

일본, 식품업계의 윤리적 소비 대응 마케팅

윤리적(ethical) 소비란?

최근 일본에서는 지역 활성화나 사회적 약자 고용 등을 고려해 인간과 사회·환경을 배려한 소비 행동을 가르켜 '윤리적(ethical)' 소비라고 일컫는다. 이른바 착한 소비를 나타내는 말로 한국에서 MZ세대 등을 중심으로 이른바 '가성비 보단 가성비'를 뜻하는 착한 소비가 대두되는 것과 비슷한 맥락으로 볼 수가 있다.

일본의 소비자청에서는 이러한 윤리적 소비를 '소비자 개인이 사회적 과제의 해결을 위해 힘쓰는 사업자를 지원하면서 소비 활동을 하는 것'이라 정의하며 이를 널리 확대하기 위해 특설 사이트를 만들어 홍보 활동을 지속하고 있다. 윤리적 소비는 2015년 9월 유엔에서 채택된 지속가능한 개발 목표(SDGs)의 17가지 주요 목표 중 지속가능한 소비와 생산(생산책임·소비책임)과 관련되어 있다.

최근 일본 내 전국 10대~70대 국민 2,500명을 상대로 윤리적(ethical) 소비에 대한 인식을 조사한 결과에 따르면, 전 세대에 걸쳐 2020년 대비 2022년도에 윤리적 소비에 대한 인식이 확연히 증가한 것을 확인할 수 있다.

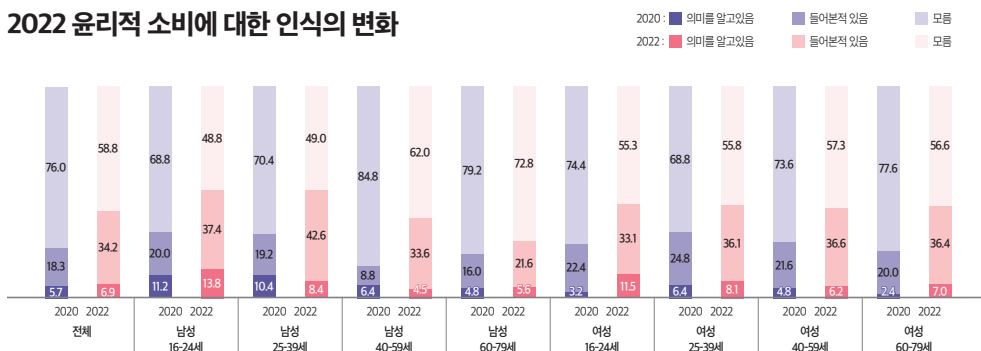
특히 가장 주목할만한 점은 해당 소비자들의 윤리적 소비를 실시할 의향이 높은 분야에 대한 조사결과에서 1위가 식품, 2위가 일용품, 3위가 가전 등으로 나타났다. 일반 소비자들이 윤리적 소비로서 식품 구매에 대한 의향이 높게 나타난 점은 식품업계가 주목할 만하다.



윤리적 소비의 사고방식이나 행동 예를 소개한 일본 정부 홍보 동영상(애니메이션 동영상)

사람	장애인 지원으로 이어지는 상품
사회	페어 트레이드 상품, 기부 가능한 상품
환경	에코 상품, 재활용 제품, 자원보호 등 인증상품
지역	로컬 푸드, 피해지 산물
동물복지 윤리적 패션	
일본 소비자청에서 제시 한 윤리적소비 배려대상과 그 예	

2022 윤리적 소비에 대한 인식의 변화



자료 덴츠 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/0620-010527.html>

윤리적 소비 마케팅 사례 : 탈(脫) 플라스틱 활동

일본 소비자들을 중심으로는 최근 '탈(脫) 플라스틱 활동'이 대세를 이루고 있다. 식품업체들은 환경오염의 주범 중 하나인 플라스틱의 사용량을 줄이거나 이를 종이재질로 대체하는 등 다양한 방법으로 탈(脫) 플라스틱을 실천하고 있다. 한국과 마찬가지로 스타벅스 커피 및 맥도날드는 빨대를 종이로 전환하고 있으며, 한국에서도 최근 확대되고 있는 라벨리스도 확대되고 있다. 일본 코카콜라는 상품 라벨이 붙지 않은 '라벨리스(Labelless)' 음료를 판매하고 있으며 특히 2025년까지 모든 PET병 제품을 지속가능한 소재를 활용하고 2030년까지는 모든 PET병을 100% 지속가능한 소재로 전환하는 것을 목표로 활동하고 있다. 그 밖에 일본 편의점에서 주로 활용하는 도시락 스푼이나 포크 등 일상적인 플라스틱 소비량을 줄이는 등의 운동을 실천하고 있다.



스타벅스 커피 재팬 종이 스트로우



코카콜라 100% 리사이클 페트병 채용의 라벨리스 상품 350ml

윤리적 소비 마케팅 사례 : 대체육(代替肉)

이 외에도 현재 육류를 생산하기 위해 소비되는 다량의 곡물과 이산화탄소 발생을 감축하기 위해 콩을 가공하여 고기의 맛과 식감을 재현하고 있다. 또한 동물의 세포를 직접 배양하여 배양육을 만드는 등의 대체육 개발도 주목받고 있다.

특히, 모스버거를 전개하는 모스푸드 서비스는 패티에 콩 유래의 식물성 단백질을 사용한 햄버거를 제공하고 있으며, 일

본 버거킹에서도 해당 식물성 단백질을 활용한 플랜트 와퍼를 상시 판매 중에 있다. 일본의 고기구이 전문점인 야키니쿠라이크는 콩으로 만든 대체육 도시락을 판매하였으며, 고기구이 외식 프랜차이즈 업체의 모노카타리 코퍼레이션의 '야키니쿠 킹' 도 대체 고기를 사용한 메뉴를 개발 추진중이며 편의점이나 슈퍼에서도 대체육 상품이 활발하게 판매되고 있다.



모스버거 소이버거



야키니쿠라이크 소이 야키니쿠 도시락

윤리적 소비 마케팅 사례 : 공정무역(Fairtrade)

‘페어트레이드(Fairtrade, 공정무역)’는 빈곤 없는 공정한 사회를 만들기 위해 개발도상국 생산자의 경제적 자립과 지속가능한 발전을 위해 생산자에게 보다 유리한 무역조건을 제공하는 무역 형태를 말한다.

적정한 임금 지불이나 노동 환경의 정비 등을 통해 생산자의 생활 향상을 도모함으로써 그들에게 지속적으로 생산을 이어 나갈 수 있도록 하는 것이 목표이다. 대표적인 공정무역 식료

품목은 커피, 코코아, 쌀, 과일, 차, 설탕 등이다. 일본의 대형 유통업체인 이온에서는 자사 PB상품으로 커피, 초코릿, 잼 등 다양한 품목에 걸쳐 페어 트레이드 상품 개발을 하였으며, 편의점 세븐일레븐 및 대형 유통업체를 운영하는 세븐&아이 홀딩스는 국제 페어 트레이드 인증을 받은 커피콩 100%를 사용한 커피를 ‘페어트레이드 커피’라는 상품명으로 판매하고 있다.



이온 톱밸류 주식회사 페어 트레이드 상품

중소형 유통업체도 윤리적 소비에 동참

슈퍼마켓 데리시아(나가노현 마츠모토시)는 환경이나 사회를 배려한 상품을 구입한 고객에게 포인트를 환원하는 이벤트를 시작하였다. 대상상품은 라벨리스의 페트병 음료 등 해당 슈퍼가 지정한 50여 개 상품으로 1개월마다 상품을 변경하고 있다. 윤리적 소비를 추진하기 위해 지자체인 나가노현과 협력하여 고객에게 환원한 포인트의 상당 금액을 나가노현에 기부하고, 나가노현은 해당 기부금을 윤리적 소비 보급에 활용하고 있다.



세븐&아이 홀딩스 페어 트레이드 커피

작성자 | 도쿄지사 권정은

Key Point

유엔과 국제사회의 최대 공동목표인 지속가능한 개발 목표(SDGs)에 동참하는 일본의 식품기업이 늘고 있다. 이러한 지속가능한 개발의 인지 확대 등으로 지속가능성에 대한 움직임이 확대되면서 사람과 지역, 사회, 지구환경 등을 배려하는 활동을 지칭하는 ‘윤리적 소비’는 앞으로도 그 중요도가 높아질 것이다. 최근 한국 내에서도 ESG에 대한 인식이 확대되고 있어, 식품업계 전반에서 플라스틱 줄이기 등을 추진 중에 있는 바, 해외로 수출하고자 하는 상품에서도 상품 개발에 소비자들의 의식 전환을 고려할 필요가 있다.