

## Foodex Japan 2005 참관기

박재복, 홍상필, 김동수, 임선규  
한국식품연구원

### I. 서언

일본 동경에서 열리는 국제식품박람회의 하나인 FOODEX JAPAN 2005/제 30회 국제 식품·음료전은 1976년부터 매년 열리고 있으며 금년에는 2005년 3월 8일부터 3월 11일까지 4일간 Makuhari Messe의 Nippon Convention Center에서 개최되었다. 금번 전시회는 아시아·환태평양에서 최대이고 또 세계에서 세 번째의 규모를 자랑하는 식품·음료 전문전시회로서 식품서비스, 유통, 소매업계에 식품에 관한 최신 정보를 제공하는 장소로 높은 평가를 받고 있다. 금년에는 70개국 2,500여 개의 회사가 전시회에 참여하였으며 국내에서는 농수산물유통공사 주관 아래 한국식품연구원을 포함하여 87개 업체가 참여하였으며 출품품목으로는 김치, 인삼, 김 제품과 각종 기능성 웰빙 제품이 주종을 이루었으며, 한국의 식품산업을 알리는 중요한 전시회였으나 우리나라 식품산업의 폭넓은 우수기술과 좀 더 다양한 제품기술을 선보이지 못한 점이 아쉽기도 하였다.

### II. 각 분야별 전시제품의 특성 및 개발동향

이번 박람회에는 70여 개국에서 2500여 업체가 참가했으며 방문바이어만 9만 여명에 이르렀다. 특히 올해 처음으로 열린 '생산이력추적시스템(traceability) 특별전시'에 많은 관심이 모아졌다. 식품의 안전과 관련된 시스템, 솔루션 등을 맡고 있는 일본 내 13개 정부기관, 단체들이 생산이력과 관련된 최신 기술을 선보였다.

#### 1. 대한민국관

우리나라는 우리 연구원을 비롯해 436명 규모에 87개 업체가 참가해 최첨단 식품기술, 신선농산물, 김치, 인삼, 차류, 전통주류, 음료 등 농식품을 선보였다.

이번 박람회에 우리 연구원은 국내외식품분야에서 우리나라를 대표할 수 있는 우리 연구원의 우수개발기술을 위주로 기술이전을 유도할 수 있도록 패널 및 설명안내 등을 이용하여 집약적인 홍보를 실시하였으며 13개의 우수제품소개와 아울러

우리 연구원이 국내 유일의 정부출연 식품연구기관임을 알릴 수 있도록 업무와 기능에 대해서도 적극적인 홍보를 실시하였다. 특히 이번 전시회에서 우리 연구원은 국내 농식품의 수출전략에 대한 정보 수집과 아울러 신소재 신개념의 식품 소재를 이용한 연구개발 제품 현황과 첨단분야 식품소재 가공기술 현황 및 이전대상 개발 기술 등에 필요한 자료조사와 관련연구 소재 개발에 대한 분야의 정보 수집을 적극적으로 실시하였다.

이번 전시회 기간 중 우리연구원과 관련한 상담 내역으로는 연구개발 신제품에 대한 자료조사, 신제품개발 동향 및 개발제품의 시장성 조사, 건강과 관련된 기능성식품 및 농산물 중 유기농법 등으로 생산된 고품질 식품의 수출입희망 등 우리 연구원에서 개발된 신제품을 일본지역에 공급 할 수 있도록 요구하는 등 상품화 가능성에 대한 문의 및 상담이 있었다.

또한 우리나라의 농촌지역 먹거리 공동 '휘모리' 브랜드 제품을 중심으로 한국음식 홍보관이 운영됐으며 농식품수출 홍보대사를 통해 한국식품 알리기에 주력하였다.



그림 1. 우리연구원 부스 전경



그림 2. 농식품수출 홍보대사 활동

'몸에 좋고 안심하고 먹을 수 있는 안전한 식품.' 올해 푸덱스 재팬(FOODEX JAPAN 2005)에 참가한 세계적인 식품업체들이 내놓은 상품들의 공통분모다.

이와 관련 유기농으로 재배된 원료를 이용한 가공식품, 기능성에 초점을 맞춘 음료·식품, 건강지향적인 상품들이 대거 선보인 가운데 참가 업체들은 맛과 기능면에서 타사와의 차별성을 강조하는데 주력했다. 또한 일본 내 간편식품 시장이 급속도로 커지고 있는 데 발맞춰 냉동·건조 농산물을 재료로 한 반찬류, 즉석식품 등이 선보였다.

### 1.1. 연구원 전시출품 및 전시제품

#### 1) 전시 출품

- 출품위치 : 1N-102(Hall 2) B-2-3
- 전시규모 : 한국관 면적 1,440㎡(436평)
- 운영면적 : 9㎡(2.7평), 1개 부스
- 전시장 구성 : 1개관으로 구성
  - 신기술 소개를 위주로 한 연구원 홍보 및 신제품소개 · 기술상담 실시.

2) 부스운영

□ 운영내용

이번 “FOODEX JAPAN 2005” 박람회에는 우리 연구원의 우수개발기술을 위주로 기술 이전을 유도할 수 있도록 패널 및 설명안내 등을 이용하여 집약적인 홍보를 실시하였으며 13개의 우수제품소개와 아울러 우리 연구원이 국내 유일의 정부출연 종합식품연구기관임을 전 세계 식품박람회관련 참가자에게 알릴 수 있도록 업무와 기능에 대해서도 적극적인 홍보를 실시하였다. 2005년 현재까지의 연구업적, 연구성과 등에 대한 홍보는 물론 신소재 신개념의 식품소재를 통한 연구개발제품과 첨단분야 식품소재 가공기술 및 이 전대상 개발 기술에 대해서도 소개하였다. 출품기술 및 제품설명에 대한 현지소개에서 언어장벽을 해소하고 현장 근무인력의 적절한 안내를 위하여 숙달된 일본어 통역원을 고정 배치하여 전시기술 및 제품소개, 보유 이전기술 상담 등을 함께 실시하였다.

□ 전시기술 및 관련 세부운영 내용

- ① 신기술소개 및 신제품관
  - 패널전시 및 실물전시 : 공간 및 벽면에 조명을 이용한 신기술 소개
  - 우리 연구원 개발 우수 가공제품 중 일본지역 관심제품 전시
  - 전시선반 쇼우 케이스를 활용한 제품 전시
- ② 연구원 홍보
  - 우리 연구원이 정부출연 종합식품연구기관임을 알릴 수 있도록 우리 연구원의 기능 및 업무 등에 대하여 적극 홍보

□ 전시관 운영 및 전시품, 상담내역

- ① 신기술 패널 전시(아래 1)
  - 새로운 개발기술 소개패널 5점 및 연구원 소개패널 2점 전시
- ② 신제품 및 개발소재 제품 전시(아래 2)
  - 최근 연구개발 가공 신제품 13종 25점 전시

3) 신기술 소개패널

Panel 기술 내용	연구 책임자	비 고
비만치료 신 물질 MB550	김성란	패널, 설명판 제작
새로운 김치포장재 개발	홍석인	패널, 설명판 제작
사과유산균 원말 과립제품	이영철	패널, 설명판 제작
전자혀, 신선도 측정 센서기술	김남수	패널, 설명판 제작
고춧가루 신미조절 제조기술	박재복	패널, 설명판 제작
새로운C.I.로고 연구원 소개	홍보팀	홍보패널 2개 제작
※ 개발기술 소개 및 홍보용 패널 제작 총 7점		

4) 신개발 전시제품

Panel 기술 내용	제품 개발자	비 고
비만치료 신물질 MB550	1점 김성란	건본제품 전시
새로운 김치포장재 개발	1점 홍석인	건본포장 전시
사과유산균 비피더스 제품	3점 이영철	연구제품 활용
전자혀 신선도 측정 센서기술	1점 김남수	연구제품 활용
고춧가루 신미조절 제조기술	3점 박재복	현지조달 전시
전주 비빔밥	2점 권대영	현지조달 전시
순창고추장 소스	6점 홍상필	현지조달 전시
Igy 헬코락토	1점 벤처기술	상품제품 활용
NL2000 락토소스	1점 박형우	상품제품 활용
순무발효음료	1점 김영진	상품제품 활용
머루주	1점 안병학	상품제품 활용
녹용주	2점 안병학	상품제품 활용
송이꽃 송이가공제품	2점 권기현	상품제품 활용
※ 전시용 제품 총 13종 25점		

## 1.2. 고품질 위생 고춧가루제품

### 1) 전시 내용

본 연구원이 영양군과 함께 추진하고 있는 영양군 고추종합처리장 연구사업에서 2004년도 생산된 고품질 위생 고춧가루제품(상품명: 빛깔찬 고춧가루)을 출품하여 일본 소비자들의 기호성을 평가하고 일본을 비롯한 해외 유명 식품제조업체의 수출 가능성을 알아 보고자 하였다. 출품된 고춧가루의 특성을 보면 신미성분이 순한맛(mild, capsaicin 15.0 mg/100g)과 매운맛(hot, capsaicin 21.2 mg/100g)으로 구분되고 색상이 ASTA color 값 155~167로 아주 뛰어나며 특히 총균수가  $10^4$  이하로 일반 고춧가루의 경우  $10^6$  보다 매우 위생적인 제품이었다. 전시회 기간동안 약 300여명의 관람객 방문이 있었으며 10여건의 수입의사를 보인 일본 및 대만 식품회사의 연구개발팀과 구매팀의 수출상담이 있었다. 일본식품업체는 오타후쿠, 일본식연, 일본제분, YOUGI 등이었다. 영양군 고추종합처리장에서 제조된 고품질 위생고춧가루 시제품에 대한 금번 전시회 일본 소비자 및 해외 바이어들의 호응도를 보면 고춧가루는 가격보다 품질 및 안전성(위생성)이 더 중요한 것으로 평가되었다. 현재 중국산 고춧가루 제품의 경우 수입가격이 2~3\$/kg로 구매가격이 매우 저렴하나 위생성이 매우 낮아 식재료로 별도의 살균공정이 없이 고춧가루 원료를 직접 사용하는 양념류, 소스류 제품에 사용하는데 문제가 발생하고 있는 것을 알 수 있었다. 일본을 중심으로 해외 유명식품회사들은 비록 가격이 중국산보다 5~6배 높지만 위생적이고 색상과 신미성분이 표준화된 한국산 고품질 고춧가루 제품을 구매할 가능성이 매우 높은 것으로 판단되었다. 따라서 향후 국내 고추산업이 국제 경쟁력을 가지려면 무엇보다도 식품으로서 안정성이 보장된 고춧가루 원료를 생산하여야 하

며 다음으로 색상, 신미성분, 입도, 수분 등이 표준화된 규격제품의 생산이 필요한 것으로 본다.



그림 3. 한국산 고추 품질 및 위생성의 우수성 설명



그림 4. 영양군 고품질 고춧가루 전시관

## 2. 일본관

일본관은 건강 지향적인 식품업체들이 눈에 띄게 늘어난 가운데 콩을 이용한 건강음료, 두부, 과자 등을 비롯 소금·식초·된장 등을 이용한 조미료, 특산가공품 등이 선보였다.



그림 5. 일본 전통주 부스 전경



그림 6. 일본 주요부스 전경

일본관은 소재나 방법, 산지 등에 특색있는 상품들이 주를 이루었다.

특히 소금, 식초, 된장 등을 이용한 조미료를 비롯 건강지향적인 음료, 몸에 좋은 가공식품 등이 눈에 띄었다. 일본관에는 집중전시로 푸덱스 반찬·간식 플라자, 건강·유기농·자연 플라자, 차·커피 플라자, 일본 전국식품전이 마련됐으며 식품 생산이력추적시스템(traceability)이 특별 전시됐다.

### 2.1. 반찬·간식 플라자

일본 내 시장규모가 점차 커지고 있는 추세에 맞춰 다양한 간편 식품들이 선보였다. 냉동 채소를 이용한 반찬류, 단기간에 요리가 가능한 즉석·간편식품 등이 관람객들의 시선을 끌었다. 이와 함께 반찬·간식 플라자 내에 마련된 주최자 코너에는 메뉴개발은 물론 마케팅 동향, 최신 정보를 볼 수 있는 간편식품 부스가 마련됐다. 식자재, 식품에서 도시락 용기까지 관련업계는 모두 전시됐으며 최근 일본 내 환경친화적인 추세에 따라 종이를 이용한 다양한 도시락 용기들이 눈에 띄었다.

### 2.2. 건강·유기농·자연 플라자

건강에 대한 소비자들의 높은 관심과 요구를 반영하듯 참여 업체도 눈에 띄게 늘어났다. 특별보 건용 식품, 기능성식품, 영양보조식품, 영양가가 높은 재료를 이용한 건강지향 관련 제품, JAS마크가 부착된 유기농인증상품 또는 해외인증 유기상품, 무농약·저농약 재배상품 등이 모두 출품됐다. 올해는 특히 손으로 직접 만들었거나 전통재배법을 이용한 유기농 조미료 등이 두드러졌으며 환경 문제가 중요하게 떠오르고 있는 만큼 인간과 지구를 생각하는 유기농식품 등이 전시됐다.

### 2.3. 차·커피 플라자

차잎, 차음료, 차관련 제품인 커피콩, 각종 커피 음료, 커피 관련 제품 등이 선보였다. 차문화가 발달한 일본인만큼 차와 함께 곁들이는 시럽, 설탕, 쿠키 등이 다양한 디자인으로 출품됐다. 특히 커피의 경우 참여 업체마다 재료는 물론 맛에서도 다른 업체와 다르다는 점을 적극 부각하는 마케팅에 주력했다.

▷ 수집 제품류 ◁

일본의 녹차 제품은 우리나라 보다 다양하였으며 일부이지만, 일본의 유명 백화점에서 수집한 녹차제품종류를 표 1에 나타내었다.

2.4. 일본전국식품전

일본 전국 지방마다 부스가 설치돼 특산품을 중심으로 전시됐다. 생선, 가공식품, 산지마다 독특한 음료 등이 관람객들의 발을 붙들었다. 생산과 개발에서 차별화는 물론 소비자 니즈에 부합한 판매·가공법 물론 농수산축가공제품이 전시됐다. 세계적으로 일본 음식이 붐을 이루고 있는 추세에

맞맞춰 각 자치단체도 상품판매를 높이는 한편 브랜드 이미지를 높이는 데 주력했다.

2.5. 식품 생산이력추적시스템(traceability)전

식품의 안심·안전을 지향하는 시스템과 솔루션을 맡고 있는 13개 정부 단체가 참여했다. 이들 참여단체들은 휴대폰이나 컴퓨터 상에서 상품에 부착된 바코드나 그림을 인식하도록 해 농축산물의 생산에서부터 유통단계까지 한 눈에 알 수 있는 시스템을 선보였다. 특히 농약·종묘·비료 정보는 물론 재배한 시기 방법, 물류, 유통까지 모두 데이터베이스돼 소비자가 인터넷이나 휴대폰으로 쉽게 확인할 수 있도록 했다.

표 1. 일본의 녹차제품류

제품명	회사	규격	분류	색상
煎茶	京都 福壽園	100g	일반녹차	녹색
綠茶	伊藤園	100g	일반녹차	녹색
煎茶	Tea and Food	100g	일반녹차	녹색
お茶	伊藤園	100g	일반녹차	녹색
煎茶	Ujinotsuyu	150g	일반녹차	녹색
深茶	Tea and Food	100g	일반녹차	녹색
粉茶	伊藤園	150g	분말녹차	연녹색
お茶(분말)	三井農林株式會社	80g	분말녹차	녹색
深蒸煎茶	三井農林株式會社	16bag	일반녹차	녹색
카테킨	伊藤園	40g	분말녹차	진녹색
北入綠茶	Ujinotsuyu	200g	일반녹차	녹황색
お茶	伊藤園	40g	일반녹차	녹색
綠茶	カルフル	150g	일반녹차	연녹색
카테킨	三井農林株式會社	40g	분말녹차	연녹색
宇治抹茶	宇治露製茶株式會社	20g	분말녹차	진녹색
玉露	Gyokuroen	50g	고급차	녹색
新茶人	Ajinomoto	48g	고급차	진녹색
抹茶	伊藤園	30g	분말녹차	연녹색
天上園	日本製茶	80g	고급차	녹색
獻上園	日本製茶	80g	고급차	녹색
本山煎茶	日本製茶	80g	고급차	녹색
大揀	日本製茶	80g	고급차	녹색

### 3. 해외관

해외 출전지역의 경우에는 건강지향, 부가가치, 유기농(organic), 자연, 안전성 등이 제품의 컨셉으로 일본과 공통점이 있었다. 유럽지역은 올리브, 와인, 치즈, 소시지 등 유기농 제품이 주종을 이루었으며, 중국의 절강성 녹차를 비롯하여 싱가포르를 맛을 표방한 다양한 요리를 선보였다. 북중미지역에서는 FTA를 맞아 일본 수출을 겨냥한 농수축산물을 전시하였으며 미국 및 캐나다에서도 육류, 연어 등 광범위한 식품이 소개되었다. 아르헨티나, 콜롬비아 등 남미지역 참가업체들은 일본과 아시아시장을 겨냥한 적극적인 움직임을 보였다. 미국·캐나다관은 다양한 식품·음료 시연회로 관람객들을 붙잡았다.



그림 7. 해외 출전관 부스전경



그림 8. 해외 주요부스 전경

전체의 60% 이상을 차지한 해외관은 크게 국가·지역별 그룹전시관과 개별전시관으로 구분됐다. 해외식품관도 건강을 중시한 상품을 중심으로 선보인 가운데 유기농 관련 식품, 기능성을 강조한 식품, 다양한 과일·곡류를 응용한 음료 등이 선보였다. 특히 북미지역의 경우 FTA와 관련 농산물 수출이 본격적으로 진행됨에 따라 농수축산물이 대거 출품됐다. 대만관은 냉동·건조된 채소를 곧바로 조리할 수 있도록 다양한 사이즈로 자른 신선편이 농산물을 내놓았다.

