

3. 일본 채소시장 키워드 '기능성', '고당도'

도쿄지사

주요내용

▶ 일본 유통업계 종사자, 기능성·고당도 채소에 주목

- 일본농업신문이 슈퍼마켓, 생활협동조합, 도매법인 등 57개 업체를 대상으로 올해 수요가 많을 것으로 예상되는 채소품종, 브랜드를 자유롭게 기술하는 설문조사를 실시하였다.
- 그 결과 일본의 유통업계 종사자들이 일반 채소상품보다 기능성, 고당도의 품종과 브랜드에 주목하고 있는 것으로 나타났다.

▶ 리코펜 함유량과 당도가 높은 당근이 인기

- 당근은 리코펜 함유율이 높고 단맛이 강한 '쿄쿠레나이' 품종의 수요가 높을 것으로 예상했다. 일본의 한 도매상은 "쿄쿠레이나 당근은 색깔이 선명하고 크기도 적당하여 조리시 편리하다"고 말했다.

ㅣ쿄쿠레나이 당근ㅣ



▶ 고당도 토마토 꾸준히 인기

- 토마토는 고당도계 품종의 인기가 꾸준히 있다. 일본 유통업자들이 가장 많이 언급한 상품은 '아메라'로 당도가 높고 연중 생산이 가능하다는 점을 주요 장점으로 언급했으며, '아이코'는 크기가 작아 식용에 용이하여 간식으로서의 수요가 있을 것으로 기대했다.

ㅣ아메라 토마토ㅣ



ㅣ아이코 토마토ㅣ



▶ 산지공급자에게 가장 바라는 점은 안정적인 품질

- 일본 유통업자들이 산지공급자에게 가장 바라는 점으로 ‘품질의 안정’을 꼽았는데, 이는 작년 일본의 기후 불안정으로 균일한 품질의 상품을 확보하는데 어려움을 겪었기 때문으로 추정된다. 이외에도 산지로부터 ‘안정적인 물량공급’, ‘정보제공’, ‘안전성’이 확보되기를 바라는 것으로 조사되었다.
- 채소 판매의 중요한 조건으로는 첫 번째 가격(31%), 다음으로 신선도(30%), 맛(11%)을 꼽았다.

시사점

일본 유통업계 종사자 대상 설문조사 결과를 통해 현재 일본 식품시장의 트렌드는 역시 ‘기능성’임을 확인할 수 있다. 신선채소 수출 시 관련제품을 중심으로 추진하되, 안정적인 품질과 물량이 공급될 수 있도록 하여 일본 유통업자들의 신뢰를 얻는 것이 중요하다.

4. 일본 즉석면 시장에서도 기능성 열풍

오사카지사

주요내용

▶ 일본 즉석면 시장에서도 ‘기능성’ 열풍

- 일본 식품신문은 2016년 일본 즉석면 생산량이 전년대비 3.5% 증가하여 꾸준한 성장세를 보이고 있다고 밝혔다. 관련업계에서는 이러한 성장의 원인이 라면 제조사가 다양한 제품 출시와 마케팅을 통해 지속적으로 수요를 창출하고 있기 때문이라고 분석했다.
- 최근에는 일본 식품시장에서 ‘기능성’이 중요한 키워드로 떠오르고 있는데, 이러한 유행이 즉석면 시장으로도 이어져 기능성 성분이 함유된 다양한 라면이 출시되고 있다.

▶ 저염, 고혈압 효능, 유산균 라면 등 기능성 라면 줄줄이 출시

- 일본의 즉석면 제조사 Acecook은 올해 3월 즉석 컵라면 최초로 기능성 식품으로 인정받은 3가지 제품을 출시할 예정이다. Acecook은 저염상품을 개발하여 일본 국립순환기질병연구센터로부터 ‘카루시오(かるしお)’ 마크를 부여받은 데에 이어, 고혈압 환자에게 도움이 되는 감마 아미노낙산(GABA)을 배합한 컵라면을 개발했다.

| 카루시오(かるしお: 소금을 줄이다) 마크 |



- 묘효식품(주)는 200억개의 유산균을 배합한 라면 2종을 출시하고 젊은 여성을 타겟으로 장 건강 개선, 다이어트, 피부미용 효과를 강조한 마케팅을 펼치고 있다.
- 또다른 라면제조업체 동사는 기존의 즉석면 대비 당질을 50% 낮추고 양배추 5개에 상당하는 식이섬유를 포함한 200kcal 미만의 콘스프를 출시하여 건강하고 간편한 즉석식품을 즐기고자 하는 소비자를 공략하고 있다.

* 참조 : 일본식품신문(2017.02.06.)

시사점

일본 식품시장의 ‘건강 기능성’ 트렌드가 다양한 분야로 확대되고 있다. 일본 소비자들의 이러한 니즈를 충족시키기 위해서 한국의 기업들도 기능성이 강조된 상품개발과 마케팅 방안이 마련되어야 할 것이다.