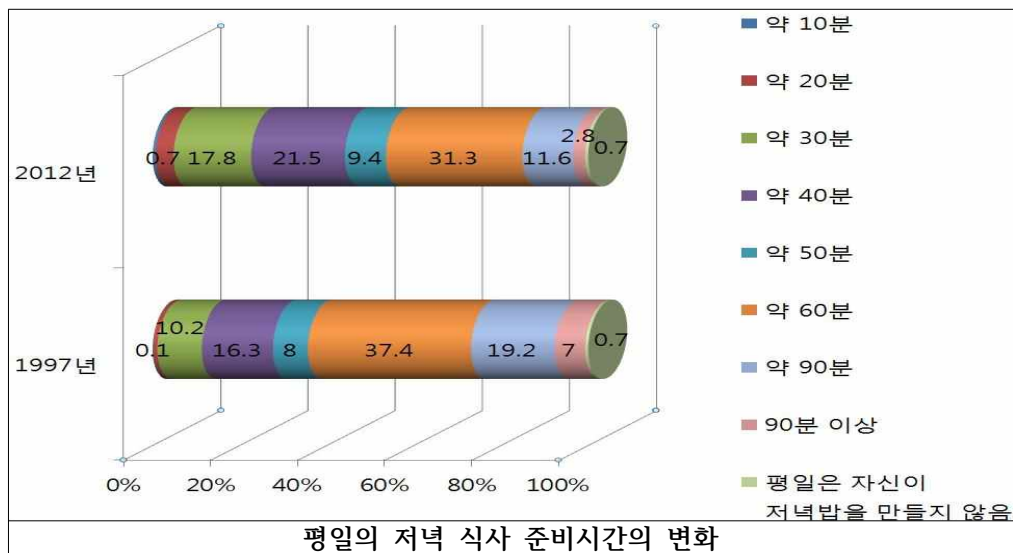


일본내 수산물 조리 스타일의 변화

- 소비자는 간단·단기간 조리는 선호 -

- 소비자는 간단하고 편리하며, 단기간에 조리하여 바로 먹을 수 있는 식재료를 선호하고 있음. 수산물 매장에서도 구운 생선과 생선조림, 조미생선, 전자레인지 조리 상품 등이 판매되어 있음



출처: 아지노모토 조사자료를 참고로 작성

토막 생선의 조리 판매

- 관서지방의 슈퍼·할인점 체인 7사를 대상으로 앙케트조사를 실시한 결과, “조리가 간단한 자사의 독자적인 상품을 취급하고 있다”고 대답한 업체는 3사이며, 그 외 4사는 “자사의 독자적인 상품과 함께 메이커상품도 취급하고 있다”고 대답했음. 반면, “메이커상품만 취급하고 있다”고 대답한 업체는 없었음
- 점포에서 생선을 조리할 때 사용하는 조미액·소스 등을 소비자에게도 판매하는 업체도 있음
- 소비자의 수요에 따라 조미 생선, 해물세트 등 슈퍼·할인점의 수산매장에도 외식점 수준의 상품이 필요함

다양한 판매 품목

- 판매 품목은 연어, 대구, 방어, 다랑어, 고등어, 새치, 삼치, 새우, 오징어, 바지락, 홍합, 가리비 등과 같이 품목은 다양하며, 이중에서도 연어와 대구는 모든 업체에서 취급을 하고 있음. 그 외에 방어, 다랑어, 새우, 오징어, 조개류, 등도 판매하고 있음
 - 토막 생선의 조미판매는 대부분의 슈퍼·할인점의 매장에서 판매되어 있으며, 바질 소스, 갈릭 소스는 모든 업체에서 판매하고 있음. 이 외에 파소금, 시오코우지(소금 누룩), 데리야키(간장양념 구이), 레몬 페퍼 소스, 토마토 바질 소스, 된장 절임, 카레 맛과 같은 조미도 취급 하고 있음
 - 관동지방과 달리 관서 지방의 소비자는 조미 생선 보다 신선도가 높은 상품을 선호함. 그 이유로 조미 생선은 판매하다 남은 생선을 양념을 한 이미지가 있어서 구입을 잘 하지 않은 경향을 볼 수 있음
- ⇒ 소비자의 가정내 조리 스타일이 간단조리, 단시간 조리로 변환하고 있으며, 선도감이 높은 상품의 수요가 높아지고 있음

매출의 증가

- 수산물의 간단 조리식재료의 판매 동향에 대해서는, 7사중 2사가 전년 대비 10%에서 15%의 매출이 증가하였다고 대답했음
- 각사에게 향후의 개선 사항을 조사한 결과, 토막 생선과 조리 생선의 판매에 대해서는, “맛을 변화 시키거나, 신상품의 개발이 과제”라는 의견과 “안전적인 가격의 일본산 가공 원료의 공급”이라는 의견이 있었음. 맛에 대해서는, “첨가물이 조금 첨가된 조미액”, “일본풍 소스종류의 증가”를 원하는 의견도 있었음. 이 외에 “냉동야채와 어패류를 조합한 어린이 상품을 요망” 등의 의견이 있었음
- 현재 관서지방은 소비지 니즈에 맞는 상품 개발이 필요한 수산물 매장으로 변환되고 있는 만큼, 메이커와 협력하여 PB 상품 개발을 희망하는 유통업체도 증가하고 있음



조미 생선(연어)



조미생선(연어)



유통업체 해물세트 매대



해물세트 스프

*참고 : 수산경제신문, 아지노모토 홈페이지
[문의 : 오사카aT센터]