

# 미국, 쌀 소비증가와 애그리비즈니스 역할

미국에서 쌀 소비가 꾸준히 증가하고 있다. 선진국에서 식품 소비패턴은 탄수화물에서 고단백질로 전환하는 경향이 있다. 그러나 미국에서는 소맥 등의 곡물소비량이 감소하고 있지만 쌀 소비는 증가하고 있다.

미국 농업부(USDA)는 2003년도 쌀생산이 617만톤(백미기준. 이하 동일)에 달할 것으로 전망하고 있다. 이 중 285만톤을 수출하고, 수입한 51만톤을 포함하여 388만톤을 소비한다. 미국은 세계 쌀 생산량의 1.6%에 불과하나 수출량의 11.3%를 차지한다. 생산은 세계 10위권 밖이지만 수출은 세계 3위로서 수출대국의 입지를 유지하고 있다.

## 1. 쌀 소비량 증가

쌀 생산은 1990년 510만톤에서 2003년 617만톤으로 21.0% 늘어난 반면, 소비는 같은 기간 298만톤에서 388만톤으로 30.2%나 늘어났다. 1990년대 중반이후 쌀소비는 연간 3%씩 신장하고 있다.

또, 미국의 쌀 수출은 1990년대 중반이후 호조를 보이고 있다. 북미자유무역협정(NAFTA)이 발효된 이후 멕시코로의 수출이 늘어나고 있다. 멕시코 수출은 1993년 17만톤에서 2002년 51만톤으로 3배나 늘어나 미국 수출량의 18%를 차지하는 등 미국의 최대 고객으로 자리잡고 있다.

표 1 미국 쌀산업 위치, 2003년

단위 : 만톤(백미), kg(백미), %

|       | 세계 전체  | 미국(점유율)   |
|-------|--------|-----------|
| 생산량   | 38,927 | 617( 1.6) |
| 수출량   | 2,512  | 285(11.3) |
| 수입량   | 2,478  | 51( 2.1)  |
| 소비량   | 41,198 | 388( 0.9) |
| 기말재고량 | 8,238  | 78( 0.9)  |
| 기말재고율 | 20.0   | 20.1      |

자료 : USDA

표 2 미국 쌀 수급추이

단위 : 만톤(백미)

|             | 1980 | 1990 | 2000 | 2003 |
|-------------|------|------|------|------|
| 생산량         | 484  | 510  | 594  | 617  |
| 수출량         | 303  | 233  | 259  | 285  |
| 수입량         | 1    | 15   | 35   | 51   |
| 소비량         | 211  | 298  | 368  | 388  |
| 기말재고율(%)    | 25.8 | 26.9 | 24.1 | 20.1 |
| 1인당 소비량(kg) | 9.3  | 11.9 | 13.0 | 13.4 |

자료 : USDA

쌀 수요증가는 1인당 소비량 증가에도 나타나고 있다. 미국 국민 1인당 1년간 소비량은 1990년 11.9kg에서 2003년 2억 9,000만명이 1인당 평균 13.4kg 소비하고 있다. 같은 기간 소맥은 148.5kg에서 114.4kg으로 감소한 것과는 대조적이다.

쌀 수요가 증가하는데는 몇 가지 이유가 있다. 쌀은 나트륨이 적어서 요리가 간편하고, 용도가 다양한 특징이 있다. 더구나 건강에 좋은 점도 홍보 효과를 높이고 있다. 이를 활용하여 미국의 쌀 애그리비즈니스들이 새로운 제품개발과 소비확대에 노력한 결과 최근에는 전식에서 후식에 이르기까지 다양한 상품이 개발되고 있다.

## 2. 덮밥공급이 소비확대 계기

쌀 소비가 늘어난 계기는 쌀밥 또는 파스타 위에 고기나 채소를 덮어먹는 아시아식 덮밥식당이 유행하기 시작하면서이다. ‘언클 벤’(Uncle Ben)이 슈퍼의 냉동식품 매장에 덮밥을 도입한 것에서 소비자의 관심을 끌게 되었다. 미국에서 덮밥은 냉동식품의 격을 높인 동시에 그 편의성에서 인기를 모으고 있다. 다른 제품의 이미지와는 다를 뿐아니라 단품으로 충분한 식사가 된다는 점에서 호평을 받고있다.

쌀이 냉동식품에 적합한 것은 성분 그 자체에 있다. 쌀 전분의 과립이 동결할 때 수분의 충격으로부터 쌀 입자를 보호한다. 그래서 덮밥 종류가 2002년 현재 100종을 넘어서고 있다. 라이스 케이크, 라이스 칩, 라이스 크래커 등도 수요 증가의 요소가 된다.

또, 쌀 식사가 늘어나는 것도 소비증가의 중요한 요인이다. 조리법의 다양성과 편의성이 중요하게 고려되는 시대에 적합한 제품이 개발되고 있기 때문이다. 슈퍼의 냉동식품 코너에는 쌀 제품이 주로 진열되어 있는 것이 일반적인 풍경이다.

쌀은 또 다양한 용도를 가지기 때문이 인기상품으로 자리잡고 있다. 쇠고기에도, 닭고기에도 잘 어울리며, 각종 조미료와의 브랜드 적성이 좋은 점도 소비를 확대하는 요인이다. 다른 곡물에 비해 우선 맛에 대한 거부감이 적다. 그래서 라이스 프레이크에서 팝라이스, 곡물 믹스에 이르기까지 다양한 형태의 제품이 개발되고 있다.

최근 멕시코 요리에 부식으로 쌀밥이 자주 등장하고 있다. 수요가 늘어나는 또 다른 분야는 아시아계 패스트푸드 점이다. 소비자의 요구에 대응

하여 가정에서 간단히 조리할 수 있는 조리품은 자동차로 이동 중이든 앉아서든 먹기 쉬운 것이 장점이다.

### 3. 애그리비즈니스가 소비확대 주도

미국쌀산업연합회(USA Rice Federation)는 “쌀 신제품개발이 흥행이 되는 이유는 미용식, 자연식, 건강식 등의 유행에도 관련이 있다. 간단히 조리할 수 있는 조리식품이나 냉동식품이 소비를 주도하고 있다. 여기에 쌀을 사용하는 ‘에너지 바’(Energy Bar)의 유행도 신제품 도입을 촉진했다”고 분석하고 있다. 에너지 바의 등장으로 쌀을 사용한 스낵식품이 광범위하게 개발되고, 이것이 신제품 전체의 성장을 가져왔다는 것이다. 스낵류 쌀제품은 1997년 12개에서 2002년 130개에 이른다. 에너지 바의 재료로 쌀은 상위 5위에 든다. 단맛을 내기 위한 쌀 시럽까지 등장하고 있다.

가공용 쌀의 2대 수요는 맥주와 애완동물 사료이다. 맥주용은 지난 10년간 일정한 수요를 유지하고 있다. 동물사료 수요는 확대되고 있다. 연간 수요는 36만톤에 달한다. 쌀은 동물에게도 소화가 좋고 알레르기가 없다는 점에서 옥수수 사료에서 쌀 사료로 빠르게 전환되고 있다.

이상에서와 같이 미국에서 쌀 소비는 소비자의 편의성과 다양성 지향을 비롯하여 건강이나 미용 등 기능성이 고려된 다양한 제품개발을 배경으로 성장하였다. 여기에는 식품제조업, 외식업, 유통업 등 애그리비즈니스의 노력도 크게 작용하였다. 우리나라의 국민 1인당 쌀소비량은 1992년 113kg에서 2002년 87kg으로 지난 10년간 26kg이나 감소하고 있다. 전통적으로 쌀을 주식으로 하는 우리나라에서 소비가 급속히 감소하는 현상과는 대조적으로 미국의 쌀 소비증가가 주목을 끈다.

(김태곤 taegon@krei.re.kr 02-3299-4241)