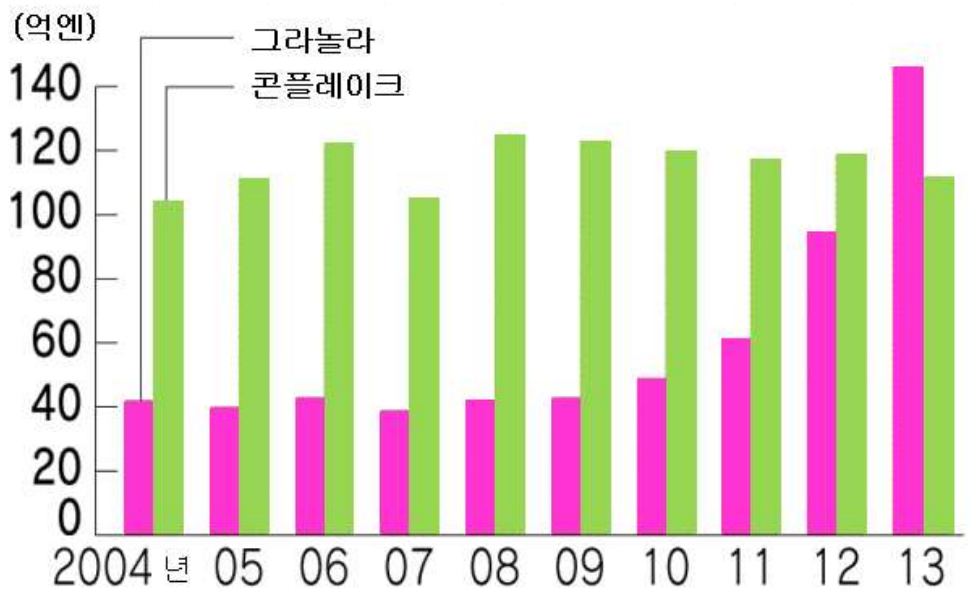
일본단신뉴스 도쿄aT센터	그라놀라 조식 시장 계속 확대	2014.10.31

곡물과 드라이후르츠 등을 섞은 시리얼 그라놀라의 시장이 급격히 확대되고 있다. 밥이나 빵에 이어 제 3의 조식으로 소비자들의 지지가 커지고 있으며 2013년 시장규모는 5년전에 비해 3배로 확대되어 콘후레이크를 앞질렀다. '가루비'와 '닛신시스코' '일본 켈로그' 등 제조 각사는 생산 증대에 투자하기 시작하여, 간편한 조식 시장은 앞으로도 더욱 확대될 것으로 예상된다.

< 그라놀라 시장(출하액)은 5년만에 3배 확대 >



출처 : 일본 스낵·시리얼 푸즈 협회 조사

☞ 그라놀라란?

시리얼의 일종으로 오트밀, 현미 등에 꿀과 시럽, 유지분을 첨가해 구워 만든 것을 말한다. 시리얼에는 그 밖에 옥수수전분을 주원료로 한 콘후레이크와 쌀알을 팽창시켜 만든 펍라이스 등이 있다. 그라놀라는 드라이후르츠와 넛츠를 섞은 것들이 많고, 탄수화물과 미네랄, 비타민 등을 손쉽게 섭취할 수 있다. 또한 우유, 요거트와 함께 먹는 것으로 따로 조리가 필요하지 않아 바쁜 조식에서 이용이 늘어나고 있다.

제조 각사의 움직임

- 일본 스낵·시리얼 푸즈 협회에 의하면 '13년의 시장규모 (출하액 기준)는 146억엔으로 5년 동안 3배 이상 성장했다고 한다. 비타민과 같은 영양소가 손쉽게 섭취 가능한 점이 소비자들에게 인식되며 각 업체는 공장을 풀 가동하여 생산하고 있으나 수요를 공급이 따르지 못하는 상황이다.

- 그라놀라 시장의 약 60% 정도를 차지하고 있는 '카루비'는 일본 토치기(栃木)현 우츠노미야(宇都宮)시에 있는 공장에 새로운 생산동을 건설하고 "후르그라"의 생산라인을 증설한다. 투자액은 30억엔 정도로 내년 여름부터 가동할 전망이다.
  '카루비'는 그라놀라를 포테이토칩에 이어 제 2의 주력 제품으로 키울 방침이다. 대학과 기업 식당에 "후르그라"를 제공하는 서버를 기간한정으로 설치하는 등의 판매촉진책도 강화한다. '14년도 그라놀라 매출액은 전년대비 50% 늘어난 140억엔을 예상하고 있다. '15년도는 생산을 늘려 30%정도 이상을 늘릴 전망이다.

- 업계 2위인 '닛신시스코'는 도쿄 공장에 라인을 증설하고 "탱글탱글 대두 그라놀라" 등의 생산능력을 2배 이상으로 늘린다. 투자액은 십 수억엔이 될 것으로 보이며 12월 가동을 목표로 하고 있다. '14년도 그라놀라의 매출액은 약 80억엔으로 전망하고 있으며 설비가 본격 가동되는 '15년도에는 약 160억엔까지 끌어올릴 방침이다.

- 시리얼업계 세계 최대 기업인 미국 '켈로그'의 일본법인인 일본 켈로그는 군마(群馬)현 다카자키(高崎)시에 있는 공장에 지퍼용 패키지타입 상품의 생산 라인을 추가한다. "후르츠 그라놀라 하프" 등도 봉지타입의 생산 능력을 증대한다. 투자액은 5억엔 정도로 '15년 1월 가동을 예정하고 있다. 작년 가을에는 박스 타입에 이어 지퍼용 타입의 상품이 발매되면서 신선함을 유지시킬 수 있다는 장점으로 소비자들의 지지를 받았다. "후르츠 그라놀라 하프"의 14년 1~6월기의 매출액은 전년동기대비 3배로 커졌다.

<주요 제조업체별 그라놀라 제품 현황>

칼비/후르그라 (380g/520엔 전후)	닛신시스코/대두그라놀라 (220g/320엔 세금별도)	켈로그/후르츠그라놀라하프 (500g/618엔)

<자료원 : 일본경제신문 '14.10.29>