

<요약>

I. 일본 식품 시장 개황

- 일본의 가공식품 시장 규모는 2023년 23조 5,959억 엔으로, 전년 대비 103.3%에 이를 것으로 예상됨
- 코로나19 시기에는 가정 안팎에서 수요 변동이 발생했으나, 2023년에는 행동 제한이 해제되면서 외식 수요가 회복세를 보임
- 다양한 비용 상승으로 인해 상품 가격 조정이 지속되면서 저렴한 상품 지향 증가와 상품 가치 향상 제안이 활발해짐
- 카테고리별로 살펴보면, 청량음료류가 최대 규모를 차지하며 알코올음료와 조미료가 그 뒤를 이음
- 용도별로 살펴보면, 시판용이 80% 전후를 차지한 2023년에는 외식 수요가 회복세를 보이면서 업소용 및 가공용의 구성비가 상승함
- 시판용의 판매 채널은 식품슈퍼마켓이 주류를 이루는 상황이 지속되고 있음. 드럭스토어의 구성비는 낮지만, 식품 판매를 강화하면서 냉장, 냉동 상품을 취급하는 체인이 증가함

II. <조사 패턴 A> 품목별 시장 개황

품목명	시장 규모 2023년 예상 (전년 대비)	일본 시장에서 한국식품의 구성비 2023년 예상	일본 시장에서 수요를 확대하기 위한 포인트
김치	735억 엔 (101.4%)	13.9% (시판용)	<ul style="list-style-type: none"> ● 본고장 한국에서 제조된 점을 어필할 필요가 있음 ● 김치를 식재료로 활용한 요리 메뉴를 제안할 필요가 있음 ● 가격을 어필하는 일본산에 대해 상품 가치를 어필할 필요가 있음
고려인삼	213억 엔 (100.0%)	20.4%	<ul style="list-style-type: none"> ● 면역력 등의 기능성을 어필하면 수요를 창출할 가능성이 있음
막걸리	36억 엔 (101.1%)	98.6%	<ul style="list-style-type: none"> ● 젊은 세대의 지속적인 수요를 환기할 필요가 있음 ● 향미 제품을 선보여 수요를 창출할 필요가 있음 ● 중장기적인 관점에서 브랜드를 육성할 필요가 있음
식초(음료)	371억 엔 (96.0%)	27.2%	<ul style="list-style-type: none"> ● 미용 이미지와 한국 문화를 결합해 제안할 필요가 있음 ● 젊은 여성층을 대상으로 한국 제조품을 어필하여 수요를 창출할 필요가 있음
소주	1,745억 엔 (97.6%)	13.8%	<ul style="list-style-type: none"> ● 한류 콘텐츠와 연동하여 젊은 세대의 수요를 환기할 필요가 있음

			<ul style="list-style-type: none">● 2024년 2월에 '건강을 고려한 음주에 관한 가이드라인'이 책정됨에 따라 저알코올화 트렌드에 맞춘 상품을 설계할 필요가 있음
--	--	--	--

Ⅲ. <조사 패턴 B> 품목별 시장 개황