일본 식품산업, 외식은 감소 소매판매는 증가

오사카지사 자체기획 단신 23호 (2015.8.6.)

외식산업 현황

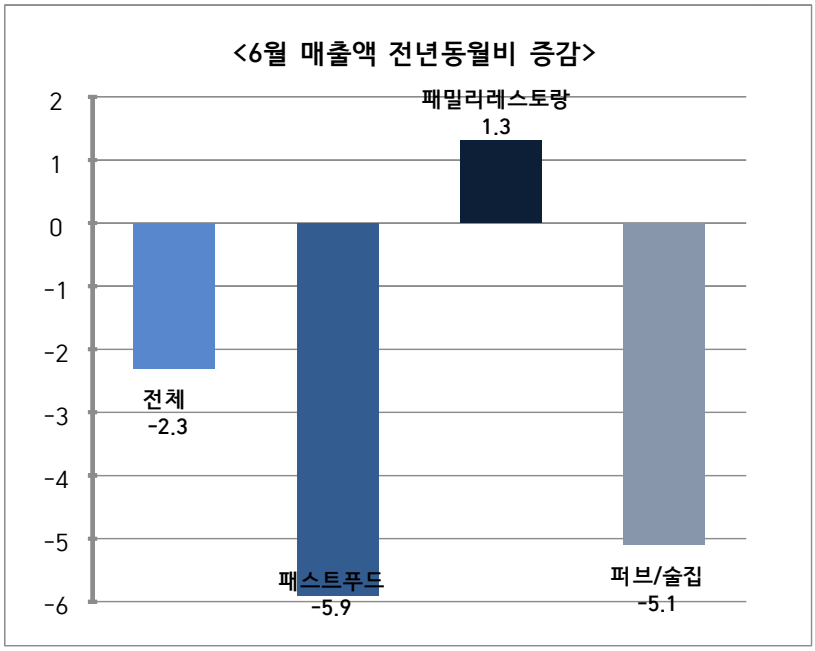
- 외식산업은 2014년 4월에 시행된 소비세 개정(5%→8% 인상)에 따른 감퇴영향도 직접적인 타격이 없었으나, 작년 여름의 기상 악화 및 중국산 닭고기 식재료 문제 등 마이너스요소를 보여주며 이후 패스트푸드부문 또는 외식산업전체 매출이 전년대비 감소했음.
- 2015년 6월 외식 매출액은 전년동월비 2.3% 감소한 것으로 나타났음. 감소한 이유로 전년동월보다 휴일이 하루 적은 것이 원인이라고 할 수 있음.
- 패밀리레스토랑 등은 호조를 유지했으나, 패스트푸드와 술집은 나카쇼쿠 문화로의 변경 또는 술 문화의 변화 등 일본인의 식문화 환경에 변화가 많아졌으므로 매출이 줄어들었음.
- 업체별로는 패밀리레스토랑은 1.3% 증가한 것으로 약 2년 연속으로 증가했음.

< 2015년 6월 외식산업 시장동향 >

				매출액	점포수	객수	객단가
		사업사수	점포수	전년비	전년비	전년비	전년비
전체		**207**	**33060**	**97.7%**	**100.2%**	**96.0%**	**101.7%**
패스트푸드	**합계**	57	16784	94.1%	100.0%	93.6%	100.5%
	양식	18	6689	87.2%	98.6%	91.4%	95.4%
	일식	13	2398	100.5%	101.0%	89.7%	112.0%
	면류	24	3098	105.4%	102.6%	100.7%	104.7%
	테이크아웃/회전초밥	18	2047	96.4%	99.4%	93.1%	103.6%
	기타	9	2552	100.9%	99.8%	102.6%	98.3%
패밀리레스토랑	**합계**	51	9449	**101.3%**	**102.0%**	**98.5%**	**102.9%**
	양식	22	4862	100.5%	101.8%	98.6%	101.9%
	일식	29	2059	101.9%	103.1%	99.6%	102.3%
	중식	15	1403	100.3%	101.2%	96.2%	104.2%
	야키니쿠	14	1125	106.0%	101.8%	100.2%	105.8%
퍼브/술집	**합계**	37	2625	**94.9%**	**94.4%**	**95.5%**	**99.3%**
	퍼브	7	316	99.5%	100.0%	101.0%	98.5%
	술집	32	2309	93.8%	93.6%	94.1%	99.7%
디너 레스토랑 (계)		29	948	**105.8%**	**105.5%**	**102.0%**	**103.7%**
카페 (계)		13	2158	**100.2%**	**98.5%**	**100.7%**	**99.5%**
기타 (계)		20	1096	**106.6%**	**103.7%**	**106.4%**	**100.2%**

※ 출처 : 일본 푸드서비스 협회

(단위: %)



※ 출처 : 일본 푸드서비스 협회

소매판매, 나카쇼쿠 시장 현황

* 나카쇼쿠(中食)란, 가정 외에서 조리된 식품을 구입하여 집으로 가져와 가정 내에서 먹는 식사의 한 형태를 나타내는 단어로 「간편조리식품」에 가까운 의미임. (일본 위키피디아, 최종검색일 2015.08.04.)

● 외식산업은 감소를 보여줬으나, 소매판매·소자이 시장은 큰 성장을 보여주고 있음.

- 2015년 일본 소자이 협회 조사결과를 따르면 2010년에는 8조1238억엔이었던 시장이 2012년에는 8조5136억엔, 2014년에는 전년대비 2.4% 증가인 9조1080억엔으로 최초 9조엔을 넘는 금액을 달성했음.

* 소자이(惣菜)란, 나카쇼쿠의 대표적 형태로 반찬류와 같은 간편조리식품을 의미함.

- 그 중 편의점에서의 소매판매·소자이 시장 매출액이 전년대비 4.8% 증가하여 업태별 시장 구성비도 0.8% 증가로 전체의 29% 증가했음.

- 따라서 편의점 소자이 시장만이라도 시장규모는 2조5000억엔이나 되어 현재 시장 구성비가 가장 높은 소자이 전문점도 매출액을 늘리고 있으나, 나카쇼쿠 시장 전체가 활황을 나타내고 있는 가운데 편의점 소자이 기세로 인해 소자이 전문점 쉐어는 감소를 보이고 있음.

● 소자이백서 조사에 따르면 2013년 소자이 시장 규모 8조8962억엔 중 레토르트 파우치 소자이는 2517억2100만엔으로 2012년도보다 26% 증가했음.

- 레토르트 파우치 소자이 시장은 2011년 동일본대지진 이후 장기보관·1인용 팩에 의한 편리성이 지지되어 급성장을 이뤄왔음.

- 여성의 사회진출이나 단신세대, 고령화 등으로 가정에서 만들기 어려운 메뉴들의 수요가 높아지고 있는 이유로 레토르트 파우치 소자이를 선택하는 소비자가 많아졌음.

<레토르트 파우치 소자이를 포함한 매출액 구성비(2013년)>

(단위: 백만엔, 하단은 구성비)

	밥류	조리빵	조리면	일반 소자이	레토르트 파우치 소자이	합계
전문점, 기타	1,372,079	11,276	38,015	1,767,691	**32,538**	3,221,599
	42.6%	0.4%	1.2%	54.9%	**1.0%**	100.0%
백화점	9,452	572	581	3,274	**43**	13,922
	67.9%	4.1%	4.2%	23.5%	**0.3%**	100.0%
종합슈퍼(GMS)	312,802	56,504	34,622	500,686	**18,650**	923,264
	33.9%	6.1%	3.7%	54.2%	**2.0%**	100.0%
식품슈퍼(SM)	898,659	30,020	117,273	1,068,197	**45,570**	2,159,719
	41.6%	1.4%	5.4%	49.5%	**2.1%**	100.0%
편의점	1,482,433	270,143	278,907	391,294	**154,920**	2,577,696
	57.5%	10.5%	10.8%	15.2%	**6.0%**	100.0%

※ 출처 : 일본소자이협회"2015년판 소자이백서"

세븐일레븐 PB 레토르트 파우치 소자이

패밀리마트, 로손 PB 레토르트 파우치 소자이

시사점

- 나카쇼쿠·소자이 시장의 확대에 따라, 한국농식품이 원료로써 활용될 수 있도록 반가공 상태의 제품 개발 확대 필요.
  (예, 창란 김밥용 튜브창란, 냉동호떡 등)

[문의 : 오사카지사 마츠오 나나 / matsuo@atcenter.or.jp]