

기능성 농산물의 수요동향

~ 일반소매 대상 조사 ~

오사카지사 자체기획단신 24호(2016.9.27)

기능성 농산물의 정의

기능성 농산물이란, 본래 포함되어 있지 않거나 함유량이 낮은 성분을 품종 개발이나 재배·생산방법의 개량을 통해 함유량을 높인 농산물, 혹은 특정 성분의 함유량이 낮은 농산물을 말함. 또한 농산물(신선) 뿐만 아니라 착즙주스 등의 저차가공품을 포함하기도 한다.

기능성 농산물에 대한 인지 및 취급상황

일본 정보조사 기관인 야노경제연구소의 조사에 의하면, 식품유통·판매업체의 기능성 농산물 및 지역 전통태소의 인지 여부는 ‘모두 알고 있다’가 96.7%로 매우 높았음.

기능성 농산물의 취급상황에 대해서는 ‘취급한 적이 없다’가 55.2%, ‘항상 취급 중’은 31.0%, ‘계절에 따라 취급하는 경우가 있다’가 26.7%, ‘취급한 적이 없다’가 13.3%였음.

업무용의 급식업계¹⁾와는 달리 소매업계에서는 기능성 농산물이 널리 인지되고 있으며 취급시기가 한정되는 경우까지 포함하면 절반 가까이의 업체가 취급 중이라는 사실을 알 수 있음.

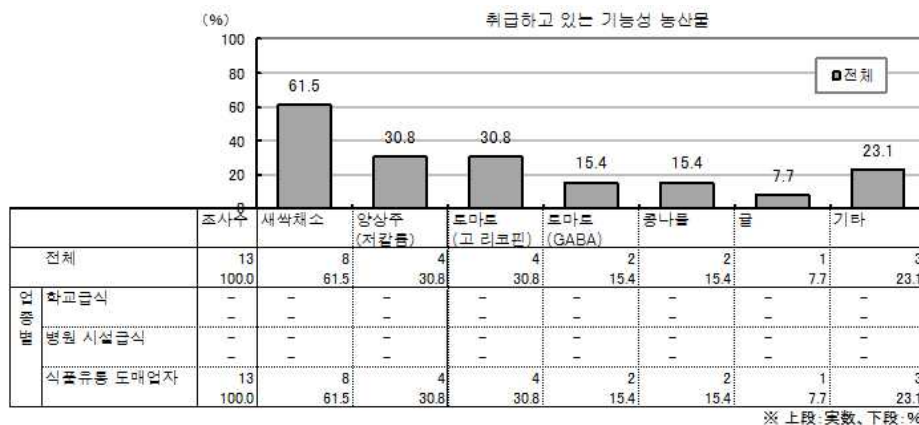
1) 오사카지사 자체기획단신 23호(2016.9.27.) 참조

사용하고 있는 전통채소의 종류와 사용 이유

식품유통·판매업체가 취급하고 있는 기능성 농산물의 종류에 대해서는 ‘새싹채소’, ‘토마토(고리코핀, GABA)’, ‘양상추(저칼륨)’의 순으로 답변이 많았음. 또한 최근 기능성표시식품으로 등록되어 판매되어 화제가 된 콩나물과 굴에 대한 답변도 있어 실제 취급경험이 있다는 것을 알 수 있음.

새싹채소에서는 ‘브로콜리 새싹’, ‘머스타드 새싹’이 많이 알려져 있으며, 토마토는 ‘고 리코핀 토마토’나 ‘GABA 함유 토마토’ 등이 개발되어 일반적인 마트에서도 쉽게 찾아볼 수 있음.

기능성 농산물을 취급하는 이유에 대해서는 ‘수요가 있다’, ‘고객의 요청’, ‘주목 받고 있음, 화제성이 있음’이라는 의견이 많았으며, 소비자의 건강에 대한 의식 고조와 함께 농산물의 기능성에 착목하고 있다는 것을 알 수 있음.



기능성 농산물 취급에 있어서의 과제

식품유통·판매업체가 기능성 농산물을 취급하는데 있어 과제로 삼고 있는 점은 역시 ‘높은 가격’, ‘좋은 점(기능성)을 전달하기 어려움’이 가장 많았음. 이어서 ‘정말 효과가 있는지 알기 어려움’, ‘상품 구성수가 적음’, ‘충분한 설명이나 어필이 되고 있지 않음’이 있었으며, 고가·고부가가치 상품임에도 불

구하고 상품PR이 불충분하여 중요한 기능이나 효과가 소비자에게 충분히 전달되지 않고 있다고 지적하는 업체가 많았음. 또한 매장 내에 “기능성 코너”를 만들기에는 그 종류가 많지 않고 매체에서 언급하는 순간 공급량이 부족해지는 문제도 지적되었음.

시사점

식품유통·판매업체의 기능성 농산물의 향후 사용 의향에 대한 조사결과에서는 '증가'할 것이라는 응답이 46.7%, '취급계획 없음'이 23.3%로 감소를 전망하는 업체는 없었으며, 소매업계에서의 기능성 농산물의 취급량은 앞으로도 증가할 것으로 전망됨. 향후 시장 확대를 위해서는 기능성에 관한 과학적 근거를 명확하게 하고 기능성표시 등으로 PR에 힘을 쏟을 필요가 있음. 또한 타 식재료와의 상성이나 효과적인 조리방법을 알 수 있는 조리법 등을 제안하는 것도 중요함. 소비자에게 인지되고 양산화가 가능하다면 남은 과제는 '저가격화'와 '안정 공급'임.

(참조 : 야노경제연구소)