

2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 초콜릿(Chocolate)

Country : 일본 (Japan)



CONTENTS

| | |
|----------------------------|----|
| I. 시장 통계 | 3 |
| 1. 통계분석 기준 설정 | 5 |
| 2. 글로벌 수입통계 | 6 |
| 3. 일본 수입통계 | 7 |
| 4. 일본 시장 규모 및 성장률 | 8 |
| II. 시장 트렌드 | 9 |
| 1. 시장 메가 트렌드 | 11 |
| 2. 소비 트렌드 | 12 |
| 3. 제품 트렌드 | 13 |
| 4. 정책 트렌드 | 14 |
| III. 경쟁사 분석 | 15 |
| 1. 경쟁사 선정 | 17 |
| 2. 경쟁사별 현황 파악 | 18 |
| IV. 경쟁제품 현지조사 | 22 |
| 1. 분석 제품 및 기준 | 24 |
| 2. 가격 정보 | 26 |
| 3. 포장용기 및 원산지 정보 | 27 |
| 4. 원료 정보 | 28 |
| 5. 현지조사 데이터 | 29 |
| V. 유통구조 현황 | 32 |
| 1. 현지 유통구조 map | 33 |
| 2. 추천 진출 경로 | 34 |
| 3. 유통업체 담당자 인터뷰 | 35 |



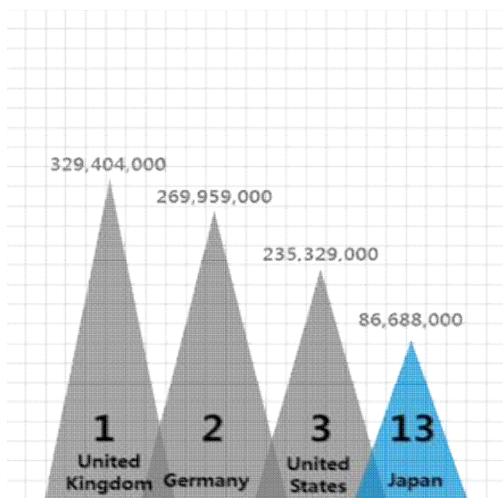
I. 시장 통계

1. 통계분석 기준 설정
2. 글로벌 수입통계
3. 일본 수입통계
4. 일본 시장 규모 및 성장률

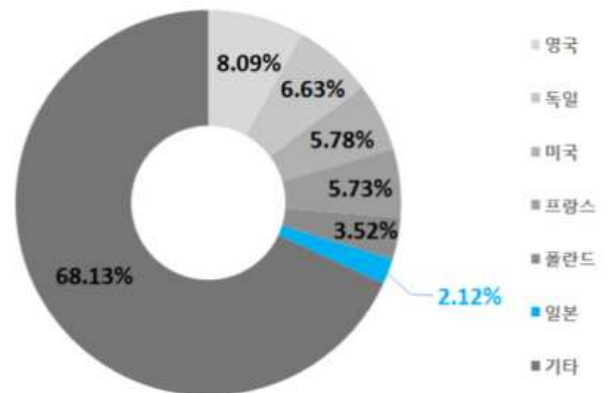
시장통계 OVERVIEW



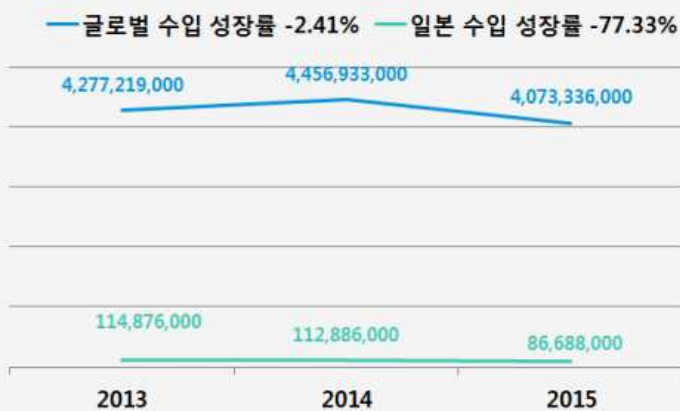
▶ 2015년 글로벌 수입규모 순위, US 달러 기준



▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 2013~2015년 연평균 성장률, US 달러 기준



글로벌 수입규모 1위, 영국
일본, 글로벌 수입 13위
일본 수입상대국, 한국 10위
일본 초콜릿 시장규모
2015년 약 46억 662만 달러

1. 통계분석 기준 설정

초콜릿 HS CODE 1806.31.000으로 확인

글로벌 및 타깃국가 수입통계를 확인하기 위해 HS CODE 기준을 설정함

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’ 을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’ 를 검색하거나 관세청 ‘관세법령 정보포털 3.0’ 을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

표 1.1 통계 기준 설정

| 통계 | 기준 |
|----------------|---------------------|
| 글로벌 수입규모 및 성장률 | HS CODE 1806.31 |
| 일본 수입규모 및 성장률 | HS CODE 1806.31.000 |
| 일본 시장규모 및 성장률 | 초콜릿(Chocolate) |

표 1.2 일본 내 초콜릿 HS CODE 분류

| 국가 | HS CODE | 품명 |
|----|---------------------|---------------------------------------|
| 한국 | 1806 | 초콜릿과 코코아를 함유한 그 밖의 조제 식료품 |
| | 1806.3 | 기타[블록 모양·슬래브 모양·막대(bar) 모양의 것으로 한정한다] |
| | 1806.31 | 다른 것으로 속을 채운 것 |
| | 1806.31.1000 | 초콜릿과 초콜릿과자 |
| 일본 | 1806 | 초콜릿과 코코아를 함유한 기타 조제식료품 |
| | | 1806.31.000 |

출처 : 한국관세청(www.customs.go.kr), 일본관세청(www.customs.go.jp)

표 1.3 제품 HS CODE 확인가능 사이트

| 분류 | 사이트명 | URL |
|---------|--------------|-------------------------------------|
| HS CODE | 한국 관세청 | www.customs.go.kr |
| | 관세법령정보포털 3.0 | unipass.customs.go.kr/clip/index.do |
| | 일본 관세청 | www.customs.go.jp |

2. 글로벌 수입통계

2015년 HS CODE 1806.31 글로벌 수입 규모 1위 영국

International Trade Centre의 데이터에 따르면 2015년 HS CODE 1806.31 품목의 글로벌 수입 규모는 40억 7,333만 6,000달러로 2013년부터 2015년까지 연평균 성장률 -2.41%를 기록함. HS CODE 1806.31 품목의 수입 1위 국가는 영국으로, 2015년 기준 3억 2,940만 4,000달러를 수입하였으며 2013 ~ 2015년 연평균 성장률¹⁾ 1.90%를 기록함

일본, 2015년 글로벌 수입액 비중 2.12%

2015년 기준, 일본의 HS CODE 1806.31 품목 수입 규모는 전체의 2.12%로 13위를 차지함. 가장 큰 비중을 차지하는 영국은 8.09%를 차지하는 것으로 나타남

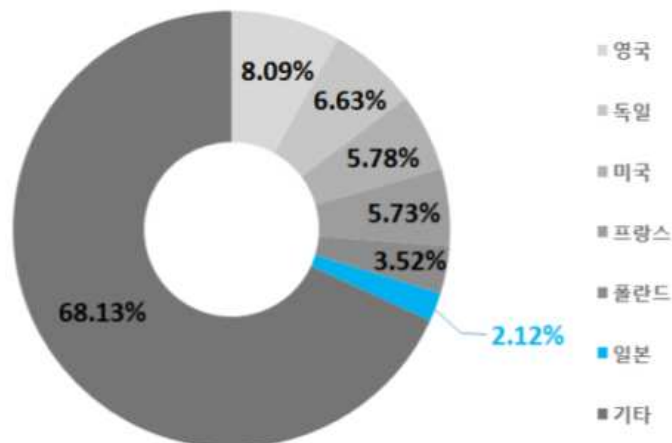
표 1.4 글로벌 HS CODE 1806.31 품목 수입 규모

(단위: US 달러, %)

| 수입상대국 | 2013 | 2014 | 2015 | 2013 ~ 2015 연평균성장률 |
|-------|---------------|---------------|---------------|--------------------|
| 글로벌 | 4,277,219,000 | 4,456,933,000 | 4,073,336,000 | -2.41 |
| 1 영국 | 317,207,000 | 348,042,000 | 329,404,000 | 1.90 |
| 2 독일 | 268,392,000 | 288,191,000 | 269,959,000 | 0.29 |
| 3 미국 | 196,243,000 | 202,205,000 | 235,329,000 | 9.51 |
| 4 프랑스 | 232,226,000 | 244,118,000 | 233,409,000 | 0.25 |
| 5 폴란드 | 116,682,000 | 139,924,000 | 143,540,000 | 10.91 |
| 13 일본 | 114,876,000 | 112,866,000 | 86,688,000 | -13.13 |

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

그래프 1.1 글로벌 HS CODE 1806.31 품목 수입액 비중 (2015년)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

1) 2013 ~ 2015년 연평균성장률 = (최종/최초년도)^(1/n-1년도)-1

3. 일본 수입통계

일본 HS CODE 1806.31.000 시장 점유율 1위 미국

International Trade Centre의 데이터에 따르면 일본의 HS CODE 1806.31.000 품목의 수입상대국 1위는 미국으로, 2015년 기준 일본의 수입에서 미국의 비중이 19.39%를 차지하는 것으로 나타남. 미국은 최근 3개년 간 연평균 -15.43%의 마이너스 성장률을 보이며 2015년 1,683만 2,000달러를 기록함

한국산 제품, 시장 점유율 3.35% 차지

2015년 기준 일본의 한국산 HS CODE 1806.31.000 품목의 수입액은 290만 7,000달러로 13위를 차지하였으며 2013년 ~ 2015년 동안 연평균 29.62% 수입이 감소함

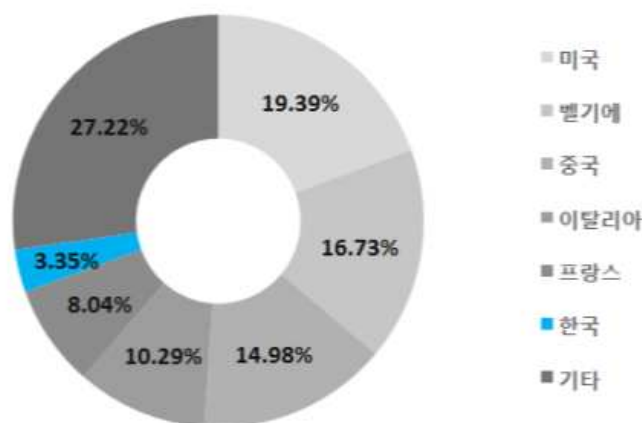
표 1.5 일본 HS CODE 1806.31.000 품목 수입 규모

(단위: US 달러, %)

| 수입상대국 | 2013 | 2014 | 2015 | 2013 ~ 2015 연평균성장률 |
|--------|-------------|-------------|------------|-----------------------|
| 글로벌 | 114,719,000 | 110,261,000 | 86,828,000 | -13.00 |
| 1 미국 | 23,532,000 | 19,625,000 | 16,832,000 | -15.43 |
| 2 벨기에 | 19,874,000 | 20,313,000 | 14,529,000 | -14.50 |
| 3 중국 | 8,705,000 | 12,326,000 | 13,004,000 | 22.22 |
| 4 이탈리아 | 9,892,000 | 10,100,000 | 8,931,000 | -4.98 |
| 5 프랑스 | 10,257,000 | 9,212,000 | 6,984,000 | -17.48 |
| 13 한국 | 5,868,000 | 5,235,000 | 2,907,000 | -29.62 |

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

그래프 1.2 일본 HS CODE 1806.31.000 품목 국가별 수입액 비중 (2015년)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

4. 일본 시장 규모 및 성장률

일본의 초콜릿 시장 규모 감소세

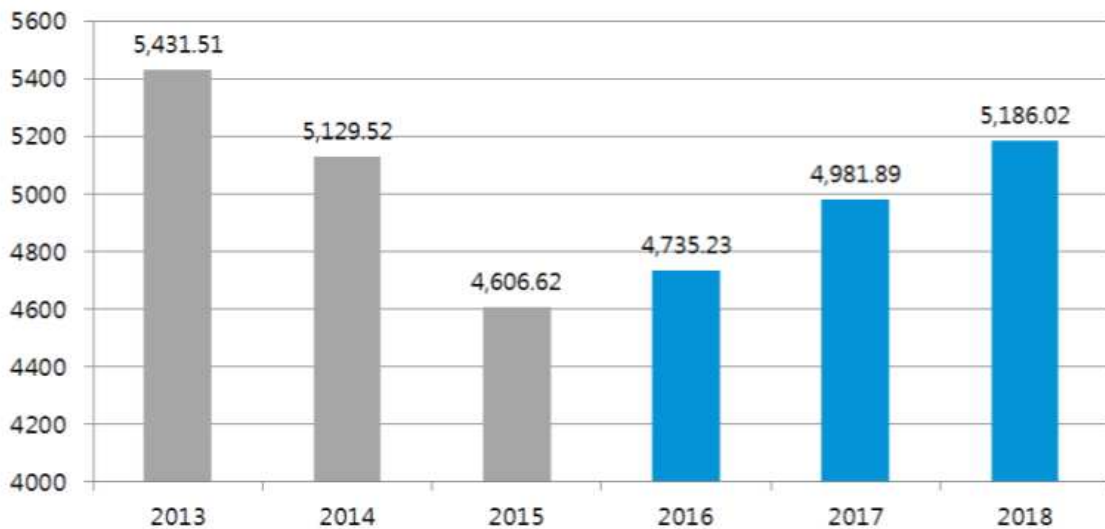
글로벌 리서치 기관인 Canadean Intelligence에 따르면 2015년 일본 초콜릿(Chocolate) 시장 규모는 46억 662만 달러로 2014년에 비해 약 10.2% 감소한 것을 확인할 수 있음. 2013년 ~ 2015년 일본 초콜릿 시장은 연평균 성장률 -7.91%를 기록함

2016년 ~ 2018년 시장 긍정적

일본 초콜릿 시장규모는 2016년 47억 3,523만 달러에서 연평균 4.65% 성장하여 2018년 51억 8,602만 달러 시장으로 규모가 확장될 것으로 예상됨

그래프 1.3 일본 초콜릿(Chocolate) 시장 규모

(단위 : 백만 US달러)



※ 2016년 ~ 2018년은 전망치

출처 : Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com)



Ⅱ. 시장 트렌드

1. 시장 메가 트렌드
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드
4. 정책 트렌드

시장트렌드 OVERVIEW



시장 메가 트렌드

“ 건강 성분표에 주목 ”

- 식품을 구매할 때, 성분표를 보고 구매하는 소비자 多
- 소비자의 70%가 식품 구매 시 라벨 확인함

“ 초콜릿 시장 규모 점차 확대 ”

- 초콜릿이 건강 개선에 도움이 된다는 연구 결과
- 성인을 위한 초콜릿 생산 증가하는 추세

소비 트렌드

“ 고부가가치 PB제품 주목 ”

- 프리미엄 PB제품이 주목받고 있음
- 상대적으로 가격이 비싸고 높은 품질이 특징

제품 트렌드

“ 건강 지향성 초콜릿 인기 ”

- 대형 제과업체들이 경쟁적으로 건강에 좋은 영향을 주는 초콜릿 출시
- 배변 활성화, 지방 흡수 억제 등 기능성 초콜릿 생산

정책 트렌드

“ 기능성표시 식품제도 시행 ”

- 건강효과를 신고하면 표시 가능
- 비용과 시간 크게 간소화

“ 식품안전위험관리표준지침 개정 ”

- 6개 금지물질 제외, 4개 금지물질 추가

1. 시장 메가 트렌드

건강 성분표에 주목하는 일본 소비자

라쿠텐 리서치 주식회사의 연구에 따르면 일본 소비자들의 70%가 성분표를 보고 식품과 음료를 구입한 경험이 있다고 조사됨. 라벨을 볼 때 주목하는 정보로는 가격, 용량, 기업, 성분 등인 것으로 나타남. 식료품구매에 성분표를 참고하는 이유로 가장 높게 꼽은 것은 ‘평소의 습관’으로, 성분을 고려하고 식품을 구매하는 것이 이미 습관으로 굳어진 것으로 사료됨²⁾

이와 같은 소비습관은 원전폭발사고 이후 생겨난 식품안전에 대한 관심과, 영양 밸런스, 미용 등에 인한 것으로 분석됨. 식품제조업체는 식품안전, 위생, 유기농 등을 강조한 제품을 출시하여 경쟁하고 있음

초콜릿 시장 규모 점차 확대 추세

2015년 일본 초콜릿 시장 규모가 처음으로 5,000억 엔을 돌파했음. 이는 2014년 일본 메이지식품과 아이치학원대학의 실증실험³⁾ 결과, 초콜릿이 고혈압, 동맥경화, 뇌 인지기능 개선 등에 효과가 있음이 알려지면서 초콜릿 매출이 크게 늘어난 것으로 분석됨. 초콜릿이 건강 개선에 도움을 준다는 사실이 알려진 이후 제과회사들은 과일이나 아몬드 등을 조합해 성인을 위한 초콜릿을 생산하기 시작함

전일본과학협회는 일본 과자시장에서 초콜릿이 가장 큰 성장률을 보이고 있다고 밝힘. 일본 초콜릿 시장은 일인당 연간 2kg 수준으로, 독일(11.7kg) 스위스(10.6kg)에 비해 매우 적어 앞으로 더욱 수요가 확대될 여지가 있음

2) PRWire, '消費者の食品・飲料の購入動向」と注目される「成分」の含有量ランキング', 2015.06

3) EconomicNews, '国内初の臨床研究でチョコレートの健康効果明らかに', 2014.12

2. 소비 트렌드

고부가가치 PB제품의 성장

일본 소비자들에게 PB상품의 존재감이 한층 높아지고 있음. 이는 최근 대형 유통기업들이 잇따라 PB상품 개발에 열중하고 있기 때문인 것으로 분석됨

최근에는 세븐앤아이홀딩스의 세븐 프리미엄, 이온의 톱밸류 등이 출시와 함께 고부가가치 PB상품으로 주목받고 있음. 기존의 저렴한 PB상품 또한 저가격을 선호하는 소비자층에게 인기를 끌고 있으나, 주요 유통업체들은 최근 2년간 기성 제품보다 오히려 가격이 비싸면서 높은 품질을 가진 프리미엄 PB상품을 출시하고 있음

프리미엄 PB상품은 다양한 소비자층을 만족시키기 위한 것으로 보이며, 실질임금이 오르지 않는 상황에서 적은 돈으로 약간의 사치를 누리고 싶은 소비자들의 욕구가 반영된 것으로 사료됨⁴⁾

고급 맥주, 고급식빵, 고구마 맛탕 등이 판매되고 있으며, 상품개발에 인력을 집중해 독자적인 기획과 차별화된 제품으로 승부하겠다는 의도로 분석됨

표 2.1 세븐프리미엄 PB 상품

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| <p>세븐 프리미엄 바삭한 콘 치즈맛 스낵</p> | <p>세븐 프리미엄 까르보나라</p> | <p>세븐 프리미엄 큐슈산 야채 녹즙</p> |

출처 : omni7(www.omni7.jp)

4) Retail Magazine, '일본-프리미엄 PB 시장 확대', 2016.06

3. 제품 트렌드

건강 지향성 초콜릿 인기

일본 내에서 ‘건강 지향성’ 초콜릿의 인기가 높아지고 있음. 최근 주목받는 건강 지향성 성분은 폴리페놀, 유산균 등으로써 메이지나 에자키글리코, 롯데 등 일본 대형제과업체들이 경쟁적으로 해당 성분을 사용한 초콜릿 제품을 출시하기 시작함

메이지는 5억엔을 투자하여 코코아 함양을 높인 제품의 생산라인을 증설하고, 에자키글리코는 기능성표시식품 초콜릿 LIBERA의 생산량을 2배 이상 증가시켰음. 이러한 ‘건강 지향성’ 초콜릿은 기존 5~60대 이상 여성에게서 많이 소비되고 있었지만, 최근 배변 활성화, 지방 흡수 억제 등 새로운 기능을 내놓으면서도 맛은 유지해 30~40대 여성의 소비 또한 증가하고 있음⁵⁾

표 2.2 일본 초콜릿 인기 브랜드 대표 제품

| | | | |
|---|--|---|--|
|  | |  | |
| 브랜드 | 메이지(明治乳業株式会社) | 브랜드 | 에자키글리코(江崎グリコ株式会社) |
| 제품명 | 초콜릿효과 건포도&아몬드 (チョコレート 効果 レーズン) | 제품명 | 글리코 리베라 (グリコ リベラ) |
| 홈페이지 | www.meiji.co.jp | 홈페이지 | www.glico.com |
|  | |  | |
| 브랜드 | 롯데 | 브랜드 | 에자키글리코(江崎グリコ株式会社) |
| 제품명 | 유산균 쇼콜라 (乳酸菌 ショコラ) | 제품명 | 글리코 가바 (グリコ gaba) |
| 홈페이지 | www.lotte.co.jp | 홈페이지 | www.glico.com |

5) 연합뉴스, 일본서 '건강 지향성 초콜릿' 인기...제과업계 속속 증산, 2016.08

4. 정책 트렌드

기능성 표기 제품



ANCL社の Calolimit
- 설당흡수억제 · 지방흡수억제
기능 표기
출처 : FANCL (www.fand.co.jp)

기능성표시식품 제도 시행

일본 소비자청이 2015년 4월부터 기능성 표시 식품제도를 도입함. 국민 건강증진에 기여할 수 있는 기업노하우를 이끌어내 경제를 활성화시키는 것을 목표로 하며, 2016년 4월까지 282개 제품이 기능성 표시 식품으로 승인됨. 사업자가 일정한 과학적 근거에 입각하여 기능성식품의 효과를 신고하면 표시가 가능하며, 눈, 심장처럼 신체부위를 직접 지정하여 표현할 수 있음. 기존 제도로는 2억 엔 가량의 비용과 오랜 시간이 소요됐던 데에 비해 제도가 크게 간소화됨

기능성표시식품 제도를 적용한 제품에는 내장지방 감소 요구르트, 지방흡수 억제 녹차, 콜레스테롤 저하 토마토 주스 등이 있으며, 해당 표시를 적용한 후 매출이 상승함

식품안전위험관리표준지침 개정

일본 농림수산성과 후생노동성은 식품 안전에 대한 위험관리 표준지침을 개정함. 해당 지침은 2005년 8월 25일 공표되었으며 2015년 10월 1일 최종 개정되었음. 농림수산성은 개정에서 기존에 리스트에 있던 6개의 금지물질을 제외하고 4개의 금지물질을 추가하였음. 또한 2016년 1월 8일 감시·모니터링 계획을 발표해 식품가공업체들은 금지물질이 포함되어있지 않은지 자체 조사가 필요할 것으로 전망됨

표 2.3 식품안전위험관리표준지침 2015 개정 내용

| 상태 | 원문 | 한글 |
|----|---------------------------------|---------------|
| 추가 | 植物に含まれる自然毒のピロリジジナルカロイド類 | 피롤리지딘 알칼로이드 |
| | かび毒のジアセトキシシルベノール、ステリグマトシスチン | 스테리그마토시스틴 |
| | 調理や加工などで生成する危害要因のグリシドール脂肪酸エステル類 | 글리시돌 지방산 에스테르 |
| | 環境中に存在する危害要因の放射性セシウム | 방사선 세슘 |
| 제외 | ポリブロモジフェニルエーテル (PBDE) | 폴리브롬화 디페닐 에테르 |
| | パーフルオロオクタ酸 (PFOA) | 퍼플루오로옥탄산 |
| | パーフルオロオクタンスルホン酸 (PFOS) | 과불화옥탄술포산 |
| | ドウモイ酸 | 도모산 |
| | プレバトキシソ | 브레브 독소 |
| | 硝酸性窒素 | 질산성 질소 |

출처 : 일본 농림수산성(www.maff.go.jp)



Ⅲ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW

현지조사 기업 森永製菓株式会社, 株式会社明治, 株式会社不二家, 江崎グリコ株式会社

#1. 森永製菓株式会社(모리나가제과 주식회사)

| | | | | |
|----------|---|---|--|---|
| 기업 유형 | 식품 제조업 | 설립년도 | 1910년 |  |
| 취급 품목 유형 | 과자, 건강식품, 빙과류 | 홈페이지 | www.morinaga.co.jp | |
| 주요 제품 |  |  |  | |
| | カカオ70 × ざくろ (석류 카카오 초콜릿) | DARS milk chocolate (밀크 초콜릿) | Carre de chocolat Cacao 70% (사각 카카오 초콜릿) | |

#2. 株式会社明治(주식회사 메이지)

| | | | | |
|----------|--|--|---|--|
| 기업 유형 | 식품 제조업 | 설립년도 | 1956년 |  |
| 취급 품목 유형 | 과자, 유제품, 식품 | 홈페이지 | www.meiji.co.jp | |
| 주요 제품 |  |  |  | |
| | Meiji Milk Chocolate (메이지 밀크 초콜릿) | チョコレート効果 オレンジ&大豆パフ (오렌지 & 콩퍼프 초콜릿) | 明治デザートヨーグルト ぎゅっとフロマージュ (메이지 치즈 짹찬 디저트 요구르트) | |

#3. 株式会社不二家(주식회사 후지야)

| | | | | |
|-----------|---|---|--|---|
| 기업 유형 | 식품 유통업 | 설립년도 | 2002년 |  |
| 취급 품목 유형 | 식품, 생활용품 | 홈페이지 | www.mv-kyushu.co.jp | |
| PB 브랜드 로고 |  |  |  | |
| | 不二家 Milky Chocolate (후지야 밀키 초콜릿) | 2本ペコポコチョコレート (페코 초콜릿) | 13本ペコウェファー スチョコレート (페코 와퍼 초콜릿) | |

#4. 江崎グリコ株式会社(에자키글리코 주식회사)

| | | | | |
|----------|---|---|--|---|
| 기업 유형 | 식품 제조업 | 설립년도 | 1929년 |  |
| 취급 품목 유형 | 제과류, 레토르트 식품 | 홈페이지 | www.glico.com | |
| 주요 제품 |  |  |  | |
| | VAN HOUTEN CHOCOLATE (반 휴튼 초콜릿) | ポッキー(포키) | グリコ リベラ(글리코 리베라) | |

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 방법

① 일본 현지조사 시 확인된 기업조사

현지조사를 통한 경쟁사 선정

제품 선정기준은 해외현지조사 된 기업 및 상기 업체 제품에 대해 전수 조사한 후 의뢰사 제품과 동일· 유사한 제품만을 분석 대상 제품으로 선정하는 것임

현지에서 가장 큰 하이퍼/슈퍼마켓 세곳을 방문하여 판매량 및 인지도가 높은 경쟁사를 조사함. 최종 도출된 기업은 네 기업으로 모두 일본 현지 기업이었으며 한국 기업은 없었음

표 3.1 일본 내 현지시장 조사

| 일본 현지유통매장 방문 | | |
|--|--|--|
|  |  |  |
| Seiyu(Sunny) | Nishitetsu Store(Regaret) | AEON |

표 3.2 현지 조사 매장 내 경쟁사 도출

| | |
|---------------------------|--|
| Seiyu(Sunny) | 森永製菓株式会社(모리나가제과 주식회사) |
| AEON(MaxValu) | 森永製菓株式会社(모리나가제과 주식회사) 株式会社不二家(주식회사 후지야) 株式会社明治(주식회사 메이지) |
| Nishitetsu Store(Regaret) | 株式会社明治(주식회사 메이지) 江崎グリコ株式会社(에자키글리코 주식회사) |

표 3.3 최종 경쟁제품

| | | |
|----------|----------------------------|--|
| 최종 경쟁 제품 | 森永製菓株式会社 (모리나가제과 주식회사) | カカオ70 × ざくろ(카카오 석류 초콜릿) DARS milk chocolate(밀크 초콜릿) |
| | 株式会社不二家 (주식회사 후지야) | 不二家 Milky Chocolate (후지야 밀키 초콜릿) |
| | 株式会社明治 (주식회사 메이지) | Meiji Milk Chocolate(메이지 밀크 초콜릿) チョコレート効果 オレンジ&大豆パフ (오렌지 콩퍼프 초콜릿) |
| | 江崎グリコ株式会社 (에자키글리코 주식회사) | VAN HOUTEN CHOCOLATE (반 휴튼 초콜릿) |

출처 : 현지방문조사[Seiyu(Sunny), AEON, Nishitetsu store(Regaret)], 2016.10

2. 경쟁사별 현황 파악



森永製菓株式会社(모리나가제과 주식회사)

모리나가제과 주식회사는 1910년 설립된 제과 업체로 일본 도쿄도 미나토에 본사를 두고 있음. 초콜릿을 비롯한 제과류, 식품, 냉동 디저트, 건강식품등의 제조·판매 서비스를 제공하고 있음. 한국에는 자사의 과자 ‘옷돛도’(おっとっと)’를 오리온社에 고래밥이라는 이름으로 기술 제휴를 한 회사로 널리 알려짐

현재 일본 내 본사를 제외한 7개 지사와 1개의 R&D센터, 4개의 공장을 운영하고 있으며 종업원 수는 1,349명에 이룸. 또한 대만, 중국을 비롯한 5개국에 7개 지사를 설립하여 운영하고 있음

표 3.4 기업 개요

| | |
|----------|--|
| 기업 유형 | 식품 제조업 |
| 취급 품목 유형 | 과자, 건강식품, 빙과류 |
| 설립년도 | 1910년 |
| 국가 | 일본 |
| 전화 | +81-3-3456-0150 |
| 주소 | 〒108-8403 東京都港区芝5-33-1 |
| 홈페이지 | www.morinaga.co.jp |
| 기타 정보 | - 자사의 과자 ‘옷돛도’(おっとっと)’를 오리온社에 고래밥이라는 이름으로 기술 제휴함 |

출처 : 모리나가제과 주식회사(www.morinaga.co.jp)

표 3.5 제품 소개

| | | |
|-------|--|-----------------------------|
| 기업 제품 | | |
| | カカオ70 × ざくろ (석류 카카오 초콜릿) | DARS milk chocolate(밀크 초콜릿) |
| | | |
| | Carre de chocolat Cacao 70% (사각 카카오 초콜릿) | 森永ホットケーキミックス (모리나가 핫케이크 믹스) |

출처 : 모리나가제과 주식회사(www.morinaga.co.jp), 현지방문조사

2. 경쟁사별 현황 파악



株式会社明治(주식회사 메이지)

주식회사 메이지의 전신인 도쿄 제과 주식회사는 1916년 설립되었으며 그 후 여러 차례의 기업 개편을 통해 2009년 지금의 주식회사 메이지가 설립되었음. 일본 도쿄도 코토구에 본사를 두고 있으며 과자, 유제품, 식품, 일반 의약품의 제조·판매 서비스를 제공하고 있음

현재 일본 내 본사를 제외한 5개 지사와 5개의 R&D센터, 30개의 공장을 운영하고 있으며 종업원 수는 10,805명에 이룸. 또한 대만, 중국에 지사를 설립해 운영하고 있음

표 3.6 기업 개요

| | |
|----------|--|
| 기업 유형 | 식품 제조업 |
| 취급 품목 유형 | 과자, 유제품, 식품, 일반 의약품 |
| 설립년도 | 1956년 |
| 국가 | 일본 |
| 전화 | +81-3-5653-0301 |
| 주소 | 〒136-8908 東京都江東区新砂1-2-10 |
| 홈페이지 | www.meiji.co.jp |
| 기타 정보 | - 성인용 과자 트렌드의 선도 업체로 70년대의 추억이 담긴 '버섯의 산(きのこの山)'과 '죽순의 마을(たけのこの里)' 이라는 제품을 출시해 인기를 끌었음 |

출처 : 주식회사 메이지(www.meiji.co.jp)

표 3.7 제품 소개

| | | |
|-------|---|---|
| 기업 제품 |  |  |
| | Meiji Milk Chocolate (메이지 밀크 초콜릿) | チョコレート効果 オレンジ&大豆パフ (오렌지 & 콩퍼프 초콜릿) |
| |  |  |
| | 明治デザートヨーグルトぎゅっとフロマージュ (메이지 치즈 짙찬 디저트 요구르트) | 明治エッセル スーパーカップ キャラメルクッキー (메이지 컵형 카라멜 쿠키) |

출처 : 주식회사 메이지(www.meiji.co.jp), 현지방문조사

2. 경쟁사별 현황 파악



株式会社不二家(주식회사 후지야)

주식회사 후지야는 1910년 설립된 작은 양과자 가게로 시작한 제과 회사로 일본 도쿄도 분쿄구에 본사를 두고 있음. 과자, 식품, 아이스크림 등을 제조하는 제과회사로 이름을 알리고 있으나 과자 체인점과 프랜차이즈 레스토랑을 운영하고 있음

현재 일본 내 본사를 제외한 12개 지점과 8개 공장을 운영하고 있으며 2015년 기준 1,094명의 종업원이 근무하고 있음

표 3.8 기업 개요

| | |
|----------|---------------------------------|
| 기업 유형 | 식품 제조업 |
| 취급 품목 유형 | 과자, 아이스크림 등 |
| 설립년도 | 1910년 |
| 국가 | 일본 |
| 전화 | +81-0120-047228 |
| 주소 | 〒112-0012 東京都文京区大塚2-15-6 |
| 홈페이지 | www.fujiya-peko.co.jp |
| 기타 정보 | - 제과회사이나 과자 체인점과 프랜차이즈 레스토랑을 운영 |

출처 : 주식회사 후지야(www.fujiya-peko.co.jp)

표 3.9 제품 소개

| | | |
|-------|---|---|
| 기업 제품 |  |  |
| | 不二家 Milky Chocolate (후지야 밀키 초콜릿) | 不二家ミルク-袋(후지야 밀키 사탕) |
| |  |  |
| | 2本ペコポコチョコレート (페코 초콜릿) | 13本ペコウェファースチョコレート (バニラ&チョコ)袋 (페코 와퍼 초콜릿) |

출처 : 주식회사 후지야(www.fujiya-peko.co.jp)

2. 경쟁사별 현황 파악



江崎グリコ株式会社(에자키글리코 주식회사)

에자키글리코 주식회사는 1929년 설립된 제과회사로 일본 오사카시에 본사를 두고 있음. 과자, 아이스크림 등 제과류 식품의 제조·판매하고 있으며 최근 들어 레토르트 식품이나 각종 첨가제 등의 식품 업계에도 발을 들이고 있음

그룹 내 자회사로는 글리코 영양 식품 글리코 유업, 아이 크레오 등이 있으며 2016년 해외 9개국에 지사를 설립하여 해외 진출에 박차를 가하고 있음

표 3.10 기업 개요

| | |
|----------|--|
| 기업 유형 | 식품 제조업 |
| 취급 품목 유형 | 제과류, 레토르트 식품 등 |
| 설립년도 | 1929년 |
| 국가 | 일본 |
| 전화 | +81-06-6477-8351 |
| 주소 | 〒555-8502 大阪府大阪市西淀川区歌島4丁目6番5号 |
| 홈페이지 | www.glico.com |
| 기타 사항 | - 최근 레토르트 식품이나 각종 첨가제 등의 새로운 분야에 도전하고 있음 |

출처 : 에리카글리코 주식회사(www.glico.com)

표 3.11 제품 소개

| | | |
|-------|---|---|
| 기업 제품 |  |  |
| | VAN HOUTEN CHOCOLATE (반 휴튼 초콜릿) | ポッキー(포키) |
| |  |  |
| | グリコ リベラ(글리코 리베라) | 果julia(과일파이칩) |

출처 : 에리카글리코 주식회사(www.glico.com)



IV. 경쟁제품 현지조사

1. 분석 제품 및 기준
2. 가격 정보
3. 포장용기 및 원산지 정보
4. 원료 정보
5. 현지조사 데이터

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

제품 분석 결과

- **원료** : 경쟁 제품 모두 유사
초콜릿 제품의 특성상 경쟁제품 모두 유사한 원료를 이용하고 있으나 각 초콜릿 제품의 특징에 따라 다른 원료가 이용되기도 함
- **원산지** : 모두 일본
현지 조사된 초콜릿 제품의 원산지는 모두 일본, 현지 시장에는 독일이나 이탈리아 제품 또한 존재



- **10g당 가격** : 36.52엔
최종 경쟁제품의 평균용량은 44.67g이며 10g당 평균 가격은 36.52엔
- **패키지** : 종이 포장
대부분 종이포장을 이용, 에틸렌 소재의 포장지로 1차 포장한 후 종이 박스나 시트를 이용해 2차로 포장함

출처 : 현지방문조사[Seiyu(Sunny), AEON, Nishitetsu store(Regaret)], 2016.10

분석 제품 상세

| | | |
|--|---|---|
| | | |
| <p>カカオ70 × ざくろ (카카오 석류 초콜릿)</p> | <p>DARS milk chocolate (밀크 초콜릿)</p> | <p>不二家 Milky Chocolate (후지야 밀키 초콜릿)</p> |
| | | |
| <p>Meiji Milk Chocolate (메이지 밀크 초콜릿)</p> | <p>チョコレート効果 オレンジ&大豆パフ (오렌지 콩퍼프 초콜릿)</p> | <p>VAN HOUTEN CHOCOLATE (반 휴튼 초콜릿)</p> |

분석 지표 : 용량, 10g당 가격, 포장형태, 원산지, 유통기한

분석 제품 : 현지매장 방문조사를 통한 6개 제품

지표별 결과 값 활용 방안 : 지표별 평균 값 및 최소·최대 값 확인으로,
현지 시장 진출 시 제품 현지화(R&D) 가능

1. 분석 제품 및 기준

경쟁 제품



カカオ70 × ざくろ
(석류 카카오 초콜릿)









DARS milk chocolate
(DARS 밀크 초콜릿)



不二家 Milky Chocolate
(후지야 밀키 초콜릿)

현지 매장 방문을 통해 6개 선정

표 4.1 방문 매장

| 매장명 | 주소 | 방문일시 |
|---|---|---------|
| Seiyu(Sunny) | 福岡県福岡市博多区吉塚本町13-40 | 2016.10 |
|  |  | |
| AEON | 福岡県福岡市東区馬出4丁目9番15号 | 2016.10 |
|  |  | |
| Nishitetsu Store (Regaret) | 福岡市東区筥松2-9-16 | 2016.10 |
|  |  | |

출처 : 현지방문조사[Seiyu(Sunny), AEON, Nishitetsu store(Regaret)], 2016.10

1. 분석 제품 및 기준

경쟁 제품



Meiji Milk Chocolate
(메이지 밀크 초콜릿)



チョコレート効果
オレンジ&大豆パフ
(오렌지 콩퍼프 초콜릿)



VAN HOUTEN
CHOCOLATE
(반 휴튼 초콜릿)

표 4.2 분석 제품 및 기준

| 제품명 | 제조사 |
|--|----------------------------|
| カカオ70 × ざくろ (석류 카카오 초콜릿) | 森永製菓株式会社 (모리나가제과 주식회사) |
| DARS milk chocolate (DARS 밀크 초콜릿) | 森永製菓株式会社 (모리나가제과 주식회사) |
| 不二家 Milky Chocolate (후지야 밀키 초콜릿) | 株式会社不二家 (주식회사 후지야) |
| Meiji Milk Chocolate (메이지 밀크 초콜릿) | 株式会社明治 (주식회사 메이지) |
| チョコレート効果 オレンジ&大豆パフ (오렌지 콩퍼프 초콜릿) | 株式会社明治 (주식회사 메이지) |
| VAN HOUTEN CHOCOLATE (반 휴튼 초콜릿) | 江崎グリコ株式会社 (에자키글리코 주식회사) |

▶ 분석기준 : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 용량, 10g당 가격 (엔), 포장형태, 원산지, 원료 정보 총 5가지 항목을 분석함

출처 : 현지방문조사[Seiyu(Sunny), AEON, Nishitetsu store(Regaret)], 2016.10

2. 가격 정보

일본 내 유통되는 초콜릿 제품, 10g당 평균 가격 36.52엔⁶⁾

최종 도출된 6개의 경쟁 제품 모두 용량의 단위가 그램(g)으로 표기되어 있음

경쟁제품들의 평균 용량은 44.67g 으로 나타났으며, 10g당 평균 가격은 36.52엔인 것으로 파악됨

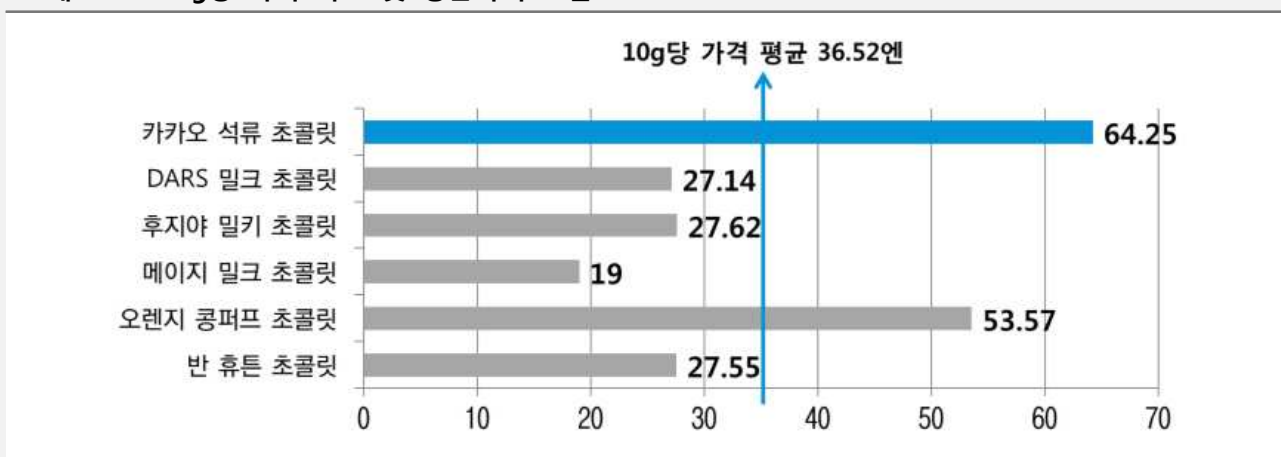
경쟁 제품 중 가장 많은 용량을 나타낸 것은 에자키글리코 주식회사의 VAN HOUTEN CHOCOLATE (반 휴튼 초콜릿) 제품이었으며 10g당 가장 높은 가격을 보인 제품은 모리나가제과 주식회사의 카카오70 × ざくろ (카카오 석류 초콜릿) 제품임

표 4.3 가격 비교

| 제품명 | 용량(g) | 가격(엔) | 10g당 가격(엔) |
|-----------------------------------|-------|-------|------------|
| カカオ70 × ざくろ (카카오 석류 초콜릿) | 40 | 257 | 64.25 |
| DARS milk chocolate (DARS 밀크 초콜릿) | 42 | 116 | 27.14 |
| 不二家 Milky Chocolate (후지야 밀키 초콜릿) | 41 | 102 | 27.62 |
| Meiji Milk Chocolate (메이지 밀크 초콜릿) | 50 | 95 | 19 |
| チョコレート効果 オレンジ&大豆パフ (오렌지 콩퍼프 초콜릿) | 42 | 225 | 53.57 |
| VAN HOUTEN CHOCOLATE (반 휴튼 초콜릿) | 53 | 146 | 27.55 |

출처 : 현지방문조사[Seiyu(Sunny), AEON, Nishitetsu store(Regaret)], 2016.10

그래프 4.1 10g당 가격 비교 및 평균가격 도출



출처 : 현지방문조사[Seiyu(Sunny), AEON, Nishitetsu store(Regaret)], 2016.10

6) 100엔 = 1086.89원(KEB 하나은행 고시기준, 2016.10.20)

3. 포장용기 및 원산지 정보

대부분 초콜릿 제품 종이 포장 형태 이용

최종 도출된 경쟁 제품들의 경우 모든 제품이 종이 포장을 사용하고 있음. 부피가 큰 경우 종이 박스로 포장되어 판매되며 부피가 작고 납작한 형태를 가진 초콜릿의 경우 종이 시트(Sheet)를 사용하여 포장됨. 또한 습기와 온도에 민감한 초콜릿 제품의 특성상 폴리에틸렌 소재의 포장지로 1차 포장을 한 뒤, 종이 박스·시트를 이용해 2차로 포장하는 경우가 대부분임

현지 조사된 경쟁제품 모두 일본산

현지에서 조사된 초콜릿 제품의 원산지는 모두 일본산이었음. 현지 조사 시 독일, 이탈리아 등의 원산지를 가진 제품이 존재했으나 현지 탐문 조사 결과 경쟁력 및 인지도 부족으로 판단되어 최종 경쟁 제품에서 제외됨

유통기한은 개월 수가 아닌 만기일자 표기

일본 현지 자료조사 결과, 경쟁제품의 유통기한은 개월 수가 아닌 만기일자 표기 방식을 채택하고 있으며 일부 제품은 만기일자 정보 또한 알 수 없으므로 일괄적인 비교에 어려움이 있음. 날짜가 표기된 경우, 해당 유통업체 방문일자를 고려하여 추정은 가능하나, 제조일자 정보를 확인할 수 없어 정확한 유통기한은 알 수 없음

표 4.4 패키지 샘플(경쟁제품 분석)

| 포장용기 | 종이 박스 | | | |
|-------|---|--|--|---|
| 제품 사진 |  |  |  |  |
| 제품명 | カカオ70 × ざくろ (석류 카카오 초콜릿) | DARS milk chocolate (밀크 초콜릿) | チョコレート効果 オレンジ&大豆パフ (오렌지 콩퍼프 초콜릿) | VAN HOUTEN CHOCOLATE (반 휴튼 초콜릿) |
| 유통기한 | - | 2017.07.01 | - | - |
| 원산지 | 일본 | | | |
| 포장용기 | 종이 시트(Sheet) | | | |
| 제품 사진 |  |  | | |
| 제품명 | 不二家 Milky Chocolate (후지야 밀키 초콜릿) | Meiji Milk Chocolate (메이지 밀크 초콜릿) | | |
| 유통기한 | - | 2017.08.01 | | |
| 원산지 | 일본 | | | |

출처 : 현지방문조사[Seiyu(Sunny), AEON, Nishitetsu store(Regaret)], 2016.10

4. 원료 정보

초콜릿 제품 원료 분석

원료 분석 결과, 초콜릿 제품의 특성상 6개 제품이 모두 유사한 원료를 함유하고 있음. 코코아 매스, 설탕, 코코아 버터, 코코아 파우더를 모두 포함하고 있으며 유화제, 식물성 유지 또한 대부분의 제품에 함유하고 있음을 알 수 있음

단, 각 초콜릿 제품의 특징에 따라 다른 원료가 들어가는 경우가 존재함. 모리나가제과 주식회사의 ‘카카오 석류 초콜릿’의 경우 비피더스 균 건조 원분말과 석류향 향료가 포함되어 있음. 또한 오렌지 콩퍼프 초콜릿의 경우 꿀에 절인 오렌지와 콩퍼프가 포함되어 있음

표 4.5 제품별 원료 비교

| 제품명 | 원료 |
|---|---|
| カカオ70×ざくろ (카카오 석류 초콜릿) | 코코아 매스, 설탕, 코코아 버터, 코코아 파우더, 비피더스 균 분말 (감자 전분, 비피더스 균 건조 원분말), 유화제 (대두 유래), 석류 향료, 원료의 일부에 우유 성분 포함 |
| DARS milk chocolate (밀크 초콜릿) | 설탕, 코코아 버터, 전분유, 코코아 매스, 코코아 파우더, 식물성 유지, 탈지 분유, 생크림, 헤즐넛 페이스트, 유청 분말, 버터 오일, 유화제 (대두 유래), 향료 |
| 不二家 Milky Chocolate (후지야 밀키 초콜릿) | 설탕, 식물성 유지, 분유, 코코아 매스, 코코아 버터, 유당, 우유 등을 주원료로 하는 식품, 탈지 분유, 유화제 (대두 유래), 향료 |
| Meiji Milk Chocolate (메이지 밀크 초콜릿) | 설탕, 코코아 매스, 전분유, 코코아 버터, 레시틴 (대두 유래), 향료 |
| チョコレート効果 オレンジ&大豆パフ (오렌지 콩퍼프 초콜릿) | 코코아 매스, 설탕, 꿀에 절인 오렌지, 콩 퍼프, 코코아 파우더, 코코아 버터, 식물성 유지, 유화제, 향료, 산미료, 원재료의 일부에 우유 성분 포함 |
| VAN HOUTEN CHOCOLATE (반 휴튼 초콜릿) | 설탕, 전분유, 코코아 매스, 식물성 유지, 코코아 버터, 코코아 파우더, 유청 분말, 농축 유청, 유당, 유화제, 향료, 원재료의 일부에 대두를 포함 |

출처 : 현지방문조사[Seiyu(Sunny), AEON, Nishitetsu store(Regaret)], 2016.10




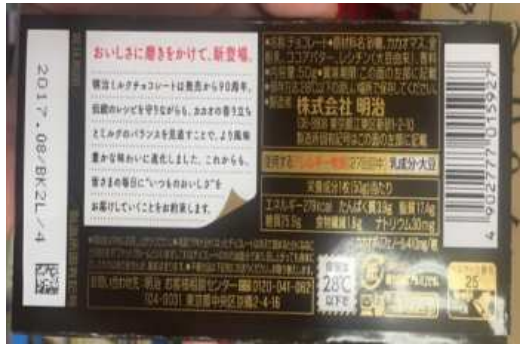
5. 현지조사 데이터

현지 조사 정보

일본 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업자 정보를 다음과 같이 제공함

| 구분 | 제품 #1 | 제품 #2 | |
|--------------|--|--|------------------------------|
| 제품 이미지 |  |  | |
| |  |  | |
| 제품 스펙 | 업체명 | 森永製菓株式会社 (모리나가제과 주식회사) | 森永製菓株式会社 (모리나가제과 주식회사) |
| | 제품명 | カカオ70 × ざくろ (카카오 석류 초콜릿) | DARS milk chocolate (밀크 초콜릿) |
| | 원산지 | 일본 | 일본 |
| | 중량 | 50g | 42g |
| | 10g당 가격 | 64.25엔 | 27.14엔 |
| | 포장형태 | 종이 박스 | 종이 박스 |
| 구성성분 | 코코아 매스, 설탕, 코코아 버터, 코코아 파우더, 비피더스 균 분말 (감자 전분, 비피더스 균 건조 원분말), 유화제 (대두 유래), 향료, 원료의 일부에 우유 성분 포함 | 설탕, 코코아 버터, 전분유, 코코아 매스, 식물성 유지, 탈지 분유, 생크림, 헤즐넛 페이스트, 유청 분말, 버터 오일, 유화제 (대두 유래), 향료 | |
| 유통기한 | - | 2017.07.01 | |
| 취급처 및 판매확인매장 | Seiyu(Sunny) | AEON | |

5. 현지조사 데이터

| 구분 | | 제품 #3 | 제품 #4 |
|--------------|---|--|---|
| 제품 이미지 | 제품 앞면 |  |  |
| | 제품 뒷면 |  |  |
| 제품 스펙 | 업체명 | 株式会社不二家 (주식회사 후지야) | 株式会社明治 (주식회사 메이지) |
| | 제품명 | 不二家 Milky Chocolate (후지야 밀키 초콜릿) | Meiji Milk Chocolate (메이지 밀크 초콜릿) |
| | 원산지 | 일본 | 일본 |
| | 중량 | 41g | 50g |
| | 100g당 가격 | 27.62엔 | 19.00엔 |
| | 포장형태 | 종이 시트 | 종이 시트 |
| 구성성분 | 설탕, 식물성 유지, 분유, 코코아 매스, 코코아 버터, 유당, 우유 등을 주원료로하는 식품, 탈지 분유, 유화제 (대두 유래), 향료 | 설탕, 코코아 매스, 전분유, 코코아 버터, 레시틴 (대두 유래), 향료 | |
| 유통기한 | - | 2017.08.01 | |
| 취급처 및 판매확인매장 | AEON | AEON | |

5. 현지조사 데이터

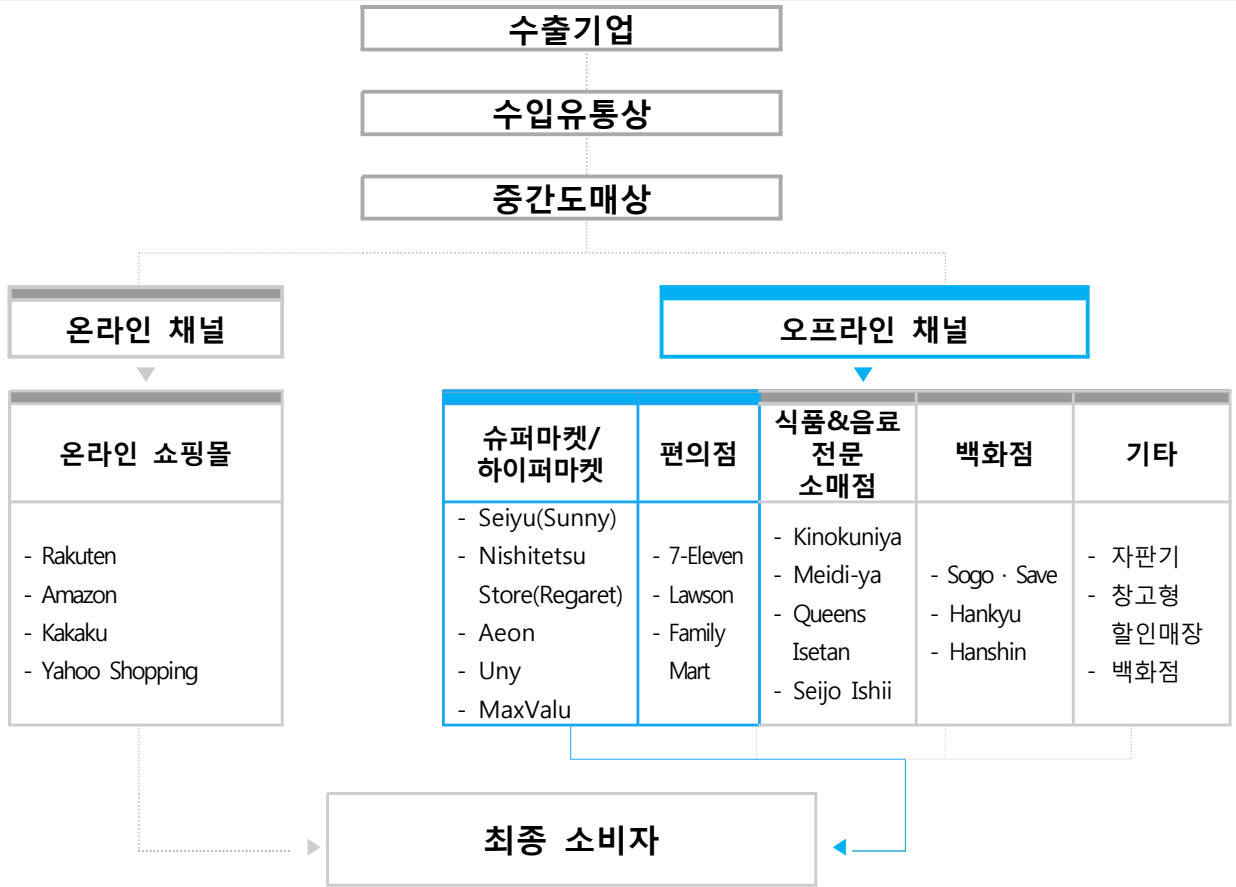
| 구분 | | 제품 #5 | 제품 #6 |
|--------------|---|--|---|
| 제품 이미지 | 제품 앞면 |  |  |
| | 제품 뒷면 |  |  |
| 제품 스펙 | 업체명 | 株式会社明治 (주식회사 메이지) | 江崎グリコ株式会社 (에자키글리코 주식회사) |
| | 제품명 | チョコレート効果 オレンジ&大豆パフ (오렌지 콩퍼프 초콜릿) | VAN HOUTEN CHOCOLATE (반 휴튼 초콜릿) |
| | 원산지 | 일본 | 일본 |
| | 중량 | 42g | 53g |
| | 100g당 가격 | 53.57엔 | 27.55엔 |
| | 포장형태 | 종이 박스 | 종이 박스 |
| 구성성분 | 코코아 매스, 설탕, 꿀에 절인 오렌지, 콩 퍼프, 코코아 파우더, 코코아 버터, 식물성 유지, 유화제, 향료, 산미료, 원재료의 일부에 우유 성분 포함 | 설탕, 전분유, 코코아 매스, 식물성 유지, 코코아 버터, 코코아 파우더, 유청 분말, 농축 유청, 유당, 유화제, 향료, 원재료의 일부에 대두를 포함 | |
| 유통기한 | - | - | |
| 취급처 및 판매확인매장 | Nishitetsu Store(Regaret) | Nishitetsu Store(Regaret) | |



V. 유통구조 현황

1. 현지 유통구조 map
2. 추천 진출 경로
3. 유통업체 담당자 인터뷰

1. 현지 유통구조 map



| 유통구조 | 특징 | 유통 점유율 |
|--------------------------|--|--------|
| 슈퍼마켓/하이퍼마켓 ⁷⁾ | <ul style="list-style-type: none"> - 식품 유통채널 중 가장 큰 비중 차지 - Aeon Group과 Seven&I Holdings가 일본 슈퍼마켓/하이퍼마켓의 양대산맥 - 슈퍼마켓보다 작고 편의점보다 큰 규모의 City-style Store 매장이 슈퍼마켓 업계의 주목을 받고 있음 | 40.87% |
| 편의점 | <ul style="list-style-type: none"> - 도시락과 1인 식사 문화가 발달한 일본은 타 국가에 비해 편의점 문화가 발달한 편임 | 23.95% |
| 식품&음료 전문 소매점 | <ul style="list-style-type: none"> - 식품과 음료를 전문적으로 판매하는 소매점 - 수입 식품만을 전문적으로 취급하는 'Specialty Supermarket'들이 다수 존재하며 이들 매장은 주로 가격대가 높은 수입 식품을 취급함 | 14.03% |
| 백화점 | <ul style="list-style-type: none"> - 일본의 백화점은 식품관과 마트를 두어 식품을 판매함 | 6.89% |
| 기타 | <ul style="list-style-type: none"> - 창고형 할인매장과 Drug store, 자판기, 기타 도소매점 등 | 14.25% |

*출처 : Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com), 'Confectionary' 품목 유통 점유율 기준
 *해당 조사에서 온라인 쇼핑몰 점유율 정보는 조사 제외됨

7) 슈퍼마켓/하이퍼마켓(Supermarket/Hypermarket) : 식료품, 일용 잡화, 의약품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장

2. 추천 진출 경로

일본 슈퍼마켓/하이퍼마켓

1. Aeon

- 매장 수 : 388개('16년)



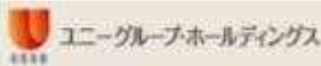
2. Ito-Yokado

- 매장 수 : 186개 ('16년)



3. Uny

- 매장 수 : 222개 ('16년)



4. MaxValu

- 매장 수 : 737개 ('14년)



5. Seiyu(Sunny)

- 매장 수 : 343개 ('16년)



6. Nishitetsu Store(Regaret)

- 매장 수 : 40개 ('16년)



*출처 : 각 마트 홈페이지

ROUTE #1. 슈퍼마켓 / 하이퍼마켓⁸⁾

과자류 판매의 40% 이상이 이루어지는 슈퍼/하이퍼 마켓

슈퍼마켓/하이퍼마켓은 일본 식품 유통의 절반 가량을 차지하는 중요한 유통채널임. 시장조사 전문기관 Canadean Intelligence에 따르면 슈퍼마켓/하이퍼마켓은 일본 식품 시장에서 지난 5년 이상 꾸준히 유통 점유율 1위 자리를 지켜왔으며, 대표 기업으로 Aeon Group과 Seven&I Holdings가 있음

또한, 일본 소비자들은 주로 슈퍼마켓에서 과자류를 구매함. 2015년 일본 과자류 판매의 40% 이상을 슈퍼마켓·하이퍼마켓이 차지했으며 그 거래액은 36억 4,694만 달러에 달함⁹⁾. 따라서 일본 과자류 시장에 진입하고자 한다면 AEON, SEIYU 등 일본 유명 마켓으로의 진출 가능성이 높을 것으로 판단됨

ROUTE #2. 편의점

일본 편의점 문화 발달, 접근성 발달로 인해 이용자수 늘어

일본 내 편의점은 약 5만여 개가 존재하며, 업체 간의 경쟁이 치열함. 일본의 편의점 시장은 2000년에 6.4조 엔에서 2010년에는 8조 엔으로 시장 규모가 성장함. 일본의 편의점 점유율 상위 3개 기업(7-Eleven, Lawson, Family Mart)은 자체 PB(Private Brand) 상품을 개발하고, 편의점 내에 조리시설을 갖추는 등 차별화 전략을 통해 소비자를 유치하기 위해 힘쓰고 있음

ROUTE #3. 자동판매기

자동판매기, 1인 가구 문화에 힘입어 이용문화 발달

일본 내 자동판매기 보급대수는 2013년 말 509만 4,000대로¹⁰⁾, 자동판매기 이용문화가 발달 해 있음. 이는 1인 가구 문화와 실용성, 경제성에 기인한 것으로 분석되며 판매 품목은 도시락, 신문, 음료, 과자류, 완구 등으로 다양함. 식료품 소비시장에서 자동판매기를 포함한 무점포 판매가 차지하는 비중은 17.3%로 해당 유통채널로의 진출을 고려해 볼 필요가 있음

8) USDA Foreign Agriculture Service, 'Japan Retail Foods - Japan Retail Industry', 2016.04

9) Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com)

10) 야노경제연구소, 자판기 비즈니스 현상과 미래전망, 2014

3. 유통업체 담당자 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

초콜릿 취급 식료품
수입 유통업체 대상
인터뷰 진행 (2016년 10월)

Q1. 당사가 유통 중인 초콜릿 제품의 수요는 어떠한가?

“당사는 타 기업에 취급하고 있지 않은 제품을 취급하고 있어 당사가 취급하는 초콜릿은 수요가 높은 편이다.”

식료품 수입유통업체 AMERICO社
담당자와의 인터뷰 中, 2016.10

“당사가 유통 중인 제품 중, 초콜릿은 수요가 낮은 편이다. 취급 품목 자체가 적고 다양성이 부족하기 때문으로 생각한다.”

식료품 수입유통업체 Nichifutsu Boeki社
담당자와의 인터뷰 中, 2016.09

Q2. 초콜릿 제품의 구매요인은 무엇인가?

“당사가 취급 중인 제품의 구매요인은 높은 인지도이다. 인지도가 높은 제품의 경우 판매 주기가 매우 짧다.”

식료품 수입유통업체 AMERICO社
담당자와의 인터뷰 中, 2016.10

“제품의 품질과 가격이라고 생각한다.”

식료품 수입유통업체 Nichifutsu Boeki社
담당자와의 인터뷰 中, 2016.09

Q3. 주로 어느 유통채널로 제품을 납품하는가?

“당사는 주로 수입과자점과 같은 수입제품을 주로 취급하는 마켓으로 제품을 납품하고 있다.”

식료품 수입유통업체 AMERICO社
담당자와의 인터뷰 中, 2016.10

“주로 호텔, 슈퍼 등으로 제품을 납품하며 수입제품마켓으로도 제품을 납품하고 있다.”

식료품 수입유통업체 Nichifutsu Boeki社
담당자와의 인터뷰 中, 2016.09

※ 참고 문헌

| | | |
|---------------------------------------|-----------------|---------|
| 1. 消費者の食品・飲料の購入動向」と注目される「成分」の含有量ランキング | PRWire | 2015.06 |
| 2. 国内初の臨床研究でチョコレートの健康効果明らかに | EconomicNews | 2014.12 |
| 3. 일본-프리미엄 PB 시장 확대 | Retail Magazine | 2016.06 |
| 4. 일본서 '건강 지향성 초콜릿' 인기...제과업계 속속 증산 | 연합뉴스 | 2016.08 |
| 5. 자판기 비즈니스 현상과 장래전망 | 일본 야노경제연구소 | 2014.06 |

※ 참고 사이트

| | |
|-------------------------------|-------------------------------|
| 1. 한국관세청 | www.customs.go.kr |
| 2. 일본관세청 | www.customs.go.jp |
| 3. International Trade Centre | www.trademap.org |
| 4. Canadean Intelligence | intelligence.canadean.com |
| 5. omni7 | www.omni7.jp |
| 6. FANCL | www.fancl.co.jp |
| 7. 일본 농림수산성 | www.maff.go.jp |
| 8. Canadean Intelligence | intelligence.canadean.com |
| 9. 일본 농림수산성 | www.maff.go.jp |
| 10. Canadean Intelligence | www.intelligence.canadean.com |
| 11. 한국 산업통상자원부-FTA | www.fta.go.kr |
| 12. 한국 외교부 | www.mofa.go.kr |
| 13. 일본 야노경제연구소 | www.yano.co.jp |
| 14. 森永製菓株式会社(모리나가제과 주식회사) | www.morinaga.co.jp |
| 15. 株式会社明治(주식회사 메이지) | www.meiji.co.jp |
| 16. 株式会社不二家(주식회사 후지야) | www.mv-kyushu.co.jp |
| 17. 江崎グリコ株式会社(에자키글리코 주식회사) | www.glico.com |