
[2018년 해외 이슈조사]

「일본 건강 식용오일 시장조사」 결과보고

2018. 6.

aT 한국농수산물유통공사
오사카지사

목차

1. 일본의 건강 식용오일 생산현황	1
가. 생산규모	1
(1) 연도별	1
(2) 시기별	2
나. 생산 종류	3
다. 주요 생산지	4
2. 일본의 건강 식용오일 유통현황	5
가. 유통규모	5
나. 주요 유통채널	6
다. 채널별 유통규모	7
라. 상품 특징	8
3. 일본의 건강 식용오일 소비현황	9
가. 소비규모	9
(1) 전체, 국산/수입산	9
(2) 수입규모(전체, 국가별)	10
나. 소비자 조사	20
다. 소비트렌드	39
(1) 관련 이슈	39
(2) 현안사항	41

목차

4. 관련 제도	42
가. 관련 인증	42
나. 라벨링	45
다. 수출 시 유의사항	49
5. 한국산 진출현황	51
가. 수출현황	51
(1) 한국산 수출규모	51
(2) 증감원인 분석	51
나. 한국산 SWOT 분석	52
6. 수출확대를 위한 제언	53

2018년 일본 건강 식용오일 시장조사

요약

1. 일본의 건강 식용오일 생산현황

- 일본 국내 생산량에서는 미강유와 참기름이 증가세. 아마인유, 들기름, 올리브유의 국내 생산량은 근소
- 참깨, 아마인, 들깨는 수입 원료가 대부분이며, 국내에서 정유. 미강유의 원료인 쌀겨는 국내산이 대부분이지만 최근 수입도 증가

2. 일본의 건강 식용오일 유통현황

- 2015년을 정점으로 한 건강오일 붐에서 아마인유, 들기름, 코코넛오일 시장이 단번에 확대.
- 조리에도 이용하기에 좋은 미강유 시장이 최근 확대 기조
- 맛/풍미의 면에서도 인기가 높은 올리브유, 참기름이 시장에 정착
- 서플리먼트로는 어유(DHA·EPA) 시장이 확대 기조

3. 일본의 건강 식용오일 소비현황

- 일본 국내에서의 수요 확대에 따른 미강유 수입량이 증가 기조.
- 소비 면에서는 일반적인 오일에서 건강오일로 시프트가 진행
- 올리브유, 참기름이 가정용 식용유로 완전히 정착
- 건강을 중시하는 붐이 있어 수요 증가 주시

4. 관련 제도

- 건강오일에 특화된 인증제도는 없지만 유기농제품을 전개할 경우 규격기준에 준할 필요가 있음
- 식물성 오일에 포함되는 비타민E나 n-3계 지방산(α 리놀레산)에 관해서 규격기준을 충족할 경우 영양기능 표시가 가능

5. 한국산 진출현황

- 2015년을 정점으로 들기름의 일본 수출 감소
- 한국산 제조법 소구에 의한 품미/미각의 차이를 소구하여 일본산과 차별화에 기대

6. 수출확대를 위한 제언

- 일본 국내에서 건강오일의 수요는 앞으로도 자연과 오일을 중심으로 상승세를 보일 것으로 예상
- 소비자의 라이프 스타일의 다양화에 따른 패키지의 다양화, 가공 형태의 다양화에 사업 기회 있음
- 일본 국내 영업기반을 보유한 한국산 식품 취급사업자, 식품업체, 식품 도매업과의 제휴에 의한 영업/프로모션 강화에 기대
- 반찬, 점심, 외식과 연계 프로모션, 시식과 샘플링 활동으로 일본인에 대한 인식 확대, 시식기회 확대가 중요
- 한국산 식문화를 전달할 호기. 전통이나 제조법 등의 소구도 유효한 수단

1. 일본의 건강 식용오일 생산현황

가. 생산규모

(1) 연도별 생산규모

- 유량(油糧)의 전체 산유량은 증감이 있으면서도 보합상태로 추이하는 한편, 건강 식용오일은 미강유, 참기름 등이 생산량을 늘리고 있음
- 또한 참기름은 건강오일로 취급하지만, 일본의 소비자 대부분은 참기름을 풍미 면에서 애용하고 있기 때문에 반드시 건강효과를 기대하고 섭취하고 있지는 않다는 점에 유의가 필요함

<유량 생산량(식물원료 유래)>

(단위 : 톤)

구 분		2013	2014	2015	2016	2017
국산원료	대두	84	102	51	57	-
	채겨자	339	444	504	454	565
	쌀겨	64,241	63,873	64,018	63,408	65,731
	땅콩	309	311	397	452	441
	계	64,973	64,730	64,970	64,371	66,737
	기타	12	12	12	8	7
	국산계	64,985	64,742	64,982	64,379	66,744
수입원료	대두	379,556	392,010	431,833	442,082	475,269
	유채	1,043,562	1,073,437	1,064,002	1,036,661	1,057,499
	겨자	115	95	137	100	121
	쌀겨	-	-	-	-	-
	목화씨	3,930	4,025	4,345	4,631	5,169
	잇꽃	-	-	-	-	413
	참깨	45,026	45,441	45,941	48,686	50,671
	옥수수	84,854	82,256	81,278	79,313	78,427
	땅콩	5	5	-	-	-
	해바라기	-	-	-	-	-
	수입계	1,557,048	1,597,269	1,627,536	1,611,474	1,667,569
합계 (전년비)	1,622,033 98.9%	1,662,011 102.5%	1,692,518 101.8%	1,675,852 99.0%	1,734,313 103.5%	
건강오일 생산량	109,279	109,326	109,971	112,102	116,409	
시장구성비	6.7%	6.6%	6.5%	6.7%	6.7%	

※아마인유는 공업용 포함

* 출처 : 일본 농림수산성 「유량생산실태조사」 / 야노경제연구소 재집계

(2) 시기별 생산규모

- 유량의 생산은 재고와 수급에 따라 결정되며, 계획적인 생산이 이루어지기 때문에 시기에 따른 생산의 큰 변동은 보이지 않음
- 아미인(공업용 포함)은 3개월에 1회 처리

<유량의 월별 원료처리 용량(2017년/식용)>

(단위 : 톤)

구분	월												처리량계	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
비연산곡	대두	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	유채, 겨자	237	179	109	88	68	253	69	56	77	129	238	130	1,633
	쌀	25,192	25,910	29,859	27,667	29,202	28,355	26,137	27,167	26,948	28,219	27,565	28,406	330,627
	쌀	98	100	107	129	107	58	105	81	76	71	93	146	1,171
	계	25,527	26,189	30,075	27,884	29,377	28,666	26,311	27,304	27,101	28,419	27,896	28,682	333,431
	기타	3	3	2	1	1	1	1	1	2	3	3	3	24
국산계	25,530	26,192	30,077	27,885	29,378	28,667	26,312	27,305	27,103	28,422	27,899	28,685	333,455	
비연인수	대두	213,034	159,093	199,592	226,797	199,784	200,729	215,389	175,880	193,696	212,437	222,744	213,268	2,432,443
	유채	206,875	177,064	211,985	215,212	203,427	208,298	209,538	151,641	212,477	196,840	222,630	204,368	2,420,355
	겨자	25	23	49	43	33	33	40	38	36	32	42	38	432
	쌀	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	목화씨	1,902	2,346	2,245	2,151	2,208	2,563	2,637	2,400	2,250	2,310	2,050	2,399	27,461
	잇꽃	-	20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20
	참깨	7,729	8,193	9,685	8,829	8,137	10,373	9,094	8,428	9,003	9,672	9,576	7,948	106,667
	옥수수	11,559	13,630	14,828	14,820	16,006	16,691	15,003	15,869	15,770	12,288	14,262	12,182	172,908
	쌀	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	해바라기	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	아미	948	-	-	987	-	-	1,066	-	-	1,066	-	-	4,067
수입계	442,072	360,369	438,384	468,839	429,595	438,687	452,767	354,256	433,232	434,645	471,304	440,203	5,164,353	
합계	467,602	386,561	468,461	496,724	458,973	467,354	479,079	381,561	460,335	463,067	499,203	468,888	5,497,808	
전년비	112.7%	93.8%	105.6%	105.8%	105.5%	97.2%	101.9%	108.4%	106.4%	97.1%	103.7%	104.9%	103.4%	
건강오일 생산량	33,872	34,106	39,546	37,484	37,340	38,729	36,298	35,596	35,953	38,960	37,144	36,357	441,385	
시장구성비	7.2%	8.8%	8.4%	7.5%	8.1%	8.3%	7.6%	9.3%	7.8%	8.4%	7.4%	7.8%	8.0%	

* 출처 : 일본 농림수산성 「유량생산실태조사」 / 야노경제연구소 재집계

나. 생산 종류

- 일본 국내에서 생산(정제) 하는 주요 건강지향 식물성 오일로 참기름, 미강유 생산량이 많음
- 아몬드유, 들기름도 일본 국내에서 생산되지만 생산량은 근소함(아몬드유의 식용 생산량은 2006~2015년에 66톤). 또한, 올리브유는 일본의 일부 지역에서 특산품으로 생산되고 있지만 양은 근소하여 대부분 수입품임

오일 종류	사용원료의 특징
미강유	<ul style="list-style-type: none"> • 쌀겨를 원료로 추출 정제됨 • 쌀겨는 대부분 일본산이었지만, 최근 미강유 생산량 증대와 국내 쌀 생산 감소로 수입산 쌀겨의 이용이 점차 늘고 있음
참기름	<ul style="list-style-type: none"> • 원료인 참깨는 대부분 수입품임 • 볶은 참깨를 원료로 한 참기름이 기본이며, 볶은 정도에 따라 풍미와 맛을 조정한 참기름이 있음 • 그 외 볶지 않은 참깨를 원료로 한 참기름(순백 참기름), 검정 참깨만을 사용한 참기름(검은 참기름)이 유통
아몬드유	<ul style="list-style-type: none"> • 원료인 아몬드는 대부분 수입산 • 주요 원산지는 캐나다 러시아 EU, 카자흐스탄 • 미국, 벨기에, 독일 등에서 원유를 수입하여 일본 국내에서 정제하는 케이스가 보임
들기름	<ul style="list-style-type: none"> • 원료인 들깨는 일본산과 중국산이 중심 • 일본산 들깨 생산량은 근소하며 중국산 들깨가 일본 국내에서 정유되는 케이스가 많이 보임
올리브유	<ul style="list-style-type: none"> • 스페인이나 이탈리아, 그리스 등 해외에서 정유된 오일을 말단 제품으로 수입하는 케이스가 대부분 • 일부 일본 가가와현 쇼도시마 섬에서 특산품으로 올리브유 생산을 하고 있지만 양은 근소

다. 주요 생산지

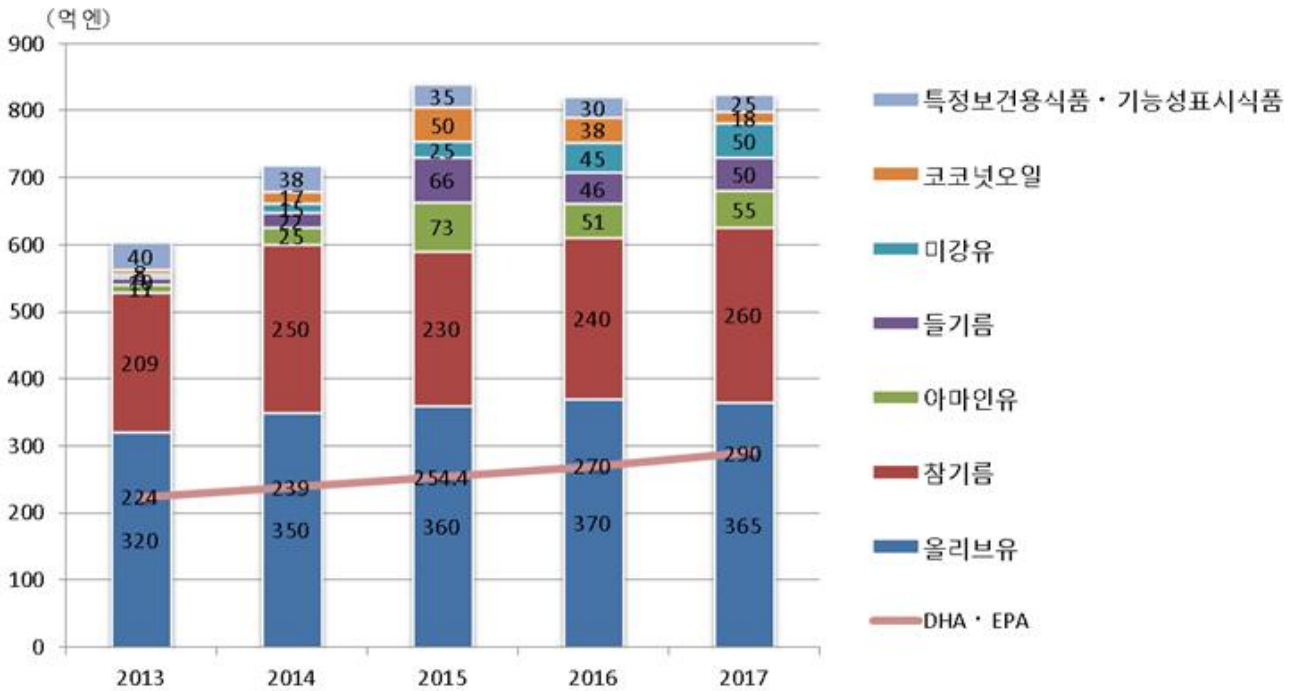
- 올리브유를 제외하고 대부분은 일본 국내 정유업자가 국내에서 정유하는 경우가 대부분임. 일본에서는 식물성기름을 종합적으로 취급하는 대기업 식용유 제조업체 2곳과 들기름과 미강유 등 특정 식용유를 전문적으로 취급하는 전문업계의 중견 식용유 제조업체로 크게 나뉨
- 미강유의 원료인 쌀겨는 일본산이 중심이지만, 일본산 쌀 생산이 감소하는 가운데 해외 쌀겨 수입이 시작됨. 그 외 다른 원료는 수입산 원료를 수입하여 일본 국내에서 기름을 추출/정제하는 케이스와 외국산 원유를 수입하여 국내에서 정제하는 케이스가 있음
- 정미된 후의 쌀겨는 유분의 분해가 시작되기 때문에 쌀겨 발생 후 24시간 이내에 착유하는 것이 이상적이라고 함. 따라서 미강유 생산공장은 쌀 산지에 가까울수록 이상적이지만, 대규모 생산설비를 설치하기 어렵고, 생산성 향상에 한도가 있다고 함
- 올리브유는 일부 국산이 있지만 대부분 해외에서 정제하여 보틀링한 말단 제품을 수입함. 대기업 제유회사가 취급하는 외에 수입업자도 도매와 판매를 하고 있음

2. 일본의 건강 식용오일 유통현황

가. 유통규모

- 일본의 건강 식용오일 시장 규모는 2017년도에 823억엔, 전년도 대비 0.4%증가. 어유의 DHA/EPA를 주성분으로 한 서플리먼트 시장은 290억엔, 전년도 대비 7.4%증가로, 모두 시장이 확대되고 있음
- 건강 식용오일의 중심은 올리브유와 참기름이며, 두 시장 모두 음식메뉴에 널리 이용되어 건강과 함께 맛에서도 지지를 받고 있음

<일본 국내 건강 식용오일 시장 규모>



* 출처 : 일본 야노경제연구소 추계

건강식용오일	2013(년도)		2014			2015			2016			2017		
	시장규모 (억 엔)	구성비	시장규모 (억 엔)	구성비	전년비	시장규모 (억 엔)	구성비	전년비	시장규모 (억 엔)	구성비	전년비	시장규모 (억 엔)	구성비	전년비
올리브유	320	53.1%	350	48.8%	109.4%	360	42.9%	102.9%	370	45.1%	102.8%	365	44.3%	98.6%
참기름	209	34.7%	250	34.9%	119.6%	230	27.4%	92.0%	240	29.3%	104.3%	260	31.6%	108.3%
아마인유	11	1.8%	25	3.5%	227.3%	73	8.7%	292.0%	51	6.2%	69.9%	55	6.7%	107.8%
들기름	10	1.7%	22	3.1%	220.0%	66	7.9%	300.0%	46	5.6%	69.7%	50	6.1%	108.7%
미강유	5	0.8%	15	2.1%	300.0%	25	3.0%	166.7%	45	5.5%	180.0%	50	6.1%	111.1%
코코넛오일	8	1.3%	17	2.4%	212.5%	50	6.0%	294.1%	38	4.6%	76.0%	18	2.2%	47.4%
특정보건용식품·기능성표시식품	40	6.6%	38	5.3%	95.0%	35	4.2%	92.1%	30	3.7%	85.7%	25	3.0%	83.3%
합계	603	100.0%	717	100.0%	118.9%	839	100.0%	117.0%	820	100.0%	97.7%	823	100.0%	100.4%

서플리먼트	2013		2014			2015			2016			2017		
	시장규모 (억 엔)	구성비	시장규모 (억 엔)	구성비	전년비	시장규모 (억 엔)	구성비	전년비	시장규모 (억 엔)	구성비	전년비	시장규모 (억 엔)	구성비	전년비
DHA·EPA	224	-	239	-	106.7%	254.4	-	106.4%	270	-	106.1%	290	-	107.4%

나. 주요 유통채널

- 일본 식품의 주요 유통경로는 식품 슈퍼마켓이며, 일상적으로 먹는 가공식품과 신선 식품은 식품 슈퍼마켓에서 유통구성이 압도적임. 최근 건강지향의 고조로 건강 식용오일 상품 구색을 강화하는 경향이 보임
- 편의점은 도시락, 반찬, 패스트푸드, 즉석면/즉석식품과 같은 가공도가 높은 식품, 청량음료, 과자/아이스크림 등 기호성이 높은 식품의 주력 경로이며, 건강 식용오일은 일반 식용유와 동계열인 올리브유, 참기름의 소용량 타입으로 된 제품은 볼 수 있으나 일부이며, 건강 식용오일의 경로는 근소함
- 드럭스토어는 최근 식품 취급을 늘리는 경향이 보이며, 올리브유, 참기름, 특정보건용 식품/기능성표시식품의 식용유를 판매하고 있음. 단, 식품 슈퍼마켓에 비해 식품 매장 구성이 좁고 건강 식용오일의 상품 구색도 한정적임. 또한 식품의 저가 판매에 의한 집객을 도모하는 경향이 강하고, 가격 경쟁이 심해 저가품 구색을 중심으로 하는 경향도 보임
- 통신판매에서는 가게 매장에서 입수하기 어려운 식품을 구입하는 경향이 보이며, 아마인유와 들기름 판매가 보임. 또 서플리먼트의 주력 판매경로이며 DHA/EPA 서플리먼트의 경로구성이 높음

<건강오일, 서플리먼트의 주요 유통경로와 특징>

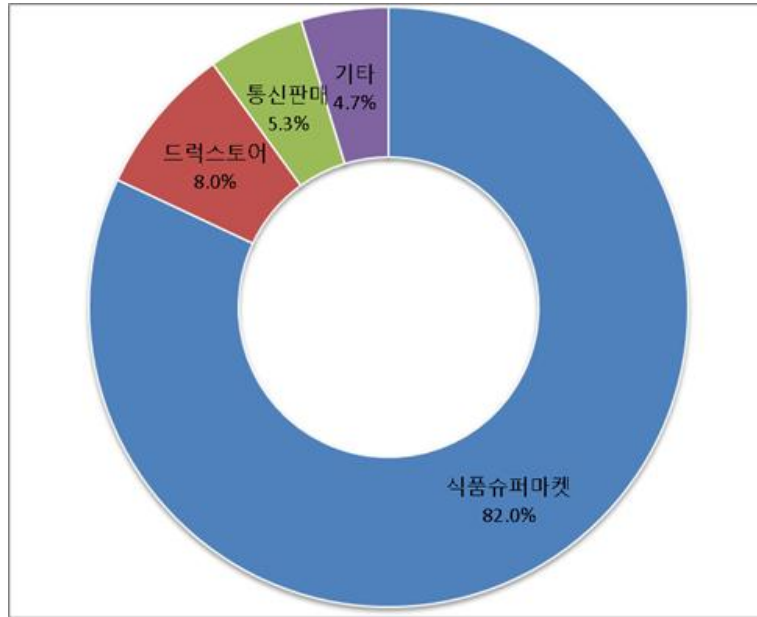
유통경로	섭취상황		특징
	건강오일	서플리먼트	
식품슈퍼마켓	◎	△	<ul style="list-style-type: none"> • 조리 식재료의 주력 유통경로 • 건강오일의 주력경로
편의점	△	△	<ul style="list-style-type: none"> • 간편식의 주력 유통경로 • 건강오일 / 서플리먼트 근소
드럭스토어	○	○	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 취급 확대 • 식품의 저가 판매 경로
통신판매	○	◎	<ul style="list-style-type: none"> • 서플리먼트, 희소성이 높은 식품 (고부가가치 식품) 의 주력 유통경로

다. 채널별 유통규모

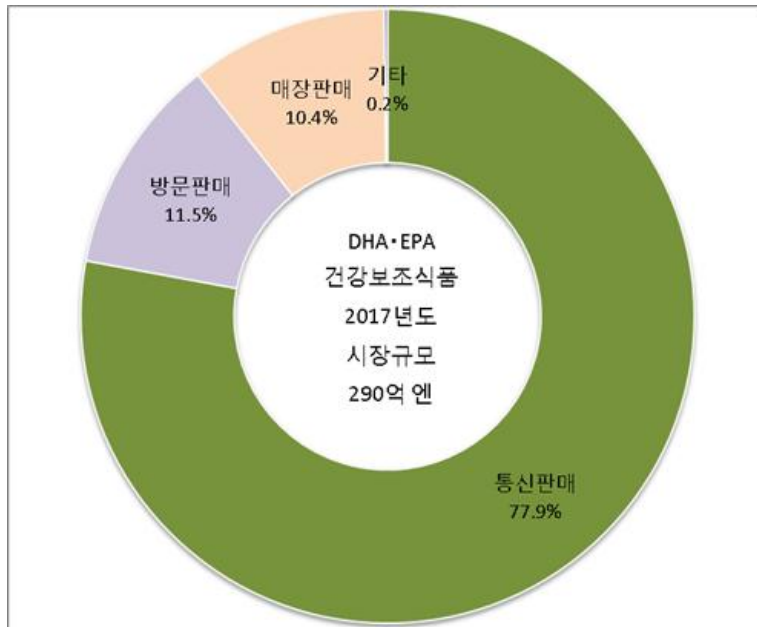
- 건강식용유의 주요 유통경로는 식품 슈퍼마켓이며 전체의 82.0%
- DHA/EPA 서플리먼트의 주요 유통경로는 통신판매가 77.9%

<일본 내 건강 식용오일 시장 규모>

(단위 : 억엔)



<DHA·EPA 서플리먼트 2017년도 시장규모>



* 출처 : 일본 야노경제연구소 추계

라. 상품 특징

- 소용량 건강 식용오일은 병 제품이 탄탄한 인기를 끌고 있는 한편, 조리에서 이용도가 높은 식용유는 대용량 페트병을 채용하는 경향이 보임. 또 산화방지 효과가 있는 선도 유지 보틀(페트병) 채용도 점점 확산되고 있음.

<건강 식용오일의 특징(가정용)>

종류	용기	용량	판매가격※ (1g당)	특징
올리브유	병 PET	70 ~ 910g	1.3엔 내외	<ul style="list-style-type: none"> • 엑스트라버진과 퓨어가 유통 • 수입품이 태반
참기름	병 PET	70 ~ 340g	1.3엔 내외	<ul style="list-style-type: none"> • 볶은 깨와 볶지 않은 깨 2종류가 유통 • 순정품과 블렌드품 유통
아마인유	병 PET	100 ~ 200g (순정품) 600g (블렌드)	5~6엔 내외 (순정품) 0.71엔 내외 (블렌드)	<ul style="list-style-type: none"> • 순정품과 블렌드품이 유통
들기름	병 PET	150 ~ 190g 내외 (순정품)	7.4엔 내외 (순정품)	<ul style="list-style-type: none"> • 순정품을 중심으로 일부 올리브유와의 블렌드품 유통
미강유	병 PET	180 ~ 1,500g	0.9엔 내외	<ul style="list-style-type: none"> • 미강유 특유의 영양소 / 감마오리자놀 함유
코코넛오일	병	130g	5.3엔 내외	<ul style="list-style-type: none"> • 고부가가치품으로 유기농, 엑스트라버진이 보임
특정보건용식품 · 기능성표시식품	PET	600g(중심) 200 ~ 900g	0.76엔 내외	<ul style="list-style-type: none"> • 특정보건용식품 : 중성지방, 콜레스테롤 / 기능성표시 : 혈압

※ 판매가격은 식품 슈퍼마켓 707개 점포 POS데이터의 용량 및 판매금액에서 산출

<서플리먼트의 특징>

종류	형태	용량	판매가격 (1개월 당)	특징
DHA · EPA 서플리먼트	소프트 캡슐	1개월분 (120 ~ 150알)	1,200 ~ 5,000엔	<ul style="list-style-type: none"> • 혈류 개선, 치매예방, 중성지방치 저하 등의 기능

3. 일본의 건강 식용오일 소비현황

가. 소비규모

(1) 전체, 국산/수입산

- 건강오일 중, 참기름과 미강유는 일본 국내 생산이 많으나, 올리브유는 수입산이 대부분을 차지함
- 확대 기조에 있던 올리브유의 수입량이 둔화. 일본 내 수요의 보합세가 요인
- 일본 국내에는 식물성기름을 종합적으로 취급하는 대기업 식물성기름 제조업체 외 특정 유종을 전문적으로 다루는 중견업체가 보임
- 미강유는 원료인 쌀겨가 일본산이 부족하여, 태국 등 미강유를 생산하는 나라에서 일부를 수입하고 있음

<유종별 식물성기름 총 공급 물량(일본산+수입량)>

	2012(년)	2013	2014	2015	2016
참기름	47	47	47	48	52
국산	45	45	45	46	49
수입	2	2	2	2	3
미강유	80	84	88	97	93
국산	64	64	64	64	63
수입	16	20	24	33	30
올리브유	49	54	57	60	58
국산	0	0	0	0	0
수입	49	54	57	60	58
아마인유	6	6	7	8	9
국산	1	2	2	2	1
수입	5	4	5	7	7
대두기름	400	419	401	438	448
국산	376	380	392	432	442
수입	24	39	9	6	6
채종유	1,089	1,064	1,087	1,084	1,050
국산	1,064	1,044	1,074	1,065	1,037
수입	25	20	13	19	13
목화씨기름	6	8	9	8	7
국산	4	4	4	4	5
수입	2	4	5	4	2
잇꽃기름	12	11	8	10	7
국산				1	0
수입	12	11	8	9	7
옥수수기름	86	85	82	81	79
국산	86	85	82	81	79
수입	0	0	0	0	0
땅콩기름	0	1	1	1	1
국산	0	0	0	0	0
수입	0	1	1	1	1
해바라기기름	20	16	19	20	24
국산	-	-	-	-	-
수입	20	16	19	20	24
기타	11	3	1	26	26
국산	0	0	0	0	0
수입	11	3	1	26	26
상기 합계	1,806	1,798	1,807	1,881	1,854
국산	1,640	1,624	1,663	1,695	1,676
수입	166	174	144	187	177
건강오일 합계	182	191	199	213	212
국산	110	111	111	112	113
수입	72	80	88	102	98

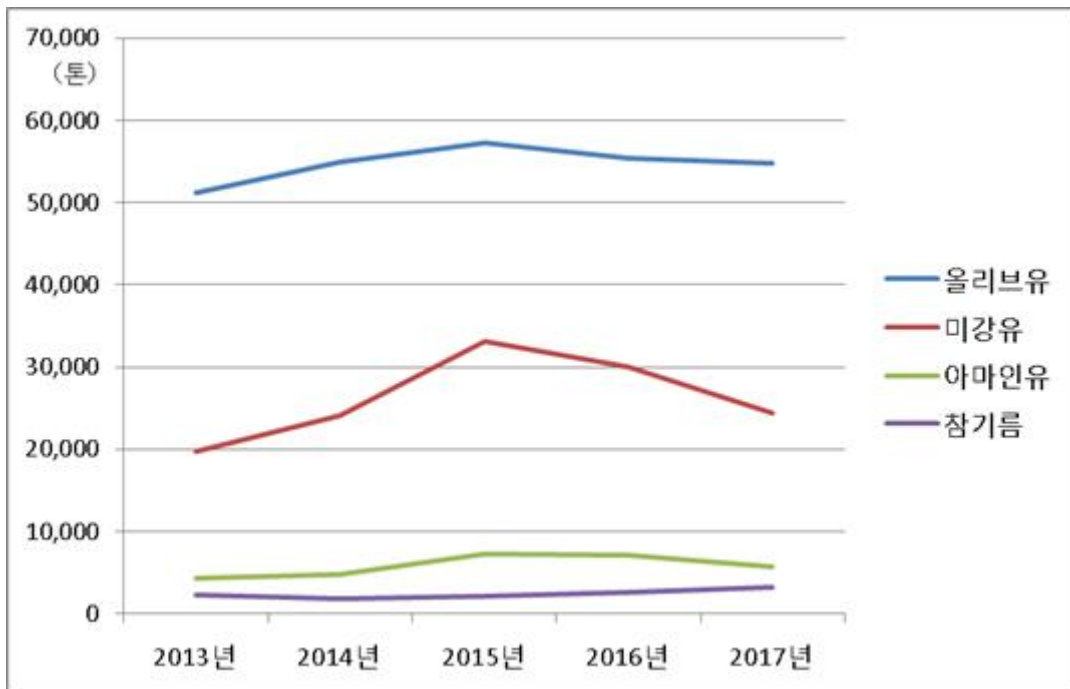
※아마인유는 공업용 포함

* 출처 : 일본 농림수산성 「유량생산실태조사」, 재무성 「무역통계」

(2) 수입규모

- 올리브유 수입량이 가장 많고 최근 증가 기조에 있었지만 올리브 주요 산지인 지중해연안의 날씨 관계로 남유럽산 올리브 수확량의 감소에 따른 원료가격이 급등. 수입량은 2017년에 감소세로 돌아섬
- 원료가격 급등에 따른 올리브유의 가격 인상이 실시되어 2017년에는 일본 국내 수요가 보합으로 추이
- 일본 국내에서 수요가 호조인 참기름 수입량이 증가 기조
- 한국산 들기름 수입량은 일본 국내에서 붐을 이룬 2015년을 정점으로 2016년 이후 감소 기조

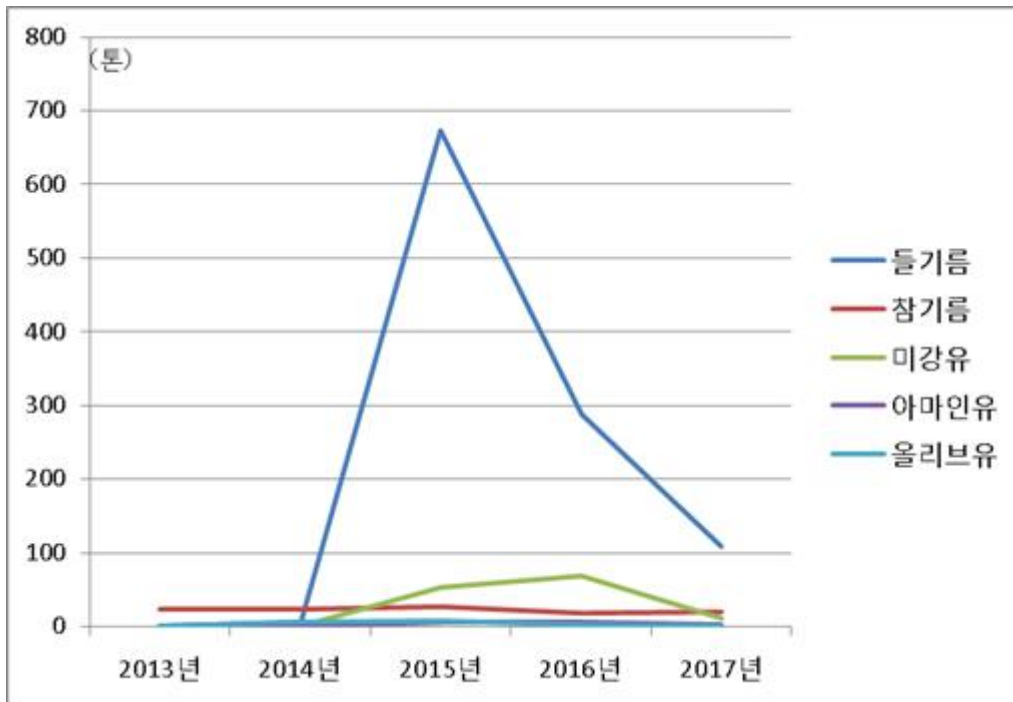
<주요 건강오일의 수입량 추이>



(단위:톤)	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
올리브유	51,149	54,934	57,181	55,392	54,828
미강유	19,809	24,146	33,102	29,973	24,432
아마인유	4,321	4,844	7,271	7,203	5,810
참기름	2,320	1,788	2,230	2,612	3,201

* 출처 : 한국농수산물 수출지원정보(kati.net) / 기타 : 일본 재무성 「무역통계」

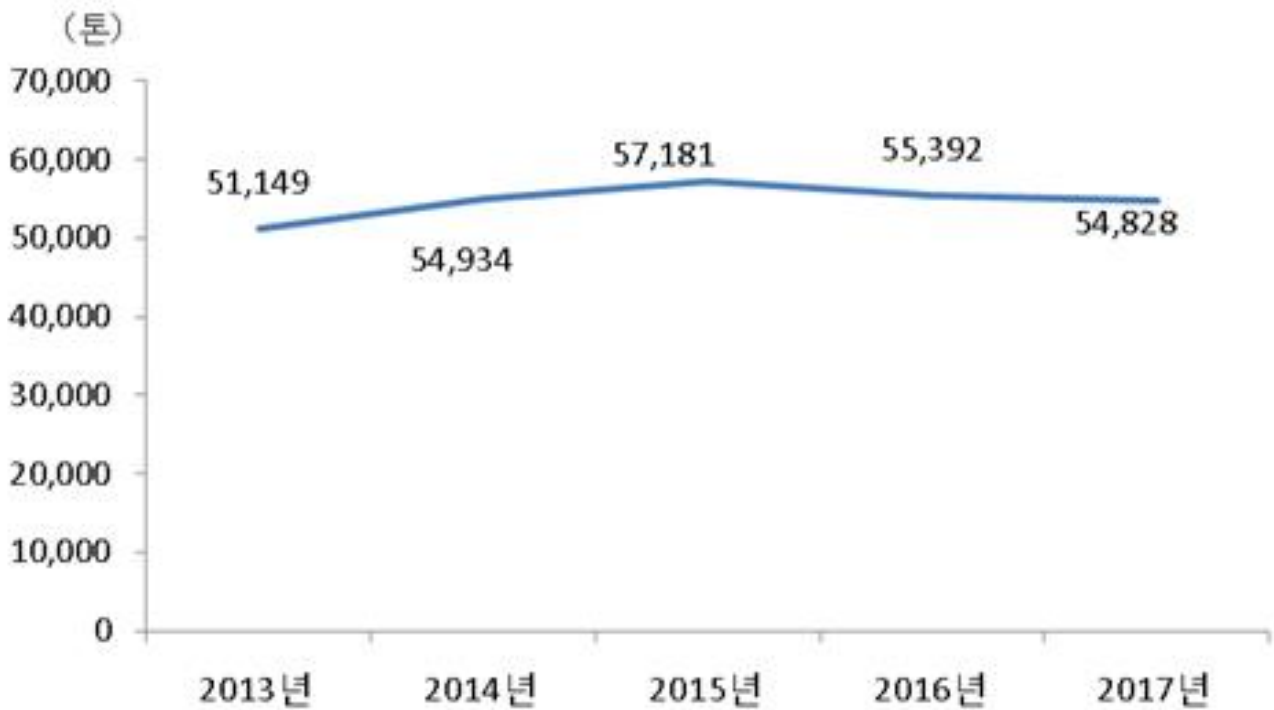
<일본의 한국산 건강오일의 수입량 추이>



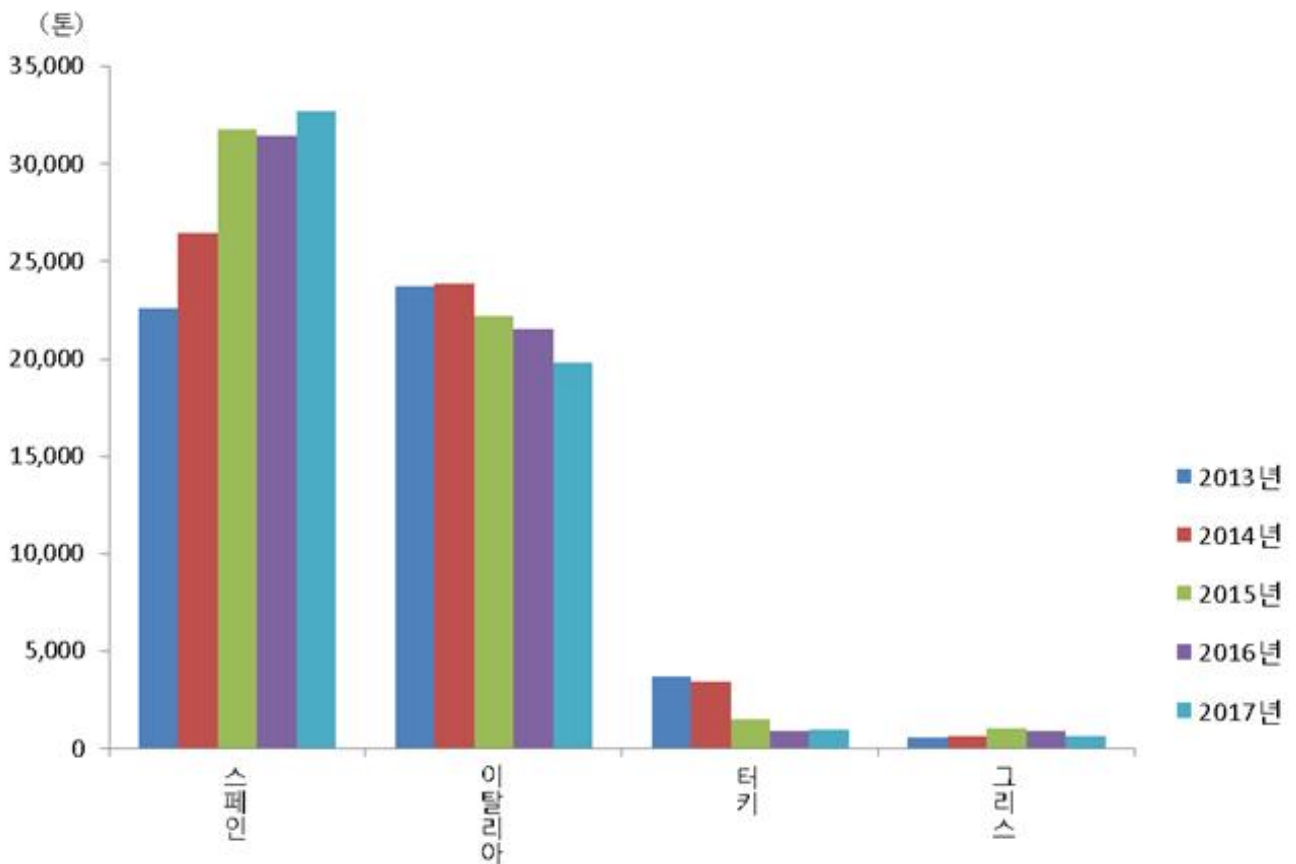
(단위:톤)	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
들기름	1	5	673	289	109
참기름	23	23	26	18	20
미강유	0	0	52	69	10
아몬드유	0	1	5	6	2
올리브유	0	6	7	2	0

* 출처 : 들기름 수출량은 한국농수산물 수출지원정보(kati.net) / 기타 : 일본 재무성 「무역통계」

<일본의 올리브유 수입량>



<올리브유 주요 수입 국가별 수입량>



※ HS-Cord : 1509 기준

* 출처 : 일본 재무성 「무역통계」

<올리브유 국가별 수입량>

(단위:톤)	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
스페인	22,568	26,483	31,795	31,451	32,687
이탈리아	23,699	23,841	22,204	21,533	19,775
터키	3,689	3,447	1,545	897	982
그리스	599	660	1,040	889	682
호주	55	80	88	226	196
튀니지	89	57	103	130	207
칠레	133	84	131	64	73
프랑스	57	55	51	39	44
아르헨티나	116	75	6	12	8
포르투갈	30	30	102	37	46
미국	37	44	33	50	50
이스라엘	37	33	11	8	8
요르단강 서안 및 가자지구	7	11	33	34	27
네덜란드	4	4	7	6	28
영국	11	10	8	3	3
레바논	5	5	8	3	4
시리아	0	0	0	0	0
요르단	4	3	1	2	3
대한민국	0	6	7	2	0
기타	11	6	8	6	6
계	51,149	54,934	57,181	55,392	54,828

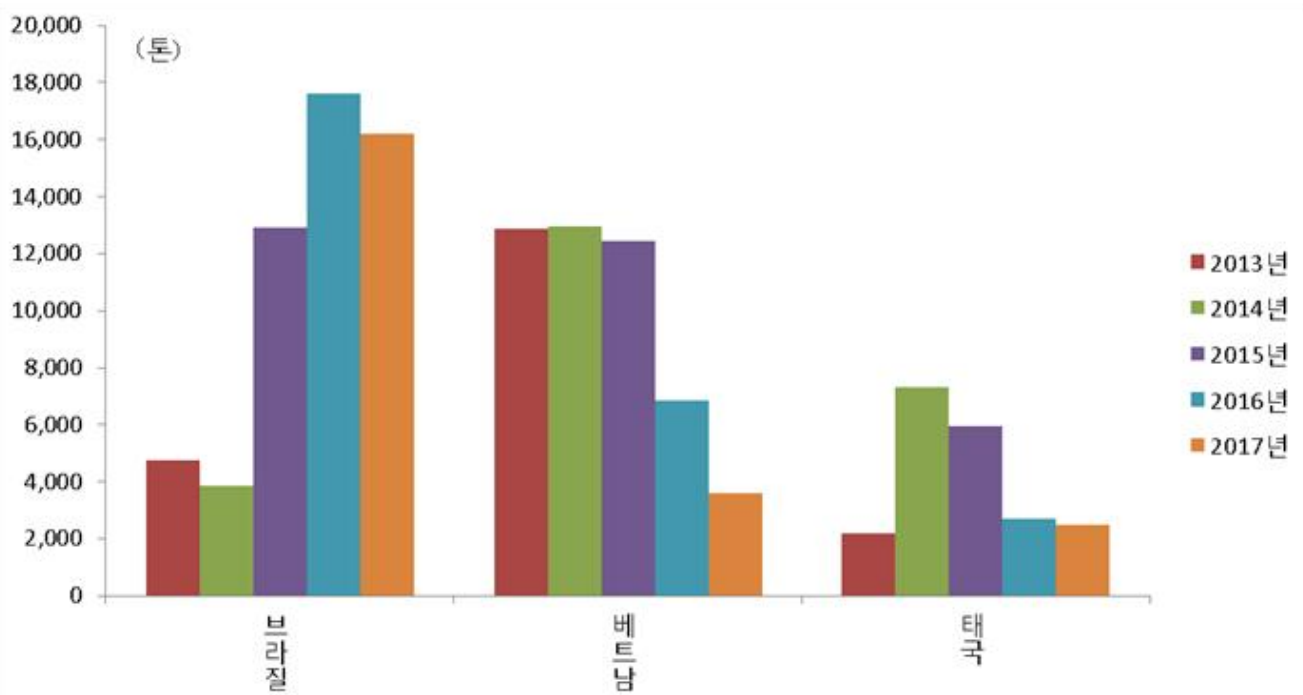
※ HS-Cord : 1509 기준

* 출처 : 일본 재무성 「무역통계」

<일본의 미강유 수입량>



<미강유 주요 수입 국가별 수입량>



※ HS-Cord : 151590410, 151590420 기준

* 출처 : 일본 재무성 「무역통계」

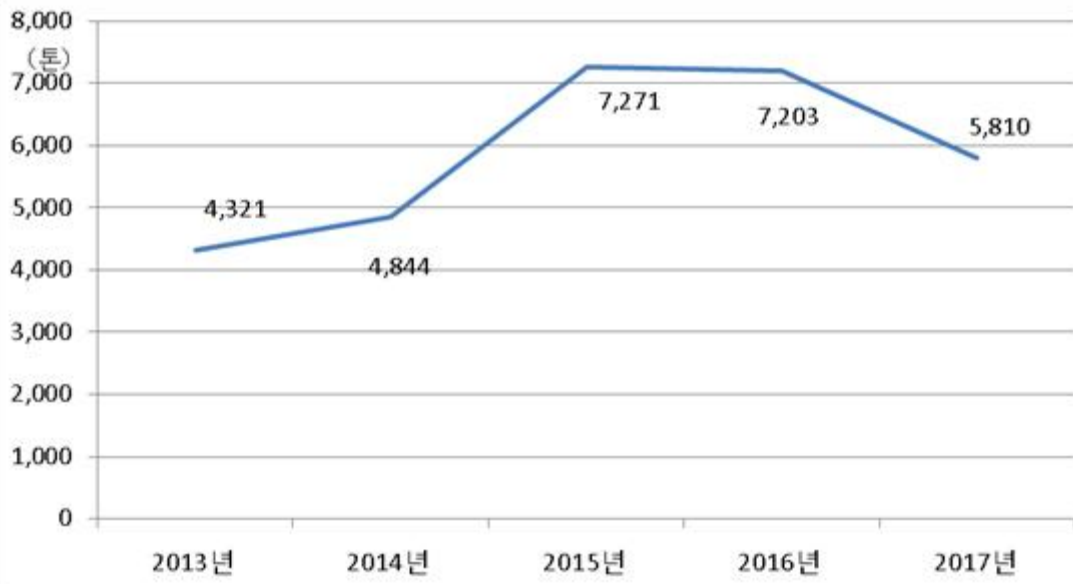
<미강유 국가별 수입량>

(단위:톤)	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
브라질	4,745	3,878	12,899	17,632	16,208
베트남	12,875	12,951	12,462	6,842	3,613
태국	2,174	7,311	5,939	2,717	2,482
방글라데시	0	0	1,720	1,177	79
미국	8	0	6	1,509	1,047
인도	0	0	0	0	984
대한민국	0	0	52	69	10
이탈리아	4	7	23	26	7
기타	2	0	0	0	2
계	19,809	24,146	33,102	29,973	24,432

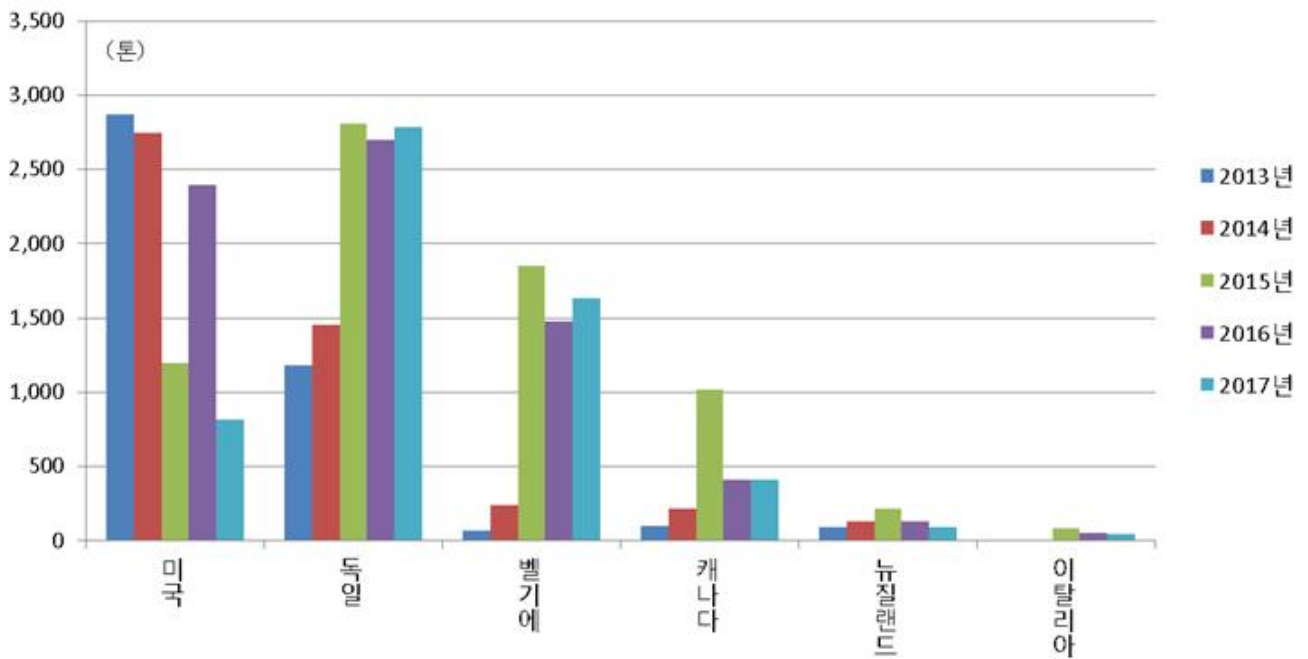
※ HS-Cord : 151590410, 151590420 기준

* 출처 : 일본 재무성 「무역통계」

<일본의 아마인유 수입량>



<아마인유 주요 수입 국가별 수입량>



※ HS-Cord : 151511000, 151519000 기준

* 출처 : 일본 재무성 「무역통계」

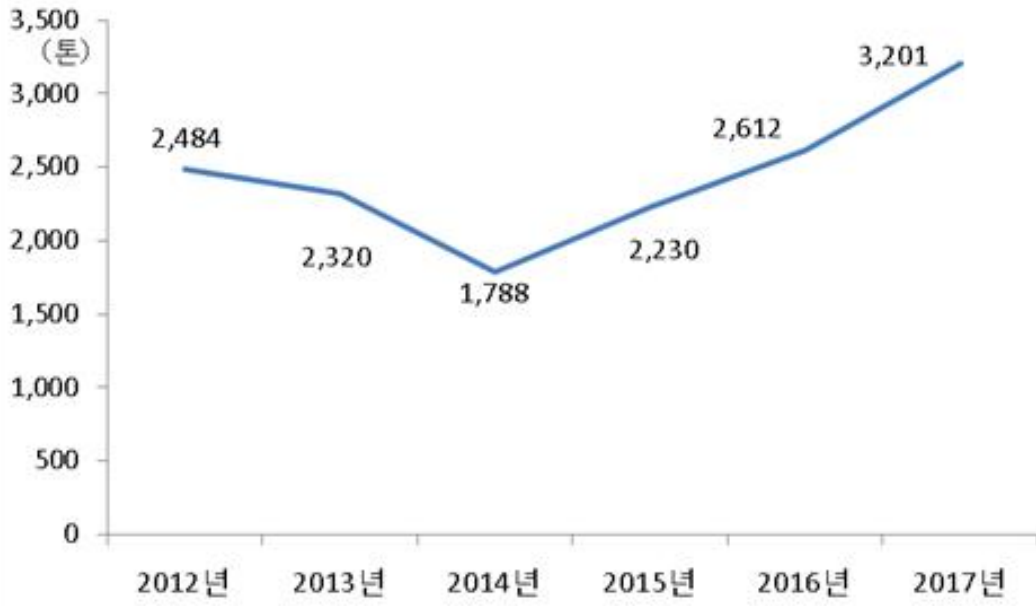
<아마인유 국가별 수입량>

(단위:톤)	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
미국	2,872	2,744	1,199	2,394	813
독일	1,180	1,452	2,807	2,699	2,781
벨기에	70	238	1,847	1,476	1,633
캐나다	103	218	1,021	410	412
뉴질랜드	89	131	217	129	94
이탈리아	2	5	86	54	43
중국	0	0	67	15	17
아일랜드	0	9	6	11	10
칠레	0	30	0	1	0
네덜란드	0	10	0	0	0
호주	2	2	4	3	2
대한민국	0	1	5	6	2
기타*	3	4	13	6	3
계	4,321	4,844	7,271	7,203	5,810

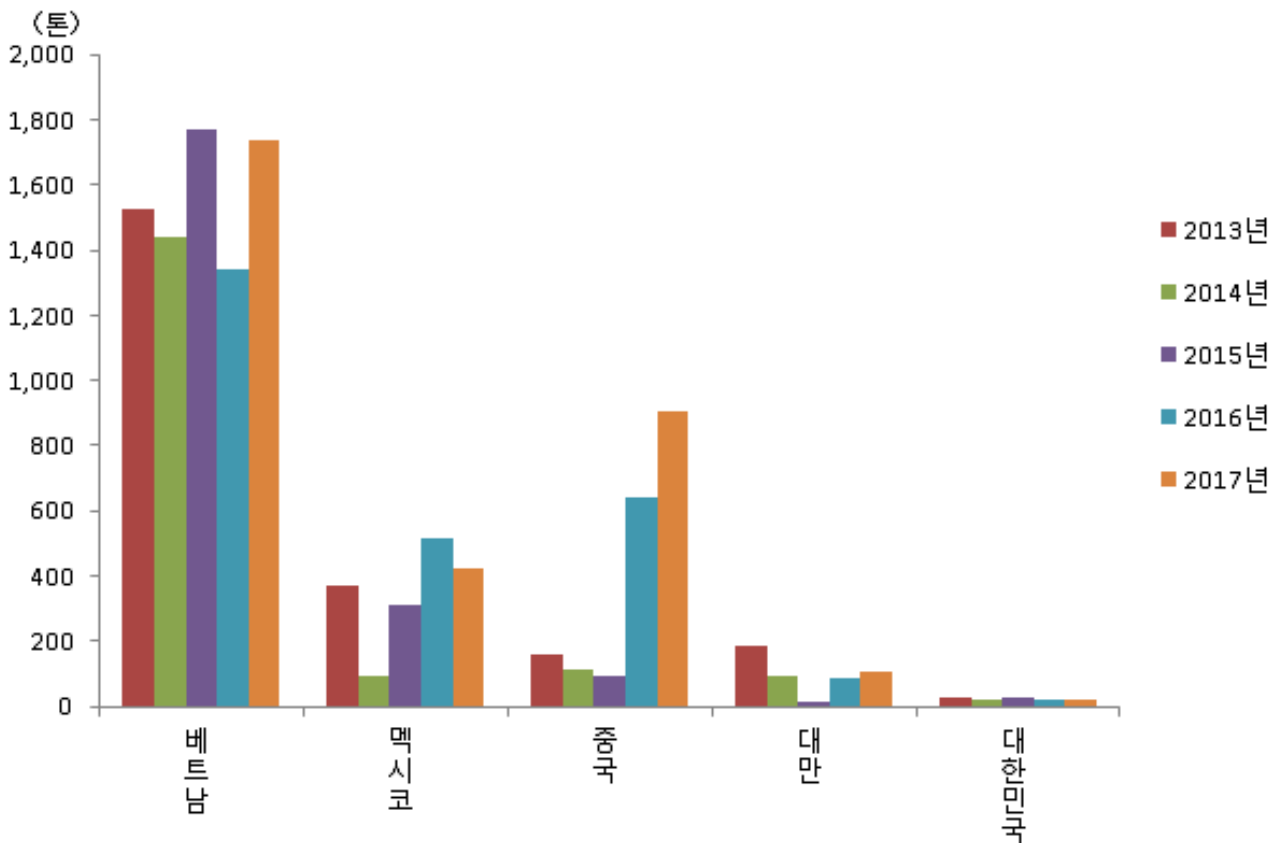
※ HS-Cord : 151511000, 151519000 기준

* 출처 : 일본 재무성 「무역통계」

<일본의 참기름 수입량>



<참기름 주요 수입 국가별 수입량>



※ HS-Cord : 151590410, 151590420 기준

* 출처 : 일본 재무성 「무역통계」

<참기름 국가별 수입량>

(단위:톤)	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
베트남	1,526	1,444	1,773	1,344	1,737
멕시코	372	96	308	516	423
중국	160	113	92	640	903
대만	185	94	16	85	108
대한민국	23	23	26	18	20
말레이시아	36	0	0	0	0
미얀마	7	7	7	0	0
이탈리아	2	5	2	5	1
스리랑카	4	2	3	1	2
스페인	1	4	2	3	5
호주	6	0	0	0	0
기타	0	1	2	1	2
계	2,320	1,788	2,230	2,612	3,201

※ HS-Cord : 151590410,151590420 기준

* 출처 : 일본 재무성 「무역통계」

나. 소비자 조사

(1) 섭취하는 건강 식용오일 종류

- 2018년 6월, 20세 이상 남녀에게 실시한 소비자 조사 결과(대상자 수 1,348명), 참기름, 올리브유는 인지도, 음식경험, 섭취 지속 비율(현재 이용하고 있다)이 모두 높은 반면, 2015년경 붐이 일어난 코코넛오일, 아마인유, 들기름은 지속률이 낮음
- 기능성이 강한 어유(DHA/EPA)와 특수보건용식품, 기능성표시식품의 식용유는 인지도가 낮지만 지속성은 상기 붐이 일어난 오일보다 높은 경향이 보임

<건강 식용오일의 인지도, 섭취경험, 현재 이용률>

	대상자 수	참기름	올리브유	코코넛오일	아마인유	들기름	미강유	어유 (DHA, EPA)	특정보건용 식품 식용유	기능성표시 식품 식용유	기타
①알고 있는 오일	1,348	1,104	1,102	732	567	647	448	404	325	187	12
인지률	-	81.9%	81.8%	54.3%	42.1%	48.0%	33.2%	30.0%	24.1%	13.9%	0.9%
②먹은 적이 있는 오일	1,188	1,021	994	266	222	242	193	158	157	87	12
섭취 경험 비율 (②÷①)	-	92.5%	90.2%	36.3%	39.2%	37.4%	43.1%	39.1%	48.3%	46.5%	100.0%
③현재 먹고 있다/이용하고 있다	1,143	829	786	83	108	87	72	72	84	53	12
섭취 지속 비율 (③÷②)	-	81.2%	79.1%	31.2%	48.6%	36.0%	37.3%	45.6%	53.5%	60.9%	100.0%

아래 항목은 상기의 건강오일을 현재 이용하고 있는 1,143명 가운데 남성 500명, 여성 500명 등 1,000명의 응답 결과를 정리한 것임.

(2) 섭취 빈도

- 건강오일의 섭취빈도를 보면 건강기능을 추구하며 섭취하는 경향이 강한 오일일수록 섭취빈도가 높은 경향이 보임
- 특히 아마인유는 1주일에 1회 이상 섭취하는 비율이 90%를 넘어, 성별과 연령대별로 보면 남녀 모두 50대 이상은 대부분 1주일에 1회 이상 아마인유를 섭취하고 있음

<건강오일 섭취빈도>

대상자 수	단위	1주일에 1회 이상										
		1주일에 7회 이상	1주일에 5~6회	1주일에 3~4회 정도	1주일에 1~2회 정도	2~3주일에 1회 정도	1개월에 1회 정도	2~3개월에 1회 정도	6개월에 1회 정도	1년에 1회 정도	모른다, 불분명	
784	%	71.6	3.6	4.8	18.8	44.4	15.6	4.6	1.4	0.4	0.3	6.3
741	%	77.9	10.8	12.6	20.4	34.1	12.1	3.1	0.8	0.0	0.1	5.9
104	%	90.4	24.0	18.3	26.9	21.2	5.8	1.0	1.9	0.0	0.0	1.0
82	%	86.7	15.9	19.5	15.9	35.4	7.3	0.0	4.9	0.0	0.0	1.2
79	%	86.1	10.1	12.7	36.7	26.6	6.3	2.5	1.3	0.0	0.0	3.8
76	%	73.7	17.1	6.6	14.5	35.5	14.5	6.6	2.6	0.0	0.0	2.6
70	%	87.2	14.3	20.0	22.9	30.0	8.6	2.9	0.0	0.0	0.0	1.4
68	%	88.2	35.3	17.6	13.2	22.1	2.9	7.4	0.0	1.5	0.0	0.0
51	%	84.3	19.6	13.7	25.5	25.5	9.8	3.9	2.0	0.0	0.0	0.0

<아마인유 섭취빈도>

아마인유 섭취빈도		대상자 수	1주일에 1회 이상											
			1주일에 7회 이상	1주일에 5~6회	1주일에 3~4회 정도	1주일에 1~2회 정도	2~3주일에 1회 정도	1개월에 1회 정도	2~3개월에 1회 정도	6개월에 1회 정도	1년에 1회 정도	모른다, 불분명		
Total		%	104	90.4	24.0	18.3	26.9	21.2	5.8	1.0	1.9	0.0	0.0	1.0
[성별]	남성	%	58	86.2	20.7	15.5	32.8	17.2	10.3	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0
	여성	%	46	95.7	28.3	21.7	19.6	26.1	0.0	2.2	0.0	0.0	0.0	2.2
[연령별]	20대	%	30	79.9	23.3	20.0	13.3	23.3	10.0	3.3	6.7	0.0	0.0	0.0
	30대	%	20	90.0	20.0	15.0	35.0	20.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	40대	%	21	90.5	23.8	14.3	23.8	28.6	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8
	50대	%	10	100.0	30.0	20.0	30.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	60대 이상	%	23	99.9	26.1	21.7	39.1	13.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
남성	Total	%	58	86.2	20.7	15.5	32.8	17.2	10.3	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0
	20대	%	19	73.7	10.5	21.1	15.8	26.3	15.8	0.0	10.5	0.0	0.0	0.0
	30대	%	11	81.9	27.3	0.0	36.4	18.2	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	40대	%	14	92.9	28.6	14.3	35.7	14.3	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	50대	%	1	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	60대 이상	%	13	100.0	23.1	23.1	46.2	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
여성	Total	%	46	95.7	28.3	21.7	19.6	26.1	0.0	2.2	0.0	0.0	0.0	2.2
	20대	%	11	91.0	45.5	18.2	9.1	18.2	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	30대	%	9	99.9	11.1	33.3	33.3	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	40대	%	7	85.7	14.3	14.3	0.0	57.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3
	50대	%	9	99.9	33.3	22.2	22.2	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	60대 이상	%	10	100.0	30.0	20.0	30.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

(3) 지출액

- 1개월간 지출액을 보면 전체로는 1,000엔 미만의 비율이 높으나 아미노유, 들기름, 코코넛오일, 어유(DHA/EPA)는 1,000~2,000엔 미만의 비율이 높음. 이들 오일은 제품단가가 비싸고 섭취빈도도 높은 점이 고액의 지출액으로 이어지고 있음

<1개월간 지출액>

이용/섭취하고 있는 건강오일	대상자수	단위	1,000엔 미만							사용/섭취빈도가 적다, 모른다
			500엔 미만	500~1,000엔 미만	1,000~2,000엔 미만	2,000~3,000엔 미만	3,000~5,000엔 미만	5,000엔 이상		
참기름	773	%	79.6	54.6	25.0	5.0	1.0	0.3	0.4	13.7
올리브오일	730	%	74.2	34.5	39.7	9.5	3.3	0.5	0.3	12.2
아미노유	102	%	55.9	10.8	45.1	29.4	4.9	1.0	2.9	5.9
들기름	81	%	60.4	12.3	48.1	23.5	6.2	2.5	3.7	3.7
특정보건용식품 식용유	77	%	74.1	37.7	36.4	11.7	3.9	0.0	3.9	6.5
코코넛오일	75	%	53.3	24.0	29.3	30.7	4.0	2.7	4.0	5.3
미강유	69	%	66.7	23.2	43.5	15.9	4.3	2.9	4.3	5.8
어유 (DHA·EPA)	67	%	44.7	10.4	34.3	34.3	7.5	4.5	7.5	1.5
기능성표시식품 식용유	50	%	76.0	42.0	34.0	14.0	2.0	0.0	6.0	2.0

(4) 입수 방법, 구매 장소

- 건강오일의 입수 방법은 모든 오일에서 본인이 구입하는 소비층이 70% 이상을 차지함
- 구입채널은 전반적으로 식품 슈퍼마켓의 구성비가 높으나, 어유(DHA·EPA)는 통신판매의 비율이 가장 높음. 기타 특정보건용식품/기능성표시식품 식용유, 어유는 드럭스토어 비율이 20% 이상임. 또 코코넛오일은 수입식품 판매점이나 통신판매의 비율이 20% 이상임

<건강오일의 입수 방법>

이용/섭취하고 있는 건강오일	대상자 수	단위	본인이 구입	가족이 구입	선물로 받는다	건강오일을 사용한 반찬/메뉴를 먹는다	기타
참기름	784	%	70.0	36.6	3.1	4.1	0.5
올리브유	741	%	71.4	35.2	5.9	4.5	0.1
아마인유	104	%	77.9	35.6	3.8	10.6	1.0
들기름	82	%	75.6	37.8	4.9	7.3	0.0
특정보건용식품 식용유	79	%	74.7	34.2	11.4	12.7	0.0
코코넛오일	76	%	85.5	18.4	9.2	9.2	0.0
미강유	70	%	81.4	28.6	4.3	4.3	0.0
어유 (DHA·EPA)	68	%	86.8	13.2	2.9	5.9	1.5
기능성표시식품 식용유	51	%	78.4	29.4	9.8	13.7	0.0

<구매 장소>

이용/섭취하고 있는 건강오일 (본인이 구입)	대상자 수	단위	슈퍼마켓	편의점	드럭스토어	자연식품/유기농식품 전문점	수입식품 전문점	통신판매	기타	구입하지 않는다
참기름	773	%	92.9	2.5	11.5	1.9	1.2	2.3	1.9	3.4
올리브유	730	%	90.8	3.0	11.4	3.2	4.1	4.8	2.7	3.2
아마인유	102	%	87.3	7.8	18.6	11.8	6.9	12.7	2.0	1.0
들기름	81	%	82.7	9.9	17.3	16.0	8.6	12.3	1.2	2.5
특정보건용식품 식용유	77	%	89.6	7.8	22.1	5.2	5.2	13.0	2.6	0.0
코코넛오일	75	%	64.0	10.7	13.3	18.7	20.0	25.3	8.0	1.3
미강유	69	%	85.5	5.8	17.4	11.6	8.7	11.6	8.7	1.4
어유 (DHA·EPA)	67	%	41.8	9.0	28.4	11.9	6.0	49.3	1.5	0.0
기능성표시식품 식용유	50	%	94.0	10.0	30.0	8.0	8.0	10.0	0.0	0.0

(5) 섭취 방법

- 가열에 적합하지 않은 필수지방산인 오메가3지방산을 풍부하게 포함한 아마인유와 들기름은 비가열 조리 메뉴로 이용하는 비율이 가장 높음. 다만 대기업 식물성기름 제조업체가 가열조리로도 이용 가능한 블렌드 타입의 아마인유와 들기름을 판매하고 있으며, 가열조리로 이용하는 비율도 약 50%로 비율이 높음
- 어유(DHA·EPA) 이외는 가열조리 이용이 가장 높음. 한편, 올리브유와 코코넛오일은 비가열조리 이용의 비율이 50% 내외로 높은 경향을 보임

<섭취 방법>

이용/섭취하고 있는 건강오일	대상자 수	단위	가열조리/메뉴에 사용	비가열조리/메뉴에 사용 (샐러드에 뿌리기, 드레싱에 사용 등)	건강식용유를 사용한 반찬/메뉴 섭취	액체 상태의 오일을 그대로 섭취	건강식품(서플러먼트)으로 섭취	기타
참기름	784	%	92.6	34.2	8.3	5.0	1.7	0.4
올리브유	741	%	87.2	55.2	11.3	9.2	1.9	1.1
아마인유	104	%	49.0	55.8	12.5	21.2	10.6	0.0
들기름	82	%	46.3	65.9	14.6	19.5	11.0	0.0
특정보건용식품 식용유	79	%	93.7	21.5	22.8	11.4	10.1	0.0
코코넛오일	76	%	61.8	46.1	19.7	21.1	9.2	5.3
미강유	70	%	88.6	35.7	20.0	12.9	7.1	0.0
어유 (DHA·EPA)	68	%	27.9	16.2	7.4	7.4	66.2	1.5
기능성표시식품 식용유	51	%	94.1	25.5	27.5	15.7	11.8	0.0

(6) 섭취 목적

- 섭취 목적은 참기름과 올리유는 미각적인 면에서의 이용 및 섭취가 많고 그 외 오일은 건강유지/증진, 미용/안티에이징 비율이 현저하게 높음
- 각 오일에 기대하는 구체적인 건강과 미용 목적에 대한 응답 결과를 보면, 막연한 건강과 미용의식에서 각 오일을 섭취하고 있다고 응답한 비율이 높으나, 전반적으로 콜레스테롤 저하와 안티에이징(항노화)에 대한 비율도 높은 경향을 보임. 또 오일 종류에 따라 기대하는 건강과 미용효과에 약간의 차이가 보임
- 한 예로 어유(DHA/EPA)는 ‘기억력 유지/향상, 치매예방’, ‘혈류개선’, ‘중성지방저하’의 비율이 각각 40%를 초과함

<섭취 목적>

이용/섭취하고 있는 건강오일	대상자 수 (명)	단위	건강유지/증진, 미용/안티에이징을 위해	오일 그 자체의 맛이 좋아서	향이 좋아서	요리/메뉴가 맛있어지니까	요리/메뉴가 보기 좋게 완성되니까	기타
참기름	784	%	24.2	31.3	57.3	60.7	17.2	2.4
올리브유	741	%	43.2	32.9	29.7	54.1	19.0	4.7
아마민유	104	%	82.7	19.2	9.6	16.3	7.7	1.0
들기름	82	%	78.0	22.0	14.6	17.1	13.4	0.0
특정보건용식품 식용유	79	%	70.9	13.9	10.1	27.8	13.9	5.1
코코넛오일	76	%	73.7	28.9	30.3	25.0	15.8	1.3
미강유	70	%	51.4	28.6	15.7	38.6	22.9	10.0
어유 (DHA·EPA)	68	%	83.8	13.2	4.4	10.3	10.3	4.4
기능성표시식품 식용유	51	%	68.6	13.7	7.8	33.3	15.7	2.0

<이용 목적 : 건강유지/증진, 미용/안티에이징>

건강유지/증진, 미용/안티에이징을 위해 이용	대상자 수	단위	혈압 저하	혈당치 저하	중성지방 저하	체지방 저하	콜레스테롤 저하	미용	안티에이징 (노화방지)	기억력 유지/향상, 치매 예방	혈류개선 (혈액순환 개선효과)	전반적인 건강/미용	기타
올리브오일	320	%	18.4	17.5	25.9	22.5	36.6	26.9	31.6	7.8	22.8	42.5	2.5
참기름	190	%	24.7	16.8	21.1	14.7	27.4	19.5	27.4	9.5	21.6	37.9	2.1
아마민유	86	%	33.7	15.1	25.6	17.4	27.9	27.9	33.7	19.8	26.7	31.4	0.0
들기름	64	%	26.6	14.1	25.0	15.6	29.7	21.9	34.4	18.8	25.0	28.1	0.0
어유 (DHA·EPA)	57	%	24.6	19.3	42.1	26.3	29.8	14.0	28.1	47.4	45.6	35.1	1.8
코코넛오일	56	%	19.6	16.1	23.2	28.6	12.5	35.7	30.4	17.9	16.1	32.1	0.0
특정보건용식품 식용유	56	%	21.4	12.5	33.9	23.2	50.0	14.3	8.9	3.6	16.1	39.3	3.6
미강유	36	%	33.3	19.4	27.8	30.6	30.6	11.1	25.0	5.6	25.0	44.4	0.0
기능성표시식품 식용유	35	%	17.1	5.7	31.4	28.6	37.1	14.3	8.6	5.7	31.4	54.3	0.0

※분홍색 : 제1위 항목/주황색 : 제2위 항목

(7) 맛

- 현재 이용 및 섭취하고 있는 건강오일에 관해 그 목적을 질문한 결과, 참기름과 올리브유는 ‘요리/메뉴가 맛있어지니까’의 비율이 60% 내외로 높고, 또 참기름은 ‘향이 좋아서’도 57.3%로 높은 평가를 받고 있으며, 맛이 좋아서 섭취하고 있다는 소비자가 많은 것으로 나타남.
- 그 외 오일은 건강/미용/안티에이징이 목적이라는 응답이 가장 높고, 맛에 대한 평가는 상대적으로 낮음

<현재 이용 및 섭취하고 있는 건강오일의 이용 및 섭취 이유>

이용/섭취하고 있는 건강오일	대상자 수 (명)	단위	건강유지/증진, 미용/안티에이징을 위해	맛에 대한 평가			요리/메뉴가 보기 좋게 완성되니까	기타
				오일 그 자체의 맛이 좋아서	향이 좋아서	요리/메뉴가 맛있어지니까		
참기름	784	%	24.2	31.3	57.3	60.7	17.2	2.4
올리브유	741	%	43.2	32.9	29.7	54.1	19.0	4.7
아마인유	104	%	82.7	19.2	9.6	16.3	7.7	1.0
들기름	82	%	78.0	22.0	14.6	17.1	13.4	0.0
특정보건용식품 식용유	79	%	70.9	13.9	10.1	27.8	13.9	5.1
코코넛오일	76	%	73.7	28.9	30.3	25.0	15.8	1.3
미강유	70	%	51.4	28.6	15.7	38.6	22.9	10.0
어유 (DHA·EPA)	68	%	83.8	13.2	4.4	10.3	10.3	4.4
기능성표시식품 식용유	51	%	68.6	13.7	7.8	33.3	15.7	2.0

(8) 포장

- 본인이 구입하는 건강오일의 포장은 전반적으로 병 타입의 비율이 높음. 병은 무겁고 버리기 어려운 점 등 단점이 있으나, 식물성기름 사업자의 말에 의하면 잡기 편하고 고급스러움이 있어 인기가 탄탄하다고 함
- 병과 페트병이 널리 유통되고 있는 올리브유의 결과를 속성별로 보면, 병 타입의 비율은 남성(68.4%)보다 여성(74.0%)이 높고, 특히 60대 이상의 여성은 페트병(17.4%)보다도 병(77.9%) 타입의 비율이 압도적으로 높음

<현재 이용 및 섭취하고 있는 건강오일(본인 구입)의 포장>

이용/섭취하고 있는 건강오일 (본인이 구입)	대상자 수 (명)	단위	병	페트병	플라스틱용기	캔	알루미늄 파우치	기타
참기름	779	%	79.5	16.2	15.0	1.5	0.5	0.0
올리브유	737	%	71.4	26.6	20.2	1.4	0.5	0.0
아마인유	103	%	61.2	33.0	24.3	3.9	4.9	1.9
들기름	82	%	73.2	24.4	19.5	7.3	4.9	2.4
특정보건용식품 식용유	79	%	21.5	57.0	40.5	3.8	3.8	0.0
코코넛오일	76	%	72.4	17.1	17.1	7.9	7.9	0.0
미강유	70	%	34.3	38.6	40.0	4.3	5.7	2.9
머유 (DHA·EPA)	68	%	25.0	14.7	25.0	5.9	32.4	16.2
기능성표시식품 식용유	51	%	17.6	52.9	49.0	7.8	7.8	0.0

<본인이 구입하는 올리브유의 포장>

		대상자 수 (명)	단위	병	페트병	플라스틱 용기	캔	알루미늄 파우치	기타
Total		737	%	71.4	26.6	20.2	1.4	0.5	0.0
【성별】	남성	345	%	68.4	29.6	20.0	1.4	0.9	0.0
	여성	392	%	74.0	24.0	20.4	1.3	0.3	0.0
【연령별】	20대	135	%	71.9	31.1	18.5	2.2	0.7	0.0
	30대	149	%	75.2	26.2	25.5	2.0	0.7	0.0
	40대	146	%	70.5	25.3	22.6	1.4	0.7	0.0
	50대	150	%	72.0	24.7	17.3	1.3	0.0	0.0
	60대 이상	157	%	67.5	26.1	17.2	0.0	0.6	0.0
남성	Total	345	%	68.4	29.6	20.0	1.4	0.9	0.0
	20대	67	%	67.2	29.9	22.4	1.5	1.5	0.0
	30대	69	%	81.2	29.0	18.8	2.9	1.4	0.0
	40대	68	%	70.6	23.5	27.9	2.9	1.5	0.0
	50대	70	%	68.6	28.6	15.7	0.0	0.0	0.0
	60대 이상	71	%	54.9	36.6	15.5	0.0	0.0	0.0
여성	Total	392	%	74.0	24.0	20.4	1.3	0.3	0.0
	20대	68	%	76.5	32.4	14.7	2.9	0.0	0.0
	30대	80	%	70.0	23.8	31.3	1.3	0.0	0.0
	40대	78	%	70.5	26.9	17.9	0.0	0.0	0.0
	50대	80	%	75.0	21.3	18.8	2.5	0.0	0.0
	60대 이상	86	%	77.9	17.4	18.6	0.0	1.2	0.0

(9) 원산지

- 코코넛오일을 제외하고 일본산이 많음.
- 일본산이 최소한 올리브유는 일본 대기업 식물성기름 제조업체가 수입산 올리브유를 수입 및 판매원으로 취급하고 있으며, 해당 올리브유를 자사 브랜드명으로 전개하고 있어 일본산으로 오인하고 있는 소비자가 일정 수 있다는 결과에 따라, 전체의 39.8%가 ‘일본산’ 이라고 응답한 것으로 추측됨
- 한국산은 ‘들기름’ 에서 6.1%의 비율을 차지함

이용/섭취하고 있는 건강오일 (본인이 구입)	대상자 수	단위	일본산	중국산	한국산	동남아산	유럽산	왼쪽 이외 국가/지역	모른다, 불분명
참기름	779	%	73.9	1.7	0.9	0.8	1.0	0.1	24.4
올리브유	737	%	39.8	0.8	0.8	1.4	37.9	2.2	28.8
아마민유	103	%	74.8	3.9	2.9	5.8	6.8	5.8	14.6
들기름	82	%	62.2	9.8	6.1	4.9	6.1	2.4	22.0
특정보건용식품 식용유	79	%	79.7	3.8	1.3	2.5	5.1	1.3	16.5
코코넛오일	76	%	27.6	2.6	2.6	36.8	13.2	11.8	17.1
미강유	70	%	82.9	2.9	2.9	8.6	5.7	1.4	8.6
머유 (DHA·EPA)	68	%	69.1	2.9	2.9	7.4	2.9	10.3	17.6
기능성표시식품 식용유	51	%	80.4	2.0	5.9	7.8	3.9	3.9	15.7

(10) 선호도

- 사용 및 섭취하는 건강오일의 선택 포인트로 일본인은 식품에 대한 가격지향이 강하고, 건강오일의 종류에 상관없이 가격의 비율이 가장 높음.
- 30% 이상의 항목(주황색 부분)을 보면 서플리먼트인 어유(DHA·EPA)를 제외하고 ‘맛/풍미’의 비율이 높고, 어유(DHA/EPA)는 기대되는 건강/미용 효과의 비율이 44.1%로 높음. 기타 전반적으로 산지 및 가공지의 선택 비율이 높음.

〈사용 및 섭취하는 건강오일의 선택 포인트〉

이용/섭취하고 있는 건강오일	대상자 수	단위	가격	산지/가공지	원재료	맛/풍미	용기/패키지의 사용 편의성 (잡기 편하다, 붓기 편하다 등)	용기/패키지 재질	패키지 디자인	패키지에 기재되어 있는 정보	용량	기대되는 건강/미용 효과	기타
참기름	784	%	69.9	28.8	19.5	46.9	11.7	4.0	4.0	8.0	27.0	5.0	3.3
올리브유	741	%	68.3	32.4	21.2	40.6	13.4	4.9	5.4	10.9	25.8	8.5	2.7
아마민유	104	%	48.1	35.6	29.8	30.8	16.3	8.7	7.7	13.5	9.6	26.9	1.9
들기름	82	%	43.9	36.6	26.8	31.7	19.5	6.1	1.2	13.4	15.9	28.0	2.4
특정보건용식품 식용유	79	%	57.0	32.9	35.4	34.2	17.7	8.9	6.3	27.8	24.1	31.6	1.3
코코넛오일	76	%	50.0	39.5	28.9	48.7	10.5	7.9	6.6	15.8	15.8	18.4	1.3
미강유	70	%	58.6	48.6	38.6	41.4	14.3	5.7	5.7	12.9	22.9	17.1	0.0
어유 (DHA·EPA)	68	%	55.9	32.4	26.5	23.5	19.1	17.6	5.9	14.7	23.5	44.1	0.0
기능성표시식품 식용유	51	%	56.9	29.4	25.5	33.3	13.7	5.9	7.8	15.7	25.5	21.6	0.0

※분홍색 부분 : 비중이 가장 높은 항목/주황색 부분:30% 이상인 항목

(11) 알게 된 계기

- 현재 사용 및 섭취하고 있는 건강오일을 알게 된 계기로 통신판매 구입 비율이 높은 어유(DHA/EPA)를 제외하고 매장에서 직접 본 비율이 가장 높음
- 텔레비전이나 잡지 소개의 비율은 건강기능을 추구하는 경향이 강한 오일에서 높은 경향이 보임. 보건기능식품을 제외한 오일은 상품 포장이나 광고 선전에서 건강기능에 대해 표현할 수 없기 때문에, 매스미디어의 건강정보를 통해 각 오일의 건강효과를 알고 있는 소비자가 많다고 추정됨
- 들기름의 인지경로를 성별 및 연령대별로 보면 매장에서의 인지도가 높으나, 연령대가 높은 층일수록 방송과 잡지에서의 소개 비율이 높은 경향을 보임

〈사용 및 섭취하는 건강오일을 알게 된 계기〉

이용/섭취하고 있는 건강오일	대상자 수	단위	매장에서 상품을 발견하고	가족, 지인/친구의 소개	입소문	TV 또는 잡지의 소개	광고/선전	이벤트나 샘플링	인터넷	SNS	기타
참기름	784	%	78.2	16.6	4.1	10.3	4.5	0.8	4.3	0.5	5.2
올리브유	741	%	73.1	17.1	6.2	16.5	5.3	0.9	8.0	1.3	4.6
아마인유	104	%	55.8	22.1	17.3	29.8	5.8	2.9	11.5	2.9	1.0
들기름	82	%	51.2	22.0	14.6	34.1	6.1	3.7	11.0	3.7	3.7
특정보건용식품 식용유	79	%	75.9	15.2	12.7	19.0	10.1	1.3	19.0	8.9	1.3
코코넛오일	76	%	53.9	30.3	17.1	22.4	6.6	2.6	21.1	5.3	1.3
미강유	70	%	57.1	20.0	17.1	34.3	10.0	0.0	12.9	2.9	4.3
어유 (DHA·EPA)	68	%	39.7	11.8	11.8	23.5	11.8	5.9	42.6	5.9	1.5
기능성표시식품 식용유	51	%	80.4	9.8	3.9	19.6	7.8	9.8	9.8	5.9	0.0

〈들기름을 알게 된 계기〉

		대상자수	단위	매장에서 상품을 발 견하고	가족, 지인/ 친구의 소 개	입소문	TV 또는 잡 지의 소개	광고/선전	이벤트나 샘플링	인터넷	SNS	기타
Total		82	%	51.2	22.0	14.6	34.1	6.1	3.7	11.0	3.7	3.7
[성별]	남성	40	%	50.0	20.0	17.5	27.5	5.0	2.5	17.5	7.5	2.5
	여성	42	%	52.4	23.8	11.9	40.5	7.1	4.8	4.8	0.0	4.8
[연령별]	20대	29	%	55.2	27.6	20.7	10.3	3.4	6.9	6.9	3.4	0.0
	30대	18	%	33.3	27.8	22.2	33.3	11.1	0.0	11.1	5.6	11.1
	40대	13	%	69.2	23.1	7.7	30.8	0.0	7.7	15.4	7.7	0.0
	50대	7	%	57.1	0.0	0.0	57.1	14.3	0.0	14.3	0.0	0.0
	60대 이상	15	%	46.7	13.3	6.7	73.3	6.7	0.0	13.3	0.0	6.7
남성	Total	40	%	50.0	20.0	17.5	27.5	5.0	2.5	17.5	7.5	2.5
	20대	19	%	57.9	21.1	21.1	15.8	0.0	0.0	10.5	5.3	0.0
	30대	10	%	30.0	20.0	20.0	20.0	20.0	0.0	20.0	10.0	10.0
	40대	6	%	66.7	33.3	16.7	33.3	0.0	16.7	33.3	16.7	0.0
	50대	2	%	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	60대 이상	3	%	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
여성	Total	42	%	52.4	23.8	11.9	40.5	7.1	4.8	4.8	0.0	4.8
	20대	10	%	50.0	40.0	20.0	0.0	10.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	30대	8	%	37.5	37.5	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5
	40대	7	%	71.4	14.3	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	50대	5	%	40.0	0.0	0.0	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	60대 이상	12	%	58.3	16.7	8.3	66.7	8.3	0.0	16.7	0.0	8.3

※ 빨간색 부분 : 비중이 가장 높은 항목/주황색 부분: 제2위 항목

(12) 향후 섭취 의향

- 건강오일에 관한 이용 의향은 전반적으로 높은 경향을 보이고 있으며, 전체로는 85.7%, 성별로는 특히 여성이 88.4%로 높은 경향을 보임
- 여성의 40대 이상이 90% 이상으로 높은 비율을 나타내고 있으며, 건강/미용 효과가 기대되는 오일에 관심이 높다는 것을 나타내고 있음. 이 결과는 대기업 식물성기름 제조업체가 인식하고 있는 건강오일의 주력 소비자층과 부합함

〈건강/미용 효과가 기대되는 식용오일에 관한 향후 이용 의향〉

	대상자 수	단위	이용 의향 있음					
			적극적으로 구입/이용 한다	기회가 있으면 구입/이용한다	별로 구입/ 이용하고 싶은 생각은 없다	구입/이용할 생각은 전혀 없다		
Total	1000	%	85.7	31.8	53.9	10.9	3.4	
【성별】	남성	500	%	83.0	27.8	55.2	12.6	4.4
	여성	500	%	88.4	35.8	52.6	9.2	2.4
【연령별】	20대	200	%	86.5	33.5	53.0	11.5	2.0
	30대	200	%	84.0	31.0	53.0	11.0	5.0
	40대	200	%	86.0	28.5	57.5	11.5	2.5
	50대	200	%	88.5	32.5	56.0	8.0	3.5
	60대 이상	200	%	83.5	33.5	50.0	12.5	4.0
남성	Total	500	%	83.0	27.8	55.2	12.6	4.4
	20대	100	%	87.0	27.0	60.0	11.0	2.0
	30대	100	%	85.0	27.0	58.0	13.0	2.0
	40대	100	%	81.0	28.0	53.0	14.0	5.0
	50대	100	%	85.0	33.0	52.0	9.0	6.0
	60대 이상	100	%	77.0	24.0	53.0	16.0	7.0
여성	Total	500	%	88.4	35.8	52.6	9.2	2.4
	20대	100	%	86.0	40.0	46.0	12.0	2.0
	30대	100	%	83.0	35.0	48.0	9.0	8.0
	40대	100	%	91.0	29.0	62.0	9.0	0.0
	50대	100	%	92.0	32.0	60.0	7.0	1.0
	60대 이상	100	%	90.0	43.0	47.0	9.0	1.0

(13) 선물 용도로의 건강오일 구입

- 선물 용도로의 건강오일 구입은 전체의 19.3%가 구입경험 있음으로 나타났으며, 성별로는 남성이 여성보다 약간 높았고 연령대로는 20~30대에서 비율이 높은 경향을 보임. 선물 대상자로 부모의 비율이 높다는 점이 젊은층에서 선물 용도로의 구입이 높다는 결과로 보임

〈선물 용도로의 건강오일 구입〉

		대상자 수	단위	있다	없다
Total		1000	%	19.3	80.7
【성별】	남성	500	%	20.2	79.8
	여성	500	%	18.4	81.6
【연령별】	20대	200	%	34.0	66.0
	30대	200	%	20.0	80.0
	40대	200	%	14.0	86.0
	50대	200	%	13.0	87.0
	60대 이상	200	%	15.5	84.5
남성	Total	500	%	20.2	79.8
	20대	100	%	37.0	63.0
	30대	100	%	22.0	78.0
	40대	100	%	16.0	84.0
	50대	100	%	14.0	86.0
	60대 이상	100	%	12.0	88.0
여성	Total	500	%	18.4	81.6
	20대	100	%	31.0	69.0
	30대	100	%	18.0	82.0
	40대	100	%	12.0	88.0
	50대	100	%	12.0	88.0
	60대 이상	100	%	19.0	81.0

〈선물의 대상〉

		대상자 수	단위	부모	자녀	친척	친한 친구	고마운 사람	회사/직장 관련	기타
Total		193	%	47.7	8.3	34.2	30.1	29.0	9.3	0.0
【성별】	남성	101	%	50.5	11.9	29.7	27.7	33.7	7.9	0.0
	여성	92	%	44.6	4.3	39.1	32.6	23.9	10.9	0.0
【연령별】	20대	68	%	57.4	4.4	26.5	27.9	25.0	11.8	0.0
	30대	40	%	62.5	10.0	35.0	32.5	20.0	5.0	0.0
	40대	28	%	57.1	10.7	28.6	25.0	21.4	10.7	0.0
	50대	26	%	34.6	3.8	50.0	30.8	46.2	11.5	0.0
	60대 이상	31	%	9.7	16.1	41.9	35.5	41.9	6.5	0.0
남성	Total	101	%	50.5	11.9	29.7	27.7	33.7	7.9	0.0
	20대	37	%	64.9	5.4	16.2	24.3	27.0	5.4	0.0
	30대	22	%	54.5	18.2	36.4	27.3	27.3	9.1	0.0
	40대	16	%	56.3	18.8	37.5	25.0	18.8	12.5	0.0
	50대	14	%	35.7	0.0	57.1	35.7	57.1	14.3	0.0
	60대 이상	12	%	8.3	25.0	16.7	33.3	58.3	0.0	0.0
여성	Total	92	%	44.6	4.3	39.1	32.6	23.9	10.9	0.0
	20대	31	%	48.4	3.2	38.7	32.3	22.6	19.4	0.0
	30대	18	%	72.2	0.0	33.3	38.9	11.1	0.0	0.0
	40대	12	%	58.3	0.0	16.7	25.0	25.0	8.3	0.0
	50대	12	%	33.3	8.3	41.7	25.0	33.3	8.3	0.0
	60대 이상	19	%	10.5	10.5	57.9	36.8	31.6	10.5	0.0

(14) 선물하는 건강오일의 종류

- 선물하는 건강오일로서 전반적으로 올리브오일의 비율이 높음. 아미인유, 들기름, 참기름의 비율도 30% 초과로 높은 경향을 보임
- 식용유는 일본에서 자주 선물하는 품목 중의 하나로 과거에는 특정보건용식품이 건강오일의 대표로 인기가 있었던 시절이 있었으나, 최근에는 자연파 오일의 건강효과가 각광을 받아 선물 품목에 대한 인기도 자연파로 이행하고 있음을 나타내는 결과임

〈선물하는 건강오일의 종류〉

		대상자 수	단위	아미인유	들기름	참기름	미강유	올리브유	어유 (DHA, EPA)	코코넛오일	특정보건용식품 식용유	기능성표시식품 식용유	기타	
Total		193	%	34.7	30.6	36.3	13.5	60.6	10.9	15.0		19.2	8.3	0.5
[성별]	남성	101	%	38.6	28.7	44.6	15.8	58.4	14.9	14.9		21.8	5.9	0.0
	여성	92	%	30.4	32.6	27.2	10.9	63.0	6.5	15.2		16.3	10.9	1.1
[연령별]	20대	68	%	39.7	23.5	45.6	13.2	57.4	13.2	22.1		13.2	4.4	0.0
	30대	40	%	27.5	37.5	25.0	15.0	67.5	10.0	17.5		15.0	7.5	0.0
	40대	28	%	35.7	35.7	35.7	14.3	57.1	14.3	10.7		21.4	3.6	0.0
	50대	26	%	42.3	34.6	34.6	15.4	53.8	11.5	7.7		34.6	15.4	3.8
	60대 이상	31	%	25.8	29.0	32.3	9.7	67.7	3.2	6.5		22.6	16.1	0.0
남성	Total	101	%	38.6	28.7	44.6	15.8	58.4	14.9	14.9		21.8	5.9	0.0
	20대	37	%	45.9	21.6	51.4	13.5	62.2	16.2	18.9		13.5	5.4	0.0
	30대	22	%	22.7	31.8	36.4	18.2	59.1	9.1	18.2		18.2	4.5	0.0
	40대	16	%	43.8	31.3	43.8	12.5	50.0	18.8	6.3		31.3	6.3	0.0
	50대	14	%	42.9	35.7	42.9	21.4	64.3	21.4	14.3		42.9	14.3	0.0
60대 이상	12	%	33.3	33.3	41.7	16.7	50.0	8.3	8.3		16.7	0.0	0.0	
여성	Total	92	%	30.4	32.6	27.2	10.9	63.0	6.5	15.2		16.3	10.9	1.1
	20대	31	%	32.3	25.8	38.7	12.9	51.6	9.7	25.8		12.9	3.2	0.0
	30대	18	%	33.3	44.4	11.1	11.1	77.8	11.1	16.7		11.1	11.1	0.0
	40대	12	%	25.0	41.7	25.0	16.7	66.7	8.3	16.7		8.3	0.0	0.0
	50대	12	%	41.7	33.3	25.0	8.3	41.7	0.0	0.0		25.0	16.7	8.3
60대 이상	19	%	21.1	26.3	26.3	5.3	78.9	0.0	5.3		26.3	26.3	0.0	

(15) 선물 단가

- 1건당 지출액은 2,000~3,000엔 미만을 중심으로 1,000엔에서 5,000엔 이내가 중심임
- 특히 여성은 2,000~3,000엔, 남성은 1,000~2,000엔의 지출 비율이 높은 경향을 보임

〈선물 지출액(1건당)〉

		대상자 수	단위	1,000엔 미만	1,000~2,000엔 미만	2,000~3,000엔 미만	3,000~5,000엔 미만	5,000엔 이상	모른다, 불분명
Total		193	%	4.7	28.5	34.2	27.5	3.1	2.1
【성별】	남성	101	%	5.0	32.7	28.7	28.7	4.0	1.0
	여성	92	%	4.3	23.9	40.2	26.1	2.2	3.3
【연령별】	20대	68	%	8.8	35.3	33.8	16.2	2.9	2.9
	30대	40	%	5.0	20.0	37.5	32.5	2.5	2.5
	40대	28	%	3.6	25.0	35.7	35.7	0.0	0.0
	50대	26	%	0.0	15.4	46.2	30.8	3.8	3.8
	60대 이상	31	%	0.0	38.7	19.4	35.5	6.5	0.0
남성	Total	101	%	5.0	32.7	28.7	28.7	4.0	1.0
	20대	37	%	5.4	40.5	29.7	18.9	2.7	2.7
	30대	22	%	9.1	31.8	27.3	27.3	4.5	0.0
	40대	16	%	6.3	6.3	37.5	50.0	0.0	0.0
	50대	14	%	0.0	14.3	35.7	42.9	7.1	0.0
	60대 이상	12	%	0.0	66.7	8.3	16.7	8.3	0.0
여성	Total	92	%	4.3	23.9	40.2	26.1	2.2	3.3
	20대	31	%	12.9	29.0	38.7	12.9	3.2	3.2
	30대	18	%	0.0	5.6	50.0	38.9	0.0	5.6
	40대	12	%	0.0	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0
	50대	12	%	0.0	16.7	58.3	16.7	0.0	8.3
	60대 이상	19	%	0.0	21.1	26.3	47.4	5.3	0.0

(16) 향후 선물 구입의향

- 선물 용도로서 건강오일의 향후 구입의향은 전반적으로 높은 비율이며, 특히 남성은 모든 연령대에서 구입의향 100%로 나타남. 선물로서 건강에 기여하는 오일은 적합한 상품으로 인식되어, 앞으로도 건강오일을 지속적으로 선물로 고려하는 소비자가 많을 것으로 추정됨

〈선물 용도로서의 건강오일 구입의향〉

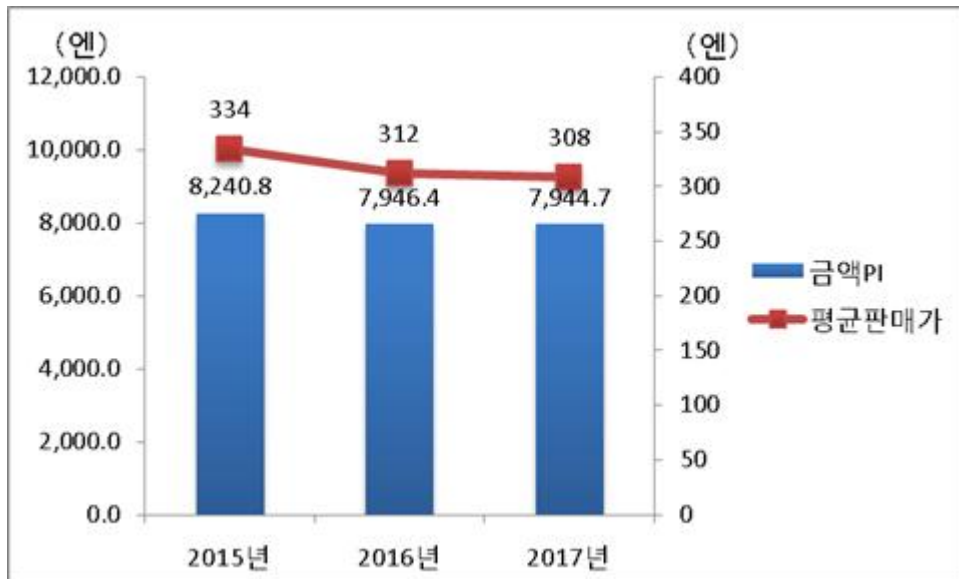
	Base	단위	구입 의향 있음		별로 구입/이용할 생각은 없다	구입/이용할 생각은 전혀 없다		
			적극적으로 구입/이용한다	기회가 있으면 구입/이용한다				
Total	193	%	98.5	48.2	50.3	1.6	0.0	
【성별】	남성	101	%	100.0	52.5	47.5	0.0	0.0
	여성	92	%	96.8	43.5	53.3	3.3	0.0
【연령별】	20대	68	%	98.5	45.6	52.9	1.5	0.0
	30대	40	%	97.5	60.0	37.5	2.5	0.0
	40대	28	%	100.0	39.3	60.7	0.0	0.0
	50대	26	%	96.2	46.2	50.0	3.8	0.0
	60대 이상	31	%	100.0	48.4	51.6	0.0	0.0
남성	Total	101	%	100.0	52.5	47.5	0.0	0.0
	20대	37	%	100.0	37.8	62.2	0.0	0.0
	30대	22	%	100.0	72.7	27.3	0.0	0.0
	40대	16	%	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	50대	14	%	100.0	64.3	35.7	0.0	0.0
	60대 이상	12	%	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0
여성	Total	92	%	96.8	43.5	53.3	3.3	0.0
	20대	31	%	96.7	54.8	41.9	3.2	0.0
	30대	18	%	94.4	44.4	50.0	5.6	0.0
	40대	12	%	100.0	25.0	75.0	0.0	0.0
	50대	12	%	91.7	25.0	66.7	8.3	0.0
	60대 이상	19	%	100.0	47.4	52.6	0.0	0.0

다. 소비트렌드

(1) 관련 이슈

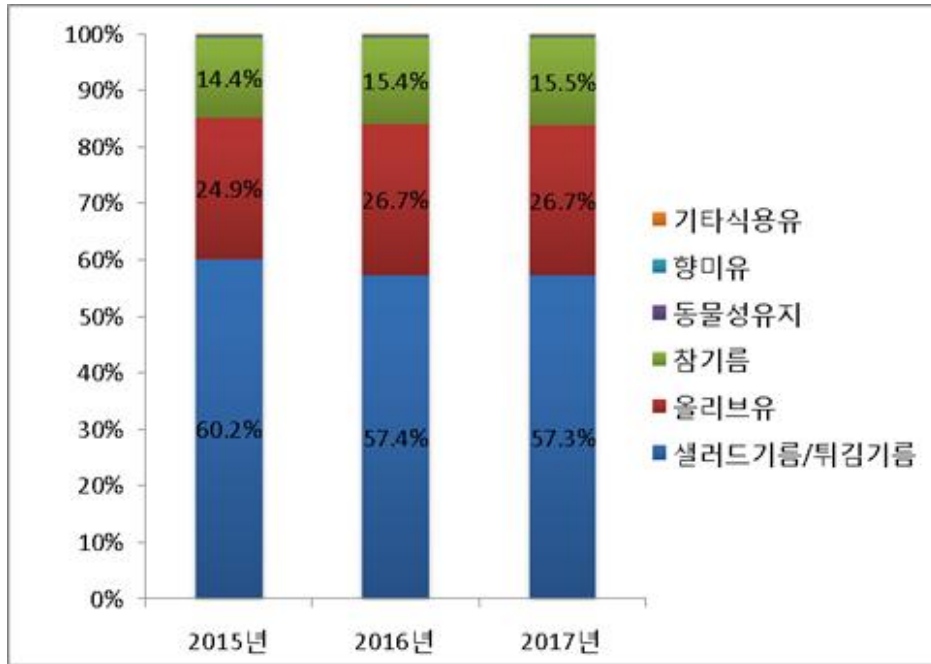
- 전국 식품 슈퍼마켓 707개 점포에서의 식용유에 관한 POS데이터(집계기간:4월~다음해 3월)를 보면, PI값(계산대 통과 고객 천 명당 구매지수)은 과거 3년 동안 수량이 증가하는 한편, 금액이 낮아지고 평균판매가격도 저하. 카테고리에서는 튀김이나 볶음에 이용되는 식물성기름의 대표적인 샐러드 오일과 튀김유의 구성비가 감소하는 한편, 참기름과 올리브유의 구성비가 상승세 경향
- 최근 건강지향의 고조와 함께 튀김이나 볶음에 올리브유나 참기름 등 건강오일을 이용하는 소비자가 증가하면서 기존의 주력 오일인 샐러드유나 튀김유의 감소로 이어지고 있음
- 건강식품(서플리먼트)시장의 시장성장으로 건강지향이 고조되고 있음을 알 수 있으며, 일본의 식품시장이 저출산 고령화의 영향으로 부진한 가운데 건강식품시장은 계속 확대되고 있음

〈전국 식품 슈퍼마켓 707개 점포의 식용유 POS 데이터〉
- 계산대 통과 고객 1천 명당 구매지수(PI값)-



* 출처: 일본 (주) KSP-SP 「KSP-POS」 / 집계기간 2017년 4월~2018년 3월

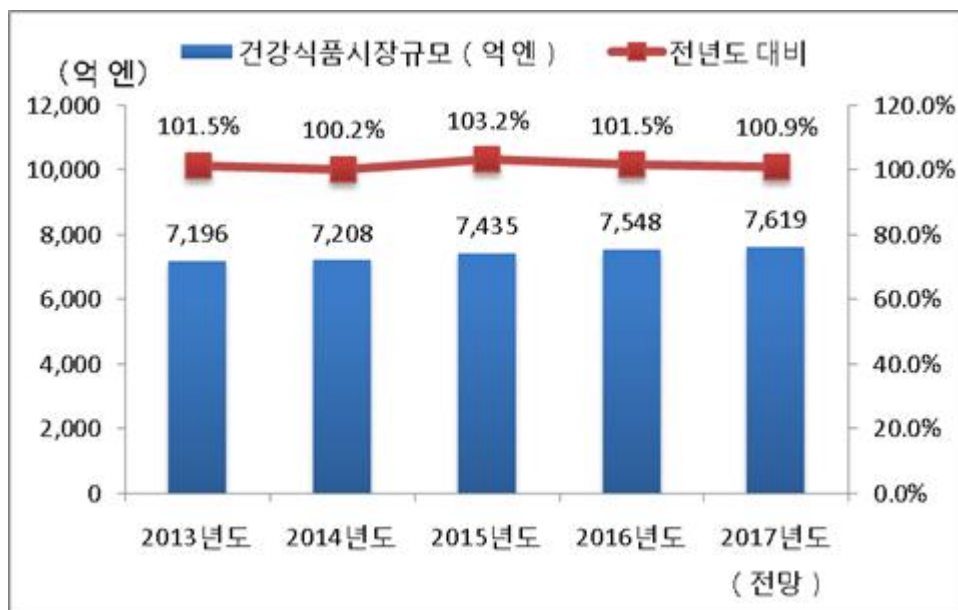
<식용유 카테고리별 금액구성비>



	2015년	2016년	2017년
샐러드기름/튀김기름	60.2%	57.4%	57.3%
올리브유	24.9%	26.7%	26.7%
참기름	14.4%	15.4%	15.5%
동물성유지	0.2%	0.2%	0.2%
참기름	0.3%	0.2%	0.3%
기타식용유	0.1%	0.1%	0.1%
식용유	100.0%	100.0%	100.0%

* 출처: 일본 (주) KSP-SP 「KSP-POS」 / 집계기간 2017년 4월~2018년 3월

<건강식품(서플리먼트) 시장규모>



(2) 현안사항

- 일본에서는 건강정보 프로그램이 인기이며, 방송된 식품이나 성분이 붉이 일어나는 경우가 많음. 최근 2018년 5월에 건강오일이 방송되어 아마인유와 들기름이 매장에서 품귀현상이 일어남
- 붉으로 인해 소비자들의 인지도가 커지는 한편, 열기가 사라진 후에는 수요가 급속하게 축소되는 경향이 보이므로 판매업자는 수요와 공급의 예측이 필요함.
- 2015년경을 전후로 붉이 일어난 코코넛오일은 붉이 종식된 후 동남아시아산 수입품 재고가 과다하게 남아 폐기처분으로 내몰린 사업자들이 있었음
- 아마인유와 들기름은 2015년경에 붉이 일어난 것을 계기로 참가사업이 잇따르면서 열과 빛에 약한 아마인유와 들기름이 투명한 병(차광성이 없는 병)에 충전된 제품이 매장에 진열되는 등 품질 측면에서 우려가 지적되고 있음

4. 관련 제도

가. 관련 인증

- 건강오일만을 대상으로 한 인증제도는 없지만, 건강오일 중 유기농제품에 관해서는 아래의 유기 JAS 규격을 준수해야 함

(1) 유기농 JAS 규격

- 유기농식품의 제3차 인증 방식은 JAS법으로 제정되어 있음
- 유기 JAS 규격으로서 유기농산물, 유기가공식품(유기농산물 가공식품, 유기축산물 가공식품, 유기농축산물 가공식품의 3가지 분류), 유기축산물을 정하여 그 생산 또는 제조방법에 대해 인정을 받은 제품에 유기 JAS 마크를 표시하고 유통시킬 수 있음
- 유기농산물과 유기농산물 가공식품에 대해서는 소비자의 선택에 큰 영향을 줄 수 있으므로 명칭 표시의 적정화를 도모하는 것이 특히 필요한 식품(지정농림물자)으로 지정되어 있음
- 인증사업자가 유기 JAS 규격을 충족시킨다고 확인하여 유기 JAS 마크를 표시한 것이 아니면 ‘유기농’이나 ‘오가닉’ 또는 이와 혼동하기 쉬운 표시는 할 수 없음
- 한편 지정농림물자에 해당하지 않는 유기축산물 가공식품, 유기농축산물 가공식품, 유기축산물의 경우는 유기 JAS 마크가 없어도 유기농이나 오가닉이라는 표시가 가능함. 단, 소비자가 지정농림물자와 혼동하여 오인하게 하는 부당표시는 할 수 없음

유기농 JAS 규격		JAS법의 표시 규제		외국에서 수입하는 제품에 유기 JAS 마크를 표시하는 방법
유기농 농산물		지정농림물자	유기를 표시할 때는 유기 JAS 마크가 필요함	①외국의 사업자가 JAS 인정을 취득하여 유기 JAS 마크를 표시한 제품을 일본의 사업자가 수입함. 수입국에 제한은 없고, 국내 수입업체가 JAS 인정을 취득할 필요는 없음
유기농 가공식품	유기농산물 가공식품			②외국에서 유기농식품 인정을 받은 제품을 일본의 인정수입업체가 수입하여 유기 JAS 마크를 표시함. 수입국은 JAS제도와 동등한 등급을 가진 나라에 한함
	유기축산물 가공식품	지정농림물자에 해당하지 않음	①외국의 사업자가 JAS 인정을 취득하고 유기 JAS 마크를 표시한 제품을 일본의 사업자가 수입하는 방법만 있음 ※수입업체가 유기 JAS 마크를 표시할 수는 없음	
	유기농축산물 가공식품			
유기축산물				

(2) 보건기능식품제도

- 정부가 정한 안전성과 유효성에 관한 기준을 충족한 식품의 ‘기능’ (건강 유지/증진)을 표시할 수 있는 제도
- 일본에서 판매되고 있는 건강오일 중 ‘보건기능식품제도’에 따른 제품이 판매되고 있음

제도명	표시 요건	제도의 개요
기능성표시식품	신고제	<ul style="list-style-type: none"> • 특정한 보건 목적을 기대할 수 있는(건강 유지/증진에 도움이 되는) 식품으로서 그 기능을 표시할 수 있는 제도 • 정부(소비자청)에 대해 기능성표시식품은 신고를 하여 수리되어야 하며(신고 내용에 미비가 없는지 소비자청이 체크함), 특정보건용식품은 신청을 하여 허가받아야 함(식품의 유효성과 안전성에 대한 심사를 받고, 표시에 대해 정부의 허가를 받음)
특정보건용식품	개별 허가제	
영양기능식품	자기인증제 (규격기준형)	<ul style="list-style-type: none"> • 정부가 정한 영양성분에 대해 일정기준을 충족시키는 경우, 그 영양성분의 기능을 표시할 수 있는 제도

(가) 기능성표시식품

- 아미노유에 함유되어 있는 α -리놀렌산을 관여성분으로 한 기능성표시식품 2개 품목의 신고가 수리되어 있고 실제로 판매되고 있음

기업명	제품명	관여성분	신고 표시
닛신 오일리오 그룹	닛신 건강오일 아미노+	α -리놀렌산	이 제품은 α -리놀렌산을 함유해 혈압이 높은 분에게 적합한 기능을 지닌 식용유.
일본제분	아미노 오일	α -리놀렌산	이 제품에는 α -리놀렌산이 함유됨. α -리놀렌산은 혈중 총콜레스테롤 수치와 나쁜(LDL) 콜레스테롤 수치를 저하시키는 작용이 있는 것으로 보고됨. 이 제품은 콜레스테롤 수치가 높은 분에게 적합함

(나) 특정보건용식품

- 특정보건용식품 식용유로 아래와 같은 3개 제품이 현재 판매되고 있음

기업명	제품명	관여 성분	허가 표시
닛신 오일리오 그룹	헬씨 리셋터	중쇄지방산	이 오일은 중쇄지방산을 함유하여 몸에 지방이 남지 않는 것이 특징. 체지방을 걱정하는 분이나 비만 경향이 있는 분은 통상적인 오일 대신에 이 오일을 사용하시길 권함.
닛신 오일리오 그룹	헬씨 콜레스테	식물 스테롤	이 오일은 콜레스테롤의 체내 흡수를 억제하는 식물 스테롤을 풍부히 함유. 혈중 콜레스테롤을 낮추는 특징이 있음. 콜레스테롤이 걱정되는 분의 식생활 개선에 도움이 됨.
J-오일 밀즈	건강 사라라	식물 스테롤	콩 배아를 원료로 하는 '건강 사라라®'는 콜레스테롤의 체내 흡수를 억제하는 천연 식물 스테롤을 풍부히 함유. 혈중 총 콜레스테롤과 나쁜(LDL) 콜레스테롤을 낮추는 기능 있음. 콜레스테롤이 높은 분의 매일 식사에 추천.

(다) 영양기능식품

- 식물성기름에 풍부하게 함유되어 있는 비타민E로 표시하는 제품이 다수 있으며, 들기름이나 아마인유에 특히 많이 함유되어 있는 n-3계지방산(α -리놀렌산)으로 표시하는 식용유가 있음
- 규격기준을 만족시키면 신고하거나 허가를 받지 않고도 표시 가능

영양성분	섭취기준량 (1일 기준)		영양기능 표시
	하한치	상한치	
비타민E	1.89mg	150mg	비타민E는 항산화 작용으로 체내의 지방질을 산화로부터 보호하여 세포의 건강유지를 돕는 영양소임
n-3계 지방산 (오메가3)	0.6g	2.0g	n-3계지방산은 피부의 건강유지를 돕는 영양소임

나. 라벨링

(1) 식품위생법

- 식품위생법은 판매용으로 제공하는 또는 영업상 사용하는 모든 식품, 첨가물, 기구, 용기 포장 또는 영유아용 장난감의 수입에 대해 그때마다 후생노동부 장관에게 신고해야 한다고 규정하고 있음
- 개인용 또는 시험연구용 등 국내에서 식품 등으로 판매하거나 영업상 사용을 목적으로 하지 않는 점이 분명한 제품, 첨가물의 원자재, 식품위생법 시행규칙 별표 10에 나오는 항목에 대해서는 원칙적으로 신고 대상이 아님
- 수입하는 자는 화물의 도착 즉시 정해진 양식의 ‘식품등 수입신고서’와 품목별 필요서류를 첨부하여 화물 통관 장소를 관할하는 검역소에 제출해야 함

첨부서류의 예	
가공식품	<p>[모든 가공식품에 대하여]</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 품명(상품명, 품번 등), 제조자 명칭과 소재지, 제조소 명칭과 소재지 확인이 가능한 자료 ▶ 원자재표 ▶ 제조공정표 <p>[품목에 따라서]</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 방사선 살균이 이루어지지 않았음을 소명하는 제조자 문서 ▶ 원자재에 소고기, 소 유래성분을 포함할 경우, 소의 육성/도살 및 제조국, 원료소의 사용부위를 서면으로 확인한 것 ▶ 원료에 따라서는 의약품의료기기등법이 정한 의약품 성분 해당 여부를 확인한 내용을 기록한 것 ▶ 식품위생법에 따라 제조기준이 마련되어 있는 식품은 제조자에 의한 제조 및 가공 과정의 위생관리 내용 등에 관한 상세한 자료
첨가물	<ul style="list-style-type: none"> • 첨가물 제재인 경우 배합비와 사용용도 등을 확인할 수 있는 상품설명서

※ 첨부서류는 식품의 품명, 생산국, 가공방법 등에 따라 다름.

* 출처: 일반재단법인 대일무역투자 교류촉진협회 「식품수입의 길잡이 2017」)

(2) 식품표시

- 식품표시는 식품표시 기준을 정한 ‘식품표시법’을 중심으로 적정한 계량을 정한 ‘계량법’, 허위/과장 표시를 방지하는 ‘경품표시법’, 미곡 등의 산지정보를 전달하는 ‘미곡 트레이서빌리티법’, 각 지방자치단체의 조례 등으로 규정되어 있음
- 일본에서 식품을 판매할 경우 사업자는 이들 법령에 정한 표시사항을 정해진 방법으로 일본어로 표시해야 함

<식품표시에 관한 주요 규제 및 내용>

법률명	대상 품목	표시 항목, 규제 내용
식품표시법	모든 음식물(의약품의료 기기 등 법이 규정하는 의약품 등을 제외. 식품위생법이 규정하는 첨가물 포함)	[일반용(소비자용) 신선식품의 공통 표시 사항] ①명칭 ②원산국명(수입품의 경우) [일반용(소비자용) 가공식품의 공통 표시 사항] ①명칭 ②원재료명 ③첨가물 ④내용량 또는 고품량 및 내용총량 ⑤소비기한 또는 유통기한 ⑥보존방법 ⑦영양성분의 양 및 열량 ⑧식품 관련 사업자의 성명 또는 명칭 및 주소 ⑨제조소 등(수입품의 경우는 수입업자)의 소재지 및 성명 또는 명칭, 단 ⑧과 동일한 경우는 생략 가능. 수입품에는 원산지 국가명을 표시. 이 외에 일정 요건에 해당하는 경우나 식품의 특성에 따른 표시 사항(알레르겐 표시 등)이 규정되어 있음.
계량법	특정상품(29개 품목)을 밀봉해서 판매할 경우	실량표시 공차(법령으로 정한 허용오차)를 넘지 않도록 계량하여 그 포장용기에 표시
경품표시법 (부당 경품류 및 부당 표시 방지법)	소비자에게 제공하는 모든 상품	우량 오인 표시, 원산국의 부당한 표시 등을 금지.
미곡 트레이서빌리티법	미곡, 쌀가루, 쌀가루 조제품, 쌀과자 재료, 밥류, 쌀가공식품 등	거래 등 기록의 작성/보존. 산지정보 전달.
각 지방자치단체의 조례	(도쿄도의 경우) 품질표시의 대상: 조리 냉동식품, 어묵, 꿀류, 자른 야채/자른 과일 등	다른 법에 의한 규제가 없는 상품의 품질 표시. 단위가격 등의 표시.

* 출처 : 일반재단법인 대일무역투자 교류촉진협회 「수입품의 표시와 마크 Q&A 2016」

■ 식품표시법

- 소비자 등에게 판매되는 식품의 표시는 식품표시법에 의해 규제되고 있음
- 식품표시법의 대상인 ‘식품’이란 의약품/의약외품 등을 제외한 모든 음식물(첨가물 포함)임
- 구체적인 표시 규칙은 ‘식품표시기준’에 정해져 있으며, 이에 따른 표시가 없는 식품의 판매는 불가
- 식품표시 기준은 식품을 ‘가공식품’, ‘신선식품’, ‘첨가물’의 3가지로 나누어 3개 구분별로 ‘일반 소비자에게 판매되는 식품을 다루는 사업자’, ‘업무용 식품을 다루는 사업자’, ‘식품 관련 사업자 이외의 판매자’의 ‘포괄적 의무 표시’, ‘개별적 의무 표시’, ‘의무 표시의 특례’, ‘임의 표시’, ‘표시 방식’, ‘표시 금지 사항’의 규정으로 구성되어 있음

□ 일반용 가공식품 표시 예시

명칭	우롱차
원재료명	반발효차
내용량	300g
유통기한	2017.3
보존방법	고온다습을 피하여 보존
원산국명	중국
수입자	○○주식회사
도쿄도 도시마구 ○○초 3-1-3	

(주) 문자 사이즈는 원칙적으로 8포인트 이상

□ 영양성분 표시 예시

영양성분 표시	
1포장(2개) 단위	
열량	483kcal
단백질	17.2g
지질	22.7g
탄수화물	52.0g
식염상당량	3.6g

(3) 계량법의 상품중량(商品量目) 제도

- 계량법에서는 사업자가 법정 계량 단위를 표시하여 상품을 거래하는 경우 정확히 계량하도록 의무화하고 있음
- 판매하는 식품이 계량법의 ‘특정상품(일상적으로 질량이나 부피 등으로 거래되고 있는 소비생활 관련물자이며 소비자가 합리적인 선택을 할 때 실량표시 확인이 필요하다고 생각되는 것)’에 해당하는 경우는 밀봉해서 계량 판매할 때 계량법에서 정하는 오차(실량표시 공차)를 넘지 않도록 계량해야 함

- 특정상품 중 일정한 상품에 대해서는 밀봉 포장하여 계량 판매할 때 실량표시 공차 내에서 계량하여 그 내용량, 표시한 사람의 성명/주소 표시를 의무화하고 있음

(4) 부당경품류 및 부당표시 방지법의 부당표시

- 경품표시법은 상품/서비스 거래에 관해 일반 소비자의 자주적이며 합리적인 선택을 확보함으로써 일반 소비자의 이익을 보호하는 것이 목적
- 사업자가 고객에게 상품/서비스를 소구하기 위해 실시하는 광고/선전 등의 표시는 원칙적으로 자유이지만 부당한 표시 등은 금지되어 있음
- 여기서 말하는 표시란 제품 본체에 의한 표시(용기나 포장 등을 포함)뿐만 아니라 매장에서 표시, 전단지, 신문/잡지, 텔레비전, 인터넷 광고 등을 포함하며, 구체적으로는 고시(告示)로 지정되어 있음
- 상품/서비스의 품질과 규격, 내용 등에 대해 실제보다 현저하게 우량하다고 소비자가 오인하는 표시(우량 오인 표시), 가격 및 거래 조건에 대해 현저하게 유리할 것으로 오인하는 표시(유리 오인 표시), 원산국에 대해 오인하는 표시, 미끼 광고 등은 부당표시에 해당함. 경품표시법 위반 혐의가 있을 경우 소비자청 및 각 도도부현은 관련 자료의 수집, 사업자의 보고 징수 등의 조사를 실시함. 그 결과 위반 행위가 인정될 경우에는 표시의 개선 등 ‘지도’ 나 ‘조치명령’ 을 받게 됨

■ 원산국 표시

- 경품표시법에서는 ‘상품의 원산국에 관한 부당한 표시’ 를 금하고 있음
 - 여기서 말하는 원산국이란 ‘그 상품의 내용에 대해 실질적인 변경을 초래하는 행위가 이루어진 나라’ 를 말함
 - 외국산 상품에 아래와 같은 표시가 되어 있고, 그 상품이 그 원산국에서 생산된 것임을 소비자가 판별하기 어려운 경우 부당표시가 됨
- ① 원산국 이외의 국명, 지명, 국기 등의 표시
 - ② 원산국 이외의 국가의 사업자 또는 디자이너의 이름/명칭, 상표 표시
 - ③ 문자에 의한 표시의 전부 또는 주요 부분이 일본어로 제시된 표시

다. 수출 시 유의사항

- 판매 또는 영업상 사용하는 식품 등을 수입할 경우는 안전성 확보의 관점에서 식품위생법에 따라 수입자에 대해 수입신고 의무가 부과됨
- 수입신고를 하지 않는 식품 등에 대해서는 판매 또는 영업상 사용이 금지되어 있음
- 화물을 수입하려는 경우에는 검역소에 ‘식품등 수입신고서’를 제출. 식품위생 감시원이 적법한 식품인지 아닌지 심사 또는 검사할 필요성 여부를 판단하고, 신고완료 스탬프를 찍은 후에 교부되는 ‘식품등 수입신고서’를 세관에 제출해 확인받을 필요가 있음. 확인을 받은 후가 아니면 수입은 허가되지 않음.

(1) 수입 절차 및 필요 서류

- 수입에 필요한 절차는 통관업자가 수출자 또는 수입자(의뢰인)의 위탁을 받아 처리하는 것이 일반적임. 수입 화물의 통관을 통관업자에게 위임할 경우, 의뢰인은 통관업자에게 업무위탁과 관련된 위임장을 제출. 그 후, 제출된 통관 관련 각종 서류를 바탕으로 통관업자가 신고 데이터를 작성하여 수입신고를 실시함

<수입 신고 시 필요한 주요 서류>

필요 서류	내용
인보이스(Invoice)	품명, 수량, 가격, 계약조건, 계약단가 등이 기재되어 있고, 선적된 화물의 명세를 나타냄과 동시에 대금결제, 수출입신고 등도 Commercial Invoice를 근거로 처리됨. 무역거래에서 가장 중요한 서류 중 하나.
선하증권 (B/L: Bill of Lading)	운송인이 발송인과 체결한 운송계약에 따라 화물을 받아 선적한 것을 증명하는 서류. 발송인의 청구에 따라 운송인이 발행.
포장명세서 (Packing List)	패키지별로 품명, 수량, 중량, Shipping Mark 등을 기재. 수량이 적을 경우에는 Invoice로 겸용해 작성하지 않을 수도 있음.
화물도착 안내서 (Arrival Notice)	화물운송을 맡은 선박회사 또는 그 대리점이 Notify Party(착하통지처) 앞으로 화물도착을 알리는 서류. 일반적으로는 운임청구서(Freight Bill)를 겸하는 경우가 많음.
운임청구서 (Freight Bill)	운임이 수입항 착불 조건으로 되어 있는 경우 등에 선박회사가 청구함. 수입항의 터미널 관련 제반 비용도 청구됨.
원산지 증명서 (Certificate of Origin)	물품의 원산국을 증명한 서류. 수입의 경우 통상적으로 특혜세율 적용을 받기 위해 필요한 증명서를 말하며, 원산국의 세관(나라에 따라서는 관공서 등 다른 기관인 경우도 있음)이 그 물품의 수출 때 발급함.
기타 법령의 허가서/증명서 등	식품등 수입신고완료증, 위생증명서, 식물검역 증명서 등

(2) 관세제도

- 상품을 수입할 경우 기본적으로 다음과 같은 세금이 부과됨
 - 관세 : 과세가격(CIF가격+가산요소(※))×관세율
 - 소비세 : (과세가격+관세)×소비세율
 - 가산요소: 수입항까지의 운송 관련 비용, 라이선스 요금, 무상제공의 부재비 등
- 관세율은 관세정률법에 따라 분류된 품목별로 지정되어 있음
- 품목분류와 원산국에 따라 기본세율, 잠정세율(국내외 경제상황에 맞추어 기본세율을 수정한 세율), 특혜세율(개발도상국에서 수입되는 상품에 적용되는 세율), 협정세율(WTO가 정한 세율), EPA세율(경제동반자협정 체결국 사이에서 정해진 세율) 등과 같은 세율이 적용됨

5. 한국산 진출현황

가. 수출현황

(1) 한국산 수출규모

- 한국에서는 일본으로 들기름이 수출되고 있으며, 일본에서 볶을 이룬 2015년에 672.6톤을 정점으로 감소하여 2017년에는 109톤

<들기름 일본 수출량>



※ HS-Cord : 1515901000

* 출처 : 한국농수산물유통공사 수출지원정보 (kati.net)

(2) 증감원인 분석

- 2015년을 정점으로 들기름 수출이 감소한 요인으로 한류 붐의 종식 영향이 큼.
- 일본의 들깨 시장도 2015년을 정점으로 축소로 돌아섰으며, 일본의 수요에 연동된 형태

나. 한국산 SWOT 분석

- 제일교포가 운영하는 대기업 한국식품업체에 들기름 판매상황 및 시황에 대한 견해를 인터뷰. 2015년의 봄 시기에 들기름 출하가 확대된 반면, 봄이 꺼지자 절정기가 지났다는 인식을 지닌 사업자가 있음
- 단, 일본에서는 다시 텔레비전 방영을 계기로 2018년에 시장이 호황을 나타내고 있으며, 오메가3지방산을 중심으로 하는 건강오일에 대한 관심의 고조로 시장이 회복/확대될 것이라고 보는 견해가 일본의 대기업 식물기름 제조업체에서 확인됨
- 한국식품 수입업체/소매업자로부터는 병 타입의 들기름이 감소하는 한편, 정량 소분 타입이 늘어나고 있고, 향후 판매량을 확대하겠다는 의견을 확인
- 일본산 들기름이 종자에서 직접 착유하는 제조법이 많은 반면, 한국산은 볶은 들깨 종자에서 착유하기 때문에 고소하다는 지적이 있음. 제조법의 차이를 소구하여 고소한 풍미를 선호하는 고객층을 포섭하는 것이 중요

<제일교포 한국식품 기업의 들기름 판매 상황 및 시황에 대한 견해>

- 3년 전에 일본에서 봄이 있었지만 현재는 봄이 가라앉음.
- 드럭스토어에 한때 출하했지만 현재는 슈퍼마켓 중 거래관계가 양호한 곳에 일부 출하. 텔레비전에서 관련 내용이 방송되면 주문 문의가 들어옴.
- 값이 비싼 관계로 널리 일반적으로 사용되지는 않음.
- 들기름은 1~2년 전에 봄이 일어나 단번에 널리 보급됨. 지금도 대형 소매점에 들어가 있지만 판매 실적은 보통 수준.
- 들기름은 맛에 특징(강하고 독특한 맛)이 있어 참기름과는 달리 판매방식이 어려움. 또한 가격이 비싼 것도 장벽임. 들기름의 절정기는 지났음.
- 들기름은 현재 거의 판매되지 않고 있음. 2년 전까지는 거래 문의가 있었지만, 가격 경쟁이 격화되면서 시장이 포화상태가 됨. 봄이 지났음. 들기름은 대형 공급업체가 존재하지 않고, 중소기업체가 중심임. 한국에서는 참기름이 주류.

<한국산 들기름의 SWOT분석>

강점	약점
·일본산과 제조법이 달라 풍미, 맛, 색감이 다름	·판매 가격 ·일본의 영업 체제
기회	위협
·일본의 건강오일 수요 확대 ·오메가3지방산에 대한 관심 증가	·일본의 식물성기름 제조업체가 들기름 제품 라인업을 확충

6. 수출확대를 위한 제언

가. 상품

- 일본에서는 건강에 좋은 기름을 적극적으로 섭취한다는 추세로 변하고 있으며, 인지도가 높아지고 있는 오메가3지방산을 비롯해 오메가7(팔미톨레산 등), 오메가9(올레인산 등)와 같은 건강성분을 풍부하게 함유한 식물성기름은 향후 시장확대가 기대됨
- 일본에서는 식용유와 관련하여 가볍고 폐기하기에 편리한 페트병 채용이 증가하는 한편, 고급스러움이 있는 병 타입이 지속적인 인기
- 건강오일은 샐러드나 스프 등의 요리에 곁들여서 먹는 제안이 활발함. 휴대성이 뛰어나 야외에서도 이용할 수 있는 정량 소분 타입을 확대 판매하겠다는 한국식품 취급사업자의 의견 있음
- 아마인유는 드레싱이나 마요네즈 등의 조미료와 배합하는 사례가 일부 보임. 소비자가 다양한 형태로 건강오일을 섭취할 수 있는 선택의 폭을 늘리기 위해 가공식품에 첨가/배합하는 등의 방법도 효과적(일본에서 수요가 증가하고 있는 간편식, 즉석식품 등에 배합/첨부 등)

나. 유통

- 식품의 주요 판매경로인 식품 슈퍼마켓에서는 건강오일 라인업을 강화
- 드럭스토어의 식품 취급 강화
- 점포 매장에서는 판매되지 않는 고부가가치/고급식품을 통신판매로 전개
- 일본에 영업기반이 있는 한국산 식품 수입원(대리점), 식품회사와 협력하여 일본 내에서의 영업활동을 강화

다. 마케팅

- 중장년층의 건강/미용 의식이 높아지고 있을 뿐만 아니라 젊은 여성들 사이에서도 미용을 중심으로 관심이 높은 들기름 정량 소분 타입이 20~30대 여성을 중심으로 인기가 많다는 의견이 있음(한국식품 취급사업자). 중장년층(건강/미용) 및 젊은 여성(미용)을 겨냥한 건강오일 프로모션이 효과적
- 폭넓은 층에서 의식적으로 샐러드를 식사에 도입하는 경향이 보이기 때문에 편의점이나 식품 슈퍼마켓의 샐러드 판매와 제휴하면 효과적임. 균형이 잘 잡힌 식생활이 어렵고 반찬 상품이나 도시락 이용이 많은 1인가구나 직장여성을 대상으로 한 프로모션(편의점이나 반찬가게에서 판매되는 도시락/반찬에 건강오일을 첨부, 식재료로 이용 등)이 효과적
- 한국산 건강오일을 일본인이 시식할 기회 만들기가 중요함. 일본의 외식사업자나 한국음식점과의 협동 프로모션(한국산 건강오일을 이용한 메뉴 개발/전개), 각종 이벤트 회장에

서의 시식/샘플링에 기대

라. 기타

- 제3차 한류 붐, 치즈닭갈비 붐의 정착 등 현재 일본은 한국의 문화를 알릴 수 있는 절호의 기회를 맞이하고 있음. 한국산 식품에 관해서도 식품 슈퍼마켓 등에서 개최되는 한국 페어의 시식/샘플링 활동 및 일본 사업자와의 제휴 등을 통해 한국식품업체나 취급사업자가 한국산 식품/메뉴의 수요 환기를 꾀할 수 있는 절호의 기회가 있음
- 한국산 건강오일 제조법의 뛰어난 점과 산지 특징을 소구하는 등 일본의 소비자, 특히 주요 타겟인 여성이 공감하는 제품의 배경에 있는 세계관을 호소하는 것도 효과적인 수단