



2021 해외시장 맞춤형조사

No.	202110-40
품목	케첩(Ketchup)
HS CODE	2103.20-1000
국가	일본(Japan)
구분	시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 일본 테이블 소스 시장규모	06
2. 일본 케첩 시장규모	07
3. 일본 테이블 소스 시장점유율	08
4. 일본 케첩 수입규모	09
5. 한국 케첩 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 일본에서 판매 중인 매운 소스 중 ‘칠리 소스’ 1위, ‘고추장’ 3위	13
2. 카고메, 델몬트, 일본 케첩 시장점유율 1, 2위	14
3. 케첩 패키징 중 ‘튜브’ 1위, 매운 성분 중 ‘하바네로 고추’ 발견	15
4. 일본 소스 홍보문구, ‘유기농 토마토’, ‘매운’ 각 1, 2위	16
5. 일본 케첩 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 일본 케첩 유통채널 비교	19
2. 일본 케첩 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 일본 케첩 주요 온라인 유통채널	25
2. 일본 케첩 주요 오프라인 유통채널	31

VI. 진입장벽

1. 일본 케첩 통관 및 검역 절차	40
2. 일본 케첩 품질 인증	41
3. 일본 케첩 라벨링	42
4. 일본 케첩 성분 및 유해물질	47

VII. 수입·유통업체 인터뷰

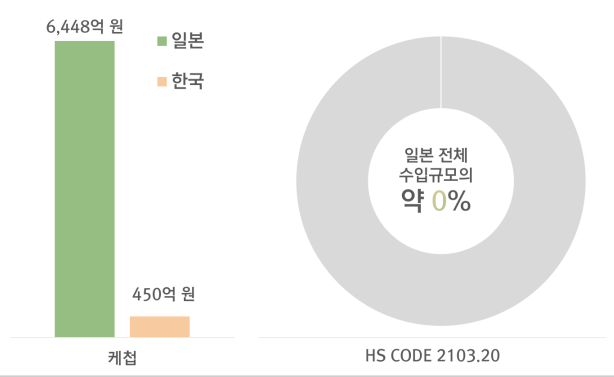
Interview ① (주)노조미마켓(のぞみマーケット)	51
Interview ② 쇼쿠자이닷컴(食材ドットコム)	53
Interview ③ (주)이와타산교(岩田産業)	55

VIII. 시사점

※ 참고문헌	59
--------	----

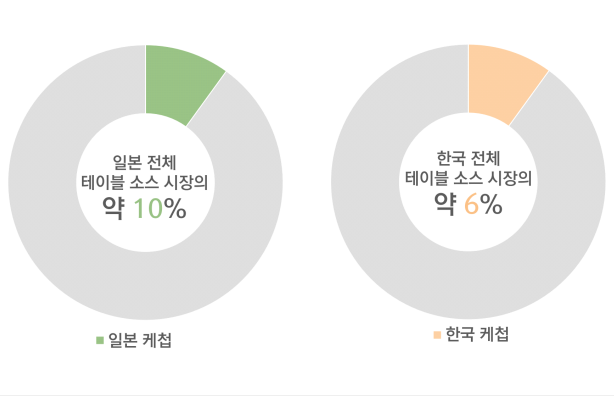
Summary

■ 수요 분석



	일본	한국
테이블 소스 시장규모	6.2조 원	7,760억 원
케첩 시장규모	6,448억 원	450억 원
수입액	0원	0%
점유율		
일본 對한국 HS CODE 2103.20 수입 현황	0원	0%

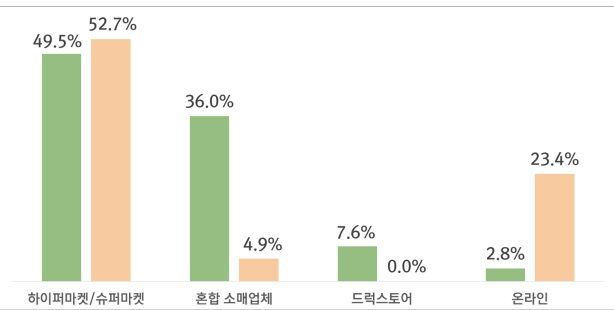
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	• 주요 매장 아온 및 라이프 • 도쿄 위치 라이프 매장 인기 브랜드 카고메, 델몬트
유기농 매장	• 주요 유기농 매장 내추럴하우스 및 코다와리이치바
온라인	• 주요 온라인 쇼핑몰 아마존재팬, 라쿠텐 • 아마존 재팬 구매 순위 상위권 케첩 중 류큐프론트의 매운 맛 케첩 확인

■ 진입장벽

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

■ 수입·유통업체 평가

트렌드	• 소용량 제품 수요 증가 중 • 건강 테마 케첩 수요 높음
제품 피드백	• 고객사 제품 가격 매우 높은 편 • 플라스틱 스쿼즈 용기가 일반적
시장성	• 매운 맛 케첩 흔하지 않으며, 저염/저당/저칼로리를 셀링포인트로 잡는 것 추천

■ 요약

Point 01.	• 일본 온라인 쇼핑몰 내 한국 매운 맛 소스 인기 제품, 고추장, 불닭 소스, 양념 고추장 등 • 한국산 케첩 인지도 낮으며 최근 5년간 일본 對한국 케첩 수입액 전무
Point 02.	• 일본 케첩 시장 주요 인기 특징은 '유기농' 및 '저염, 저당, 저염' • 류큐프론트(琉球フロント), 매운 맛 케첩 판매 중이며 아마존재팬 내 구매 순위 기준 상위권

II. 시장규모

1. 일본 테이블 소스 시장규모
2. 일본 케첩 시장규모
3. 일본 테이블 소스 시장점유율
4. 일본 케첩 수입규모
5. 한국 케첩 수출규모

1. 일본 테이블 소스 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

면적	37.8만km ²
인구	1억 2,626만 명
GDP	5조 818억 달러
1인당 GDP	40,247달러

▶ 일본 테이블 소스 시장규모 6.2조 원, 한국의 '8배' 규모

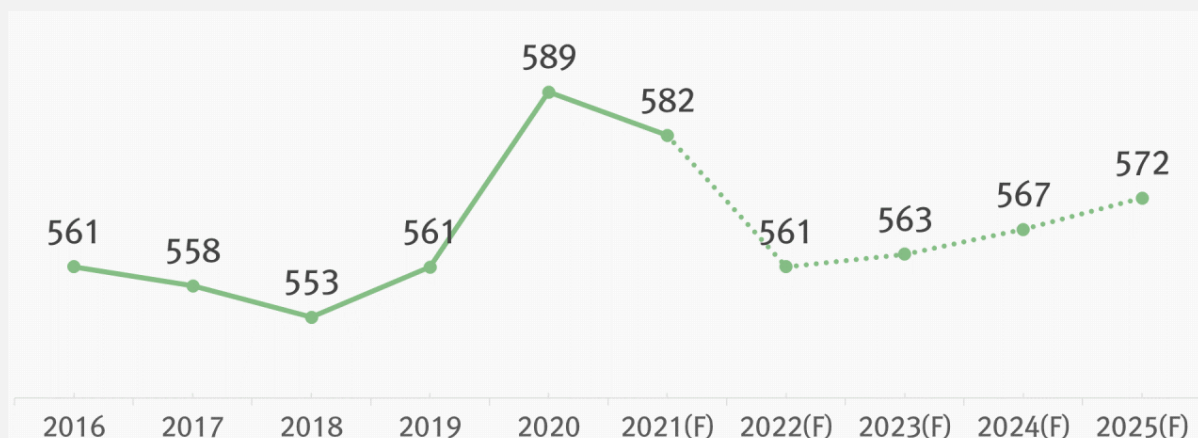
2020년 일본 테이블 소스 시장규모는 전년 대비 5% 상승한 약 6.2조 원을 기록함. 특히 2020년 이전 4년(2016-19년)간 정체되어있던 시장이 다시 상승세를 나타낸 것에 주목할 필요가 있음

▶ 일본 테이블 소스 시장, 향후 정체기 도래 전망

일본 테이블 소스 시장은 향후 5년(2016-20년)간 연평균성장률이 0%에 머무는 등 뚜렷한 상승 동력을 얻지 못할 것으로 전망되며, 2025년 시장규모 기준 약 6.0조 원을 기록할 것으로 예상됨. 밀키트 및 간편식 등의 발달로 테이블 소스에 대한 수요 감소가 주된 원인으로 지목됨²⁾

[표 2.1] 일본 테이블 소스 시장규모 ⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 엔



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR ⁶⁾
테이블 소스	561	558	553	561	589	1%
(한화추정액)	(5.9조 원)	(5.9조 원)	(5.8조 원)	(5.9조 원)	(6.2조 원)	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
테이블 소스	582	561	563	567	572	0%
(한화추정액)	(6.2조 원)	(5.9조 원)	(6.0조 원)	(6.0조 원)	(6.0조 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '케첩은 설탕 대신 0칼로리 감미료인 알룰로스'를 활용한 저칼로리·저당 케첩 제품임. 이에 제품의 종류를 기준으로 '케첩' 시장규모와 상위품목인 '테이블 소스' 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauce, Dressings and Condiments in Japan」, 2020.11

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 100엔=1,057.04원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 일본 케첩 시장규모

▶ 일본 케첩 시장규모, 최근 5년간 연평균성장률 2%

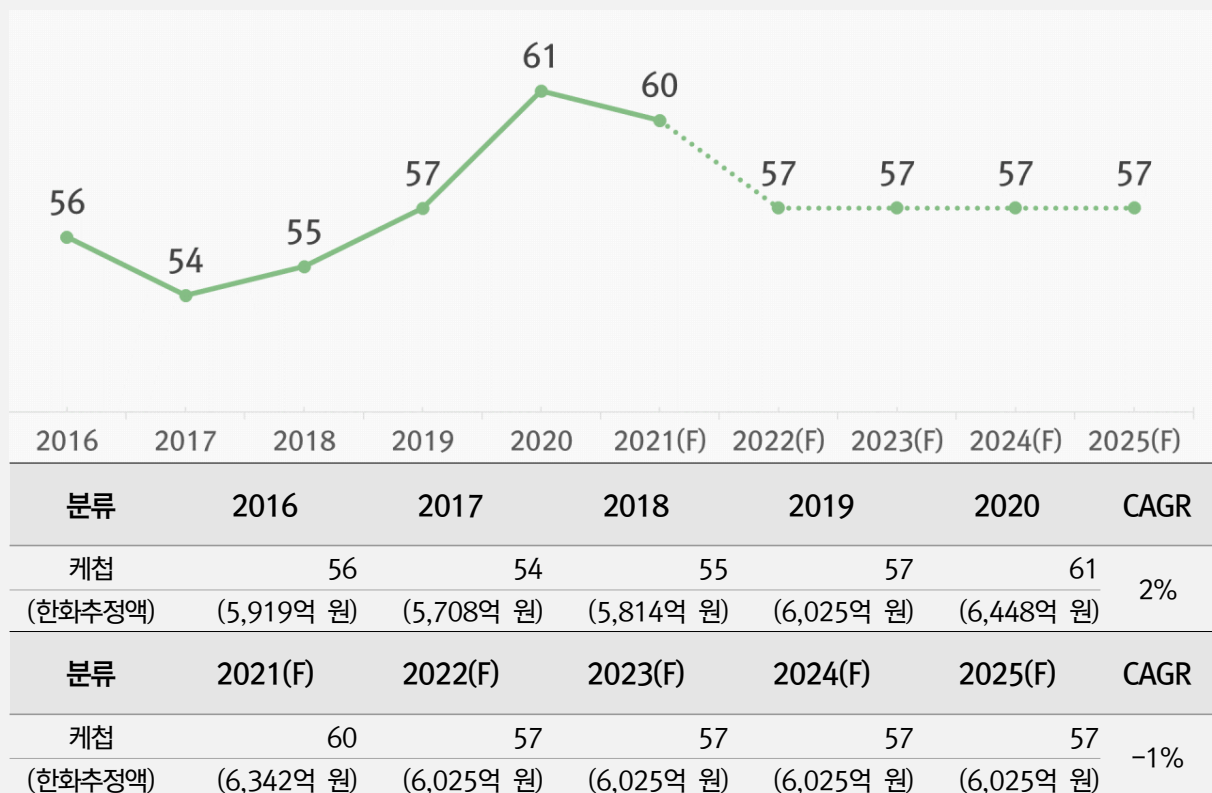
2020년 일본 케첩 시장규모는 약 6,448억 원을 기록하였으며, 이는 약 450억 원을 기록한 한국 케첩 시장의 약 14배에 해당하는 수치임. 특히 2020년 전년 대비 7%라는 높은 성장률을 기록하였는데, 코로나19로 인한 격리 등으로 케첩의 주 수요처인 가정 내 수요 증가가 이러한 상승세를 이끈 것으로 해석됨

▶ 일본 케첩 시장규모, 향후 5년간 마이너스 성장 전망

그러나 일본 케첩 시장은 향후 5년(2021-25년)간 연평균 1%의 감소세를 기록하며 하향 국면에 접어들 것으로 전망됨. 이는 코로나19의 완화로 인해 외식수요가 다시 상승할 것으로 예상되어, 주 수요층인 가정으로부터의 소비가 감소할 것으로 전망되기 때문임⁷⁾

[표 2.2] 일본 '케첩' 시장규모 ⁸⁾

단위 : 십억 엔



자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauce, Dressings and Condiments in Japan」, 2020.11

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 일본 테이블 소스 시장점유율

▶ 일본 ‘케첩’, 테이블 소스 시장의 10% 점유

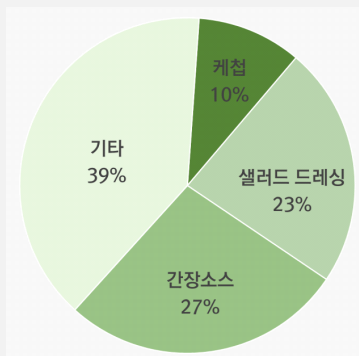
일본 테이블 소스(약 6.2조 원) 세부 시장과 한국 테이블 소스(약 7,760억 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 양국 모두 간장소스가 점유율 1위를 차지했으며 케첩은 비교적 점유율이 낮은 축에 속함. 일본 테이블 소스 시장에서 샐러드 드레싱이 23%의 점유율로 세부 시장 내 점유율 2위를 기록한 반면, 한국은 칠리소스가 26%의 점유율로 2위를 차지하는 등 상반된 구성을 보임. 이는 양국의 식습관 문화 차이로 인한 것으로, 한국은 칠리소스로 분류되는 고추장 섭취량이 많은 반면 일본은 샐러드 섭취량이 높아 상반된 결과가 나타난 것으로 판단됨⁹⁾¹⁰⁾

한편 일본 내 케첩, 간장소스, 마요네즈 제품에 대한 수요는 점차 독자상표상품(PB상품)으로 옮겨가는 추세를 보임. 이러한 제품들은 가격 민감도가 높은 제품군으로, 유통과정을 줄인 독자상표상품은 저렴한 가격 전략을 앞세워 코로나19로 인해 위축된 소비심리를 공략하여 점유율을 높여가고 있음

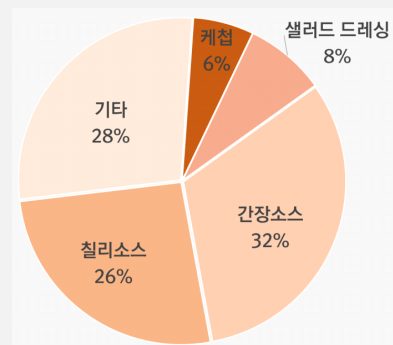
[표 2.3] 2020년 일본, 한국 ‘테이블 소스’ 시장점유율¹¹⁾

단위 : 백분율(%)

일본 테이블 소스 세부 시장



한국 테이블 소스 세부 시장



분류	테이블 소스				
	간장소스	칠리소스	케첩	샐러드 드레싱	기타 ¹²⁾
일본	27	0	10	23	39
한국	32	26	6	8	28

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 유로모니터상 일본 테이블 소스 시장(약 6.2조 원)과 한국 테이블 소스 시장(약 7,760억 원)의 시장점유율을 나타냄

10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauce, Dressings and Condiments in Japan」, 2020.11

11) 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

12) 기타: 바비큐소스, 파쉬소스, 마요네즈, 머스타드, 굴소스를 포함함

4. 일본 케첩 수입규모

HS CODE 2103.20

조사대상품 '케첩'은 '소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료, 겨자의 고운가루 및 겨자가루와 조제한 겨자로 규정된 제 2103호에 속하며, 이에 '토마토 케첩과 그 밖의 토마토로 만든 소스'에 해당하는 HS CODE 2103.20을 지표로 선정함

▶ 일본 HS CODE 2103.20 對글로벌 수입액, 연평균성장률 4%

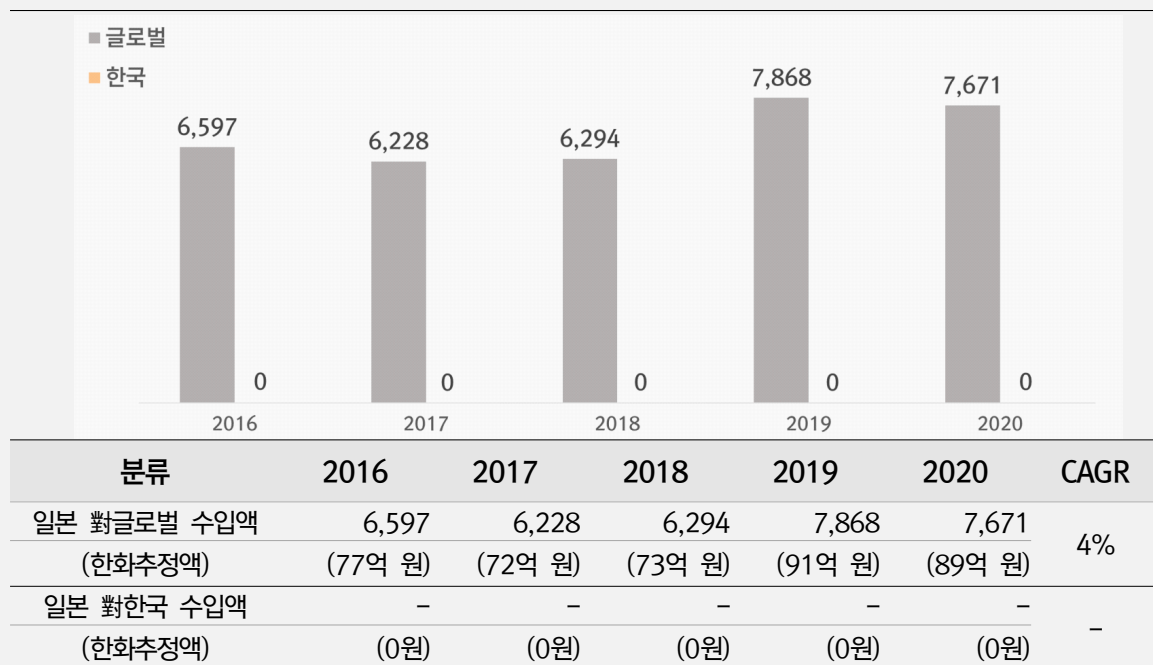
2020년 일본 HS CODE 2103.20 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 다소 감소한 수치인 약 89억 원을 기록함. 특히 2019년 전년 대비 25% 높은 성장률을 기록하였으며, 최근 5년(2016-2020)간 對글로벌 수입액은 연평균 4% 성장률을 기록함

▶ 일본 HS CODE 2103.20 對한국 수입액 '0원'

일본 HS CODE 2103.20 품목은 한국으로부터 수입하지 않는 것으로 집계됨. 對글로벌 수입액 기준 점유율 1위 국가는 네덜란드로, 약 42억 원을 수입하며 절반에 가까운 점유율을 차지함. 이어서 미국(약 24억 원, 27%), 멕시코(약 11억 원, 12%) 순으로 이어짐

[표 2.4] 일본 HS CODE 2103.20 수입규모 13)14)15)

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2103.20 기준

13) 자료: ITC(International Trade Centre)

14) 1달러=1,162.80원(2021.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 케첩 수출규모

HS CODE 2103.20-1000

조사제품 '케첩'에 해당하는 HS CODE 2103.20-1000(토마토 케첩)의 한국 對글로벌, 對일본 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2103.20-1000, 對글로벌 수출액 34억 원

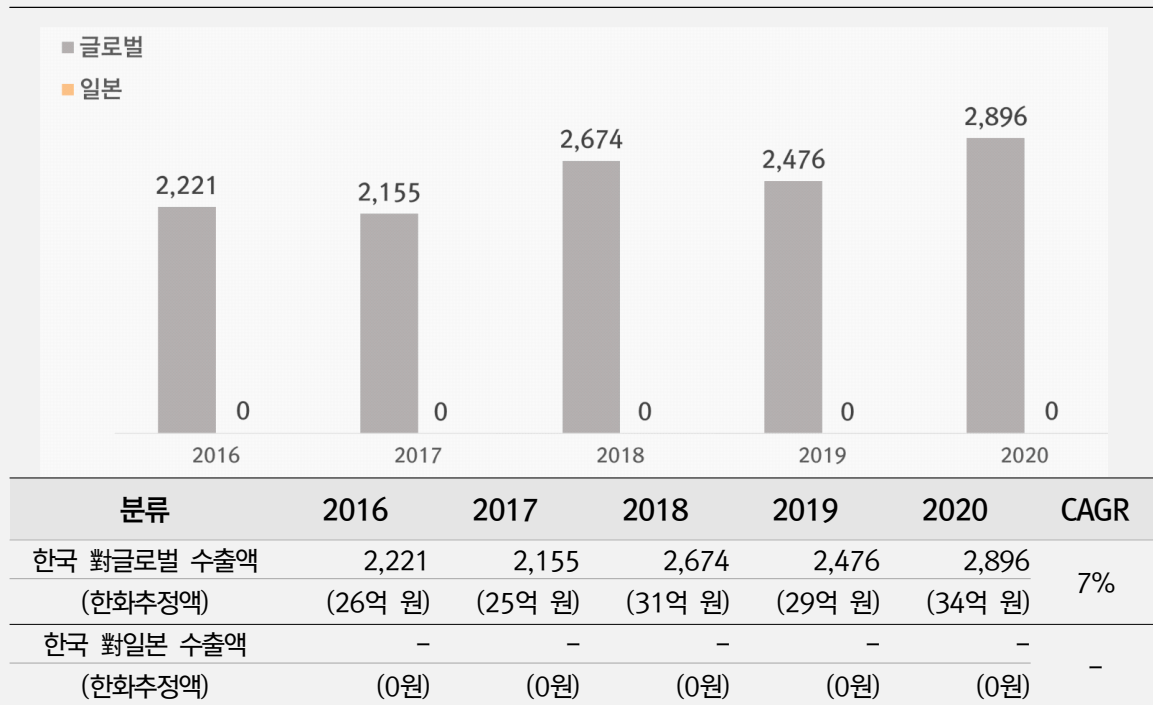
2020년 기준 한국 HS CODE 2103.20-1000 품목의 對글로벌 수출액은 전년 대비 17% 성장한 약 34억 원을 기록함. 최근 5년(2016-20년)간 연평균 7%의 성장률을 기록하는 등 꾸준한 성장세를 나타냄

▶ 한국 HS CODE 2103.20-1000, 對일본 수출 이루어지지 않음

한국 HS CODE 2103.20-1000 품목의 對일본 수출액은 집계되지 않아 수출액 추이를 확인할 수 없는 것으로 나타남. 對글로벌 수출액 기준 1위 국가는 49%의 점유율을 차지한 러시아로, 2020년 약 16억 원의 수출액을 기록함. 뒤이어 중국(약 11억 원, 33%), 몽골(약 1.3억 원, 4%) 순으로 이어짐

[표 2.5] 한국 HS CODE 2103.20-1000 수출규모¹⁶⁾¹⁷⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2103.20-1000 기준

16) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

17) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 일본에서 판매 중인 매운 소스 중 ‘칠리 소스’ 1위, ‘고추장’ 3위
2. 카고메, 델몬트, 일본 케첩 시장점유율 1, 2위
3. 케첩 패키징 중 ‘튜브’ 1위, 매운 성분 중 ‘하바네로 고추’ 발견
4. 일본 소스 홍보문구, ‘유기농 토마토’, ‘매운’ 각 1, 2위
5. 일본 케첩 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인매장 입점 케첩 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 케첩(ケチャップ) / 소스(ソース)
- 데이터 수집량 : 4,359건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인쇼핑몰

▶ 일본 온라인매장 입점 케첩 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 & 성분 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
경쟁제품	칠리 소스	チリソース	55	불닭 소스	ブルダックソース	7
	핫 소스	ホットソース	23	양념 고추장	調味料 激辛	6
	고추장	コチュジャン	21	치킨 소스	チキンソース	6
	데스소스	デスソース	10	캡사이신	カプサイシン	3
홍보문구	유기농 토마토	有機トマト	443	할랄	halal	6
	매운	スパイシー	197	코셔	コーシャ	6
	유기농 인증	有機認定	33	저당	低糖	5
	비건	ヴィーガン	21	매운 토마토	辛いトマト	4
	채식	ビーガン	15	저칼로리	低カロリー	4
	다이어트	ダイエット	8	무설탕	砂糖なし	0
경쟁브랜드	카고메	カゴメ	(-)	하인츠	Heinz	(-)
	델몬트	Del Monte	(-)	(-)	(-)	(-)
	나가노	ナガノ	(-)	(-)	(-)	(-)
패키징 및 성분	튜브	チューブ	142	하바네로 고추	ハバネロ唐辛子	9
	업사이드 다운	逆さ	27	청양고추	青陽唐辛子	0
	플라스틱병	プラスチック ボトル	9	알룰로스	アルロース	0
	유리병	ガラス瓶	4	(-)	(-)	(-)

1. 일본에서 판매 중인 매운 소스 중 ‘칠리 소스’ 1위, ‘고추장’ 3위

▶ 매운 소스 중 ‘칠리 소스’, ‘핫 소스’ 빈출 키워드 각 1, 2위

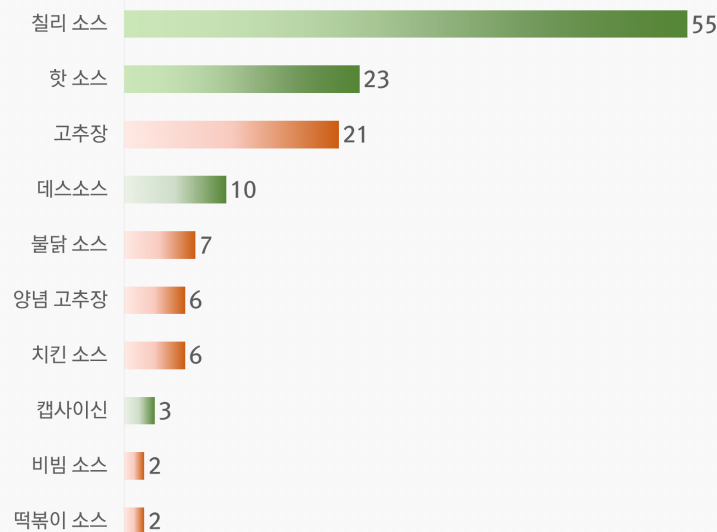
- ‘칠리 소스’ 키워드 55건으로 2위 키워드 건수와 2배 이상 차이
- 상위 1, 2위인 ‘칠리 소스’와 ‘핫 소스’ 모두 외국 소스류
- 코스타리카 소스인 ‘데스소스’는 매우 매운 맛으로 빈출 키워드 4위

▶ 한국 매운 소스 중 1위는 ‘고추장’, 2위는 ‘불닭 소스’

- ‘고추장’ 키워드 21건으로 전체 매운 소스 중 3위
- 매우 매운 맛인 ‘불닭 소스’는 키워드 7건으로 전체 매운 소스 중 5위
- 그 외 ‘양념 고추장’, ‘치킨 소스’, ‘비빔 소스’, ‘떡볶이 소스’도 발견

3위 고추장		5위 불닭 소스		7위 치킨 소스	
					
브랜드	순창	브랜드	삼양	브랜드	청정원
용량	500gX2	용량	200gX3	용량	250gX2
가격	1,197엔(12,653원) ¹⁸⁾	가격	1,690엔(17,864원)	가격	1,247엔(13,181원)

[표 3.1] 일본 온라인매장 입점 매운 소스 경쟁제품 관련 키워드(녹색: 외국 소스 / 주황색: 한국 소스)



자료: 일본 온라인매장 매장 제품 내 ‘케첩/소스’ 관련 게시물 4,359건 분석

18) 100엔=1,057.04원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 카고메, 델몬트, 일본 케첩 시장점유율 1, 2위

▶ ‘카고메(カゴメ)’, ‘델몬트(Del Monte)’, 일본 케첩 시장 선두

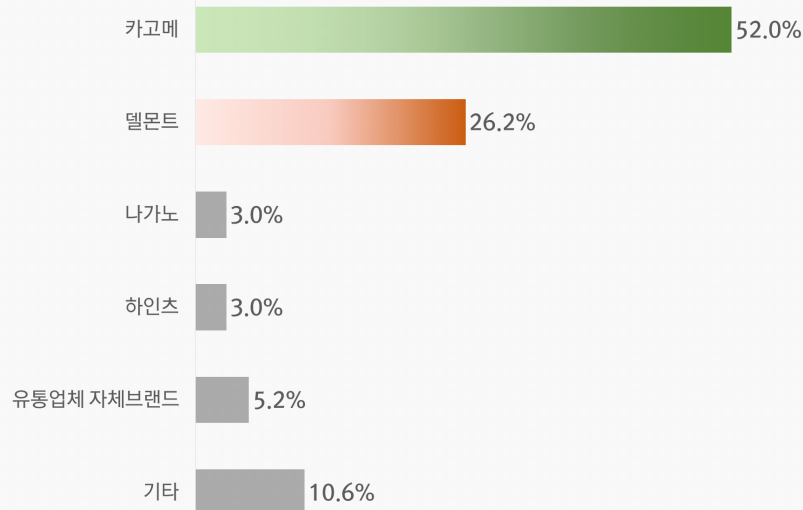
- 카고메 시장점유율 52%, 델몬트 시장점유율 26.2%
- 두 개의 선두 그룹 시장점유율 총합은 80%에 육박하며 압도적 우위

▶ 시장점유율은 낮으나 케첩 브랜드 다양

- 시장점유율 3%로 3위인 ‘나가노(ナガノ)’, 레드와인 식초 사용함 강조
- ‘히카리쇼쿠힌(光食品)’은 유기농 토마토 케첩이 대표
- ‘헤로시오세토(減塩セト)’¹⁹⁾는 저당·저염 케첩 주력 판매
- ‘유키가(有機家)’, 유기농 인증받은 재료로만 만든 점 강조
- 아마존 추천순, 리뷰순 모두 첫 번째 페이지 내 ‘매운 케첩’은 없음

1위 카고메		2위 델몬트		3위 나가노	
					
패키징	튜브	패키징	튜브	패키징	튜브
용량	500gX4	용량	485gX5	용량	500gX2
가격	855엔(9,038원)	가격	922엔(9,746원)	가격	646엔(9,745원)

[표 3.2] 일본 케첩 경쟁브랜드 시장점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

19) 저염세트라는 뜻

3. 케첩 패키징 중 ‘튜브’ 1위, 매운 성분 중 ‘하바네로 고추’ 발견

▶ 일본 케첩 패키징 관련 빈출 1위는 ‘튜브’, 2위는 ‘업사이드 다운’

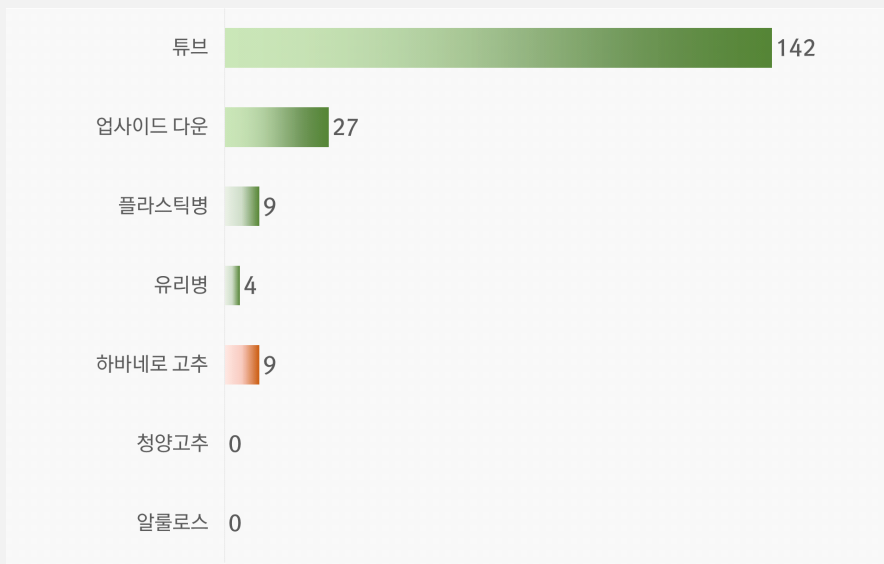
- ‘튜브’ 원문 추적 결과 대체로 가벼워 보이는 소재로 대다수의 ‘튜브’ 제품은 비닐로 한 번 더 포장되어 있음
- 입구가 아래에 있는 ‘업사이드 다운’ 병이 빈출 2위로 하인츠의 대표 상품인 ‘토마토케첩 업사이드다운 보틀’에서 주로 검출된 것으로 보임
- 파스타 소스처럼 입구가 큰 유리병에 담긴 제품도 있으나 흔치 않음

▶ 매운 원료 성분 중 ‘하바네로 고추’ 발견, ‘청양고추’는 0건

- 중국 고추 품종인 ‘하바네로 고추’ 9건 발견, ‘청양고추’는 키워드 없음
- 고객사 제품에서 사용하는 ‘알룰로스’ 키워드 역시 발견되지 않음

1위 튜브		2위 업사이드 다운		3위 플라스틱 병	
					
브랜드	오타후쿠소스(オタフクソース)	브랜드	하인츠(Heinz)	브랜드	풀무원
용량	200g	용량	460gX4	용량	796g
가격	830엔(12,508원)	가격	808엔(8,541원)	가격	1,769엔(18,699원)

[표 3.3] 일본 케첩 패키징 & 성분 관련 키워드 (녹색: 패키징 / 주황색: 성분)



자료: 일본 온라인매장 매장 제품 내 ‘케첩/소스’ 관련 게시물 4,359건 분석

4. 일본 소스 홍보문구, ‘유기농 토마토’, ‘매운’ 각 1, 2위

▶ ‘유기농 토마토’, ‘다이어트’, ‘저당’ 등 건강 관련 키워드 빈출

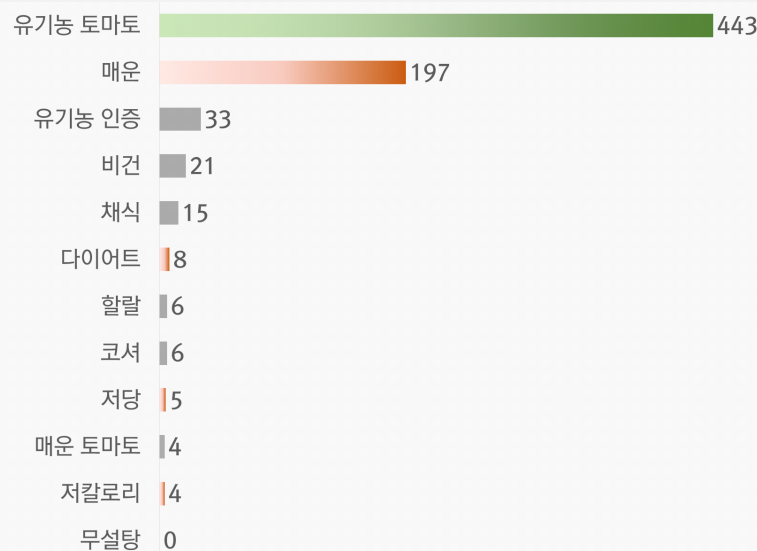
- 코로나19로 인해 건강과 웰빙에 대한 일본 소비자들의 관심 증가²⁰⁾
- ‘인증’은 298건으로 성분 안전성 인증이 주요 홍보 수단인 것으로 보임
- ‘나가노’, 소금·당 함량을 1/2로 줄였음을 제목에 기재하여 홍보

▶ ‘매운’ 키워드 빈출 2위이나 ‘매운 케첩’은 흔치 않음

- ‘매운 토마토’ 원문 추적 결과 모두 ‘매운 토마토 파스타 소스’였음
- 라쿠텐(Rakuten)에서 발견한 하기 표 2위의 ‘섬 고추 더한 매운 케첩’은 ‘캡시쿰’을 매운 성분으로 하며 26건의 리뷰 중 24건이 5점 만점

1위 유기농 토마토		2위 매운		9위 저당	
					
브랜드	유기가(有機家)	브랜드	류큐프론트(琉球フロント)	브랜드	나가노(ナガノ)
용량	400g	용량	300gX5	용량	475g
가격	1,343엔(14,196원)	가격	3,240엔(34,248원)	가격	349엔(3,689원)

[표 3.4] 일본 케첩 및 소스 홍보문구 관련 키워드 (주황색: 고객사 제품 핵심 키워드)



자료: 일본 온라인매장 매장 제품 내 ‘케첩/소스’ 관련 게시글 731건 분석

20) 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Japan - Country report」, 2020.11

5. 일본 케첩 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 저염 식단에 맛을 더하는 칠리 소스 정도 맵기의 케첩

- 생소한 매운 케첩을 인기 소스류인 칠리 소스의 맛과 비교하여 어필
- 맛있게 매워 나트륨 섭취 걱정 없이 저염 식단에 더할 수 있는 점 강조

▶ 컨셉 ② _ 유기농 인증받은 토마토로 만든 튜브 타입 매운 케첩

- 유기농 토마토만 사용했음을 강조하여 건강에 관심있는 소비자에 어필
- 패키징 키워드 중 압도적 1위인 '튜브' 활용하여 간편함 강조

▶ 컨셉 ③ _ 다양한 다이어트 식단에 곁들여 먹을 수 있는 저당 케첩

- 칼로리 걱정 없이 심심한 다이어트 식단에 더할 수 있는 소스임 강조
- 오믈렛, 햄버거, 스파게티, 피자, 치킨, 볶음밥, 야키소바, 센베이 등 다양한 요리에 곁들여 먹을 수 있는 점 강조²¹⁾

경쟁제품	패키징	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
칠리 소스	(-)	매운	9건	[칠리 소스] 정도의 맵기로 심심한 저염 식단에 맛있는 매운 맛을 더하는 [매운] 맛 케첩
불닭 소스	(-)	매운	9건	한국의 [불닭소스]를 좋아한다면 [매운] 맛 케첩
고추장	(-)	매운	5건	[고추장의 주재료인] 고추로 [매운] 맛을 더한 케첩
(-)	튜브	유기농 인증	2건	[유기농 인증] 받은 토마토만 사용하고 [튜브] 패키징으로 사용도 간편한 건강하고 맛있는 매운 케첩
(-)	튜브	다이어트	1건	양 조절이 쉬운 [튜브] 형태의 케첩으로 오믈렛, 햄버거, 스파게티, 피자, 치킨, 센베이 등 [다이어트] 걱정 없이 다양한 요리에 곁들여 먹을 수 있는 매운 저당 케첩

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁제품/패키징/홍보문구가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

21) 활용할 수 있는 요리 종류는 '섬 고추 더한 매운 케첩' 상세 설명 페이지를 참고함

IV. 유통채널 특징

1. 일본 케첩 유통채널 비교
2. 일본 케첩 유통채널 특징

1. 일본 케첩 유통채널 비교

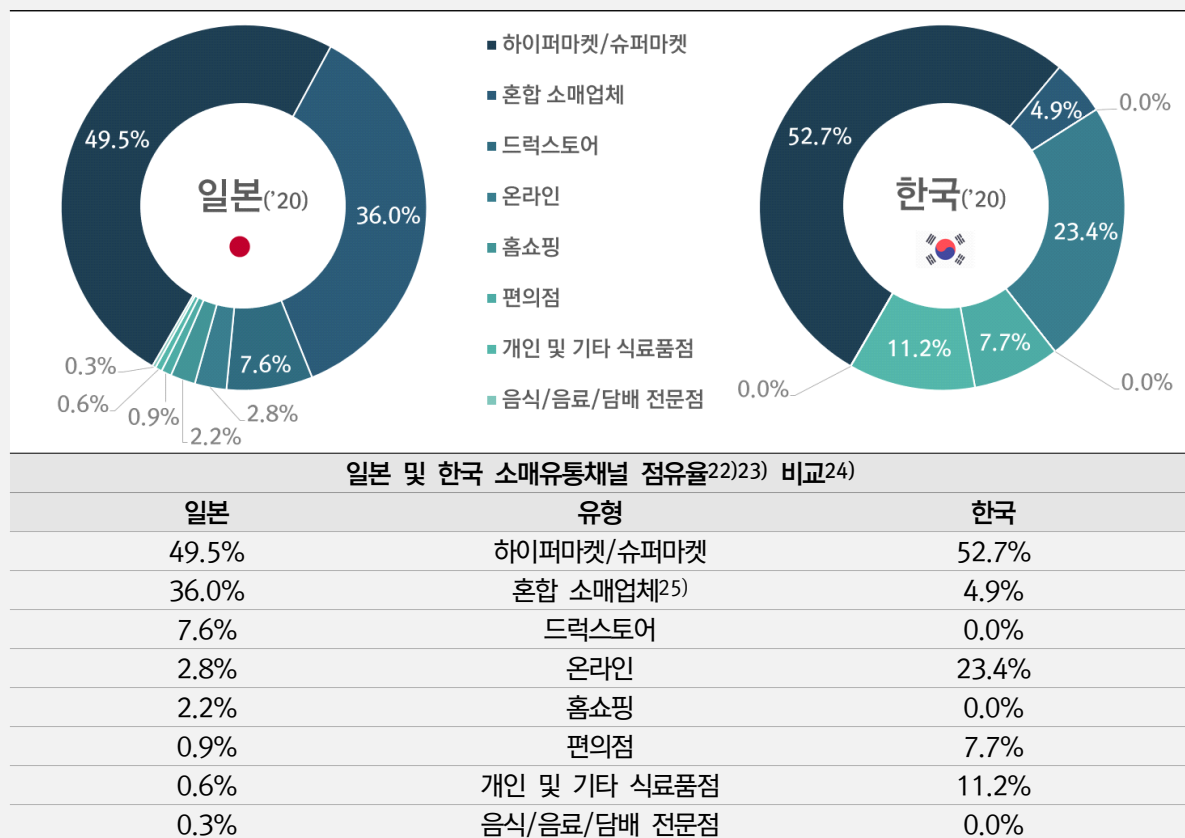
▶ 일본 ‘드럭스토어’와 ‘홈쇼핑’ 점유율 한국보다 높아

2020년 일본 ‘요리용 소스’ 유통채널의 약 93%를 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘혼합 소매업체’, ‘드럭스토어’가 점유한 것으로 나타남. 먼저 일본 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율은 49.5%로 한국의 52.7% 대비 근소하게 낮긴 하였으나 일본 ‘요리용 소스’ 유통채널 점유율의 반 정도를 차지했으며, ‘혼합 소매업체’를 통한 유통은 일본이 36.0%로 한국의 4.9%와 대비하였을 때도 월등히 높은 수치를 보임. 반면 ‘개인 및 기타 식료품점’의 점유율은 한국이 11.2%, 일본이 0.6%로 한국이 일본 대비 약 10%p 정도 높은 점유율을 차지함

▶ 일본 케첩 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 일본 ‘요리용 소스’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 2.8%로 한국의 23.4% 대비 낮아 아직 케첩의 온라인 소비시장이 발전 단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 일본 케첩 소매유통채널 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 2020년 기준, 일본 및 한국 ‘소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)’의 소매유통채널 점유율임

23) ‘케첩’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)’의 정보를 확인함

24) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

25) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 일본 케첩 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

이온의 ‘도시형 미니 슈퍼마켓’
브랜드 ‘마이바스켓’



사진자료: 마이바스켓

▶ 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 185조 2,991억 원²⁶⁾)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 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 소비자 구매 패턴에 발맞춘 매장 운영 형태 선보여²⁷⁾

2020년 초 코로나19 긴급 사태 이후 소비자들이 ‘소량의 식료품을, 퇴근 시 집 근처 소형 매장에서, 자주’ 구매하지 않고 ‘대량의 식료품을, 대형 매장에서, 가끔’ 구매하는 것으로 패턴을 변경하였으며, 이로 인해 일본 슈퍼마켓 업계는 큰 매출 증대를 경험함. 하지만 코로나19 종료 이후 기존의 구매 패턴으로 복귀할 시 편의점이나 드럭스토어와 같은 소규모 유통채널과의 경쟁이 예상됨. 이로 인해 기존보다 주거 지역과 밀접한 위치에서, 좀 더 작은 규모의 ‘도시형 미니 슈퍼마켓’을 운영하는 기업이 증가하고 있음. ‘도시형 미니 슈퍼마켓’과 편의점은 신선식품 제공 면에서 큰 차이를 보임

[표 4.2] 일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁸⁾	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)

26) 100엔=1,057.04원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Japan Country Report」, 2021.02

28) 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 아시안마트/한인마트

▶ 일본 주요 아시안마트/한인마트 업체, 장터 및 서울시장

일본 주요 한인마트 업체로는 장터 한국광장(韓国光場) 및 서울시장(ソウル市場) 등이 있음. 장터 한국광장은 도쿄, 오사카 각 도시에 매장과 물류센터를 1개씩 보유하고 있는 것으로 나타났으며, 서울시장은 도쿄에 1개의 매장을, 사이타마에 물류센터를 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 4.3] 일본 주요 아시안마트/한인마트

순번	기업명	설립연도	매장 수('20)	주요 거점
1	장터 한국광장(韓国光場)	1993년	2개	도쿄, 오사카
2	서울시장(ソウル市場)	2009년	1개	도쿄
3	칸비니(Kanbini)	2020년	1개	사이타마

자료: 기업 홈페이지

3) 유기농 매장

▶ 일본 주요 유기농 매장, 내추럴하우스 및 코다와리이치바

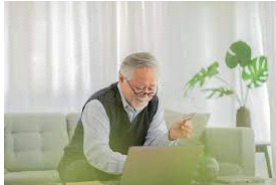
일본 주요 유기농 매장 업체로는 내추럴하우스(Natural House), 코다와리이치바(こだわ市場) 등이 있음. 내추럴하우스는 도쿄, 치바, 고베, 시즈오카, 오사카에서 13개의 매장을 운영하고 있으며, 코다와리이치바는 도쿄, 사이타마, 치바, 가나가와에서 45개의 매장을 운영하고 있음. 이외에도 대다수의 유기농 매장 업체들이 전화, 메일 및 온라인을 통해 제품을 구매할 경우 배송 서비스를 제공하고 있는 것으로 나타남

[표 4.4] 일본 주요 유기농 매장

순번	기업명	설립연도	매장 수('20)	홈페이지
1	크레온하우스 (crayonhouse)	1976년	2개	crayonhouse.co.jp
2	내추럴하우스 (Natural House)	1982년	13개	naturalhouse.co.jp
3	코다와리이치바 (こだわ市場)	1987년	45개	kodawariichiba.com
4	시젠쇼쿠힌F&F (自然食品F&F)	1992년	28개	shinzensyoku-ff.com
5	비오세본 (Bio c'Bon)	2008년	26개	bio-c-bon.jp

자료: 기업 홈페이지

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 130조 371억 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 참여²⁹⁾

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

[표 4.5] 일본 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ³⁰⁾	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)

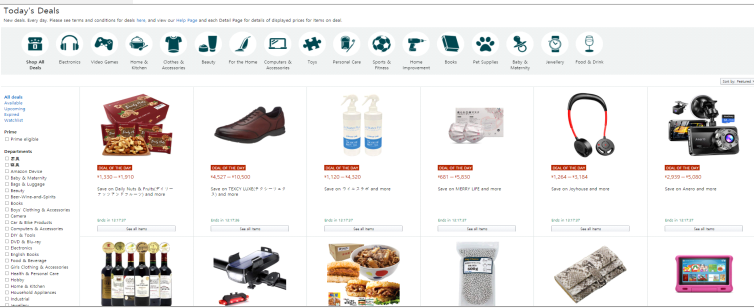
29) 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02

30) 일본 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 일본 케첩 주요 온라인 유통채널
2. 일본 케첩 주요 오프라인 유통채널

1. 일본 케첩 주요 온라인 유통채널 ① 아마존재팬

기업 기본 정보	기업명	아마존재팬(Amazon Japan)	
	홈페이지	www.amazon.co.jp	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	6억 4,000만 회
		앱다운로드수('20)	500만 회
		매출('20)	약 1조 8,207억 엔(약 19조 2,455억 원 ³¹⁾)
		운영방식	온라인마켓
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	류큐프론트(琉球フロント), 다카하시소스(高橋ソース)
		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	• 홈페이지를 통한 직접등록 - 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, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량) • 평가 기준 - 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 - 전화번호 : +0120-999-373	

자료: 아마존재팬(Amazon Japan), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

31) 100엔=1057.04원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 결제수단 편의

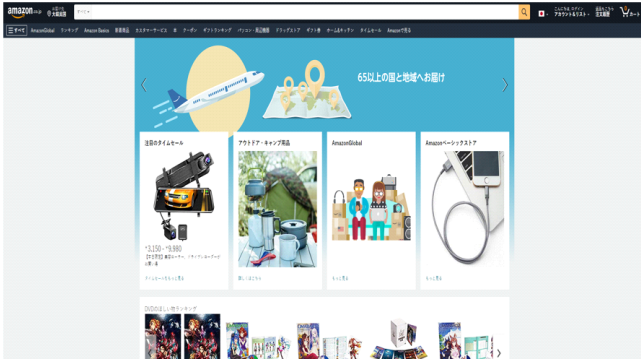
신용카드 구입이 어려운 일본 온라인 쇼핑 시장을 고려, ATM기나 편의점을 통한 송금 가능

2. 무료 배송

포인트를 이용한 무료 구매가 법률상 제한되자 무료배송과 할인상품권 지급

3. 구매내역

구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공



4. 아마존 프라이م

연회비 지불을 통한 빠른 배송과 무료 영화, 음악 제공

5. 국제배송

타 국가에서도 일본 아마존에서의 구매 가능

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
 영어, 중국어 언어 지원, 한국에서 해외 아마존 이용 가능

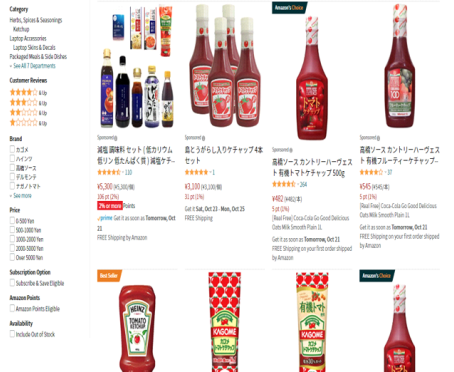
온라인몰 UI ②

Amazon Japan - 제품 구매 페이지

‘케첩’ 제품 검색 결과

‘케첩’으로 검색결과 노출

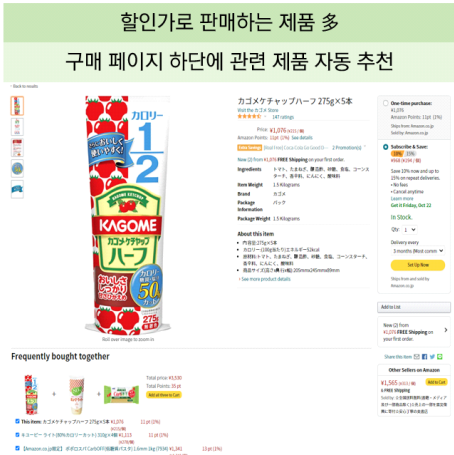
원산지, 가격, 종류별로 세분화 분류 기능 제공



‘케첩’ 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능
 평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³²⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	케첩	류큐프론트 (琉球フロント)	시마토우가라시 하이리케챗푸 (島とうがらし 入りケチャップ) * 매운 맛	일본	3,100엔 (약 3만 2,768원)	300g * 4개입	
2	케첩	다카하시소스 (高橋ソース)	간토리하베스토 유키토마토케챗푸 (カントリーハーヴェスト 有機トマトケチャップ) * 유기농	일본	482엔 (약 5,095원)	400g	
3	케첩	다카하시소스 (高橋ソース)	간토리하베스토 유키후루티케챗푸 (カントリーハーヴェスト 有機フルーティーケチャップ) * 유기농	일본	545엔 (약 5,761원)	300g	
4	케첩	하인츠 (Heinz)	도마토케챗푸사카사보토루 (トマトケチャップ 逆さポトル)	네덜란드	756엔 (약 7,991원)	460g * 4개입	
5	케첩	가고메 (カゴメ)	가고메도마토케챗푸 (カゴメ トマトケチャップ)	일본	855엔 (약 9,038원)	500g * 4개입	
6	케첩	델몬트 (Del Monte)	리코핀릿치도마토케챗푸 (ピンリッチ トマトケチャップ)	미국	992엔 (약 1만 486원)	485g * 5개입	
7	케첩	나가노토마토 (ナガノトマト)	세카이노하타케노토마토케챗푸 (世界の畑のトマ トケチャップ)	일본	646엔 (약 6,828원)	500g * 2개입	

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

32) 조사일(2021.10.21.) 기준 아마존재팬(Amazon Japan) 케첩 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

② 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)	
	홈페이지	www.rakuten.com.jp	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	4,200만 회
		앱다운로드수('20)	30만 회
매출('20)		약 1조 4,393억 엔(약 15조 2,143억 원)	
	운영방식	온라인마켓	

매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	하구루마(ハグルマ), 컨트리하베스트(Country Harvest)
		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	- 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 전화 번호, 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), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

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

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

3. 구매내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리내 추천상품 제공



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

5. 해외 배송
타 국가 라쿠텐 아이디로 사용할 수 있는 글로벌 익스프레스 제공. 사이트 언어는 해당 컴퓨터의 언어와 맞춥니다

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 및 단순한 영어 검색이 가능하나, 자동 번역 기능 오류가 있음

온라인몰 UI ②

Rakuten - 제품 구매 페이지

‘케첩’ 제품 검색 결과

‘케첩’으로 검색결과 노출

원산지, 가격, 무게별로 세분화 분류 기능 제공



‘케첩’ 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 브랜드별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 라쿠텐(Rakuten)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	케첩	하구루마 (ハグルマ)	무시오게차푸가가쿠초미료무텐카 (無塩 ケチャップ 化学調味料無添加) * 무염, 케첩/화학/조미료 무첨가	일본	583엔 (약 6,263원)	290g * 2개입	
2	케첩	컨트리하베스트 (Country Harvest)	유키후루티케차푸사토후시오 (有機フルー ティーケチャップ 砂糖不使用) * 유기농	일본	545엔 (약 5,761원)	300g	
3	케첩	가고메 (カゴメ)	가고메도마토케차푸 (カゴメ トマトケチャップ)	일본	388엔 (약 4,101원)	500g * 2개입	
4	케첩	컨트리하베스트 (Country Harvest)	유키토마토케차푸 (有機トマトケ チャップ) * 유기농	일본	481엔 (약 5,084원)	500g	
5	케첩	소켄샤 (創健社)	유키칸주쿠토마토시요케차푸 (有機完熟トマト 使用ケチャップ) * 유기농, 완숙 토마토	일본	367엔 (약 3,879원)	300g	
6	케첩	하인츠(Heinz)	도마토케차푸사카사보토루 (トマトケチャップ 逆さボトル)	네덜란드	422엔 (약 4,461원)	460g * 2개입	
7	케첩	히카리쇼쿠인 (光食品)	유키토마토케차푸주부 (有機トマトケチャップ チューブ) * 유기농	일본	378엔 (약 3,996원)	300g	

자료: 라쿠텐(Rakuten)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

33) 조사일(2021.10.21.) 기준 라쿠텐(Rakuten) 케첩 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 일본 케첩 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 7,538억 엔(약 7조 9,679억 원)		
		기타 규모	- 매장 수('19): 약 275개 - 직원 수('19): 약 2만 7,297명		
기업 요약	- 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	09:00 ~ 22:00		
	주소	東京都豊島区要町3-45-4		
	상권	역 근처에 위치하여 유동인구가 매우 많음		
	VMD	취급 브랜드	델몬트(Del Monte), 카고메(カゴメ)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경	 			

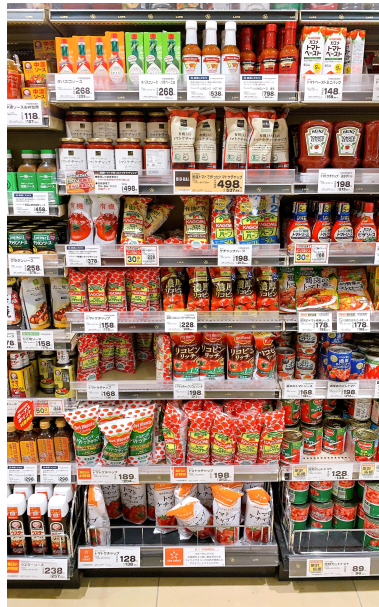
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-3-5807-5493 - 이메일: s620@lifecorp.co.jp - 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이하며 아래 주소에서 확인 가능함 (www.lifecorp.jp/toiawase/)		

자료: 라이프(Life)

사진 자료: 라이프(Life) 현지 매장 방문 조사

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



라이프에서는 케첩 제품을 핫소스나 홀토마토, 토마토 소스 등의 기타 소스와 함께 진열해두고 있음. 하인츠(HEINZ) 제품을 제외한 대다수 제품의 형태는 비닐 포장된 튜브형 용기임.
유기농 제품이거나 할인이 적용되는 상품의 경우 별도의 라벨링 처리를 함

판매 직원 인터뷰

Q1. 가장 잘 팔리는 제품은?

일반 카고메 케첩이 가장 많이 팔린다

Q2. 주요 소비 고객은?

다양한 연령대의 고객들이 케첩을 구매하나, 그중에서도 주부가 많이 구매한다

Q3. 할인 행사나 프로모션은 있나?

현재 보너스 포인트 적립 서비스를 제공하고 있다

자료: 라이프(Life) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 라이프(Life) 현지 매장 방문 조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	케첩	델몬트 (Del Monte)	도마토케찹푸리코핀릿치 (トマトケチャップリコピン リッチ)	미국	198엔 (약 2,093원)	485g	
2	케첩	비오라루 (ビオラル)	고쿠산토마토데쓰쿠타 도마토케찹푸 (国産トマトで作った トマトケチャップ)	일본	498엔 (약 5,264원)	380g	
3	케첩	카고메 (カゴメ)	노코리코핀토마토케찹푸 (濃厚リコピン トマトケチャップ)	일본	228엔 (약 2,410원)	300g	
4	케첩	파파야소스 (パパヤソース)	유기토마토케찹푸 (有機トマトケチャップ) * 유기농	일본	378엔 (약 3,996원)	300g	
5	케첩	카고메 (カゴメ)	유기토마토시요케찹푸 (有機トマト使用 ケチャップ) * 유기농	일본	228엔 (약 2,410원)	300g	
6	케첩	카고메 (カゴメ)	도마토케찹푸리코핀릿치 (トマトケチャップ リコピンリッチ)	일본	198엔 (약 2,093원)	500g	
7	케첩	델몬트 (Del Monte)	도마토케찹푸 (トマトケチャップ)	미국	189엔 (약 1,998원)	500g	
8	케첩	스타세레쿠토 (スターセレクト)	도마토케찹푸 (トマトケチャップ)	일본	128엔 (약 1,353원)	500g	
9	케첩	하인츠 (Heinz)	도마토케찹푸 사카사보토루 (トマトケチャップ 逆さボトル)	미국	198엔 (약 2,093원)	460g	
10	케첩	카고메 (カゴメ)	게찹푸하후 (ケチャップハーフ)	일본	198엔 (약 2,093원)	275g	

자료: 라이프(Life) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 라이프(Life) 현지 매장 방문 조사

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 1,149억 원)	
기타 규모		- 매장 수('19): 약 158개 - 직원 수('19): 약 3만 4,000명		
기업 요약		- 세븐앤아이홀딩스(Seven & I Holdings)의 슈퍼마켓 브랜드 - 일본 슈퍼마켓 시장 점유율 3.3% 차지 - 기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 주력		
매장정보	입점 가능 품목	곡물류, 캔디류, 음료류, 신선식품, 주류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 냉동식품 등		
	선호 제품	신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 생활용품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 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 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 담당 부서와 연결 후 입점 진행 - 유선 연락을 통한 문의 - 문의사항 연락처 - 전화번호 : +81-3-6238-3132		

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

사진 자료: 이토요카도(Ito-Yokado)

③ 장터 한국광장

기업 기본 정보	기업명	장터 한국광장(韓国広場)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	shopping.geocities.jp/hiroba	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 2개	
	기업 요약	• 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 • 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료 • 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매 • 식료품 매장 외에도 도매 전문 인터넷 쇼핑몰과 화장품 전문점을 운영함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등	
	선호 제품	• 한국제품	
	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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-3-3232-9330 - 상담 가능 시간: 08:00-23:00	

자료: 장터 한국광장(韓国広場)

사진 자료: 장터 한국광장(韓国広場)

④ 서울시장

기업 기본 정보	기업명	서울시장(ソウル市場)
	기업구분	아시안마트/한인마트
	홈페이지	www.seoul-ichiba.com
	위치	도쿄(Tokyo)
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 1개
	기업 요약	- 해피그룹(Happy Group)이 운영하는 식료품 매장으로, 한인마트 외에도 한식당, 치킨 프랜차이즈 운영 - 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 - 신오쿠보(新大久保) 역에서 도보 5분 거리 - 한식 반찬으로 구성된 도시락 판매
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등
	선호 제품	• 한국제품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) - 이메일을 통한 문의 시 2일 이내 답변 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-48-423-3941 - 이메일: info@seoul-ichiba.com/haptele@gmail.com

자료: 서울시장(ソウル市場)

사진 자료: 서울시장(ソウル市場)

⑤ 코다와리이치바

기업 기본 정보	기업명	코다와리이치바(こだわり市場)	
	기업구분	유기농 매장	
	홈페이지	kodawariichiba.com	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 45개	
	기업 요약	- 유기농 및 자연식 식품 판매 전문점 - 온라인 주문 가능하며 일본 전역으로 배송 서비스 제공 중 - 홈페이지에 식재료 고르는 방법, 웰빙 메뉴 레시피 등 공유 2020년 이후로도 신규 지점 개장	
매장정보	입점 가능 품목	신선식품, 건조식품, 곡물류, 소스류, 주류, 조리완제품, 건강보조식품 등	
	선호 제품	유기농 및 자연식 식재료	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 문의 - 다음 웹주소에서 양식대로 정보 기입 후 제출 (www.kodawariichiba.com/webshop/contact/) - 홈페이지 기입 정보 (담당자명, 우편번호, 주소, 이메일, 전화번호, 문의 내용) - 유선 연락, 또는 우편을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객 등) - 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) - 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-03-5953-5331 - 팩스: +81-03-3987-2758	

자료: 코다와리이치바(こだわり市場)

사진 자료: 코다와리이치바(こだわり市場), 카티(KATI)

⑥ 내추럴하우스

기업 기본 정보	기업명	내추럴하우스(Natural House)	
	기업구분	유기농 매장	
	홈페이지	naturalhouse.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모	- 직원 수('18): 약 250명 - 매장 수('21): 13개
	기업 요약	- 다양한 자체 브랜드 제품을 보유하고 있음 - 현지 유기농 제품을 주로 취급하며, 홈페이지에 현지 농가에 대한 정보 제공 - 멤버십 제도인 애플빌리지(Apple Village)를 운영하며 소비자들에게 현지 농가 방문 체험 기회 제공 - 온라인 주문 가능하며 일본 전역으로 배송 서비스 제공 중	



매장정보	입점 가능 품목	과일류, 채소류, 즉석식품, 건강보조식품, 화장품, 유아용품, 욕실용품 등	
	선호 제품	- 현지 유기농 제품, 해외 유기농제품, 현지 제품 순으로 선호 - JAS³⁴⁾ 인증 마크 제품 선호	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 문의 - 홈페이지 하단 '企業情報-お問い合わせ' 메뉴에서 입점 문의 작성 (naturalhouse.co.jp/inquiry) - 홈페이지 가입 정보 (담당자명, 이메일, 전화번호, 문의 항목, 문의 내용) - 제품 입점 시 평가 기준 - 신선 과일 및 채소에 살충제 사용 금지 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-03-5469-1411
-------------	---------------------	---

자료: 내추럴하우스(Natural House)

사진 자료: 내추럴하우스(Natural House)

34) Japanese Agricultural Standard의 약자로, 일본농림규격 제품을 의미함

VI. 진입장벽

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

1. 일본 케첩 통관 및 검역 절차³⁵⁾

▶ 일본 케첩 수출 시 통관 절차별 참고사항

일본에 가공식품 수출 시에는 후생노동성 사전등록 절차를 반드시 밟아야 함. 이는 국내 담당 기관을 통하여 일본으로 수입되는 식품을 사전에 알리는 절차임. 또한, AEO(Authorized Economic Operator) 제도를 통해 신속한 통관 및 비용 절감 등의 효과를 누릴 수 있음

[표 6.1] 일본 케첩 통관 검역 절차



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

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

2. 일본 케첩 품질 인증

▶ 일본 케첩, 적용받는 필수 인증 無

일본으로 케첩을 일반 가공식품으로 수출 시 취득해야 하는 필수 인증은 없음. 다만, 일본 후생노동성에 식품 사전등록은 필수임. 또한, 선택적으로 식품 품질에 관한 인증인 JAS 인증이나 HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음

[표 6.2] 일본 케첩 인증 취득 정보

순번	인증명	취득 정보	
1	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(しよ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 생산물 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)
2	JAS 인증 	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
		취지	식품의 품질 개선 및 거래의 단순화, 생산과 소비의 합리화를 촉진하고자 제정됨
		기관	후생노동성 지정 인증기관
		취득절차	서류 제출 > 서류 평가 > 현장 평가 > 개선요구 > 인증 > 사후관리
		필요서류	신청서, 회사 정보, 제조과정 정보 등

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산업성(農林水産省)

3. 일본 케첩 라벨링

[표 6.3] 일본 케첩 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 명칭	• 품명, 종류별, 명칭 등을 기재
	2. 원재료명	• 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 고형량, 내용 총량)	• 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재할 것 • 고형물에 충전액 더한 경우 내용량 대신 고형량과 내용 총량 함께 적을 것 (예: 통조림, 병조림)
	4. 유통기한 ³⁶⁾	• 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	• ‘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	• 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)

36) 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

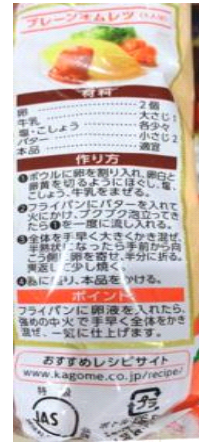
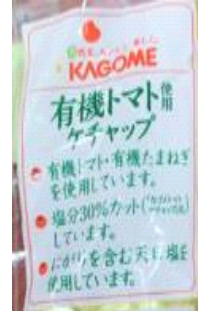
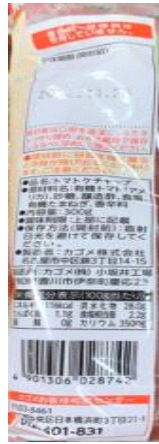
[표 6.3] 일본 케첩 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	7. 알레르겐	• 특정 원재료 등³⁷⁾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	• 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, 게 향료 등 약 600품목) • 일반 음식 첨가물로 사용되는 것 (딸기 주스, 한천 등 약 100품목) • 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로써, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 인정하지 않음 • 원재료 표시란에 원재료와 식품첨가물을 구분하여 표기해야 하며, 식품첨가물이 많은 순으로 표시해야 함
	9. 원산지	• 수입품의 경우에는 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 • 글자의 최소 크기는 8포인트로 할 것

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁)

37) 식품표시기준에서 정한 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것

▶ 일본 케첩 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링 1]

[뒷면 라벨링 2]

[뒷면 라벨링 3]

[앞면 - 일문]

- ① 有機トマト使用
- ② TOMATO KETCHUP
KAGOME
- ③ カゴメトマトケチャップ
- ④ 塩分30%カット
- ⑤ 300g
- ⑥ 無着色

[앞면 - 국문]

- ① 유기농 토마토 사용
- ② 토마토 케첩
카고메
- ③ 카고메 토마토 케첩
- ④ 염분 30% 감소
- ⑤ 300g
- ⑥ 무착색

[뒷면 1 - 일문]

- ① 着色料。保存料はしようしていません。
- ② 賞味期限（開封前）：2022.11.20
- ③ 開封後は口部を清潔に。
ふたをしっかり閉め、必ず冷蔵庫で保存し、なるべく早めにご使用ください。
- ④ 開封時に容器を強く握ると
中身が飛び出ることがあります。
ご注意ください。

[뒷면 1 - 국문]

- ① 착색료와 보존료를 사용하지 않습니다.
- ② 상미기한(개봉 전): 2022. 11. 20
- ③ 개봉 후에는 입에 닿는 부분을
깨끗하게 해주세요. 뚜껑을 꼭 닫고,
반드시 냉장 보관하고 가능한 빨리
섭취하세요.
- ④ 개봉 시 용기를 강하게 잡으면
내용물이 튀어나올 수도 있습니다.
주의해주세요.

⑤ 品名：トマトケチャップ

⑥ 原材料名

- 有機トマト (アメリカ)
- 砂糖
- 醸造酢
- 食塩
- 有機たまねぎ
- 香辛料

⑦ 内容量：300g

⑧ 賞味期限：上部に記載

⑨ 保存方法（開封前）：
直射日光を避けて保存して下さい。⑩ 製造者：
カゴメ株式会社
名古屋市中区錦3丁目14-15⑪ 製造所：
カゴメ（株）小坂井工場
愛知県豊川市伊奈町慶応23

⑫ 栄養成分表示（100g当たり）

エネルギー	116kcal
たんぱく質	1.1g
脂質	0g
炭水化物	28.0g
食塩相当量	2.2g
カリウム	350mg

⑬ カゴメお客様相談センター
- 〒103-8461
- 東京都中央区日本橋浜町3丁目21-1
- 0120-401-831

⑤ 품명: 토마토 케첩

⑥ 원재료명

- 유기농 토마토 (미국)
- 설탕
- 양조식초
- 소금
- 유기농 양파
- 향신료

⑦ 내용량: 300g

⑧ 상미기한: 상단에 기재

⑨ 저장방법 (개봉 전)
직사광선을 피해 보관하세요.⑩ 공급자:
카고메 주식회사
나고야시 나카구 니시키 3가 14-15⑪ 제조사:
카고메(주) 고사카이 공장 아이치현
도요카와시 이나마치 게이오 23

⑫ 영양 성분 표시 (100g당)

에너지	116kcal
단백질	1.1g
지질	0g
탄수화물	28.0g
식염상당량	2.2g
칼륨	350mg

⑬ 카고메 고객 상담센터
- 〒103-8461
- 도쿄도 추오구 니혼바시하마초
3가 21-1
- 0120-401-831

[뒷면 2 - 일문]

- ① 自然を、美味しく、たのしく。
KAGOME
- ② 有機トマト使用ケチャップ

[뒷면 2 - 국문]

- ① 자연을 맛있게, 즐겁게.
카고메
- ② 유기농 토마토를 사용한 케첩

- ③ 有機トマト・有機たまねぎを使用しています。
- ④ 塩分30%カット
(「カゴメトマトケチャップ」比)
- ⑤ にがりを含む天日塩を使用しています。

- ③ 유기농 토마토와 유기농 양파를 사용하고 있습니다.
- ④ 염분 30% 감소
(‘카고메 토마토 케첩’ 대비)
- ⑤ 간수를 포함한 천일염을 사용하고 있습니다.

[뒷면 3 - 일문]

- ① プレーンオムレツ (1人分)
- ② 材料
- 卵・2個
 - 牛乳・大さじ1
 - 塩・こしょう・各少々
 - バター・小さじ2
 - 本品・適宜
- ③ 作り方
1. ボウルに卵を割り入れ、卵白と卵黄をきるようにほぐし、塩、こしょう、牛乳を混ぜる。
 2. フライパンにバターをいれて火にかけ、ぶくぶく泡立ってきたら①を一度流し入れる。
 3. 全体を手早く大きくかき混ぜ、半熱状になったら手前から向こう側に卵を寄せ、半分に折る。裏返して少し焼く。
 4. 器に盛り、本品にかける。
- ④ ポイント
- フライパンに卵液を入れたら、強めの中火で手早く全体をかき混ぜ、一気に仕上げます。

[뒷면 3 - 국문]

- ① 플레인 오믈렛 (1인분)
- ② 재료
- 계란 2개
 - 우유 1큰술
 - 소금·후추 조금씩
 - 버터 2작은술
 - 본 제품 적당량
- ③ 만드는 방법
1. 볼에 달걀을 깨서 넣고, 흰자와 노른자를 자르듯이 풀어서 소금과 후추, 우유를 넣으세요.
 2. 팬에 버터를 넣고 데우세요. 거품이 생기면 1번을 팬에 넣으세요.
 3. 전체를 빠르고 크게 젓고, 반 정도 익으면 달걀을 앞에서부터 반대편으로 반으로 접으세요. 뒤집어서 살짝 구우세요.
 4. 그릇에 담고 본 제품을 뿌리세요.
- ④ 포인트
- 팬에 달걀물을 넣은 후에 중불로 빠르게 전체를 저어서 한번에 마무리합니다.

4. 일본 케첩 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

일본에서 사용 가능한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준은 일본 식품위생법 제 12조에 따라 일본 후생노동성(MHLW)에서 규정하고 있으며 그 종류에는 지정첨가물, 기존첨가물, 천연향료 등이 있음. 특히, 지정첨가물과 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로, 이 리스트에 기재되지 않은 첨가물의 사용은 인정하지 않음. 케첩 및 소스류에 적용되는 식품첨가물 기준 중 일부는 하기 표와 같음. 더욱 자세한 규정 및 기준, 사용조건은 일본 후생노동성(MHLW) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 6.4] 고객사 케첩에 적용되는 일본 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	소르브산칼슘	Calcium sorbate	소르브산으로서 0.5g/kg 이하	케첩
2	소르브산칼륨	Potassium sorbate		
3	소르브산	Sorbic acid		
4	퍼라이트	Perlite	식품의 0.5% 이하 ³⁸⁾	소스류
5	탈크	Talc		
6	폴리아크릴산나트륨	Sodium polyacrylate	식품의 0.2% 이하	
7	메틸 셀룰로오스	Methyl cellulose	2.0% 이하 ³⁹⁾	
8	아세트산벤질	Benzyl acetate	일반사용기준 (착향의 목적 이외 사용금지)	
9	안트라닐산메틸	Methyl anthranilate		
10	프로판올	Propanol		

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

38) 식품의 제조 및 가공상 반드시 필요한 경우 이외에는 사용을 금지함. 산성백토, 백도토, 벤토나이트, 탈크, 모래, 규조토 및 퍼라이트 그리고 이들과 유사한 불용성 광물성 물질을 두 가지 이상 사용하는 경우에는 그 합이 0.5% 이하여야 함

39) 카복시메틸셀룰로오스칼슘, 카복시메틸셀룰로오스나트륨, 카복시메틸스타치나트륨, 전분인산나트륨 및 메틸셀룰로스 중 1종 이상과 함께 사용하는 경우에는 그 사용량 합이 2.0% 이하여야 함

▶ 유해물질

일본 후생노동성(MHLW)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 소스류에 적용되는 일본 유해물질 기준을 분석한 결과임

[표 6.5] 고객사 케첩에 적용되는 일본 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	함량정보	대상
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	10ppb	소스류
2	심피툼 (컴프리)	Symphytum (Comfrey)	불검출 ⁴⁰⁾	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

40) 해당 물질이 검출되면 안된다는 의미임

▶ 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 고객사 케첩 유통 시 제품 라벨에 표기해야 하는 알레르기 유발성분은 없는 것으로 확인됨

[표 6.6] 일본 알레르겐 표기 성분

순번	표시 의무 여부	대상	순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	밀	15	권장	오렌지
2	의무	새우	16	권장	키위
3	의무	게	17	권장	바나나
4	의무	달걀	18	권장	복숭아
5	의무	땅콩	19	권장	사과
6	의무	우유	20	권장	소고기
7	의무	메밀	21	권장	돼지고기
8	권장	아몬드	22	권장	닭고기
9	권장	캐슈넛	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	호두

자료: 일본 소비자청(消費者庁)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① (주)노조미마켓(のぞみマーケット)

Interview ② 쇼쿠자이닷컴(食材ドットコム)

Interview ③ (주)이와타산교(岩田産業)

Interview ① (주)노조미마켓(のぞみマーケット)

41)

(주)노조미마켓
(のぞみマーケット)

유통업체

담당자 정보

Online Sales
Department

DRINK MARKET
ドリンクマーケット 全商品送料無料
※北海道・沖縄県・離島除く



(주)노조미마켓(のぞみマーケット) Online Sales Department

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

(주)노조미마켓은 식품 전문 유통업체로, 일본 대표 온라인 쇼핑몰인 라쿠텐(楽天)을 통해 유통하고 있습니다. 주요 취급 품목은 음료류, 라면, 간편식품, 소스류, 스낵류 등이며, 현재 델몬트(Del Monte), 하구루마(ハグルマ), 오타후쿠소스(オタフクソース) 등 다양한 브랜드의 케첩 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 최근 일본 소스류 시장의 트렌드는 무엇인가요?

최근 일본에서는 과거에 비해 대용량 소스의 판매량이 감소하였고, 반대로 소용량 제품의 수요가 증가했습니다. 일본 내 1-2인 가구의 비율이 점점 증가함에 따라 1-2인 가구를 위한 소용량, 소포장 제품이 다수 출시되었으며 소비자들도 소용량 제품을 더욱 선호하고 있습니다.

Q. 일본에서 판매되고 있는 케첩의 평균 용량 및 가격은 무엇인가요?

현재 일본 시장에서 판매되고 있는 케첩의 일반적인 용량은 200-300g이며, 250-280엔(한화 약 2,640-2,960원⁴²⁾) 정도에 판매되고 있습니다. 고객사 제품의 한국 가격이 120g에 6,500원 정도이고, 수입 시 가격이 더욱 높아진다면 일본 내 유사제품과 비교하여 매우 높은 가격인 것으로 보입니다.

Q. 일본 소비자들이 선호하는 케첩 용기는 무엇인가요?

일반적인 케첩 패키지는 플라스틱 용기를 사용하고 있으며 모양은 밑 부분이 더 넓은 물방울 모양입니다. 입구보다 몸통 부분이 더 넓은 모양이 소스를 짜기에 더욱 편리하기 때문에 소비자들도 선호하고 있습니다.

41) 사진자료: 라쿠텐(楽天) 홈페이지

42) 100엔=1,057.04원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Q. 일본 내 매운 케첩 제품이 있나요?

현재 저희 업체에서는 저당, 무염, 유기농 소스 제품을 취급하고 있지만, 매운맛 소스는 취급하고 있지 않습니다. 일본 음식의 경우, 한국 음식보다 매운맛이 덜하고, 일본인 중에서도 매운 음식을 못 먹는 소비자들이 많기 때문에 매운 케첩은 거의 없습니다.

Q. 저당 및 저칼로리가 셀링포인트로 작용할 수 있을까요?

코로나19로 인해 일본 내 건강에 대한 인식이 증가하고 있습니다. 때문에 저당, 저칼로리 등 건강에 좋은 제품의 인기가 상승하고 있으며 온라인 쇼핑몰에서도 저당 케첩이나 무염 케첩 제품이 높은 판매량을 보이고 있습니다. 토마토는 리코핀, 칼륨, 비타민 등 다양한 영양소가 많고 혈압이나 콜레스테롤 지수를 낮추는 효과가 있기 때문에 일본에서도 이러한 효능을 위주로 홍보하고 있습니다.

Interview ② 쇼쿠자이닷컴(食材ドットコム)

43)

쇼쿠자이닷컴
(食材ドットコム)

유통업체

담당자 정보

Online Sales
Department쇼쿠자이닷컴(食材ドットコム)
Online Sales Department

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

쇼쿠자이닷컴은 식품 전문 유통업체로, 일본 도쿄에 본사를 두고 있습니다. 조미료, 드레싱, 소스류, 냉동식품 등을 취급하고 있으며 온라인 쇼핑몰 라쿠텐(楽天)을 통해 유통하고 있습니다. 현재 일본 브랜드 카고메(Kagome)의 케첩 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 최근 일본 소스류 시장의 트렌드는 무엇인가요?

일본 편의점 및 슈퍼마켓에서는 소스류는 물론 음료, 과자, 간편식품 등 다양한 PB 상품이 활발히 출시되고 있습니다. 특히, 편의점에서 판매되고 있는 제품의 40% 정도가 PB 상품일 만큼, 인기가 높습니다. 과거 PB 상품은 저렴한 대신 품질이 낮다는 인식이 있었지만, 현재는 각 브랜드마다 특색있는 히트 상품으로 자리 잡았습니다.

Q. 일본 내 한국 소스 제품의 인지도는 어떤가요?

현재 일본에서는 카고메(Kagome), 오타후쿠소스(オタフクソース) 등의 현지 브랜드 제품과 미국의 하인츠(Heinz) 케첩이 인기 있습니다. 한국산 케첩은 잘 판매되고 있지 않으며 일본 내에서 한국 소스에 대한 인지도는 낮은 편입니다.

Q. 일본에서 판매되고 있는 케첩의 평균 용량 및 가격은 무엇인가요?

일본 내 일반적인 케첩의 용량 및 가격은 200~300g에 300엔(한화 약 3,170원)입니다. 또한, 한번 먹을 수 있는 1회 분량의 소용량 제품의 경우, 한 개에 6.5~12g 정도이며 가격은 평균 20엔(한화 약 210원)입니다. 고객사 제품의 용량은 일반적인 케첩의 용량보다 적은 편이며, 가격은 높은 편입니다.

Q. 케첩에는 어떤 포장 용기가 주로 사용되나요?

소용량 소스 제품은 패스트푸드점에서 흔히 볼 수 있는 호일 포장이나 비닐 포장을 사용하고 있습니다. 그 외 가정에서 사용되는 케첩은 플라스틱 스퀴즈 용기가 일반적입니다.

Q. 일본 내 매운 케첩 제품이 있나요?

저희 업체에서는 카고메(Kagome)의 살사 소스를 판매하고 있는데, 판매량이 뛰어나게 많지는 않지만 어느 정도 수요는 있는 편입니다. 해당 제품은 피자용으로 나온 소스로, 약간의 매운 맛을 가지고 있습니다.

Q. 소스류, 특히 케첩 구매 시 일본 소비자들이 선호하는 인증이 있나요?

카고메(Kagome)사의 홈페이지에서도 인증에 대한 정보는 나와 있지 않습니다. 일본에서 판매되고 있는 대부분의 케첩 제품도 인증을 강조하여 홍보하고 있지 않으며 일본 소비자들도 케첩 구매 시 취득 인증을 중요시하지 않습니다. 다만, 일부 브랜드의 경우 할랄(HALAL) 인증 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 주요 소비자는 누구일 것으로 예상하나요?

고객사의 케첩 제품은 저염, 저당 제품이기 때문에 당뇨, 고혈압 등의 질병으로 식단 조절이 필요한 소비자들에게 수요가 있을 것으로 예상됩니다. 또한, 다이어트에 관심이 있는 20-30대 여성들을 타겟으로 판매하여 고정 소비층으로 끌어들이는 것도 좋은 방법 중 하나입니다.

Interview ③ (주)이와타산교(岩田産業)

44)

(주)이와타산교
(岩田産業)

유통업체

담당자 정보

Sales Department



(주)이와타산교(岩田産業)

Sales Department

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

(주)이와타산교는 B2B 도매 전문 식품 유통업체로 후쿠오카에 본사를 두고 있습니다. 주요 취급 품목은 신선식품, 소스류, 조미료, 반찬, 유제품, 스낵류, 음료류 등이며 온라인 쇼핑몰 라쿠텐(楽天)을 통해 유통하고 있습니다.

Q. 일본에서 판매되고 있는 케첩의 평균 용량 및 가격은 무엇인가요?

일본에서는 소용량부터 대용량까지 다양한 용량의 케첩이 판매되고 있습니다. 소용량 제품의 경우, 12g * 40개 입 제품에 660엔(한화 약 6,980원)이며, 1kg 제품은 559-743엔(한화 약 5,910-7,850원)입니다. 3kg의 대용량 제품은 1,211-2,069엔(한화 약 1만 2,800-2만 1,870원) 정도입니다.

Q. 케첩에는 어떤 포장 용기가 주로 사용되나요?

축제 및 이벤트나 식당에서 사용되는 소포장 제품은 호일과 비슷한 재질의 PE 용기나 비닐이 주로 사용됩니다. 일반 가정용 제품은 물방울 모양의 플라스틱 용기가 일반적이며, 대용량 제품의 경우 캔이나 비닐 용기를 사용하는 경우가 많습니다.

Q. 고객사 제품이 시장성이 있을까요?

현재 일본에서는 건강을 테마로 한 식품이 다양하게 출시되고 있고 소비자들의 수요도 높습니다. 특히 코로나19로 인해 건강에 대한 인식이 더욱 높아짐에 따라 소스류에서도 이러한 트렌드가 이어지고 있으며 저희 업체에서도 케첩은 아니지만 저염 건강 제품을 취급하고 있습니다. 고객사 제품의 특성에 맞게 저염, 저당, 저칼로리 등을 셀링포인트로 설정하여 홍보하는 것이 좋습니다.

일본(Japan)

인터뷰 대상 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

· 유통업체 ○

(주)노조미마켓
(のぞみマーケット)쇼쿠자이닷컴
(食材ドットコム)(주)이와타산교
(岩田産業)

업체 ▶

유통업체

유통업체

유통업체

케첩
취급 ▶

케첩

케첩

케첩

사진 자료: 라쿠텐 제품 판매 페이지

일본(Japan)

유통업체 인터뷰 요약

고객사	소스 트렌드	가격/용량/포장	시장성
(주)노조미마켓 (のぞみマーケット) ----- 유통업체	소용량 제품의 수요 높음	- 평균 200~300g에 250~280엔(한화 약 2,600~3,000원) - 고객사 제품의 가격 높음 - 물방울 모양의 플라스틱 용기가 일반적	- 일본에는 매운 케첩 없음 - 저당, 저칼로리 제품 인기 상승 추세
쇼쿠자이닷컴 (食材ドットコム) ----- 유통업체	- 편의점 PB 상품 인기 - 일본 현지 브랜드 소스 및 하인츠(Heinz) 케첩 인기 - 한국산 케첩 인지도 낮음	- 평균 200~300g에 300엔(한화 약 3,200원) - 고객사 제품의 용량은 적고 가격은 높음 - 플라스틱 스퀴즈 용기가 일반적	- 케첩 구매 시 인증은 중요시하지 않음 - 주요 소비자는 질병으로 식단조절이 필요한 소비자 or 20~30대 여성 예상
(주)이와타산교 (岩田産業) ----- 유통업체	건강을 테마로 한 식품의 수요 높음	- 소용량(12g)부터 대용량(3kg)까지 다양함 - 일반 가정용 제품은 물방울 모양의 플라스틱 용기 사용	저염, 저당, 저칼로리를 셀링포인트로 설정하여 홍보 추천

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

VIII. 시사점

Export Insights

시장수요

일본 케첩 시장, 향후 5년 감소세 예상



코로나19 기간 가정 내 요리 습관이 확대되면서 일본 케첩 시장규모는 2020년 전년 대비 7% 증가하였음. 그러나, 향후 코로나19 사태가 완화되면서 외식 수요가 상승하고, 밀키트 및 간편식 시장이 발달함에 따라 향후 5년(2021~25년)간 연평균 1%의 감소세가 전망됨. 또한, 최근 5년간 일본 대한국의 HS CODE 2103.20의 수입이 전혀 이루어지지 않은 현상도 주의해야 함

한편, 일본 온라인 쇼핑물 내 판매되고 있는 한국산 매운 소스 제품은 주로 고추장, 불닭 소스, 치킨 소스, 비빔 소스 등이며, 한국산 케첩의 인지도는 거의 없는 것으로 확인됨

소비 특징



일본 온라인 쇼핑물 케첩 및 소스 홍보문구

일본 주요 온라인 쇼핑물에 판매되는 케첩 및 소스 제품 분석 결과, '유기농' 키워드가 홍보문구로 매우 많이 활용되고 있는 것으로 확인됨. 이 외에도 고객사 제품의 주요 특징인 '매운', '다이어트', '저당', '저칼로리' 키워드도 확인되었음. 선도 브랜드인 '히카리쇼쿠한', '유키가' 등도 유기농을 강조하고 있음. 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품의 셀링 포인트로 '매운 맛' 보다는 '저염, 저당, 저칼로리'를 집중적으로 홍보하여 건강에 관심이 많은 소비자나 고령층 등을 타깃할 것을 추천함

케첩 및 소스 용기 관련, 비닐에 포장된 튜브 제품이 가장 많았으며 하인즈의 케첩이 고객사 제품과 같은 업사이드 다운 용기를 사용한 대표적인 브랜드로 확인됨

제품 피드백



일본 현지 인기 케첩 제품

일본 현지 인기 케첩 제품과 수입유통업체 인터뷰를 종합해 보았을 때, 고객사 제품의 셀링포인트는 현지 선호 요인과 일치하는 부분이 많으나, 가격경쟁력이 낮은 편임

특히 이미 일본 케첩 시장에 유기농, 저염·저당·저칼로리 등 프리미엄 제품이 판매되고 있으나, 고객사 제품 대비 단위당 가격이 매우 낮은 편임. 예를 들어, 하구루마(ハグルマ) 브랜드의 유기농, 무염 및 조미료 무첨가 케첩은 290g*2개에 약 6천 원 대 후반의 가격으로 온라인에서 판매되고 있음. 또한 코로나19 기간 가격 민감도가 증가하면서 최근 케첩, 간장 등 소스 제품의 PB 상품 인기가 높아지는 현상도 고려해야 함

또한, 코셔/할랄/비건 인증 등은 케첩 제품의 주요 구매 요인은 아닌 것으로 확인되며, 최근 인구 고령화와 1인 가구의 증가, 맞벌이 가구가 증가하면서 고령층 소비자를 위한 염도를 낮춘 소스류, 소형 패키지 제품 등이 인기인 현상을 참고할 필요가 있음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Sauce, Dressings and Condiments in Japan」, 2020.11
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Japan Country Report」, 2021.02
3. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02
4. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020
5. 일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
4. 아마존 재팬(Amazon) (amazon.co.jp)
5. 라쿠텐(Rakuten) (rakuten.co.jp)
6. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
8. 마이바스켓(My Basket) (www.mybasket.co.jp)
9. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
10. 라이프(Life) (www.lifecorp.jp)
11. 이토요카도(Ito-Yokado) (www.itoyokado.co.jp)
12. 크레온하우스(crayonhouse) (www.crayonhouse.co.jp)
13. 내추럴하우스(Natural House) (www.naturalhouse.co.jp)
14. 코다와리이치바(こだわり市場) (www.kodawariichiba.com)
15. 시젠쇼쿠헨F&F(自然食品F&F) (www.shinzensyoku-ff.com)
16. 바이오세본(Bio c'Bon) (www.bio-c-bon.jp)
17. 장터 한국광장(韓国広場) (shopping.geocities.jp/hiroba)
18. 서울시장(ソウル市場) (www.seoul-ichiba.com)
19. 관세법령정보 포털 (www.unipass.customs.go.kr)
20. 통합 무역정보 서비스 (www.tradenavi.or.kr)
21. 일본 후생노동성(MHLW) (www.mhlw.go.jp)
22. 일본 농림수산업성(農林水産省) (www.maff.go.jp)
23. 일본 소비자청(消費者庁) (www.caa.go.jp)
24. 일본 식품 화학연구재단 (www.ffcr.or.jp)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.10.29

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