

재택 고령자로 확대되는 재택 배식 서비스

오사카지사 단신 47호 (2015.11.27)

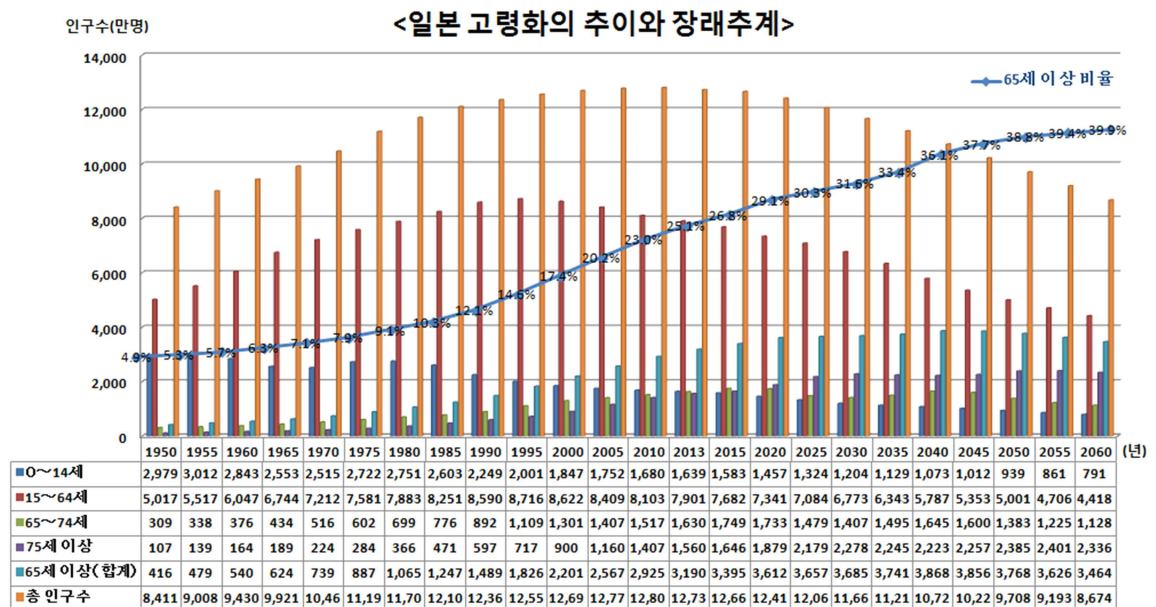
재택 배식 서비스 시장

정의

재택 고령자(65세 이상), 신체 장애인, 당뇨병, 신장병 등의 환자(및 예비군)에 대해 정기적(지정일)으로 식사(점심, 저녁 등)를 배달하는 식사제공 서비스를 "재택 배식 서비스"라고 한다. 단, 단순 식자재의 배달은 제외

배경

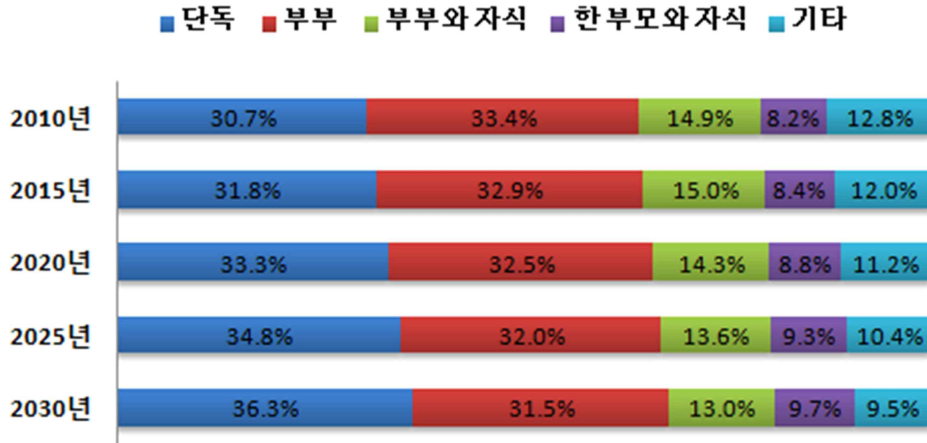
총무성에 따르면 2014년 10월 1일 현재 65세 이상의 고령자수는 3,300만 명이고 총인구의 약 26%를 차지. 고령자 인구 비율은 해마다 올라가 2060년에는 39.9%로 총인구의 40% 가까이까지 늘어날 것으로 예측 됨. 또한 혼자 사는 고령자, 고령자 부부의 가구가 늘고 있음.



*출전 : 일본 내각부 (제1장 고령화의 상황 중)

*자료 : 2010년까지는 총무성(국세조사), 2013년은 총무성[인구추계], 2015년 이후는 국립사회보장·인구문제연구소[일본의 장래추계인구]의 가정에 따른 추계결과. 1950년~2010년의 총 인구수에는 연령 미상 포함. 고령자 비율 계산시 분모에서 연령 미상 제외.

<가구주 65세이상의 가족형태·가구수의 추이>

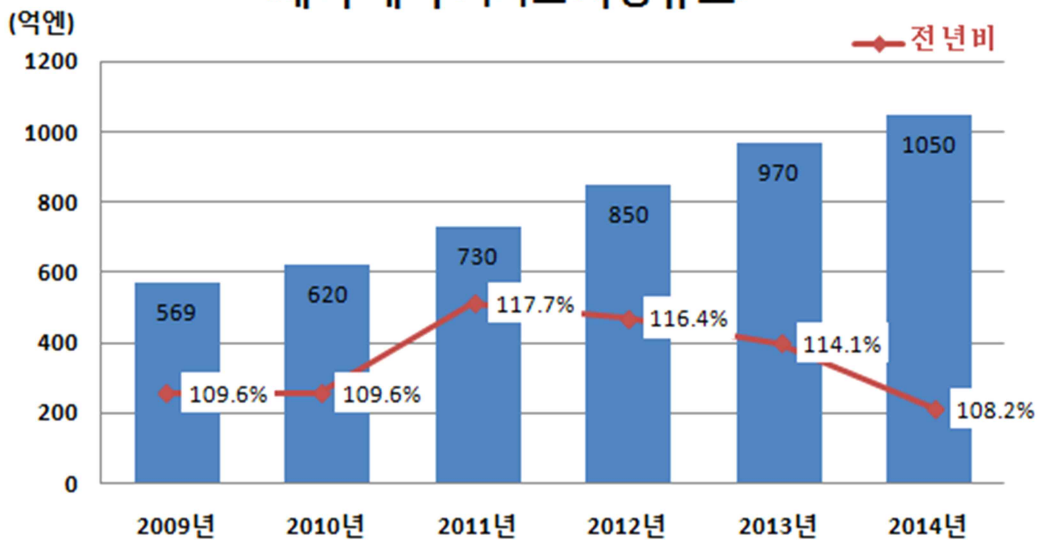


*출처 : 일본 총무성

● 시장규모

재택 배식 서비스의 시장규모는 시장을 선도한 와타미푸드시스템즈의 사업 확대로 2011년도부터 2013년도까지는 신장했으나, 2014년도에 들어서자 안정 추세를 보임. 그러나 시장은 계속 성장 경향, 2009년도에 569억 엔의 시장이 2014년도에는 1,050억엔까지 확대되어 1,000억엔을 돌파.

<재택 배식 서비스 시장규모>



*출처 : 야노경제연구소

재택 배식 분석

● 점포수 업계 제1위 마고코로 벤토 분석

- 개인 집 뿐만 아니라 고령자 시설 등에도 배달
- 첫 회 무료 시식 캠페인 실시



- 다양한 메뉴

- ① 코마치 : 소식가를 위한, 저칼로리, 염분이 낮은 메뉴
- ② 보통식 : 일반 고령자를 위한, 염분이 낮은 메뉴
- ③ 칼로리 조절식 : 1식 240칼로리, 칼로리 조절이 필요한 분을 위한 메뉴
- ④ 저단백식 : 단백질의 섭취 조절이 필요한 분을 위한 메뉴
- ⑤ 무스식(*) : 음식을 씹는 것이 어려운 분을 위한, 식감이 부드러운 메뉴

(*)무스, 젤리와 같은 부드러운 식감으로 먹기 쉽게 조리한 식사.

<①코마치> 320엔~	<②보통식> 반찬만 450엔~ 반찬+밥 500엔~	<③칼로리 조절식> 반찬만 600엔~ 반찬+밥 650엔~	<④저 단백질> 반찬만 700엔~ 반찬+밥 750엔~ *저 단백질 밥 경우 800엔~	<⑤무스식> 반찬만 540엔~ 반찬+밥 590엔~

※세금 별도

- 5가지 추구

- ① 엄선한 안심·안전한 식자재 사용
- ② 고령자를 위한 먹기 쉬운 조리법
- ③ 전문 영양사가 고려한 메뉴
- ④ 계절에 맞춘 다양한 메뉴 (매달 5~10품목의 새로운 메뉴 고안)
- ⑤ 개별 대응 가능 (식품 알레르기, 죽, 다진 음식 등 무료로 대응)

재택 배식 이용 상황

● 이용 빈도



● 이용 이유

- [균형 있는 식사를 차리지 못한다], [영양관리를 못한다]등 자신의 영양 관리의 저하
- [장보러 가기가 힘들다], [신체적으로 요리하기가 불편하다] 등 노화로 인한 신체적 저하

● 효과

- 긴급시의 안심감이 있다, 사람과 대화하는 기회가 늘었다, 생활이 규칙적으로 되었다 등 고독감, 신체적 불안감의 완화.

시장 전망

- 고령자수의 증가, 당뇨병, 신장병 및 그 예비군의 증가로 식사에 의한 치료법을 요구하는 사람들이 늘어날 것으로 앞으로도 시장은 확대 될 전망. 재택 배식 서비스 시장은 신규 산입 증가로 인해 2009년도 이후 급속도로 늘어나 2019년도에는 1,350엔의 시장규모가 될 것으로 예측 됨.

시사점

- 한국 음식 문화에 약식동원(藥食同原)이라는 말이 있듯이 일본에도 의식동원(醫食同源)이라는 말이 있다. 균형 있는 식사를 하고 병을 예방, 치료하려는 생각이다. 고령자수와 질환환자 예비군이 늘어남으로써 이런 사상이 더욱 주목을 받게 되고 건강에 대한 의식이 더욱 더 강해짐에 따라,
- 매운 것을 피하기 쉬운 고령자를 위해 한국음식이 가지는 강한 인상 "맵다"를 "건강에 좋다"로 전환시키는 전략, 즉, 식품이 가지는 기능성의 정보 제공 필요.

* 참고:(주)야노경제연구소, (사)실버서비스진흥회

[문의 : 오사카지사 문추옥 / moonchoook@atcenter.or.jp]