

## 급성장 일본 슈퍼푸드 시장동향분석

- 소비자의 “셀프 디펜스” 인식이 슈퍼푸드·기능성식품시장을 견인,  
Korean Super Food “대추”의 대일수출 확대 방안 제기 -

오사카지사 자체기획단신 9호 (2016. 3. 2)

### 슈퍼푸드(Super Food)의 정의

- 슈퍼푸드는 아사이, 코코넛, 카카오 등 영양가가 높고, 건강에 도움이 되는 기능성 성분을 포함한 천연 재료를 총칭하는 호칭.

2014년 하반기부터 마스크 노출 빈도가 증가해 동시에 아사이, 야자유, 들기름, 치아시드 등 다양한 소재가 출시되면서 유통매장에서는 토평용으로 유제품 요구르트 매장에 슈퍼푸드 코너가 생기는 등 그 인기가 정착됐다고 볼 수도 있음.

### 슈퍼푸드 일본 판매 현황

- 벤더 미츠이식품(주) "I Love Superfoods" 시리즈 '15.11월 출시

슈퍼푸드를 시도적으로 구입하려고 하는 트라이얼 유저 확대를 위한 독자 개발 상품을 강화하여 슈퍼마켓트레이드쇼 및 자사의 전시·상담회 등을 통해 유통업체에게 상품 제안을 본격적으로 진행함. 매장에서 손에 들기 쉬운 제품 용량 및 가격대를 고려한 브랜드 "I Love Superfoods" 시리즈로써 치아시드와 아사이(분말), 마키베리(분말) 등 인기 소재 6종류를 출시. 864엔의 저렴한 가격과 20~120g까지의 1주일 정도로 소비할 수 있는 용량으로 유기 소재를 사용하여 품질의 우수성에도 배려한 것이 특징임.

- 한국산 슈퍼푸드 제품 "SUPER FOODS TEA" '15 9월 출시

장내 환경을 조절하는 슈퍼푸드의 치아시드를 포함한 1회용 분말차. 기타 키노아, 아마니를 포함한 오메가 3, 필수지방산, 폴리페놀을 1개로 섭취 가능.

제조사 수입사	기존 제품	⇒	우리상사(주)	미츠이식품(주)
제품명 (판매가)	3,000~4,000엔 *고가격대. <b>저렴한 가격 상품 적음</b>		SUPER FOODS TEA 인카의 힘 (1,080엔)	I Love Superfoods 시리즈 (800엔)
용량	대용량 포장		240g(20g*12)	소포장 ~120g까지
판매처	통신판매, 전문점 *일반 채널에서는 구하기 어려움		SM 인터넷 	SM 
사용 소재	-		치아시드, 아마니, 키누아	치아시드, 아사이 등 유기농 6종류

## 오키나와 슈퍼푸드 상품인증제도

● 지자체 오키나와현에서 발신 "오키나와 슈퍼푸드 상품인증제도" '15.10월 개시

● '15. 10월에 설립된 오키나와 슈퍼푸드협회에서는 아래 5가지 조건을 충족시키는 식품을 "오키나와 슈퍼푸드"로서 제품 인정하고 있음. 현재 오키나와 현에 자생하는 모즈쿠와 감귤류인 시과사 등을 가공한 11개 제품을 인증했음.

1. 오키나와현산 농수산물 등을 원료로 하거나 현외 원료의 경우는 오키나와의 전통적인 제조법으로 보다 본질적인 변화가 이루어지는 것.
2. 오키나와현 내에서 부가가치를 갖게 하기 위한 가공을 하고 있음.
3. 오키나와슈퍼푸드협회가 정한 안전 기준을 충족시키고 있음.
4. 건강 유지에 도움이 될 것으로 기대할 수 있는 성분을 포함하는 것이 객관적 증빙(과학적 근거)에서 제시되고 있는 것.
5. 식사로 섭취 제안할 수 있는 것.

〈 오키나와 슈퍼푸드 인정 제품 〉

				
시콰사 파우더	발효 사탕수수 파이버	오키나와 모즈크 파이버	고야차 티백	시콰사 과즙100% 오키나와현산
1,944엔/60g	1,944엔/60g	1,944엔/20g	1,080엔/30개	1,728엔/500ml

## 슈퍼푸드 치어시드로 보는 인기 상승 키워드 4

- 우수한 영양가

치아시드는 오메가3지방산인  $\alpha$ 리놀렌산, 칼슘, 철, 식이섬유, 단백질 등을 많이 함유하고 항산화 물질, 필수 아미노산 등도 포함. 알레르겐인 글루텐을 포함하지 않는 점도 지지를 받고 있음.

- 식물 유래의 오메가 3소재로서의 이용 가치

$\alpha$ 리놀렌산은 체내에서 DHA와 EPA로 변환된다. 치아시드는  $\alpha$ 리놀렌산을 20%이상 포함하고 있고 식물 유래의 오메가3 소재로 주목을 받아 채식 주의자용 상품으로서도 필요성이 높아지고 있음.

- 높은 범용성

열에 강하고 담백한 맛과 냄새가 없기 때문에 범용성이 높음. 미국에서는 건강 기능식품, 음료 외, 캔디, 쿠키, 땅콩버터 등 다양한 식품에 첨가된 치아시드 상품이 유통됨.

- 미디어의 트렌드감과 일본 국내에 없는 프리미엄감

## Korean Super Food “대추” 의 대일수출에 대한 시사점

- 소비자의 “셀프 디펜스” 의식으로 인하여 일본 슈퍼푸드·기능성식품 시장이 급성장을 보이고 있음. 그 사례 분석을 통하여 한국 슈퍼푸드 대일 수출 전략에 활용. **한국 임산물의 대추 및 대추 가공품에 새로운 가능성이 보이게 되었음.**
- 일본 대추 생산 현황
  - 일본 생산량 : 10천톤 수준(후쿠이현 중심)
  - 수입량 ('15년) : 1,325천톤(301,358천엔) \* 참고 : 재무성 무역통계
  - \* 식물 검역 대상 외 건조 과일 : 살구, 무화과, 그리고 키위 과일, 자두, 배, 대추, 대추이고, 파인애플, 바나나, 파파야, 포도, 망고, 복숭아, 리유우가은
- 수출 유망 형태 제기

### 1. 건 대추

- 가. 업무용 : 현지의 트렌드를 반영하여 여러가지 곡물을 구워내며 달콤한 드라이후르츠를 믹스한 시리얼 식재료로 건조 슬라이스 대추를 제안
- 나. 소매용 : 다양한 견과류를 넣는 소포장 완제품으로 제안

〈 무첨가 통대추 소매가격 〉

한국산	중국산		일본산
650엔/200g	1,020엔/400kg	302엔/100g	1,028엔/100g

\* 참고 : 온라인 쇼핑몰 라쿠텐 등 조사(2016년 3월 현재)

### 2. 대추 가공품(대추초, 대추 농축액 등)

- 가. 대추초 : 먹는 식초 시리즈로 다양한 응용 방법 제안
- 나. 대추 농축액 : 건강 지향적 소비 트렌드를 반영, 대추 당도(\*1)를 활용하여 설탕 불사용 제품이 가능성이 보임 (일본 국내산 대추 엑기스 4,629엔/220g 수준)
- 다. 대추차 : 현재 주 수출 형태인 잼 형태가 아니라 건 대추를 넣은 티백으로 간편성 어필한 일회용 제품이 현지 소비에 적합함

\*1 〈 대추 및 고당도 과일류 〉

대추		메론	사과	감
완숙	수확기			
약 30%	약 15~25%	13~18%	12~17%	15~18%

\* 참고 : 당도계 생산 판매 ATAGO 자료, 후쿠이현 대추 생산농가 자료

### 3. 생대추

- 현재 일본 국내에 거의 유통되어 있지 않고 후쿠이현 및 기후현의 일부에서 소매용으로 판매되어 있음.

생대추의 특징인 껍질째먹는 소형 과실 및 높은 당도 등이 현지 소비자가 선호하는 과일의 간편성과 맛 취향에 적합한 편이라 대추의 새로운 소비문화를 창출할 가능성이 보임.

- 일본 스포츠 분야에서는 시민 마라톤대회에 참가자 증가 및 등산 인구 860만명 시장규모 1,860억엔 등 '20년 도쿄올림픽에 앞서 선수뿐 아니라 스포츠 애호가에게 영양보조식품으로서의 소구력이 매우 높아지고 있음. 먹고 병을 예방하는 약식동원의 보약 역할을 슈퍼푸드가 맡게 될 가능성이 보임.

[ 문의 : 오사카지사 이무라마유 / [imura@atcenter.or.jp](mailto:imura@atcenter.or.jp) ]