한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2021
해외시장 맞춤조사

No.		202112-23
품목		인스턴트 커피믹스(Instant Coffee Mixes)
HS CODE		2101.12-1000
국가		일본(Japan)
구분		시장분석형

KaTi
농식품수출정보

Contents

Ⅰ. 요약 04

Ⅱ. 시장규모

1. 일본 인스턴트 커피믹스 시장규모 06
2. 일본 커피 시장점유율 07
3. 일본 인스턴트 커피 시장점유율 08
4. 일본 인스턴트 커피믹스 수입규모 09

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 인스턴트 커피 성분, 식품 첨가물 다음으로 유제품 성분 많아 12
2. 경쟁브랜드, AGF와 네스카페 13
3. 경쟁제품, ‘AGF 프리미엄 커피’가 1위 14
4. 인스턴트 커피 홍보문구, ‘향’과 ‘선물/답례’ 키워드 강조 15
5. 일본 인스턴트 커피믹스 진출 컨셉 16

Ⅳ. 유통채널 특징

1. 일본 인스턴트 커피믹스 유통채널 비교 18
2. 일본 인스턴트 커피믹스 유통채널 특징 19

Contents

Ⅴ. 온·오프라인 유통채널

1. 일본 인스턴트 커피믹스 주요 온라인 유통채널 24
2. 일본 인스턴트 커피믹스 주요 오프라인 유통채널 30

Ⅵ. 진입장벽

1. 일본 인스턴트 커피믹스 통관 및 검역 절차 39
2. 일본 인스턴트 커피믹스 품질 인증 41
3. 일본 인스턴트 커피믹스 라벨링 42
4. 일본 인스턴트 커피믹스 성분 및 유해물질 48

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

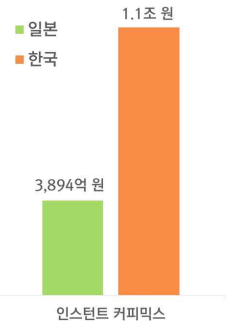
Interview ① 소카이 드링크(SouKai Drink) 53
Interview ② 주식회사 팔도상사(株式会社八道商事) 55
Interview ③ 버닝 카와사키 그룹(燃えるカワサキグループ) 57

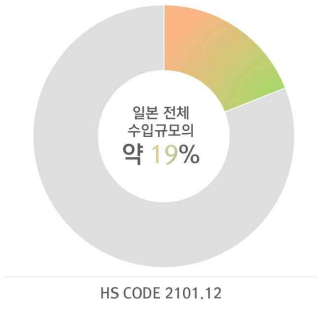
Ⅷ. 시사점 58

※ 참고문헌 61

Summary

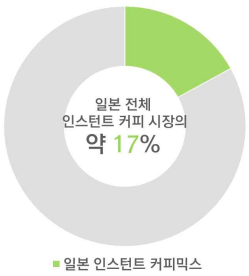
■ 수요 분석





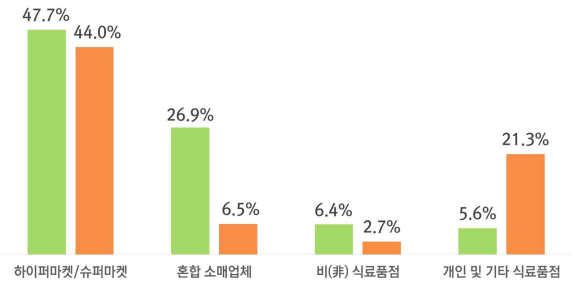
	일본	한국
인스턴트 커피믹스 시장규모	3,894억 원	1.1조 원
	수입(출)액	점유율
일본 對한국 HS CODE 2101.12 수입 현황	22억 원	19%
한국 對일본 HS CODE 2101.12-1000 수출 현황	11.3억 원	6%

■ 시장점유율



■ 소비 특징

■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	• 일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 이온 및 라이프 • 코로나19 이후 대량의 식료품을 대형 매장에서 가끔 구매하는 소비 패턴으로 슈퍼마켓 매출 증가
아시안마트/한인마트	• 한국 콘텐츠의 유행으로 한류 붐이 일며 한국 식품에 대한 수요가 높아져 교외 지역 주거지에 한인마트 다수 입점
온라인	• 코로나19 이후 온라인 시장 이용 연령대의 범위가 넓어짐. 고령층의 온라인 구매 활성화

■ 진입장벽

인증/사전등록	일본 필수 인증 無. 일본 후생노동성 사전등록 필수
라벨링	일본어 표기 필수 밀, 새우, 우유 등 7가지 알레르겐 성분을 포함하는 경우에는 라벨 필수 표기
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

인스턴트 커피 수요	• 최근에는 개인 고객의 수요가 증가 • 맥심 커피스틱, 달콤한 맛과 다양한 제품으로 인기
유통채널 및 홍보문구	• 벌크나 선물용, 수입용 제품 판매에는 온라인 몰 유통이 적합 • 풍부한 향과 우유 맛, 원두의 종류, 섭취하기 간편한 '이지컷' 커피 스틱 제품이라는 점 강조
고객사 제품 피드백	• 고객사 제품의 가격 적절한 것으로 보이나, 현지 수입유통업체에서 취급하는 제품이 더 저렴함 • 소용량보다 대용량 제품이 인기 있을 것으로 예상

■ 요약

Point 01.	• 향후 5년(2021-25년)간 일본 인스턴트 커피믹스 시장 연평균 1% 성장 전망 • 일본 소비자는 인스턴트 커피 구매 시 인증보다는 대형 브랜드의 제품을 믿고 구매하는 경향이 있음. 따라서 일본 소비자에게 '이디야'라는 브랜드를 인식시키는 과정 필요
Point 02.	• 일본 인스턴트 커피 시장 내 인스턴트 커피믹스의 점유율 17%로 다소 낮은 편 • 풍부한 맛과 향이 있는 커피를 선호하는 일본 소비자를 고려하여 무지방 우유와 크림이 제공하는 고객사 제품의 달콤하고 부드러운 맛 강조

II. 시장규모

1. 일본 인스턴트 커피믹스 시장규모
2. 일본 커피 시장점유율
3. 일본 인스턴트 커피 시장점유율
4. 일본 인스턴트 커피믹스 수입규모

1. 일본 인스턴트 커피믹스 시장규모

일본 국가 일반 정보[1]

면적	37.8만㎢
인구	1억 2,626만 명
GDP	5조 818억 달러
1인당 GDP	40,247달러

▶ 일본 인스턴트 커피믹스 시장규모, 최근 5년간 연평균성장률 2%

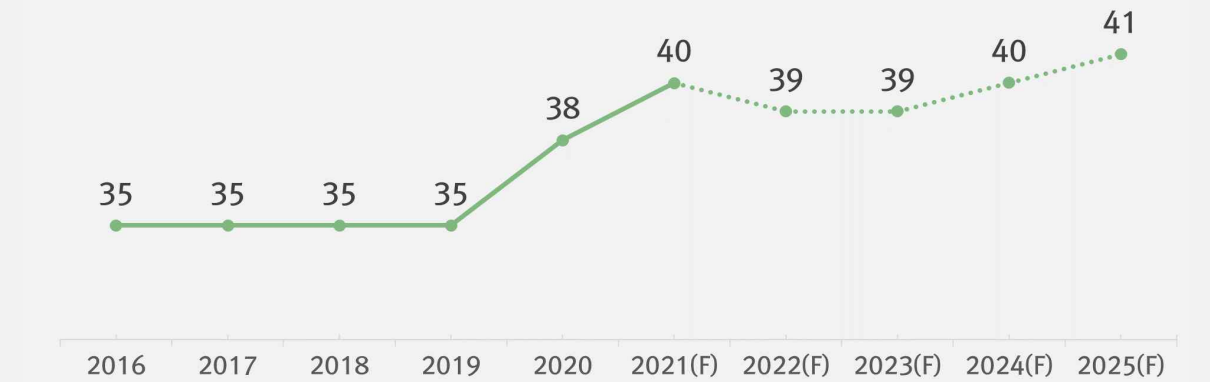
2020년 기준 일본 인스턴트 커피믹스 시장규모는 전년 대비 9% 상승한 약 3,894억 원으로, 약 1.1조 원을 기록한 한국 시장의 약 1/3 규모에 해당함. 2020년 이전에는 정체기에 머무르던 일본 인스턴트 커피믹스 시장이 2020년 접어들며 성장하기 시작한 것으로 조사됨

▶ 일본 인스턴트 커피믹스 시장, 향후 완만한 성장 전망

일본 인스턴트 커피믹스 시장은 향후 5년(2021-25년)간 연평균 1%의 성장률을 기록하여, 2025년 기준 약 4,202억 원의 시장규모를 달성할 것으로 전망됨. 최근 코로나19의 영향으로 일본에서는 카페 대신 집에서 음료를 즐기는 '홈카페'가 유행하고 있으며, 섭취하기 편리하고 휴대하기 좋은 스틱 형태의 인스턴트 커피 상품이 다수 출시되고 있음[2][3][4]

[표 2.1] 일본 인스턴트 커피믹스 시장규모[5][6]

단위 : 십억 엔



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR[7]
인스턴트 커피믹스	35	35	35	35	38	2%
(한화추정액)	(3,587억 원)	(3,587억 원)	(3,587억 원)	(3,587억 원)	(3,894억 원)	
분류	**2021(F)**	**2022(F)**	**2023(F)**	**2024(F)**	**2025(F)**	**CAGR**
인스턴트 커피믹스	40	39	39	40	41	1%
(한화추정액)	(4,099억 원)	(3,997억 원)	(3,997억 원)	(4,099억 원)	(4,202억 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
2) 조사시장: 조사제품 '인스턴티 커피믹스'는 기존 커피믹스의 단점인 텁텁한 끝 맛을 보완하여, 풍부한 크림을 맛볼 수 있는 커피믹스 제품임. 이에 제품의 용도에 따라 '인스턴트 커피믹스'의 시장규모를 조사함
3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Coffee in Japan Country Report」, 2020.12
4) 자료: 카티(KATI), 「일본, '홈카페' 늘면서 스틱 음료 시장도 확대 추세」, 2020.09
5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
6) 100엔=1,024.84원(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 커피 시장점유율

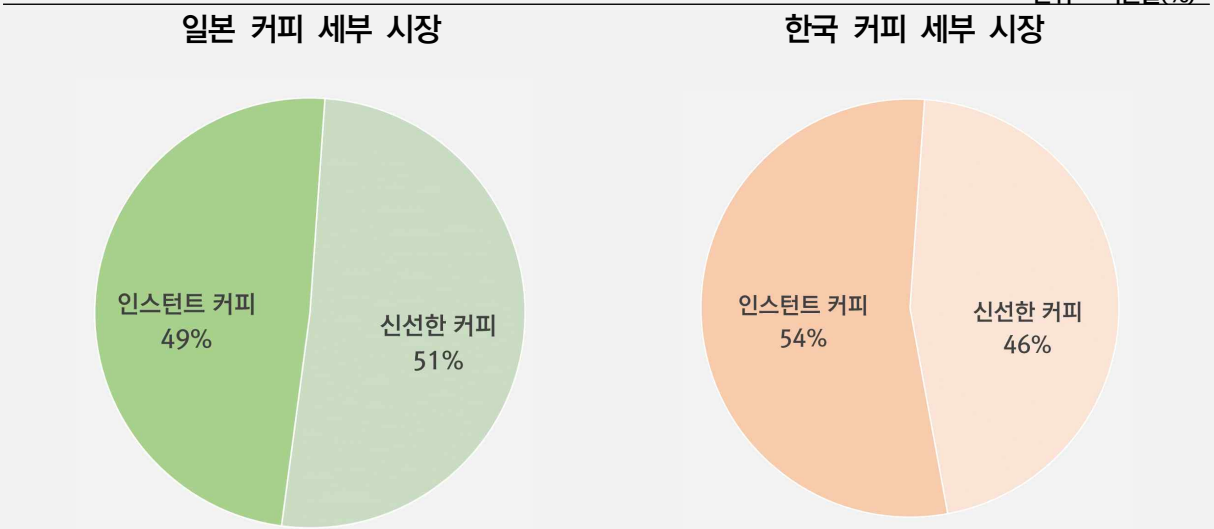
▶ 일본 '인스턴트 커피', 커피 시장 내 절반가량 차지

양국 내 인스턴트 커피의 점유율을 확인하기 위하여 상위 시장의 세부 시장과 그 점유율을 조사함. 일본 커피(약 4.8조 원) 시장과 한국 커피(약 2.5조 원)시장의 세부 시장을 비교하였을 때, 일본의 '인스턴트 커피'의 점유율은 49%로 '신선한 커피'와 근소한 차이로 그 비중이 작았음. 한편, 한국은 '인스턴트 커피'가 점유율 54%로 '신선한 커피'에 비해 점유율이 다소 높은 것으로 확인됨[8)9)]

한편, 향후 코로나19의 완화로 카페 및 커피숍이 정상적으로 운영하기 시작함에 따라, 일본 내 '커피' 매출이 크게 상승할 것으로 예측됨. 향후 5년(2021-25년)간 일본 커피 시장은 매년 꾸준한 성장세를 보여, 2025년 기준 약 5.1조 원의 시장규모를 달성할 것으로 전망됨

[표 2.2] 2020년 일본, 한국 '커피' 시장점유율[10)]

단위 : 백분율(%)



분류	커피	
	인스턴트 커피	신선한 커피
일본	49	51
한국	54	46

자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Coffee in Japan Country Report」, 2020.12
9) 유로모니터상 일본 커피 시장(약 4.8조 원)과 한국 커피 시장(약 2.5조 원)의 시장점유율을 나타냄
10) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

3. 일본 인스턴트 커피 시장점유율

▶ 일본 '인스턴트 커피믹스', 인스턴트 커피 시장 내 점유율 17%

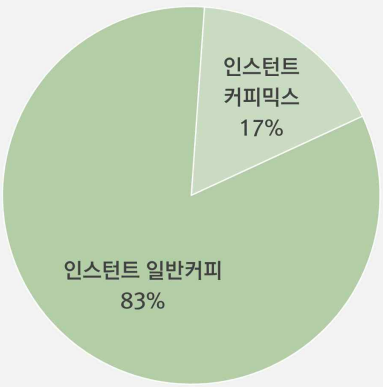
양국의 인스턴트 커피 시장 내 인스턴트 커피믹스의 비중을 확인하기 위하여 상위 시장의 점유율을 조사함. 일본 인스턴트 커피(약 2.4조 원)와 한국 인스턴트 커피(약 1.4조 원)의 세부 시장을 비교하였을 때, 양국의 시장 구성이 극명하게 갈리는 것으로 조사됨. 일본의 '인스턴트 커피믹스' 점유율은 17%로 그 비중이 상당히 낮게 나타난 반면, 한국의 '인스턴트 커피믹스'는 81%로 높은 점유율을 보임[11)12)]

한편, 최근 일본에서는 코로나19의 영향으로 집에서 보내는 시간이 늘어남에 따라 가정 내 커피 소비가 증가추세에 있는 것으로 나타남. 특히, 집에서 간편하게 섭취할 수 있는 스틱 음료의 수요가 증가하고 있으며, 최근 SNS에서 인스턴트 커피와 우유를 섞어 만든 '달고나 커피'가 큰 유행을 끌었으며, 이를 상품화하여 출시한 기업도 있는 것으로 조사됨[13)]

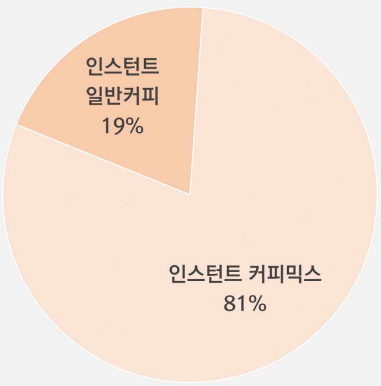
[표 2.3] 2020년 일본, 한국 '인스턴트 커피' 시장점유율[14)]

단위 : 백분율(%)

일본 인스턴트 커피 세부 시장



한국 인스턴트 커피 세부 시장



분류	인스턴트 커피	
	인스턴트 일반커피	인스턴트 커피믹스
일본	83	17
한국	19	81

자료: 유로모니터(Euromonitor)

11) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Coffee in Japan Country Report」, 2020.12
12) 유로모니터상 일본 인스턴트 커피 시장(약 2.4조 원)과 한국 인스턴트 커피 시장(약 1.4조 원)의 시장점유율을 나타냄
13) 자료: 카티(KATI), 「일본의 스틱 음료시장 최신 트렌드」, 2021.08
14) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

4. 일본 인스턴트 커피믹스 수입규모

HS CODE 2101.12

조사품목 '인스턴트 커피믹스'는 '커피·차·마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물로 규정된 제 2101호에 속하며, 이에 '추출물(extract)·에센스(essence)·농축물을 기본 재료로 하거나 커피를 기본 재료로 한 조제품에 해당하는 HS CODE 2101.12를 지표로 선정함

▶ 일본 HS CODE 2101.12 수입액, 연평균성장률 0%에 그쳐

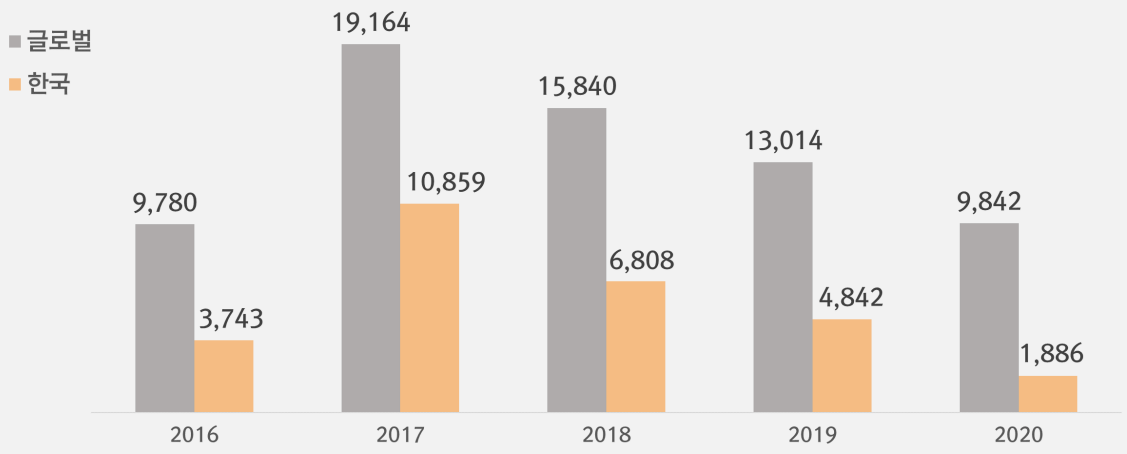
2020년 기준 일본 HS CODE 2101.12 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 24% 감소한 약 115억 원을 기록함. 해당 품목의 글로벌 수입액은 2017년 약 224억 원의 수입액을 기록한 이후 지속적으로 감소하며, 최근 5년(2016-20년)간 유사한 규모를 유지한 것으로 나타남

▶ 일본 HS CODE 2101.12 對한국 수입액, 점유율 19%

2020년 기준 일본 HS CODE 2101.12 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 61% 감소한 약 22억 원을 기록함. 對글로벌 수입액과 마찬가지로 2017년 이후 매년 하락세를 보임. 한편, 글로벌 수입액 기준 1위 국가는 스페인으로, 약 32억 원의 수입액을 기록하며 전체 28%를 차지함. 이어서 프랑스(약 23억 원, 20%), 한국, 베트남(약 19억 원, 17%)이 각각 2위, 3위, 4위인 것으로 조사됨

[표 2.4] 일본 HS CODE 2101.12 수입규모[15)16)17)]

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
일본 對글로벌 수입액	9,780	19,164	15,840	13,014	9,842	0%
(한화추정액)	(114억 원)	(224억 원)	(185억 원)	(152억 원)	(115억 원)	
일본 對한국 수입액	3,743	10,859	6,808	4,842	1,886	-16%
(한화추정액)	(44억 원)	(127억 원)	(80억 원)	(57억 원)	(22억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2101.12 기준

15) 자료: ITC(International Trade Centre)
16) 1달러=1,169.60원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
17) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 인스턴트 커피 성분, 식품 첨가물 다음으로 유제품 성분 많아
2. 경쟁브랜드, AGF와 네스카페
3. 경쟁제품, ‘AGF 프리미엄 커피’가 1위
4. 인스턴트 커피 홍보문구, ‘향’과 ‘선물/답례’ 키워드 강조
5. 일본 인스턴트 커피믹스 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인매장 입점 인스턴트 커피믹스 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 인스턴트 커피(インスタントコーヒー)
- 데이터 수집량 : 3,275건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인매장

▶ 일본 온라인매장 입점 인스턴트 커피믹스 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 성분/맛 ② 경쟁브랜드 ③ 경쟁제품 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
경쟁 브랜드	AGF	agf	614	마운트 하겐	マウントハーゲン	52
	네스 카페	ネスカフェ	564	도토루	ドトールコーヒー	32
	UCC	ucc	179	G7	G7	26
	스타 벅스	スターバックス	164	프렌치카페	フレンチカフェ	3
성분(맛)	유화제	乳化剤	221	아스파탐	アスパルテーム	124
	카제인	カゼイン	204	캐러멜	キャラメル	108
	카페라테	カフェラテ	193	크림	クリーム	81
	우유	牛乳	193	비터	ビター	63
	부드러운	まろやか	181	카푸치노	カプチーノ	54
	탈지 분유	脱脂粉乳	176	지방	脂肪	42
경쟁제품	AGF 프리미엄 커피	贅沢	366	AGF 블렌디 카페라토리	濃厚	148
	네스카페 골드블렌드	ゴールドブレンド	360	AGF 블렌디스틱	ブレンディスティック	55
	네스카페엑셀라	エクセラ	164	AGF 맥심	maxim	48
홍보문구	향기	香り	995	콜롬비아	コロンビア	394
	선물	ギフト	858	결혼	結婚	385
	브라질	ブラジル	493	답례	内祝い	357
	축하	祝い	464	프리미엄	プレミアム	356

1. 인스턴트 커피 성분, 식품 첨가물 다음으로 유제품 성분 많아

▶ '유화제', '카제인나트륨' 등 첨가물 키워드 빈출

- '유화제' 키워드 221건, '카제인' 키워드 204건으로 각 1위, 2위 차지

▶ '우유', '크림'과 같은 유제품 키워드 강조

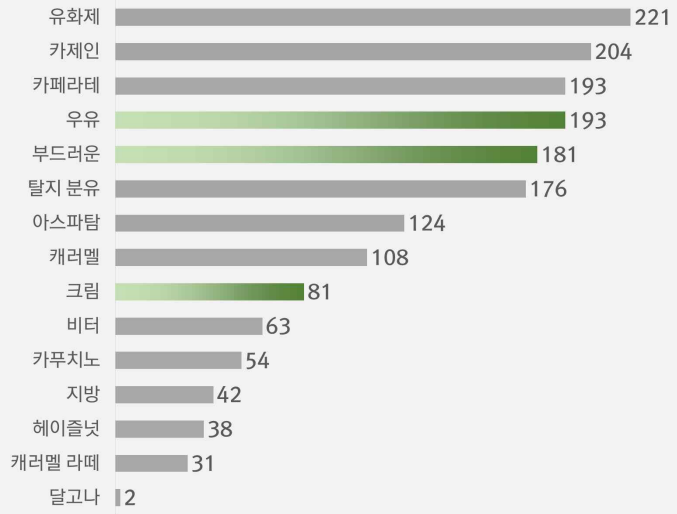
- '우유' 키워드는 193건, '크림' 키워드는 81건으로 부드러운 커피 맛을 강조하기 위한 성분이 상위권에 포진해 있음

▶ 단 맛과 진한 맛을 강조한 제품이 함께 포진

- '캐러멜' 키워드는 108건으로 달콤한 커피를 즐기는 소비자들이 있는 반면, '비터' 키워드로 진한 커피 맛을 즐기는 소비자들도 있어 일본 소비자들의 커피 취향이 다양함을 알 수 있음

1위 유화제		4위 우유		8위 캐러멜	
제품명	부드러운 카페오레	제품명	카푸치노	제품명	카페라토리 캐러멜라떼
브랜드	도토루(DOUTOR)	브랜드	키커피(Key Coffee)	브랜드	블렌디(Blendy)
가격	13gX10/500엔(5,124원)[18]	가격	5.3gX8/259엔(2,654원)	가격	11.5gX7/254엔(2,603원)

[표 3.1] 일본 인스턴트 커피믹스 성분/맛 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 '인스턴트 커피' 관련 게시글 3,275건 분석

18) 100엔=1,024.84원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 경쟁브랜드, AGF와 네스카페

▶ '아지노모토 AGF'와 '네스카페' 브랜드가 1,2위

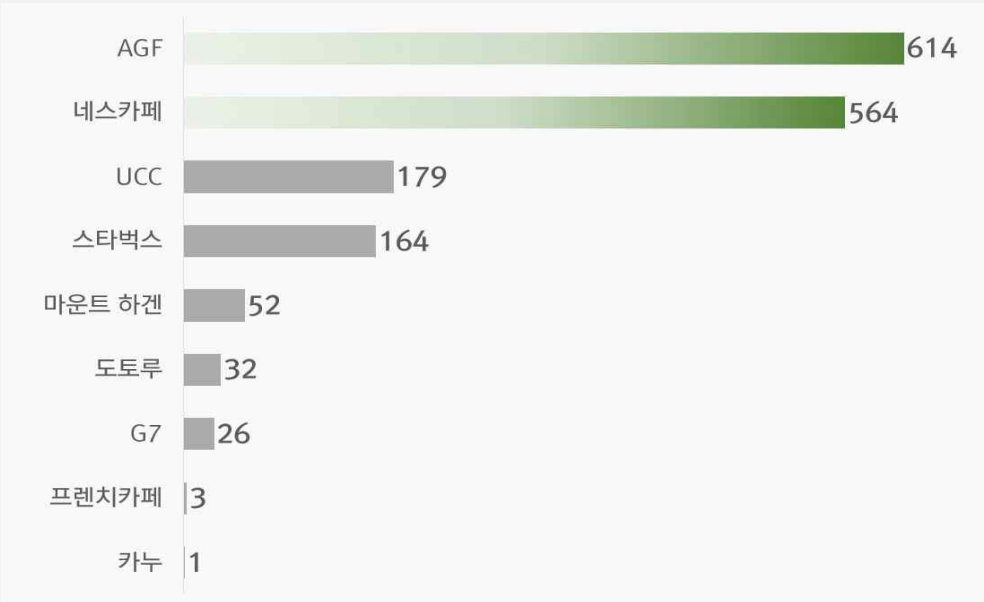
- 'AGF' 키워드 총 614건으로 일본에서 가장 유명한 인스턴트 커피 브랜드 중 하나
- AGF 내에 '블렌디', '맥심' 및 프리미엄 라인 등 여러 하위 브랜드 보유함
- '네스카페'는 키워드 564건 빈출되며 단일 브랜드로는 가장 높은 빈도임

▶ 인스턴트 블랙커피로 대표되는 UCC는 3위

- AGF, 네스카페, UCC등 다양한 브랜드에서 병입 형태로 인스턴트 블랙커피가 많이 판매되고 있는데, 그중에서도 UCC가 대표적
- 병입 상품이나 스틱 제품을 박스에 포장해 선물세트로 구성한 제품도 인기가 많은 편

1위 AGF		2위 네스카페		3위 UCC	
제품명	블렌디 스틱 카페오레	**제품명**	엑셀라 하프앤하프	**제품명**	클래스 원
용량	8.9gX100	**용량**	4.5gX30	**용량**	220g
가격	1,780엔(18,242원)	**가격**	498엔(5,103원)	**가격**	650엔(6,661원)

[표 3.2] 일본 인스턴트 커피믹스 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 '인스턴트 커피' 관련 게시글 3,275건 분석

3. 경쟁제품, ‘AGF 프리미엄 커피’가 1위

▶ AGF 프리미엄 커피가 경쟁제품 1위

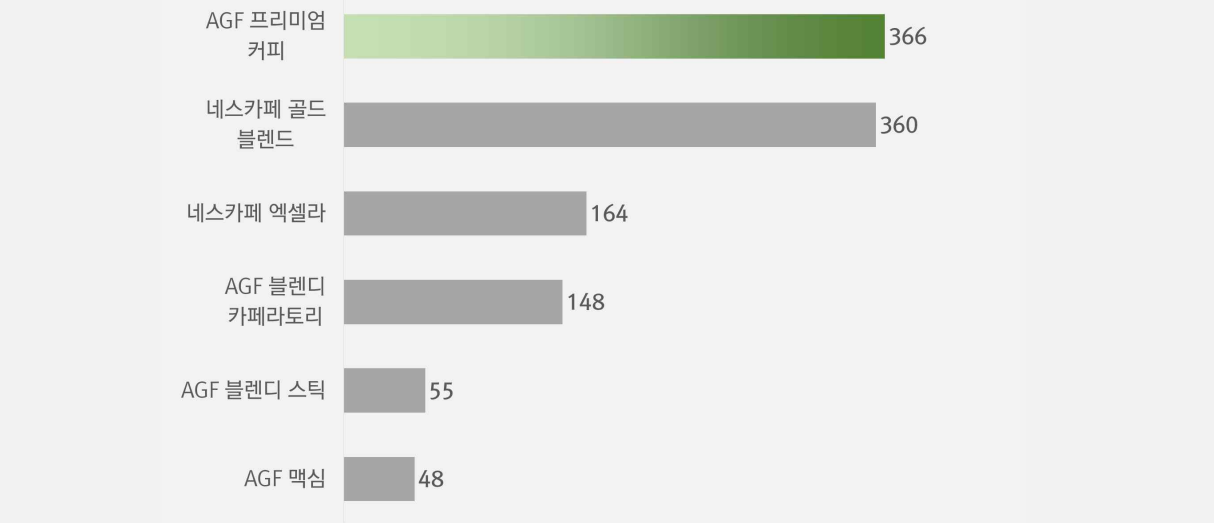
- 원어로 ‘약간 럭셔리한 커피숍(ちょっと贅沢な珈琲店)’을 의미하는 프리미엄 커피로 최근 고급화되는 홈카페 트렌드에 맞추어 고가 라인을 공략함
- 커피믹스 제품으로는 홈카페 느낌을 살린 AGF 블렌디 카페라토리, AGF 블렌디 스틱 제품도 인기가 많은 편

▶ 네스카페 골드 블렌드, 엑셀라 라인업 제품이 인기

- 네스카페 골드 블렌드 제품이 프리미엄 커피 다음으로 많이 판매되는 인기 제품으로 꼽힘
- 3위는 엑셀라 푹신한 라떼로 일본 소비자들이 선호하는 풍성한 크림과 부드러운 맛을 강조한 제품임

1위 프리미엄 커피		2위 골드 블렌드		3위 엑셀라 푹신한 라떼	
브랜드	AGF	**브랜드**	네스카페	**브랜드**	AGF
용량	2gX50	**용량**	7gX100	**용량**	8.9gX100
가격	2,203엔(22,577원)	**가격**	1,836엔(18,816원)	**가격**	1,780엔(18,242원)

[표 3.3] 일본 인스턴트 커피믹스 경쟁제품 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘인스턴트 커피’ 관련 게시글 3,275건 분석

4. 인스턴트 커피 홍보문구, '향'과 '선물/답례' 키워드 강조

▶ 맛 외에도 '향기'를 홍보문구로 활용하는 경우 다수

- '향기' 키워드 995건으로 빈출량 1위
- 향을 강조하여 인스턴트 커피 경험을 강조하려는 시도로 분석됨

▶ '선물', '축하', '결혼', '답례'와 같은 행사 문구 다수 빈출

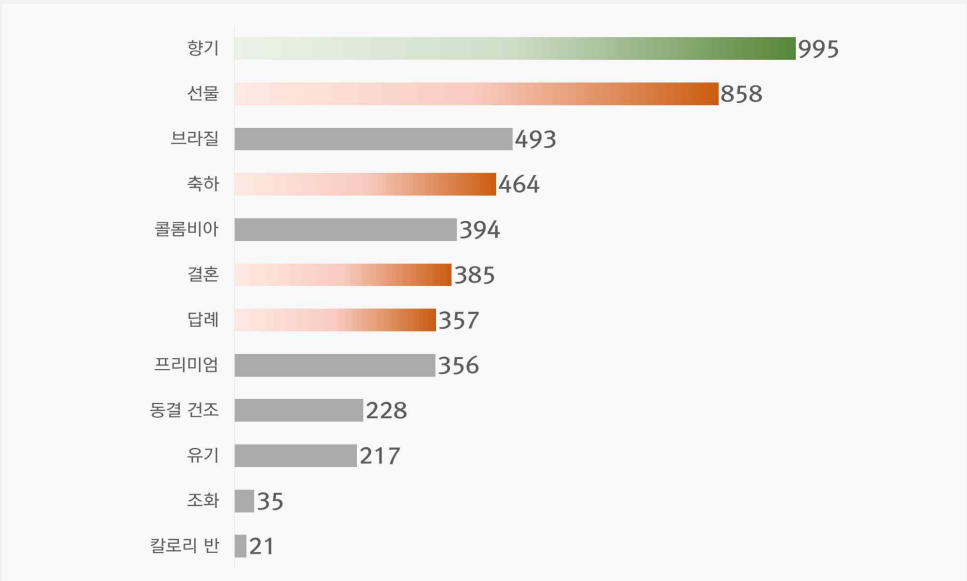
- 선물과 답례 문화가 강한 일본 시장에서 인스턴트 커피를 선물용으로 구매하는 소비자들이 많을 것으로 예상됨
- 어소티드(Assorted) 제품이나 선물 패키지가 많은 것도 주목할 만한 부분

▶ '브라질', '콜럼비아' 등 원산지 문구도 선호

- 선별한 원두 품종을 홍보에 활용하는 점도 프리미엄 마케팅 전략의 일환

1위 향기		2위 선물		3위 브라질	
제품명	골드블렌드 향기가 퍼지는 커피	**제품명**	버라이어티 선물세트	**제품명**	블렌디 로스터즈 & 브라질
브랜드	네스카페(Nescafe)	**브랜드**	에이지에프(AGF)	**브랜드**	에이지에프(AGF)
가격	80g/1,031엔(10,566원)	**가격**	4,644엔(47,593원)	**가격**	4.9gX7/267엔(2,736원)

[표 3.4] 일본 인스턴트 커피믹스 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 '인스턴트 커피' 관련 게시글 3,275건 분석

5. 일본 인스턴트 커피믹스 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 다양한 커피로 구성된 선물하기 좋은 커피믹스

- 홍보문구 2위인 '선물' 활용, 축하와 답례성 소비가 많은 소비자에게 어필
- 고객사의 다양한 제품들을 어소티드 제품으로 구성하여 고객사 제품을 한 번도 시도해보지 않은 소비자에게 다양한 맛을 접할 수 있는 기회 제공

▶ 컨셉 ② _ 극강의 부드러움과 향긋한 원두 향을 살린 커피믹스

- 홍보문구 1위인 '향기' 활용하여 인스턴트 커피의 약점인 향을 강조
- 풍부한 거품과 부드러운 맛을 선호하는 일본 소비자들에게 고객사의 우유와 크림 조합이 차별점으로 작용할 수 있을 것으로 분석됨

▶ 컨셉 ③ _ 럭셔리한 커피 경험을 선사하는 프리미엄 카페라떼

- 홍보문구 8위인 '프리미엄' 활용, 고가의 라인업으로 포지셔닝
- 프리미엄 원두의 맛과 향을 스틱으로 간편하게 즐길 수 있어 홈카페 트렌드와 잘 어울리는 컨셉으로 예상됨

경쟁제품	성분/맛	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
네스카페 골드블렌드	카페라떼	선물	33건	[네스카페 골드블렌드]처럼 다양한 커피들을 선물세트로 구성해, [선물]하기 좋은 [카페라떼]
네스카페 골드블렌드	카페라떼	향기	32건	[원두 향]을 살려 담아 [네스카페 골드블렌드]보다 맛있는 [카페라떼]
(-)	부드러운	향기	30건	무지방 우유가 함유된 식물성 크림으로 극강의 [부드러움]과 [향긋한 원두의 향]을 전달하는 인스턴트 커피믹스
AGF 블렌디 카페라토리	탈지분유	(-)	29건	[탈지 분유]가 아닌 무지방 우유와 크림을 완벽히 배합해 카페에서 주문한 것 같은 [카페라토리] 같은 맛을 내는 커피믹스
AGF 프리미엄 커피	카페라떼	프리미엄	11건	[AGF 프리미엄 커피]처럼 프리미엄 원두로 커피 럭셔리의 극치인 풍부한 향기, 깊은 원두의 맛, 깔끔한 끝맛을 자랑하는 [프리미엄] [카페라떼]

★ 결합 키워드 발생량 : 원료(맛)/패키징/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

Ⅳ. 유통채널 특징

1. 일본 인스턴트 커피믹스 유통채널 비교
2. 일본 인스턴트 커피믹스 유통채널 특징

1. 일본 인스턴트 커피믹스 유통채널 비교

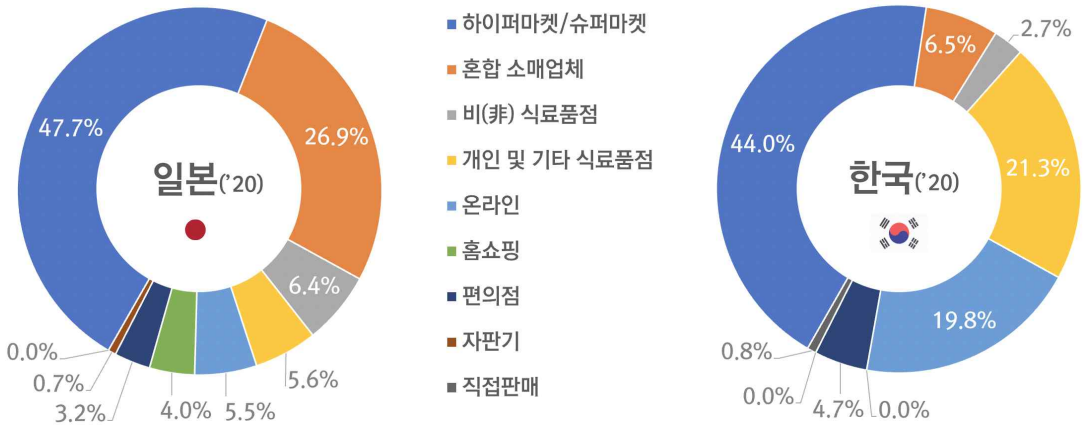
▶ 일본 '하이퍼마켓/슈퍼마켓' 및 '혼합 소매업체' 점유율 총합 70% 상회해

2020년 일본과 한국의 '커피' 유통채널 중 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'의 점유율이 각각 47.7%, 44.0%로 나타나 가장 높은 비율을 차지함. '혼합 소매업체'를 통한 유통은 한국(6.5%)보다 일본(26.9%)에서 더 활발하게 이루어졌으며, '개인 및 기타 식료품점' 유통은 일본(5.6%)보다 한국(21.3%)에서 더 활발했음. '홈쇼핑'은 일본(4.0%)에서만 유효한 채널인 것으로 조사됨

▶ 일본 인스턴트 커피믹스 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 일본 '커피'의 '온라인' 유통채널 점유율은 5.5%로 한국의 19.8% 대비 낮아 아직 인스턴트 커피믹스의 온라인 소비시장이 발전 단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 일본 인스턴트 커피믹스 소매유통채널 점유율



일본 및 한국 소매유통채널 점유율[19][20] 비교[21]		
일본	유형	한국
47.7%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	44.0%
26.9%	혼합 소매업체[22]	6.5%
6.4%	비(非) 식료품점	2.7%
5.6%	개인 및 기타 식료품점[23]	21.3%
5.5%	온라인	19.8%
4.0%	홈쇼핑	0.0%
3.2%	편의점	4.7%
0.7%	자판기	0.0%
0.0%	직접판매	0.8%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

19) 2020년 기준, 일본 및 한국 '커피(Coffee)'의 소매유통채널 점유율임
20) '인스턴트 커피믹스'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '커피(Coffee)'의 정보를 확인함
21) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음
22) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함
23) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

2. 일본 인스턴트 커피믹스 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 기준 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 17조 5,300억 엔(약 179조 6,545억 원[24])의 12.1%를 점유했으며, 산하에 맥스발루(MaxValu), 마루에츠(Maruetsu) 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 선보여[25]

2020년 초반 코로나19 긴급 사태 이후 소비자들이 '소량의 식료품을, 집 근처 소형 매장에서, 자주' 구매하지 않고 '대량의 식료품을, 대형 매장에서, 가끔' 구매하는 패턴으로 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 예측됨. 이로 인해 기존보다 주거 지역과 밀접한 위치에서, 좀 더 작은 규모의 '도시형 미니 슈퍼마켓'을 운영하는 기업이 증가하고 있음. '도시형 미니 슈퍼마켓'과 신선식품을 취급한다는 점에서 편의점과 큰 차이를 보임

[표 4.2] 일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20)[26]	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)

24) 100엔=1,024.84원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
25) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Japan Country Report」, 2021.02
26) 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 기준 일본 편의점 전체 매출액 7조 7,760억 엔(약 79조 6,916억 원)의 43.0%를 점유했으며, 산하에 세븐일레븐(7-Eleven) 1개 브랜드를 두고 있음. 패밀리마트유니홀딩스(Familymart Uny Holdings)는 2020년 전체 매출액의 25.0%를 점유했으며 패밀리마트(Familymart), 토모니(Tomony), 선쿠스(Sunkus) 등의 브랜드를 보유하고 있음

▶ 일본 교외화 현상, 편의점 업체 운영 전략에 영향[27]

코로나19의 여파로 '탈도심화' 현상이 일본에서 주목을 받으며 편의점 업체들의 운영 전략도 그 영향을 받을 것으로 예상됨. 일본 편의점 산업의 선두기업인 세븐일레븐, 패밀리마트, 로손은 코로나19 시기에 매출 타격을 최소화해준 매장들이 대부분 교외 지역에 위치한 매장이었으며, 이들은 교외 지역 중심 출점 전략을 지속할 것이라고 밝힘

[표 4.3] 일본 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20)[28]	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), 데일리야마자키(Daily Yamazaki)
5	이온 (Aeon)	2.8%	미니스톱 (Ministop)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Japan Country Report」, 2021.02
28) 일본 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 아시안마트/한인마트

▶ 일본 주요 아시안마트/한인마트 업체, 장터 및 서울시장

일본 주요 한인마트 업체로는 장터 한국광장(韓国広場), 서울시장(ソウル市場) 등이 있음. 장터 한국광장은 도쿄와 오사카에 매장과 물류센터를 1개씩 보유하고 있는 것으로 조사되었으며, 서울시장은 도쿄에는 매장 1개를, 사이타마에는 물류센터를 보유하고 있는 것으로 나타남

▶ 일본, 한류 붐으로 인한 한국식품 수요 증가로 도쿄 교외 지역에 한인마트 출점[29)]

2020년 12월, 도쿄 인근 교외 지역인 사이타마현 카와구치시에 한국식품 전문 편의점인 칸비니(韓ビニ)가 출점함. 기존의 한인마트는 도쿄, 오사카 등 중심도시에 위치해 있었으나, 영화 기생충이나 드라마 사랑의 불시착과 같은 콘텐츠로 인해 한류 붐이 일며 한국 식품에 대한 수요가 높아짐에 따라 한인마트가 교외 지역 주거지에 입점하게 되었음. 해당 업체는 라면, 유아용 파우치 죽, 과자, 조미료 등 다양한 한국 식품을 일본 편의점 분위기 및 진열방법에 맞추어 배치하였으며, 편의점 카페를 함께 운영하여 한국식 편의점 문화 또한 즐길 수 있도록 점포를 운영하고 있음. 현재 한류 문화에 관심이 높은 일본 젊은 여성 고객의 방문비율이 높은 것으로 조사됨

[표 4.4] 일본 주요 아시안마트/한인마트

순번	기업명	설립연도	매장 수('20)	주요 거점
1	장터 한국광장(韓国広場)	1993년	2개	도쿄, 오사카
2	서울시장(ソウル市場)	2009년	1개	도쿄
3	칸비니(韓ビニ)	2020년	1개	사이타마

자료: 기업 홈페이지

29) 농식품수출정보(KATI), 「일본, 한국 편의점 '韓비니' 오픈」, 2021.05ㅁ

4) 온라인

일본 장년층의
온라인 시장 이용

사진자료: 드림스타임

▶ 일본 주요 온라인 유통채널, 아마존재팬 및 라쿠텐

일본 주요 온라인 유통채널 아마존재팬(Amazon Japan)은 2020년 일본 온라인 유통채널 전체 매출액 12조 3,020억 엔(약 126조 758억 원)의 24.6%를 점유했으며, 산하에 아마존(Amazon) 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 참여[30)]

코로나19의 영향으로 젊은층 이외 인구의 일본 온라인 시장 이용률이 증가함. 기존 온라인 시장의 주요 이용층은 젊은 세대였으나, 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)[31)]	산하 주요 브랜드
1	아마존재팬 (Amazon Japan)	24.6%	아마존 (Amazon)
2	라쿠텐 (Rakuten)	11.7%	라쿠텐 (Rakuten)
3	소프트뱅크 (Softbank)	10.7%	야후쇼핑 (Yahoo Shopping)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

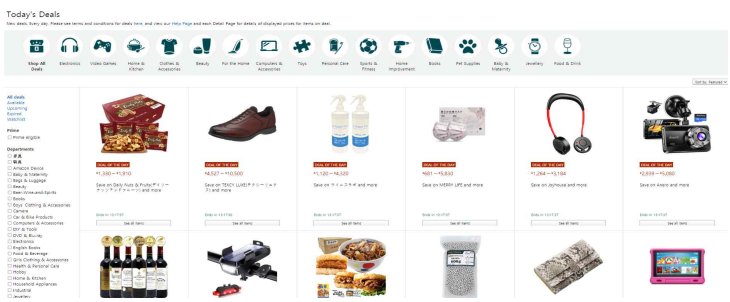
30) 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02
31) 일본 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 일본 인스턴트 커피믹스 주요 온라인 유통채널
2. 일본 인스턴트 커피믹스 주요 오프라인 유통채널

1. 일본 인스턴트 커피믹스 주요 온라인 유통채널 ① 아마존재팬

기업 기본 정보	기업명	아마존재팬(Amazon Japan)	amazon
	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[32])
		운영방식	온라인마켓

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	네스카페(ネスカフェ), 에이지에프(AGF)
		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		

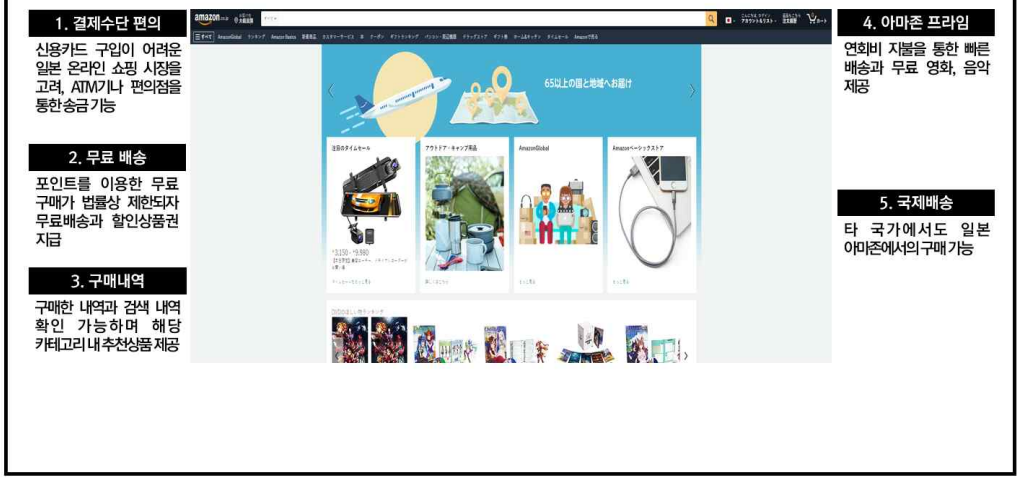
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 – 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭 아마존 셀러 계정 생성 상품 리스팅 – 홈페이지 등록 정보 ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) • 평가 기준 – 아마존 행동강령 준수 – 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 – 전화번호 : +0120-999-373

자료: 아마존재팬(Amazon Japan), 시밀러웹(Simlarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

32) 100엔=1,024.84원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI



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

온라인몰 UI ②

Amazon – 제품 구매 페이지

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)[33]							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	인스턴트 커피	네스카페 (ネスカフェ)	고루도부렌도 (ゴールドブレンド)	일본	845엔 (약 8,659원)	120g	
2	인스턴트 커피	에이지에프 (AGF)	촛토제이타쿠나코히텐 (ちょっと贅沢な珈琲店)	일본	915엔 (약 9,377원)	200g	
3	인스턴트 커피	도토루코히 (ドトール コーヒー)	인스탄토부랏쿠 (インスタントブラック) * 블랙커피	일본	1,451엔 (약 1만 4,870원)	2g * 100개입	
4	인스턴트 커피	기코히 (キーコーヒー)	스페샤루부렌도 (スペシャルブレンド)	일본	1,512엔 (약 1만 5,495원)	300g	
5	인스턴트 커피	마운토하겐 (マウント ハーゲン)	오가닛쿠페아토레도 가페인레스인스탄토코히 (オーガニック フェアトレード カフェインレスインスタント コーヒー) * 유기농, 디카페인	독일	1,135엔 (약 1만 1,631원)	100g	
6	인스턴트 커피	이리 (イリー)	인스탄토코히구라시코 (インスタントコーヒー クラシコ)	스위스	1,564엔 (약 1만 6,028원)	95g	
7	인스턴트 커피	유씨씨 (UCC)	자부렌도117인스탄토코히빈 (ザ・ブレンド 117 インスタントコーヒー 瓶)	브라질	697엔 (약 7,143원)	90g * 2개입	

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

33)조사일(2021.12.09.) 기준 아마존재팬(Amazon Japan) 인스턴트 커피믹스 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

② 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)	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	취급 브랜드	마운토하겐(マウントハーゲン), 다본오가닛쿠마운텐 (ダーボン オーガニックマウンテン)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매 금액 페이백 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 등록 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry) - 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 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

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

온라인몰 UI ②

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

자료: 라쿠텐(Rakuten)
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준)[34]							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	인스턴트 커피	마운토하겐 (マウントハーゲン)	오가닛쿠페아토레도 가페인레스인스탄토코히 (オーガニック フェアトレード カフェインレスインスタントコーヒー)	독일	7,819엔 (약 8만 132원)	100g * 6개입	
2	인스턴트 커피	다본오가닛쿠마운텐 (ダーボンオーガニックマウンテン)	유키인스탄토코히 (有機インスタントコーヒー)	콜롬비아	13,200엔 (약 13만 5,278원)	80g * 20개입	
3	인스턴트 커피	에이지에프 (AGF)	부랏쿠인봇쿠스인스탄토코히 아부이아소토 (ブラックインボックス インスタントコーヒー 焙煎アソート) * 블랙커피	일본	1,148엔 (약 1만 1,765원)	2g * 50개입	
4	인스턴트 커피	유씨씨 (UCC)	인스탄토코히기후토 (インスタントコーヒーギフト)	일본	2,924엔 (약 2만 9,966원)	75g * 4개입, 65g * 2개입	
5	인스턴트 커피	네스카페 (ネスカフェ)	고루도부렌도스틱쿠부랏쿠 (ゴールドブレンド スティック ブラック) * 블랙커피	일본	13,000엔 (약 13만 3,229원)	2g * 216개입	
6	인스턴트 커피	24오가닛쿠데이즈 (24オーガニックデイズ)	오가닛쿠인스탄토코히가페 (オーガニック インスタントコーヒー カフェ) * 유기농	독일	1,360엔 (약 1만 3,937원)	100g	
7	인스턴트 커피	스타밧쿠스 (スターバックス)	푸레미아무소류부루 부랏쿠스틱쿠 (プレミアム ソリュブル ブラックスティック) * 블랙커피	미국	3,080엔 (약 3만 1,565원)	2.3g * 22개입	

자료: 라쿠텐(Rakuten)
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

34) 조사일(2021.12.09.) 기준 라쿠텐(Rakuten) 인스턴트 커피믹스 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

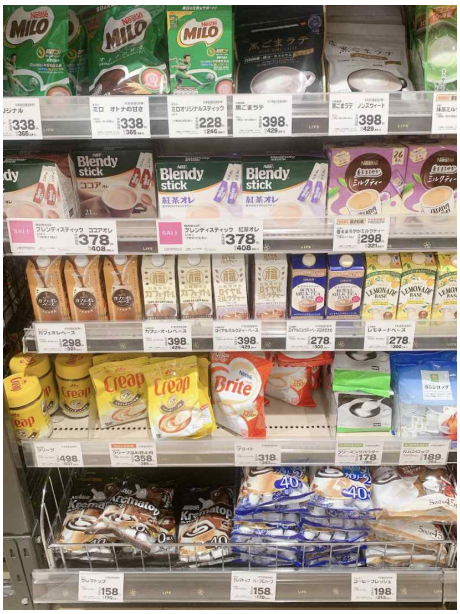
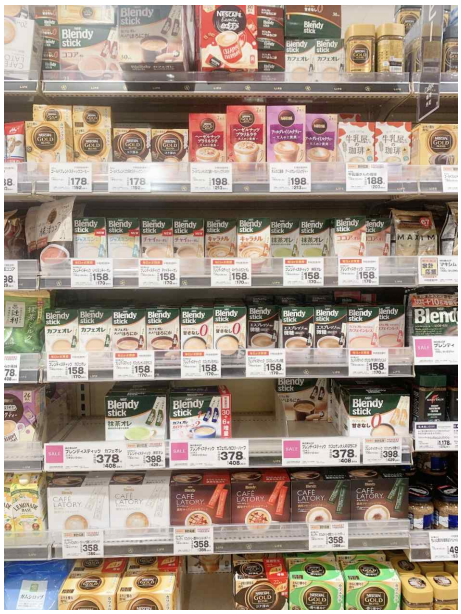
2. 일본 인스턴트 커피믹스 주요 오프라인 유통채널 ① 라이프

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.lifecorp.jp			
	위치	도쿄(Tokyo)			
	규모	매출액('20)	약 7,538억 엔(약 7조 7,252억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('19): 약 275개 • 직원 수('19): 약 2만 7,297명		
	기업 요약	• 라이프 코퍼레이션이 운영하는 슈퍼마켓 브랜드 • 일본에서 두 번째로 큰 슈퍼마켓 체인 • 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지			
소비자 정보	타깃 소비자	성별	남성·여성	직업	학생·직장인·주부
		연령대	전연령대	소득수준	중산층

방문매장 정보	영업시간	09:00 ~ 22:00	
	주소	東京都豊島区要町3-45-4	
	상권	역 근처에 위치하여 유동인구가 매우 많음	
	VMD	취급 브랜드	네스카페(NESCAFE), 에이지에프블렌디(AGF Blendy)
		진열 방식	카테고리별 진열
	매장 전경		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 – 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 – 등록 시 필요한 일반적 정보 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, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 – 전화번호: +81-3-5807-5493 – 이메일: s620@lifecorp.co.jp – 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이

자료: 라이프(Life)
사진 자료: 라이프(Life) 현지 매장 방문 조사

매대 제품 배치 현황		
주력 입점 제품		
	라이프 현지 매장에서는 스틱 형태의 인스턴트 커피믹스를 기타 캡슐 형태의 인스턴트 커피, 스틱 형태의 핫초코, 그리고 커피, 밀크티, 레몬에이드 베이스 등과 함께 진열함. 블랙 커피보다는 우유가 첨가된 카페오레나 카페라테 등의 제품을 다수 판매하고 있으며, 조사 시점 기준 한국 커피 제품은 해당 현지 매장에서 취급하지 않는 것으로 확인됨	

자료: 라이프(Life) 현지 매장 방문 조사
사진 자료: 라이프(Life) 현지 매장 방문 조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	인스턴트 커피믹스	에이지에프블렌디 (AGF Blendy)	카페라토리 노코미루쿠카페라테 (CAFE LATORY 濃厚ミルクカフェラ)	일본	358엔 (약 3,669원)	20개입	
2	인스턴트 커피믹스	에이지에프블렌디 (AGF Blendy)	블렌디스틱카페오레 (Blendy stick カフェオレ)	일본	158엔 (약 1,619원)	8개입	
3	인스턴트 커피믹스	에이지에프블렌디 (AGF Blendy)	블렌디스틱오토나노호로니가 (Blendy stick カフェオレ 大人のほろにが) * 우유 성분이 첨가된 라테	일본	158엔 (약 1,619원)	8개입	
4	인스턴트 커피믹스	네스카페 (NESCAFE)	네스카페골드블렌드카페라테 (NESCAFE GOLD BLEND カフェラテ) * 우유 성분이 첨가된 라테	일본	298엔 (약 3,054원)	22개입	
5	인스턴트 커피믹스	네스카페 (NESCAFE)	네스카페에쿠세라후와라테 (NESCAFE エクセラ ふわラテ) * 우유 성분이 첨가된 라테	일본	298엔 (약 3,054원)	30개입	
6	인스턴트 커피믹스	네스카페 (NESCAFE)	후와라테하후안도하후 (ふわラテハーフ&ハーフ) * 우유 성분이 첨가된 라테	일본	298엔 (약 3,054원)	30개입	
7	인스턴트 커피믹스	네스카페 (NESCAFE)	후와라테맛카리후카이아지 (ふわラテまったり深い味) * 우유 성분이 첨가된 라테	일본	298엔 (약 3,054원)	30개입	
8	인스턴트 커피믹스	네스카페 (NESCAFE)	고루도부렌도코쿠후카메스틱쿠코히 (ゴールドブレンドコク深めスティックコーヒー) * 우유 성분이 첨가된 라테	일본	298엔 (약 3,054원)	22개입	
9	인스턴트 커피믹스	네스카페 (NESCAFE)	고루도부렌도카오리하나야구스틱쿠코히 (ゴールドブレンド香り華やぐスティックコーヒー) * 우유 성분이 첨가된 라테	일본	298엔 (약 3,054원)	22개입	

자료: 라이프(Life) 현지 매장 방문 조사
사진 자료: 라이프(Life) 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 • 매장 수('19): 약 158개 • 직원 수('19): 약 3만 4,000명
	기업 요약	• 세븐앤아이홀딩스(Seven & I Holdings)의 슈퍼마켓 브랜드 • 일본 슈퍼마켓 시장 점유율 3.3% 차지 • 기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 주력

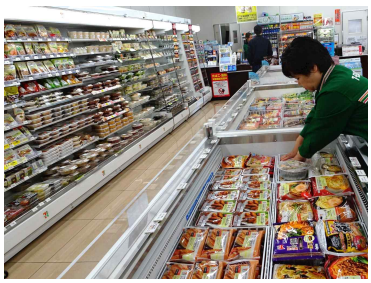
매장정보	입점 가능 품목	• 곡물류, 캔디류, 음료류, 신선식품, 주류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 냉동식품 등
	선호 제품	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 생활용품
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 – 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 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 • 유선 연락을 통한 문의 • 문의사항 연락처 – 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 • 매장 수('21): 약 2만 1,210개 • 직원 수('19): 약 2만 7,297명
	기업 요약	• 2018년 점포 수 2만 개 돌파 • 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 • 2020년 9월 배달 서비스 시작

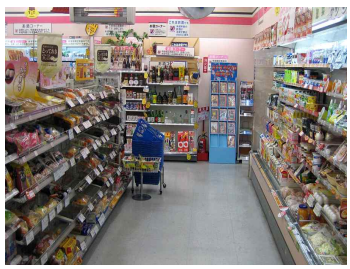
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 제과류, 화장품, 문구, 위생용품 등
	선호 제품	• 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품 다수
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• Seven&I Holdings 홈페이지를 통한 직접 문의 – 첨부 파일 작성하여 이메일로 송부 (7andi.com/en/csr/suppliers/helpline.html) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 – 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 – 등록 시 필요한 일반적 정보 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, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 – 전화번호: +81-3-5793-4370 – 이메일: 7andi-helpline@integrex.jp

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)
사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 리브재팬(Live Japan), 아시아니케이(Asia Nikkei)

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 • 매장 수('19): 약 1만 4,659개 • 직원 수('19): 약 1만 7,395명
	기업 요약	• 1975년 설립, 2001년 미쓰시비 상사가 인수하여 자회사로 편입 • 세븐일레븐, 패밀리마트 다음으로 일본 내 규모가 큰 편의점 업체

매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 제과류, 서적류, 화장품, 위생용품 등
	선호제품	• 디저트류 스낵
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선전화를 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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 - 전화번호: +81-120-07-3963

자료: 로손(Lawson)
사진 자료: 로손(Lawson)

⑤ 장터 한국광장

기업 기본 정보	기업명	장터 한국광장(韓国広場)
	기업구분	아시안마트/한인마트
	홈페이지	shopping.geocities.jp/hiroba
	위치	도쿄(Tokyo)
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 2개
	기업 요약	• 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 • 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료 • 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매 • 식료품 매장 외에도 도매 전문 인터넷 쇼핑몰과 화장품 전문점을 운영 중

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등
	선호 제품	• 한국제품
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-3-3232-9330 - 상담 가능 시간: 08:00-23:00

자료: 장터 한국광장(韓国広場)
사진 자료: 장터 한국광장(韓国広場)

⑥ 서울시장

기업 기본 정보	기업명	서울시장(ソウル市場)
	기업구분	아시안마트/한인마트
	홈페이지	www.seoul-ichiba.com
	위치	도쿄(Tokyo)
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 1개
	기업 요약	• 해피그룹(Happy Group)이 운영하는 식료품 매장으로, 한인마트 외에도 한식당, 치킨 프랜차이즈 운영 • 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 • 신오쿠보(新大久保) 역에서 도보 5분 거리 • 한식 반찬으로 구성된 도시락 판매

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등
	선호 제품	• 한국제품
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) - 이메일을 통한 문의 시 2일 이내 답변 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-48-423-3941 - 이메일: info@seoul-ichiba.com/haptele@gmail.com

자료: 서울시장(ソウル市場)
사진 자료: 서울시장(ソウル市場)

Ⅵ. 진입장벽

1. 일본 인스턴트 커피믹스 통관 및 검역 절차
2. 일본 인스턴트 커피믹스 품질 인증
3. 일본 인스턴트 커피믹스 라벨링
4. 일본 인스턴트 커피믹스 성분 및 유해물질

1. 일본 인스턴트 커피믹스 통관 및 검역 절차[35)]

▶ 일본 인스턴트 커피믹스 수출 시 통관 절차별 참고사항

일본에 가공식품 수출 시에는 후생노동성 사전등록 절차를 반드시 밟아야 함. 이는 국내 담당 기관을 통하여 일본으로 수입되는 식품을 사전에 알리는 절차임. 또한, AEO(Authorized Economic Operator) 제도를 통해 신속한 통관 및 비용 절감 등의 효과를 누릴 수 있음

[표 6.1] 일본 인스턴트 커피믹스 통관 검역 절차

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

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

[표 6.2] 일본 인스턴트 커피믹스 수입절차 관련 사항

단계	확인 사항	
수입신고 서류 제출 시	모든 가공식품	• 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 : 원재료에서부터 제품 완성까지의 공정을 그림으로 나타낸 것 • 개별 규격이 지정되어있는 식품은 시험성적서
	가공식품 처음 수입되는 제품	• 제조자명이 기재된 상품 설명, 또는 수입자 확인을 거쳐 작성한 서류
	같은 식품을 계속 수입하는 경우	• 1년 이내에 실시한 등록검사기관의 지도(자주)검사성적서 또는 행정검사에 합격했을 시의 수입신고서 사본
	수출국 공적 검사기관의 검사를 받은 제품	• 「수출국 공적 검사기관 목록」수록 기관의 검사성적서
검역소 서류 심사	• 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)	• 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)	• 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 농림수산성(農林水産省)

2. 일본 인스턴트 커피믹스 품질 인증

▶ 일본 인스턴트 커피믹스, 적용받는 필수 인증 無

일본으로 인스턴트 커피믹스를 일반 가공식품으로 수출 시 취득해야 하는 필수 인증은 없음. 다만, 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 인스턴트 커피믹스 인증 취득 정보

순번	인증명	취득 정보	
1	일본 후생노동성 사전등록	취지	• 일본 식품위생법에 반하는 식품 등 수입 사전 방지 • 식품 안전성 확보 • 수입절차 간소화 및 소요 시간 단축
		근거 규정	• 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	• 일본 후생노동성
		적용품목	• 농·축·수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품첨가물
		취득절차	• 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	• 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	• 식품의 품질 개선 및 거래의 단순화, 생산과 소비의 합리화를 촉진하고자 제정됨
		기관	• 후생노동성 지정 인증기관
		취득절차	• 서류 제출 〉 서류 평가 〉 현장 평가 〉 개선요구 〉 인증 〉 사후관리
		필요서류	• 신청서, 회사 정보, 제조과정 정보 등

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산성(農林水産省)

3. 일본 인스턴트 커피믹스 라벨링

[표 6.4] 일본 인스턴트 커피믹스 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 명칭	• 품명, 종류별, 명칭 등을 기재
	2. 원재료명	• 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)인 경우 괄호 안에 배합률 높은 순으로 기재할 것 (단, 주원료에 5% 미만이면 생략 가능)
	3. 내용량 (또는 고형량, 내용 총량)	• 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재할 것 • 고형물에 충전액 더한 경우 내용량 대신 고형량과 내용 총량 함께 적을 것 (예: 통조림, 병조림)
	4. 유통기한[36]	• 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	• '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	• 영양성분 표시는 실제 성분량과 비교하여 이상이 없어야 함 • 의무 표시정보: 에너지, 단백질, 지질, 탄수화물, 나트륨(식염상당량) • 권장 표시정보: 포화지방산, 식이섬유 • 기타 표시정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁)

36) 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 인스턴트 커피믹스 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	7. 알레르겐	• 특정 원재료 등[37]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	• 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 식품첨가물로써, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 인정하지 않음 • 원재료 표시란에 원재료와 식품첨가물을 구분하여 표기해야 하며, 식품첨가물이 많은 순으로 표시해야 함
	9. 원산지	• 수입품의 경우에는 원산지국을 표시할 것
	10. 수입업체 및 제조업체 정보	• 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소를 기재할 것
	11. 순중량	• 단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것
	12. 표기 언어	• 일본어로 표기할 것 • 글자의 최소 크기는 8포인트로 할 것

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁)

37) 식품표시기준에서 정한 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것

▶ 일본 인스턴트 커피믹스 라벨 샘플

[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]
[앞면 – 일문 및 영문]	**[앞면 – 국문]**
① より上質な香りに	① 더 좋은 향기로
② NESCAFE GOLD BLEND	② 네스카페 골드 블렌드
③ カフェラテ	③ 카페라떼
④ ２２本入 レギュラーソリュブルコーヒー使用	④ 22개입 레귤러 솔러블 커피 사용
⑤ １本当たり 熱量33kcal ２% さらに詳しく	⑤ 1잔 당 열량 33kcal 2% 더 자세히
⑥ 栄養素等表基準値（2015） １日の目安に対して	⑥ 영양소 기준 가치(2015) 1일 기준치에 대하여
⑦ 写真はイメージです。	⑦ 사진은 이미지입니다.
[뒷면 – 일문]	**[뒷면 – 국문]**
① お湯を注ぐだけで簡単に楽しめる スティックコーヒーミックスタイプ	① 뜨거운 물을 붓는 것만으로 쉽게 즐길 수 있는 스틱 커피 믹스 타입

② 微粉砕したコーヒー豆の粒を包み込むネスカフェ独自の「挽き豆包み製法」を採用。

③ 入れ立ての上質な香りとマイルドな味わいの「ネスカフェゴールドブレンド」をベースに、クリーマーと甘さをバランスよくミックス。

④ さらに詳しく
栄養成分表示
1本（7g）当たり

		摂取目安に対する配合
熱量	33kcal	2%
たんぱく質	0.4g	0.5%
脂質	1.8g	3%
炭水化物	3.9g	1%
食塩相当量	0.2g	3%

*「摂取目安に対する場合」は、栄養素等表示基準値（2015）より算出

⑤ ご存知ですか？
コーヒーに豊富に含まれるポリフェノール（クロロゲン酸類など）は、若々しい毎日をサポートする健康パワーが注目されています。詳しくは…

⑥ ポリフェノール
（ クロロゲン酸類など）
３００mg以上/１本（7g）当たり

⑦ お客様の声をお聞かせください
ネスレお客様相談室
- 〒651-0087
- 神戸市中央区御幸通7-1-15
- 0120-00-5916

② 미세 분쇄한 커피콩의 알갱이를 감싸는 네스카페의 독자적인「분쇄 콩 포장 방법」적용

③ 신선한 고품질의 향기와 부드러운 맛의「네스카페 골드 블렌드」를 베이스로 크리머와 단맛의 균형있는 믹스

④ 더 자세하게
영양 성분 표시
1개(7g) 당

		섭취 기준에 대한 배합
열량	33kcal	2%
단백질	0.4g	0.5%
지질	1.8g	3%
탄수화물	3.9g	1%
식염상당량	0.2g	3%

*「섭취 기준에 대한 경우는 영양소 등 표시 기준치(2015)로부터 산출됨

⑤ 아시나요?
커피에 풍부하게 포함된 폴리페놀(클로로겐산류 등)은 젊은 일상을 돕는 건강한 힘으로 주목받고 있습니다. 더욱 자세한 정보는...

⑥ 폴리페놀
(클로로겐산류 등)
300mg 이상 / 1잔 당(7g)

⑦ 고객님의 목소리를 들려주세요.
네슬레 고객 상담실
- 〒651-0087
- 고베시 주오구 오유키도리 7-1-15
- 0120-00-5916

[옆면 라벨링 1]	[옆면 라벨링 2]
[옆면 1 – 일문]	**[옆면 1 – 국문]**
① ホットでもアイスでもおいしい 飲み方（1本が1杯分です）	① 따뜻하게 또는 차갑게 맛있게 마시는 방법
② ホット スティック1本 + お湯 160∽180ml + 軽くかきまぜる	② 핫 스틱 1개 + 뜨거운 물 160-180ml + 가볍게 휘젓기
③ アイス スティック1本 + お湯 80∽100ml + 軽くかきまぜる + たっぷりの氷を入れかき混ぜる	③ 아이스 스틱 1개 + 뜨거운 물 80-100ml + 가볍게 섞기 + 충분한 얼음을 넣고 섞기
④ 開け口	④ 입구
⑤ スティックコーヒー ミックスタイプ	⑤ 스틱 커피 믹스 타입
[옆면 2 – 일문]	**[옆면 2 – 국문]**
① 賞味期限: 未開封（上段） ロット番号（下段） 2023.01 L12304912／1501	① 유통기한: 미개봉 (상단) 롯트 번호(하단) 2023.01 L12304912／1501
② 名称：コーヒーミックス	② 명칭: 커피믹스

③ 原材料名： - コーンシロップ - コーヒー - 植物油脂 - カゼイン - 食塩 - 乳等を主要原料とする食品/pH調整剤 - 乳化剤 - 甘味料(アセスルファムK、スクラロース)	③ 원재료명: - 옥수수 시럽 - 커피 - 식물유지 - 카제인 - 식염 - 우유 등을 주원료로 하는 식품 /pH조정제 - 유화제 - 감미료(아세설팜K, 수크랄로스)
④ 内容量：173.8g(7.9g×22本)	④ 내용량: 173.8g(7.9gx22개)
⑤ 賞味期限：上部に記載	⑤ 유통기한: 상부에 기재
⑥ 保存方法： 直射日光を避け、低温・乾燥した場所に保存してください。	⑥ 보관방법: 직사광선을 피하여 저온 건조한 장소에 보관하세요.
⑦ 製造者：ネスレ日本株式会社 - 神戸市中央区御幸通7-1-15	⑦ 제조자: 네슬레 일본 주식회사 - 고베시 주오구 오유키도리 7-1-15
⑧ 製造者：ネスレ日本株式会社 (島田工場) - 静岡県島田市細島1700	⑧ 제조자: 네슬레 일본 주식회사 (시마다 공장) - 시즈오카현 시마다시 호소시마 1700
⑨ 原材料に含まれるアレルゲン（28品目中): 乳	⑨ 원재료에 포함되는 알레르겐 (28품목 중): 우유
⑩ 小袋開封後はすぐにお召し上がりください。	⑩ 개봉 후 즉시 섭취하세요.
⑪ 国産	⑪ 국산
⑫ 毎日のポリフェノール習慣 毎日当選のチャンス！ ネスカフェ３杯	⑫ 일일 폴리페놀 습관 매일 당첨의 기회! 네스카페 3개입

4. 일본 인스턴트 커피믹스 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

일본에서 사용 가능한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준은 일본 식품위생법 제 12조에 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. 고객사 인스턴트 커피믹스에 적용되는 식품첨가물 기준 중 일부는 하기 표와 같음. 자세한 기준 및 사용조건은 일본 후생노동성(MHLW) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.5] 고객사 인스턴트 커피믹스에 적용되는 일본 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	구연산칼슘	Calcium citrate	칼슘으로서 식품의 1.0% 이하	커피[38]
2	글루콘산칼슘	Calcium gluconate		
3	황산칼슘	Calcium sulfate		
4	퍼라이트	Perlite	식품의 0.5% 이하[39]	
5	탤크	Talc		
6	폴리아크릴산나트륨	Sodium polyacrylate	식품의 0.2% 이하	
7	메틸 셀룰로오스	Methyl cellulose	2.0% 이하[40]	
8	아세트산벤질	Benzyl acetate	일반사용기준 (착향의 목적 이외 사용금지)	
9	안트라닐산메틸	Methyl anthranilate		
10	프로판올	Propanol		

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

38) 커피 원두를 가공한 것이거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것으로서 볶은커피(커피원두를 볶은 것 또는 이를 분쇄한 것), 인스턴트 커피(볶은커피의 가용성 추출액을 건조한 것), 조제커피, 액상커피(유가공품에 커피를 혼합하여 음용하도록 만든 것으로서 커피고형분 0.5% 이상인 제품 포함)를 말함

39) 식품의 제조 또는 가공상 반드시 필요한 경우 이외 사용 금지. 산성백토, 백도토 벤토나이트, 탤크, 모래, 규조토, 퍼라이트, 이들과 유사한 불용성 광물성물질을 두 종류 이상 함께 사용하는 경우에는 그 합계량이 0.5% 이하여야 함

40) 카르복시메틸셀룰로스칼슘, 카르복시메틸셀룰로스나트륨, 카복시메틸스타치나트륨, 전분인산나트륨, 메틸셀룰로스와 함께 사용하는 경우에는 그 사용량의 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 제 6조를 위반하는 경우로 정함. 이는 부패 혹은 변질된 것 또는 미숙한 것은 판매용으로 제공하기 위하여 채취, 제조, 수입, 가공, 사용, 조리, 저장 혹은 진열해서는 안 된다는 내용을 포함하고 있음. 하기 표는 고객사 인스턴트 커피믹스에 적용되는 일본 유해물질 기준을 분석한 결과임

[표 6.6] 고객사 인스턴트 커피믹스에 적용되는 일본 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	함량정보	대상
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	10ppb	커피
2	심피툼 (컴프리)	Symphytum (Comfrey)	불검출[41]	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

41) 해당 물질이 검출되면 안된다는 의미임

▶ 알레르겐

일본으로 가공식품을 수출하기 위해서는 일본의 식품표시법과 식품 표시기준 제2장 가공식품에 대한 알레르겐 표시기준을 따라야 함. 식품 표시기준에서 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. 고객사 인스턴트 커피믹스에 적용되는 일본 알레르겐 필수표기 성분 목록은 하기 표와 같음

[표 6.7] 고객사 인스턴트 커피믹스 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	-	15	권장	오렌지	-
2	의무	새우	-	16	권장	키위	-
3	의무	게	-	17	권장	바나나	-
4	의무	달걀	-	18	권장	복숭아	-
5	의무	땅콩	-	19	권장	사과	-
6	의무	우유	V (무지방우유 등)	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	연어알	-	27	권장	대두	-
14	권장	고등어	-	28	권장	호두	-

자료: 일본 소비자청(消費者庁)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 소카이 드링크(SouKai Drink)

Interview ② 주식회사 팔도상사(株式会社八道商事)

Interview ③ 버닝 카와사키 그룹(燃えるカワサキグループ)

일본(Japan)
인터뷰 대상 선정

인터뷰 대상 기업체 선정
· 수입 · 유통업체 ○
· 유통업체 ○

	소카이 드링크 (SouKai Drink)	주식회사 팔도상사 (株式会社八道商事)	버닝 카와사키 그룹 (燃えるカワサキグループ)
업태 ▶	유통업체	수입유통업체	유통업체
취급 ▶			
	인스턴트 커피	인스턴트 커피	인스턴트 커피 선물세트
사진 자료:	제품 판매 페이지		

일본(Japan)
수입·유통업체 인터뷰 요약

고객사	인스턴트 커피 수요	추천 유통 채널	추천 홍보문구
소카이 드링크 (SouKai Drink) 유통업체	• 기존에는 기업 고객 중심 • 최근에는 개별 소비자의 인스턴트 커피 및 커피믹스 구매가 늘고 있음	(-)	• 제품의 향과 맛을 강조하는 문구가 효과적
주식회사 팔도상사 (株式会社 八道商事) 수입·유통업체	• 한국산 맥심 인스턴트 커피 제품이 수요가 높은 편임 • 일본 소비자는 풍부한 맛과 향이 좋은 커피를 선호함	• 벌크 타입의 커피나 선물세트는 라쿠텐 등 온라인 몰에서 판매하기 적합함	• 풍부한 우유 맛이 느껴지는 커피라는 점을 강조
버닝 카와사키 그룹 (燃える カワサキグループ) 유통업체	• 인스턴트 커피는 선물용에 적합한 카테고리 • 스틱형 커피 선물세트 수요가 높음 • AGF와 네스카페 선물세트 인기 많은 편	• 제품 종류가 다양한 경우, 온라인 플랫폼이 제품을 둘러보고 구매하기에 적합함	• 간편함과 다양한 제품 종류 위주로 홍보

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 소카이 드링크(SouKai Drink)

42)

소카이 드링크 (SouKai Drink)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
  - 도쿄에서 위치하고 있으며, 라쿠텐 그룹이 운영하는 커피, 주스 등 음료 제품 취급
  - 주로 자국산 제품 취급
  - 오프라인 매장은 없음
  - 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo shopping) 등의 온라인 몰을 통해 제품 판매 중

담당자 정보

Customer Support

소카이 드링크 센몬텐(SouKai Drink Senmonten)

Customer Support

Q. 일본 내 인스턴트 커피믹스에 대한 수요는 어떠한가요?

저희는 기업고객이 많은 편인데, 최근에는 개별 소비자들의 구매도 늘어나고 있는 추세입니다. 사무실에서 인스턴트 커피 스틱을 이용해보고 마음에 들어 개인적으로 구매했다는 리뷰도 있습니다. 인스턴트 커피 스틱은 맛도 좋고 간편하게 마실 수 때문입니다.

Q. 한국산 인스턴트 커피인 맥심 제품에 대한 인지도는 어떠한가요?

한국산 맥심 제품보다는 AGF사의 맥심 브랜드가 인지도가 높습니다. 한국산 맥심의 수요가 높은지는 모르겠지만, 같은 커피 브랜드 이름을 사용하는 일본 대형 커피 브랜드 AGF사의 맥심 제품은 일본 소비자들의 많은 사랑을 받고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 용량이 다양한데, 어떤 용량이 일본 수출에 적합할까요?

저희 업체를 이용하는 고객들은 대부분 벌크 제품을 구매하는데, 벌크 제품이 더 편리하기 때문입니다. 소량 제품을 찾는 고객들은 주로 지역 슈퍼 마켓에서 제품을 구매합니다.

Q. 경쟁 제품 대비 고객사 제품의 가격대는 적절한가요?

저희 업체에서 판매 중인 제품들이 고객사 제품보다 저렴합니다. AGF의 인스턴트 커피 제품은 2g 용량 제품 100봉 기준으로 1,790엔(한화 약 18,344원)[43]에서 1880엔(한화 약 19,266원) 정도의 가격에 판매되고 있습니다. 인스턴트 커피믹스인 AGF 블렌디 스틱 제품의 경우, 10.5g 용량 제품 100봉을 기준으로 1,995엔(한화 약 20,445원) 정도에 판매되고 있습니다.

Q. 인스턴트 커피 구매 시 소비자들이 중요시하는 인증은 무엇인가요?

인스턴트 스틱 커피 제품을 구매할 때 소비자들은 인증은 크게 중요시하지 않으며 주로 대기업 제품을 구매합니다. 소비자들은 유명한 브랜드의 제품은 품질이 어느 정도 보장된다고 생각하기 때문입니다.

42) 사진자료: 라쿠텐(Rakuten)
43) 100엔=1,024.84원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 일본에서 인스턴트 커피 제품을 어떻게 홍보하면 좋을까요?

제품의 향과 맛을 강조하는 문구가 제품 홍보에 효과적일 것 같습니다. 예를 들면, '진한(濃厚)'과 같은 문구가 대표적입니다. 저희는 사용하는 원두의 종류와 커피를 볶는 기술도 홍보하고 있습니다.

Interview ② 주식회사 팔도상사(株式会社八道商事)

44)

주식회사 팔도상사 (株式会社八道商事)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 도쿄에 설립된 한국산 음료, 식품 및 식재료 취급 수입유통업체
  - 오프라인 매장은 없으며 라쿠텐(Rakuten)과 자사 온라인 몰 통해 판매 진행

담당자 정보

Internet Sales Manager

주식회사 팔도상사(株式会社八道商事)

Internet Sales Manager

Q. 일본 내 인스턴트 커피믹스에 대한 수요는 어떠한가요?

맥심 커피 스틱 제품의 수요가 많습니다. 저희 제품을 즐겨 찾는 소비자들은 맥심 제품의 단맛을 선호하며, 맥심 스틱 커피가 다른 일본 커피 스틱 제품보다 맛이 좋아서 찾는다는 의견도 있습니다.

Q. 한국산 인스턴트 커피인 맥심 제품에 대한 인지도는 어떠한가요?

맥심 커피는 서로 다른 고객층을 겨냥한 다양한 제품 종류를 보유하고 있습니다. 특히, 모카 골드 커피가 아로마와 맛이 좋아 인기가 많습니다. 많은 일본 소비자가 풍부한 맛과 향이 있는 커피를 선호하기 때문에 따뜻한 커피를 즐겨 마십니다.

Q. 고객사 제품 용량이 다양한데, 어떤 용량이 일본 수출에 적합할까요?

맥심 인스턴트 커피는 100포에 1,844엔(한화 약 18,898원), 맥심 화이트 골드 제품은 100포에 2,532엔(한화 약 25,948원), 맥심 모카 골드 제품은 20포에 630엔(한화 약 6,456원)입니다. 일본 소비자들은 소용량보다는 용량 대비 가격이 저렴한 대용량 제품을 구매하는 편입니다. 소비자들이 한 종류 커피가 맛있으면 다른 종류로 바꾸지 않고 그 커피를 계속 구매하는 경향이 있기 때문입니다. 반면, 소용량 제품은 선물용으로 적합합니다. 맥심 커피를 즐겨 마시는 소비자들은 맛이 달콤하고 좋아서 하루에도 몇 봉씩 마신다고 합니다.

Q. 고객사 제품은 어떻게 홍보하면 좋을까요?

맥심 커피를 즐겨 마시는 소비자들은 달달하고 부드럽고, 밀키한 맛을 좋아합니다. 소비자들의 관심을 끌기 위해서는 풍부한 우유 맛이 느껴지는 커피라는 점을 강조하면 좋을 것입니다. 또한, 저희는 맥심 인스턴트 커피가 '이지컷(easy-cut)' 제품이라 개봉할 때 별도의 가위가 필요하지 않다는 점도 홍보하고 있습니다.

44) 사진자료: 라쿠텐(Rakuten)

Q. 고객사 제품은 개별 포장된 스틱형 인스턴트 커피믹스 제품으로, 그 용량이 매우 다양합니다. 고객사 제품의 유통채널로 어디가 적절한가요?

저희 업체의 제품들은 라쿠텐에서 판매가 잘 되고 있습니다. 물론, 인스턴트 커피와 같은 제품들은 슈퍼마켓이나 식료품점에서도 잘 판매됩니다. 온라인 몰은 벌크나 선물용 제품, 그리고 수입용 제품을 판매하기에 적합한 채널입니다.

Interview ③ 버닝 카와사키 그룹(燃えるカワサキグループ)

45)

버닝 카와사키 그룹 (燃えるカワサキグループ)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 지바현에 설립되었으며 주류 및 커피 등 제품의 선물세트를 전문적으로 취급하는 유통업체
  - 주로 자국산 제품 취급
  - 온라인 몰인 라쿠텐(Rakuten)을 통해 판매 진행 중

담당자 정보

Online Store Manager

버닝 카와사키 그룹(燃えるカワサキグループ) Online Store Manager

Q. 일본 내 인스턴트 커피믹스에 대한 수요는 어떠한가요?

인스턴트 커피는 다양한 상황에서 선물용으로 적합한 제품이라 저희는 커피 스틱 선물 세트를 많이 판매하고 있습니다. AGF와 네스카페의 선물세트가 합리적인 가격과 다양한 제품 종류로 인기가 많습니다.

Q. 한국산 인스턴트 커피인 맥심 제품에 대한 인지도는 어떠한가요?

저희는 한국 맥심커피를 취급하지는 않지만, 맥심에 대해서 알고는 있습니다. 저희 업체는 맥심 제품과 비슷한 맛을 가진 여러 커피 체인점과 호텔의 하우스 블렌드 커피 세트 제품을 취급합니다.

Q. 고객사 제품 용량이 다양한데, 어떤 용량이 일본 수출에 적합할까요?

저희 업체는 선물세트 전문점이기 때문에 제품 포장이 럭셔리하고 고급스럽습니다. 그래서 저희 제품은 다른 제품들보다 조금 더 높은 가격에 판매되고 있습니다. 일반적으로, 커피 선물세트는 20-40스틱 기준 2,000엔(한화 약 20,496원)에서 3,000엔(한화 약 30,745원) 정도에 판매되고 있습니다. 고객사 제품을 선물세트로 판매할 의향이 없으시다면, 아마 대용량 제품이 더 인기가 있을 것으로 예상됩니다. 고객사 제품의 가격대는 적절한 편으로 보입니다.

Q. 고객사 제품은 어떻게 홍보하면 좋을까요?

스틱형 커피 제품은 '타먹기 간편한' 점이 가장 큰 장점입니다. 그 밖에도 다양한 제품 종류와 브랜드 자체를 홍보하면 좋을 것 같습니다.

Q. 고객사 제품은 개별 포장된 스틱형 인스턴트 커피믹스 제품으로, 그 용량이 매우 다양합니다. 고객사 제품의 유통채널로 어디가 적절한가요?

저희 업체는 온라인 플랫폼을 활용하고 있는데, 고객들이 저희 제품을 구매하기가 편리하기 때문입니다. 저희는 취급하는 제품의 종류도 광범위해서 소비자 입장에서도 매장에서 제품을 직접 고르는 것보다 온라인으로 둘러보는 것이 훨씬 편리합니다.

45) 사진자료: 라쿠텐(Rakuten)

Ⅷ. 시사점

Export Insights

시장수요

일본 인스턴트 커피믹스 시장, 약 3,894억 원 규모

2020년 일본 인스턴트 커피믹스의 시장규모는 약 3,894억 원으로, 한국 시장의 약 1/3 규모이며 향후 5년(2021-25)간 연평균 1% 성장하여 2025년 기준 약 4,202억 원의 시장규모를 달성할 것으로 전망됨. 최근 일본에서는 코로나19의 영향으로 재택근무가 늘어남에 따라 카페 대신 집에서 음료를 즐기는 이른바 '홈카페'가 유행하고 있으며, 이에 따라 섭취하기 간편한 스틱 형태의 인스턴트 커피 제품이 다수 출시되고 있음. 이러한 외부 환경은 고객사 제품에 기회요인이 될 수 있을 것으로 기대됨

현지 수입유통업체에 따르면, 기존에 인스턴트 커피 및 커피믹스의 주요 고객층은 기업 고객이었으나, 최근에는 개인 소비자의 구매도 증가하는 추세임. 한국산 인스턴트 커피 제품 중에서는 맥심 제품이 특히 수요가 많은 편임. 맥심 인스턴트 커피 스틱을 구매하는 소비자들은 달콤한 맛과 아로마. 그리고 다양한 제품 종류를 구매 이유로 꼽았음. 또한, 일본에서 인스턴트 커피는 선물용으로도 많이 구매하는 품목인 것으로 확인됨

소비 특징

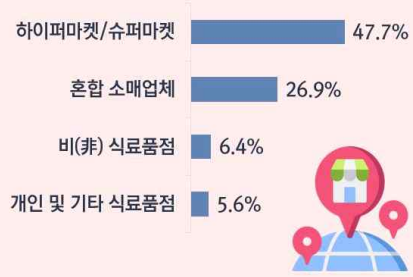
일본 온라인 인스턴트 커피 홍보문구 키워드

일본 온라인 쇼핑몰에 판매되는 인스턴트 커피의 홍보문구 분석 결과, '향기' 키워드가 995건으로 1위를 차지함. 성분/맛 관련 키워드에는 식품첨가물 외에 '우유', '부드러운', '크림'과 같이 부드러운 커피 맛을 강조하기 위한 유제품 관련 문구가 빈출함. 현지 수입유통업체는 일본 소비자는 풍부한 맛과 향이 있는 커피를 선호하여 따뜻한 커피를 즐겨 마시기 때문에 제품 홍보 시 풍부한 우유 맛과 커피향을 강조하는 것을 추천하였음. '선물', '축하', '결혼', '답례' 등의 선물 관련 키워드도 홍보문구 관련 키워드 상위권에서 찾아볼 수 있음. '브라질', '콜롬비아'와 같은 커피 원두의 원산지 키워드도 등장함. 일본 소비자는 인스턴트 커피 제품을 선물용으로도 많이 구매하며, 커피 원두 또한 구매 요인이 될 수 있음을 확인함

한편, 고객사 제품은 박스 당 20개입부터 410개입까지 판매 단위가 매우 다양하게 구성되어 있음. 현지 수입유통업체는 일반 섭취 용도 제품으로는 소용량 제품보다 용량 대비 가격이 더 저렴한 대용량 제품 유통을 추천함. 다만, 선물용 제품으로 포지셔닝 하여 수출하는 경우에는 소용량 제품이 적합하므로 제품의 용도에 대한 고려가 필요할 것으로 보임

Export Insights

유통채널



일본 인스턴트 커피믹스 유통채널 점유율

2020년 일본 인스턴트 커피믹스 유통채널 확인 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 47.7%로 점유율 1위를 차지함. 2020년 초반의 코로나19로 인한 긴급 사태 이후 일본 소비자의 식료품 구매 패턴이 자주 집 근처에 소형 매장에서 소량 구매하던 것에서 가끔 대형 매장에서 대량 구매하는 것으로 변화하여 슈퍼마켓 업계의 매출이 증가함. 편의점의 점유율은 3.2%로 기타 채널 대비 낮은 수준이나, 편의점 내 직접 내려 마시는 커피나 RTD 커피 또한 고객사 제품의 경쟁제품이 될 수 있을 것으로 보임

한편, 현지 수입유통업체는 고객사 제품의 일본 유통에 오프라인 채널보다는 온라인 채널을 추천하였음. 일본 소비자는 직접 소비용으로는 소용량 제품보다는 대용량 제품을 선호하는 경향을 보이며, 벌크 바잉이 가능한 고객사 제품에는 온라인 유통이 적합해 보인다는 의견이 존재함. 물론, 인스턴트 커피 제품은 오프라인 슈퍼마켓이나 식료품점에서도 잘 판매되나, 선물용 및 수입 제품은 온라인 판매가 적합할 것이라는 의견임

수출 확대 전략

무지방 우유와 크림이 제공하는 달콤하고 부드러운 맛 강조

최근 일본에서는 코로나19의 영향으로 재택근무 등 집에서 보내는 시간이 많아지자 카페 대신 집에서 음료를 즐기는 이른바 '홈카페'가 유행하고 있음. 이에 따라 가정에서 간편하게 섭취할 수 있는 스틱 음료 시장이 성장하는 추세임. 고객사 제품의 스틱 형태는 이와 같은 일본 시장 상황에 적합한 것으로 보임. 일본에서 인기 있는 한국산 커피믹스인 맥심 제품을 선호하는 현지 소비자는 다양한 제품 선택의 폭과 단 맛을 선호 이유로 꼽았음. 또한, 현지 수입유통업체도 일본 소비자는 풍부한 맛과 향이 있는 커피를 선호한다고 언급함. 따라서 현지 소비자의 특성을 고려하여 고객사 제품 홍보 시 무지방 우유와 크림이 제공하는 달콤하고 부드러운 맛을 중점으로 홍보할 수 있음. 또한, 인스턴트 커피 시장의 선두 기업인 네스카페와 유사하게 향산화에 뛰어나다고 알려진 커피의 폴리페놀 성분, 간편한 섭취 방법 등을 강조할 수 있음

현지 소비자는 인스턴트 커피 제품 구매 시 제품의 인증 취득 여부를 크게 고려하지 않는 것으로 확인됨. 일본 소비자는 대체로 유명한 브랜드의 인스턴트 커피 제품을 선호하며, 대형 브랜드가 제품의 품질을 보장한다고 생각하는 경향이 있음. 따라서 일본으로 고객사 제품 수출 시, 제품의 홍보도 중요하지만 동시에 브랜드 인지도 제고를 위하여 브랜드 자체에 대한 긍정적인 인식과 신뢰도를 강화하는 것이 필요할 것으로 예상됨. 인스턴트 커피를 선물용으로 구매하는 경우도 많아 선물용 제품 수출 또한 고려해볼 수 있음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Coffee in Japan Country Report」, 2020.12
2. 카티(KATI), 「일본, '홈카페' 늘면서 스틱 음료 시장도 확대 추세」, 2020.08
3. 카티(KATI), 「일본의 스틱 음료시장 최신 트렌드」, 2021.08
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Japan Country Report」, 2021.02
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Japan Country Report」, 2021.02
6. 농식품수출정보(KATI), 「일본, 한국 편의점 '韓비니' 오픈!」, 2021.05ㅁ
7. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02
8. 일본 후생노동성(MHLW), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020
9. 일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 아마존 재팬(Amazon Japan) (amazon.co.jp)
5. 라쿠텐(Rakuten) (rakuten.com)
6. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 시밀러웹(Simlarweb) (www.simlarweb.com)
8. 마이바스켓(My Basket) (www.mybasket.co.jp)
9. 재팬가이드(Japan-Guide) (www.japan-guide.com)
10. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
11. 라이프(Life) (www.lifecorp.jp)
12. 이토요카도(Ito-Yokado) (www.itoyokado.co.jp)
13. 류츠뉴스(Ryutsuu) (www.ryutsuu.biz)
14. 피알타임즈(PR Times) (prtimes.jp)
15. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.sej.co.jp)
16. 리브재팬(Live Japan) (www.livejapan.com)
17. 아시아니케이(Asia Nikkei) (asia.nikkei.com)
18. 로손(Lawson) (www.lawson.co.jp)
19. 장터 한국광장(韓国広場) (shopping.geocities.jp/hiroba)
20. 서울시장(ソウル市場) (www.seoul-ichiba.com)
21. 관세법령정보 포털 (www.unipass.customs.go.kr)
22. 통합 무역정보 서비스 (www.tradenavi.or.kr)
23. 일본 후생노동성(MHLW) (www.mhlw.go.jp)
24. 일본 농림수산성(農林水産省) (www.maff.go.jp)
25. 일본 소비자청(消費者庁) (www.caa.go.jp)
26. 일본 식품 화학연구재단 (www.ffcr.or.jp)
27. 주식회사 팔도상사(株式会社八道商事) (www.paldo.co.jp)

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사
· 발 행 일 자 | 2021.12.17

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

Copyright 2021 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

KATI 농식품수출정보