2023

수산식품 수출기업 맞춤형 시장조사

No. 202311-07

품목 신선 굴(Fresh Oyster)

HS CODE 0307.11-0000

국가 일본(Japan)

구분 경쟁력분석형

해양수산부

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

해양수산부 aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

CONTENTS

2023 수산식품 수출기업 맞춤형 시장조사

Ⅰ. 요약 03

Ⅱ. 경쟁제품

1. 일본 신선 굴 경쟁제품 선정 05
2. 일본 신선 굴 경쟁제품 조사지표 선정 10
3. 일본 신선 굴 경쟁제품 현지조사 결과 11

Ⅲ. 경쟁기업

1. 일본 신선 굴 경쟁기업 선정 23
2. 일본 신선 굴 현지화 분석 기준 24
3. 일본 신선 굴 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 26

Ⅳ. 수입·유통업체 인터뷰

1. 퍼시픽 월드(Pacific World) 35
2. 다이토 교루이(Daito Gyorui) 37
3. 오고시 수산(Ogoshi Suisan) 39

Ⅴ. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증 42
2. 벤치마킹 제품 분석 46
3. 기업 마케팅 벤치마킹 48
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석 49

*참고문헌 51

Summary

■ 온라인 인기제품

	판매채널	제품명	브랜드명
온라인몰 인기 판매제품	아마존 (Amazon)	히로시마켄산 카키	미나토 다이닝 시오소우
		잔보세이 무키 가키	오와리마루하치
	라쿠텐 (Rakuten)	히로시마켄산 카키	미나토 다이닝 시오소우
		히로시마미루쿠카키	아오모리메에몬야
	야후 쇼핑 (Yahoo Shopping)	히로시마켄산 카키	미나토 다이닝 시오소우
		후루나비	히로시마켄산 가키 무키미 L사이즈

■ 오프라인 주요 경쟁제품

나마카키네쓰요 (카네시게 수산)		무시카키에이에스씨 (마루호 호바라 상점)	
	가격 430엔 (3,878원)		494엔 (4,457원)
	중량 100g		중량 70g
한국에서 생산되어 플라스틱 파우치에 포장된 100g 신선 굴		일본 미야기현에서 생산되어 플라스틱 파우치에 포장된 70g 신선 굴	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	카네시게 수산	쿠니히로	마루호 호바라 상점	일본 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	일본	일본	일본	경쟁기업 3개사 중 **3개사, 포장 일본 현지화** + 경쟁기업 3개사 중 **3개사, 일본 자사 홈페이지를 활용**해 기업 및 제품 홍보
포장 현지화	●	●	●	
홍보 현지화	●	●	●	
입점 채널	오프라인 활용	온라인 및 오프라인 활용	온라인 및 오프라인 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(일본), SNS 플랫폼(일본)	자사 홈페이지(일본), SNS 플랫폼(일본)	자사 홈페이지(일본)	

포장 현지화
● 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
◐ 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화
● 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
◐ 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
○ 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

■ 경쟁력파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)
가격(100g당) (745.33엔) (6,725원)	○	신선 굴 10개
		340.53엔 (3,072원)
중량(g) (300g)	○	신선 굴 10개
		123g

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)		
원산지 (한국, 통영)	●	일본	중국	한국
		8개	1개	1개
포장 형태 (PE포장)	●	플라스틱 파우치	PSP 트레이	비닐 파우치
		5개	4개	1개

● 차별화된 경쟁력 ◐ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

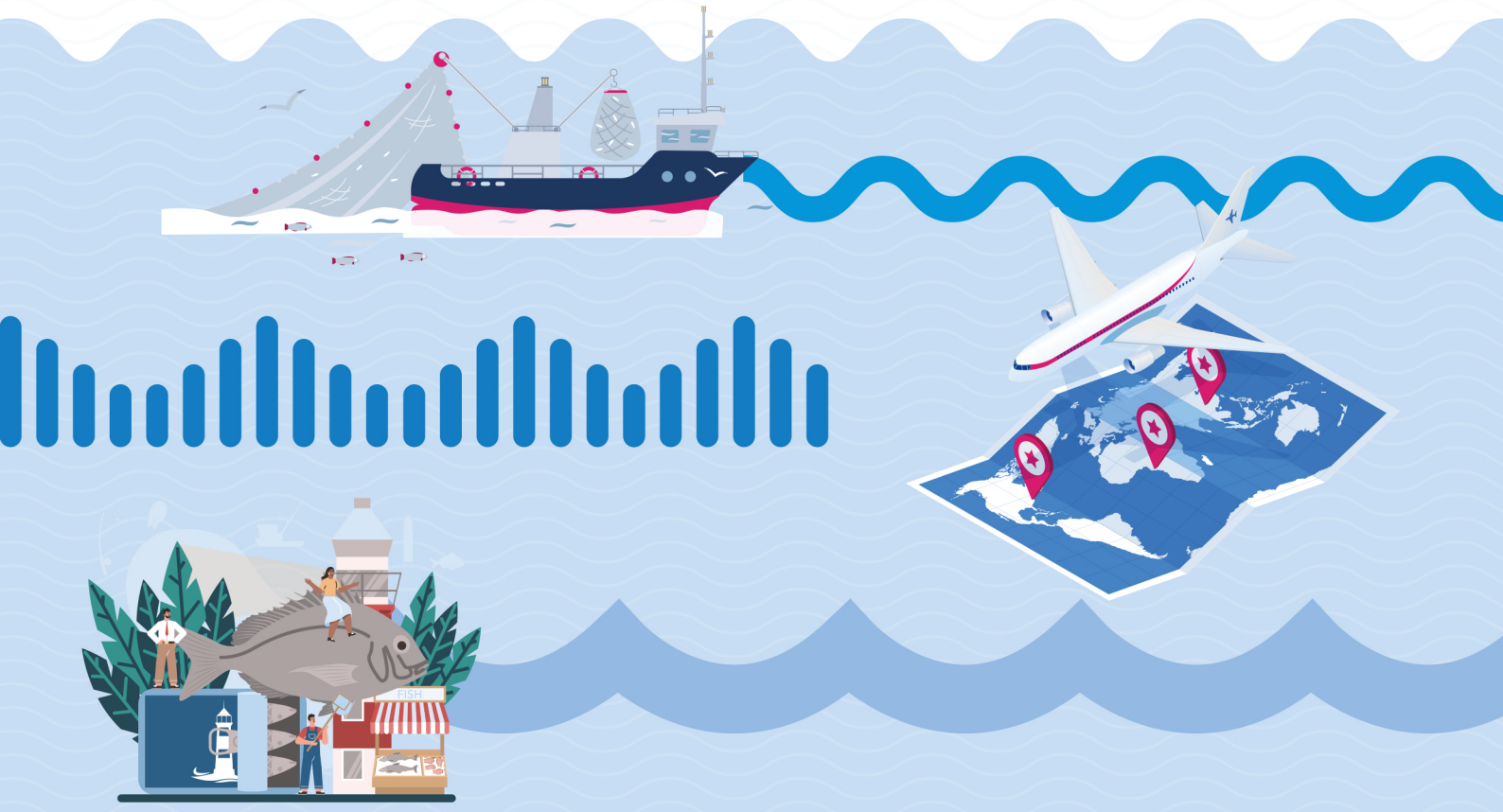
Point 01.	1) 경쟁제품 100g당 평균 가격은 340.53엔(3,072원)이며, 고객사 제품 가격에 비해 다소 낮은 편 2) 고객사 제품 중량은 경쟁제품 평균 대비 두 배 이상 큰 편으로 확인되어 중량 낮추어 진출하는 방안 고려 가능함
Point 02.	1) 인터뷰와 경쟁제품 제품 분석 결과, 일본 시장에서는 작은 중량의 제품을 선호하는 것으로 나타남 2) 기업 마케팅 벤치마킹 분석 결과, 자사 홈페이지 및 소셜미디어를 통해 제품 생산 과정, 품질 관리 과정 등을 활발하게 공유

해양수산부
한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

II

경쟁제품

1. 일본 신선 굴 경쟁제품 선정
2. 일본 신선 굴 경쟁제품 조사지표 선정
3. 일본 신선 굴 경쟁제품 현지조사 결과



1. 일본 신선 굴 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사[1]
제품 종류	신선 굴
소비자가격	15달러 (2,236엔[2][3])
중량	300g
포장	해수와 함께 생굴 PE포장 또는 트레이에 굴만 담아서 PE포장
특징	청정해역에서 자란 최상급 통영 굴을 항공 직송으로 수송

Step 01. 제품 분석

① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석
- 제품명: N사 통영 굴
- 제품 종류: 신선 굴
- 중량: 300g
- 포장 형태: 해수와 함께 생굴 PE포장 또는 트레이에 굴만 담아서 PE포장

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인

① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
1. 아마존(Amazon)
2. 라쿠텐(Rakuten)
3. 야후 쇼핑(Yahoo Shopping)

② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
- 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획

① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
- 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장: 하이퍼마켓, 슈퍼마켓

② 오프라인 매장 조사 제품 선정
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정

③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석

① 현지 조사
- 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사

② 제품 분석
- (온·오프라인) 인기제품 요인 분석
- 벤치마킹 제품 분석
- 온라인 인기제품 리뷰 감성분석

1) 고객사는 N사로 표기
2) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
3) 100엔=902.22원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

● 일본 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
amazon.co.jp 아마존	식품, 사무용품, 생활용품, 스포츠용품 등
Rakuten 라쿠텐	가전제품, 휴대폰, 사무용품, 음료, 주류, 식품 등
YAHOO! JAPAN 야후 쇼핑	식음료, 화장품, 생활용품, 건강식품, 전자제품 등

▸ 신선 굴 경쟁제품군 선정

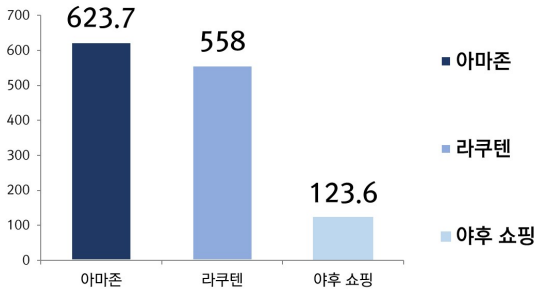
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 신선 굴 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

▸ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 일본 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 미나토 다이닝 시오소우의 굴 제품이 온라인 쇼핑몰 3곳 모두에서 상위 인기제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2022년 12월 일본 온라인 쇼핑몰 방문자 수

(단위: 백만 명)



자료: 스태티스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 일본 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

아마존 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)[4]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	신선 굴	미나토 다이닝 시오소우 (港 ダイニング しおそう)	히로시마켄산 카키 (広島県産かき)	일본	3,480엔 (31,397원)	1kg	
2	신선 굴	오와리마루하치 (尾張まるはち)	잔보세이 무키 가키 (ジャンボ生 剥き 牡蠣)	일본	3,980엔 (35,908원)	1kg	
3	신선 굴	센도노오니 (鮮度の鬼)	히로시마켄산 가키 (広島県産 牡蠣)	일본	2,950엔 (26,619원)	1kg	

4) 조사일(2023.10.01.) 기준

[표 2.2] 일본 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

라쿠텐 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)[5]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	신선 굴	미나토 다이닝 시오소우 (港 ダイニング しおそう)	히로시마켄산 카키 (広島県産かき)	일본	3,480엔 (31,397원)	1kg	
2	신선 굴	아오모리메에몬야 (青森めぇーもん屋)	히로시마미루쿠카키 (広島ミルク牡蠣)	일본	3,780엔 (34,104원)	1kg	
3	냉동 굴	자아키쇼텐 (財木商店)	히로시마산레이토카키 (広島産冷凍カキ)	일본	3,280엔 (29,593원)	1kg	

야후 쇼핑 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)[6]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	신선 굴	미나토 다이닝 시오소우 (港 ダイニング しおそう)	히로시마켄산 카키 (広島県産かき)	일본	3,480엔 (31,397원)	1kg	
2	신선 굴	후루나비 (ふるなび)	가키노 무키미 (牡蠣の剥き身)	일본	24,000엔 (216,533원)	1kg	
3	신선 굴	미나토 다이닝 시오소우 (港 ダイニング しおそう)	히로시마켄산 가키 무키미 L사이즈 (広島県産 牡蠣剥き身 Lサイズ)	일본	5,976엔 (53,917원)	1kg	

자료: 아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping) 홈페이지
사진 자료: 아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping) 홈페이지

5) 조사일(2023.10.01.) 기준
6) 조사일(2023.10.01.) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

일본 도쿄 정보[7)]

인구	1,396만 명
인구 밀도	6,363명/㎢
면적	2,194.03㎢

▸ 일본 도쿄, 방문지역으로 선정

일본은 2022년 기준 연간 4조 231억 달러의 GDP를 기록한 주요 경제대국임.[8)] 도쿄는 지리적으로 일본 열도의 중앙에 위치하며, 1603년부터 일본의 수도로 자리 잡음. 전세계 거대 도시에 속하는 도쿄에는 일본 전체 인구의 10%가 거주하고 있으며, 2020년 회계연도 기준 일본 GDP의 약 20.4%를 차지하고 있음.[9)] 현재 일본의 경제, 문화의 중심지일 뿐만 아니라 정치, 행정의 중심지로 성장함. 도소매 산업이 도쿄의 경제에 가장 크게 기여함. 고객사 제품 HS CODE인 0307.11호의 2022년 일본 對글로벌 수입규모 확인 결과[10)], 한국이 55.1만 달러(전체 중 67%)로 2위인 호주(14%)와 3위 미국(13.9%)과 비교하여 압도적인 수출규모를 차지하는 것으로 확인됨

▸ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓과 슈퍼마켓

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 하이퍼마켓과 슈퍼마켓을 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 일본 신선 굴 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
백화점	한신(Hanshin), 미츠코시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan) 등
하이퍼마켓	라이프(Life), 이온(Aeon), 세이유(Seiyu)
슈퍼마켓	오케이스토어(OK Store), 하나마사(Hanamasa), 이토요카토(Ito Yokado)
편의점	패밀리마트(Family Mart), 세븐일레븐(7-Eleven), 로손(Lawson)
온라인	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping)

고객사 진출 선호 매장

7) 자료: 스태티스타 홈페이지 (www.statista.com)
8) 자료: 세계은행 홈페이지 (www.data.worldbank.org)
9) 자료: 도쿄도청 홈페이지 (www.metro.tokyo.lg.jp)
10) 자료: ITC Trade Map (www.trademap.org)

4) 경쟁제품 선정

▶ **오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①**

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정

(*) 이온(Aeon), 라이프(Life), 오케이스토어(OK Store)

▶ **오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②**

- 신선 굴: 이매패강 굴목 굴과에 속하는 연체동물
- 고객사 요청 및 현지 시장상황에 따라 냉동 굴 및 기타 신선 수산물 제품을 경쟁제품으로 추가 선정함

[표 2.4] 일본 신선 굴 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	신선 굴	수산물
① 나마카키카네쓰요 (카네시게 수산)	○ (이온)	(-)	○	
② 무시카키에이에스씨 (마루호 호바라 상점)	○ (이온)	○ (라쿠텐)	○	
③ 가이토카키카네쓰요 (오케이)	○ (오케이 스토어)	(-)	○	
④ 오카야마산카키 (라이프 코포레이션)	○ (라이프)	(-)	○	
⑤ 히로시마산 나마카키 (쿠니히로)	○ (라이프)	○ (아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑)	○	
⑥ 무시아사리무키미 (라이프 코포레이션)	○ (라이프)	(-)		○
⑦ 가쓰아사리리 (야마아키)	○ (라이프)	(-)		○
⑧ 가쓰아사리리 (야마아키)	○ (라이프)	(-)		○
⑨ 무키호야 (야마보시)	○ (라이프)	○ (라쿠텐, 야후 쇼핑)		○
⑩ 베비호타테 (라이프 코포레이션)	○ (라이프)	(-)		○

(*) 현지 판매 신선 굴 경쟁제품 10개 분석

2. 일본 신선 굴 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 일본 신선 굴 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 일본 신선 굴 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	g	제품의 포장 단위
제품 종류	신선 굴	이매패강 굴목 굴과에 속하는 연체동물
포장 형태	비닐, 플라스틱 파우치, PSP트레이	비닐 소재의 낱개 제품 포장, 플라스틱 소재의 파우치 또는 용기
수입자		제품 수입상
원산지(국가)		제품의 원산지 국가
원산지(지역)		제품의 원산지 국가 내 지역
홍보문구		제품의 홍보문구
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 일본 신선 굴 경쟁제품 현지조사 결과

▸ 일본 도쿄에 위치한 하이퍼마켓, 슈퍼마켓

일본 도쿄에 위치한 하이퍼마켓인 이온(Aeon)과 라이프(Life), 슈퍼마켓인 오케이스토어(OK Store)를 방문함. 이온은 일본에서 가장 큰 초대형 소매체인으로 식품, 의류, 생활용품 등을 판매하고 있으며 현지 조사를 진행한 이온 매장은 도쿄의 도부네리마 역 근처에 위치함. 오케이스토어는 일본 내 130개 매장을 운영하는 슈퍼마켓 체인점으로 저렴한 가격으로 제품을 판매함. 라이프는 일본 전역에 302개 지점을 보유한 체인으로, 다양한 식료품과 생활용품을 판매함

[표 2.5] 일본 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
이온 (Aeon)	하이퍼마켓	2	· 1926년 설립 · 홍콩, 말레이시아, 대만 등에서 매장 운영
오케이스토어 (OK Store)	슈퍼마켓	1	· 1967년 설립 · 일본 전역에 130개 매장 운영
라이프 (Life)	하이퍼마켓	7	· 1956년 설립 · 오사카 127개, 도쿄도 93개 매장 운영

지도자료: 구글맵(Google Maps)

▸ 경쟁제품, 10개 제품 모두 1개 방문 매장에서 판매

이온, 라이프, 오케이스토어 총 3개 매장 방문 후 인기 경쟁제품을 조사한 결과, 10개 모두 단 1곳의 매장에서 판매 중인 것으로 조사됨. 가장 많은 경쟁제품을 보유한 오프라인 채널은 라이프로, 10개의 경쟁제품 중 7개가 진출해 있는 것으로 나타남. 그다음으로는 이온이 2개, 오케이스토어가 1개를 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	이온 (Aeon)	오케이스토어 (OK Store)	라이프 (Life)
① 나마카키카네쓰요 (카네시게 수산)	○		
② 무시카키에이에스씨 (마루호 호바라 상점)	○		
③ 가이토카키카네쓰요 (오케이)		○	
④ 오카야마산카키 (라이프 코포레이션)			○
⑤ 히로시마산 나마카키 (쿠니히로)			○
⑥ 무시아사리무키미 (라이프 코포레이션)			○
⑦ 가쓰아사리 (야마아키)			○
⑧ 가쓰아사리 (야마아키)			○
⑨ 무키호야 (야마보시)			○
⑩ 베비호타테 (라이프 코포레이션)			○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 이온(Aeon)

매장 정보

- **유형: 하이퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**
  신선식품, 즉석식품, 가공식품, 간편식, 육류, 조미료, 패션, 가전, 생활용품, 가구 등 취급 등 다양한 제품을 판매함
- **매장 주변 특징:**
  지역 내 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보[11]	AEON	이온 하이퍼마켓은 이온이 운영하는 마켓 체인으로, 이온은 1926년 설립된 이후 일본에서 가장 큰 초대형 소매 체인으로 성장했으며, 홍콩, 말레이시아, 대만, 중국 등에서도 매장을 운영하고 있음. 이온 하이퍼마켓은 패션의류, 식료품, 음식점, 주얼리, 생활잡화, 반려동물용품 등의 제품을 판매함
	조사 제품 수: 2개	

매장 정보			
	위치	**도시(지역)**	도쿄
		상세주소	〒175-0083 東京都板橋区徳丸2丁目6－1

매장 내부 전경	**매장 내부 전경**	

제품 판매 정보	**판매 신선 굴 경쟁제품 정보**	
	나마카키카네쓰요 (카네시게 수산)	무시카키에이에스씨 (마루호 호바라 상점)

사진자료: 현지조사원 자료

11) 이온(Aeon) 홈페이지

제품명 (현지어)	나마카키카네쓰요 (生かき加熱用)	**제조사 (현지어)**	카네시게 수산 (カネシゲ水産)
제품 종류	신선 굴	**중량**	100g
소비자가격	430엔 (3,880원)	**100g당 가격**	430엔 (3,880원)
원산지(국가)	한국	**원산지(지역)**	한국 제2호해역
포장 형태	플라스틱 파우치	**원료 및 첨가물**	생굴
홍보문구	냉장보관하셔서 드시면 좋습니다		

제품명 (현지어)	무시카키에이에스씨 (蒸しかきASC)	**제조사 (현지어)**	마루호 호바라 상점 (丸ほ保原商店)
제품 종류	신선 굴	**중량**	70g
소비자가격	494엔 (4,457원)	**100g당 가격**	705.71엔 (6,367원)
원산지(국가)	일본	**원산지(지역)**	미야기현
포장 형태	플라스틱 파우치	**원료 및 첨가물**	굴(미야기현산), 소금
홍보문구	활기찬 도호쿠 프로젝트, ASC(수산양식관리협의회)인증		

Shop ② 오케이 스토어(OK Store)

매장 정보

- **유형: 슈퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**
  과일 및 채소, 가공식품, 음료류 등의 다양한 고급 식료품을 판매
- **매장 주변 특징:**
  메가 시티(Mega City) 백화점 지하 1층에 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보		오케이스토어는 일본의 슈퍼마켓 체인으로 1967년에 설립된 이후, 일본 전역에 130개 이상의 매장을 운영하고 있음. 'High Quality & Everyday Low Price'라는 슬로건 아래 저렴한 가격의 제품을 제공하고 있음
	조사 제품 수: 1개	
매장 정보		
	위치	**도시(지역)** 도쿄
		상세주소 〒173-0037 東京都板橋区小茂根１丁目３２－２１
매장 내부 전경	**매장 내부 전경**	
제품 판매 정보	**판매 신선 굴 경쟁제품 정보**	
	가이토카키카네쓰요 (오케이)	

사진자료: 현지조사원 자료

12) 오케이 스토어(OK Store) 홈페이지

제품명 (현지어)	가이토카키카네쓰요 (解凍かき加熱用)	**제조사 (현지어)**	오케이 (オーケー)
제품 종류	신선 굴	**중량**	113g
소비자가격	362엔 (3,266원)	**100g당 가격**	320.35엔 (2,890원)
원산지(국가)	일본	**원산지(지역)**	오카야마현
포장 형태	PSP트레이	**원료 및 첨가물**	생굴(오카야마현산)
홍보문구	오카야마산 굴의 큰 알		

Shop ② 라이프(Life)

매장 정보

- **유형: 하이퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**
  신선제품, 채소, 육류, 수산물, 외국 식료품 및 식재료, 가전, 취미용품 등을 판매
- **매장 주변 특징:**
  지역 내 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보[13]	ライフ	라이프는 1956년에 설립된 대형 슈퍼마켓 체인임. 오사카 127개, 도쿄도 93개의 매장을 포함하여 전국에 302개의 매장을 운영하고 있음. 판매 제품 종류가 다양하며, 멤버십 제도를 이용하여 대형 마켓과의 경쟁력 확보를 위해 지역별로 여러 형태의 마켓으로 소비자들에게 다가가고 있음
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보			
	위치	**도시(지역)**	도쿄
		상세주소	〒173-0037 東京都板橋区小茂根１丁目３２－２１

매장 내부 전경	**매장 내부 전경**	

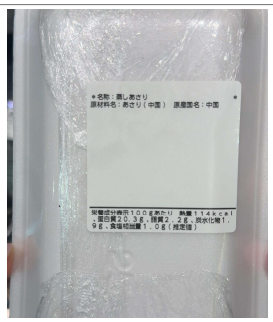
제품 판매 정보	**판매 신선 굴 경쟁제품 정보**		
	오카야마산카키 (라이프 코포레이션)	히로시마산 나마카키 (쿠니히로)	무시아사리무키미 (라이프 코포레이션)
	가쓰아사리 (야마야키)	가쓰아사리 (야마야키)	무키호야 (야마보시)	베비호타테 (라이프 코포레이션)

사진자료: 현지조사원 자료

13) 라이프(Life) 홈페이지

제품명 (현지어)	오카야마산카키 (岡山産かき)	**제조사 (현지어)**	라이프 코포레이션 (ライフコーポレーション)
제품 종류	신선 굴	**중량**	122g
소비자가격	392엔 (3,537원)	**100g당 가격**	321.31엔 (2,899원)
원산지(국가)	일본	**원산지(지역)**	오카야마현
포장 형태	PSP트레이	**원료 및 첨가물**	생굴(오카야마현산)
홍보문구	(-)		

제품명 (현지어)	히로시마산 나마카키 (広島産生かき)	**제조사 (현지어)**	쿠니히로 (クニヒロ)
제품 종류	신선 굴	**중량**	110g
소비자가격	429엔 (3,871원)	**100g당 가격**	390.00엔 (3,519원)
원산지(국가)	일본	**원산지(지역)**	히로시마현
포장 형태	플라스틱 파우치	**원료 및 첨가물**	생굴(히로시마현산)
홍보문구	오늘 메뉴는 굴로!		

			
제품명 (현지어)	무시아사리무키미 (蒸しあさり剥き身)	**제조사 (현지어)**	라이프 코포레이션 (ライフコーポレーション)
제품 종류	바지락살	**중량**	120g
소비자가격	205엔 (1,850원)	**100g당 가격**	170.83엔 (1,541원)
원산지(국가)	중국	**원산지(지역)**	(-)
포장 형태	PSP트레이	**원료 및 첨가물**	바지락
홍보문구	간편하고 편리한 요리재료인 찐 바지락!		

제품명 (현지어)	가쓰아사리(오쓰부) (活あさり(大粒))	**제조사 (현지어)**	야마아키 (ヤマアキ)
제품 종류	바지락	**중량**	200g
소비자가격	429엔 (3,871원)	**100g당 가격**	214.50엔 (1,935원)
원산지(국가)	일본	**원산지(지역)**	홋카이도
포장 형태	플라스틱 파우치	**원료 및 첨가물**	바지락(홋카이도산)
홍보문구	(-)		

제품명 (현지어)	가쓰아사리(주쓰부) (活あさり(中粒))	**제조사 (현지어)**	야마아키 (ヤマアキ)
제품 종류	바지락	**중량**	170g
소비자가격	321엔 (2,896원)	**100g당 가격**	188.82엔 (1,704원)
원산지(국가)	일본	**원산지(지역)**	아이치현
포장 형태	플라스틱 파우치	**원료 및 첨가물**	바지락(아이치현산)
홍보문구	(-)		

제품명 (현지어)	무키호야 (むきほや)	**제조사 (현지어)**	야마보시 (ヤマボシ)
제품 종류	멍게	**중량**	100g
소비자가격	321엔 (2,896원)	**100g당 가격**	321엔 (2,896원)
원산지(국가)	일본	**원산지(지역)**	긴카산 섬
포장 형태	비닐 파우치	**원료 및 첨가물**	멍게, 소금
홍보문구	조리 예시 및 식용 방법 상세 설명		

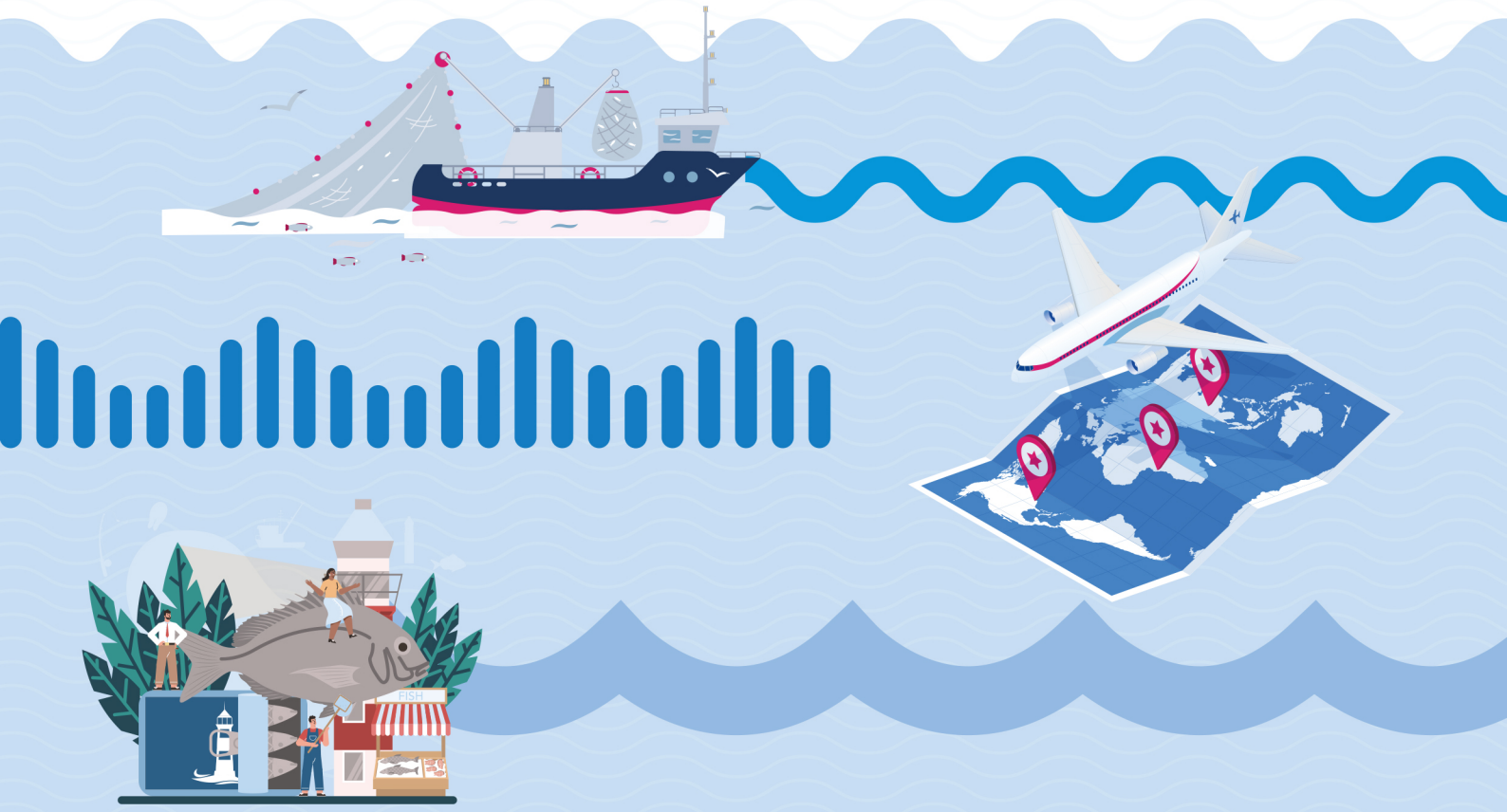
제품명 (현지어)	베비호타테 (ベビーほたて)	**제조사 (현지어)**	라이프 코포레이션 (ライフコーポレーション)
제품 종류	가리비	**중량**	120g
소비자가격	411엔 (3,708원)	**100g당 가격**	342.90엔 (3,094원)
원산지(국가)	일본	**원산지(지역)**	아오모리현
포장 형태	PSP트레이	**원료 및 첨가물**	가리비(아오모리현산)
홍보문구	(-)		

해양수산부
한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

III

경쟁기업

1. 일본 신선 굴 경쟁기업 선정
2. 일본 신선 굴 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 일본 신선 굴 경쟁기업 현황 및 현지화 정보



1. 일본 신선 굴 경쟁기업 선정

▸ 대표 경쟁기업으로 신선 굴 제품 판매 로컬기업 3개사 선정

일본 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 유통채널 내 수산식품 코너 PB상품이 아닌 경쟁식품을 생산 및 유통하는 현지 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▸ 경쟁기업 3개사, 평균 49년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 49년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 마루호 호바라 상점은 1968년 설립되어 3개사 중 가장 오래된 56년의 업력을 보유하고 있으며, 쿠니히로는 1970년 설립 이후 54년째 사업을 이어오고 있음. 카네시게 수산은 1988년 설립된 후 36년의 업력을 보유하고 있음

▸ 경쟁기업 3개사, 신선 굴 동일 품목 종류 조사

일본 시장의 경쟁기업 3개사가 판매하는 신선 굴 동일 품목의 수를 조사한 결과, 카네시게 수산과 쿠니히로는 각각 8개와 7개씩 신선 굴 제품을 취급하고 있는 것으로 나타남. 반면, 마루호 호바라 상점은 동일한 품목 중 2개만을 취급하고 있으며, 이들 각 기업은 자체적인 양식장이나 원산지에서 굴을 수급해 판매중임

[표 3.1] 신선 굴 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
카네시게 수산	일본	36년	8개[14]
쿠니히로	일본	54년	7개
마루호 호바라 상점	일본	56년	2개

자료: 일본 신선 굴 경쟁기업 3개사 분석

14) 8가지의 포장 및 규격 이외에도 요청에 따른 상품 구매와 배송이 가능함

2. 일본 신선 굴 경쟁기업 현지화 분석 기준

▸ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준		설명
①	기업명	기업의 이름
②	위치	기업 본사 위치
③ 규모	매출액	기업 22년도 매출액
	직원 수	기업 22년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	신선 굴

▸ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	◐ (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▸ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	◐ (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (상)

▸ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▸ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	이온, 라이프
온라인	아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑

3. 일본 신선 굴 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▸ 경쟁기업 3개사 일본 온·오프라인 매장 진출

일본에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사를 진행한 오프라인 매장에 입점한 것으로 확인됨. 카네시게 수산과 마루호 호바라 상점은 이온에, 쿠니히로는 라이프에 입점해 있음. 또한, 쿠니히로는 아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑의 온라인 판매채널에 입점해 있으며, 마루호 호바라 상점은 라쿠텐에서 입점해 있음을 확인함

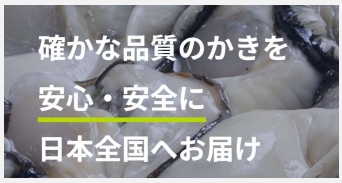
▸ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보활동 활발함

일본 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있으며, 일본어 홈페이지를 운영 중인 것으로 나타남. 그중 카네시게 수산은 페이스북 계정을 운영 중이며, 쿠니히로는 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터에서 공식 계정을 운영하고 있는 것으로 조사됨. 반면, 마루호 호바라 상점은 일본 자사 홈페이지 외 별도의 SNS 계정을 운영하지 않고 있는 것으로 확인됨

▸ 경쟁기업, 제품의 품질, 인증 식용 방법 등을 강조하는 홍보문구 활용

일본 신선 굴 시장의 경쟁기업들은 주로 제품의 품질, 인증, 원산지, 식용 방법 등 다양한 홍보문구를 활용하고 있는 것으로 조사됨. 카네시게 수산은 제품의 '확실한 품질의 굴을 안심·안전하게 일본 전국에 전달'과 같은 홍보문구를 활용하여 제품의 품질을 강조하였으며, 쿠니히로는 '당신의 식탁에 맛있는 재료를', '오늘 메뉴는 굴로!'와 같은 친근한 문구를 활용하여 소비자의 관심을 끌고 있음. 한편, 마루호 호바라 상점은 구체적인 수확지 및 양식지 소개와 함께 '안심할 수 있는 맛을 신선하게 전해드립니다'와 같이 품질 좋은 굴을 취급 및 판매하겠다는 홍보문구를 표기하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.7] 일본 신선 굴 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
카네시게 수산	• 오프라인 매장 – 이온	• 자사 홈페이지 (일본) • SNS 플랫폼 (일본) – 페이스북	– 확실한 품질의 굴을 안심·안전하게 일본 전국에 전달 – 좋은 것을 구입하여 철저한 위생 관리로 가공하고 요구하시는 규격대로 전달해드립니다	 良いものを仕入れ、徹底した衛生管理で加工し、ご要望の規格でお届けいたします。
쿠니히로	• 오프라인 매장 – 라이프 • 온라인 매장 – 아마존 – 라쿠텐 – 야후 쇼핑	• 자사 홈페이지 (일본) • SNS 플랫폼 (일본) – 페이스북 – 인스타그램 – 유튜브 – 트위터	– 당신의 식탁에 맛있는 재료를	あなたの食卓へおいしい食材を
마루호 호바라 상점	• 오프라인 매장 – 이온 • 온라인 매장 – 라쿠텐	• 자사 홈페이지 (일본)	– 풍부한 자연의 은혜 산리쿠 굴, 맛있는 일품입니다 – 안심할 수 있는 맛을 신선하게 전해드립니다	生かきの処理場 美しく澄みわたる海、豊かな自然の恵み三陸のかき。美味しく、味わい深い逸品です。 心をこめて育ててくれた人の想いをそのまま皆様のもとへお伝えしたいと思っています。

자료: 일본 신선 굴 경쟁기업 3개사 분석

① 카네시게 수산

기업 기본 정보	기업명	카네시게 수산	
	기업 설명	1988년 설립된 카네시게 수산은 일본 히로시마현에 본사를 두고 있음. 주요 취급 제품은 굴을 포함한 일반 수산물 및 냉동 식품임. 히로시마현을 포함한 오카야마현, 효고현, 한국산 굴을 일본으로 유통하고 있음	
	위치	広島県廿日市市宮島口西1丁目1-10	
	규모	동일 품목 수	8개
		설립연도	1988년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 이온		제품명	나마카키카네쓰요 (生かき加熱用)
			중량	100g
			소비자가격	430엔 (3,878원[15])
			제품 종류	신선 굴

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

15) 100엔=902.22원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(일본), 페이스북(일본)
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 제품 안내 등

게시물 유형		• 회사 개요, 연혁 등 기업 정보 소개
		• 제조 공정 소개
		• 유통 가능한 제품 형태 소개

사진자료: 카네시게 수산 홈페이지

② 쿠니히로

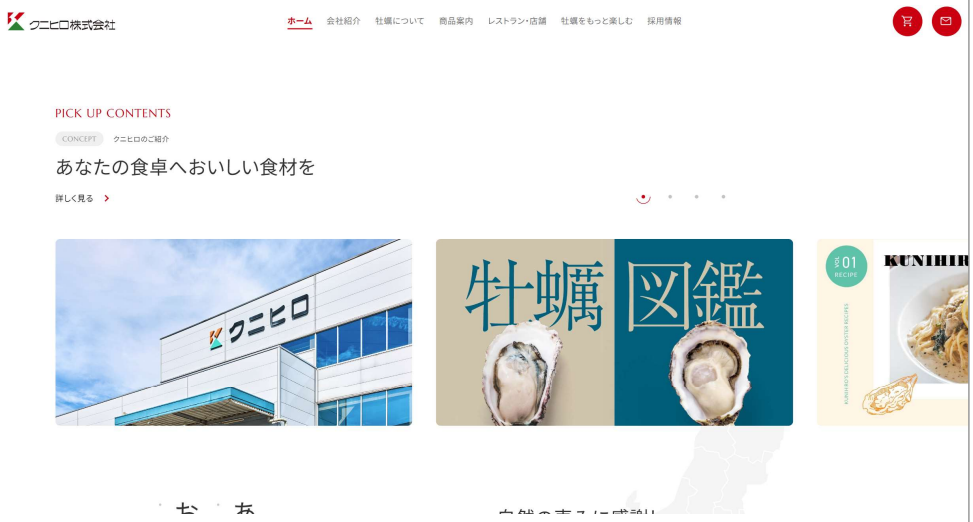
기업 기본 정보	기업명	쿠니히로	
	기업 설명	쿠니히로는 1957년 히가시, 히로마시 등에서 생굴을 판매하는 것에서 시작했으며, 1970년 정식으로 회사를 설립함. 생굴을 비롯한 신선 해산물의 도매 및 가공, 식품 제조 판매를 하고 있음. 연간 5,000톤의 히로시마산 굴을 취급하고 있으며, 기계가 아닌 사람이 분류하고 엄선하여 높은 품질을 강조함	
	위치	広島県尾道市東尾道15-13	
	규모	동일 품목 수	7개
		설립연도	1970년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 라이프 〈온라인 매장〉 아마존 라쿠텐 야후 쇼핑		제품명	히로시마산 나마카키 (広島産 生かき)
			중량	110g
			소비자가격	429엔 (3,871원)
			제품 종류	신선 굴

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

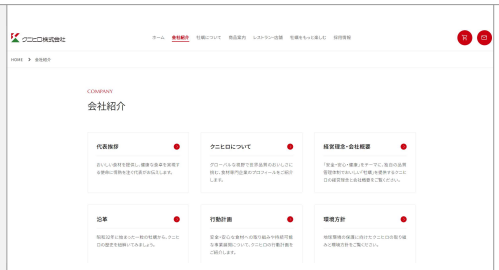
사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식



홍보 채널	자사 홈페이지(일본), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(일본)
게시 주기	비정기적
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 자사 레스토랑 소개, 레시피 공유 등

게시물 유형



- 회사 개요, 연혁, 비전, CEO 소개 등 기업 정보 소개

- 자사 레스토랑 지점 소개

- 굴 제품 소개

사진자료: 쿠니히로 홈페이지

③ 마루호 호바라 상점

기업 기본 정보	기업명	마루호 호바라 상점	
	기업 설명	마루호 호바라 상점은 1968년 미야기현 이시노마키에서 굴, 미역 등을 비롯한 산리쿠의 연안의 신선 해산물을 도매 및 가공, 식품 제조 판매를 하고 있음. 일본 내 2위의 양식 생산량을 자랑하는 미야기현의 굴을 취급하는 마루호 호바라 상점은 생굴 이외에도 훈제 굴, 미역, 매생이를 중점으로 수확 및 가공, 취급하고 있으며, 기계가 아닌 사람이 분류하고 엄선하여 높은 품질을 강조함	
	위치	宮城県石巻市渡波字栄田165	
	규모	동일 품목 수	2개
		설립연도	1968년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 이온 〈온라인 매장〉 라쿠텐		제품명	무시카키에이에스씨 (蒸しかきASC)
			중량	70g
			소비자가격	494엔 (4,457원)
			제품 종류	신선 굴

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

<table>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(일본)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td>비정기적</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 취급 상품 소개, 가공 공정 등</td></tr>
</table>

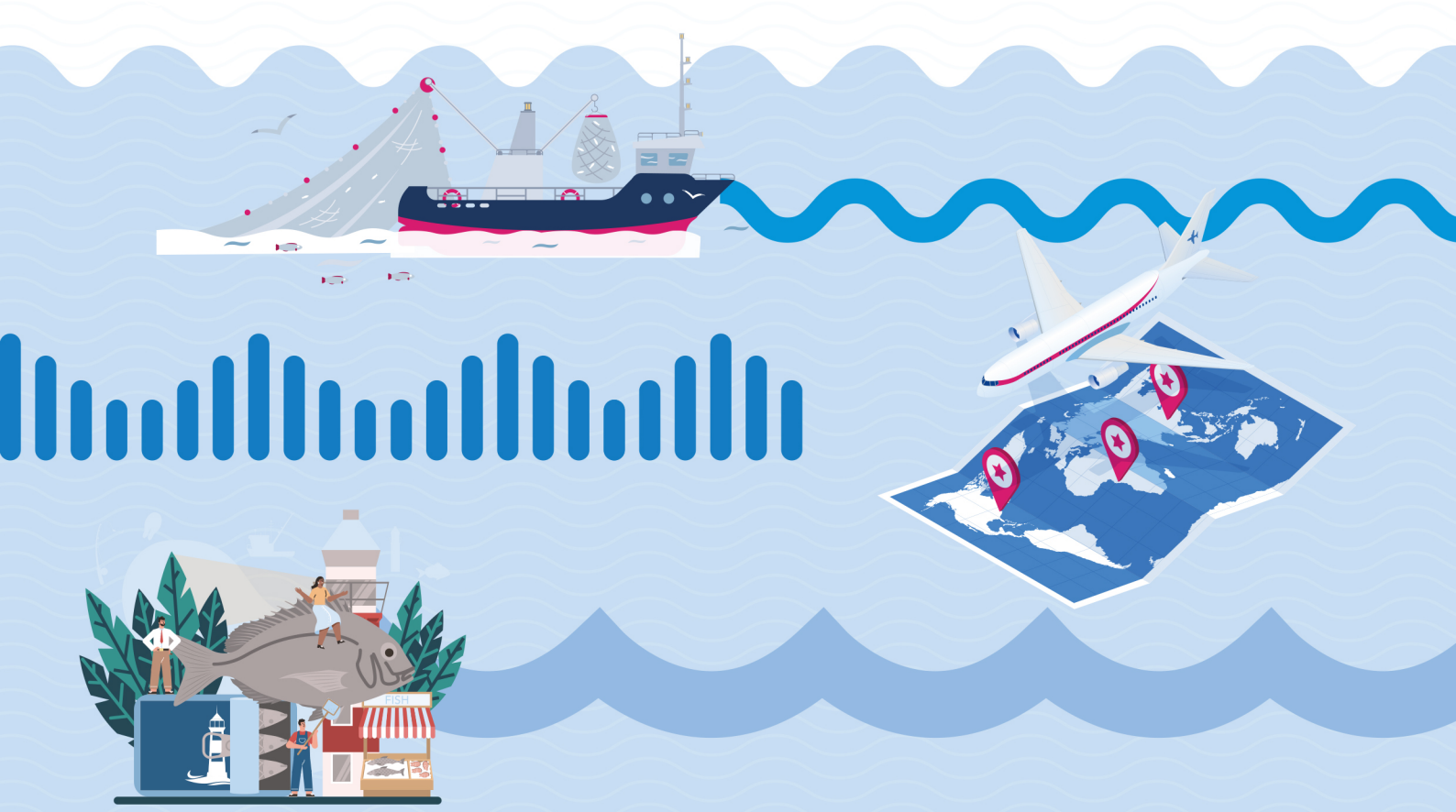
<table>
<tr><td rowspan="3">게시물 유형</td><td>
</td><td>• 회사 개요, 연혁, 위치 등 기업 정보 소개</td></tr>
<tr><td>
</td><td>• 취급 상품 소개
– 굴(생굴, 훈제 굴), 미역, 매생이</td></tr>
<tr><td>
</td><td>• 제품별 가공 공정 소개</td></tr>
</table>

사진자료: 마루호 호바라 상점 홈페이지

해양수산부
한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

Ⅳ
수입·유통업체 인터뷰

1. 퍼시픽 월드(Pacific World)
2. 다이토 교루이(Daito Gyorui)
3. 오고시 수산(Ogoshi Suisan)



Interview ① 퍼시픽 월드 (Pacific World)

16)

퍼시픽 월드 (Pacific World)

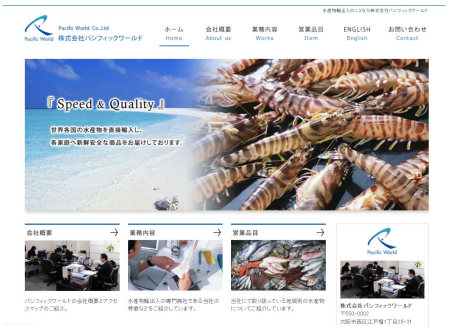
- **유형:** 수입·유통업체
- **업체 특징:**
  - 2008년 오사카에 설립된 수산물 수입·유통업체
  - 인도, 베트남, 인도네시아, 미국 등에서 수산물을 수입
  - B2B, 슈퍼마켓, 레스토랑으로 유통

담당자 정보

Business Manager

중량	300g
포장 형태	해수와 함께 생굴 PE포장 또는 트레이에 굴만 담아서 PE포장
원산지	한국

Pacific World Co.,Ltd
株式会社パシフィックワールド



퍼시픽 월드(Pacific World) Business Manager

Q1. 고객사 제품의 유통 방식, 중량, 원산지, 포장 형태 등은 일본에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

굴의 안전성과 품질은 원산지의 확인과 일본 관련 부처로부터 정기적으로 받는 무독성 및 안전 평가에 따라 결정되기 때문에, 유통 방식 자체는 크게 중요하지 않다고 볼 수 있습니다. 이러한 주기적인 안전성 검증은 수입산 굴의 일본 시장 진입을 어렵게 만들 수 있습니다. 일반적으로 굴 요리에 사용되는 1인분의 양은 200g이지만, 고객사의 굴은 이보다 많은 300g으로 제공됩니다. 포장에 있어서는 방수 처리가 필요합니다. 신선한 굴 제품은 주로 식재료용과 생식용으로 나뉘며, 이 중 가장 중요한 것은 굴이 수확되는 장소입니다. 신선한 굴은 재배지에서 정기적으로 수질 검사와 아플라톡신 검사를 실시해야 합니다. 수입산 굴의 경우, 수확 장소 및 수질이 농림부의 인증을 받았고, 수입업자가 패류 수입에 관한 허가를 받은 경우에 한해 수입이 가능합니다. 이러한 여러 요소들로 인해 시장성 확보가 어려울 수 있다고 판단됩니다.

Q2. 일본에서 수입산 신선 굴 제품 판매 시 효과적인 유통채널은 무엇인가요?

식재료용 굴의 경우, 슈퍼마켓에서 주로 판매되며, 식용 굴은 전통 재래시장이나 수산물 전문점에서 판매하는 편입니다. 일본에서 굴로 인한 식중독은 매우 흔하므로 박테리아와 독소가 없는 굴인지 확인하기 쉽도록 농림부 인증이나 승인 도장이 찍혀있는 것이 좋습니다.

16) 사진 자료: 퍼시픽 월드(Pacific World) 홈페이지

또한 신선 굴은 수입업체를 통해 레스토랑, 호텔, 케이터링 등 B2B 방식으로 유통되는 경우가 많습니다. B2C 방식으로 유통되는 굴은 정부가 소비자 판매에 부과하는 높은 기준과 요건으로 인해 현지에서 수확한 굴이 대부분입니다.

Q3. 유통업체가 신선 굴 제품 수입 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

일본 농림부의 승인을 받았는지 고려합니다. 이를 통해 소비자들은 단순히 맛있게 먹을 수 있는 굴만이 아니라 안심하고 먹을 수 있는 안전한 굴임을 보장받습니다. 이러한 공식적인 승인은 소비자의 신뢰를 증진시키는 중요한 요소가 됩니다.

Q4. 수입산 신선 굴 취급 시 물류나 유통적인 측면에서 특별히 주의해야 할 점은 무엇인가요?

수입산 신선 굴을 대장균과 독소 검사를 필수로 받아야 합니다. 이 검사는 무작위로 선정되어 선적 전에 실시되며, 대장균과 박테리아에 대한 제한 기준에 충족하여 합격 인증을 받아야만 합니다. 인증을 받지 못할 경우에는, 해당 제품은 일본 항구에 입항할 수 없습니다.

Q5. 현지 콜드체인 시설 이용과 관련하여 현지 유통업체와 어떤 방식으로 협력하나요?

공급업체나 수출업체가 현지 바이어들에게 직접 제품을 소개하는 것이 어려움에 직면하거나 시간이 많이 소요될 수 있습니다. 이런 경우, 가장 효과적인 방법은 직수입업체를 통하는 것입니다. 이를 위해 푸덱스 재팬(Foodex Japan)과 같은 무역 박람회에 참여하여 수입업자들을 만나고 제품을 직접 소개하는 것이 좋습니다. 이러한 박람회는 업계 네트워킹과 비즈니스 기회를 넓하는 데 효과적인 방법입니다.

Interview ② 다이토 교루이 (Daito Gyorui)

17)

다이토 교루이 (Daito Gyorui)

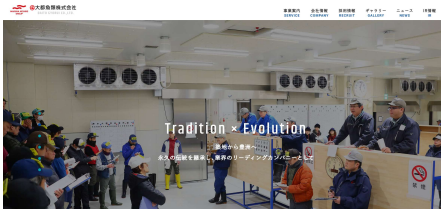
- **유형:** 수입·유통업체
- **업체 특징:**
  - 1947년 도쿄에 설립된 수산물 수입·유통업체
  - 수산물을 B2B, 도소매 유통

담당자 정보

Processed Seafood Manager

중량	300g
포장 형태	해수와 함께 생굴 PE포장 또는 트레이에 굴만 담아서 PE포장
원산지	한국

MARUHA NICHIRO GROUP ㈱大都魚類株式会社 DAITO GYORUI CO.,LTD.



다이토 교루이(Daito Gyorui) Processed Seafood Manager

Q1. 고객사 제품의 유통 방식, 중량, 원산지, 포장 형태 등은 일본에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

신선한 굴을 유통할 때는 항공 운송이 최선의 방법이지만, 이 방법의 높은 운송 비용이 최종 소비자 가격에 영향을 미칠 우려가 있습니다. 고객사의 제품 중량이 평균적인 수준이라면, 총 중량보다는 굴의 크기가 더 중요한 요소가 될 수 있습니다. 최근 일본에서는 히로시마산 굴을 제외하고는 대부분의 현지 굴은 식중독 위험이 있어, 한국산 굴이 경쟁 우위를 가질 수 있습니다. 포장과 관련해서는 굴이 물에 젖거나 가열되지 않도록 하는 것이 중요합니다. 적절한 포장 방법은 제품의 신선도를 유지하는 데 필수적이며, 이는 제품의 품질과 직결되는 요소입니다. 따라서 운송 중에도 제품이 최적의 상태로 유지될 수 있도록 세심한 포장 계획이 필요합니다.

Q2. 수입산 신선 굴 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

수입산 굴은 대부분 B2B로 유통되는 편입니다. 다만, 어떤 유통채널을 통해 수입업체와 연락을 하던지 수입업체는 기존의 유통을 선호할 확률이 높습니다. 수입산 굴은 주로 B2B 채널을 통해 유통되며, 수입업체들은 대개 기존의 유통 경로를 선호하는 경향이 있습니다. 또한, 식중독 발생률이 높기 때문에 굴 수입 및 판매에 대한 규제가 강화되고 있어, 특정 유통 경로를 통한 유통이 어려워지고 있습니다.

17) 사진 자료: 다이토 교루이(Daito Gyorui) 홈페이지

Q3. 유통업체가 신선 굴 제품 수입 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

저희 회사는 신선한 굴을 수입할 때, 천일염을 연상시키는 바다의 짠맛과 탱글탱글한 식감, 그리고 풍부한 육즙을 중요하게 여깁니다. 또한, 폰즈 소스와의 조화도 함께 고려합니다. 굴 자체가 짭짤한 맛을 내면 별도의 양념이 필요 없지만, 그렇지 않을 경우 최소한의 양념을 추가할 수도 있습니다.

Q4. 수입산 신선 굴 취급 시 물류나 유통적인 측면에서 특별히 주의해야 할 점은 무엇인가요?

굴의 섭취 방법이 생식이냐 요리 재료로 사용하느냐에 따라 포장 방식에 차이가 있을 수 있습니다. 하지만 용도와 관계없이 모든 굴 제품에 대한 대장균 박테리아 검사는 반드시 실시해야 합니다.

Q5. 현지 콜드체인 시설 이용과 관련하여 현지 유통업체와 어떤 방식으로 협력하나요?

콜드체인 수입업체들은 푸덱스나 푸드 재팬(Food japan)과 같은 박람회를 통해 새로운 공급업체를 알아보는 편이므로, 이러한 주요 행사에 참석하는 것을 추천합니다.

Interview ③ 오고시 수산 (Ogoshi Suisan)

18)

오고시 수산 (Ogoshi Suisan)

- **유형:** 수입·유통업체
- **업체 특징:**
  - 히로시마에 본사를 두고 있는 굴 전문 유통업체
  - B2B, 도소매 유통

담당자 정보

Seafood Restaurant Manager

오고시 수산(Ogoshi Suisan) Seafood Restaurant Manager

중량	300g
포장 형태	해수와 함께 생굴 PE포장 또는 트레이에 굴만 담아서 PE포장
원산지	한국

Q1. 고객사 제품의 유통 방식, 중량, 원산지, 포장 형태 등은 일본에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

유통 방식에 있어 항공 운송은 편리함을 제공하지만, 이로 인해 소비자 가격이 상승할 가능성이 있어 우려스러운 부분입니다. 중량에 대해서는, 300g 포장은 현지 굴 제품보다 다소 많은 양을 제공합니다. 최근 현지에서 식중독 사례가 발생함에 따라 일부 소비자들이 수입산 굴을 찾고 있는데, 이는 주로 양식용이나 외국 식당, 가정에서의 요리에 사용됩니다. 반면, 일반 굴 전문점이나 술집에서는 여전히 일본 굴이 선호되는 경향이 있습니다. 포장과 관련해서는 플라스틱 재질이 견고함을 제공하지만, 환경에 대한 소비자 인식이 높아짐에 따라, 재활용이 가능한 라벨을 사용하는 것이 소비자에게 어필할 수 있습니다. 또한, 폐기 처리가 용이하도록 재활용 및 폐기물 관리 기관의 승인을 받는 것이 좋습니다.

Q2. 수입산 신선 굴 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

수입산 신선 굴 제품은 주로 레스토랑이나 케이터링 서비스에서 소비됩니다. 이는 현지 굴의 높은 가격 때문에 식당에서 활용하기 부적합하기 때문입니다. 또한, 현지 규정에 따라 재포장되거나 재가공되어 슈퍼마켓을 통해 유통되기도 합니다. 제품 라벨에는 일본 농림부의 승인을 받았으며, 박테리아 위험이 없고 항생제를 사용하거나 주입하지 않았다는 점을 강조하여 구매자 및 소비자에게 어필할 수 있을 것으로 보입니다.

18) 사진 자료: 오고시 수산(Ogoshi Suisan) 공식 홈페이지

Q3. 유통업체가 신선 굴 제품 수입 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

히로시마를 방문하는 일본인 관광객들은 종종 굴 전문점에서 줄을 서서 굴을 사케나 맥주와 함께 즐기는 편입니다. 히로시마는 굴 생산지로서 높은 인지도를 가지고 있기 때문에, 1인분 가격이 계절에 따라 5,500엔-6,000엔(49,622-54,133원) 정도로 비싼 편입니다. 반면에 다른 지역의 굴은 500엔(4,511원) 이하로 가격이 책정되어 있으며, 가격이 이보다 높을 경우 소비자들이 구매를 망설일 수 있습니다.

Q4. 수입산 신선 굴 취급 시 물류나 유통적인 측면에서 특별히 주의해야 할 점은 무엇인가요?

일본 농림부의 승인을 받기 위해서는 굴이 공급되는 해역에 대한 평가가 필요합니다. 이는 일회성 절차가 아니며, 승인을 지속적으로 유지하기 위해서는 최소한 매년 검사를 실시해야 합니다. 이 과정을 거치지 않을 경우, 일본 내 굴의 수입이 허용되지 않습니다.

Q5. 현지 콜드체인 시설 이용과 관련하여 현지 유통업체와 어떤 방식으로 협력하나요?

도쿄에서 매년 개최되는 무역 박람회와 식품 박람회에 참가해 새로운 제품을 소개하는 것은 잠재적인 파트너들에게 어필할 수 있는 최상의 방법입니다.

해양수산부
한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

V
경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

경쟁제품(제조사)

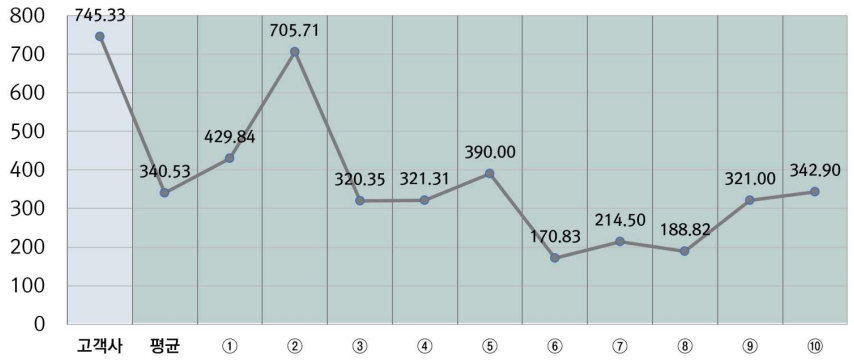
① 나마카키카네쓰요
(카네시게 수산)
② 무시카키에이에스씨
(마루호 호비라 상점)
③ 가이토카키카네쓰요
(오케이)
④ 오카야마산카키
(라이프 코포레이션)
⑤ 히로시마산 나마카키
(쿠니히로)
⑥ 무시아사리무키미
(라이프 코포레이션)
⑦ 가쓰아사리
(야마아키)
⑧ 가쓰아사리
(야마아키)
⑨ 무키호야
(야마보시)
⑩ 베비호타테
(라이프 코포레이션)

▸ 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격, 340.53엔

고객사 제품의 100g당 가격은 745.33엔(6,725원[19])으로, 오프라인에서 조사된 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격인 340.53엔(3,072원)보다 219%로 비싼 것으로 조사됨. 경쟁제품 2번의 100g당 가격은 705.71엔(6,367원)으로, 고객사 제품의 100g당 가격과 유사한 수준으로 조사된 한편, 대부분의 제품 100g당 가격대는 고객사 제품의 100g 가격의 절반 이하 수준으로 매우 낮은 편으로 확인됨

[표 5.1] 일본 신선 굴 가격 경쟁력 분석

(단위: 100g/엔)



19) 100엔=902.22원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

경쟁제품(제조사)

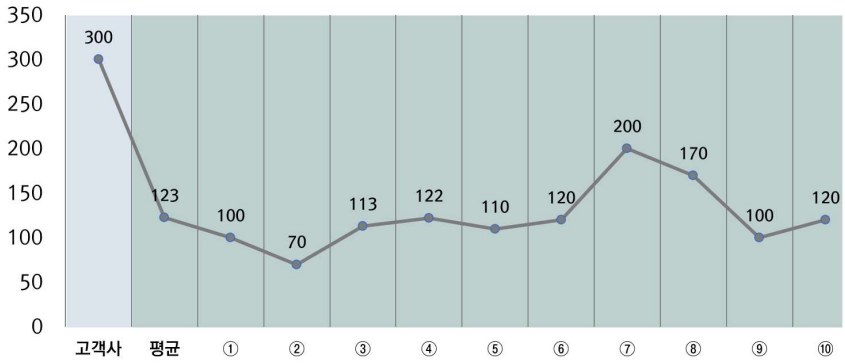
① 나마카키카네쓰요
(카네시게 수산)
② 무시카키에이에스씨
(마루호 호바라 상점)
③ 가이토카키카네쓰요
(오케이)
④ 오카야마산카키
(라이프 코포레이션)
⑤ 히로시마산 나마카키
(쿠니히로)
⑥ 무시아사리무키미
(라이프 코포레이션)
⑦ 가쓰아사리
(야마야키)
⑧ 가쓰아사리
(야마야키)
⑨ 무키호야
(야마보시)
⑩ 베비호타테
(라이프 코포레이션)

고객사 제품 총 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 총 중량은 300g으로, 신선 굴 경쟁제품 10개의 평균 중량인 123g의 2.4배 수준으로, 경쟁제품 대비 상당히 큰 편으로 조사됨. 경쟁제품 10개 중 7번 제품을 제외한 9개 제품은 모두 100g 대의 소중량 제품으로 확인됨. 제품 현지화를 위해 일본에서 유통되는 신선 굴 경쟁제품 중량이 작은 점을 참고하여 제품 중량을 줄여 시장에 진출하는 방안을 고려할 수 있음

[표 5.2] 일본 신선 굴 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

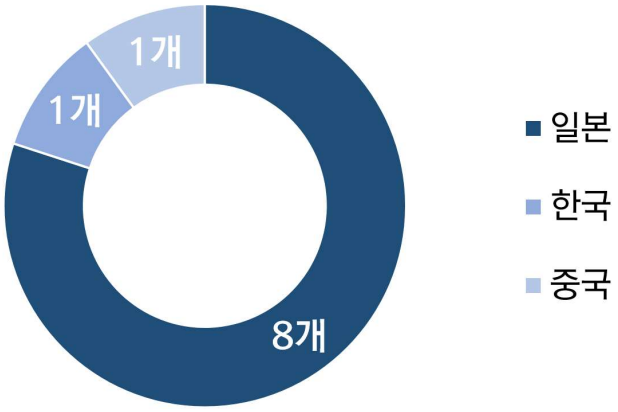


3) 원산지-국가

▸ 경쟁제품 10개 중 8개 제품, 일본 현지 제품

일본에서 판매 중인 신선 굴 경쟁제품 10개 중 8개의 제품이 일본 현지에서 생산된 제품임을 확인함. 나머지 제품은 한국과 중국이 각각 1개씩으로 파악됨

[표 5.3] 일본 신선 굴 제품 원산지 국가 경쟁력 분석

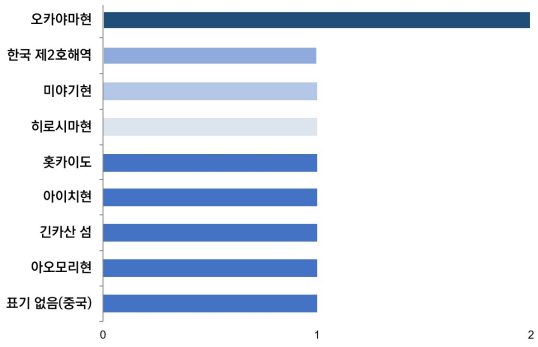


4) 원산지-지역

▸ 현지 경쟁제품, 10개 중 2개 오카야마현 산

일본에서 판매 중인 신선 굴 경쟁제품 10개의 원산지 지역명을 조사한 결과, 10개 제품 중 2개 제품이 오카야마현으로 가장 많았음. 나머지 제품들은 미야기현, 히로시마현, 홋카이도, 아이치현 등 일본의 지역과 한국의 제2호해역이 표기되었으며, 중국의 특정 지역명은 표시되지 않았음. 이에 신선 굴 제품은 특정 지역명을 강조하여 홍보하여 신뢰도를 높이고 있음을 확인함

[표 5.4] 일본 신선 굴 원산지 지역분석

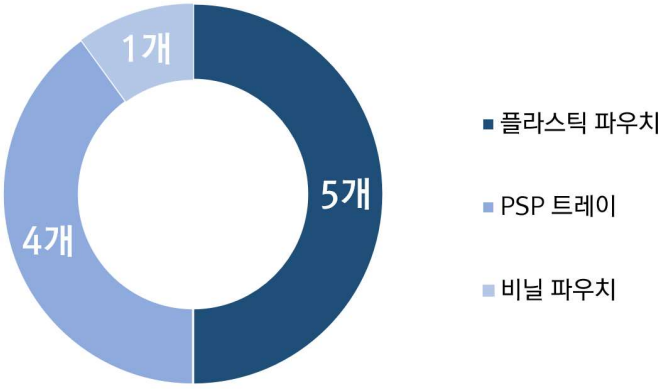


5) 포장 형태

▸ 경쟁제품 10개 중 5개 제품, 플라스틱 파우치 포장

일본에서 판매 중인 신선 굴 경쟁제품 10개 중 5개의 제품이 플라스틱 파우치에 포장되어 판매되고 있는 것으로 조사됨. 그 외 4개 제품이 PSP 트레이에, 1개 제품이 비닐 파우치에 포장되어 판매되고 있었음

[표 5.5] 일본 신선 굴 포장 형태 경쟁력 분석

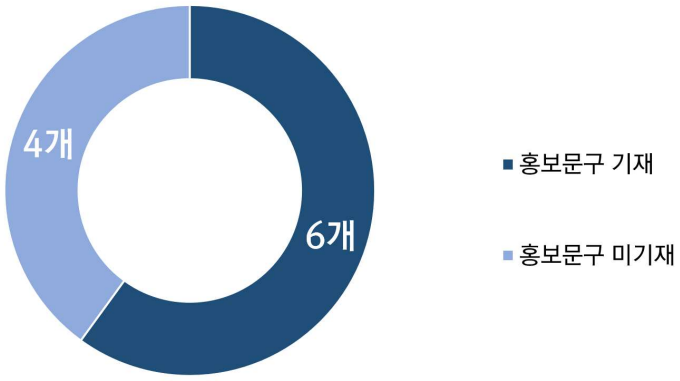


6) 홍보문구 기재 여부

▸ 현지 경쟁제품, 10개 중 6개 홍보문구 기재

일본에서 판매 중인 신선 굴 경쟁제품 10개의 홍보문구 기재 여부를 조사한 결과, 10개 제품 중 6개 제품이 홍보문구를 기재하였음. 그 외 제품 포장지에 홍보문구를 따로 기재하지 않고 가격, 중량, 원산지 등 필수적인 정보만 기대한 제품이 다수 확인됨

[표 5.6] 일본 신선 굴 홍보문구 기재 여부 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▸ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

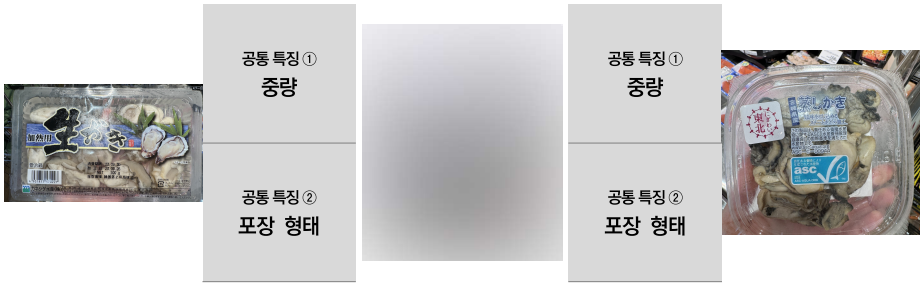
현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 요인에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기제품
(*) 온라인 쇼핑몰: 아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑
(*) 오프라인 매장: 이온, 라이프, 오케이스토어

· 온/오프라인 매장에서 판매
(*) 온라인 쇼핑몰: 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품
(*) 오프라인 매장: 조사매장 3개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▸ 유사 인기제품 벤치마킹



현지 벤치마킹 인기제품
(카네시게 수산_
나마카키카네쓰요)
'한국에서 생산되어 플라스틱 파우치에 포장된 100g 신선 굴'

◂ 벤치마킹
소량 포장

고객사 제품
'한국 통영에서 생산되어 플라스틱 파우치에 포장된 신선 굴'

벤치마킹 ▸
플라스틱 파우치

현지 벤치마킹 인기제품
(마루호 호바라
상점_무시카키에이에스씨)
'일본 미야기현에서 생산되어 플라스틱 파우치에 포장된 70g 신선 굴'

2) 벤치마킹 제품 분석
- 중량

▸ 벤치마킹 제품, 현지 시장에 적합한 소량 포장

현지에서 판매 중인 신선 굴 경쟁제품 10개의 중량을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 모든 제품의 총 중량이 200g 이하인 것으로 조사됨. 고객사 제품의 총 중량은 300g으로 경쟁제품의 평균 중량 대비 다소 양이 많은 것으로 나타남, 이에 대한 인터뷰를 진행한 결과, 일본 소비자는 전반적으로 1인분의 중량 작은 형태 신선 굴 제품을 선호함. 따라서, 고객사 제품도 총 중량을 낮춰 현지 시장에 진출할 것을 권장함

[표 5.7] 일본 신선 굴 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 고객사 굴은 300g으로 보통 굴 요리를 위한 1인분 양인 200g보다 많은 편입니다.

3) 벤치마킹 제품 분석
- 포장 형태

▸ 벤치마킹 제품, 플라스틱 파우치로 포장

현지에서 판매 중인 신선 굴 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 5개 제품이 플라스틱 파우치를 활용하여 포장됨. 이에 대한 인터뷰를 진행한 결과, 신선 굴 포장 시에 방수 포장이 필수이며 최근 현지 소비자들의 친환경 요구사항에 맞춰 재활용이 가능한 라벨을 표기할 것을 권장함. 따라서 고객사 제품도 플라스틱 파우치로 포장하여 진출하되, 재활용에 관한 사항을 포장에 표기하는 것을 추천함

[표 5.8] 일본 신선 굴 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰 1) 포장의 경우, 굴이 물에 닿거나 가열되지 않는 포장이면 좋을 것 같습니다.
(인터뷰 2) 플라스틱이 튼튼하지만, 포장에 신경을 쓰는 소비자들에게 어필하기 위해서는 재활용 라벨을 표기하는 것이 좋습니다. 또한, 폐기가 잘되도록 재활용 및 폐기물 관련 기관의 승인을 받는 것을 추천합니다.

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 신선 굴 기업 마케팅 벤치마킹

<table>
<tr><td rowspan="4">선정 기업 기본 정보</td><td>기업명</td><td>카네시게 수산</td></tr>
<tr><td>기업 설명</td><td>1988년 설립된 카네시게 수산은 일본 히로시마현에 본사를 두고 있음. 주요 취급 제품은 굴을 포함한 일반 수산물 및 냉동 식품임. 히로시마현을 포함한 오카야마현, 효고현, 한국산 굴을 일본으로 유통하고 있음</td></tr>
<tr><td rowspan="3">주요 마케팅 전략</td><td>다양한 형태로 출고 가능한 점 강조</td><td>
</td></tr>
<tr><td>가공 공정 및 엄격한 자사 기준 소개</td><td>
</td></tr>
<tr><td colspan="2">일본의 히로시마 현에서 생산된 굴과 자사의 높은 기준에 따라 엄선된 굴을 안심, 안전하게 가공하여 일본 전국으로 유통하는 점을 강조</td></tr>
<tr><td rowspan="3">요약</td><td>판매 채널</td><td>현지 오프라인 매장 진출</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>현지 홈페이지를 활용하고 있음</td></tr>
<tr><td>홍보문구</td><td>제품의 품질, 안전성을 강조하는 문구 활용</td></tr>
</table>

4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 종류, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Serving, Jumbo, 1kg 등
제품 종류	판매 제품 종류에 대한 평가	Oyster, Defrosting, Shellfish 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Smell, Umami 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Recommended 등

▶ 라쿠텐에서 판매되고 있는 신선 굴 제품 선정

[표 5.11] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보

판매 사이트	라쿠텐 (Rakuten)	리뷰 수	17,482건
제품명	점보히로시마카키 1kg ジャンボ広島カキ 1kg		
제품 종류	신선 굴	소비자가격	3,180엔 (28,691원)
중량	1,000g (해동 후 850g)	포장	(-)
특징	약 30알, 4-5인분, 3년 연속 어패류 부문 판매 1위		

조사 제품

사이트	라쿠텐
분석 건수	17,482건
제품명	점보히로시마카키 1kg (ジャンボ広島カキ 1kg)
제품 종류	신선 굴
소비자가격	3,180엔 (28,691원)
중량	1,000g (해동 후 850g)
포장	(-)
특징	약 30알, 4-5인분, 3년 연속 어패류 부문 판매 1위

▸ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, '제품 종류', '맛' 만족도 높아

빅데이터 분석을 통해 독일 온라인 쇼핑몰 아마존에서 판매되고 있는 신선 굴 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, '제품 종류'에 대한 긍정 점수가 667점으로 가장 높게 나타나 제품 종류에 대한 소비자의 만족도가 가장 높음. 부정 점수는 220점으로 나타나, 제품 종류에 대한 긍정적인 후기가 상당히 많은 것으로 나타남. 그다음으로는 '맛'에 대한 긍정 점수가 330점, 부정 점수가 114점으로 큰 차이를 보였음. '품질'에 대한 긍정 점수 또한, 233점으로 높게 나타남

[표 5.12] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)

[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	155	55
중량	196	71
제품 종류	667	220
맛	330	114
품질	233	92
종합	1581	552

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 세계은행 (www.data.worldbank.org)
2. 도쿄도청 (www.metro.tokyo.lg.jp)
3. 스태티스타 (www.statista.com)
4. 구글맵 (www.google.co.kr/maps)
5. 라쿠텐 (www.rakuten.co.jp)
6. 아마존 (www.amazon.co.jp)
7. 야후 쇼핑 (shopping.yahoo.co.jp)
8. 이온 홈페이지 (www.aeon.jp/sc)
9. 라이프 홈페이지 (www.lifecorp.jp)
10. 오케이 스토어 홈페이지 (ok-corporation.jp)
11. 카네시게 수산 홈페이지 (kaneshige-suisan.co.jp)
12. 쿠니히로 홈페이지 (www.kunihiro-jp.com)
13. 마루호 호바라 상점 홈페이지 (www.hobara.com)
14. 퍼시픽 월드 홈페이지 (www.pwc.co.jp)
15. 다이토 교루이 홈페이지 (www.daitogyorui.co.jp)
16. 오고시 수산 홈페이지 (www.ogoshi-suisan.jp)

해양수산부 aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

발행 겸 편집 aT 한국농수산식품유통공사

발 행 일 자 2023.11.10

2023

수산식품 수출기업 맞춤형 시장조사

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

Copyright 2023 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea