

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202308-27
품목 | 과일강정(Fruit Gangjeong)
HS CODE | 1905.90-1050
국가 | 일본(Japan)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 일본 스낵 시장규모	06
2. 일본 쿠키 및 크래커 시장규모	07
3. 일본 과일강정 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. '약과', 한국 전통 과자로 주목	11
2. '봉지'와 '박스' 형태의 제품 빈출	12
3. 약과의 '꿀' 맛과 '굴', '딸기' 등 과일 맛 다수 확인	13
4. 일본 내 K-디저트 열풍 주목	14

IV. 유통채널

1. 일본 과일강정 유통채널 점유율	16
2. 일본 과일강정 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 일본 과일강정 통관 및 검역 절차	28
2. 일본 과일강정 품질 인증	29
3. 일본 과일강정 라벨링	33
4. 일본 과일강정 성분 및 유해물질	36

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 호리우치팜(Horiuchi Farm)	40
2. 딘앤델루카카페(Dean&Deluca Cafe)	42
3. 후진가오샵(Fujingaho Shop)	44

VII. 시사점

1. 시사점	47
--------	----

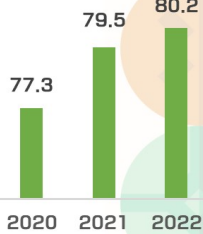
※ 참고문헌	49
--------	----

일본 과일강정 시장

시장 현황

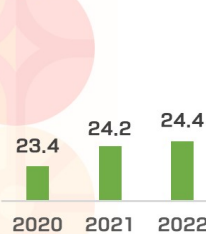
스낵 시장규모

단위 : 십억 달러



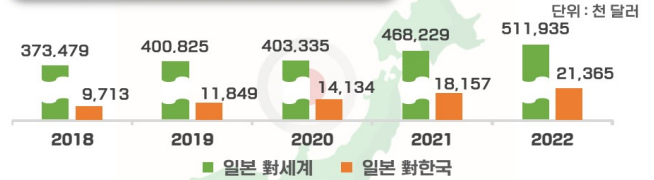
쿠키 및 크래커 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1905.90 기준)



국가별 수입규모



시장 트렌드

품목 트렌드

한국식 디저트 수요
동카롱, 크로플 등
한국식 디저트가 한인타운을
중심으로 유통되고 있음
한국식 디저트 인기
심원빵 카페 제품이 유통되는 등
트렌드 확산 속도가 빠름

빅데이터 분석

약과
초콜릿
사탕
달고나
아몬드
젤리
경쟁제품

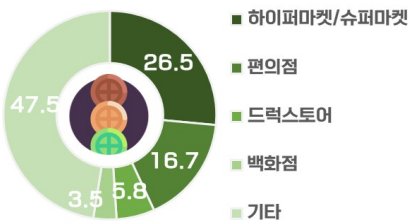
봉지
박스
팩
패키징
35g
20g
25g

꿀
딸기
귤
버터
말차
소다
맛

* 쿠팡재팬 및 아마존재팬 과일강정 경쟁제품 519건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
WTO 협정 관세율 29.8%
사전 준비
일본 후생노동성
사전등록 절차

권장 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
일본어 표기 必
제품명, 원재료명, 용량, 유통기한,
식품첨가물, 보존방법, 알레르겐,
영양성분 및 열량, 원산지 등
라벨 표기 필요

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



DEAN & DELUCA

婦人画報 〇 お取り寄せ
FUJINGAHO-SHOP.JP

Point 01.

한국 전통 과자 수요 인스타그램, 블로그 등을 통해 제품에 대한 정보가 제공되고 있으나, 한국식 찹쌀 등 특정 공간에서만 소비되는 등 수요는 제한적임
고객사 제품 타겟층 간식용 판매는 쌀과자류 수요가 있는 노년층에, 선물용 판매는 한국 문화에 관심이 많은 젊은층 및 20-30대 여성층을 추천함
고객사 제품 적정 유통채널 면세점, 한인타운 기념품 가게, 한국 스타일 카페 등 선물용으로 판매할 수 있는 유통채널로 진출하는 것을 추천함

Point 02.

고객사 제품 가격 피드백 고객사 제품의 가격은 일본 시장에서 중간 범위에 있는 가격대로 적절한 편임
고객사 제품 포장 피드백 종이 박스 포장은 선물용 제품으로 적절하며, 보다 한국 전통 느낌을 살린 포장 디자인으로 개선하는 것을 추천함
고객사 제품 홍보문구 피드백 제품의 비주얼을 강조하는 홍보문구가 효과적이거나, 홍보문구보다는 제품 디자인에 더욱 신경쓰는 것을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 일본 스낵 시장규모
2. 일본 쿠키 및 크래커 시장규모
3. 일본 과일강정 수입규모

1. 일본 스낵 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

면적	37만 8,000km ²
인구	1억 2,568만 명
GDP	4조 9,409억 달러
GDP (1인당)	3만 9,312달러

▶ 일본 스낵 시장규모 105.3조 원, 연평균 1.8% 성장

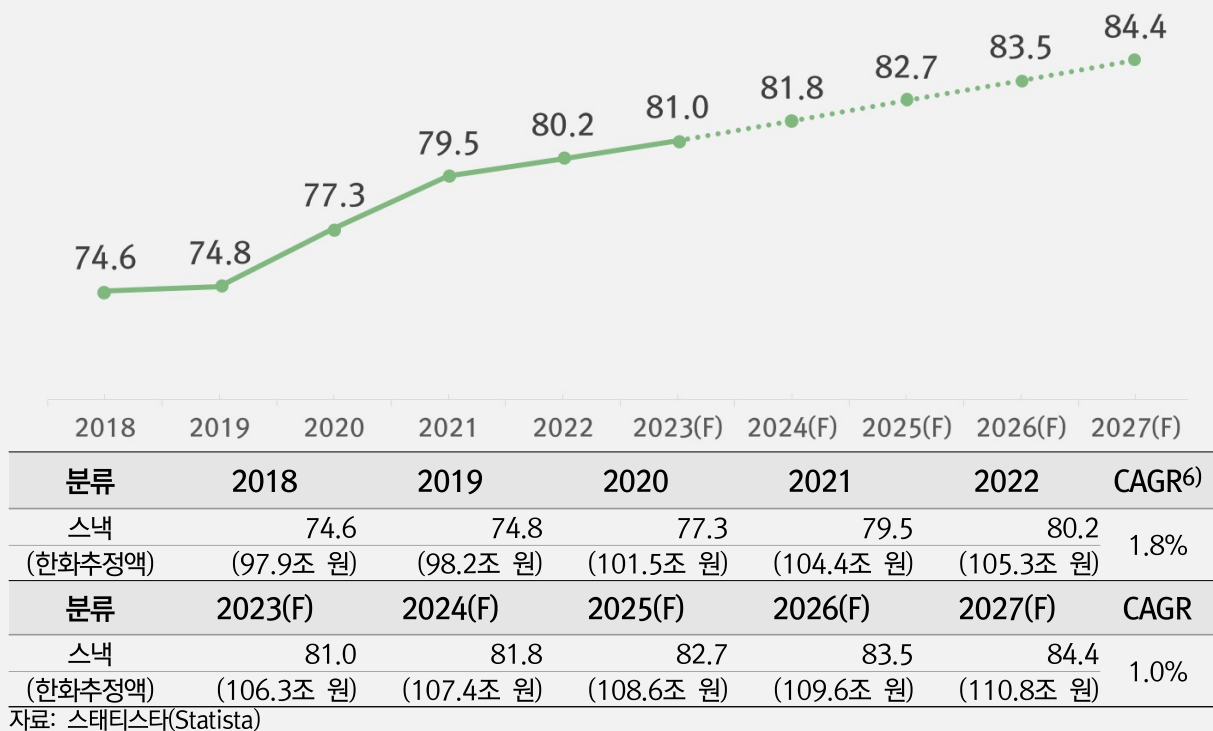
2022년 기준 일본 스낵 시장규모는 105.3조 원에 달했으며, 전년 대비 0.9% 성장하였음. 최근 5년(2018-22년)간 일본 스낵 시장의 연평균 성장률은 1.8%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 101.5조 원을 기록함

▶ 일본 스낵 시장규모, 향후 5년간 1.0%씩 성장 예상

일본 스낵 시장은 최근 5년(2018-22년)간 시장규모 감소세 없이 성장을 지속했으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.1배 증가한 것으로 나타남. 일본 스낵 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 1.0%씩 성장하여 2027년 110.8조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨²⁾

[표 2.1] 일본 스낵 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 달러



1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 조사제품 '과일강정'은 사과 과일을 활용해 제조한 바삭한 한국 전통 한과 제품 중 하나임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 '쿠키 및 크래커'의 시장규모와 상위품목인 '스낵'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 스태티스타(Statista), 「Snack Food Japan」, 2023.05

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 일본 쿠키 및 크래커 시장규모

▶ 일본 쿠키 및 크래커 시장규모 32.0조 원, 연평균 2.2% 성장

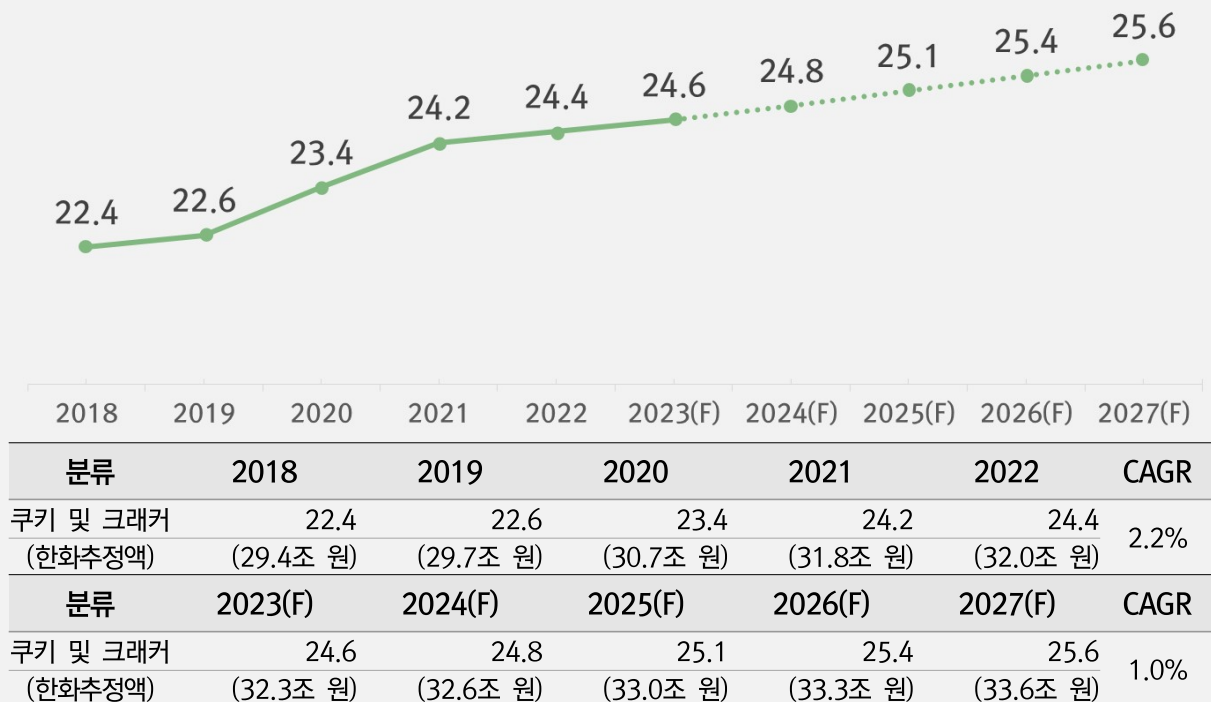
2022년 기준 일본 쿠키 및 크래커 시장규모는 32.0조 원에 달했으며, 전년대비 0.8% 성장하였음. 최근 5년(2018-22년)간 일본 쿠키 및 크래커 시장의 연평균 성장률은 2.2%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 30.7조 원을 기록함

▶ 일본 쿠키 및 크래커 시장규모, 향후 5년간 1.0%씩 성장 예상

일본 쿠키 및 크래커 시장은 최근 5년(2018-22년)간 시장규모 감소 없이 성장을 지속했으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.1배 증가한 것으로 나타남. 일본 쿠키 및 크래커 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 1.0%씩 성장하여 2027년 33.6조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨

[표 2.2] 일본 쿠키 및 크래커 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

3. 일본 과일강정 수입규모

과일강정 HS CODE

해당 장에서 과일강정은 HS CODE 1905.90으로 분류, HS CODE 제1905호의 품명은 빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품, 성찬용 웨이퍼·저지방용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼·라이스페이퍼와 그 밖에 이와 유사한 물품, HS CODE 1905.90-1050의 품명은 쌀과자로 확인

▶ 2018-22년 일본 對글로벌 품목 수입액 연평균 성장률 8.2%

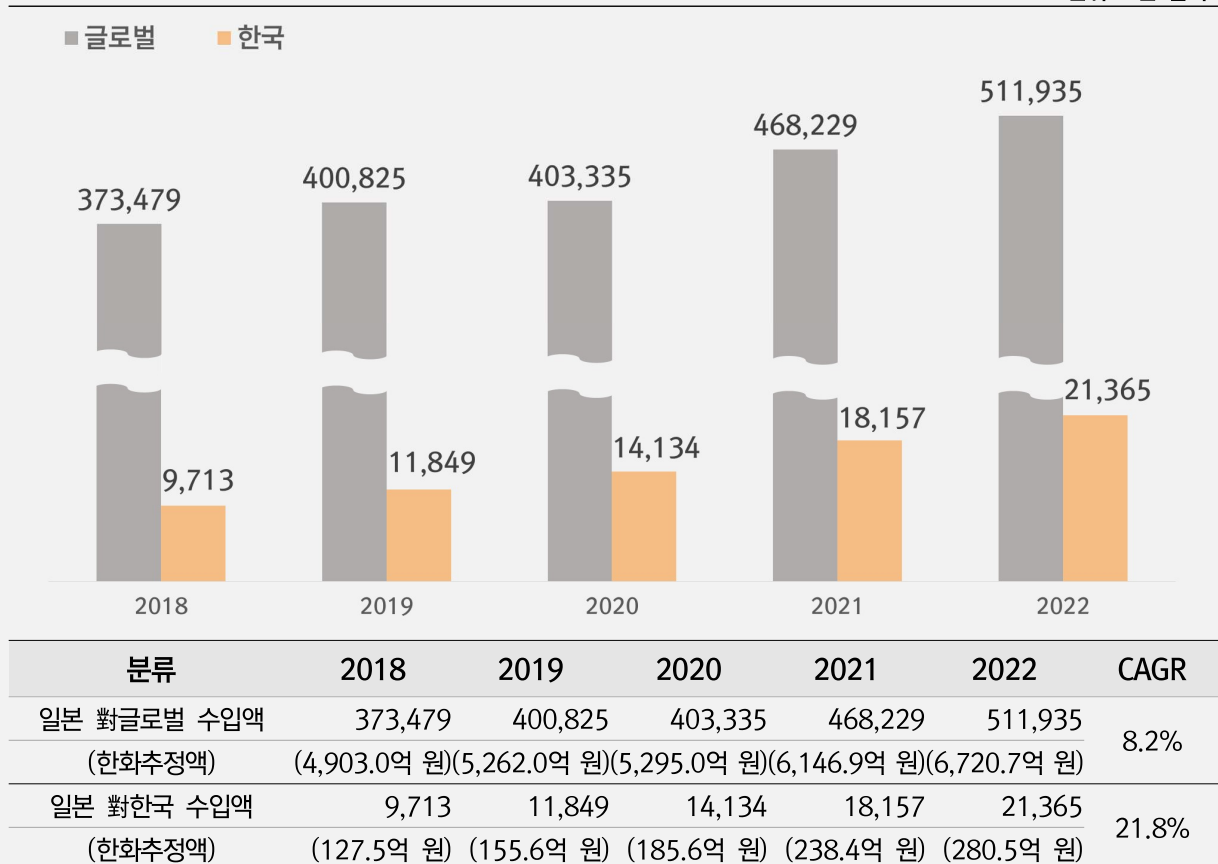
일본 HS CODE 1905.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 8.2%를 보였으며, 2022년에는 6,720.7억 원의 수입액을 기록함. 2018년부터 2022년까지 對글로벌 수입액은 성장과 감소를 반복하고 있으며, 2022년에는 전년 대비 9.3% 성장한 것으로 나타남

▶ 일본 내 품목 수입액 중 한국산 점유율 8위

최근 5년간 일본 對한국 품목 평균 수입액은 197.5억 원이며, 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 21.8%를 기록하였음. 2022년에는 수입액 280.5억 원, 수입액 점유율 4.2%로 일본 對글로벌 수입액 점유율 8위를 기록함. 한편, 2022년 기준 일본 對글로벌 수입액 점유율 1위는 중국(1,418.7억 원, 21.1%), 2위는 말레이시아(756.6억 원, 11.3%), 3위는 미국(748.7억 원, 11.1%)으로 나타남

[표 2.3] 일본 HS CODE 1905.90 수입규모⁷⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

7) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. '약과', 한국 전통 과자로 주목
2. '봉지'와 '박스' 형태의 제품 빈출
3. 약과의 '꿀' 맛과 '굴', '딸기' 등
과일 맛 다수 확인
4. 일본 내 K-디저트 열풍 주목

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인매장 입점 과일강정

- 데이터 수집 키워드 : 한과(韓菓), 한국 디저트(韓国デザート), 한국 전통 과자(韓国伝統お菓子)
- 데이터 수집량 : 519건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인쇼핑몰 큐텐재팬(Qoo10 Japan), 아마존재팬(Amazon Japan)

▶ 일본 온라인매장 입점 과일강정 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 경쟁제품 ② 패키징 ③ 맛

항목	키워드 (국문/일본어/영어)		빈도	키워드 (국문/일본어/영어)		빈도
경쟁제품	약과	菓菓	18	달고나	Dalgona	4
	초콜릿	チョコ	8	곤약	こんにゃく	3
	사탕	キャンディー	6	요거트	Yogurt	3
	젤리	ゼリー	5	떡	もち	2
	아몬드	Almond	5	푸딩	Pudding	1
패키징	봉지	袋	43	60g	60	4
	박스	箱	18	30g	30	4
	팩	Packs	17	40g	40	4
	25g	25	13	400g	400	3
	20g	20	9	75g	75	2
	35g	35	5	130g	130	2
	240g	240	5	1kg	1000	2
	80g	80	4	70g	70	1
맛	꿀	蜜	21	말차	抹茶	5
	딸기	イチゴ	10	호두	Walnut	4
	귤	Citrus	7	치즈	Cheese	3
	버터	バター	6	참깨	ゴマ	3
	소다	ソーダ	6	(-)	(-)	(-)

1. ‘약과’, 한국 전통 과자로 주목

▶ ‘약과’, 일본에서 인기 높은 한국 과자

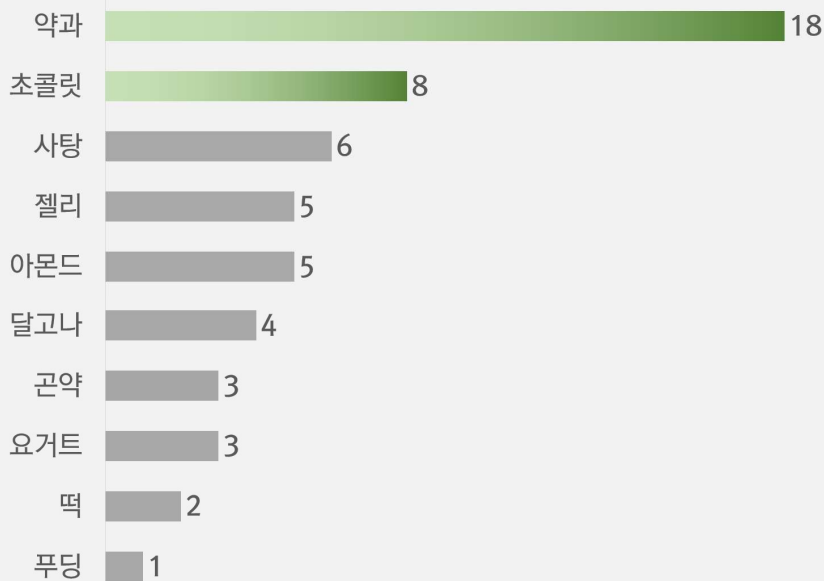
- 과일강정 경쟁제품인 한국 전통 과자 및 한국 디저트 제품 분석 결과, ‘약과’ 관련 키워드 빈출
- 실제 데이터 확인 결과 ‘유튜브에서 인기’ 등의 홍보 키워드를 통해 판매 중인 것으로 확인

▶ ‘초콜릿’과 ‘젤리’ 등의 키워드 도출

- ‘초콜릿’ 및 ‘젤리’ 관련 키워드 각각 8, 5건 도출
- 물방울 모양의 젤리에 콩가루를 뿌려 먹는 형태의 제품이 확인되었으며, 이는 일본의 와라비모찌(わらび餅)와 비슷한 제품

약과		초콜릿		젤리	
제품명	한국미니꿀약과	제품명	비초비	제품명	물방울떡젤리
브랜드	삼립	브랜드	오리온	브랜드	피치코리아
중량	1kg	중량	125g x 4박스	중량	80g x 8개
가격	2,220엔(2만 135원 ⁸⁾)	가격	3,480엔(3만 1,563원)	가격	4,050엔(3만 6,732원)

[표 3.1] 일본 판매 과일강정 경쟁제품 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘과일강정’ 경쟁제품 관련 게시글 519건 분석

8) 100엔=906.97원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. ‘봉지’와 ‘박스’ 형태의 제품 bin출

▶ 패키징, ‘봉지’와 ‘박스’ 관련 키워드 bin출

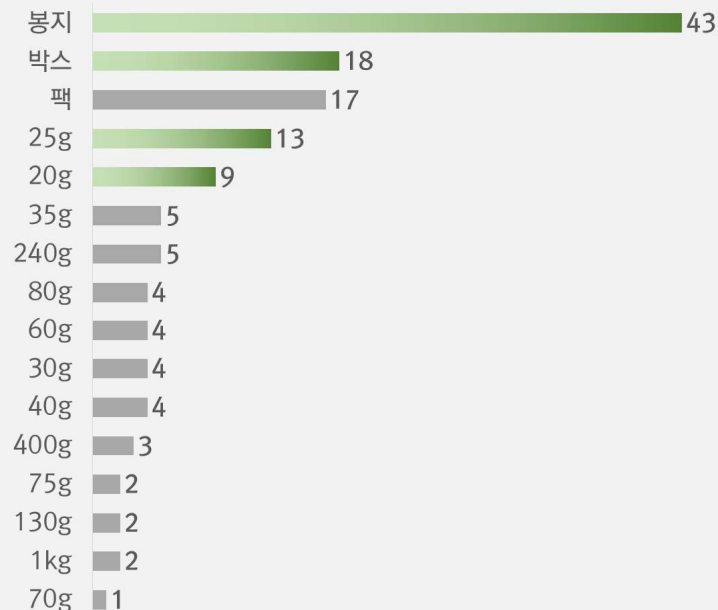
- 일본에서 판매 중인 과일강정 경쟁제품의 패키지 관련 키워드 분석 결과, ‘봉지’ 관련 키워드가 43건으로 bin출
- 간편하게 먹을 수 있도록 작은 봉지 형태의 패키징이 다수로 확인
- 일부 제품의 경우 선물에 용이한 ‘박스’ 형태로 판매되고 있으며, 관련 키워드는 18건 도출

▶ 20-25g의 소포장 제품 키워드 bin출

- 포장 중량과 관련해 ‘25g’, ‘20g’ 등 소포장 관련 키워드가 각각 13, 9건 확인
- 일부 대용량 제품의 경우 ‘240g’ 제품이 가장 많이 도출되었으며, ‘1kg’과 관련된 데이터도 2건 도출

봉지		박스		소포장	
					
제품명	뽀로미니약과	제품명	제주 한라봉&딸기 마카롱쿠키	제품명	프리즈드라이링고·이치고·망고
브랜드	동화씨엘에프	브랜드	제키스	브랜드	미스유(MISS YOU)
중량	120g x 4봉지	중량	15개입	중량	25g, 20g, 14g
가격	2,429엔(2만 2,030원)	가격	3,600엔(3만 2,651원)	가격	1,629엔(1만 4,775원)

[표 3.2] 일본 판매 과일강정 패키징 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘과일강정’ 경쟁제품 관련 게시글 519건 분석

3. 약과의 ‘꿀’ 맛과 ‘꿀’, ‘딸기’ 등 과일 맛 다수 확인

▶ ‘꿀’ 관련 키워드 빈출

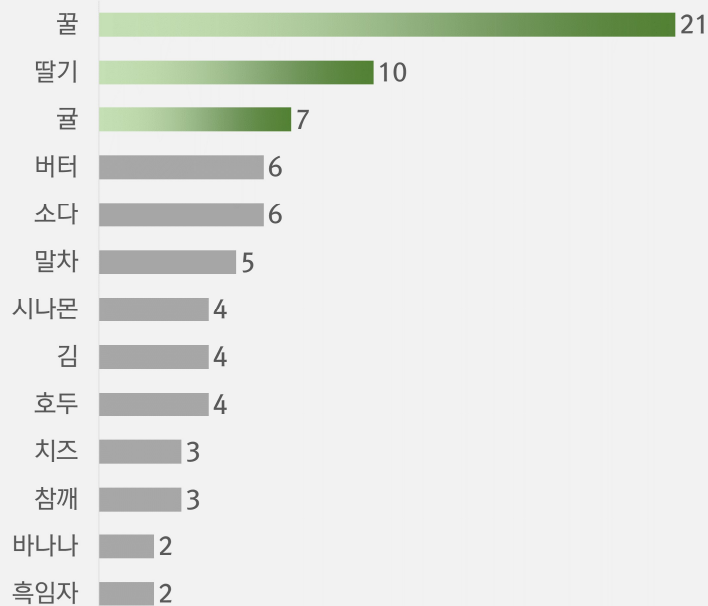
- 과일강정 경쟁제품 맛 관련 키워드 분석 결과, ‘꿀’ 관련 키워드가 21건 도출
- 데이터 확인 결과, 일본에서 인기 있는 약과 제품에 ‘꿀’ 맛을 강조한 제품이 다수 확인

▶ ‘딸기’, ‘꿀’ 등 과일 맛 키워드 도출 확인

- 일본에서 판매 중인 과일강정 경쟁제품의 데이터 분석 결과, ‘딸기’, ‘꿀’ 등 과일 맛 키워드 도출
- ‘꿀’ 관련 데이터는 대부분 제주 감귤을 이용한 제품으로 확인
- ‘말차’와 ‘치즈’ 등 일본 소비자들 선호하는 맛 키워드도 도출

꿀		딸기		꿀	
					
제품명	벌꿀약과	제품명	딸기마카롱쿠키	제품명	제주감귤유과
브랜드	딜라이트프로젝트	브랜드	제키스	브랜드	제주감귤
중량	85g x 2봉지	중량	160g	중량	500g
가격	2,900엔(2만 6,302원)	가격	2,560엔(2만 3,218원)	가격	1,630엔(1만 4,769원)

[표 3.3] 일본 판매 과일강정 맛 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘과일강정’ 경쟁제품 관련 게시물 519건 분석

4. 일본 내 K-디저트 열풍 주목

▶ 일본 내 똥카롱과 크로플 등 K-디저트 인기

일본 내에서 똥카롱과 크로플 등 한국식 디저트(K-디저트)의 인기가 거세지고 있음. 똥카롱은 지난 2020년 일본에서 처음 주목을 받기 시작했으며, 2022년에는 크로플 등의 한국식 디저트가 일본인의 입맛을 사로잡았음. K-디저트는 도쿄와 오사카의 한인타운을 중심으로 관련 상점이 늘어나면서 다른 도시까지 인기가 확산되고 있음. 최근에는 일본으로 유입되는 K-디저트 트렌드의 속도가 매우 빨라지고 있는데, 한국에서 인기 있는 디저트가 바로 일본에서 인기 상품으로 떠오를 정도임⁹⁾

▶ 십원빵, 일본 내 카피 제품 양산할 정도로 인기

일본의 쥬엔빵(십원빵)은 한국의 십원빵을 카피한 제품으로, 현지에서 500엔에 판매되고 있음. 치즈와 커스터드, 단팥, 말차, 초콜릿 등 다양한 맛이 판매되고 있으며, SNS 상에서는 쥬엔빵을 양손으로 잡고 치즈를 길게 늘려 먹는 사진이 유행하고 있음. 한편 일본 정부가 10엔 동전 디자인을 영리적 목적으로 사용하는 것에 대해 단속 대상이 아님을 밝히며 화폐 디자인 사용과 관련된 문제가 해결되면서, 향후 일본 내 십원빵의 인기는 지속될 전망이다¹⁰⁾

[표 3.4] 일본에서 판매 중인 십원빵(좌)과 똥카롱(우)



자료: 리얼푸드(Real Foods), 후지뉴스네트워크(FNN)

9) 자료: 리얼푸드(Real Foods), ‘크로플 이어 10원 빵까지…일본서 인기인 ‘K-디저트’’, 2023.03

10) 자료: 후지뉴스네트워크(FNN), ‘人気スイーツに韓国銀行が“待った”! 「10ウォンパン」が生産危機に… “貨幣デザイン許可なく使用” 一方日本で販売の「10円パン」に財務省は?’, 2023.07

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



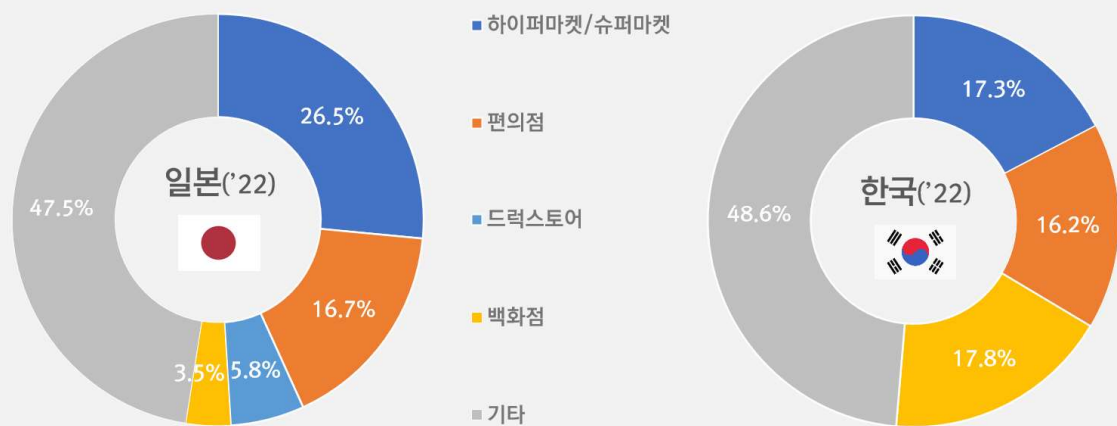
1. 일본 과일강정 유통채널 점유율
2. 일본 과일강정 주요 유통채널

1. 일본 과일강정 유통채널 점유율

▶ 일본 과일강정 주요 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’

2022년 기준, 일본 과일강정을 포함한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 26.5%의 점유율을 보였으며, 한국의 경우 17.3%로 일본보다 상대적으로 낮은 점유율을 보이는 것을 확인하였음. ‘편의점’의 경우 일본은 16.7%의 점유율을 차지했으며, 한국은 16.2% 점유율로 일본과 비슷한 점유율을 보였음. 일본의 ‘백화점’ 유통채널 점유율은 3.5%로 다른 유통채널보다 낮은 점유율을 기록하였으며, 한국의 경우 17.8%로 상대적으로 높은 점유율을 보였음. 한편, 온라인 유통채널을 포함한 ‘기타’ 유통채널의 점유율은 일본이 47.5%, 한국이 48.6%를 차지하였음. 이를 통해 일본의 오프라인 유통은 전반적으로 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 및 ‘편의점’을 통한 거래가 보편적인 것이 확인되었으며, ‘백화점’ 채널은 한국과 비교했을 때 영향력이 미미한 것으로 나타남

[표 4.1] 일본 과일강정 소매유통채널 점유율



일본 및 한국 과일강정 소매유통채널 점유율 비교¹¹⁾¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾

일본	유형	한국
26.5%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	17.3%
16.7%	편의점	16.2%
5.8%	드럭스토어	(-)
3.5%	백화점	17.8%
47.5%	기타	48.6%

자료: 일본 경제산업성(METI: Ministry of Economy, Trade and Industry), 스탯티스타(Statista)

11) 자료: 일본 경제산업성(METI: Ministry of Economy, Trade and Industry), 「經濟産業省生産動態統計調査」, 2023.08

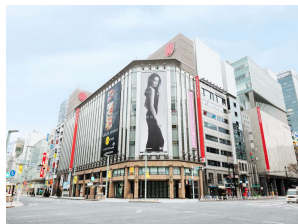
12) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Retail sales share South Korea 2022, by channel」, 2023.02

13) ‘과일강정’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식료품(Food and Beverages)’의 정보를 확인함

14) ‘기타’에는 방문 판매 및 온라인 유통채널을 포함함

2. 일본 과일강정 주요 유통채널 ① 미쓰코시백화점

기업 기본 정보	기업명	미쓰코시백화점(三越)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.mistore.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('22)	• 1조 884억 엔(9조 8,715억 원 ¹⁵⁾)
기업 요약	기타 규모	• 매장 수('22): 46개 • 직원 수('23): 1만 7,500명	
	• 미쓰코시 그룹과 이세탄 그룹이 2008년 합병하여 만들어진 미쓰코시 이세탄 홀딩스가 모기업		
	• 일본 백화점 업계에서 1위의 위치를 차지하고 있음		
• 미쓰코시 백화점의 각 점포는 계열사 내 자회사들이 독립적으로 운영함			
• 어머니의 날, 아버지의 날, 크리스마스 등 행사와 이벤트를 진행함			

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 프리미엄 식품, 냉동식품, 소스류, 간편식품 등	
	선호 제품	• 유기농 제품, 신제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락을 통한 입점 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-332-413-311 (니혼바시 본점) - 입점 희망 지역에 따라 연락처 상이
-------------	---------------------	---

자료: 미쓰코시백화점(三越)

사진 자료: 미쓰코시백화점(三越), 타임아웃(Timeout), 웨어인도쿄(Where in Tokyo)

15) 100엔=906.97원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 과일강정 주요 유통채널 ② 다이마루백화점

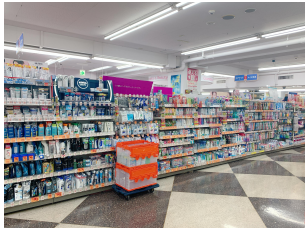
기업 기본 정보	기업명	다이마루백화점(大丸)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.daimaru.co.jp	
	위치	오사카(Osaka)	
	규모	매출액('22)	• 4,097억 7,200만 엔(3조 7,165억 원)
		기타 규모	• 매장 수('23): 9개
	기업 요약	2007년 마츠자카야 주식회사와 경영통합을 통해 설립된 J.FRONT RETAILING 그룹의 자회사로 운영되고 있음 1717년 설립된 개인 소매점이었던 다이마루 오복점을 1908년 주식합자회사로 전환하여 현재까지 개혁을 지속함 - 각 점포의 입지 특성에 따라 다양한 구색의 제품을 유통하고 있음	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 소스류, 곡류, 간편식품 등	
	선호 제품	• 유기농 제품, 프리미엄 식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락을 통한 입점 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) - 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) - 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-662-711-231 (신사이바시 본점) - 주소: 〒542-8501 大阪市中央区心斎橋筋1-7-1	

자료: 다이마루백화점(大丸)

사진 자료: 제이알니시니혼(JR 西日本), 사이트시잉익스프레스(Sightseeing Express)

2. 일본 과일강정 주요 유통채널 ③ 츠루하

기업 기본 정보	기업명	츠루하(Tsuruha)			
	기업구분	H&B(드렉스토어)			
	홈페이지	www.tsuruha.co.jp			
	위치	삿포로(Sapporo)			
	규모	매출액('21)	• 8조 5000억 엔(7조 7,092억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('20): 2,399개		
기업 요약	• 진단서 처방 서비스 제공 • 메일을 통한 주문 서비스 제공 • 엠즈원(M's one), 라빌라비타(La VILLA ViTA) 등 자사 제품 브랜드 보유				

매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 의약품, 생활용품, 스낵류, 과자류, 잡화류 등	
	선호 제품	• 생활과 밀접한 상품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 우편을 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 ‘お店とチラシを検索’에서 입점 희망 매장 검색 - 도쿄 신주쿠점: 〒161-0034 東京都新宿区上落合3-8-25 (FLAMPビル1F) - 주소를 확인하여 공급자 정보와 문의사항을 우편 주소로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) - 이메일로는 입점 문의를 받지 않음 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-357-297-681
-------------	---------------------	--

자료: 츠루하(Tsuruha)

사진 자료: 츠루하(Tsuruha)

2. 일본 과일강정 주요 유통채널 ④ 다이코쿠드러그

기업 기본 정보	기업명	다이코쿠드러그(ダイコクドラッグ)	
	기업구분	H&B(드럭스토어)	
	홈페이지	www.daikokudrug.com	
	위치	오사카(Osaka)	
	규모	매출액('22) • 523억 엔(4,743억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 163개 • 직원 수('22): 2,500명	
	기업 요약	• 약국의 형태이지만 식품 및 생활용품 등의 잡화도 판매함 • 면세 서비스 제공 • 일부 점포에서는 조제 약국, 100엔 숍, 미용실 등을 함께 운영 중	
매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 의약품, 생활용품, 스낵류, 과자류, 잡화류 등	
	선호 제품	• 생활과 밀접한 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-333-457-775 - 팩스: +81-333-457-776	

자료: 다이코쿠드러그(ダイコクドラッグ)

사진 자료: 다이코쿠드러그(ダイコクドラッグ), 트립닷컴(Trip.com)

2. 일본 과일강정 주요 유통채널 ⑤ 라이프

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.lifecorp.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('22) • 7,654억 엔(6조 9,419억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 300개 • 직원 수('22): 4만 9,190명	
기업 요약		- 라이프 코퍼레이션이 운영하는 슈퍼마켓 브랜드로 일본에서 두 번째로 큰 슈퍼마켓 체인 - 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지 - 아마존을 통해 라이프 매장의 상품을 최소 2시간 이내에 배송 서비스 시행(아마존 프라임 회원, 서비스 대상 지역일 경우만 해당) 2023년부터 점포 판매 상품을 온라인으로 주문하여 집으로 배송받는 라이프넷슈퍼(ライフネットスーパー) 서비스 시행	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 회사 소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-358-075-493 - 이메일: s620@lifecorp.co.jp - 입점 희망 지역마다 연락처 상이 및 해당 점포에 직접 문의 필요	

자료: 라이프(Life), 니케이아시아(Nikkei Asia), 스탯스타(Statista)

사진 자료: 라이프(Life)

2. 일본 과일강정 주요 유통채널 ⑥ 맥스밸류

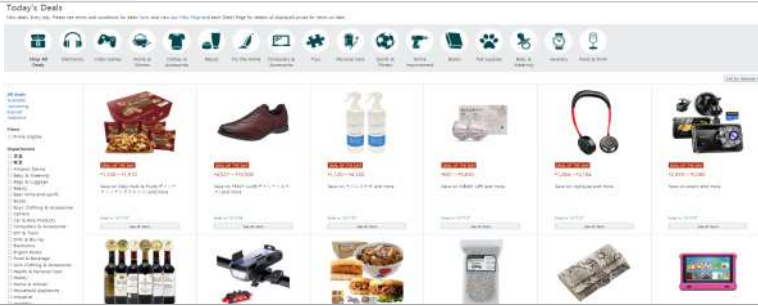
기업 기본 정보	기업명	맥스밸류(MaxValu)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.maxvalu.co.jp	
	위치	히로시마(Hiroshima)	
	규모	영업이익('21)	• 5,400억 엔(4조 8,976억 원)
		기타 규모	• 매장 수('20): 740개 ¹⁶⁾
	기업 요약	• 1994년에 첫 매장 개점 • 일본의 유통 대기업 이온 그룹이 전개하는 슈퍼마켓 브랜드 • 일본 최대 규모의 슈퍼마켓 브랜드에 해당 • 영업시간이 길고 연중무휴 24시간 영업하는 점포 수도 많아 편의점과 경쟁구도에 놓여있기도 함 • 맥스밸류의 대규모 점포 중에서는 근린형쇼핑센터(NSC) 형태로 출점한 점포도 있음	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 생활용품, 의류 등	
	선호 제품	• 소비자 추천에 기반한 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 및 유선전화를 통한 직접 문의 - 홈페이지 하단 'お問い合わせ' 클릭 (www.maxvalu.co.jp/contact) - 문의 사항 입력 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 ① 담당자명, 성별 및 소속, 이메일 주소, 전화번호 ② 문의 내용 ③ 문의할 점포명 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-120-125-481 - 팩스: +81-333-457-776	

자료: 맥스밸류(MaxValu)

사진 자료: 맥스밸류(MaxValu), 홋카이도가이드(Hokkaido Guide)

16) 일본 내에 있는 점포 수만 해당. 해외 점포 수는 포함하지 않음

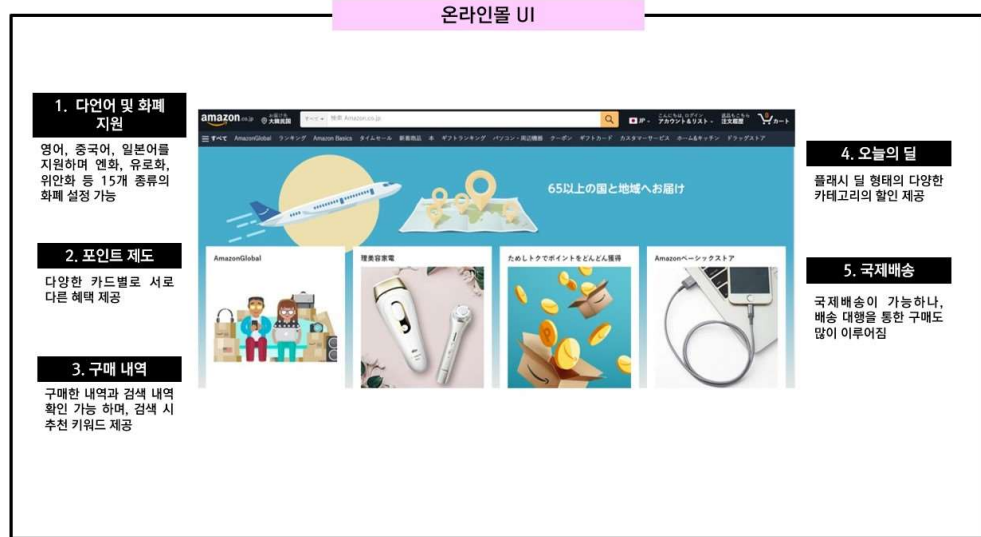
2. 일본 과일강정 주요 유통채널 ⑦ 아마존재팬

기업 기본 정보	기업명	아마존재팬(Amazon Japan)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.co.jp	
	규모	매출액('22)	• 2조 5,000억 엔(22조 6,743억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 5억 5,600만 회
	기업 요약	• 1994년 설립되어 일본에는 2000년 진출 • 2021년 일본 온라인 유통채널 브랜드 및 기업 점유율 1위 • 틱톡 등 소셜미디어를 통해 홍보를 진행하고 아마존 및 라쿠텐 등에서 판매를 진행하는 다양한 소규모·수입 브랜드 다	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	아지겐(味源), 에가미제과(江上製菓)
		해외 판매	해외판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	10,000엔 이상 구매 시 500엔 쿠폰 증정, 첫 구매 시 쿠폰 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭	
		아마존 셀러 계정 생성 상품 리스팅 - 홈페이지 등록 정보 ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매입고량) • 평가 기준 - 아마존 행동 강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-120-899-543	

자료: 아마존재팬(Amazon Japan), 시밀러웹(Similarweb), 스태티스타(Statista)

사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)
사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

2. 일본 과일강정 주요 유통채널 ⑧ 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.rakuten.co.jp	
	규모	매출액('21)	• 1조 9,000억 엔(17조 2,274억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 5억 4,400만 회
	기업 요약	• 1997년 설립 • 2021년 전년 대비 매출액 증가율이 22.0%를 달성 • 전 세계 약 30여 개 국가에서 서비스 운영 • 쇼핑 플랫폼 외에도 핀테크 및 인터넷 서비스 등의 사업 분야 보유	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	시노하라제과(篠原製菓)
		해외 판매	해외판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매 금액 페이백 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 등록 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry) - 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 ① 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화번호, 대표 Fax 번호, 대표자명) ② 운영 담당자 정보 (담당자 이름, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형) • 문의사항 연락처 - 이메일: sales-list@rakuten.com	

자료: 라쿠텐(Rakuten), 시밀러웹(Similarweb)

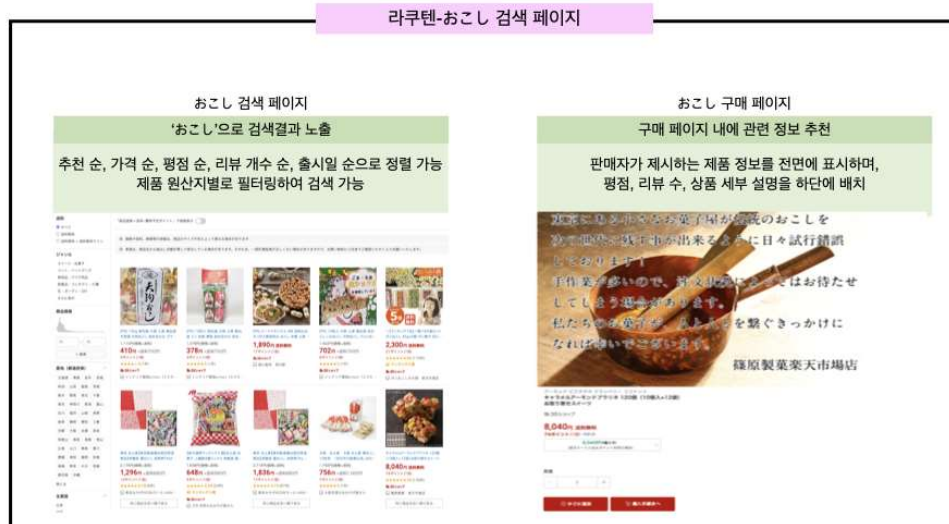
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송비, 브랜드, 원산지 등 별로 검색 가능
 배송비 포함 가격, 배송비 미포함 가격, 신제품, 평점, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 라쿠텐(Rakuten)
 사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



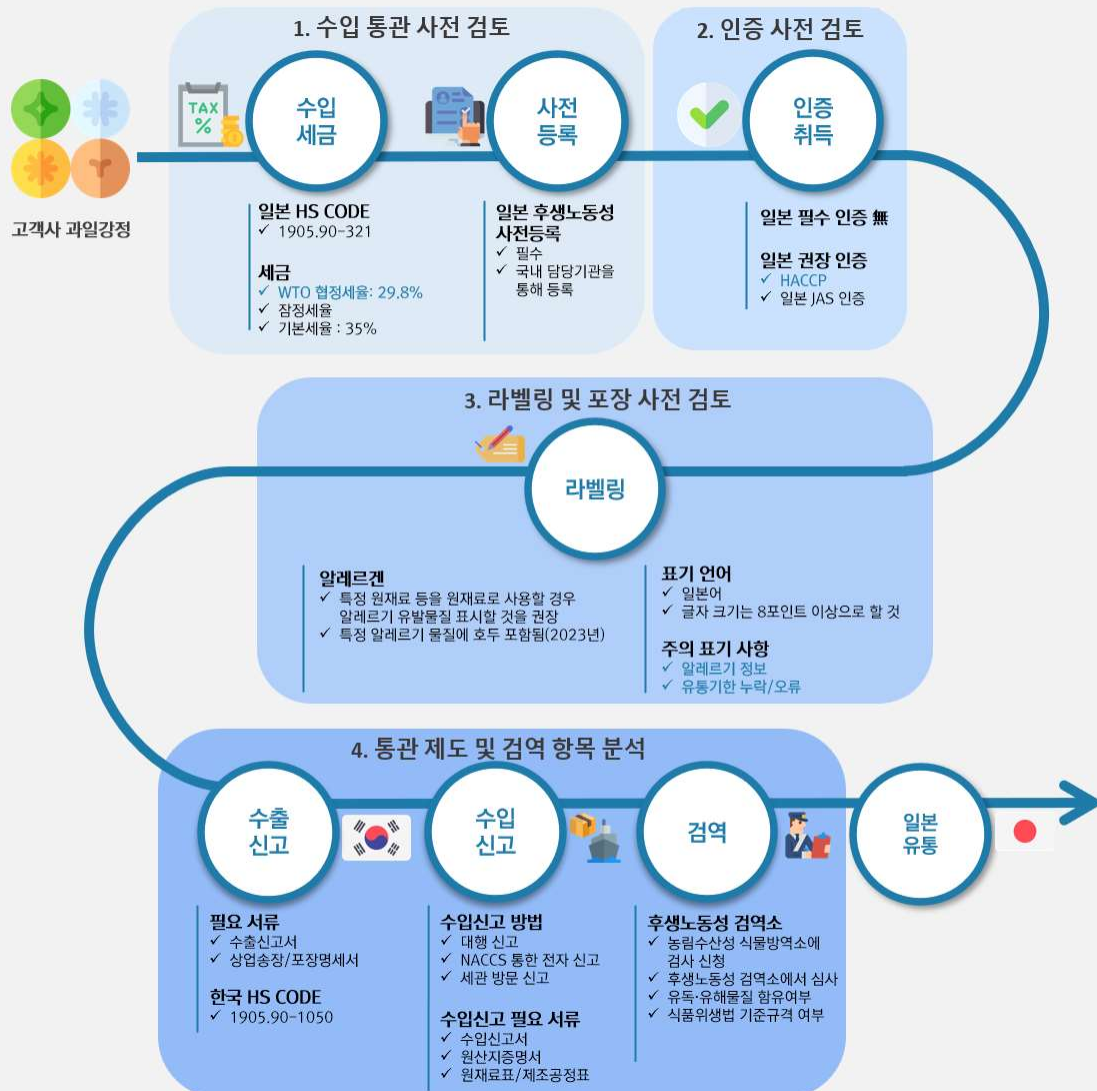
1. 일본 과일강정 통관 및 검역 절차
2. 일본 과일강정 품질 인증
3. 일본 과일강정 라벨링
4. 일본 과일강정 성분 및 유해물질

1. 일본 과일강정 통관 및 검역 절차¹⁷⁾

▶ 일본 과일강정 수출 통관 단계별 주요사항

일본에 가공식품 수출 시에는 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare) 사전등록 절차를 반드시 밟아야 함. 이는 국내 담당 기관을 통하여 일본으로 수입되는 식품에 대하여 사전 등록을 하는 절차임. 또한, 수출입안전관리우수업체(AEO: Authorized Economic Operator) 제도를 통해 신속한 통관 및 비용 절감 등의 효과를 누릴 수 있음

[표 5.1] 일본 과일강정 통관 검역 절차



자료: 관세청, 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare),
일본 농림수산물성(MAFF: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries)

17) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

2. 일본 과일강정 품질 인증

▶ 일본 과일강정, 적용받는 필수 인증 無

일본으로 과일강정을 일반 가공식품으로 수출 시 취득해야 하는 필수 인증은 없음. 다만, 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare)에 식품 사전등록은 필수이며, 하기 표는 일본 후생노동성 사전등록 절차를 다룸

[표 5.2] 일본 후생노동성 사전등록 취득 정보

인증명	취득 정보	
일본 후생노동성 사전등록 	취지	- 일본 식품위생법에 반하는 식품 등 수입 사전 방지 - 식품 안전성 확보 - 수입절차 간소화 및 소요 시간 단축
	근거 규정	- 일본 식품위생법(しょくひんえいせいほう, 昭和22年法律第233号) - 일본 후생노동성 생활위생국장 통지 (수입식품 등 사전 확인제도 시행에 관한 통지)
	기관	일본 후생노동성
	적용품목	농·축·수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품첨가물
	취득절차	- 서류 제출(제조 및 수출업체) > 서류 접수 및 검토(국내 담당 기관) > 서류 심사 및 현장실사(일본 후생노동성) > 등록 완료 및 등록번호 부여(일본 후생노동성)
	필요서류	- 필요서류는 신청서, 제품 목록, 위생 검사표, 성분 분석표, 제조 공정도 등이며 수입업체가 발급받은 시험성적 증명서도 제출 가능함 - 식품 또는 식품첨가물 여부에 따라 필요서류가 상이하나 공통 서류로는 국내 검사기관 등이 발행한 분석 증명서와 식품위생 책임자가 작성한 시설·식품 등 위생관리 기준 관련 서류임 - 식품에만 해당하는 것은 원재료의 종류, 성분조성, 제조 또는 가공 방법 관련 서류, 첨가물 종류/제조 방법/사용량 관련 서류임 - 식품첨가물에만 해당하는 것은 물질명, 제조 방법 관련 서류임

자료: 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare)

일본 농림수산업성(MAFF: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries)

▶ 일본 과일강정, ‘HACCP 인증’ 권장

2020년 6월 1일, 일본의 식품위생법 개정으로 자국 내 식품 관련 사업자는 HACCP의 도입이 의무화되었음. 이에 따라 일본 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 고객사 또한 HACCP를 적극적으로 도입하여 일본 식품시장 내에서 위생 안전상 경쟁력을 확보할 것을 권장함

[표 5.3] 일본 권장 인증 HACCP 취득 정보

	취득 정보	
	목적	식품원료 및 제조가공조라소분유통의 모든 과정에서 발생할 수 있는 위해요소를 사전에 확인 평가하여 중점적으로 관리
	기관	한국식품안전관리인증원
	절차	- HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 - 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성 - 생산공정 각 단계와 도출된 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해서 위험 평가 - 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP: Critical Control Points)을 선정하여 식품안전을 위한 일반관리사항(POA) 파악 - 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및 모니터링
	필요서류	- HACCP 인증 신청서 - 식품안전관리인증 계획서 - 영업등록증 사본 - 사업자등록증 사본 - 영업신고필증 - HACCP 교육수료증 - 영업을 위해 필요한 서류 - 품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류

자료: 식품의약품안전처, 한국식품안전관리인증원

▶ JAS(Japanese Agricultural Standard) 인증 권장

일본 내에서 유기농산물 및 유기가공식품에 ‘유기, 오가닉’으로 표시하여 판매하기 위해 생산자 및 제조사가 등록인증기관에 검사를 받아 취득하는 인증 제도임. 유기 JAS 규격 인증을 받지 못한 경우 유기, 오가닉 또는 이와 같은 의미로 오인될 수 있는 표시를 사용할 수 없음

[표 5.4] 일본 JAS 인증 취득 정보

	취득 정보	
	목적	유기농산물 및 그 가공식품의 명칭 표시 혼란으로 인한 소비자의 제품 선택 피해 방지
	기관	농림수산성(MAFF: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) 및 농림수산성 장관이 JAS법 규정에 따라 심사하여 유기식품 등록인증기관으로 등록한 기관
	절차	- 인증신청서 제출 - 인증신청서 수리 - 인증신청서 서류 심사 - 현지실사(인증기관 또는 검사원으로부터 현지 실사를 통지, 일정 조정 후 실사 진행) - 판정(인증기관의 판정원이 실사 결과에 따라 판정, 판정 후, 인증 여부를 통지) - 감사(연차조사): 인증 후에도 연 1회 이상의 조사 실시
	필요서류	- 인증신청서 - 시설도면 - 생산행정 관리에 관한 내부규정 및 등급규정 - 사용하는 유기 원자재의 수급이 가능하다는 것을 증명하는 서류 - 비유기 원자재가 유전자변환, 방사선 조사를 거치지 않았음을 증명하는 서류 - 제조예정 제품의 배합표 - 사용예정 첨가물이 JAS 규격에 적합함을 증명하는 서류 - 제조공정도 - 공정 내에서 사용되는 약제의 내용 및 사용방법에 관한 서류 - 제조과정에서 사용되는 기계류 목록
한국 인증 기관	한국 제품의 경우 유기 JAS 마크를 부착하기 위해서는 유기식품등록인증기관으로부터 제조업자가 직접 유기 JAS 인증을 취득해야 함	

자료: 한국농수산물유통공사

▶ 기타 식품 권장 인증

HACCP, JAS 인증 외에 기타 식품 생산 안전 관련 인증으로 ISO 22000, IFS 등이 있으며, 해당 인증사항들은 필수가 아닌 선택 인증사항임. 과일강정 품목을 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

[표 5.5] 일본 과일강정 기타 권장 식품 생산 인증

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	

자료: 각 인증기관

3. 일본 과일강정 라벨링

[표 5.6] 일본 과일강정 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	• 품명, 종류별, 명칭 등을 기재
	2. 원재료명	• 사용한 원재료를 식품첨가물과 식품첨가물 이외의 원재료로 구분하여 규정에 따라 기재할 것 • 식품첨가물은 중량 배합 많은 순으로 기재 • 식품첨가물 이외의 원재료는 중량 배합 많은 순서를 따르되 가장 일반적 명칭으로 기재할 것 • 식품첨가물 이외의 원재료가 2가지 이상(복합원재료)인 경우 괄호 안에 배합률 높은 순으로 기재(단, 주원료에 5% 미만이면 생략 가능)
	3. 내용량(또는 고형량, 내용총량)	• 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재할 것 • 고형물에 충전액 더한 경우 내용량 대신 고형량과 내용 총량 병기할 것(예: 통조림, 병조림)
	4. 유통기한 ¹⁸⁾	• 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한 설정하고 표기할 의무와 책임이 있음 • 제조부터 유통기한까지 3개월 이내인 경우: ‘평성 26년 5월 31일’, ‘26.5.31’, ‘2014.05.31.’, ‘14.5.31’ 표기 중 선택 • 제조부터 상미기한까지 3개월 넘는 경우: ‘평성 26년 5월’, ‘26.5’, ‘2014.05’, ‘14.5’ 표기 중 선택하거나 3개월 이내의 경우 표기 방법대로 기재해도 무방함
	5. 식품첨가물	• 지정첨가물(후생노동대신이 지정한 436품목) • 기존첨가물(일본에서 이미 사용 중 / 장기간 사용된 것, 예외로 지정받지 않은 치자 색소, 감 탄닌 등 365품목) • 천연향료(동식물유래 물질로 식품에 향 첨가를 목적으로 사용되는 바닐라 향료, 게 향료 등 약 600품목) • 일반 음식첨가물로 사용되는 것 (딸기주스, 한천 등 약 100품목) • 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브리스트 식품첨가물, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 불인정

자료: 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare),
일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)

18) 일본은 상미기한(賞味期限)과 소비기한(消費期限) 두 가지 기한을 사용하고 있음. 상미기한은 맛있게 먹을 수 있는 기한을 뜻하며, 소비기한은 해당 기한까지 섭취할 것을 권장하는 기한임

[표 5.6] 일본 과일강정 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 보존방법	• ‘직사광선을 피하고 상온에서 보존’ 등 유의사항 기재 • ‘10℃ 이하에서 보존할 것’, ‘개봉 후 냉장’ 등 유의사항 기재 • 상온 보존 이외에 유의사항이 없는 경우 생략 가능
	7. 알레르겐	• 특정 원재료 등¹⁹⁾을 원재료로 사용한 가공식품은 알레르기 유발물질 표시할 것을 권장함 • 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 ‘알레르겐’을 표기할 것 • 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시 • ‘○○을 포함’이라는 문구의 ○○에는 특정 원재료 등 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 ‘○○ 유래’로 표시 • 2023년 일본 소비자청은 알레르기 유발물질에 호두를 추가했으며, 산업 및 이해관계자의 적용 기간을 고려하여 2025년까지 전환기간을 가짐 • 표시 의무 사항은 밀가루, 땅콩을 포함한 8품목임
	8. 영양성분 및 열량	• 영양성분표시는 실제 성분치와 비교하여 이상이 없어야 함 • 의무 표기정보: 에너지, 단백질, 지질, 탄수화물, 나트륨(식염상당량) • 권장 표기정보: 포화지방산, 식이섬유 • 기타 표기정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등
	9. 원산지	• 수입품의 경우 원산지국을 표시할 것
	10. 수입업체 및 제조업체 정보	• 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소를 기재할 것
	11. 순중량	• 단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것
	12. 표기 언어	• 일본어로 표기할 것 • 폰트의 최소 사이즈는 8포인트로 할 것

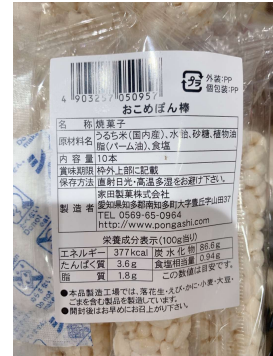
자료: 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare),
일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)

19) 2023년 일본 소비자청이 개정된 《식품표시기준》의 별첨 「알레르겐을 포함한 식품에 관한 표시」에 따르면 ‘특정 원재료’의 정의는 해당 원재료를 포함하고 있음을 의무적으로 표시해야 하는 “특정 원재료”로 변경됨

▶ 일본 과일강정 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일본어]

- ① 家田製菓
- ② 国産米使用
- ③ おこめぼん棒
- ④ プレーン味い

[앞면 - 국문]

- ① 가에다 제과
- ② 국산 쌀 사용
- ③ 제품명: 오메뽀바
- ④ 플레인 맛

[뒷면 - 일본어]

- ① プラ 外装 : PP
- ② 個包装 : PP
- ③ おこめぼん棒

名称	焼菓子
原材料名	うるち米(国内産)、水飴、砂糖、直物油脂(パーム油)、食塩
内容量	10本
賞味期限	外枠上部に記載
保存方法	直射日光・高温多湿をお避け下さい。
製造者	家田製菓株式会社 愛知県知多郡南知多町大学豊丘学山田37 TEL 0569-65-0964 http://www.pongashi.com

④ 栄養成分表示(100g当り)

エネルギー	377kcal	炭水化物	86.6g
たんぱく質	3.6g	食塩相当量	0.94g
脂質	1.8g		

- ⑤ この数値は目安です。
- ⑥ ●本品製造工場では、落花生・えび・かに・小麦・大豆・ごまを含む製品を製造しています。
- ⑦ ●開封後はお早めにお召し上がり下さい。

[뒷면 - 국문]

- ① 플라스틱 겹봉투 : PP
- ② 개별 포장 : PP
- ③ 오코메뽀바

명칭	구운 과자
원재료명	멥쌀(국내산), 물엿, 설탕, 식물성기름(팜유), 소금
내용량	10개
상미기한	겹봉투 상부에 기재
보관방법	직사광선, 고온다습한 환경을 피해주세요.
제조사	이에다 제과 주식회사 아이치현 치타군 미나미치타마치 다이가쿠토시오키카쿠 야마다 37 전화번호 0569-65-0964 http://www.pongashi.com

④ 영양성분표시(100g당)

에너지	377kcal	탄수화물	86.6g
단백질	3.6g	식염상당량	0.94g
지방	1.8g		

- ⑤ 이 수치는 기준치입니다.
- ⑥ ●본 제품의 제조 공장에서는 땅콩·새우·게·밀·콩·참깨를 포함한 제품을 제조하고 있습니다.
- ⑦ ●개봉 후에는 가급적 빨리 섭취하시기 바랍니다.

4. 일본 과일강정 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

일본에서 사용 가능한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준은 일본 식품위생법 제 12조에 따라 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare)에서 규정하고 있으며 그 종류에는 지정첨가물, 기존첨가물, 천연향료 등이 있음. 특히, 지정첨가물과 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로, 이 리스트에 기재되지 않은 첨가물의 사용은 인정하지 않음. 과일강정을 ‘과자’로 분류해 검색했을 때 총 283건의 식품첨가물이 발견되었으며, 하기 표는 과자에 적용되는 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 자세한 규정 및 기준, 사용조건은 일본 후생노동성 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.7] 과자에 적용되는 일본 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	사용기준
1	황산알루미늄암모늄	Aluminium ammonium sulfate	과자	알루미늄의 0.1g/kg 이하
2	황산알루미늄칼륨	Aluminium potassium sulfate		일반사용기준(된장에 사용금지)
3	사카린나트륨	Sodium saccharin		사카린나트륨으로서의 최대잔존량 0.10g/kg 미만(사카린나트륨과 병용하는 경우에 있어서는 각각의 잔존량의 합이 사카린나트륨으로서의 기준치 이상이어서는 안 됨. 단, 특별용도표시의 허가 또는 승인을 받은 경우에는 이에 해당되지 않음)
4	사카린칼슘	Calcium saccharin		
5	아세설팜 칼륨	Acesulfame potassium	과자(껌 제외)	2.5g/kg 이하(특별 용도 표시 허가 또는 승인을 받은 경우는 이에 한하지 않음)
6	수크랄로스	Sucralose		1.8g/kg 특수용도 표시 허가 또는 승인을 받은 경우는 해당되지 않음)
7	스테아릴젖산칼슘	Calcium stearoyl lactylate	생과자 (빵류 제과 제외)	6.0g/kg 이하(스테아로일젖산칼슘과 스테아로일젖산나트륨을 병용하는 경우, 각각 사용량 합이 스테아로일젖산칼슘으로서의 기준치 이하여야 함)
8	동글로로필	Copper chlorophyll		동으로서 0.0064g/kg 이하

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare)은 식품위생법 관련 고시 및 성령(省令)에서 식품 성분규격과 유해물질 기준치를 규정하고 있음. 또한, 적은 수의 유해물질에 대해서는 별도의 통지로 잠정적 규제치 및 식품위생법 제 6조를 위반하는 경우로 정함. 이는 부패 혹은 변질된 것 또는 미숙한 것은 판매 또는 판매용으로 제공하기 위하여 채취, 제조, 수입, 가공, 사용, 조리, 저장 혹은 진열해서는 안 된다는 내용을 포함함. 하기 표는 과자에 적용되는 일본 유해물질 기준을 분석한 결과임

[표 5.8] 과자에 적용되는 일본 유해물질 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	잔류허용기준	분류 ²⁰⁾
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	모든 식품	10ppb 이하	O
2	컴프리	Symphytum(comfrey)		불검출	O
3	플루옥사스트로빈	Fluoxastrobin	팝콘	0.02ppm 이하	P
4	스피네토람	Spinetoram			P
5	세닥산	Sedaxane		0.01ppm 이하	P

자료: KATI농식품수출정보

20) 농약(P) : Pesticide, 기타(O) : Others

▶ 알레르겐

일본 식품표시기준에서 정한 특정 원재료를 사용한 가공식품 및 특정 원재료를 이용한 첨가물을 함유한 식품은 알레르기 유발물질을 표시할 의무가 있음. 개별 표시의 원칙에 의한 표시 방법은 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것을 원재료로 포함하는 경우에는 원칙적으로 원재료명 바로 뒤에, 괄호 안에 특정 원재료 등을 포함하고 있음을 표시해야 함. 일본에서 과일강정 유통 시 제품 라벨에 표기해야 하는 알레르겐 필수표기 성분 목록은 하기 표와 같음

[표 5.9] 일본 알레르겐 표기 대상 성분

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 제품 포함 여부	순번	표시 의무 여부	대상	고객사 제품 포함 여부
1	의무	밀	(-)	15	권장	오렌지	V
2	의무	새우	(-)	16	권장	키위	V
3	의무	계	(-)	17	권장	바나나	(-)
4	의무	달걀	(-)	18	권장	복숭아	(-)
5	의무	땅콩	V	19	권장	사과	(-)
6	의무	우유	(-)	20	권장	소고기	(-)
7	의무	메밀	(-)	21	권장	돼지고기	(-)
8	의무	호두	V	22	권장	닭고기	(-)
9	권장	아몬드	V	23	권장	젤라틴	(-)
10	권장	전복	(-)	24	권장	송이버섯	(-)
11	권장	오징어	(-)	25	권장	참깨	(-)
12	권장	연어	(-)	26	권장	참마	(-)
13	권장	연어알	(-)	27	권장	대두	(-)
14	권장	고등어	(-)	28	권장	캐슈넛	(-)

자료: 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 호리우치팜(Horiuchi Farm)
2. 딘앤델루카카페(Dean&Deluca Cafe)
3. 후진가오샵(Fujingaho Shop)

Interview ①

21)

호리우치팜
(Horiuchi Farm)

- 유형: 제조유통업체
- 업체 특징:
 - 일본에 위치한 소매 및 수입업체
 - 취급 품목으로는 과일, 과일 가공품이 있음
 - 온라인/오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Distribution Manager

호리우치팜(Horiuchi Farm)
Distribution Manager

Q. 고객사의 과일강정 제품은 일반적인 한국 쌀강정과 다르게 다양한 과일 토핑을 얹어 비주얼 측면에서 특화된 제품입니다. 이러한 제품이 일본 현지에서 활용될 수 있는 영역과 이유를 함께 알려주세요.

고객사 과일강정과 같은 쌀과자류는 일본에서 오랫동안 판매되어 왔습니다. 특히 오사카산 쌀과자가 가장 유명합니다. 그러나 이러한 과자들은 소비자들에게 거의 잊혀진 상태입니다. 최근에는 쌀 대신 보리나 그래놀라 같은 곡류로 만든 과자가 쌀과자보다 영양가가 더 높고, 칼로리가 낮다는 장점을 가지고 있어 현지에서 경쟁력이 있습니다. 따라서 고객사 과일강정 제품도 재료를 다른 곡물로 바꾸어 개발한다면 일본에서 충분히 수요가 있을 것으로 보입니다.

Q. 다른 한국 전통 과자와 비교했을 때, 고객사의 과일강정 제품이 일본 시장에 진출할 때 현지 소비자들의 반응 및 수요 예상에 대해 이유와 함께 설명해주세요.

한국 전통 과자에 대해 소비자들이 잘 알지 못하기 때문에 확답을 드리기는 어렵습니다. 과자 자체만으로는 경쟁 우위를 확보하기 어렵다고 생각합니다. 굉장히 다양한 종류의 시리얼 바 제품과 경쟁해야 하며, 젊은 세대가 쌀과자류 제품을 그다지 선호하지 않는다는 점도 고려해야 합니다. 고객사 과일강정같은 과자는 주로 나이 든 세대와 노인 소비자들의 스낵으로 여겨지며, 과일 역시 일본 소비자들은 대체로 일본산 과일을 선호하기 때문에 고객사 제품은 여러 가지 측면에서 경쟁열위에 있다고 생각합니다.

Q. 일본에서 과일강정 제품을 유통할 때 소비자들이 선호하는 제품 인증에는 어떤 것들이 있는지 이유와 함께 설명해주세요.

일본 소비자들은 건강한 제품인지에 대해 항상 관심을 가지고 있으며, 특히 과일 재료의 원산지와 유기농 여부를 체크하는 경향이 있습니다. 따라서 비건 인증, 유기농 인증과 같은 인증 취득 제품이 소비자들로부터 선호받을 수 있겠습니다.

Q. 현재 일본에서 인기 있는 한국 전통 과자(한과) 브랜드가 있다면 알려주세요.

한국 전통 과자 중 대표적으로 라쿠텐과 몇몇 한국 마트에서 A사 제품이 판매되고 있습니다. A사 제품은 달콤한 맛이 차나 커피와 잘 어울리며, 1,000엔(9,070원²²⁾ 정도의 합리적인 가격으로 제공되고 있습니다. 그 밖에 일본에서 많이 알려진 한국 과자 중에서는 전통 과자는 아니나 B사의 견과류가공품이 소비자들로부터 인기가 많습니다.

21) 사진자료: 호리우치팜(Horiuchi Farm)

22) 100엔=906.97원 (2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 경쟁제품과 비교했을 때, 고객사의 과일강정 제품의 강점과 약점이 무엇인지 자세히 알려주세요.

일본에서는 과일 첨가 제품을 소비할 때 신선한 상태의 과일을 선호하는데 이는 고객사 과일강정 제품이 건조 과일을 사용하기 때문에 큰 약점으로 작용합니다. 더구나 일본에서는 사과자 위에 과일을 토핑으로 먹는 식감 자체를 좋아하지 않는 경향이 있어, 이 점도 약점으로 작용할 수 있겠습니다. 그러나 고객사 제품이 보유한 HACCP 등 제조 및 품질 인증, 취득 진행 중인 비건 인증은 다른 경쟁제품들에 비해 소비자들에게 제품 신뢰를 줄 수 있는 강점입니다. 여기에 유기농 인증을 추가한다면 제품 품질을 알리는 데 있어 크게 활용할 수 있습니다.

Q. 경쟁제품이 홍보와 마케팅에서 어떤 전략을 사용하는지에 대해 설명해주시길 수 있을까요?

SNS(소셜미디어) 플랫폼인 인스타그램과 같은 채널을 활용하고 있으며, 차와 함께하는 간식의 스타일 이미지와 게시물을 만들어 홍보하는 것이 주된 방법으로 사용됩니다. 현재는 여름이기 때문에 아이스크림 등 여름철 소비되는 디저트 메뉴와 묶어 제품을 홍보하는 경향도 보입니다.

Q. 고객사의 과일강정 제품을 수출할 때, 간식용 판매와 선물용 판매를 구분하여 추천하는 유통채널과 그 이유를 알려주세요.

앞서 설명드렸듯이, 과일강정을 일상적으로 소비할 수 있는 소비층이 노년층에 한정되어 있고 일상적으로 소비하지 않기 때문에, 간식용 판매보다는 차라리 기념품처럼 선물 세트로 판매하는 것이 더 좋을 것으로 생각합니다. 특히 면세점, 한인타운의 기념품 가게, 한국 스타일 카페 등을 통해 고객사 제품을 선물 세트로 판매하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사의 과일강정 제품을 간식용 판매와 선물용 판매를 구분하여 일본의 어떤 소비층을 타겟으로 홍보하는 것이 좋을지 의견을 말씀해주세요.

간식용으로 판매할 경우 노년층을 타겟으로, 선물용으로 판매할 경우 한국 문화에 관심이 있는 젊은층을 타겟으로 홍보하면 될 것 같습니다. 한국산 기념품으로서의 가치를 살려 젊은층을 타겟하는 것이 더욱 효과적일 것으로 보입니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사의 과일강정 제품을 수입할 때, 법적 규제나 인증에 주의해야 할 사항이 있는지 알려주세요.

제품 수입 시 일본의 소비자 기관의 등록이 필요하지만, 이는 현지 파트너 회사를 통해 수행되며, 제조업체는 등록에 필요한 모든 문서를 제공하고 전달하기만 하면 됩니다.

Interview ②

23)

DEAN & DELUCA **딘앤델루카카페(Dean & Deluca Cafe)**
Corporate Partnership Manager딘앤델루카카페
(Dean & Deluca Cafe)

- 유형: 커피 프랜차이즈
- 업체 특징:
 - 1977년 설립된 커피 프랜차이즈업체
 - 주요 수입국은 이탈리아 등 유럽 국가 위주로 형성
 - 취급 품목으로는 커피, 스낵, 시리얼 등
 - 온라인/오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Corporate Partnership
Manager**Q. 일본에서 최근 한국 디저트가 유행하고 있는데, 2023년에는 작년과 비교하여 변화가 있다면 무엇인가요?**

최근 일본에서는 전반적으로 치료와 편안한 경험에 대해 중요하게 생각합니다. 좋은 분위기의 카페에서 제공되는 좋은 커피나 차와 어울리는 스낵은 여기에 부합하는 경험입니다. 따라서 전통적인 한국식 찻집과 카페에서 전통 간식을 즐기는 것은 유행은 아닐지 모르지만 소중한 경험일 수 있습니다.

Q. 일본에서 한국 전통 과자(한과)에 대한 인지도와 수요 수준은 어떠한가요?

인스타그램 게시물 및 블로그를 통해 한국 과자에 대한 정보가 제공되고 있어 많은 젊은이들이 약과와 같은 전통적인 한국 간식에 더 익숙해지고 있습니다. 일본에서 운영되는 한국식 찻집들은 메뉴에 고객사 제품과 같은 한과를 간식 메뉴로 포함하고 있습니다. 그러나 B2B 거래를 통해 소비되는 한국 전통 과자의 양은 B2C와 비교 시에는 시간적, 공간적 제약이 클 것이기 때문에 수요 역시 제한적이라고 볼 수 있습니다.

Q. 고객사의 과일강정 제품은 일반적인 한국 쌀강정과 다르게 다양한 과일 토핑을 얹어 비주얼 측면에서 특화된 제품입니다. 이러한 제품이 일본 현지에서 활용될 수 있는 영역과 이유를 함께 알려주세요.

기차역과 기념품 가게에서 활용이 가능합니다. 특히 자두, 수박, 오렌지, 딸기와 같은 주요 과일들의 생산지인 지역에는 비슷한 제품이 많이 있습니다. 각 지역은 대표적인 과일로 간식을 만들고, 관광객들이 이를 선호하기 때문에 기념품점이나 면세점과 같은 장소에서 전략적으로 판매됩니다.

Q. 다른 한국 전통 과자와 비교했을 때, 고객사의 과일강정 제품이 일본 시장에 진출할 때 현지 소비자들의 반응 및 수요 예상에 대해 이유와 함께 설명해주세요.

일본에서 대표적으로 소비되고 있는 약과는 커피나 차와 함께 먹기에 좋습니다. 만약 고객사 제품이 차와 잘 어울리는 적절한 달콤함을 갖추고 있다면, 현지 시장에서 수요가 있을 수 있습니다. 그렇지 않다면, 판매에 어려움을 겪을 수 있습니다.

Q. 일본에서 과일강정 제품을 유통할 때 소비자들로부터 선호받을 수 있는 제품 인증에는 어떤 것들이 있는지 이유와 함께 설명해주시겠습니까?

유기농, 비건, 그리고 추적이 가능한 원산지 인증이 있습니다. 인증서나 라벨에 해당 정보를 명시하는 것이 좋습니다.

Q. 경쟁제품과 비교했을 때, 고객사의 과일강정 제품의 강점과 약점이 무엇인지 자세히 알려주세요.

고객사 제품은 한국식 찹쌀 과자 대비 시각적으로 더 매력적이며, 고급스러워 보입니다. 그렇기에 고객사 제품은 면세점에서도 판매할 수 있습니다. 다만, 약점으로는 딸기와 키위, 오렌지와 같은 과일을 쌀과자 표면에 녹인 것이기 때문에 전통 간식으로 분류하기 어려운 측면이 있습니다. 또한, 한국 전통 간식의 경우 시대극이나 사극에서 보는 진정한 전통 간식을 찾는 경향이 있습니다. 고객사 제품은 관련 설정과는 거리가 있어 보입니다.

Q. 경쟁제품이 홍보와 마케팅에서 어떤 전략을 사용하는지에 대해 설명해주실 수 있을까요?

한국 드라마나 영화에 등장하는 제품은 소비자의 흥미를 유발하는 중요한 요소입니다. 따라서 경쟁제품들도 미디어의 노출을 통한 마케팅이 지속되고 있습니다.

Q. 고객사의 과일강정 제품을 수출할 때, 간식용 판매와 선물용 판매를 구분하여 추천하는 유통채널과 그 이유를 알려주세요.

선물용 판매나 간식용 판매 모두 기념품 가게, 광고, 면세점 등을 활용하여 제품의 인지도를 높이고 시장 점유율을 더욱 높일 수 있습니다. 또한, 고객사 제품을 더 고가의 기념품으로 포지셔닝하기 위해서도 이러한 장소가 적합합니다.

Q. 고객사의 과일강정 제품을 간식용 판매와 선물용 판매를 구분하여 일본의 어떤 소비자층을 타겟으로 홍보하는 것이 좋을지 의견을 말씀해주세요.

한국 드라마 열혈 여성 시청자들을 소비자층으로 타겟해야 합니다. 특히 30대 이상 여성 시청자들은 음식을 먹으면서 드라마를 보는 것을 선호합니다. 반면, 젊은 여성층은 한국 드라마 팬임에도 불구하고 체중과 칼로리에 민감한 경향을 보이기 때문에 제품 홍보 시 참고해야 할 것으로 보입니다.

Q. 고객사의 과일강정 제품을 일본에서 홍보할 때, 어떤 경로와 방법을 사용하면 효과적일지 알려주세요.

고객사 제품을 한국 드라마나 영화에 등장시킨다면, 브랜드의 인지도를 향상시킬 수 있을 것입니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사의 과일강정 제품을 수입할 때, 법적 규제나 인증에 주의해야 할 사항이 있는지 알려주세요.

모든 사용된 재료의 원료 추적성을 확보하며, 가능하다면 모든 과일을 유기농으로 사용하고, 플라스틱 재료는 최소화하는 것이 좋습니다. 제품의 자연 친화적이고 채식주의적인 이미지와 어울리기 위함입니다.

Interview ③

24)

婦人画報 〇〇 〇〇 〇〇
FUJINGAHO-SHOP.JP후진가오샵
(Fujingaho Shop)

- 유형: 소매유통업체
- 업체 특징:
 - 1989년 설립
 - 도쿄에 위치한 기념품샵 소매업체
 - 취급 품목으로는 과일, 과일 가공품, 주류 등
 - 온라인/오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Sales Manager

후진가오샵(Fujingaho Shop)
Sales Manager

Q. 일본에서 최근 한국 디저트가 유행하고 있는데, 2023년에는 작년과 비교하여 변화가 있다면 무엇인가요?

소비자들은 스트레스를 간식을 통해 해소하는 경향이 있습니다. 특히 코로나 기간 동안은 스트레스가 많은 일상 생활 때문에 칼로리가 낮으면서도 달콤한 간식을 원하는 소비자가 많아졌습니다. 이에 따라 한국 디저트의 소비량도 증가했습니다.

Q. 일본에서 한국 전통과자(한과)에 대한 인지도와 수요 수준은 어떠한가요?

소비자들은 SNS 및 드라마 또는 TV 쇼에 나오는 한국 전통 음식에 익숙합니다.

Q. 고객사의 과일강정 제품은 일반적인 한국 쌀강정과 다르게 다양한 과일 토핑을 얹어 비주얼 측면에서 특화된 제품입니다. 이러한 제품이 일본 현지에서 활용될 수 있는 영역과 이유를 함께 알려주세요.

제품에 활용된 과일들을 신선하게 유지하는 것이 가장 중요합니다. 또한 고객사 제품이 제주산 감귤류나 자두와 같은 한국에서 유명한 과일을 추가했다면 더 좋았을 것입니다.

Q. 다른 한국 전통 과자와 비교했을 때, 고객사의 과일강정 제품이 일본 시장에 진출할 때 현지 소비자들의 반응 및 수요 예상에 대해 이유와 함께 설명해주세요.

시각적으로 약과 등의 제품보다 매력적이지만, 동시에 칼로리 함량이 높아 보입니다. 따라서 만약 고객사 제품이 낮은 칼로리임을 증명할 수 있다면 소비자들에게 소구할 수 있습니다.

Q. 일본에서 과일강정 제품을 유통할 때 소비자들로부터 선호받을 수 있는 제품 인증에는 어떤 것들이 있는지 이유와 함께 설명해주시겠습니까?

비건과 유기농은 최근 가장 주류 트렌드입니다. 사용되는 과일이나 곡물 성분에는 살충제 사용이 없어야 합니다.

Q. 현재 일본에서 인기 있는 한국 전통 과자(한과) 브랜드가 있다면 알려주세요.

한인마트 및 온라인에서 판매되는 A사 제품이 있습니다. 소비자들은 이 제품을 드라마나 영화에서 보고, 시도하고자 합니다. 최근 인기가 많아진 제품으로는 전통 과자는 아니지만 C사 케이크 제품이나 D사 칩 제품 등이 있으며, 소비자들은 한국 전통 과자보다 C사, D사 제품을 더 선호합니다.

Q. 경쟁제품과 비교했을 때, 고객사의 과일강정 제품의 강점과 약점이 무엇인지 자세히 알려주세요.

고객사 제품은 시각적으로 매력적이고 값이 있어 보이는 느낌이 있습니다. 따라서 나이가 많거나, 소득 수준이 높은 소비자 그룹이 선호할 수 있습니다. 그러나 동시에 건강한 단백질 및 시리얼 바처럼 보이기도 한다는 단점이 있어 혼란을 줄 수 있습니다.

Q. 경쟁제품이 홍보와 마케팅에서 어떤 전략을 사용하는지에 대해 설명해주시길 수 있을까요?

드라마나 리얼리티 쇼에서 간식이 나오면 항상 체험하고 싶은 욕망이 있습니다. 한국 음식에는 이러한 홍보 방법이 효과가 있습니다. 따라서 미디어 속 지속적인 노출이 중요할 것 같습니다.

Q. 고객사의 과일강정 제품을 수출할 때, 간식용 판매와 선물용 판매를 구분하여 추천하는 유통채널과 그 이유를 알려주세요.

고객사 제품은 면세점이나 기념품 매장과 더불어 스위트 샵이나 전통 베이커리에서도 시각적으로 매력적으로 전시될 수 있을 것으로 보입니다. 특히 한인타운에 위치한 매장들을 통해 제품을 시범 판매하여 반응을 살펴볼 수 있습니다.

Q. 고객사의 과일강정 제품을 간식용 판매와 선물용 판매를 구분하여 일본의 어떤 소비층을 타겟으로 홍보하는 것이 좋을지 의견을 말씀해주세요.

20세 또는 30세 정도의 여성들 중 한국 드라마나 영화를 좋아하며 관심을 갖는 사람들입니다. 남성도 포함되겠지만, 여성과 달리 이들은 달콤한 음식보다는 덜 달거나 건강한 음식을 선호하는 경향이 있습니다.

Q. 고객사의 과일강정 제품을 일본에서 홍보할 때, 어떤 경로와 방법을 사용하면 효과적일지 알려주세요.

드라마에 고객사 제품을 등장시키는 방법은 고객사의 제품을 홍보하는 데 가장 효과적일 수 있습니다. 특히 유명인들이 제품을 사용하는 직접적인 모습이 노출되면 큰 홍보 효과를 누릴 수 있습니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사의 과일강정 제품을 수입할 때, 법적 규제나 인증에 주의해야 할 사항이 있는지 알려주세요.

일부 과일 성분은 뉴질랜드의 키위와 같이 다른 나라에서 공급되므로, 이러한 사실을 확인할 수 있는 인증서를 소유해야 하며, 과일과 곡물이 유기농임을 증명해야 합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VII 시사점



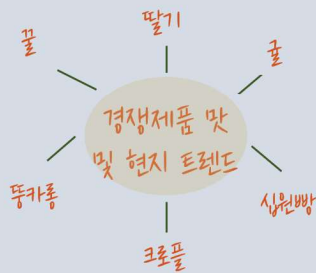
소비 특징 ①



① 경쟁제품; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 과일강정 경쟁제품을 조사한 결과, '약과' 관련 키워드가 18건으로 가장 많이 도출되었음. 실제 데이터 확인 결과 약과 제품들은 '유투브에서 인기' 등의 홍보 키워드를 통해 판매 중인 것이 확인되었음. 뒤이어 '초콜릿' 관련 키워드가 8건 도출되었으며, 일본 전통 과자 중 하나인 '와라비모찌'와 비슷한 식감을 나타내는 '젤리' 관련 키워드가 5건 도출되었음

② 경쟁제품 패키징; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 과일강정 경쟁제품 패키징을 조사한 결과, '봉지' 관련 키워드가 43건으로 가장 많이 도출되었음. 이와 관련해 일본 온라인쇼핑물에서는 간편하게 먹을 수 있도록 작은 봉지 형태로 패키징한 제품이 다수 발견되었음. 뒤이어 '박스' 관련 키워드가 18건 도출되었으며, 일부 제품들이 선물에 용이한 박스 패키징 형태로 판매되고 있는 것이 확인되었음. 한편, 포장 중량과 관련된 키워드로는 '25g' 관련 키워드가 13건, '20g' 관련 키워드가 9건 도출되는 등 소포장 제품 키워드가 빈출하는 것으로 조사되었음

소비 특징 ②



① 경쟁제품 맛; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 과일강정 경쟁제품 맛을 조사한 결과, '꿀' 관련 키워드가 21건으로 가장 많이 도출되었음. 데이터 확인 결과 약과 제품에 꿀 맛을 강조한 제품이 다수 확인되었음. 뒤이어 '딸기' 관련 키워드가 10건, '꽃' 관련 키워드가 7건으로 과일 맛 관련 키워드가 도출되었으며, 특히 '꿀' 키워드와 관련된 제품은 제주 감귤을 이용한 제품이 대부분인 것으로 확인되었음. 한편 일본 소비자들이 선호하는 '말차', '치즈' 및 관련 키워드도 일부 발견되었으나 꿀이나 과일 관련 키워드보다는 상대적으로 적게 도출되었음

② 현지 트렌드; 언론 매체를 통해 일본 현지 디저트 관련 트렌드를 조사한 결과, 일본 내에 '동카롱(동동한 마카롱)', '크로플' 등의 한국식 디저트의 인기가 커지고 있는 것으로 나타남. 동카롱은 2020년, 크로플은 2022년부터 일본에서 주목받기 시작한 것으로 보이며, 주로 도쿄와 오사카의 한인타운을 중심으로 판매가 되는 것으로 확인되었음. 한편, 최근에는 한국에서 인기 있는 디저트가 일본에서 바로 인기 상품으로 떠오를 정도로 일본 유입 한국식 디저트 트렌드의 속도가 빨라지고 있으며, '쥬엔빵(십엔빵)' 등 한국의 '십원빵'을 카피한 제품도 생겨나고 있는 것으로 나타남

일본 식품소매유통채널 유통 비중



유통채널



일본 내 고객사 과일강정 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, '온라인'을 포함한 기타 유통채널의 점유율이 47.5%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 오프라인 유통채널 중에서는 '하이퍼마켓/슈퍼마켓' 유통채널이 26.5%의 점유율로 가장 높았고, 뒤이어 '편의점' 점유율이 16.7%, '드럭스토어' 점유율이 5.8%, '백화점' 점유율이 3.5%를 기록하였음. 한국의 잠재 소매유통채널과 비교 시, 일본의 오프라인 유통은 전반적으로 '하이퍼마켓/슈퍼마켓' 및 '편의점'을 통한 거래가 이루어지는 것이 확인되었으며, '백화점' 유통채널을 통한 거래는 한국(17.8%)보다 비중이 다소 낮은 것으로 조사되었음



진입장벽

- ▶ Point 1) 일본 후생노동성 사전등록
- ▶ Point 2) HACCP 인증 권장
- ▶ Point 3) 라벨 일본어 표기 必



일본으로 가공식품 수출 시, 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare) 사전등록 절차를 반드시 밟아야 함. 일반 가공식품 제품을 일본으로 수출할 시 취득해야 하는 필수 인증은 없는 것으로 조사되었음. 그러나 일본 내 식품 관련 사업자의 HACCP 인증 취득이 의무화되었기 때문에, 일본 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해 수입 제품이라도 HACCP 인증 취득을 권장함. 제품 라벨링의 경우 제품명, 원재료명, 용량, 유통기한, 식품첨가물, 보존방법, 알레르겐, 영양성분 및 열량, 원산지, 수입업체 및 제조업체 정보, 순중량 등이 기재되어야 하며, 표기 시 일본어로 작성되어야 함

수출 확대 전략

제품 수요
&
제품 피드백



Point 01 제품 수요 일본 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 일본에서는 고객사 과일강정과 같은 쌀과자류 제품을 주로 노년층에서 소비하는 것으로 나타남. 또한 최근에는 쌀 대신 보리나 그래놀라 같은 곡류로 만든 과자가 영양가 측면에서 일본 소비자들에게 더 선호되는 것으로 조사되었음. 고객사 과일강정 제품 특징에 기반한 수요 예상과 관련해 인터뷰 응답자 1명은 이미 시중에 다양하게 유통되고 있는 시리얼 바 제품과의 경쟁, 젊은 세대가 쌀과자류를 선호하지 않는다는 점, 일본 소비자들이 과일 함유 제품 소비 시 일본산 과일이 들어간 제품을 선호한다는 점을 들어 경쟁열위에 있다고 설명함. 그러나 건강한 제품임을 증명하는 비건 인증, 유기농 인증 취득이 고객사 제품에 대한 선호도를 올릴 수 있으며, 과일 재료의 경우 원산지를 명확하게 제시하는 것이 효과적이란 평가도 있었음. 고객사 제품 홍보 타겟군과 관련해서는 간식용으로 판매 시 노년층을, 선물용으로 판매 시 한국 문화에 관심이 많은 젊은층을 타겟으로 홍보하는 것이 추천되었으며, 쌀과자에 대한 일상적인 소비가 적은 것을 이유로 선물용 제품으로 판매되는 것이 낫다는 평가가 주류를 이뤘음. 유통채널의 경우, 고객사 제품을 고급 기념품으로 포지셔닝하여 각종 기념품 매장 및 면세점, 전통 베이커리, 한인타운 매장 등으로 유통하는 것이 추천되었으며, 드라마나 리얼리티 쇼에 고객사 제품 노출을 지속적으로 시켜 소비자들에게 제품을 각인시키는 것이 큰 홍보 효과를 보일 것이란 의견이 지배적이었음

Point 02 제품 피드백 일본 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 고객사 제품 가격과 관련해 인터뷰 응답자 2명은 가격대가 적당하다는 평을, 나머지 1명은 경쟁제품 대비 많이 비싸다는 평을 내렸음. 제품 포장의 경우 현재 포장 형태인 박스 포장이 적절하며, 여성 전용 간식처럼 보이는 지금의 포장 디자인에서 좀더 한국 전통의 느낌을 살린 포장 디자인으로 개선한다면 일본 소비자들에게 더 좋은 반응을 얻을 수 있을 것이란 의견이 지배적이었음. 홍보문구와 관련해서는 제품의 비주얼을 강조하는 홍보문구가 효과적이란 의견이 있었으나, 대부분 홍보문구 자체보다는 포장 디자인을 신경써서 판매한 것이 고객사 과일강정 제품과 같은 디저트류 제품 판매 시 더욱 효과적이라는 의견을 보였음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 「Snack Food Japan」, 2023.05
2. 리얼푸드(Real Foods), 「크로플 이어 10원 빵까지...일본서 인기인 'K-디저트」, 2023.03
3. 후지뉴스네트워크(FNN), 「人気スイーツに韓国銀行が“待った”! 「10ウォンパン」が生産危機に...“貨幣デザイン許可なく使用” 一方日本で販売の「10円パン」に財務省は?」, 2023.07
4. 일본 경제산업성(METI: Ministry of Economy, Trade and Industry), 「経済産業省生産動態統計調査」, 2023.08
5. 스탓티스타(Statista), 「Retail sales share South Korea 2022, by channel」, 2023.02
6. 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020.06
7. 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020.04
8. 농림축산식품부, 「농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2022.09
9. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(일본편)」, 2020.12

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스탓티스타(Statista) (www.statista.com)
3. International Trade Centre (www.intracen.org)
4. 쿠크재팬(Qoo10 Japan) (www.qoo10.jp)
5. 아마존재팬(Amazon Japan) (amazon.co.jp)
6. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
7. 미쓰코시백화점(三越) (www.mistore.jp)
8. 타임아웃(Timeout) (www.timeout.com)
9. 웨어인도쿄(Where in Tokyo) (whereintokyo.com)
10. 다이마루백화점(大丸) (www.daimaru.co.jp)
11. 제이알니시니혼(JR 西日本) (www.westjr.co.jp)
12. 사이트싱잉익스프레스(Sightseeing Express) (sightseeingexpress.com)
13. 츠루하(Tsuruha) (www.tsuruha.co.jp)
14. 다이코쿠드러그(ダイコクドラッグ) (www.daikokudrug.com)
15. 트립닷컴(Trip.com) (www.trip.com)
16. 라이프(Life) (www.lifecorp.jp)
17. 니케이아시아(Nikkei Asia) (asia.nikkei.com)
18. 맥스밸류(MaxValu) (www.maxvalu.co.jp)
19. 홋카이도가이드(Hokkaido Guide) (hokkaidoguide.com)
20. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.com.jp)
21. 일본후생노동성 (www.mhlw.go.jp)
22. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
23. 관세법령정보포털 (www.unipass.customs.go.kr)
25. 일본 농림수산성(MAFF: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) (www.maff.go.jp)
26. 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency) (www.caa.go.jp)
27. 한국식품안전관리인증원 (fresh.haccp.or.kr)
28. 호리우치팜(Horiuchi Farm) (horiuchi-fruit.jp)
29. 딘앤델루카카페(Dean & Deluca Cafe) (deandeluca.co.jp)
30. 후진가오샵(Fujingaho Shop) (fujingaho.ringbell.co.jp)

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
· 발 행 일 자 | 2023.08.25

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.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea