

■ 소비동향

○ 최근 일본에서는 일본인의 미각에 맞춘 맵지 않고 마일드한 맛의 김치가 인기가 있는 반면 한국산 적당히 매운 김치도 일정의 수요가 있어 양분화 경향 추세

- 일본 내 김치의 소비계층은 교민보다 현지인이 대부분임

- 일본인의 경우, 반찬 식품은 소용량 포장 제품을 선호하는 경향이 높으며, 김치의 경우 소용량 제품을 사면 일주일 정도 먹는 편임

- 일본사람들의 이러한 소량구매특성 때문에 요즘에는 슈퍼 뿐만이 아니라 편의점을 통해 김치를 구입하는 경우가 늘고 있음

- 일본 소비자들이 김치를 구입하는데 맛, 가격, 품질 순으로 비중을 두는 경향이 있음

- 제품 선택의 경우, 점포마다 제품 상태 및 가격을 꼼꼼히 따지고 제품을 구매하는 경향이 강함

- 또한 김치 제품의 경우, 브랜드보다는 가격, 품질, 신선도, 진열 상태 등 실제로 눈에 보이는 요소를 중요시 여기는 경향이 높은 것으로 알려짐