



# 2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 탁주(Makgeolli, Korean Rice Wine)

Country : 일본(Japan)

# Contents

<b>I. 시장 통계</b> .....	4
1. 통계분석 기준 설정 .....	6
2. 무역통계 종합분석 .....	7
3. 품목통계 종합분석 .....	8
<b>II. 시장 트렌드</b> .....	9
1. 소비 트렌드 .....	11
2. 제품 트렌드 .....	12
3. 유통 트렌드 .....	13
4. 정책 트렌드 .....	14
<b>III. 경쟁제품 현지조사</b> .....	15
1. 경쟁제품 선정 .....	17
2. 정량 분석 .....	18
3. 정성 분석 .....	19
4. 현지 방문 조사자료 .....	20
<b>IV. 경쟁사 분석</b> .....	27
1. 경쟁사 선정 .....	29
2. 경쟁사별 현황 파악 .....	30
<b>V. 유통구조 현황</b> .....	33
1. 추천 진출 경로 .....	35
2. 전문가 인터뷰 .....	39
<b>VI. 유통업체 현황</b> .....	40
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보 .....	42

# Contents

<b>Ⅶ. 통관 및 검역 정보</b> .....	45
1. 통관 및 검역 절차 .....	48
2. 관세율 정보 .....	51
3. FTA 정보 .....	52
4. 통관 및 검역 유의사항 .....	53
5. 통관 거부 사례 .....	54
<b>Ⅷ. 인증 정보</b> .....	55
1. 인증 취득정보 .....	57
2. 제출서류 .....	60
3. 전문가 인터뷰 .....	61
<b>Ⅸ. 라벨링 정보</b> .....	62
1. 라벨 표기사항 .....	64
2. 라벨링 예시 .....	65
<b>X. 위생요건 정보</b> .....	66
1. 식품첨가물 및 유해물질 규정 .....	68
<b>※ 참고문헌</b> .....	69

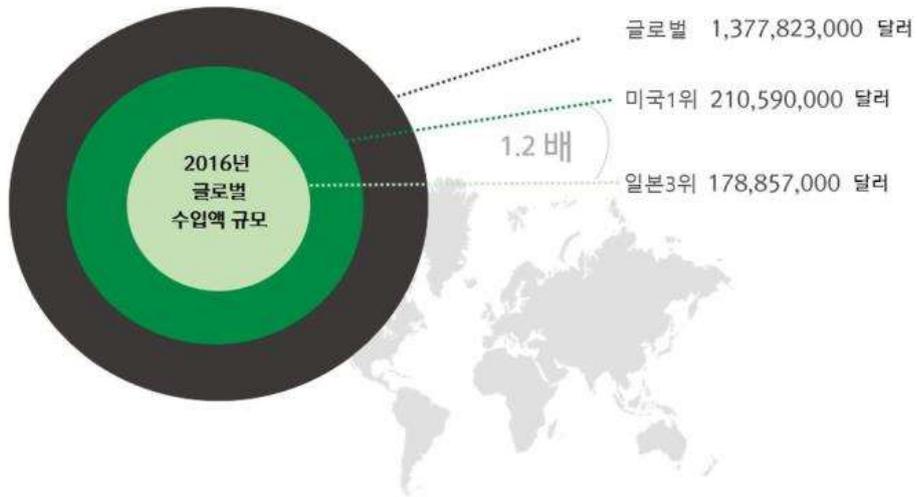


# I. 시장 통계

## ※ 시장 통계 OVERVIEW

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

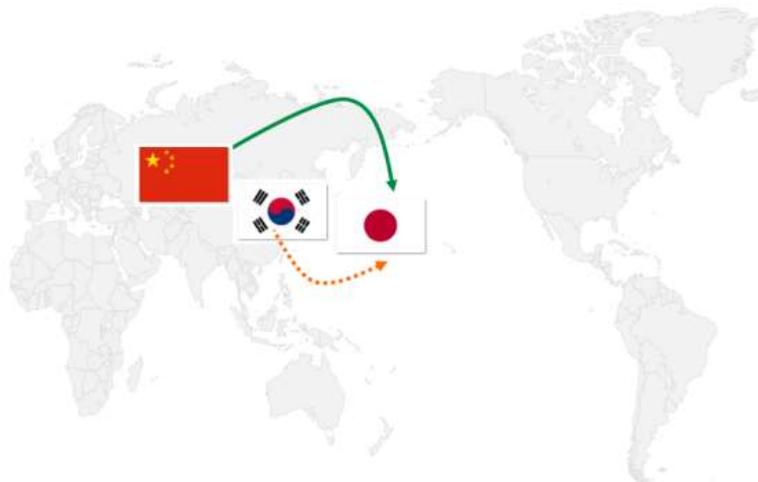
# 시장 통계 OVERVIEW



2016년 일본 내 HS CODE 2206.00 품목 수입액 규모

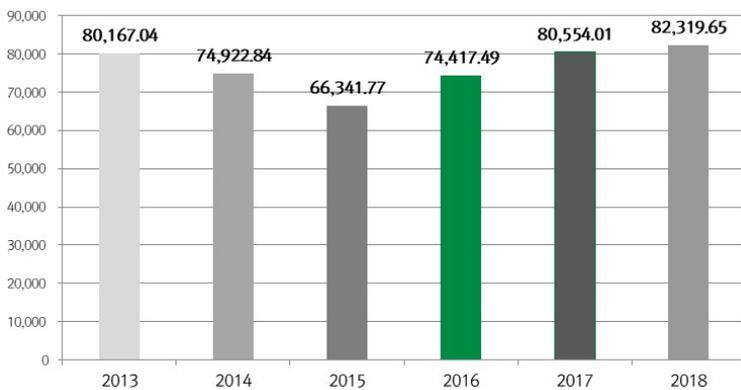
(단위 : 달러)

전체	178,857,000	대한민국	1위	126,266,000	중국	2위	14,414,000
----	-------------	------	----	-------------	----	----	------------



## ▶ 일본 주류 시장규모

(단위 : 백만 달러)



※ 2017 ~ 2018년은 전망치임

글로벌 기타 발효주 수입규모  
 1위 미국, 3위 일본  
 일본 수입상대국  
 1위 한국, 2위 중국  
 2016년 기준  
 일본 주류 시장규모  
 744억 1,749만 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

## 탁주 통계 기준 설정

탁주 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 일본의 수입 통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장 규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함<sup>1)</sup>.

## 수입 통계 기준, HS CODE 2206.00.210으로 설정

글로벌 및 일본 내 탁주의 수요 파악을 위해 HS CODE 2206.00을 수입통계 분석 기준으로 설정함. 일본 내 해당품목의 수입통계 기준은 HS CODE 2206.00(그 밖의 발효주, 발효주의 혼합물, 발효주와 비알코올성 음료와의 혼합물)으로 설정함

표 1.1 : 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 탁주 수입규모 및 성장률	HS CODE	2206.00
	일본 탁주 수입규모 및 성장률		2206.00
품목 통계	일본 주류 시장규모	품목 키워드	Alcohol Market Size

표 1.2 : 일본 내 탁주 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2206.00	그 밖의 발효주(예 : 사과술, 배술, 미드), 발효주의 혼합물, 발효주와 비 알코올성 음료와의 혼합물
	2206.00.20	곡물 발효주
	2206.00.2010	청주
	2206.00.2020	약주
	<b>2206.00.2030</b>	<b>탁주</b>
일본	2206.00	그 밖의 발효주(예 : 사과술, 배술, 미드), 발효주의 혼합물, 발효주와 비알코올성 음료와의 혼합물
	<b>2206.00.210</b>	<b>청주 및 탁주</b>

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

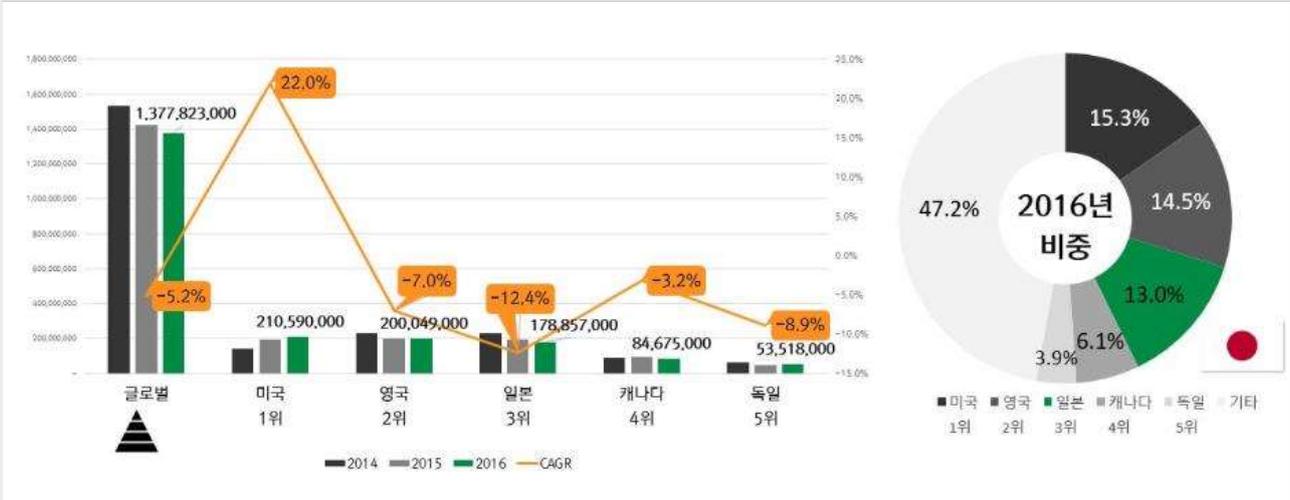
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

## 2. 무역통계 종합분석

### 글로벌 수입통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2206.00 수입규모 및 국가별 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



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

- 2016년 기준 HS CODE 2206.00 품목의 글로벌 수입규모는 13억 7,782만 3,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 5.2%의 하락세를 기록함. 2016년 기준 수입 1위국인 미국의 수입규모는 2억 1,059만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 22.0%의 높은 성장세를 보임
- 2016년 기준 일본의 수입규모는 1억 7,885만 7,000달러로, 연평균 12.4%의 하락세를 보임. 일본은 해당품목 전체 수입액 중 13.0%의 점유율을 차지하며 수입 3위국을 차지하였고, 수입 1위국인 미국과 2위국인 영국은 각각 15.3%, 14.5%의 점유율을 차지함

### 일본 수입통계 분석

표 1.4 : 일본 HS CODE 2206.00 수입규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



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

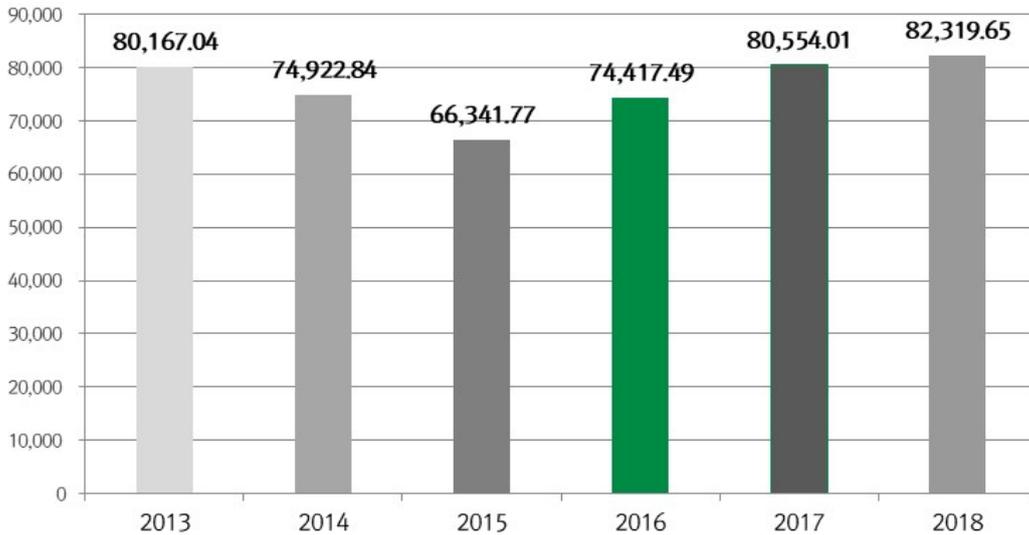
- 2016년 기준 일본 내 HS CODE 2206.00 품목 수입규모는 1억 7,885만 7,000달러이며, 최대 수입대상국은 한국으로 수입액은 1억 2,626만 6,000달러를 기록함. 일본 내 한국산 수입은 2014년 이후 3년간 연평균 12.3% 하락세이지만, 수입규모는 2위인 중국에 비해 약 9배 높음. 또한 한국은 일본 내 HS CODE 2206.00 수입 시장에서 70.6%의 압도적인 비중을 차지함

### 3. 품목통계 종합분석

#### 일본 주류 시장규모

표 1.5 : 일본 내 주류 시장규모(2013~2018)

(단위 : 백만 달러)



※2017~2018년도 수치는 전망치임

출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

- 2016년 기준 일본의 주류 시장규모는 744억 1,749만 달러로, 판매액 최저치를 기록한 2015년 대비 연평균 12.2% 증가하였음. 2016년 이후 시장규모는 지속해서 증가하여 이후 3년간 연평균 5.2%의 성장세를 기록하여 2018년에는 823억 1,965만 달러를 기록할 것으로 전망됨
- 2013~2015년 주류 시장규모가 쇠퇴한 일차적 배경으로는 젊은 층의 주류 소비량 감소임. 하지만 최근 주류 기업들이 일본의 젊은 층의 기호에 맞는 저도수 주류 생산에 주력하면서 시장에 활력을 불어넣고 있음



## 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	일본 후생노동성	www.mhlw.go.jp
2	일본 소비자청	www.caa.go.jp
3	BCI	www.bci.co.jp
4	Prtimes	prtimes.jp
5	Toyokeizai	toyokeizai.ne
6	Garbagenews	www.garbagenews.net
7	USDA	www.usda.gov
8	Euromonitor	www.euromonitor.com
9	Asahi group holdings	www.asahigroup-holdings.com
10	야노경제연구소	www.yano.co.kr
11	중소기업수출지원센터	www.exportcenter.go.kr
12	소믈리에 타임즈	www.sommeliertimes.com
13	아마존재팬	www.amazon.co.jp

Keyword	
분류	주요 키워드(영문)
소비	- 주류(Alcoholic beverage) - 알코올음료(Alcoholic drinks)
제품	- 청주(Rice wine) - 탁주, 막걸리(Rice wine)
유통	- 주류(Liquor, Alcoholic beverage)
정책	- 주류 규제(Regulation on alcoholic beverage) - 막걸리 규제(Regulation on rice wine) - 알코올음료 위생(Alcoholic beverage hygiene)

	<h3>Trend 01. Consumption Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 막걸리, 일본 수출 감소세</li> <li>- 2011년 이후 막걸리의 對일본 수출 규모가 점차 감소하는 추세임</li> <li>• '가볍게 한잔' 즐기는 음주 문화가 확산</li> <li>- 현지 젊은 층을 타깃으로 한 제품과 마케팅의 필요성이 대두됨</li> </ul>
	<h3>Trend 02. Item Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본에서 과일 막걸리 인기</li> <li>- 현지 젊은 층의 선호에 맞춘 다양한 맛과 향의 막걸리가 출시되고 있음</li> <li>- 막걸리 소비량은 감소하고 있지만 유독 과일 막걸리 시장은 성장세를 보임</li> </ul>
	<h3>Trend 03. Distribution Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 현지 유망채널인 편의점</li> <li>- 저렴한 제품이 많고 제품의 선택의 폭이 넓은 편의점이 인기임</li> <li>- 오프라인 유통채널 중 성장률이 가장 높</li> <li>• 신고령층을 공략하는 기업들</li> <li>- 편의점 업계는 시니어를 위한 식품과 물품을 구비하는데 주력하고 있음</li> </ul>
	<h3>Trend 04. Policy Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능성 표시 식품제도 시행</li> <li>- 기능성 표시 식품제도 시행 2년차를 맞아 해당 시장이 빠르게 성장하고 있음</li> <li>- 기능성 표시 식품제도에 대한 인지도와 관심이 높아지고 있음</li> </ul>

## 1. 소비 트렌드

### 막걸리, 일본 수출 감소

일본 야노경제연구소에 따르면, 일본으로의 한국 막걸리 수출액이 2010년 1,560만 달러에서 2011년 4,840만 달러로 급증했지만 이후 점점 감소해 2015년에는 480만 달러를 기록함<sup>2</sup>.

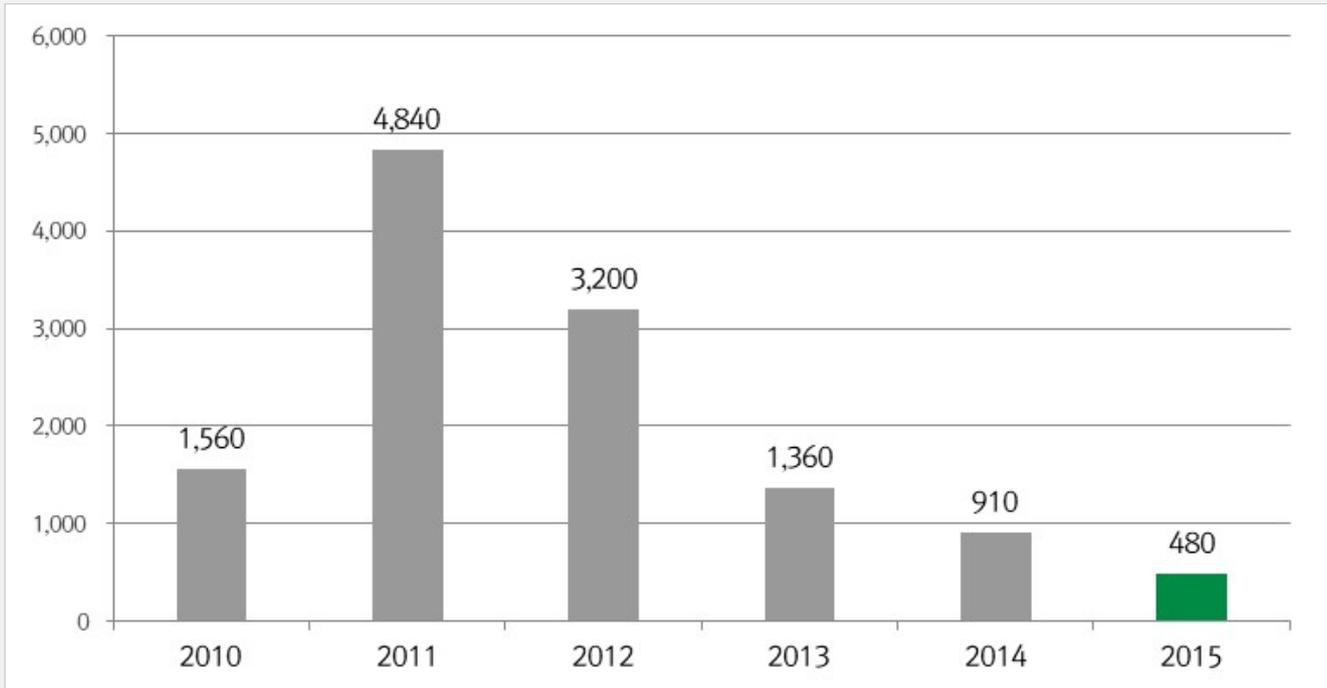
### '가볍게 한잔' 즐기는 음주 문화가 확산

RTD는 'Ready to drink'의 약자로, 소주와 보드카 종류를 베이스로 과즙, 탄산수를 가미하여 뚜껑을 열어 바로 마실 수 있는 츠하이<sup>3</sup>, 칵테일, 하이볼 등을 의미함. 이처럼 간편하게 마실 수 있는 주류 제품이 일명 '혼술'<sup>4</sup>을 즐기는 20대 소비자 사이에서 인기를 끌고 있음

또한 최근 젊은 층이 개인의 입맛에 맞는 술을 선호함에 따라 취향에 맞는 술을 찾아주는 데이터베이스 기반의 앱이 인기를 끌고 있음

표 2.1 : 일본에 대한 한국산 막걸리 수출 규모 추이(2010 ~ 2015년)

(단위 : 만 달러)



출처 : 야노경제연구소(www.yano.co.kr)

- 본 자료는 2016년 1월 발표된 자료로 2015년 통계 자료를 활용하고 있음. 이후 발표된 자료는 없음
- 소주를 뜻하는 '츄'와 일본 칵테일 한 종류인 '하이볼'의 합성어
- 신조어로, '혼자 마시는 술'을 뜻함

## 2. 제품 트렌드

### 일본의 젊은 소비자층, 과일 막걸리 선호

최근 주류 생산업체들은 젊은 소비자 기호에 맞춘 일명 ‘달콤한 술’ 생산에 주력하고 있음. 이에 따라 막걸리 또한 다양한 제품이 생산되고 있음

‘주식회사 국순당’은 일본 현지 소비자를 대상으로 인터뷰와 시음을 진행한 끝에 과일 막걸리 4종 개발을 시작하여 2년 6개월 만에 판매를 시작함. 막걸리 고유의 텁텁함과 누룩 냄새를 줄이는 동시에 알코올 도수를 낮춘 과일 막걸리는 출시 6개월 동안 50만 병이 판매되는 기록을 세움.

이처럼 젊은 층의 수요를 확대하기 위해 다양한 맛과 향의 주류가 앞다투어 출시되고 있음. 맛과 향뿐만 아니라 패키지 역시 기존에 활용해온 페트병에서 벗어나 젊은 소비자(특히 여성층)에게 어필할 만한 다양한 제품 개발이 요구됨<sup>5</sup>.

표 2.2 : 일본 내 판매가 확인된 막걸리 종류

국순당 쌀 막걸리			
			
쌀 크림치즈 막걸리	쌀 바나나 막걸리	쌀 복숭아 막걸리	쌀 유자 막걸리

출처 : 국순당(www.ksdb.co.kr)

5. Korea Herald, 'Kooksoondang's banana flavored rice wine hits market', 2017.06.28

## 3. 유통 트렌드

### 간편식품의 천국, 편의점

일본에서 음식 배달 서비스가 정착하지 못하는 이유가 편의점과의 경쟁에서 이길 수 없기 때문이라고 할 정도로 일본 편의점에는 없는 제품이 없음. 한국의 편의점과도 비교되지 않는 품목 수를 자랑하고 있으며, 저렴하고 양질의 제품이 많아 일본 내 1인 가구를 사로잡아 계속 성장하는 모습임

2015년 기준 일본 편의점 시장 규모는 10조 엔(103조 원)을 넘어섰고, 2016년 하반기 기준으로 전년 대비 2% 성장하였음. 이는 오프라인 유통채널 중 성장률이 가장 높은 수준으로, 마이너스 성장한 백화점 매출과 비교하면 눈에 띄는 현상임<sup>6</sup>.

### 신고령층을 공략하는 기업들

2016년 기준 일본은 65세 이상의 인구 비중이 27.3%를 기록함. 초고령사회에 진입한 일본은 소비자의 3분의 1이 시니어, 즉 고령층이기 때문에 기업들은 노인들을 위한 제품과 서비스에 주목함

한편, 주목할 부분은 업체들이 고령층 중에서도 신고령층, 즉 위대한 세대(Grand Generation, G.G)를 공략하고 나섰다는 점임. 신고령층이란, 나이는 55세 이상이지만 높은 소득수준과 젊은 마인드를 보유한 소비층을 의미함. 이러한 G.G 세대는 동서양을 막론하고 소비 수준이 높음

실제, 편의점 업체는 시니어, 즉 고령층을 위한 식품과 물품을 구비하는데 주력하고 있음. ‘미니스톱’의 경우 2012년부터 시니어 식품을 본격 판매하기 시작했으며, ‘로손’은 편의점 최초로 노인 상담 창구와 시니어 용품만을 전문적으로 판매하는 코너를 마련하여 시범운영을 실시하였음<sup>7</sup>.

6. Mayonez, 'コンビニ業界研究「現状」「今後の動向・将来性」を知り尽くそう', 2017.03.07.  
Garbagenews, 'コンビニ四天王の売上高などをグラフ化してみる(最新)', 2017.09.13.

7. Toyokeizai, '新宿の京王百貨店「シニア戦略」を変えた理由', 2017.03.16.  
Prtimes, '新世代シニアに向けた新しいクラスマガジンを創刊。2017年6月に『GG(ジジ)』をローンチ', 2017.06.14

## 4. 정책 트렌드

### 일본 '기능성 표시 식품제도' 시행 2년차, 그 결과는?

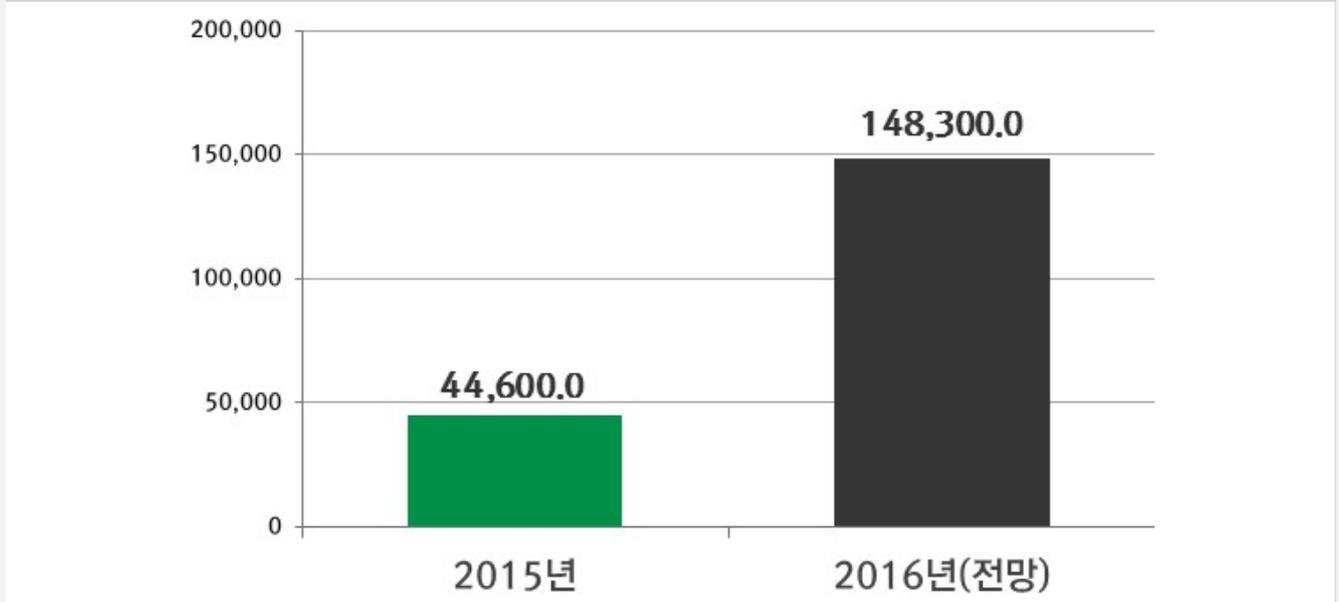
기능성 표시 식품 제도란 국가가 아닌 사업자가 식품의 기능을 입증하면 건강효과를 제품 전면에 표기할 수 있는 제도로 지난 2015년 4월부터 시행되었음

기존 특정 보건용 식품의 경우 건강 효과를 표기할 수 있으나, 정부의 개별적 심사 제도가 필요하므로 인증을 받으려면 비용과 시간이 많이 소요됨. 이에 비해 비용과 시간이 덜 소요되는 기능성 표시 식품 제도 신고 수리 건수는 2017년 4월 중순 기준 842건으로 집계됨. 제도 시행 초기에는 영양제나 요구르트 위주였으나 최근에는 과자, 음료 등으로 범위가 확대됨. 2017년 9월 27일 일본 소비자청 발표에 따르면, 해당 제도의 신고절차를 더욱 간소화하기 위해 입력 항목수를 약 20% 정도 줄이는 것을 목표로 하고 있음<sup>8</sup>.

야노경제연구소에 따르면, 2016년 12월 30대 이상 남녀 1,193명을 대상으로 실시한 설문조사에서 기능성 표시 식품 제도에 대한 소비자 인지도는 약 70%로 조사되었음. 또한, 건강한 식품에 대한 관심이 높아짐에 따라 2017년 해당 시장 규모가 더욱 성장할 것으로 전망됨

표 2.3 : 일본 기능성 표시 식품 시장규모

(단위 : 백만 엔)



출처 : 야노경제연구소(www.yano.co.kr)

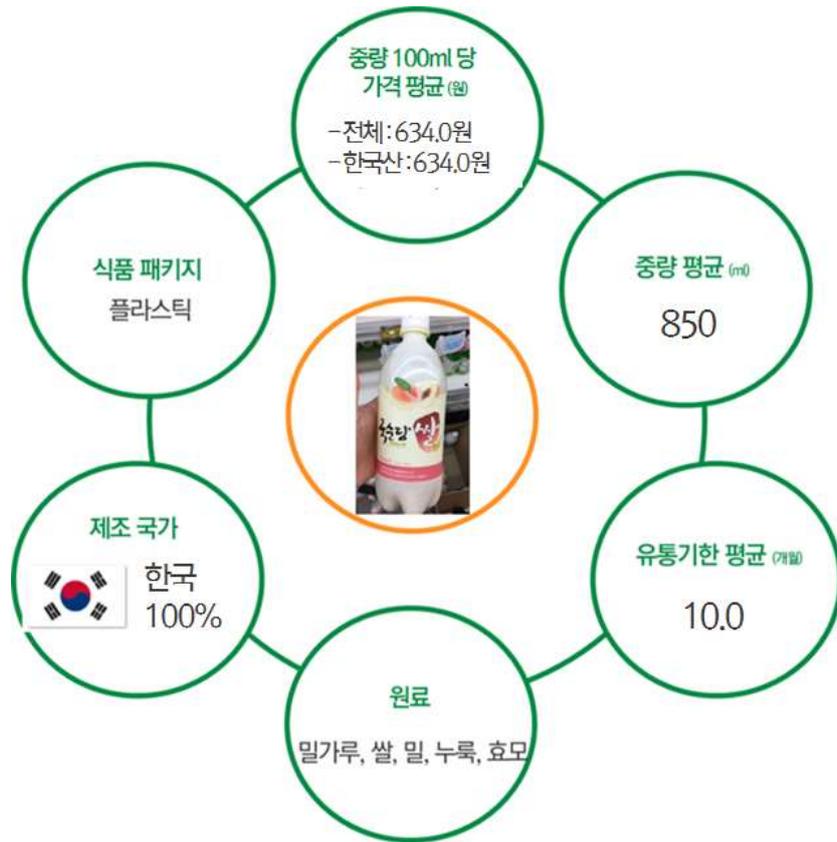
8. BCI, '機能性表示食品制度 > Q & A を公表/運用改善と届け出簡素化目標も公開', 2017.10.12

# Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

## ※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

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

# 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※ 중량 및 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

구분	제품명	제조사	제조국가
1	막걸리	주식회사 진로	한국
2	이동 막걸리	주식회사 이동	한국
3	생 막걸리	주식회사 국순당	한국
4	일동 검은콩 막걸리	일동	한국
5	일동 누룽지 막걸리	일동	한국
6	일동 쌀 막걸리	일동	한국
7	쌀 막걸리 바나나	주식회사 국순당	한국
8	쌀 막걸리 복숭아	주식회사 국순당	한국
9	쌀 막걸리 크림치즈	주식회사 국순당	한국
10	전주 쌀 막걸리	전주천년	한국
11	요구르트 막걸리	초가	한국
12	누룽지 막걸리	양주	한국
13	생탁	부산합동양조	한국

# 1. 경쟁제품 선정

## 방문 매장 선정

백화점	대형 유통매장	한인마트
ISETAN	AEON, Ito-Yokado	광장, 서울시장
		
東京都新宿区新宿 3 - 1 4 - 1	東京都新宿区高田馬場 1丁目 2 - 1 (이온) 東京都新宿区早稲田町 7 4 番 (이토요카도)	東京都 新宿区 大久保 1丁目 1-16-15 (서울시장) 東京都新宿区 2-31-11 (광장)

출처 : 현지 방문조사(Isetan, AEON, Ito-Yokado, 광장, 서울시장, 2017.05)

## 현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 13개 선정<sup>9)</sup>

구분	제품명	제조사	제조국가
1	막걸리	주식회사 진로	한국
2	이동 막걸리	주식회사 이동	한국
3	생 막걸리	주식회사 국순당	한국
4	일동 검은콩 막걸리	일동	한국
5	일동 누룽지 막걸리	일동	한국
6	일동 쌀 막걸리	일동	한국
7	쌀 막걸리 바나나	주식회사 국순당	한국
8	쌀 막걸리 복숭아	주식회사 국순당	한국
9	쌀 막걸리 크림치즈	주식회사 국순당	한국
10	전주 쌀 막걸리	전주천년	한국
11	요구르트 막걸리	초가	한국
12	누룽지 막걸리	양주	한국
13	생탁	부산합동양조	한국

## 분석 지표 설정 - 5개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량(ml)	4	포장형태
2	100ml당 가격(엔)	5	제조국가
3	유통기한(개월)		

9. HS CODE 2206.00품목 수입액 통계의 경우, 의뢰 제품인 탁주 이외에도 그 밖의 발효주, 발효주의 혼합물, 발효주와 비 알코올성 음료와의 혼합물이 포함되어 집계된 수치임. 본 현지조사에서는 의뢰 제품인 탁주의 동종 및 유사제품을 중심으로 조사가 진행되었기 때문에 수출입 통계에서 수입 상위를 차지한 국가와 현지 경쟁제품의 원산지와의 차이가 있을 수 있음

## 2. 정량 분석

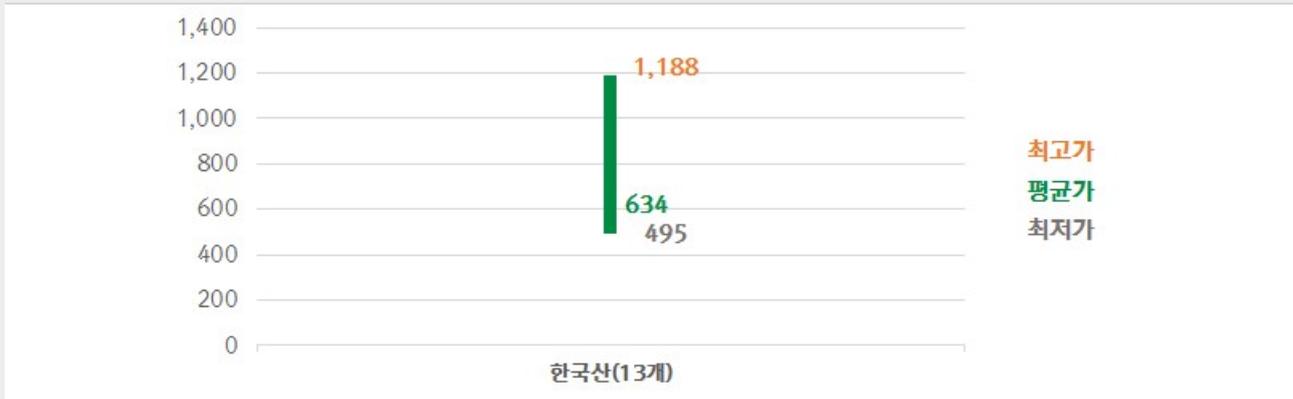
### 일본 내 유통 중인 탁주 제품, 100ml당 평균 가격 634.0원<sup>10</sup>.

일본 내 판매되고 있는 유사 경쟁제품의 중량당 가격을 분석한 결과 100ml당 평균 가격이 634.0원으로 산출됨. 경쟁 제품의 평균 중량은 850ml로 나타났다으며, 평균적으로 10.0개월의 유통기한을 확보한 것으로 파악됨

일본 내 판매가 확인된 유사 경쟁제품은 총 14개이지만 주식회사 진로의 '진로 막걸리' 제품의 경우 판매가 중복 확인됨. 매장별 용량과 가격 차이가 있으므로 상기 2개의 제품에 한하여 용량과 가격 지표는 평균치를 산출하여 분석함

표 3.1 : 제조 국가별 100ml당 평균 가격

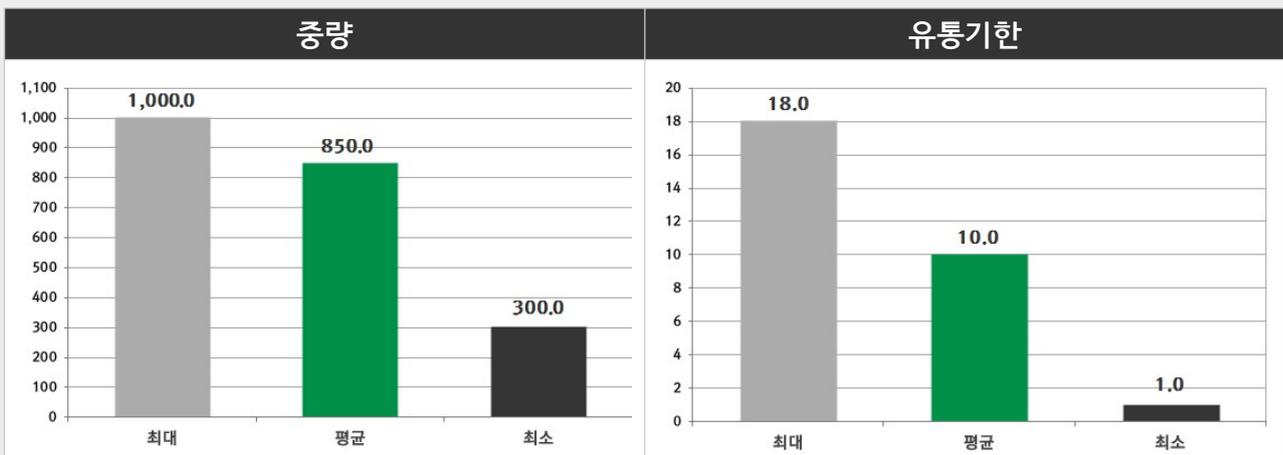
(단위 : 엔)



출처 : 현지 방문조사(Isetan, Seiyu, 총각네, 한국 광장, 2017.05), 13개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 가격 최대·최소·평균값<sup>11</sup>.

(단위 : ml, 개월)



출처 : 현지 방문조사(Isetan, AEON, Ito-Yokado, 광장, 서울시장, 2017.05), 13개 제품 기준(중량), 13개 제품 기준(유통기한)

10. 1엔(JPY) = 9.90원(KRW) (외환은행 고시 기준, 2017.10.23)

11. 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

### 3. 정성 분석

#### 막걸리류의 포장은 대개 플라스틱병

경쟁제품 13개 중 11개의 포장이 플라스틱병으로 이루어짐. 그 외에 1개 제품이 유리병을 사용하고 있으며, 1개 제품만이 종이팩을 사용함

#### 막걸리의 종류에 따른 성분 변화

경쟁제품 막걸리의 성분은 대부분 밀가루, 쌀, 밀, 누룩, 올리고당, 감미료(아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)임. 그중 몇몇 막걸리는 맛에 따라 첨가된 성분이 다름. 쌀 막걸리 복숭아의 경우 복숭아 농축액이, 쌀 막걸리 크림치즈의 경우 효모, 체다 치즈 향료, 크림치즈 향료, 젖산 등이 추가로 첨가됨

#### 제조국가

조사된 경쟁제품 13개 제품 모두 한국산임. 일본 마트에서는 막걸리의 수요가 높지 않아 다양한 종류의 막걸리를 판매하지 않음. 주로 한인마트 혹은 온라인에서 구매함

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류(외장재) 예시

플라스틱병	종이팩	유리병
		 

출처 : 현지 방문조사(AEON, 광장, Isetan, 서울시장, 2017.05), 14개 제품 기준

표 3.4 : 경쟁제품 원료 목록 및 제조 국가 예시

제품명	원료	제조 국가
도보로쿠	쌀(국산), 쌀 누룩(국산 쌀)	일본
이동 막걸리	쌀, 밀, 누룩, 감미료(아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)	한국
생 막걸리	쌀, 누룩, 포도 누룩, 구연산, 젖산, 감미료(아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)	한국
쌀 막걸리 바나나	쌀, 과당, 설탕, 효모, 이산화탄소, 효모, 구연산, 바나나 퓨레, 바나나 향료, 젖산, 감미료(아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)	한국

출처 : 현지 방문조사(Isetan, 광장, 2017.05), 14개 제품 기준

표 3.5 : 일본 시장 경쟁제품 특성

“일본에는 아마사케라는 쌀과 누룩으로 만든 전통 음료가 있지만, 알코올 발효는 하지 않은 일반 음료입니다. 대형 유통채널 Isetan에는 아마사케를 막걸리식으로 알코올 발효시켜 판매하는 제품을 취급하고 있지만 인기가 많지 않으며, 일반 한국 막걸리에 비해 쌀 함유량이 많아 쌀죽과 같은 느낌의 음료입니다.”

- 백화점 Isetan  
담당자와의 인터뷰 中, 2017.05

## 4. 현지 방문 조사자료

### 현지 조사 정보

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

분류		제품 01	
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	주식회사 진로	
	제품명	막걸리	
	용량(ml)	1,000	
	가격(엔)	527	599
	포장형태	플라스틱병	
	원료	小麦粉、米、小麦麴、オリゴ糖、甘味料 (アスパルテーム・L-フェニルアラニン化合物) 밀가루, 쌀, 밀 누룩, 올리고당, 감미료 (아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)	
	유통기한 (개월)	9	8
제조 국가	한국		
취급처	판매확인 매장	AEON	Ito-Yocado

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 02	제품 03
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	주식회사 이동	주식회사 국순당
	제품명	이동 막걸리	생 막걸리
	용량(ml)	1,000	750
	가격(엔)	500	500
	포장형태	종이팩	플라스틱병
	원료	米、小麦、麴、甘味料(아스파르테움·L-페닐알라닌化合物) 쌀, 밀, 누룩, 감미료 (아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)	米、麴、ブドウ麴、クエン酸、乳酸、甘味料(아스파르테움·L-페닐알라닌化合物) 쌀, 누룩, 포도 누룩, 구연산, 젖산, 감미료 (아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)
유통기한(개월)	10	2	
제조 국가	한국	한국	
취급처	판매확인 매장	광장	광장

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 04	제품 05
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	일동	일동
	제품명	일동 검은콩 막걸리	일동 누룽지 막걸리
	용량(ml)	1,000	1,000
	가격(엔)	521	521
	포장형태	플라스틱병	플라스틱병
	원료	米、小麦粉、黒豆パウダー、甘味料(オリゴ糖、アスパルテーム・L-フェニルアラニン化合物) 쌀, 밀가루, 검은 콩 분말, 감미료 (올리고당, 아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)	米、小麦粉、お焦げパウダー、甘味料(オリゴ糖、アスパルテーム・L-フェニルアラニン化合物) 쌀, 밀가루, 누룽지 분말, 감미료 (올리고당, 아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)
유통기한(개월)	12	12	
제조 국가	한국	한국	
취급처	판매확인 매장	광장	광장

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 06	제품 07
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	일동	주식회사 국순당
	제품명	일동 쌀 막걸리	쌀 막걸리 바나나
	용량(ml)	1,000	750
	가격(엔)	521	500
	포장형태	플라스틱병	플라스틱병
	원료	小麦粉、米、精製種麹、甘味料(アスパルテーム・L-フェニルアラニン化合物) 밀가루, 쌀, 정제 종 누룩, 감미료 (아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)	米、果糖、砂糖、麴、二酸化炭素、酵母、クエン酸、バナナプューレ、バナナ香料、乳酸、甘味料(アスパルテーム・L-フェニルアラニン化合物) 쌀, 과당, 설탕, 효모, 이산화탄소, 효모, 구연산, 바나나 퓨레, 바나나 향료, 젖산, 감미료 (아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)
	유통기한(개월)	12	10
제조 국가	한국	한국	
취급처	판매확인 매장	광장	광장

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 08	제품 09
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	주식회사 국순당	주식회사 국순당
	제품명	쌀 막걸리 복숭아	쌀 막걸리 크림치즈
	용량(ml)	750	750
	가격(엔)	500	500
	포장형태	플라스틱병	플라스틱병
	원료	<p>米、酵母、麴/果糖、二酸化炭素、クエン酸、モモ香料、モモ濃縮液、乳酸、甘味料(アスパルテーム・L-フェニルアラニン化合物)</p> <p>쌀, 효모, 누룩 / 과당, 이산화탄소, 구연산, 복숭아 향, 복숭아 농축액, 젖산, 감미료 (아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)</p>	<p>米、牛乳、砂糖、果糖、変性澱粉、二酸化炭素、麴、酵母、クエン酸、精製塩、CHEDDARチーズ香料、クリームチーズ香料、バニラ香料、乳酸、クリームチーズ粉末</p> <p>쌀, 우유, 설탕, 과당, 변성 전분, 이산화탄소, 누룩, 효모, 구연산, 정제 소금, 체다 치즈 향료, 크림치즈 향료, 바닐라 향료, 젖산, 크림치즈 분말</p>
유통기한(개월)	11	10	
제조 국가	한국	한국	
취급처	판매확인 매장	광장	광장

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 10	제품 11
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	전주천년	초가
	제품명	전주 쌀 막걸리	요구르트 막걸리
	용량(ml)	1,000	300
	가격(엔)	568	360
	포장형태	플라스틱병	유리병
	원료	米、小麦粉、米麴、甘味料(オリゴ糖、アスパル テム・L-フェニルアラニン化合物) 쌀, 밀가루, 쌀누룩, 감미료 (올리고당, 아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)	白米(韓国産新米)、ヨーグルト香料 백미(국산 햅쌀), 요구르트 향료
유통기한 (개월)	12	18	
제조 국가	한국	한국	
취급처	판매확인 매장	서울시장	서울시장

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 12	제품 13
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	양주	부산합동양조
	제품명	누룽지 맥걸리	생탁
	용량(ml)	1,000	750
	가격(엔)	591	500
	포장형태	플라스틱병	플라스틱병
	원료	小麦粉、おこげ粉、麹菌、甘味料(アスパルテーム・L-フェニルアラニン化合物) 밀가루, 누룽지 가루, 누룩균, 감미료 (아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)	米、小麦粉、米麴、澱粉糖、甘味料(オリゴ糖、 아스파르테움·L-페닐알라닌化合物) 쌀, 밀가루, 쌀누룩 전분 설탕, 감미료 (올리고당, 아스파탐 L- 페닐알라닌 화합물)
유통기한 (개월)	12	1	
제조 국가	한국	한국	
취급처	판매확인 매장	서울시장	서울시장

# IV. 경쟁사 분석

## ※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

# 경쟁사 분석 OVERVIEW

水と生きる  
SUNTORY



		SUNTORY	이동주조	주식회사 센조 (株式会社 仙醸)
		일본	한국	일본
기업 개요	설립년도	1899년	1957년	1866년
	순이익	175억 3,980만원 (2016년)	40억 5,310만원 (2015년 <sup>12</sup> )	확인 불가 <sup>13</sup> .
	업종	음료 및 주류 판매	탁주 및 약주 제조업	주류 제조 및 판매
	취급품목	주류(위스키, 맥주, 막걸리), 커피, 음료	주류(탁주, 약주)	주류(막걸리, 전통주)
제품 정보				
		서울 장수 막걸리	이동 막걸리	도보로쿠
기업 철학		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 사람과 자연의 조화</li> <li>· 성장을 위한 비전</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국산 막걸리</li> <li>- 한국적인 맛</li> <li>- 전통 막걸리, 성분 강조</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 맛 강조</li> <li>- 향과 맛을 강조</li> </ul>
제품 셀링포인트		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 백미를 사용한 장기 저온 숙성 방식으로 풍부한 영양 및 청량감 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 백산수의 임반수로 빛은 술의 깊은 맛</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 쌀의 단맛과 신맛의 조화, 신선한 느낌의 맛</li> </ul>

12. 2015년이 최신수치이며, 현재 공식홈페이지가 공사 중으로 정보 확인 불가

13. 해당 업체 홈페이지 조사 결과, 순이익에 대한 정보 확인 불가

# 1. 경쟁사 선정

## 경쟁사 선정 프로세스

### 방법론 01. 시장점유율 상위 기업 ..... Global Data 활용

- 2016년 기준, 일본 주류 시장 기업별 매출액 규모
- Asahi Group Holdings, Ltd. (1위, 13,459)
- Kirin Holdings Company (2위, 9,571)
- Suntory Holdings (3위, 4,231)
- Sapporo Holdings Limited (4위, 3,816)

### 방법론 02. 온라인 쇼핑몰 조사 ..... 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드 : 韓国 どぶろく
- 온라인 쇼핑몰 분석
- Rakuten(www.rakuten.co.jp) : 이동, 생탁, 서울, 일동, 도부로쿠
- Amazon(www.amazon.co.jp) : 이동, 서울, 초가
- Yahoo Japan(www.shopping.yahoo.co.jp) : 이동, 초가, 생탁, 서울, 도부로쿠

### 방법론 03. 오프라인 매장 조사 ..... 오프라인 매장 방문

- 일본 현지 하이퍼마켓, 대형마트 및 백화점, 한인마트 방문(2017.05)
- ISETAN, Ito-yokado, 광장, AEON, 서울시장

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(시장점유율)  
+ 방법론 02(온라인 조사)  
+ 방법론 03(오프라인 방문 조사)

한국 1개사, 로컬 기업 2개사  
총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

일본 <sup>14</sup> .	한국	일본
· 시장점유율 상위 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 시장점유율 상위 기업 ..... <input type="checkbox"/>	· 시장점유율 상위 기업 ..... <input type="checkbox"/>
· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>

14. Suntory Holdings의 경우 경쟁제품 현지조사에서 확인된 경쟁사는 아니지만 Global Data 조사결과, 2016년 기준 일본 주류 시장 내에서 3번째로 높은 점유율을 차지하고 있으며 서울 장수 막걸리를 수입 유통하는 등 의뢰 제품과 동종 및 유사 제품을 취급하고 있어 경쟁업체로 추가 선정함



## 2. 경쟁사별 현황 파악

### 이동주조 정보

· 대표 전화  
: +82-31-535-2800  
· 주소  
: 경기 포천시 이동면 화동로 2466  
출처 : 이동주조(www.e-dong.co.kr)

### 한국 기업 분석 : 이동주조

이동주조(주)는 1957년 설립된 60년 전통을 지닌 탁주 전문기업으로 백운산의 깨끗한 환경에서 생산되고 있음을 내세우고 있음. 연면적 3,500평 부지에 건평 1,200평 규모 시설을 보유하고 있음. 제품에 천연탄산만을 고집하고 합성 첨가물을 넣지 않아 빛깔이 맑고 깊은 맛을 나타내는 점이 특징임

### [기업 개요]

- ① 설립년도 ..... 1957년
- ② 순이익 ..... 40억 5,310만원(2015년 기준)<sup>15</sup>
- ③ 취급품목 ..... 주류(탁주 및 약주)



출처 : NICE기업정보(www.nicebizinfo.com), 이동주조(www.e-dong.co.kr)

### [제품 정보]

#### 제품 사진



출처 : 이동주조(www.e-dong.co.kr)

### [판매 전략]

판매 방식	온라인 홍보
<p>“1박스 16개입”</p>  <p>종이(팩) 포장재 제품을 주로 판매하며, 박스 단위로 판매함</p>	<p>“일본에서 가장 잘 팔리는”</p>  <p>일본에서 가장 잘 팔리는 막걸리로 제품을 소개하고 있음</p>

출처 : Rakuten(www.rakuten.co.jp), Amazon japan(www.amazon.co.jp)

15. 2015년이 최신수치이며, 현재 공식홈페이지가 공사 중으로 정보 확인 불가

## 2. 경쟁사별 현황 파악

### 주식회사 센조 정보

· 대표 전화  
: +81-265-94-2250  
· 주소  
: Takatomachi, Kamiyamada, Ina-Shi,  
Nagano  
출처 : 주식회사 센조(www.senjo.co.jp)

### 일본 기업 분석 : 주식회사 센조

150년의 역사를 가진 일본 나가노 지역의 대표 주조 기업임. 1866년 양조장을 설립하였으며, 1929년 타카토 주조 주식회사(高遠酒造 株式会社)로 본격적인 주조업체를 설립, 1937년에 주식회사 센조(株式会社仙醸)로 사명을 변경함. 쌀로 빚은 술을 대표 상품으로 내세우고 있으며 지역 내에서 생산되는 쌀의 특성을 살린 술을 생산하고 있음을 강조함. 일본 내 이세탄 백화점 등 오프라인 채널과 더불어 야후 재팬 등 온라인 채널에도 진출해 있음

#### [기업 개요]

① 설립년도	1866년
② 순이익	확인불가
③ 취급품목	주류(막걸리, 전통주)



출처 : 주식회사 센조(www.senjo.co.jp)

#### [제품 정보]

#### 제품 정보



출처 : 주식회사 센조(www.senjo.co.jp)

#### [판매 전략]

#### 온라인 홍보



黒松仙醸 どぶろく 600ml  
I (微発泡日本酒) (純米どぶろく 深酒、フロック、どぶろく)  
★★★★★ 4.61  
送料別  
価格 1,404円 (税込)  
東京都 送料1,140円  
東京都以外 送料1,140円  
東京都内送料 送料別  
送料別  
送料別

#### “미세 발포 술”

미세 발포 술임을 강조하고 있음

#### 소비자 반응

he\*\*\*\*さん, 2015年01月08日 23時16分 購入しました!  
★★★★★ 5.0 私も思っても大絶賛!  
日本酒かつどぶろく好きで、更に「手作りどぶろく」に憧れ続しんでいる私と旦那には堪かない味♪日本酒がダメでも甘酒は好き!と言う方なら、全くと言っていいほど抵抗無く飲みます。飲後喉が乾くのが残念ですが、逆に手作り作り立て!と便所が持てる商品です。価格は600mlに対しては高いですけど、買も売ると安いくらい。売場リポート決定です♪  
ju\*\*\*\*さん, 2013年07月16日 15時21分  
★★★★★ 5.0 真夏に最高  
過年度の過剰出荷が可能への記事も見て注文。オイシイ、美味です。甘みと酸味と炭酸と米の口当たり。真夏に飲んで「夏酒」とは全くの別物です。真夏に冷やした半量のプロクが解けるなんて贅沢! 極楽期間が2週間ですがそれまで待つとは思いません。4日で飲み切り。追加注文へ。次回出荷も待っています。

#### “한여름에 최고”

일반적인 막걸리보다 맛이 특별하다는 의견임

출처 : 야후쇼핑(www.store.shopping.yahoo.co.jp)

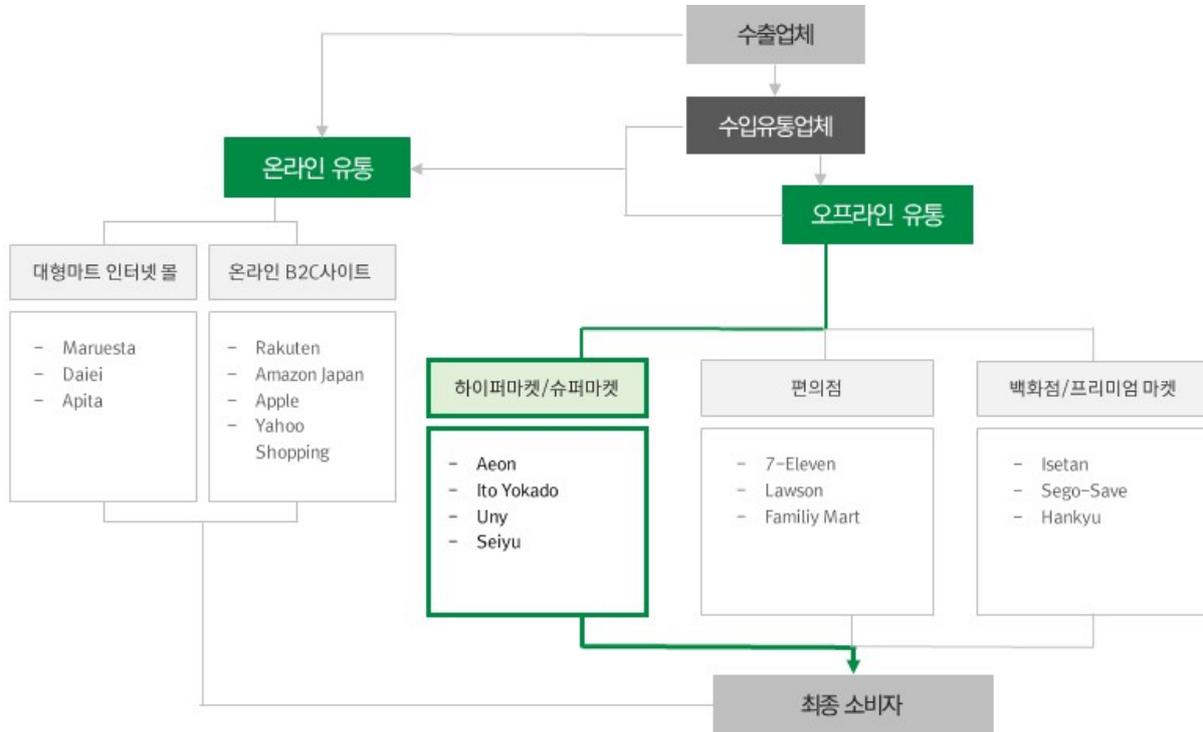
# V. 유통구조 현황

## ※ 유통구조 현황 OVERVIEW

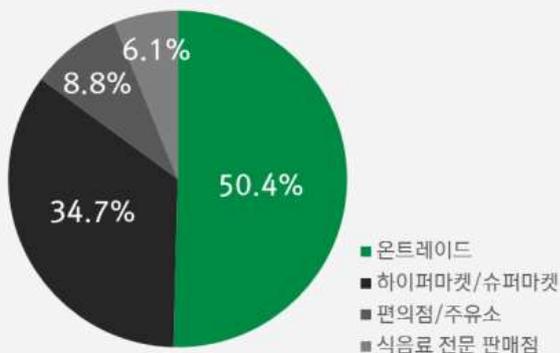
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

# 유통구조 OVERVIEW

## 현지 유통구조 Map



## 현지 유통채널별 유통점유율



### 유통채널별 정의 및 특징

- **온트레이드** : 상업용 제품 즉, 최종 소비가 이루어지는 업장용 제품으로 유통되는 채널
- **하이퍼마켓/슈퍼마켓** : 식료품, 일용 잡화, 의약품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 소매점
- **편의점/주유소** : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점과 주유소 옆에 병설된 작은 편의점을 뜻함
- **식음료 전문 판매점(Food & Beverage Specialist)** : 특정 식음료 종류를 통해 수입의 대부분을 창출하는 소매점

출처 : Global Data(2016)(www.consumer.globaldata.com)

## 1. 추천 진출 경로

### ROUTE #1.

#### 덩치 줄이기에 나선 **GMS<sup>16</sup>(General Merchandising Store)**

일본의 ‘종합슈퍼마켓(GMS)’ 시장은 편의점과의 경쟁에서 밀리며 매출이 하락하고 있음. 종합슈퍼마켓 시장은 1990년대 중후반까지 꾸준히 성장하여 1997년엔 약 10조 엔(약 110조 원)까지 성장했지만 최근엔 5조 엔(약 55조 원) 수준으로 급감하였음

일본 최대 유통업체인 ‘이온(Aeon)’의 2015년 영업이익은 무려 85.7%나 감소하였는데, 변화하고 있는 일본 소비자 패턴을 따라가지 못한 것이 원인임

이러한 위기를 극복하기 위하여 GMS 업체는 인수합병과 폐점을 통해 덩치 줄이기에 나선. 점포수뿐만 아니라 규모 또한 작아지는 추세로, 유지비가 많이 드는 대형 점포 대신 쇼핑센터에 세입 형태로 입점하는 형태가 늘고 있음

### ROUTE #2. 꾸준하게 성장하는 편의점

2016년 일본의 편의점 업계 매출은 전년 대비 2% 증가함. 편의점의 1일 평균 매출액은 57만 엔(약 558만 6,400원)에 달하며, 일본 유통시장 내 편의점 비중은 7.3%임. 2016년 기준 일본 내 편의점 수는 약 5만 7,000개로, 우리나라(약 3만 3,000개)보다 2만 4,000개 가량 많음. 1인 가구는 계속 늘어나는 추세이므로 편의점 시장은 앞으로도 더욱 커질 것으로 전망됨

한편, 일본의 편의점은 다른 유통채널에 비해 전체 유통채널에서 차지하는 비중이 작고, 편의점 특성에 따른 위험성이 존재하기도 함. 소량 구매와 유명 브랜드 위주의 진열이 이에 해당함

16. 미국에서 발달한 소매업의 한 형태로 체인 오퍼레이션을 실시하고 우수한 상품 개발력을 갖추고 있는 종합소매업. 우리나라의 하이퍼마트 개념임

# 1. 추천 진출 경로

## 일본 eCOMMERCE TOP 4

일본의 e-commerce 시장은 연간 약 14.6% 성장률을 기록하여 전 세계에서 매우 빠르게 성장하고 있는 시장 중 하나임

- 일본 최대의 e-commerce 시장
1. 라쿠텐 (29%)  
www.rakuten.co.jp
  2. 아마존 저팬 (15%)  
www.amazon.co.jp
  3. 애플 (4.5%)  
www.apple.com/jp/store/english
  4. 야후 제팬 (3.2%)  
www.shopping.yahoo.co.jp

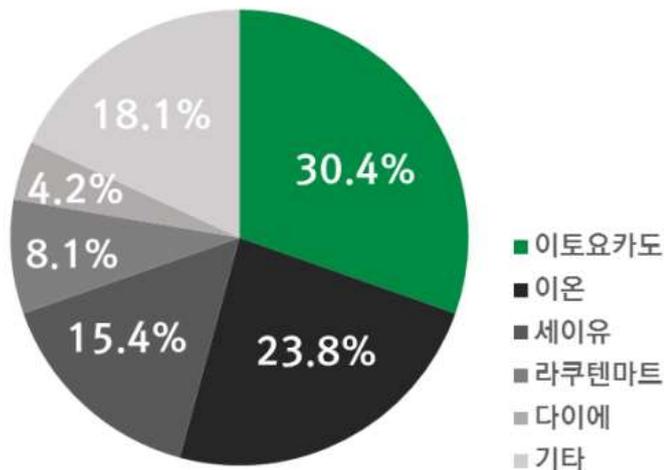
출처 : Bloomberg, Euromonitor, 2016

### ROUTE #3. 성장하는 온라인 유통채널 “Net super”

일본에서 말하는 넷 슈퍼(Net Super)는 ‘온라인 슈퍼마켓’을 칭하는 용어로, 최근 소비자 사이에서 이용률이 높음. 2016년 기준 일본에서 넷 슈퍼를 이용한 경험이 있는 사람은 25.7%로, 전체의 약 4분의1 수준임

일본에서 이 같은 유형의 온라인 유통채널이 꾸준히 성장하고 있으나 아직까지 온라인으로 식품을 구입하는 데 불편함을 느끼는 사람이 많음. 넷 슈퍼를 이용한 적이 없는 미경험자를 대상으로 진행한 향후 이용계획에 대한 설문에서는 ‘앞으로도 이용하고 싶지 않다’가 77.5%로 압도적으로 높은 비중을 차지함. 이는 식품의 신선도와 안전성에 민감한 일본 소비자의 기질이 반영된 결과로 해석됨. 또한 노년층 비율이 높은 일본에서는 쇼핑 자체를 운동을 겸한 즐거움으로 여기는 경향이 있기 때문임

표 5.1 : 2016년 일본 유통업체별 넷 슈퍼 이용 비중



출처 : 오사카지사 자체 기획단신, '일본 넷슈퍼 이용 실태', 2016.12.28.

# 1. 추천 진출 경로

## 시장점유율 및 성장률

Global Data에 따르면, 2016년 기준 일본 주류 시장점유율은 온트레이드가 50.4%, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 34.7%, 편의점/주유소가 8.8%, 식음료 전문 판매점이 6.1%로 집계됨. 일본 주류의 유통채널 성장률은 2016년 기준 온라인 쇼핑 7%, 편의점 2%인 반면, 백화점과 대형마트는 하락세를 보이고 있음

## 제품 컨셉

일본 소비자의 대다수는 한국산 막걸리를 선호하고 있는 것으로 나타남. 또한 최근 일본에서 다양한 맛과 향의 막걸리의 수요가 높다는 점을 고려하면, 도수가 낮고 여성들이 선호할 만한 제품이 시장성이 있음. 이러한 기초에서 제품 용기 또한 페트병보다는 여성 고객층이 선호할 만한 디자인을 고안해보는 것도 추천함

## 한국산 취급 여부

현지 매장 방문조사 결과, 일본에서는 한국산 막걸리의 비중이 높긴 하지만 일반적인 일본 마트에서는 막걸리의 수요가 높지 않아 다양한 종류를 판매하지는 않음. 주로 한인 마트나, 혹은 온라인으로 구매하는 경우가 많음

표 5.2 : 유통경로 분석 결과

 슈퍼마켓/하이퍼마켓	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 30% 이상 차지		
시장 성장률		2013 ~ 2015년 성장률 두 자리 수 성장			
2. 제품적합성		제품컨셉일치도	수입식품 선호, 다양한 맛의 제품 판매		
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 주류 취급 유무			
 편의점	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 30% 이상 차지		
시장 성장률		2013 ~ 2015년 성장률 두 자리 수 성장			
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 선호, 다양한 맛의 제품 판매			
	3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 주류 취급 유무		
 온라인	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 30% 이상 차지		
시장 성장률		2013 ~ 2015년 성장률 두 자리 수 성장			
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 선호, 다양한 맛의 제품 판매			
	3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 주류 취급 유무		

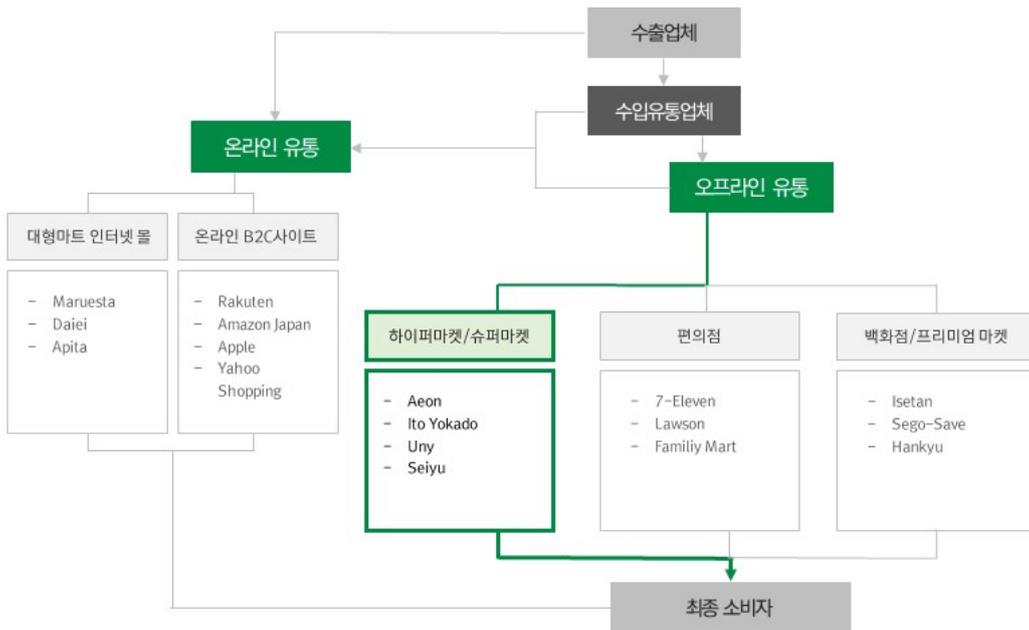
# 1. 추천 진출 경로

## 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 진출 추천

유통구조 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 적절한 시장은 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓인 것으로 분석됨. 편의점의 경우 성장률과 제품 적합성 면에서는 적합하나, 아직까지 시장점유율이 낮다는 점에서 부적합함. 한인마트를 포함한 식음료 전문판매점은 한국 제품을 많이 취급하고 있으므로 비교적 진출이 용이하나, 규모가 크지 않고 현지인의 유입이 많지 않다는 점을 고려해야 함

시장성장률은 하락했으나 이온(AEON)과 같은 대규모 슈퍼마켓은 여전히 높은 매출을 올리고 있고, 시장점유율을 늘리기 위해 ‘체험형 매장’을 운영하는 등 꾸준히 매출 증진 방안을 강구하고 있음

표 5.3 : 최종 유통구조 Map



## 2. 전문가 인터뷰

### 인터뷰 대상 및 일시

한국 식품 및 일본 식품 취급  
바이어 인터뷰 진행  
(2017년 5월)

### Q1. 어떤 제품이 인기가 있나요?

“조가 쌀 막걸리가 인기 제품입니다. 당사의 약 80%는 일반 소비자에게 판매하고 있으며 나머지 20%는 식당으로 납품하고 있습니다.”

- 수입 유통업체 Eemise  
담당자 '사토'와의 인터뷰 中, 2017.05

“위스키가 가장 많이 팔리고 있습니다. Bar 또는 Pub 같은 온-트레이드 (b2b)의 고객이 당사의 주요 고객층이기 때문입니다.”

- 수입 유통업체 Shoji Saketen Co.,Ltd  
담당자 '후지이'와의 인터뷰 中, 2017.05

### Q2. 일본 내 한국 탁주의 수요는 어떠한가요?

“일본 내 막걸리의 수요는 낮은 편입니다. 당사에서도 위스키 등 다른 주류 제품이 주력 제품입니다. 막걸리는 한국 식당과 같은 고정 납품처가 있어 판매량은 작지만 꾸준히 판매되고 있습니다.”

- 수입 유통업체 Shoji Saketen Co.,Ltd  
담당자 '후지이'와의 인터뷰 中, 2017.05

“막걸리 제품에 대한 수요는 낮은 편입니다. 막걸리의 인기가 높아진 시기가 있었지만 대기업이 시장에 대거 진출하여 가격 경쟁이 심화됨에 따라, 수익률 하락으로 많은 기업이 문을 닫았으며 당사도 피해를 많이 봤다고 들었습니다.”

- 수입 유통업체 Eemise  
담당자 '사토'와의 인터뷰 中, 2017.05

# VI. 유통업체 현황

## ※ 유통업체 현황 OVERVIEW

### 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

# 유통업체 현황 OVERVIEW



		AEON	Ito-Yokado	SEIYU <sup>17.</sup>
		하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
유통업체 개요	설립년도	1926년	1920년	1963년
	직원 수	52만 명(2016년)	36,376명 (2016년)	16,272명(2014년 <sup>18.</sup> )
	순 매출	8조 1,767억 엔(2015년 <sup>19.</sup> ) (80조 3,160억 원)	1조 2,556억 800만 엔 (10조 2,760억 원) (기준 연도 확인불가)	-
	영업이익	1,796억 엔(2015년 <sup>20.</sup> ) (1조 8,266억 원)	134억 엔 (1,361억 원) (기준 연도 확인불가)	-
	점포수	1,966개 (기준 연도 확인불가)	170개(2017년)	-
	취급품목	식료품, 수입식품, 잡화 등	식료품, 수입식품, 잡화 등	식료품, 수입식품, 등
매장 전경	매장 사진			
주요 이슈		- 이온, '외국인의 감각'을 강조	- 2020년 내 40개 매장 폐업	- 키덜트 상품 출시
핵심 전략		- 도시, 시니어, 아시아, 디지털을 활용해라	- 옴니채널, 실체가 되다	- 커스터마이징에 주력하다

17. SEIYU 홈페이지 조사결과, 순 매출, 영업이익, 점포수에 대한 정보 확인이 불가함

18. 2014년이 최신수치임

19. 2015년 최신수치임

20. 2015년이 최신수치임

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## AEON(이온)

2016년 일본 기업의 매출 순위 100대 기업 중 10위를 차지한 대형 유통업체 이온은 식료품과 수입식품을 취급하는 대표적인 GMS를 보유하고 있음. 이온은 GMS 이외에도 도심형 소형 슈퍼인 ‘마이 바스케뜨(まいばすけっと)’ 와 자사가 운영하는 29개 사이트를 이온닷컴(AEON.COM)으로 통합함

표 6.1 : AEON 매장 정보

기업 정보	컨셉	다양한 유통채널의 유기적 결합으로 새로운 라이프 스타일을 제안함
	대표 주소	4 Chome-21-22 Maenochi, Itabashi, Tokyo 174-0063
	대표 전화	+81-03-5916-8080
주요 판매품목		식료품, 수입식품, 음료 등
매장 전경		 
매장 이슈		<p><b>이온, 외국인의 감각을 더하다</b></p> <p>이온은 최근 경쟁이 치열해짐에 따라 외국 기업들에게 자사 쇼핑물 내 세입자로 들어올 것을 권유함. 레스토랑, 의류, 가정 제품 및 서비스 등의 광범위한 분야의 기업이 입점할 것으로 전망됨. 또한 이온은 각 관광명소 내 사업에도 주목하고 있음. 이를 통해 이온은 아이사 스타일의 레스토랑 골목 느낌을 살리는 쇼핑물을 구상하고 있음</p>
핵심 전략		<p><b>이온의 4대 핵심전략</b></p> <p>비교적 인구가 집중되어 있는 주요 대도시 지역에 매장을 출점하는 ‘도시 공략’, 초고령화 사회 추세에 따라 고령층 고객 전용 멤버십 서비스인 ‘시니어 공략’ 서비스, 복합쇼핑몰 포맷을 통한 아시아 진출 사업, 고객의 소비 프로세스 단계마다 디지털 접점을 두고 이온닷컴을 론칭하는 등 4대 핵심전략을 활용하여 프로모션 전략을 세우고 있음</p>

출처 : 현지방문조사(2017.05), Nikkei Asian Review(2017.05), AEON(www.aeon.info)

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## Ito Yokado(이토요카도)

일본 초대형 편의점인 세븐일레븐으로 알려진 세븐앤아이홀딩스 계열 GMS로, 도쿄에만 44개 점포를 보유한 대형 마트임. 해당 기업은 2016년 일본 매출 순위 100대 기업 중 이온에 이어 18위를 차지했으나 종합 영업이익은 134억 엔의 적자를 기록함

표 6.2 : Ito Yokado 매장 정보

기업 정보	컨셉	편의점이 주축이 된 옴니채널형 마트
	대표 주소	17-2 Tomihisacho, Shinjuku-ku, Tokyo
	대표 전화	+81-03-3353-8811
주요 판매품목		식품 및 생활용품, 가전제품, 과일, 의류
매장 전경	 	
매장 이슈	<p><b>이토요카도 2020년 내 40개 매장 폐업</b></p> <p>이토요카도 그룹은 2020년 2월까지 40개의 일본 내 매장을 폐업하기로 함. 일본 전역에 181개 일반 상품 및 식품 슈퍼마켓을 운영하는 이토요카도는 주로 의류 판매 부진으로 어려움을 겪고 있음. 따라서 낙후되고 판매수익이 낮은 지점 위주로 폐업을 진행할 예정임</p>	
핵심 전략	<p><b>옴니채널을 통한 유통망 확장</b></p> <p>가장 영향력이 큰 대형 편의점을 보유한 회사이기 때문에 이토요카도의 전략은 일본 내 편의점과 관련이 있음. 2015년 11월 옴니스토어인 옴니세븐을 오픈하여 계열사인 편의점, 백화점, 슈퍼마켓 전문점의 종합 통신판매 사이트를 개설함. 여기서 주문한 상품은 전국 1만 8,000개 세븐일레븐 매장에서 24시간 수령 가능함. 향후 고품질 상품을 중심으로 2018년까지 옴니세븐에 600만 개 품목을 구비한다는 목표임</p>	
탁주 판매현황	 	

출처 : 현지방문조사(2017.05), Nikkei Asian Review 2015.09, Ito Yokado(www.itoyokado.co.jp)

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## SEIYU(세이유)

일본의 대표 프랜차이즈 매장으로 식료품, 의류, 주거용품 등을 취급하고 있음. 2008년부터 카가쿠야스쿠라는 할인 캠페인 하에 신선식품을 저가에 판매하고 있음

표 6.3 : SEIYU 매장 정보

기업 정보	컨셉	B2C 위주의 소매 체인 운영
	대표 주소	1-1, Akabane, Kita-ku, Tokyo
	대표 전화	+81-3-3598-7000
주요 판매품목		식료품, 의류, 주거용품
매장 전경		 
매장 이슈		<p><b>SEIYU, 전액 환불 제도</b></p> <p>세이유는 만일 소비자가 신선식품에 만족하지 않을 시 전액 환불하는 제도를 실시하고 있음. 이는 신선도와 품질을 향상하기 위함임. 또한 식품을 들여오기 전후 관리 과정을 공개하는 등 소비자가 믿을 수 있는 제품을 유통하기 위해 노력하고 있음</p>
프로모션 전략		<p><b>'카가쿠야스쿠(저렴한 가격으로 판매하자)' 전략 추진 중</b></p> <p>SEIYU는 지난 2008년부터 카가쿠야스쿠라는 할인 캠페인을 진행하고 신선식품, 냉동식품을 중심으로 가격을 대폭 내렸음</p>
판매현황		 

출처 : 현지방문조사(SEIYU, 2017.04), SEIYU(www.seiyu.co.jp)

# Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역 절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차
2. 관세율 정보
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 유의사항
5. 통관 거부 사례

## 일본 통관 검역 절차도



## 통관 절차별 유의사항

통관 절차	유의사항
사전보고	수출국의 선적항에서 24시간 전(근거리의 경우 출항 전까지) 일본 수출입 항만 정보처리시스템(NACCS)에 적하정보를 보고해야 함(KTNET, KLNET을 경유하여 접속 가능함)
수입신고	화물이 수입항에 도착하였다는 도착통지가 내려진 경우, 수입자 혹은 화물주는 보세지역을 관할하는 세관을 통해 수입신고를 해야 함
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
심사 및 검사	수출입 검험검역기관의 서류심사에 합격한 뒤 통관 증명서류를 발급 받아 세관에 제출해 통관수속을 마쳐야 함 수입화물 대조검사, 신고서 내용과 실제 화물 부합 여부 확인, 허위 기재, 위장 신고 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
2206	그 밖의 발효주[예 : 사과술·배술·미드(mead)], 따로 분류되지 않은 발효주의 혼합물, 발효주와 비알코올성 음료와의 혼합물	-
2206.00	그 밖의 발효주[예 : 사과술·배술·미드(mead)·사케(saké)], 따로 분류되지 않은 발효주의 혼합물, 발효주와 알코올을 함유하지 않은 음료와의 혼합물	-
<b>2206.00.210</b>	<b>청주 및 탁주</b>	<b>70.40엔 / Liters</b>

## 일본 기본세율 정보

HS CODE 2206.00.210의 경우 기본세율이 적용되어  
Liters당 70.40엔이 부과되고 있음

## 일본 부가가치세 정보

일본은 관세 이외에 8%의 소비세를 부과하고 있음

## TIP\_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '한국 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	한국 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 관세사무소를 통해 상담을 받도록 함

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

# 1. 통관 및 검역 절차

## 일본 통관 소요 기간 및 금액

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

## STEP 01. 사전보고 및 적하정보 제출

일본으로 물품을 수입하기 위해서는 수출국 선적항에서 출항하기 24시간 전 (근거리의 경우 출항 전)까지 전자시스템을 통해 보고해야 함. ‘일본 수출입 항만 관련 정보처리시스템(NACCS)’의 홈페이지에 접속하여 보고가 가능하며, NACCS와 이용계약이 체결되지 않은 경우 NACCS와 계약을 체결한 서비스 프로바이더(KTNET, KLNET)를 경유하여 접속하여 보고해야 함

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

## STEP 02. 수입신고

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

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

표 7.1 : 일본 수입신고 방법 및 증빙서류 목록

신고 방법	증빙 서류 목록
• NACCS를 통한 신고 - 수입화물의 수하인이나 위탁 통관기업이 전산 시스템을 통하여 세관에 수입신고서 전자자료를 전송하고 관련 증빙서류를 구비하여 제출	수입신고서
	송품장
• NACCS를 통하지 아니한 신고 - 수입화물 수하인이나 위탁 통관기업이 수입신고서를 작성하고 관련 증빙서류를 구비하여 세관에 직접 제출	선하증권
	운임 및 보험료명세서
	포장명세서
품목에 따라서는 타 법령에 의한 허가·승인서, 원산지증명서, 감면신청서	

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

# 1. 통관 및 검역 절차

## STEP 03. 타 법령 절차

수입하고자 하는 물품이 관세법 외에 다른 법령에 의해서 허가 및 승인이 필요할 경우<sup>21</sup>. 수입신고 시에 해당 물품이 허가 및 승인을 받았음을 입증해야 함. 불합격 시에는 용도를 변경하거나 폐기, 혹은 반송 등의 절차가 이어지며, 합격 후에는 합격증서를 세관에 제출한 후 수입허가를 받고 국내 및 국제 요건 충족을 확인한 후 유통됨

## STEP 04. 심사 및 검사

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

검사에 소요되는 비용은 수입자가 전액 부담해야 하며 통관시간이 길어질 수 있음. 심사가 불필요할 경우 감시 모니터링을 시행함. 소비자청의 '2017 수입감시지도 모니터링 계획'에 따르면, 알코올 음료의 경우 검사 항목으로는 잔류농약, 첨가물, 성분규격, 곰팡이독이 있음

표 7.2 : 해외통관 애로사항 문의처

기관	연락처
관세청 해외 통관 지원센터	- 전화 : 042-472-2197
주 일본 한국 대사관	- 전화 : +81-3455-2601

표 7.3 : 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)

21. 타 법령 규제 대상에 대해서는 다음의 링크에서 확인 가능(www.customs.go.jp/tetsuzuki/c-answer/imtsukan/1801\_jr.htm)

# 1. 통관 및 검역 절차

## STEP 05. 관세 납부와 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 06. 통관 완료

제출 서류의 하자가 없고 관세 및 세금의 납부가 완료되는 경우 세관은 수입허가증을 발급함. 이때부터 수입자는 보세창고에 있는 물품을 찾아 유통시킬 수 있음

표 7.4 : 일본 막걸리 통관 제도

### 통관 관련 서류

- ① 인보이스
- ② 패킹리스트
- ③ 보험명세서
- ④ B/L(Bill of Loading) ; 선하증권
- ⑤ A/N(Arrival Notice) ; 도착통지서
- ⑥ 원산지증명서(원료의 원산국에 따라 다름)
  - 특혜수입국으로부터의 수입은 특혜관세의 적용을 받는 경우가 있으므로 세관에 반드시 확인이 필요하다.
  - 특혜관세율의 적용을 받는 경우는 현지로부터 수출 시에 현지국에 대해 발급되는 '특혜원산지증명서'가 필요함
  - ※ 대부분의 제조업체에서 국산 원료를 사용하므로 원산지증명은 별다른 문제가 없음
- ⑦ 성분표/공정도/시험성적서
- ⑧ 식품 등의 수입신고서

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

## 2. 관세율 정보

### HS CODE 2206.00.210, Liters당 70.40엔 부과

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

참여기업의 ‘탁주’ 는 일본에서 HS CODE 2206.00(그 밖의 발효주[예 : 사과술·배술·미드(mead)·사케(sake)], 따로 분류되지 않은 발효주의 혼합물, 발효주와 알코올을 함유하지 않은 음료와의 혼합물)으로 분류되며, 하위코드인 HS CODE 2206.00.210(청주 및 탁주)에 속함. 일본에서 HS CODE 2206.00.210에 부과하는 기본 세율은 Liters당 70.40엔임

### 감면세율 존재 및 소비세 인상 가능성

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

2017년 기준 해당 품목에는 소비세 8%가 적용되고 있으며, 오는 2019년에는 10%로 세율이 인상될 전망이다. 더불어 최근 일본정부가 15%까지 소비세 인상가능성을 시사한 바 있음<sup>22</sup>.

표 7.5 : 일본 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	기본세율
한국	2206.00	그 밖의 발효주[예 : 사과술·배술·미드(mead)], 따로 분류되지 않은 발효주의 혼합물, 발효주와 비알코올성 음료와의 혼합물	-
	2206.00.20	곡물 발효주	
	2206.00.2010	청주	
	2206.00.2020	약주	
	2206.00.2030	탁주	
일본	2206.00	그 밖의 발효주[예 : 사과술·배술·미드(mead)], 따로 분류되지 않은 발효주의 혼합물, 발효주와 비알코올성 음료와의 혼합물	-
	2206.00.210	청주 및 탁주	70.40엔 / L

출처 : 한국 관세법령정보포털3.0([www.unipass.customs.go.kr/clip/index.do](http://www.unipass.customs.go.kr/clip/index.do)), 일본 관세청([www.customs.go.jp](http://www.customs.go.jp))

22. Japanese Communist party, ‘消費税10% 安倍首相 増税宣言 教育・子育てを“人質”にするがー’, 2017.09.28

### 3. FTA 정보

#### 한·중·일 FTA 협상 중<sup>23</sup>.

한·중·일 FTA는 2013년 3월 협상 개시 이후 3국간 이견으로 아직 시장 접근 협상을 시작하지 못하는 등 논의 진전이 더딘 상황이었지만 2016년 10월 한중일 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 한중일 자유무역협정을 둘러싼 협상 환경이 변하고 있는 상황임

2017년 4월 10 ~ 13일 제12차 한중일 자유무역협정(FTA) 공식 협상이 일본 동경에서 열림. 교도통신은 협상 소식통을 인용해 12차 협상에서 서비스 무역 관련 규칙에 대해 구체적인 검토가 이루어지는 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. 3개국 간 FTA 체결을 위한 차기 협상은 올해 중 한국에서 이어질 예정임<sup>24</sup>.

23. 산업통상자원부, '제12차 한중일 FTA 공식 협상 개최', 2017.04.07

24. 교도통신, '한중일 FTA 협상, 서비스 무역분야서 진전', 2017.04.14

## 4. 통관 및 검역 유의사항

### 일본, 2017 수입식품 감시지도 계획 발표

일본 후생노동성은 식품위생법 제23조 제1항 규정에 의거하여 2017년 식품, 식품첨가물, 기구, 용기포장 수입 감시지도 실시에 관한 계획을 발표함. 금번 감시지도 계획은 일본 정부 회계연도 방침에 따라 매년 4월 말부터 다음해 3월 말까지 적용됨

TPP<sup>25</sup>를 포함한 경제연계협정 등을 고려하여 해외 여러 국가의 식품위생 관련 정보를 수집하고 수입 동향에 맞는 감시체제 정비계획을 포함함

또한 HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point) 도입 상황 조사를 포함하여 수출국가의 정부 및 생산자 등에 대한 HACCP 위생관리 보급을 추진함

2017년도 품목별 수입감시지도 모니터링 계획에 따르면, 현재 알코올 음료의 경우 잔류농약 100건, 첨가물 1,100건, 성분규격 등 650건, 곰팡이독 170건을 감시하고 있음

---

25. TPP는 복수국 간 FTA를 뜻함. 하지만 '예외 없는 관세 철폐'를 추구하는 등 양자 FTA 이상으로 높은 수준의 포괄적 자유화를 목표로 하고 있다는 것이 특이점임

## 5. 통관 거부 사례

### 2017년 일본 '주류' 품목 통관 거부 사례

일본 후생노동성(厚生労働省)에서 공시한 주류 품목 통관거부 사례를 조사한 결과, 2017년 1월부터 8월까지 총 5개 제품이 통관 거부됨. 해당 제품들의 원산지는 스페인, 캄보디아, 프랑스로 다양하며 5개 제품 모두 금지 성분을 포함하거나 성분 기준치를 초과하여 통관이 거부됨

표 7.6 : 2017년 일본 '주류' 품목 통관 거부 사례

품목	주류(위스키, 브랜디, 리큐르, 보드카, 소주 등 이외 기타)
원산지	스페인
통관 거부일자	2017- 08
담당 검역소	나리타공항
불합격 사유	성분(식품첨가물 및 유해물질)/아조루빈 검출
조치사항	폐기 또는 반송
품목	브랜디류(포도 증류주 제외)
원산지	스페인
통관 거부일자	2017- 08
담당 검역소	나리타공항
불합격 사유	성분(식품첨가물 및 유해물질)/아조루빈 및 브릴리언트블랙BN 검출
조치사항	폐기 또는 반송
품목	소주
원산지	캄보디아
통관 거부일자	2017- 08
담당 검역소	오사카
불합격 사유	성분(식품첨가물 및 유해물질)/시안화합물 18 mg / kg 검출
조치사항	폐기 또는 반송
품목	브랜디류(포도 증류주 제외)
원산지	프랑스
통관 거부일자	2017- 04
담당 검역소	도쿄
불합격 사유	성분(식품첨가물 및 유해물질)/메탄올 1.2 mg/세제곱센티미터 검출
조치사항	폐기 또는 반송
품목	브랜디류(포도 증류주 제외)
원산지	스페인
통관 거부일자	2017- 03
담당 검역소	도쿄
불합격 사유	성분(식품첨가물 및 유해물질)/메탄올 1.1 mg / cm <sup>3</sup> 검색
조치사항	폐기 또는 반송

출처 : 일본 후생노동성(厚生労働省)(www.mhlw.go.jp)

# VIII. 인증 정보

## ※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 인증 취득제품
3. 제출서류
4. 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	일본 농림수산성	
성격	선택 인증	
제출서류	신청자의 성명, 또는 명칭 및 주소, 생산일정 관리담당자의 성명 약력 등	
비용	1,200만 ~ 2,000만 원, 200만 ~ 300만 원의 갱신비용이 필요	
소요기간	2개월 이상	
갱신기간	1년	
발급 절차	신청서 및 제반 서류 제출 → 서류심사 → 현장심사 → 취득 가능 여부 판정	
유의사항	일본 내 유기농 인증을 취득하려면 유기 JAS 기준에 부합해야 하고, JAS 마크가 부착된 식품만 '유기 00' 등으로 표시할 수 있음. 검사 기준을 충족하기가 매우 까다롭지만 외국에서 인증 취득 시 일본에서도 함께 인정되는 동등성 제도를 시행중임	

출처 : 일본 농림수산성(www.maff.go.jp)

## ● 권장인증 : ISO 9001 인증

인증 설명	ISO 9001은 품질경영시스템(QMS)에 대한 요구사항을 규정하는 국제표준임. ISO 9001 인증은 표준을 사용하여 고객 및 규정 요구사항을 충족하는 제품 및 서비스를 일관되게 제공할 수 있는 능력을 입증함	
발행기관	한국인정지원센터에 등록된 인증기관에서 발급	
성격	ISO 9000 시리즈 중 가장 널리 사용되는 국제표준(권장인증)	
요구사항	고객 및 적용 가능한 법적 및 규제 요구사항을 충족시키는 제품 및 서비스를 지속적으로 제공할 수 있는 능력을 입증해야 함	
소요기간	약 2개월 소요	
갱신기간	3년	
발급절차	품질경영 진단 검토 및 품질여건 조성 → 품질방침 및 품질목표/세부목표 수립 → 품질경영 체제 문서화 → 품질경영 체제 실행 및 운영 → 내부감사 및 시정조치 → 경영검토 → 품질경영 체제 심사	
인증 획득 이점	국제기준에 적합한 품질경영 시스템의 정비와 경영 수법의 확립, 품질 매뉴얼 및 기타 표준화와 문서화에 의한 지속적인 개선 가능, 국제시장에 진출이 용이함	

출처 : 국제표준화기구(www.iso.org), 해외인증경영센터(icmcert.co.kr)

# 1. 인증 취득정보

## 권장인증 : JAS(Japanese Agricultural Standard) 인증

일본 농림수산성에서 지정한 품목 중에서 일본 소비자에게 판매되는 유기농 농림수산물에 대하여 일본농림수산성에서 규정한 품질과 생산 방법 기준에 적합한 제품에 부여하는 인증임

일본 내 유기농 인증을 취득하려면 JAS 기준에 부합해야 하고, JAS 마크가 부착된 식품은 ‘유기 OO’ 등으로 표시할 수 있음. 해당 품목으로는 농산물, 축산물, 사료, 가공식품 등이 있음

현장 검사 시 생산 일정 관리 책임자 및 생산자 조사, 포장 확인, 비료, 배양 관리방법, 출하, 또는 처분 방법, 생산일정 관리담당자의 자격, 생산과정에 사용하는 검사 방법 등이 대상임. 인증 인정기관은 농림수산성 JAS 안내 사이트에서 확인 가능함

표 8.1 : JAS 인증 주요 정보

인증명	JAS(Japanese Agricultural Standard) 인증	
발행기관	일본 농림수산성	
성격	선택인증	
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	

출처 : 일본 농림수산성(www.maff.go.jp)

표 8.2 : JAS 인증 발급 절차

<b>STEP 01. 비용견적 신청</b>
인증 심사에 관련되는 개략적인 비용을 견적
<b>STEP 02. 인정신청서 및 제반서류 제출</b>
생산관리자는 인정기관에 인정신청서 제출
<b>STEP 03. 인정신청서 서류심사</b>
인정기관은 신청서의 기재 내용과 첨부 서류에 대해 기술적인 기준 충족 여부를 서류 심사로 행함
<b>STEP 04. 방문 현장검사</b>
인정기관, 혹은 검사원으로 부터 현장검사에 대한 사항을 연락을 받고 일정을 조절하여 검사를 받음
<b>STEP 05. 판정 · 이의제기</b>
인정기관은 검사 결과로 판정을 행함. 판정 결과에 이견이 있는 경우에는 인정기관에 이의를 제기함
<b>STEP 06. 감사</b>
인정 후 연 1회 감사를 행함

출처 : 일본 농림수산성(www.maff.go.jp)

# 1. 인증 취득정보

## 권장인증 : ISO 9001 인증

ISO에서는 ISO 9001과 같은 국제표준을 개발하지만 인증에는 관여하지 않고 인증서도 발급하지 않으므로, 인증서 발급은 지정된 외부기관을 통하여야 함. 따라서 여러 인증기관을 검토하여 평가한 후 기관 선택을 권장하며, 해당 인증기관이 ISO의 Committee on Conformity Assessment(CASCO) 표준을 사용하고 있는지 확인이 필요함

ISO의 로고는 허가되지 않은 한 외부의 누구도 사용할 수 없으며, 인증을 입증하기 위해 로고 사용을 원하는 경우 인증서를 발급받은 인증기관에 문의해야 함

표 8.3 : ISO 9001 인증 진행 단계

STEP 1	STEP 2	STEP 3	STEP 4	STEP 5	STEP 6	STEP 7
품질경영 진단 검토 및 품질여건 조성	품질 방침 및 품질 목표/세부 목표 수립	품질경영 체제 문서화	품질경영 체제 실행 및 운영	내부감사 및 시정 조치	경영검토	품질경영 체제 심사

출처 : 국제표준화기구(www.iso.org), 해외인증경영센터(icmcert.co.kr)

## 2. 인증 취득제품

### 인증 취득 제품

일본에 탁주를 수출할 경우 ISO 9001 인증과 HACCP 인증이 필수 사항은 아님. 실제 현지조사를 통해 확인한 결과, 총 13개의 제품 중 상기 2가지 인증을 취득한 제품은 확인되지 않음

표 8.4 : 현지 제품 조사 현황(예시)

제품 정보	제품 사진	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : 국순당 생 막걸리</li> <li>- 기업 : 주식회사 국순당</li> <li>- 국가 : 한국</li> <li>- 가격 : 500엔</li> <li>- 용량 : 750ml</li> <li>- 현지방문 : 광장</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : 국순당 쌀 막걸리 바나나</li> <li>- 기업 : 주식회사 국순당</li> <li>- 국가 : 한국</li> <li>- 가격 : 500엔</li> <li>- 용량 : 750ml</li> <li>- 현지방문 : 광장</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : 일동 검은콩 막걸리</li> <li>- 기업 : 일동</li> <li>- 국가 : 한국</li> <li>- 가격 : 521엔</li> <li>- 용량 : 1,000ml</li> <li>- 현지방문 : 광장</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : 진로 막걸리</li> <li>- 기업 : 주식회사 진로</li> <li>- 국가 : 한국</li> <li>- 가격 : 527엔</li> <li>- 용량 : 1,000ml</li> <li>- 현지방문 : 이온</li> </ul>		

### 3. 제출서류

#### JAS 인증 서류 심사 제출 서류

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

표 8.5 : JAS 인증 서류 심사 제출 서류 목록

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
농원 지도
수계도, 혹은 배수도 지도
항공 방제용 작업 지도(농약 공중 살포 실시 지역의 경우)
보관 등에 관련된 시설 도면

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

#### JAS 인증 현장 검사 제출 서류

JAS 인증 현장 검사는 다음과 같은 제출 서류를 기반으로 진행됨

표 8.6 : JAS 인증 현장 검사 제출 서류 목록

제출 서류
생산일정 관리책임자 및 생산자 청취 조사
포장, 기타 시설 실제 확인
생산일정 관리 기록과 그 근거 서류의 확인
포장, 채취장, 관련 창고, 선별, 조제, 포장 시설, 농원 주변 상황(인접 농원과 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
생산일정 관리담당자(책임자)의 자격

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

## 4. 전문가 인터뷰

### “일본 후생노동청 식품검역”

#### Q1. 일본에 탁주를 수출할 때 필요한 사항은 무엇인가요?

“일본 식품법에 따라 식품검역을 받아야 합니다.”

- 일본 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온  
이광섭 선임심사원과의 인터뷰 中, 2017.05

#### Q2. 식품검역 진행시 주의사항이 있나요?

“일본에서는 알코올 농도가 0.05% 이상인 모든 음료에 대해 가공식품  
군으로 분류해서 법을 적용하고 있으며, 해당 검역에 통과하지 않으면  
일본으로 음료를 수출할 수 없습니다.”

- 일본 식품인증 심사대행사 컨트롤유니온  
이광섭 선임심사원과의 인터뷰 中, 2017.05

#### Q3. 일본에 탁주를 수출할 때 선택적으로 요구되는 인증은 무엇인가요?

“HACCP, ISO 9001 같은 인증들이 도움이 될 수 있습니다.”

- 일본 식품인증 심사대행사 컨트롤유니온  
이광섭 선임심사원과의 인터뷰 中, 2017.05

### “식품위생법에 적합함을 사전에 확인”

#### Q4. HACCP 인증 취득에 따른 이점은 무엇인가요?

“일본에서는 HACCP 인증식품에 대하여 통관 절차 간소화, 수입식품  
감시지도 계획을 발표하였고 수입식품 사전확인제도 관련 등록신청  
업체 요건을 HACCP 인증 취득업체로 한정하여 제도를 강화한다고 발표  
하였습니다. 이 때문에 HACCP 인증을 받는 것이 수출에 유리할 것으로  
판단됩니다.”

- 일본 식품인증 심사대행사 컨트롤유니온  
이광섭 선임심사원과의 인터뷰 中, 2017.05

# IX. 라벨링 정보

## ※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

# 라벨링 정보 OVERVIEW

## 일본 주류 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 원재료
- 내용량
- 생산일자 및 유효기간
- 도수 표시
- 저장방법
- 생산자, 유통자 정보
- 생산국명

출처 : 현지방문조사(광장, 2017.05)

출처 : 일본무역진흥회(www.jetro.go.jp)

## 일본 주류 라벨링 표기사항 상세

항목	설명
제품명	상품의 품명을 (농림수산물 및 식품위생법에 관한 표시) 규정에 따라 표시해야 함
원재료명	원재료명을 함유량이 많은 순에서 적은 순으로 (농림수산물 및 식품위생법에 관한 표시) 규정에 따라 표시해야 함
첨가제	첨가된 성분을 함유량이 많은 순에서 적은 순으로 (식품위생법)에 따라 표시해야 함. 다음 8가지 성분에 대하여 꼭 표시해야 함(감미료, 향산화제, 인공색소, 착색제, 방부제, 증점제/안정제, 향진균제, 곰팡이 방지제)
GMO 재료	GMO, 또는 재조합 식품 재료를 포함한 경우 표시해야 함
도수표시	(주류사업법)에 따라 도수를 "degrees" 또는 "%"로 표시해야 함. +/- 1%의 오차까지 허용됨
중량표시	주류를 수입하여 판매하는 경우 중량을 "L"로 표시해야 함
생산일, 유통기한	식품위생법에 따라 주류제품은 만기일 표시를 생략할 수 있음. 다만 보존 주의사항이 요구되는 주류 제품에는 유통기한 및 보존 표시가 있어야 함
보존방법	유효기간까지 미개봉 상태에서 향미를 유지하는 보존방법을 표시해야 함
알레르기 유발 성분	알레르기를 유발할 수 있는 특성 성분이 함유된 경우 표시 필요, 또는 추천함. 도수가 낮은 오렌지를 함유한 주류에 경우 알레르기 표시를 해야 함 다만 원재료에 표시된 경우 추가적으로 표시하지 않아도 됨

출처 : 일본무역진흥회(www.jetro.go.jp)

# 1. 라벨 표기사항

## 일본 주류 라벨링 주의사항

주류 제품의 품질 표시는 일본어로 이루어져야 하며, 1) 식품위생법, 2) 주세법, 3) 주류사업법, 4) 농업 및 임업 제품의 표준화 및 적절한 표시에 관한 법률, 5) 측정법, 6) 건강증진법, 7) 자원의 효율적 이용 촉진에 관한 법률, 8) 약사법, 9) 부당한 프리미엄 및 오해의 소지에 대한 법, 10) 지적재산 관련 법률, 11) 부정경쟁방지법, 12) 상표법에 따라야 함. 주류 제품은 재무부에 제출된 방법에 따라 용기 포장에 제조자 이름, 무게 및 알코올 종류를 표시해야 함

표 9.1 : 일본 주류 라벨링 표기사항

<ul style="list-style-type: none"> <li>· 제품명</li> <li>· 원재료명</li> <li>· 중량표시</li> <li>· 보존방법</li> <li>· 유통기한</li> <li>· 도수표시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오가닉 마크</li> <li>· 분리수거 마크</li> <li>· 미성년자 경고마크</li> </ul>
---	--

출처 : 일본무역진흥회(www.jetro.go.jp)

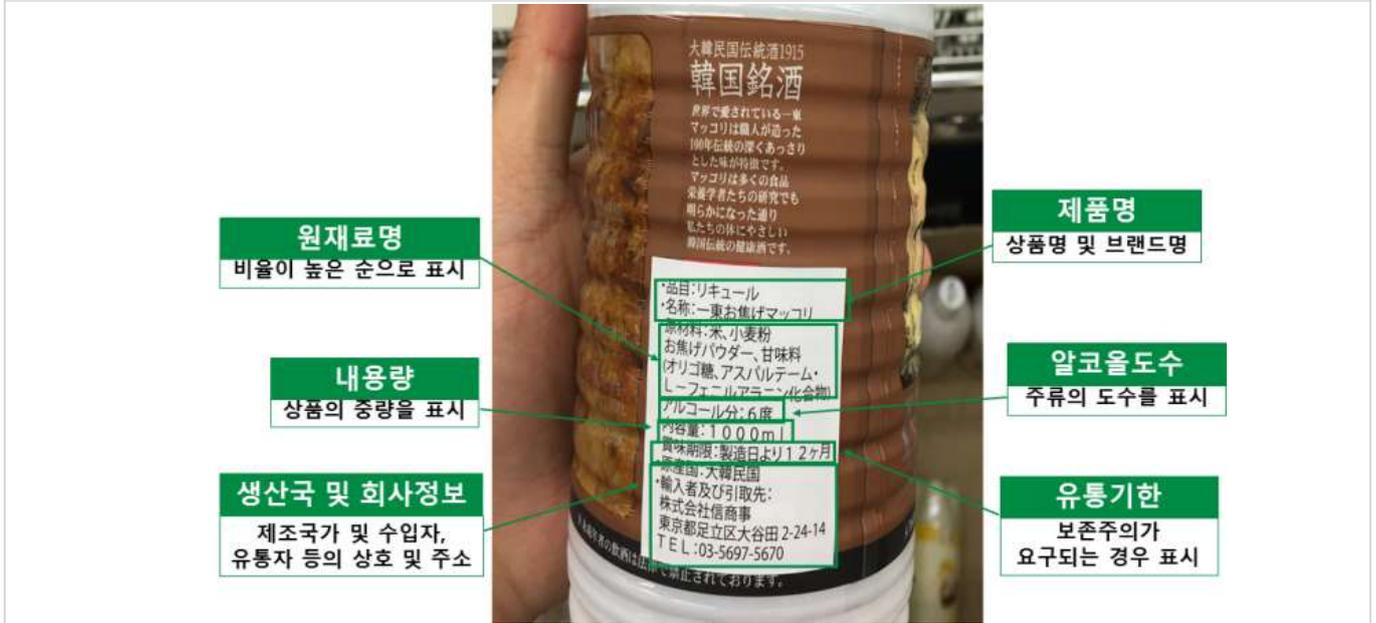
표 9.2 : 일본 주류 라벨링 표기사항 상세

항목	설명
1	<b>제품명</b> 상품의 품명을 (농림수산물 및 식품위생법에 관한 표시) 규정에 따라 표시해야 함
2	<b>원재료명</b> 원재료명을 함유량이 많은 순에서 적은 순으로 (농림수산물 및 식품위생법에 관한 표시) 규정에 따라 표시해야 함
3	<b>첨가제</b> 첨가된 성분을 함유량이 많은 순에서 적은 순으로 (식품위생법)에 따라 표시해야 함. 다음 8가지 성분에 대하여 꼭 표시해야 함(감미료, 향산화제, 인공 색소, 착색제, 방부제, 증점제/안정제, 향진균제, 곰팡이 방지제)
4	<b>GMO 재료</b> GMO, 또는 재조합 식품 재료를 포함한 경우 표시해야 함
5	<b>도수표시</b> (주류사업법)에 따라 도수를 “度” 또는 “%”로 표시해야 함. +/- 1%의 오차까지 허용됨
6	<b>중량표시</b> 주류를 수입하여 판매하는 경우 중량을 “L”단위로 표시해야 함
7	<b>생산일, 유통기한</b> 식품 위생법에 따라 주류제품은 만기일 표시를 생략할 수 있음. 다만 보존 주의사항이 요구되는 주류 제품에는 유통기한 및 보존 표시가 있어야 함
8	<b>보존방법</b> 유효기간까지 미개봉 상태에서 향미를 유지하는 보존방법을 표시해야 함
9	<b>알레르기 유발 성분</b> 알레르기를 유발할 수 있는 특성 성분이 함유된 경우 표시 필요, 또는 추천함. 도수가 낮은 오렌지를 함유한 주류에 경우 알레르기 표시를 해야 함 다만 원재료에 표시된 경우 추가적으로 표시하지 않아도 됨

출처 : 일본무역진흥회(www.jetro.go.jp)

## 2. 라벨링 예시

### 라벨링 예시



### 라벨링 예시





# X. 위생요건 정보

※ 위생요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 및 유해물질 규정

# 위생요건 OVERVIEW

## 품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	
농·임산물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>
가공식품	<input type="checkbox"/>
유아식품	<input type="checkbox"/>
건강기능식품	<input type="checkbox"/>
음주류	<input checked="" type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>

조사 가능 항목	
유해물질	<input checked="" type="checkbox"/>
식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
중금속	<input type="checkbox"/>
전염병	<input type="checkbox"/>
병해충	<input type="checkbox"/>
병원성균	<input type="checkbox"/>
영양성분	<input type="checkbox"/>
치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

## 탁주 수출 시 유의해야 하는 유해물질 기준치(예시)

유형	성분	기준
유해물질	(238 pu+239 pu+240 pu+241 am+242cm+243cm+244cm)	10Bq/kg 이하
	aflatoxin (aflatoxin b1, b2, g1, g2(total))	10µg/kg 이하
	radioactivity 134cs + 137cs	100Bq/kg 이하
	uranium	100Bq/kg 이하
	polychlorinated biphenyls, total (pcbs)	검출기준 없음 (용기포장에 한하여 5ppm)

출처 : 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

## 탁주 수출 시 금지되는 식품첨가물(예시)

식품 유형	물질명
탁주	acetone
	all-rac-α-tocopheryl acetate
	benzoic acid
	calcium ferrocyanide
	d-mannitol

출처 : 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

# 1. 식품첨가물 및 유해물질 규정

## 탁주 수출 시, 식품첨가물 및 유해물질 기준

일본 후생노동성에서는 유통되고 있는 주류를 대상으로 샘플을 취득하여 임의 검사를 시행함. 검사 결과, 신고 수치를 넘거나 신고하지 않은 첨가물이 검출되었을 시에는 벌금을 적용하고 있으니 이에 대한 각별한 주의가 필요함

탁주 수출 시 유의해야 할 유해물질은 총 54건, 사용이 금지된 식품첨가물은 총 77개이며, 자세한 목록은 일본 후생노동성([www.mhlw.go.jp](http://www.mhlw.go.jp))에서 확인 가능함

표 10.1 : 탁주 수출 시 유의해야 할 유해물질 기준치(예시)

유형	성분	기준
유해물질	(238 pu+239 pu+240 pu+241 am+242cm+243cm+244cm)	10Bq/kg 이하
	aflatoxin (aflatoxin b1, b2, g1, g2(total))	10µg/kg 이하
	radioactivity 134cs + 137cs	100Bq/kg 이하
	uranium	100Bq/kg 이하
	polychlorinated biphenyls,total (pcbs)	검출기준 없음 (용기포장에 한하여 5ppm)

출처 : 일본 후생노동성([www.mhlw.go.jp](http://www.mhlw.go.jp))

표 10.2 : 탁주 수출 시 금지되는 식품첨가물(예시)

식품 유형	물질명
탁주	acetone
탁주	all-rac-α-tocopheryl acetate
탁주	benzoic acid
탁주	calcium ferrocyanide
탁주	d-mannitol

출처 : 일본 후생노동성([www.mhlw.go.jp](http://www.mhlw.go.jp))

## ※ 참고 문헌

### ※ 참고 자료

1. 일본 넷슈퍼 이용 실태	오사카지사 자체기획단신	2016.12
-----------------	--------------	---------

### ※ 참고 사이트

1. 일본 후생노동성	www.mhlw.go.jp
2. 일본 소비자청	www.caa.go.jp
3. 한국농수산물유통공사	www.at.or.kr
4. USDA	www.usda.gov
5. 야후 쇼핑	www.store.shopping.yahoo.co.jp
6. Asahi group holdings	www.asahigroup-holdings.com
7. 이동주조	www.e-dong.co.kr
8. 한국 관세청	customs.go.kr
9. 산토리	www.suntory.co.jp
10. 일본 관세청	www.customs.go.jp
11. 야노경제연구소	www.yano.co.kr
12. 중소기업수출지원센터	www.exportcenter.go.kr
13. 아마존 재팬	www.amazon.co.jp
14. AEON	www.aeon.info
15. Global Data Atlas	www.tradestatistics.com
16. SEIYU	www.seiyu.co.jp
17. Mayonez	mayonez.jp
18. Garbagenews	www.garbagenews.net
19. Toyokeizai	toyokeizai.net
20. Prtimes	prtimes.jp
21. BCI	www.bci.co.jp
22. Japanese Communist Party	www.jcp.or.jp
22. ITOYOKADO	www.itoyokado.co.jp