

지구촌리포트(오사카지사)

주요 내용 및 시사점

- 제 목 : 일본 요구르트 시장 동향
- 주요내용

○ 요구르트 시장 건강과 기호성의 충족으로 신장 추세

- 최근 일본에서는 건강 붐으로 인해 ‘장(腸)활(活)’, ‘균(菌)활(活)’ 등의 조어가 보급되어 있어 식품업계에서도 이러한 조어를 활용한 홍보가 활발함.

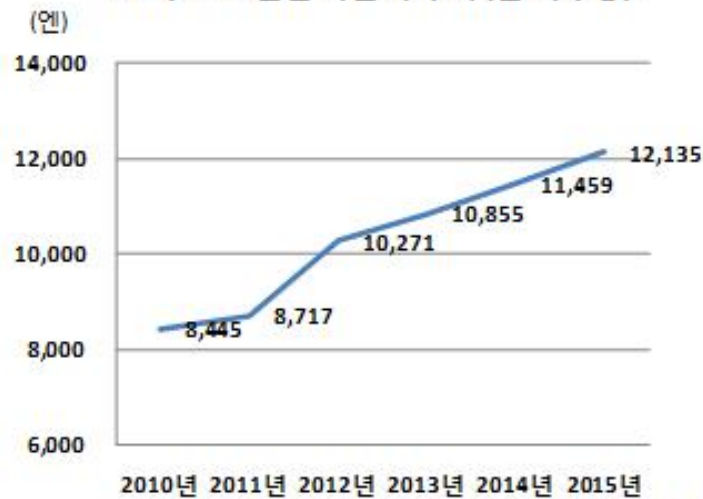
<참고> 조어 ‘○+활’의 보급은 취직활동의 준말 ‘취활’을 시작으로 하여 혼활(결혼활동), 조활(아침활동) 등 여러 가지 분야에서 만들어져 최근에는 건강을 위한 조어가 확산되어 있음.

예) ‘장(腸)활(活)’: 장내환경을 개선하기 위한 활동

‘균(菌)활(活)’: 몸의 좋은 균을 적극 섭취하는 활동

- 건강지향의 고조로 인해 기능성을 소구한 제품들이 호조추세를 보이고 있음.
- 또한 시리얼의 인기 상승으로 인해 함께 먹는 음식으로서 요구르트가 지지를 받아 수요가 높아지고 있음.

<요구르트 연간지출액 추이 (한 가구당)>



[출전: 일본 총무성]

○ 기능성 요구르트

- 2015년 4월 기능성표시식품제도의 시행으로 요구르트 시장에서는 “기능성”을 소구하는 움직임이 매우 활발함.

- 요구르트 제품 최초의 기능성표시식품으로서 등록된 (업계3위)유키지루시 메구밀크의 “메구미 가세리균 SP주 요구르트”는 계속 매출을 늘리고 있음. 이는 기능성표시식품으로서 “중성지방을 감소시키는”이라는 독자적이며 명확한 기능성을 패키지에 직접 표기한 것이 대폭 증가의 요인이 되었다고 봄.

- (업계1위)메이지의 프로비오시리즈는 통풍에의 주요인인 프린체의 흡수를 완화

하는 유산균등을 배합한 상품으로 여5년동안에 매출액이 3배로 증가하여 자사 상품인 우유전체의 매출액을 넘을 것으로 전망됨. 또한 2015년 2월에 “메이지 프로비오 요구르트 LG21“은 의사 1,000명의 90%의 권장 의향을 받은 “의사의 확인이 끝난 상품“로 인정되어 주목을 받고 있음.

		
<p>유키지루시 메구밀크 메구미 가세리균 SP주</p>	<p>메이지 프로바이오 LG21</p>	<p>「AskDoctors 의사의 확인이 끝난 상품」</p>

○ 향후 전망

- 각 유통매장에서는 요구르트의 매출이 지속적으로 대폭 추이하고 있으며 특히 기능성 요구르트가 호조추세를 보이고 있어 계속적으로 기능성 요구르트에 대한 판촉을 적극적으로 강화할 계획임.
- 요구르트뿐만 아니라 모든 품목에서 기능성표시식품제도는 큰 가치를 창조할 것으로 사료됨.

□ 시사점

- 일본 기능성표시식품제도를 바탕으로 기능성을 소구한 한국식품의 긍정적 이미지 향상을 위한 좋은 계기가 될 것임.