



2017년 농식품 해외시장 맞춤조사

Product : 비건쿠키(Vegan Cookie)

Country : 일본(Japan)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	8
II. 시장 트렌드	9
1. 소비 트렌드	11
2. 제품 트렌드	12
3. 유통 트렌드	13
4. 정책 트렌드	14
III. 경쟁제품 현지조사	15
1. 경쟁제품 선정	17
2. 정량 분석	18
3. 정성 분석	19
4. 현지 방문 조사자료	20
IV. 경쟁사 분석	26
1. 경쟁사 선정	28
2. 경쟁사별 현황 파악	29
V. 유통구조 현황	32
1. 추천 진출 경로	34
2. 전문가 인터뷰	38
VI. 유통업체 현황	39
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	41

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	46
1. 통관 및 검역 절차	49
2. 관세율 정보	52
3. FTA 정보	53
4. 통관 및 검역 주의사항	54
5. 통관거부사례	55
 Ⅷ. 인증 정보	56
1. 인증 취득정보	58
2. 제출서류	60
3. 전문가 인터뷰	61
 Ⅸ. 라벨링 정보	62
1. 라벨 표기사항	64
2. 라벨링 예시	65
 X. 위생요건 정보	66
1. 식품첨가물 규정	68
 ※ 참고문헌	69

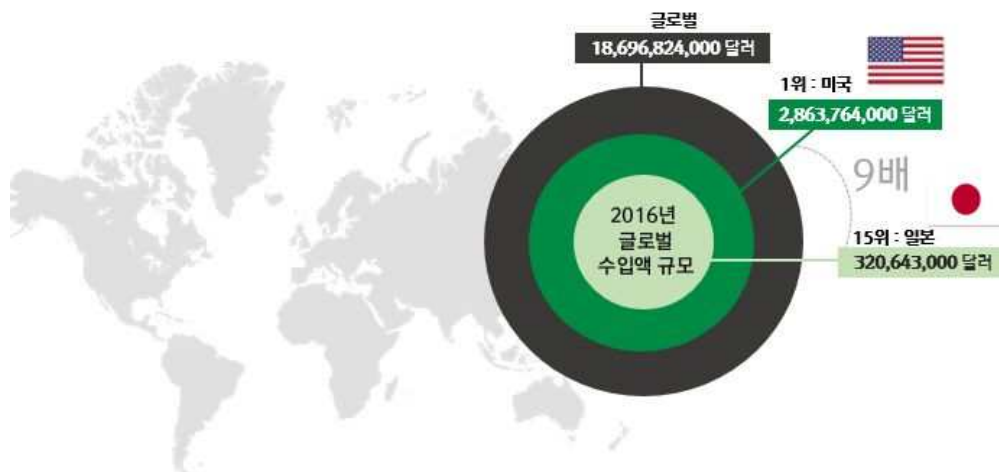


I. 시장 통계

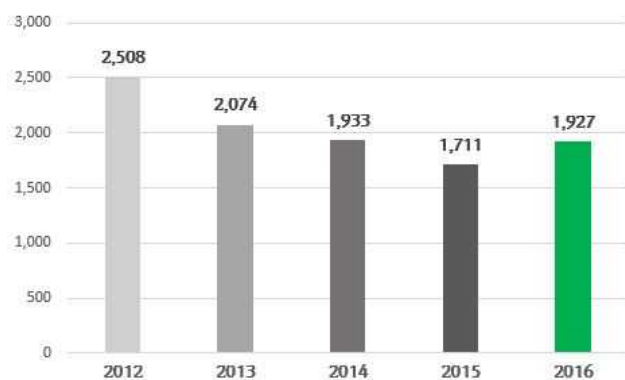
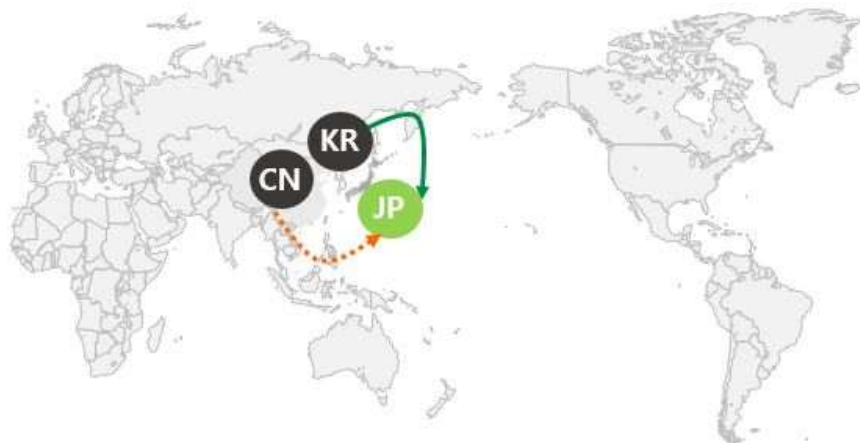
※ 시장 통계 OVERVIEW

1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

시장 통계 OVERVIEW



2016년 일본 내 HS CODE 1905.90 품목 수입액 규모



글로벌 수입규모
1위 미국, 15위 일본
일본 수입상대국,
1위 중국, 한국 8위
2016년 기준 쿠키류 시장규모,
19억 2,700만 달러

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세청 www.customs.go.kr
2	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr/clip/index.do
3	일본 관세청 www.customs.go.jp

비건쿠키 통계 기준 설정

비건쿠키 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 일본의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.

수입 통계 기준, HS CODE 1905.90로 설정

글로벌 및 일본 내 비건쿠키의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 1905.90를 수입통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 1905.90은 베이커리류의 쿠키, 비스킷 및 크래커를 포함하는 기타류로 분류됨. 비건쿠키의 제품 특성상 상세한 HS CODE가 분류되지 않아 통계기준을 일반 쿠키, 비스킷 및 크래커를 포함한 것으로 설정함

표 1.1 : 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	1905.90
	일본 수입규모 및 성장률		1905.90
품목 통계	일본 쿠키류 시장규모 및 성장률	품목 키워드	쿠키(cookie), 비스킷(biscuit)
	일본 비스킷 생산규모		비스킷(biscuit)

표 1.2 : 일본 내 쿠키 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유와는 상관없음), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품
	1905.90	기타
	1905.90.10	베이커리 제품
	1905.90.1040	비스킷, 쿠키와 크래커
일본	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유와는 상관없음), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품
	1905.90	기타
	1905.90.312	비스킷, 쿠키 및 크래커

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), 일본관세청(www.customs.go.jp)

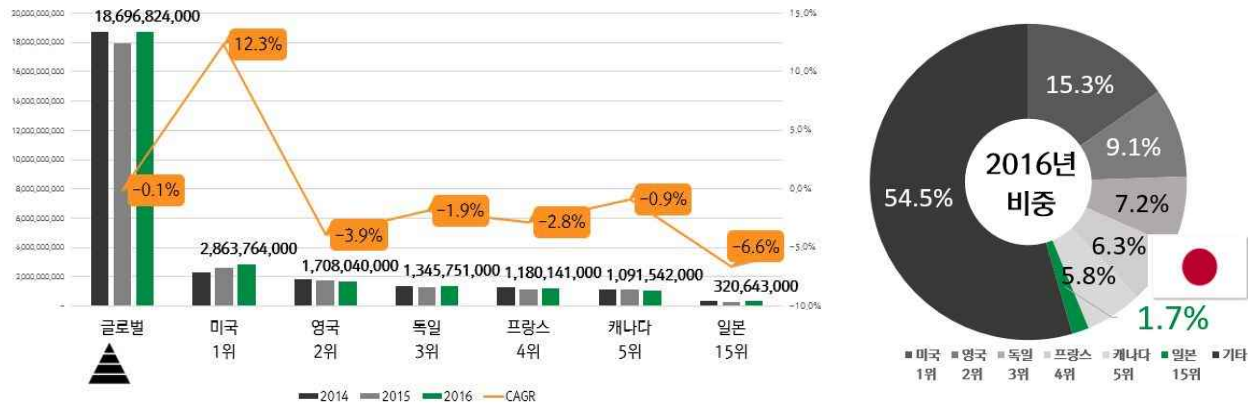
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관 편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 1905.90 수입액 규모 및 비중

(단위 : 달러, %)



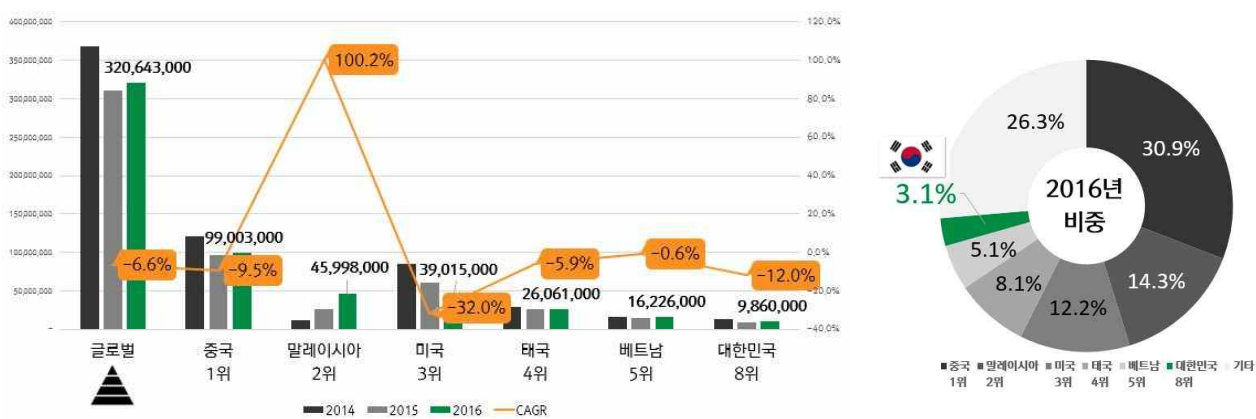
출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2016년 기준 글로벌 HS CODE 1905.90 수입규모는 186억 9,682만 4,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 -0.1%의 하락세를 기록함. 2016년 기준 미국이 28억 6,376만 4,000달러로 1위를 차지했으며 상위 5개국 중 연평균 성장률이 12.3%로 가장 큰 상승폭을 차지함
- 일본의 쿠키, 비스킷 및 크래커의 수입액 규모는 연평균 -6.6%의 하락세를 보이고 있음. 일본의 HS CODE 1905.90 수입액 규모는 3억 2,064만 3,000달러로 전체 수입 시장에서 15위를 차지함

일본 수입 통계 분석

표 1.4 : 일본 HS CODE 1905.90 수입액 규모 및 비중

(단위 : 달러, %)



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

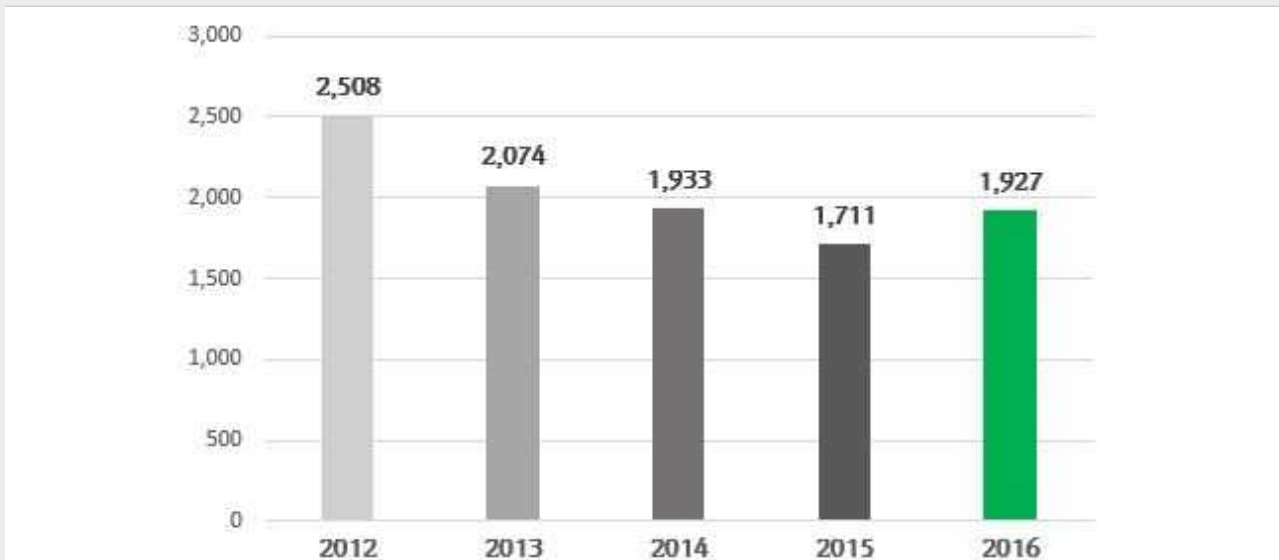
- 2016년 기준 일본 내 HS CODE 1905.90 최대 수입국은 중국으로 9,900만 3,000달러의 수입액을 기록함. 중국으로부터의 수입은 연평균 -9.5%로 하락하고 있으나 규모는 2위인 말레이시아의 약 두 배 가량으로 높음
- 2016년 기준 해당품목의 한국산의 수입 규모는 986만 달러로, 전체 수입 규모의 3.1%를 점유하여 8위에 등극함. 한국산 제품의 일본 수입은 최신 3개년 기준 연평균 -12%의 하락세를 보이고 있음

3. 품목통계 종합분석

일본 쿠키 및 비스킷 시장규모

표 1.5 : 일본 내 쿠키 및 비스킷 시장규모(2012~2016)

(단위 : 백만 달러)



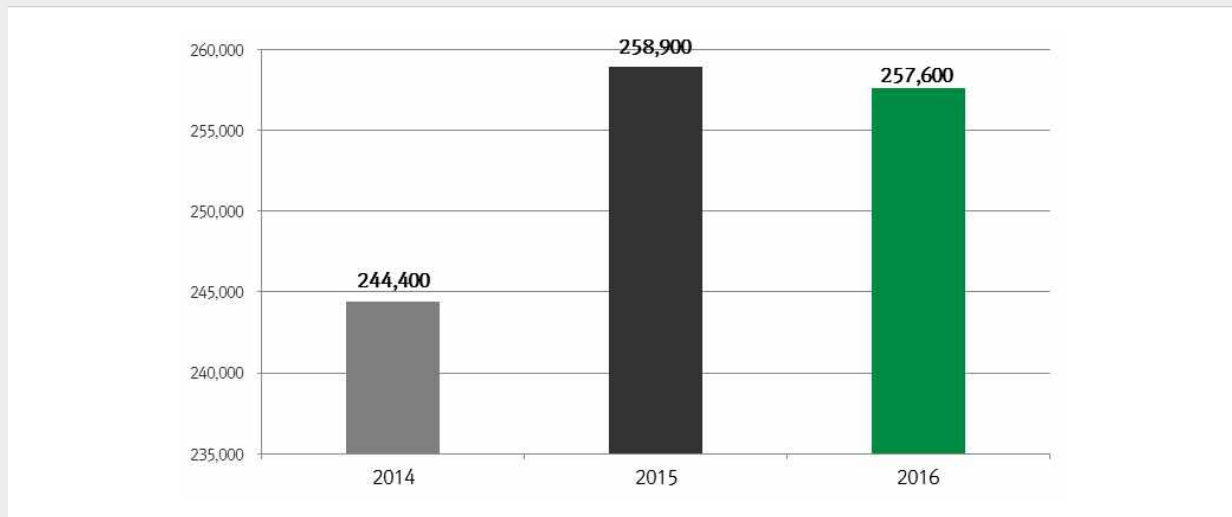
출처 : Global Data(www.globaldata.com), 일본 2016년 '쿠키 및 비스킷' 품목 기준

- 다양한 종류의 제과 제품 라인을 보유한 일본의 제과류 시장은 2012년 이래로 2015년까지 꾸준히 시장규모가 축소되고 있었음. 최근 2016년 기준 다시 반등하여 2015년 대비 약 11% 증가한 19억 2,700만 달러를 기록함

일본 비스킷 생산규모

표 1.6 : 일본 비스킷 생산규모(2014~2016)

(단위 : 톤)



출처 : 전일본과자협회, 연간 과자 통계 자료 2016

- 전일본과자협회가 발표한 2016년 과자 통계 자료에 의하면, 2016년 비스킷 생산량은 25만 7,600톤으로 전년 대비 0.5% 감소하였음. 그러나 일본 2인 이상 가구 대상으로 비스킷 지출규모를 파악한 결과, 2016년 한해 동안 총 3,720엔을 지출함. 2015년 비스킷 생산은 2016년보다 많았으나, 지출액은 총 3,647엔으로 소비는 다소 적었음



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

1. 소비 트렌드
2. 제품 트렌드
3. 유통 트렌드
4. 정책 트렌드

시장 트렌드 OVERVIEW

Data Source		
번호	정보원	URL
1	일본후생노동성	www.mhlw.go.jp
2	일본총무성	www.soumu.go.jp
3	일본소비자청	www.caa.go.jp
4	Nikkei	www.nikkei.com
5	ガーベンジニュース	www.garbagenews.net
6	Woman Mynavi Japan	woman.mynavi.jp
7	ZakZak Japan	www.zakzak.co.jp
8	Maker News	makernews.biz
9	Confectionery News	www.confectionerynews.com
10	ラベルバンク	www.label-bank.co.jp

Keyword	
분류	주요 키워드(일문)
소비	- 쿠키 소비(クッキーの消費) - 과자 소비(お菓子の消費)
제품	- 쿠키(クッキー) - 비건쿠키(ビーガンクッキー)
유통	- 쿠키 유통(クッキー流通) - PB 제품(PB製品)
정책	- 수입과자 검역(輸入菓子検疫) - 과자 정책(お菓子ポリシー)

10



Trend 01. Consumption Trend

- 일본 과자 젊은층보다는 노인층이 주로 소비
- 2017년 일본 총무성에서 실시한 자료에 따르면 일본 단신 세대의 과자 소비량은 월간 약 3,000엔이며 주 소비층은 노인층으로 확인됨
- 아침에 쿠키와 케이크를 즐기는 '모닝 스위트'족 등장
- 2015년부터 청년층을 중심으로 아침마다 달달한 디저트를 섭취하는 부류가 등장함



Trend 02. Item Trend

- 건강성·기능성 제품 인기
- 저염 저칼로리 웰빙 쿠키 제품이 많이 판매되고 있음. 비건쿠키의 경우 온라인 쇼핑몰 또는 블로그를 통해 전파됨
- 비건쿠키, 블로그와 온라인 쇼핑몰을 통해 전파되는 중
- 일본의 레시피 공유사이트인 CookPad에는 비건쿠키와 관련된 114종의 레시피를 보유함



Trend 03. Distribution Trend

- 일본 제과기업들의 스테디셀러 제품이 편의점 PB제품에 밀려 판매가 종료되는 경우도 있음



Trend 04. Policy Trend

- 일본 소비자청, 알레르기 표시 감시강화**
- 일본 소비자청은 식품표시 대응방안을 발표하여, 수입식품의 알레르기 표시사항에 대해 주의를 요구됨
- 쿠키 제품, '비스킷 공정경쟁 규약' 준수 필요**
- 일본에 진출하고자 하는 쿠키제품들은 '비스킷 공정경쟁 규약'에 준거하여 과도한 고품판매 및 과대 허위 표시는 금지됨

1. 소비 트렌드

일본 과자 젊은층보다는 노인층이 주로 소비

2017년 일본 총무성에서 실시한 일본 과자 소비량은 1개월 기준 약 3,000엔(약 30,242원)으로 노년층일수록 지출액이 높은 편임. 근래에는 청년층의 과자 지출액이 급격한 감소를 보임. 노년층의 경우 월 600엔 이상을 찹쌀떡이나 징구이, 꼬치, 경단 등에 소비하며, 이는 전체 과자 소비금액의 20% 비중을 차지함

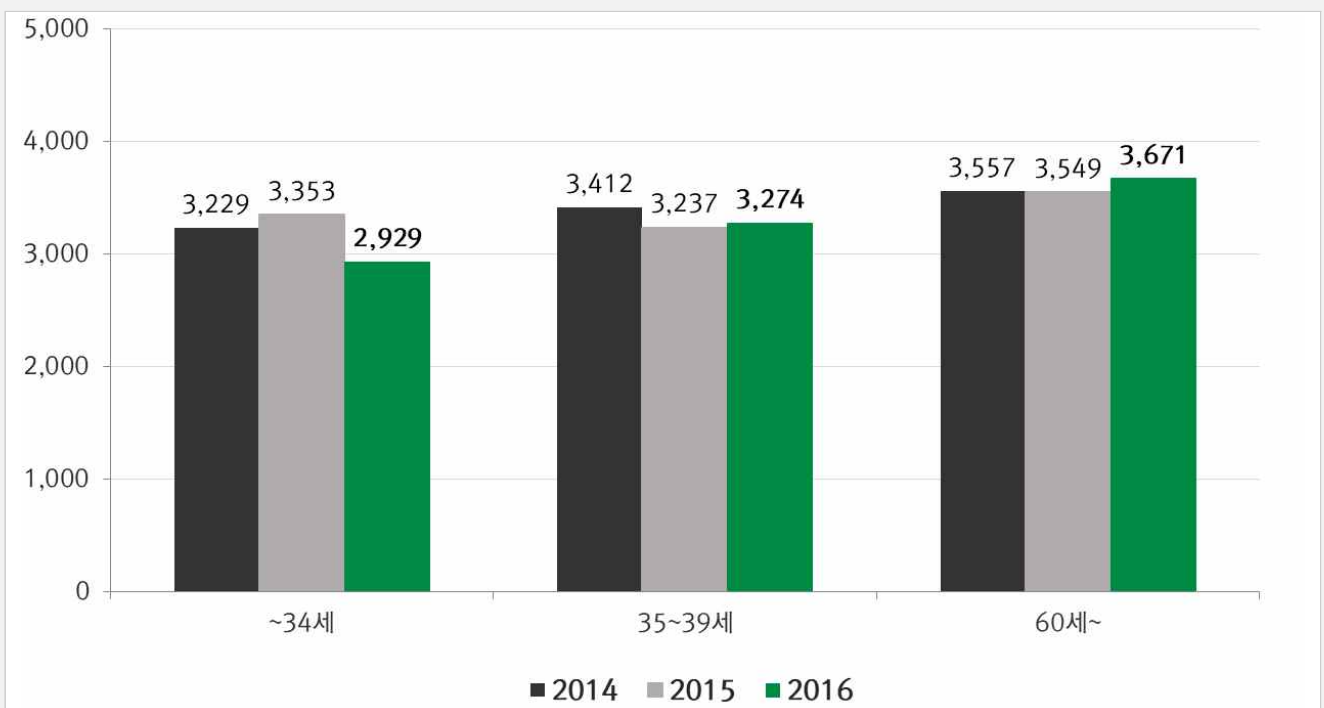
35~59세의 소비량이 가장 높지만, 청년층과 노년층의 소비량이 큰 차이 없이 모든 연령층이 고르게 소비함².

아침에 쿠키와 케이크를 즐기는 '모닝 스위트(朝スイーツ)'족 등장

일본에서는 2015년부터 신조어로 아침마다 달달한 디저트를 챙기는 모닝 스위트(朝スイーツ)족이라는 용어가 등장함³. 모닝 스위트 족은 대학생, 사회초년생 등 청년층들이 대부분을 차지하며 스트레스 해소를 위해 아침에 달달한 디저트 류를 섭취하는 부류를 일컫음. 일부 여성부터 잡지나 피트니스 잡지에서는 모닝 스위트가 장기적인 관점에서는 오히려 스트레스를 예방할 수 있어 다이어트에 도움이 될 수도 있다는 기사를 게재하기도 함⁴.

표 2.1 : 세대별 과자 월간 지출액(2014 ~ 2016)

(단위 : 엔)



출처 : 일본 총무성(www.soumu.go.jp)

2. 가베지뉴스, “카스테라やおまんじゅう、”羊かんはシニアの方が好んで食べる…年齢階層別・単身世帯のお菓子支出比率をグラフ化してみる”, 2017.03.11

3. Nikkei 조간신문, “朝スイーツで満腹ケーキやクッキーに舌鼓”, 2016.06

4. Woman Mynavi Japan ‘実は朝スイーツがダイエットに効果的という結果が’, 2016.12.22

2. 제품 트렌드

건강성·기능성 제품 인기

건강을 중시하는 노인인구의 증가는 건강 및 기능성 과자 제품의 소비증대로 이어짐. 이는 과자 제품의 매출 및 시장점유율의 성장세를 나타냄. 건강 지향적인 제품과 건강성 또는 기능성 제품에 대한 수요도 어느 때보다 높은 것으로 확인됨. 또한, 1인 가구 증가로 인한 라이프 습관의 변화에 따라 즉시 섭취 가능한 음식(초콜릿, 부드러운 과자 등)의 구매율은 성장세이며, 먹는 시간을 요하는 유형의 과자(껌, 단단한 종류의 과자 등)는 구매율은 떨어지는 추세임⁵.

비건쿠키, 블로그 또는 온라인 쇼핑몰을 통해 전파되는 중

한편 일본의 레시피 공유사이트인 CookPad에는 비건쿠키와 관련해서 114종의 레시피를 보유하고 있음⁶. 비건쿠키의 재료로는 메밀,オート밀, 진저, 호밀 등이 사용되며 보통 설탕 없이 제조되어 저칼로리, 저콜레스테롤 제품으로 알려져 있음. 비건쿠키의 경우 아사카제노코미치쿠키(潮風のこみちクッキー)와 야사이노마쿠조비오틱(野菜のマクロビオティッククッキー) 등의 비건쿠키 전문 쇼핑몰을 통해 온라인상에서 거래되고 있음⁷.

표 2.2 : 웰빙 쿠키 제품 정보

제품명	야마자키나비스코 프리미엄 논 솔트 토폭 (ナビスコ プレミアムノンソルト トッピング)	두유 베지 쿠키 (豆乳おからクッキー)
제품 이미지		
제조업체	야마자키 나비스코(ヤマザキナビスコ)	카페 프리물러(カフェプリムラ)
가격	299엔(10개)	180엔(1.2Kg)
특징	- 소금 토폭을 없앤 저염의 크래커 1 봉지 나트륨량 101mg - 미국에서 스테디셀러를 기록한 전통적인 플레인 맛 크래커	- 식이섬유가 들어가 계란과 버터를 사용하지 않고, 식물성 소재만 사용한 플레인 쿠키 - 저칼로리인 웰빙 쿠키

출처 : 야마자키 나비스코(www.yamazaki-biscuits.co.jp), 카페 프리물러(www.cafe-primula.com)

5. 가베지뉴스, “카스테라やおまんじゅう、業界規模は3兆3609億円・お菓子の売れゆき具合をグラフ化してみる”, 2017.04.01

6. cookpad.com/search/ビーガン%20クッキー 참조

7. 潮風のこみちクッキー 홈페이지 : www.treep.jp/store/komichi
野菜のマクロビオティッククッキー 홈페이지 : www.biokura.jp

3. 유통 트렌드

일본 편의점, PB 제과 제품 강세

근래 일본 유통업계에서는 PB(Private Brand) 제품 출시가 트렌드임. 일본 제과 기업들의 스테디셀러들은 편의점 PB 제품에 밀려 판매종료가 되는 경우도 있음. 1970년대 이후 계속 판매되어 온 메이지(Meiji)의 스낵 브랜드 ‘칼(カール)’은 2017년 6월 판매종료가 되었으며, 그 원인 중 하나로 PB 제품의 증가가 꼽히고 있음. 이런 PB 제품의 강세는 다른 스테디셀러 스낵들의 매출 타격에 직접적인 영향을 끼침.⁸ 2017년 편의점에서 부상하고 있는 PB 제품으로는 로손의 ‘그린 스무디(グリーンスムージー)’, 패밀리마트(Family Mart)의 ‘올리브 오일 감자칩(オリーブオイルがじゃがいも)’ 등의 건강과 관련된 상품들이 인기를 끌고 있음⁹.

표 2.3 : 최신 인기 PB 제품 정보

제품명	그린 스무디 (グリーンスムージー)	올리브 오일 감자칩 (オリーブオイルがじゃがいも)
제품 이미지		
가격	178엔(200g)	137엔(40g)
제품 정보	80 kcal의 저칼로리 스무디 제품으로 한 끼 식사대용으로 유용함	올리브 오일과 이탈리아산 천일염을 사용한 감자칩. 일반 감자칩 대비 유분이 20% 낮음

출처 : 패밀리마트(www.family.co.jp), 로손(www.lawson.co.jp)

8. ZakZak, ‘カールだけじゃない これから消えそうなメジャー菓子も’, 2017.06.18

9. Mynavi Japan, ‘コンビニ3社のPBポテチを食べ比べ! 厚切り、うま味、食べ応えを徹底比較’, 2017.06.12

4. 정책 트렌드

일본 소비자청, 알레르기 표시 감시강화

2001년, 일본 소비자청은 식품표시 대응방안을 발표¹⁰하여, 수입식품의 알레르기 표시사항에 대해 주의가 요구됨

일본의 알레르기 표시기준은 식물 알레르기가 아주 미량의 알레르겐에 의해 발생할 수 있다는 관점을 따르고 있음. 따라서 밀가루 등 소량의 특정 원재료를 포함하는 식품을 사용할 경우 원칙적으로 해당 원재료의 표시가 강제됨. 알레르기 성분으로 지정되어 있는 성분들은 표 2.4와 같음

쿠키 제품, '비스킷 공정경쟁 규약' 준수 필요

1971년부터 일본 당국은 과자류(비스킷, 쿠키) 품목의 경우 '비스킷류의 표시에 대한 공정경쟁규약'¹¹ 등 업계 자체 기준을 보유하고 있음에 따라 일본 시장 진출 시 주의가 필요함. 해당 법령에 따르면 과도한 경품판매 및 소비자가 오인할 만한 과대, 허위표시를 지양해야 함¹².

또한 공정경쟁 규약에 따르면, '쿠키'라고 표시할 수 있는 과자제품은 '손으로 만든 외형으로 당분, 지방분의 합계가 중량 백분비로 40% 이상이며, 기호에 따라 계란, 유제품, 견과류, 건조과일, 꿀 등으로 제품의 특징을 살려 풍미를 좋게 만든 것'으로 정의하고 있음

표 2.4 : 표시대상 알레르기 성분

표시	용어	표시대상
의무	특정원재료	- 새우, 게, 밀, 메밀, 알류, 우유, 땅콩
권장	특정원재료에 준하는 것	- 전복, 오징어, 연어알(젓), 오렌지, 캐슈넛, 키위, 쇠고기, 호두, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이버섯, 복숭아, 참마, 사과, 젤라틴

출처 : 일본 식품위생법 제 19조

10. 消費者庁, 食物アレルギーに関連する食品表示に関する調査研究事業 報告書, 2016.03

11. 2009년 8월 31일에 최종 수정이 이루어졌음

12. ラベルバンク, '優良誤認表示の防止と公正競争規約について', 2016.03.31

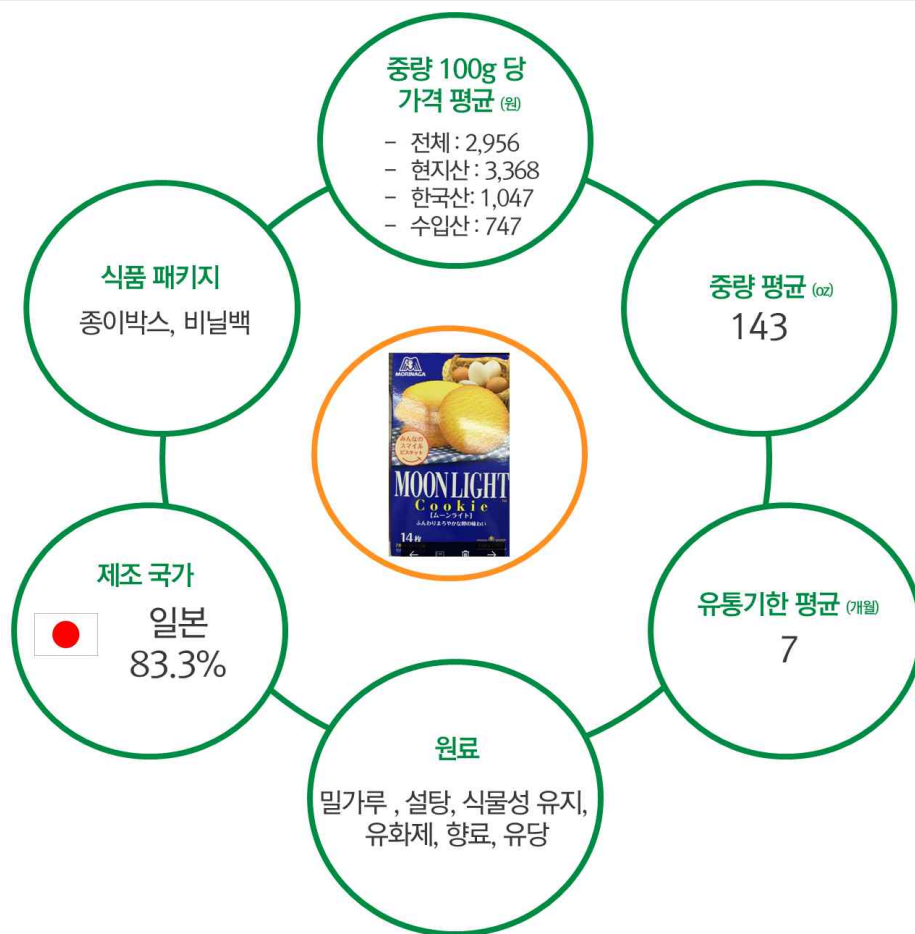


Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

1. 경쟁제품 선정
2. 정량 분석
3. 정성 분석
4. 현지 방문 조사자료

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

번호	제품명	제조사	제조국가
#01	크래커플레인	이온 톱 바류	한국
#02	크림클렌	해피포켓	말레이시아
#03	특농밀크쿠키	후루타제과	일본
#04	초콜릿쿠키	이온 톱 바류	일본
#05	문라이트쿠키	모리나가 제과	일본
#06	초이스비스킷	모리나가 제과	일본
#07	리츠크래커	나스비코	일본
#08	비스코	글리코	일본
#09	알포토	부르본	일본
#10	호두쿠키	산타네	일본
#11	오리지널쿠키즈	이즈미야도쿄점	일본
#12	홈메이드 쿠키즈	이즈미야도쿄점	일본

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

대형유통매장		백화점
AEON	SEIYU	Takashimaya
		
도쿄도 신주쿠 구 다카다 노바 바 1 초메 2-15 (東京都新宿区高田馬場1丁目2-15)	도쿄도 신주쿠 구 다카다 노바 바 3 초메 3-8 (東京都新宿区高田馬場3丁目3-8)	도쿄도 시부야 구 센다 가야 5-24-2 (東京都渋谷区千駄ヶ谷5-24-2)

출처 : 현지방문조사(AEON, SEIYU, Takashimaya, 2017.06)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 12개 선정¹³.

번호	제품명	제조사	제조국가
#01	크래커플레이н	이온 톱 바류	한국
#02	크림클랜	해피포켓	말레이시아
#03	특농밀크쿠키	후루타제과	일본
#04	초콜릿쿠키	이온 톱 바류	일본
#05	문라이트쿠키	모리나가 제과	일본
#06	초이스비스킷	모리나가 제과	일본
#07	리츠크래커	나스비코	일본
#08	비스코	글리코	일본
#09	알포토	부르본	일본
#10	호두쿠키	산타네	일본
#11	오리지널쿠키즈	이즈미야도쿄점	일본
#12	홈메이드 쿠키즈	이즈미야도쿄점	일본

분석 지표 설정 - 5개 항목

정량지표		정성지표	
1	100g 당 가격 (원)	4	포장형태
2	중량 (g)	5	제조국가
3	유통기한 (개월)		

13. HS CODE인 1905.90품목 수입액 통계의 경우, 의뢰 제품인 비건쿠키 이외에도 빵, 파이, 케이크, 비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아 함유와는 상관없음), 성찬용 웨이퍼, 제약용에 적합한 빈 캡슐, 실링웨이퍼, 라이스페이퍼와 그밖에 이와 유사한 물품이 포함되어 집계된 수치임. 본 현지조사에서는 의뢰 제품인 비건쿠키의 동종 및 유사제품인 쿠키류 제품을 중점적으로 조사하였기 때문에 수출입 통계에서 수입액 상위를 차지한 국가의 제품은 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

일본 내 유통 중인 쿠키 제품, 100g당 가격 평균 2,956원¹⁴.

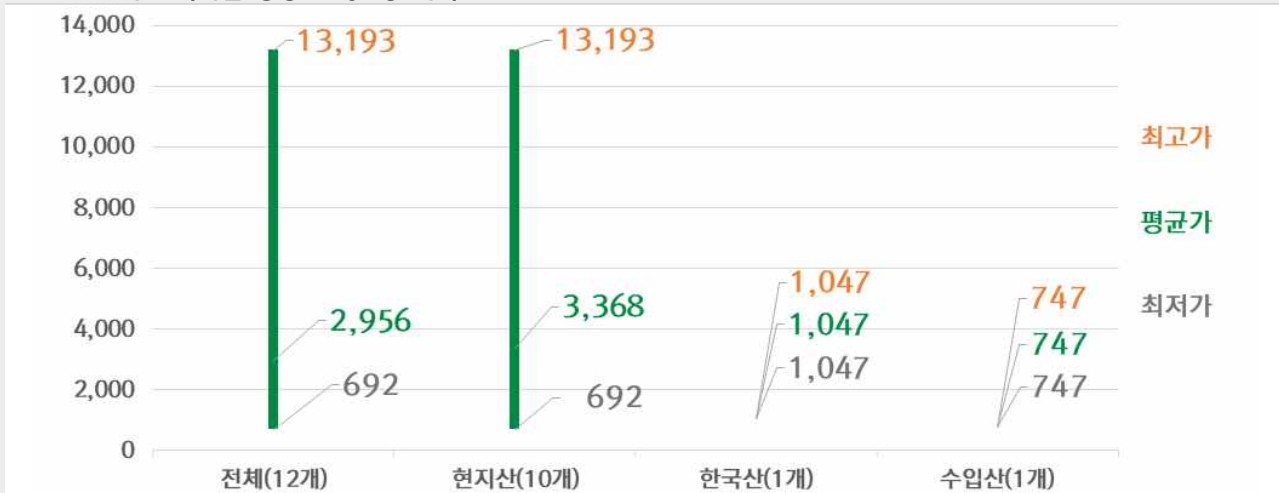
일본 내 판매가 확인된 유사 경쟁제품의 중량당 가격을 분석한 결과 현지산 제품 10개 및 한국산 제품 1개, 수입산 제품 1개, 총 12개의 제품 대상으로 100g당 평균 가격이 약 2,956원으로 산출됨

현지산 10개 제품의 100g당 평균 가격은 약 3,368원, 한국산 1개 제품의 100g당 가격은 약 1,047원, 수입산 제품의 100g당 가격은 약 747원임. 통계적으로 현지 제품의 100g 평균가격이 수입제품들에 비해 가격이 높은 것으로 판명됨

경쟁 제품의 평균 중량은 143g이고, 유통기한은 평균 7개월임¹⁵.

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격

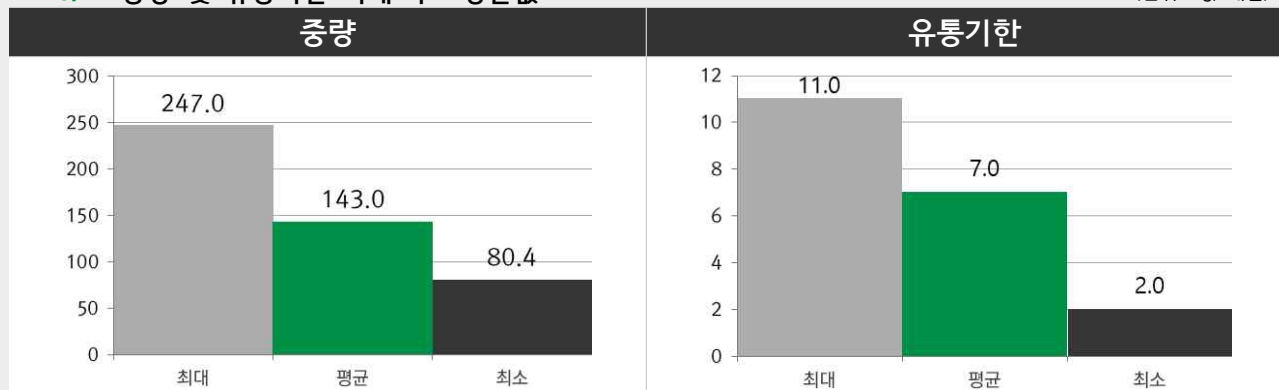
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(AEON, SEIYU, Takashimaya, 2017.06), 12개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(AEON, SEIYU, Takashimaya, 2017.06), 12개 제품 기준

14. 1엔(JPY) = 10.18원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.06.28)

15. 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

쿠키류의 포장 재질, 종이박스과 비닐백

총 12개의 경쟁제품 외장재 중 8개의 제품은 외장재가 종이박스 소재이며, 나머지 4개의 제품이 비닐백 소재로 구성되어 있음

조사제품 83.3%가 일본산 제품

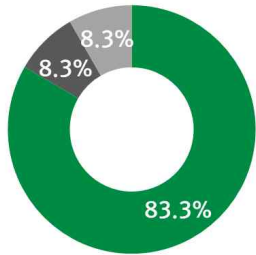
경쟁제품 12개 중 10개 제품의 제조국가가 일본으로 나타남. 이외 1개 제품은 한국에서 제조되었으며, 나머지 1개 제품이 말레이시아에서 제조된 것으로 확인됨

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류(외장재) 예시

종이박스	비닐백
	

출처 : 현지방문조사(AEON, SEIYU, Takashimaya, 2017.06), 12개 제품 기준

표 3.4 : 경쟁제품 제조국가

번호	제품명	제조국가	제조국가 비중
#01	크래커플레이인	한국	 ■ 일본 ■ 한국 ■ 말레이시아
#02	크림클랜	말레이시아	
#03	특농밀크쿠키	일본	
#04	초콜릿쿠키	일본	
#05	문라이트쿠키	일본	
#06	초이스비스킷	일본	
#07	리츠크래커	일본	
#08	비스코	일본	
#09	알포토	일본	
#10	호두쿠키	일본	
#11	오리지널쿠키즈	일본	
#12	홈메이드 쿠키즈	일본	

출처 : 현지방문조사(AEON, SEIYU, Takashimaya, 2017.06), 12개 제품 기준

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

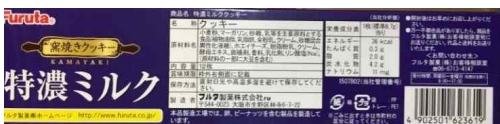
일본 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함

분류		제품 #0116.	제품 #02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	이온 톱 바류	해피포켓
	제품명	크래커플레인	크림클랜
	중량(g)	175	135
	가격(엔)	180	99
	포장형태	종이박스	비닐파우치
	원료	밀가루, 콩기름, 엿기름가루, 소금, 이스트, 팽창제, 유화제 (대두유래), 효소 (밀 포함)	밀가루, 설탕, 식물성 유지, 코코아 분말, 포도당, 과당, 전분, 물엿, 소금, 유당, 팽창제, 향료, 유화제, (원재료의 일부에 대두를 포함)
	유통기한 (개월)	10	10
	제조국가	한국	말레이시아
취급처	수입사 정보	이온 톱 바류	-17.
	판매확인 매장	AEON	AEON

16. 한국에서 제조된 제품을 이온 톱 바류(일본)가 수입하여 유통함

17. 수입사 정보는 제품 #01에 한해서만 확인됨

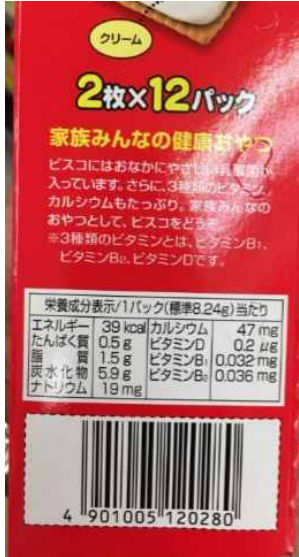
4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #03	제품 #04
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	업체명	후루타제과	이온 톱 바류
	제품명	특농밀크쿠키	초콜릿쿠키
	중량(g)	80.4	204
	가격(엔)	92	238
	포장형태	종이박스	비닐백
	원료	밀가루, 마가린, 설탕, 우유 등을 주요 원료로 하는 식품 (식물성 유지, 유지방, 전분유, 크림, 설탕 혼합 이성화 액당), 유청 치즈, 탈지분유, 크림, 효모 추출물, 팽창제, 향료, 유화제, 인산염 (나트륨), (원재료의 일부에 대두를 포함)	설탕, 밀가루, 코코아 매스, 전분유, 식물성 기름 (대두를 포함), 마가린 (대두를 포함), 밀가루 통밀, 코코아 버터, 맥아당, 소말곡물, 소금, 맥아추출물, 가공 전분, 유화제 (대두 포함), 팽창제, 향료 (우유 성분 포함), 착색료 (카로틴)
	유통기한 (개월)	10	10
	제조국가	일본	일본
취급처	수입사 정보	-	-
	판매확인 매장	AEON	AEON

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #05	제품 #06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	모리나가 제과	모리나가 제과
	제품명	문라이트쿠키	초이스비스킷
	중량(g)	113.4	121.8
	가격(엔)	158	158
	포장형태	종이박스	종이박스
	원료	밀가루, 설탕, 쇼트닝, 계란, 버터 오일, 식물성 유지, 마가린, 달걀노른자, 소금 / 유화제 (대두유래), 향료, 팽창제, 카로틴 색소	밀가루, 설탕, 쇼트닝, 흰자 (계란 포함), 버터 오일, 버터, 식물유지, 치즈파우더, 단백질 농축 유청파우더, 식염 / 팽창제, 향료, 유화제 (대두유래)
	유통기한 (개월)	7	7
	제조국가	일본	일본
취급처	수입사 정보	-	-
	판매확인 매장	SEIYU	SEIYU

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #07	제품 #08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	나스비코	글리코
	제품명	리츠크래커	비스코
	중량(g)	247	99
	가격(엔)	168	158
	포장형태	종이박스	종이박스
	원료	밀가루, 식물성 유지, 설탕, 포도당 과당 액체, 맥아추출물, 소금, 팽창제, 레시틴 (대두유래), 산화 방지제 (VE, VC)	밀가루, 설탕, 쇼트닝, 유당, 연유, 분유, 소금, 밀 단백질, 전분, 유산균, 탄산칼슘, 팽창제, 유화제, 향료, 조미료 (아미노산), 비타민B1, 비타민B2, 비타민D
	유통기한 (개월)	8	10
취급처	제조국가	일본	일본
	수입사 정보	-	-
	판매확인 매장	SEIYU	SEIYU

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #09	제품 #10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	부르본	산타네
	제품명	알포토	호두쿠키
	중량(g)	111	100
	가격(엔)	158	1,296
	포장형태	비닐백	종이박스
	원료	밀가루, 설탕, 전분유, 코코아매스, 쇼트닝, 코코아 버터, 식물유지, 통밀분, 밀기울, 소금, 밀 배아, 팽창제, 유화제 (대두유래), 향료	밀가루, 호두, 버터, 쇼트닝, 설탕분 (옥수수전분 포함)
취급처	유통기한 (개월)	11	2
	제조국가	일본	일본
	수입사 정보	-	-
판매확인 매장		SEIYU	Takashimaya

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #11	제품 #12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	이즈미야도쿄점	이즈미야도쿄점
	제품명	오리지널쿠키즈	홈메이드 쿠키즈
	중량(g)	200	130
	가격(엔)	1,320	627
	포장형태	종이박스	비닐백
	원료	밀가루, 설탕, 계란, 쇼트닝, 버터, 건포도, 땅콩, 호두, 우유, 코코아, 안젤리카, 전지무당연유, 헤이즐넛, 흑꿀, 코코넛, 달걀흰자, 소금, 레몬 껍질, 카렌즈, 정향나무, 계피, 팽창제, 향료, 착색제 (적 102, 황색 4, 청 1)	밀가루, 설탕, 달걀, 쇼트닝, 버터, 무지방 무당연유, 우유, 호두, 건포도, 안젤리카, 땅콩, 코코아, 달걀흰자, 코코넛, 소금, 생강, 레몬껍질, 흑꿀, 정향나무, 계피, 팽창제, 향료, 적색 102호, 황색 4호, 청색 1호
	유통기한 (개월)	2	2
	제조국가	일본	일본
취급처	수입사 정보	-	-
	판매확인 매장	Takashimaya	Takashimaya



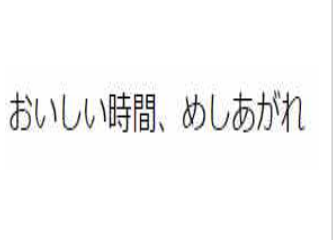
IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		AEON TOP VALUE Co.	MORINAGA & CO., LTD.	Ezaki Glico
		일본	일본	일본
기업 개요	설립년도	1979년	1910년	1929년
	직원 수	280명 ¹⁸ (2013년 기준)	1,327명(2017년 기준)	1,455명(2017년 기준)
	매출액	약 3,532억 1,700만 엔 (2017년 기준) (3조 5,597억 원)	약 1,730억 6,900만 엔 (2017년 기준) (1조 7,446억 원)	약 2647억 3500만 엔 (2017년 기준) (2조 6,687억 원)
	취급품목	비스킷, 조미료, 인스턴트식품 등	비스킷, 초콜릿, 캐러멜 등	비스킷, 초콜릿, 아이스크림 등
제품 정보		 Chocolate Cookies	 CHOICE Biscuit	 비스코(비스코)
판매 전략	프로모션	CO2를減らそう 低炭素社会の実現のために - 雪國の地で冷蔵保管した甘いじゃがいも - 商品のライフサイクルを通してCO2消費を減らす 地球の恵みを守ろう 持続可能な生産づくり - 森と共存する林業から生まれた紙資源 - 水環境に配慮した漁業と養殖業で育った魚 - 自然の力をいただいたオーガニック商品 資源を大切に使う ごみを削減する商品の開発・販売 - 留め具は不要、お客様ご自身の裁量で変えられる商品 よりよい社会をつくろう 社会的課題への対応 - フェアトレードへの取り組み - トップバリュのフェアトレード商品	 TV광고	 TV광고
	캐치 프레이즈	 · 내일을 향해 함께 나아가자	 · 맛있게 즐겁게 건강하게	 · 맛있는 시간을 선물 합니다

18. 이온 톱 바류 홈페이지 조사 결과, 2013년 이후 직원 수에 대한 업데이트 사항 확인 불가함

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑물 조사 온라인 쇼핑물 조사

- 키워드 : ビスケット、クッキー、お菓子
- 온라인 쇼핑물 분석
 - Rakuten(www.rakuten.co.jp)
 - Amazon(www.amazon.co.jp)
 - Yahoo Japan(www.shopping.yahoo.co.jp)

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 일본 현지 하이퍼마켓 및 백화점 방문(2017.06)
 - AEON, SEIYU, Takashimaya

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(온라인 조사)
방법론 02(오프라인 방문 조사)

로컬(일본) 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

일본	일본	일본
		
· 시장 점유율 상위 기업 ☒	· 시장 점유율 상위 기업 ☐	· 시장 점유율 상위 기업 ☐
· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 .. ☒	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 .. ☒	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 .. ☒
· 오프라인 매장 판매확인 기업 ☒	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ☒	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ☒

출처 : Globaldata(consumer.globaldata.com), Rakuten(www.rakuten.co.jp), Amazon(www.amazon.co.jp), Yahoo Japan(www.shopping.yahoo.co.jp)

2. 경쟁사별 현황파악

AEON TOP VALUE Co.

정보

· 주소
: 치바현 치바시 미하 마구 나가 세 1-4
이온타워 Annex
(千葉県千葉市美浜区中瀬-4イオンタワー
Annex)
출처 : AEON TOP VALUE Co.
(www.topvalu.net)

일본 기업 분석 : 이온 톱 바류(AEON TOP VALUE Co.)

이온 톱 바류는 지난 1979년 설립된 이온 주식회사¹⁹의 계열사로 제과, 가공식품, 육류, 신선식품 등의 제조업체임. 이온 톱 바류는 톱바류(TOPVALU), 톱바류 베스트 프라이스(TOPVALUE Best Price), 톱바류 셀렉트(TOPVALU Select), 톱바류 그린아이(TOPVALU Greeneye) 등 4가지의 브랜드를 보유하고 있음. 비스킷 및 쿠키류 제품은 제과 브랜드인 톱바류(TOPVALU)에서 9개 종류의 제품을 기획 및 개발하며, 일부 제품의 경우 한국에서 제품을 생산함

[기업 개요]

① 설립년도	1979년
② 직원 수	280명(바류년 기준)
③ 매출액	약 3,532억 1,700만 엔(2017년 기준)
⑤ 취급품목	비스킷, 조미료, 인스턴트식품 등



출처 : AEON TOP VALUE Co.(www.topvalu.net)

[판매 현황 및 제품 정보]

판매 현황



일본 Aeon 매대 현황 및 판매 제품

출처 : 현지조사(AEON, 2017.06)

[판매 전략]

판매 전략

“ 환경·사회공헌 활동을 통한 브랜드 홍보 ”

CO2를 줄여나가는 미래 사회의 실현을 위하여 ▶ 雪国の知恵で冷蔵保管した甘いじゃがいも ▶ 商品のライフサイクルを通してCO2消費を減らす	資源を大切に使う ごみを削減する商品の開発・販売 ▶ 留め具は不要、お客さまの意識の変化に則した商品
地球の恵みを守ろう 持続可能な生産系づくり ▶ 豊と共存する林業から生まれた国産調製 ▶ 水環境に配慮した漁業と養殖業で育った魚み ▶ 自然の力をいただいたオーガニック商品	よりよい社会をつくらう 社会的課題への対応 ▶ フェアトレードへの取り組み ▶ トップバリュのフェアトレード商品

CO2를 줄이고 자원을 아껴 쓰는 활동에 적극적으로 참여함

“ 내일을 향해 함께 나아가자 ”



환경을 보존하면서 생산하는 시스템을 강조

출처 : AEON TOP VALUE Co.(www.topvalu.net)

19. 백화점, 쇼핑몰, 하이퍼마켓 등을 운영하는 이온(AEON)을 보유함

2. 경쟁사별 현황파악

MORINAGA&CO.,LTD. / 정보

· 본사 주소
: 도쿄도 미나토 구 시바 5-33-1
(東京都港区芝5-33-1)

출처 : MORINAGA&CO.,LTD.
(www.morinaga.co.jp)

일본 기업 분석 : 모리나가 제과(MORINAGA&CO.,LTD.)

모리나가 제과는 1910년에 설립된 기업으로 제과, 빙과, 음료, 가공식품 등의 식료품 제조업체임. 모리나가 제과는 일본에 4개의 생산 공장 및 5개의 계열사를 비롯하여 대만, 중국, 인도네시아, 미국 등 4개의 현지 법인을 통해 제품을 생산하고 유통함. 비스킷, 초콜릿, 캐러멜 등 제과류의 매출비중은 2017년 3월 기준 약 59.2%이며, 이는 다른 제품들에 비해 많은 비중을 차지하고 있음

[기업 개요]

- | | |
|--------|--------------------------|
| ① 설립년도 | 1910년 |
| ② 직원 수 | 1,327명(2017년) |
| ③ 매출액 | 약 1,730억 6,900만 엔(2017년) |
| ④ 취급품목 | 비스킷, 초콜릿, 캐러멜 등 |



출처 : MORINAGA&CO.,LTD.(www.morinaga.co.jp)

[판매 현황 및 제품 정보]

판매 현황



일본 SEIYU 매대 판매 현황 및 판매 제품

출처 : 현지조사(SEIYU, 2017.06)

[판매 전략]

판매 전략

“ TV광고 ”



TV광고를 통한 제품 홍보

“ 맛있게, 즐겁게, 건강하게 ”



건강한 재료 사용과 다양한 종류의 제품을 강조

출처 : MORINAGA&CO.,LTD.(www.morinaga.co.jp)

2. 경쟁사별 현황파악

Ezaki Glico 정보

· 본사 주소
: 오사카 부 오사카시 니시 요도가와 구
歌島 4 초메 6 번 5 호
(大阪府大阪市西淀川区歌島4丁目6番5号)
출처 : Ezaki Glico(www.glico.com)

일본 기업 분석 : 에자키 글리코(Ezaki Glico)

에자키 글리코는 지난 1929년 설립되었으며, 일본 오사카에 본사를 두고 제과, 빙과, 유제품 등의 가공식품 제조업체임. 에자키 글리코는 식품 첨가물의 연구개발을 담당하는 글리코 영양 식품 유한 공사(GLICO NUTRITION)와 영유아식품 연구개발 관련 아이크(ICREO)의 계열사를 비롯하여 한국 등 아시아, 유럽, 북미지역 9개 국가에 현지 판매 법인을 보유함

[기업 개요]

① 설립년도	1929년
② 직원 수	1,455명(2017년)
③ 순 매출	약 2,647억 3,500만 엔(2017년)
⑤ 취급품목	비스킷, 초콜릿, 아이스크림 등



출처 : Ezaki Glico(www.glico.com)

[판매 현황 및 제품 정보]

판매 현황



일본 SEIYU 매대 판매 현황 및 판매 제품

출처 : 현지조사(SEIYU, 2017.06)

[판매 전략]

판매전략

“ TV광고 ”



TV광고를 통한 제품 홍보

“ 맛있는 시간을 선물 합니다 ”

おいしい時間、めしあがれ

먹는 즐거움과 제품의 다양성을 강조

출처 : Ezaki Glico(www.glico.com)



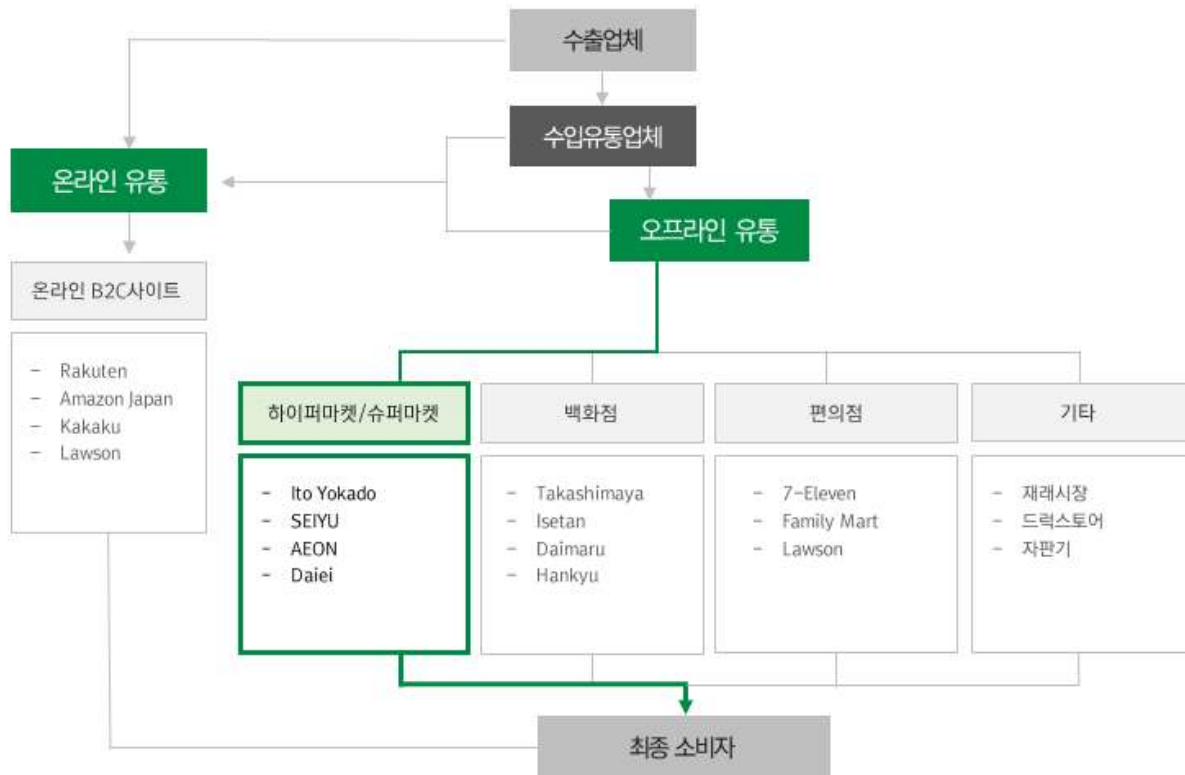
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

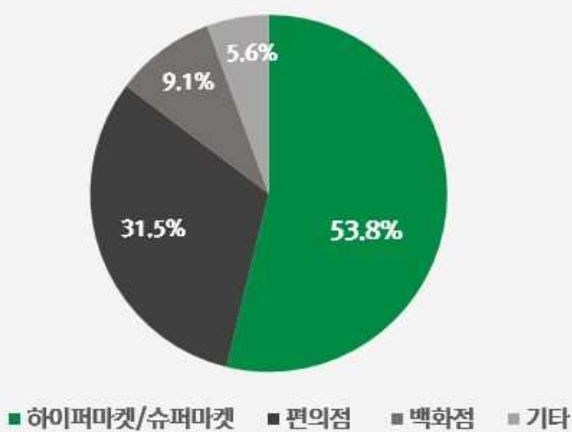
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 유통점유율



유통채널별 정의 및 특징

- **슈퍼마켓** : 일용잡화류를 판매하는 소매점. 면적 280~2,300㎡ 이상
- **하이퍼마켓** : 일용잡화류 외 공산품도 판매, 면적 2,300㎡ 이상
- **편의점** : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점과 주유소 옆에 병설된 작은 편의점을 뜻함
- **백화점** : 한 건물 안에 의식주에 관련된 여러 가지 상품을 부문별로 진열하고 조직·판매하는 근대적 대규모 소매상
- **기타** : 재래시장, 기타 일반 소매점

출처 : Global Data(2016), '베이커리 및 시리얼' 유통점유율 기준

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

: 변화의 갈림길에 선 GMS(General Merchandising Store)²⁰.

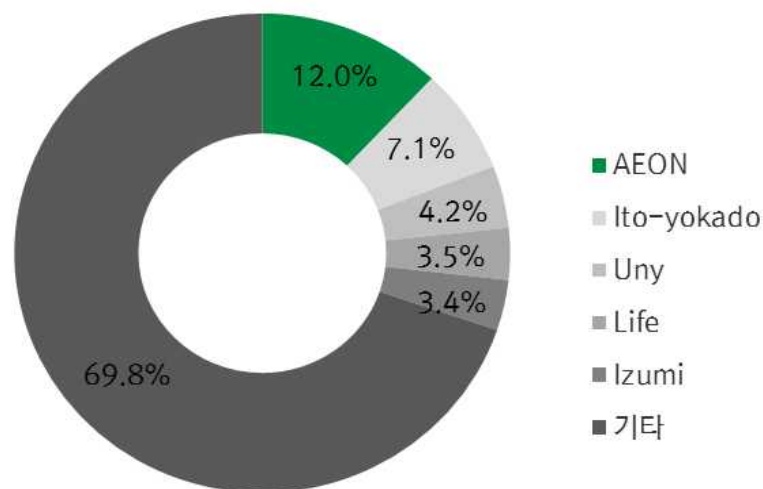
2017년 1월 23일 일본 체인 스토어 협회는 2016년 슈퍼마켓 매출이 전년 대비 0.4% 감소한 13조 426억 엔(약 131조 481억 원)이라고 발표함. 2016년 12월 판매 실적은 전월 대비 2% 하락함.²¹ 일본의 전반적인 소매시장 규모는 감소하는 추세임. 대형 GMS 업체들은 편의점과의 경쟁에서 밀려 도쿄 등 수도권 매장의 영업시간을 단축하는 등 영업시간을 탄력적으로 운영하는 전략을 구사함

이러한 시점에서 종합유통업체들은 PB브랜드를 강화하고, 고령화에 대처하는 전략을 펼치고 있는 추세임. 이온(AEON)은 PB브랜드인 톱바류(TOPVALU)를 통해 업계 선도 기업으로서의 경쟁력을 강화하고 있음. 고령화 사회에 대한 대응으로는 상품구성 및 매장 리뉴얼 단행 등 고령층을 겨냥한 신규 브랜드 출점 등 적극적인 대응을 모색하고 있음. 일본 최대 유통그룹인 AEON은 자회사 ‘다이에’를 식료품 전문 취급점인 ‘이온 푸드스타일 스토어’로 만드는 등의 전략을 모색하고 있음²².

일각에서는 GMS의 하락세를 예견하지만, 아직까지 식품 소매유통의 과반수 이상은 GMS가 점유하고 있기 때문에 이 사실을 유의해야 함

표 5.1 : 2016년 일본 GMS 구성 비율

(단위 : %)



출처 : Nikkei Sangyo Shimbun newspaper, '2016년 일본 GMS 구성', 2016.07.25.

20. 미국에서 발달한 소매업의 한 형태로 체인 오퍼레이션을 실시하고 우수한 상품개발력을 갖추고 있는 종합소매업. 우리나라의 대형 마트 개념임

21. Nikkei Sangyo Shimbun newspaper, '全国スーパー売上高、16年12月は2.0%減' 2017.01.23

22. Nikkei Sangyo Shimbun newspaper, '2016年 日本GMS構成', 2016.07.25

1. 추천 진출 경로

ROUTE #2. 일본, 초소형 편의점 확대 중

일본은 저출산, 고령화 및 맞벌이 가구 증가로 인한 간편식 등의 식생활 변화로 틈새 상권을 점령하기 위해 몸집을 줄인 초소형 편의점이 등장함. 이미 도쿄의 대형 빌딩가를 중심으로 키오스크(Kiosk)²³, 훼미리마트(Family Mart) 입점이 확산되고 있음. 키오스크의 취급품목은 약 50-60개의 간단한 식료품이며, 훼미리마트는 약 2천개의 미니 점포형태로 운영함²⁴.

ROUTE #3. 백화점

: 프리미엄 제품 구매 적합

현지 매장 조사결과, 백화점은 고가의 쿠키 제품들을 판매하는 것으로 확인됨²⁵. 전반적으로고가 브랜드가 강세를 띄는 시장임을 감안할 때 비건쿠키 제품을 프리미엄 건강 스낵으로 홍보할 수 있다면 선물용 제품으로서도 경쟁력이 있을 것으로 보임

한편 최근 일본은 폐쇄하는 백화점들이 계속해서 늘어나고 있는 등 하락 추세임. 노무라경제연구소(株式会社野村総合研究所)는 인구감소 및 세대수 감소가 소매시장 위축으로 이어졌고 또한, 고객수요가 세분화되면서 고객들의 방문율이 급감했다고 분석함²⁶. 2015년 4 ~ 10월 사이 매출액은 전년 대비 성장하였지만 이는 중국인 관광객의 구매가 대부분이었으며, 일본인들의 백화점 소비가 침체하여 중산층 가계 지출 개선은 미흡하였음. 중국인 관광객이 주로 찾는 이세탄 신주쿠점은 매출이 10% 증가하였고 미즈코시 간자점은 26.4% 증가함. 반면 일본 내국인 상대인 이세탄 다치카와점은 -0.4%, 미즈코시 차바점은 -5.3% 감소함

23. 키오스크(Kiosk): '신문, 음료 등을 파는 매점'을 뜻하며, 터치스크린을 통해 상품정보, 지역정보 등을 단계적으로 쉽게 제공하는 무인단말기

24. 훼미리마트(Family Mart), www.family.co.jp

25. 현지방문조사(AEON, SEIYU, Takashimaya, 2017.06)

26. 노무라종합연구소(株式会社野村総合研究所) '危機の日本デパート、このまま没落するのか?', 2016.10

1. 추천 진출 경로

시장 점유율 및 성장률

Global Data에 따르면 2016년 기준 일본 스낵류 시장 점유율은 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 53.8%, 편의점 31.5%, 백화점이 9.1%를 기록함. 시장성장률의 경우 일본 베이커리의 2012년부터 2016년까지 유통채널 성장률은 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 -4.1%, 편의점이 -4.4%의 모두 마이너스 성장세를 기록하고 있음

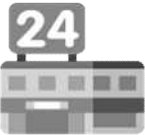
제품 컨셉

2015년 4월부터 시행된 일본의 ‘기능성 표시 식품제도’는 제품 전면에 식품의 기능과 건강효과를 표시하는 제도이며, 이 제도로 인해 일반식품의 건강식품화가 확산되고 있음. 소비자들은 이 제도를 활용하여 식품 구매 시 원하는 기능을 보유하고 있는 제품을 쉽게 찾을 수 있게 됨²⁷⁾. 이러한 일본의 식품 트렌드를 반영하여 칼로리를 낮추고 건강효과가 있는 쿠키·비스킷·크래커를 선보인다면 현지에서 좋은 반응을 얻을 수 있을 것으로 보임

한국산 취급여부

현지 매장 방문 조사 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 이온(AEON)에서 한국산 스낵 제품인 ‘크래커플레인’이 판매되고 있음을 확인됨

표 5.2 : 유통경로 분석 결과

유통경로	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지		
 슈퍼마켓/하이퍼마켓		시장 성장률	2013~2015년 성장률 두 자릿수 성장		
	2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 선호, 저가가격방침		
	3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 스낵 취급 유무		
 편의점	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지		
 편의점		시장 성장률	2013~2015년 성장률 두 자릿수 성장		
	2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 선호, 저가가격방침		
	3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 스낵 취급 유무		
 백화점	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지		
 백화점		시장 성장률	2013~2015년 성장률 두 자릿수 성장		
	2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 선호, 저가가격방침		
	3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 스낵 취급 유무		

27. Nikkei Sangyo Shimbun newspaper, ‘矢野経済研究所、健康食品市場に関する調査 (2017年) を実施’, 2017.01.23

1. 추천 진출 경로

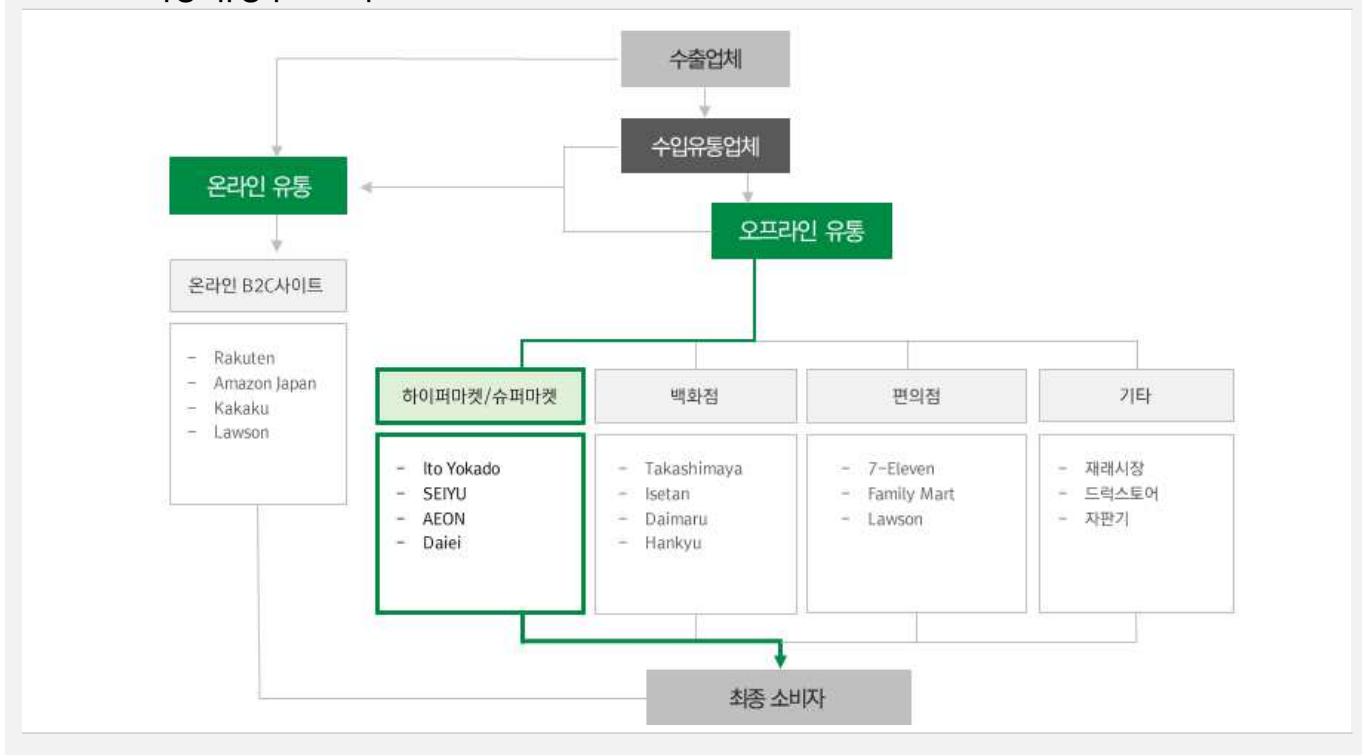
하이퍼마켓/슈퍼마켓 진출 추천

유통구조 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 유망한 시장은 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓인 것으로 분석됨. 반면 편의점은 성장률과 제품 적합성 면에서는 긍정적인 요소를 보이지만, 아직까지 한국산 제과 취급이 빈약하다는 점에서는 부적합한 것으로 보임. 아직까지 식품을 주로 대형 슈퍼마켓에서 판매하고 있음을 고려하여 비스킷의 진출 경로로서 GMS를 집중적으로 살펴봐야 할 필요가 있음

시장 성장률은 하락했으나 AEON과 같은 대규모 슈퍼마켓은 여전히 높은 매출을 올리고 있고, 시장 점유율을 늘리기 위해 여러 방안을 강구하고 있음. 특히 일본인들은 하이퍼마켓에서 식품을 많이 구매하고 있다는 점을 고려해야 함

하지만 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓과 더불어 편의점 또한 30% 이상의 높은 점유율을 기록하고 있어 향후 시장성 판단 시 편의점을 차순위로 진출 경로로써 고려할 것을 권장하는 바임

표 5.3 : 최종 유통구조 Map



2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

한국 식품 및 일본 식품 취급
바이어, 과자 유통상사 인터뷰
(2017년 6월)

Q1. 현재 취급하고 있는 제품의 수요는 어떠한가?

“당사는 유기농 과자를 취급하며, 소비자들은 첨가물이 많은 일반쿠키보다는 몸에 좋은 유기농 과자를 선호하고 있습니다. 유기농 과자는 최근 일본 내에서 유행까지는 아니지만 일시적으로 주목받고 있는 영역인 것 같습니다.”

- 유기농 농산물 유통업체 ainou-c(あいの流通センター)
담당자와의 인터뷰 中, 2017.06

Q2. 제품의 주요 고객층은 누구인가?

“당사는 개인고객을 대상으로 판매를 주로 하고 있으며, 주요 고객층은 60 ~ 70대 소비자로 이루어져 있습니다.”

- 유기농 농산물 유통업체 ainou-c(あいの流通センター)
담당자와의 인터뷰 中, 2017.06

“당사는 전통 과자를 취급하며, 슈퍼마켓과 드럭스토어를 대상으로 납품하고 있기 때문에 구매층은 다양한 연령층을 보이고 있습니다.”

- 과자도매업체 ns-ishikawa(株式会社イシカワ)
담당자와의 인터뷰 中, 2017.06

Q3. 수입제품의 통관검역 시 주의 사항은 무엇인가?

“수입제품의 통관검역 시 식품위생법에 위반되는지 특별히 신경을 쓰고 있습니다. 수입 가능한 항구는 별도로 지정되어 있지 않으며, 통관검역을 완료하는데 주로 2주 정도 소요됩니다.”

- 일본후생노동성 도쿄검역소
담당자와의 인터뷰 中, 2017.06



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



ItoYokado

SEIYU

TAKASHIMAYA

		Ito Yokado	SEIYU	Takashimaya
		일본	일본	일본
유통업체 개요	설립년도	1920년	1963년	1919년
	직원 수	35,194명(2017년 기준)	4,060명(2016년 기준)	4,801명(2017년 기준)
	매출액	약 1조 2,192억 5,200만 엔 (2017년 기준) (10조 2,291억 원)	약 4,859억 달러 ²⁸ . (2017년 기준) (551조 9,112억 원)	약 7,430억 엔 5,600만엔 (2017년 기준) (7조 0,847억 원)
	점포 수	170개(2017년 기준)	340개(2017년 기준)	19개(2017년 기준)
	취급품목	식품, 화장품, 생활가전 등	식료품, 의류, 주거용품 등	국내외 브랜드 제품, 식료품 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
매장 이슈		· 'Best Contributors to Product Safety' 수상 - 2015년 우수한 제품 안전관리로 해당 상 수상	· 카가구야스쿠 전략 - 2008년부터 카가구야스쿠라는 할인행사 진행	· 시내 면세점 개점 - 교통의 요충지인 신주쿠역(도쿄)에 대규모 면세점 개점
프로모션 정보		· 엄격한 신선 식품 관리로 신선함 유지 - 당도 감지센서, 일일단위 유통기한 체크 등 실시	· 미국과 일본의 경영방식 결합 - 월마트의 SEIYU인수 이후, 미국과 일본의 경영방식을 결합하여 운영	· 친환경 상품 생산 - 유기농 쌀과 채소를 독자적으로 생산 및 판매

28. 세이유(SEIYU) 모기업인 월마트(Walmart)의 미국 및 13개국의 매출액을 합한 금액. 세이유(SEIYU) 그룹만의 매출액은 홈페이지에서 확인 불가함

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Ito Yokado(이토요카도)

이토요카도는 1920년 설립된 일본 세븐일레븐의 자회사로 2017년 기준 170개의 매장을 일본 전역에 보유함. 이토요카도는 각종 식료품부터 화장품, 생활가전 등 다양한 제품을 취급하며, 일일 단위로 유통기한(Best-Before date)을 확인하고 있음. 2015년에는 일본 경제산업성(METI)에서 표창하는 ‘Best Contributors to Product Safety’ 를 수상하며, 해당분야에서 세 번째 수상을 기록함

표 6.1 : Ito Yokado 매장 정보

기업 정보	컨셉	슈퍼마켓과 백화점을 종합한 초대형 쇼핑몰이자 복합 문화 공간
	본사 주소	도쿄도 치요다 구二番町 8 (東京都千代田区二番町8番地8)
	대표 전화	+82-3-6238-2111
주요 판매품목		식료품, 화장품, 생활가전 등
매장 전경		 
매장 이슈		‘Best Contributors to Product Safety’ 수상 2015년 이토요카도는 일본 경제산업성(METI) 장관이 표창하는 ‘Best Contributors to Product Safety’ 상을 수상함. 이토요카도의 ‘Best Contributors to Product Safety’ 수상은 이번이 세 번째임. 이번 수상으로 인해 일본 내에서 신선 식품 등 각종 식료품의 엄격한 품질관리를 하는 것으로 인정을 받고 있음
프로모션 전략		엄격한 신선 식품 관리로 신선함 유지 이토요카도는 일일 단위로 유통기한(Best-Before date)을 확인하고 있으며, 스시 등 유통기한에 민감한 식품들에 대해서는 제조시간 기준 4시간 이내에만 매장에 진열하는 것을 원칙으로 함
판매현황		 

출처 : Ito Yokado(www.itoyokado.co.jp)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



SEIYU(세이유)

세이유는 지난 1963년에 일본에서 설립되어 2009년부터 세계 최대의 슈퍼마켓 체인을 보유하고 있는 미국 월마트 그룹의 자회사임. 세이유는 2017년 기준 총 340개의 점포를 일본 전역에 보유하고 있으며, 식료품부터 의류, 주거용품에 이르는 다양한 종류의 제품을 제공함

표 6.2 : SEIYU 매장 정보

기업 정보	컨셉	저렴한 가격과 미국식, 일본식 혼용 매장 구성
	주소	도쿄도 기타 구 아카바네 니 초메 1 번 1 호 (東京都西東京東町3-14-30)
	전화	+81-042-438-6211
주요 판매품목		식료품, 의류, 주거용품 등
매장전경		 
매장 이슈		저렴한 가격으로 판매하자 SEIYU는 2008년부터 KY, 「카카구야스쿠(저렴한 가격으로 판매하자!)」라는 캠페인을 전개함. 매일 3% 할인 및 특정요일 5% 할인 전략을 비롯한 신선 식품, 냉동 식품을 중심으로 타 매장 대비 제품 가격을 현저히 저렴하게 판매중임
핵심 전략		미국과 일본의 경영방식 결합 월마트가 SEIYU를 인수한 이후 SEIYU는 미국식과 일본식을 결합한 경영방식을 진행함. 주요 경영방식은 미국식의 높은 진열대를 활용한 제품 진열 및 가격을 크게 적는 방식과 다품종 소량 진열의 일본식을 혼용한 현지화 전략임
판매현황		 

출처 : 현지방문조사(SEIYU, 2017.06), SEIYU(www.seiyu.co.jp)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

TAKASHIMAYA

타카시마야(Takashimaya)

타카시마야는 1919년 오사카에 설립되어 백화점, 쇼핑센터, 면세점을 운영하는 업체임. 타카시마야는 2017년 기준 19개의 백화점을 일본 전역에 보유하고 있으며, 중국 상하이와 베트남 호치민, 싱가포르 등 동남아 현지에 백화점을 소유함. 본점인 오사카점은 타카시마야 별관을 설립하여 일본 미술작품과 전통 의복 등 약 5,000여 점을 소장 및 전시함

표 6.3 : Takashimaya 매장 정보

기업 정보	컨셉	주변 상업시설과 협업하는 백화점	
	주소	오사카 부 오사카시 중부 나카무라 5번 5호 (大阪府大阪市中央区難波5-5)	
	전화	+81-3-3661-5909	
주요 판매품목		국내외 브랜드 제품, 식료품 등	
매장전경			
매장 이슈		 시내 면세점 개점 타카시마야 면세점(Takashimaya Duty Free Shop)은 2017년 4월 신주쿠에 개점하였으며, 약 2,800평방미터의 대규모임. 타카시마야 면세점은 신주쿠역과 신주쿠 고속버스 터미널에 직결되어 공항과 철도망으로 쉽게 접근할 수 있음	
핵심 전략		친환경 상품 생산 타카시마야 식료품관은 니이가타현의 사도가섬에서 비료를 사용하지 않고 재배한 쌀을 판매 중이며, 농약을 사용하지 않은 채소를 재배함. 먹는 사람과 지구 환경을 고려한 제품을 제공하여 소비자 만족도를 높임	
판매현황			

출처 : 현지방문조사(Takashimaya, 2017.06), Takashimaya(www.takashimaya.co.jp)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 일본 주요 재래시장 현황

Ameyokocho	
주소	도쿄도 다이토 구 우에노 6-10-7 (東京都台東区上野6-10-7)
취급품목	식료품, 신선 식품, 생활용품 등
매장 개요	아메야코초(Ameyokocho)는 오카치마 역에서 우에노 역까지 이어지는 긴 시장으로, 초기에는 사탕과 과자를 전문적으로 취급했으나, 현재는 신선 식품과 해산물까지 다양하게 취급함. 또한, 현지 음식을 접할 수 있어 관광객이 많이 찾는 재래시장임
Nakamise dori	
주소	도쿄도 다이토 구 아사쿠사 1-3 (東京都台東区浅草1-3)
취급품목	식료품, 기념품 등
매장 개요	나카미세 도오리(Nakamise dori)는 도쿄 아사쿠사의 유명한 관광지인 센소지를 둘러싸고 있는 재래시장임. 주로 식료품을 취급하고 있으나, 관광객이 일본의 전통 의복이나 음식을 체험할 수 있는 상점들도 입점함. 다양한 종류의 과자를 판매하고 있어 관광객뿐만 아니라 현지인들도 자주 찾는 명소임
Nishiki Market	
주소	京都市中京区 (교토 나카 교구)
취급품목	식료품, 신선 식품, 생활용품 등
매장 개요	니시키 시장(Nishiki Market)은 교토의 주방이라고도 알려진 일본의 재래시장으로, 수백 개의 작은 상점과 포장마차가 있는 긴 상점가임. 식료품을 전문적으로 취급하는 상점이 모여 있어 다양한 식품을 구매할 수 있음



출처 : Culture Trip(theculturetrip.com)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.5 : 일본 주요 편의점 현황

7Eleven		
매장 수	1만 2,013개(2017년 기준)	
홈페이지	www.sej.co.jp	
매장 개요	1974년 5월 일본 도쿄의 고토구에 1호점을 시작으로, 2017년 현재, 도쿄에만 1,577개의 점포가 있음. 2008년 세븐일레븐은 맥도날드를 제치고 전 세계에서 점포수가 가장 많은 체인점이라는 기록을 세움	
Family Mart		
매장 수	2만 2,444개(2017년 기준)	
홈페이지	www.family.co.jp	
매장 개요	일본에서 2번째로 큰 편의점 체인임. 말레이시아, 필리핀, 태국, 한국, 인도네시아, 대만, 중국, 미국, 베트남 등 전 세계에 2017년 기준 2만 2,444개의 매장을 보유하고 있음	
Lawson		
매장 수	1만 1,943개(2017년 기준)	
홈페이지	www.lawson.co.jp	
매장 개요	Lawson은 7Eleven과 Family Mart의 뒤를 잇는 일본 최대 편의점 중 하나임. 로손은 '로손', '로손 스토어 100', '내추럴 로손' 등 사업 분야가 3개로 나뉘어져 있음	

출처 : 7Eleven(www.sej.co.jp), Family Mart(www.family.co.jp), Lawson(www.lawson.co.jp)

표 6.6 : 일본 주요 온라인 쇼핑몰 현황

Rakuten		
취급 품목	식품, 의류, 전자제품 등	
홈페이지	www.rakuten.co.jp	
매장 개요	인터넷 종합 서비스 제공 업체로, 일본 최대 인터넷 쇼핑몰인 라쿠텐 이치바와 종합 여행 사이트 라쿠텐 트레블, 일본 내 최대 고객 수를 확보 중인 라쿠텐 카드를 실시중임. 식품 카테고리에서는 신선 식품에서 가공식품까지 다양하게 취급하고 있음	
Amazon Japan		
취급 품목	식품, 의류, 전자제품 등	
홈페이지	www.amazon.co.jp	
매장 개요	2000년 11월 일본시장에 진출하여, 일본 내 이용률 2위를 차지한 인터넷 쇼핑몰임. 취급 상품은 '구할 수 있는 모든 것'을 표방하고 있지만, 해외 배송이 필요한 상품의 경우 구매 제약이 있음. 다양한 수입식품 판매 및 유통이 이루어지고 있음	
Kakaku		
취급 품목	식품, 의류, 전자제품 등	
홈페이지	kakaku.com	
매장 개요	가격비교 사이트로 일본 내 이용률 3위의 인터넷 쇼핑몰임. 취급 상품은 식품부터 부동산까지 다양하며, 계절별·절기별 상품을 추천하는 서비스도 실시하고 있음. 같은 상품을 각각의 인터넷 쇼핑몰에서 얼마에 제공하고 있는지 한 곳에서 알아볼 수 있는 것이 장점임	

출처 : Rakuten(www.rakuten.co.jp), Amazon(www.amazon.co.jp), Kakaku(kakaku.com)



Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차
2. 관세율 정보
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 주의사항
5. 통관거부사례

통관 및 검역절차 OVERVIEW

일본 통관 검역 절차도



출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

통관절차별 주의사항

통관절차	주의사항
사전보고	수출국의 선적항에서 24시간 전(근거리의 경우 출항 전까지)에 일본 수출입 항만 정보 처리시스템(NACCS)에 적하정보를 보고해야함 (KTNET, KLNET을 통해 경우하여 접속 가능함)
수입 신고	화물이 수입항에 도착하였다는 도착통지가 내려진 경우, 수입자 혹은 화주는 보세지역을 관할하는 세관을 통해 수입신고를 해야 함
타 법령검토	수입하고자 하는 물품이 관세법 외에 다른 법령에 의해서 허가 및 승인이 필요할 경우, 수입신고 시에 해당 물품이 허가 및 승인을 받았음을 입증해야 함
심사 및 검사	수출입 검험검역기관의 서류심사에 합격한 뒤 통관 증명서류를 발급 받아 세관에 제출해 통관수속을 마쳐야 함. 수입화물 대조검사, 신고서 내용과 실제화물 부합여부 확인, 허위기재, 위장신고 등 규정 위반에 대한 검사를 진행해야 함
관세 납부와 수입 허가	심사 및 검역에 합격하고 관련비용 지불 후, 위생허가증을 발급받아야 통관이 완료됨
화물 반출	제출 서류의 하자가 없고 관세 및 세금의 납부가 완료되는 경우 세관은 수입허가증을 발행함

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 일본 관세율 정보

	HS CODE	품명	관세율(WTO)
	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하는 상관없음), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링 웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품	-
	1905.90	기타	-
	1905.90.312	비스킷, 쿠키 및 크래커	15%

일본 WTO 협정세율

일본에서 HS CODE 1905.90.312의 경우
WTO 협정세율 15%가 부과되고 있음

일본 부가가치세 정보

일본에서 2017년 기준
소비세 8%가 부과되고 있음

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 'TradeNavi(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 일본 사이트의 경우 일본 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
	일본 관세청	www.customs.go.jp

보다 더 정확한 품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA콜센터'의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 통해 상담을 받도록 함

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380

1. 통관 및 검역절차

일본 통관 소요 기간 및 금액

서류 준비 : 5일, 145달러
통관수속 : 2일, 75달러
항만/터미널 처리 : 2일,
250달러
내륙운송 : 2일, 445달러

STEP #1. 사전보고 및 적하정보 제출

일본으로 물품을 수입하기 위해서는 수출국 선적항에서 출항하기 24시간 전 (근거리의 경우 출항 전)까지 전자시스템을 통해 보고해야 함. 전자시스템은 ‘일본 수출입 항만 관련 정보처리시스템(NACCS)’의 홈페이지에 접속하여 보고가 가능함

화물의 내역을 기재한 적하정보를 필수로 보고해야 하는데, 이를 준수하지 않을 경우 1년 이하의 징역 또는 50만 엔 이하의 벌금을 부과함

STEP #2. 수입신고

화물이 수입항에 도착하였다는 도착통지가 내려진 경우, 수입자 혹은 화주는 보세지역을 관할하는 세관을 통해 수입신고를 해야 함. 수입신고는 통관 대리업자를 통해 신고할 수 있으며, 통관 대리업자는 일본 내 사업장 및 거소가 있어야 함

수입 신고를 하는 방법은 일본 수출입 항만 관련 정보처리시스템(이하 NACCS)를 통한 전자적 방법과 세관에 직접 증빙서류를 제출하는 방법이 있음

NACCS를 통하여 신고를 할 경우, 수입화물의 화주가 전산시스템을 통하여 세관에 수입신고서 전자 자료를 제출함. 세관에 직접 제출할 경우, 수입신고서를 작성한 후 관련 증빙서류를 구비하여 세관에 직접 제출하면 수입신고서가 접수됨

표 7.1 : 일본 수입식품 통관 서류

서류 목록		비고
상업송장	운임명세서	
선화증권 혹은 항공화물 운송장	보험증명서	
WTO 세율 적용 가능한 원산지 증명서	인증서 및 증명서	타 법령에 의거 필요한 경우
포장명세서	관세 납부확인서	

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

1. 통관 및 검역절차

STEP #3. 타 법령 검토

수입하고자 하는 물품이 관세법 외에 다른 법령에 의해서 허가 및 승인이 필요할 경우 수입신고 시에 해당 물품이 허가 및 승인을 받았음을 입증해야 함. 가공식품의 경우에는 후생노동성 검역소에서 식품위생법에 따라 검사를 받음. 불합격 시에는 용도를 변경하거나 폐기 혹은 반송 등의 절차가 이어지며 합격 후에는 합격 증서를 세관에 제출한 후 수입 허가를 받고 국내/국제 요건 충족을 확인한 후 유통됨

STEP #4. 심사 및 검사

수입신고서가 접수되면 세관에서 신고서 및 구비서류에 대한 심사가 이루어짐. 물품의 위험도에 따라 NACCS에 제출된 서류만 검토하는 경우와 수입신고서 및 구비서류 모두를 검토하는 경우가 있음. 위험도가 높은 물품에 대해서는 서류심사와 더불어 현품을 검사할 수 있음

검사에 소요되는 비용은 수입자가 전액 부담해야 하며 구비서류 모두를 검토하는 경우, 통관시간이 길어질 수 있음. 가공식품 중 처음으로 수입되는 물품은 지정검사기관의 자율검사 성적서와 상품 설명서가 필요하며, 검역소는 통상 제조자가 작성한 ‘원재료 성분표’ 및 ‘제조공정설명서’, 제품의 용도, 사용법, 주의사항, 제조자, 제조공장등을 확인할 수 있는 상품 설명서를 요구하고 품목에 따라서는 유전자변형 식품 검사 증명서, 광우병 미감염 증명서 등도 요구하게 됨

표 7.2 : 일본 통관 소요 기간 및 금액

항목	소요 기간	소요 금액
서류준비	5일	145달러
통관수속	2일	75달러
항만/터미널 처리	2일	250달러
내륙운송	2일	445달러

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

1. 통관 및 검역절차

STEP #5. 관세납부와 수입허가

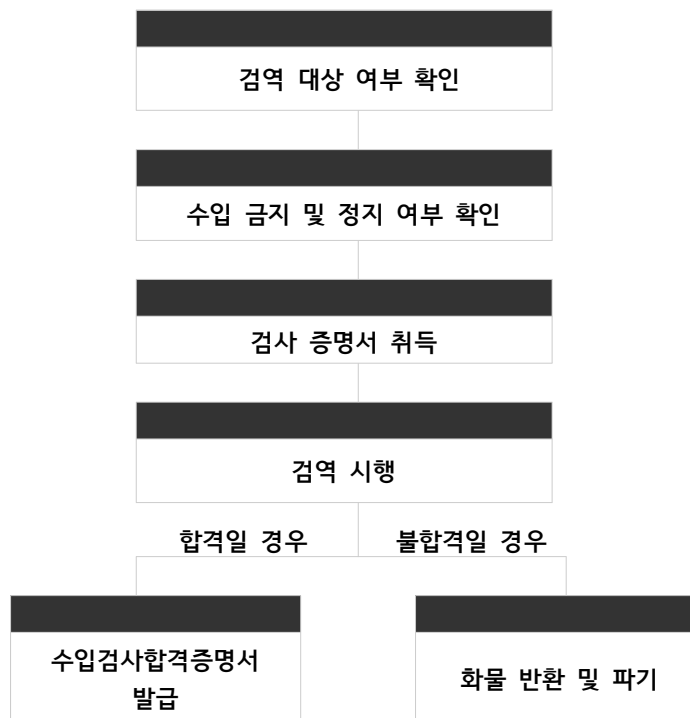
납세기한에 대해서는 별도로 지정된 기한이 존재하지 않으며, 담당 관할 세관에서 서류 및 검사가 완료된 후에 바로 납부서 교부가 가능함. 관세를 납부하지 않을 경우 보세구역에서 화물을 반출할 수 없음

관세나 세금 납부가 완료되면 세관은 즉시 수입을 허가하게 되며 수입자 또는 화주에게 수입허가증을 발행함

STEP #6. 화물반출

제출 서류의 하자가 없고 관세 및 세금의 납부가 완료되는 경우 세관은 수입허가증을 발행함

표 7.3 : 일본 위생검역 세부절차



출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

2. 관세율 정보

HS CODE 1905.90.312, WTO 협정세율 적용되어 15% 부과

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘관세법령정보포털 3.0’을 활용하는 법 등이 있음

참여기업의 ‘비건쿠키’는 일본에서 상위코드인 HS CODE 1905.90(기타)에 속하지만 하위코드에 따라 관세율이 다르게 적용됨. 따라서 해당품목은 HS CODE 1905.90.312(비스킷, 쿠키 및 크래커)로 분류되어 WTO 협정세율 15%가 부과됨

감면세율 존재, 소비세 8% 부과 중

일본은 ‘관세정률법’을 두어 수입화물이 일정한 조건에 부합하는 경우에 감면을 받을 수 있음. 관세정률법 12조에 따르면 식료품 및 의약품 등 생활 관련 물자가 일본 내에서 가격이 상승하여 국민 생활의 안정을 위협할 경우 해당 물품에 대해 관세 감면혜택을 받을 수 있음

표 7.4 : 일본 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유와는 상관없음), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링 웨이퍼(sealing wafer)·라이스 페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품	-
	1905.90	기타	
	1905.90.10	베이커리 제품	
	1905.90.1040	비스킷, 쿠키와 크래커	
일본	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유와는 상관없음), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링 웨이퍼(sealing wafer)·라이스 페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품	-
	1905.90	기타	-
	1905.90.312	비스킷, 쿠키 및 크래커	15%

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

3. FTA 정보

한·중·일 FTA 협상 중

2003년 12월 22일 제 1차 한·일 FTA 협상이 시작되었지만 농산품 및 가공품에 대한 관세 폐지 등의 문제로 2004년 11월 협상이 중단됨. 그 후 일곱 차례 회의가 진행되었으며 2012년 5월 25일 3차 과장급 실무협의를 이후로 진전되지 않고 있음

한·중·일 FTA는 협상 개시 이후 3국간 이견으로 아직 시장 접근 협상을 시작하지 못하는 등 논의 진전이 더딘 상황이었지만 2015년 10월 한·중·일 통상장관회담에서 3국 장관간 FTA 가속화 의지를 재확인하며 공감대를 형성함. 최근 3국이 모두 참여하고 있는 역내 포괄적 경제동반자협정(RCEP) 협상에서 상품 서비스 시장접근 협상이 가속화되는 등 한·중·일 자유무역협정을 둘러싼 협상 환경이 변하고 있는 것도 고려됨

2017년 4월 10 ~ 13일 제12차 한·중·일 자유무역협정(FTA) 공식 협상이 일본 동경에서 열림. 교도통신은 협상 소식통을 인용해 12차 협상에서 서비스 무역에 관한 규칙에 대해 구체적 검토가 이뤄져 일정한 진전이 있었다고 보도함. 이번 협상에선 물품, 서비스 무역, 투자 등을 중심으로 논의가 진행된 가운데 2017년 1월 11차 협상에서 시작된 금융, 전기통신, 인적 이동에 관한 회의도 개최된 것으로 알려져 향후 FTA 체결 전망이 밝을 것으로 보도함. 한·중·일 3개국 간 FTA 체결을 위한 차기 협상은 올해 중 한국에서 이어질 예정임

표 7.5 한·중·일 FTA 관련 정보 및 기대효과

의의		동북아 경제통합 기반 마련
추진현황	협상개시	2013년 3월 26일
	최근협상	2017년 4월 10일
	협상 진행회수	10회
예상 기대효과	실질 GDP(5년 후)	0.37% 상승 예상
	실질 GDP(10년 후)	1.31% 상승 예상
	예상 후생(5년 후)	약 83억 달러 증가 예상
	예상 후생(10년 후)	약 137억 달러 증가 예상

출처 : 한국 산업통상자원부-FTA(www.fta.go.kr)

4. 통관 및 검역 주의사항

일본, 2016년부터 가공식품 성분 규격에 관한 모니터링 검사 중점적 실시

일본은 2015년도 중점적으로 실시해 왔던 가공식품 등의 성분 규격 위반 사항을 감안하여 2016년 가공식품의 성분 규격에 관한 모니터링 검사를 중점 실시할 것을 발표함. 또한 현재 운영중인 수입식품사전확인제도와 관련하여 등록신청업체 요건을 HACCP 인증 취득업체로 한정하여 제도를 강화한다는 계획을 발표함

이번 발표에 따라 검역소는 수입신고서 등에 의해 식품의 규격 또는 기준에 대한 적합여부를 확인하며 수입식품의 식품안전 상황에 대해 폭넓은 감시를 위한 모니터링 검사를 계획적으로 실시하고 있음. 또한 식품위생상의 위해 방지를 위해 법률위반 가능성이 높을 것으로 보이는 수입식품 등에 대해 검사를 명령하고, 수입자가 자주적으로 안전관리를 추진하도록 강연회 개최 및 수입 전 지도 등을 실시하기도 함

한편, 일본 소비자청은 2016년 6월 2일 식품 표시 적정화를 위한 대응방안을 발표함. 이 방안에는 수입식품에 대한 알레르기 표시철저에 대한 내용이 포함됨

알레르기 표시기준은 식물 알레르기가 아주 미량의 알레르기에 의해서도 발생할 수 있다는 관점에서 밀가루 등의 소량의 특정 원재료를 포함하는 식품의 경우에는 원칙적으로 해당 특정 원재료 포함 표시를 요구함

5. 통관거부사례

일본, 한국산 과자류 통관거부 사례 확인되지 않음

일본후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labour and Welfare)의 발표에 따르면 2015년 ~ 2016년간 가공식품 중 스낵류에 대한 통관거부사례는 없는 것으로 확인됨. 해당 기간 동안 한국산 식품의 통관거부 건수는 총 52건에 달했으나 가공식품 중 쿠키 및 비스킷류의 통관거부 사례는 확인되지 않음

동 기간 내 한국산 식품 가운데 가장 많은 통관거부 사유는 위생문제가 차지하였고, 그 다음은 성분 부적합 및 잔류농약이 뒤를 이었음. 라벨링 및 포장, 비위생적 제조 및 서류미비 등의 문제는 2년 연속 발생하지 않은 것으로 조사됨. 가공식품 중에서는 유화제, 안정제로 사용되는 폴리솔베이트, 솔빈산 기준치 위반사례 등이 있어 식품첨가물 규격준수에 대한 주의가 요구됨



VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 제출서류
3. 전문가 인터뷰

인증 정보 OVERVIEW

● 권장인증 : JAS(Japanese Agricultural Standard) 인증

인증 설명	일본 소비자에게 판매되는 수입 식품에 대하여 일본 농림수산성에서 규정한 품질, 생산방법 기준에 적합한 제품에 부여하는 인증	
발행기관	일본농림수산성	
성격	권장인증(유기농 제품 필수)	
제출서류	신청자의 성명 또는 명칭 및 주소, 생산 일정 관리 담당자의 성명 약력 등	
비용	1,200 ~ 2,000만 원, 200 ~ 300만 원의 갱신비용이 필요	
소요기간	2개월 이상	
갱신기간	1년	
발급절차	신청서 및 제반 서류 제출 → 서류심사 → 현장심사 → 취득 가능여부 판정	
주의사항	일본 내 유기농 인증을 취득하려면 유기 JAS 기준에 부합해야 하고, JAS 마크가 부착된 식품만 '유기 00'등으로 표시할 수 있음. 그러나 검사 기준을 충족하기가 매우 까다로운데 외국에서 인증을 받으면 일본에서도 함께 인정되는 동등성 제도를 시행중임	

출처 : 일본 농림수산성 (www.maff.go.jp)

● 권장인증 : HACCP(품질안전인증)

인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등의 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
발행기관	공식 인정은 후생노동성 인증 종합 위생관리 제조과정 승인	
성격	권장 인증	
제출서류	수산식품 가공시설 HACCP 인증 신청서 등 양식에 맞는 서류	
비용	기본 심사 수수료 약 106만 원, 품목, 일수마다 추가 요금 약 20만 원, 그 외 출장비	
갱신기간	3년	
발급절차	도입단계→신청→심사→인증서발급→지속적인 심사	
주의사항	일본 후생노동성이 2020년 도쿄 올림픽 개최 시 일본의 식품안전을 홍보하기 위해 국제적으로 신뢰받고 있는 HACCP 인증을 식품업계 전반에 도입하기로 결정. 따라서 수입산 제품 또한 해당 인증을 취득하길 권고하는 바임	

출처 : 일본 농림수산성 (www.maff.go.jp)

1. 인증 취득정보

JAS 인증 관련 기관

-MAFF(Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan, 일본농림수산물성)

출처 : 일본 농림수산물성(www.maff.go.jp)

권장인증 : JAS (Japanese Agricultural Standard)

일본농림수산물성에서 지정한 품목 중에서 일본 소비자에게 판매되는 농림수산물에 대하여 품질, 생산방법 및 라벨링 규격에 적합한 제품에 부여하는 인증임. 일본 농림수산물성이 지정한 제 3차 인증기관이 생산자, 제조업체, 유통업체 또는 수입업자를 인증하면 피인증자는 대상품목에 JAS 마크를 부착할 수 있음

인증이 발행된 이후에 등록 인증기관은 최대 12개월에 한 번씩 인증 발행 공장에 대하여 사후검사를 실시해야 함. 사후검사는 지정 기한 내에 반드시 수행되어야 하며 이를 어길 경우 해당 인증은 사전 경고 없이 자동적으로 무효화됨

권장인증 : HACCP 인증

식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등의 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함. 2015년 기준 ‘식육제품, 우유 및 유제품 아이스크림, 용기 포장가압열 살균식품(레토르트식품), 어육반죽제품, 청량음료수, 수산가공품, 절임류, 두부, 과자, 면류’ 만이 HACCP승인품목으로 정해져 승인 대상이 되고 있음

일본 정부는 식품 안전성에 관한 HACCP을 취득한 해외기업에 대해 가공식품 수입절차를 일부 면제할 방침임. 수입산에 대해서는 HACCP 인증기업의 식품에 대해서는 불시 검사는 계속하되, 항구나 공항 검역소에서 검사를 5년간 면제할 방침임. 해외업체들은 검역 신청서류 작성 등 행정적인 부담을 덜 수 있고 일본 정부의 검역 업무도 생략되어 통관시간도 단축이 가능할 것으로 전망됨

표 8.1 일본 JAS 인증 발급절차

농림수산물성		
등록신청		등록
등록인증기관		
인증신청		인증
피인증자		
		등급
JAS 마크 부착 및 유통		

출처 : 중소기업수출지원센터(www.exportcenter.go.kr)

1. 인증 취득정보

HACCP 인증 수입식품 통관절차 간소화

일본 후생노동성은 수입식품의 효율적인 감시지도를 통해 안전성을 확보하고자 해마다 수입식품 감시지도 계획을 발표하고 수행함. 2016년의 주요 방향은 현행 수입식품의 사전확인 제도에 HACCP에 의한 위생관리 요건을 추가하여 확대하기로 함. 2016년 2월 일본 요미우리 신문의 보도에 따르면 일본 정부는 식품 안전성에 관한 HACCP을 취득한 해외 기업에 대해 가공식품 수입 절차를 일부 면제할 방침인 것으로 전함

이는 환태평양경제동반자협정(Trans-Pacific Strategic Economic Partnership, TPP)의 발효에 따라 수입 식품이 크게 증가할 것으로 전망되어, 수입 식품에 대한 안전성을 소비자에게 보장하고 수입 식품의 통관 절차에 행정 과부하가 걸리는 것을 막기 위한 조치로 해석됨

Vege Project Japan

Vege Project Japan은 일본에서 채식주의에 대한 개념이 중요함에도 채식주의 생활을 하기 어려운 환경이라는 점에서 착안하여 ‘Vegetarian/Vegan lifestyle made easier’ 를 모토로 채식에 대한 접근성을 높이기 위한 노력을 진행하고 있음. Vege Project Japan는 대학, 식당 등에 채식주의자를 위한 선택지를 도입하고, 채식주의자용 지도, 채식주의 홍보를 위한 각종 활동들을 진행하고 있음. 또한 자체적으로 채식 옵션이 있는 식당이나 제품에 적용이 가능한 Vegan 인증을 도입하여 운영중임

표 8.2 Vege Project Japan에서 운영하는 Vegan/Vegetarian 인증



출처 : Vege Project Japan(www.vegeproject.org)

2. 제출서류

JAS 인증 서류 심사 제출 서류

JAS 인증을 받기 위해 서류 심사를 거칠 때 제출해야 할 서류는 다음과 같음

표 8.3 : JAS 인증시 필수 제출 서류

제출 서류
신청자의 성명 또는 명칭 및 주소
포장 이력 관리 기록
생산 일정 관리 담당자의 성명 약력
평가를 실시하는 농산물 종류
생산 장소 소재지, 면적
농장 지도
수계도 혹은 배수도 지도
항공 방제용 작업 지도(농약 공중 살포 실시 지역의 경우)
생산 관리 및 등급의 조직 기구도
보관 등에 관련된 시설 도면

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

현장 검사 내용

JAS 인증 현장 검사는 다음과 같은 제출 서류를 기반으로 진행됨

표 8.4 : JAS 인증 현장 검사 제출 서류 목록

제출 서류
생산 일정 관리 책임자 및 생산자 청취 조사
포장, 기타 시설 실제 확인
생산 일정 관리 기록과 그 근거 서류의 확인
포장, 채취장, 관련 창고, 선별, 조제, 포장 시설, 농장 주변 상황 (인접 농장과 오염 대책 포함)
논 용수
항공 방제 상황
사용 자재, 자재 입수 방법, 자재 보관 장소
종묘 입수 방법
비료 배양 관리 방법
유해 동물 방제 방법
생산에 사용하는 기계, 기구
수송, 선별, 조제, 세탁, 저장, 출하 상황
생산 과정에 대한 검사 방법
유기 JAS 마크 표시 방법
출하 또는 처분의 방법
생산 일정 관리 담당자(책임자)의 자격

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

3. 전문가 인터뷰

“ 잔류농약 ”

Q1. 일본에 비건쿠키를 수출할 때 필수적으로 요구되는 인증이 있습니까?

“일본으로 비건쿠키를 수출할 경우 필수 취득이 요구되는 인증은 없습니다. 그러나 일본으로 제품을 수출하기 전 일본의 검역소에 일어 혹은 영어로 된 식품수입신고서와 제조공정도를 제출해야 합니다. 일본 검역소에서 해당 서류 심사 후 결과 통보 시 제품의 미비한 부분 혹은 취득이 권장되는 인증에 대한 조언을 받을 수 있습니다.”

- 일본후생노동성 도쿄검역소
Mr. Kawahara 식품 위생법 담당자와의 인터뷰 中 2017. 07

“한국에서 일본으로 수출할 때 필수적으로 취득해야하는 인증은 별도로 지정되어 있지 않습니다. 이미 한국에서 안전하게 판매되고 있는 제품이라면 안정성이 입증된 것으로 간주하여 수입 시 별도의 문제는 없을 것으로 사료됩니다. 그 외, 일본에서는 수입식품 검사 시 영양성분, 알레르기 유발물질 함유·표기여부 및 잔류농약, 첨가물 등에 대한 검사를 중시하고 있습니다.”

- 일본 식품인증 컨설팅사 SGS
담당자와의 인터뷰 中 2017. 07

Q2. 일본에 비건쿠키를 수출할 때 선택적으로 요구되는 인증이 있습니까?

“ 인증 대신 안전성과 유관한 문구 표시 ”

“일본에서는 인증에 대한 지식을 가진 소비자가 거의 없기 때문에 인증시스템 자체가 발달되어있지 않습니다. 그러므로 동종·유사제품을 취급하는 업계에서는 별도의 인증을 취득하기 보다는 소비자들이 한눈에 알아보기 쉬운 ‘유전자변형(GMO, Genetically Modified Organism)원료 미사용’, ‘글루텐 프리(Gluten-Free)’ 등의 선전문구 등을 통해 건강 및 안전성에 대한 표시를 하는 것이 선호되고 있습니다.”

- 스낵 수입·유통업체 Yamaboshiya Co., Ltd
담당자와의 인터뷰 中 2017. 07

“일본의 경우 인증에 대한 소비자의 인식이 전반적으로 낮다는 점을 먼저 고려하여야 합니다. 이에 권장 인증의 경우 수출업체가 거래 중이거나 혹은 거래를 하고자하는 수입·유통업체에서 요구하는 인증을 취득하는 것이 보편적입니다. 이는 유통업체별로 타깃으로 삼는 고객층이 다르고, 해당 고객층이 중시하는 구매요인이 상이하기 때문입니다.”

- 일본 품질인증 컨설팅사 JQA
담당자와의 인터뷰 中 2017. 07



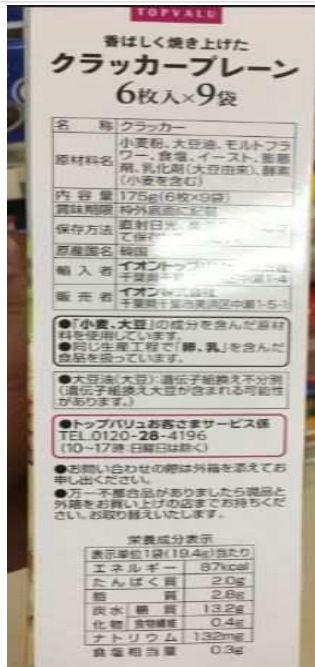
IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

일본 과자류 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 원산지
- 영양성분
- 내용량
- 유통기한
- 보존방법
- 생산자 및 유통자 정보
- 주의사항
- 알레르기 유발성분

출처 : 현지방문조사(AEON, 2017.06)

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

일본 가공식품 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	유통되는 제품은 수입여부에 상관없이 일본어로 표기함(농림규격법, 식품위생법)
제품명	품명, 종류, 유형 등을 기재해야 함
원재료명 및 식품 첨가물	원재료와 식품 첨가의 구분을 명확히 표시해야 함
영양성분	열량, 탄수화물 등 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 영양성분을 명시(건강 증진법)
내용량	내용중량(그램, 킬로그램), 내용체적(밀리리터, 리터), 내용수량(개수 등 단위) 중 하나의 방식으로 표기함
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	제조업자, 수입업자 등의 명칭 및 주소를 표기함
원산지	수출국의 원산지를 명확히 표시해야함
생산일자, 유통기한	유통기한이 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년, 월, 일순으로 표기하며, 3개월 이상일 경우 년, 월만 표기함
보존방법	제품 개봉 전 보존방법을 표기함
알레르기 유발성분	밀가루 등의 소량의 특정 원재료를 포함하는 식품의 경우 원칙적으로 해당하는 특정 원재료의 포함을 표시함

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

1. 라벨 표기사항

일본정부, 모든 가공식품에 원산지표기 의무 확대

일본정부는 2016년 10월 5일 모든 가공식품에 대한 원산지표기 의무를 확대할 방침이라고 밝혔다. 지금까지 일부에 한정되어 있었던 원산지 표시 대상을 모든 가공식품에 확대하려는 것임. 수입식품은 원산국 표기 및 쌀 등 일부 성분표기가 의무화되어 있으나 가공식품 원료인 원재료에 대해서는 표기 대상에서 제외함

식품 알레르기 표시 강화

일본 소비자청은 2016년 6월 ‘식품표시 적정화를 위한 대응방안’을 통해, 수입 식품의 알레르기 표시에 대한 내용을 발표함. 알레르기 표시기준은 식물성 알레르기가 아주 미량의 알레르겐에 의해 발생할 수 있다는 관점에서 밀가루 등의 소량의 특정 원재료를 포함하는 식품의 경우, 원칙적으로 해당 특정 원재료를 포함하였다는 포함의 표시를 해야함

표 9.1 : 가공식품 라벨 표기사항

· 제품명 · 구성성분 · 내용량 · 보관방법 · 판매업체 · 영양성분표	· 알레르기 유발성분 · 생산일자, 유통기한 · 주의사항 · 원산지
---	--

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

표 9.2 : 일본 라벨 표기사항 상세

항목	설명
1 표기 언어	유통되는 제품은 수입여부에 상관없이 일본어로 표기함(농림규격법, 식품위생법)
2 제품명	품명, 종류, 유형 등을 기재해야 함
3 원재료명 및 식품 첨가물	원재료와 식품 첨가의 구분을 명확히 표시해야 함
4 영양성분	열량, 탄수화물 등 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 영양성분을 명시(건강 증진법)
5 내용량	내용중량(그램, 킬로그램), 내용체적(밀리리터, 리터), 내용수량(개수 등 단위) 중 하나의 방식으로 표기함
6 제조자, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	제조업자, 수입업자 등의 명칭 및 주소를 표기함
7 원산지	수출국의 원산지를 명확히 표시해야함
8 생산일자, 유통기한	유통기한이 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년, 월, 일순으로 표기하며, 3개월 이상일 경우 년, 월만 표기함
9 보존방법	제품 개봉 전 보존방법을 표기함
10 알레르기 유발성분	밀가루 등의 소량의 특정 원재료를 포함하는 식품의 경우 원칙적으로 해당하는 특정 원재료의 포함을 표시함

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

2. 라벨링 예시

1) 업체명

2) 제품명

3) 원재료명

4) 내용량

5) 유통기한

6) 보존방법

7) 원산지

11) 고객센터

11) 식품성분표

칼로리

단백질

지방

탄수화물

나트륨

TOPVALU

香ばしく焼き上げた
クラッカープレーン
6枚入×9袋

名 称 クラッカー

原材料名 小麦粉、大豆油、モルトフラ
ワー、食塩、イースト、膨脹
剤、乳化剤(大豆由来)、酵素
(小麦由来)

内 容 量 125g(6枚×9袋)

賞味期限 特約店に6ヶ月

保存方法 直射日光 照
り避けて保存

原産地名 韓国

輸 入 者 イオンフードサービス有
限会社

販 売 者 イオン株式会社
千葉県千葉市美浜区中郷1-5-1

●「小麦、大豆」の成分を含んだ原料
料を使用しています。
●同じ生産工程で「卵、乳」を含んだ
食品を造っています。
●大豆油(大豆)遺伝子組換え不分別
(遺伝子組換え大豆が含まれる可能性
があります。)

●トップバリュお客様サービス係
TEL.0120-28-4196
(10~17時 日曜日は除く)

●お問い合わせの際は外箱を添えてお
申し出ください。
●万一不都合品がありましたら商品と
外箱をお買い上げの店までお持ちくだ
さい。お取り替えいたします。

栄養成分表示

表示単位1袋(194g)当たり

エネルギー 87kcal

たんぱく質 2.0g

脂 質 2.8g

炭水 質 13.2g

食塩相当量 0.4g

ナトリウム 132mg

食塩相当量 0.3g

8) 수입자

9) 판매자

10) 특이사항

유전자 변형된 콩을
사용하지 않음 등의
정보



X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정
2. 기타 위생기준 규정

위생 요건 OVERVIEW

● 품목별 위생 요건 조사 항목



식품 품목	
농·임산물	☐
수산물	☐
축산물	☐
가공식품	☒
유아식품	☐
건강기능식품	☐
음주류	☐
식자재	☐

조사가능항목	
농약잔류물	☐
식품첨가물	☒
중금속	☐
전염병	☐
병해충	☐
병원성균	☐
영양성분	☐
치료제 및 항생제	☐



● 과자류 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물 기준치

유형	성분	허용치(g/kg)
식품첨가물	소르베이트칼슘	1.0
	소르브산	1.0
	소듐스테아로일락틸레이트	4.0
	폴리소르베이트80	3.0
	아세틸팔미트산	2.5
	사키린나트륨	0.1

출처 : The Japan Food Chemical Research Foundation

1. 식품첨가물 규정

POSITIVE LIST 시스템

식품 중 농약 등 규정 물질이 일정량 이상 잔류할 경우, 식품의 판매 등을 원칙적으로 금지하는 제도(수입, 국내 모두 포함 2005년 5월 29일 전까지는 잔류해서는 안 되는 것만을 기재하는 네거티브 방식이었음)

일본 식품 첨가물

식품첨가물의 표시에 관해서는 표지기준부령(府令)에서 규정되어 있고, 상품의 표시 장소와 표시 순서에 관해서는 품질표시기준에서 규정되어 있음. 용기 포장이 된 가공식품은 원칙적으로 사용한 모든 식품첨가물명을 용기포장에서 보이기 쉬운 장소에 표시함

가공식품 품질표시기준에서 식품첨가물은 원칙적으로 별도양식의 항목 내의 원재료에 식품첨가물 이외의 원재료를 표시하고, 그 후에 식품첨가물을 원재료에서 차지하는 비율이 높은 것부터 순차적으로 표시함

일본 과자류 식품첨가물 규정

일본은 식품위생법에 근거해서 식품첨가물기준을 설정하고 있는데 POSITIVE LIST 시스템을 적용하여 사용 허가된 식품 첨가물을 공개함. 2016 Standard for use of Food Additives에 따르면 쿠키를 포함하는 과자류에 관해서는 소르베이트칼슘, 소르브산, 소듐스테아로일락틸레이트, 폴리소르베이트80, 아세틸팜칼륨, 사카린나트륨과 같은 특정 첨가물의 최대 기준치를 규정하고 있음

표 10.1 : 과자류 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물 기준치

식품 첨가물	기준치(g/kg)
소르베이트칼슘	1.0
소르브산	1.0
소듐스테아로일락틸레이트	4.0
폴리소르베이트80	3.0
아세틸팜칼륨	2.5
사카린나트륨	0.1

출처 : The Japan Food Chemical Research Foundation

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. 일본 식품 기준 규격	식품의약품안전처	2015.06
2. Nikkei Sangyo Shimbun newspaper	2016년 GMS구성	2016.07
3. Nikkei Sangyo Shimbun newspaper	전국 슈퍼 판매, 16 년 12 월 2.0 % 감소	2017.01
4. 일본프랜차이즈협회	편의점 통계 데이터 (2016년)	2017.01
5. 노무라종합연구소	위기의 일본 백화점, 이대로 몰락 할 것인가? '	2016.10
6. 야노경제연구소	건강 식품 시장에 관한 조사 (2017 년)	2017.01

※ 참고 사이트

1. 한국 관세청	www.customs.go.kr
2. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
3. 일본 관세청	www.customs.go.jp
4. International Trade Centre	www.trademap.org
5. Global Data	www.globaldata.com
6. 일본 총무성	www.soumu.go.jp
7. 야마자키 나비스코	www.yamazaki-biscuits.co.jp
8. 카페 프리물러	www.cafe-primula.com
9. Rakuten	www.rakuten.co.jp
10. Amazon	www.amazon.co.jp
11. Yahoo Japan	www.shopping.yahoo.co.jp
12. AEON TOP VALUE Co.	www.topvalu.net
13. MORINAGA&CO.,LTD.	www.morinaga.co.jp
14. Ezaki Glico	www.glico.com
15. Family Mart	www.family.co.jp
16. Ito Yokado	www.itoyokado.co.jp
17. SEIYU	www.seiyu.co.jp
18. Takashimaya	www.takashimaya.co.jp
19. 일본 후생노동성	www.mhlw.go.jp
20. 일본 농림수산성	www.maff.go.jp
21. 일본 소비자청	www.caa.go.jp
22. USDA	www.usda.gov