

2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 쿠키 (Cookies)

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 정보 | 27 |
| 4. 원료 정보 | 28 |
| 5. 현지조사 데이터 | 29 |
| V. 유통구조 현황 | 31 |
| 1. 현지 유통구조 map | 32 |
| 2. 추천 진출 경로 | 33 |



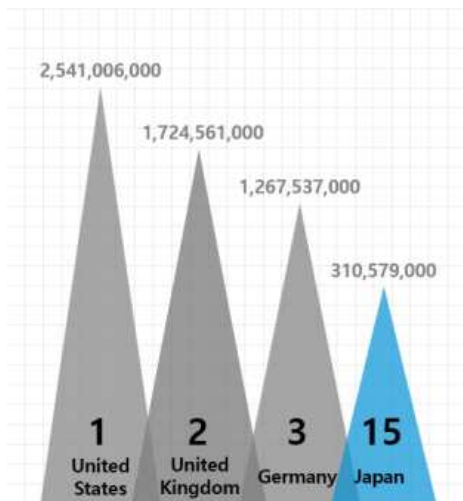
I. 시장 통계

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

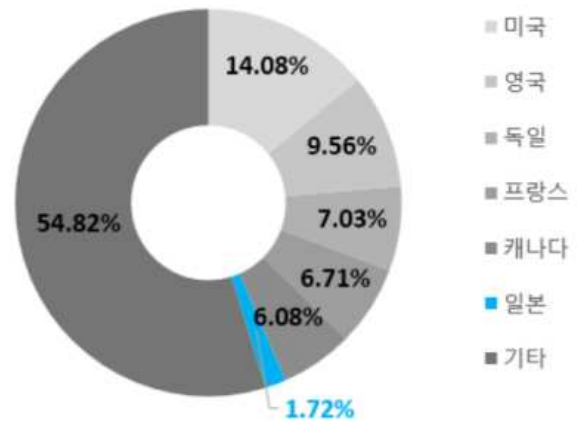
시장통계 OVERVIEW



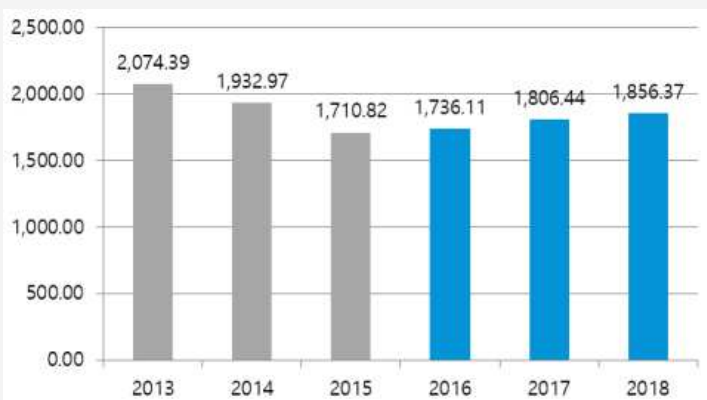
▶ 2015년 글로벌 수입규모 순위, US 달러 기준



▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 2013~2018년 시장 규모, 백만 US달러 기준



※ 2016년 ~ 2018년은 전망치

글로벌 수입규모 1위, 미국
일본, 글로벌 수입 15위
일본 수입상대국, 한국 1위
일본 쿠키(스위트 비스킷)
시장규모
2015년 기준 17억 1,082만 달러

1. 통계분석 기준 설정

쿠키, HS CODE 1905.90으로 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 ‘관세법령정보포털 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 1905.90 |
| 일본 수입규모 및 성장률 | HS CODE 1905.90.322 |
| 일본 시장규모 및 성장률 | 쿠키 (스위트 비스킷) |

표 1.2 일본 내 쿠키 HS CODE 분류

| 국가 | HS CODE | 품명 |
|----|---------------------|---|
| 한국 | 1905 | 빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품 |
| | 1905.90 | 기타 |
| | 1905.90.1040 | 비스킷, 쿠키와 크래커 |
| 일본 | 1905 | 빵, 패스트리(파이), 케이크, 비스킷 기타 베이커리 제품(코코아를 함유하는지의 여부를 불문한다.) 및 성찬용 웨이퍼-, 제약용에 적합한 빈 캡슐, 시일링 웨이퍼, 라이스 페이퍼(rice paper) 그 외 이들에 비슷하게 물품 |
| | 1905.90 | 기타 |
| | 1905.90.322 | 비스킷, 쿠키 및 크래커(cracker) |

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr), 일본 관세청(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

HS CODE 1905.90 품목 수입 1위 미국, 15위 일본

쿠키가 속하는 HS CODE 1905.90 품목의 글로벌 수입규모는 2015년 기준 180억 4,260만 6,000달러로 2013 ~ 2015년 연평균 0.63%의 마이너스 성장을 기록함¹⁾

수입 1위 국가는 미국으로 2015년 기준 25억 4,100만 6,000달러를 수입해 글로벌 수입규모 비중 14.08%를 차지하였으며 2013 ~ 2015년 연평균 10.89% 성장했음

일본의 HS CODE 1905.90 수입규모는 2015년 기준 3억 1,057만 9,000달러로 글로벌 수입규모 비중 1.72%를 차지해 15위를 기록했으며, 2013 ~ 2015년 연평균 12.03%의 마이너스 성장을 기록함

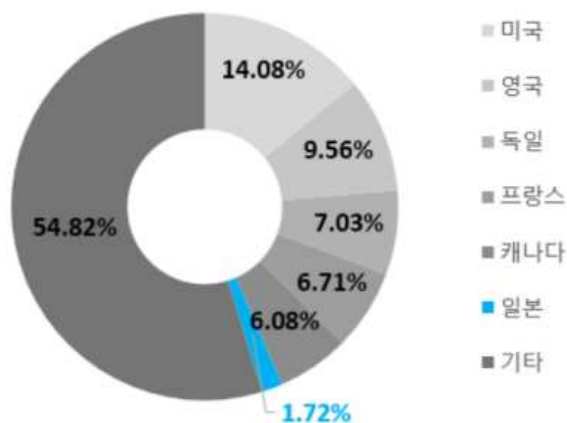
표 1.4 글로벌 HS CODE 1905.90 품목 수입 규모

(단위: US 달러)

| 수입국가 | 2013 | 2014 | 2015 | 2013~2015 연평균성장률 |
|-------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| 글로벌 | 18,272,523,000 | 18,978,077,000 | 18,042,606,000 | -0.63% |
| 1 미국 | 2,066,602,000 | 2,269,150,000 | 2,541,006,000 | 10.89% |
| 2 영국 | 1,750,271,000 | 1,851,292,000 | 1,724,561,000 | -0.74% |
| 3 독일 | 1,343,577,000 | 1,397,326,000 | 1,267,537,000 | -2.87% |
| 4 프랑스 | 1,199,413,000 | 1,249,356,000 | 1,211,305,000 | 0.49% |
| 5 캐나다 | 1,049,870,000 | 1,112,169,000 | 1,097,036,000 | 2.22% |
| 15 일본 | 401,302,000 | 367,915,000 | 310,579,000 | -12.03% |

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

그래프 1.1 글로벌 HS CODE 1905.90 품목 수입액 비중 (2015년)



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

1) 2013 ~ 2015년 연평균 성장률 = (최종/최초년도)^(1/년도-1)-1

3. 일본 수입통계

일본, HS CODE 1905.90.322 시장점유율 1위 한국

International Trade Centre의 데이터에 따르면 일본의 HS CODE 1905.90.322 품목의 수입상대국 1위는 한국으로, 한국산 제품의 수입은 2013년 263만 2,000달러에서 2015년 218만 7,000달러로 3개년 동안 연평균 8.84% 마이너스 성장했음

한국산 제품, 시장 점유율 26.37% 차지

일본 비스킷, 쿠키 및 크래커 시장에서 한국산 제품은 26.37%의 점유율을 차지하고 있음. 뒤를 이어 미국이 22.87%, 싱가포르가 17.01%, 이탈리아가 11.46%, 호주가 6.97%로 집계되었음

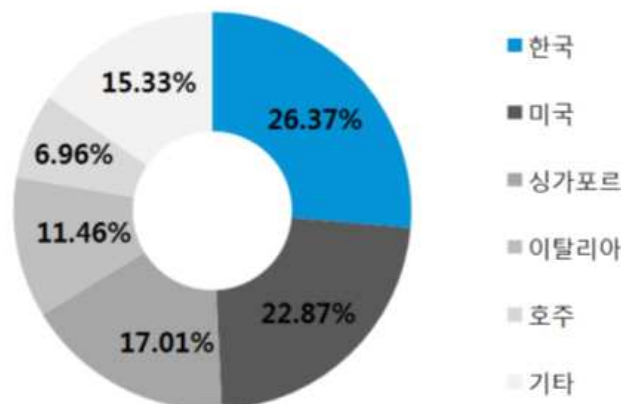
표 1.5 일본 HS CODE 1905.90.322 품목 수입 규모

(단위: US 달러)

| 수입상대국 | 2013 | 2014 | 2015 | 2013 ~2015 연평균성장률 |
|--------|-----------|-----------|-----------|----------------------|
| 글로벌 | 9,216,000 | 9,163,000 | 8,295,000 | -5.13% |
| 1 한국 | 2,632,000 | 2,694,000 | 2,187,000 | -8.84% |
| 2 미국 | 1,982,000 | 1,830,000 | 1,897,000 | -2.17% |
| 3 싱가포르 | 1,190,000 | 1,402,000 | 1,411,000 | 8.89% |
| 4 이탈리아 | 1,142,000 | 1,225,000 | 951,000 | -8.74% |
| 5 호주 | 270,000 | 470,000 | 577,000 | 46.19% |

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

그래프 1.2 일본 HS CODE 1905.90.322 품목 국가별 수입액 비중 (2015년)



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

4. 일본 시장규모 및 성장률

일본 쿠키(스위트 비스킷) 시장 주춤

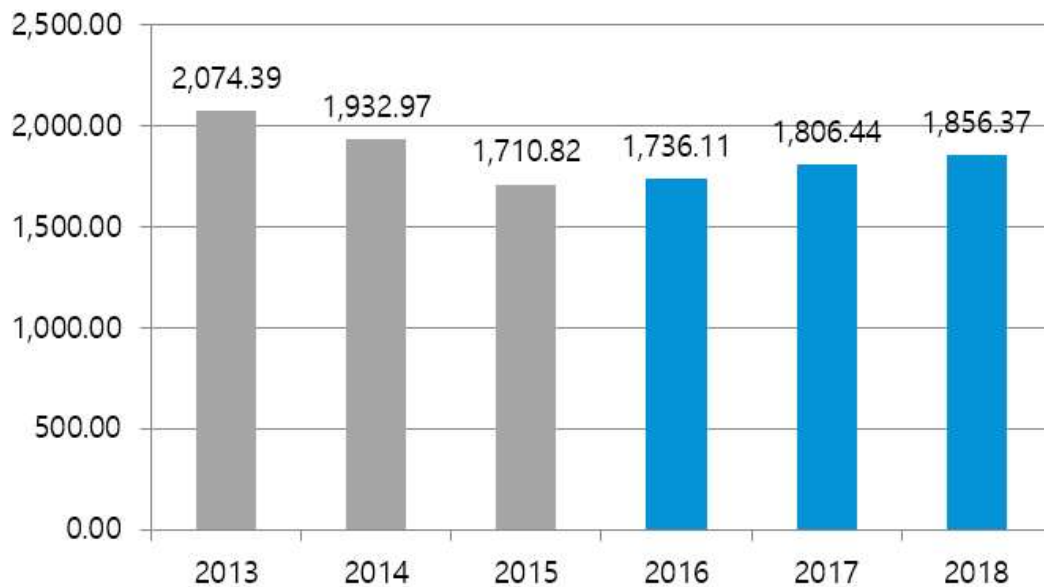
글로벌 리서치 기관인 Canadean Intelligence에 따르면 2015년 쿠키 [Cookies(Sweet Biscuits)] 시장 규모는 17억 1,082만 달러로 2014년에 비해 약 11.49% 감소한 것을 확인할 수 있음. 2013년 ~ 2015년 일본 쿠키[Cookies(Sweet Biscuits)] 시장은 연평균 성장률 9.19%를 기록하고 있음

2016년 ~ 2018년 시장 전망 긍정적

일본 쿠키[Cookies(Sweet Biscuits)] 시장규모는 2016년 17억 3,611만 달러에서 연평균 3.41% 성장하여 2018년 18억 5,637만 달러 시장으로 규모가 확장될 것으로 예상됨

표 1.6 일본 쿠키[Cookies(Sweet Biscuits)] 시장 규모

(단위 : 백만 US달러)



※ 2016년 ~ 2018년은 전망치

출처 : Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com)



Ⅱ. 시장 트렌드

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

시장트렌드 OVERVIEW



시장 메가 트렌드

“ PB 시장의 확대 예상 ”

- 대기업의 PB시장 진출 활발
- 고급화 PB상품 전략 多

“ 온라인 식품 시장 확대 추세 ”

- 대형 쇼핑 사이트를 중심으로 호조를 보임
- 식품 온라인 쇼핑 시장 규모는 향후 3~4%의 성장률을 보일 전망

소비 트렌드

“ 일본 비스킷 · 쿠키 세부 품목별 생산추이 ”

- 일본 비스킷 시장 내 가장 많은 생산량을 차지하는 품목은 단일품목 기준으로 소프트 비스킷(7만 9,500톤)이며, 그 다음 하드 비스킷(4만 2,700톤), 크래커(1만 9,500톤), 건빵(2,690톤) 순으로 이어짐

제품 트렌드

“ 과일 첨가 제품 인기 ”

- 일본 내 대형 과자 제조업체들이 유자 혹은 과일 과즙과 건과일을 이용한 쿠키제품들을 다수 출시하고 있음
- 과일을 이용한 제품들은 여름철 기온이 높은 기간 동안의 소비를 겨냥하여 기간 한정 제품으로 자주 출시됨

정책 트렌드

“ 일원화한 식품표시법과 식품표시기준 시행 ”

- 일본 정부, 일원화한 식품표시법 및 식품표시기준 2015년 4월 1일부터 시행
- 가공식품 분야에 대해 영양표시 의무로 변경

1. 시장 메가 트렌드

다양한 가격대의 Private Brand 시장 확대

신일본슈퍼마켓협회의 2014년 발표 내용에 따르면, PB상품²⁾의 매출액이 전년도에 비해 증가하고 있다고 전함. 대형유통업체가 잇따라 저렴한 PB상품을 출시하며 경쟁이 가열됨

일본의 시장조사 전문기관인 My Voice에 따르면 소비자들이 가장 많이 구매하는 PB상품의 품목은 디저트 제품으로 나타남

저가로 시작한 PB상품의 인기는 최근 프리미엄 PB상품으로 확대됨. AEON그룹과 Seven&I Holdings는 저가 PB상품 경쟁에서 프리미엄 PB상품을 출시하여 차별화를 꾀함. 또한 AEON그룹은 제조업체와 협력하여 2017년까지 현재의 약 2배인 2,300여 종으로 PB상품의 제품 라인을 확대할 예정임

온라인 식품 시장 확대 추세

야노경제연구소의 조사에 따르면 2014년도 온라인 식품 시장 규모는 3조 1,772억 엔으로 전년 대비 104.8% 확대됨. 대형 쇼핑 사이트를 중심으로 호조를 보이는 것으로 보임³⁾

지난 몇 년 간 인터넷 쇼핑몰을 중심으로 하는 대형 쇼핑사이트가 크게 성장하고 있으며 그 규모는 오프라인 식품 시장의 규모에 육박함. 이 같은 성장은 일본 대형 식품 제조업체가 본격적으로 온라인 시장에 진출한 것을 배경으로 하는 것으로 분석됨. 이러한 온라인 식품 시장의 확대로 일본 전체 식품 시장의 판매가 확대되고 있음

동 조사에 따르면 식품 온라인 쇼핑 시장 규모는 향후 3 ~ 4%의 성장률을 보여 2019년에는 2014년 대비 118.2% 성장해 7,539억 엔 규모의 시장으로 확대될 전망이다

2) 판매업자가 소유하고 관리하는 상표. 백화점, 슈퍼마켓 따위에서 독자적으로 만들어 판매하는 상품에 붙임(출처 : 국립국어원)

3) 일본 야노경제연구소, '식품 판매 시장에 관한 조사 결과 2015', 2015.09

2. 소비 트렌드

일본 비스킷 · 쿠키 세부 품목별 생산 추이⁴⁾

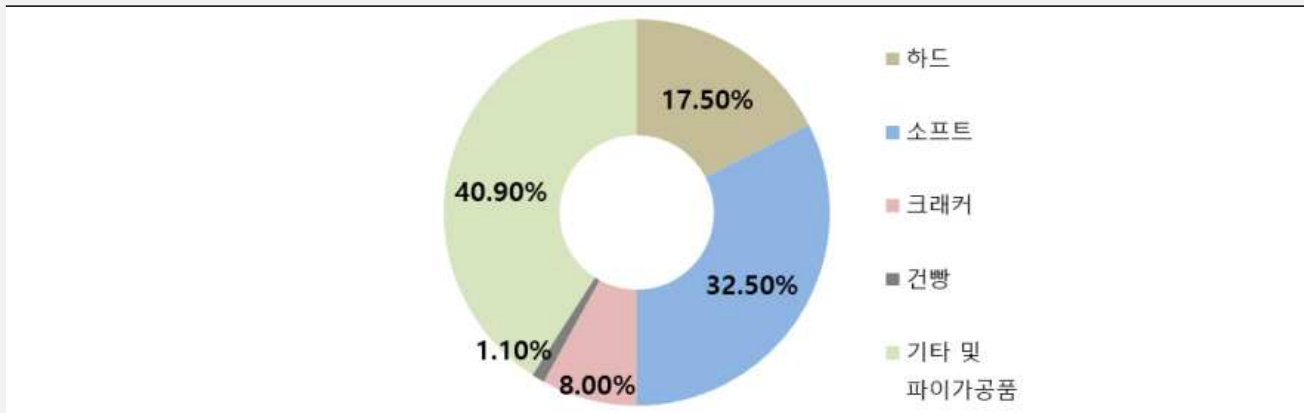
일본 비스킷 시장 내 가장 많은 생산량을 차지하는 품목은 단일품목 기준으로 소프트 비스킷(7만 9,500톤)이며, 그 다음 하드 비스킷(4만 2,700톤), 크래커(1만 9,500톤), 건빵(2,690톤) 순으로 이어짐

일본비스킷협회 기준 하드 비스킷과 소프트 비스킷의 정의는 다음과 같음

하드 비스킷 : 글루텐 함량이 비교적 큰 밀가루, 설탕, 지방 및 그 밖의 원료를 일정 비율로 혼합하여 글루텐을 충분히 발현시킨 다음 성형하여 구워낸 비스킷

소프트 비스킷 : 밀가루, 설탕, 지방 및 기타의 원료를 혼합하되 글루텐의 발현을 최소화하여 성형하고 구워낸 비스킷 (유아용 제품이 주로 해당됨)

그래프 2.1. 일본 비스킷, 쿠키 세부 품목별 생산 규모 (2014년)



출처 : 일본비스킷협회(www.biscuit.or.jp)

4) 출처 : 한국무역협회, '일본 비스킷 · 쿠키 시장 조사 보고서', 2015.06

3. 제품 트렌드

과일 첨가 제품 인기

일본 내 대형 과자 제조업체들이 유자 혹은 과일 과즙과 건과일을 이용한 쿠키제품을 다수 출시하고 있음

과일을 이용한 제품들은 여름철 기온이 높은 기간 동안의 소비를 겨냥하여 기간 한정 제품으로 자주 출시됨

유자를 비롯한 과즙을 이용한 반생 쿠키, 과일향 비스킷, 건과일 쿠키 등 그 형태가 다양하며, 다양한 건과일을 혼합한 제품과 초콜릿, 와인 등을 조합하여 다채롭고 풍부한 맛을 연출하고 있음

표 2.1. 일본 과일 첨가 쿠키 제품 정보

| 제품이미지 | 제품명 | 제조업체 | 가격 | 특징 |
|-------|--|----------------------|-----------------|--|
| | 유자맛 쿠키 (高知ゆずクッキー) | 롯데 (ロッテ) | 228엔 (11개) | - 일본산 유자과즙만 사용 - 식감이 부드럽고 유자향이 강함 |
| | 와비스케 (和びすけ) | 닛신 시스코 (日清シスコ) | 3,084엔 (22개) | - 고치현산 소금과 유자의 향기를 더한 유자·소금 풍미 비스킷 제품 |
| | 블루본 소프트 쿠키 후르츠 초코칩 (ソフトクッキー-フルーツ & チョコチップ) | 블루본 (プルボン) | 300엔 (230g) | - 새콤달콤한 초여름 용 과일의 맛 쿠키 - 파인애플, 망고, 건포도를 함께 배합하였음 |
| | 카바야 프라치나스 타이르향 후르츠의 초코쿠키 (プラチナスタイル香るフルーツのチョコクッキー) | kabaya (카바야) | 300엔 (8개) | - 초코칩 쿠키 - 양주에 담근 과일을 사용하고 촉촉한 식감으로 마무리함 |

출처 : 한국무역협회, '일본 비스킷·쿠키 시장 조사 보고서', 2015.06

4. 정책 트렌드

일본, 일원화한 식품표시제도 시행

일본 정부는 기존의 식품위생법, 농림물자규격화등에관한법(JAS), 건강증진법에 규정되어 있는 식품표시에 관련된 규정을 통합한 식품 표시법을 2015년 4월 1일부터 시행함

식품표시법 시행 이전에는 3개 법에 근거한 총 58개의 표시기준이 혼재하여 소비자의 적절한 이해가 저해되고 사업자의 법령준수 비용이 증가하는 문제점이 생겨남에 따라, 자국의 경제발전 저해요인을 없애기 위한 ‘규제개혁’의 일환으로 법령을 통일 및 확대함

수산가공식품 분야에 대해 기존 표시기준과 달라지는 대표적인 주요 사항은 기존 영양표시에 대해 임의 표시하던 사항을 의무 표시로 변경된 점이 주목할 만함

표 2.2 일본 식품표시기준 제정에 따른 식품표시 주요 변경사항

| | 기존식품표시기준 | 新 식품표시기준 |
|-----------|---|---|
| 영양 표시 | - 영양성분 표시 임의표시 - 가공식품 및 일부 신선식품에 임의표시 | - 영양성분 중 열량, 탄수화물, 단백질, 지방, 나트륨은 의무표시 - 가공식품, 첨가물에 영양성분의 양 및 열량 의무표시 |
| 알레르기 표시 | - 특정원재료 등 대신에 '대체표기, 대체표기의 확대표기, 특정가공식품, 특정가공식품의 확대표기'사용 가능 - 개별표시, 일괄표시 중 선택 가능 | - 특정가공식품, 특정가공식품의 확대표기 폐지 - 개별표시가 원칙(일괄표시도 가능) |
| 영양 강조 표시 | - 코덱스 가이드라인 ⁵⁾ 을 참고로 정함 | - 새로 제정개정된 코덱스 가이드에 따라 정리 - 영양강조표시를 위한 요건변경 - 무첨가 강조표시 도입 |
| 레이아웃 | - 표시면적이 30cm ² 이하인 경우 상미기한 ⁶⁾ ·소비기한, 보존방법 등 생략 가능 | - 표시면적이 30cm ² 이하인 경우라도 안전성에 관한 표시사항은 생략 불가 |
| 식품 구분 | - 식품 관련 법률이 3개로 나뉘어져 가공식품 및 신선식품의 정의에 대해 불분명한 점이 있었음 | - JAS법에서의 가공식품, 신선식품 정의를 채용 - 가공식품: 제조, 가공 공정을 거침 - 신선식품: 조정, 선별 공정을 거침 |
| 고유 기호 제조소 | - 표시면적이 작아서 제조자와 판매자를 병기할 수 없는 경우 제조소 고유기호 사용 가능 | - 원칙적으로 동일제품을 2개 이상의 공장에서 제조하는 경우에 한해 이용가능 |
| 기타 | - 영양기능식품의 기능 표시 성분 대상은 17종류 | - 영양기능식품 기능 표시 성분대상에 비타민K, 칼륨, n-3계 지방산 추가 |

출처 : 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

5) 국제적으로 통용되는 식품 규격기준을 포함한 국제식품규격위원회(CODEX)의 기준

6) 일본의 경우 제조 후 5일 정도 내에 품질이 나빠지는 식품 유효기간을 消費期限(소비기한=유통기한)으로 표시하며, 이 외의 것들은 賞味期限(상미기한, 품질유지 기간)으로 표현함



Ⅲ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW


현지조사 시 확인된 제조사 : 4개사

森永製菓株式会社, イトウ製菓株式会社, 江崎グリコ株式会社, カバヤ食品株式会社

#1. 森永製菓株式会社(모리나가제과주식회사)

| | | | | |
|----------|---|------|--------------------|---|
| 기업유형 | 식품 제조 · 구매 및 판매업 | 설립년도 | 1910 |  |
| 취급 품목 유형 | 과자, 식품, 빙과, 건강식품 | 홈페이지 | www.morinaga.co.jp | |
| 관련 제품 |  | | | |



#2. イトウ製菓株式会社(이토제과주식회사)

| | | | | |
|----------|--|------|---------------|--|
| 기업유형 | 제조 및 판매업 | 설립년도 | 1952 |  |
| 취급 품목 유형 | 쿠키, 비스킷류 | 홈페이지 | www.mr-ito.jp | |
| 관련 제품 |  | | | |

#3. 江崎グリコ株式会社(에자키글리코주식회사)

| | | | | |
|----------|---|------|---------------|---|
| 기업유형 | 식품 제조 및 판매 | 설립년도 | 1929 |  |
| 취급 품목 유형 | 과자, 빙과, 가공 식품, 디저트 등 | 홈페이지 | www.glico.com | |
| 관련 제품 |  | | | |

#4. カバヤ食品株式会社(카바야식품회사)

| | | | | |
|----------|---|------|------------------|---|
| 기업유형 | 식품 제조 및 판매 | 설립년도 | 1946 |  |
| 취급 품목 유형 | 초콜릿, 사탕, 비스킷, 쿠키, 장난감 사탕, 젤리 등 | 홈페이지 | www.kabaya.co.jp | |
| 관련 제품 |  | | | |

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 방법

쿠키제품 일본현지 조사 시, 방문 매장에서 가장 많이 유통되고 있는 제품군의 제조사를 경쟁사로 선정함







일본 내에 있는 AEON, Nishitetsu Store, Seiyu 현지 매장에 방문하여 진열되어 있는 쿠키제품을 확인한 결과, 森永製菓株式会社(모리나가제과주식회사), イトウ製菓株式会社(이토제과주식회사), 江崎グリコ株式会社(에자키글리코주식회사), カバヤ食品株式会社(카바야식품회사)의 제품을 중복적으로 확인하였음

표 3.1 분석 대상 에너지링크 제조기업 4개사

| | | | |
|--|--|---|--|
|  |  |  |  |
| 森永製菓株式会社 (모리나가제과주식회사) | イトウ製菓株式会社 (이토제과주식회사) | 江崎グリコ株式会社 (에자키글리코주식회사) | カバヤ食品株式会社 (카바야식품회사) |

출처 : 현지방문조사(AEON, Nishitetsu Store, Seiyu, 2016.10)

표 3.2 제품 판매대 이미지

| | | |
|------------------|---|--|
| AEON |  |  |
| Nishitetsu Store |  |  |
| Seiyu |  |  |

출처 : 현지방문조사(AEON, Nishitetsu Store, Seiyu, 2016.10)

2. 경쟁사별 현황 파악



森永製菓株式会社(모리나가제과 주식회사)

1910년대에 설립된 모리나가제과주식회사는 캐러멜, 비스킷 등의 과자류, 코코아 믹스 등의 식품류, 아이스크림 등의 빙과류, 젤리음료와 같은 건강음료의 제조 및 구매 판매를 주요사업으로 하고 있음

‘맛있고 즐겁고 건강하게’ 라는 기업 경영이념을 가지고 있으며, ‘식품’을 통해 가치와 감동을 소비자들에게 선사할 수 있는 기업을 목표로 함.

모리나가제과그룹은 규모 확대를 위한 노력의 일환으로 해외에서의 사업 전개를 가속화 하고 있으며 미국 · 동남아 · 중국을 중점 영역으로 정하고, 현지 생산과 판매망 구축을 진행 시장 점유율 확대에 노력중임

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 ‘웃돛도’(おっとと)를 오리온社에 고래밥이라는 이름으로 기술 제휴함 |

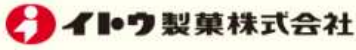
출처 : 모리나가제과 주식회사(www.morinaga.co.jp)

표 3.4 제품 소개

| | | | |
|-------|---|--|---|
| 주요 제품 |  |  |  |
| | アーモンドクッキー (아몬드버터쿠키) | チョコチップクッキー (초콜릿칩쿠키) | ムーンライト (문라이트쿠키) |

출처 : MOLINAGA(www.morinaga.co.jp)

2. 경쟁사별 현황파악



イトウ製菓株式会社(이토제과 주식회사)

1952년 창업한 이래, 이토제과 주식회사는 과자 비스킷 전문 업체로 성장하였음. “항상 고객을 생각하고, 맛있고, 안심 신뢰할 수 있는 쿠키 만들기”를 목표로 하며, 소비자들에게 “변함없는 맛”과 “감동을 주는 맛”을 추구함

이토제과 주식회사는 2016년 9월 12일부터 할로윈을 위해 ‘할로윈 한정 디자인 초콜릿칩쿠키, 버터쿠키’를 발매하는 프로모션을 진행함

표 3.5 기업개요

| | |
|----------|-------------------------------------|
| 기업타입 | 제조 및 판매업 |
| 취급 품목 유형 | 쿠키, 비스킷류 |
| 설립년도 | 1952 |
| 대표전화 | 03-5814-4641 |
| 주소 | 〒114-0014 東京都北区田端6-1-1 田端ASUKAタワー8階 |
| 홈페이지 | www.mr-ito.jp |

출처 : Ito Biscuits(www.mr-ito.jp)

표 3.6 제품 소개

| | | | |
|-------|---|--|---|
| 주요 제품 |  |  |  |
| | チョコチップクッキー (초콜릿칩쿠키) | バタークッキーミニ (버터쿠키미니) | アメリカンソフトクッキー マロン (아메리칸 소프트 쿠키 마론) |

출처 : Ito Biscuits(www.mr-ito.jp)

2. 경쟁사별 현황 파악



江崎グリコ株式会社(에자키글리코주식회사)

글리코 그룹은 1929년 붉은 상자의 영양 과자 '글리코'를 출시한 이래, “최상의 맛과 웰빙을 위해 부단히 노력하는 기업”을 사훈으로 기업 활동을 진행해옴. 또한 일본을 포함한 아시아, 유럽, 캐나다, 미국, 태국, 말레이시아, 베트남, 인도네시아, 중국에 진출한 글로벌 기업임

사업영역은 과자뿐만 아니라, 빙과, 가공 식품, 디저트, 유제품, 유아용 분유, 식품 원료 및 화장품 원료까지 다양한 사업을 진행함

표 3.7 기업개요

| | |
|----------|---|
| 기업타입 | 식품 제조 및 판매 |
| 취급 품목 유형 | 과자, 빙과, 가공 식품, 디저트, 유제품, 유아용 분유, 식품 원료 및 화장품 원료 |
| 설립년도 | 1929 |
| 대표전화 | +81 6 6477 8352 |
| 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 |

출처 : 江崎グリコ株式会社(www.glico.com)

표 3.8 제품 소개

| | | | |
|-------|---|--|---|
| 주요 제품 |  |  |  |
| | シャルウィ? (shall we?) | 비스코 (비스코) | 오카라다카 (오카라나카) |

출처 : 江崎グリコ株式会社(www.glico.com)

2. 경쟁사별 현황 파악



カバヤ食品株式会社(카바야식품회사)

1946년 아이들에게 꿈을 주고 싶다는 마음으로 ‘카바야식품회사’가 탄생함. 1964년 지유 C(ジューC)’ 라는 상품을 개발하여 연간 6,000만개를 넘는 매출을 올렸음. 그 후 “버터 프레즐 ‘이나’ 무스카트 사탕 ‘같은 히트상품을 끊임없이 제조함. 1984년부터는 본격적으로 초콜릿 제조를 시작하면서 종합과자식품회사로 성장함

취급하는 품목으로는 초콜릿, 쿠키·비스킷, 프레즐 소재 과자, 사탕, 장난감 과자 등이 다양한 제품을 취급함

표 3.9 기업개요

| | |
|----------|--------------------------------|
| 기업타입 | 식품 제조 및 판매 |
| 취급 품목 유형 | 초콜릿, 사탕, 비스킷, 쿠키, 장난감 사탕, 젤리 등 |
| 설립년도 | 1946 |
| 대표전화 | 086-724-4300 |
| 주소 | 岡山市北区御津野々口1100番地 |
| 홈페이지 | www.kabaya.co.jp |

출처 : Kabaya Foods Corporation(www.kabaya.co.jp)

표 3.10 제품 소개

| | | | |
|-------|---|--|---|
| 주요 제품 |  |  |  |
| | さなメロンパンクッキー メロンパン&チョコチップ メロンパン (작은 멜론빵쿠키) | カレームしっとりクッキー ジャーjee牛乳 (촉촉한 쿠키) | カレームサクッとマカロン ショ콜ラ (바삭 바삭 쇼콜라마카롱) |

출처 : Kabaya Foods Corporation(www.kabaya.co.jp)



IV. 경쟁제품 현지조사

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

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

제품 분석 결과



출처 : 현지방문조사(AEON, Nishitetsu Store , Seiyu, 2016.10)

분석 제품 상세

| | | |
|---|--|--|
|  |  |  |
| 아몬드쿠키 (아몬드버터쿠키) | 스텔라오바さんのマカダミアナッツ쿠키 (스텔라아줌마 마카다미아쿠키) | 아메리칸소프트쿠키 밀크초콜릿마카데미아 (아메리칸소프트) |
| 森永製菓株式会社 (모리나가제과주식회사) | 森永製菓株式会社 (모리나가제과주식회사) | イトウ製菓株式会社 (이토제과주식회사) |
|  | |  |
| 贅沢バターの Shall we? たっぷりマカダミア チョコチップ入り (셸 위?) | | サクッとマカロン (바삭한 쿠키) |
| 江崎グリコ株式会社 (에자키글리코주식회사) | | 카바야食品株式会社 (카바야식품회사) |

분석 지표 : 용량(pc), 제품 1pc당 가격, 포장형태, 유통기한, 원료

분석 제품 : 현지 매장 방문 조사를 통한 5개 제품

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

1. 분석 제품 및 기준

경쟁 제품



アーモンドクッキー
(아몬드버터쿠키)



ステラおばさんのマカダミアナッツクッキー
(스텔라아줌마 마카다미아쿠키)



アメリカソフトクッキー
ミルクチョコレートマカ
데미아
(아메리칸소프트)

표 4.1 방문 매장

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

출처 : 현지방문조사(AEON, Nishitetsu Store, Seiyu, 2016.10)

1. 분석 제품 및 기준

경쟁 제품



贅沢バターのShallwe?
たっぷりマカダミア
チョコチップ入り
(셸 위?)



サクッとマカロン
(바삭한 쿠키)

표 4.2 분석 제품 및 기준

| 제품명 | 제조사 |
|---|---------------------------|
| 아몬드쿠키 (아몬드버터쿠키) | 森永製菓株式会社 (모리나가제과주식회사) |
| ステラおばさんのマカダミアナッツ쿠키 (스텔라아줌마 마카다미아쿠키) | 森永製菓株式会社 (모리나가제과주식회사) |
| アメリカンソフト쿠키 ミルクチョコレートマカデミア (아메리칸소프트) | イトウ製菓株式会社 (이토제과주식회사) |
| 贅沢バターのShallwe?たっぷりマカダミア チョコチップ入り (셸 위?) | 江崎グリコ株式会社 (에자키글리코주식회사) |
| サクッとマカロン (바삭한 쿠키) | カバヤ食品株式会社 (카바야식품회사) |

▶ 분석기준 : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 용량(pc), 제품 1pc 당 가격(엔), 포장형태, 유통기한, 원료 총 5가지 항목을 분석함

출처 : 현지방문조사(AEON, Nishitetsu Store , Seiyu, 2016.10)

2. 가격 정보

일본 내 유통되는 쿠키 제품

제품 1pc 당 평균 가격 41엔⁷⁾

경쟁 제품들의 제품 1개당 평균 용량(pc)은 8pc로 나타났으며, 제품 1pc당 평균 가격은 41엔인 것으로 집계됨

경쟁 제품 중 제품 1개당 가장 많은 용량(pc)을 나타낸 것은 ‘アーモンドクッキー(아몬드버터쿠키)’ 제품이었으며 가장 적은 용량을 나타낸 제품은 ‘ステラおばさんのマカダミアナッツクッキー(스텔라 아줌마 마카다미아쿠키)’ 제품이었음. 그러나 제품 1pc당 가장 높은 가격을 보인 것은 ‘ステラおばさんのマカダミアナッツクッキー(스텔라이즘마 마카다미아쿠키)’ 제품임. 제품 1pc당 가장 낮은 가격을 보인 것은 ‘サクッとマカロン(바삭한 쿠키)’ 제품이 도출되었음

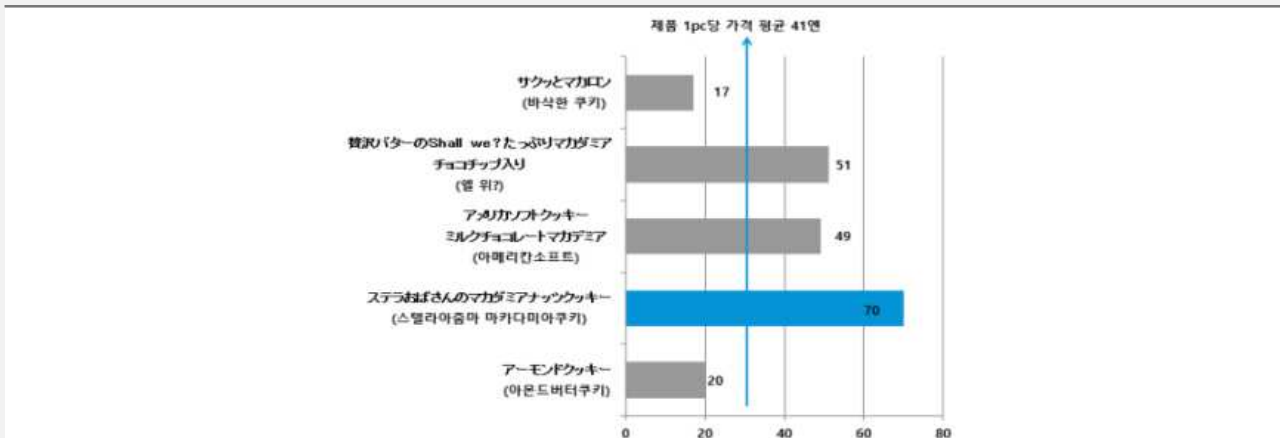
표 4.3 가격 비교

| 제품명 | 용량(pc) | 가격(엔) | 제품 1pc당 가격(엔) |
|--|--------|-------|---------------|
| アーモンドクッキー (아몬드버터쿠키) | 12 | 241 | 20 |
| ステラおばさんのマカダミアナッツクッキー (스텔라이즘마 마카다미아쿠키) | 4 | 278 | 70 |
| アメリカンソフトクッキー ミルクチョコレートマカデミア (아메리칸소프트) | 6 | 291 | 49 |
| 贅沢バターのShall we?たっぷりマカダミア チョコチップ入り (셀 위?) | 8 | 410 | 51 |
| サクッとマカロン (바삭한 쿠키) | 10 | 170 | 17 |

출처 : 현지방문조사(AEON, Nishitetsu Store, Seiyu, 2016.10)

그래프 4.1 제품 1pc당 가격 비교 및 평균가격 도출

(단위 : 엔)



출처 : 현지방문조사(AEON, Nishitetsu Store, Seiyu, 2016.10)

7) 100엔 = 1,089.50원 (KEB하나은행 고시기준, 2016.10.21)

3. 포장용기 정보

분석 제품 모두 종이박스 사용

실제 판매 중인 경쟁 제품 5개 중 모두 종이박스 용기를 사용하는 것으로 조사됨. 이는 경제적이고 사용하기 간편하며 용도가 다양한 종이박스를 쿠키 포장용기로 많이 활용한다는 것을 알 수 있음

유통기한은 개월 수가 아닌 만기일자 표기

일본현지자료조사 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)



출처 : 현지방문조사(AEON, Nishitetsu Store, Seiyu, 2016.10)

표 4.5 경쟁제품 유통기한 비교

| 제품명 | アーモンドクッキー (아몬드버터쿠키) | ステラおばさんの マカダミアナッツ クッキー (스텔라아줌마 마카다미아쿠키) | アメリカソフトクッキー ミルクチョコレート マカデミア (아메리칸소프트) | 誓沢家のShallwe? たっぷりマカダミア チョコチップ入り (셸 위?) | サクッとマカロン (바삭한 쿠키) |
|------|---|---|---|--|---|
| 이미지 |  |  |  |  |  |
| 표기방법 | 만기일자 | - | - | - | 만기일자 |
| 실표기 | 2017년02월19일 | - | - | - | 2017년06월30일 |

출처 : 현지방문조사(AEON, Nishitetsu Store, Seiyu, 2016.10)

4. 원료 정보

쿠키 제품 원료 분석

원료 분석 결과, 5개 제품 모두에 밀가루, 설탕 등이 첨가되었으며 아몬드나 마카다미아넛츠와 같은 견과류가 포함된 것으로 나타남

또한, 5개 제품 모두 유화제 같은 화학합성첨가제를 사용하는 것으로 드러났음

표 4.6 제품별 원료 비교

| 제품명 | 원료 |
|---|--|
| アーモンドクッキー (아몬드버터쿠키) | 밀가루, 설탕, 로스트아몬드, 마가린(우유성분포함), 쇼트닝, 아몬드페이스트, 식염, 크림가공품, 팽창제, 유화제(대두유래), 산화방지제(비타민E), 향료 |
| ステラおばさんのマカ ダミアナツクッキー (스텔라아줌마 마카다미아쿠키) | 밀가루, 설탕, 마카다미아넛츠, 마가린, 버터, 계란, 아프리콧잼, 식염, 팽창제, 유화제(대두유래), 산화방지제(소귀나무추출물), 산미료 |
| アメリカソフトクッキー ミルクチョコレートマ カデミア (아메리칸소프트) | 밀가루, 준초콜릿, 쇼트닝, 환원물엿, 설탕, 마카다미아넛츠, 우유 등을 주요원료로 하는 식품, 럼레이즌페이스트, 말티톨, 푸룬페이스트, 식염, 팽창제, 향료, 유화제, (원재료 일부에 유성분, 대두를 포함) |
| 贅尺々のShallwe? たっぷりマカダミア チョコチップ入り (셸 위?) | 밀가루, 버터, 설탕, 마카다미아넛츠, 초코칩, 마카다미아넛츠파우더, 식염, 시나몬, 향료, 유화제, (일부에 유성분, 밀, 대두를 포함) |
| サクッとマカロン (바삭한 쿠키) | 설탕, 밀가루, 난백(계란을 포함), 아몬드, 쇼트닝, 마가린(대두를 포함), 아몬드 페이스트, 식염, 향신료/트레할로오스, 가공전분, 팽창제, 유화제, 향료(우유, 깨 유래) 메리골드 색소 |

출처 : 현지방문조사(AEON, Nishitetsu Store, Seiyu, 2016.10)

5. 현지 조사 데이터

현지 조사 제품 상세 스펙

일본 현지유통매장 조사를 통해 확인된 에너지 음료의 기본 스펙 및 판매 정보를 다음과 같이 제공함

| 구분 | | 제품 #1 | 제품 #2 |
|--------|--|---|--|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (앞면) |  |  |
| | 제품 이미지 (뒷면) |  |  |
| 제품 스펙 | 제조사 | 森永製菓株式会社 (모리나가제과주식회사) | 森永製菓株式会社 (모리나가제과주식회사) |
| | 제품명 | アーモンドクッキー (아몬드버터쿠키) | ステラお바さんのマカダミアナッツクッキー (스텔라아줌마 마카다미아쿠키) |
| | 용량(pc) | 12 | 4 |
| | 제품 1pc당 가격(엔) | 20 | 70 |
| | 포장형태 | 종이박스 | 종이박스 |
| 원료 | 밀가루, 설탕, 로스트아몬드, 마가린(우유성분포함), 쇼트닝, 아몬드페이스트, 식염, 크림가공품, 팽창제, 유화제(대두유래), 산화방지제(비타민E), 향료 | 밀가루, 설탕, 마카다미아넛츠, 마가린, 버터, 계란, 아프리카트잼, 식염, 팽창제, 유화제(대두유래), 산화방지제(소귀나무추출물), 산미료 | |
| 취급처 | 판매확인 매장 | AEON | AEON |

5. 현지 조사 데이터

| 구분 | | 제품 #3 | 제품 #4 | 제품 #5 |
|--------|------------------|--|--|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (앞면) |  |  |  |
| | 제품 이미지 (뒷면) |  |  |  |
| 제품 스펙 | 제조사 | 이토製菓株式会社 (이토제과주식회사) | 江崎グリコ株式会社 (에자키글리코주식회사) | 카바야食品株式会社 (카바야식품회사) |
| | 제품명 | 아메리칸소프트 쿠키 밀크 초콜릿 마카 데미아 (아메리칸소프트) | 贅沢バターの Shall we? たっぷりマカダミア チョコチップ入り (셸 위?) | サクッとマカロン (바삭한 쿠키) |
| | 용량(pc) | 6 | 8 | 10 |
| | 제품 1pc당 가격(엔) | 49 | 51 | 17 |
| | 포장형태 | 종이박스 | 종이박스 | 종이박스 |
| | 원료 | 밀가루, 준초콜릿, 쇼트닝, 환원물엿, 설탕, 마카다미아넛츠, 우유 등을 주요원료로 하는 식품, 럼레이즌페이스트, 말티톨, 푸룬페이스트, 식염, 팽창제, 향료, 유화제, (원재료 일부에 유성분, 대두를 포함) | 밀가루, 버터, 설탕, 마카다미아넛츠, 초코칩, 마카다미아넛츠파우더, 식염, 시나몬, 향료, 유화제, (일부에 유성분, 밀, 대두를 포함) | 설탕, 밀가루, 난백(계란을 포함), 아몬드, 쇼트닝, 마가린(대두를 포함), 아몬드 페이스트, 식염, 향신료/트레할로오스, 가공전분, 팽창제, 유화제, 향료(우유, 깨 유래) 메리골드 색소 |
| 취급처 | 판매확인 매장 | Nishitetsu Store | Nishitetsu Store | Seiyu |



V. 유통구조 현황

1. 현지 유통구조 map
2. 추천 진출 경로

1. 현지 유통구조 map



| 유통구조 | 특징 | 유통 점유율 |
|--------------------------|--|--------|
| 슈퍼마켓/하이퍼마켓 ⁸⁾ | - 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 | 61.07% |
| 편의점 | - 도시락과 1인 식사 문화가 발달한 일본은 타 국가에 비해 편의점 문화가 발달한 편임 | 11.94% |
| 식품&음료 전문 소매점 | - 식품과 음료를 전문적으로 판매하는 소매점 - 수입 식품만을 전문적으로 취급하는 'Specialty Supermarket'들이 다수 존재하며 이들 매장은 주로 가격대가 높은 수입 식품을 취급함 | 20.84% |
| 백화점 | - 일본의 백화점은 식품관과 마트를 두어 식품을 판매함 | 4.24% |
| 온라인 쇼핑몰 | - 현재 온라인 채널이 전체 유통에서 차지하는 비중은 크지 않으나, 두 자릿수 성장세를 보이고 있음 - Aeon, Ito-Yokado 등 대형 슈퍼마켓 브랜드는 대부분 온라인 채널을 보유하고 있음 | 0.84% |
| 기타 | - 창고형 할인매장과 Drug store, 자판기, 기타 도소매점 등 | 1.07% |

*출처 : Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com), 'Bakery & Cereals'⁹⁾ 품목 유통 점유율 기준

8) 슈퍼마켓/하이퍼마켓(Supermarket/Hypermarket) : 식료품, 일용 잡화, 의약품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장
 9) 시장조사기관인 Canadean Intelligence 데이터 상 'Cookies(Sweet Biscuit)' 세부 품목의 유통점유율을 정보를 공개하지 않아 상위 품목인 'Bakery & Cereals'의 유통점유율을 분석함

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 / 하이퍼마켓¹⁰⁾

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 달함¹¹⁾. 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 4,000대로¹²⁾, 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

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

11) Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com)

12) 야노경제연구소, 자판기 비즈니스 현상과 미래전망, 2014

※ 참고 문헌

| | | |
|---|-----------------------------------|---------|
| 1. 일본인 식사 섭취 기준(2015년) | 일본 후생노동성 | 2015.04 |
| 2. 2014년도 상반기 소비자 동향 조사 | 일본 정책금융금고 | 2014.09 |
| 3. 전자상거래 실태 조사 | 일본 경제산업성 | 2016.06 |
| 4. 식품 판매 시장에 관한 조사 결과 2015 | 일본 야노경제연구소 | 2015.09 |
| 5. Japan Retail Foods - Japan Retail Industry | USDA Foreign Agricultural Service | 2016.04 |
| 6. Insights into food retailing in Japan | Eurofresh | 2016.04 |
| 7. 일본 비스킷 · 쿠키 시장 조사 보고서 | 한국무역협회 | 2015.06 |

※ 참고 사이트

| | |
|---------------------------------------|--|
| 1. 한국 관세청 | www.customs.go.kr |
| 2. 일본 관세청 | www.customs.go.jp |
| 3. International Trade Centre | www.trademap.org |
| 4. 일본 후생노동성 | www.mhlw.go.jp |
| 5. 일본 농림수산업성 | www.maff.go.jp |
| 6. Canadean Intelligence | www.intelligence.canadean.com |
| 7. 한국 산업통상자원부-FTA | www.fta.go.kr |
| 8. 한국 외교부 | www.mofa.go.kr |
| 9. 일본 소비자청 | www.caa.go.jp |
| 10. 森永製菓株式会社(모리나가제과주식회사) | www.morinaga.co.jp |
| 11. イトウ製菓株式会社(이토제과주식회사) | www.mr-ito.jp |
| 12. 江崎グリコ株式会社(에자키글리코주식회사) | www.glico.com |
| 13. カバヤ食品株式会社(카바야식품회사) | www.kabaya.co.jp |
| 14. Eurofresh | www.eurofresh-distribution.com |
| 15. USDA Foreign Agricultural Service | www.fas.usda.gov |
| 16. 일본 야노경제연구소 | www.yano.co.jp |
| 17. 일본비스킷협회 | www.biscuit.or.jp |
| 18. Statista | www.statista.com |