



2021 해외시장 맞춤형조사

No.	202112-43
품목	과일청(Fruit Marmalade)
HS CODE	2008.99-9000
국가	일본(Japan)
구분	시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 일본 상온 과일 및 채소 가공품 시장규모	06
2. 일본 상온 과일 가공품 시장규모	07
3. 일본 상온 과일 및 채소 가공품 시장점유율	08
4. 일본 과일청 수입규모	09
5. 한국 과일청 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 오렌지, 레몬, 귤 맛 제품 대다수	13
2. 과일청 경쟁브랜드 1위 ‘팁트리’	14
3. 과일청 패키징, 세트 상품과 병 패키징 다수	15
4. ‘선물’ 키워드 홍보문구 활용도 높아	16
5. 일본 과일청 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 일본 과일청 유통채널 비교	19
2. 일본 과일청 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

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

VI. 진입장벽

1. 일본 과일청 통관 및 검역 절차	41
2. 일본 과일청 품질 인증	43
3. 일본 과일청 라벨링	44
4. 일본 과일청 성분 및 유해물질	49

VII. 수입·유통업체 인터뷰

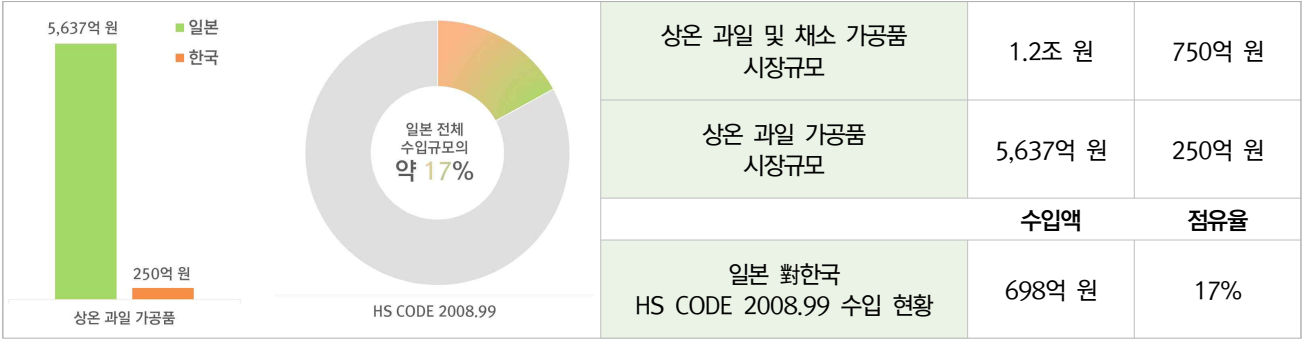
Interview ① 체리 테라스(Cherry Terrace)	54
Interview ② 코리아 트레이드(Korea Trade)	56
Interview ③ 나카노 라이프(Nakano Life)	58

VIII. 시사점

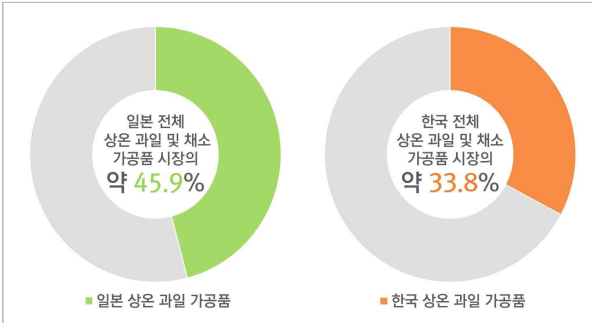
※ 참고문헌	63
--------	----

Summary

■ 주요 분석



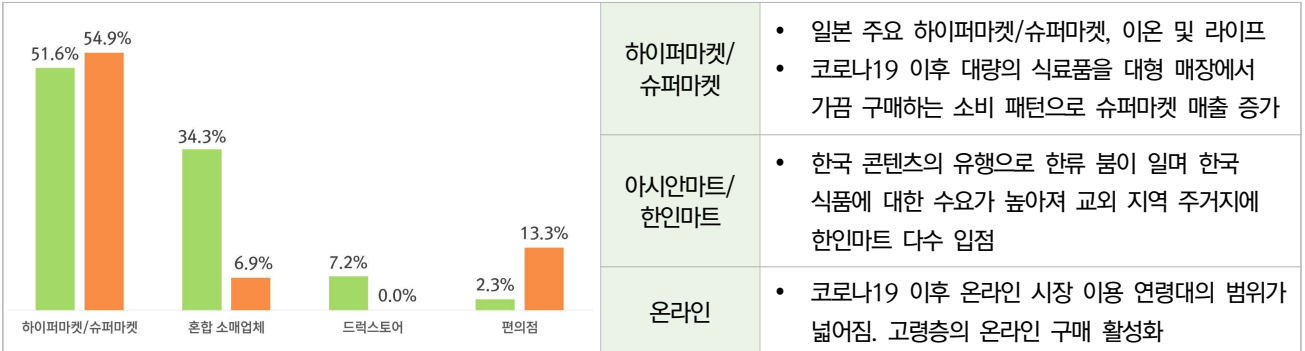
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



■ 진입장벽

인증/사전등록	일본 필수 인증 無. 일본 후생노동성 사전등록 필수
라벨링	일본어 표기 필수 밀, 새우, 우유 등 7가지 알레르겐 성분을 포함하는 경우에는 라벨 필수 표기
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

과일청 수요	- 현지 소비자, 단 맛을 선호하여 과일청 제품 인기 - 감귤류, 베리류 맛의 제품 꾸준한 인기
고객사 제품 피드백	- 과일청 제품에 스틱 형태의 패키징은 부적합 - 품질이나 신선도, 보관방법에 대한 우려 예상
홍보 및 유통채널	- 원재료의 신선도와 품질, 원산지, 활용 방법 등을 강조하여 홍보 - 새로 진입하는 제품에는 특히 온라인 채널 추천

■ 요약

Point 01.	- 코로나19의 영향으로 일본 내 건강 및 웰빙에 대한 관심이 증가하고 있으며, 유통기한이 긴 상온 보관 과일 및 채소 가공품의 수요가 증가함 - 일본 소비자들은 단 맛을 선호하여 과일청, 마말레이드, 시럽 등의 제품이 인기 있는 편임
Point 02.	- 인터뷰를 진행한 현지 수입유통업체 모두 고객사 제품의 소포장 패키징이 과일청 제품에는 적합하지 않은 형태라는 의견을 전달함 - 일본에서 과일청 및 마말레이드 제품들이 선물용, 패키지, 세트 상품으로 많이 판매되고 있는 점을 고려하여 고객사의 세 가지 맛 제품을 소용량 병 형태의 세트 상품으로 구성하는 것을 고려해볼 수 있음

II. 시장규모

1. 일본 상온 과일 및 채소 가공품 시장규모
2. 일본 상온 과일 가공품 시장규모
3. 일본 상온 과일 및 채소 가공품 시장점유율
4. 일본 과일청 수입규모
5. 한국 과일청 수출규모

1. 일본 상온 과일 및 채소 가공품 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

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

▶ 일본 상온 과일 및 채소 가공품 시장규모 약 1.2조 원

2020년 기준 일본 상온 과일 및 채소 가공품 시장규모는 전년 대비 20% 급증한 약 1.2조 원으로, 약 750억 원을 기록한 한국 시장의 약 16배 규모임. 앞서 수년간 가공이 덜된 신선 과일, 냉동 과일 및 채소 제품의 인기가 많았으나, 코로나19의 영향으로 유통기한이 긴 상온 보관 과일 및 채소 가공품의 수요가 증가한 것으로 확인됨

▶ 일본 상온 과일 및 채소 가공품 시장, 향후 5년간 성장 정체 전망

일본 상온 과일 및 채소 가공품 시장규모는 2021년에 전년 대비 11% 위축된 이후 완만한 감소세를 지속하면서 향후 5년(2021-25년)간 성장세가 더딜 것으로 예측됨. 코로나19 확산 감소에 따라 2021년에 상온 보관 과일 및 채소 판매는 급격히 감소할 것으로 예상되며, 향후 지속적으로 성장이 정체될 것으로 예상됨²⁾³⁾

[표 2.1] 일본 '상온 과일 및 채소 가공품' 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 엔



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '과일채소'는 달콤새콤한 과일과 심산안정에 도움을 주는 허브의 조화로 풍부한 맛과 향이 특징인 제품임. 이에 하위 카테고리인 '상온 과일 가공품' 시장과 상위 카테고리인 '상온 과일 및 채소 가공품' 시장의 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Processed Fruit and Vegetables in Japan Country Report」, 2020.12

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 100엔=1,024.84원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 일본 상온 과일 가공품 시장규모

▶ 일본 상온 과일 가공품 시장규모 약 5,637억 원 규모

2020년 기준 일본 상온 과일 가공품 시장규모는 약 5,637억 원으로, 약 250억 원을 기록한 한국의 약 22배에 달하는 것으로 확인됨

▶ 일본 상온 과일 가공품 시장, 향후 5년간 연평균 1% 위축 전망

일본 상온 과일 가공품 시장규모는 2021년 기준 전년 대비 15% 감소한 이후 향후 5년(2021-25년)간 연평균 1% 위축되어 2025년에 4,612억 원 규모에 이를 것으로 관측됨. 건강 및 웰빙에 있어 영양소의 중요성에 대한 일본 소비자들의 관심이 높아짐에 따라, 가공 채소와 과일의 수요도 함께 증가함. 다만, 가공 과일보다 신선 과일이 영양 측면에서 우수하다는 인식으로 가공과정을 거치지 않은 신선 과일을 선호하는 경향도 있는 것으로 분석됨⁷⁾

[표 2.2] 일본 '상온 과일 가공품' 시장규모⁸⁾

단위 : 십억 엔



7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Processed Fruit and Vegetables in Japan Country Report」, 2020.12

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 일본 상온 과일 및 채소 가공품 시장점유율

▶ 일본 '상온 과일 가공품' 시장점유율, 45.9%로 비중 높아

일본 상온 과일 및 채소 가공품(약 1.2조 원) 세부 시장과 한국 상온 과일 및 채소 가공품(약 750억 원) 세부 시장을 비교했을 때, 한국에서는 '상온 토마토 가공품' 점유율은 집계되지 않은 반면, 일본에서는 해당 시장이 24.5%를 점유하고 있음. 또한, '상온 과일 가공품'이 한국에서는 33.8%를, 일본에서는 45.9%를 점유함⁹⁾

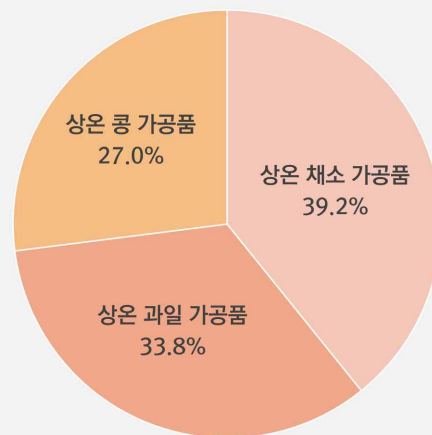
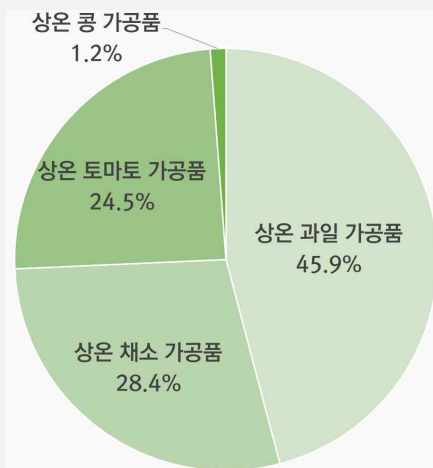
일본에서 과일과 채소는 건강한 식단의 필수 요소로 소비자들은 이를 보다 간편하게 섭취할 방법을 모색하고 있음. 가공된 과일 및 채소는 바쁜 현대인들에게 있어 건강식에 대한 수요와 편리함 두 가지를 모두 충족시키는 매력적인 제품으로 인식됨. 최근에는 당질 제한에 대한 인식이 높아져 당도 60% 전후의 저당도 잼 및 요구르트 등 음료에 섞어 먹을 수 있는 덩어리 과일 잼이 일본 소비자들에게서 반향을 일으키고 있는 것으로 확인됨¹⁰⁾

[표 2.3] 2020년 일본, 한국 '상온 과일 및 채소 가공품' 시장점유율¹¹⁾

단위 : 백분율(%)

일본 상온 과일 및 채소 가공품 세부 시장

한국 상온 과일 및 채소 가공품 세부 시장



분류	상온 과일 및 채소 가공품			
	상온 콩 가공품	상온 과일 가공품	상온 채소 가공품	상온 토마토 가공품
일본	1.2	45.9	28.4	24.5
한국	27.0	33.8	39.2	-

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 유로모니터상 일본 상온 과일 및 채소 가공품 시장(약 1.2조 원)과 한국 상온 과일 및 채소 가공품 시장(약 750억 원)의 시장점유율을 나타냄

10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Processed Fruit and Vegetables in Japan Country Report」, 2020.12

11) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

4. 일본 과일청 수입규모

HS CODE 2008.99

조사제품 ‘과일청’은 ‘그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분’으로 규정된 제 2008호에 속하며, 이에 ‘기타’에 해당하는 HS CODE 2008.99를 지표로 선정함

▶ 일본 HS CODE 2008.99 對글로벌 수입액, 약 4,104억 원

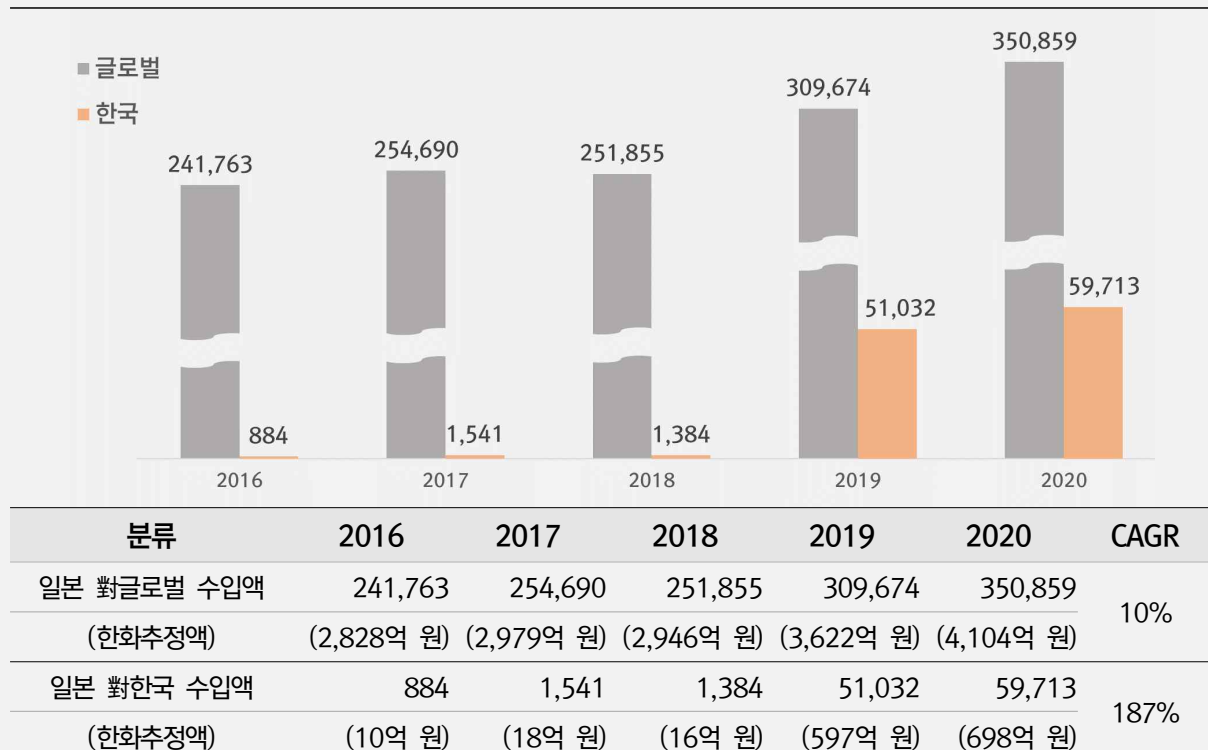
2020년 기준 일본 HS CODE 2008.99 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 13% 증가한 약 4,104억 원을 기록함. 2018년을 제외하고 지난 5년(2016-2020년)간 일본 對글로벌 수입액은 전년 대비 증가하는 추세를 보였으며 연평균성장률은 10%로 집계됨

▶ 일본 HS CODE 2008.99 수입액 중 한국산 점유율 2위

2020년 기준 일본 HS CODE 2008.99 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 17% 증가한 약 698억 원으로, 점유율 17%를 기록해 2위를 차지함. 일본 對한국 수입액은 2018년에 전년 대비 10% 감소한 이후 2019년 기준 3,587% 급증한 것으로 확인됨. 글로벌 수입액 점유율 기준 1위는 중국(약 1,839억 원, 45%), 3위는 태국(약 501억 원, 12%), 4위는 미국(약 214억 원, 5%) 순으로 확인됨

[표 2.4] 일본 HS CODE 2008.99 수입규모¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2008.99 기준

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 1달러=1,169.60원(2021.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 과일청 수출규모

HS CODE 2008.99-9000

조사제품 '과일청'에 해당하는 HS CODE 2008.99-9000(기타)의 한국 對글로벌, 對일본 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2008.99-9000 수출액, 5년간 연평균 18% 성장

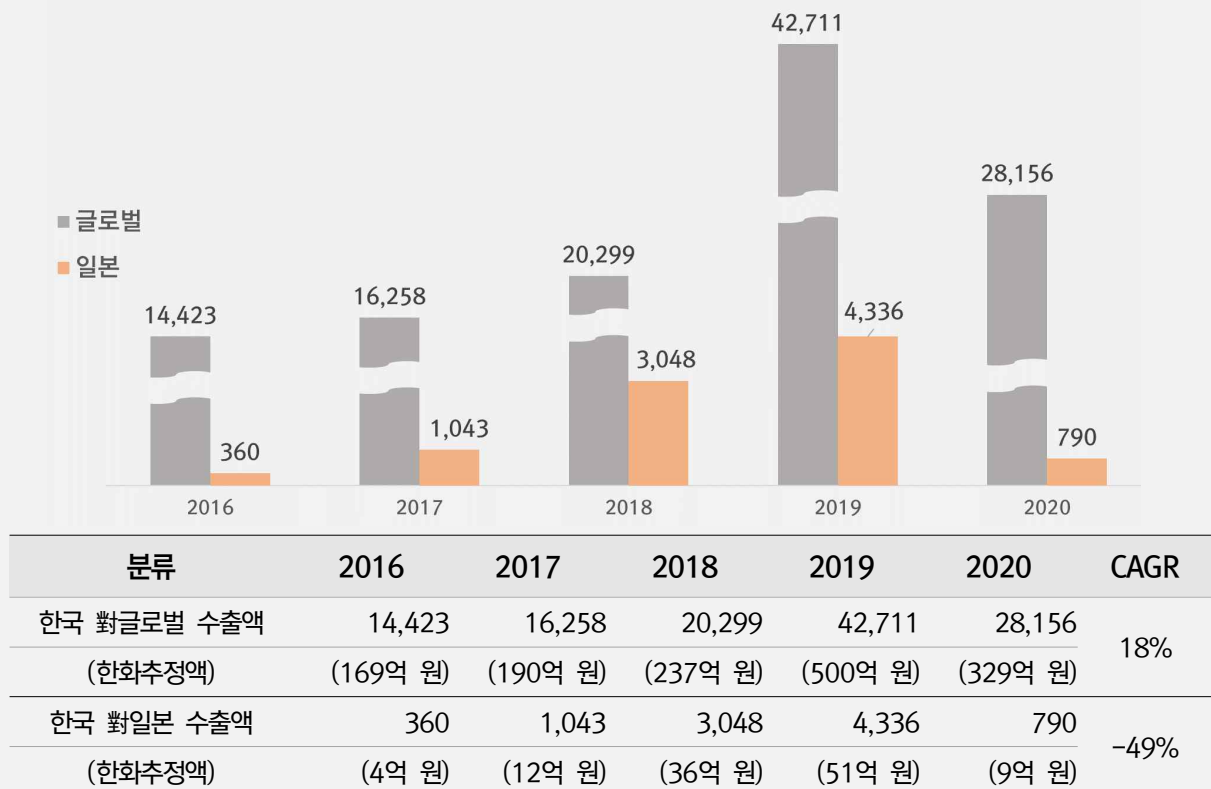
2020년 기준 한국 HS CODE 2008.99-9000 품목의 對글로벌 수출액은 약 329억 원으로 집계되며, 지난 5년(2016-20년)간 對글로벌 수출액의 연평균성장률은 18%로 확인됨

▶ 한국 HS CODE 2008.99-9000 수출액, 對일본 점유율 3%

2020년 기준 한국 HS CODE 2008.99-9000 품목의 對일본 수출액은 약 9억 원으로 3%를 점유하며 글로벌 수출액 기준 8위를 기록함. 해당 HS CODE 품목의 對일본 수출액은 2017-19년간 전년 대비 증가세를 보였으나, 2020년 기준 전년 대비 82% 급감한 것으로 확인됨. 점유율 기준 1위는 중국(약 98억 원, 30%), 2위는 미국(약 70억 원, 21%), 3위는 베트남(약 17억 원, 5%) 순으로 확인됨

[표 2.5] 한국 HS CODE 2008.99-9000 수출규모¹⁵⁾¹⁶⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2008.99-9000 기준

15) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 오렌지, 레몬, 귤 맛 제품 대다수
2. 과일청 경쟁브랜드 1위 ‘팁트리’
3. 과일청 패키징, 세트 상품과 병 패키징 다수
4. ‘선물’ 키워드 홍보문구 활용도 높아
5. 일본 과일청 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인매장 입점 과일청 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 마멀레이드(マーメイド)
- 데이터 수집량 : 1,675건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인매장

▶ 일본 온라인매장 입점 과일청 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 맛 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
경쟁 브랜드	팁트리	チップトリー/ tip tree	92	코스모 식품	コスモ食品	28
	아오하타	アヲハタ	65	창건사	創健社	22
	메이지야	明治屋	31	히카리	ヒカリ	11
	이토 농원	伊藤農園	30	타카하타 농장	たかはたファーム	10
맛	오렌지	オレンジ	705	감귤	柑橘	240
	레몬	レモン	419	사과	りんご	160
	귤	みかん	391	블루베리	ブルーベリー	157
	유자	ゆず / 柚子	267	자몽	グレープフルーツ	46
	여름귤	夏みかん	264	망고	マンゴー	24
	딸기	いちご / イチゴ / ストロベリー	262	백도	白桃	19
패키징	세트	セット	416	스틱	スティック	41
	패키지	パッケージ	246	유리	ガラス	25
	병	瓶詰 / びん	47	박스	box / ボックス	19
홍보문구	선물	ギフト/ プレゼント/ 贈答/ 贈り物	583	축하	祝い	115
	향기	香り	250	연하	年賀	102
	수제	手作り	157	연말선물	御歳暮	100
	미사용	不使用	138	기념	記念	99

1. 오렌지, 레몬, 귤 맛 제품 대다수

▶ ‘오렌지’, ‘레몬’, ‘유자’ 등 새콤한 과일청이 대세

- ‘오렌지’는 705건 빈출되며 과일 종류 중 가장 많은 빈도수를 기록함
- ‘레몬’ 키워드 419건 빈출되며 전체 2위를 차지함

▶ 다양한 종류의 꺾로 만든 과일청도 눈에 띄어

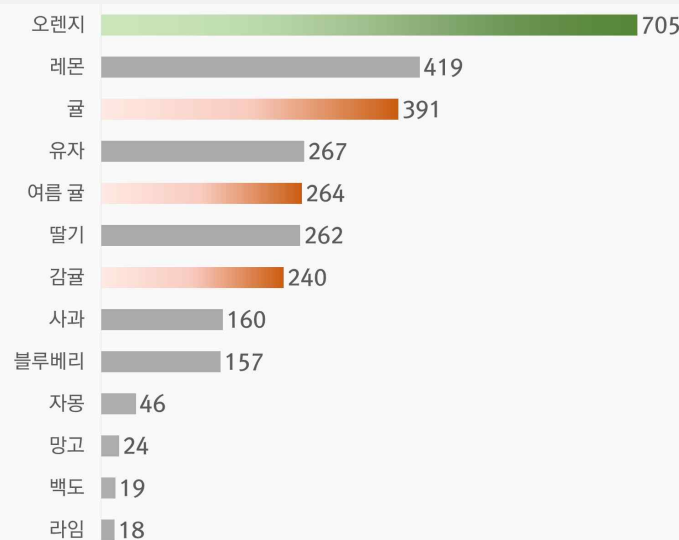
- ‘꺾로’, ‘여름 꺾로’, ‘감꺾로’ 등 다양한 종류의 꺾로 만든 과일청을 판매 중임

▶ ‘블루베리’, ‘자몽’, ‘라임’ 빈도수 상대적으로 낮은 편

- ‘블루베리’ 키워드는 157건으로 딸기, 사과보다 하위권을 기록함
- ‘자몽’이나 ‘라임’은 각각 46건, 18건 등장하며 상대적으로 과일청 원재료로 대중적인 과일은 아닌 것으로 조사됨

1위 오렌지		2위 레몬		3위 꺾로	
					
제품명	수제 오렌지 마멀레이드	제품명	레몬 마멀레이드	제품명	꺾로·오렌지 잼
브랜드	그린우드(Greenwood)	브랜드	이토농원(伊藤農園)	브랜드	키요키바 과수원(清木場果樹園)
가격	320g/680엔(6,969원) ¹⁷⁾	가격	140g/594엔(6,088원)	가격	150-180gX6/1,000엔(10,248원)

[표 3.1] 일본 과일청 맛 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘마멀레이드’ 관련 게시물 1,675건 분석

17) 100엔=1,024.84원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 과일청 경쟁브랜드 1위 ‘팁트리’

▶ ‘팁트리’, 과일청 브랜드 중 전체 1위

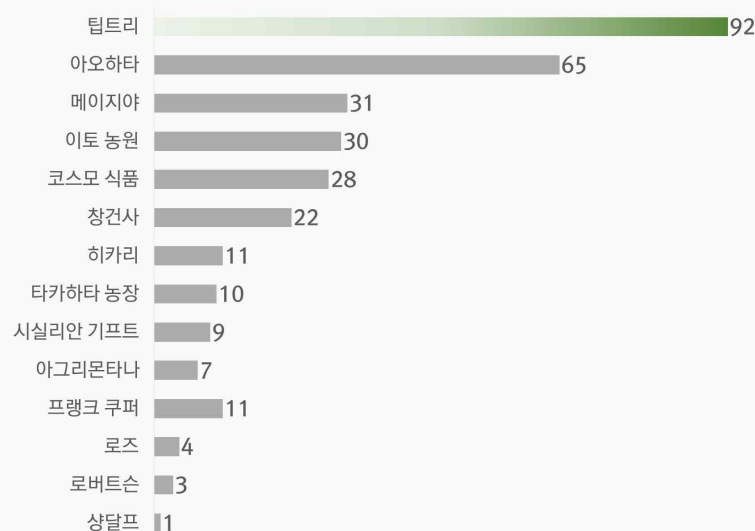
- ‘팁트리’는 120년 이상의 전통을 자랑하는 영국 1위 잼 브랜드임
- 특히, 인기 제품인 오렌지 마멀레이드는 단맛과 겹질의 쓴맛을 함께 즐기고 싶은 소비자들이 선호하는 제품임

▶ ‘아오하타’, ‘메이지야’ 등 일본 브랜드 상위권 포진

- ‘아오하타’는 대표 일본 잼 회사로 65건 진출하며 전체 2위를 기록함
- ‘메이지야’ 외에도 ‘이토 농원’, ‘코스모 식품’, ‘창건사’ 등 여러 현지 브랜드들이 오렌지, 블루베리, 딸기 등 마멀레이드 제품을 선보이고 있음

1위 팁트리		2위 아오하타		3위 메이지야	
					
제품명	오렌지 마멀레이드	제품명	통째로 과일 망고	제품명	과실 실감 샤키샤키 사과 잼
용량	340g	용량	250g	용량	340g
가격	769엔(7,881원)	가격	541엔(5,544원)	가격	558엔(5,719원)

[표 3.2] 일본 과일청 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘마멀레이드’ 관련 게시물 1,675건 분석

3. 과일청 패키징, 세트 상품과 병 패키징 다수

▶ ‘세트’, ‘패키지’와 같은 포장 패키지 세트가 인기

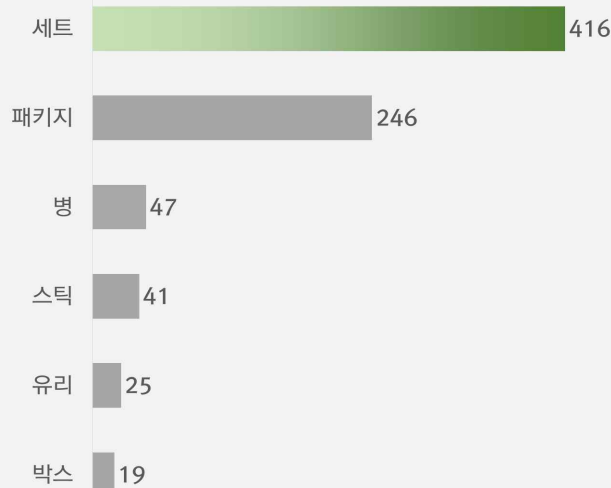
- ‘세트’ 키워드와 ‘패키지’ 키워드는 각각 416건, 246건 빈출하며 어소티드 세트나 선물용 패키지의 인기를 확인함

▶ ‘병’ 타입 패키징이 대부분, 일부 ‘스틱’ 포장 형태 제품도 존재

- ‘병’ 키워드는 47건이지만, 제품 설명에 패키징 타입을 기재하지 않은 경우가 대다수인 점을 고려하면, 병 패키징이 과일청 제품의 패키징 형태 중 매우 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 추정됨
- 일부 ‘스틱’ 패키징 제품이 간편성, 저칼로리 등을 강조한 다이어트 제품으로 판매 중임

1위 세트		3위 병		4위 스틱	
					
제품명	오마카세 마멀레이드 5종 세트	제품명	오리지널 옥스퍼드 마멀레이드	제품명	저칼로리 잼
브랜드	이토농원(伊藤農園)	브랜드	프랭크 쿠퍼스 (Frank Cooper's)	브랜드	수도(SUDO)
가격	140gX5/8,000엔(81,987원)	가격	454g/923엔(9,459원)	가격	13gX40/1,000엔(10,248원)

[표 3.3] 일본 과일청 패키징 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘마멀레이드’ 관련 게시물 1,675건 분석

4. '선물' 키워드 홍보문구 활용도 높아

▶ '선물' 키워드 빈도는 583건으로 1위 차지해

- '선물' 외에도 '축하' 115건, '기념' 99건, '출산' 98건 등 각종 행사를 축하하거나 기념하는 선물용 홍보문구가 다수 등장함
- '연하', '연말선물'과 같이 이벤트성 문구도 홍보문구로 활용됨

▶ 설탕이나 첨가물을 사용하지 않는 '미사용' 트렌드

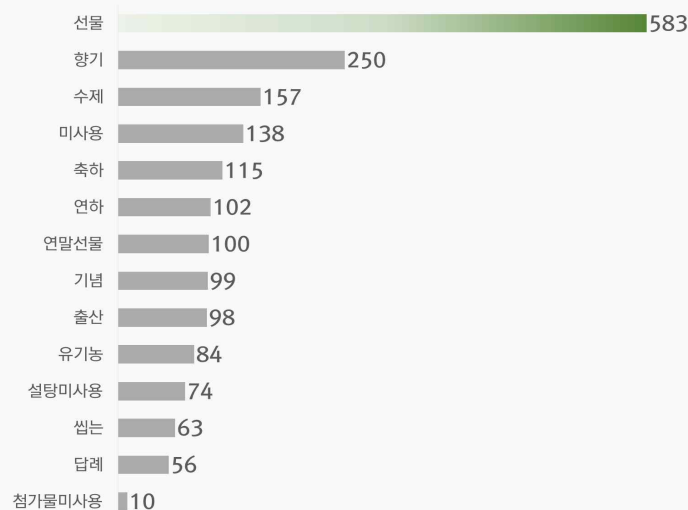
- 과일 원물의 맛에 충실하기 위해 제품 성분을 단순화한 제품들이 등장하며, 과일과 설탕만 넣은 제품임을 강조하기도 함
- '미사용' 키워드는 138건으로, '설탕 미사용' 키워드는 79건 빈출함

▶ 과육이 포함되어 '적당한 씹는 맛'을 홍보문구로 활용

- '씹는' 키워드 63건으로 과일청에 과육이 상당량 포함되어 맛과 향뿐만 아니라 씹는 맛도 즐길 수 있는 제품임을 홍보하고 있음

1위 선물		2위 향기		3위 수제	
					
제품명	잼 6개 선물세트	제품명	향기 잼	제품명	ALL 국산 잼 4종세트
브랜드	그린우드(Greenwood)	브랜드	토사의 과일 (土佐の果物)	브랜드	메카도 피콜로 (Mercato Piccolo)
가격	280gX6/2,160엔(22,137원)	가격	190g/540엔(5,534원)	가격	120gX4/4,158엔(42,613원)

[표 3.4] 일본 과일청 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 '마멀레이드' 관련 게시글 1,675건 분석

5. 일본 과일청 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 과일 고유의 향을 제대로 즐길 수 있는 세트**
 - 홍보문구 2위인 ‘향기’ 활용, 감귤의 상큼한 향기처럼 라임, 자몽, 블루베리 등의 과일과 허브로 ‘향기’를 극대화한 컨셉 강조
 - 세트 구성으로 자사 제품을 모두 맛볼 수 있는 어소티트 세트
- ▶ **컨셉 ② _ 색다른 맛의 후룟메이트 선물세트**
 - 홍보문구 1위인 ‘선물’을 활용하여, 오렌지, 귤 위주 대신 블루베리, 자몽, 라임 등 색다른 소재로 선물로 접근 가능
 - 스틱 포장 및 세트 구성으로 선물용으로 적합함을 어필
- ▶ **컨셉 ③ _ 설탕을 최소한으로 넣은 저당 후룟메이트 스틱**
 - ‘설탕 미사용’은 홍보문구 11위이지만, 최근 첨가물을 덜 넣는 추세에 적합한 저당 및 저칼로리 상품으로 포지셔닝
 - 스틱 패키징으로 휴대, 섭취가 간편함을 강조

성분(맛)	패키징	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
감귤	세트	향기	54건	→ [감귤] 처럼 애플민트, 자몽, 블루베리 과일/허브 고유의 [향] 을 제대로 즐길 수 있는 후룟메이트 [세트]
블루베리	세트	선물	22건	→ [블루베리] 히비스커스 등 자사 제품을 골고루 즐길 수 있는 후룟메이트 선물세트
(-)	스티크	설탕 미사용	18건	→ [설탕을 최소한] 으로 넣어 저칼로리 후룟메이트 [스티크] 제품
블루베리	세트	향기	12건	→ 새콤달콤한 [블루베리] 과일과 심신안정에 도움을 주는 허브로 풍부한 맛과 [향기] 를 함께 즐길 수 있는 후룟메이트 블루베리히비스커스 선물 [세트]
자몽	(-)	연말선물	6건	→ 특별한 때는 색다른 [자몽] 홍차로 [연말연시] 에 파티 분위기를 낼 수 있는 후룟메이트 제품

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁브랜드/효능/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

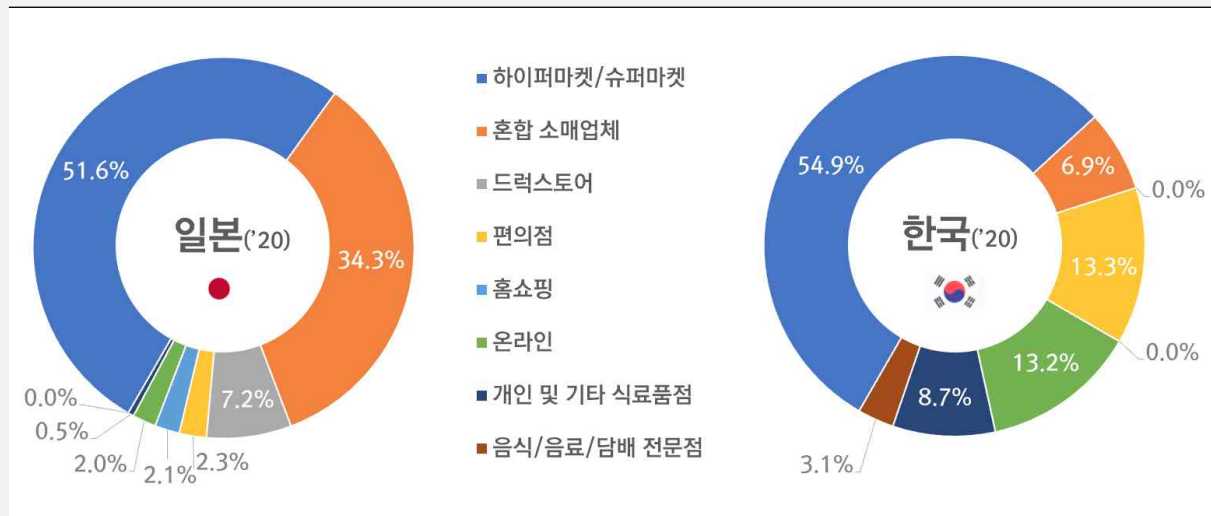
IV. 유통채널 특징

1. 일본 과일청 유통채널 비교
2. 일본 과일청 유통채널 특징

1. 일본 과일청 유통채널 비교

- ▶ 일본 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 및 ‘혼합 소매업체’ 점유율 총합, 약 90%로 압도적
2020년 일본 ‘과일 및 채소 가공식품’ 유통채널 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율은 51.6%로 한국(54.9%)과 비슷한 수준이었으나, 일본 ‘과일 및 채소 가공식품’ 점유율 2위 채널인 ‘혼합 소매업체’(34.3%)의 점유율은 한국(6.9%) 대비 약 30%p 높았음. 한국 점유율 2위 채널은 ‘편의점’(13.3%)이었으며, 일본(2.3%)과는 약 10%p의 차이가 나타남. ‘드렉스토어’를 통한 유통은 일본(7.2%)에서만 유효한 것으로 조사됨
- ▶ 일본 과일청 온라인 시장, 아직 발전단계
2020년 일본 ‘과일 및 채소 가공식품’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 2.0%로 한국의 13.2% 대비 낮아 아직 과일청의 온라인 소비시장이 발전 단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 일본 과일청 소매유통채널 점유율



일본 및 한국 소매유통채널 점유율¹⁸⁾ 비교²⁰⁾

일본	유형	한국
51.6%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	54.9%
34.3%	혼합 소매업체 ²¹⁾	6.9%
7.2%	드렉스토어	0.0%
2.3%	편의점	13.3%
2.1%	홈쇼핑	0.0%
2.0%	온라인	13.2%
0.5%	개인 및 기타 식료품점 ²²⁾	8.7%
0.0%	음식/음료/담배 전문점	3.1%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

18) 2020년 기준, 일본 및 한국 ‘과일 및 채소 가공식품(Processed Fruit and Vegetables)’의 소매유통채널 점유율임

19) ‘과일청’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘과일 및 채소 가공식품(Processed Fruit and Vegetables)’의 정보를 확인함

20) 각 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

21) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포함함

2. 일본 과일청 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 기준 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 17조 5,300억 엔(약 179조 6,545억 원²³⁾)의 12.1%를 점유했으며, 산하에 맥스발루(MaxValu), 마루에츠(Maruetsu) 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 선보여²⁴⁾

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 업계의 매출이 크게 증가함. 하지만 코로나19 이후 기존의 구매 패턴으로 복귀할 시 편의점이나 드럭스토어와 같은 소규모 유통채널과의 경쟁이 심화될 것으로 예측됨. 이에 대한 대비로 기존보다 주거 지역과 밀접한 위치에서, 좀 더 작은 규모의 ‘도시형 미니 슈퍼마켓’을 운영하는 하이퍼마켓/슈퍼마켓 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)

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

23) 100엔=1,024.84원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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 79조 6,916억 원)의 43.0%를 점유했으며, 산하에 세븐일레븐(7-Eleven) 1개 브랜드를 두고 있음. 패밀리마트유니홀딩스(Familymart Uny Holdings)는 2020년 전체 매출액의 25.0%를 점유했으며 패밀리마트(Familymart), 토모니(Tomony), 선쿠스(Sunkus) 등의 브랜드를 보유하고 있음

▶ 일본 교외화 현상, 편의점 업체 운영 전략에 영향²⁶⁾

코로나19의 여파로 ‘탈도심화’ 현상이 일본 내 주목을 받으며 편의점 업체들의 운영 전략도 영향을 받을 것으로 나타남. 일본 편의점 산업의 선두기업인 세븐일레븐, 패밀리마트, 로손 등은 코로나19 시기에 매출 타격을 최소화해준 매장이 대부분 교외 지역에 위치한 매장이었으며, 이들은 교외 지역 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%	미니스톱 (Ministop)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

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

25) 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

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

27) 일본 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 아시안마트/한인마트

▶ 일본 주요 아시안마트/한인마트 업체, 장터 및 서울시장

일본 주요 아시안마트/한인마트 업체로는 장터 한국광장(韓国広場)과 서울시장(ソウル市場) 등이 있음. 장터 한국광장은 도쿄, 오사카 각 도시에 매장과 물류센터를 1개씩 보유하고 있는 것으로 나타남. 서울시장은 도쿄에 1개의 매장을, 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. 일본 내 기존의 한인마트는 도쿄, 오사카 등 중심도시에 위치하고 있었으나, 영화 기생충이나 드라마 사랑의 불시착과 같은 콘텐츠로 인해 한류붐이 일며 한국 식품에 대한 수요가 높아지며 한인마트가 교외 지역 주거지에 입점하게 되었음. 해당 업체는 라면, 유아용 파우치 죽, 과자, 조미료 등 다양한 한국 식품을 일본 편의점 분위기 및 진열방법에 맞추어 배치한 한 편, 편의점 카페를 함께 운영하여 한국식 편의점 문화 또한 즐길 수 있도록 점포를 운영하고 있음. 현재 한류 문화에 관심이 높은 일본 젊은 여성 고객의 해당 매장 방문비율이 높은 것으로 나타남

[표 4.4] 일본 주요 아시안마트/한인마트

순번	기업명	설립연도	매장 수('20)	주요 거점
1	장터 한국광장(韓国広場)	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) 농식품수출정보(KATI), 「일본, 한국 편의점 '韓비니' 오픈」, 2021.05

4) 온라인

●
일본 장년층의
온라인 시장 이용

사진자료: 드림스타임

▶ 일본 주요 온라인 유통채널, 아마존재팬 및 라쿠텐

일본 주요 온라인 유통채널 아마존재팬(Amazon Japan)은 2020년 기준 온라인 유통채널 전체 매출액 12조 3,020억 엔(약 126조 758억 원)의 24.6%를 점유했으며, 산하에 아마존(Amazon) 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⁾

코로나19의 여파로 젊은 소비층 이외 인구의 일본 온라인 시장 이용률이 증가함. 기존 온라인 시장의 주된 이용층은 젊은 세대였으나, 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, 이와 동시에 소비자 구매 관련 애로사항도 늘어난 것으로 조사되며, 새로 등장한 소비층에 알맞은 온라인 매장의 대응 전략이 필요할 것으로 예상됨

[표 4.5] 일본 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유(*20) ³⁰⁾	산하 주요 브랜드
1	아마존재팬 (Amazon Japan)	24.6%	아마존 (Amazon)
2	라쿠텐 (Rakuten)	11.7%	라쿠텐 (Rakuten)
3	소프트뱅크 (Softbank)	10.7%	야후쇼핑 (Yahoo Shopping)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

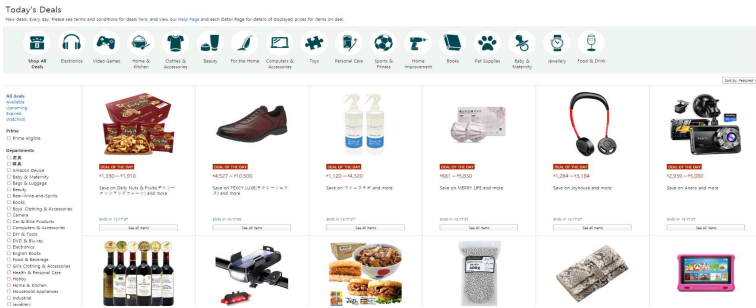
29) 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02

30) 일본 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

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

1. 일본 과일청 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 18조 6,592억 원 ³¹⁾)
		운영방식	온라인마켓
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	프랭크쿠퍼(Frank Cooper), 윌킨&선(Wilkin&Son)
		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 직접 등록 - 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭	
		아마존 셀러 계정 생성 상품 리스팅 - 홈페이지 등록 정보 ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매입고량) • 평가 기준 - 아마존 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)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 결제수단 편의

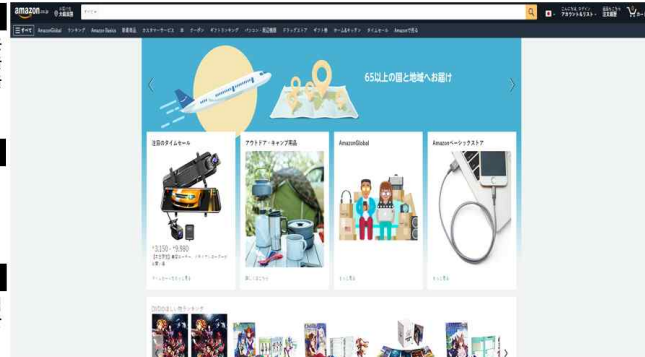
신용카드 구입이 어려운 일본 온라인 쇼핑 시장을 고려, ATM기나 편의점을 통한 송금 가능

2. 무료 배송

포인트를 이용한 무료 구매가 법률상 제한되자 무료 배송과 할인 상품권 지급

3. 구매내역

구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천 상품 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 - 제품 구매 페이지

'과일청' 제품 검색 결과

'과일청' 제품 관련 검색결과와 노출

브랜드, 재료, 가격별로 세분화 분류 기능 제공



'과일청' 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)

31) 100엔=1,024.84원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³²⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	과일청	프랭크쿠퍼 (Frank Cooper)	오리지나루마마레도 (ー オリジナル マーマレード)	영국	955엔 (약 9,787원)	450g	
2	과일청	윌킨&선 (Wilkin&Son)	오렌지마마레도 (オレンジマーマレード)	영국	755엔 (약 7,737원)	340g	
3	과일청	로버트슨 (Robertson)	골든슈레드레스마마레도 (黄金shredless マーマレード)	영국	455엔 (약 4,663원)	454g	
4	과일청	로즈스 (Rose's)	레몬앤드라이무코 마카이캇토마마레도 (レモンとライム 細かいカットマーマレード)	영국	855엔 (약 8,762원)	454g	
5	과일청	세르퐁 (Cerfeuil)	사토후시오 아마나쓰마마레도 (砂糖不使用 甘夏マーマレード)	일본	562엔 (약 5,760원)	115g	
6	과일청	유즈야혼텐 (Yuzuya Honten)	유즈마마레도 (ゆずマーマレード)	일본	615엔 (약 6,303원)	160g	
7	과일청	시시리안기후토 (Sisirian Kihuto)	오렌지토쇼가노유키 마마레도초쿠유뉴 (オレンジと生姜の有機 マーマレード直輸入)	일본	1,499엔 (약 1만 5,362원)	230g	

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

32) 조사일(2021.12.23.) 기준 아마존재팬(Amazon Japan) 과일청 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 14조 7,509억 원)
		운영방식	온라인마켓
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	썬푸드크리에이트 (Sun Food Create)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매 금액 페이백 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 등록 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry) - 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 - 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호, 대표 Fax 번호, 대표자명) - 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. 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

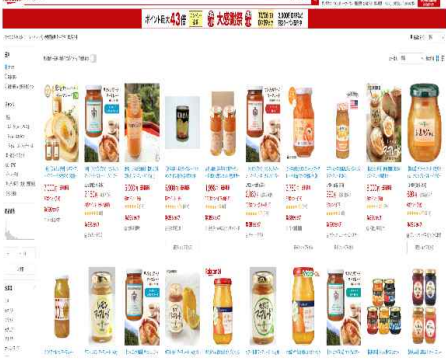
세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 및 단순한 영어 검색이 가능하나, 자동 번역 기능 오류가 있음

온라인몰 UI ②

Rakuten - 제품 구매 페이지

‘과일청’ 제품 검색 결과

‘과일청’ 제품 관련 검색결과 노출
원산지, 재료, 인증, 무게별로 세분화 분류 기능 제공



‘과일청’ 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	과일청	썬푸드크리에이트 (Sun Food Create)	아마나쓰마마레도 (甘夏マーマレード)	일본	1,998엔 (약 2만 476원)	150g * 2개입	
2	과일청	산줄리아노 (San Giuliano)	마마레도노바구레멘타인 (마ーマレード ノバ・クレメンタイン)	이탈리아	2,160엔 (약 2만 2,136원)	460g	
3	과일청	신슈스토노엔 (信州須藤農園)	마마레도 (マーマレード)	일본	3,780엔 (약 3만 8,739원)	415g * 6개입	
4	과일청	스머커스 (Smucker's)	오렌지마마레도 (オレンジ マーマレード)	미국	390엔 (약 3,997원)	340g	
5	과일청	세르퓨 (Cerfeuil)	사토후시야아마나쓰 마마레도 (砂糖不使用 甘夏 マーマレード)	일본	562엔 (약 5,760원)	115g	
6	과일청	메르카토피콜로 (Mercato Piccolo)	바렌시아오렌지 마마레도 (バレンシアオレンジ マーマレード)	일본	972엔 (약 9,961원)	200g	
7	과일청	유즈야혼텐 (Yuzuya Honten)	유즈마마레도 (ゆずマーマレード)	일본	615엔 (약 6,303원)	160g	

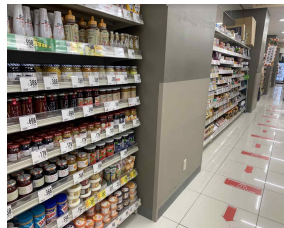
자료: 라쿠텐(Rakuten)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

33) 조사일(2021.12.23.) 기준 라쿠텐(Rakuten) 과일청 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 일본 과일청 주요 오프라인 유통채널 ① 세이유

기업 기본 정보	기업명	세이유(Seiyu)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.seiyu.co.jp			
	위치	도쿄(Tokyo)			
	규모	매출액('20)	7,850억 엔(약 8조 450억 원)		
	기타 규모	직원 수('21):	3만 3,100명		
		매장 수('21):	330개		
기업 요약		• 1963년 설립됨			
		• 2008년 미국 대형 유통업체인 월마트(Walmart)의 자회사로 편입되었으며, 이후 2020년 11월 사모펀드 케이케이알(KKR)과 라쿠텐(Rakuten)에 각각 65%와 20%의 지분을 매각함			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	남성·여성	직업	학생·직장인·주부
		연령대	30~40대	소득수준	중산층

방문매장 정보	영업시간	24시간		
	주소	〒170-0013 東京都豊島区東池袋4丁目27-10		
	상권	대형 쇼핑몰(선샤인시티)바로 옆에 위치하여 주 고객인 주변 거주민 외의 방문객도 많은 편		
	VMD	취급 브랜드	세이유(Seiyu), 메이지야(明治屋)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경				

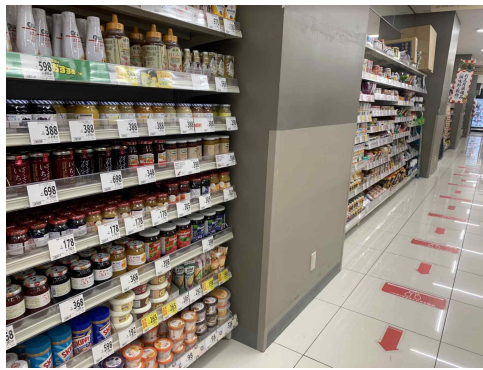
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 등록			
		- 홈페이지 하단의 'お問合せ' 클릭			
		- 'お店・商品へのお問い合わせフォーム' 클릭 후 양식 작성			
		- 홈페이지 기입 정보			
		① 공급자 정보 (공급자명 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)			
		② 공급 제품 정보 (브랜드명, 제품명 및 사진, 판매가, 할인가, 소비자가격 등)			
		③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)			
		• 문의사항 연락처			
		- 전화번호: +81-120-360-373			

자료: 세이유(Seiyu), 로이터스(Reuters), 비즈니스와이어(Businesswire)

사진 자료: 세이유(Seiyu) 현지 매장 방문 조사

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



세이유 현지 매장에서는 과일로 만든 마멀레이드와 잼 제품을 초콜릿 잼이나 땅콩 잼 등 기타 스프레드류 제품과 함께 진열함. 해당 제품 진열 매대는 상온 매대였으며, 브랜드 및 맛별로 분류하고 있음. 현지 매장 방문 당시에는 한국산 제품을 취급하고 있지 않았으며, 일본산이 아닌 제품 또한 이탈리아산 제품 1개뿐이었음

자료: 세이유(Seiyu) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 세이유(Seiyu) 현지 매장 방문 조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	마멀레이드	세이유 (SEIYU)	마마레도 (マーマロレード) *오렌지	일본	98엔 (약 1,004원)	135g	
2	마멀레이드	메이지야 (明治屋)	카지츠짓칸오렌지마마레도 (果実実感オレンジ ママレード) *오렌지	일본	305엔 (약 3,126원)	340g	
3	마멀레이드	발후루츠 (Valfrutta)	유키오렌지마마레도 (有機オレンジマーマレード) *오렌지, 유기농	이탈리아	398엔 (약 4,079원)	260g	
4	마멀레이드	아오하타55 (アヲハタ55)	오렌지마마레도 (オレンジマーマレード) *오렌지	일본	368엔 (약 3,771원)	400g	
5	과일잼	아오하타55 (アヲハタ55)	부루베리 (ブルベリー) *블루베리	일본	368엔 (약 3,771원)	400g	
6	과일잼	아오하타55 (アヲハタ55)	이치고 (イチゴ) *딸기	일본	368엔 (약 3,771원)	400g	
7	과일잼	아오하타55 (アヲハタ55)	마루고토카지츠하쿠토오 (まるごと果実ハクトウ) *백도	일본	388엔 (약 3,976원)	250g	
8	과일잼	아오하타 (アヲハタ)	마루고토카지츠이치지쿠 (まるごと果実いちじく) *무화과	일본	388엔 (약 3,976원)	255g	
9	과일잼	아오하타 (アヲハタ)	마루고토카지츠린고 (まるごと果実りんご) *사과	일본	388엔 (약 3,976원)	250g	

자료: 세이유(Seiyu) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 세이유(Seiyu) 현지 매장 방문 조사

② 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 7,252억 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
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 육류, 차(茶)류, 즉석식품, 스낵류, 주방용품, 잡화류, 애완용품 등
	선호 제품	• 고급 포장 차(茶) 제품, 말차가 가미된 제품 및 함께 포장된 제품
	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 - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) - 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) - 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)

③ 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 5조 9,286억 원)
	기업 요약	기타 규모	- 매장 수('19): 약 158개 - 직원 수('19): 약 3만 4,000명
		- 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)

④ 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 34조 2,674억 원)
		기타 규모	- 매장 수('21): 약 2만 1,210개 - 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 - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) - 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) - 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), 리브재팬(Live Japan), 아시아니케이(Asia Nikkei)

⑤ 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 2,931억 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

LAWSON

매장정보	입점 가능 품목	• 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)

⑥ 장터 한국광장

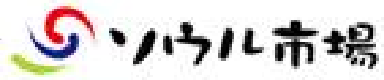
기업 기본 정보	기업명	장터 한국광장(韓国広場)
	기업구분	아시안마트/한인마트
	홈페이지	shopping.geocities.jp/hiroba
	위치	도쿄(Tokyo)
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 2개
	기업 요약	• 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 • 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료 • 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매 • 식료품 매장 외에도 도매 전문 인터넷 쇼핑몰과 화장품 전문점을 운영함
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 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)

⑦ 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)

VI. 진입장벽

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

1. 일본 과일청 통관 및 검역 절차³⁴⁾

▶ 일본 과일청 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 과일청 통관 검역 절차



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

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

[표 6.2] 일본 과일청 수입절차 관련 사항

단계	확인 사항	
수입신고 서류 제출 시	모든 가공식품	- 가공식품의 품명, 제품번호 등에 대한 설명서 - 방사선 살균을 하지 않았다는 사실이 기재된 제조자의 서류 - 제조자 관련 정보(회사명, 소재지, 제조장소) 등을 확인할 수 있는 자료 - 원재료표 : 사용한 원재료와 첨가물의 구체적인 화학 명칭을 기재한 것 - 제조공정표 : 원재료에서부터 제품 완성까지의 공정을 그림으로 나타낸 것 - 개별 규격이 지정되어있는 식품은 시험성적서
	가공식품 처음 수입되는 제품	제조자명이 기재된 상품 설명, 또는 수입자 확인을 거쳐 작성한 서류
	같은 식품을 계속 수입하는 경우	1년 이내에 실시한 등록검사기관의 지도(자주)검사성적서 또는 행정검사에 합격했을 시의 수입신고서 사본
	수출국 공적 검사기관의 검사를 받은 제품	「수출국 공적 검사기관 목록」수록 기관의 검사성적서
검역소 서류 심사	- 식품위생법에 적합한 원재료 사용 여부 - 식품첨가물 사용기준 적절성 여부 - 식품위생법에 규정되어 있는 제조기준의 적합 여부 - 제조사·제조소의 과거 위생 관련 부적격 사례 여부 - 수출국에서 회수 대상 제품 여부 - 필요한 서류(수출국 위생증명서 등)의 첨부 여부	
검역소 현장 검사 (필요 시)	- 부패 등 식품으로 부적합 상태 여부 - 이물의 혼입 여부 - 보관 상태(온도 등) 적절 여부 - 신고 내용에 이상 여부 상태(온도 등) 적절 여부 - 독어 등 혼입 여부(어류) - 위험 부위 등 혼입 여부(쇠고기)	
검역소 시험 검사 (필요 시)	- 잔류농약, 동물용 의약품 - 식품첨가물 - 장 출혈성 대장균, 장염비브리오 등 병원성 미생물 - 성분규격으로 정해져 있는 세균 수, 대장균군 등 - 아플라톡신 등 곰팡이독소, 패류독소 등 유해물질 - 미승인 유전자 변형 식품의 혼입 - 방사선 살균 여부 등	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산업성(農林水産省)

2. 일본 과일청 품질 인증

▶ 일본 과일청, 적용받는 필수 인증 無

일본으로 과일청을 일반 가공식품으로 수출 시 취득해야 하는 필수 인증은 없음. 다만, 일본 후생노동성에 식품 사전등록을 통해 통관 시 수입 식품에 대한 검사 요건을 완화하고 절차를 간소화할 수 있음. 또한, 선택적으로 식품 품질에 관한 인증인 JAS 인증이나 ISO 2000, FSSC 22000 등 글로벌 공통 인증을 취득하여 활용할 수 있음

[표 6.3] 일본 과일청 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 과일청 라벨링

[표 6.4] 일본 과일청 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	1. 표기 언어	- 일본어로 표기할 것 - 글자의 최소 크기는 8포인트로 할 것
	2. 식품명	품명, 종류별, 명칭 등을 기재
	3. 원재료명	- 사용한 재료를 식품첨가물과 식품첨가물 이외의 원재료로 '/' 등으로 구분하여 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)
	4. 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)
	5. 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
	6. 보존방법	'직사광선을 피하고 상온에서 보존', '10℃ 이하에서 보존', 또는 '개봉 후 냉장' 등의 유의사항 기재 - 상온 보존 이외에 특별한 유의사항이 없는 경우에는 생략 가능
	7. 영양성분	- 영양성분 표시는 실제 성분량과 비교하여 이상이 없어야 함 - 의무 표시정보: 열량, 단백질, 지방질, 탄수화물, 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

[표 6.4] 일본 과일청 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	8. 알레르겐	• 특정 원재료 등³⁶⁾을 원재료로 사용한 가공식품은 개별 원재료와 첨가물에 알레르기 유발물질 표시해야 함 • 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
	9. 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
	10. 원산지	• 수입품의 경우에는 원산지국을 표시할 것
	11. 수입업체 및 제조업체 정보	• 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소를 기재할 것
	12. 순중량	• 단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것
	13. 유의사항	• 식품표시에 식이섬유가 풍부하다거나 염분제로 등의 영양 성분에 관한 강조 표시를 할 경우, 그에 관한 근거를 보관하여야 함 • 최근 건강식품 등에 사용되는 일부 성분이 건강 피해 신고가 되고 있음에 따라 소비자청은 일부 성분을 지정하여 특별하게 주의할 필요가 있음을 소비자가 알 수 있도록 식품에 표시하도록 의무화함

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁)

36) 식품표시기준에서 정한 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것

▶ 일본 과일청 라벨 샘플



[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]
[앞면 - 일문 및 영문] ① アヲハタ ② コクのある・低糖度 ③ オレンジマーマレード ④ 55・Aohata Orange Marmalade	[앞면 - 국문] ① 아오하타 ② 감칠맛 나는 저당도 제품 ③ 오렌지 마멀레이드 ④ 55 아오하타 오렌지 마멀레이드
[뒷면 - 일문] ① 自然の色 自然の香り	[뒷면 - 국문] ① 자연의 색 자연의 향기



[옆면 1 라벨링]

[옆면 2 라벨링]

[옆면 1 - 일문]

[옆면 1 - 국문]

- ① 開栓後はカビが生えることがあります。
開栓御用冷蔵：保存目安は2週間です。
- ② お客様相談室 0120-14-1122
- ③ 開栓日メモ
- ④ 商品情報はこちら
- ⑤ 賞味期限(開栓前)：2022.10.13

- ① 개봉 후에는 곰팡이가 생길 수 있습니다. 개봉 후 냉장보관 : 보관 기간은 2주입니다.
- ② 고객센터 0120-14-1122
- ③ 개봉일 기록
- ④ 이쪽에 제품 정보가 있습니다.
- ⑤ 유통기한 (개봉 전): 2022.10.13

[옆면 2 - 일문]

[옆면 2 - 일문]

- ① 糖度 42度
- ② フルーツ本来の色と香りに
こだわりました。
柑橘のほろ苦さをお楽しみください。
- ③ 名称：マーマレード

- ① 당도 42도
- ② 과일 본연의 색과 향을 강조했습니다.
감귤 본연의 맛을 즐기세요.
- ③ 명칭 : 마멀레이드

- ④ 原材料名
 - かんきつ類
 (夏みかん(国産), ネーブルオレンジ,
 冬だいたい, シビルオレンジ)
 - 砂糖類 (佐藤, ふどう糖(液状))
 - ゲル化剤(ペクチン)
 - 酸味料
- ⑤ 内容量 : 400g
- ⑥ 賞味期限 : 左下部に記載
- ⑦ 製造者 : アヲハタ株式会社
 広島県竹原市忠海中町1-1-25
- ⑧ 製造所 : 広島県竹原市忠海中町1-2-43
- ⑨ 栄養成分表示 (推定値)
 大さじ約1杯 (20g) 当たり
- | | |
|-------|--------|
| エネルギー | 33kcal |
| たんぱく質 | 0.1g |
| 脂質 | 0g |
| 炭水化物 | 8.2g |
| 食塩相当量 | 0.003g |
- ⑪ びん (ガラス)
 キャップ (スチール)

- ④ 원재료명
 - 감귤류
 (여름귤(일본산), 네블오렌지,
 겨울오렌지, 시빌오렌지)
 - 설탕류 (설탕, 포도당(액상))
 - 겔화제(펙틴)
 - 산성화제
- ⑤ 내용량 : 400g
- ⑥ 유통기한 : 왼쪽 하단에 기재
- ⑦ 제조자 : 아오하타 주식회사
 히로시마현 다케하라 다다미나카초
 1-1-25
- ⑧ 제조소 : 히로시마현 다케하라시
 다다미나카초 1-2-43
- ⑨ 영양 성분 표시 (추정치)
 큰 술 약 1컵 (20g) 당
- | | |
|--------|--------|
| 열량 | 33kcal |
| 단백질 | 0.1g |
| 지질 | 0g |
| 탄수화물 | 8.2g |
| 식염 상당량 | 0.003g |
- ⑪ 병 (유리)
 뚜껑 (강철)

4. 일본 과일청 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

일본에서 유통되는 식품에 사용할 수 있는 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준은 일본 식품위생법 제12조에 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. 고객사 과일청에 적용되는 식품첨가물 기준 중 일부는 하기 표와 같음. 자세한 규정 및 기준, 사용조건은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 일본 후생노동성(MHLW) 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.5] 고객사 과일청에 적용되는 일본 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	에틸비닐카비놀	1-Penten-3-ol	일반사용기준 (착향의 목적 이외 사용금지)	모든 식품
2	2-메틸부틸아민	2-Methylbutylamine		
3	메틸프로필카비놀	2-Pentanol		
4	이소프로필아민	Isopropylamine		
5	펜틸아민	Pentylamine		
6	아세설팜칼륨	Acesulfame potassium	1.0g/kg 이하	
7	수불용성 미네랄	Water-insoluble minerals	최대잔존량 식품의 0.5% 이하	
8	폴리아크릴산나트륨	Sodium polyacrylate	식품의 0.2% 이하	
9	실리콘 레진	Silicone resin ³⁷⁾	0.05g/kg 이하	
10	플로필렌 글리콜 알지네이트	Propylene glycol alginate ³⁸⁾	식품의 1.0% 이하	

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

37) 거품 제거의 목적 이외 사용금지

38) 알긴산프로필렌글리콜에스테르로서의 사용량

▶ 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 제6조를 위반하는 경우로 정함. 이는 부패 혹은 변질된 것 또는 미숙한 것은 판매용으로 제공하기 위하여 채취, 제조, 수입, 가공, 사용, 조리, 저장 혹은 진열해서는 안 된다는 내용을 포함하고 있음. 하기 표는 고객사 과일청에 적용되는 일본 유해물질 기준을 분석한 결과임

[표 6.6] 고객사 과일청에 적용되는 일본 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	함량정보	대상
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	10ppb 이하	모든 식품
2	심피툼 (컴프리)	Symphytum (Comfrey)	불검출 ³⁹⁾	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

39) 해당 물질이 검출되면 안된다는 의미임

▶ 알레르겐

일본으로 가공식품을 하기 위해서는 일본의 식품표시법과 식품 표시기준의 제2장 가공식품에 대한 알레르겐 표시기준을 따라야 함. 식품 표시기준에서 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. 고객사 과일청에 적용되는 일본 알레르겐 필수표기 성분은 없는 것으로 확인됨

[표 6.7] 고객사 과일청 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	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 체리 테라스(Cherry Terrace)

Interview ② 코리아 트레이드(Korea Trade)

Interview ③ 나카노 라이프(Nakano Life)

일본(Japan)

인터뷰 대상 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 수입·유통업체 ○
- 유통업체 ○

체리 테라스
(Cherry Terrace)코리아 트레이드
(Korea Trade)나카노 라이프
(Nakano Life)

업태 ▶

수입·유통업체

수입·유통업체

유통업체

취급 ▶



오렌지 마멀레이드

레몬꿀청

엘더 플라워 시럽

사진 자료: 각사 제품 판매 페이지

일본(Japan)

수입·유통업체 인터뷰 요약

고객사	과일청 트렌드 및 수요	제품 피드백	인증, 홍보 및 유통채널
체리 테라스 (Cherry Terrace) 수입·유통업체	· 요리 부재료, 디저트 토핑 등에 과일청 활용 · 감귤류 제품 인기 · 일본 소비자들은 서구권 수입 브랜드 선호	· 병 제품 대비 스틱 제품의 품질과 보관방법에 대한 우려 예상 · 블루베리 맛 선호 예상	· 유기농 인증 보유 제품 취급 · 원료의 신선도와 품질, 제품의 맛을 설명하는 키워드로 홍보 · 온라인 채널 추천
코리아 트레이드 (Korea Trade) 수입·유통업체	· 고객에게 시럽으로 음료를 만들어 먹는 방법 추천 · 음료 제조에 활용도 높아 여름에 인기	· 스틱 제품은 신선도와 첨가물 무첨가와 거리가 멀어 보여 비추천 · 라임애플민트 향이 소비자에게 친숙할 것으로 예상	· HACCP과 무첨가/무농약 · 과일의 품질, 과일청 활용법을 함께 홍보 · 수입 제품은 온라인 채널이 효과적
나카노 라이프 (Nakano Life) 유통업체	· 감귤류, 베리류 제품 인기 · 일본 소비자들이 단 것을 선호하여 에 마멀레이드, 잼, 시럽 등이 인기	· 과일청 제품에 스틱 패키징 부적합 · 자몽맛 인기 예상	· 특별한 인증 불필요 · 원료 이름, 원산지 등과 시럽의 활용법 홍보 · 인지도가 낮은 수입 제품 온라인을 통한 홍보 및 판매 추천

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 체리 테라스(Cherry Terrace)

40)

체리 테라스
(Cherry Terrace)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 도쿄에 위치한 수입유통업체
 - 유기농 식품, 음료, 프리미엄 주방용품 등 취급
 - 주요 수입국은 이탈리아
 - 오프라인 매장은 없으며, 라쿠텐(Rakuten), 자사 사이트를 통해 판매

담당자 정보

Online Shop manager

체리 테라스(Cherry Terrace)
Online Shop manager

Q. 일본 내 과일청 수요는 어떤가요?

현지 제품 중에서는 아오하타 제품이 가격이 저렴하면서도 품질이 좋습니다. 하지만 일본 소비자들은 마멀레이드라고 하면 서양 음식이라고 생각하기 때문에 수입 제품이 현지 브랜드 제품보다 인기가 많은 편입니다.

Q. 일본 내 과일청 트렌드는 어떤가요?

저희 업체의 고객들은 마멀레이드를 요리, 케이크나 토스트의 토핑 등으로 다양한 용도로 활용합니다. 소비자들이 실제로 마멀레이드를 물에 타서 마시는지 알 수는 없지만, 차와 함께 마시는 것도 추천하고 있습니다. 저희 업체에서 취급하는 제품 중에는 클레멘타인, 오렌지 마멀레이드가 인기가 있습니다. 보통 오렌지, 레몬 등 감귤류가 인기가 있습니다.

Q. 고객사 제품은 스틱 형태의 과일청으로 1개당 50g 용량이며 스틱 10개가 1박스로 구성되어 있습니다. 스틱 1개당 가격은 한화 1,300원입니다.
고객사 제품이 일본 시장에서 경쟁력이 있을까요?

일본에서 마멀레이드 제품 패키징은 일반적으로 유리병 용기와 메탈 재질 뚜껑의 패키징을 사용하는데, 제품 보존에 도움이 됩니다. 스틱 형태로 된 마멀레이드나 시럽을 본 적이 없는데, 병 형태가 아니어서 스틱 제품의 품질과 보관방법에 대해서 소비자들이 우려할 수 있을 것 같습니다. 가격은 병 제품과 비교가 어렵지만 저희가 판매하는 마멀레이드 제품은 450g 1병에 2,160엔(한화 약 22,136원⁴¹⁾)입니다.

Q. 고객사 제품의 3가지 맛 중 어떤 맛이 가장 수요가 높을까요?

① 라임애플민트 ② 자몽홍차 ③ 블루베리히비스커스

일본 소비자 입맛에는 블루베리가 가장 익숙한 것 같지만, 실제로 어떤 맛을 가진 제품인지 예상하기 어려워 대답하기가 어렵습니다.

40) 사진자료: 체리 테라스(Cherry Terrace)

41) 100엔=1,024.84원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 보유하고 있는데, 일본에서 마멀레이드나 잼 제품을 판매할 때 어떤 인증을 보유하면 좋을까요?

마멀레이드와 잼 제품에 있어 가장 중요한 점은 유기농 제품이며, 소비자의 건강에 좋아야 한다는 점입니다. 저희가 취급하는 제품도 유기농 인증을 보유하고 있습니다.

Q. 고객사 제품을 홍보할 때 어떤 점을 강조하는 것이 좋을까요?

제품 원재료의 신선도와 품질, 그리고 제품의 맛을 설명하는 키워드를 고객에게 잘 전달하는 것이 중요하다고 생각합니다.

Q. 고객사 제품과 같은 가공 채소나 과일은 일반적으로 슈퍼마켓으로 유통되는 편인 것 같은데, 최근 해당 식품군의 온라인 시장도 성장하고 있는 것으로 보입니다. 고객사 제품 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

일본의 온라인 채널은 규모도 크고 잘 발달해 있어 가장 추천하는 유통채널입니다. 온라인 몰 입점을 통해 고객과 접점을 찾는 것이 좋다고 생각합니다.

Interview ② 코리아 트레이드(Korea Trade)

42)

코리아 트레이드
(Korea Trade)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 사이타마현에 소재한 수출입 종합상사
 - K-팝 음반, 화장품, 식음료 등 한류 상품 통판
 - 한국 지식경제부와 KITA의 지원을 받아 거산 재팬이 운영
 - 오프라인 매장은 없으며, 라쿠텐(Rakuten)을 통해 판매

담당자 정보

Customer service

코리아 트레이드(Korea Trade)
Customer service

Q. 일본 내 과일청 트렌드는 어떤가요?

저희 업체는 고객에게 시럽으로 음료를 만들어 섭취하는 것을 추천하고 있습니다. 고객들도 이러한 섭취 방법을 선호하는 것으로 보이며, 특히 시럽 제품은 여름에 인기가 아주 많습니다. 시럽이나 과일 엑기스 제품은 다양한 방법으로 사용되기 때문에 과일청 제품도 다용도로 사용할 수 있을 것 같습니다.

Q. 고객사 제품은 스틱 형태의 과일청으로 1개당 50g 용량이며 스틱 10개가 1박스로 구성되어 있습니다. 스틱 1개당 가격은 한화 1,300원입니다. 고객사 제품이 일본 시장에서 경쟁력이 있을까요?

일본에서 시럽은 병이나 단지에 담아서 보관하는 것이 일반적입니다. 고객들이 냉장고에 보관할 수 있고 공간도 절약할 수 있기 때문입니다. 스틱 형태의 과일 시럽이나 마멀레이드 제품은 본 적이 없습니다. 스틱형 제품은 마멀레이드 제품에 중요한 요소인 제품의 신선도, 첨가물 무첨가와도 거리가 있어 보입니다. 스틱형 제품을 본 적이 없어 제품의 가격이 적절한지 판단하기 어렵습니다.

Q. 고객사 제품의 3가지 맛 중 어떤 맛이 가장 수요가 높을까요?

① 라임애플민트 ② 자몽홍차 ③ 블루베리히비스커스

라임애플민트 향이 일본 고객들에게 친숙해 가장 인기가 많을 것 같습니다. 고객사 제품의 시장가능성이 있어 보이지만 이름만으로는 맛을 추정하기 어려워서 샘플을 테스트해봐야 자세한 의견을 드릴 수 있을 것 같습니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 보유하고 있는데, 일본에서 마멀레이드나 잼 제품을 판매할 때 어떤 인증을 보유하면 좋을까요?

저희가 취급 중인 제품은 HACCP 인증을 보유하고 있으며, 첨가물 무첨가 및 무농약 제품입니다.

Q. 고객사 제품을 홍보할 때 어떤 점을 강조하는 것이 좋을까요?

저희가 취급 중인 제품은 트라이탄 용기(유아 젖병 소재)와 제주산 프리미엄 품질 과일을 사용한다는 점을 강조하여 제품을 홍보하고 있습니다. 또한, 제품을 탄산수나 차에 타서 먹거나 요거트에 넣어 먹는 등 제품을 활용하는 방법을 함께 홍보하고 있습니다.

Q. 고객사 제품과 같은 가공 채소나 과일은 일반적으로 슈퍼마켓으로 유통되는 편인 것 같은데, 최근 해당 식품군의 온라인 시장도 성장하고 있는 것으로 보입니다. 고객사 제품 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

수입 제품의 경우 온라인으로 홍보하는 것이 더 용이하기 때문에 온라인 채널이 고객에게 접근하는 가장 좋은 방법입니다. 온라인 채널 중에서도 라쿠텐(Rakuten)이 매우 효과적이라고 생각합니다.

Interview ③ 나카노 라이프(Nakano Life)

43)

나카노 라이프
(Nakano Life)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 도쿄에 소재한 수입 유통 업체
 - 오스트리아 Darbo 과일 시럽을 비롯해, 다양한 수입 식료품과 음료 취급
 - 오스트리아, 이탈리아 등지에서 수입
 - 라쿠텐(Rakuten)을 통해 판매 진행

담당자 정보

Customer service

나카노 라이프(Nakano Life)
Customer service

Q. 일본 내 과일청 수요는 어떤가요?

일본 소비자들은 단 것을 좋아하기 때문에 잼, 마멀레이드, 시럽과 같은 제품은 인기가 있습니다.

Q. 일본 내 과일청 트렌드는 어떤가요?

오렌지, 레몬, 베리류와 같은 전통적인 맛의 과일청이 늘 인기가 많습니다. 하지만 저희 업체에서 취급하는 제품 중 가장 인기 있는 제품은 엘더플라워 시럽입니다. 이 제품은 라쿠텐 어워드를 수상하기도 했습니다. 저희 제품은 다양한 음료와 섞어서 마실 수 있지만 커피나 차에 단맛을 내기에도 아주 좋습니다. 고객이 원하는 대로 넣어서 먹을 수 있다는 것이 시럽의 가장 큰 장점이라고 생각합니다.

Q. 고객사 제품은 스틱 형태의 과일청으로 1개당 50g 용량이며 스틱 10개가 1박스로 구성되어 있습니다. 스틱 1개당 가격은 한화 1,300원입니다.
고객사 제품이 일본 시장에서 경쟁력이 있을까요?

저희 업체는 500ml 용량 제품 2병을 기준으로 3,720엔(한화 약 38,124원)에 판매 중입니다. 고객사 제품의 스틱 패키징은 과일청 제품에 적합하지 않다고 생각합니다. 스틱 형태는 포장재가 낭비되는 것 같고 제품을 더 비싸 보이게 합니다.

Q. 고객사 제품의 3가지 맛 중 어떤 맛이 가장 수요가 높을까요?

① 라임애플민트 ② 자몽홍차 ③ 블루베리히비스커스

보통 마멀레이드 제품으로는 오렌지, 레몬과 같은 감귤류 맛이 인기가 많기 때문에 자몽맛이 가장 인기가 있을 것 같습니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 보유하고 있는데, 일본에서 마멀레이드나 잼 제품을 판매할 때 어떤 인증을 보유하면 좋을까요?

과일청 제품에는 특별한 인증이 필요하지 않다고 생각합니다. 정부에서 규정한 테스트를 통과한 제품이면 충분합니다.

Q. 고객사 제품을 홍보할 때 어떤 점을 강조하는 것이 좋을까요?

과일청 제품은 보통 마케팅에서 원재료 이름과 활용 방법, 제품의 원산지 등을 강조합니다. 고객에게 시럽 활용 방법을 알려주는 것도 홍보에 도움이 됩니다.

Q. 고객사 제품과 같은 가공 채소나 과일은 일반적으로 슈퍼마켓으로 유통되는 편인 것 같은데, 최근 해당 식품군의 온라인 시장도 성장하고 있는 것으로 보입니다. 고객사 제품 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

수입 제품이라면 온라인 유통으로 시작하는 것이 좋습니다. 특히, 일본 소비자들에게 생소한 브랜드라면 온라인으로 인지도를 넓혀나가는 것을 추천합니다.

VIII. 시사점

시장수요

일본 상온 과일
가공품 시장,
약 5,637억 원 규모



2020년 일본 상온 과일 가공품 시장규모는 약 5,637억 원으로, 약 250억 원 규모인 한국 시장 대비 약 22배 큰 것으로 확인됨. 일본의 해당 시장은 향후 5년(2021~25)간 눈에 띄는 성장을 보이지 못할 것으로 예측되나, 최근 코로나19의 영향으로 일본 소비자의 건강 및 웰빙에 대한 관심이 지속되고 있으며, 유통기한이 긴 상온 보관 과일 및 채소 가공품의 수요가 증가한 것으로 보임. 특히, 과일 및 채소 가공품은 바쁜 라이프 스타일에 적합하게 건강과 편리함 모두를 충족시킬 수 있는 매력적인 제품으로 떠오르고 있음

현지 수입유통업체는 일본 소비자들이 단 맛을 선호하여 과일청, 마멀레이드, 잼, 시럽 등의 제품이 인기 있다고 전함. 과일청을 이용하여 음료를 만들어 먹기도 하지만, 요리나 케이크, 디저트 등에 부재료로 다양하게 활용하는 것으로 보임. 현지 온라인 및 오프라인 매장 조사 결과, 오렌지, 레몬 등의 감귤류나 베리류와 같이 전통적인 맛이 꾸준히 인기가 높으며, 이외에도 복숭아, 무화과, 사과 등을 이용한 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

소비 특징



일본 온라인 과일청 홍보문구 키워드

일본 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 과일청 및 마멀레이드의 홍보문구 분석 결과, '선물', '축하', '연하', '기념' 등 선물용 제품으로 홍보하는 경우가 다수임을 확인함. '수제' 제품을 세트로 구성하여 선물용으로 판매하는 제품도 존재함. '향기' 키워드가 2위를 차지하였으며, 과일에 애플민트, 홍차, 허비스커스와 같은 허브를 추가해 향기를 극대화한 점이 고객사 제품의 셀링포인트가 될 수 있을 것으로 기대됨. '미사용', '설탕 미사용', '유기농' 등의 키워드는 일본 내 웰빙 트렌드를 반영한 홍보 키워드인 것으로 보임. 현지 수입유통업체는 제품 홍보 시 원재료의 신선도와 품질, 원산지, 그리고 제품의 활용 방법을 위주로 강조할 것으로 추천함

과일청 및 마멀레이드의 맛과 관련하여 오렌지, 레몬, 귤 등 감귤류 과일이 상위권을 차지하였으며, 현지 수입유통업체 또한 감귤류와 베리류 같이 전통적인 맛을 가진 제품이 꾸준히 인기 있다고 전함. 고객사 제품의 원재료인 블루베리, 자몽, 라임은 상기 과일 대비 매우 보편적인 원재료는 아닌 것으로 보여 고객사 제품을 색다른 맛의 제품으로 포지셔닝 할 수 있을 것으로 기대됨. 패키징 관련 키워드로는 '세트', '패키지' 키워드가 각각 1, 2위를 차지하여, 과일청 및 마멀레이드가 선물용 패키지 제품으로 자주 소비되는 것을 다시 한 번 확인함



유통채널



일본 과일청 유통채널 점유율



2020년 일본 과일청 유통채널 확인 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 51.6%로 점유율 1위를 차지함. 2020년 초반의 코로나19로 인한 긴급 사태 이후 식료품을 가끔 대형 매장에서 대량 구매하는 것으로 소비자의 소비 패턴이 변화하여 슈퍼마켓 업계의 매출이 증가함. 코로나19의 영향으로 일본 내 젊은 소비층 이외 인구의 온라인 시장 이용률이 증가함. 현지 수입유통업체는 고객사 제품 유통에 온라인 채널을 추천함. 특히, 일본 시장에 처음 진출하는 제품의 경우에는 브랜드 및 제품의 인지도를 키우기 위해서는 온라인 채널이 가장 적합하다고 전함

현지 조사 결과, 온라인 및 오프라인 매장 모두 일본 현지 브랜드의 제품을 다수 판매 중임. 실제로 판매 중인 제품 또한 감귤류 과일을 원재료로 한 제품이 대다수이며, 그 밖에도 딸기, 백도, 무화과, 사과 등을 이용한 제품을 판매 중임

수출 확대 전략



허브를 추가해 향을
극대화한 3가지 맛
과일청 세트

최근 일본에서는 코로나19의 영향으로 건강 및 웰빙에 대한 관심이 지속되고 있으며, 유통기한이 긴 상온 보관 과일 가공품에 대한 수요가 증가하는 추세임. 특히, 건강과 편리함 모두를 충족시킬 수 있는 제품으로 과일 가공품이 인기를 끌고 있음

현지 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품의 패키징에 대해 부정적인 피드백을 수취함. 인터뷰를 진행한 모든 업체가 과일청 제품에 1회용 소포장 패키징은 적합하지 않다는 의견을 전함. 이로 인해 품질과 보관방법, 신선도 등에 대한 우려가 발생할 수 있을 것으로 보임. 현지 온라인 및 오프라인 매장 조사 당시, 조사한 모든 제품이 유리병 또는 단지(Jar) 형태의 패키징을 사용하고 있었으며, 이러한 패키징은 제품 보존과 냉장 보관에 용이하다는 장점을 가지고 있음. 일본에서 과일청 및 마멀레이드는 세트 및 패키지 상품으로 많이 홍보한다는 점을 고려하여, 세 가지 종류의 고객사 제품을 모두 맛볼 수 있도록 선물용 또는 자가 소비용의 세트 상품으로 구성하는 것을 고려해볼 수 있음. 여기에 더해, 고객사 제품이 과일에 더해 애플민트, 홍차, 히비스커스와 같은 허브를 추가해 향을 극대화한 색다른 제품이라는 점과 과일청의 활용 방법을 강조하여 제품을 홍보할 수 있음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Processed Fruit and Vegetables in Japan Country Report」, 2020.12
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Japan Country Report」, 2021.02
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Japan Country Report」, 2021.02
4. 농식품수출정보(KATI), 「일본, 한국 편의점 ‘韓비니’ 오픈!」, 2021.05
5. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02
6. 일본 후생노동성(MHLW), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020
7. 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 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. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
11. 라이프(Life) (www.lifecorp.jp)
12. 이토요카도(Ito-Yokado) (www.itoyokado.co.jp)
13. 류츠뉴스(Ryutsuu) (www.ryutsuu.biz)
14. 피알타임즈(PR Times) (prtimes.jp)
15. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.sej.co.jp)
16. 리브재팬(Live Japan) (www.livejapan.com)
17. 아시아니케이(Asia Nikkei) (asia.nikkei.com)
18. 로손(Lawson) (www.lawson.co.jp)
19. 장터 한국광장(韓国広場) (shopping.geocities.jp/hiroba)
20. 서울시장(ソウル市場) (www.seoul-ichiba.com)
21. 관세법령정보 포털 (www.unipass.customs.go.kr)
22. 통합 무역정보 서비스 (www.tradenavi.or.kr)
23. 일본 후생노동성(MHLW) (www.mhlw.go.jp)
24. 일본 농림수산업(農林水産省) (www.maff.go.jp)
25. 일본 소비자청(消費者庁) (www.caa.go.jp)
26. 일본 식품 화학연구재단 (www.ffcr.or.jp)
27. 미국 국립 생명공학 정보센터(National Center for Biotechnology Information) (www.pubchem.ncbi.nlm.nih.gov)
28. 체리 테라스(Cherry Terrace) (www.cherryterrace.co.jp)
29. 코리아 트레이드(Korea Trade) (item.rakuten.co.jp/koreatrade)
30. 나카노 라이프(Nakano Life) (item.rakuten.co.jp/nakanolife)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.12.31

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