

2023

수산물 수출기업 맞춤형 시장조사



No. 202307-07

품목 생선구이(Grilled Fish)

HS CODE 1604.15-1000 / 1604.11-1000

국가 일본(Japan)

구분 경쟁력분석형



CONTENTS

2023 수산식품 수출기업 맞춤형 시장조사

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 일본 생선구이 경쟁제품 선정	05
2. 일본 생선구이 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 일본 생선구이 경쟁제품 현지조사 결과	11
III. 경쟁기업	
1. 일본 생선구이 경쟁기업 선정	24
2. 일본 생선구이 경쟁기업 현지화 분석 기준	25
3. 일본 생선구이 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	27
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
1. 츠지노 트레이딩(Tsujino Trading)	36
2. 라스 슈퍼 프라이스(Ras Super Fries)	39
3. 아일랜드 푸드(Island Foods)	42
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	45
2. 벤치마킹 제품 분석	48
3. 기업 마케팅 벤치마킹	50
4. 온라인 인기제품 분석	51

*참고문헌



■ 온라인 인기제품

판매채널		제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	아마존	은대구 사이쿄즈케	돗토리 카도나가
		모듬 사이쿄야끼	마루시 식품
	라쿠텐	고등어 소금구이	우오신
		붉은 생선 사이쿄야끼	썬푸드
	야후 쇼핑	생선구이 세트	사토후루
		아나고 가마야끼	마스요네

■ 주요 경쟁제품

오늘의 반찬 고등어 소금구이 (닛사이)		구운 고등어 (토요사이산)	
	가격 5,780엔 (약 54,911원)		가격 300엔 (약 2,850원)
	중량 1,296g (108g*12팩)		중량 1팩
일본 인기 온라인 쇼핑몰 내 공식 판매처 입점		일본식 양념으로 가공	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	닛사이	토요사이산	교쿠요	일본 현지 경쟁기업 현황
국적	일본	일본	일본	경쟁기업 3개사 중 3개사, 포장 및 홍보문구 일본 현지화 + 경쟁기업 3개사 중 3개사, 일본 및 글로벌 자사 홈페이지를 동시 활용해 기업 및 제품 홍보
포장 현지화	●	●	●	
홍보 현지화	●	●	●	
입점 채널	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	
홍보채널	자사 홈페이지(일본/글로벌) SNS 플랫폼(일본)	자사 홈페이지(일본/글로벌)	자사 홈페이지(일본/글로벌) SNS 플랫폼(한국/일본)	

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- ① 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ① 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

■ 경쟁력파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)		기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)	
가격(10g당) (69.74엔 (약 663원))	●	생선구이 10개		원산지 (일본)	○	일본산	칠레산
		95.26엔 (약 1,205원)				9개	1개
중량(g) (240g)	①	생선구이 10개		포장 형태 (종이 박스, 진공팩)	●	플라스틱 트레이 + 비닐랩	
		약 67.7g				10개	

● 차별화된 경쟁력 ① 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 10g당 가격은 경쟁제품 평균보다 낮은 편으로 가격 경쟁력이 있음 2) 고객사 제품 중량은 경쟁제품 평균보다 큰 편으로 제품 현지화를 위해 포장 중량을 낮추는 것도 고려해볼 수 있음
Point 02.	1) 벤치마킹 제품 분석 결과, 인기 쇼핑몰 내 공식 페이지로 판매 및 일본식 양념을 강조한 홍보문구 활용 2) 기업 마케팅 벤치마킹 분석 결과, 자사 홈페이지 및 SNS 플랫폼을 통해 이벤트 및 레시피 등을 최신 소식을 활발하게 공유
Point 03.	1) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 품질에 대한 긍정 점수가 194점으로 가장 높았고, 맛이 58점으로 뒤를 이음 2) 일본 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 생선구이 제품에 대해 '품질' 관심도가 가장 높은 것을 확인함

2023

수산물 수출기업

맞춤형 시장조사



해양수산부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

II 경쟁제품

1. 일본 생선구이 경쟁제품 선정
2. 일본 생선구이 경쟁제품 조사지표 선정
3. 일본 생선구이 경쟁제품 현지조사 결과



1. 일본 생선구이 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 순살 생선구이
제품 종류	순살 생선구이
소비자가격	약 1,673.67엔 ¹⁾ (15,900원)
중량	240g
포장	종이박스/진공팩
특징	가시제거율 100%, 남녀노소 먹기 쉬운

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명 : N사 순살 생선구이
 - 제품 종류 : 순살 생선구이
 - 소비자가격 : 약 1,673.67엔(15,900원)
 - 중량 : 240g
 - 포장 형태 : 종이상자/진공팩

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 아마존(Amazon)
 2. 라쿠텐(Rakuten)
 3. 야후 쇼핑(Yahoo Shopping)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품 Top 3 제품 확인

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 : 백화점, 슈퍼마켓
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

1) 100엔=950.01원 (2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

일본 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 아마존	생활용품, 패션, 유아용품, 책, 건강 및 뷰티, 전자제품, 식음료품 등
 라쿠텐	패션, 생활용품, 화장품, 식품, 유아용품, 건강식품 등
 야후 쇼핑	패션, 식품, 생활용품, 음료, DIY도구, 화장품 등

▶ 생선구이 경쟁제품군 선정

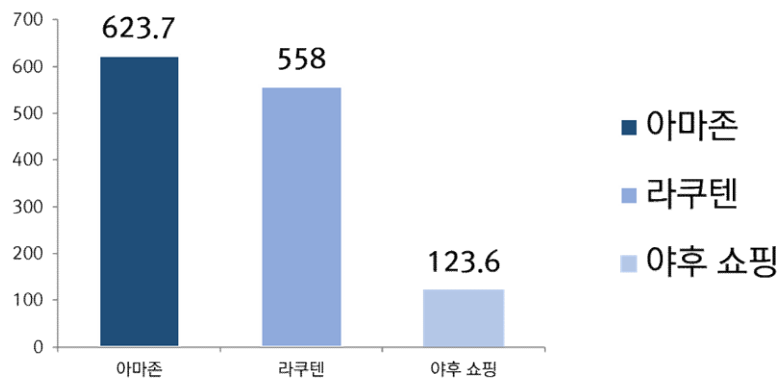
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 생선구이 제품의 경쟁제품군으로 백화점 및 슈퍼마켓에 입점한 생선구이 제품군을 선정함

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 일본 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 일본산 생선구이 제품이 압도적으로 많이 팔리고 있으며 상위 인기 제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2022년 12월 일본 온라인 쇼핑몰 방문자 수

(단위: 백만 명)



자료 : 스탯티스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 일본 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

아마존 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)²⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	생선구이	돗토리 카도나가 (鳥取門永)	은대구 사이쿄즈케 (銀だら西京漬)	일본	4,990엔 (약 47,406원)	720g (90g*8팩)	
2	생선구이	마루시 식품 (丸市食品)	모듬 사이쿄야끼 (西京焼詰合せ)	일본	3,800엔 (약 36,100원)	400g (50g*8팩)	
3	생선구이	돗토리 카도나가 (鳥取門永)	연어와 콩치 사이쿄즈케 紅鮭とサワラ西京漬	일본	3,580엔 (약 34,010원)	540g (90g*6팩)	

2) 조사일(2023.07.11.) 기준 조사

[표 2.2] 일본 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

라쿠텐 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	생선구이	우오신 (Uoshin)	고등어 소금구이 (さば塩焼)	일본	2,530엔 (약 24,035원)	510g (170g*3팩)	
2	생선구이	썬푸드 (株式会社 サン食品)	붉은 생선 사이쿄야끼 (赤魚西京焼)	일본	2,916엔 (약 27,702원)	320g (80g*4팩)	
3	생선구이	돗토리 카도나가 (鳥取門永)	연어 사이쿄즈케 (紅鮭西京漬)	일본	2,380엔 (약 22,610원)	450g (90g*5팩)	
야후 쇼핑 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	생선구이	사토후루 (さとふる)	생선구이 세트 (焼き魚セット)	일본	11,000엔 (약 104,501원)	용량 정보 없음	
2	생선구이	마스요네 (ますよね)	아나고 가마야끼 (うなぎ蒲焼き)	일본	4,980엔 (약 47,311원)	400g (100g*4팩)	
3	생선구이	게센누마 (気仙沼素材屋)	황새치 가마 (メカジキカマ)	일본	1,080엔 (약 10,260원)	1000g	

자료: 아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping) 홈페이지

사진 자료: 아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping) 홈페이지

3) 조사일(2023.07.11.) 기준 조사

4) 조사일(2023.07.11.) 기준 조사

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 일본 오사카 정보⁵⁾

인구	275만 2,412명
면적	225.21km ²

▶ 일본 오사카시, 방문지역으로 선정

일본 오사카부의 오사카시를 방문지역으로 선정함. 오사카시는 일본 제2의 도시로, 오사카부의 수도이자 가장 인구가 많은 도시임. 또한, 일본에서 3번째로 인구가 많은 도시로 인구 밀도가 높고 세계에서 10번째로 큰 도시 지역임. 전통적으로 일본의 경제 중심지로 여겨지며 현재 경제면에서 도쿄와 양강 체제를 구축함. 오사카는 일본의 주요 금융 중심지이자 일본에서 가장 다문화적이고 국제적인 도시로 다국적 전자 기업의 본사가 위치해있음. 또한 제약 산업이 발달하였으며, 국제적인 연구 개발의 중심지임. 이 외에도 미식 문화가 발달한 지역으로 유명함

▶ 현지조사 매장 선정, 백화점, 슈퍼마켓

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여, 백화점과 슈퍼마켓을 주요 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 일본 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
백화점	다이마루(Daimaru), 한큐(Hankyu), 한신(Hanshin), 토부(Tob), 타카시마야(Takashimaya), 미츠코시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan) 등
하이퍼마켓	맥스밸류(MaxValu), 이온(Aeon), 세이유(Seiyu)
슈퍼마켓	라이프(Life), 도큐스토어(Dokyu Store), 요크(York)
편의점	로손(Lawson), 세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 야마자키샵(Yamazaki Shop)
한인마트	강코쿠히로바(韓国広場), 소우루이치바(ソウル市場)

■ 고객사 진출 선호 매장

5) 자료: 일본 통계청 홈페이지 (e-stat.go.jp)

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 다이마루(Daimaru Department Store), 한큐(Hankyu Department Store), 한신(Hanshin Department Store), 라이프(Life Super market)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 생선구이: 생선에 소금을 뿌리거나 양념을 발라 구운 음식
고객사 요청에 따라 생선구이를 경쟁제품으로 선정

[표 2.4] 일본 생선구이 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인 ⁶⁾	생선구이
① 검정 가자미 사이코 구이 (주)다이마루	○ (다이마루)	×	○
② 은연어 소금구이 (주)다이마루	○ (다이마루)	×	○
③ 달고기 사이코 구이 (주)다이마루	○ (다이마루)	×	○
④ 하이보시 고등어 구이 (한큐)	○ (한큐)	×	○
⑤ 은부시리 사이코 구이 (한큐)	○ (한큐)	×	○
⑥ 빨갱이 소금구이 (한큐)	○ (한큐)	×	○
⑦ 갈치 소금구이 (한신)	○ (한신)	×	○
⑧ 삼치 소금구이 (한신)	○ (한신)	×	○
⑨ 임연수어 소금구이 (라이프 코퍼레이션)	○ (라이프)	×	○
⑩ 알 밴 유엽어 소금구이 (라이프 코퍼레이션)	○ (라이프)	×	○

(*) 현지 판매 생선구이 경쟁제품 10개 분석

6) 조사된 경쟁제품은 모두 오프라인 채널(백화점, 슈퍼마켓)에서 제조되어 판매되고 있는 제품으로 온라인 입점은 확인되지 않음

2. 일본 생선구이 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 일본 생선구이 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 일본 생선구이 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격	제품의 10g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	생선구이	생선에 소금을 뿌리거나 양념을 발라 구운 음식
포장 형태	플라스틱 트레이, 비닐 랩	플라스틱 트레이를 비닐 랩으로 감싼 포장
원산지		제품의 원산지
맛		제품의 맛
홍보문구		제품의 홍보문구
수입자		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

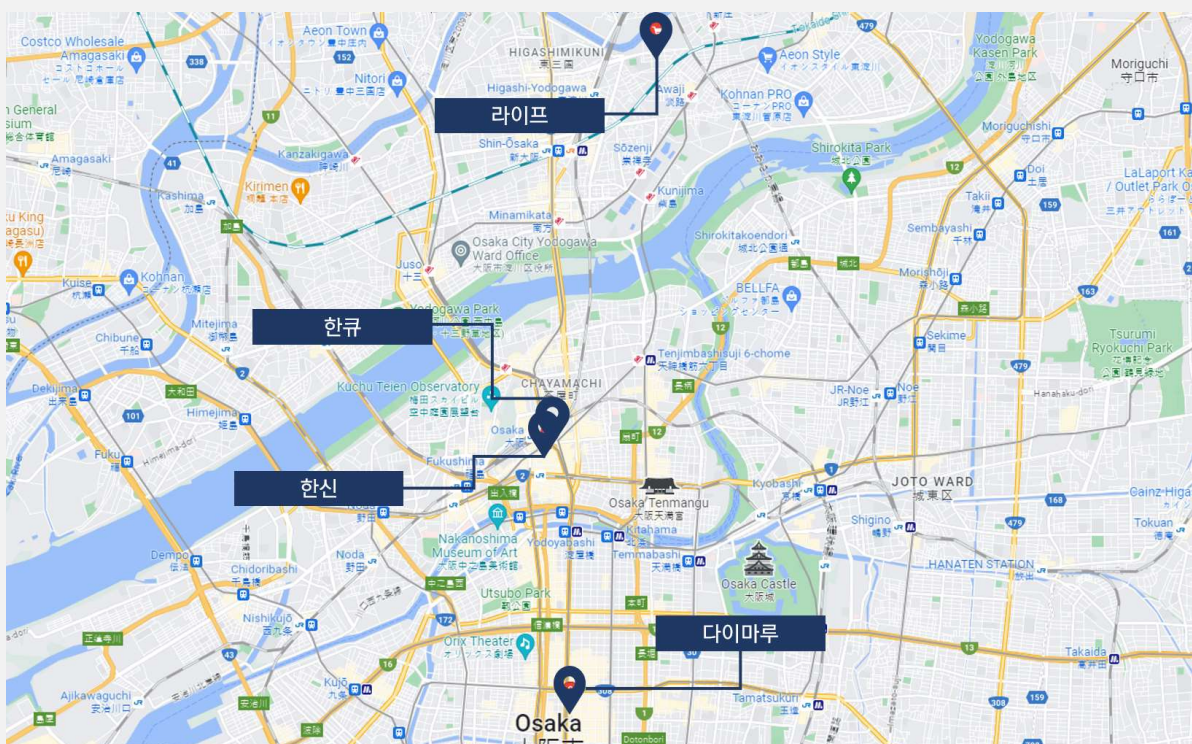
3. 일본 생선구이 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 일본 오사카에 위치한 백화점, 슈퍼마켓

일본 오사카에 위치한 백화점인 다이마루(Daimaru Department Store), 한큐(Hankyu Department Store), 한신(Hanshin Department Store)과 라이프 슈퍼마켓(Life Supermarket)을 방문함. 3개 백화점 모두 일본의 백화점 체인이며, 패션, 생활용품을 비롯하여 다양한 음식과 식료품을 판매하고 있음. 라이프 슈퍼마켓은 전국에 275개의 매장을 운영하는 일본의 대형 슈퍼마켓 체인으로 판매제품의 종류가 다양함

[표 2.5] 일본 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
다이마루	백화점	3	· 의류, 액세서리, 식품 등 다양한 물품 판매 · 일본 내 총 9개의 매장을 운영 중임
한큐	백화점	3	· 다양한 신선 제품, 조제된 식품 등을 판매 · 한큐 백화점 본점 오사카 우메다에 위치
한신	백화점	2	· 식품, 라이프스타일, 의류 및 패션 잡화 판매 · 일본 내 4개 매장 운영 중
라이프	슈퍼마켓	2	· 식료품, 다양한 식품, 생활용품 등의 물품 판매 · 대형 슈퍼마켓 체인으로 전국 275개 매장 운영



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 10개 모두 1개의 방문 매장에서 판매

다이마루, 한류, 한신, 라이프 총 4개 매장 방문 후 경쟁제품 판매 현황을 조사한 결과, 10개의 제품 모두 1개의 매장에서만 판매 중인 것을 확인함

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			
	다이마루	한류	한신	라이프
① 검정 가자미 사이코 구이 (주)다이마루	○			
② 은연어 소금구이 (주)다이마루	○			
③ 달고기 사이코 구이 (주)다이마루	○			
④ 하이보시 고등어 구이 (한류)		○		
⑤ 은부시리 사이코 구이 (한류)		○		
⑥ 빨갱이 소금구이 (한류)		○		
⑦ 갈치 소금구이 (한신)			○	
⑧ 삼치 소금구이 (한신)			○	
⑨ 임연수어 소금구이 (라이프 코퍼레이션)				○
⑩ 알 밴 유엽어 소금구이 (라이프 코퍼레이션)				○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 다이마루(Daimaru Department Store)

● 매장 정보

- 유형: 백화점
- 판매 제품 특징:
의류, 화장품, 명품 등의 다양한 제품을 판매하며 식당가 및 식료품점도 운영하고 있음
- 매장 주변 특징:
상가 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보7)		다이마루는 1920년에 일본 교토에 설립된 백화점 체인으로 오사카 2개, 도쿄 1개, 교토 1개 등 9개 매장을 운영하고 있음. 2010년 마츠자카야와의 합병으로 다이마루 마츠자카야 4개 매장도 운영함. 라쿠텐 R 포인트 카드와의 제휴, 기존 사업의 디지털 변환, 매장 매력 강화 등의 전략으로 차별성을 줌
		조사 제품 수: 3개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 오사카
	상세주소	1-chōme-7-1 Shinsaibashisuji, Chuo Ward, Osaka, 542-8501

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 생선구이 경쟁제품 정보	
		
	검정 가자미 사이쿄 구이 ((주)다이마루)	은연어 소금구이 ((주)다이마루)
		
	달고기 사이쿄 구이 ((주)다이마루)	

사진자료: 현지조사원 자료



제품명 (현지어)	검정 가자미 사이쿄 구이 (からすかれい 西京焼き)	제조사 (현지어)	(주)다이마루 (株)大丸
제품 종류	가자미	중량	40g
소비자가격	645.00엔 (약 6,128원)	10g당 가격	161.25엔 (약 1,532원)
원산지	일본	맛	사이쿄된장 구이
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐 랩	홍보문구	홈메이드
수입자	(주)다이마루	원료 및 첨가물	검정 가자미, 쌀된장, 발효조미료, 이성화액당



제품명 (현지어)	은연어 소금구이 (銀鮭塩焼)	제조사 (현지어)	(주)다이마루 (株)大丸
제품 종류	은연어	중량	33g
소비자가격	537.00엔 (약 5,102원)	10g당 가격	162.73엔 (약 1,546원)
원산지	칠레	맛	소금구이
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐 랩	홍보문구	(-)
수입자	(주)다이마루	원료 및 첨가물	은연어(칠레산), 식염



제품명 (현지어)	달고기 사이쿄 구이 (まとう鰯西京焼き)	제조사 (현지어)	(주)다이마루 ((株)大丸)
제품 종류	달고기	중량	50g
소비자가격	537.00엔 (약 5,102원)	10g당 가격	107.40엔 (약 1,020원)
원산지	일본	맛	사이쿄된장 구이
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐 랩	홍보문구	(-)
수입자	(주)다이마루	원료 및 첨가물	달고기, 쌀된장, 발효조미료, 이성화액당

Shop ② 한큐 백화점(Hankyu Department Store)

● 매장 정보

- 유형: 백화점
- 판매 제품 특징:

의류, 주얼리, 가방, 신발,
화장품, 생활용품, 식료품, 해외
식료품 및 음식 등의 다양한
제품을 판매함

- 매장 주변 특징:
상가 지역 내 위치

- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보		한큐 백화점은 한큐 한신 백화점이 운영하는 일본의 백화점 체인으로, 오사카 우메다 본점을 비롯하여 일본 내 11개의 매장이 있음. 특히 우메다 본점은 세련된 패션과 라이프스타일 트렌드의 허브이며, 식품 매장은 2개 층에 걸쳐서 다양한 신선제품, 조제된 요리, 다양한 주류 등의 제품을 판매함 ⁸⁾
		조사 제품 수: 3개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 오사카 상세주소 8-7 Kakudachō, Kita Ward, Osaka, 530-8350

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 생선구이 경쟁제품 정보	
		
	하이보시 고등어 구이 (한큐)	은부시리 사이쿄 구이 (한큐)
		
	빨갱이 소금구이 (한큐)	

사진자료: 현지조사원 자료



제품명 (현지어)	하이보시 고등어 구이 (灰干し焼きさば)	제조사 (현지어)	한큐 (阪急)
제품 종류	고등어	중량	100g
소비자가격	594.00엔 (약 5,643원)	10g당 가격	59.40엔 (약 564원)
원산지	일본	맛	소금구이
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐 랩	홍보문구	(-)
수입자	한큐	원료 및 첨가물	고등어, 식염, 사쿠라지마 화산재



제품명 (현지어)	은부시리 사이쿄 구이 (銀ひらす西京焼き)	제조사 (현지어)	한큐 (阪急)
제품 종류	부시리	중량	50g
소비자가격	594.00엔 (약 5,643원)	10g당 가격	118.80엔 (약 1,129원)
원산지	일본	맛	사이쿄된장 구이
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐 랩	홍보문구	(-)
수입자	한큐	원료 및 첨가물	(-)



제품명 (현지어)	빨갱이 소금구이 (あかおう塩焼)	제조사 (현지어)	한큐 (阪急)
제품 종류	빨갱이	중량	80g
소비자가격	594.00엔 (약 5,643원)	10g당 가격	74.25엔 (약 705원)
원산지	일본	맛	소금구이
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐 랩	홍보문구	(-)
수입자	한큐	원료 및 첨가물	(-)

Shop ③ 한신 백화점(Hanshin Department Store)

매장 정보

- 유형: 백화점
- 판매 제품 특징:
식재료, 간식, 요리, 주류,
서양디저트, 반찬, 신선식품 등
다양한 식품과 생활용품, 의류,
화장품, 잡화 등을 판매
- 매장 주변 특징:
상가 지역에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁹⁾		한신 백화점은 오사카 우메다에 본점을 두고 있는 한류 한신 백화점의 백화점 체인으로, 본점을 포함하여 4개의 매장을 운영하고 있음. 식품, 라이프스타일, 여성 의류 및 패션 잡화를 판매하며 고객을 위한 워크숍 및 세미나를 진행함

조사 제품 수: 2개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 오사카
		상세주소 1-chōme-13-13 Umeda, Kita Ward, Osaka, 530-8224

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 생선구이 경쟁제품 정보	
		
	갈치 소금구이 (한신)	삼치 소금구이 (한신)

사진자료: 현지조사원 자료



제품명 (현지어)	갈치 소금구이 (太刀魚塩焼)	제조사 (현지어)	한신 (阪神)
제품 종류	갈치	중량	50g
소비자가격	598.00엔 (약 5,681원)	10g당 가격	119.60엔 (약 1,136원)
원산지	일본	맛	소금구이
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐 랩	홍보문구	(-)
수입자	한신	원료 및 첨가물	(-)



제품명 (현지어)	삼치 소금구이 (さわら塩焼)	제조사 (현지어)	한신 (阪神)
제품 종류	갈치	중량	50g
소비자가격	498.00엔 (약 4,731원)	10g당 가격	99.60엔 (약 946원)
원산지	일본	맛	소금구이
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐 랩	홍보문구	(-)
수입자	한신	원료 및 첨가물	(-)

Shop ④ 라이프 슈퍼마켓(Life Supermarket)

● 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
다양한 과일, 채소, 육류,
농수산물, 생활용품 등의
제품을 판매
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾			라이프는 1956년에 설립된 대형 슈퍼마켓 체인임. 오사카 121개, 도쿄 81개의 매장을 포함하여 전국에 275개의 매장을 운영하고 있음. 판매 제품 종류가 다양하며, 멤버십 제도를 이용하여 대형 마켓과의 경쟁력 확보에 집중함
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	오사카 6-chōme-3-2 Nishiawaji, Higashiyodogawa Ward, Osaka, 533-0031
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
	 		
제품 판매 정보	판매 생선구이 경쟁제품 정보		
			
	임연수어 소금구이 (라이프 코퍼레이션)	알 밴 유업어 소금구이 (라이프 코퍼레이션)	

사진자료: 현지조사원 자료

10) 라이프 슈퍼마켓(Life Supermarket) 홈페이지



제품명 (현지어)	임연수어 소금구이 (しまほっけ塩焼き)	제조사 (현지어)	라이프 코퍼레이션 (ライフコーポレーション)
제품 종류	임연수어	중량	120g
소비자가격	386.64엔 (약 3,673원)	10g당 가격	32.22엔 (약 306원)
원산지	일본	맛	소금구이
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐 랩	홍보문구	(-)
수입자	라이프 코퍼레이션	원료 및 첨가물	가공전분, 풀란, 잔탄검, 주정



제품명 (현지어)	알 밴 유업어 소금구이 (子持ちしししゃも焼き)	제조사 (현지어)	라이프 코퍼레이션 (ライフコーポレーション)
제품 종류	유업어	중량	104g
소비자가격	446.04엔 (약 4,237원)	10g당 가격	42.89엔 (약 407원)
원산지	일본	맛	소금구이
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 트레이, 비닐 랩	홍보문구	(-)
수입자	라이프 코퍼레이션	원료 및 첨가물	가공전분, 풀란, 잔탄검, 주정

III

경쟁기업

1. 일본 생선구이 경쟁기업 선정
2. 일본 생선구이 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 일본 생선구이 경쟁기업 현황 및 현지화 정보



1. 일본 생선구이 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 생선구이 제품을 판매하는 한국기업 3개사 선정

일본 오프라인 및 온라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있고, 업력 및 규모를 고려하여 현지 생선구이 제품 제조 경쟁기업 3개사를 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 약 79년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 79년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 닛스이는 1943년에 설립되어 80년의 업력을 보유하고 있으며, 토요스이산는 1953년 설립 이후 70년째 사업을 이어오고 있음. 교쿠요는 1937년 설립되어 가장 오래된 86년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 생선구이 동일 품목 종류 조사

일본에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 생선구이 동일 품목 수를 조사한 결과, 교쿠요가 총 8개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로 토요스이산은 3개, 닛스이는 2개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 생선구이 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
닛스이 (日本水産)	일본	80년	2개
토요스이산 (東洋水産)	일본	70년	3개
교쿠요 (極洋)	일본	86년	8개

자료: 일본 진출 생선구이 경쟁기업 3개사 분석

2. 일본 생선구이 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명
① 기업명	기업의 이름
② 위치	기업 본사 위치
③ 규모	매출액
	기업 22년도 매출액
	직원 수
	기업 22년도 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	생선구이 제품

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	다이마루, 한류, 한신, 라이프
온라인	아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑

3. 일본 생선구이 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 모두 일본 온라인 매장 진출

일본 국적 경쟁기업 3개사 모두 2022년 12월 기준 방문자 수가 많았던 것으로 조사된 온라인 매장에 모두 입점해있는 것으로 확인됨. 닛스이와 쿄큐요는 아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑에 진출해 있는 것으로 조사되었으며, 토요스이산은 라쿠텐에만 입점해있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보활동 활발함

일본 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 일본 현지와 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, 닛스이는 일본 계정의 페이스북, 인스타그램, 유튜브를 운영하고, 쿄큐요는 일본 계정의 인스타그램, 유튜브, 트위터를 운영하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 재료, 편리함, 맛 등을 강조

현지 국적 경쟁기업들은 제품을 홍보할 때 제품의 재료 및 편리함과 맛을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. ‘고등어를 소금 누룩에 푹 담가 통통하게 구워낸’, ‘조식 특산품인 특선 간장 베이스 양념에 숙성시켜 비린내 성분 제거’, ‘고소하게 구워낸 고등어를 생강이 들어간 매콤달콤한 간장 소스로 맛을 낸’ 등의 재료와 소스를 설명하며 맛을 묘사한 수식어가 사용되고 있으며 ‘원하는 만큼만 잘라먹을 수 있는 트레이에 담겨있는’, ‘레인지로 30초’ 등의 간편한 사용 및 섭취방법의 수식어가 사용됨. 그 외에도 ‘뼈를 제거하여 어린아이부터 어른까지 안심하고 드실 수 있습니다’ 등의 수식어로 편리성에 대해 홍보하고 있음

[표 3.7] 일본 생선구이 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보채널	홍보문구	홍보문구 사진
닛스이 (日本水産)	- 온라인 매장 - 아마존 - 라쿠텐 - 야후 쇼핑	- 자사 홈페이지 (일본/글로벌) - SNS 플랫폼 (일본) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 고등어를 소금 누룩에 푹 담가 통통하게 구워낸 - 고소한 맛이 증가했습니다. - 원하는 만큼만 잘라먹을 수 있는 트레이에 담겨있습니다. - 식탁 반찬으로 편리하게 사용할 수 있습니다. - 전자레인지로 데워 드실 수 있습니다.	さばを塩麴にじっくり漬け込んでふっくら焼きあげました ・香ばしい風味が感じました。 ・一晩じっくり漬け込んで熟成させたさばを、天日塩を使用しこんがりと焼きあげました。 ・ふっくらやわらかく香ばしい仕上がりになっています。 ・お好きな量で取り出し可能なトレー入り。 ・食卓のおかずにも便利な(使いやすい)おそうごいです。 ・電子レンジであたためられます。
토요시아산 (東洋水産)	- 온라인 매장 - 라쿠텐	자사 홈페이지 (일본/글로벌)	- 레인지로 30초 - 일품 술안주 완성 - 조식 특산품인 특선 간장 베이스 양념에 숙성시켜 비린내 성분 제거 - 뼈를 제거하여 어린아이부터 어른까지 안심하고 드실 수 있습니다.	レンジで30秒、酒の肴1品出来上がり！
쿄쿠요 (極洋)	- 온라인 매장 - 아마존 - 라쿠텐 - 야후 쇼핑	- 자사 홈페이지 (일본/글로벌) - SNS 플랫폼 (한국) - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 고소하게 구워낸 고등어를 생강이 들어간 매콤달콤한 간장 소스로 맛을 냈습니다. - 생강 향이 퍼지는 고등어는 밥과 함께 먹어도 좋고, 안주로도 좋습니다.	香ばしく焼き上げたさばを生姜をきかせた甘辛い醤油だれで味付けをしました。生姜の風味が広がるさばは、ご飯にもおつまみにもぴったりです。

자료: 일본 생선구이 경쟁기업 3개사 분석

① 닛스이(日本水産)

기업 기본 정보	기업명	닛스이(日本水産)	
	기업 설명	닛스이는 일본의 수산물 회사로, 수산, 식품, 정밀화학, 종합유통 사업을 진행함. 미국 냉동 수산물 회사 고튼즈(Gorton's)를 소유하고 있는 등 일본, 호주, 뉴질랜드, 아시아, 유럽, 북미 및 남미 전역에 걸쳐 61개의 자회사와 44개 관련 회사를 운영하고 있음	
	위치	〒105-8676 東京都港区西新橋1-3-1 西新橋スクエア	
	규모	동일 품목 수	2개
		설립연도	1943년

기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 아마존 라쿠텐 야후 쇼핑		제품명	교노오카즈 사바노시오야키 (今日のおかず さばの塩焼き)
			중량	1,296g (108g*12팩)
			소비자가격	5,780엔 ¹¹⁾ (약 54,911원)
			제품 종류	생선구이

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

11) 100엔=950.01원 (2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식



홍보채널

자사 홈페이지(일본/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브(일본)

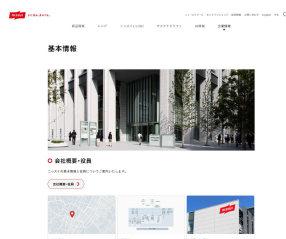
게시 주기

비정기적

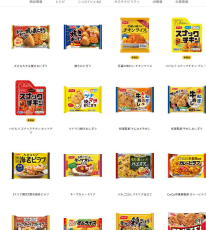
게시물 유형

기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 제품 활용 레시피 제공

게시물 유형



- 기업 연혁, 미션, 자회사 등 기업 정보 소개



- 브랜드 및 제품군 안내



- 온라인 공식 구매처 안내
(자체 구매 사이트, 아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑 홈페이지 구매처 링크 연결)

사진자료: 닛스이 홈페이지

② 토요스이산(東洋水産)

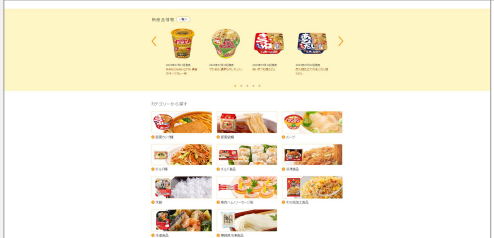
기업 기본 정보	기업명	토요스이산(東洋水産)	
	기업 설명	토요스이산는 수산물, 냉동 식품, 인스턴트 라면, 어육 소시지 등을 전문으로 판매하는 일본 기업이며 네 번째로 큰 다국적 수산물 기업임. 일반 소비자를 위한 식품 외에도 레스토랑, 전문점 및 산업 식품 서비스 등의 다양한 범위의 식품을 판매하고 있음. 마루찬(Maruchan)이라는 자사 브랜드를 소유하고 있음	
	위치	〒108-8501 東京都港区港南2丁目13番40号	
	규모	동일품목 수	3개
설립연도		1953년	

기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 라쿠텐		제품명	아부리사바 (炙り鯖)
			중량	1팩
			소비자가격	300엔 (약 2,850원)
			제품 종류	생선구이

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보채널	자사 홈페이지(일본/글로벌)
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 쇼핑몰 안내

게시물 유형		회사 개요, 이념, 사업 내용, 글로벌 사업장 안내 등
		자사 브랜드 및 제품군 소개
		자사 상품 판매 온라인 쇼핑몰 연결

사진자료: 토요사이산 홈페이지

③ 쿄쿠요(極洋)

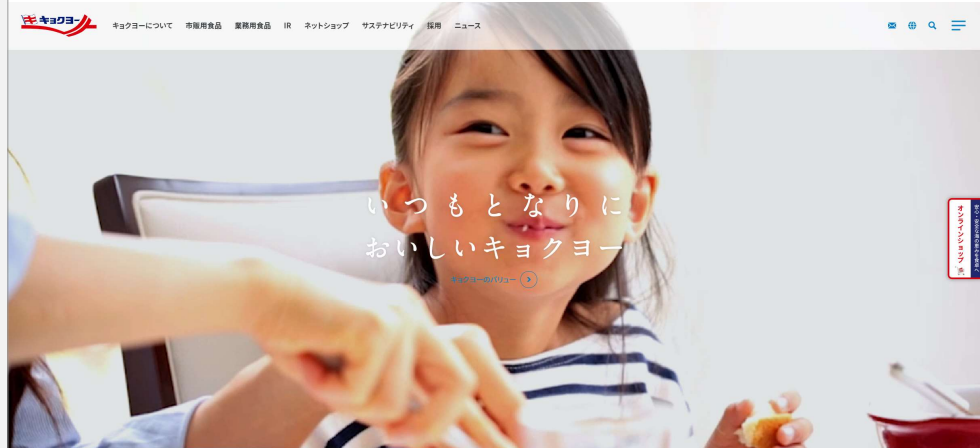
기업 기본 정보	기업명	쿄쿠요(極洋)	
	기업 설명	쿄쿠요는 일본의 어류 상품 중심의 종합식품기업으로, 스시용 생선, 생식용 상품, 필레, 구운 생선, 조림, 어묵, 냉동식품, 통조림 등의 상품을 판매함	
	위치	東京都港区赤坂三丁目3番5号	
	규모	동일 품목 수	8개
		설립연도	1937년

기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 아마존 라쿠텐 야후 쇼핑		제품명	사바쇼가쇼 (さば生姜焼)
			중량	2,700g (90g*30캔)
			소비자가격	5,980엔 (약 56,811원)
			제품 종류	생선구이

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식



홍보채널

자사 홈페이지(일본/글로벌), 인스타그램/유튜브/트위터(일본)

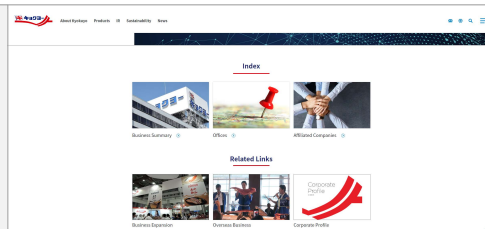
게시 주기

1달에 약 1건

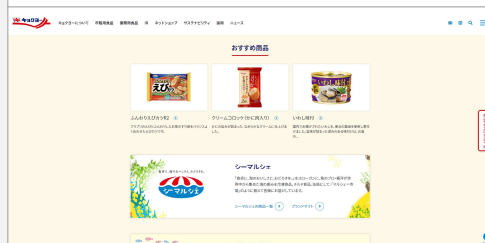
게시물 유형

기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 제품 활용 레시피 제공, 이벤트 안내

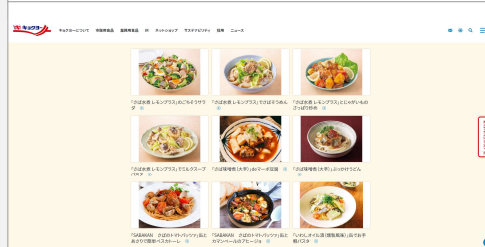
게시물 유형



- 기업 연혁, 사업 안내, 상품 개발, 해외 전개 현황 등 기업 정보 소개



- 브랜드 및 상품 안내



- 제품 활용 레시피 소개

사진자료: 큐쿠요 홈페이지

2023

수산물 수출기업
맞춤형 시장조사



aT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

IV

수입·유통업체 인터뷰

1. 츠지노(Tsujino)
2. 라스 슈퍼 프라이스(Ras Super Fries)
3. 아일랜드 푸드(Island Food)



Interview ① 츠지노 (Tsuji no)

12)

츠지노 (Tsuji no)

- 유형: 종합식품회사
- 업체 특징:
 - 1974년 설립된 일본의 종합식품회사
 - 백화점, 슈퍼마켓에서 유통
 - 수산물 주로 취급
 - 칠레, 베트남, 중국, 태국에서 주로 수입

담당자 정보

Overseas Sales



츠지노(Tsuji no) Overseas Sales



Q1. 고객사 제품의 가격, 원산지, 맛, 표기문구는 일본 내 인기있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

일본인 고객은 현지에서 생산된 수산물만을 선호하며 품질, 원산지, 양식 기술, 칼로리 등에 대해 매우 꼼꼼하고 까다롭게 따져보기 때문에 외국 브랜드의 수산물 B2C 시장 진입이 매우 어렵습니다. 가공 수산물에 보다는 신선 수산물을 더욱 선호하며, 냉동 가공 수산물의 경우에도 거의 전량이 현지에서 조달되는 편입니다. 수산물에 관해서는 소비자들이 거의 국내산 수산물만을 선호하지만, 모든 소비자가 그렇지는 않습니다. 상당히 비싼 국내산 수산물 재료의 가격을 어느 정도 상쇄하기 위해 수입 어육을 사용하기도 하며, 수입산 수산물은 거의 독점적으로 다른 제품을 만들기 위한 원료로 가공 시설에 공급됩니다. 고객사 제품의 가격이 B2C용이라면 꽤 비싼 것 같습니다. 젊은 직장인과 1인 가구에게 인기가 많은 편의점 로손과 같은 매장에는 저렴한 옵션이 많습니다. 로손의 연어 100g은 1인분에 약 350엔(약 3,325원)입니다. 마찬가지로 로손에서 판매되는 다른 수산물 메뉴도 1인분 크기와 가격이 비슷하게 형성되어 있습니다. 해당 제품이 B2B 고객 대상 제품이라면 다양한 공급처를 이용할 수 있다는 점이 매력적일 수 있으나, B2C라면 현지에서 공급되는 수산물만 선호되는 경향이 있습니다. 맛은 제품이 어떤 요리에 사용되느냐에 따라 크게 달라지며, 일반적으로 일본 수산물은 냉동 또는 가공된 경우에도 구별할 수 있는 독특한 감칠맛이 있습니다. 표기문구의 경우 일본 소비자 대상 제품이라면 먼저 수산물의 원산지와 1회 제공량 및 칼로리 정보를 확인할 것입니다. 빼 없는 옵션은 편리하지만, 고객 유치에는 충분하지 않을 수 있다고 생각합니다.

Q2. 일본에서 생선구이 제품 판매시 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

소비자가격 약 1,674엔
(약 15,900원)

중량 240g

포장 형태 종이박스/진공팩

일본에서 판매되는 거의 모든 수산물은 양식 또는 어획 여부 등 원산지를 강조하고 심지어는 원산지의 세부 지역이 어디인지까지 명시하여 판매합니다. 예를 들어 ‘미에현 고등어’와 같은 제품은 특정 지역을 강조합니다. 고객에게 제품을 빠르게 소개하려면 시식 키오스크가 효과적인 접근 방식이 될 수 있습니다. 그러나 일본 고객들은 생선의 원산지에 대해 문의할 가능성이 매우 높고, 수입산 제품이라면 시식에는 큰 관심이 없을 수도 있습니다.

Q3. 한국산 생선구이 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

일본 소비자들의 수산물에 대한 까다로운 선호도 때문에 외국산 수산물을 일본 시장에 소개하는 것은 쉽지 않은 일입니다. 하지만 한국 수산물을 일본에 소개하는 효과적인 방법 중 하나는 B2B 채널을 통해 일본 수산물 가공업체를 공략하는 것입니다. 이러한 업체는 재포장 또는 재가공을 통해 식당, 기관, 케이터링 서비스 등에 판매 및 유통하는 역할을 담당합니다. 일본의 산업 및 가공 공장은 일반적으로 수입 수산물을 주요 공급원으로 사용합니다. 이는 현지 수산물이 주로 현지 소비를 위해 예약되어 있고 주로 소비자(B2C)에게 훨씬 높은 가격으로 직접 판매되며, 소비자는 실제로 현지 수산물을 프리미엄 상품으로 간주하여 실제로 추가 지출을 기꺼이 하기 때문입니다. 반면에 수입 수산물은 더 저렴한 가격대에 판매되는 경우가 많기 때문에 가공용 원료로 선호됩니다. 한국 수산물 공급업체는 일본 수산물 가공업체와의 B2B 파트너십에 집중함으로써 기존 공급망을 활용하고 시장을 더욱 효과적으로 공략할 수 있습니다.

Q4. 바이어의 입장에서 수입산 생선구이 구매시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

B2B 거래의 경우, 구매자는 주로 도매 가격과 제조업체가 보유한 안전 인증 및 가공 인증서, 국제 규약 준수 여부에 중점을 둡니다. 그러나 B2C를 대상으로 하는 경우, 소비자는 수산물의 원산지와 유기농 양식 여부에 대해 문의할 가능성이 높습니다. 소비하는 수산물의 품질, 지속 가능성 및 윤리적 측면에 대해 더 많이 의식하는 소비자들에게 원산지와 양식 관행은 중요한 요소가 됩니다.

Q5. 고객사 제품에 대한 현지 경쟁기업으로는 어떤 기업이 있나요?

특정 브랜드를 구분할 수는 없지만 이온몰이나 이토요카도 같은 슈퍼마켓과 쇼핑몰 식료품점, 로손 같은 편의점에서 유통하는 냉동 수산물은 믿을 수 있는 선택지가 될 수 있다고 생각합니다. 또한, 라쿠텐 세이유나 아마존 프레시 같은 전자상거래 플랫폼을 통해 구입할 수 있는 브랜드도 있습니다. 또한 개별 농장은 이커머스 플랫폼이나 슈퍼마켓을 통해 직접 제품을 판매하기도 합니다.

Q6. 해당 기업들은 주로 어떠한 유형의 유통채널에 제품을 납품하고 있나요?

대량의 제품은 주로 재가공을 거쳐 식당에서 사용되거나 식재료로 재가공됩니다. 주로 수입 및 국내산 수산물의 도매, 가공을 진행합니다.

Interview ② 라스 슈퍼 프라이스 (Ras Super Fries)

13)

라스 슈퍼 프라이스 (Ras Super Fries)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1972년 설립된 일본 수산물 수입 유통 업체
 - 라쿠텐, 아마존에서 온라인 유통
 - 백화점, 슈퍼마켓, 고메 레스토랑 B2B 유통
 - 수산물을 전문으로 유통
 - 프랑스, 유럽에서 주로 수입

담당자 정보

Sales Officer



라스 슈퍼 프라이스(Ras Super Fries) Sales Officer

Q1. 고객사 제품의 가격, 원산지, 맛, 표기문구는 일본 내 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

최소 두 사람이 먹을 수 있는 양이라면 현재 가격이 합리적일 수 있습니다. 그러나 1인분만 제공하는 경우라면 지나치게 비싼 경향이 있습니다. 특히 백화점, 슈퍼마켓, 편의점에서 이미 1인분씩 즉석에서 먹을 수 있는 수산물을 판매하고 있고 판매 가격도 500엔(한화 약 4,750원)¹⁴⁾까지 낮출 수 있는데, 신선 제품과 거의 같은 가격이 책정된 가공 어육을 1인분씩 판매한다면 소비자들이 구매를 꺼려할 수 있습니다. 수산물의 원산지는 특히 제조업체가 수산양식관리협회(Aquaculture Stewardship Council, ASC) 인증과 글로벌 안전 및 지속가능성 인증을 받은 것을 내세우는 경우 매우 매력적입니다. 일본 수산물은 계절을 타는 경우가 많기 때문에 이런 종류의 제품을 일 년 내내 제공하면 비수기 수요를 공략할 수 있습니다. 맛에 관해서는 고객들은 일반적으로 금속 맛이나 탁한 맛, 냄새가 나지 않고 약간 짭맛이 나는 진한 수산물의 풍미를 선호합니다. 가공 생선의 경우 절임, 건조, 구이, 튀김, 구이 등 거의 바로 먹을 수 있는 상태로 판매되거나 맛이 너무 강하지 않고 현지 요리나 소스와 잘 어울러지는 제품이 인기가 많습니다. 제품 라벨을 한국어로만 표기하면 유통이 매우 제한될 수 있어 현지화가 필수입니다. 그런 다음 원산지와 인증은 물론 칼로리 섭취량, 특히 유통기한이 표시되어야 합니다. 일반적으로 유통기한이 길면 방부제가 많이 들어있다는 의미이기 때문에 좋지 않습니다.

13) 사진자료: 라스 슈퍼 프라이스(Ras Super Fries) 공식 홈페이지

14) 100엔=950.01원 (2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

소비자가격 약 1,674엔
(약 15,900원)

중량 240g

포장 형태 종이박스/진공팩

Q2. 일본에서 생선구이 제품 판매 시 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

가격 할인이나 더 큰 용량, 더 큰 사이즈 또는 1+1 프로모션. 가격 할인은 사람들이 가장 잘 알고 있고 가장 성공적인 프로모션 방식입니다.

Q3. 한국산 생선구이 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

한국산 생선은 보통 고등어가 유일하며 일반적으로 가공업체에서 수입합니다. 이는 소규모 식당에서 요리 재료로 사용되거나 다른 용도로 판매됩니다. 코스트코와 같은 수입산 제품을 판매하는 채널에서 슈퍼마켓에서 구이, 필레와 같은 수입 가공 수산물을 판매하는데, 고객사 제품과 비슷한 것을 본 것 같으나 한국산인지는 확실하지 않습니다

Q4. 바이어의 입장에서 수입산 생선구이 구매 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

수산물에 제품 특성상 수입하기에 매우 까다롭습니다. 앞서 언급했듯 소비자들은 수산물 구매에 있어 엄격한 기준을 가지고 있기 때문에 잘 알려진 이온몰이나 라이프와 같은 현지 유통채널에 고객사 제품을 입점시킬 수 있다면 바이어들도 구매를 시도해 볼 수 있습니다.

Q5. 고객사 제품에 대한 현지 경쟁기업으로는 어떤 기업이 있나요?

이온과 이토요카도에는 현지에서 조달한 수산물과 어육이 많이 있지만, 현지에서 조달한 것이기 때문에 고객사의 경쟁기업으로 적절한지 확신하기 어렵다고 말했습니다. 또한 코스트코에서 뉴질랜드, 미국, 노르웨이 또는 에콰도르와 같은 수입산 가공 수산물을 판매하고 있어 위 국가들의 기업들이 주로 경쟁기업이 될 것으로 보입니다.

Q6. 해당 기업들은 주로 어떠한 유형의 유통채널에 제품을 납품하고 있나요?

이커머스 온라인 플랫폼, 레스토랑, 중소형 마트, 케이터링 서비스, 외식업계 B2B를 통해 유통합니다. B2C는 직접 수행하지 않습니다.

Interview ③ 아일랜드 푸드 (Island Food)

15)

아일랜드 푸드 (Island Food)

- 유형: 수입·유통 도매업체
- 업체 특징:
 - 2005년 설립된 일본의 수입 유통 도매업체
 - 직영몰에서 온라인 유통
 - 소매업체, 식당, 수입, 가공업체 오프라인 유통
 - 이탈리아, 스코틀랜드 등 유럽에서 주로 수입
 - 수산물 및 가공식품 취급

담당자 정보

In-House Chef



아일랜드 푸드(Island Food) In-House Chef

Q1. 고객사 제품의 가격, 원산지, 맛, 표기문구는 일본 내 인기있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

제품 중량이 240g인 점을 고려하면 가격은 합리적인 것 같습니다. 하지만 가공 수산물치고는 상당히 가격이 높은 편이며, 최고급이면서 합리적인 가격의 신선 수산물이 주류를 이루고 있는 만큼 시장성이 높지는 않을 수도 있습니다. 유럽산 수산물과 칠레산 수산물은 고품질의 원산지로 인식되고 있으며, 소비자들은 수입 수산물에 대해 보다 개방적인 태도를 보이고 있습니다. 그러나 거래와 판매 및 대중의 수용을 원활하게 하기 위해서는 제품에 인증서와 안전 증명이 첨부되어야 합니다. 맛은 제품의 용도에 따라 달라집니다. 가정용이라면 와사비 소스, 된장국, 밥과 잘 어울리는 맛이면 충분할 것 같습니다. '순살', '간편' 등은 그다지 유용한 세부 정보가 아닙니다. 구매자는 안전성, 원산지, 1회 제공량당 칼로리, 인증마크, 영양성분 등을 더 중요하게 생각하며, 그다음에는 절임, 구이, 튀김 등 어떤 요리에 가장 적합한지 등을 고려합니다.

Q2. 일본에서 생선구이 제품 판매 시 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

코로나19 기간에는 많은 판매가 온라인에 국한되어 온라인 채널이 대세가 되었으나, 이제 코로나19가 종식되어 오프라인 채널이 돌아왔기 때문에 가능한 모든 채널을 커버하고 노출할 수 있는 것이 브랜드 커뮤니케이션에 가장 좋은 방법이 될 것입니다.

소비자가격	약 1,674엔 (약 15,900원)
중량	240g
포장 형태	종이박스/진공팩

Q3. 한국산 생선구이 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

일본 국내 소비자들은 국내산 신선 수산물에 이어 국내산 가공 수산물에 대한 선호도가 높기 때문에 외국산 수산물이 B2C로 직접 진출은 어려울 수 있습니다. 하지만 B2B, 특히 레스토랑, 슈퍼마켓, 식품 가공센터에 공급하는 업체들은 거의 전적으로 수입산 수산물에 의존하고 있습니다.

Q4. 바이어의 입장에서 수입산 생선구이 구매 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

가격과 안전성, 그리고 최근에는 지속 가능성을 고려합니다. 되도록 어류의 원산지가 양식장이고, 국제 안전 규약을 준수하고, 화학물질 잔류 흔적이 없고, 화학 사료 및 첨가물 사용을 자제하는 등 HACCP와 같은 인증서를 보유한 양식장이면 매우 유리합니다.

Q5. 고객사 제품에 대한 현지 경쟁기업으로는 어떤 기업이 있나요?

로손, 패밀리마트, 이온 슈퍼마켓, 라쿠텐 프레시 등 유명 채널에서 유통하는 브랜드가 있는데, 거의 모든 종류의 제품을 취급하는 등 상품군을 확장이 활발하게 이루어지고 있습니다. 주로 위 업체들은 신선한 수산물을 유통 및 판매하지만, 수산물 가공을 아웃소싱하여 자사 브랜드로 재포장하기도 합니다.

2023

수산물 수출기업
맞춤형 시장조사



aT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

V

경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석



1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

- ① 검정 가자미 사이코 구이
(주)다이마루
- ② 은연어 소금구이
(주)다이마루
- ③ 달고기 사이코 구이
(주)다이마루
- ④ 하이보시 고등어 구이
(한류)
- ⑤ 은부시리 사이코 구이
(한류)
- ⑥ 빨갱이 소금구이
(한류)
- ⑦ 갈치 소금구이
(한신)
- ⑧ 삼치 소금구이
(한신)
- ⑨ 임연수어 소금구이
(라이프 코퍼레이션)
- ⑩ 알 밴 유업어 소금구이
(라이프 코퍼레이션)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편

고객사 제품의 10g당 가격은 약 69.74엔(약 663원)¹⁶⁾으로, 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 약 95.26엔(약 1,205원)보다 낮은 수준으로 확인됨. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 소비자가격은 생선구이 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격의 약 73% 수준인 것으로 조사되어 고객사 제품이 경쟁제품 대비 가격 면에서는 경쟁력이 있음

[표 5.1] 일본 생선구이 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/엔)



16) 100엔=950.01원 (2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

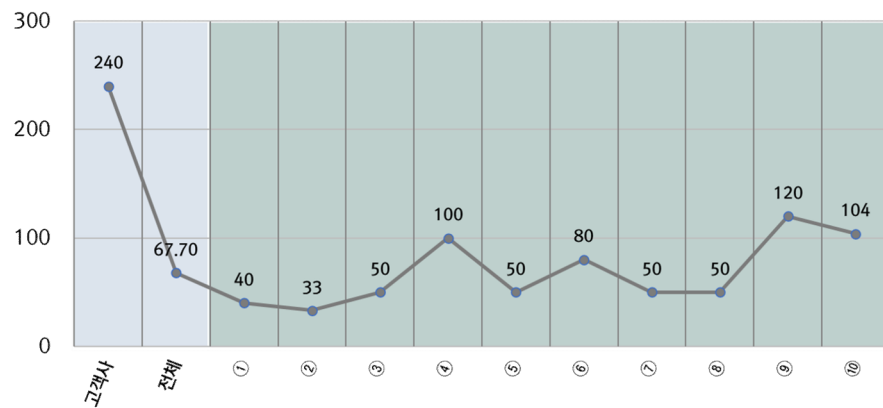
- ① 검정 가자미 사이코 구이
(주)다이하루
- ② 은연어 소금구이
(주)다이하루
- ③ 달고기 사이코 구이
(주)다이하루
- ④ 하이보시 고등어 구이
(한류)
- ⑤ 은부시리 사이코 구이
(한류)
- ⑥ 빨갱이 소금구이
(한류)
- ⑦ 갈치 소금구이
(한신)
- ⑧ 삼치 소금구이
(한신)
- ⑨ 임연수어 소금구이
(라이프 코퍼레이션)
- ⑩ 알 밴 유업어 소금구이
(라이프 코퍼레이션)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 매우 큰 편

고객사 제품의 중량은 240g으로 생선구이 경쟁제품 10개의 평균 중량인 약 67.7g의 약 355% 수준으로 경쟁제품 대비 매우 큰 편으로 조사됨. 제품 현지화를 위해 일본에서 유통되는 생선구이 경쟁제품의 평균 중량이 50g 내외로 낮은 점을 참고하여 고객사는 제품의 중량을 낮추어 시장에 진출하는 방안을 고려해볼 필요가 있음

[표 5.2] 일본 생선구이 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

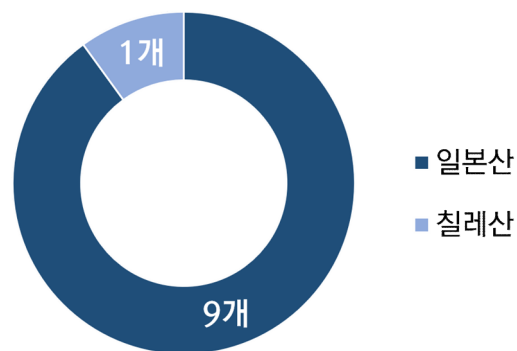


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 9개 제품의 원산지, 일본

일본에서 판매되고 있는 생선구이 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 중 9개의 제품이 일본산 제품임을 확인함. 일본 내 자국산 생선구이 제품에 대한 현지 소비자들의 높은 수요를 알 수 있음

[표 5.3] 일본 생선구이 제품 원산지 경쟁력 분석

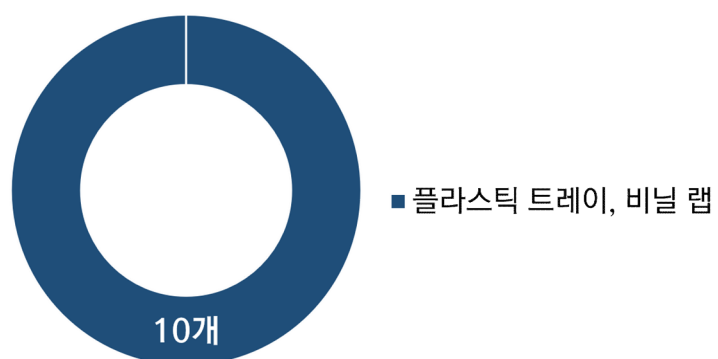


4) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 모두 플라스틱 트레이와 비닐 랩으로 제품 포장

일본에서 판매 중인 생선구이 경쟁제품 10개의 외포장 형태를 조사한 결과, 10개의 제품 모두 플라스틱 트레이와 비닐 랩으로 제품을 포장함

[표 5.4] 일본 생선구이 제품 포장 형태 경쟁력 분석



2) 벤치마킹 제품 분석
- 일본 현지 입맛에 맞는
제품 가공

▶ 벤치마킹 제품, 일본산 양념을 사용하여 제품 가공

현지 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 생선구이 경쟁제품의 홍보문구를 조사한 결과, 수입산 고등어를 사용하는 제품의 경우 일본 특산품인 특선 간장 사용을 강조한 홍보문구를 사용하고 있는 것을 확인함. 이에 관련 인터뷰를 진행한 결과, 일본 소비자들은 원산지를 고려하여 자국에서 생산된 상품을 선호하는 경향이 있으며 수입산의 경우 입맛에 맞는 가공제품일 때 소비하는 경향을 확인함. 따라서, 고객사 제품도 판매하는 제품을 현지 입맛에 맞는 양념 및 일본 현지 특산물을 활용하여 가공한 후 홍보문구에 해당 내용을 강조할 것을 권장함

[표 5.8] 일본 생선구이, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 가공 생선의 경우 절임, 건조, 구이, 튀김, 구이 등 거의 바로 먹을 수 있는 상태로 판매되거나 맛이 너무 강하지 않고 현지 요리나 소스와 잘 어울리는 제품이 인기가 많습니다.

3) 벤치마킹 제품 분석
- 온라인 공식 판매 채널

▶ 벤치마킹 제품, 온라인 쇼핑몰 내 공식 판매처 운영

현지에서 인기있는 쇼핑몰에서 판매 중인 생선구이 경쟁제품을 조사한 결과, 벤치마킹 제품의 브랜드는 각 쇼핑몰마다 공식 판매 채널을 개설하여 운영 중인 것으로 확인됨. 해당 쇼핑몰은 브랜드 공식 홈페이지에서 쉽게 찾을 수 있으며 홈페이지의 링크를 통해 바로 온라인 쇼핑몰에 연결될 수 있어 소비자의 편리한 구매와 브랜드 제품의 신뢰도를 높일 수 있음. 따라서 고객사도 소비자에게 접근하기 위해 온라인 쇼핑몰에 입점하거나 공식 쇼핑몰을 안내한다면 관심도와 구매율을 높일 수 있을 것으로 예상됨

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 생선구이 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	닛스이(日本水産)	
	기업 설명	닛스이는 일본의 수산물 회사로, 수산, 식품, 정밀화학, 종합유통 사업을 진행함. 미국 냉동 수산물 회사 Gorton's를 소유하는 등 일본, 호주, 뉴질랜드, 아시아, 유럽, 북미 및 남미 전역에 걸쳐 61개의 자회사와 44개 관련 회사를 운영하고 있음	
주요 마케팅 전략	편리한 사용		
		한 팩에 4개로 나누어져 원하는 만큼 잘라 먹을 수 있는 트레이에 담겨있음. 또한, 전자레인지로 데워먹을 수 있어 반찬으로 편리하게 이용할 수 있으며 이러한 특성을 강조하는 홍보문구를 사용함	
	홍보 현지화		
		현지 홈페이지를 통해 상품 소식, 신규 이벤트 및 레시피를 소개하며 활발하게 운영	자사 홈페이지에서 인기있는 온라인 쇼핑몰 내 공식 판매처를 안내함
요약	판매채널	현지 온라인 매장 진출	
	홍보채널	자사 현지 홈페이지 및 SNS를 활용하고 있음	
	홍보문구	제품 원료의 맛, 간편성을 강조	

4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 종류, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Portions, Serving, 30g, 50g 등
제품 종류	판매 제품 종류에 대한 평가	Grilled, Frozen, Fillet 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Smell, Salty 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Safety, Fresh 등

▶ 아마존에서 판매되고 있는 생선구이 제품 선정

[표 5.11] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	아마존 (Amazon)	리뷰 수	827건
제품명	은대구 사이코즈케 (銀だら西京漬)		
제품 종류	생선구이	소비자가격	4,990엔 (약 47,406원) ¹⁷⁾
중량	720g (90g*8팩)	포장	플라스틱 파우치
특징	품위를 더한, 깊은 맛, 진공 포장, 선물용으로 적합한		

17) 100엔=950.01원 (2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘품질’, ‘맛’에 대한 관심도 높아

빅데이터 분석을 통해 일본 온라인 쇼핑몰에서 인기리에 판매되고 있는 생선구이 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘품질’에 대한 긍정 점수가 194점으로 가장 높게 나타났으며, 부정 점수가 23점으로 긍정 점수에 비해 비교적 낮은 편인 것으로 조사됨. 그다음으로는 ‘맛’에 대한 긍정 점수가 58점, 부정 점수가 7점으로 나타났으며 ‘제품 종류’에 대한 긍정 점수는 42점, 부정 점수는 15점으로 나타남. 소비자들은 온라인으로 배송되는 수산물 제품의 ‘품질’에 대해 관심도가 높은 편임을 알 수 있음

[표 5.12] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)

● 분석 제품 정보

사이트	아마존
수집 리뷰 수	827개
제품명	은대구 사이코즈케
제품 종류	생선구이
소비자가격	4,990엔 (약 47,406원)
중량	720g (90g*8팩)
포장	플라스틱 파우치
특징	품위를 더한, 깊은 맛, 진공 포장, 선물용으로 적합한



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	15	4
중량	4	0
제품 종류	42	15
맛	58	7
품질	194	23
종합	313	49

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 일본 통계청 (www.e-stat.go.jp)
2. 스탯티스타 (www.statista.com)
3. 구글맵 (www.google.co.kr/maps)
4. 아마존 일본 홈페이지 (www.amazon.co.jp)
5. 라쿠텐 일본 홈페이지 (www.rakuten.co.jp)
6. 야후 쇼핑 홈페이지 (www.shopping.yahoo.co.jp)
7. 다이마루 백화점 홈페이지 (www.daimaru.co.jp)
8. 한큐 백화점 홈페이지 (www.website.hankyu-dept.co.jp)
9. 한신 백화점 홈페이지 (www.hanshin-dept.jp)
10. 라이프 슈퍼마켓 홈페이지 (www.lifecorp.jp)
11. 닛스이 홈페이지 (www.nissui.co.jp)
12. 토요스이산 홈페이지 (www.maruchan.co.jp)
13. 쿄쿠요 홈페이지 (www.kyokuyo.co.jp)
14. 츠지노 홈페이지 (www.tsujino.co.jp)
15. 라스 슈퍼 프라이스 홈페이지 (www.rassuper.com)
16. 아일랜드 푸드 홈페이지 (www.islandfoods.jp)

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023.07.21.

2023 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사

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.