



**2021**

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202111-32  
품목 | 어포(Fish Jerky)  
HS CODE | 1604.20-9000  
국가 | 일본(Japan)  
구분 | 경쟁력분석형

# Contents

<b>I. 요약</b>	03
<b>II. 경쟁제품</b>	
1. 일본 어포 경쟁제품 선정	05
2. 일본 어포 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 일본 어포 경쟁제품 현지조사 결과	10
<b>III. 경쟁기업</b>	
1. 일본 어포 경쟁기업 선정	23
2. 일본 어포 경쟁기업 현지화 분석 기준	24
3. 일본 어포 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	26
<b>IV. 수입·유통업체 인터뷰</b>	
Interview ① 겐코코무(ケンコーコム)	36
Interview ② 우츄모우코우(宇宙網購)	38
Interview ③ 코쿄(Kokyo)	40
<b>V. 경쟁력파악</b>	
1. 제품 경쟁력 검증	43
2. 벤치마킹 제품 분석	48
3. 기업 마케팅 벤치마킹	50
<b>VI. 시사점</b>	51
※ 참고문헌	53

# Summary

## ■ 온라인 인기제품

제품명		제조사명
2개 채널에서 Top 10인 제품	파쉬 칩스 타르타르 소스	마루에스 다베키리
	이치마사 가릿코 3종	이치마사

## ■ 오프라인 주요 경쟁제품

잇토리야와라카속강노쿤사키 (족키)		쿠시사시캣토웃짱 (웃짱쇼쿠힌코오교오)	
	가격 298.0엔		가격 1,980.0엔
	중량 76.0g		중량 440.0g
적정 중량		제품 홍보문구 현지어로 표기	

## ■ 경쟁기업 3개사 분석

웃짱쇼쿠힌코오교오		족키	이즈미야세이카	일본 현지 진출 경쟁기업 현황	
국적	일본	일본	일본		
제품 현지화	●	●	●		경쟁기업 3개사 중 2개사, 일본 현지에서 제품을 직접 생산  +
포장 현지화	●	●	●		
생산 방식	○	●	●		
입점 채널	온/오프라인 채널 모두 활용	오프라인 채널만 활용	오프라인 채널만 활용		경쟁기업 3개사, 주요 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터를 활용하지 않음
홍보 채널	자사 홈페이지(일본)	자사 홈페이지(일본)	자사 홈페이지(글로벌)		

### 제품 현지화

- 상 (현지인 선호 신제품 개발)
- 중 (기존 유통 제품 성분 일부 변경해 출시)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

### 포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

### 생산 방식 현지화

- 상 (현지에 제조시설 구비해 직접 제조)
- 중 (제조국에서 직접 제조해 현지 수출)
- 하 (제조국 OEM 업체에 제조 위탁)

## ■ 경쟁력 파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(11개)		기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(11개)			
가격(10g당) (41.8엔)	●	오징어포(7개)	기타 어포(4개)	맛 (감개, 마라, 참치)	●	오징어 맛	기타 맛(4개)		
		63.9엔	100.2엔			7개	가리비, 멸치, 연어, 홍어		
중량(g) (180.0g)	●	오징어포(7개)	기타 어포(4개)	원산지 (한국)	●	일본	중국	태국	
		130.9g	67.0g			7개	3개	1개	
포장 형태 (플라스틱 파우치)	●	플라스틱 파우치	플라스틱 봉지	홍보문구(중복값 有) (제조 방식 강조)	●	원료	제조 방식	칼로리	맛
		7개	2개			2개	11개	8개	7개

● 차별화된 경쟁력    ● 일반적인 스펙    ○ 보완 필요

## ■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 10g당 가격은 경쟁제품 평균보다 저렴한 편이며, 중량은 경쟁제품 평균보다 큰 것으로 나타남 2) 경쟁제품 11개는 제품의 원료, 제조 방식, 칼로리 및 맛을 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 2개사는 일본 현지에서 제품을 직접 생산해 판매하고 있는 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 모두 주요 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터를 활용하지 않는 것으로 나타남

## II. 경쟁제품

1. 일본 어포 경쟁제품 선정
2. 일본 어포 경쟁제품 조사지표 선정
3. 일본 어포 경쟁제품 현지조사 결과



# 1. 일본 어포 경쟁제품 선정

## 1) 주요 프로세스

### 고객사 제품 특징



제품명	김개어포
제품 종류	어포
소비자가격	약 751.8엔 (8,000원 <sup>1)</sup> )
중량	180g
포장	플라스틱 파우치
특징	기름에 튀기지 않고 오븐에 구운 어포

### Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
  - 제품명: 김개어포
  - 제품 종류: 어포
  - 소비자가격: 약 751.8엔(8,000원)
  - 중량: 180g
  - 포장 형태: 플라스틱 파우치

### Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
  - 1. 아마존(Amazon): 24.6%
  - 2. 야후 쇼핑(Yahoo Shopping): 14.3%
  - 3. 라쿠텐(Rakuten): 12.0%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 2개 제품

### Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



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

### Step 04. 조사 및 분석



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

1) 100엔=1,064.06원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2) 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인

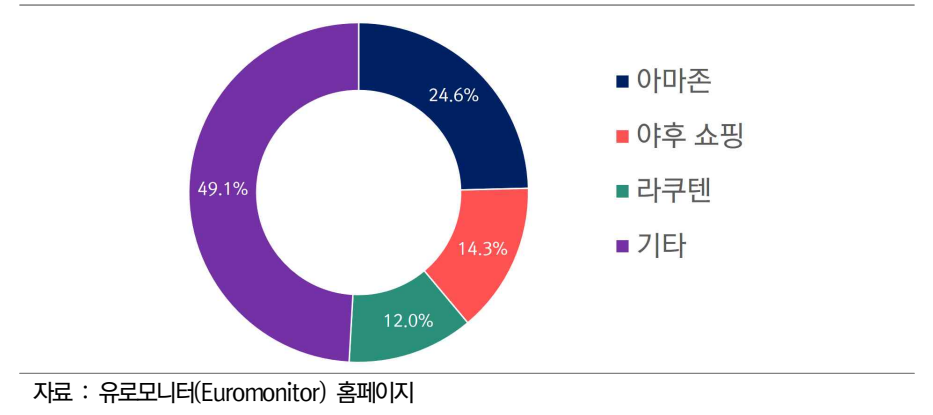
### 일본 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
amazon.co.jp 아마존	식료품, 음료, 가공식품, 냉동식품 등
 야후 쇼핑	신선식품, 유제품, 수입식품, 냉동식품 등
 라쿠텐	신선식품, 유제품, 음료, 냉동식품 등

### ▶ 일본 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐

유로모니터에 따르면, 2020년 기준 일본 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 아마존(Amazon), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping), 라쿠텐(Rakuten)으로, 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 50.9%임

[표 2.1] 일본 온라인 쇼핑몰 점유율



### ▶ 인기 온라인 쇼핑몰 2개에 진출한 경쟁제품, 2개

일본 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 2개의 제품이 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 것으로 조사됨

[표 2.2] 일본 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	아마존	야후 쇼핑	라쿠텐
1	피쉬 칩스 타르타르 소스 (마루에스 다베키리)	에비부무 (다마 잔솜푸)	타로 피쉬 스낵 오리지널 (푸드컨셉)
2	피쉬 칩스 (마루에스 다베키리)	이치마사 가릿코 3종 (이치마사)	타로 크리스피 피쉬 스낵 (푸드컨셉)
3	크리스피 피쉬 스킨 솔티드 예그 (필롱)	파리파리 코이와시무네시오야지 (이노우에쇼쿠헌)	타로 피쉬 스낵 핫 칠리 (푸드컨셉)
4	마노라 프라이드 피쉬 칩스 (시암 헤리티지)	파리파리 코이와시 노리시오야지 (이노우에쇼쿠헌)	타로 피쉬 스낵 바베큐 (푸드컨셉)
5	라라 피쉬 크래커스 (뉴턴 푸드 프로덕츠)	골드피쉬 오리지널 (페퍼리지 팜)	타로 피쉬 스낵 코리안 싸우드 (푸드컨셉)
6	이치마사 가릿코 3종 (이치마사)	사카나토후 (LZTALANG)	웨이 롱 리틀 피쉬 (웨이 롱)
7	오사카나츠타무스 노도구로이리 (베쓰쇼카마보코텐)	프링글스 피쉬 앤 칩스 (프링글스)	타로 피쉬 스낵 랍 이산 송 크루앙 (푸드컨셉)
8	고쿠산쇼교 아몬드 (오쓰마미칸파니)	가와하기로루 (진미코보)	타로 피쉬 스낵 스파이스 플레이버드 파티 사이즈 (푸드컨셉)
9	아몬드핏슈 (덴로쿠)	오쓰마미 진미 고쿠보소하기꽃키 (나가사키슌야이이즈루시마야)	골드피쉬 체다 컬러스 (페퍼리지 팜)
10	사바치 (미겐)	가와하기 아마쿠치아와라카로루타이푸 (하코다테에산콘부노카이)	피쉬 칩스 타르타르 소스 (마루에스 다베키리)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

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

### 3) 조사 지역 및 매장 선정

#### ● 일본 도쿄 정보<sup>2)</sup>

인구	1,396만 명
인구 밀도	6,363명/km <sup>2</sup>
면적	2,194km <sup>2</sup>

#### ▶ 일본 도쿄, 방문지역으로 선정

도쿄는 일본의 수도이자 일본의 경제, 문화, 교통이 집약된 지역임. 도쿄도 중심부에는 국내 및 국제 금융 기관과 기업 본사가 자리하고 있으며, 미국의 주요 제조 지역이자 일본 최대 공업지대인 게이한공업지대(京浜工業地帯)가 있음. 도쿄역은 일본 초고속 열차인 신칸센과 주요 철도가 지나가는 중앙 터미널이며, 전철, 지하철, 버스 노선과 고속도로가 연결된 일본의 주요 교통 허브임

#### ▶ 현지조사 매장 선정, 편의점, 드럭스토어, 한인마트

일본 육류 및 해산물 가공품(Processed Meat and Seafood)<sup>3)</sup>의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 슈퍼마켓이 46.7%로 가장 높았으며, 드럭스토어 8.0%, 편의점 6.3%, 홈쇼핑 2.3%, 온라인 2.2%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 2.3] 일본 어포 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
슈퍼마켓	46.7%	맥스밸류(マックスバリュ), 라이프(Life), 요크(York), 마루에츠(マルエツ)
드럭스토어	8.0%	웰시아(ウエルシア), 츠루하(ツルハ), 코스모스(コスモス), 마츠모토키요시(マツモトキヨシ)
편의점	6.3%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리 마트(Family Mart), 로손(Lawson), 야마자키 샵(ヤマザキ ショップ), 미니스톱(Ministop)
홈쇼핑	2.3%	생활협동조합(コープ), 자파넷 타카타(ジャパネットたかた), 슈퍼터 샵 채널(ジュピター ショップチャンネル)
온라인	2.2%	아마존(Amazon), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping), 라쿠텐(Rakuten)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

2) 자료: 도쿄도청(東京都庁) 홈페이지

3) '어포'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '육류 및 해산물 가공품(Processed Meat and Seafood)'의 정보를 확인함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정  
(\*) 아마존(Amazon), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping), 라쿠텐(Rakuten)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정  
(\*) 세븐일레븐(7-Eleven), 돈키호테(ドンキホーテ), 캉코쿠히로바(韓国広場)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 오징어포: 오징어로 만든 어포
- 기타 어포: 가리비, 멸치, 연어, 홍어 등의 기타 해산물로 만든 어포

[표 2.4] 일본 어포 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	오징어포	기타 어포
① 코우바시아스루메이카노사키이카 (족키)	○ (세븐일레븐)	(-)	○	
② 싯토리아와라카속강노쿤사키 (족키)	○ (세븐일레븐)	(-)	○	
③ 코우바시아이카이게타이타리메 (족키)	○ (세븐일레븐)	(-)	○	
④ 코리코리우마이카소옌 (족키)	○ (세븐일레븐)	(-)	○	
⑤ 쿠사사카트웃짱 (웃짱소쿠힌코요교오)	○ (돈키호테)	○ (아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐)	○	
⑥ 스루메마룻토 (푸도링쿠)	○ (돈키호테)	(-)	○	
⑦ 사키이카 (캉코쿠히로바)	○ (캉코쿠히로바)	○ (야후 쇼핑)	○	
⑧ 코우바시아후우미노이카히타테카이히모 (족키)	○ (세븐일레븐)	(-)		○
⑨ 마로야카니시아게타이몬도횃슈 (이즈미야세이카)	○ (세븐일레븐)	(-)		○
⑩ 타베야스아속강노사케토바 (족키)	○ (세븐일레븐)	(-)		○
⑪ 에이히레 (캉코쿠히로바)	○ (캉코쿠히로바)	(-)		○

(\*) 현지 판매 어포 경쟁제품 11개 분석

## 2. 일본 어포 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 일본 어포 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 일본 어포 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	g	제품의 포장 단위
제품 종류	오징어포	오징어로 만든 어포
	기타 어포	가리비, 멸치, 연어, 홍어 등의 기타 해산물로 만든 어포
제품 맛	오징어 맛	오징어 맛
	기타 맛	가리비, 멸치, 연어, 홍어 등의 기타 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 형태
	플라스틱 통	플라스틱 소재의 통에 내용물을 포장한 형태
	플라스틱 봉지	플라스틱 소재의 봉지에 내용물을 포장한 형태
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

### 3. 일본 어포 경쟁제품 현지조사 결과

#### ▶ 일본 도쿄에 위치한 편의점, 드럭스토어, 한인마트

일본 도쿄에 위치한 편의점 세븐일레븐(7-Eleven), 드럭스토어 돈키호테(ドンキホーテ), 한인마트 캉코쿠히로바(韓国広場)를 방문함. 이 중 세븐일레븐은 도쿄에만 2,801개 매장이 있는 대형 편의점 체인이며, 돈키호테는 일본의 대표 드럭스토어 매장으로 일본 전역에 160개 이상의 지점이 있는 것으로 조사됨

[표 2.6] 일본 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	7	· 전 세계 71,000개 매장 중 21,143개(전 세계 매장의 약 30%)가 일본에 있음 · 도쿄에만 2,801개 매장이 있음
돈키호테 (ドンキホーテ)	드럭스토어	2	· 일본 전역에 160개 이상의 지점을 운영 중
캉코쿠히로바 (韓国広場)	한인마트	2	· 2,000가지가 넘는 한국산 식재료를 판매 중 · 대부분의 제품은 한국으로부터 직수입하고 있음



지도자료: 구글맵(Google Maps)



▶ **경쟁제품 11개 모두 1개의 매장에서 판매**

세븐일레븐(7-Eleven), 돈키호테(ドンキホーテ), 칸코쿠히로바(韓国広場) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 11개 제품이 모두 1개의 매장에서 판매 중인 것으로 확인됨. 세븐일레븐이 경쟁제품 7개를 취급하고 있는 것으로 확인되어, 조사매장 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 일본 어포 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	세븐일레븐	돈키호테	칸코쿠히로바
① 코우바시이스루메이카노사키이카 (족키)	○		
② 싯토리아와라카속강노쿤사키 (족키)	○		
③ 코우바시아키아게타이타리메 (족키)	○		
④ 코리코리우마이카소옌 (족키)	○		
⑤ 쿠사사킷토옷짱 (옷짱소쿠힌코오교오)		○	
⑥ 스루메마룻토 (푸도링쿠)		○	
⑦ 사키이카 (칸코쿠히로바)			○
⑧ 코우바시이후우미노야키호타테카이호모 (족키)	○		
⑨ 마로야카니시아게타이몬도횃슈 (이즈미야세이카)	○		
⑩ 타베야스아속강노사케토바 (족키)	○		
⑪ 에이히레 (칸코쿠히로바)			○


자료: 현지조사원 자료



## Shop ① 세븐일레븐(7-Eleven)

### 매장 정보

- 유형: 편의점
- 판매 제품 특징: 식료품 및 생활용품을 판매하고 있으며, 한국산 떡볶이, 시즈닝 아몬드 제품 등 일본에서 유행하고 있는 한국산 가공식품도 많이 판매하고 있음
- 매장 주변 특징: 주거 지역 내 위치
- 주요 고객층: 현지 주민

브랜드 기본 정보 <sup>4)</sup>		세븐일레븐은 미국 텍사스주 델러스에 본사를 둔 미국 편의점 체인임. 1991년 일본 계열사 Ito-Yokado가 회사의 70%를 인수한 후 2005년 Seven-Eleven Japan의 자회사가 되었음. 일본에는 세계 어느 곳보다 많은 세븐일레븐이 있으며 전 세계 71,000개 매장 중 21,143개(전 세계 매장의 약 30%)가 일본에 있음. 현재 도쿄에만 2,801개 매장이 있는 것으로 확인됨
		조사 제품 수: 7개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 도쿄 상세주소 〒144-0052 東京都大田区蒲田5丁目40-3

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 어포 경쟁제품 정보	
		
	Koubaishi Huumi Noya Khotateka Hiho (Zoki)	Maro Yaka Nishi Ketai Mon Dokushu (Izumiya Seika)
		
	Koubaishi Sumeika Nosaiki (Zoki)	Shitoria Waraka Sogunosaiki (Zoki)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/야후 쇼핑/라쿠텐 웹사이트



4) 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지

판매 어포 경쟁제품 정보		
제품 판매 정보		
	<p>타베아스아숙강노사케토바 (죽키)</p>	<p>코우바시아키아게타타리메 (죽키)</p>
	<p>코리코리우마이가소오멘 (죽키)</p>	

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/라쿠텐/야후 쇼핑 웹사이트

			
제품명 (현지어)	코우바사이후우미노야키호타테카이히모 (香ばしい風味の焼ほたて貝ひも)	제조사 (현지어)	족키 (ジョッキ)
제품 종류	기타 어포(가리비)	중량	18.0g
소비자가격	328.0엔 (3,490원)	10g당 가격	182.2엔 (1,939원)
원산지	일본	브랜드 국적	일본
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치	맛	가리비 맛
기타 표기사항	개봉 후에는 가능한 빨리 섭취해주세요	홍보문구	56kcal, 석쇠에 구운 가리비 조각
원료 및 첨가물	가리비, 설탕, 간장, 양조 식초, 식염, 고추, 덱스트린, 전분, 호모 추출물, 조미료(아미노산), 소르비톨		

			
제품명 (현지어)	마로야카니시아게타아몬드회슈 (まろやかに仕上げたアーモンドフィッシュ)	제조사 (현지어)	이즈미야세이카 (泉屋製菓)
제품 종류	기타 어포(멸치)	중량	20.0g
소비자가격	100.0엔 (1,064원)	10g당 가격	50.0엔 (532원)
원산지	일본	브랜드 국적	일본
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치	맛	아몬드 맛, 멸치 맛
기타 표기사항	개봉 후에는 가능한 빨리 섭취해주세요	홍보문구	107kcal, 아몬드 및 말린 생선
원료 및 첨가물	아몬드, 멸치, 설탕, 물엿, 간장, 흑설탕, 참깨, 와인, 소금		

			
제품명 (현지어)	코우바시이스루메이카노사키이카 (香ばしいすめいかのさきいか)	제조사 (현지어)	족키 (ジョッキ)
제품 종류	오징어포	중량	38.0g
소비자가격	298.0엔 (3,171원)	10g당 가격	78.4엔 (834원)
원산지	일본	브랜드 국적	일본
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치	맛	오징어 맛
기타 표기사항	개봉 후에는 가능한 빨리 섭취해주세요	홍보문구	114kcal, 말린 오징어
원료 및 첨가물	오징어, 설탕, 식염, 말토덱스트린, 맥아당, 식염, 덱스트린, 단백질수분해물, 어패류 추출물, 소르비톨, 조미료(아미노산), 가공전분, 감미료(스테비아, 감초)		

			
제품명 (현지어)	싯토리아와라카속강노쿤사키 (しっとり柔らか食感のくんさき)	제조사 (현지어)	족키 (ジョッキ)
제품 종류	오징어포	중량	76.0g
소비자가격	298.0엔 (3,171원)	10g당 가격	39.2엔 (417원)
원산지	일본	브랜드 국적	일본
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치	맛	오징어 맛
기타 표기사항	개봉 후에는 가능한 빨리 섭취해주세요	홍보문구	186kcal, 훈제 오징어
원료 및 첨가물	오징어, 설탕, 식염, 덱스트린, 해산물 추출물, 산모 추출물, 다시마 추출물, 소르비톨, 트레할로오스, 조미료(아미노산), 주정, 인산염, 보존료(소르빈산칼륨), 감미료(감초, 스테비아)		

제품명 (현지어)	타베야사이속강노사케토바 (食べやすい食感の鮭とば)	제조사 (현지어)	족키 (ジョッキ)
제품 종류	기타 어포(연어)	중량	30.0g
소비자가격	378.0엔 (4,022원)	10g당 가격	126.0엔 (1,341원)
원산지	일본	브랜드 국적	일본
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치	맛	연어 맛
기타 표기사항	개봉 후에는 가능한 빨리 섭취해주세요	홍보문구	78kcal, 연어 육포
원료 및 첨가물	연어, 식염, 설탕, 덱스트린, 조미료(아미노산), 트레할로오스, 산화방지제		

제품명 (현지어)	코우바시아키아게타아타리메 (香ばしい焼き上げたあたりめ)	제조사 (현지어)	족키 (ジョッキ)
제품 종류	오징어포	중량	14.0g
소비자가격	128.0엔 (1,362원)	10g당 가격	91.4엔 (973원)
원산지	일본	브랜드 국적	일본
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치	맛	오징어 맛
기타 표기사항	개봉 후에는 가능한 빨리 섭취해주세요	홍보문구	44kcal, 말린 오징어
원료 및 첨가물	오징어, 소금		





제품명 (현지어)	코리코리우마이이카소오멘 (コリコリ うまいいかそうめん)	제조사 (현지어)	족키 (ジョッキ)
제품 종류	오징어포	중량	18.0g
소비자가격	128.0엔 (1,362원)	10g당 가격	71.1엔 (757원)
원산지	일본	브랜드 국적	일본
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치	맛	오징어 맛
기타 표기사항	개봉 후에는 가능한 빨리 섭취해주세요	홍보문구	57kcal, 말린 오징어
원료 및 첨가물	오징어, 설탕, 소금, 양조식초, 덱스트린, 소르비톨, 조미료(아미노산), 감미료(스테비아)		

## Shop ② 돈키호테(ドンキホーテ)

- **매장 정보**
- 유형: 드럭스토어
- 판매 제품 특징: 뷰티 제품, 전자 제품, 의류 등 다양한 제품을 취급함
- 매장 주변 특징: 유동인구가 많은 상업지구
- 주요 고객층: 현지 주민

브랜드 기본 정보 <sup>5)</sup>		돈키호테는 아시아 태평양 지역에서 가장 흔히 볼 수 있는 일본 드럭스토어 매장임. 2021년 기준으로 일본 전역에 160개 이상의 지점, 싱가포르에 13개, 홍콩에 8개, 하와이에 3개, 방콕에 2개, 대만, 마카오, 말레이시아에 각각 1개 지점이 있음
	조사 제품 수: 2개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 도쿄 상세주소 〒144-0051 東京都大田区西蒲田7丁目3-3



매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		



제품 판매 정보	판매 어포 경쟁제품 정보	
		
	쿠사시카토틀짱 (윗짱쇼쿠힌코오교오)	스루메마룻토 (푸드링구)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/야후 쇼핑/라쿠텐 웹사이트

5) 자료: 돈키호테(ドンキホーテ) 홈페이지



			
제품명 (현지어)	쿠시사시카토옷짱 (串刺しカットよっちゃん)	제조사 (현지어)	옷짱쇼쿠힌코오교오 (よっちゃん食品工業)
제품 종류	오징어포	중량	440.0g
소비자가격	1,980.0엔 (21,068원)	10g당 가격	45.0엔 (479원)
원산지	중국	브랜드 국적	일본
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 통	맛	오징어 맛
기타 표기사항	직사광선, 고온다습한 곳을 피해 보관해주세요	수입자	よっちゃん食品工業
홍보문구	절인 오징어, 꼬치, 80봉	원료 및 첨가물	오징어 가공품, 설탕, 소금, 양조 식초, 소금, 발효 조미료, 물엿, 덱스트린, 소르비톨, 조미료(아미노산), 감미료(스테비아)

			
제품명 (현지어)	스루메마룻토 (するめまるっと)	제조사 (현지어)	푸드링크 (フードリンク)
제품 종류	오징어포	중량	180.0g
소비자가격	1,580.0엔 (16,812원)	10g당 가격	87.8엔 (934원)
원산지	중국	브랜드 국적	일본
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 통	맛	오징어 맛
기타 표기사항	직사광선, 고온다습한 곳을 피해 보관해주세요	수입자	フードリンク
홍보문구	말린 오징어, 오징어는 어떤 부위를 먹어도 맛있습니다, 다양한 부위를 먹을 수 있도록 몸통부터 다리까지 몽땅 넣었습니다, 몸통은 롤러로 밀어 부드럽게 함, 다리는 몸통과 맛의 차이를 느낄 수 있도록 얼얼하게 매운 맛을 입힘		
원료 및 첨가물	오징어, 소금, 양조 식초, 고추, 조미료(아미노산), 소르비톨		


### Shop ③ 캉코쿠히로바(韓国広場)

●  
매장 정보


- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:  
한국 식료품을 주로 판매하고 있으며, 가공식품 뿐 아니라 한국산 신선 식품도 상당수 취급함

- 매장 주변 특징:  
주거지역, 한국 제품 구매를 위해 현지인들도 많이 방문함

- 주요 고객층:  
현지 주민, 현지 거주 교민

브랜드 기본 정보 <sup>6)</sup>		캉코쿠히로바는 한국식료품점으로, 오사카와 도쿄에 두 개의 지점이 있음. 2,000가지가 넘는 한국산 식재료와 화장품을 판매하고 있으며 대부분의 제품은 한국으로부터 직수입하고 있음. 라면 김치 주류 과자 등의 한국 식품과 더불어 몇몇 일본 식품도 판매함
		조사 제품 수: 2개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 도쿄 상세주소 〒160-0021 東京都新宿区歌舞伎町2丁目31-11

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 어포 경쟁제품 정보	
		
	사키이카 (캉코쿠히로바)	에이히레 (캉코쿠히로바)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/라쿠텐/아후 쇼핑 웹사이트

6) 자료: 캉코쿠히로바(韓国広場) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	사키이카 (さきいか)	제조사 (현지어)	강코쿠히로바 (韓国広場)
제품 종류	오징어포	중량	150.0g
소비자가격	515.0엔 (5,480원)	10g당 가격	34.3엔 (365원)
원산지	중국	브랜드 국적	일본
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 봉지	맛	오징어 맛
기타 표기사항	사용한 후에는 냉장고에, 장기간 보관 시에는 냉동고에 보관해주세요	수입자	韓国広場
홍보문구	오징어, 중국산	원료 및 첨가물	오징어

			
제품명 (현지어)	에이히레 (えいひれ)	제조사 (현지어)	강코쿠히로바 (韓国広場)
제품 종류	기타 어포(홍어)	중량	200.0g
소비자가격	850.0엔 (9,045원)	10g당 가격	42.5엔 (452원)
원산지	태국	브랜드 국적	일본
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 봉지	맛	홍어 맛
기타 표기사항	직사광선, 고온다습한 곳을 피해 보관해주세요	수입자	韓国広場
홍보문구	홍어 지느러미, 태국산		
원료 및 첨가물	홍어 지느러미		

## III. 경쟁기업

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

## 1. 일본 어포 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 어포 판매 일본기업 3개사, 총 3개사 선정

일본 오프라인 유통채널에서 고객사 제품과 유사하게 어포 제품을 브랜드화해 판매하고 있는 일본기업 1개사 및 세븐일레븐 PB 어포 제품 제조기업인 일본기업 2개사 총 3개사를 경쟁기업으로 선정함

### ▶ 경쟁기업 3개사, 평균 58년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 58년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 윗짱쇼쿠힌코오교오는 1963년 설립하여 68년의 업력을 보유하고 있으며, 족키는 1964년 설립하여 57년째 사업을 이어오고 있음. 이즈미야세이카는 1961년부터 이어온 60년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

### ▶ 경쟁기업 3개사, 어포 동일품목 종류 조사

일본에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 어포의 동일 품목 수를 조사한 결과 윗짱쇼쿠힌코오교오가 83개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 족키가 6개, 이즈미야세이카가 2개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 어포 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
윗짱쇼쿠힌코오교오	일본	58년	83개
족키	일본	57년	6개
이즈미야세이카	일본	60년	2개

자료: 일본 진출 어포 경쟁기업 3개사 분석

## 2. 일본 어포 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 20년도 매출액
	직원 수	기업 20년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	어포

### ▶ 경쟁기업의 자사 제품 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 제품 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 기존 제품 출시	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시	○ (하)
② 기존 제품 현지화	기존 유통되는 제품의 맛, 성분 등을 변경하여 출시	◐ (중)
③ 신제품 개발	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발	● (상)

### ▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	◐ (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함	● (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	세븐일레븐, 돈키호테, 캉코쿠히로바
온라인	아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐

## ▶ 경쟁기업의 홍보 채널에 따른 분석 기준

[표 3.7] 경쟁기업 홍보 채널

기준	채널 종류
자사 홈페이지	국내 홈페이지
	글로벌 홈페이지
	현지 홈페이지
SNS 플랫폼	페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터



### 3. 일본 어포 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

#### ▶ 경쟁기업 3개사 모두 일본 오프라인 매장 진출

일본에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. 대형 편의점 체인인 세븐일레븐에서는 족키와 이즈미야세이카가 확인되었으며, 돈키호테에서는 옷짱쇼쿠힌코오교오가 확인됨. 온라인의 경우, 옷짱쇼쿠힌코오교오는 아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑에 모두 입점한 것으로 확인되나 족키와 이즈미야세이카는 온라인에 진출하지 않은 것으로 조사됨

#### ▶ 경쟁기업 3개사, 온라인에서의 제품 홍보 활동 미비함

일본 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 일본 현지 공식 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 그러나 게시글 게시 주기가 간헐적이며, 별도의 SNS 플랫폼을 활용하지 않는 것으로 나타나 온라인을 통한 제품 홍보 활동이 미비한 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 주재료와 칼로리, 특징을 강조

일본 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 주재료와 칼로리, 특징을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품 주재료를 강조한 문구로는 ‘절인 오징어’, ‘석쇠에 구운 가리비 조각’, ‘아몬드 및 말린 생선’ 등을 사용함. 칼로리를 강조하는 문구로는 ‘56kcal’, ‘107kcal’ 등이 있으며 ‘꼬치’, ‘80봉’ 등의 제품의 특징을 강조하는 문구도 활용하고 있음

[표 3.8] 일본 어포 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
윳짱쇼쿠힌코오교오	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 돈키호테</li> <li>온라인 매장</li> <li>- 아마존</li> <li>- 야후 쇼핑</li> <li>- 라쿠텐</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (일본)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 절인 오징어</li> <li>- 꼬치</li> <li>- 80봉</li> <li>- 고객을 기쁘게 할 제품 만들기</li> </ul>	
족키	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 세븐일레븐</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (일본)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 56kcal</li> <li>- 석쇠에 구운 가리비 조각</li> <li>- 건강하고 풍요로운 라이프 스타일</li> </ul>	
이즈미야세이카	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 세븐일레븐</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 107kcal</li> <li>- 아몬드 및 말린 생선</li> <li>- 자연에 의해 주어진 축복을 소중히</li> <li>- 맛, 재미, 영양</li> </ul>	

자료: 일본 진출 어포 경쟁기업 3개사 분석

① 옷짱쇼쿠힌코오교오

기업 기본 정보	기업명	옷짱쇼쿠힌코오교오		
	기업 설명	옷짱쇼쿠힌코오교오는 해산물 가공식품을 개발, 제조 및 공급하는 일본기업임. 야마나시현, 미야기현, 가가와현, 후쿠오카현에 식품제조공장을 보유하고 있으며 국내외 하청기업에서의 대량생산을 통해 합리적인 가격으로 전 세계에 제품을 공급함		
	위치	〒400-1515 山梨県中央市高部1921-1		
	규모	직원 수	250명	
		동일품목 수 <sup>7)</sup>	83개	
설립연도		1963년		
매출		80억 엔		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 돈키호테		제품명	쿠시사시카토옷짱 (串刺しカットよっちゃん)
			중량	440.0g
			가격	1,980.0엔 (21,068원) <sup>8)</sup>
			제품 종류	오징어포
	〈온라인 매장〉 아마존 야후 쇼핑 라쿠텐		제품명	쿠시사시카토옷짱 (串刺しカットよっちゃん)
			중량	440.0g
			가격	2047.0엔 (21,781원)
			제품 종류	오징어포



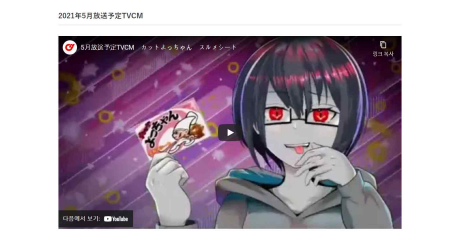
현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	일본 제품으로 일본 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	일본 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	○ (하)	중국에서 제조하여 일본으로 수입

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/야후 쇼핑/라쿠텐 웹사이트

7) 어포 제품을 동일품목으로 분류함

8) 100엔=1,064.06원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(일본)
	게시 주기	간헐적으로 게시
	게시물 유형	기업 소개, 판매 제품 소개, TV광고, 기업 관련 뉴스 게시

게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> <li>기업 연혁, 이념 등 기업 정보 안내</li> <li>기업 제조공장 및 영업소 안내</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>제품 소개 카탈로그 게시</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>역대 TV CM 광고 게시</li> </ul>

사진자료: 윗짱쇼쿠힌코오교(よっちゃん食品工業) 홈페이지 (www.yotchan.co.jp)

② 족키



기업 기본 정보	기업명	족키	
	기업 설명	족키는 오징어 가공 간식을 제조하고 판매하는 일본의 식품 제조업체로, 환경 이니셔티브를 지키는 원료 및 제조 공정을 따라 고품질의 제품을 생산하고 소비자에게 제공함	
	위치	〒177-0044 東京都練馬区上石神井 3丁目28番5号	
	규모	직원 수	832명
동일품목 수		6개	
설립연도		1964년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 세븐일레븐		제품명	코우바시이후우미노 야키호타테카이히모 (香ばしい風味の焼ほたて貝ひも)
			중량	18.0g
			가격	328.0엔 (3,490원)
			제품 종류	기타 어포(가리비)

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	현지에서 선호될 만한 신제품을 개발
	포장 현지화	● (상)	일본 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (상)	일본 내 제조시설에서 생산

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/야후 쇼핑/라쿤텐 웹사이트

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(일본)
	게시 주기	간헐적으로 게시
	게시물 유형	기업 정보 소개, 환경 이니셔티브 소개, 브랜드 및 제품 안내

게시물 유형			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업 정보 및 연혁, 인증 안내</li> <li>• 환경 이니셔티브 소개</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 및 제품 소개</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품질관리 단계 안내</li> </ul>

사진자료: 족키(ジョッキ) 홈페이지 (www.jokki.jp)

### ③ 이즈미야세이카

기업 기본 정보	기업명	이즈미야세이카	
	기업 설명	이즈미야세이카는 일본 도쿄 토시마구에 본사를 둔 간식 생산 및 판매 기업으로, ISO 9001을 인증받았으며 우수식품위생시설으로 보건복지부장관상을 수상한 기업임. 2014년 중국 산둥성 자다이시의 아말레 세이센 푸드 주식회사와 합병하고, 이즈미야 푸드 주식회사를 설립함	
	위치	愛知県あま市七宝町遠島十坪90番地	
	규모	직원 수	120명
동일품목 수		2개	
설립연도		1961년	




기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 세븐일레븐		제품명	마로야카니시아게타아몬드호흡수 (まろやかに仕上げたアーモンドフィッシュ)
			중량	20.0g
			가격	100.0엔 (1,064원)
			제품 종류	기타 어포(멸치)

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	일본 제품으로 일본 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	일본 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (상)	일본에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/야후 쇼핑/라쿠텐 웹사이트



<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(일본)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>간헐적으로 게시</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개 및 홍보, 판매 브랜드 및 제품 소개, 주문 방법 안내</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>기업 정보, 연혁, 이념 소개</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>판매 제품 소개 및 영양 정보 게시</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>제품 카탈로그</li> <li>전화 주문 방법 안내</li> <li>이메일 주문 방법 안내</li> </ul>

사진자료: 이즈미야세이카(泉屋製菓) 홈페이지 (www.izumiyaseika.jp)

# IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 겐코코무(ケンコーコム)

Interview ② 우츄모우코우(宇宙網購)

Interview ③ 코쿄(Kokyo)

## 일본 어포 수입·유통업체 인터뷰 결과

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

업체명	겐코코무 (ケンコーコム)	우츄모우코우 (宇宙網購)	코코 (Kokyo)
업태	유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
취급 품목	 <p>스낵</p>	 <p>스낵</p>	 <p>스낵</p>

## 일본 어포 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	겐코코무 (ケンコーコム)	우츄모우코우 (宇宙網購)	코코 (Kokyo)
	유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
인기 있는 스낵 제품	감자칩 및 토마아칩의 수요가 가장 높음	마늘 맛 콩 스낵, 오믈렛 맛 감자칩, 오징어 맛 칩 등이 인기 있음	(-)
고객사 제품 가격 및 중량에 대한 피드백	업체에서 취급하는 제품보다 저렴함, 중량은 큰 편	가격은 판매되는 제품보다 비싼 편, 중량은 더 큼	경쟁제품의 경우 60g*24개에 4,520엔, 227g*60개에 7,260엔 정도임
고객사 제품의 포장 형태에 대한 피드백	적합함, 스낵류는 주로 봉지에 포장됨	적합함, 플라스틱 봉지 포장이 좋음. 다만 큰 중량 제품의 경우 지퍼백 포장을 쓰기도 함	적합함, 스낵류는 주로 박스나 봉지에 포장됨
고객사 제품에 적합한 홍보문구	제품 사진과 함께 원재료에 함유된 성분 및 효능을 포장에 기재하는 것을 추천함	경쟁제품은 맛을 강조하는 홍보문구를 주로 사용함	기본적인 정보 내용량, 원재료, 원산지, 보관 방법, 유통기한 등을 기재함
추천하는 유통채널	온라인 유통채널을 추천함	(-)	온라인 매장 보유하고 있고, 도매업체로도 활동하고 있는 업체를 통해 유통하는 것이 좋음

(\*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

## Interview ① 겐코코무(ケンコーコム)

9)

### 겐코코무 (ケンコーコム)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
  - 도쿄에 본사를 둔 일본의 유통업체
  - 주로 의약품, 건강식품, 일반 식품 등을 취급함
  - 온라인에서는 라쿠텐을 통해 제품을 유통하고 있음

### 담당자 정보

Sales Manager



## 겐코코무(ケンコーコム) Sales Manager

### Q1. 취급하는 스낵 제품 중 가장 인기 있는 제품은 무엇인가요?

저희가 취급하는 과자 및 스낵류 가공식품 중에서는 감자칩 및 토띠아칩의 수요가 가장 높습니다. 어포 제품뿐만 아니라 다른 과자나 가공식품 조미료 통조림 등을 다양하게 판매하고 있습니다.

### Q2. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

네, 고객사 제품이 저희가 취급하는 제품보다 저렴합니다. 저희가 판매하는 어포 제품의 가격은 참치칩 제품이 30g\*2개입에 540엔(약 5,746원<sup>10)</sup>), 고등어칩 제품이 30g에 245엔(약 2,607원)입니다.

### Q3. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

네, 스낵류는 주로 봉지에 포장되므로 고객사 제품의 포장 형태는 적합합니다. 판매 중인 참치칩 및 고등어칩 제품 모두 고객사 제품과 유사한 플라스틱 파우치에 제품을 포장하고 있습니다.

9) 사진자료: 겐코코무(ケンコーコム) 홈페이지

10) 100엔=1,064.06원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)



소비자가격 약 751.8엔  
(8,000원)

중량 180g

포장 형태 플라스틱 파우치

#### Q4. 고객사 제품에 적합한 홍보문구는 무엇인가요?

제품 사진과 함께 원재료에 함유된 성분 및 효능을 포장에 기재하는 것을 추천합니다. 참치칩 제품의 경우, 생선에 함유된 DHA, EPA 등의 성분을 표기하거나, 깨끗한 손 이미지를 삽입하여 손에 묻지 않는 스낵임을 강조하고 있습니다. 또한 제품 판매 사이트에서는 ‘첨가물 및 방부제가 들어가 있지 않아 어린 아이들이 먹어도 무해합니다’, ‘참치 70% 배합’, ‘한 입 크기’, ‘간식이나 안주로 드세요’ 등의 홍보문구를 통해 제품을 홍보합니다.

#### Q5. 고객사 제품에 가장 적절한 유통채널은 무엇인가요?

온라인 유통채널을 추천합니다. 저희 업체의 경우에도 온라인에서만 제품을 판매하고 있습니다.

## Interview ② 우추모우코우(宇宙網購)

11)

### 우추모우코우 (宇宙網購)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
  - 오사카에 본사를 둔 일본의 수입·유통업체
  - 주로 대만에서 제품을 수입함
  - 취급하는 제품으로는 건강식품, 과자, 차, 면류, 조미료, 화장품 등이 있음

### 담당자 정보

Sales Manager



## 우추모우코우(宇宙網購) Sales Manager

### Q1. 취급하는 스낵 제품 중 가장 인기 있는 제품은 무엇인가요?

저희가 취급하는 스낵 제품 중 가장 인기 있는 제품으로는 마늘 맛 콩 스낵, 오믈렛 맛 감자칩, 오징어 맛 칩 등이 있습니다. 어포 제품은 오징어 맛 칩과 비슷한 종류로 볼 수 있기 때문에 현지에서 인기리에 판매될 수 있는 품목입니다.

### Q2. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

가격은 저희가 판매하는 제품보다 비싼 편이며, 중량은 더 큼니다. 저희 업체가 취급하는 대만의 인기 오징어 스낵 제품은 60g에 120엔(약 1,277원)이며, 평균적으로 스낵 제품의 중량은 50-150g 정도입니다. 고객사 제품 중량은 경쟁제품 평균 중량의 약 3배라고 볼 수 있습니다.

### Q3. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

감자칩과 같은 스낵 제품은 세로로 긴 캔에 포장되기도 하지만 대부분의 스낵 제품은 봉지 형태가 많으므로 플라스틱 봉지 포장에 좋습니다. 대만의 인기 오징어 스낵 또한 일반 과자 봉지로 쓰이는 플라스틱 봉지에 포장되어 있습니다. 다만 고객사 제품처럼 120g이 넘는 스낵 중에는 지퍼백 포장으로 된 제품도 있습니다.



소비자가격 약 751.8엔  
(8,000원)

중량 180g

포장 형태 플라스틱 파우치

#### Q4. 어포 제품에 주로 사용되는 홍보문구는 무엇인가요?

저희가 취급하는 제품 중 일본 회사와 협력하여 제조한 오징어 스낵 제품의 경우, 맛을 강조하는 홍보문구를 표기하였으며 제품 판매 사이트에는 ‘멈출 수 없는 중독적인 맛’, ‘대만의 인기 스낵’ 등의 홍보문구를 사용하고 있습니다.



## Interview ③ 코쿄(Kokyo)

12)

코쿄  
(Kokyo)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
  - 일본의 수입·유통업체로, 도쿄에 본사를 두고 있음
  - 오프라인에서도 제품을 판매 중이며, 주로 중국 및 대만에서 제품을 수입함
  - 취급하는 제품으로는 음료, 식품, 잡화 등이 있음

## 담당자 정보

Sales Manager

코쿄(Kokyo)  
Sales Manager

## Q1. 취급하고 계신 어포 제품으로는 어떤 것이 있나요?

저희는 주로 생선 맛 스낵 및 새우 크래커 제품을 취급하고 있습니다. 어포와 관련된 제품으로는 요리를 만드는 데 사용되는 재료보다는 제품 그대로 섭취할 수 있는 스낵 비슷한 종류로 취급하고 있습니다.

## Q2. 경쟁제품의 가격대 및 중량은 어느 정도인가요?

저희가 취급하는 제품은 여러 팩으로 묶음 포장된 형태로 판매되고 있습니다. 생선 맛 스낵의 경우는 60g\*24개입에 4,520엔(약 48,096원), 새우 크래커 제품의 경우에는 227g\*60개입에 7,260엔(약 77,251원)에 판매 중입니다.

## Q3. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

네, 스낵류는 주로 봉지 혹은 박스에 포장되므로 고객사 제품의 포장 형태는 적합합니다. 새우 크래커의 경우, 종이 박스를 사용하고 있으며 생선 맛 스낵은 일반 과자용 플라스틱 봉지에 포장되어 있습니다.

## Q4. 라벨 제작 시 성분 규제 및 양식과 관련하여 주의할 점이 있나요?

저희는 수출입 전문 기업으로 여러 종류 제품을 취급하고 있는데, 수입한 여러 제품은 회사 내에서 직접 관리하며 제품 포장 문구를 일본어로 라벨링하는 작업을 하고 있습니다.



소비자가격 약 751.8엔  
(8,000원)

중량 180g

포장 형태 플라스틱 파우치

#### Q5. 어포 제품에 주로 사용되는 홍보문구는 무엇인가요?

기본적인 정보 내용량, 원재료, 원산지, 보관 방법, 유통기한 등을 기재합니다. 생선 맛 스낵의 경우, '튀기지 않음', '바삭바삭한' 등의 홍보문구를 사용하고 있습니다. 새우 크래커 제품은 제품명을 세 가지 언어로 표기하였으며 새우 이미지를 크게 삽입하여 원재료를 강조하였습니다.

#### Q6. 고객사 제품에 가장 적절한 유통채널은 무엇인가요?

온라인 매장을 보유하고 있고, 도매업체로도 활동하고 있는 저희 업체와 같은 회사를 통하여 제품을 유통하는 것이 좋습니다.

# V. 경쟁력파악

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

## 1. 제품 경쟁력 검증

### 1) 10g당 가격

#### ● 경쟁제품(제조사)

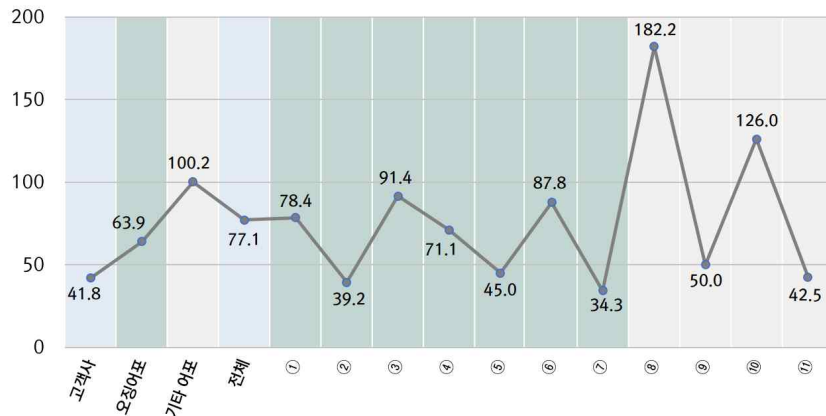
- ① 코우바시이스루메이카노사키이카 (족키)
- ② 싯토리야와라카속강노쿤사키 (족키)
- ③ 코우바시아키아게타아타리메 (족키)
- ④ 코리코리우마이카소오멘 (족키)
- ⑤ 쿠시사시캇토웃짱 (웃짱쇼쿠힌코오교우)
- ⑥ 스루메마룻토 (푸도링쿠)
- ⑦ 사키이카 (강코쿠히로바)
- ⑧ 코우바시이후우미노야키 호타테카이히모 (족키)
- ⑨ 마로야카니시아게타아몬도횃슈 (이즈미야세이카)
- ⑩ 타베야스이속강노사케토바 (족키)
- ⑪ 에이히레 (강코쿠히로바)

### ▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 저렴한 편

고객사 제품의 10g당 가격은 41.8엔(약 445원<sup>13)</sup>)으로 경쟁제품 11개의 평균 10g당 가격 77.1엔(약 820원)의 54% 수준임. 제품 종류별 평균 10g당 가격은 오징어포 제품이 63.9엔(약 680원)으로 고객사 제품에 비해 22.1엔(약 235원) 비싼 것으로 확인됨. 기타 어포 제품의 평균 10g당 가격은 100.2엔(약 1,066원)으로 고객사 제품에 비해 58.4엔(약 621원) 비싼 것으로 조사됨

[표 5.1] 일본 어포 10g당 가격 경쟁력 분석

(단위: 엔)



13) 100엔=1,064.06원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 제품 중량

● 경쟁제품(제조사)

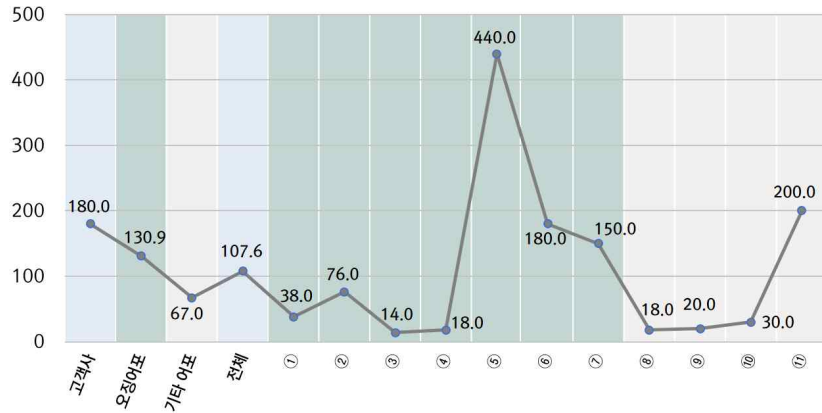
- ① 코우바시이스루메이카노사키이카 (족키)
- ② 싯토리아와라카속강노쿤사키 (족키)
- ③ 코우바시아키아게타아타리메 (족키)
- ④ 코리코리우마이카소오멘 (족키)
- ⑤ 쿠시사시캇도웃짱 (웃짱쇼쿠힌코오교오)
- ⑥ 스루메마룻토 (푸도링쿠)
- ⑦ 사키이카 (강코쿠히로바)
- ⑧ 코우바시이후우미노야키 호타테카이히모 (족키)
- ⑨ 마로야카니시아게타아몬도횃슈 (이즈미야세이카)
- ⑩ 타베야사이속강노사케토바 (족키)
- ⑪ 에이히레 (강코쿠히로바)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 180.0g으로 경쟁제품 11개의 평균 중량 약 107.6g의 약 1.7배 수준임. 제품 종류별 평균 중량은 오징어포 제품이 130.9g으로 고객사 중량보다 49.1g 작았으며, 기타 어포 제품의 평균 중량은 67.0g으로 고객사 제품보다 113.0g 작은 것으로 조사되었음

[표 5.2] 일본 어포 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

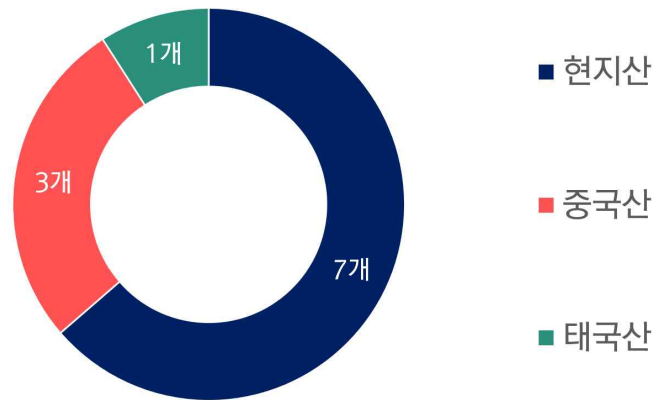


3) 원산지

▶ **경쟁제품 11개 중 7개, 일본 현지산 제품**

일본에서 판매되고 있는 경쟁제품 11개의 원산지를 조사한 결과, 총 7개의 제품이 일본 현지산 제품인 것으로 확인됨. 수입산 제품으로는 중국산 제품 3개, 태국산 제품 1개가 조사됨

[표 5.3] 일본 어포 원산지 경쟁력 분석

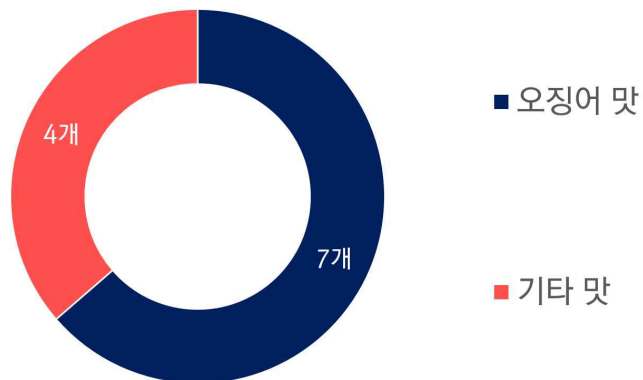


4) 맛

▶ **경쟁제품 11개 중 7개, 오징어 맛**

일본에서 판매되고 있는 어포 경쟁제품 11개의 제품 맛을 조사한 결과, 총 7개의 제품이 오징어 맛인 것으로 확인됨. 나머지 4개의 제품은 기타 맛 제품으로, 가리비 맛, 아몬드 & 멸치 맛, 연어 맛, 홍어 맛 등이 조사됨

[표 5.4] 일본 어포 맛 경쟁력 분석

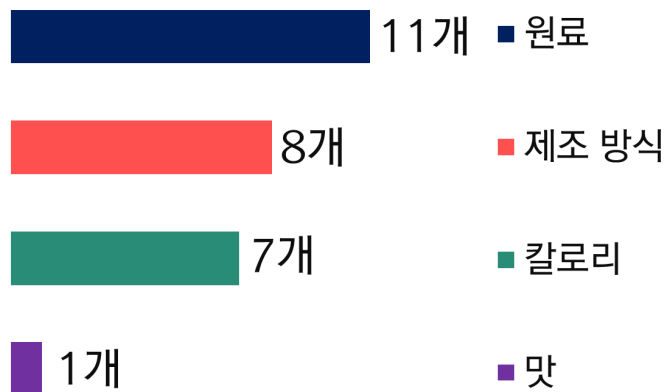


## 5) 홍보문구

## ▶ 경쟁제품 11개 모두 원료를 강조하는 홍보문구 사용

일본에서 판매되고 있는 어포 경쟁제품 11개의 홍보문구를 조사한 결과, 원료를 강조한 제품은 총 11개로 조사되며, ‘오징어는 어떤 부위를 먹어도 맛있습니다, 다양한 부위를 먹을 수 있도록 몸통부터 다리까지 몽땅 넣었습니다’, ‘아몬드 및 말린 생선’, ‘연어 육포’, ‘홍어 지느러미’와 같은 문구를 삽입함. 제조 방식을 강조한 제품은 총 8개로 확인되며, ‘말린 오징어’, ‘절인 오징어’, ‘몸통은 롤러로 밀어 부드럽게 함’, ‘석쇠에 구운 가리비 조각’ 등의 홍보문구를 사용함. ‘44kcal’, ‘56kcal’ 등 칼로리를 강조하는 홍보문구를 사용한 제품은 총 7개로 확인됨. 홍보문구로 맛을 강조한 제품은 1개 확인되며, ‘다리는 몸통과 맛의 차이를 느낄 수 있도록 얼얼하게 매운 맛을 입힘’ 등의 홍보문구를 사용함

[표 5.5] 일본 어포 홍보문구 경쟁력 분석



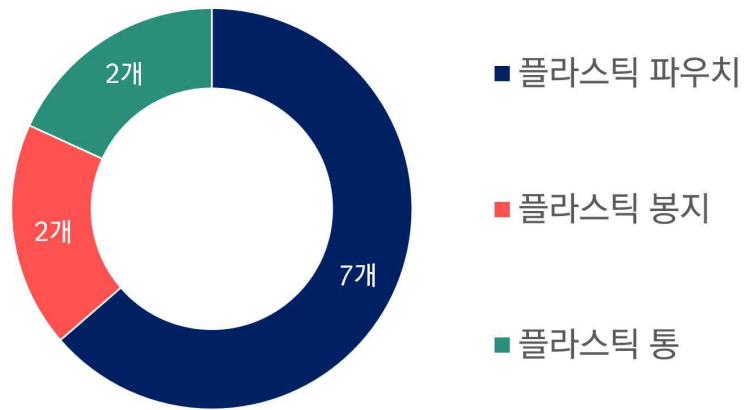


## 6) 포장 형태

## ▶ 경쟁제품 11개 중 7개, 플라스틱 파우치 포장 사용

일본에서 판매되고 있는 어포 경쟁제품 11개의 포장 형태를 조사한 결과, 7개 제품이 플라스틱 파우치 포장을 사용한 것으로 확인됨. 플라스틱 봉지 및 플라스틱 통을 사용한 제품은 각각 2개씩 조사됨

[표 5.6] 일본 어포 포장 형태 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. 3개의 온라인 매장에서 모두 판매되는 제품 혹은 오프라인 조사 매장에서 판매되고 있는 인기제품을 벤치마킹 제품으로 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

#### 1) 벤치마킹 대상 선정

##### · 온/오프라인 매장에서의 인기제품

(\*) 온라인 쇼핑몰: 아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐

(\*) 오프라인 매장: 세븐일레븐, 돈키호테, 캉코쿠히로바

##### · 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(\*) 온라인 매장: 조사 매장 3개의 매장에서 모두 판매되고 있는 제품

(\*) 오프라인 매장: 조사 매장에서 판매되고 있는 제품

#### ▶ 유사 인기제품 벤치마킹



현지 벤치마킹 인기제품  
(족기 \_  
싯토리야와라카속강노군사키)  
**'적정 중량'**

공통 특징 ①  
내용물 표시

◀ 벤치마킹  
중량



현지 벤치마킹 인기제품  
(고객사 \_ 김깨어포)

**'기름에 튀기지 않고  
오븐에 구운 어포'**

공통 특징 ①  
수입산

벤치마킹 ▶  
홍보문구



현지 벤치마킹 인기제품  
(옷장쇼쿠원코오교오 \_  
쿠시사시캣토옷장)

**'제품 홍보문구  
현지어로 표기'**

## 2) 벤치마킹 제품 분석

## - 중량

## ▶ 벤치마킹 제품, 적정 중량

수입·유통업체 인터뷰 대상 업체에 따르면, 일본에서 판매되는 어포 스낵의 평균 중량은 50~150g임. 실제로 현지에서 판매 중인 경쟁제품 11개 중 8개 제품 중량이 150g 이하인 것으로 확인됨. 벤치마킹 제품의 경우 중량 평균치인 76g 제품뿐만 아니라 27g, 67g, 140g 등 다양한 중량으로 제품을 출시한 것으로 조사됨. 이러한 점을 고려하여 고객사 또한 작은 중량 제품을 추가적으로 출시하면 제품 경쟁력을 높일 수 있을 것으로 보임

## [표 5.7] 일본 어포 인기제품, 중량 분석

(인터뷰 1) 평균적으로 스낵 제품의 중량은 50~150g 정도입니다. 고객사 제품 중량은 경쟁제품 평균 중량의 약 3배라고 볼 수 있습니다.

- 우츄모우코우, Sales Manager -

## 3) 벤치마킹 제품 분석

## - 홍보문구

## ▶ 벤치마킹 제품, 현지어로 쓴 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 경쟁제품 11개의 홍보문구를 조사한 결과, 11개 제품 모두 현지어로 쓴 홍보문구를 사용함. 특히 벤치마킹 제품을 포함한 4개의 수입산 제품 모두 일본어로 제품의 홍보문구를 기입함. ‘김과 깨가 함유된’, ‘튀기지 않고 오븐에 구운’ 등의 고객사 제품 홍보문구를 일본어로 표기하여 현지 소비자들에게 제품을 어필하는 것을 권장함

### 3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.8] 어포 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		옷짱쇼쿠힌코오교오	족키	이즈미야세이카
판매채널	오프라인 매장 (총 3개 매장 조사)	세븐일레븐	세븐일레븐	돈키호테
	온라인 쇼핑몰 (총 3개 매장 조사)	아마존 야후쇼핑 라쿠텐	(-)	(-)
홍보채널	자사 홈페이지(홍보)	일본	일본	일본
	SNS 플랫폼	(-)	(-)	(-)
홍보문구	제품의 주재료 제품의 칼로리 제품 특징	경쟁기업 주요 홍보문구		
				
요약	판매채널	대형 편의점 체인에 입점		
	홍보채널	기업 공식 홈페이지를 주로 활용함		
	홍보문구	제품의 주재료, 칼로리, 제품의 특징을 강조		

# VI. 시사점

## Fish Jerky Price&Volume



### Point. 1



고객사 제품의 10g당 가격은 41.8엔으로, 어포 경쟁제품 11개 평균인 77.1엔의 약 54% 수준인 것으로 나타남. 제품 종류별로 살펴보면, 오징어포 제품 7개의 10g당 가격 평균은 63.9엔으로 고객사 제품보다 22.1엔 가량 비쌌으며, 기타 어포 제품 4개의 평균은 100.2엔으로 고객사 제품보다 58.4엔 비싼 것으로 나타남

### Point. 2



고객사 제품의 중량은 180.0g으로, 어포 경쟁제품 11개 평균인 107.6g 대비 약 1.7배 수준인 것으로 나타남. 제품 종류별로 살펴보면, 오징어포 제품 7개의 중량 평균이 130.9g으로 고객사 제품보다 49.1g 가량 작았으며, 기타 어포 제품 4개의 평균은 67.0g으로 고객사 제품보다 113.0g 가량 작은 것으로 나타남

## Fish Jerky Package&Text



### Point. 1



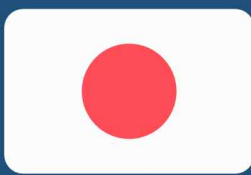
일본 어포 경쟁제품 11개의 원산지를 조사한 결과, 7개 제품이 일본 현지산 제품인 것으로 나타났으며, 이 외 중국산 제품이 3개, 태국산 제품이 1개 발견됨. 한편 경쟁제품 11개의 포장 형태를 조사한 결과, 7개 제품이 플라스틱 파우치 포장 형태를 보였으며, 이 외 플라스틱 봉지 포장 제품 및 플라스틱 통 포장 제품이 각각 2개씩 조사되었음

### Point. 2



일본 어포 경쟁제품 11개의 맛을 조사한 결과, 오징어 맛 제품이 7개로 가장 많이 나타남. 나머지 4개 제품은 각각 가리비 맛, 아몬드 및 멸치 맛, 연어 맛, 홍어 맛 제품으로 확인되었음. 한편 일본 어포 경쟁제품이 강조하는 홍보문구를 살펴본 결과, 11개 제품 모두 원료를 강조하는 홍보문구를 사용하고 있었으며, 8개 제품이 제조 방식을 강조하는 홍보문구를, 7개 제품이 칼로리를 강조하는 홍보문구를 사용하고 있는 것으로 조사되었음

## Japan Market Competitor



### Point. 1



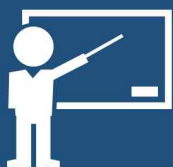
일본 시장 어포 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 경쟁기업 3개사 중 2개사가 일본 대표 편의점인 세븐일레븐에 진출했으며, 1개사는 일본 대표 드럭스토어인 돈키호테에 진출한 것이 확인되었음. 온라인 유통채널의 경우 경쟁기업 3개사 중 1개사가 일본 주요 온라인 쇼핑몰인 아마존, 야후 쇼핑 및 라쿠텐에 진출한 것으로 나타남

### Point. 2



일본 시장 어포 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있으나, 게시글 게시 주기가 간헐적인 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품 주재료, 칼로리 및 제품 특징을 강조해 제품을 홍보하고 있었음, SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 3개사 모두 주요 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터를 활용하지 않는 것으로 나타남

## Importer · Distributor Interview



### Point. 1



일본 현지 어포 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명 중 2명이 고객사 제품 가격에 대한 피드백을 주었으며, 1명은 경쟁제품보다 고객사 제품이 저렴하다는 답변을, 다른 1명은 경쟁제품보다 고객사 제품이 비싸다는 답변을 주었음. 한편 고객사 제품 중량과 관련해서는 담당자 3명 중 2명이 큰 중량이라는 피드백을 주었음

### Point. 2



일본 현지 어포 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 일본 현지에서 인기 있는 스낵 제품으로는 마늘 맛 콩 스낵, 감자칩, 토마야칩 및 오징어 맛 칩이 있는 것으로 나타남. 담당자 1명은 고객사 어포 제품이 오징어 맛 칩 제품과 비슷한 종류로 볼 수 있기 때문에 현지에서 인기리에 판매될 수 있는 품목이라고 언급함. 한편 고객사 제품 적합 홍보문구와 관련해, 담당자들은 제품 사진과 함께 맛, 원재료 성분 및 효능을 강조하는 것을 추천함

## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 「Largest urban agglomerations worldwide in 2021, by population」, 2021

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
2. 아마존(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.com)
3. 야후 쇼핑(Yahoo Shopping) 홈페이지 (shopping.yahoo.co.jp)
4. 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지 (www.rakuten.co.jp)
5. 도쿄도청(東京都庁) 홈페이지 (www.metro.tokyo.lg.jp)
7. 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지 (www.7-eleven.com)
8. 돈키호테(ドンキホーテ) 홈페이지 (www.donki.com)
9. 캉코쿠히로바(韓国広場) 홈페이지 (www.ehiroba.jp/index.html)
10. 옷짱쇼쿠힌코오교오(よっちゃん食品工業) 홈페이지 (www.yotchan.co.jp)
11. 족키(ジョッキ) 홈페이지 (www.jokki.jp)
12. 이즈미야세이카(泉屋製菓) 홈페이지 (www.izumiyaseika.jp)
13. 켄코코무(ケンコーコム) 홈페이지 (www.rakuten.ne.jp/gold/kenkocom)
14. 우츄모우코우(宇宙網購) 홈페이지 (rnet.tunaji.com)
15. 코쿄(Kokyo) 홈페이지 (kokyo-market.com)



- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.11.26

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

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea