

일본 올금 시장동향 분석

오사카aT센터 단신 37호 (2014.12.18)

일본 올금시장 현황

- 일본 올금 시장은 건강식품 재료로서 인지도가 있었으며, 건강음료로서는 '04년 하우스식품에서 건강음료 출시를 계기로 시장이 확대되었음
- 숙취해소, 간기능 효능 등으로 고령층을 중심으로 시장이 형성되었으며, 편의점 등 판매채널 확대와 오키나와식 화장품 인기에 힘입어 젊은층, 여성층 개척이 급속하게 진행되고 있음
- '11년 동일본 대지진을 계기로 자숙무드, 음주 자제 등으로 인해 감소세 전환하고 있음

일본 올금업계 동향

- 2013년도 189억엔 시장규모로 전년대비 14.1% 감소를 보이고 있음
→ '11년도 일본 대지진으로 인해 자숙 분위기 속에서 음주 자제로 인한 시장 감소

<올금 시장규모 현황>

년도	2009	2010	2011	2012	2013
금액	230억엔	250억엔	235억엔	220억엔	189억엔

※ 야노경제연구소 자료 참고

● 업계 동향

- 울금 음료 제품은 하우스식품의 ‘우콘의 치카라(울금의 힘)’가 시장의 40%를 차지하고 있음
- 하우스식품 임상실험을 통해 숙취해소 효능을 발표하는 등 시장 선점에 노력을 기울임
- 울금 음료 생산업체는 하우스식품, 일본코카콜라, 기린비버리지, 아사히 음료, 사토제약 등이 있음

● 가격동향

- 하우스식품의 ‘울금의 힘’ 206엔/100ml(편의점 판매가격)
- 마루만의 ‘슈퍼 울금’ 135엔/100ml(드럭스토아 판매가격)

			
드럭스토아 매대	편의점 매대	울금의 힘	슈퍼 울금

- ‘13년 일본 수입물량은 11’년 대비 25% 감소세를 보이고 있으며, 가격은 동 50% 감소를 보이고 있음

<일본 울금 수입 동향>

(단위 : 톤, 백만엔)

년도	가공품		원물		분말 등		총계	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
2013	46	18	2,709	516	1,052	247	3,807	781
2012	41	10	3,275	523	1,022	256	4,338	789
2011	32	14	3,710	1,044	1,351	504	5,093	1,562

※ 일본 재무성 무역통계 참고

일본 올금시장 전망

● 숙취 해소제로서 감소 예상

- 동일본 대지진 재해, 일본 경제 침체 등으로 젊은 층의 주류소비 감소, non알콜음료 및 저알콜 음료시장 확대로 올금 시장은 둔화 및 감소세가 예상됨
- '13년 올금제품은 189억엔으로 전년대비 13% 감소를 보이고 있음

● 건강식품으로서 증가 예상

- 일본의 식품 '신기능성 표시제'를 앞두고 확대가 예상되며, 특히, 항암효과나 여성 건강에 대한 인지도가 높아 젊은 여성층에게 음료 및 미용관련 제품으로 인기가 예상됨
- 일본 건강식품시장('10년 1조 7천억엔대) 중 올금 관련부분인 피부미용(동 1천 8백억엔 시장) 시장은 확대될 것이 예상되어 관련 제품 출시가 이어질 것으로 보임

시사점

● 일본 건강식품 시장은 확대가 예상되며, 특히 식품 '신기능성 표시제도'를 계기로 기능이 있는 건강식품 시장의 확대가 예상됨

- 올금 제품의 효능에 대해, 특히 젊은 여성층에게 인지도가 높은 점으로 인해 건강음료 및 관련 상품 등의 각광이 예상됨
 - ※ 한국 올금 생산량은 1,500톤('13년 기준) 규모로 적지만 농가소득 증대를 위한 원료생산 장려 및 수출 추진 등의 전략 수립 가능(올금 생산통계자료는 식음료신문 2014.2.20일자 참고)

※ 야노경제연구소, 일본재무성 무역통계 참고

[문의 : 오사카aT센터 유정열 / yjy@atcenter.or.jp]