

고급 빵의 인기와 함께 치솟는 자국산 밀 수요

오사카지사



높아진 빵 소비를 이끄는 ‘고급 빵’

- 일본 총무성 2017년 가계조사에 따르면 2인 이상의 가구가 1년에 44.8kg의 빵을 29,957엔(약 30만 8,132원)에 구매한 것으로 나타났다. 10년 전 조사결과와 비교해 수량에는 거의 변화가 없으나, 지출액은 11% 증가한 것이 눈에 띈다. 까다로운 원료 선발과 수준 높은 제조법을 거친 고급 빵의 인기가 이러한 현상의 원인인 것으로 보인다.

	빵		식빵		기타 빵	
	구입수량	지출액	구입수량	지출액	구입수량	지출액
2007년	45.238kg	27,096엔	19.115kg	8,249엔	21.492kg	18,847엔
~	~	~	~	~	~	~
2013년	44.927kg	27,974엔	19.636kg	8,494엔	21.273kg	19,480엔
2014년	44.926kg	29,210엔	19.453kg	8,747엔	21.756kg	20,464엔
2015년	45.676kg	30,507엔	19.614kg	9,023엔	22.221kg	21,484엔
2016년	45.099kg	30,294엔	19.217kg	8,904엔	22.120kg	21,390엔
2017년	44.840kg	29,957엔	19.614kg	9,131엔	21.624kg	20,826엔

자료출처 : 일본 총무성 가계조사



노가미 생식빵

- 그 인기를 반영하듯 야후재팬의 분야별 최다검색 식품 부문 키워드는 2년 연속 ‘노가미 생식빵’이었다. 일본에서는 누군가를 만나거나 집에 방문할 때 케이크나 과자를 선물하는 것이 일반적이며, 그중에서도 종이가방에 고급스럽게 포장된 800~1,000엔(약 8,200~10,304원)의 식빵은 인기 선물로 급부상하고 있다.

점차 높아지는 자국산 밀 수요

- 식생활이 서구화되면서 일본 국민에게 밀은 제2의 주식 이 되었다. 2017년 1인당 연간 밀가루 소비량은 33.1kg으

로 쌀(54.2kg)의 60% 수준을 넘어섰다(일본 농림수산성 2017년도 식료수급표).

- 일본의 밀 자급률은 14%(2017년도 기준), 재배면적은 21.2만ha이고 수확량은 90.7만 톤(홋카이도 60.7톤)으로 2016년도 79.1만 톤에서 14.7% 증가세를 보였다.
- 과거 일본에서 재배되는 밀은 우동용 등 중력계 품종이 주를 이루었지만, 최근에는 제빵에 적합한 유메치카라와 중화면에 적합한 치쿠시W2호 등 강력계 신품종의 육성 보급이 진행되고 있다.

일본의 밀 자급률

카테고리	재배면적	생산량	수입량	자급률	1인당 연간 소비량
2016년도(확정)	214,400ha	791천 톤	5,624천 톤	12%	32.9kg
2017년도(잠정)	212,300ha	907천 톤	6,577천 톤	14%	33.1kg

자료출처 : 図解入門業界研究 最新農業の動向としくみがよくわかる本

일본 자국산 제빵용 밀 육성품종

지역	육성품종
홋카이도	키타노카오리, 유메치카우, 하루요코이, 하루키라리
이와테, 미야기, 후쿠시마	유키치카우
나가노	유메아사히
미에, 교토/아마구치	니시노카오리
히로시마	미나미노카오리

- 일본농업신문에 따르면 일본 전체 밀 생산의 약 70%를 차지하고 있는 홋카이도의 제빵용 밀 생산량은 10년 전까지만 해도 전체 자국 생산량의 10% 정도였으나, 현재는 약 30%까지 확대되었다.
- 제빵용 밀 품종 미나미노카오리를 매입하는 일본제분은 관서와 관동지역의 빵집을 중심으로 자국산 밀 수요가 증가했다고 전했다. 대규모 제분회사는 “빵 업계에서는 일본산 밀을 새롭게 도입하거나 혼합비율을 높이는 등 관심이 높아졌다”며 향후에도 수요가 증가할 것이라 전망했다.

빵을 선택하는 새로운 기준은 ‘품종’

- 이에 따라 타노카오리, 미나미노카오리 등 빵에 사용하는 밀 품종명을 전면에 내세워 판매하는 빵집 역시 증가하고 있다. 기존의 ‘우리 밀’이라는 큰 카테고리 안에서 이제는 곡 집어 밀 품종으로 차별화에 나선 것이다.
- 브랜드 스토리 마츠야긴자점에서는 홋카이도산 밀을 사용한 80여 종의 빵을 판매하고 있다. 식빵과 바게트 등 식사대용 빵의 판매비율이 높으며, ‘키타노카오리 브레드’, ‘하루유타카 바게트’ 등과 같이 제품명에 품종명이 그대로 들어가는 것이 특징이다. 품종명으로 빵을 찾는 새로운 빵 구입형태가 생겨날 정도로 소비자의 자국산 밀에 대한 인지도가 높아졌기 때문이다.

일본의 자국산 밀 사용 판매 빵(예시)

| 하루유타카 바게트 |

281엔 판매
(약 2,895원)



| 키타노카오리 식빵 |

864엔/432엔 판매
(약 8,902/4,451원)



| 키타노카오리 후르츠샌드 |

508엔 판매
(약 5,234원)



우리 밀의 장점을 살릴 수 있는 제품 개발

- 일본은 자국산 밀의 자급률을 높이고자 다양한 품종을 육성하고 빵집은 자국산 밀을 사용한 제품을 생산·판매하며, 소비자는 이러한 빵을 선호하여 구매하는 선순환이 이뤄지고 있다.
- 한국 역시 우리 밀의 소비를 확대해나가기 위해서는 원료의 장점을 살릴 수 있는 제빵 기술을 갖추고 소비자의 이목을 사로잡을 수 있는 상품을 기획하는 등의 노력이 필요해 보인다.