



2021 해외시장 맞춤형조사

No.		202110-42
품목		유아용 파우치 죽(Baby Pouch Soup)
HS CODE		2104.10-9000
국가		일본(Japan)
구분		시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 일본 이유식 시장규모	06
2. 일본 가공 이유식 시장규모	07
3. 일본 이유식 시장점유율	08
4. 일본 유아용 파우치 죽 수입규모	09
5. 한국 유아용 파우치 죽 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 일본 유아용 파우치 죽, 당근, 양파, 감자 등 야채가 주원료	13
2. 일본 유아용 파우치 죽 패키징, 캡이 없는 파우치가 대부분	14
3. 일본 유아용 파우치 죽 경쟁브랜드, ‘와코도’가 1위	15
4. 일본 유아용 파우치 죽, 섭취 간편성과 안전 키워드 강조	16
5. 일본 유아용 파우치 죽 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 일본 유아용 파우치 죽 유통채널 비교	19
2. 일본 유아용 파우치 죽 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 일본 유아용 파우치 죽 주요 온라인 유통채널	25
2. 일본 유아용 파우치 죽 주요 오프라인 유통채널	31

VI. 진입장벽

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

VII. 수입·유통업체 인터뷰

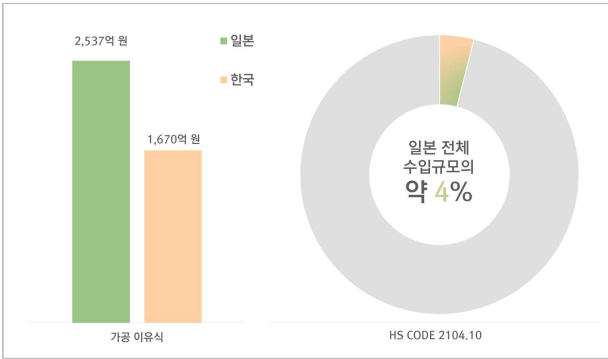
Interview ① 에스지엔푸드(SGN Foods)	51
Interview ② 소코소코포타(そこそこポーター)	53
Interview ③ 미토쿠(ミトク)	55

VIII. 시사점

※ 참고문헌	60
--------	----

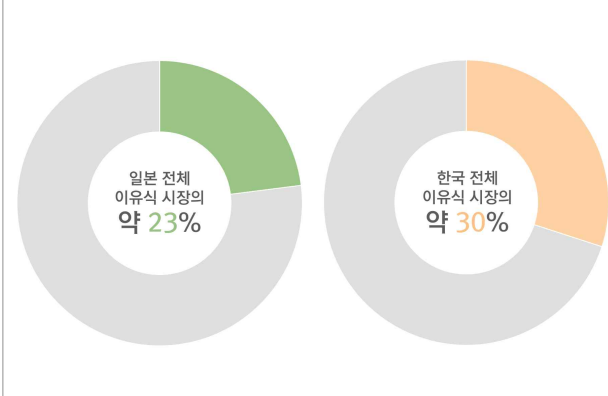
Summary

■ 수요 분석

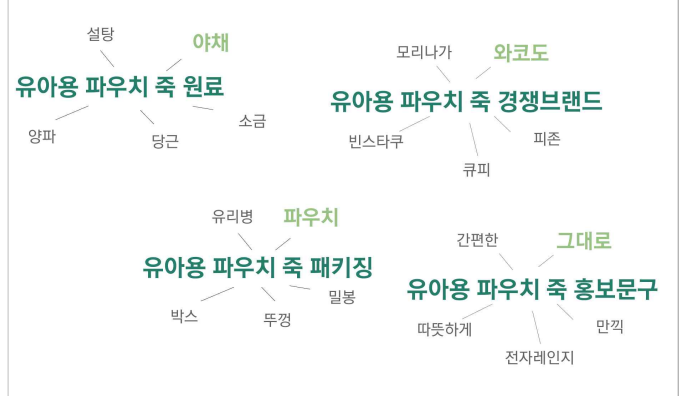


	일본	한국
이유식 시장규모	1.1조 원	5,510억 원
가공 이유식 시장규모	2,537억 원	1,670억 원
수입(출)액		점유율
일본 對한국 유아용 파우치 즉 수입 현황	42억 원	4%
한국 對일본 유아용 파우치 즉 수출 현황	40억 원	26%

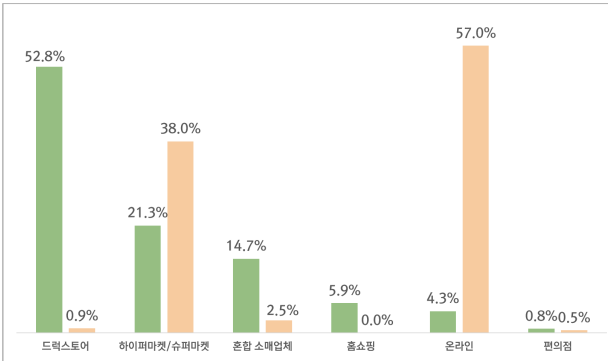
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	- 주요 유통채널 이온 및 라이프 - 코로나19 이후 편의점 및 드럭스토어와의 경쟁을 대비해 주거 지역과 밀접한 '도시형 미니 슈퍼마켓' 운영 기업이 증가함
아시안마트/한인마트	- 주요 유통채널 장터 한국광장 및 서울시장 - 일본 도쿄 교외지역에 한국 식품 전문 편의점 형태의 한인마트가 출점함
온라인	- 주요 유통채널 아마존 및 라쿠텐 - 코로나19 영향으로 기존 젊은 층이 주요 소비자였던 온라인 채널에서 장년층의 참여가 확대

■ 진입장벽

인증	후생노동성 사전등록 절차 필수 JAS, HACCP, FSSC 22000 등 선택 활용
라벨링	일본 후생노동성 및 소비자청 기준에 따른 라벨링 규정 준수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 전문가 평가

유아용 파우치 즉 제품 피드백	- 가격 및 포장 형태 모두 경쟁력 있음 - 제품 원료인 고구마 및 단호박이 일본에서 인기가 있는 편임
유아용 파우치 즉 추천 유통채널	- 처음 진출 시에는 온라인 매장으로의 진출 추천 - 오프라인 매장으로는 슈퍼마켓 및 영유아용품 전문매장을 추천
유아용 파우치 즉 홍보 방법	- 성분 및 조리법 강조 홍보문구 - 고객사 제품 특징을 살린 홍보문구가 중요함 - 인스타그램, 페이스북, 유튜브 활용 추천

■ 요약

Point 01.	- 일본 가공 이유식 시장규모는 한국의 약 1.5배, 일본 유아용 파우치 즉 수입액 중 對한국 수입 비중은 약 4%인 것으로 나타남 - 유아용 파우치 즉 제품의 일본 초기 적정 유통채널로 온라인 채널이 추천되었음
Point 02.	- 일본 유아용 파우치 즉 진출을 위해 후생노동성 사전등록 절차가 필수인 것으로 나타남 - 일본 내 유아용 파우치 즉 제품 원료로 고구마 및 단호박은 인기 있는 원료인 것으로 나타남 - 유아용 파우치 즉 홍보문구로 고객사 제품 특징을 잘 살린 문구, 성분 및 조리법 관련 문구가 추천됨

II. 시장규모

1. 일본 이유식 시장규모
2. 일본 가공 이유식 시장규모
3. 일본 이유식 시장점유율
4. 일본 유아용 파우치 죽 수입규모
5. 한국 유아용 파우치 죽 수출규모

1. 일본 이유식 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

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

▶ 일본 이유식 시장규모 1.1조 원, 한국 시장 대비 '2배' 규모

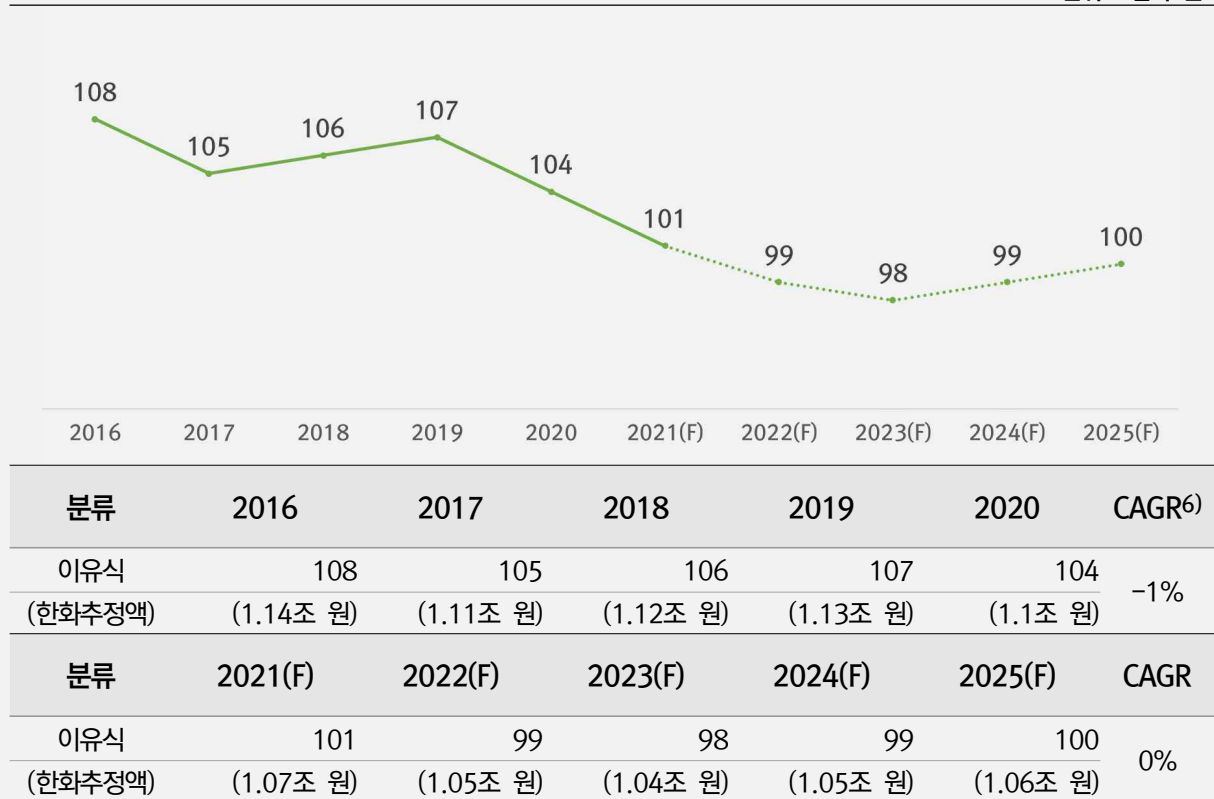
2020년 기준 일본 이유식 시장규모는 약 1.1조 원으로 약 5,510억 원을 기록한 한국 이유식 시장의 약 2배 규모에 해당함. 일본 이유식 시장은 최근 5년(2016-20년) 간 연평균 1%의 감소세를 보임

▶ 일본 이유식 시장규모, 향후 5년간 성장 정체 예상

일본 이유식 시장은 향후 3년(2021-23년) 간 지속적으로 감소 추세를 보이다 이후 2년(2024-25년) 간 각각 전년 대비 1%의 상승률을 기록하며 성장세로 전환될 것으로 전망됨. 출생률 하락 및 경제적 불확실성으로 분유 판매가 둔화된 점이 이유식 시장 규모 감소의 주된 원인인 것으로 지목됨²⁾³⁾

[표 2.1] 일본 '이유식' 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 엔



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '유아용 파우치 죽'은 단호박, 고구마 원재료의 건강함과 맛을 그대로 살린 유아용 죽 제품으로, 바쁜 아침이나 외출 시 아이에게 간편하게 먹일 수 있는 제품임. 이에 제품의 종류를 기준으로 '가공 이유식' 시장과 상위품목인 '이유식' 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Baby Food in Japan」, 2021.09

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 가공 이유식 시장규모

▶ 일본 가공 이유식 시장규모, 한국의 '1.5배' 규모

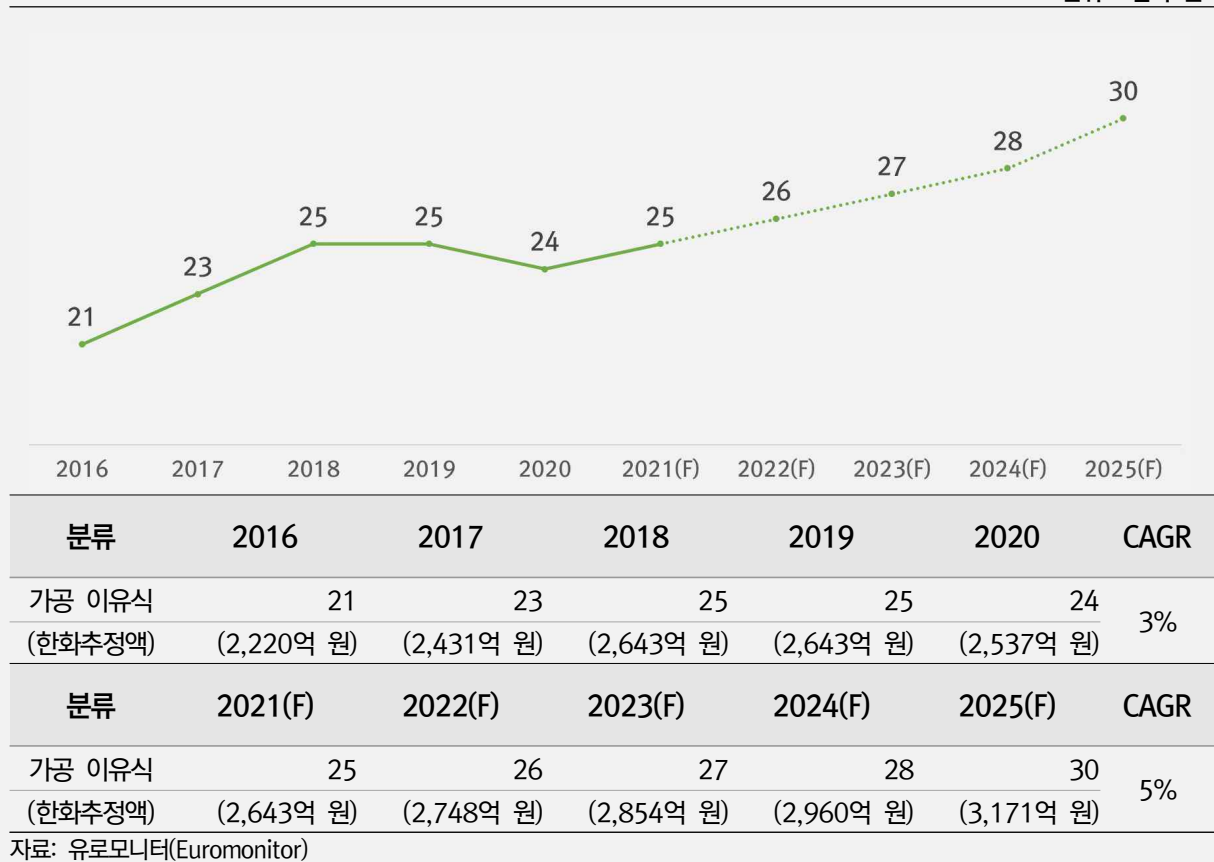
2020년 기준 일본 가공 이유식 시장규모는 약 2,537억 원으로, 약 1,670억 원을 기록한 한국 시장의 1.5배 규모에 해당함. 최근 5년(2016-2020년) 간 연평균 3%의 성장률을 기록하며, 동 기간 1%의 감소세를 보인 이유식 시장과 대비된 모습을 보임

▶ 일본 가공 이유식 시장규모, 향후 꾸준한 성장 예상

일본 가공 이유식 시장은 향후 5년(2021-25년) 간 연평균성장률 5%를 기록할 것으로 예측됨. 일본 내 맛별이 부부의 증가로 간편하게 섭취할 수 있는 제품에 대한 수요가 증가할 것으로 예상되며, 이유식 제품의 프리미엄화 등으로 인해 가공 이유식 시장규모가 꾸준히 커질 것으로 전망됨⁷⁾

[표 2.2] 일본 '가공 이유식' 시장규모⁸⁾

단위 : 십억 엔



7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Baby Food in Japan」, 2021.09

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 일본 이유식 시장점유율

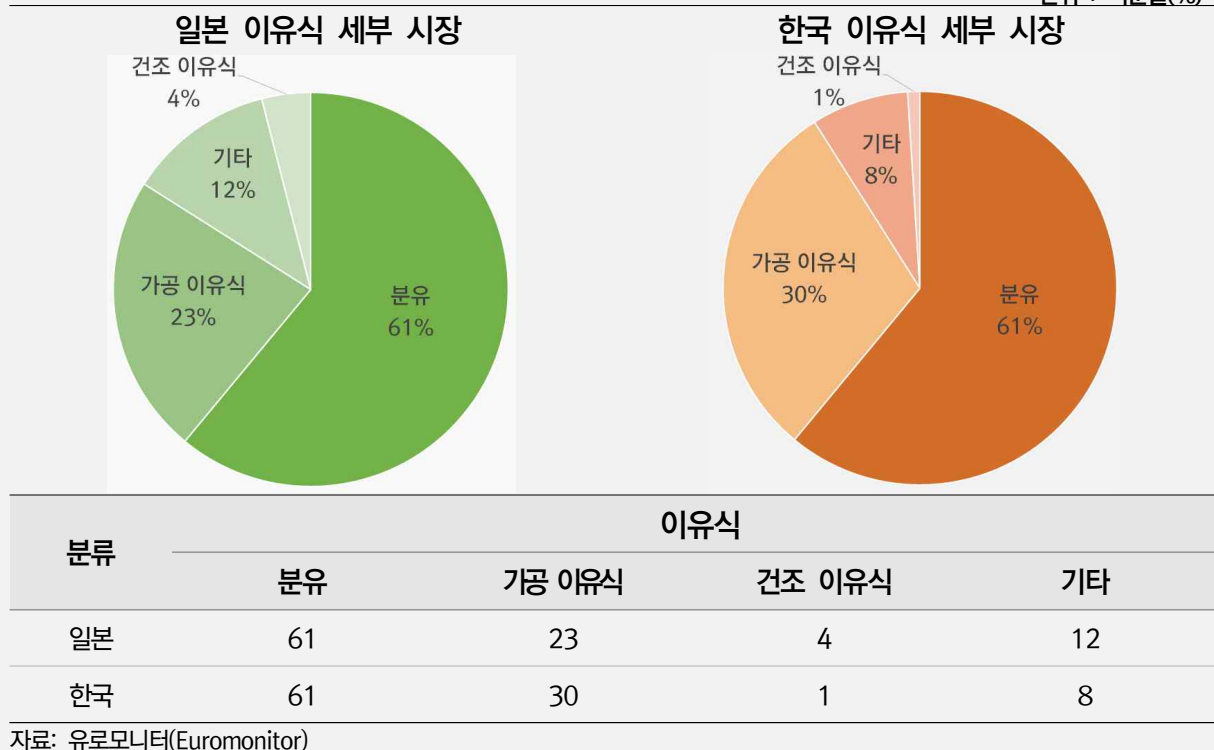
▶ 일본, 한국 시장 대비 ‘가공 이유식’ 점유율 低

일본 이유식(약 1.1조 원) 세부 시장과 한국 이유식(약 5,510억 원) 세부 시장을 비교했을 때, 일본 이유식 시장 내 ‘가공 이유식’ 점유율이 23%를 기록하며 한국의 30% 대비 다소 낮은 점유율을 기록함. 한편 양국 모두 ‘분유’가 61%로 가장 높은 비중을 차지했으며, 이어서 ‘가공 이유식’, ‘기타’, ‘건조 이유식’ 순으로 이어지며 이유식 세부 시장 구성이 유사한 것으로 나타남⁹⁾¹⁰⁾

일본 내 ‘분유’ 제품의 점유율은 매년 감소하는 추세로 향후 5년(2021-25년) 간 연평균성장률 -4%를 기록할 것으로 예상되는 반면, 가공 이유식 시장은 같은 기간 연평균 5%씩 성장할 것으로 기대됨. 맛별이 부부 증가, 가공 이유식 제품의 프리미엄화 등으로 가공 유아식 제품 수요는 지속적으로 증가할 것으로 예상되며, 2025년 이유식 시장의 약 30%를 차지할 것으로 전망됨

[표 2.3] 2020년 일본, 한국 ‘이유식’ 시장점유율¹¹⁾

단위 : 백분율(%)



9) 유로모니터상 일본 이유식 시장(약 1.10조 원)과 한국 이유식 시장(약 5,510억 원)의 시장점유율을 나타냄

10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Baby Food in Japan」, 2021.09

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

4. 일본 유아용 파우치 족 수입규모

HS CODE 2104.10

조사제품 ‘유아용 파우치 족’은 ‘수프·브로드(broth)와 수프·브로드(broth)용 조제품, 균질화한 혼합 조제 식료품’으로 규정된 제 2104호에 속하며, 이에 ‘수프·브로드(broth)와 수프·브로드(broth)용 조제품’에 해당하는 HS CODE 2104.10을 지표로 선정함

▶ 일본 HS CODE 2104.10 對글로벌 수입액, 연평균성장률 0.3%

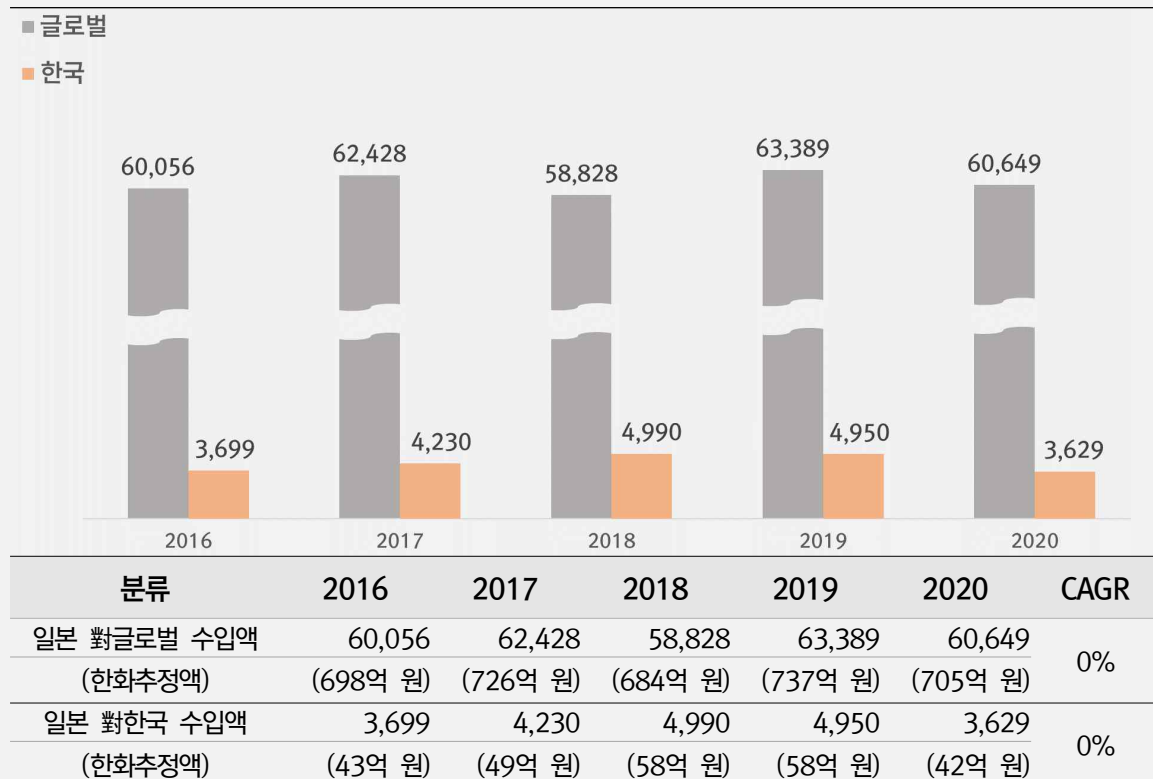
2020년 기준 일본 HS CODE 2104.10 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 4% 감소한 약 705억 원을 기록함. 최근 5년(2016-2020년) 간 일본 HS CODE 2104.10 품목의 對글로벌 수입액은 매년 증감을 반복하여, 연평균성장률 0.3%를 기록하는 등 별다른 성장세는 관측되지 않음

▶ 일본 HS CODE 2104.10 對한국 수입액, 약 42억 원

2020년 기준 일본 HS CODE 2104.10 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 27% 감소한 약 42억 원으로, 이는 對글로벌 수입액의 4% 규모이며 전체 7위에 해당하는 수치임. 글로벌 수입액 점유율 1위 국가는 중국(약 117억 원, 17%)이었으며, 이어서 미국(약 104억 원, 15%), 호주(약 104억 원, 15%) 순으로 집계됨

[표 2.4] 일본 HS CODE 2104.10 수입규모 12)13)14)

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2104.10 기준

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 1달러=1,162.80원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 유아용 파우치 족 수출규모

HS CODE 2104.10-9000

조사제품 '유아용 파우치' 족에
해당하는 HS CODE 2104.10-
9000(기타)의 한국, 글로벌,
일본 수출규모를 통해 수출
수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2104.10-9000 수출액, 연평균성장률 23%

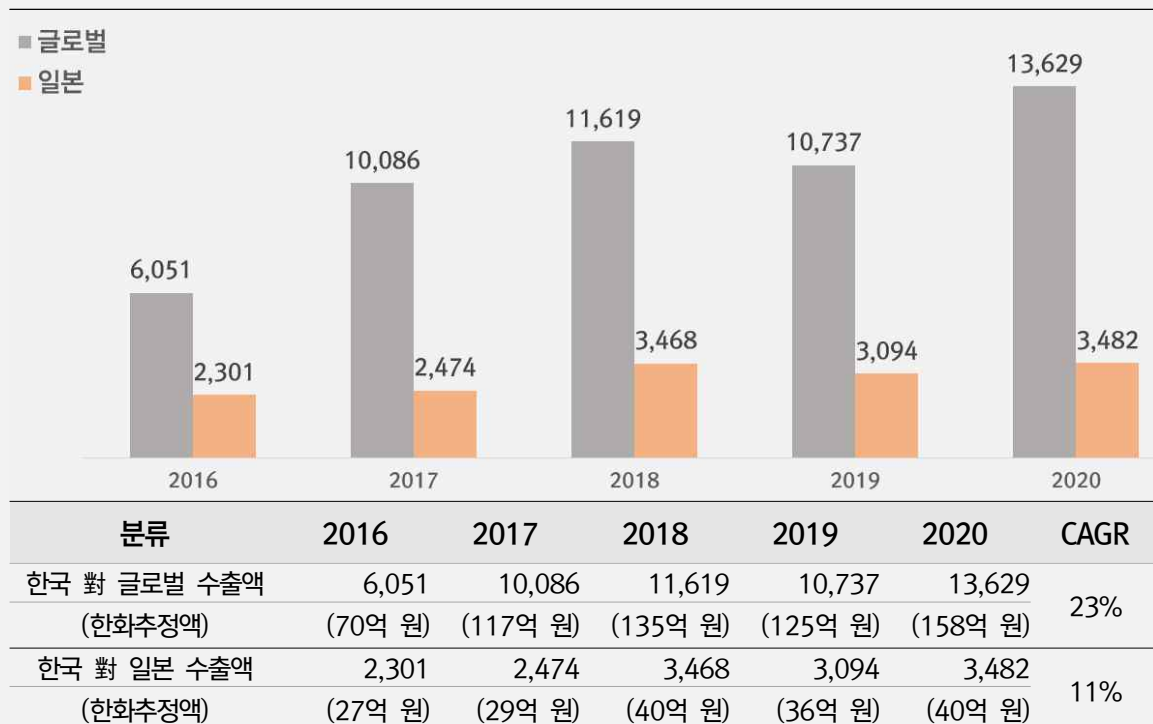
2020년 기준 한국 HS CODE 2104.10-9000 품목의 글로벌 수출액은 전년 대비 27% 증가한 약 158억 원을 기록함. 특히 2017년, 2020년 기준 전년 대비 각각 67%, 27% 증가하며 수출액이 큰 폭으로 성장하였으며, 최근 5년(2016-20년) 간 연평균성장률은 23%로 집계됨

▶ 한국 HS CODE 2104.10-9000 수출액, 일본 점유율 2위

한국 HS CODE 2104.10-9000 품목의 일본 수출액은 최근 5년(2016-20년) 간 연평균 11%의 성장률을 보이는 등 꾸준한 상승세를 기록함. 2020년 기준 일본 수출액은 전년 대비 11% 증가한 약 40억 원으로 집계되었으며, 이는 글로벌 수출액 중 점유율 26%로 2위에 해당함. 수출액 기준 1위 국가는 미국(약 56억 원, 35%), 3위는 홍콩(약 9억 원, 6%), 4위는 대만(약 7억 원, 5%) 순으로 이어짐

[표 2.5] 한국 HS CODE 2104.10-9000 수출규모¹⁵⁾¹⁶⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2104.10-9000 기준

15) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 일본 유아용 파우치 죽, 당근, 양파, 감자 등 야채가 주원료
2. 일본 유아용 파우치 죽 패키징, 캡이 없는 파우치가 대부분
3. 일본 유아용 파우치 죽 경쟁브랜드, '와코도'가 1위
4. 일본 유아용 파우치 죽, 섭취 간편성과 안전 키워드 강조
5. 일본 유아용 파우치 죽 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인매장 입점 유아용 파우치 죽 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 유아용 파우치 죽(ベビーお粥)
- 데이터 수집량 : 1,823건
- 데이터 수집원 : 아마존재팬(Amazon Japan),
라쿠텐(Rakuten)

▶ 일본 온라인매장 입점 유아용 파우치 죽 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 원료(맛) ② 패키징 ③ 경쟁브랜드 ④ 홍보문구

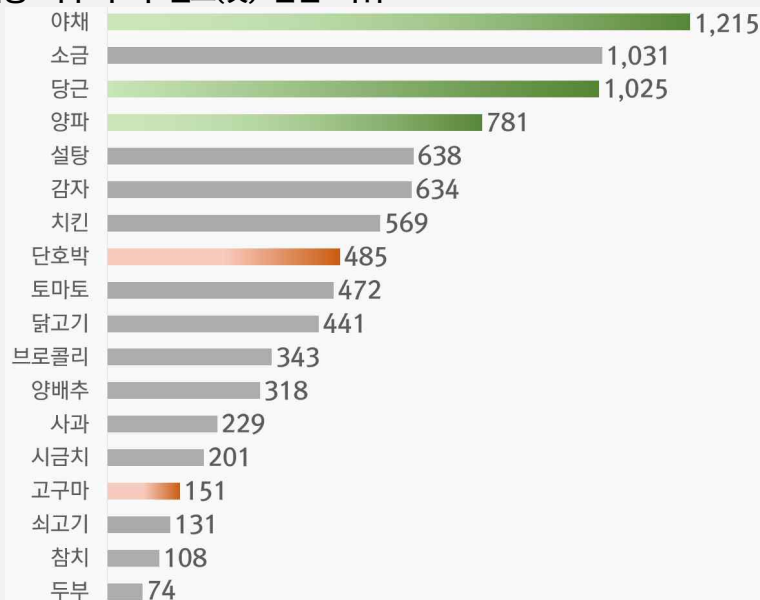
항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
원료(맛)	야채	野菜	1,215	치킨	チキン	569
	소금	食塩	1,031	단호박	かぼちゃ	485
	당근	にんじん	1,025	토마토	トマト	472
	양파	たまねぎ	781	닭고기	鶏肉	441
	설탕	砂糖	638	브로콜리	ブロッコリー	343
	감자	じゃがいも	634	양배추	キャベツ	318
패키징	파우치	パウチ	420	박스	箱	34
	밀봉	密封	309	유리 병	ガラス瓶	8
	뚜껑	ふた	83	(-)	(-)	(-)
경쟁 브랜드	와코도	Wakodo	543	빈스타쿠	ビーンスターク	83
	피죤	ピジョン	99	모리나가	森永	27
	큐피	キューピー	92	오후쿠로	Ofukuro	13
홍보문구	그대로	そのまま	613	쉬운	やすい	405
	만끼	お召	587	국산 야채	国産野菜	228
	전자레인지	電子レンジ	540	편리	便利	207
	따뜻하게	温める	500	엄마	ママ	202

1. 일본 유아용 파우치 죽, 당근, 양파, 감자 등 야채가 주원료

- ▶ ‘야채’, ‘당근’, ‘양파’ 등이 유아식으로 가장 많이 활용돼
 - ‘야채’ 키워드 1,215건으로 빈출 순위 1위
 - ‘당근’ 키워드 1,025건, ‘양파’ 키워드 781건으로 3,4위 차지
- ▶ ‘단호박’은 자주 활용되는 유아식 식재료
 - ‘단호박’ 키워드 485건으로 빈출 순위 8위로 대중적인 유아식 재료
 - ‘고구마’ 키워드 빈도는 151건으로 상대적으로 활용도 낮아
- ▶ ‘소금’, ‘설탕’ 등 감미료가 포함된 유아식 제품도 상당
 - ‘소금’, ‘설탕’ 키워드는 각각 1,031건, 638건으로 전체 2위, 5위를 차지
 - 유아식이지만 소금, 설탕 함유 제품에 거부감이 낮아

1위 야채		3위 당근		8위 단호박	
					
제품명	츠노 키리 야채 믹스	제품명	시리얼락 라이스 베지터블	제품명	호박 플레이크
브랜드	큐피 (kewpie)	브랜드	네슬레(Nestle)	브랜드	소다츠(Sodatu)
가격	70g/ 133엔(약 1,405원) ¹⁷⁾	가격	300g/ 2,999엔(약 31,700원)	가격	50g*2개/ 1,260엔(약 13,318원)

[표 3.1] 일본 유아용 파우치 죽 원료(맛) 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘유아용 파우치 죽’ 관련 게시물 784건 분석

17) 100엔=1,057.04원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 유아용 파우치 죽 패키징, 캡이 없는 파우치가 대부분

▶ 휴대와 섭취가 간편한 파우치 타입이 가장 많아

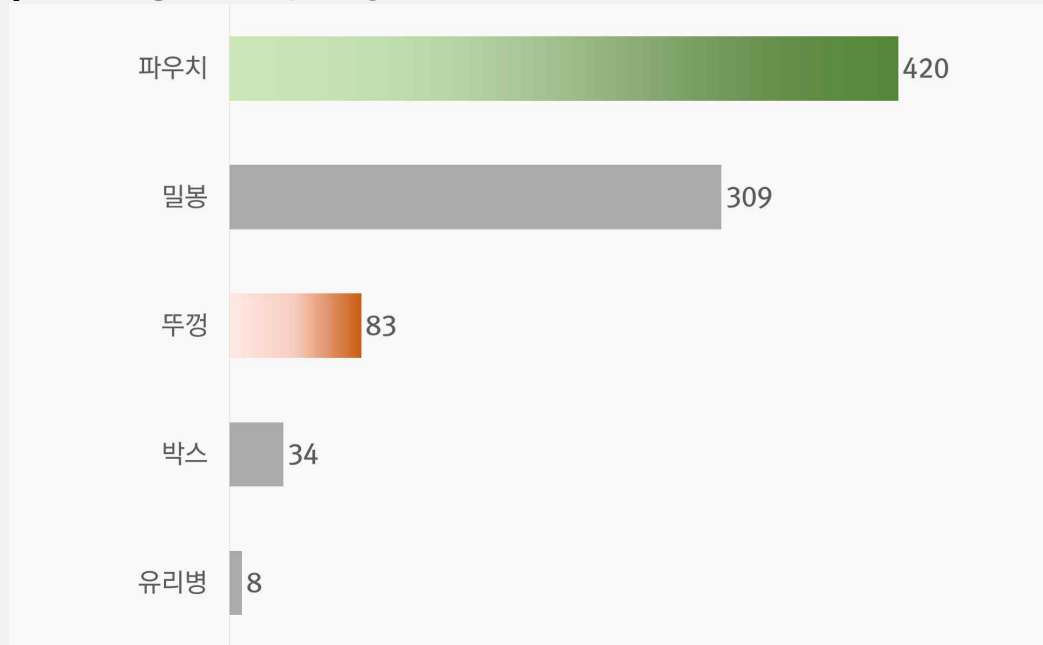
- ‘파우치’ 키워드 총 420건으로 가장 보편적인 유아식 패키징 타입
- 전자레인지에 바로 데우거나 용기에 담아 데울 수 있는 간편성 때문에 선호
- ‘파우치’ 여러 개를 묶음으로 판매하는 ‘박스’ 패키징도 일부 존재

▶ ‘캡’이 부착된 파우치는 상대적으로 퓨레 제품에서 일부 발견됨

- ‘뚜껑’ 키워드는 83건으로 ‘파우치’ 키워드에 비해 현저히 낮은 빈도
- 자사의 캡형 파우치가 일반 파우치와 비교해 밀봉이 가능하고 섭취도 간편해 죽 제품으로 나올 경우 선호가 있을 것으로 보임

1위 파우치		3위 캡		4위 박스	
					
제품명	브로콜리 단호박 소보로 고명	제품명	파이버 & 스무디 배 블루베리 시금치	제품명	4종 어소티드 세트
브랜드	모리나가(Morinaga)	브랜드	해피 토트(Happy Tot)	브랜드	와코도 영양마르쉐
가격	100g*4개/ 721엔(약 7,621원)	가격	120g*4개/ 2,580엔(약 27,271원)	가격	170g*4개/ 1,069엔(약 11,299원)

[표 3.2] 일본 유아용 파우치 죽 패키징 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘유아용 파우치 죽’ 관련 게시물 784건 분석

3. 일본 유아용 파우치 죽 경쟁브랜드, ‘와코도’가 1위

▶ 일본 대표 유아 식품 메이커인 ‘와코도’가 빈출량 1위

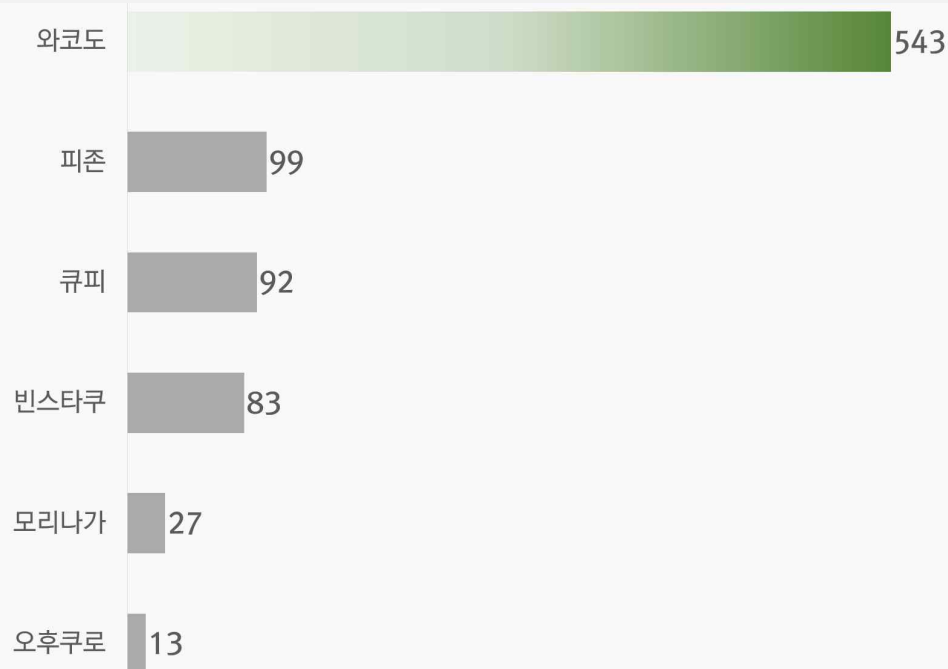
- ‘와코도’ 키워드는 543건으로, ‘피존’, ‘큐피’와 빈출량 현저한 차이
- ‘와코도’의 대표 라인업인 ‘구구키친’은 다양한 맛 때문에 타 브랜드 대비 유아용 죽으로 출시된 제품이 많은 것으로 파악됨

▶ ‘피존’, ‘큐피’, ‘빈스타쿠’ 브랜드는 유사한 수준의 빈출량 기록

- ‘큐피’는 유아식 외에도 옥수수죽, 단호박죽과 소스 등 다양한 제품군 보유
- 일본 대표 유아용품 브랜드인 ‘피존’에서도 전자레인지에 데워먹는 레토르트형 죽 파우치를 판매하고 있음

1위 와코도		2위 큐피		3위 피존	
					
제품명	구구키친 고구마와 단호박 스튜	제품명	부드러운 야채 호박죽	제품명	야채 레시피
용량	80g	용량	75g*6개	용량	100g*6개
가격	102엔(약 1,078원)	가격	1,684엔(약 17,800원)	가격	932엔(약 9,851원)

[표 3.3] 일본 유아용 파우치 죽 경쟁브랜드 관련 키워드



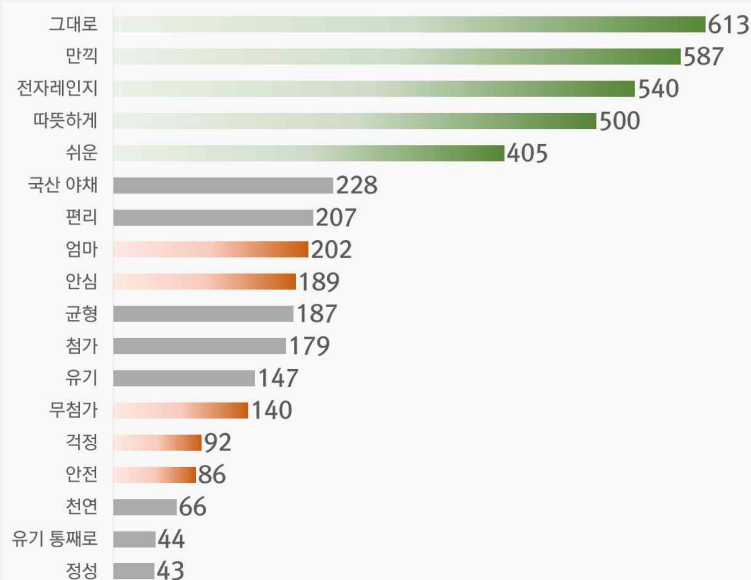
자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘유아용 파우치 죽’ 관련 게시글 784건 분석

4. 일본 유아용 파우치 죽, 섭취 간편성과 안전 키워드 강조

- ▶ ‘그대로’, ‘전자레인지’, ‘간편한’과 같이 섭취 간편성을 가장 중시
 - 별도의 조리없이 ‘그대로’ 키워드 613건으로 빈출량 1위
 - ‘전자레인지’, ‘따뜻하게’ 키워드 각각 587건, 540건으로 2위와 3위 기록
- ▶ ‘엄마’, ‘안심’, ‘무첨가’와 같은 안전성 강조하는 문구도 중요
 - 아이가 먹는 음식이기 때문에 ‘엄마’의 키워드로 ‘안심’하고 아이에게 먹일 수 있는 제품임을 강조하는 문구가 중요
 - ‘균형’과 같이 이상적인 영양상태를 맞춰주는 제품에 대한 기대 존재
- ▶ ‘유기’, ‘천연’, ‘유기 통째로’ 등 원재료 강조 문구는 꾸준한 인기
 - ‘유기’ 키워드 147건, ‘천연’ 키워드 66건으로 다른 키워드에 비해 상대적으로 낮지만 원재료의 품질을 강조한 문구도 빈출량 상당함

1위 그대로		4위 따뜻하게		12위 유기	
					
제품명	구구키친 단호박 그라탕	제품명	밤 호박 치즈 도리아	제품명	유기농 베이비푸드 호박과 당근
브랜드	와코도(Wakodo)	브랜드	빈스타쿠(BeanStalk)	브랜드	지구발 (地球畑)
가격	80g/ 145엔(약 1,532원)	가격	80g/ 108엔(약 1,141원)	가격	70g*12개/ 8,670엔(약 91,645원)

[표 3.4] 일본 유아용 파우치 죽 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘유아용 파우치 죽’ 관련 게시물 784건 분석

5. 일본 유아용 파우치 죽 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 전자레인지에 돌려 쉽게 먹는 단호박 죽 파우치

- 홍보문구 5위인 '쉬운' 활용, 편의성을 중시하는 소비자에 어필
- 친숙한 단호박 소재와 파우치 타입은 소비자의 구매 가능성 높여

▶ 컨셉 ② _ 엄마가 만든 것처럼 안심하고 먹을 수 있는 단호박죽

- 홍보문구 9위인 '안심' 활용하여 식품의 안전성을 강조
- 이유식 재료인 단호박을 아이의 식사 대용으로 구매하는 상황에서 '안심' 키워드가 구매에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상

▶ 컨셉 ③ _ 캡이 달려있어 휴대해서 먹이기 편리한 고구마죽

- 홍보문구 7위인 '편리' 활용, 외출 시 휴대하기 편리함을 강조
- 캡이 달려있어 별도의 용기나 숟가락 없이도 섭취할 수 있는 장점 부각

원료(맛)	패키징	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
단호박	파우치	쉬운	41건	전자레인지에 그대로 돌려 [단호박] 죽을 [쉽게] 먹을 수 있는 [파우치]
단호박	(-)	안심	6건	큐피 제품처럼 안전한 재료를 엄선해 엄마가 만든 것처럼 [안심]하고 먹을 수 있는 [단호박] 죽
단호박	캡	걱정	5건	[캡] 이 달려있어 휴대할 때 새거나 변질될 [걱정] 없이 마지막까지 쉐저 먹을 수 있는 [단호박] 죽
고구마	(-)	무첨가	3건	오쿠후로 이유식처럼 유기농 재료로 [첨가물 없이] 만든 위한 [고구마] 죽
고구마	캡	편리	1건	파우치에 [캡]이 달려있어 외출 시 휴대해서 먹이기 [편리]한 [고구마] 죽

★ 결합 키워드 발생량 : 원료(맛)/패키징/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 일본 유아용 파우치 죽 유통채널 비교
2. 일본 유아용 파우치 죽 유통채널 특징

1. 일본 유아용 파우치 즉 유통채널 비교

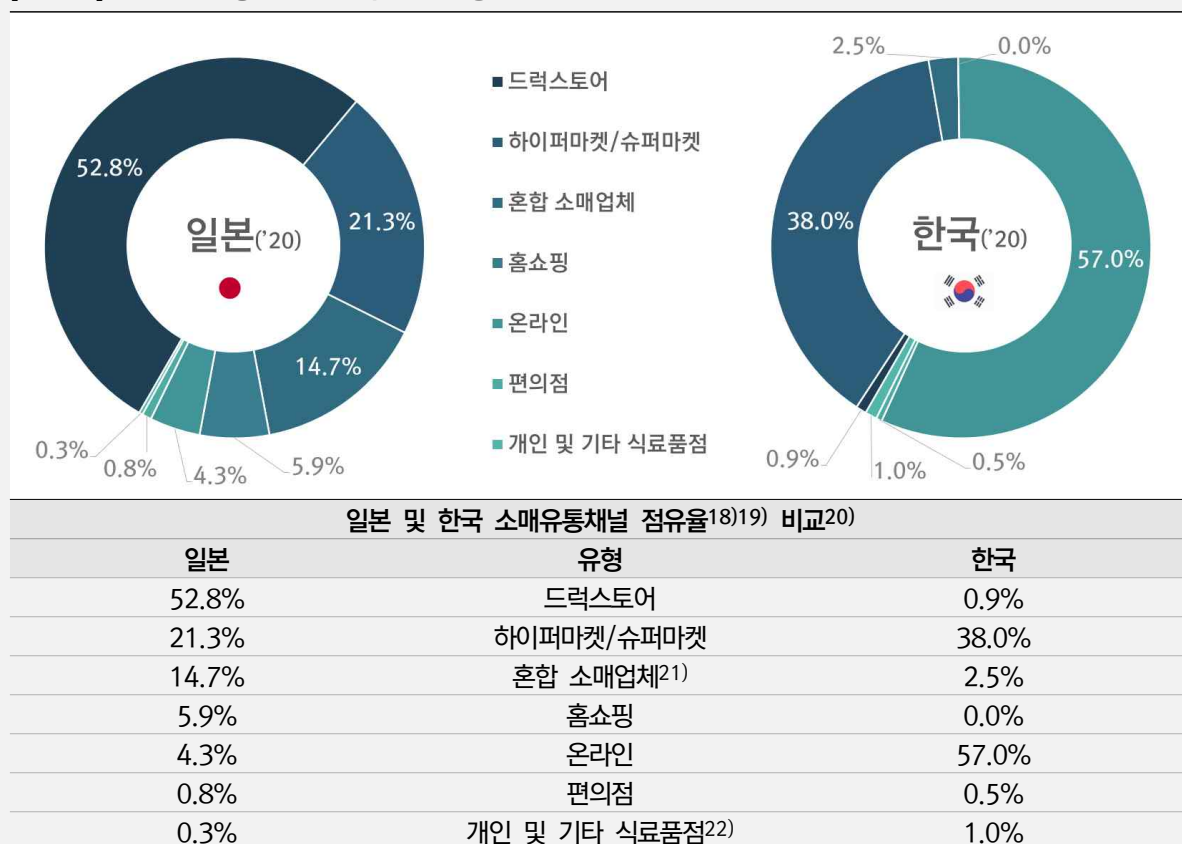
▶ 일본 ‘드럭스토어’와 ‘혼합 소매업체’ 점유율, 한국보다 높아

2020년 일본 ‘이유식’ 유통채널 중 ‘드럭스토어’의 점유율은 52.8%로 한국의 0.9% 대비 월등히 높았음. 그 뒤를 이은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 ‘혼합 소매업체’의 점유율은 일본이 21.3%와 14.7%로 한국의 38.0%, 2.5%와 각각 10%p 이상의 차이를 나타냄. ‘홈쇼핑’의 경우 일본은 5.9% 점유율을 나타냈으나 한국에서는 해당 채널을 통한 유통이 존재하지 않았음. 기타 ‘편의점’과 ‘개인 및 기타 식료품점’을 통한 유통은 두 국가 모두에서 1.0% 이하의 점유율을 차지한 것으로 나타남

▶ 일본 유아용 파우치 즉 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 일본 ‘이유식’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 4.3%로 한국의 57.0% 대비 월등히 낮아 아직 유아용 파우치 즉의 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 일본 유아용 파우치 즉 소매유통채널 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

18) 2020년 기준, 일본 및 한국 ‘이유식(Baby Food)’의 소매유통채널 점유율임

19) ‘유아용 파우치 즉’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘이유식(Baby Food)’의 정보를 확인함

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

21) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

22) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

2. 일본 유아용 파우치 즉 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 원²³⁾)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.

▶ 일본 슈퍼마켓 업체, 소비자 구매 패턴에 발맞춘 매장 운영 형태 선보여²⁴⁾

2020년 초 코로나19로 일본 정부가 긴급 사태를 선언하며 대다수의 소비자들이 ‘소량의 물품을, 퇴근 시 집 근처 소형 매장에서, 자주’ 식료품을 구입하지 않고 ‘대량의 물품을, 대형 매장에서, 가끔’ 구입하는 것으로 구매 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 기존 슈퍼마켓보다 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) ²⁵⁾	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)

23) 100엔=1,057.04원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

25) 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 82조 1,954억 원)의 43.0%를 점유했으며, 산하에 세븐일레븐(7-Eleven) 1개 브랜드를 보유하고 있음. 패밀리마트유니홀딩스(Familymart Uny Holdings)는 2020년 전체 매출액의 25.0%를 점유했으며 패밀리마트(Familymart), 토모니(Tomony), 선쿠스(Sunkus) 등의 브랜드를 두고 있음

- ▶ 일본 교외화 현상, 편의점 업체 운영 전략에 영향²⁶⁾
- ▶ 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 최소화 해준 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) ²⁷⁾	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), 데일리야마자키(Daily Yamazaki)
5	이온(Aeon)	2.8%	미니스트프(Ministop)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

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

27) 일본 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 아시안마트/한인마트

● 한국 식품
전문 편의점 칸비니

사진자료: 식품외식경영

▶ 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, 오사카에 각각 1개 점포, 도쿄, 오사카에 각각 1개 도매센터를 보유하고 있으며, 서울시장은 도쿄에 1개의 점포를, 사이타마에 물류센터를 보유하고 있는 것으로 나타남

▶ 일본 한류붐으로 인한 한국식품 수요 증가로 도쿄 교외 지역에 한인마트 출점²⁸⁾

2020년 12월, 도쿄 인근 교외지역인 사이타마현 카와구치시에 한국 식품 전문 편의점인 칸비니(韓ビニ)가 출점함. 기존 한인마트는 도쿄, 오사카 등 중심도시에 위치해 있었으나, 영화 기생충, 드라마 사랑의 불시착 등 콘텐츠로 인한 한류붐이 일며 한국 식품에 대한 수요가 높아짐에 따라 한인마트가 교외 지역 주거지에 입점하게 되었음. 해당 업체는 유아용 파우치 즉, 과자, 조미료 등의 한국 식품을 일본 편의점 분위기 및 진열방법에 맞추어 배치했으며, 편의점 카페를 함께 운영하며 한국식 편의점 문화를 즐길 수 있도록 점포를 운영하고 있음. 현재 한류 문화에 관심이 높은 일본 젊은 여성 고객의 방문비율이 높은 것으로 나타남

[표 4.4] 일본 주요 아시안마트/한인마트

순번	기업명	설립연도	보유 점포 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(韓ビニ)	2020년	1개	사이타마

자료: 기업 홈페이지

28) 식품외식경영(Foodnews)

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 젊은층 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)

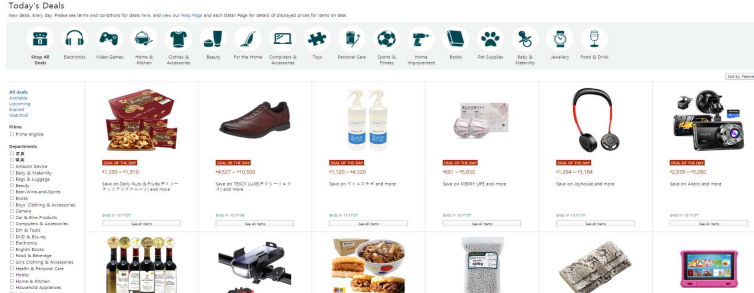
29) 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02

30) 일본 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 일본 유아용 파우치 죽 주요 온라인 유통채널
2. 일본 유아용 파우치 죽 주요 오프라인 유통채널

1. 일본 유아용 파우치 죽 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 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	와코도(和光堂), 그린마인드(Greenmind)
		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 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
영어, 중국어 언어 지원, 한국에서 해외 아마존 이용 가능

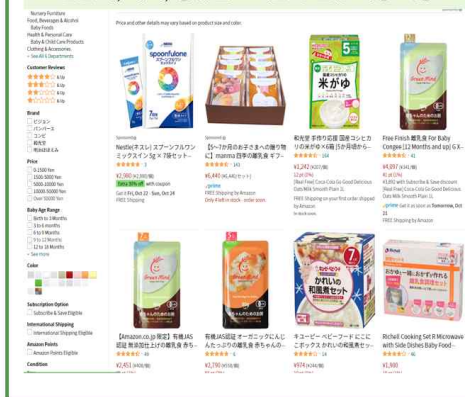
온라인몰 UI ②

Amazon Japan - 제품 구매 페이지

'유아용 죽' 제품 검색 결과

'유아용 죽'으로 검색결과 노출

원산지, 가격, 종류별로 세분화 분류 기능 제공



'유아용 죽' 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



브랜드별, 가격별, 할인 제공 여부별로 검색 가능
평점, 구매율별로 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	유아용 죽	와코도 (和光堂)	와코도데즈쿠리오엔 고쿠산코시히카리노코메가유 (和光堂 手作り応援 国産コシヒカリの米がゆ)	일본	1,605엔 (약 1만 6,965원)	5g * 60개입	
2	유아용 죽	그린마인드 (Greenmind)	포리지포베이비9먼스엔업 (Porridge For Baby 9 Months and up)	일본	4,087엔 (약 4만 3,201원)	80g * 12개입	
3	유아용 죽	마쓰야 (まつや)	마쓰야노오카유하쿠마이 (まつやのおかゆ 白米)	일본	613엔 (약 6,480원)	80g * 10개입	
4	유아용 죽	피죤 (ピジョン)	아카찬노야와라카팻쿠고한 (赤ちゃんのやわらか パックごはん)	일본	5,326엔 (약 5만 6,298원)	80g * 48개입	
5	유아용 죽	마마세레쿠토 (ママセレクト)	아카찬다시고쿠산가쓰오부시곤 부쇼쿠엔가가쿠초미료후시오 (赤ちゃんだし 国産 鰹節 昆布 食塩 化学調味料 不使用)	일본	1,485엔 (약 1만 5,687원)	5g * 20개입	
6	유아용 죽	리틀원즈 (Little One's)	무텐카고쿠산유키야사이덴넨쇼 쿠자이노리뉴쇼쿠 (無添加 国産有機野菜・ 天然食材の離乳食)	일본	2,180엔 (약 2만 3,043원)	80g * 6개입	
7	유아용 죽	닛쇼쿠(日食)	오가닛쿠오토미루노오카유 (オーガニックオート ミールのおかゆ)	일본	1,192엔 (약 1만 2,600원)	120g * 4개입	

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

32) 조사일(2021.10.25.) 기준 아마존재팬(Amazon Japan) 유아용 파우치 죽 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	치큐바타케(Chikyu Batake), 베비노리(ベビーのり)
		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 - 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호, 대표 Fax 번호, 대표자명) - 운영 담당자 정보 (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. 구매내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 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 맞춤형 서비스



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

‘유아용 죽’ 제품 검색 결과
‘유아용 죽’으로 검색결과 노출
원산지, 가격, 무게별로 세분화 분류 기능 제공



‘유아용 죽’ 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	유아용 죽	치큐바타케 (Chikyu Batake)	베비후도유키마이노오카유 (ベビーフード 有機米のおかゆ)	일본	7,870엔 (약 8만 3,189원)	80G * 16개입	
2	유아용 죽	베비노리 (ベビーのり)	GOSEI마제마제 (GOSEI まぜまぜ)	한국	1,230엔 (약 1만 3,002원)	35g * 3개입	
3	유아용 죽	그린마인드 (Greenmind)	포리지포베이비9먼스엔업 (Porridge For Baby 9 Months and up)	일본	4,200엔 (약 4만 4,396원)	80g * 12개입	
4	유아용 죽	규피베비후도 (キューピー ベビーフード)	규피베비후도오카유 (キューピーベビーフ ード おかゆ)	일본	135엔 (약 1,427원)	70g	
5	유아용 죽	소자이만사이 (素材満菜)	6쓰노야사이노와후오카유 (6つの野菜の和風おかゆ)	일본	108엔 (약 1,142원)	80g	
6	유아용 죽	마쓰야 (まつや)	오카유나나슈노야사이믹스 (おかゆ7種の野菜ミックス)	일본	205엔 (약 2,167원)	80g	
7	유아용 죽	닛쇼쿠 (日食)	오가닛쿠오토미루노오카유 (オーガニックオート ミールのおかゆ)	일본	1,200엔 (약 1만 2,684원)	120g * 4개입	

자료: 라쿠텐(Rakuten)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

33) 조사일(2021.10.25.) 기준 라쿠텐(Rakuten) 유아용 파우치 죽 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 일본 유아용 파우치 족 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	남성·여성	직업	학생·직장인·주부
		연령대	전연령대	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	아지노모토(味の素), 스타세레쿠토(スターセレクト)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경	 			

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 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 상이			
-------------	---------------------	---	--	--	--

자료: 라이프(Life)

사진 자료: 라이프(Life) 현지 매장 방문 조사

매대 제품 배치 현황



주력 입점 제품



라이프(Life)에서는 다양한 포장 형태를 지닌 인스턴트 죽 제품을 한 매대에 모아 진열하고 있음. 크게는 그릇 형태의 플라스틱 용기 및 플라스틱 파우치 제품이 구비되어 있으며, 각각의 제품들은 브랜드 및 맛 별로 구분되어 진열되고 있음

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	인스턴트 죽	아지노모토 (味の素)	시로가유 (白がゆ)	일본	118엔 (약 1,250원)	250g	
2	인스턴트 죽	아지노모토 (味の素)	베니자케가유 (紅鮭がゆ)	일본	138엔 (약 1,460원)	250g	
3	인스턴트 죽	아지노모토 (味の素)	우메가유 (梅がゆ)	일본	118엔 (약 1,250원)	250g	
4	인스턴트 죽	아지노모토 (味の素)	다마고가유 (玉子がゆ)	일본	118엔 (약 1,250원)	250g	
5	인스턴트 죽	스타세레쿠토 (スターセレクト)	우메가유 (梅がゆ)	일본	88엔 (약 930원)	250g	
6	인스턴트 죽	데부루란도 (テーブルランド)	구자이토우마미니코다윳타 카니조우스이 (具材と旨味にこだわった かにそうすい)	일본	198엔 (약 2,100원)	250g	
7	인스턴트 죽	데부루란도 (テーブルランド)	구자이토우마미니코다윳타 타이조우스이 (具材と旨味にこだわった たいそうすい)	일본	198엔 (약 2,100원)	250g	
8	인스턴트 죽	스타세레쿠토 (スターセレクト)	다마고가유 (玉子がゆ)	일본	88엔 (약 930원)	250g	
9	인스턴트 죽	스타세레쿠토 (スターセレクト)	시로가유 (白がゆ)	일본	88엔 (약 930원)	250g	

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	입점가능품목	• 곡물류, 음료류, 신선식품, 주류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 냉동식품 등	
	선호제품	• 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, 소비자 가격 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 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 3,440억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('21): 약 21,210개 • 직원 수('19): 약 2만 7,297명	
기업 요약	• 2018년 점포 수 2만 개 돌파 • 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 • 2020년 9월 배달 서비스 시작			

매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 제과류, 화장품, 문구, 위생용품 등	
	선호 제품	• 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품 다수	
	매장 전경	 	

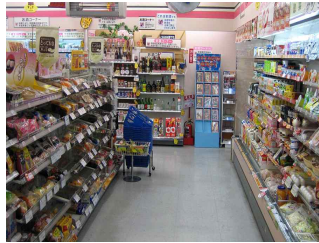
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- Seven&I Holdings 홈페이지를 통한 직접 문의 - 첨부 파일 작성하여 이메일로 송부 (7andi.com/en/csr/suppliers/helpline.html) - 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-3-5793-4370 - 이메일: 7andi-helpline@integrex.jp
-------------	---------------------	---

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 현지매장 방문조사

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 8,364억 원)	
		기타 규모	- 매장 수('19): 약 1만 4,659개 - 직원 수('19): 약 1만 7,395명	
	기업 요약	1975년 설립, 2001년 미쓰시비 상사가 인수하여 자회사로 편입 - 세븐일레븐, 패밀리마트 다음으로 일본 내 규모가 큰 편의점 업체		

매장정보	입점가능품목	• 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 제과류, 서적류, 화장품, 위생용품 등	
	선호제품	• 디저트류 스낵	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선전화를 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 공급자는 홈페이지 내 'Trading policy' 엄수 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-120-07-3963
-------------	---------------------	--

자료: 로손(Lawson)

사진 자료: 로손(Lawson)

⑤ 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	입점가능품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등	
	선호제품	• 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)

⑥ 서울시장

기업 기본 정보	기업명	서울시장(ソウル市場)	
	기업구분	아시안마트	
	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	입점가능품목	신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등	
	선호제품	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)

VI. 진입장벽

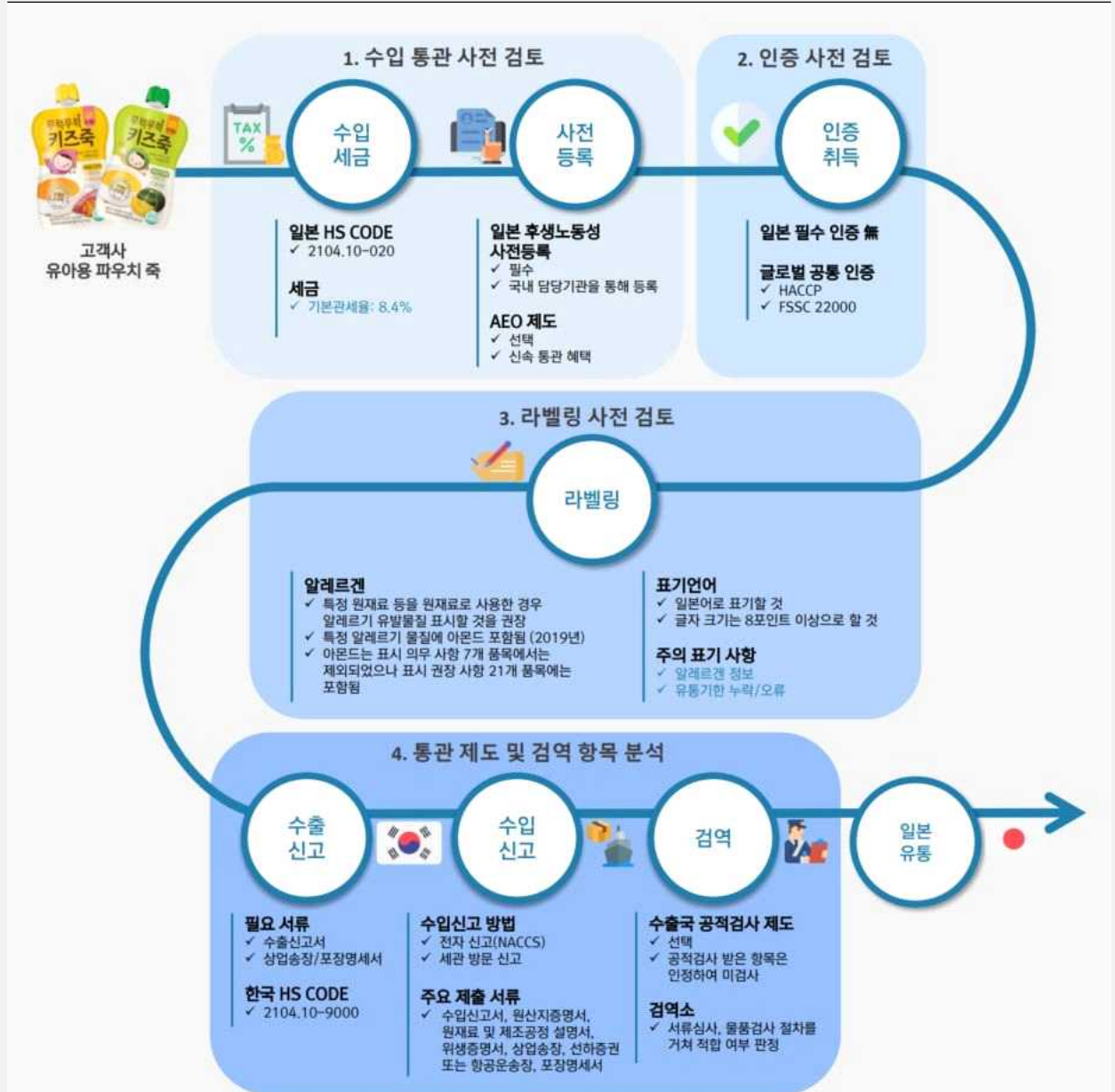
1. 일본 유아용 파우치 죽 통관 및 검역 절차
2. 일본 유아용 파우치 죽 품질 인증
3. 일본 유아용 파우치 죽 라벨링
4. 일본 유아용 파우치 죽 성분 및 유해물질

1. 일본 유아용 파우치 즉 통관 및 검역 절차³⁴⁾

▶ 일본 유아용 파우치 즉 수출 시 통관 절차별 참고사항

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

[표 6.1] 일본 유아용 파우치 즉 통관 검역 절차



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

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

2. 일본 유아용 파우치 죽 품질 인증

▶ 일본 유아용 파우치 죽, 적용받는 필수 인증 無

일본으로 유아용 파우치 죽을 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 유아용 파우치 죽 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(しょくひんえいせいほう、昭和22年法律第233号) - 일본 후생노동성 생활위생국장 통지 (수입식품 등 사전 확인제도 시행에 관한 통지)
		기관	일본 후생노동성
		적용품목	농·축·수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품첨가물
		취득절차	- 서류 제출(제조 및 수출업체) > 서류 접수 및 검토(국내 담당 기관) > 서류 심사 및 현장실사 (일본 후생노동성) > 등록 완료 및 등록번호 부여 (일본 후생노동성)
2	JAS 인증 	필요서류	- 필요서류는 신청서, 제품 목록, 위생 검사표, 성분 분석표, 제조 공정도 등이며 수입업체가 발급받은 시험 성적 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 유아용 파우치 즉 라벨링

[표 6.3] 일본 유아용 파우치 즉 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 ³⁵⁾	• 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)

35) 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

라벨 필수 표시 사항 및 기준	7. 알레르겐	• 특정 원재료 등³⁶⁾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 아몬드*가 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 식품첨가물로서, 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)

36) 식품표시기준에서 정한 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것

▶ 일본 유아용 파우치 죽 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일본]

- ① 白がゆ
- ② 味の素KK
- ③ 国産コシヒカリ 100%
- ④ 85キロカロリー
- ⑤ AJINOMOTO
- ⑥ 常備食に!
- ⑦ 豊かな風味とおいしさ長持ち!
- ⑧ 特殊パウチ使用
- ⑨ 一人前250g
- ⑩ 調理例

[앞면 - 국문]

- ① 흰죽
- ② 아지노모토KK
- ③ 국산 고시히카리 100%
- ④ 85kcal
- ⑤ 아지노모토
- ⑥ 상비식으로!
- ⑦ 풍부한 맛과 오래가는 좋은 맛!
- ⑧ 특수 파우치 사용
- ⑨ 1인분 250g
- ⑩ 조리 예시

[뒷면 - 일본]

- ① 南アルプスを源とする 青水でふくら炊き上げました。
- ② 特殊パウチとは…風味や鮮度を低下させる製品中の酸素を吸着するフィルムを使用した耐熱パウチです。

[뒷면 - 국문]

- ① 남부 알프스의 푸른 물로 밥을 모락모락 지었습니다.
- ② 특수 파우치란... 풍미와 신선도를 저하시키는 제품 내 산소를 흡착하는 필름을 사용한 내열 파우치입니다.

- ③ 調理方法
(レトルトパウチ食品1人前/250g)
- 1) の場合
 - のままで約5分
 - の封は切らずに、
 袋のまま沸とうしたお湯に入れる。
 - をつけたまま約5分加熱し、できあがり。
- 2) 電子レンジの場合
 - 500W の場合2分20秒
 - 600Wの場合2分
 - 袋のまま加熱すると発火する場合があります。
 - 必ず袋から深めの皿にあけてラップをかけ、加熱する。
 - 加熱後軽くかき混ぜて、できあがり。
- 3) 温めずにそのままでもお召し上がりいただけます。
- ④ 加熱直後は熱いのでお気をつけ下さい。
- ⑤ 開封時に、袋のはしで手を切らないようお気をつけてください。
- ⑥ 開封後は早めにお召し上がりください。
- ⑦ 本製品は五分かゆです。
- ⑧ お客様へ
 - お問い合わせやご意見をお待ちしております。
 - 0120-68-8181
 - 味の素株式会社 お客様相談センター
- ⑨ 商品情報はこちら!
 →味の素 おかゆ 検索
- ⑩ 品名：米飯類 (かゆ)
- ⑪ 原材料名：精米 (国産)
- ⑫ 殺菌方法：
 気密性容器に密封し、加圧加熱殺菌

- ③ 조리법
(인스턴트 파우치 식품 1인분/250g)
- 1) 온수의 경우
 - 봉지 그대로 약 5분
 - 봉지를 뜯지 않고 봉지 채로 끓는 물에 넣으세요.
 - 불을 올린 채로 5분간 가열해서 완성
- 2) 전자레인지의 경우
 - 500W인 경우 2분 20초
 - 600W인 경우 2분
 - 봉지 그대로 가열하면 발화할 수 있습니다.
 - 반드시 봉지를 개봉하여 깊은 접시에 넣고, 랍을 씌워 가열하세요.
 - 가열 후에 가볍게 저어 완성
- 3) 데우지 않고 그대로 드실 수도 있습니다.
- ④ 가열 직후에는 뜨거우니 조심하세요.
- ⑤ 개봉시 봉투에 손을 베지 않도록 주의하세요.
- ⑥ 개봉 후 가능한 빨리 드세요.
- ⑦ 본 제품은 5분 죽입니다.
- ⑧ 고객님께
 - 문의 및 의견을 기다리고 있습니다.
 - 0120-68-8181
 - 아지노모토 주식회사 고객상담센터
- ⑨ 상품 정보는 이쪽!
 → 아지노모토 죽 검색
- ⑩ 품명: 쌀밥류(죽)
- ⑪ 원재료명: 정미(일본산)
- ⑫ 살균방법:
 밀폐용기에 밀봉하고, 가압가열하여 살균하세요.

⑬ 内容量：250g

⑭ 賞味期限：欄外下部に記載

⑮ 保存方法：常温にて保存

⑯ 販売者：
味の素株式会社
東京都中央区京橋1の15の1

⑰ 製造者：
味の素食品株式会社 静岡工場
静岡県鳥田市大柳1177の1

⑱ 一人前 (250g) の栄養成分表示

エネルギー	85kcal
タンパク質	1.5g
脂質	0.25g
炭水化物	19g
食塩相当量	0.0g

⑲ 包装材料の材質
- パウチ：PP (ポリプロピレン)
- M (アルミ箱)
- リサイクルは、お住いの自治体の定める方法に誘ってください。

⑳ 賞味期限 (常温未開封)
2022. 11. 27

⑬ 내용량: 250g

⑭ 유통기한: 포장 하단에 기재

⑮ 보관방법: 상온에 보관

⑯ 판매자:
아지노모토 주식회사
도쿄도 주오구 교바시 1-15-1

⑰ 제조자:
아지노모토 식품 주식회사
시즈오카현 도리타시 오야나기
1177-1

⑱ 1인분 (250g) 영양성분표시

열량	85kcal
단백질	1.5g
지질	0.25g
탄수화물	19g
식염상당량	0.0g

⑲ 포장재료 재질
- 파우치: PP (폴리 프로필렌)
- M (알루미늄 상자)
- 재활용은 거주 지역의 자치단체가 정한 방법에 따라주세요.

⑳ 유통기한 (상온 미개봉)
2022. 11. 27

4. 일본 유아용 파우치 죽 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. 영·유아용 곡류 조제식 및 영아용 조제식, 레토르트 식품에 적용되는 일본 식품첨가물 기준 중 일부는 하기 표와 같음. 더욱 자세한 규정 및 기준, 사용조건은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 일본 후생노동성(MHLW)에서 확인 가능함

[표 6.4] 고객사 유아용 파우치 죽에 적용되는 일본 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	황산칼슘	Calcium sulfate	칼슘으로서 1.0% 이하 ³⁷⁾	영·유아용 곡류 조제식, 영아용 조제식, 레토르트 식품
2	메틸셀룰로스	Methyl cellulose	2.0% 이하 ³⁸⁾	
3	폴리아크릴산나트륨	Sodium polyacrylate	식품의 0.2% 이하	
4	펄라이트	Perlite	식품의 0.5% 이하 ³⁹⁾	
5	탈크	Talc		
6	피라진	Pyrazine	일반사용기준 (착향의 목적 이외 사용 금지)	
7	아세트산벤질	Benzyl acetate		
8	아세토아세트산에틸	Ethyl acetoacetate		
9	살리실산메틸	Methyl salicylate		
10	프로판올	Propanol		

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

37) 식품의 제조 및 가공상 꼭 필요한 경우 또는 영양 목적에 그 사용을 한정함. 사용량에 대해서 특별용도표시의 허가 또는 승인을 받은 경우에는 이에 한하지 않음

38) 카복시메틸셀룰로스칼슘, 카복시메틸셀룰로스타트륨, 카복시메틸스타치나트륨, 전분인산나트륨 및 메틸셀룰로스 중 한 가지 이상과 함께 사용하는 경우에는 그 합이 2.0% 이하여야 함

39) 식품의 제조 및 가공상 꼭 필요한 경우 이외에는 사용을 금지함. 산성백토, 백토, 벤토나이트, 탈크, 모래, 규조토 및 펄라이트, 그리고 이들과 유사한 불용성 광물성 물질을 두 가지 이상 함께 사용하는 경우에는 그 합이 0.5% 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 영·유아용 곡류 조제식 및 영아용 조제식, 레토르트 식품에 적용되는 일본 유해물질 기준을 분석한 결과임

[표 6.5] 고객사 유아용 파우치 죽에 적용되는 일본 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	함량정보	식품유형
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	10ppb	영·유아용 곡류 조제식
				영·유아용 조제식
				레토르트 식품
2	심피툼 (컴프리)	Symphytum (Comfrey)	불검출 ⁴⁰⁾	영·유아용 곡류 조제식
				영·유아용 조제식
				레토르트 식품
3	방사능 134Cs + 137Cs	Radioactivity 134Cs + 137Cs	50Bg/kg	영·유아용 곡류 조제식
				영·유아용 조제식

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 유아용 파우치 즉 유통 시 제품 라벨에 표기해야 하는 알레르겐 필수표기 성분 목록은 하기 표와 같음

[표 6.6] 일본 알레르겐 표기 대상 성분

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 제품 포함 여부	순번	표시 의무 여부	대상	고객사 제품 포함 여부
1	의무	밀	-	15	권장	오렌지	-
2	의무	새우	-	16	권장	키위	-
3	의무	계	-	17	권장	바나나	-
4	의무	달걀	-	18	권장	복숭아	-
5	의무	땅콩	-	19	권장	사과	-
6	의무	우유	√ (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 에스지엔푸즈(SGN Foods)

Interview ② 소코소코포타(そこそこポーター)

Interview ③ 미토쿠(ミトク)

Interview ① 에스지엔푸즈(SGN Foods)

41)

●
에스지엔푸즈
(SGN Foods)

수입·유통업체

담당자 정보

Operations Manager

에스지엔푸즈(SGN Foods)
Operations Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

에스지엔푸즈는 2012년 효고현에서 설립된 영유아용 식품 수입·유통업체로, 온라인 유통채널인 야후(Yahoo) 및 오프라인 유기농 영유아용 식품 취급 전문매장을 통해 유통하고 있습니다. 주로 뉴질랜드, 호주로부터 제품을 수입하여 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 일본 내 유아용 죽 수요가 있나요?

일본에서 처음 유아식을 시작할 때는 대부분 죽으로 시작하고 있습니다. 현재 일본 내 다양한 유아용 죽 제품이 판매되고 있으며, 그 수요 또한 높습니다.

Q. 고객사 제품은 가격적인 측면에서 경쟁력이 있을까요?

저희 업체에서는 호주, 뉴질랜드, 프랑스, 독일 등에서 수입한 유기농 제품만을 현재 취급하고 있습니다. 인기있는 제품은 120g*6개 묶음 제품에 2,649엔(한화 약 28,000원⁴²⁾)에 판매되고 있습니다. 고객사의 제품에 비해 가격이 높게 책정되어 있기 때문에, 가격적인 면에서는 고객사 제품이 충분히 경쟁력이 있습니다. 다만 일본 내 영유아 식품에 대해서는 수입산, 특히 유럽 및 호주산 제품이 좋은 품질의 고급 제품이라는 인식이 널리 퍼져있다보니, 브랜드파워가 없는 한국산 제품이 일본에서 수요가 있을지에 대해서는 조금 더 생각해봐야 할 문제입니다.

41) 사진자료: 에스지엔푸즈(SGN Foods)

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

Q. 고객사 제품의 포장 측면에서 경쟁력이 있을까요?

저희 업체에서 취급하는 제품 역시 고객사와 마찬가지로 플라스틱 파우치 형태로 제공되며, 용량은 보통 한 팩 당 120g 정도입니다. 아무래도 뚜껑이 있는 파우치 형태가 외출 시 사용하기 편하고 위생적이기 때문에 선호도가 높은 편입니다. 고객사 제품의 포장 형태도 저희 업체에서 취급하는 제품과 유사하기 때문에 포장 측면에서는 적합하다고 보여집니다.

Q. 고객사 제품의 원료 측면에서 경쟁력이 있을까요?

고객사의 단호박 및 고구마가 함유된 죽 제품은 현재 일본 내에서도 비교적 인기가 있는 제품입니다. 저희 업체에서는 고객사 제품과 비슷하게 과일을 재료로 한 제품을 취급하고 있으며, 바나나가 들어있는 죽 제품이 인기가 높은 편입니다.

Q. 취급 제품 중 인기 브랜드 제품은 어떤 것이 있나요?

저희가 취급하는 제품 중에서는 뉴질랜드의 맥칼럼 인더스트리(McCallum Industries)사의 제품이 가장 인기가 있습니다. 특히 바나나, 고구마, 블루베리, 퀴노아(Quinoa), 망고 등 여러 가지 맛의 제품을 5-6개로 묶어서 판매하고 있어 다양한 제품을 구매하고 싶은 소비자들에게 인기가 좋은 편입니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

고객사 제품만의 특징이 있다면, 그 특징을 가진 제품을 주로 취급하는 매장에서 판매하면 좋을 것 같습니다. 예를 들면 저희 업체와 같이 유기농 재료를 사용하여 만든 제품일 경우, 유기농 영유아 제품 전문매장에서 판매를 하는 방법을 생각해볼 수 있습니다.

Q. 일본 내 유아용 식품은 주로 어떤 홍보문구를 사용하나요?

저희는 유기농 제품만을 취급하고 있으며, 이 부분을 중점적으로 홍보하고 있습니다. 또한 '유아 알레르기 예방에 최적'이라는 문구를 사용하여 아이의 건강에 신경쓰는 소비자들의 눈길을 끌 수 있도록 노력하고 있습니다.

Interview ② 소코소코포타(そこそこポーター)

43)

●
소코소코포타
(そこそこポーター)

유통업체

담당자 정보

Operations Manager

そこそこポーター合同会社



소코소코포타(そこそこポーター)

Operations Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

소코소코포타는 에히메현에서 설립된 유통업체로, 주로 독일산 수입 제품을 취급하고 있습니다. 저희 업체는 독일 자본으로 설립된 업체이며, 온라인으로 주문 시 독일에서 직배송하는 형태로 판매를 진행하고 있습니다. 유아식 분류, 유아용 제품 뿐만 아니라 어른을 위한 제품 역시 취급하고 있습니다.

Q. 취급 제품 중 인기있는 제품은 무엇인가요?

저희 업체에서는 독일의 홀레(Holle)사의 제품만을 취급하고 있으며, 특별히 두드러지게 인기있는 제품이 있기보다 골고루 판매가 이루어지고 있습니다. 그 중 한 제품은 250g 주 하나에 1,280엔(한화 약 13,530원)에 판매하고 있습니다. 해당 제품은 곡물로 만든 죽으로, 비교적 소화가 쉽고 건강에 좋은 식재료를 사용하여 비교적 높은 가격을 책정하여 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격 측면에서 경쟁력이 있을까요?

저희는 고객사 제품의 가격(개당 2,270원)에 비해 비싼 가격에 판매하고 있습니다. 유럽산과 한국산의 인식차이를 제외하고 가격적인 측면에서만 고려하였을 시 고객사 제품은 충분히 경쟁력이 있다고 생각합니다.

Q. 고객사 제품의 포장 측면에서 경쟁력이 있을까요?

저희 업체에서 취급하는 죽 제품은 파우치형 포장이 아닌 비닐 포장용기를 사용하여 종이 박스에 담아 판매되고 있습니다. 다른 과일 푸레 제품은 파우치 형태로 판매하고 있습니다. 따라서 포장 측면에서도 고객사 제품은 현재 판매되는 제품들과 유사하기 때문에 경쟁력이 있다고 보여집니다.

Q. 고객사 제품에 적합한 홍보문구 및 홍보방법은 어떤 것들이 있나요?

고객사 제품에 맞는 형태 및 형상이 포함된 영양 성분, 조리법 등을 함께 기재하는 것이 좋은 방법이라고 생각합니다. 관련 키워드도 함께 기재하면 소비자들의 눈길을 끌 수 있을 것이라 생각합니다. 한편 SNS를 통해 구매하는 소비자들이 점차 증가하고 있어, 젊은 세대의 수요를 잡기 위해서는 SNS 홍보 마케팅이나 유튜브 등 영상 플랫폼을 활용한 홍보가 효과가 있을 것이라 생각합니다.

Interview ③ 미토쿠(ミトク)

44)

●
미토쿠
(ミトク)

수입·유통업체

담당자 정보

Operations Manager

미토쿠(ミトク)
Operations Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

미토쿠는 1969년 도쿄에서 설립된 수입·유통업체로, 유아용 제품 뿐만 아니라 화장품류 등을 취급하고 있습니다. 주로 프랑스산 수입제품을 온라인으로 유통하고 있으며, 아마존(Amazon) 및 자사 온라인 매장을 통해 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 가격적인 측면에서 경쟁력이 있을까요?

가격적인 측면에서는 고객사 제품은 충분히 경쟁력이 있습니다. 저희 업체에서는 프랑스 베이비바이오(BabyBio)사의 베이비 푸드 스무디 제품을 주로 취급하고 있습니다. 이 제품은 유기농 재료만을 사용하여 가격이 다소 높은 편입니다. 90g 스무디 제품이 281엔(한화 약 2,970원)으로, 고객사의 제품에 비해 가격이 높으나, 최근 아이의 건강을 위해 보다 몸에 좋은 재료 및 유기농 재료를 사용한 제품에 대한 수요가 높아지고 있는 추세이기 때문에 수요는 높은 편입니다.

Q. 고객사 제품의 포장 측면에서 경쟁력이 있을까요?

저희 업체에서 취급하는 제품 역시 고객사와 마찬가지로 플라스틱 파우치 형태로 제공되기 때문에, 포장 측면 역시 경쟁력이 충분할 것으로 생각합니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

최근 코로나19의 유행으로 온라인을 통해 제품을 구매하는 소비자들이 점차 늘어나고 있습니다. 따라서 처음 일본으로 진출하신다면, 온라인 유통채널을 통해 판매를 진행하는 것이 좋다고 생각합니다. 오프라인으로 유통하실 경우 아무래도 아이를 키우는 엄마들이 쉽게 접근할 수 있는 슈퍼마켓이 좋을 것 같습니다.

Q. 고객사 제품에 적합한 홍보문구 및 홍보방법은 어떤 것들이 있나요?

고객사 제품에 내세우고 있는 특징 중 어느 부분을 가장 크게 알리고 싶은지 우선 알아야 할 필요가 있습니다. 저희 업체를 예시로 들자면, 건강을 위한 자연성분 및 유기농 성분 함유를 가장 큰 콘셉트로 잡고 홍보문구를 작성하고 있습니다. 한편 요즘에는 SNS로 제품홍보를 많이 진행하고 있으며, 저희 업체에서는 자사 인스타그램 및 페이스북을 이용하여 홍보를 진행하고 있습니다.

일본(Japan)

인터뷰 대상 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

· 수입·유통업체 ○

에스지엔푸즈
(SGN FOOD LLC)소코스코포타
(ミトク)미토쿠
(ミトク)

업체 ▶

수입·유통업체

유통업체

수입·유통업체

유아용
파우치 죽▶
취급

유아용 유기농 죽



유아용 유기농 죽



유아용 과일 스무디

사진 자료: 에스지엔푸즈, 소코스코포타, 미토쿠 제품 판매 페이지

일본(Japan)

수입·유통업체 인터뷰 요약

고객사	추천 유통채널	고객사 제품 피드백	홍보문구 및 방법
에스지엔푸즈 (SGN FOOD LLC) 수입·유통업체	고객사 제품만의 특징을 주로 판매하는 전문매장	- 가격 면에서는 경쟁력 有 - 고객사 제품 포장 형태 多, 경쟁력 있을 것으로 예상 - 고객사 제품의 원료인 '고구마, 단호박' 일본 내 인기	자사 제품 기준, '유기농' 및 '알레르기 예방' 강조
소코스코포타 (ミトク) 유통업체	(-)	- 고객사 제품 가격경쟁력 有 - 파우치 형태 제품 많아 경쟁력 있을 것으로 예상	- 영양 성분 및 조리법과 관련된 키워드 - SNS 및 유튜브를 통한 홍보 추천
미토쿠 (ミトク) 수입·유통업체	- 온라인 플랫폼 추천 - 오프라인은 슈퍼마켓 추천	- 가격 경쟁력 有 - 건강 행기는 소비자들, 가격보다는 유기농 등 중요시 - 자사 제품과 같은 포장 형태	- 고객사 제품이 가지는 특징을 잘 살리는 것이 중요 - 인스타그램, 페이스북 활용

(*) 현지 경쟁품 취급 영유아용 식품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

VIII. 시사점



일본 온라인매장 유아용 파우치 즉 원료 관련 키워드

소비 특징 ① 유아용 파우치 즉 원료 키워드, 당근, 양파 등 야채가 빈출



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 인기 제품의 주요 원료 키워드로 야채, 당근, 양파 관련 키워드가 빈출되는 것이 확인되었음. 또한 소금 및 설탕 관련 키워드도 빈출되어 일본 소비자들 유아용 파우치 즉 등의 유아식 구매 시 소금 및 설탕 함유 제품에 대한 거부감이 낮은 것으로 확인되었음

한편, 고객사 유아용 파우치 즉의 주요 원료인 단호박 및 고구마 관련 키워드는 단호박 키워드가 485건으로 전체 원료 키워드 중 8위, 고구마 키워드가 151건으로 15위로 나타남. 이를 통해 유아용 파우치 즉 원료로 단호박이 고구마보다 일본 소비자들에게 상대적으로 대중적임을 미루어 볼 수 있음. 이와 관련해 일본 현지 유아용 파우치 즉 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 일본 소비자들에게 유아용 파우치 즉 원료로 단호박 및 고구마 원료가 선호되는 원료라는 답변을 수취함



일본 온라인매장 유아용 파우치 즉 패키징 관련 키워드

소비 특징 ② 유아용 파우치 즉 패키징 키워드, 파우치 패키징이 빈출



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 인기 제품의 주요 패키징 키워드로 파우치 패키징 키워드가 가장 빈출하는 것으로 나타남. 뒤이어 밀봉, 뚜껑 등 파우치 패키징 관련 키워드 역시 많이 도출되었음. 이 중 뚜껑의 경우, 고객사 제품과는 달리 뚜껑이 없는 파우치 패키지 제품이 뚜껑 달린 파우치 패키지보다 많은 것으로 나타남.

한편, 유리병 패키징 키워드는 8건밖에 도출되지 않아, 일본 유아용 즉의 주요 패키징이 아닌 것으로 파악됨. 이와 관련해 일본 현지 유아용 파우치 즉 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 일본 소비자들에게 유아용 즉 패키징으로 플라스틱 파우치 형태가 가장 적절하다는 답변을 수취함



일본 온라인매장 유아용 파우치 즉 홍보문구 관련 키워드

소비 특징 ③ 유아용 파우치 즉 홍보문구 키워드, 섭취의 간편성 관련 키워드 빈출



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 인기 제품의 주요 홍보문구 키워드로 그대로, 전자레인지, 쉬운 등 섭취의 간편성을 강조하는 키워드가 빈출되는 것이 확인됨. 뒤이어 안심, 무첨가 등 제품의 안전성을 강조한 홍보문구 역시 많이 도출되었음. 유기농, 천연 등 제품 원료와 관련된 홍보문구 키워드는 상대적으로 도출량이 적었으나, 적지 않은 인기 제품에서 제품 원료를 강조하는 것으로 확인됨

한편, 일본 현지 유아용 파우치 즉 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 유아용 파우치 즉의 추천 홍보문구로 성분 및 조리법을 강조한 홍보문구가 언급되었으며, 무엇보다 고객사 제품만의 특징을 살린 홍보문구가 효과적이라는 답변을 수취하였음. 제품 홍보로는 인스타그램, 페이스북, 유튜브를 활용하는 것이 추천되었음



일본 유아용 파우치 즉 유통채널 점유율

유통채널 주요 유통채널, 드럭스토어 및 하이퍼마켓/슈퍼마켓



일본 유아용 파우치 즉 유통채널 점유율 조사 결과, 드럭스토어가 52.8%로 가장 많은 점유율을 나타냈으며, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 21.3%, 혼합 소매업체가 14.7%, 홈쇼핑이 5.9%의 점유율을 뒤를 이었음. 온라인 및 편의점은 각각 4.3%, 0.8%의 낮은 점유율을 보임

하이퍼마켓/슈퍼마켓 채널은 일본에서 코로나19 이후 편의점 및 드럭스토어와의 경쟁을 대비해 주거 지역과 밀접한 '도시형 미니 슈퍼마켓' 운영을 늘리고 있는 것으로 나타났으며, 한인마트의 경우 도쿄 교외지역에 한국 식품 전문 편의점 형태로의 출점이 진행되고 있는 것으로 나타남. 한편, 일본 유아용 파우치 즉 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 초기 적정 유통채널로는 온라인 채널이, 이후 적정 유통채널로는 슈퍼마켓 및 영유아용품 전문매장이 추천되었음

Point 01. 일본 수출 위해 후생노동성

사전등록 절차 필수

Point 02. 일본 수출 제품 라벨링,

후생노동성 및 소비자청 기준 준수

진입장벽



유아용 파우치 즉 제품을 일본에 수출 시, 후생노동성 사전등록 절차를 반드시 밟아야 하며, AEO(Authorized Economic Operator) 제도를 통해 신속한 통관 및 비용 절감 등의 효과를 누릴 수 있는 것으로 조사됨. 또한 일본에 제품을 수출 시 후생노동성 및 소비자청 제품 라벨링 표기 기준을 준수해야 하는 것으로 나타남. 한편, 일본 수출 시 필수 취득 인증은 없으나, 식품 품질 관련 인증인 JAS 인증, HACCP 등 다양한 인증을 선택적으로 취득해서 활용할 수 있음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Baby Food in Japan」, 2021.09
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Japan Country Report」, 2021.02
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Japan Country Report」, 2021.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02
5. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020
6. 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. 아마존재팬(Amazon Japan) (amazon.co.jp)
5. 라쿠텐(Rakuten) (rakuten.com)
6. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
8. 마이바스켓(My Basket) (www.mybasket.co.jp)
9. 재팬가이드(Japan Guide) (www.japan-guide.com)
10. 식품외식경영(Foodnews) (www.foodnews.news)
11. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
12. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.sej.co.jp)
13. 로손(Lawson) (www.lawson.co.jp)
14. 장터 한국광장(韓国広場) (shopping.geocities.jp/hiroba)
15. 서울시장(ソウル市場) (www.seoul-ichiba.com)
16. 관세법령정보 포털 (www.unipass.customs.go.kr)
17. 통합 무역정보 서비스 (www.tradenavi.or.kr)
18. 일본 후생노동성(MHLW) (www.mhlw.go.jp)
19. 일본 농림수산업(農林水産省) (www.maff.go.jp)
20. 일본 소비자청(消費者庁) (www.caa.go.jp)
21. 일본 식품 화학연구재단 (www.ffcr.or.jp)
22. 에스지엔푸즈(SGN Foods) (www.sgnfoods.co.jp)
23. 소코소코포타(sokosokopota.com) (germany-porter.jp/products/detail.php?product_id=455)
24. 미토쿠(ミトク) (mitoku.co.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