

지구촌리포트(오사카지사)

주요 내용 및 시사점

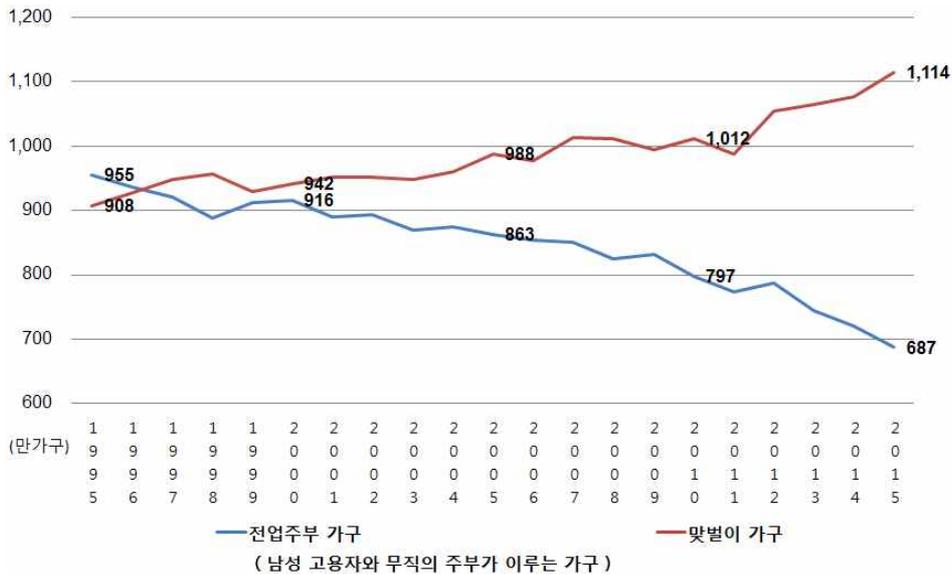
□ 제 목 : 일본 생활스타일의 변화에 따른 가공식품시장의 변화

□ 주요내용

○ 일본 생활스타일의 변화

- 과거 일본의 여성은 결혼 후 가정의 육아·가사를 전담하는 전업주부가 되는 것이 일반적인 인식이었으나, 1986년 남녀고용기회균등법의 시행으로 점차 여성의 사회 진출이 진행되고 1996년을 기점으로 맞벌이 가구의 수가 전업주부 가수의 수를 앞서게 됨.
- 2015년에는 전업주부 가구 수 687만 가구에 비해 맞벌이 가구 수가 1,114만 가구에 달함. 노동인구(15세 이상 64세 이하)의 여성 취업률은 2005년의 58.1%에서 2015년 64.6%까지 상승 경향이 계속되어 왔음.
- 또한 아베 신조 일본 총리는 2014년 9월 임시국회에서의 소신 표명 연설에서 “여성 활약”을 경제 성장의 원동력으로 삼겠다고 밝히며 이를 지원하는 다양한 정책을 추진하고 있어 앞으로 일본 여성의 사회 진출은 더욱 활발하게 진행될 것으로 전망되고 있음.

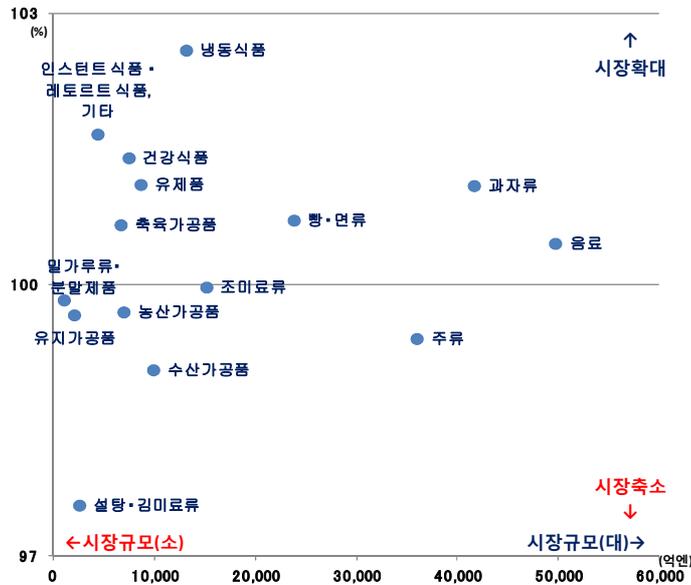
<전업주부 가구 수와 맞벌이 가구 수의 추이>



○ 가공식품시장 품목별 변화

- 일본의 가공식품시장을 시장규모와 최근 5년간의 시장규모를 전년대비 평균치로 정리한 분포도는 아래와 같음.

<품목별 시장동향 분포도>



<음료>

제일 시장규모가 큰 품목이며 최근 5년간 전년대비 평균치는 100.5%로 거의 보합상태로 추이하고 있음. 하절기 열사병 대책에 대한 의식 고조와 건강지향에 따른 토쿠호(특정보건용식품)제품의 소비, 꿀 맛 미네랄워터 등의 가향수가 시장을 활성화시키고 있어 안정적인 시장임.

<과자류>

초콜릿이나 견과류의 건강효과가 주목을 받고 있어 시장은 확대 추세로 안정적인. 또한 CVS(편의점)나 드럭스토어의 점포 수 증가, 인바운드 수요의 증가 등, 여러 가지 요인이 복합적으로 기여하여 시장 확대에 이르렀음.

<주류>

저출산 · 고령화나 젊은 층의 음주습관의 감소 등, 여러 가지 요인으로 축소경향에 있음.

<빵 · 면류>

일본인의 라이프스타일의 변화로 인해 간편식이 요구되면서 쉽게 섭취할 수 있는 빵 · 면류의 시장은 확대 경향에 있음.

□ 시사점

- 주목할 점은 냉동식품, 인스턴트 식품 · 레토르트 식품, 빵 · 면류 등 간편성이 높은 품목의 성장이며, 이것은 여성의 사회진출이 진행되는 가운데 가정 내에서의 식사시간 단축이 요구되고 있다는 것을 알 수 있음. 이렇게 일본의 가공식품시장은 식(食)의 서양화로 빵으로 성장해온 고령자의 증가, 여성의 사회진출 등으로 인해 향후 더욱 확대될 전망이다.