

Foodex Japan 2010을 다녀와서 웰빙 제품이 당연 돋보여



전시장 내부



박 희 권 상무
(주)하림

지난 3월 2일~5일 일본 도쿄 마쿠하리메세에서 열린 'Foodex Japan 2010'에는 전 세계에서 약 32개 국가에서 2,100여 부스가 참여한 가운데 자국의 제품을 전시했으며 이것을 보러 다녀간 관람객은 약 85,000여명이었다.

주요 전시 분야는 식품 전반에 관련된 것이었고, 닭고기 등 축산물을 가공하고 특화한 것들과 와인과 같은 음료 식품들, 자연을 최대한 반영한 유기농 농산물-쌀, 대두, 호박, 포도 등-과 이를 가공한 밥과 여러 종류의 식품, 밀가루를 이용하여 만든 국수, 라면, 빵 등 다양한 제품과 레토르트 식품 및 디저트 관련 제품이 많이 선보였다. 특히 여러 가지 맛을 내는데 필요한 소스류가 아주 많이 출품된 것이 하나의 특징이라고 말할 수 있겠다.

각 지역별로 특색을 살펴보면 이탈리아 등 유럽 국가에서는 다양한 와인과 유기농 제품에 대한 시음회에 많은 참관인들이 줄을 서서 다녀갔고, 피자 관련 제품과 다양한 와인이 많이 전시된 것도 특징이었다.

태국 등 동남아 국가에서는 차와 음료, 꼬치류 등에 대한 업체와 제품이 다수 출품되었으나, CP사 등 육계관련 업체들의 참여가 저조했고, 한국에서는 (주)하림의 삼계탕을 비롯하여 전통 장류(간장, 된장, 고추장 등)와 김치 등이 선보였다.

주최국인 일본은 가장 많은 업체와 제품이 출품되었는데 즉석 조리코너에서 여러 종류의 우동과 라면, 초밥 등이 인기를 끌었고, 신선한 고기로 만든 도시락 관련 부스 및 간편 조리식 제품들은 길게 늘어선 행렬들에게 맛있는 시식의 기쁨을 제공해 주었다.

다만 이번 행사에 아쉬움이 있다면 축산에 관련된 업체와 제품이 상대적으로 적게 나왔고, 매년 계속적으로 줄어들고 있다는 점이다. 향후에는 좀 더 많은 축산업체, 특히 육계 관련 업체가 대거 참여해 많은 사람들에게 닭고기 제품을 소개하는 기회가 주어지길 바란다.

웰빙 제품이 대세

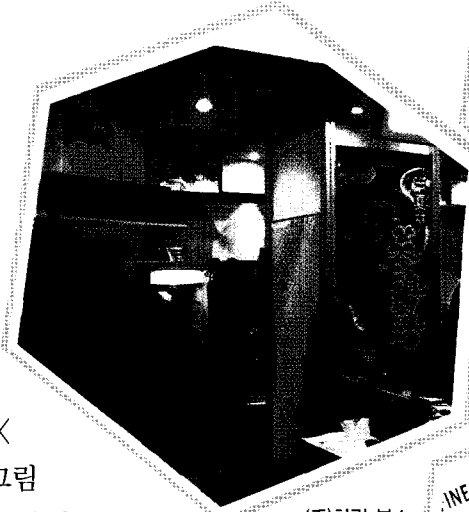
이번 쇼에서 나타난 주요 특징을 살펴보면 웰빙 제품의 전면적인 부상이라고 할 수 있다.

그리고 간편식의 대명사인 즉석 조리 상품, 즉 텔리코너 상품이 많아졌다. <그림 1>, <그림 2>, <그림 3>에서 볼 수 있듯이 오븐에서 간단하게 데워 먹을 수 있는 제품이 집중적으로 홍보되었다. 도시락 제품도 있었다.

또한 포장제품의 다양화를 볼 수 있었다. <그림 4>, <그림 5>에서 보듯이 포장 방법이 다양해졌고, 소량화되고 있다. 일본 경제의 침체로 가벼워진 소비자들의 주머니 사정을 감안하여 200엔대의 제품들이 많았고, 중량은 200g 이하 제품들이 주류를 이루었다.

아울러 육계 부산물에 대한 상품화가 우리나라보다 다양하게 진행되고 있음을 알 수 있었다. 닭의 간, 근위 등이 많이 유통되고 있는데 선도가 좋고 육질이 살아 있어서 아주 맛있는 음식으로 각광받고 있었다(<그림 6>, <그림 7>).

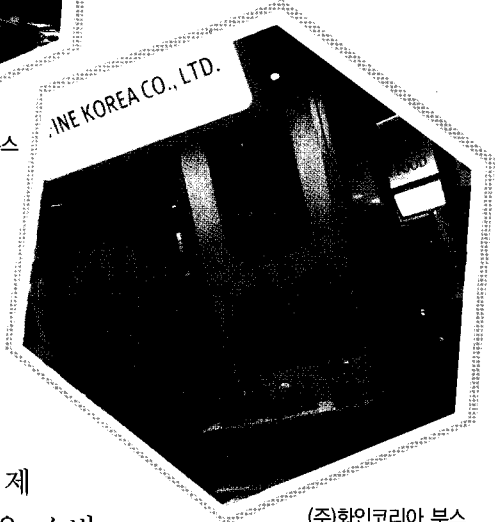
다양한 꼬치 제품들도 눈에 띄었다(<그림 8>). 각 부위별로 사용하는 소스를 다르게 해서 고기 맛을 극대화한 제품들이 많이 출품되었다.



(주)하림 부스




(주)마니커 부스

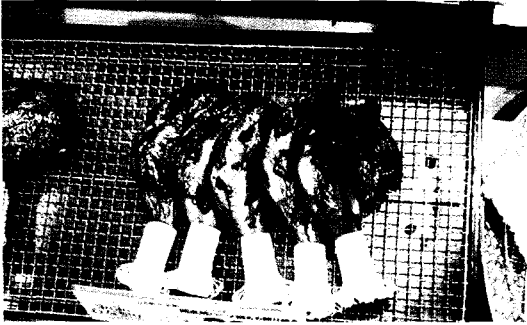


(주)화인코리아 부스

이 제 식품은 소비자들에게 웰빙, 안심, 안전, 건강, 미용 등을 동시에 가져다 주는 만병통치약이어야 한다는 생각을 해본다.

우리 육계업도 이런 생각을 가지고 닭과 채소, 곡류 등을 사육, 재배, 생산하고 이를 원료로 해서 건강을 증진하고 파워풀한 힘을 낼 수 있는 제품을 만들어서 쾌적한 유통 채널을 통해 적절한 가격으로 소비자들에게 권장하는 사업이 되어야 하지 않을까? 

〈그림 1〉 닭다리



〈그림 2〉 정육



〈그림 3〉 도시락



〈그림 4〉 트레이포장



〈그림 5〉 진공포장



〈그림 6〉 부산물 근위



〈그림 7〉 부산물 닭 간



〈그림 8〉 꼬치치류

