

## 4. 포장기술의 고급화가 주는 새로운 부가가치!

도쿄지사

## 주요내용

## ▶ 딸기인지 보석인지, 딸기 포장의 고급스러움으로 해외진출을 노리는 일본!

- 얼마전 일본 나라현에 소재한 ‘나라딸기연구소’에서는 현내에서 생산되는 주요 딸기 품종에 대해 새로운 마케팅을 시작했다. 현내 주요 품종인 “코토카(붉은색)”, “아와유키(흰색)”, “파루화이트(진주색)”의 판로를 확대하고 부가가치를 높이기 위해 포장 방식의 패러다임을 바꿨다.
- 여러 개가 들어가는 기존 포장방식이 아닌 한 개의 딸기만 포장박스에 담아 판매를 하는 것인데, 해외의 부유층이나 국내 선물용으로 타깃을 설정하였다. 한 박스의 도매가는 600~800엔으로, 중국 춘절기간 수요를 예상하여 출하 한 결과 좋은 반응을 얻었다.
- 일본 내에서도 도쿄, 오사카, 나라의 주요 시장에 출하 하였으며, 특히 고단가로 팔 수 있는 백화점과 해외 판로를 가진 중도매인들이 매입하고 있다. ‘나라딸기연구소’에 따르면 홍콩에 있는 점포에서는 딸기 1개당 4,000~5,000엔에 판매된다고 한다.
- 성공 비결은 부가가치를 높여 판매할 수 없을까라는 고민으로 시작하여 보석함 형태의 박스에 넣어 판매하기 시작한 덕분이었다. 종이보석함 모양의 포장은 나라현 내 디자이너와 협력하여 개발한 것으로 일본포장기술협회 주최하는 “일본패키징콘테스트 2017”에서 식품포장기술부분상을 수상했다.
- ‘나라딸기연구소’ 소속된 딸기 농가는 이번 농경기에 1만 5천개를 판매할 계획으로 약 1000만엔(한화 1억원)의 매출을 예상하고 있다. 또한 태국과 스페인 등 수입업체들과의 상담을 적극적으로 진행하는 등 수출시장 판로 확대를 위하여 분발하고 있다.

## | 나라현에서 개발한 포장박스에 담긴 딸기 |



나라현에서 생산되고 있는 주요 3품종이 포장되어 있다.

(출처: 일본농업신문)

\* 이미지 및 참고자료 출처

- まるで宝石箱や〜イチゴ「1粒だけ」 高級感で海外向け 奈良 - 일본농업신문(2018.2.16.)

## 시사점

- 일본은 소포장 제품의 인기 덕분에 포장기술이 발달해 있어 일반 가공식품 이외 소포장 농산물도 흔히 찾아 볼 수 있다. 이번에 판매가 시작된 ‘개별포장 딸기’는 부가가치가 극대화된 제품으로 사치재의 성격을 띠고 있다. 전 세계적으로 소비의 양극화가 진행되고 있는 시점에서 식품의 기호에 대한 개념이 더욱 강화되고 있음을 보여주는 단적인 예라고 할 수 있다. 국내 수출업체 역시 이러한 식품 트렌드를 반영한 마케팅 방안이 마련되어야 할 것이다.

## 주요내용

## ▶ 달걀 요리 맛집의 비밀

- ‘우치노타마고’ 식당은 일본에서 가성비가 좋은 달걀 요리 맛집으로 유명하다. ‘우치노타마고’는 철도회사 JR규슈의 농업 자회사 JR규슈팜(주)의 양계장에서 생산하는 달걀 브랜드명이며, 흰밥에 날달걀과 간장을 넣은 달걀밥과 닭고기 달걀덮밥 등을 판매하는 식당명이기도 하다. 즉, 달걀 요리 맛집의 비결인 달걀은 철도회사의 자회사가 생산한 것이다.

## ▶ 농업이 규슈를 살린다.

- JR규슈는 왜 본업과 거리가 먼 농업을 시작하게 되었을까? 규슈는 상업, 공업 등 일본 전국 경제 규모의 10%를 차지한다는 의미로 ‘1할 경제’라 불린다. 하지만 규슈의 농업은 전국의 20%를 차지하며, 규슈 경제의 근간을 책임지는 중요사업이라 할 수 있다.
- JR은 농업이 활성화되면 새로운 일자리와 고용이 창출되고, 이를 통해 규슈에서 다른 지역으로의 인구 유출을 최소화함으로써 규슈의 인구가 늘어나면 JR규슈 철도 이용객이 늘어나게 될 것이라는 생각에서 착안하여 농업에 투자하게 되었다.

## ▶ 달걀, 내가 제일 잘 나가

- JR규슈 농업의 시작은 부추로 시작해 1년 반 후에는 미니토마토 재배를 시작했고, 같은 해 양계장을 개설, 고구마, 굴, 무, 당근, 아스파라가스, 브로콜리, 피망까지 재배하게 되었다. 그 중 효자 품목은 ‘우치노타마고’ 달걀로 달걀 1팩(10개)에 648엔(약 6600원), 일반 달걀의 2~3배 비싼 몸값을 자랑한다.

## ▶ 대기업과 지역 농가의 상생 협력 모색

- 일본 livedoor NEWS에 따르면 대기업인 JR규슈가 농업에 진출해 지역 소규모 농업종사가 피해를 주지 않도록 지역 내 생산량이 많은 토마토를 대신해 미니토마토를 재배하는 등 대기업과 지역농업 종사자와의 상생 협력을 강화하고자 한다고 전했다.
- 달걀을 비롯해 JR규슈 농장에서 재배한 채소와 과일은 인터넷과 직영 채소 전문점에서 판매하고 있다. 또한, 재배한 채소와 과일을 주스와 아이스크림 등으로 가공해 판매하는 등 농업의 6차 산업화로 수익을 확대해 나가고 있다.



**JR규슈팜 생산 달걀 인터넷 판매**  
(출처: JR규슈팜 상품 페이지)



**JR규슈팜 직영 채소 전문점**  
(출처: JR규슈팜 상품 페이지)

\* 이미지 및 참고 자료 출처

- 일본 일간 겐다이 「複数事業手掛ける「JR九州」 売れ筋商品は“うちのたまご”」 (2018.01.11.)
- 일본 livedoor NEWS 「みかんやサツマイモを栽培 JR九州はなぜ農業に取り組むのか」 (2016.11.06.)
- JR규슈팜 상품 구매 페이지 ([https://www.jrkf.jp/shop/products/detail.php?product\\_id=1](https://www.jrkf.jp/shop/products/detail.php?product_id=1))

## 시사점

- JR규슈팜의 사례와 같이 일자리 창출, 지역 경제 활성화 사례 등 여러 외국의 사례를 참고한다면 일자리 창출이 동반된 지속가능한 농촌 경제 성장 방안 수립에 활용할 수 있을 것으로 생각된다.