

2019년

# 해외시장 맞춤형조사



- No. 1909-11
- 품목 : 꽃차 (Flower Tea)
- 국가 : 일본(JAPAN)
- 구분 : 시장분석형

· 사업명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사  
· 주관기관 : 한국농수산물유통공사

# Content

## I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 일본 꽃차 시장규모	5
2. 일본 꽃차 수출입 시장규모	6
3. 일본 꽃차 소비 시장규모	8

## II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	12
1. 재스민, 국화차 등 일반적인 꽃차 외 안찬꽃차 인기 제품으로 떠올라	17
2. 한국 꽃차, 언론 및 커뮤니티에서만 언급돼	18
3. 꽃차 관련해 '건강', '선물', 그리고 '휴식' 키워드 다수 빈출	19
4. 어버이날, 생신 선물용으로 구매되는 꽃차	21

## III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	23
1. 일본 꽃차 유통구조	24
2. 일본 꽃차 주요 유통업체	25
3. 일본 꽃차 B2C 소매채널	27

## IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	48
1. 일본 꽃차 인증 취득	49
2. 일본 꽃차 업체·제품 등록	51
3. 일본 꽃차 라벨 심의	52
4. 일본 꽃차 서류 준비	56
5. 일본 꽃차 세금 납부	57
6. 일본 꽃차 검역 심사	58

## V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	61
Interview ① 루피시아(Lupicia)	63
Interview ② 코오지엔(香詩苑)	64
Interview ③ 피아또라이후(ピーアットライフ)	65
Interview ④ 사이카(彩香)	66
Interview ⑤ 비나스메디카루하브(ヴィーナース メディカルハーブ)	67

* 참고문헌	68
--------	----

# I. Market Size

## SUMMARY

1. 일본 꽃차 시장규모
2. 일본 꽃차 수출입 시장규모
3. 일본 꽃차 소비 시장규모



# Market Size

(시장규모)

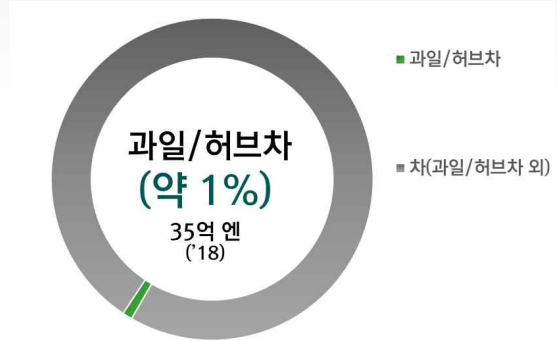
## 일본 (JAPAN)

### 꽃차 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(꽃차)

- 일본 차<sup>1)</sup> 시장규모  
..... 3,300억 엔('18)
- 일본 과일/허브차<sup>2)</sup> 시장규모  
..... **35억 엔('18)**

(\*) Euromonitor International

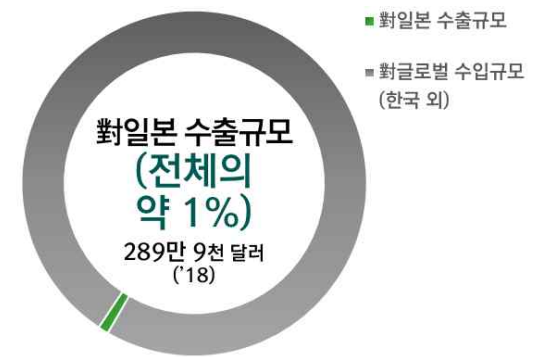


## 꽃차 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(꽃차)

- HS 0902<sup>3)</sup> '맛 또는 향을 첨가한 차를 포함하는 모든 차류'  
일본 對 글로벌 수입규모  
..... 1억 8,211만 8천 달러('18)
- AG 15301, 15302, 16912<sup>4)</sup>: '녹차, 홍차, 차와 마태 등'  
한국 對 일본 수출규모  
..... **289만 9천 달러('18)**

(\*) International Trade Centre, KATI



## 꽃차 소비 시장규모

지표 설정 기준: '꽃차'는 절초, 국화, 맨드라미, 아카시아 등 한국산 꽃을 원료로 하는 프리미엄 차 제품임. 이에 소비시장규모를 확인하기 위해 주요 고객으로 예상되는 '일본 직장인 여성의 인구수'와 '지역별 여성 평균 임금'을 조사함. 또한 지역별 구매력 확인을 위해 '지역별 가구당 연평균 지출액'을 추가로 조사함

① 일본 직장인 여성 인구수 ('14-'18)	② 일본 지역별 여성 평균 임금 ('18)
2014년 ..... 2,737만 명	간토 지방 ..... 368만 엔
2015년 ..... 2,764만 명	도카이 지방 ..... 326만 엔
2016년 ..... 2,810만 명	간사이 지방 ..... 326만 엔
2017년 ..... 2,859만 명	
2018년 ..... 2,946만 명	③ 일본 지역별 가구당 연평균 지출액 ('18)
	간토 지방 ..... 3,108,730엔
	도카이 지방 ..... 3,057,806엔
	호쿠신에쓰 지방 ..... 3,005,733엔

(\*) Statistics Bureau of Japan, Doda Woman Career

1) 차(Tea): 홍차, 과일 허브차, 녹차, 인스턴트차, 기타 차를 포괄함  
 2) 과일/허브차(Fruit & Herbal Tea): 차 하위 품목으로, 꽃, 과일, 허브 또는 향신료로 조제된 차를 포괄함  
 3) HS CODE 0902: 조사 제품 '꽃차'는 한국산 꽃을 원료로 하여 차전에 우려먹는 제품임. 차 시장의 전반적인 일본 對글로벌 수입 현황을 알아보기 위하여 '차류(맛 또는 향의 첨가 여부에 상관없이 모든 차종을 포함함)'에 해당하는 HS CODE 0902를 지표로 선정함  
 4) AG CODE 15301, 15302, 16912: 차 시장의 전반적인 한국 對일본 수출 현황을 알아보기 위하여 각각 '발효하지 않은 녹차, 홍차와 부분 발효차, 차와 마태'를 의미하는 AG CODE 15301, 15302, 16912를 지표로 선정함

## 1. 일본 꽃차 시장규모

조사 시장: 조사 제품 ‘꽃차’는 구절초, 국화, 맨드라미, 아카시아 등 한국산 꽃을 원료로 하여 찻잔에 우려먹는 제품임. 이에 제품의 품목(차)와 성분(꽃)을 고려하여 상위시장인 ‘차’와 세부시장인 ‘과일/허브차’의 시장규모를 조사함

### 일본 국가 일반 정보<sup>8)</sup>

면적	37.8만 km <sup>2</sup>
인구	1억 2,679만 명
GDP	4조 9,709억 달러
GDP (1인당)	3만 9,287만 달러

### ▶ 2014-2018년, 일본 ‘차’ 시장규모 연평균성장률 -2.1%

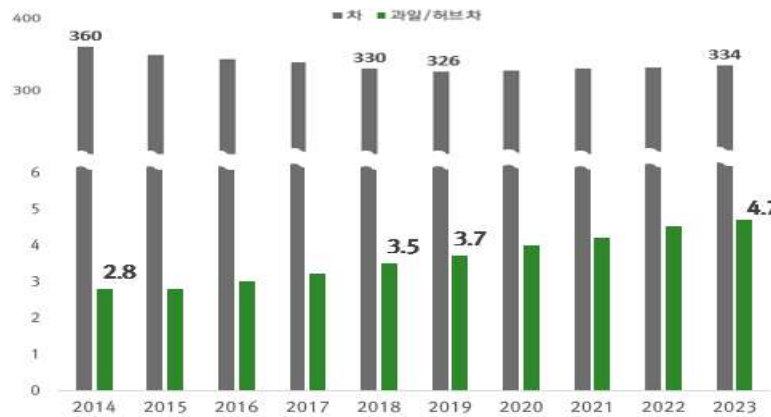
2018년 기준 일본 차 시장규모는 3,300억 엔으로 과거 5년(2014-2018) 동안 매해 평균 2.1% 감소함. 반면 2018년 과일/허브차 시장규모는 35억 엔으로 동기간 연평균 5.7%씩 증가함. 유로모니터에 따르면<sup>5)</sup>, 기존 차 소비자들이 일반 차(잎차, 티백) 대신 비교적 섭취가 편리한 즉석차음료(RTD Tea: Ready To Drink Tea)를 선택하면서 일반 차 시장은 하락세에 있음

### ▶ 2019-2023년, 일본 ‘과일/허브차’ 시장 연평균성장률 6.2% 예측

일본 ‘과일/허브차’ 시장은 향후 5개년(2019-2023년) 동안 연평균 6.2%의 성장률로 성장 동향을 이어가 2023년 47억 엔의 시장규모를 갖게 될 것으로 예측됨. 일본 ‘차’ 시장은 동기간 0.6%의 낮은 성장률을 보이며 2023년 3,340억 엔까지 성장할 것으로 예측됨

[표 1.1] ‘차’, ‘과일/허브차’ 시장규모<sup>6)7)</sup>

단위 : 십억 엔



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)	
상위 품목	차	360	350	343	339	330	-2.1%
해당 품목	차	(3,8조)	(3,7조)	(3,6조)	(3,6조)	(3,5조)	
상위 품목	과일/허브차	2.8	2.8	3	3.2	3.5	5.7%
해당 품목	과일/허브차	(296억 원)	(296억 원)	(318억 원)	(339억 원)	(370억 원)	
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)	
상위 품목	차	326	328	330	332	334	0.6%
해당 품목	차	(3,5조)	(3,5조)	(3,5조)	(3,5조)	(3,5조)	
상위 품목	과일/허브차	3.7	4	4.2	4.5	4.7	6.2%
해당 품목	과일/허브차	(392억 원)	(423억 원)	(445억 원)	(476억 원)	(497억 원)	

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

5) 유로모니터 (Euromonitor), Tea in Japan, Country Report , 2019.03

6) 100엔=1058.46원(2019.11.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

8) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

## 2. 일본 꽃차 수출입 시장규모

### 1) HS CODE 0902 일본 對글로벌 수입규모

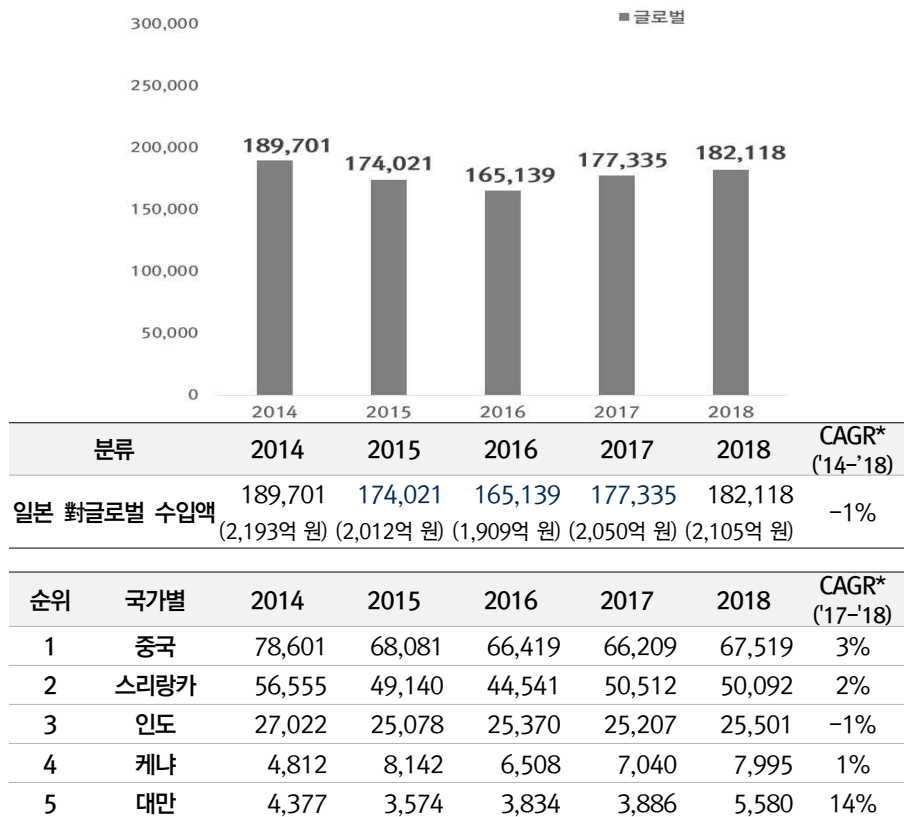
HS CODE 0902: 조사 제품 '꽃차'는 한국산 꽃을 원료로 하여 찻잔에 우려먹는 제품임. 차 시장의 전반적인 일본 對글로벌 수입 현황을 알아보기 위하여 '차류(맛 또는 향의 첨가 여부에 상관없이 모든 차종을 포함함)'에 해당하는 HS CODE 0902를 지표로 선정함

#### ▶ 2014-2018년, 일본 對글로벌 수입액 연평균성장률 -1%

일본 HS CODE 0902 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 1%의 감소세를 보임. 2015년, 2016년 수입액은 전년 대비 각각 8%, 5% 감소했고, 이후 2017년, 2018년 각각 7%, 3%의 성장률을 보임. 2018년 일본의 對글로벌 수입액은 1억 8,211만 8천 달러로 집계되며, 이는 2014년 수입액 대비 4% 감소한 규모임. 일본의 對글로벌 최대 수입국은 중국이며, 스리랑카, 인도, 케냐가 각각 2위, 3위, 4위를 차지했으며, 5위인 대만에서 수입한 금액이 2017년 대비 2018년 약 14% 성장함

[표 1.2] HS CODE 0902<sup>9)</sup> 수입규모<sup>10)</sup>

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 0902 기준

9) HS CODE 0902: 조사 제품 '꽃차'는 한국산 꽃을 원료로 하여 찻잔에 우려먹는 제품임. 차 시장의 전반적인 일본 對글로벌 수입 현황을 알아보기 위하여 '차류(맛 또는 향의 첨가 여부에 상관없이 모든 차종을 포함함)'에 해당하는 HS CODE 0902를 지표로 선정함

10) 1달러=1,156.10원 (2019.11.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

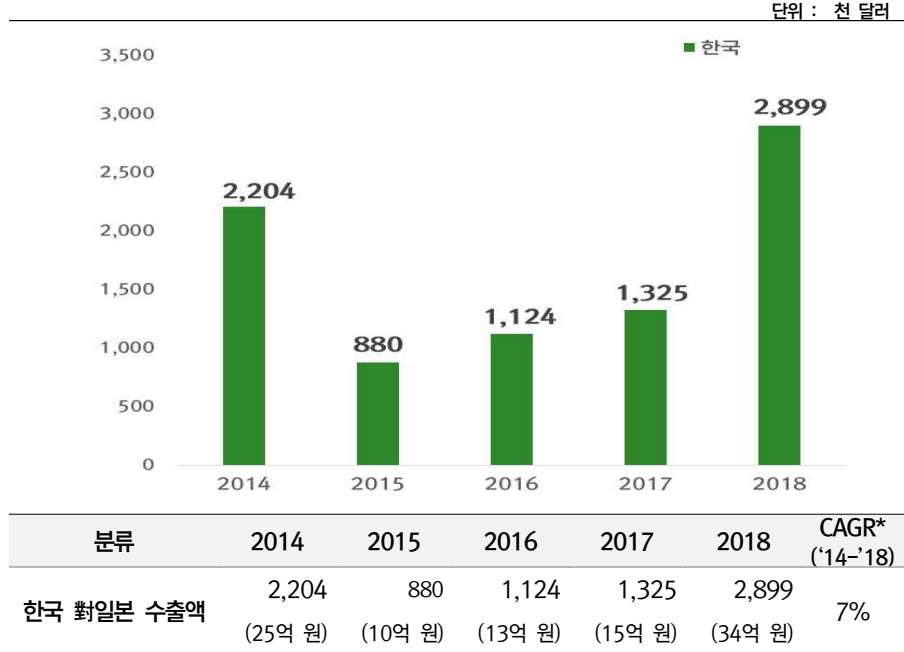
2) AG CODE<sup>12)</sup> 15301, 15302, 16912 한국 對일본 수출규모

AG CODE 15301, 15302, 16912: 차 시장의 전반적인 한국 對일본 수출 현황을 알아보기 위하여 각각 '발효하지 않은 녹차, 홍차와 부분 발효차, 차와 마태'를 의미하는 AG CODE 15301, 15302, 16912를 지표로 선정함

▶ 2014-2018년 한국 對일본 수출액 연평균성장률 7%

한국 AG CODE 15301, 15302, 16912 품목의 對일본 수출액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 7%의 성장세를 보임. 對일본 수출액은 2015년 전년대비 60% 감소하였지만, 이후 2016년, 2017년 각각 전년대비 28%, 18%의 두 자릿수 성장세를 보임. 특히 2018년 對일본 수출액은 전년 대비 118% 성장하여 289만 9천 달러의 수출 규모를 기록함. 이는 2014년 수출액 대비 32% 증가한 수치임

[표 1.3] AG CODE 15301, 15302, 16912 수출 규모 <sup>11)</sup>



자료: KATI(Korea Agricultural Trade Information) AG CODE 15301, 15302, 16912 기준

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

12) AG CODE는 농림축산식품부의 한국농수산물유통공사에서 농수축산물의 수출입통계 집계 및 동향 파악 등을 위해 HS CODE를 농수축산물 품목 단위에서 그룹화하여 수출입 통계 집계 시 사용하는 CODE를 말함

AG CODE	HS CODE	명칭
15301	0902.10	- 녹차(발효 않은 것/3kg 이하포장) - 녹차(기타/발효 않은 것)
15302	0902.20	- 홍차(발효차)와 부분발효차(3kg 이하포장) - 홍차와 부분발효차(기타)
16912	2101.20	- 차, 마태 조제품(설탕 대용물 함유, 기타/곡물을 함유한 것, 기타/티백 포장의 것) - 차, 마태등 조제품(기타)

### 3. 일본 꽃차 소비 시장규모

#### 1) 일본 직장인 여성 인구수

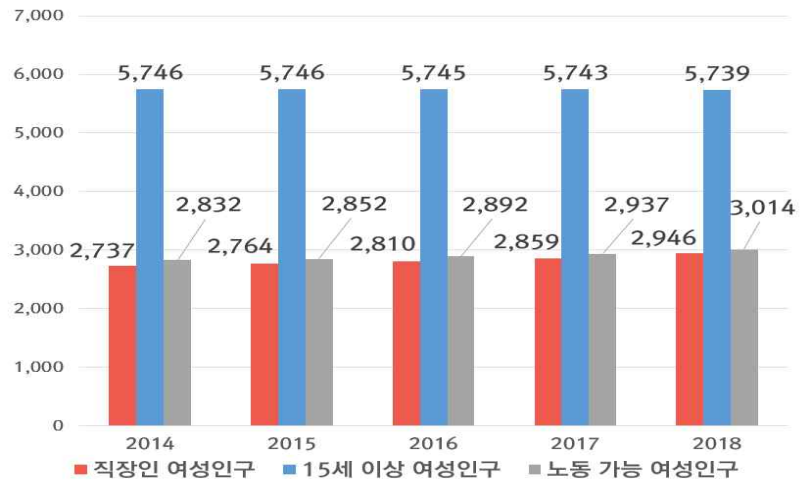
‘꽃차’는 절초, 국화, 맨드라미, 아카시아 등 한국산 꽃을 원료로 하는 프리미엄 차 제품임. 이에 소비 시장규모를 확인하기 위해 주요 고객으로 예상되는 ‘일본 직장인 여성의 인구수’와 ‘지역별 여성 평균 임금’을 조사함. 또한 지역별 구매력 확인을 위해 ‘지역별 가구당 연평균 지출액’을 추가로 조사함

#### ▶ 2018년, 일본 직장인 여성 인구수 2,946만 명

일본 통계청에 따르면, 2018년 일본의 15세 이상 여성인구는 5,739만 명이며, 이 중 노동 가능한 여성 인구는 3,014만 명으로 15세 이상 여성인구의 52%를 차지함. 또한, 노동 가능한 여성 인구의 97%인 2,946만 명의 여성이 직장을 갖고 있음. 지난 5년간(2014-2018년) 일본의 15세 이상 여성 인구수는 연평균 0.03%의 감소세를 보였으나, 동기간 일본의 직장인 여성인구, 노동 가능한 여성 인구는 각각 1.9%, 1.6%의 성장률을 보이며 꾸준히 성장함

[표 1.4] 2018년 일본 직장인 여성, 노동가능 여성, 15세 이상 여성인구

단위 : 만 명



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
직장인 여성인구	2737만 명	2764만 명	2810만 명	2859만 명	2946만 명	1.9%
노동 가능 여성인구 <sup>3)</sup>	2832만 명	2852만 명	2892만 명	2937만 명	3014만 명	1.6%
15세 이상 여성인구	5,746만 명	5,746만 명	5,745만 명	5,743만 명	5,739만 명	-0.03%

자료: 일본 통계청(Statistics Bureau of Japan), 「Statistical Handbook Of Japan」, 2019

13) 노동 가능 인구: 만 15세 이상 인구 중 일할 능력을 갖춘 사람을 말하며, 취업자와 실업자의 합임. 15세 이상 인구 중 은퇴자, 학생, 전업 주부, 일을 하고 있지 않거나 일할 의지가 없는 인구를 제외함 (출처: 노동통계국(Bureau of Labor Statistics))



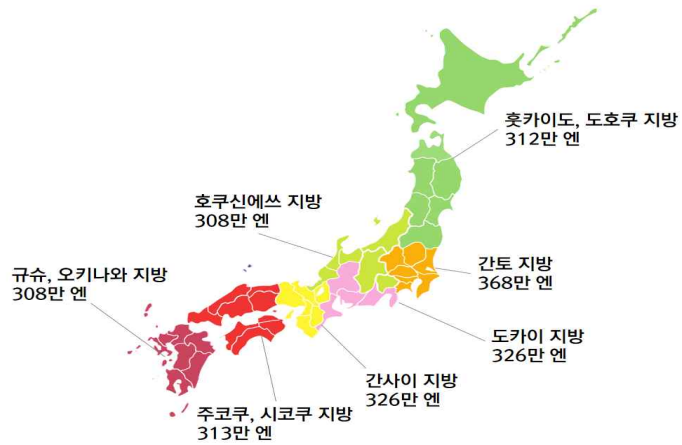
2) 일본 여성 지역별 평균 연봉

▶ 2018년, 간토 지방 여성 평균 연봉 368만 엔으로 7개 지방 중 가장 높음

일본 현지 구직 사이트 듀다(Doda by Persol)의 설문조사에 따르면, 일본 지역 중 간토 지방의 여성 평균 연봉이 368만 엔으로 가장 높으며 규슈, 오키나와의 여성 평균 연봉이 308만 엔으로 가장 낮음. 도도부현<sup>14)</sup>기준으로 여성 평균 연봉 최고 지역은 도쿄도이며 388만 엔임. 도도부현 기준 상위 5개 지역은 도쿄도, 가나가와현, 치바현, 사이타마현, 이바라키현으로 모두 간토 지역에 속함

[표 1.5] 2018년 일본 지역별 여성 평균 연봉

단위: 만 엔



분류(지방)	평균 연봉	최고 지역	평균 연봉	최저지역	평균 연봉
간토	368만 엔 (3,893만 원)	도쿄도	388만 엔 (4,105만 원)	군마현	323만 엔 (3,417만 원)
도카이	326만 엔 (3,449만 원)	아이치현	328만 엔 (3,470만 원)	기후현	309만 엔 (3,269만 원)
간사이	326만 엔 (3,449만 원)	오사카부	329만 엔 (3,481만 원)	와카야마현	307만 엔 (3,248만 원)
주코쿠, 시코쿠	313만 엔 (3,311만 원)	고치현	324만 엔 (3,428만 원)	돗토리현	294만 엔 (3,111만 원)
홋카이도, 도호쿠	312만 엔 (3,300만 원)	이와테현	323만 엔 (3,417만 원)	후쿠시마현	299만 엔 (3,163만 원)
호쿠신에쓰	308만 엔 (3,258만 원)	나가노현	317만 엔 (3,354만 원)	니가타현	302만 엔 (3,195만 원)
규슈, 오키나와	308만 엔 (3,258만 원)	사가현	316만 엔 (3,343만 원)	나카시키현	296만 엔 (3,132만 원)

자료: 듀다 여성 구인 정보(Doda Woman Career)

14) 광역 자치 단체인 도(都, 도쿄도), 도(道, 홋카이도), 부(府, 오사카부, 교토부), 현(県, 나머지 43개)을 묶어 이르는 말

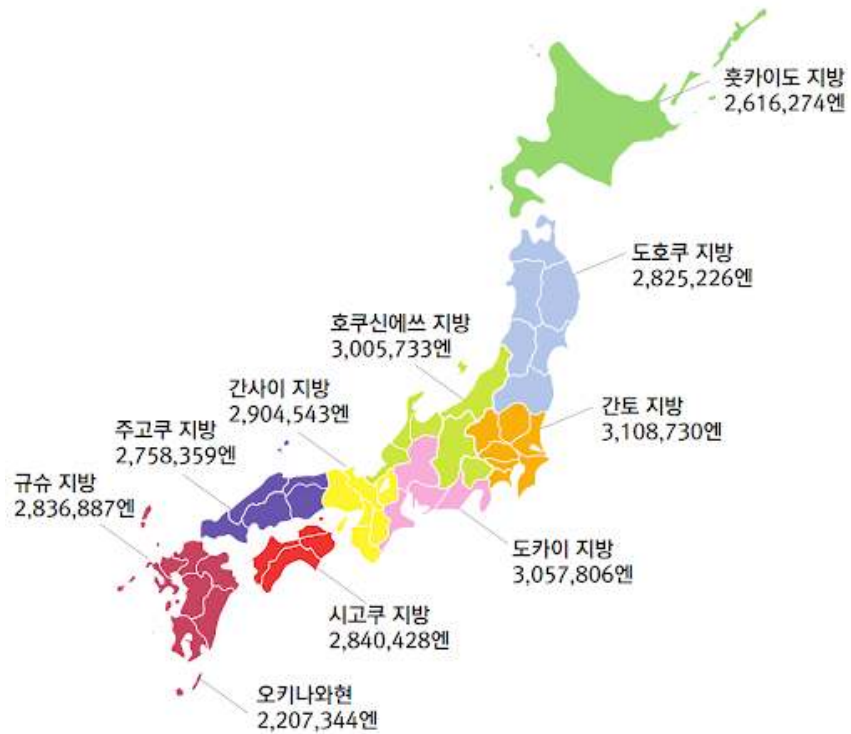
3) 일본 지역별 평균 지출액 및 인구수

▶ 2018년, 간토 지방 가구당 연간 평균 지출액 310만 8,730엔으로 가장 높음

일본통계청에 따르면, 일본 지역 중 도쿄도가 위치한 간토 지방의 2018년 가구당 연간 평균 지출액이 310만 8,730엔으로 가장 높으며, 도카이 지방이 305만 7,806엔으로 2위를 차지함. 오키나와의 연평균 지출액은 220만 7,344엔으로 가장 낮음. 2017년 기준 지역별 인구수는 간토 지방이 4,324만 8천 명으로 가장 많으며 간사이 지방이 2,063만 1천 명으로 두 번째로 많음

[표 1.6] 2018년 일본 지역별 가구당 연간 지출액 및 2017년 지역별 인구수

단위: 엔, 명



분류	간토	도카이	호쿠신에쓰	간사이	시코쿠
연간 지출액(*18)	3,108,730엔 (32,890,363원)	3,057,806엔 (32,351,587원)	3,005,733엔 (31,800,655원)	2,904,543엔 (30,730,065원)	2,840,428엔 (30,051,728원)
인구수(*17)	43,248천 명	15,008천 명	8,148천 명	20,631천 명	3,788천 명
분류	규슈	도호쿠	주코쿠	홋카이도	오키나와
연간 지출액(*18)	2,836,887엔 (30,014,264원)	2,825,226엔 (29,890,891원)	2,758,359엔 (29,183,438원)	2,616,274엔 (27,680,179원)	2,207,344엔 (23,353,700원)
인구수(*17)	12,917천 명	8,836천 명	7,369천 명	5,320천 명	1,443천 명

자료: 일본 통계청(Statistics Bureau of Japan), 「Yearly Amount of Expenditures per Household for City Group, District and City with Prefectural Government (Total Households)」, 2019  
일본 통계청(Statistics Bureau of Japan), 「Population by Prefecture (1920 to 2017)」, 2019

## II. Market Trend

### SUMMARY

1. 재스민, 국화차 등 일반적인 꽃차 외 안찬꽃차 인기 제품으로 떠올라
2. 한국 꽃차, 언론 및 커뮤니티에서만 언급돼
3. 꽃차 관련해 '건강', '선물', 그리고 '휴식' 키워드 다수 빈출
4. 어버이날, 생신 선물용으로 구매되는 꽃차



# Market Trend

(시장트렌드)

## 일본 (JAPAN)

### 꽃차 관련 시장트렌드



여러 매체에서 ‘재스민’, ‘국화’, ‘연꽃’ 공통 빈출  
‘재스민 빈출량이 가장 높아’



꽃차 관련해 ‘중국’, ‘대만’ 공통 빈출  
‘꽃차 기원 중국에서 시작해’

#### ■ JAPAN Issue ①

재스민, 국화차 등 일반적인 꽃차 외  
안찬꽃차 인기 제품으로 떠올라

‘온라인 쇼핑몰에서 안찬꽃차 인기’

#### ■ JAPAN Issue ②

한국 꽃차,  
언론 및 커뮤니티에서만 언급돼

‘한국 꽃차, 온라인 쇼핑몰 순위권에는 나타나지 않아’



꽃차 홍보 키워드는 ‘건강’, ‘프리미엄’  
‘제품의 품질을 강조해 홍보하는 경우가 많아’



꽃차, 맛과 향 외에도 보는 즐거움 있어  
‘보는 즐거움도 꽃차의 만족 요소’

#### ■ JAPAN Issue ③

꽃차 관련해 ‘건강’, ‘선물’,  
그리고 ‘휴식’ 키워드 다수 빈출

‘약용 및 선물 목적으로 이용해’

#### ■ JAPAN Issue ④


어버이날, 생신 선물용으로  
구매되는 꽃차

‘선물, 시어머니, 친정, 생일 키워드가 두드러져’

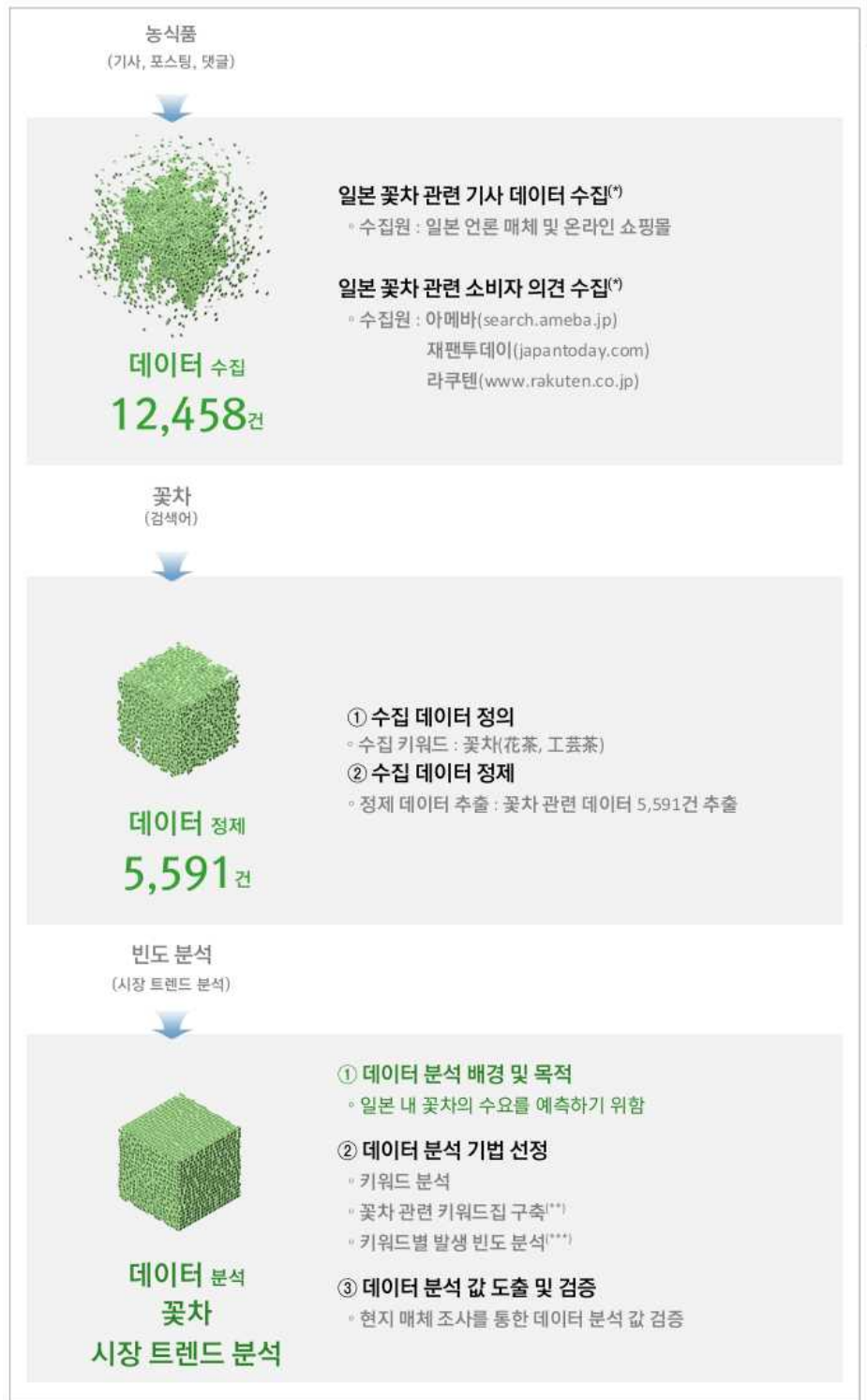
## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

●  
데이터 수집  
소스원  
  
(일본 매체 10개)

●  
데이터 분류  
키워드집  
  
(꽃차 연관 키워드집)

●  
데이터 분석  
- 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 19.10
수집 데이터	12,458건

데이터 정제

정제 키워드	꽃차 (花茶, 工藝茶)
정제 데이터	5,591건

○ 데이터 수집

- 일본 꽃차 관련 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 일본 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Ameba	search.ameba.jp	커뮤니티
02	Infoseek	news.infoseek.co.jp	언론 매체
03	Yahoo News	news.yahoo.co.jp	언론 매체
04	Japantoday	japantoday.com	언론 매체
05	Atpress	atpress.ne.jp	언론 매체
06	Livedoor	news.livedoor.com	언론 매체
07	Yahoo Shopping	shopping.yahoo.co.jp	온라인 쇼핑몰
08	Qoo10	www.qoo10.jp	온라인 쇼핑몰
09	Amazon Japan	www.amazon.co.jp	온라인 쇼핑몰
10	Rakuten	www.rakuten.co.jp	온라인 쇼핑몰

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 꽃차 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 일본 꽃차 관련 매체 리스트



현지 커뮤니티,  
꽃차 관련 이슈



현지 언론 매체,  
꽃차 관련 이슈



현지 온라인 쇼핑몰,  
꽃차 관련 제품

키워드 ①	꽃	키워드 ①	약선차	키워드 ①	허브차
키워드 ②	선물	키워드 ②	꽃	키워드 ②	연말
키워드 ③	다과회	키워드 ③	루이보스차	키워드 ③	주전자
키워드 ④	휴식	키워드 ④	축제	키워드 ④	선물

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 꽃차 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 일본 꽃차 관련 분석 키워드

●

키워드 수립 근거

참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>		
	한국어	일본어	참여기업	경쟁기업	기타
꽃차 종류	재스민	ジャスミン	0		
	벚꽃	桜	0		
	국화	菊	0		
	연꽃	蓮	0		
	장미	バラ	0		
꽃차 관련 언급 국가	대만	台湾		0	
	홍콩	香港		0	
	베트남	ベトナム		0	
	중국	チャイナ		0	
	한국	韓国	0		
꽃차 소비 목적	건강	健康	0		0
	선물	ギフト	0		0
	다이어트	ダイエット			0
	약	薬			0
	카페인	カフェイン			0

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 배경 및 목적

- 일본 소비자의 꽃차 선호도를 분석하기 위함
- 일본 소비자의 꽃차 관련 제품 소비 이유(기대 효과)
- 일본 소비자의 꽃차 관련 제품 구매 시 고려요소

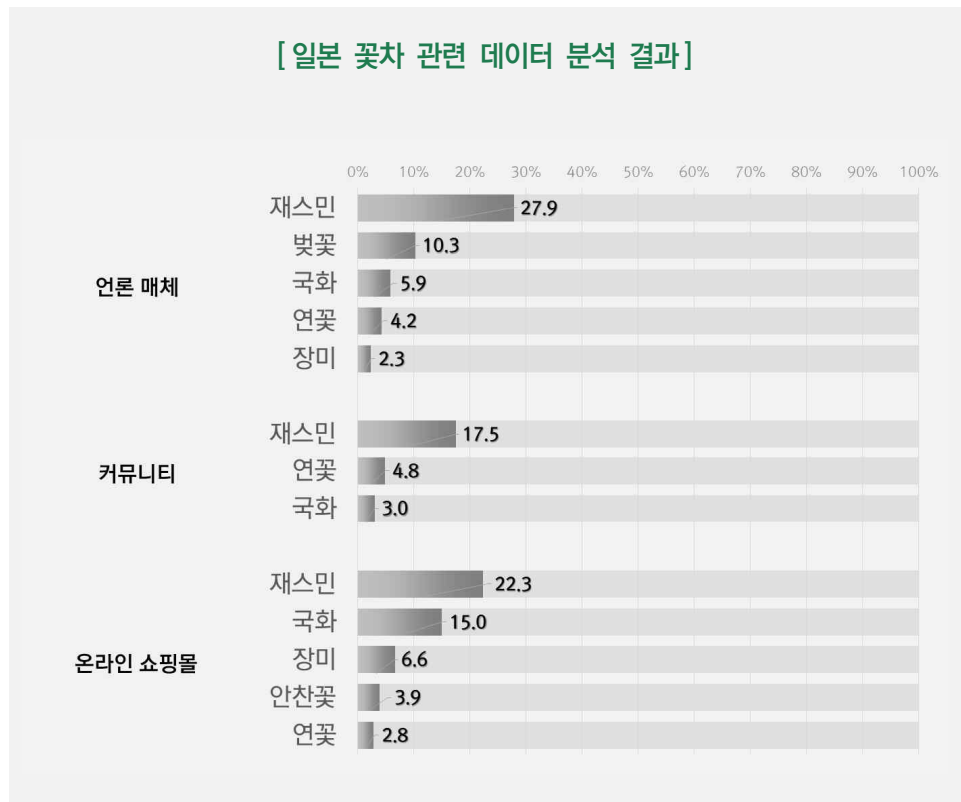
○ 데이터 분석 과정

1. 일본 언론매체, 커뮤니티 내 꽃차 관련 게시글 추출
2. 일본 온라인 쇼핑몰 내 인기순 나열 꽃차 상품의 키워드 추출
3. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-IDF<sup>15)</sup> 값을 기준으로 선별
4. 주요 키워드가 포함된 문건 수 산출

○ 데이터 분석 값 정의

- 분석 값 : 꽃차 연관 해당 키워드 발생 빈도

●  
연관어 분석  
(Keyword Analytics)



15) TF-IDF란 Term Frequency-Inverse Document Frequency의 약자로 어떤 단어가 특정 문서 내에서 얼마나 중요한 것인지를 나타내는 통계적 수치임. 공식은 단어 빈도(TF)와 역문서 빈도(IDF)를 곱한 값



## 1. 재스민, 국화차 등 일반적인 꽃차 외 안찬꽃차 인기 제품으로 떠올라

### 커뮤니티 내 안찬꽃차 후기

- 물에 풀면 예쁜 보라색으로 빠르게 변한다. 왜 유행하는지 알겠다.
  - 부기가 빠지기를 기대했으나 별 효과는 없는 것 같다.
  - 색이 변하는 게 재미있다고 생각해서 구매했다. 다만, 솔직히 맛있지는 않다.
  - 색이 예쁘다. 적은 양으로도 색이 예쁘게 변한다. 작업 중 휴식 시간에 마시고 있다. 주변인들의 반응이 굉장했다. 물에 넣으면 맑은 자주색으로 바뀐다.
- 출처: 아마존재팬(amazon.jp)

### ▶ 여러 매체에서 ‘재스민’, ‘국화’, ‘연꽃’ 공통 빈출

일본 꽃차 트렌드와 인기 상품을 살펴보기 위해 언론 매체, 커뮤니티, 온라인 쇼핑몰 내 꽃차 관련 게시글을 분석함. 그 결과, ‘재스민’, ‘국화’, ‘연꽃’이 공통으로 빈출되었으며, ‘재스민’ 빈출량이 세 곳 모두에서 가장 높음

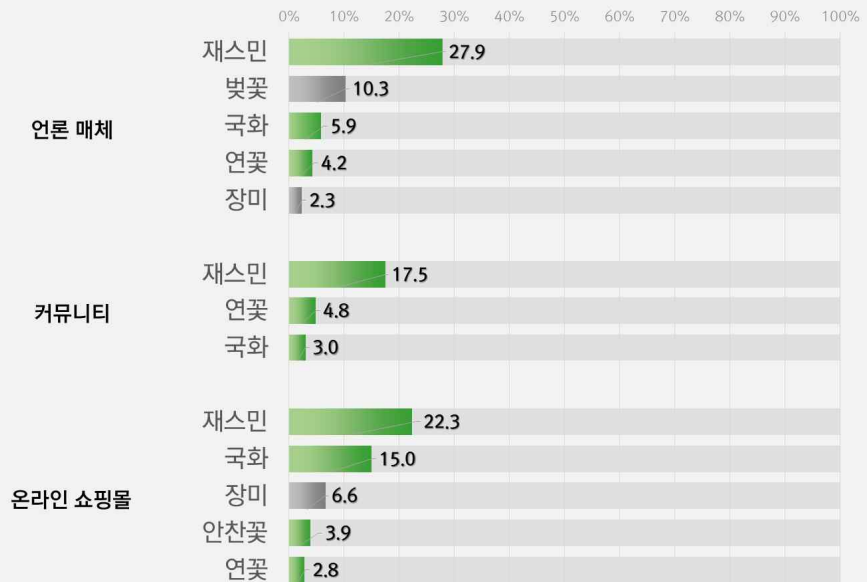
### ▶ 온라인 쇼핑몰에서는 안찬꽃차(Butterfly pea flower tea)가 인기

언론 및 커뮤니티에서는 ‘안찬꽃차’의 순위가 높지 않지만, 온라인 쇼핑몰에서는 순위권에 나타나 주목할 만함. 안찬꽃차는 태국의 공원과 정원에 서식하는 콩과 식물을 이용한 허브 차의 일종으로, 안토시아닌이 풍부해 눈의 피로 회복에 효과가 좋음.<sup>16)</sup> 안찬꽃차는 적은 양으로도 물이 보랏빛으로 물드는데, 이것이 인기의 주요인으로 보임

### ▶ 일본 ‘꽃차’ 종류 관련 키워드

① 재스민 ② 국화

[표 2.4] 일본 언론매체 / 커뮤니티 / 온라인 쇼핑몰 내 꽃차 종류 주요 키워드



자료 : 일본 ‘꽃차’ 관련 언론매체 427건, 커뮤니티 1,192건, 온라인 쇼핑몰 726건 분석 (18.01 - 19.10)  
 값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

16) 「透き通る青!「バタフライピー」はタイ女性の美肌を作る魔法のお茶」, Macaroni, 2019.02.28.

## 2. 한국 꽃차, 언론 및 커뮤니티에서만 언급돼

### 중국 꽃차 후기

- 남편이 중국 출장에서 기념품으로 꽃차를 사왔다. 매우 아름다웠다.



- 출처: 트위터(Twitter)

### 커뮤니티 내 한국 꽃차(국화차) 언급



- 도쿄에 거주 중인 한국인 친구로부터 한국의 전통적인 차인 국화차를 선물 받았다. 첫 잔은 예쁜 국화를 눈으로 즐기고, 둘째 잔은 은은한 향을 즐기고, 세 잔째는 엷어진 색을 즐기고, 네 잔째는 자연을 생각하며 즐기라고 했다. 선명한 노란색의 국화였다. 마셔보니 눈꺼풀이 가벼워지는 느낌이였다.

- 출처: 아메바(Ameba)

### ▶ 꽃차 관련해 ‘중국’, ‘대만’ 공통 빈출

여러 매체에서 공통적으로 빈출된 키워드를 통해 꽃차로는 ‘중국’과 ‘대만’이 가장 유명한 것으로 보임. 실제 꽃차의 기원은 중국에서 시작함. 이와 관련하여 후기를 분석한 결과, 중국과 대만 꽃차를 구매한 후기가 가장 많았으며, 해당 지역 방문 시 기념품으로 꽃차를 구매해오는 경우가 많음

### ▶ 일부 언론 및 커뮤니티에서는 ‘한국’ 꽃차 언급

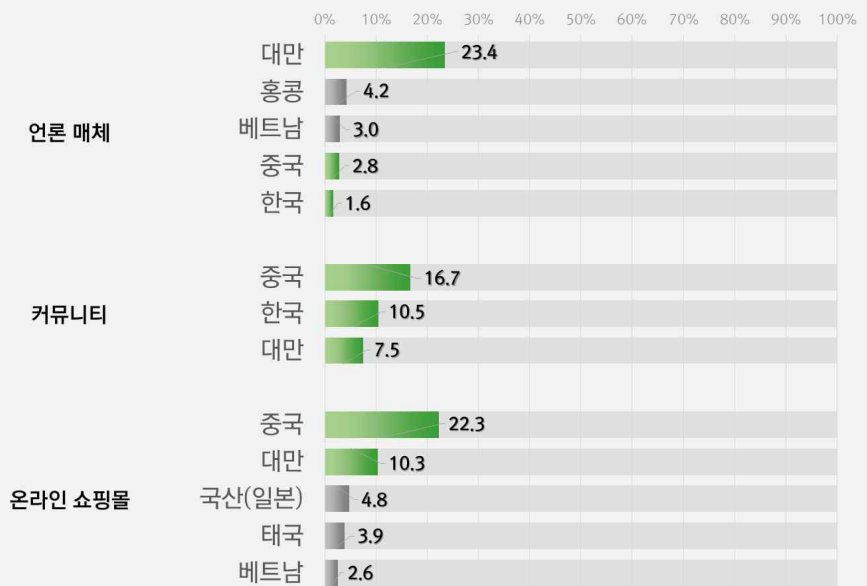
### ▶ ‘한국’ 꽃차, 온라인 쇼핑몰 순위권에는 나타나지 않아

현지 언론 매체에서 한국 키워드가 순위권에 나타남. 또한, 일본 커뮤니티에서도 한국 꽃차에 대한 후기 글이 일부 조사됨. 단, 온라인 쇼핑몰에서는 ‘한국’ 키워드가 순위권에 나타나지 않아 한국 꽃차의 온라인 유통이 원활하지 않은 것으로 판단됨

### ▶ 일본 ‘꽃차’ 관련 국가 관련 키워드

① 대만 ② 중국

[표 2.5] 일본 언론매체 / 커뮤니티 / 온라인 쇼핑몰 내 꽃차 관련 언급 국가 키워드



자료 : 일본 ‘꽃차’ 관련 언론매체 427건, 커뮤니티 1,192건, 온라인 쇼핑몰 726건 분석 (18.01 - 19.10)  
 값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

### 3. 꽃차 관련해 ‘건강’, ‘선물’, 그리고 ‘휴식’ 키워드 다수 빈출

#### 커뮤니티 내 재스민 차 후기

- 주전자에서 꽃피는 재스민. 재스민의 향기로 기분 전환.
- 출처: 아메비오(Amebio)

#### 프리미엄 안천꽃차 제품



브랜드	아바이브-베 (アバイブ-ベ)
제품명	안천꽃차 (Herbal Tea Butterfly Pea)
가격	1,620엔 (한화 약 17,147원 <sup>17)</sup> )
용량	49.9g

- 출처: 아마존재팬(amazon.jp)

#### ▶ 꽃차 음용 목적 및 효능으로 ‘건강’, ‘선물’, ‘휴식’ 다수 빈출

언론에서 꽃차를 ‘건강’ 식품 및 ‘선물용’으로 주로 홍보하고 있음. 커뮤니티를 통해 실제 소비자들이 꽃차를 ‘약용’ 및 ‘선물’ 목적으로 이용하고 있음을 확인함. 꽃차의 연관 키워드로 언론에서 ‘다이어트’ 언급 비율이 높은 것에 비해 실제로 커뮤니티와 온라인 쇼핑몰 후기를 살펴보면 다이어트 목적으로 꽃차를 소비하는 경우는 적은 것으로 보임. 그보다 소비자들은 ‘휴식’, ‘스트레스 해소’를 목적으로 소비하는 것으로 분석됨

#### ▶ 온라인 쇼핑몰 내 꽃차 홍보 키워드는 ‘건강’, ‘프리미엄’

온라인 쇼핑몰 홍보 키워드로 가장 많이 사용되는 키워드는 ‘비타민’, ‘건강’, ‘프리미엄’ 이 가장 많이 사용되고 있음. 상대적으로 실제 소비자 후기 및 커뮤니티에서 많이 언급되는 ‘휴식’, ‘스트레스 해소’, ‘다이어트’ 등의 키워드는 제품 홍보 키워드로는 잘 활용되지 않고 있음

#### ▶ 일본 ‘꽃차’ 구매 목적 및 효능 관련 키워드

##### ① 건강 ② 선물

[표 2.6] 일본 언론매체 / 커뮤니티 / 온라인 쇼핑몰 내 꽃차 음용 목적 및 효능 주요 키워드



자료 : 일본 ‘꽃차’ 관련 언론매체 427건, 커뮤니티 1,192건, 온라인 쇼핑몰 726건 분석 (18.01 - 19.10)  
 값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

17) 100엔=1,058.46원 (2019.11.11., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

#### 4. 어버이날, 생신 선물용으로 구매되는 꽃차

##### ▶ 소비자 후기 분석 대상 꽃차 제품 3개 선정

온라인 쇼핑몰 내 구매 후기가 가장 많은 꽃차 제품 3개를 선정해 소비자 후기를 분석함. 첫 번째 제품은 채향 브랜드의 꽃차로 카네이션, 카렌들라, 천일홍 등의 꽃차로 이루어져 있으며, 라므티의 제품은 꽃차 10종으로 구성된 제품임. 마지막으로 재스민차 티백 제품에 소비자의 구매 후기가 많은 것이 확인되어 관련 키워드를 분석함

[표 2.7] 소비자 후기 분석 대상 제품

##### 제품A

	브랜드	채향(彩香)
	제품 내용	카네이션 꽃차 2개 + 카렌들라 꽃차 1개 + 천일홍 꽃차 1개 + 찻주전자 1개
	가격	3,699円 (한화 약 39,152원)

##### 제품B

	브랜드	리므티(RIMTAE)
	제품 내용	꽃차 10종류 + 찻주전자 1개
	가격	4,318円 (한화 약 45,704원)

##### 제품C

	브랜드	채향(彩香)
	제품 내용	재스민차 티백 50포
	가격	1,000円 (한화 약 10,585원)

● **제품A 소비자 후기**

- 친정 어머니에게 선물했다. 무척 기뻐하셨다.
- 어버이날에 선물로 드렸다.
- 마시는 것뿐만 아니라 눈으로도 즐길 수 있어서 좋았다.
  - 출처: 라쿠텐(Rakuten)

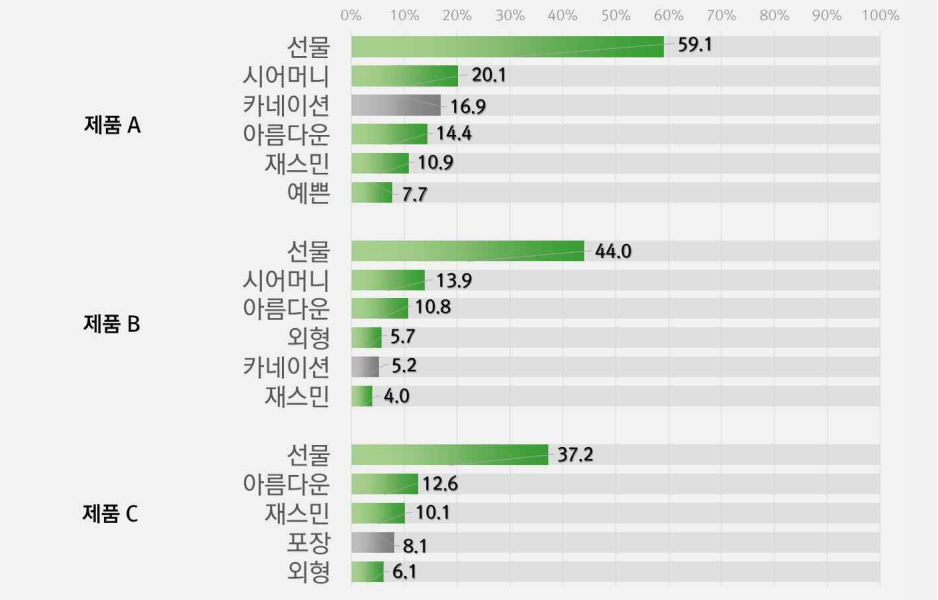
▶ **어버이날, 또는 부모님 생신 ‘선물’로 꽃차 구매**  
▶ **꽃차, 맛과 향 외에도 보는 즐거움 있어**

온라인 쇼핑몰 내 구매 후기가 가장 많은 꽃차 제품 3개를 선정해 소비자 후기를 분석한 결과 ‘선물’, ‘시어머니’, ‘친정’, ‘생일’ 키워드가 두드러지게 나타남. 이를 통해 어버이날이나 부모님 생신 선물로 꽃차를 선물하는 경우가 많은 것으로 판단됨. 꽃 관련 키워드로는 ‘카네이션’, ‘재스민’이 가장 많음. 주목할만한 점은 외형을 나타내는 형용사(멋진, 아름다운, 예쁜 등)와 ‘즐거움’, ‘재미’ 키워드가 순위권에 있어, 차의 맛과 향 외에 보는 즐거움도 꽃차의 만족 요소임을 알 수 있음

▶ **일본 꽃차 제품 관련 주요 키워드**

① 선물 ② 시어머니

[표 2.8] 일본 온라인 쇼핑몰 내 인기 제품 관련 주요 키워드

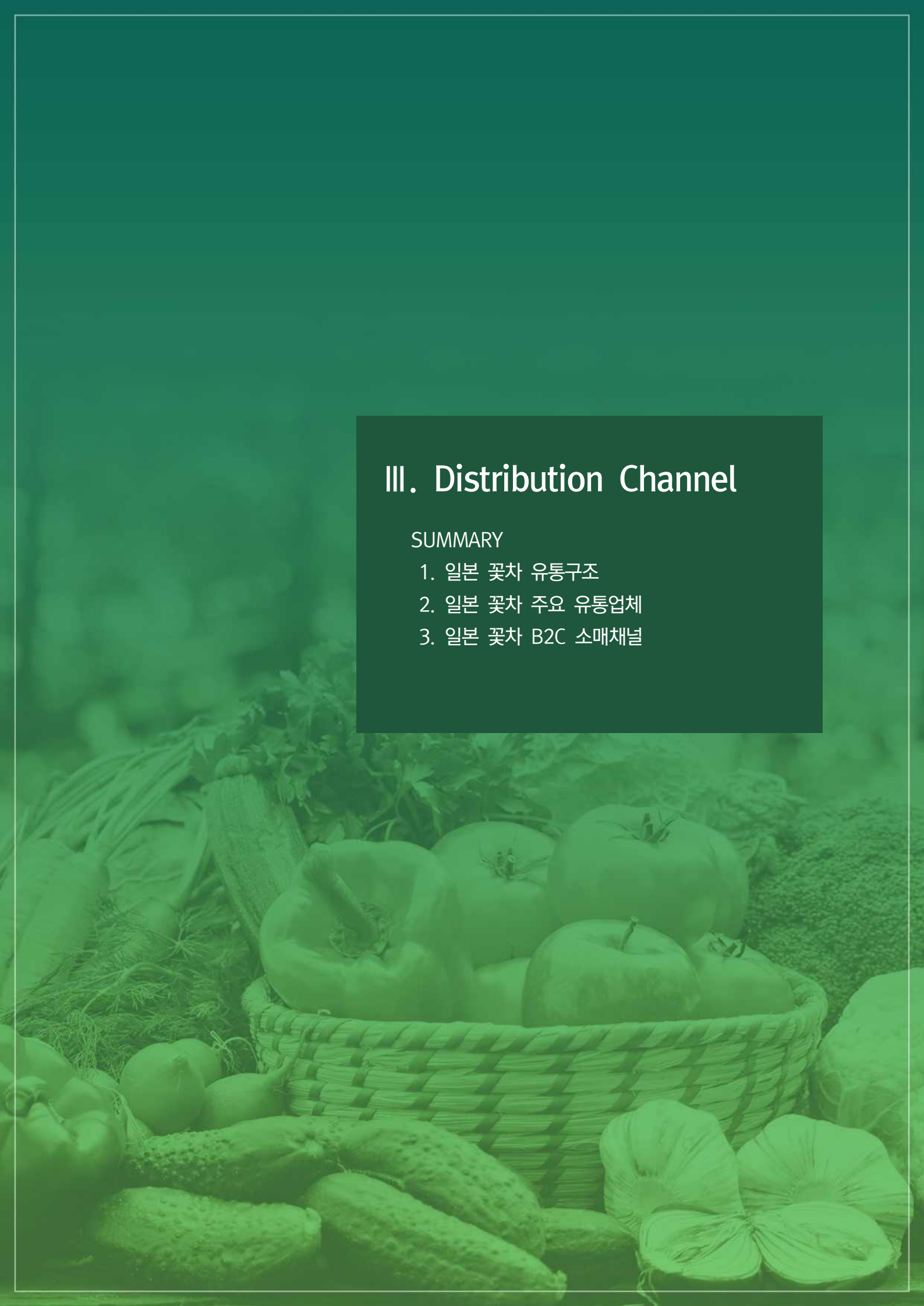


자료 : 제품 A, B, C의 소비자 후기 각 1,499건, 1,500건, 247건 분석

### III. Distribution Channel

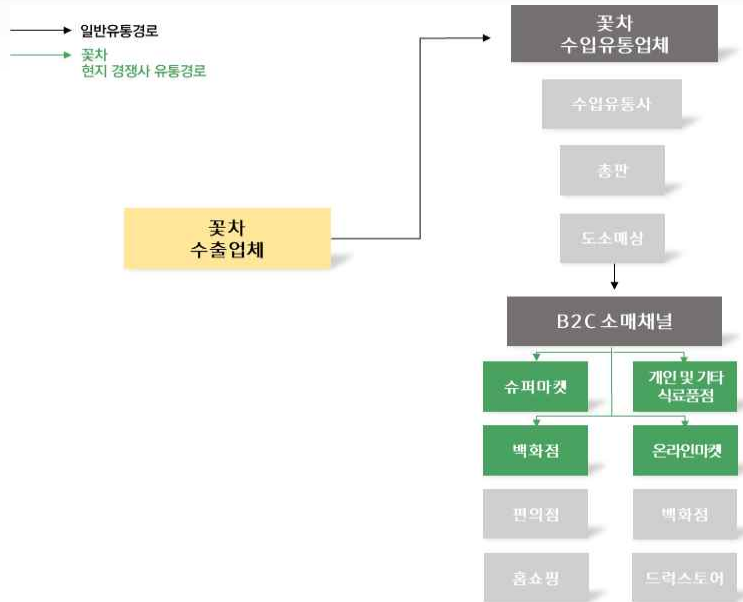
#### SUMMARY

1. 일본 꽃차 유통구조
2. 일본 꽃차 주요 유통업체
3. 일본 꽃차 B2C 소매채널



# Distribution Channel

(유통채널)



## 일본 (JAPAN)

### 차(Tea) 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>18)19)</sup>	주요 채널 <sup>20)</sup>
B2C 소매 채널	슈퍼마켓	32.5%	맥스밸류(MaxValu), 라이프(Life), 마루잇슈(Maruetsu), 요크-베니마루(York-Benimaru), 바로(Valor)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>21)</sup>	26.7%	장터, 총각네, 히로바
	백화점	20.8%	다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠크시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan), 한큐(Hankyu), 소고(Sogo), 마루이(O101), 세이부(Seibu), 도큐(Tokyu), 한신(Hanshin)
	홈쇼핑	5.9%	주피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 자파넷다카타(Japanet Takata), 큐브이씨(QVC)
	온라인	5.8%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 벨라메종(Belle Maison)
	비 식료품점	5.2%	(-)
	편의점	3.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

18) 2018년 기준, 일본 내 차(Tea)의 유통채널 점유율임

19) '꽃차'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '차(Tea)'의 정보를 확인함

20) 채널 분류에 따른 일본 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

21) 개인 및 기타 식료품점에는 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크, 아시안마트, 유기농마트 등이 해당함

## 1. 일본 꽃차 유통구조

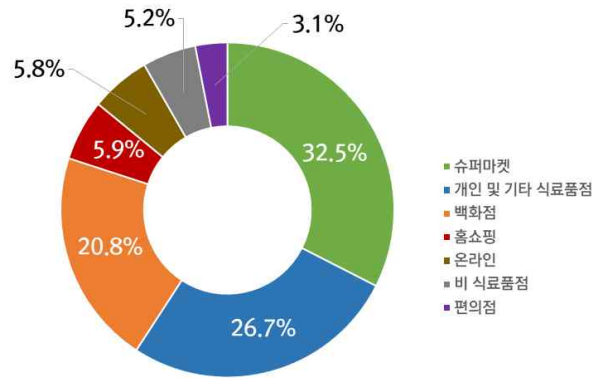
### 품목 구분 및 분류

품목	꽃차
구분	꽃차
범주	차(Tea)

### ▶ 일본 꽃차 주요 채널

‘슈퍼마켓(32.5%), 개인 및 기타 식료품점(26.7%), 백화점(20.8%)’

[표 3.1] 일본 차(Tea) 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 일본 차(Tea) 유통채널 현황

채널 유형	차(Tea) 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	슈퍼마켓	32.5%	맥스밸류(MaxValu), 라이프(Life), 마루잇슈(Maruetsu), 요크-베니마루(York-Benimaru), 바로(Valor)
	개인 및 기타 식료품점	26.7%	장터, 총각네, 히로바
	백화점	20.8%	다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠크시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan), 한큐(Hankyu), 소고(Sogo), 마루이(O1O1), 세이부(Seibu), 도큐(Tokyu), 한신(Hanshin)
	홈쇼핑	5.9%	주피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 자파넷다카타(Japanet Takata), 큐브이씨(QVC)
	온라인	5.8%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 벨라메종(Belle Maison)
	비 식료품점	5.2%	(-)
	편의점	3.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과



## 2. 일본 꽃차 주요 유통업체

- ▶ 슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점, 백화점이 대표적  
 추가로, 드럭스토어에서 유사 품목 판매가 확인되어 조사 채널에 포함

[표 3.3] 일본 꽃차 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>22)</sup> , 매장 수	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	맥스밸류 (MaxValu)	슈퍼마켓	약 20억 8,704만 달러 (약 2조 4,128억 원)	일동홍차(日東紅茶), 퐁파두르(Pompadour), 트와이닝스(Twinings)	0
2	라이프 (Life)	슈퍼마켓	약 60억 898만 달러 (약 6조 9,470억 원)	퐁파두르(Pompadour), 트와이닝스(Twinings), 이토엔(ITO EN)	0
3	마루엣츠 (Maruetsu)	슈퍼마켓	약 34억 2,596만 달러 (약 3조 9,608억 원)	선토리(サントリ), 키린비버릿지 (キリンビバレッジ), 카네마츠 제약 (カネ松製茶), 우지야스(宇治安)	0
4	장터	한인마트	약 4,303만 달러 (약 497억 4,698만 원)	A사, B사, C사, D사, E사, F사	0
5	내추럴하우스 (Naturalhouse)	유기농마트	매장 수(18): 16개	가든오브더안데스 (Garden of the Andes), 엔에이치(NH), 클리퍼(Clipper)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

22) 1달러=1,156.10원 (2019.11.11., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	다카시마야 (Takashimaya)	백화점	약 83억 5,938만 달러 (약 9조 6,643억 원)	우지코엔(宇治香園), 나가미네소노(長峰園), 아이코쿠세이차 (愛国製茶)	0
7	이세탄 (Isetan)	백화점	약 83억 9,740만 달러 (약 9조 7,082억 원)	우푸티(UFFUTEA), 나바라사(ナヴァラサ), 트와이닝(Twinings), 웨지우드(Wedgewood)	0
8	라쿠텐 (Rakuten)	온라인	약 152억 2,050만 달러 (약 17조 5,964억 원)	클리퍼(Clipper), 리모티-(RIMTAE), 니토티(日東紅茶), 트와이닝스(Twinings), 이토엔(ITO EN)	0
9	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 448억 4,226만 달러 (약 51조 8,421억 원)	이토엔(ITO EN), 세븐프리미엄 (7 Premium)	0
10	마쓰모토키요시 (マツモトキヨシ)	드럭스토어	약 52억 7,345만 달러 (약 6조 966억 원)	일동홍차(日東紅茶), 트와이닝스(Twinings), 이토엔(ITO EN)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 일본 꽃차 B2C 소매채널

#### 1) 슈퍼마켓



#### ① 맥스밸류(MaxValu)

기업 기본 정보	기업명	맥스밸류(MaxValu)	
	홈페이지	www.mv-tokai.co.jp	
	위치	시즈오카(Shizuoka)	
	규모	매출액(*18)	약 20억 8,704만 달러 (약 2조 4,128억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수(*19): 약 736개 (국내) 약 92개 (해외)	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1948년 설립</li> <li>- 일본 내 대형마트그룹 이온(Aeon)이 인수하면서 100% 지분을 보유하고 새롭게 만든 슈퍼마켓 체인점</li> <li>- 자체 브랜드 제품 생산에 집중</li> <li>- 일본 전역에 약 600개 이상의 지점을 보유</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오후 9시 이후 야간 할인을 자주 진행</li> <li>- 홈페이지 상에서 매달 식단을 제공</li> <li>- 2019년 10월 허니웰(Honeywell)사의 R448A 냉장·냉동 시스템 도입</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	릴렉스캐모마일 (Relax Chamomile)
		종류	차
		용량	150g
		원산지	일본

자료: 맥스밸류(MaxValu) 홈페이지, 이온 온라인(Aeon online) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 쿨링포스트(Coolingpost) 홈페이지  
 사진자료: 재팬쇼핑나우(Japan Shopping Now), 맥스밸류(MaxValu) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 차류, 건강식품, 주류, 음료류, 유제품 등</li> <li>- 일반: 주방용품, 세탁용품, 애완용품, 유아용품, 의료용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강을 강조한 제품</li> <li>- 다이어트에 도움이 되는 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 새로 입점한 제품에 'NEW'라고 표기하여 소비자의 관심을 유도</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 유선 연락을 통한 입점 문의</li> <li>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ol>	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① AEON 공급업체 행동지침 준수</li> <li>· 평가 기준 ② 제조시설 자체 또는 외부 감사 실시</li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: +81-055-989-3600</li> </ul>	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cordonvert (식품 및 주류 브로커)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : cordonvert.jp</li> <li>- 홈페이지 통해 직접 문의</li> <li>- 기업소개 : AEON 기업에서 운영하며, 맥스밸류를 포함한 여러 자회사로 납품</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 맥스밸류(MaxValu) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 라이프(Life)

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)
	홈페이지	www.lifecorp.jp
	위치	도쿄(Tokyo)
	규모	매출액('17) 약 60억 898만 달러 (약 6조 9,470억 원)  기타 규모 - 매장 수('19): 270개 - 직원 수('19): 약 27,297명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1956설립</li> <li>- 수도권 4개의 현, 킨키 지역 5개의 현에서 270개의 매장을 운영</li> <li>- 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6%를 차지</li> <li>- 온라인 몰 운영하여 배송서비스 제공</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2018년(헤세이 30년)도 장애인 고용에 대한 감사장 수상</li> <li>- 가와사키시(川崎市) 지점 오픈</li> <li>- 10월 간편결제 Paypay로 결제 시 10%페이백 이벤트 진행</li> <li>- 2021년까지 50개 매장 추가 개장을 목표로 하며, 매장 개장 및 보수에 200억 엔 투자 계획</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명 로즈힙앤히비스커스 플라워스 (Rosehip & Hibiscus Flowers) 종류 차 용량 35g 원산지 일본

자료: 라이프(Life) 홈페이지, 핀티데(Fintide) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)  
 사진자료: 라이프(Life) 홈페이지, 옐프(Yelp)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 식선식품, 육류, 해산물, 음료류, 차류, 즉석식품, 스낵류, 소스류, 유제품 등</li> <li>- 일반: 주방용품, 욕실용품, 문구류, 잡화류, 애완용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고급 포장 제품</li> <li>- 말차가 가미된 제품과 함께 포장된 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 선물용 제품을 다수 취급함</li> <li>- 유통기한 철저히 지킴</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 (s620@lifecorp.co.jp)</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: +81-03-5807-5493 (수도권 - 도쿄)</li> <li>- 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이</li> </ul>

자료: 라이프(Life) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 마루엣츠(Maruetsu)

	기업명	마루엣츠(Maruetsu)	
	홈페이지	www.maruetsu.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('17)	약 34억 2,596만 달러 (3조 9,608억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	- 매장 수('19): 298개
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1945년 창업, 1952년 설립</li> <li>- 1977년, 식품 슈퍼마켓으로서는 처음으로 상장</li> <li>- 2002년, 200점포 달성</li> <li>- 2012년, 중국진출을 위해 쉰닝전기주식유한공사(蘇寧電器股份有限公司)와 합병회사를 설립 후, 2013년에 중국 1호점 개점</li> </ul>		
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2015년부터 (주)카스미, (주)맥스밸류 관동과 경영 통합한 공동 지주회사 '주식회사 유나이티드 슈퍼마켓 홀딩스'를 설립함</li> <li>- 2019년 9월 매출액 전년 대비 2.4% 증가</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	긴센메에차 2세트 (吟選銘茶 2 Set)
		종류	차
		용량	각 100g
		원산지	일본

자료: 마루엣츠(Maruetsu) 홈페이지, 마루엣츠 라쿠텐(Maruetsu Rakuten), 유로모니터(Euromonitor) 사진자료: 마루엣츠(Maruetsu) 홈페이지, 마루엣츠 라쿠텐(Maruetsu Rakuten)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 지역별 특산품, 스낵류, 차류, 선물세트 등</li> <li>- 일반: 생활용품, 잡화류, 방제품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 특별한 직영 홈페이지는 없으며, 야후재팬 및 라쿠텐 페이지를 통한 전용 판매처가 있음</li> <li>- 슈퍼의 식료품을 인터넷으로 구입하여 집으로 배달해주는 서비스 페이지가 별도로 있음</li> </ul> </li> </ul>		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지 통해 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 메뉴 お問い合わせ - 商談窓口 클릭 후, 취급 상품 및 연락 부서 확인 후 제안서 제출(www.maruetsu.co.jp/syoudan)</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 상품명 및 상품 소개</li> <li>② 회사 소개(회사명, 자본금, 홈페이지 주소, 주요 거래처 등)</li> <li>③ 담당자명 및 연락처</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유선 연락이나 팩스를 통한 입점 문의 받지 않음</li> <li>- 지역별 매장 리스트 및 연락처 상이</li> </ul>	


자료: 마루엣츠(Maruetsu) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



2) 한인마트

**장터** 韓国広場

① 장터

기업 기본 정보	기업명	장터		
	홈페이지	www.ehiroba.jp/hiroba		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액('18)	약 4,303만 달러 (약 497억 4,698만 원)	
		기타 규모	직원 수('18): 165명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1992년 설립</li> <li>- 1996년 주식회사로 변경</li> <li>- 동경 최대의 한국 식품 도매 센터 보유</li> <li>- 한국 식품 약 3,000종류 취급</li> <li>- B2C 뿐만 아니라 B2B 비즈니스를 통해 일본 내 한식 또는 일반 소매점이 필요한 식재료를 판매</li> <li>- 주로 취급하는 브랜드로는 한국 대형 기업들(C社, N社, H社, O社, J社, S社 등)이 있음</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019 SUMMER SALE을 통하여 5~30% 할인 이벤트를 진행</li> <li>- 한식 요리 강좌를 개설하여 운영</li> <li>- 최근 안주, 면류 신제품 입점 홍보</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	E社 대추차	
		종류	차	
		용량	195g	
		원산지	한국	

자료: 장터(Hiroba) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)  
 사진자료: 장터(Hiroba) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 반찬류, 소스류, 즉석식품, 주류, 육류, 해산물, 곡류, 스낵류, 차류, 건강식품 등</li> <li>- 일반: 가정용품, 주방용품, 식기류, 뷰티용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 신제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홍삼차, 썬차와 같이 현지인에게 다소 생소한 한인교민을 대상으로 한 제품을 판매하고 있음</li> </ul> </li> </ul>		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 (yahooshop@ehiroba.jp)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: +81-03-3232-5400</li> </ul>	

자료: 장터(Hiroba) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 유기농마트



① 내추럴하우스(Naturalhouse)

	기업명	내추럴하우스(Naturalhouse)	
	홈페이지	www.naturalhouse.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모	매장 수 <sup>(18)</sup> : 16개 <sup>(23)</sup> 직원 수 <sup>(18)</sup> : 249명
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1982년 설립</li> <li>- 다양한 자체 브랜드 보유</li> <li>- 현지 유기농 제품을 주로 취급하며, 홈페이지에서 현지 농가들에 대한 정보 제공</li> <li>- 온라인 몰 운영</li> <li>- Apple Village 멤버십 제도 운영하여 소비자들에게 현지 농가 방문 체험 기회 제공</li> <li>- 공식 온라인 몰 외에도 Natural Cart, Honest Bee 사이트에서 온라인으로 제품 판매</li> <li>- 2018년 기준 자본금 5,000만 엔(한화 약 5억 2,923억 원<sup>(24)</sup>) 보유</li> </ul>	
			
기업 최근 이슈		- 2019년 8월 현지농가 연계 워크숍 프로그램 진행	
유사제품 정보		제품명	로즈힙허브티 (Rosehip Herb Tea)
		종류	차
		용량	50g
		원산지	칠레

자료: 내추럴하우스(Naturalhouse) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)  
 사진자료: 내추럴하우스(Naturalhouse) 홈페이지

23) 직영점 15개, 가맹점 1개

24) 100엔=1,058.46원 (2019.11.11., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 과일류, 채소류, 즉석식품, 차류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 화장품, 유아용품, 욕실용품, 세제류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 유기농 제품, 해외 유기농 제품, 현지 제품 순으로 선호</li> <li>- JAS 인증마크<sup>25)</sup> 제품 선호</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 화장품의 경우 동물실험을 하지 않은 제품만 취급</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통한 문의 - 홈페이지 하단 메뉴 企業情報-お問い合わせ에서 입점 문의 작성 (naturalhouse.co.jp/inquiry) - 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일, 전화번호, 문의항목, 문의내용
	등록 조건	· 평가 기준 ① 신선 과일·채소 살충제 사용 금지
	특이사항	- 문의사항 연락처: +81-03-5469-1411

자료: 내추얼하우스(Naturalhouse) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

25) 일본농림규격(Japanese Agricultural Standard)

4) 백화점



① 다카시마야(Takashimaya)

	기업명	다카시마야(Takashimaya)	
	홈페이지	www.takashimaya.co.jp	
	위치	오사카(Osaka)	
	규모	매출액('18)	약 83억 5,938만 달러 (약 원)
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수('18): 19개 (국내) / 4개 (해외) - 직원 수('18): 13,631명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1831년 교토에서 의복점으로 창업</li> <li>- 1922년, 오사카에 백화점으로서 첫 점포 개점</li> <li>- 1930년, 상호를 주식회사 타카시마야 로 변경</li> <li>- 1933, 도쿄 첫 백화점 개점</li> <li>- 1993년, 상가폴 자점 개점</li> <li>- 2011년, 창립 180주년</li> <li>- 2012년, 상하이 자점 개점</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 개점 60주년을 기념하여 여름 그랜드 세일 진행 중 (식료품 포함)</li> <li>- 다카시마야 백화점 한정으로 요코야마 다이칸의 명작 “봉래산”(“蓬莱山”)상자에 담긴 과자 판매 중</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	아이코쿠 제자 (愛国製茶)
		종류	차
		용량	80g
		원산지	일본

자료: 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)  
 사진자료: 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 제과류, 차류, 주류, 신선식품 등</li> <li>- 일반: 잡화류, 화장품, 가구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 계절 식품, 선물세트 상품</li> <li>- 프리미엄 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일반 인터넷 쇼핑몰에서 볼 수 없는 고급 브랜드 제품/식품 취급</li> <li>- 차 종류의 경우 주로 일본산 고급 선물세트로 판매</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	각 지역별 입점 희망 점포 온라인 사이트를 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)
	특이사항	- 입점 희망 지점에 따라 연락처 상이 (지점별 홈페이지 접속하여 입점 문의 진행)

자료: 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 이세탄(Isetan)

	기업명	이세탄(Isetan)	
	홈페이지	www.isetan.mistore.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('18)	약 83억 9,740만 달러 (약 9조 7,082억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1886년, 섬유회사로 시작</li> <li>- 1924년, 간토 대지진 후 백화점 형태로 설립</li> <li>- 1930년, ㈜이세탄 설립</li> <li>- 1933년, 도쿄 내 신주쿠 본점 개점</li> <li>- 1972년, 싱가포르 첫 해외 점포 개점</li> <li>- 2008년, 이세탄 미츠코시 홀딩스 주식회사 설립</li> <li>- 싱가포르, 태국, 말레이시아, 중국 등 진출</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈	- 2019년 말 12월 22일에 싱가포르 웨스트게이트(Westgate)에 위치한 백화점을 폐쇄 결정함		
유사제품 정보		제품명	히비스커스 (ハイビスカス)
		종류	차
		용량	20g
		원산지	일본

자료: 이세탄(Isetan) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)  
 사진자료: 이세탄(Isetan) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 즉석식품, 제과류, 주류, 음료류, 차류, 신선식품 등</li> <li>- 일반: 잡화류, 화장품, 완구류, 가구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 프리미엄 제품</li> <li>- 고급 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 엠아이카드(MI CARD)를 통한 쇼핑 특별 혜택을 제공</li> </ul> </li> </ul>	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p style="text-align: center;"> <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록                 </p> <hr/> <p>홈페이지 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 お問い合わせ에서 입점 문의 (mistore.jp/miguide/inquiry)</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>

자료: 이세탄(Isetan) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



5) 온라인



① 라쿠텐(Rakuten)

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)		
	홈페이지	www.rakuten.com		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액('18)	약 152억 2,050만 달러 (약 17조 5,964억 원)	
		기타 규모('17)	직원 수: 14,826명	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1997년 설립</li> <li>- B2B, B2C 이커머스(e-commerce) 플랫폼 회사로 일본 내 가장 규모가 큼</li> <li>- 미국, 프랑스, 브라질, 독일, 영국, 스페인 등으로 온라인 플랫폼을 확장하여 글로벌 기업으로 성장</li> <li>- 무역뿐 아니라 미디어 및 스포츠, 에너지, 투자 등 다양한 분야에서도 서비스를 제공</li> </ul>		
				
기업 최근 이슈		- 중국 다롄(Dalian)지역 내 두 번째 개발 센터를 오픈하면서 인공지능 및 빅데이터 기술 개발에 집중		
유사제품 정보		제품명	카네이션 공예차 (カーネーション 工藝茶)	
		종류	꽃차	
		용량	(-)	
		원산지	중국	

자료: 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)  
 사진자료: 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지

입점 및 협력 정보


입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 스낵류, 향신료, 차류, 음료류 등</li> <li>- 일반: 장난감, 유아용품, 의류, 액세서리류, 가전제품, 문구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미디어, 마케팅, 투자서비스 등 9개의 다양한 서비스를 제공함</li> <li>- 제품뿐만 아니라 제품을 취급하는 브랜드 및 매장을 소개함</li> <li>- 제품에 따른 캐시 백(Cash Back) 및 쇼핑혜택을 제공함</li> <li>- 꽃차 종류가 매우 다양하며, 개인 판매자 제품이 많은 편임</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지(ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry)를 통한 문의 - 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 - 홈페이지 가입 정보 ① 회사정보(사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호, 대표 Fax 번호, 대표자명) ② 운영담당자정보(담당자명, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형)
	특이사항	- 문의사항 연락처: sales-list@rakuten.com

자료: 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

6) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)								
	홈페이지	www.sej.co.jp (편의점) www.7andi.com (그룹)								
	위치	도쿄(Tokyo)								
	규모	매출액('18)	약 448억 4,226만 달러 (약 51조 8,421억 원)							
기업 요약	기타 규모	- 진출 국가 수: 16개국 - 매장 수: 약 68,236개(전체)								
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1973년 설립, 1974년 도쿄에 1호점 출점</li> <li>- 1978년, 사명을 '주세븐일레븐 재팬'으로 개칭</li> <li>- 1993년, 점포수 5,000점 달성</li> <li>- 2004년, 중국에 합병회사를 설립하고 중국 1호점 출점</li> <li>- 2005년, (주)세븐&amp;아이 홀딩스 설립, 주식 상장 및 기존의 세븐일레븐을 자회사화</li> <li>- 2007년, 소매업으로서는 세계 최대 체인 점포수 달성</li> <li>- 2018년, 일본 내 점포수 2만개 돌파</li> </ul>								
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오키나와 지역에 첫 점포 오픈</li> <li>- 일본 7Pay app 해킹으로 인한 소비자 피해 발생</li> <li>- 2019년 9월 기준 전월 대비 매장 수 감소했으며, 1,000개 매장 폐점 예정</li> </ul>									
	유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>루이보스티백 (Rooibos Tea Bag)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>차</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>40g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>일본</td> </tr> </table>	제품명	루이보스티백 (Rooibos Tea Bag)	종류	차	용량	40g	원산지
제품명	루이보스티백 (Rooibos Tea Bag)									
종류	차									
용량	40g									
원산지	일본									

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 세븐&아이 홀딩스(7&I holdings), 유로모니터(Euromonitor) 지즈모도(Gizmodo), 재팬타임스(japantimes)  
 사진자료: 아마나이미지(Amanaimages), 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차류, 제과류 등</li> <li>- 일반: 서적류, 화장품, 문구, 주방용품, 위생용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 편의점 특성상 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전자 서적 및 음원 판매</li> <li>- 자체브랜드 7 Premium 차 제품 판매</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 (7andi-helpline@integrex.jp) - SEVEN&i 홈페이지 통해 직접 문의 첨부 파일 작성하여 이메일로 송부 (7andi.com/en/csr/suppliers/helpline.html) (7andi-helpline@integrex.jp)	
	등록 조건	· 평가 기준 ① SEVEN&i 그룹 기업 행동지침 준수	
	특이사항	- 문의사항 연락처: +81-03-5793-4370	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

7) 드럭스토어



① 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)

	기업명	마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)	
	홈페이지	www.matsukiyo.co.jp	
	위치	지바(Chiba)	
	규모	매출액('18)	약 52억 7,345만 달러 (약 6조 966억 원)
기타 규모		매장 수('18): 898개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1954년 설립</li> <li>- 자본금 210억 8,600만 엔(약2,232억 원) 보유</li> <li>- 매장이 주로 시부야, 신주쿠, 이케부루코, 긴자, 신사이바시 등 접근성이 좋은 도심 중심가에 위치</li> <li>- 주 고객층은 10대~20대 여성이며, 최근 남성 고객층이 증가</li> <li>- 자체 브랜드 'MK CUSTOMER' 제품 종류를 계속해서 늘려갈 계획</li> <li>- 온라인 물에서 약 13,000개의 제품을 판매하며, 배송 서비스 제공</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 10월, 11월 가을 할인 행사 진행</li> <li>- 칸토 및 간사이 지방에 매장 개장 예정</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	킵인마이보틀재스민티 (Keep in my Bottle Jasmine Tea)
		종류	차
		용량	14g
		원산지	일본

자료: 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 마쓰모토키요시 2018 연간보고서(Consolidated Financial Results)

사진자료: 교토아반티(KyotoAvanti) 홈페이지, 도톤보리(Dotonbori) 홈페이지

입점 및 협력 정보

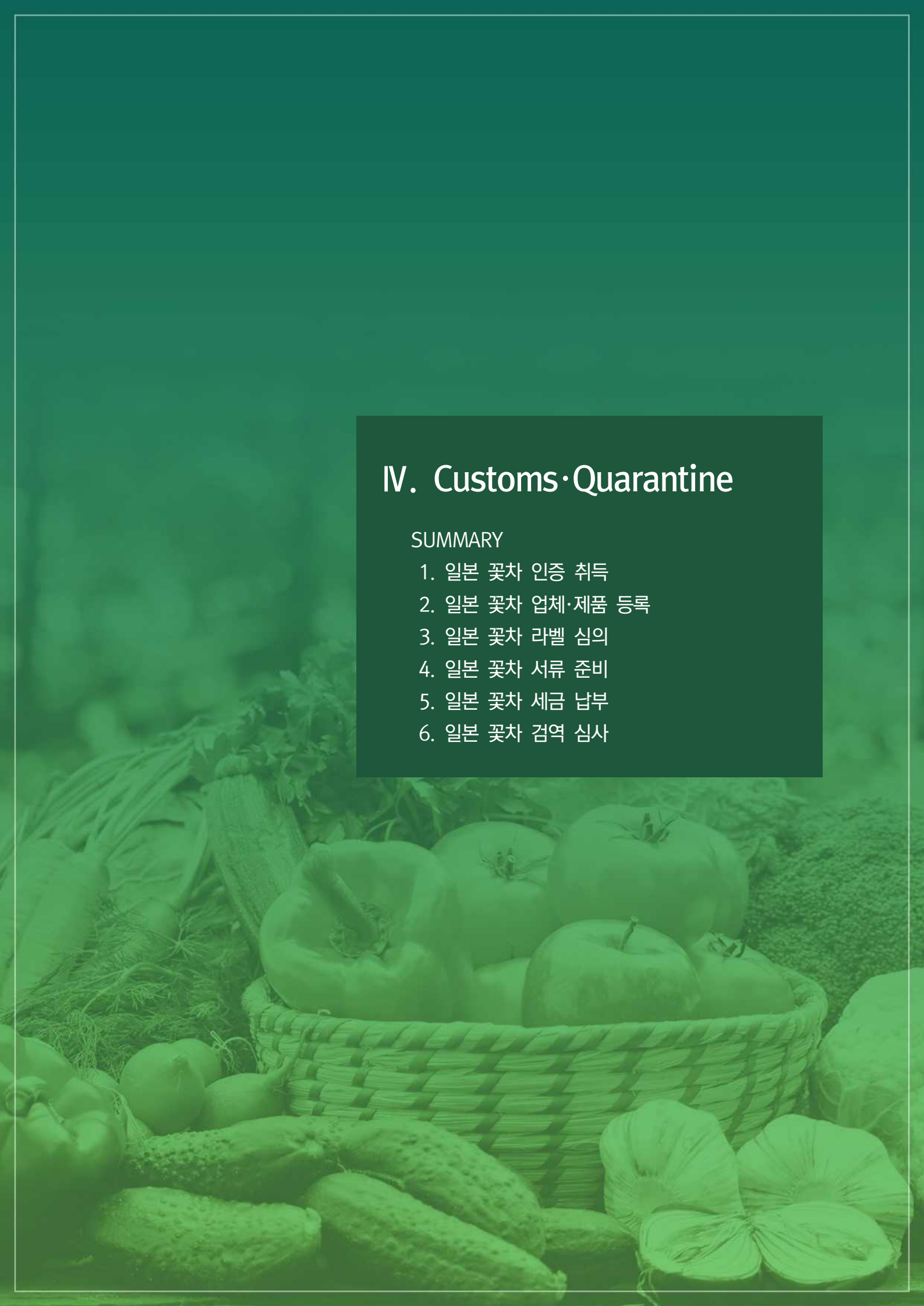
입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 차류, 건강식품, 스낵류 등</li> <li>- 일반: 의약품, 화장품, 위생용품, 세제류, 주방용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 엄격한 품질 검사를 거친 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 음료의 경우 온라인 몰에서 대용량으로 판매</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 よくある質問・お問い合わせ 클릭하여 문의사항 작성 클릭(matsukiyo.co.jp/store/contact/entry)</li> <li>- 홈페이지 기입 정보: 문의 유형, 이름, 이메일, 전화 번호, 문의 내용 등</li> </ul>	
	특이사항	- 문의사항 연락처: +81-047-344-5111	

자료: 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

## IV. Customs·Quarantine

### SUMMARY

1. 일본 꽃차 인증 취득
2. 일본 꽃차 업체·제품 등록
3. 일본 꽃차 라벨 심의
4. 일본 꽃차 서류 준비
5. 일본 꽃차 세금 납부
6. 일본 꽃차 검역 심사



# Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>강제 인증 無</li> </ul>	(-)
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>사전 심사 無</li> </ul>	(-)
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> <li>필수 등록 절차 無</li> <li>가공식품 사전등록 가능</li> <li>통관절차 간소화를 위한 사전 등록 가능</li> </ul>	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : <a href="http://www.mhlw.go.jp">www.mhlw.go.jp</a> (*) 한국농수산물유통공사(aT) - 문의처 : <a href="http://global.at.or.kr">global.at.or.kr</a>
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>라벨 표기사항</li> <li>별도 심의 사항 없음</li> <li>일본 식품표기법 규정 준수</li> </ul>	(*) 일본 후생노동성 - 식품표시법(食品表示法) - 문의처 : <a href="http://www.mhlw.go.jp">www.mhlw.go.jp</a>
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>일반 서류</li> <li>원산지 증명서</li> </ul>	(*) 일본 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.customs.go.jp">www.customs.go.jp</a>
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>포워딩 업체 섭외</li> </ul>	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입신고</li> <li>서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청</li> <li>수입신고서(C-5020), 상업송장 등</li> </ul>	(*) 일본 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.customs.go.jp">www.customs.go.jp</a>
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>납세 신고</li> <li>수입 신고 후 세금 납부</li> <li>통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등</li> <li>관세 34엔/kg</li> <li>소비세 5%</li> </ul>	(*) 일본 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.customs.go.jp">www.customs.go.jp</a>
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>서류 심사</li> <li>제품 검사</li> <li>제품, 통관이력 등에 대한 심사 결과, 후생노동성이 정한 규정에 따라 검사 진행</li> </ul>	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : <a href="http://www.mhlw.go.jp">www.mhlw.go.jp</a> (*) 일본 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.customs.go.jp">www.customs.go.jp</a>



## 1. 일본 꽃차 인증 취득

### 인증 취득

일본으로 제품 수입 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 꽃차

꽃차 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 일본 수입식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

일본으로 꽃차 수출 시 사전에 취득하여야 하는 강제 인증 사항은 없는 것으로 확인됨. 일본의 식품 수입 및 유통 관련 인증은 후생노동성(Ministry of Health, Labour and Welfare, MHLW)에서 관련 기준 수립 및 규제를 실시하고 있음.<sup>26)</sup> 2018년 6월 MHLW에서 발표한 식품위생법 개정사항<sup>27)</sup>에 따르면, 자국 내 사업자를 대상으로 HACCP 제도화를 계획하고 있으며, 수입 식품에 대한 적용 사항은 논의 중에 있음

기타 식품 생산 안전 관련 인증으로 ISO 22000, IFS 등이 있으며, 식품 품질 인증으로 JAS(Japanese Agricultural Standard)이 있음. 해당 인증사항은 지정 인증기관을 통해 취득이 가능함

[표 4.1] 일본 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	필수	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
JAS	식품 품질 인증	선택	후생노동성 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

26) 일본 후생노동성(MHLW)는 식품위생법(食品衛生法)에 따라 식품의 첨가물 기준 등을 수립하고 해당 기준에 따라 규제하고 있으며, 소비자청(CAA)은 식품표시법(食品表示法)에 따라 식품 표시 관련 사항을 규제하고 있음

27) 2018년 6월 식품위생법의 주요 개정 사항에 따르면, 수입 식품의 위생상 안전성이 요구되는 식품(식육, 식조육 등)은 수출국 정부에서 확인한 시설 등에서 제조된 것, 유 및 유제품, 굴 등의 식품위생상 위험이 커질 우려가 있는 식품은 수출국 정부가 발행한 위생증명서를 첨부하도록 하고 있음.

[표 4.2] 일본 식품 인증 취득

		절차	기간
HACCP		서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
		서류	비용
		신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000		절차	기간
		서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
		서류	비용
		신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
		서류	비용
		신청서 등	약 900-1,000만원
BRC Food Safety		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만원
FSSC 22000		절차	기간
		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만원
JAS		절차	기간
		서류제출>서류 평가>현장 평가>개선요구>인증>사후관리	약 4-8주
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 제조과정 정보 등	-

자료 : 각 인증기관

## 2. 일본 꽃차 업체·제품 등록

### 업체·제품 등록

일본으로 제품 수입 시,  
요구되는 업체 또는 제품  
등록제도 정보 제공

### 꽃차

꽃차 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 식품 수입 시 필수 등록 요건 ‘없음’
- ▶ 통관 절차 간소화를 위한 후생노동성의 ‘가공식품 사전등록 가능’

일본 후생노동성은 일본으로 수입되는 식품 제품에 대하여 필수적인 사전 등록 절차를 요구하지 않으며, 해외 업체의 등록 절차도 요구하지 않음. 다만, 수입을 하는 과정에서 일어나는 통관 절차 시 수입 식품에 대한 검사 요건을 완화하고 원활한 통관을 위하여 수입 식품에 대한 사전 검사 및 등록 제도를 실시하고 있음. 해당 절차를 통하여 사전 확인을 받게 되면, 등록번호가 기재된 수입 신고서를 제출하여 보다 원활한 통관 절차의 수행이 가능함

대상 식품은 농축산물 및 수산물의 1차 생산품 또는 간이 가공품을 제외한 가공식품<sup>28)</sup>으로, 식품 위생법이 정하고 있는 규정에 적합한지에 대하여 확인하게 됨

[표 4.3] 일본 수입 전 등록 제도

적용 규제	식품위생법
담당 기관	일본 후생노동성(MHLW)
국내 신청 기관	한국농수산물유통공사(aT)
필요 정보 및 서류	a. 신청서 b. 상품 리스트 c. 위생검사표 d. 성분분석표 및 제조공정도 e. 시험성적증명서 - 수입업체 발급 시험성적증명서 제출 가능 f. HACCP 인증서
절차	a. 서류 제출 b. 서류 검토 (aT) c. 서류 심사 d. 현장 실사 e. 등록 통보

자료 : 정부24, 한국농수산물유통공사(aT)

28) 가공(건조, 가열, 발효 또는 기타 가공)된 차는 수입 식물 검역 규정에 따라 식물 검역 절차를 거쳐야 하는 식품에 해당하지 않는 일반 가공식품에 해당함. 다만, 사전 수입식품등록이 가능한지에 대해서는 당국의 확인이 필요함

### 3. 일본 꽃차 라벨 심의

#### ▶ 일본 라벨 규정

[표 4.4] 일본 라벨 관리 규정

●	<b>라벨 심의</b>	<b>적용 규제</b>	Food Sanitation Act, Health Promotion Act														
	일본으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	<b>세부 규정</b>	Food Labeling Act(食品表示法) No. 70 of June 28, 2013														
●	<b>꽃차</b>	<b>라벨 표기사항 (항목)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 제품명</li> <li>· 원산지</li> <li>· 수입자 정보</li> <li>· 원료 정보</li> <li>· 식품첨가물</li> <li>· 순중량</li> <li>· 유통기한</li> <li>· 보관방법</li> <li>· GMO 성분에 대한 표시</li> <li>· 알레르기 정보</li> <li>· 영양성분</li> </ul>														
	꽃차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함		<b>세부 내용</b>	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>표기 언어</b></td> <td>일본어로 표기할 것 폰트의 최소사이즈는 8포인트로 할 것</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>식품첨가물</b></td> <td>식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입할 것 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용할 것 (e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate) 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>라벨 표기사항 (가이드)</b></td> <td> <table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>영양성분</b></td> <td>열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성 할 것 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>유통기한</b></td> <td>제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>원료정보</b></td> <td>가장 일반적인 명칭으로 기재 할 것 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기 할 것</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>보관방법</b></td> <td>보관에 적절한 보관 방법에 대한 내용 표기 상온 보전 의외 유의 사항 없을 시, 미 표기</td> </tr> </table> </td> </tr> </table>	<b>표기 언어</b>	일본어로 표기할 것 폰트의 최소사이즈는 8포인트로 할 것	<b>식품첨가물</b>	식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입할 것 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용할 것 (e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate) 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성	<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>영양성분</b></td> <td>열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성 할 것 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>유통기한</b></td> <td>제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>원료정보</b></td> <td>가장 일반적인 명칭으로 기재 할 것 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기 할 것</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>보관방법</b></td> <td>보관에 적절한 보관 방법에 대한 내용 표기 상온 보전 의외 유의 사항 없을 시, 미 표기</td> </tr> </table>	<b>영양성분</b>	열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성 할 것 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것	<b>유통기한</b>	제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기	<b>원료정보</b>	가장 일반적인 명칭으로 기재 할 것 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기 할 것	<b>보관방법</b>
<b>표기 언어</b>	일본어로 표기할 것 폰트의 최소사이즈는 8포인트로 할 것																
<b>식품첨가물</b>	식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입할 것 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용할 것 (e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate) 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성																
<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>영양성분</b></td> <td>열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성 할 것 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>유통기한</b></td> <td>제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>원료정보</b></td> <td>가장 일반적인 명칭으로 기재 할 것 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기 할 것</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>보관방법</b></td> <td>보관에 적절한 보관 방법에 대한 내용 표기 상온 보전 의외 유의 사항 없을 시, 미 표기</td> </tr> </table>	<b>영양성분</b>	열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성 할 것 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것	<b>유통기한</b>	제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기	<b>원료정보</b>	가장 일반적인 명칭으로 기재 할 것 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기 할 것	<b>보관방법</b>	보관에 적절한 보관 방법에 대한 내용 표기 상온 보전 의외 유의 사항 없을 시, 미 표기								
<b>영양성분</b>	열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성 할 것 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것																
<b>유통기한</b>	제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기																
<b>원료정보</b>	가장 일반적인 명칭으로 기재 할 것 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기 할 것																
<b>보관방법</b>	보관에 적절한 보관 방법에 대한 내용 표기 상온 보전 의외 유의 사항 없을 시, 미 표기																

자료 : 일본 소비자청(CAA), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), KATI농식품수출정보

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	수입자 및 제조사 정보	수입업체의 이름 및 주소, 제조자의 이름 및 주소 정보를 기재할 것
		GMO 성분 표기	등록된 GMO 식품을 대상으로 하여, 해당 원료를 함유하고 있음을 표기할 것
			새우, 게, 밀, 메밀, 계란, 유제품, 땅콩
		알레르기정보	일본 소비자청은 다음 20개 항목에 대해서도 라벨에 표기하도록 권고 중 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 케슈넛, 키위, 소고기, 호두, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이, 복숭아, 양(yam), 사과, 젤라틴
		순중량	단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재 할 것
		원산지	일본 제품에 대하여 적용되는 원재료 별 원산지 정보 기재 의무 미적용
		기타	유기농 인증을 획득한 경우에 한하여, JAS마크 표기 및 유기농 표기 가능  건강증진법이 정하고 있는 바에 따라 담당 부처로부터 허가를 득하거나 신고를 한 후, 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품 마크의 표기와 적절한 기능성에 대한 홍보 문구 사용 가능

자료 : 일본 소비자청(CAA), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), KATI농식품수출정보

▶ 일본 일반가공식품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(일어)

- ① 브랜드명 : 伊藤園
- ② 제품명 : お~いお茶  
プレミアムティーバッグ
- 字治抹茶入り・玄米茶 国産原料100%
- ③ 설명 :  
三角ナイロンバッグでよく出るおいしい
- ④ 용량 : 1袋で2杯分50袋入

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : 이토엔
- ② 제품명 : 오이오차 프리미엄 티백  
우지말차함유 겐마이차(현미녹차) 국산원료  
100%
- ③ 설명 : 삼각 나일론 티백으로 잘  
우려나서 맛있습니다.
- ④ 용량 : 1개에 2잔 분 50개입

뒷면(일어)

- ① 제품명 : 伊藤園 お~いお茶  
プレミアムティーバッグ 字治抹茶入り  
玄米茶
- ② 사용방법 : ホット/HOT  
おいしい飲み方 (標準) 約120mlの場合  
...이하 중략...
- ③ 유의사항 :  
\*お湯でつくる時より長め (約3分) に浸出し  
、ティーバッグを上下に振って取り出してか  
らお飲みください。  
※お好みにより、濃さを  
調整してお飲みください。
- ④ 제품명 : 商品名・お~いお茶プレミアム  
ティーバッグ抹茶入り玄米茶50袋
- ⑤ 원료 : 原材料名・米 (日本)、緑茶  
(日本)、抹茶 (京都府)

뒷면(국문)

- ① 제품명 : 이토엔 오이오차 프리미엄 티백  
우지말차함유 겐마이차(현미녹차)
- ② 사용방법 : 핫/HOT 맛있게 마시는  
방법(표준) 약 120ml의 경우 ...이하 중략...
- ③ 유의사항 : \*뜨거운 물로 만들 때보다  
길게 (약 3분) 우려낸 후, 티백을 위아래로  
흔들고 티백을 꺼낸 뒤에 드십시오.  
※기호에 따라 농도를 조절하여 드십시오.
- ④ 제품명 : 오이 오차 프리미엄 티백  
우지말차함유 겐마이차(현미녹차) 50개
- ⑤ 원료 : 쌀(일본), 녹차(일본), 말차(교토부)

## 뒷면(일어)

- ⑥ 용량 : 内容量 · 115g (50袋)
- ⑦ 유통기한 : 賞味期間 · 欄外あけくち  
左下に記載
- ⑧ 주의사항 : 使用上のご注意 · 開封後  
はお早めにお飲みください。
- ⑨ 보관방법 : 保存方法 · 高温多湿の場所を  
避けて保存してください。
- ⑩ 제조업체 : 販売者 · 株式会社伊藤園 ·  
東京都渋谷区本町3-47-10
- ⑪ 설명 : ※ティーバッグから細かい粉が  
もれ、袋の底にたまったり、紐に付着する  
ことがあります。
- ⑫ 원산지 : 本品は国内で製造しています。

## 뒷면(국문)

- ⑥ 용량 : 115g(50개)
- ⑦ 유통기한 : 개봉구 왼쪽 하단에 기재
- ⑧ 주의사항 : 개봉 후 최대한 빨리  
드십시오.
- ⑨ 보관방법 : 고온다습한 장소는 피해서  
보관하십시오.
- ⑩ 제조업체 : 주식회사 이토엔 도쿄도  
시부야구 혼마치 3-47-10
- ⑪ 설명 : ※티백에서 미세한 가루가  
새어나와 티백 아래에 쌓이거나 끈에 붙는  
경우가 있습니다.
- ⑫ 원산지 : 본 제품은 국내에서 제조되고  
있습니다.

#### 4. 일본 꽃차 서류 준비

##### 서류 준비

일본으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

##### 꽃차

꽃차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 수입 업무 수입 업체 또는 통관브로커 통해 진행
- ▶ 일본 수입서류 원산지증명서 필요

일본으로 제품을 수출하고자 할 때, 현지 수입 신고는 일반적으로 보세 구역에 물품이 반입된 후 진행함. 다만, 세관에서 정하고 있는 특정 물품의 경우 보세구역으로 물품이 반입되기 전 또는 선박에 적재되어 있는 상태에서 신고해야 함. 수입신고는 수출업체가 수행할 수 없기 때문에 제품을 수입하는 당사자 또는 통관 브로커를 통해서 진행해야함

일반특혜관세(GSP, Generalized System of Preferences)를 받을 수 있는 경우, 해당 관세율 적용을 위한 일반특혜관세 원산지 증명서(GSP Certificate of Origin) Form A의 원산지 증명서를 제출해야함

[표 4.5] 일본 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서(C-5020)	(-)
	상업송장	(-)
	포장명세서	(-)
	선적 보험증서	(-)
	운임명세서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	관세청 / 상공회의소
	관세 납부 영수증	(-)
	등록 서류 등 기타 수입에 요구되는 서류	(-)

자료 : 일본 관세청



## 5. 일본 꽃차 세금 납부

### 세금 납부

일본으로 제품 수입 시,  
통관 과정에서 요구되는  
세금 정보 제공

### 꽃차

꽃차 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 꽃차 HS CODE 2106.90-293, 관세율 10% 적용
- ▶ 한-일본 FTA 협정 부재로 WTO협정세율 '적용'

꽃차의 경우 일본에서는 HS CODE 2106.90 (기타)의 2106.90-293 (기타) 세번을 사용하여 수입됨.<sup>29)</sup> 일본 수입 시 기본 세율은 22%를 적용받으며 한-일본 FTA 또는 기타 무역 협정을 체결하고 있지 않음. 다만, 일본은 WTO 협정 체결국에 대한 협정세율을 부과하고 있어, 해당하는 세율인 10%의 협정세율이 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 107달러(한화 약 12만 원)<sup>30)</sup> 소요
- 수입 서류 심사 기간은 3시간 소요
- 통관 비용은 275달러(한화 약 32만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 48시간 소요

[표 4.6] 한국·일본 HS CODE 비교 및 일본 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90.9099	기타	
일본	2106.90	기타	
		알콜이 함유되지 않은 음료 베이스	
	2106.90.293	기타	
관세	기본관세율	22%	
	협정 세율	10% <sup>31)</sup>	
소비세		8%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 일본 관세청, 일본무역진흥기구(JETRO)

29) 일본 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2106.90 중 꽃차에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 일본 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 일본 관세청을 통한 세번 확인이 필요함

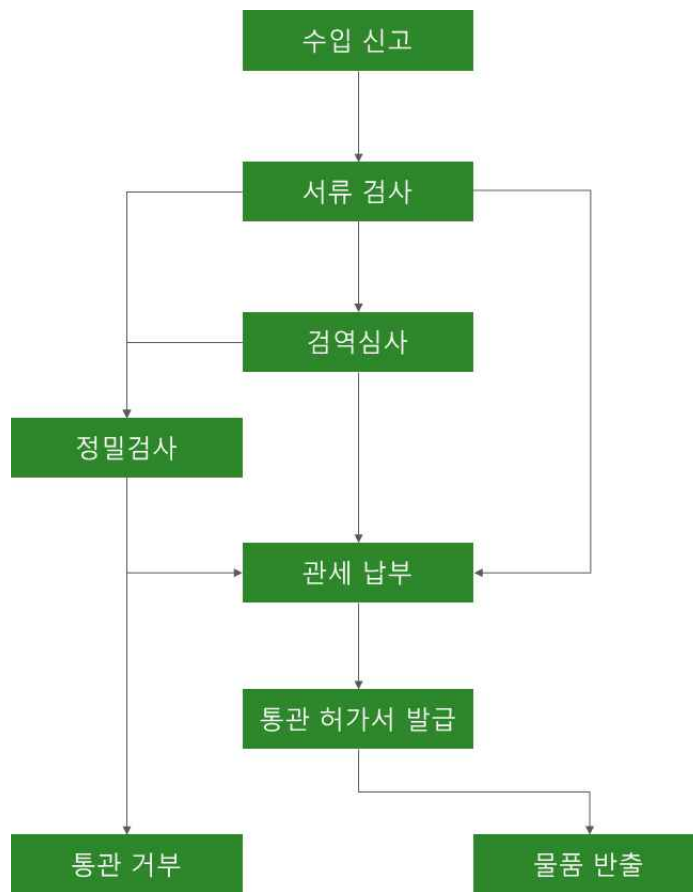
30) 1달러=1,156.10달러 (2019.11.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

31) 일본은 한국과 FTA 협정을 맺고 있지 않으나, WTO 협정을 맺고 있는 국가에 대하여 WTO협정관세를 부과하고 있음

## 6. 일본 꽃차 검역 심사 절차

- ▶ 일본 식품, 심사 결과 및 정해진 규정에 따라 서류 및 물품 검사 실시
- ▶ 사전 수입 가공식품등록 가능

[표 4.7] 일본 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	유해물질	Aflatoxin	10 µg/kg
		Bensulide	사용금지
	식품첨가물	Aluminium	사용금지

자료 : 일본 관세청, 일본 투자 및 수입품 진행기구(MIPRO), KATI농식품수출정보

- ▶ 일본 식품화학연구재단(JFCRF)의 첨가물 기준을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

일본으로 제품 수입 시,  
요구되는 식품 첨가물,  
유해 물질에 관한 규정

꽃차

꽃차 품목의  
첨가물 규정은  
KATI농식품수출정보  
카테고리 분류 중  
음료류의 침출차로  
분류하여 해당하는 정보를  
제공함

[표 4.8] 일본 꽃차 품목 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
착향료	아세트알데하이드	acetaldehyde	일반사용기준 <sup>32)</sup>
착향료	아세토페논	acetophenone	일반사용기준
농후제, 안정제	아세틸아디핀산이전분	acetylated distarch adipate	일반사용기준
농후제, 안정제	아세틸인산이전분	acetylated distarch phosphate	일반사용기준
농후제, 안정제	아세틸산화전분	acetylated oxidized starch	일반사용기준
산화제	아세트산	acetic acid	일반사용기준
산화제	아디프산	adipic acid	최대잔존량 식품의 0.50% 이하
발효조절제 등	산선인산가수분해효소	acid phosphatase	일반사용기준
발효조절제 등	활성탄	active carbon	일반사용기준
감미료	아스파탐	aspartame	일반사용기준

자료 : KATI농식품수출정보, 일본 식품화학연구재단(JFCRF)

32) 일반사용기준 : 최대 허용치가 별도로 명시되지 않아 규제가 없으나 첨가물 사용 시 적절한 제조공정 관리를 시행하며, 목적으로 하는 효과를 달성하는 데 필요한 양을 초과하지 않도록 해야 함

## V. Expert Interview

### SUMMARY

Interview ① 루피시아(Lupicia)

Interview ② 코오지엔(香詩苑)

Interview ③ 파아또라이후(피어앳 라이프)

Interview ④ 사이카(彩香)

Interview ⑤ 비나스메디카루하브

(ヴィーナース メディカルハーブ)

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Trend and Preference



- 인터뷰 기업 : 루피시아  
(Lupicia)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Miyazaki  
(Store Manager)

### 일본 내 한국산 꽃차의 인지도는 낮은 편

일본 내 꽃차의 인지도 및 수요는 매우 높은 편이지만, 한국산 꽃차의 인지도는 낮습니다. 저희 매장에서는 중국산 꽃차를 주로 판매합니다.

### 소비자들이 선호하는 꽃차의 종류는 계절에 따라 상이

소비자들은 계절에 따라 꽃차 종류를 달리하여 구매합니다. 봄에는 벚꽃차의 수요가 많으며, 겨울에는 캐모마일과 라일락 등 몸을 따뜻하게 해주는 성질을 지닌 꽃차의 수요가 많은 편입니다.

## Market Trend and Customers



- 인터뷰 기업 : 코오지엔  
(香詩苑)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Yoshikawa  
(Manager)

### 일본 내 한국산 차보다 중국산 차의 인지도가 높음

대추차, 유자차, 울무차 등 중국산 차의 인지도는 어느 정도 있는 편이지만, 한국산 꽃차의 인지도 및 수요는 거의 없습니다.

### 꽃차의 주 소비자층은 30-40대 여성

꽃차의 주 소비자층은 30-40대 여성입니다. 대부분 꽃차의 향이나 몸을 따뜻하게 해주는 효능 때문에 구매합니다. 이 외에 꽃가루 알레르기 증상 완화 등의 효능으로 인해 구매하는 소비자들도 꽤 있습니다.

## Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 피아또라이후  
(ピーアットライフ)  
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Hara  
(Product Manager)

### 일본 내 꽃차 및 허브차의 수요는 높은 편

일본 내 여러 종류의 꽃차 및 허브차가 판매되며, 대부분 수요가 많은 편입니다. 꽃차의 주 소비자층은 20-60대 여성이며, 불면증이나 심신안정을 위해 구매하는 소비자들이 많습니다.

### 꽃차 중, 루이보스와 시계꽃차의 인기가 높음

저희 매장에서 현재 인기가 가장 높은 꽃차는 루이보스와 시계꽃차입니다. 루이보스는 디톡스와 노화방지에 효과가 좋으며 시계꽃차는 간질 및 두통 증상 완화에 효과적입니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 사이카 (彩香) 도매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Amano (Manager)

### 현재 일본 내 메밀차의 수요가 증가하는 추세

일본 내 차 시장에서는 메밀차의 수요가 증가하고 있으며, 다이어트를 하는 사람들에게 특히 인기가 높습니다. 몇몇 사람들은 요구르트나 아이스크림에 볶은 메밀을 섞어먹습니다.

### 꽃차는 온라인과 오프라인 판매를 병행하는 것이 좋음

일본에서 꽃차 판매 시 라쿠텐, 아마존, 야후쇼핑 등의 온라인 유통채널과 더불어 홈쇼핑 채널을 통해 제품을 홍보하는 것이 좋습니다.

## Market Preference and Demand

**ヴィーナス メディカルハーブLABO**  
JR御茶ノ水駅から徒歩5分 | メディカルハーブの販売について

- 인터뷰 기업 : 비나스메디카루하브 (ヴィーナス メディカルハーブ) 온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Tashiro (Sales Manager)

### 일본인들은 유럽 및 중국산 허브차를 선호

일본 내 한국산 꽃차의 인지도는 아직 낮은 편입니다. 현지 소비자들은 유럽이나 중국산 허브차를 선호합니다.

### 일본 내 임산부들을 위한 차의 수요가 많음

현재 일본에서는 임산부들에게 좋은 차의 수요가 많습니다. 그 중 하나는 라즈베리리프차로, 임산부들에게 필요한 영양소인 철분, 미네랄, 비타민 함량이 풍부합니다.

## Interview ① 루피시아(Lupicia)

33)

루피시아  
(Lupicia)

전문가 소속

루피시아  
(Lupicia)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Miyazaki  
(Store Manager)



루피시아(Lupicia)

Store Manager, Mr. Miyazaki

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

루피시아는 차를 전문적으로 취급하는 소매업체로, 400가지 이상의 차를 온·오프라인 매장을 통해 판매하고 있습니다. 모든 원료는 수입하여 당사 공장에서 가공하여 판매하고 있으며, 일본 외에 미국, 프랑스, 호주에서도 매장을 운영 중에 있습니다.

**Q. 일본 내 한국산 꽃차의 인지도가 어떻게 되나요?**

한국산 꽃차의 인지도는 낮은 편입니다. 다른 매장에서는 판매할 수도 있지만, 저희는 주로 중국으로부터 차를 수입하기 때문에, 한국산 차를 취급 중이지 않습니다. 하지만 꽃차 자체의 인지도는 매우 높은 편입니다. 저희 매장을 포함해 일본에서는 많은 종류의 꽃차가 판매되고 있으며, 그 중 재스민과 금진화가 가장 많이 판매됩니다. 두 제품은 향이 좋아 많은 소비자들이 선호합니다.

**Q. 꽃차의 주 소비자층이 어떻게 되나요?**

꽃차는 주로 여성 소비자들이 많이 구매하며, 주 소비자층은 중년층의 여성과 가정주부입니다. 소비자들이 선호하는 꽃차는 계절에 따라 상이한데, 봄에는 벚꽃차의 인기가 특히 높으며, 겨울에는 캐모마일이나 라일락 등 몸을 따뜻하게 해주는 성질을 지닌 꽃차의 수요가 많은 편입니다.

**Q. 일본으로 벚꽃차를 수출할 경우 주의해야 할 사항이 있나요?**

꽃차의 경우, 특별히 취득해야 하는 인증은 없는 것으로 알고 있습니다. 하지만 꽃을 가공하기 전에 잔류농약 검사를 필수적으로 거쳐야 합니다.

33) 사진자료: 루피시아(Lupicia) 홈페이지 (www.lupicia.com)

## Interview ② 코오지엔(香詩苑)

34)

코오지엔  
(香詩苑)

전문가 소속

코오지엔  
(香詩苑)  
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Yoshikawa  
(Manager)



코오지엔(香詩苑)

Manager, Ms. Yoshikawa

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

코오지엔은 차 및 건강식품을 주로 취급하는 수입유통업체로, 자사 온라인 매장을 운영 중이지만 대부분은 라쿠텐(Rakuten)이나 야후(Yahoo) 등의 온라인 플랫폼을 통해 판매하고 있습니다. 차 품목은 중국차, 허브차, 건강차로 분류하여 판매하고 있으며, 그 외에 건과일, 야채분말, 건강보조식품, 향신료 등을 취급하고 있습니다.

**Q. 일본 내 한국산 꽃차의 인지도가 어떻게 되나요?**

대추차, 유자차, 울무차와 같은 중국산 차의 인지도는 어느 정도 있지만, 한국산 꽃차의 인지도 및 수요는 거의 없습니다. 만약 일본에서 생소한 꽃이나 맛의 한국산 꽃차를 판매할 예정이라면 먼저 오프라인 채널을 통해 제품을 홍보하는 것을 추천합니다. 백화점이나 차 박람회 등의 전시회를 통해 시음회 등을 진행하여 제품을 소개하고 유통채널을 확보하는 것이 좋습니다.

**Q. 꽃차의 주 소비자층이 어떻게 되나요?**

꽃차의 주 소비자층은 30-40대 여성입니다. 대부분 꽃차의 향이나 몸을 따뜻하게 해주는 효능 때문에 구매하며, 이 외에도 꽃차가 꽃가루 알레르기 증상을 완화해 도움이 된다는 말을 듣고 구매하는 소비자들도 늘어났습니다. 저희 매장에서는 칠레산 로즈힙 차의 인기가 높으며, 해당 제품은 비타민이 풍부하고 피부미용, 노화방지, 수족냉증 완화 등의 효과가 있어 30-40대 소비자들에게 특히 수요가 많습니다.

**Q. 일본으로 꽃차를 수출할 경우 주의해야 할 사항이 있나요?**

일본으로 꽃차를 수출하기 위해서는 식품방역법과 식품위생법에 따른 검사 절차를 통과해야 합니다. 해당 검사는 제품 수출 시 필수적으로 요구됩니다.

34) 사진자료: 코오지엔(香詩苑) 홈페이지 (www.koujien.jp)



## Interview ③ 파아또라이후(ピーアットライフ)

35)

### 파아또라이후 (ピーアットライフ)

전문가 소속

파아또라이후  
(ピーアットライフ)  
온라인 소매업체

전문가 정보

Ms. Hara  
(Product Manager)



### 파아또라이후(ピーアットライフ)

## Product Manager, Ms. Hara

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

파아또라이후는 차를 전문으로 취급하는 온라인 소매업체로, 꽃차와 건강기능차를 주로 판매하고 있습니다. 자사 홈페이지를 통해 판매하는 것 외에도 라쿠텐, 아마존, 야후쇼핑 등의 온라인 매장과 일본 내 오프라인 매장으로 제품을 납품하고 있습니다.

**Q. 일본 내 꽃차의 주 수요가 어떻게 되나요?**

일본 내 여러 종류의 꽃차 및 허브차가 판매되며, 대부분 수요가 많은 편입니다. 일본인들은 자신이 앓고 있는 질병이나 몸에서 허약한 부분에 효능이 있는 차를 찾아서 마시는 경향이 있습니다. 꽃차의 주 소비자층은 20-60대 여성이며, 불면증이나 심신안정을 위해 구매하는 소비자들이 많습니다.

**Q. 일본 내 인지도가 높은 꽃차의 종류는 무엇이 있나요?**

선호하는 꽃차의 종류는 사람마다 다릅니다. 하지만 저희 매장에서 현재 인기가 가장 높은 꽃차는 루이보스와 시계꽃차입니다. 루이보스차는 디톡스와 노화방지 효과가 있으며, 카페인이 함유되어 있지 않아 임산부들이 즐겨 마십니다. 시계꽃차는 간질 및 두통에 효과가 좋다고 알려져 있으며, 화장품이나 입욕제의 원료로도 많이 사용됩니다. 저희 매장에서는 이탈리아산 시계꽃차를 판매하고 있습니다.

**Q. 꽃차는 어떠한 유통채널을 통해 판매하는 것이 좋을까요?**

아직 일본 내 한국산 꽃차의 인지도는 낮은 편이기 때문에, 제품을 본격적으로 판매하기 전에 마쿠아케(マクアケ)라는 일본의 크라우드펀딩 사이트를 통해 테스트 마케팅을 진행해보는 것이 좋을 것 같습니다. 그 후에 유명 카페나 차 체인점으로 제품을 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

35) 사진자료: 파아또라이후(ピーアットライフ) 홈페이지 (www.p-atlife.co.jp)

## Interview ④ 사이카(彩香)

36)

사이카  
(彩香)

전문가 소속

사이카  
(彩香)  
도매업체

전문가 정보

Mr. Amano  
(Manager)



사이카(彩香)

Manager, Mr. Amano

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

사이카는 차를 전문적으로 판매하는 도매업체로, 일본산과 중국산 차를 주로 취급하고 있습니다. 취급하는 차 종류로는 꽃차, 녹차, 우롱차 등이 있습니다. 저희는 A사 제품과 유사한 꽃차와 큰 꽃 한 송이가 통째로 들어있는 크래프트티(Craft Tea)를 모두 판매하고 있습니다.

**Q. 일본 내 인지도가 높은 꽃차의 종류는 무엇이 있나요?**

저희 매장에서는 중국산 꽃차인 홍팔보차를 판매하고 있습니다. 홍팔보차는 국화, 산사나무, 구기자 열매 등이 들어있는 꽃차입니다. 이는 옛날부터 사람들이 신체에 쌓인 독이나 열을 제거하기 위해 마셨던 차로, 국화가 들어있어 비타민이 풍부합니다.

**Q. 일본 차 시장의 트렌드가 어떻게 되나요?**

현재 일본 차 시장에서는 메밀차의 수요가 굉장히 많습니다. 메밀은 고혈압에 효과가 좋으며, 맛과 향이 담백해서 많은 소비자들이 선호하며, 다이어트를 하는 사람들에게도 인기가 높습니다. 일본인들은 요구르트나 아이스크림에 볶은 메밀을 섞어서 먹기도 합니다.

**Q. 꽃차는 어떠한 유통채널을 통해 판매하는 것이 좋을까요?**

꽃차 판매 시, 온라인과 오프라인 판매를 병행하는 것이 좋습니다. 온라인 유통채널 중에서는 라쿠텐, 아마존, 야후쇼핑을 추천하며, 그 외에 일본 큐브이씨(QVC)와 같은 홈쇼핑 채널을 통해 제품 홍보를 진행하는 것이 좋습니다.

36) 사진자료: 사이카(彩香) 홈페이지 (www.chinesetea.jp)

## Interview ⑤ 비나스메디카루하브 (ヴィーナス メディカルハーブ)

37)

비나스메디카루하브  
(ヴィーナス  
メディカルハーブ)

전문가 소속

비나스메디카루하브  
(ヴィーナス  
メディカルハーブ)  
온라인 소매업체

전문가 정보

Ms. Tashiro  
(Sales Manager)



### 비나스메디카루하브(ヴィーナス メディカルハーブ) Sales Manager, Ms. Tashiro

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

비나스메디카루하브는 허브차 및 건강차를 주로 취급하는 온라인 소매업체로, 자사 홈페이지 외에 아마존, 야후, 라쿠텐 등의 주요 온라인 매장으로도 제품을 납품하고 있습니다. 취급 품목으로는 엘더플라워, 캐모마일, 로즈힙, 페퍼민트, 시계꽃 등이 있습니다.

**Q. 일본 내 한국산 꽃차의 인지도가 어떻게 되나요?**

일본 내 한국산 꽃차의 인지도는 아직 낮은 편입니다. 현지 소비자들은 유럽이나 중국산 허브차를 많이 구매합니다. 한국산 꽃차를 판매할 경우, 전시회 및 박람회에 참가하여 제품 홍보를 진행한 뒤에 일본의 여러 온·오프라인 채널을 통해 제품을 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

**Q. 일본 내 인지도가 높은 꽃차의 종류는 무엇이 있나요?**

저희 매장에서 인지도가 높은 꽃차는 파키스탄산 로즈레드티입니다. 로즈레드티는 신경성 복통이나 장염을 앓고 있는 사람들에게 좋으며, 호르몬 조절 및 미용에도 효과가 좋아 갱년기 여성들에게 인기가 높습니다.

**Q. 일본 차 시장의 트렌드가 어떻게 되나요?**

현재 일본에서는 임산부들에게 마시기 좋은 차가 인기를 끌고 있습니다. 그 중 하나는 라즈베리리프차로, 임신 중에 꼭 필요한 영양소인 철분, 미네랄, 비타민 등이 풍부하며, 차를 마시고 모유량이 증가했다는 임산부들의 후기가 많아서 수요가 증가했습니다.

37) 사진자료: 비나스메디카루하브(ヴィーナス メディカルハーブ) 홈페이지 (www.venurse.com)

## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 「Tea in Japan, Country Report」, Euromonitor, 2019.03.
2. 「Yearly Amount of Expenditures per Household for City Group, District and City with Prefectural Government (Total Households)」, Statistics Bureau of Japan, 2019.
3. 「Population by Prefecture (1920 to 2017)」, Statistics Bureau of Japan, 2019.
4. 「桂花茶·キンモクセイの香り」, Uloncha
5. 「透き通る青! 「バタフライピー」はタイ女性の美肌を作る魔法のお茶」, Macaroni, 2019.02.28.
6. 「Learn About Flowering Teas」, TheSpruceEats, 2019.07.10.
7. 「Tea in Japan, Country Report」, Euromonitor, 2019.03.
8. 「RTD·Tea in Japan」, Euromonitor, 2019.03.
9. 「働き方改革の副作用? 現代人は、依然として時間に「追われている」, SEIKO, 2019.06.
10. 「食品輸入の手引き」, MIPRO, 2019.07.
11. 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, USDA, 2019.03.
12. 「Consolidated Financial Results for the Fiscal Year Ended March 31, 2019」, MatsumotoKioshi Holdings, 2019.05.10.
13. Department store Takashimaya joins new venture in Bangkok as it looks beyond traditional domestic sales model, Thejapantimes, 2108.11.09.
14. Takashimaya cancels plans to withdraw from Shanghai, NikkeiAsianReview, 2019.08.23.
15. 「Isetan not renewing lease of 'loss-making' Westgate store」, The Straits Times, 2019.05.06.
16. 마쓰모토키요시 2018 연간보고서(Consolidated Financial Results), Matsumotokiyoshi Holdings Do., Ltd., 2019.05.10.
17. 「食品輸入の手引き」, MIPRO, 2019.07.
18. 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, USDA, 2019.03.05.

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. KATI (www.kati.net)
4. 외교부 (www.mofa.go.kr)
5. 일본 통계청 (www.stat.go.jp)
6. 두다 (doda.jp)
7. 아메바(Ameba) 홈페이지 (search.ameba.jp)
8. 인포시크(Infoseek) 홈페이지 (news.infoseek.co.jp)
9. 야후뉴스(Yahoo News) 홈페이지 (news.yahoo.co.jp)
10. 재팬투데이(Japantoday) 홈페이지 (japantoday.com)
11. 앳프레스(Atpress) 홈페이지 (Atpressatpress.ne.jp)
12. 라이브도어(Livedoor) 홈페이지 (news.livedoor.com)
13. 야후쇼핑(Yahoo shopping) 홈페이지 (shopping.yahoo.co.jp)

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

14. 쿠팡(Qoo10) 홈페이지 (www.qoo10.jp)
15. 아마존재팬(Amazon Japan) 홈페이지 (www.amazon.co.jp)
16. 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지 (www.rakuten.co.jp)
17. 위키피디아(Wikipedia) (www.wikipedia.org)
18. 맥스밸류(MaxValu) 홈페이지 (mv-tokai.co.jp)
19. 라이프(Life) 홈페이지 (lifecorp.jp)
20. 핀티데(Fintide) 홈페이지 (fintide.jp)
21. 마루엣츠(Maruetsu) 홈페이지 (maruetsu.co.jp)
22. 장터 홈페이지 (ehiroba.jp/hiroba)
23. 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지 (takashimaya.co.jp)
24. 이온 온라인(Aeon Online) 홈페이지 (aeonretail.jp)
25. 쿨링포스트(coolingpost) 홈페이지 (coolingpost.com)
26. 내추럴하우스(Naturalhouse) 홈페이지 (naturalhouse.co.jp)
27. 이세탄(Isetan) 홈페이지 (isetan.mistore.jp)
28. 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지 (rakuten.com)
29. 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, (sej.co.jp)
30. 세븐&아이 홀딩스(7&I holdings) (7andi.com)
31. 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ) 홈페이지 (matsukiyo.co.jp)
32. 재팬타임스(japantimes) 홈페이지 (japantimes.co.jp)
33. 교토아반티(KyotoAvanti) 홈페이지 (kyoto-avanti.com)
34. 도톤보리(Dotonbori) 홈페이지 (dotonbori.or.jp)
35. 일본 소비자청(CAA) (www.caa.go.jp)
36. 한국 관세청 (www.customs.go.kr)
37. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS) (www.fas.usda.gov)
38. 정부24 (www.gov.kr)
39. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
40. 한국농수산물유통공사(aT) (www.at.or.kr)
41. 일본 관세청 (www.customs.go.jp)
42. 일본 무역진흥기구(JETRO) (www.jetro.go.jp)
43. 일본 식품화학연구재단(JFCRF) (www.ffcr.or.jp)
44. 일본 투자 및 수입품 진흥기구(MIPRO) (www.mipro.or.jp)
45. 루피시아(Lupicia) 홈페이지 (www.lupicia.com)
46. 코오지엔(香詩苑) 홈페이지 (www.koujien.jp)
47. 피아프라이후(ピーアットライフ) 홈페이지 (www.p-atlife.co.jp)
48. 사이카(彩香) 홈페이지 (www.chinesetsea.jp)
49. 비나스메디카루하브(ヴェィナーヌ メディカルハーブ) 홈페이지 (www.venurse.com)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사  
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사  
발 행 일 : 2019.11.22.

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 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

