

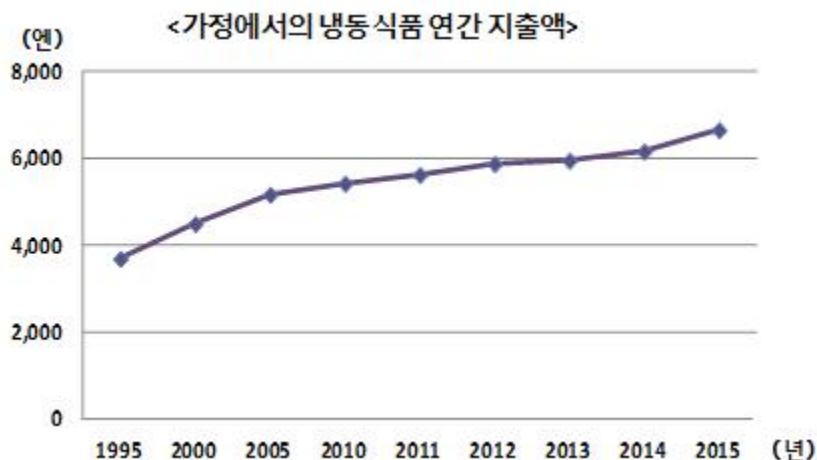
2016년 일본 냉동식품시장의 현황과 전망

오사카지사 자체기획단신 17호(2016.8.30)

냉동식품 시장현황

● 2015년도 냉동식품 시장 호조

- 2015년도 주요 냉동식품 제조업체 각사의 매출액은 주식으로 되는 밥과 면류의 냉동식품이 견조하게 추이하면서 증가. 대기업 각사는 향후 냉동밥류, 냉동면류를 중심으로 수요가 확대될 것으로 예상하고 신상품 투입, 주력상품의 생산체제 강화를 위해 설비투자 추진함.



● 업무용은 증가, 한편 시판용은 감소 추세

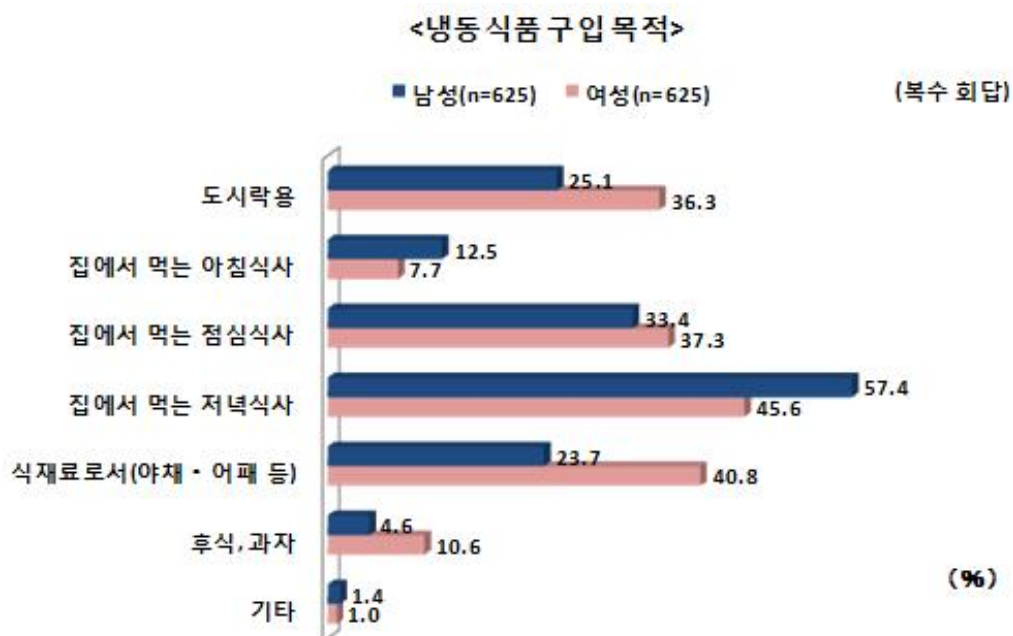
- 업무용 냉동식품은 확대 경향인 간편식·외식분야에서 수요가 증가하고 있어 차후 지속적으로 견조하게 추이할 것으로 예상됨. 외식 점포나 매장의 간편식 제조에 있어서는 인력부족으로 인해 뼈를 바르거나 커팅, 성형 등의 조리과정을 생략할 수 있는 냉동식품이 선호됨.
- 한편 시판용 냉동식품은 그동안 도시락용 상품이 주력상품이었으나 최근 맛별이가구, 단신가구, 고령자가구의 증가로 인해 조리시간 단

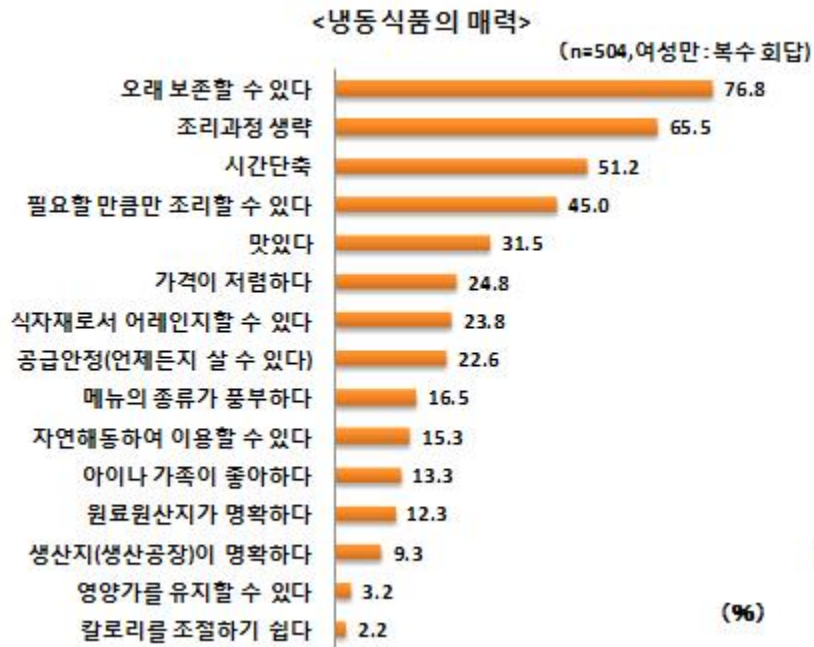
축, 즉 간편성이 요구되었고 편의점이나 슈퍼의 도시락으로 대체되면서 수요가 감소. 시판용 냉동식품은 도시락용에서 밥이나 면류의 주식용으로 니즈가 전환되면서 각 냉동식품 제조업체에서도 주식용 상품을 주력분야로 전환하면서 기존상품의 개량이나 신상품 투입이 활발해지고 있음.

- 이처럼 냉동식품은 사회적인 변화와 함께 보존성, 편의성, 적은 식품첨가물 등의 이점에서 향후에도 크게 수요가 확대될 것으로 전망되며, 이에 따라 냉동식품 제조업체 각사에서는 기존의 도시락용 상품에서 주식용을 비롯한 향후 신장할 것으로 기대되는 다양한 상품군에 투자하고 소비자의 니즈를 충족시키며 사업을 확대해 가고 있음.

냉동식품 이용 실태

- 2014년 3월 일본냉동식품협회 실시 ‘냉동식품 이용현황에 대한 실태조사’





주요 냉동식품 제조업체 동향

<니치레이후즈>

- 일본 냉동식품시장 업계 1위인 니치레이후즈는 2015년도는 시판용 냉동 식품의 주력상품인 ‘본격 볶음밥’, ‘구운 주먹밥’에 대한 판촉강화와 업무 용 냉동식품에서 업태별 니즈에 대응한 상품개발 추진하면서 대형 수요 처를 공략, 매출액 증가로 나타남.

<마루하니치로>

- 업계 2위인 마루하니치로는 밥과 면류의 주식용 냉동식품의 매출이 견조 하였으며 군마현에 있는 공장을 재가동함으로서 판매량이 증가, 또한 원 재료 가격 상승에 대한 적극적인 대처로 매출액 증가.

<테이블마크>

- 업계 3위이며 냉동우동 등 주식용 냉동식품 분야에서 높은 점유율을 차

지하고 있는 테이블마크는 업무용 냉동식품 호조세에 따라 매출액 증가. 향후 전문분야인 주식용 상품에 주력하여 가격경쟁력 강화를 통한 수익 증대에 힘쓸 것.

향후 시장전망

● 냉동식품 시장의 새로운 움직임

- 냉동식품 제조업체들은 유망채널로 기대되고 있는 편의점향 상품으로 단신가구용, 1인용 등 소비자 니즈에 대응함으로써 시판용 냉동식품 매출 확대를 위해 노력하고 있음.
- 가열하지 않고 자연 해동만으로 먹을 수 있는 도시락용 상품이 늘어나고 있음. 전자레인지 사용을 하지 않기 때문에 시간단축과 전기세를 절약할 수 있는 점이 매력.
- 일본 국내산 식자재를 추구하는 상품도 늘고 있음. 소비자들의 음식에 대한 안심·안전에 대한 의식 강화로 인해 그동안 많았던 수입 원재료를 대체하기 위한 국내산 원재료 조달을 강화하고 있음.
- 이러한 움직임의 배경에는 고령화, 단신가구의 증가, 일하는 여성의 증가라는 사회적인 변화가 있으며 이에 따른 소비자 니즈의 변화에 각 냉동식품 제조업체가 적극적으로 대응하고 있다는 점에서 시장은 지속 확대될 것으로 전망됨.

<참고 : 야노경제연구소>