

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-54
품목 | 보리차(Barley Tea)
HS CODE | 2101.30-1000
국가 | 일본(Japan)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 일본 커피 및 차 음료 시장규모	06
2. 일본 차 음료 시장규모	07
3. 일본 보리차 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 일본 보리차 인기브랜드 1위: '이토엔'	11
2. 일본 보리차 홍보문구 키워드 1위: '건강'	12
3. 일본 보리차 패키징 키워드 1위: '450ml'	13

IV. 유통채널

1. 일본 보리차 유통채널 점유율	
2. 일본 보리차 주요 유통채널	



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 일본 보리차 통관 및 검역 절차	25
2. 일본 보리차 품질 인증	28
3. 일본 보리차 라벨링	29
4. 일본 보리차 성분 및 유해물질	39

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 교무수퍼(Gyomu Super)	43
2. 로하코(Lohaco)	45
3. 라이프(Life)	47

※ 참고문헌	49
--------	----





HS CODE : 2101.30-1000

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

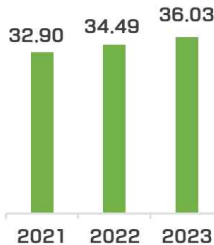
SUMMARY

일본 보리차 시장

시장 현황

커피 및 차 음료 시장규모

단위 : 십억 달러



차 음료 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2101.30 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 일본 라쿠텐 보리 액상차 제품 332건 분석 결과

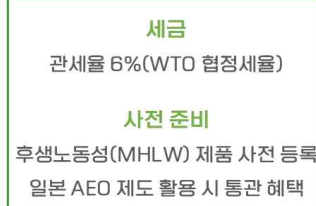
주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

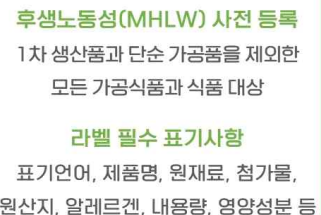
수출 통관 유의사항



관장 인증



유의사항



수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

시장 트렌드 티백에서 RTD, 농축액으로 소비 트렌드 변화 중이며 특히, 주부와 직장인 중심으로 편의성 중시하는 액상/농축액 수요 증가
가격 경쟁력 일반적으로 20스틱/1,000엔(개당 50엔) 수준이며 유사 가격대나 최대 용해 가능한 물 용량 기준 가격 조정 검토 필요
홍보 및 마케팅 제품의 실제 효능과 과학적 근거 중심 홍보 필요, 직장인/학생 대상 휴대용 음료로서의 실용성 강조 마케팅이 주요

Point 02.

용량 및 패키징 휴대성과 편의성 강점이나, 희석 용량 명확히 표시가 필요하며 한 잔 분량으로 오해되지 않도록 마케팅 이미지 개선 필요
유통 전략 초기에는 칼디, 주피터 등 수입식품 전문점 진출 후 대형 슈퍼마켓으로 확대 추천하며 프로모션 활용한 인지도 구축 중요
규제 및 인증 HACCP 필수, 지속가능성/유기농 인증 권장, 원재료 조달의 지속가능성 명시 필요

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 일본 커피 및 차 음료 시장규모
2. 일본 차 음료 시장규모
3. 일본 보리차 수입규모

1. 일본 커피 및 차 음료 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

면적	37만 8,000km ²
인구	1억 2,404만 명
GDP	4조 2,100억 달러
GDP (1인당)	3만 3,810달러

▶ 일본 커피 및 차 음료 시장규모 47.1조 원²⁾³⁾⁴⁾

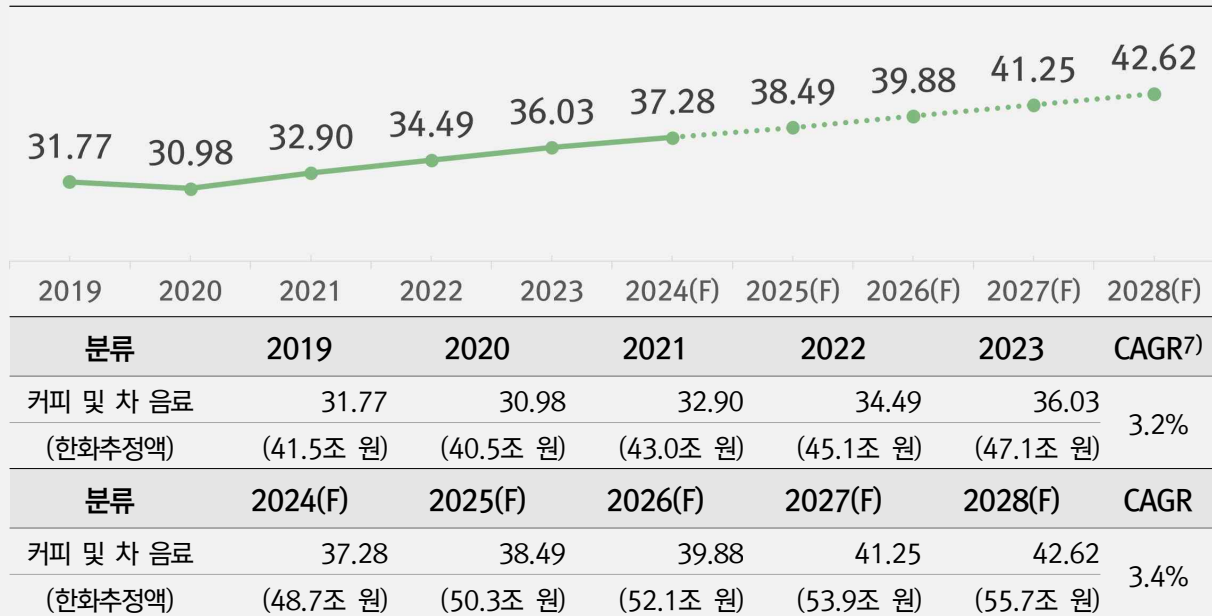
일본의 커피 및 차 음료 시장규모는 2023년 기준 47.1조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 3.2%씩 증가한 수치임. 일본의 커피 및 차 음료 시장은 같은 해 4.2조 원 규모로 집계된 한국의 약 11배 수준으로, 중국과 미국을 앞서는 세계 최대의 커피 및 차 시장으로 파악됨

▶ 일본 커피 및 차 음료 시장, 향후 연평균 3.4% 성장 전망

일본의 커피 및 차 음료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 3.4%씩 성장하여 2028년에는 55.7조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 팬데믹 기간 외식 소비의 급감으로 시장이 잠시 위축되었으나, 이후 외식 소비의 회복과 꾸준한 가정 내 소비 증가로 안정적 성장이 이어져 왔음. 시장이 이미 성숙시장으로 분류되는바, 일본의 커피 및 차 음료 시장은 향후 연 3%대의 안정적인 성장세를 유지할 것으로 전망됨

[표 2.1] 일본 커피 및 차 음료 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스태티스타(Statista), 'Ready-to-Drink (RTD) Coffee & Tea - Japan', 2024.10

3) 스태티스타에 따르면, '커피 및 차 음료(Ready-to-Drink (RTD) Coffee & Tea)'는 액상 형태로 포장되어 즉시 섭취가 가능한 커피와 차 음료를 포함함

4) 조사제품 '보라차'의 제품 유형 및 포장 형태를 고려해 '차 음료(Ready-to-Drink (RTD) Tea)'와 상위 시장인 '커피 및 차 음료' 시장의 규모를 조사함

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 일본 차 음료 시장규모

▶ 일본 2023년 차 음료 시장규모 31.5조 원⁸⁾⁹⁾

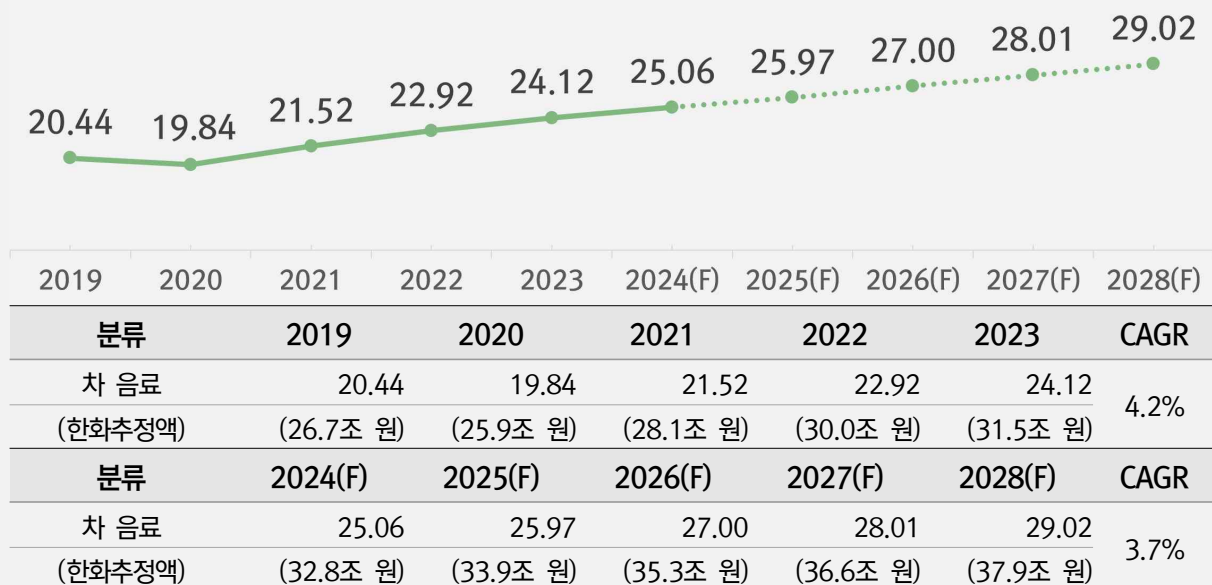
2023년 기준 일본의 차 음료 시장규모는 31.5조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-2023년)간 연평균 4.2%씩 증가한 수치임. 일본의 차 음료 시장규모는 같은 해 1.2조 원 규모로 집계된 한국의 차 음료 시장의 약 27배 수준으로, 중국에 이은 세계 2위 차 음료 시장으로 파악됨

▶ 일본 차 음료 시장, 향후 연평균 3.7% 성장 전망

일본의 차 음료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 3.7%씩 성장하여 2028년에는 37.9조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 일본의 차 음료 시장은 최근 폭염의 장기화로 수요가 꾸준히 증가하고 있으며 이에 따라 대기업들의 상품 리뉴얼을 중심으로 경쟁이 심화되는 양상이 나타남. 가격 경쟁력을 갖춘 PB(자체 브랜드) 상품과 기존 NB(제조사 브랜드) 상품간의 경쟁도 심화되고 있어, 이러한 경쟁 심화로 인한 제품 상품성 개선이 향후 시장의 성장세를 주도할 것으로 보임¹⁰⁾

[표 2.2] 일본 차 음료 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

8) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Ready-to-Drink (RTD) Tea - Japan', 2024.10

9) 스탯ISTA에 따르면, '차 음료(Ready-to-Drink (RTD) Tea)'는 액상 형태로 포장되어 즉시 섭취가 가능한 차 음료를 포함함

10) 자료: KATI농수산물수출정보, '[일본] 차류 음료 시장의 치열한 경쟁', 2024.05

3. 일본 보리차 수입규모

HS CODE 2101.30

해당 장에서 조사제품 보리차는 HS CODE 2101.30으로 분류됨. HS CODE 제2101호의 품명은 '커피·차·마테의 추출물·에센스·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 차커리·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물·에센스·농축물'이며, HS CODE 2101.30의 품명은 '볶은 차커리·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물·에센스·농축물'로 확인됨

▶ HS CODE 2101.30 일본의 對글로벌 수입액, 42억 원

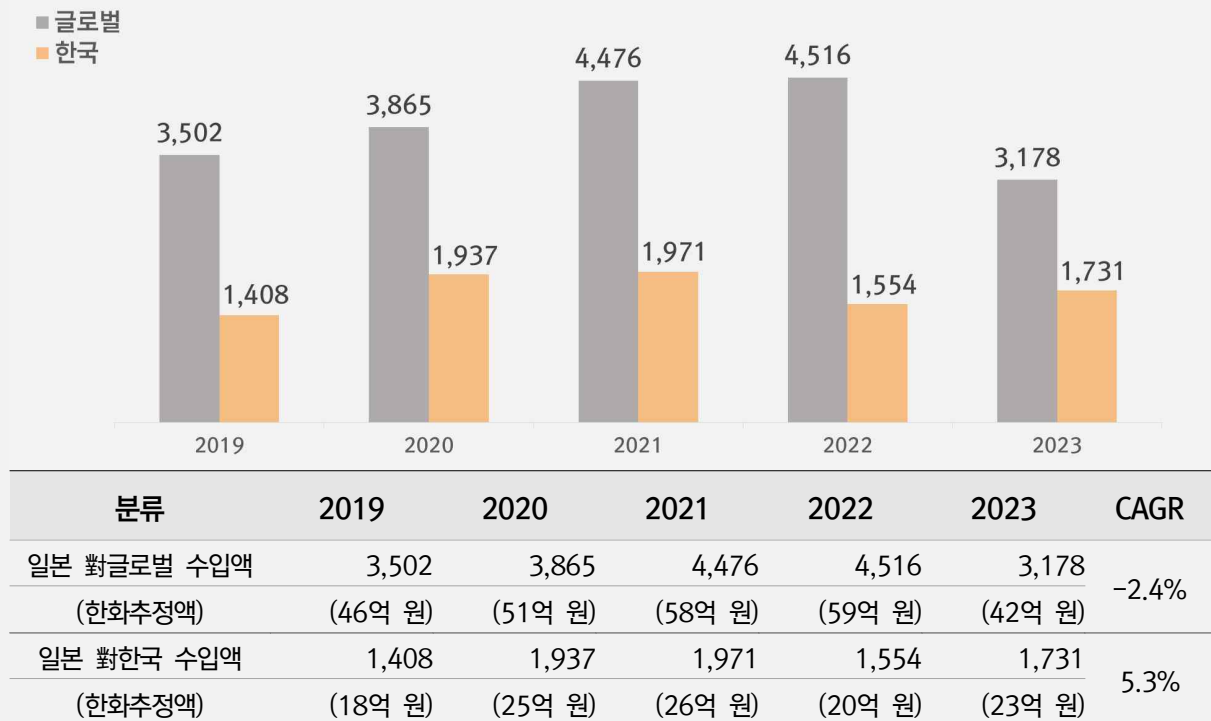
2023년 기준 HS CODE 2101.30 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입액은 42억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 증가와 감소를 반복해 연평균 2.4%씩 감소한 것으로 확인됨. 이전까지 꾸준한 수입액 증가세가 이어졌으나, 2023년 전년 대비 약 30%의 수입액 급감이 발생함

▶ HS CODE 2101.30 일본의 對한국 수입액, 글로벌 1위

2023년 기준 해당 품목에 대한 일본의 對한국 수입액은 23억 원으로 집계되었으며, 이는 글로벌 1위에 해당하는 수치임. 해당 품목에 대한 일본의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23)간 증가와 감소를 거쳐 연평균 5.3%씩 증가한 것으로 집계됨. 한편, 해당 품목에 대한 일본의 국가별 수입액은 2023년 기준 2위 폴란드(9억 원), 3위 중국(7억 원), 4위 프랑스(3억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 일본 HS CODE 2101.30 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 일본 보리차 인기브랜드 1위: '이토엔'
2. 일본 보리차 홍보문구 키워드 1위: '건강'
3. 일본 보리차 패키징 키워드 1위: '450ml'

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인 쇼핑몰 입점 보리차

- 데이터 수집 키워드 : 보리 스틱차(大麦 スティックティー),
보리 액상차(麥 液状茶)
- 데이터 수집량 : 332건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인 쇼핑몰 라쿠텐(Rakuten)

▶ 일본 온라인 쇼핑몰 입점 보리차 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 브랜드 ② 홍보문구 ③ 패키징

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
브랜드	이토엔	伊藤園	166	코카콜라	コカ・コーラ	6
	에이지에프	AGF	37	산토리	サントリー	3
	닛토리레	ニッソーリー	12	후지	富士	1
	서프비버리지	サーフビバレッジ	12	(-)	(-)	(-)
홍보문구	건강	健康	144	첨가물 미사용	不使用添加物	11
	카페인 없는	ノンカフェイン	31	비타민	ビタミン	9
	유기농	オーガニック	20	선물	プレゼント	5
	미네랄	ミネラル	18	어린이	子ども	4
패키징	450ml	450ml	40	500ml	500ml	16
	팩	パック	38	봉지	袋	15
	180g	180g	25	410ml	410ml	6
	캔	缶	21	160g	160g	4
	상자	箱	18	400g	400g	3

1. 일본 보리차 인기브랜드 1위: '이토엔'

▶ 일본 보리차 브랜드로 '이토엔' 1위

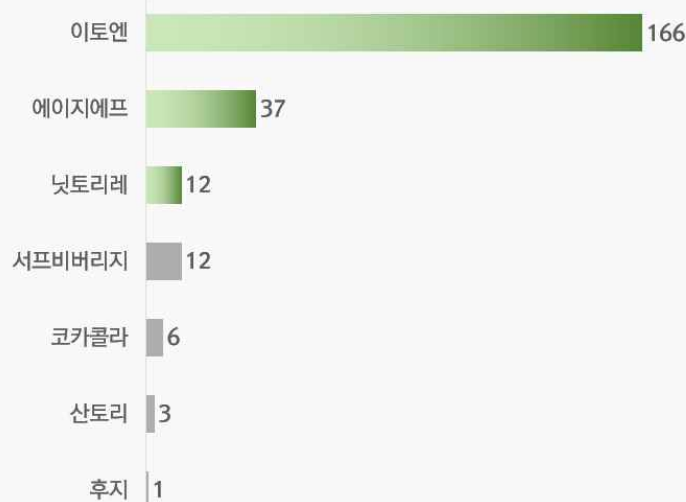
- 일본 시장에서 브랜드 관련 키워드 중 '이토엔'이 166건으로 압도적인 빈도수를 기록하며, 1위를 차지함
- '이토엔'은 일본 시장에서 가장 큰 점유율을 가진 차 음료 브랜드로, 녹차, 보리차 등 다양한 차 음료를 주력으로 판매 중임

▶ '에이지에프'와 '닛토리레' 등 일본 브랜드 강세

- 커피나 차 음료를 주력으로 판매하고 있는 일본 브랜드인 '에이지에프'가 37건, '닛토리레'와 '서프비버리지'가 각 12건 빈출됨
- 이외에도 글로벌 브랜드로 알려진 '코카콜라'와 '산토리'도 각각 6건, 3건 발견되며, 존재감을 알렸음

이토엔		에이지에프		닛토리레	
					
제품명	보리차 (むぎ茶)	제품명	빠르게 녹는 맛있는 차 (早溶け旨茶)	제품명	보리차 (麦茶)
브랜드	이토엔(伊藤園)	브랜드	에이지에프(AGF)	브랜드	닛토리레(ニッソーリー)
용량	0.8g x 100개	용량	100개	용량	9g x 16봉지
가격	2,150엔(19,570원 ¹¹⁾)	가격	1,980엔(18,023원)	가격	900엔(8,192원)

[표 3.1] 일본 판매 보리차 브랜드 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '보리차' 관련 게시물 332건 분석

11) 100엔=910.26원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준을 적용)

2. 일본 보리차 홍보문구 키워드 1위 ‘건강’

▶ 일본 보리차 홍보문구로 ‘건강’ 빈출

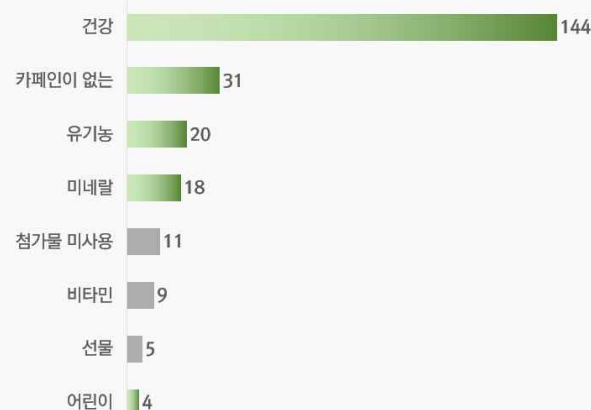
- 현지 온라인 몰에서 판매 중인 일본 보리차 제품의 홍보문구 관련 키워드로 ‘건강’이 144건으로 가장 많이 도출됨
- 뒤이어 ‘카페인 없는’ 31건, ‘미네랄’ 18건 등 건강 및 성분 관련 키워드와 ‘어린이’ 4건 등 주요 소비층 관련 키워드도 빈출됨

▶ 일본에서 ‘건강음료’로 인식되는 보리차

- 해마다 이어지는 일본의 여름철 폭염으로 보리차 시장이 확대됨. 체온을 낮추고 혈류를 개선하는 효능이 있는 사실이 널리 알려지며 열사병을 위한 대책으로 보리차의 판매량이 크게 증가함
- 또한, 보리차에는 카페인 함량이 함유돼 있지 않아 열사병에 특히 취약한 유아나 노년층이 섭취하기에도 좋아 ‘건강음료’의 하나로 인식되고 있음¹²⁾

건강		카페인 없는		어린이	
					
제품명	보리차 농축 타입 (むぎ茶 濃縮タイプ)	제품명	보리차 페트병용 (麦茶 ペットボトル用)	제품명	보리차 (麦茶)
브랜드	닛토(Nittoh)	브랜드	아라비키(あらびき)	브랜드	닛토리레(ニットーリー)
용량	19g x 30개	용량	15g x 10개 x 20봉지	용량	15g x 5개 x 20봉지
가격	1,503엔(13,681원)	가격	5,400엔(49,154원)	가격	3,240엔(29,492원)

[표 3.2] 일본 판매 보리차 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘보리차’ 관련 게시글 332건 분석

12) KOTRA해외시장뉴스, ‘보리차, 일본 음료시장의 블루칩으로 부상’, 2019.08

3. 일본 보리차 패키지 키워드 1위: '450ml'

▶ 일본 보리차 '450ml' 용량 제품 다수

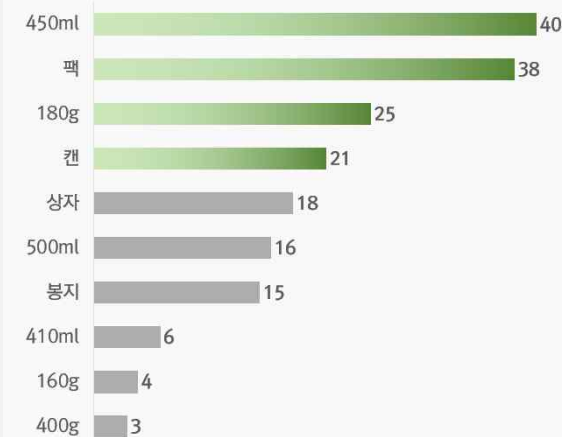
- 일본 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 보리차 제품 패키지 키워드로 '450ml'가 40건으로 가장 많이 도출됨
- 다음으로 우려내는 형태의 '팩' 관련 키워드가 38건으로 나타났으며, 농축액 형태의 '캔' 관련 키워드가 21건 빈출됨

▶ '팩', '캔' 형태의 보리차 인기

- 페트병 보리차 판매는 꾸준히 증가하고 있으나 일본에서는 물에 넣어 우려내는 팩 형태의 보리차가 주류를 이루고 있음
- 일본 음료 대기업인 산토리식품인터내셔널(サントリー食品インターナショナル)은 2019년 업계 최초로 캔 용기에 들어 있는 보리차 농축액을 출시해 호응을 얻음¹³⁾

450ml		팩		캔	
					
제품명	보리차 농축 타입 (むぎ茶 濃縮タイプ)	제품명	향이 은은한 보리차 (香り薫る むぎ茶)	제품명	순한 보리차 농축 타입 (やさしい麦茶 濃縮タイプ)
브랜드	이토엔(伊藤園)	브랜드	이토엔(伊藤園)	브랜드	산토리(サントリー)
용량	450ml x 24개	용량	54개	용량	180ml x 30캔
가격	5,443엔(49,545원)	가격	267엔(2,430원)	가격	2,160엔(19,662원)

[표 3.3] 일본 판매 보리차 패키지 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '보리차' 관련 게시글 332건 분석

13) KOTRA해외시장뉴스, '보리차, 일본 음료시장의 블루칩으로 부상', 2019.08

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



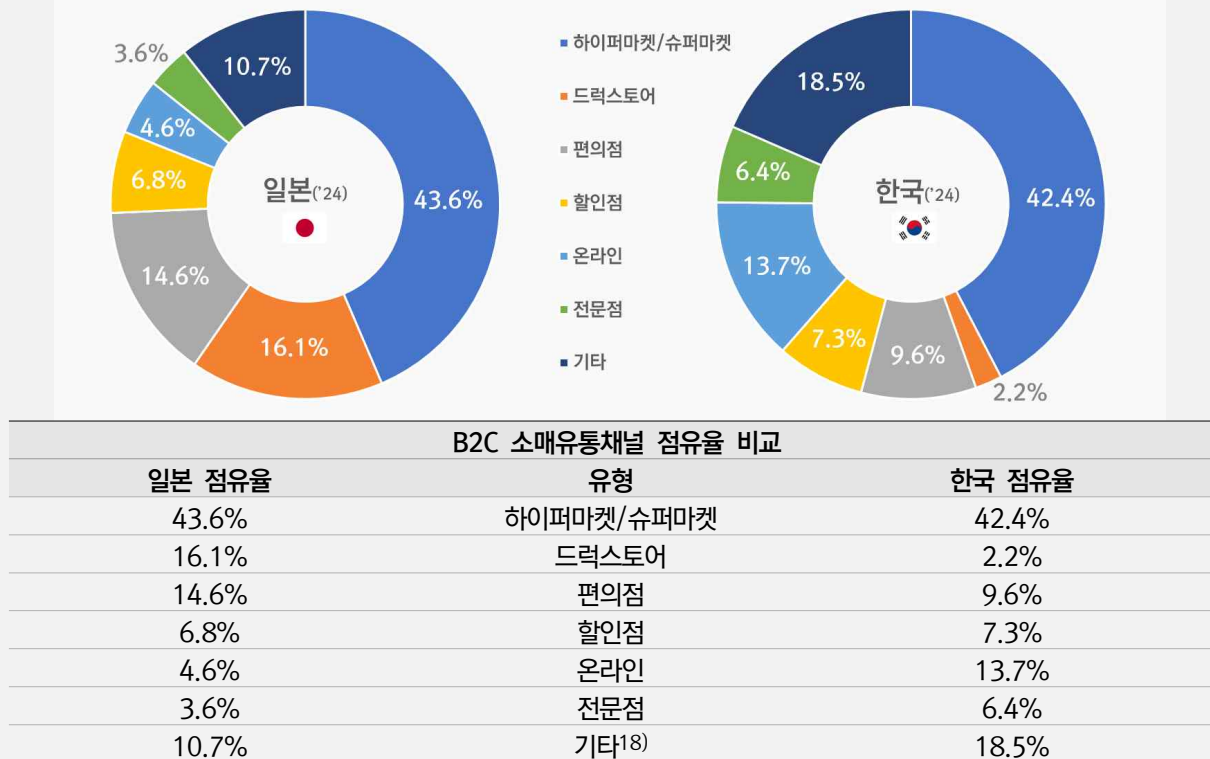
1. 일본 보리차 유통채널 점유율
2. 일본 보리차 주요 유통채널

1. 일본 보리차 유통채널 점유율

▶ 일본 식료품 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위

2024년 기준 일본 내 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 43.6%로 가장 높은 점유율을 보유함. 2위는 16.1%의 ‘드럭스토어’였으며, 14.6%의 ‘편의점’이 3위를 차지함. 한국의 경우 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 42.1%로 1위, ‘기타’가 18.5%로 2위, ‘온라인’이 13.7%로 3위를 차지해 일본과 마찬가지로 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 점유율이 높으나 온라인의 점유율이 비교적 높은 것으로 확인됨. 한편, 일본의 경우 드럭스토어와 편의점이 식료품 유통에 있어 차지하는 비중이 비교적 높은 것으로 나타났으며, 식품 부문의 온라인 침투율이 여전히 5% 미만 수준으로 확인됨. 이에 따라 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 더불어 편의점, 드럭스토어 등 현지에서 강세인 오프라인 채널 위주의 공략이 주효할 것으로 전망됨¹⁴⁾

[표 4.1] 일본 및 한국 보리차 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹⁵⁾¹⁶⁾¹⁷⁾



자료: 스탯시타(Statista)

14) 자료: 리테일톡(Retail Talk), '[Interview]김창주 교수 - 엔데믹 이후, 일본 유통시장 동향', 2024.06

15) 해당 장에서 '보리차'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '식료품(Grocery)'의 유통채널 정보를 확인함

16) 자료: 스탯시타(Statista), 'Grocery shopping by store type in the Japan as of September 2024', 2024.10

17) 자료: 스탯시타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of September 2024', 2024.10

18) '기타'는 유기농 매장, 농산물직판장 등을 포함하고 있음

2. 일본 보리차 주요 유통채널 ① 라이프

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.lifecorp.jp	
	위치	일본 전역	
	규모	매출액('23) • 7,654억 3,000만 엔(6조 9,674억 원 ¹⁹⁾ 기타 규모 • 매장 수('24): 308개 • 직원 수('24): 3만 1,576명	
	기업 요약	- 일본 기업 라이프(Life Corporation)가 운영하는 슈퍼마켓 브랜드로 일본 내 체인점 점포 수 기준 상위 10위 안에 속함 - 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6%를 차지함 2023년부터 점포 판매 상품을 온라인 주문을 통해 집으로 배송받는 '라이프넷슈퍼(ライフネットスーパー)' 서비스를 시행함 - 일부 지역에서는 아마존(Amazon)과 연계해 온라인 주문 건의 2시간 이내 배송 서비스를 제공하고 있음	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 문의 시 일반적으로 필요한 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 연락처 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-3-5807-5493 / +81-0120-480-968 - 이메일: s620@lifecorp.co.jp - 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이	

자료: 라이프

사진 자료: 라이프, 구글맵(Google Maps)

19) 100엔=910.26원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 보리차 주요 유통채널 ② 맥스밸류

기업 기본 정보	기업명	맥스밸류(MaxValu)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.mv-tokai.co.jp	
	위치	일본 전역	
	규모	매출액('23)	• 3,667억 4,200만 엔(3조 3,383억 원)
		기타 규모	• 매장 수('24): 721개
	기업 요약	- 일본의 유통 대기업 이온(Aeon) 그룹이 전개하는 일본 최대 규모의 슈퍼마켓 브랜드로, 1994년에 첫 매장을 개점함 - 지역 밀착형 슈퍼마켓을 강조하며, 로컬 제품과 다양한 자체 브랜드 제품을 통해 저렴한 가격 정책을 유지함 24시간 연중무휴 영업하는 점포가 많으며, 대규모의 근린형 쇼핑센터(NSC) 형태의 점포도 보유함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 생활용품, 의류 등	
	선호 제품	• 소비자 추천에 기반한 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지 및 전화를 통한 직접 문의 - 홈페이지 상단 우측 'お問い合わせ(문의)' 클릭 - 문의 사항 입력 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 ① 담당자명, 성별 및 소속, 이메일 주소, 전화번호 ② 문의 내용 ③ 문의할 점포명 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-0120-125-481, +81-053-581-9100 - 팩스: +81-333-457-776	

자료: 맥스밸류

사진 자료: 맥스밸류, 홋카이도가이드(Hokkaido Guide)

2. 일본 보리차 주요 유통채널 ③ 츠루하

기업 기본 정보	기업명	츠루하(Tsuruha)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	www.tsuruha.co.jp	
	위치	일본 전역	
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 2,589개	
	기업 요약	• 1925년 미국식 드럭스토어를 지향하며 홋카이도에서 시작해 전국으로 확장함 • 모회사 츠루하홀딩스(Tsuruha Holdings)는 최근 업계 1위 업체인 이온 그룹 산하 웰시아홀딩스(Welcia Holdings)와 경영통합으로 압도적 시장지배력을 보유하고 있음 • 진단서 처방 서비스 및 메일을 통한 주문 서비스를 제공함 • 엠즈원(M's One), 라빌라비타(La VILLA VITA) 등 자사 제품 브랜드를 보유함	
매장정보	입점가능품목	• 화장품, 의약품, 생활용품, 스낵류, 과자류, 잡화류 등	
	선호제품	• 생활과 밀접한 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 우편을 통한 입점 문의 - 홈페이지 좌측 상단 '店舗・チラシ検索(점포 검색)'에서 입점 희망 매장 검색 - 주소를 확인하여 공급자 정보와 문의사항을 우편 주소로 송부 - 문의 시 일반적으로 필요한 정보 ① 공급자 정보(기업명, 기업 소재지, 연락 담당자 정보, 연락처 등) ② 공급 제품 정보(제품명, 브랜드명, 제품 상세 정보, 판매 가격 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) • 연락처 및 기타 참고사항 - 주소: 〒161-0034 東京都新宿区上落合3-8-25, FLAMPビル1F(도쿄 신주쿠점) - 타 지점의 주소는 홈페이지에서 찾아볼 수 있음 - 이메일로는 입점 문의를 받지 않음	

자료: 츠루하

사진 자료: 츠루하

2. 일본 보리차 주요 유통채널 ④ 마츠모토키요시

기업 기본 정보	기업명	마츠모토키요시(マツモトキヨシ)
	기업구분	드럭스토어
	홈페이지	www.matsumotokiyooshi.net
	위치	일본 전역
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 1,878개
	기업 요약	1932년에 설립된 드럭스토어 체인으로, 모기업인 마츠키요코카라컴퍼니(Matsukiyo Cocokara & Co.)의 핵심 브랜드 - 헬스&뷰티 제품 중심으로 운영되고 있으며, 온라인 판매에도 집중하고 있음 - 스탠다드, 교외형 데일리, 도시형 플래그십, LAB, 글로벌 등 다양한 형태의 매장을 운영하고 있음 - 태국, 대만, 베트남 등 동남아 국가에서도 H&B 사업 개발 및 운영 중임
매장정보	입점 가능 품목	• 의약품, 건강기능식품, 생활용품, 식품, 화장품 등
	선호 제품	• 헬스&뷰티 기능이 있는 제품, 여성 소비자 타겟 제품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락을 통한 문의 - 문의 시 일반적으로 필요한 정보 ① 공급자 정보(기업명, 기업 소재지, 연락 담당자 정보, 연락처 등) ② 공급 제품 정보(제품명, 브랜드명, 제품 상세 정보, 판매 가격 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-120-845-533 - 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 메뉴 'ヘルプ・サポート(도움말 지원)' 클릭 'お問い合わせ(문의)' 클릭 후 양식에 맞춰 작성

자료: 마츠키요코카라컴퍼니

사진 자료: 마츠키요코카라컴퍼니

2. 일본 보리차 주요 유통채널 ⑤ 비오세봉

기업 기본 정보	기업명	비오세봉(Bio c' Bon)	
	기업구분	유기농 매장	
	홈페이지	www.bio-c-bon.jp	
	위치	도쿄(Tokyo), 가나가와(Kanagawa)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 24개	
	기업 요약	• 2008년 프랑스 파리(Paris)에 처음 설립된 유기농 슈퍼마켓 체인 • 2016년에 일본에 진출했으며, 일본 최대 유통업체 이온 그룹이 운영 중임 • 수도권 도쿄에 17개 지점, 수도에 인접한 가나가와현에 7개 지점을 보유함 • 유기농 제품의 대중화를 추구하며, 일반 슈퍼마켓과 약 10%의 가격 차이를 기준으로 삼는 등 합리적 가격 정책을 유지 중임	



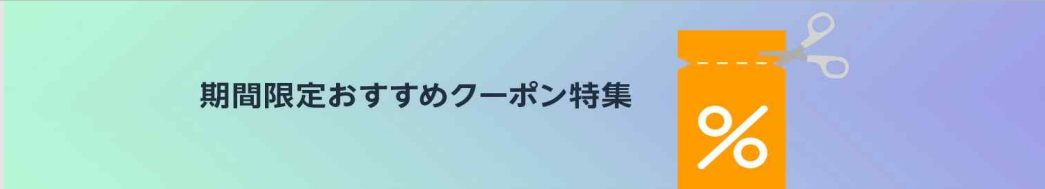
매장정보	입점 가능 품목	• 유기농 신선식품, 육류 및 유제품, 가공식품, 음료 및 주류 등	
	선호 제품	• 유기농 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 우측 하단 'サプライヤー募集(공급자 모집)' 클릭 - 공급자 모집 양식 작성해 제출 - 작성 시 필요한 정보 ① 회사명, 업체 소재지, 연락처 등 ② 생산자, 제조사, 도매상, 수입상 중 공급자 유형 선택 ③ 제품 카테고리 및 기타 문의 사항 및 참고자료 첨부해 제출 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-03-3527-2033
-------------	---------------------	---

자료: 비오세봉

사진 자료: 비오세봉

2. 일본 보리차 주요 유통채널 ⑥ 아마존 일본

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon) 일본	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.co.jp	
	규모	매출액('23)	• 3조 6,528억 엔(33조 2,500억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월 ²⁰⁾ : 5억 5,970만 회
	기업 요약	1994년 설립된 세계 최대 온라인 쇼핑몰로, 일본에는 2000년에 진출함 - 일본 내에서 현지 기업 라쿠텐(Rakuten)과 경쟁 중이며, 대체로 방문횟수는 아마존이, 객단가는 라쿠텐이 근소 우위인 것으로 확인됨 - 일본어 외에도 영어와 중국어를 지원하며, 15종의 결제통화를 지원함	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	이토엔(伊藤園), 에이지에프(AGF) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	• 기간 한정 쿠폰 지급, 아마존 프라임(Prime) 회원 대상 할인 및 배송 혜택 등 프로모션 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 - 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) - 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매입고량) - 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: +81-120-899-068	

자료: 아마존 일본, 스탯리스타, 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 아마존 일본

20) 2024년 10월 한 달간 집계된 홈페이지 방문 수

입점 등록 절차 UI ①

기본 담당자 정보

이름 이름	중간 이름 중간 이름	성 성
여권이나 신분증에 표시된 것과 같이 현재 이름을 입력하십시오.		
시원료 보유 국가 국가 선택	생년월일(DD/MM/YYYY) 월 년	
출생 국가 국가 선택	휴대전화 국가코드/번호/번호	
거주지 주소 주거지 주소 보기	시/도/지역	
다행민국	시/도/지역	
주소란 1	시/도/지역	
주소란 2	시/도/지역	
연락처 전화번호 +82-02-0000-0000 + 새 휴대전화 번호 추가		

주 연락 담당자가 있는지 확인
☐ 회사의 실제 소유자
☐ 회사의 법적 대표자

기본 연락처의 담당자가 사업체의 유일한 실장 소유자입니다.
☐ Yes ☐ No

☐ 본인은 본인을 대신하여 또는 등록된 비즈니스를 대리하여 활동하며, 변경 사항이 발생할 때마다 실장 소유자 정보를 업데이트해야 함을 확인합니다.

① 공급 담당자 정보(담당자 이름, 연락처, 이메일, 출생일, 출생 국가, 국적, 신분증) 입력

입점 등록 절차 UI ②

amazon seller central



판매대금 인출 정보

신용 카드 또는 직불 카드 상세 정보

Monthly Subscription Fee

You will be charged a Professional selling subscription fee of 39.99 USD for the first month. You will continue to be charged this fee each month if you have active listings. If you do not have active listings, you will not be charged a subscription fee in that month. If you expand to sell in other stores, you will pay the equivalent of 39.99 USD per month, split proportionately across each country or region in which you have an active listing and charged separately in each local currency. You can downgrade at any time. For more information, see [this page](#).

Limited Period Offer - Register and get six-month subscription at 1 USD. Refer [here](#) for details.

Card number	Expires on
	1 2024
Card holder's name	

② 지불 방식 입력(신용카드 번호 확인 절차)
- 첫 달 가입비 39.99달러(52,263원) 부과

자료: 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central)

사진 자료: 아마존셀러센트럴

▶ 아마존 일본 보리차 베스트셀러

- 검색 키워드 : 보리차 스틱(麦茶 スティック)

- 등록 제품 수 : 209건

아마존 일본 보리차 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	중량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	하쿠바쿠 (はくばく)	콜드브루 보리차 티백 (水出し おいしい 麦茶)	일본	20g* 18포 (4팩)	1,204엔 (10,960원)	3,000건 이상	2,318건	
2	이토엔 (伊藤園)	건강 미네랄 보리차 스틱 (健康ミネラルむぎ茶)	일본	0.8g* 100포	1,848엔 (16,822원)	1,000건 이상	2,306건	
3	에이지에프 (AGF)	인스턴트 보리차 (早溶け旨茶)	일본	0.9g* 100포	1,138엔 (10,359원)	700건 이상	1,960건	
4	이토엔 (伊藤園)	건강 미네랄 보리차 티백 디카페인 (健康ミネラルむぎ茶 カフェインゼロ)	일본	3.8g* 30포 (5팩)	1,571엔 (14,300원)	500건 이상	2,306건	
5	이토엔 (伊藤園)	향기로운 보리차 디카페인 (香り薫るむぎ茶 カフェインゼロ)	일본	7.5g* 54포 (10팩)	2,242엔 (20,408원)	500건 이상	331건	
6	이토엔 (伊藤園)	국산 검은콩 보리차 (黒豆入り 国産むぎ茶)	일본	4g* 100포	1,200엔 (10,923원)	200건 이상	151건	
7	화이트 노블 (ホワイト ノブール)	농축 보리차 업소용 (濃縮むぎ茶 for Catering Use)	일본	19g* 30포	1,186엔 (10,796원)	200건 이상	294건	
8	에이지에프 (AGF)	인스턴트 보리차 1L용 (むぎ茶 1ℓ用)	일본	8g* 10포	548엔 (4,988원)	100건 이상	117건	
9	제이티스토어 (J-tea-store)	페트병용 보리차 티백 (Barley tea for Pet bottle)	일본	15g* 5포 (3팩)	803엔 (7,309원)	100건 이상	92건	
10	주로엔 (寿老園)	국산 보리차 티백 (国産むぎ茶 ティーパック)	일본	5g* 30포	929엔 (8,456원)	50건 이상	89건	

자료: 아마존 일본

사진 자료: 아마존 일본

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



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

1. 일본 보리차 통관 및 검역 절차²¹⁾

▶ 일본 보리차 수출 통관 단계별 주요사항

일본으로 보리차 수출 시, 통관과 관련된 기관은 대표적으로 일본 후생노동성(MHLW: The Ministry of Health, Labour and Welfare), 농림수산업(MAFF: The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries), 관세청 등이 있음. 일본은 소비자 안전을 위해 다양한 제도를 운영하고 있으며, 관세법, 수입무역 관리령, 식품위생법 등의 법률을 준수할 것을 요구하고 있어 수출 장벽이 높은 편임. 따라서 라벨링 표기 사항, 수입검사 기준 등을 사전에 철저하게 파악하는 대비가 필요할 것으로 보임

[표 5.1] 일본 보리차 통관 검역 절차



자료: 관세청, 일본 관세청

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

▶ 일본 AEO 제도 활용 시 통관 혜택

일본의 AEO 제도는 2006년 3월, 국제 물류의 보안을 확보하고 무역을 원활히 하며, 국제 경쟁력을 강화하기 위해 도입되었음. 해당 제도는 일본 수출입업체, 창고 운영자, 통관사 및 물류 운영자를 대상으로 하며, 인증 기준은 법규준수도 기록, 통관 프로그램인 NACCS(Nippon Automated Cargo Clearance System) 이용, 재무 건전성, 법규준수도 프로그램 관리 4가지로 나뉨. 한국은 일본과 2011년 5월 AEO 상호약정인정(MRA: Mutual Recognition Arrangement)을 체결하여 우리 기업이 일본으로 수출 시, 수입 검사율 및 서류심사 비율 축소, 신속통관 등 다양한 혜택을 받을 수 있음

[표 5.2] 일본 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입 기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업
적용 대상	일본 AEO 수출입 관련 업체와 거래하는 우리나라의 모든 업체
AEO 혜택	• 우리나라 AEO 공인업체에 대한 수입 검사율 축소 • 우리나라 AEO 공인업체에 대한 수입 신고 시 서류심사 비율 축소 및 제출 서류 간소화 • 우리나라 AEO 공인업체에 대해 물품검사 또는 서류심사 시 우선 처리
AEO 신청 준비 및 절차	• 한국 관세청은 한국 AEO 수출기업 공인정보를 일본 관세청에 송부 • 한국 AEO 수출기업은 자사의 AEO 공인번호를 일본 수입자에게 통보 • 일본 수입자는 통보받은 AEO 공인번호를 수입 신고 시 다음과 같은 방식으로 변경하여 수입 신고서식 Shipper/Exporter란에 입력 - 공인번호: AEOKR1234567 - Shipper/Exporter 기재방법: A1234567KR00 (KR 뒤 00 반드시 추가) • 일본 관세청은 한국 관세청으로부터 받은 한국 AEO 수출기업 공인정보와 대조하여 혜택 부여

자료: 관세청

▶ 일본 보리차, 후생노동성(MHLW) 사전 등록

일본으로 보리차 수출 시, 사전에 일본 후생노동성(MHLW)에 제품을 필수적으로 등록해야 함. 후생노동성(MHLW) 사전 등록 제도는 일본 식품위생법에 반하는 식품 등의 수입을 사전에 방지하고, 일본 시장 내 식품 안전성을 확보하고자 도입되었음. 또한, 이를 통해 수입절차를 간소화하고 소요되는 시간을 줄일 수 있음. 농축수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품을 대상으로 함

[표 5.3] 일본 후생노동성 사전 등록

일본 후생노동성 사전 등록	등록 기관	일본 후생노동성(MHLW)	
	적용 품목	- 농축수산물 등의 1차 생산품과 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품과 식품 - 식품첨가물	
	유효기간	3년	
	등록 대상	일본에 식품 등 수출(예정) 업체	
	취득 방법	일본으로 식품을 수출하고자 하는 업체는 국내 담당 기관을 통해 제품 사전 등록 가능	
	통용 국가	일본 한정	
	등록 소요 시기	일본 후생노동성 업무 처리에 따라 업체별로 상이	
	도입 취지	일본의 식품위생법에 반하는 식품 등의 수입을 사전에 방지하고, 식품 안전성을 확보하고자 도입했으며, 수입 절차를 간소화하고 소요되는 시간 축소	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

2. 일본 보리차 품질 인증

▶ 일본 보리차, 권장 인증 사항

일본 내 품질 인증에 대한 요구가 증대함에 따라, 2021년 6월 1일부터 모든 식품 관련 사업체는 반드시 HACCP 방식에 의한 위생관리를 시행해야 함. 따라서 일본으로 보리차 수출 시, HACCP인증 취득이 필요해 보임. 또한, 식품 생산 안전에 대한 인증인 FSSC 22000, ISO 22000, IFS 인증 취득을 고려할 수 있고, 고객사 제품이 유기농 식품이라면 JAS 인증 등을 추가로 받아 활용할 수 있음

[표 5.4] 일본 보리차 인증 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품안전관리인증원	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
JAS	유기농 식품 인증	일본 국가 인증	일본 농림수산성 (MAFF)	

자료: 각 인증기관

3. 일본 보리차 라벨링

[표 5.5] 일본 보리차 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	- 일본어로 표기해야 함 - 폰트의 최소 크기는 8포인트여야 함
	2. 제품명	- 내용을 나타내는 일반적인 명칭을 표시해야 함 - 명칭에 주요 원재료명이 들어가는 경우, 주요 원재료와 일치해야 함
	3. 원재료	- 원재료에서 차지하는 중량의 비율이 높은 순서대로 일반적인 명칭으로 표시해야 함 - 원재료가 2가지 이상(복합 원재료)인 경우, 괄호 안에 배합률이 높은 순으로 기재해야 함(ex. 마요네즈(식용 식물 유지, 달걀 노른자, 양조 식초, 향신료, 설탕)) - 복합 원재료가 제품 원재료에서 차지하는 중량의 비율이 5% 미만인 경우는 생략 가능함
	4. 첨가물	- 지정첨가물: 후생노동성이 지정한 436 품목 - 기존첨가물: 일본에서 이미 사용 중이거나 장기간 사용된 것 또는 예외로 지정받지 않은 치자 색소, 감 탄닌 등 365 품목 - 천연향료: 동식물 유래 물질로 식품에 향 첨가를 목적으로 사용되는 바닐라 향료, 게 향료 등 약 600 품목 - 일반 음식 첨가물로 사용되는 것: 딸기 주스, 한천 등 약 100 품목 - 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로서, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 인정되지 않음 - 원재료 표시란에 원재료와 식품첨가물을 구분하여 표기해야 하며, 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성해야 함
	4. 원산지	수입품의 경우에는 원산지국을 표시해야 함
	5. 알레르겐	- 표시 의무사항: 새우, 밀, 게, 메밀, 달걀, 유제품, 땅콩, 호두 - 표시 권장사항: 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 캐슈넛, 키위, 소고기, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이버섯, 복숭아, Yam, 사과, 젤라틴 - 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 '알레르겐'을 표시해야 함 - 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시해야 함 'OO을 포함'이라는 문구의 OO에는 특정 원재료 등의 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 'OO 유래'로 표시해야 함

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(CAA), 일본 식품화학연구진흥재단(FFCR)

[표 5.5] 일본 보리차 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	6. 내용량	- 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재해야 함 - 고형물에 충전액을 더한 경우 고형량과 내용 총량을 함께 적어야 함 (ex. 통조림 등)
	7. 소비기한 또는 유통기한	- 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한을 설정하고 표시할 의무와 책임이 있음 - 제조 또는 가공한 날로부터 유통기한까지 3개월 이내인 경우: ‘평성 26년 5월 31일’, ‘14.5.31’, ‘2014.05.31.’ 중 선택 가능함 - 제조 또는 가공한 날로부터 유통기한까지 3개월이 넘는 경우: ‘평성 26년 5월’, ‘14.5’, ‘2014.05’ 표기 중 선택 가능함
	8. 영양성분	- 영양성분 표시는 실제 성분량과 비교하여 이상이 없어야 함 - 의무 표시 정보: 에너지, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨(식염 상당량) - 권장 표시 정보: 포화지방산, 식이섬유 - 기타 표시 정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등 - 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표시해야 함
	9. 보관 방법	‘직사광선을 피하고 상온에서 보존’, ‘10도 이하에서 보존’ 또는 ‘개봉 후 냉장 보관’ 등의 보관에 적절한 유의사항을 표시해야 함 - 상온 보존 이외에 특별한 유의사항이 없는 경우에는 생략 가능함
	10. 수입업체 및 제조업체 정보	수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소 정보를 표시해야 함
	11. 기타 표시 사항	- 유기농 인증을 획득한 경우에 한하여 유기농 표기 가능 - 일본 건강증진법이 정하고 있는 바에 따라 담당 부처로부터 허가를 취득하거나 신고한 후, 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품 마크의 표기와 적절한 기능성에 대한 홍보문구를 사용 가능함

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(CAA), 일본 식품화학연구진흥재단(FFCR)

▶ 일본 보리차 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일본어]

- ① 伊藤園
- ② 香り薫る
- ③ 芯までこんがり焙煎
- ④ 麦茶
- ⑤ 1L用ティーバッグ
- ⑥ 水出しでも簡単おいしい
- ⑦ お買得 54袋入
- ⑧ ※ 原料の一部に使用
- ⑨ 水出し・お湯出し
- ⑩ Barley Tea

[앞면 - 국문]

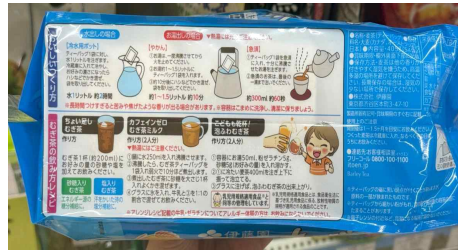
- ① 이토엔
- ② 풍부한 향이 감도는
- ③ 속까지 노릇하게 볶아낸
- ④ 보리차
- ⑤ 1L용 티백
- ⑥ 냉수로도 간편하고 맛있게
- ⑦ 특가 54봉입
- ⑧ ※ 원료 일부에 사용
- ⑨ 차가운 물로 우려내기 ·
뜨거운 물로 우려내기
- ⑩ 보리차

[뒷면 - 일본어]

- ① 賞味期限
- ② 2026年1月/+H I
- ③ 090954B
- ④ 芯までこんがり焙煎
- ⑤ 伊藤園
- ⑥ 香り薫るむぎ茶
- ⑦ 水出しでも簡単おいしい
- ⑧ お買得54袋入
- ⑨ 1L用ティーバッグ カフェインゼロ
- ⑩ 水出・お湯出し両用
- ⑪ 品質管理についてはこちら
- ⑫ 簡単おいしい、は伊藤園 1
- ⑬ ここからお切りください。
- ⑭ バイオマス
- ⑮ 私用部位：白インキ
- ⑯ No.170014

[뒷면 - 국문]

- ① 유통 기한
- ② 2026년 1월/+HI
- ③ 090954B
- ④ 속까지 노릇하게 볶아낸
- ⑤ 이토엔
- ⑥ 향긋한 보리차
- ⑦ 찬물로도 간편하고 맛있음
- ⑧ 특가 54봉입
- ⑨ 1L용 티백 카페인제로
- ⑩ 차가운 물 · 뜨거운 물 겸용
- ⑪ 품질 관리에 대한 내용은 여기를 참고 하세요.
- ⑫ 간편하고 맛있는 것은 이토엔이 1등입니다.
- ⑬ 여기부터 잘라주세요.
- ⑭ 바이오매스
- ⑮ 사용부위: 백색잉크
- ⑯ No.170014



[옆면1 라벨링]



[옆면2 라벨링]

[옆면1 - 일본어]

- ① おいしいつくり方
- ② 水出しの場合
- ③ 【冷水用ポット】
ティーバッグ1袋に対し、水1リットルを注ぎます。冷蔵庫に入れて冷やし、好みの濃さになったらハシなどでかき混ぜ、袋を取り出してください。
- ④ 水1リットル、約2時間
- ⑤ お湯出しの場合
- ⑥ ▼熱湯には充分ご注意ください。
- ⑦ 【やかん】
1) お湯は、一度沸騰させてから火を止めてください。
2) お湯約1~1.5リットルにティーバッグ1袋を入れます。
3) 約10分後にハシなどでかき混ぜ、袋を取り出してください。
- ⑧ 約1~1.5リットル 約10分

[옆면1 - 국문]

- ① 맛있게 만드는 법
- ② 차가운 물로 우릴 경우
- ③ [냉수용 포트]
티백 1개에 물 1리터를 붓습니다. 냉장고에 넣어 식히고, 원하는 농도가 되면 젓가락 등으로 저은 후, 티백을 꺼내 주세요.
- ④ 물 1리터, 약 2시간
- ⑤ 뜨거운 물로 우릴 경우
- ⑥ ▼뜨거운 물에 충분히 주의하세요.
- ⑦ 【주전자】
1) 물을 한 번 끓인 후 불을 꺼주세요.
2) 뜨거운 물 약 1~1.5리터에 티백 1개를 넣습니다.
3) 약 10분 후에 젓가락 등으로 저은 후, 티백을 꺼내 주세요.
- ⑧ 약 1~1.5리터 약 10분

⑨ 【急須】

- 1) ティーバッグ1袋を急須に入れ、十分に沸騰させたお湯を注ぎます。
- 2) 急須のお茶は、最後の滴まで注いでください。

⑩ 約300ml 約60秒

- ⑪ 長時間つけすぎると苦みや焦げたような香りが出る場合があります。容器はこまめに洗浄し、清潔に保ちましょう。

⑫ お麦茶の飲み方レシピ

⑬ ちょい足しむぎ茶

⑭ 作り方

- ⑮ むぎ茶1杯(約200ml)にお好みの量の砂糖や塩を加えてお飲みください。

⑯ 砂糖入り麦茶

エネルギー原の糖分補給に。

⑰ 塩入りむぎ茶

汗をかいたときの塩分補給に。

⑨ 【 찻주전자 】

- 1) 티백 1개를 찻주전자에 넣고 충분히 끓인 물을 붓습니다.
- 2) 찻주전자의 차는 마지막 방울까지 따라주세요.

⑩ 약 300ml 약 60초

- ⑪ 너무 오래 두면 쓴맛이나 타는 듯한 향이 날 수 있습니다. 용기는 자주 세척해서 청결하게 유지하세요.

⑫ 보리차 마시는 방법 레시피

⑬ 약간 첨가한 보리차

⑭ 만드는 법

- ⑮ 보리차 1잔(약 200ml)에 취향에 맞는 양의 설탕이나 소금을 첨가하여 드세요.

⑯ 설탕이 들어간 보리차

에너지를 위한 당분 보충에.

⑰ 소금이 들어간 보리차

땀을 흘렸을 때의 염분 보충에.

⑮ カフェインゼロむぎ茶ミルク

⑯ 作り方 (2 人分)

⑰ ▼ 熱湯にはご注意ください。

- ⑰ 1) 鍋に水250mlを入れ沸騰させます。
- 2) 沸騰したら、むぎ茶ティーバッグを1袋入れ弱火で10分ほど煮出します。
- 3) 煮出したむぎ茶に砂糖を大さじ一杯入れよくかき混ぜます
- 4) グラスに氷を入れ、牛乳と3)を1:1の割合で混ぜてお飲みください。

⑱ 子ども乾杯! 泡ふわむぎ茶

㉓ 作り方 (2 人分)

- 1) 容器にお湯50ml、粉ゼラチン5g、砂糖 5g (お好みの量) を入れ溶かす。
- 2) 1)に冷たい麦茶400mlを注ぎ上下に振って泡立てる。
- 3) グラスに注げば、泡ふわむぎ茶の出来上がり。

㉔ 幼児用規格適用食品と同等の管理をしています。

㉕ ※ 幼児用規格適用食品とは、食品衛生法に基づき幼児食品に係る、放射性物質の規格が適用される食品のことです。

⑮ 카페인 제로 보리차 밀크

⑯ 만드는 법 (2인분)

⑰ ▼ 뜨거운 물에 충분히 주의하세요.

- ⑰ 1) 냄비에 물 250ml를 넣고 끓입니다.
- 2) 끓으면 보리차 티백을 1개 넣고 약한 불에서 10분 정도 끓입니다.
- 3) 끓인 보리차에 설탕을 한 큰술 넣고 잘 저어줍니다.
- 4) 유리잔에 얼음을 넣고 우유와 3)을 1:1 비율로 섞어 드세요.

⑱ 어린이도 건배! 거품이 폭신폭신했던 보리차

㉓ 만드는 법 (2인분)

- 1) 용기에 뜨거운 물 50ml, 분말 젤라틴 5g, 설탕 5g(원하는 양)을 넣고 녹입니다.
- 2) 1)에 차가운 보리차 400ml를 붓고 위아래로 흔들어 거품을 냅니다.
- 3) 유리잔에 부으면, 거품이 풍성한 차가 완성됩니다.

㉔ 유아용 규격 적용 식품과 동일한 관리가 이루어지고 있습니다.

㉕ ※ 유아용 규격 적용 식품이란 식품 위생법에 따라 유아 식품에 관한 방사성 물질의 규격이 적용되는 식품을 말합니다.

②⑥ ※ アレンジレシピ記載の牛乳・ゼラチンについてアレルギー体質の方はお飲みにならないでください。

②⑦ ・ 名称：麦茶（ティーバッグ）

②⑧ ・ 原材料名：大麦（カナダ、オーストラリア、日本）

②⑨ ・ 内容量：405g（54袋）

③⑩ ・ 賞味期限：欄外裏面株に記載

③⑪ ・ 保存方法：麦茶はほかの香りが付きやすく湿気を嫌うため、高温多湿の場所を避けて保存してください。長期保存の場合は、湿気の少ない場所で保存してください。

③⑫ ・ 株式会社 伊藤園
東京都渋谷区本町3-47-10

③⑬ 製造所固有記号・賞味期限のすぐ右に記載私用上のご注意

③⑭ 開封後は1~1.5ヶ月を目安にお飲みください。つくった麦茶は冷蔵庫に入れなるべくその日のうちにお飲みください。

③⑮ ・ 連絡先：お客様相談室 イトウエン
フリーコール 0800-100-1100
itoen.jp
Barley Tea

②⑥ ※ 아래인지 레시피에 기재된 우유·젤라틴에 대해 알레르기 체질인 분은 드시지 마십시오

②⑦ ・ 명칭：보리차 (티백)

②⑧ ・ 원재료명：보리 (캐나다, 호주, 일본)

②⑨ ・ 내용량：405g (54봉지)

③⑩ ・ 유통기한：라벨 뒷면 하단에 기재

③⑪ ・ 보관방법：보리차는 다른 향이 배기 쉽고 습기를 싫어하므로 고온다습한 곳을 피해서 보관하십시오. 장기 보존의 경우는 습기가 적은 장소에 보관하십시오.

③⑫ ・ 주식회사 이토우엔 도쿄도 시부야구
혼마치 3-47-10

③⑬ 제조사 고유기호 유통기한 바로 오른쪽에 기재

③⑭ 개봉 후에는 1~1.5개월 이내에 드시기를 권장합니다. 만들어진 보리차는 냉장고에 보관하고 가능하면 당일 안에 드시기 바랍니다.

③⑮ ・ 연락처：고객상담실 이토우엔
프리콜 0800-100-1100
itoen.jp
보리차

㉞

栄養成分表示：1袋（7.5g）当たり	
抽出前	抽出液（100ml当たり）
エネルギー：29kcal	エネルギー：0kcal
たんぱく質：1g	たんぱく質：0g
脂質：0.1g	脂質：0g
炭水化物：6g	炭水化物：0g
食塩相当量：0.002g	食塩相当量：0g
カフェイン：0mg	カフェイン：0mg
※ティーバッグ1袋を1Lのイオン交換水にて2時間、20℃で抽出した液で測定した成分分析結果	

㉟ ティーバッグの切り離し方

左右に引っ張るようにして、ミシン目を切り離してください。

㊱ ※ティーバッグの端に黒い斑点が付くことがあります。原料の一部が挟まれたものです。

㊲ ※ティーバッグから細かい粉がもれ、袋の外や抽出後の容器の底にたまる場合があります。

㊳ ※電子レンジの付近など、高温になる場所に置かないでください。

㉞

영양 성분 표시：1봉지（7.5g）당	
추출 전	추출액（100ml 당）
에너지：29kcal	에너지：0kcal
단백질：1g	단백질：0g
지방：0.1g	지방：0g
탄수화물：6g	탄수화물：0g
식염량：0.002g	식염량：0g
카페인：0mg	카페인：0mg
※티백 1개를 1L의 이온 교환수에서 2시간 동안 20℃에서 추출한 액체로 측정된 성분 분석 결과	

㉟ 티백 분리법

좌우로 당겨, 절취선을 분리해 주세요.

㊱ ※티백 끝에 검은 반점이 생기는 경우가 있으나, 원료의 일부가 끼인 것입니다.

㊲ ※티백에서 미세한 가루가 새어 나와, 봉투 밖이나 추출 후 용기 바닥에 쌓일 수 있습니다.

㊳ ※전자레인지 부근 등, 온도가 높아지는 장소에 두지 마십시오.

[옆면2 - 일본어]

- ① 伊藤園
- ② 香り薫るむぎ茶
- ③ 芯までこんがり焙煎
- ④ 1L用ティーバッグ カフェインゼロ
- ⑤ 水出し・お湯出し両用
- ⑥ お買得 54袋入
- ⑦ 甘く香ばしい芯までこんがり焙煎ブレンド
- ⑧ 伊藤園独自の焙煎方式「芯までこんがい焙煎」で焼き上げた、甘香ばしく濃度感のある大麦をブレンドしました。
- ⑨ 環境にやさしい 植物由来成分を含むインキを使用
- ⑩ インキに使用される樹脂の一部を植物由来の原材料に変えることで、CO2排出量削減に貢献します。
- ⑪ プラ 国内製造

[옆면2 - 국문]

- ① 이토엔
- ② 향기로운 보리차
- ③ 속까지 노릇하게 볶아낸
- ④ 1L용 티백 카페인제로
- ⑤ 차가운 물 · 뜨거운 물 겸용
- ⑥ 특가 54봉입
- ⑦ 달콤하고 고소한, 속까지 바삭하게 볶은 블렌드
- ⑧ 이토엔의 독자적인 로스팅 방식 ‘속까지 바삭하게 볶음’으로 구워낸, 달고 고소하고 농도감 있는 보리를 블렌딩했습니다.
- ⑨ 친환경 식물 유래 성분이 함유된 잉크 사용
- ⑩ 잉크에 사용되는 수지의 일부를 식물 유래의 원재료로 바꿈으로써, CO2 배출량 감소에 공헌합니다.
- ⑪ 플라스틱 국내제조

4. 일본 보리차 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

일본은 후생노동성(MHLW) 고시 제 370호 ‘식품, 첨가물 등의 규격 기준’에서 사용 가능한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준을 규정하고 있으며, 그 종류에는 지정첨가물, 기존첨가물, 천연향료, 일반음식 첨가물 등이 있음. 특히, 지정첨가물과 기존첨가물은 포지티브 리스트에 해당하는 식품첨가물로, 이 리스트에 해당하지 않은 첨가물의 사용은 인정하지 않음. 하기 표는 일본 내 ‘액상차’에 적용되는 식품첨가물 분석 내용 일부를 다룸. 더욱 자세한 일본 식품첨가물 규정 및 사용기준은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 일본 후생노동성(MHLW) 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.6] 일본 보리차 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	삼인산칼슘	Tricalcium Phosphate	칼슘으로서 식품의 1.0% 이하 (식품의 제조 또는 가공상 필요불가결한 경우 및 영양목적에 한함, 사용량에 대해서는 특별용도표시의 허가 또는 승인을 받은 경우에는 이에 한하지 않음)	모든 식품
2	폴리아크릴산 나트륨	Sodium Polyacrylate	식품의 0.20% 이하	
3	실리콘수지	Silicone Resin	0.050g/kg 이하(거품 제거의 목적 이외 사용금지)	
4	프로필렌 글리콜 알긴산염	Propylene Glycol Alginate	식품의 1.0% 이하 (알긴산프로필렌글리콜에스테르로서의 사용량)	
5	메틸셀룰로오스	Methyl Cellulose	2.0% 이하 (카르복시메틸셀룰로오스칼슘, 카르복시메틸셀룰로오스나트륨, 카복시메틸스타치나트륨, 전분인산나트륨 및 메틸셀룰로스 중 1종 이상과 병용하는 경우는 그 사용량 합이 2.0% 이하)	
6	젖산칼슘	Calcium Lactate	칼슘으로서 식품의 1.0% 이하 (특별용도표시의 허가 또는 승인을 받은 경우에는 이에 해당되지 않음)	
7	염화칼슘	Calcium Chloride	칼슘으로서 식품의 1.0% 이하 (특별용도 표시 제품 제외, 식품의 제조 또는 가공시 필수불가결한 경우 및 영양 목적 이외는 사용 불가)	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

일본에서 식품을 유통하기 위해서는 일본 후생노동성(MHLW)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 일본 '액상차'에 적용될 수 있는 일본 유해물질 일부 목록과 그 잔류허용기준임. 더욱 자세한 일본 유해물질 규정 및 해당 규정이 적용되는 식품 기준은 일본 후생노동성(MHLW) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 일본 보리차 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	플루아지남	Fluazinam	6ppm 이하	차
2	부프로페진	Buprofezin	30ppm 이하	
3	비펜트린	Bifenthrin	30ppm 이하	
4	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	10ppb 이하	모든 식품
5	컴프리	Symphytum(Comfrey)	불검출	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)은 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질의 표기를 규정하고 있음. 일본 소비자청(CAA)에서 발표한 ‘식품 표시 기준에 관한 통지’에 의하면 특정 원재료를 포함하고 있는 식품이 하기 표의 순번 1~8에 해당하는 8종 성분 중 한 가지 또는 그 이상의 성분을 포함할 경우 해당 성분의 존재를 의무적으로 상품 라벨에 표시하도록 함. 이외에 특정 원재료에 준하는 원재료는 표기 권장 사항에 해당됨

[표 5.8] 일본 알레르겐 성분 규정

순번	표시 의무 여부	대상	순번	표시 의무 여부	대상
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	20	권장	소고기
7	의무	메밀	21	권장	돼지고기
8	의무	호두	22	권장	닭고기
9	권장	아몬드	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	캐슈넛

자료: 일본 소비자청(CAA)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 교무수퍼(Gyomu Super)
2. 로하코(Lohaco)
3. 라이프(Life)

Interview ①

22)

교무슈퍼
(Gyomu Super)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1985년에 설립된 슈퍼마켓 체인으로 식료품 및 F&B 제품을 취급하고 있음
 - 자체 매장을 운영하며 글로벌 유통망을 보유하고 있음

담당자 정보

Store Manager

교무슈퍼(Gyomu Super)
Store Manager

Q. 일본 시장에서 액상 스틱형 보리차 제품의 수요와 경쟁 상황은 어떠한가요? 특히 기존 티백형 제품과 비교했을 때의 시장성은 어떻게 보시나요?

일본 시장에서는 주로 인디 브랜드들이 판매하는 농축 보리차 제품이 많이 있습니다. 이러한 제품들은 라쿠텐이나 아마존과 같은 온라인 플랫폼에서 구매할 수 있습니다. 특히 농축액 형태의 제품은 자녀가 학교에 다니는 주부들이 선호하는데, 이는 자녀들의 음료를 준비할 때 티백을 사용하는 것보다 훨씬 편리하기 때문입니다. 일본 소비자들은 편리성과 실용적인 선택이라는 측면에서 액상 형태의 제품을 구매하며, 이러한 점에서 시장성이 좋다고 생각합니다.

Q. 최근 일본의 보리차 제품 트렌드는 어떠한가요? 제품 유형, 형태 등 구체적인 소비자 선호 트렌드에 대해 말씀해 주세요.

최근 간편하게 섭취가 가능한 제품에 대한 수요가 증가하면서, 농축액 보리차 제품은 초등학교나 중학교에 다니는 자녀를 둔 어머니들 사이에서 일종의 생활 팁으로 자리 잡았습니다. 보리차는 많은 학생들이 도시락과 함께 마시는 가장 인기 있는 음료입니다. 하지만 보리차 농축액의 사용은 이웃이나 다른 학부모로부터 게으르다는 인식을 받을 수 있어 비공개적으로 사용하는 경향이 있습니다. 반면 맞벌이 부모들은 이러한 제품 사용에 전혀 문제의식을 느끼지 않는데, 이는 시간 절약과 편의성을 중요시하는 생활방식 때문입니다. 이러한 사회적 인식의 차이는 제품의 마케팅 전략 수립에 중요한 고려사항이 될 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격(6,000원/12개)이 일본 시장에서 경쟁력이 있을까요? 현지 유사 제품들의 가격대와 비교하여 적정 가격대는 얼마인가요?

유사 제품들의 일반적인 가격대는 한 봉지에 1,000엔(9,103원²³⁾) 정도이며, 한 봉지에 보통 20개의 스틱이 들어있습니다. 이는 개당 약 50엔(455원) 정도로 계산되며, 한 스틱에 0.5~1L의 물로 보리차를 만들 수 있습니다. 따라서 고객사 제품의 가격은 비슷하거나 조금 비싼 편으로, 보리차를 만들 수 있는 최대 물 용량에 따라 가격 경쟁력이 정해질 것입니다. 만약 최대 1L의 보리차를 만들 수 없다면 가격을 낮춰 경쟁력을 높이는 것을 권장합니다.

22) 사진 자료: 교무슈퍼(Gypmu Super)

23) 100엔=910.26원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q. 한국산 건강음료에 대한 일본 소비자들의 신뢰도는 어떠한가요? 특히 ‘고령군 보리 100%’ 원산지 강조가 마케팅 포인트가 될 수 있을까요?

보리차를 마시며 자란 젊은 층, 특히 한국 드라마를 보거나 K-pop을 듣는 사람들에게는 홍보가 매우 쉬울 것입니다. 이러한 소비자층은 한국 제품에 대한 친밀도가 높아 진입장벽이 상대적으로 낮을 것으로 예상됩니다. 그러나 주부의 경우 제품의 가격을 고려할 때 더 많은 설득이 필요할 수 있습니다. 이는 가격 민감도가 상대적으로 높은 주부의 특성을 고려할 때 중요한 마케팅 과제가 될 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 포장 형태와 용량이 일본 시장에 적합할까요? 일본 소비자들이 선호하는 보리차 제품의 포장 형태나 디자인이 있다면 말씀해 주세요.

제품이 매우 편리하고 휴대가 가능하여 어디든 쉽게 가지고 다니며 원하는 대로 음료를 만들 수 있습니다. 이러한 휴대성과 편의성은 현대 소비자들의 라이프스타일에 잘 부합합니다. 그러나 한 스틱으로 만들 수 있는 양이 불확실한데, 만약 한 잔 분량이라면 너무 적을 수 있습니다. 많은 인디 브랜드의 농축차 제품은 한 패킷으로 최대 1L의 뜨겁거나 차가운 보리차를 만들 수 있으므로 용량 대비 가격이 중요한 고려사항이 될 것입니다.

Q. 작은 한국 기업의 제품으로서 일본 보리차 시장에 성공적으로 진입하기 위해 어떤 유통 전략이 효과적일까요?

슈퍼마켓은 주부들에게 다가가 제품을 시도해볼 수 있게 하는 가장 좋은 방법입니다. 이는 제품을 직접 보고 구매할 수 있는 기회를 제공하여 초기 시장 진입에 효과적입니다. 직장인이나 편리한 보리차를 선호하는 사람들을 위해서는 한국 제품으로 유명한 온라인 플랫폼이 판매와 브랜드 인지도를 최적화하는 좋은 전략이 될 수 있습니다. 이러한 채널 전략은 다양한 소비자층에 효과적으로 접근할 수 있는 방법이 될 것입니다.

Q. 일본에서 보리차 제품을 수입, 유통할 때 특별히 주의해야 할 규제나 인증 사항이 있나요? 예를 들어, HACCP 외에 추가로 필요한 인증이 있을까요?

HACCP은 기본 표준이며, 수입 브랜드의 경우 이것 없이는 어디서든 판매하기 어려운 필수 인증입니다. 이는 제품의 안전성과 품질을 보증하는 기본적인 요구사항입니다. 보리 잎이나 곡물의 지속가능성 또는 유기농 원산지 인증도 제품을 더 매력적으로 만들고 일본의 더 큰 식료품 체인점에서도 구매할 수 있게 할 것입니다. 이러한 추가 인증들은 제품의 프리미엄 이미지를 구축하고 대형 유통망 진입을 용이하게 하는 중요한 요소가 될 수 있습니다.

Interview ②

24)

로하코
(Lohaco)

- 유형: 온라인 스토어
- 업체 특징:
 - 1963년에 설립된 온라인 스토어로 식료품 및 식음료를 취급하고 있음
 - 자체 온라인 플랫폼을 통해 글로벌 시장에 제품을 공급하고 있음

담당자 정보

Product Manager

로하코(Lohaco) Product Manager

Q. 일본 시장에서 액상 스틱형 보리차 제품의 수요와 경쟁 상황은 어떠한가요? 특히 기존 티백형 제품과 비교했을 때의 시장성은 어떻게 보시나요?

일반적으로 일본 시장에서 슈퍼마켓에서 판매되는 보리차가 가장 맛있다고 알려져 있습니다. 지금까지도 티백은 보리차를 마시는 가장 일반적이고 인기 있는 방법이지만, 요즘은 온라인에서 더 저렴한 티백이나 농축액을 구매할 수 있습니다. 그러나 티백은 직장이나 이동 중에 보리차를 마시기 선호하는 사람들에게는 편리하지 않은 옵션입니다. 그래서 그들은 보통 1L의 물에 티백을 하룻밤 동안 우려두었다가 꺼내서 직장에서 하루 종일 천천히 마시거나, 편의점에서 농축액이나 음료(RTD, Ready to Drink)를 구매합니다.

Q. 최근 일본의 보리차 제품 트렌드는 어떠한가요? 제품 유형, 형태 등 구체적인 소비자 선호 트렌드에 대해 말씀해 주세요.

보리차의 경우 “제품이 값어치만큼 한다”는 트렌드를 잘 보여주는 단순 명쾌한 제품이라고 생각합니다. 차가 더 비싸거나 독특할수록 더 좋은 품질을 기대할 수 있습니다. 현재까지 시장에는 저렴하면서도 맛있는 혁신적인 제품이 없다는 것이 제 생각입니다. 특히 보리차가 주로 젊은 세대의 음료로 자리잡으면서, 전통적인 티백은 점차 삼각티백, RTD, 또는 더 풍부한 맛과 편리함을 제공하는 농축액으로 대체되는 추세를 보이고 있습니다. 이러한 변화는 젊은 소비자들의 편의성과 맛에 대한 높은 기대치를 반영하고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격(6,000원/12개)이 일본 시장에서 경쟁력이 있을까요? 현지 유사 제품들의 가격대와 비교하여 적정 가격대는 얼마인가요?

액상 보리차 제품의 경우, 얼마나 많은 용량의 물에 사용할 수 있는지가 중요합니다. 만약 한 스틱이 찻잔 크기의 물양에 적합하면, 그것은 매우 적은 양이며 제품의 가성비도 안 좋다고 할 수 있습니다. 보리차는 200ml 이상의 용량을 담을 수 있는 물병이나 텀블러에서 가장 잘 즐길 수 있습니다. 찻잔은 겨우 100ml 정도인 반면, 많은 농축 패킷은 비슷한 가격과 패킷 수로 약 500ml의 물에 보리차 향을 낼 수 있습니다. 고객사 제품의 경우 500ml의 물에 사용하는 제품으로 용량은 일본 시장에 적합하며, 가격은 유사 제품군과 비슷하거나 조금 비싼 수준입니다.

Q. 한국산 건강음료에 대한 일본 소비자들의 신뢰도는 어떠한가요? 특히 ‘고령군 보리 100%’ 원산지 강조가 마케팅 포인트가 될 수 있을까요?

일본인들은 한국 제품이 전체적인 건강상의 이점보다는 미적이거나 시각적인 이점에 더 중점을 둔다고 생각합니다. 많은 한국 제품이 좋고 효과적이라는 입소문과 리뷰가 많지만, 실제로 그 주장을 입증할 과학적 증거나 테스트가 충분하지 않습니다. 이는 나쁜 것은 아니지만, 제품의 주장을 강화할 수 있다면 아마도 더 높은 가격을 책정할 수 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품의 포장 형태와 용량이 일본 시장에 적합할까요? 일본 소비자들이 선호하는 보리차 제품의 포장 형태나 디자인이 있다면 말씀해 주세요.

이러한 포장 형태와 용량은 시장에 적합한 형태입니다. 작은 스틱을 가방이나 주머니에 쉽게 넣어 직장 또는 학교에서 음료를 만들어 먹을 수 있다는 것이 가장 큰 장점입니다. 다만 홍보 이미지의 경우 찻잔 하나로 물에 희석하는 모습은 제품의 적정 용량에 대한 오해가 발생할 수 있습니다. 게다가 유사 경쟁 제품군보다 가격대가 비싸기 때문에 소비자들의 오해를 불러일으키지 않도록 적절한 조정이 필요합니다.

Q. 작은 한국 기업의 제품으로서 일본 보리차 시장에 성공적으로 진입하기 위해 어떤 유통 전략이 효과적일까요?

칼디(Kaldi)나 주피터(Jupiter)와 같이 해외 음료를 많이 취급하는 전문 슈퍼마켓이 초기 진입에 가장 적합한 채널로 평가됩니다. 이러한 매장들은 특별히 수입 제품을 찾아보고 시도해보려는 소비자들이 자주 방문하는 곳이기 때문에, 신규 제품의 인지도를 높이는 데 효과적입니다. 이러한 전문 매장에서 시작하여 제품의 인지도를 높이는 것이 시장 진입의 효과적인 첫 단계가 될 수 있습니다.

Q. 일본에서 보리차 제품을 수입, 유통할 때 특별히 주의해야 할 규제나 인증 사항이 있나요? 예를 들어, HACCP 외에 추가로 필요한 인증이 있을까요?

이 분야의 구체적인 규제 사항은 잘 알지 못하지만, 액체 제품의 특성상 다음과 같은 여러 측면의 검사가 필요할 것으로 예상됩니다. 우선 액체 제품의 물리적, 화학적 특성에 대한 종합적인 안전성 테스트가 필요합니다. 또한 원료의 출처와 품질에 대한 철저한 검증도 필수적인 요소입니다. 제조 공정의 안전성에 대한 전반적인 평가도 중요한 부분이며 특히 액체의 농축도에 대한 정확한 테스트도 반드시 필요한 절차입니다. 이러한 각종 검사와 인증 절차들은 제품의 안전성과 품질을 보장하기 위한 필수적인 과정입니다.

Interview ③

25)

라이프슈퍼마켓
(Life)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1956년에 설립된 슈퍼마켓 체인으로 식료품 및 식음료를 취급하고 있음
 - 자체 온라인 플랫폼과 오프라인 매장을 통해 글로벌 유통을 진행하고 있음

담당자 정보

Product Manager

라이프(Life)
Product Manager

Q. 일본 시장에서 액상 스틱형 보리차 제품의 수요와 경쟁 상황은 어떠한가요? 특히 기존 티백형 제품과 비교했을 때의 시장성은 어떻게 보시나요?

보리차는 특히 자녀가 있는 주부들 사이에서 높은 인기를 얻고 있습니다. 주부들은 종종 자녀들의 등교나 장거리 여행 시 텀블러에 보리차를 담아 보내는 것이 일반적인 습관으로 자리 잡았습니다. 또한 직장인들도 사무실에서 커피가 쉽게 구할 수 있는 음료이기 때문에, 카페인 없는 건강한 대안으로 텀블러에 보리차를 담아 출근하는 경우가 많습니다. 이러한 소비 패턴은 보리차가 일상생활에서 중요한 음료임을 보여주며, 특히 건강과 편의성을 중시하는 소비자들에게 큰 호응을 얻고 있습니다.

Q. 최근 일본의 보리차 제품 트렌드는 어떠한가요? 제품 유형, 형태 등 구체적인 소비자 선호 트렌드에 대해 말씀해 주세요.

현재 시장에는 다양한 종류의 보리차가 존재하며, 특히 온라인에서는 농축액이나 혼합 분말 형태의 제품이 점점 더 많이 등장하고 있습니다. 이러한 변화는 티백이 준비하는 데 더 많은 시간이 필요해 현대인의 바쁜 생활에는 그다지 실용적이지 않다는 인식 때문입니다. 그러나 티백으로 만든 보리차만의 고유한 맛이 여전히 차별화되어 있어, 소비자들은 기본적인 선택이나 뜨거운 보리차를 만들 때는 전통적인 티백을 선호하는 경향을 보입니다. 차가운 보리차를 즐기고자 할 때는 RTD나 농축 추출물과 같은 다른 형태를 선택하는 것이 일반적이며, 이는 편의성과 실용성을 중시하는 현대 소비자들의 수요를 반영합니다.

Q. 고객사 제품의 가격(6,000원/12개)이 일본 시장에서 경쟁력이 있을까요? 현지 유사 제품들의 가격대와 비교하여 적정 가격대는 얼마인가요?

온라인에서 더 저렴한 제품들이 있지만, 현재 제시된 가격이 시장에서 충분히 경쟁력이 있다고 생각합니다. 그러나 최종적인 가치 판단은 제품의 맛과 한 스틱으로 얼마나 많은 물에 희석할 수 있는지가 권장소비자가격의 가치를 결정하는 핵심 요소가 될 것이라고 지적합니다. 일반적으로 작은 농축액 스틱으로 더 큰 용량을 만들 수 있는 것이 가장 이상적인 형태로 여겨지며, 이는 소비자들의 실질적인 사용 패턴과도 일치합니다. 더불어 가격 대비 용량의 효율성이 소비자들의 구매 결정에 큰 영향을 미치므로, 이 부분에 대한 면밀한 검토가 필요합니다.

Q. 한국산 건강음료에 대한 일본 소비자들의 신뢰도는 어떠한가요? 특히 ‘고령군 보리 100%’ 원산지 강조가 마케팅 포인트가 될 수 있을까요?

한국산 제품이 중국 브랜드보다 더 좋은 이미지와 평판을 가지고 있어 시장 진입에 유리한 위치에 있다고 생각합니다. 다만 한국 제품은 일반적으로 일본 브랜드보다 더 저렴한 것으로 인식되어 있어, 앞서 언급된 가격대는 좀 높았습니다. 이러한 가격 포지셔닝은 기존의 한국 제품에 대한 시장 인식과는 차이가 있어, 제품의 프리미엄 가치를 효과적으로 전달할 필요가 있습니다. 브랜드 이미지와 가격 전략 사이의 적절한 균형을 찾는 것이 시장 진입의 중요한 과제가 될 것으로 보입니다.

Q. 고객사 제품의 포장 형태와 용량이 일본 시장에 적합할까요? 일본 소비자들이 선호하는 보리차 제품의 포장 형태나 디자인이 있다면 말씀해 주세요.

스틱형 제품은 현대 소비자들의 라이프스타일에 잘 부합하여 환영받을 만한 포장 형태입니다. 특히 작은 스틱을 가방에 쉽게 넣어 직장이나 학교에서 편리하게 음료를 만들 수 있다는 점이 큰 장점으로 꼽히며, 이는 출발 전에 전체를 준비해야 하는 번거로움을 해소할 수 있습니다. 다만, 홍보 이미지의 경우 한 스틱에 한잔의 보리차를 만드는 것처럼 보여 500ml의 보리차를 만들기에 부족할 수 있다는 오해를 만들 수 있습니다. 이는 소비자들의 일반적인 음용량과 제품의 실제 용량 사이의 간극을 보여주는 것으로, 포장 디자인에 대한 재검토가 필요할 수 있습니다.

Q. 작은 한국 기업의 제품으로서 일본 보리차 시장에 성공적으로 진입하기 위해 어떤 유통 전략이 효과적일까요?

제품의 초기 유통 전략으로 슈퍼마켓 채널이 가장 적합하다고 생각합니다. 소비자들이 직접 제품을 시음해볼 수 있고, 이러한 종류의 제품을 주로 구매하는 곳이 슈퍼마켓이기 때문입니다. 또한 슈퍼마켓은 소비자들이 새로운 제품을 발견하고 시도해볼 수 있는 주요 접점이 되어줄 것입니다. 온라인 채널의 경우, 브랜드가 오프라인 매장에서 충분히 자리잡은 후의 다음 확장 단계로 고려되어야 할 것이며, 이는 브랜드 인지도 구축 후의 자연스러운 성장 경로가 될 것입니다.

Q. 일본에서 보리차 제품을 수입, 유통할 때 특별히 주의해야 할 규제나 인증 사항이 있나요? 예를 들어, HACCP 외에 추가로 필요한 인증이 있을까요?

제품의 원료 조달이 지속가능한 방식으로 이루어져야 하며, 이는 반드시 라벨에 명확히 표시되어야 합니다. 특히 스틱에는 각 스틱에 정확히 얼마만큼의 액체가 들어있는지 명확하게 표시해야 하며, 이는 소비자의 알 권리를 충족시키는 중요한 요소입니다. 구체적으로는 단일 스틱에 포함된 액체의 양을 나타내는 일종의 가이드나 기호가 필요하며, 이는 소비자들이 제품을 정확하게 사용할 수 있도록 돕는 역할을 합니다. 일본에서는 실제 제품 크기와 제공량에 관한 투명성 법률이 매우 기본적이고 엄격하게 모니터링되고 있어, 이러한 정보 제공은 법적 준수사항임과 동시에 소비자 신뢰 구축의 기본이 됩니다. 더불어 이러한 라벨링 요구사항은 제품의 시장 진입을 위한 필수 조건이며, 소비자들의 제품 이해와 올바른 사용을 돕는 중요한 소통 수단이 됩니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 'Ready-to-Drink (RTD) Coffee & Tea - Japan', 2024.10
2. 스탓티스타(Statista), 'Ready-to-Drink (RTD) Tea - Japan', 2024.10
3. KATI농식품수출정보, '[일본] 차류 음료 시장의 치열한 경쟁', 2024.05
4. KOTRA해외시장뉴스, '보리차, 일본 음료시장의 블루칩으로 부상', 2019.08
5. 리테일톡(Retail Talk), '[Interview]김창주 교수 - 엔데믹 이후, 일본 유통시장 동향', 2024.06
6. 스탓티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in the Japan as of September 2024', 2024.10
7. 스탓티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of September 2024', 2024.10
8. 농림축산식품부, '2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드', 2023
9. aT한국농수산물유통공사, '주요국 식품원료 및 첨가물 승인·관리제도', 2023
10. aT한국농수산물유통공사, '2023 농식품 수출국가 정보조사 (일본)', 2023
11. aT한국농수산물유통공사, '2023년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건 현황', 2023
12. 일본 소비자청(CAA), '식품 표시 기준에 따른 통지', 2015

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스탓티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
5. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
6. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.co.jp)
7. 리테일톡(Retail Talk) (retailtalk.co.kr)
8. 라이프(Life) (www.lifecorp.jp)
9. 구글맵(Google Maps) (www.google.com/maps)
10. 맥스밸류(MaxValu) (www.mv-tokai.co.jp)
11. 홋카이도가이드(Hokkaido Guide) (hokkaidoguide.com)
12. 츠루하(Tsuruha) (www.tsuruha.co.jp)
13. 마츠키요코카라컴퍼니(Matsukiyococokara Co.)
14. 비오세봉(Bio c' Bon) (www.bio-c-bon.jp)
15. 아마존(Amazon) 일본 (www.amazon.co.jp)
16. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
17. 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central) (www.sellercentral.amazon.com)
18. 일본 관세청 (www.customs.go.jp)
19. 일본 후생노동성(MHLW) (www.mhlw.go.jp)
20. 일본 소비자청(CAA) (www.caa.go.jp)
21. 일본 식품화학연구진흥재단(FFCR) (www.ffcr.or.jp)
22. 관세청 (www.customs.go.kr)
23. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
24. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
25. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
26. FTA포털(Yes FTA) (www.customs.go.kr/ftaportalkor/main.do)
27. 교무슈퍼(Gyomu Super) (www.gyomusuper.jp)
28. 로하코(Lohaco) (lohaco.yahoo.co.jp)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.11.29

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

Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea