

최근 3년 간 라면시장의 변화와 제조사 별 성과

코멘토 부트캠프
1주차 과제

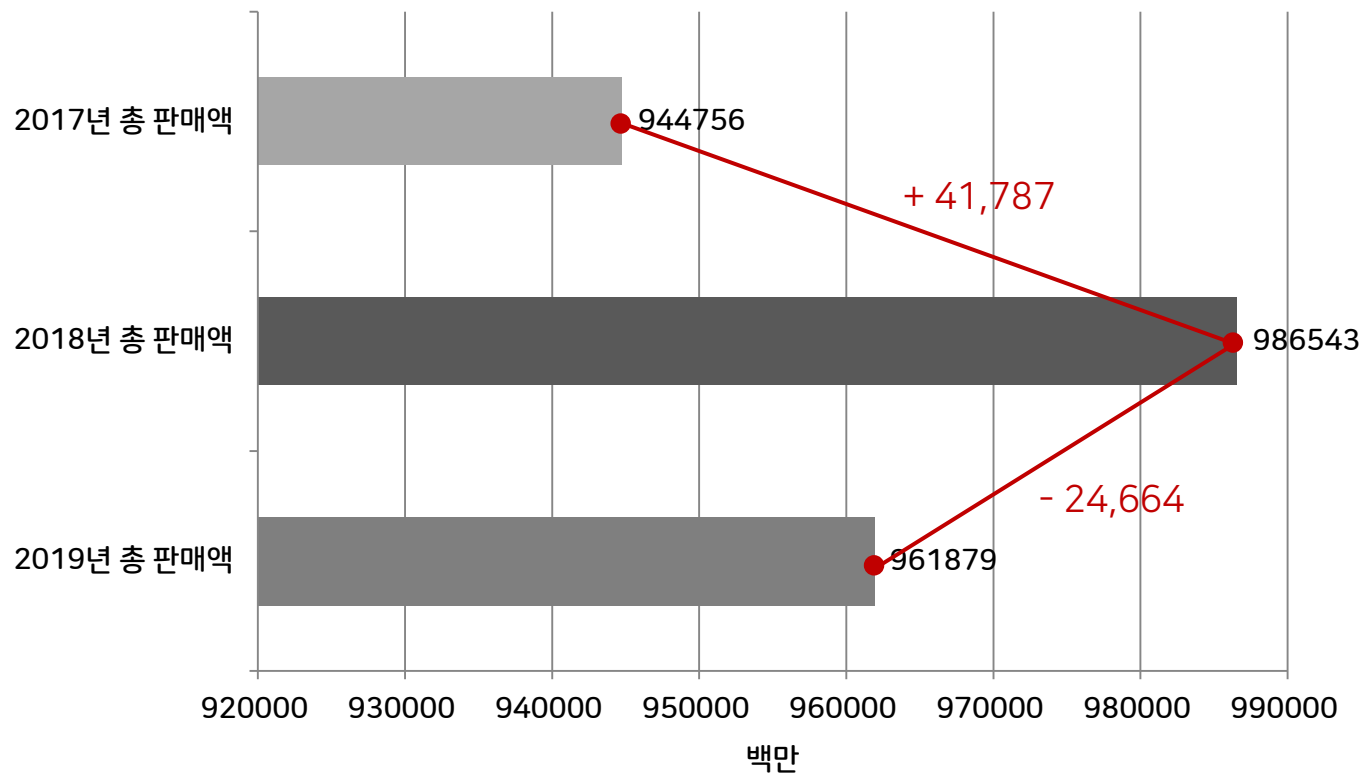
원유선

목차

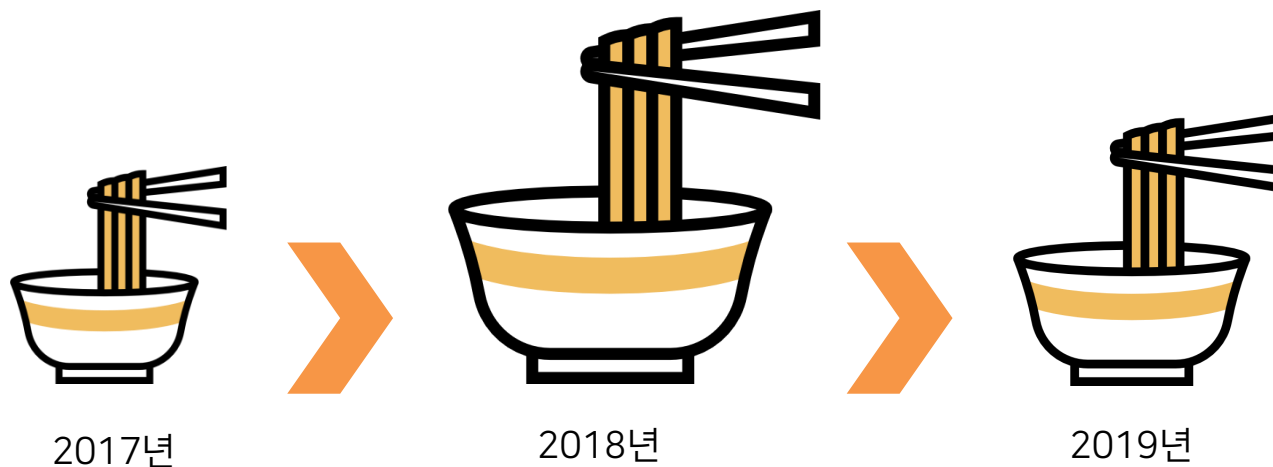
1. 최근 3년 간 라면시장 전체 매출 변화 확인
2. 최근 3년 간 라면 판매 채널 간 변화
3. 최근 3년 간 제조사별 라면 판매 현황
4. 결론

최근 3년 간 라면시장 전체 매출 변화 확인하기

최근 3년 간 라면 시장 총 매출액 비교



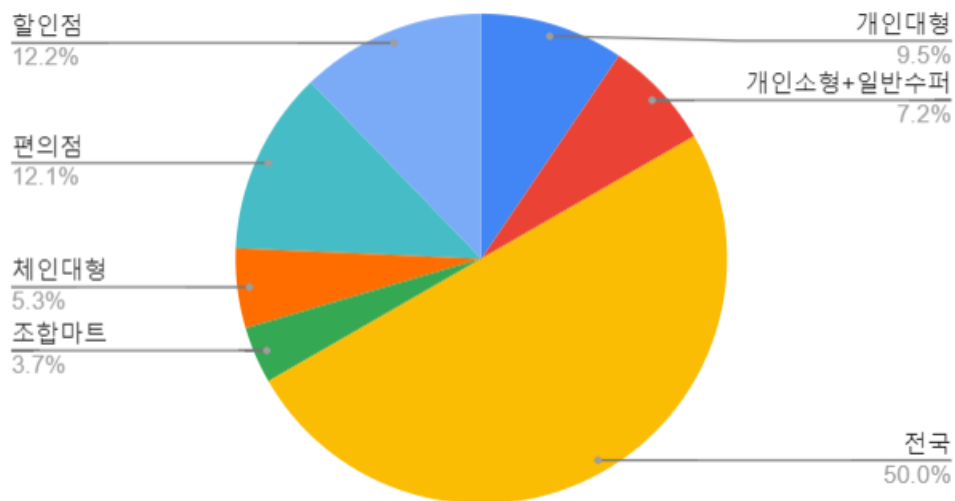
최근 3년 간 라면시장 전체 매출 변화 확인하기



2017년 ~ 2018년 사이 라면 시장의 규모가 크게 증가하나
2019년 다시 감소세를 보임

최근 3년 간 라면 판매 채널 간 판매액 변화

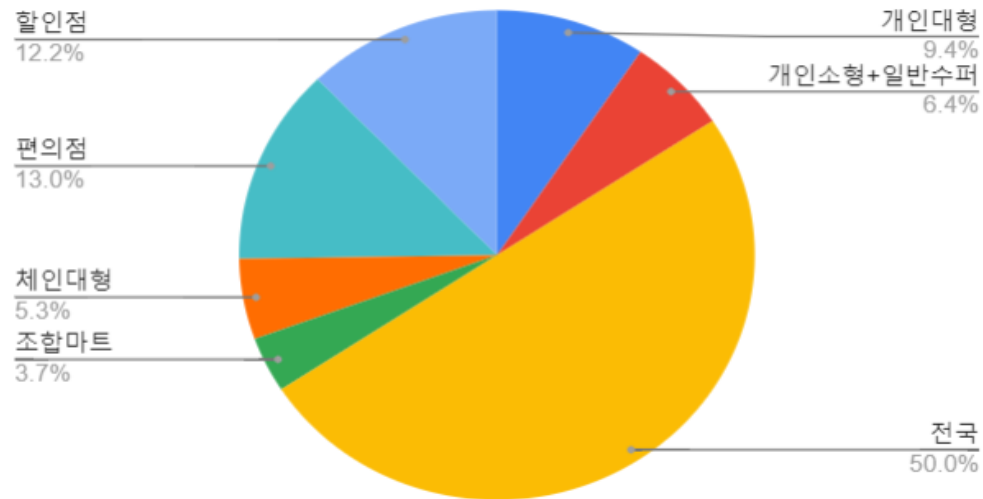
2017년 채널 별 판매액 비교



할인점(12.2%) > 편의점(12.1%) > 개인대형(9.5%) >
개인소형+일반(7.2%) > 체인대형(5.3%) > 조합마트(3.7%)

최근 3년 간 라면 판매 채널 간 판매액 변화

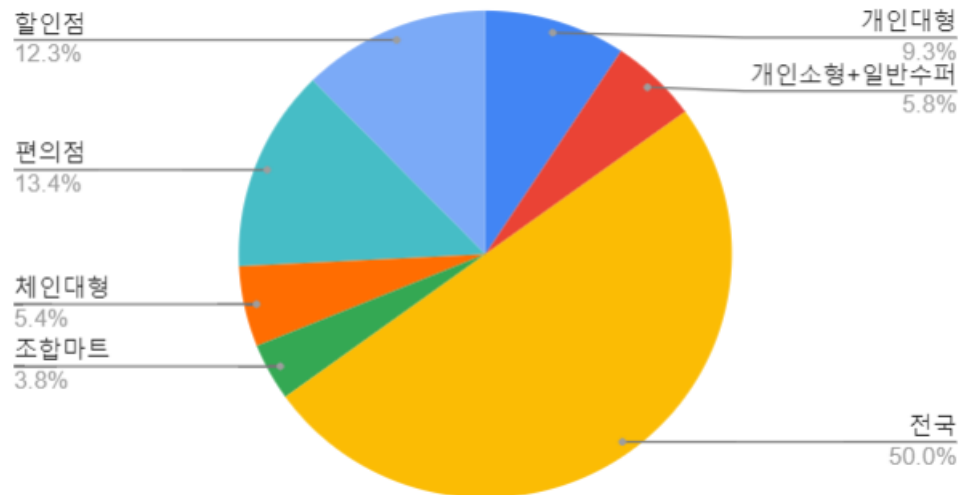
2018년 채널 별 판매액 비교



편의점(13.0%) > 할인점(12.2%) > 개인대형(9.4%) >
개인소형+일반(6.4%) > 체인대형(5.3%) > 조합마트(3.7%)

최근 3년 간 라면 판매 채널 간 판매액 변화

2019년 채널 별 판매액 비교



편의점(13.4%) > 할인점(12.3%) > 개인대형(9.3%) >
개인소형+일반(5.8%) > 체인대형(5.4%) > 조합마트(3.8%)

최근 3년 간 라면 판매 채널 간 판매액 변화



편의점

VS

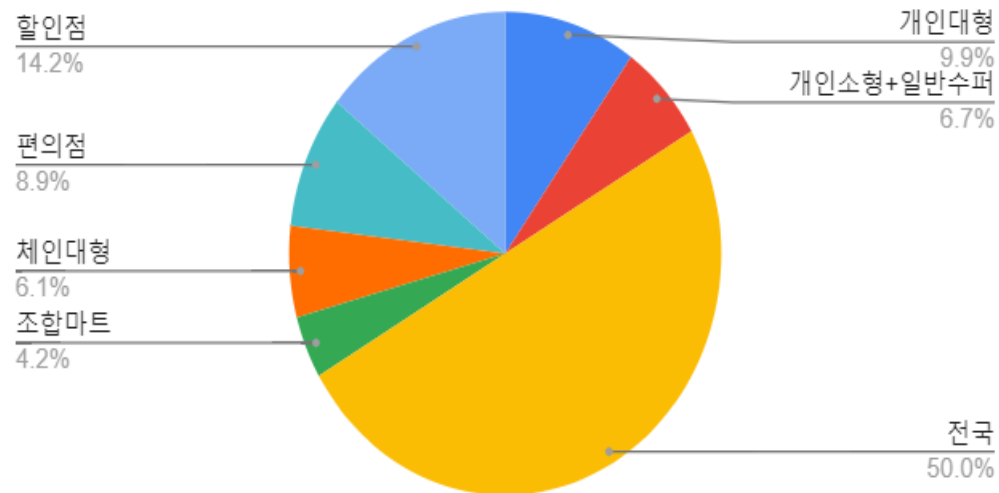


할인점

2017년에는 할인점 > 편의점 > 개인 대형 > 개인 소형+일반 > 체인 대형 > 조합 마트
순서로 판매액이 많았지만, 2018년 부터는 편의점의 점유율이 가장 높아졌다.

최근 3년 간 라면 판매 채널 간 판매량 변화

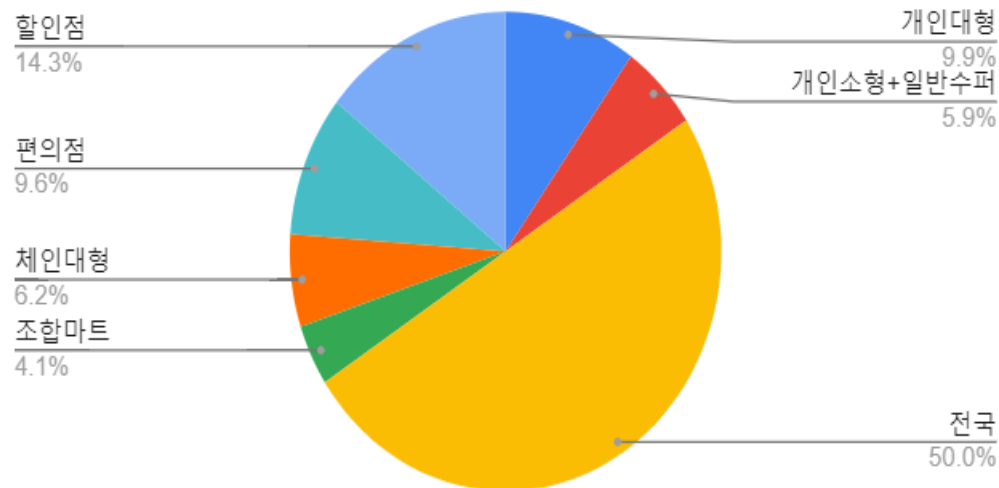
2017년 채널 별 판매량 비교



할인점(14.2%) > 개인 대형(9.9%) > 편의점(8.9%) >
개인 소형+일반(6.7%) > 체인 대형(6.1%) > 조합마트(4.2%)

최근 3년 간 라면 판매 채널 간 판매량 변화

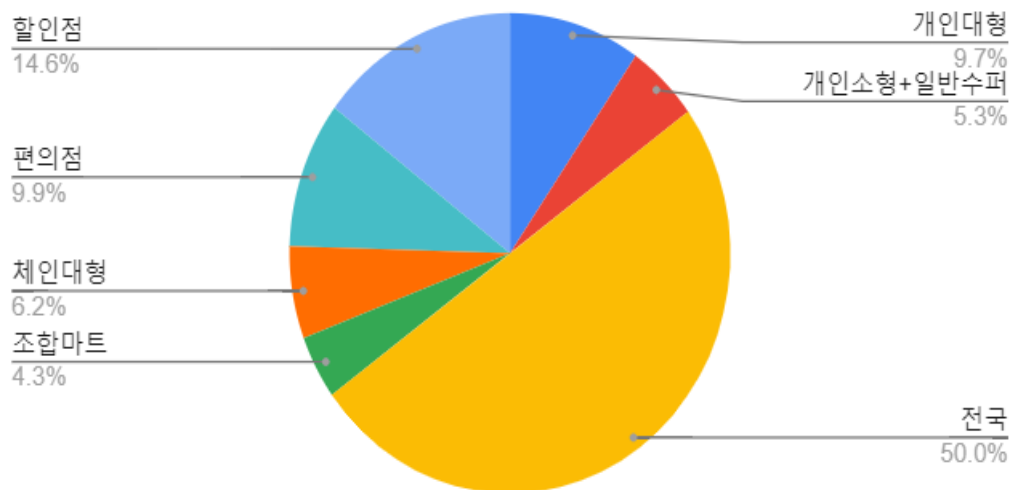
2018년 채널 별 판매량 비교



할인점(14.3%) > 개인 대형(9.9%) > 편의점(9.6%) >
체인 대형(6.2%) > 개인 소형+일반(5.9%) > 조합마트(4.1%)

최근 3년 간 라면 판매 채널 간 판매량 변화

2019년 채널 별 판매량 비교



할인점(14.6%) > 편의점(9.9%) > 개인 대형(9.7%) >
체인 대형(6.2%) > 개인소형+일반(5.3%) > 조합마트(4.3%)

최근 3년 간 라면 판매 채널 간 판매량 변화



개인 대형 마트

VS

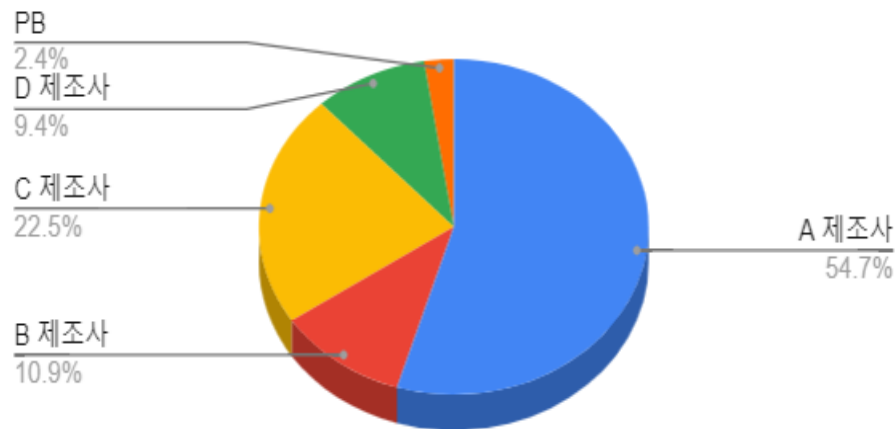


체인 대형 마트

2017년, 2018년에는 **할인점 > 개인 대형 > 편의점** 순서로 판매량이 많았고
2019년은 개인 대형 마트 보다 **편의점**의 점유율이 더 높아졌다.
또한 2018년에는 체인 대형 마트가 개인 대형 마트의 판매량 점유율을 넘었다.

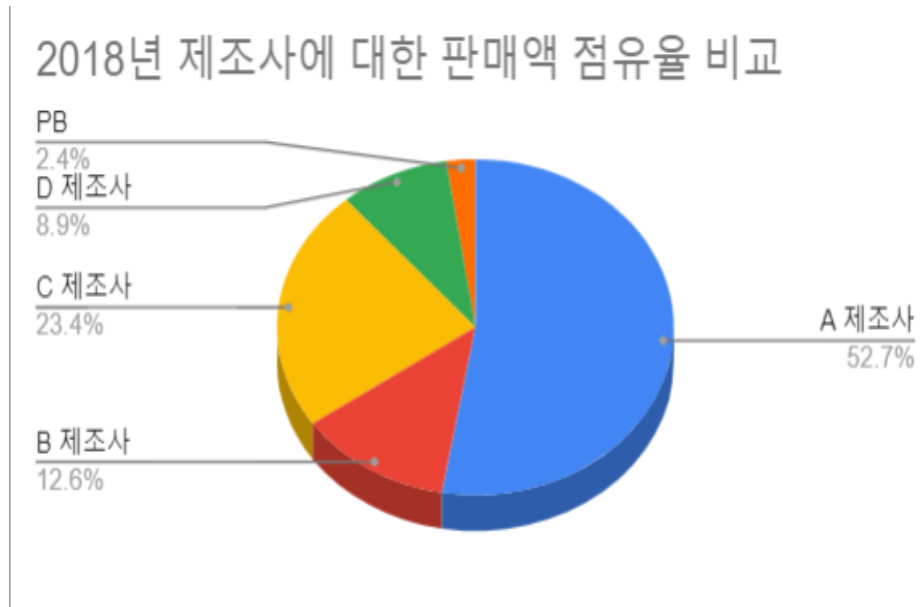
최근 3년 간 제조사 별 라면 판매액 현황

2017년 제조사에 대한 판매액 점유율 비교



A 제조사(54.7%) > C 제조사(22.5%) > B 제조사(10.9%) > D 제조사(9.4%) > PB(2.4%)

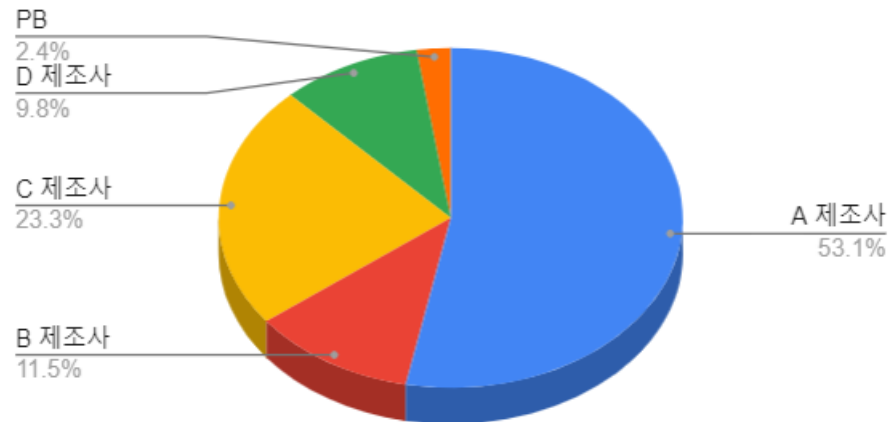
최근 3년 간 제조사 별 라면 판매액 현황



A 제조사(52.7%) > C 제조사(23.4%) > B 제조사(12.6%) > D 제조사(8.9%) > PB(2.4%)

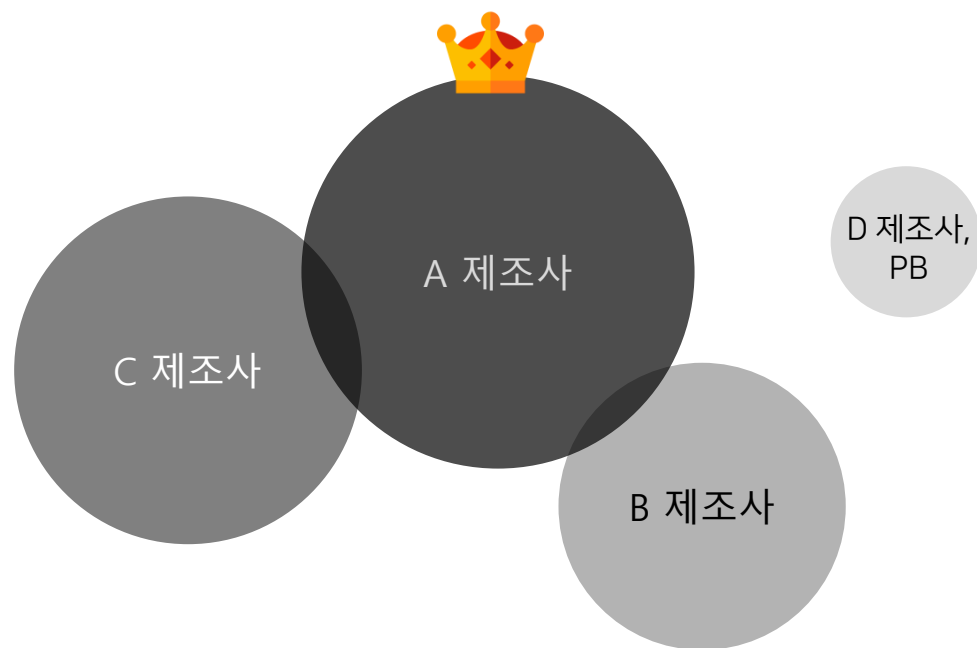
최근 3년 간 제조사 별 라면 판매액 현황

2019년 제조사에 대한 판매액 점유율 비교



A 제조사(53.1%) > C 제조사(23.3%) > B 제조사(11.5%) > D 제조사(9.8%) > PB(2.4%)

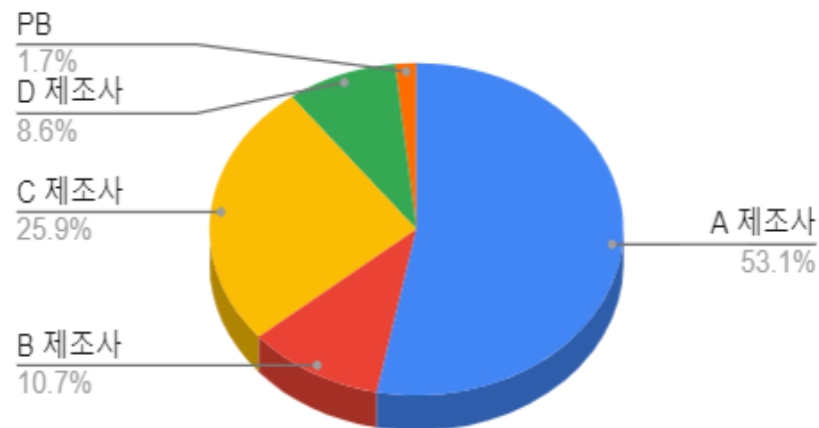
최근 3년 간 제조사 별 라면 판매액 현황



제조사 별 라면 판매액에서는 최근 3년 동안 **A 제조사**가 모두 점유율 1위를 차지했다.

최근 3년 간 제조사 별 라면 판매량 현황

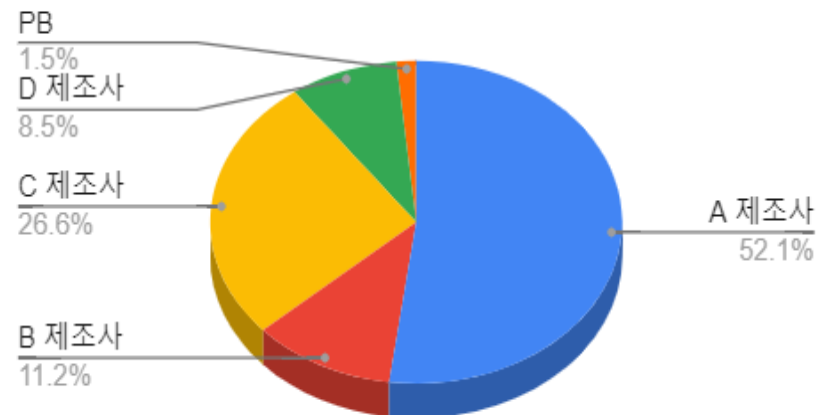
2017년 제조사 별 판매량 비교



A 제조사(53.1%) > C 제조사(25.9%) > B 제조사(10.7%) > D 제조사(8.6%) > PB(1.7%)

최근 3년 간 제조사 별 라면 판매량 현황

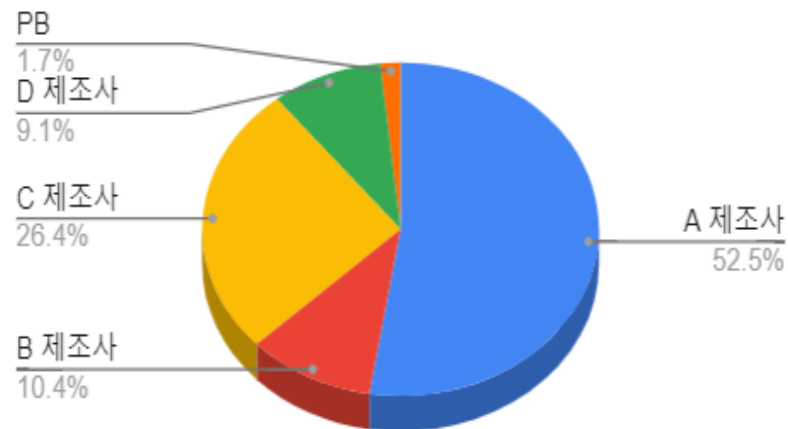
2018년 제조사 별 판매량 비교



A 제조사(52.1%) > C 제조사(26.6%) > B 제조사(11.2%) > D 제조사(8.5%) > PB(1.5%)

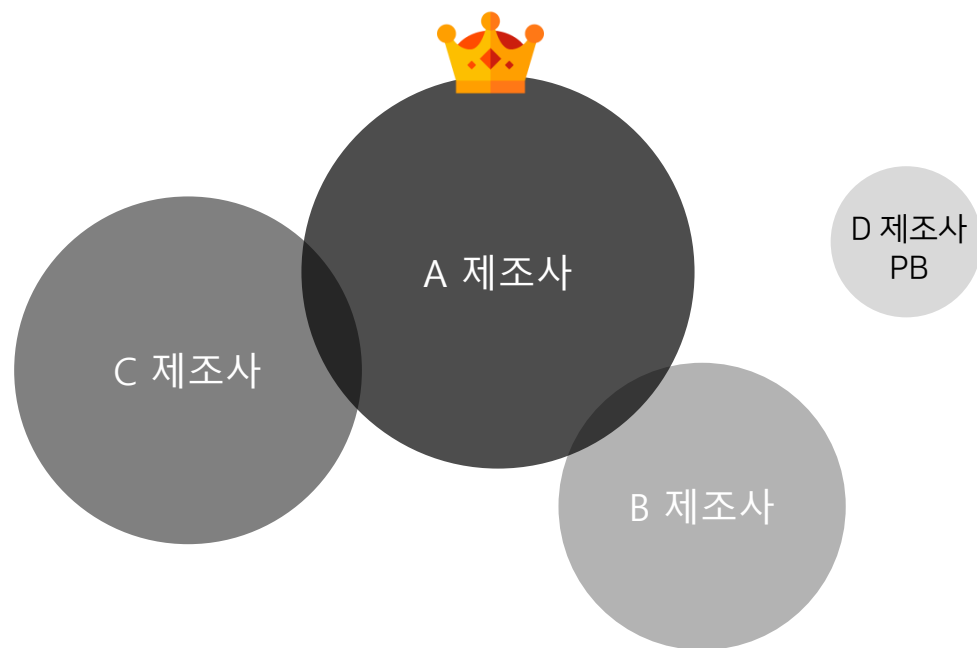
최근 3년 간 제조사 별 라면 판매량 현황

2019년 제조사 별 판매량 비교



A 제조사(52.5%) > C 제조사(26.4%) > B 제조사(10.4%) > D 제조사(9.1%) > PB(1.7%)

최근 3년 간 제조사 별 라면 판매액 현황



제조사 별 라면 판매량 또한 최근 3년 동안 **A 제조사**가 모두 점유율 1위를 차지했다.

결론

2017년, 2018년 2019년 3년 간의 라면 시장 데이터를 분석해 본 결과, 크게 **두 가지의 결론**을 도출할 수 있었다.

첫 번째는 라면 판매 채널에 따른 최근 3 년간의 변화에서는 판매의 흐름이 할인점에서 **편의점**으로 넘어가는 것을 알 수 있었다. 이는 최근 다양한 편의점 음식 및 라면 섞어 먹기 등의 유행에 따른 변화로 보인다.

두 번째는 최근 3 년 간의 데이터로 봤을 때는 라면 시장의 제조사 별 판매 점유율은 크게 달라지지 않았다는 것을 알 수 있었다. **A 제조사, C 제조사, B 제조사**가 라면 시장 판매의 대부분을 차지했고 가장 판매액, 판매량이 적었던 PB 제품의 경우 다른 PB 제품인 과자, 초콜릿 등과는 다르게 라면의 경우 크게 이슈를 끌지 못하는 것으로 예측해볼 수 있었다.