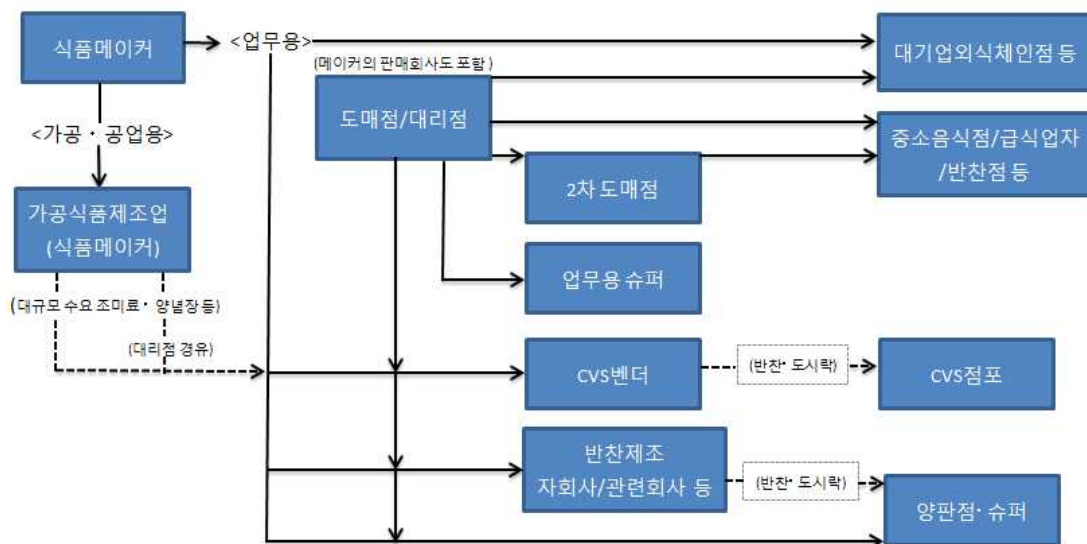


2016년 일본 업무용 식재료 도매 업계 전망

오사카지사 자체기획 단신 4호 (2016.1.21)

업무용 식재료 업계 현황

- 일본의 업무용 식재료 도매업체는 전국적으로 1,000사 남짓이 존재하며, 이 중 99.9%는 독립된 형태의 오너경영으로 그 중 연간 매출액이 10억엔 이상인 업체가 약 700사.
 - 그 중 상장기업은 토호(고베), 오이에산업(오사카), 오미츠(오가키), 사토상회(센다이), 구제(도쿄)의 5사.
 - 연간 매출액이 300억엔을 넘는 기업군은 동아상사(도쿄), UCC푸즈(도쿄), 다카세물산(도쿄), 오이에산업(오사카), 야구치(도쿄), 구제(도쿄), 니시하라상회(가고시마), 오미츠(오가키), 사토상회(센다이), 메이큐(나고야) 등 11사로 한정되며, 이들 상위 기업군은 매년 꾸준히 매출액이 증가하고 있으며 업계 점유율 또한 확대 경향에 있음
 - 업계 재편과 더불어 동종 타사나 시판용 도매업체와의 제휴, 대형기업에 대항하기 위한 그룹화, 일본악세스, 고쿠부 등 대표적인 시판용 도매업체의 업무용 식재료 시장 참여 등이 주목 받고 있음



<업무·가공용 식재료의 주요 유통 흐름>

<전국 주요 업무용 식재료 전문도매업체 동향>

사명	본사	매출액(억엔)	주요판매처	영업지역
사토상회	센다이	<연결>466억5,900만엔(3.2%증가) 경상이익 13억2,700만엔(15.2%증가) <15년3월기> 내역=업무용도매 409억6,500만엔(3.4%증가), 소매부문(C&G점) 56억9,400만엔(1.4%증가)	급식·외식43%, 소자이 14%, 제과·제빵 12%, C&G점 12%(17점포), 2차도매점 15%, 기타 4%	도호쿠, 북관동취급 주력 메이커 <냉동식품> ①닛토베스트 ②야요이산푸즈 ③데이비마크 ④일본수산⑤큐피 <드라이> ①켄코마요네즈 ②테오③리켄비타민 ④Mizkan⑤오호리
동아상사	도쿄	1,423억2,100만엔(5.3%증가) <14년9월기> 내역=식품670억엔, 냉동식품530억엔, 주류171억엔. 기타52억엔	2차도매점90%, 주판점10%주력은 210 사 유통판매점에서 조직하 는BP회 (베스트파트너)회원	본사(도쿄)를 중심으로 전국 128영업점을 마련함 호리쿠리계점으로 13년 8월 1차 영업소를 신설
야구치	도쿄	749억엔(3.0%증가) <15년5월기> 내역=일반식품59%, 냉동식품35%, 부자재·주류6%	2차도매점90%, 원재료 가공도매10%, 업 무용식품전문도매1차점 으로 하여 유통판매점 151사로 마 루야회를 결성함	본사(도쿄)를 중심으로 168영업점 을 전개함 지역별 매출액구성비=동 일본지역83% 서일본지역17%
다카세물산	도쿄	1,009억5,000만엔(3.0%증가) <15년3월기> 내역=식품40%, 냉동식품50%, 주류·부자재10%	일반요음식점(단독점)55%, 대형체인점23%, 호텔·회 관·결혼식장6% 급식6%	지역별매출액구성비=호 카이도6%, 도호쿠10%, 북관동9%, 신에츠7%, 관 동·주도권41%, 중부4% 서일본3%
토호	고베	<연결>2,089억9,860만엔(2.3%증가) <15년1월기> DTB13사=1,389억6,600만엔(3.6%증가) C&C5사=417억4,000만엔(1.2천만엔 감소)	DTB단독실적 단독레스토랑33.3%, 체인레스토랑33.7%, 호텔 11.8%, 소자이·도시락3.8%, 급식14.9%, 기타2.5%	DTB+C&C사업실적 관 동30.2%, 도카이4.7%, 긴키22.2%, 추·시코쿠8.3%, 규슈34.5%
구제	도쿄	<연결>680억4,400만엔(9.3%증가) <15년3월기> 내역=냉동식품50%, 냉장식품17%, 그로서리33%, PB품8%	술집·편27.8%, 일반음 식·호텔·회관20.9%. FR·FF36.7%, 델리커소자이14.6%	주도권·기타 87% 관서9% 나고야4%
메이큐	나고야	313억0,600만엔(0.5%감소) <15년10월기> 내역(상반기)=상운121억8,422만엔(2.0%증가) 냉동식품 192억8,662만엔(2.4%증가)	학교급식12%, 산업급 식18%, 소자이9%, 외식 2%, 도매47%, 의료식12%	지구별 매출액구성비= 중부지구57% 관동지구21% 관서지구22%
오이에산업	오사카	778억5,400만엔(7.6%증가) <15년3월기> PB비율19.8%	외식69%, 나카쇼쿠9.4%, 급식11%, 헬스케어9.5%, 기타1.1%	동일본33.7% 중일본동부17.2% 중일본서부32.3% 서일본16.8%
핫토리 커피푸즈	센다이	281억5,300만엔(1.5%증가) 경상이익 7,500만엔(60%감소) <15년3월기>	일반음식점56%, 대형체인 점31% 호텔·여관5%, 급식 5%, 기타3%	거액고객16기업 도호쿠320점포, 관동190점포를 지원
UCC푸즈	도쿄	1,026억엔(-) <15년3월기>	레스토랑, 커피샵, FF·FF, 병원·사업소급식 등	전국 941부제로 90점포를 소유
오미츠	오가키	<연결>498억8,400만엔(8.5%증가) <15년5월기> 외상사업(업무용도매)308억2,700만엔(9.8%증가) 아마카사업(소매·C&C점) 169억3,300만엔(6.1%증가) 수산물사업(수산물도매·수출) 21억2,400만엔(9.0%증가)	외식사업=외상사업 0.1%사업=소규모소매업자 일반소비자, 수산물사업=식품메이커, 식품도매회사 등	외식사업=외상사업 0.1%사업=소매업자 중심으로 1도5현에 42점포, 인터넷쇼핑 전개 수산물사업=관동지역 중심 으로 전개

(출처 : 일본식량신문)

주요 업무용 식재료 도매업체별 동향

● 토호 - M&A · 자사출점

- 업무용 식재료 도매사업의 '15.1월기 매출액은 전년대비 3.6% 증가하여 1,389억엔을 달성
- 매출액 증가는 기존사업의 매출에 더해 다양한 동종 타사와의 M&A를 추진한 것이 공헌도가 높으며, 업무개혁으로 생산성이 향상됨에 따라 이익률 증가에 기여함
- 2016년도에도 공격적인 M&A 전략과 지점간 합병, 신규 출점 등이 전국적인 규모로 전개될 예정

● 다카세물산 - 업무효율화 등에 의욕적

- 전국 62개소 영업거점을 운영하여 대도시에서의 경기회복 경향과 방일 외국인 증가에 따라 영업부문의 호조를 보이며 '15.3월기 매출액은 전년대비 3.0% 증가한 1,009억엔을 달성
- 2016년도 테마는 'make a difference'로 상품개발, 영업제안, 물류품질의 향상, 업무효율화 등 적극 추진될 것으로 전망됨

● 오이에산업 - 신규 거래처 개척에 주력

- '15.3월기 매출액은 전년대비 7.6% 크게 증가한 778억엔, 영업이익 또한 16.0% 증가한 7.5억엔을 달성함. 동업체는 관서지역을 중심으로 하고 있었으나 수도권을 중심으로 한 동일본지역에서의 영업확대를 통한 매출을 증가시키며 또 업태별로는 병원·요양시설, 급식분야에서의 확대가 매출에 크게 기여함.
- 2016년도에는 기존 거래처와의 거래 확대와 함께 신규로 확보한 700여 기업을 대상으로 한 거래처 개척에 주력할 방침.

시사점

- 일본의 업무용 식자재 시장은 외식, 나카쇼쿠, 급식, 식품가공을 총망라하는 시장으로 일반소매점에서 판매되는 시판용 상품 이상의 시장규모를 가지고 있으며, 전반적으로 침체되어 있는 일본의 식품시장 중 확대되고 있는 몇 안되는 시장이라고 할 수 있음
- * 아베노믹스에 따른 경기회복 기조가 외식, 나카쇼쿠시장에도 플러스요인으로 작용하여 업무용 식재료 시장은 소폭 증가 경향을 유지해갈 것으로 전망
- 엔저와 한일관계 영향으로 다소 침체되어 있는 한국 농식품 대일 수출을 극복하기 위해서는 안정적 수요처로서 업무용 식자재 시장 개척이 좋은 대안이 될 수 있으며, 기존의 종합식품도매업체의 업무용 부문이나 업무용 식자재 전문도매업체와의 연계를 통해 전시회 참가, 외식 및 급식 메뉴 제안 필요

※ 참고 : 일본식량신문

[문의 : 오사카지사 조대성 / dscho34@gmail.com]