 비중이 가장 높고, 떡류(24.6%), 기타 곡물 조제품(10.3%), 곡물 발효주(3.0%), 쌀과자(2.3%) 순으로 수출
- 간편식의 대중화, 글루텐프리 식품 수요 증가로 쌀 가공식품에 대한 관심이 높아지며 즉석밥, 떡류(떡볶이) 외에도 냉동 김밥과 같은 신규 품목이 수출되며 수출 성장 견인
  - 건강 중시 트렌드가 지속되며 육류와 밀 기반 식단을 주식으로 하는 미국 소비자들이 쌀에 관심을 가지기 시작했고, 바쁜 일상에서 편의성을 내세운 RTE 형태의 쌀 가공식품이 출시되며 소비자 요구에 부합
  - 또한 미국 내 아시안 인구 증가로 쌀 기반 요리에 대한 접근성이 확대됨과 더불어 한국 식품에 대한 관심이 크게 증가하며 한국산 쌀 가공식품 소비가 확대되고 있음
- 미국 내 한국산 쌀 가공식품 수입 비중은 7.3%로 상위 3위 수준이며, 2023년 수입액은 전년 대비 20.1% 증가한 1억 6,966만 2,000달러(한화 약 2,255억 원)로 집계

□ 한국산 쌀 가공식품은 온·오프라인 미국 소매 유통채널에서 판매되나, 오프라인 매장에서는 쌀과자, RTE 떡볶이, 즉석밥 등 일부 품목이 소수의 제품으로 판매

- (온라인) 한국산 쌀 가공식품 주요 품목<sup>79)</sup>이 모두 활발히 판매되고 있으며, 100g당 평균 단가는 3.11달러(한화 약 4,134원)<sup>80)</sup>로 경쟁국(미국 및 수입산) 제품의 100g당 평균 단가 2.71달러(한화 약 3,603원) 대비 소폭 높은 수준
  - 세부 품목별 100g당 평균 단가는 쌀과자, 쌀국수, 떡류(떡볶이 포함), 가공밥, 쌀 기반 주류, 쌀음료, 즉석밥 순으로 높은 가격 형성
    - (쌀과자) 쌀과자, 빵튀기, 튀긴 누룽지 등이 Rice Snack, Rice Cake, Rice Cracker 등의 명칭으로 유통되며, 100g당 평균 5.84달러(한화 약 7,764원)에 판매
    - (쌀국수) RTE 형태의 쌀국수 비중이 높은 편이나 일부 쌀국수, 쌀소면 등도 유통되며, 100g당 평균 3.62달러(한화 약 4,812원)에 판매
    - (떡·떡볶이) RTE 형태의 떡볶이 제품이 대부분이나 일부 떡국 떡이나 RTE 형태의 떡국 등이 유통되고 있으며, 100g당 평균 3.44달러(한화 약 4,573원)에 판매
    - (가공밥) 죽<sup>81)</sup>, 비빔밥, 냉동 김밥 등이 100g당 평균 3.43달러(한화 약 7,560원)에 판매
    - (쌀 기반 주류) 막걸리, 쌀 기반 주류(청주, 쌀 소주 등) 위주로 유통되며 100g(ml)당 평균 2.79달러(한화 약 3,296원)에 판매

79) 쌀과자, 떡·떡볶이, 즉석밥, 가공밥, 쌀 기반 주류, 쌀국수, 쌀음료 등 7개 품목

80) Amazon 등 미국 온라인 소매유통채널에서 판매되는 쌀 가공식품 주요 7개 품목 63개 제품 기준(2024.08)

81) 포리지(Porridge)라는 명칭으로 유통

- (쌀 음료) 식혜와 특정 브랜드의 쌀 음료(아침햇살) 위주로 유통되며 100g(ml)당 평균 1.72달러(한화 약 2,287원)에 판매
- (즉석밥) 오뚜기, 대상, CJ제일제당, 동원 등 다양한 즉석밥 제품이 100g당 평균 0.39달러(한화 약 1,236원)에 판매
- (오프라인<sup>82)</sup>) 유통되는 제품 수가 많지 않은 편으로, 비교적 쌀스낵과 즉석밥, RTE 형태의 떡볶이 제품이 일부 매장에서 판매 중으로 확인
  - (쌀스낵) 전통 쌀과자나 영유아 간식용 쌀 스낵 위주로 유통되나 그 수가 많지 않으며, 100g당 평균 0.35달러(한화 약 465원) 수준에 판매되어 가격경쟁력 보유
  - (즉석밥) 오뚜기 즉석밥, CJ제일제당의 미국 계열사 Annie Chun's 제품이 유일하게 유통되며, 제품 단가는 100g당 평균 2.14달러(한화 약 2,845원)로 경쟁 제품(미국 및 기타 수입산) 대비 고가에 판매
  - (떡볶이) 미국 오프라인 소매 유통채널에서 판매 중인 한국산 떡 제품은 확인되지 않으며, RTE 형태의 떡볶이 제품(영풍, 대상)이 100g당 평균 2.21달러(한화 약 2,938원)에 판매
  - (쌀 기반 주류) 미국 오프라인 소매 유통채널에서 판매 중인 한국산 쌀 기반 주류는 모두 막걸리(서울장수, 국순당)로 확인
  - (쌀 음료) 쌀 음료 제품인 아침햇살(웅진)이 일부 매장에서 판매
  - (가공밥) 2024년 9월 미국 내 오프라인 유통채널 5개소에서 판매되는 한국산 가공밥은 확인되지 않음
  - (쌀국수) 2024년 9월 미국 내 오프라인 유통채널 5개소에서 판매되는 한국산 쌀국수는 확인되지 않으며, 국내 식품기업 CJ제일제당의 미국 계열사인 Annie Chun's의 쌀국수(팟타이) 제품이 유통되고 있는 것으로 확인

□ 미국 소비자조사<sup>83)</sup> 결과, 쌀 가공식품 연상 이미지는 ▲건강하다 ▲맛있다 ▲먹기 편리하다 순으로, 최근 식생활 트렌드에 부합하는 것으로 나타남

- 전체 응답자의 72.1%가 쌀 가공식품을 소비해본 적 있으며, ▲맛있어서 ▲건강식을 섭취하기 위해 ▲요즘 유행이라서 소비한 것으로 나타남
  - 가정 내 소비 비중이 84.0%로 높으며, 쌀 가공식품 구매 시 ▲맛 ▲가격 ▲품질을 가장 중요하게 고려
  - 쌀 가공식품 연상국가는 ▲중국 ▲일본 ▲미국 ▲한국 순으로 나타남
- 한국산 쌀 가공식품을 소비해본 적 있는 응답자는 79.3%로, 한국산 쌀 가공식품 연상 이미지는 ▲맛있다 ▲고품질이다 ▲안전하다/위생적이다 순으로 높음
  - 한국산 쌀 가공식품 연상 품목은 ▲쌀국수 ▲쌀 스낵 ▲쌀밥(즉석밥) ▲떡볶이 순으로 높으며, ▲맛있어서 ▲건강식을 섭취하고 싶어서 ▲건강한 섭취가 가능해서 한국산 쌀 가공식품을 소비
  - 한국산 쌀 가공식품 구매 시 ▲맛 ▲가격 ▲성분을 가장 중요한 고려 요소로 인식하고 있으며, 경쟁제품(미국 및 기타 수입산) 대비 한국산 쌀 가공식품은 ▲맛 ▲품질 ▲포장 ▲위생/안전성 ▲제품 정보제공 ▲제품 인증 ▲원산지 국가의 이미지/신뢰도 부문에서 우수한 것으로 인식
  - 다만 ▲구매 용이성과 ▲가격은 한국산보다 경쟁국산(타원산지) 제품이 더 우수하다고 인식
- 응답자의 93.6%는 즉석밥을 소비해본 적 있으며, 주로 ▲오프라인 대형마트와 ▲오프라인 식료품점에서의 구매 비중이 높음

82) 대형마트(Walmart, Target, Ralphs), 식료품 전문 매장(Whole Foods Market), 아시안마트(Super1Mart) 방문 조사 결과(2024.09)

83) 미국 소비자 174명 대상 온라인 설문조사 결과(2024.08.09.~2024.08.13.)

- 즉석밥의 원산지별로는 ▲미국산 ▲한국산 ▲중국산 순으로 구매 비중이 높았고, 구매 경험을 보유한 응답자의 86.3%는 즉석밥의 쌀 품종을 고려하며, 이 중 85.0%는 자포니카종을 선호
- 경쟁국(미국 및 기타 수입산) 대비 한국산 즉석밥은 ▲맛 ▲포장 ▲위생/안전성 ▲구매 용이성 ▲제품정보제공 부문에서 보다 우수한 것으로 인식되나, ▲제품인증 및 ▲원산지 국가의 이미지/신뢰도 부문은 간소한 차이로 경쟁국산이 더 우수한 것으로 인식
- ▲가격 및 ▲품질 부문은 한국산과 경쟁국산이 유사한 수준으로 인식되고 있음
- 미국 내 한국산 쌀 가공식품이 경쟁력을 확보하기 위해서는 ▲맛의 강화 ▲품질기준 향상 ▲가격 인하가 우선되어야 하며, 이 외에도 ▲증량 ▲구매 용이성 확보 등이 필요
- 이 외에도 ▲제품 다양화 ▲품질개선 ▲풍미/질감 개선 및 맛의 다양화 ▲영양성분 개선 등이 필요한 것으로 나타남

<표 VI-6> 경쟁제품 대비 한국산 쌀 가공식품·즉석밥의 우위 요소

(단위: 조 원, %)

쌀 가공식품		항목	즉석밥	
강점	약점		강점	약점
○		맛	○	
	○	가격	-	-
○		품질	-	-
○		포장	○	
○		위생/안전성	○	
	○	구매용이성	○	
○		제품 정보제공	○	
○		제품 인증		○
○		원산지 국가의 이미지/신뢰도		○

\*주: 즉석밥의 가격 및 품질은 한국산과 경쟁국산(미국 및 타 수입국) 제품이 동일한 수준으로 인식됨

□ 즉, 미국 쌀 가공식품 시장은 건강한 식단을 추구하는 소비자 증가와 간편식에 대한 수요 확대에 의해 지속적으로 성장 중

- 미국 내 비건 및 글루텐프리 제품 수요 증가와 맞물려 한국산 쌀 가공식품에 대한 소비자 관심 증가
- 미국 소비자들은 한국산 쌀 가공식품을 '맛있고', '건강하며', '편리한' 제품으로 인식하며, 특히 냉동 김밥, 떡볶이, 즉석밥과 같은 제품이 큰 인기를 얻음
  - 건강과 편의성을 강조한 제품에 대한 소비자 수요가 증가하며 냉동 김밥과 같은 새로운 유형의 쌀 가공식품에 대한 관심이 크게 증가함
  - 이러한 성과는 한국산 쌀 가공식품이 현지 소비자 요구에 맞는 건강하고 간편한 식사로 자리매김하고 있음을 반영하는 것으로, 향후 더 많은 한국산 쌀 가공식품의 유통 확대 가능성을 시사
  - 이에 현지 소비 트렌드에 맞춰 간편식 라인업을 강화, 비건·글루텐프리 등 건강식을 강조한 제품 개발 등을 통해 미국 시장에서의 경쟁력을 더욱 강화할 필요가 있음

### 3. 對美 수출확대 방안 및 유의사항<sup>84)</sup>

#### □ 한국산 쌀 가공식품에 대한 인지도 개선을 위해 적극적인 광고 및 홍보 필요

- 최근 미국 내 한국 문화 콘텐츠를 통해 간접 경험하는 한식(K-Food)에 대한 호기심이 증가하며 쌀 가공식품 수요도 높아지는 추세
- 다만, 한국산 쌀 가공식품은 한식에 관심을 보유한 소비자 위주로 소비되고 있어 보편적인 소비 확대를 위해서는 적극적인 광고 및 홍보가 수반되어야 함
  - 현지 유통업계 관계자에 따르면 떡볶이, 냉동 김밥 등 한국을 대표하는 음식인 쌀 가공식품에 대해서는 인지도가 높은 편이나, 전통주(쌀 기반 주류)와 같은 품목은 미국 소비자들이 접할 수 있는 기회가 적어 많이 알려지지 않은 상황<sup>85)</sup>
  - 즉석밥 역시 미국 내 다양한 제품(특히 미국산 위주)이 유통되고 있으며, 한국산 즉석밥은 유통 가짓수가 적고 판매하는 매장이 한정적이어서 전반적인 인지도는 높지 않다고 평가됨
  - 소비자조사 결과, 한국산 쌀 가공식품의 경쟁력 확보를 위해서는 ‘더 큰 시장에서 홍보를 강화해야’ 하며, ‘소비자들이 쌀 가공식품에 대해 알 수 있도록 홍보가 필요’한 것으로 나타남
- 미국 내 한국산 쌀 가공식품의 인지도 향상을 위해 온·오프라인을 아우르는 홍보 마케팅이 수반되어야 함
  - 한국의 자동차나 전자제품은 TV나 온라인 광고로 쉽게 접할 수 있지만 식품에 대한 광고는 접하기 힘든 상황으로, TV 및 온라인 매체(YouTube 등)를 활용해 더 많은 제품 노출이 되어야 할 것으로 판단
  - 특히 풋볼 게임 광고는 미국 내 가장 파급력이 큰 홍보 채널 중 하나로, 이를 고려한 마케팅 전략을 수반하는 것도 도움이 될 수 있을 것으로 판단
  - 또한 미국 소비자가 자주 방문하는 오프라인 유통채널(대형마트 등)에서의 프로모션(가격할인 등)이나 포장 디자인 차별화 등을 통해 소비자 관심을 유도해야 함
- 더 나아가 한국은 쌀 가공식품의 주요 생산국이며, 한국산 쌀 가공식품은 건강하고 고품질의 제품이라는 이미지 형성을 위한 적극적인 홍보활동이 필요
  - 소비자 인식조사 결과, 쌀 가공식품 연상국가는 중국(78.9%) > 일본(54.4%) > 미국(45.6%) > 한국(42.2%) 순으로, 한국은 미국의 쌀 가공식품 수입 3위<sup>86)</sup>국임에도 불구하고 인지도는 중국과 일본에 비해 낮은 수준으로 나타남
  - 이에 한국은 쌀 스낵, 쌀밥(즉석밥 및 가공밥), 떡 등 다양한 쌀 가공식품의 주력 생산국임과 동시에 맛·품질·위생·안전성 측면에서 고품질의 제품을 생산하는 국가라는 이미지를 형성하여 경쟁력을 확보해야 함

#### □ 다양한 제품이 유통되는 시장에서 경쟁력을 확보하고 세분화된 소비자의 요구를 충족하기 위해 제품 유형(맛·형태)의 다양화 필요

- 온·오프라인 판매 제품조사 결과, 경쟁국산(미국산 및 타 수입국산) 제품은 다양한 맛과 형태의 제품이 다수 유통되고 있음

84) 문헌정보조사 결과 분석 및 현지 유통업계 담당자와의 인터뷰 결과를 반영하여 기술

85) 현지 유통업계 담당자와의 인터뷰 결과(2024.09)

86) 2023년 미국의 쌀 가공식품 수입액을 기준으로, 1위는 캐나다, 2위는 멕시코로 나타남

- 쌀 스낵의 경우 한국산 제품은 전통 쌀과자와 영유아 간식용 쌀과자 소수 품목이 유통되는 반면, 경쟁제품은 다양한 맛과 형태(크래커, 스낵바, 시리얼)의 제품이 다수 유통되어 소비자의 선택 범위를 넓힘
- 즉석밥의 경우에도 경쟁제품은 백미뿐만 아니라 현미 또는 Yellow Rice<sup>87)</sup> 등으로 세분화되어 있으며, 즉석 섭취가 가능한 인스턴트 밥이나 물에 불려 먹는 건조밥 형태 등 다양한 형태로 판매
- 소비자조사 결과, 한국산 쌀 가공식품의 경쟁력 확대를 위해 ‘제품 다양화’가 필요하다는 다수의 의견 확인
  - 소비자조사에 참여한 응답자들은 ‘더 많은 종류가 유통되어야 한다’, ‘경쟁제품의 유형이 더욱 다양하다’, ‘쌀 기반 디저트, 즉석밥, 간식의 종류가 확대되어야 한다’고 언급
- 이에 맛과 유형을 세분화한 제품 출시 전략이 요구되며, 더 나아가 소비자의 입맛을 사로잡을 수 있는 새로운 제품 개발이 필요
  - 최근 미국 시장에서 판매 중인 쌀 스낵 중 기존 전통 쌀과자 식감에서 탈피한 쌀과자가 큰 인기를 끌고 있는 것으로 나타남
  - 해당 상품은 쌀 함량 56%와 전지분유 등을 함유해 먹었을 때 입에서 사르르 녹는 부드러운 식감으로 소비자의 관심을 받고 있으나, 중국에서 생산 후 유통되는 제품으로 확인

<그림 VI-1> 최근 미국에서 인기인 쌀과자 제품



### □ 소비자 접근성 향상 및 인지도 확대를 위해 오프라인 유통채널의 확대 필요

- 현지 오프라인 소매 유통채널에서 판매되는 한국산 쌀 가공식품은 일부 제품에 한정되어 있는 실정
  - 소비자 인식조사 결과, ‘한국산 쌀 가공식품이 더 맛있지만 미국산이 더 구하기 쉽다’ 또는 ‘매장에서 한국산 쌀 가공식품을 쉽게 구할 수 없다’, ‘한국산은 공급량이 부족한 것 같다’와 같이 구매 접근성 향상이 필요하다는 의견이 확인
- 이에 미국 소비자가 보편적으로 이용하는 오프라인 유통채널로의 접근 필요
  - 소비자조사 결과에서도 쌀 가공식품의 주요 구매처는 오프라인 대형마트(43.8%)나 오프라인 식료품 전문점(32.6%)이 대부분으로 나타났으며, 아시안 전문 마트(한인마트 포함) 이용 비중은 6.7%에 불과
  - 또한 쌀 가공식품을 소비해본 적 없는 응답자의 18.9%는 어디에서 파는지 몰라서 쌀 가공식품을 섭취하지 않는다고 응답하였고, 한국산 쌀 가공식품을 소비해본 적 없는 응답자의 41.4%는 어디서 파는지 몰라서 소비해본 적 없다고 응답

87) 강황이나 샤프란, 안나토 등으로 노랗게 물들인 쌀밥

□ 한국산 쌀 가공식품에 대한 인지도를 보유하지 않은 소비자들도 쉽게 제품을 섭취할 수 있도록 관련 정보를 명확히 제공해야 함

- 미국 내 유통되는 한국산 제품 중 일부는 상품 포장에 제품 설명, 사용(섭취) 방법에 대한 정보제공이 미흡한 상황
  - 대부분 한국 제품은 성분 표시나 조리법에 대한 정보를 상세히 제공하지 않으며, 제품 라벨에 부착되어 있더라도 수입자(또는 판매자)의 영문라벨(스티커) 부착으로 가려지거나 잘 보이지 않는 사례가 많음
  - 한국산 쌀 가공식품에 대한 온라인 구매 후기에서도 ‘제품을 어떻게 조리해 먹어야 하는지 모르겠다’는 의견이 확인되었고, ‘제시된 조리법대로 따라 했으나 (조리법이 대략적이어서) 원하는 맛과 식감을 얻지 못했다’는 의견도 존재
  - 소비자조사 결과 쌀 가공식품을 소비해본 적 없는 응답자의 16.2%는 어떻게 먹는지 몰라서 소비해본 적 없다고 응답하였고, 응답자의 일부는 ‘한국산 제품이 좋다고 생각하지만, 소비자들에게 제품에 대한 정보를 더 많이 제공해야 한다’ 또는 ‘제품 소비 방법에 대해 알려줘야 한다’고 정보 제공 필요성을 시사
- 미국 소비자는 쌀 가공식품 소비 및 섭취에 대한 이해도가 비교적 낮으므로 상세한 제품 설명과 직관적인 표기 방법으로 관련 정보가 제공되어야 함

<그림 VI-2> 제품 섭취(조리) 방법을 상세하고 직관적으로 표시한 포장 예시

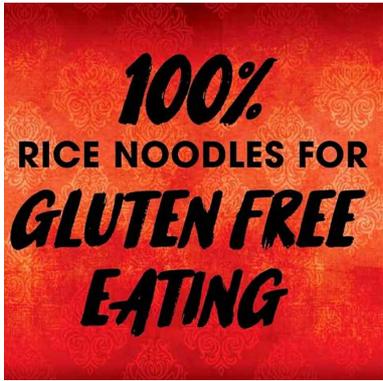


- 또한 미국 소비자는 식품의 성분에 대해 구체적인 정보제공을 요구하고 있으며, 미국 내 식품 라벨 규정에서도 식품 성분 표시에 대해서는 엄격한 기준을 제시하므로 이에 대한 기준 충족이 필요

□ 미국 내 쌀 가공식품은 밀 기반 식품을 대체할 수 있는 건강한 탄수화물 식단으로 인식되고 있어 건강식 수요에 기반한 마케팅 전략 수립이 주요할 것으로 분석

- 미국의 주식(主食)은 밀 기반 식품 및 육류 위주의 식단으로 구성되어 있어 쌀 가공식품은 글루텐프리, 비만 예방, 건강식·베지테리언(채식) 및 비건 식단에 부합하는 식품으로 인식
- 쌀 기반 식품의 건강상 이점에 대한 소비자 인식이 확대되는 추세로, 이에 기반한 제품 차별화 전략 마련 필요
  - 소비자조사 결과, 한국산 쌀 가공식품의 경쟁력 확보를 위해 ‘미국 소비자에게 쌀 가공식품의 이점을 알리는 홍보활동이 강화’되어야 할 필요성 대두

<그림 VI-3> 건강한 식품임을 홍보하는 포장 예시

 <p>100% RICE NOODLES FOR <b>GLUTEN FREE</b> <b>EATING</b></p>	 <p>HEART HEALTHY<sup>®</sup> A LOW FAT FOOD A CHOLESTEROL FREE FOOD NO PRESERVATIVES <small>*WHILE MANY FACTORS AFFECT HEART DISEASE, DIETS LOW IN SATURATED FAT AND CHOLESTEROL MAY REDUCE THE RISK OF THIS DISEASE.</small></p>
<p>미국에서 유통 중인 쌀국수에 표기된 100% 글루텐프리 문구</p>	<p>미국에서 유통 중인 즉석밥에 표기된 건강상 이점 관련 문구</p>

- 한국산 쌀 가공식품을 미국에 수출하려는 기업은 미국 식품안전현대화법(FSMA) 및 FDA의 규정을 철저히 준수해야 함
- 수출을 위한 FDA 시설등록 및 해외공급자검증프로그램(FSVP) 이행이 필수이며, 캘리포니아 Proposition 65와 같은 유해물질 규제에 따른 경고라벨 부착 필요
  - 라벨링 규정에 따라 제품명, 성분, 영양성분표, 제조업체 정보 등을 명확히 표시해야 하며, 특히 식품첨가물 및 잔류물질에 관한 규정을 엄격히 준수해야 함

## 4. 결론(對美 수출확대 전략)

### ① 건강을 강조한 홍보전략

- 미국 소비자의 건강식 선호에 대응한 홍보전략
  - 최근건강한 식단에 대한 관심 증가로, 식품 선택 시 영양성분을 중시하는 경향이 강해지는 추세
  - 특히 저염, 저칼로리, 고섬유질 식품이 많은 관심을 받고 있으며, 이러한 트렌드는 쌀 가공식품의 수출 확대에 매우 긍정적인 요인으로 작용할 수 있음
  - 한국산 쌀 가공식품은 건강한 밀 기반 대체식품으로 자리매김할 수 있으며, 특히 비건 및 글루텐프리 옵션이 추가된다면 더욱 차별화된 제품으로 시장 내 입지를 강화할 수 있음. 이는 미국 내 건강식 트렌드와 일치하며, 이를 강조한 제품 마케팅이 필요함
- ‘글루텐프리’ 식품을 적극적으로 내세운 홍보전략
  - 미국 소비자 내 글루텐프리 식품에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있으므로 제품 라벨에 글루텐 프리라는 점을 명확히 표시하고, 글루텐프리 제품을 선호하는 소비자에게 신뢰감을 줄 수 있는 홍보를 강화해야 함

### ② 제품 차별화 및 현지화 전략

- 건강식 및 간편식 제품군 차별화 전략
  - 미국 소비자들은 건강과 편리함을 모두 충족시킬 수 있는 식품을 찾고 있음. 따라서 한국산 쌀 가공식품을 미국 시장의 건강식 및 간편식 트렌드에 맞춰 차별화할 필요가 있음
  - 제품에 고섬유질, 저염, 저칼로리 등의 건강 기능성을 더해 차별화된 포지셔닝을 할 수 있으며, 이는 미국 소비자들에게 큰 호응을 얻을 가능성이 큼
  - 또한, 간편하게 조리할 수 있는 제품군을 확대하여 바쁜 일상을 보내는 미국 소비자들이 쉽게 선택할 수 있도록 해야 함. 한국산 간편식은 이미 SNS에서 큰 인기를 끌고 있어, 이를 바탕으로 한 추가적인 제품 개발이 필요함
- 현지 입맛에 맞춘 제품 개발 전략
  - 미국 소비자의 입맛에 맞춘 현지화된 제품 개발 역시 중요함. 예를 들어, 미국 소비자가 선호하는 시즈닝(치즈 등)이나 초콜릿을 첨가해 제품 맛을 다양화하거나 미국 소비자가 선호하는 맛을 반영한 ‘퓨전’ 제품을 개발하여, 더 많은 소비자층을 공략할 수 있음
  - 즉, 현지 소비자들이 쉽게 접근할 수 있도록 다양한 맛의 변화를 반영한 제품을 출시하여 시장 내 경쟁력 확보 가능

### ③ 유통망 확장 및 접근성 강화 전략

- 대형 유통망 협력 강화 전략
  - 미국 소비자가 주로 이용하는 Walmart, Target, Costco와 같은 주요 유통망에 한국산 쌀 가공식품을 배치하여, 더 많은 소비자에게 제품이 노출될 수 있도록 해야 함
  - 유통망과의 협력을 통해 할인 행사나 한정판 제품 출시와 같은 특별한 프로모션을 기획함으로써 소비자의 관심을 유도해 제품에 대한 인지도를 높일 수 있음

#### ○ 온라인 유통채널 활성화 전략

- 온라인을 통한 식품구매가 증가하는 추세로 온라인 유통채널을 적극적으로 활용해야 함
  - Amazon, Walmart 온라인 스토어와 같은 주요 전자상거래 플랫폼을 통해 제품을 판매하고, 비건 및 글루텐프리 제품을 중심으로 온라인 마케팅을 강화해야 함
- 특히, 온라인 쇼핑 플랫폼에서 건강과 관련된 키워드를 활용한 검색 최적화와 리뷰 관리를 통해 제품에 대한 긍정적인 인식을 확대하는 것이 중요함

#### ○ 현지 유통망 및 물류 파트너십 강화 전략

- 미국 시장에서 물류는 매우 중요한 역할을 하며, 신속하고 효율적인 공급망 구축이 필요함
  - 현지 유통업체 및 물류 기업과의 파트너십을 강화하여 물류비를 절감하고, 제품을 신속하게 공급할 수 있는 체계 구축을 통해 소비자 만족도 제고 가능

### ④ 마케팅 및 브랜드 강화 전략

#### ○ 한류 연계 마케팅 전략

- 한류(K-pop, K-drama)는 미국에서 지속적으로 인기를 끌고 있으며, 이를 활용한 마케팅 전략은 여전히 효과적임. 그러나 일반 기업이 직접 한류 스타와 협업하는 것은 현실적으로 어려울 수 있으므로, 대중적 한류 콘텐츠나 한류 문화에 대한 소비자들의 관심을 활용하는 방식으로 접근해야 함
  - 한류를 소재로 한 콘텐츠를 SNS나 광고에 자연스럽게 녹여내거나, 한류와 관련된 테마 이벤트, 패키지 디자인, 프로모션을 진행할 수 있음
- 또한 K-pop이나 K-drama 팬들을 겨냥한 소셜 미디어 캠페인이나 소비자 참여형 이벤트를 기획해, 자연스럽게 한국 식문화에 대한 인식을 높이고 제품에 대한 관심을 끌어낼 수 있음

#### ○ SNS 및 인플루언서 마케팅 강화 전략

- SNS는 현대 소비자에게 강력한 영향력을 미치고 있으며, 이를 활용하여 제품 인지도를 높이는 것이 중요한 요소임. 특히, 인기 인플루언서와 협업하여 제품을 소개하고, 시식 체험 이벤트 등을 진행함으로써 소비자의 관심을 끌 수 있음
- 이러한 방식은 브랜드 인지도를 빠르게 높일 수 있는 중요한 전략이며, 이를 통해 제품에 대한 소비자 피드백을 실시간으로 수집할 수 있음

#### ○ 건강과 편리함을 강조한 현지화 마케팅 전략

- 미국 소비자는 건강을 중요하게 생각하면서도, 간편하게 조리할 수 있는 식품에 대한 선호가 매우 높기 때문에 한국산 쌀 가공식품의 건강함과 편리함을 동시에 강조하는 마케팅이 필요
- 'Healthy and Convenient' 같은 메시지를 중심으로 광고 캠페인을 전개하여, 한국의 쌀 가공식품은 간편하면서도 건강에 좋은 제품이라는 각인 필요

### ⑤ 가격 및 품질 경쟁력 전략

#### ○ 현지 시장 맞춤형 가격 책정 전략

- 미국 시장으로의 성공적인 안착을 위해서는 경쟁력 있는 가격을 유지해야 하며, 따라서 현지 시장 내 제품 가격을 철저히 분석한 후 타당한 가격 전략을 수립해야 함
- 이를 통해 가격에 민감한 소비자들의 구매 욕구를 충족시킬 수 있으며, 더 나아가 할인 행사와 같은 프로모션을 통해 가격 대비 가치를 더욱 높임으로써 소비자 관심 제고 가능

○ 품질 유지 및 신뢰 구축 전략

- 일정한 품질을 유지함으로써 소비자의 신뢰도를 얻을 수 있으며, 이는 곧 장기적인 브랜드 충성도로 이어질 수 있음
- 또한 미국 시장에서는 식품 안전과 관련한 규제가 매우 엄격하므로 제품 품질을 보장할 수 있는 품질 관리 시스템을 수립 및 강화해야 함

⑥ 식품 안전 규정 준수를 통한 신뢰 확보

○ FDA 및 FSMA 규정 준수 전략

- 미국으로 수출되는 모든 식품은 미국식품의약국(FDA)의 규정을 준수해야 하며, 식품안전현대화법(FSMA)에 따라 시설등록 및 공급자 검증 절차를 반드시 이행해야 함
  - 이는 미국 소비자들에게 안전한 식품을 제공하기 위한 필수적인 절차로, 관련 절차를 준수하지 않을 경우 미국으로의 수입이 불가능함
- 따라서 對美 수출 쌀 가공식품은 철저한 품질 관리 및 문서 관리 등 당국의 규정을 엄격히 준수해야 함

○ 라벨링 규정 준수 및 소비자 신뢰 확보 전략

- 미국 시장에서는 식품 라벨링 규정이 매우 엄격하게 적용되므로, 제품에 포함된 모든 정보를 명확히 표시하는 것이 중요함
- 이에 제품 라벨에 제품명, 성분, 영양성분, 제조업체 정보, 유통기한 등 당국에서 규정한 정보를 명확히 표기하고, 필요한 경우 제품 성분 등에 대한 경고라벨을 부착해야 함

## ※ 참고문헌 및 참고사이트

1	Euromitor( <a href="https://www.euromonitor.com/">https://www.euromonitor.com/</a> )
2	ITC Trademap( <a href="https://www.trademap.org/">https://www.trademap.org/</a> )
3	KAMIS 농수산물 유통정보( <a href="https://www.kamis.or.kr/">https://www.kamis.or.kr/</a> )
4	Proposition 65 Warnings Website( <a href="https://www.p65warnings.ca.gov/">https://www.p65warnings.ca.gov/</a> )
5	reddit( <a href="https://www.reddit.com/">https://www.reddit.com/</a> )
6	Statista( <a href="https://www.statista.com/">https://www.statista.com/</a> )
7	TTB Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau( <a href="https://www.ttb.gov/">https://www.ttb.gov/</a> )
8	U.S. Food and Drug Administration( <a href="https://www.fda.gov/">https://www.fda.gov/</a> )
9	국가통계포털 KOSIS( <a href="https://kosis.kr/">https://kosis.kr/</a> )
10	농식품수출정보 KATI( <a href="https://www.kati.net/">https://www.kati.net/</a> )
11	농촌진흥청 농업기술포털( <a href="https://www.nongsaro.go.kr/portal/">https://www.nongsaro.go.kr/portal/</a> )
12	식품의약품안전처 식품공전( <a href="https://various.foodsafetykorea.go.kr/fsd/#/">https://various.foodsafetykorea.go.kr/fsd/#/</a> )
13	한국농촌경제연구원 농업관측 통계정보시스템( <a href="https://oasis.krei.re.kr/index.do">https://oasis.krei.re.kr/index.do</a> )
14	한국농촌경제연구원 농업관측센터( <a href="https://aglook.krei.re.kr/">https://aglook.krei.re.kr/</a> )
15	CJ CheilJedang's K-style rice gains popularity in N.America, THE KOREA ECONOMIC DAILY(2024.04.23)
16	Element Snacks Launches Sea Salt Caramel Crispy Rice Minis, NOSH(2023.02.17)
17	Global Rice-based Products Market is Anticipated to Hit Worth of US\$ 379.86 Billion at a CAGR of 6.1% between Forecast Period 2023 to 2033, Future Market Insights(2023.04.27)
18	How Mochi Ice Cream Took Over the Freezer Aisle, VICE(2021.03.22)
19	Quaker Just Released a New Snack in a Fan-Favorite Flavor, allrecipes(2024.03.28)
20	Rice Cakes Market Size Growing at 4.33% CAGR by 2030, Value to Surpass USD 729.52 Million, Global Newswire(2023.08.22)
21	Rice Wine Market Size Set to Expand by USD 3.00 Bn, through [2024-2028], Driven by Online Sales Surge and Health Benefits, Technavio(2024.06.16)
22	Rice-Based Products Market Size, SKYQUEST(2024.04)
23	Snack Market in the US and Canada: Salty and Savory Treats, INNOVA MARKET INSIGHTS(2024.07.09)
24	The global rice cakes market is set to grow, Food&Ingredients(2022.07.14)
25	The Market value (retail sales value) of Rice based Industry in United States of America, GlobalData

26	Tteokbokki takeover: America's next food obsession is the ultimate Korean comfort Food, NBC NEWS(2023.03.03)
27	United States Rice Protein Market SIZE & SHARE ANALYSIS, Mordor Intelligence
28	United States Rice Snacks Market By Application, InsightHarbor Report(2024.07.24)
29	"매운 맛 도전!"...미국 MZ세대, 길거리음식 '떡볶이'에 환호, 조세일보(2023.03.12)
30	"쌀 가격 하락 착잡해, 가루용 쌀 개발 보급 시급", 오마이뉴스(2024.09.04)
31	'알티스트', 식물성 냉동 김밥 3종 미국으로 수출, 글로벌에픽뉴스(2024.03.20)
32	BTS 지민이 먹던 '떡볶이', 전 세계인 관심 폭증, 식품외식경영(2020.09.22)
33	K-떡볶이로 세계인 입맛을 사로잡다, CJ NEWSROOM(2024.01.29)
34	K푸드 '불티'...지난해 쌀 가공식품 수출 '최대', SBS Biz(2024.01.29)
35	국순당 "막걸리 수출 2년연속 1천만불 돌파...미국에 300만불", 연합뉴스(2023.03.21)
36	그 냉동 김밥은 어쩌다 미국에서 품질되었나?, 시사IN(2024.02.29)
37	'글루텐 프리'는 무조건 좋다? "NO", 헬스조선(2021.12.13)
38	냉동김밥 해외시장 판 커진다...사조대림도 미국에 본격 수출, 한국경제(2024.06.14)
39	미국 MZ세대가 폭 빠진 막걸리, 40만 캔 팔린 비결, 오마이뉴스(2022.04.30)
40	미국 입맛 사로잡은 'K-푸드' 떡볶이... K팝 등 한류 확산에 인기 ↑, 어린이동아(2023.03.09)
41	미국도 이제는 '밥심'... CJ제일제당 '햇반' 북미 수출액 20% 상승, 매경헬스(2024.04.23)
42	미국서 K-라이스 열풍 왜?...쌀 가공식품 수출 '사상 최대' 찍었다, 시사저널(2024.01.29)
43	미국서 없어서 못파는 김밥, 한국서 풀었더니 5만개 5일만에 완판...어떤 맛이길래, 매일경제(2024.01.19)
44	미안하다 사랑한다④-R&D로 무장한 건강한 쌀가공식품 수출 급증, 식품음료신문(2020.10.21)
45	밀가루보단 '쌀'을 먹어야 하는 이유, 코메디닷컴(2021.08.16)
46	북미서 잘팔리네...냉동김밥 덕에 우양 '우상향', 한국경제(2024.05.30.)
47	사조대림, '냉동김밥' 美 시장 필두로 글로벌 수출 나선다, 뉴스1(2024.06.14)
48	알티스트, 냉동 김밥 미국 수출...“한식의 맛 선도 목표”, 이뉴스투데이(2024.03.19)
49	올해 쌀가공식품 수출 '최대'...즉석밥·냉동김밥 수요 급증, 한국무역협회(2024.08.18)
50	위기의 쌀 산업을 진단한다 - ③한계에 봉착한 쌀 소비, 대안을 찾아야, 농수축산신문(2022.10.14)
51	지방은 밀가루 3분의1..성인병 예방, 파이낸셜뉴스(2008.03.19)
52	해외서 활로 찾는 막걸리, 4년 새 수출 24% ↑, 데일리안(2023.08.03)