



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202112-04
품목 | 곡물 바(Cereal Bar)
HS CODE | 1904.20-9000
국가 | 일본(Japan)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 일본 스낵 바 시장규모	06
2. 일본 곡물 바 시장규모	07
3. 일본 스낵 바 시장점유율	08
4. 일본 곡물 바 수입규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 곡물 스낵 시장, ‘프로틴 바’ 빈출 1위	12
2. 곡물 바 경쟁브랜드, 일본 브랜드가 주도	13
3. 곡물 스낵, 대부분 ‘40g’씩 ‘개별포장’ 되어있는 ‘바’ 형태	14
4. ‘대두’, 일본 곡물 바 성분 관련 키워드 1위	15
5. 일본 곡물 바 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 일본 곡물 바 유통채널 비교	18
2. 일본 곡물 바 유통채널 특징	19

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|-------------------------|----|
| 1. 일본 곡물 바 주요 온라인 유통채널 | 24 |
| 2. 일본 곡물 바 주요 오프라인 유통채널 | 29 |

VI. 진입장벽

- | | |
|-----------------------|----|
| 1. 일본 곡물 바 통관 및 검역 절차 | 38 |
| 2. 일본 곡물 바 품질 인증 | 40 |
| 3. 일본 곡물 바 라벨링 | 41 |
| 4. 일본 곡물 바 성분 및 유해물질 | 48 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

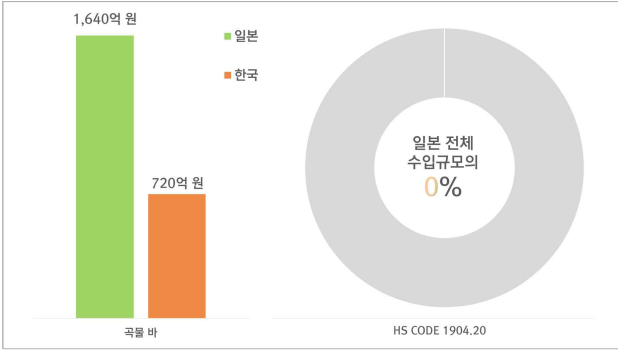
- | | |
|-------------------------------|----|
| Interview ① 류스타일(Ryu Style) | 53 |
| Interview ② 에루로즈(エルローズ) | 55 |
| Interview ③ 쿠니스타일(Kuni Style) | 57 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 61 |
|--------|----|

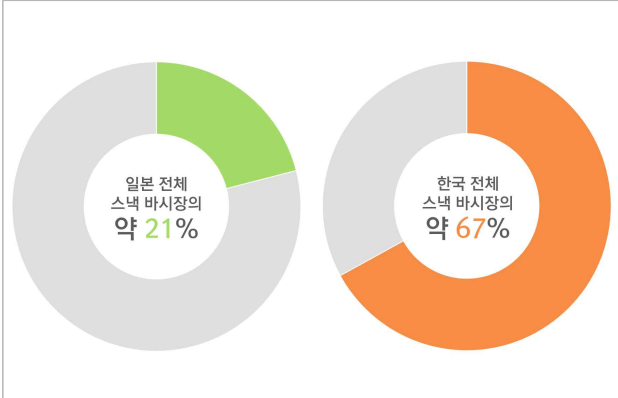
Summary

■ 수요 분석

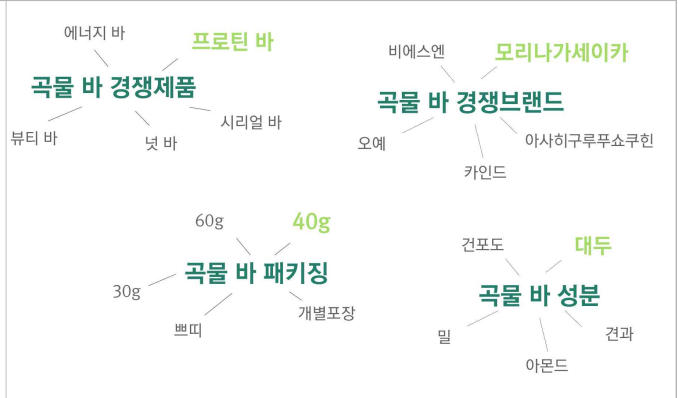


	일본	한국
스낵 바 시장규모	7,686억 원	1,080억 원
곡물 바 시장규모	1,640억 원	720억 원
수입(출)액		한국 점유율
일본 對글로벌 곡물 바 수입 현황	89억 원	0%

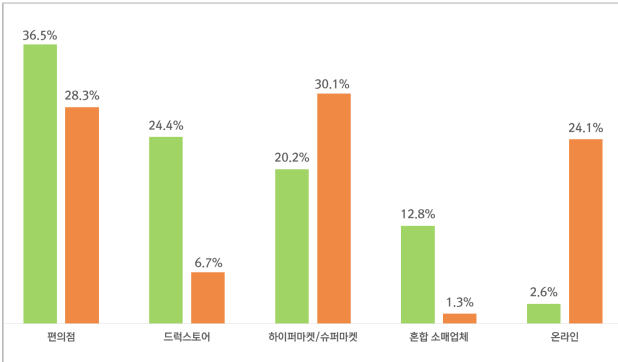
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



편의점	<ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 세븐앤아이홀딩스 코로나19로 인한 매출 타격을 최소화하기 위해 교외지역으로의 출점을 확대하고 있음
드럭스토어	<ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 웰시아 및 츠루하 코로나19 이후 온라인으로 판매 채널을 확장함과 동시에 노령 인구 증가를 반영한 주기적 건강 관리 및 배달 서비스를 제공함
하이퍼마켓/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 이온 및 라이프 코로나19 이후 편의점 및 드럭스토어와의 경쟁을 대비해 주거 지역과 밀접한 '도시형 미니 슈퍼마켓' 운영 기업이 증가함

■ 진입장벽

인증	후생노동성 사전등록 절차 필수 JAS, HACCP, FSSC 22000 등 선택 활용
라벨링	일본 후생노동성 및 소비자청 기준에 따른 라벨링 규정 준수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

곡물 바 인기제품	<ul style="list-style-type: none"> 카르만스 브랜드의 캐러멜 및 요거트 베리 맛 제품이 인기 있음 유기농 제품인 테이스트 오브 네이처 브랜드도 인기
곡물 바 추천 유통채널	<ul style="list-style-type: none"> 슈퍼마켓 유기농 곡물 바 카운터로의 진출 아침대용으로 판매하기 위해 편의점 진출 수입산 제품은 온라인 진출이 원활한 편
고객사 제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 50g 용량은 적당하나 가격은 비싼 편임 미국, 유럽 제품이 선호되어 원산지 홍보에 불리함 한 입 사이즈에 대한 선호도는 낮을 것으로 예상

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 일본 곡물 바 시장규모는 한국의 약 2.3배, 곡물 바가 포함된 HS CODE 1904.20 기준 일본 수입액 중 對한국 수입 비중은 0%인 것으로 나타남 곡물 바 제품의 주요 유통채널로 편의점, 드럭스토어, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 도출되었음
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 일본 곡물 바 진출을 위해 후생노동성 사전등록 절차가 필수인 것으로 나타남 고객사 제품의 용량은 적당하나 가격은 비싼 편이라는 수입·유통업체 피드백을 수취하였음 고객사 제품과 같은 한 입 사이즈에 대한 현지 소비자 선호도는 낮을 것으로 예상됨

II. 시장규모

1. 일본 스낵 바 시장규모
2. 일본 곡물 바 시장규모
3. 일본 스낵 바 시장점유율
4. 일본 곡물 바 수입규모

1. 일본 스낵 바 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

면적	37.8만km ²
인구	1억 2,626만 명
GDP	5조 818억 달러
1인당 GDP	40,247달러

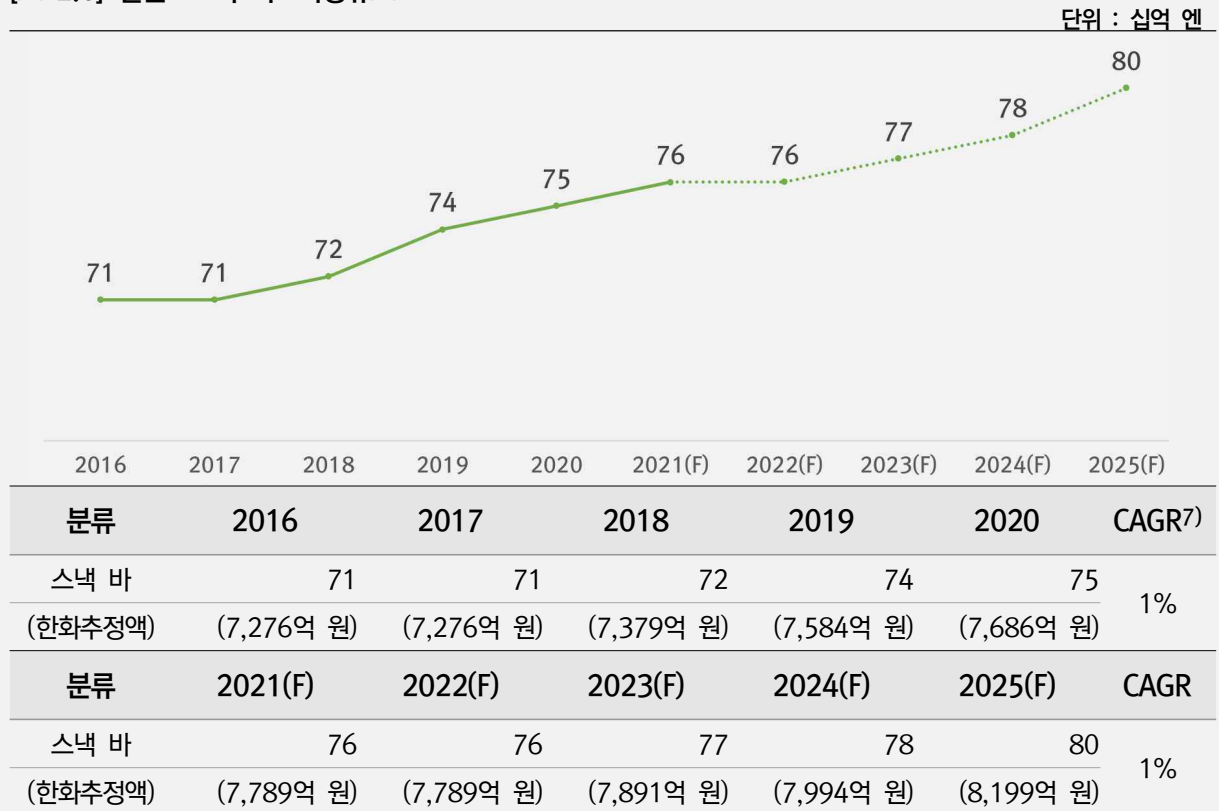
▶ 일본 스낵 바 시장규모 약 7,686억 원, 한국의 7배 수준

2020년 기준 일본 스낵 바 시장규모는 약 7,686억 원으로, 약 1,080억 원을 기록한 한국의 약 7배 규모에 해당함. 최근 5년(2016-20년)간 일본 스낵 바 시장은 연평균 1%씩 성장한 것으로 나타남²⁾

▶ 일본 스낵 바 시장, 향후 5년간 연평균성장률 1% 전망

일본 스낵 바 시장은 향후 5년간 연평균성장률 1%를 기록하며 2025년 기준 약 8,199억 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 특히, 고급 곡물 재료를 사용한 프리미엄 스낵 바 제품이 인기 있을 것으로 예상됨³⁾⁴⁾

[표 2.1] 일본 '스낵 바' 시장규모⁵⁾⁶⁾



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Japan」, 2021.07

3) 자료: KATI농식품수출정보, 「일본 곡물 시리얼바 시장동향」, 2017.11

4) 조사제품 '곡물 바'는 한 입 사이즈로 간편하게 먹을 수 있고, 지퍼 포장이 되어있어 보관에도 용이한 곡물 바 제품임. 이에 제품의 성분과 종류를 기준으로 '곡물 바' 시장 및 '스낵 바'의 시장규모를 조사함

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 100엔=1,204.84원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 일본 곡물 바 시장규모

▶ 일본 곡물 바 시장규모, 한국의 ‘2.3배’ 규모

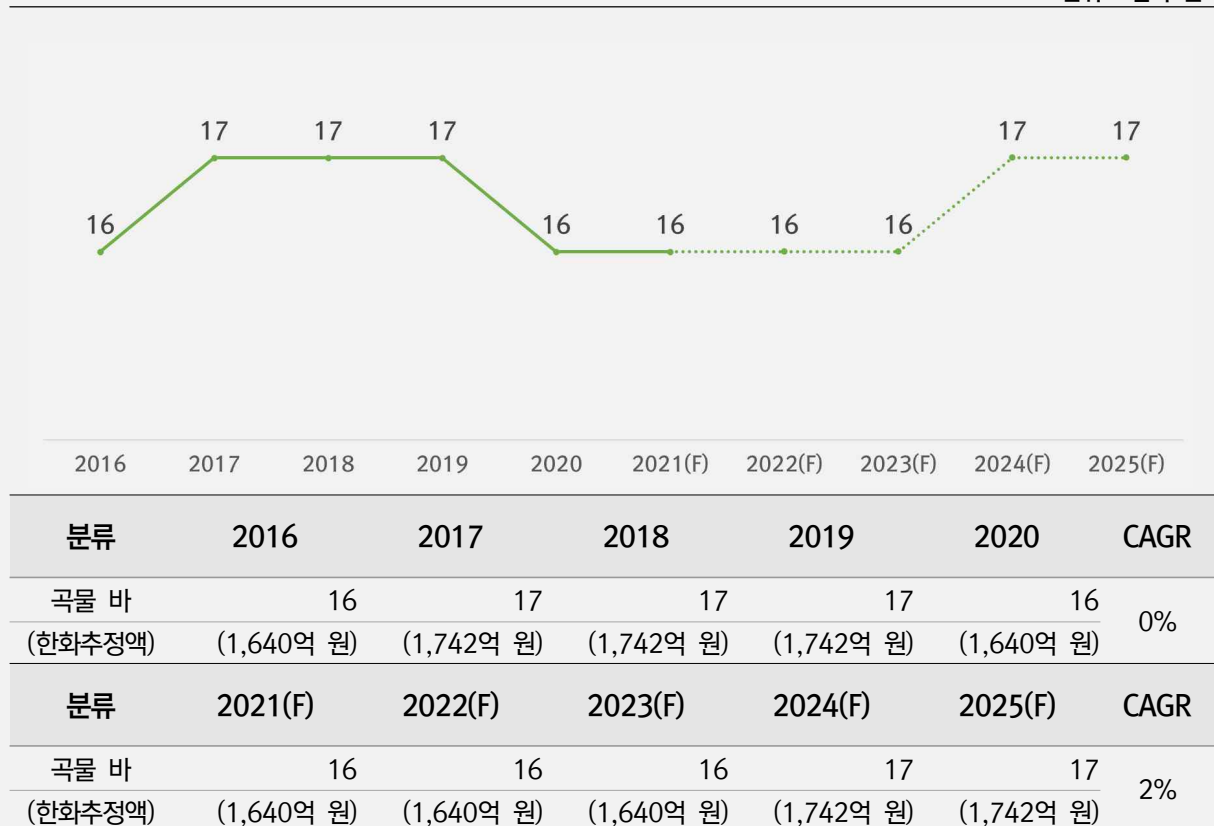
2020년 기준 일본 곡물 바 시장규모는 전년 대비 6% 하락한 약 1,640억 원으로, 약 720억 원을 기록한 한국 시장의 약 2.3배 규모에 이르는 것으로 나타남. 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률이 0%에 머무는 등 일본 곡물 바 시장이 정체기에 다다른 것으로 파악됨⁸⁾

▶ 일본 곡물 바 시장, 향후 5년간 연평균성장률 2% 전망

한편 일본 곡물 바 시장은 향후 5년간 연평균 2%의 성장률을 기록하며, 2025년 기준 약 1,742억 원의 시장규모를 기록할 것으로 전망됨. 곡물 바는 유통기한이 길고 간편하게 섭취할 수 있을 뿐만 아니라, 그래놀라와 같은 건강 식재료를 사용한 제품의 유행이 이러한 상승세를 견인할 것으로 전망됨

[표 2.2] 일본 ‘곡물 바’ 시장규모⁹⁾

단위 : 십억 엔



자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Japan」, 2021.07

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 일본 스낵 바 시장점유율

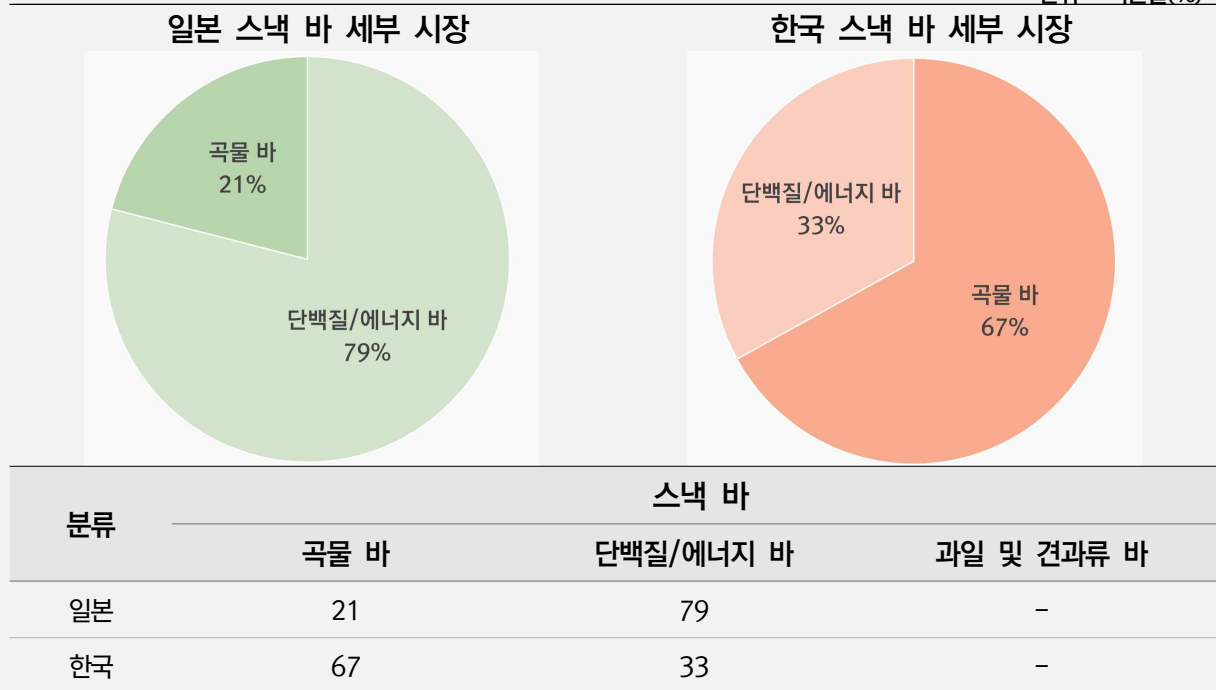
▶ 일본, ‘곡물 바’ 점유율 한국 대비 1/3 수준

일본 스낵 바(약 7,686억 원) 세부 시장과 한국 스낵 바(약 1,080억 원) 세부 시장을 비교했을 때 ‘곡물 바’의 비중이 67%로 높았던 한국에 비해 일본 시장에서는 ‘곡물 바’의 점유율이 21%에 그친 것으로 나타남. 반면 ‘단백질/에너지 바’는 일본에서 79%의 압도적인 점유율을 보였는데, 이는 몸매, 체중, 전반적인 건강 관리에 있어 단백질이 중요한 성분으로 여겨지면서 간편하게 단백질을 보충할 수 있는 ‘단백질/에너지 바’에 대한 수요가 높아진 것이 원인으로 파악됨

한편 일본은 현재 저출산, 고령화 및 성장 침체를 겪고 있어 국내 시장의 중장기적인 축소가 전망되는 가운데, 판매량 증대를 위해서 소비자의 건강 및 뷔띠제이타쿠(ブチ鰯) 지향을 바탕으로 한 고부가가치 제품 출시가 필수적일 것으로 보임

[표 2.3] 2020년 일본, 한국 ‘스낵 바’ 시장점유율¹⁰⁾

단위 : 백분율(%)



자료: 유로모니터(Euromonitor)

10) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

4. 일본 곡물 바 수입규모

HS CODE 1904.20

조사제품 ‘곡물 바는 ‘곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아 얻은 조제 식료품에 콘 플레이크 (corn flake)과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물 (고운 가루부순 알곡가진 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)’로 규정된 제 1904호에 속하며, 이에 ‘볶지 않은 곡물 플레이크 (flake)의 조제 식료품’부지 않은 곡물 플레이크(flake)와 볶은 곡물 플레이크(flake)나 팽창된 곡물의 혼합물로 만든 조제 식료품에 해당하는 HS CODE 1904.20을 자원으로 선정함

▶ 일본 HS CODE 1904.20 對글로벌 수입액, 약 89억 원

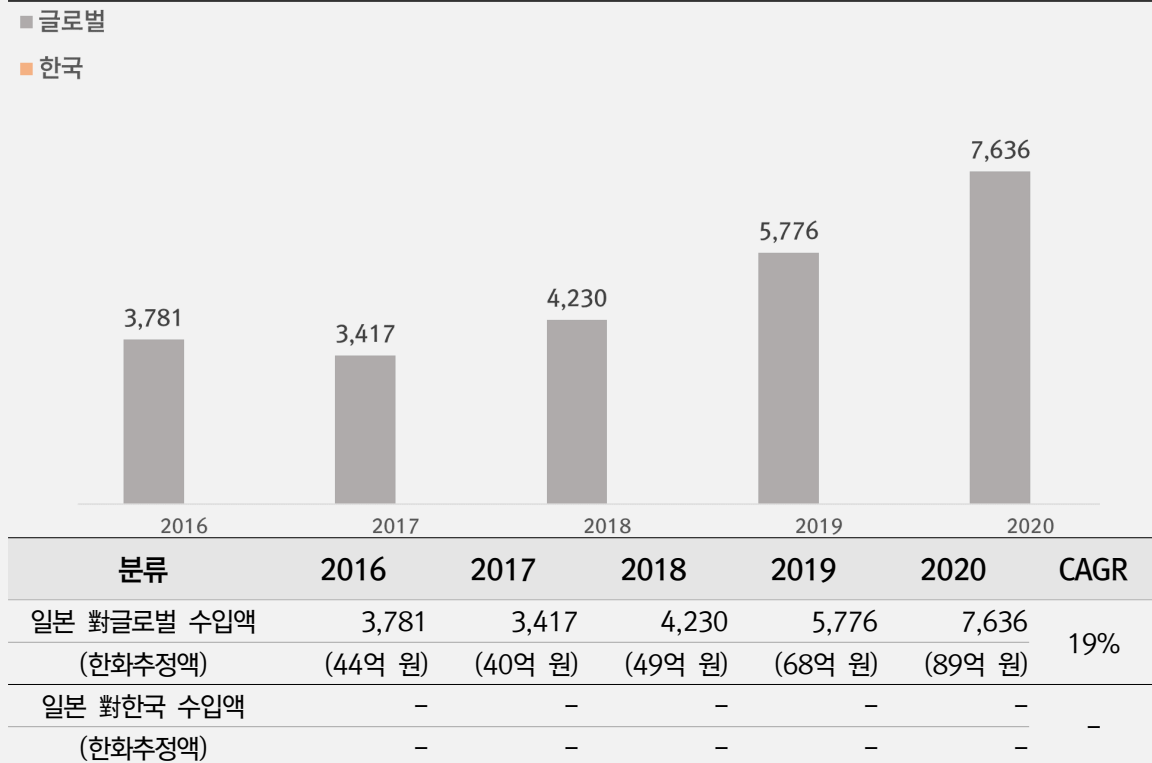
2020년 일본 HS CODE 1904.20 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 32% 증가한 약 89억 원을 기록함. 최근 5년(2016-20년)간 2017년을 제외하고 모두 20% 이상의 높은 성장률을 기록하였으며, 동기간 연평균성장률은 19%를 기록함

▶ 일본 HS CODE 1904.20 품목, 對한국 수입액 없는 것으로 나타남

유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 최근 5년(2016-20년)간 일본 HS CODE 1904.20 품목의 對한국 수입액은 없는 것으로 나타남. 한편 글로벌 수입액 점유율 기준 1위 국가는 미국으로, 약 41억 원의 수입액으로 전체의 46%를 차지한 것으로 나타남. 이어서 프랑스(약 17억 원, 19%), 폴란드(약 9억 원, 10%) 순으로 이어짐

[표 2.4] 일본 HS CODE 1904.20 수입규모¹¹⁾¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1904.20 기준

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

12) 1달러=1,169.60원 (2021.11.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 곡물 스낵 시장, '프로틴 바' 빈출 1위
2. 곡물 바 경쟁브랜드, 일본 브랜드가 주도
3. 곡물 스낵, 대부분 '40g'씩 '개별포장' 되어있는 '바' 형태
4. '대두', 일본 곡물 바 성분 관련 키워드 1위
5. 일본 곡물 바 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인매장 입점 곡물 바 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 곡물 바(グレインバー)
- 데이터 수집량 : 2,327건
- 데이터 수집원 : 아마존재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten)

▶ 일본 온라인매장 입점 곡물 바 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 성분

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
경쟁제품	프로틴 바	プロテイン バー	956	뷰티 바	ビューティーバー	64
	시리얼 바	シリアル バー	309	에너지 바	エナジーバー	60
	넛 바	ナッツバー	244	과일 바	フルーツバー	39
경쟁브랜드	모리나가세이카	森永製菓	165	커클랜드	カーランド	14
	아사히 구루푸쇼쿠힌	アサヒ グループ食品	155	퀘스트바	Quest Bar	12
	카인드	Kind	39	식스팩프로틴	Six Pack Protein	11
	오예	Oh Yeah	32	싱크썬	Think Thin	7
	비에스엔	BSN	16	(-)	(-)	(-)
패키징	40g	40g	235	30g	30g	114
	개별포장	個人使用	194	60g	60g	90
	쁘띠	プチ	156	파우치	パウチ	2
성분	대두	大豆	784	현미	玄米	217
	견과	ナッツ	745	캐슈넛	カシュー	188
	아몬드	アーモンド	566	그레놀라	グラノーラ	100
	밀	小麦	540	보리	大麦	56
	건포도	レーズン	310	오트밀	オートミール	35
	땅콩	ピーナッツ	268	(-)	(-)	(-)

1. 일본 곡물 스낵 시장, ‘프로틴 바’ 반출 1위

▶ ‘프로틴 바’, 일본 곡물 바 경쟁 제품 관련 키워드 1위

- ‘프로틴 바’ 키워드 반출 수 956건, 다른 키워드와 큰 격차로 1위

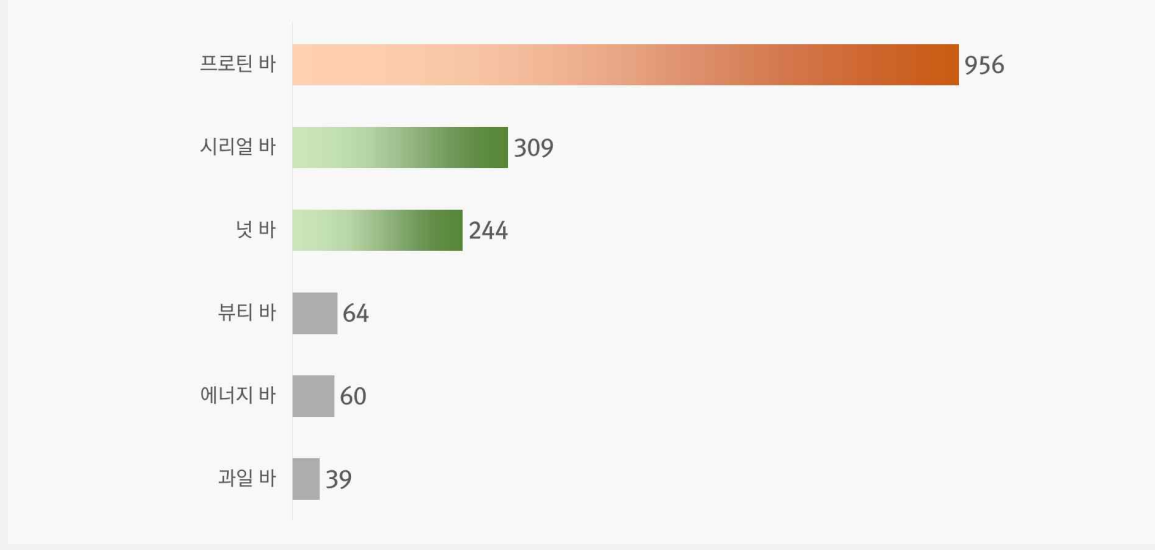
▶ 일본 내 식사 대체용 곡물 가공품의 수요, 지속 증가 추세¹⁴⁾

- 경쟁 키워드 2위 ‘시리얼 바’의 반출 수는 309건, 3위의 ‘넛 바’는 244건

- 일본 소비자의 건강 지향 소비 성향과 간편한 아침 식사 추구로 ‘에너지 바’와 같은 곡물 가공 스낵 인기

1위 프로틴 바		2위 시리얼 바		3위 넛 바	
					
브랜드	윙그램(Wingram)	브랜드	내추럴키킨 (ナチュラルキッチン)	브랜드	무소(むそう)
용량	40g*9개	용량	25g*10개	용량	40g*16개
가격	1,371엔(약 14,051원 ¹⁵⁾)	가격	2,160엔(약 22,686원)	가격	4,480엔(약 45,913원)

[표 3.1] 일본 곡물 바 경쟁제품 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘곡물 바’ 관련 게시물 2,327건 분석

14) KATI농식품수출정보, 「일본 곡물 시리얼바 시장동향」, 2017.11.

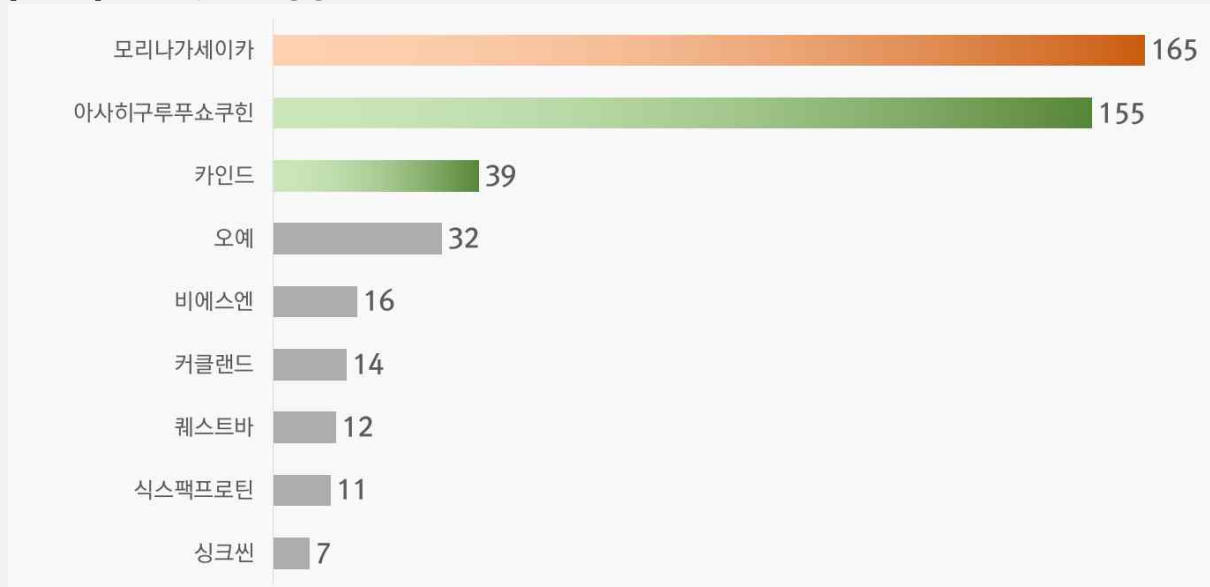
15) 100엔=1,024.84원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 곡물 바 경쟁브랜드, 일본 브랜드가 주도

- ▶ ‘모리나가세이카(森永製菓)’ 키워드 빈출 수 165건으로 1위
 - 2위 ‘아사히구루푸쇼쿠인(アサヒグループ食品)’의 빈출 수는 155건으로 1위와 큰 차이가 없는 것으로 나타남
- ▶ 일본 브랜드가 강세
 - 라쿠텐(Rakuten) 검색 결과, 모리나가세이카社의 ‘인바푸로테인구라노라(in バープロテイン グラノーラ)’ 및 아사히구루푸쇼쿠인社의 ‘입뽕만조쿠바(1本満足バー)’ 제품이 가장 많이 판매되고 있는 것으로 나타남

1위 모리나가		2위 아사히		3위 카인드	
					
제품명	인바푸로테인구라노라	제품명	입뽕만조쿠바	제품명	오트 앤 허니 시리얼 바
용량	30g*2개	용량	37g*9개	용량	25g*8개
가격	1,997엔(약 20,466원)	가격	1,029엔(약 10,546원)	가격	1,860엔(약 19,062원)

[표 3.2] 일본 곡물 바 경쟁브랜드 관련 키워드



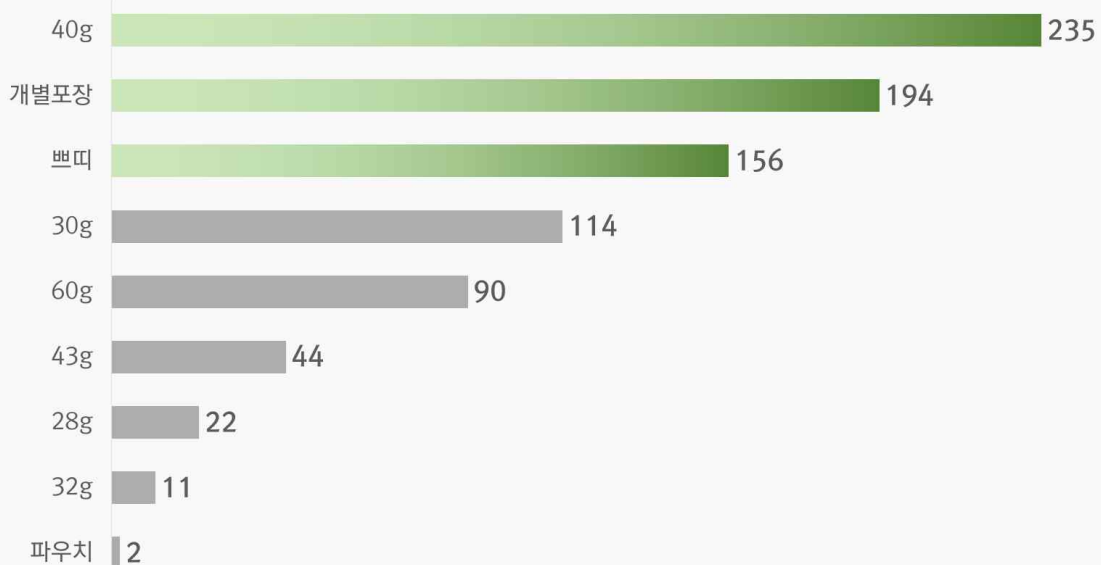
자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘곡물 바’ 관련 게시물 2,327건 분석

3. 일본 곡물 스낵, 대부분 ‘40g’씩 ‘개별포장’ 되어있는 ‘바’ 형태

- ▶ ‘40g’, 패키징 키워드 빈출 수 1위
 - 1회 제공량이 ‘40g’인 곡물 스낵 빈출 수 235건
 - 포장 방식 키워드인 ‘개별포장’ 키워드, 빈출 수 194건으로 2위
- ▶ 패키징 키워드 빈출 3위, ‘쁘띠’
 - 일본 내 ‘쁘띠제이타쿠(プチ飴)’ 소비 성향으로 고급 원재료 사용한 작은 사이즈의 스낵 제품 인기
 - 원문 추적 결과 개당 30g 미만의 제품에 ‘쁘띠’ 키워드가 다수 사용됨
- ▶ ‘파우치’ 포장 거의 없어
 - 라쿠텐 검색 결과, 20g의 스낵 바를 2개씩 포장한 제품 1개 발견

1위 40g		2위 개별포장		9위 파우치	
					
제품명	라티온 오가닉 바	제품명	하이 클리어 프로틴 미니 바		
용량	40g*20개	용량	40g*12개		
가격	5,832엔(약 59,768원)	가격	4,380엔(약 44,888원)		

[표 3.3] 일본 곡물 바 패키징 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘곡물 바’ 관련 게시물 2,327건 분석

4. '대두', 일본 곡물 바 성분 관련 키워드 1위

▶ '대두', 일본 곡물 바 성분 관련 빈출 키워드 784건으로 1위



- 메가 트렌드 '채식'의 영향으로 대두를 이용한 식물성 단백질로 만든 비건 곡물 스낵 인기

▶ '견과' 키워드 빈출 수 745건으로 2위

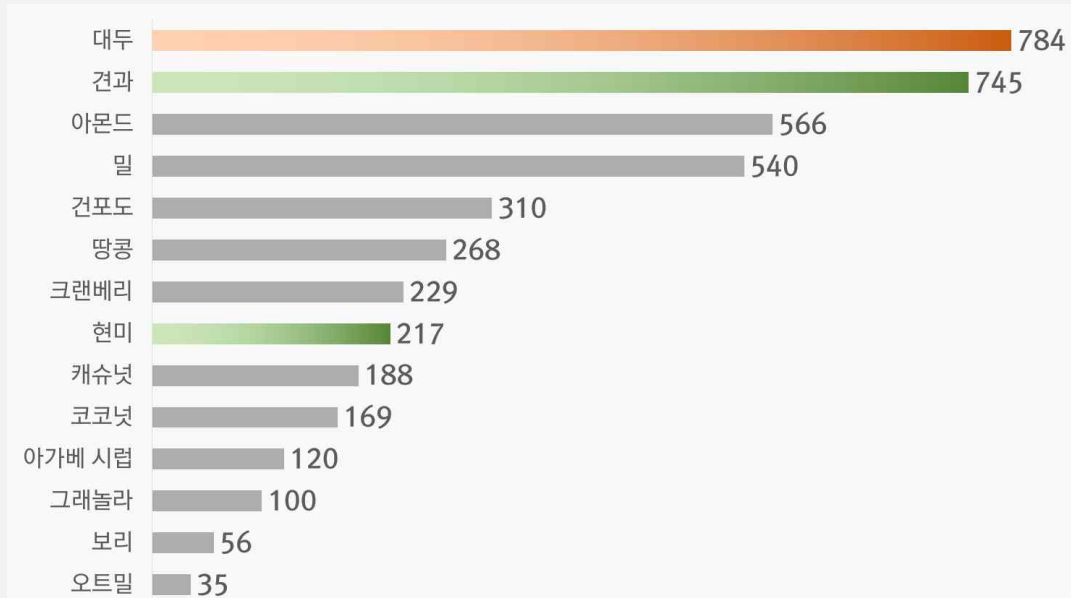
- 견과류 관련 키워드 '아몬드', '땅콩', '캐슈넛'도 상위권

▶ 곡류 성분 키워드도 다수 발견

- '현미', '보리', '오트밀' 키워드 빈출 수 각각 217건(8위), 56건(13위), 35건(14위)

1위 대두		2위 견과		8위 현미	
					
제품명	소이 컨셉트 아몬드 플레이버	제품명	라즈베리 치어시드 캐슈넛 너트 바	제품명	현미 미소 시리얼 바
브랜드	나카라엔(長良園)	브랜드	카인드(Kind)	브랜드	재팬 에너지 푸드 (Japan Energy Food)
용량/가격	28g*1개/ 270엔(약 2,767원)	용량/가격	40g*6개/ 1,542엔(약 15,803원)	용량/가격	20g*9개/ 3,429엔(약 35,141원)

[표 3.4] 일본 곡물 바 성분 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 '곡물 바' 관련 게시물 2,327건 분석

5. 일본 곡물 바 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 슈퍼푸드 현미로 만들어 건강하게 즐기는 곡물 바**
 - 고객사 제품의 주요 성분 중 ‘현미’의 항산화 성분을 이용한 어필
 - 슈퍼푸드에 관심 갖는 일본 소비자에게 성분의 효능 강조

- ▶ **컨셉 ② _ 뽕뽕 사이즈로 간편하게 섭취하는 곡물 바**
 - 한 입 크기 곡물 바를 일본 스낵 트렌드인 ‘뽕뽕’로 어필
 - 일본 소비자에게 생소할 수 있는 작은 사이즈의 곡물 바를 ‘뽕뽕’로 소개

- ▶ **컨셉 ③ _ 다양한 답례 선물에 적합한 뽕뽕 사이즈 곡물 바**
 - 다양한 상황에 답례 선물을 주고받는 일본 문화에 ‘뽕뽕 선물’ 인기
 - 남녀노소 부담 없이 선물하기 편한 ‘작은 사이즈’의 ‘곡물 스낵’ 어필

성분	패키징	제품	★ 결합 키워드 발생량	제품 컨셉
현미	(-)	부티 바	25건	[현미]의 풍부한 항산화 성분으로 건강하게 즐기는 [부티 바]
그레놀라	(-)	에너지 바	8건	통곡물로 만든 [그레놀라]로 더욱 든든한 [에너지 바]
보리	뽕뽕	(-)	6건	한 입에 들어가는 [뽕뽕] 사이즈로 간편하게 섭취하는 [보리] 곡물 바
그레놀라	뽕뽕 선물	시리얼	3건	센스 있는 답례 [선물]에는 [그레놀라]로 건강 더한 [뽕뽕] 사이즈 [시리얼 바]
흑미	(-)	에너지 바	3건	항산화 성분이 풍부한 슈퍼푸드 [현미]로 부담 없이 즐기는 [에너지 바]

★ 결합 키워드 발생량 : 성분/패키징/제품 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 일본 곡물 바 유통채널 비교
2. 일본 곡물 바 유통채널 특징

1. 일본 곡물 바 유통채널 비교

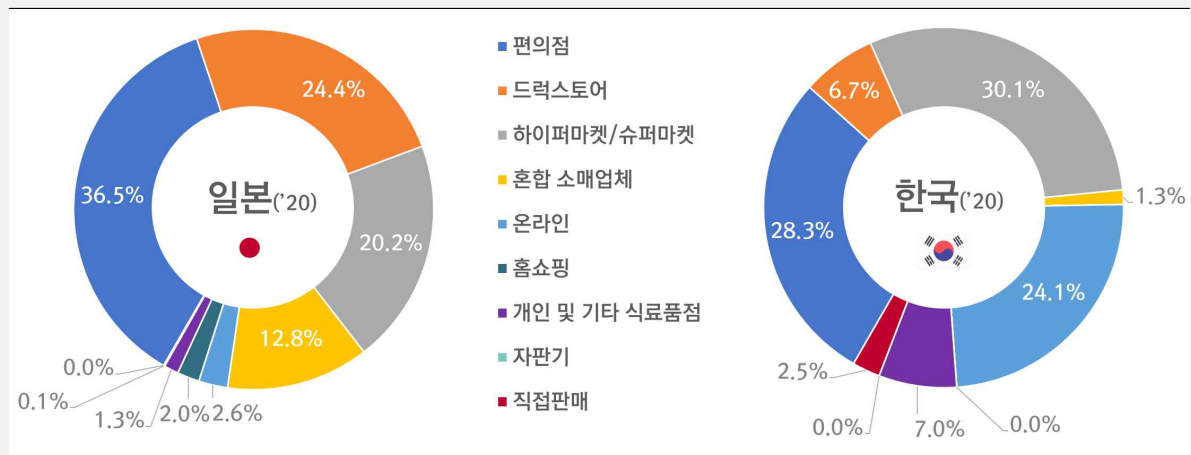
▶ 일본 ‘편의점’, ‘드럭스토어’, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, 점유율 기준 상위 3개 채널

2020년 일본 ‘스낵 바’ 유통채널 중 점유율이 20% 이상인 채널은 ‘편의점’, ‘드럭스토어’, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 순이었으며, 한국은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘편의점’, ‘온라인’ 순인 것으로 나타남. 점유율 기준 일본 상위 3개 채널 중 한국과 가장 차이를 보인 채널은 ‘드럭스토어’였으며, 일본이 약 18%p 가량 높은 점유율을 차지한 것으로 조사됨. ‘혼합 소매업체’의 점유율은 일본이 12.8%, 한국이 1.3%로 일본에서 약 10%p 높게 나타났으며, 이외의 유통채널은 3.0% 미만의 점유율을 차지하며 일본 내 곡물 바 유통을 활발히 전개하지 않은 것으로 나타남

▶ 일본 곡물 바 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 일본 ‘스낵 바’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 2.6%로 한국의 24.1% 대비 낮아 아직 곡물 바의 온라인 소비시장이 발전 단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 일본 곡물 바 소매유통채널 점유율



일본 및 한국 소매유통채널 점유율(16)17) 비교(18)

일본	유형	한국
36.5%	편의점	28.3%
24.4%	드럭스토어	6.7%
20.2%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	30.1%
12.8%	혼합 소매업체 ¹⁹⁾	1.3%
2.6%	온라인	24.1%
2.0%	홈쇼핑	0.0%
1.3%	개인 및 기타 식료품점	7.0%
0.1%	자판기	0.0%
0.0%	직접판매	2.5%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

16) 2020년 기준, 일본 및 한국 ‘스낵 바(Snack Bars)’의 소매유통채널 점유율임

17) ‘곡물 바’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘스낵 바(Snack Bars)’의 정보를 확인함

18) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

19) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 일본 곡물 바 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

이온의 '도시형 미니 슈퍼마켓' 브랜드 '마이바스켓'



사진자료: 마이바스켓

▶ 일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 이온 및 라이프

일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 이온(AEON)은 2020년 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 17조 5,300억 엔(약 179조 6,545억 원²⁰⁾의 12.1%를 점유했으며, 산하에 맥스발루(Maxvalu), 마루에츠(Maruetsu), 카스미(Kasumi) 등의 브랜드를 보유하고 있음. 라이프(Life)는 2020년 전체 매출액의 4.3%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 소비자 구매 패턴에 발맞춘 매장 운영 형태 선보여²¹⁾

2020년 초 코로나19 긴급 사태 이후 소비자들이 '소량의 식료품을, 퇴근 시 집 근처 소형 매장에서, 자주' 구매하지 않고 '대량의 식료품을, 대형 매장에서, 가끔' 구매하는 것으로 패턴을 변경하였으며, 이로 인해 일본 슈퍼마켓 업계의 매출이 크게 증가함. 하지만 코로나19 종료 이후 기존의 구매 패턴으로 복귀할 시 편의점이나 드럭스토어와 같은 소규모 유통채널과의 경쟁이 심화될 것으로 예측되며, 이로 인해 기존보다 주거 지역과 밀접한 위치에서, 좀 더 작은 규모의 '도시형 미니 슈퍼마켓'을 운영하는 기업이 증가하고 있음. '도시형 미니 슈퍼마켓'과 편의점은 신선식품 제공 면에서 큰 차이를 보임

[표 4.2] 일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²²⁾	산하 주요 브랜드
1	이온(AEON)	12.1%	맥스발루(Maxvalu), 마루에츠(Maruetsu), 카스미(Kasumi)
2	라이프(Life)	4.3%	라이프(Life)
3	세븐앤아이홀딩스(Seven&I Holdings)	3.3%	요크(York), 이토요카도(Ito-Yokado)
4	아크스(Arcs)	3.1%	라루즈(Ralse)
5	바로(Valor)	2.2%	바로(Valor)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

20) 100엔=1,024.84원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

21) 유로모니터(Euromonitor), 『Supermarkets in Japan Country Report』, 2021.02

22) 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

● 일본 교외 지역에 위치한 편의점



사진자료: 재팬가이드

▶ 일본 주요 편의점 업체, 세븐앤아이홀딩스

일본 주요 편의점 업체 세븐앤아이홀딩스(Seven&I Holdings)는 2020년 일본 편의점 전체 매출액 7조 7,760억 엔(약 79조 6,916억 원)의 43.0%를 점유했으며, 산하에 세븐일레븐(7-Eleven) 1개 브랜드를 보유하고 있음. 패밀리마트유니홀딩스(Familymart Uny Holdings)는 2020년 전체 매출액의 25.0%를 점유했으며 패밀리마트(Familymart), 토모니(Tomony), 선쿠스(Sunkus) 등의 브랜드를 두고 있음

▶ 일본 교외화 현상, 편의점 업체 운영 전략에 영향²³⁾

코로나19 여파로 ‘탈도심화’ 현상이 일본 내 주목을 받으며 편의점 업체들의 운영 전략도 영향을 받을 것으로 나타남. 일본 편의점 산업의 선두기업인 세븐일레븐, 패밀리마트, 로손은 코로나19 시기에 매출 타격을 최소화해준 매장들이 대부분 교외지역에 위치한 매장이었으며, 교외지역 중심 출점 전략을 지속할 것이라고 밝힘

[표 4.3] 일본 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20) ²⁴⁾	산하 주요 브랜드
1	세븐앤아이홀딩스 (Seven&I Holdings)	43.0%	세븐일레븐 (7-Eleven)
2	패밀리마트유니홀딩스 (Familymart Uny Holdings)	25.0%	패밀리마트(Familymart), 토모니(Tomony), 선쿠스(Sunkus)
3	로손 (Lawson)	21.7%	로손(Lawson), 로손스토어100(Lawson Store 100)
4	야마자키베이킹 (Yamazaki Baking)	5.0%	야마자키숍(Yamazaki Shop), 데일리아마자키(Daily Yamazaki)
5	이온 (Aeon)	2.8%	미니스톱 (Ministop)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

23) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Japan Country Report」, 2021.02

24) 일본 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 드럭스토어

일본 주요 드럭스토어 업체
스기약국



사진자료: 스기약국

▶ 일본 주요 드럭스토어 업체, 웰시아 및 츠루하

일본 주요 드럭스토어 업체 웰시아홀딩스(Welcia Holdings)는 2020년 일본 드럭스토어 전체 매출액 15조 8,010억 엔(약 161조 9,350억 원)의 6.2%를 점유했으며 산하에 웰시아(Welcia) 1개 브랜드를 보유함. 츠루하(Tsuruha)는 2020년 전체 매출액의 5.6%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 일본 드럭스토어 업체, 소매유통채널 중 유일하게 매장 확대²⁵⁾

코로나19 이전부터 헬스케어 이외의 생필품, 식품, 화장품 등 판매 상품군을 확장하며 성장세를 보이던 일본의 드럭스토어 업체는 2021년에도 재택 근무 기조가 이어질 것으로 예상되자 디지털 기술을 적극적으로 활용하여 판매 채널을 온라인으로 확장함. 특히 노령 인구가 증가한 상황을 반영하여 어플리케이션을 통한 주기적 건강 관리 및 배달 서비스를 제공함. 노령 인구의 증가는 드럭스토어 단독 매장 수 확대로도 이어졌는데, 이는 대형 상점보다는 활동 반경 내에 위치한 드럭스토어 매장에 더 많이 의존하는 노년층의 습성을 반영한 것임

[표 4.4] 일본 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) ²⁶⁾	산하 주요 브랜드
1	웰시아홀딩스 (Welcia Holdings)	6.2%	웰시아 (Welcia)
2	츠루하 (Tsuruha)	5.6%	츠루하 (Tsuruha)
3	코스모스약품 (Cosmos Pharmaceutical)	4.6%	코스모스 (Cosmos)
4	스기약국 (Sugi Pharmacy)	3.7%	스기약국 (Sugi Pharmacy)
5	마츠모토키요시홀딩스 (Matsumoto Kiyoshi Holdings)	2.9%	마츠모토키요시 (Matsumoto Kiyoshi)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

25) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Japan Country Report」, 2021.02

26) 일본 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

4) 온라인

●
일본 장년층의
온라인 시장 이용



사진자료: 드림스타임

▶ 일본 주요 온라인 유통채널, 아마존 및 라쿠텐

일본 주요 온라인 유통채널 아마존(Amazon)은 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액 12조 3,020억 엔(약 126조 758억 원)의 14.8%를 점유했으며, 산하에 아마존재팬(Amazon Japan) 브랜드를 보유하고 있음. 라쿠텐(Rakuten)은 2020년 전체 매출액의 11.7%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 코로나19가 불러온 변화, 일본 장년층의 온라인 시장 참여²⁷⁾

코로나19 여파로 젊은 층 외 인구들의 일본 온라인 시장 이용률이 증가함. 기존 온라인 시장의 주 이용층은 젊은 세대였지만, 코로나19 이후 이용 연령대의 범위가 넓어지고 있는 것으로 나타남. 그러나 일본 소비자 보호원(NCAC, National Consumer Affairs Center)에 따르면 고령층의 온라인 구매 자체는 활발해졌지만, 그와 동시에 그들의 구매 관련 애로사항도 늘어난 것으로 나타나며 새로 등장한 소비층에 알맞은 온라인 매장들의 대응 전략이 필요할 것으로 예상됨

[표 4.5] 일본 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ²⁸⁾	산하 주요 브랜드
1	아마존 (Amazon)	14.8%	아마존재팬 (Amazon Japan)
2	라쿠텐 (Rakuten)	11.7%	라쿠텐 (Rakuten)
3	소프트뱅크 (Softbank)	10.7%	야후쇼핑 (Yahoo Shopping)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02

28) 일본 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 일본 곡물 바 주요 온라인 유통채널
2. 일본 곡물 바 주요 오프라인 유통채널

1. 일본 곡물 바 주요 온라인 유통채널 ① 아마존재팬

기업 기본 정보	기업명	아마존재팬(Amazon Japan)		
	홈페이지	www.amazon.co.jp		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	6억 4,000만 회	
		앱다운로드수('20)	500만 회	
매출('20)		약 1조 8,207억 엔(약 18조 6,592억 원 ²⁹⁾)		
운영방식	온라인마켓			



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	가공식품, 신선식품, 잡화 등
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보

10,000엔 이상 구매 시 500엔 쿠폰 증정, 첫 구매 시 쿠폰 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭
		<p>아마존 셀러 계정 생성</p> <p>상품 리스팅</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매입고량) • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +0120-999-373

자료: 아마존재팬(Amazon Japan), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

29) 100엔=1,024.84원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 결제수단 편의
신용카드 구입이 어려운 일본 온라인 쇼핑 시장을 고려, ATM기나 편의점을 통한 송금 가능

2. 무료 배송
포인트를 이용한 무료 구매가 법률상 제한되지 않음
무료배송과 할인상품권 지급

3. 구매내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리내 추천상품 제공

4. 아마존 프라임
연회비 지불을 통한 빠른 배송과 무료 영화, 음악 제공

5. 국제배송
타 국가에서도 일본 아마존에서의 구매 가능

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
영어, 중국어 언어 지원, 한국에서 해외 아마존 이용 가능

온라인몰 UI ②

Amazon - 제품 구매 페이지

'곡물 바' 제품 검색 결과

'곡물 바'로 검색결과 노출

브랜드, 종류, 가격별로 세분화 분류 기능 제공

'곡물 바' 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)
사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁰⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	곡물 바	아사히구루푸쇼쿠인 (アサヒグループ食品)	입뽕만조쿠바 3종 (1本満足バー 3種) *초콜릿, 식이섬유, 말린 과일	일본	3,300엔 (약 3만 3,820원)	39g* 27개입	
2	곡물 바	범퍼 (Bumper)	반파스틱쿠시리아루 안도초코레토바셋트 (バンパースティック シリアル&チョコレートバーセット) *초콜릿, 시리얼, 말린 과일	뉴질랜드	1,275엔 (약 1만 3,067원)	36g* 8개입	
3	곡물 바	아사히구루푸쇼쿠인 (アサヒグループ食品)	입뽕만조쿠바 (1本満足バー) *초콜릿, 식이섬유, 말린 과일	일본	3,560엔 (약 3만 6,484원)	39g* 27개입	
4	곡물 바	모리나가세이카 (森永製菓株式会社)	인바푸로테인구라노라 (inバー プロテイン グラノーラ) *단백질, 그래놀라, 콩, 말린 과일	일본	1,680엔 (약 1만 7,217원)	52g* 14개입	
5	곡물 바	아사히구루푸쇼쿠인 (アサヒグループ食品)	바런스애틀후루쓰구라노라 (バランスアップフルーツグラノーラ) *그래놀라, 통밀, 말린 과일	일본	1,172엔 (약 1만 2,011원)	150g* 5박스	
6	곡물 바	카르만스 (Carman's)	수파베리뮤즈리바 (スーパーベリー ミュージリーバー) *뮤즐리, 말린 베리, 할랄	일본	811엔 (약 8,311원)	45g* 6개입	
7	곡물 바	부루본 (ブルボン)	스로바조코레토쿠키 (スロバー チョコレートクッキー) *초콜릿, 밀	일본	800엔 (약 8,199원)	41g* 9개입	

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

30) 조사일(2021.11.30..) 기준 아마존재팬(Amazon Japan) 곡물 바 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

② 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)		
	홈페이지	www.rakuten.com.jp		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	4,200만 회	
		앱다운로드수('20)	30만 회	
매출('20)		약 1조 4,393억 엔(약 14조 7,509억 원)		
운영방식		온라인마켓		



매장 운영정보	홈페이지 정보	해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매금액 페이백 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 입점 등록 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry) 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호, 대표 Fax 번호, 대표자명) ② 운영 담당자 정보 (담당자 이름, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형) 문의사항 연락처 이메일: sales-list@rakuten.com
-------------	---------------------	--

자료: 라쿠텐(Rakuten), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 다언어 사이트
일본, 대만, 독일, 프랑스, 미국의 사이트가 별도로 존재

2. 라쿠텐 신용카드
포인트 수급속도가 4배 빠르고 카드 계약 시 2천 포인트를 무료 제공

3. 구매내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공

4. 핸드폰 서비스
1년 무료의 무제한 인터넷 서비스를 포함한 두개의 핸드폰 서비스 제공 중

5. 해외 배송
타 국가 라쿠텐 아이디로 사용할 수 있는 글로벌 익스프레스 제공. 사이트 언어는 해당 컴퓨터의 언어와 맞춤형 서비스

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 및 단순한 영어 검색이 가능하나, 자동 번역 기능 오류가 있음

온라인몰 UI ②

Rakuten - 제품 구매 페이지

'곡물 바' 제품 검색 결과

'곡물 바'로 검색결과 노출

가격, 종류별로 세분화 분류 기능 제공

'곡물 바' 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

품목별, 브랜드별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 라쿠텐(Rakuten)
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

2. 일본 곡물 바 주요 오프라인 유통채널 ① 도쿄스토어

기업 기본 정보	기업명	도쿄스토어(東急ストア)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.tokyu-store.co.jp			
	위치	도쿄(Tokyo)			
	규모	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('21): 87개 직원 수('21): 6,210명 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1956년 설립되었으며, 도쿄그룹(東急グループ) 산하 슈퍼마켓 브랜드임 도쿄, 가나가와 중심으로 전개하고 있으며, 이외에도 사이타마, 시즈오카, 치바에서 매장 운영 중 타깃층 및 매장 컨셉에 따라 도쿄스토어 도쿄(슈퍼마켓) 외에 프레세(Precce), 푸드 스테이션, 프레세멜리 마켓 및 온라인 쇼핑물 넷슈퍼 등 운영 				
소비자 정보	타깃 소비자	성별	남성·여성	직업	학생·직장인·주부
		연령대	전연령대	소득수준	중산층



방문매장 정보	영업시간	07:00~24:00		
	주소	〒144-0051 東京都大田区西蒲田7丁目6-9-1		
	상권	도쿄 가마타역과 연결되어있는 슈퍼마켓으로 유동인구 많음		
	VMD	취급 브랜드	아사히(アサヒ), 오츠카세이아쿠(大塚製薬)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경				

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 등록 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> 아래의 페이지에서 입점 등록 (www.tokyu-store.co.jp/company/supplier/tenpo/contact/form.html) 문의내용(お問い合わせ内容) 탭에서 '제품 입점에 관한 문의 (店舗物件募集に関するお問い合わせ)' 옵션 클릭 후 정보 기입 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 담당자명, 이메일 주소, 연락처 등) ② 공급 제품 정보 (자유 기재) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 대표번호: +81-3-3711-0109 입점 관련 전화번호: +81-3-3714-2341 입점 관련 팩스: +81-3-3715-7918
----------	---------------	--

자료: 도쿄스토어(東急ストア)

사진 자료: 도쿄스토어(東急ストア) 현지 매장 방문 조사

매대 제품 배치 현황



주력 입점 제품



도큐스토어에서는 곡물 바 제품을 기타 간편 식사대용 제품 및 음료수와 함께 배치해둬.
곡물이나 견과류에 따라 분류하지는 않았으나, 단백질이 함유된 제품을 근접 매대에
배치해두었음

자료: 도큐스토어(東急ストア) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 도큐스토어(東急ストア) 현지 매장 방문 조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	곡물 바	아사히구루푸 쇼쿠힌 (アサヒグループ食品)	쿠리무겐마이부란쿠리무치즈 (クリーム玄米ブラン クリームチーズ) *현미, 크림치즈	일본	138엔 (약 1,414원)	72g	
2	곡물 바	아사히구루푸 쇼쿠힌 (アサヒグループ食品)	쿠리무겐마이부란부루베리 (クリーム玄米ブラン ブルーベリー) *현미, 블루베리 맛 크림치즈	일본	138엔 (약 1,414원)	72g	
3	곡물 바	오츠키세이야쿠 (大塚製菓)	소이조이스트로베리 (Soyjoy ストロベリー) *콩, 딸기	일본	108엔 (약 1,107원)	30g	
4	곡물 바	오츠키세이야쿠 (大塚製菓)	소이조이스콘 (Soyjoy スコーン) *콩, 스콘	일본	108엔 (약 1,107원)	30g	
5	곡물 바	오츠키세이야쿠 (大塚製菓)	소이조이맛차&마카다미아 (Soyjoy 抹茶&マカダミア) *콩, 말차, 마카다미아	일본	108엔 (약 1,107원)	30g	
6	곡물 바	오츠키세이야쿠 (大塚製菓)	소이조이쿠리스피 화이트마카다미아 (Soyjoy クリスピーホワイトマカダミア) *콩, 화이트 초콜릿, 마카다미아	일본	108엔 (약 1,107원)	30g	
7	곡물 시리얼	가루비 (Calbee)	푸르구라빗츠 (フルグラビット) *귀리, 호밀, 건조 과일	일본	108엔 (약 1,107원)	26g	
8	곡물 시리얼	가루비 (Calbee)	푸르구라빗츠카카오후미 (フルグラビット カカオ風味) *귀리, 호밀, 건조과일	일본	128엔 (약 1,312원)	26g	

자료: 도큐스토어(東急ストア) 현지 매장 방문 조사
사진 자료: 도큐스토어(東急ストア) 현지 매장 방문 조사

② 이토요카도

기업 기본 정보	기업명	이토요카도(Ito-Yokado)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.itoyokado.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('20)	약 5,785억 엔(약 5조 9,286억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('19): 약 158개 직원 수('19): 약 3만 4,000명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 세븐앤아이홀딩스(Seven & I Holdings)의 슈퍼마켓 브랜드 일본 슈퍼마켓 시장 점유율 3.3% 차지 기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 주력 	



매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 곡물류, 캔디류, 음료류, 신선식품, 주류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 냉동식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 생활용품 	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 하단 ‘その他’ 카테고리 ‘お問い合わせ’ 클릭 ‘お問い合わせフォーム’ 문의양식 작성 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 담당 부서와 연결 후 입점 진행 	
		<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락을 통한 문의 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +81-3-6238-3132 	

자료: 이토요카도(Ito-Yokado), 유로모니터(Euromonitor), 류츠뉴스(Ryutsuu), 피알타임즈(PR Times)

사진 자료: 이토요카도(Ito-Yokado)

③ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.sej.co.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액('20)	약 3조 3,437억 엔(약 34조 2,674억 원)	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('21): 약 21,210개 직원 수('19): 약 2만 7,297명 		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 2018년 점포 수 2만 개 돌파 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 2020년 9월 배달 서비스 시작 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 제과류, 화장품, 문구, 위생용품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품 다수 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> Seven&I Holdings 홈페이지를 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> 첨부 파일 작성하여 이메일로 송부 (7andi.com/en/csr/suppliers/helpline.html) 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호: +81-3-5793-4370 이메일: 7andi-helpline@integrex.jp 		

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 현지매장 방문조사

④ 로손

기업 기본 정보	기업명	로손(Lawson)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.lawson.co.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액('20)		약 1조 6,874억 엔(약 17조 2,931억 원)
		기타 규모		<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('19): 약 1만 4,659개 직원 수('19): 약 1만 7,395명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1975년 설립, 2001년 미쓰시비 상사가 인수하여 자회사로 편입 세븐일레븐, 패밀리마트 다음으로 일본 내 규모가 큰 편의점 업체 			

매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 제과류, 서적류, 화장품, 위생용품 등
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 디저트류 스낵
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선전화를 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 공급자는 홈페이지 내 'Trading policy' 엄수 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-120-07-3963
-------------	---------------------	---

자료: 로손(Lawson)

사진 자료: 로손(Lawson)

⑤ 웰시아

기업 기본 정보	기업명	웰시아(Welcia)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	www.welcia.co.jp			
	위치	도쿄(Tokyo)			
	규모	매출액('20)	약 9,797억 엔(약 10조 400억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('19): 약 1,745개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 매장의 70%가 약국과 병설 • 매장의 24%를 24시간 오픈하는 것을 목표 • 현지 의료기관 및 간호시설과 협력하여 운영 • 홈케어지원 서비스인 '웰시아널싱서비스(Welcia Nursing Service)' 제공 				


매장정보	입점 가능 품목	• 건강보조식품, 음료류, 스낵류, 유제품, 화장품, 애완용품, 생활용품 등	
	선호 제품	• 의약품, 뷰티제품, 헬스케어제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 우편을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보와 문의사항을 하기 우편 주소로 송부 (2-2-15, Sotokanda, Chiyoda Ku, Tokyo To, 101-0021, Japan) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 담당 바이어 전달 및 회신 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-120-119-358
-------------	---------------------	---

자료: 웰시아(Welcia)

사진 자료: 누트라인그리디언츠아시아(Nutraingredients-Asia), 아시아니케이(Asia Nikkei)

⑥ 츠루하

기업 기본 정보	기업명	츠루하(Tsuruha)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.tsuruha.co.jp		
	위치	삿포로(Sapporo)		
	규모	매출액('20)	약 8,849억 엔(약 9조 684억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('19): 약 2,000개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 진단서 처방 서비스 제공 • 메일을 통한 주문 서비스 제공 • 엠즈원('M's one), 라빌라비타(La Villa Vita) 등 자사 제품 브랜드 보유 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 건강보조식품, 음료류, 즉석식품, 생활용품, 유아용품, 화장품, 위생용품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 건강식품, 유기농식품 		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 우편을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 'お店とチラシを検索'에서 입점 희망 매장 검색 - 도쿄 신주쿠점: 〒161-0034 東京都新宿区上落合3-8-25 (FLAMPビル1F) - 주소를 확인하여 공급자 정보와 문의사항을 우편 주소로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 이메일로는 입점 문의를 받지 않음 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-3-5729-7681 		

자료: 츠루하(Tsuruha)

사진 자료: 츠루하(Tsuruha)

VI. 진입장벽

1. 일본 곡물 바 통관 및 검역 절차
2. 일본 곡물 바 품질 인증
3. 일본 곡물 바 라벨링
4. 일본 곡물 바 성분 및 유해물질

1. 일본 곡물 바 통관 및 검역 절차³¹⁾

▶ 일본 곡물 바 수출 시 통관 절차별 참고사항

일본에 가공식품 수출 시, 국내 담당 기관을 통하여 일본으로 수입되는 식품에 대하여 사전에 알리는 후생노동성 사전등록 절차를 반드시 밟아야 함. 통관 대행업체에 의뢰하거나 검역소 접수처 방문, 우편 제출, 수입식품 감시지원시스템을 통한 온라인 제출 등을 통해 수입신고를 할 수 있음. 단, 온라인 이용 시 사전에 후생노동성 기기 등록 절차가 필요함

[표 6.1] 일본 곡물 바 통관 검역 절차



자료: 관세청, 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산업성(農林水産省)

31) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다

[표 6.2] 일본 곡물 바 수입절차 관련 사항

단계	확인 사항	
수입신고 서류 제출 시	모든 가공식품	<ul style="list-style-type: none"> 가공식품의 품명, 제품번호 등에 대한 설명서 방사선 살균을 하지 않았다는 사실이 기재된 제조자의 서류 제조자 관련 정보(회사명, 소재지, 제조장소) 등을 확인할 수 있는 자료 원재료표 : 사용한 원재료와 첨가물의 구체적인 화학 명칭을 기재한 것 제조공정표 : 원재료에서부터제품 완성까지의 공정을 그림으로 나타낸 것 개별 규격이 지정되어있는 식품은 시험성적서
	가공식품 처음 수입되는 제품	<ul style="list-style-type: none"> 제조자명이 기재된 상품 설명, 또는 수입자 확인을 거쳐 작성한 서류
	같은 식품을 계속 수입하는 경우	<ul style="list-style-type: none"> 1년 이내에 실시한 등록검사기관의 지도(자주)검사성적서 또는 행정검사에 합격했을 시의 수입신고서 사본
	수출국 공적 검사기관의 검사를 받은 제품	<ul style="list-style-type: none"> 「수출국 공적 검사기관 목록」 수록 기관의 검사성적서
검역소 서류 심사	<ul style="list-style-type: none"> 식품위생법에 적합한 원재료 사용 여부 식품첨가물 사용기준 적절성 여부 식품위생법에 규정되어 있는 제조기준의 적합 여부 제조사-제조소의 과거 위생 관련 부적격 사례 여부 수출국에서 회수 대상 제품 여부 필요한 서류(수출국 위생증명서 등)의 첨부 여부 	
검역소 현장 검사 (필요 시)	<ul style="list-style-type: none"> 부패 등 식품으로 부적합 상태 여부 이물의 혼입 여부 보관 상태(온도 등) 적절 여부 신고 내용에 이상 여부 상태(온도 등) 적절 여부 독어 등 혼입 여부(어류) 위험 부위 등 혼입 여부(쇠고기) 	
검역소 시험 검사 (필요 시)	<ul style="list-style-type: none"> 잔류농약, 동물용 의약품 식품첨가물 장 출혈성 대장균, 장염비브리오 등 병원성 미생물 성분규격으로 정해져 있는 세균 수, 대장균군 등 아플라톡신 등 곰팡이독소, 패류독소 등 유해물질 미승인 유전자 변형 식품의 혼입 방사선 살균 여부 등 	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산업성(農林水産省)

2. 일본 곡물 바 품질 인증

▶ 일본 곡물 바, 적용받는 필수 인증 無

일본으로 곡물 바를 일반 가공식품으로 수출 시 취득해야 하는 필수 인증은 없으나, 일본 후생노동성에 식품 사전등록은 필수임. 또한, 선택적으로 식품 품질에 관한 인증인 JAS 인증이나 HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음

[표 6.3] 일본 곡물 바 인증취득 정보

순번	인증명	취득 정보	
1	일본 후생노동성 사전등록 	취지	<ul style="list-style-type: none"> 일본 식품위생법에 반하는 식품 등 수입 사전 방지 식품 안전성 확보 수입절차 간소화 및 소요 시간 단축
		근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> 일본 식품위생법(しょくひんえいせいほう、昭和22年法律第233号) 일본 후생노동성 생활위생국장 통지 (수입식품 등 사전 확인제도 시행에 관한 통지)
		기관	<ul style="list-style-type: none"> 일본 후생노동성
		적용품목	<ul style="list-style-type: none"> 농·축·수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품첨가물
		취득절차	<ul style="list-style-type: none"> 서류 제출(제조 및 수출업체) > 서류 접수 및 검토(국내 담당 기관) > 서류 심사 및 현장실사 (일본 후생노동성) > 등록 완료 및 등록번호 부여 (일본 후생노동성)
	필요서류	<ul style="list-style-type: none"> 필요서류는 신청서, 제품 목록, 위생 검사표, 성분 분석표, 제조 공정도 등이며 수입업체가 발급받은 시험성적 증명서도 제출 가능함 식품 또는 식품첨가물 여부에 따라 필요서류가 상이하나 공통 서류로는 국내 검사기관 등이 발행한 분석 증명서와 식품위생 책임자가 작성한 시설·식품 등 위생관리 기준 관련 서류임 식품에만 해당하는 것은 원재료의 종류, 성분조성, 제조 또는 가공 방법 관련 서류, 첨가물 종류/제조 방법/사용량 관련 서류임 식품첨가물에만 해당하는 것은 물질명, 제조 방법 관련 서류임 	
2	JAS 인증 	취지	<ul style="list-style-type: none"> 식품의 품질 개선 및 거래의 단순화, 생산과 소비의 합리화를 촉진하고자 제정됨
		기관	<ul style="list-style-type: none"> 후생노동성 지정 인증기관
		취득절차	<ul style="list-style-type: none"> 서류 제출 > 서류 평가 > 현장 평가 > 개선요구 > 인증 > 사후관리
		필요서류	<ul style="list-style-type: none"> 신청서, 회사 정보, 제조과정 정보 등

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산물성(農林水産省)

3. 일본 곡물 바 라벨링

[표 6.4] 일본 곡물 바 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 명칭	<ul style="list-style-type: none"> • 품명, 종류별, 명칭 등을 기재
	2. 원재료명	<ul style="list-style-type: none"> • 사용한 원재료를 식품첨가물과 식품첨가물 이외의 원재료로 구분하여 규정에 따라 기재할 것 • 식품첨가물은 중량 배합 많은 순으로 기재할 것 • 식품첨가물 이외의 원재료는 중량 배합 많은 순서를 따르되 가장 일반적 이름으로 기재할 것 • 식품첨가물 이외의 원재료가 2가지 이상(복합 원재료)이면 괄호 안에 배합률 높은 순으로 기재할 것 (단, 주원료에 5% 미만이면 생략 가능)
	3. 내용량 (또는 고품량, 내용 총량)	<ul style="list-style-type: none"> • 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재할 것 • 고품물에 충전액 더한 경우 내용량 대신 고품량과 내용 총량 함께 적을 것 (예: 통조림, 병조림)
	4. 유통기한 ³²⁾	<ul style="list-style-type: none"> • 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한 설정하고 표기할 의무와 책임이 있음 • 제조부터 유통기한까지 3개월 이내의 경우: ‘평성 26년 5월 31일’, ‘26.5.31’, ‘2014.05.31.’, ‘14.5.31’ 중 선택 가능함 • 제조부터 상미기한까지 3개월 넘는 경우: ‘평성 26년 5월’, ‘26.5’, ‘2014.05’, ‘14.5’ 표기 중 선택하거나 3개월 이내의 경우 표기 방법대로 기재해도 무방함
	5. 보존방법	<ul style="list-style-type: none"> • ‘직사광선을 피하고 상온에서 보존’, ‘10℃ 이하에서 보존’, 또는 ‘개봉 후 냉장’ 등의 유의사항 기재 • 상온 보존 이외에 특별한 유의사항이 없는 경우에는 생략 가능
	6. 영양성분 및 열량	<ul style="list-style-type: none"> • 영양성분 표시는 실제 성분량과 비교하여 이상이 없어야 함 • 의무 표시정보: 에너지, 단백질, 지질, 탄수화물, 나트륨(식염 상당량) • 권장 표시정보: 포화지방산, 식이섬유 • 기타 표시정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁)

32) 일본은 상미기한(賞味期限)과 소비기한(消費期限) 두 가지 기한을 사용하고 있음. 상미기한은 맛있게 먹을 수 있는 기한을 뜻하며, 소비기한은 해당 기한까지 섭취할 것을 권장하는 기한임

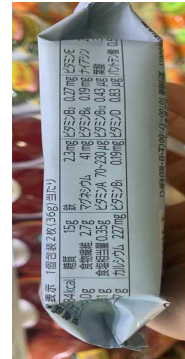
[표 6.4] 일본 곡물 바 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	7. 알레르겐	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 원재료 등³³⁾을 원재료로 사용한 가공식품은 알레르기 유발물질 표시할 것을 권장함 • 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 ‘알레르겐’을 표기할 것 • 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시할 것 • ‘00을 포함’이라는 문구의 00에는 특정 원재료 등 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 ‘00 유래’로 표시할 것 • 2019년 9월 아몬드가 특정 알레르기 물질로 포함되어 제품 패키지에 알레르기 유발물질 표기하도록 추가됨 • 표시 의무 사항은 밀가루, 땅콩을 포함한 7품목임 • 표시 권장 사항은 캐슈넛, 호두, 아몬드를 포함한 21품목임
	8. 식품첨가물	<ul style="list-style-type: none"> • 지정첨가물: 후생노동 대신이 지정한 436품목 • 기존첨가물: 일본에서 이미 사용 중이거나 장기간 사용된 것, 또는 예외로 지정받지 않은 치자 색소, 감 탄닌 등 365품목 • 천연향료 (동식물 유래 물질로 식품에 향 첨가를 목적으로 사용되는 바닐라 향료, 게 향료 등 약 600품목) • 일반 음식 첨가물로 사용되는 것 (딸기 주스, 한천 등 약 100품목) • 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로서, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 인정하지 않음 • 원재료 표시란에 원재료와 식품첨가물을 구분하여 표기해야 하며, 식품첨가물이 많은 순으로 표시해야 함
	9. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 수입품의 경우에는 원산지국을 표시할 것
	10. 수입업체 및 제조업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소를 기재할 것
	11. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> • 단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것
	12. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 일본어로 표기할 것 • 글자의 최소 크기는 8포인트로 할 것

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁)

33) 식품표시기준에서 정한 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것

▶ 일본 곡물 바 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[옆면 라벨링]

[앞면 - 일문 및 영문]

[앞면 - 국문]

- ① Asahi
- ② 栄養機能食品
[カルシウム, 鉄分]
- ③ たんぱく質10g ビタミン10種
植物繊維
- ④ クリーム玄米ブランたんぱく栄養食
- ⑤ さくさく生地
- ⑥ チーズクリーム
- ⑦ クリームチーズ
- ⑧ 치즈7%使用 (生換算)
- ⑨ 1製品 (2枚×2個包装) 当たり
- ⑩ 食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。
- ⑪ 写真は味のイメージです。

- ① 아사히
- ② 영양 기능식품
[칼슘, 철분]
- ③ 단백질 10g 비타민 10종
식물섬유
- ④ 크림현미블랑단백질영양식
- ⑤ 바삭바삭 생지
- ⑥ 치즈 크림
- ⑦ 크림 치즈
- ⑧ 치즈 7% 사용(생환산)
- ⑨ 1제품당 (2매×2개 포장)
- ⑩ 식생활은 주식, 주채, 부채를 기본으로
식사의 균형을.
- ⑪ 사진은 맛에 대한 이미지입니다.

[뒷면 - 일문]

- ① クリーム玄米ブラン
- ② たんぱく栄養食TMとは？
- ③ カラダをつくるたんぱく質と不足しがちなビタミン10種・食物繊維・カルシウム・鉄を手軽に摂れる栄養調整食品です。
- ④ 詳しくはこちら→
- ⑤ カルシウムは、骨や歯の形成に必要な栄養素です。
- ⑥ 鉄は、赤血球を作るのに必要な栄養素です。
- ⑦ 2022.10/B6A 62149
- ⑧ 商品名：
クリーム玄米ブラン クリームチーズ
- ⑨ 名称：
栄養調整食品（たんぱく含有食品）
- ⑩ 原材料名：
 - 小麦粉（国内製造）
 - ショートニング
 - オールブラン
(小麦外皮, 砂糖, その他)
 - 大豆たん白
 - 砂糖
 - デキストリン
 - ブランフ레이크
 - 全卵
 - チーズパウダー
(クリームチーズ60%)
 - 玄米粉
 - 水飴
 - チーズフード
 - 食塩
 - たんぱく質濃縮ホエイパウダー
 - 乳等を主要原料とする食品 / 卵殻Ca
 - セルロース
 - 炭酸Mg
 - 香料
 - 乳化剤

[뒷면 - 국문]

- ① 크림 현미 블랑
- ② 단백질 영양식 TM이란?
- ③ 몸을 만드는 단백질과 부족해지기 쉬운 비타민 10종, 식이섬유, 칼슘, 철을 간편하게 섭취할 수 있는 영양 조절 식품입니다.
- ④ 자세한 사항은 이쪽→
- ⑤ 칼슘은 뼈와 치아 형성에 필요한 영양소입니다.
- ⑥ 철은 적혈구를 만드는 데 필요한 영양소입니다.
- ⑦ 2022.10/B6A 62149
- ⑨ 상품명：
크림 현미 블랑 크림 치즈
- ⑨ 명칭：
영양 조절 식품(단백질 함유 식품)
- ⑩ 원재료명：
 - 밀가루(국내제조)
 - 쇼트닝
 - 올브란
(밀 껍질, 설탕, 기타)
 - 대두 단백질
 - 설탕
 - 덱스트린
 - 브란 플레이크
 - 전란
 - 치즈 파우더
(크림치즈 60%)
 - 현미분
 - 물엿
 - 치즈 푸드
 - 소금
 - 단백질 농축 유청 파우더
 - 젓 등을 주요 원료로 하는 제품/난각Ca
 - 셀룰로오스
 - 탄산Mg
 - 향료
 - 유화제

- 피로린酸第二鉄
- 酸化防止劑 (V.E)
- ナイアシン
- V.E
- パントテン酸Ca
- V.B₂
- V.B₁
- V.A
- V.B₆
- 葉酸
- V.D
- V.B₁₂

- ⑪ 内容量 : 72g (2枚×2個包装)
- ⑫ 賞味期限 : 枠外左下に年月記載
- ⑬ 保存方法 :
直射日光・高温多湿をさけて常温で保存
- ⑭ 販売者 :
アサヒグループ食品株式会社
東京都墨田区吾妻橋1-23-1
- ⑮ 製造所 :
米玉堂食品株式会社
長野県伊那市西箕輪 2148-168
- ⑯ 外袋開封後は、お早めにお召し上がりください。
- ⑰ 万一品質に不都合がございましたら、お手数ですがご購入の月日・店名をお書き添えの上、外袋とともに現品をお客様相談室までお送りください。代品と送料をお送りします。
- ⑱ 本品は1食分に必要な全ての栄養素を含むものではありません。
- ⑲ 摂取目安量 : 1日1~2個包装を目安にお召し上がりください。

- 피로인산제2철
- 산화방지제 (V.E)
- 나이아신
- 비타민E
- 판토텐산Ca
- 비타민.B₂
- 비타민.B₁
- 비타민.A
- 비타민.B₆
- 엽산
- 비타민.D
- 비타민.B₁₂

- ⑪ 내용량 : 72g (2매×2개 포장)
- ⑫ 유통기한 : 테두리 바깥 왼쪽에 연월기재
- ⑬ 보관 방법 :
직사광선, 고온다습한 곳을 피해서 상온보관
- ⑭ 판매자 :
아사히 그룹 식품 주식회사
도쿄 스미다구 아즈마바시 1-23-1
- ⑮ 제조소 :
요네다마도식품 주식회사
나가노현 이나시 니시미와 2148-168
- ⑯ 겉봉투 개봉 후에는 빨리 드세요.
- ⑰ 품질에 문제가 있을 때는 번거로우시겠지만 구매하신 날짜와 가게명을 기재하신 후, 겉봉투와 함께 고객 상담실로 보내 주세요. 대품과 배송비를 보내드립니다.
- ⑱ 본 제품은 한 끼 분의 모든 영양소를 포함하는 것이 아닙니다.
- ⑲ 섭취 기준량 : 1일 1~2개의 포장을 기준으로 드세요.

- ⑳ 1日あたりの摂取目安量の栄養素等表示基準値(18歳以上、基準熱量2,200kcal)に占める割合：
 - 1個包装の場合
カルシウム33% 鉄33%
 - 2個包装の場合
カルシウム66% 鉄67%
- ㉑ 摂取上の注意：本品は、多量摂取により疾病が治癒したり、より健康が増進するものではありません。1日の摂取目安量を守ってください。
- ㉒ 本品は、特定保健用食品と異なり、消費者庁長官による個別審査を受けたものではありません。
- ㉓ 〈お問い合わせ先〉
アサヒグループ食品株式会社
お客様相談室
〒150-0022
東京都渋谷区恵比寿南2-4-1
フリーダイヤル 0120-630-611
受付時間
10:00~17:00
(土・日・祝日を除く)
ホームページ
<http://www.asahi-fh.com>

- ㉑ 1일당 섭취 기준량의 영양소 등 표시 기준치(18세 이상, 기준 열량 2,200kcal)에서 차지하는 비율：
 - 1개 포장의 경우
칼슘 33% 철 33%
 - 2개 포장의 경우
칼슘 66% 철 67%
- ㉑ 섭취상 주의：본 제품은 다량 섭취로 질병이 치유되거나 더욱 건강이 증진되는 것은 아닙니다. 1일 섭취 기준량을 지켜 주십시오.
- ㉒ 본 제품은 특정 보건용 식품과 달리 소비자청 장관의 개별 심사를 받은 것이 아닙니다.
- ㉓ 〈문의처〉
아사히 그룹 식품 주식회사
고객 상담실
〒150-0022 도쿄 시부야구
에비스미나미2-4-1
무료전화 0120-630-611
접수시간
10:00~17:00
(토, 일, 공휴일 제외)
홈페이지
<http://www.asahi-fh.com>

[옆면 - 일문]

① 栄養成分表示
1個包装2枚(36g)あたり

エネルギー	184kcal
たんぱく質	5.00g
脂質	11.00g
炭水化物	17.70g
-糖質	15.00g
-食物繊維	2.70g
食塩相当量	0.35g
カルシウム	227.0mg
鉄	2.3mg
マグネシウム	41mg
ビタミンA	70~230μg
ビタミンB1	0.19mg
ビタミンB2	0.27mg
ビタミンB6	0.19mg
ビタミンB12	0.43μg
ビタミンD	0.83μg
ビタミンE	1.6mg
ナイアシン	2.2mg
葉酸	37μg
パントテン酸	0.53mg

[옆면 - 국문]

① 영양성분 표시
(1개 포장 2매 (36g) 당)

에너지	184kcal
단백질	5.00g
지방	11.00g
탄수화물	17.70g
-당	15.00g
-식이섬유	2.70g
식염 상당량	0.35g
칼슘	227.0mg
철	2.3mg
마그네슘	41mg
비타민A	70~230μg
비타민B1	0.19mg
비타민B2	0.27mg
비타민B6	0.19mg
비타민B12	0.43μg
비타민D	0.83μg
비타민E	1.6mg
나이아신	2.2mg
엽산	37μg
판토텐산	0.53mg

4. 일본 곡물 바 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

일본에서 사용 가능한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준은 일본 식품위생법 제12조에 따라 일본 후생노동성(MHLW)에서 규정하고 있으며 그 종류에는 지정첨가물, 기존첨가물, 천연향료 등이 있음. 특히, 지정첨가물과 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로, 이 리스트에 기재되지 않은 첨가물의 사용은 인정하지 않음. 농산가공품류 식품에 적용되는 일본 식품첨가물 기준 중 일부는 하기 표와 같음. 더욱 자세한 규정 및 기준, 사용조건은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 일본 후생노동성(MHLW) 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.5] 농산가공품류에 적용되는 일본 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	황산칼슘	Calcium sulfate	칼슘으로서 식품의 1.0% 이하	농산가공품류
2	수불용성 미네랄	Water-insoluble minerals	식품의 0.5% 이하 ³⁴⁾	
3	메틸 셀룰로오스	Methyl cellulose	식품의 2.0% 이하 ³⁵⁾	
4	펄라이트	Perlite	식품의 0.5% 이하	
5	탈크	Talc		
6	부탄올	Butanol	일반사용기준 (착향의 목적 이외 사용금지)	
7	에틸바닐린	Ethylvanillin		
8	에테르류	Ethers		
9	시트럴	Citral		
10	이오논	Ionone		

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁), KATI농식품수출정보

34) 식품의 제조 또는 가공상 필요불가결한 경우 이외 사용금지, 산성백토, 백도토, 벤토나이트, 탈크, 모래, 규조토 및 펄라이트 그리고 이들과 유사한 불용성 광물성물질을 2개 물질 이상 사용하는 경우에는 그 합계량이 0.50% 이하여야 함

35) 카르복시메틸셀룰로오스칼슘, 카르복시메틸셀룰로오스나트륨, 카복시메틸스타치나트륨, 전분인산나트륨 및 메틸셀룰로스 중 1종 이상과 함께 사용하는 경우는 그 사용량 합이 2.0% 이하여야 함

▶ **유해물질**

일본 후생노동성(MHLW)은 식품위생법 관련 고시 및 성령(省令)에서 식품 성분규격과 유해물질 기준치를 규정하고 있음. 또한, 적은 수의 유해물질에 대해서는 별도의 통지로 잠정적 규제치 및 식품위생법 제6조를 위반하는 경우로 정함. 이는 부패 혹은 변질된 것 또는 미숙한 것은 판매 또는 판매용으로 제공하기 위하여 채취, 제조, 수입, 가공, 사용, 조리, 저장 혹은 진열해서는 안 된다는 내용을 포함함. 농산가공식품류에 특별히 적용되는 유해물질 기준은 없으며 모든 식품 유형에 적용되는 기준 두 가지가 해당함

[표 6.6] 농산가공식품류에 적용되는 일본 유해물질 기준

순번	유해 물질명	영문명	함량정보	식품 유형
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	10ppb 이하	모든 식품
2	심피툼 (컴프리)	Symphytum (Comfrey)	불검출 ³⁶⁾	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

36) 해당 물질이 검출되면 안 된다는 의미임

▶ 알레르겐

일본 식품표시기준에서 정한 특정 원재료를 사용한 가공식품 및 특정 원재료를 이용한 첨가물을 함유한 식품은 알레르기 유발물질을 표시할 의무가 있음. 개별 표시의 원칙에 의한 표시 방법은 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것을 원재료로 포함하는 경우에는 원칙적으로 원재료명 바로 뒤에, 괄호 안에 특정 원재료 등을 포함하고 있음을 표시해야 함. 표시 의무가 있는 7개 물질과 표시를 권장하는 21개의 물질의 목록은 다음과 같음. 고객사 곡물 바 재료 중 밀 성분은 표시 의무가 있는 성분이므로 라벨링 시 반드시 표기해야 함

[표 6.7] 일본 알레르겐 표기 대상 성분

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 제품 포함 여부	순번	표시 의무 여부	대상	고객사 제품 포함 여부
1	의무	밀	V (밀)	15	권장	오렌지	(-)
2	의무	새우	(-)	16	권장	키위	(-)
3	의무	계	(-)	17	권장	바나나	(-)
4	의무	달걀	(-)	18	권장	복숭아	(-)
5	의무	땅콩	(-)	19	권장	사과	(-)
6	의무	우유	(-)	20	권장	소고기	(-)
7	의무	메밀	(-)	21	권장	돼지고기	(-)
8	권장	아몬드	(-)	22	권장	닭고기	(-)
9	권장	캐슈넛	(-)	23	권장	젤라틴	(-)
10	권장	전복	(-)	24	권장	송이버섯	(-)
11	권장	오징어	(-)	25	권장	참깨	(-)
12	권장	연어	(-)	26	권장	참마	(-)
13	권장	연어 알	(-)	27	권장	대두	(-)
14	권장	고등어	(-)	28	권장	호두	(-)

자료: 일본 소비자청(消費者庁)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 류스타일(Ryu Style)

Interview ② 에루로즈(エルローズ)

Interview ③ 쿠니스타일(Kuni Style)

일본(Japan) 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 수입 · 유통업체 ○	류스타일 (Ryu Style)	에루로즈 (エルローズ)	쿠니스타일 (Kuni Style)
	업체 ▶ 수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체
▶			
▶	인스턴트 오트밀	단백질 바	유기농 과일&너트 바
사진 자료: 각 제품 판매 페이지			

일본(Japan) 수입·유통업체 인터뷰 요약			
고객사	일본 곡물 바 인기제품	추천 유통채널	고객사 제품 피드백
류스타일 (Ryu Style) 수입 · 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 곡물 바보다는 시리얼 제품이 더 인기 많음 퀘이커 브랜드에 대한 소비자 선호도가 가장 높음 	<ul style="list-style-type: none"> 수입 곡물 바는 온라인으로 흔히 접할 수 있는 제품이 많아 온라인으로 진출을 추천함 	<ul style="list-style-type: none"> 50g은 적당한 용량 원산지로 아시아권보다 미국, 유럽 제품을 더 선호
에루로즈 (エルローズ) 수입 · 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 카르만스 제품으로 캐러멜 맛과 요거트 베리 맛이 인기 땅콩, 아몬드, 건포도, 해바라기씨 등이 주성분 	<ul style="list-style-type: none"> 슈퍼마켓에서 유기농 곡물 바를 카운터에 진열하는 경우가 있어 홍보효과 면에서 슈퍼마켓도 효과적임 	<ul style="list-style-type: none"> 50g 용량은 적당하나, 가격은 비싼 편임 한 입 사이즈보다 한 손에 쥐고 먹을 수 있는 바 형태가 더 선호됨
쿠니스타일 (Kuni Style) 수입 · 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 제품인 테이스트 오브 네이처 제품으로 아몬드, 체리, 코코넛, 석류 4가지 맛 아몬드, 캐슈넛, 땅콩 등과 과일 함유 제품이 선호됨 가격대는 일반 곡물 바보다 높게 책정되어 있음 	<ul style="list-style-type: none"> 간식, 아침대용으로 소비되는 제품이므로 편의점이나 미니마켓 추천 온라인 판매가 원활한 편이므로 온라인 채널도 고려해볼만함 	<ul style="list-style-type: none"> 자사의 유기농 제품에 비하면 가격은 적당한 편 유기농 제품이라 프리미엄 브랜드나 영국, 캐나다 제품을 더 선호함 한 입 사이즈에 대한 선호가 높지 않을 것으로 예상
(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사			

Interview ① 류스타일(Ryu Style)

37)

류스타일 (Ryu Style)

- 유형: 수입 · 유통업체
- 업체 특징:
 - 일본 도쿄에서 설립된 수입유통업체
 - 과자, 조미료, 음료 등을 취급하고 있음
 - 미국, 영국, 이탈리아 등에서 제품을 수입하고 있으며 주력 상품은 케이크 제품임

담당자 정보

Shop Manager



류스타일(Ryu Style) Shop Manager

Q. 취급 중인 곡물 바 인기제품은 무엇인가요?

곡물 바 제품 중에는 특별히 인기가 있는 제품을 꼽기는 어렵습니다. 실은 곡물 관련 제품 중에는 곡물 바보다 시리얼 제품이 더 인기가 많습니다. 퀘이커 브랜드가 가장 인지도가 높으며, 해당 브랜드 제품 중에서는 오리지널 오토밀 시리얼이 가장 수요가 많습니다. 용량 336g 제품으로 가격은 496엔(한화 약 5,083원³⁸)으로 귀리가 주원료인 제품입니다.

Q. 일본 소비자들이 선호하는 곡물 원료는 무엇인가요?

퀘이커 제품의 경우, 소비자들의 수요가 꾸준히 있어서 저희 업체에서는 퀘이커 브랜드의 다양한 제품을 취급하고 있습니다. 퀘이커 브랜드가 인기 있는 요인 중에 하나가 바로 귀리를 주원료로 사용한다는 점입니다. 일본 소비자들은 곡물 가공품 구매 시 귀리가 들어간 제품을 가장 많이 선호하는 편입니다.

Q. 고객사 제품이 일본에서 판매되기에 경쟁력이 있다고 생각하시나요?

50g 분량이면 한 번에 먹기 쉬운 용량인 것 같습니다. 플라스틱 파우치 포장 또한 일본 소비자들에게 친숙한 재질입니다. 한 가지 아쉬운 점이라면 제품의 원산지입니다. 저희 업체는 다양한 국가의 제품을 취급하고 있는데, 실제 판매량을 보았을 때 아시아 국가에서 생산된 제품보다 미국 및 유럽에서 생산된 제품 판매량이 더 높은 경향을 보입니다. 이는 일본 소비자들이 상대적으로 미국이나 유럽 브랜드 제품을 선호하는 것과 관련 있어 보입니다.

37) 사진자료: 류스타일(Ryu Style)

38) 100엔=1,024.84원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품은 어떻게 홍보하면 좋을까요?

유기농이라는 부분을 강조하면서 다이어트 효과나 변비 해소 등의 효과에 대해서 함께 강조하면 좋을 것 같습니다. 고객사 제품은 건강을 생각하는 소비자들이 본인 및 가족의 신체 건강을 관리하기 위해 제품을 구매할 것으로 예상되기 때문입니다.

Q. 곡물 바 제품이 일본에 초기 진출할 때 적합한 유통채널은 어디인가요?

소비자들이 소량으로 구매할 때는 편의점을 이용하지만, 대량으로 구매할 때는 주로 온라인을 이용할 것으로 예상됩니다. 수입 곡물 바 제품은 온라인에서 매우 흔하게 판매되는 제품이기 때문에 온라인 채널을 통해 진출하는 것도 좋을 것 같습니다.

Interview ② 에루로즈(エルローズ)

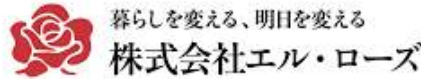
39)

에루로즈 (エルローズ)

- 유형: 수입 · 유통업체
- 업체 특징:
 - 일본 후쿠이시에서 설립된 B2C 수입유통업체
 - 화장품, 생활잡화, 가공식품 등을 취급함
 - 오프라인 매장 운영과 함께 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping)을 통한 온라인 판매를 병행함
 - 호주, 미국 등지에서 수입한 다양한 곡물 바와 스낵을 취급하고 있음

담당자 정보

Sales manager



에루로즈(エルローズ) Sales Manager

Q. 취급 중인 곡물 바 인기제품은 무엇인가요?

호주 뮤즐리 브랜드인 칼만스(Carman's)에서 나온 2가지 맛 곡물 바가 인기가 있습니다. 캐러멜 맛과 요거트 베리 맛 2가지로 개당 40g씩 5개가 한 박스로 구성되어 있습니다. 해당 제품의 주 원료는 아몬드, 해바라기씨, 호박씨, 깨입니다.

Q. 일본 소비자들이 선호하는 곡물 원료는 무엇인가요?

현지에는 견과류 뿐만 아니라 보리, 쌀가루 등이 들어간 시리얼이나 그래놀라 제품 등 다양한 곡물 원료 제품들이 유통되고 있으며, 소비자에 따라 선호하는 곡물 원료가 천차만별입니다. 따라서 특별히 현지 소비자들이 선호하는 곡물 원료를 특정하기에는 무리가 있습니다.

Q. 고객사 제품이 일본에서 판매되기에 경쟁력이 있다고 생각하시나요?

곡물 바 포장도 대부분 플라스틱 파우치를 사용하기 때문에 고객사 제품의 포장도 별 문제가 없어 보입니다. 저희 회사에서 취급하는 곡물 바 제품은 대략 40g정도이니 50g 정도라면 적당하다고 생각합니다. 가격은 10개입 제품이 개당 113.4엔(한화 약 1,162원)에 판매되고 있는데 고객사 제품은 50g에 198엔(한화 약 2,029원)이면 약간 비싼 편이라 할 수 있습니다. 소비자들이 선호하는 용량은 보통 40g입니다.

Q. 한 입 사이즈 타입이 일본 소비자들에게 매력이 있을까요?

바 형태는 한 손으로 먹기 간편하기 때문에 인기가 있다고 생각합니다. 따라서 한 입 사이즈로 제품을 나누는 것 자체가 현지 소비자들에게 큰 메리트로 다가올지는 잘 모르겠습니다. 수입자 입장에서 그동안 잘 판매되던 제품들을 고려해본다면, 한 입 사이즈 제품 보다는 한 손에 쥐고 먹을 수 있는 바 형태가 더 좋다고 생각합니다.

Q. 고객사 제품은 어떻게 홍보하면 좋을까요?

저희 회사는 주로 유기농 제품을 취급하기 때문에 그 점을 홍보합니다. 유기농 제품의 효능이나 이점이 강조될 만한 홍보문구를 사용합니다. 건강에 좋다는 것을 강하게 피력하면 좋을 것 같습니다.

Q. 곡물 바 제품이 일본에 초기 진출할 때 적합한 유통채널은 어디인가요?

슈퍼마켓에서도 비슷한 제품을 판매하고 가끔 오가닉 내추럴 등의 제품을 카운터에 진열하기도 합니다. 따라서 슈퍼마켓도 좋은 유통채널이라고 볼 수 있습니다.

Interview ③ 쿠니스타일 (Kuni Style)

40)

쿠니스타일 (Kuni Style)

- 유형: 수입 · 유통업체
- 업체 특징:
 - 일본 도쿄에서 설립된 수입유통업체로, 화장품, 유기농 식품과 건강식품 등을 판매하고 있음
 - 주로 라쿠텐(Rakuten)을 통해 온라인 판매를 진행하고 있으며, 캐나다에서 수입된 제품을 다수 취급함

담당자 정보

Shop Manager



アーモンド



チェリー



ココナッツ



ザクロ

쿠니스타일(Kuni Style) Shop Manager

Q. 취급 중인 곡물 바 인기제품은 무엇인가요?

캐나다 브랜드인 테이스트 오브 네이처(Taste of Nature)에서 나온 4가지 맛 곡물 바가 인기가 있습니다. 아몬드, 체리, 코코넛, 석류 4종류 중 2가지를 선택해 묶음으로 판매합니다. 곡물 바 개당 40g씩 2개로 구성되며 가격은 1,031엔(한화 약 10,566원)입니다. 해당 제품의 원료는 아몬드, 캐슈넛, 코코넛, 땅콩, 피칸, 건포도, 크랜베리 등으로 제품 종류별로 구성이 상이하며 모두 유기농 원료를 사용한 것이 특징입니다.

Q. 일본 소비자들이 선호하는 곡물 원료는 무엇인가요?

아몬드, 캐슈넛, 땅콩이 인기가 많고, 특히 현미가 첨가된 제품이 인기가 많습니다. 그리고 곡물만 있는 제품보단 과일이 포함된 제품 수요가 더 많은 편입니다.

Q. 고객사 제품이 일본에서 판매되기에 경쟁력이 있다고 생각하시나요?

저희 업체는 웰빙, 건강에 관심이 많은 소비자들을 대상으로 하고 있어 유기농 곡물 바를 취급하고 있습니다. 따라서 일반 곡물 바보다 가격이 높은 편으로 개당 500엔(한화 약 5,124원)이 넘습니다. 오가닉 제품을 찾는 소비자가 많아서 프리미엄 브랜드나 영국, 캐나다 제품을 좀 더 선호하고 있습니다.

Q. 한 입 사이즈 타입이 일본 소비자들에게 매력적이 있을까요?

한 입 사이즈 타입은 일반적인 곡물 바와 큰 차이가 없어 보입니다. 현재 시장에 한 입 사이즈 형태의 포장이 많지 않은 것으로 보아 일본 소비자들에게 매력적인 형태는 아닌 것 같습니다.

Q. 고객사 제품은 어떻게 홍보하면 좋을까요?

오가닉이나 저당, 간편식 등과 같은 키워드를 사용하면 좋을 것 같습니다.

Q. 곡물 바 제품이 일본에 초기 진출할 때 적합한 유통채널은 어디인가요?

곡물 바는 간식이나 아침대용으로 주로 소비되는 제품이기 때문에 편의점이나 미니 마켓에서 유통되면 적합할 것 같습니다. 요즘은 온라인 구매도 많기 때문에 온라인 유통채널을 활용하는 것도 추천합니다.



소비 특징 ① 곡물 바 주요 경쟁제품 키워드, 프로틴 바 및 시리얼 바



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 곡물 바의 주요 경쟁제품 키워드로 프로틴 바 관련 키워드가 가장 빈출되는 것이 확인되었음. 뒤이어 고객사 곡물 바 제품과 가장 유사한 시리얼 바 관련 키워드가 많이 도출되었으며, 견과류로만 이루어진 넛 바 관련 키워드 역시 빈출하였음. 한편 일본 소비자들의 건강 지향 소비 성향 및 간편한 아침 식사 추구로 인해 에너지 바와 같은 곡물 가공 스낵이 인기를 얻고 있는 것으로 나타남

판매 중인 곡물 바의 주요 경쟁브랜드 키워드로는 모리나가세이카 브랜드 관련 키워드가 165건으로 가장 빈출하였으며, 뒤이어 아사히구루푸소쿠린 브랜드 관련 키워드가 155건, 카인드 브랜드 관련 키워드가 39건으로 상위 빈도를 보였음. 한편 일본 현지 곡물 바 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 인기 곡물 바 브랜드로 카르만스 및 테이스트 오브 네이처가 꼽혔음



소비 특징 ② 곡물 바 주요 패키징 키워드, 포장 단위 및 포장 방식 관련 다



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 곡물 바의 주요 패키징 키워드로 '40g', '쁘띠', '30g', '60g' 등 포장 단위와 관련된 패키징 키워드 수가 상위로 도출되는 것으로 나타남. 특히 '쁘띠' 패키징 키워드는 일본에서 고급 원재료로 만든 제품을 작은 포장 단위로 판매하는 것이 인기를 끌면서 상위로 도출된 것으로 분석됨. 또한 '개별포장' 등 제품 포장 방식과 관련된 키워드 역시 다량 도출되는 것으로 확인되었으나, 고객사 제품과 같은 '파우치' 포장 방식 관련 키워드는 2건으로 소량 도출되었음

한편 일본 현지 곡물 바 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 고객사 제품의 50g 포장 단위는 적절한 것으로 나타났으며, 파우치 포장 내에 한 입 사이즈 제품을 포장하는 것보다 한 손에 쥐고 먹을 수 있는 바 형태 포장이 현지 시장 진출에 더 적절하다는 담당자들의 의견이 있었음



소비 특징 ③ 곡물 바 성분 주요 키워드, 대두 및 견과류



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 곡물 바의 주요 성분 키워드로 대두 관련 키워드가 가장 빈출하는 것으로 나타남. 뒤이어 견과, 아몬드 등 견과류 관련 키워드가 많이 도출되었으며, 견포도, 크랜베리 등 과일류 관련 키워드 역시 빈출하였음. 곡물류 관련 키워드 중 가장 많이 도출된 키워드는 밀 관련 키워드였으며, 현미 관련 키워드는 217건으로 전체 키워드 중 8번째로 많이 도출되는 것으로 나타남

한편 일본 현지 곡물 바 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 시장에서는 다양한 종류의 곡물 바 제품이 판매되고 있으며, 소비자에 따라 선호되는 곡물 원료가 다양해 가장 선호되는 곡물 원료에 대한 특징이 어려운 것으로 나타남. 또한 일본 소비자들은 곡물만 함유된 제품보다는 과일이 첨가된 곡물 바 제품을 더 선호하는 편이라는 담당자의 의견이 있었음



주요 유통채널 편의점, 드럭스토어, 하이퍼마켓/슈퍼마켓



곡물 바를 포함하는 스낵 바 카테고리의 일본 현지 유통채널 점유율을 조사한 결과, 편의점이 36.5%로 가장 많은 점유율을 나타냈으며, 드럭스토어가 24.4%, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 20.2%, 혼합 소매업체가 12.8%의 점유율로 뒤를 이었음. 온라인은 2.6%의 낮은 점유율을 보임

한편 일본 현지 곡물 바 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 일반적으로 수입산 곡물 바 제품이 진출하기 원활한 유통채널은 온라인인 것으로 나타났으며, 담당자들 역시 온라인으로의 진출을 추천하였음. 오프라인 유통채널로는 제품의 진출 컨셉에 따라 추천하는 유통채널이 상이한 것으로 나타남. 유기농 곡물 바로의 현지 진출에 적절한 유통채널은 슈퍼마켓으로, 매장 카운터에 진열하는 경우가 있어 홍보효과 측면에서 유리하다는 담당자의 의견이 있었음. 또한 간식이나 아침식사 대응으로의 현지 진출 시에는 편의점이나 미니마켓 진출이 추천되었음

- ▶ Point 01. 일본 수출 위해 후생노동성 사전등록 절차 필수
- ▶ Point 02. 일본 수출 제품 라벨링, 후생노동성 및 소비자청 기준 준수

진입장벽



곡물 바 제품을 일본에 수출 시, 후생노동성 사전등록 절차를 반드시 밟아야 하며, AEO(Authorized Economic Operator) 제도를 통해 신속한 통관 및 비용 절감 등의 효과를 누릴 수 있는 것으로 조사됨. 또한 일본에 제품을 수출 시 후생노동성 및 소비자청 제품 라벨링 표기 기준을 준수해야 하는 것으로 나타남. 한편, 일본 곡물 바 수출 시 필수 취득 인증은 없으나, 식품 품질 관련 인증인 JAS 인증, HACCP 등 다양한 인증을 선택적으로 취득해서 활용할 수 있음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Japan」, 2021.07
2. KATI농식품수출정보, 「일본 곡물 시리얼바 시장동향」, 2017.11.
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Japan Country Report」, 2021.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Japan Country Report」, 2021.02
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Japan Country Report」, 2021.02
6. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02
7. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020
8. 일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020
9. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서 일본 편」, 2020

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
4. 아마존재팬(Amazon Japan) (amazon.co.jp)
5. 라쿠텐(Rakuten) (rakuten.com)
6. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
8. 마이바스켓(My Basket) (www.mybasket.co.jp)
9. 재팬가이드(Japan-Guide) (www.japan-guide.com)
10. 스기약국(Sugi Pharmacy) (www.sugi-net.jp)
11. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
12. 도쿄스토어(東急ストア) (www.tokyu-store.co.jp)
13. 이토요카도(Ito-Yokado) (www.itoyokado.co.jp)
14. 류츠뉴스(Ryutsuu) (www.ryutsuu.biz)
15. 피알타임즈(PR Times) (prtimes.jp)
16. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.sej.co.jp)
17. 로손(Lawson) (www.lawson.co.jp)
18. 웰시아(Welcia) (www.welcia.co.jp)
19. 누트라인그리디언츠아시아(Nutraingredients-Asia) (www.nutraingredients-asia.com)
20. 아시아니케이(Asia Nikkei) (asia.nikkei.com)
21. 츠루하(Tsuruha) (www.tsuruha.co.jp)
22. 관세법령정보포털 (www.unipass.customs.go.kr)
23. 통합 무역정보 서비스 (www.tradenavi.or.kr)
24. 일본 후생노동성(MHLW) (www.mhlw.go.jp)
25. 일본 농림수산성(農林水産省) (www.maff.go.jp)
26. 일본 소비자청(消費者庁) (www.caa.go.jp)
27. 일본 식품 화학연구재단 (www.ffcr.or.jp)
28. 류 스타일(Ryu Style) (www.imported-sweets.com)
29. 에루로스(エルローズ) (www.elle-rose.co.jp)
30. 쿠니스타일(Kuni Style) 라쿠텐 판매 페이지 (www.rakuten.co.jp/kunistyle/index.html)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.12.03

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