

일본 코로나 국면 가정 간편식 시장 확대

내식과 외식의 모호화에 따른 최대 수혜자는 소자이¹⁾ 시장

코로나19에 따른 거리 두기, 외출 자제 등으로 인해 큰 수혜를 입은 것은 바로 소자이(惣菜)시장이다.

일본 국내 소자이시장은 2022년 시장규모 10조 엔을 달성, 2021년 매출 수준을 웃돌며 변함없이 높은 수요를 보여주고 있다. 슈퍼마켓 내점 고객 수가 감소하는 상황에서도 소자이 분야 매출이 성장하고 있다는 점에서 주목을 받고 있다.

유통업체 소자이 코너의 호조 요인으로, 메뉴와 질의 변경이 용이하여 시장 트렌드 변화에 대응하기 쉽다는 점과 품질과 맛의 향상을 꾀할 수 있다. 코로나19 기간 동안 소자이 코너의 상품 가격대는 높아졌지만 외식업계 수준의 맛을 제공하는 등의 전략을 취했고, 이는 소비자의 수요를 증가시키며 매출 증대로 이어졌다. 관계자는 “대형판매점의 상반기 소자이 판매 실적은 2021년 10조 엔을 뛰어 넘은 금액”이라고 밝혔다.

1 소자이(가정간편식) : 유통업체 등에서 직접 조리 및 판매하고 구입 후 바로 취식할 수 있는 반찬, 요리 상품을 뜻함

자료 <https://www.kfickorea.com>



간편성과 본격적인 맛을 강조한
반찬(惣菜)상품



본격 새우슈마이(649엔)



三河みりんが隠し味!
味と食感の絶妙なバランスを楽しんで
海老と鶏肉のナシゴレン

税込755円



새우, 닭고기 나시고랭(755엔)

외식업계 회복에 따른 소자이시장의 미래

한편, 4월 이후 외식업계가 회복하며 소자이 업계에도 변화가 나타났다고 관계자는 밝혔다. 총무성 통계 발표 가계조사에 의하면 2인세대 이상의 외식 지출액은 전년대비 4월 15.4%, 5월 33.7%, 6월 28.8% 등 증가 추세를 보이고 있다.

일본 푸드서비스협회가 실시한 조사 역시 4월 이후 외식 매출액은 14%가 증가한 수치로 5, 6월에 있어서도 각 20.4%, 19.9%로 크게 증가한 것으로 나타났다. 매출액 증가의 주요 원인은 대도시권의 이동 제한이 사라졌으며, 주말과 공휴일 점심 시간대에 방문하는 가족 단위의 손님이 증가했기 때문인 것으로 분석됐다. 반면 관계자는 “코로나19 재유행의 영향으로 외식시장의 호조가 계속 될지는 미지수”라고 전하며, 향후 전망

에 대해서는 “불투명하다”고 밝혔다.

한편 “코로나19의 재유행 및 생활필수품의 연이은 가격 인상으로 외식업계 수요는 또다시 감소 추세로 돌아설 것으로 보이나, 외식과 동일한 수준의 맛을 즐기자하는 소비자의 경향은 당분간 지속될 것”이라는 의견도 존재한다. 이를 뒷받침 하듯이 품질·맛이 소비에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 슈퍼체인 세이조 이시이의 관계자에 따르면 “외출을 자제하는 사회적 분위기 속에서도 가장 눈에 띄는 매출 증가를 보인 품목은 소자이 상품”이라고 전했다.

그 중에서도 “슈마이 등과 같은 상품은 일반 판매점보다 높은 가격대를 형성하고 있음에도 그 인기를 유지하고 있다”고 덧붙였다. 이처럼 향후에도 품질이 높은 소자이 상품에 대한 수요는 계속해서 증가할 것으로 전망된다.

작성자 오사카지사 박혜빈

Key Point

일본에서 외식과 내식의 구분이 점차 모호해지면서 외식 수준의 소자이 상품, 일반식품을 추구하는 소비자는 지속적으로 늘어날 것으로 보인다. 소자이뿐만 아니라 냉동식품 또한 높은 품질이 요구되고 있어 실제로 이를 충족시키는 상품의 수요가 증가하고 있다. 한국 식품 또한 만두와 같이 맛과 품질이 우수하고 곧바로 한끼 요리가 될 수 있는 다양한 냉동식품 제품들이 인기가 높아짐에 따라 해당 제품군의 수출이 유망할 것으로 전망된다.