



2020

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202010-01

품목 | 캔디(Candy)

국가 | 일본(Japan)

구분 | 시장분석형

# Contents

I. 요약(Summary)	05
II. 시장규모(Market Size)	
1. 일본 캔디 시장규모	13
2. 일본 캔디 수출입 시장규모	14
3. 일본 캔디 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 일본 건강 컨셉의 캔디 다수 판매	23
2. 일본 저칼로리 캔디, 배부른 ‘만복(滿腹)’ 컨셉 캔디 인기	24
3. 일본 구취제거캔디, ‘장미’·‘마누카꿀’·‘민트’ 다수	25
4. 일본 구취제거캔디 30-50대 여성은 온라인, 10-20대는 오프라인	26
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 일본 캔디 유통구조	28
2. 일본 캔디 주요 유통업체	29
3. 일본 캔디 B2C 소매채널	31

# Contents

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 일본 캔디 인증 취득	52
2. 일본 캔디 사전 절차	54
3. 일본 캔디 라벨 심의	58
4. 일본 캔디 서류 준비	61
5. 일본 캔디 세금 납부	62
6. 일본 캔디 검역 심사 절차	63
7. 일본 관련 규제 정보	64

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 다이코쿠(ダイコク)	66
Interview ② 웰시아(ウエルシア)	68
Interview ③ 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)	70
Interview ④ 츠루하그룹(ツルハグループ)	72
Interview ⑤ 도쿄검역소(東京検疫所)	73

## VII. 시장진출제언(Export Insights)

74

※ 참고문헌

77

# I . 요약(Summary)



# Summary

## ▶ 수요 분석

		수치	전문가 인터뷰
<p>민트 (당과류 시장의 13%)</p> <p>대한국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 18%)</p>	시장규모	당과류 5.5조 원 민트 7,228억 원	일본 구취제거제 시장, 구강 관리 카테고리 중 최대규모 - 직장인, 특히 서비스직에 종사하는 현대인에게 인기
	수입규모	글로벌 1조 원 한국 1,992억 원	
소비 시장규모	여성 평균 연봉 3,400~4,000만 원 여성 서비스업 종사자 수 2,195만 명		

## ▶ 소비트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
	인기 캔디	롯데, 아사히 69건, 67건/1,650건	여성 소비자들은 건강에 좋은 효과 및 성분 중시 - 다양한 맛의 캔디 제품이 출시되어 있어 차별화된 기능을 강조한 전략 필요
	특징	프로폴리스 46건/1,650건	
	저칼로리 캔디	다이어트 1st / 37건 만복 2nd / 21건	
	구취제거 캔디	장미, 민트 1st, 4th 마누카꿀 3rd / 17건	

## ▶ 유통채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	36.2%	기능성을 강조한 제품은 드러그스토어 및 약국, 일반제품은 편의점으로 진출할 것을 추천 - 온라인을 통해 시장 테스트 후 오프라인 매장 진입을 추천
	혼합 소매업체	25.4%	
	편의점	25.2%	
	기타	13.2%	

## ▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰	
	인증취득	필수 선택	수입신고 시 원재료 성분분석표 및 제조공정도 제출이 요구됨 - 허가되지 않은 식품첨가물 함유 및 최대함량 규제 초과 제품의 경우 성분 위반에 해당	
	사전절차	필수 선택		
	라벨 표기사항	일본 후생노동성		
	서류 준비사항	원산지증명서, 수입신고서 등		
	세금납부	기본관세율		35% 또는 27엔/kg 중 높은 쪽 부과
		협정세율		29.8% 또는 23엔/kg 중 높은 쪽 부과
		소비세		8% 또는 10%

- ▶Point 01. 전체 당과류 대비 민트의 연평균성장률이 높고, 일본 내 서비스직 종사 여성 비율이 높아 시장전망은 긍정적
- ▶Point 02. 주로 오프라인 매장에서의 구매율이 높으며 유통채널 별 제품 포지셔닝에 차이가 있음
- ▶Point 03. 일본 내 여성 및 직장인을 타겟으로 한 다양한 맛의 구취제거 캔디가 출시되어 기능과 성분 차별화 전략 필요

# Market Size

(시장규모)

## 일본(Japan)

### 캔디 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(당과류), 원료(자일리톨), 향(민트)

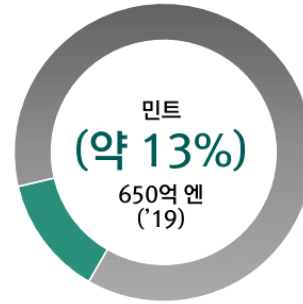
· 일본 당과류(Sugar Confectionery)<sup>1)</sup> 시장규모

..... 4,990억 엔('19)

· 일본 민트(Mints)<sup>2)</sup> 시장규모

..... **650억 엔('19)**

(\*) Euromonitor



■ 민트

■ 민트 외 당과류

### 캔디 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(당과류), 원료(자일리톨), 향(민트)

· HS 2106.90<sup>3)</sup> '자일리톨 및 향미 향상을 위한 제품이 첨가된 당과류'

일본 對 글로벌 수입규모

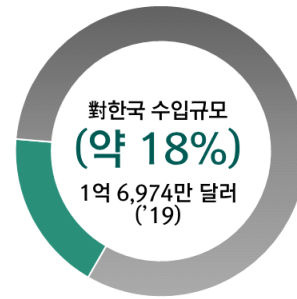
..... 9억 6,921만 달러('19)

· HS 2106.90 '자일리톨 및 향미 향상을 위한 제품이 첨가된 당과류'

일본 對 한국 수입규모

..... **1억 6,974만 달러('19)**

(\*) International Trade Centre



■ 對한국 수입규모

■ 對글로벌 수입규모

### 캔디 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '캔디'는 '자일리톨 및 향미 향상을 위한 제품이 첨가된 당과류'임. 이에 당과류에 대한 수요가 높은 여성층의 규모를 파악하기 위해 '일본 지역별 인구분포'를 조사하였으며, 여성 인구의 소비규모를 파악하기 위해 '일본 지역별 여성 평균 연봉'을 조사함. 또한, 제품의 특성상 향미 향상 및 구취 제거에 관심이 높을 것으로 예상되는 서비스업 종사 여성인구 파악을 위해 '일본 산업별 여성 근로자 수'를 조사함

#### ① 일본 지역별 인구 분포('19)

홋카이도	525만 명(4%)
도호쿠	866만 명(7%)
간토	4,346만 명(34%)
호쿠신에쓰	2,121만 명(17%)
간사이	2,230만 명(18%)
주쿠쿠	728만 명(6%)
시코쿠	372만 명(3%)
규슈·오키나와	1,425만 명(11%)

#### ② 일본 지역별 여성 평균 연봉('19)

간토	363만 엔
간사이	326만 엔
도카이	326만 엔
호쿠신에쓰	312만 엔
주쿠쿠·시코쿠	311만 엔
규슈·오키나와	310만 엔
홋카이도·도호쿠	307만 엔

#### ③ 산업별 일본 여성 근로자 수('18)

금융·보험·부동산·서비스	1,426만 명
도매·소매·식음료	769만 명
제조업	322만 명
전기·가스·난방·수도·운송	133만 명
농업·삼림·어업	87만 명
건설	82만 명
공무원	63만 명

(\*) 일본통계청(Japan Statistics Bureau and Statistics Center), 두다(Doda), 일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications)

- 1) 당과류(Sugar Confectionery): 민트, 딱딱한 캔디, 젤리, 껌, 토피, 카라멜, 누가, 약용 과자, 막대캔디, 감초 및 기타 당과류를 포괄함
- 2) 민트(Mints): 일반 민트(Standard Mints)와 강한 민트(Power Mints)를 포함함. 강한 민트 제품에는 자일리톨 및 향미료, 박하 첨가물로 인해 강한 민트 맛이 나는 제품이 포함되며 일반 민트 제품은 제형, 사이즈, 설탕 함유량과 상관없이 민트가 첨가된 제품을 지칭하며 강한 민트 향이 나지 않는 제품도 포함함
- 3) HS CODE 2106.90: 조사제품 '캔디'는 화학품과 식료품의 혼합물로 이루어진 제품이며 효소 조제품이 아니기에 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

# Market Trend

(시장트렌드)

## 일본 (Japan)

캔디 소비 실태 분석 결과

### 일본 '캔디' 주요 연관어 분석



#### 일본 '저칼로리 캔디' 온라인 쇼핑몰 리스트

연관어	발생량
다이어트	37
<b>만복</b>	<b>21</b>
제로칼로리	14
우유	9
딸기	8
요구르트	7
키위	5
커피	3
블루베리	3
...	
파인애플	2

일본 온라인쇼핑몰 저칼로리 캔디 39건 분석



#### 일본 '구취제거 캔디' 온라인 쇼핑몰 리스트

연관어	발생량
장미	31
입냄새	28
<b>마누카꿀</b>	<b>17</b>
민트	15
에티켓	13
청량	12
봉봉	9
멘톨	4
레몬	4
...	
상쾌한	4

일본 온라인쇼핑몰 구취제거 캔디 77건 분석

캔디 특징

롯데 **69건**  
아사히 **67건**

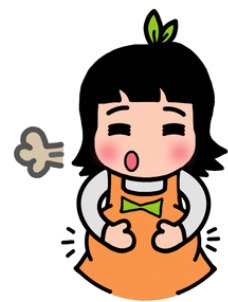
일본 대기업  
제품 다수 판매



저칼로리 캔디

다이어트 **37건**  
만복 **21건**

포만감을 주는  
'만복' 캔디 인기



구취제거 캔디

마누카꿀 **17건**  
민트 **15건**

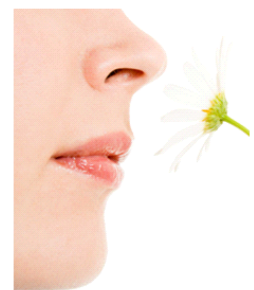
마누카 꿀 캔디  
구취제거로 각광



구취제거 캔디 소비층

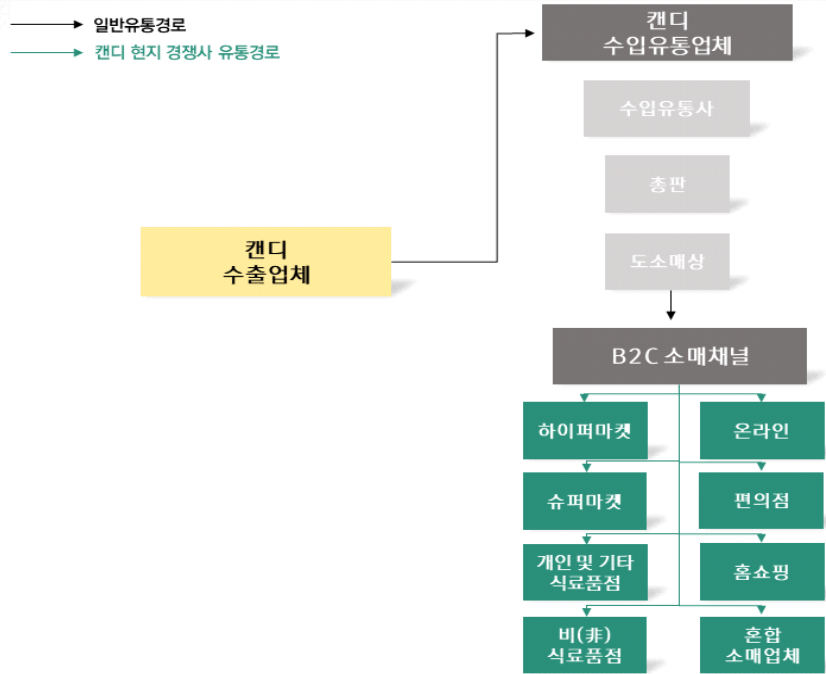
장미 **43건**  
향기 **30건**

구취제거 외에도  
향 언급 다수



# Distribution Channel

(유통채널)



## 일본(Japan)

### 캔디 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>4)5)</sup>	주요 채널 <sup>6)</sup>
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	36.2%	마쓰모토키요시(マツモトキヨシ), 라이프(ライフ), 이토요카도(イトーヨーカドー), 맥스밸류(MaxValu)
	혼합 소매업체 <sup>7)</sup>	25.4%	다카시마야(高島屋), 다이마루(大丸), 미츠코시(三越), 이세탄(伊勢丹)
	편의점 <sup>8)</sup>	25.2%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	비(非) 식료품점 <sup>9)</sup>	8.3%	마쓰모토키요시(マツモトキヨシ), 선드러그(サンドラッグ), 웰시아(Welcia), 돈키호테(ドンキホーテ)
	홈쇼핑	2.1%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 큐브이씨(QVC)
	온라인	1.4%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>10)</sup>	0.8%	장터, 서울장터, 총각네
	음식/음료/담배 전문점	0.6%	토티캔디팩토리(Totti Candy Factory), 모리나가캔디샵(Morinaga Candy Shop)

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

- 4) 2020년 기준, 일본 내 '당과류(Sugar Confectionery)'의 유통채널 점유율임
- 5) '캔디'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '당과류(Sugar Confectionery)'의 정보를 확인함
- 6) 채널 분류에 따른 일본 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨
- 7) 본 보고서에서 혼합소매점은 백화점, 할인점을 포괄함
- 8) 본 보고서에서 편의점은 주유소 매점을 포함함
- 9) 본 보고서에서 비(非) 식료품 전문점은 드러그스토어(H&B), 약국 등을 포괄함
- 10) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트를 포함함

# Customs·Quarantine

## (통관·검역)

### ■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반가공식품 강제 인증 無</li> <li>- 식품 수출을 위한 인증 획득 불필요</li> </ul>	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : <a href="http://www.mhlw.go.jp">www.mhlw.go.jp</a> (*) 일본 농림수산성 - 문의처 : <a href="http://www.maff.go.jp">www.maff.go.jp</a>
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출 전 사전 심사 불필요</li> <li>- 가공식품 사전등록 가능</li> <li>- 사전 AEO 등록 인정</li> </ul>	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : <a href="http://www.mhlw.go.jp">www.mhlw.go.jp</a>
Step 03. 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 - 食品表示法(식품표기법) - 문의처 : <a href="http://www.mhlw.go.jp">www.mhlw.go.jp</a>
Step 04. 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 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포워딩 업체 섭외</li> </ul>	(-)
Step 06. 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 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HS CODE 2106.90-229 사용</li> <li>• WTO 협정 세율 적용</li> <li>: 29.8% 또는 23엔/kg 중 높은 것</li> </ul>	(*) 일본 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.customs.go.jp">www.customs.go.jp</a>
Step 08. 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>



# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Demand and Customer



- 인터뷰 기업 : 다이코쿠  
(ダイコク)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Okamoto  
(Pharmacist)

### 일본 내 구취제거제 수요 높음

대다수의 일본 소비자들은 입 냄새를 신경 쓰기 때문에 구취제거제의 수요는 상당히 높습니다. 현재 일본에서도 다양한 구취제거 제품이 판매되고 있는데, 주로 캔디나 정(Tablet) 형태이며 스프레이, 음료 제품도 있습니다.

### 구취제거제의 주요 소비자는 직장인

주요 소비자는 직장인으로, 이들 대부분은 가방에 구취제거 제품을 하나씩 가지고 다닙니다. 특히 고객과 직접 대면해야 하는 영업사원이나 컨설턴트, 또는 사람들이 매우 밀집된 도쿄 지하철을 타는 직장인에게는 필수품입니다.

## Market Price and Strategy



- 인터뷰 기업 : 웰시아  
(ウエルシア)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Ishida  
(Sales Department)

### 다양한 맛의 구취제거 캔디, 평균 가격은 약 400엔

캔디 제품은 민트, 허니, 자몽, 블루베리 등의 다양한 맛이 있습니다. 평균적으로 400엔(한화 약 4,450원) 정도이며 300정 정도의 대용량 제품은 약 2,000엔(한화 약 22,240원)에 판매되고 있습니다.

### 차별화된 성분 및 기능이 필요

일본 내에 이미 판매되고 있는 제품과 달리 특별한 성분이 있거나, 차별화된 기능이 있는 제품이라면 충분히 경쟁력이 있을 것으로 예상됩니다. 특별한 성분이 들어가 있는 경우, 이를 주력으로 홍보한다면 소비자들의 구매 욕구를 이끌 수 있을 것입니다.

## Market Preference and Distribution



- 인터뷰 기업 : 마쓰모토키요시  
(マツモトキョーシ)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Fujimoto  
(Sales Department)

### 여성 소비자, 스프레이, 민트 정(Tablet), 소용량 제품 선호

여성 소비자들은 주로 스프레이 타입이나 민트 정(Tablet) 형태를 선호하며, 작은 플라스틱 병에 들어있어서 핸드백에 넣을 수 있는 소용량 제품의 인기가 높습니다.

### 먼저 온라인으로 소비자 반응을 확인하는 것을 추천

일본으로 처음 수출하는 브랜드의 경우, 먼저 온라인으로 판매를 시작하여 판매량, 제품선호도, 소비자 후기 등을 확인한 후 적절한 판매 전략을 설정하여 오프라인 유통채널을 선택하는 방법을 추천합니다.



# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Preference and Promotion

### ツルハグループ

- 인터뷰 기업 : 츠루하그룹  
(ツルハグループ)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Kisaki  
(Sales Department)

#### 구취제거제, 근본적인 구취의 원인을 제거해주는 제품이 인기

단순히 가향 제품으로 구취를 가리기보다는, 성분이 허에 직접 작용함으로써 근본적인 원인을 제거하여 더 오랜 시간 효과가 지속되는 제품이 인기가 높습니다.

#### 진부한 홍보문구는 지양, 차별화된 특징이 필요함

현재 일본에는 여성을 타겟으로 한 다양한 형태, 맛, 기능의 제품이 판매되고 있습니다. 그러므로 다른 경쟁제품과 기능적으로 차별화되어야 하며 '맛있다', '저렴하다', '오래 지속된다' 등의 뻔한 홍보 문구는 지양하는 것이 좋습니다.

## Market Barrier and Regulation

### 東京検疫所食品監視課

- 인터뷰 기업 : 도쿄검역소  
(東京検疫所)
- 인터뷰 담당자 : Mr. Ito Yu  
(Help Desk Manager)

#### 후생노동성(MHLW)으로 수입 신고 시, 원재료 성분분석표와 제조공정도 제출

일본으로 식품 수입을 진행하려면 일본 후생노동성(MHLW)에 수입 신고를 해야 하며, 수입 신고 시 원재료 성분분석표와 제조공정도를 제출해야 합니다. 제조공정도에는 기업명, 제조일자, 제품명, 열/냉각/살균/산 세척(Pickling) 공정 등을 기재해야 합니다.

#### 캔디의 금지 식품첨가물과 최대허용량 규제 확인 필요

일본 후생노동성(MHLW)은 정기적으로 수입 식품의 성분 위반 사례를 발표하고 있는데, 캔디 제품 중에서는 허가되지 않은 식품첨가물의 사용 사례가 다수 있으며 최대허용량을 초과하여 규제된 사례도 있습니다.

## II. 시장규모(Market Size)

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

## 1. 일본 캔디 시장규모

조사 시장: 조사 제품 '캔디'는 '자일리톨 및 향미 향상을 위한 제품이 첨가된 당과류'임. 이에, 제품의 종류(당과류), 원료(자일리톨), 향(민트)을 기준으로 일본 '당과류'와 '민트' 시장의 규모를 확인함

### 일본 국가 일반 정보<sup>13)</sup>

면적	약 37.8만 km <sup>2</sup>
인구	1억 2,626만 명
GDP	5조 818억 달러
GDP (1인당)	4만 247달러

### ▶ 2015-2019년, 일본 '당과류' 시장규모 연평균성장률 3%

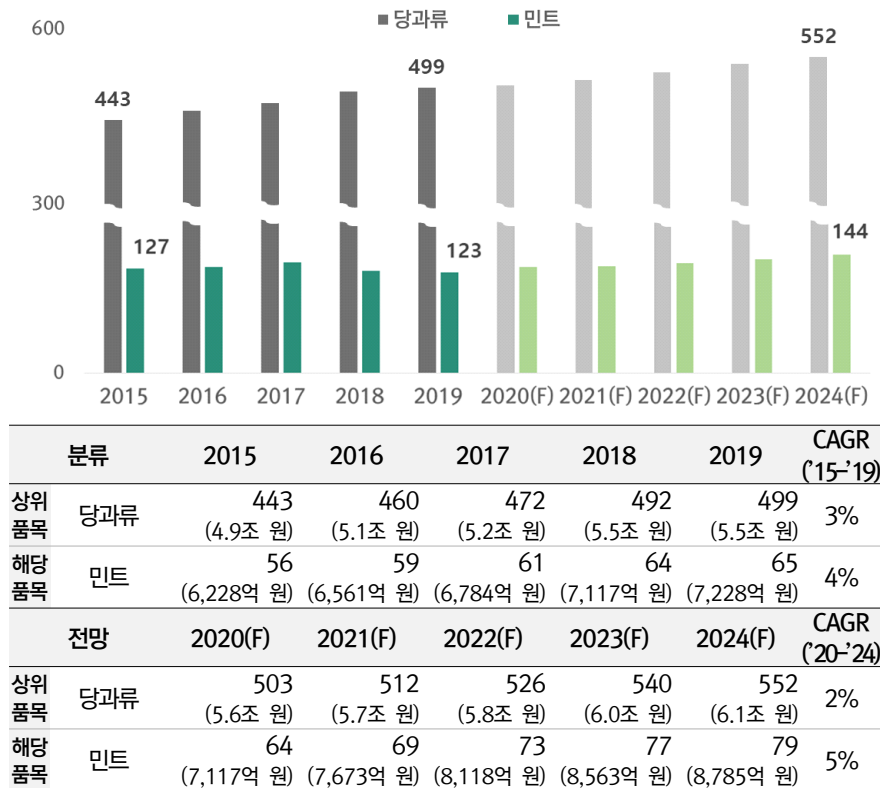
지난 5년(2015-2019년)간 일본의 '당과류' 시장규모는 연평균 3% 증가하여 2019년 4,990억 엔을 기록하였으며, 동기간 '민트' 시장규모는 연평균 4% 증가하여 2019년 650억 엔을 기록함

### ▶ 2020-2024년, 일본 '민트' 시장규모 연평균성장률 5%

향후 5년(2020-2024년)간 일본의 '당과류' 시장규모는 연평균 2% 증가하여 2024년에는 5,220억 엔을 기록할 것으로 예상되며, 동기간 '민트' 시장규모는 연평균 5% 증가하여 2024년 790억 엔을 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] 일본 '당과류(Sugar Confectionery)', '민트(Mints)' 시장규모<sup>11)12)</sup>

단위 : 십억 엔



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

11) 100엔=1,112.06원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

13) 외교부(www.mofa.go.kr), 2020

## 2. 일본 캔디 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90 : 조식제품 ‘캔디’는 화학품과 식료품의 혼합물로 이루어진 제품이며 효소 조제품이 아니기에 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

### ▶ 2015-2019년, 일본 對글로벌 수입액 연평균성장률 1%

일본 HS CODE 2106.90품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균성장률 1%로 증가함. 2015년 9억 3,497만 달러에서 지속적으로 증가하여 2018년 10억 2,133만 달러를 기록하였으나 2019년에는 소폭 하락하며 9억 6,213만 달러를 기록함. 일본 HS CODE 2106.90 품목의 수입상대국 1위는 미국이며 2019년 기준 2억 1,115만 달러(약 2,478억 원)를 기록하며 전체 수입액의 약 22%를 차지함

2019년 일본 수입액 상위 5개국  
(단위 : 천 달러)

	일본	수입액
1	미국	211,153
2	한국	169,737
3	중국	115,409
4	싱가포르	98,816
5	뉴질랜드	77,036

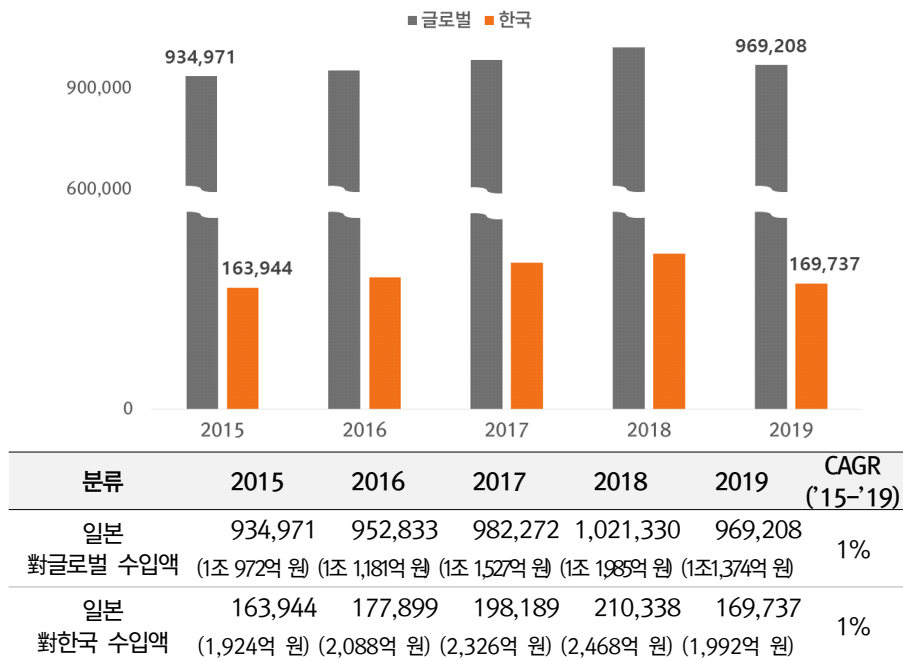
자료 : ITC

### ▶ 2015-2019년, 일본 對한국 수입액 연평균성장률 1%

일본 HS CODE 2106.90품목의 對한국 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균성장률 1%로 증가함. 2015년 1억 6,394만 달러에서 지속적으로 증가하여 2018년 2억 1,034만 달러를 기록하였으나 2019년에는 큰 폭 하락하여 1억 6,974만 달러를 기록해 전체 수입액의 약 18%를 차지함

[표 2.2] 일본 HS CODE 2106.90 수입 규모<sup>14)15)</sup>

단위 : 천 달러



자료 : ITC HS CODE 2106.90 기준

14) 1달러=1,173.50원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 천만 단위에서 반올림됨

### 3. 일본 캔디 소비 시장규모

#### 1) 일본 지역별 인구 분포

조사 제품 '캔디'는 '자일리톨 및 향미 향상을 위한 제품이 첨가된 당과류'임. 이에 당과류에 대한 수요가 높을 것으로 예상되는 여성의 인구 규모와 지역별 인구 규모를 확인하기 위해 '일본 지역별 인구 분포'를 조사함

#### ▶ 일본 여성인구, 전체 인구 중 약 51%

남성보다 여성의 당과류에 대한 수요가 높을 것으로 예상되고 있는 가운데 일본통계청에 따르면 2019년 기준 일본의 전체 인구는 약 1억 2,617만 명이며 이 중 여성인구는 6,476만 명으로 전체 인구 중 51%를 차지함. 특히, 지역별 인구를 살펴보면 간토지역의 여성인구는 2,191만 명으로 전체 여성인구의 약 34%를 차지하며 매우 소비규모가 클 것으로 전망됨

[표 2.3] 2019년 일본 지역별 인구 수<sup>16)</sup>

단위 : 천 명

분류(지방)	전체	남성	여성	분류(지방)	전체	남성	여성			
일본 전체	126,167	61,411	64,756	미에현	1,781	870	911			
홋카이도	5,250	2,472	2,778	시가현	1,414	699	715			
도호쿠	아오모리현	1,248	585	661	간사이	교토부	2,583	1,234	1,349	
	이와테현	1,227	592	635		오사카부	8,809	4,227	4,582	
	미야기현	2,306	1,127	1,179		효고현	5,466	2,605	2,861	
	아키타현	966	454	512		나라현	1,330	626	704	
	야마가타현	1,078	520	558		와카야마현	925	435	490	
	호쿠시마현	1,846	914	931		주쿠쿠	돗토리현	556	266	290
	간토	이바라키현	2,860	1,427			1,433	시마네현	674	326
토치기현		1,934	964	970	오카야마현		1,890	909	980	
군마현		1,942	962	981	히로시마현		2,804	1,362	1,442	
사이타마현		7,350	3,668	3,682	아마구치현		1,358	645	713	
치바현		6,259	3,105	3,155	토쿠시마현	728	347	381		
칸사이	도쿄도	13,921	6,846	7,075	시코쿠	카가와현	956	464	492	
	카나가와현	9,198	4,585	4,613		에히메현	1,339	634	705	
	호쿠슈에쓰	니가타현	2,223	1,078		1,145	코치현	698	329	369
토야마현		1,044	506	537	규슈 + 오키나와	후쿠오카현	5,104	2,416	2,688	
이시카와현		1,138	553	585		사가현	815	386	429	
후쿠이현		768	374	394		나가사키현	1,327	624	702	
아마나시현		811	397	414		쿠마모토현	1,748	825	922	
나가노현		2,046	1,000	1,049		오이타현	1,135	539	597	
기후현		1,987	964	1,022		미야자키현	1,073	505	568	
시즈오카현		3,644	1,797	1,847		카고시마현	1,602	753	849	
아이치현		7,552	3,780	3,773		오키나와현	1,453	715	738	

자료 : 일본통계청

16) 일본통계청(Japan Statistics Bureau and Statistics Center), 「Population by Sex and Sex ratio for Prefectures - Total population, Japanese population」, 2019

## 2) 일본 지역별 여성 평균 연봉

일본 정규직  
여성 근로자 평균 월급<sup>21)22)</sup>  
(단위 : 천 엔)

년도	평균 월급
2015	242
2016	245
2017	246
2018	248
2019	251

자료 : 일본후생성

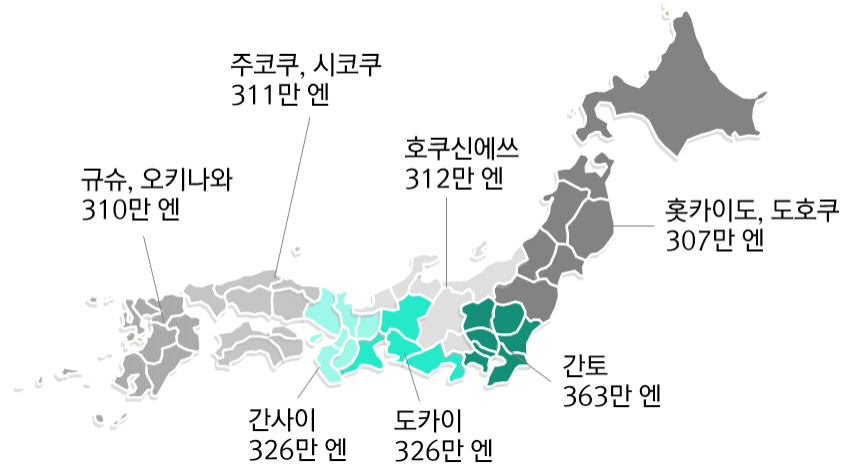
조사 제품 '캔디'는 '자일리톨 및 향미 향상을 위한 제품이 첨가된 당과류'임. 이에 향후 수출 시 주요 소비계층이 될 수 있는 일본 여성들의 소비 규모 파악을 위해 '일본 지역별 여성 평균 연봉'를 조사함

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

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

[표 2.4] 2019년 일본 지역별 여성 평균 연봉<sup>19)20)</sup>

단위 : 만 엔



분류	평균 연봉	최고 지역	평균 연봉	최저 지역	평균 연봉
간토	363 (4,037만 원)	야마나시현	390 (4,337만 원)	군마현	320 (3,559만 원)
간사이	326 (3,625만 원)	효고현	329 (3,659만 원)	와카야마현	303 (3,370만 원)
도카이	326 (3,625만 원)	시즈오카현	329 (3,659만 원)	기후현	317 (3,525만 원)
호쿠신에쓰	312 (3,470만 원)	이시카와현	317 (3,525만 원)	후쿠이현	301 (3,347만 원)
주코쿠, 시코쿠	311 (3,459만 원)	도쿠시마현	322 (3,581만 원)	고치현	296 (3,292만 원)
규슈, 오키나와	310 (3,447만 원)	가고시마현	323 (3,592만 원)	사가현	293 (3,258만 원)
홋카이도, 도호쿠	307 (3,414만 원)	이와테현	318 (3,536만 원)	야마가타현	298 (3,314만 원)

자료 : 듀다(Doda)

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

18) 듀다(Doda), 「女性の平均年収ランキング 最新版, 都道府県別」, 2020

19) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

20) 100엔=1,112.06원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

21) 일본후생성(Ministry of Health, Labor and Welfare), 「令和元年賃金構造基本統計調査の概況」, 2020

22) 환산된 데이터(단위: 엔)는 백 단위에서 반올림됨



### 3) 일본 산업별 여성 근로자 수

2019년 일본 산업별 여성 근로자 비율<sup>24)</sup>

(단위 : in %)

직업	비율
서비스	68.2
사무	60.6
전문·기술	47.8
운반·청소·포장	45.9
판매	44.5
농업·삼림·어업	36.7
제조·가공	28.9
행정·관리	14.7
보안	6.8
운송·기계	3.2
건설·채굴	2.4

자료 : 일본내무부

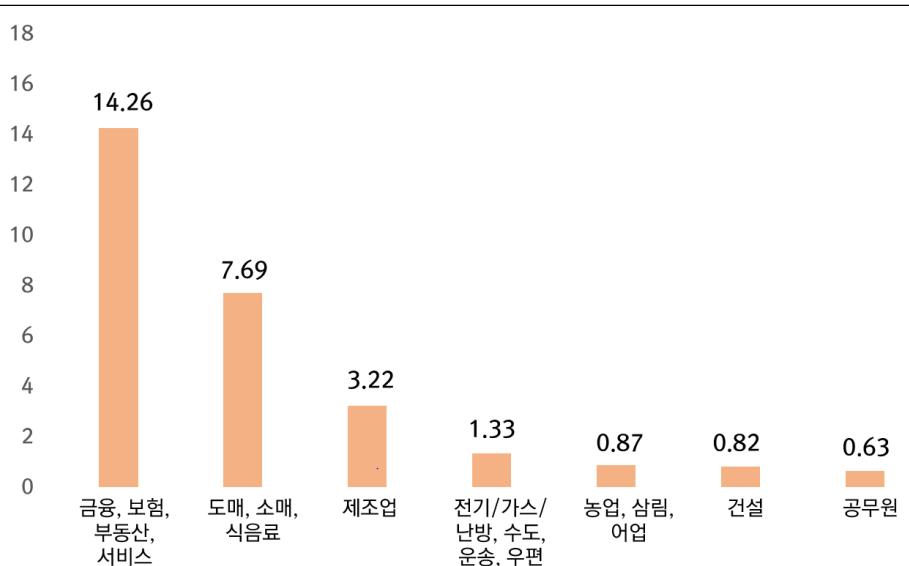
조사 제품 '캔디'는 '자일리톨 및 향미 향상을 위한 제품이 첨가된 당과류'임. 이에 향미 향상 및 구취 제거의 효과가 있는 제품의 특성상 세일즈나 서비스업과 같은 특정 직업군의 수요 규모를 파악하기 위해 '산업별 일본 여성 근로자 수'를 조사함

#### ▶ 2018년 일본 여성 근로자 중 금융·보험·부동산·서비스업 종사자 가장 많아

일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications)에 따르면, 2018년 기준 일본 여성 근로자 수 금융·보험·부동산·서비스업의 종사자 수가 1,426만 명으로 가장 많은 것으로 나타났으며, 도매·소매·식음료 관련 서비스업 종사자 수가 769만 명으로 그 뒤를 이음. 서비스업을 포함하고 있는 상위 두 산업군 종사자 수는 2,195만 명으로 나타나며, 말을 많이 하는 서비스업의 특성상 향미 향상 및 구취 제거의 효과가 있는 캔디 제품에 대한 수요가 높을 것으로 예상되어 소비시장 및 규모에 대한 전망은 긍정적으로 평가됨

[표 2.5] 2018년 일본 산업별 여성 근로자 수<sup>23)</sup>

단위 : 백만 명



산업	여성 근로자 수
금융, 보험, 부동산, 서비스업	1,426만 명
도매, 소매, 식음료업 관련 서비스업	769만 명
제조업	322만 명
전기/가스/난방 공급, 수도, 운송, 우편업	133만 명
농업, 삼림업, 어업	87만 명
건설업	82만 명
공무원	63만 명

자료 : 일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications)

23) 일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications), 「Women and Men in Japan 2020」, 2020

24) 일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications), 「Statistical Handbook of Japan 2020」, 2020

### Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 일본 건강 컨셉의 캔디 다수 판매
2. 일본 저칼로리 캔디, 배부른 '만복(滿腹)' 컨셉 캔디 인기
3. 일본 구취제거캔디, '장미'·'마누카꿀'·'민트' 다수
4. 일본 구취제거캔디 30-50대 여성은 온라인, 10-20대는 오프라인

## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

●  
데이터 수집  
소스원



(일본 매체 12개)

농식품  
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집  
**19,910**건

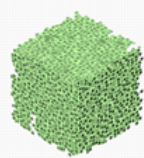
- ① 일본 캔디 관련 기사 데이터 수집(\*)  
◦ 수집원: 일본 온라인 쇼핑몰, 언론매체, 커뮤니티
- ② 일본 캔디 관련 소비자 데이터 수집(\*)  
◦ 수집원: Rakuten(www.rakuten.co.jp)  
Amazon(www.amazon.co.jp)  
The Japan Times(www.japantimes.co.jp)

●  
데이터 분류  
키워드집



(캔디 연관 키워드집)

캔디  
(검색어)

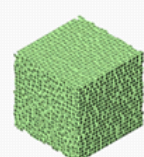


데이터 정제  
**1,766**건

- ① 수집 데이터 정의  
◦ 수집 키워드: 캔디(キャンディ)
- ② 수집 데이터 정제  
◦ 정제 데이터 추출: 캔디 관련 데이터 1,766건 추출

●  
데이터 분석  
(연관어 분석)

연관어 분석  
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석  
일본 캔디  
소비 실태 분석

- ① 데이터 분석 배경 및 목적  
◦ 일본 캔디 소비 실태 분석
- ② 데이터 분석 기법 선정  
◦ 키워드 분석  
◦ 캔디 관련 키워드집 구축(\*\*)  
◦ 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(\*\*\*)
- ③ 데이터 분석 값 도출 및 검증  
◦ 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

●

데이터 수집 기준

데이터 수집	
수집 기간	18.01 - 20.09
수집 데이터	19,910건
데이터 정제	
정제 키워드	캔디(キャンディ)
정제 데이터	1,766건

○ 데이터 수집

- 일본 캔디 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 일본 언론 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Rakuten	www.rakuten.co.jp	온라인쇼핑몰
02	Amazon	www.amazon.co.jp	온라인쇼핑몰
03	Qoo10	www.qoo10.co.jp	온라인쇼핑몰
04	The Japan Times	www.japantimes.co.jp	뉴스매체
05	Blippo	www.blippo.com	뉴스매체
06	Matsukiyo	www.matsukiyo.co.jp	뉴스매체
07	Peachy	news.livedoor.com	뉴스매체
08	Oggi	oggi.jp	뉴스매체
09	Gurutabi.ganvi	gurutabi.gnavi.co.jp	뉴스매체
10	The Sankei News	www.sankei.com	뉴스매체
11	HugKum	hugkum.sho.jp	뉴스매체
12	GQJapan	www.gqjapan.jp	뉴스매체

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 캔디 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 일본 캔디 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰 캔디 특징		현지 온라인 쇼핑몰 캔디 특징		현지 뉴스매체 캔디 이슈	
키워드 ①	구취제거캔디	키워드 ①	건강용 캔디	키워드 ①	저당 이슈
키워드 ②	에티켓	키워드 ②	프로폴리스	키워드 ②	포장용 캔디
키워드 ③	저칼로리캔디	키워드 ③	마누카꿀	키워드 ③	지역 특산물
키워드 ④	영양	키워드 ④	생강	키워드 ④	한정판

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 캔디 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 일본 민트 캔디 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	일본어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	캔디	캔디	キャンディ	0	0
			과일	フルーツ		0
롯데	ロッテ			0		
아사히	アサヒグループ			0		
레몬	レモン			0		
민트	ミント		0	0		
프로폴리스	プロポリス			0		
초콜릿	チョコレート			0		
우유	ミルク			0		
젤리	ゼリー			0		
할로윈	ハロウィン			0		
생강	ジンジャー			0		
구취제거 캔디		구취제거캔디	口臭除去キャンディ	0	0	
		입냄새	口臭	0	0	
		마누카꿀	マヌカハニー		0	
		키스	キス		0	
		데이트	デート		0	
		에티켓	エチケット		0	
		아내	妻	0	0	
저칼로리 캔디		저칼로리 캔디	低カロリーキャンディ	0	0	
		만복	満腹		0	
		비만	肥満		0	
		영양	栄養		0	
		무지방	無脂肪		0	
		저칼로리	カロリーゼロ		0	
		효소	酵素		0	

## 빅데이터 분석 프로세스

### ○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

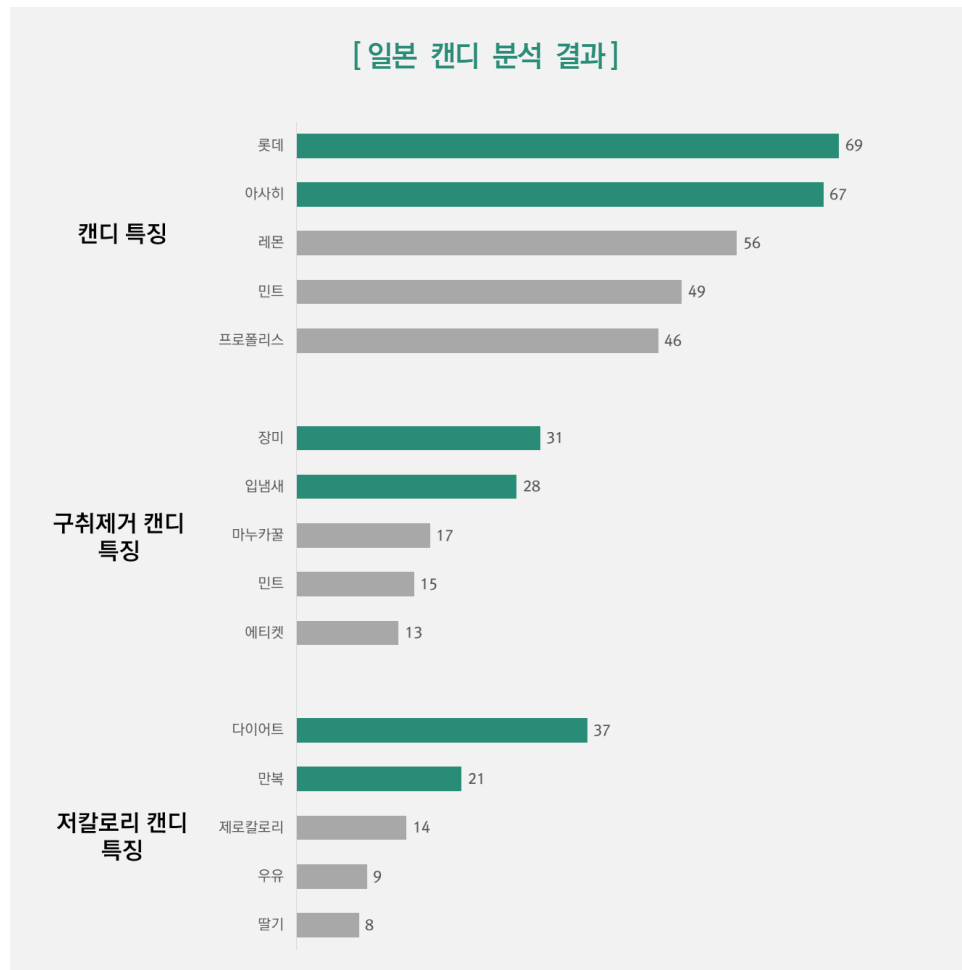
- 일본 소비자의 캔디 소비 실태 분석

- ① 일본 인기 캔디 특징
- ② 일본 인기 구취제거 캔디 특징
- ③ 일본 저칼로리 캔디 특징
- ④ 일본 구취제거 주요 소비층

### ○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인 쇼핑몰 ‘캔디’ 키워드 분석
- ② 온라인 쇼핑몰 ‘구취제거 캔디’ 키워드 분석
- ③ 온라인 쇼핑몰 ‘저칼로리 캔디’ 키워드 분석
- ④ 온라인 구매후기 ‘구취제거 캔디’ 키워드 분석





## 1. 일본 건강 컨셉의 캔디 다수 판매

### ▶ 일본 제과 브랜드 강세

일본 현지 제과 브랜드로는 롯데나 아사히 그룹과 같은 대규모의 제과 기업의 인지도가 높으며 이외에도 UHA 미카쿠토(UHA Mikakuto) 제조업체의 브랜드인 코로로(Kororo), 카스가이(Kasugai)와 같은 브랜드 제품의 인기가 많음. 캔디류에는 레몬, 복숭아, 포도, 오렌지 등 과일 맛 캔디의 종류가 가장 다양하며 제품 대다수가 포장지에 애니메이션 캐릭터를 삽입하거나 밝고 화려한 색상을 사용하는 특징이 있음

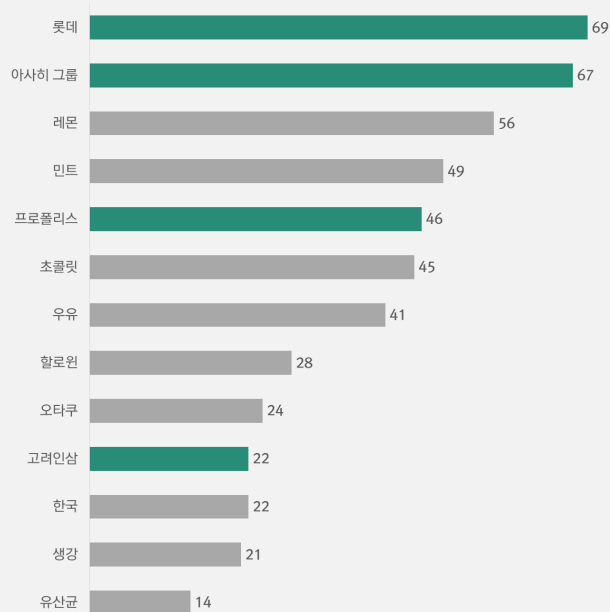
### ▶ 일본 프로폴리스, 인삼, 생강 등 건강 컨셉의 캔디 판매 多

일본 현지에서 판매되는 캔디의 특징을 분석한 결과 건강에 초점을 둔 제품이 많으며 ‘프로폴리스’, ‘고려인삼’, ‘생강’, ‘유산균’ 등 건강 및 건강식품과 관련이 있는 키워드들이 빈출하였음. 건강 캔디를 판매하는 온라인 쇼핑몰을 분석한 결과 프로폴리스나 유산균 캔디 이외에도 포도당 캔디 제품이 다수 판매되고 있으며 구연산이나 철분 등 다양한 영양 성분을 포함하는 제품이 확인됨. 또한 무가당 캔디 역시 건강 캔디로 분류하여 판매됨

### ▶ 일본 캔디 특징

#### ① 일본 제과 브랜드 대기업 다수 ② 건강 소재의 캔디 다수 판매

[표 3.4] 일본 온라인쇼핑몰, ‘캔디’ 특징



자료 : 일본 온라인쇼핑몰 ‘캔디’ 1,650건 분석

## 2. 일본 저칼로리 캔디, 배부른 ‘만복(満腹)’ 컨셉 캔디 인기

### ● 일본 만복 저칼로리 캔디



캔디	만복 30배 다이어트 캔디
가격	247엔 (2,759.7원) <sup>25)</sup>
용량	42g

자료 : Rakuten  
(www.rakuten.co.jp)

#### ▶ 일본 저칼로리 캔디, ‘만복(満腹)’ 컨셉 인기

일본 온라인 쇼핑몰을 통해 유통되는 캔디를 분석한 결과 저칼로리 캔디 수요가 높은 것을 확인했으며 ‘다이어트’, ‘제로 칼로리’ 등 체중 감량과 관련이 있는 키워드가 빈출하기도 함. 그중 배가 찬다는 의미의 ‘만복’ 캔디가 인기를 끌고 있음. 해당 제품은 물에 닿았을 때 몇 배로 팽창하는 바질 씨앗과 식이섬유를 함유하여 섭취 시 포만감을 줘 다이어트용 저칼로리 캔디로 소비자 수요가 높음. 제품의 맛으로는 키위, 딸기, 블루베리, 복숭아, 사과 등 다양한 종류의 과일 맛이 있음

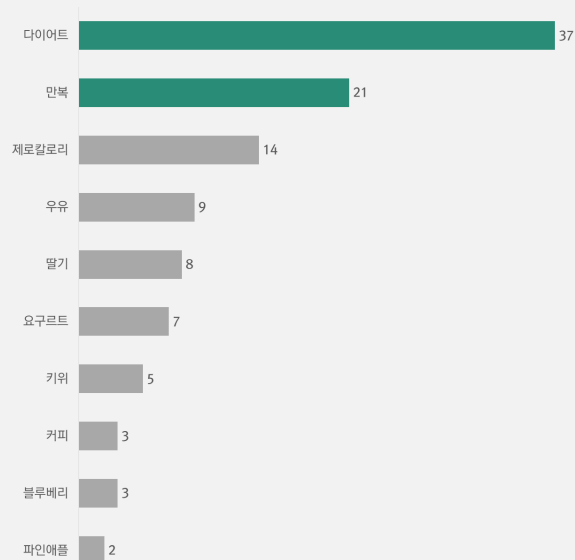
#### ▶ 일본 저칼로리 캔디, ‘우유’·‘요구르트’ 맛 판매

일본에서 판매되는 다이어트 캔디 중 만복 캔디와 같이 포만감을 주는 캔디 이외에도 저칼로리, 혹은 제로 칼로리의 캔디 역시 수요가 높음. 다양한 제품 브랜드 중 사라야 브랜드의 제로 칼로리 사탕 제품은 설탕을 대체하는 천연 감미료 리칸토를 사용하여 인공감미료를 사용하지 않으면서도 칼로리가 없어 건강에 관심이 높은 소비자들에게 인기를 끌고 있음. 사라야의 리칸토 제로칼로리 캔디는 딸기우유, 캔디우유, 요거트, 홍차, 녹차 등 맛의 종류가 다양함

#### ▶ 일본 저칼로리 캔디 특징

- ① 만복 컨셉 캔디 ② 우유·요구르트·딸기 맛

[표 3.5] 일본 온라인쇼핑몰, ‘저칼로리 캔디’ 분석 - 특징



자료 : 일본 온라인쇼핑몰 ‘저칼로리 캔디’ 39건 분석

25) 100엔=1,117.32원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### 3. 일본 구취제거캔디, ‘장미’·‘마누카꿀’·‘민트’ 다수

● 일본 마누카꿀 캔디



캔디	마누카꿀 캔디
가격	6,480엔 (7,240.2원) <sup>26)</sup>
용량	6박스

자료 : Rakuten  
(www.rakuten.co.jp)

▶ 일본 구취제거 캔디 보편적으로 ‘장미’·‘민트’ 소재 사용

일본 온라인 쇼핑몰에서 유통되는 캔디의 특징을 분석했을 때 ‘장미’, ‘민트’, ‘레몬’과 같은 키워드가 빈출됨. 이 외에도 포도나 복숭아와 같은 과일 맛을 첨가한 캔디가 많음. 캔디류 이외에도 씹지 않고 삼키는 구취제거 캡슐이나 스프레이 제품 역시 수요가 높음. 일본에서 판매되는 구취제거 캔디로는 대표적으로 고바야시 제약회사의 브레스케어 제품이 있음

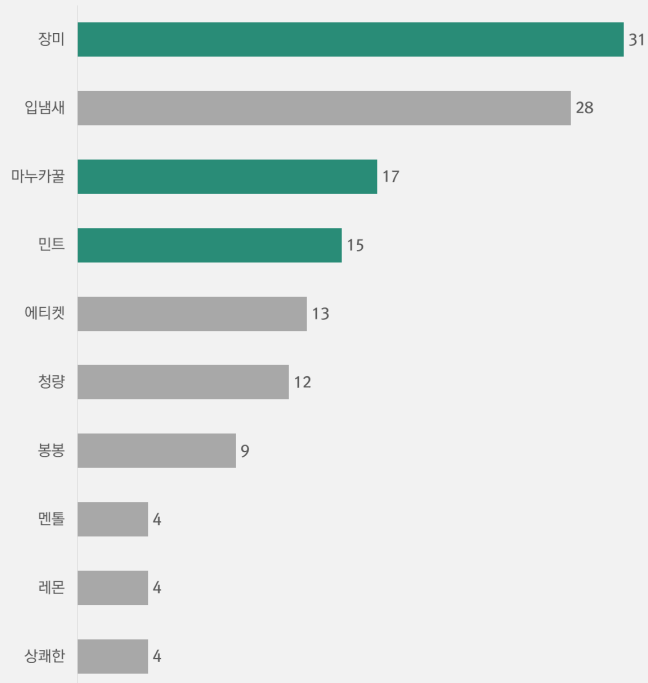
▶ 최근 구취예방에 효능이 있다고 알려진 마누카꿀 캔디 인기

일본에서는 민트 캔디 이외에도 마누카 꿀 캔디가 높은 구취 예방 효과를 가진 것으로 알려짐. 마누카꿀의 염증 완화, 살균, 충치 및 치주염과 구취를 예방하는 효능이 알려지며 소비자들이 구취예방을 위해 구매하는 경우가 많음. 또한 일반 설탕 캔디에 비해 칼로리가 낮은 편이기 때문에 부담 없이 섭취할 수 있음. 제품을 구매한 소비자들은 전반적으로 ‘목에 불편함이 느껴질 때 먹으면 효과가 좋다’ 등 맛에 대한 만족도는 물론 효능에 대한 호평을 남김

▶ 일본 구취제거 캔디 특징

- ① 보편화된 재료 - 장미·민트 ② 급부상 - 마누카꿀

[표 3.6] 일본 온라인쇼핑몰, ‘구취제거 캔디’ 분석



자료 : 일본 온라인쇼핑몰 ‘구취제거 캔디’ 77건 분석

#### 4. 일본 구취제거캔디 30-50대 여성은 온라인, 10-20대는 오프라인

● 일본 구취제거 캔디  
연령대별 분석<sup>27)</sup>

연령	남성	여성
10대	0	0
20대	3	4
30대	2	12
40대	8	6
50대	7	18

자료 : Rakuten  
(www.rakuten.co.jp)

▶ 일본 구취제거캔디 구매후기, 30-50대 여성 언급 多

일본 온라인 쇼핑몰에서 리뷰를 작성한 소비자들의 정보를 바탕으로 구취제거 캔디를 구입한 소비자 특징을 분석했을 때 남성보다 여성이 제품을 구매하는 경우가 더 많은 것으로 확인되었으며 남성의 경우 구매자의 연령층 중 40-50대 소비자가 가장 많은 반면 여성 소비자는 30대와 50대 소비자의 비율이 가장 높음. 그러나 캔디의 온라인 유통채널 점유율이 2% 미만인 점을 감안하였을 때, 젊은 층의 구매는 주로 오프라인에서 이루어질 것으로 추측함

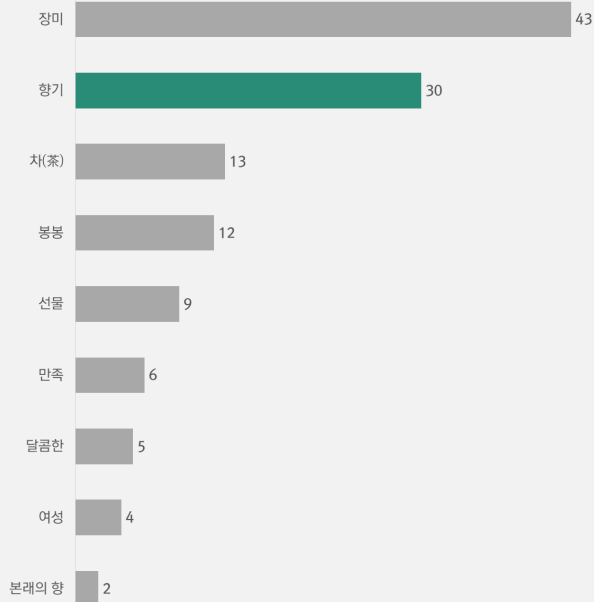
▶ 일본 소비자, 구취 제거 기능은 물론 맛과 향에 대한 만족도 높아

일본 온라인 쇼핑몰을 통해 구취제거 캔디를 구매한 소비자들의 후기를 분석한 결과 제품의 지속력, 효과 등 기능에 대한 만족도가 높으나 맛이나 향에 대한 평가 역시 많은 것이 확인됨. 구매자들은 ‘구취 예방은 물론 달콤한 맛 때문에 기분전환이 필요할 때 먹는다’, ‘여러 가지 과일 맛이 좋아 또 구매하게 됐다’ 등 캔디의 맛에 대한 호평을 다수 남김

▶ 일본 구취제거캔디 소비자 정보

① 30-50대 여성 ② 구취제거 기능보다는 향 선호

[표 3.7] 일본 온라인쇼핑몰 구매후기 분석



자료 : 일본 온라인쇼핑몰 '구취제거 캔디' 77건 분석

26) 100엔=1,117.32원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

27) 라쿠텐(Rakuten) 리뷰 페이지에는 리뷰를 작성한 소비자들의 연령대 성별 정보를 제공하고 있음

## IV. 유통채널(Distribution Channel)

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

## 1. 일본 캔디 유통구조

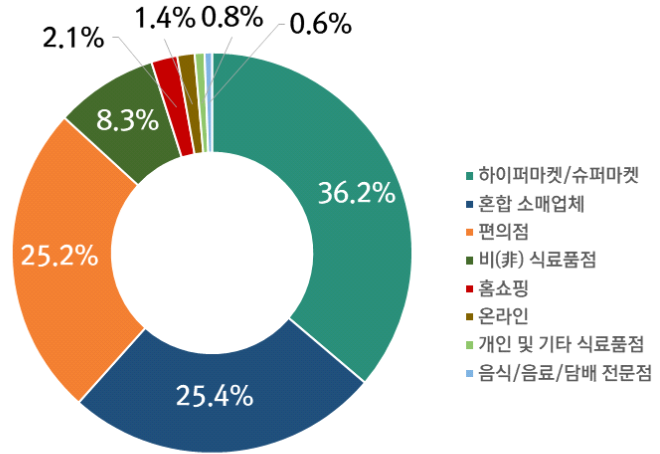
품목 구분 및 분류

품목	캔디
구분	민트
범주	당과류 (Sugar Confectionery)

### ▶ 일본 캔디 주요 채널

‘하이퍼마켓/슈퍼마켓(36.2%), 혼합 소매업체(25.4%), 편의점(25.2%)’

[표 4.1] 일본 캔디 진출 가능 유통채널 별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 일본 캔디 유통채널 현황

채널 유형	캔디 진출 가능 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	36.2%	마쓰모토키요시(マツモトキヨシ), 라이프(ライフ), 이토요카도(イトーヨーカドー), 맥스밸류(MaxValu)
	혼합 소매업체	25.4%	다카시마야(高島屋), 다이마루(大丸), 미츠코시(三越), 이세탄(伊勢丹)
	편의점	25.2%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	비(非) 식품점	8.3%	마쓰모토키요시(マツモトキヨシ), 선드러그(サンドラッグ), 웰시아(Welcia), 돈키호테(ドンキホーテ)
	홈쇼핑	2.1%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 큐브이씨(QVC)
	온라인	1.4%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten)
	개인 및 기타 식품점	0.8%	장터, 서울장터, 총각네
	음식/음료/담배 전문점	0.6%	토티캔디팩토리(Totti Candy Factory), 모리나가캔디샵(Morinaga Candy Shop)

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



## 2. 일본 캔디 주요 유통업체

### ▶ 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 혼합 소매업체, 편의점이 대표적

[표 4.3] 일본 캔디 취급 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>28)</sup> 29, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	라이프 (ライフ)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 7,146억 8,300만 엔 (약 7조 9,477억 원)	칸로(カンロ), 미카쿠토(味覚糖), 메이지(meiji)	0
2	이토요카도 (イトーヨーカドー)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 11조 9,996억 엔 (약 133조 1,651억 원)	카츠키이세이카 (春日井製菓) 칸로(カンロ), 아사히(Asahi)	0
3	맥스벨류 (MaxValu)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 67억 13,93만 달러 (약 7조 8,787억 원)	미카쿠토(味覚糖), 카츠키이세이카 (春日井製菓), 칸로(カンロ)	0
4	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 11조 9,996억 엔 (약 133조 1,651억 원)	아이스브레이커 (Icebreakers), 메이지(Meiji), 이클립스(Eclipse)	0
5	로손 (Lawson)	편의점	약 2조 4,000억 엔 (약 26조 4,944억 원)	아사히(Asahi), 칸로(カンロ)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

28) 1달러=1,173.50원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

29) 100엔=1,112.06원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	돈키호테 (ドンキホーテ)	드러그스토어	약 1조 3,289억 엔 (약 14조 778억 원)	쿠라시에(クラシエ), 아사히(Asahi), 류카쿠산(龍角散)	0
7	선드러그 (サンドラッグ)	드러그스토어	약 55억 9,000달러 (약 6조 5,598억 원)	클로레츠(Clorets), 쿠라시에(クラシエ), 리카르덴트 (Recardent)	0
8	라쿠텐 (Rakuten)	온라인	약 1조 402억 엔 (약 11조 5,676억 원)	라이프세이버 (Lifesavers), 클로레츠(Clorets), 아이스브레이커 (Icebreakers),	0
9	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,805억 달러 (약 331조 9,156억 원)	알토이드(Altoids), 라이프세이버 (Lifesavers), 멘토스(Mentos)	0
10	장터	한인마트	매장 수(*20): 1개	멘토스(Mentos), L사	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)



**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: 육류, 어류, 음료류, 차(茶류), 즉석식품, 스낵류, 소스류, 유제품, 신선식품, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 주방용품, 욕실용품, 가정용품, 유아용품, 세제류, 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>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의                     <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> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-(0)3-5807-5493 (수도권 - 도쿄)</li> <li>- 이메일: s620@lifecorp.co.jp</li> <li>- 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 라이프(Life), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 이토요카도(イトーヨーカドー)

기업 기본 정보	기업명	이토요카도(イトーヨーカドー)		
	홈페이지	itoyokado.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('20)	약 11조 9,996억 엔 <sup>30)</sup> (약 133조 1,651억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('19): 약 158개</li> <li>직원 수('19): 약 3만 4,000명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>세븐&amp;아이홀딩스컴퍼니(Seven &amp; I Holdings Co)의 자회사</li> <li>일본 슈퍼마켓 시장 점유율 12% 차지</li> <li>기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 주력</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 11월 크리스마스 케이크와 정월요리 오세치(御節料理) 출시</li> <li>2020년 10월 사이타마(埼玉)현 아사카(朝霞)시에 신규 점포 오픈</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	카츠카이세이카 키시리크리스타루 미루쿠민토노도아메 (春日井製菓 キシリクリスタルミルクミ ントのど飴)	
		종류	민트캔디	
		용량	71g	
		원산지	일본	

자료: 이토요카도(Ito-Yokado), 유로모니터(Euromonitor), 류츠뉴스(流通ニュース), 피알타임즈(PR Times)  
사진 자료: 이토요카도(Ito-Yokado)

30) 세븐아이홀딩스(Seven & I Holdings) 통합 매출액

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: 음료류, 차(茶)류, 냉동식품, 간편식품, 스낵류, 캔디류, 양념류, 소스류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 가정용품, 주방용품, 화장품, 애견용품, 장난감류, 문구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <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 서비스 제공</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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                     <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> </li> <li>- 등록 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>- 담당 부서와 연결 후 입점 진행</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 문의</li> </ul>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-(0)3-6238-3132</li> </ul> </li> </ul>	

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



③ 맥스밸류(MaxValu)

기업 기본 정보	기업명	맥스밸류(MaxValu)	
	홈페이지	www.mv-tokai.co.jp	
	위치	시즈오카(静岡)	
	규모	매출액('20)	약 67억 13,93만 달러 <sup>31)</sup> (약 7조 8,787억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 828개 <sup>32)</sup>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1948년 설립</li> <li>• 일본 내 대형마트그룹 이온(Aeon)이 인수 후 런칭한 슈퍼마켓 체인점</li> <li>• 자체 브랜드 제품 생산에 주력</li> <li>• 일본 전역에 약 600개 이상 지점 보유</li> <li>• 즉석 식품 및 다양한 반찬 포장 제품 판매</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 10월 효고(兵庫)현 히메지(姫路)시의 아무로(安室) 매장 리뉴얼</li> <li>• 2020년 9월 중국 시장 진출</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	미카쿠토스키토타 민토노오이시노도아메 (味覚糖透き通ったミン トのおいしいのど飴)
		종류	민트캔디
		용량	92g
		원산지	일본

자료: 맥스밸류(MaxValu), 이온(Aeon), 이온 온라인(Aeon Online), 이온넷슈퍼(Aeon Net Super), 류츠뉴스(流通ニュース), 유로모니터(Euromonitor)  
사진 자료: 이온넷슈퍼(Aeon Net Super)



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, 캔디류, 차(茶)류, 건강보조식품, 주류, 유제품, 음료류, 소스류 등</li> <li>- 일반: 주방용품, 세제류, 애완용품, 유아용품, 의료용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강 및 웰빙 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 소비자 관심 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 입점 문의                             <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> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 기준 ① 이온(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-(0)55-989-3600</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 : 이온(AEON)에서 운영하며, 맥스밸류를 포함한 여러 자회사로 납품</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 맥스밸류(MaxValu), 유통채널 담당자와의 인터뷰

31) 모기업 이온그룹(Aeon Group) 글로벌 통합 매출

32) 일본, 태국, 중국, 말레이시아에 매장이 있으며 네 개 국가의 매장을 합한 개수

2) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.sej.co.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('20)	약 11조 9,996억 엔 <sup>33)</sup> (약 133조 1,651억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1973년 설립</li> <li>• 1974년 도쿄에 1호점 개점</li> <li>• 1978년 사명을 '주세븐일레븐 재팬'으로 개칭</li> <li>• 1993년 점포수 5,000점 달성</li> <li>• 2005년 (주세븐&amp;아이 홀딩스 설립, 주식 상장 및 기존의 세븐일레븐을 자회사화</li> <li>• 2007년, 소매업으로서는 세계 최대 체인 점포수 달성</li> <li>• 2018년 점포 수 2만 개 돌파</li> </ul>	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 11월 21일 인기 디저트 브랜드 도쿄바나나 한정판 포켓몬 에디션 세븐일레븐 매장에서 구매 가능</li> <li>• 2020년 11월 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	아이스브레이커민트 쿨민트 (Icebreakers Mints Cool Mint)
		종류	민트캔디
		용량	42g
		원산지	미국

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 세븐&아이 홀딩스(7&I holdings), 유로모니터(Euromonitor), 옐프(Yelp), 타임아웃(Time Out), 로이터스(Reuters)  
사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

33) 세븐아이홀딩스 통합 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: 즉석식품, 간편식품, 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류, 차(茶)류, 제과류 등</li> <li>- 일반: 약세서리류, 서적류, 화장품, 문구, 주방용품, 위생용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SEVEN&amp;i 홈페이지를 통한 직접 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 첨부 파일 작성하여 이메일로 송부 (7andi.com/en/csr/suppliers/helpline.html)</li> </ul> </li> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의                             <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> </li> </ul>
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 기준 ① SEVEN&amp;i 그룹 기업 행동지침 준수</li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-(0)3-5793-4370</li> <li>- 이메일: 7andi-helpline@integrex.jp</li> </ul> </li> </ul>

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 유통채널 담당자와의 인터뷰

# LAWSON

## ② 로손(Lawson)

기업 기본 정보	기업명	로손(Lawson)		
	홈페이지	www.lawson.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('20)	약 2조 4,000억 엔 (약 26조 4,944억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('19): 약 1만 4,659개</li> <li>• 직원 수('19): 약 1만 0,395명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1975년 설립</li> <li>• 2001년 미쓰시비 상사가 인수하여 자회사로 편입</li> <li>• 일본 47개 현에 매장 보유</li> <li>• 중국, 인도네시아, 태국, 하와이, 필리핀 시장 진출</li> <li>• 세븐일레븐, 패밀리마트 다음으로 일본 내 규모가 큰 편의점 체인점</li> </ul>			
				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 11월 신상품 라멘맛치킨 출시</li> <li>• 2020년 10월 인기 애니메이션 '데몬슬레이어(Demon Slayer)'로 인해 로손 영업이익 상승</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	아사히민티아 (Asahi Mintia)	
		종류	민트캔디	
		용량	70g	
		원산지	일본	

자료: 로손(Lawson), 니케이아시아(Nikkei Asia), 재팬투데이(Japan Today)  
사진 자료: 아사히그룹(Asahi Group)

**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, 차(茶)류, 디저트류, 냉동식품 등</li> <li>- 일반: 서적류, 화장품, 문구류, 주방용품, 위생용품, 애완식품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 디저트류</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 디저트류에 대한 자체 개발을 진행하고 있으며 디저트 브랜드를 입점시켜 수익성 증대를 도모</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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선전화를 통한 입점 문의                     <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> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 내 공급자가 지켜야할 'Trading policy' 존재</li> <li>• 문의사항 연락처 유선전화: +81-(0)120-07-3963</li> </ul>	

자료: 로손(Lawson), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 드럭스토어



① 돈키호테(ドンキホーテ)

기업 기본 정보	기업명	돈키호테(ドンキホーテ)	
	홈페이지	www.donki-global.com	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('19)	약 1조 3,289억 엔 <sup>34)</sup> (약 14조 778억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('19): 약 653개</li> <li>• 직원 수('19): 약 1만 3,500명</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1980년 설립</li> <li>• 저가전략을 전개하는 일본 최대 디스카운트 스토어</li> <li>• 돈키호테, 메가돈키호테(MEGA 株式会社), 돈키호테UNY(株式会社 UNY) 형태로 매장 운영</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 WPP와 칸타르(Kantar)가 선정한 '2021년 가장 가치있는 일본 기업 탑 50'</li> <li>• 2020년 모기업 팬퍼시픽인터내셔널(Pan Pacific International) 이 역대 최고 매출을 달성함</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	쿠라시에프리스크 클린브레스 (クラシエ Frisk Clean Breath)
		종류	민트캔디
		용량	35g
		원산지	일본

자료: 돈키호테(Donquijote), 돈키호테홀딩스(PPI-HD), 재팬타임즈(Japan Times)  
사진 자료: 돈키호테(Donquijote), 옐프(Yelp), 라이프넷슈퍼(Life-netsuper)

34) 모기업 팬퍼시픽인터내셔널홀딩스(Pan Pacific International Holdings) 통합매출액

## 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: 스낵류, 소스류, 면류, 다이어트식품, 건강보조식품, 차(茶)류 등</li> <li>- 일반: 가전제품, 잡화류, 패션용품, 스포츠레저용품, 화장품, 의류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 종류의 상품 취급</li> </ul> </li> </ul>		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다음 웹주소에 양식대로 정보 기입 후 문의 제출 (<a href="http://global.ppihgroup.com/?id=5">global.ppihgroup.com/?id=5</a>)</li> </ul> </li> <li>• 이메일 또는 유선 연락으로 입점 문의           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 &amp; 주류 MD에게 입점 문의 송부</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보               <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일주소 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> </ul>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수량, 거리에 관계없이 물품 매입</li> <li>• 문의사항 연락처           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 담당자: 식품 &amp; 주류 MD</li> <li>- 이메일: <a href="mailto:tabemono@donki.co.jp">tabemono@donki.co.jp</a></li> <li>- 전화번호: +81-(0)42-540-6731</li> </ul> </li> </ul>	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FUJI SOKEN CO., LTD. (식품 및 가정용품 브로커)           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : <a href="http://www.eworldtrade.com/c/fujisoken">www.eworldtrade.com/c/fujisoken</a></li> <li>- 전화번호 : +1 (469) 551-5690</li> <li>- 이메일 : <a href="mailto:care@eworldtrade.com">care@eworldtrade.com</a></li> <li>- 기업소개 : 중국, 타이완을 중심으로 다양한 유통업체로의 납품 및 판매 활동을 지원함</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 돈키호테(Donquijote), 유통채널 담당자와의 인터뷰





② 선드러그(サンドラッグ)

기업 기본 정보	기업명	선드러그(サンドラッグ)		
	홈페이지	www.sundrug.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('20)	약 55억 9,000달러 (약 6조 5,598억 원)	
기업 기본 정보	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('19): 약 700개</li> <li>직원 수('19): 약 6,882명</li> </ul>		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1965년 설립</li> <li>일반 식품에 대해서 저가전략 전개</li> <li>교외 지역 및 역 앞에 주로 위치</li> <li>380여 개의 자사브랜드 의약품 보유</li> </ul>		
		 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 11월 니탄클리닉(にしたんクリニック)에서 제공하는 PCR 진단 키트 선드러그 매장에서 구매 가능</li> <li>2020년 4월에서 9월 일부 도시 매장 코로나19 사태로 인한 영업이익 감소</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	클로레츠릴랙스테블릿 테이스티민트 (Clorets Relax Tablet Tasty Mint)	
		종류	민트캔디	
		용량	29.2g	
		원산지	멕시코	

자료: 선드러그(サンドラッグ), 유로모니터(Euromonitor), 던앤브래드쇼(Dun and Bradshaw), 피알타임즈(PR Times), 류츠뉴스(流通ニュース)  
사진 자료: 도쿄공략(東京攻略)

입점 및 협력 정보

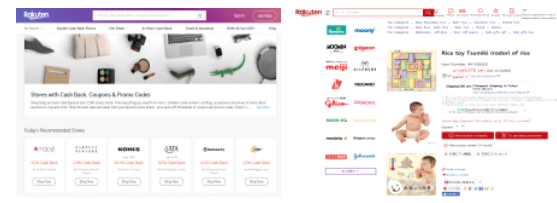

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 주류, 음료류, 차(茶)류, 스낵류, 캔디류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 의약품, 화장품, 헤어용품, 구강청결용품, 약세서리류, 의류, 자동차용품, 스포츠레저용품, 위생용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 의약품, 뷰티제품, 헬스케어제품</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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 오른쪽 상단 ‘お問い合わせ’ 클릭 (<a href="http://sundrug.co.jp/contact/index.html">sundrug.co.jp/contact/index.html</a>)</li> <li>- ‘お問い合わせ’의 첫 번째 카테고리 클릭 후 양식서 작성</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 문의사항 자유 기재 (공급 제품 정보 및 회사소개서 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품부 직통 번호: +81-(0)42-369-6215</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 선드러그(サンドラッグ), 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 온라인



① 라쿠텐(Rakuten)

	기업명	라쿠텐(Rakuten)	
	홈페이지	www.rakuten.com	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('20) 약 1조 402억 엔 (약 11조 5,676억 원) 기타 규모 직원 수('19): 약 1만 8,364명	
기업 기본 정보	<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 요약			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 11월 블록체인 플랫폼 웨어링(Share Ring)과 파트너십 계약을 체결함</li> <li>• 2020년 11월 글로벌 오디오 미디어 플랫폼 오란(O Ran)과 파트너십 계약을 체결함</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	라이프세이버즈민트 펩오민트 (Lifesavers Mints Pep O Mint)
		종류	민트캔디
		용량	170g
		원산지	미국

자료: 라쿠텐(Rakuten), 유로모니터(Euromonitor), 코인데스크(Coindesk), 피어스와의어레스(Fierce Wireless)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

## 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, 캔디류, 차(茶)류, 음료류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 문구류, 완구류, 유아용품, 의류, 잡화류, 가전제품, 화장품, 향수류, 스포츠용품 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>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 등록 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출</li> <li>- 홈페이지 기입 정보 <ol 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> </ol> </li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: sales-list@rakuten.com</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 라쿠텐(Rakuten), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('19)	약 2,805억 달러 <sup>35)</sup> (약 331조 9,156억 원)	
		기타 규모	직원 수('18): 64만 7,500명 <sup>36)</sup>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2000년 설립</li> <li>• 일본 내 이커머스 부문 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>37)</sup> 서비스 전체 물량의 98%를 일본 전역에 당일 배송</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 10월 엑스박스(X Box) 시리즈 선주문 품절로 인한 조기종료</li> <li>• 2020년 9월 아마존(Amazon) 측에서 일본 셀러들에게 약 1,900만 달러 환불</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	알토이드스피어민트 (Altoids Spearmint)	
		종류	민트캔디	
		용량	50g	
		원산지	영국	

자료: 아마존재팬(Amazon Japan), 비즈니스인사이드(Business Insider), 비디오게임크로니클(Video Game Chronicles)  
사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

35) 2019년 통합 매출액

36) 통합 직원 수

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, 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 곡류, 음료류, 차(茶)류, 주류 등</li> <li>- 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 생활용품, 운동기구, 악기류, 화장품, 완구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 신제품</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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 ‘Amazonで売る’ 클릭                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 아마존 셀러 계정 생성</li> <li>② 상품 리스팅</li> </ul> </li> <li>- 홈페이지 등록 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수</li> <li>• 평가 기준 ② 아마존 자체 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증<sup>38)</sup></li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 프로페셔널 (Professional) 셀링 플랜의 비용은 월 이용료 4,900엔 및 아이템당 상품 판매 수수료(카테고리별로 상이)로 구성</li> <li>• 일부 상품은 법률/규제상의 제한(예: 처방 의약품) 또는 아마존 정책(예: 부적절한 사진)에 의거하여 리스팅할 수 없음</li> <li>• 입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능</li> </ul>

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

37) 아마존 주문처리서비스

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

## 6) 한인마트



## ① 장터

업 기본 정보	기업명	장터	
	홈페이지	shopping.geocities.jp/hiroba/	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 1개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도쿄의 가장 큰 한인타운인 신오쿠보(新大久保)에 위치</li> <li>• 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매</li> <li>• 연중무휴로 영업</li> <li>• 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 2월 29일부로 전화주문 서비스 종료</li> <li>• 2020년 2월부터 전지역 무료택배서비스 종료</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	멘토스민트 (Mentos Mint)
		종류	민트캔디
		용량	37.5g
		원산지	미국

자료: 장터, 도쿄히로바(Tokyo Hiroba)

사진 자료: 도쿄히로바(Tokyo Hiroba)



**입점 및 협력 정보**

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 김치류, 가공식품, 간편식품, 소스류, 스낵류, 캔디류, 음료류, 차(茶)류, 주류, 건강보조식품, 등</li> <li>- 일반: 화장품, 구강청결용품, 헤어용품, 식기류, 위생용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국산 식품 및 화장품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국산 김치, 라면, 화장품 등이 인기 상품</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 전화를 통한 문의                     <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, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-3-3232-9330</li> <li>- 상담가능시간 8:00-23:00</li> </ul> </li> </ul>

자료: 장터

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 일본 캔디 인증 취득
2. 일본 캔디 사전 절차
3. 일본 캔디 라벨 심의
4. 일본 캔디 서류 준비
5. 일본 캔디 세금 납부
6. 일본 캔디 검역 심사 절차
7. 일본 관련 규제 정보

## 1. 일본 캔디 인증 취득

### 인증 취득

일본으로 제품 수출 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 캔디

캔디 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 일본 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

일본으로 수출하고자 하는 사탕 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 다만, 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare)에 따르면, 2018년 국내 식품업체의 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point) 도입이 의무화되었으며, 일본으로 육류 및 가공육 수출 시 해당하는 국가의 수출업체는 인증을 의무적으로 취득해야 함

그 외 기타 인증으로 식품 생산에 관한 인증이 있으며, 식품 품질에 관한 인증인 JAS 인증이 있음. JAS 인증의 경우 식품의 품질 기준을 제시하고 있으며, 해당 기준에 적합한지를 판별함. 업체의 선택에 따라 지정 인증기관을 통해 취득 가능함

[표 5.1] 일본 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	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

[표 5.2] 일본 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 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	120-130만 원
IFS	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900-1,000만 원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만 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

## 2. 일본 캔디 사전 절차

### 사전 절차

일본으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 및 심사제도 정보 제공

### 캔디

캔디 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 식품에 대하여 필수적인 사전등록 절차를 요구하지 않으며, 해외 업체의 등록 절차도 요구하지 않음. 다만, 통관 절차 시 수입 식품에 대한 검사 요건을 완화하고 원활한 통관을 위하여 수입 식품에 대한 사전 검사 및 등록 제도를 시행하고 있음. 이는 ① 통관 시 검사주기 완화에 따른 비용 절감 ② 통관시간 단축(통상소요시간의 50%) ③ 비등록업체에 적용되는 통상검사(5% 무작위추출 모니터링 실시) 완화 등의 효과가 있음

해당 절차를 통하여 사전 확인을 받게 되면, 등록번호가 기재된 수입신고서를 제출하여 신속하게 통관 업무를 진행할 수 있음, 대상 식품은 농축산물 및 수산물의 1차 생산품 또는 간이 가공품을 제외한 가공식품<sup>39)</sup>으로, 일본 식품위생법이 정하고 있는 기준에 적합한지 확인받게 됨

[표 5.3] 일본 수입 전 등록제도

적용 규제	일본 후생노동성(MHLW), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020 개정
담당 기관	일본 후생노동성(MHLW)
국내 신청 기관	한국농수산물유통공사(aT)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신청서</li> <li>• 상품 리스트,</li> <li>• 위생검사표</li> <li>• 성분분석표 및 제조공정도</li> <li>• 시험성적증명서                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입업체 발급 시험성적증명서 제출 가능</li> </ul> </li> <li>• HACCP 인증서</li> </ul>
절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 제출</li> <li>• 서류 검토 (aT)</li> <li>• 서류 심사</li> <li>• 현장 실사</li> <li>• 등록 통보</li> </ul>

자료 : 정부24, 한국농수산물유통공사(aT)

39) 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

▶ **일본, 식품 통관 간소화를 위한 사전 ‘AEO 등록 인정’**

수출입안전인증업체(AEO, Authorized Economic Operator)는 관세 당국이 법규준수, 내부통제시스템, 재무건전성, 안전관리의 공인기준의 적정성 등을 판단하여 공인한 우수업체를 대상으로 통관 절차를 간소화하기 위한 사전등록 절차임. 해당 제도를 시행하는 국가는 상호인정협정(MRA, Mutual Recognition Arrangement)을 통하여 협정체결 국가 간의 검사비용 축소와 같은 신속 통관 혜택을 부여받을 수 있음

2007년부터 AEO 제도를 실행하고 있는 일본은 2011년 한국과 상호인정협정(MRA)을 체결하여 한국에서의 수출입 안전관리 우수업체를 인정하고 있음. 따라서 한국의 AEO 업체들이 일본으로 수출 시 화물 도착 전 수입신고할 수 있도록 하고, 수입신고와 납세신고를 분리하여 세금 납부 전에 화물을 입항하고 세금은 후에 일괄적으로 납부할 수 있도록 혜택을 부여함

[표 5.4] 한국 수출입안전인증업체(AEO) 정보

적용 규제	한국 관세청 고시 제2020-2호 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
관리 기관	한국 관세청
상호인정협정(MRA) 국가	캐나다, 싱가포르, 미국, 일본, 뉴질랜드, 중국, 홍콩, 멕시코, 터키, 이스라엘, 도미니카공화국, 인도, 대만, 태국, 호주, 아랍에미리트, 말레이시아, 페루, 우루과이, 카자흐스탄, 몽골, 인도네시아

자료 : 한국 관세청

**[표 5.5] 일본 수출입안전인증업체(AEO) 등록 및 혜택 정보**

<b>적용 규제</b>	일본 관세청(JC, Japan Customs), 「관세법(關稅法)」, 2006		
<b>세부 규정</b>	일본 관세청(JC), 「특정수출 신고제도(特定輸出者制度)」, 2006		
<b>발행 기관</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 관세청(JC)</li> <li>• 한국 관세청</li> </ul>		
<b>혜택</b>	<b>제도</b>	<b>대상 사업자</b>	<b>내용</b>
	특수수입 신고제도	일본 수입자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 화물 도착 전에 신고 및 허가 가능</li> <li>• 납세신고 전에 화물 거래 가능</li> </ul>
	특수수출 신고제도	일본 수입자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 화물이 보세지역 밖에 있어도 수입신고를 실시하고 수출허가를 받을 수 있음</li> </ul>
	특정보세 승인제도	창고업자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보세 장치장의 신규 설치 가능</li> <li>• 허가수수료 면제</li> </ul>
	인정통관 사업자제도	통관업자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대리로 실시하는 수출입 통관에 있어 통관 수속 간소화</li> </ul>
	특정보세 운송제도	운송자 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 간단한 수속을 통해 외국 화물 운송 가능</li> </ul>
	인정제조자 제도	제조자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보세지역 밖에 있는 화물에 대해서도 수출신고 가능</li> </ul>

자료 : 일본 관세청(JC)



- ▶ 일본 식품 기능성 홍보 위해 사전심사 '필요'
- ▶ 일본 기능성표시식품 '신고'로 절차 진행

일본은 기능성식품에 대하여 특정보건용식품, 기능성표시식품, 영양기능식품 등 3가지로 분류하고 있음. 일본에서 건강 기능성을 홍보하고자 하는 경우, 사전에 해당 내용에 대한 기능성표시식품 신고 절차를 거쳐야 함. 해당 절차는 일본 소비자청(CAA, Customs Affairs Agency)을 통해서 진행할 수 있으며, 별도의 심사 절차는 수행되지 않고 적법한 서류 요건만 갖추면 신고 번호를 수취할 수 있음

건강 기능성에 관한 표현의 경우, 질병이 없는 사람의 건강 유지 및 증진에 도움이 된다는 정도의 취지로 작성되어야 함. 질병 발생 위험을 줄인다는 내용의 표현이나 의약품으로의 오해 소지가 있는 내용의 표현은 불가능함

[표 5.6] 일본 수입 전 사전심사

적용 규제	일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020 개정
담당 기관	일본 소비자청(CAA)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 관련 정보               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품의 기능과 안정성에 대한 과학적 근거 자료</li> </ul> </li> <li>• 생산 및 품질 관리 정보               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 안전 관리 인증 또는 그 기준 정보 등</li> </ul> </li> <li>• 생산 업체 기본 정보               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사업자명, 연락처 등</li> </ul> </li> </ul>
검토사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능성표시식품의 대상 식품이 되는지의 판단</li> <li>• 안전성에 대한 근거 명확화</li> <li>• 생산, 제조 및 품질 관리체계 확인</li> <li>• 건강 피해 발생 시 정보 수집 체계의 수립 여부 확인</li> <li>• 기능성(효능)에 대한 명확한 근거 확인</li> <li>• 기능성에 관한 적절한 표현 확인</li> </ul>
절차	신청서 작성 및 신청 → 서류 심사 → 추가자료 보완 → 신고 번호 고지

자료 : 일본 소비자청(CAA)



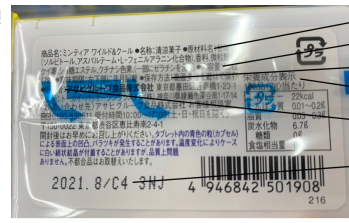
<b>세부 내용</b>	<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>	<b>수입자 및 제조사 정보</b>	수입업체의 이름 및 주소, 제조자의 이름 및 주소 정보를 기재할 것
		<b>GMO 성분 표기</b>	등록된 GMO 식품들인 대두, 옥수수, 감자, 유채, 목화, 알팔파, 사탕무, 파파야를 대상으로 하여, 해당 원료를 함유하고 있음을 표기할 것
		<b>알레르기정보</b>	새우, 계, 밀, 메밀, 달걀, 유제품, 땅콩 일본 소비자청은 다음 20개 항목에 대해서도 라벨에 표기하도록 권고 중 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 케슈넛, 키위,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

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

▶ 일본 캔디 라벨 샘플



① 제품명



- ① 원료 정보
- ② 순중량
- ③ 보관방법
- ④ 영양성분
- ⑤ 수입자 정보
- ⑥ 유통기한

[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일본어]

[앞면 - 국문]

- ① 商品名  
: Asahi MINTIA [ミンディア] WILD & COOL

- ① 제품명 : 아사히 민디아 와일드&쿨

[뒷면 - 일본어]

[뒷면 - 국문]

- ① 原材料  
: 甘味料ソルビトール,  
アスパルテーム・L-フェニルアラニン化合物,  
香料, 微粒酸化ケイ素, ショ糖エステル,  
クチナシ色素, (一部にゼラチンを含む)
- ② 内容量 : 50粒 (7g)
- ③ 保存方法  
: 高温、多湿を避けて保存ください
- ④ 栄養成分

- ① 원료 정보  
: 감미료(소르비톨, 아스파르탐 L-페닐알라닌  
화합물), 향료, 미립산화규소, 쇼당(스크로스)  
에스테르, 치자나무 색소, (일부에 젤라틴  
포함)
- ② 순중량 : 50정(7g)
- ③ 보관방법  
: 고온, 다습을 피하여 보관하십시오
- ④ 영양 성분

[1製品 (7g)]	
エネルギー	22kcal
たんぱく質	0.01~0.2g
脂質	0.03~0.3g
炭水化物	6.7g
糖類	0g
食塩相当量	0g

[1제품 (7g)]	
열량	22kcal
단백질	0.01~0.2g
지방	0.03~0.3g
탄수화물	6.7g
당류	0g
식염상당량	0g

- ⑤ 販売者  
: アサヒグループ食品株式会社,  
東京都墨田区吾妻橋1-23-1
- ⑥ 賞味期限 : 2021. 8

- ⑤ 수입자 정보 : 아사히 그룹 식품 주식회사,  
도쿄도 스미다구 아즈마바시 1-23-1
- ⑥ 유통기한 : 2021년 8월

## 4. 일본 캔디 서류 준비

### 서류 준비

일본으로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
서류 정보 제공

- ▶ 일본 수입 업무 수입업체 또는 통관 브로커 통해 진행
- ▶ 일본 수입서류 원산지증명서 필요

일본으로 제품을 수입하고자 할 때, 수입신고는 일반적으로 보세 구역에 물품이 반입된 후 진행함. 다만, 세관에서 정하고 있는 특정 물품의 경우 보세 구역으로 물품이 반입되기 전 또는 선박에 적재되어 있는 상태에서 신고해야 함. 수입신고는 수출업체가 수행할 수 없기 때문에 제품의 수입업체 또는 통관 브로커를 통해서 진행해야 함

### 캔디

캔디 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

일본에 입항하려는 선박 컨테이너 화물은 출항 24시간 전 신고해야 하며 적하목록 사전제출이 필요함. 수입신고는 수출입 항만관련 정보처리 시스템(NACCS, Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System)을 통해 전자문서로 처리 가능함. 통관정보 종합관정시스템(CIS, Customs Intelligence Data Base System)에서는 NACCS에 입력된 정보를 바탕으로 불법 수출입 가능성이 있는 화물들을 선별하여 조사하여 신속 통관을 가능케 함

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 제출해야 함

[표 5.8] 일본 통관 서류

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

자료 : 일본 관세청(JC)

## 5. 일본 캔디 세금 납부

### 세금 납부

일본으로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
세금 정보 제공

### 캔디

캔디 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 캔디 HS CODE 2106.90-229, WTO 협정 세율 '적용'
- ▶ 29.8% 또는 23엔/kg 중 더 높은 관세

캔디의 경우 일본에서는 HS CODE 2106의 2109.90-229 세번을 사용하여 수입됨.<sup>40)</sup> 일본 수입 시 기본 세율은 35% 또는 27엔<sup>41)</sup>/kg(한화 약 300원/kg) 중 더 높은 것으로 적용됨. 그러나 WTO 가입국을 원산지로 하는 수입 물품에 대해 일정 관세 이상을 부과하지 않는 WTO 협정 세율이 적용되어 29.8% 또는 23엔/kg(한화 약 255원/kg) 중 더 높은 관세가 부과됨. 관세 외에도 제품에 따라 8%, 10%의 소비세가 부과됨

- 수입 서류 심사비용에 107달러(한화 약 13만 원)<sup>42)</sup> 소요
- 수입 서류 심사 기간은 3시간 소요
- 통관 비용은 275달러(한화 약 32만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 48시간 소요

[표 5.9] 한국·일본 HS CODE 비교 및 일본 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2202.99-9099	기타	
일본	2106.90-229	그 외의 것	
관세	기본관세율	35% 또는 27엔/kg 중 높은 것	
	협정 세율	29.8% 또는 23엔/kg 중 높은 것	
소비세		8% 혹은 10% (제품에 따라 적용)	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 일본 관세청(JC)

40) 일본 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2106.90 중 캔디에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 일본 세관 당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 일본 관세청의 확인이 필요함

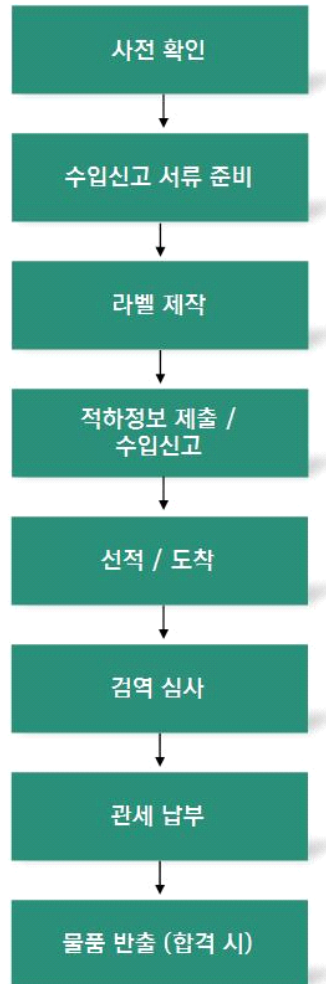
41) 100엔=1,112.06원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

42) 1달러=1,173.50원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 6. 일본 캔디 검역 심사 절차

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

[표 5.10] 일본 통관 프로세스



- ▶ 일본 캔디 식품첨가물 규정 확인 필요

[표 5.11] 일본 식품첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	일본
식품유형	과자류, 빵류 또는 떡류 > 캔디류

## 7. 일본 관련 규제 정보

### ▶ 일본 후생노동성 지정첨가물 및 그 외 식품첨가물 규제 확인 필요

일본 후생노동성(MHLW)은 식품첨가물 안전성을 확보하기 위해 인체에 해를 끼치지 않는 경우에 한하여 사용을 허가하며 국민 1인당 섭취량(ADI, Acceptable Daily Intake)을 토대로 최대허용량을 규제함

일본에서 사용 가능한 식품첨가물은 일본 식품위생법 제10조에 의거하여, 일본 후생노동성(MHLW)이 지정한 지정첨가물만 사용할 수 있음. 단, 지정 외 첨가물 중 기존첨가물, 천연향료, 일반음식 첨가물로 분류되는 식품첨가물은 사용 가능함. 그 밖의 모든 미지정첨가물은 제조, 수입, 사용, 판매가 금지되어 있음. 자세한 식품첨가물 규격은 일본 후생노동성(MHLW) 홈페이지 혹은 KATI 농식품 수출정보에서 확인할 수 있음

[표 5.12] A사의 캔디 성분 관련 규제

물질명	영문	사용 가능 여부	최대허용량
D-솔비톨	D-sorbitol	사용 가능	규정 없음
자일리톨	Xylitol	사용 가능	규정 없음
비타민 C	L-ascorbic acid	사용 가능	규정 없음
피쉬콜라겐	Collagen	사용 가능	규정 없음
타우린	Taurine	사용 가능	규정 없음
사과산	DL-malic acid	사용 가능	규정 없음
덱스트린	cyclodextrin	사용 가능	규정 없음
스테아린산칼슘	Calcium stearate	사용 가능	규정 없음
아스파탐	Aspartame	사용 가능	규정 없음
아세설팜칼륨	Acesulfame Potassium	사용 가능	규정 없음
젤라틴	Gelatin	사용 가능	0.5g/kg 미만
스피룰리나색소	Spirulina color	사용 가능	규정 없음
식용색소 적색 제40호	food red no. 40 (allura red)	사용 가능	규정 없음
천연향료 (천연페퍼민트오일)	Peppermint	사용 가능	규정 없음

자료: KATI 농식품수출정보



## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 다이코쿠(ダイコク)

Interview ② 웰시아(日ウエルシア)

Interview ③ 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)

Interview ④ 츠루하그룹(ツルハグループ)

Interview ⑤ 도쿄검역소(東京検疫所)

## Interview ① 다이코쿠(ダイコク)

43)

●  
다이코쿠  
(ダイコク)

전문가 소속

다이코쿠  
(ダイコク)  
유통업체

연락처  
+81-3-5209-5672

전문가 정보

Mr. Okamoto  
(Pharmacist)

**薬** **ダイコクドラッグ**



다이코쿠(ダイコク)

Pharmacist, Mr. Okamoto

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

다이코쿠는 1957년에 설립된 드럭스토어로, 생활용품 할인점인 100엔샵을 운영하고 있으며 일본 내 약 150개 이상의 매장을 보유하고 있습니다. 자사 온라인 홈페이지에서 사탕 및 초콜릿 판매 순위를 제공하고 있으며, 2020년 11월, 현재 리프레싱 캔디가 1위를 차지하고 있습니다.

**Q. 일본 내 구취제거제의 수요는 어떠한가 하며 주로 사용되는 성분은 무엇인가요?**

대다수의 일본 소비자들은 입 냄새를 신경 쓰기 때문에 구취제거제의 수요는 상당히 높습니다. 현재 일본에서도 다양한 구취제거 제품이 판매되고 있는데, 주로 캔디나 정(Tablet) 형태이며 스프레이, 음료 제품도 있습니다.

그러나 스프레이의 경우, 상당히 강력한 효과로 입안이 아린 제품들이 많아 대중적인 선호도는 낮은 편입니다. 한편, 구취제거제에서 민트 성분이 가장 일반적으로 사용되고 있으며 이 외에 로즈마리, 레몬 등의 성분도 자주 사용됩니다.

**Q. 일본 내 구취제거 캔디의 주요 소비자는 누구인가요?**

주요 소비자는 직장인으로, 거의 대부분의 직장인들이 가방에 구취제거제 제품을 하나씩 가지고 다닙니다. 특히 고객과 직접 대면해야 하는 영업사원이나 컨설턴트, 또는 사람들이 매우 밀집된 도쿄 지하철을 타는 직장인에게는 필수품으로 여겨집니다. 구취제거 캔디는 너무 바빠 양치할 시간이 없을 때, 점심식사 후 갑자기 클라이언트나 상사와 미팅이 잡혔을 때, 퇴근 직후 회식할 때 매우 유용한 제품입니다.

### Q. 일본 내 판매되고 있는 구취제거제의 단점은 무엇인가요?

일본 내 다양한 형태의 구취제거제 제품 중, 껌은 소비자들에게 매우 익숙하지만, 선호도는 낮은 편입니다. 구취제거 기능을 가진 껌이라도 효과를 기대하기보다는 일반적인 껌으로 씹는 경우가 대다수이며 주로 10대들이 구매합니다. 껌은 단물이나 맛이 빠지면 아무 맛도 나지 않고, 구취제거 효과는 5분 정도밖에 지속되지 않으며 뱉어야 하는 불편함이 있습니다.

### Q. 일본으로 구취제거 캔디 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

일본에서 구취제거 민트 캔디는 드러그스토어나 편의점에서 많이 판매되고 있습니다. 편의점에서는 주로 약한 쿨링 제품이 판매되며, 드러그스토어에는 비교적 다양한 제품이 있고 쿨링 효과도 단계별로 선택할 수 있습니다. 드러그스토어의 제품은 대부분 일반의약품(Over-the-counter Drug)인데, 구매 전 약사와 상담하는 것이 좋습니다. 왜냐하면, 일부 스프레이 제품은 매우 강력한 효과를 가지고 있기 때문입니다.

만약 A사의 제품이 구취제거에 특화된 제품이고 이를 강조하고 싶다면 드러그스토어로 유통하는 것이 효과적입니다. 그러나 기능성제품 사전 신고 절차 및 유통 방법이 일반가공식품보다 복잡하기 때문에, 판매 전략에 따라 적절하게 선택해야 합니다.

43) 사진 자료 : 다이코쿠(ダイコク)

## Interview ② 웰시아(ウエルシア)

44)

●  
웰시아  
(ウエルシア)

전문가 소속

웰시아  
(ウエルシア)  
유통업체

연락처  
+81-2-7347-3233

전문가 정보

Mr. Ishida  
(Sales Department)



## 웰시아(ウエルシア)

## Sales Department, Mr. Ishida

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

웰시아는 1974년에 설립된 H&B 스토어로, 일본 내 약 1,800여 개의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 의약품, 건강기능식품, 화장품, 생활용품, 헬스케어 제품, 스낵류 등입니다.

**Q. 일본 내 구취제거제의 수요는 어떤가요?**

입 냄새는 남녀노소 모든 소비자들이 항상 신경 쓰는 문제이기 때문에 일본 내 구취제거제의 수요는 상당히 높은 편입니다. 구취제거 캔디는 섭취하기 간편하여 다양한 연령대와 남녀 모두 구매하는 편이지만, 그럼에도 특히 여성들의 수요가 높아 여성을 타겟으로 한 귀여운 패키징의 구취제거 캔디가 다수 판매되고 있습니다.

**Q. 일본 내 구취제거 캔디의 주요 소비자와 구매요인은 무엇인가요?**

일반적으로 나이가 들수록 노화로 인해 침 분비가 떨어져 입안이 건조해지면서 구취가 더 심해지므로 주로 50-60대 소비자들이 구매합니다. 또한, 음주 후에도 입안이 텁텁하고 건조하기 때문에 음주를 즐기는 20-30대 젊은 층 소비자들도 술 냄새와 구취를 모두 가리기 위해 섭취하고 있습니다.

다이어트를 하는 여성 소비자들이 성분에 민감하긴 하지만, 다이어트를 하지 않는 소비자들도 성분표 및 칼로리를 보고 제품을 구매하고 있습니다. 이 외에도 맛과 가격은 중요한 소비자 구매요인입니다.

44) 사진 자료 : 웰시아(ウエルシア)

### Q. 일본 내 판매되고 있는 구취제거 캔디의 가격대는 어떤가요?

저희 업체에서도 캔디, 껌 등 다양한 종류의 구취제거제를 취급하고 있습니다. 특히 캔디 제품은 민트, 허니, 자몽, 블루베리 등의 다양한 맛이 있습니다. 평균적으로 400엔(한화 약 4,450원<sup>45)</sup>) 정도이며 300정 정도의 대용량 제품은 약 2,000엔(한화 약 22,240원)에 판매되고 있습니다.

### Q. A사 제품의 성분은 일본 시장에서 경쟁력이 있을까요?

다이어트를 하는 소비자들은 성분을 중요시하며 특히 여성 소비자들은 건강에 좋은 효과가 있는 제품을 선호합니다. 일본 내에 이미 판매되고 있는 제품과 달리 특별한 성분이 있거나, 차별화된 기능이 있는 제품이라면 충분히 경쟁력이 있을 것으로 예상됩니다. 특별한 성분이 들어가 있는 경우, 이를 주력으로 홍보한다면 소비자들의 구매 욕구를 이끌 수 있을 것입니다.

45) 100엔=1,112.06원(2020.10.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## Interview ③ 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)

46)

●  
마쓰모토키요시  
(マツモトキヨシ)

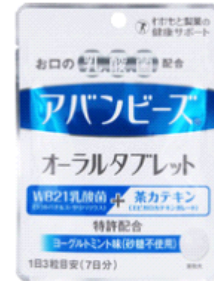
전문가 소속

마쓰모토키요시  
(マツモトキヨシ)  
유통업체

연락처  
+81-4-7348-5111

전문가 정보

Mr. Fujimoto  
(Sales Department)



마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)

Sales Department, Mr. Fujimoto

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

마쓰모토키요시는 1932년에 설립된 일본 내 가장 큰 드럭스토어 중 하나로 현재 일본 내 약 1,700개의 매장을 운영하고 있으며 베트남, 태국, 대만으로도 진출하였습니다. 헬스&뷰티 제품뿐만 아니라 식음료의 비중을 점점 늘리고 있으며 주요 취급 품목은 의약품, 화장품, 바디/헤어 제품, 건강식품 등입니다.

**Q. 일본 내 구취제거제 시장 동향은 어떠하며 주요 소비자는 누구인가요?**

일본 내 구취제거제 시장은 2019년 기준 1,492억 엔(한화 약 1조 6,000억) 규모로, 구강 관리 카테고리 중 가장 큰 시장입니다. 간편하게 입안을 상쾌하게 만들어 주는 리프레시 제품이 다양하게 출시되고 있지만, 껌 제품의 선호도 및 수요는 갈수록 하락하고 있습니다.

과거 구취제거제는 주로 중장년층이 구매하였지만, 최근에는 젊은 층 소비자들도 많이 구매하고 있습니다. 특히 캔디 제품의 경우 약국, 편의점, 슈퍼 등 어디에서나 쉽게 구매할 수 있고 가격도 높지 않기 때문에 젊은 층의 수요가 증가하고 있는 추세입니다.

**Q. 일본 내 판매되고 있는 구취제거 캔디의 가격대는 어떤가요?**

저희 업체에서는 브레스케어복숭아(ブレスケア ピーチ), 속공미식(速攻美息) 등 다양한 구취제거 캔디 제품을 판매하고 있습니다. 25-30알 정도의 소용량 제품은 200-300엔(한화 약 2,220-3,340원)에, 50알 정도의 제품은 약 500엔(한화 약 5,560원)에 판매되고 있습니다.

46) 사진 자료 : 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)

---

### Q. 일본 내 구취제거 캔디의 주요 구매요인은 무엇인가요?

여성 소비자들은 주로 스프레이 타입이나 민트 정 형태를 선호하며, 작은 플라스틱 병에 들어있어서 핸드백에 넣을 수 있는 소용량 제품의 인기가 높습니다. 또한, 입에서 잘 녹지 않는 단단한 형태의 캔디는 별로 선호하지 않으며 껌은 싫어하는 소비자가 대다수입니다. 소비자들은 맛과 쿨링 효과도 중요시하는데, 여성 소비자들은 맛이나 효과가 강하지 않은 순한 제품을 선호합니다.

### Q. 일본으로 구취제거 캔디 수출 시, 추천하는 유통채널은 어디인가요?

일본으로 처음 수출하는 브랜드의 경우, 먼저 온라인으로 판매를 시작하여 판매량, 제품 선호도, 소비자 후기 등을 확인한 후 적절한 판매 전략을 설정하여 오프라인 유통채널을 선택하는 방법을 추천합니다. 소비자 피드백을 바탕으로 제품을 개선하는 것도 효과적인 방법 중 하나입니다.

## Interview ④ 츠루하그룹(ツルハグループ)

47)

●  
**츠루하그룹**  
 (ツルハグループ)

전문가 소속

츠루하그룹  
 (ツルハグループ)  
 유통업체

연락처  
 +81-3-5729-7681

전문가 정보

Mr. Matsumoto  
 (Sales Department)

# ツルハグループ



츠루하그룹(ツルハグループ)

Sales Department, Mr. Matsumoto

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

츠루하그룹은 츠루하드러그(ツルハドラッグ), 쿠수리노후쿠타로(くすりの福太郎), 레이디드러그스토어(Lady Drug Store) 등 다양한 드러그스토어 계열사를 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지 E-Shop을 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 의약품, 식이보충제, 다이어트 보조제, 영유아식, 화장품, 바디/헤어 제품 등입니다.

**Q. 일본 내 구취제거 캔디의 주요 소비자는 누구인가요?**

기존에는 장노년층 소비자들이 주로 구매했다면, 최근에는 젊은 층 소비자들의 수요도 증가하여 현재 20대부터 60대까지 다양한 연령층의 소비자들이 구매하고 있습니다. 일본에서는 남성의 약 60%, 여성은 약 90% 정도가 캔디 등의 간식을 섭취하며, 구취제거 캔디의 경우에도 여성의 수요가 더 높습니다. 여성 소비자들은 달콤한 맛과 소용량의 제품을 선호합니다.

**Q. 일본 내에서 판매되고 있는 구취제거 캔디의 일반적인 특징은 무엇인가요?**

일반적인 구취제거 제품은, 구취를 제거해주는 성분을 입안에서 터트림으로써 화학 쿨링 효과를 내고 있습니다. 단순히 가향 제품으로 구취를 가리기보다는, 성분이 혀에 직접 작용함으로써 근본적인 원인을 제거하여 더 오랜 시간 효과가 지속되는 제품이 인기가 높습니다.

**Q. 일본으로 A사의 구취제거 캔디 수출 시, 조언 사항이 있나요?**

현재 일본에는 여성을 타겟으로 한 다양한 형태, 맛, 기능의 제품이 판매되고 있습니다. 그러므로 다른 경쟁제품과 기능적으로 차별화된 제품이라면 시장성이 있을 것으로 예상됩니다. ‘맛있다’, ‘저렴하다’, ‘오래 지속된다’ 등의 뻘한 홍보 문구는 지양하는 것이 좋습니다.

47) 사진 자료 : 츠루하그룹(ツルハグループ)



## Interview ⑤ 도쿄검역소(東京檢疫所)

48)

● 도쿄검역소  
(東京檢疫所)

전문가 소속

도쿄검역소  
(東京檢疫所)

연락처  
+81-3-3599-1520

전문가 정보

Mr. Ito Yu  
(Help Desk Manager)

# 東京檢疫所食品監視課

## 도쿄검역소(東京檢疫所)

### Help Desk Manager, Mr. Ito Yu

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

도쿄검역소 식품모니터링부는 도쿄도, 이바라키현, 도치기현, 군마현, 사이타마현, 아미나시현, 나가노현의 식품 수입 신고를 담당하고 있으며, 검역 및 모니터링도 진행하고 있습니다. 자사 홈페이지를 통하여 일본 식품위생법에 따른 검역 절차도 상세하게 안내하고 있습니다.

#### Q. 일본으로 구취제거 캔디 수출 시, 필수적인 통관 절차는 무엇인가요?

일본으로 식품 수입을 진행하려면 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labour and Welfare)에 수입 신고를 해야 합니다. 수입 신고 시 원재료 성분분석표와 제조공정도를 제출해야 하는데, 제조공정도의 경우 별다른 양식은 없으며 기업명, 제조일자, 제품명, 열/냉각/살균/산 세척(Pickling) 공정 등을 기재해야 합니다.

#### Q. 일본으로 구취제거 캔디 수출 시, 주의해야 할 성분은 무엇인가요?

일본 후생노동성(MHLW)은 정기적으로 수입 식품의 성분 위반 사례를 발표하고 있는데, 캔디 제품 중에서는 허가되지 않은 식품첨가물의 사용 사례가 다수 있습니다. 예를 들어 아세설팜칼륨(Acesulfame Potassium), 마그네슘스테아레이트(Magnesium Stearate), 아조루빈(Azorubine) 색소, 퀴놀린 옐로우(Quinoline Yellow) 색소, 리사민그린(Lissamine Green) 색소 등은 사용이 금지되어 있으며, 이산화 황(Sulfur Dioxide)의 최대함량 규제는 kg 당 0.03g인데, 이를 초과하여 규제된 사례도 있습니다.

#### Q. 일본으로 구취제거 캔디 수출 시, 검역은 어떻게 진행되나요?

수입 신고 후 일본 후생노동성(MHLW) 지정 검역소에서 검역이 진행됩니다. 검역이 불필요하다고 인정된 제품은 바로 수입허가서가 발급되어 통관 절차가 완료되며 검역이 필요한 제품은 품목 및 검역기관의 판단에 따라 검역소 혹은 실험실에서 검역이 진행됩니다. 검역 불합격 제품은 폐기처분 혹은 반송 처리됩니다.

48) 사진 자료 : 도쿄검역소(東京檢疫所)

## Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

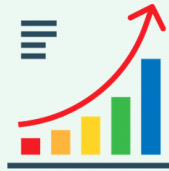
# Export Insights



민트 시장규모('19)

7,228억 원

전체 당과류 시장의 13%  
2020~2025년 연평균 5% 성장률로  
당과류 시장 내 점유율 확장 예정



2019년 기준 일본의 민트 시장은 당과류 시장의 13%를 차지하며, 한국으로부터의 수입규모는 전체 글로벌 수입규모의 18%로, 수입액 기준 미국에 이어 2위를 차지함. 민트는 주로 여성 및 서비스업 종사자의 구매비중이 높은 제품이므로 일본 대도시에서 거주하는 여성 서비스직의 연봉 수준의 상승과 함께 성장할 것으로 예상됨

캔디 수요 및 트렌드

**현대인의 필수품으로 자리잡은 구취제거용 캔디**

일본 직장인 사이에서 필수품으로 자리잡은 구취제거용 캔디는 다양한 맛과 건강한 성분으로 여성 소비자를 유인



과거 중장년층 소비자 위주에서 젊은 현대인의 필수품이 된 구취제거용 캔디는 시장 내 다양한 맛이 출시되어 있으며 여성 소비자를 공략하기 위한 건강한 성분 및 저칼로리 제품이 높은 인기를 얻고 있음. 과거 민트에 한정되어 있던 구취제거 성분 또한 프로폴리스와 같은 새로운 성분이 주목받기 시작하면서 시장세분화가 이루어지는 양상을 보임

캔디 유통채널

**오프라인 점유율 99%**

하이퍼마켓/슈퍼마켓  
드러그스토어/약국  
편의점



오프라인 매장에서의 캔디 구매가 압도적으로 높은 것으로 보아 일본 소비자들은 소량포장제품을 필요 시 가까운 오프라인 매장에서 간편하게 구매하는 것을 선호하는 것으로 보임. 또한 제품의 기능성을 강조한 제품의 경우 일반 편의점 및 슈퍼마켓이 아닌 드러그스토어, 약국, H&B 채널로 진출할 것이 인터뷰를 통해 확인됨



# Export Insights

통관 및 검역

## 지정첨가물 확인 및 최대 허용량 준수

일본 후생노동성 지정첨가물 및 최대 허용량 준수



후생노동성(MHLW)의 기준에 따라 허가되지 않은 식품첨가물의 사용 및 최대허용량 초과 식품의 경우 수입규제를 받을 수 있으므로 수입신고 전 사전 확인은 반드시 필요함

세금 및 관세

## 협정세율 및 소비세 부과

WTO 협정세율 적용  
일본 국내 소비세 부과



일본 관세청에 따라 HS Code 2106.90-229를 사용하는 당과류의 경우 WTO 협정 세율을 적용하여 29.8% 또는 23엔/kg 중 높은 쪽을 부과하며 8-10%의 일본 국내 소비세가 추가적으로 부과됨

전문가 인터뷰

## 젊은 여성 직장인 타깃

젊은층, 직장인, 여성이 주요 고객층 대상  
맛, 가격경쟁 치열



구취제거제의 주요 고객층은 과거 중장년층 위주에서 젊은 직장인 및 여성으로 확대되었으며 특히 여성의 수요를 반영하기 위해 달콤한 맛, 소용량 포장의 저렴한 캔디 제품이 다수 출시됨. 반면 구취제거용 껌, 지나치게 강한 향, 지속력 미달의 제품은 인기를 얻지 못하고 있음

## 진출제언



Point 01. 젊은 여성 직장인을 타깃 할 경우, 당사 제품만의 새로운 기능 및 성분을 강조한 마케팅 전략을 취할 것을 제언함

Point 02. 수입신고 이전 단계로 일본 후생노동성의 식품첨가물 지정성분 및 최대허용량 준수를 위한 제품성분 확인 및 수정은 필수

Point 03. 소량포장 및 귀여운 디자인의 패키지가 적절하며 오프라인 H&B 및 드러그스토어 등의 전문 소매 채널을 통해 유통한다면 제품의 가능성을 더욱 돋보일 수 있을 것으로 판단됨



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 일본통계청(Japan Statistics Bureau and Statistics Center), 「Population by Sex and Sex Ratio for Prefectures - Total population, Japanese population」, 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
3. 일본후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labour and Welfare), 「令和元年賃金構造基本統計調査の概況」, 2020
4. 일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications), 「Women and Men in Japan 2020」, 2020
5. 일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications), 「Statistical Handbook of Japan 2020」, 2020
6. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020
7. 한국 관세청 고시 제2020-2호, 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
8. 일본 관세청(JC, Japan Customs), 「관세법(関税法)」, 2006
9. 일본 관세청(JC, Japan Customs), 「특정수출 신고제도(特定輸出者制度)」, 2006
10. 일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. 외교부 ([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
3. 국제무역센터(International Trade Center) ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
4. 아마존(Amazon), [www.amazon.co.jp](http://www.amazon.co.jp)
5. 블리포(Blippo), [www.blippo.com](http://www.blippo.com)
6. 라쿠텐(Rakuten), [www.rakuten.co.jp](http://www.rakuten.co.jp)
7. 마츠키요(Matsukiyo), [www.matsukiyo.co.jp](http://www.matsukiyo.co.jp)
8. 유로모니터(Euromonitor) ([www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com))
9. 라이프(ライフ) ([www.lifecorp.jp](http://www.lifecorp.jp))
10. 핀티데(Fintide) ([www.fintide.jp](http://www.fintide.jp))
11. 라이프넷슈퍼(Life-netsuper) ([www.life-netsuper.jp](http://www.life-netsuper.jp))
12. 니케이아시아(Nikkei Asia) ([www.asia.nikkei.com](http://www.asia.nikkei.com))
13. 피알타임즈(PR Times) ([www.prtimes.jp](http://www.prtimes.jp))
14. 이토요카도(イトーヨーカドー) ([itoyokado.co.jp](http://itoyokado.co.jp))
15. 류츠뉴스(流通ニュース) ([www.ryutsuu.biz](http://www.ryutsuu.biz))
16. 맥스벨류([www.mv-tokai.co.jp](http://www.mv-tokai.co.jp))
17. 이온(Aeon) ([www.aeon.co](http://www.aeon.co))
18. 이온온라인(Aeon Online) ([www.welcome-aeon.com](http://www.welcome-aeon.com))
19. 이온넷슈퍼(Aeon Net Super) ([www.shop.aeon.com](http://www.shop.aeon.com))
20. 니케이아시아(Nikkei Asia) ([www.asia.nikkei.com](http://www.asia.nikkei.com))
21. 세븐일레븐(7-Eleven) ([www.sej.co.jp](http://www.sej.co.jp))
22. 세븐&아이 홀딩스(7&I holdings) ([www.7andi.com](http://www.7andi.com))
23. 타임아웃(Time Out) ([www.timeout.com](http://www.timeout.com))
24. 로이터스(Reuters) ([www.reuters.com](http://www.reuters.com))
25. 로손(Lawson) ([www.lawson.jp](http://www.lawson.jp))

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

26. 재팬투데이(Japan Today) ([www.japantoday.com](http://www.japantoday.com))
27. 아사히그룹(Asahi Group) ([www.asahigroup-holdings.com](http://www.asahigroup-holdings.com))
28. 돈키호테(Donquijote) ([www.donki-global.com](http://www.donki-global.com))
29. 돈키호테홀딩스(PPI-HD) ([www.ppih.co.jp](http://www.ppih.co.jp))
30. 피알뉴스와이어(PR Newswire) ([www.prnewswire.com](http://www.prnewswire.com))
31. 재팬타임즈(Japan Times) ([www.japantimes.co.jp](http://www.japantimes.co.jp))
32. 엘프(Yelp) ([www.yelp.com](http://www.yelp.com))
33. 도쿄공략(東京攻略) ([www.tokyo-koryaku.com](http://www.tokyo-koryaku.com))
34. 선드러그(サンドラッグ) ([www.sundrug.co.jp](http://www.sundrug.co.jp))
35. 던앤브래드쇼(Dun and Bradshaw) ([www.dnb.com](http://www.dnb.com))
36. 라쿠텐(Rakuten) ([www.rakuten.com](http://www.rakuten.com))
37. 코인데스크(Coindesk) ([www.coindesk.com](http://www.coindesk.com))
38. 피어스와이어레스(Fierce Wireless) ([www.firecewireless.com](http://www.firecewireless.com))
39. 아마존재팬(Amazon Japan) ([www.amazon.co.jp](http://www.amazon.co.jp))
40. 비즈니스인사이드(Business Insider) ([www.businessinsider.com](http://www.businessinsider.com))
41. 비디오게임크로니클(Video Game Chronicles) ([www.videogamechronicle.com](http://www.videogamechronicle.com))
42. 장터 ([shopping.geocities.jp/hiroba/](http://shopping.geocities.jp/hiroba/))
43. 도쿄히로바(Tokyo Hiroba) ([www.tokyohiroba.com](http://www.tokyohiroba.com))
44. 다이코쿠(ダイコク) ([daikokudrug.com](http://daikokudrug.com))
45. 웰시아(ウエルシア) ([e-welcia.com](http://e-welcia.com))
46. 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ) ([matsukiyo.co.jp/store/online](http://matsukiyo.co.jp/store/online))
47. 츠루하그룹(ツルハグループ) ([shop.tsuruha.co.jp](http://shop.tsuruha.co.jp))
48. 도쿄검역소(東京検疫所) ([forth.go.jp/keneki/tokyo](http://forth.go.jp/keneki/tokyo))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.12.04

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea