

2019년

# 해외시장 맞춤형조사



- No. 2003-06
- 품목 : 대추정과(Honey Jujube)
- 국가 : 일본(JAPAN)
- 구분 : 시장분석형

# Contents

## I. Market Size (시장규모)

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

## II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	12
1. 영양소가 풍부해 건강에 좋은 건과일, 간식이나 안주로 즐기기도 좋아	17
2. 다이어트, 피부 미용, 빈혈 예방에 좋은 건대추, 건강 간식으로 추천	18
3. 건과일 관련해 말린 과일과 당 절임 제품 나타나	19
4. 건대추 관련해 씨 없는 제품 인기, 품질과 영양 측면 언급도 많아	20

## III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	22
1. 일본 대추정과 유통구조	23
2. 일본 대추정과 주요 유통업체	24
3. 일본 대추정과 B2C 소매채널	26

## IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	47
1. 일본 대추정과 인증 취득	48
2. 일본 대추정과 업체·제품 등록	51
3. 일본 대추정과 라벨 심의	52
4. 일본 대추정과 서류 준비	56
5. 일본 대추정과 세금 납부	57
6. 일본 대추정과 검역 심사	58

## V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	61
Interview ① 카부시키가이사미야코쇼오지(株式会社都商事)	63
Interview ② 카부시키가이사헤루시아스(株式会社ヘルシアス)	64
Interview ③ 카부시키가이사코지마야(株式会社小島屋)	65
Interview ④ 켄코오무라와타스게텐(けんこう村ワタスゲ店)	66
Interview ⑤ 유우겐가이사친미도오(有限会社珍味堂)	67

* 참고문헌	68
--------	----

# I. Market Size

## SUMMARY

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





# Market Size

(시장규모)

## 일본 (JAPAN)

### 대추정과 시장규모

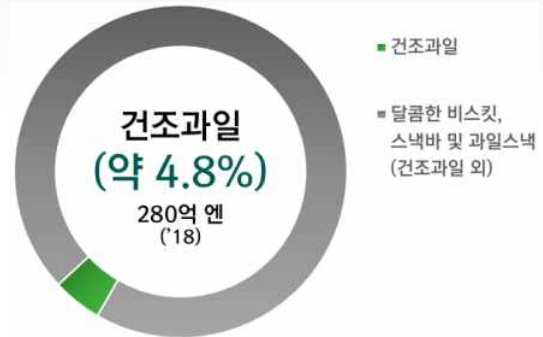
지표 설정 기준: 제품의 품목(대추정과)

· 일본 달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵(Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks)<sup>1)</sup> 시장규모

..... 5,830억 엔('18)

· 일본 건조과일(Dried Fruit)<sup>2)</sup> 시장규모

..... **280억 엔 ('18)**



(\*) Euromonitor International

### 건조과일 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(대추정과)

· HS 2006.00<sup>3)</sup>

일본 對글로벌 '설탕으로 보존처리한 식물' 수입규모

..... 2,474만 4,000달러('19)

· HS 2006.00

일본 對한국 '설탕으로 보존처리한 식물' 수입규모

..... **1,000달러 이하('19)**



(\*) International Trade Centre

### 대추정과 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '대추정과'는 대추에 아몬드를 넣어 벌꿀에 절인 제품으로, 타제품에 비해서 설탕 함량이 적고 영양소가 풍부한 건강 간식임. 이에 잠재 소비시장규모 확인을 위해 '일본 직장인 여성의 인구 규모', '지역별 여성 평균 임금', '지역별 가구당 연평균 지출액', '연령대별 일본인 對한국 인식'을 조사함

#### ① 일본 직장인 여성 인구 규모 ('18)

직장인 여성인구	2,946만 명
노동 가능 여성인구	3014만 명
15세 이상 여성인구	5,739만 명

#### ③ 일본 지역별 가구당 연평균 지출액 ('18)

간토 지방	311만 엔
도카이 지방	306만 엔
호쿠리쿠 지방	301만 엔

#### ② 일본 지역별 여성 평균 임금 ('19)

간토 지방	363만 엔
간사이 지방	326만 엔
도카이 지방	326만 엔

#### ④ 일본인 對한국 인식 조사 ('19)

친밀감을 느낌	26.7%
중간	1.9%
친밀감을 느끼지 않음	71.4%

(\*) 일본 통계청(Statistics Bureau of Japan), 두다(Doda), 일본 내각부(Cabinet Office of Japan)

1) 달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵(Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks): 비스킷, 스낵바 및 과일스낵을 포함함  
 2) 건조 과일(Dried Fruit): 주로 파우치나 판지 상자에 포장된 건조 또는 보존처리한 과일임. 건조 자두/배/살구/체리와 바나나칩 등을 포함(제빵용 제외)  
 3) HS CODE 2006.00: 조사 제품 '대추정과'는 대추에 아몬드를 넣어 벌꿀에 절인 건조과일임. 이에 설탕으로 보존처리한 채소·과실·견과·과피와 식물의 그 밖의 부분(드레인한 것(draind), 설탕을 입히거나 설탕에 절인 것에 해당하는 HS CODE 2006.00을 선정함

### 1. 일본 대추정과 시장규모

일본 국가 일반 정보)

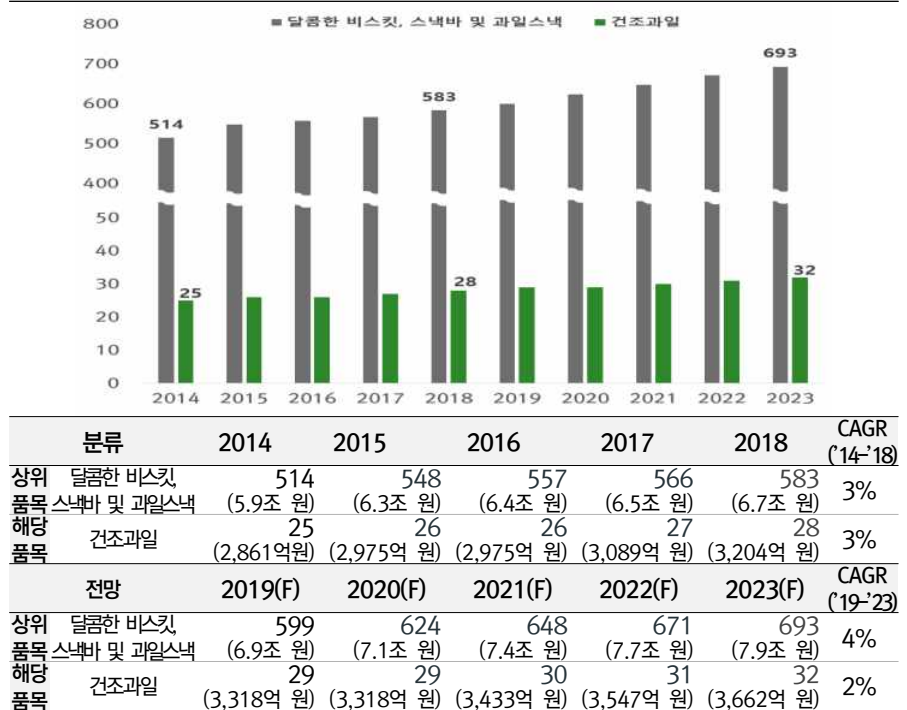
면적	37.8만km <sup>2</sup>
인구	1억 2,653만 명
GDP	4조 9,709억 달러
GDP (1인당)	4만 106달러

조사 시장: 조사 제품 ‘대추정과’는 대추에 아몬드를 넣어 별꼴에 절인 건조과일임. 이에 제품의 품목을 고려하여 ‘달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵’ 시장규모 및 ‘건조과일’ 시장규모를 조사함

- ▶ 2014-2018년, 일본 ‘달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵’ 시장 연평균성장률 3%  
일본의 ‘달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵’ 시장<sup>4)</sup>은 2014년 5,140억 엔에서 5년(2014-2018년)간 연평균 3%씩 성장하여 2018년 5,830억 엔을 기록함. 동기간 ‘건조과일’ 시장 규모도 3%씩 성장하여 2018년 280억 엔을 기록함
- ▶ 2019-2023년, 일본 ‘건조과일’ 시장 연평균성장률 2% 예측  
향후 5년(2019-2023년)간 일본 ‘달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵’ 시장과 ‘건조과일’ 시장은 각각 4%와 2%의 연평균성장률로 성장할 것으로 예상됨. 2023년 ‘달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵’ 시장은 6,930억 엔, ‘건조과일’ 시장은 320억 엔의 규모를 기록할 것으로 전망됨

[표 1.1] ‘달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵’, ‘건조과일’ 시장규모<sup>5)6)</sup>

단위: 십억 엔



자료: 유로모니터(Euromonitor)

4) ‘건조과일’ 품목은 그 상위 품목인 ‘과일 스낵’ 시장규모의 100%를 차지했으며, 이는 일본 과일스낵 시장은 모두 건조과일이 차지한다는 것을 의미함. 따라서 ‘과일 스낵’의 상위 품목인 ‘달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵’의 시장 규모를 확인함

5) 100엔=1,144.23원(2020.04.04., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

## 2. 일본 대추정과 수출입 시장규모

HS CODE 2006.00: 조사 제품 '대추정과'는 대추에 아몬드를 넣어 벌꿀에 절인 제품임. 이에 설탕으로 보존처리한 채소·과실·견과·과피와 식물의 그 밖의 부분드레인한 것, 설탕을 압하거나 설탕에 절인 것에 해당하는 HS CODE 2006.00을 선정함

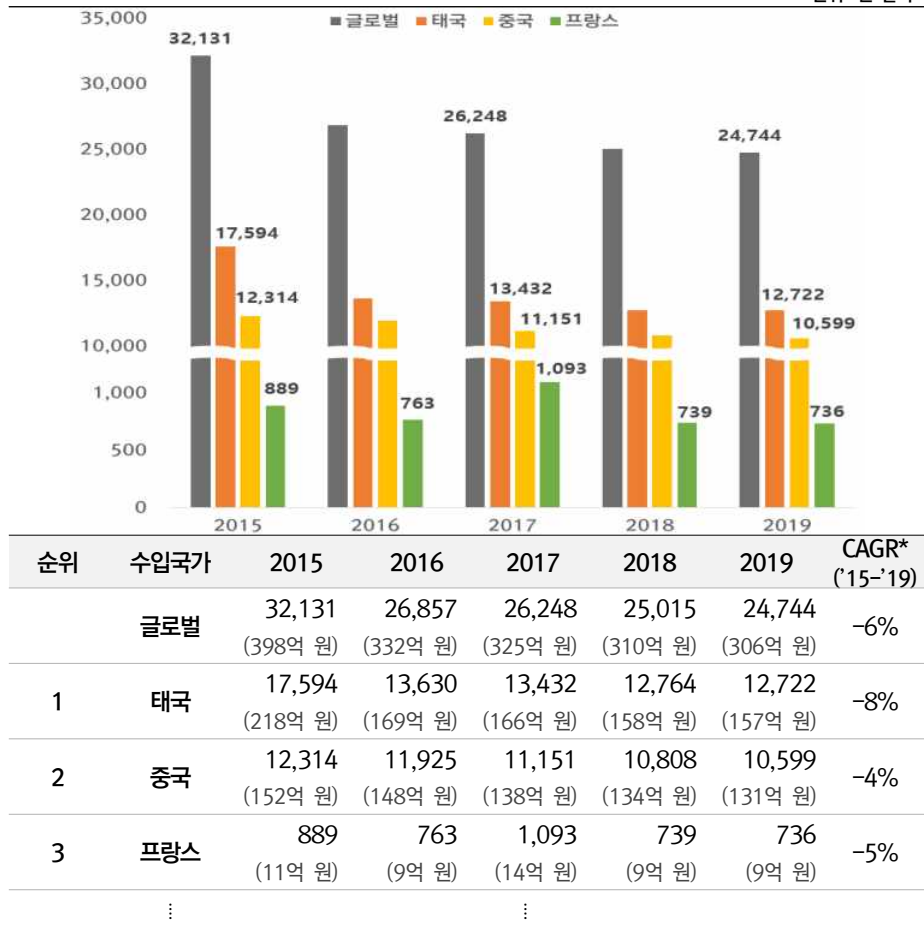
### 1) 일본 對글로벌 수입규모

#### ▶ 2015-2019년, 일본 對글로벌 수입액 연평균성장률 -6%

일본의 HS CODE 2006.00 품목 對글로벌 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 6%씩 감소하여 2019년 2,474만 4,000달러를 기록함. 2019년 일본의 對글로벌 수입액 기준 1위 국가는 태국(1,272만 2,000달러)으로 전체 수입액의 51%를 차지함, 이외 중국(1,059만 9,000달러) 43%, 프랑스(73만 6,000달러) 3% 등인 것으로 확인됨. 對한국 수입 규모는 상대적으로 작은 것으로 조사됨

[표 1.2] HS CODE 2006.00 주요 수입국가<sup>8)9)10)</sup>

단위: 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre) HS CODE 2006.00 기준

8) 1달러=1,237.60원 (2020.04.04., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

10) ITC(International Trade Centre)에서 제공하는 HS CODE 2006.00 품목의 對글로벌 수입액 통계자료는 천 달러 단위 기준이며, 對한국 수입액은 반올림하여 0달러(0원)로 표기됨

HS CODE 2006.00.9090: 조사 제품 '대추정과'는 대추에 아몬드를 넣어 벌꿀에 절인 제품으로, HS CODE 2006.00에 해당하지 않는 기타 식물 식품임. 이에 제품의 HS CODE 2006.00의 하위 품목인 HS CODE 2006.00.9090을 선정함

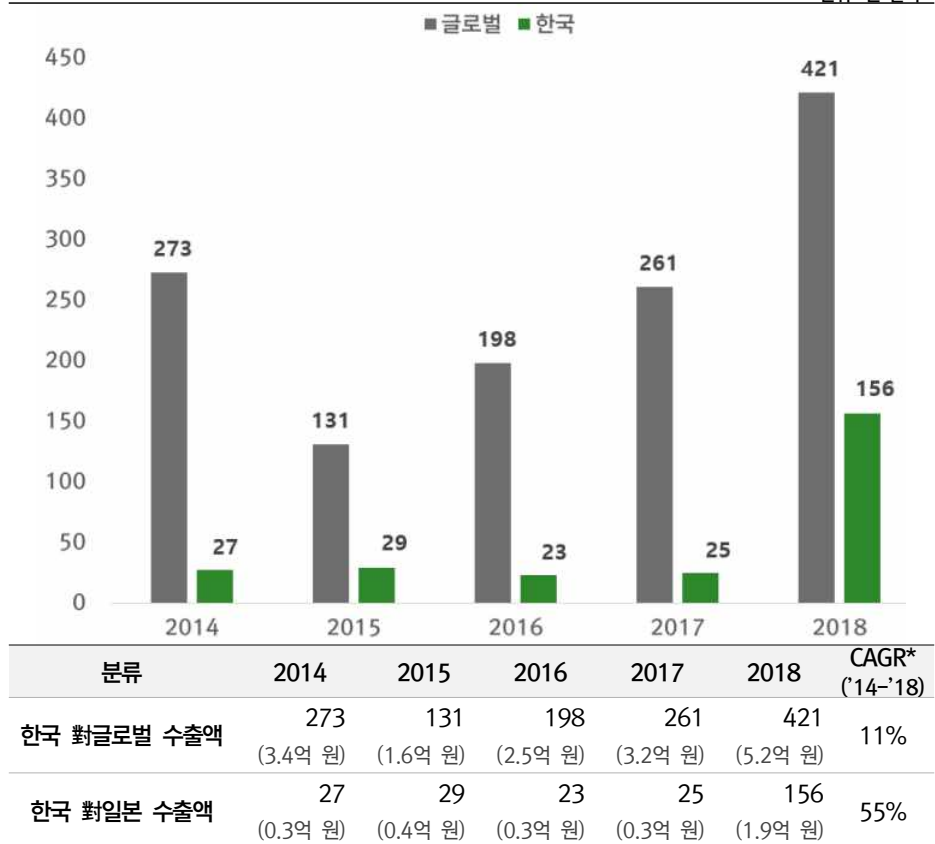
2) 한국 對일본 수출규모

▶ 2014-2018년, 한국 對일본 수출액 연평균성장률 55%

지난 5년(2014-2018년)간 한국 HS CODE 2006.00.9090 품목의 對글로벌 수출액<sup>11)</sup>은 연평균성장률 11%를 기록함. 2015년 對글로벌 수출액은 전년대비 절반 수준으로 급감했으나 이후 증가세로 돌아서며 2018년 42만 1,000달러를 기록함. 지난 5년간 한국 HS CODE 2006.00.9090 품목의 對일본 수출액은 연평균성장률 55%를 기록함. 해당 수출액은 2014년부터 2017년까지 2만 달러대에 머물렀으나 2018년 전년 대비 524% 급증한 15만 6,000달러를 기록함

[표 1.3] 한국 HS CODE 2006.00.9090 수출규모<sup>12)13)</sup>

단위: 천 달러



자료: KATI 농식품수출정보 HS CODE 2006.00.9090 기준

11) ITC(International Trade Centre)에서는 HS CODE 2006.00 품목의 정확한 對한국 수입액 데이터를 확인할 수 없음. 이에 하위품목인 HS CODE 2006.00.9090 품목의 對일본 수출액 자료를 KATI 농식품 수출정보에서 검색함

12) 1달러=1,237.60원 (2020.04.04., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

### 3. 일본 대추정과 소비 시장규모

#### 1) 일본 직장인 여성 인구 규모

조사 제품 '대추정과'는 대추를 벌꿀에 절인 제품으로, 타제품에 비해서 설탕 함량이 적고 영양소가 풍부한 건강 간식임. 이에 잠재 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 조사했으며, 한국 제품 인지도 확인을 위해 '연령대별 일본인 對한국 인식'을 조사함

#### ▶ 2018년, 일본 직장인 여성 인구수 2,946만 명

일본 통계청에 따르면, 2018년 일본의 15세 이상 여성인구는 5,739만 명, 이 중 노동 가능 인구<sup>14)</sup>는 3,014만 명임. 또한, 노동 가능 여성 인구의 98%인 2,946만 명 여성이 직장을 갖고 있는 것으로 확인됨. 지난 5년간(2014-2018년) 일본 15세 이상 여성 인구수는 연평균 0.03% 감소했으나, 노동 가능 여성 인구와 직장인 여성 인구는 각각 연평균 1.6%, 1.9%씩 증가함<sup>15)</sup>

[표 1.4] 2018년 일본 직장인 여성, 노동가능 여성, 15세 이상 여성인구<sup>16)</sup>

단위: 만 명



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
직장인 여성인구	2,737	2,764	2,810	2,859	2,946	1.9%
노동 가능 여성인구	2,832	2,852	2,892	2,937	3,014	1.6%
15세 이상 여성인구	5,746	5,746	5,745	5,743	5,739	-0.03%

자료: 일본 통계청(Statistics Bureau of Japan)

14) 노동 가능 인구: 만 15세 이상 인구 중 일할 능력을 갖춘 사람을 말하며, 취업자와 실업자를 합한 수임. 만 15세 이상 인구 중 은퇴자, 학생, 전업 주부, 일을 하고 있지 않거나 일할 의지가 없는 인구를 제외함

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

16) 인구수와 비율(%)은 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 수 또는 전체 비율(%)이 미달, 초과될 수 있음



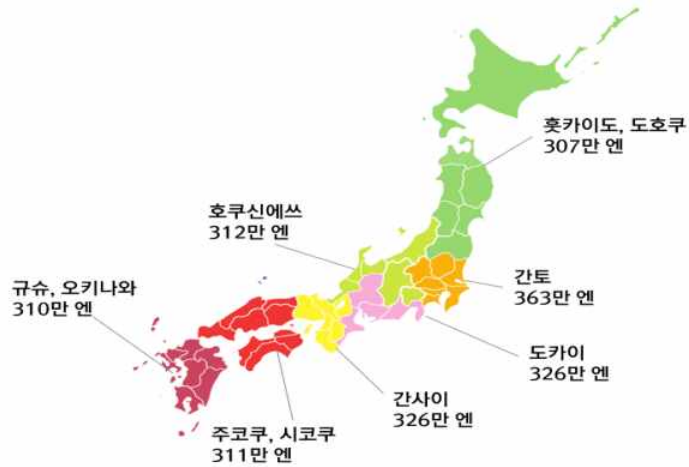
▶ 2019년 기준, 일본 7개 지방 거주 여성 평균 연봉 307-363만 엔

2) 일본 여성 지역별 평균 연봉

일본 현지 구직 사이트 두다(Doda)의 설문조사에 따르면, 일본에서 여성 평균 연봉이 가장 높은 곳은 간토 지방(363만 엔)이며, 가장 낮은 곳은 홋카이도, 도호쿠 지방(307만 엔)인 것으로 확인됨. 도도부현<sup>17)</sup> 기준으로 여성 평균 연봉 상위 5개 지역은 야마나시현(390만 엔), 도쿄도, 가나가와현, 치바현, 사이타마현이며 모두 간토 지방에 속함<sup>18)</sup>

[표 1.5] 2019년 일본 지역별 여성 평균 연봉<sup>19)</sup>

단위: 만 엔



분류(지방)	평균 연봉	최고 지역	평균 연봉	최저 지역	평균 연봉
간토	363 (4,154만 원)	야마나시현	390 (4,462만 원)	군마현	320 (3,662만 원)
간사이	326 (3,730만 원)	효고현	329 (3,765만 원)	와카야마현	303 (3,467만 원)
도카이	326 (3,730만 원)	시즈오카현	329 (3,765만 원)	기후현	317 (3,627만 원)
호쿠신에쓰	312 (3,570만 원)	이시카와현	317 (3,627만 원)	후쿠이현	301 (3,444만 원)
주고쿠, 시코쿠	311 (3,559만 원)	도쿠시마현	322 (3,684만 원)	고치현	296 (3,387만 원)
규슈, 오키나와	310 (3,547만 원)	가고시마현	323 (3,696만 원)	사가현	293 (3,353만 원)
홋카이도, 도호쿠	307 (3,513만 원)	이와테현	318 (3,639만 원)	아마가타현	298 (3,410만 원)

자료: 두다(Doda)

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

18) 두다(Doda), 「女性の平均年収ランキング 最新版, 都道府県別」, 2020.02

19) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

▶ 2019년, 한국에 친밀감을 느끼는 일본인 26.7%

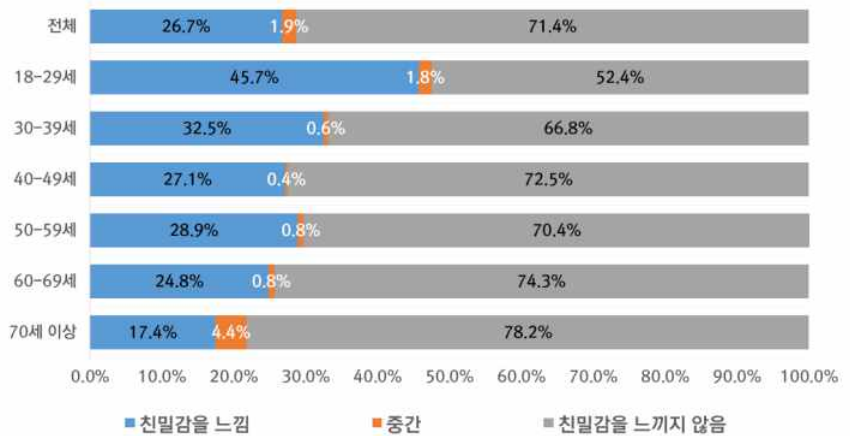
4) 연령대별 일본인 對한국 인식 조사

일본 내각부가 실시한 2019년 여론조사에 따르면, 일본인 중 한국에 친밀감을 느끼고 있는 응답자는 전체 응답자의 26.7%, 친밀감을 느끼지 않는 응답자는 71.4%로 확인됨<sup>20)</sup>

성별 기준, 남성 응답자 중 22.3%와 여성 응답자 중 30.5%가 한국에 친밀감을 느낀다고 응답함. 또한, 연령이 낮을수록 한국에 친밀감을 느낀다고 답한 응답자 비중이 높아지는 양상을 보임. 친밀감을 느낀다고 답한 응답자의 비중은 ‘18-29세’가 45.7%로 가장 높았으며, ‘30-39세’가 32.5% 등으로 확인되었으며, ‘70세 이상’ 응답자의 17.4%만이 한국에 친밀감을 느낀다고 응답함

[표 1.7] 2019년 일본인 對한국 인식 조사

단위: 백분율(%)



자료: 일본 내각부(Cabinet Office of Japan)

20) 일본 내각부(Cabinet Office of Japan), 「日本と諸外国・地域との関係」, 2019.12

## II. Market Trend

### SUMMARY

1. 영양소가 풍부해 건강에 좋은 건과일, 간식이나 안주로 즐기기도 좋아
2. 다이어트, 피부 미용, 빈혈 예방에 좋은 건다추, 건강 간식으로 추천
3. 건과일 관련해 말린 과일과 당 절임 제품 나타나
4. 건다추 관련해 씨 없는 제품 인기, 품질과 영양 측면 언급도 많아



# Market Trend

(시장트렌드)

## 일본 (JAPAN)

대추정과 시장트렌드



영양소 풍부하며 다이어트나 변비에도 효과적  
'엽산, 칼슘, 철분, 섬유질 풍부'



약재, 한방 차, 한국 요리 등 다양하게 사용되는 대추  
'건강 트렌드에 따라 말린 대추의 수요 긍정적으로 전망돼'

### ■ Japan Issue ①

영양소가 풍부해 건강에 좋은 건과일,  
간식이나 안주로 즐기기도 좋아

'차, 커피, 주류와도 먹기 좋은 건과일'

### ■ Japan Issue ②

다이어트, 피부 미용, 빈혈 예방에 좋은  
건대추, 건강 간식으로 추천

'사포닌, 판토텐산, 철분 함유한 건강식품 대추'



'자연', '유기농' 등 재배 관련 품질 키워드 빈출  
'국가 키워드로는 중국, 미국, 터키, 필리핀 등 빈출'



대추 관련 '무농약', '유기농', '약선', '영양' 키워드 빈출  
'건강을 고려해 대추를 소비하는 경우 많은 것으로 보여'

### ■ Japan Issue ③

건과일 관련해 말린 과일과  
당 절임 제품 나타나

'말린 과일, 과일 칩, 당 절임 제품 판매'

### ■ Japan Issue ④

건대추 관련해 씨 없는 제품 인기,  
품질과 영양 측면 언급도 많아

'말린 대추, 대추 당 절임 등 다양한 가공식품 판매'



## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

#### ● 데이터 수집 소스원



(일본 매체 총 6개)

: 일본 언론매체 3개

: 일본 온라인 쇼핑몰 3개

#### ● 데이터 분류 키워드집

(대추정과 연관 키워드집)



#### ● 데이터 분석 - 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.03 - 20.03
수집 데이터	2,084건

데이터 정제

정제 키워드	대추 (なつめ)
정제 데이터	1,993건

○ 데이터 수집

- 일본 대추정과 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 일본 데이터 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Olive Hitomawashi	www.olive-hitomawashi.com	언론매체
02	Livedoor News	hnews.livedoor.com	언론매체
03	Googirl	googirl.jp	언론매체
04	Amazon	www.amazon.co.jp	온라인 쇼핑몰
05	Rakuten	search.rakuten.co.jp	온라인 쇼핑몰
06	Qoo10	www.qoo10.jp	온라인 쇼핑몰

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 대추정과 관련 데이터 소스원 사전조사

[표 2.2] 일본 대추정과 관련 데이터 소스원 리스트

					
현지 언론매체, 건과일 및 대추 관련 이슈		현지 온라인 쇼핑몰, 건과일 제품		현지 온라인 쇼핑몰, 대추 제품 및 소비 트렌드	
키워드 ①	영양	키워드 ①	바나나	키워드 ①	약선
키워드 ②	추천	키워드 ②	건포도	키워드 ②	유기농
키워드 ③	건강	키워드 ③	유기농	키워드 ③	건조
키워드 ④	요리	키워드 ④	크랜베리	키워드 ④	씨

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 대추정과 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 일본 대추정과 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>		
			의미	해당국가 언어(일본어)	참여기업	경쟁기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	건과일 종류	크랜베리	クランベリー		0	0
			바나나	バナナ		0	0
무화과	イチジク			0	0		
건포도	レーズン			0	0		
사과	リンゴ			0	0		
망고	マンゴー			0	0		
포도	ブドウ			0	0		
코코넛	ココナッツ			0	0		
파인애플	パイナップル			0	0		
건과일 및 대추 효능	영양		栄養	0		0	
	섬유질	繊維質	0		0		
	칼륨	カリウム	0		0		
	마그네슘	マグネシウム	0		0		
	칼슘	カルシウム	0		0		
	다이어트	ダイエット	0		0		
	건강	健康	0		0		
대추 제품 유형	건조	乾燥	0		0		
	차(Tea)	お茶		0			
	설탕	砂糖	0				
	칩(Chip)	チップ		0			

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 일본 온라인 쇼핑몰에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. '건과일' 및 '대추'를 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열하고 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함 (쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래? .....	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●  
연관어 분석  
(Keyword Analytics)

[ TF 기준 데이터 분석 결과 요약 ]





## 1. 영양소가 풍부해 건강에 좋은 건과일, 간식이나 안주로 즐기기도 좋아

### 건과일 관련 기사 1

“말린 과일은 과일을 잘 건조시켜 수분을 날렸기 때문에 생과일보다 많은 **식이섬유**를 함유하고 있다. 장 기능을 좋게 해주며 **변비 해소**에도 효과적이다.”

출처: 피치(news.livedoor.com)

### 건과일 관련 기사 2

“말린 과일 세트와 말린 과일로 만든 양갱 색다른 맛을 즐길 수 있는 **가게 3곳을 추천한다...**”

출처: 피치(news.livedoor.com)

#### ▶ 건과일, 영양소 풍부하며 다이어트나 변비에도 효과적

일본 언론매체에서 건과일 관련 글을 LDA<sup>21)</sup> 기법으로 분석해 총 2개의 주제를 도출함. 첫 번째로 ‘효과’, ‘영양’, ‘다이어트’, ‘비타민’, ‘섬유질’ 키워드의 중요도가 높게 나타남. 이를 통해 건과일이 주로 다이어트, 영양, 변비 개선에 좋은 식품으로 소개됨을 알 수 있음. 해당 주제에서 ‘대추’ 키워드의 중요도는 높지 않았으나, 일부 기사에서 건대추 관련 글이 확인됨. 구체적으로 건대추가 엽산, 칼슘, 철분, 섬유질이 풍부한 식품으로 소개됨

#### ▶ 차, 커피, 주류와도 먹기 좋은 건과일

두 번째로 ‘차(Tea)’, ‘와인’, ‘커피’, ‘카페’, ‘가게’ 키워드의 비중이 높게 나타남. 해당 키워드를 통해 말린 과일로 만든 차, 디저트 등을 제공하는 카페나 가게의 정보를 제공하는 글을 확인할 수 있음. 차 외에 와인, 칵테일 등 주류 안주로도 추천돼, 건과일이 음주 및 다도 문화에서 주로 이용된다는 점을 알 수 있음

#### ▶ 일본 언론매체 내 건과일 관련 이슈

##### ① 영양, 비타민, 섬유질 ② 차(Tea), 와인, 커피

[표 2.4] 일본 언론매체 내 ‘건과일’ 주요 키워드

TOPIC1		TOPIC2	
키워드	중요도	키워드	중요도
효과	0.0143	과일	0.0150
영양	0.0134	메뉴	0.0096
과일	0.0134	차(Tea)	0.0084
다이어트	0.0133	와인	0.0076
비타민	0.0110	인기 있는	0.0073
야채	0.0108	건조	0.0071
건조	0.0105	커피	0.0071
건강	0.0096	제품	0.0071
요구르트	0.0095	카페	0.0066
섬유질	0.0094	가게	0.0057
풍부한	0.0081	홍차	0.0054

자료 : 일본 언론매체 내 건과일 관련 게시물 1,292건 분석 (18.03 - 20.03)

값 설명 : 해당 주제에서 키워드가 가지는 중요도 점수

21) LDA란 문서 내 어떤 주제들이 존재하는지 파악하기 위한 분석 기법 중 하나임

## 2. 다이어트, 피부 미용, 빈혈 예방에 좋은 건대추, 건강 간식으로 추천

### 대추 관련 기사 1

“건강 트렌드의 확산으로 영양이 풍부한 말린 과일을 간식으로 찾는 소비자가 증가하고 있다”

출처: 야후 뉴스(headlines.yahoo.co.jp)

### 대추 관련 기사글2

“대추는 한약과 한국 요리 삼계탕에도 사용되고 있고, 중국에서는 미용과 건강에 좋은 효과가 있는 재료로서 언급된다.”

다이어트, 안티에이징, 피부 미용, 알레르기 억제, 스트레스 경감, 빈혈 예방 등의 효과가 있다”

출처: 피치(news.livedoor.com)

### ▶ 약재, 한방 차, 한국 요리 등 다양하게 사용되는 대추

LDA 기법으로 분석한 대추 관련 기사에서도 총 2개의 의미 있는 주제가 도출됨. 첫 번째로 ‘한방’, ‘재료’, ‘추천’ 키워드의 중요도가 높게 나타남. 말린 대추 신제품 관련 기사와 한방 약재, 한방차, 삼계탕 등 요리 재료로서 대추를 언급하는 기사가 주를 이룸. 말린 대추 신제품 관련 기사에서는 건강 트렌드에 따라 자연적인 단맛과 영양이 풍부한 말린 대추의 수요를 긍정적으로 전망하고 있음

### ▶ 사포닌, 판토텐산, 철분 함유한 건강식품 대추

두 번째로 ‘건조’, ‘효과’, ‘피부’, ‘미용’, ‘관리’ 키워드의 중요도가 높게 나타남. 대추가 약재, 차, 요리 재료로 활용되는 것 외에 말린 형태로도 소비되고 있음. 말린 대추의 효능에 관한 기사가 많았으며, 다이어트에 좋은 사포닌, 피부 미용에 좋은 판토텐산, 빈혈 예방에 좋은 철분이 포함되어 있어 건강 간식으로 추천됨. 앞서 건과일이 다이어트나 변비 관련 효능으로 언급된 비중이 높은 반면, 말린 대추는 피부 미용 측면에서의 효능이 강조된 점이 두드러짐

### ▶ 일본 언론매체 내 대추 관련 주요 이슈

#### ① 한방, 재료, 추천 ② 효과, 미용

[표 2.5] 일본 언론매체 내 ‘대추’ 주요 키워드

TOPIC1		TOPIC2	
키워드	중요도	키워드	중요도
요리	0.0125	오일	0.0056
식재료	0.0082	향신료	0.0050
자다	0.0045	추천	0.0043
한방	0.0036	건조	0.0040
야채	0.0035	요리	0.0040
요구르트	0.0032	과일	0.0040
스프	0.0032	효과	0.0037
재료	0.0031	비건	0.0036
효과	0.0029	거친 피부	0.0029
냉동	0.0028	미용	0.0028
추천	0.0028	관리	0.0028

자료 : 일본 언론매체 내 대추 관련 기사글 260건 분석 (18.03 - 20.03)

값 설명 : 해당 주제에서 키워드가 가지는 중요도 점수

### 3. 건과일 관련해 말린 과일과 당 절임 제품 나타나

#### ● 말린 크랜베리



가격	1,280엔 <sup>22)</sup> (1만 4,640원)
용량	500g

출처: 아마존(www.amazon.co.jp)

#### ● 건포도



가격	1,880엔 (2만 1,510원)
용량	1kg

출처: 아마존(www.amazon.co.jp)

#### ▶ 온라인 쇼핑몰에서 말린 과일, 과일 칩, 당 절임 제품 판매

온라인 쇼핑몰에서 건과일 제품을 분석한 결과, ‘크랜베리’, ‘바나나’, ‘무화과’, ‘포도’, ‘사과’, ‘망고’ 순으로 빈출함. 베리류는 말린 과일 형태가 많았으며, 바나나와 사과는 칩 형태가 많음. 한편 ‘설탕’, ‘꿀’, ‘달콤한’ 키워드에서 꿀이나 설탕에 절인 과일도 확인돼, 당 절임 제품의 수요도 엿볼 수 있음

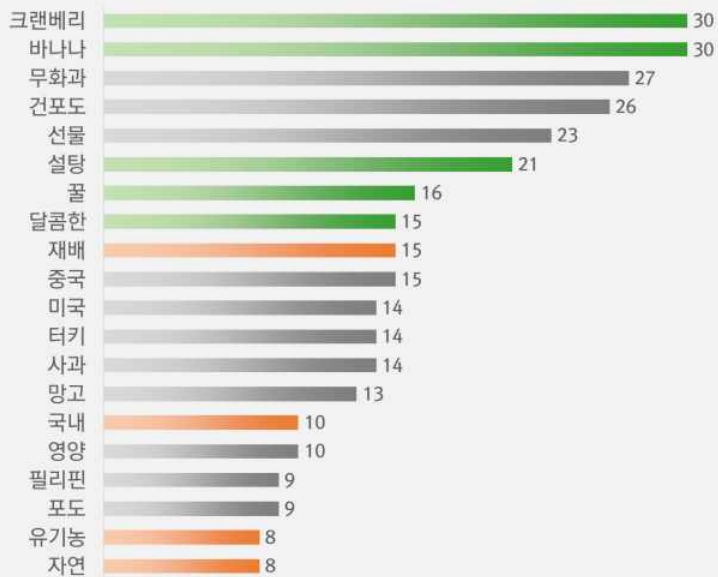
#### ▶ ‘자연’, ‘유기농’ 등 재배 관련 품질 키워드 빈출

‘재배’ 키워드도 빈출했으며, 이와 관련하여 ‘유기농’ 재배, ‘자연’ 재배 과일을 원료로 한 점을 강조하고 있음. 원산지와 관련한 국가 키워드로 ‘중국’, ‘미국’, ‘터키’, ‘필리핀’이 확인됨. 외국산 제품이 많이 취급되고 있으며, 특히 중국산 제품이 많이 보임

#### ▶ 일본 온라인 쇼핑몰 내 건과일 관련 주요 이슈

- ① 크랜베리, 바나나 ② 설탕, 꿀 ③ 유기농, 자연

[표 2.6] 일본 온라인 쇼핑몰 내 ‘건과일’ 주요 키워드



자료 : 일본 온라인 쇼핑몰 내 건과일 관련 제품 320개 분석 (18.03 - 20.03)  
값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

22) 100엔=1,144.23원 (2020.04.04., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

#### 4. 건대추 관련해 씨 없는 제품 인기, 품질과 영양 측면 언급도 많아

##### 대추 당 절임



가격 1,290엔  
(1만 4,761원)

용량 500g

출처: 아마존(www.amazon.co.jp)

##### 대추 칩



가격 3,000엔  
(3만 4,327원)

용량 12g\*10개

출처: 아마존(www.amazon.co.jp)

#### ▶ 온라인 쇼핑몰에서 말린 대추, 대추 당 절임 등 다양한 가공식품 판매

온라인 쇼핑몰에서 대추 관련 상품명을 분석해 제품 유형 및 소비 트렌드를 살펴봄. 데이터 분석 결과 ‘건조’ 키워드의 비중이 압도적으로 높게 나타나 대체로 건과일 형태의 대추 제품이 많은 점을 알 수 있음. 건조 외에 ‘차(Tea)’, ‘칩’ 키워드를 통해 다양한 유형의 대추 제품을 확인할 수 있음. 주목할 만한 점은 ‘설탕’ 키워드로, 이는 당절임 대추 제품을 가리킴. 제품 중에는 ‘씨’가 없다는 것을 홍보 문구로 사용하는 경우가 다수 보여, 씨가 없어 섭취가 쉬운 제품을 선호하는 소비자가 많은 것으로 보임

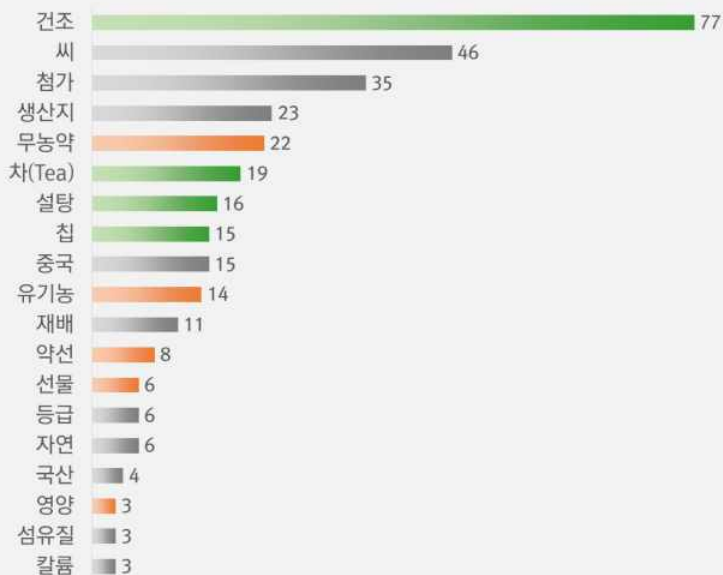
#### ▶ 대추 관련 제품에서 ‘무농약’, ‘유기농’, ‘약선’, ‘영양’ 키워드 빈출

‘재배’ 키워드 관련해서 ‘무농약’, ‘유기농’ 제품이 많이 나타남. 그뿐만 아니라 ‘등급’에 대한 언급도 보여 품질이 주요 고려 요소인 것으로 보임. 품질이 좋은 제품은 ‘선물’용으로도 추천되고 있음. 이 외에 ‘약선’, ‘영양’, ‘섬유질’, ‘칼륨’과 같은 대추의 영양적 특성을 나타내는 키워드도 출현함. 앞서 살펴본 건과일 제품에 비해 건강과 영양에 관련한 키워드가 상대적으로 많아, 대추가 건강 간식으로 많이 소비되는 것으로 보임

#### ▶ 일본 온라인 쇼핑몰 내 대추 관련 주요 이슈

- ① 건조, 차(Tea), 칩(Chip) ② 무농약, 유기농 ③ 약선, 영양

[표 2.7] 일본 온라인 쇼핑몰 내 ‘대추’ 주요 키워드



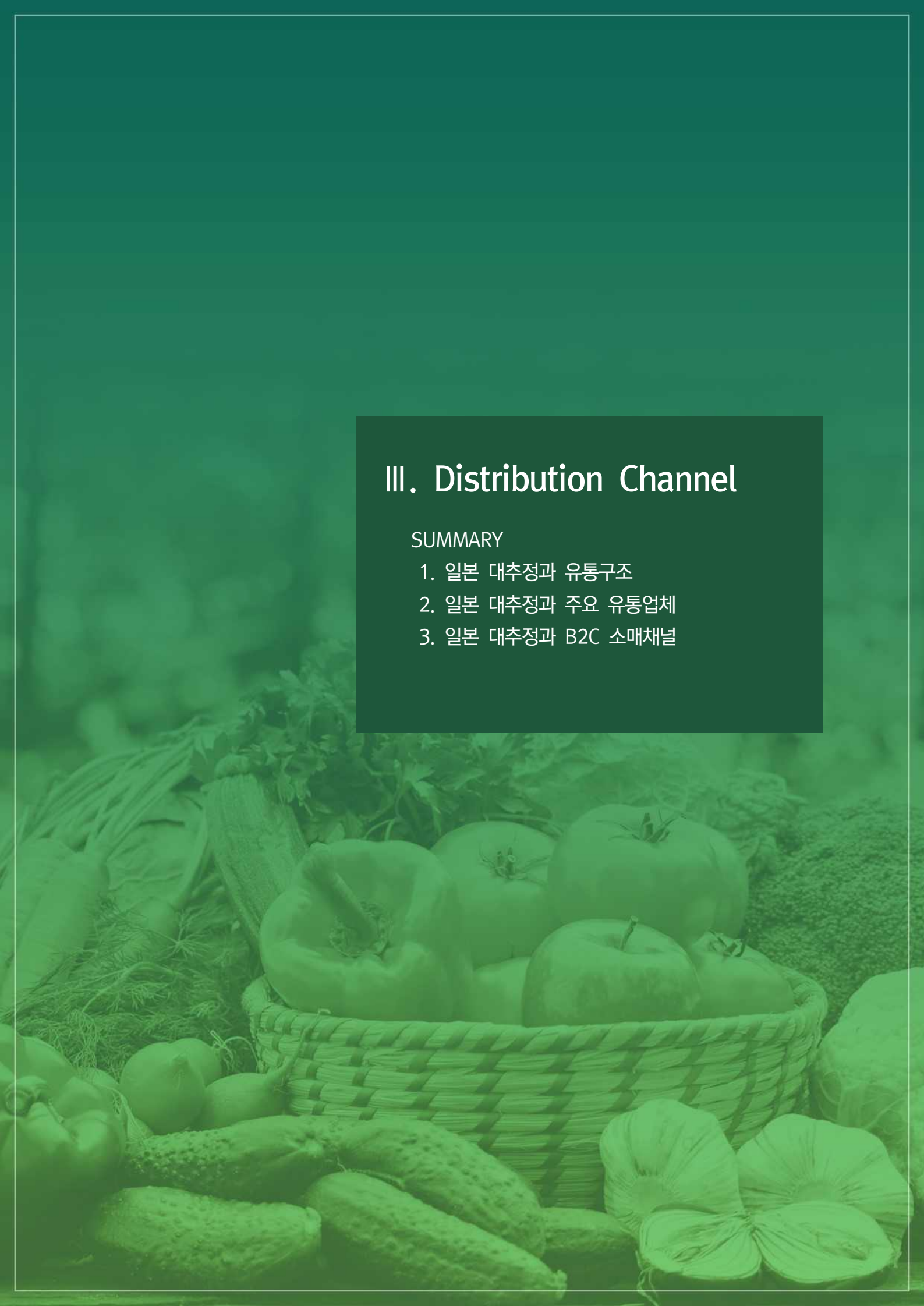
자료 : 일본 온라인 쇼핑몰 내 대추 관련 제품 121개 분석 (18.03 - 20.03)  
값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)



### III. Distribution Channel

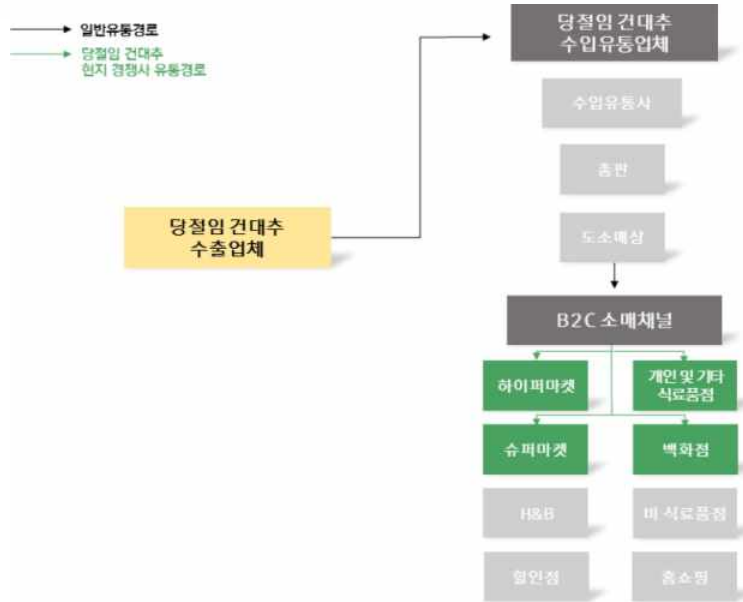
#### SUMMARY

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



# Distribution Channel

(유통채널)



## 일본 (Japan)

대추정과<sup>23)</sup> 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>24)</sup>	주요 채널 <sup>25)</sup>
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	49.4%	라이프(Life), 이토요카도(Ito-Yokado), 맥스밸류(MaxValu), 마루에츠(Maruetsu)
	백화점	33.9%	세이유(Seiyu), 다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠크시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan)
	편의점	6.4%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	H&B	5.0%	마쓰모토키요시(Matsumoto Kiyoshi)
	홈쇼핑	2.2%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel),
	온라인	1.9%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>26)27)</sup>	1.2%	메이디아(Meidi-Ya), 프레세프리미엄(Prece Premium), 기노쿠니야(Kinokuniya)

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

23) '대추정과'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '과일스낵(Fruit Snacks)'의 정보를 확인함

24) 2019년 기준, 일본 내 '과일스낵(Fruit Snacks)'의 유통채널 점유율임

25) 채널 분류에 따른 일본 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계 기업도 포함됨

26) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하지 않는 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

27) 개인 및 기타 식료품점은 본 보고서에서는 프리미엄 식료품점을 조사함

## 1. 일본 대추정과 유통구조

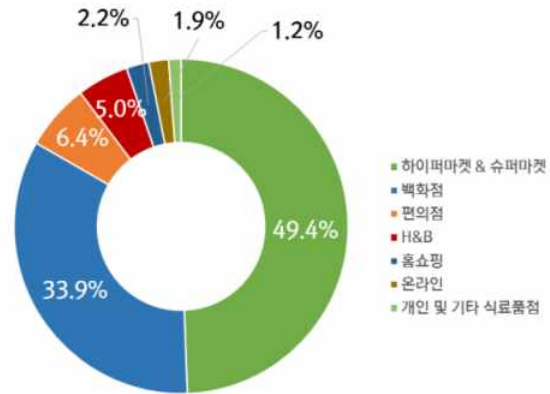
### 품목 구분 및 분류

품목	대추정과
구분	간과일 스낵
범주	과일스낵 (Fruit Snacks)

### ▶ 일본 대추정과 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(49.4%), 백화점(33.9%), 편의점(6.4%), H&B(5.0%)’

[표 3.1] 일본 대추정과 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 일본 대추정과 유통채널 현황

채널 유형	대추정과 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	49.4%	라이프(Life), 이토요카도(Ito-Yokado), 맥스벨류(MaxValu), 마루에츠(Maruetsu)
	백화점	33.9%	세이유(Seiyu), 다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠크시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan)
	편의점	6.4%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	H&B	5.0%	마쓰모토키요시(Matsumoto Kiyoshi)
	홈쇼핑	2.2%	주피터샵채널(Jupiter Shop Channel)
	온라인	1.9%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten)
	개인 및 기타 식료품점	1.2%	메이디아(Meidi-Ya), 프레세프리미엄(Prece Premium), 기노쿠니야(Kinokuniya)

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

## 2. 일본 대추정과 주요 유통업체

- ▶ 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓, 백화점이 대표적. 추가로, 프리미엄 식료품점, 온라인에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함

[표 3.3] 일본 대추정과 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>28)</sup> )	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	세이유 (Seiyu)	백화점	약 5,144억 달러 (약 636조 6,214억 원)	카네하츠(カネハツ), 다이치노메구미 (大地のめぐみ)	0
2	다카시마야 (Takashimaya)	백화점	약 72억 2,248만 달러 (약 8조 9,385억 원)	타타라치야 (Tatarachiya), 스펜타스(Spentas), 신슈산(信州産)	0
3	이세탄 (Isetan)	백화점	약 83억 9,740만 달러 (약 10조 3,926억 원)	메데리우 (Mede-lieu), 이세탄푸드 (Isetan Food)	0
4	프레세프리미엄 (Precece Premium)	프리미엄 식료품점	약 18억 5,060만 달러 (약 2조 2,903억 원)	딘앤델루카 (Dean & Deluca)	0
5	메이디야 (Meidi-Ya)	프리미엄 식료품점	약 2억 6,600만 달러 (3,292억 원)	메이디야 (Meidi-Ya)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

28) 1달러=1,237.60원(2020.04.04., KEB 하나은행 매매기준율 기준)



순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	기노쿠니야 (Kinokuniya)	프리미엄 식품점	매장 수('20): 약 30개	기노쿠니야 (Kinokuniya)	0
7	라이프 (Life)	슈퍼마켓	약 60억 898만 달러 (약 7조 4,367억 원)	야마자키 (ヤマザキ)	0
8	이토요카도 (Ito-Yokado)	슈퍼마켓	약 110억 1,250만 달러 (약 13조 6,291억 원)	포카삿포르 (Pokka Sapporo), 에스크(Ask),	0
9	라쿠텐 (Rakuten)	온라인	약 100억 6,163만 달러 (약 12조 4,522억 원)	신기(Sinki), 데츠(デーツ) 나츠메(Natsume)	0
10	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,329억 달러 (약 288조 2,370억 원)	데이츠크라운 (Dates Crown), 나츠메(Natsume), 데츠(デーツ)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 일본 대추정과 B2C 소매채널

#### 1) 백화점



#### ① 세이유(Seiyu)

기업 기본 정보	기업명	세이유(Seiyu)	
	홈페이지	www.seiyu.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액(*19)	약 5,144억 달러 <sup>29)</sup> (약 636조 6,214억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수(*19): 약 334개 - 직원 수(*19): 약 2만 3,294명	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1963년 설립</li> <li>- 2008년 월마트의 자회사로 편입</li> <li>- 상시저가(EDLP, Everyday Low Price) 정책을 내세워 홍보 진행</li> </ul>		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 10월 일본 최대 전기 전자기기 제조업체 히타치(Hitachi)와 협업하여 인공지능 기반 수요예측 자동주문시스템 출시</li> <li>- 2019년 9월 라쿠텐(Rakuten)과 함께 자동운전로봇을 활용한 일본 최초의 배달 서비스 출시</li> <li>- 2019년 9월 전국 매장에 간편결제 시스템 '페이페이(Paypay)' 서비스 시작</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	사츠마이모아마니 하치미츠시타테 (さつまいも甘煮 はちみつ仕立)
		종류	꿀절임 고구마
		용량	400g
		원산지	일본

자료: 세이유(Seiyu) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 라쿠텐세이유(Rakuten Seiyu) 홈페이지  
 사진 자료: 라쿠텐세이유(Rakuten Seiyu) 홈페이지

29) 모회사 매출액


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, 냉동식품, 유제품, 육류, 주류, 음료류, 스낵류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 주방용품, 유아용품, 애견용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선식품, 조리식품</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	1. 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단의 'お問合せ' 클릭</li> <li>- 'お店・商品へのお問い合わせフォーム' 클릭 후 양식 작성</li> <li>- 기입 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> 2. 유선연락을 통한 문의
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: +81-(0)120-360-373</li> </ul>

자료: 세이유(Seiyu) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 다카시마야(Takashimaya)

	기업명	다카시마야(Takashimaya)	
	홈페이지	www.takashimaya.co.jp	
	위치	오사카(Osaka)	
	규모	매출액(*18)	약 72억 2,248만 달러 (약 8조 9,385억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수(*18): 약 19개 <sup>30)</sup> - 직원 수(*18): 약 1만 3,631명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1831년 설립</li> <li>- 의류, 결혼의복, 전자제품 등 다양한 제품을 판매하는 백화점</li> <li>- 미쓰비시UF파이낸셜그룹(Mitsubishi UFJ Financial Group<sup>31)</sup> 계열사</li> <li>- 중국, 싱가포르, 베트남 등에 매장 보유</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년 1월 오사카점 동쪽 별관, 럭셔리 호텔로 개장</li> <li>- 2019년 도쿄에 신규매장 오픈</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	나마칸소오나츠메추우파크 (生乾燥なつめ中パック)
		종류	말린 대추
		용량	400g
		원산지	일본

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

사진 자료: 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지

30) 일본 내 매장 수

31) 일본의 주요 금융지주회사

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: 스낵류, 차(茶)류, 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, 선물 세트 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> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>홈페이지 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'Contact US' 카테고리의 'Shinjuku' 클릭 (<a href="http://bitly.kr/j6RKwqiC">bitly.kr/j6RKwqiC</a>)</li> <li>- 양식서 작성 후 제출</li> <li>- 기입 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, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>- 추후 담당 부서와 연결 및 입점 진행</li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점 희망 지점에 따라 연락처 상이 (지점별 홈페이지 접속하여 입점 문의 진행)</li> <li>- 문의사항 연락처: +81-(0)3-5361-1111</li> </ul>	

자료: 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰





③ 이세탄(Isetan)

기업 기본 정보	기업명	이세탄(Isetan)	
	홈페이지	www.isetan.mistore.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('18)	약 83억 9,740만 달러 (약 10조 3,926억 원)
기타 규모		매장 수('19): 약 5개	
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 (주)이세탄 설립</li> <li>- 1933년 도쿄 내 신주쿠 본점 개점</li> <li>- 1972년 싱가포르에 첫 해외 점포 개점</li> <li>- 2008년 이세탄 미츠코시 홀딩스 주식회사 설립</li> <li>- 태국, 말레이시아, 중국 등에 해외진출 성공</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년 1월 신주쿠점 전면 리뉴얼 실시</li> <li>- 2019년 12월 싱가포르 웨스트게이트(Westgate)점 폐점 결정</li> <li>- 2019년 4월-12월 영업이익 전년 동기 대비 20% 감소</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	오오공노이치고 (黄金の苺)
		종류	말린 딸기
		용량	100g
		원산지	일본

자료: 이세탄(Isetan) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)  
 사진 자료: 이세탄(Isetan) 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, 주류, 음료류, 차(茶)류, 신선식품 등</li> <li>- 일반: 잡화류, 화장품, 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)<sup>32</sup>를 통한 쇼핑 특별 혜택 제공</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	<p>홈페이지 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단의 ‘お問い合わせ’ 클릭</li> <li>- ‘三越伊勢丹ホールディングスに関するお問い合わせ’ 카테고리 클릭</li> <li>- ‘法人様からのお問い合わせ’ 카테고리의 ‘三越伊勢丹法人事業部へのお問い合わせはこちら’ 클릭 후 양식서 작성</li> <li>- 홈페이지 기입정보             <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, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>- 추후 담당 부서와 연결 및 입점 진행</li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: +81-(0)081-3-3352-1111 (신주쿠 매장)</li> </ul>	

자료: 이세탄(Isetan) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

32) 이세탄그룹(Isetan Group)이 운영하는 엠아이카드(MI Card Co., Ltd)의 신용카드

2) 프리미엄 식료품점



① 프레세프리미엄(Precce Premium)

기업 기본 정보	기업명	프레세프리미엄(Precce Premium)	
	홈페이지	www.tokyu-store.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액(*18)	약 18억 5,060만 달러 <sup>33)</sup> (약 2조 2,903억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수(*19): 약 84개 <sup>34)</sup> - 직원 수(*19): 약 6,500명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2007년 도쿄미드타운(Tokyo Midtown)<sup>35)</sup>에 설립</li> <li>- 도큐스토어(Tokyu Store)의 프레세(Precce) 브랜드 중 프리미엄 버전의 매장</li> <li>- 당일 배송서비스 제공</li> </ul>	
기업 최근 이슈	- 2018년 9월 프레세 시부야 델리마켓(Presse Shibuya DeliMarket) 개점		
유사제품 정보		제품명	베지터블칩스 (Vegetable Chips)
		종류	말린 야채스낵
		용량	900g
		원산지	일본

자료: 도쿄미드타운(Tokyo-midtown) 홈페이지, 도큐스토어(Tokyu-store) 홈페이지  
 사진자료: 도쿄미드타운(Tokyo-midtown) 홈페이지

33) 도큐스토어(Tokyu-store) 매출액

34) 도큐스토어(Tokyu-store) 기준

35) 도쿄 내 복합쇼핑몰

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: 조리식품, 와인류, 신선식품, 음료류, 유제품, 육류, 냉장식품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입제품, 프리미엄제품</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	<p>유선 연락을 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단의 ‘お問い合わせ’ 클릭</li> <li>- ‘店舗を探す’ 클릭 후 프레스프리미엄 점포 클릭</li> <li>- 도쿄 미드타운점 확인하여 유선으로 입점 절차 진행</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>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: +81-(0)3-5413-5109</li> </ul>	

자료: 도쿄스토어(Tokyu-store) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 메이디아(Meidi-Ya)

	기업명	메이디아(Meidi-Ya)	
	홈페이지	www.meidi-ya.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('18)	약 2억 6,600만 달러 (3,292억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수('18): 33개 - 직원 수('18): 약 380명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1885년 설립</li> <li>- 일본 식품과 해외 수입식품을 판매하는 프리미엄 식품점 매장</li> <li>- 잼, 통조림류, 파스타류 등 약 300개의 식품을 직접 제조 및 판매</li> <li>- 'MY'라는 자사브랜드(PB) 보유</li> <li>- 싱가포르에 매장 운영</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년 호주 유기농 꿀 브랜드인 카필라노(Capilano)와 제휴</li> <li>- 2019년 마루히로백화점(Maruhiro Department Store)에 신규 매장 오픈</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	리츠강로니 (栗甘露煮)
		종류	꿀절임 밤
		용량	165g
		원산지	일본

자료: 메이디아(Meidi-ya) 홈페이지  
 사진 자료: 메이디아(Meidi-ya) 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, 냉장식품, 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 통조림류, 와인류, 차(茶)류, 잼류 등</li> <li>- 일반: 생활용품, 위생용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 프리미엄 제품</li> <li>- 잼류, 와인류</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 잼 제품을 직접 제조</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	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 홈페이지를 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 왼쪽 하단 'Contact' 클릭</li> <li>- 개인정보 동의 후 'Agree and porocceed to form' 클릭</li> <li>- 홈페이지 가입 정보:                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>기업명, 부서명, 이름, 주소, 이메일, 연락처</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>2. 유선연락을 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ol 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> </ol> </li> </ul> </li> </ol>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: +81-(0)3-3271-1128</li> </ul>	

자료: 메이디아(Meidi-ya) 홈페이지



③ 기노쿠니아(Kinokuniya)

기업 기본 정보	기업명	기노쿠니아(Kinokuniya)	
	홈페이지	www.e-kinokuniya.com	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모	- 매장 수('20): 약 30개 - 직원 수('20): 약 1,385명
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1910년 과일가게로 시작, 1953년 슈퍼마켓 설립</li> <li>- 고품질의 일본 및 해외 식품을 파는 프리미엄 식품점 매장</li> <li>- 매장 내 베이커리 보유</li> <li>- 일본 최초로 프랑스 치즈 수입유통</li> <li>- 프랑스 고품질의 사이드디시(Side Dish) 판매</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 시부야스크램블스퀘어(Shibuya Scramble Square)에 기노쿠니아 골먼드마켓(Kinokuniya Gourmand Market)<sup>36)</sup> 오픈</li> <li>- 2019년 이치카와(Ichikawa) 지역에 데일리테이블기노쿠니아(Daily Table Kinokuniya)<sup>37)</sup> 매장 오픈</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	데츠 (デーツ)
		종류	말린 대추
		용량	300g
		원산지	일본

자료: 기노쿠니아(Kinokuniya) 홈페이지  
사진 자료: 기노쿠니아(Kinokuniya) 홈페이지

36) 카페와 바가 존재하며 계절별 수입 식품을 판매하는 매장

37) 다양한 수제 조리식품을 판매하는 매장

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, 면류, 유제품, 베이커리류, 음료류, 주류, 스낵류, 소스류 등</li> <li>- 일반: 생활용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 프리미엄 식품</li> <li>- 해외 식품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 직접 제작한 에코백 판매</li> <li>- 환경을 고려하여 에코백 장려 및 비닐봉지 사용 금지</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>등록 유형</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 홈페이지를 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'Other inquiries' 클릭</li> <li>- 홈페이지 기입 정보: 이름, 이메일 연락처, 문의내용</li> </ul> </li> <li>2. 이메일을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ol 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> </ol> </li> </ul> </li> </ol>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처 전화: +81-(0)3-3409-1231 이메일: somu@e-kinokuniya.co.jp</li> </ul>

자료: 기노쿠니야(Kinokuniya) 홈페이지

3) 슈퍼마켓 & 하이퍼마켓



① 라이프(Life)

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)		
	홈페이지	www.lifecorp.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액('17)	약 60억 898만 달러 (약 7조 4,367억 원)	
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('19): 약 270개 - 직원 수('19): 약 2만 7,297명		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1956년 설립</li> <li>- 수도권의 4개 현(縣) 및 간사이(Kansai) 지역 5개 현에서 270개 매장 운영</li> <li>- 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지</li> <li>- 온라인 물물 운영하며 배송서비스 제공</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2021년까지 50개 매장 개장 목표, 매장 개장 및 보수에 1억 8,000만 달러(약 2,228억 원) 투자 계획</li> <li>- 2019년 10월, 간편결제 시스템 '페이페이(Paypay)'로 결제 시 결제 금액의 10% 페이백 이벤트 진행</li> <li>- 2018년 장애인 고용에 대한 감사장 수상</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	쿠리무시요오칸 (栗むし羊かん)	
		종류	밤양갱	
		용량	150g	
		원산지	일본	

자료: 라이프(Life) 홈페이지, 핀티데(Fintide), 유로모니터(Euromonitor), 라이프넷슈퍼(Life-netsuper) 홈페이지  
 사진 자료: 라이프(Life) 홈페이지, 엘프(Yelp), 라이프넷슈퍼(Life-netsuper) 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: 식선식품, 육류, 음료류, 차(茶류), 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 차(茶) 제품</li> <li>- 말차가 가미된 제품 및 함께 포장된 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 선물용 제품 다수 취급</li> <li>- 유통기한 철저히 준수</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>유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부</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, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처 전화: +81-03-5807-5493 (수도권 - 도쿄) 이메일: s620@lifecorp.co.jp</li> <li>- 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이</li> </ul>	

자료: 라이프(Life) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰





② 이토요카도(Ito-Yokado)

기업 기본 정보	기업명	이토요카도(Ito-Yokado)		
	홈페이지	iyec.omni7.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액(*18)	약 110억 1,250만 달러 (약 13조 6,291억 원)	
		기타 규모	- 매장 수(*19): 약 158개 - 직원 수(*19): 약 3만 4,000명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 세븐&amp;아이홀딩스컴퍼니(Seven &amp; I Holdings Co)의 자회사</li> <li>- 일본 슈퍼마켓 시장점유율 12%</li> <li>- 기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 주력</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 11월 태풍 피해 지원을 위한 기부금 전달</li> <li>- 2019년 10월 택시서비스회사 데나무브(DeNA MOV)와 제휴</li> <li>- 2019년 8월 전국 매장에서 간편결제 시스템 ‘페이페이(Paypay)’ 서비스 시작</li> <li>- 2019년 6월 일본 최초 아르헨티나산 쇠고기 판매 시작</li> <li>- 2018년 미래옴니채널을 대표하는 새로운 매장 출시</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	후루츠사프리푸룬 (フルーツサブプリプ룬)	
		종류	말린 자두	
		용량	270g	
		원산지	일본	

자료: 이토요카도(Ito-Yokado) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)  
 사진 자료: 이토요카도(Ito-Yokado) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<p>• <b>입점 가능 품목</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 음료류, 냉동식품, 스낵류, 양념류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 가정용품, 주방용품, 화장품, 애견용품, 장난감류, 문구류 등</li> </ul> <p>• <b>특이사항</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 세븐&amp;아이홀딩스컴퍼니(Seven &amp; I Holdings Co)의 계열사들을 통합한 옴니채널인 '옴니7(Omni7)'을 통해 온라인 주문 가능</li> </ul>		
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'その他' 카테고리 'お問い合わせ' 클릭</li> <li>- 'お問い合わせフォーム' 문의양식 작성</li> </ul> <p>- 등록 정보</p> <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, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> <p>- 담당 부서와 연결 후 입점 진행</p> <p>2. 유선 연락을 통한 입점 문의</p>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: +81-(0)3-6238-3132</li> </ul>	

자료: 이토요카도(Ito-Yokado) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰, 옴니세븐(Omni7) 홈페이지

3) 온라인



① 라쿠텐(Rakuten)

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)								
	홈페이지	www.rakuten.com								
	위치	도쿄(Tokyo)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액('18)</td> <td>약 100억 6,163만 달러 (약 12조 4,522억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>직원 수('17): 약 1만 4,826명</td> </tr> </table>	매출액('18)	약 100억 6,163만 달러 (약 12조 4,522억 원)	기타 규모	직원 수('17): 약 1만 4,826명				
매출액('18)	약 100억 6,163만 달러 (약 12조 4,522억 원)									
기타 규모	직원 수('17): 약 1만 4,826명									
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1997년 설립</li> <li>- 일본 내 가장 큰 규모의 B2B, B2C 이커머스(e-commerce) 플랫폼 회사</li> <li>- 미국, 프랑스, 브라질, 독일, 영국, 스페인 등으로 온라인 플랫폼을 확장하며 글로벌 기업으로 성장</li> <li>- 무역, 미디어, 스포츠, 에너지 등 다양한 분야에 서비스 제공</li> </ul>									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 12월 포인트를 비트코인(BTC), 이더리움(ETH), 비트코인캐시(BCH)로 전환할 수 있도록 허용</li> <li>- 2019년 11월 라이브네이션엔터테인먼트(Live Nation Entertainment)<sup>38)</sup>와 파트너십 체결</li> <li>- 2019년 8월 암호화폐 거래 서비스 '라쿠텐월렛(Rakuten wallet)' 출시</li> </ul>									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>신지양허티안주주베 (Xin Jiang He Tian Jujube)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>말린 대추</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>400g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>중국</td> </tr> </table>	제품명	신지양허티안주주베 (Xin Jiang He Tian Jujube)	종류	말린 대추	용량	400g	원산지	중국
제품명	신지양허티안주주베 (Xin Jiang He Tian Jujube)									
종류	말린 대추									
용량	400g									
원산지	중국									

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

38) 미국의 콘서트, 공연 회사

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, 차(茶)류, 음료류 등</li> <li>- 일반: 장난감, 유아용품, 의류, 가전제품, 문구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미디어, 마케팅, 투자서비스 등 9개의 다양한 서비스 제공</li> <li>- 제품뿐만 아니라 제품을 취급하는 브랜드 및 매장 소개</li> <li>- 제품에 따른 캐시백(Cash Back) 및 쇼핑혜택 제공</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>홈페이지를 통한 입점 등록 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출</li> <li>- 홈페이지 가입 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호, 대표 Fax 번호, 대표자명)</li> <li>② 운영담당자정보 (담당자명, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형)</li> </ul> </li> </ul>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: sales-list@rakuten.com</li> </ul>

자료: 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.co.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액(*18)	약 2,329억 달러 <sup>39)</sup> (약 288조 2,370억 원)	
		기타 규모	직원 수(*18): 64만 7,500명 <sup>40)</sup>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2000년 설립</li> <li>- 일본 내 이커머스 부분 1위 전자상거래 업체</li> <li>- 전 세계 3억 명의 고객 보유</li> <li>- 일본 내 월평균 20억 명 방문</li> <li>- 월 500엔에 아마존 프라임(Amazon Prime)멤버십 제공</li> <li>- 아마존 일본의 FBA<sup>41)</sup> 서비스 전체 물량의 98%를 일본 전역에 당일 배송</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 일본정부에 300억엔 법인세 납부하기로 결정</li> <li>- 2019년 최초로 아마존 프라임 멤버십 가입비 인상</li> <li>- 2019년 상품의 위조, 모조품을 근절시키기 위한 프로젝트제로(Project Zero) 시작</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	데이트크라운 (Date Crown)	
		종류	대추정과	
		용량	998g	
		원산지	아랍에미리트	

자료: 아마존재팬(Amazon Japan) 홈페이지, 시밀러웹(Similarweb) 홈페이지  
 사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan) 홈페이지

39) 통합 매출액  
 40) 통합 직원 수  
 41) 아마존 주문처리서비스



입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<p>• <b>입점 가능 품목</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 곡류, 음료류, 차(茶)류, 주류 등</li> <li>- 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 생활용품, 운동기구, 약기류, 화장품, 완구류 등</li> </ul> <p>• <b>선호 제품</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 신제품</li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 직접등록 - 홈페이지 하단 ‘Amazonで売る’ 클릭 ① 아마존 셀러 계정 생성 ② 상품 리스팅 - 홈페이지 등록 정보 ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량)
	등록 조건	· 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수 · 평가 기준 ② 아마존 자체 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 <sup>42)</sup>
	특이사항	- 프로페셔널 (Professional) 셀링 플랜의 비용은 월 이용료 4,900엔 및 아이템당 상품 판매 수수료(카테고리별로 상이)로 구성 - 일부 상품은 법률/규제상의 제한(예: 처방 의약품) 또는 아마존 정책(예: 부적절한 사진)에 의거하여 리스팅할 수 없음 - 입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)홈페이지

42) Amfori BSCI, Better Work(BW), Responsible Business Alliance(RBA), SMETA, SA8000 Standard 인정

## IV. Customs·Quarantine

### SUMMARY

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

### 인증 취득

일본으로 제품 수출 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 대추정과

대추정과 품목은  
일반가공식품으로  
분류하여 일반가공식품에  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 일본 수입식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

일본으로 대추정과 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>43)</sup> 2018년 6월 MHLW에서 발표한 식품위생법 개정사항<sup>44)</sup>에 따르면, 자국내 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 마크
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

43) 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

44) 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	20만 원
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 900~1,000만 원
BRCGS Food Safety		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만 원
FSSC 22000		절차	기간
		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만 원
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

▶ 일본 농림수산물 등록 기관을 통해 JAS 인증 획득

일본으로 가공식품을 수출하는 제조업체가 JAS 인증을 받고자 하는 경우, 일본 농림수산물에 등록된 일본 국내외 지정 기관을 통해 인증을 받을 수 있음. 등록 기관마다 전문 인증 품목이 다르기 때문에 해당 품목을 확인하여 인증을 획득해야 함. 농림수산물 등록 인증기관은 동 기관 홈페이지의 JAS 인증기관 등록 리스트를 통해 확인 가능함

[표 4.3] 일본 JAS 인증 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 마크
JAS		일반 인증 (일반적인 식품, 임업 제품에 대한 인증)	
Specific JAS	일본 농림수산물성 (MAFF)	특정 가공방법 식품에 대한 인증	
Organic JAS		유기농 식품 대상 인증	
Production Information JAS		생산정보를 소비자에게 제공하는 JAS 규격 적합 식품	
<b>인증 절차</b>			

- a. 등록 인증기관에 JAS 인증 신청
- b. 심사
  - 공장, 농장, 제품에 대한 평가
- c. 인증
- d. 사후관리

**유효기간**

- 12개월(지정 기간 내 사후 검사를 통하여 갱신)

자료 : 일본 농림수산물성(MAFF)



## 2. 일본 대추정과 업체·제품 등록

### 업체·제품 등록

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

### 대추정과

대추정과 품목은  
일반가공식품으로  
분류하여 일반가공식품에  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본으로 식품 수출 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, 원활한 통관을 위하여 통관 절차 시 수입 식품에 대한 검사 요건을 완화하고 수입 식품에 대한 사전 검사 및 등록 제도를 실시하고 있음. 해당 절차를 통하여 사전 확인을 받게 되면, 등록번호가 기재된 수입 신고서를 제출하여 통관 절차를 원활하게 수행할 수 있음

대상 식품은 농축산물 및 수산물의 1차 생산품 또는 간이 가공품을 제외한 가공식품<sup>45)</sup>으로, 식품 위생법이 정하고 있는 규정에 적합한지 확인하게 됨

[표 4.4] 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)

45)가공(건조, 가열, 발효 또는 기타 가공)된 차(茶)는 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 대추정과 라벨 심의

#### ▶ 일본 라벨 규정

[표 4.5] 일본 라벨 관리 규정

● <b>라벨 심의</b>	● <b>대추정과</b>	<b>적용 규제</b>	식품위생법(Food Sanitation Act), 건강증진법(Health Promotion Act)												
일본으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	대추정과 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	<b>세부 규정</b>	식품표시법(Food Labeling Act, 食品表示法) No. 70 of June 28, 2013												
		<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>												
		<b>세부 내용</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>표기 언어</b></td> <td>일본어로 표기 폰트의 최소 사이즈는 8포인트로 표기</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>식품첨가물</b></td> <td>식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용(e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate) 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>영양성분</b></td> <td>열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기</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 복합재료의 경우 괄호를 이용하여 원재료를 표기</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>보관방법</b></td> <td>보관에 적절한 보관 방법에 대한 내용 표기 상온 보관 이외 유의사항 없을 시, 미 표기</td> </tr> </table>	<b>표기 언어</b>	일본어로 표기 폰트의 최소 사이즈는 8포인트로 표기	<b>식품첨가물</b>	식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용(e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate) 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성	<b>영양성분</b>	열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기	<b>유통기한</b>	제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기	<b>원료정보</b>	가장 일반적인 명칭으로 기재 복합재료의 경우 괄호를 이용하여 원재료를 표기	<b>보관방법</b>	보관에 적절한 보관 방법에 대한 내용 표기 상온 보관 이외 유의사항 없을 시, 미 표기
<b>표기 언어</b>	일본어로 표기 폰트의 최소 사이즈는 8포인트로 표기														
<b>식품첨가물</b>	식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용(e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate) 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성														
<b>영양성분</b>	열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기														
<b>유통기한</b>	제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기														
<b>원료정보</b>	가장 일반적인 명칭으로 기재 복합재료의 경우 괄호를 이용하여 원재료를 표기														
<b>보관방법</b>	보관에 적절한 보관 방법에 대한 내용 표기 상온 보관 이외 유의사항 없을 시, 미 표기														

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

<b>세부 내용</b>	<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>	<b>수입자 및 제조사 정보</b>	수입업체의 이름 및 주소, 제조자의 이름 및 주소 정보를 기재
		<b>GMO 성분 표기</b>	등록된 GMO 식품을 대상으로 하여, 해당 원료를 함유하고 있음을 표기
			새우, 게, 밀, 메밀, 계란, 유제품, 땅콩
		<b>알레르기정보</b>	일본 소비자청은 다음 20개 항목에 대해서도 라벨에 표기하도록 권고 - 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 캐슈넛, 키위, 소고기, 호두, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이, 복숭아, Yam(yam), 사과, 젤라틴
		<b>순중량</b>	단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재
		<b>원산지</b>	일본 제품에 대하여 적용되는 원재료별 원산지 정보 기재 의무 미적용
		<b>기타</b>	유기농 인증을 획득한 경우에 한하여, JAS마크 표기 및 유기농 표기 가능  건강증진법 규정에 따라 담당 부처로부터 허가를 받거나 신고한 후, 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품 마크의 표기와 적절한 기능성에 대한 홍보 문구 사용 가능

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

▶ 일본 식품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(일어)

- ① 브랜드명 : SUN-RISE
- ② 제품명 : 果樹園そだち  
しっとり 白いちじく
- ③ 제품설명 : 食物繊維・カリウム・カルシウム・銅含む , 保存料不使用

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : 썬라이즈
- ② 제품명 : 과수원에서 자란 촉촉한 백무화과
- ③ 제품설명 : 식이섬유 · 칼륨 · 칼슘 · 구리 함유, 보존료 미사용

뒷면(일어)

- ① 제품설명 :  
地中海に面するトルコで育った白いちじくを添加物を一切使開だず、弊社独自の製法でしっとりやわらかく仕上げました。  
いちじく本来の風味とつぶつぶとした食感をお楽しみ頂けます。
- ② 제품요약 : 名称 乾燥果実  
原材料名 いちじく  
内容量 賞味期限の下に記載  
賞味期限 この面の右側に記載  
保存方法 直射日光、高温多湿を避け、常温で保存してください。  
原産国名 トルコ  
販売者 正栄食品工業株式会社SE1  
東京都台東区秋葉原5-7
- ③ 영양성분표 :

栄養成分表示	100gあたり
エネルギー	232 kcal
たんぱく質	2.6mg
脂質	0.3mg
糖質	50.5mg

뒷면(국문)

- ① 제품설명 : 지중해에 접한 터키산 무화과이며, 첨가물을 일체 사용하지 않고 당사의 독자적인 방법으로 촉촉하고 부드럽게 제조한 제품입니다.
- ② 제품요약 :  
품목: 건조 과일  
원재료명: 무화과  
내용량: 유통기한 아래에 기재  
유통기한: 뒷면 오른쪽에 기재  
보관방법: 직사광선, 고온 다습을 피하고 상온에서 보관하십시오  
원산지: 터키  
제조업체: 쇼에이식품공업 주식회사 SE1  
도쿄 다이토구 아키하바라 5-7
- ③ 영양성분표 :

영양성분표시	100g당
칼로리	232kcal
단백질	2.6mg
지방	0.3mg
당질	50.5mg

食物繊維	8.4mg
ナトリウム	60mg
カリウム	598mg
カルシウム	173mg
鉄	1.1mg
銅	0.21mg

④ 주의사항 :

▽保存料は使用しておりませんので、開封後はチャックを閉めて冷蔵庫で保存し、賞味期限にかかわらずお早めにお召しあがりください。  
・賞味期限は、未開封時に表示されている保存方法において品質が保たれる期間です。

※いちじくは農作物のため、食感や色にバラツキがあります。また、時間の経過とともに色が変化することがありますが、いずれも品質には問題ありません。

※袋の内側やいちじくに付着している粒はいちじくの種です。

※いちじくの表面に黒や茶提色の斑点・傷がみられることがありますが、果実由来の

ものですので、安心してお召しあがりください。

⑤ 고객센터 :

万一製品に不都合がございましたら、お求めの月日、店名をご記入の上、外袋と一緒に正栄食品工業(株)お客様相談室宛にお送りください。代品と送料をお送りいたします。  
お客様相談室03-3253-1885

【受付時間9:00~17:00(土・日祝日除く)】

⑥ 유통기한 : 2021.02.14

⑦ 중량 : 120g

식이섬유	8.4mg
나트륨	60mg
칼륨	598mg
칼슘	173mg
철분	1.1mg
구리	0.21mg

④ 주의사항 :

▽보존료를 사용하지 않은 제품이므로, 개봉 후 지퍼를 닫아 냉장고에 보관하십시오. 유통기한과 관계없이 개봉 후 가급적 빨리 드시는 게 좋습니다.

· 유통기한은 미개봉 제품을 기재되어있는 보관방법으로 보관 시 품질이 유지되는 기간입니다.

※무화과는 농작물이기 때문에 식감과 색상에 편차가 있습니다. 또한, 시간 경과에 따라 색상이 변할 수 있으나, 품질에 문제는 없습니다.

※포장재 안쪽이나 무화과에 붙어있는 입자는 무화과의 일부입니다.

※무화과 표면에 검정이나 갈색 반점 및 상처가 있을 수 있으나, 모두 과일 본래의 것이므로 안심하고 드십시오.

⑤ 고객센터 : 제품에 문제가 있거나 불만사항이 있는 경우에는 구입한 날짜, 매장명을 기입 후 포장하여 쇼에이식품공업(주) 고객상담센터로 보내주십시오. 대용품 및 배송료를 보내드리겠습니다.  
고객상담실 03-3253-1885

【접수시간9:00~17:00(주말, 공휴일 제외)】

⑥ 유통기한 : 2021.02.14

⑦ 중량 : 120g

#### 4. 일본 대추정과 서류 준비

##### 서류 준비

일본으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

##### 대추정과

대추정과 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 수입 업무, 수입 업체 또는 통관브로커를 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 적재된 상태에서 신고해야 함. 수입 신고는 수출업체가 수행할 수 없기 때문에 제품을 수입하는 당사자 또는 통관 브로커를 통해서 진행해야함

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

[표 4.6] 일본 통관 서류

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

자료 : 일본 관세청



## 5. 일본 대추정과 세금 납부

### 세금 납부

일본으로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
세금 정보 제공

### 대추정과

대추정과 품목은  
일반가공식품으로  
분류하여 일반가공식품에  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 대추정과 HS CODE 2006.00.029, 18.0%의 관세 적용
- ▶ 한국-일본 FTA 협정 부재로 'WTO협정세율' 적용

대추정과를 일본으로 수출할 경우 HS CODE 2006.00(설탕으로 보존처리한 채소, 과실, 견과, 과피와 식물의 그 밖의 부분(설탕을 입히거나 설탕에 절인 것))의 2006.00.029(그 외의 것) 세번이 적용되며<sup>46)</sup>, 기본 세율은 19.2%임. 일본은 한국과 FTA 또는 기타 무역협정을 체결하고 있지 않으므로 WTO 협정세율인 18%가 적용됨. 이 외에도 일본은 모든 식품에 대해 소비세를 부과하며, 2019년 1월부터 8%였던 소비세 세율을 10%로 인상함. 하지만 외식과 주류를 제외한 식료품은 경감세율을 적용받아 8%가 적용되며, 대추정과는 일반 식료품으로 분류되어 소비세 8%가 부과됨

- 수입 서류 심사비용: 107달러(약 13만 원)<sup>47)</sup>
- 수입 서류 심사 기간: 평균 3시간
- 통관 비용: 평균 315달러(약 39만 원)
- 통관 소요 시간: 평균 40시간

[표 4.7] 한국·일본 HS CODE 비교 및 일본 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2006.00	설탕으로 보존처리한 채소, 과실, 견과, 과피와 식물의 그 밖의 부분 (설탕을 입히거나 설탕에 절인 것)	
	2006.00.9090	기타	
일본	2006.00.029	그 외의 것	
관세	기본관세율	19.2%	
	협정 세율	18.0% <sup>48)</sup>	
소비세		8%	

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

46) 일본 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2006.00 중 대추정과에 적합하다고 판단되는 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 일본 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 일본 관세청을 통해 확인이 필요함

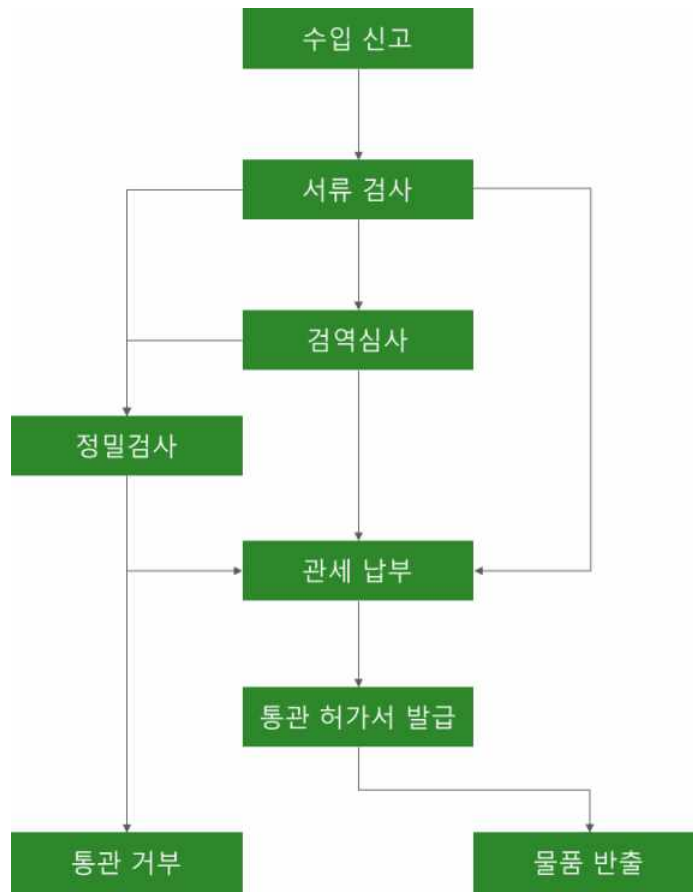
47) 1달러=1,237.60원 (2020.04.04., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

48) 일본은 한국과 FTA 협정을 맺고 있지 않으나, WTO 협정을 맺고 있는 국가에 대하여 WTO협정관세율을 적용하고 있음

## 6. 일본 대추정과 검역 심사 절차

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

[표 4.8] 일본 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	유해물질	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	10 $\mu$ g/kg
		Symphytum(comfrey)	불검출
	식품첨가물	Copper chlorophyll	0.1g/kg

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

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

식품 첨가물 규정

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

대추정과

대추정과 품목의  
첨가물 규정은  
KATI농식품수출정보  
카테고리 분류 중  
절임류 또는 조림류의  
절임식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

[표 4.9] 일본 대추정과 품목 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대 허용량
착향료	아세트알데하이드	Acetaldehyde	일반사용기준 <sup>49)</sup>
착향료	아세토페논	Acetophenone	일반사용기준
농후제, 안정제	아세틸아디핀산이전분	Acetylated distarch adipate	일반사용기준
산도조절제, 산화방지제	시트르산	Citric Acid	일반사용기준
산도조절제	푸마르산	Fumaric acid	일반사용기준
착향료	2-페닐에틸아민	Phenethylamine	일반사용기준
겔형성제, 희석제	염화칼륨	Potassium chloride	일반사용기준
팽창제, 산도조절제	탄산나트륨	Sodium carbonate	일반사용기준
안정제, 증점제 등	잔탄검	Xanthan gum	일반사용기준
감미료	아스파탐	Aspartame	일반사용기준

자료 : KATI 농식품수출정보

49) 일반사용기준 : 최대 허용치가 별도로 명시되지 않아 규제가 없으나 첨가물 사용 시 적절한 제조공정 관리를 시행하며, 목표 효과를 달성하는 데 필요한 양을 초과하지 않아야 함

## V. Expert Interview

### SUMMARY

Interview ① 카부시키가이사미야코쇼오지  
(株式会社都商事)

Interview ② 카부시키가이사헤루시아스  
(株式会社ヘルシアス)

Interview ③ 카부시키가이사코지마야  
(株式会社小島屋)

Interview ④ 켄코오무라와타스게텐  
(けんこう村ワタスゲ店)

Interview ⑤ 유우겐가이사친미도오  
(有限会社珍味堂)

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Customers and Packaging



- 인터뷰 기업 : 카부시카기야사미야코쇼오지  
(株式会社都商事)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Seo  
(Sales Department)

### 일본 소비자들, 제품 구매 시 원산지 고려

일본 소비자들은 제품 구매 시 원산지를 중요하게 생각하고, 현지에서 생산한 제품을 가장 선호합니다.

### 수출 시, 선물용 제품을 위한 별도 포장 박스 추천

일본에서는 선물용 제품의 경우, 별도의 포장 박스를 판매하고 있습니다. 따라서 선물용 제품을 위한 포장 박스를 마련할 것을 추천합니다.

## Market Demand and Promotions



- 인터뷰 기업 : 카부시카기야사헤루시아스  
(株式会社ヘルシアス)  
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Boku  
(Manager)

### 일본 소비자, 건강식품으로 높은 대추 수요

최근 일본 소비자들 사이에서 대추가 건강식품으로 알려짐에 따라, 일본에서 대추의 수요는 매우 많습니다.

### 제품의 성분을 중시하는 소비자 증가

최근 제품의 성분을 중시하는 일본 소비자들이 늘어나고 있으므로, 설탕 대신 벌꿀을 사용했다는 점을 적극적으로 홍보할 것을 추천합니다.

## Market Demand and Promotions



- 인터뷰 기업 : 카부시카기야코지마야  
(株式会社小島屋)  
생산유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Kojima  
(Marketing Department)

### 최근 말린 대추 수요 증가 중

몇 년 전까지만 해도 망고, 파인애플 등의 말린 과일만 수요가 매우 많았으나, 최근에는 말린 대추의 수요도 증가하고 있습니다.

### 현지 제품, 당도와 제품의 성분을 중심으로 홍보

일본 소비자들은 말린 과일이 매우 달다고 생각해, 당사는 당도가 적당하다는 문구를 제품 홍보에 활용하고 있습니다. 또한 일본 소비자들은 건강을 중시하므로 제품 성분에서 '무첨가' 등의 내용을 강조합니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Trend and Packaging



- 인터뷰 기업 : 켄코오무라와타스게텐  
(けんこう村ワタスゲ店)  
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Akuzawasi  
(Manager)

### 소비자들 사이에서 대추의 인지도, 높아지는 추세

최근 일본 소비자들이 대추를 건강식품으로 인식함에 따라, 대추의 인지도가 높아지고 있고 당절임 대추의 수요도 증가하고 있습니다.

### 프리미엄, 선물용 제품은 고품질의 종이박스로 포장

일반 제품은 플라스틱 파우치에 포장되고, 프리미엄과 선물용 대추 제품은 고품질의 종이박스에 포장됩니다.

## Market Trend and Customers



- 인터뷰 기업 : 유우겐가이사친미도오  
(有限会社珍味堂)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Watanabe  
(CEO)

### 생대추는 주로 중장년층이 선호

일본에서 생대추는 인지도가 높지 않습니다. 꾸준히 대추를 먹어온 중장년층에게 제품의 수요가 많고 새로운 고객은 없는 편입니다.

### 안주 등의 간식용으로 당절임 제품을 구매

일본 소비자들은 안주, 간식용으로 당절임 제품을 구매하며 간혹 연말에 선물용으로 당절임 제품을 대량 주문하기도 합니다.

## Interview ① 카부시키가이샤미야코쇼오지 (株式会社都商事)

50)

카부시키가이샤미야코쇼오지  
(株式会社都商事)

전문가 소속

카부시키가이샤미야코쇼오지  
(株式会社都商事)  
유통업체

전문가 정보

Ms. Seo  
(Sales Department)



### 카부시키가이샤미야코쇼오지(株式会社都商事) Sales Department, Ms. Seo

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 대추를 전문으로 취급하는 유통업체로, 자사 홈페이지와 라쿠텐(Rakuten) 등의 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있습니다. 또한 일본에서 약 26개의 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 매장 대부분이 식당과 백화점에 입점해 있습니다.

#### Q. 일본에서 대추정과 수요는 어떠한가요?

당사는 당절임 대추를 취급하지 않아 해당 제품의 수요를 말씀드리기 어려울 것 같습니다. 하지만 당사에서 취급 중인 대추초콜릿, 대추칩은 40-50대 여성에게 수요가 많습니다. 해당 제품은 건강을 중시하는 고소득 여성 사이에서 선물용으로 선호됩니다.

#### Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 하나요?

최근 건강의 중요성을 인식한 일본 사람이 늘어남에 따라, 설탕, 감미료가 첨가되지 않은 제품의 수요가 많습니다. A사 제품이 이러한 '무첨가'에 해당한다면, 이를 적극적으로 홍보할 것을 추천합니다. 또한 일본에서는 선물용 제품의 경우, 별도의 포장 박스를 판매하고 있습니다. 따라서 A사 역시 프리미엄 제품과 차별화한 선물용 제품만의 포장 박스를 마련할 것을 추천합니다.

#### Q. 제품 구매 시, 무엇을 고려하나요?

일본 소비자들은 제품 구매 시 원산지를 중요하게 생각하고, 현지에서 생산한 제품을 가장 선호합니다. 따라서 수입 제품의 경우 당사는 품질 관리에 신경 쓰고 있다는 것을 강조합니다. 일본 소비자들 사이에서 홍삼 등 한국 전통식품의 인식은 좋은 편입니다.

50) 사진자료: 카부시키가이샤미야코쇼오지(株式会社都商事) 홈페이지 (natsumeiro.jp)



## Interview ② 카부시키가이샤헤루시아스 (株式会社ヘルシアス)

51)

카부시키가이샤헤루시아스  
(株式会社ヘルシアス)

전문가 소속

카부시키가이샤헤루시아스  
(株式会社ヘルシアス)  
온라인 소매업체

전문가 정보

Ms. Boku  
(Manager)



### 카부시키가이샤헤루시아스(株式会社ヘルシアス) Manager, Ms. Boku

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 건강기능식품을 전문으로 취급하는 온라인 소매업체입니다. 오프라인 매장을 운영하고 있지 않으나, 당사 홈페이지, 아마존, 라쿠텐 등을 통해 제품을 판매하고 있습니다.

#### Q. 일본에서 대추정과 및 당절임 제품의 수요는 어떠한가요?

최근 일본 소비자들 사이에서 대추가 건강식품으로 알려지고 있습니다. 이에 따라, 라쿠텐 홈페이지에서 판매량 1, 2위의 상품이 대추일 정도로 일본에서 대추의 수요는 매우 많습니다. 주로 30-40대의 여성과 건강을 고려하는 사람들이 대추를 구매합니다. 당사는 당절임 식품을 취급하고 있지 않지만, 이와 유사한 한국산 유지차 제품이 선물용으로 인기가 높다고 알고 있습니다.

#### Q. 한국산 제품의 수요 및 인지도는 어떠한가요?

일본 소비자들은 일본에서 생산한 제품을 가장 선호하기 때문에, 한국산 제품의 수요는 많지 않습니다. 그래도 수입 제품의 경우, 일본 소비자들은 중국산보다 한국산을 더 선호합니다. 홍삼 등으로 인해 한국산 건강식품의 이미지가 좋기 때문입니다.

#### Q. 일본 소비자들이 선호하는 제품 특징은 무엇인가요?

최근 제품의 성분을 중시하는 일본 소비자들이 늘어나고 있으므로, 설탕 대신 벌꿀을 사용했다는 점을 적극적으로 홍보할 것을 추천합니다. 당사 역시 대추와 대추 관련 제품의 홍보 방식으로 감미료를 사용하지 않았다는 것을 강조합니다. 또한 일본의 선물용 대추 제품은 별도의 포장 박스가 있으므로, 가격을 다소 낮추고 선물용 포장 박스를 별도로 판매할 것을 추천합니다.

51) 사진자료: 카부시키가이샤헤루시아스(株式会社ヘルシアス) 라쿠텐 홈페이지 (item.rakuten.co.jp/healthiers)

## Interview ③ 카부시키가이샤코지마야 (株式会社小島屋)

52)

카부시키가이샤코지마야  
(株式会社小島屋)

전문가 소속

카부시키가이샤코지마야  
(株式会社小島屋)  
생산유통업체

전문가 정보

Mr. Kojima  
(Marketing Department)



카부시키가이샤코지마야(株式会社小島屋)

### Marketing Department, Mr. Kojima

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 말린 과일과 견과류를 전문으로 취급하는 생산유통업체로, 대추, 자두, 체리 등의 말린 과일을 취급하고 있습니다. 온라인 쇼핑몰과 도쿄에 오프라인 매장 1곳을 운영하고 있습니다.

**Q. 일본에서 대추정과 수요는 어떠한가요?**

불과 몇 년 전까지만 해도 망고, 파인애플 등의 말린 과일만 수요가 매우 많았습니다. 하지만 최근에는 말린 대추의 수요가 증가하고 있습니다. 당사는 당절임 과일을 취급하고 있지 않으나, 설탕에 절인 견과류 제품은 술안주와 선물용으로 인기가 높습니다.

**Q. 취급 제품의 용량 및 가격은 어떻게 되나요?**

당사에서 취급 중인 말린 대추 제품은 원산지과 종류에 따라 용량과 가격에 차이가 있습니다. 500g-1kg 등 다양한 용량의 제품을 취급하고 있으며, 가격은 850-3,400엔(약 9,726-3만 8,904원<sup>53)</sup>입니다. 프리미엄 제품임을 감안하면, A사 제품의 가격은 적당하다고 생각합니다. 또한 20개의 용량은 선물용으로 안성맞춤이라고 판단됩니다. 부피가 작은 경우를 제외하곤 프리미엄과 선물용 제품 대부분이 박스에 포장되기 때문에, A사의 포장 방식은 문제가 없을 것이라고 생각합니다.

**Q. 제품의 홍보는 어떻게 이루어지고 있나요?**

일본 소비자들은 말린 과일이 매우 달다고 생각해, 당사는 당도가 적당하다는 문구로 제품을 홍보하고 있습니다. 또한 건강을 중시하는 일본 소비자들이 늘어남에 따라, 무첨가 등 제품 성분을 강조합니다. A사 역시 설탕 함유량이 적고 벌꿀을 사용했다는 점을 적극적으로 홍보하면, 일본 소비자들 사이에서 인기가 매우 높을 것이라고 생각합니다.

52) 사진자료: 카부시키가이샤코지마야(株式会社小島屋) 홈페이지 (www.kojima-ya.com)

53) 100엔=1,144.23원 (2020.04.03.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## Interview ④ 켄코오무라와타스게텐 (けんこう村ワタスゲ店)

54)

켄코오무라와타스게텐  
(けんこう村ワタスゲ店)

전문가 소속

켄코오무라와타스게텐  
(けんこう村ワタスゲ店)  
온라인 소매업체

전문가 정보

Mr. Akuzawasi  
(Manager)



켄코오무라와타스게텐(けんこう村ワタスゲ店)

Manager, Mr. Akuzawasi

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 말린 과일과 견과류 전문 온라인 소매업체로, 당절임, 잼, 견과류와 망고, 파인애플, 포도 등의 말린 과일을 취급하고 있습니다. 자사 홈페이지와 아마존, 야후 등의 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있습니다.

**Q. 일본에서 대추정과 수요는 어떠한가요?**

과거 일본에서 대추 인지도는 높지 않았습니다. 하지만 최근 일본 소비자들이 대추를 건강식품으로 인식함에 따라, 대추의 인지도가 높아지고 있습니다. 또한, 당절임 대추의 수요가 중장년층 여성들 사이에서 증가하고 있습니다.

**Q. 취급 제품에는 무엇이 있나요?**

당사는 당절임 대추와 블루베리, 라즈베리, 밤, 살구 등의 잼을 판매하고 있습니다. 당절임 제품의 수요는 많은 편으로, 당사에서 취급 중인 당절임 대추는 1kg에 1,500엔(약 1만 7,163원)으로, 플라스틱 파우치에 담아 제품을 판매하고 있습니다. 이와 비교했을 때, A사의 제품은 비싼 편이지만 프리미엄, 선물용 제품임을 고려하면 적당한 가격대라고 생각합니다.

**Q. 취급 제품의 포장은 어떻게 되나요?**

일본 소비자들은 종이박스가 고급스럽다고 생각해, 프리미엄과 선물용 대추 제품 대부분이 고품질의 종이박스에 포장됩니다. 프리미엄이 아닌 제품은 종이박스보다 포장비용이 저렴한 플라스틱 파우치에 담겨 있습니다. 당사는 일반 제품을 취급하고 있어, 플라스틱 파우치에 포장된 대추 제품만 판매하고 있습니다.

54) 사진자료: 켄코오무라와타스게텐(けんこう村ワタスゲ店) 홈페이지 (www.watasugenet.jp)

## Interview ⑤ 유우겐가이사친미도오 (有限会社珍味堂)

55)

유우겐가이사친미도오  
(有限会社珍味堂)

전문가 소속

유우겐가이사친미도오  
(有限会社珍味堂)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Watanabe  
(CEO)



### 유우겐가이사친미도오(有限会社珍味堂) CEO, Mr. Watanabe

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 1954년에 설립된 소매업체로, 말린 과일, 견과류, 해산물 등을 취급하고 있습니다. 도쿄에서 오프라인 매장 1곳을 운영하고 있습니다.

**Q. 일본에서 대추 제품 수요는 어떠한가요?**

일본에서 생대추는 인지도가 높지 않습니다. 꾸준히 대추를 먹어온 중장년층에게 수요가 많고 새로운 고객은 없는 편입니다.

**Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?**

당사는 파우치에 포장된 중국산 대추를 500g당 평균 1,000엔(약 1만 1,442원)에 판매하고 있어, A사 제품의 가격은 다소 비싸다고 생각합니다. 일본 진출을 생각하고 있다면 대추 개수를 10개로 줄여 가격을 내리고, 10개, 20개 등 용량을 다양하게 하는 것이 좋을 것 같습니다. 또한 최근 일본 젊은 여성들과 건강을 생각하는 소비자들은 당분, 염분 등 제품 성분을 꼼꼼하게 살펴봅니다. 따라서 이들을 주 타깃 고객으로 삼아 건강과 관련된 제품의 특징을 홍보하는 것이 좋을 것 같습니다.

**Q. 취급 중인 당절임 제품에는 무엇이 있나요?**

당사는 망고, 크랜베리를 설탕에 절인 제품과 당절임 대추 제품을 취급하고 있습니다. 그중, 일본 소비자들은 망고가 들어간 제품을 가장 선호합니다. 일본 소비자들은 안주 등의 간식용으로 당절임 제품을 먹습니다. 간혹 연말에 선물용으로 당절임 제품을 대량으로 주문하는 소비자가 있습니다.

55) 사진자료: 유우겐가이사친미도오(有限会社珍味堂) 홈페이지 (www.chinmido.jp)

## [참고문헌]

### ■ 참고자료

1. 일본 통계청(Statistics Bureau of Japan), 「Statistical Handbook Of Japan」, 2019
2. 듀다(Doda), 「女性の平均年収ランキング 最新版, 都道府県別」, 2020.02
3. 일본 내각부(Cabinet Office of Japan), 「日本と諸外国・地域との関係」, 2019.12

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.portal.euromonitor.com)
2. 외교부 홈페이지 (www.mofa.go.kr)
3. 국제 무역 센터(International Trade Center) 홈페이지 (www.trademap.org)
4. KATI 농식품수출정보 홈페이지 (www.kati.net)
5. 피치(Peachy) 홈페이지 (news.livedoor.com)
6. 야후 뉴스(Yahoo!ニュース) 홈페이지 (headlines.yahoo.co.jp)
7. 아마존(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.co.jp)
8. 세이유(Seiyu) 홈페이지 (www.seiyu.co.jp)
9. 라쿠텐세이유(Rakuten Seiyu) 홈페이지 (bitly.kr/0AtKukrMG)
10. 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지 (www.rakuten.com)
11. 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지 (www.takashimaya.co.jp)
12. 이세탄(Isetan) 홈페이지 (www.isetan.mistore.jp)
13. 도쿄미드타운(Tokyo-midtown) 홈페이지 (www.tokyo-midtown.com/jp/index.html)
14. 도큐스토어(Tokyu-store) 홈페이지 (www.tokyu-store.co.jp)
15. 메이디아(Meidi-ya) 홈페이지 (www.meidi-ya.co.jp)
16. 기노쿠니야(Kinokuniya) 홈페이지 (www.e-kinokuniya.com)
17. 라이프(Life) 홈페이지 (www.lifecorp.jp)
18. 라이프넷슈퍼(Life-netsuper) 홈페이지 (www.life-netsuper.jp)
19. 이토요카도(Ito-Yokado) 홈페이지 (iyec.omni7.jp)
20. 옴니세븐(Omni7) 홈페이지 (www.omni7.jp/top)
21. 일본 소비자청(CAA) (www.caa.go.jp)
22. 한국 관세청 (www.customs.go.kr)
23. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS) (www.fas.usda.gov)
24. 정부24 (www.gov.kr)
25. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
26. 한국농수산물유통공사(aT) (www.at.or.kr)
27. 일본 관세청 (www.customs.go.jp)
28. 일본 무역진흥기구(JETRO) (www.jetro.go.jp)

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

29. 일본 식품화학연구재단(JFCRF) ([www.ffcr.or.jp](http://www.ffcr.or.jp))
30. 일본 투자 및 수입품 진흥기구(MIPRO) ([www.mipro.or.jp](http://www.mipro.or.jp))
31. 카부시키가이사미야코쇼오지(株式会社都商事) 홈페이지 ([natsumeiro.jp](http://natsumeiro.jp))
32. 카부시키가이사헤루시아스(株式会社ヘルシアス) 라쿠텐 홈페이지 ([item.rakuten.co.jp/healthiers](http://item.rakuten.co.jp/healthiers))
33. 카부시키가이사코지마야(株式会社小島屋) 홈페이지 ([www.kojima-ya.com](http://www.kojima-ya.com))
34. 켄코오무라와타스게  
텐(けんこう村ワタスゲ店) 홈페이지 ([www.watasugenet.jp](http://www.watasugenet.jp))
35. 유우겐가이사친미도오(有限会社珍味堂) 홈페이지 ([www.chinmido.jp](http://www.chinmido.jp))
36. 일본 통계청(Statistics Bureau of Japan) 홈페이지 ([www.stat.go.jp](http://www.stat.go.jp))
37. 일본 농림수산성(MAFF) 홈페이지 ([www.maff.go.jp](http://www.maff.go.jp))
38. 관세법령정보포털(UNIPASS) 홈페이지 ([unipass.or.kr](http://unipass.or.kr))
39. 일본 내각부(Cabinet Office of Japan) 홈페이지 ([www.cao.go.jp](http://www.cao.go.jp))
40. 시밀러웹(Similarweb)홈페이지 ([www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))



사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사  
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사  
발 행 일 : 2020.04.24.

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

