



No. 2022-271
품목 저당·저칼로리 아이스크림(Ice Cream)
HS CODE 2105.00
국가 일본(Japan)



C.O.N.T.E.N.T.S

I

경쟁제품

3

1. 경쟁제품 선정
2. 조사지표 선정
3. 현지조사 결과

II

경쟁사

19

1. 경쟁사 선정 및 분석

III

경쟁력 파악

22

1. 가격 경쟁력 분석
2. 벤치마킹 제품 분석

IV

시사점

27

1. 수출 확대 방안

I

경쟁제품



01

경쟁제품 선정

지원 기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 아이스크림으로 원형 컵 형태의 패키지로 되어 있음

(제품 유형) 가공식품 아이스크림에 속함

(맛) 단맛

(용량 및 패키지) 474mℓ(280~300g), 포장-원형 컵

(인증) HACCP

제품명	아이스크림		
제품 유형	아이스크림	인증	HACCP
용량	474mℓ(280~300g)	포장 형태 및 재질	원형 컵
주요 성분	우유, 생크림, 알룰로스, 스테비아 외	특징	일반 아이스크림보다 칼로리·당이 낮아 다이어트족도 부담 없이 섭취 가능

경쟁력 분석 프로세스



단계 1

제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원 기업 인터뷰
- ③ 경쟁제품군 파악



단계 2

경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



단계 3

현지조사 기획

- ① 조사 지역 선정
- ② 주요 유통채널 선정
 - 지원 기업 사전신청서 분석
 - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사지표 선정



단계 4

조사 수행

- ① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
- ② 현지조사 수행
- ③ 제품 분석

아이스크림 시장 브랜드별 점유율

지원 업체의 저당·저칼로리 아이스크림 제품은 일본의 아이스크림 시장에 속하므로 해당 시장의 브랜드 점유율을 조사함. 조사 결과, 2022년 상위 10개 브랜드의 점유율이 전체의 36.6%를 차지함

- 2022년 기준 시장 점유율 1위 브랜드인 Häagen-Dazs가 8.8%를 기록하였으며, 이어서 Jumbo가 4.6%, Meiji가 3.8%, Gari Gari Kun이 3.4%, Essel이 3.3%를 기록함



표 1

일본 아이스크림 시장 브랜드별 점유율 추이(2019-2022년)

			(단위: %)				
구분	브랜드명	기업명	2018	2019	2020	2021	2022
1	Häagen-Dazs	Häagen-Dazs Japan Inc	8.5	8.2	7.9	8.7	8.8
2	Jumbo	Morinaga & Co Ltd	4.0	4.3	4.7	4.6	4.6
3	Meiji	Meiji Co Ltd	4.1	4.0	4.0	3.9	3.8
4	Gari Gari Kun	Akagi Nyugyo Co Ltd	3.4	3.4	3.2	3.4	3.4
5	Essel	Meiji Co Ltd	3.3	3.4	3.3	3.3	3.3
6	Coolish	Lotte Co Ltd	3.2	3.0	2.8	2.9	3.0
7	Pino	Morinaga Milk Industry Co Ltd	2.2	2.3	2.4	2.6	2.6
8	Ice Nomi	Ezaki Glico Co Ltd	2.4	2.6	3.1	2.5	2.6
9	SOH	Lotte Co Ltd	2.6	2.4	2.5	2.5	2.5
10	Parm	Morinaga Milk Industry Co Ltd	1.9	1.9	1.9	2.0	2.0
11	Lady Borden	Lotte Co Ltd	1.4	1.5	1.8	1.8	1.8
12	Giant Cone	Ezaki Glico Co Ltd	1.6	1.6	1.7	1.6	1.7
13	Yukimi Daifuku	Lotte Co Ltd	1.4	1.5	1.4	1.6	1.6
14	Ohayo	Ohayo Dairy Products Co Ltd	1.7	1.6	1.5	1.6	1.6
15	Panapp	Ezaki Glico Co Ltd	1.4	1.5	1.5	1.5	1.5
16	Kracie	Kracie Foods Ltd	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2
17	Mow	Morinaga Milk Industry Co Ltd	0.9	0.9	0.9	1.0	1.1
18	Gatsunto	Akagi Nyugyo Co Ltd	0.9	1.0	1.0	1.0	1.0
19	Monaou	Lotte Co Ltd	0.8	0.8	0.8	0.7	0.7
20	17 Ice Cream	Ezaki Glico Co Ltd	0.9	0.9	0.6	0.7	0.7
21	Ice Box	Morinaga & Co Ltd	0.6	0.7	0.7	0.7	0.7
22	Sunao	Ezaki Glico Co Ltd	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
23	Akagi	Akagi Nyugyo Co Ltd	0.5	0.5	0.5	0.6	0.5
24	Glico	Ezaki Glico Co Ltd	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
25	Hershey's	Lotte Co Ltd	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
26	Big Suika Bar	Lotte Co Ltd	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3
27	Baskin-Robbins	Baskin-Robbins 31 Ice Cream Co Ltd	-	-	0.2	0.3	0.3
28	Pari Pari Bar	Morinaga & Co Ltd	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
29	Viennetta	Morinaga Milk Industry Co Ltd	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
30	Sunkist	Morinaga Milk Industry Co Ltd	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
31	Dole	Lotte Co Ltd	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
32	Morinaga Milk	Morinaga Milk Industry Co Ltd	0.2	0.1	0.1	0.0	0.0
33	Baskin-Robbins	Baskin-Robbins 31 Ice Cream Co Ltd	0.3	0.3	-	-	-
34	Other Private Label	Other Private Label	3.3	3.3	3.3	3.2	3.0
35		기타	44.7	44.6	44.5	43.6	43.5
		상위 10개 브랜드 점유율	35.6	35.5	35.8	36.4	36.6
		총계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

오프라인 유통채널 선정

일본에서 아이스크림은 95.6%가 오프라인 유통채널을 통해 판매되고 있으며 슈퍼마켓, 편의점, 잡화점, 드러그스토어, 하이퍼마켓, 창고형 매장, 소형 식료품점, 자판기 등을 통해 유통되고 있음. 최근에는 온라인을 통한 구매 빈도도 증가하고 있음

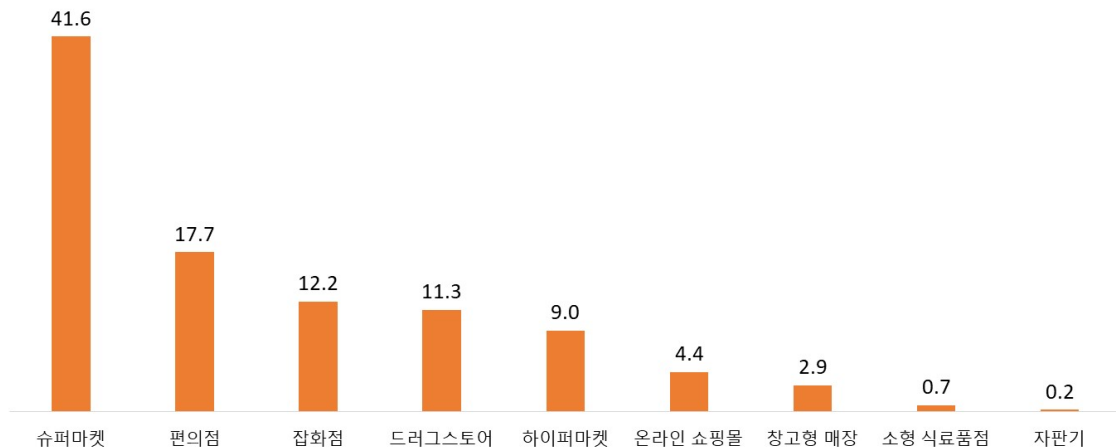
- Euromonitor에 따르면, 2022년 기준 가장 점유율이 높은 유통채널은 슈퍼마켓으로 전체 유통채널의 41.6%를 차지함
- 이어서 편의점(17.7%), 잡화점(12.3%), 드러그스토어(11.3%), 하이퍼마켓(9.0%) 순으로 높은 비중을 차지함



그림 2

일본 아이스크림 유통채널별 시장 점유율

(단위: %)



자료: Euromonitor International

제품의 유통 특성 및 유통채널별 시장 점유율을 고려하여 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 일본 내 슈퍼마켓 매장을 중점적으로 조사함

- 1976년 1호점 오픈을 시작으로 102개 점포가 있는 슈퍼마켓 체인인 York Foods와 생활협동조합이 운영하고 전국에 371개 매장이 있는 슈퍼마켓 체인인 COOP를 조사 대상으로 선정하여 경쟁제품을 조사함

온라인 유통채널 선정

2021년 기준, 일본 전자상거래 매출액 순위를 살펴보면, 라쿠텐이 4조 5,000억 엔(약 42조 8,643억 원)으로 1위를 차지함

- 이어서 야후쇼핑 3조 2,200억 엔(약 30조 6,769억 원), 아마존 재팬 2조 1,714억 엔(약 20조 6,869억 원), 조조타운 4,194억 엔(약 3조 9,956억 원), Qoo10 3,000억 엔(약 2조 8,581억 원) 순임
- 의류 쇼핑몰인 조조타운을 제외한 라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, Qoo10을 조사 대상 온라인 쇼핑몰로 선정함



표 3

일본 주요 온라인 쇼핑몰 매출액(2021년)

온라인 쇼핑몰 명	매출액
라쿠텐	4조 5,000억 엔
야후쇼핑	3조 2,200억 엔
아마존 재팬	2조 1,714억 엔
조조타운	4,194억 엔
Qoo10	3,000억 엔

자료: 각 사 홈페이지

경쟁제품 선정 기준

오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 일본 웹사이트 goo에서 실시한 다이어트 저칼로리 인기 아이스크림 랭킹에서 선정된 제품들 중 방문한 오프라인 매장에서 판매 중인 제품을 경쟁제품으로 선정함

온라인 경쟁제품 선정 기준

- EC사이트 매출액 상위 5위 안에 있는 사이트 중 식품판매를 하고 있는 4개 사이트인 라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존재팬, Qoo10에서 '저당 아이스크림(低糖質 アイス)', '저칼로리 아이스크림(低カロリーアイス)'으로 검색 후 상위에 나타나는 제품을 경쟁제품으로 선정함

02 조사지표 선정

조사지표 선정

지원 기업 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함




표 4

일본 아이스크림 경쟁제품 조사지표 선정



조사지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
용량	ml	제품의 중량
선정 사유	인기 제품, 신제품 등	해당 제품을 경쟁제품으로 선정한 사유
포장 형태	비닐, 종이, 플라스틱 등	제품 포장 형태
성분	원료 및 첨가물	원료 함유량 등 영양과 맛 관련한 핵심 성분
맛	바닐라, 초코 등	제품 맛
인증	인증 내용	제품 포장에 표시되어 있는 인증
마케팅 포인트		제품의 홍보 문구 및 주요 효과



03 현지조사 결과



오프라인 경쟁제품 판매 현황


경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	가리가리 쿤 (소다) ガリガリ君 (ソーダ)	pino(ピノ)
제조사	赤城	森永乳業
생산지	일본	일본
선정 사유	인기제품	인기제품
가격	York: 70엔(약 673원) ¹⁾ COOP: 73엔(약 701원)	York: 120엔(약 1,153원) COOP: 116엔(약 1,114원)
할인 여부	-	-
용량	105ml	10mlx6
포장 형태	비닐포장	종이 팩
특허/인증	-	-
주요 성분	포도당과액당, 설탕, 사과과즙, 포도당, 라임과즙, 물엿, 리큐어, 소금, 향료, 안정제(펙틴), 착색료(스피루리나청 홍화황), 산미료	유제품, 초콜릿 코칭, 설탕, 물엿, 유화제, 안정제(증점다당류), 향료, (공 일부포함)
맛	소다맛	감칠맛 나는 바닐라 맛과 초콜릿 맛
마케팅 포인트	가리가리쿤이라는 캐릭터를 브랜드화해 친근한 이미지를 제공하고, 소다, 콜라, 자몽 등 다양한 상품라인 출시. 콘포타주맛, 클레어 아줌마 스프맛 등 색다른 맛 판매 10엔 가격 인상에 대한 사과CM 방영 등 다양한 마케팅 활동 중	한입크기의 입에 잘 녹는 초코로 코팅한 바닐라 아이스크림 다양한 맛 칼로리 : 1개당 31kcal
방문 매장	York Foods, COOP	York Foods, COOP

1) 통화환산기준:100엔(JPY)=960.74원(KRW)(KEB 하나은행 매매기준율, 2023.3.2.)

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	pino(ピノ)	papico(パピコ)
제조사	森永乳業	glico
생산지	일본	일본
선정 사유	인기제품	인기제품
가격	York Foods : 130엔(1,249원)	York Foods : 116엔 COOP : 127엔
할인 여부	-	-
용량	10mL×6	160mL(80mL×2)
포장 형태	종이 팩	비닐포장
특허/인증	-	-
주요 성분	유제품(호주제조, 국내제조, 기타), 밤맛 초콜릿 코칭(식물유지, 설탕, 유당, 유제품, 코코아, 카카오매스, 코코아버터, 밤분말), 설탕, 밤 페이스트(밤, 설탕), 물엿, 쿠키맛 슈가칩/안정제(가공 전분, 증점다당류, 셀룰로오스), 향료, 유화제, 소르비톨, 치자색소, 아나토 색소, (유성분·콩 일부포함)	유제품, 과당포도당액당, 설탕, 생초콜릿, 커피, 야자유, 팜유, 커피 페이스트, 향료, 안정제(증점다당류, 젤라틴, 한천), 유화제
맛	몽블랑 맛	초코커피 맛
마케팅 포인트	한입크기의 입에 잘 녹는 초코로 코팅한 바닐라 아이스크림 다양한 맛 칼로리 : 1개당 31kcal	하나를 사면 두개가 들어있는 제품 구성 다양한 맛 칼로리 : 87kcal
방문 매장	York Foods	York Foods, COOP



경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	SUNAO 초코모나카(チョコモナカ)	SUNAO 스토로베리 라즈베리 (ストロベリーラズベリー)
제조사	glico	glico
생산지	일본	일본
선정 사유	인기제품	인기제품
가격	York Foods : 181엔(약 1,739원)	York Foods : 181엔(약 1,739원)
할인 여부	-	-
용량	82mℓ	120mℓ
포장 형태	비닐포장	비닐포장
특허/인증	-	-
주요 성분	유제품(호주제조, 국내제조), 준초콜릿, 모나카, 식이섬유(폴리덱스트로스), 환원물엿, 두유/유화제, 안정제(증점다당류), 향료, 착색료(아나토, 카로틴), 감미료(스크랄로스), (유성분·밀·콩 일부포함)	유제품(국내 제조, 호주 제조), 식이섬유(폴리덱스트로스, 난소화성 글루칸), 딸기과육, 라즈베리과육, 식염/향료, 안정제(증점다당류), 유화제, 산미료, 감미료(스크랄로스), 야채색소, 유산칼슘, (유성분 일부포함)
맛	초코 모나카 맛	스토로베리 라즈베리 맛
마케팅 포인트	칼로리 조절 아이스크림으로 탄생한 당류 10g이하 아이스크림 두유를 사용하고 식이섬유가 가득 들어간 제품이라 다이어트와 선물로 추천 두유나 옥수수의 식이섬유와 같이 엄선된 소재로 당류·칼로리를 조절하고 이상적인 맛을 위해 소재선택부터 독자적인 배합으로 진한 풍미를 내며 감칠맛이 나면서 몸에도 좋은 새로운 맛의 기준을 제시한다고 홍보	칼로리 조절 아이스크림으로 탄생한 당류 10g이하 아이스크림 두유를 사용하고 식이섬유가 가득 들어간 제품이라 다이어트와 선물로 추천 두유나 옥수수의 식이섬유와 같이 엄선된 소재로 당류·칼로리를 조절하고 이상적인 맛을 위해 소재선택부터 독자적인 배합으로 진한 풍미를 내며 감칠맛이 나면서 몸에도 좋은 새로운 맛의 기준을 제시한다고 홍보
방문 매장	칼로리 : 110kcal 당류 : 7.7g York Foods	칼로리 : 80kcal 당류 : 4.0g York Foods



경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	SUNAO 마카다미아&아몬드 (マカダミア&アーモンド)	유키미다이후쿠 (雪見だいふく)
제조사	glico	LOTTE
생산지	일본	계절이나 생산 상황에 따라 다름
선정 사유	인기제품	인기제품
가격	York Foods : 181엔(약 1,739원)	York Foods : 140엔(약 1,345원)
할인 여부	-	-
용량	120ml	94ml
포장 형태	비닐포장	플라스틱, 종이포장
특허/인증	-	-
주요 성분	식이섬유(폴리덱스트로스)(미국제조, 중국제조), 유제품, 마카다미아넛, 아몬드, 유 등을 주원료로 하는 식품, 식염/향료, 안정제(증점다당류), 유화제, 감미료(스크랄로스), 카로틴색소(유성분·아몬드 일부포함)	설탕, 물엿, 찹쌀가루, 유제품, 식물유지, 이성화액당, 전분, 건조난백, 덱스트린, 식염, 유화제, 안정제(증점다당류), 향료, 가공전분, 착색료(치자, 아나토)
맛	마카다미아·아몬드 맛	바닐라 아이스 맛
마케팅 포인트	칼로리 조절 아이스크림으로 탄생한 당류 10g이하 아이스크림 두유를 사용하고 식이섬유가 가득 들어간 제품이라 다이어트와 선물로 추천 두유나 옥수수의 식이섬유와 같이 엄선된 소재로 당류·칼로리를 조절하고 이상적인 맛을 위해 소재선택부터 독자적인 배합으로 진한 풍미를 내며 감칠맛이 나면서 몸에도 좋은 새로운 맛의 기준을 제시한다고 홍보 칼로리 : 110kcal 당류 : 4.3g	감성 마케팅 시행(먹는 사람의 마음을 감싸고 조금이라도 따뜻한 마음으로 미소를 짓도록 하는 것을 비전으로 삼으며 지난 40년간 걸어왔다고 홍보) 진한 맛의 바닐라 아이스크림을 부드러운 떡으로 감싼 조합이 맛있어 많은 인기 칼로리 : 164kcal
방문 매장	York Foods	York Foods



경쟁제품 정보	제품9
제품 사진	
제품명	ZERO
제조사	LOTTE
생산지	계절이나 생산상황에 따라 다름
선정 사유	인기제품
가격	York Foods : 116엔(약 1,114원)
할인 여부	-
용량	75ml
포장 형태	비닐포장
특허/인증	-
주요 성분	초콜릿, 환원수엿, 멀티톨, 식물유지, 식이 섬유, 유제품, 유단백, 비스킷크런치(밀 포함), 식염/유화제(대두 유래), 조미료(무기염 등), 안정제(중점다당류, 한천), 향료, 카제인Na, 감미료(아스파르탐 L-페닐알라닌 화합물, 스크랄로스), 팽창제, 착색료(카로틴, 아나토)
맛	바닐라 아이스 맛
마케팅 포인트	설탕 0, 당류 0 다양한 시리즈 칼로리 : 158kcal
방문 매장	York Foods

온라인 경쟁제품 판매현황

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	Fusbon 바닐라 아이스크림 (fusbon vanilla ice)	Fusbon 메론 아이스크림 (fusbon melon ice)
제조사	Fusbon	Fusbon
생산지	일본	일본
선정 사유	인기제품	인기제품
가격	라쿠텐 : 544엔(약 5,226원) 야후쇼핑 : 435엔(약 4,179원) 아마존 재팬 : 435엔(약 4,179원)	라쿠텐 : 544엔(약 5,226원) 야후쇼핑 : 435엔(약 4,179원) 아마존 재팬 : 435엔(약 4,179원)
할인 여부	-	-
용량	120ml	120ml
포장 형태	원형 컵	원형 컵
특허/인증	-	-
주요 성분	우유, 생크림, 엘리스리톨, 난소화성덱스트린, 유단백, 바닐라시럽, MCT오일, 노른자 파우더, 바닐라빈/향료, 안정제(구아검 로커 스토빈검), 유화제, 감미료(스테비아 라캉 카), (유성분·콩·계란 일부포함)	우유, 멜론, 생크림, 난소화성덱스트린, 엘리스리톨, 유단백, 바닐라시럽, MCT오일, 노른자파우더/향료, 안정제(증점다당류), 착색료(홍화제, 감미료(스테비아라캉카), (유성분·콩·계란 일부포함)
맛	바닐라 맛	메론 맛
마케팅 포인트	당류4.0g 칼로리 : 132.4 kcal 감미료 - WHO에서 안전하다고 인정받은 유일한 천연감미료인 엘리스리톨과 스테비아만 사용하기 때문에 혈당치가 오르지 않고 안심하고 먹을 수 있음 지방 - 마가린과 같이 트랜스지방산을 사용하지 않고 버터나 크림치즈, 생크림, MCT오일 등 양질의 지방만을 사용 저지방 빵이나 과자 등과 함께 세트로 만들어 선물용으로 판매	당류4.6g 칼로리 : 102.1kcal 감미료 - WHO에서 안전하다고 인정받은 유일한 천연감미료인 엘리스리톨과 스테비아만 사용하기 때문에 혈당치가 오르지 않고 안심하고 먹을 수 있음 지방 - 마가린과 같이 트랜스지방산을 사용하지 않고 버터나 크림치즈, 생크림, MCT오일 등 양질의 지방만을 사용 저지방 빵이나 과자 등과 함께 세트로 만들어 선물용으로 판매
조사 매장	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	무설탕 아이스크림(우유맛) 砂糖不使用アイス (우유맛)	비건 젤라또(ヴィーガンジェラート)
제조사	低糖工房	ホテルセントパレス倉吉
생산지	일본	일본
선정 사유	인기제품	인기제품
가격	라쿠텐 : 495엔(약 4,756원) 야후쇼핑 : 494엔(약 4,746원) 아마존 재팬 : 543엔(약 5,217원)	라쿠텐 : 683엔(약 6,562원) 야후쇼핑 : 683엔(약 6,562원)
할인 여부	-	-
용량	90ml	90g
포장 형태	원형 컵	원형 컵
특허/인증	-	-
주요 성분	우유, 생크림, 안정제(중점다당류), 감미료 (아세설팜K, 수크랄로스), 유화제	바닐라 : 아마자케(일본), 유기농두유, 충진 두부, 설탕(전채포함밀당), 캐슈넛, 유기농 코넛오일, 찹가루, 바닐라빈, 소금, (콩캐슈넛 일부포함) 녹차 : 유기농두유(일본), 아마자케, 설탕, (전채포함밀당), 캐슈넛, 유기농코넛오일, 찹가루, 녹차, 소금, (콩, 캐슈넛 일부 포함) 딸기 : 아마자케(일본), 딸기, 유기농 두유, 유기농 코코넛 오일, 소금, (콩 일부포함)
맛	우유 맛	바닐라, 녹차, 딸기 맛
마케팅 포인트	당류2.9g 칼로리 : 59kcal 독자적인 제조방법으로 설탕을 일절 사용하지 않음 칼로리는 약 40% OFF, 당류는 약 80% OFF로 안심섭취 가능 다양한 맛	맛과 건강을 생각한 식물 100% 농축 젤라또. 고급스러운 패키징과 리본, 메시지 카드를 작성 가능하게 함으로 선물용 어필 바닐라 - 당류 : 17.1g, 칼로리 :131kcal 녹차 - 당류 : 16.8g, 칼로리 : 113 kcal 딸기 - 당류 : 10.7g, 칼로리 : 72 kcal
조사 매장	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬	라쿠텐, 야후쇼핑

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	당류 70%컷 아이스크림 마다가스카 바닐라 糖質70%カットのアイス マダガスカルバニラ	당류 70%컷 아이스크림 벨기에 초콜라 糖質70%カットのアイスベルギーショコラ
제조사	Chateraise	Chateraise
생산지	일본	일본
선정 사유	인기제품	인기제품
가격	라쿠텐 : 500엔(약 4,804원) 야후쇼핑 : 630엔(약 6,052원) 아마존 재팬 : 350엔(약 3,363원)	라쿠텐 : 500엔(약 4,804원) 야후쇼핑 : 630엔(약 6,052원) 아마존 재팬 : 350엔(약 3,363원)
할인 여부	-	-
용량	106ml	106ml
포장 형태	원형 컵	원형 컵
특허/인증	-	-
주요 성분	식이섬유(미국제조, 한국제조), 유제품, 조제두유(대두포함), 멀티톨, 환원물엿, 식물유지, 노른자(계란포함), 바닐라빈즈(마다가스카르산 100%)/안정제(중점다당류), 향료, 유화제, 감미료(스크랄로스), 착색료(카로틴)	식이섬유(국내제조), 탈지분유, 조제두유(대두포함), 초콜릿(벨기에산 25%), 버터, 멀티톨, 환원물엿, 코코아파우더, 우유 등을 주원료로 하는 식품/안정제(중점다당류), 유화제, 향료, 감미료(스크랄로스)
맛	마다가스카 바닐라 맛	벨기에산 진한 초코 맛
마케팅 포인트	건강한 식품 : 식이섬유와 두유를 듬뿍 사용해 포만감 있으면서도 당질5g, 칼로리 78kcal까지 억제 가능함 진한 마다가스카의 바닐라 풍미가 뛰어난 아이스크림 일본식품표준성분표 2015년(철정) 아이스크림 밀크와 비교하여 당류 70% 차단, 칼로리 34% 차단	건강한 식품 : 식이섬유와 두유를 듬뿍 사용해 포만감 있으면서도 당질5g, 칼로리 78kcal까지 억제 가능함 벨기에산 진한 초코의 풍미가 풍성한 아이스크림 일본식품표준성분표 2015년(철정) 아이스크림 밀크와 비교하여 당류 70% 차단, 칼로리 34% 차단
조사 매장	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	GRASS FED	SOY GeLA!
제조사	有機家	エンテック有限会社
생산지	일본	일본
선정 사유	인기제품	인기제품
가격	라쿠텐 : 479엔(약 4,601원) 야후쇼핑 : 479엔(약 4,601원) 아마존 재팬 : 327엔(약 3,141원)	라쿠텐 : 400엔(약 3,842원) 야후쇼핑 : 346엔(약 3,324원) 아마존 재팬 : 400엔(약 3,842원) Qoo10 : 448엔(약 4,304원)
할인 여부	-	-
용량	106ml	100ml
포장 형태	원형 컵	원형 컵
특허/인증	-	일본유기재배인증식품(유기JAS) 日本有機栽培認定食品(有機JAS)
주요 성분	우유, 설탕, 탈지분유, 생크림/트레이하스, 증점제(과감)	유기두유(국내제조), 유기설탕(브라질), 유채기름 등
맛	신선한 우유 맛	코코바닐라, 딸기, 바나나, 말차라떼 등
마케팅 포인트	아이스크림의 80%가 우유 무농약 목초를 먹고 약제를 사용하지 않은 자연 방목한 건강한 소의 우유로 제품 생산	유기농 JAS인증획득 유기농 두유 아이스크림 모든 우유 · 달걀 · 밀가루 · 백설탕 미사용 감미료, 유화제, 안정제, 보존료, 착색료 등의 식품첨가물로 표기되는 재료는 일절 사용안함 플랜트베이스, 비건, 채식주의자 지원 저칼로리, 쉐이크프리 알레르기 보유자 섭취 가능
조사 매장	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬	라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, Qoo10

II

경쟁사



01

경쟁사 선정 및 분석

경쟁사 선정 기준

제조사의 제품과 유사한 저당·저칼로리 컵 아이스크림 제조사를 경쟁기업으로 선정함

① Fusbon

경쟁사 기본 정보		<ul style="list-style-type: none"> - 저당·고단백 식생활 보급을 통한 기대 수명을 늘리고 지속 가능한 사회보장 제도 구축을 목표로 설립된 기업 - 자본금 1,000만 엔으로 시작하였으며 저칼로리 아이스크림 외에도 저당·저탄수화물 빵도 판매함 - 아이스크림은 총 7종을 판매중이며, 일반적인 아이스크림의 탄수화물 함량의 약 1/7 수준만 함유되어 있음 	
	업체명	Fusbon	
	대표자	川谷 洋史	
	홈페이지	https://www.fusubon.com	
	연락처	+81 0120-240-815	
	주소	東京都渋谷区猿樂町23-8 フスボン代官山店	
제품 현황			
	바닐라맛	딸기맛	초코맛
			
	녹차맛	메론맛	망고맛

② Chaterise

경쟁사 기본 정보



- 2010년 설립되었으며, '자연의 맛, 사람이 생각하는 맛'을 슬로건으로 삼고 빵, 아이스크림, 과자, 음료 등을 제조·판매함
- 우편발송 서비스 뿐만 아니라, Web예약·점포 수취 서비스를 진행하고 있음. 이를 통해 자사 사이트 회원을 확보하고 있음
- 신선상품의 선도유지를 위해 해외배송은 하지 않음

업체명	Chaterise
대표자	齊藤 寛
홈페이지	https://www.chateraise.co.jp
연락처	+81 0120-005152
주소	山梨県甲府市下曾根町3440-1 (山梨県食品工業団地内)

제품 현황



탄수화물 70%컷 바닐라



탄수화물 70%컷 초코



탄수화물 70%컷 녹차



탄수화물 70%컷 딸기



우유맛
(유화제, 착색료 등 미사용)



바닐라맛
(우유·계란·밀가루 미사용)

III

경쟁력 파악



01 가격 경쟁력 분석

고가의 제품은 주로 온라인에서 판매

조사 제품의 가격을 원산지, 유통매장별로 분석한 결과, 오프라인과 온라인에서 판매되는 제품의 양상이 매우 상이하게 나타남

- 오프라인 매장에서는 가격 부담이 적은 제품이 주로 판매되고 있음
- 반면, 온라인 사이트에서는 100ml당 가격이 300엔 이상의 고가 제품이 판매되고 있음
- 오프라인 매장에서는 소비자 문의 시 가격 부담이 적은 제품을 권유하기 쉽고, 온라인 사이트에서는 소비자들이 다양한 제품을 비교하며 구매 결정을 하기 때문에 차이가 있는 것으로 분석됨
- 온라인 시장은 오프라인 시장 대비 진입 장벽이 낮은 편이므로 중소기업의 시장 참여가 두드러짐
- 또한, 온라인에서 판매 중인 제품의 경우 비건 젤라또, 두유 젤라또 등 일반 소비자에게 다소 생소한 아이스크림도 있으며, 가격이 다소 비싸더라도 식품의 기능 및 품질을 내세운 제품이 다수 판매되고 있음



표 5

경쟁제품 100ml당 가격 비교

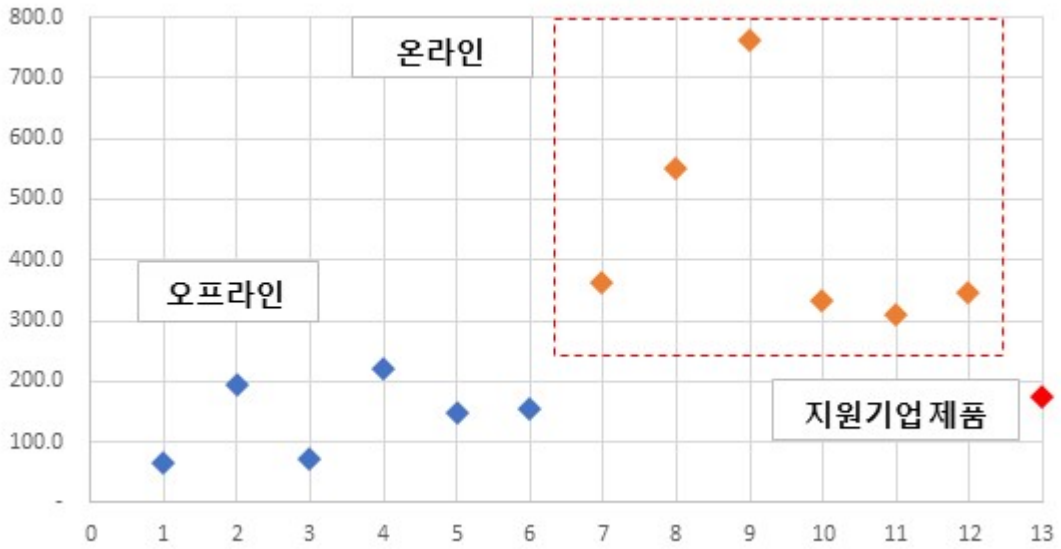
(단위: 엔)

제조사	제품명	원산지	온/오프라인	100ml당 가격
지원 기업	지원제품	한국	-	173.4
赤城	ガリガリ君(ソーダ)	일본	오프라인	66.7
森永乳業	pino(ピノ)	일본	오프라인	193.3
glico	papico(パピコ)	일본	오프라인	72.5
glico	SUNAOチョコモナカ	일본	오프라인	220.7
LOTTE	雪見だいふく	일본	오프라인	148.9
LOTTE	ZERO	일본	오프라인	154.7
Fusbon	Fusbon 아이스크림	일본	온라인	362.5
低糖工房	砂糖不使用アイス	일본	온라인	548.9
ホテルセントパレス倉吉	ヴィーガンジェラート	일본	온라인	758.9
Chateraise	糖質70%カットのアイス マダガスカルバニラ	일본	온라인	330.2
有機家	GRASS FED	일본	온라인	308.5
エンテック有限公司	SOY GeLA!	일본	온라인	346.0



그림 6 온·오프라인 경쟁제품 100ml당 평균 가격 비교

(단위: 엔)



02 벤치마킹 제품 분석

경쟁제품의 대부분이 일본 제품

- 현지 조사원에 따르면, 조사된 저칼로리 아이스크림 전부가 일본 내에서 생산된 제품임
- 특히, 온라인에서 저칼로리, 저당을 표방하는 건강한 아이스크림의 경우 전부 일본에서 생산됨. 이는 선도 유지와 콜드 체인 물류 확보가 중요한 제품의 특징과 관련된 것으로 보임
 - 일본에서는 자국 내에서 생산되는 제품에 대한 선호도가 높은 경향이 있음. 특별한 경쟁력을 갖춘 제품이 아니라면 소비자들은 일본 내에서 생산된 제품을 선택할 가능성이 높음

두유를 사용한 아이스크림 판매

- 경쟁제품 중 채식주의자, 우유를 소화시키지 못하는 소비자들을 위한 두유 사용 아이스크림이 판매되는 것으로 파악됨
- 오프라인에서는 glico에서 생산하는 SUNAO가 있으며, 온라인에서는 エンテック有限会社에서 만드는 SOY GeLA, ホテルセントパレス倉吉에서 만드는 비건젤라또가 있음
 - 특히 SOY GeLA는 일본 유기재배인증식품(유기JAS) 인증을 취득하였으며, 우유, 달걀, 밀가루, 백설탕 등을 일절 미사용하여 비건, 채식주의자들도 섭취가 가능하다는 장점이 있음

그림 7 두유를 사용한 아이스크림



SUNAO



SOY GeLA!



비건 젤라또

출처: Yahoo Japan

패키지 전면에 제품의 특징과 관련된 숫자, 문구 강조

- 제품 패키지 전면에 제품 특색을 그대로 문구로 표현하거나, 숫자로 크게 강조한 제품이 많음
- SUNAO 아이스크림의 경우 당 함유량을 제품 케이스 상단에 눈에 띄게 표시함
 - 低糖工房의 무설탕 아이스크림은 제품의 명칭에 '무설탕'이라는 문구를 사용하여 제품 포장 시 가장 눈에 띄도록 함
 - Chateraisé의 당류70% 컷 아이스크림도 제품의 명칭에 '당류 70% 컷'이라는 문구를 사용하였고, 제품의 용기에 70%를 크게 강조하여 제품이 가진 특색을 한 눈에 알아볼 수 있도록 패키지를 디자인함
 - 현지조사원의 조사결과에 따르면 조사제품 17개 중 10개가 탄수화물 저함량을 강조하고 있으며, 이를 통해 일본에서 저당, 저칼로리에 대한 수요가 높음을 유추할 수 있음



그림 8

제품의 특징과 관련된 숫자, 문구를 직접적으로 표현한 디자인



SUNAO 아이스크림



무설탕 아이스크림



당류 70%컷 아이스크림

출처: 각 사 홈페이지

IV

시사점



01 수출 확대 방안

가격 경쟁력

지원 기업 제품의 예정 판매 가격은 173.4엔(약 1,666원)/100ml로 이는 경쟁제품 12개 품목의 평균 가격 292.7엔(약 2,812원)보다 낮음. 판매 채널별로 살펴보면, 오프라인에서 판매되는 경쟁제품 6개 품목의 평균 가격 142.8엔(약 1,372원)보다는 다소 높으며, 온라인에서 판매되는 경쟁제품 6개 품목의 평균 가격 442.5엔(약 4,251원)보다는 낮음

따라서 예정 판매 가격대로 오프라인 채널을 통해 판매할 경우, 프리미엄 제품으로 마케팅을 하고, 가격 경쟁력을 확보하기 위해서는 가격을 낮추거나 온라인 채널을 위주로 판매하는 것을 고려할 필요가 있음

벤치마킹

다른 기업 제품들은 제품의 효능을 직접적으로 표현하는 패키지를 주로 사용함. 건강한 원료 사용 및 이로 인한 제품의 효과를 강조함. 이는 건강을 중요시하는 소비자들이 제품 구매의 최우선적인 고려사항이 제품의 성능이기 때문인 것으로 보임

아무리 기업의 규모가 작다고 하더라도, 제품에 대한 성능이 확실하게 어필된다면 온라인 시장에서는 소비자들에게 영향이 있을 수 있음. 따라서 숫자 사용, 제품의 특색 강조 등 제품의 성능에 대해 직관적으로 이해할 수 있는 제품 패키지 제작이 필요할 것으로 보임

또한 많은 타사 제품들이 탄수화물 함량이 낮은 저당 식품임을 강조하고 있는 것으로 미루어 볼 때, 일본에서는 소비자들이 저당 식품에 대한 선호도가 높은 것으로 보이며, 이에 따라 탄수화물 함량이 낮은 저당, 저칼로리 제품임을 강조하여 소비자들에게 어필할 필요가 있음

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. Rakuten
3. Yahoo Shopping
4. Amazon Japan
5. Zozo Town
6. Qoo10
7. goo
8. Fusbon
9. Chateraise

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022.12

- 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.