



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202109-11
품목 | 단백질초코스낵(Protein Chocolate Snack)
HS CODE | 1806.90-9090
국가 | 일본(Japan)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 일본 스낵바 시장규모	06
2. 일본 단백질·에너지바 시장규모	07
3. 일본 스낵바 시장점유율	08
4. 일본 단백질초코스낵 수입규모	09
5. 한국 단백질초코스낵 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 일본 초코볼, 프리미엄 아몬드 초콜릿 다수	13
2. 일본 초코볼 브랜드, 선물용 제품 인기인 ‘빨간모자’ 1위	14
3. 일본 초코볼, ‘소금 맛’, ‘카라멜 맛’, ‘딸기 맛’ 인기	15
4. 일본 초코볼 특징, ‘단백질’ 키워드 빈도 수 2위	16
5. 일본 단백질초코스낵 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 일본 단백질초코스낵 유통채널 비교	19
2. 일본 단백질초코스낵 유통채널 특징	20

Contents

V. 온라인 유통채널

- | | |
|-----------------------------|----|
| 1. 일본 단백질초코스낵 온라인 유통채널 종합분석 | 25 |
| 2. 일본 단백질초코스낵 주요 온라인 유통채널 | 26 |

VI. 오프라인 유통채널

- | | |
|------------------------------|----|
| 1. 일본 단백질초코스낵 오프라인 유통채널 종합분석 | 33 |
| 2. 일본 단백질초코스낵 주요 오프라인 유통채널 | 34 |

VII. 진입장벽

- | | |
|--------------------------|----|
| 1. 일본 단백질초코스낵 통관 및 검역 절차 | 43 |
| 2. 일본 단백질초코스낵 품질 인증 | 44 |
| 3. 일본 단백질초코스낵 라벨링 | 45 |
| 4. 일본 단백질초코스낵 성분 및 유해물질 | 52 |

VIII. 수입·유통업체 인터뷰

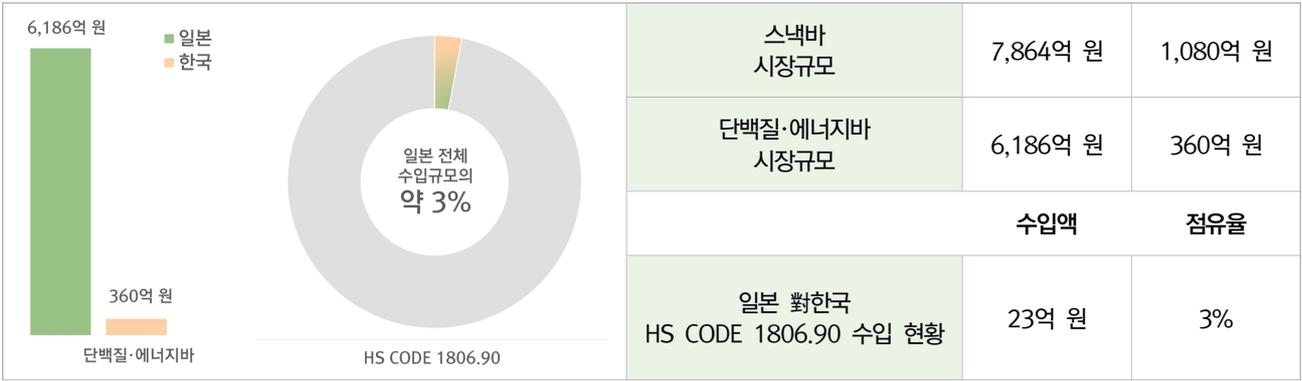
- | | |
|----------------------------------|----|
| Interview ① 세이조이시이(成城石井) | 57 |
| Interview ② ㈜본(ボン商会株式会社) | 59 |
| Interview ③ ㈜리본식품(リボン食品株式会社) | 61 |
| Interview ④ ㈜내추럴에디픽(エディフィック株式会社) | 62 |

IX. 시사점

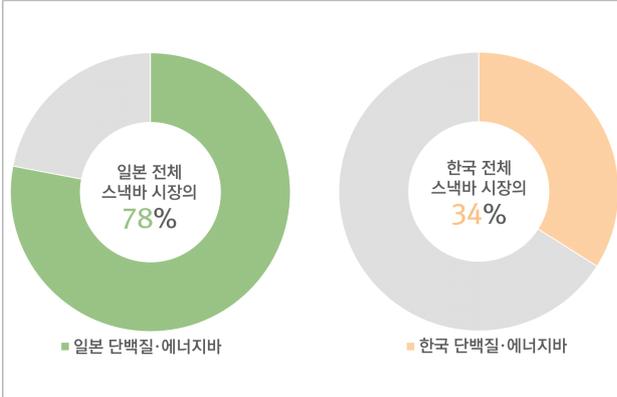
- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 67 |
|--------|----|

Summary

■ 수요 분석



■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



■ 진입장벽

인증	후생노동성 가공식품 사전등록 필수
라벨링	일본어 표기 필수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

트렌드	건강 인식 확대되며 저당 제품, 프로틴 바 인기
수요	단백질 초코볼보다 '초코바' 형태가 보편적
제품 피드백	고객사 ¹⁾ 제품, 가격 경쟁력 뛰어남

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 일본 단백질·에너지바 시장규모는 한국 대비 약 17배로, 스낵바 시장 내 점유율도 한국 대비 높음. 한편 단백질 '볼(Ball)'이 아닌 '바(Bar)' 형태가 보편적임 일본 소비자들의 건강에 대한 관심은 과자류까지 확대되어 초콜릿의 건강식품화가 진행됨
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 일본 초코볼 시장, '프리미엄 초콜릿' 다수이며 발렌타인데이 외에도 크리스마스, 할로윈 등 기념일에 주고받는 것으로 확인됨 소금카라멜 맛, 소금버터 맛, 카라멜 맛, 딸기 맛 등 다양한 맛 인기

1) 본 보고서의 A사-B사는 일본 초코볼 시장에 진출한 국내 경쟁기업을 의미하며, 조사 대상 기업은 '고객사'로 명칭함

II. 시장규모

1. 일본 스낵바 시장규모
2. 일본 단백질·에너지바 시장규모
3. 일본 스낵바 시장점유율
4. 일본 단백질초코스낵 수입규모
5. 한국 단백질초코스낵 수출규모

1. 일본 스낵바 시장규모

● 일본 국가 일반 정보²⁾

면적	37.8만km ²
인구	1억 2,626만 명
GDP	5조 818억 달러
GDP (1인당)	4만 247달러

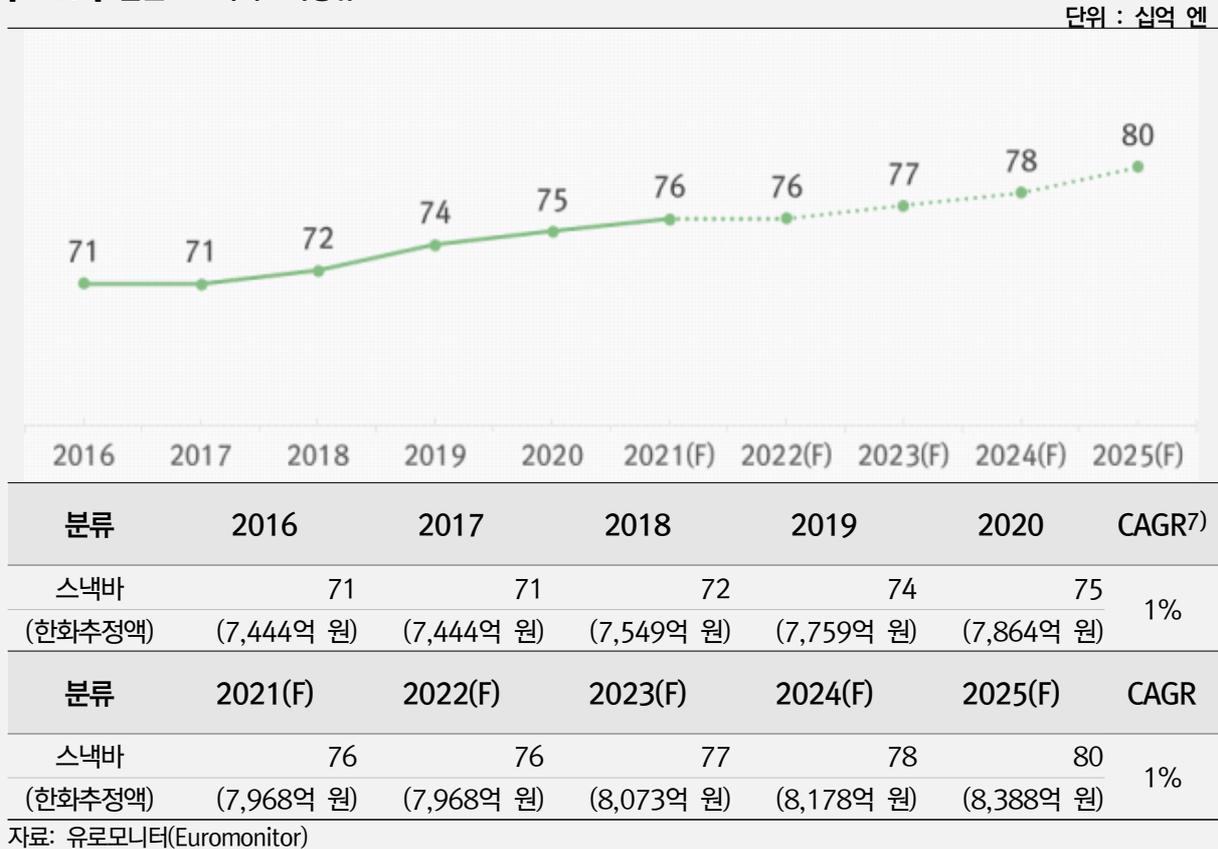
▶ 일본 스낵바 시장규모 7,864억 원, 한국 시장 대비 약 7배 크기

2020년 기준 일본 스낵바 시장규모는 약 7,864억 원으로, 약 1,080억 원을 기록한 한국 스낵바 시장의 약 7배에 해당함. 특히 2020년 코로나19 사태로 인해 자택 격리가 장기화되면서, 가정에서 일반 스낵이나 가벼운 식사 대응으로 스낵바를 소비하는 현상이 시장에 영향을 미침³⁾

▶ 일본 스낵바 시장규모, 향후 5년간 1% 성장 예상

일본 스낵바 시장은 2025년까지 연평균 1%씩 성장하여 약 8,388억 원을 기록할 것으로 예상됨. 코로나19 사태 완화 뒤에도 바쁜 현대인들에게 가벼운 식사 대응 식품으로서 완만한 성장을 보일 것으로 예상됨⁴⁾

[표 2.1] 일본 ‘스낵바’ 시장규모⁵⁾⁶⁾



2) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

3) 조사제품 ‘단백질초코스낵’은 초콜릿으로 코팅한 원형 스낵에 단백질을 첨가한 제품으로 파우치 포장하여 간식으로 바로 섭취할 수 있음. 이에 제품의 종류(스낵)와 주성분(단백질)을 기준으로 ‘단백질-에너지바’와 상위품목인 ‘스낵바’ 시장규모를 조사함

4) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Japan」, 2021.07

5) 환산된 데이터(단위: 엔, 원)는 모두 반올림됨

6) 100엔=1,048.48원(2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 일본 단백질·에너지바 시장규모

▶ 일본 단백질·에너지바 시장규모 6,186억 원

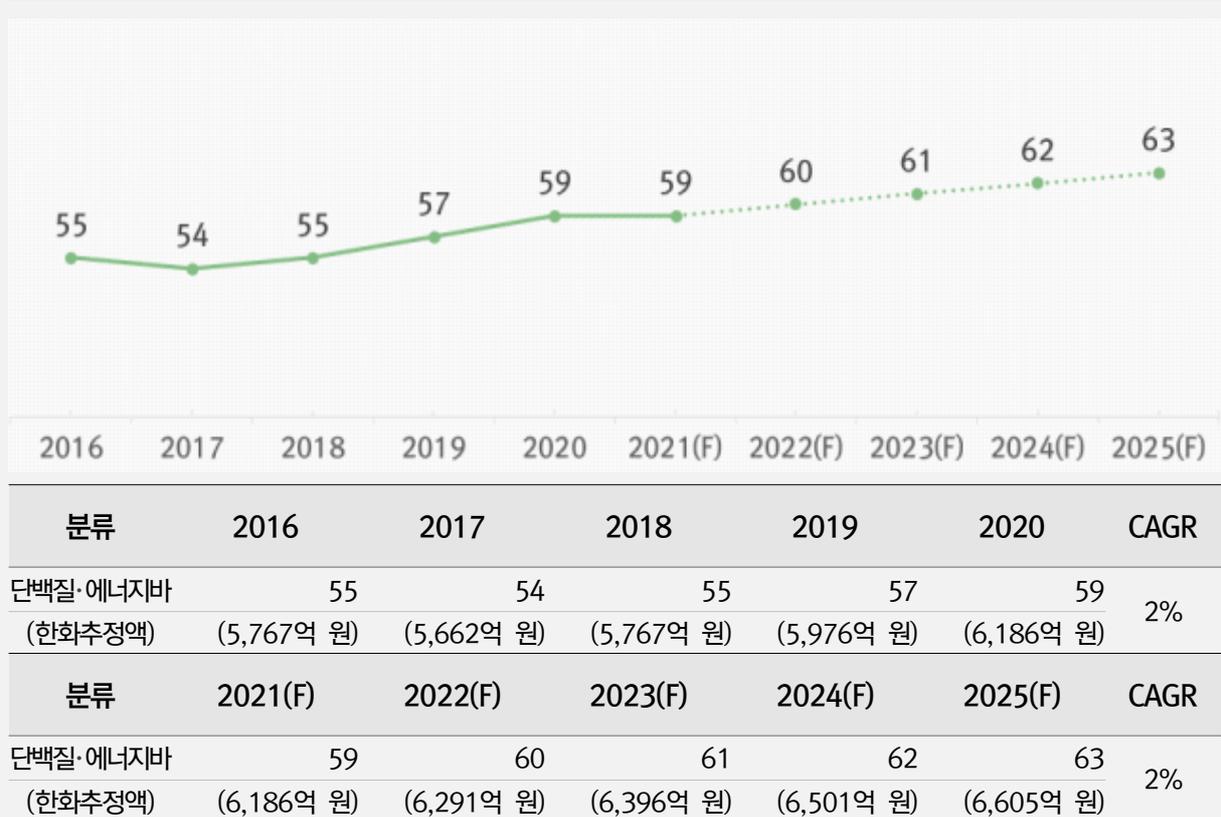
2020년 기준 일본 단백질·에너지바 시장규모는 약 6,186억 원으로, 약 360억 원을 기록한 한국 단백질·에너지바 시장의 17배에 해당함. 최근 일본에서 단백질이 체중 및 일반적인 건강 관리에 중요한 요소라는 인식이 확산되면서 전년 대비 4%의 시장 성장을 보임⁸⁾

▶ 일본 단백질·에너지바 시장규모, 향후 5년간 2% 성장 예상

일본 단백질·에너지바 시장은 2025년까지 연평균 2%씩 성장하여 2025년 약 6,605억 원을 기록할 것으로 예상됨. 코로나19 사태가 완화 뒤에도 단백질이 포함된 건강한 간식을 추구하는 트렌드가 지속됨에 따라 단백질·에너지바 시장의 꾸준한 성장이 계속될 것으로 보임

[표 2.2] 일본 '단백질·에너지바' 시장규모⁹⁾

단위 : 십억 엔



자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Japan」. 2021.07

9) 환산된 데이터(단위: 엔, 원)는 모두 반올림됨

3. 일본 스낵바 시장점유율

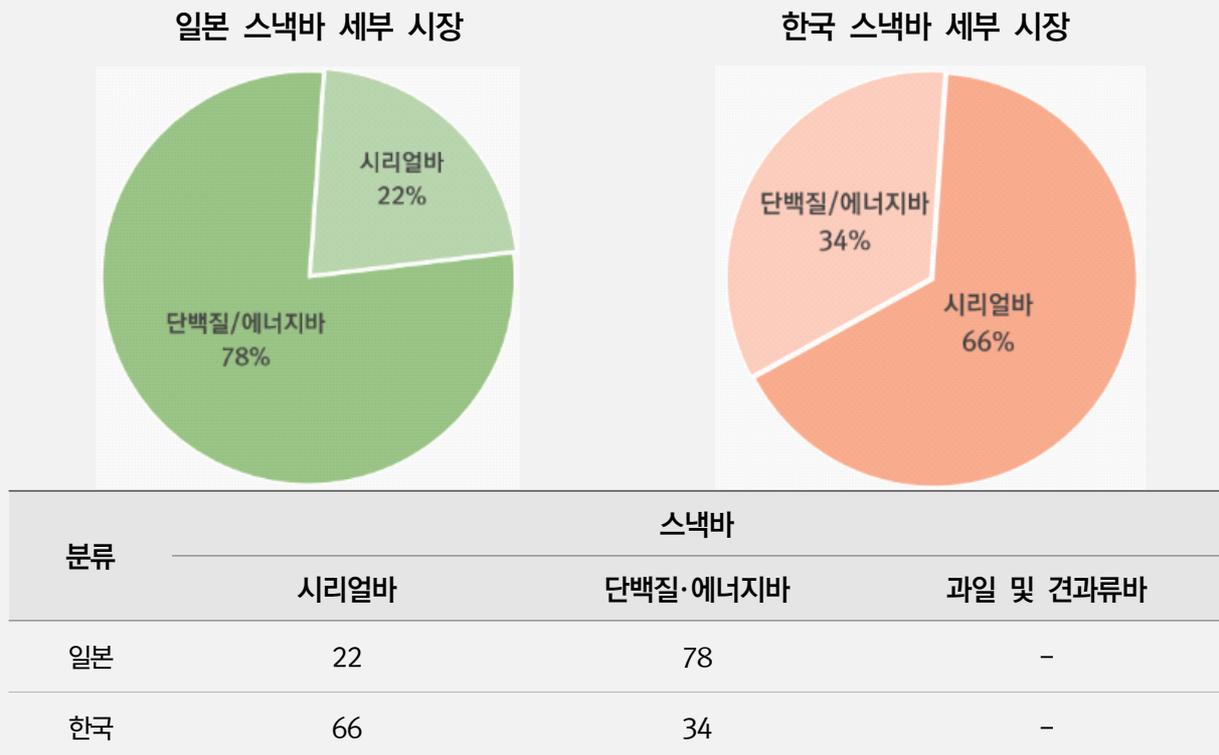
▶ 일본 스낵바 시장, 단백질·에너지바 점유율 약 78%로 압도적

일본 스낵바(약 7,864억 원) 세부 시장과 한국 스낵바(약 1,080억 원) 세부 시장을 비교했을 때, 두 국가의 스낵바 시장은 상반된 구조를 보임. 한국 스낵바 시장의 경우, 시리얼바가 점유율 66%를 차지하며 단백질·에너지바보다 우세함. 반면, 일본은 단백질·에너지바가 78%로 압도적인 시장점유율을 보임¹⁰⁾

이를 통해 일본 단백질·에너지바 시장의 절대적, 상대적 규모 모두 한국 대비 큰 것을 알 수 있음. 최근 일본에서는 코로나19로 인한 자택 격리 생활이 장기화됨에 따라 사람들이 일상에서 더 적은 칼로리를 소모하게 되면서, 고단백 식단에 대한 수요가 높아지는 추세임. 또한 일본 소비자들의 건강에 대한 의식이 높아지면서, 빠르고 편리하게 단백질을 보충할 수 있는 단백질·에너지바 제품들이 각광받고 있음. 이에 따라 일본 단백질·에너지바 시장은 제품 다양화 및 산업 범위 확대 등 긍정적인 현상이 전망됨¹¹⁾

[표 2.3] 2020년 일본, 한국 ‘스낵바’ 시장점유율¹²⁾

단위 : 백분율(%)



자료: 유로모니터(Euromonitor)

10) 유로모니터상 일본 스낵바 시장규모(약 750억 엔, 약 7,864억 원)과 한국 스낵바 시장규모(약 1,080억 원)의 시장점유율을 나타냄

11) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Japan」, 2021.07

12) 환산된 데이터(단위: 엔, 원)는 모두 반올림됨

4. 일본 단백질초코스낵 수입규모

HS CODE 1806.90

조사제품 '단백질초코스낵'은 '초콜릿과 코코아를 함유한 그 밖의 조제 식료품'으로 규정된 제1806호에 속하며, 그중 기타(Other)에 해당하는 HS CODE 1806.90을 지표로 선정함

▶ 일본 HS CODE 1806.90 수입액 최근 5년간 연평균 4% 증가

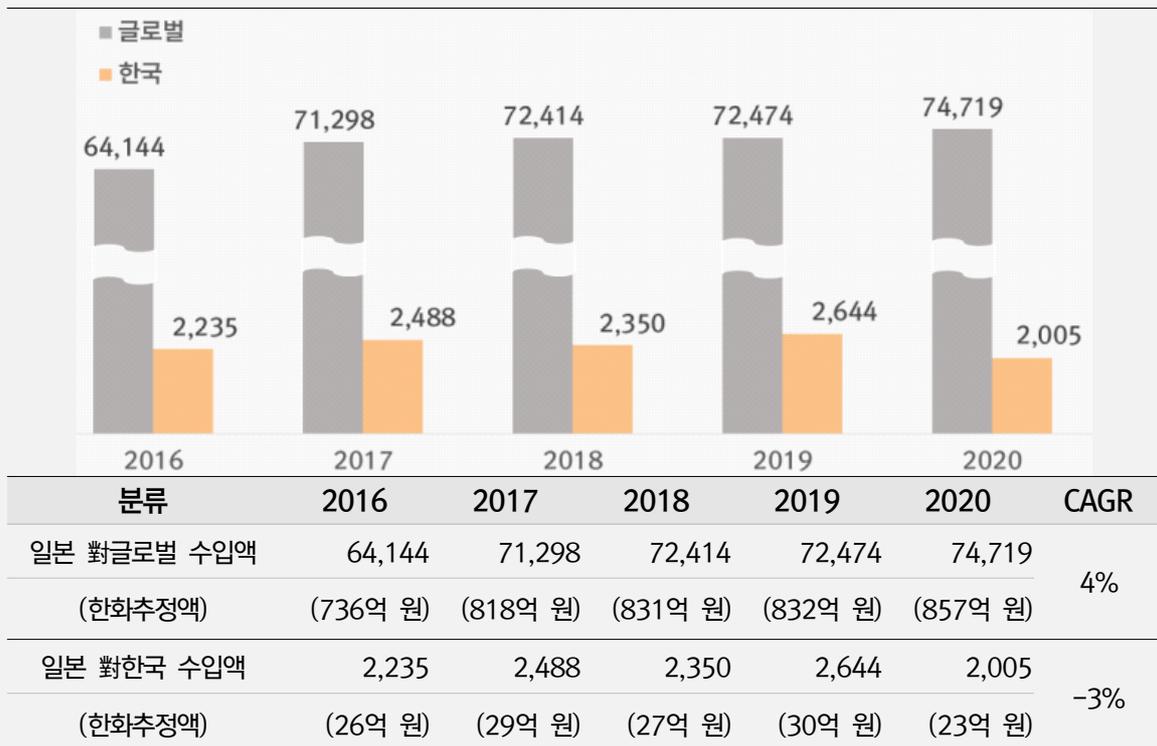
일본 HS CODE 1806.90 품목의 對글로벌 수입규모는 2020년 기준 약 857억 원을 기록하였으며, 최근 5년(2016-20년)간 연평균 4%씩 증가함. 반면, 일본 對한국 수입규모는 매년 증가와 감소를 반복하며 연평균 3%의 감소세를 보임

▶ 일본 HS CODE 1806.90 수입액 중 한국 점유율 3%

2020년 해당 HS CODE의 일본 對한국 수입액은 전년 대비 24% 감소한 약 23억 원을 기록하여, 일본 HS CODE 1806.90 수입액 중 점유율 3%로 글로벌 수입액 중 11위를 차지함. 1위는 미국으로, 2020년 기준 일본 對미국 수입액은 약 186억 원으로 확인되며 전체 수입액 중 22%를 차지함. 다음으로 프랑스(약 151억 원, 18%), 벨기에(약 97억 원, 11%), 중국(약 71억 원, 8%), 캐나다(약 42억 원, 5%) 순으로 뒤를 이음

[표 2.4] 일본 HS CODE 1806.90 수입규모¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1806.90 기준

13) 자료: ITC(International Trade Centre)

14) 1달러=1,147.40원 (2021.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 단백질초코스낵 수출규모

HS CODE 1806.90-9090

조사제품 '단백질초코스낵'에 해당하는 HS CODE 1806.90-9090(초콜릿 및 초콜릿 과자 이외 기타 코코아 조제품)의 한국 對글로벌, 對일본 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 對일본 HS CODE 1806.90-9090 수출액 6.9억 원, 3위 차지

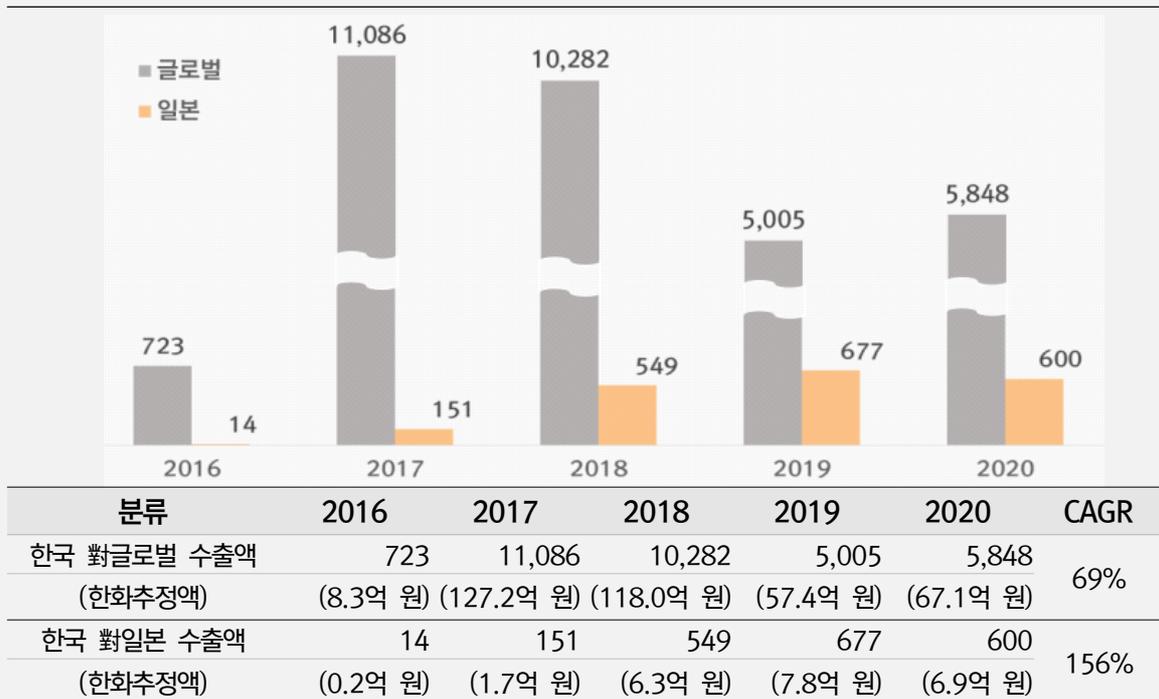
한국 HS CODE 1806.90-9090 품목의 對글로벌 수출규모는 지난 5년(2016-20년)간 연평균 69% 성장하며, 2020년 기준 약 67.1억 원을 기록함. 對일본 수출액은 6.9억 원으로, 전체 수출액의 10%를 차지하며 수출액 기준 3위를 차지함. 수출액 기준 1위는 말레이시아(약 23.6억 원, 35%), 2위는 홍콩(약 9.8억 원, 15%)으로 확인됨

▶ 한국 對일본 수출액, 최근 5년간 연평균 156% 성장

한국 HS CODE 1806.90-9090 품목의 對일본 수출규모는 최근 5년(2016-20년)간 연평균 156%의 큰 증가세를 보임. 특히 2017년에는 전년 대비 984% 성장하며 2018년까지 세 자릿수 대의 성장률을 유지하다 2019년 두 자릿수 대로 성장률이 둔화되었고, 2020년에는 전년 대비 12% 감소하며 주춤한 성장세를 보임

[표 2.5] 한국 HS CODE 1806.90-9090 수출규모¹⁶⁾¹⁷⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI, HS CODE 1806.90-9090 기준

16) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

17) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 일본 초코볼, 프리미엄 아몬드 초콜릿 다수
2. 일본 초코볼 브랜드, 선물용 제품 인기인 ‘빨간모자’ 1위
3. 일본 초코볼, ‘소금 맛’, ‘카라멜 맛’, ‘딸기 맛’ 인기
4. 일본 초코볼 특징, ‘단백질’ 키워드 빈도 수 2위
5. 일본 단백질초코스낵 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인매장 입점 단백질초코스낵 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 초코볼 (チョコレートボール)
- 데이터 수집량 : 3,623건
- 데이터 수집원 : 일본 라쿠텐 (www.rakuten.co.jp),
일본 아마존 (www.amazon.co.jp)

▶ 일본 온라인매장 입점 단백질초코스낵 제품 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 제품 유형 ② 제품 브랜드 ③ 제품 맛 ④ 제품 포장 및 특징

항목	키워드 (국문/현지어)		빈도	키워드 (국문/현지어)		빈도
제품 유형	아몬드	アーモンド	1,047	쇼콜라	ショコラ	420
	밀크	ミルク	1,034	다크	ダーク	201
	화이트	ホワイト	875	티라미수	ティラミス	92
제품 브랜드	빨간모자	赤い帽子	638	B사	(-)	62
	모리나가	森永製菓	393	마루문만	マルルンマン	8
	A사	(-)	104	코큐	呼吸	6
제품 맛	소금	食塩	708	건포도	レーズン	137
	카라멜	キャラメル	326	커피	コーヒー	135
	치즈	チーズ	299	딸기	イチゴ	72
	땅콩	ピーナッツ	217	크림 치즈	クリームチーズ	50
포장	팩	パック	165	통	ポット	19
	박스	箱入り	36	(-)	(-)	(-)
특징	선물	祝い	1,314	크리스마스	クリスマス	128
	단백질	プロテイン	442	할로윈	ハロウィン	107
	발렌타인	バレンタイン	221	고양이	ねこ	48

1. 일본 초코볼, 프리미엄 아몬드 초콜릿 다수

▶ 일본 ‘프리미엄 초콜릿’ 제품 다수 입점

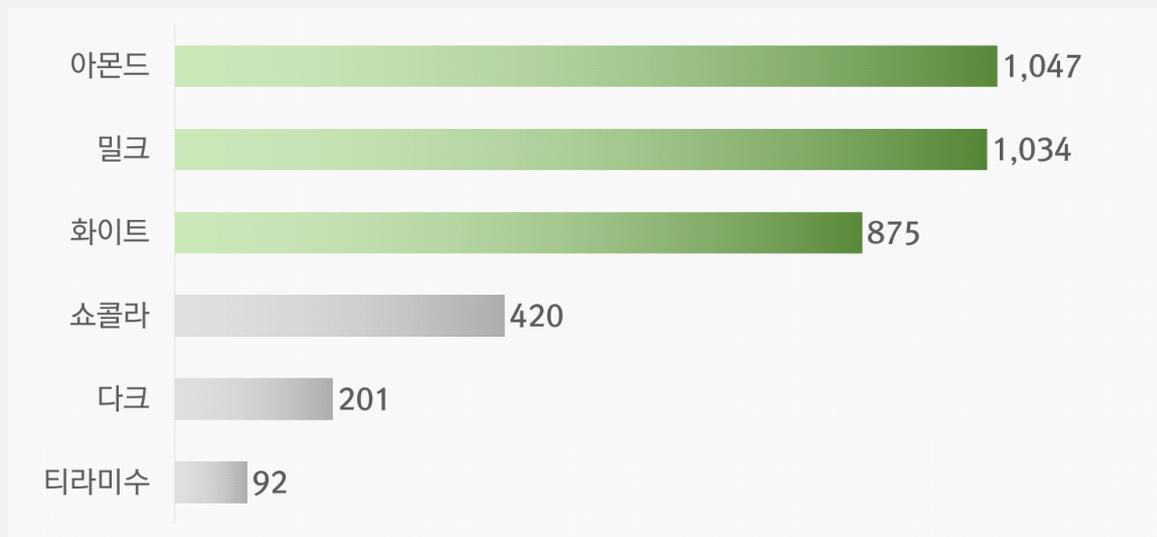
- 아몬드 초코볼, 슈퍼푸드(Super Food) 컨셉 홍보로 고가 판매
- 밀크 & 화이트 초코볼, 이벤트 및 선물용 패키징 구성

▶ 열대우림허브의 프리미엄 ‘아몬드 다크 초콜릿’ 홍보 컨셉

- ① 첨가제 Free, 100% 자연산 초콜릿
- ② 카카오 원산지 페루산 초콜릿
- ③ 식물성 유지(대두 레시틴) 미사용
- ④ 다크초콜릿 56% & 아몬드

1위 아몬드		2위 밀크		3위 화이트	
					
제품명	아몬드 다크 초콜릿 (アーモンドダークチョコレート)	제품명	유기와라 굴 초코볼 (湯河原みかんチョコボール)	제품명	빨간모자 화이트 초코볼 (赤い帽子 ホワイトチョコボール)
판매자	열대우림허브 (レインフォレストハーブジャパン)	판매자	티볼리 (TIVOLIスイーツファクトリー)	판매자	빨간모자 (赤い帽子)
용량/규격	500g	용량/규격	25개입	용량/규격	262g
가격	1,990엔(약 21,012원)	가격	735엔(약 7,706원)	가격	594엔(약 6,228원)

[표 3.1] 일본 초코볼 제품유형 관련 키워드



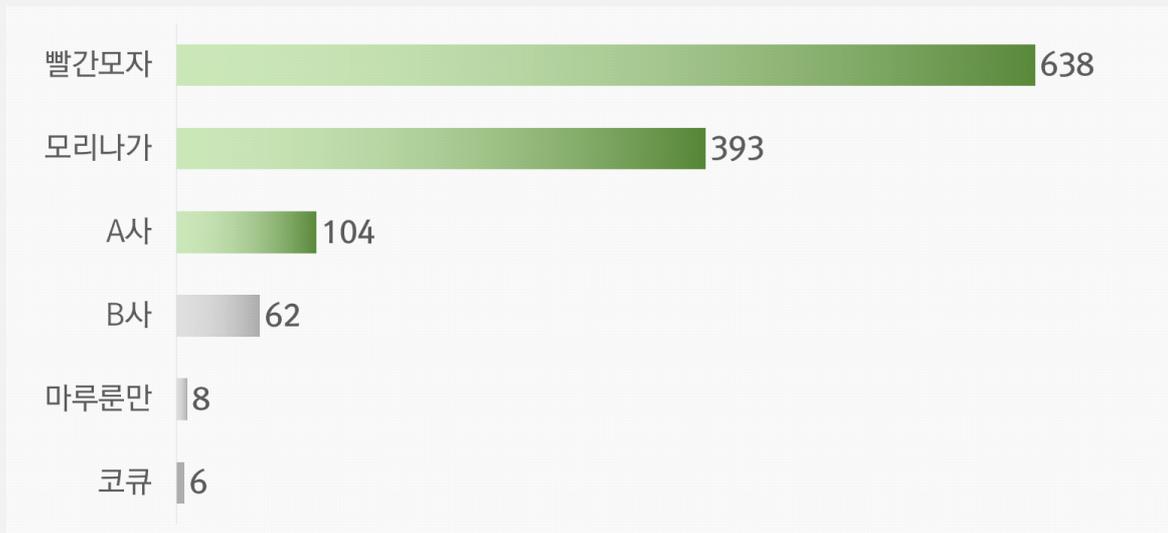
자료: 일본 온라인쇼핑몰 ‘초코볼’ 3,623건 분석

2. 일본 초코볼 브랜드, 선물용 제품 인기인 ‘빨간모자’ 1위

- ▶ 고급스러운 패키지로, 선물용 제품으로 인기 ‘빨간모자’
 - 프리미엄 & 선물용 제품으로 발전한 일본 초콜릿 소비 문화
 - 빨간모자 ‘일본의 프리미엄 소비 문화’를 이해한 패키징 전략 적용
- ▶ 일본 내 가장 대중적인 초코볼 브랜드 ‘모리나가’
 - 딸기, 카라멜, 땅콩, 매실, 소금 카라멜, 크림소다 등 다양한 맛 출시
- ▶ A사·B사 등 한국 제과기업 ‘초코볼 제품 일본 진출’
 - A사 아몬드 초코볼, B사 해바라기 초코볼 등 일본 시장 진출

1위 빨간모자		2위 모리나가		3위 A사	
					
제품명	빨간모자 화이트 초코볼 (赤い帽子 ホワイトチョコボール)	제품명	모리나가 땅콩 초코볼 (森永製菓 チョコボール <ピーナッツ>)	제품명	A사 아몬드 초코볼 (アーモンドチョコボール)
판매자	빨간모자 (赤い帽子)	판매자	모리나가 (森永製菓)	판매자	A사
용량/규격	262g	용량/규격	28g	용량/규격	70g
가격	594엔 (약 6,228원)	가격	119엔 (약 1,248원)	가격	337엔 (약 3,533원)

[표 3.2] 일본 초코볼 브랜드 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 ‘초코볼’ 3,623건 분석

3. 일본 초코볼, ‘소금 맛’, ‘카라멜 맛’, ‘딸기 맛’ 인기

▶ 일본의 소금 맛 열풍 ‘초코볼 시장’에도 영향

- 모리나가, 소금 카라멜·소금버터 맛 초코볼 제품 출시

▶ 가장 대중적인 초코볼 맛은 ‘일반 맛 외 카라멜 맛, 딸기 맛’

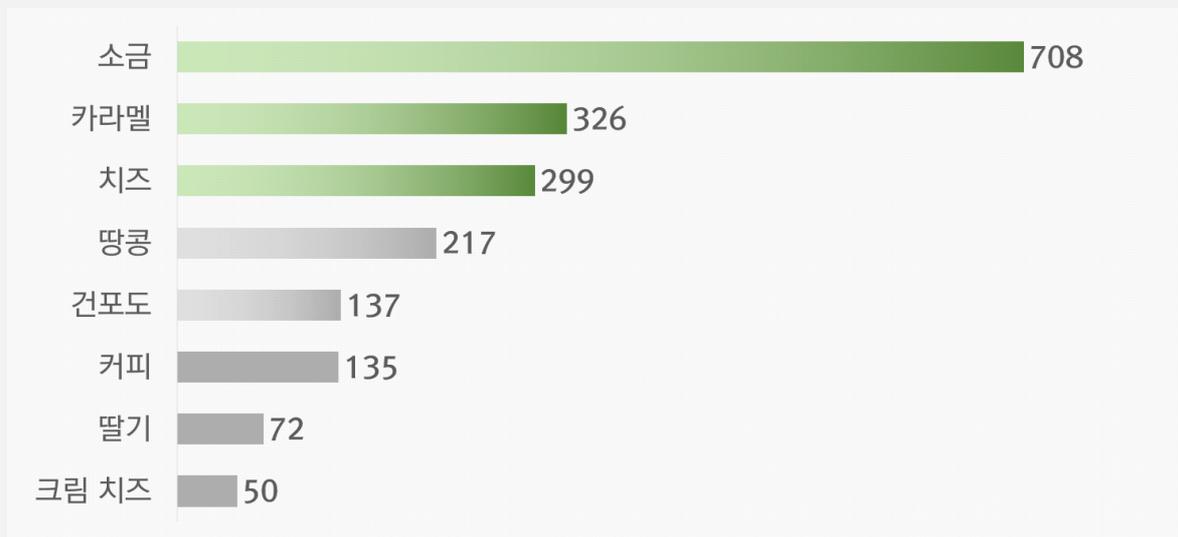
- 일본 내 가장 대중적인 초코볼 브랜드인 모리나가의 주력 맛은 ‘일반, 카라멜, 딸기 맛’ 등 3개

▶ 코큐(呼吸), 치즈 함유 프리미엄 초코볼 판매

- 코큐의 프리미엄 초코볼 가격대는 ‘경쟁사 대비 5-6배’

1위 소금		2위 카라멜		3위 치즈	
					
제품명	모리나가 소금 카라멜 초코볼 (塩キャラメル味)	제품명	모리나가 카라멜 초코볼 (森永製菓 チョコボール<キャラメル>)	제품명	코큐 밀크 초코 레귤러 (呼吸チョコ ミルク レギュラーサイズ)
판매자	모리나가 (森永製菓)	판매자	모리나가 (森永製菓)	판매자	코큐(呼吸)
용량/규격	38g	용량/규격	28g	용량/규격	25개입
가격	105엔(약 1,101원)	가격	119엔(약 1,248원)	가격	645엔(약 6,763원)

[표 3.3] 일본 초코볼 맛 관련 키워드



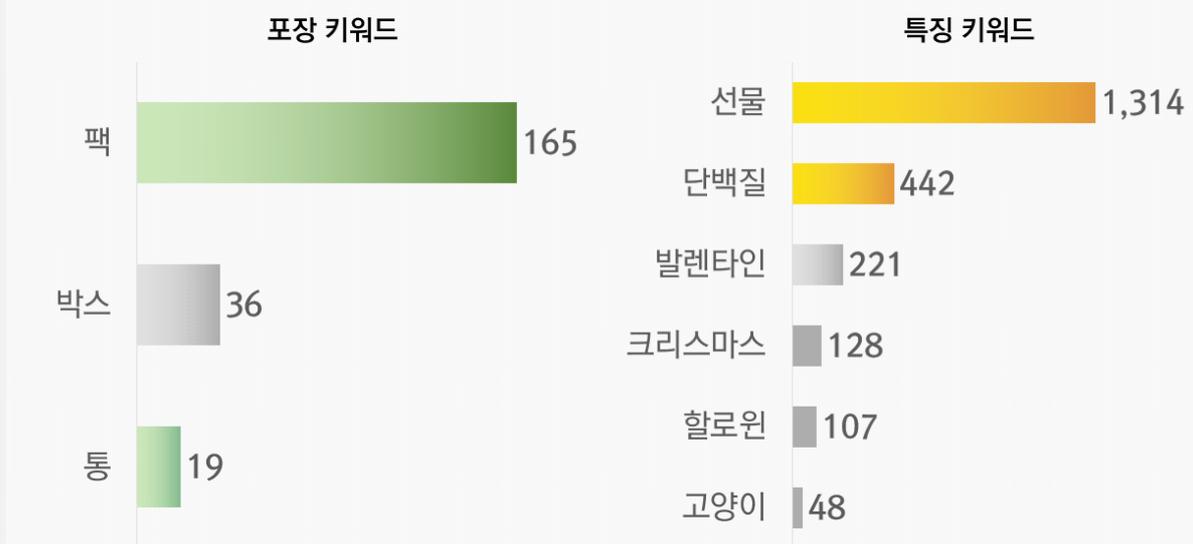
자료: 일본 온라인쇼핑몰 ‘초코볼’ 3,623건 분석

4. 일본 초코볼 특징, ‘단백질’ 키워드 빈도 수 2위

- ▶ 일본에서 가장 일반적인 초코볼 포장 형태는 ‘팩(Pack)’ 형태
 - 대중 브랜드 모리나가 제품 영향으로 ‘팩 형태’ 포장 다수 입점
- ▶ 프리미엄 시장 발전으로 인한 ‘연관 선물용 제품 다수’
 - 캐릭터 문화 발전, ‘고양이, 만화 캐릭터’ 등으로 포장된 초코볼 출시
- ▶ 단백질 제품
 - 도쿄초콜릿팜 ‘아몬드 형태 프리미엄 초코볼 판매’
 - 단백질을 강조하는 초콜릿, 일반적으로는 ‘초코바 형태’로 공급

1위 팩		3위 통		1위 선물		2위 단백질	
							
브랜드	모리나가 (森永製菓)	브랜드	다카오카 (高岡食品)	브랜드	(-)	브랜드	도쿄초콜릿팜 (東京チョコレートファーム)
패키지	팩(Pack)	패키지	통(ポット)	특징	선물용 캐릭터 포장	특징	아몬드 고단백 프리미엄 초코볼

[표 3.3] 일본 초코볼 포장 및 특징 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 ‘초코볼’ 3,623건 분석

5. 일본 단백질초코스낵 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 요구르트, 딸기, 바나나, 치즈 등의 다양한 맛 컨셉**
 - 단백질 초코볼 ‘딸기, 바나나, 치즈’ 등 다양한 맛 출시
 - 일반 초콜릿 맛 외 ‘카라멜, 딸기, 치즈’ 등의 결합 키워드 발생
- ▶ **컨셉 ② _ 다이어트 식사대용의 한끼 해결 컨셉**
 - 아사히(アサヒ), 단백질 강조 초코바 제품명은 ‘1개만족(1本満足)’
 - 다이어트(ダイエット), 식사(食事) 등의 결합 키워드 발생
- ▶ **컨셉 ③ _ 무설탕, 비타민, 글루텐프리 등의 건강 컨셉**
 - 단백질 초코볼 제품 관련 건강 키워드 多 발생
 - 설탕(砂糖), 비타민(ビタミン), 글루텐(グルテン) 등의 결합 키워드 발생
- ▶ **컨셉 ④ _ 아몬드 프리미엄 초코볼 선물용 컨셉**
 - 일본 초코볼 ‘선물용 소비 문화 발전’
 - ‘아몬드/단백질/초코볼’ 프리미엄 브랜드 ‘도쿄초콜릿팜’ 벤치마킹

제품 키워드	특징 키워드(1)	특징 키워드(2)	★결합 키워드 발생량	제품 컨셉
초코볼 (チョコレートボール)	단백질 (プロテイン)	요구르트 (ヨーグルト)	24건	[요구르트] 딸기, 바나나, 치즈 등 다양한 맛
초코볼 (チョコレートボール)	단백질 (プロテイン)	다이어트 (ダイエット)	17건	[다이어트] 식사대용의 한끼 해결 컨셉
초코볼 (チョコレートボール)	단백질 (プロテイン)	설탕 (砂糖)	9건	[무설탕] 비타민, 글루텐프리 등 건강 컨셉
초코볼 (チョコレートボール)	단백질 (プロテイン)	아몬드 (アーモンド)	5건	[아몬드] 프리미엄 초코볼 선물용 컨셉

★ 결합 키워드 발생량 : 제품/소비자/특징 키워드가 동시 출현한 제품 등록수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 일본 단백질초코스낵 유통채널 비교
2. 일본 단백질초코스낵 유통채널 특징

1. 일본 단백질초코스낵 유통채널 비교

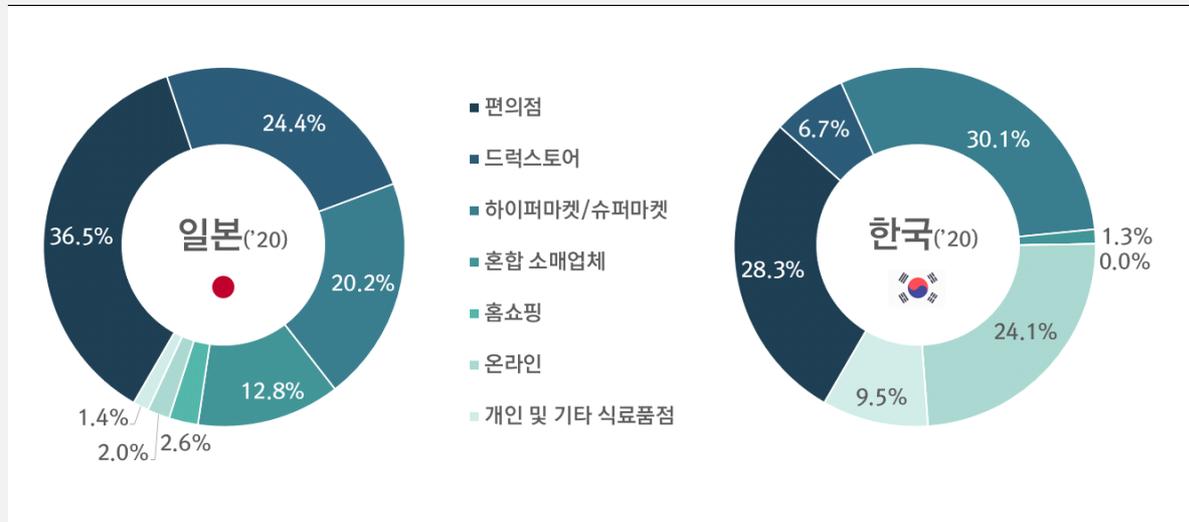
▶ 일본 단백질초코스낵 유통채널 ‘편의점’, ‘드럭스토어’, 한국보다 점유율 높아

2020년 일본 주요 단백질초코스낵 유통채널 중 한국 대비 점유율이 높은 유통채널은 ‘편의점’, ‘드럭스토어’임. 편의점 점유율은 단백질초코스낵 유통채널 점유율 중 36.5%를 차지함. 드럭스토어 유통채널 점유율 또한 24.4%로 한국 대비 높은 것으로 확인됨. ‘홈쇼핑’의 경우 일본에서만 이용되는 단백질초코스낵 유통채널로, 한국에서는 해당 채널들을 통해 유통하고 있지 않는 것으로 나타남

▶ 일본 단백질초코스낵 온라인 소비시장, 아직 발전단계

‘온라인’ 유통채널 점유율은 2.0%로 한국 온라인 채널 점유율인 24.1% 대비 월등히 낮아 아직 단백질초코스낵의 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 일본 단백질초코스낵 소매유통채널 점유율



소매유통채널 점유율¹⁸⁾¹⁹⁾²⁰⁾ 비교

일본	유형	한국
36.5%	편의점 ²¹⁾	28.3%
24.4%	드럭스토어 ²²⁾	6.7%
20.2%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	30.1%
12.8%	혼합 소매업체 ²³⁾	1.3%
2.6%	홈쇼핑	0.0%
2.0%	온라인	24.1%
1.4%	개인 및 기타 식료품점 ²⁴⁾	7.0%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

18) 2020년 기준, 일본 및 한국 ‘스낵바(Snack Bars)’의 B2C 소매유통채널 점유율임

19) ‘단백질초코스낵’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘스낵바(Snack Bars)’의 정보를 확인함

20) 데이터(단위: 백분율)는 모두 반올림됨

21) 본 보고서에서 편의점은 주유소매점을 포괄함

22) 본 보고서에서 드럭스토어는 헬스앤뷰티(H&B)를 포괄함

23) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

24) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 자판기와 직접판매를 포함함

2. 일본 단백질초코스낵 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

이온의 PB 제품,
‘프로틴 바 초코 시리얼’



사진자료:라이브도어

▶ 일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 이온 및 라이프

일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 이온(AEON)은 2020년 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 17조 5,300억 엔(약 183조 7,985억 원²⁵⁾)의 12.1%를 점유했으며, 산하에 맥스발루(MaxValu), 마루에츠(Maruetsu), 카스미(Kasumi) 등의 브랜드를 보유하고 있음. 라이프(Life)는 2020년 전체 매출액의 4.3%를 점유했으며 동명의 1개 브랜드를 두고 있음. 세븐앤아이홀딩스는 2020년 전체 매출액의 3.3%를 점유했으며, 산하에 요크(York), 이토요카도(Ito-Yokado) 등의 브랜드를 보유하고 있음

▶ 일본 주요 슈퍼마켓 업체 이온, PB 제품 단백질 초코바 출시²⁶⁾

이온의 자체 브랜드인 톱밸루(Topvalu)가 초콜릿 과자 ‘프로틴 바 초코 시리얼’을 출시하며 트위터를 비롯한 각종 SNS에서 화제임. 해당 제품의 가격은 98엔(약 1,028원)이며 15g의 단백질을 함유하고 있어 온라인 상에서 가성비 제품으로 일본 소비자의 눈길을 끌고 있는 것으로 나타남. 일본 네티즌 사이에서 맛, 건강, 가격을 모두 사로잡은 제품으로 평가되고 있으며, 해당 제품은 이온의 자사 슈퍼마켓인 맥스발루, 마루에츠 등에서 판매 중임

[표 4.2] 일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유(*20) ²⁷⁾	산하 주요 브랜드
1	이온(AEON)	12.1%	맥스발루(Maxvalu), 마루에츠(Maruetsu), 카스미(Kasumi)
2	라이프(Life)	4.3%	라이프(Life)
3	세븐앤아이홀딩스 (Seven&I Holdings)	3.3%	요크(York), 이토요카도(Ito-Yokado)
4	아크스(Arcs)	3.1%	라루즈(Ralse)
5	바로(Valor)	2.2%	바로(Valor)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

25) 100엔=1,048.48원(2021.08.01.L.L., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

26) 라이브도어(Livedoor), 「イオンのプロテインバーがハイコスパ! 98円でたんぱく質15gは優秀すぎ。」, 2020.09

27) 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

● 일본 교외 지역에 위치한 편의점



사진자료: 재팬가이드

▶ 일본 주요 편의점 업체, 세븐앤아이홀딩스

일본 주요 편의점 업체 세븐앤아이홀딩스(Seven&I Holdings)는 2020년 일본 편의점 전체 매출액 7조 7,760억 엔(약 81조 5,298억 원)의 43.0%를 점유했으며, 산하에 세븐일레븐(7-Eleven) 1개 브랜드를 보유함. 패밀리마트 유니홀딩스(Familymart Uny Holdings)는 2020년 전체 매출액의 25.0%를 점유했으며 산하에 패밀리마트(Familymart), 토모니(Tomony), 선쿠스(Sunkus) 등의 브랜드를 두고 있음

▶ 일본 교외화 현상, 편의점 업체 운영 전략에 영향²⁸⁾

코로나19 여파로 ‘탈도심화’ 현상이 일본 내 주목을 받으며 편의점 업체들의 운영 전략도 영향을 받을 것으로 나타남. 일본 편의점 산업의 선두기업인 세븐일레븐, 패밀리마트, 로손은 코로나19 시기에 매출 타격을 최소화해준 매장들이 대부분 교외지역에 위치한 매장이었으며, 교외지역 중심 출점 전략을 지속할 것이라고 밝힘

[표 4.3] 일본 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20) ²⁹⁾	산하 주요 브랜드
1	세븐앤아이홀딩스 (Seven&I Holdings)	43.0%	세븐일레븐(7-Eleven)
2	패밀리마트유니홀딩스 (Familymart Uny Holdings)	25.0%	패밀리마트(Familymart), 토모니(Tomony), 선쿠스(Sunkus)
3	로손(Lawson)	21.7%	로손(Lawson), 로손스토어100(Lawson Store 100)
4	야마자키베이킹 (Yamazaki Baking)	5.0%	야마자키숍(Yamazaki Shop), 데일리아마자키(Daily Yamazaki)
5	이온(AEON)	2.8%	미니스톱(Ministop)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

28) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Japan Country Report」, 2021.02

29) 일본 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 드렉스토어

● 마츠모토키요시의
20g 단백질 초코바



사진자료 : 피알타임즈

▶ 일본 주요 드렉스토어 업체, 웰시아 및 츠루하

일본 주요 드렉스토어 업체 웰시아홀딩스(Welcia Holdings)는 2020년 일본 드렉스토어 전체 매출액 15조 8,010억 엔(약 165조 6,703억 원)의 6.2%를 점유했으며 산하에 웰시아(Welcia) 1개 브랜드를 보유함. 츠루하(Tsuruha)는 2020년 전체 매출액의 5.6%를 점유했으며 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 일본 드렉스토어 업체 마츠모토키요시, 20g 함량 단백질 초코바 제품 출시³⁰⁾

일본 주요 드렉스토어 업체인 마츠모토키요시가 단백질 20g이 함유된 빅사이즈 프로틴 초코바와 스트로베리바를 출시함. 해당 제품은 업체의 PB 라인인 ‘마츠키요랩애슬릿(Matsukiyo Lab Athlete)’의 연간 매출 1위 제품인 단백질 15g이 들어간 단백질 초코바에서 크기를 늘린 제품으로 알려짐. 해당 업체 관계자는 “코로나19로 인해 집에 있는 시간이 증가하며, 정해진 시간에 세 번 식사를 하는 개념이 바뀌고 있다. 필요한 영양분을 효율적으로 섭취할 수 있는 만족도가 높은 식품의 필요성이 커지고 있다”며 제품 개발 배경에 대해 밝힘

[표 4.4] 일본 주요 드렉스토어

순번	기업명	드렉스토어 매출액 점유(*20) ³¹⁾	산하 주요 브랜드
1	웰시아홀딩스 (Welcia Holdings)	6.2%	웰시아(Welcia)
2	츠루하 (Tsuruha)	5.6%	츠루하(Tsuruha)
3	코스모스약품 (Cosmos Pharmaceutical)	4.6%	코스모스(Cosmos)
4	스기약국 (Sugi Pharmacy)	3.7%	스기약국(Sugi Pharmacy)
5	마츠모토키요시홀딩스 (Matsumoto Kiyoshi Holdings)	2.9%	마츠모토키요시(Matsumoto Kiyoshi)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

30) 피알타임즈(PRTimes), 「ドラッグストアでトップクラスの含有量! たんぱく質を20g配合したプロテインバー登場5月10日より「プロテインバーチョコレートビッグサイズ」, 2021.03

31) 일본 드렉스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

4) 온라인

● 일본 장년층의 온라인 시장 이용



사진자료:드림스타임

▶ 일본 주요 온라인 유통채널, 아마존 및 라쿠텐

일본 주요 온라인 유통채널 아마존(Amazon)은 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액 12조 3,020억 엔(약 128조 9,840억 원)의 14.8%를 점유했으며, 산하에 아마존재팬(Amazon Japan) 브랜드를 보유하고 있음. 라쿠텐(Rakuten)은 2020년 전체 매출액의 11.7%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 코로나19가 불러온 변화, 일본 장년층의 온라인 시장 참여³²⁾

코로나19 여파로 젊은 층 외 인구들의 일본 온라인 시장 이용률이 증가했음. 기존 온라인 시장의 주 이용층은 젊은 세대였지만, 코로나19 이후 이용 연령대의 범위가 넓어지고 있는 것으로 나타남. 일본 소비자 보호원(NCAC, National Consumer Affairs Center)에 따르면 고령층의 온라인 구매는 활발해졌지만, 그와 동시에 그들의 구매 관련 애로사항도 늘어난 것으로 나타남. 따라서 새로운 소비층에 알맞은 온라인 매장들의 대응 전략이 필요할 것으로 예상됨

[표 4.5] 일본 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20)	산하 주요 브랜드
1	아마존(Amazon)	14.8%	아마존재팬 (Amazon Japan)
2	라쿠텐(Rakuten)	11.7%	라쿠텐 (Rakuten)
3	소프트뱅크(Softbank)	10.7%	야후쇼핑 (Yahoo Shopping)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

32) 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02

V. 온라인 유통채널

1. 일본 단백질초코스낵 온라인 유통채널 종합분석
2. 일본 단백질초코스낵 주요 온라인 유통채널

1. 일본 단백질초코스낵 온라인 유통채널 종합분석

▶ 일본 온라인 유통매장별 단백질초코스낵 제품, 키워드에 따라 제품 분류

일본 내 단백질초코스낵 주요 온라인 유통채널로 온라인 쇼핑몰 아마존재팬(Amazon Japan)과 라쿠텐(Rakuten)을 조사한 결과, ‘단백질초코스낵’ 키워드로 검색 시 프로틴바와 프로틴볼이 주류를 이룸. 반면, ‘초코볼’ 키워드로 검색 시 일반 스낵류 초코볼 제품이 다수 검색되는 것으로 나타남

▶ 아마존 재팬, 일본 외 기타 해외 소비자들에게 제품 노출 용이

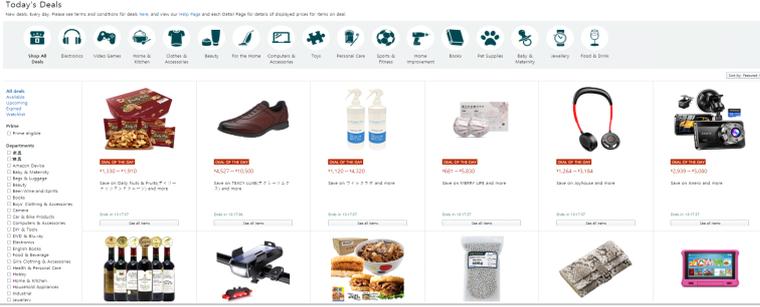
일본 온라인 유통매장 매출액 상위 2곳인 아마존재팬과 라쿠텐을 비교한 결과, 평점 상위 7개 제품 내 한국 제품은 없었음. 단백질초코스낵은 호주산, 영국산 등 수입산 제품들이 존재했으며, 일반 초코볼은 모두 일본 현지산 제품인 것으로 나타남. 그러나 한국 기업이 직접 판매 페이지를 만들어 진출할 수 있는 온라인 유통매장 특성상, 언어장벽이 비교적 낮고 일본 외 기타 해외 소비자들에게 제품이 노출될 수 있는 아마존재팬이 라쿠텐에 비해 진출이 용이한 유통매장으로 예상됨

[표 5.1] 일본 단백질초코스낵 온라인 유통매장 종합분석

매장명	단백질초코스낵		초코스낵	
	입점 여부	브랜드	입점 여부	브랜드
아마존재팬 (Amazon Japan)	○	비에스씨(BSC)	○	A사, 가바(Gaba)
라쿠텐 (Rakuten)	○	펄신(Pulsin) 도쿄초콜릿팜 (TokyoChocolateFarm)	○	모리나가 (Morinaga)

자료: 온라인 유통매장 조사 결과

2. 일본 단백질초코스낵 주요 온라인 유통채널 ① 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.co.jp		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문자수(최근 1개월)	6억 4,000만 회	
		앱다운로드수('20)	500만 회	
매출('20)		약 2,805억 달러(약 321조 8,457억 원 ³³⁾)		
운영방식		온라인마켓		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	비에스씨(BSC), 모리나가(Morinaga)	
		해외 판매	해외배송 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	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭 <ul style="list-style-type: none"> ① 아마존 셀러 계정 생성 ② 상품 리스팅 - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매업고량) • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +81-48-423-3941 - 이메일 : info@seoul-ichiba.com/haptele@gmail.com 		

자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 아마존(Amazon)

33) 1달러=1,147.40원(2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

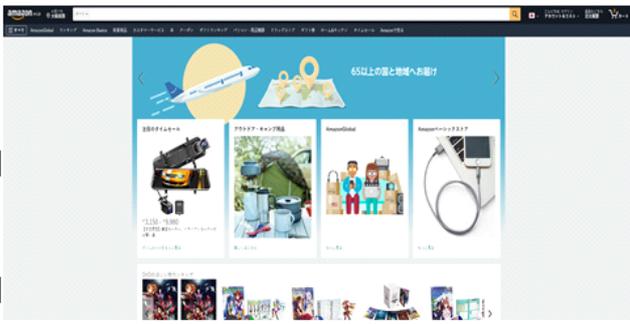
온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 결제수단 편의
신용카드 구입이 어려운 일본 온라인 쇼핑 시장을 고려, ATM기나 편의점을 통한송금 기능

2. 무료 배송
포인트를 이용한 무료 구매가 법률상 제한되자 무료배송과 할인상품권 지급

3. 구매 내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품제공



4. 아마존 프라임
연회비 지불을 통한 빠른 배송과 무료 영화, 음악 제공

5. 국제배송
타 국가에서도 일본 아마존에서의 구매 가능

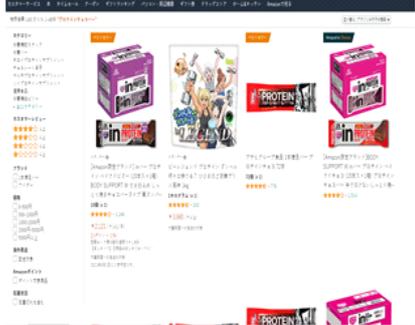
세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②

Amazon- 제품 구매 페이지

'단백질초코스넥' 제품 검색 결과

'단백질초코스넥' 제품 관련 검색결과 노출
원산지, 가격, 종류별로 세분화 분류 기능 제공



제품구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



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

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(평점 기준) ³⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	단백질 초코볼	비에스씨 (BSC)	하이프로틴볼 쿠키앤크림 +화이트초콜릿앤허니 (High protein ball cookie&cream+white chocolate&honey)	호주	4,802엔 (약 5만 348원 ³⁵⁾)	70g*12팩	
2	초코볼	모리나가 (Morinaga)	초코보루피넛츠 (Chokoboru pinattsu)	일본	1,800엔 (약 1만 8,873원)	28g*20팩	
3	초코볼	모리나가 (Morinaga)	초코보루카라메루 (Chokoboru kyarameru)	일본	1,800엔 (약 1만 8,873원)	28g*20팩	
4	초코볼	모리나가 (Morinaga)	초코보루이치고 (Chokoboru ichigo)	일본	1,800엔 (약 1만 8,873원)	25g*20팩	
5	초코볼	모리나가 (Morinaga)	초코보루피넛츠 푸치팻쿠 (Chokoboru pinattsu puchipakku)	일본	650엔 (약 6,815원)	79g	
6	초코볼	A사	아몬드초코레토 (Amondo Chokoreto)	일본	2,180엔 (약 2만 2,857원)	89g*10팩	
7	초코볼	가바 (Gaba)	에자키글리코 (Ezakiguriko)	일본	1,850엔 (약 1만 9,397원)	51g*10팩	

자료: 아마존재팬 단백질초코스낵 조사

사진 자료: 아마존재팬 단백질초코스낵 조사

34) 조사일(2021.08.24.) 기준 아마존재팬 단백질초코스낵 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

35) 100엔=1,048.48원(2021.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)		
	홈페이지	www.rakuten.com.jp		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문자수(최근 1개월)	4,200만 회	
		앱다운로드수('20)	30만 회	
매출('20)		약 1조 402억 엔(약 10조 9,063억 원)		
운영방식		온라인마켓		
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	펄신(Pulsin), 도쿄초콜릿팜(TokyoChocolateFarm)	
		해외 판매	해외배송 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매금액 페이백 이벤트, 포인트적립 등 다양한 프로모션 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 등록 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry) - 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호, 대표 Fax 번호, 대표자명) ② 운영담당자정보 (담당자명, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형) • 문의사항 연락처: 이메일: sales-list@rakuten.com 		

자료: 라쿠텐(Rakuten), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 다언어 사이트
일본, 대만, 독일, 프랑스, 미국의 사이트가 별도로 존재

2. 라쿠텐 신용카드
포인트 수급속도가 4배 빠르고 카드 계약 시 2천 포인트를 무료 제공

3. 구매 내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품제공

4. 해외 배송
타 국가 라쿠텐 아이디로 사용할 수 있는 글로벌 익스프레스 제공. 사이트언어는 해당 컴퓨터의 언어와 맞춤형 서비스

5. 핸드폰 서비스
1년 무료의 무제한 인터넷 서비스를 포함한 두개의 핸드폰 서비스 제공 중

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

온라인몰 UI ②

Rakuten- 제품 구매 페이지

'단백질초코스낵' 제품 검색 결과

'단백질초코스낵' 제품 관련 검색결과 노출
원산지, 가격, 종류별로 세분화 분류 가능 제공

제품구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

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

자료: 라쿠텐(Rakuten)
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트 (평점 기준) ³⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	단백질 초코볼	펄신 (Pulsin)	프로틴파워세트 (Protein Power set)	영국	1,805엔 (약 1만 8,925원)	단백질바 50g*2입, 단백질볼 45g*3입	
2	단백질 초코볼	펄신 (Pulsin)	프로틴파워세트 (Protein Power set)	영국	1,480엔 (약 1만 5,518원)	단백질바 50g*3입, 단백질볼 45g*1입	
3	단백질 초코볼	펄신 (Pulsin)	프로틴파워세트 (Protein Power set)	영국	2,052엔 (약 2만 1,515원)	단백질바 50g*4입, 단백질볼 45g*3입	
4	단백질 초코볼	도쿄초콜릿팜 (Tokyo Chocolate Farm)	넛스푸로테인 초코보루 (Nattsu purotein chokoboru)	일본	3,980엔 (약 4만 1,730원)	700g	
5	단백질 초코볼	도쿄초콜릿팜 (Tokyo Chocolate Farm)	넛스푸로테인 초코보루 (Nattsu purotein chokoboru)	일본	1,000엔 (약 1만 485원)	200g	
6	초코볼	모리나가 (Morinaga)	초코보루 이치고 (Chokoboru ichigo)	일본	1,540엔 (약 1만 6,147원)	25g*20팩	
7	초코볼	모리나가 (Morinaga)	초코보루 소카이 코라 (Chokoboru soki kora)	일본	1,780엔 (약 1만 8,663원)	25g*20팩	

자료: 라쿠텐 단백질초코스낵 조사
사진 자료: 라쿠텐 단백질초코스낵 조사

36) 조사일(2021.08.24.) 기준 라쿠텐 단백질초코스낵 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

VI. 오프라인 유통채널

1. 일본 단백질초코스낵 오프라인 유통채널 종합분석
2. 일본 단백질초코스낵 주요 오프라인 유통채널

1. 일본 단백질초코스낵 오프라인 유통채널 종합분석

▶ 일본 단백질초코스낵 유통채널 ‘하이퍼/슈퍼마켓’, ‘드럭스토어’, ‘편의점’ 조사

일본 단백질초코스낵 유통채널 점유율과 참여기업의 조사 희망 유통채널 유형을 고려하여 일본 단백질초코스낵 유통채널 유형으로 ‘하이퍼/슈퍼마켓’, ‘드럭스토어’, ‘편의점’을 조사함

▶ 일본 오프라인 매장 중 ‘라이프’ 방문 조사

일본 오프라인 유통매장 중 도쿄 도시마 센카와역 근처에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 라이프를 방문함. 카나메초에 인접한 센카와는 도시마구립 쿠마가이 모리카즈 미술관, 카나메초 트윈빌딩, 릿쿄대학 캠퍼스 등 상징적인 건물들과 인접한 지역임. 최근에는 한국인 외 외국인 수가 증가하여, 외국인들에 맞춘 상품들이 다수 등장 중인 것으로 나타남. 방문 조사한 매장 라이프는 중국 브랜드를 비롯해 일본 현지산 제품 초코볼을 판매하고 있었으며, 한국 제품은 취급하고 있지 않았음. 그 밖에 하이퍼마켓/슈퍼마켓 이토요카도, 편의점 세븐일레븐과 로손, 드럭스토어 웰시아와 츠루하를 선정하여 기본정보를 조사함

[표 6.1] 일본 단백질초코스낵 주요 오프라인 유통채널

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ³⁷⁾ /매장 수	유사제품 취급경험
1	라이프 (Life)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	약 2조 1,211억 엔 (약 22조 2,396억 원)	0
2	이토요카도 (Ito-Yokado)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	약 5,785억 엔 (약 6조 654억 원)	0
3	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 3조 3,437억 엔 (약 35조 578억 원)	0
4	로손 (Lawson)	편의점	약 1조 6,874억 엔 (약 17조 6,920억 원)	0
5	웰시아 (Welcia)	드럭스토어	약 9,797억 엔 (약 10조 2,716억 원)	0
6	츠루하 (Tsuruha)	드럭스토어	약 8,849억 엔 (약 9조 2,775억 원)	0

자료: 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

37) 100엔=1,048.48원(2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 단백질초코스낵 주요 오프라인 유통채널 ① 라이프

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.lifecorp.jp			
	위치	도쿄(Tokyo)			
	규모	매출액('20)	약 2조 1,211억 엔(약 22조 2,396억 원)		
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('19): 약 275개 직원 수('19): 약 2만 7,297명 			
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 라이프 코퍼레이션이 운영하는 슈퍼마켓 브랜드 일본에서 두 번째로 큰 슈퍼마켓 체인 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지 			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성	직업	직장인·주부
		연령대	20·30대	소득수준	중산층
방문매장 정보	영업시간	9:00 ~ 21:00			
	주소	〒171-0043 東京都豊島区要町3丁目4 5 - 4			
	상권	역 근처에 위치하여 유동인구가 매우 많음			
	VMD	취급 브랜드	마스(Mars), 메이지(Meiji), 모리나가(Morinaga)		
		진열 방식	카테고리별 진열		
매장 전경	 				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호 : +81-3-5807-5493 이메일 : s620@lifecorp.co.jp - 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이 			

자료: 라이프(Life)

사진 자료: 라이프 현지매장 방문조사

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



라이프(LIFE)는 초코볼 제품들을 스낵류로 모아 한 카테고리에 진열하고 있음. 원산지 구분은 하고 있지 않으며 같은 구역에 초코볼을 비롯한 초코바 및 캔디 등을 함께 배치하고 있음. 또한, 단백질이 함유된 제품은 건강식품 등으로 따로 분류하여 진열 중임

판매 직원 인터뷰

Q1. 가장 잘 팔리는 제품은?	마블(Marble) 초코볼이 가장 잘 판린다
Q2. 주요 소비 고객은?	청소년과 어린이들이 주요 소비 고객이다
Q3. 제품 할인행사나 프로모션은 있나?	매장 자체 프로모션은 없으나, 모리나가 브랜드 제품의 경우 스마트폰을 통해 미니 게임 이벤트를 진행하고, 상품으로 장난감을 증정하고 있다

자료: 라이프 현지매장 방문조사

사진 자료: 라이프 현지매장 방문조사

입점 제품 리스트						
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	이미지
1	초코볼	마스 (Mars)	엠엔엠 (M&M)	미국	108엔 (약 1,132원)	
2	초코볼	메이지 (Meiji)	초코베이비 (Chocobaby)	일본	115엔 (약 1,206원)	
3	초코볼	메이지 (Meiji)	마블 (Marble)	일본	115엔 (약 1,206원)	
4	초코볼	메이지 (Meiji)	커피비트 (Coffeebeat)	일본	115엔 (약 1,206원)	
5	초코볼	모리나가 (Morinaga)	초코볼 (Chocoball)	일본	80엔 (약 839원)	

자료: 라이프 현지매장 방문조사

사진 자료: 라이프 현지매장 방문조사

② 이토요카도

기업 기본 정보	기업명	이토요카도(Ito-Yokado)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.itoyokado.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('20)	약 5,785억 엔(약 6조 654억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('19): 약 158개 직원 수('19): 약 3만 4,000명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 세븐앤아이홀딩스(Seven & I Holdings)의 슈퍼마켓 브랜드 일본 슈퍼마켓 시장 점유율 3.3% 차지 기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 주력 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 곡물류, 캔디류, 음료류, 신선식품, 주류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 냉동식품, 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 생활용품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 하단 ‘その他’ 카테고리 ‘お問い合わせ’ 클릭 ‘お問い合わせフォーム’ 문의양식 작성 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 담당 부서와 연결 후 입점 진행 <ul style="list-style-type: none"> 유선 연락을 통한 문의 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호 : +81-3-6238-3132 	

자료: 이토요카도(Ito-Yokado), 유로모니터(Euromonitor), 류츠뉴스(Ryutsuu), 피알타임즈(PR Times)

사진 자료: 이토요카도(Ito-Yokado)

③ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.sej.co.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액('20)	약 3조 3,437억 엔(약 35조 578억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('19): 약 275개 직원 수('19): 약 2만 7,297명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 2018년 점포 수 2만 개 돌파 2020년 11월 21일 인기 디저트 브랜드 도쿄바나나 한정판 포켓몬 에디션 세븐일레븐 매장에서 구매 가능 			



매장정보	입점 가능 품목	즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 제과류, 서적류, 화장품, 위생용품 등	
	선호 제품	신선도 높은 식품, 건강식품 및 유기농 식품, 가정간편식	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> SEVEN&I 홈페이지를 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 첨부 파일 작성하여 이메일로 송부 (7andi.com/en/csr/suppliers/helpline.html) 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +81-3-5793-4370 - 이메일 : 7andi-helpline@integrex.jp
-------------	---------------------	--

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 세븐아이홀딩스(Seven&I Holdings)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

④ 로손

기업 기본 정보	기업명	로손(Lawson)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	www.lawson.co.jp			
	위치	도쿄(Tokyo)			
	규모	매출액('20)	약 1조 6,874억 엔(약 17조 6,920억 원)		
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('19): 약 1만 4,659개 직원 수('19): 약 1만 7,395명 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1975년 설립, 2001년 미쓰시비 상사가 인수하여 자회사로 편입 세븐일레븐, 패밀리마트 다음으로 일본 내 규모가 큰 편의점 체인점 				

매장정보	입점 가능 품목	즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 제과류, 서적류, 화장품, 위생용품 등		
	선호 제품	디저트류 스낵		
	매장 전경	 		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선전화를 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 홈페이지 내 공급자가 지켜야할 'Trading policy' 존재 문의사항 연락처 - 전화번호 : +81-120-07-3963
-------------	---------------------	---

자료: 로손(Lawson)

사진 자료: 로손(Lawson)

⑤ 웰시아

기업 기본 정보	기업명	웰시아(Welcia)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	www.welcia.co.jp			
	위치	도쿄(Tokyo)			
	규모	매출액('20)	약 9,797억 엔(약 10조 2,716억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('19): 약 1,745개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 매장의 70%가 약국과 병설 • 매장의 24%를 24시간 오픈하는 것을 목표 • 현지 의료기관 및 간호시설과 협력하여 운영 • 홈케어지원 서비스인 '웰시아널싱서비스(Welcia Nursing Service)' 제공 				

매장정보	입점 가능 품목	건강보조식품, 음료류, 스낵류, 유제품, 화장품, 애완용품, 생활용품 등	
	선호 제품	의약품, 뷰티제품, 헬스케어제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 우편을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보와 문의사항을 하기 우편 주소로 송부 (2-2-15, Sotokanda, Chiyoda Ku, Tokyo To, 101-0021, Japan) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 담당 바이어 전달 및 회신 • 문의사항 연락처: <ul style="list-style-type: none"> - +81-120-119-358 	
-------------	---------------------	---	--

자료: 웰시아(Welcia)

사진 자료: 누트라인그리디언츠아시아(Nutraingredients-Asia), 아시아니케이(Asia Nikkei)

⑥ 츠루하

기업 기본 정보	기업명	츠루하(Tsuruha)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.tsuruha.co.jp		
	위치	삿포로(Sapporo)		
	규모	매출액('20)	약 8,849억 엔 (약 9조 2,775억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('19): 약 2,000개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 진단서 처방 서비스 제공 • 메일을 통한 주문 서비스 제공 • 엠즈원('M's one), 라빌라비타(La VILLA VITA) 등 자사 제품 브랜드 보유 			
매장정보	입점가능품목	건강보조식품, 음료류, 즉석식품, 생활용품, 유아용품, 화장품, 위생용품 등		
	선호제품	건강식품, 유기농식품		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 우편을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 'お店とチラシを検索'에서 입점 희망 매장 검색 - 도쿄 신주쿠점: <ul style="list-style-type: none"> 〒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 <ul style="list-style-type: none"> 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 이메일로는 입점 문의를 받지 않음 • 문의사항 연락처 전화: +81(0)3-5729-7681 		

자료: 츠루하(Tsuruha)

사진 자료: 온토세(Ontose), 츠루하(Tsuruha)

Ⅶ. 진입장벽

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

1. 일본 단백질초코스낵 통관 및 검역 절차³⁸⁾

▶ 일본 단백질초코스낵 통관 검역 절차

일본에 단백질초코스낵 수출 시 통관 검역 절차는 하기 표와 같음. 통관 사전 검토 시 일본 후생노동성 사전등록은 필수이며, 국내 담당 기관을 통해 등록할 수 있음. 일본으로 가공식품 수출 시 취득해야 하는 필수 인증은 없으며, 일본이나 글로벌 선택 인증을 취득하여 활용할 수 있음

[표 7.1] 일본 단백질초코스낵 통관 검역 절차



자료: 관세청, 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산업성(農林水産省)

38) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

2. 일본 단백질초코스낵 품질 인증

▶ 일본 단백질초코스낵, 필수 인증 無

일본으로 단백질초코스낵 수출 시 필수로 받아야 하는 인증은 없음, 다만, 일본 후생노동성에 사전등록은 필수임. 또한, 선택적으로 식품 품질에 관한 인증인 JAS 인증을 받을 수 있음. 그 외에도 HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증도 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음

[표 7.2] 일본 단백질초코스낵 인증 취득 정보

순번	인증명	취득 정보	
1	일본 후생노동성 사전등록 	취지	<ul style="list-style-type: none"> 일본 식품위생법에 반하는 식품 등 수입 사전 방지 식품 안전성 확보 수입절차 간소화 및 소요 시간 단축
		근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 일본 후생노동성
		적용품목	<ul style="list-style-type: none"> 농·축·수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품첨가물
		취득절차	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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 	
2	JAS 인증 	취지	<ul style="list-style-type: none"> 식품의 품질 개선 및 거래의 단순화, 생산과 소비의 합리화를 촉진하고자 제정됨
		기관	<ul style="list-style-type: none"> 후생노동성 지정 인증기관
		취득절차	<ul style="list-style-type: none"> 서류 제출 > 서류 평가 > 현장 평가 > 개선요구 > 인증 > 사후관리
		필요서류	<ul style="list-style-type: none"> 신청서, 회사 정보, 제조과정 정보 등

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산업성(農林水産省), 「식품위생법(食品衛生法)」(2020 개정)

3. 일본 단백질초코스낵 라벨링

[표 7.3] 일본 단백질초코스낵 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 명칭	<ul style="list-style-type: none"> • 품명, 종류별, 명칭 등을 기재
	2. 원재료명	<ul style="list-style-type: none"> • 사용한 원재료를 식품첨가물과 식품첨가물 이외의 원재료로 구분하여 규정에 따라 기재할 것 • 식품첨가물은 중량 배합 많은 순으로 기재할 것 • 식품첨가물 이외의 원재료는 중량 배합 많은 순서를 따르되 가장 일반적 이름으로 기재할 것 • 식품첨가물 이외의 원재료가 2가지 이상(복합 원재료)인 경우 괄호 안에 배합률 높은 순으로 기재할 것 (단, 주원료에 5% 미만이면 생략 가능)
	3. 내용량 (또는 고품량, 내용 총량)	<ul style="list-style-type: none"> • 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재할 것 • 고품물에 충전액 더한 경우 내용량 대신 고품량과 내용 총량 함께 적을 것 (예: 통조림, 병조림)
	4. 유통기한 ³⁹⁾	<ul style="list-style-type: none"> • 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한 설정하고 표기할 의무와 책임이 있음 • 제조부터 유통기한까지 3개월 이내의 경우: ‘평성 26년 5월 31일’, ‘26.5.31’, ‘2014.05.31.’, ‘14.5.31’ 중 선택 가능함 • 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. 보존방법	<ul style="list-style-type: none"> • ‘직사광선을 피하고 상온에서 보존’, ‘10℃ 이하에서 보존’, 또는 ‘개봉 후 냉장’ 등의 유의사항 기재 • 상온 보존 이외에 특별한 유의사항이 없는 경우에는 생략 가능
	6. 영양성분 및 열량	<ul style="list-style-type: none"> • 영양성분 표시는 실제 성분량과 비교하여 이상이 없어야 함 • 의무 표시정보: 에너지, 단백질, 지질, 탄수화물, 나트륨(식염 상당량) • 권장 표시정보: 포화지방산, 식이섬유 • 기타 표시정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁)

39) 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 7.3] 일본 단백질초코스낵 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	7. 알레르겐	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 원재료 등⁴⁰⁾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 표시할 것 • ‘00을 포함’이라는 문구의 00에는 특정 원재료 등 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 ‘00 유래’로 표시할 것 • 2019년 9월 아몬드가 특정 알레르기 물질로 포함되어 제품 패키지에 알레르기 유발물질 표기하도록 추가됨 • 표시 의무 사항은 밀가루, 땅콩을 포함한 7품목임 • 표시 권장 사항은 캐슈넛, 호두, 아몬드를 포함한 21품목임
	8. 식품첨가물	<ul style="list-style-type: none"> • 지정첨가물: 후생노동 대신이 지정한 436품목 • 기존첨가물: 일본에서 이미 사용 중이거나 장기간 사용된 것, 또는 예외로 지정받지 않은 치자 색소, 감 탄닌 등 365품목 • 천연향료 (동식물 유래 물질로 식품에 향 첨가를 목적으로 사용되는 바닐라 향료, 계 향료 등 약 600품목) • 일반 음식 첨가물로 사용되는 것 (딸기 주스, 한천 등 약 100품목) • 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로서, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 인정하지 않음 • 원재료 표시란에 원재료와 식품첨가물을 구분하여 표기해야 하며, 식품첨가물이 많은 순으로 표시해야 함
	9. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 수입품의 경우에는 원산지국을 표시할 것
	10. 수입업체 및 제조업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소를 기재할 것
	11. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> • 단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것
	12. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 일본어로 표기할 것 • 글자의 최소 크기는 8포인트로 할 것

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁)

40) 식품표시기준에서 정한 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것

▶ 일본 단백질초코스낵 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일문]

[앞면 - 국문]

- ① チョコボール (ピーナッツ)
- ② スマホで遊べる!
カメラを箱にかざしてチョコボール工場を
救え!
- ③ 側面をみてね
- ④ <準チョコレート菓子>
- ⑤ チョロちゃん

- ① 초코볼(피넛)
- ② 스마트폰으로 즐길 수 있어!
카메라를 상자에 가져다 대어 초코볼
공장을 구하라
- ③ 옆면을 봐주세요
- ④ <준 초콜릿 과자>
- ⑤ 초로짱

[뒷면 - 일문]

[뒷면 - 국문]

- ① 遊びたいチョコちゃん缶
当たる!
ここを見てね!
キョロック!
羽をバタバタ!
- ② くちばしに金のエレゼルが出たら1枚で1
缶、銀なら5枚で1缶、おもちゃのカンジメを
プレゼント。

住所・氏名・年齢・電話番号を明記し、は
がき又は封書でお送りください。(缶は約3
週間で発送します)

- ③ 送付先:
〒110-8691 日本郵便株式会社
上野郵便局・郵便私書箱第123号
カンヅメ係

- ① 놀고 싶은 초로짱 캔
당첨!
여기를 봐봐!
(의성어)
날개를 파닥파닥!
- ② 부리에 금 엘레젤이 나오면 1장에
1캔, 은이라면 5장에 1캔, 그리고 장난감
칸지메를 선물로 드립니다.

주소, 성명, 나이, 전화번호를 엽서 또는
봉서에 적어 보내 주십시오. (캔은 약 3주
안에 발송됩니다)

- ③ 보내는 곳:
(우)110-8691 일본우편주식회사
우에노우체국 우편 사서함 제123호
캔드메계

④ おもちゃのキャンディ
プレゼントキャンペーン事務局
0120-280-963
⑤ 名称：準チョコレート菓子

⑥ 原材料名：
-ピーナッツ
-砂糖
-植物油脂
-カカオマス
-全粉乳
-小麦粉
-とうもろこしでん粉
-水あめ
-ホエイパウダー
-乳糖
-ミルクカルシウム
-食塩/光沢剤
-乳化剤(大豆由来)
-香料

⑦ 内容量：28g

⑧ 賞味期限：
概則フィルム(左側面)に記載

⑨ 保存方法：
直射日光を避けて28℃以下で保存してください。

⑩ 製造者：森永製菓株式会社
〒108-8403 東京都港区芝5-33-1

⑪ 製造所：森永製菓株式会社 小山工場
栃木県小山市大字出井1523-1

⑫ 原材料に含まれるアレルギー物質
(27品目中)：
小麦 乳 落花生 大豆
- 卵を含む製品と共通の
設備で製造しています。

⑬ 開封後はお早めにお召し上がり
ください。

④ 장난감간지메
선물 캠페인 사무국
0120-280-963
⑤ 명칭: 준 초콜릿 과자

⑥ 원재료명:
- 땅콩
- 설탕
- 식물성 유지
- 코코아 매스
- 전분유
- 밀가루
- 옥수수 전분
- 물엿
- 유청 분말
- 유당
- 우유 칼슘
- 식염/광택제
- 유화제(대두 유래)
- 향료

⑦ 내용량: 28g

⑧ 상미기한(유통기한):
바깥 필름(왼쪽 측면에 기재)

⑨ 보존방법:
직사광선을 피해 28℃ 이하에서 보관해
주십시오.

⑩ 제조자: 모리히제과주식회사
(우108-8403 도쿄도 미나토구 시바
5-33-1)

⑪ 제조원:
모리히제과주식회사 오야마공장 도치기현
오야마시 다이지이데이 1523-1

⑫ 원재료에 포함된 알레르기원
(27가지 중):
밀, 우유, 땅콩, 콩
- 계란을 포함한 제품과 같은 시설에서
제조되고 있습니다.

⑬ 개봉 후에는 빨리 드세요.

⑭ 虫害を防ぐため清潔なところに保管してください。

⑮ チョコレートは高温になると油脂分が溶け、冷えると白く固まることがあります。

召し上がってもさしつかえありませんが、風味の店では劣ります。

⑯ 不都合品はお取替え致します。

⑰ お問い合わせ先：
森氷製菓（株）お客様相談室
0120-560162

⑭ 충해를 방지하기 위해 청결한 곳에 보관하십시오.

⑮ 초콜릿은 고온이 되면 유지분이 녹고, 식으면 하얗게 굳을 수가 있습니다.

드셔도 영양상 이상은 없지만, 풍미의 질은 떨어집니다.

⑯ 불량품은 교환해 드립니다.

⑰ 문의처:
모리히제과(주) 고객 상담실
0120-560162



[옆면 라벨링 1]

[옆면 라벨링 2]

[아랫면 라벨링]

[옆면 1 - 일본]

- ① スマホで遊ぼう!
- ② キョロちゃんクエスト
- ③ チョコボール工場を救えるクエ?
- ④ ゲームをクリアするには商品(箱)の読み取りが必要だよ
- ⑤ 詳しくはこちら
- ⑥ 2022.02
- ⑦ 栄養成分表示1箱(28g)当たり:

エネルギー	160kcal
タンパク質	3.5g
脂質	10.3g
炭水化物	13.4g
食塩相当量	0.045g
カルシウム	29mg

[옆면 1 - 국문]

- ① 스마트폰으로 놀자!
- ② 쿨로짱 퀘스트
- ③ 초코볼 공장을 구할 수 있다?
- ④ 게임을 클리어하기 위해서는 상품(박스)의 스캔이 필요해!
- ⑤ 자세한 내용은 여기에
- ⑥ 유통기한: 2022년 2월까지
- ⑦ 영양성분표시 1박스(28g) 당:

에너지(칼로리)	160kcal
단백질	3.5g
지방	10.3g
탄수화물	13.4g
식염상당량	0.045g
칼슘	29mg

[옆면 2 - 일문]	[옆면 2 - 국문]
<p>① 上におしあげあげてください。</p> <p>のど詰まりしないよう、小さなお子様や高齢の方が召し上がる際は、そばで見守ってください。</p> <p>② FSCミックス FSC * C 015741</p> <p>③ クリस्प チョコ ピーナッツ</p>	<p>① 위를 눌러 열어주세요.</p> <p>내용물이 목에 걸리지 않도록, 어린이가 먹을 때나 노약자가 드실 때는 옆에서 지켜봐주세요.</p> <p>② FSC믹스 FSC * C 015741</p> <p>③ 크리스피 초코 땅콩</p>
[아랫면 - 일문]	[아랫면 - 국문]
<p>① プラ・外袋フィルム</p> <p>② 紙・外箱</p> <p>③ ベルマーク番号26</p> <p>④ 森氷製菓・0.5点</p> <p>⑤ http://kyorochan.jp</p> <p>⑥ この製品は外側を透明フィルムで密封包装しています。</p>	<p>① 겉포장: 플라스틱 봉투 필름</p> <p>② 용기: 종이 박스</p> <p>③ 벨마크 번호 26번</p> <p>④ 모리히제과 0.5점</p> <p>⑤ 홈페이지: http://kyorochan.jp</p> <p>⑥ 이 제품은 겉면을 투명한 필름으로 밀봉포장하고 있습니다.</p>

4. 일본 단백질초코스낵 식품첨가물 및 유해물질

▶ 식품첨가물

일본 후생노동성(MHLW)은 식품위생법(1947년 12월 법률 제233호)에 근거하여 사용 가능한 식품첨가물의 목록과 그에 따른 사용기준을 정하고 있음. 해당 법률 12조에 따르면 규제 대상에 속하는 식품첨가물 종류에는 지정첨가물, 기존첨가물, 그리고 천연향료 등이 있음. 특히, 지정첨가물과 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로, 이 리스트에 기재되지 않은 첨가물의 사용은 허용되지 않음

[표 7.4] 코코아가공품류에 적용되는 식품첨가물 분석⁴¹⁾

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량
1	산성 백토 (물 불용성 미네랄)	acid clay (water-insoluble minerals)	식품의 0.50% 이하(식품의 제조 또는 가공상 필요불가결한 경우 이외 사용금지)
2	벤토나이트	bentonite	
3	규조토	diatomaceous earth	
4	고령석	kaolin	
5	펄라이트	perlite	
6	모래	sand (water-insoluble minerals)	
7	비수용성 미네랄	water-insoluble minerals	
8	활석	talc	
9	제2인산칼슘	calcium monohydrogen phosphate	칼슘으로서 1.00% 이하 (식품의 제조 또는 가공상 필요불가결한 경우 및 영양 목적에 한함. 사용량에 대해서는 특별용도 표시의 허가 또는 승인을 받은 경우에는 이에 한하지 않음)
10	제3인산칼슘	tricalcium phosphate	
11	젖산칼슘	calcium lactate	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁), KATI농식품수출정보

41) 고객사의 단백질초코스낵에 적용되는 일본 식품첨가물 기준을 분석한 결과 중 일부임. 더 자세한 규정 및 기준은 일본 후생노동성(MHLW) 홈페이지 혹은 KATI농식품수출정보에서 확인할 수 있음

[표 7.4] 코코아가공품류에 적용되는 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량
12	폴리소르베이트 20	polysorbate 20	폴리소르베이트80으로서 5.00g/kg 이하 (폴리소르베이트20, 폴리소르베이트60, 폴리소르베이트65 혹은 폴리소르베이트80 중 1종 이상을 병용하는 경우에 있어서는, 각각의 사용량의 합이 폴리소르베이트80으로서 기준치 이하이어야 함)
13	폴리소르베이트 60	polysorbate 60	
14	폴리소르베이트 65	polysorbate 65	
15	폴리소르베이트 80	polysorbate 80 (polyoxyethylene sorbitan monooleate)	
16	규소수지	silicone resin	0.05g/kg 이하(거품 제거의 목적 이외 사용금지)
17	이산화규소	silicon dioxide (fine)	2.00%(특정 보건용 식품인 캡슐 및 정제, 영양 기능 식품인 캡슐 및 정제 이외의 식품에 규산 칼슘과 병용할 경우에는 각각의 사용량 합, 모유대체품 및 이유식에는 사용불가)
18	메틸셀룰로오스	methyl cellulose	2.00% 이하(카르복시메틸셀룰로오스칼슘, 카르복시메틸셀룰로오스나트륨, 카복시메틸스타치나트륨, 전분인산나트륨 및 메틸셀룰로스 중 1종 이상과 병용하는 경우는 그 사용량 합이 2.0% 이하)
19	과산화아세트산	peracetic acid	일반사용기준 (과산화제제로서 사용하는 경우 이외 사용불가)
20	베타카로틴	β -carotene	일반사용기준(보존기준: 차광된 밀봉용기에 넣어 공기를 불활성 기체로 바꿔 보존)
21	싸이오에터	thioether	일반사용기준(단, 독성이 강하다고 일반적으로 인정되는 것 제외, 착향의 목적 이외 사용금지)
22	싸이올	thiols	
23	지방족고급알코올류	aliphatic higher aldehydes	
24	지방족고급탄화수소	aliphatic higher hydrocarbons	
25	이소티오시아네이트	isothiocyanates	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁), KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

일본 후생노동성(MHLW)은 유해물질에 대해서 식품의 성분규격을 정하고 있음. 식품위생법(1947년 12월 법률 제233호)에 근거하여 식품위생법 관련 고시 및 성령(省令)에서 식품의 성분규격과 유해물질의 기준치를 규정하고 있음. 그리고 적은 수의 유해물질에 대해서는 별도의 통지로 잠정적 규제치 및 식품위생법 제6조를 위반하는 경우로 정하고 있음. 하기 표는 고객사의 단백질초코스낵에 적용되는 일본 유해물질 규정을 분석한 결과임. 자세한 규정은 일본 후생노동성 또는 일본 소비자청 홈페이지에서 확인 가능함

[표 7.5] 코코아가공품류에 대해 별도로 설정된 유해물질 기준

순번	유해물질명	함량정보	식품유형	분류 PVO ⁴²⁾
1	Aflatoxin B1	10ppb 이하	코코아가공품류	O
2	Symphytum (comfrey)	불검출 ⁴³⁾	코코아가공품류	O

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁), KATI농식품수출정보

42) 유해물질 분류(P, V, O): 농약(P) : Pesticide, 동물용의약품(V) : Veterinary medicine, 기타(O) : Others

43) 불검출 : 해당품목에 검출되면 안 된다는 의미

▶ 알레르겐

특정 원재료를 사용한 가공식품 및 특정 원재료에서 유래하는 첨가물을 함유한 식품은 알레르기 유발물질을 표시할 의무가 있음. 개별 표시의 원칙에 준한 표시 방법은 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것(이하 ‘특정 원재료 등’이라 함)을 원재료로 포함하는 경우에는 원칙적으로 원재료명 바로 뒤에, 괄호 안에 특정 원재료 등을 포함하고 있음을 표시함. 일본에서 식품 유통 시에 패키지에 표시해야 하는 알레르기 유발 물질 및 표시 의무 여부는 하기 표와 같음

[표 7.6] 고객사 단백질초코스낵 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상	순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	새우	15	권장	호두
2	의무	계	16	권장	깨
3	의무	밀가루	17	권장	연어
4	의무	메밀	18	권장	고등어
5	의무	계란	19	권장	대두
6	의무	우유	20	권장	닭고기
7	의무	땅콩	21	권장	바나나
8	권장	전복	22	권장	돈육
9	권장	오징어	23	권장	송이버섯
10	권장	연어알	24	권장	복숭아
11	권장	오렌지	25	권장	참마
12	권장	캐슈넛	26	권장	사과
13	권장	키위 과일	27	권장	젤라틴
14	권장	우육	28	권장	아몬드

자료: 일본 소비자청(消費者庁)

VIII. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 세이조이시이(成城石井)

Interview ② (주)본(ボン商会株式会社)

Interview ③ (주)리본식품(リボン食品株式会社)

Interview ④ (주)내추럴에디픽(エディフィック株式会社)

Interview ① 세이조이시이(成城石井)

44)

세이조이시이
(成城石井)

유통업체

담당자 정보

Product Development
Department

세이조이시이(成城石井)

Product Development Department

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

세이조이시이는 1927년에 설립된 일본 대형 슈퍼마켓 체인으로, 주로 간토와 간사이 지역에 입점해있습니다. 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있으며 유럽, 미국 등의 수입식품을 취급하고 있습니다.

Q. 최근 일본 내 '건강'에 대한 트렌드는 어떤가요?

몇 년 전부터 일본에서 건강에 대한 인식이 증가하였으며, 소비자들도 건강한 식품을 선호하고 있습니다. 게다가 코로나19가 장기화되면서 소비자들이 집 안에 머무르는 시간이 길어지다 보니 활동이 제한되면서 건강식품을 찾고 있는 추세입니다.

Q. 일본 내 단백질초코스낵의 수요는 어떤가요?

현재 일본에서 땅콩 맛, 과일 맛, 카라멜 맛, 초콜릿 맛 등 다양한 프로틴바 제품이 출시됨에 따라 소비자들 사이에서 인기 제품들이 입소문을 타고 있습니다. 그중에서도 단백질 초코바는 인기 있는 제품 중 하나입니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 일본에서 판매되기에 적절한가요?

현재 일본에서는 30-50g 프로틴바 제품이 250-300엔(한화 약 2,620-3,140원⁴⁵⁾)에 판매되고 있습니다. 고객사 제품이 30g에 100엔(한화 약 1,050원)이라면, 일본 내 편의점이나 슈퍼마켓에서 판매되었을 때 유사제품 대비 경쟁력 있는 가격인 것으로 보입니다.

44) 사진자료: 세이조이시이(成城石井) 홈페이지

45) 100엔=1,048.48원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 일본에서 초코스낵의 경우, 소용량과 대용량 중 어떤 제품의 수요가 높나요?

저희 업체는 프리미엄 슈퍼마켓이다 보니, 가격대가 있는 수입제품을 주로 취급하고 있습니다. 그렇기 때문에 대용량보다는 소용량 제품을 판매하고 있으며 가장 큰 용량의 제품은 500g 정도입니다.

Q. 소용량 초코스낵의 주요 유통채널은 무엇인가요?

일본에서 초코볼, 단백질 초코바 등을 포함한 초코스낵의 경우 오프라인과 온라인을 가리지 않고 잘 판매되고 있습니다. 오프라인에서는 주로 편의점, 슈퍼마켓에서 판매되고 있으며 온라인 쇼핑몰은 라쿠텐(楽天)이나 야후(ヤフー)가 대표적입니다.

Interview ② (주)본(ボン商会株式会社)

46/47)

(주)본
(ボン商会株式会社)

유통업체

담당자 정보

E-Commerce
Department(주)본(ボン商会株式会社)
E-Commerce Department

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

(주)본은 1950년에 설립된 슈퍼마켓으로, 오사카 혼마치에서 매장을 운영하고 있으며 온라인으로는 라쿠텐(楽天), 야후(ヤフー), 아마존(Amazon)에서 도/소매로 제품을 판매하고 있습니다. 주로 스낵류, 주류 등 다양한 수입제품을 취급하고 있습니다.

Q. 최근 일본 초코스낵 시장에서도 ‘건강’이 트렌드로 떠오르고 있나요?

현재 일본에서는 건강한 성분 및 제품에 대한 관심이 늘어남에 따라 ‘혈당지수가 낮음’, ‘저당’ 등을 강조하여 홍보하는 초코스낵 제품이 늘어났습니다. 일본 대표 쇼핑몰인 라쿠텐에서는 제품명 뒤에 태그로 ‘저당류(低糖質)’, ‘당질제한(糖質制限)’ 등을 붙여 판매하고 있는 제품도 다수 찾아볼 수 있습니다.

Q. 일본 내 단백질 초코볼의 수요는 어떤가요?

일본 내 인기 있는 프로틴바 제품으로는 잇폰만조쿠(一本満足), 모리나가(森永製菓)의 in프로틴바, 식스팩(Sixpack) 프로틴바 등이 있습니다. 특히 프로틴바는 다양한 플레이버가 있기 때문에 초콜릿 맛 프로틴바에 대한 수요도 어느 정도 있는 편입니다. 그러나, 일본에서 단백질 초코볼 제품은 잘 찾아볼 수 없습니다.

Q. 일본 내 한국산 초코스낵의 인식 및 수요는 어떤가요?

몇 년 전부터 일본에서 한국 과자 및 간식이 인기를 끌기 시작하였습니다. 한국산 과자류의 수입액도 늘고 있는 추세이며, 그 중 초콜릿 스낵의 비중이 가장 큼니다. 저희 업체에서도 한국산 초코스낵을 판매하고 있긴 하지만, 현재까지 눈에 띄는 수요의 변화는 없습니다.

46) 사진자료: (주)본(ボン商会株式会社) 홈페이지

47) 사진자료: 야후(ヤフー) 홈페이지

Q. 고객사 제품의 가격이 일본에서 판매되기에 적절한가요?

라쿠텐에서 in프로틴바는 44g*12개 입에 1,560엔(한화 약 16,360원)에 판매되고 있습니다. 고객사 제품이 일본에서 30g에 100엔(한화 약 1,050원)에 판매된다면 경쟁 제품 대비 적절한 가격인 것으로 보입니다.

Q. 일본에서 초코스낵의 경우, 소용량과 대용량 중 어떤 제품의 수요가 높나요?

저희 업체의 경우 소용량과 대용량 제품 모두를 다양하게 취급하고 있는데, 소용량 제품의 수요가 더 높은 편입니다. 소비자 피드백 중 다양한 플레이버의 소용량 제품을 몇 가지 골라 구매할 수 있다는 점이 좋았다는 의견이 있었습니다.

Interview ③ (주)리본식품(リボン食品株式会社)

48)49)

(주)리본식품
(リボン食品株式会社)

식품 제조·판매업체

담당자 정보

Product Development
Department



(주)리본식품(リボン食品株式会社)

Product Development Department

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

(주)리본식품은 1907년에 설립된 식품 제조·판매업체로, 오사카에 본사를 두고 있습니다. 주로 마가린과 파이 반죽 등의 베이킹 재료를 취급하고 있으며 자사 온라인 쇼핑몰인 셰프파이랩(Chef's Pie Lab)과 일본 대표 온라인 쇼핑몰인 라쿠텐(楽天)에서 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 최근 일본 초코스낵 시장에서도 '건강'이 트렌드로 떠오르고 있나요?

최근 일본에서는 과자뿐만 아니라 빵, 면 등의 밀가루 음식 섭취 시 건강을 중요시하는 소비자들이 늘어나고 있습니다. 코로나19로 인해 다양한 기능성 초콜릿 제품이 출시되었고, 판매량도 증가했습니다. 저희 업체에서도 저당류 제품을 주로 취급하고 있습니다.

Q. 일본 내 단백질 초코볼의 수요는 어떤가요?

현재 일본 현지의 슈퍼마켓, 편의점, 온라인 쇼핑몰 등에서는 다양한 형태와 플레이버의 프로틴바를 판매하고 있으며, 그 중 초콜릿 맛 제품도 많습니다. 단백질 초코바는 쉽게 먹을 수 있기 때문에 소비자들이 주로 간식으로 섭취하고 있습니다. 프로틴바의 특유의 맛을 싫어하는 소비자들에게는 초코볼 제품의 수요도 있을 것으로 보입니다.

Q. 일본에서 초코스낵의 경우, 소용량과 대용량 중 어떤 제품의 수요가 높나요?

저희 업체는 B2B를 대상으로 하는 도매유통업체이기 때문에 10g*30개 입과 같은 대용량 제품을 주로 취급하고 있습니다. 그러나, 최근 소용량 제품을 선호하는 소비자들의 니즈에 맞추어 소용량 제품도 취급하기 시작했습니다.

48) 사진자료: (주)리본식품(リボン食品株式会社) 홈페이지

49) 사진자료: 라쿠텐(楽天) 홈페이지

Interview ④ (주)내추럴에디픽(エディフィック株式会社)

50)51)

(주)내추럴에디픽
(エディフィック株式会社)

수입·유통업체

담당자 정보

Natural Trade
Department

NATURAL EDIFIC

(주)내추럴에디픽(エディフィック株式会社)
Natural Trade Department

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

(주)내추럴에디픽은 1986년에 설립된 식품 수입·유통업체로 요코하마에 본사를 두고 있습니다. 유기농, 글루텐프리, 비건, Non-GMO 식품을 주로 수입하고 있으며 유기농 식품의 경우 JAS 인증을 받은 제품을 취급하고 있습니다.

Q. 최근 일본 초코스낵 시장에서도 ‘건강’이 트렌드로 떠오르고 있나요?

저희 업체는 유기농/내추럴 제품을 전문적으로 취급하고 있기 때문에 일본 내 건강 트렌드를 잘 파악하고 있습니다. 현재 일본에서는 코로나19 발생 이후부터 건강을 중요시하는 소비자들이 늘어나고 있으며 기능성 식품의 소비도 증가하였습니다. 저희 업체에서도 프로틴볼, 저당 초콜릿 등을 판매하고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 일본에서 판매되기에 적절한가요?

저희 업체의 경우 유기농 제품을 판매하고 있어 가격대가 높은 편이며, 주로 여성 소비자들을 타겟으로 하여 소용량 제품을 주로 판매하고 있습니다. 현재 일본 내 단백질 초코볼의 수요는 어느 정도 있는 편입니다. 자사 제품은 45g에 390엔(한화 약 4,090원)에 판매하고 있는데, 이와 비교하였을 때 고객사 제품의 가격은 저렴한 편입니다.

Q. 일본 내 한국산 초코스낵의 인식 및 수요는 어떤가요?

일본 내 한국산 제품에 대한 인식은 좋은 편입니다. 일본에 한류 문화가 크게 인기를 끌면서, 특히 한국을 방문해본 적 있는 소비자들 사이에서 한국 과자에 대한 관심이 증가했습니다. 일본에서는 잘 찾아볼 수 없는 특색 있는 한국 과자 제품이 인기 있습니다.

50) 사진자료: (주)내추럴에디픽(エディフィック株式会社) 홈페이지

51) 사진자료: 라쿠텐(楽天) 홈페이지

일본(Japan) 단백질초코스낵 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 단백질초코스낵 수입·유통업체 ○	세이조이시이 (成城石井)	(주)본 (ボン商会 株式会社)	(주)리본식품 (リボン食品 株式会社)	(주)내추럴에디픽 (エディフィック 株式会社)
	업체 ▶ 유통업체	유통업체	유통업체	식품 제조·판매업체
초코 스낵 ▶ 취급				
	초콜릿 볼	초콜릿 볼	초콜릿 볼	단백질 초코볼
사진 자료: 세이조이시이, 야후, 라쿠텐 제품 판매 페이지				

일본(Japan) 단백질초코스낵 수입·유통업체 인터뷰 요약			
고객사	트렌드	단백질초코스낵 수요	제품 피드백
세이조이시이 (成城石井) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 건강에 대한 인식 증가 다양한 플레이버의 프로틴바 인기 추세 	<ul style="list-style-type: none"> 단백질 초코바 인기 오프라인과 온라인 채널에서 모두 활발히 판매 중 	<ul style="list-style-type: none"> 가격 경쟁력 있음
(주)본 (ボン商会 株式会社) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> '저당'에 대한 관심 증가 한국 과자, 특히 초콜릿 스낵 인기 	<ul style="list-style-type: none"> 단백질 초코볼에 대한 인지도 낮음 	<ul style="list-style-type: none"> 가격 적절함 소용량 제품의 수요 높음
(주)리본식품 (リボン食品 株式会社) 식품 제조·판매업체	<ul style="list-style-type: none"> 기능성 초콜릿 제품 인기 	<ul style="list-style-type: none"> 단백질 초코바를 간식으로 주로 섭취 	<ul style="list-style-type: none"> 소용량 제품에 대한 소비자 니즈 증가
(주)내추럴에디픽 (エディフィック 株式会社) 수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 건강에 대한 관심도 증가 기능성 식품 소비 증가 한국산 제품에 대한 인식 좋음 	<ul style="list-style-type: none"> 단백질 초코볼 수요 있음 	<ul style="list-style-type: none"> 가격 저렴한 편
(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 4개사			

IX. 시사점

Export Insights

시장수요 일본 단백질·에너지바 시장규모, 한국의 약 17배



일본 단백질·에너지바 시장규모는 약 6,186억 원으로, 약 360억 원을 기록한 한국 동일 시장의 17배에 해당함. 스낵바 제품 중 '시리얼 바'가 보편적인 한국과 달리, 일본은 단백질·에너지바 시장이 보다 발전한 것으로 확인됨

유로모니터에 의하면, 일본 단백질·에너지바는 2020년에 강한 성장을 보였으며 2021년에도 안정적인 수요를 유지할 것으로 예상됨. 일본에서는 단백질이 건강, 체중 및 일반적인 건강 관리에 중요한 것으로 간주되며 관심이 증가하고 있음. 이에 따라, 단백질 섭취량을 빠르고 간편하게 보충할 수 있는 단백질·에너지바에 대한 수요가 증가함. 2018년 아사히(Asahi)社の '1개만족(1本満足)' 단백질 제품 시리즈가 출시, 즉시 매진되며 해당 시장의 변화를 주도하였음

다만, 수입유통업체 인터뷰 결과 대부분의 수입유통업체가 단백질 초코바 대비 단백질 초코볼 제품의 낮은 인지도에 대해 답변해 주의할 필요가 있음



일본 온라인 초코볼 특징 관련 키워드

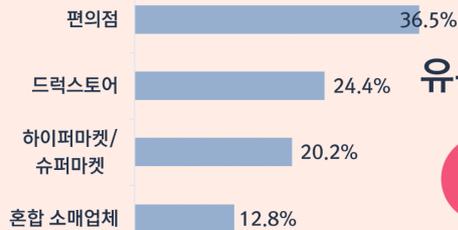
소비 특징

일본 초코볼 특징
키워드,
선물 1위, 단백질 2위



일본 초코볼 특징으로 '선물' 키워드가 1위를 차지함. 일본은 발렌타인데이가 초콜릿 판매에 매우 중요한 날로, 연인이 아닌 우정이나 직장 간의 관계에도 고마움을 표시하기 위해 초콜릿을 주고받는 소비 특징을 가짐. 이에 따라 선물용 프리미엄 초콜릿 시장이 발달했으며, 실제 온라인 쇼핑물 분석 결과 프리미엄 아몬드 초코볼, 밀크 & 화이트 초코볼 등이 빈출함. 반면, 코로나19 및 사회적 거리두기 조치, 재택근무 조치로 인해 선물을 주고받는 소비 행태가 감소하면서 2021년 일본 초콜릿 시장은 타격을 받음

초코볼 특징 키워드 2위로 단백질이 도출되어 고객사에게 기회 요인으로 확인됨. 일본 소비자의 건강에 대한 관심이 스낵류 및 초콜릿류까지 확장되면서, 일본 선도기업은 건강한 초콜릿을 지속적으로 출시하고 있음. 메이지(Meiji)社와 롯데는 프리바이오틱 올리고과당을 이용해 단맛을 내는 프로바이오틱스/프리바이오틱스 초콜릿 브랜드를 출시한 바 있음



일본 단백질초코스낵 유통채널 점유율

유통채널



단백질초코스낵의 상위 카테고리인 일본 스낵바 시장의 유통채널 확인 결과 '편의점' 점유율이 약 36%로 한국보다 10%p 가량 높았으며, 하이퍼/슈퍼마켓 점유율이 10%p 가량 낮음. 또한 드럭스토어(한국 6.7%, 일본 24.4%)로의 판매가 발전한 것으로 확인됨. 반면 온라인 점유율은 한국 대비 20%p 이상 낮았음

일본 주요 슈퍼마켓인 이온과 드럭스토어 마츠모토키요시가 PB 초코 프로틴바를 출시하여, 초코 프로틴바에 대한 높은 수요를 확인함



Export Insights

수출 확대 전략



다양한 맛 가미한
저가형 단백질 초코볼 추천



일본 현지 인기
단백질 초코볼

Point 01 신제품 개발 고객사 단백질 초코스낵은 아직 본격적인 제품 개발 전으로, 일본 현지 인기 제품의 특징을 반영한 제품 개발이 가능함. 일본 스낵 시장은 2010년부터 프리미엄 소비와 저가 소비가 양분화되었으며, 초코볼 시장 또한 현지 대기업 위주로 프리미엄 시장이 매우 발달함. 고객사 제품의 강점인 높은 가격 경쟁력을 내세워, 일본 현지 소비자들이 선호하는 소금 맛, 카라멜 맛, 치즈 맛 등 다양한 맛의 소용량 제품 라인을 출시한다면 시장 진입이 가능할 것으로 예상됨

수출 확대 전략



단백질 초코바와의
결합 판매 추천



일본 인기 단백질
초코볼+초코바

Point 02 패키징 일본 소비자들의 건강 지향성이 스낵류 및 초콜릿류까지 확대되고, 특히 단백질 성분에 대한 관심이 증가함에 따라 단백질초코스낵 수요는 향후 긍정적으로 전망됨. 다만, 현지 수입유통업체 인터뷰 결과 유기농 식품 취급 한 기업체를 제외하고는 단백질 초코스낵 중 '볼(Ball)' 형태의 인지도 및 수요가 다소 낮다는 답변을 확인함. 이에, 단백질 초코스낵을 여러 형태로 출시해 결합 판매하거나, 초코볼 형태만의 강점을 살려 셀링포인트로 홍보할 필요가 있음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 라이브도어(Livedoor), 「イオンのプロテインバーがハイコスパ! 98円でたんぱく質15gは優秀すぎ。」2020.09
2. 피알타임즈(PRTimes), 「ドラッグストアでトップクラスの含有量! たんぱく質を20g配合したプロテインバー登場5月10日より「プロテインバーチョコレート ビッグサイズ」, 2021.03
3. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Japan Country Report」, 2021.02

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
4. 라쿠텐(Rakuten), (www.rakuten.co.jp)
5. 아마존(Amazon), (www.amazon.co.jp)
6. 모리나가(Morinaga), (www.morinaga.co.jp)
7. 도쿄초콜릿팜(Tokyo Chocolate Farm), (chocolatefarm.tokyo)
8. 아시아니케이(Asia Nikkei) (www.asia.nikkei.com)
9. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
10. 누트라인그리디언츠아시아(Nutraingredients-Asia) (www.nutraingredients-asia.com)
11. 아시아니케이(Asia Nikkei) (www.asia.nikkei.com)
12. 웰시아(Welcia) (www.welcia.co.jp)
13. 츠루하(Tsuruha) (www.tsuruha.co.jp)
14. 온토세(Ontose) (www.ontose.com)
15. 류츠뉴스(RyutsuNews) (www.ryutsu.biz)
16. 피알타임즈(PRTimes) (www.prtimes.com)
17. 이토요카도(Ito-Yokado) (www.itoyokado.co.jp)
18. 라이프(Life) (www.lifecorp.jp)
19. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.sej.co.jp)
20. 세븐아이홀딩스(Seven&I Holdings)(www.7andi.com)
21. 로손(Lawson) (www.lawson.jp)
22. 관세법령정보포털 (www.unipass.customs.go.kr)
23. 관세청 (www.customs.go.kr)
24. 일본 후생노동성(MHLW) (www.mhlw.go.jp)
25. 일본 농림수산업성(農林水産省) (www.maff.go.jp)
26. 일본 소비자청(消費者庁) (www.caa.go.jp)
27. 일본 식품 화학연구재단 (<https://www.ffcr.or.jp>)
28. 세이조이시이(成城石井) (www.seijoishii.co.jp)
29. (주)본(ボン商会株式会社) (www.bonshokai.co.jp)
30. (주)리본식품(リボン食品株式会社) (www.ribbonf.co.jp)
31. (주)내추럴에디픽(エディフィック株式会社) (www.naturaledific.com)
32. 야후(ヤフー) (store.shopping.yahoo.co.jp)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.09.10

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea