

2019 년 해외시장 맞춤조사



- No. 1908-02
- 품목 : 식물성고기 (Vegetarian Meat)
- 국가 : 일본 (JAPAN)
- 구분 : 경쟁력분석형

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 일본 식물성고기 경쟁제품 선정	6
2. 일본 식물성고기 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 일본 식물성고기 경쟁제품 포지셔닝	9
4. 일본 식물성고기 입점 매장 및 경쟁제품 정보	10

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	26
1. 일본 식물성고기 경쟁기업 포지셔닝	27
2. 일본 식물성고기 경쟁기업 현황	28
3. 일본 식물성고기 경쟁기업 분석	30

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	37
Interview ① 카루나(かるな)	38
Interview ② 유한회사 아리산(アリサン 有限会社)	40
Interview ③ 크레용 하우스(Crayon House)	42
Interview ④ 푸드앤드컴퍼니(Food & Company)	44
Interview ⑤ 내셔널 아자부(National Azabu)	46

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	49
1. 제품 경쟁력 검증	50
2. 기업 마케팅 벤치마킹	53
*참고문헌	55

I. Competitive Product

SUMMARY

1. 일본 식물성고기 경쟁제품 선정
2. 일본 식물성고기 경쟁제품 조사지표 선정
3. 일본 식물성고기 경쟁제품 포지셔닝
4. 일본 식물성고기 입점 매장 및 경쟁제품 정보

Competitive Product

(경쟁제품)

일본 (JAPAN)

식물성고기 방문 매장 선정

방문 매장 선정

· 후보 : 품목별 방문 매장

· 선택 : 조사 희망 매장

구 분	가공식품	신선식품	기능성	음료/주류	전통식품	유아식품	식자재
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	한인마트	유기농 매장	드럭스토어	편의점	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	유기농식품매장	재래시장	유기농식품매장	달력스토어	아시안마트	영유아 매장	
	아시안마트			리퀴드샵			

일본 (JAPAN)

식물성고기 매장 조사

	이온(イオン) (백화점)	세이유(西友) (슈퍼마켓)	
전경			
조사 제품	4개	1개	
매장 특징	1926년에 설립된 일본계 백화점, 슈퍼마켓 체인 - 이온 그룹이 소유함 - 전 세계에 약 22,000개의 매장을 가지고 있음	- 월마트 재팬의 자회사로 1963년에 설립됨 - 약 23,000명의 직원과 일본 내 334개의 매장을 보유함 2018년도부터 라쿠텐과 제휴를 맺어 온라인 몰을 운영중임	
	쇼쿠노에키(食の駅) (슈퍼마켓)	고다와리아(こだわりや) (유기농식품매장)	비오세봉(ビオセボン) (유기농식품매장)
전경			
조사 제품	1개	7개	2개
매장 특징	2015년에 설립된 팜두 그룹의 식품 슈퍼마켓 체인 - 농업경제 활성화와 농업 소득 증가를 위한 사업을 주로 진행함 - 일본 내에 13개의 매장을 보유함	1994년에 설립된 일본의 유기농식품 매장 브랜드 - 양질의 신선식품 제공을 모토로함 - 주로 도심 내 터미널, 백화점 내에 입점해 있음	2008년 설립 - 프랑스, 일본, 벨기에, 스위스 등에 약 150개 매장 운영 - 일본 내에는 5개의 매장 운영

Competitive Product

(경쟁제품)

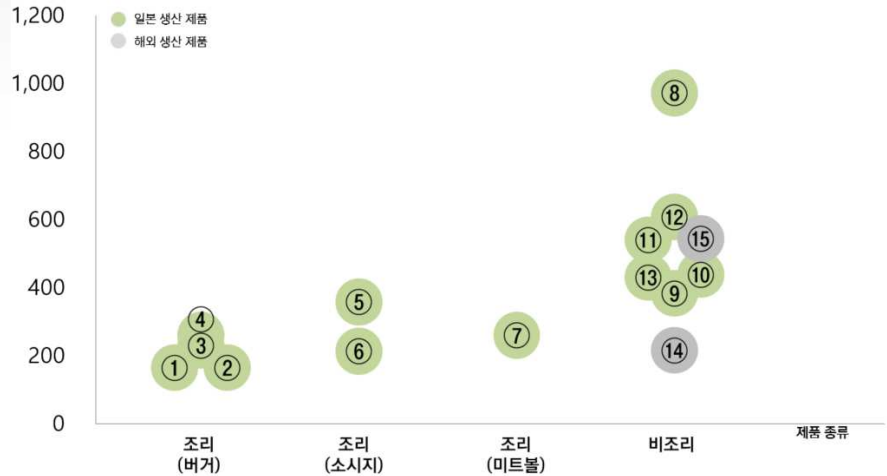
일본 (JAPAN) 식물성고기 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
· 오프라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준
· 경쟁제품 국적 및 생산지
· 경쟁제품 종류

경쟁제품 포지셔닝 기준
· X축 : 제품 종류
· Y축 : 소비자가격(엔/100g당)

소비자가격(엔/100g당)



일본 (JAPAN) 식물성고기 경쟁제품 분석

국적 및 생산지	제품 종류	경쟁제품(경쟁기업)	가격 (총합) ¹⁾²⁾	가격 (100g당)	중량 (g)	포장 형태
일본 국적, 일본 생산	조리 (버거)	① 고치소이 오니쿠노요나 다이주바그 데리야끼 (마루다이 식품)	213.8엔 (2,356원)	164.5엔 (1,813원)	130	비닐 파우치
		② 고치소이 오니쿠노요나 다이주바그 토마토소스 (마루다이 식품)	213.8엔 (2,356원)	164.5엔 (1,813원)	130	비닐 파우치
		③ 제로미토 함바그 치즈 인 데미그라스 (주식회사 스타젠)	321.8엔 (3,546원)	229.9엔 (2,533원)	140	비닐 파우치
		④ 데리야끼 야사이 다이주바그 (주식회사 산이쿠푸드)	260엔 (2,865원)	260엔 (2,865원)	100	비닐 파우치
	조리 (소세지)	⑤ 제로미토 소세지타이푸 (주식회사 스타젠)	429.8엔 (4,736원)	358.2엔 (3,947원)	120	비닐 파우치
		⑥ 다이주데 쓰쿠타 소세지타이푸 링겏뜨 (주식회사 산이쿠푸드)	405엔 (4,463원)	213.2엔 (2,349원)	190	캔
	조리 (미트볼)	⑦ 칸주쿠 토마토소스 야사이 다이주 보루 (주식회사 산이쿠푸드)	260엔 (2,865원)	260엔 (2,865원)	100	비닐 파우치
	비조리	⑧ 다이주토 젠마이노 베지휠레 (주식회사 마이센 파인 푸드)	972엔 (10,711원)	972엔 (10,711원)	100	비닐 파우치
		⑨ 젠미토 민치타이푸 (주식회사 마이센 파인 푸드)	498엔 (5,488원)	383.1엔 (4,222원)	130	비닐 파우치
		⑩ 코쿠나이산 다이주시오 다이주 미토 민치타이푸 (세이코)	438엔 (4,827원)	438엔 (4,827원)	100	비닐 파우치
		⑪ 다이주 마루코토 미토 코에비타이푸 (주식회사 카루나)	486엔 (5,356원)	540엔 (5,951원)	90	비닐 파우치
		⑫ 다이주 마루코토 미토 데바사키타이푸 (주식회사 키포션)	486엔 (5,356원)	607.5엔 (6,695원)	80	비닐 파우치
		⑬ 소노마 쓰카에루 다이주 미토 쿨루쿠이 민치타이푸 (주식회사 아지텍 파인 푸드)	430엔 (4,739원)	430엔 (4,739원)	100	비닐 파우치
		⑭ 유키자쿠노 마메미토 (유한회사 아리산)	324엔 (3,570원)	216엔 (2,380원)	150	비닐 파우치
일본 국적, 스위스 생산	비조리	⑮ 유키자쿠노 마메미토 나겏토 (유한회사 아리산)	435.2엔 (4,796원)	544엔 (5,995원)	80	비닐 파우치

(*) 현지 판매 식물성고기 경쟁제품 15개 분석

1) 100엔=1,101.98원(2019.09.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 가격은 모두 세금을 포함한 가격임

1. 일본 식물성고기 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 현지 생산 혹은 해외 생산 식물성고기 경쟁제품

- 일본 현지에서 생산한 식물성고기 경쟁제품 선정
- 해외에서 생산한 식물성고기 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ② 경쟁제품 종류

- 조리 제품 : 버거, 소세지, 미트볼 형태로 조리 가공된 레토르트 경쟁제품 선정
- 비조리 제품 : 비조리 상태로 건조하여 만든 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ③ 오프라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정

(*) 5개 채널 : 이온(イオン), 세이유(西友), 쇼쿠노에키(食の駅),
고다와리아(こだわりや), 비오쎄봉(ビオセボン)

[표 1.1] 일본 식물성고기 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조기업)	제품 종류별		생산지		유형별 매장 입점 여부
	조리	비조리	현지	해외	오프라인
① 고치소이 오니쿠노요나 다이주바그 데리야끼 (마루다이 식품)	○ (버거)		○ (일본)		○ (이온)
② 고치소이 오니쿠노요나 다이주바그 토마토소스 (마루다이 식품)	○ (버거)		○ (일본)		○ (이온)
③ 제로미토 햄바그 치즈 인 데미그라스 (주식회사 스타젠)	○ (버거)		○ (일본)		○ (이온)
④ 데리야끼 야사이 다이주바그 (주식회사 산이쿠푸드)	○ (버거)		○ (일본)		○ (고다와리아)
⑤ 제로미토 소세지타이푸 (주식회사 스타젠)	○ (소세지)		○ (일본)		○ (이온)
⑥ 다이주데 쓰쿠타 소세지타이푸 링겏쯔 (주식회사 산이쿠푸드)	○ (소세지)		○ (일본)		○ (고다와리아)
⑦ 칸주쿠 토마토소스 야사이 다이주 보루 (주식회사 산이쿠푸드)	○ (미트볼)		○ (일본)		○ (고다와리아)
⑧ 다이주토 젠마이노 베지힐레 (주식회사 마이센 파인 푸드)		○	○ (일본)		○ (쇼쿠노에키)
⑨ 젠미토 민치타이푸 (주식회사 마이센 파인 푸드)		○	○ (일본)		○ (세이유)
⑩ 코쿠나이산 다이주시오 다이주 미토 민치타이푸 (세이코)		○	○ (일본)		○ (고다와리아)
⑪ 다이주 마루코토 미토 코에비타이푸 (주식회사 카루나)		○	○ (일본)		○ (고다와리아)
⑫ 다이주 마루코토 미토 데바사키타이푸 (주식회사 키포션)		○	○ (일본)		○ (고다와리아)
⑬ 소노마마 쓰카에루 다이주 미토 쿠티쿠스이 민치타이푸 (주식회사 이지텍 파인 푸드)		○	○ (일본)		○ (고다와리아)
⑭ 유키자쿠노 마메미토 (유한회사 아리산)		○		○ (스위스)	○ (비오쎄봉)
⑮ 유키자쿠노 마메미토 나겏토 (유한회사 아리산)		○		○ (스위스)	○ (비오쎄봉)

(*) 현지 판매 식물성고기 경쟁제품 15개 분석

2. 일본 식물성고기 경쟁제품 조사지표 선정

포장 형태 및 인증



비닐 파우치 포장의 예시



캔 포장의 예시

자료: 일본 현지조사원



JAS(Japanese Agricultural Standard) 인증

자료: 일본 농림수산물 홈페이지

▶ 조사 지표 ① 소비자 판매 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 소비자 판매 가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 100g당 판매 가격

▶ 조사 지표 ② 중량(g)

- 경쟁제품의 중량

▶ 조사 지표 ③ 제품 종류

- 식물성고기 경쟁제품의 가공 형태를 조사
 - 조리 : 레토르트형³⁾ 제품
 - 비조리 : 비조리 상태로 건조하여 만든 제품

▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 식물성고기 경쟁제품을 포장하고 있는 포장 용기의 재질과 형태를 조사
 - 비닐 파우치 : 비닐 재질의 사각 파우치 형태의 포장
 - 캔 : 고철 재질의 원형 캔 포장

▶ 조사 지표 ⑤ 홍보 문구

- 경쟁제품을 홍보하기 위하여 경쟁기업이 사용한 경쟁제품의 홍보 문구

▶ 조사 지표 ⑥ 주요 원료 및 첨가물

- 식물성고기 경쟁제품을 만들 때 사용된 원료 및 첨가물

▶ 조사 지표 ⑦ 인증

- 경쟁제품의 인증 보유 여부
 - JAS인증 : 일본 '농림 수산물의 표준화 등에 관한 법률'에 의거하여 그 규칙에 부합하는 식품에 부여하는 인증

3) 조리가공한 여러 가지 식품을 일종의 주머니에 넣어 밀봉한 후 고온에서 가열살균하여, 공기와 광선을 차단한 상태에서 장기간 식품을 보존할 수 있도록 만든 제품

[표 1.2] 일본 식물성고기 경쟁제품 조사 지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	중량(g)	제품의 중량
제품 종류	제품 종류	조리(버거, 소세지, 미트볼), 비조리 종류의 제품
포장 형태	비닐 파우치	비닐 재질의 사각 파우치 형태의 포장
	캔	고철 재질의 원형 캔 포장
홍보 문구	홍보 문구	경쟁제품을 홍보하기 위해 사용한 문구
인증	인증	경쟁제품이 보유한 인증
주요 원료 및 첨가물	원료 및 첨가물	경쟁제품 제조에 사용된 원료 및 첨가물

3. 일본 식물성고기 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(제조사)

<조리>

- ① 고치소이 오니쿠노요나
다이주바그 데리야끼
(마루다이 식품)
- ② 고치소이 오니쿠노요나
다이주바그 토마토소스
(마루다이 식품)
- ③ 제로미토 함바그 치즈 인
데미그라스
(주식회사 스타젠)
- ④ 데리야끼 야사이 다이주바그
(주식회사 산이쿠푸드)
- ⑤ 제로미토 소세지타이푸
(주식회사 스타젠)
- ⑥ 다이주데 쓰쿠타
소세지타이푸 링겏쯔
(주식회사 산이쿠푸드)
- ⑦ 칸주쿠 토마토소스 야사이
다이주 보루
(주식회사 산이쿠푸드)

<비조리>

- ⑧ 다이주토 젤마인노 베지윙레
(주식회사 마이센 파인 푸드)
- ⑨ 젤미토 민치타이푸
(주식회사 마이센 파인 푸드)
- ⑩ 코쿠나이산 다이주시오
다이주 미토 민치타이푸
(세이코)
- ⑪ 다이주 마루코토 미토
코에비타이푸
(주식회사 카루나)
- ⑫ 다이주 마루코토 미토
데바사키타이푸
(주식회사 키포션)
- ⑬ 소노마마 쓰카에루 다이주
미토 쿠잇쿠소이 민치타이푸
(주식회사 아지텍 파인 푸드)
- ⑭ 유키자쿠노 마메미토
(유한회사 아리산)
- ⑮ 유키자쿠노 마메미토 나겏토
(유한회사 아리산)

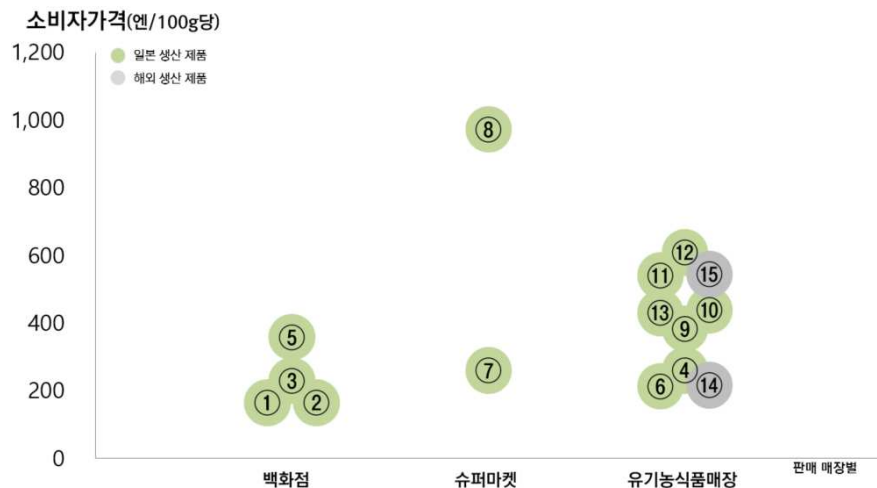
▶ 포지셔닝 ①: 경쟁제품 종류별 가격 비교

일본 오프라인 매장에서 조사된 식물성고기 경쟁제품 15개는 조리과 비조리 종류의 제품으로 구분됨. 경쟁제품 15개를 제품 종류별로 구분하여 가격을 비교함. 경쟁제품 15개 중 조리 제품 7개의 100g당 평균 가격은 235.8엔(2,598원)이며, 비조리 종류의 제품 8개의 100g당 평균 가격은 516.3엔(5,690원)인 것으로 조사됨. 비조리 제품이 조리 제품에 비해 가격대가 더 높게 책정됨

▶ 포지셔닝 ②: 경쟁제품 판매 매장별 가격 비교

일본 오프라인 매장에서 조사된 식물성고기 경쟁제품 15개는 백화점에서 조사된 제품 4개, 슈퍼마켓에서 조사된 제품 2개, 유기농식품매장에서 조사된 제품 9개로 구분됨. 조사된 식물성고기 경쟁제품을 판매 매장별로 구분하여 가격을 비교함. 백화점에서 판매되고 있는 제품 4개의 100g당 평균 가격은 229.3엔(2,527원)이며, 슈퍼마켓에서 판매되고 있는 경쟁제품 2개의 100g당 평균 가격은 677.6엔(7,467원), 유기농식품매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 9개의 100g당 평균 가격은 389.9엔(4,297원)임. 슈퍼마켓에서 판매하고 있는 제품이 가장 가격대가 높으며, 백화점에서 판매하고 있는 제품이 가장 가격대가 낮음

[표 1.3] 일본 식물성고기 경쟁제품 포지셔닝



자료 : 일본 식물성고기 경쟁제품 15개 분석 결과

4. 일본 식물성고기 입점 매장 및 경쟁제품 정보

사이타마현(埼玉県)⁴⁾

인구('19)	737만 7,199명
성 비율('19)	1.00 : 1.00 (남성 : 여성)
현 내 총생산('16)	22조 6,897억 엔 (250조 359억 원)
면적	3,797 제곱킬로미터

도코로자와시(所沢市)⁵⁾

인구('19)	34만 4,320명
성 비율('19)	0.98 : 1.00 (남성 : 여성)
시 내 총생산('16)	8,385억 엔 (9조 2,401억 원)
면적	72 제곱킬로미터

▶ 일본 사이타마현 도코로자와시, 방문지역으로 선정

일본의 수도인 도쿄도와 인접해 있으며 도쿄 도시권의 일부이기도 한 사이타마현의 도코로자와시를 방문 지역으로 선정함. 도코로자와시에는 도쿄와 연결된 철도 노선이 4개가 있어 도쿄와의 근접성이 뛰어나며, 주거비용이 저렴해 인기 있는 주택 도시임

▶ 일본 사이타마현 도코로자와시에 위치한 백화점, 슈퍼마켓, 유기농식품매장 방문

일본 사이타마현 도코로자와시의 도심에 위치한 백화점 이온(イオン), 슈퍼마켓 세이유(西友)와 쇼쿠노에키(食の駅)에 방문함. 2018년 일본 백화점 시장 점유율 3.9%로 8위인 세이부(西武) 백화점 도코로자와점 내에 입점해있는 유기농식품매장 고다와리아(こだわりや)와 추가로 인근에 위치한 도쿄도 도시마구(豊島区)의 토부(東武) 백화점 내에 입점해 있는 유기농식품매장 비오세봉(ビオセボン) 매장을 방문함. 이온에서 4개 제품, 세이유와 쇼쿠노에키에서 각각 1개 제품, 고다와리아에서 7개 제품 그리고 비오세봉에서 2개 제품, 총 15개의 식물성고기 경쟁제품을 선정함

[표 1.4] 방문 매장 및 지역 특징



자료 : Google Map

4) 자료: 사이타마현 홈페이지 (www.pref.saitama.lg.jp)

5) 자료: 도코로자와시 홈페이지 (www.city.tokorozawa.saitama.jp)

Shop ① 이온(イオン)

매장 정보

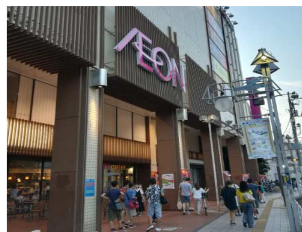
- 유형 : 백화점
- 판매 제품 특징 :
음료, 과자, 과일, 채소 등의
다양한 식품과 가전제품,
의류, 차량용품 등을 취급함
- 주요 고객층 :
지역주민

브랜드
기본 정보

이온 백화점은 일본 국내외 300여개의 기업으로 구성된 대형 유통 그룹 '이온 그룹' 소유의 백화점 체인임. 1926년에 설립되었으며 현재 전 세계에 약 22,000개의 백화점 혹은 슈퍼마켓, 편의점 매장을 가지고 있음. 이온 그룹의 전자화폐 와온(Waon)을 만들어 와온으로 결제 시 마일리지 적립의 혜택을 주는 제도를 운영함⁶⁾

조사 제품 수 : 4개

매장 정보



도시(지역) 일본 사이타마현 도코로자와시
위치
상세주소 〒359-1116
埼玉県所沢市東町5-22

매장 내부 전경



식물성고기 판매 제품 정보

식물성고기
판매 정보

고치소이
오니쿠노요나
다이주바그
데리야끼
(마루다이 식품)



고치소이
오니쿠노요나
다이주바그
토마토소스
(마루다이 식품)



제로미토 햄바그
치즈 인 데미그라스
(주식회사 스타젠)



제로미토
소세지타이푸
(주식회사 스타젠)

사진자료: 일본 현지 조사원 자료, 구글맵스, 이온 홈페이지

6) 이온 홈페이지 (www.aeon.info)



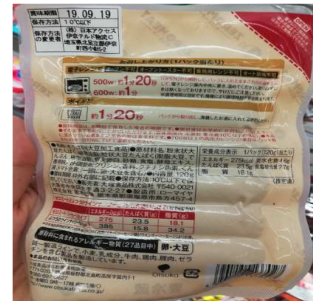
제품명	고치소이 오니쿠노요나 다이주바그 데리야끼 (ごちソイ お肉のような大豆バーグ てりやきソース)	제품 종류	조리(버거)
제조사	마루다이 식품 (丸大食品)	중량	130g
원산지	일본	포장 형태	비닐 파우치
가격	213.8엔 (2,356원)		
홍보 문구	코코넛 오일 함유		
원료 및 첨가물	과립형 대두 단백질, 양파, 코코넛 오일, 과당, 간장, 식이섬유, 빵가루, 미림, 난단백질, 마요네즈, 소금, 생강, 마늘, 파기름, 전분, 카라멜 색소		



제품명	고치소이 오니쿠노요나 다이주바그 토마토소스 (ごちソイ お肉のような大豆バーグ トマトのソース)	제품 종류	조리(버거)
제조사	마루다이 식품 (丸大食品)	중량	130g
원산지	일본	포장 형태	비닐 파우치
가격	213.8엔 (2,356원)		
홍보 문구	코코넛 오일 함유		
원료 및 첨가물	과립형 대두 단백질, 양파, 코코넛 오일, 토마토 페이스트, 토마토 퓨레, 식이섬유, 토마토 발효액, 빵가루, 미림, 난단백질, 마요네즈, 소금, 생강, 마늘, 파기름, 전분, 카라멜 색소		



제품명	제로미트 햄바그 치즈 인 데미그라스 (ゼロミート ハンバーグ チーズインデミグラスタイプ)	제품 종류	조리(버거)
제조사	주식회사 스타젠 (スターゼン株式会社)	중량	140g
원산지	일본	포장 형태	비닐 파우치
가격	321.8엔 (3,546원)		
홍보 문구	고기가 아닌데도 꽤 맛있어! (肉じゃないのに、そこそこ美味い!)		
원료 및 첨가물	탈지대두, 현미가루, 양파, 두유, 빵가루, 과일형 대두 단백질, 브라운 루, 사과 페이스트, 소금, 토마토 페이스트, 덱스트린, 호모 엑기스, 간장 가공품, 셀러리 파우더, 전분, 카라멜 색소, 팩틴, 티아민염산염, D-자일로스, 산도조절제		



제품명	제로미트 소세지 타입 (ゼロミートソーセージタイプ)	제품 종류	조리(소세지)
제조사	주식회사 스타젠 (スターゼン株式会社)	중량	120g
원산지	일본	포장 형태	비닐 파우치
가격	429.8엔 (4,736원)		
홍보 문구	고기가 아닌데도 꽤 맛있어! (肉じゃないのに、そこそこ美味い!)		
원료 및 첨가물	분말형 대두 단백질, 과일형 대두 단백질, 분말형 난백, 사탕, 소금, 호모 엑기스, 산도조절제, 글리신, 향료, 치자 색소, 목초액, 토마토 색소		

Shop ② 세이유(西友)

매장 정보

- 유형 : 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징 :
음료, 과자, 과일, 채소 등의 다양한 식품과 가전제품, 의류, 차량용품 등을 취급함
- 주요 고객층 :
지역주민

브랜드
기본 정보

SEIYU

세이유 슈퍼마켓은 월마트 재팬(Wal-Mart Japan)의 자회사로 1963년에 설립되었음. 현재 약 23,000명의 직원과 일본 내 334개의 매장을 보유하고 있음. '매일 저가격', '지역에서 가장 저렴한 점포를 목표로 합니다.'라는 캐치프레이즈와 함께 저가 판매 전략을 강화함. 2018년도부터 월마트가 라쿠텐과 제휴를 맺어 '라쿠텐세이유넷슈퍼'라는 온라인 마켓을 운영하기 시작함

조사 제품 수 : 1개

매장 정보



도시(지역) 일본 사이타마현 도코로자와시
위치
상세주소 〒359-1111
埼玉県所沢市緑町

매장 내부 전경



식물성고기 판매 제품 정보

식물성고기
판매 정보

젠미토 민치타이푸
(주식회사 마이센 파인 푸드)

사진자료: 일본 현지 조사원 자료, 구글맵스, 세이유 홈페이지



제품명	젠미토 민치타이푸 (ゼンミート ミンチタイプ)	제품 종류	비조리
제조사	주식회사 마이센 파인 푸드 (株式会社マイセンファインフード)	중량	130g
원산지	일본	포장 형태	비닐 파우치
가격	498엔 (5,488원)		
홍보 문구	채식 식품, 글루텐프리, 첨가물 없는, 저지방, 유전자변형식품이 아닌		
원료 및 첨가물	탈지 대두, 현미가루		

Shop ③ 쇼쿠노에키(食の駅)

매장 정보

- 유형 : 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징 :
식음료, 신선식품, 가공식품,
농산물 등을 취급함
- 주요 고객층 :
지역주민

브랜드
기본 정보

쇼쿠노에키는 2015년에 설립된 팜두(Farmdo) 그룹의 식품 슈퍼마켓 체인임. 팜두 그룹은 생산부터 판매까지 종합적으로 관여 및 지원하는 사업을 진행하며, 농업경제 활성화와 농업 소득 증가를 위해 노력하고 있음. 많은 개인 농업종사자들 및 생산자와 협업하여 미네랄 재배야채와 가공식품, 음료, 채소 등의 식품에 정성을 들이고자함. 일본 내에 13개의 점포를 보유하고 있음

조사 제품 수 : 1개

매장 정보



위치 도시(지역) 일본 사이타마현 도코로자와시
상세주소 〒359-0001
埼玉県所沢市大字下富駿河台583-1

매장 내부 전경



식물성고기 판매 제품 정보

식물성고기
판매 정보

다이주토 젠마이노 베지휠레
(주식회사 마이센 파인 푸드)

사진자료: 일본 현지 조사원 자료, 구글맵스, 쇼쿠노에키 홈페이지



제품명	다이주토젠마이노 베지힐레 (大豆と玄米のベジフィレ)	제품 종류	비조리
제조사	주식회사 마이센 파인 푸드 (株式会社マイセンファインフード)	중량	100g
원산지	일본	포장 형태	비닐 파우치
가격	972엔 (10,711원)		
홍보 문구	글루텐프리, 자연과 살아간다(自然と生きていく)		
원료 및 첨가물	탈지 대두, 현미가루		

Shop ④ 고다와리아(こだわりや)

매장 정보

- 유형 : 유기농식품매장
- 판매 제품 특징 :
식음료, 신선식품, 가공식품
등의 다양한 유기농
식품라인 보유
- 방문 매장 특징 :
도쿄로자와 세이부 백화점
내에 입점해있는 매장임
- 주요 고객층 :
지역주민

브랜드
기본 정보

고다와리아는 1994년 설립된 일본의 유기농식품매장 브랜드임. 양질의 신선식품 제공을 모토로 국내외 각 생산지, 시장 업체와 네트워크를 형성하여 식품을 가까운 곳에서 신선하게 이용할 수 있도록 전력을 다하고 있음. 주로 도심 내 터미널, 백화점, 쇼핑몰 내에 입점해 있음

조사 제품 수 : 7개

매장 정보



위치 도시(지역) 일본 사이타마현 도쿄로자와시
상세주소 埼玉県所沢市日吉町12-1西武百貨店地下1階

매장 내부 전경



식물성고기 판매 제품 정보

식물성고기
판매 정보

데리야끼 야사이
다이주바그
(주식회사 산이쿠푸드)



다이주데 쓰쿠타
소세지타이푸 링케쯔
(주식회사 산이쿠푸드)



칸주쿠 토마토소스 야사이
다이주 보루
(주식회사 산이쿠푸드)



코쿠나이산
다이주시오 다이주
미토 민치타이푸
(세이코)



다이주 마루코토
미토 코에비타이푸
(주식회사 카루나)



다이주 마루코토
미토 데바사키타이푸
(주식회사 키포션)



소노마마 쓰카에루
다이주 미토
쿠잇쿠소이
민치타이푸
(주식회사 이지텍
파인 푸드)

사진자료: 일본 현지 조사원 자료, 고다와리아



제품명	데리야끼 야사이 다이주바그 (てり焼き野菜大豆バーグ)	제품 종류	조리(버거)
제조사	주식회사 산이쿠푸즈 (三育フーズ株式会社)	중량	100g
원산지	일본	포장 형태	비닐 파우치
가격	260엔 (2,865원)		
홍보 문구	야채가 주원료인 콩버거, 콜레스테롤이 없는, 저칼로리		
원료 및 첨가물	콩 단백질, 양파, 양배추, 빵가루, 식물유지, 식물성 분말 부이용, 설탕, 전분, 난백분, 미린, 간장, 향신료, 코코아, 소스(간장, 양파, 설탕, 밀가루, 카카오 색소)		



제품명	다이주데 쓰쿠타 소세지타이프 링크엣츠 (大豆で作ったソーセージタイプ リンクЕТツ)	제품 종류	조리(소세지)
제조사	주식회사 산이쿠푸즈 (三育フーズ株式会社)	중량	190g
원산지	일본	포장 형태	캔
가격	405엔 (4,463원)		
홍보 문구	소세지 대용으로 사용할 수 있는		
원료 및 첨가물	카놀라유, 섬유형 콩단백, 분말형 콩단백, 난백분, 식물성 분말 부이용, 소금, 설탕, 식물 단백질 효소 분해물, 색소, 레시틴, 향료		



제품명	간쿠루 토마토소스 야채 다이주 보루 (完熟トマトソース 野菜大豆ボール)	제품 종류	조리(미트볼)
제조사	주식회사 산이쿠파즈 (三育フーズ株式会社)	중량	100g
원산지	일본	포장 형태	비닐 파우치
가격	260엔 (2,865원)		
홍보 문구	야채가 주원료인 콩버거, 콜레스테롤이 없는, 저칼로리		
원료 및 첨가물	가루형 콩단백, 양파, 양배추, 빵가루, 식물유지, 분말형 콩단백, 전분, 미린, 간장, 향신료, 소스(토마토, 사과, 식초, 토마토 부레, 설탕, 마늘, 소금, 전분)		



제품명	코쿠나이산유키 다이주 시요 다이주 미토 만치타이푸 (国内産有機大豆使用 大豆ミート ミンチタイプ)	제품 종류	비조리
제조사	세이코 (誠晃産業株式会社)	중량	100g
원산지	일본	포장 형태	비닐 파우치
가격	438엔 (4,827원)		
홍보 문구	국내산 콩으로 만든 제품		
원료 및 첨가물	유기농 콩		



제품명	다이주 마루고토 미토 코에비타이푸 (大豆まるごとミート 小エビタイプ)	제품 종류	비조리
제조사	주식회사 카루나 (株式会社かるな)	중량	90g
원산지	일본	포장 형태	비닐 파우치
가격	486엔 (5,356원)		
홍보 문구	간단한 레시피, 샐러드와 함께		
원료 및 첨가물	콩 단백질		



제품명	다이주 마루고토 미토 데바사키타이푸 (大豆まるごとミート 手羽先タイプ)	제품 종류	비조리
제조사	주식회사 키포션 (株式会社キポーション)	중량	80g
원산지	일본	포장 형태	비닐 파우치
가격	486엔 (5,356원)		
홍보 문구	100% 콩 단백질		
원료 및 첨가물	콩 단백질		



제품명	소노마마 쓰카에루 다이주 미토 쿠잇쿠소이 민치타이푸 (そのまま使える大豆ミート クイックソイ・ミンチタイプ)	제품 종류	비조리
제조사	주식회사 아지텍 파인 푸드 (株式会社アジテック・ファインフーズ)	중량	100g
원산지	일본	포장 형태	비닐 파우치
가격	430엔 (4,739원)		
홍보 문구		채식 식품	
원료 및 첨가물		콩 단백질	

Shop ⑤ 비오세봉(バイオセボン)

매장 정보

- 유형 : 유기농식품매장
- 판매 제품 특징 : 다양한 종류의 유기농 식품을 판매함
- 방문 매장 특징 : 도쿄도 도시마구 이케부쿠로에 있는 토부 백화점 내에 입점해 있는 매장임
- 주요 고객층 : 지역주민, 관광객

브랜드
기본 정보

비오세봉은 2008년에 설립된 프랑스계의 유기농식품매장 체인임. 주로 프랑스, 일본, 스페인, 벨기에 등에 매장을 두고 일본 내에는 5개의 매장을 운영 중임. 유기농 제품에 대한 소비자들의 친근함을 높이기 위해 유기농 과일 및 채소 배달 서비스, 유기농 제품 시식, 유기농 화장품 테스트 등의 방법을 활용함

조사 제품 수 : 2개

매장 정보



도시(지역)
위치

일본 도쿄도 도시마구

상세주소

〒171-8512 東京都豊島区西池袋1-1-25

매장 내부 전경



식물성고기 판매 제품 정보

식물성고기
판매 정보

유키자쿠노 마메미토
(유한회사 아리산)



유키자쿠노 마메미토 나겟토
(유한회사 아리산)

사진자료: 일본 현지 조사원 자료, 비오세봉 홈페이지



제품명	유키자쿠노 마메미토 (有機ジャックの豆ミート)	제품 종류	비조리
제조사	유한회사 아리산 (アリサン 有限会社)	중량	150g
원산지	스위스	포장 형태	비닐 파우치
가격	324엔 (3,570원)	인증	JAS 인증
홍보 문구	가족 및 친구와 함께 즐기는, ‘당신의 식탁에 깨끗하고 건강하고 맛있는 음식을’		
원료 및 첨가물	유기농 콩		



제품명	유키자쿠노 마메미토 나겟토 (有機ジャックの豆ミート ナゲット)	제품 종류	비조리
제조사	유한회사 아리산 (アリサン 有限会社)	중량	80g
원산지	스위스	포장 형태	비닐 파우치
가격	435.2엔 (4,796원)	인증	JAS 인증
홍보 문구	가족 및 친구와 함께 즐기는, ‘당신의 식탁에 깨끗하고 건강하고 맛있는 음식을’		
원료 및 첨가물	유기농 콩		

II. Competitor

SUMMARY

1. 일본 식물성고기 경쟁기업 포지셔닝
2. 일본 식물성고기 경쟁기업 현황
3. 일본 식물성고기 경쟁기업 분석



Competitor

(경쟁기업)

(단위: 억 원)

일본(JAPAN)

식물성고기 경쟁기업

선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정

- 경쟁제품 선정 기업체

경쟁사 분류

- 제조사 국적
- 생산지역

경쟁사 포지셔닝

- X축 : 국적 및 생산지
- Y축 : 자본금



일본 (JAPAN)

식물성고기 경쟁기업 분석

구분	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	자본금 ⁷⁾
일본 국적, 일본 생산	마루다이 식품 (丸大食品)	- 오프라인 매장 - 온라인 매장	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼	- 매콤달콤한 소스 - 환경 친화적인 제품 - 품질에 대한 집념	1,320억 7,000만 엔 (1조 4,553억 8,498만 원)
	주식회사 스타젠 (スターゼン株式会社)	- 오프라인 매장 - 온라인 매장	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼	- 고기와 똑같은 - 고기가 아닌데 맛있는 - 간편하게 조리하는	1,230억 엔 (1조 3,554억 3,540만 원)
	주식회사 마이센 파인 푸드 (株式会社マイセンファインフード)	- 오프라인 매장 - 온라인 매장	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼	- 자연과 살아가는 - 콩과 현미의 영양소 - 안심하고 먹을 수 있는	1억 엔 (11억 198만 원)
	주식회사 산이쿠푸드 (三育フーズ株式会社)	- 오프라인 매장 - 온라인 매장	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼	- 고기를 사용하지 않은 - 콜레스테롤이 없는 - 건강을 생각하는	2,000만 엔 (2억 2,039만 원)
일본 국적, 스위스 생산	유한회사 아리산 (アリサン 有限会社)	- 오프라인 매장 - 온라인 매장	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼	- 채식의 필수 식품 - 육류 대체에 적합 - 조리하기 간편한	400만 엔 (4,407만 9,200만 원)
스위스 국적, 스위스 생산	올레이피치오 사보 (Oleificio Sabo)	온라인 매장	자사 홈페이지	100%유기농, 채식 식품 - 첨가제 미함유 - 풍부한 철분 등의 미네랄	100만 프랑 ⁸⁾ (12억 원)

(*) 현지 판매 식물성고기 제조기업 6개사 분석

7) 100엔=1,101.98원(2019.09.19.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

8) 1프랑=1,202.33원(2019.09.19.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 일본 식물성고기 경쟁기업 포지셔닝

▶ 대표 경쟁기업으로 일본 기업 5개사, 스위스 기업 1개사 선정

일본 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 8개사 중 식물성고기 경쟁제품을 제조하는 경쟁기업 마루다이 식품(丸大食品), 주식회사 스타젠(スターゼン株式会社), 주식회사 마이센 파인 푸드(株式会社マイセンファインフード), 유한회사 아리산(アリサン 有限会社), 주식회사 산이쿠푸드(三育フーズ株式会社)를 대표 경쟁기업으로 선정함. 추가로, 온라인 매장에서 식물성고기 제품을 판매하는 스위스 국적의 기업인 올레이피치오 사보(Oleificio Sabo)를 대표 경쟁기업으로 선정함. 선정된 식물성고기 경쟁기업 6개사 중 올레이피치오 사보를 제외한 5개사가 일본 기업인 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사, 제조사 국적과 생산지가 동일함

경쟁기업 6개사의 생산지 위치를 조사한 결과, 5개사가 제조사 국적과 생산지 위치가 동일한 것으로 확인됨. 일본 기업 4개사는 일본의 공장에서, 스위스 기업 1개사는 스위스의 공장에서 제품을 제조하고 판매함. 일본 기업 유한회사 아리산의 경우 제품을 스위스에서 생산하여 일본에 판매하는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 6개사, 자본금 조사

일본에 진출한 경쟁기업 6개사의 자본금을 조사한 결과, 마루다이 식품이 자본금 1,320억 7,000만 엔(1조 4,553억 8,498만 원)으로 가장 많았으며, 그 다음으로는 주식회사 스타젠이 1,230억 엔(1조 3,554억 3,540만 원)으로 두 번째로 높은 자본금을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 유한회사 아리산의 경우 자본금 400만 엔(4,407만 9,200만 원)으로 가장 적은 자본금을 보유하고 있음

[표 2.1] 일본 식물성고기 경쟁기업 현황

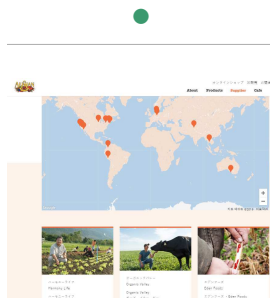
경쟁사	기업 국적	생산지	자본금
마루다이 식품 (丸大食品)	일본	일본	1,320억 7,000만 엔 (1조 4,553억 8,498만 원)
주식회사 스타젠 (スターゼン株式会社)	일본	일본	1,230억 엔 (1조 3,554억 3,540만 원)
주식회사 마이센 파인 푸드 (株式会社マイセンファインフード)	일본	일본	1억 엔 (11억 198만 원)
주식회사 산이쿠푸드 (三育フーズ株式会社)	일본	일본	2,000만 엔 (2억 2,039만 원)
유한회사 아리산 (アリサン 有限会社)	일본	스위스	400만 엔 (4,407만 9,200만 원)
올레이피치오 사보 (Oleificio Sabo)	스위스	스위스	100만 프랑 (12억 원)

자료 : 일본 진출 식물성고기 제조기업 6개사 분석 결과

2. 일본 식물성고기 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사 일본 오프라인 채널과 온라인 채널 모두 진출

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 5개사 중 2개사는 백화점, 1개사는 슈퍼마켓, 2개사는 유기농식품매장에 진출함. 백화점에 진출한 마루다이 식품과 주식회사 스타젠은 오프라인 채널로는 이온(Aeon)에 진출하였으며 공통적으로 이온 온라인 몰에도 진출함. 슈퍼마켓에 진출한 주식회사 마이센 파인 푸드는 오프라인 채널로는 쇼쿠노에키(食の駅)에 진출하였으며 온라인 채널로는 라쿠텐(Rakuten)에 진출함. 유기농식품매장에 진출한 유한회사 아리산과 주식회사 산이쿠푸드는 공통적으로 온라인 채널 라쿠텐과 야후쇼핑 재팬에 진출함. 온라인 매장에서 조사된 스위스 기업 올레이피치오 사보는 온라인 채널로는 라쿠텐과 내츄럴 하우스 등에 진출한 것으로 확인됨



자사 홈페이지를 통해
생산지 정보를 제공하는 예시

자료: 유한회사 아리산
홈페이지

▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

일본 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 6개사 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용하고 있으며 스위스 기업 올레이피치오 사보를 제외한 5개사가 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 함께 활용하고 있음. 마루다이 식품, 유한회사 아리산, 주식회사 산이쿠푸드의 경우 자사 홈페이지를 통해 경쟁제품과 기업을 소개하고 홍보할 뿐만 아니라 자사 제품을 효과적으로 섭취 할 수 있도록 요리 레시피를 공유하고 있음. 유한회사 아리산의 경우 자사 홈페이지를 통해 생산지의 정보 또한 제공하는 것으로 확인됨. 이외 경쟁기업들은 주로 자사 홈페이지를 통해 소비자들에게 경쟁제품을 소개하고 제품을 구매할 수 있는 판매처 정보를 제공하거나 SNS 플랫폼인 페이스북(Facebook) 또는 트위터(Twitter)를 통해 경쟁제품과 기업을 홍보하고 있음

▶ 경쟁기업 홍보문구로 경쟁제품의 ‘안전성’ 또는 ‘채식’인 점을 강조하여 홍보

일본 시장에 진출한 경쟁기업들은 주로 식물성고기 경쟁제품의 ‘안전성’과 ‘채식’을 강조한 ‘첨가제가 없는’, ‘건강을 위한’, ‘엄격한 품질관리’, ‘식물성 단백질’, ‘채식주의자를 위한’, ‘육류가 없는’ 등의 문구를 활용하여 경쟁제품이 건강하고 안전한 식품인 점과 채식주의자들을 위한 채식 식품이라는 점을 홍보함. 이외 ‘환경 친화적인 원료’, ‘조리하기 쉬운’, ‘간편한’ 등의 문구를 사용하고 있음

[표 2.2] 일본 식물성고기 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마루다이 식품 (丸大食品)	- 오프라인 매장 - 이온 - 온라인 매장 - 이온 온라인 물	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼 - 트위터	- 육류가 사용되지 않은 - 매콤달콤한 소스의 아름다운 맛 - 고기를 먹는 것과 같은 맛과 질감 - 환경 친화적인 제품 공급 - 품질에 대한 집념 - 음식의 안전함은 기업의 사회적 책임
주식회사 스타젠 (スターゼン株式会社)	- 오프라인 매장 - 이온 - 온라인 매장 - 제로미트 온라인 물	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼 - 트위터	- 간장베이스의 고기와 똑같은 - 고기가 아닌데 꽤 맛있대! - 콩고기와 데미그라스 소스의 궁합 - 햄버거와 같은 식감과 맛, 향기를 즐길 수 있는 - 간편하게 조리할 수 있는
주식회사 마이센 파인 푸드 (株式会社マイセン ファインフード)	- 오프라인 매장 - 쇼쿠노에키 - 온라인 매장 - 라쿠텐 - 마이센 온라인 물 - 야후쇼핑 재팬	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터	- 알레르기 있는 사람도, 채식주의자도 똑같이 맛있게 먹을 수 있게 - 자연과 살아가는 - 현미를 즐겨보세요 - 콩과 현미가 가진 풍부한 영양소 - 안심하고 먹을 수 있는 - 자연의 콩과 현미를 통째로 제분 가공
주식회사 산이쿠푸드 (三育フーズ株式会社)	- 오프라인 매장 - 고다와리아 - 온라인 매장 - 산이쿠푸드 온라인 물 - 라쿠텐 - 내추럴 하우스 - 야후쇼핑 재팬	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼 - 페이스북	- 국내산 콩을 발효 숙성시켜 만든 - 고기를 사용하지 않은 - 콜레스테롤이 없는 - 건강한 식탁을 만들어 주는 - 엑기스, 인공향료를 사용하지 않는 - 미용과 건강을 생각하는 사람을 위한
유한회사 아리산 (アリサン 有限会社)	- 오프라인 매장 - 비오쎄봉 - 온라인 매장 - 텐구 - 라쿠텐 - 아마존 재팬 - 야후쇼핑 재팬	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 채식의 필수 식품 - 고기의 식감이 필요한 요리에 적합 - 육류 대체에 적합 - 여러 음식의 토핑에 사용 - 조리하기 간편한
올레이피치오 사보 (Oleificio Sabo)	온라인 매장 - 라쿠텐 - 내추럴 하우스 - 야후쇼핑 재팬	자사 홈페이지	100% 유기농, 채식 식품 - 글루텐 프리 - 풍부한 철분, 마그네슘 등의 미네랄 - 첨가제 미함유 - 식물성 단백질, 섬유질 그리고 칼슘 - 저칼로리, 저콜레스테롤

자료 : 일본 진출 식물성고기 제조기업 6개사 분석 결과

3. 일본 식물성고기 경쟁기업 분석

① 마루다이 식품(丸大食品)

동일품목 종류

- ① 고치소이 오니쿠노요나
다이주바그 데리야끼



- ② 고치소이 오니쿠노요나
다이주바그 토마토소스



자료: 마루다이 식품 홈페이지

기업명		마루다이 식품(丸大食品)	
홈페이지		www.marudai.jp	
위치		21-3, MIDORICHO TAKATSUKI, OSAKA, 569-0094 Japan	
기업 기본 정보	자본금('19)	1,320억 7,000만 엔 (1조 4,553억 8,498만 원)	
	규모	동일품목 수	2개
설립년도		1958년	
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 이온	제품명	고치소이 오니쿠노요나 다이주바그 데리야끼 (ごちソイ お肉のような大豆バーグ てりやきソース)
		중량	130g
		가격	213.8엔 (2,354원)
		주요 원료	콩 단백질
기업 진출 채널	<온라인 매장> 이온 온라인 몰	제품명	고치소이 오니쿠노요나 다이주바그 토마토소스 (ごちソイ お肉のような大豆バーグ トマトのソース)
		중량	130g
		가격	213.8엔 (2,354원)
		주요 원료	콩 단백질
기업 홍보 채널	기업 홍보 채널		
		- 자사 홈페이지 - 기업 소개 및 홍보 - 경쟁제품 소개 및 홍보 - 자사 제품을 활용한 요리 레시피 소개 - SNS 플랫폼(트위터) - 경쟁제품 홍보 미디어 공유	
기업 홍보 문구	기업 홍보 문구		
		- 육류가 사용되지 않은 - 매콤달콤한 소스의 아름다운 맛 - 고기를 먹는 것과 같은 맛과 질감 - 환경 친화적인 제품 공급 - 품질에 대한 집념 - 음식의 안전함은 기업의 사회적 책임	

사진자료: 마루다이 식품 홈페이지

● 동일품목 종류

①제로미트 함바그 치즈 인 데미그라스



②제로미트 소세지 타입



③제로미트 함바그 데미그라스



자료: 제로미트 홈페이지

② 주식회사 스타젠(スターゼン株式会社)⁹⁾

기업 기본 정보	기업명	주식회사 스타젠(スターゼン株式会社)		
	홈페이지	www.starzen.co.jp		
	위치	KONAN BLDG. MINATO-KU, TOKYO, 108-0075 Japan		
	자본금('18)	1,230억 엔 (1조 3,554만 3,540만 원)		
	규모	동일품목 수	3개	
	설립년도	1948년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 이온		제품명	제로미토 함바그 치즈 인 데미그라스 (ゼロミート ハンバーグ チーズインデミグラスタイプ)
		중량	140g	
		가격	321.8엔 (3,548원)	
		주요 원료	콩 단백질	
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 제로미트 온라인 몰		제품명	제로미토 소세지 타입 (ゼロミート ソーセージタイプ)
		중량	120g	
		가격	430엔 (4,739원)	
		주요 원료	콩 단백질	
기업 홍보 채널		• 자사 홈페이지 - 영어 언어 서비스 - 기업 소개 및 홍보 - 경쟁제품 소개 및 홍보 • SNS 플랫폼(트위터) - 경쟁제품 홍보 미디어 공유		
				
홍보 문구				• 간장베이스의 고기와 똑같은 • 고기가 아닌데 꽤 맛있다! • 콩고기와 데미그라스 소스의 궁합 • 햄버거와 같은 식감과 맛, 향기를 즐길 수 있는 • 간편하게 조리할 수 있는

사진자료: 제로미트 홈페이지

사진자료: 제로미트 홈페이지

9) 제조사는 주식회사 스타젠, 유통사는 오탁카(Otsuka) 식품임

● 동일품목 종류

① 다이주토텐마이노 베지힐레



② 다이주토텐마이노 베지민치 마루키리 오니쿠



자료: 주식회사 마이센 파인 푸드 홈페이지

③ 주식회사 마이센 파인 푸드(株式会社マイセンファインフード)

기업 기본 정보	기업명	주식회사 마이센 파인 푸드 (株式会社マイセンファインフード)	
	홈페이지	www.maisenfinefood.com	
	위치	12-7-1 Kaminodacho Sabae, Fukui 916-0074	
	자본금('19)	1억 엔 (11억 198만 원)	
	규모	동일품목 수	2개
기업 진출 채널	설립년도	2014년	
	〈오프라인 매장〉 쇼쿠노에키	제품명	다이주토텐마이노 베지힐레 (大豆と玄米のベジヒル)
		중량	100g
		가격	972엔 (10,702원)
		주요 원료	콩 단백질
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 라쿠텐 마이센 온라인 물 야후쇼핑 재팬	제품명	다이주토텐마이노 베지민치 마루키리 오니쿠 (大豆と玄米のベジミンチ まるっきりお肉)
		중량	260g
		가격	1,580엔 (17,411원)
		주요 원료	콩 단백질
	기업 홍보 문구	- 자사 홈페이지 - 기업 소개 및 홍보 - 경쟁제품 소개 및 홍보 - SNS 플랫폼(페이스북, 인스타그램, 트위터) - 경쟁제품 홍보 미디어 공유 - 온라인 쇼핑몰 운영	
기업 홍보 문구		- 알레르기 있는 사람도, 채식주의자도 똑같이 맛있게 먹을 수 있게 - 자연과 살아가는 - 현미를 즐겨보세요 - 콩과 현미가 가진 풍부한 영양소 - 안심하고 먹을 수 있는 - 자연의 콩과 현미를 통째로 제분 가공	

사진자료: 마이센 파인 푸드 홈페이지

● 동일품목 종류

①칸주쿠 토마토소스 야사이
다이주 보루



②데리야끼 야사이 다이주 바그



③데미그라스 소스푸 야사이
다이주 바그



④코무기 다이주데 쓰쿠타
히키니쿠 타이푸 그루텐바가



⑤다이주노 하루



⑥베지타부루 미도 소스



자료: 산이쿠푸드 홈페이지

④ 주식회사 산이쿠푸드(三育フーズ株式会社)

기업명		주식회사 산이쿠푸드(三育フーズ株式会社)	
홈페이지		www.san-ikufood.com	
기업 기본 정보	위치	1-1-65 拓 Sodegaura, Chiba 299-0265 Japan	
	자본금('19)	2,000만 엔 (2억 2,039만 원)	
	규모	동일품목 수 30개	
설립년도		1987년	
기업 진출 채널	제품명	칸주쿠 토마토소스 야사이 다이주 보루 (完熟トマトソース 野菜大豆ボール)	
	중량	100g	
	가격	260엔 (2,865원)	
기업 진출 채널	주요 원료	콩 단백질	
	제품명	데리야끼 야사이 다이주바그 (てり焼き野菜大豆バーグ)	
	중량	100g	
기업 진출 채널	가격	259엔 (2,854원)	
	주요 원료	콩 단백질	
기업 홍보 채널	제품명	데미그라스 야사이 다이주 바그 (デミグラス野菜大豆バーグ)	
	중량	100g	
	가격	259엔 (2,854원)	
기업 홍보 채널	주요 원료	콩 단백질	
	제품명	코무기 다이주데 쓰쿠타 히키니쿠 타이푸 그루텐바가 (コムギダイジウデツクタ ヒキニクタイフグルテンバガ)	
	중량	100g	
기업 홍보 채널	가격	259엔 (2,854원)	
	주요 원료	콩 단백질	
기업 홍보 채널	제품명	다이주노 하루 (ダイジウノハル)	
	중량	100g	
	가격	259엔 (2,854원)	
기업 홍보 채널	주요 원료	콩 단백질	
	제품명	베지타부루 미도 소스 (ベジタブルミドソース)	
	중량	100g	
기업 홍보 채널	가격	259엔 (2,854원)	
	주요 원료	콩 단백질	



- 자사 홈페이지
- 기업 소개 및 홍보
- 경쟁제품 소개 및 홍보
- 자사 제품을 활용한 요리 레시피 소개
- SNS 플랫폼(페이스북)
- 경쟁제품 홍보 미디어 공유



- 국내산 콩을 발효 숙성시켜 만든
- 고기를 사용하지 않은
- 콜레스테롤이 없는
- 건강한 식탁을 만들어 주는
- 엑기스, 인공향료를 사용하지 않는
- 미용과 건강을 생각하는 사람을 위한

사진자료: 산이쿠푸드 홈페이지

● 동일품목 종류

①유키자쿠노 마메미토



②유키자쿠노 마메미토 나겏토



③유키자쿠노 마메미토 창크



④토파키 핫도그



⑤토파키 이타리안소세지

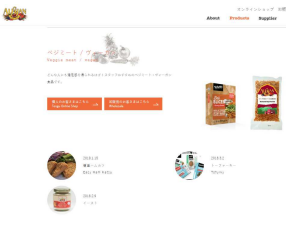
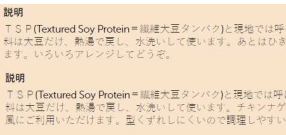


⑥토파키 아지츠키 치킨 푸미



자료: 아리산 홈페이지

⑤ 유한회사 아리산(アリサン 有限会社)

기업 기본 정보	기업명	유한회사 아리산(アリサン 有限会社)			
	홈페이지	www.alishan-organics.com			
	위치	185-2 Komahongo Hidaka, Saitama 350-1251			
	자본금('19)	400만 엔 (4,407만 9,200만 원)			
	규모	동일품목 수	6개		
	설립년도	1988년			
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 비오세봉		제품명	유키자쿠노 마메미토 (有機ジャックの豆ミート)	
			중량	150g	
			가격	324엔 (3,567원)	
			주요 원료	콩 단백질	
			〈온라인 매장〉 텐구 라쿠텐 아마존 재팬 야후쇼핑 재팬		제품명
중량	80g				
가격	324엔 (3,567원)				
주요 원료	콩 단백질				
기업 홍보 채널		• 자사 홈페이지			
		- 영어 언어 서비스			
홍보 문구		- 기업 홍보 및 소개			
		- 생산지 정보 제공			
		- 온라인 쇼핑몰 연결			
		- 자사 제품을 활용한 요리 레시피 소개			
		• SNS 플랫폼(페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터)			
		- 경쟁제품 홍보 미디어 공유			

사진자료: 아리산 홈페이지

⑥ 올레이피치오 사보(Oleificio Sabo)

기업 기본 정보	기업명	올레이피치오 사보(Oleificio Sabo)	
	홈페이지	www.sabo-oil.com	
	위치	Via dei Solari 4 Lugano, TICINO, 6900 Switzerland	
	규모	자본금('19) ¹⁰⁾	100만 프랑 (12억 원)
기업 진출 채널	<온라인 매장> 라쿠텐 내추럴 하우스 야후쇼핑 재팬	설립년도	1939년
		제품명	오가니쿠 소이나겟토 (オーガニック ソイナゲット)
		중량	150g
		가격	648엔 (7,141원)
기업 홍보 채널		주요 원료	콩 단백질
		기업 홍보 채널	- 자사 홈페이지 - 영어 언어 서비스 - 기업 소개 및 홍보
홍보 문구		オーガニック大豆から作った、ベジタブルミート。 低カロリー、低コレステロールで食物繊維が豊富です。 お湯で戻すだけで、手軽に幅広いメニューにお使いいただけます。 ベジタリアンやビーガンにはもちろん、お肉の代わりに食べばヘルシーなお料理に。 肉質感がしっかりした、ほろ肉タイプなので、下味をつけてから揚げや野菜炒めに、 トマトソースと煮込んでパスタソースにもおすすめです。 * おすすめのポイント * 発芽大豆100%の大豆ミート(ソイナゲット・ハラ肉タイプ)！大豆特有の雑味が少なく、お湯で戻せばお肉の代わりに揚げ物や炒め物など、様々な料理に使いやすいだけです。乾燥タイプなので、冷凍で長期保存できるのも恋。ぜひお試しください♪	
		100% 유기농, 채식 식품 - 글루텐 프리 - 풍부한 철분, 마그네슘 등의 미네랄 - 첨가제 미함유 - 식물성 단백질, 섬유질 그리고 칼슘 - 저칼로리, 저콜레스테롤	

사진자료: 사보 홈페이지, 내추럴 하우스 홈페이지

10) 1프랑=1,202.33원(2019.09.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 카루나(かるなゐ)

Interview ② 유한회사 아리산
(アリサン 有限会社)

Interview ③ 크레용 하우스
(Crayon House)

Interview ④ 푸드앤드컴퍼니
(Food & Company)

Interview ⑤ 내셔널 아자부
(National Azabu)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

일본 (JAPAN)

식물성고기 인터뷰

대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입유통업체 ○
- 식물성고기 취급 경험 ○

	카루나 (かるな)	유한회사 아리산 (アリサン 有限会社)	크레용 하우스 (Crayon House)	푸드앤드컴퍼니 (Food & Company)	내셔널 아자부 (National Azabu)
업태 ▶	소매업체	수입유통업체	소매업체	소매업체	소매업체
식물성 고기 취급 ▶					
	콩고기	콩고기	콩고기	콩고기	콩고기

사진자료: 카루나(かるな), 유한회사 아리산(アリサン 有限会社), 크레용 하우스(Crayon House), 푸드앤드컴퍼니(Food & Company), 내셔널 아자부(National Azabu) 홈페이지

일본 (JAPAN)

식물성고기 바이어 인터뷰

A사	카루나 (かるな) 소매업체	유한회사 아리산 (アリサン 有限会社) 수입유통업체	크레용 하우스 (Crayon House) 소매업체	푸드앤드컴퍼니 (Food & Company) 소매업체	내셔널 아자부 (National Azabu) 소매업체
11) 3달러 (3,584원) 제품 가격	원료를 고려했을 때 저렴한 가격	용량대비 저렴한 편	일본 시장에서 적당한 가격대	유사 제품들과 비교했을 때 저렴한 편	유사 제품들과 비교했을 때 저렴한 편
200g 제품 용량	100g~1kg로 다양한 용량의 제품 취급	100g, 1kg의 제품 판매	100g, 150g의 제품 판매	80g, 1kg의 제품 판매	135g~180g의 제품 판매
플라스틱 용기 제품 포장	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

11) 1달러=1,194.70원(2019.09.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ① 카루나(かるなあ)



12)

카루나
(かるなあ)

전문가 소속

카루나
(かるなあ)
소매업체

전문가 정보

Mr. Keichi
(Executive Managing
Director)



카루나(かるなあ)

Executive Managing Director, Mr. Keichi

카루나는 2016년에 설립된 소매업체로 비건 식품의 제조 및 판매를 주로 하고 있음. 취급 품목으로는 각종 양념류, 인스턴트 라면, 쌀, 통조림, 스프, 콩고기, 비건햄, 즉석조리식품 등이 있음. 비건 레스토랑과 카페를 함께 운영 중이며, 자사 홈페이지를 통한 온라인 판매도 진행하고 있음. 자사 홈페이지에는 기업정보, 비건요리 레시피, 비건식당 정보, 제품 구매 안내서 등을 제공하고 있음. 페이스북과 트위터 등의 SNS 채널을 활용하여 비건에 관한 유용한 정보 제공과 제품 및 매장 홍보 등을 진행하고 있음

12) 사진자료: 카루나(かるなあ) 홈페이지 (www.karuna.co.jp)



가격	3달러 (3,584원)
용량	200g
원료	대두
포장	플라스틱 파우치

Q1. 취급하는 식물성고기의 가격이 어떻게 되나요?

저희는 다이주 마루고토(大豆まるごとミート)의 일본산 콩고기를 판매하고 있습니다. 100% 콩으로 만들어진 제품이어서 가격은 100g에 450엔(4,959원)¹³⁾ 정도로 비싼 편입니다. 수입산 식물성고기의 경우, 콩과 다른 원료들이 혼합되어 있으며 가격은 150g에 380엔(4,188원), 200g에 480엔(5,290원)입니다. 이 외에도 1kg씩 대용량으로 판매하는 식물성고기가 있습니다. 콩고기와 일본산 현미가 혼합된 제품으로 가격은 1,980엔(21,819원)입니다. A사 제품은 100% 대두로 만들어진 제품임을 고려했을 때 굉장히 저렴한 편입니다.

Q2. 특정 인증을 받은 식물성고기도 판매 중인가요?

JAS 인증¹⁴⁾을 취득한 유기농 콩고기를 판매하고 있습니다. 해당 제품들은 모두 스위스산이며, 유기농 콩고기 시리즈로 분류하여 판매하고 있습니다. 해당 인증은 유기식품 등록인증기관으로부터 발급받을 수 있으며, 한국제품의 경우 제조업체에서 직접 방문하여 인증을 취득해야 합니다. JAS 인증 마크가 부착된 제품들은 일반 제품보다 가격이 높으며, 저희가 취급하는 콩고기 제품은 180g에 700엔(7,714원) 정도로 일반 콩고기 제품보다 가격이 두 배 정도 비싼 편입니다.

Q3. 일본 내 식물성고기의 수요가 어떻게 되나요?

저희는 비건 식품을 전문적으로 판매하는 업체이기 때문에 매장을 방문하는 고객들의 대다수가 채식주의자입니다. 따라서 육류 대체식품인 식물성고기의 수요는 높은 편이며, 저희가 다양한 종류의 식물성고기를 취급하는 이유이기도 합니다. 저희가 운영하는 비건 레스토랑에서도 식물성고기를 활용한 다양한 음식을 판매 중에 있습니다.

Q4. 일본 소비자들이 가장 선호하는 식물성고기 맛은 무엇인가요?

소비자들은 닭고기 맛과 소고기 맛의 식물성고기를 선호합니다. 저희가 취급하는 여러 종류의 식물성고기 중 소미트 제품의 수요가 가장 높습니다. 소미트는 콩과 다른 원료가 혼합된 제품이지만, 맛이 좋고 가격이 저렴하여 선호도가 높습니다. 100% 콩으로 만들어진 제품은 주로 엄격한 비건식을 고수하는 소비자들이 구매합니다.

13) 100엔=1,101.98원(2019.09.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) JAS 인증: 일본농림규격(Japanese agricultural Standard)에 의한 일본 유기농제품인증 뜻함

Interview ② 유한회사 아리산(アリサン 有限会社)



15)

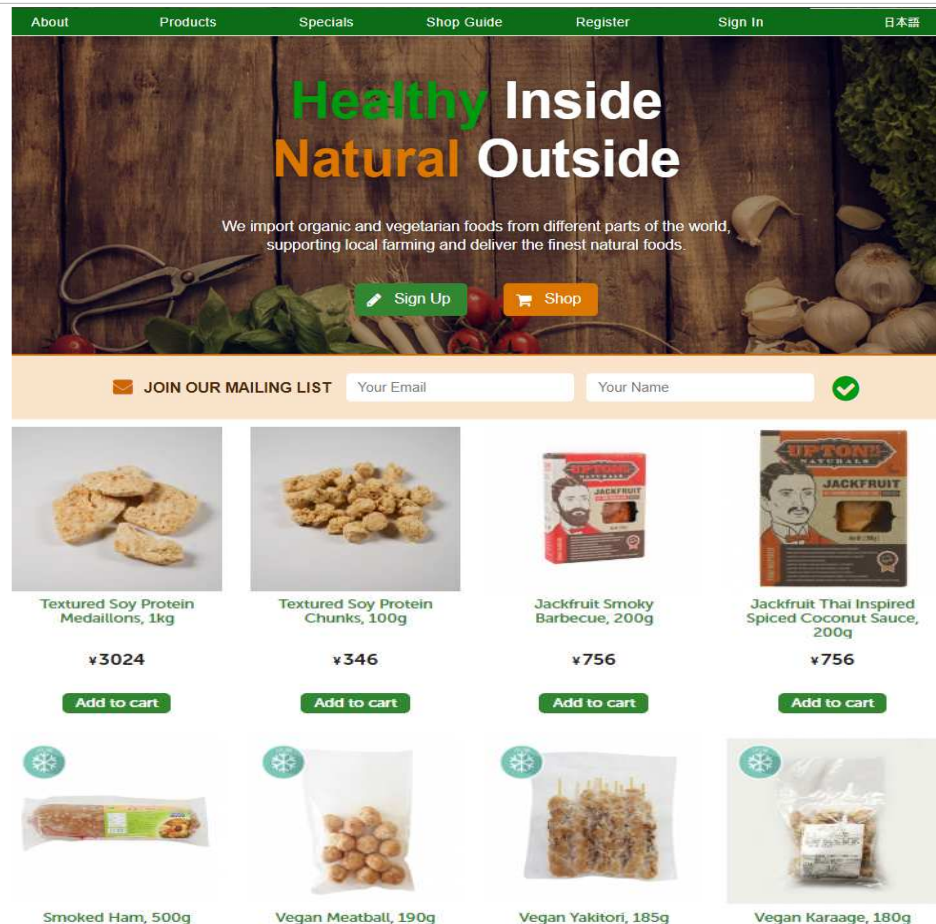
유한회사 아리산
(アリサン 有限会社)

전문가 소속

유한회사 아리산
(アリサン 有限会社)
수입유통업체

전문가 정보

Mr Saruhashi
(Sales Department)



유한회사 아리산(アリサン 有限会社)

Sales Department, Mr Saruhashi

아리산은 1988년에 설립된 수입유통업체로, 비건 식품과 유기농식품을 전문적으로 취급하고 있음. 취급 품목으로는 씨리얼, 유제품, 견과일, 견과류, 콩고기, 음료 등이 있음. 다양한 국가로부터 식품을 수입해 일본 내 유기농 매장, 마트, 슈퍼마켓 등으로 납품하고 있음. 탕구 내추럴 푸드(Tengu Natural Foods)라는 사이트를 통해 온라인 판매를 진행하고 있으며, 비건 요리를 판매하는 아리산 카페도 운영 중에 있음

15) 사진자료: 유한회사 아리산(アリサン 有限会社) 홈페이지 (alishan-organics.com), (store.alishan.jp)



가격	3달러 (3,584원)
용량	200g
원료	대두
포장	플라스틱 파우치

Q1. 취급하는 식물성고기의 가격이 어떻게 되나요?

저희가 취급하는 콩고기 제품은 100g과 1kg의 제품을 취급 중입니다. 모두 투명한 플리스틱 봉투에 담아 판매하고 있으며, 가격은 각각 346엔(3,812원), 2,441엔(26,899원)입니다. A사 제품의 가격은 저희가 취급하는 제품과 비교했을 때, 용량대비 저렴한 편이라고 생각합니다.

Q2. 취급하는 식물성고기의 원산지가 어떻게 되나요?

식물성고기의 경우, 뉴질랜드와 스위스로부터 수입하고 있으며, 일본산 제품도 취급하고 있습니다. 식물성고기 외의 여러 비건 식품 및 유기농 식품은 미국, 유럽, 남미, 인도, 호주, 뉴질랜드, 스위스 등 다양한 국가로부터 수입하여 판매하고 있습니다.

Q4. 일본 소비자들이 가장 선호하는 식물성고기 맛은 무엇인가요?

소비자들은 콩 특유의 향이 강하지 않은 제품을 선호합니다. 저희는 소비자들이 기호에 맞게 조리해 먹을 수 있도록 양념되지 않은 식물성고기를 판매하고 있습니다. 따라서 모두 소고기 맛이나 닭고기 맛 등 별도의 맛이 첨가되지 않은 제품들입니다.

Q4. 일본 소비자들은 주로 식물성고기를 어떻게 섭취하나요?

대부분의 소비자들은 식물성고기를 직접 조리해 먹습니다. 작은 크기의 너겟모양 식물성고기의 수요가 가장 높으며, 샐러드에 넣어 먹거나 볶아 먹습니다. 식물성고기를 양파와 함께 볶아 버거 패티로 섭취하는 경우도 많습니다.

Q5. 일본 내 식물성고기는 주로 어디서 판매하나요?

저희는 현재 운영하고 있는 오프라인 매장과 온라인 매장을 통해 식물성고기를 판매하고 있습니다. 이 외에도 유기농이나 비건 식품 전문점, 일반 슈퍼마켓과 마트에서 식물성고기를 판매합니다.

Q6. 식물성고기 수출 시 필요한 인증이 있나요?

일본 내 판매되는 대부분의 비건 식품 및 유기농식품에는 JAS 인증 마크가 부착되어 있습니다. 하지만 JAS 인증은 필수적으로 취득해야 하는 인증이 아니며, 선택적인 사항에 불과합니다.

Interview ③ 크레용 하우스(Crayon House)



16)

크레용 하우스
(Crayon House)

전문가 소속

크레용 하우스
(Crayon House)
소매업체

전문가 정보

Ms. Keiko
(Director)

The screenshot displays the Crayon House website interface. At the top, there's a navigation bar with the company logo and tagline. Below it, a large banner features a baby eating, with text 'あかちゃんからほんものの食器' (Dinnerware for babies and adults). To the right, a sidebar lists products like 'オーガニックで揃える保育園食' (Organic food for nursery school) and '奈良一刀彫の御句人形 naradol' (Nara woodblock carved goju figures). The main content area is divided into sections: 'Webshop' with sub-sections for '絵本town' (Picture Book Town), 'おもちゃtown' (Toy Town), and 'オーガニックtown' (Organic Town). Each section lists new arrivals and featured products. At the bottom, there are banners for '出産祝いギフト' (Gift for childbirth), '年齢でえらぶ 0~6歳の絵本 & おもちゃ' (Picture books and toys for 0-6 years old), and '保育特集' (Nursery Special).

크레용 하우스(Crayon House)

Director, Ms. Keiko

크레용 하우스는 1976년도에 설립된 소매업체로, 책, 화장품, 장난감, 식품 등 다양한 상품을 판매하고 있음. 도쿄와 오사카에 두 개의 오프라인 매장을 운영 중이며, 도쿄 매장에는 유기농 식당을 함께 운영 중임. 자사 홈페이지를 통해 온라인 판매도 병행하고 있으며, 취급하는 식품은 쌀, 음료, 차, 양념류, 유제품 등으로 다양함. 자사 홈페이지 외에 트위터, 페이스북, 인스타그램 등 여러 SNS 채널을 통해 자사 매장을 홍보하고 있음



가격	3달러 (3,584원)
용량	200g
원료	대두
포장	플라스틱 파우치

Q1. 취급하는 식물성고기의 가격이 어떻게 되나요?

저희는 아리산(アリサン)의 식물성고기 제품을 취급 중에 있습니다. 100g의 제품과 150g의 제품을 판매하고 있으며, 가격은 각각 346엔(3,812원), 470엔(5,179원)입니다. 아리산 제품은 콩 100%로 제조된 것이며, A사 제품과 유사합니다. A사 제품은 저희가 취급하는 제품에 비해 저렴한 편이며, 일본 시장에서 적당한 가격대라고 생각합니다.

Q2. 취급하는 식물성고기의 원산지가 어떻게 되나요?

아리산 식물성고기는 스위스산 제품입니다. 저희 매장뿐만 아니라 일본 내 판매되는 대부분의 식물성고기 및 육류 대체식품은 수입산입니다. 하지만 아직 한국산 육류 대체식품은 본 적이 없으며, 생소한 편입니다.

Q3. 일본 내 식물성고기의 수요가 어떻게 되나요?

현재 일본 내 식물성고기를 포함한 육류 대체식품의 수요는 낮은 편입니다. 하지만 최근 들어 건강에 대한 일본인들의 관심이 높아지면서 비건식을 추구하는 소비자들이 늘어났습니다. 따라서 식물성고기의 수요는 증가하고 있으며, 앞으로도 계속 증가할 것으로 보입니다. 하지만 비건 식품의 인기는 아직 시작하는 단계이기 때문에, 식물성고기 판매 시 적은 용량으로 판매하여 소비자들이 맛을 보고 조금씩 구매할 수 있도록 하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q4. 일본 소비자들이 가장 선호하는 식물성고기 맛은 무엇인가요?

아리산 식물성고기는 양념이 첨가되어 있지 않습니다. 대부분의 소비자들은 식물성고기를 직접 조리해 먹는 것을 선호합니다. 따라서 각자의 입맛에 맞는 양념을 곁들여 먹을 수 있도록 별도의 맛이 첨가되지 않은 제품을 판매하고 있습니다.

Q5. 특정 인증을 받은 식물성고기도 판매 중인가요?

저희는 다양한 유기농 식품을 취급하고 있으며, 대부분의 유기농 제품은 JAS 인증 마크가 부착되어 있습니다. 저희가 취급하는 콩고기는 모두 JAS 인증을 받은 제품입니다. 온라인 판매 시 제품사진 상단에 JAS 마크를 표시하여 소비자들이 제품 인증을 쉽게 확인할 수 있도록 하고 있습니다.

Interview ④ 푸드앤드컴퍼니(Food & Company)

FOOD & COMPANY

YOUR DAILY GROCERY

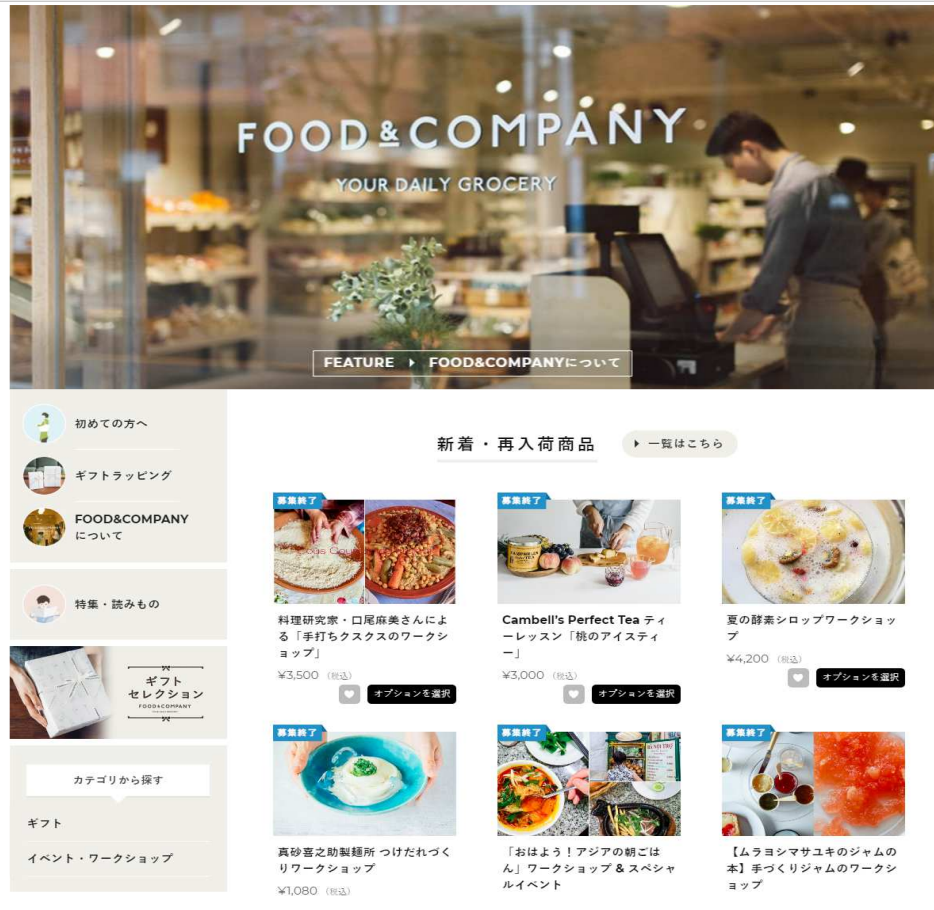
17)

푸드앤드컴퍼니
(Food & Company)

전문가 소속

푸드앤드컴퍼니
(Food & Company)
소매업체

전문가 정보

Ms. Ben
(CEO)

푸드앤드컴퍼니(Food & Company)

CEO, Mr. Ben

푸드앤드컴퍼니는 2014년에 설립된 소매업체로, 도쿄에 위치하고 있음. 채소, 우유, 두부 등 다양한 유기농 식품을 취급하고 있으며, 빵과 콩고기 등 여러 비건 식품도 함께 판매하고 있음. 2016년부터 자사 홈페이지를 통해 온라인 판매도 시작했으며, 소비자들을 상대로 유기농 잼, 케이크 등 다양한 요리 워크숍도 진행하고 있음. 인스타그램과 페이스북을 통해, 제품을 활용한 음식 사진이나 신제품 사진을 업로드 함으로써 자사 제품을 홍보하고 있음

17) 사진자료: 푸드앤드컴퍼니(Food & Company) 홈페이지 (store.foodandcompany.co.jp)



Q1. 취급하는 식물성고기의 가격이 어떻게 되나요?

80g씩 판매하는 식물성고기의 가격은 360엔(3,967원)이며, 1kg씩 판매하는 제품의 가격은 2,450엔(26,999원)입니다. A사 제품의 가격은 저희가 취급하는 제품의 절반 가격으로, 일본 시장에서 굉장히 저렴한 편이라고 생각합니다.

Q2. 취급하는 식물성고기는 어떤 제품인가요?

저희는 일본산 식물성고기를 취급하고 있으며, 너겟 형태의 제품부터 다진 형태까지 총 세 가지 크기의 제품을 판매 중입니다. 모두 일본산 제품이며, 별도의 양념이 첨가되어 있지는 않지만 닭고기와 맛이 유사합니다. 제품의 유통기한은 1년 정도입니다.

Q3. 제품 용량은 어느 정도가 적당한가요?

일본 내 식물성고기의 인지도는 낮은 편이며, 소비자들은 평균적인 섭취량은 많지 않습니다. 개별 소비자들을 상대로 식물성고기를 판매하는 경우, 80-100g 정도가 적당한 것 같습니다. 200g씩 판매하는 것은 다소 많게 느껴지기 때문에, 양을 줄여서 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q4. 일본 소비자들이 가장 선호하는 식물성고기 맛은 무엇인가요?

저희는 소비자들이 직접 조리해 먹을 수 있도록 양념이 첨가되지 않은 식물성고기를 판매하고 있습니다. 앞서 말씀드렸듯이 저희가 판매하는 식물성고기는 닭고기와 맛이 유사하며, 현지 소비자들은 닭고기와 소고기 맛 식물성고기를 선호하는 것 같습니다.

Q5. 일본 소비자들은 주로 식물성고기를 어떻게 섭취하나요?

가장 흔한 식물성고기 섭취방법은 샐러드에 넣어 먹는 것입니다. 일본인들은 식물성고기를 기름에 볶아 각종 채소와 함께 먹는 것을 좋아합니다. 하지만 식물성고기는 육류 대체식품인 만큼 샐러드 외에도 고기를 사용하는 다양한 요리에 고기 대신 사용될 수 있습니다.

가격	3달러 (3,584원)
용량	200g
원료	대두
포장	플라스틱 파우치

Interview ⑤ 내셔널 아자부(National Azabu)

NATIONAL AZABU

18)

내셔널 아자부
(National Azabu)

전문가 소속

내셔널 아자부
(National Azabu)
소매업체

전문가 정보

Ms. Ratual
(Mr. Sameshima)



Find out what's new @ NATIONAL



내셔널 아자부(National Azabu) Service Manager, Mr. Sameshima

내셔널 아자부는 1961년에 설립된 소매업체로, 각종 과일, 채소, 육류, 해산물, 수입산 주류, 음료 등 다양한 식품을 판매하고 있음. 도쿄에 총 세 개의 오프라인 매장을 보유하고 있으며, 일부 상품은 자사 홈페이지를 통해 온라인 판매도 진행하고 있음. 자사 홈페이지 및 인스타그램, 트위터, 페이스북 등 여러 SNS 채널을 통해 매주의 할인 품목을 공지하고 신제품 정보를 게시하는 등 활발한 매장 홍보를 하고 있음

18) 사진자료: 내셔널 아자부(National Azabu) 홈페이지 (www.national-azabu.com)



가격	3달러 (3,584원)
용량	200g
원료	대두
포장	플라스틱 파우치

Q1. 취급하는 식물성고기의 가격이 어떻게 되나요?

저희는 다양한 종류의 식물성고기를 취급하고 있으며, 가격은 식물성고기의 종류에 따라 상이하지만 150g을 기준으로 했을 때, 450엔(4,959원)에서 700엔(7,714원) 정도입니다. A사 제품은 저희가 판매하는 제품과 비교했을 때 저렴한 편입니다.

Q2. 취급하는 식물성고기는 어떤 제품인가요?

판매하는 식물성고기의 형태는 너겟, 소세지, 버거(패티), 다진 고기 등으로 다양합니다. 소비자들은 섭취 방법 및 요리 방식에 따라 다양한 종류의 식물성고기를 구매합니다. 100% 콩으로 만들어진 제품도 있으며, 그레놀라나 다른 원료가 혼합된 제품도 있습니다.

Q3. 제품 용량은 어느 정도가 적당한가요?

A사 제품의 용량은 적당합니다. 저희가 판매하는 제품의 용량은 135g-180g으로 A사 제품과 비슷합니다. 일본에서 판매되는 식물성고기는 대부분 100g-200g씩 포장되어 있습니다.

Q4. 취급하는 식물성고기의 원산지가 어떻게 되나요?

저희가 판매하는 제품은 모두 스위스산이며, 일본산 제품은 취급 중이지 않습니다. 아직 일본에서는 비건 식품 및 육류 대체식품의 인지도가 높지 않아 출시된 일본산 제품이 많지 않습니다. 또한, 현지 소비자들은 비건 시장이 발전한 해외국가에서 수입한 제품이 더 품질이 좋다고 생각해 선호합니다. 특히, 미국, 뉴질랜드, 스위스 등 비건 식품이 유명한 국가들의 제품이 선호됩니다.

Q4. 일본 소비자들이 가장 선호하는 식물성고기 맛은 무엇인가요?

소비자들은 닭고기나 소고기 맛의 식물성고기를 선호합니다. 그리고 현지 소비자들은 식물성고기를 직접 조리해 먹는 것을 선호하기 때문에, 일본에서 판매하는 대부분의 식물성고기 제품은 양념이 거의 되어있지 않습니다.

Q6. 일본 내 식물성고기는 주로 어디서 판매하나요?

식물성고기를 포함한 다양한 육류 대체식품은 일본 내 비건 식품 매장이거나 유기농 매장에서 판매합니다. 도쿄와 오사카에 비건 매장과 유기농 매장이 특히 많습니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹



Competitiveness

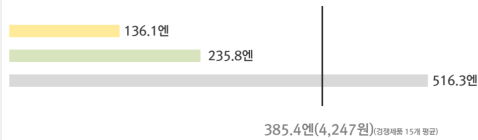
(경쟁력 파악)

일본 (JAPAN) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 조리 제품 ■ 비조리 제품 | 15개 경쟁제품 평균

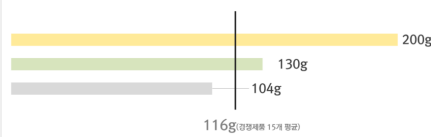
경쟁력 평가 의견

가격19)
(100g당)



A사 제품의 100g당 가격은 136.1엔(1,500원),
조리된 경쟁제품 7개의 100g당 평균 가격은
235.8엔(2,598원),
조리되지 않은 경쟁제품 8개의 100g당 평균 가격은
516.3엔(5,690원)
A사 제품, 100g당 가격 가장 낮게 책정됨

중량
(g)



A사 제품의 중량 200g,
조리된 경쟁제품 7개의 평균 중량은 130g,
조리되지 않은 경쟁제품 8개의 평균 중량은 104g

A사 제품 중량, 두 종류의 경쟁제품 평균 중량보다 약 1.7배
높은 중량

제품
경쟁력

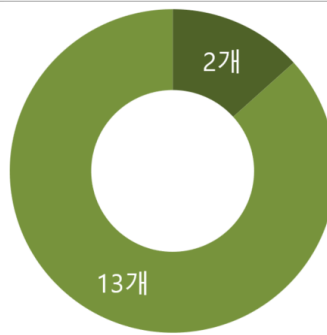
포장 형태

인증

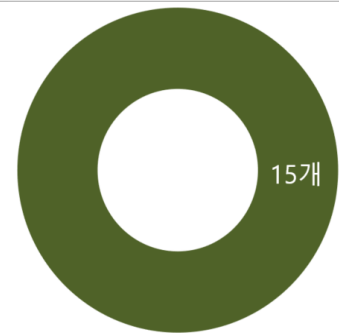
주요 원료



경쟁제품 15개중 14개, 비닐 파우치 포장
나머지 1개, 캔 포장



경쟁제품 15개중 2개, 인증 보유 확인
나머지 13개, 인증 보유 미확인



경쟁제품 15개 모두 원료 콩 단백질

일본 (JAPAN) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개사 중 5개사 일본 오프라인 매장 및 온라인 매장 모두 진출	경쟁기업 6개사 중 5개사 자사 홈페이지 와 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용	경쟁기업 6개사는 주로 ‘안전성’, ‘채식 제품’ 등을 강조한 홍보문구 활용

19) 100엔=1,101.98원(2019.09.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

경쟁제품(경쟁기업명)

〈조리〉

- ① 고치소이 오니쿠노요나
다이주바그 데리야끼
(마루다이 식품)
- ② 고치소이 오니쿠노요나
다이주바그 토마토소스
(마루다이 식품)
- ③ 제로미토 함바그 치즈 인
데미그라스
(주식회사 스타젠)
- ④ 데리야끼 야사이 다이주바그
(주식회사 산이쿠푸드)
- ⑤ 제로미토 소세지타이푸
(주식회사 스타젠)
- ⑥ 다이주데 쓰쿠타
소세지타이푸 링겏뜨
(주식회사 산이쿠푸드)
- ⑦ 칸주쿠 토마토소스 야사이
다이주 보루
(주식회사 산이쿠푸드)

〈비조리〉

- ⑧ 다이주토 젤마이노 베지힐레
(주식회사 마이센 파인 푸드)
- ⑨ 젤미토 민치타이푸
(주식회사 마이센 파인 푸드)
- ⑩ 코쿠나이산 다이주시오
다이주 미토 민치타이푸
(세이코)
- ⑪ 다이주 마루코토 미토
코에비타이푸
(주식회사 카루나)
- ⑫ 다이주 마루코토 미토
데바사키타이푸
(주식회사 키포션)
- ⑬ 소노마마 쓰카에루 다이주
미토 쿠잇쿠소이 민치타이푸
(주식회사 아지텍 파인 푸드)
- ⑭ 유키자쿠노 마메미토
(유한회사 아리산)
- ⑮ 유키자쿠노 마메미토 나겏토
(유한회사 아리산)

▶ A사 제품 100g당 가격, 두 종류의 경쟁제품 100g당 평균 가격 보다 낮음

일본 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개 중 7개는 조리된 제품으로 100g당 평균 235.8엔(2,598원)에 판매되고 있으며, 8개는 조리되지 않은 제품으로 100g당 평균 516.3엔(5,690원)에 판매되고 있음. 경쟁제품 15개 전체의 100g당 평균 가격은 385.4엔(4,247원)이며 A사 제품의 100g당 가격은 136.1엔(1,500원)으로, 일본 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개의 100g당 평균 가격 대비 약 2.8배 낮게 책정되어 있음. 식물성고기 경쟁제품 중 조리되지 않은 식물성고기 제품의 100g당 평균 가격이 조리된 식물성고기 제품의 100g당 평균 가격보다 높게 책정됨

[표 3.1] 일본 식물성고기 가격 경쟁력 분석

(단위: 엔/100g당)



2) 중량

경쟁제품(제조사)

〈조리〉

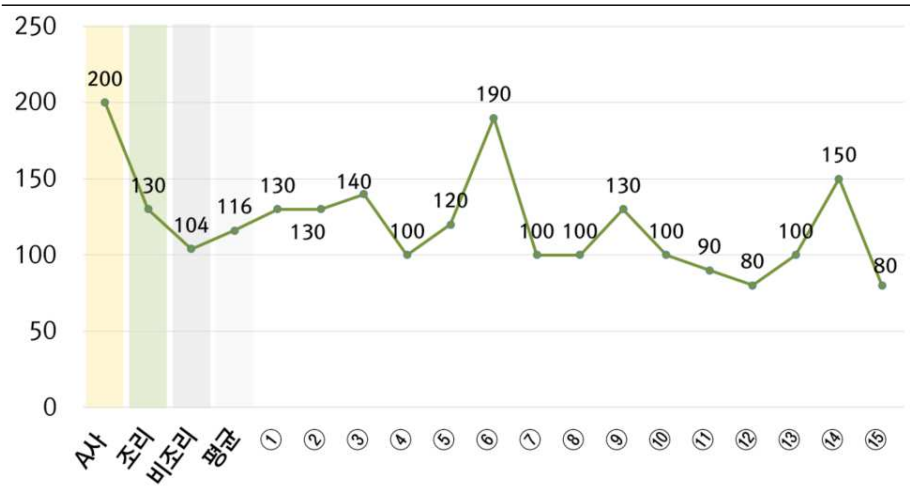
- ① 고치소이 오니쿠노요나
다이주바그 데리야끼
(마루다이 식품)
- ② 고치소이 오니쿠노요나
다이주바그 토마토소스
(마루다이 식품)
- ③ 제로미토 햄바그 치즈 인
데미그라스
(주식회사 스타젠)
- ④ 데리야끼 야사이 다이주바그
(주식회사 산이쿠푸드)
- ⑤ 제로미토 소세지타이푸
(주식회사 스타젠)
- ⑥ 다이주데 쓰쿠타
소세지타이푸 링겏쯔
(주식회사 산이쿠푸드)
- ⑦ 칸주쿠 토마토소스 야사이
다이주 보루
(주식회사 산이쿠푸드)

▶ A사 제품 중량 200g, 경쟁제품 15개의 중량 보다 높은 중량

경쟁제품을 제품 종류별로 중량을 비교함. 경쟁제품 15개 중 7개는 조리된 식물성고기 경쟁제품으로 평균 중량은 130g임. 경쟁제품 15개 중 8개는 조리되지 않은 제품으로 평균 중량은 104g임. A사 제품의 중량은 200g으로 두 종류의 경쟁제품 보다 높은 중량을 가지고 있는 것으로 확인됨

[표 3.2] 일본 식물성고기 중량 경쟁력 분석

(단위: g)



3) 포장 형태

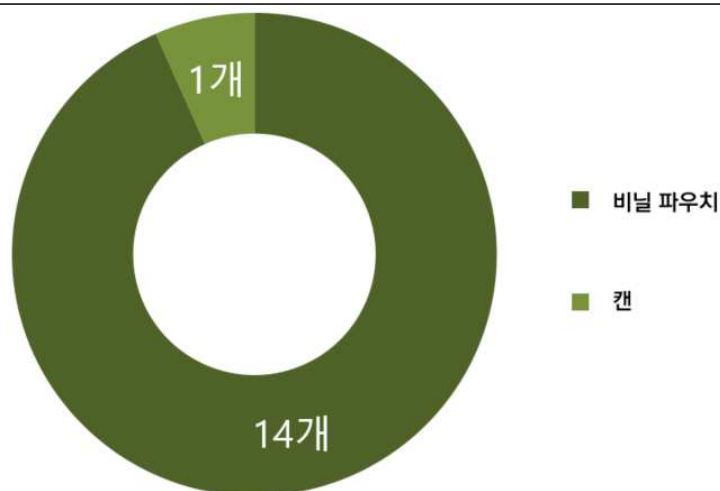
〈비조리〉

- ⑧ 다이주토 젤마이너 베지휠레
(주식회사 마이센 파인 푸드)
- ⑨ 젤미토 민치타이푸
(주식회사 마이센 파인 푸드)
- ⑩ 코쿠나이산 다이주시오
다이주 미토 민치타이푸
(세이코)
- ⑪ 다이주 마루코토 미토
코에비타이푸
(주식회사 카루나)
- ⑫ 다이주 마루코토 미토
데바사키타이푸
(주식회사 키포션)
- ⑬ 소노마마 쓰카에루 다이주
미토 쿠티쿠소이 민치타이푸
(주식회사 아지텍 파인 푸드)
- ⑭ 유키자쿠노 마메미토
(유한회사 아리산)
- ⑮ 유키자쿠노 마메미토 나겏토
(유한회사 아리산)

▶ 경쟁제품 15개중 14개, 비닐 파우치 포장

경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 경쟁제품 15개중 14개가 비닐 파우치 포장인 것으로 조사됨. 나머지 1개 제품은 캔 포장이며, 경쟁제품 15개의 내포장은 확인되지 않았음

[표 3.3] 일본 식물성고기 포장 형태 경쟁력 분석



4) 인증

인증 종류



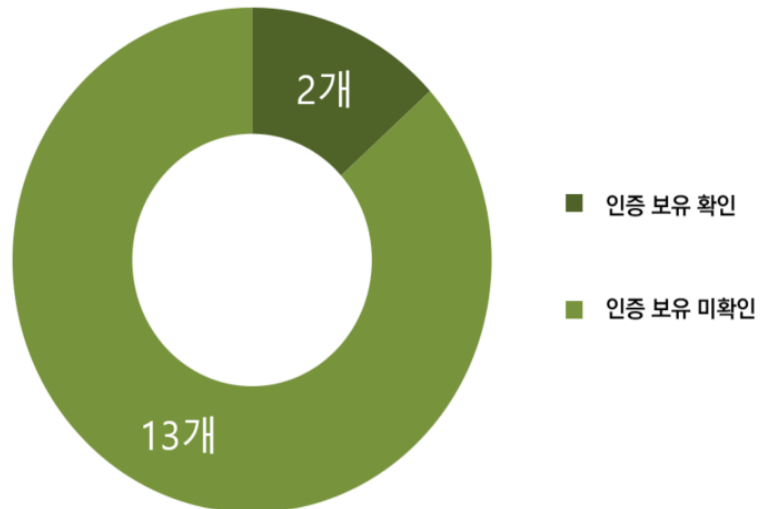
JAS(Japanese Agricultural Standard) 인증

자료: 일본 농림수산부 홈페이지

▶ 경쟁제품 15개중 2개, 인증 보유

일본 오프라인 매장에 진출한 경쟁제품 15개의 인증 보유 여부를 확인한 결과, 2개의 제품이 인증을 보유한 것으로 조사됨. 보유한 인증의 종류로는 일본 농림수산부에서 일본 농림수산물물의 표준화 규정에 적합한 식품에 부여하는 JAS 인증이 있음

[표 3.4] 일본 식물성고기 인증 경쟁력 분석

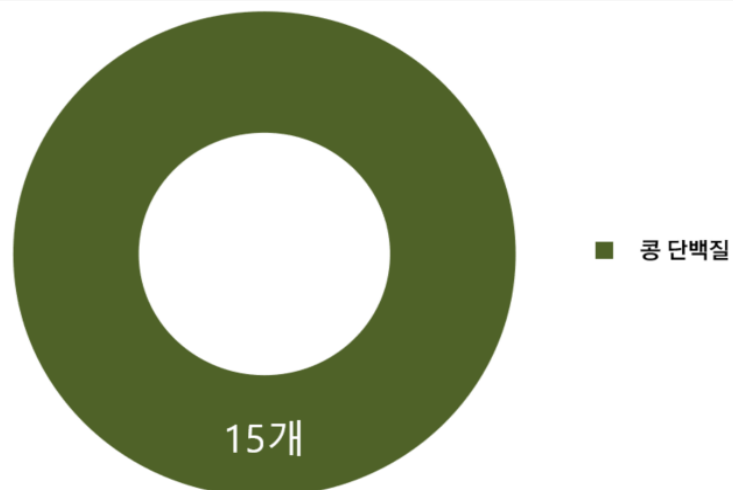


5) 주요 원료

▶ 경쟁제품 15개 모두 콩 단백질 원료

일본에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개는 모두 콩 단백질을 원료로 한 식물성고기 제품인 것으로 조사됨.

[표 3.5] 일본 식물성고기 주요 원료 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 모두 일본 오프라인과 온라인 채널 동시 진출

일본에 진출한 경쟁기업 6개사 모두 오프라인 채널에 진출하였으며, 6개사 중 2개사는 이온(Aeon) 백화점에서 조사됨. 6개사 중 1개사는 슈퍼마켓 쇼쿠노에키(食の駅), 2개사는 유기농식품매장 고다와리아(こだわりや), 비오세봉(ビオセボン)에서 조사됨. 온라인 매장 진출 채널로 6개사 중 4개사는 2018년 일본 온라인 쇼핑물 시장점유율 17.1%로 1위인 라쿠텐에 진출한 것으로 확인됨. 이외, 나머지 경쟁기업이 진출한 온라인 채널로는 야후쇼핑 재팬, 내츨 하우스, 이온 온라인 몰 등이 있음

[표 3.6] 일본 식물성고기 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인				온라인			
	이온	쇼쿠노 에키	고다와리아	비오세봉	라쿠텐	자사 온라인몰	이온 온라인몰	내츨 하우스
마루다이 식품	○						○	
주식회사 스타젠	○						○	
주식회사 마이센 파인 푸드		○			○	○		
주식회사 산이쿠푸드			○		○	○		
유한회사 아리산				○	○	○		
올레이피치오 사보					○			○

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지를, 그 중 5개사는 SNS 플랫폼을 홍보채널로 함께 활용하고 있음. 경쟁기업들은 자사 홈페이지를 통해 주로 대표 경쟁제품의 특징, 원료, 레시피를 공유하거나 생산지 정보를 제공함. 자사 홈페이지 외 SNS 플랫폼을 대표 홍보 채널로 함께 활용하고 있는 5개사는 주로 트위터를 활용하고 있는 것으로 조사됨. 또한 페이스북과 인스타그램을 주요 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용하고 있음

[표 3.7] 일본 식물성고기 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	트위터	인스타그램	유튜브
마루다이 식품	○		○		
주식회사 스타젠	○		○		
주식회사 마이센 파인 푸드	○	○	○	○	
주식회사 산이쿠푸드	○	○			
유한회사 아리산	○	○	○	○	○
올레이피치오 사보	○				

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, ‘안전성’, ‘채식’ 강조하여 경쟁제품 홍보

일본에 진출한 경쟁기업 6개사는 주로 경쟁제품의 ‘안전성’과 ‘채식 식품’을 강조한 키워드를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 식물성고기 경쟁제품의 안전성을 나타내는 ‘환경 친화적인 원료’, ‘엄격한 품질관리’, ‘인공색소 등 첨가물이 없는’ 등의 문구를 사용함. 식물성고기 경쟁제품이 채식 식품인 점을 나타내는 ‘육류를 대체하는’, ‘고기가 아닌데도 꽤 맛있어!’, ‘식물성 단백질’ 등의 문구를 사용하거나 경쟁제품의 간편성을 강조한 ‘간단하게 조리 할 수 있는’, ‘간편하게 먹을 수 있는’ 등의 문구를 사용하고 있음

[표 3.8] 일본 식물성고기 경쟁기업 홍보문구 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 일본 농림수산물 홈페이지 (www.maff.go.jp)
2. 구글맵스 (www.maps.google.com)
3. 사이타마현 홈페이지 (www.pref.saitama.lg.jp)
4. 도코로자와시 홈페이지 (www.city.tokorozawa.saitama.jp)
5. 이온 홈페이지 (www.aeon.info)
6. 세이유 홈페이지 (www.seiyu.co.jp)
7. 쇼쿠노에키 홈페이지 (www.shokunoeki.com)
8. 고다와리아 홈페이지 (www.kodawariichiba.com)
9. 비오쎄봉 홈페이지 (www.bio-c-bon.jp)
10. 유한회사 아리산 홈페이지 (www.alishan-organics.com)
11. 마루다이 식품 홈페이지 (www.marudai.jp)
12. 주식회사 스타젠 홈페이지 (www.starzen.co.jp)
13. 주식회사 마이센 파인 푸드 홈페이지 (www.maisenfinefood.com)
14. 주식회사 산이쿠푸드 홈페이지 (www.san-ikufood.com)
15. 사보 홈페이지 (www.sabo-oil.com)
16. 카루나(かるな) 홈페이지 (www.karuna.co.jp)
17. 크레용 하우스(Crayon House) 홈페이지 (www.crayonhouse.co.jp)
18. 푸드앤드컴퍼니(Food & Company) 홈페이지 (store.foodandcompany.co.jp)
19. 내셔널 아자부(National Azabu) 홈페이지 (www.national-azabu.com)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2019.10.04.

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 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

