

일본 소비자 약 80% 저염 식품 이용 경험

< '17. 6. 22. 오사카 지사 >

□ 보도 매체 : 일본 요미우리 닥터 / 6. 19.자

- 일본 요미우리신문의 의료·건강·개호사이트 ‘요미우리 닥터’는 올해 4월 남녀 1,910명을 대상으로 ‘저염에 관한 의식조사’를 실시

□ 주요 내용

- ‘식사 시 염분을 신경 쓰는가’ 질문에 ‘어느 정도 신경 쓰고 있다’를 포함하여 84%가 염분을 의식한다고 대답했다.
- 슈퍼나 편의점에서 가공식품 및 도시락, 반찬 구매 기준을 묻자(복수 응답 가능) ‘가격’이 75%로 가장 높았으며 그 뒤로 ‘맛(67%)’, ‘영양 균형(50%)’, ‘소비가한(47%)’, ‘저염(43%)’이었다.
- 사용한 저염 식품은 간장류(74%), 된장(53%), 장아찌류(42%) 순.
- 저염 식품을 사용한 사람에게 저염 식품 이미지를 묻자, 건강에 좋을 것 같다(80%)고 가장 많았으며 다음으로 ‘통상 제품보다 가격이 비싸다(44%)’, ‘싱겁다(32%)’
- 일반 가정에 저염 식품이 정착하기 위해서는 ‘가격’과 ‘맛’이 과제로 존재.

□ 주요 내용

- 일본 사람들이 저염에 대한 수요가 많고, 실제 염분을 신경 쓰고 있는 가운데 일본시장에 대표적인 한국식품인 고추장, 김치, 라면

등 저염 제품이 유통되지 않는 상황임.

- 저염 제품으로 상품 구성을 다양화하고 ‘저염’을 새로운 마케팅 키워드로 삼을 수 있을 것임.