3 일본

3-1 식품 폐기물을 줄이는 '30 · 10' 운동

■ 주요내용

• '30 · 10'운동의 의미와 취지

'30 · 10' 운동을 알리기 위한 컵받침과 포스터

* 출처 : 마츠모토시 공식홈페이지

- 일본의 나가노현에 소재한 마츠모토시를 중심으로 '30 · 10'운동이 퍼져나가고 있음. '30 · 10' 운동은 '기업이나 단체의 연회석상에서 건배 후 30분 동안은 자리를 이동하지 않은 채 요리를 즐기고 연회가 끝나기 10분 전 자기 자리로 돌아와 음식을 즐기는 시간을 갖자'는 것으로 궁극적인 목적은 매년 대량으로 발생하는 식품 폐기물을 줄기기 위한 것임

• 좀처럼 줄어들지 않는 음식 폐기물

- 일본 농림수산성의 2013년 식품 폐기물의 이용현황 조사에 따르면 2013년 한 해의 식품관련 폐기물 중 먹을수 있지만 버려진 음식의 양은 무려 632톤으로 외식산업과 커트야채와 같은 규격식품이 늘어나면서 가공단계나 유통단계에서 버려지는 음식물, 가정에서 먹고남은 음식물이나 유효기간이 지난 식품들이 늘어난 것이 원인임

• 어린이들의 인식정립을 위한 가정판 '30 · 10' 운동 확대

- 기업이나 단체뿐만 아니라 가정판 '30 · 10' 운동도 성장하고 있음. 매월 30일은 식재료를 다 사용하자는 '클린 업데이'를 지정하거나, 매월 10일은 식재료의 껍질 등을 이용한 레시피를 소개하는 등의 활동을 펼치고 있음

- 마츠코토시에서는 시내 공립 보육원, 유치원을 방문하여 퀴즈나 놀이를 통하여 어린이들에게 음식의 소중함에 대한 이해를 심어주기 위하여 노력하고 있음. 이는 어린이들의 식재료에 대한 올바른 인식 정립을 통하여 행동개선과 부모들의 음식물 폐기물에 대한 인식을 환기시키려는 목적임

• 운동효과

- 2013년도 마츠모토시 환경정책과가 2011년도부터 모델점포로 협력해온 식당 주인과의 인터뷰에 따르면 손님들이 음식을 남기는 일이 줄어 음식물 쓰레기가 절반으로 줄었으며 쓰레기 처리비용과 수도요금 등이 경감되었다고 함

- 2011년도부터 시작된 마츠모토시의 '30 · 10'운동은 현재, 전국 각지로 조금씩 그 영역을 넓혀 나가고 있으며 동시에 각 지자체에서 시찰이 진행 중이고, 운동 명칭을 사용하게 해달라는 요청이 들어오고 있음

시사점

- 전세계 인구 9명 가운데 1명은 기아로 고통받고 있는 오늘 날, 매년 전 세계에서 인류가 생산하는 음식물의 3분의 1에 달하는 16억톤의 음식물이 버려지고 있음. 이러한 식품 폐기물 문제에 대응하여 세계 각국에서 노력을 하고 있음
- 프랑스에서는 올해 대형슈퍼에 의한 식품폐기가 규제되었고, 중국에서는 접시가 반짝거릴 정도로 깨끗히 먹자는 '광반(光盤)운동'이 제창되고 있음
- 일본내 식품 폐기물을 줄이는 '30 · 10'운동에 대응한 한국식품 진출 전략이 필요함

작성 : 도쿄 지사

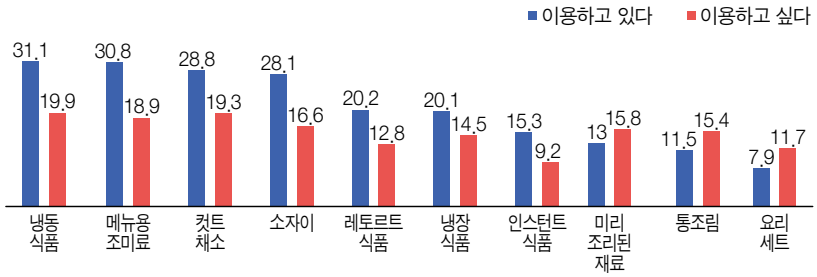
3-2 조리시간 단축 소비자 니즈 증가로 일본 간편식 시장 성장

■ 주요내용

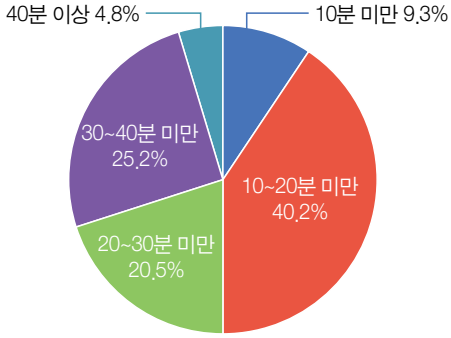
- 최근 일본의 간편식 시장 동향
  - 최근 고령화와 단신가구수의 증가, 여성의 사회진출로 인해 가정내에서 쉽고 빨리 조리할 수 있는 간편식에 대한 니즈가 높아지고 있음. 슈퍼마켓은 따뜻한 소자이와 전골세트 등 완조리식품을 확충하고, 식품 제조업체는 간편식 메뉴개발에 집중하고 있으며 편의점에서는 소자이나 카운터 진열상품(어묵, 치킨, 크로켓 등)을 강화하고 있음
    * 소자이(総菜): 반찬류로 비교적 소비기한이 짧은 완조리식품, 냉동 · 레토르트 등 제외
  - 슈퍼마켓에서 늘어나고 있는 상품은 시간단축형 상품으로 샐러드를 그대로 접시에 담을 수 있도록 한 컷트채소, 바로 구워먹을 수 있도록 양념된 생선 및 육류, 면을 삶아 버무리면 되는 파스타 소스, 밥과 비비면 완성인 비빔소스 등이 있음
  - 또한 전자레인지와 프라이팬만 있으면 조리할 수 있는 간편식 제품의 용량이 가족을 위한 대용량에서 혼자서 먹을 수 있는 1인용까지 다양화되고 있음. 가족 구성원의 모이는 시간이 다르거나 각각의 기호가 다를 때 각 가정 사정에 따라서 소용량 상품이 도움이 된다는 의견도 많음
- 조리시간 단축에 대한 소비자 의식조사
  - 2015년 7월 주 1회 이상 집에서 조리를 하는 20~59세 여성 1,000명을 대상으로 실시한 '조리시간 단축을 위해 이용하고 있는 식품과 향후 이용하고 싶은 식품'조사에 따르면 현재 이용하고 있는 상품은 냉동식품과 메뉴용 조미료가 높게 나타났으며, 향후 이용하고 싶은 상품은 통조림과 요리세트로 나타남

| 조리시간 단축을 위하여 이용하고 있는 식품과 향후 이용하고 싶은 식품 |

(단위 : %)



| 저녁식사 준비에 걸리는 시간을 얼마 단축하고 싶은가 |



- 또한 저녁식사 준비에 걸리는 시간을 얼마 단축하고 싶은가에 대한 질문에는 10~20분 미만이 가장 높은 응답률을 보임

• 향후 전망

- 야노경제연구소의 조사에 따르면 2015년도 인스턴트 및 레토르트식품의 시장규모는 전년대비 103.3% 증가한 4,372억 엔으로 확대되고 있음. 또한 소비자 니즈인 조리시간 단축과 간편성을 충족시키면서 보존기간이 긴 즉석된장국과 즉석밥, 시리얼 등이 향후 확대될 것으로 전망됨
- 메뉴용 조미료가 조리시간 단축을 위한 식품시장을 견인하고 있는데 그 이유는 조리에 실패할 우려가 적고 채소 섭취량을 늘리고자 하는 소비자 니즈에 부합해 성장하고 있음. 그동안 메뉴용 조미료는 마파두부소스 등 중식이 주력상품이었으나 일식, 서양식, 한국식 등 다양한 상품들이 출시되고 많은 지지를 얻고 있음. 조리방법 또한 볶거나 끓이는 것에서 전자레인지로 간단하게 조리할 수 있는 상품이 늘고 있어 간편식 시장의 영역 또한 넓어지고 있음

시사점

• 일본에서 유통되고 있는 기존 한국산 레토르트, 간편식 식품, 향후 수출하고자 하는 식품에 대해서는 일본 소비자의 라이프 스타일에 맞춰 1인용 소포장 등 다양한 용량의 대응이 필요함

• 앞으로는 간단하게 조리할 수 있다는 편의성보다 맛과 품질을 추구한 상품이 더욱 요구될 것으로 예상됨

작성 : 오사카 지사