

2019 년

해외시장 맞춤형조사



- No. 1905-42
- 품목 : 무 (Radish)
- 국가 : 일본 (JAPAN)
- 구분 : 경쟁력분석형

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 일본 무 경쟁제품 선정	6
2. 일본 무 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 일본 무 경쟁제품 포지셔닝	8
4. 일본 무 입점 매장 및 경쟁제품 정보	10

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	26
1. 일본 무 경쟁기업 포지셔닝	27
2. 일본 무 경쟁기업 현황	29
3. 일본 무 경쟁기업 분석	31

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	38
Interview ① 가부시키가이샤 에이프론(株式会社 エプロン)	40
Interview ② 808세이카텐(808青果店)	42
Interview ③ 도쿄세이카 가부시키가이샤(東京青果 株式会社)	44
Interview ④ 코세이요지 가부시키가이샤(強生商事 株式会社)	46
Interview ⑤ 가부시키가이샤 쿄호(株式会社 交洋)	48

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	51
1. 제품 경쟁력 검증	52
2. 기업 마케팅 벤치마킹	55
* 참고문헌	57

I. Competitive Product

SUMMARY

1. 일본 무 경쟁제품 선정
2. 일본 무 경쟁제품 조사지표 선정
3. 일본 무 경쟁제품 포지셔닝
4. 일본 무 입점 매장 및 경쟁제품 정보

Competitive Product

(경쟁제품)

일본 (JAPAN) 무 방문 매장 선정

방문 매장 선정
· 후보 : 품목별 방문 매장
· 선택 : 조사 희망 매장

구분	가공식품	신선식품	기능성	음료/주류	전통식품	유아식품	식자재
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	편의점	유기농 매장	드럭스토어	편의점	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	달러스토어	재래시장	OTC	달러스토어	아시안마트	영유아 매장	
	한인마트		MLM	자판기			
	아시안마트			리퀴드샵			

일본 (JAPAN) 무 매장 조사

	키친 랜드(Kitchen Land) (백화점 입점 슈퍼마켓)	더 가든 지유가오카 (The Garden Jiyugaoka) (슈퍼마켓)	세이부(Seibu) (백화점 입점 슈퍼마켓)
전경			
조사 제품	조사제품 수: 2개	조사제품 수: 2개	조사제품 수: 2개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> 도쿄 파르코(Parco) 백화점 내 위치한 슈퍼마켓 신선식품 포함 가공식품, 냉동식품 등 다양한 제품을 판매 	<ul style="list-style-type: none"> 1983년 1월 설립 '고품질 식품 슈퍼마켓' 컨셉 매장 다양한 종류의 수입산 제품 판매 	<ul style="list-style-type: none"> 1949년 설립 세이부 백화점 내 위치한 식품 슈퍼마켓 일본, 홍콩, 인도네시아 등에 총 16개의 매장 운영
	이온(Aeon) (하이퍼마켓)	쇼쿠노에키(Syokunoeki) (슈퍼마켓)	요크마트(York Mart) (슈퍼마켓)
전경			
조사 제품	조사제품 수: 2개	조사제품 수: 4개	조사제품 수: 3개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> 일본 국내의 300여개의 지점사 보유 슈퍼마켓, 소풍물 등 다양한 유형의 매장 운영 	<ul style="list-style-type: none"> 2015년 팜두(Famdo) 기업 설립 신선식품, 가공식품 등 판매 2018년 기준 자본금 3억 2,400만 엔 (35억 3,160만 원¹⁾ 보유 	<ul style="list-style-type: none"> 일본 슈퍼마켓 체인점 주로 식품을 판매

1) 1엔=10.90원(2019.07.16, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

Competitive Product

(경쟁제품)

일본 (JAPAN)

무 경쟁제품

선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

- 오프라인 매장 입점 제품
- 온라인 매장 입점 제품

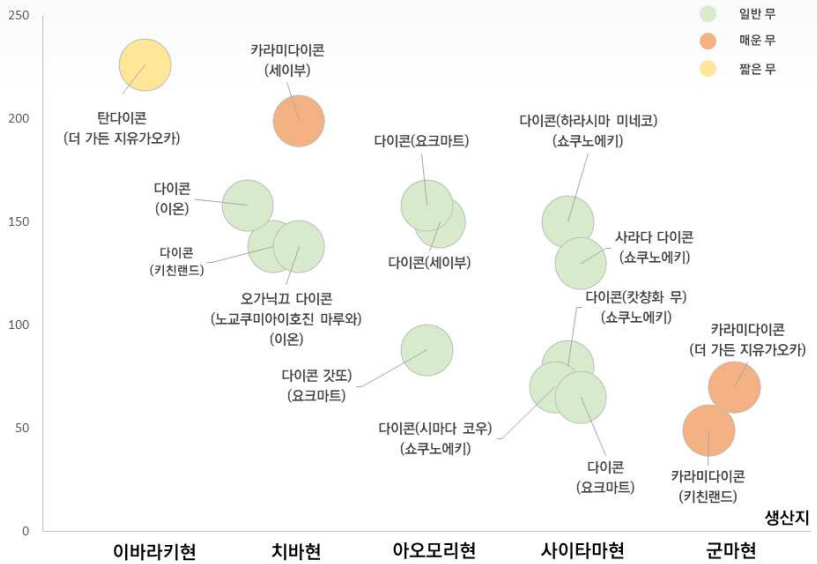
경쟁제품 분류 기준

- 생산지 위치
- 판매처 유형
- 무 종류

경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축 : 생산지역
- Y축 : 무 1개당 소비자 가격

무 1개당 가격, 엔



일본 (JAPAN)

무 경쟁제품 분석

구분	매장 구분	경쟁제품(생산업체) ²⁾	가격(총합)	가격(무 1개당) ³⁾	무 종류	판매형태	포장형태
일본 브랜드, 일본 생산	키친 랜드 (Kitchen Land)	카라미다이콘	98엔(1,068원)	*49엔(534원)	매운 무	통무	묶음포장(2개)
		다이콘	138엔(1,504원)	138엔(1,504원)	일반 무	통무	날개포장
	더 가든 지유가오카 (The Garden Jiyugaoka)	카라미다이콘	139엔(1,515원)	*70엔(763원)	매운 무	통무	묶음포장(2개)
		탄다이콘 (야사또노교쿄도쿠미아이)	226엔(2,463원)	226엔(2,463원)	짧은 무	통무	날개포장
	세이부 (Seibu)	다이콘	150엔(1,635원)	150엔(1,635원)	일반 무	절단무	날개포장
		카라미다이콘	199엔(2,169원)	199엔(2,169원)	매운 무	통무	날개포장
	이온 (Aeon)	오가닉고 다이콘 (노교쿠미아이호진마루와)	138엔(1,504원)	138엔(1,504원)	일반 무	절단무	날개포장
		다이콘	158엔(1,722원)	158엔(1,722원)	일반 무	통무	날개포장
	쇼쿠노에키 (Syokunoeki)	다이콘(갓창화무)	80엔(872원)	80엔(872원)	일반 무	통무	날개포장
		다이콘(하라시마미네코)	150엔(1,635원)	150엔(1,635원)	일반 무	통무	날개포장
		다이콘(시마다코우)	70엔(763원)	70엔(763원)	일반 무	절단무	날개포장
		사라다 다이콘(세끼네화무)	130엔(1,417원)	130엔(1,417원)	일반 무	통무	날개포장
	요크마트 (York Mart)	다이콘 갓토	88엔(959원)	88엔(959원)	일반 무	절단무	날개포장
		다이콘 (아시아와이치시사이타마산)	65엔(709원)	65엔(709원)	일반 무	절단무	날개포장
		다이콘	158엔(1,722원)	158엔(1,722원)	일반 무	통무	날개포장

(*) 현지 판매 무 15개 제품 분석

- 2) 생산업체 정보가 공개된 제품만 생산업체 정보를 병기함
- 3) (*) 묶음 포장되어 판매되고 있는 제품은 무 1개당 가격으로 계산함

1. 일본 무 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 일본 현지산 무 제품⁴⁾

- 현지산 제품 : 일본 현지에서 생산되는 신선 무 제품 선정

▶ 선정 기준 ② 대형유통매장 입점 확인 제품

- 슈퍼마켓과 하이퍼마켓에서 판매되고 있는 제품 선정

(*) 6개 채널 : 세이부(Seibu), 키친 랜드(Kitchen Land), 더 가든 자유가오카(The Garden Jiyugaoka), 이온(Aeon), 쇼쿠노에키(Syokunoeki), 요크마트(York Mart),

[표 1.1] 일본 무 경쟁제품 선정

경쟁제품(생산업체) ⁵⁾	수입 여부		유형별 매장 입점 여부		
	수입산	현지산	하이퍼마켓	백화점 입점 슈퍼마켓	슈퍼마켓
카라미다이콘	-	○ (일본)	-	○ (키친 랜드)	-
다이콘	-	○ (일본)	-	○ (키친 랜드)	-
카라미다이콘	-	○ (일본)	-	-	○ (더 가든)
탄다이콘 (야사또노교교도쿠미아이)	-	○ (일본)	-	-	○ (더 가든)
다이콘	-	○ (일본)	-	○ (세이부)	-
카라미다이콘	-	○ (일본)	-	○ (세이부)	-
오가닉꼬 다이콘 (노교쿠미아이호진마루와)	-	○ (일본)	○ (이온)	-	-
다이콘	-	○ (일본)	○ (이온)	-	-
다이콘(캣창화무)	-	○ (일본)	-	-	○ (쇼쿠노에키)
다이콘(하라시마미네코)	-	○ (일본)	-	-	○ (쇼쿠노에키)
다이콘(시마다코우)	-	○ (일본)	-	-	○ (쇼쿠노에키)
사라다 다이콘(세끼네화무)	-	○ (일본)	-	-	○ (쇼쿠노에키)
다이콘 갓또	-	○ (일본)	-	-	○ (요크마트)
다이콘(아이사와이치시사이타마산)	-	○ (일본)	-	-	○ (요크마트)
다이콘	-	○ (일본)	-	-	○ (요크마트)

자료 : 일본 무 15개 제품 분석 결과

4) 현지조사 결과 수입산(한국산 포함) 신선 무 제품은 조사되지 않음(오프라인 매장 방문: 2019.06)

5) 생산업체 정보가 공개된 제품만 생산업체 정보를 병기함

2. 일본 무 경쟁제품 조사지표 선정

일본 무 분류⁷⁾



일반 무



매운 무



짧은 무



둥근 무

▶ 조사지표 ① 무 종류⁶⁾

- 일본에서 무는 크게 일반 무, 매운 무, 짧은 무 등으로 분류되고 있음
- 일반 무(大根) : 일본 무 생산량의 90%는 일반 무이며, 잎 바로 밑 부분이 초록색을 띠고 있는 것이 특징
- 매운 무(辛み大根) : 일반 무보다 작고 매운 맛이 강하며 수분이 적은 것이 특징
- 짧은 무(短大根) : 일반 무보다 길이가 짧은 무. 두께가 일정하며, 매운 맛이 덜함
- 둥근 무(丸大根) : 교토 지역에서 처음 재배된 무. 원형 모양으로 매운 맛이 덜하며, 수분이 많은 것이 특징

▶ 조사지표 ② 소비자 판매 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 무 1개당 소비자 판매 가격

▶ 조사지표 ③ 판매 형태

- 오프라인 채널에서 판매되고 있는 무 형태를 조사. 판매 형태는 통무, 절단무로 분류되고 있음

▶ 조사지표 ④ 포장 형태

- 오프라인 채널에서 판매되고 있는 무 포장 형태를 조사. 포장 형태는 묶음포장 또는 날개포장으로 분류되고 있음

▶ 조사지표 ⑤ 포장 타입

- 비닐 랩, 비닐 파우치 등 무를 포장하고 있는 용기의 재질과 형태를 조사

[표 1.2] 일본 무 경쟁제품 조사지표 선정

조사지표	지표 값	지표 값 정의
품종	일반 무	밑 부분이 초록색을 띠고 있는 일반 무
	매운 무	일반 무보다 크기가 작은 무
	짧은 무	일반 무보다 크기가 작고 두께가 일정한 무
가격	소비자 판매 가격	오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	개당 소비자 판매 가격	무 1개당 가격
판매 형태	통무	자르지 아니한 통채로의 무
	절단무	통무를 자른 제품
포장 형태	묶음포장	2개 이상씩 묶음으로 포장된 무
	날개포장	날개로 판매되고 있는 무
포장 타입	비닐 랩	비닐 랩으로 포장된 제품
	비닐 파우치	비닐 파우치에 포장된 제품
	스티로폼 접시	스티로폼 접시에 담겨 포장된 제품
	별도 포장 없음	별도의 포장 없이 판매되고 있는 제품

6) 자료: 쇼노 쇼쿠자이 히야카(旬の食材百科) 홈페이지 (foodslink.jp)

7) 사진자료: 쇼노 쇼쿠자이 히야카(旬の食材百科) 홈페이지 (foodslink.jp)

3. 일본 무 경쟁제품 포지셔닝

판매 형태 분류



통무



절단무

▶ 포지셔닝 ① 경쟁제품 종류별 날개당 평균가격 비교

일본 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개는 일반 무, 매운 무, 짧은 무로 분류됨. 세 가지 종류의 무 가격을 비교해 본 결과, 일반 무는 날개당 평균 120엔(1,308원), 매운 무는 날개당 평균 106엔(1,155원), 짧은 무는 날개당 평균 226엔(2,463원)임. 짧은 무 가격은 다른 종류의 무 가격보다 약 1.8-2.1배 높게 책정되어 있음

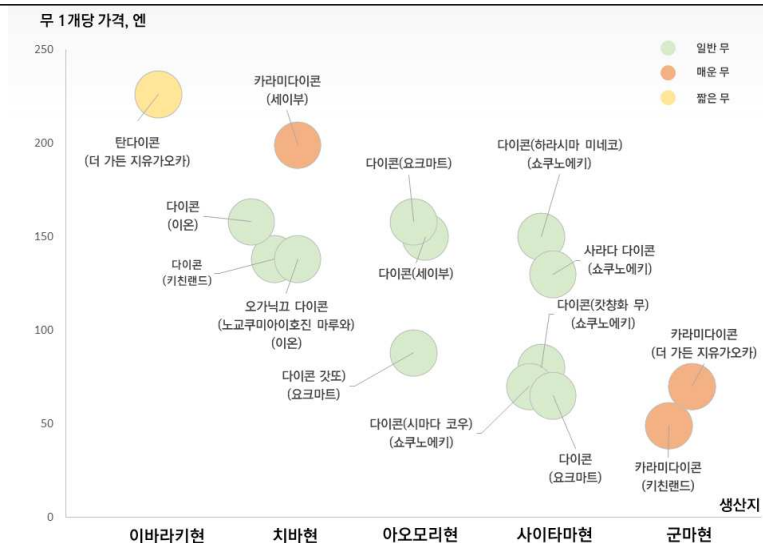
▶ 포지셔닝 ② 경쟁제품 판매 형태별 날개당 평균가격 비교

일본 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품의 판매 형태는 통무와 절단무로 구분됨. 판매 형태별 가격을 비교해 본 결과, 통째로 판매되고 있는 일반 무의 날개당 평균가격은 136엔(1,482원)이며, 매운 무의 날개당 평균가격은 106엔(1,155원), 짧은 무의 가격은 날개당 226엔(2,463원)임. 판매 형태가 통무인 제품 중 매운 무의 평균 가격이 가장 낮으며, 짧은 무의 가격이 가장 높음. 절단되어 판매되고 있는 제품은 모두 일반 무로 날개당 평균 가격은 102엔(1,112원)임

▶ 포지셔닝 ③ 경쟁제품 생산 지역별 날개당 평균가격 비교

일본 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품의 생산지역별 가격을 비교해 본 결과, 이바라키현에서 생산된 제품 날개 가격이 226엔(2,463원)으로 가장 높음. 그 다음 치바현에서 생산된 제품 4개의 날개당 평균가격이 158엔 (1,722원)으로 두 번째로 높은 것으로 확인됨. 이외 아오모리현 제품의 날개당 평균가격은 132엔(1,439원), 사이타마현 날개당 99엔(1,079원), 군마현 날개당 평균가격은 60엔(654원)으로 확인됨

【표 1.3 일본 무 경쟁제품 시장 포지셔닝



자료 : 일본 무 15개 제품 분석 결과

[표 1.4] 일본 무 경쟁제품 조사 정보

경쟁제품 (생산업체) ⁸⁾	무 종류	판매형태	가격 (무 1개당) ⁹⁾	가격 (총합)	포장 형태	포장 타입
▶ 조사 매장 ① 키친 랜드(Kitchen Land)						
카라미다이콘	매운 무	통무	*49엔 (534원)	98엔 (1,068원)	묶음포장 (2개)	비닐 파우치
다이콘	일반 무	통무	138엔 (1,504원)	138엔 (1,504원)	날개포장	(-)
▶ 조사 매장 ② 더 가든 자유가오카(The Garden Jiyugaoka)						
카라미다이콘	매운 무	통무	*70엔 (763원)	139엔 (1,515원)	묶음포장 (2개)	스티로폼 접시, 비닐 랩
탄다이콘 (야사또노교쿄도쿠미아이)	짧은 무	통무	226엔 (2,463원)	226엔 (2,463원)	날개포장	비닐 파우치
▶ 조사 매장 ③ 세이부(Seibu)						
다이콘	일반 무	절단무	150엔 (1,635원)	150엔 (1,635원)	날개포장	비닐 파우치
카라미다이콘	매운 무	통무	199엔 (2,169원)	199엔 (2,169원)	날개포장	스티로폼 접시, 비닐 랩
▶ 조사 매장 ④ 이온(Aeon)						
오가닉고 다이콘 (노교쿠미아이호진마루와)	일반 무	절단무	138엔 (1,504원)	138엔 (1,504원)	날개포장	비닐 파우치
다이콘	일반 무	통무	158엔 (1,722원)	158엔 (1,722원)	날개포장	비닐 파우치
▶ 조사 매장 ⑤ 쇼쿠노에키(Syokunoeki)						
다이콘 (카츠타화무)	일반 무	통무	80엔 (872원)	80엔 (872원)	날개포장	비닐 파우치
다이콘 (하라시마미네코)	일반 무	통무	150엔 (1,635원)	150엔 (1,635원)	날개포장	비닐 파우치
다이콘 (시마다코우)	일반 무	절단무	70엔 (763원)	70엔 (763원)	날개포장	비닐 파우치
사라다 다이콘 (세끼네화무)	일반 무	통무	130엔 (1,417원)	130엔 (1,417원)	날개포장	비닐 파우치
▶ 조사 매장 ⑥ 요크마트(York Mart)						
다이콘 갓도	일반 무	절단무	88엔 (959원)	88엔 (959원)	날개포장	비닐 파우치
다이콘 (아이사와이치시사이타마산)	일반 무	절단무	65엔 (709원)	65엔 (709원)	날개포장	비닐 파우치
다이콘	일반 무	통무	158엔 (1,722원)	158엔 (1,722원)	날개포장	(-)

자료 : 일본 무 15개 제품 분석 결과

8) 생산업체를 파악 할 수 있는 제품만 함께 병기하였음

9) (*) 날개포장되어 판매되고 있는 제품은 총합 가격과 무 1개당 가격을 동일하게 계산하였으며, 묶음포장으로 판매되고 있는 제품은 무 1개당 가격으로 계산함

4. 일본 무 입점 매장 및 경쟁제품 정보

● 사이타마현¹²⁾

인구('19)	7,266,534 명
가구('15)	3,148,015 가구
성 비율('19)	0.99 : 1.00 (남성 : 여성)
평균 연령('19)	45.4세
15세 미만('19)	12.6%
65세 초과('19)	24.8%

▶ 일본 오프라인 매장 총 6곳 방문, 경쟁제품 15개 선정

일본 도쿄도 북쪽에 인접하며 사이타마현에 위치한 슈퍼마켓 6곳을 방문하여 무 경쟁제품 15개를 선정함. 사이타마현에 위치한 도시 대부분은 일본의 수도인 도쿄 도심과 밀접하게 연결되어 있음. 과거에는 경지율이 높아 간토 지방의 식량을 생산하는 대표 지역이었으며, 최근에는 도쿄의 주거와 상업 교외지의 역할을 하고 있음¹⁰⁾

▶ 일본 슈퍼마켓 시장 점유율 상위권 매장 방문, 경쟁제품 15개 조사

2018년도 일본 하이퍼마켓 시장 점유율이 1위인¹¹⁾ 이온(Aeon) 매장과 사이타마현에 위치한 슈퍼마켓 키친 랜드(Kitchen Land), 더 가든 자유가오카(The Garden Jiyugaoka), 세이부(Seibu), 쇼쿠노에키(Syokunoeki), 요크마트(York Mart)를 방문하였음. 슈퍼마켓 5개 중 세이부와 키친 랜드는 각각 파르코 백화점과 세이부 백화점에 입점되어 있음. 방문한 오프라인 매장은 모두 유통체인임

[표 1.5] 방문 매장 및 지역 특징




자료 : Google Map

10) 자료: 사이타마현 공식 홈페이지 (www.pref.saitama.lg.jp)

11) 자료: 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지(www.portal.euromonitor.com)

12) 자료: 사이타마현 공식 홈페이지 (www.pref.saitama.lg.jp)

Shop ① 키친 랜드(Kitchen Land)

<p>매장 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유형 : 중형 슈퍼마켓 · 매장 특징 : 백화점 내 입점 슈퍼마켓 	<p>브랜드 기본 정보</p>	 <p>도쿄 파르코(Parco) 백화점 내 위치한 슈퍼마켓으로 신선식품, 가공식품, 냉동식품 등 다양한 제품을 판매하고 있음. 매장은 연중무휴로 운영되며 마감시간은 저녁 9시임¹³⁾</p>
		<p>매장 내 조사 제품 수: 2개</p>
<p>매장 정보</p>	<p>매장 정보</p>	  <p>도시(지역) 사이타마현(Saitama Prefecture)</p> <p>위치</p> <p>상세주소 1-2-1 Green Town, Tokorozawa City, Saitama Prefecture</p>
<p>매장 내부 전경</p>		<p>매장 내부 전경</p>  
<p>무 판매 정보</p>		<p>판매 제품 정보</p>  <p>카라미다이콘 (辛み大根)</p>  <p>다이콘 (大根)</p>

사진자료: 파르코(Parco) 홈페이지

13) 자료: 신토코로자와 파르코(Sintokorozawa Parco) 홈페이지 (shintokorozawa.parco.jp)








제품명	카라미다이콘(辛み大根)	무 종류	매운 무
생산업체	비공개	판매 형태	통무(무 줄기, 뿌리 제거)
생산지	일본(군마현)	포장 형태	묶음포장(2개)
가격	98엔(1,068원)	포장 타입	비닐 파우치



제품명	다이콘(大根)	무 종류	일반 무
생산업체	비공개	판매 형태	통무
생산지	일본(치바현)	포장 형태	날개포장
가격	138엔(1,504원)	포장 타입	별도 포장 없음

Shop ② 더 가든 자유가오카(The Garden Jiyugaoka)

<p style="text-align: center;">●</p> <p style="text-align: center;">매장 정보</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> · 유형 : 중형 슈퍼마켓 · 주요 소비층 : 지역 주민, 회사원 · 제품별 목표 매출 비율¹⁵⁾ : <ul style="list-style-type: none"> - 가공육 2.5% - 반찬 7.5% - 데일리 37.5% - 가공 식품 38.3% - 청주 7.5% - 유기농 식품 6.7% 	<p style="text-align: center;">브랜드 기본 정보</p> 	<p>더 가든 자유가오카 매장은 1983년 1월 설립된 '고품질 식품 슈퍼마켓'「高質食品 スーパーマーケット」 컨셉의 매장임 다양한 종류의 수입산 제품을 판매하고 있으며, 소비자들이 '음식을 통해 즐거움과 기쁨, 건강을 실현 할 수 있도록 안전한 먹거리를 제공하고자 함¹⁴⁾</p>
	매장 내 조사 제품 수: 2개	
<p style="text-align: center;">매장 정보</p>		
<p style="text-align: center;">위치</p>	<p>도시(지역) 사이타마현(Saitama Prefecture)</p> <p>상세주소 〒359-0037 Kusukidai, Tokorozawa City, Saitama Prefecture, 1chome 14th Street</p>	
<p style="text-align: center;">매장 내부 전경</p>	<p style="text-align: center;">매장 내부 전경</p> 	
<p style="text-align: center;">무 판매 정보</p>	<p style="text-align: center;">판매 제품 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>카라미다이콘 (辛味大根)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>탄다이콘 (短다이콘)</p> </div> </div>	
<p>사진자료: 아프레(atre) 홈페이지</p>		

14) 자료: 더 가든 자유가오카(The Garden Jiyugaoka) 홈페이지 (www.garden.co.jp)

15) 자료: 더 가든 자유가오카(The Garden Jiyugaoka) 홈페이지 (www.garden.co.jp)



제품명	카라미다이콘(辛味大根)	무 종류	매운 무
생산업체	비공개	판매 형태	통무
생산지	일본(군마현)	포장 형태	묶음포장(2개)
가격	139엔(1,515원)	포장 타입	스티로폼 접시, 비닐 랩



제품명	탄다이콘(短大根)	무 종류	짧은 무
생산업체	야사또노교쿄도쿠미아이 (やさと農業協同組合)	판매 형태	통무
생산지	일본(이바라키현)	포장 형태	날개포장
가격	226엔(2,463원)	포장 타입	비닐 파우치
인증	JSA 유기농 인증		

Shop ③ 세이부(Seibu)

<p style="text-align: center;">매장 정보</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> · 유형 : 슈퍼마켓 · 주요 소비층 : 지역 주민 	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>브랜드 기본 정보</p> </div> <div style="width: 65%;">  <p>세이부 백화점 내 위치한 식료품 슈퍼마켓. 세이부 백화점은 1949년에 처음 설립되었으며, 일본 외 홍콩, 인도네시아 등 해외 매장을 포함하여 총 16개의 매장을 운영 하고 있음¹⁶⁾</p> </div> </div>
<p style="text-align: center;">매장 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">매장 내 조사 제품 수: 2개</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>위치</p> </div> <div style="width: 65%;"> <p>도시(지역) 사이타마현(Saitama Prefecture)</p> <p>상세주소 12-1 Hiyoshimachi, Tokorozawa City, Saitama Prefecture</p> </div> </div>	
<p style="text-align: center;">무 판매 매대 전경</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	
<p style="text-align: center;">무 판매 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="width: 45%;">  <p style="text-align: center;">다이콘 (大根)</p> </div> <div style="width: 45%;">  <p style="text-align: center;">카라미다이콘 (辛味大根)</p> </div> </div> <p style="text-align: center; font-size: small;">판매 제품 정보</p>	

사진자료: 세이부(Seibu) 홈페이지, 야후 재팬(Yahoo Japan) 홈페이지

16) 자료: 세이부(Seibu) 홈페이지 (www.sogo-seibu.jp)



제품명	다이콘(大根)	무 종류	일반 무
생산업체	비공개	판매 형태	절단무
생산지	일본(아오모리현)	포장 형태	날개포장
가격	150엔(1,635원)	포장 타입	비닐 파우치



제품명	카라미다이콘(辛味大根)	무 종류	매운 무
생산업체	비공개	판매 형태	통무
생산지	일본(치바현)	포장 형태	날개포장
가격	199엔(2,169원)	포장 타입	스티로폼 접시, 비닐 랩

Shop ④ 이온(Aeon)

매장 정보

- 유형 : 대형 슈퍼마켓
- 주요 소비자층 : 지역 주민

브랜드
기본 정보



이온 그룹은 일본 국내외 300여개의 자회사를 보유한 기업으로 슈퍼마켓, 쇼핑몰 등 다양한 유형의 매장을 운영하고 있음¹⁷⁾

매장 내 조사 제품 수: 2개

매장 정보



도시(지역) 사이타마현(Saitama Prefecture)

위치 〒359-1116 5-22
상세주소 Higashi-cho, Tokorozawa-shi,
Saitama Prefecture

무
매대 모습

무 판매 매대 전경



무
판매 정보

판매 제품 정보



오가닉꼬 다이콘
(オーガニック 大根)



다이콘
(大根)

사진자료: 이온 재팬(Aeon Japan) 홈페이지, 프루트넷(Fruitnet) 홈페이지

17) 자료: 이온 재팬(Aeon Japan) 홈페이지 (www.welcome-aeon.com)










제품명	오가닉꼬 다이콘 (オーガニック 大根)	무 종류	일반 무
생산업체	노교쿠미아이호진마루와 (農業組合法人 丸和)	판매 형태	절단무
생산지	일본(치바현)	포장 형태	날개포장
가격	138엔(1,504원)	포장 타입	비닐 파우치
인증	JSA 유기농 인증		



제품명	다이콘(大根)	무 종류	일반 무
생산업체	비공개	판매 형태	통무
생산지	일본(치바현)	포장 형태	날개포장
가격	158엔(1,722원)	포장 타입	비닐 파우치

Shop ⑤ 쇼쿠노에키(Syokunoeki)

<p style="text-align: center;">●</p> <p style="text-align: center;">매장 정보</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> · 유형 : 슈퍼마켓 · 주요 소비층 : 지역 주민 <hr/>	<p style="text-align: center;">●</p> <p style="text-align: center;">브랜드 기본 정보</p>	 <p>쇼쿠노에키 매장은 팜두(Farmdo) 기업의 브랜드로 신선식품, 가공식품 등 다양한 제품을 판매 및 유통하고 있음. 팜두 기업은 2015년에 설립되었으며, 2018년 3월 기준, 자본금이 3억 2,400만 엔 (35억 3,160만 원인 것으로 확인됨¹⁸⁾)</p>		
	매장 내 조사 제품 수: 4개			
<p style="text-align: center;">매장 정보</p>				
	<p style="text-align: center;">도시(지역)</p>	사이타마현(Saitama Prefecture)		
	<p style="text-align: center;">위치</p>	〒359-0001 Toshiba TomiSurugai 583-1 in Tokorozawa City, Saitama Prefecture		
		<p style="text-align: center;">상세주소</p>	583-1 in Tokorozawa City, Saitama Prefecture	
<p style="text-align: center;">매장 내부 전경</p>	매장 내부 전경			
				
<p style="text-align: center;">무 판매 정보</p>	판매 제품 정보			
				
	다이콘 (大根)	다이콘 (大根)	다이콘 (大根)	사라다 다이콘 (サラダ大根)

사진자료: 팜두(Farmdo) 홈페이지

18) 자료: 팜두(Farmdo) 홈페이지 (farmdo.com)



제품명	다이콘(大根)	무 종류	일반 무
생산업체	키타츠무(かっちんファーム)	판매 형태	통무
생산지	일본(사이타마현)	포장 형태	날개포장
가격	80엔(872원)	포장 타입	비닐 파우치



제품명	다이콘(大根)	무 종류	일반 무
생산업체	하라시마미네코(原島ミネ子)	판매 형태	통무
생산지	일본(사이타마현)	포장 형태	날개포장
가격	150엔(1,635원)	포장 타입	비닐 파우치



제품명	다이콘(大根)	무 종류	일반 무
생산업체	시마다코우(島田 功)	판매 형태	절단무
생산지	일본(사이타마현)	포장 형태	날개포장
가격	70엔(763원)	포장 타입	비닐 파우치











제품명	사라다 다이콘(サラダ大根)	무 종류	일반 무
생산업체	세끼네화무(セキネファーム)	판매 형태	통무
생산지	일본(사이타마현)	포장 형태	날개포장
가격	130엔(1,417원)	포장 타입	비닐 파우치

Shop ⑥ 요크마트(York Mart)

매장 정보

- 유형 : 대형 슈퍼마켓
- 주요 소비층 : 지역 주민

<p>브랜드 기본 정보</p>	 <p>일본 슈퍼마켓 체인점. 주로 식품을 판매하고 있으나, 점포에 따라 의약품도 판매하기도 함.¹⁹⁾</p>
<p>매장 정보</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>도시(지역) 사이타마현(Saitama Prefecture)</p> <p>위치</p> <p>상세주소 〒359-0047 1chome 2313-1 Hanazono, Tokorozawa City, Saitama Prefecture</p>
<p>매장 내부 전경</p>	<p style="text-align: center;">매장 내부 전경</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
<p>무 판매 정보</p>	<p style="text-align: center;">판매 제품 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div> <p>다이콘 깃도 (大根 カット) 다이콘 (大根) 다이콘 (大根)</p>

사진자료: 위키 미디어(Wikimedia) 홈페이지

19) 위키 미디어(Wikimedia) 홈페이지 (commons.wikimedia.org)



제품명	다이콘 갓또(大根 カット)	무 종류	일반 무
생산업체	비공개	판매 형태	절단무
생산지	일본(아오모리현)	포장 형태	날개포장
가격	88엔(959원)	포장 타입	비닐 파우치



제품명	다이콘(大根)	무 종류	일반 무
생산업체	아이사와이치시사이타마산 (相沢一市埼玉産)	판매 형태	절단무
생산지	일본(사이타마현)	포장 형태	날개포장
가격	65엔(709원)	포장 타입	비닐 파우치



제품명	다이콘(大根)	무 종류	일반 무
생산업체	비공개	판매 형태	통무
생산지	일본(아오모리현)	포장 형태	날개포장
가격	158엔(1,722원)	포장 타입	별도 포장 없음

II. Competitor

SUMMARY

1. 일본 무 경쟁기업 포지셔닝
2. 일본 무 경쟁기업 현황
3. 일본 무 경쟁기업 분석

Competitor

(경쟁기업)

(단위 : 천 엔)

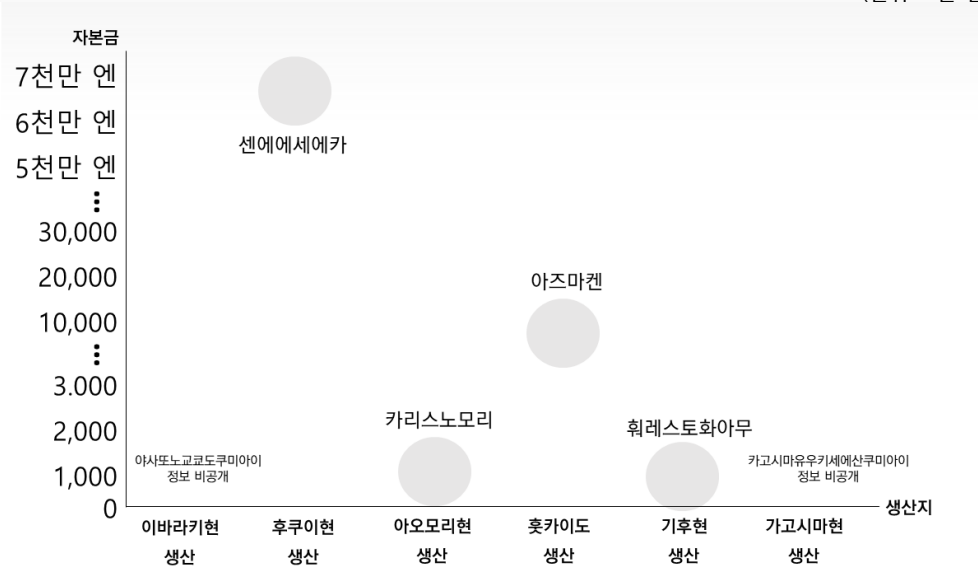
일본 (JAPAN)

무 경쟁기업
선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정
· 경쟁제품 선정 기업체

경쟁사 분류
· 생산업체 국적
· 생산지
· 자본금

경쟁사 포지셔닝
· X축 : 생산지
· Y축 : 자본금



일본 (JAPAN)

무 경쟁기업 분석

■ 일본 현지 경쟁기업

구분	생산업체	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	자본금
일본 브랜드, 일본 생산	야사또노교쿄도쿠미아이 (야さと農業協同組合)	①오프라인 ②온라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 (페이스북, 트위터)	· 신선한 제품을 맛보세요	(-)
	센에세에카 (真栄青果)	①온라인	· 자사 홈페이지	· 생산자의 사랑도 함께 전달해드리겠습니다 · 다양한 식문화 · 안심할 수 있는 안전한 제품 · 제철 산지 제품	6,500만 엔 (7억 850만 원 ²⁰⁾)
	카리스노모리 (カリスの森)	①온라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 (페이스북)	· 제철 채소를 제철에 먹을 수 있도록 · 풍요로운 규슈 대지에서 자란 채소를 맛보세요	100만 엔 (1,090만 원)
	아즈마켄 (東研)	①온라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 (페이스북, 트위터, 인스타그램)	· 무농약 유기 재배 농산물 · JAS 유기농 인증 · 유기농 무	1,000만 엔 (1억 900만 원)
	휘레스토화아무 (フォレストファーム)	①오프라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 (페이스북, 블로그, 인스타그램)	· 신선한 채소를 제공하기 위해 최첨단 시설을 이용하고 있음 · 태양의 혜택을 듬뿍 받은 채소들	100만 엔 (1,090만 원)
	카고시마유우키세에산쿠미아이 (かごしま有機生産組合)	①오프라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 (페이스북, 라인)	· 이번주 쿠폰 코드 발송 · 제철 무 · 유기농 제품 수확	(-)

(*) 현지 판매 무 생산업체 6개사 분석

20) 1엔=10.90원(2019.07.16, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 일본 무 경쟁기업 포지셔닝

▶ 오프라인 조사 경쟁기업 7개사 중 1개사, 대표 경쟁기업으로 선정

일본에 진출한 무 경쟁기업 분석을 위해, 오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 7개 중 개인 판매자인 하라시마미네코(原島ミネ子)와 시마다코우(島田 功)를 경쟁기업에서 선정에서 제외함. 그 외 기업 정보를 공개하지 않는 업체 4개를 제외한 야사또노교쿄도쿠미아이(やさと農業協同組合)를 대표 경쟁기업으로 선정함. 야사또노교쿄도쿠미아이는 더 가든 자유가오카 매장에서 조사됨

▶ 온라인 조사 경쟁기업, 5개사 추가 선정

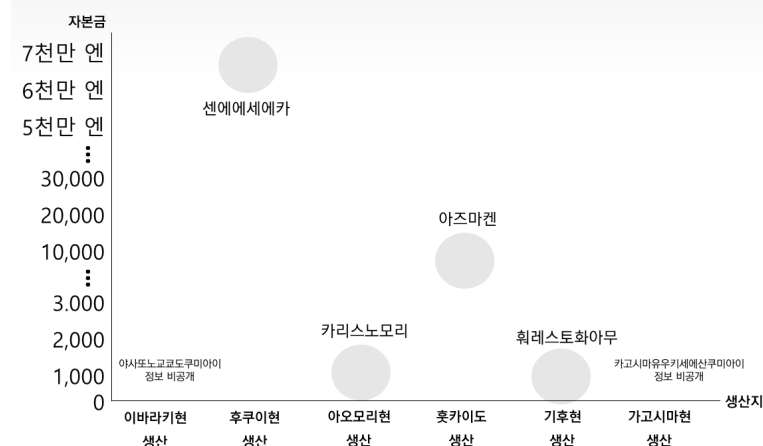
일본 온라인 쇼핑몰 점유율이 1위인 라쿠텐 재팬(Rakuten Japan)에서 판매되고 있는 경쟁제품 중 상품평점이 높은 경쟁기업을 3개 선정함. 이에 신에세에카(真栄青果), 카리스노모리(カリスの森), 아즈마켄(東研)이 포함됨. 이외 기후현 가가미기하라시(各務原市)에서 생산된 경쟁제품을 판매하는 휘레스토화아무(フォレストファーム)와 가고시마시산 경쟁제품을 판매하는 카고시마유우키세에산쿠미아이(かごしま有機生産組合)를 경쟁기업으로 추가 선정함

▶ 경쟁기업 6개사 중 4개사, 자본금 확인

일본 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 기업규모를 비교하기 위해 최신년도 자본금을 대표 비교지표로 선정함. 이에 경쟁기업 6개 중 기업규모를 공개한 4개사의 작년도(2018년도) 자본금을 조사하였음. 일본 대표 온라인 쇼핑몰 라쿠텐 재팬에서 조사된 신에세에카와 카리스노모리, 아즈마켄의 작년도 자본금은 각각 6,500만 엔(7억 850만 원), 100만 엔(1,090만 원), 1,000만 엔 (1억 900만 원)임. 이외 휘레스토화아무의 작년도 자본금은 100만 엔(1,090만 원)으로 확인됨

[표 2.1] 일본 무 경쟁기업 시장 포지셔닝

단위 : 천 엔



자료 : 현지 판매 무 생산업체 6개사 분석 결과

일본 무 생산지²²⁾

무 제조산지	지역별 생산량 순위	생산 비율
홋카이도	1	13%
치바현	2	10.6%
아오모리현	3	9.7%
가고시마현	4	7.1%
미야자키현	5	5.8%
...		
이바라키현	7	4.4%
기후현	18	1.4%
후쿠이현	34	0.4%

▶ 경쟁기업 6개사, 국적과 생산지 모두 일본

경쟁기업의 국적과 생산지 위치를 분석한 결과, 6개사의 국적과 생산지가 모두 일본인 것으로 확인됨. 6개사는 모두 다른 지역에 생산지를 운영하고 있음. 그 중 아즈마켄은 2017년 기준, 무 생산량이 172,230톤(t)으로 일본 내 무 생산량이 가장 많은 지역인 홋카이도에 생산농장을 보유하고 있으며, 카리스노모리는 무 생산량이 128,500톤(t)으로 세 번째로 많은 지역인 아오모리현에 생산농장을 보유하고 있음. 이외 경쟁기업은 이바라키현, 후쿠이현, 기후현, 가고시마현에 각각 생산농장을 운영하고 있는 것으로 확인됨²¹⁾

[표 2.2] 일본 무 경쟁기업 생산지 위치 ①

경쟁사	경쟁제품 일본 생산지역
야사또노교교도쿠미아이(やさと農業協同組合)	이바라키현
신에세에카(真栄青果)	후쿠이현
카리스노모리(カリスの森)	아오모리현
아즈마켄(東研)	홋카이도
휘레스토화아무(フォレストファーム)	기후현
카고시마유우키세에산쿠미아이(かごしま有機生産組合)	가고시마현

자료 : 현지 판매 무 생산업체 6개사 분석 결과

[표 2.3] 일본 무 경쟁기업 생산지 위치 ②



자료 : Google Map

21) 자료: 지역별사례(地域の入れ物) 홈페이지 (region-case.com)

22) 자료: 지역별사례(地域の入れ物) 홈페이지 (region-case.com)

2. 일본 무 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사 중 3개사, 오프라인 진출 확인

경쟁기업 6개사 중 3개사는 오프라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. 오프라인 진출 업체인 야사또노교교도쿠미아이의 경우 오프라인 채널 외 자사 온라인 쇼핑몰 홈페이지를 통해 제품을 판매하고 있음. 이외 2개 기업은 청과물, 고기, 생선을 판매하는 슈퍼마켓 또는 가고시마시의 청과물 생산자들이 조직하고 있는 협동조합에서 운영하는 생산 조합 직영점 3곳과 카페 1곳에 경쟁제품을 납품하고 있음. 오프라인 채널에 진출한 3개사 외 신에세에카, 카리스노모리, 아즈마켄은 일본 온라인 채널에 진출하였으며, 대표 온라인 쇼핑몰은 라쿠텐 재팬임

▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사, 홍보 채널로 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용

경쟁기업 6개사 중 5개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있음. 그 중 야사또노교교도쿠미아이는 홍보채널을 통해 경쟁제품의 수확시기 정보를, 휘레스토화아무는 경쟁제품을 사용할 수 있는 레시피, 경쟁제품 재배농장 등에 관한 정보를 제공하고 있음. 대표 SNS 플랫폼은 페이스북이며, 이외 아즈마켄은 트위터와 인스타그램을, 휘레스토화아무는 블로그를, 카고시마유우키세에산쿠미아이는 라인(LINE)을 홍보 채널로 함께 사용하고 있음

▶ 경쟁기업, '제철 채소', '유기농 제품' 강조하여 홍보

경쟁기업 6개사 중 2개사는 자사 제품이 유기농 제품이라는 점을 강조하여 홍보하고 있음. 아즈마켄은 일본 유기농 인증인 JSA 오가닉(JSA Organic)을 취득한 제품이라는 점을 강조하고 있음. 또한 신에세에카와 카고시마유우키세에산쿠미아이는 제철에 재배한 채소라는 점을 강조하여 제품을 홍보하고 있음. 이외 '생산자의 사랑을 함께 전달 드리겠습니다', '신선한 채소' 등의 홍보문구를 사용하고 있음



‘경쟁기업 홈페이지 내 경쟁제품 수확 시기 정보 공유 예시’

사진자료: 야사또노교교도쿠미아이 홈페이지

[표 2.4] 일본 무 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
야사또노교쿄도쿠미 아이 (やさと農業協同組合)	①오프라인 ②온라인	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 (페이스북, 트위터) 	<ul style="list-style-type: none"> 신선한 제품을 맛보세요
신에세에카 (真栄青果)	①온라인	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 생산자의 사랑도 함께 전달해드리겠습니다 다양한 식문화 안심할 수 있는 안전한 제품 제철 산지 제품
카리스노모리 (カリスの森)	①온라인	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 (페이스북) 	<ul style="list-style-type: none"> 제철 채소를 제철에 먹을 수 있도록 풍요로운 규슈 대지에서 자란 채소를 맛 보세요
아즈마켄 (東研)	①온라인	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 (페이스북, 트위터, 인스타그램) 	<ul style="list-style-type: none"> 무농약 유기 재배 농산물 JAS 유기농 인증 유기농 무
히레스토화아무 (フォレストファーム)	①오프라인	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 (페이스북, 블로그, 인스타그램) 	<ul style="list-style-type: none"> 신선한 채소를 제공하기 위해 최첨단 시설을 이용하고 있음 태양의 혜택을 듬뿍 받은 채소들
카고시마유우키세에 산쿠미아이 (かごしま有機生産組合)	①오프라인	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 (페이스북, 라인) 	<ul style="list-style-type: none"> 이번 주 쿠폰 코드 발송 제철 무 유기농 제품 수확

자료 : 현지 판매 무 생산업체 6개사 분석 결과

3. 일본 무 경쟁기업 분석



① 야사또노교쿄도쿠미아이(야さと農業協同組合)

기업 기본 정보	기업명	야사또노교쿄도쿠미아이(야さと農業協同組合)		
	홈페이지	www.ja-yasato.com		
	위치	〒315-0116 Ibaraki Prefecture Ishioka City Kasaoka 3236-6		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 더 가든 자유가오카		제품명	탄다이콘(短大根)
			가격	226엔(2,463원)
			생산지	일본(이바라키현)
			판매 형태	통무
			〈온라인 매장〉 자사 온라인 쇼핑몰 ²³⁾ 을 통해 제품을 판매하고 있으나 조사일(2019.07.17.) 기준, 자사 쇼핑몰에서 경쟁제품(무)은 판매하고 있지 않은 것으로 확인됨	
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 홈페이지 • SNS 플랫폼 (페이스북, 트위터) 		
홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> • 신선한 제품을 맛보세요 (新鮮なやさとの産直品を一度ご賞味あれ) 		

자료: 야사또노교쿄도쿠미아이(야さと農業協同組合) 홈페이지
 사진자료: 야사또노교쿄도쿠미아이(야さと農業協同組合) 홈페이지, 페이스북(Facebook) 홈페이지

23) 자사 온라인 쇼핑몰 (www.ja-yasato.com/shop)

② 신에에세에카 가부시카가이샤(真栄青果株式会社)

온라인 추가 조사 경쟁기업²⁵⁾



기업 기본 정보	기업명	신에에세에카 가부시카가이샤(真栄青果株式会社)		
	홈페이지	www.shin-ei-seika.jp		
	위치	〒910-0802 Fukui City Fukui City Owada 1-chome 101 Fukui City Central Wholesale Market		
	규모	자본금('18)	6,500만 엔(7억 850만 원)	
		설립년도	1974년 11월 1일	
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 라쿠텐 재팬		제품명	카라미다이콘 (辛味だいこん)
			가격	3,580엔(39,022원) ²⁴⁾
			생산지	일본(후쿠이현)
			판매 형태	묶음포장(10-12개)
			포장 형태	통무
기업 홍보 채널		• 자사 홈페이지		
		<ul style="list-style-type: none"> • 생산자의 사랑도 함께 전달해 드리겠습니다 (育てた方の愛情もいっしょにおとどけます。) • 다양한 식문화 (豊かな食文化を育みます。) • 안심할 수 있는 안전한 제품 (食の安全・安心に取り組みます。) • 제철 산지 제품 		
홍보 문구	真栄青果(株)の唯一最大目的 育てた方の愛情もいっしょにおとどけます。			
자료: 신에에세에카(真栄青果株式会社) 홈페이지 사진자료: 신에에세에카(真栄青果株式会社) 홈페이지				

24) 세금이 포함된 가격임

25) 일본 온라인 쇼핑몰 시장점유율이 1위인 라쿠텐(Rakuten Japan)에서 상품평점이 가장 높은 경쟁기업을 추가 조사함

온라인 추가 조사 경쟁기업²⁷⁾



③ 카리스노모리 가부시카가이샤(カリスの森株式会社)

기업 기본 정보	기업명	카리스노모리 가부시카가이샤(カリスの森株式会社)	
	홈페이지	www.manabe-fruits.com	
	위치	〒816-0903 Ōnojo-shi, Fukuoka-ken	
	규모	자본금('18)	100만 엔(1,090만 원)
		직원 수('18)	8명
		설립년도	2013년

<오프라인 매장>

청과물 도매 시장에서 채소, 과일 판매

기업 진출 채널	<온라인 매장> 라쿠텐 재팬, 아마존 재팬, 아이에스피 푸드 ²⁶⁾		제품명	다이콘(大根)
			가격	3,456엔(37,670원)
			생산지	일본(규슈 아오모리현)
			판매 형태	통무
			포장 형태	묶음포장(10kg)

기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 (페이스북)
-------------	--	---

홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 제철 채소를 제철에 먹을 수 있도록 풍요로운 규슈 대지에서 자란 채소를 맛보세요
-------	--	---

자료: 아이에스피 푸드(ISP Food) 홈페이지, 카리스노모리 홈페이지
 사진자료: 아이에스피 푸드(ISP Food) 홈페이지, 카리스노모리 홈페이지




26) 아이에스피 푸드(ISP Food)는 규슈 아오모리현산 청과물을 판매하는 온라인 쇼핑몰임

27) 일본 온라인 쇼핑몰 시장점유율이 1위인 라쿠텐 재팬(Rakuten Japan)에서 상품평점이 가장 높은 경쟁기업을 추가 조사함

온라인 추가 조사 경쟁기업28)



④ 가부시키가이샤아즈마켄(株式会社 東研)

기업 기본 정보	기업명	가부시키가이샤아즈마켄(株式会社 東研)		
	홈페이지	docs.budounoki.info		
	위치	〒463-0051 Moriyama-ku, Nagoya-shi, Aichi-ken		
	규모	자본금('18)	1,000만 엔(1억 900만 원)	
		설립년도	1973년 1월 16일	
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 라쿠텐 재팬		제품명	유우키사이바이 다이콘 (有機栽培 大根)
			가격	820엔(8,938원)
			생산지	일본(훗카이도)
			판매 형태	통무
			포장 형태	날개포장
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 (페이스북, 트위터, 인스타그램) 		
		홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 무농약 유기 재배 농산물 JAS 유기농 인증 유기농 무
<p>私たちは有機野菜専門店です。野菜ソムリエが目利きした安全・安心で『おいしい』野菜をお届けしています。私たちは40年以上有機野菜を販売しています。誰もが安心して食べられる美味しい野菜を多くの方に届けたい、それが私たちの願いです。</p>				
자료: 아즈마켄(東研) 홈페이지		사진자료: 아즈마켄(東研) 홈페이지		

28) 일본 온라인 쇼핑몰 시장점유율이 1위인 라쿠텐 재팬(Rakuten Japan)에서 상품평점이 가장 높은 경쟁기업을 추가 조사함

온라인 추가 조사 경쟁기업³³⁾



⑤ 가부시키가이샤 휘레스토화아무(株式会社フォレストファーム)

기업 기본 정보	기업명	가부시키가이샤 휘레스토화아무 (株式会社フォレストファーム)	
	홈페이지	forestfarm.jp	
	위치	〒509-0133 Gifu, Kakamigahara, Unumafuruichibacho, 3 Chome-100	
	규모	자본금('18)	100만 엔(1,090만 원)
		매출액('18)	2,700만 엔(2억 9,430만원)
		직원 수	10명
		설립년도	2014년 8월 6일

〈B2B 채널〉

카페, 레스토랑: 카카 미가하라 스탠드(kakamigarastand)²⁹⁾,
마메야 코오하이텐(豆屋珈琲店)³⁰⁾, 겐소오(げんそう)³¹⁾



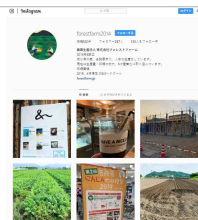
기업
진출 채널

〈오프라인 매장〉

청과물, 고기, 생선 판매점 : 이키 야마가야덴(伊木山ガーデン)³²⁾



기업
홍보 채널



- 자사 홈페이지
- SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 블로그)

홍보 문구



- 신선한 채소를 제공하기 위해 최첨단 시설을 이용하고 있음
- 태양의 혜택을 듬뿍 받은 채소들 (岐阜の土地で太陽の恵みをたっぷり受けた野菜たち。)

자료: 코오하이텐 홈페이지, 겐소오 홈페이지, 카카 미가하라 스탠드 홈페이지, 이키 야마가야덴 홈페이지
사진자료: 인스타그램(Instagram), 코오하이텐 홈페이지, 겐소오 홈페이지, 카카 미가하라 스탠드 홈페이지, 이키 야마가야덴 홈페이지

29) 자료: 카카 미가하라 스탠드 홈페이지 (kakamigarastand.com)

30) 자료: 마메야 코오하이텐 홈페이지 (www.mameya-coffee.com)

31) 자료: 겐소오 홈페이지 (www.gensou-inc.co.jp)

32) 자료: 이키 야마가야덴 홈페이지 (igiyamagarden.com)

33) 온라인을 통해 일본 시장에 진출한 경쟁업체를 추가로 조사함

온라인 추가 조사 경쟁기업³⁴⁾



⑥ 유우겐가이샤 카고시마유우키세에산쿠미아이(有限会社かごしま有機生産組合)

기업 기본 정보	기업명	유우겐가이샤 카고시마유우키세에산쿠미아이 (有限会社かごしま有機生産組合)	
	홈페이지	www.chikyubatake.com	
	위치	646 891-0101 Kagoshima Prefecture Kagoshima City 5646 Beppu Town 3646	
	규모	설립년도	1984년 4월
		재배 품목	채소 약 67개 품목, 과일 약 20개 품목 등

<오프라인 매장>

생산 조합 직영점: 직영점 3곳, 카페 1곳에 납품 중

기업 진출 채널	<온라인 매장> 자사 홈페이지 	제품명	초쿠에에노오조오노 다이콘 (直営農場の大根)
		가격	248엔(2,703원)
		생산지	일본(가고시마시)
		판매 형태	통무
		포장 형태	날개포장(0.8-1.2kg)

기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 (라인, 페이스북)
-------------	--	---

홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 이번 주 쿠폰 코드 발송 제철 무 유기농 제품 수확
-------	--	--

자료: 카고시마유우키세에산쿠미아이 홈페이지
 사진자료: 카고시마유우키세에산쿠미아이 홈페이지

34) 온라인을 통해 일본 시장에 진출한 경쟁업체를 추가로 조사함

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 가부시키가이샤 에이프론
(株式会社 エフロン)

Interview ② 808세йка텐
(808青果店)

Interview ③ 도쿄세йка 가부시키가이샤
(東京青果 株式会社)

Interview ④ 코세이요지 가부시키가이샤
(強生商事 株式会社)

Interview ⑤ 가부시키가이샤 쿄호
(株式会社 交洋)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)



- 인터뷰 기업: 가부시키가이샤 에이프론
(株式会社 エプロン)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자: CEO, Mr. Maeda

일본 내 무 섭취량이 높은 편

일본에서는 음식을 먹을 때 무를 함께 먹으면 소화가 잘된다는 인식이 있어서, 무 섭취량이 높습니다. 그래서 일본인들은 생선을 구우면 무를 갈아서 함께 먹거나, 무에 간장을 얹어서 자주 먹습니다.

수입산 무 중 가장 수요가 높은 것은 중국산 무

일본에서 판매되는 수입산 무 중 중국산 무가 가장 많은데, 다른 수입산 무와 비교했을 때 저렴한 가격으로 중국산 무의 수요는 압도적으로 높습니다. 중국산 무는 주로 식당에서 대량으로 구매하는 경우가 많습니다.



- 인터뷰 기업: 808세이카텐
(808青果店)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자: Sales Manager, Mr. Azai

일본으로 수출하는 채소는 잔류농약검사를 통과해야 함

대부분의 수입산 채소는 후생노동성에서 실시하는 잔류농약검사를 받아야하며, 기준치를 넘겨 통과하지 못하면 수출이 불가하며, 유통이 중단됩니다.

수입산 무 중 가격 변동이 가장 없는 중국산 무가 가장 선호됨

수입산 중 중국산 무의 수요가 가장 높습니다. 많은 업체들이 중국산 무를 수입하는 이유는 공급량에 따른 가격 변동이 거의 없기 때문입니다.



- 인터뷰 기업: 도쿄세이카 가부시키가이샤
(東京青果 株式会社)
도·소매업체
- 인터뷰 담당자: Business Strategy Manager,
Mr. Horiuchi

무는 일본인들이 일상적으로 사용하는 식재료

일본의 일반 가정식에는 무가 자주 사용됩니다. 주로 국물요리와 찜 요리에 무가 자주 사용되며, 무가 들어간 대표적인 요리는 된장국과 삼겹살 된장찜이 있습니다.

일본 소비자들은 수입산보다 일본산 무를 선호

일본 소비자들은 수입산보다 일본산 무를 선호합니다. 따라서 대부분의 매장이나 업체에서는 일본산 무를 판매합니다. 한국산 무는 몇몇 일본의 무김치 제조업체에서 대량으로 구매하여 사용하고 있습니다.

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)



- 인터뷰 기업 : 교세이요지 가부시카가이사
(強生商事 株式会社)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자: Director, Mr. Kokuma

일본에서는 무를 사용한 음식이 다양함

일본에서 무를 사용하는 요리의 수는 굉장히 다양합니다. 그 중 무를 사용하는 일본식 단무지인 다이콘노츠키케모노가 있으며, 무와 고기를 함께 구워 햄버거처럼 먹는 다이콘노하사마야키도 있습니다.

일본 내 중국산 무에 대한 인식 좋지 않은 편

중국산 무는 다른 수입산 무보다 가격이 저렴하지만, 일본 소비자들 사이에서 인식이 좋지 않습니다. 일본에서는 중국산 무가 안전하지 않다는 인식이 있습니다. 그래서 대부분의 소매업체는 중국산을 판매하지 않고, 대량으로 구매하는 식당이나 무 가공업체에서만 중국산 무를 사용합니다.



- 인터뷰 기업 : 가부시카가이사 교호
(株式会社 交洋)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자: Sales Manager,
Mr. Ichigawa

일본은 전반적으로 무를 활용한 음식이 많음

일본 음식에는 무가 들어가는 경우가 많아서, 일본인들은 무를 자주 섭취합니다. 고기와 생선 등과 함께 찌서 먹는 것이 가장 일반적이며, 그 외 썰어먹거나 갈아서 먹기도 합니다.

수입산 무의 대부분은 중국산 무

일본에서 판매하는 수입산 무 대부분은 저렴한 중국산 무입니다. 한국산 무는 한국 식당이나 한국 음식 제조업체에서만 주로 사용하며, 일반 마트에서는 대부분 수입산 보다는 일본산 무를 판매합니다.

Interview ① 가부시키가이샤 에이프론(株式会社 エプロン)

가부시키가이샤 에이프론
(株式会社 エプロン)

전문가 소속

가부시키가이샤 에이프론
(株式会社 エプロン)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Maeda
(CEO)



顔の見える産地から届けます! 「安全・安心」と、「美味しさ」

産地ブログ
産地の最新情報はこちらでチェック

栽培履歴はこちら 安心・安全への取り組み

産地ブログはこちら

今月の野菜 産地ブログで紹介!

What's New 過去の一覧

- 2019.07.08 栽培履歴情報:「ミニトマト」を追加しました。new!
- 2019.07.05 産地が見えるブログを更新しました。new!
- 2019.06.29 特別栽培南瓜(使用農薬一貫) new!
- 2019.06.28 産地が見えるブログを更新しました。new!
- 2019.06.27 栽培履歴情報:「ブロッコリー」を追加しました。new!
- 2019.06.18 産地が見えるブログを更新しました。new!
- 2019.05.20 産地が見えるブログを更新しました。new!

野菜紹介
弊社を代表する安心・安全な美味しい野菜と、季節の野菜について、詳しく紹介!

野菜の産地紹介

35)

가부시키가이샤 에이프론(株式会社 エプロン) CEO, Mr. Maeda

가부시키가이샤 에이프론은 2000년에 설립된 청과물 수입유통업체로, 양파, 감자, 무, 브로콜리, 당근, 옥수수 등의 다양한 청과물, 특히 신선 채소의 유통을 주로 하고 있음. 취급하는 상품의 80% 이상이 홋카이도에서 재배한 일본산이며, 주로 전국에 있는 생활협동조합과 할인마트 등으로 상품을 납품함

최근 건강과 환경에 대한 사람들의 인식이 높아짐에 따라 화학 비료나 농약 사용을 50% 이하로 줄인 특별 재배 농산물만 취급함. 또한, 기존의 유통 경로보다 여러 불필요한 과정을 생략한 간소화된 방식을 통해 타 업체보다 저렴한 가격으로 신선한 상품을 공급하고 있음. 자사 홈페이지를 통해 상품 설명, 산지 소개, 판매하는 채소를 활용한 요리의 레시피 등을 제공함

35) 사진자료: 가부시키가이샤 에이프론(株式会社 エプロン) 홈페이지 (www.apron-co.jp)

Q1. 일본 내 무를 섭취하는 방법에는 무엇이 있을까요?

일본 가정에서는 주로 생선을 구우면 그 옆에다가 무를 갈아서 함께 먹는 경우가 많은데, 이를 다이콘오로시(大根おろし)라고 부릅니다. 음식을 먹을 때 무를 갈아서 함께 먹으면 소화가 잘 된다는 인식이 있어서 갈아놓은 무에 간장을 얹어서 먹습니다. 또한 무를 이용한 가장 대표적인 요리는 키리보시다이콘(きりぼしだいこん)이라고 하는데, 말린 무를 얇게 썰어서 채 썬 당근과 유부와 함께 간장, 설탕, 미림을 넣고 무쳐서 먹는 반찬입니다.

Q2. 한국산 및 수입산 무에 대한 인식이 어떻게 되나요?

일본 일본산 무의 순위를 보면 1위 북해도, 2위 차바현, 3위 아오모리, 4위 가고시마입니다. 수입산 무의 경우 수입량 순위로 1위가 중국, 2위는 네덜란드, 3위 한국, 4위 호주, 5위 벨기에인데, 중국산 무의 수입량이 다른 수입산 무에 비해 압도적으로 많습니다. 그 이유는 중국산 무가 다른 수입산 무와 비교하였을 때 가장 저렴해서 수익성이 좋기 때문입니다. 중국산 무는 주로 식당에서 대량으로 구매하는 경우가 많습니다. 저희가 판매하는 무는 북해도에서 재배하는 일본산 무입니다.

Q3. 무 구매 시 고려하는 사항이 있나요?

마트에 가면 여러 가지 크기의 무가 있으며, 한 덩어리로 파는 무가 있는 반면, 반으로 잘라진 무도 있습니다. 일본에는 혼자 사는 사람들이 많아지면서 더 작게 잘라진 무도 많이 판매합니다. 무를 고를 때는 생산지도 중요하지만 표면에 상처가 있는지 확인하는 것도 중요합니다. 무를 들었을 때 무게감이 느껴지는 것이 좋으며, 외관상 하얗고 윤기가 흐르는 것이 좋은 무입니다. 휘어있거나 잔뿌리가 많은 무는 고르지 않는 것이 좋습니다.

Interview ② 808세이카텐(808青果店)

808세이카텐
(808青果店)

전문가 소속

808세이카텐
(808青果店)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Azai
(Sales Manager)

808青果店
西日本の新鮮野菜を格安配送

産地にもこだわり、毎日仕入れていきます。
たとえ旅おひき遠くであつても
安心してお召し上がりいただける理由です!

無農薬野菜は農薬を一切使わず
減農薬野菜は農薬を半分以下しか使わず
低農薬野菜は農薬をできるだけ使わず
手をかけて育てています。

旬こそ、ごちそう。新鮮さをお届けします

旬をお届けしたいから
毎日仕入れて、毎日発送。
808 青果店には
実店舗があります。
商店街に毎日通うお客様の
嬉しい目が見え
新鮮なお野菜をお届けします。

36)

808세이카텐(808青果店) Sales Manager, Mr. Azai

808세이카텐은 2016년 설립된 청과물 수입유통업체로, 주로 라쿠텐 온라인샵을 통해 자사 상품을 판매함. 복숭아, 포도, 수박, 키위, 망고, 옥수수, 가지, 고구마 등 다양한 청과물을 취급 중에 있으며, 선물용 과일 세트와 건과일, 주류도 판매 중임. 단골고객을 다수 보유하고 있으며, 주 고객의 연령층은 50대임. 무는 효고현산을 취급하며, 한 상자에 무 6-8개씩 포장해 1,980엔(21,582원)³⁷⁾에 판매하고 있음

인스타그램, 트위터, 페이스북등 여러 SNS채널을 통해 각종 할인 이벤트와, 제품을 활용한 요리 레시피 등을 올리며 자사를 홍보하고 있음

36) 사진자료: 라쿠텐(rakuten)홈페이지 (www.rakuten.co.jp/808seika)

37) 1엔=10.90원(2019.07.16, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q1. 일본 내 무를 섭취하는 방법에는 무엇이 있을까요?

무를 활용한 요리 중 하나는 부리다이콘(ぶり大根)이라는 찜 요리입니다. 방어를 끓는 물에 데쳐서 냄비에 채를 썬 생강과 2cm 두께로 썬 무와 함께 육수를 넣어 찜 방어찜의 일종입니다. 大根サラダ(다이콘 샐러드)라고 무를 활용한 샐러드도 있는데, 일반 가정에서도 즐겨 먹고 이자카야같은 술집에서도 안주로 많이 판매하는 요리입니다. 채썬 무에 즙유와 간장을 넣어 버무린 뒤, 취향에 따라 버섯이나 미역, 문어 등을 넣어서 먹으면 됩니다.

Q2. 한국산 및 수입산 무에 대한 인식이 어떻게 되나요?

일본에선 중국산 무를 수입하는 경우가 많은데, 그 이유로는 공급량에 따른 가격 변동의 폭이 거의 없기 때문입니다. 대부분의 수입산 채소는 후생노동성에서 실시하는 잔류농약검사를 받아야합니다. 만약 잔류농약의 양이 기준치를 넘을 경우, 즉시 해당 상품의 유통은 모두 중단됩니다. 저희는 고객들에게 저희가 판매하는 모든 상품의 잔류농약검사 결과를 공개하고 있습니다.

Q3. 무 구매 시 고려하는 사항이 있나요?

무는 들었을 때 크기 대비 무거운 것을 골라야합니다. 색은 하얗고 만졌을 때 단단하고 윤기가 흐르는 것이 좋으며, 잎이 있는 경우에는 잎의 색깔이 선명할수록 신선한 제품입니다. 무의 표면이 갈라져 있는 것은 영양이 부족한 토지에서 자랐을 확률이 높기 때문에 피하는 것이 좋습니다.

Interview ③ 도쿄세이카 가부시카가이샤(東京青果株式会社)

도쿄세이카 가부시카가이샤
(東京青果 株式会社)

전문가 소속

도쿄세이카 가부시카가이샤
(東京青果 株式会社)
도·소매업체

전문가 정보

Mr. Horiuchi
(Business Strategy Manager)



38)

도쿄세이카 가부시카가이샤(東京青果株式会社)

Business Strategy Manager, Mr. Horiuchi

도쿄세이카 가부시카가이샤는 1947년 도쿄에서 설립된 도·소매 업체로, 각종 청과물 및 가공품의 위탁판매 및 도소매 판매를 하고 있음. 수박, 딸기, 귤, 멜론, 토마토, 마늘, 오이, 고구마 등의 청과물을 취급 중이며, 신선식품 외에도 빵, 젤리, 샐러드 등을 판매하고 있음. 취급하는 신선식품의 90%가 일본산임. 기존에 사용하던 일회용 스티로폼과 종이 상자 대신, 회수하여 재사용하는 플라스틱 상자를 사용해 상품을 납품하고 있음

중앙어류(주)와 (주)오오타하나키와 함께 도쿄도생선물수출협회(TOPEX)를 설립하여 도쿄도중앙도매시장을 거점으로 하는 일본산 청과물의 수출촉진과 해외에서의 PR 활동을 하고 있음

38) 사진자료: 도쿄세이카 가부시카가이샤(東京青果 株式会社) 홈페이지 (www.tokyo-seika.co.jp)

Q1. 일본 내 무를 섭취하는 방법에는 무엇이 있을까요?

일본 가정식에서 가장 흔하게 볼 수 있는 국은 된장국인데, 여기에 돼지고기와 무를 듬뿍 넣어 만드는 부타토다이콘노(豚と大根の豚汁)는 시원한 맛이 특징인 된장국입니다. 보통 국물 요리에 무가 들어가면 국물이 시원해져 많이 찾는 식재료 중 하나입니다. 국물 요리 외에 찜 요리에도 무가 많이 사용됩니다. 다이콘노부타바라니쿠노미소니코미(大根と豚バラブロックの味噌煮込み)라는 찜 요리가 있는데, 무를 3cm 정도로 두껍게 썰어 채를 썬 생강과 삼겹살에 찌유, 간장, 설탕, 된장을 넣고 찌는 삼겹살 된장찌이라고 보면 됩니다.

Q2. 한국산 및 수입산 무에 대한 인식이 어떻게 되나요?

기본적으로 일본 사람들은 수입산보다 일본산을 선호하는 경향이 있습니다. 따라서 당연히 일본산 무의 수요가 수입산 무보다 높습니다. 주로 한국산 무는 일본 내 무 김치를 제조하는 곳에서 구매합니다. 하지만 대부분의 매장이나 업체에서 한국산 무를 사용하는 경우는 드물며, 일본에서 한국김치를 제조하는 업체에서도 고추는 한국산 고추를 사용하지만 무는 일본산 무를 사용하는 곳이 많습니다.

Q3. 무 구매 시 고려하는 사항이 있나요?

무를 고를 때, 직접 무를 들어보는 것이 좋습니다. 무를 손에 들었을 때 어느 정도 무게감이 느껴지는 것이 수분이 풍부하고 신선한 무입니다. 그리고 전체적으로 곧게 뻗어있으며 두꺼운 무를 고르는 것이 좋습니다. 일본에서는 무의 잎도 먹는 경우가 많은데, 무 잎은 선명한 녹색 빛을 띠는 것이 좋습니다. 마트에서는 절반으로 절단된 무 또는 4등분 된 무를 판매하는 경우가 있는데, 이때는 절단면이 고른 무를 골라야합니다.

Interview ④ 쿄세이요지 가부시키가이샤(強生商事 株式会社)



쿄세이요지 가부시키가이샤
(強生商事 株式会社)

전문가 소속

쿄세이요지 가부시키가이샤
(強生商事 株式会社)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Kokuma
(Director)



農耕地

安定供給、栽培履歴書の作成

弊社では商品の安定供給を基盤にしております。また消費者の安全、安心を得るために作物ごとの播種日、定植日、肥料や農薬の記録の出来る栽培履歴書を作成しています。

工場

加工、梱包、徹底した衛生管理

徹底した衛生管理の下、品質を第一として農産物を生鮮、冷凍、乾燥形態に加工、梱包しております。



39)

쿄세이요지 가부시키가이샤(強生商事 株式会社) Director, Mr. Kokuma

쿄세이요지 가부시키가이샤는 2002년 도쿄에서 설립된 수입유통업체로, 각종 신선식품, 견과일, 냉동과일을 도매업체로 납품하고 있음. 양파, 당근, 무, 호박, 감자, 마늘 등을 판매하며, 일본산 식품과 수입산 식품을 모두 취급함. 현재 취급하는 무는 중국산과 일본산이 있으며, 무 이외의 품종은 미국, 멕시코에서도 수입함. 자사 홈페이지를 통해 판매하는 모든 상품의 산지 정보, 재배 시기, 포장 등에 대한 상세정보를 제공함. 중국산 무는 20kg씩 상자에 담아 판매하고 있으며, 일본산 무는 10kg와 20kg씩 담아 판매하고 있음.

39) 사진자료: 쿄세이요지 가부시키가이샤(強生商事 株式会社) 홈페이지 (www.kyoseisyoji.com)

Q1. 일본 내 무를 섭취하는 방법에는 무엇이 있을까요?

일본에서 무를 사용하는 요리는 여러 가지가 있는데, 그 중 몇 가지를 소개해드리자면 우선, 한국의 단무지와 비슷한 다이콘노츠케모노(大根の漬物)가 있습니다. 무를 반달형으로 썰어 식초, 소금, 설탕, 맛술로 간을 해서 반찬으로 먹는 무절임입니다. 그리고 다이콘노하시마야키(大根のはさみ焼き)가 있는데, 무를 1cm 두께로 썰어 두 조각의 무 사이에 소고기를 넣고 구워 햄버거처럼 먹는 요리입니다.

Q2. 한국산 및 수입산 무에 대한 인식이 어떻게 되나요?

저희는 중국의 복건성 지방과, 산둥성 지방의 무를 수입하고 있습니다. 제품 포장은 한 상자 당 20kg이며, 중국산 무는 다른 수입산 무에 비해 가격이 저렴한 편입니다. 저희는 직접 무를 골라서 판매하고 있기 때문에 상태가 좋은 중국산 무를 취급하고 있지만, 일본에서는 중국산 무가 위험하다는 인식이 있습니다. 때문에 대부분의 마트에서 중국산 무보다는 일본산 무를 판매합니다. 보통 중국산은 식당에서 대량으로 납품할 때 사용됩니다.

Q3. 무 구매 시 고려하는 사항이 있나요?

무게감이 있고 표면이 희고 매끈한 무를 고르는 것이 좋습니다. 표면에 작은 구멍이 촘촘하게 나 있어야하고, 두툼하고 곧게 뻗어있는 긴 무를 고르는 것이 좋습니다. 눈으로 확인을 했을 때 구멍이 다른 것에 비해 크다면 무의 맛에 산미가 강하게 느껴진다고 볼 수 있습니다. 그리고 힘이 없는 잎을 가진 무는 선택하지 않는 것이 좋습니다.

Interview ⑤ 가부시키가이샤 쿠히(株式会社 交洋)



가부시키가이샤 쿠히
(株式会社 交洋)


전문가 소속

가부시키가이샤 쿠히
(株式会社 交洋)
수입유통업체

전문가 정보


Mr. Ichigawa
(Sales Manager)

▶ Livestock products




We import processed products and raw materials, such as chicken, pork, beef and beef offal at the frozen or chilled condition from North America, Latin America, Asia, and Oceania. And we supply them to wholesaler, food processing companies and restaurant industry nationwide. Also, we take "Joint Development with Customer." in this system raw materials and processed products are manufactured overseas under customers' specifications. This is an increasing trend of the way in these years. In addition, "safety and security of food" is most important subject. All products are from reliable partners who can ensure the trace records and hygiene management.

▶ Agricultural products



Variety of vegetables is imported in frozen and fresh state from countries such as the United States, the Netherlands, Turkey, Thailand, Indonesia, China and New Zealand. And they are supplied to wholesalers, processors, restaurant chains, and supermarket chain nationwide. Also, we provide a private brand item to meet the needs of individual customer, which is the growing part of our business. The management system for quality and safety control is established from seedling to final products, and we supply best season's vegetables year-round from different lands and different climates, with the advanced frozen technology.

▶ Food processing and sales



We appoint sophisticated factories overseas for food processing with the raw material from Asia, Europe and North America. The raw material is manufactured into the value-added products such as boneless fish, fish portion, grilled fish, Sushi shrimp, and marinated fish, and then re-exported to Japan market. Total management from raw material to finished product creates the products to satisfy customers with all aspects of quality, price, and safety.

40)

가부시키가이샤 쿠히(株式会社 交洋)
Sales Manager, Mr. Ichigawa

가부시키가이샤 쿠히는 1971년 설립된 수입유통업체로 수입, 도매업, 무역대행업 등을 하고 있음. 해산물, 농축산물, 각종가공식품, 각종통조림, 사료, 비료, 주류, 잡화류를 취급 중에 있음. 미국, 네덜란드, 터키, 태국, 인도네시아, 중국, 뉴질랜드 등의 국가에서 냉동채소를 수입하여 전국의 시장과 도매업자, 가공업자, 외식 체인, 양판점 등에 납품하고 있음. 재배에서 출하가공, 수입부터 유통에 이르기 까지 공급지의 복수화와 선진적인 보존기술로 특정 시기에 제철인 채소를 연중 판매함

40) 사진자료: 가부시키가이샤 쿠히(株式会社 交洋) 홈페이지 (www.kohyoj.co.jp)

Q1. 일본 내 무를 섭취하는 방법에는 무엇이 있을까요?

일본은 전반적으로 무를 활용한 요리가 많아서, 일본인들은 무를 자주 섭취합니다. 보통 고기나 생선과 함께 무를 찌서 먹는 요리가 가장 일반적이며, 그 외에 채 썰어 먹거나, 갈아서 생으로 먹는 경우가 많습니다.

Q2. 한국산 및 수입산 무에 대한 인식이 어떻게 되나요?

일본에서 판매하는 수입산 무는 기본적으로 중국산이 가장 많습니다. 이전에 일본산 무의 가격이 폭등한 적이 있었는데, 당시 저렴한 중국산 무의 수요가 많이 올랐습니다. 한국산 무의 경우, 일본 내 한국 식당이나 한국 음식 제조업체에서만 사용하는 편입니다. 일반 마트나 상점에서는 거의 일본산 무만 판매합니다.

Q3. 무 구매 시 고려하는 사항이 있나요?

무를 고를 시에는 표면이 무르지 않고 단단해야하며, 탄력과 윤기가 있고 하얀 무를 선호합니다. 무의 잎은 몸통과 붙어 있는 쪽을 살펴봤을 때 상처가 없어야합니다. 만약 상처가 있다면 무가 물렁해지거나 단면이 회색빛을 띠 수 있습니다. 또한 무의 끝부분이 날카롭지 않고 둥그스름해야 잘 익은 무라고 할 수 있습니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

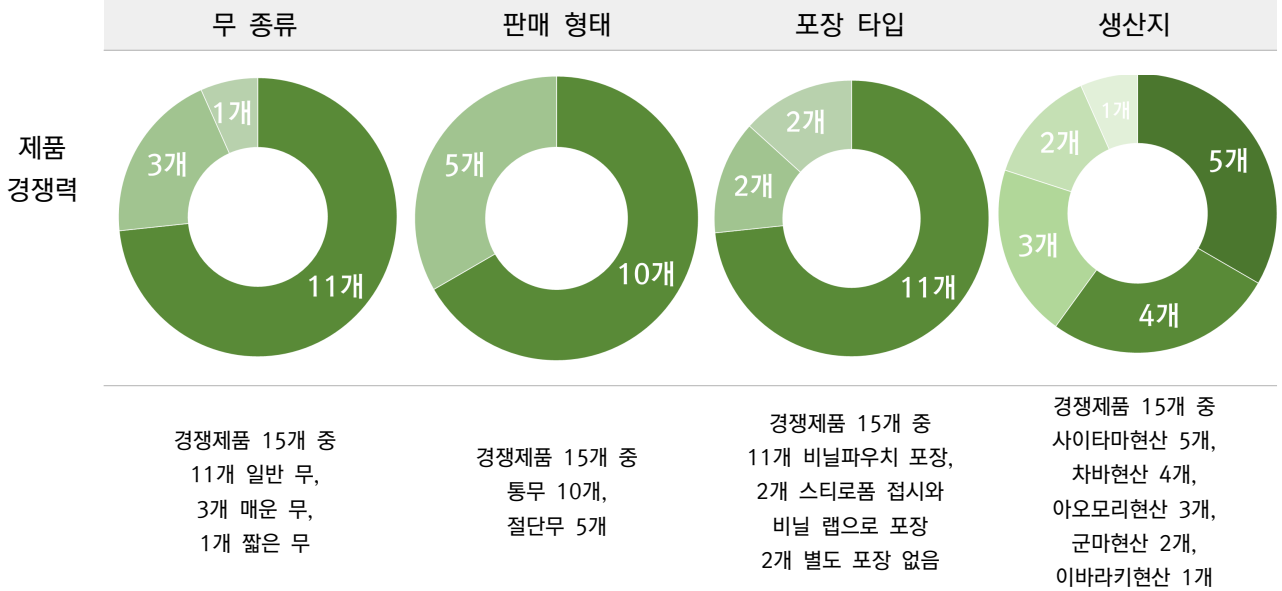
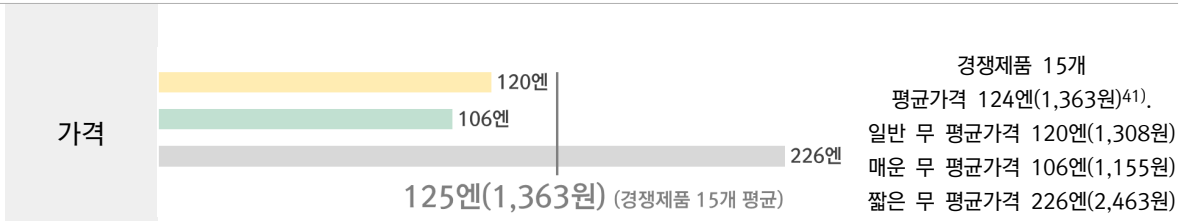
Competitiveness

(경쟁력 파악)

일본 (JAPAN) - 제품 경쟁력 검증

■ 일반 무
 ■ 매운 무
 ■ 짧은 무
 |
 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



일본 (JAPAN) - 마케팅 벤치마킹

구분	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁기업 6개사 중 1개사 오프라인과 온라인 채널 모두 진출 이외 3개사 온라인 진출만 확인 나머지 2개사 오프라인 진출만 확인	경쟁기업 6개사 중 5개사 자사 홈페이지 와 SNS 플랫폼 활용하여 홍보 나머지 1개사 자사 홈페이지 만 홍보 채널로 사용	경쟁기업 6개사 중 2개사 '유기농 제품' 강조 이외 '신선함', '제철 채소', '안전함' 강조

41) 1엔=10.90원(2019.07.16, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

● 경쟁제품명(매장명)

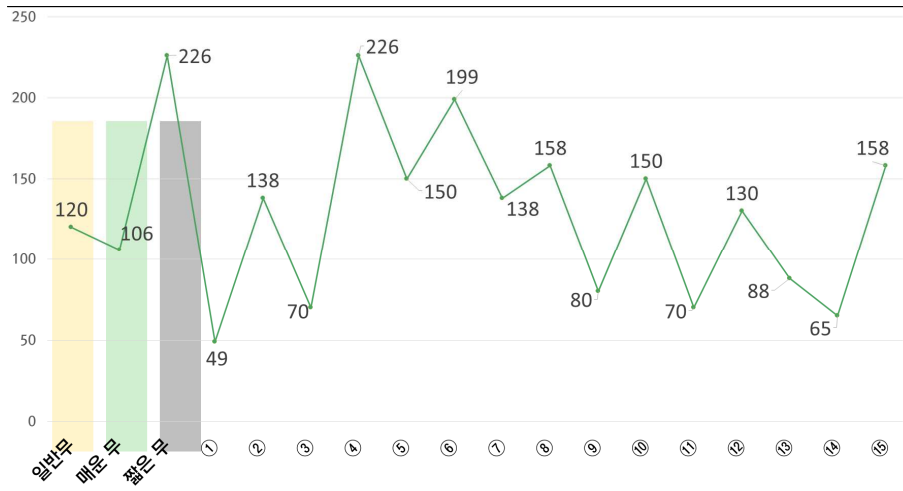
- ①카라미다이콘(키친 랜드)
- ②다이콘(키친 랜드)
- ③카라미다이콘(더 가든)
- ④탄다이콘(더 가든)
- ⑤다이콘(세이부)
- ⑥카라미다이콘(세이부)
- ⑦오가닉고 다이콘(이온)
- ⑧다이콘(이온)
- ⑨다이콘(쇼쿠노에키)
- ⑩다이콘(쇼쿠노에키)
- ⑪다이콘(쇼쿠노에키)
- ⑫사라다 다이콘(쇼쿠노에키)
- ⑬다이콘 갓또(요크마트)
- ⑭다이콘(요크마트)
- ⑮다이콘(요크마트)

▶ 경쟁제품 15개 1개당 평균가격, 125엔(1,363원)
 일반 무 11개 1개당 평균가격, 120엔(1,308원)

일본에 진출해 있는 무 경쟁제품 15개의 평균가격은 125엔(1,363원)임. 무 종류별 낱개당 가격을 비교해 본 결과, 일반 무 11개의 낱개당 평균가격은 120엔(1,308원), 매운 무 3개의 낱개당 평균가격은 106엔(1,155원), 짧은 무 1개는 226엔(2,463원)임. 일반 무 11개 중 통째로 판매되고 있는 통무 6개의 낱개당 평균가격은 136엔(1,482원)이며, 절단되어 판매되고 있는 절단무 5개는 낱개당102엔(1,112원)임

[표 3.1] 일본 무 가격 경쟁력 분석

단위 : 엔/개

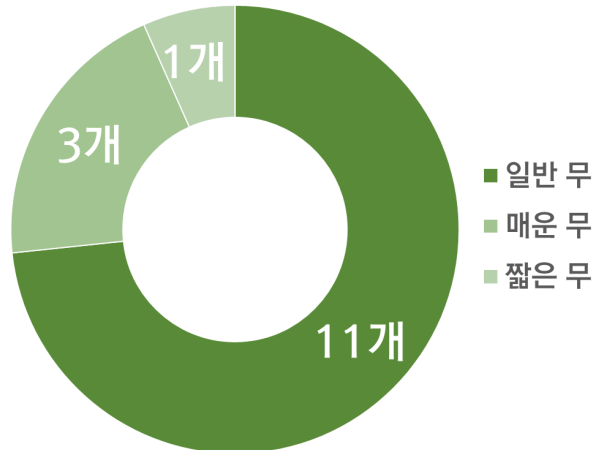


2) 무 종류

▶ 경쟁제품 15개 중 11개, 일반 무

일본에 판매되고 있는 경쟁제품 15개의 종류를 조사한 결과, 15개 중 11개는 잎 바로 밑 부분이 초록색을 띄고 있는 것이 특징인 긴 모양의 일반 무이며, 3개는 일반 무보다 크기가 작고 매운 맛이 강한 매운 무임. 나머지 1개는 크기가 작고 두께가 일정한 짧은 무임

[표 3.2] 일본 무 종류 경쟁력 분석



3) 판매 형태

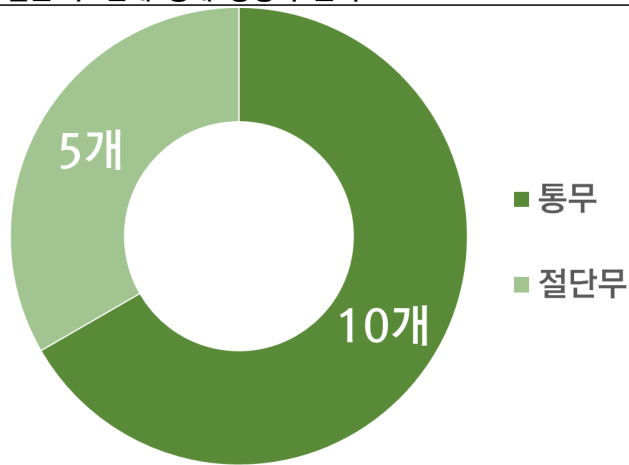


‘줄기와 잎이 모두 제거된 상태로 판매되고 있는 일반 무 예시’
사진자료: 현지 조사 자료

▶ 경쟁제품 15개 중 10개, 통무

경쟁제품 15개 중 10개는 통무 형태의 제품이며, 이중 6개는 일반 무이고, 3개는 매운 무, 나머지 1개는 짧은 무임. 통무 형태로 판매되고 있는 대부분의 제품은 줄기와 잎이 일부 남겨진 채로 판매되고 있으나, 키친 랜드에서 판매되고 있는 매운 무 1개는 줄기와 잎이 모두 제거된 상태로 판매되고 있음. 이외 경쟁제품 5개는 절단된 형태로 판매되고 있음

[표 3.3] 일본 무 판매 형태 경쟁력 분석



4) 포장 타입

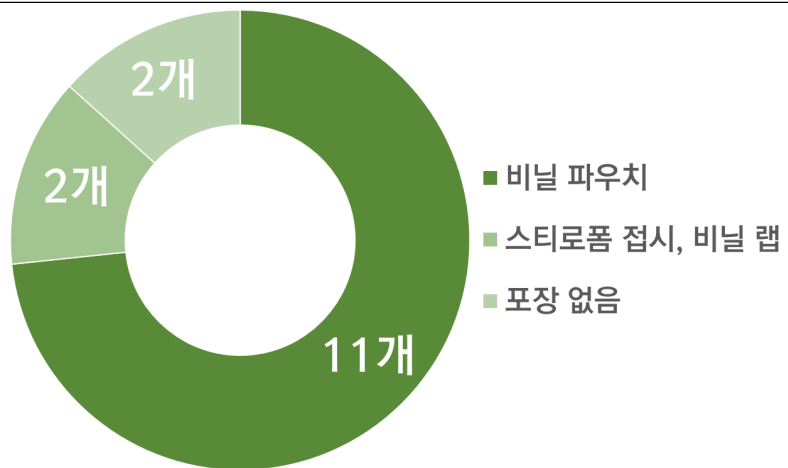


‘스티로폼 접시와 비닐 랩으로 포장된 매운 무 예시’
사진자료: 현지 조사 자료

▶ 경쟁제품 15개 중 11개, 비닐 파우치 포장 제품

경쟁제품 15개 중 11개는 비닐 파우치에 포장되어 판매되는 제품임. 비닐 파우치에 포장된 제품은 접착식 비닐 파우치에 포장되어 있거나, 상단 부분이 컬러 테이프로 묶여 있는 상태임. 이외 2개 제품은 스티로폼 접시와 비닐 랩에 포장되어 있으며, 위와 같이 포장된 제품은 모두 일반 무보다 크기가 작은 매운 무 제품임. 나머지 2개 제품은 별도 포장 없이 판매되고 있음

[표 3.4] 일본 무 포장 경쟁력 분석

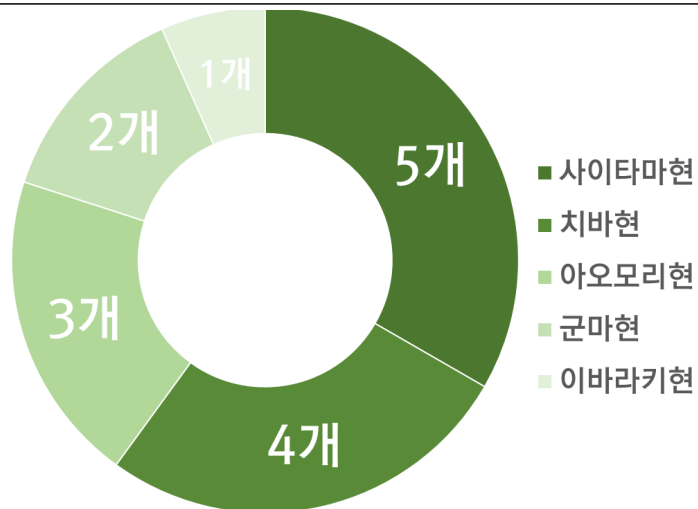


5) 생산지

- ▶ 경쟁제품 15개, 모두 일본산 무
- ▶ 경쟁제품 15개 중 5개, 사이타마현산 무

오프라인 매장에서 조사된 경쟁제품 15개는 모두 일본산 무 인 것으로 확인됨. 일본 내 주요 생산지로는 사이타마현, 치바현, 군마현, 이바라키현, 아오모리현이 있음. 이 중 사이타마현산 무가 총 5개로 가장 많으며, 위의 생산지에서 생산된 무는 모두 일반 무임. 치바현에서 생산된 제품은 4개로 사이타마현산 다음으로 많은 제품이 조사되었으며, 이외 아오모리현산 3개, 군마현산 2개, 이바라키현산 1개가 확인됨. 군마현산 제품 2개는 모두 매운 무이며, 이바라키현산 제품은 짙은 무임

[표 3.5] 일본 무 생산지 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사, 온라인 채널 진출

일본 대표 경쟁기업 6개사 중 5개사는 온라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. 온라인 대표 채널은 일본 온라인 시장 점유율 1위인 라쿠텐 재팬임. 온라인 채널 진출 기업 5개사 중 3개사는 라쿠텐 재팬 쇼핑몰 내 개인 판매 페이지를 운영하고 있으며, 그중 2개사는 온라인 채널 외, 오프라인 채널에도 진출한 것으로 확인됨. 오프라인 진출만 확인된 휘레스토화아무는 농수산물을 판매하는 매장에 제품을 납품하고 있는 것으로 확인됨

[표 3.6] 일본 무 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인		온라인		
	슈퍼마켓	기타	자사 홈페이지	라쿠텐	기타
야사또노교쿄도쿠미아이 (やさと農業協同組合)	○		○		○
신에세에카 (真栄青果)				○	
카리스노모리 (カリスの森)				○	
아즈마켄 (東研)				○	
휘레스토화아무 (フォレストファーム)		○			
카고시마유우키세에산쿠미아이 (かごしま有機生産組合)		○	○		

2) 홍보 채널



レシピの紹介
レシピの紹介は、レシピの提供も目的とする。レシピの提供も目的とする。レシピの提供も目的とする。レシピの提供も目的とする。

このページの目的
目的は、レシピの提供も目的とする。レシピの提供も目的とする。レシピの提供も目的とする。レシピの提供も目的とする。

材料
材料の量は、レシピの提供も目的とする。レシピの提供も目的とする。レシピの提供も目的とする。レシピの提供も目的とする。

作り方
1. 材料を1cm角くらいに切る(厚さは約1cm)。
2. 厚さを揃えた材料を、鍋に入れて、火をつけて、火が通るまで煮る(約10分)。
3. しっかりと煮ると、材料の色が黄ばんでくるので、お好みで。
4. 冷蔵庫に保存する。
5. 上記のレシピを参考に、アレンジして食べてください。レシピの提供も目的とする。

‘무를 사용한 요리
레시피 제공 예시’

사진자료: 아즈마켄 홈페이지

▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사, SNS 플랫폼과 자사 홈페이지 활용 홍보

일본에 진출한 경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지를 제품 및 브랜드 홍보 채널로 활용하고 있음. 주로 홈페이지를 통해 무를 사용한 요리 레시피, 생산농장 정보를 제공하고 있음. 6개사 중 5개사는 SNS 플랫폼도 함께 홍보 채널로 활용하고 있으며, 페이스북을 대표 플랫폼으로 사용하고 있음. 이외 인스타그램, 트위터, 블로그, 라인도 함께 활용하고 있음

[표 3.7] 일본 무 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼				
		페이스북	블로그	트위터	인스타그램	라인
야사또노교쿄도쿠미아이 (やさと農業協同組合)	○	○		○		
신에세에카 (真栄青果)	○					
카리스노모리 (カリスの森)	○	○				
아즈마켄 (東研)	○	○		○	○	
휘레스토화아무 (フォレストファーム)	○	○	○		○	
카고시마유우키세에산쿠미아이 (かごしま有機生産組合)	○	○				○

3) 홍보 문구

- ▶ 경쟁기업 6개사, ‘유기농’, ‘신선함’, ‘안전함’ 또는 ‘이번 주 쿠폰’ 문구 활용
 경쟁기업 6개사 중 2개사는 ‘유기농’을 강조하여 제품을 홍보하고 있음. 아즈마켄은 자사 홈페이지와 라쿠텐 재팬 쇼핑몰에서 자사 제품은 ‘JAS 유기농 인증’을 취득한 제품이라는 점을 홍보하고 있음. 이외 ‘신선한 제품’, ‘안전한 제품’ 문구 또는 자사 홈페이지에서 제품 구매 시에 사용할 수 있는 ‘이번 주 쿠폰’을 제공하는 마케팅도 진행하고 있음

[표 3.8] 일본 무 경쟁기업 홍보 문구 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 쇼노 쇼쿠자이 히야카(旬の食材百科) 홈페이지 (foodslink.jp)
2. 사이타마현 공식 홈페이지 (www.pref.saitama.lg.jp)
3. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지(www.portal.euromonitor.com)
4. 신토코로자와 파르코(Sintokorozawa Parco) 홈페이지 (shintokorozawa.parco.jp)
5. 더 가든 지유가오카(The Garden Jiyugaoka) 홈페이지 (www.garden.co.jp)
6. 세이부(Seibu) 홈페이지 (www.sogo-seibu.jp)
7. 야후 재팬(Yahoo japan) 홈페이지 (yahoo.jp)
8. 이온 재팬(Aeon Japan) 홈페이지 (www.welcome-aeon.com)
9. 프루트넷(Fruitnet) 홈페이지 (www.fruitnet.com)
10. 팜두(Farmdo) 홈페이지 (farmdo.com)
11. 지역별사례(地域の入れ物) 홈페이지 (region-case.com)
12. 야사또노교코도쿠미아이(やさと農業協同組合) 홈페이지 (www.ja-yasato.com)
13. 신에세에카(真栄青果株式会社) 홈페이지 (www.shin-ei-seika.jp)
14. 아이에스피 푸드(ISP Food) 홈페이지 (ispfoods.jp)
15. 아즈마켄(東研) 홈페이지 (docs.budounoki.info)
16. 카카 미가하라 스탠드 홈페이지 (kakamigarastand.com)
17. 마메야 코오히이텐 홈페이지 (www.mameya-coffee.com)
18. 겐소오 홈페이지 (www.gensou-inc.co.jp)
19. 이키 아미가야텐 홈페이지 (igiyamagarden.com)
20. 카고시마유우키세에산쿠미아이 홈페이지 (www.chikyubatake.com)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산물유통공사
발행일자 : 2019.07.26

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사 로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right
Reserved. Printed in Korea

