

일본은 지금 업소용 제품이 강세!

오사카지사

작성자_ 타카키 리사



외식용 제품 수요의 강세

2022년 일본 정부에 따른 경제활동 제한 등 코로나19 대책이 완화되면서 외식점들의 영업도 재개됐다. 이로 인해 외식수요는 회복세로 전환된 반면, 내식수요는 축소하는 추세를 보였다. 프리믹스시장도 마찬가지로 가정용 수요는 감소하였으나 업소용 수요는 회복 추세이다. 일본프리믹스협회에 따르면 오코노미야끼가루나 튀김가루 등의 가정용 제품 생산량은 4만 5,308톤으로 전년 대비 10.8% 감소한 것으로 나타났다. 업소용 제품은 21만 5,938톤으로 전년 대비 2.1% 증가한 것으로 나타났다. 2022년 1월부터 9월까지 프리믹스제품 생산량은 26만 1,246톤으로 전년 대비 0.4% 감소한 것으로 나타나, 시장 전체로 보면 전년과 큰 변화는 없었으나 용도에 따라 수요 변화가 있었다.

가정용 제품 생산량



4만 5,308톤

2022년

2021년 대비
10.8% 감소

업소용 제품 생산량



2021년 대비
2.1% 증가

21만 5,938톤

2022년

가정용 제품은 '간편'이 키워드

제분회사 닛폰(NIPPON)이 판매하는 메차라쿠(めちゃラク) 시리즈가 판매 호조세를 보이고 있다. 메차라쿠 시리즈에는 핫케이크믹스, 쿠키믹스, 아이스크림믹스 등이 있으며, '매우 편하다'는 뜻의 '메차라쿠'라는 단어를 제품명으로 쓸 만큼 간편성에 초점을 둔 제품이다. 메차라쿠 핫케이크믹스는 핫케이크 2~3장(150g) 분량의 믹스가루가 들어있어 물을 제품 봉지 안에 그려진 눈금선 까지 부어 젓기만 하면 반죽이 완성된다. 반죽을 만드는 과정에서 따로 용기를 쓰거나 재료를 계량하지 않아도 되기 때문에 설거지 부담을 덜해주는 점이 매력 포인트다.

식품제조사 소화산업은 '22년 가을&겨울 신상품으로 '이제 안 튀긴다! 굽는 덴푸라가루'를 출시했다. 튀김요리는 기름을 버리는 것도 손이 가고, 여름에는 더워서 튀김자체를 하지 않는다는 소비자들이 많은데 이 제품은 튀기지 않고 소량의 기름으로 굽기만 해도 튀긴 것과 같은 바삭한 식감을 즐길 수 있다.



닛폰
메차라쿠 핫케이크믹스



소화산업
이제 안 튀긴다!
굽는 덴푸라가루

출처: 식량신문 「프리믹스 특집: 가정용 닛폰 호조 메차라쿠 신상품 투입」,
「프리믹스 특집: 소화산업 화재성 있는 신상품 투입」



닛폰
한국풍
후라이드치킨믹스 1kg



소화산업
기름흡수가 적은
덴푸라가루 1kg

출처: 식량신문 「닛폰 외식수요회복 덴푸라 등 신장」,
「소화산업 외식·푸드코트 제품 견조」

업소용은 한국풍 제품이 트렌드로

제분회사 닛폰은 '22년 가을&겨울 신상품으로 '한국풍 후라이드 치킨믹스'를 출시했다. 요즘 트렌드인 한국 후라이드치킨을 만들 수 있는 제품으로 유사제품과의 차별화에 나섰다. 또한 후라이드 치킨과 비슷한 요리인 가라아게는 일본에서 인기가 높은 메뉴이므로 안정적인 수요를 기대할 수 있다.

식품제조사 소화산업은 튀김을 먹을 때 기름기가 신경이 쓰인다는 소비자 고민을 해결하는 제품으로, 튀김옷의 기름 흡수를 억제하는 덴푸라가루의 판매를 확대하고 있다. 식용유 가격이 인상되는 가운데, 튀김반찬 등을 판매하는 유통업체들의 기름 사용량 절감에도 공헌하고 있어 호평을 받았다.

Insight

2020년 이후 코로나19 확산으로 생활양식에 변화가 생기면서 식품업계에서는 내식 수요가 호조세였다. 2022년도에도 여전히 코로나19 확산 사태는 계속되었으나, 외식점 영업 재개, 일본 정부에 따른 국내여행지원 시행 등으로 활발해졌다. 식품업계에서도 외식업 수요가 회복추세로 전환되었으며 2023년에도 계속될 것으로 예상된다.

최근에는 시간 절약을 중요하게 생각하는 소비자들이 늘고 있어 각 식품제조사들은 '간편성'을 강화한 상품 개발 및 마케팅을 전개하고 있다. 부침가루나 호떡믹스와 같은 한국식품도 간편성을 고려한 상품 개발이 이루어진다면 소비 증가로 이어질 것으로 생각된다.

