

지구촌리포트(도쿄지사)

주요 내용 및 시사점

- ☐ 제 목 : 기능성 쌀음료 개발로 쌀 소비 확대 노력
☐ 주요내용

〈최근 개발된 쌀 음료〉

		
상품명 : 샤리콜라 규 격 : 1컵 판매가 : 194엔 *탄산음료로 쿠라 초밥체인점에서 판매	상품명 : 코시히카리엘 규 격 : 330ml3병 판매가 : 1,555엔 *쌀 맥주	상품명 : 유메피리카 차 규 격 : 150ml 판매가 : 150엔 *쌀 청량음료

- 쌀을 원료로 사용한 음료가 다채로워지고 있다. 작년부터 라이스밀크가 시장에서 주목을 받은 것을 시작으로 최근에는 쌀로 만든 콜라등도 탄생하고 있다. 6차 산업화의 일환으로 대량의 쌀을 사용한 맥주도 탄생했다. 쌀 수요가 감소하고 있는 중에, 주식으로 쌀을 먹지 않으려는 흐름을 막을 수 있는 묘안이 될수 있을지도 모른다.
- 초밥체인점으로 유명한 쿠라코포레이션은 7월말에 「샤리콜라」를 발매했다. 10년에 걸쳐 첨가물이 들어가지 않는 쌀 유래의 탄산음료를 개발했다. 막걸리 같은 맛에 탄산을 가미하여 깔끔하게 마실 수 있다는 것이 이 음료의 특징. 필수 아미노산을 함유하여 피로회복에도 효과적일 것으로 기대된다고 한다.
- 샤리콜라는 한잔에 180엔으로 판매, 어린이부터 고령자까지 폭넓은 지지를 모으고 있다. 원료인 쌀누룩은 한 번에 대량으로 사들이는 것이 어려워 판매개시 후 재고가 동이나 2주만에 판매를 일시 정지할 정도로 인기를 끌었다.
- 전국농업협동조합연합회가 도쿄 긴자에서 운영중인 「미노루 식당」에서 제공하는 음료는 쌀을 듬뿍 사용한 맥주「코시히카리엘」이다. 도쿄에서는 「미노루식당」에서만 한정판매되고 있는 상품이다. 원료쌀은 이시카와현 카와키타 마을에서 생산되고 있는 코시히카리를 사용하였다. 마셔보면 담백하면서도 부드럽고 깔끔한 맛이 일품이다.
- 쌀을 원료로 사용하는 맥주는 그밖에도 있지만 코시히카리엘은 쌀의 사용비율이 높다. 생산 담당자에 따르면, 다른 맥주는 5%정도를 사용하나 코시히카리엘

은 20%를 사용하고 있다고 한다. 가격은 330ml 캔이 480엔.

- 일본 철도 JR동일본 워터비즈니스는 기간 한정으로 「유메빠리카차」를 판매하기 시작했다. 여성층을 주요 타겟으로 인기 브랜드 쌀을 사용하였다. 논 카페인에 구수한 맛이 특징이다. 3월에 홋카이도 신칸센 개통에 맞추어 홋카이도가 브랜드화에 성공한 「유메빠리카」쌀을 사용하였다. JR동일본 관내 역에 설치되어 있는 자동판매기에서 판매하기 시작했는데 예상대로 여성층에게 인기를 끌고 있다.
- 쌀음료가 주목을 모으게 된 것은 쌀과 물로 만든 라이스밀크를 계기로 시작되었다. 우유보다도 칼로리가 낮으면서도 식이섬유 비타민을 풍부하게 함유하고 있어 화제가 되었다. 그 후, 건강지향 분위기를 배경으로 계속해서 신상품이 등장하고 있다.

〈기타 쌀음료〉

					
상품명 : 바이오라이스 규 격 : 200ml 판매가 : 194엔 *이탈리아산	상품명: 라이스오라 규격: 520g×6병1세트 판매가 : 3,240엔	상품명 : 엔미유키 규 격 : 500ml 판매가 : 172엔	상품명 : 푸쿠 규격: 160ml 12병세트 판매가 : 4,406엔	상품명 : 니혼노코메뉴 규 격 : 520g 6병 판매가 : 2,976엔	

□ 시사점

- 쌀음료는 우유나 대두 알레르기가 있는 소비자들의 대체식품으로도 이용되고 있어 주목을 모으고 있다.
- 일본뿐만 아니라 한국에도 심화되고 있는 쌀 소비감소의 대응책으로 새로운 상품개발이 이루어지면 일부 소비확대에 부응할 수 있을 것으로 보인다.
- 식생활의 변화로 특히 젊은 층의 쌀 소비가 현저히 줄어들고 있는 요즈음, 쌀 상품의 개발과 제안이 절실히 필요할 때라고 생각된다.