

# 일본건강식품 트렌드 <제로식품>

오사카지사 자체기획 단신 25호 (2015. 8. 18)

## 현황

- 일본인의 건강에 대한 의식이 높아지면서 일본 건강식품업계에서는 다양한 건강음료 및 식품이 판매되고 있으며, 또한 올해 4월에 시행된 기능성표시식품제도 도입으로 건강 식품, 식품 안전성에 관한 소비자들의 관심이 더욱 확대되고 있음.
- 건강식품 중 최근 생활습관병에 대한 인식 확대와 당질(糖質)제한 다이어트 붐으로 인해 칼로리를 없앤 제로 칼로리(0kcal) 음료, 조미료, 과자 등의 당질 오프(off)·제로(0) 제품이 주목을 받고 있음.
  - 특히 이 중에서 맥주류가 차지하는 비율이 높아 최근까지 알코올음료를 중심으로 한 당질 오프·제로 제품이 확대하고 있었으나 최근 미디어 등의 영향으로 당질 제한식에 대한 관심이 높아지고 있음.

## 제로식품

### ● 제로 표시기준

→ 열량(에너지), 당질(糖質), 나트륨의 양이 정해진 기준치 미만으로 거의 포함되지 않은 경우 제품에 “제로 칼로리(0kcal)”라고 표시할 수 있음.

<「無」 「제로 ( 0 ) 」 「Non」 「-less」 「Free」 라는 강조표시기준>

영양성분	식품100g 당	음료나 액상식품 100ml 당
열량 ( 칼로리)	5kcal	5kcal
지질	0.5g	0.5g 단 소위 논오일드레싱경우는 3g
포화지방산	0.1g	0.1g
콜레스테롤	5mg	5mg
	만약1식분의 양이 15g 보다 많고, 또한 지방산중 포화 지방산의 비중이 15%보다도 많은 식품일 경우 포화지방산의 양에 대해 이하 조건도 충족해야 함. · 포화지방산의 양 : 1.5g · 포화지방산의 열량이 그 식품의 열량의 10%	· 포화지방산의 양 : 0.75g · 포화지방산의 열량이 그 식품의 전 열량의 10%
당류 (설탕·과당·포도당·유당·맥아당 등)	0.5g	0.5g
나트륨	5mg	5mg

※ 출처: 일본 농림수산성

- 대표적인 제로식품으로 탄산음료, 맥주, 커피, 그리고 유제품까지 다양하게 전개하고 있음.
  - 기린에서 출시된 “기린 Mets 콜라”(칼로리 제로), 산토리에서 출시된 “펩시 스페셜(칼로리 제로)”은 토쿠호(특정보건용식품) 인정을 받은 제품임.
  - 다양한 맥주 제로식품이 출시되고 있는 중 삿포로에서 출시된 “삿포로 플러스”는 토쿠호 인정을 받은 제품임.

※ 토쿠호란? 특정보건용식품이라고 하며, 일본정부(소비자청)로부터 기능성 검증을 받은 건강식품을 뜻함.

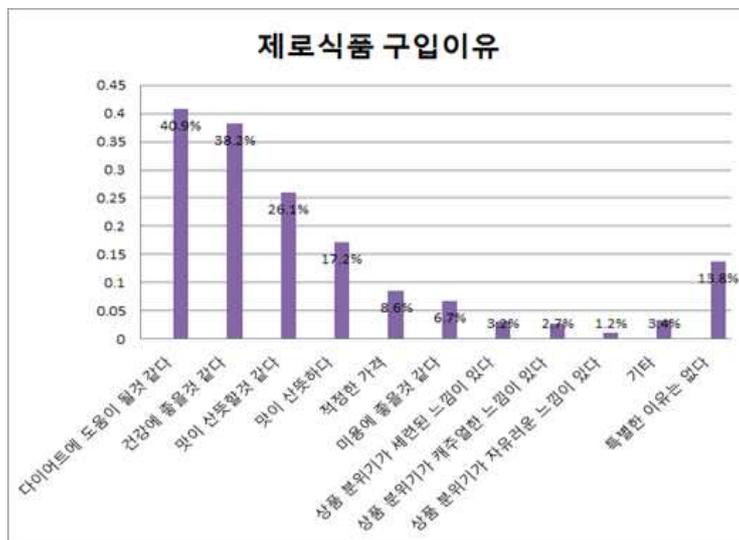
### <제로식품 대표제품>

장르	탄산음료	맥주	커피	요구르트
이미지				
제품	코카·콜라 제로	산토리 올 프리	완다 제로 맥스 프리미엄	탐바류그리스셀렉트
업체명	코카·콜라	산토리	아사히	이온
특성	칼로리 제로	알코올,칼로리,당질 제로	당류 제로	지방 제로
연간판매량	약 738 만 박스	약 1,750 만 박스	약 315 만 박스	약 630 만 개

※ 출처: 각사 홈페이지, 요미우리 신문

- 제로식품 중 가장 구입되는 제품은 탄산음료, 발포주·맥주임.
  - 40대 남성들이 건강우려로 제로식품 특히 발포주·맥주를 선택하는 추세.
- 제로식품 전체 구입이유로서는 “다이어트에 도움이 될 것 같다”, “건강에 좋을 것 같다”가 많아 소비자들의 다이어트, 건강에 대한 의식이 높은 것으로 알 수 있음.

### <제로식품 구입이유>



※ 출처: NTT ADVERTISING, INC.

## 시사점

- 고령화사회인 일본의 건강식품 수요는 지속적으로 확대되고 있으며, 다양한 제도적인 뒷받침 속에서 향후 지속적으로 확대 될 전망이다.
- 현재 일본에 유통되고 있는 다양한 한국식품에 대해 일본의 제품을 벤치마킹하거나 한국 내에서 판매되고 있는 당질이나 나트륨 함유량을 낮춘 제품을 도입하는 등 기존 제품과의 차별성을 부각시켜 새로운 마케팅 포인트로 삼을 수 있을 것.

[ 문의 : 오사카지사 마츠오 나나 / [matsuo@atcenter.or.jp](mailto:matsuo@atcenter.or.jp) ]