

2. 일본주(日本酒) 소믈리에 양성

도쿄지사

주요내용

▶ 일본 전통주 세계화를 위해 전문가 육성에 박차

- 일본 소믈리에 협회*는 일본술과 소주에 특화된 자격제도를 만들 예정이다. 일본술과 소주에 관한 지식을 갖추고 해외 소비자에게 상품의 매력을 충분히 전달할 수 있는 인재를 육성하는 것이 그 목적이다.

* (사)일본소믈리에 협회 : 일본 내 와인 소믈리에 육성을 주 목적으로 '69년 발족 (음료판매촉진연구회로 발족하고 '76년 일본소믈리에협회로 개칭)

- 동 협회에서는 현재 와인의 소믈리에를 육성하고 있지만, 해외에서 일본술과 소주에 대한 관심이 높아지고 있어 일본 전통주에 대한 정확한 지식보급이 중요하다고 판단하고 인증제도 마련을 추진하고 있다.
- 일본 전통주의 주조방법과 산지, 어울리는 요리 등에 관한 필기시험과 테이스팅 시험을 추진하여 자격을 부여할 예정이며, 3월부터 원서접수를 시작해 현재까지 1,400여명이 자격시험에 신청했다. 2018년도는 외국인을 대상으로한 자격시험도 검토 중이다.

| 일본주 수출 핸드북(미국판) |

| 국제 주류박람회 일본주류 홍보부스 |

| 수출상담회(上), 수출세미나(下) |



(사진출처 : 일본무역진흥기구, 국제청)

▶ 최근 3개년 통관거부 사유별 건수

- 2016년 일본술 수출액은 전년대비 11% 증가한 156억엔으로 호조세를 보이고 있으며 소주, 위스키, 와인 등을 포함한 일본산 주류 수출액은 430억엔으로 최고치를 경신하였다. 이는 해외 일본식 레스토랑이 확대되면서 일본 전통주류 또한 함께 소비가 확대된 것으로 분석된다.

* 해외 일본식 레스토랑 수 추이 : ('06) 240천개 → ('13) 550 → ('15) 890

- 일본 정부는 쌀(가공품 포함) 수출목표 '2020년 600억엔 달성'을 위해 일본 식문화와 관련된 인재 양성, 홍보 등을 추진하는 동시에 쌀을 활용한 일본술, 즉석밥 등 쌀 가공식품을 포함한 농식품 수출확대를 위해 지속적으로 노력하고 있다.

* 참고자료 : 일본농업신문(2017.3.30), 일본 농림수산물 「농림수산물·식품 수출촉진」(2015.6) 등

시사점

- 일본정부는 일본 식문화 보급 및 농식품 수출확대(*2020년까지 1조엔 달성 목표)를 위해 일본 전통주류의 국내외 소믈리에 육성 등 다각적인 사업을 추진 중이다.
- 향후 일본은 해외 수출시장에서 쌀은 물론 다양한 농식품을 활용한 상품 등을 선보여 일본 농식품 수출확대를 도모할 것으로 전망된다.

3. 김치는 한국 배추로 만들어야 제맛!

오사카지사

주요내용

▶ 일본 미디어도 한국산 김치 사랑

- 일본에서 김치의 변비 해소, 항노화, 다이어트, 인플루엔자 예방 효과에 대한 소개가 이어지고 있다. 건강하게 김치를 섭취하기 위한 방법으로 낫토김치(일본의 대표 발효식품 낫토에 한국의 대표 발효식품인 김치를 곁들인 음식)와 김치나베(일본식 찌개)를 추천하기도 했다.
- 일본 뉴스정보사이트 시라베는 한국산 김치와 일본산 김치를 용도별로 비교하고 볶음요리 시 일본산 김치는 단맛이 강하기 때문에 적합하지 않은 반면, 한국산 김치는 맵고 신맛이 강하기 때문에 돼지고기 본연의 맛을 살리기 때문에 더 맛있다.

▶ 한국산 김치의 우수성은 원재료인 배추에 있다.

- 2010년 부산대학교 김치연구소, 대상FNF 한국식 신선연구소와 추진한 공동연구결과에서 국산 배추로 담은 김치가 일본 배추로 담은 김치보다 씹는 맛이 뛰어나다는 결과를 도출하면서 국산 배추의 우수성이 과학적으로 증명되었다.
- 한국산 배추는 일본산보다 수분함량이 적고 조직감이 좋아 물러지는 현상이 더디게 나타나 김치로 만들었을 때 오랫동안 아삭아삭한 식감을 즐길 수 있다.
- aT에서는 한국산 김치의 수출확대를 위해 지속적으로 온·오프라인 마케팅을 추진해 왔으며, 일본 우수 식품분석기관에 의뢰한 한국산 배추와 일본산 배추의 비교분석 결과를 활용한 마케팅을 추진하고 있다.

* 자료 : しらべ「国産キムチと韓国産キムチどちらが美味しいか比較した結果」

한국농어민신문 「국산배추, 일본산보다 씹는맛 우월」

시사점

- 최근 일본 언론에서도 김치의 건강효과, 미용효과 등에 대해 호평을 아끼지 않고 있으며, 한국산 김치의 차별성에 대해서도 인지하고 있다.
- 일본에서 인기 요리인 김치나베를 만들때 시판되는 김치찌개용 소스가 아닌 한국산 김치를 사용해야 제대로 된 맛을 즐길 수 있다는 점을 어필하는 등 최근 침체되었던 일본 김치 수출을 활성화하기 위해서는 일본 김치와 차별성을 어필하는 마케팅 전략이 필요하다.