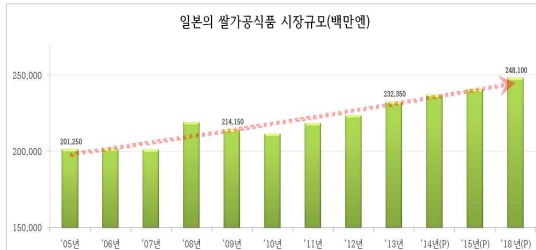


일본의 쌀가공식품 유통연망 | (냉동미반류편)

- 냉동식품 소비확대경향이 쌀가공식품 시장까지 퍼짐 -

일본 쌀가공식품 시장

- 일본의 쌀가공식품은 냉동미반류(성형타입, 볶음밥류), 레토르트, 무균포장미반류, 포장떡, 죽, 잡곡, 리조트 등으로 구분
- '05년 2,012억 규모의 쌀가공식품 시장은 '13년 2,324억원 수준으로 115.5% 성장하였으며, '18년에는 2,481억원으로 성장할 것으로 예상



- 일본의 '13년 쌀가공식품의 전체 매출기준 냉동미반류가 39%, 상온미반류(레토르트, 무균포장)가 26%, 상온 기타 가공품이 35%를 차지.
- 특히, 냉동 볶음밥 타입이 30%, 포장떡류가 22%로 중요한 상품군으로 자리 잡고 있음.



일본 냉동미반류 시장전제

- '13년 기준 전체 쌀가공식품 중 냉동미반류의 매출액은 전년도 대비 103.5% 성장한 909.5억엔으로 전체시장(2,323.5억엔)에서 39.2%를 차지



- 냉동미반류의 구운 주먹밥과 볶음밥은 대지진 이후 가정식 강세 영향 및 냉동식품 가치의 재인식에 따라 식탁 메뉴로 수요 확대경향
- 냉동 미반류 시장은 포화 상태이지만 다양한 상품의 리뉴얼을 통해 신규상품제안으로 주요업체의 해당시장 점유율이 높아 향후 지속적인 신규 및 부가가치 소구형 제품의 등장으로 소비자 구매의욕 자극
- 향후 본격적인 고령화 사회를 맞아 소량 개별식, 건강지향 등을 고려한 상품 개발이 더욱 활성화 될 것으로 예상

냉동미반류(볶음밥)

- 시장개요
- 볶음밥이나 쌀밥 등 다양하고 풍부한 메뉴 구성으로 상품이 개발 중이며, 전자레인지 조리 간편성을 내세워 시판용 중심으로 수요가 확대
- 2010년 아지노모토와 같은 냉동식품 상위업체의 프로모션 강화를 통해 시장은 회복되고 있으며,

- 특히, 2011년 동일본 대지진 직후 수요의 급증 이후 냉동 미반류를 먹을 기회가 없었던 소비자의 반복 구매현상이 두드러지게 나타나고 있어 최근에는 고성장 일로를 달리고 있음



● 판매동향

- 볶음밥과 피라프(프랑스식 카레 볶음밥)가 주 상품인 업체가 대다수이며, 각사 모두 주요 상품으로 정기적 리뉴얼을 통해 매출증가를 꾀함
- 2011년 지진 이후 볶음밥이 가정 내의 수요를 흡수하며 2012년에는 실적 이 향상되었지만 2013년은 다소 성장률은 둔화

	2010 년		2011 년		2012 년		2013 년 (추이)		2014 년 (예측)	
	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비
볶음밥	22,400	38.6%	25,450	39.6%	27,100	40.0%	27,800	40.0%	28,300	40.0%
피라프	18,900	32.5%	20,750	32.3%	21,700	32.1%	22,400	32.3%	22,800	32.2%
일본식 미반	6,200	10.7%	6,700	10.4%	6,900	10.2%	6,950	10.0%	7,100	10.0%
기타	10,600	18.2%	11,400	17.7%	12,000	17.7%	12,300	17.7%	12,600	17.8%
계	58,100	100.0%	64,300	100.0%	67,700	100.0%	69,450	100.0%	70,800	100.0%

● 납품처(용도)별 판매동향

- 시판용은 동 일본 대지진 이후 수요가 일시 상승하여, 소비자의 상품 평가가 높아진 것 등의 요인으로 2012년도 실적은 순조롭게 확대. 업무용 시장 또한 운영상의 효율성면에서 냉동밥의 수요가 증가

용도	2012 년		2013 년 (P)	
	판매액	구성비	판매액	구성비
시판용	50,900	75.2%	52,750	76.0%
업무용	16,800	24.8%	16,700	24.0%

● 시판용 납품처 현황

- 가격의 영향을 많이 받는 품목으로 할인점이 주판매 채널, 편의점에서는 개별식사 전용 제품이 상승세를 보이고 있으며, 드럭스토아에서도 할인점과 유사한 저가 판매로 실적이 확대.

용도	2012 년		2013 년 (P)	
	판매액	구성비	판매액	구성비
양판점	43,900	86.2%	45,650	86.5%
편의점	2,150	4.2%	2,200	4.2%
드럭스토아	650	1.3%	700	1.3%
그 외	4,200	8.3%	4,200	8.0%
계	50,900	100.0%	52,750	100.0%

● 브랜드 쉐어 현황

제품명 (볶음밥)	제조사	2012 년		2013 년 (P)	
		판매액	구성비	판매액	구성비
 本格炒め炒 本格炒め炒	니치레이푸즈	5,700	11.20%	5,800	11.00%
 異国さんエビ炒め 異国さんエビ炒め	아지노모토 냉동식품	4,400	8.60%	4,400	8.30%
 異国さん五目炒め 異国さん五目炒め	아지노모토 냉동식품	3,600	7.10%	3,600	6.80%
 あおり炒めの焼豚炒め あおり炒めの焼豚炒め	마루하시치로	2,200	4.30%	2,400	4.50%
 石焼風ビビンバ炒め 石焼風ビビンバ炒め	아쿠리푸즈	2,150	4.20%	2,150	4.10%

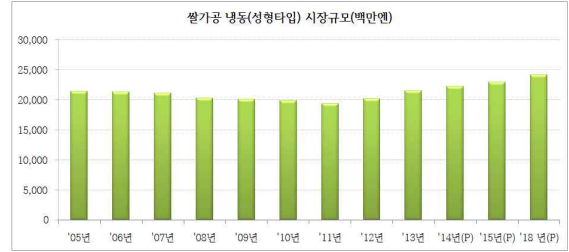
● 향후 시장 동향

- 시장은 다소 포화감이 있지만 냉동 쌀밥류는 다양한 상품 제안이 가능하여 제조업체의 해당 시장에 주력도가 높음. 부가가치 부여 등의 소비자의 구매 의욕을 유도하여 활성화될 것으로 예상.
- 또한, 향후 본격적인 고령화 사회를 맞이하여 개별식, 소량전용, 건강식 등을 고려한 상품 개발이 지속될 것임.

냉동미반류(오니기리형)

● 시장개요

- BQF법에 의해서 제조된 주먹밥, 초밥류, 오므라이스, 장작, 라이스 버거 등의 성형된 냉동 쌀밥 일컫는 시장으로 오니기리는 술 안주로서 손쉽게 먹을 수 있어 유년층부터 어른까지 두꺼운 소비자층을 보유
- 2006년은 시장이 포화상태 및 신상품의 개발미흡 등의 사유로 완전한 시장축소를 계속해오면서 2011년에는 일본 대지진의 영향으로, 오므라이스가 주력상품인 야요이 식품공장의 파해로 시장자체에 큰 타격요소로 작용하여, 지진 직후의 일시적인 수요상승에도 불구하고 시장축소 경향이 지속.
- 2012년 업계 1위인 “일본수산”을 시작으로 “닛신식품”의 “BIG” 브랜드 “컵라면”을 활용하여 냉동주먹밥을 상품화한 것을 계기로 성장추세로 급변, 2013년은 “일본수산”이 탄탄한 성장세를 유지, “닛신식품”에서도 리뉴얼, 아이템 강화로 매출신장, 테이블마크의 신상품 개발 등 주요 업체의 수요 증대 전략이 성공하여 시장은 상승세를 지속.



● 판매동향

- 주먹밥류가 압도적 비중을 차지하고 있지만 점유율 1위인 “일본수산”의 신제품 개발 등으로 실적은 확대 추세. 또한 계열사의 브랜드력을 활용한 냉동 주먹밥으로 상품화한 “닛신식품”의 영향으로 실적 확대
- 그 이외 “일본수산”, “테이블마크” 등이 추진하는 라이스버거 등 주먹밥류와 더불어 시장절체의 성장을 유도하는 일부 기업의 변화, 확대 판매전략으로 전체적 판매는 성장세 계속

	2010 년		2011 년		2012 년		2013 년 (주이)		2014 년 (예측)	
	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비
볶음밥	16,900	84.9%	16,900	87.3%	17,700	87.6%	18,900	87.3%	19,600	87.9%
바라프	3,000	15.1%	2,450	12.7%	2,500	12.4%	2,600	12.1%	2,700	12.1%
계	19,900	100.0%	19,350	100.0%	20,200	100.0%	21,500	100.0%	22,300	100.0%

● 납품처(용도)별 판매동향

- 시판용이 압도적인 판매실적을 보이고 있으며, 소비자에게 수요환기를 일으키는 다양한 신제품으로 판매활성화 추세를 지속
- 업무용은 이자카야용 주먹밥, 급식용 오므라이스 등의 수요가 있지만 실적은 전반적으로 부진

용도	2012 년		2013 년 (P)	
	판매액	구성비	판매액	구성비
시판용	16,900	83.7%	18,200	84.7%
업무용	3,300	16.3%	3,300	15.3%

● 시판용 납품처 현황

- 냉동식품은 소비자의 가격에 대한 저항감 강한 품목으로 할인점이 압도적인 메인 채널. 정기적인 세일을 실시하고 있는 채널이 매출 급증

용도	2012 년		2013 년 (P)	
	판매액	구성비	판매액	구성비
양판점	14,650	86.7%	15,900	87.4%
편의점	950	5.6%	950	5.2%
드럭스토어	250	1.5%	300	1.6%
그 외	1,050	6.2%	1,050	5.8%
계	16,900	100.0%	18,200	100.0%

● 브랜드 웨어 현황

상품명	제조사	용량	소매가격	발매일	마케팅 포인트
チキンときのこの ガーリックバターピラフ	 AJINOMOTO 아지노모토	450g	-	2013 年8 月	중고성향을 겨냥하고 있으며, 마늘, 버터 맛과 향기
牛たんのみ	 日本水産 일본수산	430g	-	2013 年9 月	소금, 누룩으로 달근, 후춧가루 를 넣은 브리밥
鶏のごはん すき焼肉風ごはん	 Tobito 테이부마크	360g	-	2013 年9 月	쇠고기, 파, 양파, 콘액을 넣고 간장, 미림, 꿀은 설렁탕을 사 용
鮭と小根菜の 明太風ごはん	 マルハシ 마루하시치로 식품	430g	-	2013 年9 月	명태 알을 사용한 구수한 일본 식 밥, 꿀에 달아 먹어도 맛이 있음.
バター仕立てのきのこ バーコンピラフ		430g	-	2013 年9 月	2종류의 버섯과 베이컨을 사 용한 향가 좋은 필라프

● 향후 시장 동향

- 일본수산은 주먹밥 전용 인터넷 사이트를 개설하여 제품활용 레시피 제안 및 캐릭터 등을 활용한 다양한 마케팅 전략을 펼치고 있으며, 대형 할인점 을 중심으로한 특가 판매활동이 정기적으로 이뤄지고 있어 지속적으로 성 장추세로 예상

★ 참고자료 : 일본 재무성 무역통계 및 농림수산물 채소류 생산통계, 후지경제 리포트 등
[문의 : 오사카aT센터 조성덕 / chozzang1976@yahoo.co.jp]