

일본의 견탄정책(減反政策) 폐지

일본 정부는 1971년 풍작이 지속돼 과잉재고로 남은 쌀을 처리하기 위해 생산을 제한하는 쌀 농지축소정책인 견탄정책을 시작했다. 이 정책의 실시로 쌀 생산을 억제하는 대신 농가의 수익 안정을 보장해왔다.

하지만 TPP, FTA 교섭 등 해외로부터 쌀 수입 압력이 강화되면서 아베 정권은 6년 전 쌀 농지축소정책 폐지를 제창했다. 이후 경쟁력을 통한 쌀 생산 강화라는 농업의 성장 전략이 수립됐고 결국 2018년, 40여 년 가까이 지속되어 왔던 정책이 폐지됐다.

쌀의 소비가 매년 감소하고 있는 상황에서 농가가 일제히 증산하게 되면 가격 폭락으로 시장에 혼란이 올 수 있기 때문에, 일본 정부는 논에서 주식용 쌀 이외의 작물을 재배하는 농가에 대한 지원 정책을 펼치고 있다. 예를 들어, 보리나 대두로 전작하는 농가에는 10아르 당 33만5천 엔(약 35만6천 원), 센베이 등 가공용 쌀에는 2만 엔(약 20만4천 원) 등이다. 그중 가장 보조금이 큰 것은 가축사료용 쌀로, 최대 10만5천

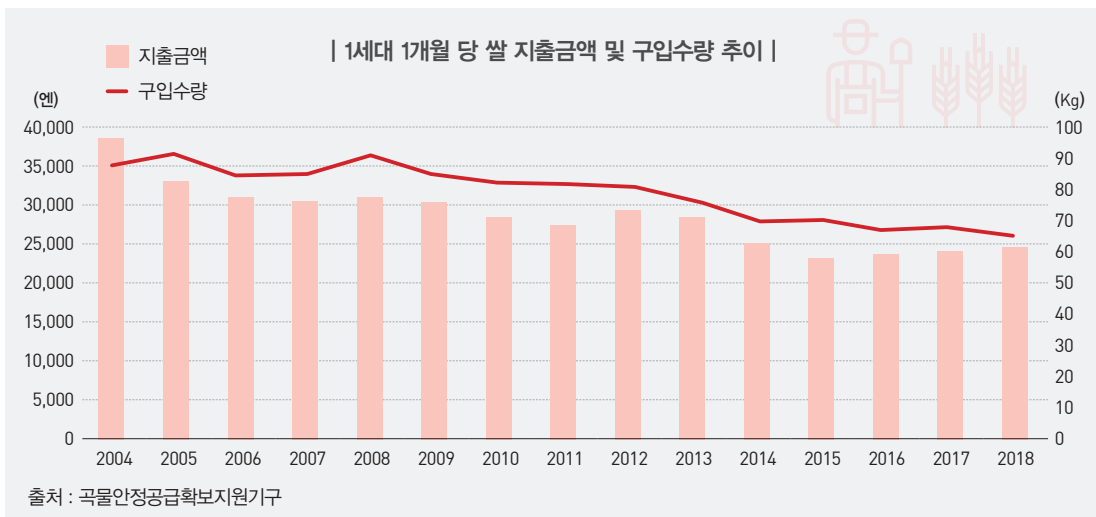
엔(약 107만원)의 보조금이 지급된다.

위의 전략작물조성 이외에도 다양한 지원정책을 펴고 있는데, '쌀의 신시장 개척'이라는 명목으로 수출용 쌀을 생산하는 지역에 대해 2만엔/10a를 지원하고 있다.

일본 쌀의 자유경쟁 시대

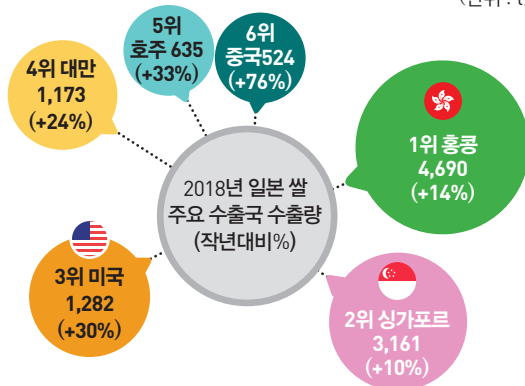
일본의 쌀 농지축소정책(減反政策)의 폐지로 쌀 생산의 자유경쟁 시대가 시작됐다. 일본농업신문의 조사에 의하면 쌀의 수요확대가 기대되는 분야 1위는 즉석밥(38%), 2위 냉동밥(22%), 3위 해외시장(19%), 4위 편의점 주먹밥(14%)의 순으로 나타났다. 주목할 만한 점은 3위에 랭크인한 해외시장으로, 국내 쌀 소비가 줄어들면서 해외시장에 대한 기대가 커지고 있다는 것이다. 도호쿠 지역의 쌀 도매상은 "국산(일본산) 쌀은 맛이 뛰어나 해외시장의 큰 관심을 받고 있다"고 지적했다.

일본 쌀의 해외 수출량은 매년 증가 추세에 있으며, 특히 쌀 농지축소정책(減反政策)의 폐지를 처음 제창한 2013년 이후부터 가파르게 증가하고 있다.



| 2018년 일본 쌀 주요 수출국 및 수출량 |

(단위 : t)



| 2018년 일본 쌀 주요 수출국 및 금액 |

(단위 : 백만엔)

순위	수출국	금액(백만엔, 전년대비%)
1위	홍콩	1160 (+14%)
2위	싱가포르	694 (+8%)
3위	미국	404 (+26%)
4위	대만	394 (+12%)
5위	호주	197 (+37%)
6위	중국	211 (+117%)

수출 증대에 기여한 3대 전략

일본 쌀의 수출 증대에 기여한 전략으로는 크게 해외 판촉, 스마트 농업 활용, 고품질 브랜드 쌀의 개발을 들 수 있다.

▶ 해외 판촉

일본 정부는 쌀과 쌀 관련 식품의 수출 확대를 위해, 다른 품목보다 먼저 쌀·쌀 관련 식품 수출을 촉진하는 전국단체(전일본 쌀·쌀 관련 식품 수출 촉진협의회)를 2014년 설립, 동일 로고마크의 개발·발표, 해외에서의 PR 이벤트 등을 개최하고 있다.

한 예로, 일본의 외무성은 올 1월부터 중국에서 일본산 쌀의 PR활동을 시작했다. 한국에서도 큰 인기를 끈 일본 드라마 '고독한 미식가'의 주인공을 맡은 배우 마츠시게 유타카가 참

| 일본산 쌀 통일 로고마크 |



THIS IS JAPAN QUALITY
日本のおいしい米。



가하는 이벤트를 북경 시내에서 개최했다. PR 거점은 대도시인 북경 상하이시에 있는 16개 요리점으로 일본 각지의 쌀을 이용한 특별 메뉴를 제공하고, 일부 점포에서는 지자체와 연계한 특산품의 소개 등도 진행한다.

▶ 스마트 농업

농가의 고령화와 일손 부족 문제를 해결하기 위해 스마트 농업에 힘을 쏟고 있는 일본은 쌀 또한 스마트 농업으로 생산하고 있다. 그 중 기후 현은 스마트 농기계를 활용한 고도운작체계를 구축해 수출용 쌀을 연간 120톤 생산할 계획을 가지고 있다.

올해에는 JA, 지역 영농조합, JA전농기후, 기후 현, 농기메이커가 힘을 합쳐 프로젝트를 창설했으며, 스마트 농기의 도입은 국가사업을 활용할 예정이고, 고도운작체계로 다수의 품종을 사용한 직파재배와 이앙재배를 편성한다. 수출은 JA전농을 통해 진행해 이미 아시아의 수요자에게 70톤의 시험 수출을 검토하고 있다. 앞으로 실수요자와 의견교환을 적극적으로 시행해 니즈에 맞춘 쌀을 생산해 나간다는 방침이다.

| 중국어로 일본산 쌀을 PR하는 전단지 |

▶ **브랜드 쌀 :**

쌀 농지축소정책 폐지로 쌀 생산의 자유경쟁이 시작되면서 고품질 쌀 생산에 박차를 가하는 의욕적인 농가들이 등장하고 있다. 그 중에서도 여러 품종의 쌀을 섞어 다양한 식감을 연출할 수 있는 브랜드 쌀이 계속해서 모습을 드러내며 주목을 받는다. 일본 쌀은 다시금 요리의 주역으로 수출시장 뿐 아니라 일본 국내 시장에서도 재조명되고 있다.

일본의 진취적인 움직임에 주목해야

날로 격화되는 경쟁과 해외개방 속에서 국산 농가의 보호책을 마련하기란 쉽지 않다. 약 40년간 지속된 정책 폐지 속에 일본의 쌀 생산 농가는 큰 변화를 겪고 있다. 그 속에서 의욕적으로 생산을 늘리고, 품질을 향상시키고, 브랜드 쌀이라는 한 단계 업그레이드된 쌀을 개발하여 수출 증대뿐 아니라 국내시장의 활성화로까지 이어지게 하고 있는 일본 농가의 진취적인 움직임에 주목할 만하다. 해외의 저렴한 쌀에 대항할 수 있도록 경쟁력 있는 쌀을 생산할 수 있는 농가를 육성하고 있는 일본 정부의 노력 또한 마찬가지다.

**도요라이스(주) '세계최고쌀(世界最高米)'
세계에서 가장 비싼 쌀로 기네스북 등재**



**아이모리현 '세이텐의 헤키레키(青天の霹靂)'
일본의 쌀 바이어들에게 가장 인기 있는 쌀**



Key Point

**감소하는 쌀 수요,
한국도 수출길 열어야**

- 지난해 일본의 1인당 쌀 소비량은 59.8kg으로 한국(61.0kg)보다 적은 반면 쌀 생산량은 832만 4,000톤으로 한국(386만8,000톤)의 두 배가 넘었다. 이것이 한국과 일본의 쌀 수출의 차이이다. 일본 농림수산성에 따르면 2018년 일본의 쌀 수출량은 1만3,794톤으로 10년 전인 2009년(1,312톤)보다는 열 배나 증가했다.
- 일본에서는 이러한 쌀 수출을 견인하고 있는 '브랜드 쌀'의 열풍이 특히 거세다. 2018년은 일본의 '브랜드 쌀 전국시대'였다. '브랜드 쌀'이란 특정 지역에서 생산된 특정 품종 쌀을 브랜드화한 것을 말하며, 지난해 새로 출시된 브랜드 쌀 숫자는 52종으로 크게 늘었다. 상표 등록된 브랜드 쌀은 총 765종으로, 2009년에 비해 약 250종 늘었다.
- 감소하는 쌀 수요를 수출로 만회해야 하는 사정이 일본과 비슷한 우리나라는 급변하는 세계경제 속에 정부, 지자체, 생산자인 농가가 일치단결하여 수출 시장을 공략해 나가는 이웃나라 일본의 움직임을 앞으로도 지속적으로 모니터링 할 필요가 있다.

출처 : www.sbbt.jp, www.okome-adv.jp, www.nhk.or.jp, www.komenet.jp,
www.maff.go.jp, www.agrinenews.co.jp, www.toyo-rice.jp, news.chosun.com