

증가하는 수입식품 전문점

도쿄지사

증가하는 수입식품 전문점

- 일본에 수입식품 전문점이 늘고 있다. 이와 더불어 한국 식품의 인기도 지속적으로 상승하고 있는데, 대표적인 수입식품 전문점 '이온 카페란테'의 경우, 한국식품이 전체 매출의 30%를 차지하고 있다.
- '이온 카페란테'의 관계자에 따르면, 올해 전년 대비 280~300%의 매출 증대가 있었고, 10월은 여름과 겨울 사이의 상품 전환시기이므로 판매량이 다소 하락했지만 본격적인 겨울이 다가오면 냄비 관련 제품이 다시 인기가 있을 것이라고 전망했다.

- 이런 수입식품 전문매장이 일반 슈퍼마켓과 크게 다른 점은 본고장 느낌이 난다는 점이다. 일반 슈퍼마켓에서는 한국산 식품이라도 일본 소비자가 손쉽게 고를 수 있고 의미를 쉽게 받아들일 수 있도록 일본어 표기의 패키지를 요구하는 경우가 많다. 반면에 이온 카페란테에서는 한국어 표기 그대로의 패키지를 요구한다. 「한국 여행을 하면서 현지에서 먹었거나 사왔던 것들을 또 먹고 싶다」는 소비 심리에 맞추어 이미 맛을 어느 정도 알고 있는 사람들을 대상으로 판매하고 있기 때문에, 한국에서 유통되는 포장형태 그대로가 오히려 좋은 것이다.

일본의 수입식품 전문매장

일본의 인기 오프라인 매장들



① KALDI(동경도내 88개 점포)

- 커피와 향신료 등 인기 해외식품을 중심으로 소비자 니즈를 재빨리 파악하여 도입하고 있는 일본의 대표적인 수입식품 매장.
- 커피 무료시음을 하고 있으며, 점포가 많은 역세권 빌딩 내에 위치한 경우가 많아 입지 조건이 인기를 얻는 중요한 요소 중 하나이다.



② 이온 카페란테 (동경도내 10개 점포)

- 동경도내에 10개 점포를 운영하고 있는 이온 카페란테는 세계 각국에서 2,000여 종의 음식과 음료를 수입·판매하고 있다. 그중에서도 이탈리아 식재료가 매우 풍부해, 카페란테 한정 수입 파스타 및 희귀 소스 등을 쉽게 구입할 수 있다.
- 매일 커피 무료시음을 하고 있어 커피 마니아에게도 인기가 많다.



③ 주피터 커피 (동경도 내 7개 점포)

- 동경도 내에만 7개의 점포를 두고 있는 주피터 커피는 다양한 수입식품을 취급하는 가게이다.
- 100% 아라비카 커피를 비롯한 음료, 오일, 동남아시아의 인스턴트 라면 등 인기 제품을 구비하고 있다. 가격대도 합리적인 것이 많고, 다양한 국가 및 지역의 식자재와 조미료를 손쉽게 구입할 수 있는 것이 매력이다.



④ Carnival (동경도 내 및 인근 5개 점포)

- 동경도 내 및 인근 총 5개의 점포가 있는 Carnival 중 사진의 기치조지점은 노면에 인접한 시장느낌이 나는 슈퍼마켓이다.
- 세계 각국의 식자재를 포함, 진열대 곳곳에 아기자기한 해외 잡화 등도 판매하고 있다. 또한 다국적 메뉴의 델리와 디저트도 제공하고 있으며, 그중에서도 16가지 품목 중 3개를 고르는 원코인런치(500엔 런치)가 큰 인기를 끌고 있다.



⑤ NISSIN World Delicatessen

- 전 세계의 와인을 찾고 있다면 단연 NISSIN World delicatessen이다. 3층의 플로어 전체가 와인 매장으로 되어 있어 와인은 물론, 다양한 나라의 맥주 및 유니크한 주류가 플로어 전체에 빼곡히 진열되어 있는 것이 특징이다.
- 2층의 식료품 코너에는 치즈와 시리얼, 향신료 등 음료 이외의 수입상품도 풍부하다.

⑥ Seijolshii 成城石井 (동경도 내 77개 점포)

- 국내 제품뿐 아니라 고품질의 안전한 수입식품을 판매하는 것으로도 유명한 Seijolshii(成城石井)는 수입 자회사를 가지고 있어, 세계 각지에서 바이어가 음식 트렌드를 보면서 고른 고품질의 제품을 저렴한 가격으로 매장에 진열하고 있는 것이 특징이다.
- 이곳의 간판 상품 중 하나인 와인은 물류 환경에도 특별한 주의를 기울이고 있어 일정한 온도를 유지하는 리퍼 컨테이너를 사용한다. 이를 통해 진동이나 빛에 의한 변질 없이 산지의 맛 그대로에 가까운 상태로 들여온다.
- 손님 접대에 사용해도 손색이 없을 고품질의 신뢰할 수 있는 상품과 긴 영업시간, 역에서의 접근성이 좋은 점포가 많은 것도 큰 매력 포인트이다.



⑦ NATIONAL AZABU

- 장르를 불문하고 다양한 수입식품을 취급하고 있는 해외풍의 마켓이다. 세계 각국의 치즈와 일본에서 보기 드문 과자 등이 특히 풍부하다.
- 단골손님도 외국인 주부들이 많아, 방문하는 것만으로도 외국에서 쇼핑을 하고 있는 것 같은 기분을 만끽할 수 있다.



일본의 인기 온라인 샵



Kitchen Garden(www.rakuten.ne.jp)

- KALDI에 버금가는 다양한 종류의 식품을 취급

iherb(www.iherb.com)

- 한국에서도 인기 있는 iherb. 서플리먼트, 식품, 건강지향 의 오가닉 제품들을 취급

World-Plaza(store.shopping.yahoo.co.jp)

- 전 세계 식품을 합리적인 가격에 판매하는 사이트

확실한 타깃을 선정한 전략 세워야

- 한국식품은 주로 매장에서 판매를 시작한 후 SNS 등을 통해 확산된다. 온·오프라인의 시너지 효과로 히트 상품이 만들어지는 것이다. aT 동경지사의 판촉사업에서도 오프라인 매장뿐만 아니라 온라인 홍보도 세트로 진행하여 소비자의 관심을 더욱 끌어내려고 다양한 시도를 하고 있다.
- 올해 들어 미초와 라볶이 등 한국음식 붐이 계속되고 있는 가운데, 이에 대한 인기요인으로 이온 카페란테와 코스트코를 비롯한 수입식품 전문매장에서의 선전이 큰 영향을 주고 있는 것으로 보인다.
- 일본 소비자에 맞춰 패키지를 일어 표기로 바꾼 상품뿐만 아니라, 한국에서 구입할 수 있는 상품 그대로인 것을 어필 포인트로 판매하는 것도 일본에서는 하나의 수단이 되고 있다. 그러므로 막연한 대상을 설정할 것이 아니라 타깃을 확실하게 정해서 상품을 개발하고 수출을 하는 것이 중요해 보인다.