

일본 건강기능성식품 소비자동향 조사

오사카지사 자체기획단신 25호(2016.10.28)

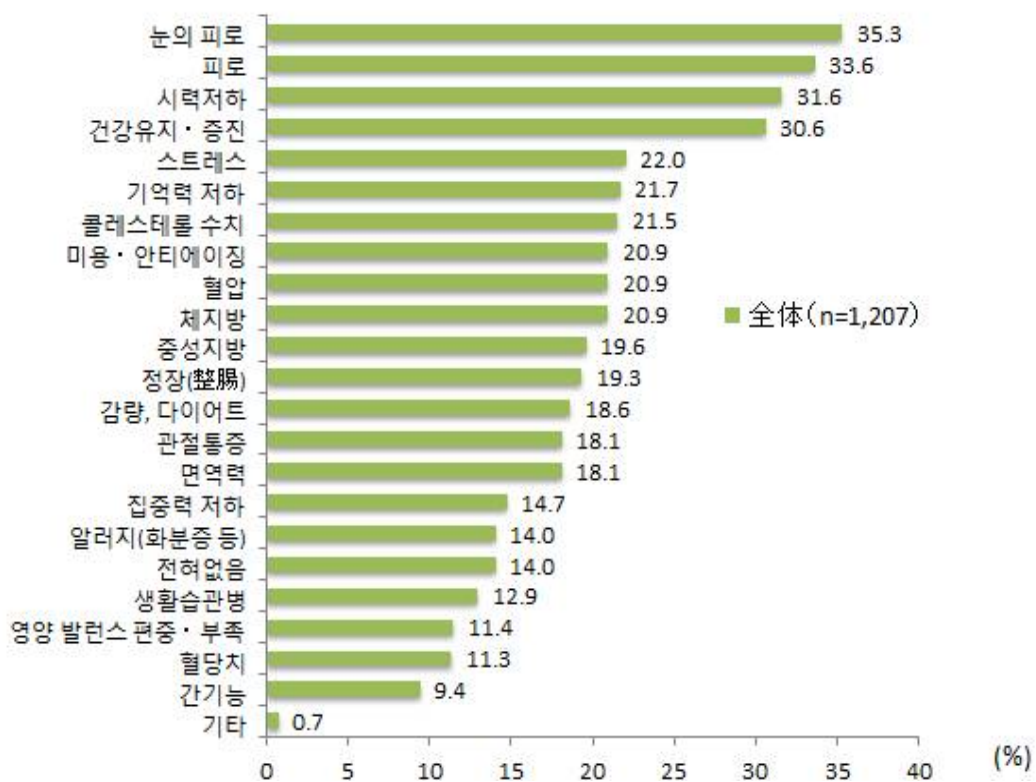
조사 개요

- 본 조사는 일본 소비자 대상으로 건강기능성식품에 대한 동향 설문조사를 바탕으로 분석한 자료임. 조사 대상자는 남녀 1,207명으로 남성이 50.1%인 605명, 여성이 49.9%인 602명으로 구성되어 있으며, 연령대는 30대에서 70대로 각 연령대별 20% 전후의 고른 분포를 보여주고 있음. 조사항목은 아래와 같음
 - 질문 1 : 신체상태의 염려되는 부분과 개선하고 싶은 증상
 - 질문 2 : 건강유지·증진이나 미용을 위해 행하고 있는 것
 - 질문 3 : 특정보건용 식품 구입경험, 구입상황
 - 질문 4 : 구입한 적이 있는 특정보건용식품의 종류
 - 질문 5 : 기능성표시식품 제도의 인지도 및 구입경험
 - 질문 6 : 기능성식품을 섭취 시 기대되는 기능으로서 관심사항
 - 질문 7 : 기능성표시식품 구입의향
 - 질문 8 : 건강식품 섭취상황
 - 질문 9 : 건강식품 섭취하는 목적

질문 1. 신체상태의 염려되는 부분과 개선하고 싶은 증상

- ‘눈의 피로’(35.3%), ‘피로’(33.6%), ‘시력저하’(31.6%), ‘건강유지·증진’(30.6%)에 대한 응답이 30%를 넘는 등 높은 관심을 보이고 있음

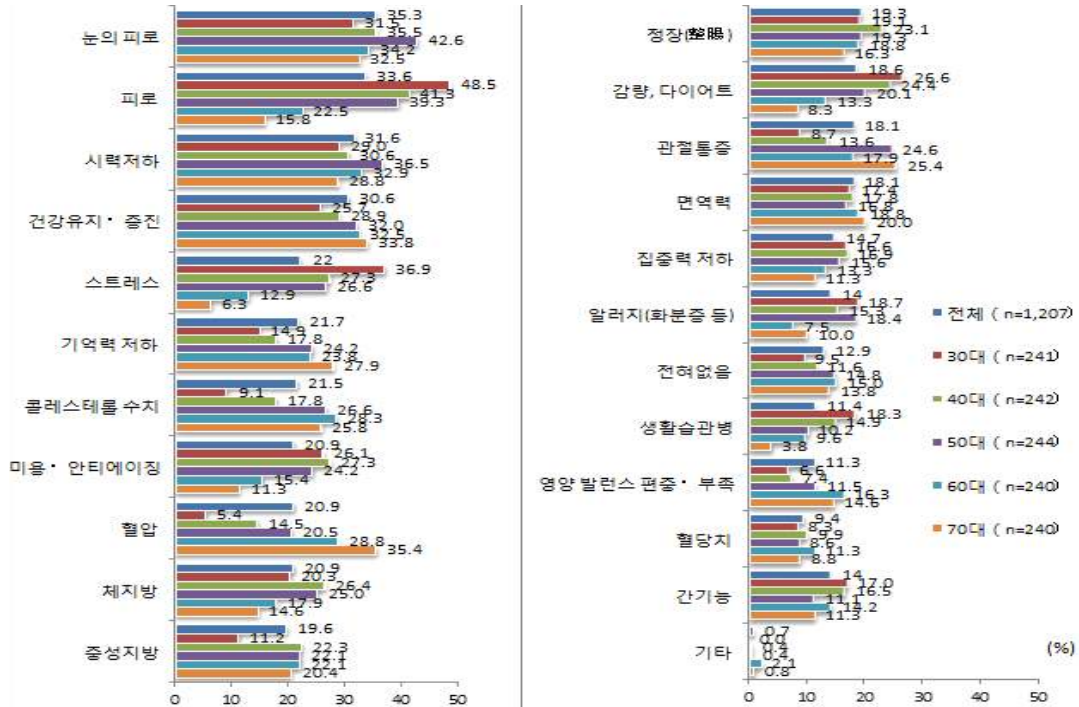
<신체상태의 염려되는 부분과 개선하고 싶은 증상(전체)>



- 여성이 ‘미용·안티에이징’, ‘다이어트’ 등에, 남성은 ‘혈압’, ‘중성지방’, ‘생활습관병’, ‘혈당치’, ‘간기능’ 등의 항목에 관심을 보임

- 연령대별로는 ‘피로’, ‘스트레스’, ‘감량·다이어트’ 등은 젊은 층일수록, ‘혈압’, ‘기억력 저하’ 등은 높은 연령층일수록 관심을 보임

<신체상태의 염려되는 부분과 개선하고 싶은 증상(연령대별)>



질문 2. 건강유지증진이나 미용을 위해 행하고 있는 것

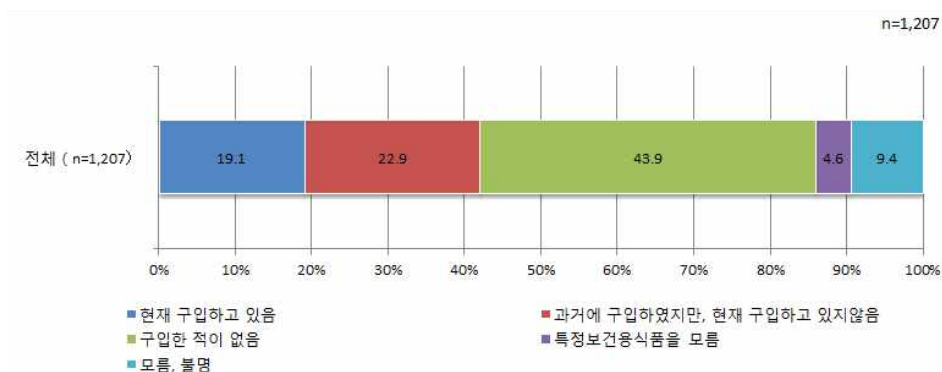
- 전체적으로 ‘보통의 식사에 있어서 영양밸런스’(48.1%)에 대한 응답률이 가장 높았고, 그 다음이 ‘워킹’(32.8%)를 실시를 꼽았음. ‘건강식품의 섭취’는 전체 16.7%의 비율을 보이고 있음
- 여성은 ‘보통의 식사에 있어서 영양밸런스’(54.8%), ‘화장품이나 스킨케어상품 이용’(25.1%), ‘건강·미용에 좋은 식품·음료 섭취’(15.0%) 등에, 남성은 ‘조깅·런닝’(14.4%), ‘워킹’(36.2%), ‘자전거·사이클링’(11.4%) 등에 대한 응답률이 높았음

- 연령별로는 연령대가 높을수록 구체적인 대책을 취하는 경향이 강하지만, 젊은 층일수록 ‘특별히 없음’의 비율이 높음. ‘보통의 식사에 있어서 영양밸런스’, ‘워킹’, ‘건강식품의 섭취’ 등에 있어서 각 연령대별 높은 비율을 보임

질문 3. 특정보건용식품 구입경험, 구입상황

- 전체 ‘구입한 적이 없다’가 43.9%로 가장 많았고, ‘현재 구입하고 있음’이 19.1%를 보이고 있음

<특정보건용식품 구입경험 및 구입상황(전체)>



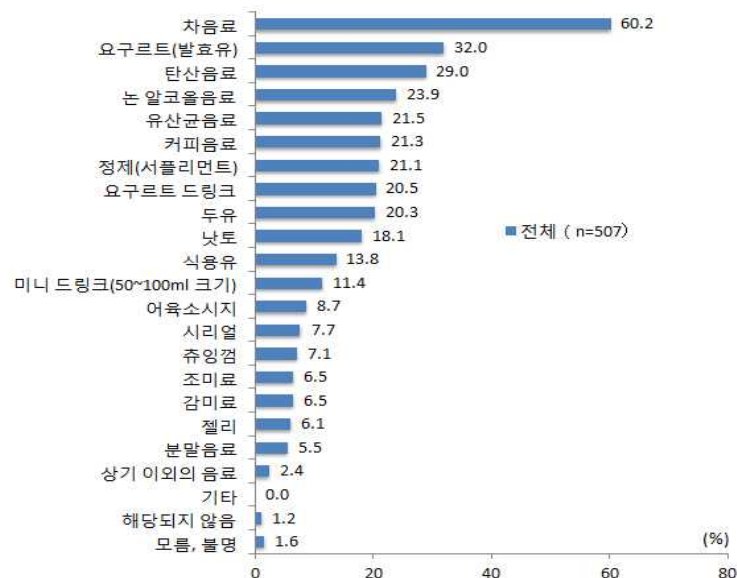
- 남녀 간의 큰 차이는 나타나지 않지만, 여성이 ‘현재 구입하고 있음’ 및 ‘과거에 구입한 적이 있지만, 현재는 구입하고 있지 않음’에의 응답률이 남성보다 근소하게 높게 나타남
- 연령별로는 ‘현재구입하고 있음’이 유일하게 60대에서 20%가 넘는 23.8%를 보이고 있음. 한편, ‘현재구입하고 있음’에서 가장 낮은 연령은 70대(15.8%)로 ‘구입한 적이 없음’에 있어서도 각 연령대와 비교하여 가장 높은 47.1%를 보여 다른 세대와 비교하여 70대는 특정보건용식품의 구입경험이 가장 적은 경향을 보이고 있음

질문 4. 구입한 적이 있는 특정보건용식품의 종류

※ <질문 3. 특정보건용 식품 구입상황>에서 ‘현재 구입하고 있음’ 또는 ‘과거에 구입한 적이 있지만, 현재는 구입하고 있지 않음’라고 회답한 응답자(n=507)를 대상으로 함

- 전체 ‘차음료’가 60.2%로 가장 높은 응답률을 보였고, 다음으로 ‘요구르트 음료’(32.0%), ‘탄산음료’(29.0%)가 30%대를 보임

<구입한 적이 있는 특정보건용식품의 종류(전체)>

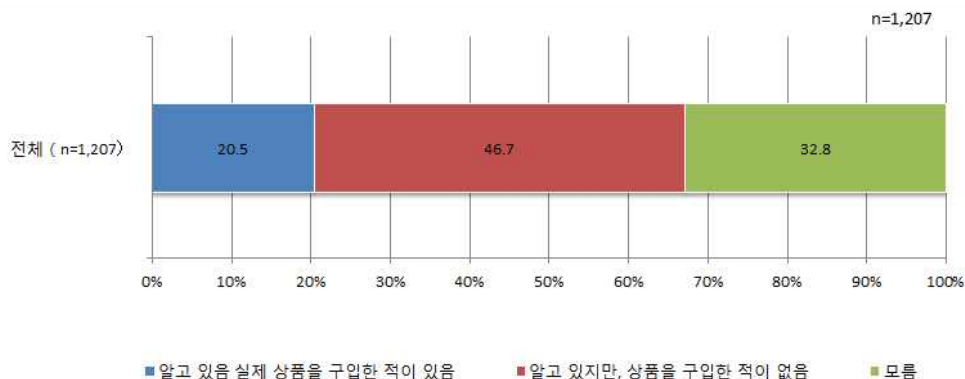


- 성별에 있어서 ‘두유’, ‘요구르트’, ‘식용유’ 등은 여성의 비율이 남성보다도 높은 경향을 보였으며, 남성은 ‘차음료’, ‘탄산음료’, ‘커피 음료’ 등 드링크류에 있어서 여성보다 높은 응답률을 보임
- 세대별로는 ‘차음료’, ‘탄산음료’, ‘논 알코올음료’ 등이 젊은 층일수록, ‘요구르트’, ‘탄산균음료’ 등은 연령이 높을수록 높은 응답률을 보이고 있음

질문 5. 기능성표시식품 제도의 인지도 및 구입경험

- 전체적으로 ‘알고 있음. 실제 상품을 구입한 적이 있음’(20.5%)과 ‘알고 있지만 상품을 구입한 적이 없음’(46.7%)이라고 답한 것에 볼 수 있듯이 응답자 중 67.2%가 기능성표시식품에 대해 인지하고 있다는 것을 알 수 있음.
- 기능성표시식품에 대해 ‘알지 못함’이라고 답한 응답자가 32.8%로 나타났으며, 이는 특정보건용식품에 대한 ‘알지 못함’의 응답률 4.6%와 비교하여 높은 것으로 나타남

<기능성표시식품 제도의 인지도 및 구입경험(전체)>

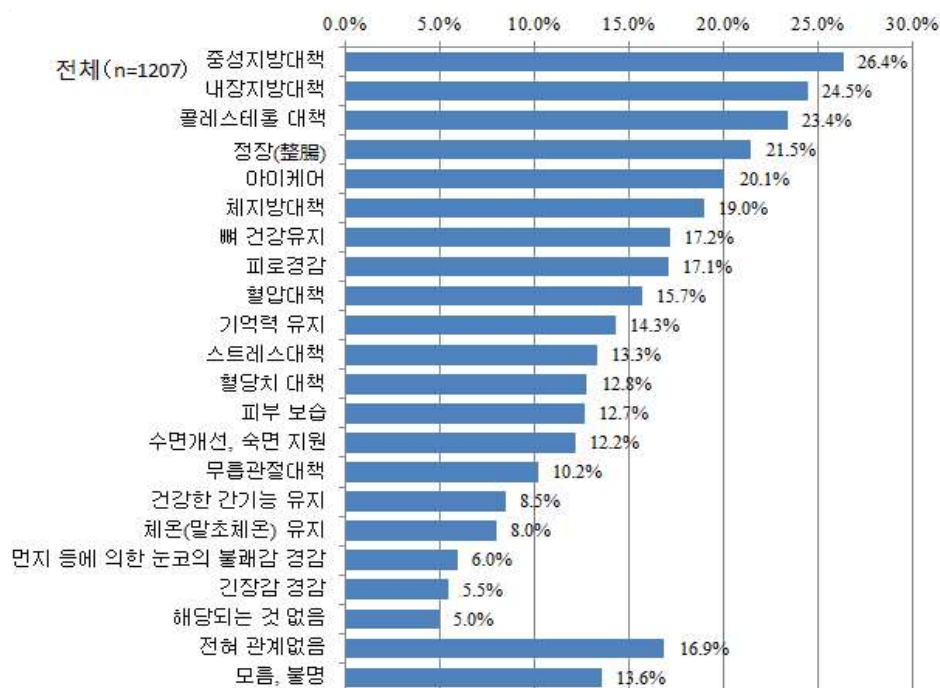


- 성별 인지도를 보면, 남성(68.9%)이 여성(65.4%)을 상회하고 있지만, ‘실제 구입한 적이 있음’의 응답률은 여성(22.4%)이 남성(18.5%)을 상회하고 있음
- 연령대별 인지도는 60대에 있어서 가장 높게 나타났음. 30대는 ‘모른다’고 답한 응답률이 39.0%로 각 연령대별 중 가장 높게 나타났지만, ‘실제 구입한 적이 있음’에서는 22.8%로 가장 높게 나타남

질문 6. 기능성식품 섭취 시 기대되는 기능으로서의 관심사항

- 전체에서 크게 관심이 높은 항목은 없음. 관심이 높았던 것으로서는 ‘중성지방’, ‘내장지방’, ‘콜레스테롤’, ‘정장’, ‘아이케어’, ‘체지방’ 등이 있음

<기능성식품 섭취 시 기대되는 기능으로서의 관심사항(전체)>

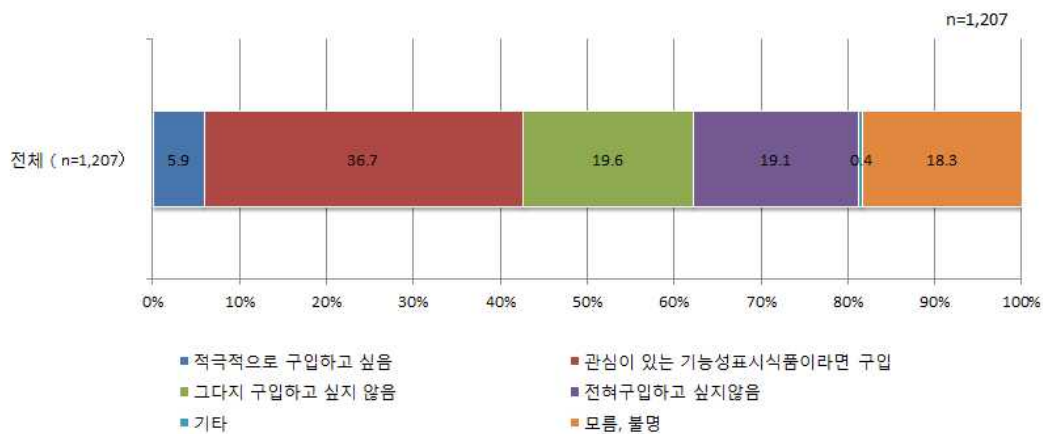


- 여성은 ‘뼈 건강유지’, ‘피부 보습’ 등의 관심을 남성은 ‘혈압’, ‘혈당치’ 등에 상대적으로 더 관심을 보이고 있음
- 젊은 층일수록 ‘피로감 경감’, ‘스트레스’, ‘피부 보습’에, 고 연령층일수록 ‘뼈 건강유지’, ‘혈압’, ‘기억력 유지’, ‘무릎 관절’ 등에 관심을 보임. 특히, ‘아이케어’에서 다른 연대가 20% 이하이지만, 50대가 27.9%로 관심 높음

질문 7. 기능성표시식품 구입의향

- 전체로는 구입의향이 있는 사람(‘적극적으로 구입하고 싶음’ 및 ‘관심이 있는 기능성표시식품이라면 구입하고 싶음’)이 42.6%, 구입의향이 없는 응답자(‘그다지 구입할 의사가 없음’, ‘전혀 구입하고 싶지 않음’)가 38.7%로 나타남

<기능성표시식품 구입의향(전체)>

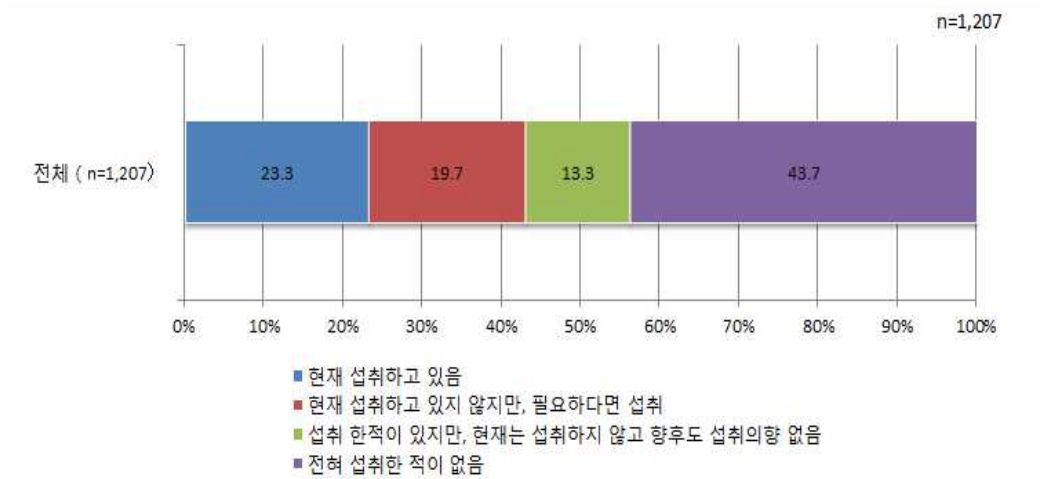


- 성별 구입의향은 여성이 높게 나타났음. 남성은 ‘전혀 구입하고 싶지 않음’이 23.1%를 보이며 여성과 비교하여도 구입의향이 저조한 것을 알 수 있음
- 연령별로는 30대, 40대, 50대와 비교하여 60대 및 70대의 구입의향은 약간 낮은 경향을 보임

질문 8. 건강식품 섭취상황

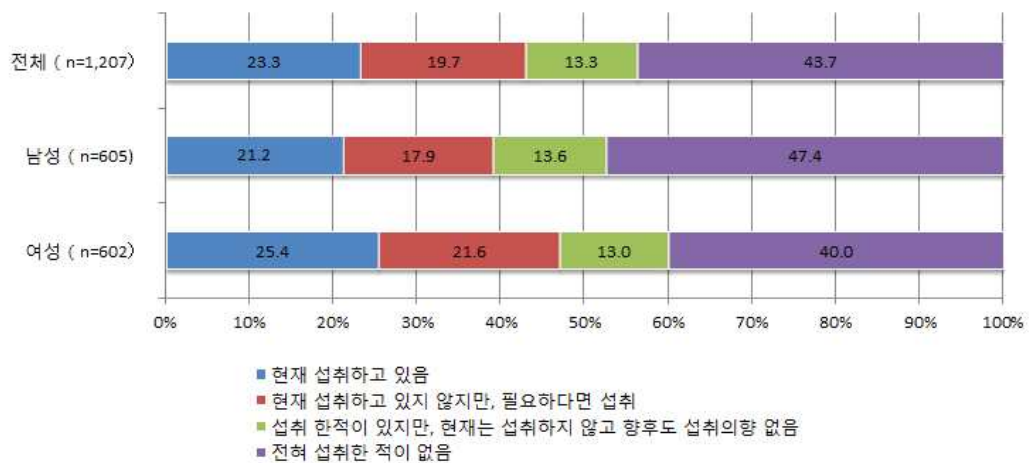
- ‘현재 섭취하고 있음’(23.3%)과 ‘필요에 의하여 섭취하고 있음’(19.7%)에서 알 수 있듯이 43.0%가 건강식품을 섭취하고 있음

<건강식품 섭취상황(전체)>



- 성별로는 여성이 건강식품의 섭취 비율이 높으며, 남성은 47.4%가 ‘전혀 섭취한 적이 없음’이라고 응답.

<건강식품 섭취상황(성별)>

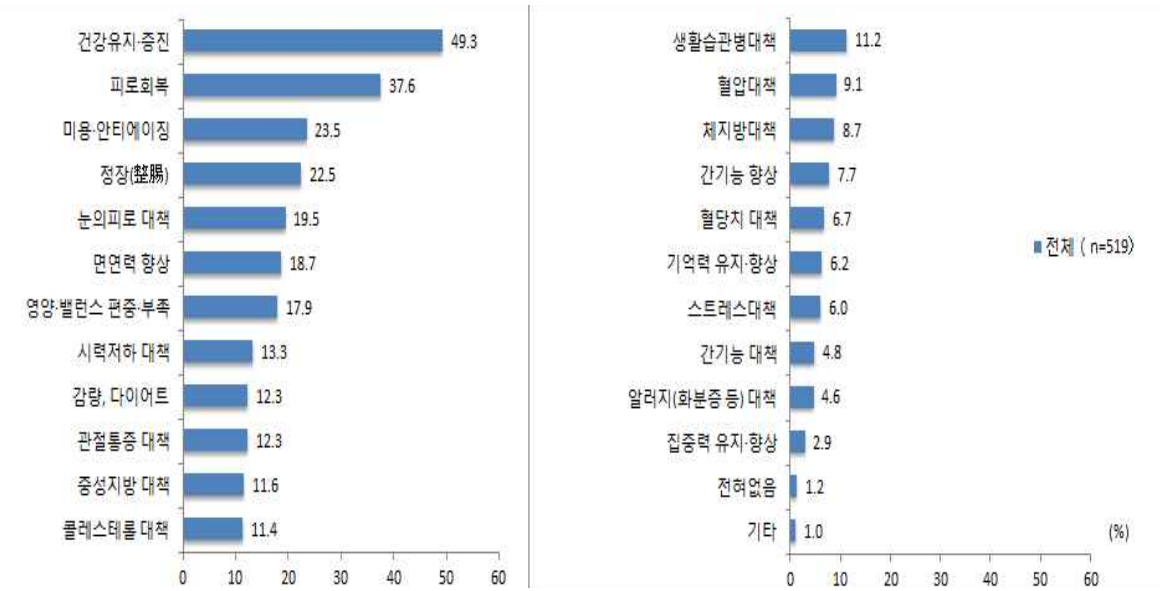


- 연대별로는 40대를 제외하고 30대, 50대, 60대, 70대에 있어서 건강식품 섭취층의 비율이 40%를 넘어서고 있음. 한편 전세대에서 ‘전혀 섭취한 적이 없음’의 비율이 40%를 넘어서고 있음

질문 9. 건강식품을 섭취하는 목적

- 전체적으로 건강식품의 섭취목적은 ‘건강유지·증진(49.3%)이 가장 높고, ‘피로회복’(37.6%) 순으로 나타남

<건강식품을 섭취하는 목적(전체)>



- 여성은 ‘건강유지·증진’(50.2%), ‘미용·안티에이징’(33.2%) 목적이 가장 높았고, 남성의 경우는 ‘피로회복’, ‘간기능 향상’, ‘혈당치’ 등으로 나타남
- 연령별로는 ‘피로회복’이 30대(46.5%), 40대(42.6%), 50대(38.6%), 60대(31.9%), 70대(29.3%)로 연령대가 젊을수록 섭취목적으로 거론하고 있음
 - ‘미용·안티에이징’은 40대, ‘면역력 향상’은 60대 및 70대, ‘건강유지·증진’은 70대가 타 세대보다도 응답률이 높은 경향이 나타남

시사점

- 최근 일본 식품시장은 건강에 대한 관심고조로 인해 건강식품시장이 지속성장되고 있기에 한국식품 대일 수출확대를 위해 일본 건강식품 소비동향 파악을 통한 건강식품 제품개발, 판매기법 개발 등의 노력이 필요함
- 본 조사에 따르면 일본 건강식품 시장은 눈의 영양을 지켜주는 제품, 피로회복 등과 관련된 제품에 관심이 많은 것으로 나타나고 있으며, 제품형태는 간편히 접할 수 있는 차음료 등 음료류로서의 제품을 선호하고 있기에 관련 한국산 건강식품 개발노력이 요구됨
- 또한, 2015년 4월 시행된 기능성표시식품 시장은 향후 시장확대가 예상되는 바 관련 한국산 농식품 제품 개발노력이 요구됨
- 본 조사에 의하면 일본 소비자들은 기능성표시식품 제도에 대해 아직 32.8%의 소비자가 인지하지 못하고 있기에 향후 이 제도의 인지도 상승에 따라 시장의 확대가 예상되며, 기능성식품 섭취 시 기대되는 기능으로서는 ‘중성지방 대책’, ‘내장지방 대책’, ‘콜레스테롤 대책’, ‘정장작용’, ‘아이케어’에 효능이 있는 항목이 20% 이상의 관심사항으로 나타나고 있음으로 관련 한국산 농식품 제품 개발노력이 요구됨
- 일본 기능성표시식품 시장은 2015년 303억엔(‘15년 11월말에서 2016년 699억엔으로 2배 이상 성장이 예상됨(후지경제연구 참고)

※ 참조 : 야노경제연구소