

## 3. 일본 고속도로 휴게소, 지역 농식품 홍보·판매 본격 추진

도쿄지사

## 주요내용

## ▶ 일본 고속도로 휴게소의 진화

- 일본의 고속도로 휴게소가 점차 진화하고 있다. 기존 간단한 식음료 판매에서 벗어나, 대형 백화점의 식품코너를 방불케하는 향토 요리, 쇼핑센터, 테마파크까지 점차 규모화, 다양화된 서비스를 제공하고 있다.
- 그 중에서도 지역 농수산물 특선판매장, 지역 식재료를 활용한 향토요리 판매 등 지역 경제 동반성장과 연결되는 사업들이 규모화, 전문화되고 있다.

## ▶ NEXCO 동일본의 지역 상품 응원 페어

- NEXCO 동일본은 고속도로 휴게소를 중심으로 9월 1일부터 한 달 동안 지역의 향토요리, 농수산물 특산물 판매 등을 추진하는 지역 상품 응원 페어전을 추진한다.
- ‘e-NEXCO 야채시장’이라는 이름의 신선농산물 판매장을 7개 고속도로 휴게소에 설치하여 해당 지역의 제철 야채와 과일을 판매한다. 모리야 고속도로 휴게소에서는 모리야시 내 생산자가 야채를 직판하는 「모리야 야채마을」을 운영 중이며, 지역 식재료와 조리법을 활용한 도시락을 판매하거나 고속도로 휴게소 레스토랑의 메뉴를 콘테스트 하는 등 다양한 행사가 진행되었다.

## | 지역 식재료 활용한 도시락 |



## | 모리야야채마을 |



## ▶ 지역 밀을 활용한 우동 판매

- 가미사토 고속도로 휴게소에서는 사이타마현 가미카와 마을의 식재료를 활용한 우동을 개발하여 판매 중이다. 특히 우동의 면은 사이타마 지역의 밀 100% 활용하여 지역의 특색을 강조하고, 농가소득 확대를 꾀하고 있다.

## ▶ 아시가라 고속도로 휴게소에 시즈오카 신선시장 오픈

- 도메이 고속도로 상행선에 위치한 아시가라 고속도로 휴게소에 10월 28일 ‘시즈오카 신선 마르세’ 행사를 추진한다.

- 시즈오카산 농수산물식품을 판매할 예정으로, 인근 고텐바 지역의 돼지고기를 사용한 햄, 농산물은 제철 산지직송 야채와 고원지대 과일, 특히 고속도로 휴게소에서는 최초로 인근의 멸치 및 새우, 참치 등의 수산물을 판매한다.

▶ 규슈 및 오키나와 한정판매 후쿠오카 딸기 활용 과자 판매

- 과자 제조업체인 에자키 글리코는 1년의 개발기간을 거쳐 후쿠오카산 딸기인 아마오를 사용한 과자를 출시하여, 여행 선물용으로 규슈지역 및 오키나와 고속도로 휴게소 등에서 한정 판매하고 있다.
- 에자키 글리코는 유بار리 멜론, 신슈 거봉, 우지 녹차 등 지역 특산물을 활용한 과자를 지속적으로 개발하고 있다.

| 지역 특산물을 활용한 제품 |



시사점

- 일본에서는 지역 생산 식재료를 지역에서 소비하는 ‘지산지소’, 지역 농수산물 생산에서 향토 음식 및 관광상품으로 고부가가치화하는 ‘6차 산업화’가 활발하게 진행되고 있다. 아울러 최근에는 지역 고속도로 휴게소를 이용하는 고객들을 대상으로 지역 농산물, 음식, 특산물 등을 홍보, 판매하는 사업도 본격적으로 이루어지고 있다.
- 한국의 고속도로 휴게소는 일본에 비해 규모화, 체계화되어 있으므로 이러한 인프라를 활용해 지역 농산물에 대한 판매 및 홍보 프로모션 등 추진한다면 농어촌 소득증대를 기대해 볼 수 있을 것이다.

## 4. 일본, 샐러드 시장 폭풍 성장

오사카지사

### 주요내용

#### ▶ 편의점 샐러드 매출 150% 증가

- TV 아사히 뉴스는 일본 편의점은 지금까지 100엔 커피와 도넛으로 매출을 확대해 왔으나, 앞으로는 샐러드가 편의점 매출의 견인차 역할을 할 것이라고 보도했다.
- 실제 일본 편의점 로손은 올해 2월에 일부 편의점에서 샐러드 전용 판매대를 설치하고 상품 수를 평소의 1.5배인 26개 종류로 진열한 결과, 매출이 전년 대비 150% 늘었다.
- 현재 일본의 편의점 샐러드는 다양한 종류와 가격대(108엔~498엔)로 상품이 출시되어 소비자의 선택의 폭이 넓어졌다.

#### | 일본 대표 3대 편의점 샐러드메뉴 |



세븐일레븐  
스파이시 치킨과 달걀 참 샐러드  
498엔



웨이리마트  
타코라이스풍 잡곡 볼 샐러드  
498엔



로손  
탱글탱글 새우 샐러드  
420엔

\* 사진출처 : (왼쪽부터) 세븐일레븐/웨이리마트/로손 홈페이지

#### ▶ 샐러드, 조연에서 주연으로

- 뉴욕에서 유행한 ‘병 샐러드’가 일본에 전해져 샐러드 붐이 일어났다. 기존의 샐러드는 가게에서 정한 채소에 손님이 드레싱을 선택하는 정도였다면, 병 샐러드는 손님이 먹고 싶은 채소를 조합하여 듬뿍 담아 들고 다니면서 즐길 수 있다.
- 샐러드가 한 끼 식사의 조연에서 주연으로 급성장하게 되었으며, 최근에는 ‘샐러드 런치’라는 단어가 생길 정도로 샐러드는 메인 요리로 인식되고 있다. 샐러드는 포만감 이상의 영양밸런스도 중요시되면서 샐러드로 섭취하기 어려운 단백질과 지방질을 닭고기 등의 영양소를 보완한 제품이 인기를 끌고 있다.
- 다양한 색의 채소와 식재료를 담자, 샐러드는 화려한 요리로 인스타그램, 페이스북, 트위터 등 SNS로 확산되고 있으며 시각적으로 임팩트를 갖춘 샐러드가 증가하는 추세다.

▶ 샐러드 전문점의 증가

- 샐러드의 인기에 ‘샐러드 전문점’ 오픈이 눈에 띄게 증가했다. 각 전문점은 그릴에 구운 샐러드, 샐러드 볼, 곡물을 넣은 샐러드, 산지직송, 유기농 재배 등 가게마다 특색 있는 샐러드로 인기를 이어가고 있다. 전문점은 테이크아웃이 중심이지만, 카페 같은 분위기의 전문점도 늘고 있는 추세다. 매년 샐러드의 트렌드와 붐은 바뀌고 있으며, 앞으로도 계속 변화할 것으로 전망된다.

| 일본 유명 샐러드전문점 |



점포명 : WE ARE THE FARM EBISU  
메뉴 : 셀렉트 샐러드 런치  
1,300엔 판매



점포명 : KALAVINKA  
메뉴 : 농장직송 유기농야채 15품목 샐러드 런치  
1,000엔 판매

\*사진출처 : 타베로그 홈페이지

\* 참고자료

- 일본 야후뉴스 「増え続けるサラダ専門店から見える現代の食トレンドとは？」
- tv asahi 텔레朝news, 「次はサラダに注目 専用棚に26種類おくコンビニも」
- 세븐일레븐 홈페이지(www.sej.co.jp)
- 패밀리마트 홈페이지(www.family.co.jp)
- 로손 홈페이지(www.lawson.co.jp)
- 타베로그 홈페이지(tablog.com)

시사점

- 일본 식품업계는 건강과 SNS(소셜네트워크서비스)를 키워드로 활발히 움직이고 있다. 샐러드는 두 가지를 충족하며 편의점과 외식, 가정 내에서도 소비가 눈에 띄고 있다.
- 모양과 색채, 기능성을 두루 겸비한 한국의 농산물이 일본의 샐러드로 활용될 수 있도록 수입업체, 외식업체 등에 요리 레시피를 활용하여 다양한 상품을 제안해 나간다면 우리 수출농가의 소득 증대에도 이어질 수 있을 것이라 생각된다.