

<출장결과보고>

2008년 연구부서 해외자율연수
출장결과보고

2008. 3. 26.

한국농촌경제연구원

I. 출장개요

1. 참가자 인적사항

성 명	직 급	소 속
김성훈	전문연구원	한국농촌경제연구원 농산업경제연구센터
주현정	초청연구원	한국농촌경제연구원 농산업경제연구센터
김영단	초청연구원	한국농촌경제연구원 산림정책연구실
전형주	위촉연구조원	한국농촌경제연구원 부원장실

2. 연수 개요

연수주제	○ 동경식품박람회(FOODEX JAPAN 2008)참가 ○ 일본 식품산업 현황 파악
연수기간	2008 년 3 월 11일 ~ 2008 년 3 월 13 일(2박 3일)
연수지역(국가)	일본 동경

3. 연수 일정

일자	연수내용
1~3일	· 전시회 참가 -제33회 FOODEX JAPAN 2008 -제36회 국제호텔, 레스토랑 전시회 -제29회 일본 푸드, 케이터링 전시회 -제 4회 주방설비 기기 전시회 · 일본 식품매장 견학 -JUSCO 식품매장/ 미츠코시 백화점 식품매장/ 아메요코 시장 · 오타도매시장 견학 -청과물, 수산물 등 도매시장 현황 파악

4. 세부 일정

일시	세부 일정	방문지	숙박지
3. 11(화)	서울→동경	JUSCO 식품매장 견학	동경시내 호텔
3. 12(수)	동경	· FOODEX JAPAN 마쿠하리 메세 전시장 · 긴자 미츠코시 백화점 식품매장	동경시내 호텔
3. 13(목)	동경→서울	· 오타도매시장 · 빅사이트 전시장 · 우에노시장의 아메요코 시장	동경시내 호텔

II. FOODEX JAPAN 2008 (제33회 국제식품·음료전)

1. 일반 현황

□ 개요

- 아시아·환태평양지역 최대, 세계적으로 3번째 규모를 자랑하는 식품·음료 전시회
- 1976년부터 개최되어 상담과 정보 교환 목적의 업계 관계자 전용 전문 전시회.
- 기간: 2008년 3월 11일(화)~14일(금) 10:00~17:00 (마지막 날은 16:30분 폐장)
- 장소: 마쿠하리 메세(1~8관)
- 주최: (사)일본농물협회, (사)일본호텔협회, (사)국제관광여관연맹, (사)일본관광여관연맹, (사)국제관광일본레스토랑협회, (사)국제관광시설협회
- 후원: 외무성, 후생노동성, 농림수산성, 국토교통성, 치바현, 치바시, 일본무역진흥기공(JETRO) 등.
- 협찬: 관련 44단체
- 규모: 08' 2,412사/3,461부스/28,973 m^2
(국내: 810사/1,272부스/9,272 m^2 , 해외: 1,602사/2,189/19,701 m^2)

(07' 2,425사, 3,479부스(29,183 m^2)

- 관람객수: 96,328명 (2007년 95,719명)
- 참가국: 세계 65개국(아시아/오세아니아, 미국, 유럽, 아프리카 지역 등)
- 참여제품: 농수축산물 가공품, 조리·가공식품, 밀가루·면류, 과자·디저트, 조미료·향신료·유지, 시럽·벌꿀·스프레드류, 알코올음료, 물·소프트드링크, 커피·차·음료 원료, 건강식품, 유기농·자연식품, 그 외 식품관련 제품
- 참가대상: 농·수·축산 생산자 및 단체, 푸드서비스, 중간유통, 제조회사, 소매업체, 관공청, 관련 기계 제조회사 등

☐ 주요 행사

○ More Vege+

- 소비자의 증가하는 건강지향 욕구를 충족하기 위해 '야채가 있는 음식 공간' 제안하여 전시, 강연, 조리실연을 함.
- 출연제품은 신품종야채, 신선야채, 냉동야채, 야채 가공품, 조미료·토핑류, 야채를 사용한 제품 및 식재 등임.
- 식품업계내의 의식고조가 소비자의 수요 환기, 판매 촉진으로 파급하는데 기여하도록 하고자 함.

○ Sweets&Tea, Coffee

- 유행이 되고 있는 일본과 서양과자, 제과재료, 드링크류, 커피와 차류를 집중 전시하여 소비 촉진에 기여하도록 함.

○ 전국식품박람회

- 지방의 전 식재료가 모이는 인기 있는 관으로 전국의 브랜드 및 상품을 한 눈에 비교할 수 있음.
- 매년 그 규모가 증가하고 있음.

□ 특성

- 해외로부터 많은 나라의 일본 시장 진출이 이루어지고 있으며 바이어와의 상담, 비즈니스 확대를 위해 해외의 식품·음료 기업의 다수가 참가함.
- 동아시아 뿐 아니라 올해는 호주, 뉴질랜드의 오세아니아, 멕시코, 브라질 등 중남미 국가의 출전이 확대됨. 첫 출전국인 세르비아는 버섯, 냉동 과실을 키프로스는 와인, 올리브 오일 등이 출품됨.
- 일본의 음식과 식문화를 소개하는 기획코너 “화(和)의 광장”을 설치하여 농림수산물 및 식품의 수출 촉진.
- PR, 검역·세관 등 수출입에 관한 상담 부스를 마련하여 글로벌 상거래의 확대를 지원함.

□ 시사점

- 각국의 대일본 주력 품목 및 유망품목 전시
 - 세계 65개국의 경쟁력 있는 농식품 전시
 - 한국: 김치, 인삼, 김 등의 특산품, 전·부침류, 흑마늘, 유자차, 전통주 등 다양
 - 중국, 대만 등: 1차 가공식품
- 일본의 경우 내수 시장을 대상으로 한 다양한 품목 제시
 - 신선 농산물, 가공식품, 디저트까지 다양함.
 - 내국인 및 외국인 등 많은 사람들의 관심을 끄.
- 소비자의 호기심 및 구매 욕구를 자극하는 다양한 전시기술
 - 각국의 전통 의상, 전통 춤 등을 통한 홍보와 샌드위치맨, 미스 태국 등의 이벤트로 소비자의 호기심 자극
 - 상품 포장의 창의성, 다양한 시식행사, 홍보 비디오 등을 통해 소비자 구매 욕구 증대
 - 한국은 김치 만드는 시범 및 다양한 시식 행사를 선보임. 특히, 불고기를 백김치에 돌돌 말아주는 김치 시식 코너 설치
- 한국관의 개선점
 - 품목의 전시 방식의 다양화 필요
 - 김치 만들기 등의 기존 이벤트 콘텐츠를 업그레이드하여, 보다 적극적이고 재미있는 이벤트를 통하여 소비자의 흥미 유발 필요





Ⅲ. 일본 식품 매장 방문

1. JUSCO (Japan United Store Company)

□ 개요

- 일본최대유통회사인 AEON의 자회사로 일본 최대의 대형할인매장임.
- 광역 상권에 대응하는 쇼핑센터의 핵심, 의식주 등 모든 상품을 갖추어 다양한 라이프스타일에 맞추고자 하며 가격 경쟁력의 심화로 상품의 글로벌 가격화, 특히 생활필수품의 가격 저하가 진행되고 있음.
- 「언제 손님이 내점하여도 가장 싸고 가치가 있 다고 느끼는 가격을 유지하는」 가격정책 추구
- 1975년 창립하였으며, 오키나와현 시마지리군에 본사를 둠.

- 자본금은 3억6천만엔(07'년 2월20일 기준), 같은 기간 영업수익은 562억90백만엔, 2,765명의 종업원 중사, 2008년 2월 23일 기준으로 점포수는 32개임.
- 1985년 처음으로 말레이시아의 Cold Storage와 합작하였으며 홍콩, 중국, 태국, 대만 등으로 진출하였음.
- <http://www.aeon.info/jusco/>



2. 미츠코시 백화점

□ 개요

- 1673년 (연보원년) 창업, 2003년 (헤세이15해) 9월1일 회사 설립
- 자본금 374억400만엔 (08' 2월 1일 기준)
- 매출 7,479억8,200만엔(06' 실적)
- 종업원수 6,714인 (08' 2월 1일 기준)
- 주요 점포: 15점포, 해외 점포: 22점포(08' 2월 1일 기준)
- 03' 9월1일, 주식회사 미츠코시는, 주식회사 나고야 미쓰코시, 주식회사 치바 미쓰코시, 주식회사 카고시마 미츠코시, 주식회사 후쿠오카 미츠코시의 백화점 사업회

사 5회사에 의한 신설 합병 실시, 「주식회사 미즈코시」로 새로 탄생함.

- 긴자 미즈코시 식품매장은 지하1, 2층으로 이루어졌으며 지하1층은 일본, 서양과자, 반찬·신선·빵·해산물 조림·채소 절임, 일본과 서양주, 빵, 커피 등이 있음. 지하2층은 케익 및 과자·홍차·빵, 주스 등이 있고 중국, 일본, 이탈리아 음식점과 카페가 있음.
- <http://www.mitsukoshi.co.jp/>



3. 우에노 아메요코(Ameyoko)시장

□ 개요

- 우에노역과 오카치마치역 사이의 야마노테선을 따라 있는 번화한 시장
- 약 400m정도에 걸쳐 있으며 400채 이상의 점포로 구성됨.
- 2차 세계대전 이후 미제 상품을 파는 암시장이 형성되었던 것이 그 기원임.
- 수입잡화, 해산물, 과자를 비롯해 의류, 신발, 귀금속 등 상품이 다양하며 한국의 남대문, 이태원 시장과 비슷함.
- 아메요코 센터 빌딩 지하의 식품 매장에서는 인도 피클이나 향신료, 타이 소스, 중국 조미료, 인도네시아 커리 믹스 등 각종 아시아와 아프리카 음식 재료들을 구입할 수 있음.
- 김치를 전문적으로 파는 매장도 모여 있음.
- <http://www.ameyoko.net>



4. 시사점

- 소비자 만족을 높이기 위한 상품의 품질, 위생, 포장에 주력
- 생산지 표시, 생산자 표시 등으로 원산지 표시의 자발적 의무화
- 동일한 상품이라도 다양한 방식의 조리법으로 판매
 - 크기, 가공방식, 양념유무 등
- 관련 상품 간 연계해 판매
 - 딸기와 설탕, 야채와 야채주스, 야채가루 등
- 국내 상품인 신라면, 김 등 한국제품 입점

IV. 오타도매시장(大田市場)

□ 개요

- 도쿄도내의 최신 시장이며, 수산물, 청과물, 화훼를 취급하는 종합시장
- 동경의 11개 도매시장 중 하나로 3개 도매시장(간다, 에바라, 오오모리)을 합쳐 1989년 5월에 완공
- 수산물의 츠키지 시장처럼 청과물에 대해서는 시설과 취급량의 규모화로 일본 최대의 시장임.
- 규모: 부지면적 386,426 m², 건물면적 276,519 m² (2006년 기준)
- 취급물량: 청과 3,239톤/일, 화초 : 324만개/일(절화환산), 수산 105톤/일 (2005년 기준)

- 취급금액: 청과 8억1천3백 만엔/일, 화초가 1억7천만 엔/일, 수산 8천9백 만엔/일
- 경매시간: 수산 5 : 40 am, 야채 6 : 50 am, 과일과 절화 7 : 00 am
- 사무동 2층으로 견학로가 마련되어 누구나 관람이 가능하게 되어 있음.

□ 시사점

- 경매는 정해진 시간에 일목요연하고 빠르게 진행됨.
- 음식 찌꺼기 등 지저분한 모습과 냄새가 나지 않고 깨끗함.
- 2층 사무실에 견학 전용로에는 장애인을 위한 점자판 마련. 장애인에 대한 배려
- 상품의 포장과 운반이 규격화되고 깔끔함.

