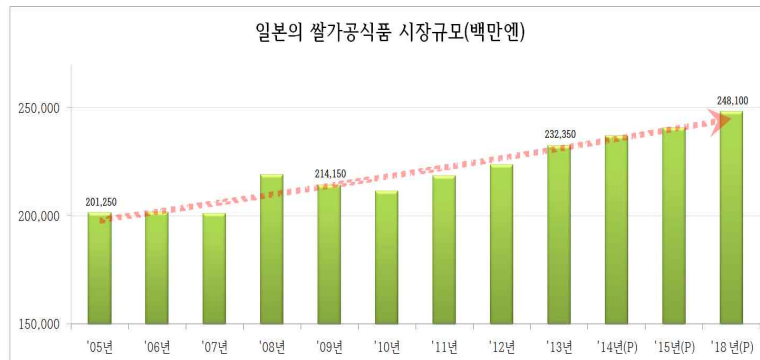


일본의 쌀가공식품 유통연황 Ⅱ (상온미반류편)

- 성장하는 시장에서의 전략적 자리매김이 필요한 시점 -

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.

냉동미반류(39%)

성형타입

볶음밥류
(30%)

상온미반류(26%)

레토르트

무균포장

상온기타(35%)

죽

잡곡

리조트

포장떡
(22%)

발아현미

상온미반류(레토르트, 무균포장)

● 시장개요

- 상온 보존 가능한 레토르트 라이스와 무균 포장 밥의 시장으로 간편성이나 보관성으로 소비자의 지지를 받으며 실적을 확대 중. 특히 무균 포장 밥은 소비자 요구에 맞춘 소용량 상품 및 다양한 패키지 상품 등 제품구성을 확충
- 레토르트 라이스는 간편성과 맛으로 고정 고객층의 수요를 지속적으로 확대하고 있으며,
- 주 원료인 쌀의 가격 폭등 등으로 유통채널에서의 특가 판매 빈도는 감소했지만, 동일본 대지진을 계기로 한 사용자의 구매 증가 외에 고령자나 독신자의 간편식으로 시장은 계속 성장
- 고령자 및 독신세대의 증가로 간편식의 위치가 점차 증가하고 있으며 제조업체의 소용량 타입의 생산 확충 및 다양한 패키지 상품의 판매호조 및 “사토 식품공업”의 생산 라인의 확충 등으로 대폭적 성장



● 판매동향

- 무균 포장 밥은 쌀밥을 기본으로 한 상품 출시가 이루어지고 있으며, 시장의 약 70%를 차지. 특히 2011년 동일본 대지진을 계기로 발생한 특수와 더불어 고령자나 독신자 등의 이용이 증가해, 소량 제품을 확충, 고령자 수요가 정착되기 시작하면서 백미시장은 확대 추세를 지속.

- 레토르트 밥은 닭고기를 사용한 타입과 팔밥이 안정된 수요로 유지되고 있지만 정기적인 구입이나 비축을 위한 상품으로서의 이용도가 낮으나, 확대 추세

	2010 년		2011 년		2012 년		2013 년 (추이)		2014 년 (예측)	
	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비
백 미	38,300	69.8%	39,700	70.1%	40,300	70.0%	43,000	70.8%	45,300	71.6%
세트미반	16,600	30.2%	16,900	29.9%	17,300	30.0%	17,700	29.2%	17,800	28.2%
계	54,900	100.0%	56,600	100.0%	57,600	100.0%	60,700	100.0%	63,100	100.0%

- 팩의 수에서는 가정 내 수요가 중심의 상품이어서 3식, 5식 등의 다량 패키지 상품이 60%이상을 차지

	2012 년		2013 년 (추이)	
	판매액	구성비	판매액	구성비
단 품	19,100	33.2%	20,800	34.3%
3식, 5식 팩(세트)	38,500	66.8%	39,900	65.7%
계	57,600	100.0%	60,700	100.0%

● 납품처(용도)별 판매동향

- 시판용은 무균 포장밥 소용량 타입이나 패키지 상품 등 상품구성이 충실하며 신상품 개발이나 리뉴얼을 계속 진행하며 수요 환기 지속
- 업무용은 외식 산업 등에서의 사용이 거의 없으나 지자체나 자위대용 특별 주문 상품에 한정

용도	2012 년		2013 년 (P)	
	판매액	구성비	판매액	구성비
시판용	54,800	95.1%	57,900	95.4%
업무용	2,800	4.9%	2,800	4.6%

● 시판용 납품처 현황

- 노인층 및 청소년층이 주 고객층으로 양판점에서 80% 가까이를 차지

용도	2012 년		2013 년 (P)	
	판매액	구성비	판매액	구성비
양판점	42,500	77.6%	44,700	77.2%
편의점	7,200	13.1%	7,600	13.1%
드럭스토어	3,700	6.8%	4,050	7.0%
그 외	1,400	2.6%	1,550	2.7%
계	54,800	100.0%	57,900	100.0%

● 브랜드 쉐어 현황

제품명	제조사	2012 년		2013 년	
		판매액	구성비	판매액	구성비
 사토우노 고향	 사토 식품공업	13,650	23.70%	14,100	23.20%
 타티타테 고향	 테이블 마크	8,900	15.50%	9,500	15.70%
 앗타카 고향	동양수산	3,900	6.80%	3,900	6.40%
 고향	 에스비 식품공업	3,300	5.70%	3,400	5.60%
 혼와리 고향	 우계	2,300	4.00%	3,100	5.10%

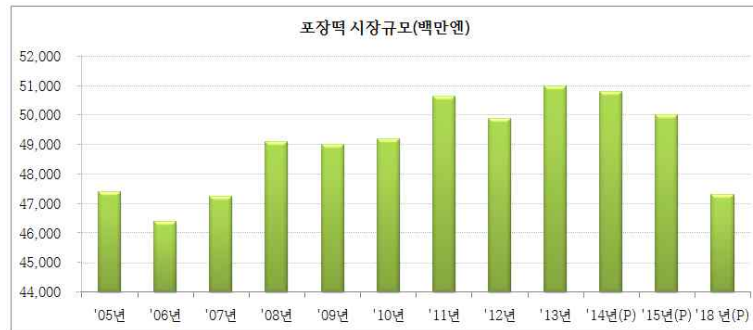
● 향후 시장 동향

- 일본수산은 주먹밥 전용 인터넷 사이트를 개설하여 제품활용 레시피 제안 및 캐릭터 등을 활용한 다양한 마케팅 전략을 펼치고 있으며, 대형 할인점을 중심으로한 특가 판매활동이 정기적으로 이뤄지고 있어 지속적으로 성장추세로 예상
- 할인점을 중심으로 특가판매가 정기적으로 이뤄지고 있어 향후 지속적인 매출이 기대

포장떡

● 시장개요

- 떡은 일본의 전통 재료로서 특히 포장 떡은 편리성과 보존성 높아 안정된 시장을 확립. 연중 판매되고 있지만 9월부터 익년 3월에 집중되는 경향이 강하고 특히 연말 12월 29일부터 12월 31일 3일간 하루에 1~11월의 1개 월분이 팔리는 명절 특수 품목.
- 한편, 주소비층에서 노년층 중심의 시장이 형성되어 젊은 세대의 소비가 현저히 떨어지는 것이 시장 성장성을 어렵게 하고 있음.
- 그러나, 2009년부터는 PB상품의 매출 확대전략에 따라 NB상품의 저가 판매가 지속되어 가격 경쟁이 치열한 시장. 최근에는 수요 환기를 위해 제조사의 신상품이 계속 쏟아지면서 시장 활성화를 도모



● 판매동향

- 절편 및 경단은 최근연도 견실한 시장으로 유지 되고 있었지만, 2012년 주 소비시기인 12월의 추운 날씨로 실적이 하락. 이후 전년 재고정리 등을 위해 저가격판매가 시행

	2010년		2011년		2012년		2013년(추이)		2014년(예측)	
	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비	판매액	구성비
절편	36,700	74.60%	38,100	75.20%	37,450	75.10%	38,600	75.70%	38,400	75.60%
경단	12,500	25.40%	12,550	24.80%	12,450	24.90%	12,400	24.30%	12,400	24.40%
계	49,200	100.00%	50,650	100.00%	49,900	100.00%	51,000	100.00%	50,800	100.00%

● 납품처(용도)별 판매동향

- 시판용이 주 시장으로 연중 꾸준히 판매되고 있지만, 추운 날씨의 9월부터 익년 3월까지의 기간에 수요가 집중하고 특히 연말이 최고 성수기.
- 업무용은 일본 요리점 등의 나베요리나 튀김 떡 등에 이용되고 있음.

용도	2012년		2013년(P)	
	판매액	구성비	판매액	구성비
시판용	47,200	94.6%	48,200	94.5%
업무용	2,700	5.4%	2,800	5.5%

● 시판용 납품처 현황

- 할인점이 주 판매채널이지만 PB상품을 포함해 가격 경쟁이 격화되고 있으며, CVS는 판매비율은 하락하고 있으나, 사토 식품공업의 CVS 한정 상품의 출시로 하락세는 주춤할 것으로 예상. 그 외 할인점과 홈센터 등에서는 대용량상품의 저가 판매가 이루어지고 있어 매년 안정된 매출을 유지.

용도	2012년		2013년(P)	
	판매액	구성비	판매액	구성비
양판점	25,500	54.0%	26,300	54.6%
편의점	2,950	6.3%	2,900	6.0%
드럭스토어	2,700	5.7%	2,800	5.8%
생협	9,300	19.7%	9,500	19.7%
그 외	6,750	14.3%	6,700	13.9%
계	47,200	100.0%	48,200	100.0%

● 브랜드 쉐어 현황

제품명	제조사	2012년		2013년	
		판매액	구성비	판매액	구성비
 사토 절편	사토 식품공업 日本サトウ食品	9,800	19.60%	9,800	19.20%
 우사기 절편	기무라식품 株式会社 吉村食品	4,200	8.40%	4,550	8.90%
 에치고이치방	에치고제과	2,300	4.60%	2,400	4.70%

● 향후 시장 동향

- 최근 주요 제조업체로부터의 신상품이 연속하여 출시되고 있으며, 산지 한정 **특별 재배미** 등을 사용한 **고품질 상품** 등 소비자의 신뢰도를 높이는 **마케팅 상품**이 출시되고 있음.
- 향후 저가 판매 상품과 고가 상품의 시장내에서의 위치매김에 따라 해당시장의 성장가능성이 결정되어질 것으로 예상하고 있으나, **중장기적으로는 젊은세대의 소비감소로 축소일로의 시장으로 예측**

시사점

- 향후 일본시장은 고령화 세대, 독신세대, 부부 2인 세대의 증가로 조리시간 절약 **간편식 상품**의 수요는 계속 성장할 것으로 예상되어 한국산 가공식품 중 **죽류** 등의 **향후 시장 확대 가능성은 높으나**,

전복죽	삼계죽	호박죽	야채죽
			
용량 : 285g	용량 : 285g	용량 : 285g	용량 : 285g
가격(아마존) : 432엔	가격(아마존) : 432엔	가격(아마존) : 346엔	가격(라쿠텐) : 381엔

- 일본의 인스턴트 식품 가공기술의 혁신적 발전으로 상온 쌀가공식품의 맛과 보관방법은 점차 우수해져 일본 내 매출상승으로 이어지고 있기에 한국 내 관련업체의 **선기술도입 및 후상품수출의 전략이 병행되어야 하며**,
- 일본 현지인의 일본쌀에 대한 애호심과 타국산 쌀에 대한 차별이 심화되고 있으며, 최근 일본산 쌀은 건강기능성 성분을 포함한 고부가가치 상품으로 진화하고 있기에 대응 가능한 한국산 **우수한 품질의 쌀로 만든 가공식품과 제조사의 브랜드 이미지 형성으로 전략적인 시장접근이 필요**

* 참고자료 : 일본 재무성 무역통계 및 농림수산업성 채소류 생산통계, 후지경제 리포트 등

[문의 : 오사카aT센터 조성덕 / chozzang1976@yahoo.co.jp]