

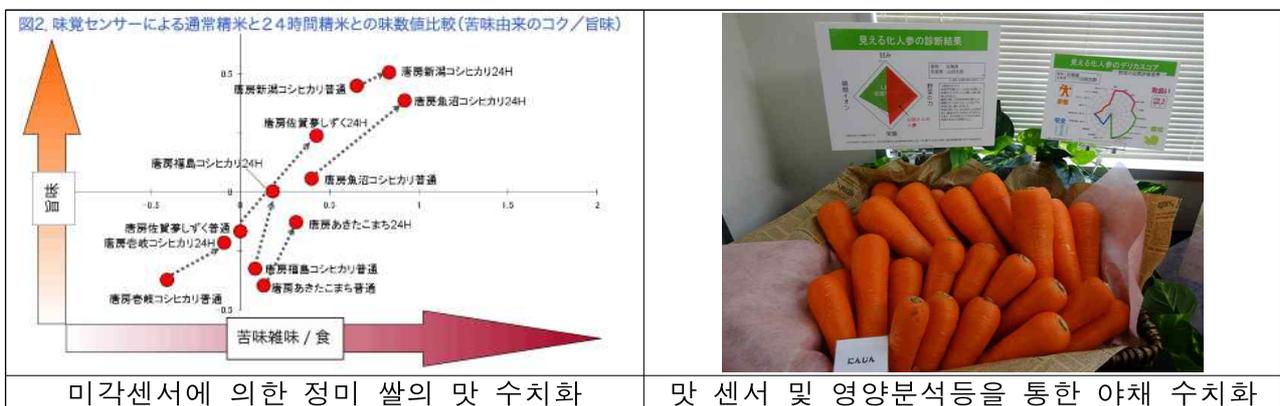
식품의 맛을 수치화 하여 보여주는 시대

지금까지는 표시가 어려웠던 식품의 기능성 및 식감을 센서를 이용하여 구체적으로 한눈에 알아보기 쉽도록 시각화 하는 움직임이 확대되고 있다.

부가가치를 알기 쉽게 어필함으로써 유통업체나 외식업체와의 거래시 영업기회 확대로 연결시키려는 움직임으로 2015년 4월부터 시작된 식품의 기능성 표시제도를 계기로 생산자나 유통업체들의 관심이 높아지고 있다.

■ 분석을 통한 맛의 시각화

- 청과 벤더업체인 베지테크에서는 사내에 이화학분석센터를 설치하여 자사가 취급하는 야채류의 기능성 및 맛, 토양, 잔류농약등의 분석실시를 통해 거래선에 제안형 영업자료로 활용하고 있다.
- 자사제품이외에도 타 유통업체로 부터 위탁분석도 실시하고 있으며, 분석신청이 많은 항목은 아미노산, 비타민등의 함유량을 조사하는 영양분석이다. 2015년도에 실시한 건수는 전년도의 3배를 넘어서고 있어 식품의 기능성표시제도가 개시 되면서 사회적 관심이 높아지고 있는 것과 연관된 것으로 보여진다.



■ β카로틴이 많은 당근 등으로 표시

- 전처리 컷트야채 전문업체인 델리카 후즈에서는 자회사인 디자이너 후즈사를 중심으로 야채 성분분석을 실시하고 있어 맛과 기능성을 막대 그래프 등으로 차트화 함으로서 외식업체등에 적극적으로 이용하고 있다.
- 고부가가치 야채의 경우 「β카로틴이 많은 당근」 등으로 표기하거나 가공용으로 사용되어지는 무나 양배추까지 폭넓게 이용되고 있다.
- 과거에는 연간 1회 정도 성분분석을 통한 자료이용 정도였으나 최근에는 연간 개념의 계절별 야채류의 맛이나 영양소의 변화까지 분석의뢰하는 경우도 있다고 한다.
- 야채류 전체중에서 이용율이 높은 품목은 토마토로 단가가 비교적 높고 각 산지별 품종간 경쟁이 치열한 것이 배경인 것으로 보여진다.



■ 세계 최초의 미각 측정기

- 감칠맛이나 쓴맛을 측정하는 미각분석을 측정하는 센서는 규슈대학 연구소와 공동으로 세계 최초로 개발된 측정기로 현재 Insent라는 업체가 개발 판매하고 있다.
- 최신측정모델기종은 일본, 유럽, 아시아 지역등을 중심으로 약250여대가 판매되었다고 한다.

(출처:닛케이유통신문 2016.2.22., 동양경제 온라인 2015.2.22., Insent사)

■ 시사점

- 현재 식품류의 분석결과 시각화에 대해 민간업체들이 자체적으로 각기 추진하고 있는 실정으로 명확한 기준이 없어 소비자들이 상품선택에 혼란을 일으킬 우려도 있어 향후 업계의 통일된 기준을 작성함으로써 최종 소비자들에게 인식하기 쉽도록 할 필요가 있다.
- 대일 수출 한국산 파프리카, 토마토 등 각종 채소류도 전문분석기관에 의뢰하여 객관적이고 전문화된 수치자료를 제공함으로써 바이어에 대한 만족도를 높일 수 있도록 할 필요가 있을 것으로 보인다.