□ **소비동향**

- 일본 소스, 향신료 시장은 와사비나 겨자소스 등의 전통 제품이 시장을 독점하고 있음.

- 이외에 후추나 파슬리의 소비가 점차 증가하고 있으나, 다양한 식품에 접목되지 않음.

- 그러나 최근 들어 일본의 식 문화가 다변화하여, 전통재료 이외의 다양한 소스와 향신료 사용이 눈에 띄게 증가.

- 하지만 아직까지 이러한 소스 및 향신료는 일본인들에게 친근하지 않고 인식이나 소비수준이 저조함.

- 유통업체들은 지속적인 홍보와 요리법 소개 등을 통해 소비자와의 교감을 이끌어내려 노력.

- 최근 미디어에서 향신료의 이점에 대한 홍보를 지속하고 있으며, 2010년 계피의 수요가 급증하여 재고가 부족했던 사례가 있음.

- 이러한 사례는 일시적인 현상이 아닌, 현재까지 계속되는 추세임.

< 향신료 및 소스 소비분포 >

구 분	2006	2007	2008	2009	2010
가정	62.4%	62.5%	62.1%	61.2%	61.4%
요식업계	26.5%	26.5%	26.9%	27.6%	27.2%
가공업계	11.0%	11.0%	11.0%	11.2%	11.4%

합계	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

출처: Food Marketing Handbook, Fuji Keizai (2013. 1. 15)

- 일본 가정에서 향신료의 소비는 전체 매출의 60%를 상회하는 엄청난 규모.

- 주요 품목은 튜브형태의 와사비와, 가공된 겨자소스 그리고 후추 가루임.

- 이러한 품목들은 지난 몇 년간 일본 가정에서 지속적인 소비가 이루어졌기 때문

- 일본의 전통 재료에 비해 기타 향신료 및 소스 시장 규모는 미약하지만 지속적인 소비와 미디어의 효과로 점차 성장하고 있음.

- 요식업계에서 쓰이는 소스류는 시장에서 30%에 못 미치는 수치임.

- 지난 몇 년간 점차 증가세를 보이고 있지만 가정 소비량이 막대한 비중을 차지하고 있어 큰 변화를 보이고 있지 않음.