

■ 일본 소비동향

○ 일본의 김 소비현황은 추정하기 어려우나 생산매수는 전국의 공판체제가 확립되어 판매 매수의 대부분을 생산매수로 볼 수 있음. 공판에 출품되지 않은 직판매(생산자가 김업자와 소비자에게 직접 판매하는 것)와 직소비(생산자의 자가소비, 척 등에 직접 보내는 것)는 전체의 3% 이하로 추정

- 일본국내 생산매수는 그해의 기상과 바다상황에 따라 변동이 있으나 과거 5년간 평균 생산 매수는 약 95억매임. 최근 선물용상품과 조미김의 수요가 감소되고 있어 김의 소비매수는 90억매 정도로 예상되고 있음. 김생산단체의 추정에 의한 소비상태는 아래와 같음

- 가정용 (조미김, 구운김 등) = 30%(약30억매)

- 선물용 (백화점, 슈퍼 등) = 10%(약 9억매)

- 업소용 (주먹밥, 도시락, 초밥 등) = 60%(약51억매)

- 특히, 편의점을 비롯한 주먹밥 전문점에서 사용되는 김의 매수는 업소용 중 70% (약 35억매) 이상에 달할 것으로 추정됨

- 김 업계에서의 업소용은 주로 주먹밥, 도시락, 초밥, 조림 등의 타업계로 원료로서 판매되는 것을 말하며, 이 부분에 사용되는 김의 양은 약 60억매로 예상되어 전체 생산물량의 약 60%를 차지하고 있음

- 특히, 삼각 김밥, 도시락에 사용되는 물량이 많고 초밥집 판매량을 크게 상회하고 있음. 이 중에서도 편의점의 삼각 김밥에 사용되는 물량은 30억매로 예상되어 전체 생산물량의 30% 이상으로 추정됨

구 분	한 국	일 본
제품 개발 동기	소비자 편의성 추구 (수요자 중심)	중·하품 김 처리방법 모색 (공급자 중심)
제품 개발 방향	맛	향
주요 첨가물 종류	소금, 기름	간장
평균 증량(속 당)	190~300g(평균 260g)	300g 전·후
장 점	• 맛이 다양하고 우수 • 제품 다양성 확보로 수요충족 • 기름에 익숙한 중화권 및 서구권 소비자 접근성 용이	• 균등한 품질 및 규격화 (품질은 1~13등급으로 구분) • 장기 보관성 • 김 고유의 향과 맛 유지
단 점	• 규격화 부진 • 보관성이 낮음(기름 때문)	• 맛, 품질의 획일성 (일반김 위주 생산 때문)
비 고	• 소비자 중심의 제품개발로 규격화는 미흡하나 제품은 다양	• 가공공장의 효율성을 높이기 위한 규격화가 실시되었음

(※ 생산량/소비량 출처: 농수산물유통공사)(2013. 2. 4)