

3. 가정용 원예키트로 도시에서 수확의 기쁨을!

도쿄지사

주요내용

▶ 바쁜 현대인에게 채소를 키우는 즐거움을 팔다

- 대도시에서 살아가는 현대인들은 여건 상 채소를 직접 재배하여 먹는 것이 어렵다. 이에 일본에서는 가정에서 직접 씨를 뿌려 농산물을 수확하여 먹을 수 있는 가정용 원예키트 상품이 다양하게 출시되고 있다. 슈퍼마켓, 인터넷 쇼핑몰에서도 관련 상품을 어렵지 않게 접할 수 있다.

▶ 소비자 접점이 가장 많은 편의점에서 가정용 원예키트 판매 개시

- 최근 일본의 대표적인 편의점인 패밀리마트, 로손에서 가정용 원예키트 판매를 시작했다. 양상추, 바질, 미니토마토, 고추 등을 집에서 손쉽게 재배하여 먹을 수 있게 된 것이다.
- 편의점하면 스낵, 즉석식품 등 일상생활에 필요한 상품을 편리하게 구입할 수 있다는 이미지가 강한데 가정용 원예키트 판매를 개시한 것은 최근 고객의 니즈를 반영한 것과 동시에 경쟁이 치열한 식품 유통분야에서 차별화된 상품을 통해 틈새시장을 공략하기 위한 전략으로 분석된다.
- 편의점 업계 2위 패밀리마트는 (주)사카타노타네, 수미토모화학원예(주)와 공동개발한 원예키트 ‘소다테루(育てる)’ 시리즈를 중심으로 ‘패미마가든’ 매장을 설치하여 올해 4월초 패밀리마트, 씨클K, 산쿠스 등 약 18,000점포에서 가정용 원예상품 약 20종류를 판매하기 시작했다.
- 인기가 높은 원예키트인 ‘소다테루(育てる)’ 시리즈 라인업을 8종류로 확대함과 동시에 배양토, 비료 세트상품, 최단 30일 내 키울수 있는 ‘스피디 베지터블’, 식물성분을 사용한 살충제 및 제초제도 같이 진열하여 원예상품 수요에 본격적으로 대응하고 있다.

| 원예키트 상품 |



- 소다테루 재배 키트
- 가격 : 498엔/개



- 소다테루 키트(배양토+비료)
- 가격 : 896엔



- 스피디 베지터블
- 가격 : 162엔

- 또다른 대형 편의점인 로손에서도 가정에서 간단하게 야채를 재배할 수 있는 ‘에코 채원(菜園) 키트’을 올해 4월에 출시했다. 흙이나 농약을 사용하지 않고 빈 페트병에 키트를 끼워서 물을 채워두는 것만으로 재배할 수 있다. 토마토, 딸기 등 4종류를 판매하고 있으며 인기 캐릭터를 활용한 한정 상품이 20~30대 여성층에 큰 인기를 얻고 있다.

▶ **원예키트 판매, 다양한 고객층을 확보하기 위한 편의점 업계의 전략**

- 편의점 주요고객이 30~40대 남성으로 알려져 있으나 고령층의 이용도 증가하고 있다. 패밀리마트 내방객의 30%정도가 50대 이상이라고 한다. 원예용품 고객의 70%가 50~60대인 점을 고려할 때 고령자의 편의점 이용률은 점차 증가될 전망이다. 또한 원예키트가 SNS 등에서 화제가 되면서 여성 고객 또한 증가할 것으로 기대된다.
- 편의점 업계에서는 드럭스토어, SSM(Super Supermarket, 기업형 슈퍼마켓) 등 타 유통채널과의 경쟁이 치열한 가운데, 원예키트와 같은 제품을 통해 새로운 고객층을 유입시킴으로써 매출확대를 도모하고 있다.

* 자료 : 패밀리마트 (www.family.co.jp), 로손 (www.lawson.co.jp), 일경MJ신문(6.2)

시사점

일본의 편의점은 기존 스낵, 즉석식품 위주의 판매에서 채소, 과일 등 신선농산물을 비롯해 드럭스토어에서 판매되고 있는 의료품 및 건강기능성 식품으로 폭을 넓혀왔다. 원예키트 판매는 원거리 구매를 기피하는 50대 이상의 고령자와 젊은 여성층의 내방을 유도할 수 있는 새로운 시도로서 가치가 있다. 또한 최근 어려움을 겪고 있는 국내 화훼 소비촉진을 위해서 관련상품 개발 및 보급을 통해 새로운 화훼 소비형태를 만들어 갈 필요가 있다.

4. 일본, 찰보리 기능성 주목받자 시장 급성장

오사카지사

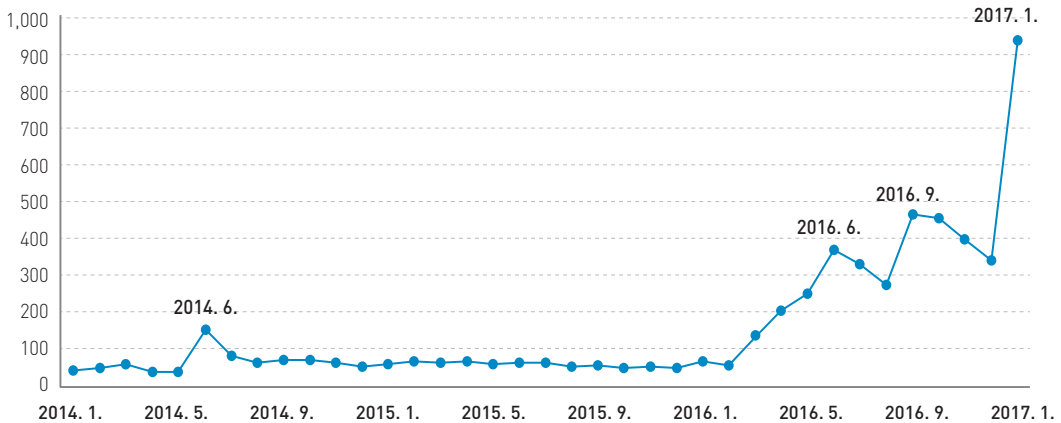
주요내용

▶ 찰보리 다이어트 효과 알려지며 수요급증

- 일본농업신문에 따르면 일본에 유통되는 찰보리의 약 98%가 수입산인 것으로 나타났다. 2016년 일본의 찰보리 수입량은 15,000톤 수준이었으나, 자체 생산량은 약 370톤에 불과했다. 최근 1년 사이에 찰보리 소비규모가 2배로 급증하였으나, 그 수요를 국내 생산량으로 충당하지 못하여 수요량 대부분을 수입산에 의지하고 있다.
- 일본의 찰보리 수요가 급격히 증가하게 된 원인은 찰보리의 다이어트 효과가 알려졌기 때문이다. 한 유명 여자 아이돌이 2주간 찰보리를 먹고 5.8kg을 감량한데 이어, 유명 셰프가 1년 동안 14kg을 감량했다고 밝혔다. 이외에도 일본에서 찰보리는 혈중 콜레스테롤을 저하시키고 풍부한 비타민, 미네랄을 함유하고 있는 슈퍼푸드로 알려져 있다.
- 작년 9~12월 aT오사카지사 라쿠텐 연계 온라인 판촉행사 시 찰보리가 한국식품 중 판매개수는 1위, 판매금액은 3위를 차지하였으며, 올해 한국산 찰보리 판매가 라쿠텐 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 품목 중 1위를 기록할만큼 일본에서 큰 인기를 얻고 있다.

| 일본 찰보리 제품 판매액 추이 |

(단위 : 엔/천명)



* 자료 : 일본 농림수산정책연구소 연구성과보고 회의자료
(일본경제신문 디지털미디어사에 의한 전국 슈퍼마켓 등 113점포 데이터로 재구성)

▶ 일본에서 유통 중인 찰보리 상품현황

- 밥을 지을 때 흰 쌀에 섞어 먹는 찰보리 소포장 제품이 인기를 얻고 있으며, 일본 대규모 정맥제조사 하쿠바쿠가 대표적이다. 가격면에서 일본산이 100g당 200엔 이상으로 가격이 형성되어 있어 한국산이나 미국산보다는 다소 높은가격에 판매되고 있다.

- 일본에서 오프라인으로 판매되는 찰보리는 600g을 50g씩 날개 포장하여 계량할 필요없이 간편하게 사용할 수 있는 제품이 인기를 얻고 있으며 온라인에서 판매되는 상품은 1kg 단위로 소비자가 필요한만큼 구매할 수 있게 하거나, 판매자가 1kg, 3kg, 5kg 등으로 포장한 상품을 판매하고 있다.

Ⅰ 일본 온·오프라인 시장에서 판매되고 있는 찰보리 상품 Ⅰ



〈하쿠바쿠 찰보리〉

- 미국, 캐나다산
- 600g 429엔(슈퍼마켓 Life 소자쿠점 기준)
- 50g*12봉(날개 포장)



〈프리미엄 찰보리〉

- 미국산
- 800g 429엔
- 세븐일레븐 편의점 판매



〈사누키 찰보리 다이시모치〉

- 일본 가가와현 생산
- 500g 1,404엔
- 라쿠텐 에노키 온라인판매



〈기라리모치 찰보리〉

- 일본 신품종
- 100g 198엔
- 이시카와 쇼핑몰 온라인판매



〈한국산 찰보리〉

- 1kg 1,000엔
- 라쿠텐 쇼핑몰 온라인판매

▶ 일본 찰보리 생산기반 확대를 위한 노력

- 일본 전국정맥공업협동조합연합회에 따르면 일본산 대맥의 수급부족은 약 2만 6천톤으로 추정되나 일본 찰보리 생산은 올해 천톤 수준으로 공급부족 현상이 계속될 것으로 예측했다.
- 찰보리에 대한 수요가 급증하자, 일본 지자체 4곳은 찰보리를 장려품종으로 선정하고 생산기반 확대를 위해 노력하고 있다. 나가노현은 작년부터 산학과 연계하여 찰보리 신품종 화이트 화이바를 본격적으로 생산하기 시작하였으며, 올해부터 품질에 따라 국가교부금을 받을 수 있게 되면서 재배 면적이 5ha에서 165ha로 대폭 증가하였다.
- 나가노현은 실수요 대응을 위해 증산체제를 구축하고 올해 약 700톤을 생산하여 일본 최대 찰보리 산지로 부상할 전망이다, 당장 일본의 찰보리 수요를 충족시키기에는 어려울 것으로 예상된다.

* 자료 : 일본농업신문(日本農業信文), 「もち麦 機能性で注目 市場急拡大 国産わずか、輸入4倍(定着する商品)産地化を」

시사점

- 일본의 주요 소비시장 키워드로 건강과 다이어트, 미용을 빼놓을 수 없다. 미디어에 유명인이 나와 건강과 다이어트 효과를 소개하자 다음 날 품절 현상이 일어나기도 한다.
- 기능성식품의 경우 해당식품이 가지고 있는 효능에 관한 과학적인 근거자료와 유명인 등 파급력 있는 인물을 통한 마케팅이 이루어진다면 건강, 미용효과가 뛰어난 우리 농식품의 수출확대를 도모해 볼 수 있을 것이다.