

일본을 사로잡은 한식타입 간편식

오사카지사

새로운 한류, 한식타입 간편식

- 지난해 치즈닭갈비가 인기몰이를 한 데 이어 올해 떡볶이, 라볶이, 불닭볶음면 등이 일본 젊은층을 중심으로 인기를 끌면서 '네오 한류', '제3 한류 붐'으로 불리는 새로운 한류문화와 한국식품이 주목을 받고 있다.



- 일본의 식품 대기업들 역시 이러한 인기에 편승해 현지에서 인기를 끌고 있는 한국요리를 제품으로 생산해 출시하고 있다. 대표적인 상품은 아래와 같다.

① 아지노모토

Cook do 코리아 특별페이지를 제작해 상품소개와 상세 레시피를 게재하여 다양한 한식타입 간편식 상품과 함께 소개하고 있다. 또한, 제품 내 적은 비율이긴 하지만 두부찌개에는 한국산 고추장을 사용했다는 것을 강조하고 있다.



② 일본제분

전자레인지에 그릇째 데워 먹을 수 있는 한국풍 돼지김치찌개, 삼계탕 냉동제품을 출시해 간편함과 맛을 동시에 강조하고 있다.



삼계탕

돼지김치찌개
냉동제품



③ 미츠칸

CUP COOK을 테마로, 컵에 재료가 다 들어있고 후라이팬에 고기만 추가해서 요리할 수 있어 도마와 칼이 필요없는 간편한 한국풍 상품을 출시했다. 이 외에도 1인용, 3~4인용 김치찌개 제품을 선보였다.



CUP COOK
불고기·돼지김치볶음

김치나베 국물

④ 키코망

한국풍 돼지김치볶음, 비빔밥을 출시했다. 한국풍이긴 하지만, 원재료는 일본산을 사용하고 특별히 제조한 고추장이 들어갔다는 것을 강조하고 있다.



돼지김치볶음, 비빔밥

불고기 양념 (BBQ)

⑤ 모란봉

한국제품을 직접 수입하면서 현지에서는 '한식채'라는 브랜드의 다양한 한국풍 상품을 제조·판매하고 있다. 현지 소비자의 기호와 입맛에 맞춘 상품을 적극적으로 출시하고 있는 것이 특징이다.



설령탕 스프



불고기 잡채 조미료세트



돼지김치볶음
조미료세트



닭갈비 조미료세트



키코망 비빔밥 제품으로 만든 비빔밥

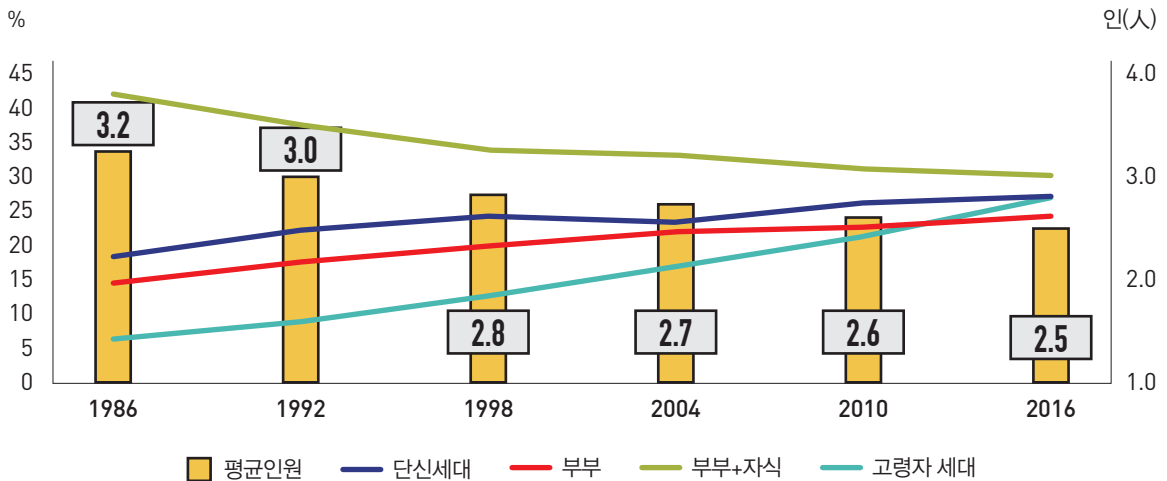
일본 내 한식타임 간편식의 특징

- 한국식품이 인기를 끌고 있긴 하나 일본 내에서 생산·판매되는 한식타임 간편식이 더욱 인기를 끌고 있는 이유는, 한국에서 제조·수출한 상품의 경우 조리기구를 이용해서 데우거나 가열해서 먹는 상품이 주를 이루기 때문이다. 또한, 가격대와 용량이 커 상품단가도 조금 높게 설정되어 있는 것도 그 이유가 될 수 있다.
- 이러한 단점을 보완한 일본 내 한국풍 즉석식품의 특징은 용기째 가열해 바로 먹을 수 있고, 1인용 소포장 사이즈이며 300엔 이하라는 점이다. 특히, 최근 출시된 상품들은 용기 자체가 그릇 역할까지 하면서 편의성을 더하고 있다.

세대구조 변화로 즉석식품 수요 증가

- 즉석식품이 이렇게 인기를 끌고 있는 이유는 출산율 저하, 고령화, 1인가구 증가, 여성의 사회진출 확대 등 사회구조와 라이프스타일의 변화에 따라 식품에 대한 니즈가 다양화된 데 있다. 이에 식품제조사들도 유통기간이 길고 식품로스가 적은 즉석식품을 보다 다양하게 개발·출시해 소비자의 니즈에 부응하고 있는 것이다.

일본 내 세대구조와 평균인원 추이



출처 : 일본 국민생활기초조사

- 최근 식품업계는 냉동식품 브랜드를 강화하는 추세이며 슈퍼마켓의 성장정체, 편의점의 성장을 둔화, 드럭스토어의 대두, 무점포 판매확대 등으로 인해 소비자가 선택하는 구매장소를 다양화하고 있다. 또한 합리적인 소비자들은 돈과 시간을 허비하지 않지만, 자신이 원하는 상품에는 적극적으로 지갑을 열고 시간을 투자하기도 하는 양극화된 구매패턴을 보여주고 있다.
- 이러한 시장흐름과 소비심리를 전략수집에도 적극 반영해 소비자가 만족하는 가치와 가격의 양면을 충족시키는 상품개발이 필요한 상황이라 할 수 있다. 업계의 대표주자인 일본제분 역시 2018년 가을·겨울 신상품 발표에서 최근 소비트렌드에 맞춘 상품개발을 추진하고 있음을 발표했다.

일본 식품시장 트렌드를 반영한 신제품 개발

- 일본에서 유행하고 있는 한식타입 간편식은 이제 제품의 다양성을 넘어 보다 간편하고 시간을 단축할 수 있는 방향으로 진화하고 있다.
- 한국의 식품기업들 역시 국내 간편식의 높은 수요에 맞춰 다양한 상품을 개발·출시하고 있지만, 일본 식품시장 진출을 위해서는 현지 소비트렌드의 변화와 식품업계의 동향 등 목표시장에 대한 철저한 모니터링을 우선 시해야 한다.
- 현재 일본 식품시장의 트렌드인 소포장, 소용량, 간편식 등의 특징을 고려해 신상품을 출시한다면 일본 내 수요시장은 더욱 확대될 수 있을 것이다.

출처 : 아지노모토, 일본제분, 미츠칸, 키코망, 모란봉 등 각사 홈페이지 및 신상품 코너
일본 식품산업신문 일본제분 관련 기사, www.ssn.jp (2018. 7. 31.)
일본 국민생활기초조사 발표자료