



No. 2022-115
품목 곤약밥(Konjac Rice)
HS CODE 2106.90-9099
국가 일본(Japan)



CONTENTS

I

경쟁제품

3

1. 경쟁제품 선정
2. 조사지표 선정
3. 현지조사 결과

II

경쟁사

32

1. 경쟁사 선정

III

경쟁력 파악

37

1. 가격 경쟁력 분석
2. 벤치마킹 제품 분석

IV

시사점

42

1. 수출 확대 방안
2. 참고문헌

I

경쟁제품



01

경쟁제품 선정

지원 기업 품목 분석

지원 기업에서 출시 예정인 제품은 곤약밥으로, 주로 당뇨 환자 및 다이어터들을 위한 저당밥에 초점을 두고 개발을 진행 중임

(원료) 백미, 귀리, 곤약 등

(맛) 첨가재료의 씹히는 식감 어우러지는 매콤 달달한 맛

(용량 및 가격) 용량 150g, 희망 소비자가격 2.5달러

(패키징) 플라스틱 용기

(기능성) 저당 식품

제품명	발효 곤약밥		
제품 유형	곤약밥	희망 소비자가격	2.5달러
용량	150g	포장 형태 및 재질	플라스틱 용기
주요 성분	백미, 귀리, 곤약 등	특징	당뇨 환자 및 다이어터들을 위한 저당밥

경쟁력 분석 프로세스



단계 1 제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원 기업 인터뷰
- ③ 경쟁제품군 파악



단계 2 경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



단계 3 현지조사 기획

- ① 조사 지역 선정
- ② 주요 유통채널 선정
 - 지원 기업 사전신청서 분석
 - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사지표 선정



단계 4 조사 수행

- ① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
- ② 현지조사 수행
- ③ 제품 분석

주요 경쟁제품 브랜드별 점유율

일본 쌀 시장¹⁾은 2021년 1조 1,220억 엔(약 10조 9,202억 원) 규모를 기록하였으며, 상위 업체는 JA Group, Shinmei Co Ltd, Sato Food Co Ltd, Kitoku Shinryo Co Ltd, TableMark Co Ltd 등이 있음

- 1위 업체 JA Group은 35.5%의 점유율을 기록하였으며, 일본의 농업협동조합으로 조합원의 농산물을 판매함
- Shinmei Co Ltd는 4.3%의 점유율로 2위를 차지하였으며, 단일 브랜드로 쌀 제품을 판매 중임
- 일본의 쌀 시장 점유율은 유통업체 자체 브랜드(Private Label)의 비율이 22.4%로 높게 나타나는 특징이 있음. 이는 개별 업체가 아닌 여러 유통업체들의 자체 브랜드 비율의 합이므로 업체별 점유율 순위에서 제외함



그림 1

일본 쌀 시장 업체별 시장 점유율 추이(2017-2021년)

(단위: %)

	업체명	2017	2018	2019	2020	2021
1	JA Group	37.3	37.3	37.3	37.3	35.5
2	Shinmei Co Ltd	4.3	4.3	4.3	4.3	4.3
3	Sato Food Co Ltd	2.1	2.2	2.5	2.6	2.9
4	Kitoku Shinryo Co Ltd	2.2	2.4	2.6	2.6	2.8
5	TableMark Co Ltd	1.8	1.9	2.1	2.2	2.4
	상위 5개사 총합	47.7	48.1	48.8	49.0	47.9
	기타 업체 총합	51.5	51.0	50.2	50.1	51.2
	총계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International



그림 2

주요 경쟁사 브랜드 로고



자료: 각 사 홈페이지

1) 지원 기업의 제품은 곤약밥으로 즉석밥 제품에 속하나, 즉석밥 시장 규모에 대한 자료가 없어 상위 범주인 쌀 시장을 조사함

조사 지역 개요 및 주요 유통채널 선정

지원 기업의 요청 사항과 일본 현지조사원의 의견을 종합하여 일본 내 주요 백화점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 한인타운이 위치한 신오쿠보(新大久保)의 규모가 있는 슈퍼마켓 및 온라인몰을 주요 유통채널로 선정함

1. 백화점

일본백화점협회(日本百貨店協会)에 따르면, 2021년 일본 백화점 매출액은 전년 대비 4.7% 증가한 4조 4,183억 엔(약 31조 9,018억 원)²⁾을 기록함

- 백화점 매출액은 2021년 전년 대비 증가세를 기록했으나, 1991년을 기점으로 전반적인 감소세를 나타내고 있음. 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 -7.2%를 기록함
- 최근 몇 년간 백화점 업계는 부유층이나 인바운드 수요에 의해 성장이 지탱됐으나, 저출산 고령화 현상과 코로나19의 영향으로 지방이나 교외 백화점의 폐점이 이어지고 있음

백화점 총매출액에서 식료품이 차지하는 비중은 2021년 30.9%를 기록함

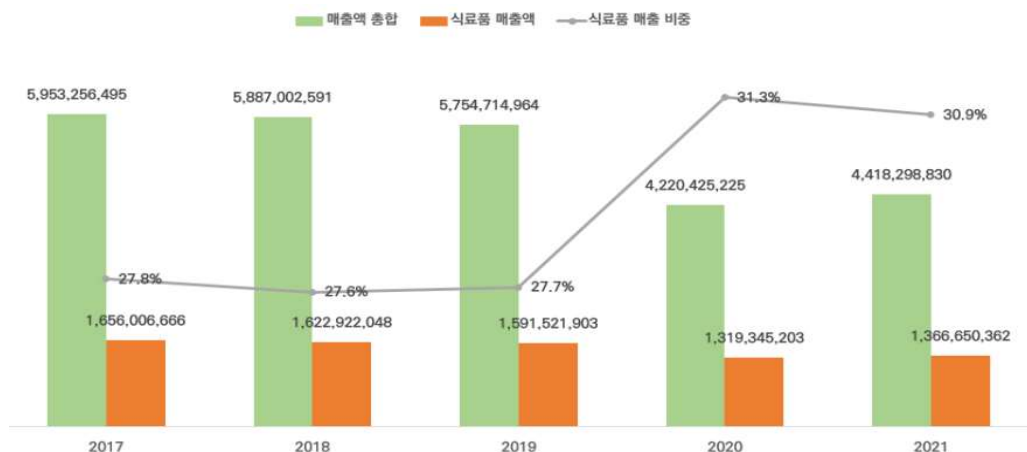
- 2021년 백화점 식료품 매출액은 약 1조 3,666억 엔(약 12조 9,603억 원)으로 최근 5년간 연평균 4.7% 감소함
- 그러나, 백화점 총매출액의 감소세(-7.2%) 대비 감소폭이 적게 나타나면서 전체 매출에서 식료품이 차지하는 비중은 2017년 27.9%에서 2021년 30.9%로 증가함



그림 3

일본 백화점 매출액 및 식료품 매출액 추이(2017-2021년)

(단위: 천 엔, %)



자료: 일본백화점협회(日本百貨店協会)

2) 통화환산기준:100엔(JPY)=947.51원(KRW)(KEB 하나은행 매매기준율, 2022.12.13.)

업계동향(業界動向) SEARCH가 주요 백화점업 영위 업체의 유가증권 보고서를 근거로 매출액 기준 상위 10개 업체를 선정함

2021년 3월 결산 기준, 2021년 매출액 1위는 8,160억 엔(약 7조 7,387억 원)을 기록한 미츠코시 이세탄HD이 차지함

- 당사는 1886년에 첫 점포를 개점한 이래 일본 전역에 20개의 매장을, 전 세계에 50여 개의 매장을 보유하고 있음
- 코로나19 사태로 인한 임시휴업, 소비 침체 등의 영향으로 2021년 3월기(2020년 4월~2021년 3월) 연결 실적을 보면, 매출액은 전기 대비 27.1% 감소한 8,160억 엔, 영업 이익 209억 엔의 적자를 기록함
- 이세탄을 포함한 백화점 업계 전반이 오프라인 점포 방문객 수가 감소하는 추세에다 코로나 19까지 겹쳐 비즈니스 모델의 근본적인 개혁만이 유일한 생존 방법으로 제시되고 있음
- 이에 따라, 이세탄은 핵심 타깃을 부유층 고객으로 큰 폭으로 전환하는 동시에, 디지털 사업 부문을 강화하는 차세대 백화점으로 변모해갈 계획임을 밝힌 바 있음

그 외, 매출 순위는 다카시마야 6,808억 엔(약 6조 4,565억 원), 세븐&아이 홀딩스 4,191억 엔(약 3조 9,746억 원), 에이치투오리테일링 3,477억 엔(약 3조 2,975억 원) 순으로 높게 나타남



그림 4

2021년 일본 백화점 상위 10개 업체 매출 현황

(단위: 억 엔)

순위	회사명	2021년 매출액
1	미츠코시 이세탄HD	8,160
2	다카시마야	6,808
3	세븐&아이 홀딩스	4,191
4	에이치투오리테일링	3,477
5	J프론트 리테일링	3,190
6	마루이 그룹	2,208
7	킨테쓰 백화점	2,183
8	도큐 백화점	1,527
9	도부 철도	1,192
10	파르코	1,122
	합계	34,058

자료: 업계동향(業界動向) SEARCH

2. 한인마트

일본의 주요 한인마트 업체로는 예스마트(Yesmart), 장터 한국광장(韓国広場) 및 서울시장(ソウル市場) 등이 있음

- 예스마트는 일본 전역에 23개 매장을 보유하여 한인마트로는 많은 매장을 보유함
- 장터 한국광장은 도쿄, 오사카에 각각 1개 점포, 도쿄, 오사카에 각각 1개 도매센터를 보유하고 있으며, 서울시장은 도쿄에 1개 점포, 사이타마에 물류센터를 보유하고 있는 것으로 조사됨



그림 5

일본 신오쿠보 주요 한인마트 현황

순위	회사명	설립 연도	보유 점포 수 (2020년 기준)	매장 위치
1	예스마트(Yesmart)	2020년	23개	전국
2	장터 한국광장(韓国広場)	1993년	2개	도쿄, 오사카
3	서울시장(ソウル市場)	2009년	1개	도쿄
4	칸비니(Kanbin)	2020년	1개	사이타마

*주1. 예스마트의 점포 수는 2022년 12월 기준임

자료: 현지조사원

3. 온라인몰

일본의 온라인 식품 시장은 운영 방식, 판매 주체 등에 따라 종합 플랫폼, 식품 전문 플랫폼, 생협 택배 및 드럭스토어 4가지로 구분할 수 있음

- 종합 플랫폼은 아마존재팬, 라쿠텐 등 IT 기업이 농식품을 포함한 거의 모든 카테고리의 상품을 판매하는 플랫폼임
- 식품 전문 플랫폼은 식품 제조업체의 자사 통신판매 및 소매업의 인터넷 슈퍼마켓³⁾으로 라쿠텐 세이유 넷 슈퍼, 오이식스 라 다이치, 이온 넷 슈퍼, 이토요카도 넷 슈퍼 등이 있음
- 생협 택배는 인터넷, 상품 카탈로그, 주문서를 통해 결제된 상품을 생협 조합원이 배달하는 택배 서비스를 의미함. 대표적으로 e프렌즈 Coop Deli 택배(생활협동조합 Coop 미라이), 도dot쿠(생활협동조합 Coop 샷포로), Coop 고베 넷(생활협동조합 Coop 고베), 집에서 Coop(생활협동조합 유코푸) 등이 있음
- 드럭스토어는 웰시아 닷컴(웰시아 홀딩스), 츠루하 그룹 e-shop 본점(츠루하 드럭), 드럭스토어 마츠모토키요시(마츠모토키요시) 등이 있음

3) 소매업의 넷슈퍼란 GMS, SM, 백화점 등 기존의 오프라인 매장을 보유한 소매점이 인터넷 주문을 받아 기존의 매장 및 센터에서 집까지 주문 상품을 배달하는 택배 서비스임

1) 종합 플랫폼

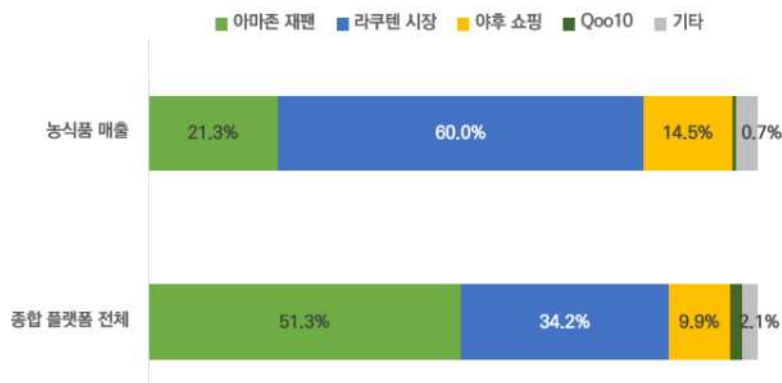
종합 플랫폼의 농식품 시장 규모는 2020년 약 1조 1,665엔(약 11조 735억 원)을 기록하였으며, 2022년에도 고성장이 계속될 것으로 전망됨. 코로나19의 영향으로 전자상거래 이용이 증가하면서 원스톱으로 구입 가능한 종합 플랫폼의 수요가 높아지는 추세임. 농식품은 가성비 높은 대용량 상품, 패키지 상품 및 무게가 있는 음료 등을 중심으로 수요가 확대되고 있음

2020년 종합 플랫폼별 온라인 농식품 시장 점유율은 라쿠텐 시장 60.0%, 아마존 재팬 21.3%, Yahoo 쇼핑 14.5% 등 순으로 높게 나타남. 종합 플랫폼 전체 시장 점유율의 경우 아마존 재팬이 51.3%로 가장 높게 나타났으나, 농식품의 경우 라쿠텐 시장이 농식품과 의류 카테고리 매출이 높게 나타나 압도적인 시장 점유율을 기록함



그림 6

일본 종합 플랫폼별 시장 점유율(2020년)



자료: 후지경제조사

2) 식품 전문 플랫폼

온라인 농식품 시장은 코로나19로 인해 2020년 전년 대비 22.6% 증가한 1조 7,997억 엔(약 17조 843억 원)을 기록함

- 2021년에는 전년 대비 15.9% 증가하여 2조 엔을 초과하면서 최근 4년간(2018-2021년) 연평균 성장률은 약 16.9%를 기록한 것으로 추정됨

온라인 농식품 시장은 음료 등 무게가 있는 상품, 주류, 알콜 음료, 고급 선주문 상품 등을 중심으로 수요가 증가하는 추세임

- 또한, 오프라인 매장을 보유한 소매 기업과 IT 기업의 협업으로 넷슈퍼 사업의 재구축이 진행 중임

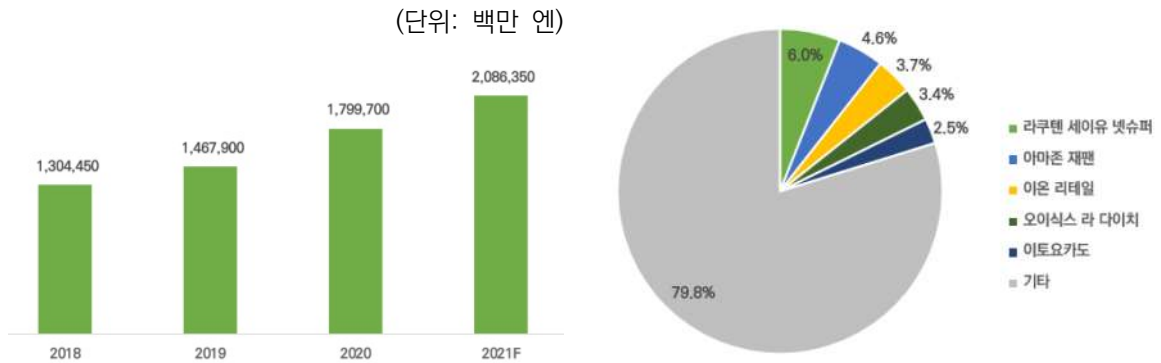
2020년 온라인 농식품 시장 점유율은 라쿠텐 세이유 넷슈퍼가 6.0%를 차지하여 가장 높게 나타남

- 그 외, 아마존 재팬(4.6%), 이온 리테일(3.7%), 오이식스 라 다이치(Oisix ra daichi)(3.4%), 이토요카도(2.5%) 등 순으로 높게 나타남. 상위 5개사 중 3개가 넷슈퍼이며, 이는 신선 식품의 신선도, 품질과 관련하여 오프라인 매장의 풍부한 이용 경험이 반영된 것으로 분석됨



그림 7

온라인 농식품 시장 규모(좌), 일본 종합 플랫폼별 시장 점유율(우)(2020년)



주: Amazon.co.jp는 매입만 대상이며, '기타'는 온라인 플랫폼, 넷슈퍼 이외에 식품 제조업체, 백화점, 도매점, TV 통신판매 기업 등이 포함됨

자료: 후지경제조사

경쟁제품 선정 결과

오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 1) 지원 기업의 타깃 유통채널에서 판매되고 있는 제품
- 2) 슈퍼마켓에서 인기리에 판매되고 있는 제품
- 3) 선순위의 제품이 없을 시 인기리에 판매되고 있는 제품

온라인 경쟁제품 선정 기준

- 1) '레토르트 다이어트 밥(レトルトダイエットご飯)', '곤약밥(コンニャクご飯)'으로 검색 시 상위에 노출되는 제품
- 2) 온라인몰에서 인기리에 판매되고 있는 즉석밥 제품



그림 8

일본 곤약밥 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 원산지	
	오프라인 (쿠팡, 산토쿠)	온라인 (아마존 재팬, 라쿠텐, 야후 재팬, 큐텐)	현지산	수입산 (한국산)
1 맛있는 잡곡 15곡밥(COOP)	○ (1개 매장)		○	
2 맛있는 세키향(팔밥)(COOP)	○ (1개 매장)		○	
3 닭 돌솥밥의 재료(丸美屋)	○ (2개 매장)		○	
4 오목 돌솥밥의 재료(丸美屋)	○ (2개 매장)		○	
5 다키고미밥 닭 우영(glico)	○ (2개 매장)		○	
6 큐슈 닭고기 밥(ヤマモリ)	○ (2개 매장)		○	
7 에도마에 후카가와 밥(ヤマモリ)	○ (1개 매장)		○	
8 맛있음을 음미할 수 있는 16곡 밥(はくばく)	○ (1개 매장)		○	
9 죽순 밥(アーデン)	○ (1개 매장)		○	
10 토종닭의 오목밥(アーデン)	○ (1개 매장)		○	
11 말린 새우와 멸치(アーデン)	○ (1개 매장)		○	
12 건강한 밥(SARAYA)		○ (4개 온라인몰)	○	
13 찰보리 현미밥(城北麵工)		○ (4개 온라인몰)	○	
14 찰보리밥(たいまつ)		○ (4개 온라인몰)	○	
15 로카고(biotech japan)		○ (4개 온라인몰)	○	
16 로카고 Half(biotech japan)		○ (4개 온라인몰)	○	
17 마이사이즈 만난 밥(大塚食品)		○ (4개 온라인몰)	○	
18 재운 현미밥(結わえる)		○ (3개 온라인몰)	○	
19 곤약밥(ハイグローブ)		○ (4개 온라인몰)	○	
20 젠라이스(伊豆河童)		○ (4개 온라인몰)	○	

자료: 현지조사원

02 조사지표 선정

조사지표 선정

지원 기업 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

 그림 9 일본 곤약밥 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	g당 가격	제품의 g당 가격
	할인 여부	할인 시 할인가 표기
중량	g	제품의 중량
선정 사유	인기 제품, 신제품 등	해당 제품을 경쟁제품으로 선정한 사유
제품 종류	현지산 제품	일본 현지 브랜드 제품
	수입산 제품	글로벌 브랜드 제품
포장 형태	유리병 등	제품의 포장 형태
성분	원료 및 첨가물	원료 함유량 등 영양과 맛 관련한 핵심 성분
인증 / 특허	제품 품질 및 성분 관련하여 취득한 인증이나 특허	
마케팅 포인트	제품의 홍보 문구 및 주요 효과	

03 현지조사 결과

일본 주요 백화점, 한인마트 및 온라인몰

오프라인 유통채널의 경우, 곤약밥을 포함한 즉석밥을 판매하고 있는 현지 슈퍼마켓을 전반적으로 조사함

온라인 유통채널의 경우, 일본 주요 온라인몰인 아마존 재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping) 및 큐텐(Qoo10)에서 판매되고 있는 곤약밥 제품을 중점적으로 조사함



그림 10

일본 방문 매장 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
쿵	슈퍼마켓	2	- 생활협동 조합이 운영하는 슈퍼마켓 - 일본 내 371개 매장 보유
산토쿠		3	- 고급 식재료를 주로 취급하는 중견 슈퍼마켓 - 일본 내 33개 매장 보유

방문 매장 사진



쿵(COOP)



산토쿠(Santoku)

자료: 현지조사원

온/오프라인 판매 현황

일본 내 슈퍼마켓과 한인마트를 중심으로 곤약밥 제품 판매 현황을 조사했으나, 곤약밥의 종류가 다양하지 않아 상위 범주인 즉석밥 제품도 함께 조사함

- 오프라인 조사매장인 쿠팡과 산도쿠에서는 다양한 종류의 즉석밥을 판매 중이나, 곤약밥 제품은 판매하고 있지 않음

주요 온라인몰인 라쿠텐, 야후 쇼핑, Qoo10 및 아마존 재팬에서는 오프라인 대비 다양한 곤약밥 제품이 판매되고 있음을 확인함

- 모두 일본 현지산 제품으로 4개 온라인몰에 입점하여 판매 중임



그림 11

오프라인 즉석밥 판매 현황

경쟁제품 현황		쿠팡	산도쿠
1	맛있는 잡곡 15곡밥	○	
2	맛있는 세키향(팔밥)	○	
3	닭 돌솥밥의 재료	○	○
4	오목 돌솥밥의 재료	○	○
5	다키고미밥 닭 우영	○	○
6	큐슈 닭고기 밥	○	○
7	에도마에 후카가와 밥		○
8	16곡밥		○
9	죽순 밥		○
10	토종닭의 오목밥		○
11	말린 새우와 멸치		○



그림 12

온라인 즉석밥 판매 현황

경쟁제품 현황		라쿠텐	야후쇼핑	아마존 재팬	큐텐
1	건강한 밥	○	○	○	○
2	찰보리 현미밥	○	○	○	○
3	찰보리밥	○	○	○	○
4	로카고	○	○	○	○
5	로카고 Half	○	○	○	○
6	마이사이즈 만난 밥	○	○	○	○
7	재운 현미밥	○	○	○	
8	곤약밥	○	○	○	○
9	젠라이스	○	○	○	○

오프라인 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	맛있는 잡곡 15곡밥 (美味しい雑穀十五穀ご飯)	맛있는 세키향(팥밥) (おいしい赤飯)
제조사	COOP	COOP
생산지	일본	일본
선정 사유	인기 제품	인기 제품
유형	즉석밥	즉석밥
가격	오프라인 - 컵: 170엔(약 1,640원)	오프라인 - 컵: 102엔(약 980원)
용량	160g	160g
포장 형태	플라스틱 용기	플라스틱 용기
주요 성분	멥쌀(국산), 찹쌀(국산), 팥조림즙, 흑미(국산), 아마란사스, 검은콩(유전자재조합이 아님), 발아현미(국산미), 흰깨, 키누아, 팥, 보리, 떡갈나무, 적미(국산), 울무, 옥수수(유전자재조합 아님), 편백, 검은깨	찹쌀(국산), 팥, 소금
맛	향기롭고 부드러운 식감의 밥	부드러운 식감의 팥 맛
마케팅 포인트	- 쫄쫄한 식감으로 질리지 않는 맛 - 국산 쌀 100%	- 국산 찹쌀과 홋카이도산 팥을 사용한 통통하고 부드러운 식감의 팥밥 - 전자레인지 2분으로 간단하게 섭취 가능하며, 가정 상비식으로도 이용 가능
특이사항	컵의 PB상품	-
방문 매장	컵	컵

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	닭 돌솥밥의 재료 (とり釜めしの素)	오목 돌솥밥의 재료 (五目釜めしの素)
제조사	丸美屋	丸美屋
생산지	일본	일본
선정 사유	인기 제품	인기 제품
유형	즉석밥	즉석밥
가격	오프라인 - 쿵: 170엔(약 1,640원) - 산토쿠: 236엔(약 2,270원)	오프라인 - 쿵: 235엔(약 2,260원) - 산토쿠: 301엔(약 2,900원)
용량	134g	147g
포장 형태	종이팩	종이팩
주요 성분	야채(순, 당근, 고사리), 닭고기, 간장, 표고버섯, 발효조미료, 설탕, 소금, 단백질 가수분해물, 대두유, 양조식초, 향신료, 효모 추출물/조미료(아미노산 등), 트레할로스, 유산칼슘, 산미료, 향신료 추출물(밀·콩·닭고기 일부 포함)	야채(당근, 우엉, 순, 연근), 간장, 닭고기, 곤약, 발효조미료, 설탕, 유부, 표고버섯, 식염, 대두유, 단백질 가수분해물, 추출물(치킨, 효모), 쌀식초, 향신료/조미료(아미노산 등), 유산칼슘, 산미료, 향신료 추출물(밀·콩·닭고기 일부 포함)
맛	닭고기의 감칠맛	다양한 재료의 감칠맛
마케팅 포인트	- 돌솥밥 재료 카테고리 매출 1위의 스테디셀러 - 닭고기의 감칠맛이 가득 스며든 5가지 재료 - 반찬이 부족할 때 간단히 조리하여 섭취	- 조미료의 감칠맛이 스며든 8종류의 재료가 가득한 돌솥 재료 - 연근과 죽순을 30% 더해 재료를 많이 담음
방문 매장	쿵, 산토쿠	쿵, 산토쿠

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	다키고미밥 ⁴⁾ 닭 우영 炊き込み御膳 鶏ごぼう	큐슈 닭고기 밥 (九州かしわめし)
제조사	glico	ヤマモリ(yamamori)
생산지	일본	일본
선정 사유	인기 제품	인기 제품
유형	즉석밥	즉석밥
가격	오프라인 - 쿼: 300엔(약 2,890원) - 산토쿠: 301엔(약 2,900원)	오프라인 - 쿼: 235엔(약 2,260원) - 산토쿠: 236엔(약 2,270원)
용량	238g	238g
포장 형태	종이팩	종이팩
주요 성분	야채(우영(중국), 당근, 죽순), 조미료 닭고기(닭고기, 콘스타치, 소금), 발효조미료, 유부료, 설탕, 생강 페이스트/인산염(Na), 두부용 응고제(대두·닭고기 일부 포함)	밀, 콩, 닭고기, 젤라틴
맛	향이 풍부하고 진한 육수의 맛	닭고기의 감칠맛과 달콤한 간장 맛
마케팅 포인트	- 향이 풍부한 염선된 육수로 만들 - 고등어포, 무로아시포, 무네타월오포, 가다랑이포에서 추출한 황금 육수를 혼합한, 향이 풍부하고 염선된 육수가 특징 - 건더기와 육수를 별도의 봉지로 포장해 속재료와 육수의 맛을 살림 - 쌀과 함께 짓기만 하면 간단하게 조리 가능	- 큐슈의 현지 음식인 가시와메시(닭고기 밥)을 충실히 재현함 - 큐슈산 영계와 인삼, 우영이 첨가되어 있으며, 닭고기의 감칠맛이 좋은 달콤 한 간장 맛이 특징
방문 매장	쿼, 산토쿠	쿼, 산토쿠

4) 다키고미 밥: 일본 요리의 하나로 생선, 채소, 고기 등의 여러 가지 재료를 섞어서 지은 밥

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	에도마에 후카가와 밥 (江戸前 深川めし)	16곡밥 (おいしさ味わう十六穀ごはん)
제조사	야마모리(yamamori)	hakubaku (hakubaku)
생산지	일본	일본
선정 사유	인기 제품	인기 제품
유형	즉석밥	즉석밥
가격	오프라인 - 산토쿠: 236엔(약 2,270원)	오프라인 - 산토쿠: 182엔(약 1,750원)
용량	165g	150g
포장 형태	종이팩	플라스틱 용기
주요 성분	야채(히라타케, 죽순, 고구마순, 파), 바지락, 간장(밀·콩 포함), 쌀 발효 조미료, 소금, 전분, 유부(대두 포함), 설탕, 바지락 추출물, 단백질 가수분해물(대두 포함)/조미료(아미노산 등), 산미료, 향료	멥쌀(일본산), 찹쌀떡, 흑미, 검은콩(대두), 아마란사스, 로스팅 발아현미, 키누아, 수수, 팥, 검은달걀걍, 흰달걀걍, 떡갈퀴, 백밀, 발아적미, 윤기미, 갈과리보리, 갈과리옥수수
맛	닭고기의 감칠맛과 달콤한 간장 맛	16가지 곡물의 다양하고 영양 가득한 맛
마케팅 포인트	- 바지락, 느타리 등을 넣어 도쿄의 향 토 요리인 '후타가와 밥'을 재현 - 바지락의 감칠맛이 풍부함	- 16가지 곡물의 다양한 영양을 담은 - 백미 대비 미네랄, 비타민 B류, 식이 섬유 등의 영양소가 2배인 16곡밥 - 채소 샐러드 한 끼 분량(60g)과 비슷한 영양소를 섭취 가능
방문 매장	산토쿠	산토쿠

경쟁제품 정보	제품9	제품10
제품 사진		
제품명	죽순 밥 (たけのこご飯)	토종닭의 오목밥 (地鶏の五目ご飯)
제조사	アーデン	アーデン
생산지	일본	일본
선정 사유	인기 제품	인기 제품
유형	즉석밥	즉석밥
가격	오프라인 - 산토쿠: 411엔(약 3,960원)	오프라인 - 산토쿠: 484엔(약 4,660원)
용량	250g	250g
포장 형태	종이팩	종이팩
주요 성분	죽순, 간장, 유양, 환원수엿, 전분, 대두유, 미림, 소금, 설탕, 단백 가수분해물, 어패추출물(가츠오부시 · 바지락) 곤부추출물, 식초, 치킨추출물, 조미료(아미노산 등), (밀 일부 포함)	야채(우엉, 메이다케, 죽순, 당근, 생강), 닭고기, 간장, 치킨 추출물, 환원물엿, 콩기름, 소금(암염), 설탕, 미림, 청주, 가다랑이포 추출물, 양조식초, 곤부분말, 치킨오일, 향신료/증점제(가공 전분), 조미료(아미노산 등), 트레할로스(밀·콩·닭 일부 포함)
맛	죽순과 유양이 들어간 식감이 풍부한 맛	감칠맛이 풍부하게 우러나오는 깊은 맛
마케팅 포인트	- 엄선된 국내산 죽순을 듬뿍 사용해 유양과 함께 지은 밥 - 가다랑어와 다시마 국물의 섬세하고 풍부한 식감의 맛 완성	- 간단히 오목밥 조리 가능 - 교토의 雲月(사찰음식으로 유명한 식당)의 맛을 가정에서도 즐길 수 있음 - 풍부한 영양
방문 매장	산토쿠	산토쿠

경쟁제품 정보	제품11
제품 사진	
제품명	말린 새우와 멸치 (干し海老とじゃこ)
제조사	アーデン
생산지	일본
선정 사유	인기 제품
유형	즉석밥
가격	오프라인 - 산토쿠: 484엔(약 4,660원)
용량	250g
포장 형태	종이팩
주요 성분	죽순, 간장, 새우, 치리멘, 환원수엿, 유양, 전분, 대두유, 미림, 설탕, 단백 가수분해물, 식염, 가다랑이포 추출물, 곤부 추출물, 식초, 향신료, 조미료(아미노산 등), (밀 일부 포함)
맛	풍부한 감칠맛
마케팅 포인트	- 뱅어포와 건새우를 큰 죽순과 함께 우려내 감칠맛이 있음 - 교토의 雲月(사찰음식으로 유명한 식당) 의 기법으로 선별한 소재를 사용하여 조리
방문 매장	산토쿠

온라인 경쟁제품 판매 현황

라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐에서 ‘레토르트 다이어트 밥(レトルトダイエットご飯)’, ‘곤약밥(コンニャクご飯)’ 키워드 검색 시 상위에 노출되는 제품을 주요 경쟁제품으로 선정함

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	건강한 밥 (へるしごはん)	찰보리 현미밥 (もち麦 玄米ごはん)
제조사	SARAYA	城北麵工
원산지	일본	일본
선정 사유	인기 제품	인기 제품
유형	즉석밥(저당)	즉석밥(저당)
가격	- 라쿠텐: 155엔(약 1,490원) - 야후쇼핑: 180엔(약 1,730원) - 아마존 재팬: 132엔(약 1,270원) - 큐텐: 160엔(약 1,540원)	- 라쿠텐: 167엔(약 1,610원) - 야후쇼핑: 185엔(약 1,780원) - 아마존 재팬: 165엔(약 1,590원) - 큐텐: 202엔(약 1,950원)
용량	150g	150g
포장 형태	플라스틱 용기	플라스틱 용기
주요 성분	쌀(국산), 쌀알보리(국내제조), 환원난소화성덱스트린, 신맛료	멥쌀(일본산), 난소화성 덱스트린, 산미료
맛	건강한 맛	맛있는 흰쌀밥 맛
마케팅 포인트	- 칼로리 35%, 당류 35% 낮춤 - 안심할 수 있는 선별된 재료 선정(국산 쌀·보리 사용, 국내 생산) - 저GI 밥	- 전자레인지로 간편 조리 가능 - 슈퍼보리, 건강 유지에 도움되는 찰보리, 현미를 배합 - 야마가타산 현미 100% 사용 - 1팩당 단백질 8g, 식물성 식이섬유 3.6g - 당류 20% 낮춤
조사매장	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	찰보리밥 (もち麦ごはん)	로카고(Low Carb Gohan) (ロカゴ)
제조사	たいまつ	biotech japan
원산지	일본	일본
선정 사유	인기 제품	인기 제품
유형	즉석밥	즉석밥(저당)
가격	- 라쿠텐: 280엔(약 2,700원) - 야후쇼핑: 282엔(약 2,720원) - 아마존 재팬: 216엔(약 2,080원) - 큐텐: 178엔(약 1,710원)	- 라쿠텐: 155엔(약 1,490원) - 야후쇼핑: 297엔(약 2,860원) - 아마존 재팬: 250엔(약 2,410원) - 큐텐: 299엔(약 2,880원)
용량	150g	150g
포장 형태	플라스틱 용기	플라스틱 용기
주요 성분	멥쌀(국내산), 보리(잡쌀)	현미(야마가타현산), 보리, 콩 가공품, 우엉, 간장, 일본식 육수 재료, 조미료 (밀·콩 일부 포함)
맛	쫄득하고 풍성한 맛	담백한 맛
마케팅 포인트	- 수용성 식이섬유와 불용성 식이섬유의 균형이 잘 잡혀있는 슈퍼푸드 찰보리 함유	- 당류가 신경 쓰이는 분, 무리한 식사 제한 없이 다이어트를 하고 싶은 분, 곤약이 들어간 다이어트 쌀은 맛이 별로인 분에게 추천 - 식물성 유산균 발효 기술로 당류 36%, 칼로리 34% 낮춤
조사매장	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	로카고(Low Carb Gohan) Half (ロカゴハーフ)	마이사이즈 만난 밥 (マイサイズ マンナンごはん)
제조사	biotech japan	大塚食品
원산지	일본	일본
선정 사유	인기 제품	인기 제품
유형	즉석밥	즉석밥
가격	- 라쿠텐: 198엔(약 1,910원) - 야후쇼핑: 236엔(약 2,270원) - 아마존 재팬: 200엔(약 1,930원) - 큐텐: 234엔(약 2,250원)	- 라쿠텐: 153엔(약 1,470원) - 야후쇼핑: 139엔(약 1,340원) - 아마존 재팬: 128엔(약 1,230원) - 큐텐: 173엔(약 1,670원)
용량	150g	140g
포장 형태	플라스틱 용기	플라스틱 용기
주요 성분	멥쌀(국산), 쌀 입상 가공식품(녹말, 식이섬유(폴리덱스트로스, 셀룰로오스), 올리고당, 덱스트린, 곤약가루), 환원 난소화성덱트린/증점다당류, 글루콘산Ca, 산미료	멥쌀(토야마현산), 쌀알갱이 가공식품(녹말, 식이섬유(폴리덱스트로스, 셀룰로오스), 곤약가루), 글루콘산Ca, 증점제(알긴산Na), 조미료(유기산)
맛	맛있는 흰쌀밥 맛	지속 가능한 맛있는 맛
마케팅 포인트	- 당류가 신경 쓰이는 분, 무리한 식사 제한 없이 다이어트를 하고 싶은 분, 곤약이 들어간 다이어트 쌀은 맛이 별로인 분에게 추천 - 식물성 유산균 발효 기술로 당류 50%, 칼로리 50% 낮춤	- 식단관리가 필요한 분에게 추천 - 다양한 100kcal의 반찬 제품과 세트 구성되어 매일 맛있게 섭취 가능 - 어느 구성이든 1인분에 밥과 합쳐 250kcal로 건강하게 칼로리 조절이 가능
조사매장	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	재운 현미밥 (寝かせ玄米ごはん)	곤약밥(이렇게 편한 밥 - 언어유희) こんらく米
제조사	結わえる	ハイグローブ
원산지	일본	일본
선정 사유	인기 제품	인기 제품
유형	즉석밥	곤약밥
가격	- 야후쇼핑: 464엔(약 4,470원) - 아마존 재팬: 387엔(약 3,730원) - 큐텐: 483엔(약 4,650원)	- 라쿠텐: 164엔(약 1,580원) - 야후쇼핑: 160엔(약 1,540원) - 아마존 재팬: 141엔(약 1,360원) - 큐텐: 157엔(약 1,510원)
용량	180g	90g
포장 형태	플라스틱 용기	비닐 진공포장
주요 성분	현미, 찰보리, 소금	곤약(일본 제조), 대두, 가공 전분, 수산화칼슘
맛	은은한 고소함과 달콤한 맛	맛있는 흰밥
마케팅 포인트	- 건강과 미용 식재료로 주목받고 있는 찰보리를 함유 - 은은한 고소함과 달콤함이 있어 냉국 등 국물요리와 카레, 볶음밥과 궁합이 좋음	- 곤약밥만 먹을 경우 당류 78%, 칼로리 75% 감소 - 밥과 1:1 비율로 섞어먹을 경우 당류 39%, 칼로리 37% 감소 - 전자레인지 1분이면 조리 가능 - 상온 보관이 가능하며, 곤약 특유의 냄새가 없음 - 안심할 수 있는 일본 국산 곤약
조사매장	야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐

경쟁제품 정보	제품9
제품 사진	
제품명	젠라이스 (ゼンライス)
제조사	伊豆河童
원산지	일본
선정 사유	인기 제품
유형	곤약밥
가격	- 라쿠텐: 200엔(약 1,930원) - 야후쇼핑: 200엔(약 1,930원) - 아마존 재팬: 187엔(약 1,800원) - 쿠팡: 281엔(약 2,710원)
용량	90g
포장 형태	비닐 진공포장
주요 성분	타피오카전분, 무바구니곤약분,
맛	조개 칼슘, 비타민C 맛있는 흰밥
마케팅 포인트	- 칼로리 50%, 당류 45% 낮춤 - 곤약 냄새, 해동 냄새 없음 - 식물성 식이섬유 가득 - 무농약, 무착색 - 냉동보관, 전자레인지 해동 가능
조사매장	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 쿠팡

주요 유통채널 정보: (1) 백화점

1) 미츠코시 이세탄HD(Isetan Mitsukoshi)

		간략 소개 - 1886년에 첫 점포를 개점한 이래, 전 세계 50여 개의 매장을 보유하고 있으며 방문객은 매년 2억 명 이상에 달함 - 삿포로, 센다이, 니가타, 시즈오카, 나고야, 히로시마, 타카마츠, 마츠야마, 후쿠오카, 교토점 등의 모든 점포는 본사가 아닌, 계열사 내 별도 자회사로 운영 중 - 백화점 업계의 불황이 지속됨에 따라, 수익성이 떨어지는 지방 지점을 폐점하고 도쿄 핵심 지역의 점포 운영에 회사 역량을 집중하는 추세 - 최근에는 메타버스 도입을 활용한 새로운 소비체험인 '가상 이세탄 신주쿠점'을 제공하고 있음. 실제 이세탄백화점 신주쿠점 1층과 지하 1층 매장 모습을 그대로 가상세계에 옮긴 형태로, 구매 가능한 상품이 1,200점 이상에 달함
유통채널명	ISETAN MITSUKOSHI HOLDINGS LTD..	
본사 소재지	3-2-5, NishishinjukuMitsukoshi Isetan Nishishinjuku Bldg. Shinjuku-Ku, Tokyo, 160-0023 Japan	
매출액 및 종업원 수	약 73억 2,000만 달러(2022.03.31 기준), 약 9,691명	
연락처	+81-367305016	매장 수
홈페이지	www.imhds.co.jp	
		22개

2) 다카시마야(Takashimaya)

		간략 소개	- 1932년에 오사카 지점을 시작으로 1933년 도쿄 니혼바 지점 개점을 하며 사업을 확대해 나갔고, 1958년에는 일본 백화점 최초로 뉴욕에 '뉴욕 다카시마야'를 오픈함 - 1989년에는 백화점 업계 최초로 매출 1조 엔을 넘은 바 있음 - 백화점과 부동산 사업을 영위하고 있으며, 백화점 사업이 그룹사 매출액의 80% 이상을 차지 - 현재 도쿄, 교토, 오사카와 같은 일본의 주요 도시를 중심으로 전역에 23개 지점을 보유하고 있으며, 싱가포르, 중국, 태국 등에 해외 지점을 4개 보유
유통채널명	TAKASHIMAYA COMPANY, LIMITED		
본사 소재지	5-1-5, Nanba, Chuo-Ku Osaka, Osaka, 542-0076 Japan		
매출액 및 종업원 수	약 68억 3,000만 달러(2022.02.28. 기준), 약 7,223명		
연락처	+81-66631110	매장 수	23개
홈페이지	www.takashimaya.co.jp		

주요 유통채널 정보: (2) 한인마트

1) 예스마트(Yesmart)

		간략 소개	- 면세점 사업을 시작으로 관광, 유통, SPA제 조업, 무역업 등을 영위하고 있는 주식회사 에이산(EISAN Co.,Ltd.)이 설립한 한국 식품 전문 슈퍼마켓 프랜차이즈 유통채널 - 예스마트는 코로나19로 인해 면세점 실적이 부진하면서 이에 대한 새로운 수익모델로 2020년 9월에 설립됨 - 식재료, 조미료, 화장품, 잡화 등 한국제품들을 다양하게 취급 중 - 최근 전국으로 점포를 빠르게 늘리며 확장 및 성장하고 있는 한인마트
유통채널명	예스마트 (韓国スーパー Yesmart イエスマート)		
홈페이지	www.ehiroba.jp	매장 수	23개

주요 유통채널 정보: (3) 온라인

1) 아마존 재팬

		입점 조건 및 비용 관련	1. 입점 조건
유통총액	4조 5,100억 엔 (2020년 12월 기준)		- 출품용 계정을 등록. 등록 시에는 정부 발행 신분증명서, 은행계좌 번호·코드, 결제 가능한 신용카드, 납세 정보, 전화번호 등이 필요함. 등록 후에 심사가 진행
취급 상품 수	2억 개 이상		- 소규모 출품 서비스: 출품 가능한 상품이 한정되어 식품·음료, 화장품, 의류, 보석 등은 출품이 불가능
연락처	아마존 재팬 합동회사: (대표) 03-6367-4000		- 위의 상품을 대규모 출품 서비스로 출품할 때, 허가 신청이 필요한 상품이 존재하며 식품·음료도 필요할 수 있음
홈페이지	www.Amazon.co.jp		2. 최소 신청 예산: 월 이용료+수수료

1. 입점 조건

- 출품용 계정을 등록. 등록 시에는 정부 발행 신분증명서, 은행계좌 번호·코드, 결제 가능한 신용카드, 납세 정보, 전화번호 등이 필요함. 등록 후에 심사가 진행
- 소규모 출품 서비스: 출품 가능한 상품이 한정되어 식품·음료, 화장품, 의류, 보석 등은 출품이 불가능
- 위의 상품을 대규모 출품 서비스로 출품할 때, 허가 신청이 필요한 상품이 존재하며 식품·음료도 필요할 수 있음

2. 최소 신청 예산: 월 이용료+수수료

1) 월이용료

- 대규모 출품 서비스: 4,900엔(VAT 별도)
- 소규모 출품 서비스(월 49개 이하): 100엔(VAT 별도)

2) 판매수수료

- 계약 체결 시 8~15%, 45%, 품목에 따라 상이하며 최저 판매수수료 30엔
- 소규모 출품 서비스의 경우 기본 체결 수수료 건당 100엔

2) Qoo10

		입점 조건 및 비용 관련	1. 입점 조건
유통총액	1,830억 엔 (2020년 12월 기준)		- 전용 사이트에서 입점 신청서(메일 주소, SMS 인증을 위한 휴대전화 필요), 본인 확인 서류와 통장 사본을 제출
취급 상품 수	약 12억 개		- 본인 확인 서류는 개인의 경우 면허증·보험증·여권(택 1), 개인사업자의 경우 개업신고서, 법인의 경우 이력 사항 전부 증명서의 사본을 제출해야 함
연락처	eBay Japan 합동회사: (대표) 050-5840-9100		- 판매에 면허가 필요한 상품의 경우는 판매 면허 정보가 필요
홈페이지	www.qoo10.jp		2. 초기 신청 예산: 무료

1. 입점 조건

- 전용 사이트에서 입점 신청서(메일 주소, SMS 인증을 위한 휴대전화 필요), 본인 확인 서류와 통장 사본을 제출
- 본인 확인 서류는 개인의 경우 면허증·보험증·여권(택 1), 개인사업자의 경우 개업신고서, 법인의 경우 이력 사항 전부 증명서의 사본을 제출해야 함
- 판매에 면허가 필요한 상품의 경우는 판매 면허 정보가 필요

2. 초기 신청 예산: 무료

3. 초기 비용: 무료

4. 월 이용료/수수료

- 1) 판매수수료: 6~10%
- 2) 결제 수수료: 무료
- 3) 포인트 지급비용: 매장별로 설정
- 4) 판매자 레벨(매장 거래액에 따라 매월 변동) 상승 기준
 - 일반 판매자: 신규 입점 시의 초기 레벨
 - 우수 판매자: 최근 12개월 거래 금액이 100만 엔 이상 (레벨 유지기준: 전월 거래금액 10만 엔 이상)
 - 파워 판매자: 최근 12개월 거래금액이 500만 엔 이상 (레벨 유지 기준: 전월 거래 금액 50만 엔 이상)

3) 라쿠텐 시장

		입점 조건 및 비용 관련	1. 입점 조건 - 소정의 입점 심사가 있으며, 지정서류(입점 신청서, 심사서류, 취급 예정인 상품의 판매에 필요한 영업허가·자격 등의 서류, 판매상품 사진)의 제출이 필요. 위에 더해 등기부등본이 필요할 수 있음 - 심사의 기준 및 조건은 공개하고 있지 않으나, 종합 플랫폼 중에서는 심사가 엄격한 편에 속함. 인터넷 쇼핑몰 실적이 없거나, 사업 및 상품의 내용이 미흡하거나, 모호한 부분이 있으면 심사에 통과하지 못할 수 있음 - 개인, 부업 입점에는 대응하지 않으며, 판매금지 상품이 정해져 있음 2. 초기 신청 예산(초기 지불 금액(VAT 별도)) - 파이팅! 플랜: 29만 4,000엔 - 스탠다드 플랜: 36만 엔 - 메가숍 플랜: 66만 엔 3. 초기 비용(VAT 별도): 6만 엔 4. 월 이용료/수수료(VAT 별도) 1) 매달 입점료 - 파이팅! 플랜: 1만 9,500엔 - 스탠다드 플랜: 5만 엔 - 메가숍 플랜: 10만 엔 2) 시스템 이용료 - 파이팅! 플랜: 3.5~7.0% - 스탠다드 플랜: 2.0~4.5% - 메가숍 플랜: 2.0~4.5% * 그 외, 기타 시스템 이용료, 라쿠텐 포인트 지급비용, 라쿠텐페이 이용료 등이 발생함
유통총액	3조 64억 엔 (2020년 12월 기준)		
취급 상품 수	약 284만 6,000개 (2021년 2월 1일 기준)		
연락처	라쿠텐 주식회사: (대표) 050-5581-6910		
홈페이지	www.rakuten.co.jp		

4) 야후 쇼핑

		입점 조건 및 비용 관련	1. 입점 조건 - 신청할 때는 신용카드 정보, 회사정보, 대표자 정보, 은행 계좌 정보, 입점 예정인 상품의 정보가 필요 - 또한 법인의 경우, 등기부등본, 대표자 또는 서비스 관리자 서류(운전면허증, 운전경력증명서, 재류카드, 마이넘버카드) 중 하나, 개인사업자는 위의 서류 중 하나가 필요 - 회사가 정하는 심사기준, 경영상황 판단기준(지정 수납회사 및 제3자 조사기관에 의한 여신심사 등을 참고)을 충족하는 것이 필수적 2. 초기 신청 예산: 무료 3. 초기 비용: 무료 4. 이용료/수수료 1) 스토어 포인트 자원 부담: 1~15% 2) 이벤트 자원 부담: 1.5% 3) 제휴 파트너 보상 자원: 1~50%(최소 1%) 4) 제휴 수수료: 제휴 파트너 보상 자원의 30% 5) 결제 수수료 - 신용카드 결제: 결제금액의 3.24%, 그룹 기호 와이제이카드(주) 발행 카드는 결제금액의 3.0% - PayPay 잔액 결제: 결제금액의 3.0%
유통총액	8,700억 엔 (2020년 12월 기준)		
취급 상품 수	약 3억 6,000만 개 (2021년 1월 말 기준)		
연락처	야후 주식회사: (대표) 03-6898-8200		
홈페이지	www.yahoo.co.jp		

II

경쟁사



01

일본 경쟁사 선정

경쟁사 선정 기준

지원 기업의 제품과 유사한 곤약밥과 저당밥 경쟁사를 선정함. 이에 따라 선정한 경쟁제품 및 경쟁사는 아래와 같음

- 1) Saraya 건강한 밥: 온라인몰에서 판매 중인 저당 즉석밥
- 2) 城北麵工 찰보리 현미밥: 온라인몰에서 판매 중인 저당 즉석밥
- 3) biotech japan 로카고, 로카고 Half: 온라인몰에서 판매 중인 저당 즉석밥
- 4) ハイグローブ: 온라인몰에서 판매 중인 곤약밥
- 5) 伊豆河童 젤라이스: 온라인몰에서 판매 중인 곤약밥



그림 13

경쟁제품 선정 기준

경쟁제품 현황	유통채널		원산지	형태
	판매 중인 유통채널	유통 채널 수		
1 COOP 맛있는 잡곡 15곡밥	쿠팡	3	일본	즉석밥
2 COOP 맛있는 세키향(팔밥)	쿠팡	3	일본	즉석밥
3 丸美屋 닭 돌솥밥의 재료	쿠팡, 산토쿠	2	일본	즉석밥
4 丸美屋 오목 돌솥밥의 재료	쿠팡, 산토쿠	2	일본	즉석밥
5 glico 다키고미밥 닭 우영	쿠팡, 산토쿠	2	일본	즉석밥
6 ヤマモリ 큐슈 닭고기 밥	쿠팡, 산토쿠	2	일본	즉석밥
7 ヤマモリ 에도마에 후카가와 밥	산토쿠	1	일본	즉석밥
8 はくばく 16곡밥	산토쿠	1	일본	즉석밥
9 アーデン 죽순 밥	산토쿠	1	일본	즉석밥
10 アーデン 토종닭의 오목밥	산토쿠	1	일본	즉석밥
11 アーデン 말린 새우와 멸치	산토쿠	1	일본	즉석밥
12 SARAYA 건강한 밥	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐	4	일본	즉석밥(저당)
13 城北麵工 찰보리 현미밥	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐	4	일본	즉석밥(저당)
14 たいまつ 찰보리밥	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐	4	일본	즉석밥
15 biotech japan 로카고	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐	4	일본	즉석밥(저당)
16 biotech japan 로카고 Half	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐	4	일본	즉석밥(저당)
17 大塚食品 마이사이즈 만년 밥	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐	4	일본	즉석밥
18 結わえる 재운 현미밥	야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐	3	일본	즉석밥
19 ハイグロー브 곤약밥	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐	4	일본	곤약밥
20 伊豆河童 젤라이스	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐	4	일본	곤약밥

1) SARAYA

경쟁사 기본 정보	SARAYA	- 1959년 설립 - 식품 개발 및 제조, 가정용 및 업무용 세정제·소독제 등 제조 - 현재 온라인몰에서 저당 즉석밥 제품을 판매 중
	업체명	SARAYA
	홈페이지	https://family.saraya.com/herushi
제품 현황	주소	大阪市東住吉区湯里2-2-8
		
	유통 현황	온라인 라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, Qoo10

2) 城北麵工

경쟁사 기본 정보	 城北麵工株式会社	- 1956년 6월 27일 - 면, 밥, 떡볶이, 떡 등의 제품을 생산하는 기업 - 현재 온라인몰에서 저당 즉석밥 제품을 판매 중
	업체명	城北麵工
	홈페이지	http://yamagata-johoku.co.jp
제품 현황	주소	山形市城北町二丁目 2 番 1 7 号
		
	유통 현황	온라인 라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, Qoo10

3) biotech japan

경쟁사 기본 정보		- 1994년 창업 당시부터 유산균 보유균주 3,000종 이상을 가지고, 식물성 유산균을 활용한 제품 개발 및 제조 - 현재 온라인몰에서 식물성 유산균 발효기술로 개발한 저당 즉석밥 제품을 판매 중
	업체명	biotech japan
	홈페이지	https://www.biotechjapan.co.jp/english
	주소	新潟県阿賀野市勝屋字横道下918-112
제품 현황		
유통 현황	온라인	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, Qoo10

4) ハイグローブ

경쟁사 기본 정보	-	- 현재 온라인몰에서 곤약밥을 판매 중
	업체명	하이グローブ
	홈페이지	http://www.haiglobe.com
	주소	山口県宇部市亀浦3-7-43-4
제품 현황		
유통 현황	온라인	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, Qoo10

5) 伊豆河童

경쟁사 기본 정보	- - 현재 온라인에서 타피오카 전분, 곤약으로 만든 곤약밥을 판매 중		
	업체명	伊豆河童	
	홈페이지	https://me2.kr/eVWhA (기업 홈페이지를 찾을 수 없어, 아마존 셀러 페이지로 대체)	
	주소	-	
제품 현황			
	유통 현황	온라인	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, Qoo10

III

경쟁력 파악



01

가격 경쟁력 분석

유통채널 및 재료 성분에 따라서 가격이 좌우됨

- 즉석밥의 경쟁제품 20개 품목의 평균 100g당 평균 가격은 140.1엔(약 2,290원)으로 조사됨
- 경쟁제품 중 10g당 가격이 가장 높은 제품은 結わえる 재운 현미밥(215.0엔)으로 조사됨
 - 그 외에 伊豆河童 젠라이스(207.8엔), アーデン 토종닭의 오목밥(193.6엔), アーデン 말린 새우와 멸치(193.6엔), 丸美屋 닭 돌솥밥의 재료(175.4엔) 등 순으로 높게 나타남
 - 10g당 가격이 가장 낮은 제품은 COOP의 맛있는 세키향(팔밥)(63.8엔)으로 조사됨

즉석밥 제품의 경우 온라인과 오프라인 판매처에 따른 가격 차이는 크게 상관관계가 없으며, 제품의 재료에 따라 가격이 다르게 나타남

- 다만, 동일 제품의 경우 오프라인 판매처에 따라 가격이 상이함. 슈퍼마켓에 비해 편의점의 판매가가 10% 정도 높게 책정되어 있는 것으로 조사됨



그림 14 경쟁제품 100g당 가격 비교

(단위: 달러)

제조사	제품명	원산지	온/오프라인	판매처 수	100g당 가격
지원 기업	발효 곤약밥	한국	-	-	218.7
結わえる	재운 현미밥	일본	온라인	3	215.0
伊豆河童	젠라이스	일본	온라인	4	207.8
アーデン	토종닭의 오목밥	일본	오프라인	1	193.6
アーデン	말린 새우와 멸치	일본	오프라인	1	193.6
丸美屋	닭 돌솥밥의 재료	일본	오프라인	2	175.4
アーデン	죽순 밥	일본	오프라인	1	164.4
丸美屋	오목 돌솥밥의 재료	일본	오프라인	2	159.9
ハイグローブ	곤약밥	일본	온라인	4	156.7
ヤマモリ	에도마에 후카가와 밥	일본	오프라인	1	143.0
biotech japan	로카고 Half	일본	온라인	4	132.0
glico	다키고미밥 닭 우영	일본	오프라인	2	126.1
はくばく	16곡 밥	일본	오프라인	1	121.3
たいまつ	찰보리밥	일본	온라인	4	118.7
biotech japan	로카고	일본	온라인	4	110.0
COOP	맛있는 잡곡 15곡밥	일본	오프라인	3	106.3
城北麵工	찰보리 현미밥	일본	온라인	4	103.3
ヤマモリ	큐슈 닭고기 밥	일본	오프라인	2	98.7
大塚食品	마이사이즈 만난 밥	일본	온라인	4	91.4
SARAYA	건강한 밥	일본	온라인	4	88.0
COOP	맛있는 세키향(팔밥)	일본	오프라인	3	63.8

*주2. 동일 제품이 오프라인/온라인상에서 상이한 가격으로 판매되는 경우 최저가격을 기준으로 산정함

오프라인에서 판매 중인 11개 즉석밥 제품의 100g당 평균 가격은 140.5엔(약 1,350원)으로 조사됨. 닭, 죽순, 잡곡 등 특별한 재료가 들어간 즉석밥일수록 가격이 높게 책정되어 있음

- 100g당 평균 가격이 가장 높은 제품은 アーデン 토종닭의 오목밥(193.6엔)과 말린 새우와 멸치(193.6엔), 가장 낮은 제품은 맛있는 세키향(팔밥)(63.8엔)으로 조사됨

라쿠텐, 야후 쇼핑, 아마존 재팬, 큐텐에서 판매 중인 즉석밥 9개 품목의 100g당 평균 가격은 135.9엔(약 1,310원)으로 책정되었으며, 일반 즉석밥 3개를 제외한 6개 곤약밥, 즉석밥(저당밥)의 100g당 평균 가격은 133.0엔(약 1,280원)으로 조사됨

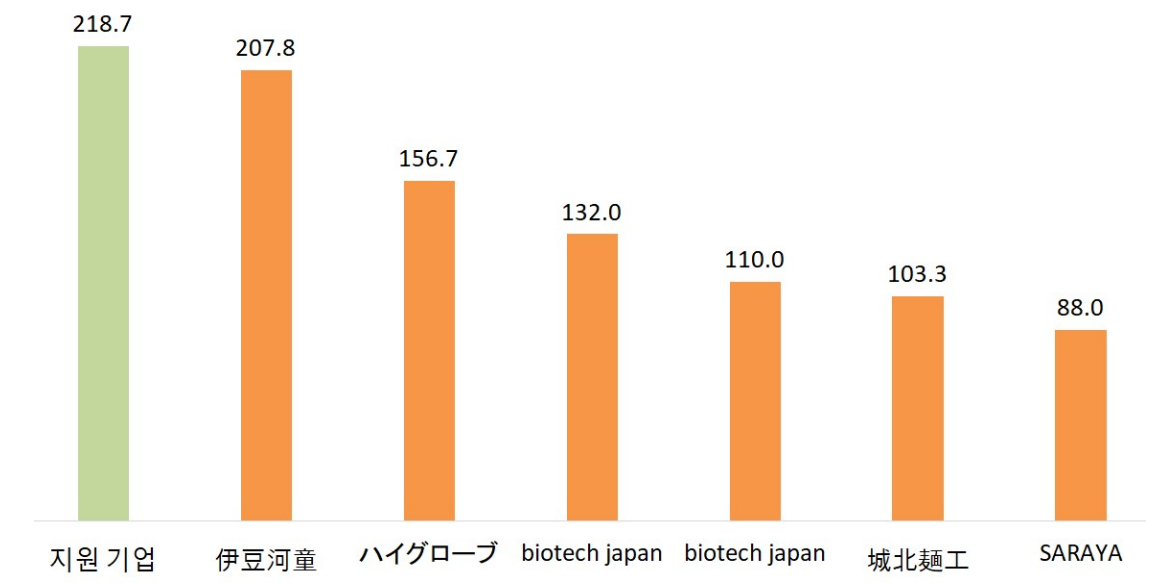
- 곤약밥, 즉석밥(저당) 품목 중 100g당 평균 가격이 가장 높은 제품은 伊豆河童 젠라이스(207.8엔), 가장 낮은 제품은 SARAYA 건강한 밥(88.0엔)으로 나타남



그림 15

경쟁제품 100g당 가격 비교

(단위: 엔)



02 벤치마킹 제품 분석

저당제품은 온라인에서만 소수 판매 중임

조사한 20개 즉석밥은 제품 중 곤약밥을 포함한 저당 제품은 6개 제품이며, 모두 온라인에서만 판매 중임

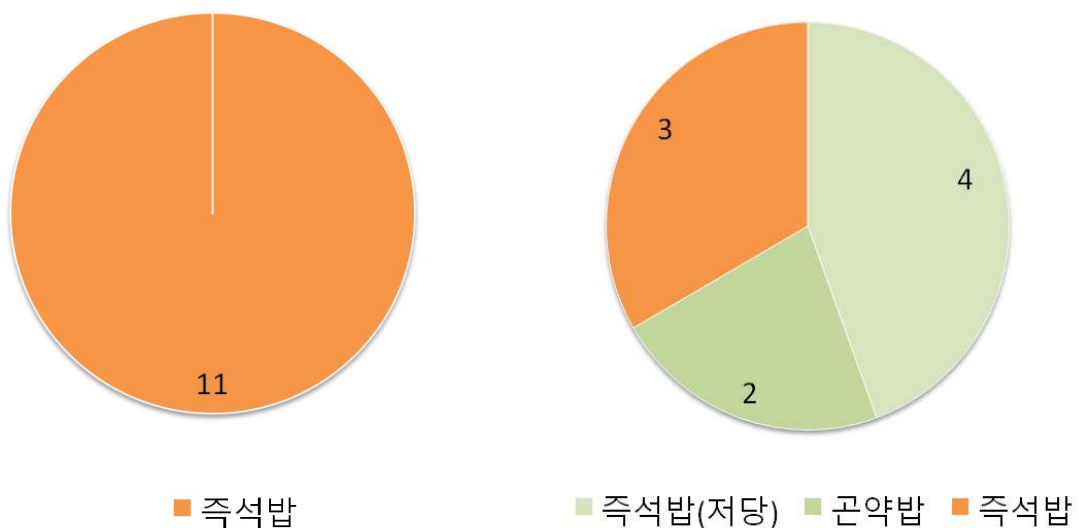
- 6개 저당 제품은 당류와 칼로리를 낮춘 제품으로 저당인 점을 마케팅 포인트로 온라인몰인 라쿠텐, 야후재팬, 아마존 재팬, 큐텐에서 모두 판매 중임
- 반면, 오프라인에서 판매되는 즉석밥은 저당 제품은 없으며, 건강한 재료를 사용한 풍부한 영양소가 담긴 제품임을 강조하는 다양한 제품을 판매 중임



그림 16

즉석밥 오프라인상(좌), 온라인상(우) 판매현황 가격 비교

(단위: 엔)



건강한 식재료와 조합하여 제품군이 다양함

조사제품 20개 중 15개 제품이 쌀 외에 찰보리, 팥과 같은 다른 곡물이나 닭, 육순 같은 재료와 조합하여 만든 제품으로 소비자들에게 다양한 선택권을 제공하고 있음

- 비슷한 종류의 제품군이 아니라 여러 다른 재료를 사용한 새로운 조합의 즉석밥 형태가 많아 소비자들의 니즈를 충족하기 위한 제품이 많이 개발되어 판매되고 있음을 알 수 있음

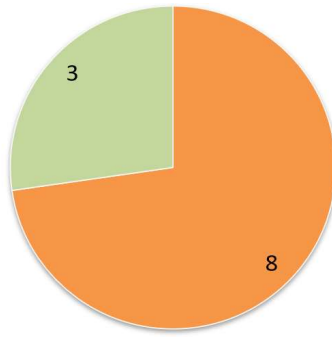
패키지는 주로 판매처에 따라 상이함

오프라인은 주로 종이팩, 플라스틱 용기 제품이 있으며, 온라인 제품은 플라스틱 용기와 비닐 진공 포장 제품이 있음

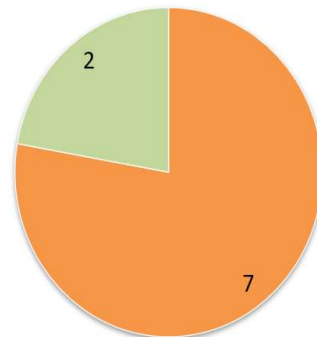
- 오프라인에서 판매되고 있는 11개 즉석밥 중 8개 제품이 종이팩 포장이며, 3개 제품이 플라스틱 용기에 판매되고 있음
- 온라인에서 판매되고 있는 9개 곤약밥 2종을 제외한 7개 제품 모두 플라스틱 용기 포장이며, 곤약밥 2종은 비닐 진공 포장 제품이 판매되고 있음



그림 17 온라인(좌), 오프라인(우) 경쟁제품 패키지 분석



■ 종이팩 ■ 플라스틱



■ 플라스틱 ■ 비닐 진공포장

인증을 활용한 마케팅 제품은 없음

온라인과 오프라인에서 판매 중인 즉석밥 대부분 다양한 건강하고, 영양이 풍부한 재료로 만든 건강식임을 마케팅 포인트로 강조하고 있음

- 하지만 제품의 원료를 강조하여 건강한 제품임을 홍보할 뿐 인증을 취득하여 마케팅에 활용하고 있는 제품은 없는 것으로 나타남

IV

시사점



01

수출 확대 방안

곤약 즉석밥 틈새 시장 공략

일본 즉석밥 시장은 다양한 종류의 제품이 판매되고 있지만 저당 제품은 온라인에서만 일부 판매되고 있을 정도로 시장 규모가 크지 않음

- 특히, 곤약밥의 경우 판매가 확인된 2개 제품 모두 소규모 기업에서 제조된 것으로 경쟁사가 많지 않은 것으로 파악됨. 또한, 특유의 곤약 냄새가 나지 않는다는 점을 제외하고는 별다른 특징이 없으며, 제품 패키징도 단순한 진공 비닐 포장 형태임
- 반면, 지원 기업의 제품은 국산 여주 분말을 넣어 곤약을 발효시킨 제품으로 곤약의 냄새도 적고, 식감이 쫄깃하다는 강점이 있음
- 곤약밥에 대한 인지도가 낮은 점과 여주에 대한 일본인들의 인식이 높지 않은 점을 감안하여 제품의 영양적 측면, 식감 등의 장점을 적극적으로 어필할 필요가 있음

따라서, 소비자가 섭취하기에 편리한 패키징과 지원 기업 제품의 특징점을 내세워 마케팅한다면 다이어트에 관심이 많은 일본 소비자들에게 어필할 수 있을 것으로 전망됨

가격 경쟁력 확보 필요

지원 기업 제품의 희망 소비자가의 100g 평균 가격은 218.7엔으로 경쟁제품의 오프라인 평균가 140.5엔, 온라인 평균가 135.9엔보다 높은 수준임

- 온라인과 오프라인에서 100g당 평균 가격이 가장 높은 제품인 結わえる 재운 현미밥(215.0엔), アーデン 토종닭의 오목밥(193.6엔)보다 높은 수준임
- 또한, 6개 저당 제품의 100g당 평균가격은 133.0엔이며, 곤약밥 2개 품목의 평균 가격은 182.2엔으로 책정되어 있음

따라서, 프리미엄 전략으로 고가 시장만을 타깃으로 하는 것이 아니라면, 가격 경쟁력을 확보하기 위한 제품 개발 등의 노력이 필요할 것으로 판단됨

참고문헌



IV

시
사
점

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. 후지경제조사
3. Yamanaka
4. Amazon Japan
5. Rakuten
6. Qoo10
7. Yahoo Shopping
8. 업계동향(業界動向) SEARCH
9. 일본백화점협회(日本百貨店協会)

□ 참고 자료

1. Euromonitor International, "Rice in Japan", 2022.12
2. aT한국농수산물유통공사, "일본의 온라인 플랫폼 현황 및 진출전략 조사", 2021.07

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022. 12

- 본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
- 본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.