aT 기획조사 2014 – 일본 편

일본 식품유통업계 유통구조 분석

2014. 12

농림축산식품부

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

CONTENTS

요약

CHAPTER 1 소매 업계별 식품유통시장

1. 업계 현황 ····· 3
2. 지역별 업체 세력 지도 ····· 12

CHAPTER 2 인터넷 통신판매의 유통시장

1. 업계 현황 ····· 23
2. 업체 개요 ····· 26

CHAPTER 3 식품 유통시스템과 도매업체(벤더)

1. 식품 유통의 물류구조 ····· 30
2. 업체 및 전시회 개요 ····· 31

일본 식품업계의 유통구조 분석을 통한 수출전략 (요약)

정보조사 배경

일본 식품유통업계는 복잡화가 가속하고 있는 현황에서 특유의 유통망 현황을 조사 분석하여, 일본 식품유통업계의 신규진출을 비롯한 한국농식품 수출 확대을 위해 시장별의 효율적인 공략 전략과 대책을 강구하고자 함

일본 식품유통업태

실제 점포

- ✓ 백화점
- ✓ GMS, (종합 슈퍼마켓으로 의류, 의약품 점포가 있는 쇼핑몰 형태)
- ✓ SM (식품 슈퍼마켓)
- ✓ CVS (편의점)
- ✓ 드럭스토어

가상 점포

- ✓ 인터넷 쇼핑몰 전용 대형 구매 사이트
- ✓ 점포 전개와 연계한 유통업체 운영 구매 사이트
- ✓ 의류, 식품, 의약품 등의 종합 또는 전문 구매 사이트

식품도매 업체(벤더)

벤더

- ✓ 일본 식품유통업계에 있어서 상품조달, 물류 뿐만 아니라 박람회 개최 등을 통한 제조업과 소매업의 정보의 매개체 역할도 담당하는 일본 특유의 시스템

유력 벤더

- ✓ 미츠비시식품, 닛뽄 악세스, 코쿠부, 카토산업, 미츠이식품, 이토츄식품

한국산 농식품 시장 진출 대책

업체별 공략

- ✓ 소매 유통업체는 전시회 등을 활용한 신규 바이어 발굴
- ✓ 인터넷 통신판매 업체는 공급업체 또는 한인 출점 업체를 접촉

해외aT 활용

- ✓ 지사화 사업
- ✓ 식품도매업체(벤더) 박람회
- ✓ 상품설명회
- ✓ 한국 농식품 종합 판촉행사

CHAPTER

1

소매 업계별 식품유통시장

01. 업계 현황
02. 지역별 업체 세력 지도

Ⅰ. 소매 업계별 식품유통시장

1. 업계 현황

1) 유통 업계별 개요

- 일본의 식재료 구입 방법
  - 실제 점포에서 구입 (대형마트, 지역 슈퍼마켓, 편의점, 개인 상점 등)
  - 가상 점포에서 구입 (인터넷쇼핑몰, TV 통신판매 등)

- 실제 점포의 주요 유통체계
  - 체인 스토어
    * GMS(General Merchandise Store의 약자로 종합 슈퍼마켓을 의미)
    * SM(Supermarket의 약자로 슈퍼마켓)
    * CVS(Convenience Store의 약자로 편의점)
  - 백화점

- 슈퍼마켓(주요 대기업)
  - 「이온 그룹」: 이온(슈퍼마켓)과 미니스톱(편의점) 등을 전개
  - 「세븐＆아이 홀딩스」 : 이토요카도(슈퍼마켓)과 세븐 일레븐(편의점) 등을 전개

- 백화점
  - 「미쯔코시 이세탄 홀딩스」그룹 : 미쯔코시와 이세탄을 전개
  - 「제이 프론트 리테이링(JFR)」: 다이마루와 마쯔자카야를 전개
  - 「세븐＆아이 홀딩스」: 소고와 세이부 (2006년에 세븐&아이 홀딩스의 자화사화)를 전개
  - 「에이치투오(H2O)리테이링」: 한큐 백화점과 한신 백화점을 전개

- 편의점
  - 세븐 일레븐 (세븐&아이 홀딩스의 그룹기업) / 업계 1위
  - 로손 (그룹기업 없음) / 업계 2위
  - 패밀리마트 (그룹기업 없음) / 업계 3위

- 체인 스토어의 업계 차지율이 증가하고 있으며, 또한 합병 등의 조직재편도 활발함.
- 전국적으로 점포를 전개하는 대기업 그룹은 그 힘을 강화하고 있으나, 동시에 각 지역의 지역 슈퍼마켓 등의 유력 유통업체도 존재하고 있는 것이 일본 식품 슈퍼마켓 업계의 큰 특징임.
- 중소 유통업체는 대기업의 유통구조에 대응하기 위해 각각 경영 체의 독립성을 유지함과 동시에 공동 매입과 자체 기획의 상품개발 등으로 규모 확대를 도모하고 있음. 제조업체와 벤더(도매업체) 권리를 위해 「공동 매입회사」,「공동 매입기구」등을 조직하여 유통시장에서 존재감을 높이고 있음.
- 최근 편의점은 판매 상품의 확대, 점포망의 강화 등으로 마트의 경쟁상대로 자리잡고 있음.

2) 유통 업체 개요(전국)

각 그룹의 주요내용과 점포 수는 국내만을 기재함.

GMS | SM | 금융기관을 제외한 대주주
CVS | 백화점

미쯔비시 상사

이온㈜ (GMS : 537, SM : 1,627, CVS : 2,168)
그룹 연간 매출 - 6조3,951억엔(2014년2월 결산)

GMS	이온 리테일㈜、이온 홋카이도㈜, 이온 큐슈㈜, 이온 류큐㈜	연결
SM	맥스밸류 홋카이도㈜, 맥스밸류 토호쿠㈜, 맥스밸류 토카이㈜, 맥스밸류 츄부㈜, 맥스밸류 니시니혼㈜, 맥스밸류 큐슈㈜, ㈜코요, ㈜마루나카, ㈜산요마루나카	연결
CVS	미니스톱㈜	연결
GMS	㈜다이에	관련
SM	㈜카스미, ㈜ 마루에쯔, ㈜ 베르크	관련

그 외 주요 소매유통사업
㈜ CFS 코퍼레이션, 타키야㈜, 오리진토슈㈜, ㈜타카큐 등의 드럭 스토어와 전문점

- 「이온」598점포
- 「다이에」198점포
- 「맥스밸류」961점포
- 「이나게야」131점포(도쿄)
- 「카스미」152점포(이바라키)
- 「마루에쯔」271점포(도쿄)
- 「코요」30점포(오사카)
- 「산요마루나카」74점포(츄고쿠)
- 「마루나카」139점포(시코쿠)
- 「미니스톱」2,197점포

「피코쿠」
수도권46점포
칸사이권27점포

- 이온그룹은 GMS업태의「이온」과 SM업태의 식품 슈퍼「맥스밸류」, 편의점「미니스톱」을 각각 전국 전개하고 있으며, 각 지방의 유력한 유통구조를 조직화하여 유통망을 확대하고 있음.
- 점포 브랜드의 공통화보다 이온의 자체브랜드「TOPVALU」과 전자 머니 「WAON」을 전개해, 유통구조의 확대에 중점을 놓고 있음.

이토 흥업, 미쯔이 물산

㈜세븐&아이 홀딩스
(GMS : 180, SM : 285, CVS : 16,020, 백화점 : 24)
그룹 연간 매출 - 5조6,318억엔(2014년2월 결산)

CVS	㈜세븐 일레븐 재팬	연결자회사
GMS	㈜이토 요가도, ㈜마루다이	연결자회사
SM	㈜요크베니마루, ㈜ 요크마트, ㈜웰 가든, ㈜산에	연결자회사
백화점	㈜소고·세이브	연결자회사
통신판매	㈜세븐&아이·넷 미디어	연결자회사

그 외 주요 소매유통사업
㈜아카챵 혼뽀, ㈜로프트, 타워레코드㈜, ㈜세븐 비노가덴 등의 전문점

- 「이토요가도」180점포
- 「요크베니마루」191점포
- 「요크마트」74점포
- 「웰 가든」19점포
- 「세븐 일레븐」16,020점포
- 「세이부」15점포
- 「소고」9점포

- 세븐&아이 그룹은 국내 최대 편의점인 세븐 일레븐과 GMS업태의 「이토요가도」, SM, 백화점 등의 실제 점포와 통신판매 사이트 「세븐·넷」을 활용한 옴니 채널화를 적극적으로 추진하고 있음.

유니 그룹·홀딩스㈜
(GMS : 228、SM : 70、CVS : 6289)
그룹 연간 매출 - 1조321억엔(2014년2월 결산)

이토츄 상사

CVS	㈜ 서클K상쿠스, 상쿠스 니시 사이타마㈜, 상쿠스 히가시 사이타마㈜	관련자회사
GMS	유니㈜	
SM	유니㈜	

- 「아피타」「피아고」228점포
- 「mini피아고」70점포
- 「상쿠스」3,008점포
- 「서클K」3,281점포

- 유니 그룹은 GMS와 SM「아피타」「피아고」를 아이치현을 중심으로 후쿠시마현에서 교토부까지 혼슈 중앙부에 전개하고 있음. 2013년 11월부터 전자 머니 「유니코」를 GMS 등 그룹내 점포에 도입했음.
- CVS업태의 서클K상쿠스는 유니의 자회사 서클K·재팬과 독립계 CVS체인 상쿠스·어소시에이트의 자본, 업무제휴 과정으로 2004년에 합병, 설립된 체인점임. 2014년 가을부터는 상기의 CVS점포에서도 전자 머니 「유니코」 사용이 가능한 예정임.

합동회사 세이유(GMS : 106、SM267)
월 마트 그룹의 일본법인
(미국 월 마트·스토어즈의 100%자회사)

- 「세이유」288점포
- 「서니」77점포
- 「리빙」9점포

㈜ 라이프 코퍼레이션(SM : 231)
그룹 연간 매출 -5,349억엔(2014년2월 결산)

키요노부흥산, 미쯔비시 상사, 라이프 공영회

- 「라이프」칸사이권132점포
- 「라이프」수도권99점포

㈜이즈미(GMS : 78、SM : 55)
그룹 연간 매출 - 5,355억엔(2013년2월 결산)

(유)이즈미야, 야마니시월드(유), 이즈미 히로시마 공영회

GMS	㈜이즈미	연결
SM	㈜유메마트	
SM	㈜슈퍼다이에	관련

- 「이즈미」「유메타운」78점포
- 「you me마트」24점포
- 「슈퍼다이에」「산디」「프레쉬8」31점포

- 이즈미는 2014년 3월부터 키타큐슈시의 슈퍼 다이에의 필두주주가 되어, 업무 제휴를 했음. 양사는 상품 공동조달 형태, 비용 삭감, 출점 정보 등을 공유, 점포망 확충을 도모할 계획임.

㈜헤이와도(GMS : 141)
그룹 연간 매출 - 4,045억엔(2014년2월 결산)

나쯔하라 히라카즈, ㈜피스&그린, 헤이와도 공영회, 헤이와 관광개발㈜, 헤이와도재단

GMS	㈜헤이와도	-
SM	㈜에르, 마루젠	연결

- 「헤이와도」141점포

3) 유통 업체 개요(동일본 지역)

각 그룹의 주요내용과 점포 수는 국내만을 기재함.

GMS | SM | 금융기관을 제외한 대주주
CVS | 백화점

요코야마 키요시, (유)마루지, 미우라코이치, 외 친족

㈜아쿠스(GMS:16、SM:258) / 홋카이도 등
그룹 연간 매출 - 4,543억엔(2014년2월 결산)

GMS	㈜라루즈	연결자회사
SM	㈜후쿠하라, ㈜유니버스, ㈜시노하라 상점, ㈜토코 스토어, ㈜도호쿠 아쿠스,㈜도토 라루즈, ㈜도난 라루즈, ㈜조이스	

- 「슈퍼 아쿠스」16점포
- 「유니버스」51점포
- 「라루즈마트」41점포
- 「후쿠하라」40점포
- 「토코 스토어」25점포
- 「조이스」37점포
- 「베스트프라이스」8점포
- 「홈 스토어」5점포
- 「피아자후쿠하라」5점포
- 「디너베르」3점포
- 「베이시크」2점포
- 「라루즈스토어」5점포
- 「플레티」1점포
- 「빅 하우스」32점포

2014년9월1일로, 아쿠스가 벨 그룹을 100% 자회사화할 예정

㈜벨르 그룹(SM:25) / 이와테, 미야기 등
연간 매출 - 430억엔(2013년3월 결산)

SM	㈜벨르 플러스 ㈜미치노쿠 유통 시스템(벨르 플러스의 자회사)	연결

- 「빅 하우스」16점포
- 「벨르 플러스」「벨르 플러스 원」9점포

㈜베이시아 (GMS:74、SM:82、CVS:600) / 군마 등
그룹 연간 매출 - 2,880억엔(2014년2월 결산)

GMS	㈜베이시아	-
SM	㈜베이시아	-
CVS	㈜세이브 온	연결

그 외의 주된 소매유통업사업
㈜카인즈, ㈜베이시아 전기 등

- 「베이시아」74점포
- 「벨크」82점포(사이타마)
- 「세이브 온」600점포

소테츠 홀딩스

소테츠 로젠㈜ (SM:52) / 카나가와
연간 매출 - 800억엔(2013년3월 결산)

- 「소테츠 로젠」53점포

㈜고베 물산(SM:658) / 전국FC, 라이선스
연간 매출 - 1,611억엔(2013년10월 결산)

- 「업무슈퍼」658점포

도매상은 아니지만, 대량의 식품을 저렴하게 판매하는 슈퍼 형태

4) 유통 업체 개요(서일본 지역)

각 그룹의 주요내용과 점포 수는 국내만을 기재함.

GMS | SM | 금융기관을 제외한 대주주
CVS | 백화점

㈜바로(SM:251)/ 아이치, 기후
그룹 연간 매출액 - 4,600억엔(2014년3월 결산)

이토 청소년 육성 장학회, 이토 요시미, 타시로 마사미

GMS	㈜바로	-
SM	㈜타치야, ㈜식선관 타이요	-

그 외의 주된 소매유통사업-츄부 약품㈜

「바로」223점포
「타치야」13점포
「식선관 타이요」15점포 (시즈오카)

㈜야마나카 (SM:67) / 아이치, 기후
연간 매출 - 990억엔(2014년3월 결산)

야마나카 공영회, 선 데일리㈜

「야마나카」67점포

㈜규우토라(SM:28) / 미에
연간 매출 - 285억엔(2013년2월 결산)

「러블리」13점포
「에듀스」「하이지」외15점포

㈜만다이(SM:149) / 오사카, 나라, 효고, 쿄토 등
연간 매출 - 2,674억엔(2014년3월 결산)

「mandai」149점포

㈜칸사이 슈퍼마켓(SM:61) / 효고, 오사카, 나라 등
연간 매출 - 1,147억엔(2013년3월 결산)

「칸사이 슈퍼」61점포

㈜오쿠와(SM :172) / 와카야마, 오사카 등
연간 매출 - 2,905억엔(2014년2월 결산)

오오쿠와 이쿠지、오오쿠와 공영회, 외 친족

GMS	㈜오오쿠와	-
SM	㈜오오쿠와, ㈜히라마쯔	연결

「오오쿠와」외122점포
「파레 마르쉐」15점포
「프라이스 컷」35점포

이즈미야㈜(GMS:93) / 오사카, 효고, 쿄토 등
연간 매출 - 2,972억엔(2014년2월 결산)

이즈미야 공화회, ㈜이토츄 상사
이즈미야 자사주식투자회, ㈜마루나카,

「이즈미야」93점포

2014년 6월에 H2O리테이링의 자회사화

㈜코노미야(SM:57) / 오사카, 아이치, 기후
연간 매출 - 805억엔(2012년8월 결산)

「코노미야」43점포
「헬로 후지」외 14점포

선로즈, 사토 토시유키

㈜하로즈 (SM:61) / 오카야마, 히로시마, 카가와 등
연간 매출 - 879억엔(2014년2월 결산)

「하로즈」61점포

㈜후지 (GMS:29、SM:68) / 에히메, 카가와 등
연간 매출 - 3 ,116억엔(2014년2월 결산)

GMS	㈜후지	-
SM	㈜후지 마트	연결

그 외 주요 소매유통사업
㈜레디 약국, 후지·쯔타야·엔터테인먼트㈜

「후지 그랑」29점포
「후지」68점포

마르큐 공영회, 이즈미, 코쿠부, 일본 악세스

㈜마르큐 (SM:83) / 야마구치, 후쿠오카 등
연간 매출 - 848억엔(2014년2월 결산)

「마르큐」20점포
「아르크」37점포
「선마트」18점포
「피쿠르스」「아트라스」7점포

세이와 산흥

㈜타이요 (SM:92) /카고시마, 미야자키
연간 매출 - 1,285억엔(2013년2월 결산)

「타이요」92점포

개인, 야마에 히사노,
거래처지주회, 미쯔비시 식품

㈜마르쿄 (SM:97) / 후쿠오카, 나가사키, 사가 등
연간 매출 - 844억엔(2013년9월 결산)

「마르쿄」97점포

㈜선리브·마르쇼크그룹 (SM:166) / 큐슈
연간 매출 -2,113억엔(2013년2월 결산)

「선리브」78점포
「마루쇼크」88점포

<생활 협동조합 점포사업>

쿄토생협 / 조합원수:50만7,496명
연간 매출 - 715억엔(2013년3월 결산)

「쿄토 코프」19점포

오사카 팔쿠프 / 조합원수:5만444명
연간 매출 -84.9억엔(2013년3월 결산)

「오사카 팔쿠프」8점포

생협 코프 고베 / 조합원수:167만3,333명
연간 매출 -2,411억엔(2013년3월 결산)

「코프 고베」164점포

생협 코프 삿포로 / 조합원수:141만5,265명
연간 매출 - 1,752억엔(2013년3월 결산)

「코프 삿포로」109점포

5) 백화점

백화점 | 금융기관을 제외한 대주주

각 그룹의 주요내용과 점포 수는 국내만을 기재함.

미쯔코시 후생사업단, 미쯔코시 이세탄 그룹 거래 지주회, 시미즈 건설, 종업원 지주회

㈜미쯔코시 이세탄 홀딩스(백화점 : 22)
그룹 연간 매출 - 1조2,363억엔(2013년3월 결산)

백화점	㈜미쯔코시 이세탄, ㈜삿포로 마루이 미쯔코시, ㈜하코다테 마루이 이마이 ㈜센다이 미쯔코시, ㈜니가타 미쯔코시 이세탄, ㈜시즈오카 이세탄, ㈜나고야 미쯔코시, ㈜히로시마 미쯔코시, ㈜타카마쯔 미쯔코시, ㈜마쯔야마 미쯔코시, ㈜이와타야 미쯔코시	연결자회사
통신판매	㈜미쯔코시 이세탄 통신판매	
백화점	㈜프린텀 긴자, ㈜우스이 백화점, ㈜JR니시니혼 이세탄	관련

「미쯔코시」3점포
「이세탄」6점포
삿포로마루이이마이 하코다테마루이이마이
삿포로 미쯔코시
센다이 미쯔코시
니가타 미쯔코시
니가타 이세탄
시즈오카 이세탄
나고야 미쯔코시
히로시마 미쯔코시
이와타야
후쿠오카 미쯔코시
타카마쯔 미쯔코시 마쯔야마 미쯔코시
JR쿄토 이세탄
프린텀 긴자
우스이 백화점

H2O리테이링, 타카시마야 공영회, 소테츠 홀딩스

㈜타카시마야(백화점 : 18)
그룹 연간 매출 -3,116억엔(2014년2월 결산)

백화점	㈜타카시마야	-
	㈜오카야마 타카시마야, ㈜기후 타카시마야, ㈜마이코 타카시마야, ㈜타카사키 타카시마야	연결
	㈜JR토카이 타카시마야 ㈜ 이요테츠 타카시마야	관련

그 외 주된 소매 유통 사업
㈜ 레디 약국, 후지 · 쯔타야 · 엔터테인먼트㈜

「 타카시마야 」12점포
타카시마야 오카야마점
타카시마야 기후점
타카시마야 마이코점
타카시마야 타카사키점
JR나고야 타카시마야
이요테츠 타카시마야

J · 프론트 리테이링 공영 지주회, 종업원 지주회

J.프론트 리테이링㈜ (백화점 : 19)
그룹 연간 매출 - 1조927억엔(2013년2월 결산)

백화점	㈜다이마루 백화점, ㈜마츠자카야 백화점	연결

「다이마루」10점포
「마츠자카야」5점포
하카타 다이마루
시모노세키 다이마루
코치 다이마루
이마바리 다이마루

한신전기철도, 타카시마야, 한큐 한신 홀딩스, 종업원 지주회

H2O리테이링㈜ (SM:23, 백화점 : 15)
그룹 연간 매출 - 5,251억엔(2013년3월 결산)

백화점	㈜한큐 한신 백화점	연결
SM	㈜한쇼쿠	
GMS	㈜이즈미야	

「한큐 백화점」11점포
「한신 백화점」4점포
한큐 OASIS 23점포
「이즈미야」93점포 2014년 6월 자화사화

오다큐 전철

㈜오다큐 백화점 (백화점 : 3)
연간 매출 - 2,210억엔(2013년3월 결산)

「오다큐 백화점」 3점포

도쿄 급행

㈜도큐 백화점 (백화점 : 11)
연간 매출 - 1,938억엔(2014년1월 결산)

「도큐 백화점」 11점포

토부 철도㈜ (백화점 : 5、SM : 63)
그룹 연간 매출 - 2,078억엔(2014년3월 결산)

백화점	㈜토부백화점, ㈜토부 우츠노미야 백화점	연결
SM	㈜토부 스토어	

「토부 백화점」 5점포

「토부스토어」63점포

킨키닛뽄철도

㈜킨테츠 백화점 (백화점 : 10)
그룹 연간 매출 -2,770억엔(2014년2월 결산)

「킨테츠 백화점」 10점포

케이한 전기철도

㈜케이한 백화점 (백화점 : 5)
그룹 연간 매출 - 550억엔(2013년3월 결산)

「케이한 백화점 」 5점포

나고야 철도

㈜메이테츠백화점 (백화점 : 2)
그룹 연간 매출 - 578억엔(2013년3월 결산)

「메이테츠백화점」 2점포

- 백화점을 중심 업태로 하는 유통 그룹
  - 미쯔코시나 타카시마야 등의 노포 포목상에서 파생한 백화점 계통
  - 한큐 백화점과 토부 백화점 등의 전철회사가 연선 개발과 연계해 전개를 시작한 백화점 계통
    * 자사 그룹의 철도노선 연선에 점포를 전개하여, 전국적으로 점포를 전개하는 경우는 적음.
- 백화점 업계 협회「일본 백화점 협회」에 가맹하고 있는 백화점은 2011년 시점으로 86사 243점포이며, 1999년에 140사 311점포를 최고점으로 계속 감소하고 있음.
- 백화점의 매출과 점포수의 저미하고 있는 요인으로 국내인구의 감소, 쇼핑몰의 대두, UNIQLO 등의 고기능 저가격 의료업체의 증가, 인터넷 등의 통신판매 시장의 확대 등을 들 수 있음.
- 백화점 업계에서는 대기업도 단독으로는 살아 남기 어려운 환경임. 이에 대해 상품 매입의 공통화, 간접부문의 합리화, 판매 노하우 공유 등의 대책으로 코스트 삭감과 수익성 향상, 경쟁력 강화 등을 겨냥하여 각 기업에서는 업무연계·경영통합을 진행 중임.

6) CVS (편의점)

CVS | 금융기관을 제외한 대주주

각 그룹의 주요내용과 점포 수는 국내만을 기재함.

㈜세븐 일레븐 재팬 (CVS : 16,020)

이토 흥업, 미쯔이 물산

연간 매출 - 3조7,812억엔(2014년2월 결산)

CVS	㈜세븐 일레븐 재팬	연결
통신판매	㈜세븐&아이·넷 미디어	

㈜세븐&아이홀딩스의 주 사업임. GMS, 백화점 등의 유통 사업도 전개하고 있음. (P.2 참고)

「세븐 일레븐」16,020점포

프랜차이즈 가맹점 포함

㈜로손 (CVS : 11,606)

미쯔비시 상사

연간 매출 - 1조9,453억엔(2014년2월 결산)

CVS	㈜로손 (FC본부)	-
신 업태	㈜로손 마트(FC본부)	연결

「로손」10,030점포

「내츄럴 로손」105점포

「로손 스토어100 /로손 마트」1,202점포

프랜차이즈 가맹점 포함

㈜훼미리마트 (CVS : 10,581)

이토츄 상사

연간 매출 - 1조7,219억엔(2014년2월 결산)

CVS	㈜훼미리마트(FC본부)	-
CVS	에리아 프랜차이즈 본부(출자 비율) ㈜오키나와 훼미리마트(㈜리우보우51%) ㈜미나미큐슈 훼미리마트(㈜혼보상점51%) ㈜홋카이도 훼미리마트(㈜세이코 후레쉬 푸드51%)	관련

「훼미리마트」10,581점포

프랜차이즈 가맹점 포함

㈜세이코 마트 (CVS : 1,158)

연간 매출 - 1,846억엔(2014년2월 결산)

CVS	㈜세이코 마트(FC본부)	-

「세이코 마트」1,158점포

프랜차이즈 가맹점 포함

야마자키제빵㈜ (CVS : 1,586、SM : 10)

사메시마흥산, 닛신 제분그룹, 미쯔비시 상사, 스미토모 상사, 마루베니

연간 매출 - 632억엔(2013년12월 결산)

프랜차이즈 가맹점 포함

CVS	야마자키제빵㈜데일리 야마자키 사업 통괄 본부	-
SM	㈜슈퍼 야마자키	관련

「데일리 야마자키」1,468점포

「뉴 야마자키 데일리 스토어」32점포

「슈퍼 야마자키」10점포

㈜포플러 (CVS : 713)

개인, 포플러 협영회, 사원지주회, 미쯔비시 식품

연간 매출 - 868억엔(2014년2월 결산)

CVS	㈜포플러(FC본부)	-

그 외 소매유통－㈜키린도 약국

「포플러」713점포

프랜차이즈 가맹점 포함

2. 지역별 업체 세력 지도

1) 전국 지역

GMS : 점포 수 톱
SM : 점포 수 톱
CVS : 점포 수 톱

- 일본의 지역분류는 7개(츄고쿠와 시코쿠를 1지역으로 한 경우) 혹은 8개의 지역으로 분류하는 경우가 많음.
- 유통업체 측면에서 본 지역 분류는 교통(상권, 물류) 조건으로 분류할 경우가 많음.

2) 홋카이도 지역

지역별 유력 도매상 | 백화점 | GMS, SM | CVS | 점포 수는 현 시점에서 가장 가까운 수치를 발표.

미쯔비시 식품
홋카이도 지사
홋카이도 료쇼쿠
슐렝 코쿠부
코쿠부 홋카이도 지사
스하라 식품
닛뽄 악세스 홋카이도

GMS, SM 지역 톱	
아쿠스 그룹	202
쿠프 삿포로	109
맥스밸류 홋카이도	44
이온	28

CVS 지역 톱	
세이코 마트	1,059
세븐일레븐	900
로손	595
훼미리마트	68

• 홋카이도 내 슈퍼마켓의 매상고가 가장 높은 기업은 단체부문에서는 「쿠프 삿포로」이고, 그룹부문에서는 아쿠스 그룹이다.
• 다이이치가 이토요가도와 자본·업무 제휴를, 이지마루가 맥스밸류 홋카이도와 자본·업무 제휴를 했다.

3) 토호쿠 지역

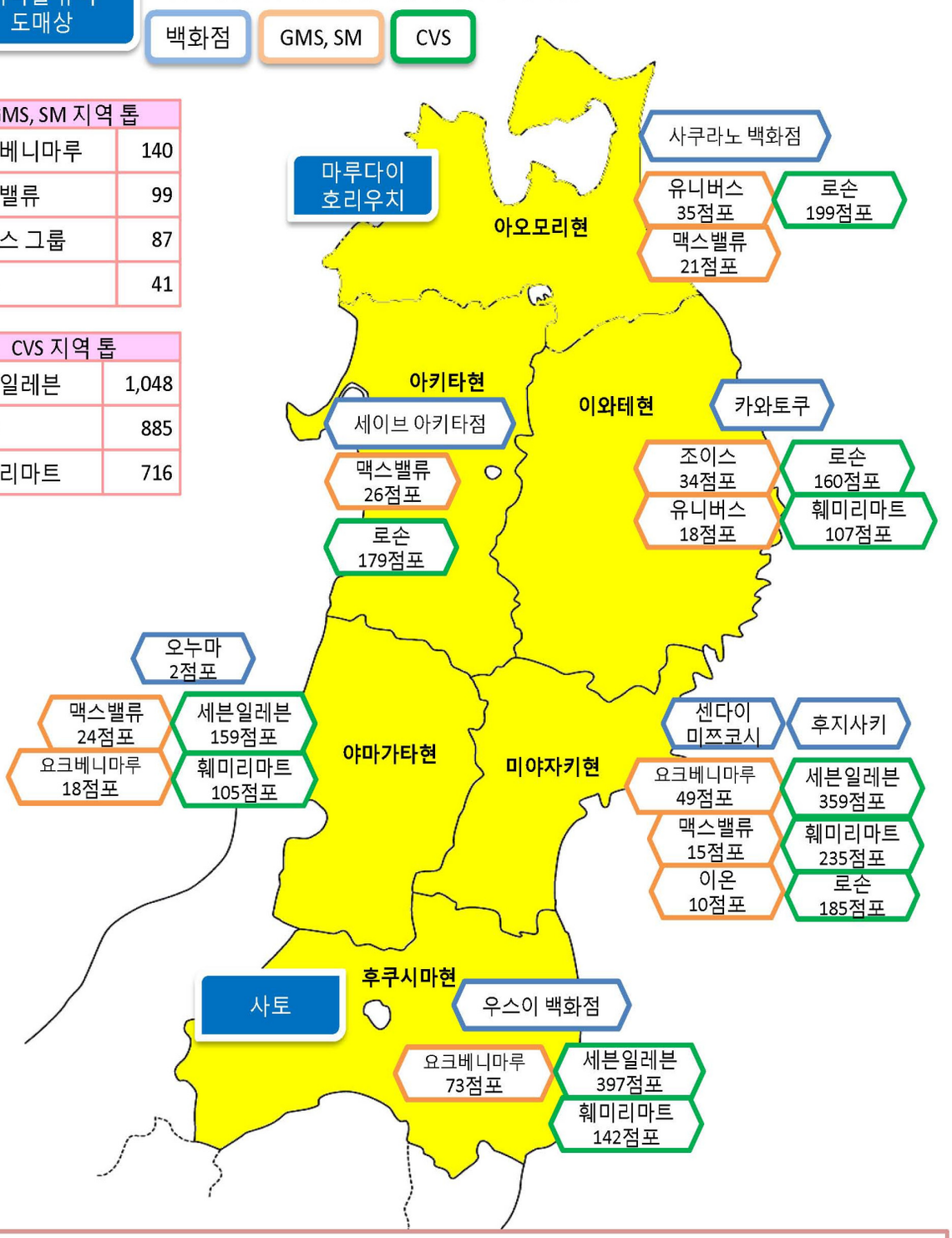
지역별 유력 도매상

점포 수는 현 시점에서 가장 가까운 수치를 발표.

백화점 | GMS, SM | CVS

GMS, SM 지역 톱	
요크베니마루	140
맥스밸류	99
아쿠스 그룹	87
이온	41

CVS 지역 톱	
세븐일레븐	1,048
로손	885
훼미리마트	716



- ㈜베르그룹과 ㈜아쿠스 경영통합을 기본 합의로 2014년 9월 1일(예정) 이후에는 아쿠스 그룹이 동일본 지역 전개를 확대 할 방침임. 토호쿠(동북)의 아쿠스 그룹 「유니버스」와 「조이스」의 점포는 87점포가 됨.
- 토호쿠 지역에서만 전개하는 「사쿠라노 백화점」이 4점포 있음.

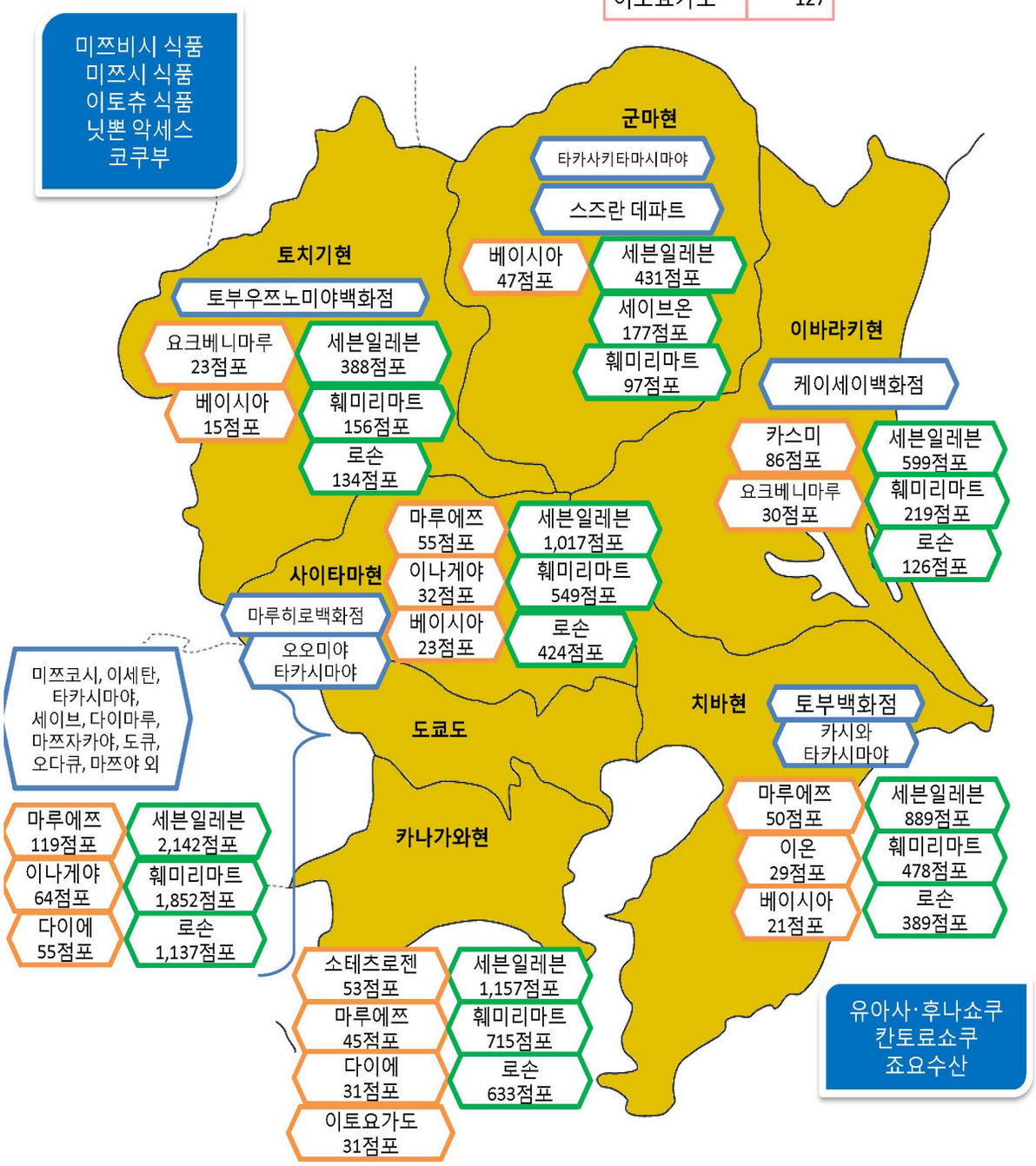
4) 칸토(관동) 지역

지역별 유력 도매상 | 백화점 | GMS, SM | CVS

점포 수는 현 시점에서 가장 가까운 수치를 발표.

GMS, SM 지역 톱	
마루에쯔	271
카스미	152
이나게야	131
이토요가도	127

CVS 지역 톱	
세븐일레븐	6,623
훼미리마트	4,066
로손	2,843



- 칸토(관동)지역에서는 도쿄를 중심으로 하는 유력 SM「마루에쯔」, 북관동 지역에서는 이바라키현의 「카스미」, 군마현의 「베이시아」등 지배적인 전개를 강하게 추진하고 있는 체인점이 많이 있음.
- 미쯔코시, 이세탄, 다이마루, 소고 등 이외에도 전철계 백화점이 수도권에는 90점포이상 전개되고 있음.

5) 츄부(중부)·토카이(동해) 지역

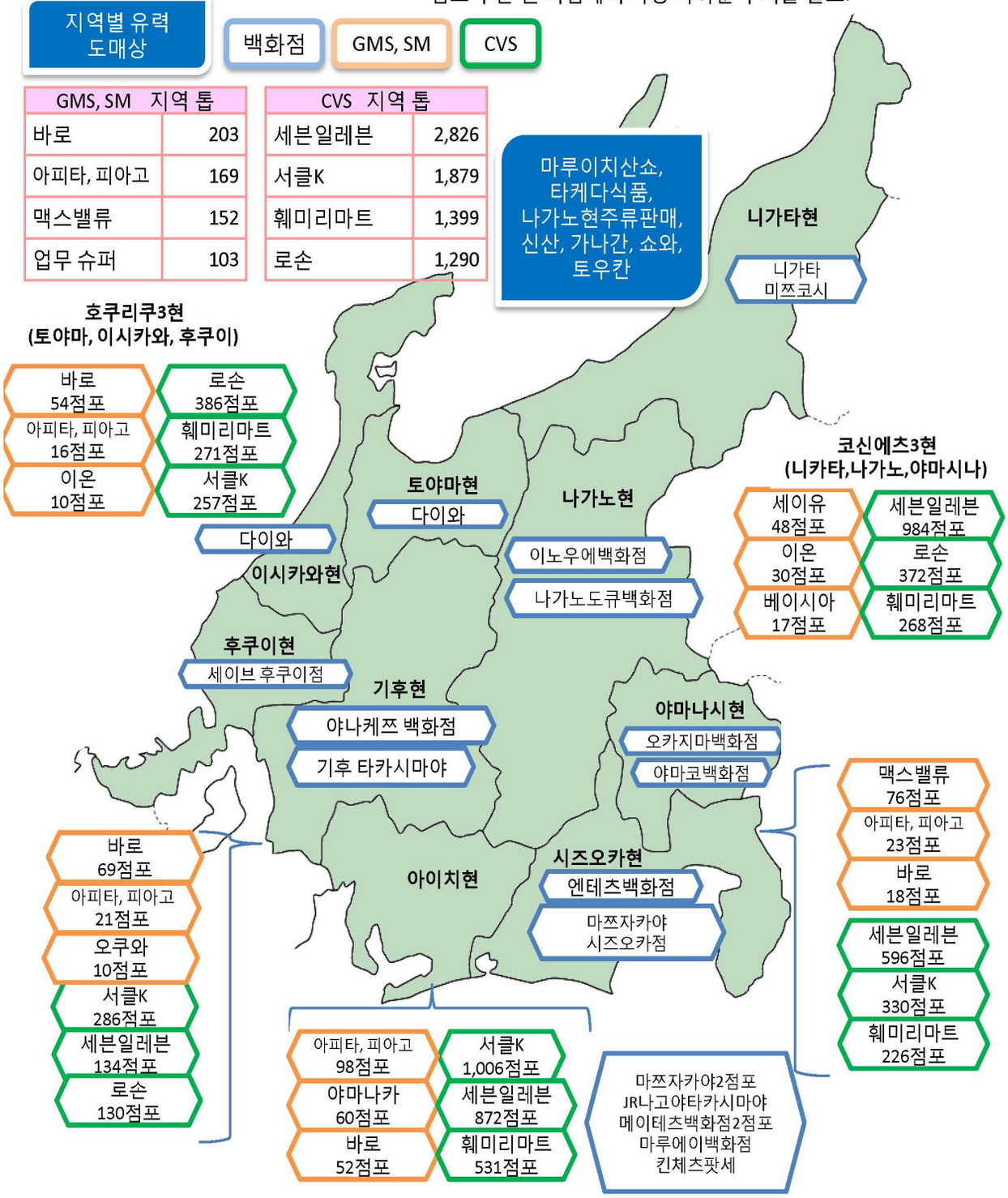
점포 수는 현 시점에서 가장 가까운 수치를 발표.

지역별 유력 도매상

백화점 | GMS, SM | CVS

GMS, SM 지역 톱	
바로	203
아피타, 피아고	169
맥스밸류	152
업무 슈퍼	103

CVS 지역 톱	
세븐일레븐	2,826
서클K	1,879
훼미리마트	1,399
로손	1,290



- 츄부토카이(중부 동해)지역은 일본해 측의 호쿠리쿠 3현(토야마현, 이시카와현, 후쿠이현)과 코신에츠 3현(니가타현, 나가노현, 야마나시현), 토카이3현(아이치현, 시즈오카현, 기후현)을로 분류됨.
- 백화점은 아이치현, 시즈오카현의 주요도시를 중심으로 마쯔자카야, 메이테츠백화점, 킨테츠 백화점 등 지방의 유력 백화점이 출점하고 있음.

6) 킨키지역

지역별 유력 도매상

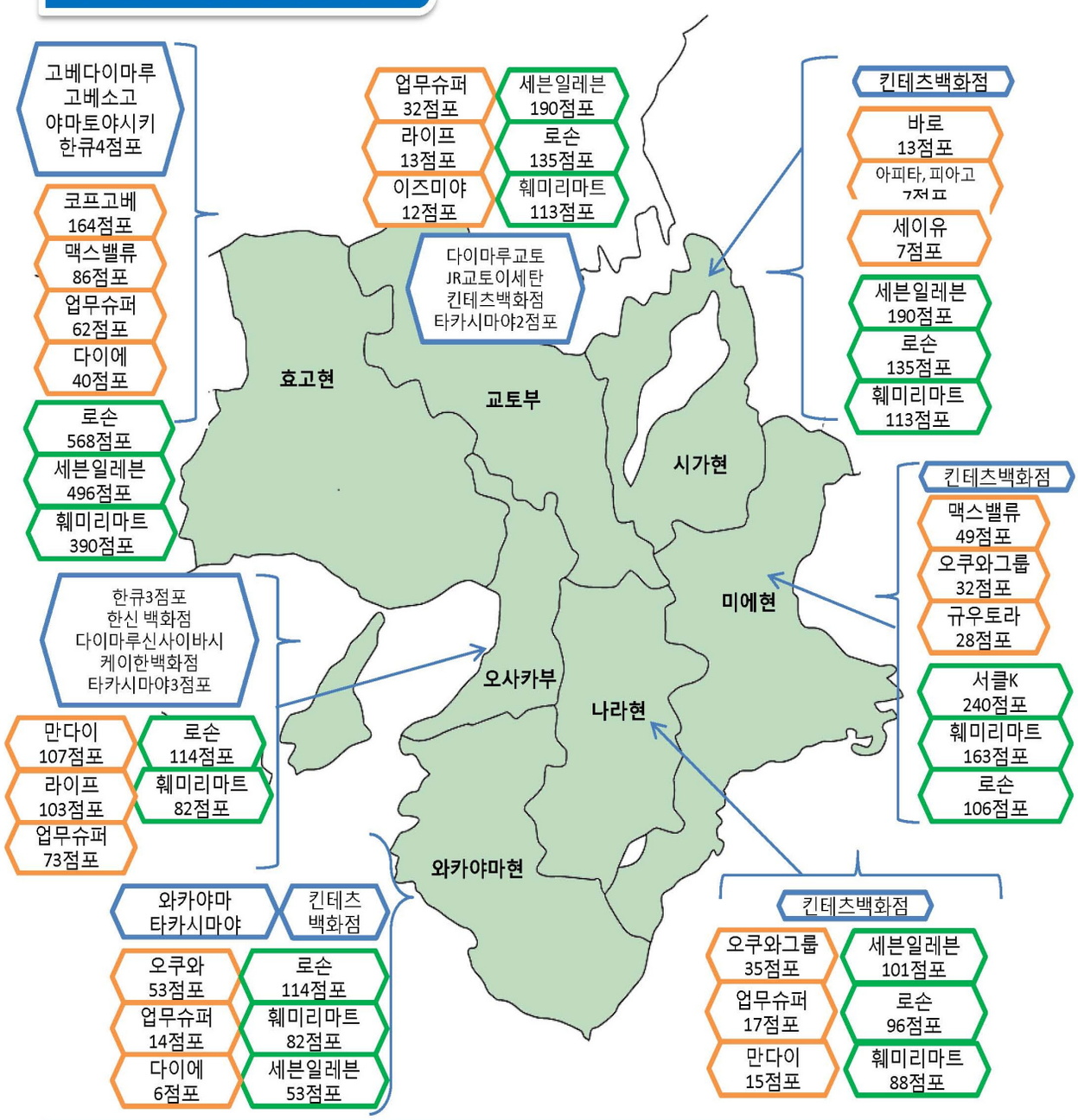
백화점 | GMS, SM | CVS

점포 수는 현 시점에서 가장 가까운 수치를 발표.

이토츄식품서일본영업본부, 닛뽄악세스킨키지사, 코쿠부킨키지사, 미쯔이식품칸사이지사, 카네토미상사

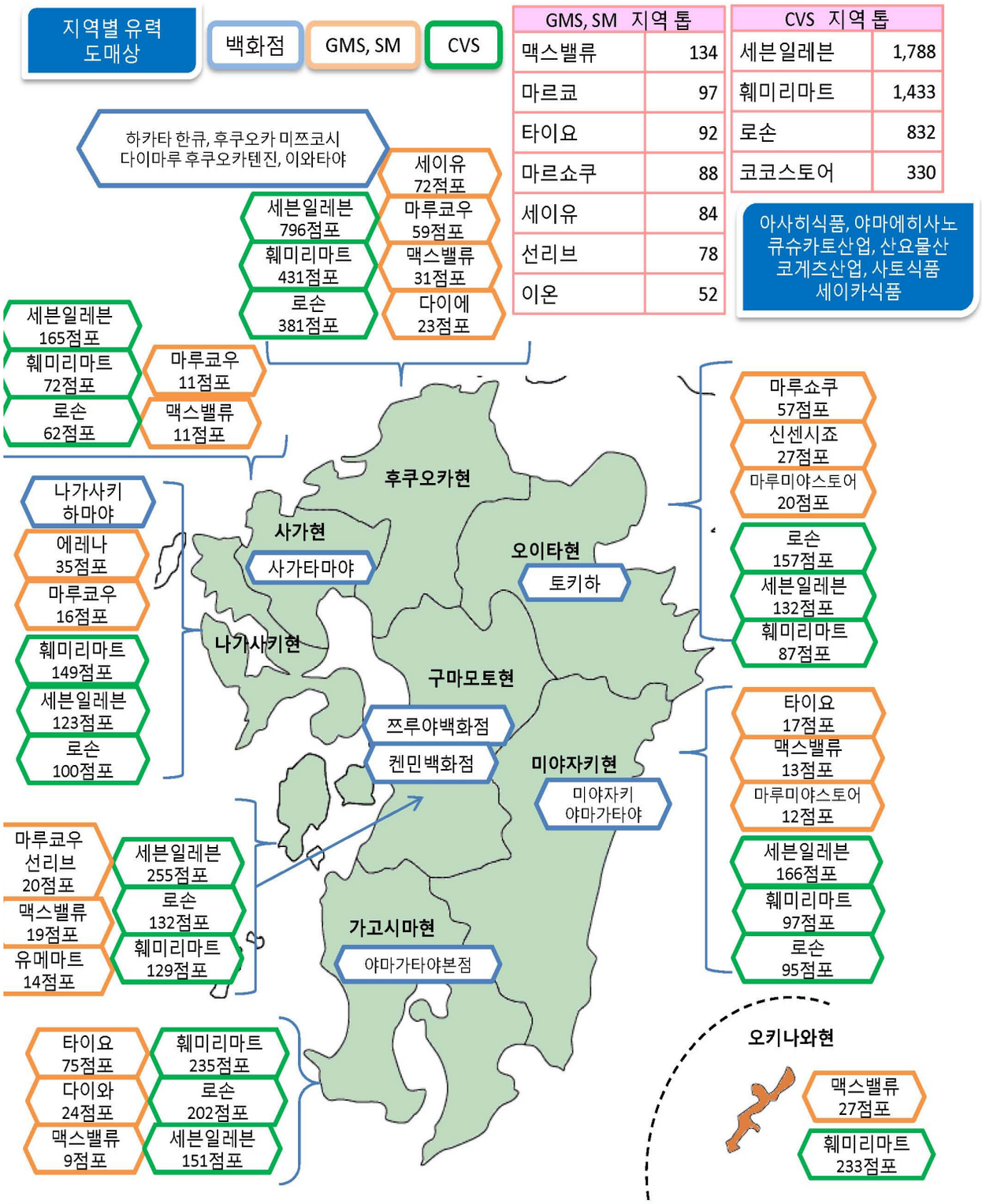
GMS, SM 지역 톱	
업무슈퍼	221
맥스밸류	164
만다이	149
오쿠와 그룹	144

CVS 지역 톱	
훼미리마트	2,066
로손	2,101
세븐일레븐	1,977
서클K	240



- 킨키지역은 와카야마의 오쿠와, 오사카의 만다이, 효고의 쿠프고베 등 지방 유력 유통업체 체인점이 많음.
- 백화점은 중심도시인 오사카를 비롯한 도시에 한큐백화점, 킨테츠백화점 등 대규모 점포가 전개 되어 있음.

8) 큐슈·오키나와 지역



GMS, SM 지역 톱	
맥스밸류	134
마르쿄	97
타이요	92
마르쇼쿠	88
세이유	84
선리브	78
이온	52

CVS 지역 톱	
세븐일레븐	1,788
훼미리마트	1,433
로손	832
코코스토어	330

아사히식품, 야마에히사노 큐슈카토산업, 산요물산 코게츠산업, 사토식품 세이카식품

- 큐슈지역은 키타큐슈지역의 세이유, 카고시마지역의 타이요 등 지역 유력 유통업체 전포가 많음.
- 선 드럭 그룹의 다이렉스㈜가 할인점 「다이렉스」를 전개 하고 있으며, 신선식품을 취급하지 않아 본 지도에는 기재 안 됨. 가공식품, 잡화, 의약품 등을 취급하여 큐슈 지역에 179점포를 전개하고 있음.

7) 츄고쿠(중국)·시코쿠 지역

지역별 유력 도매상 | 백화점 | GMS, SM | CVS

점포 수는 현 시점에서 가장 가까운 수치를 발표.

GMS, SM 지역 톱	
마루나카	136
업무슈퍼	72
산요마루나카	57
맥스밸류	55

CVS 지역 톱	
세븐일레븐	1,157
로손	1,109
훼미리마트	833
포플러	310

츄고쿠지방 5현
(시마네, 오카야마, 돗토리, 히로시마, 야마구치)

시코쿠 지방 4현
(에히메, 토쿠시마, 가가와, 코치)

• 츄고쿠 지역에서는 체인 유통업체인 마르큐, 시코쿠 지역에서는 체인 유통업체인 마루나카가 점포 수 톱을 차지하고 있음. 이 외에 이즈미(유메타운)와 후지(GMS후지쿠랑), 하로즈 등이 있음.

CHAPTER

2

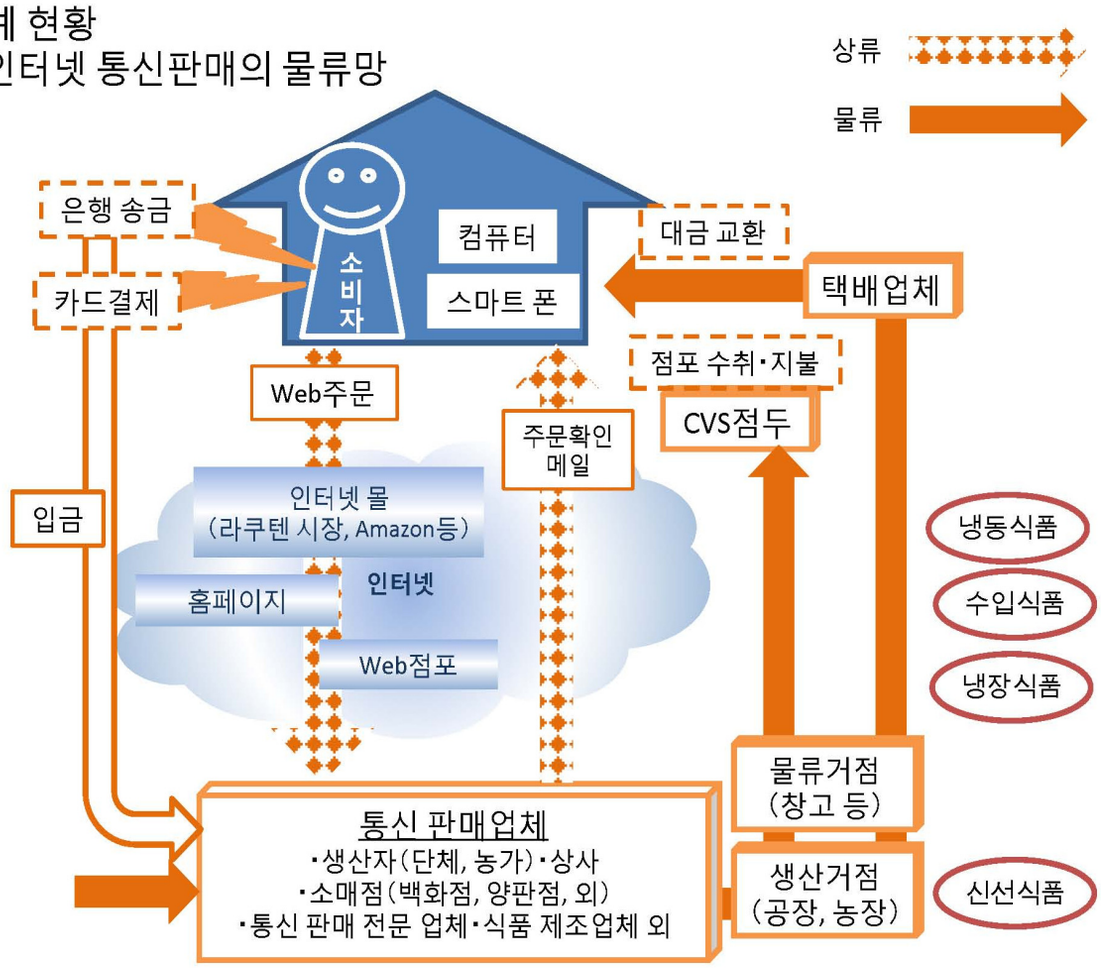
인터넷 통신판매의 유통시장

01. 업계 현황
02. 업체 개요

Ⅱ. 인터넷 통신판매의 유통시장

1. 업계 현황

1) 인터넷 통신판매의 물류망



- B to C 인터넷 통신 판매의 경우, 소비자가 인터넷상의 다양한 사이트, 메일 등을 통해 주문을 하여, 판매업체는 주문 확인 메일을 소비자에게 송신(자동으로 확인 메일을 보내는 시스템 활용이 대부분)하는 시스템이 일반적임.
  지불 방법은 판매업체 측의 조건에 따라 여러 가지이며, 택배업체를 통해 지불하는 "대금 상환"방법, 소비자가 직접 은행 등의 금융기관에 송금하는 방법, 신용카드 결제 등이 방법이 있음.
  지불 후 판매 업체는 주문 상품을 포장하고, 사가와 택배, 야마토 운수, 우체국 등의 택배업체에 배송을 위탁하여 상품이 소비자에게 전달되는 흐름임.
- 판매업체는 소매업, 농산물의 생산자, 가공 식품의 제조업체가 직접 소비자에게 판매하는 "산지직매", 수입상사 등의 소매업체를 거치지 않는 "직판" 등의 업체도 있음. 직접 소비자와 거래를 하는 장점이 있음.
- 주문에서 배달까지의 시간 단축, 무료 배송화가 가능하게 되며, 식품이나 생활 잡화 등 저가 상품도 인터넷 통신판매 이용이 확대하고 있음. 냉동 및 냉장 물류도 발전해, 다양한 식품이 판매대상이 되어 상권을 전국 인터넷 이용자를 대상으로 하여 상품화하는 경우가 증가하고 있음.
- CVS체인이 "다 점포전개"라는 강점을 살려, 인터넷에서 주문 한 상품을 CVS 점포에서 받을 수 있는 무료 배송 서비스가 확대하고 있음. 물류 비용의 감소 이외에도 소비자 주택 근처의 점포를 방문 할 계기도 됨.

2) 업계 현황

EC(물건 판매) 시장규모 : 5조3,824억 엔
(인터넷, 모바일, 인터넷 슈퍼마켓) 2013년

- 통신판매 전체시장은 (카탈로그, TV홈쇼핑 등을 포함) 8조엔 규모임. 그 중 인터넷과 스마트폰 등을 활용한 EC(정자상거래) 시장은 계속해서 두 자리 수 성장을 기록하고 있음. 2013년에 5조 3,824억엔(통신판매 시장의 70%) 규모에 달했음.
- 식품 매출액은 10년 전부터 계속 증가 중이며, 5,785억엔으로 10년 전의 20배 이상으로 시장의 11%를 차지하고 있음.

어패럴	:1조2,257억엔
가전·컴퓨터	:9,626억엔
서적·소프트웨어	:8,350억엔
식품	:5,785억엔
생활잡화	:4,580억엔
화장품 관련	:4,349억엔
그 외	:8,877억엔

(건강식품, 의약품, 통신 강좌 등)
/2013년 폐사 조사

가상 쇼핑몰

- 전문점(웹 사이트)
- 인터넷 슈퍼마켓

「도큐 스토어 넷 슈퍼」「넷 칸사이 슈퍼」「넷 슈퍼 키노쿠니야」「프렛세 넷 슈퍼」등

「라쿠텐 시장」1997년 개설
「야후쇼핑」1999년 개설
「DeNA쇼핑」1999년 개설
「Amazon.com」2000년 개설

「JA타운」

「이온 몰 온라인

- 가상 쇼핑몰을 전개하는 주요 기업은, ㈜라쿠텐, 아마존 재팬㈜, 야후㈜, ㈜DeNA 4사로 쇼핑몰에 전개를 하는 점포 수는 개인 및 법인을 합쳐서 10만을 넘고, 판매 규모는 시장의 약 50%를 차지함.
- 인터넷 서비스 전문업자 외에 전국농업 협동조합 연합회 (JA전농)가 운영하는 「JA타운」, 실제 쇼핑몰 사업을 전개하는 이온몰㈜의 「이온몰 온라인」등 특정 점포를 이용한 쇼핑몰도 있음.
- 단독 쇼핑몰을 운영하는 업체도 소비자의 방문 기회를 늘리기 위해 가상 쇼핑몰, 가상 쇼핑몰 시스템을 전개하는 인터넷 슈퍼도 있음.

자체 홈페이지

종합 통신판매 사업자

「닛센 온라인」
「베르나 통신판매 사이트」
「베르메종 넷」

소매점 계통 통신판매 사업자

「미쯔코시 온라인 쇼핑몰」
「타카시마야 온라인스토어」
「다이마루 마쯔자카야 온라인숍」

「세븐 넷 쇼핑」
「e.데파트」

「훼미마·닷컴」

통신판매 전문점(사이트)

「악케시 어업 협동조합 직매 점 에우로코」

「Oisix.com(오이식스)」

「카고메의 통신판매 건강 직송편」

인터넷 슈퍼마켓

「세이유닷컴」넷 슈퍼 편
「요카도 넷 슈퍼」
「오우치데 이온」넷 슈퍼
「서밋 넷 슈퍼」

- 한편, 독자적인 쇼핑몰 사이트를 만드는 사업자에게는 카탈로그 통신판매나 백화점, 양판점 등 소매유통업체의 EC 진출과 제조업체, 생산자, 상사 등의 공급자가 통신 판매 사이트를 개설하여, 전국의 소비자를 고객으로 하는 진출 등 인터넷 통신판매 사이트가 다수 전개 되어 있음.

- 일본의 인터넷 통신판매 시장은 1988년에 니프티 상용 컴퓨터 통신 「NIFTY-Serve」에서 온라인 쇼핑몰을 전개한 것부터 시작됨.

- 1990년대는 카탈로그 통신판매 사업자인 닛센(NISSEN)이나 세실(CECILE)이 컴퓨터 통신을 통한 통신판매 사업을 전개 했음. 1995년 마이크로소프트 「Windows95」의 발매로, 일반 가정에 컴퓨터가 보급되어 인터넷 환경의 정비가 진행됨으로 본격적인 시장 형성기가 시작 되었음.

- 가상 쇼핑몰은 라쿠텐 시장이 1997년에 개설한 이후, 1999년에는 야후 재팬이 「야후 쇼핑」, DeNA가 옥션사이트 「비터즈 (현재명칭은 DeNA쇼핑)」, 2000년에는 아마존 재팬이 서적 판매를 특화시킨 「아마존 북 스토어」를 개설했음.

- 아마존의 일본 시장 진출은 2000년으로 후발 업체이나, 서적 판매에 특화하여, 차별화한 것으로 급성장을 이루고, 2002년부터 종합 쇼핑몰「Amazon 마켓 플레이스」를 시작했음. 가전, 생활잡화, 컴퓨터, 바디, 어패럴 등 순차적으로 취급하는 품목을 확대하여, 2008년에 「식품&음료 스토어」를 개설, 현재까지 24종류의 상품을 취급하고 있음.

- 2000년 이후에는 기존에 카탈로그 통신판매와 텔레비전 홈쇼핑을 전개해 온 통신판매 업체도 적극적으로 인터넷 시장에 진출하고 있음. 건강식품과 화장품을 중심으로 매출이 증가하며, 산지직송 신선식품, 지방의 특산 식품 등을 인터넷으로 주문하는 방식이 유행하기 시작했음.

- 2000년에는 세이유, 미니스톱, 훼미리마트 등의 실제 점포 전개를 중심으로 하는 유통업체가 인터넷 통신 판매 시장에 진출하여, 2005년 이후에는 인터넷 슈퍼 시장에 진출하는 업체가 현재까지도 증가하고 있음.

- 현재 인터넷 통신판매 시장은 주로 인터넷상으로 가공 점포를 운영하는 장소 "가상 쇼핑몰"을 제공하는 업체와 상품이나 서비스 판매를 하는 점포를 운영하는 업체(인터넷 통신판매 업체)로 구성되어 있으며, 시장 규모의 절반 이상이 인터넷 몰 업체의 판매가 차지하고 있음.

- 백화점과 양판점, 편의점 등의 실제 점포를 전개하는 유통업체가 인터넷 유통업체와의 융합을 이용한 전략으로 인터넷 사업에 적극적으로 진출하고 있음.
- 자택에서 컴퓨터로 주문하는 방법 이외에 모바일 단말로 전철 등 이동 시에도 인터넷 쇼핑이 가능하게 되어, 스마트 폰의 보급과 동시에 모바일 쇼핑이 증가하고 있음.
- 인터넷 통신 판매 각 업체는 배송 시간의 단축 전략을 강화하여, 상품의 익일 배송, 또는 당일 배송 서비스를 전개하여 매출 상승을 노리고 있음.
- 인터넷 통신 판매 시장 확대에는 주문과 배송의 편리성 향상이 필요함. 태블릿 단말기 등으로 고령자도 쉽게 인터넷 쇼핑에 접하는 기회가 증가(P.30 참조)하고 있음. 향후 상품의 배송 ·물류 시스템의 고기능화 진행에 따라, 인터넷 통신 판매 시장은 확대할 전망임.

Ⅱ. 인터넷 통신판매의 유통시장

2. 업체 개요

※카탈로그 통신판매 등의 EC이외의 통신판매 사업매출도 포함. 판매규모는 가장 최근의 수치를 발표.

기업명	EC사이트 명칭 (물품판매 관련만을 기재)	통신판매 규모 (2013년)	주요 취급 품목 (취급이 많은 순)	인터넷 판매 진출 시기
㈜라쿠텐	라쿠텐 시장 (옥션, 도서, 쿠폰, 선물 시장, 여행 등)	1조4,410억엔 출점수 : 40,870	가상 쇼핑몰 (식품, 도서, 생활잡화 외)	1997년
아마존재팬㈜	Amazon.co.jp	9,260억엔	가상 쇼핑몰 자사 통신판매	2000년
야후㈜	Yahoo ! 쇼핑	2,350억엔 출점수 : 60,000이상	가상 쇼핑몰	1999년
㈜DeNA	DeNA쇼핑	440억엔 출점수 : 4,408	가상 쇼핑몰	1999년
㈜훼미마 닷컴	「훼미마·닷·컴」 (홈페이지, 모바일사이트)	986억엔	도서, 식품, 생활잡화 외	2000년
㈜센슈카이	벨 메종 넷	848억엔	의류, 생활잡화, 식품 외	1996년
㈜닛센 홀딩스	닛센 온라인	699억엔	의류, 식품, 생활잡화, 화장품 외	1996년
㈜이토요가도	요가도 넷 슈퍼	450억엔	식품, 생활잡화 외	2001년
㈜이온	오우치데 이온넷 슈퍼	250억엔	식품, 생활잡화 외	2008년
세이유	SEIYU닷컴	276억엔	식품, 생활잡화 외	2000년
미쯔코시 이세탄 통신판매	「미쯔코시 온라인 쇼핑」 「미쯔코시 모바일」 외	265.5억엔※	식품, 의료, 생활잡화, 기프트 외	1996년
㈜세븐&아이·넷 미디어	「세븐 넷 쇼핑」 「e.데파트」	261억엔	도서, 의류, 생활잡화, 화장품, 식품 외	2009년 리뉴얼
㈜베르나	베르나 통신판매 사이트	164억엔	의류, 생활잡화, 식품 외	2010년
오이식스㈜	「Oisix.com」	143억엔	식품(신성농산물 등)	2000년
카고메㈜	「카고메의 통신판매 건강 직송 편」	75억엔	식품(신성농산물 등)	-

일본 총무성이 실시한「평성 24년 경제 센서스」에 의하면, 소매 사업소 수 약 100만 개소 중, 인터넷 통신판매 사업소 수가 33,148개소로 통신, 카탈로그 판매 사업소보다 많음.

- 인터넷 통신판매 각 업체간의 자본, 업무휴대가 진행 중임. 닛센 홀딩스는 통신판매 실적 1,949억엔의 35%가 EC통신 매출임. 판매 상품은 의류가 중심이였으나, 기프트 전문점 샤디를 자회사화하여, 식품 매출도 급증 하고 있음.

CHAPTER

3

식품 유통시스템과 도매업체(벤더)

01. 식품 유통의 물류구조
02. 업체 및 전시회 개요

기업명	**이토츄 식품㈜**	모회사	이토츄 상사㈜	연 매출 (연결)	6,304억엔 /2014년3월
본사 소재지	오사카부 오사카시	취급품목	주류, 가공식품, 냉동·냉장, 기프트		
지역특성	전국	특화 분야	가공식품 전반(세븐 일레븐과 친밀하며, 백화점용이나 주류, 기프트에 강점을 가지고 있음)		
영업거점 (지사, 지점)	오사카 본사, 도쿄 본사 히가시니혼 영업본부, 센다이 지점, 토카이 영업본부, 호쿠리쿠 지점, 니시니혼 영업본부, 츄시코쿠 지점, 큐슈 지점				
관련 기업	㈜스하라 식품(홋카이도: 조합 식품 도매), ㈜호라이 상점(오사카: 주류, 식품 소매), ㈜츄쿠 메이칸(기후: 식품 도매)				
전시회	·종합 식품 전시회 「FOOD WAVE」를 매년 영업 본부 주최로 개최하고 있으며, 하계(7~8월)에 됴코, 오사카에서, 토카이 영업본부는 1월에 나고야에서 개최하고 있다.				

·각 도매업체는 슈퍼마켓이나 편의점, 드럭 스토어 등의 유통업체 바이어를 대상으로 상품 전시회를 매년 2회 정도 개최하는 경우가 많음.

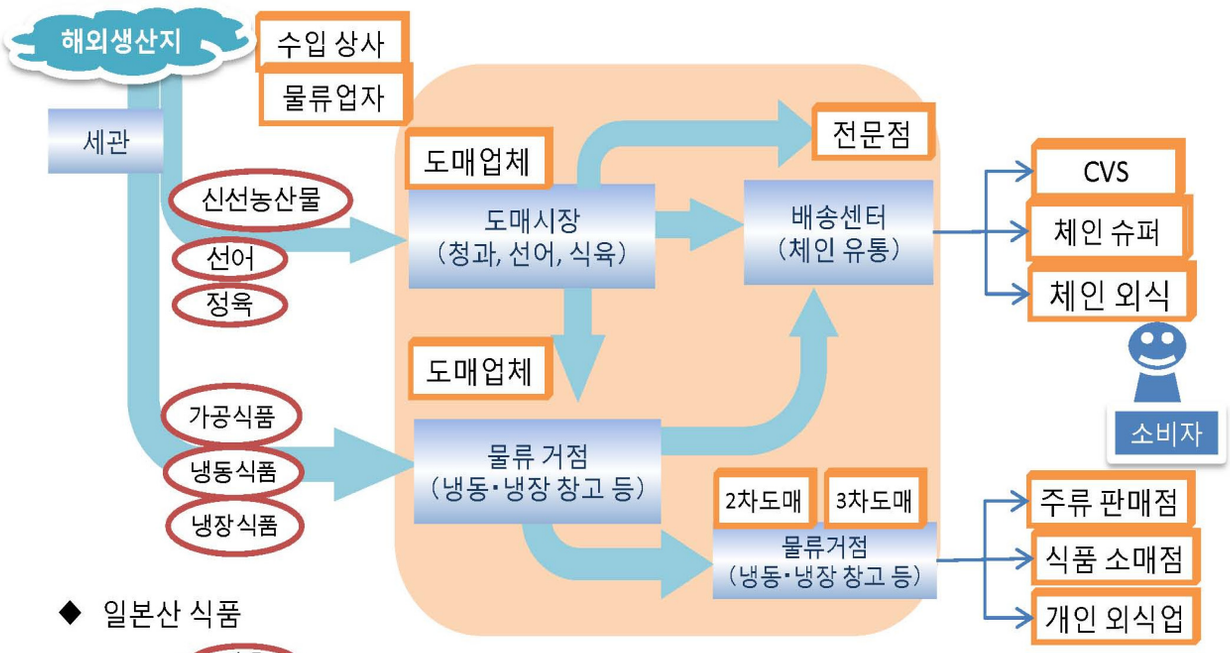
·개최시기는 춘·하계 전시회를 1월~2월경에, 그리고 추·동계 전시회를 7~8월경에 개최함. 전국에 지사가 있는 대규모 도매업체는 각 지사마다 지역 전시회를 개최하는 경우가 많으며, 매년 2회 정도의 정기적인 전시회 이외에도 , 신상품 발표회를 별도로 개회하는 경우도 있음.

·공동 매입 회사(공동 매입 기구)에서도 그룹의 유통업체 바이어를 대상으로 전시회를 개최하고 있으며, 예로써는 「CGC합동 상담 전시회」등이 있음.

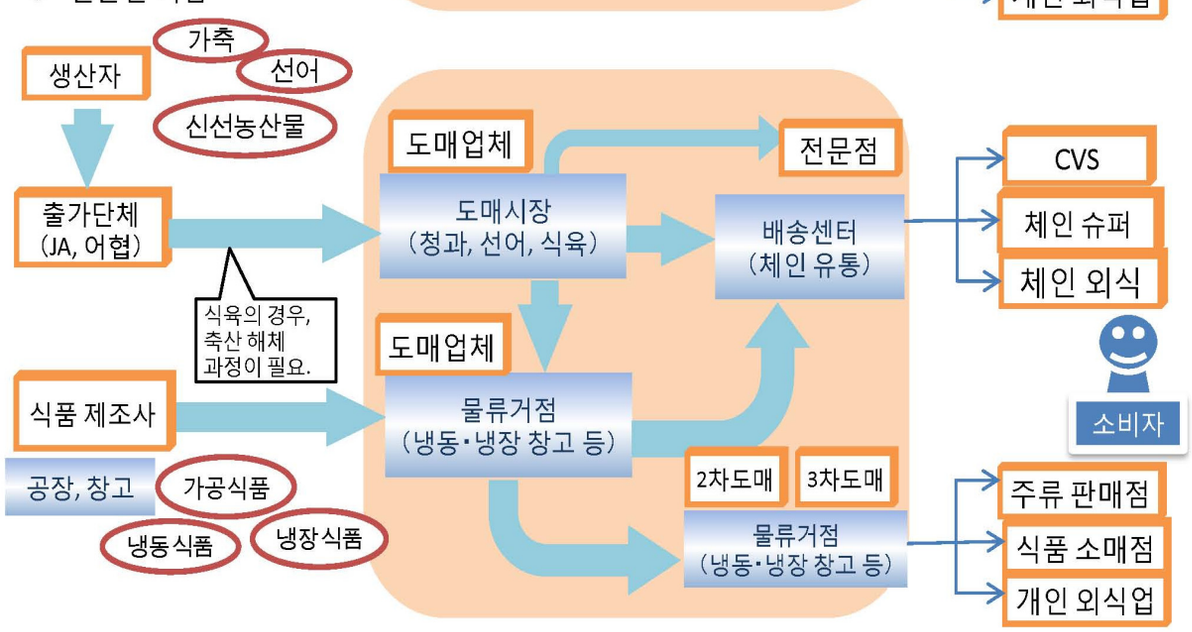
Ⅲ. 식품 유통시스템과 도매업체(벤더)

1. 식품유통의 물류구조

◆ 수입 식품



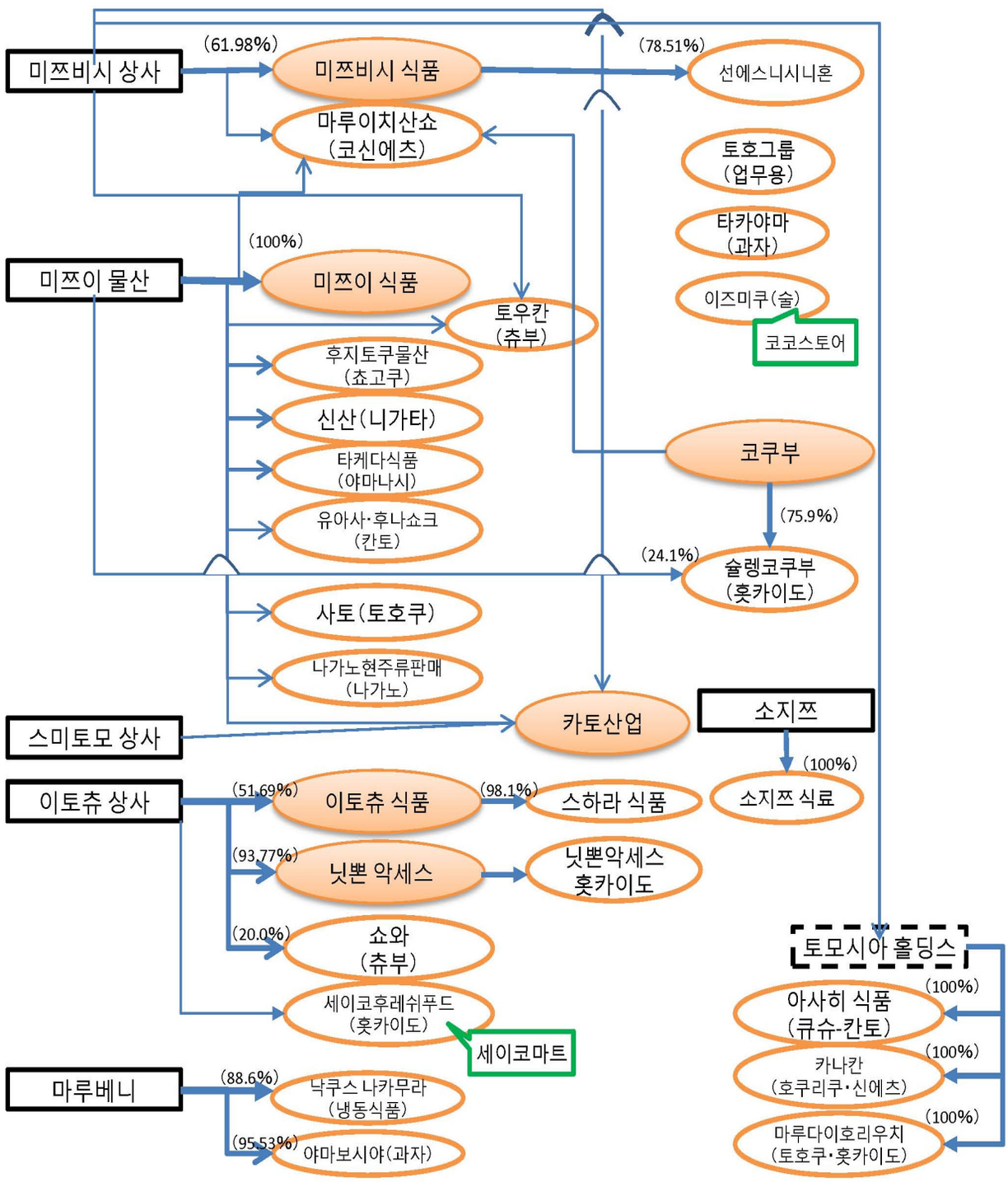
◆ 일본산 식품



- 식품의 유통 과정은 가공식품과 신선식품으로 구조가 크게 다름. 도매업체는 유통 과정에 있어서 물류와 가공, 중간 수속업무, 수급 조정 등의 다양한 업무에 종사하고 있음.
- 대규모 제조업체는 거래처인 유통업체와 직접 상담을 하며, 상류 단계에서 도매업체를 통하여 납품을 함. 중소 제조업체는 도매업체가 유통업체에게 상담하는 방법, 또는 도매업체의 전시회에서 유통업체 바이어에게 직접 영업하여 상담을 성립하는 방법도 있음.

2. 업체 및 전시회 개요
1) 업계 세력도

※ 굵은 선은 축자 비율 10%이상



- 일본의 식품 유통에 있어서 **도매업체는 유통업체와 제조업체간의 매개체 역할**을 담당하며, 상품 조달, 품질관리, 수급 조정, 대금회수, 다빈도·소량배송, 물류 효율화 등 상류와 물류의 최적화를 목적으로 하고 있음.
- 전국 규모로 전개하며, 매출 규모 5,000억엔 이상을 넘는 종합 식품 도매업체는 미쯔비시 식품, 코쿠부, 미쯔이 식품, 이토츄식품, 닛뽄악세스, 카토산업 6개임.
- 현재는 기본적인 역할에 더하여, 도매업체만이 가능한 각종 부가가치의 제공, 자사 브랜드의 개발 등 제조업체 역할을 하는 도매업체도 증가하고 있음.
- 「2012년 경제 센서스」에 의하면, 음·식료품 도매업 사업소는 73,006개소, 음·식료품의 소매업 사업소는 317,983개소, 백화점, 종합 슈퍼는 1,350개소로, 1999년) 이후 계속 감소하고 있음.
- 식품 도매업계에서는 대규모 식품 도매업체를 중심으로 한 합병 등이 증가하고 있음.
- 지방의 중소 도매업체는 아사히 식품, 카나칸, 마루다이 호리우치 3사가 경영 통합한 토모시아 홀딩스의 설립과 같이, 공동 매입사업, 상품 개발 사업, 광역 영업 기능, 자산 운영 관리 등의 면에서 대규모 도매업체 대응하기 위한 체제의 확립으로 대책을 세우고 있음 .

2) 업체 개요

기업명	**미쯔비시 식품㈜**	모회사	미쯔비시 상사㈜	연 매출 (연결)	2조3,882억엔 /2014년3월
본사소재지	도쿄도 오타구	취급품목	가공식품, 저온식품, 주류, 과자		
지역특성	전국	특화 분야	가공식품 전반		
영업거점 (지사, 지점)	홋카이도 지사, 토호쿠 지사, 츄부 지사, 칸사이 지사, 츄시코쿠 지사, 큐슈 지사				
관련 기업	가공식품 : 홋카이도 료쇼쿠, 호쿠리쿠 료쇼쿠, 기후 료쇼쿠, 후쿠시마 료쇼쿠, 킨키 료쇼쿠, 칸토 료쇼쿠, 시코쿠 료쇼쿠, 치바 료쇼쿠, 이이다 료쇼쿠, 칸토 메이지야 상사, 니가타 료쇼쿠, 료쇼쿠 펫 케어 저온 식품 사업 : RC 푸드 서비스, 사이료 데리카, 파인 라이프 주류 사업 : 오이타현 주류 도매, 미야코 무역, 난코쿠 알에스 데리카 과자 사업 : RJ오구라, 선에스 홋카이도, 선에스 니시니혼				
PB개발	「과자공방」「생활지향」	최근 주요 자본업무연계	생선사업 강화를 위한 ㈜마루이치 산쇼와 업무휴대		
전시회	·「춘하가공식품 상담회」(1~2월), 「추동 가공식품 상담회」(8월)을 매년, 각 지사 주최로 동일 시기에 지역 상담회가 개최된다. 대상 품목은 취급 가공식품 전반이다. ·2014년에는 칸토 지사가 기존 전시회를 대신하여 태블릿 단말기를 활용한 「버츄얼 상담회」를 1월부터 4월까지 실시했다. 기존 내방형 전시회와 비교와 달리, 거래처에 영업 사원이 방문하는 형태의 새로운 시도였다. 다른 지역에서의 실시도 포함하여, 향후 대책은 검토 중이다.				

기업명	㈜닛뽄 악세스	모회사	이토츄 상사㈜ 유키지루시 멕밀트㈜	연 매출 (연결)	1조6,214억엔 /2013년3월
본사 소재지	도쿄도 시나가와구	취급품목	식품, 수산물, 농산물, 축산물, 화훼 등		
지역 특성	전국	특화 분야	저온식품(냉동·냉장)		
영업거점 (지사, 지점)	본사, 토호쿠 지사, 칸토 지사, 츄부 지사, 킨키 지사, 츄시코쿠 지사, 큐슈 지사 (본사·지사 17개소, 지점 45, 영업소 48)				
관련 기업	닛뽄 악세스 홋카이도㈜, ㈜신코, ㈜마린 악세스, 미노와 상사㈜, 유니버셜 푸드㈜, ㈜돌체, 엔아이에스 푸드서비스㈜, 악세스 후레쉬 가공㈜, ㈜야마이찌 상회, D&S솔루션즈㈜, 홋카이도 F&C서비스㈜, ㈜지마 악세스, 에이케이 프랜차이즈 시스템㈜, ㈜시키사이, 오오츠카 칠드 식품㈜, ㈜재팬 인포렉스				
전시회	·「전시회～푸드 컨벤션」을 매년 2회(1~2월, 7~8월) 개최하고 있음.				

기업명	코쿠부㈜	모회사	-	연 매출 (연결)	1조5,667억엔 /2013년12월
본사 소재지	도쿄도 츄오구	취급 품목	가공식품, 냉동·냉장 식품, 과자, 주류		
지역 특성	전국	특화 분야	가공식품		
영업거점 (지사,지점)	본사, 홋카이도 지사, 토호쿠 지사, 칸토 지사, 츄부 지사, 호쿠리쿠 지점, 시즈오카 지점, 킨키 지사, 츄고쿠 지사, 오카야마 지점, 큐슈 지사, 오키나와 지점				
관련 기업 (도매업만)	슐랭 코쿠부㈜, 코쿠부 이와테 주류 판매㈜, 토호쿠 코쿠부㈜, 코쿠부 아키타 주류 판매㈜, 칸토 코쿠부㈜, ㈜센미, 코쿠부 푸드 크리에이트 도쿄, 코쿠부 과자㈜, 베스트 푸드㈜, 수도권 코쿠부㈜, 니가타 코쿠부㈜, 호쿠리쿠 코쿠부㈜, 코신코쿠부, 츄부 식량㈜, 토카이 코쿠부㈜, 코쿠부 푸드 크리에이트 니시니혼㈜, 칸사이 코쿠부㈜, ㈜히메칸, 산인코쿠부㈜, 히가시츄고쿠코쿠부㈜, 산리쿠코쿠부㈜, 니시츄고쿠코쿠부㈜, 시코쿠코쿠부㈜, 코쿠부 푸드 크리에이트 큐슈㈜, 큐슈 코쿠부㈜, 구마모토 코쿠부 리카㈜, 오이타 코쿠부㈜, 미나미 큐슈 코쿠부㈜				
PB개발	「칸쯔마」	전시회	·「춘계 상품 발굴 전시상담회」, 「수도권 전시상담회」 ·「코쿠부 홋카이도 그룹 종합 전시회 상담회」 ·춘계(1월)과 추계(7월)에 개최하고 있음.		

기업명	**카토산업㈜**	모회사	-	연 매출 (연결)	7,331억엔 /2013년9월
본사 소재지	효고현 니시노미야시	취급품목	인스턴트 식품·통조림·레토르트 식품, 조미료, 음료, 냉장 식품, 건어물·곡류, 주류, 기호품 외		
지역 특성	전국 (칸사이 40%, 칸토 28%, 그 외)	특화 분야	상온 가공식품		
영업거점 (지사, 지점)	본사, 홋카이도 지사(삿포로 지점), 토호쿠 지사(센다이 지점), 야마가타 영업소, 아키타 지점, 도쿄 본부, 히가시칸토 지사(아다치 지점), 치바 지점, 키타칸토 지사(타마 지점), 사이타마 지점, 니가타 지점, 미나미칸토 지사(미나미도쿄 지점), 쇼난 지점, 츄부 지사(나고야 지점),시즈오카 영업소, 키타킨키 지사(키타오사카 지점), 교토 지점, 미나미킨키 지사(한난 지점), 한와 지점, 니시킨키 지사(한신 지점), 신키 지점, 츄시코쿠 지사(히로시마 지점), 오카야마 지점, 타카마쯔 지점, 마쯔야마 지점, 큐슈 지사(후쿠오카 지점), 나가사키 지점, 야마구치 영업소				
관련 기업 (도매업만)	케이 저온 푸드㈜, 야타니 주류판매㈜, 큐슈 카토㈜, 카토 과자㈜, 카토 주류판매㈜, 카토 농산㈜, 산요 물산㈜, 에스에이에스 재팬㈜				
전시회	·「춘계&하계 신제품 발표회」(1월), 「추계&동계 신제품 발표회」(7월) ·그룹 종합 전시회「춘계 카토산업 종합 식품 전시회」(3월) 「추동 카토산업 종합 식품 전시회」(9월) ·본사가 있는 효고현 고베 국제 전시장에서 2~3일 정도 일정으로 개최하고 있다.				

기업명	**미쯔이 식품㈜**	모회사	미쯔이 물산㈜	연 매출 (연결)	6,347억엔 /2013년3월
본사 소재지	도쿄도 츄오구	취급 품목	주류, 가공식품 전반, 식품 첨가물, 동물 관련 음식·의약품, 원예품, 비료, 의약품, 화장품, 위생용품 외		
지역 특성	전국	특화 분야	가공식품		
영업거점 (지사, 지점)	본사, 도쿄 니시 지점, 카나가와 지점, 사이타마 지점, 케이요 지점, 토코하 지점, 도쿄 지점, 칸신에츠 지점, 홋카이도 지사, 토호쿠 지사, 아오모리 영업소, 키타카미 영업소, 츄부 지사, 시즈오카 지점, 하마마쯔 영업소, 쯔 영업소, 호쿠리쿠 영업소, 칸사이 지사, 미나미오사카 지점, 키타오사카 지점, 니시노미야 지점, 이바라키 지점, 츄시코쿠 지사, 야마구치 지점, 큐슈 영업소, 에히메 영업소, 큐슈 지사, 호쿠부큐슈 지점, 오이타 영업소, 미나미큐슈 지점, 미야자키 영업소, 오키나와 지점				
관련 기업	㈜나가이상점, 아사이주류㈜, 후지토쿠 물산㈜	PB개발	「하트풀 하타케」「Calm(캄)」		
전시회	·매년 1회, 자사 단독 종합 전시회 「미쯔이 식품 푸드쇼」를 개최하고 있음.				

aT 기획조사 2014 일본편

일본 식품유통업계 유통구조 분석

발 행 처 : 한국농수산식품유통공사
발 행 일 : 2014. 12.
전 화 : 02) 6300-1119
홈페이지 : http://www.aT.or.kr
조사참여 : 오사카aT센터
자료문의 : aT 농수산식품기업지원센터 식품수출정보팀
02) 6300-1394

* 책의 저작권은 한국농수산식품유통공사에 있으며, 무단전제와 무단게재를 금합니다. 본 자료의 원본은 www.kati.net 자료실에서 내려 받을 수 있습니다.