

2022 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사

No. | 202209-11
품목 | 조미김
HS CODE | 2008.99-5010
국가 | 일본(Japan)
구분 | 경쟁력분석형



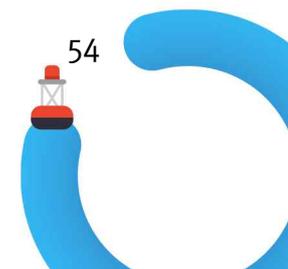


CONTENTS

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 일본 조미김 경쟁제품 선정	05
2. 일본 조미김 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 일본 조미김 경쟁제품 현지조사 결과	11
III. 경쟁기업	
1. 일본 조미김 경쟁기업 선정	23
2. 일본 조미김 경쟁기업 현지화 분석 기준	24
3. 일본 조미김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	26
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
1. 니코니코노리(Niconiconori)	36
2. 세린(Serin)	39
3. 아이템피아재팬(Itempiajapan)	42
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	46
2. 벤치마킹 제품 분석	51
3. 기업 마케팅 벤치마킹	53

*참고문헌

54





II. 경쟁제품

1. 일본 조미김 경쟁제품 선정
2. 일본 조미김 경쟁제품 조사지표 선정
3. 일본 조미김 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 일본 조미김 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 조미김
제품 종류	조미김
소비자가격	약 153.94엔 ¹⁾ (1,500원/4g*3봉 기준)
FOB가격	약 N엔 (약 n원/4g*3봉 기준)
중량	4g*3봉 4g*16봉
포장	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이
특징	얇은 두께와 고유한 향기, 바삭한 식감, 짜지 않고 고소한 맛

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명 : N사 (전장김)
 - 제품 종류 : 조미김
 - 소비자가격 : 약 153.94엔 (1,500원/4g*3봉 기준)
 - 중량: 4g*3봉/4g*16봉
 - 포장 형태 : 플라스틱파우치/플라스틱트레이

Step 02. 경쟁제품군 선정



- ① 경쟁제품군 파악 및 선정
 1. 조미 도시락 김
 2. 조미 김자반

Step 03. 현지 온라인 쇼핑물 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑물 확인
 1. 아마존(Amazon): 28.2%
 2. 라쿠텐(Rakuten): 25.1%
 3. 야후재팬(Yahoo Japan): 14.2%
- ② 주요 온라인 쇼핑물 내 경쟁제품 조사

Step 04. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 한인마트
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 05. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

1) 100엔=973.43원 (2022.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

일본 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 아마존	산선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등
 라쿠텐	산선식품, 유제품, 과자류, 냉동식품 등
 야후재팬	건강식품, 산선식품, 가구, 가공식품 등

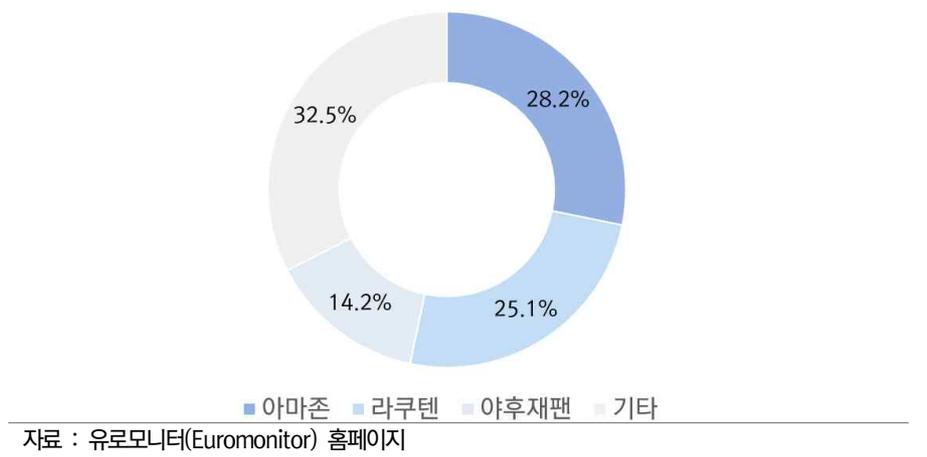
▶ 조미김 경쟁제품군 1-2순위 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사의 희망 조사지표를 바탕으로 조미김 제품의 경쟁제품군 1-2순위를 설정하였음. 1순위는 조미 도시락 김 제품, 2순위는 조미 김자반 제품임

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 일본 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 한국산 조미 도시락 김과 기타 조미김 제품이 공통적인 상위 인기 제품으로 확인됨. 한국 김 제품 이외에도 국산 조미김 제품 또한 상위 인기 제품목록에서 확인되었음

[표 2.1] 일본 온라인 쇼핑몰 점유율



[표 2.2] 중국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

아마존 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(추천 순위 기준) ²⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	조미 김자반	B사	b브랜드 김가루	한국	720엔 (약 7,009원)	70g	
2	조미 김자반	E사	E사 명품김자반	한국	2,141엔 (약 20,841원)	50g*5봉	
3	조미 김자반	F사	돌자반 볶음	한국	3,200엔 (약 31,150원)	70g*5봉	
4	조미 도시락 김	A사	a브랜드 조선김	한국	8,500엔 (약 82,742원)	20g*30봉	
5	조미 김자반	G사	포도씨유 김자반	한국	2,995엔 (약 29,154원)	60g*4봉	

2) 조사일(2022.09.01) 기준 조사

[표 2.2] 일본 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

라쿠텐 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(추천 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	조미 도시락 김	커클랜드 (Kirkland)	로스티드 시즌드 시워드 (Roasted Seasoned Seaweed)	한국	2,780엔 (약 20,061원)	17g*10봉	
2	조미 도시락 김	C사	시즌드 시워드 스낵 (Seasoned Seaweed Snack)	한국	4,437엔 (약 43,191원)	4.5g*9봉	
3	조미 김자반	H사	참기름자반볶음	한국	2,900엔 (약 28,229원)	50g*2봉	
4	조미 김자반	I사	섬마을 바삭바삭 김자반	한국	3,880엔 (약 37,769원)	70g	
5	조미 도시락 김	J사	f브랜드 시즌드 시워드 (KIMNORI Seasoned Seaweed)	한국	3,768엔 (약 36,679원)	4g*12봉	
야후재팬 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	조미 도시락 김	에리타테 노리텐 (襟立海苔店)	아리아케 산 양념 김	일본	1,080엔 (약 16,354원)	160g	
2	조미 김자반	D사	c브랜드 김자반	한국	376엔 (약 3,660원)	50g	
3	조미 도시락 김	타나카 노리텐 (田中海苔店)	양념 김	일본	1,580엔 (약 15,380원)	140g	
4	조미 도시락 김	HM 코퍼레이션 (HM Corporation)	전통 도시락용 김	한국	500엔 (약 4,867원)	50g	
5	조미 도시락 김	아라키 노리텐 (荒木海苔店)	내 청춘 양념 김	일본	1,994엔 (약 19,410원)	320g	

자료: 아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 야후재팬(Yahoo Japan) 홈페이지
 사진 자료: 아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 야후재팬(Yahoo Japan) 홈페이지

3) 조사일(2022.08.19) 기준 조사

4) 조사일(2022.08.19) 기준 조사

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 일본 도쿄 정보⁵⁾

인구	약 1,394만 명
면적	약 2,191km ²

▶ 일본 도쿄, 방문지역으로 선정

일본 도쿄(Tokyo)를 방문지역으로 선정함. 도쿄는 일본의 수도이자 경제, 문화, 교통이 집약된 지역임. 도쿄의 중심부에는 국내 및 국제 금융 기관과 기업 본사가 자리하고 있으며, 일본 최대 공업지대인 게이힌공업지대(京浜工業地帯)가 있음. 도쿄역은 일본 초고속 열차인 신칸센과 주요 철도가 지나가는 중앙 터미널이며, 전철, 지하철, 버스 노선 및 고속도로를 연결하는 일본의 핵심적인 교통 허브임

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

유통채널별 점유율 조사 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 51.6%로 가장 높았으며, 다음으로 편의점 2.3%, 온라인 2.0%, 수산물 전문 식품점 0.5%로 확인됨. 각 유통경로별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 일본 김 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	51.6%	맥스밸류(マックスバリュ), 라이후(ライフ), 마루에츠(マルエツ), 이온몰(AEON Mall), 이토요카도(Ito-Yokado)
기타 (아시안/한인마트 등)	43.6%	칸코쿠 히로바(Kankoku Hiroba), 서울 이치바(Seoul Ichiba), 예스마트(Yesmart)
편의점	2.3%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 미니스톱(Ministop), 야마자키샵(ヤマザキ ショップ)
온라인	2.0%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 야후재팬(Yahoo Japan)
수산물 전문 식품점	0.5%	츠키지 마켓(Tsukiji Market), 도요스 피시마켓(Toyosu Fish Market)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

5) 자료: 도쿄도청(東京都庁) 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 라이후(ライフ), 이온(Aeon), 이토요카도(Itoyokado)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 조미 도시락 김: 소금 및 기름으로 간을 한 후 일정한 크기로 잘라 포장한 김 제품

- 조미 김자반: 밥에 뿌려먹거나, 반찬처럼 먹는 시즈닝을 입힌 김 제품

[표 2.4] 일본 조미김 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	조미 도시락 김	조미 김자반
① e브랜드 한국김(참기름김) (E사)	○ (라이후)	(-)	○	
② e브랜드 돌김 (E사)	○ (라이후)	○ (라쿠텐, 야후재팬)	○	
③ c브랜드 햇바삭김 (씨제이)	○ (이온)	○ (라쿠텐, 야후재팬)	○	
④ 닛신 칸코쿠 아지츠키노리 (일신통상)	○ (이온)	(-)	○	
⑤ 이온 탐밸류 아지츠키 오카즈노리 (마츠타나노리)	○ (라이후, 이온)	(-)	○	
⑥ e브랜드김 (E사)	○ (이토요카도)	○ (라쿠텐, 야후재팬)	○	
⑦ 송가네일품자반김 (고세이코퍼레이션)	○ (라이후)	○ (라쿠텐, 야후재팬)		○
⑧ 간소 붓카케 칸코쿠노리 (오리온자코)	○ (라이후, 이온)	○ (라쿠텐, 야후재팬)		○
⑨ 나가이 칸코쿠 아지츠키 자판노리 (나카이노리)	○ (이온)	○ (라쿠텐, 야후재팬)		○
⑩ 시로코 사쿠우마 칸코쿠노리 (시로코노리)	○ (이토요카도)	○ (라쿠텐, 야후재팬)		○

(*) 현지 판매 조미김 경쟁제품 10개 분석

2. 일본 조미김 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 일본 조미김 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 일본 조미김 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격	제품의 10g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	조미 도시락김	소금 및 기름으로 간을 한 후 일정한 크기로 잘라 포장한 김 제품
	조미 김자반	밥에 뿌려먹거나, 반찬처럼 먹는 시즈닝을 입힌 김 제품
포장 형태	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이	외부 포장: 플라스틱 소재의 파우치 내부 포장: 플라스틱 소재의 트레이
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기간
원산지		제품의 원산지
조사 일자		제품 조사 일자
인증		제품이 보유하고 있는 인증
홍보문구		제품의 홍보문구
보관 온도		제품의 보관 온도
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

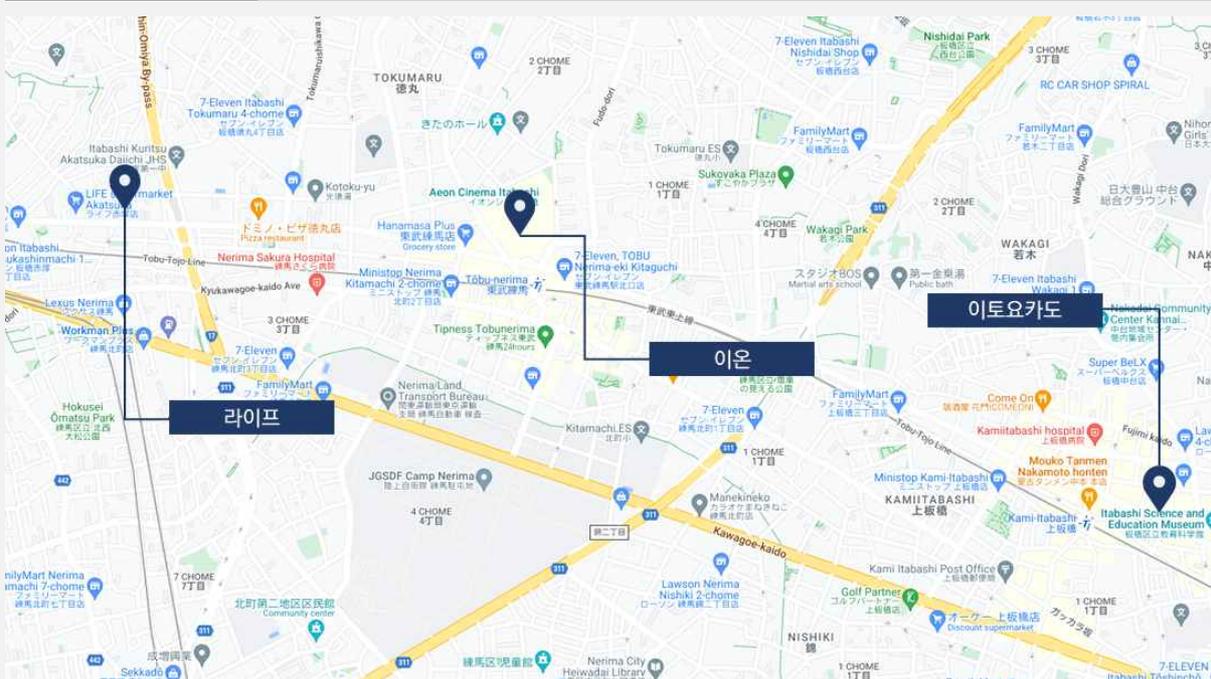
3. 일본 조미김 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 일본 도쿄에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓

일본 도쿄에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 라이후(ライフ), 이온(Aeon), 이토요카도(Itoyokado)를 방문함. 라이후는 도쿄에 80개 이상의 매장을 운영중이며 멤버십 제도를 이용하여 대형 슈퍼마켓과의 경쟁력 확보에 집중함. 이온은 일본과 아시아 전역에 약 16,500개의 매장을 보유하고 있는 대형 슈퍼마켓 체인임. 이토요카도는 도쿄에 본사를 두고 있으며 식품, 잡화 판매에 집중함. 2005년 Seven&I 홀딩스의 자회사로 개편됨.

[표 2.5] 일본 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
라이후 (ライフ)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	3	· 일본의 대형 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드 · 일본 내 80개 이상의 매장 보유
이온 (Aeon)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	5	· 일본의 대형 슈퍼마켓 체인 · 일본과 아시아 전역에 약 16,500개의 매장 보유
이토요카도 (Itoyokado)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	2	· 식품, 잡화 판매에 집중 · 일본 전역에 127개의 매장을 운영중



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 12개 중 2개 제품은 두 방문 매장에서 판매

라이후(ライフ)와 이온(Aeon), 이토요카도(Itoyokado) 매장을 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 총 8개의 제품이 1개의 방문 매장에서만 판매 중인 것을 확인함. 그러나, 일본 김 제품 중 2개의 제품은 라이후와 이온, 두 방문 매장에서 판매하고 있음을 확인함

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	라이후	이온	이토요카도
① e브랜드 한국김(참기름김) (E사)	○		
② e브랜드 돌김 (E사)	○		
③ c브랜드 햇바삭김 (씨제이)		○	
④ 닛신 칸코쿠 아지츠크노리 (일신통상)		○	
⑤ 이온 탐밸류 아지츠크 오카즈노리 (마츠타나노리)	○	○	
⑥ e브랜드김 (E사)			○
⑦ 송가네일품자반김 (고세이코퍼레이션)	○		
⑧ 간소 붓카케 칸코쿠노리 (오리온자코)	○	○	
⑨ 나가이 칸코쿠 아지츠크 자판노리 (나가이노리)		○	
⑩ 시로코 사쿠우마 칸코쿠노리 (시로코노리)			○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 라이후(ライフ)

●
매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
대형 도로 인근에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁶⁾		라이후는 1956년에 설립된 대형 슈퍼마켓 체인으로 현재까지 275개의 매장이 있음. 오사카에 121개의 매장이 있으며 다음으로는 도쿄에 81개의 매장이 있음. 판매 제품 종류가 다양하며, 멤버십 제도를 이용하여 대형 슈퍼마켓과의 경쟁력 확보에 집중함
	조사 제품 수: 3개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 도쿄 상세주소 3 Chome-45-4 Kanamecho, Toshima City, Tokyo

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 조미김 경쟁제품 정보	
		
	e브랜드한국김 (E사)	e브랜드돌김 (E사)
		
송가네 일품자반김 (고세이코퍼레이션)		

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 야후재팬(Yahoo Japan)

			
제품명 (현지어)	e브랜드 한국김(참기름김) (ヤンバン韓国海苔)	제조사 (현지어)	E사
제품 종류	조미 도시락김	중량	39.6g
소비자가격	388.00엔 (약 3,781원)	10g당 가격	97.98엔 (약 955원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이	홍보문구	한국매출1위, 엄선한 원초, 향과 맛이 좋은, 두번구워바삭한, 삼중관리시스템(TIS), 명장이 전하는, 산지에서 직접 선별
수입자	第一楼ジャパン株式会社	원료 및 첨가물	마른김(한국산), 유채기름, 참기름, 식염/산화방지제(로즈마리 추출물, 녹차 추출물, 쌀겨 기름 추출물), (일부에 첨가 포함)
			
제품명 (현지어)	e브랜드 돌김	제조사 (현지어)	E사
제품 종류	조미 도시락김	중량	19.8g
소비자가격	248.00엔 (약 2,417원)	10g당 가격	125.26엔 (약 1,221원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이	홍보문구	한국의 깨끗한 바다에서 채취한 신선한 김에 소금과 참기름으로 양념, 깔끔한 식감과 고소한 맛으로 맥주 안주와 밥반찬으로 추천
수입자	株式会社 白子	원료 및 첨가물	김(한국산 100%), 식물유, 소금, 조미료(아미노산 등)

			
제품명 (현지어)	송가네일본품자반김 (宋家 一品ジャパンのり)	제조사 (현지어)	고세이코퍼레이션 (五星コーポレーション)
제품 종류	조미 김자반	중량	90g
소비자가격	398.00엔 (약 3,878원)	10g당 가격	44.23엔 (약 431원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 지퍼백	홍보문구	밥 반찬과 술 안주에 추천, 바삭바삭한 식감, 고소함, 바다의 향기, 먹는 방법 소개(주먹밥, 쌀죽의토픽, 맥주안주)
수입자	株式会社五星コーポレーション	원료 및 첨가물	마른김(한국산), 씨유, 설탕, 참기름, 참깨, 천일염

Shop ② 이온(Aeon)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:

음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매함

- 매장 주변 특징: 상점가 인근에 위치

- 주요 고객층: 현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보)		이온은 1758년에 설립된 일본의 AEON Group의 슈퍼마켓 체인으로, 일본과 아시아에 약 16,500개의 매장을 보유하고 있음. 이온은 2009년 베트남에서 사업을 시작하여, 현재까지 6개의 쇼퍼센터와 약 30여개의 시티마트 슈퍼마켓, 100여개의 편의점을 운영하고 있음
		조사 제품 수: 5개

매장 정보		
	위치	도쿄 2 Chome-6-1 Tokumaru, Itabashi City, Tokyo

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 조미김 경쟁제품 정보		
			
	c브랜드 핫바삭김 (D사)	닛신 칸코쿠 아지츠케노리 (일신통상)	간소 붓카케 칸코쿠노리 (오리온자코)
			
	나agai 칸코쿠 아지츠케 자판노리 (나가이노리)	이온 탐벨류 아지츠케 오카즈노리 (마츠타나노리)	

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 야후재팬(Yahoo Japan)

			
제품명 (현지어)	c브랜드 햇바삭김	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	조미 도시락김	중량	32g
소비자가격	298.00엔 (약 2,904원)	10g당 가격	93.13엔 (약 908원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이	홍보문구	K-meal, 한국의 맛, 고소한 참기름, 전통 한국 김, 바삭한식감, 엄선된 재료, 알맞은 짠맛, 풍부한 풍미, 밥반찬, 어린이 도시락, 술안주로 추천
수입자	CJ FOODS JAPAN 株式会社	원료 및 첨가물	건조김(한국산), 옥수수기름, 식염, 참기름, 조미료(아미노산 등)
			
제품명 (현지어)	닛신 칸코쿠 아지츠키노리 (日新韓国味付け海苔)	제조사 (현지어)	일신통상 (日新通商)
제품 종류	조미 도시락김	중량	10.5g
소비자가격	98.00엔 (약 955원)	10g당 가격	93.34엔 (약 910원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이	홍보문구	일본 국내 제조, 고소하고 바삭한 식감. 참기름의 고소함과 소금 양념
수입자	(-)	원료 및 첨가물	마른김(한국), 유채기름, 참기름, 소금, 조미료(아미노산 등)

			
제품명 (현지어)	간소 붓카게 칸코쿠노리 (元祖ぶっかけ韓国のり)	제조사 (현지어)	오리온자코 (オリオンジャコー)
제품 종류	조미 김자반	중량	70g
소비자가격	398.00엔 (약 3,878원)	10g당 가격	56.86엔 (약 555원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 지퍼백	홍보문구	한국 조미김 매출 1위, 먹는법(반찬, 주먹밥, 볶음밥, 국수/그 외 샐러드, 오차즈케, 비빔밥, 무침 등 다양한 요리에 사용), 추천 레시피
수입자	株式会社ヒトシナ商社	원료 및 첨가물	마른김, 콩기름, 참기름, 들기름, 깨, 소금
			
제품명 (현지어)	나agai 칸코쿠 아지츠크 자판노리 (永井韓国味付ジャパンのり)	제조사 (현지어)	나agai노리 (永井海苔株式会社)
제품 종류	조미 김자반	중량	45g
소비자가격	298.00엔 (약 2,904원)	10g당 가격	66.23엔 (약 646원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 지퍼백	홍보문구	안주/간식/밥 반찬으로, 샐러드와 국수 토핑에, 참기름/올리브오일 사용, 바삭바삭한식감, 먹는방법소개
수입자	永井海苔株式会社	원료 및 첨가물	마른김(한국산), 옥수수기름, 참기름, 깨, 포도당, 식염, 설탕, 들기름, 올리브유

제품명 (현지어)	이온 탑밸류 아지츠키 오카즈노리 (イオン TOPVALU 味付おかずのり)	제조사 (현지어)	마츠타나노리 (松谷海苔株式会社)
제품 종류	조미 도시락김	중량	20g
소비자가격	238.00엔 (약 2,319원)	10g당 가격	119.00엔 (약 1,160원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이	홍보문구	홋카이도육수와 두종류의 간장으로 양념
수입자	(-)	원료 및 첨가물	마른김(한국산), 간장(대두·밀 포함), 설탕, 다시마 육수, 발효조미료, 새우 추출물(밀·대두 포함), 식염/조미료(아미노산 등)

			
제품명 (현지어)	e브랜드김	제조사 (현지어)	E사
제품 종류	조미 도시락김	중량	19.8g
소비자가격	258.00엔 (약 2,514원)	10g당 가격	130.31엔 (약 1,270원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이	홍보문구	한국매출1위, 산지의 신선한 재료 엄선
수입자	株式会社 白子	원료 및 첨가물	김(한국산), 유채기름, 참기름, 소금

			
제품명 (현지어)	시로코 사쿠우마 칸쿠노리 (白子サクうま韓国のり)	제조사 (현지어)	시로코노리 (株式会社白子)
제품 종류	조미 김자반	중량	30g
소비자가격	258.00엔 (약 2,514원)	10g당 가격	86.00엔 (약 839원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 지퍼백	홍보문구	용도예시(주먹밥, 샐러드, 볶음밥 등 좋아하는 음식에 뿌려 먹을 수 있음), 어떤요리에도 사용가능, 소금과 참기름 풍미, 요리에 약센트,
수입자	株式会社 白子	원료 및 첨가물	마른김(한국산), 해바라기유, 참기름, 식염/산화방지제(로즈마리 추출물), (일부 참깨 포함)



III. 경쟁기업

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

1. 일본 조미김 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 조미김을 판매하는 일본기업 1개사, 한국기업 2개사 총 3개사 선정

오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어 있는 일본기업 1개사 및 한국기업 2개사 총 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 32년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 32년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 오리온자코는 1994년에 설립되어 28년의 업력을 보유하고 있으며, E사는 1969년 설립된 이후에 약 53년째 사업을 이어오고 있음. D사는 15년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 3개사, 조미김 동일 품목 종류 조사

일본에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 조미김 동일 품목 수를 조사한 결과, E사가 14개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그 다음으로는 D사가 11개 제품을, 오리온자코가 8개 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 조미김 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
오리온자코	일본	28년	8개
E사	한국	53년	14개
D사	한국	15년	11개

자료: 일본 진출 조미김 경쟁기업 3개사 분석

2. 일본 조미김 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 21년도 매출액
	직원 수	기업 21년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	조미 도시락 김 및 조미 김자반

▶ 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	라이후, 이온, 이토요카도
온라인	아마존, 라쿠텐, 야후재팬

3. 일본 조미김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 일본 오프라인 매장 진출

일본에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 특히 E사는 라이후(ライフ), 이토요카도(Itoyokado) 2곳에 입점해있는 것으로 확인되었고, 오리온자코와 D사는 이온(Aeon)에 입점한 것으로 확인됨. 3개사 모두 온라인 채널 라쿠텐(Rakuten)에 입점하였으며, 오리온자코는 야후재팬(Yahoo Japan), D사는 아마존(Amazon)에도 입점한 것으로 조사됨

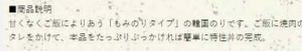
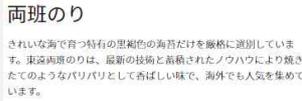
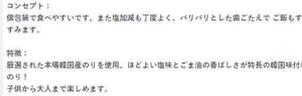
▶ 경쟁기업, SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

일본 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 오리온자코는 일본 현지 홈페이지를 운영하고 있으며 E사와 D사는 일본 현지와 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. SNS 플랫폼을 통한 홍보 활동으로는 D사만 유일하게 일본 계정의 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터를 운영하며 활발한 홍보를 진행하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 원산지, 맛/식감, 활용법 등을 강조

일본 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 원산지, 맛과 식감, 활용 요리 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. 이외에도 품질 키워드 및 가공 노하우와 관련된 수식어가 활용되고 있음. ‘한국의 맛’, ‘한국 매출 1위’, ‘전통 한국김’, ‘고소한 맛’, ‘깔끔한 식감’, ‘바삭바삭한 식감’, ‘풍부한 풍미’, ‘다양한 요리에 사용’, ‘맥주 안주와 밥반찬으로 추천’ 등의 수식어가 사용되고 있으며, 그 외에도 ‘오랜 세월 축적된 노하우’, ‘산지에서 직접 선별’ 등의 여러 수식어로 제품의 가공 방법 및 품질에 대해 홍보하고 있음

[표 3.7] 일본 조미김 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
오리온자코	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 이온 온라인 매장 - 라쿠텐 - 야후재팬 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (일본) 	<ul style="list-style-type: none"> - 한국 조미김 2019, 2020 매출 1위 - 반찬, 주먹밥, 볶음밥 등 다양한 요리에 사용 - 추천 레시피 	
E사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 라이후 - 이토요카도 온라인 매장 - 라쿠텐 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (일본/글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> - 한국 매출 1위 - 엄선한 원초 - 향과 맛이 좋은 - 두 번 구워 바삭한 - 산지에서 직접 선별 - 깔끔한 식감 - 고소한 맛 - 맥주 안주와 밥반찬으로 추천 	
D사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 이온 온라인 매장 - 아마존 - 라쿠텐 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (일본/글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 유튜브 - 인스타그램 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - K-meal - 한국의 맛 - 고소한 참기름이 식욕을 돋우는 - 전통 한국김 - 오랜 세월 축적된 노하우 - 바삭바삭한 식감 - 엄선된 재료 - 풍부한 풍미 - 밥반찬, 어린이 도시락, 술안주로 추천 	

자료: 일본 진출 조미김 경쟁기업 3개사 분석

① 오리온자코

기업 기본 정보	기업명	오리온자코		
	기업 설명	오리온자코(OrionJako)는 일본과 한국을 잇는 식품기업을 목표로 일본 가정에서 한국 및 세계 각국의 다양한 식재료를 접할 수 있도록 식품 수입 및 판매, OEM 상품 개발 및 냉동 식재료를 판매하고 있음		
	위치	군마현 다테바야시시 혼마치 2-5-48		
	규모	동일품목 수 ⁹⁾	8개	
		설립연도	1994년	
설립연도		1969년		
매출		약 3조 4,906억 원		

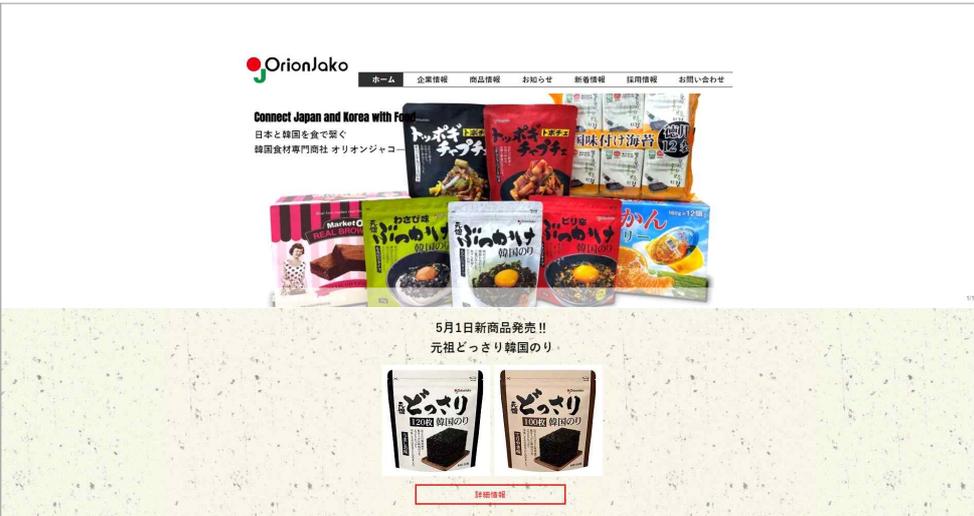
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 이온 <온라인 매장> 라쿠텐 야후재팬		제품명	간소 붓카케 칸코쿠노리 (元祖ぶっかけ韓国のり)
			중량	70g
			소비자가격	398.00엔 ¹⁰⁾ (약 3,878원)
			제품 종류	조미 김자반

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

사진자료: 현지조사원 자료

9) 조미 도시락 김과 조미 김자반을 묶어 동일 품목으로 간주함

10) 100엔=973.43원 (2022.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (회사 개요, 연혁, 위치 등)
		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 상품군 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 제품 관련 신규 소식 게시

사진자료: 오리온자코(OrionJako) 홈페이지 (www.orionjako.com)

② E사

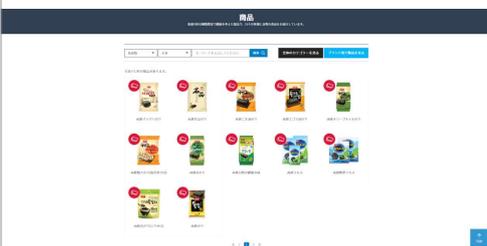
기업 기본 정보	기업명	E사		
	기업 설명	E사는 대한민국의 종합식품회사로 참치, 김치, 김, 육류 가공품, 만두, 음료 등 다양한 식료품과 음료를 생산하고 국내·외에 유통하며 미국, 일본, 중국에 해외 법인을 설립함		
	위치	서울 서초구 마방로 68		
	규모	직원 수	약 3,000명	
		동일품목 수	14개	
설립연도		1969년		
매출		약 3조 4,906억 원		

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 라이후 이토요카도 <온라인 매장> 라쿠텐		제품명	e브랜드김
			중량	384g (2g x 192개)
			소비자가격	5,345.00엔 (약 52,083원)
			제품 종류	조미 도시락김

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (중)	자사 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

<p>홍보 방식</p>		
	홍보 채널	자사 홈페이지(일본/글로벌)
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (회사 개요, 연혁, 이념)
		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 브랜드 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 제품 소개 (김, 참치, 김치, 만두, 잼, 음료 등)

사진자료: E사(Dongwon F&B) 홈페이지 (www.dongwonfnb.com)

③ D사

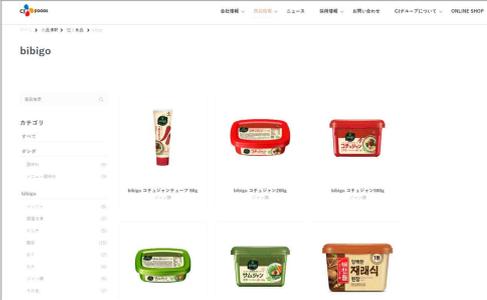
기업 기본 정보	기업명	D사	
	기업 설명	D사는 대한민국 D사그룹의 계열사로, 식품사업 및 생명공학사업을 주력으로 하는 기업임. 설탕, 밀가루, 식용유, 조미료, 장류, 가공식품, 신선식품 등을 생산하고 판매함	
	위치	서울특별시 중구 동호로 330 CJ 제일제당센터	
	규모	동일 품목 수	11개
설립연도		2007년	

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 이온 <온라인 매장> 아마존 라쿠텐		제품명	c브랜드 핫바삭김
			중량	32g
			소비자가격	348.00엔 (약 3,391원)
			제품 종류	조미 도시락김

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

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(일본/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(일본)
	게시 주기	비정기적
게시물 유형	기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 제품 활용 레시피 제공	

게시물 유형			<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 소개 (브랜드 홈페이지로 연결)
			<ul style="list-style-type: none"> • 제품 소개 (김, 만두, 면류, 조미료 등)
			<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 구매 웹사이트 연결

사진자료: D사재판 홈페이지(cjfoodsjapan.net)



IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 니코니코노리(Niconiconori)
2. 세린(Serin)
3. 아이템피아재팬(Itempiajapan)

일본 조미김 수입·유통업체 인터뷰 결과

- 인터뷰 대상 기업체 선정 기준
- ① 현지 식품 수입·유통업체
 - ② 김 또는 유사 김 제품 취급 경험 있음

업체명	니코니코노리 (Niconiconori)	세린 (Serin)	아이템피아재팬 (Itempijapan)
업태	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
취급 품목			

일본 조미김 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	니코니코노리 (Niconiconori)	세린 (Serin)	아이템피아재팬 (Itempijapan)
	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
고객사 제품의 가격, 중량, 원료에 대한 의견	고객사 제품의 소비자가격은 현지 제품들의 가격보다 비교적 높음 , 제품 중량은 적절하여 현지 소비자들의 선호하는 형태임 . 원료의 구성도 깔끔하고 좋음	자사가 취급하는 제품의 가격과 비교하면 가격이 살짝 비쌌 , 제품 중량은 일반적, 원료도 다른 제품과 큰 차이는 없는 것으로 보임	현지에서 높은 인기로 판매되고 있는 한국 김 제품보다 가격이 조금 더 비쌌 , 디자인이 고급스러워서 크게 문제는 되지 않을 것으로 보임
조미김 제품 구매 시, 수입·유통업체가 중요시하는 요인	제품 품질, 제품의 가공 상태 가 중요한 고려 요인임, 김에 이물질이 없으면서 뛰어난 향과 맛 을 가질 때 소비자들의 재구매율이 높음	수입·유통업체가 중요하게 고려하는 요소는 제품의 유통기한, 가격, 품질 임, 제품에 기름이 많은 것은 소비자들에게 호불호가 갈릴 수 있음	일본 시장에서 한국 김에 대한 관심과 수요가 상당히 높음 , 제품의 가격과 품질에 대한 강점 이 필수적
조미김 제품 구매 시, 현지 소비자가 중요시하는 요인	제품의 가격 , 제품의 가격이 낮더라도 품질이 보장되어야 함	제품의 브랜드보다 저렴하고 합리적인 가격 이 일본 소비자들에게는 가장 중요할 것으로 보임	마트에 기존에 인기있던 브랜드뿐만 아니라 새로운 종류의 한국 김 제품이 굉장히 많음, 맛에 만족할 경우 높은 재구매율 을 보임
일본 조미김 시장 내 적합한 홍보 방법 및 판촉 방식	오프라인에 대한 관심이 높음, 시식코너 등 현장 프로모션 이 도움이 될 것, 포장에 품질 관련한 문구를 추가 하는 것을 통해 품질에 대한 어필을 하는 것이 좋아보임	슈퍼마켓이나 온라인 샵에서 제품의 노출 빈도를 높이는 방법 이 효과적, 김 제품은 자주 소비되는 특성을 가지고 있기 때문에 저렴한 가격을 어필 하는 것이 중요함	온라인 광고 를 통해서 소비자들에게 제품을 최대한 많이 노출 시키는 방법이 대중적, 포스트코로나 시기에 시장이나 슈퍼에서 시식을 제공하는 등 직접적인 접근 도 효과적으로 보임
일본 조미김 시장 내 적합한 유통채널	일본에서 활동하고 있는 신뢰도가 높은 유통상사 에 어필해서 판매하는 방식이 적합함, 전화나 메일을 통해 컨택 및 제품 소개 하는 방식을 추천함	한국 김 제품을 일본으로 수입할 수 있는 회사는 한정되어 있음, 수입 가능한 상사를 찾아서 전화나 메일로 연락 을 취하는 방식이 바람직함	1차 도매업자를 찾는 일 이 중요, 2차 도매로 넘어가는 과정에 발생하는 유통마진 고려해야 함, 기존에 유통망을 가지고 있고 쿼터 문제 를 해결할 수 있는 업체 를 찾아야 함

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 니코니코노리 (Niconiconori)

11)

니코니코노리
(Niconiconori)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1921년 설립된 오사카의 수입·유통업체
 - 한국의 김, 조미김, 수프, 가공식품 등을 수입·유통
 - 2021년 ITI에서 우수미각상을 수상

담당자 정보

CEO



니코니코노리(Niconiconori) CEO

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량 및 원료는 적절한가요?

고객사 제품의 소비자가격이 4g*3봉에 약 153.94엔(약 1,498원)¹²⁾이며, FOB가격은 약 N엔(약 n원)이라고 알고 있습니다. 이는 자사가 유통 중인 다른 한국산 조미김 제품에 비해 가격이 비교적 높은 느낌이 듭니다. 하지만, 4g 제품 3개가 한 패키지로 구성된 제품 중량은 적절한 편입니다. 일본 소비자들은 휴대하기 편리한 작은 포장 단위를 선호하기 때문입니다. 다만 김 규격 사이즈와 봉지 당 몇 장의 김을 포함하고 있는지를 표기하는 것이 좋아보입니다. 제품 원료도 김, 소금, 기름과 같이 건강에 해롭지 않은 기본 원료만 포함되어 있어 깔끔하고 좋은 것 같습니다.

Q2. 조미김 제품의 구매상황에서, 현지 수입·유통업체가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

자사가 생각했을 때, 제품의 품질이 가장 중요합니다. 일본에서 판매되는 한국김은 보통 구멍이 많거나 이물질이 섞여 있는 경우가 빈번합니다. 따라서, 일본 소비자들은 김을 구매할 때 김이 깨끗하게 가공되어 있는지를 가장 먼저 살펴봅니다. 김에 이물질이 없으면서 뛰어난 향과 맛을 가지고 있을 때, 일본 소비자들이 높은 재구매 의사를 보이기에, 유통업체들도 많은 마진을 남길 수 있습니다. 제품의 품질 다음으로는 제품의 가격을 고려합니다.

11) 사진자료: 니코니코노리(Niconiconori) 공식 홈페이지

12) 100엔=973.43원 (2022.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

FOB가격	약 N엔 (약 n원/4g*3봉 기준)
소비자가격	약 153.94엔 (1,500원/4g*3봉 기준)
중량	4g*3봉 4g*16봉
포장 형태	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이

Q3. 조미김 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

일본 소비자들은 조미김 제품을 구매하는 상황에서 제품의 품질과 가격을 중요하게 생각합니다. 기본적으로, 일본 소비자들은 가격이 저렴한 제품을 선호합니다. 그러나 가격이 낮더라도 품질은 보장되어야 하는데, 김에 이물질이 있거나 맛이 보장되지 않는 경우에는 일본 소비자들의 구매 의사가 감소합니다. 고객사 제품의 경우에는 일본에서 판매되고 있는 일본 김 제품에 비교했을 때, 패키지가 예쁘게 디자인 되어있어서 일본 소비자들의 반응은 긍정적일 것이라고 예상합니다.

Q4. 일본에서 유통되는 유명 조미김 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있을까요?

일본 소비자들은 온라인을 통해 구매하는 것보다 직접 슈퍼마켓에 방문해서 제품을 확인하고 구매하는 경향이 높습니다. 따라서, 손님들이 제품을 직접 확인하고 구매하는 오프라인 매장에서 시식코너 등의 현장 프로모션을 진행한다면 판매 증진에 도움이 될 것입니다.

Q5. 일본에서 조미김 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

앞서 말했듯이, 일본 소비자들이 제품 구매 시 가장 중요시하는 요인 중 하나가 제품의 품질이기 때문에 품질에 대한 어필을 통해서 판매를 촉진할 수 있을 것입니다. 일본 소비자들이 자주 방문하는 슈퍼마켓에서 제품을 판매할 경우에, 포장에 품질 관련한 문구를 추가함으로써 일본 소비자들에게 고객사 제품의 품질을 강조하는 것이 필요하다고 생각합니다. 또한, 온라인에서 제품을 판매할 때도 제품의 품질을 강하게 어필하는 것이 도움이 될 것 같습니다.

Q6. 조미김 제품을 일본 시장에 진출시키는 것에 있어서 적합한 유통채널은 무엇이 있을까요?

일본에서 활동하고 있는 유통상사에 어필해서 판매하는 방식이 가장 좋을 것이라고 생각합니다. 일본 내에서는 대부분 직접 거래를 하지 않기 때문에 신뢰도가 높은 유통상사를 찾아서 해당 유통상사를 통해 제품을 유통하는 것이 가장 바람직합니다. 지금처럼 전화나 메일을 통해서 컨택하고 제품 소개를 하는 방식으로 진행하면 될 것입니다.

Interview ② 세린 (Serin)

13)

세린 (Serin)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2013년 설립된
홋카이도의 수입·유통업체
 - 한국의 김, 수산물, 과자,
가공식품 등을 수입·유통
 - 수산물 전반 수출입

담당자 정보

CEO



세린(Serin) CEO

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량 및 원료는 적절한가요?

고객사 제품의 소비자가 가격은 4g*3봉에 약 153.94엔(약 1,500원)으로, 자사가 취급하는 제품의 가격과 비교했을 때 비슷하거나 살짝 가격이 비싸다고 느껴집니다. 제품의 중량은 일반적이라고 생각합니다. 원료의 경우 제품을 직접 보지 못해서 자세히 모르겠지만, 다른 김 제품들과 큰 차이는 없는 것으로 느껴집니다.

Q2. 조미김 제품의 구매상황에서, 현지 수입·유통업체가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

자사를 기준으로 생각했을 때, 수입·유통업체가 조미김 구매 시 중요하게 고려하는 요소는 제품의 유통기한, 가격, 품질입니다. 전에 유통했던 한국 김 제품이 부서져 있던 경우가 있었는데, 이로 인해 문제가 발생했었습니다. 품질 관련해서, 한국 김 제품은 일본 제품들에 비해 기름이 비교적 많은 편입니다. 일본 소비자들에게 기름이 많은 것은 호불호가 갈리는 문제입니다. 따라서 기름의 양은 적당해야한다고 생각합니다.

FOB가격 약 N엔
(약 n원/4g*3봉 기준)

소비자가격 약 153.94엔
(1,500원/4g*3봉 기준)

중량 4g*3봉
4g*16봉

포장 형태 플라스틱 파우치/
플라스틱 트레이

Q3. 조미김 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

일본 소비자들은 한국 브랜드에 대해서 잘 알지 못합니다. 따라서, 한국 김 제품을 구매할 경우에, 브랜드를 보고 구매하는 것이 아니라 제품의 가격을 가장 고려해서 구매한다고 생각합니다. 따라서, 제품의 저렴하고 합리적인 가격이 일본 소비자들에게는 가장 중요할 것으로 보입니다.

Q4. 일본에서 유통되는 유명 조미김 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있을까요?

제품 홍보에 있어서, 김 제품을 특별히 홍보하는 광고는 일본에 많지 않다고 생각합니다. 그렇기 때문에, 소비자들이 가장 쉽게 접근할 수 있는 슈퍼마켓이나 온라인 샵에서 제품이 소비자들에게 노출되는 빈도를 높이는 것이 곧 가장 효과적인 제품 홍보 방법이 될 것입니다.

Q5. 일본에서 조미김 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

이전에 일본에서 BTS 김이 판매가 되었던 적이 있었습니다. 하지만 가격이 너무 높게 형성되어 있었기 때문에 판매가 잘 이루어지지 않았습니다. 김 제품은 양이 적고 자주 소비되는 특성을 가지고 있는 식품이기 때문에, 가격이 저렴해서 쉽게 살 수 있는 것이 가장 중요한 것 같습니다. 따라서, 슈퍼마켓이나 온라인에서 제품을 판매하면서 가격에 대한 어필을 하는 것이 중요하다고 생각합니다.

Q6. 조미김 제품을 일본 시장에 진출시키는 것에 있어서 적합한 유통채널은 무엇이 있을까요?

한국 김 제품을 일본에 수입할 수 있는 회사는 한정되어 있습니다. 따라서, 수입 가능한 상사를 찾아서 전화나 메일로 연락을 취하는 방식이 가장 적합할 것 같습니다. 자사에도 제품 관련 자료를 보내주시면 주변 회사들에게 소개하겠습니다.

Interview ③ 아이템피아재팬 (Itempiajapan)

14)

아이템피아재팬 (Itempiajapan)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 수입·유통업체
 - 신선식품, 냉동식품, 스낵류, 디저트류 등 다양한 제품 취급
 - 일본 온라인몰 라쿠텐에 입점

담당자 정보

CEO



아이템피아재팬(Itempiajapan) CEO

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량 및 원료는 적절한가요?

소비자가격이 약 153.94엔인 고객사 제품은 현재 일본에서 높은 인기로 판매되고 있는 한국 김 제품보다 가격이 조금 더 비싸다고 보여집니다. 그러나, 디자인이 고급스러워서 조금 더 비싼 가격은 크게 문제가 되지 않을 것이라고 생각합니다. 중량과 원료는 다른 김 제품과 유사하게 적당하다고 생각합니다.

Q2. 조미김 제품의 구매상황에서, 현지 수입·유통업체가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

자사는 조미김 제품의 가격과 품질이 가장 중요하다고 생각합니다. 일본 현지 시장에서 한국 김에 대한 관심과 수요가 상당히 높기 때문에, 다른 제품들에 비해 경쟁력을 가지기 위해서는 제품의 가격과 품질에 대한 강점이 필수적입니다. 제품의 품질은 곧 제품에 대한 신뢰도로 이어지기 때문에, 대부분의 현지 유통업체들은 제품의 품질을 우선 사항으로 고려합니다. 또한, 좋은 이미지를 패키지에 담는 것도 홍보 효과를 거두기에 필요하다고 보여집니다.

FOB가격 약 N엔
(약 n원/4g*3봉 기준)

소비자가격 약 153.94엔
(1,500원/4g*3봉 기준)

중량 4g*3봉
4g*16봉

포장 형태 플라스틱 파우치/
플라스틱 트레이

Q3. 조미김 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

현재 일본 시장에서는 한국 김에 대한 호감도가 굉장히 높아져 있기 때문에, 마트를 둘러보면 예전부터 인기 있었던 브랜드뿐만 아니라 새로운 종류의 한국 김 제품들이 굉장히 많이 진열되어 있습니다. 따로 광고를 하지 않아도 마트에 진열되어 있으면 일본 사람들은 구매를 하는 편입니다. 제품의 맛에 만족한 일본 소비자들은 상당히 높은 재구매율을 보여주고 있습니다.

Q4. 일본에서 유통되는 유명 조미김 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있을까요?

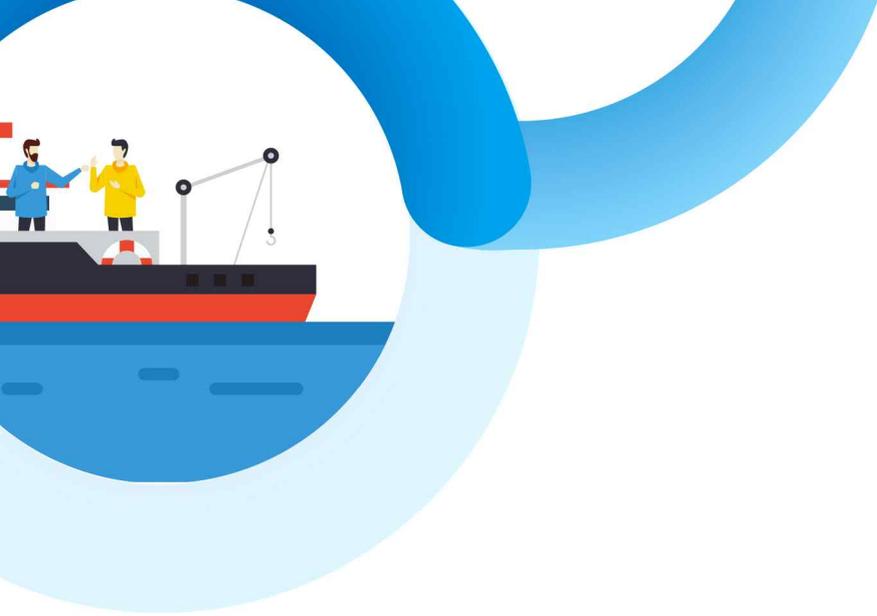
온라인샵을 운영하는 업체일 경우에는 온라인 광고를 통해서 일본 소비자들에게 제품을 최대한 많이 노출시키는 방법이 주로 사용됩니다. 일본 소비자들은 슈퍼마켓을 이용하는 것이 일상적이기 때문에, 단순히 슈퍼나 콤비네에 진열해놓는 경우가 많습니다. 제품을 진열시키는 것에서 그치지 않고, 시장이나 슈퍼에서 시식 등의 방법으로 소비자에게 직접적으로 다가가는 방식을 통해 효과적으로 제품을 홍보할 수 있을 것입니다.

Q5. 일본에서 조미김 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

판촉행사를 진행한다고 하면 장터와 같이 일본 소비자들이 쉽게 방문할 수 있는 장소에서 시식을 통해 제품을 홍보하는 방법이 효과적일 수 있다고 생각되나, 코로나 이슈로 요즘 시기에는 추천하지 않습니다. 자사를 포함한 온라인 업체에 납품을 할 경우에는 인터넷을 통해서 판매를 하는데, 일본 소비자들이 자주 이용하는 라쿠텐 같은 사이트에 광고를 낼 수 있도록 광고비를 지원하는 방법도 있습니다. 라쿠텐의 슈퍼딜 같은 광고를 내면 효과는 있으리라 생각하지만 광고비용이 상당히 비싸다는 점을 고려해야 합니다.

Q6. 조미김 제품을 일본 시장에 진출시키는 것에 있어서 적합한 유통채널은 무엇이 있을까요?

쿼터를 가지고 있는 업체를 찾아서 1차 도매를 맡기면 해당 업체가 온라인과 오프라인을 아우러서 스스로 영업을 진행해서 2차 도매를 할 것이라고 생각합니다. 따라서, 1차도매업자를 잘 찾는 것이 중요하다고 생각합니다. 고려해야 할 점은, 2차 도매의 과정에서 다시 소매업자로 넘어가기 때문에 중간에 발생하는 유통마진도 생각해야 합니다. 일본은 기존 유통망을 뚫고 시장에 진입하기 어려운 점이 존재합니다. 결론적으로, 기존에 유통망을 가지고 있고 쿼터 문제를 해결할 수 있는 업체를 찾는 것이 관건일 것 같습니다.



V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

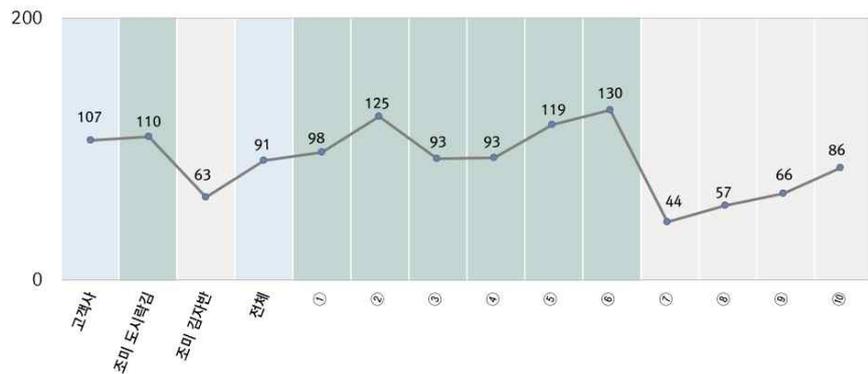
- ① e브랜드 한국김(참기름김) (E사)
- ② e브랜드 돌김 (E사)
- ③ c브랜드 햇바삭김 (씨제이)
- ④ 닛신 칸코쿠 아지츠케 노리 (일신통상)
- ⑤ 이온 탐밸류 아지츠케 오카즈노리 (마츠타나노리)
- ⑥ e브랜드김 (E사)
- ⑦ 송가네일품자반김 (고세이코퍼레이션)
- ⑧ 간소 붓카케 칸코쿠노리 (오리온자코)
- ⑨ 나가이 칸코쿠 아지츠케 자판노리 (나가이노리)
- ⑩ 시로코 사쿠우마 칸코쿠노리 (시로코노리)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격과 유사한 편

고객사 제품의 10g당 가격은 약 106.9엔(약 1,041원¹⁵⁾)으로, 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 약 91.23엔(약 888원)보다 전체적 평균 가격에 비해 비교적 높은 수준이었으나, 조미 도시락김 제품군 내 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 소비자가격은 경쟁제품 6개의 평균 소비자가격인 약 109.82엔(약 1,069원)에 97% 수준임. 그러므로 고객사 제품이 실질적으로는 타 조미 도시락김 경쟁제품과 유사한 가격 경쟁력을 가지고 있다는 사실을 확인함

[표 5.1] 일본 조미김 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/엔)



15) 100엔=973.43원 (2022.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

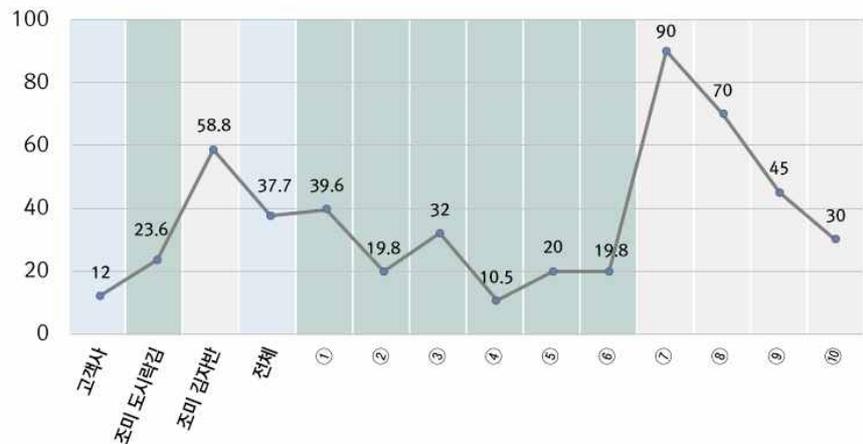
- ① e브랜드 한국김(참기름김) (E사)
- ② e브랜드 돌김 (E사)
- ③ c브랜드 햇바삭김 (씨제이)
- ④ 닛신 칸코쿠 아지쓰케 노리 (일신통상)
- ⑤ 이온 탐밸류 아지쓰케 오카즈노리 (마츠타나노리)
- ⑥ e브랜드김 (E사)
- ⑦ 송가네일품자반김 (고세이코퍼레이션)
- ⑧ 간소 붓카게 칸코쿠노리 (오리온자코)
- ⑨ 나가이 칸코쿠 아지쓰케 자판노리 (나가이노리)
- ⑩ 시로코 사쿠우마 칸코쿠노리 (시로코노리)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 중량은 12g으로 조미 도시락 김 경쟁제품 10개의 평균 중량인 약 37.7g의 32% 수준으로 평균 대비 작은 편으로 조사됨. 그러나 조미 도시락김 제품 1봉당 중량¹⁶⁾은 고객사 제품과 경쟁제품 모두 약 3g에서 4g 사이로 유사한 수준임. 하기 표를 통해 중국 내에 소량 포장 제품과 대량 포장 제품에 대한 수요가 모두 존재한다는 점을 알 수 있기에, 고객사가 제품을 3봉, 16봉의 두 중량으로 나누어서 일본 시장에 진출하는 방안은 긍정적으로 보임

[표 5.2] 일본 조미김 중량 경쟁력 분석

(단위: g)



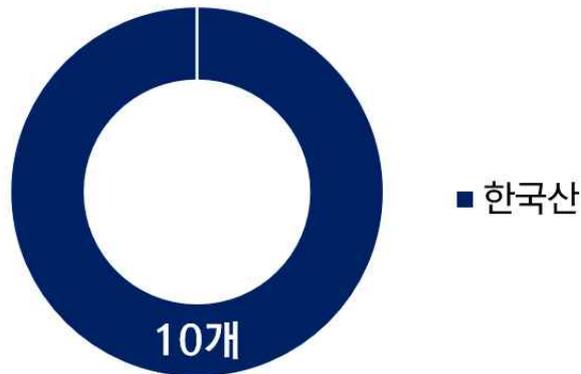
16) 일반적으로 일본 내에서 유통되는 조미 도시락김의 경우, 중량대신 1봉당 김 1판(전장김 1장)으로 표기하고 있음. 그 중 중량과 함께 표기된 제품을 기준으로 하여 1봉의 평균값을 3.3g으로 산정함

3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 모두 원산지가 한국인 조미김 제품

일본에서 판매되고 있는 조미 도시락 김 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 모두 한국산 제품임을 확인함. 일본에서 다양한 한국산 조미김 제품이 판매되고 있다는 사실을 통해, 일본의 다양한 조미김 제품 속에서도 한국산 제품에 대한 현지 소비자들의 수요가 높음을 알 수 있음

[표 5.3] 일본 조미김 제품 원산지 경쟁력 분석

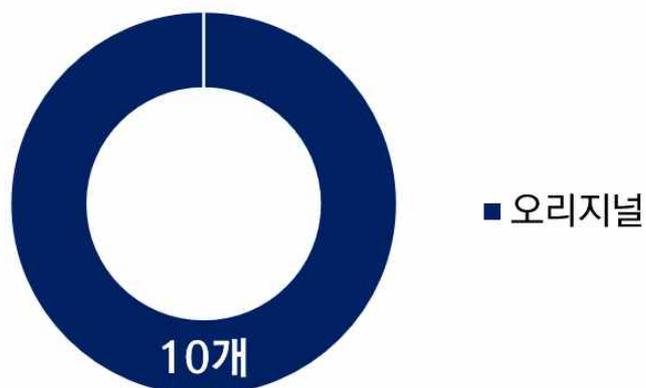


4) 맛

▶ 경쟁제품 10개 모두 맛의 차별화에 중점을 두지 않는 추세

일본에서 판매 중인 조미김 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과 모든 조미 도시락 김 제품과 조미 김자반 제품이 맛의 차별화에 중점을 두지 않는다는 점을 확인함. 제품의 주원료인 기름의 종류에는 약간씩 차이가 있으나, 전체적인 제품의 맛에는 영향을 미치지 않는 것으로 조사됨

[표 5.4] 일본 조미김 제품 맛 경쟁력 분석

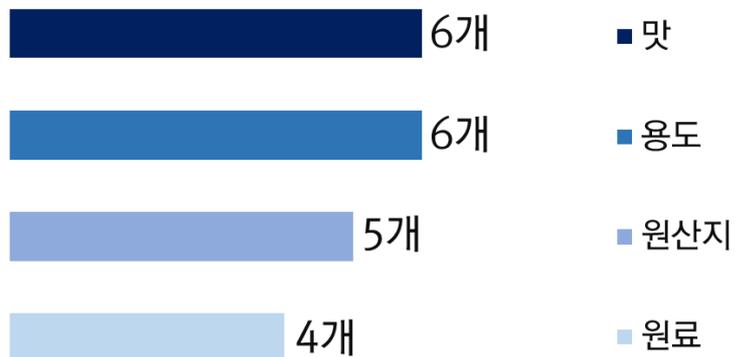


5) 홍보문구

▶ 현지 경쟁제품, 제품의 맛과 원료를 강조하는 홍보문구 사용

일본에서 판매 중인 조미 도시락 김 경쟁제품 12개의 홍보문구를 조사한 결과, ‘고소한 맛’, ‘바삭한 맛’ 등 제품의 맛을 강조하는 홍보문구 6개가 조사되었음. 또한, ‘밥 반찬’, ‘술 안주’ 등의 용도를 강조한 문구가 6개 확인됨. 그 외에도, ‘한국의 맛’ 등 제품의 원산지를 강조한 문구가 5개, ‘엄선한 원초’, ‘신선한 재료’, ‘엄선된 재료’ 등의 원료를 강조한 홍보문구가 4개 확인됨

[표 5.5] 일본 조미김 제품 홍보문구 경쟁력 분석

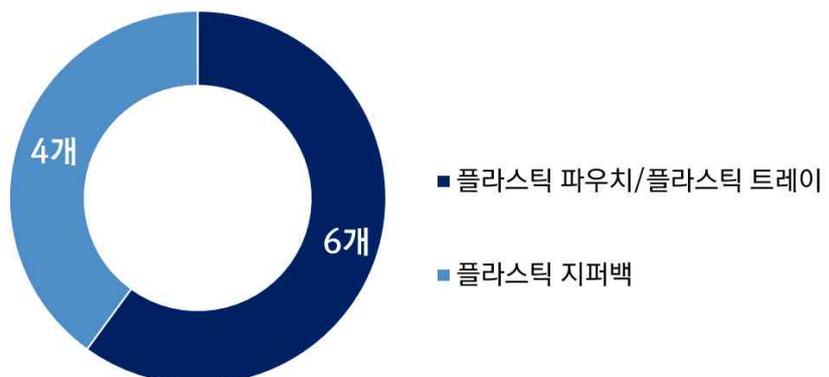


6) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 조미 도시락김 제품 6개 모두 플라스틱 파우치와 트레이로 제품 포장

일본에서 판매 중인 조미김 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 6개의 조미 도시락 김 제품 모두 고객사 제품과 마찬가지로 플라스틱 트레이를 활용한 내부 포장과 플라스틱 파우치를 활용한 외부 포장을 동시에 사용하는 포장 형태를 띠고 있음이 확인됨. 나머지 플라스틱 지퍼백 형태의 4개 제품은 조미 김자반 제품임

[표 5.6] 일본 조미김 제품 포장 형태 경쟁력 분석

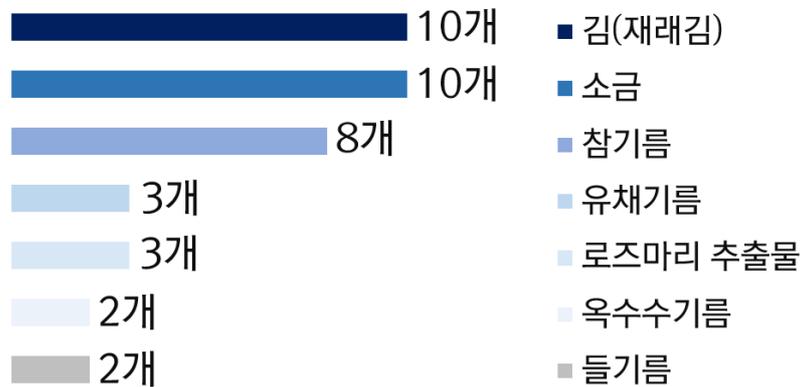


7) 원료 및 첨가물

▶ 현지 경쟁제품, 김, 소금, 참기름 및 유채기름이 핵심 원료

일본에서 판매 중인 조미김 경쟁제품 10개의 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 10개 제품 모두 김(재래김)과 소금을 함유하고 있는 것으로 확인됨. 이외에도, 참기름이 함유된 제품 8개, 유채기름이 함유된 제품 3개, 로즈마리 추출물이 함유된 제품 3개, 들기름이 함유된 제품 2개가 확인됨

[표 5.7] 일본 조미김 제품 원료 및 첨가물 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 있는 이유에 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 인기 제품

(* 온라인 쇼핑몰 : 아마존, 라쿠텐, 야후재팬

(* 오프라인 매장 : 라이후, 이온, 이토요카도

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(* 온라인 쇼핑몰 : 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품

(* 오프라인 매장 : 조사매장 3개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹

	<p>공통 특징 ① 포장 형태</p> <hr/> <p>공통 특징 ② 조미 도시락 김</p>	
---	--	---

현지 벤치마킹 인기 제품
(E사_
e브랜드 한국김(참기름김))
‘맛의 우수성을 강조하는 홍보문구’

◀ 벤치마킹
맛을 강조한 홍보문구

고객사 제품
(조미김)
‘김 고유의 향기를 유지한 바삭하고 고소한 맛’

벤치마킹 ▶
현지화된 포장 디자인

현지 벤치마킹 인기 제품
(D사_
c브랜드 햇바삭김)
‘현지어로 표기된 제품 설명’

2) 벤치마킹 제품 분석
- 맛을 강조한 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 맛의 우수성을 강조하는 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 조미김 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 총 6개의 제품이 맛의 우수성을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 확인됨. 관련 인터뷰를 진행한 결과, 일본 소비자들의 조미김 제품 재구매율은 김 고유의 향과 맛에 따라 증가하는 경향을 보임. 따라서, 고객사 제품도 맛의 우수성을 강조하는 홍보문구를 사용할 것을 권장함따로 광고를 하지 않아도 마트에 진열되어 있으면 일본 사람들은 구매를 하는 편입니다. 제품의 맛에 만족한 일본 소비자들은 상당히 높은 재구매율을 보여주고 있습니다.

[표 5.8] 일본 조미김, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 따로 광고를 하지 않아도 마트에 진열되어 있으면 일본 사람들은 구매를 하는 편입니다. 제품의 맛에 만족한 일본 소비자들은 상당히 높은 재구매율을 보여주고 있습니다.

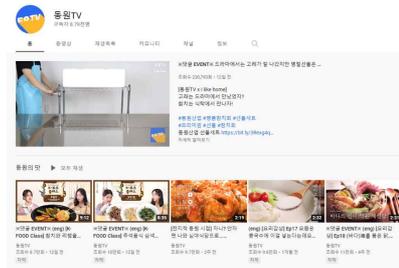
3) 벤치마킹 제품 분석
- 현지화된 포장 디자인

▶ 벤치마킹 제품, 현지어로 표기한 제품 설명 디자인 사용

현지에서 판매 중인 조미 도시락 김 경쟁제품 10개의 포장 디자인을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 총 10개의 조미김 경쟁제품이 완전히 또는 부분적으로 현지화된 포장 디자인을 사용하고 있음을 확인함. 특히 벤치마킹 제품의 경우, 전체 포장지의 문구만 중국어로 표기한 타 경쟁제품과 달리 개별 제품 포장지의 설명 또한 중국어로 표기하고 있음. 따라서, 고객사도 설명 문구를 현지어로 표기한다면 제품 설명의 가시성 및 효과성을 강화할 수 있을 것임

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 조미김 기업 마케팅 벤치마킹

	기업명	E사	
선정 기업 기본 정보	기업 설명	E사는 대한민국의 종합식품회사로 김치 및 참치 통조림류, 김, 만두, 육류 가공품, 음료 등 여러 식품 및 음료를 생산하여 이를 국내외로 유통 중이며, 미국, 일본, 중국 등에 해외법인을 두고 있음. 대한민국 대표 가공식품 브랜드로 인지도가 높은 ‘e브랜드’, ‘리챔’ 등을 보유하고 있는 기업임	
주요 마케팅 전략	포장 현지화	 <p>현지 소비자들이 선호하는 가벼운 형태의 플라스틱 제품 포장 방식을 사용하고 있으며, 일본 현지어로 가시성 높게 디자인된 외부 포장지를 사용</p>	
	홍보 현지화	 <p>4개국에 대하여 국가별로 맞춤화된 홈페이지¹⁷⁾ 인터페이스를 구축 및 운영</p>	 <p>Youtube채널¹⁸⁾을 활용해 꾸준한 제품 정보 제공 및 프로모션 진행</p>
요약	판매채널	현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출	
	홍보채널	자사 홈페이지를 활용하고 있음	
	홍보문구	제품의 원산지과 맛의 우수성을 강조	

17) E사 홈페이지

18) 동원TV 유튜브 채널

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
2. 아마존(Amazon) (www.amazon.co.jp)
3. 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지 (www.rakuten.co.jp)
4. 야후재팬(Yahoojapan) 홈페이지 (www.yahoo.co.jp)
5. 도쿄도청(東京都庁) 홈페이지 (www.metro.tokyo.lg.jp)
6. 라이프(ライフ) 홈페이지 (<http://www.lifecorp.jp>)
7. 이온(Aeon) 홈페이지 (www.welcome-aeon.com)
8. 이토요카도 홈페이지 (www.itoyokado.co.jp)
9. 오리온자코 홈페이지 (www.orionjako.com)
10. E사 홈페이지 (www.dongwonfmb.com)
11. D사재팬 홈페이지 (cjfoods-japan.net)
12. 니코니코노리(Niconiconori) 공식 홈페이지 (www.niconico-nori.co.jp/)
13. 세린(Serin) 공식 홈페이지 (www.serincorp.com)
14. 아이템피아재팬(Itemsjapan) 라쿠텐 플래그십 스토어 페이지 (www.rakuten.co.jp/kshouhin/info.htm)
15. 동원TV유튜브채널 (<https://www.youtube.com/user/dongwongroup>)

