

음용이 조리용을 역전한 일본 식초시장

일본 식초시장 현황

식초는 주요 기초 조미료로서 일반 가정, 음식점과 각종 가공식품에 사용된다. 시장 구성비는 일반 가정용이 약 30%, 초밥집이나 반찬 등 전문 조리용이 30%, 마요네즈나 케첩 소스 등의 가공용이 40%이다. 전국 식초협회중앙회 조사 결과에 따르면, 2020년 생산량 합계는 전년대비 6% 감소한 40만 6400k로 비록 감소하였지만 40만대는 유지하고 있다.

식초의 업종별 생산량

(단위: k, %)

연도	양조 식초			계	합성 식초	합계
	곡물 식초	과실초	기타 양조식초			
2015	167,800	25,300	220,600	413,700	1200	414,900
	40.4	6.1	53.2	99.7	0.3	100.0
2016	171,300	25,800	237,500	434,600	1000	435,600
	39.3	5.9	54.5	99.8	0.2	100.0
2017	163,900	26,100	237,300	427,300	900	428,200
	38.3	6.1	55.4	99.8	0.2	100.0
2018	163,600	28,100	237,500	429,200	900	430,100
	38.0	6.5	55.2	99.8	0.2	100.0
2019	165,800	25,900	239,500	431,200	600	431,800
	38.4	6.00	55.5	99.9	0.1	100.0
2020	147,800	25,600	232,600	406,000	400	406,400
	36.4	6.3	57.2	99.9	0.1	100.0

자료 전국식초협회중앙회

가정용 식초시장에서는 마시는 식초의 시장규모가 `20년부터 조리용 289억 엔을 넘어서 294억 엔을 차지하면서 시장의 변화를 이끌고 있다. 일본에서 마시는 식초는 2010년 과실초가 인기를 끌기 시작했고 2017년에는 한국상품인 '미초(美酢)'와 Mizkan(일본 대표 식초회사)의 '프루티스(フルーティス)'가 출시되면서 시장 정착에 공헌했다.

특히 과실초는 달고 마시기 쉽다는 점에서 인기를 모으며 2017년부터 급격하게 소비가 늘어나 2021년 상반기에는 음료 255억 엔, 음용 생식초 57억 엔으로 합계 312억 엔까지 시장규모가 성장하였다. 조리용으로 주로 쓰이는 곡물식초는 2019년 대비 2020년에는 11% 감소한 14만 7800k까지 떨어졌다. 특히 곡물식초는 스시용으로 많이 사용되는데, 코로나19로 인한 외식 수요가 감소됨에 따라 타격이 컸던 것으로 보인다. `20년 대비 `21년 POS 데이터를 보면, 식초음료가 금액, 수량 모두 증가세를 보이고 있다.



식초 POS 데이터 2020년과 2021년 비교

(단위 : 엔, POS 통과개수, %)

	카테고리	2020년	2021년	증감률
금액	곡물식초	595,024,134	569,712,250	95.75
	가공식초	990,312,467	907,412,726	91.63
	흑초	179,227,793	158,041,142	88.18
	조미료식초	1,500,889,427	1,422,591,796	94.78
	식초음료	1,055,997,353	1,088,800,195	103.11
수량	곡물식초	3,054,529	2,931,131	95.96
	가공식초	3,555,392	3,260,525	91.71
	흑초	264,241	234,598	88.78
	조미료식초	5,988,192	5,589,515	93.34
	식초음료	4,221,928	4,244,153	100.53
평균가격	곡물식초	194.8	194.37	99.78
	가공식초	278.54	278.3	99.91
	흑초	678.27	673.67	99.32
	조미료식초	250.64	254.51	101.54
	식초음료	250.12	256.54	102.57

자료 KSP-POS

K-기능성 표시 식품

지난 3월 9일부터 12일까지 일본 도쿄 마쿠하리 멧세에서 열린 '2021 동경식품박람회(Foodex Japan)'에서 aT는 K-기능성 표시 식품 홍보관을 운영하였다. 홍보관에서는 『건강을 더욱 안전하게 전달하는 K-기능성식품(健康をもっと安全に届けるK-機能性食品)』이란 슬로건을 내걸고 기능성 표시 식품으로 등록된 한국산 음용식초, 생들기름, 깻잎 등을 홍보하였다.

홍보관에서는 식후 혈중 중성지방의 상승 완화 및 내장지방 감소 기능으로 기능이 등록된 한국산 마시는 식초의 시음행사를 진행하였는데 현장에서는 '미용효과가 기대된다', '달고 마시기 쉽다', '입안이 산뜻해진 것 같다' 등 호평이 이어졌다. 바이어들은 주류 원료나 업무용 등으로 거래 상담을 희망하는 경우가 많았다. 또한 음용식초를 활용한 곤약젤리의 경우, '한 끼 식사 대용'이나 '미용효과'를 기대하는 이들의 거래알선 문의가 많았다.



- 1 K-기능성표시식품 홍보관
 - 2 바이어 대상 음용식초 시음행사
- 자료 aT도쿄지사

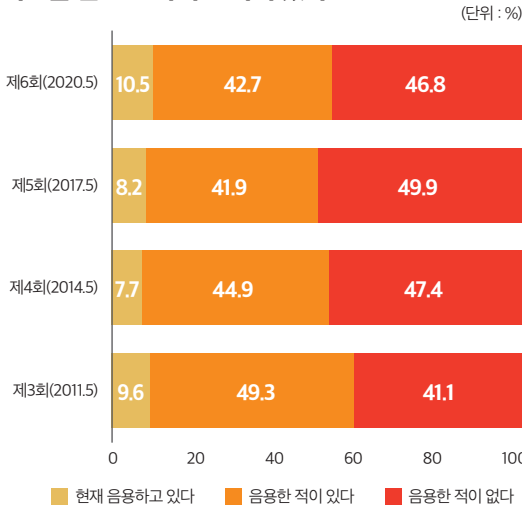
식초에 관한 설문조사

마이보이스콤 주식회사(マイボイスコム株式会社 : 온라인 설문조사 전문회사)가 2020년까지 총 6회에 걸쳐 실시한 설문조사 결과를 살펴보면 다음과 같다.

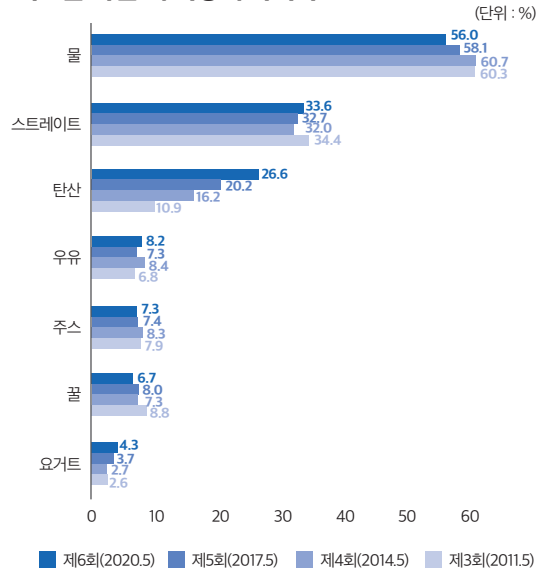
- 식초 응용 경험자는 50% 이상이며 현재 응용하고 있는 사람은 10% 였다. 응용방법은 '탄산수에 희석'이 27% 정도로 직전 조사에 비해 가장 큰 폭으로 상승하였다.

- 식초 응용 경험자가 식초에 기대하는 효과로는 '피로회복'이 40.5%로 가장 높았고 '건강유지', '혈액개선'이 그 뒤를 이었다. '다이어트', '혈압 저하', '열사병 방지'에 대한 기대도 있었다.
- 식초 선택에서 중시하는 점은 '맛'이 67.5%였으며, '마시기 쉬움', '가격'이 각 40%, '원재료', '효과/효능', '성분/첨가물'이 각 20% 정도였으며, '향후 식초를 응용하고 싶다'는 응답은 33% 정도로 나타났다.

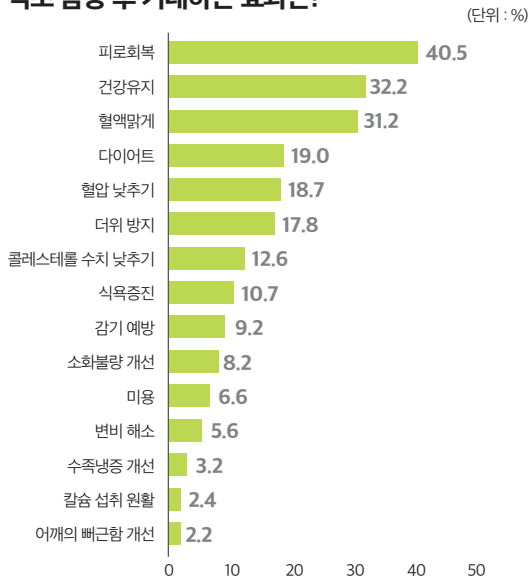
식초를 음료로 마셔 본적이 있나요?



식초를 마실 때 어떻게 마시나요?



식초 응용 후 기대하는 효과는?



설문조사 응답자 중 소비자 반응

- 식초를 계속 응용하고 싶다: 이유**
 - 식초를 마시기 시작하면서 혈당치가 낮아졌다.(여성)
 - 마시기 쉬워서 습관화하고 싶다.(남성)
 - 산미가 있는 음료는 많지 않고 건강에도 좋다고 들어서.(남성)
- 식초를 응용하고 싶지 않다: 이유**
 - 이에 안 좋다고 들어서 마시기 싫다.(여성)
 - 마시기 쉽게 만들기 위해 설탕이 많이 들어 있을 것 같아서.(남성)
 - 좋아하는 맛이 없다.(남성) ...etc

인기 식초상품



회사명 CJ japan
제품명 미초 시리즈(美酢)
특징 즉석, 간편성으로 음식식초 연간 매출 100억 엔을 넘음. 소화나 신진대사, 지방감소 등의 미용효과를 기대할 수 있음을 강조하여 미용에 있어 일본에서 좋은 이미지로 정착 후 인기를 모음. 아직까지 일본시장의 식초 인지도가 낮기 때문에 일본의 인기 연예인을 고용한 광고방송으로 인지도 향상을 도모.



회사명 타마노이초(タマノイ酢 - 조미료 전문회사)
제품명 (좌) 흑초&소이프로틴 KURO (우) 수다이즈(스다이즈)
특징 (좌)는 단맛이 강한 복숭아밀크로 부드러운 맛의 흑초 음료. 미용과 건강을 의식하는 사람을 대상으로 콩 단백질도 들어감. (우)는 약40년 전에 유행한 건강식재료인 식초콩으로 만들. [125ml]



회사명 마루칸초(マルカン酢 - 식초 전문회사)
제품명 마시는 흑초 시리즈 (왼쪽부터) 매실-紀州南高梅, 후지사과-ふじりんご, 와일드 블루베리-ワイルドブルーベリー
특징 일본산 현미를 100% 사용한 쌀 흑초이며, 원료로 고급과일을 사용. 여성을 타겟으로 한 심플한 디자인과 부드러운 맛 추구. 인공감미료 사용하지 않았으며, 내장지방감소와 혈압 저하 효과를 강조.

작성자 | 도쿄지사 권정은

Key Point

일본에서 식초는 주로 조미료 용도로 사용되었으나 코로나19 장기화로 건강기능식품에 대한 소비자 관심과 여성 소비자의 미용에 대한 수요가 높아지면서 음식식초 소비량이 급격하게 증가하고 있는 모습이다. 일본이 중국·이탈리아와 인지도 있는 식초 생산국에도 불구하고 한국 음식식초는 다양한 맛의 라인업으로 차별화된 제품 개발과 홍보·마케팅으로 일본 음식식초시장을 이끌고 있다. 현재 일본 제품들은 공이나 단백질과 섞은 음료를 출시하는 등 제품의 경쟁력을 높이고 있다. 한국 업체들도 식초음료에만 국한되지 않고 곤약젤리나 탄산음료 등 새로운 상품을 출시하여 소비자의 관심을 끌고 있다. 식초의 활용범위는 무궁무진하므로, 새로운 맛과 새로운 형태에 건강기능성을 강화한 신상품을 개발한다면 시장에서 크게 주목받을 수 있을 것이다. 앞으로도 한국산 음식식초가 안전 및 기능성의 긍정적 이미지로 일본 식초시장을 견인해 나가길 기대해 본다.