

일본 고추조미료 시장 조사 및 국제식품박람회

Survey of Red Pepper Spice Market in Japan and Foodex Japan 2010

박재복 | 유통연구단

Jae-Bok Park | Food Marketing & Distribution Research Group

본 내용은 2010년 3월 1일부터 3월 5일까지 일본 국제식품박람회(Foodex Japan 2010)에 참석하여 영양고추유통공사와 함께 국내산 고추조미료 제품의 일본 수출 방안 추진, 해외 고추가공제품의 자료수집, 일본 동경 시내 백화점을 중심으로 시장 조사를 실시하였다. 또한 일본 동경주재 농산물유통공사를 방문하여 고추조미료의 대일 수출 확대방안을 협의하였다.

일본 국제식품박람회 (Foodex Japan 2010)

일본 국제식품박람회(Foodex Japan 2010)(그림 1)는 1976년부터 시작되어 매년 3월 첫째 주에 동경 마쿠하리 멧세에서 개최된다. 2010년 금년은 35회가 되며 아시아 지역에서 규모가 비교적 크고 가장 오래되었다. 금년도 참가 회사는 약 2,400개이며, 식품농산물부분은 곡류, 축산물, 유제품, 조리식품, 수산식품, 건강식품, 조미향신료, 레토르트식품, 베이커리 등이 전시되었다. 그리고 음료부분은 소프트드링크, 커피, 녹차, 맥주, 와인 등이 전시되었다. 박람회 5일간(3월 1일~5일) 방문객은 73,556명으로 저조하게 집계되었는데, 그것은 일본 경제 현황이 어려워 해외 참여업체가 감소되고

일본 국내에서도 대형 식품업체 참여가 뚜렷하게 줄어든 것으로 생각된다. 고추 가공제품 수출연구사업단에 참여 지자체인 영양군 고추유통공사 전시관에서 직접 일본 소비자들을 대상으로 한국 고춧가루 제품의 특징과 품질을 설명하였고 일본 식품회사 및 식자재 유통업체 관계자들과 수출 상담을 하였다.

일본 소비자들은 한국산 고추품질 중 특히 당도가 높은 것을 선호하였으며 매운맛은 아주 순한 맛(SHU 1,000 이하)을 요구하였다. 또한 영양고추유통공사의 고추종합처리장의 생고추 원료 건조설비와 첨단 고추분쇄 설비로 제조된 빛깔찬 브랜드 고춧가루 제품의 품질과 안전성에 큰 신뢰를 보였다. 김치류를 제조하는 일본식품업체에서 고품질 한국산 고춧가루 구입의사를 보였는데 우선적으로 매



그림 1. 일본 국제식품박람회 전시장 모습

운맛의 규격화와 농약성분을 우려하고 있었다. 실제로 한국산 고추의 가격이 중국산보다 3배 이상 높은 것은 모두들 인정하고 있었다. 무엇보다도 해결해야 할 당면 과제는 품질의 규격화 문제가 가장 우선적으로 생각되었다. 특히 일본식 김치 제조 시 고춧가루의 신미성분이 정확하게 조절되지 않으면 소량의 고춧가루를 사용하는 일본김치제품에 정확한 레시피를 맞출 수 없기 때문에 한국산 고추품질이 우수하더라도 사용할 수 없다는 것을 금번 전시회를 통하여 확실하게 알 수 있었다.

한국산 고춧가루 수출에 가장 큰 장애 요인의 하나는 일본 정부의 농약에 대한 파지티브 리스트 제도(positive list) 운용이다. 이것은 일본 정부가 리스트로 제시한 농약 외에는 최소허용기준만 인정하기 때문에 실질적으로는 농약 사용이 금지되는 상황이라고 할 수 있다. 그러나 국내의 경우 일본의 파지티브 리스트와 상관없이 농약을 사용하고 있는 실정임으로 고춧가루 수출 시 일본 수입업체에서 가장 우려하고 있는 부분이다. 현재 일본은 수입 농식품에 대한 농약 잔류 검사를 샘플 검사도 진행하고 있는데, 기준치 초과 샘플 발견 시 해당 물량 전부를 수입 금지 처리하고 있다. 영양고추유통공사의 경우, 연간 500톤 이상의 대일 수출물량을 확보하고 있으나 일본의 잔류농약규제로 인하여 수출을 하지 못하고 있는 형편이다. 앞으로 일본 시장에 한국산 고추조미료 수출을 촉진하기 위하여 고추 주산지 재배농가의 지도와 문제가 되는 농약성분을 분석하여 살포를 금지하는 엄격한 규제가 필요할 것으로 생각된다.

미국 전시관에 출품한 복합양념조미료 생산회사 Magic사의 해외마케팅 담당자인 Anna Zuniga를 만나 한국산 고추의 품질특성을 설명하고 당도

가 높은 한국산 고추원료를 사용한 새로운 복합양념조미료 개발을 협의하였다. 한국산 고추원료에 큰 관심을 가졌으며 신제품개발팀과 상의하여 향후 협력방안을 의논하기로 하였다.

고추원료를 유일하게 전시한 인도관 Khajanchi사 부스에서 고추원료 가격과 품질을 조사하였다. 전시된 시료 중에서 꼭지가 제거된 고추원료 가격을 보면 ASTA 값 60, 신미성분 SHU 40,000의 경우 수출가격이 \$1.85/kg이며, 고춧가루는 \$2.0/kg이었다. ASTA 값 100 이상, 신미성분 SHU 10,000~15,000의 경우 \$2.5/kg이었다. 국내산 수출가격 \$12.0/kg과 비교하여 평균 5~6배 낮은 것을 보아 단순 가격만으로 해외시장에서 한국산 고추수출이 얼마나 어려운 것인지 실감할 수 있었다.

금번 전시회에는 중국산 고추원료 판매 전시관이 거의 없는 것이 큰 특징이었다. 이것은 현재 일본의 중국산 고추수입량이 전체 해외 고추수입량의 70%를 이상을 차지하고 있으나 최근 멜라닌 색소 파동으로 인한 중국산 식자재 원료에 대한 일본 소비자와 식품유통업체들의 불신감이 증가되었기 때문으로 생각된다. 이와 관련하여 최근 일본의 한국산 고추수입량이 점차 증가하는 경향을 보이고 있어 앞서 언급한 한국산 고추의 품질규격화, 특히 신미성분의 규격강화와 잔류농약 문제가 해결된다면 일본시장의 한국산 고추원료 및 가공제품이 계속 증가할 것으로 전망된다.

일본 고추조미료 시장 조사

일본 고추조미료 제품의 종류, 품질특성, 포장용기, 용량, 가격 등을 일본 동경 시내 대형 백화점

松室銀座(Matsuya Ginza), 松坂室(Matsuzakaya) 등 2개소를 중심으로 조사하였다. 松坂室(Matsuzakaya)는 새해 식품매장이 개선되어 단순 식품소재들은 판매되지 않고 유명 중소기업체 중심의 개인 식품매장이 운영되고 있어 이곳에서 고추조미료 제품을 수집할 수 없어 주로 松室銀座(Matsuya Ginza) 백화점에서 제품을 수집하였다. 일본의 고추조미료(그림 2)는 대부분 해외에서 수입된 원료를 사용하기 때문에 국내산을 포함하여 제품 포장 용기에 반드시 원산지가 표기되어 있다. 따라서 소비자는 제품의 원산지를 구매 시 쉽게 확인 할 수 있다.

PE필름 포장으로 된 고춧가루 제품은 용량이 200 g이며, 입도크기는 10과 30 mesh 두 가지였다. 포장에 한국요리용으로 표기가 되었지만 뒷면 제품 사양을 보면 원료는 중국산이었다. 가격은 ¥450이며 1 kg 기준으로 ¥2,250/kg으로 상당히 높았다. 중국산이지만 한국산 고춧가루보다 비싸게 판매되고 있었다. S&B에서 제조된 유기농 고춧가루의 경우 원산지는 체리고추, 파프리카 등 품종에 따라 중국, 스페인으로 다르며 용량은 15~25 g, 포장재는 유리병이며 가격은 ¥415이었다. 朝岡スバイズ株式會社の paprika와 red pepper 제품의 포장재는 유리병이며 용량은 35 g, 원료 원산지는 스페인과



그림 2. 일본 고춧가루 제품

중국이며 가격은 각각 ¥430이었다. Chili powder는 복합조미료로써 원산지가 순수 고추조미료와는 달리 재료별 원산지가 표기되어 있지 않았다.

マスコットフーズ株式會社 red pepper crushed, cayenne pepper의 경우 포장재는 유리병이며, 용량은 20 g, 가격은 각각 ¥330과 280이었다. S&B사의 韓國産唐辛子(パウダー), 韓國産唐辛子(あらびき), チリパウダー→チリペッパー(cayenne pepper)의 경우 용량은 각각 12, 17, 8, 17 g이며, 포장재는 유리병, 가격은 각각 ¥185, 185, 220, 165이었다. 앞서 설명한 Magic사의 복합조미료 seafood magic, vegetable magic, meat magic의 경우 포장재는 지관이며, 용량은 71 g, 가격은 모두 ¥780이었다.

농산물유통공사 동경지사 (aT Center 東京)

한국산 고품질 고추조미료의 일본 수출을 위하여 농산물유통공사 동경 지사를 방문하여 이종건 지시장을 면담하였다. 일본 시장에서 한국식품재료의 판매가 증가하는 추세이나 고추의 경우 대부분이 중국산 원료로 만든 제품이 유통되고 있어 실제로 국내 고춧가루 제품의 일본 수출이 현재로서는 매우 어려운 실정이라고 하였다. 그러나 일본 소비자들이 식품의 안전성과 품질을 중요시 생각하며 최근 일본 시장에서 중국산 농산물 및 식품의 안전성이 우려되고 있기 때문에 고품질의 한국산 고추조미료의 소비가 증가할 가능성이 있을 것으로 보고 있었다. 그리고 본 사업단에 추진할 계획인 일본 식품유통업체 및 고급호텔 급식업체를 대상으로 한국산 고추 품질 특성에 관한 세미나 개최는 현재 한국산 고추 가격으로 큰 수출효과가 없을 것으로 보며 필요하다면 금년도 일본의 한식식자재구입협회가 구성되는데 협회 임원들과 직접 수출협상을 할 수 있는 기회를 만들어 주기로 하였다.