식품산업과 영양 15(2), 12~15, 2010 Food Industry and Nutrition

특집 : 세계 급식·외식 산업 최신 동향

일본 급식 산업 동향

임 성 훈

삼성에버랜드(주)

Trends of Japanese Contract Foodservice Industry

Seong Hun Lim

Samsung Everland Inc., Gyeonggi 446-912, Korea

서 론

상업성이 매우 강한 미국, 유럽의 급식에 비해 일본급식 시장은 복리후생적 성격이 강하며 식문화도 우리와 유사하여 향후 국내 급식시장의 발전방향을 예측할 수 있는 지표의 역할을 하고 있다. 비록 식사에 대한 관심도의 차이는 크지 않으나, 경제, 사회적인 측면과 선진급식 도입의 측면에서 보면 일본 급식시장은 국내보다 20년 정도 앞선 경험을 하고 있다. 따라서 일본 급식시장의 동향을 살펴보면서 국내 급식시장의 발전 방향을 예측해 보는 것이 필요하겠다.

일본 급식 시장 현황

일본의 급식시장 규모는 '09년 기준 59조원으로(도시락 급식 포함) 한국급식시장의 약 8배 수준이다. 수년간의 장기불황에 따른 사업소(기업체, 관공서 급식)시장의 위축으로 전체 급식시장 규모는 점차 감소하고 있으며 일본 전체 외식시장 중 급식 매출이 차지하는 비중은 13.7%로 '85년 15.0%에서 점차 줄어들고 있다.

일본은 인구 노령화로 인해 복지시설의 급식이 증가하고 있으며, 병원과 복지시설의 헬스케어 분야가 전체시장의 43%에 이른다.

현재 시장규모는 사업소 시장이 가장 크지만 성장성 측면에서는 노인복지시설이 가장 성장이 빠른 상황이다.

표 1. 일본과 한국의 선진 급식 도입 관련 연도 비교

구 분	일 본	한 국	차이
1인 GDP 2만불 돌파	1988년	2010년(예상)	12년
초고령 사회 진입	2006년	2026년(예상)	20년
선진급식 도입	1976년	1999년	23년

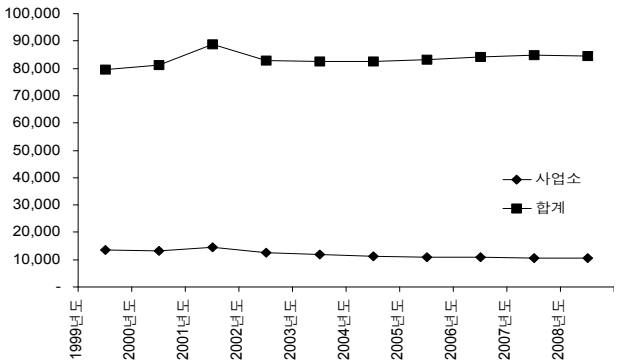

그림 1. 집단급식시설 수 변화추이(일본 후생노동성)

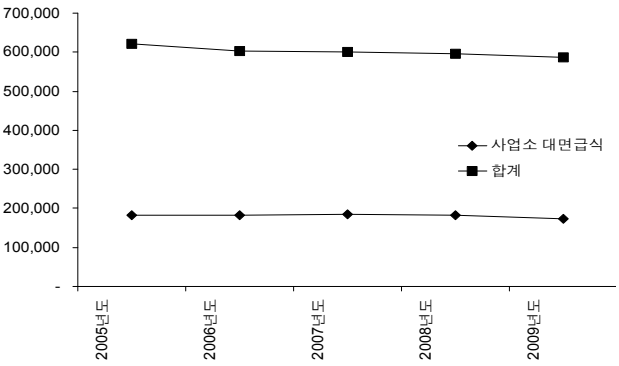

그림 2. 급식시장규모 변화추이(일본 야노 연구소)

표 2. 년도별 급식시설 변화 추이 (단위: 개소)

구 분	'99년	'08년	변화(CAGR)
사업소	13,375	10,565	-2.6%
학 교	18,836	18,507	-0.2%
병 원	9,707	9,230	-0.6%
노인보건시설	2,129	3,500	5.7%
아동복지시설	20,946	22,873	1.0%
사회복지 시설	8,992	14,264	5.3%
기 타	5,637	5,547	-0.2%
합 계	79,622	84,486	0.7%

E-mail: seonghun.lim@samsung.com
Phone: 031-288-0795, Fax: 031-288-0880

표 3. 일본 상위 10개 업체 급식 매출 현황

순위	기 업 명	매출(억원)	세후 이익률	결산월	M/S	사업소 비율
1	닛신 의료식품	22,636	2.7%	'10년 3월	3.9%	–
2	에임서비스	12,538	3.4%	'10년 3월	2.1%	46.0%
3	세이요푸드	9,957	4.8%	'09년 9월	1.7%	50.0%
4	시닥스 푸드 서비스	9,808	0.3%	'10년 3월	1.7%	46.5%
5	후지산업	8,691	1.6%	'10년 3월	1.5%	3.5%
6	그린하우스	8,539	0.7%	'10년 3월	1.5%	63.9%
7	우오쿠니소우	7,379	0.6%	'10년 3월	1.3%	55.8%
8	레오크 재팬	6,984	–	'10년 3월	1.2%	33.5%
9	메포스	6,110	1.9%	'10년 3월	1.0%	20.8%
10	일경 크리에이트	3,956	–	'10년 3월	0.7%	
	상위 10개사 계	96,598		–	16.4%	

Segment별 특징으로는 사업소는 경기호전에 따라 일부 기업 직원식당 확대 움직임 있으나 노동시간단축, 생산라인 해외이전 등으로 전체시장은 위축되고 있고, 도시락 급식은 고객의 대다수가 중소기업으로 경기영향은 적으나 편의점의 도시락 확대 등으로 시장은 축소되고 있다. 학교는 아동 인구는 감소하고 있지만 경비절감과 식중독 방지를 위해 민간기업 위탁이 증가하면서 위탁시장은 성장하고 있고, 병원은 효율화를 위한 민간기업 위탁은 확대

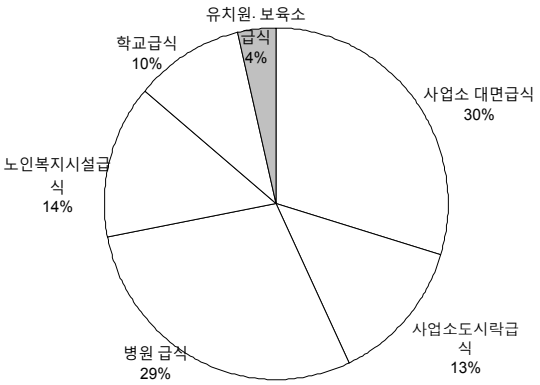

그림 3. 일본 급식시장 구성('09년 매출 기준, 야노 연구소)

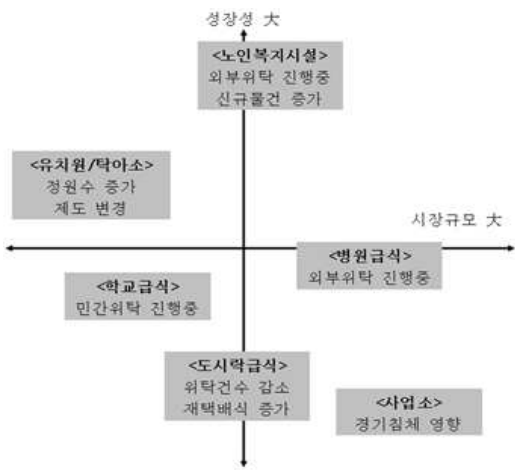

그림 4. Segment별 성장성과 시장규모

되나 병원 가동률 감소로 적자운영 사업장이 증가되고 있다. 노인복지시설은 단가가 높은 유료 양로원의 위탁영업이 증가하고 있고, 유치원/탁아소 급식은 정부의 인정 어린이집 허가 대상 범위 확대로 시장 성장이 예상되고 있다.

일본 급식의 선두업체들은 주로 M&A를 통해 시장 점

표 4. 일본 주요 급식사의 사업영역

에임 서비스	· 기업·학교 등 푸드 및 서포트 서비스 · 병원/사회복지시설 등 푸드 및 서포트 서비스 · 회의/연수시설/휴양소 등 토탈 매니지먼트 서비스 (식음, 청소, 시설관리, 린넨 등) · OCS(Office Coffee Service) · 스포츠 경기 대회/이벤트/국제회의 등 푸드 서비스 · 식음시설의 설계, 청소/시설 관리, 린넨 서플라이, 유니폼 렌탈, 인력파견서비스 등
세이요 -컴파스 그룹	· 기업 · 학교 등 푸드 및 서포트 서비스 · 병원/사회복지시설 등 푸드 및 서포트 서비스 · 스포츠/레저(골프장, 스키장), 연회/웨딩 토탈 매니지먼트 서비스(식음, 청소, 시설관리 등) · 식음시설 디자인, 컨설팅 · 고속도로식음컨세션(12개 고속도로) · 외식(18개 외식 브랜드 보유)
닛신	· 급식사업 · 의료용/일반 식품 판매 · 식기/주방 설비 등 판매 및 임대 · 외식/도시락배달업 · 인력파견서비스 · 의료기관, 복지시설 등 경영 컨설턴트업 · 의료용/식품류 검사 시약 개발/제조/판매 · 부동산 임대 및 관리업
시닥스	· 급식사업 · 식자재사업 · 외식(35개 점포) · 레스토랑식 가라오케(304개 점포) · 호텔 · 회의/연회장소렌탈서비스 · 식음설비설계/기기판매 · 매점/편의점 운영 · 차량관리사업
그린 하우스	· 급식사업 · 식자재사업 · 외식 · 호텔사업

유율을 높이고 있으며, 국내 급식시장에서 상위 9개 업체 매출의 합이 전체 시장의 29.1%를 차지하고 있는 것에 비해 일본은 상위 10개 업체 매출의 총합이 전체 급식시장의 16.4%를 차지하는 과점상태가 높지 않은 시장이다. 병원 전문업체인 닛신의료식품의 매출이 2.3조원으로 가장 크며 외국계 회사인 에임서비스(아라마크)와 세이요푸드(컴파스)가 각각 2위와 3위의 M/S를 가지고 있다.

주요 트렌드

카페테리아 식당의 확산

* 일본의 카페테리아 방식은 복수의 세트메뉴에 단품을 추가로 선택하여 구매하는 형태로 국내의 프리미엄급식, 미국의 스크램블 카페테리아 형태와 유사한 운영 형태임

오피스, 산업체, 관공서 급식에 해당하는 사업소 급식은 70년대 외자기업 진출과 대기업 고객사들의 선진사 벤치마킹을 계기로 카페테리아식 운영형태를 도입하고 있다. 카페테리아식 운영은 식단가가 10% 정도 상승하지만 정식(식판) 급식과 달리 메뉴 선택범위가 넓고 소비자요구(개별취향, 건강지향)에 부합하여 여성, 젊은 층의 지지를 받고 있다.

특히 카페테리아 방식은 대규모 사업장에 적용되는 경우가 많아 급식업체 입장에서도 유리한 운영방식인데, 경쟁이 심화되면서 가격경쟁이 심해지고 차별화가 어려워지자 외자회사를 중심으로 타 업체와 운영과 가격면에서 차별화가 용이한 카페테리아 형태 급식이 확산되고 있다.

병원 급식의 CK 도입

일본의 병원급식은 '86년 병원급식의 위탁화가 허용된 이후에 닛신, 메포스 등 병원급식 전문업체들이 성장을 이끌어 오고 있으나, 이후 병원들의 원가절감 노력과 급식업체들의 경쟁으로 인해 급식업체들의 수익성이 악화되고 있다.

일본 병원 급식은 '96년 쿡칠 제품에(냉동 후 가열 배식) 한해 원외조리에 의한 환자급식이 허용되었고, '98년 원외조리시 특별가산(200엔)을 부여하였지만 다품종 소량 생산이라는 병원급식의 특성과 투자의 부담, 물류비용 등으로 인해 CK 운영이 확산되지 못하고 있었다. 그러나 '98년 의료법인의 영리화와 '01년 원외 조리시 병원내 조리시설 의무설치 면제가 실시되면서 복수의 시설을 운영하는 의료 법인이 병원이나 노인복지시설에 CK를 적용하는 사례가 늘어나고 있다.

또한 진공조리법(반조리 식재를 진공포장)을 통해 영양분의 손실없이 상대적으로 신선한 음식의 제공이 가능해지면서 이를 활용한 원외조리가 확대되고 있는데, 이에 급식업체들은 기존 학교나 사업체의 도시락 급식사업을 위해 운영하던 CK를 활용하여 병원, 노인복지시설을 대상으로 한 배달급식 사업을 확장하고 있다.

지구는 하나의 식당 "Table for Two"

'07년 개발도상국의 아동들의 식대를 지원하기 위한 Table for Two 프로그램이 도입된 이후 이를 적용한 급식업체가 증가하여 에임서비스 등 개 대기업들이 프로그램에 참여하고 있다. 급식고객이 프로그램의 대상이 되는 메뉴를 선택하여 식사하면 1인분당 20엔(해당국 1인 급식비용)이 르완다, 말라위 아이들의 급식비로 기부되는 프로그램이다.

에임서비스, 닛코쿠트러스트 등은 메타보 건강메뉴를 별도로 개발하여 프로그램 메뉴로 고객들에게 제공하여 고객건강과 사회공헌의 두가지 효과를 동시에 얻고 있는데, 식당에서 시작된 이 운동은 카페, 슈퍼, 편의점 등으로 확대되어 '10년 5월까지 260개의 가맹점으로 확대되고 있다.

영양관리 비지니스

'06년 후생노동성은 40~74세 인구 중 비만, 당뇨 등 생활습관에 기인한 성인병 환자인 "메타보 증후군" 대상자를 16.8%로 추산하고 이들의 관리를 위한 법률을 신설하였다. 이에 따라 '08년부터 의료보험자에 대한 건강진단 및 보건지도 사업이 의무화 되고 의사, 보건사, 영양사 등을 통해 생활습관을 개선하기 위한 과제가 시행되고 있으며, 급식회사들도 이러한 트랜드에 맞게 메타보 식단을 개발하여 제공하고 있으며 다양한 건강관리 프로그램을 운영하고 있다.

결 론

일본 급식시장은 병원, 학교의 아웃소싱화와 경기호조

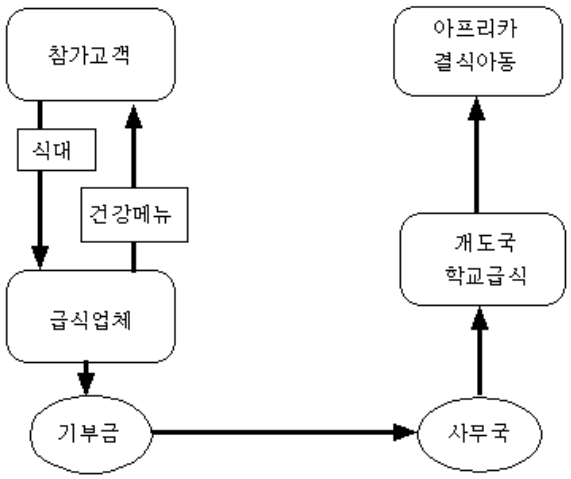

그림 5. Table for two 프로그램

표 5. 일본 급식회사의 메타보 대응 프로그램

회 사	프 로 그 램
에임서비스	－비만 및 생활습관병 개선을 위한 식생활 가이드를 제공하는 헬스나비 운영 －메타보 신드롬에 대응한 식생활 개선프로그램인 메타보릭 케어 프로그램 운영 －체중, 체지방 데이터를 온라인을 통해 관리하는 건강관리 프로그램 Smart diary 운영
세이요푸드	－메타보 대응 메뉴 제공, 캠페인, 영양상담, 세미나 등을 총괄하는 건강응원 Days 프로그램 운영
그린하우스	－인터넷을 통해 식사분석, 영양상담을 제공하는 "아스켄" 프로그램 운영
시닥스푸드서비스	－영양사가 개인별 영양지도와 생활개선을 통해 생활습관을 개선하는 "Goodbye 메타보" 프로그램 운영

표 6. 일본 급식시장 환경의 변화 방향

사회경제	－장기적으로 저성장 지속 －산업구조 변화로 서비스업 증가, 제조업 감소	- 규제완화로 후생행정, 교육행정 재편
급식시장	－개인기호를 반영한 카페테리아 방식 확산 －건강메뉴의 확대 및 식사내용/건강상태 관리 증가 －소규모 사업장을 위한 CK, 수요예측 시스템 발전	－IT기술을 이용한 메뉴관리, 조리, 조달 효율화 －파트의 정규 고용화와 인재 교육의 강화 －재택배식의 확대 및 민간이양
급식기업	－대기업 과점화에 따른 영세기업의 도태 －병원급식, 복지시설 급식사업장의 감소 －수익성 악화 극복을 위한 부가가치 창출 －인력생산성, 구매절감을 통한 업무 효율화	－토탈서비스 화(종합식품, 介護서비스, 의료서비스) －쿡칠, 쿡프리즈, 진공조리 등 신조리 적용 증가 －소형 CK 분산배치 －HACCP의 본격도입 및 ISO인증 확대
고객사	－복리후생 예산 증액(인재 관리 강화) －대기업의 급식 계열사 매각	－학교, 탁아소의 민간위탁 본격화 －노인복지시설 및 재택환자 시장 증가
소비자	－고령인구의 증가 －생활의 24시간화, 個食化 부각 －간편성 강화, 고기능화 제품 요구	－안전, 안심, 건강에 대한 관심 증가 －고품질 적정가격 동시 요구

에 따른 기업급식 확대라는 플러스 요인과 원가상승 및 소비축소라는 마이너스 요인이 혼재하고 있다. 또한 집단급식의 "집단"이라는 말이 무색할 만큼 다양한 급식 패턴이 생겨나고 있으며 산업구조, 인구구성 변화에 따라 이러한 움직임은 더욱 가속화 될 것으로 예상되고 있다. 전반적으로는 급식기업을 포함한 식품, 외식 등 식음기업들은 다양한 소비자 기호에 대응하기 위한 방향으로 변화해 나갈 것으로 전망된다. 이러한 변화의 방향은 국내도 마찬가지일 것이라 판단된다. 따라서 일본 급식 시장의 변화를 Benchmarking하고 국내 급식 산업 발전에 접목할 수 있도록 하는 것이 필요하겠다.