



**2021**

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202111-12  
품목 | 도라지정과(Candied Bellflower)  
HS CODE | 2006.00-9090  
국가 | 일본(Japan)  
구분 | 시장분석형

# Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 일본 건조 과일 시장규모	06
2. 일본 과일 스낵 시장점유율	07
3. 일본 도라지정과 수입규모	08
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 일본 말린 과일, 무화과와 건포도가 대중적인 인기	11
2. 일본 말린 과일, 영양분과 비타민, 섬유질이 주된 효능	12
3. 일본 도라지 정과 경쟁 브랜드, '토미즈'가 1위	13
4. 일본 말린 과일, '선물' 키워드 홍보문구 활용도 높아	14
5. 일본 도라지 정과 진출 컨셉	15
IV. 유통채널 특징	
1. 일본 도라지정과 유통채널 비교	17
2. 일본 도라지정과 유통채널 특징	18

# Contents

## V. 온·오프라인 유통채널

- |                          |    |
|--------------------------|----|
| 1. 일본 도라지정과 주요 온라인 유통채널  | 22 |
| 2. 일본 도라지정과 주요 오프라인 유통채널 | 28 |

## VI. 진입장벽

- |                        |    |
|------------------------|----|
| 1. 일본 도라지정과 통관 및 검역 절차 | 35 |
| 2. 일본 도라지정과 품질 인증      | 36 |
| 3. 일본 도라지정과 라벨링        | 37 |
| 4. 일본 도라지정과 성분 및 유해물질  | 42 |

## VII. 수입·유통업체 인터뷰

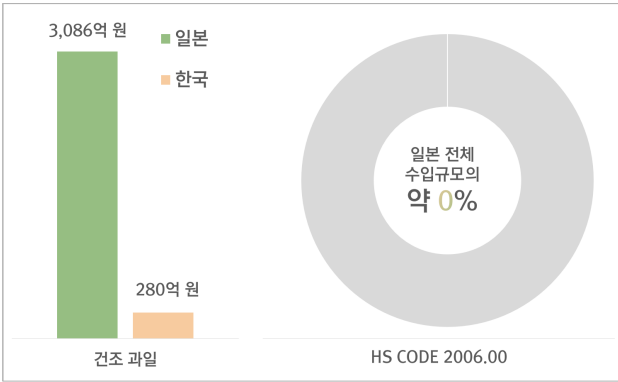
- |   |    |
|---|----|
| Interview ① I.C.티아람 주식회사(I.C.ティアラム株式会社) | 46 |
| Interview ② 팔도한국식품(八道韓國食品)              | 48 |
| Interview ③ 해피푸드(ハッピー食品)                | 50 |

## VIII. 시사점

- |        |    |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 53 |
|--------|----|

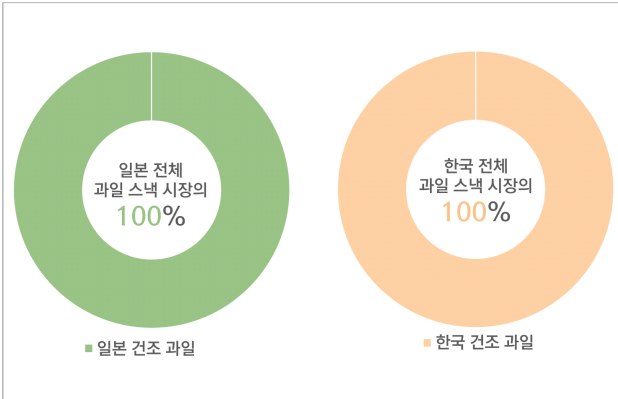
# Summary

## ■ 수요 분석



	일본	한국
건조 과일 시장규모	3,086억 원	280억 원
수입(출)액		점유율
일본 對한국 HS CODE 2006.00 수입 현황	0원	0%
한국 對일본 HS CODE 2006.00-9090 수출 현황	12만 원	0.05%

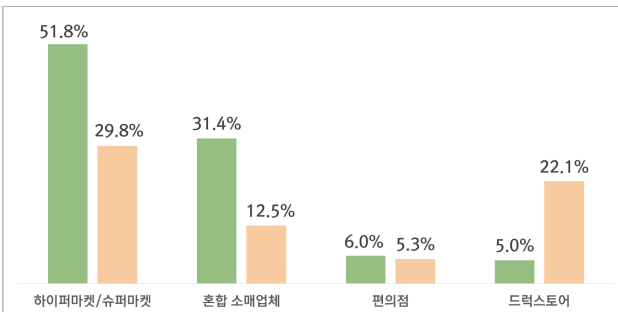
## ■ 시장점유율



## ■ 소비 특징



## ■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 매장 이온 및 라이프</li> <li>대형 하이퍼/슈퍼마켓에서 고객사 제품과 같은 도라지 정과 제품 판매 확인되지 않음</li> </ul>
아시안마트/한인마트	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 아시안/한인마트 장터 한국광장, 서울시장, 칸비니 등</li> </ul>
온라인	<ul style="list-style-type: none"> <li>주요 온라인 쇼핑몰 아마존재팬, 라쿠텐</li> <li>아마존 재팬과 라쿠텐 내 과일 정과 제품 다수 판매되나 도라지정과는 확인되지 않음</li> </ul>

## ■ 진입장벽

인증	일본 후생노동성 사전등록 필수
라벨링	일본어 표기 필수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

## ■ 수입·유통업체 평가

수요	<ul style="list-style-type: none"> <li>도라지정과 들어본 적 없음</li> </ul>
홍보 키워드	<ul style="list-style-type: none"> <li>'한국산', '도라지 효능' 강조 문구 추천</li> </ul>
제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> <li>도라지에 대한 인지도 개선 우선 필요</li> <li>일반적인 선물용 제품과 경쟁 어려울 것</li> </ul>

## ■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 내 도라지 자체에 대한 인지도가 낮은 편이며 도라지정과 제품은 확인되지 않음</li> <li>말린 과일 제품은 많으며 주요 원물은 무화과, 건포도 및 오렌지, 키위, 망고와 같은 수입 과일</li> </ul>
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> <li>과일 스낵의 유통채널 점유율은 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 혼합 소매업체, 편의점, 드럭스토어 순임</li> <li>반면 도라지정과의 경우 과일 스낵의 유통채널 점유율 따르지 않을 것으로 예상되며 역대 기념품 가판대에서 다양한 종류의 선물용 다과 제품 판매 중인 것을 확인함</li> <li>이 외 아시안/한인마트, 온라인으로의 유통을 추천함</li> </ul>

## II. 시장규모

1. 일본 건조 과일 시장규모
2. 일본 과일 스낵 시장점유율
3. 일본 도라지정과 수입규모

## 1. 일본 건조 과일 시장규모

### 일본 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

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

### ▶ 일본 건조 과일 시장규모, 한국의 ‘11배’ 규모

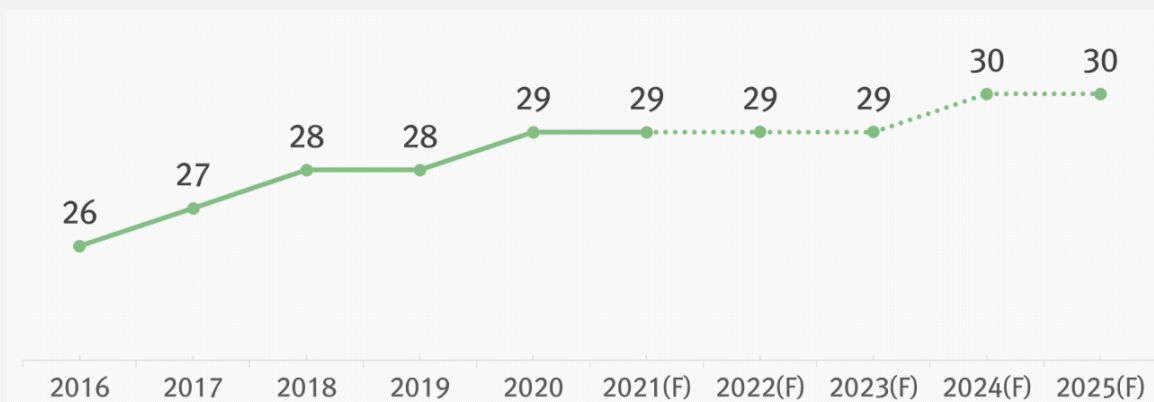
2020년 기준 일본 건조 과일 시장규모는 전년 대비 4% 증가한 약 3,086억 원으로, 약 280억 원을 기록한 한국 건조 과일 시장규모의 약 11배 규모에 해당함. 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 3%를 기록함

### ▶ 일본 건조 과일 시장, 향후 뚜렷한 상승세 없을 것으로 전망

일본 건조 과일 시장은 향후 5년(2021-25년)간 연평균성장률 1%를 기록할 것으로 예상됨. 2025년 기준 일본 건조 과일 시장규모는 약 3,192억 원을 기록할 것으로 예상되어, 2020년과 유사한 규모를 유지할 것으로 전망됨<sup>2)3)</sup>

[표 2.1] 일본 건조 과일 시장규모<sup>4)5)</sup>

단위 : 십억 엔



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR <sup>6)</sup>
건조 과일	26	27	28	28	29	3%
(한화추정액)	(2,767억 원)	(2,879억 원)	(2,979억 원)	(2,979억 원)	(3,086억 원)	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
건조 과일	29	29	29	30	30	1%
(한화추정액)	(3,086억 원)	(3,086억 원)	(3,086억 원)	(3,192억 원)	(3,192억 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '도라지정과는 건조한 도라지를 꿀에 절여 은은한 달콤함이 특징인 우리 고유의 전통 다과 제품임. 이에 제품의 종류를 기준으로 '건조 과일'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Snacks in Japan」, 2021.07

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 100엔=1,064.06원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

## 2. 일본 과일 스낵 시장점유율

### 가공 과일 스낵

과일 플레이크, 과일 라퍼, 과일 롤업, 과일 스트링 등 과일을 주 원료로 하며 살균이 첨가되지 않은 과일 스낵을 의미함 대표적인 글로벌 브랜드는 언클토퍼스(Uncle Toby's), 프루트롤업스(Fruit Roll Ups), 프루트거셔스(Fruit Gushers) 등이 있음

### 건조 과일

파우치 또는 상자에 포장된 건조, 보존 과일 포도, 자두, 배, 살구, 체리, 대추 등의 과일이 포함됨 바나나 칩 같은 튀긴 과일 칩, 말린 조각도 포함됨 인공 페이스트 및 향료가 아닌 과일로 제조되어야 함

### ▶ 일본 과일 스낵 시장점유율, 건조 과일 '100%'

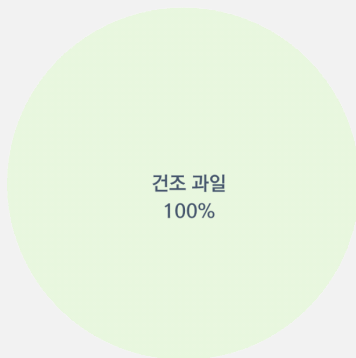
일본 과일 스낵(약 3,086억 원) 세부 시장과 한국 과일 스낵(약 280억 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 양국 모두 '건조 과일'이 점유율 100%를 차지한 것으로 나타남. 양국 모두 아직까지 가공 과일 스낵에 대한 수요가 없어 시장규모가 집계되지 않은 것으로 나타남 7)8)

한편 일본 '과일 스낵'의 상위시장인 '달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵' 시장 내 '과일 스낵'의 점유율은 5%에 불과한 것으로 나타남. '달콤한 비스킷'이 83%의 압도적인 점유율로 부문 1위를 차지하였으며, '스낵바'가 12%의 점유율로 2위를 차지함

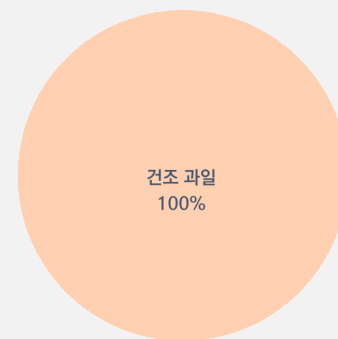
[표 2.2] 2020년 일본, 한국 '과일 스낵' 시장점유율)

단위 : 백분율(%)

#### 일본 과일 스낵 세부 시장



#### 한국 과일 스낵 세부 시장



분류	과일 스낵	
	건조 과일	가공 과일 스낵
일본	100	0
한국	100	0

자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Snacks in Japan」, 2021.07

8) 유로모니터상 일본 과일 스낵 시장(약 3,086억 원)과 한국 과일 스낵 시장(약 280억 원)의 시장점유율을 나타냄

9) 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

### 3. 일본 도라지정과 수입규모



#### HS CODE 2006.00

조사제품 '도라지정과'의 원료(도라지), 제조 방법(설탕에 절임)을 고려하여 '설탕으로 보존 처리한 채소·과실·견과류·과피와 식물의 그 밖의 부분(드레인한) 것, 설탕을 입히거나 설탕에 절인 것' 해당하는 HS CODE 2006.00을 지표로 선정함

#### ▶ 일본 HS CODE 2006.00 수입액, 매년 지속적으로 감소

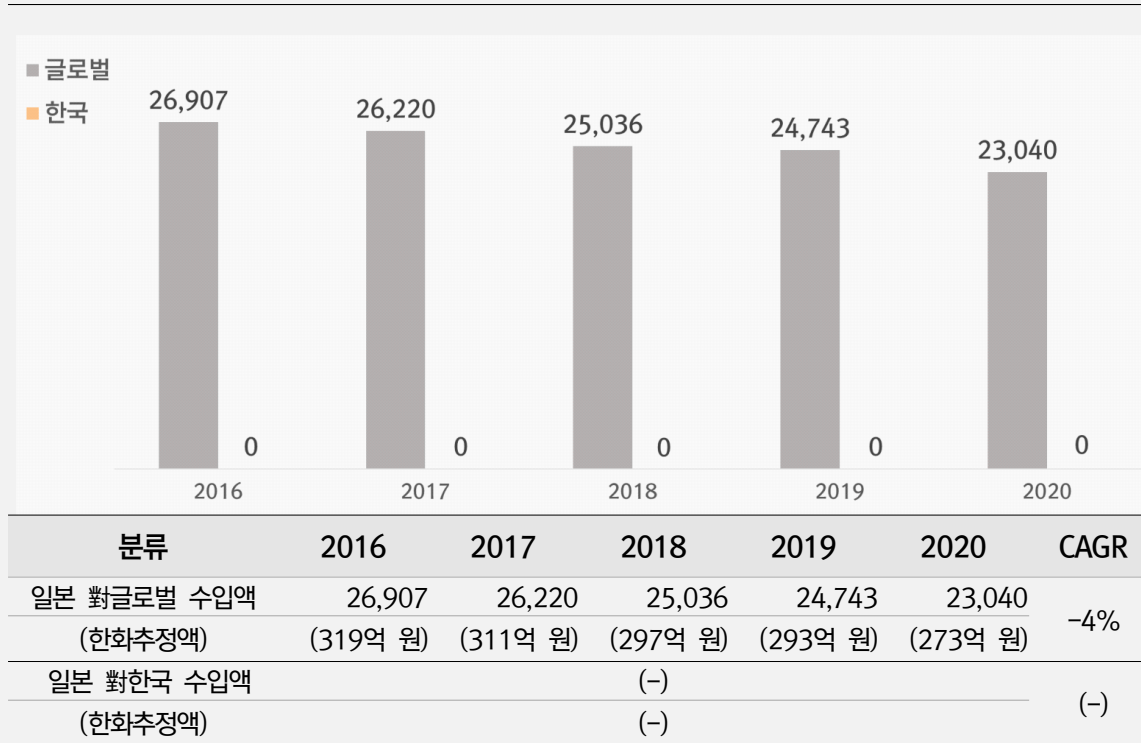
2020년 기준 일본 HS CODE 2006.00 수입액은 전년 대비 7% 감소한 약 273억 원을 기록함. 최근 5년(2016-20년)간 연평균 4% 감소하는 등 매년 지속적인 감소세를 보인 것으로 나타남

#### ▶ 일본 HS CODE 2006.00 對한국 수입액 '0원'

지난 5년(2016-2020년)간 일본 HS CODE 2006.00 對한국 수입은 이루어지지 않음. 對글로벌 수입액 기준 1위 국가는 태국으로, 2020년 약 168억 원의 수입액을 기록하며 전체 수입액 가운데 61%를 차지함. 이어서 중국(약 89억 원, 33%), 프랑스(약 8억 원, 3%) 순으로 수입규모가 큰 것으로 나타남

[표 2.3] 일본 HS CODE 2006.00 수입규모<sup>10)11)12)</sup>

단위 : 천 달러



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

10) 자료 : ITC(International Trade Centre)

11) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨



## Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 일본 말린 과일, 무화과와 건포도가 대중적인 인기
2. 일본 말린 과일, 영양분과 비타민, 섬유질이 주된 효능
3. 일본 도라지 정과 경쟁 브랜드, '토미즈'가 1위
4. 일본 말린 과일, '선물' 키워드 홍보문구 활용도 높아
5. 일본 도라지 정과 진출 컨셉

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 일본 온라인매장 입점 도라지정과 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 말린 과일(ドライフルーツ)
- 데이터 수집량 : 1,486건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인매장

### ▶ 일본 온라인매장 입점 도라지정과 특징 분석

- 데이터 분석 항목
  - ① 경쟁브랜드 ② 맛(성분) ③ 효능 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
경쟁 브랜드	토미즈	tomiz	22	알리산	アリサン	12
	데이츠	デーツクラウン	20	쇼에이식품공업	正栄食品工業	12
	아지겐	味源	20	마마팬	ママパン	8
	후다 모노 가게 시리즈	デルタインターナショナル	20	오츠야	ohtsuya	8
맛(성분)	무화과	いちじく	241	사과	りんご	138
	건포도	レーズン	232	바나나	バナナ	129
	견과류	ナッツ	191	자두	ブルーベリー	125
	오렌지	オレンジ	190	크랜베리	クランベリー	114
	키위	キウイ	174	파인애플	パイナップル	85
	망고	マンゴー	172	블루베리	ブルーベリー	73
효능	영양	栄養	620	미용	美容	201
	비타민	ビタミン	334	폴리 페놀	ポリフェノール	108
	섬유	繊維	314	마그네슘	マグネシウム	69
홍보문구	선물	ギフト	871	축하	お祝い	118
	안심	安心	217	자축	内祝い	110
	유기	有機	205	출산	出産	108
	부드러운	柔らか	134	결혼	結婚	107

## 1. 일본 말린 과일, 무화과와 건포도가 대중적인 인기

▶ ‘무화과’, ‘건포도’ 빈출 순위 1,2위

- ‘무화과’ 키워드는 241건, ‘건포도’ 키워드는 232건으로 최다 빈출
- 단맛 위주의 건과일로서 남녀노소 호불호 없이 인기 있는 품목

▶ ‘오렌지’, ‘키위’, ‘망고’와 같이 수입 과일도 눈에 띄어

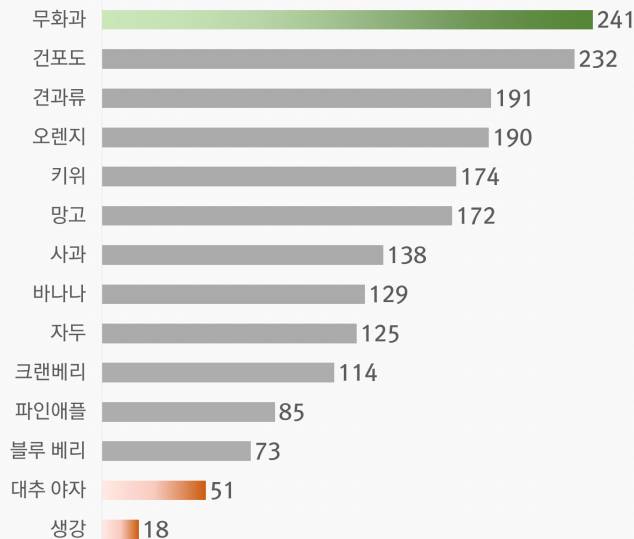
- ‘오렌지’, ‘키위’, ‘망고’는 견과류 다음으로 4~6위를 차지함
- 단맛과 신맛이 적절히 균형이 있는 말린 과일에 대한 선호도 높은 편임

▶ ‘대추야자’, ‘생강’ 등 건강식품으로 섭취하는 말린 과일도 존재

- ‘대추야자’, ‘생강’과 같이 건강 증진 효능이 있는 말린 과일에 대한 수요도 있을 것으로 예상됨. 반면 도라지 키워드는 확인되지 않음

1위 무화과		2위 건포도		3위 견과류	
					
제품명	무화과 블랙 미션	제품명	유기능 건포도	제품명	믹스드 로스티드 너츠
브랜드	알리산 (Alishan)	브랜드	마미팬(ママパン)	브랜드	토미즈(TOMIZ)
가격	250g/1,198엔(12,747원) <sup>13)</sup>	가격	400g/880엔(9,363원)	가격	1kg/4,500엔(47,882원)

[표 3.1] 일본 말린 과일 성분 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘말린 과일’ 관련 게시물 1,486건 분석

13) 100엔=1,064.06원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 일본 말린 과일, 영양분과 비타민, 섬유질이 주된 효능

### ▶ ‘영양’, ‘비타민’, ‘섬유질’이 말린 과일의 효능 1-3위 차지

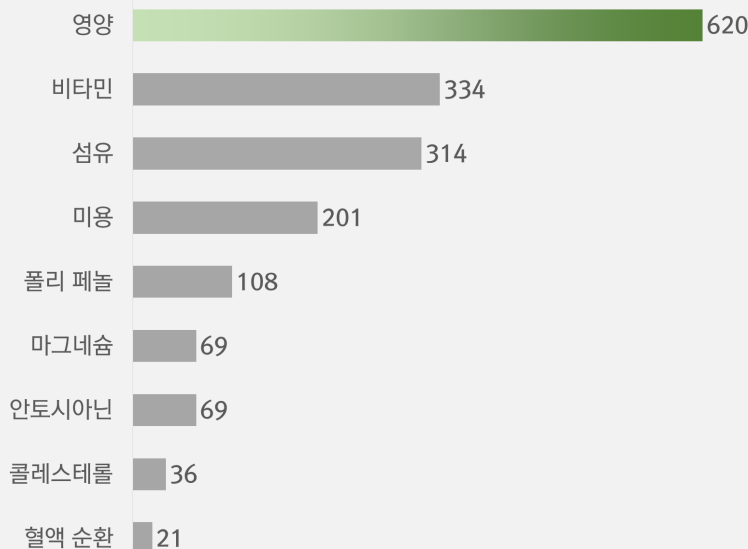
- ‘영양’ 키워드와 ‘비타민’ 키워드는 각각 620건, 334건 빈출되어 과일의 영양분을 그대로 섭취할 수 있음을 강조함
- 장 운동을 돕는 ‘섬유질’ 키워드는 3번째로 많이 도출되어 장 건강과 미용 효과를 강조하는 말린 과일도 상당수 존재하는 것으로 분석됨

### ▶ ‘콜레스테롤’과 같은 건강 증진 효능 키워드 빈도수는 미미

- 대추야자처럼 ‘콜레스테롤’ 수치를 낮추는 구체적인 효능과 관련된 키워드보다는 폴리페놀, 안토시아닌 같은 제품 영양성분 키워드가 많음
- 자사의 ‘면역력 증진’ 효능에 대한 문구는 발견되지 않았지만, 다른 말린 과일 제품들과 차별화된 특성이 될 것으로 사료됨

1위 영양		2위 비타민		9위 콜레스테롤	
					
제품명	말린 과일 6종류 믹스	제품명	무첨가 피티드 프룬	제품명	무첨가 드라이 데이츠
브랜드	스코야카 상점(すこやか商店)	브랜드	고베의 오마메 미노야 (神戸のおまめさん みの屋)	브랜드	데이츠
가격	1kg/2,480엔(26,388원)	가격	200gX5/1,000엔(10,640원)	가격	850g/1,250엔(13,300원)

[표 3.2] 일본 말린 과일 효능 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘말린 과일’ 관련 게시물 1,486건 분석

### 3. 일본 도라지정과 경쟁 브랜드, ‘토미즈’가 1위

▶ ‘토미즈’, 말린 과일 브랜드 반출 순위 1위

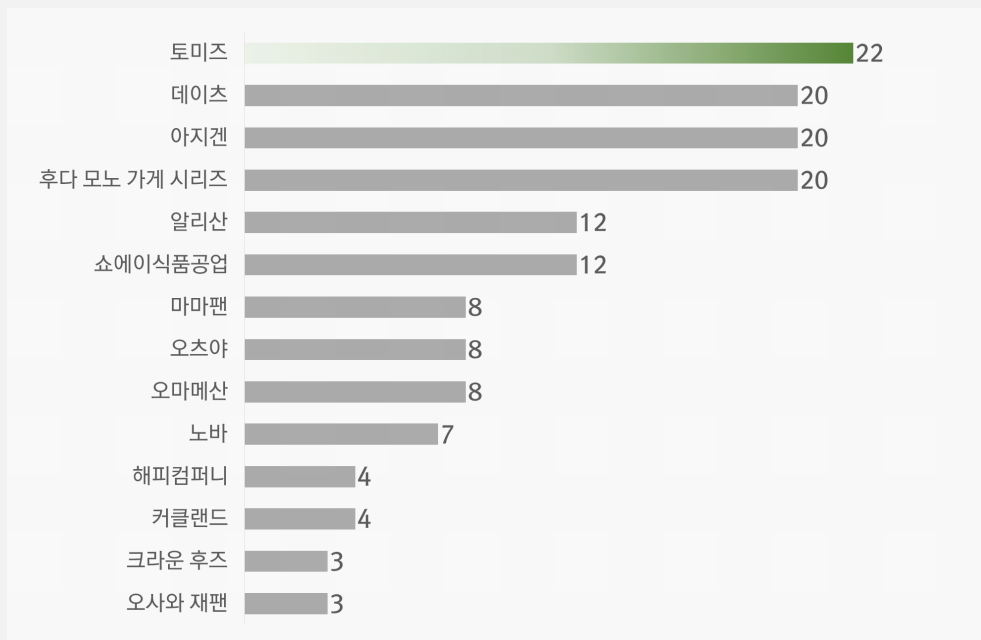
- ‘토미즈’는 전체 브랜드 빈도 22건으로 1순위 기록
- ‘토미즈’는 베이킹재료 브랜드로 제빵재료와 제빵용 견과와 말린 과일을 판매하고 있어, 타 브랜드보다 빈출량이 더 많은 것으로 추정됨

▶ 말린 과일 전문 브랜드로는 ‘데이츠’, ‘아지겐’, ‘후다 모노 가게 시리즈’가 대표적

- ‘데이츠’, ‘아지겐’, ‘후다 모노 가게 시리즈’는 각각 20건씩 빈출되며 공동 2위를 기록함

1위 토미즈		2위 데이츠		5위 알리산	
					
제품명	말린 무화과 (터키산)	제품명	케네지 대추야자	제품명	대추야자
용량	1kg	용량	1kg	용량	200g
가격	2,415엔(25,697원)	가격	1,690엔(17,892원)	가격	926엔(9,853원)

[표 3.3] 일본 말린 과일 경쟁 브랜드 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘말린 과일’ 관련 게시물 1,486건 분석

#### 4. 일본 말린 과일, ‘선물’ 키워드 홍보문구 활용도 높아

▶ ‘선물’ 키워드 빈도는 871건으로 압도적인 1위

- ‘출산(108건)’, ‘결혼(107건)’, ‘졸업(96건)’ 키워드 및 ‘축하(118건)’, ‘자축(110건)’ 키워드를 통해 출산, 결혼, 졸업 등의 기념일을 축하하기 위해 말린 과일을 선물용으로 구매하는 문화 알 수 있음

▶ ‘쾌유’, ‘병문안’, ‘환갑’, ‘퇴직’과 같은 고령층 공략 키워드

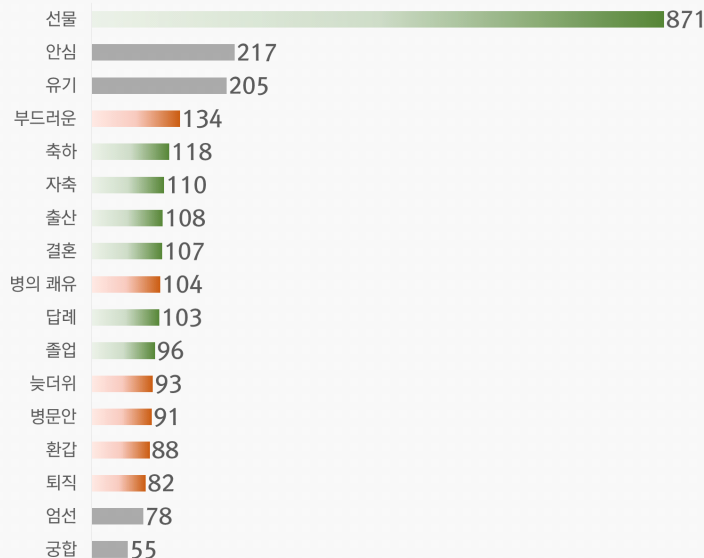
- 주 타겟층인 고령층 소비자를 대상으로 쾌유를 비는 병문안 선물이나 환갑, 퇴직과 같이 주요 이벤트를 축하하는 선물 문구가 매우 많음
- ‘부드러운’과 같이 치아상태가 좋지 않은 고령층이 씹기 좋은 식감을 강조하는 문구도 눈에 띄임

▶ ‘안심’, ‘유기’ 등 품질 강조 문구도 많이 활용

- ‘안심’ 키워드 217건, ‘유기농’ 키워드 205건으로 2위, 3위를 기록해 원물 스낵인 만큼 품질을 강조한 문구도 많이 등장함

1위 선물		2위 안심		4위 부드러운	
					
제품명	안포 감	제품명	만다린 오렌지 칩	제품명	씨없는 자두
브랜드	기슈(紀州)	브랜드	코코프라(ココブラ)	브랜드	(유) 니시자와 진미 판매 ((有)西沢珍味販売)
가격	640g/3,780엔(40,221원)	가격	60gX3/3,080엔(32,773원)	가격	440g/1,150엔(12,236원)

[표 3.4] 일본 말린 과일 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘말린 과일’ 관련 게시물 1,486건 분석

## 5. 일본 도라지정과 진출 컨셉

### ▶ 컨셉 ① \_ 부드럽게 가공해 고령층도 먹기 좋은 도라지 정과

- 홍보문구 4위인 ‘부드러운’ 활용, 치아가 약한 고령층 소비자에 어필
- 질긴 식감을 선호하지 않는 일본 소비자들에게 선호되는 식감

### ▶ 컨셉 ② \_ 차와 곁들이기 좋은 영양분이 풍부한 도라지 정과

- ‘궁합’ 키워드 빈출량은 많지 않았지만, ‘영양’ 키워드와 조합해 활용하는 홍보 사례가 많았음
- ‘궁합’ 키워드 활용하여 차와 곁들이 영양 간식으로 홍보하면, 고령층뿐만 아니라 일반 소비자들까지 포섭할 수 있을 것으로 예상됨

### ▶ 컨셉 ③ \_ 풍부한 비타민, 면역력 증진 등 병문안 선물로 좋은 도라지 정과

- 홍보문구 9위인 ‘쾌유’ 활용, 기력 회복과 면역력 증진 효능 강조
- 면역력 증진 효능 덕분에 도라지 정과가 어르신 문안용 선물로 인기가 있을 것으로 예상됨

경쟁브랜드	효능	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
(-)	섬유	부드러운	29건	[섬유질]이 풍부한 도라지를 [부드럽게] 가공해 고령층도 먹기 좋은 도라지 정과
(-)	영양	궁합	18건	가공과정에서 도라지의 [영양분]이 그대로 응축되어 홍차나 와인과 [궁합]이 좋은 도라지 정과
데이츠	(-)	선물	8건	[데이츠] 제품처럼 특별한 날 [선물]하기 좋은 도라지 정과
(-)	비타민	쾌유	7건	[비타민]이 풍부해 지친 기운을 분달아 늦더위 [쾌유]를 비는 병문안 선물로 제격인 도라지 정과
(-)	콜레스테롤	안심	3건	[콜레스테롤] 수치를 낮추고 혈액 순환에 좋은 도라지를 엄선해 가공하여 [안심]하고 섭취할 수 있는 도라지 정과

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

## IV. 유통채널 특징

1. 일본 도라지정과 유통채널 비교
2. 일본 도라지정과 유통채널 특징



## 1. 일본 도라지정과 유통채널 비교

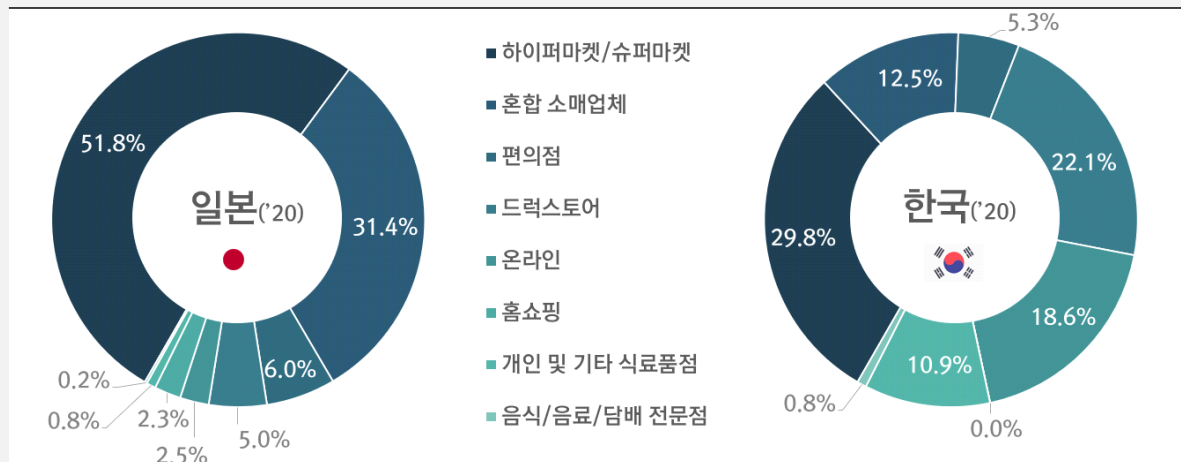
### ▶ 일본 ‘하이퍼마켓’과 ‘혼합 소매업체’ 점유율, 한국보다 높아

2020년 일본 ‘과일 스낵’ 유통채널 중 과반을 점유한 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율은 51.8%로, 한국과 약 20%p의 차이를 보임. 그다음으로 ‘혼합 소매업체’의 경우 일본에서 31.4%를, 한국에서 12.5%를 점유하였으며, 마찬가지로 약 20%p의 차이를 보임. ‘편의점’을 통한 유통은 일본과 한국 두 국가에서 모두 5% 내외의 비슷한 점유율을 차지함. ‘드럭스토어’를 통한 유통은 한국이 22.1%로 일본의 5.0% 대비 높았음

### ▶ 일본 도라지정과 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 일본 ‘과일 스낵’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 2.5%로 한국의 18.6% 대비 낮아 아직 온라인 소비시장이 발전 단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 일본 도라지정과 소매유통채널 점유율



일본 및 한국 소매유통채널 점유율<sup>14)15) 비교<sup>16)</sup></sup>

일본	유형	한국
51.8%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	29.8%
31.4%	혼합 소매업체 <sup>17)</sup>	12.5%
6.0%	편의점	5.3%
5.0%	드럭스토어	22.1%
2.5%	온라인	18.6%
2.3%	홈쇼핑	0.0%
0.8%	개인 및 기타 식료품점	10.9%
0.2%	음식/음료/담배 전문점	0.8%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

14) 2020년 기준, 일본 및 한국 ‘과일 스낵(Fruit Snacks)’의 소매유통채널 점유율임

15) ‘도라지정과’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘과일 스낵(Fruit Snacks)’의 정보를 확인함

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

17) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

## 2. 일본 도라지정과 유통채널 특징

### 1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

이온의 '도시형 미니 슈퍼마켓' 브랜드 '마이바스켓'



사진자료: 마이바스켓

#### ▶ 일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 이온 및 라이프

일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 이온(AEON)은 2020년 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 17조 5,300억 엔(약 186조 5,297억 원<sup>18)</sup>)의 12.1%를 점유했으며, 산하에 맥스발루(MaxValu), 마루에츠(Maruetsu), 카스미(Kasumi) 등의 브랜드를 보유하고 있음. 라이프(Life)는 2020년 전체 매출액의 4.3%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

#### ▶ 소비자 구매 패턴에 발맞춘 매장 운영 형태 선보여<sup>19)</sup>

2020년 초 코로나19 긴급 사태 이후 소비자들이 '소량의 식료품을, 퇴근 시 집 근처 소형 매장에서, 자주' 구매하지 않고 '대량의 식료품을, 대형 매장에서, 가끔' 구매하는 것으로 패턴을 변경하였으며, 이로 인해 일본 슈퍼마켓 업계는 큰 매출 증대를 경험함. 하지만 코로나19 종료 이후 기존의 구매 패턴으로 복귀할 시 편의점이나 드럭스토어와 같은 소규모 유통채널과의 경쟁이 예상됨. 이로 인해 기존보다 주거 지역과 밀접한 위치에서, 좀 더 작은 규모의 '도시형 미니 슈퍼마켓'을 운영하는 기업이 증가하고 있음. '도시형 미니 슈퍼마켓'과 편의점은 신선식품 제공 면에서 차이를 보임

[표 4.2] 일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) <sup>20)</sup>	산하 주요 브랜드
1	이온(AEON)	12.1%	맥스발루(Maxvalu), 마루에츠(Maruetsu), 카스미(Kasumi)
2	라이프(Life)	4.3%	라이프(Life)
3	세븐앤아이홀딩스 (Seven&I Holdings)	3.3%	요크(York), 이토요카도(Ito-Yokado)
4	아크스(Arcs)	3.1%	라루즈(Ralse)
5	바로(Valor)	2.2%	바로(Valor)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

18) 100엔=1,064.06원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

20) 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 아시안마트/한인마트

▶ 일본 주요 아시안마트/한인마트 업체, 장터 및 서울시장

일본 주요 한인마트 업체로는 장터 한국광장(韓国光場) 및 서울시장(ソウル市場) 등이 있음. 장터 한국광장은 도쿄, 오사카 각 도시에 매장과 물류센터를 1개씩 보유하고 있는 것으로 나타났으며, 서울시장은 도쿄에 1개의 매장을, 사이타마에 물류센터를 보유하고 있는 것으로 나타남

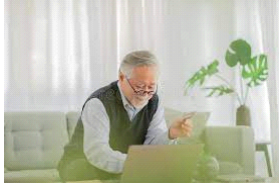
[표 4.3] 일본 주요 아시안마트/한인마트

순번	기업명	설립연도	매장 수('20)	주요 거점
1	장터 한국광장(韓国光場)	1993년	2개	도쿄, 오사카
2	서울시장(ソウル市場)	2009년	1개	도쿄
3	칸비니(Kanbini)	2020년	1개	사이타마

자료: 기업 홈페이지

3) 온라인

● 일본 장년층의  
온라인 시장 이용



사진자료: 드림스타임

▶ 일본 주요 온라인 유통채널, 아마존 및 라쿠텐

일본 주요 온라인 유통채널 아마존(Amazon)은 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액 12조 3,020억 엔(약 130조 9,007억 원)의 14.8%를 점유했으며, 산하에 아마존재팬(Amazon Japan) 브랜드를 보유하고 있음. 라쿠텐(Rakuten)은 2020년 전체 매출액의 11.7%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 코로나19가 불러온 변화, 일본 장년층의 온라인 시장 참여<sup>21)</sup>

코로나19 여파로 젊은 층 외 인구들의 일본 온라인 시장 이용률이 증가함. 기존 온라인 시장의 주 이용층은 젊은 세대였지만, 코로나19 이후 이용 연령대의 범위가 넓어지고 있는 것으로 나타남. 그러나 일본 소비자 보호원(NCAC, National Consumer Affairs Center)에 따르면 고령층의 온라인 구매 자체는 활발해졌지만, 그와 동시에 그들의 구매 관련 애로사항도 늘어난 것으로 나타나며 새로 등장한 소비층에 알맞은 온라인 매장들의 대응 전략이 필요할 것으로 예상됨

[표 4.4] 일본 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) <sup>22)</sup>	산하 주요 브랜드
1	아마존(Amazon)	14.8%	아마존재팬 (Amazon Japan)
2	라쿠텐(Rakuten)	11.7%	라쿠텐 (Rakuten)
3	소프트뱅크(Softbank)	10.7%	야후쇼핑 (Yahoo Shopping)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

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

22) 일본 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

# V. 온·오프라인 유통채널

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

# 1. 일본 도라지정과 주요 온라인 유통채널 ① 아마존재팬

기업 기본 정보	기업명	아마존재팬(Amazon Japan)		
	홈페이지	www.amazon.co.jp		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	6억 4,000만 회	
		앱다운로드수('20)	500만 회	
매출('20)		약 1조 8,207억 엔(약 19조 3,733억 원 <sup>23)</sup> )		
운영방식	온라인마켓			



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	데멜(Demel), 마루사세이카(Marusa seika)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

**주요 프로모션 정보**

10,000엔 이상 구매 시 500엔 쿠폰 증정, 첫 구매 시 쿠폰 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭</li> </ul> </li> </ul>
		<p>아마존 셀러 계정 생성 상품 리스팅</p> <ul style="list-style-type: none"> <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, 제품 종류, 예상 매출액, 판매입고량)</li> </ul> </li> <li>• 평가 기준                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아마존 행동강령 준수</li> <li>- 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증</li> </ul> </li> <li>• 문의 사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +0120-999-373</li> </ul> </li> </ul>

자료: 아마존재팬(Amazon Japan), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)  
사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

23) 100엔=1064.06원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

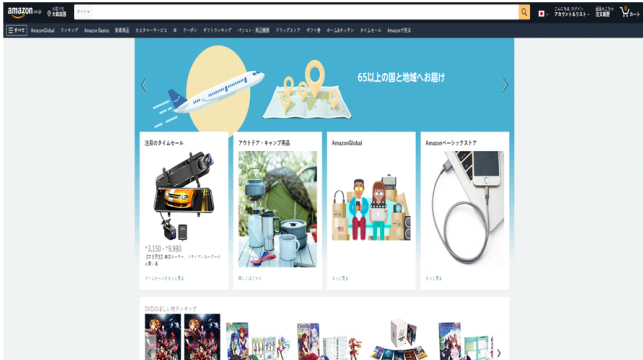
온라인몰 UI ①

**온라인몰 UI**

**1. 결제수단 편의**  
신용카드 구입이 어려운 일본 온라인 쇼핑 시장을 고려, ATM기나 편의점을 통한송금 가능

**2. 무료 배송**  
포인트를 이용한 무료 구매가 법률상 제한되자 무료배송과 할인상품권 지급

**3. 구매내역**  
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리내 추천상품 제공



**4. 아마존 프라임**  
연회비 지불을 통한 빠른 배송과 무료 영화, 음악 제공

**5. 국제배송**  
타 국가에서도 일본 아마존에서의구매가능

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능  
영어, 중국어 언어 지원, 한국에서 해외 아마존 이용 가능

온라인몰 UI ②

**Amazon Japan - 제품 구매 페이지**

**'정가' 제품 검색 결과**

**'정가'로 검색결과 노출**  
배송시간, 카테고리별로 세분화 분류 기능 제공



**'정가' 구매 페이지**

**할인가로 판매하는 제품 다**  
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능  
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)  
사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>24)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	정과	데멜 (Demel)	스미레노사토즈케 (スマレの砂糖漬け) * 제비꽃설탕절임	오스트리아	4,980엔 (약 5만 2,990원)	38g	
2	정과	마루사세이카 (マルサ製菓)	쇼가노사토즈케 (しょうがの砂糖漬) * 무첨가, 생강설탕절임	일본	1,680엔 (약 1만 7,876원)	500g	
3	정과	나추라루킷친 (ナチュラルキッチン)	오가니쿠도라이진자 (オーガニックドライジンジャー) * 생강설탕절임	태국	706엔 (약 7,512원)	120g	
4	정과	마루세이 (丸成)	미츠킨칸 (みつきんかん) * 금귤	일본	702엔 (약 7,469원)	300g	
5	정과	이마가와세이카 (今川製菓)	쇼오가토도라이진자 (しょうが糖ドライジンジャー) * 생강설탕절임	태국	1,499엔 (약 1만 5,950원)	1kg	
6	정과	신코쇼쿠산카부 시키가이샤 (シンコー食産株式会社)	도로피카루후루쓰믹스 (ドライフルーツ・フルーツミックス) * 말린과일	태국	1,880엔 (약 2만 원)	1kg	
7	정과	아리리스푸라자 (アイリスプラザ)	도라이망고 (ドライマンゴー)	태국	900엔 (약 9,576원)	500g	

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

24) 조사일(2021.10.31.) 기준 아마존재팬(Amazon Japan) 도라지정과 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트



② 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)		
	홈페이지	www.rakuten.com.jp 		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	4,200만 회	
		앱다운로드수('20)	30만 회	
매출('20)		약 1조 4,393억 엔(약 15조 3,154억 원)		
운영방식		온라인마켓		

매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	산쿄세이카(Sankyo Seika), 이부스키기하라야 (Ibusuki Kiharaya)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보



시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매금액 페이백 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행

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)</li> <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 운영 담당자 정보 (담당자 이름, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 이메일: sales-list@rakuten.com</li> </ul>
-------------	---------------------	--

자료: 라쿠텐(Rakuten), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)  
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

온라인몰 UI ①

**온라인몰 UI**

**1. 다언어 사이트**  
일본, 대만, 독일, 프랑스, 미국의 사이트가 별도로 존재

**2. 라쿠텐 신용카드**  
포인트 수급속도가 4배 빠르고 카드 계약 시 2천 포인트를 무료 제공

**3. 구매내역**  
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리내 추천상품 제공

**4. 핸드폰 서비스**  
1년 무료의 무제한 인터넷 서비스를 포함한 두개의 핸드폰 서비스 제공 중

**5. 해외 배송**  
타 국가 라쿠텐 아이디로 사용할 수 있는 글로벌 익스프레스 제공. 사이트언어는 해당 컴퓨터의 언어와 맞춤형 서비스

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

온라인몰 UI ②

**Rakuten - 제품 구매 페이지**

**'정과' 제품 검색 결과**

**'정과'로 검색결과 노출**

원산지, 가격, 무게별로 세분화 분류 기능 제공

**'정과' 구매 페이지**

할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

품목별, 브랜드별, 배송시간별로 검색 가능  
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 라쿠텐(Rakuten)  
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>25)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	정과	산쿄세이카 (三協製菓)	유즈사토즈케 (柚子 砂糖漬け) * 유자설탕절임	일본	390엔 (약 4,149원)	120g	
2	정과	모리나가 (森永)	모리나가도라이애플루 (森永 ドライアップル) * 사과설탕절임	일본	3,661엔 (약 3만 8,955원)	2kg	
3	정과	데멜 (Demel)	바라노사토즈케 (バラの砂糖漬け) * 장미꽃설탕절임	오스트리아	4,780엔 (약 5만 862원)	38g	
4	정과	신슈시젠오코쿠 (信州自然王国)	라이쇼가사토즈케 (ライ生姜 砂糖漬け) * 생강설탕절임	일본	1,879엔 (약 1만 9,994원)	70g * 3개입	
5	정과	마루사세이카 (マルサ製菓)	쇼가토산슈셋트 (しょうが糖3種セット) * 생강, 레몬, 금귤설탕절임	일본	1,350엔 (약 1만 4,364원)	80g * 3개입	
6	정과	가와즈쇼쿠힌 (川津食品)	유즈구랏세 (ゆずグーラッセ) * 유자껍질설탕절임	일본	1,000엔 (약 1만 640원)	30g * 3개입	
7	정과	유즈노만마 (ゆずのまんま)	유즈노만마 L 사이즈 (ゆずのまんま Lサイズ)	일본	324엔 (약 3,447원)	80g	

자료: 라쿠텐(Rakuten)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

25) 조사일(2021.10.31.) 기준 라쿠텐(Rakuten) 도라지정과 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

## 2. 일본 도라지정과 주요 오프라인 유통채널 ① 라이프

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.lifecorp.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액('20)	약 7,538억 엔(약 8조 208억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('19): 약 275개</li> <li>직원 수('19): 약 2만 7,297명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>라이프 코퍼레이션이 운영하는 슈퍼마켓 브랜드</li> <li>일본에서 두 번째로 큰 슈퍼마켓 체인</li> <li>매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지</li> </ul>			




매장정보	입점 가능 품목	신선식품, 육류, 음료류, 차(茶류), 즉석식품, 스낵류, 소스류, 유제품 등	
	매장 전경		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>유선 연락 또는 이메일을 통한 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 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 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> </ol> </li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-3-5807-5493</li> <li>- 이메일: s620@lifecorp.co.jp</li> <li>- 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이하며 아래 주소에서 확인 가능함 (www.lifecorp.jp/toiawase/)</li> </ul> </li> </ul>	
-------------	---------------------	---	--

자료: 라이프(Life)

사진 자료: 라이프(Life), 시나가와역 내 기념품 판매 가판대 방문 조사

방문매장 <sup>26)</sup> 정보	방문매장	시나가와역 내 가판대
	영업시간	10:00 ~ 20:00
	주소	〒108-0074 東京都港区高輪3丁目26-27
	상권	시나가와역 내에 위치하였으며, 신칸센과 하네다 공항 방문 전 기념품을 구매하기 위해 많은 사람이 방문
	매장 전경	

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품





시나가와역 내부에 위치한 기념품(오미야게) 가판대에서는 다양한 선물용 일본 다과 제품들을 모아 판매 중임. 형태 등을 기준으로 구분하지는 않았고, 과자, 빵, 떡(모찌) 등 다양한 형태의 제품을 구비해두었고, 특히 떡(모찌) 형태의 제품이 다수를 차지함

자료: 시나가와역 내 기념품 판매 가판대 방문 조사



사진 자료: 시나가와역 내 기념품 판매 가판대 방문 조사

26) 조사 당시 하이퍼마켓/슈퍼마켓 내 정과 제품이 구비된 경우가 많지 않아, 도라지정과와 비슷한 선물용 다과 제품 판매처에 방문함

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	다과	야마카기안 (山柿庵)	야마카기 (やま柿) * 감	일본	1,080엔 (약 1만 1,492원)	12개입	
2	다과	히다아즈사 (飛騨あずさ)	기나코라쿠간 (きなこ落雁) * 볶은 콩가루 화과자	일본	540엔 (약 5,746원)	180g	
3	다과	가부시기가이샤 나가노보리+NK (株式会社 長登+NK)	쿠리킨톤카제안후쿠모찌 (栗きんとん風あん福餅) * 밤, 팥이 들어간 떡	일본	860엔 (약 9,151원)	12개입	
4	다과	히다아즈사 (飛騨あずさ)	도치노지쓰이노리모치 (とちの実祈り餅) * 밤이 들어간 떡	일본	860엔 (약 9,151원)	8개입	
5	다과	유겐카이샤 구리타세이카쇼 (有限会社 栗田製菓所)	쿠루미모치 (くるみ餅) * 호두가 들어간 떡	일본	860엔 (약 9,151원)	12개입	
6	다과	가부시기가이샤 나가노보리+NK (株式会社 長登+NK)	가키요칸하나마메이리 (柿ようかん花豆入り) * 꽃콩이 들어간 감양갱	일본	1,080엔 (약 1만 1,492원)	8개입	

자료: 시나가와역 내 기념품 판매 가판대 방문 조사  
사진 자료: 시나가와역 내 기념품 판매 가판대 방문 조사

## ② 이토요카도

기업 기본 정보	기업명	이토요카도(Ito-Yokado)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.itoyokado.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('20)	약 5,785억 엔(약 6조 1,555억 원)
기업 요약	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>세븐앤아이홀딩스(Seven &amp; I Holdings)의 슈퍼마켓 브랜드</li> <li>일본 슈퍼마켓 시장 점유율 3.3% 차지</li> <li>기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 주력</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>곡물류, 캔디류, 음료류, 신선식품, 주류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 냉동식품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 생활용품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
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 하단 'その他' 카테고리 'お問い合わせ' 클릭</li> <li>'お問い合わせフォーム' 문의 양식 작성</li> </ul> </li> <li>등록 정보                             <ol style="list-style-type: none"> <li>공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등)</li> <li>공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> <li>담당 부서와 연결 후 입점 진행</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>유선 연락을 통한 문의</li> <li>문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>전화번호 : +81-3-6238-3132</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 이토요카도(Ito-Yokado), 유로모니터(Euromonitor), 류츠뉴스(Ryutsuu), 피알타임즈(PR Times)  
사진 자료: 이토요카도(Ito-Yokado)

### ③ 장터 한국광장

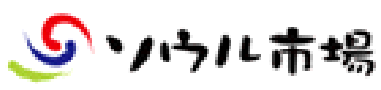

기업 기본 정보	기업명	장터 한국광장(韓国広場)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	shopping.geocities.jp/hiroba	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 2개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치</li> <li>• 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료</li> <li>• 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매</li> <li>• 식료품 매장 외에도 도매 전문 인터넷 쇼핑몰과 화장품 전문점을 운영함</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국제품</li> </ul>	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 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, 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> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-3-3232-9330</li> <li>- 상담 가능 시간: 08:00-23:00</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 장터 한국광장(韓国広場)

사진 자료: 장터 한국광장(韓国広場)



### ④ 서울시장

기업 기본 정보	기업명	서울시장(ソウル市場)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.seoul-ichiba.com	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>해피그룹(Happy Group)이 운영하는 식료품 매장으로, 한인마트 외에도 한식당, 치킨 프랜차이즈 운영</li> <li>도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치</li> <li>신오쿠보(新大久保) 역에서 도보 5분 거리</li> <li>한식 반찬으로 구성된 도시락 판매</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>유선 연락 또는 이메일을 통한 문의</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, 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> <li>- 이메일을 통한 문의 시 2일 이내 답변</li> <li>문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-48-423-3941</li> <li>- 이메일: info@seoul-ichiba.com/haptele@gmail.com</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 서울시장(ソウル市場)

사진 자료: 서울시장(ソウル市場)

## VI. 진입장벽

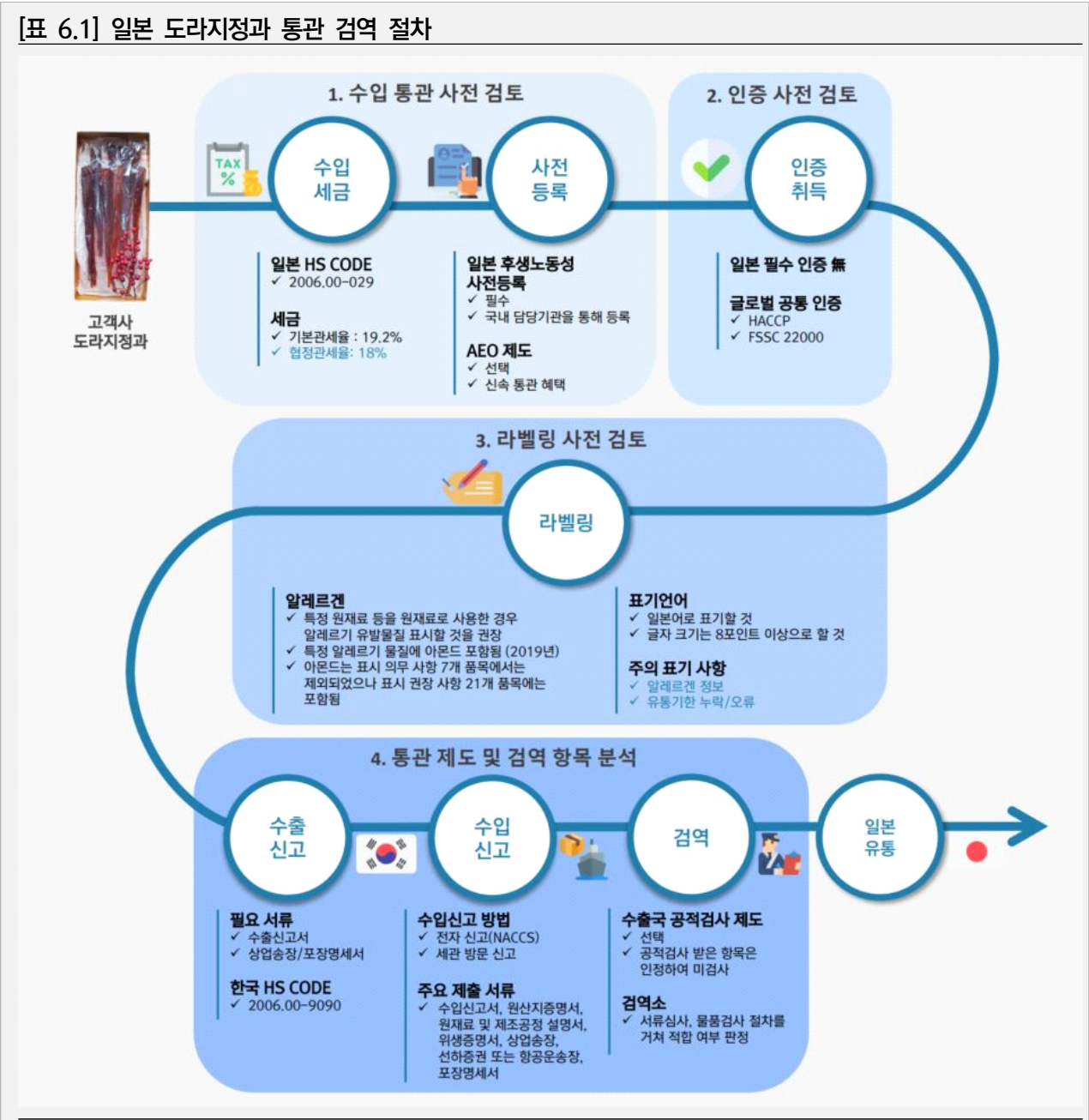
1. 일본 도라지정과 통관 및 검역 절차
2. 일본 도라지정과 품질 인증
3. 일본 도라지정과 라벨링
4. 일본 도라지정과 성분 및 유해물질

# 1. 일본 도라지정과 통관 및 검역 절차<sup>27)</sup>

## ▶ 일본 도라지정과 수출 시 통관 절차별 참고사항

일본에 가공식품 수출 시에는 후생노동성 사전등록 절차를 반드시 밟아야 함. 이는 국내 담당 기관을 통하여 일본으로 수입되는 식품을 사전에 알리는 절차임. 또한, AEO(Authorized Economic Operator) 제도를 통해 신속한 통관 및 비용 절감 등의 효과를 누릴 수 있음

[표 6.1] 일본 도라지정과 통관 검역 절차



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



27) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

## 2. 일본 도라지정과 품질 인증

### ▶ 일본 도라지정과, 적용받는 필수 인증 無

일본으로 도라지정과를 일반 가공식품으로 수출 시 취득해야 하는 필수 인증은 없음. 다만, 일본 후생노동성에 식품 사전등록은 필수임. 또한, 선택적으로 식품 품질에 관한 인증인 JAS 인증이나 HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음

[표 6.2] 일본 도라지정과 인증 취득 정보

순번	인증명	취득 정보	
1	일본 후생노동성 사전등록  	취지	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 식품위생법에 반하는 식품 등 수입 사전 방지</li> <li>식품 안전성 확보</li> <li>수입절차 간소화 및 소요 시간 단축</li> </ul>
		근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 식품위생법(しょくひんえいせいほう、昭和22年法律第233号)</li> <li>일본 후생노동성 생활위생국장 통지 (수입식품 등 사전 확인제도 시행에 관한 통지)</li> </ul>
		기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 후생노동성</li> </ul>
		적용품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>농·축·수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품첨가물</li> </ul>
		취득절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>서류 제출(제조 및 수출업체) &gt; 서류 접수 및 검토(국내 담당 기관) &gt; 서류 심사 및 현장실사 (일본 후생노동성) &gt; 등록 완료 및 등록번호 부여 (일본 후생노동성)</li> </ul>
2	JAS 인증  	취지	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품의 품질 개선 및 거래의 단순화, 생산과 소비의 합리화를 촉진하고자 제정됨</li> </ul>
		기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>후생노동성 지정 인증기관</li> </ul>
		취득절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>서류 제출 &gt; 서류 평가 &gt; 현장 평가 &gt; 개선요구 &gt; 인증 &gt; 사후관리</li> </ul>
		필요서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>신청서, 회사 정보, 제조과정 정보 등</li> </ul>

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산물성(農林水産省)

### 3. 일본 도라지정과 라벨링

[표 6.3] 일본 도라지정과 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 명칭	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품명, 종류별, 명칭 등을 기재</li> </ul>
	2. 원재료명	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사용한 원재료를 식품첨가물과 식품첨가물 이외의 원재료로 구분하여 규정에 따라 기재할 것</li> <li>• 식품첨가물은 중량 배합 많은 순으로 기재할 것</li> <li>• 식품첨가물 이외의 원재료는 중량 배합 많은 순서를 따르되 가장 일반적 이름으로 기재할 것</li> <li>• 식품첨가물 이외의 원재료가 2가지 이상(복합 원재료)인 경우 괄호 안에 배합률 높은 순으로 기재할 것 (단, 주원료에 5% 미만이면 생략 가능)</li> </ul>
	3. 내용량 (또는 고형량, 내용 총량)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재할 것</li> <li>• 고형물에 충전액 더한 경우 내용량 대신 고형량과 내용 총량 함께 적을 것 (예: 통조림, 병조림)</li> </ul>
	4. 유통기한 <sup>28)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한 설정하고 표기할 의무와 책임이 있음</li> <li>• 제조부터 유통기한까지 3개월 이내의 경우: ‘평성 26년 5월 31일’, ‘26.5.31’, ‘2014.05.31.’, ‘14.5.31’ 중 선택 가능함</li> <li>• 제조부터 상미기한까지 3개월 넘는 경우: ‘평성 26년 5월’, ‘26.5’, ‘2014.05’, ‘14.5’ 표기 중 선택하거나 3개월 이내의 경우 표기 방법대로 기재해도 무방함</li> </ul>
	5. 보존방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ‘직사광선을 피하고 상온에서 보존’, ‘10℃ 이하에서 보존’, 또는 ‘개봉 후 냉장’ 등의 유의사항 기재</li> <li>• 상온 보존 이외에 특별한 유의사항이 없는 경우에는 생략 가능</li> </ul>
	6. 영양성분 및 열량	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영양성분 표시는 실제 성분량과 비교하여 이상이 없어야 함</li> <li>• 의무 표시정보: 에너지, 단백질, 지질, 탄수화물, 나트륨(식염 상당량)</li> <li>• 권장 표시정보: 포화지방산, 식이섬유</li> <li>• 기타 표시정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등</li> </ul>

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁)

28) 일본은 상미기한(賞味期限)과 소비기한(消費期限) 두 가지 기한을 사용하고 있음. 상미기한은 맛있게 먹을 수 있는 기한을 뜻하며, 소비기한은 해당 기한까지 섭취할 것을 권장하는 기한임

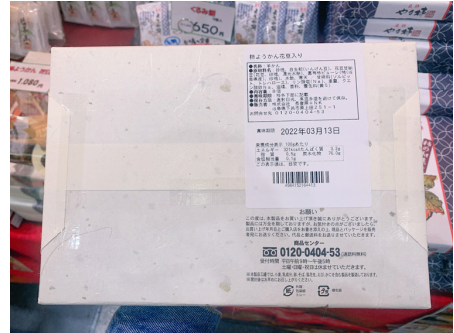
[표 6.3] 일본 도라지정과 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	7. 알레르겐	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정 원재료 등<sup>29)</sup>을 원재료로 사용한 가공식품은 알레르기 유발물질 표시할 것을 권장함</li> <li>• 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 ‘알레르겐’을 표기할 것</li> <li>• 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시할 것</li> <li>• ‘00을 포함’이라는 문구의 00에는 특정 원재료 등 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 ‘00 유래’로 표시할 것</li> <li>• 2019년 9월 아몬드가 특정 알레르기 물질로 포함되어 제품 패키지에 알레르기 유발물질 표기하도록 추가됨</li> <li>• 표시 의무 사항은 밀가루, 땅콩을 포함한 7품목임</li> <li>• 표시 권장 사항은 캐슈넛, 호두, 아몬드를 포함한 21품목임</li> </ul>
	8. 식품첨가물	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지정첨가물: 후생노동 대신이 지정한 436품목</li> <li>• 기존첨가물: 일본에서 이미 사용 중이거나 장기간 사용된 것, 또는 예외로 지정받지 않은 치자 색소, 감 탄닌 등 365품목</li> <li>• 천연향료 (동식물 유래 물질로 식품에 향 첨가를 목적으로 사용되는 바닐라 향료, 게 향료 등 약 600품목)</li> <li>• 일반 음식 첨가물로 사용되는 것 (딸기 주스, 한천 등 약 100품목)</li> <li>• 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로써, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 인정하지 않음</li> <li>• 원재료 표시란에 원재료와 식품첨가물을 구분하여 표기해야 하며, 식품첨가물이 많은 순으로 표시해야 함</li> </ul>
	9. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입품의 경우에는 원산지국을 표시할 것</li> </ul>
	10. 수입업체 및 제조업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소를 기재할 것</li> </ul>
	11. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것</li> </ul>
	12. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본어로 표기할 것</li> <li>• 글자의 최소 크기는 8포인트로 할 것</li> </ul>

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁)

29) 식품표시기준에서 정한 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것

▶ 일본 도라지정과 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일문]

[앞면 - 국문]

- ① 美濃の国
- ② 柿・ようかん
- ③ 花豆入り
- ④ 岐阜県産・富有柿・使用
- ⑤ 岐阜県産富有柿を全産量の2%  
使用しています。

- ① 미노의 나라
- ② 감 양갱
- ③ 꽃콩을 넣은 것
- ④ 기후현산 부유감 사용
- ⑤ 기후현산 도미유감을 전산량의 2%를  
사용하고 있습니다.

[뒷면 - 일문]

- ① 柿ようかん花豆入り
- ② 名称：羊かん
- ③ 原材料名：
  - サトウ
  - 白生飴(いんげん豆)
  - 花豆甘納豆(花豆, 砂糖, 還元水飴)
  - 富有柿ピューレ(柿(岐阜県産)砂糖)
  - 水飴
  - 寒天/甘味料(ソルビット、トレハロース)
  - リン酸塩(Na)
  - 重曹
  - クエン酸鉄Na
  - 酒精 香料
  - 着色料(黄5)
- ④ 内容量：8個
- ⑤ 賞味期限：枠外下部に記載
- ⑥ 保存方法：
  - 直射日光、高温多湿を避けて保存
- ⑦ 販売者：
  - 株式会社 長登屋+NK
  - 岐阜県下呂市東上田251-1
  - お問い合わせ：0120-0404-53
- ⑧ 賞味期限：2022年3月13日
- ⑨ 栄養成分表示 (100g当たり)

エネルギー	321kcal
たんぱく質	3.2g
脂質	0.5g
炭水化物	76.0g
食塩相当量	0.1g

この表示値は、目安です。

[뒷면 - 국문]

- ① 꽃콩 포함 감 양갱
- ② 명칭：양갱
- ③ 원재료명：
  - 설탕
  - 흰색사탕 강낭콩
  - 꽃콩 완두콩(꽃콩, 설탕, 환원 물엿)
  - 부유감 퓨레(감(기후현산) 설탕)
  - 물엿
  - 한천/감미료(솔비트, 트레할로스)
  - 인산염(Na)
  - 베이킹 소다
  - 구연산철Na
  - 주정 향료
  - 착색료(노랑 5)
- ④ 내용량：8개
- ⑤ 유통기한：테두리 바깥 하단에 기재
- ⑥ 보관방법：
  - 직사광선, 고온다습한 곳을 피해서 보관
- ⑦ 판매자：
  - 주식회사 나가토야+NK
  - 기후현 계로시 히가시우에다 251-1
  - 문의 0120-0404-53
- ⑧ 유통기한 2022년 3월 13일
- ⑨ 영양 성분 표시 (100g당)

에너지	321kcal
단백질	3.2g
지질	0.5g
탄수화물	76.0g
식염상당량	0.1g

이 표시 값은 기준입니다.



⑩ お願い

この度は、本製品をお買い上げ頂きありがとうございます。製品には万全を期しておりますが、お気付きの点が御座いましたら、お買い上げ年月日とご購入店をお書き添えの上、現品とパッケージを販売者宛にお送りください。代品と郵送料をお送りさせていただきます。

⑪ 商品センター

- 0120-0404-53 (通話料金無料)
- 受付時間 平日午前9時-午後5時
- 土曜・日曜・祝日は休ませていただきます。

⑫ 本製品工場では、小麦、乳成分、卵、そば、落花生、えび、かにを含む製品を製造しております。開封後はお早めにお召し上がりください。

⑬ 紙

- 外箱
- 包装紙
- トレー

⑭ プラ

- 個包装

⑩ 부탁드립니다.

이번에 본 제품을 구입해 주셔서 감사합니다. 제품에는 만전을 기하고 있으나, 신경쓰이는 점이 있으시면 구입 연월일과 구입점포를 적어주시고, 현품과 패키지를 판매자에게 보내주시기 바랍니다. 교환품과 우송료를 보내드리겠습니다.

⑪ 상품센터

- 0120-0404-53 (통화료 무료)
- 접수시간 평일 오전 9시-오후 5시
- 토요일, 일요일, 공휴일은 쉽니다.

⑫ 본 제품 공장에서는 밀, 유성분, 계란, 메밀, 땅콩, 새우, 게를 포함한 제품을 제조하고 있습니다. 개봉 후에는 빨리 드세요.

⑬ 종이

- 외부 상자
- 포장지
- 트레이

⑭ 플라스틱

- 개별 포장

#### 4. 일본 도라지정과 성분 및 유해물질

##### ▶ 식품첨가물

일본에서 사용 가능한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준은 일본 식품위생법 제 12조에 따라 일본 후생노동성(MHLW)에서 규정하고 있으며 그 종류에는 지정첨가물, 기존첨가물, 천연향료 등이 있음. 특히, 지정첨가물과 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로, 이 리스트에 기재되지 않은 첨가물의 사용은 인정하지 않음. 절임식품에 적용되는 식품첨가물 기준 중 일부는 하기 표와 같음. 더욱 자세한 규정 및 기준, 사용조건은 일본 후생노동성(MHLW) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.4] 고객사 도라지정과에 적용되는 일본 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	소르브산칼슘	Calcium sorbate	소르브산으로서 1.0g/kg 이하	절임식품
2	소르브산칼륨	Potassium sorbate		
3	소르브산	Sorbic acid		
4	퍼라이트	Perlite	식품의 0.5% 이하 <sup>30)</sup>	
5	탈크	Talc		
6	폴리아크릴산나트륨	Sodium polyacrylate	식품의 0.2% 이하	
7	메틸 셀룰로오스	Methyl cellulose	2.0% 이하 <sup>31)</sup>	
8	아세트산벤질	Benzyl acetate	일반사용기준 (착향의 목적 이외 사용금지)	
9	안트라닐산메틸	Methyl anthranilate		
10	프로판올	Propanol		

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

30) 식품의 제조 및 가공상 반드시 필요한 경우 이외에는 사용을 금지함. 산성백토, 백도토, 벤토나이트, 탈크, 모래, 규조토 및 퍼라이트 그리고 이들과 유사한 불용성 광물성 물질을 두 가지 이상 사용하는 경우에는 그 합이 0.5% 이하여야 함

31) 카복시메틸셀룰로오스칼슘, 카복시메틸셀룰로오스나트륨, 카복시메틸스타치나트륨, 전분인산나트륨 및 메틸셀룰로스 중 1종 이상과 함께 사용하는 경우에는 그 사용량 합이 2.0% 이하여야 함

▶ **유해물질**

일본 후생노동성(MHLW)은 식품위생법 관련 고시 및 성령(省令)에서 식품 성분규격과 유해물질 기준치를 규정하고 있음. 또한, 적은 수의 유해물질에 대해서는 별도의 통지로 잠정적 규제치 및 식품위생법 제 6조를 위반하는 경우로 정함. 이는 부패 혹은 변질된 것 또는 미숙한 것은 판매 또는 판매용으로 제공하기 위하여 채취, 제조, 수입, 가공, 사용, 조리, 저장 혹은 진열해서는 안 된다는 내용을 포함함. 하기 표는 절임식품에 적용되는 일본 유해물질 기준을 분석한 결과임

[표 6.5] 고객사 도라지정과에 적용되는 일본 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	함량정보	대상
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	10ppb	절임식품
2	심피툼 (컴프리)	Symphytum (Comfrey)	불검출 <sup>32)</sup>	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

32) 해당 물질이 검출되면 안된다는 의미임

▶ 알레르겐

일본 식품표시기준에서 정한 특정 원재료를 사용한 가공식품 및 특정 원재료를 이용한 첨가물을 함유한 식품은 알레르기 유발물질을 표시할 의무가 있음. 개별 표시의 원칙에 의한 표시 방법은 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것을 원재료로 포함하는 경우에는 원칙적으로 원재료명 바로 뒤에, 괄호 안에 특정 원재료 등을 포함하고 있음을 표시해야 함. 일본에서 고객사 도라지정과 유통 시 제품 라벨에 표기해야 하는 알레르기 유발성분은 없는 것으로 확인됨

[표 6.6] 일본 알레르겐 표기 성분

순번	표시 의무 여부	대상	순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	밀	15	권장	오렌지
2	의무	새우	16	권장	키위
3	의무	계	17	권장	바나나
4	의무	달걀	18	권장	복숭아
5	의무	땅콩	19	권장	사과
6	의무	우유	20	권장	소고기
7	의무	메밀	21	권장	돼지고기
8	권장	아몬드	22	권장	닭고기
9	권장	캐슈넛	23	권장	젤라틴
10	권장	전복	24	권장	송이버섯
11	권장	오징어	25	권장	참깨
12	권장	연어	26	권장	참마
13	권장	연어알	27	권장	대두
14	권장	고등어	28	권장	호두

자료: 일본 소비자청(消費者庁)

# Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① I.C.티아람 주식회사(I.C.ティアラム株式会社)

Interview ② 팔도한국식품(八道韓國食品)

Interview ③ 해피푸드(ハッピー食品)

## Interview ① I.C.티아람 주식회사(I.C.ティアラム株式会社)

33)

I.C.티아람 주식회사  
 (I.C.ティアラム株式会社)  
 온라인 유통업체



### I.C.티아람 주식회사(I.C.ティアラム株式会社)

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

I.C.티아람 주식회사는 일본 돗토리현에서 설립된 온라인 유통업체로, 화과자를 비롯한 현지 특산품 위주의 제품을 판매하고 있습니다. 주로 라쿠텐(Rakuten)을 통한 온라인 판매를 진행하고 있으며, 수입제품이 아닌 현지 제품만 판매하는 방식으로 운영하고 있습니다.

#### Q. 일본 내 전통 디저트에 대한 수요는 어떠한가요?

대표적인 일본의 전통 디저트로는 화과자(わのスイーツ)와 나마가시(なまがし)가 있습니다. 화과자의 경우 보통 선물용으로 많이 판매되며, 나마가시의 경우 한국의 떡과 유사한 간식으로 찹쌀, 단팥, 과일, 견과류가 주재료로 사용됩니다. 일본 다과류에는 보통 밤과 단팥이 빠지지 않는 편입니다.

#### Q. 일본에서 도라지정과에 대한 수요가 있나요?

일본에서 도라지정과에 대한 단어 자체를 들어본 적이 없습니다. 또한 일본 내에서 설탕에 절인 약초, 뿌리 제품은 찾아보기 힘든 편입니다. 절인 과일은 드물게 발견할 수 있지만, 선물용으로 판매되는 제품은 찾아볼 수 없을뿐더러 비닐로 포장한 제품은 일본에서 선물용으로는 적합하지 않다는 인식이 있습니다.

#### Q. 고객사 제품 가격은 일본에서 판매되기에 적절한가요?

일본 내 선물용 화과자 세트 가격대는 대략 3-5만원 정도로 형성되어 있습니다. 예를 들어 현재 일본에서 판매량이 높은 나마가시 미니 세트 1박스는 2,980엔(한화 약 31,709원<sup>34)</sup>)에 판매되고 있습니다. 따라서 고객사 제품의 가격(52,000원)은 선물세트용으로만 생각한다면 그렇게까지 비싼 편은 아니라고 생각합니다.

33) 사진자료: 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지

34) 100엔=1,064.06원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율)

**Q. 고객사 제품이 일본에서 판매되기에 경쟁력이 있다고 생각하시나요?**

일본에서 판매되고 있는 선물용 다과 세트는 화려한 색상의 귀엽고 예쁜 모양을 강조한 제품들이 대부분입니다. 현재 일본 내에서 판매되고 있는 화과자, 아마다야 만주(山田屋まんじゅう), 나마가시 등 선물용 제품들을 보신다면 알록달록한 색감의 제품들이 대부분인 것을 알 수 있습니다. 한편 일본 다과 세트는 고객사 제품과 마찬가지로 실크천을 이용한 화려한 포장형태이기 때문에 고객사 제품의 포장형태는 일본인들에게 익숙할 것으로 예상됩니다.

## Interview ② 팔도한국식품(八道韓國食品)

35)

팔도한국식품  
(八道韓國食品)

수입유통업체

담당자 정보

Online Shop Manager



### 팔도한국식품(八道韓國食品) Online Shop Manager

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

팔도한국식품은 도쿄에서 설립된 B2B 및 B2C 형태의 수입유통업체입니다. 저희 업체는 주로 한국산 가공식품을 수입하여 판매하고 있으며, 라쿠텐(Rakuten), 큐텐(Qoo10), 야후(Yahoo) 등 일본 내 대표적인 온라인 유통채널을 비롯하여 자사 온라인 몰과 전화 주문을 통해 판매를 진행하고 있습니다.

**Q. 일본 내 도라지정과에 대한 인식은 어떠한가요?**

일본 내 도라지정과에 대한 인지도는 거의 없는 편입니다. 저희 업체의 한국인 담당자 직원 역시도 도라지정과를 처음 들어볼 정도이며, 일본에서 정과 제품이 판매되는 것을 본 적이 없습니다. 또한 한국에서 명절에 선물용으로 판매되는 한과, 떡 등의 선물세트도 일본에서의 수요는 거의 없어 판매되는 모습을 본 적이 없습니다. 한편 도라지를 함유한 제품으로는 ‘도라지배즙’을 저희 업체에서 판매하고 있는데, 한국인뿐만 아니라 일본인 소비자에서도 수요가 있는 편입니다.

**Q. 일본에서 도라지 관련 제품 수입 시 수취해야 할 인증이 있나요?**

수입제품의 경우 통관을 위한 기본적인 인증은 반드시 수취해야하며, 일본 소비자들이 선호하는 인증은 따로 없는 것 같습니다. 저희 업체에서 판매하고 있는 도라지배즙의 경우에도 일본에서 수취한 인증보다 통관 절차 진행 과정에서 문제시되는 성분 등을 확인하는 등의 수입절차를 위한 인증수취가 필요합니다.

35) 사진자료: 야후재팬쇼핑(Yahoo Japan Shopping) 홈페이지



### Q. 고객사 제품의 가격은 일본에서 판매되기에 적절한가요?

현재 저희 업체에서 판매하고 있는 도라지배즙 제품은 80ml제품 30개에 8,000엔(한화 약 85,125원)에 판매되고 있습니다. 만약 도라지의 효능을 원하는 고객이라면 도라지배즙이 도라지정과의 경쟁제품이 될 수는 있다고 생각합니다.

### Q. 고객사 제품이 일본에서 판매되기에 경쟁력이 있다고 생각하시나요?

도라지는 일본에서 흔하지 않은 식재료이기 때문에, 한국산 제품에 관심이 많은 일본인일지라도 도라지를 아예 접해본 경험이 없는 경우가 많을 것입니다. 따라서 고객사 제품의 경쟁력을 고려해볼 때, 인지도를 높이는 것이 최우선이라고 생각합니다. 한국 드라마나 미디어를 통해 자주 홍보를 진행하여 일본 소비자들이 도라지 제품의 특징과 효능에 대해 먼저 익숙해지는 것이 중요하다고 생각합니다.

### Q. 고객사 제품을 홍보할 때 어떤 키워드를 강조하는 것이 좋을까요?

일본 내에서 한국산 제품은 많이 사용하기 때문에 '한국산'이라는 키워드를 사용하는 것을 추천드립니다. 또한 일본 소비자들은 제품 효능과 관련된 설명을 자세히 읽어보고 구매하는 편이기 때문에, 효능 관련된 키워드를 강조하는 것을 추천드립니다.

## Interview ③ 해피푸드(ハッピー食品)

36)

해피푸드  
(ハッピー食品)

수입유통업체

담당자 정보

Online Shop Manager



## 해피푸드(ハッピー食品) Online Shop Manager

### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

해피푸드는 일본 도쿄에서 설립된 B2B 및 B2C 형태의 수입유통업체로, 일본 본사 및 한국 지사를 운영하고 있습니다. 주로 온라인 유통채널인 라쿠텐(Rakuten) 및 자사 온라인 몰, 전화 주문을 통해 판매를 진행하고 있습니다. 취급 제품으로는 야키니쿠용 한우 및 한국산 식재료를 주로 취급하고 있습니다.

### Q. 일본 내 도라지정과에 대한 인식은 어떠한가요?

현재 저희 업체는 한국산 도라지를 일본에서 양념한 도라지무침 제품을 판매하고 있습니다. 다만 일본 내에서 도라지정과를 판매하는 것을 본 적은 없기 때문에 도라지정과에 대한 일본 소비자들의 인식에 대해서는 아는 바가 없습니다.

### Q. 고객사 제품을 홍보할 때 어떤 키워드를 강조하는 것이 좋을까요?

도라지의 효능을 강조하여 판매하신다면, 인삼정 및 홍삼정과 같은 느낌의 제품으로 판매될 수 있을 것이라 생각합니다. 일본인들은 생강 설탕절임, 레몬 설탕절임 등 몸에 좋은 재료를 설탕에 절인 제품에 대해 긍정적으로 생각하는 편입니다.

### Q. 일본에서 고객사 제품이 판매되기에 경쟁력이 있다고 생각하시나요?

도라지는 일본 소비자에게 생소한 제품이므로 다른 일반적인 선물용 제품과 경쟁하기에는 다소 어려움이 있을 것으로 생각합니다.

<b>일본(Japan)</b> 인터뷰 대상 선정  인터뷰 대상 기업체 선정 · 온라인 유통업체 ○ · 수입·유통업체 ○	<b>I.C. 티아람 주식회사</b> (I.C.ティアラム株式会社)	<b>팔도한국식품</b> (八道韓國食品)	<b>해피푸드</b> (ハッピー食品)
	업체 ▶ 온라인 유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
취급 ▶	 <p>화과자</p>	 <p>도라지배즙</p>	 <p>도라지무침</p>
사진 자료: 각 제품 판매 페이지			

<b>일본(Japan)</b> 온라인 유통업체 및 수입·유통업체 인터뷰 요약			
고객사	도라지정과 인식 및 도라지 관련제품 현황	추천 홍보 키워드	고객사 제품 피드백
<b>I.C. 티아람 주식회사</b> (I.C.ティアラム株式会社)  온라인 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> <li>도라지정과 들어본 바 없어</li> </ul>	(-)	<ul style="list-style-type: none"> <li>선물용으로 타겟팅 시 화려한 색감 필요</li> <li>가격은 비싼 편 아님</li> </ul>
<b>팔도한국식품</b> (八道韓國食品)  수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> <li>도라지정과 들어본 바 없어</li> <li>도라지배즙 판매 중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>‘한국산’, ‘도라지 효능’ 강조하는 키워드 추천</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>경쟁력보다 일본 내 도라지에 대한 인지도 개선 우선적으로 필요</li> </ul>
<b>해피푸드</b> (ハッピー食品)  수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> <li>도라지정과 들어본 바 없어</li> <li>도라지무침 판매 중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>도라지 효능 강조하는 문구 추천</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 내 생소한 제품, 일반적인 선물용 제품과 경쟁 어려워보여</li> </ul>
(*) 현지 경쟁품 취급 온라인 유통업체 및 수입·유통업체 인터뷰 3개사			

# VIII. 시사점

# Export Insights

## 시장수요

일본 내 도라지정과  
인지도 매우 낮은 편



도라지정과와 상위 시장에 해당하는 '건조 과일'의 일본 시장규모는 약 3,086억 원으로, 한국 건조 과일 시장규모의 약 11배 규모에 해당함. 반면, 추후 5년간 일본 건조 과일 시장은 연평균 1%의 성장률을 보이며 유사한 규모를 유지할 것으로 전망됨. 또한 '설탕으로 보존 처리한 채소·과실·견과류·과피와 식물의 그 밖의 부분[드레인한(drained) 것, 설탕을 입히거나 설탕에 절인 것]'에 해당하는 HS CODE 2006.00의 일본 대한민국 수입은 이루어지지 않아 주의할 필요가 있음

수입유통업체 인터뷰 및 온라인 판매 제품 분석 결과, 일본 내 다양한 말린 과일, 정과 제품이 확인되었으나, 도라지 원료에 대한 인지도도 낮으며 도라지정과는 거의 판매되지 않는 것으로 확인되어 도라지 자체에 대한 인지도 제고가 수반되어야할 것으로 예상됨

## 소비 특징

무화과	241
건포도	232
견과류	191
오렌지	190
키위	174
망고	172
사과	138
바나나	129

일본 말린 과일  
경쟁제품 키워드

일본 주요 온라인 쇼핑몰에 '말린 과일' 검색 후 도출된 키워드 분석 결과, 주요 원료로 단맛 위주의 견과일인 '무화과', '건포도', 수입 과일 종류인 '오렌지', '키위'가 빈출함. 이 외에 도라지와 유사한 '대추야자', '생강' 등의 키워드도 확인되었으나 도라지정과나 말린 도라지는 확인되지 않았음

효능 관련 키워드로 '영양', '비타민' 등이 확인되었으나 고객사 제품 특징인 '면역력' 키워드는 확인되지 않음. 그러나 최근 코로나19 기간 일본 내 면역력에 대한 관심이 증가하고 있는 추세를 반영한다면 도라지의 면역력 증진 효능이 차별점으로 작용할 수 있음

이 외에도 홍보문구 키워드로 '선물'이 871건으로 압도적으로 빈출함. 주로 출산, 결혼, 졸업 등의 기념일을 축하하기 위해 말린 과일을 선물하는 문화를 유추할 수 있음. 이 외에도 증장년층이나 노년층 공략 키워드인 '쾌유', '병문안', '환갑', '퇴직' 등이 도출되어 타겟 소비층을 확인할 수 있음

## 유통채널 및 진입장벽



일본 내 과일 스낵의 주요 B2C 유통채널은 하이퍼마켓/슈퍼마켓(51.8%), 혼합 소매업체(31.4%)로 확인됨. 그러나 고객사 제품 원료인 도라지의 특수성을 반영했을 때 시장 진입 초기 대형 소매채널보다는 한인, 아시안 마트, 또는 다양한 제품을 접할 수 있는 온라인 채널로의 유통을 추천함. 실제로 한국산 가공식품을 수입하여 라쿠텐, 큐텐, 야후 등 온라인 채널에 유통하는 수입유통업체에서 인터뷰 중 고객사 제품에 관심을 보임

통관·검역 관련, 일본으로 도라지정과 수출 시 별도의 필수 인증은 없으나 후생노동성을 통한 사전 등록이 필수적임. 라벨링의 경우 8포인트 이상의 일본어로 표기해야 하며, 수입업체, 제조업체 표기가 필수적임. 이 외에 본 보고서 [표6.1]의 주요 제출 서류, [표 6.4~6.6]의 식품첨가물/유해물질/알레르겐 규정을 확인할 필요가 있음



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Snacks in Japan」, 2021.07
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Japan Country Report」, 2021.02
3. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02
4. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020
5. 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. 국제무역센터(International Trade Center) ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
3. KATI농식품수출정보([www.kati.net](http://www.kati.net))
4. 아마존 재팬(Amazon Japan) ([amazon.co.jp](http://amazon.co.jp))
5. 라쿠텐(Rakuten) ([rakuten.com](http://rakuten.com))
6. 센서타워(Sensortower) ([www.sensortower.com](http://www.sensortower.com))
7. 시밀러웹(Similarweb) ([www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))
8. 마이바스켓(My Basket) ([www.mybasket.co.jp](http://www.mybasket.co.jp))
9. 아마존재팬(Amazon Japan) ([www.amazon.co.jp](http://www.amazon.co.jp))
10. 라쿠텐(Rakuten) ([www.rakuten.com.jp](http://www.rakuten.com.jp))
11. 드림스타임(Dreamstime) ([www.dreamstime.com](http://www.dreamstime.com))
12. 라이프(Life) ([www.lifecorp.jp](http://www.lifecorp.jp))
13. 이토요카도(Ito-Yokado) ([www.itoyokado.co.jp](http://www.itoyokado.co.jp))
14. 장터 한국광장(韓国広場) ([shopping.geocities.jp/hiroba](http://shopping.geocities.jp/hiroba))
15. 서울시장(ソウル市場) ([www.seoul-ichiba.com](http://www.seoul-ichiba.com))
16. 관세법령정보 포털 ([www.unipass.customs.go.kr](http://www.unipass.customs.go.kr))
17. 통합 무역정보 서비스 ([www.tradenavi.or.kr](http://www.tradenavi.or.kr))
18. 일본 후생노동성(MHLW) ([www.mhlw.go.jp](http://www.mhlw.go.jp))
19. 일본 농림수산업성(農林水産省) ([www.maff.go.jp](http://www.maff.go.jp))
20. 일본 소비자청(消費者庁) ([www.caa.go.jp](http://www.caa.go.jp))
21. 일본 식품 화학연구재단 ([www.ffcr.or.jp](http://www.ffcr.or.jp))
22. 라쿠텐(Rakuten) ([www.rakuten.co.jp](http://www.rakuten.co.jp))
23. 야후재팬쇼핑(Yahoo Japan Shopping) ([www.shopping.yahoo.jp](http://www.shopping.yahoo.jp))
24. 해피푸드-서울이치바 ([www.seoul-ichiba.com](http://www.seoul-ichiba.com))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.11.12

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

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea