2024
수출기업 맞춤형 해외시장조사

No.	202408-16
품목	광어(Halibut)
HS CODE	0301.99-8000
국가	일본(Japan)
구분	경쟁력분석형

해양수산부
한국수산무역협회
KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION

해양수산부 한국수산무역협회 KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION

CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사

Ⅰ. 요약 03

Ⅱ. 경쟁제품

1. 일본 활광어 경쟁제품 선정 05
2. 일본 활광어 경쟁제품 조사지표 선정 10
3. 일본 활광어 경쟁제품 현지조사 결과 11

Ⅲ. 경쟁기업

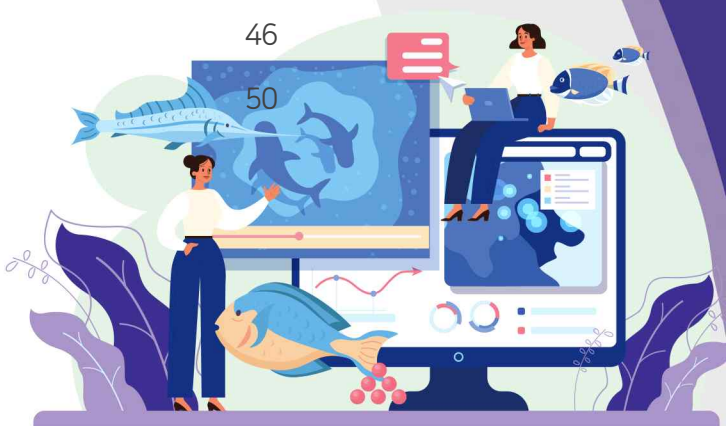
1. 일본 활광어 경쟁기업 선정 26
2. 일본 활광어 경쟁기업 현지화 분석 기준 27
3. 일본 활광어 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 29

Ⅳ. 수입·유통업체 인터뷰

1. 큐슈 피쉬 카부시키가이샤(Kyusyu Fish Ltd) 38
2. 카부시키가이샤 ACS(株式会社 ACS) 41
3. 마루카 피셔리즈(Maruka Fisheries) 43

Ⅴ. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증 46
2. 기업 마케팅 벤치마킹 50

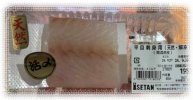


Summary

■ 온라인 인기제품

	판매채널	제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	아마존 (Amazon)	사시미 히라메	ASK산인
		유도테이, 플라운더 포 사시미	칸스이산
	라쿠텐 (Rakuten)	가쓰지메 히라메	마루카 스이산
		신토 히라메	쓰모토시키 시타테시
	야후 쇼핑 (Yahoo Shopping)	카보스 히라메	무라타 스이산
		가쓰지메 히라메	마루카 스이산

■ 오프라인 주요 경쟁제품

히라메 횟감(자연산 · 해동) (미츠코시 이세탄 토신 스이산)		자연산 히라메(횟감) (호쿠신 스이산)	
	가격 1,952.00엔 (약 17,993원)		가격 720.00엔 (약 6,637원)
	중량 65g		중량 68g
아오모리현 자연산 광어		저렴한 가격, 현지화된 포장 디자인	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	미츠코시 이세탄 토신 스이산	호쿠신 스이산	나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크	일본 현지 경쟁기업 현황
국적	일본	일본	일본	경쟁기업 3개사 모두 **포장 및 홍보문구 현지화** + 경쟁기업 3개사 중 2**개사, 자사 홈페이지 및 SNS 플랫폼 활용**해 기업 및 제품 홍보
포장 현지화	●	●	●	
홍보 현지화	●	●	◐	
입점 채널	오프라인만 활용	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(일본) SNS 플랫폼(일본)	자사 홈페이지(일본) SNS 플랫폼(일본)	자사 홈페이지(일본/중국/글로벌)	

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

홍보 현지화
- ● 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ◐ 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ○ 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

■ 경쟁력파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)
가격(100g당) (378.58엔 (약 3,500원))	●	광어(손질) 6개
		1,190.68엔 (약 11,008원)
중량 (1.5kg – 2.0kg (활어기준))	○	광어(손질) 6개
		약 111g
포장 형태 (원물 납품)	○	비닐랩 / 플라스틱 트레이
		10개

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)				
원산지 (한국)	◐	일본산				
		10개				
브랜드 국적 (한국)	◐	일본				
		10개				
기타 표기사항 (생산지역 표기)	○	홋카이도산	아오모리현산	에히메현산	미야기현산	구마모토현산
		5개	2개	1개	1개	1개

● 차별화된 경쟁력 ◐ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 100g당 가격은 오프라인 경쟁제품 평균보다 낮은 편임 2) 현지조사된 경쟁제품 10개 모두 가공 및 손질 후 비닐랩과 플라스틱 트레이를 통해 제품을 포장한 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁제품 10개 모두 기타 표기사항으로 일본 시장 내 제품 생산지역을 표기한 것으로 나타남 2) 바이어 인터뷰 결과, 일본 내 광어 유통 관련 규제 강화로 유통에 제한이 있을 것으로 확인됨

해양수산부
한국수산무역협회
KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION

II

경쟁제품

1. 일본 활광어 경쟁제품 선정
2. 일본 활광어 경쟁제품 조사지표 선정
3. 일본 활광어 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 일본 활광어 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	활광어
제품 종류	활광어(넙치)
소비자가격	3,786엔 (35,000원[1]/kg)
중량	1.5~2.0kg/1미
수확 시즌	연중
특징	청정 환경에서 양식한 제품으로 안심하고 먹을 수 있음

Step 01. 제품 분석

① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석
- 제품명 : 활광어
- 제품 종류 : 활광어(넙치)
- 소비자가격 : 3,786엔(35,000원/kg)
- 중량 : 1.5~2.0kg/1미
- 수확시즌 : 연중

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인

① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
1. 아마존(Amazon)
2. 라쿠텐(Rakuten)
3. 야후 쇼핑(Yahoo Shopping)

② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
- 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획

① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
- 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓/슈퍼마켓 백화점/쇼핑 아케이드

② 오프라인 매장 조사 제품 선정
- 현지 인기 제품 및 대체 가능한 조사 제품 선정

③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석

① 현지 조사
- 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사

② 제품 분석
- (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
- 기업 마케팅 벤치마킹

1) 100엔=924.51원(2024.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

● 일본 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
amazon 아마존	신선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등
Rakuten 라쿠텐	식품, 가전 의류, 생활용품, 가구 등
YAHOO! JAPAN 야후 쇼핑	식품, 미용제품, 생활용품, 가전, 의류 등

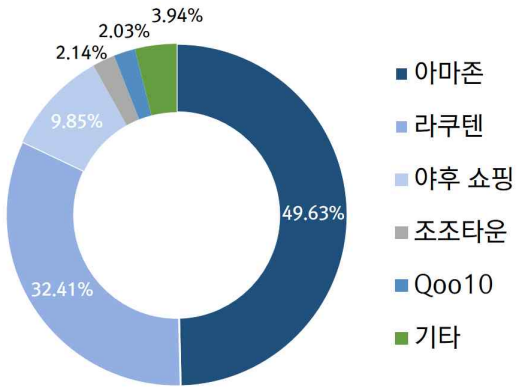
▶ 활광어 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 활광어 제품의 경쟁제품군으로 광어, 참돔, 강도다리, 방어 제품을 설정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 일본 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 주로 일본산 활광어 제품이 상위 인기 제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 일본 인기 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 스태티스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 일본 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

아마존 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(베스트셀러 순위 기준)[2)]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	활광어	ASK산인 (ASKsanin)	사시미 히라메 (Sashimi Hirame)	일본	6,000엔 (약 55,471원)	3-5kg	
2	활광어	칸스이산 (乾水産)	유도테이, 플라운더 포 사시미 (Yudotei, Flounder for Sashimi)	일본	3,990엔 (약 36,888원)	(-)	
3	활광어	우와카이노사치톤야 (宇和海の幸問屋)	히라메 (ヒラメ)	일본	9,111엔 (약 84,232원)	0.8-1.2kg	

2) 조사일(2024.11.07) 기준 조사

[표 2.2] 일본 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

라쿠텐 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(인기 순위 기준)[3]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	활광어	마루카 스이산 (まるか水産)	가쓰지메 히라메 (活〆ヒラメ)	일본	3,130엔 (약 28,937원)	0.8kg	
2	활광어	쓰모토시키 시타테시 (津本式 仕立て師)	신토 히라메 (伸東ヒラメ)	일본	5,500엔 (약 50,848원)	0.8kg	
3	활광어	우쿠 쿠로시오 센교 (宇久黒潮鮮魚)	고토렛토우 자연산 히라메 (五島列島天然ひらめ)	일본	31,500엔 (약 291,221원)	2.5kg	

야후 쇼핑 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(인기 순위 기준)[4]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	활광어	무라타 스이산 (村田水産)	카보스 히라메 (かぼすヒラメ)	일본	7,900엔 (약 73,036원)	1kg	
2	활광어	유우겐가이샤 야마가 (有限会社 山家)	카보스 히라메 (かぼすヒラメ)	일본	7,800엔 (약 72,112원)	1.0-1.2kg	
3	활광어	마루카 스이산 (まるか水産)	가쓰지메 히라메 (活〆ヒラメ)	일본	3,650엔 (약 33,745원)	0.8kg	

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

3) 조사일(2024.11.07) 기준 조사
4) 조사일(2024.11.07) 기준 조사

3) 조사 지역 및 매장 선정

일본 도쿄 정보[5)]

인구	약 1,350만 명
면적	약 2,200㎢

▶ 일본 도쿄, 방문지역으로 선정

도쿄는 지리적으로 일본 열도의 중앙에 위치하며, 1603년부터 일본의 수도로 지정된 도시임. 세계적인 메가시티 인구 1,000만 명 규모의 대도시에 속하는 도쿄에는 일본 전체 인구의 10%가 거주하고 있으며, 2020년 회계연도 기준 일본 GDP의 약 20.4%를 차지함[6)]. 현재 도쿄는 일본의 경제와 문화 산업의 중심지일 뿐만 아니라 정치, 행정의 중심지로도 성장함. 도·소매 산업이 현 경제에 가장 크게 기여하고 있는데, 식품 분야의 유통채널은 2022년 기준 오프라인의 비중이 97.2%, 온라인이 2.8%로 오프라인 채널이 온라인보다 상당히 활성화됨

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 백화점/쇼핑 아케이드

일본 활광어의 주요 유통채널을 확인한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 백화점/쇼핑 아케이드, 도매시장/수산물 전문점이 주요 유통채널로 확인됨. 이에 각 주요 유통채널과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 일본 활광어 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	라이프(Life), 세이유(Seiyu), 이사미야(いさみ屋), 이토요카도(イトーヨーカドー), 니쿠노하나마사(肉のハナマサ), 오케이마트(OKマート)
백화점/쇼핑 아케이드	마루이(Marui), 세이부(Seibu), 토부(Tobu), 이케부쿠로 쇼핑파크(Ikebukuro Shopping Park)
도매시장/수산물 전문점	도요스 시장(Toyosu Market), 빅 츠키지(ビッグ築地)
온라인	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping)

고객사 진출 선호 매장

5) 자료: 일본 통계청 홈페이지
6) 자료: 도쿄 메트로폴리탄

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 마루이 백화점(Marui Department Store), 세이부 백화점(Seibu Department Store), 토부 백화점(Tobu Department Store), 이케부쿠로 쇼핑파크(Ikebukuro Shopping Park), 이사미야 (Ishamiya)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 광어: 바닥에서 사는 넙치과의 어종으로, 넓고 납작한 몸체가 특징인 고급 횟감
- 참돔: 도미과에 속하는 어종으로, 붉은 빛깔을 띠며 쫄깃한 식감과 풍부한 감칠맛을 가진 생선
- 강도다리: 광어와 유사한 넙치과의 생선으로, 탄력 있는 육질과 고소한 맛이 특징인 어종
- 방어: 추운 계절에 제맛을 내는 전갱이과의 생선으로, 기름지고 부드러운 식감이 특징인 어종

[표 2.4] 일본 활광어 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)		매장 입점 여부		제품 종류			
		오프라인	온라인	광어	참돔	강도다리	방어
①	히라메 우스즈쿠리 횟감(해동) (미츠코시 이세탄 토신 스이산)	○ (마루이 백화점)	(-)	○			
②	히라메 횟감(자연산 · 해동) (미츠코시 이세탄 토신 스이산)	○ (마루이 백화점)	(-)	○			
③	마다이(양식 · 조리용) (우코 세이부 이케부쿠로텐)	○ (세이부 백화점)	(-)		○		
④	아카카레이(조리용) (우코 세이부 이케부쿠로텐)	○ (세이부 백화점)	(-)			○	
⑤	마다이(횟감) (우코 세이부 이케부쿠로텐)	○ (세이부 백화점)	(-)		○		
⑥	자연산 히라메(횟감) (호쿠신 스이산)	○ (토부 백화점)	(-)	○			
⑦	히라메 횟감(해동) (나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크)	○ (이케부쿠로 쇼핑파크)	(-)	○			
⑧	부리 횟감(양식) (나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크)	○ (이케부쿠로 쇼핑파크)	(-)				○
⑨	부리 횟감(자연산) (나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크)	○ (이케부쿠로 쇼핑파크)	(-)				○
⑩	마다이 횟감(양식) (이사미야 코타케무카이하라텐)	○ (이샤미야)	(-)		○		

(*) 현지 판매 활광어 경쟁제품 10개 분석

2. 일본 활광어 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 일본 활광어 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 일본 활광어 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	광어: 바닥에서 사는 넙치과의 어종으로, 넓고 납작한 몸체가 특징인 고급 횟감 참돔: 도미과에 속하는 어종으로, 붉은 빛깔을 띠며 쫄깃한 식감과 풍부한 감칠맛을 가진 생선 강도다리: 광어와 유사한 넙치과의 생선으로, 탄력 있는 육질과 고소한 맛이 특징인 어종 방어: 추운 계절에 제맛을 내는 전갱이과의 생선으로, 기름지고 부드러운 식감이 특징인 어종	
포장 형태	비닐 랩 플라스틱 트레이	식품 포장을 위한 비닐 소재의 랩 플라스틱 소재의 용기
식품 유형		제품의 식품 분류[7] (즉석섭취식품, 신선편의식품, 즉석조리식품, 간편조리식품 등)
가공 방법		제품의 가공 방법
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기간
원산지		제품의 원산지
조사 일자		제품 조사 일자
홍보문구		제품의 홍보문구
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

7) 식품의약품안전처 고시 제2024-4호(2024.01.24. 개정에 따름)

3. 일본 활광어 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 일본 도쿄에 위치한 백화점, 쇼핑 아케이드, 슈퍼마켓

일본 도쿄에 위치한 백화점인 마루이 백화점, 세이부 백화점, 토부 백화점과 쇼핑 아케이드인 이케부쿠로 쇼핑파크, 슈퍼마켓인 이샤미야를 방문함. 마루이 백화점은 일본에 약 22개의 매장을 운영중인 인기 있는 백화점 체인이며, 세이부 백화점과 토부 백화점은 식품, 화장품, 의류, 잡화 등 다양한 종류의 상품을 판매함. 이케부쿠로 쇼핑파크는 다양한 상품을 파는 전문 상점들이 입점한 대형 쇼핑 복합시설임. 이샤미야는 식품과 생활용품을 주로 취급하는 슈퍼마켓임

[표 2.6] 일본 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
마루이 백화점 (Marui Department Store)	백화점	2	· 1931년에 설립되어 주요 도시에 다수의 매장을 운영중임 · 일본 내 22개의 지점 보유
세이부 백화점 (Seibu Department Store)	백화점	3	· 매장 내에서 폭넓은 상품과 식품 코너를 제공함 · 일본 내 4개의 지점 보유
토부 백화점 (Tobu Department Store)	백화점	1	· 화장품, 의류, 잡화, 식품 등을 판매함 · 일본 내 5개의 지점 보유
이케부쿠로 쇼핑파크 (Ikebukuro Shopping Park)	쇼핑 아케이드	3	· 패션, 가전, 식품 등 다양한 상품을 제공하는 전문 상점들이 입점
이샤미야 (Ishamiya)	슈퍼마켓	1	· 식품, 생활용품을 주로 취급하는 슈퍼마켓 · 일본 내 2개의 점포 보유

지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 10개 모두 1개의 매장에서만 판매중

마루이 백화점(Marui Department Store), 세이부 백화점(Seibu Department Store), 토부 백화점(Tobu Department Store), 이케부쿠로 쇼핑파크(Ikebukuro Shopping Park), 이샤미야(Ishamiya) 총 5개 매장 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 10개의 제품 모두 1개의 매장에서만 판매 중인 것을 확인함. 세이부 백화점과 이케부쿠로 쇼핑파크는 각각 3개의 경쟁제품을 보유하여 방문한 매장 5개 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황				
	마루이 백화점	세이부 백화점	토부 백화점	이케부쿠로 쇼핑파크	이샤미야
① 히라메 우스즈쿠리 횟감(해동) (미츠코시 이세탄 토신 스이산)	○				
② 히라메 횟감(자연산 · 해동) (미츠코시 이세탄 토신 스이산)	○				
③ 마다이(양식 · 조리용) (우코 세이부 이케부쿠로텐)		○			
④ 아카카레이(조리용) (우코 세이부 이케부쿠로텐)		○			
⑤ 마다이(횟감) (우코 세이부 이케부쿠로텐)		○			
⑥ 자연산 히라메(횟감) (호쿠신 스이산)			○		
⑦ 히라메 횟감(해동) (나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크)				○	
⑧ 부리 횟감(양식) (나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크)				○	
⑨ 부리 횟감(자연산) (나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크)				○	
⑩ 마다이 횟감(양식) (이사미야 코타케무카이하라텐)					○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 마루이 백화점(Marui Department Store)

매장 정보

- **유형: 백화점**
- **판매 제품 특징:**

  화장품, 의류, 잡화, 식품 등의 다양한 제품을 판매함

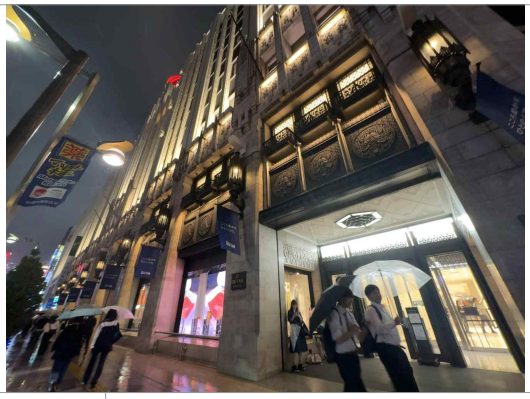
- **매장 주변 특징:**

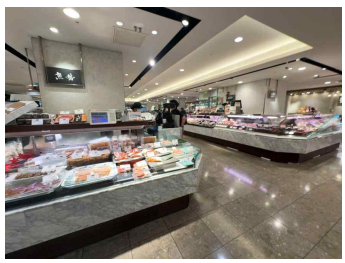
  신주쿠역 인근에 위치

- **주요 고객층:**

  현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보[8]	MARUI GROUP	1931년 설립된 일본의 소매업체로 1947년 백화점 사업을 시작함. 1959년 신주쿠에 본점을 개점하였으며, 이후 도쿄와 오사카를 포함한 주요 도시에 다수의 백화점 매장을 운영 중임. 다양한 패션 브랜드와 젊은 층을 타겟으로 한 트렌디한 상품 구성이 특징임
	조사 제품 수: 2개	

매장 정보			
	위치	도시(지역)	도쿄 신주쿠구
		상세주소	3 Chome-30-13 Shinjuku, Shinjuku City, Tokyo 160-0022

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 활광어 경쟁제품 정보	
	히라메 우스즈쿠리 횟감(해동) (미츠코시 이세탄 토신 스이산)	히라메 횟감(자연산 · 해동) (미츠코시 이세탄 토신 스이산)

사진자료: 현지조사원 자료

8) 마루이 그룹(Marui Group) 홈페이지

제품명 (현지어)	히라메 우스즈쿠리 횟감(해동) (平目薄造り刺身 (解凍))	**제조사 (현지어)**	미츠코시 이세탄 토신 스이산 (三越伊勢丹 東信水産)
제품 종류	광어	**중량**	(-)
소비자가격	2,484.00엔 (22,896원[9])	**100g당 가격**	(-)
원산지	일본	**포장 형태**	비닐 랩/ 플라스틱 트레이
식품 유형	즉석섭취식품	**가공 방법**	비가식 부위 제거
유통기한	1일	**원료 및 첨가물**	홋카이도산 광어
홍보문구	(-)		

제품명 (현지어)	히라메 횟감(자연산 · 해동) (平目刺身用 (天然 · 解凍))	**제조사 (현지어)**	미츠코시 이세탄 토신 스이산 (三越伊勢丹 東信水産)
제품 종류	광어	**중량**	65g
소비자가격	1,952.00엔 (17,993원)	**100g당 가격**	3,003.08엔 (27,681원)
원산지	일본	**포장 형태**	비닐 랩/ 플라스틱 트레이
식품 유형	즉석섭취식품	**가공 방법**	비가식 부위 제거
유통기한	1일	**원료 및 첨가물**	아오모리현산 광어
홍보문구	(-)		

9) 100엔=924.51원(2024.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Shop ② 세이부 백화점(Seibu Department Store)

매장 정보

- **유형: 백화점**
- **판매 제품 특징:**

  화장품, 의류, 잡화, 식품 등의 다양한 제품을 판매함

- **매장 주변 특징:**

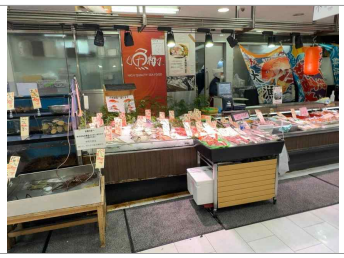
  대형 도로 인근에 위치

- **주요 고객층:**

  현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보[10]	SEIBU	1949년 설립된 일본의 소매업체로 1960년대부터 백화점 사업에 진출함. 1962년 이케부쿠로에 본점을 개점하였으며, 현재 일본 전역에 걸쳐 여러 매장을 운영하고 있음. 고급 브랜드와 프리미엄 서비스를 통해 다양한 소비층을 겨냥하며, 대형 매장 내에서 폭넓은 상품과 식품코너를 제공함
	조사 제품 수: 3개	

매장 정보			
	위치	도시(지역)	도쿄 도시마구
		상세주소	1 Chome-28-1 Minamiikebukuro, Toshima City, Tokyo 171-8569

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 활광어 경쟁제품 정보		
	마다이(양식 조리용) (우코 세이부 이케부쿠로텐)	아카카레이(조리용) (우코 세이부 이케부쿠로텐)	마다이(횟감) (우코 세이부 이케부쿠로텐)

사진자료: 현지조사원 자료

10) 세이부 백화점(Seibu Department Store) 홈페이지

제품명 (현지어)	마다이(양식 조리용) (真鯛 (養殖　加熱用))	**제조사 (현지어)**	우코 세이부 이케부쿠로텐 (魚耕　西武池袋店)
제품 종류	참돔	**중량**	(-)
소비자가격	1,178.00엔 (10,858원)	**100g당 가격**	(-)
원산지	일본	**포장 형태**	비닐 랩/ 플라스틱 트레이
식품 유형	즉석섭취식품	**가공 방법**	비가식 부위 제거
유통기한	2일	**원료 및 첨가물**	에히메현산 참돔
홍보문구	(-)		

제품명 (현지어)	아카카레이(조리용) (赤かれい (加熱用))	**제조사 (현지어)**	우코 세이부 이케부쿠로텐 (魚耕　西武池袋店)
제품 종류	강도다리	**중량**	(-)
소비자가격	2,042.00엔 (18,822원)	**100g당 가격**	(-)
원산지	일본	**포장 형태**	비닐 랩/ 플라스틱 트레이
식품 유형	즉석섭취식품	**가공 방법**	비가식 부위 제거
유통기한	2일	**원료 및 첨가물**	홋카이도산 빨간 강도다리
홍보문구	(-)		

제품명 (현지어)	마다이(횟감) (真鯛 (刺身用))	**제조사 (현지어)**	우코 세이부 이케부쿠로텐 (魚耕　西武池袋店)
제품 종류	참돔	**중량**	196g
소비자가격	1,903.00엔 (17,541원)	**100g당 가격**	970.92엔 (8,949원)
원산지	일본	**포장 형태**	비닐 랩/ 플라스틱 트레이
식품 유형	즉석섭취식품	**가공 방법**	비가식 부위 제거
유통기한	1일	**원료 및 첨가물**	아오모리현산 참돔
홍보문구	(-)		

Shop ③ 토부 백화점(Tobu Department Store)

매장 정보

- **유형: 백화점**
- **판매 제품 특징:**

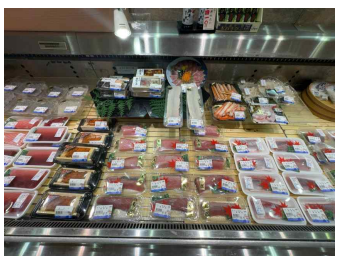
  화장품, 의류, 잡화, 식품 등의 다양한 제품을 판매함

- **매장 주변 특징:**

  대형 도로 인근에 위치

- **주요 고객층:**

  현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보[11]	TOBU		토부는 1946년 설립된 일본의 철도 회사로 1960년 백화점 사업을 시작함. 1962년 이케부쿠로 본점 개점, 1977년 후나바시 토부 개점을 포함하여 현재까지 일본 전역에 5개의 백화점 매장을 운영하고 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	**도시(지역)**	도쿄 도시마구
		상세주소	1 Chome-1-25 Nishiikebukuro, Toshima City, Tokyo 171-8512
매장 내부 전경	**매장 내부 전경**		
			
제품 판매 정보	**판매 활광어 경쟁제품 정보**		
	자연산 히라메(횟감) (호쿠신 스이산)		

사진자료: 현지조사원 자료

11) 토부 백화점(Tobu Department Store) 홈페이지

제품명 (현지어)	자연산 히라메(횟감) (天然ひらめ (刺身用))	제조사 (현지어)	호쿠신 스이산 (北辰水産)
제품 종류	광어	중량	68g
소비자가격	720.00엔 (6,637원)	100g당 가격	1,058.82엔 (9,760원)
원산지	일본	포장 형태	비닐 랩/ 플라스틱 트레이
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	비가식 부위 제거
유통기한	2일	원료 및 첨가물	홋카이도산 광어
홍보문구	바다의 은혜, 돋보이는 천연의 맛		

Shop ④ 이케부쿠로 쇼핑파크(Ikebukuro Shopping Park)

매장 정보

- **유형: 쇼핑 아케이드**
- **판매 제품 특징:**

  식품, 생활용품, 잡화, 의류 등의 제품을 판매

- **매장 주변 특징:**

  대형 도로 인근에 위치

- **주요 고객층:**

  현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보[12]	ISP	이케부쿠로 쇼핑파크는 1954년 일본 도쿄의 이케부쿠로 지역에 설립된 쇼핑 복합 시설로, 1968년에 대규모 리모델링을 통해 현재의 현대적 매장 형태를 갖추게 됨. 패션, 가전, 식품 등 다양한 상품을 제공하는 전문 상점들이 입점해 있으며, 연간 수백만 명의 방문객이 찾는 인기 쇼핑 명소 중 하나임
	조사 제품 수: 3개	

매장 정보			
	위치	도시(지역)	도쿄 도시마구
		상세주소	1 Chome-29-1 Minamiikebukuro, Toshima City, Tokyo 171-8532

매장 내부 전경	매장 내부 전경	

제품 판매 정보	판매 활광어 경쟁제품 정보		
	히라메 횟감(해동) (나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크)	부리 횟감(양식) (나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크)	부리 횟감(자연산) (나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크)

사진자료: 현지조사원 자료

12) 이케부쿠로 쇼핑파크(Ikebukuro Shopping Park) 홈페이지

제품명 (현지어)	히라메 횟감(해동) (ひらめ刺身用 (解凍))	**제조사 (현지어)**	나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크 (中島水産池袋ショッピングパーク)
제품 종류	광어	**중량**	64g
소비자가격	469.00엔 (4,323원)	**100g당 가격**	732.81엔 (6,755원)
원산지	일본	**포장 형태**	비닐 랩/ 플라스틱 트레이
식품 유형	즉석섭취식품	**가공 방법**	비가식 부위 제거
유통기한	2일	**원료 및 첨가물**	홋카이도산 광어
홍보문구	(-)		

제품명 (현지어)	부리 횟감(양식) (ぶり刺身用 (養殖))	**제조사 (현지어)**	나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크 (中島水産　池袋ショッピングパーク)
제품 종류	방어	**중량**	77g
소비자가격	564.00엔 (5,199원)	**100g당 가격**	732.47엔 (6,752원)
원산지	일본	**포장 형태**	비닐 랩/ 플라스틱 트레이
식품 유형	즉석섭취식품	**가공 방법**	비가식 부위 제거
유통기한	1일	**원료 및 첨가물**	미야기현의 방어
홍보문구	(-)		

제품명 (현지어)	부리 횟감(자연산) (ぶり刺身 (天然))	**제조사 (현지어)**	나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크 (中島水産　池袋ショッピングパーク)
제품 종류	방어	**중량**	(-)
소비자가격	626.00엔 (5,770원)	**100g당 가격**	(-)
원산지	일본	**포장 형태**	비닐 랩/ 플라스틱 트레이
식품 유형	즉석섭취식품	**가공 방법**	비가식 부위 제거
유통기한	1일	**원료 및 첨가물**	홋카이도 방어
홍보문구	오늘의 추천 상품		

Shop ⑤ 이샤미야(Ishamiya)

매장 정보

- **유형: 슈퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**

  다양한 식품, 생활용품 등의 제품을 판매

- **매장 주변 특징:**

  거주 지역 인근에 위치

- **주요 고객층:**

  현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보[13]	いさみ屋	1955년 설립된 이사미야는 도쿄에 2곳의 지점을 가지고 있는 슈퍼마켓임. 매장은 이타바시와 토시마에 있으며, 도쿄도 청과상업협동조합 산하의 중앙 및 지방 도매 시장을 통해 안심할 수 있는 야채와 과일 등을 판매하고 있음
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보			
	위치	**도시(지역)**	도쿄
		상세주소	〒173-0036 Tokyo, Itabashi City, Mukaihara, 3 Chome－10－37

매장 내부 전경	**매장 내부 전경**

제품 판매 정보	**판매 활광어 경쟁제품 정보**
	마다이 횟감(양식) (이사미야 코타케무카이하라텐)

사진자료: 현지조사원 자료

13) 이샤미야(Ishamiya) 홈페이지

제품명 (현지어)	마다이 횟감(양식) (真鯛刺身用 (養殖))	제조사 (현지어)	이사미야 코타케무카이하라텐 (いさみ屋　小竹向原店)
제품 종류	참돔	중량	198g
소비자가격	1,279.00엔 (11,789원)	100g당 가격	645.96엔 (5,954원)
원산지	일본	포장 형태	비닐 랩/ 플라스틱 트레이
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	비가식 부위 제거
유통기한	1일	원료 및 첨가물	구마모토현산 참돔
홍보문구	큐슈 인지도 No.1		

해양수산부
한국수산무역협회
KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION

III

경쟁기업

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

1. 일본 활광어 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 활광어 제품을 판매하는 한국기업 3개사 선정

일본 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 현지화가 잘 되어 있는 수입·유통 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 70년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 70년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크는 1925년에 설립되어 가장 오래된 99년의 업력을 보유하고 있음. 미츠코시 이세탄 토신 스이산은 1949년 설립된 이후 약 75년째 사업을 이어오고 있으며, 호쿠신 스이산은 36년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 3개사, 활광어 동일 품목 종류 조사

일본에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 활광어 동일 품목 수를 조사한 결과, 미츠코시 이세탄 토신 스이산이 총 5개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그 다음으로는 나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크가 3개, 호쿠신 스이산이 2개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 활광어 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
미츠코시 이세탄 토신 스이산	일본	75년	5개
호쿠신 스이산	일본	36년	2개
나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크	일본	99년	3개

자료: 일본 진출 활광어 경쟁기업 3개사 분석

2. 일본 활광어 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준		설명
①	기업명	기업의 이름
②	위치	기업 본사 위치
③ 규모	매출액	기업 23년도 매출액
	직원 수	기업 23년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	광어, 참돔, 강도다리, 방어

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	◐ (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	◐ (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	마루이 백화점, 세이부 백화점, 토부 백화점, 이케부쿠로 쇼핑파크, 이샤미야
온라인	아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑

3. 일본 활광어 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 일본 온/오프라인 매장 진출

일본에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. 미츠코시 이세탄 토신 스이산은 마루이 백화점(Marui Department Store) 1곳에, 호쿠신 스이산은 토부 백화점(Tobu Department Store) 1곳에, 나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크는 이케부쿠로 쇼핑파크(Ikebukuro Shopping Park) 1곳에 입점한 것으로 확인됨. 3개사 중 호쿠신 스이산과 나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크는 온라인 매장인 아마존(Amazon)과 라쿠텐(Rakuten)에 입점한 것으로 조사됨

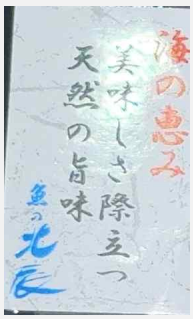
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보활동 활발함

일본 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 그 중 나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크는 일본 현지 홈페이지뿐만 아니라 중국과 글로벌 사이트도 함께 운영중인 것으로 확인됨. 또한 나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크는 일본 계정의 페이스북, 인스타그램, X(구 트위터)를 운영하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 품질, 맛, 원료 등을 강조

일본 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 자연산 원재료 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. 미츠코시 이세탄 토신 스이산은 '자연산'이라는 홍보문구를 사용하고 있으며, 호쿠신 스이산은 '돋보이는 천연의 맛'이라는 홍보문구를 표기하여 자연산 원재료를 사용하였음을 강조하고 있음. 이외에도 '지방이 올라 있습니다'와 같은 제품의 품질과 관련된 수식어가 활용되고 있음

[표 3.7] 일본 활광어 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
미츠코시 이세탄 토신 스이산	• 오프라인 매장 – 마루이 백화점	• 자사 홈페이지 (일본) • SNS 플랫폼 (일본) – 인스타그램	– 자연산	
호쿠신 스이산	• 오프라인 매장 – 토부 백화점 • 온라인 매장 – 아마존 – 라쿠텐	• 자사 홈페이지 (일본) • SNS 플랫폼 (일본) – 페이스북 – 인스타그램 – X(구 트위터)	– 바다의 은혜 – 돋보이는 천연의 맛	
나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크	• 오프라인 매장 – 이케부쿠로 쇼핑파크 • 온라인 매장 – 아마존 – 라쿠텐	• 자사 홈페이지 (일본/중국/글로벌)	– 오늘의 추천상품!! – 지방이 올라 있습니다	

자료: 일본 진출 활광어 경쟁기업 3개사 분석

① 미츠코시 이세탄 토신 스이산

기업 기본 정보	기업명	미츠코시 이세탄 토신 스이산	
	기업 설명	토신 스이산은 1949년에 설립된 도쿄 지역의 수산물 유통 및 가공 전문 기업임. 신선하고 품질 높은 수산물을 고객에게 제공하는 것을 목표로 하며, 직영점과 주요 소매점 내 매장을 운영하고 있음. 고객의 편의와 맛있는 식문화 제공에 중점을 두며, 고객과의 신뢰를 기반으로 100년 지속 가능한 기업으로 성장하는 것을 목표로 함	
	위치	東京都杉並区桃井2-15-3	
	규모	동일 품목 수[14]	5개
		설립연도	1949년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 마루이 백화점		제품명	히라메 횟감 (자연산 · 해동) (平目刺身用 (天然 · 解凍))
			중량	65g
			소비자가격	1,952.00엔 (약 17,993원[15])
			제품 종류	광어

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	● (상)	자사 홈페이지 및 SNS 플랫폼 활용

사진자료: 현지조사원 자료

14) 유사품목인 참돔, 강도다리, 방어를 동일 품목으로 간주함
15) 100엔=924.51원(2024.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

<table>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(일본), 인스타그램(일본)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td>비정기적</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개, 매장 소개 등</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="3">게시물 유형</td><td>
</td><td>• 기본적인 회사 소개
(회사 개요, 연혁, 이념, 위치 등)</td></tr>
<tr><td>
</td><td>• 자사 매장별 특징 및 제품군 소개</td></tr>
<tr><td>
</td><td>• 자사 상품 및 행사 등 보도자료 개시</td></tr>
</table>

사진자료: 미츠코시 이세탄 토신 스이산 홈페이지

② 호쿠신 스이산

기업 기본 정보	기업명	호쿠신 스이산	
	기업 설명	호쿠신 스이산은 일본 내 최대 수산물 유통 및 가공 전문 기업으로, 신선한 생선을 제공하는 '수산 엔터테인먼트 회사'로 알려져 있음. 호쿠신 스이산은 일본의 풍부한 식문화와 전통을 지키고, 소비자들에게 최고 품질의 생선 및 해산물을 제공하기 위해 노력하고 있음. 또한 일본 전국에 매장을 운영하며, 온라인 쇼핑몰을 통해서도 다양한 해산물을 판매중임	
	위치	千葉県柏市花野井712番地の111	
	규모	동일 품목 수	2개
		설립연도	1988년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 토부 백화점 〈온라인 매장〉 아마존 라쿠텐		제품명	자연산 히라메(횟감) (天然ひらめ (刺身用))
			중량	68g
			소비자가격	720.00엔 (약 6,637원)
			제품 종류	광어

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	● (상)	자사 홈페이지 및 SNS 플랫폼 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(일본), 페이스북/인스타그램/X(일본)
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 쇼핑몰 안내 등

게시물 유형		• 기본적인 회사 소개 (회사 개요, 연혁, 이념, 회사명 유래 등)
		• 자사 제품군 소개
		• 쇼핑몰로 연결 및 안내

사진자료: 호쿠신 스이산 홈페이지

③ 나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크

기업 기본 정보	기업명	나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크	
	기업 설명	나카지마 스이산은 1925년에 설립되어 '맛있는 생선'을 제공하여 건강과 풍요로운 식문화를 조성하는 것을 지향함. 다양한 소매 채널에 입점하여 일본 및 해외 시장에서 수산물 유통과 외식 사업을 확장하고 있음. 나카지마 스이산은 새로운 도전과 시대 변화에 맞춘 대응으로 수산물 소비 문화를 젊은 세대와 해외에 알리고자 노력하고 있음	
	위치	〒104-0045 東京都中央区築地 6-19-20 ニチレイ東銀座ビル5階	
	규모	동일 품목 수	3개
		설립연도	1925년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 이케부쿠로 쇼핑파크		제품명	히라메 횟감(해동) (ひらめ刺身用 (解凍))
			중량	64g
			소비자가격	469.00엔 (4,323원)
			제품 종류	광어

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	◐ (중)	자사 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(일본/중국/글로벌)
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 소개, 점포 소개, 제품 소개 제공

게시물 유형		• 회사 개요, 연혁, 점포 일람, 그룹 회사 등 기업 정보 소개
		• 사업 분야 안내 (소매업, 하역업, 식품 사업, 해외 사업 등)
		• 자체 운영 사이트 안내 (자체 매거진, 수산물 정보 공유 등)

사진자료: 나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크 홈페이지

해양수산부
한국수산무역협회
KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION

Ⅳ
수입·유통업체 인터뷰

1. 큐슈 피쉬 카부시키가이샤(Kyusyu Fish Ltd)
2. 카부시키가이샤 ACS(株式会社 ACS)
3. 마루카 피셔리즈(Maruka Fisheries)

Interview ① 큐슈 피쉬 카부시키가이샤 (Kyusyu Fish Ltd)

16)

큐슈 피쉬 카부시키가이샤 (Kyusyu Fish Ltd)

- **유형:** 해산물 도매업체
- **업체 특징:**
  - 1987년에 설립된 해산물 도매업체로 활어를 전문적으로 취급하고 있음
  - 후쿠오카에 본사를 두고 있으며, 온라인 플랫폼을 통해 제품을 판매하고 있음

담당자 정보

Live Fish Sales

고객사 제품 정보

세부품목	활광어
중량	1.5~2.0kg/미
포장 형태	원물 포장

큐슈 피쉬 카부시키가이샤(Kyusyu Fish Ltd) Live Fish Sales

Q. 현지에서 활광어 제품의 생산 및 가공 방식에 대한 선호도는 어떤가요?

광어는 대부분 회로 소비되기 때문에 가공을 최소화하여 껍질을 제거하고 필레 형태로 포장하는 정도만 진행됩니다. 전골이나 기타 요리에 활용할 수도 있지만, 사케나 맥주와 함께 생선회를 즐기는 방식이 훨씬 인기가 많아 대부분 횟감으로 공급됩니다.

Q. 해외 업체의 현지 마켓 납품 절차 및 유통 과정은 어떻게 되나요?

현재 일본 시장에 납품하는 것은 사실상 불가능합니다. 기후 변화로 식중독 사례가 증가하면서 광어가 고위험 어종으로 간주되고 있습니다. 이에 따라 광어 유통은 보건부와 농업부의 엄격한 규제를 받으며, 정기적으로 양식장과 어획된 광어에 대해 모니터링과 샘플 검사를 통해 식중독균 검사를 시행합니다. 그러나 한국이나 중국의 양식장을 직접 점검하는 것은 사실상 불가능하여 이 과정이 생략되면서 승인되지 못하는 경우가 발생합니다. 이에 따라 일본에서 유통되는 일부 중국 및 한국산 광어는 밀수된 것으로 추정되며, 이러한 광어는 검사 절차를 거치지 않아 도매시장이 아닌 별도로 판매되는 것으로 예상됩니다.

16) 사진 자료: 큐슈 피쉬 카부시키가이샤(Kyusyu Fish Ltd) 공식 홈페이지

Q. 수입산 활광어 취급 시 물류나 유통 측면에서 주의해야 할 점은 무엇인가요?

통조림, 양념과 같은 가공된 형태가 아닌 활광어 형태는 일본에 반입이 허용되지 않기 때문에 수입은 불가능합니다. 또한 현지에서 광어는 회가 아닌 다른 요리로는 수요가 매우 적어 가공된 형태로 현지에서 판매 시 시장성이 없을 가능성이 매우 높습니다.

Q. 한국산 활광어가 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

앞서 언급했듯이 현재 한국산 광어에 대한 정보가 부족합니다. 이는 최근 식중독 사례 증가와 광어에서 병원균이 발견된 사례가 잇따르면서, 보건부가 활광어에 대한 엄격한 모니터링 규정을 새로 발표했기 때문입니다. 일반적으로 광어는 입항 후 도매시장으로 유통되지만, 한국산 광어는 이러한 검사를 거치지 않아 합법적인 유통이 불가능한 상황입니다.

Q. 현지에서 활광어 제품 판매 시 효과 있는 판촉 방식은 무엇인가요?

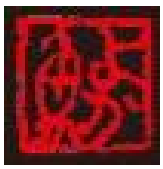
선물용 제품을 만드는 것입니다. 이자카야와 사케 전문점에 대량으로 판매되는 광어 외에도, 온라인 상점에서 종종 선물용으로 생선을 판매합니다. 이를 위해 상인들은 전통적인 일본식 포장 방식을 활용하여, 전통 상자와 종이 공예, 때로는 선물 포장을 더해 정성을 표현합니다.

Q. 바이어 입장에서 수입산 생선 구매 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

냉동하지 않은 활어 상태로 대량 유통할 수 있는 방법이 개발되지 않는 한, 일본 내에서 수입산 광어 시장을 확장하기는 매우 어려울 것입니다. 현지에서 광어는 대부분 신선한 상태인 회로 소비되기 때문입니다. 일본 내에 광어가 소규모로 수입된다는 사실을 아는 사람은 거의 없습니다. 수입된 광어의 대부분은 중국이나 한국 음식점으로 직행하는 것으로 알려져 있습니다. 현지 소비자들은 주로 생선을 날것으로 먹기 때문에, 식당에서 생선을 오랫동안 조리하거나 냉동 보관하는 경우는 드뭅니다. 해외에서 수입된 생선은 냉동 처리가 필수인데, 이는 생선의 맛과 육즙을 감소시켜 횟감으로 사용하기에 적합하지 않습니다.

Interview ② 카부시키가이샤 ACS (ACS Co., Ltd.)

17)



카부시키가이샤 ACS (ACS Co., Ltd.)

- **유형:** 수산물 도매업체
- **업체 특징:**
  - 기후현에 위치한 수산물 도매업체로 활어를 전문적으로 취급하고 있음
  - 라쿠텐, 야후 등 주요 온라인 플랫폼과 도매시장을 통해 유통하고 있음

담당자 정보

Wholesaler

고객사 제품 정보

세부품목	활광어
중량	1.5~2.0kg/미
포장 형태	원물 포장

카부시키가이샤 ACS(ACS Co., Ltd.) Wholesaler

Q. 현지에서 활광어 제품의 생산 및 가공 방식에 대한 선호도는 어떤가요?

광어가 가공 및 식품 제조용으로 사용될 경우, 냉동 상태로 운송하는 것이 가장 적합하며, 일반적으로 구매자의 요구에 따라 뼈가 있거나 없는 필레 형태로 제공됩니다. 또한, 광어가 위험도가 높은 어종으로 분류되기 때문에 수입된 광어는 B2C 판매가 허용되지 않을 것으로 보입니다. 승인된 판매자만이 이를 판매할 수 있어 유통이 매우 제한적일 것으로 예상됩니다.

Q. 해외 업체의 현지 마켓 납품 절차 및 유통 과정은 어떻게 되나요?

해외 업체가 현지 시장에 제품을 납품, 유통하려면 일반적으로 농림부에서 제시한 표준과 지침을 준수해야 합니다. 이 지침에는 냉동 방식, 포장, 제품 크기 등이 포함되며, 만약 가공된 형태로 제품이 도착하는 경우, 수입업체가 이러한 세부 사항을 제조업체와 공유하고 제조업체는 해당 지침을 준수해야 합니다. 각 판매자나 지역마다 요구 사항이 상이할 수 있기 때문에 모든 상황에 적용할 수 있는 명확한 절차를 제시하기는 어렵습니다.

17) 사진자료: 카부시키가이샤 ACS(ACS Co., Ltd.) 공식 홈페이지

Q. 수입산 활광어 취급 시 물류나 유통 측면에서 주의해야 할 점은 무엇인가요?

현지에서는 생선을 주로 생식으로 소비하기 때문에, 소비자에게 직접 유통하는 것은 거의 허용되지 않습니다. 대신, 가공된 형태로만 산업용 가공시설에 공급할 수 있습니다. 기타 생선 유통 시 준수해야 하는 지침도 앞서 언급한 사항과 유사합니다.

Q. 한국산 활광어가 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

3번 문항에 답변드렸던 B2B 방식으로 수입업체를 통해서 또는 식품 가공 공장에 직접 납품하는 절차와 유사합니다.

Q. 현지에서 활광어 제품 판매 시 효과 있는 판촉 방식은 무엇인가요?

음식 관련 이벤트 참여가 가장 효과적인 전략입니다. 이는 제품을 잘 알려진 유통업체, 소매업체 및 일반 소비자들에게 소개할 수 있기 때문입니다. 이외에도 인기 브랜드들은 음식 인플루언서나 블로거들과 협업하며 유사한 관심사를 가진 고객에게 제품을 소개합니다.

Q. 바이어 입장에서 수입산 생선 구매 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

최근 식중독 사례가 증가하면서 안전성이 가장 큰 우려 사항으로 떠오르고 있습니다. 많은 소비자가 광어 섭취를 피하는 것이 안전하다고 생각해, 현재는 홍보하기에 적절한 시기가 아닙니다. 또한, 기후 변화로 인해 광어에 병원균과 기생충이 증가하면서 일부 양식장에서 병원균으로 인한 폐사 처리가 발생한 상황입니다. 이로 인해 바이어들은 경계하고 있으며, 소비자들도 이전처럼 광어를 구매하지 않고 있습니다.

Interview ③ 마루카 피셔리즈 (Maruka Fisheries)

18)

마루카 피셔리즈 (Maruka Fisheries)

- **유형:** 해산물 도매업체
- **업체 특징:**
  - 미에현에 위치한 해산물 도매업체로, 신선한 해산물을 취급하고 있음
  - 자체 온라인 쇼핑몰인 이세시마샵과 라쿠텐, 야후를 통해 유통하고 있으며, 도매시장에서도 거래하고 있음

담당자 정보

Sales Manager

고객사 제품 정보

세부품목	활광어
중량	1.5~2.0kg/미
포장 형태	원물 포장

마루카 피셔리즈(Maruka Fisheries) Sales Manager

Q. 현지에서 활광어 제품의 생산 및 가공 방식에 대한 선호도는 어떤가요?

활광어는 대부분 잡은 당일 냉장 보관 정도만 이루어집니다. 활광어 상태가 가장 선호되기 때문에 특별한 처리 과정 없이 주로 재래시장이나 식료품점에 유통되어 회로 판매되는 경우가 많습니다. 식료품점에서 판매되는 광어는 주로 껍질과 뼈를 제거한 필레 형태로 제공되며, 이런 처리 작업은 식료품점 내 주방에서 이루어져 구매시에는 활광어 상태 제품을 구매합니다.

Q. 해외 업체의 현지 마켓 납품 절차 및 유통 과정은 어떻게 되나요?

한국산 수입 광어는 주로 산업 및 상업용 가공에 사용되며, 슈퍼마켓이나 일반 소비자에게 직접 유통되는 경우는 드뭅니다. 수입업체들은 농림부 지침에 따라 활광어 상태로 수입하는 것을 선호합니다. 또한, 한국에서 광어를 수출하는 양식장은 일본 관계자들의 정기적인 검사와 엄격한 관리 감독을 받는 것으로 알려져 있습니다.

18) 사진자료: 마루카 피셔리즈(Maruka Fisheries) 공식 홈페이지

Q. 수입산 활광어 취급 시 물류나 유통 측면에서 주의해야 할 점은 무엇인가요?

일본으로 수입되는 광어는 주로 식품가공시설에 공급되며, 상업적 가공 용도로만 사용이 허용됩니다. 또한, 양식장은 어업청이나 이와 같은 인증을 받은 제3자 기관의 정기적인 검사와 관리를 받아야 합니다.

Q. 한국산 활광어가 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

현지에서 광어 수입이 가능한 대상은 가공 공장 및 시설이 보유한 수입업체나 바이어입니다. 따라서 수입업체나 식품 가공 회사에 연락해 고객사 제품의 수입을 제안할 수 있습니다. 다만, 첫 수출일 경우 식품 가공 회사보다는 수입업체와 협력하는 것이 전반적인 지원을 받기에 유리하므로, 우선 수입업체에 연락하는 것을 권장합니다.

Q. 현지에서 활광어 제품 판매 시 효과 있는 판촉 방식은 무엇인가요?

국제적인 기준을 준수한 양식 및 가공 방식과, 유기농 및 지속 가능한 방식의 적용은 잠재 구매자와 수입업체에 제품의 가치를 효과적으로 홍보하는 데 큰 도움이 될 것입니다. 이를 통해 작은 크기의 제품이라도 높은 가격을 정당화할 수 있으며, 슈퍼마켓 입점이나 외식업체에 직접 공급될 가능성도 높아질 것입니다.

Q. 바이어 입장에서 수입산 생선 구매 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

광어와 같은 수입 활어의 경우, 하역 항구의 위치가 중요한 요소입니다. 활어 수입이 허가된 항구는 제한적이며, 시모노세키(Shimonoseki) 항구와 오사카(Osaka) 항구 외에 몇 곳이 더 있습니다. 이러한 제한 사항 때문에 활어 구매가 가능한 기업은 해당 항구 인근에 위치한 업체로 한정됩니다. 특히 광어는 활어 상태로 배송되어야 하므로, 항구에서 멀리 떨어진 업체로 배송할 경우 신선도 유지가 어려워져 위험이 큽니다. 따라서 항구에서 먼 기업과의 협업은 권장하지 않습니다.

해양수산부
한국수산무역협회
KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION

V

경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

경쟁제품(제조사)

① 히라메 횟감(자연산 · 해동)
(미츠코시 이세탄 토신 스이산)

② 마다이(횟감)
(우코 세이부 이케부쿠로텐)

③ 자연산 히라메(횟감)
(호쿠신 스이산)

④ 히라메 횟감(해동)
(나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크)

⑤ 부리 횟감(양식)
(나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크)

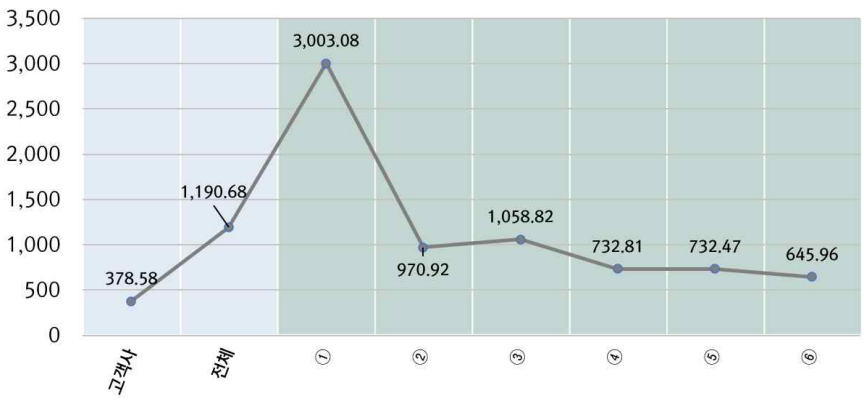
⑥ 마다이 횟감(양식)
(이사미야 코타케무카이하라텐)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편[19]

고객사 제품의 100g당 가격은 378.58엔(3,500원[20])으로, 경쟁제품 6개의 평균 100g당 가격인 1,190.68엔(11,008원)보다 굉장히 낮은 수준임. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 소비자가격은 활광어 경쟁제품 6개의 평균 소비자가격의 약 32% 수준으로 조사됨. 비록 경쟁제품이 일부 가공처리를 거친 제품이므로 이러한 손질 비용이 포함되었을 것으로 예상되나, 일부 가공 비용을 고려하더라도 고객사 제품은 경쟁제품 대비 가격 경쟁력이 있는 것으로 확인됨

[표 5.1] 일본 활광어 가격 경쟁력 분석

(단위: 엔/100g)



19) 중량 정보가 미표기된 4개 제품은 분석 대상에서 제외하였음
20) 100엔=924.51원(2024.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량[21)]

경쟁제품(제조사)

① 히라메 횟감(자연산 · 해동)
(미츠코시 이세탄 토신 스이산)

② 마다이(횟감)
(우코 세이부 이케부쿠로텐)

③ 자연산 히라메(횟감)
(호쿠신 스이산)

④ 히라메 횟감(해동)
(나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크)

⑤ 부리 횟감(양식)
(나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크)

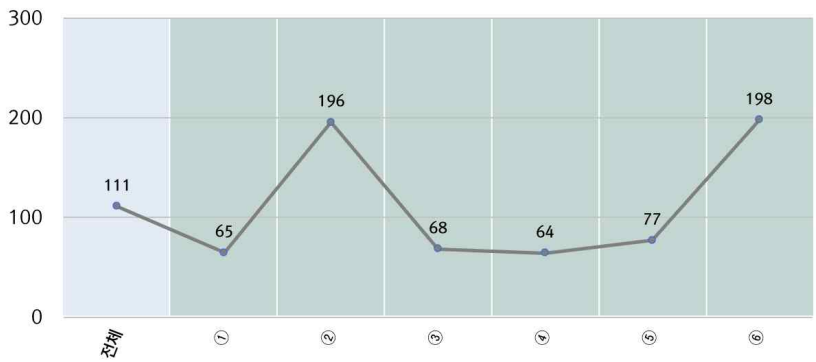
⑥ 마다이 횟감(양식)
(이사미야 코타케무카이히라텐)

▶ 오프라인 경쟁제품, 가공 및 손질 후 평균 중량 111g

현지조사된 경쟁제품 6개의 평균 중량은 111g으로 나타남. 이는 오프라인 경쟁제품이 주로 비가식부위를 제거하여 손질한 필레나 생선회 형태로 판매되고 있기에 나타난 수치인 점을 염두에 둘 필요가 있음. 또한 온라인에서 확인된 원물 제품의 경우 최소 800g에서 최대 5kg까지 다양한 중량의 제품이 존재하는 것으로 확인됨. 고객사는 현지 시장 진출 시 유통채널에 따라 가공 및 손질 여부를 고려할 필요가 있음

[표 5.2] 일본 활광어 중량 경쟁력 분석

(단위: g)



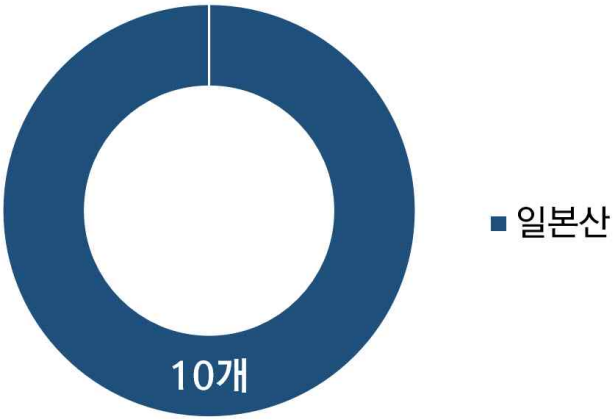
21) 원물인 고객사 제품과 중량 정보가 미표기된 4개 제품은 분석 대상에서 제외하였음

3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 모두, 원산지가 일본

일본에서 판매되고 있는 활광어 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 모두 일본산 제품임을 확인함. 고객사는 우수한 품질의 한국산 제품인 점과 높은 가격 경쟁력 등을 차별점으로 내세워 현지에 진출하는 방향을 고려해볼 수 있음

[표 5.3] 일본 활광어 제품 원산지 경쟁력 분석

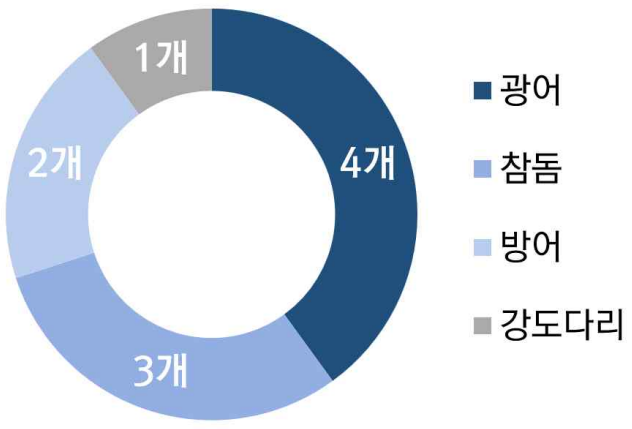


4) 제품 종류

▶ 현지 경쟁제품, 다양한 종류의 어종이 존재

일본에서 판매 중인 활광어 경쟁제품 10개의 제품 종류를 조사한 결과, 4개의 제품이 광어인 것으로 조사됨. 이외에도 참돔 3개, 방어 2개, 강도다리 1개의 제품이 판매중인 것으로 확인되었음. 현지 시장에는 광어 이외에도 다양한 종류의 대체가능한 경쟁제품이 존재하고 있으므로, 현지 진출시 고객사 제품만의 차별화 방안을 고려해볼 필요가 있음

[표 5.4] 일본 활광어 제품 종류 경쟁력 분석

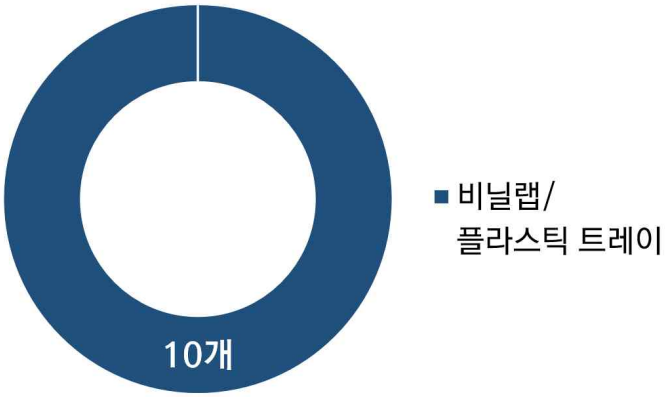


5) 포장 형태

▶ 경쟁제품 10개 모두, 비닐 랩/플라스틱 트레이 포장 사용

일본에서 판매 중인 활광어 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개 제품 모두 비닐 랩/플라스틱 트레이를 사용하여 외부를 포장한 것으로 조사되었음. 또한 현지 경쟁제품은 주로 필레나 생선회 형태로 손질된 후 소포장하여 판매중인 것으로 확인됨. 고객사는 비닐랩/플라스틱 트레이 형태의 포장을 활용하여 원물을 소포장하거나 손질된 형태로 제품을 포장하는 방식을 추가로 고려해볼 수 있음

[표 5.5] 일본 활광어 제품 포장 형태 경쟁력 분석

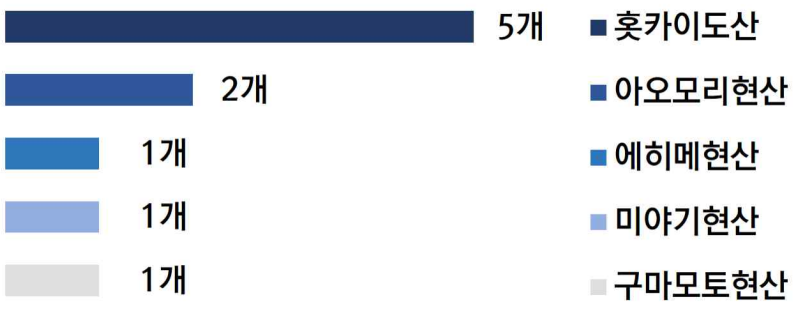


6) 기타 표기사항

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 5개, 홋카이도산 제품

경쟁제품 10개의 기타 표기사항을 조사한 결과, 경쟁제품 10개 모두 생산 지역을 표기하고 있었으며 이 중 5개의 제품이 홋카이도 지역에서 생산된 제품인 것으로 확인됨. 이외에도 아오모리현 지역 제품 2개와 에히메현, 미야기현, 구마모토현 지역에서 각각 1개씩 제품이 생산된 것으로 조사되었음. 고객사 또한 지역적 특색이 있는 제주도산이라는 점을 강조하여 차별점으로 활용하는 것을 고려해볼 수 있음

[표 5.6] 일본 활광어 제품 기타 표기사항 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 활광어 기업 마케팅 벤치마킹

<table>
<tr><td rowspan="4">선정 기업
기본 정보</td><td>기업명</td><td colspan="2">호쿠신 스이산</td></tr>
<tr><td>기업 설명</td><td colspan="2">호쿠신 스이산은 일본 내 최대 수산물 유통 및 가공 전문 기업으로, 신선한 생선을 제공하는 ‘수산 엔터테인먼트 회사’로 알려져 있음. 호쿠신 스이산은 일본의 풍부한 식문화와 전통을 지키고, 소비자들에게 최고 품질의 생선 및 해산물을 제공하기 위해 노력하고 있음. 또한 일본 전국에 매장을 운영하며, 온라인 쇼핑몰을 통해서도 다양한 해산물을 판매중임</td></tr>
<tr><td rowspan="4">주요
마케팅
전략</td><td rowspan="2">포장 현지화</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td colspan="2">일본 홋카이도에서 오키나와까지 전국 각지에서 신선한 생선을 당일 구입하여 판매하는 방식으로 유통 및 포장 디자인의 현지화를 이룸</td></tr>
<tr><td rowspan="2">홍보 현지화</td><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>현지 주요 온라인 쇼핑몰인 아마존과 라쿠텐에 입점하여 제품을 유통</td><td>인스타그램, X(구 트위터) 채널을 개설하여 제품 정보와 레시피를 제공하며 홍보</td></tr>
<tr><td rowspan="3">요약</td><td>판매채널</td><td colspan="2">현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출</td></tr>
<tr><td>홍보채널</td><td colspan="2">자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 활용하고 있음</td></tr>
<tr><td>홍보문구</td><td colspan="2">제품의 신선함과 안전성을 강조하는 홍보문구를 주로 사용함</td></tr>
</table>

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스태티스타 홈페이지 (www.statista.com)
2. 아마존 홈페이지 (www.amazon.co.jp)
3. 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.co.jp)
4. 야후 쇼핑 홈페이지 (www.store.shopping.yahoo.co.jp)
5. 일본 통계청 홈페이지 (www.stat.go.jp)
6. 도쿄 메트로폴리탄 홈페이지 (s.mxtv.jp)
7. 유로모니터 홈페이지 (www.euromonitor.com)
8. 구글 지도 홈페이지 (www.google.co.kr/maps)
9. 마루이 그룹 홈페이지 (www.0101maruigroup.co.jp)
10. 세이부 이케부쿠로 홈페이지 (www.sogo-seibu.jp.e.ld.hp.transer.com/seibuikebukuro)
11. 토부 백화점 홈페이지 (www.tobu-dept.jp)
12. 이케부쿠로 쇼핑파크 홈페이지 (www.web-isp.co.jp)
13. 이샤미야 홈페이지 (www.isamiya1338.com)
14. 미츠코시 이세탄 토신 스이산 홈페이지 (www.toshin.co.jp)
15. 호쿠신 스이산 홈페이지 (www.hokushin-suisan.co.jp)
16. 나카지마 스이산 이케부쿠로 쇼핑파크 홈페이지 (www.nakajimasuisan.co.jp)
17. 큐슈 피쉬 주식회사 홈페이지 (www.kyu-katsu.co.jp)
18. 카부시키가이샤 ACS 홈페이지 (www.yokasakana.com)
19. 마루카 피셔리즈 홈페이지 (www.iseshima.shop)

2024
수출기업 맞춤형 해외시장조사

발행 겸 편집 한국수산무역협회

발 행 일 자 2024.11.08

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

Copyright 2024 한국수산무역협회 All Rights Reserved.
Printed in Korea

해양수산부

한국수산무역협회
KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION