

3. 일본 식용유 소비패턴 변화

도쿄지사

주요내용

▶ 식용유 소비형태가 다양해졌다! 뿌리고, 마시는 오일

- 일본에서 가정용 식용유는 주로 튀김용이나 볶음용으로 이용되어 왔으나, 최근 샐러드 위에 드레싱으로 뿌리거나 마시는 등 다양한 형태로 소비되고 있다.
- 열을 가하지 않고 그대로 먹는 오일에 대한 수요가 늘어나면서 건강기능성 아미노유나 들기름 등 건강보조식품 성격의 오일 시장이 정착되고 있다.
- 아미노유 최대 업체인 닛신오일그룹에 의하면 식용유 시장은 2015년부터 건강기능성 상품이 개발되면서 시장이 급격히 확대되어 코코넛, 들깨, 아미노유 등의 건강기능성 오일이 약 280억엔 규모에 이르렀다.
- 이는 가정용 식용유 시장의 약 20%를 차지할 정도의 규모이며, 약 345억엔 규모의 올리브오일 시장의 뒤를 잇고 있다.

▶ 건강기능성을 더한 다양한 상품도입

- 한국과 같이 나물류 등에 들기름을 넣어 먹는 습관이 없는 일본에서는 들기름 먹는 방법을 잘 몰라 들기름의 소비확대에 한계가 있었으나, 최근 다양한 제품이 등장하고 있다.
- 들기름이 일본에서 건강기능성 이미지가 강한 점에 착안하여 들기름을 매일 한포씩 먹도록 포장된 제품이 출시되는 등 일본 소비자 트렌드에 맞는 상품개발이 이루어지고 있다.
- 일본제분그룹에서 판매하는 샐러드용 소스 제품에도 오메가-3성분을 강조한 아미노유를 함유시킨 부가가치형 제품이 개발되어 인기를 끌고 있다.



■ 아미노유 함유 샐러드 소스 (일본제분)



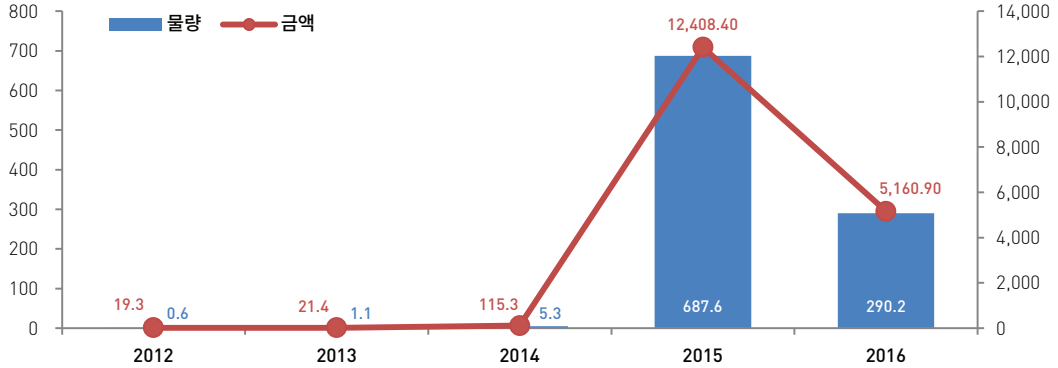
■ 한국산 들기름(5mL*7포)



■ 시판 유리병 들기름 제품

* 자료 : 후지경제(식품마케팅 편람2016), M&N코포레이션

I 2012~2016년 한국 들기름 대 일본 수출실적 I



(단위 : 톤, 천불)

연도	2012	2013	2014	2015	2016
물량	0.6	1.1	5.3	687.6	290.2
금액	19.3	21.4	115.3	12,408.4	5,160.9

* 자료 : 농수산식품수출지원정보(KATI)

시사점

- 2015년 일본에서 한국산 들기름의 수출이 호황을 이루었으나 그 뒤로 인기가 저하되면서 들기름의 판매가 하향세를 이루고 있다.
- 그러나 들기름은 풍부한 오메가-3 함유량과 항산화 작용력이 높은 것으로 알려져 있으며, 일본에서도 건강식품으로 인식되어 시장잠재력은 높다고 판단된다.
- 들기름을 비롯한 건강기능성 식품은 기능을 강조한 마케팅을 하는 것뿐만 아니라, 현지 소비자의 식문화 등을 고려하여 적합한 형태의 상품을 개발하고, 패키징하는 것이 필수적이다.

4. 일본, 프리미엄을 넘어 '슈퍼프리미엄 펫푸드' 등장

오사카지사

주요내용

▶ 일본 펫팸족, 아낌없이 주고파!

- 일본 ipet손해보험은 반려동물 인구 755명을 대상으로 실시한 「반려동물 관련 연간 지출에 대한 조사」 결과, 1세대 당 연간 펫푸드(Pet Food) 관련 지출항목의 평균값이 3만엔(약 30만 6천원)으로 나타났다.(최저 500엔(약 5,100원), 최고 90만엔(약 918만원))

▶ 2016년 1세대 당 연간 반려동물 관련 주요 지출항목 ▶

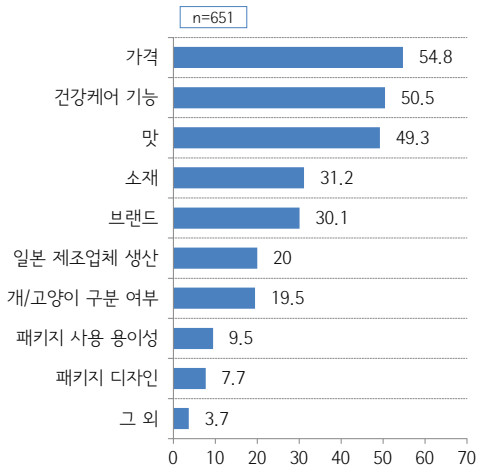
항목	평균	최저	최고
치료비	30,000엔	500엔	2,200,000엔
푸드·간식	30,000엔	500엔	900,000엔
펫과 이용하는 시설비	20,000엔	200엔	600,000엔

* 출처: 일본 ipet손해보험(주) 조사

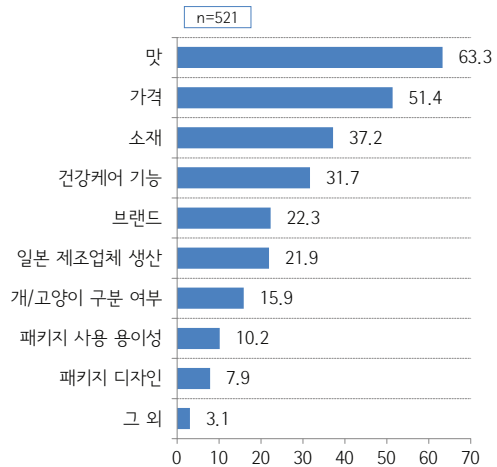
▶ 펫푸드 가격·건강케어·맛 중시, 국산 여부는 아직

- 일본 야노경제연구소가 2017년 반려동물 인구를 대상으로 「펫푸드 구매 시 고려사항」을 조사한 결과 일본 제조업체 생산여부를 중시하는 반려동물 인구는 약 20%로 나타났다.
- 펫푸드(주식)는 과반수 이상의 반려인구가 가격(54.8%), 건강케어기능(50.5%), 맛(49.3%)을 중시한다는 결과가 나타났다. 반려동물을 가족과 같이 생각하기 때문에 건강에 좋은 식품을 선호하는 것으로 분석된다. 간식은 맛(63%)을 가장 중시하며 다음으로 가격(51.4%)을 중시하는 것으로 조사되었다.

▶ 펫 푸드(주식)구입 시 고려사항 ▶



▶ 펫 푸드(간식) 구입 시 고려사항 ▶



* 출처: 일본 야노경제연구소 조사

▶ 프리미엄 펫푸드를 넘어 ‘슈퍼 프리미엄’ 펫푸드

- 현재 일본은 영양가와 안전성 등을 고려한 고부가가치·고가격의 프리미엄 펫푸드 시장이 확대되었다.
- 반려동물 사육의 질 향상과 동물 의료가 발달로 인하여 반려동물의 고령화가 진행되었고, 이에 고령 반려동물을 위한 푸드에 대한 니즈가 높아졌다. 또한 사람에게 발병하던 비만 등의 생활습관병이 반려동물에게도 발병하는 사례가 늘어나며 이에 대응한 펫푸드 수요가 발생하여 ‘슈퍼 프리미엄 펫푸드’가 등장하게 되었다.
- 슈퍼 프리미엄 펫푸드는 천연성분, 고단백, 오메가3, 오메가6 배합 등 최고급 원재료를 사용하며 엄격한 식품관리 기준을 통과한 공장에서 제조되는 제품으로 병에 걸리거나 병을 예방하려는 반려동물이 섭취 대상이다. 슈퍼 프리미엄 펫푸드 가격은 일반제품보다 약 2~4배가량 높은 수준으로 형성되어 있다.
- 슈퍼 프리미엄 펫푸드를 제조·판매하는 대표적인 일본 Hill’s는 미국 펫푸드 전문회사의 일본법인으로 高영양·기능성 제품에 특화하여 동물병원을 중심으로 유통하고 있다.
- 또 다른 유력기업으로 스웨덴에 본사를 둔 husse Japan은 FEDIAF(유럽반려동물산업연방), IFS(국제식품표준)의 엄격한 외부 기준을 합격한 점을 어필하고 있다. 또한 전문 어드바이저가 반려동물의 영양상태, 발육상황을 체크하여 적절한 펫푸드를 제안하는 독자적인 시스템을 운영하고 있다.

! 슈퍼 프리미엄 펫푸드 제품 !



일본 Hill's
소화/체중/당뇨병 관리, 약 2,000엔/1kg



Prime KS
수제공정/야채 다량 함유/다이어트용, 3,456엔/460g



*사진출처 : 일본 Hill's 홈페이지, Prime KS 인터넷판매 홈페이지

* 참고자료 : 일본 ipet손해보험(주) 「펫 연간지출에 관한 조사」, 야노경제연구소 「펫비즈니스 관련 조사 결과」, 일본 Hill's 홈페이지, husse Japan 홈페이지, Prime KS 인터넷판매 홈페이지

시사점

- 한국에서도 반려동물을 기르는 인구가 늘어나면서 펫푸드 시장이 블루오션으로 떠오르고 있다. 국내 여러 기업도 차별화된 원료로 프리미엄화를 추구하며 펫푸드 출시가 한창이다.
- 일본 반려동물 인구의 펫푸드에 대하여 일본 제조업체가 생산한 제품을 고집하는 정도가 상대적으로 낮고, 건강기능과 맛을 중시하는 점을 고려할때 국내기업의 일본 펫푸드 시장진출 가능성은 높다고 생각된다.