

일본 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망

2022.11

[목 차]

I. 일본 식품시장 규모	<u>1</u>
1. 품목별 시장규모	<u>1</u>
2. 오프라인·온라인 시장규모	<u>2</u>
II. 우리나라 농림수산물식품 수출현황	<u>3</u>
1. 부문별 수출현황	<u>3</u>
2. 품목별 수출현황	<u>4</u>
III. 정책·규제 현황	<u>6</u>
IV. 2022년 일본 식품시장 이슈	<u>8</u>
1. 가정간편식	<u>8</u>
2. 기능성 음료	<u>9</u>
V. 2023년 일본 식품시장 전망	<u>11</u>
1. 건강·기능성 식품의 고도화	<u>11</u>
2. 윤리적 소비	<u>13</u>
VI. 요약	<u>14</u>
1. 시장규모 및 수출현황	<u>14</u>
2. 규제·정책 현황	<u>15</u>
3. 2023년 이슈 및 2023년 트렌드 전망	<u>16</u>

일본 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망

1. 2022년 일본 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 1.4% 감소한 6,193억 8,000만 달러(한화 약 822조 5,985억 7,800만 원)로 추정

- 품목별 시장 점유율은 스낵류(40.8%), 채소류(11.8%), 편의식품(10.7%), 육류(8.6%) 순

* 온라인 식품시장의 비중은 10.0%, 오프라인 식품시장은 90.0%를 차지

2. 2021년 한국산 농림수산물 수출액은 전년 대비 3.1% 증가한 20억 5,669만 3,000달러(한화 약 2조 7,306억 원)로 집계

- 주요 수출 식품은 조제품 기타(5.4%), 파프리카(4.1%), 김치(4.0%), 조미 김(3.7%) 순

* 조제품 기타의 수출액은 전년 대비 9.6% 증가한 1억 735만 6,000달러(한화 약 1,426억 3,318만 원 수준)

* 파프리카의 수출액은 전년 대비 5.1% 증가한 8,179만 5,000달러(한화 약 1,086억 7,283만 원) 수준

* 김치의 수출액은 전년 대비 12.7% 증가한 8,012만 4,000달러(한화 약 1,065억 1,684만 원) 수준

3. 2022년 발표·개정된 일본의 식품 규제·정책은 주로 식품의 식품별 규격 보완과 식품 안전성을 높이는 방향으로 규정·개정해옴

4. 2022년 일본 식품시장 이슈 및 2023년 전망

① 2022년 이슈	- 코로나19의 확산으로 가정에서도 외식의 맛을 느낄 수 있는 고품질의 가정간편식이 인기를 끌
	- 식초의 건강·미용적 효능에 대한 인식이 제고되며 음용 식초 시장이 조리용 식초 시장의 규모를 능가함
② 2023년 전망	- 건강한 음료에 대한 관심이 증가하며 저당·무당 음료 시장이 성장할 것으로 전망
	- 음주를 지양하는 문화가 확산함에 따라, 저알코올·무알코올 주류 시장이 성장할 것으로 전망
	- 윤리적인 소비에 대한 인식이 제고되며 식물성 대체식품·업사이클링 식품이 부상할 것으로 전망

I. 일본 식품시장 규모

1. 품목별 시장규모

- 2022년 일본의 농림축산식품 시장규모는 6,193억 8,000만 달러(한화 약 822조 5,985억 7,800만 원)¹⁾로, 전년 대비 1.4% 감소 예상
 - 동년 품목별 시장 점유율은 스낵류(40.8%), 채소류(11.8%), 편의식품(10.7%), 육류(8.6%) 순
 - 점유율 1·2·3위를 차지한 스낵·채소·편의식품 시장은 전체 농식품 시장의 63.3%를 차지하는 것으로 나타남
 - 전체 시장에서 점유율 1위를 차지한 스낵류 시장규모는 2,525억 달러(한화 약 335조 2,695억 원)로, 전년 대비 0.6%, 2020년 기준 향후 5년간 연평균 1.9%로 성장할 전망
 - 동년 기준 채소류 시장은 전년 대비 0.5% 성장한 731억 3,000만 달러(한화 약 97조 947억 원) 규모로, 전체 농림축산식품 시장에서 점유율 2위를 차지
 - 2024년 일본의 농림축산식품 시장은 2020년 이후 향후 5년간 연평균 1.7% 증가한 6,539억 9,000만 달러(한화 약 868조 4,987억 2,000만 원) 규모로 성장할 것으로 추정

<표1-1> 일본 농림축산식품 시장규모(2020~2024)

(단위: 백만 달러, %)

구분		2020	2021	2022 ^f	2023 ^f	2024 ^f	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (20/24)
전체(합계)		610,820	627,900	619,380	630,110	653,990	100.0	△1.4	1.7
1	스낵류	244,100	251,000	252,500	254,000	263,700	40.8	0.6	1.9
2	채소류	70,760	72,770	73,130	73,550	76,260	11.8	0.5	1.9
3	편의식품	64,070	66,070	66,470	66,920	69,430	10.7	0.6	2.0
4	육류	53,100	54,790	53,000	54,930	57,540	8.6	△3.3	2.0
5	베이커리 및 시리얼류	51,900	53,050	45,710	51,160	53,230	7.4	△13.8	0.6
6	영유아용 식품	41,590	42,610	42,360	42,160	43,260	6.8	△0.6	1.0
7	낙농품	29,810	30,820	31,230	31,680	33,130	5.0	1.3	2.7
8	과일 및 견과류	27,300	28,030	27,980	28,030	28,860	4.5	△0.2	1.4
9	소스 및 향신료	20,820	21,320	21,440	21,570	22,360	3.5	0.6	1.8
10	스프레드 및 당류	3,860	3,820	2,820	3,050	3,020	0.5	△26.2	△6.0
11	유지류	3,510	3,620	2,740	3,060	3,200	0.4	△24.3	△2.3

*출처: STATISTA 자료 바탕으로 재가공(수산물, 동물사료 제외), 2022년 7월 업데이트 자료

1) 2022년 11월 24일자 환율 적용, (1USD = 1329.40KRW)

2. 오프라인 · 온라인 시장규모

- 2022년 기준 전체 농림축산 식품시장의 10.0%를 차지하는 온라인 농림축산 식품시장의 규모는 전년 대비 7.7% 성장한 618억 7,000만 달러(한화 약 82조 2,499억 7,800만 원)로 예상
- 일본 온라인 농림축산 식품시장의 규모는 2020년 이후 5년간 연평균 23.7% 증가한 933억 5,000만 달러(한화 약 124조 3,653억 7,000만 원)로 성장할 전망
- 오프라인 농림축산 식품시장의 비중은 90.0%로, 전체 식품시장의 대부분을 차지하고 있으나, 2020년 이후 5년간 연평균 0.5% 감소하는 추세

〈표 1 -2〉 일본 오프라인 · 온라인 농림축산식품시장 규모(2020~2024)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2020	2021	2022 ^f	2023 ^f	2024 ^f	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (20/24)
전체 시장	610,820	627,900	619,380	630,110	653,990	100.0	△1.4	1.7
오프라인 시장	570,940	570,430	557,510	552,220	560,640	90.0	△2.3	△0.5
온라인 시장	39,880	57,470	61,870	77,890	93,350	10.0	7.7	23.7
배달 식품	20,590	27,520	29,840	35,600	41,440	4.8	8.4	19.1
전자상거래	19,290	29,950	32,030	42,290	51,910	5.2	6.9	28.1

*주: 오프라인 시장규모는 전체 시장규모에서 배달 식품시장과 전자상거래 시장의 규모를 제하여 산출함

*출처: STATISTA 자료 바탕으로 재가공, (온라인 시장: 2022년 11월 업데이트)

II. 우리나라 농림수산물 수출현황

1. 부문별 수출현황

□ 2021년 기준 한국의 對일본 농림수산물 수출액은 전년 대비 3.1% 증가한 20억 5,669만 3,000달러(한화 약 2조 7,306억 원)로 집계

- 2021년 對일본 농림수산물 부문별 수출 비중은 농산물(65.0%), 수산물(30.9%), 축산물(2.2%), 임산물(1.9%) 순
 - 수출액 비중 1위를 차지한 농산물의 수출액은 동년 기준 13억 3,719만 9,000달러(한화 약 1조 7,762억 143만 1,700원)로, 전년 대비 6.6% 증가함
 - 동년 수출액 비중 2위를 차지한 수산물 수출액은 6억 3,459만 6,000달러(한화 약 8,429억 3,386만 6,800원)로, 전년 대비 3.7% 감소함

〈표 II -1〉 한국산 농림수산식품의 일본 수출 규모(2017~2021)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (17/21)
전체	2,085,245	2,084,105	2,158,304	1,995,051	2,056,693	100.0	3.1	△0.3
농산물	1,218,672	1,234,109	1,331,653	1,254,577	1,337,199	65.0	6.6	2.3
수산물	771,570	760,266	731,422	658,663	634,596	30.9	△3.7	△4.8
축산물	35,117	33,948	30,933	34,843	45,904	2.2	31.7	6.9
임산물	59,888	55,782	64,297	46,968	38,993	1.9	△17.0	△10.2

*출처: KATI 농식품수출정보 (검색일: 2022년 11월 23일)

2. 품목별 수출현황

- 2021년 對일본 한국산 주요 수출 농림수산물식품은 조제품 기타(5.4%), 파프리카(4.1%), 김치(4.0%), 김(3.7%) 순으로 집계
 - 동년 전체 품목 중 점유율 1위를 차지한 조제품 기타의 수출액은 전년 대비 9.6% 증가한 1억 735만 6,000달러(한화 약 1,426억 3,318만 1,600원) 수준
 - 2022년 10월 기준 집계된 수출액은 7,352만 4,000달러(한화 약 976억 8,398만 6,400원)로, 전년도 수출량에 미치지 못하는 추세
 - 동년 수출액 2위 품목인 파프리카 수출액은 8,179만 5,000달러(한화 약 1,086억 7,283만 7,000원)로, 전년 대비 5.1% 감소한 수준
 - 이는 일부 농가의 재배작물 전환, 대한민국의 주요 파프리카 산지인 강원도에서 노동 인력 부족 문제가 발생하였고, 동년 겨울 발생한 폭설로 인한 피해 복구가 지연돼 생산량이 감소한 것에 영향을 받음
 - 또한, 지난 7~8월 강원·호남지역에서 고온이 유지되며 기형과 착과불량, 배꼽썩음병 등이 발생함에 따라 생산량이 감소하였음
 - 2022년 10월 기준 파프리카 수출액은 전년 동월 대비 8.3% 감소한 6,254만 5,000달러(한화 약 830억 9,728만 7,000원)로, 2021년도 수출량에 미치지 못하는 수준
 - 이는 일본의 지속적인 엔저 정책으로 한국산 파프리카의 가격 경쟁력이 약화됨에 따라 수출액이 감소한 것으로 추정됨
 - 수출액 상위 4·8위 품목인 김 및 건조한 김의 수출액은 7,450만 8,000달러(한화 약 989억 6,152만 원), 3,961만 5,000달러(한화 약 526억 원)로, 전년 대비 각각 4.6%, 27.6% 감소함
 - 동년 기준 수출액 상위 7위 품목인 양조식초 수출액은 전년 대비 41.9%, 최근 4년간 연평균 87.0% 증가한 5,475만 3,000달러(한화 약 727억 4,483만 5,800원) 수준

- 이는 2022년 일본의 젊은 여성 소비자 사이에서 건강·미용상의 목적으로 식초를 음용하는 트렌드로 인해 식초 수요가 급증한 것이 수출액 증가를 견인한 것으로 추정
- 각종 일본 매체에서 식초를 식후 혈당 상승을 억제할 수 있고, 체지방 및 내장 지방 감소에 좋은 식품으로 소개하며 건강·미용을 위해 찾는 소비자들이 증가함

〈표 II -2〉 대한민국 對일본 농림수산물식품 수출 규모(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022 ⁽¹⁰⁾	비중 (2021)	전년비 (20/21)	연평균 (18/21)
전체		2,084,105	2,158,304	1,995,051	2,056,693	1,830,718	100.0	3.1	△0.4
1	조제품 기타	108,664	94,909	97,918	107,356	73,524	5.4	9.6	△0.4
2	파프리카	91,821	91,244	86,211	81,795	62,545	4.1	△5.1	△3.8
3	김치(냉동하지 않은 것)	56,104	55,184	71,099	80,124	51,497	4.0	12.7	12.6
4	김*	N/A	21,060	78,073	74,508	64,142	3.7	△4.6	88.1
5	라면	31,676	33,745	54,545	65,277	50,473	3.3	19.7	27.3
6	설탕과자류	69,031	69,852	67,146	62,669	61,390	3.1	△6.7	△3.2
7	양조식초	8,378	26,794	38,592	54,753	54,187	2.7	41.9	87.0
8	건조한 김	55,671	59,006	54,697	39,615	38,691	2.0	△27.6	△10.7
9	소주	49,095	44,557	40,643	35,848	27,848	1.8	△11.8	△10.0
10	코코아가루, 설탕, 감미료 첨가	29,564	30,429	32,196	30,982	31,277	1.6	△3.8	1.6

*주1: 주요 수출 농림수산물식품 중 비식품 제외, HS코드(10자리 기준) 2106.90-9099, 0709.60-1000, 2005.99-1000, 2008.99-5010, 1902.30-1010, 1704.90-9000, 2209.00-1000, 1212.21-1010, 2208.90-4000, 1806.10-0000

*주2: 김의 경우 연평균 성장률을 2019~2021년 기준으로 집계

*출처: KATI 농식품수출정보 (검색일: 2022년 11월 23일)

III. 정책 · 규제 현황

- 2022년 4월, 식품표시에서 인공, 합성의 용어 사용이 전격 금지됨
 - 2020년, 일본 소비자청은 인공 · 합성이라는 용어를 식품 표시기준에서 사용을 금지하는 개정을 시행함
 - 2022년 3월 31일에 제조된 식품까지는 인공 · 합성의 용어 사용이 허용되었고, 그 이후에 제조된 식품에는 인공, 합성 용어의 사용을 일괄 금지함
 - 인공감미료 · 합성 착색료 등의 용어 사용이 금지됨에 따라 제품에 기재된 인공 · 합성 용어의 삭제, 수정이 요구됨
- 2022년 10월, 일본 농림수산성은 채식주의자와 비건 대상 가공식품의 생산 및 표기 기준인 ‘채식주의자 및 비건에 적합한 가공식품’을 시행을 발표함
 - 2022년 9월, 베지테리언과 비건 대상 가공식품의 생산 및 표기 기준을 제정 · 발표함
 - 채식주의자와 비건의 유형을 4가지로 분류 · 정의하고 유형별로 적합한 가공식품의 생산 · 관리 · 표시 기준을 규정
 - 농림규격에서 정의한 채식주의자와 비건의 유형은 ▲달걀 · 유제품을 섭취, ▲달걀을 섭취, ▲유제품을 섭취, ▲비건 소비자로 분류됨
 - 채식주의자 및 비건에 적합한 가공식품은 모든 동물실험의 시행을 금지하며, 유형별로 별도 규정된 사용 가능한 원료를 제외하고 동물 유래의 1차 · 2차 원료의 사용을 금지함

□ 2022년 10월, 유기가공식품의 생산, 라벨링 기준을 규정한
‘유기가공식품의 일본 농업 기준’ 이 시행됨

- 2022년 9월, 일본 농림수산성이 ‘유기가공식품의 일본 농업 기준’ 을 발표함
- 유기가공식품의 정의 및 분류, 생산 관리 요건, 표시 요건, 허용되는 식품첨가물 목록 등의 내용이 포함됨
- 유기가공식품의 생산 관리 요건에 따르면, 제품 중 식품 첨가물, 가공보조제 등을 포함한 비유기원료의 함량이 5%를 초과하지 말아야 함
- 또한, 제조공정에서 방사선 조사 및 DNA 재조합 기술에 의하여 생산되지 않은 소금, 물, 유기농산물, 유기가공식품, 유기축산물, 수산물만을 원료로 사용할 수 있음
- 유기가공식품의 라벨링 기준에 따르면, 사용된 원재료가 유기농 제품일 경우 원료 라벨에 유기농, 유기와 같은 문구를 표시해야 함

□ 2022년 10월, 일본 후생노동성은 식품첨가물 및 농약 성분의
규격 기준 개정사항의 종합 공고를 발표함

- 페로시안화칼륨, L-주석산 등의 식품첨가물 규격 기준이 개정되었으며, 아피드필로펜 등의 농약 성분 잔류기준치 규격이 변경됨
- 일부 식품의 개정된 잔류기준치는 고시일인 2022년 10월 26일로부터 1년이 경과한 2023년 10월 26일에 시행됨
 - 아피도필로펜, 시안트라닐리프로르, 시푸르트린, 테트라닐리프로울, 피콕시스트 로빈, 풀페녹스론의 잔류기준치의 경우 고시일로부터 1년이 경과한 뒤에 시행될 예정

IV. 2022년 일본 식품시장 이슈

1. 가정간편식

□ 코로나19의 확산으로 가정에서도 외식의 맛을 느낄 수 있는 가정간편식에 일본 소비자가 주목함

- 일본 식품 매체에 따르면, 2022년 일본의 가정간편식 시장은 10조 엔(한화 약 96조 9,630억 원)에 달함
- 또한, 사회적 거리두기가 완화되며 외식의 비중이 늘어남에 따라 내식 비율이 줄어들며 슈퍼마켓을 찾는 고객 수가 감소하였음에도 불구하고, 가정간편식 매출액은 지속적으로 증가했다고 밝힘
- 또한, 2022년 4월 이후, 사회적 거리두기가 완화되고 외식 시장이 회복하며, 외식대비 저렴하지만 레스토랑 급의 맛을 느낄 수 있는 고품질의 가정간편식이 일본 소비자의 인기를 끌

〈그림 IV-1〉 일본에서 판매되는 가정간편식 제품

사진	 	
상품명	牛すじカレー 北海道 (홋카이도산 소고기를 사용한 카레)	レトルト 惣菜 おかず(인스턴트 만찬)
가격	20,000엔(10개입) (한화 약 19만 3,926원) ²⁾	5,580엔(14개입) (한화 약 5만 4,105원)

*출처: rakuten.co.jp

2. 기능성 음료

□ 건강·미용상의 효과를 기대하고 섭취하는 기능성 음료 시장이 성장함에 따라, 식초를 음용하는 것이 일본 소비자 사이에서 트렌드로 부상함

- 일본 현지 매체에서 식초를 음용의 장점을 소개하며, 식초를 희석해 섭취하는 일본 소비자가 증가함
 - 식초가 혈액을 맑게 해 주고, 혈압을 낮추며 피로회복에 도움이 되고 다이어트에도 이롭다는 내용의 각종 보도를 일본 소비자가 접하며, 식초의 효능에 대한 인식이 제고됨에 따라 식초 음용에 관심을 가짐
- 2022년 4월 발표된 일본 매체의 보도에 따르면, 가정용 식초 시장에서 음용이 조리용을 역전했다고 밝힘
 - 주요 구매 요인으로는 소화·대사촉진·지방감소 등 건강·미용 효과를 기대하고 구매하는 소비자와 과일 식초가 달고 마시기에 쉽다는 것을 꼽음
- 일본 소비자는 과일 맛 음용 식초에 물을 희석해 섭취하며, 석류·블루베리 등의 다양한 맛의 종류와 식초를 섭취해 기대할 수 있는 건강·미용상의 효과에 대해 만족하는 경향을 보임

<그림 IV -2> 일본에서 판매되는 음용 식초 제품

사진		
상품명	紅酢 飲むお酢(홍초 마시는 식초)	フルーツビネガ(과일 식초)
가격	4,290엔 (한화 약 4만 7,705원)	4,496엔 (한화 약 4만 3,594원)

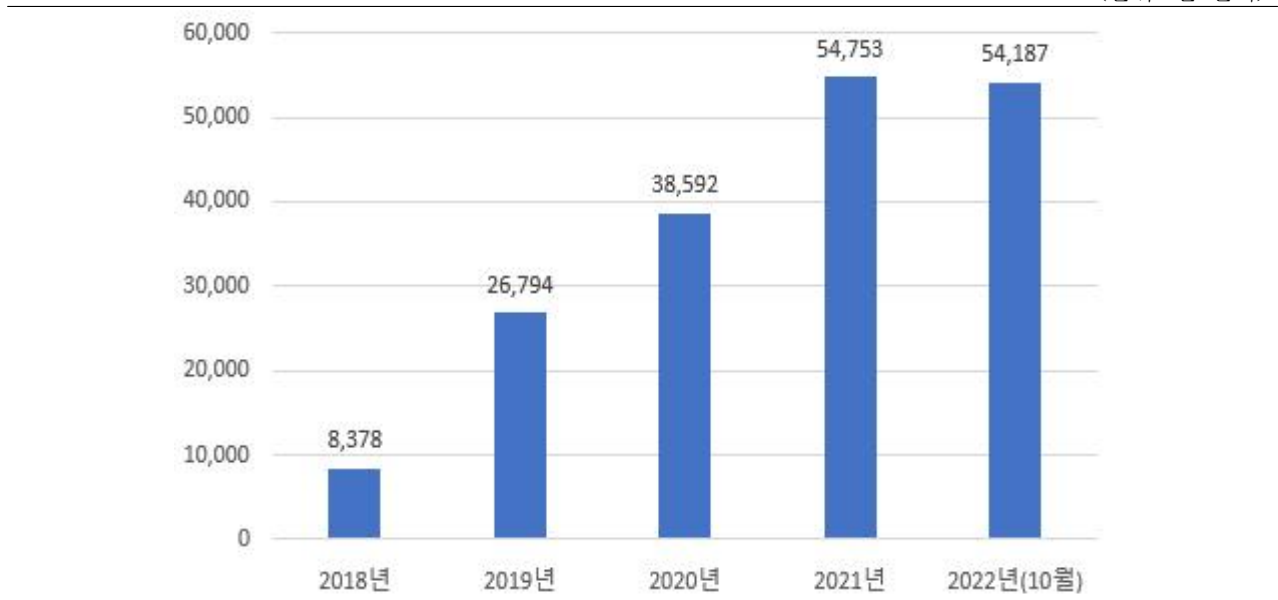
*출처: rakuten.co.jp

2) 2022.11.24.일자 환율 적용 (100JPY = 969.63KRW)

- 2022년 10월 기준 한국산 식초의 對일본 수출액은 5,418만 7,000달러(한화 약 720억 3,619만 원)로, 2021년의 양조식초 수출액과 비슷하거나 소폭 증가할 것으로 보임

〈그래프Ⅳ-1〉 對일본 한국산 양조식초 수출액(2018~2022¹⁰⁾

(단위: 천 달러)



*출처: KATI 농식품수출정보 (검색일: 2022년 11월 23, HS Code:2209.00-1000 기준)

V. 2023년 일본 식품시장 전망

1. 건강·기능성 식품의 고도화

가. 건강한 음료 시장 확대

□ 저당·저염 식품에 대한 일본 소비자의 관심이 무당·저당 음료로 확대

- 2022년 건강식품에 대한 일본 소비자의 관심은 저당·저염 식품으로 확대됨
 - 일본 현지 매체가 소금·설탕이 건강에 미치는 영향에 대해 집중 조명하며 저당·저염 식품의 건강상의 이점에 대한 일본 소비자의 인식이 높아짐
- 저당·저염 식품이 체중 감량에도 적합한 점을 적극적으로 홍보해 미용에 관심이 있는 여성 소비자에게도 큰 호응을 이끌어냄
- 이러한 기조가 2023년에도 유지·세분화해 저당·무당 음료 시장이 더욱 성장할 것으로 전망
 - 일본의 전체 탄산음료 시장에서 무설탕 음료의 비중은 1988년 8%에서 2022년 11월 기준 49%까지 성장

나. 저알코올·무알코올 주류

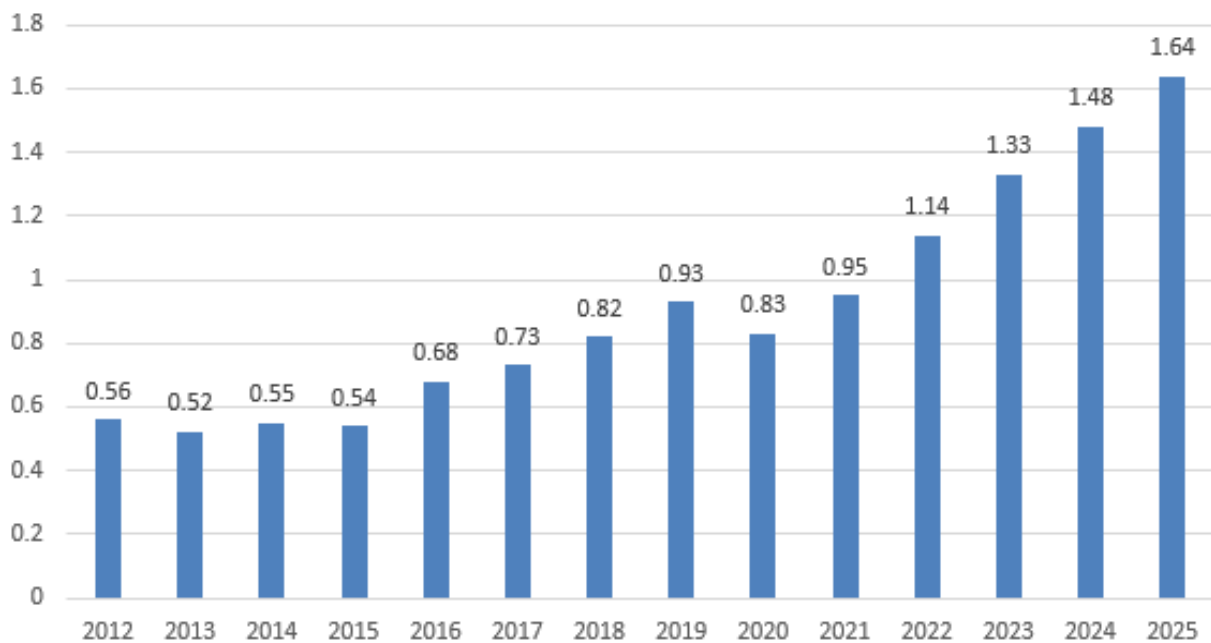
□ 음주를 지양하는 문화가 확산함에 따라 저알코올·무알코올 음료가 인기를 끌며 2023년 트렌드로 부상할 것으로 전망

- 일본의 주류회사인 아사히 맥주에 따르면, 음주를 자제하는 문화가 확대되며, 일본의 20대~80대 인구 약 8,000만 명의 절반에 해당하는 4,000만 명이 일상적으로 술을 마시지 않고, 음주를 지양함

- 음주 지양 문화는 건강을 지향하는 소비자가 점점 증가하고, 맛 기호가 변화하고 회식 문화가 축소되고 있는 것에 영향을 받은 것으로 추정
 - 후생노동성의 국민건강영양조사 따르면, 이러한 요인들로 인해 일본 20대 소비자의 약 50%는 음주를 하지 않으며, 약 25%는 거의 마시지 않는다고 응답함
- 음주 지양 문화가 확산함에 따라, 일본에서는 무알코올 음료만을 판매하는 매장이 운영되기도 함
- 2022년 기준 일본의 무알코올 맥주 시장은 11억 4,000만 달러(한화 약 1조 5,155억 1,600만 원)로, 2023년에는 전년 대비 16.6% 증가한 13억 4,000만 달러(한화 약 1조 7,813억 9,600만 원)로 증가할 전망

〈그래프 V -1〉 일본의 무알콜 맥주 매출액(2014~2025)

(단위: 10억 달러)



*출처: Statista

2. 윤리적인 소비

- 식품의 품질·가격을 의식하여 구매하기보다는 윤리적인 소비를 하고자 하는 경향이 확대
 - 윤리적인 소비란, 윤리적·도덕적으로 올바른 방법으로 제조된 제품을 선택함으로써 탄소 배출·공정 무역 문제 등의 사회적 과제 해결에 기여하고자 하는 소비습관
 - 식품을 구매할 때 환경과 사회에 미치는 영향을 고려해 구매를 결정하는 소비자가 증가함
- 윤리적 소비의 일환으로 식물성 대체식품·업사이클링 식품이 부상할 것으로 예상
 - 업사이클링 식품이란 검증 가능한 공급망을 통해 조달한 폐기될 식품을 재료로 제조한 환경에 긍정적인 영향을 미치는 식품
 - 일본의 식품기업은 브로콜리 줄기 칩, 빵 폐기물을 이용한 맥주 제품과 같은 업사이클링 식품을 출시하고 있음
 - 또한, 육류·유제품을 제조할 때 소모되는 자원 대비 경제적으로 제조할 수 있어 친환경적인 식품이라는 인식을 보유한 식물성 대체식품의 유형이 다양해질 것으로 예상
 - 식물성 육류·유제품 외에도, 식물기반 수산물과 달걀 제품이 일본 시장에서 부상할 것으로 추정

VI. 요약

1. 시장규모 및 수출현황

- 일본의 농림축산식품시장은 2020년 이후 5년간 연평균 1.7%로 성장하는 추세
 - 2022년 일본의 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 1.4% 감소한 6,193억 8,000만 달러(한화 약 822조 5,985억 7,800만 원)
 - 2022년 온라인 농림축산식품 시장규모는 전년 대비 7.7% 성장한 618억 7,000만 달러(한화 약 82조 2,499억 7,800만 원) 규모로, 전체 농림축산식품 시장의 10.0%를 차지
 - 오프라인 농림축산식품 시장의 경우 전년 대비 2.3% 감소한 5,575억 1,000만 달러(한화 약 741조 1,537억 9,400만 원)로, 전체 농림축산식품 시장의 90.0%를 차지
- 2021년 한국의 對일본 농림수산물 수출액은 전년 대비 3.1% 증가한 20억 5,669만 3,000달러(한화 약 2조 7,306억 원)로 집계
 - 2021년 對일본 주요 한국산 수출 농림수산식품은 조제품 기타(5.4%), 파프리카(4.1%), 김치(4.0%), 조미 김(3.7%) 순으로 집계

2. 규제 · 정책 현황

□ 2022년 일본은 채식에 대한 식품 규격과 식품 안전성을 높이는 방향으로 규제 · 정책을 규정 · 개정해 옴

○ 다음의 표는 2022년 발표 · 시행된 일본의 주요 식품 정책 및 규제 현황임

〈표 VI-1〉 일본 식품 관련 주요 규제 · 정책 현황

구분	날짜	내용
1	2022.01.27	‘주세법 및 주류 행정 관계 법령 등의 해석 통달’ 을 개정, 주류의 원료로 취급하지 않는 물품에 대한 일부 내용을 수정
2	2022.01.27	음료류의 식품첨가제 기준 개정
3	2022.01.31	인공 및 합성 등의 단어 사용이 불가능한 식품표시기준의 일부 변경
4	2022.01.31	가공식품의 원료원산지 표시제도 완전 실시
5	2022.02.10	식품위생법에 따른 식품, 식품첨가물 등에 대한 기준 및 규격 개정
6	2022.03.14	자연 꿀 · 식용 채소 및 뿌리 · 덩이줄기 · 과일 등에 7종류 화학물질의 MRL 설정
7	2022.05.23	식품첨가물로 L-타트레이트 칼슘 승인 및 기준, 규격 설정
8	2022.06.08	유기농 가공식품에 관한 일본 농림규격 개정
9	2022.07.27	일반 식품에 대한 Clethodim 외 23종에 대한 최대잔류허용량 기준 채택
10	2022.09.01	일반 식품에 대한 Broflanilide 외 5종에 대한 최대잔류기준 설정 통보문 채택
11	2022.09.07	일반 식품에 대한 Acynonapryr 외 6종의 살충제에 대한 최대잔류허용량 제안
12	2022.09.27	2025년 10월 1일부터 유기농 알코올 음료의 라벨 표시 요건 시행 발표
13	2022.10.01	유기가공식품의 생산 및 라벨링 기준 공고 시행
14	2022.10.06	베지테리언과 비건 대상 가공식품의 생산 및 표기 기준 시행
15	2022.11.09	식품첨가물 및 농약 성분의 규격 기준 개정사항 종합 공고

*출처: WTO SPS · TBT 사이트(eping.wto.org)

3. 2022년 이슈 및 2023년 트렌드 전망

□ 2022년 일본의 식품시장 이슈 키워드는 가정간편식·기능성 음료

- 일본의 가정간편식 시장은 사회적 거리두기 정책의 영향으로 꾸준히 성장했으며, 외식 산업이 회복하기 시작한 후에도 매출액이 증가함
- 사회적 거리두기가 완화된 이후에도 일본 소비자는 외식 대비 저렴하지만 외식과 같은 맛을 느낄 수 있는 고품질의 가정간편식을 선호하는 경향을 보임
- 식초 응용에 따른 건강·미용상의 이점이 일본 매체를 통해 소개되며, 식초 섭취의 장점에 대한 일본 소비자의 인식이 제고됨에 따라, 식초를 섭취하는 일본 소비자가 증가함
- 일본으로 수출되는 한국산 양조식초 수출액은 2018년 이후 4년간 연평균 87.0% 성장했으며, 2022년 10월 기준 수출액이 2021년의 누계 수출액의 98.9%에 달하며, 2022년에도 수출액이 전년과 비슷하거나 소폭 증가할 것으로 전망됨

□ 2023년 일본 식품시장은 ①건강·기능성 식품의 고도화 ②윤리적인 소비로 요약할 수 있음

- 저염·저당 식품의 건강상의 이점에 대한 일본 소비자의 인식이 제고됨에 따라, 저당·무당 음료 등 건강한 음료 시장의 확대가 전망
- 음주를 지양하는 문화가 확산함에 따라, 무알코올·저알코올 음료가 인기를 끌 것을 예상
- 윤리적·도덕적으로 올바른 방법으로 제조된 식품을 선택하는 경향이 확대되며, 식물성 대체식품·업사이클링 식품이 부상할 것으로 전망

※ 참고문헌 및 참고사이트

1	스태티스타(statista.com)
2	KATI 농식품 수출정보(kati.com)
3	WTO SPS · TBT 사이트(eping.wto.org)
4	消費者に共感され求められるブランドのための「エシカル消費」(소비자가 공감하고 원하는 브랜드를 위한 ; ‘윤리적 소비’),(S · cubism, 2021.09.02.)
5	농업관측센터, 「농업관측 2021년 9월호」
6	농업관측센터, 「딸기 · 파프리카 수급 동향 및 전망」
7	[지금 일본은] 코로나로 새롭게 일어난 식초 식품 트렌드, (식품외식경영, 2022.04.18.)
8	미초에 빠진 日…“곧 품질된다, 보이면 사라 “, (한경, 2021.10.26.)
9	日, 식품첨가물 ‘인공’ ‘합성’ 표기 없애기로, (FoodIcon, 2020.08.18.)
10	Japan food labelling revision: ‘Artificial’ and ‘synthetic’ terms banned for food additives (Food navigator. 2020.08.12.)
11	「ベジタリアン又はヴィーガンに適した加工食品」の日本農林規格が制定されました(「채식 또는 비건에 적합한 가공식품」의 일본 농림 규격이 제정), (label-bank, 2022.10.12.)
12	일본 법령 번역조회 홈페이지(japaneselawtranslation.go.jp)
13	일본 후생노동성 홈페이지(mhlw.go.jp)
14	低アル・ノンアルが世界のトレンドに！なぜ人気なの？押さえておきたい関連ワードも解説(저알코올, 무알코올이 세계적으로 트렌드! 인기의 이유와 관련 키워드 해설), (canaeru, 2022.06.20.)
15	あえて飲まない「ソーバーキュリアス」って何？ノンアル時代突入の狼煙が上がっている件について(굳이 마시지 않는 ‘소버큐리어스’ 란? 무알코올 시대가 도입하는 것에 대해서) (canaeru, 2021.07.30.)
16	From Plant Based Kalbi To Tofu Cheese: A Deep Dive On Japan’ s Booming Alt Protein Sec (green queen, 2022.08.26.)
17	Egg But “Not Egg“? The Egg Substitutes Trend in Japan!(Food diversity, 2022.01.05.)
18	成長する中食惣菜市場 環境変化に柔軟対応 第7波で変わる各市場の行方(성장하는 가정간편식 시장은 환경 변화에 유연하게 대응함, 제7차 유행으로 변화하는 각 시장의 향방), (食品新聞, 2022.12.07.)
19	일본 유통채널 사이트 Rakuten(rakuten.co.jp)