



## 컨비니언스 스토어

일본에서는 「컨비니언스·스토어」붐이 일어나고 있다. 이 붐은 폭발적인 것이다.

이 「컨비니언스·스토어」란 소비자에게 편리성을 제공하면서 경영상의 합리성을 추구한 식료품, 일용품, 잡화를 다루는 소형 소매점을 말한다.

최근 미국·일본등 일부 국가에서 급성장을 나타내는에서 주목되기 시작했다.

일본에서의 「컨비니언스 스토어」(이하 C.스토어)는 약 1백여 점포로 추정되고 있다. 단독점까지 포함하면 2백50여개 점포로 예상되고 있는것.

또한 「C.스토어」를 의식하지 않고 있으나 일상의 경험에서 능율화를 피하다보니 결국은 「C.스토어」가 됐다는 것까지 합치면 무려 1천여개소나 된다.

일본서는 지금 자기나라 붐토에 알맞는 「C.스토어」를 지금 스피디하게 만들어내고 있다. 이 「C.스토어」의 1인당 매상고, 이익율, 투자 수익율등은 높은 숫자를 나타내고 있다.

현재 일본 「C.스토어」선발대는 ▲關西의 K 마트·체인 ▲마이썸·체인 ▲名古屋의 이즈미후트·체인등이 있다.

이들의 「C.스토어」 전개는 이제까지 조직화가 중심과제가 되었으나 이 조직뿐만 아니라 소매점에서 충분한 이익을 낼 수 있는 業態가 되지않으면 안된다는에서 연구를 거듭하고 있는것. 이 선발대가 75년에 어느정도의 점포를 늘릴것인가는 미지수다.

그런데 「C.스토어」는 다음과같은 3개의 움직임울 알 필요가 있다. 그 하나가 「디벨로퍼」의 동향.

최근 대규모의 지역개발이 어렵게됨에 따라 1천가구에서 2천가구정도의 주택가는 많아 질 것으로 보아 대형 스토어 진출은 무리가 뒤따르고 소형 슈퍼는 체산문제가 야기된다는 것.

둘째는 술, 쌀, 우유등 업계서 면허제의 완화, 그밖에 이유로 그 기반이 흔들리기 시작하여 새로운 방법으로서의 「C.스토어」 구상이다.

셋째는 대형 슈퍼체인의 「C.스토어」구상.

대규모 점포는 그 존립을 위해 대규모 상권

을 필요로 하기 때문에 出店可能地가 한정되어 빠른시기에 경쟁상태를 벗어나야 한다.

대형 슈퍼는 그것대로 장점이 있고 「C.스토어」도 많은 장점이 있는것.

요즘 대형 슈퍼체인은 야간고직을 위해 슈퍼·다아켓은 C.스토어와 편성. 밤엔 슈퍼다아켓을 개점하고 「C.스토어」부분만을 영업하는 형태를 고려하고 있다.

이같은 구상이 순조롭게 진행되면 75년엔 무려 1만개에 가까운 「C.스토어」가 생길 가능성마저 있는 것이다.

## 日本서 김치類 需要격증

최근 日本에서는 각종 김치류의 수요가 격증하고있다. 특히 이의 제조에는 노동력이 많이 소요되기 때문에 임금상승의 압박을 받고 있는 日本의 실정으로서의 자체의 수요를 충족시키기란 극히 어려운 실정이다.

따라서 개발도상국으로 부터의 수입이 격증하고 있다.

이곳 사람들이 즐겨 찾는 각종 김치류의 재료는 생강, 살구열매, 오이, 무우, 배추등의 식용농산물이며 기타 가공용 부자재로 醃과 소금이 필요하다.

이 재료에 따라 생강김치, 오이김치, 무우김치, 배추김치등으로 구분되며 규격은 「패팅」에 따라 다양하다. 日本은 각종 김치의 반가공품을 「美國」「싱가폴」「괌」「캐너더」등에 수출하고 있으며 그중에서도 생강단무지 살구열매등의 완성품이 많이 수출되고 있다.

수출가격은 원료에 따라 다양하나 반가공품의 경우 日貨로 kg당 FOB 67円~2백30円정도며 완성품의 경우는 kg당 FOB 생강 2백88

円 福神漬(가지등이 포함) 1백99円 단무지 1백41円 기타 평균 2백80円정도다.

한편 수입가격도 수출가격과 같이 다양한 편인데 그 가격을 보면 일시적으로 저장한 것이 CIF kg당 51円~73円, 설탕등 조미료로 가미한것이 1백30円~1백51円정도.

한국산의 가격은73円~1백30円정도. 동품의 수입에 대해서는 아무런 제한이 없으며 日本의 식품위생법에따라 검사를 받게되어 있다.

관세는 오이, 무우, 배추등 야채류로서 소금물로 저장한것 15%(관세번호 07~03) 배설등 과일로서 소금물등에 저장한것 20%(08.11~3) 생강을 식초에 저장한것 25%(21.07~2~(2)~B).

이의 제조에는 상당한 기술과 시설이 소요되나 半加工品으로 수출하게 되면 그 문제가 매우 간소하게 될 수 있다. 특히 원료공급과 노동력 제공 등의 면에서 對日합작관계가 유망시되고 있으므로 국내업체의 관심이 요청되고 있다고 한다. 한편 이의 수출 업체는

▲東食(株)一大阪市 東區南本町 4丁目 20番地

▲東海漬物(株)一尼崎市 東塚國 2-4-53

▲(株)大阪丸兆商事 大阪府豊中市利倉南町 95-1

▲松岡食品(株)一大阪市福島區 中江町 121

▲西出食品(株)一大阪府貝塚市 加治

▲(株)野田喜商事一大阪市 北區 北花町 2-39

## 야채類 供給不足 현상

「캐너더」의 야채류시장은 10년래 가장 심각한 공급부족에 직면해 있다고 최근 현지의 Gazette紙가 가보도하고 있다.

식료품 상인들은 완두 및 일반콩류 그리고

「토마토」등의 야채류가 오는 7월중이면 바닥이 날것이라고 우려 올 여름의 수확과 수입확대에 기대를 걸고있다 한다. 이같은 원인은 지난해여름 「캐너더」야채류 생산지인 「퀘벡」과 「온타리오」州에 많은 비가내려서 흉작을 면치 못했기 때문인 것으로 전해지고 있다.

이곳 Steinger's Ltd,의 Marvin Biltis 판매부장은 그의 회사가 「살수만 있다면 어떤 지역의 어느종류의 것이라도 구입할 것이며 우리는 항상 재고부족에 고심해 왔지만 이번의 경우는 지난 10년래 처음보는것」이라고 말하고 있다.

## 脚光받는 人造食料品

人造食料品은 美國의 주요산업으로 크게 발전하고 있다. 식료품업자들은 식료품값이 비싸짐에 따라 천연식료품에서 인조식료품으로 눈을 올리고 있는 실정이다.

이러한 현상은 인조식료품이 천연식료품에 비해 가격이 싸기때문. 여기에서 최근에 개발된 일부 인조식료품은 천연식료품에 못지않은 영양분을 가지고 있으며 그 이상의 영양가가 있는것으로 밝혀져 소비자들로부터 상당한 인기를 얻고있다.

영양학자들은 인조식료품이 美國人들의 영양을 값싸게 공급할 수 있으리라고는 생각하지 않으나 비농산물로 만들어지는 인조식료품이 많이 이용될것으로 보고 있는 것이다. 그리고 농산물 원료에서 생산하는 단백질제품도 미국인에게 많이 애용될 것으로 전망했다.

어쨌든 인조식료품은 이미 미국 식료품 시장에서 급격한 시장점유율을 나타내고 있다. 예컨대 야채로 만들어지는 대용식품이 연간 3

천만弗 이상 판매되고 있는것만 보더라도 수요가 어느정도로 늘어가고 있다는것을 짐작케 해주고 있는것. 경제학자들은 야채로 만들어진 인조식료품이 80년에 이르면 20억어치나 판매될 것으로 예견하고 있다.

지금 미국에서 판매되고 있는 모든 음료수의 21%는 물과 향료와 비타민 C로 만들어 졌다.

그리고 커피에 넣는 크림의 약 35%는 진짜 크림이 아니라 야채기름으로 만들어진 대용품 기름이다.

최근 시장에 나타난 粉末계란은 메주콩으로 만들어진 것으로 콜레스터린성분이 없는 것으로 선진되고 있다. 이 분야에서 얻은 최대의 성과는 메주콩에서 개발된 고기인것이다.

이 고기는 쇠고기나 햄 닭고기 베이콘과 같은 모양을 가지고 있으며 맛도 흡사하다.

어떤 병원의 환자들은 침대에 있는 접시에서 「고기없는 고기」라는 선전문을 흔히 보게된다. 이 새로운 제품은 동물의 고기보다 값이 싸며 영양가도 못지 않다는것.

많은 사람들은 천연고기에 인조고기를 섞어서 먹고 있다.

학교, 교도소등 사람들을 많이 수용하고 있는 단체에서는 야채의 단백질을 고기보다 더한 영양제로 사용하고 있다.

그러나 경제학자들은 야채로 만든 고기를 스투·소스등으로 사용하면 일이 훨씬 많을 것이라고 지적하고 있는 것이다.

미국은 각종 식료품의 가격이 잇달아 상승되고 있어 이같은 인조식료품의 제조는 앞으로 해를 거듭할 수록 늘어날 전망을 보여주고 있다.