

수산물 소비행태 변화

- 비대면 간편식 시장의 확대 -

최근 온라인을 통한 비대면 수산물 소비가 증가하고 있다. 소비자들의 구매 패턴 변화로 온라인 쇼핑이 일상화되고 있으며, 특히 코로나19 장기화로 비대면 유통에 대한 관심이 높아지면서 수산물도 온라인 거래가 증가하고 있다.

대표적인 건강식품인 수산물이 국민 건강에서 차지하는 비중이 증가하고 있다.

• 수산물 1인 1일당 공급량

- 수산물 1인 1일당 공급량 연평균
증가율은 3.5%로 가장 높음

• 수산물 1인당 연간 공급량

- 1인당 연간 수산물 공급량은 68.1kg
으로 육류 64.3kg보다 많음

• 수산물의 단백질과 칼슘 비중

- 수산물이 동물성 단백질의 30.6%,
칼슘의 32.8%를 공급

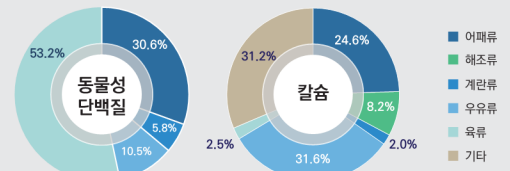
1인 1일당 공급량 연평균 증가율
('00~'18) 수산물 1위



육류보다 수산물을 더 많이 공급



수산물이 동물성 단백질의 30.6%, 칼슘의 32.8% 공급



자료: 한국농촌경제연구원, 식품수급표 2018

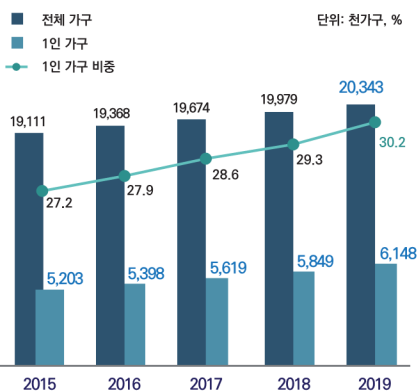
사회구조 변화와 코로나19 영향이 국민 식생활을 바꿔놓다.

• 1인 가구 증가

- 2015년 대비 1인 가구 3.0%p 증가
- 2019년 기준 우리나라 10가구 중
3가구(30.2%)가 1인 가구

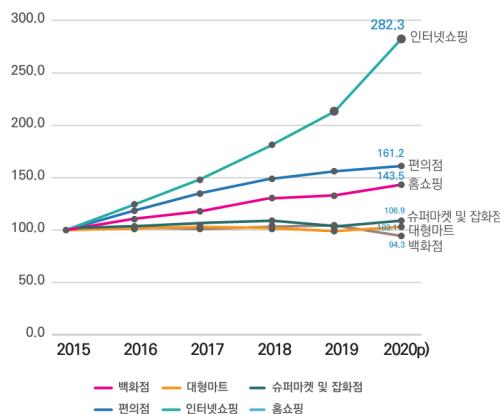
• 코로나19로 인한 유통구조 재편으로 온라인 쇼핑물 성장

- 인터넷 쇼핑, 홈쇼핑 등 무점포 소매의 판매액 비중은 2015년 11.5%에서 20.8%로 성장
- 이는 백화점(5.8%), 대형마트(7.1%)의 합보다 큰 비중을 차지



자료: 통계청

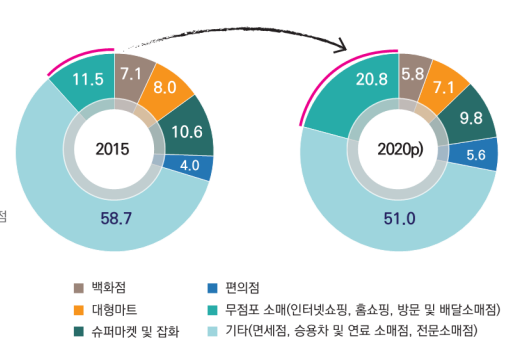
〈소매업체별 판매액 지수〉



주: 경상지수, 소매업체별 판매액지수(2015=100.0)

자료: 통계청

〈소매업체별 판매액 비중〉

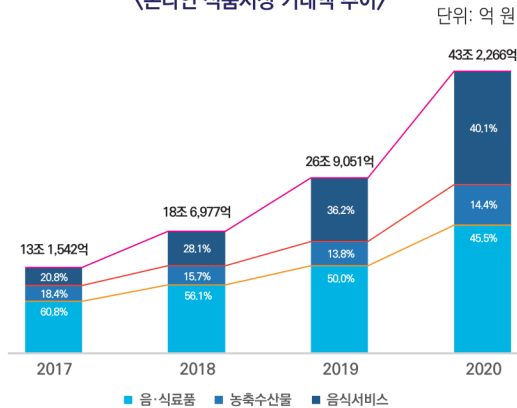


자료: 통계청

• 온라인 식품시장 거래액 추이

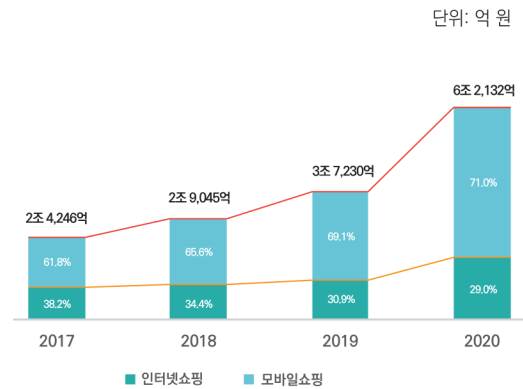
- 온라인 식품시장 규모는 2017년 약 13조 1천억 원에서 2020년 약 43조 2천억 원으로 연평균 48.7% 성장
- 농축수산물 거래액 연평균 증가율은 36.8%대를 넘어 섰으며, 이는 전체 온라인 거래 증가율(19.2%)보다 더 높은 증가세를 보임
- 특히 스마트폰을 활용한 모바일쇼핑 연평균 증가율은 43.3%로 인터넷쇼핑(24.9%)을 상회

〈온라인 식품시장 거래액 추이〉



자료: 통계청, 서비스업동향조사

〈농축수산물 거래액 추이〉

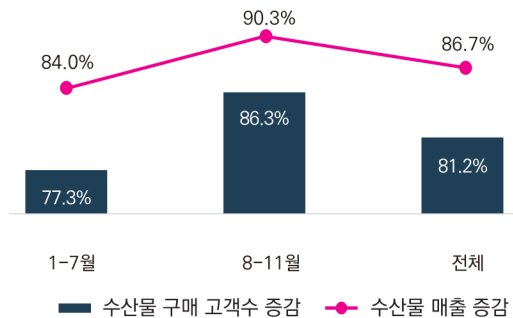


자료: 통계청, 서비스업동향조사

• 수산물 온라인·오프라인 구매 비교

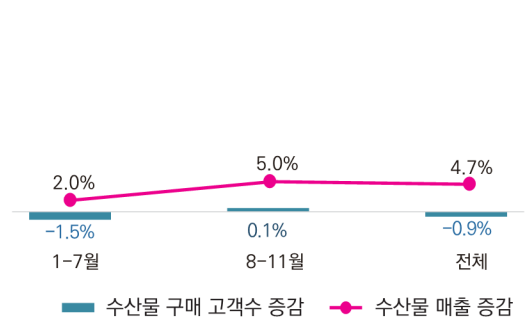
- 수산물을 판매하는 대표 온라인 쇼핑몰 7개사 기준, 2020년 1월부터 11월까지의 수산물 매출은 전년 동기 대비 86.7% 증가
- 반면, 마트(소비촉진 참여 6개사) 수산물 매출은 전년 동기 대비 570억 원이 증가한 1조 3,131억 원으로 4.7% 증가에 불과

〈온라인쇼핑몰 수산물 구매변화〉



자료: 해양수산부

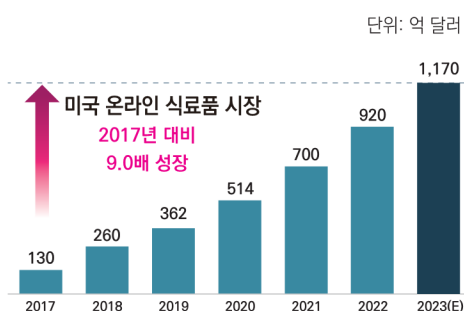
〈마트 수산물 구매변화〉



• 해외 온라인 식품시장 성장

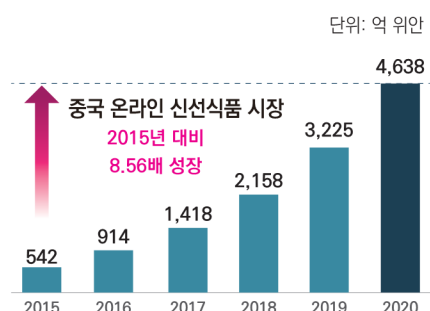
- 미국 온라인 식료품 시장은 2020년 514억 달러 규모에서 2023년 1,170억 달러에 이를 것으로 전망
- 중국 온라인 신선식품 시장 규모는 2019년 약 3,225억 위안에서 2020년 4,600억 위안을 돌파할 것으로 전망

〈미국 온라인 식료품 시장 전망〉



자료: Businessinsider.com

〈중국 온라인 신선식품 시장 규모〉

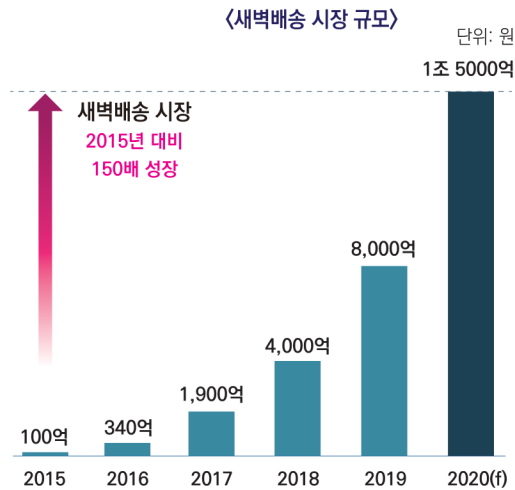


자료: 중국산업정보망

새벽배송과 HMR, 비대면 유통의 새로운 키워드로 부상

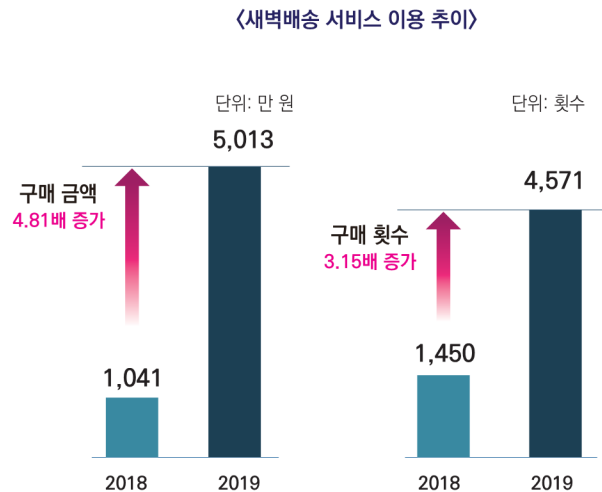
• 국내 새벽배송 시장 규모 추이

- 2015년 시장 규모 100억 원에서 2020년 1조 5천억 원까지 늘어나 새벽배송 전체 시장 규모는 5년 만에 150배 성장



자료: 업계추산

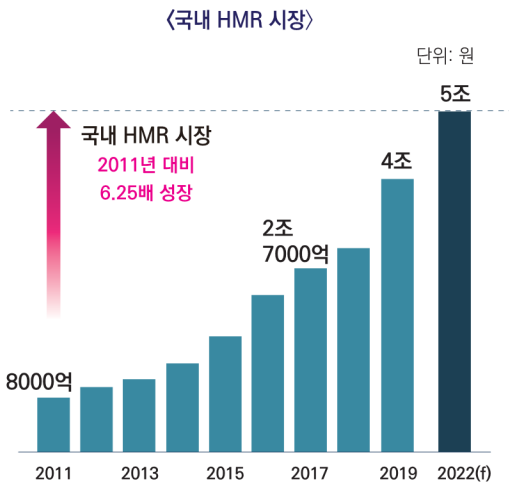
- 2019년 새벽배송 전체 구매금액과 구매횟수는 전년 대비 각각 4.8배, 3.15배 증가



자료: 농촌진흥청 소비자패널 1,222 가구 구매자료

• 신선하고 간편하게, 가정간편식(HMR) 증가

- 국내 간편식품 시장은 1인 가구 및 맞벌이 가구 증가 등의 영향으로 빠르게 성장 중
- 고령자 등 소비층 확대, 새로운 제품 출시 등으로 앞으로도 지속 성장 예상



자료: 한국농식품유통공사, CJ제일제당

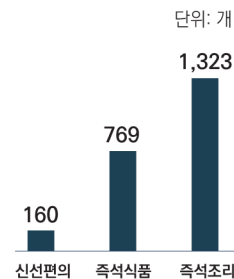
HMR이란?

- 간편식(HMR: Home Meal Replacement, 가정간편식)은 바로 또는 간단한 조리과정을 거쳐 섭취할 수 있도록 가정 외에서 판매되는 가정식 스타일의 완전, 반조리 형태의 제품을 의미

• 2019년 2,252업체에서 38,952개의 HMR식품 생산

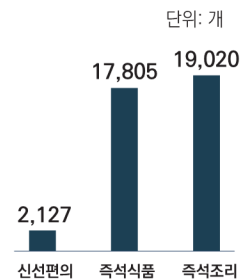
- 한 업체에서 보통 14개 품목을 제조

〈국내 HMR 제조 업체 현황〉



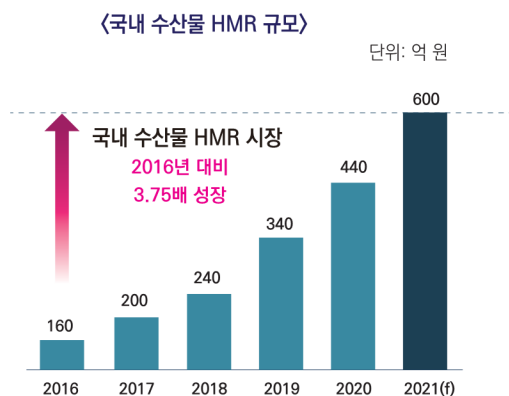
자료: 통합식품안전정보망

〈국내 HMR 품목 수〉



• 수산물 HMR 연간 30% 성장하는 블루오션

- 밥이나 육류를 소재로 국·탕·찌개류 중심의 국내 HMR이 수산물 영역으로 확대
- 코로나19로 인해 집밥 트렌드가 확산되면서 수산물 HMR의 수요 증가
- 수산물 HMR의 절대적 규모는 작지만 꾸준히 성장하고 있으며, 이러한 양상은 코로나19로 인해 더욱 촉진될 전망



자료: 식품유통업체

코로나19 이전
59.5%



코로나19 이후
83.0%



자료: CJ제일제당 리서치, 하나금융투자

수산물 가공업체들의 집밥 트렌드 가속화와 수산물 유통 판을 흔드는 스타트업

• CJ 제일제당, 수산물 HMR 생산 2배 늘린다.

- CJ제일제당은 '비비고 생선구이' 생산 라인을 증설해 제조 역량을 기존 대비 최대 2배 이상으로 키움
- 급증하는 수산 가정간편식 수요에 대비하여 다양한 어종을 판매



• 동원산업, 프리미엄 수산물 HMR 브랜드 '수산명가' 론칭

- 동원산업은 더욱 신선하고 건강한 수산물 HMR을 제공하기 위해 통합 브랜드 '수산명가'를 론칭
- 제품 라인업 확대하며 '수산 HMR 대표 브랜드'로 자리매김



• 수산물 온라인 판매 시장에 스타트업(신생 벤처기업)들이 잇따라 등장

- 신선도를 유지가 생명인 수산물은 결제부터 배송까지 이틀 이상이 걸리는 온라인 시장에서 외면 받아옴
- '횡감은 시장에서 눈으로 보고, 골라 먹어야 한다'는 인식도 걸림돌로 작용
- 하지만 최근 수산물 온라인 판매 시장에 스타트업(신생 벤처기업)들이 잇따라 등장
- 어부를 선택하는 '공유어장', 아침에 잡은 회를 저녁 식탁에 올리는 가공 포장 기술의 발전, 배송 시간 단축 등이 시장을 키우는데 한 몫

진해만어부



찾아가는 모바일 수산마켓

파도상자

공유어장 주식회사



옴애테이블

청정해역 어부의 자연산 회

경남 진해만에서 새벽에 조업한 수산물, 고속버스, 쿠팡으로 당일 배송

찾아가는 내 손안의 수산마켓

20여 곳 도매상 연계, 아침에 손질한 제철 수산물 당일 배송

갯 잡은 수산물만 보내주는 어부들의 공정거래 플랫폼

어부·어장 선택해 연계 결제 주문 2~3주 후 배송

오늘 수산시장의 해산물 시세를 한번에

수산물 정보제공 사이트 운영, 수산물 판매업

바다에서 식탁까지

직접 수산물 가공에 참여, 다품종·소량 가공을 통한 차별화, 연 매출 300억 원 달성

