

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

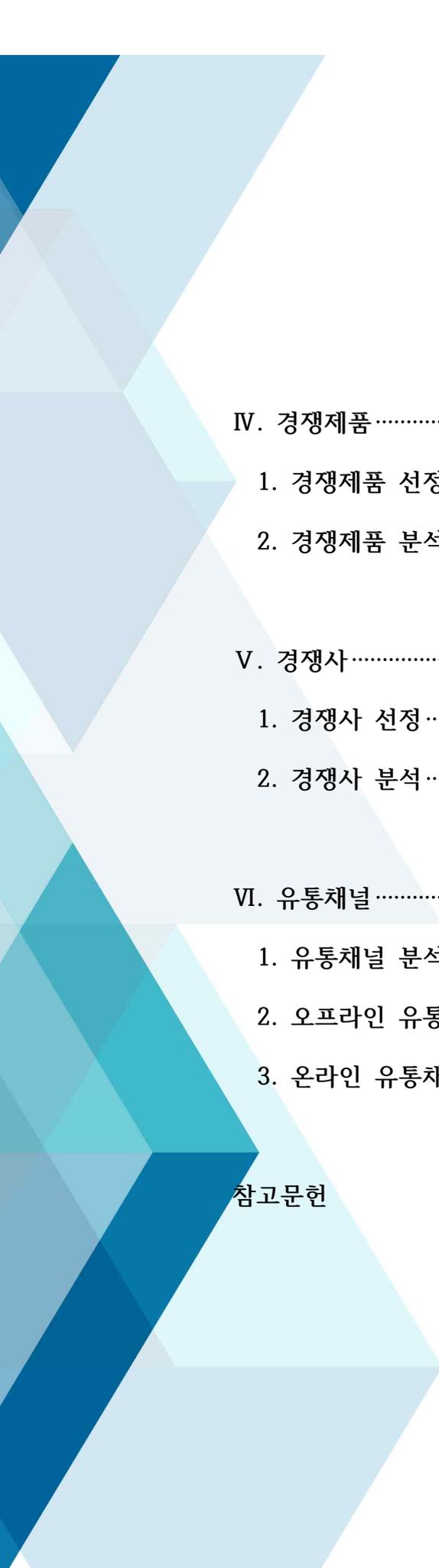
No. 1807-11

품 목 : 매실 우메보시(Umeboshi)

국 가 : 일본(Japan)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	4
1. 수출환경 및 경제지표	6
2. 식품 산업현황	11
3. 수출입통계 및 생산통계	16
II. 정책 이슈 및 시장 트렌드	22
1. 정책 이슈	24
2. 소비 트렌드	24
3. 제품 트렌드	25
III. 통관 및 제도	28
1. 통관 및 검역	31
2. 인증정보	33
3. 라벨링	42
4. 위생요건	46



IV. 경쟁제품	47
1. 경쟁제품 선정	49
2. 경쟁제품 분석	50
V. 경쟁사	63
1. 경쟁사 선정	64
2. 경쟁사 분석	65
VI. 유통채널	68
1. 유통채널 분석	69
2. 오프라인 유통채널	72
3. 온라인 유통채널	82

참고문헌



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품 산업현황
3. 수출입통계 및 생산통계

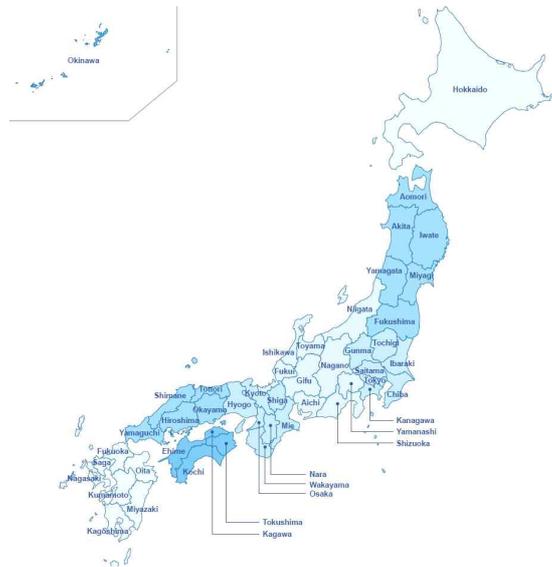
국가 개요

한반도 동남쪽에 위치하며 북쪽으로는 오호츠크해, 남쪽으로는 동중국해에 인접한 긴 지형의 섬나라. 4개의 주요 섬과 다수의 작은 섬으로 구성되어 있으며 국토의 상당 부분을 산악 지대와 숲이 차지. 규슈 지방은 아열대 기후에 가깝지만 홋카이도 지방은 북방 기후에 가까움. 메이지 유신을 통해 아시아 국가 중 가장 빨리 근대화되었으며, 높은 교육 수준과 숙련된 노동력을 바탕으로 고도의 경제발전을 이룩해 미국, 중국에 이은 GDP 규모 세계 3위의 경제대국이자 OECD, G7 회원국. 자동차·가전, 공업용 기계, 선박, 철강, 석유화학 등 제조업 및 중화학공업이 주력 산업이며 농업과 어업 또한 매우 발전

세계 최고의 기대수명과 인간개발지수에서 드러나듯 국민들의 삶의 질 또한 매우 높은 수준이며 동시에 문화·예술 강국이자 세계를 선도하는 과학기술 선진국이기도 함. 최근에는 2020년 도쿄올림픽이 예정되어 있음

주요 정보

- ▶ 국명: 일본(Japan)
- ▶ 수도: 도쿄
- ▶ 총리: 아베 신조(Shinzo ABE)
(2012.12.16~)
- ▶ 인구:
 - 1억 2,670만 명(2017)
 - 24세 미만: 22.5%(2017)
 - 도시 인구: 91.6%(2017)
- ▶ 면적: 377,915km²(한반도의 약 1.7배)
 - 혼슈, 시코쿠, 홋카이도, 규슈로 구분
- ▶ 공식어: 일본어
- ▶ 주요 도시: 도쿄, 오사카, 나고야, 기타큐슈, 후쿠오카, 시즈오카 등
- ▶ GDP: 5조 4,290억 US달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 4만 2,800 US달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 1.7%(2017)
- ▶ 화폐단위: 엔(¥)
- ▶ 인터넷 보급률: 94%(2017.12.)



자료: 「Country Insight Report Japan September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018. 8. 22

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망¹⁾

	등급	등급전망
	DB2	안정적

자료: 「Country Insight Report Japan September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018. 8. 22

□ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 인구 1억 2,000만 명의 탄탄한 내수 시장과 선진적 기업 환경 보유 - 아베노믹스로 표방되는 양적 완화 정책을 통해 장기 경기침체 극복
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 고령화에 따른 인구절벽 도래 - 50.5%(2017년)의 낮은 여성 노동 참여율로 경제성장 제한 - 강력한 양적완화 정책을 바꾸기 어렵고, 저금리에 따른 물가상승률 억제 등과 같은 부작용이 경제에 부정적인 영향 미칠 우려 있음

자료: 「Country Insight Report Japan September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018. 8. 22

1) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨.

자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

□ 주요 거시경제 지표

- 최근 3년간(2015-2017년) 느리고 완만한 성장세를 나타냈으나, 2019년 소비세 인상과 2020년 도쿄올림픽이 변수
 - 2016년에는 엔화 강세와 미국의 보호무역주의에 따른 수출 부진으로 2015년 대비 0.4%p 낮은 1.0%의 경제성장률 거둠
 - 2017년에는 기업의 설비투자, 공공투자 증대와 수출 개선으로 전년 대비 0.7%p 상승한 1.7% 기록
 - 아베 정부가 2019년 10월 소비세 인상을 공식화함으로써 2014년 소비세 인상 이후 겪었던 경기 부진에 대한 우려가 있지만, 2020년에는 도쿄올림픽 개최에 따른 공공투자 확대 및 내수 활성화로 2021년 경제성장률은 1.5%로 전망
- 물가상승률 2%는 2020년까지 달성하기 어려울 전망
 - 대규모 금융완화 정책에도 불구하고 2018년 6월 소비자물가지수가 0.8% 상승하는 데 그침에 따라 일본은행은 해당 목표를 하향 조정
 - 2022년까지 1.7%에 그칠 것으로 전망됨
- 실업률은 저출산·고령화에 따른 노동력 부족으로 완전고용상태에 가까워지고 있지만 인구 수 감소 추세는 장기적으로 부정적인 영향을 미칠 것이며, 기업들이 자동화 등 성공적인 대응법을 찾는 것이 관건

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	3.1	3.9	4.0	3.9	3.5	3.3	3.3	2.8
재정수지/GDP	-3.8	-3.7	-4.2	-3.6	-3.2	-2.2	-2.1	-2.0
물가상승률	0.8	-0.1	0.5	1.1	1.4	1.5	1.7	1.7
경제성장률	1.4	1.0	1.7	1.3	1.4	1.1	1.5	1.0
실업률	3.4	3.1	2.8	2.6	2.5	2.5	2.9	3.3

자료: 「Country Insight Report Japan September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018. 8. 22

□ 무역통상 환경

- 미국의 자동차에 대한 25% 일괄관세 적용에 대해서 협상 중
 - 미국은 자동차 부문의 일괄관세 적용과 농업 부문 개방으로 일본 압박 중
 - 특히, 미국의 계획대로 자동차에 25%의 일괄관세가 적용되면 일본 경제성장률이 최소 0.3% 이상 하락할 것으로 전망됨
 - 일본과 미국은 지난 8월 9~10일 통상협상에 나섰지만 결론 내리지 못함
- 미-중 무역전쟁으로 일본 자동차 제조사들이 반사이익을 거둘 것으로 전망
 - 이미 2018년 중국에서의 일본 자동차 판매는 8월 기준 약 36만 4,000대로 전년 대비 2.5% 상승²⁾
- 태평양 연안국가와의 CPTPP³⁾ 및 유럽연합과의 FTA 체결
 - 3월 8일 태평양 연안 10개국과 CPTPP 협정 비준
 - 2019년 발효 예정이며 협정 체결국의 재화 및 서비스 시장에 대한 접근성 높아질 것
 - 대상 국가는 일본을 포함해 캐나다, 멕시코, 호주, 뉴질랜드, 싱가포르, 브루나이, 베트남, 말레이시아, 칠레, 페루 등 10개 국
 - 유럽연합과의 FTA가 2019년 2분기에 발효될 예정이며, 일본의 수혜품목으로는 서비스업, 자동차, 유제품·육류·와인과 같은 식품

2) https://www.marklines.com/en/statistics/flash_sales/salesfig_japan_2018

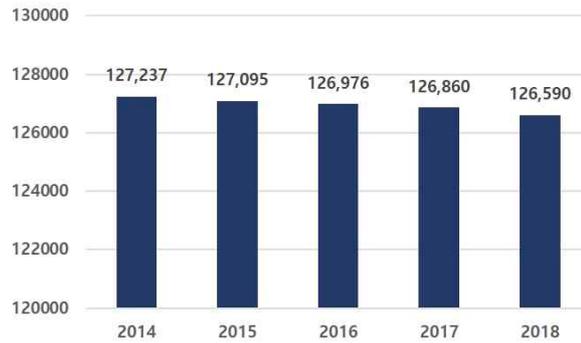
3) Comprehensive & Progressive Trans-Pacific Partnership

□ 인구변동

- 총인구 및 청년층 감소는 식품산업 위축시키는 중대 요인
- 총인구는 2011년 이후로 감소 추세이며, 향후에도 이러한 추세는 지속될 것으로 전망
 - 2018년 1월 인구는 전년 동기 대비 270만 명 감소

그림 1.1 총인구 변동 추이(2014-2018)

(단위: 천 명)

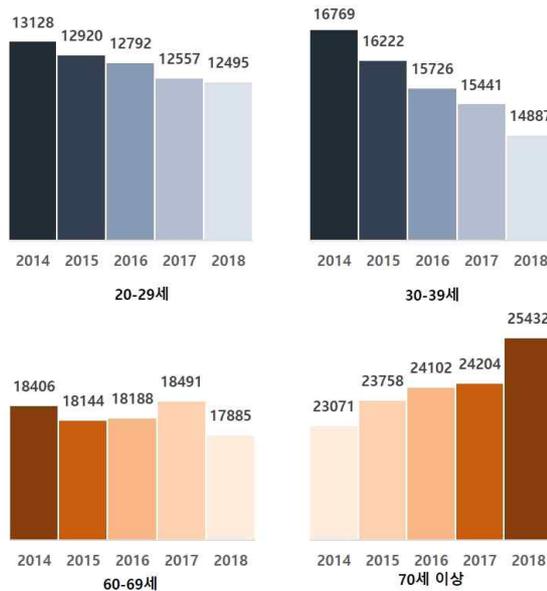


자료: 총무성, 인구추계월보, 2018.1.

- 최근 5년간(2014-2018) 청년층(20-39세) 인구 감소와 노년층(60세 이상) 인구 증가로 급격한 고령화 진행 중

그림 1.2 연령별 인구 변동 추이(2014-2018)

(단위: 천 명)



자료: 총무성, 인구추계월보, 2018.1.

□ 위험 및 기회요소

구 분	세 부 내 용
단기 경제전망	<p>2018년 1분기는 48년 만의 최강 한파로 부진했지만 2분기 들어 회복세</p> <ul style="list-style-type: none"> • 총 영업이익이 9조 엔에 육박해 전년 동기 대비 28% 상승했으며 제조업, 반도체, 가전제품 호조 • 3분기 기업 실적 전망도 긍정적 • 민간 소비와 주거부문의 투자는 여전히 침체 <p>미약한 물가상승률로 인해 기존의 확장적 통화정책기조 유지</p> <ul style="list-style-type: none"> • 20년 이상의 장기 디플레이션 경험, 2014년 4월 소비세 인상 이후 겪었던 경기 침체를 고려하면 기존 완화정책을 출구전략으로 전환하기는 쉽지 않을 것 <p>엔/달러 환율은 큰 변수 없다면 약세 유지 전망</p> <ul style="list-style-type: none"> • 주요국 간 무역전쟁 우려에 따른 안전자산 선호로 급락 후 경제지표 부진 등으로 인해 반등했으나 큰 변수 없다면 엔화 약세 유지 • 미국과의 무역 협상이 중대 변수이나, 협상이 파국으로 치닫지 않는다면 엔/달러 환율은 2019년 초에도 110엔 이하를 유지할 것
장기 경제전망	<p>향후 5년간 1.0~1.5%의 경제성장률을 거둘 것으로 예측</p> <ul style="list-style-type: none"> • ‘잃어버린 10년’에 겪었던 연평균 0.5%의 저성장 기조에 비해 긍정적 • 기업의 설비투자 증가와 공공부채의 선순환이 긍정적 요인으로 작용할 전망 <p>경직된 노동시장과 고령화에 따른 인구절벽 극복이 당면 과제</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2017년 1억 2,670만 6,000명으로 7년 연속 인구가 감소했으며, 65세 이상 인구 비율은 27.1%로 세계 최고치를 기록 • 최근 3년간 여성 노동참여 비율 꾸준히 높아지고 있지만 다른 선진국에 비해 여전히 낮은 수준

자료: 「Country Insight Report Japan September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018. 8. 22
2018년 하반기 환율 전망, 2018. 6. 산은조사월보

2. 식품 산업 현황

1) 가공식품 산업 현황

□ 가공식품 시장 규모

- 최근 5년간(2013-2017년) 1%대의 저조한 성장률 기록 중
 - 2017년 중위연령이 48세에 이르렀으며 65세 이상 인구가 전체의 28% 차지. 고령화 현상이 가속화되어 중위연령은 50세까지 상승하고 2022년 65세 이상 인구 비율은 30%까지 도달할 전망
 - 고령화로 인한 젊은 세대 인구수 감소가 가공식품 시장의 부진 초래

그림 1.3 가공식품 시장 규모 및 성장률(2013-2017)

(단위: 백만 US달러, %)



자료: 후지경제마케팅리서치&컨설팅그룹

- 소비자 구매 이끌어내기 위한 기업들의 노력 지속
 - 판매량을 늘리기보다 부가가치를 높일 수 있는 제품 개발에 집중
 - 변화하는 소비자 수요와 트렌드를 파악하기 위해 시장조사에 많은 자원을 투자하며, 소비자들로 하여금 프리미엄 제품을 구매하도록 유도하고 있음
 - 노동력 부족 현상을 극복하기 위해 고용인원을 미리 줄이고 자동화에 투자 중

□ 가공식품 시장 트렌드

○ 20-40대 대신 구매력 높은 장년층 공략

- 기업들은 경제적 불확실성이 높고 육아부담 등으로 구매력 낮은 20-40대 대신 가처분소득이 높고 소비가 비교적 자유로운 장년층을 주 타겟으로 설정

○ 건강 내세운 식품 강세

- 2016년 10월 440여 개였던 기능성 표시식품(Foods with Function Claims, FFC) 제품이 2017년 6월 1,000여 개까지 증가할 정도로 건강에 대한 소비자의 관심을 충족시키기 위해 노력 중
- 기존 제품에서 설탕, 탄수화물, 소금을 줄이거나 칼슘 비중을 높인 제품을 출시하기도 함

□ 가공식품 시장 전망

- 기업과 유통업체가 소비자의 수요를 적극적으로 파악하려는 노력을 기울이고 있는 바, 저성장 기조에도 불구하고 건강과 기능성에 초점을 맞춘 프리미엄 제품이 시장 이끌 것으로 전망

2) 절임식품(Pickled Products) 산업 현황

□ 절임식품 시장 규모

○ 식습관 변화로 절임식품 소비 꾸준히 감소

- 최근 5년간(2013-2017년) 절임식품 시장 규모와 판매량은 꾸준히 감소해 2017년에는 각각 약 50억 9,100만 US달러, 57만 6,000톤 기록
- 일본 식문화에서의 절임식품은 밥과 함께 섭취하는 방식으로 소비되는데, 외식 문화 발달로 쌀 소비량이 감소하며 시장 규모도 동시에 축소

표 1.2 절임식품 시장 규모 및 판매량(2013-2017)

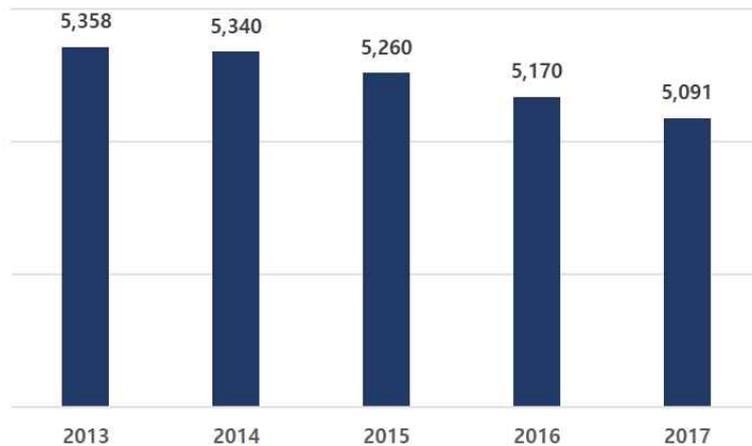
(단위: 백만 US달러, 천 톤)

	2013	2014	2015	2016	2017	연평균성장률 ⁴⁾
시장 규모	5,358 (△0.7)	5,340 (△0.3)	5,260 (△1.5)	5,170 (△1.7)	5,091 (△1.5)	△1.3
판매량	621 (△0.1)	610 (△1.8)	598 (△2.0)	586 (△1.9)	576 (△1.7)	△1.9

자료: Euromonitor International

그림 1.4 절임식품 시장 규모(2013-2017)

(단위: 백만 US달러, %)



자료: Euromonitor International

4) 연평균성장률 = (최신/최초연도)^{1/n개년}-1

□ 절임식품 생산 및 소비 규모

○ 절임식품 생산은 2015년 이후 감소 추세

- 절임식품 시장 규모와 마찬가지로 생산량은 2015년에만 2.5% 증가한 것을 제외하면 지속적인 감소 추세
- 2017년 절임류 생산량은 전년 대비 3.0% 감소한 691,950톤

표 1.3 절임류 생산량(2013-2017)

(단위: 톤)

	2013	2014	2015	2016	2017
생산량	718,923 (0.0)	705,197 (△1.9)	722,904 (2.5)	713,697 (△1.3)	691,950 (△3.0)

자료: 일본 농림수산성, 2017 식품산업동태조사.

○ 2인 이상 가구의 절임식품 소비는 오히려 증가 추세

- 최근 5년간(2013-2017년) 일본의 2인 이상 가구의 절임식품 소비는 연간 8,000엔 내외로 큰 변동은 없으며, 구입량은 2017년 기준 가구당 784g
- 우메보시의 연간 소비량은 최근 5년간 꾸준히 증가하여 2017년 2인 이상 가구의 소비액은 1,386엔 기록

그림 1.5 2인 이상 가구별 절임류의 지출액 및 소비량(2013-2017)

(단위: %)



자료: '일본 가계조사', 총무성 통계국, 2018. 6. 8.

□ 절임류 시장 트렌드 및 전망

- 고염분 식품 선호하지 않는 소비자 성향에 맞춰 저염 절임제품 출시
 - 절임류 식품은 염분이 높은 대표적인 음식으로 인식되며 시장에서 외면받자, 기업들은 저염 절임을 적극적으로 개발하고 있음
 - 피클즈(Pickles)의 '절임 유자배추' 및 아키토식품(秋本食品)의 '저염 오이절임'은 기존 제품 대비 염분을 40% 줄인 신제품을 출시
- 젊은 소비자 사로잡기 위한 기업들의 노력이 시장 주도할 것
 - 복잡하고 까다로운 제조과정을 대폭 줄이고 간단하게 만들 수 있는 DIY 제품을 출시하거나, 치즈를 넣어 만든 절임과 같은 새로운 시도를 통해 젊은 소비자 사로잡으려는 기업들의 노력이 절임류 시장의 성장을 주도할 것으로 전망됨

3. 수출입통계 및 생산통계

수출입통계 및 생산통계 개요

❖ 우메보시 관련 주요 수치

- 글로벌 HS CODE 2008.99 수입 규모 약 151억 1,440만 US달러(2017년)
- 일본 우메보시 수입 규모 약 3,476만 2,000 US달러(2017년)
- 일본 우메보시 수입 시장점유율 1위 중국(99.5%)
- 한국산 우메보시의 전 세계 수출량 약 2,870톤, 1,626만 7,000만 US달러(2017년)
- 한국산 우메보시의 對 일본 수출량 약 162톤, 104만 3,000 US달러(2017년)

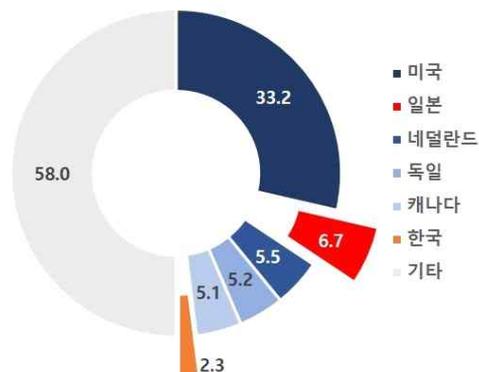
❖ 우메보시 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2008.99.9000	기타
일본	2008.99.100	매실

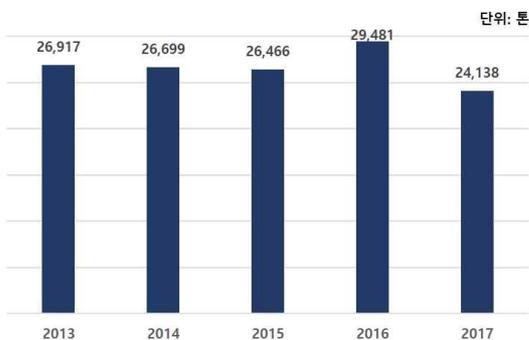
❖ 전 세계 HS CODE 2008.99 수입액 규모(2017)

수입국		2017 금액(천 US달러)
글로벌		3,803,365
1	미국	1,262,467
2	일본	254,771
3	네덜란드	209,030
4	독일	196,490
5	캐나다	195,351
9	한국	86,879

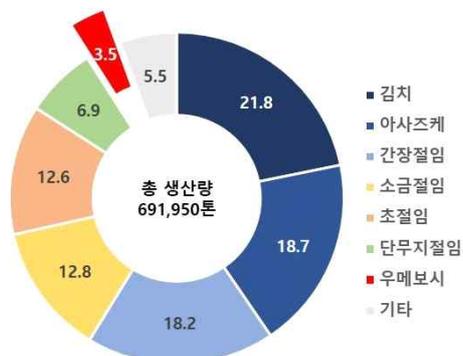
❖ 전 세계 HS CODE 2008.99 수입 비율(2017)



❖ 일본 내 우메보시 생산량(2013-2017년)



❖ 절임류 식품 중 우메보시의 생산 비율(2017년)



1) 통계분석 기준 설정

□ 우메보시 통계 기준 설정

- 우메보시의 전 세계 및 일본 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고⁵⁾, 일본 시장 규모를 파악하기 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정

□ 우메보시의 HS CODE⁶⁾는 한국 2008.99.9000, 일본 2008.99.100

- 우메보시가 포함된 기타 과실의 글로벌 수입규모 파악에 필요한 HS CODE는 2008.99
- 일본 우메보시 수입 규모를 파악하기 위해 일본 HS CODE 2008.99.100로 일본 재무성 무역통계 조회, 한국산 우메보시의 수출 규모를 파악하기 위해 한국 HS CODE 2008.99.9000로 조회

표 1.4 우메보시 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준			
글로벌 수입 통계	HS CODE	2008.99	품명	기타
일본 수입 통계		2008.99.100		매실
한국산 수출 통계		2008.99.9000		기타

표 1.5 우메보시 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2008	그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분(설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	2008.99	기타
	2008.99.9000	기타
일본	2008	과실, 너트 그 외 식물의 식용의 부분(기타 조제를 해 또는 저장에 적절한 처리를 한 것에 한하며, 설탕(당류) 기타 감미료 또는 알코올을 첨가하였는지의 여부를 불문하고, 따로 분류되지 않는 것에 한한다.)
	2008.99	기타
	2008.99.100	매실

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)

5) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS품목별 수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음

6) HS CODE는 6자리는 전세계 공통, 7-10번째 숫자는 각 나라마다 다르게 구성되어 있으며, 한국은 10자리, 일본은 9자리를 사용하고 있음

2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 2008.99)

□ HS CODE 2008.99)의 글로벌 수입 규모 추이

- 2017년 글로벌 수입 규모는 약 38억 300만 US달러로, 2013-2017년까지 약 6.6%의 연평균성장률을 기록하며 지속 성장 중
- 2017년 기준 최대 수입국은 미국(33.2%)으로 약 12억 6,246만 US달러를 기록했으며, 다음으로 일본(6.7%), 네덜란드(5.5%) 순
- 2017년 일본의 HS CODE 2008.99 수입액은 2억 5,470만 US달러를 기록해 글로벌 수입량의 5.4%, 전체 2위를 기록

표 1.6 글로벌 HS CODE 2008.99 수입 규모 추이(2013-2017년)

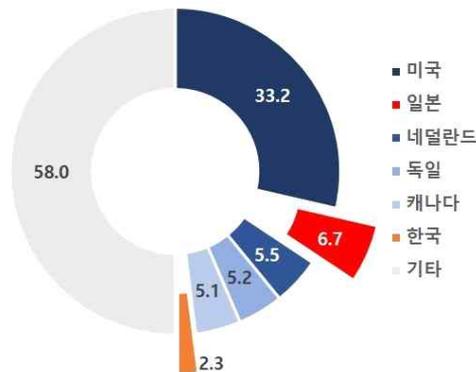
(단위: 천 US달러, %)

수입국	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017 연평균성장률
글로벌	2,945,902	3,125,958	3,171,890	3,369,148	3,803,365	6.6
1 미국	921,686	953,265	1,024,255	1,074,193	1,262,467	8.2
2 일본	270,390	272,511	259,223	241,306	254,771	-1.5
3 네덜란드	146,484	165,128	155,898	188,517	209,030	9.3
4 독일	170,823	171,616	161,343	174,403	196,490	3.6
5 캐나다	149,943	157,543	169,902	169,284	195,351	6.8
9 한국	77,514	85,303	84,440	85,201	86,879	2.9

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

그림 1.6 글로벌 HS CODE 2008.99 주요 국가 수입 비율(2017년)

(단위: %)



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

7) 이 호에는 이 류의 이 호 앞의 호에서나 다른 류에서 특별히 규정하고 있는 가공방법 이외의 그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과일·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분(원형·조각이나 부순 것인지에 상관없다)과 그들의 혼합물을 분류한다.

3) 일본 수입 통계(통계기준: HS CODE 2008.99.100)

□ 우메보시 국가별 수입 현황

- 최근 5년간(2013-2017년) 일본의 우메보시 최대 수입국은 중국으로, 글로벌 수입량의 99% 이상을 차지하며 2017년 수입액은 약 3,460만 US달러

표 1.7 우메보시 국가별 수입액 규모(2013-2017년)

(단위: 톤, 천 US달러)

수입국	2013		2014		2015		2016		2017	
	중량	금액								
글로벌	7,071	30,242	6,255	29,926	6,199	31,835	5,441	28,474	5,196	34,762
중국	7,056	30,132	6,230	29,596	6,173	31,611	5,418	28,193	5,182	34,599
대만	12	99	12	177	20	122	17	198	15	163
한국	3	11	8	83	0	16	0	4	0	0
베트남	0	0	5	69	5	86	5	71	0	0
미국	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0

자료: 일본 재무성 무역통계

표 1.8 우메보시 월별 수입액 규모(2017년)

(단위: 톤, 천 US달러)

		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
글로벌	중량	448	266	494	485	536	594	431	452	459	416	309	306
	금액	2,856	1,492	2,687	2,874	3,496	3,648	3,194	3,056	3,102	3,006	2,300	2,460
중국	중량	447	265	492	481	536	594	430	450	459	416	307	304
	금액	2,847	1,483	2,670	2,842	3,496	3,648	3,157	3,035	3,102	3,006	2,284	2,441
대만	중량	1	1	2	4	0	0	1	2	0	0	2	2
	금액	9	9	17	32	0	0	37	21	0	0	16	19

자료: 일본 재무성 무역통계

4) 한국 수출 통계(통계기준: HS CODE 2008.99.9000)

□ 우메보시가 포함된 한국의 HS CODE 2008.99.9000 對글로벌 수출량

- 한국의 2008.99.9000 對글로벌 수출량은 2015년과 2016년에 각각 3,176톤, 3,201톤으로 최고치를 나타냈지만 2017년에 이르러 이전 수준으로 복귀
- 그러나 수출액은 연평균성장률 8.8%를 기록하며 꾸준한 성장을 보였고, 특히 2015년 대비 2017년 수출액은 46.8% 성장한 1,626만 7,000 US달러 기록

표 1.9 한국산 우메보시 글로벌 수출 통계

(단위: 톤, 천 US달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증가율)	2,732 (5.7%)	2,776 (1.6%)	3,176 (14.4%)	3,201 (0.8%)	2,870 (△10.3%)
금액 (연 증가율)	11,592 (13.8%)	11,262 (△2.8%)	11,076 (△1.7%)	14,422 (30.2%)	16,257 (12.7%)

자료: 한국무역통계진흥원(www.trass.or.kr)

□ 한국의 2008.99.9000 對일본 수출량

- 한국의 HS CODE 2008.99.9000 對일본 수출액은 2014-2016년까지 해마다 감소하다가 2017년에 이르러 2013년 수준으로 회복한 104만 3,000 US달러 기록

표 1.10 한국산 우메보시 對일본 수출 통계

(단위: 톤, 천 US달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증가율)	208 (△38.5%)	108 (△48.0%)	143 (31.6%)	85 (△40.6%)	162 (91.5%)
금액 (연 증가율)	1,130 (△56.1%)	605 (△46.5%)	490 (△19.0%)	360 (△26.4%)	1,043 (189.7%)

자료: 한국무역통계진흥원(www.trass.or.kr)

- HS CODE 2008.99.9000에는 다른 과실류가 포함되어 있어 한국산 우메보시만의 수출량 및 수출액은 파악되지 않음

5) 일본 생산 통계

□ 우메보시의 일본 내 생산량

- 일본 내에서의 우메보시 생산량은 2013-2015년까지 소폭의 증감을 보이다가 2016년에는 11.4% 상승한 2만 9,481톤, 2017년에는 18.1% 하락한 2만 4,138톤 기록

표 1.11 우메보시 생산량(2013-2017년)

(단위: 톤)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증가율)	26,917 (1.7%)	26,699 (△0.8%)	26,466 (△0.9%)	29,481 (11.4%)	24,138 (△18.1%)

자료: 일본 농림수산성, 2017년 식품산업동태조사

표 1.12 월별 절임류 및 우메보시 생산량(2017년)

(단위: 톤)

	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
절임	54,531	58,303	58,603	60,669	57,209	58,024	56,576	58,704	55,179	54,259	59,671	60,232	691,950
우메보시	1,858	1,941	2,284	1,892	1,930	2,431	2,226	2,137	1,911	1,741	1,822	1,965	24,138

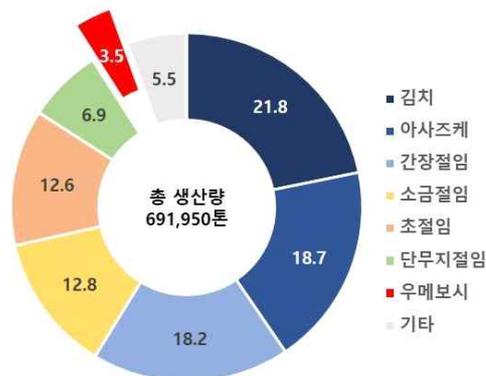
자료: 일본 농림수산성, 2017년 식품산업동태조사

□ 절임류 식품 중 우메보시의 생산 비율

- 2017년 일본에서 생산된 절임류 식품은 총 69만 1,950톤이며, 우메보시는 2만 4,138톤이 생산되어 전체 생산량의 약 3.5%를 차지

그림 1.7 절임류 식품 중 우메보시의 생산 비율(2017년)

(단위: %)



자료: 일본 농림수산성, 2017년 식품산업동태조사



II. 정책 이슈 및 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드

정책 이슈 및 시장 트렌드 개요

1. 정책 이슈

- ❖ 후생노동성, 2015년 4월 업무 섭취 목표량 하향 조절

2. 소비 트렌드

- ❖ 건강 고려한 저염 우메보시 선택 추세

3. 제품 트렌드

- ❖ 벌꿀 우메보시, 올리브 우메보시, 가다랑어·다시마·조기로 맛을 낸 우메보시 등 소비자 입맛 사로잡기 위한 다양한 제품 출시
- ❖ 밥과 함께 먹는 우메보시가 아닌 스낵으로서의 우메보시 제품 출시

1. 정책 이슈

□ 과도한 염분 섭취 줄이기 위해 후생노동성 나서

○ 2015년 4월 1일부터 소금 섭취 목표량 하향 조절

- 후생노동성은 '일본인의 식사섭취기준(2015년판)의 목표치⁸⁾를 발간하며 하루 최대 염분 섭취량을 낮춤
- 국민 건강 증진을 위해 남성은 9.0g에서 8.0g, 여성은 7.5g에서 7.0g으로 목표량을 낮춰 염분 섭취를 엄격하게 관리

2. 소비 트렌드

□ 소비자 건강 고려한 저염 우메보시 제품 유행

○ 염분 섭취 저감 정책과 저염식 선호하는 소비 트렌드에 맞춰 저염 우메보시 출시

- 소비자들 사이에 절임식품이 염분이 높은 대표적인 음식으로 회자되며 소비자들로부터 외면받자, 기업마다 절임 제조기술을 개발하는 등 저염 절임을 적극적으로 개발하고 있음

그림 2.1 일본 대표 우메보시 생산자들의 저염 우메보시 제품



자료: 다카다농원, 도노하타 주식회사, 나카타 식품 주식회사

8) www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-10900000-Kenkoukyoku/0000080223.pdf

3. 제품 트렌드

□ 다양한 제품 유형

- 젊은 소비자를 타겟으로 한 저염·단맛의 벌꿀 우메보시
 - 우메보시는 전통적으로 염분이 높으며 매우 신맛을 내기 때문에 젊은 소비자들이 선호하는 제품이 아니었지만, 이러한 단점을 보완하여 젊은층의 소비를 유도하기 위한 제품 출시
 - 벌꿀 우메보시(はちみつ 梅干し)와 같은 제품은 신맛에 익숙하지 않은 소비자와 높은 염분을 선호하지 않는 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있음

그림 2.2 저염 벌꿀 우메보시 제품

はちみつ梅干し

甘すぎないあっさりとした梅干し!

(塩分:8%)



자료: 후카미 매실상점⁹⁾

9) www.fukami.co.jp/umeboshi/hachimitu.html

○ 매실 위주의 전통적인 제조 방법에서 벗어나 다양한 맛 가미

- 모모야 주식회사가 출시한 '우메고노미'(梅ごのみ)는 매실만을 절여서 만든 기존의 전통적인 제조방식과 달리 다시마, 가다랭이, 조기 맛을 첨가
- 도노하타의 '올리브 우메보시'는 올리브를 비롯한 각종 허브와 향신료를 섞어 퓨전 형태로 만든 우메보시

그림 2.3 모모야의 '우메고노미'와 도노하타의 '올리브 우메보시'



Olive ume

オリーブ流梅

자료: 현지조사원 및 도노하타 홈페이지

○ 반찬이 아닌 스낵으로서의 우메보시 제품도 출시

- 주식회사 소칸은 모찌(떡의 일종) 형태의 우메보시, 얇게 포를 떠서 말린 제품을 출시해 반찬으로만 한정됐던 우메보시의 소비를 스낵의 영역으로 넓히고 있음

그림 2.4 모찌 우메보시, 우메보시 시트



자료: 주식회사 소칸 홈페이지

◆ [유통 담당자 인터뷰]

	유통매장	인터뷰
슈퍼마켓	AEON CO., LTD. (이온)	<ul style="list-style-type: none"> - 전통있는 제조사인 '다카다농원' 제품이 많이 팔렸지만, 요즘엔 더 저렴한 '도노하타'가 많이 팔림 - 염분 함유량이 적거나 화학조미료가 들어있지 않다고 홍보하는 제품들이 많이 늘었고, 고객 또한 건강을 생각한 제품을 선택하는 경우가 많음 - 순수 우메보시 절임보다는 시소¹⁰⁾절임 우메보시 혹은 꿀절임 우메보시가 시중에 많음. 우메보시를 처음 접하거나 그다지 좋아하지 않는 소비자, 어린 아이들에게는 단맛이 있는 꿀절임 우메보시를 추천
	The Maruetsu, Inc. (마루에츠)	<ul style="list-style-type: none"> - 매실로 유명한 와카야마산 우메보시가 많이 팔리지만, 비교적 싼 중국산 우메보시의 판매량도 많은 편 - 자국산 및 저가의 중국산 제푸 위주로 구성된 일본 우메보시 시장에서 한국 우메보시(매실) 제품은 본 적이 없음
	Ito-Yokado Co., Ltd. (이토요카도)	<ul style="list-style-type: none"> - 요즘 젊은 사람들의 구매량이 많이 준 것은 사실이지만, 주고객층인 주부들은 냉장고에 우메보시가 항상 구비되도록 정기적으로 사는 편임 - 특히, 여름에는 식중독 예방, 음식물의 방부제 역할을 하기 때문에 매출이 좀 더 증가함
	LIFE CORPORATION (라이프)	<ul style="list-style-type: none"> - 품종의 하나인 남고매실(南高梅)이 잘 나감 - 우메보시의 크기가 다양하며, 도시락용의 작은 우메보시, 오니기리용의 씨를 뺀 우메보시 등 최근 트렌드에 맞는 제품도 많이 출시
편의점	Seven-Eleven (세븐일레븐)	<ul style="list-style-type: none"> - 젊은층보다는 중장년층 이상, 남성보다는 여성의 구매가 많음 - 주택가에 위치한 편의점에는 진열되어 있지만 오피스가 많은 곳에는 없거나, 도시락용으로 한 개씩 들어있는 날개 포장으로 판매하는 곳이 많음
	Lawson (로손)	<ul style="list-style-type: none"> - 편의점 자체 PB브랜드 한 종류(요즘 편의점들이 대체적으로 PB브랜드로 판매)로 판매 중 - 예전에 비해 매출이 많이 줄었기 때문에 많은 종류를 구비하고 있지는 않음

10) 시소(シソ)잎: 한국의 갯잎같은 특유의 맛과 향을 내는 채소



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

통관 및 검역 개요

■ 일본 가공식품 수입통관 절차

일본에서 가공식품을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	절차	주요 내용	관할 기관
1	수입신고 전	- 출항 전 보고제도 - 적하 목록 제출	
2	수입신고	- 수입 신고 - 타 법령 절차	NACCS 혹은 관할 세관
3	심사, 검사	- 세관에 의한 심사 - 세관에 의한 물품 검사	
4	관세 등 납부 및 수입허가	- 관세 등 납부 - 수입 허가	관할 세관

자료: 일본 관세국(www.customs.go.jp)

■ 가공식품 통관 절차



관세 및 세금 개요

❖ 일본 HS-CODE 2008.99.100의 관세율(2018년 기준)¹¹⁾

HS CODE 품명	구 분	관세율	원산지 기준
기타	기본세율	20%	-
	<u>WTO협정세율</u>	12%	-

일본 HS CODE 2008.99.100의 경우 WTO협정세율 적용¹²⁾

❖ 일본 부가가치세 정보

일본 HS CODE 2008.99.100 - 부가세 8% 부과

❖ 일본 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 일본을 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율 확인 가능
- 3) 일본 관세청에서 직접 확인하려면, 일본 관세국 웹사이트 내 재무성무역통계의 품목별 관세 조회 페이지¹³⁾에서 제20류 야채, 과일, 너트 및 기타 식물 제조품(第20類 野菜、果實、ナットその他植物の部分の調製品) 중 세율(稅率) 항목을 선택해 일본 HS CODE를 조회하면 관세율 확인 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	일본 관세국	www.customs.go.jp/tariff/2018_4/index.htm

11) 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

12) WTO협정세율은 기본세율 및 잠정세율보다 낮은 경우에 적용

13) www.customs.go.jp/tariff/2018_4/index.htm

1. 통관 및 검역

1) 통관 절차

□ 일본 가공식품 수입통관 절차

○ 일본에서 물품을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	절차	주요 내용	관할 기관
1	수입신고 전	- 출항 전 보고제도 - 적하목록 제출	
2	수입신고	- 수입 신고 - 타 법령 절차	NACCS 혹은 관할 세관
3	심사, 검사	- 세관에 의한 서류 심사 - 세관에 의한 물품 검사	
4	관세 등 납부 및 수입허가	- 관세 등 납부 - 수입 허가	관할 세관

자료: 일본 관세국(www.customs.go.jp)

□ 수입신고 전 - 출항 전 보고

○ 개요

- 입항하려는 선박 컨테이너 화물(공컨테이너, 벌크 화물 제외)의 적하정보를 선적항 출항 24시간 전(근거리 지역의 경우 선적항 출항 전까지)까지 전자적으로 보고

○ 보고 방법

- 수출입 항만 관련 정보처리시스템(NACCS)과 이용계약이 체결된 경우: NACCS 홈페이지에 접속하여 보고
- NACCS센터와 이용계약이 체결되지 않은 경우 : NACCS와 계약을 체결한 서비스 프로바이더(예: KINET, KLNET, Cyberlogitec 등)를 경유해 접속하여 보고. 이 경우 신청자 ID를 미리 발급받아야 함. ID 취득은 NACCS 웹사이트에서 가능
- 보고 또는 신청자 ID 발급신청은 다음 주소에서 가능

<https://bbs.naccscenter.com/naccs/dfw/web/afjrj/index.html>

○ 벌칙

- 미신고, 신고 지연, 잘못된 정보 신고, 미 허가 하역일 경우 1년 이하의 징역에 처하거나 최대 50만 엔 이하의 벌금 부과

□ 수입신고 전 - 적하목록의 제출

○ 제출 기한

- 외국 무역선이 선적항에 출항하기 24시간 전까지 제출

○ 타 법령 절차 확인

- 보고 누락, 허위 보고의 경우 1년 이하의 징역 또는 50만 엔 이하의 벌금 부과

□ 수입신고

○ 개요

- 항공회사, 선박회사는 화물이 도착하면 수입자에게 화물이 도착하였다는 취지의 도착통지(Arrival Notice)를 함. 수입자는 항공회사, 선박회사에서 운송 계약과 관련된 서류를 인수받아 수출자가 보내 온 송품장 등과 함께 화물이 보관되어 있는 보세지역을 관할하는 세관에 수입신고를 함
- 관할 세관 확인: <http://www.customs.go.jp/hozei/zouchi.htm>

○ 신고인

- 수입신고는 화물의 수입자 또는 세관의 허가를 받은 통관업자가 수입자를 대리하여 신고할 수 있음
- 다만, 일본에 주소 및 거소가 없는 자는 수입통관을 할 수 없음. 따라서 일본에 주소 및 거소를 가진 자(세관 사무 관리인)에게 위탁해 통관절차를 진행해야 함

○ 신고방법

- NACCS를 통한 신고: 수입화물의 수하인이나 위탁 통관기업이 전산 시스템을 통하여 세관에 수입신고서 전자자료를 전송하고 관련 증빙서류를 구비하여 제출
- NACCS를 통하지 아니한 신고: 수입화물 수하인이나 위탁 통관기업이 수입신고서를 작성하고 관련 증빙서류를 구비하여 세관에 직접 제출

- 수입통관 시 제출해야 하는 관련 증빙서류
 - 수입신고서
 - 송품장
 - 선하증권
 - 운임·보험료명세서
 - 포장명세서
 - 품목에 따라서 타 법령에 의한 허가·승인서, 원산지증명서, 감면신청서 등 제출

□ 수입신고 - 타 법령 절차

○ 개요

- 수입하려는 물품이 관세법 이외에 타 법령에 의해 허가, 승인 등을 필요로 하는 경우 수입신고 시점에 해당 물품이 적절한 허가, 승인을 받았음을 세관에 입증

○ 타 법령 절차 확인

- 타 법령 규제 대상 및 소관기관은 다음 링크에서 확인할 수 있음

http://www.customs.go.jp/tetsuzuki/c-answer/imtsukan/1801_jr.htm

□ 심사 및 검사 - 서류 심사

○ 개요

- 수입신고서가 세관에 접수되면 통관지 세관에서 수입신고서 등 제출서류를 심사함. 심사 방법은 세 가지로 구분할 수 있음

○ 심사 방법

- 간이심사 : 위험도가 가장 낮은 건에 대해서는 통관정보시스템(NACCS)에 의하여 제출된 신고내용만을 검토
- 서류심사 : 중간 정도의 위험도가 있는 건은 종이 수입신고서와 첨부서류를 제출하도록 함
- 검사 : 위험도가 높은 건에 대해서는 서류심사에 더하여 현품을 검사하게 되는 바, 이 경우 통관소요시간이 길어지는 것은 물론 검사에 소요되는 비용도 모두

수입자가 부담하게 되므로 평소 신고를 정확히 할 수 있는 회사 내부 검토 체제를 갖추는 것이 중요

□ 심사 및 검사 - 물품 검사

○ 개요

- 수입검사의 목적은 신고내용과 화물의 동일성을 확인함으로써 정확한 관세 및 내국 소비세를 확보하고 수입규제품에 해당되는지의 여부에 대한 확인, 권총 등 위험품 적발 등에 있음

○ 검사 내용

- 관세, 내국 소비세를 납부해야 하는 물품에 대해서는 이들 세금을 납부했을 것 (납기연장제도를 이용하는 경우를 제외)
- 물품이 아편, 마약, 기타 수입금지품이 아닐 것
- 타 법령의 규제를 받는 물품은 각각의 법령에 의한 허가, 승인을 취득할 것
- 물품의 원산지 등이 허위로 표시되어 있지 않을 것 등

□ 관세 등 납부 및 수입 허가 - 관세 납부

○ 납부 기한

- 세관에서 심사가 완료된 후 납부서(또는 납부번호가 기재된 납부 번호 통지 정보)를 교부하면, 납세의무자는 이를 납부하면 됨. 별도의 납부기한은 존재하지 않으나, 관세 등을 납부하지 않는 경우 화물을 보세구역 등으로부터 수취할 수 없음

○ 납부 방법

- 세관에서 교부한 납부서에 의한 납부 : 세관 창구, 금융기관 창구에서 납부하거나 인지로 납부
- 세관에서 통지한 납부 번호에 따른 납부 : 인터넷뱅킹, 모바일뱅킹, 금융기관의 ATM 등을 통한 납부
- EDI 시스템을 통한 전자납부

□ 관세 등 납부 및 수입 허가 - 수입 허가

○ 개요

- 세관의 심사결과 법규 위반사항이 없고, 수입자가 세금을 납부하였음을 증명하는 서류를 제출하면 세관은 수입을 허가하게 되며, 수입자에게 허가증을 발급함. 이때부터 수입자는 보세창고에 있는 물품을 찾아서 유통시킬 수 있음

□ 관세 등 납부 및 수입 허가 - 통관 완료

○ 개요

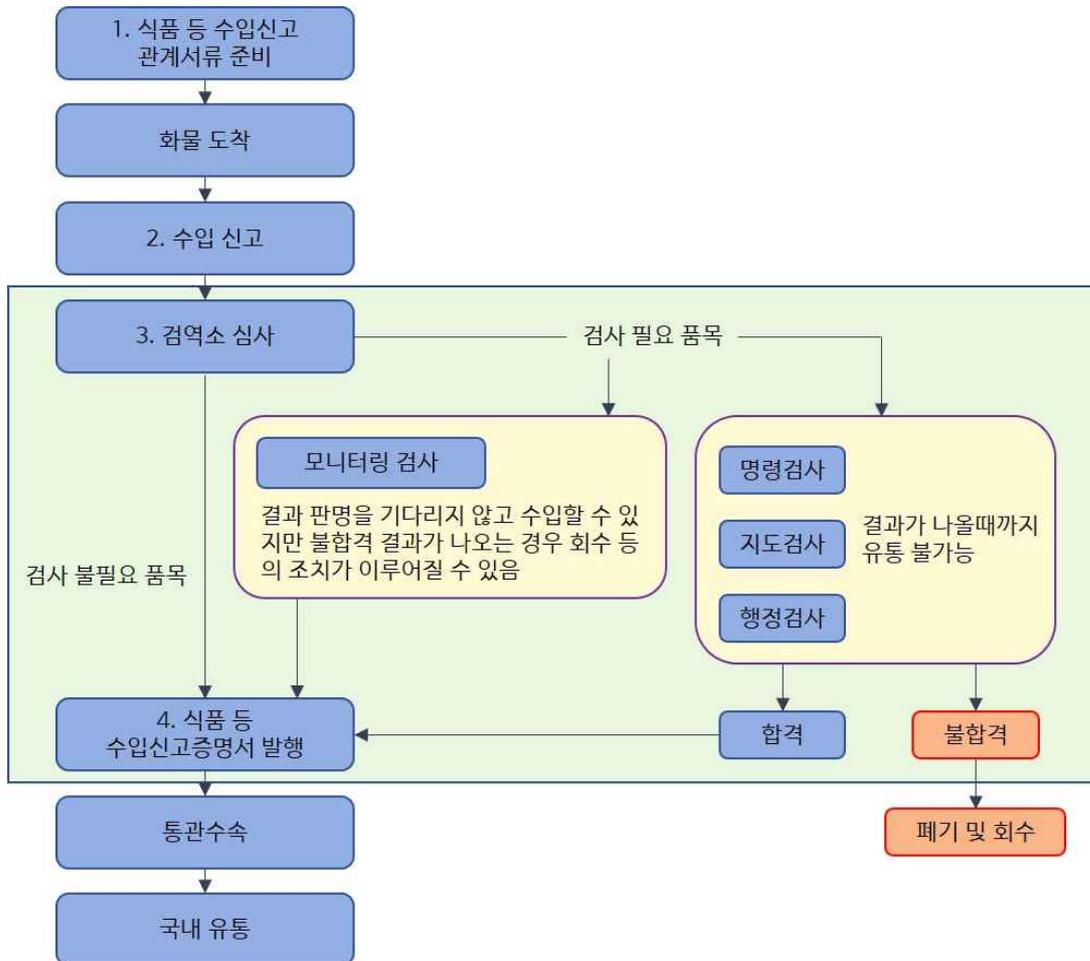
- 수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입 물품에 대한 통관이 완료됨

2) 통관 및 검역 시 유의사항

□ 통관 시 검역 절차

- 매실 우메보시와 같은 가공식품 검역은 식품위생법에 근거해 심사 및 검사 단계에서 이루어짐

그림 3.1 식품위생법과 식품 검역 절차에 따른 통관 절차



자료: 일본 후생노동성 홈페이지¹⁴⁾ 및 공익사단법인 일본수입식품안전추진협회(ASIF)¹⁵⁾

14) <https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000144562.html>

15) <http://www.asif.or.jp/import2.html>

□ 식품검역 절차

- 우메보시와 같은 가공식품은 동식물 검역을 거치지 않으나 식품 검역의 대상이 되며, 식품검역은 다음과 같은 구분에 따라 시행¹⁶⁾
 - 검사 명령: 식품위생법 위반 가능성이 높은 경우의 검역 절차
 - 지도 검사: 규격 표준의 유무, 농약이나 첨가물 등 사용 상황 및 동종 식품 등의 법률 위반 정보 등을 참고로 수입자의 자율적인 위생관리의 일환으로서 국가가 수입자에 대한 정기적인(최초 수입을 포함) 실시를 지도하는 검사
 - 모니터링 검사: 식품위생법 위반 가능성이 적은 경우의 검역 절차
 - 행정 검사: 최초 수입의 경우, 운송 도중 사고가 발생한 경우 등 특별한 사유에 해당하는 경우의 검역 절차

□ 모니터링 검사 제도

- 식품위생법 위반 가능성이 낮은 식품 등에 대해 품목별 연간 수입량과 과거 위반실적을 감안하여 연간 계획에 따라 후생 노동성 검역소에서 실시되는 검사제도
- 모니터링 검사는 다양한 수입 식품의 위생 상황을 파악하는 것을 목적으로 원활한 수입 및 유통을 인정하고 있기 때문에 시험 검체의 채취는 이루어지지만, 시험 결과의 판정을 기다리지 않고 수입 절차를 진행할 수 있음

16) <https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000144562.html>

□ 관련 서류

○ 식품 등 수입신고서(영문)

Notification Form for Importation of Foods, etc.

Minister of Health, Labour and Welfare, Esq.

Name and address of Importer (Or name of Importing corporation and its address)

Notification Receipt Number	*1	Name	
Classification of Notification	Prior Notification / Planned Import	Address	
Code of Importer		(Telephone Number)	
Name and Code of Country of Production		Registration Number of Importer Responsible for Food Sanitation	
Name, Address and Code of Manufacturer			
Name, Address and Code of Manufacturing Factory			
Name, Address and Code of Shipper			
Name, Address and Code of Packer			
Name and Code of Port of Loading		Date of Loading	_____(Month)_____(Day)_____(Year)
Name and Code of Port of Discharge		Date of Arrival	_____(Month)_____(Day)_____(Year)
Name and Code of Warehouse		Date of Storage	_____(Month)_____(Day)_____(Year)
		Date of Notification	_____(Month)_____(Day)_____(Year)
Marks and Numbers of Cargo		Accident Brief Explanation (If Yes)	Yes / No
Ship Name or Flight Number of Aircraft		Name and Code of Submitter	

Classification of Cargo	Food / Food Additive / Apparatus / Container-Package/ Toy	Continuous Import	Y * N	Sanitary Certificate Number
Item Code				
Description of Article	If the cargo includes processed food, describe its ingredients and their codes. If the cargo includes apparatuses, container/packages or toys, describe the raw materials and their codes.			
Shipped Volume (Number of Units)				
Shipped Volume (Weight)		kg		
Usage and Its Code				*2
Kind of Package and Its Code				*2
Registration Number 1				
Registration Number 2				
Registration Number 3				
If the cargo includes processed food, describe the method of manufacturing or processing, and its code.				
Remarks				Stamp for Receiving Notification

Notes:

*1: Do not write here.

*2: When the article in the cargo includes food additives that are generally supplied in food or drink and regulated by the relevant statutes, describe the names of the substances used. When the article includes manufacturing agents in the additives, describe the names and codes of additives that are generally supplied in food or drink, write the names of the agents.

The seal of importer can be substituted by a signature of importer.

3) FTA 정보

□ 한중일 FTA

- 일본은 아세안(ASEAN), 인도, 칠레 등의 국가와 자유무역협정(FTA)을 체결하고 있으나 아직 한국과는 자유무역협정이 체결되지 않아 비특혜 세율 적용
- 한국, 중국, 일본 3개국이 동북아 경제 통합을 위해 2013년 3월 26일 FTA 1차 협상 시작
- 2015년 10월 한중일 통상장관회담에서 3국 장관 간 FTA 가속화 의지를 재확인하며 공감대 형성
- 가장 최근에는 2017년 4월 10~13일 제12차 한중일 자유무역협정(FTA) 공식협상이 일본 도쿄에서 개최
- FTA 협상 체결 시 일부 수출 품목의 관세 철폐가 예상되며 국내 제품의 가격 경쟁력 강화가 수출 확대에 이어질 전망

2. 인증정보

1) HACCP(품질 안전 인증)

- 일본 정부, 수출국 단계에 대한 위생관리대책 추진으로 HACCP 권장
 - 노동후생성은 2018년 수입식품감시지도계획에서 HACCP 인증을 통해 수출국 단계에서의 위생 확보를 정책 목표로 삼았으며, 수입자가 더 많은 HACCP 인증을 거치도록 하는 위생관리 보급 추진이 정책 목표
 - 현재 운영 중인 수입식품 사전확인제도 관련, 등록신청업체의 필수요건을 HACCP 인증을 취득한 업체로 한정하여 제도를 강화한다고 발표. HACCP 인증을 취득한 기업이 수입한 식품에 대해 불시검사를 지속해서 실시하되, 항구나 공항 검역소에서 검사를 5년간 면제할 방침

□ HACCP

HACCP	
인증/검사명	HACCP
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함
발행/검사기관	한국식품안전관리인증원
성격	권장인증
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소 중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
비용	수수료 20만 원(인증변경의 경우 10만 원)
소요기간	1년 전후
유효기간	3년
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)를 파악 5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류 기록을 한 뒤 지속적인 개선조치

2) JAS 일본 유기제품인증¹⁷⁾

o 일부 자국산 우메보시 생산자들은 본 인증을 획득

JAS	
인증/검사명	JAS 일본유기제품인증
개요	<ul style="list-style-type: none"> - 일본농림수산성에서 지정한 품목 중에서 일본 소비자에게 판매되는 농림수산품에 대하여 품질, 생산방법 및 라벨링 규격에 적합한 제품에 부여하는 인증 - 일본농림수산성이 지정한 제3자 인증기관이 생산자, 제조업체, 유통업체 또는 수입업자를 인증하면 피인증자는 대상품목에 JAS 마크를 부착할 수 있음
발행/검사기관	MAFF(Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan, 일본농림수산성) www.maff.go.jp
성격	강제 국가규격
대상품목	<p>대상 품목은 식품 및 임업제품으로 총 76개 품목이 지정되어 있으며, 자세한 내용은 다음 주소에서 확인 가능</p> <p>https://www.exportcenter.go.kr/standard/info/guide_standard/info_pdf2/JAS.pdf</p>
인증절차	농림수산성에 등록된 등록인증기관에서 제조업자, 수입업자, 유통 업자에게 인증을 부여하면 인증획득자는 제품의 등급을 결정한 후 JAS 마크를 부착하여 유통시킬 수 있다.
표시내용	<ol style="list-style-type: none"> 1. 명칭, 원재료 2. 내용량 3. 유효기간 4. 보존 방법 5. 원산국 6. 수입업자의 이름 또는 명칭 및 주소 등
연락처	<p>1-2-1, Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8950, Japan. TEL: 03-3502-8111</p> <p>- 홈페이지: www.maff.go.jp/e</p> <p>- TEL: +81-3-3502-8111</p>

17) https://www.exportcenter.go.kr/standard/info/guide_standard/info_pdf2/JAS.pdf

3. 라벨링

라벨링 정보 개요

❖ 판매 중인 우메보시 라벨링 예시



자료: 현지조사원

❖ 일본 식품 라벨링 의무 표기사항(일본 식품위생법)

번호	항목
1	명칭
2	보존 방법
3	소비기한 또는 상미기한
4	원재료명
5	첨가물
6	내용량 또는 고품량 및 내용총량
7	영양성분(단백질, 지방, 탄수화물 및 나트륨)의 양 및 열량
8	식품 관련 사업자의 이름 또는 명칭 및 주소
9	원산국명
10	알레르겐
11	표기 언어 및 방법

□ 리벨링 관련 규정

○ 식품표시법

- 2015년 4월 1일 식품표시법 시행 전까지 식품표시와 관련하여 식품위생법, 농림물자규격화 등에 관한법 (JAS법), 건강증진법에 근거한 총 58개의 표시 기준 혼재
- 이로 인해 용어가 통일되지 않고 식품표시와 관련된 기준이 복잡하게 나누어져 있어 소비자의 적절한 이해를 저해하고 사업자의 법령준수 비용 증가
- 2011년 각료회의에서 식품위생법, JAS법, 건강증진법 등의 식품표시 관련 법령을 통일적으로 해석, 운용하도록 함과 동시에 제도의 운용을 개선하고 문제점을 검토하기로 결정하였으며 담당기관을 소비자청으로 정함

그림 3.2 식품표시법 시행 전후의 식품표시 관련 법률과 표시기준의 예

	식품위생법	JAS법	건강증진법	식품표시법
법률	(제19조 주요 내용) 일반소비자에게 식품 관련 공중위생상 필요한 정보의 정확한 전달이라는 관점에서 판매용으로 제공하는 식품의 표시에 대해 필요한 기준을 정함	(제19조 주요 내용) 음식료품의 품질에 관한 표시 적정화를 위하여 일반소비자의 선택에 이바지하기 위해 농림물자 중 음식료품의 품질에 관한 표시에 대해 내각부령으로 정한 구분별로 필요한 사항에 대해 제조업자 등이 지켜야 할 기준을 정함	(제19조 주요 내용) 판매로 제공하는 식품에 영양 표시에 관한 기준을 정함	(제4조 주요 내용) 다음 중 필요하고 인정되는 사항을 내용으로 하는 식품표시기준을 정함 • 명칭, 알레르겐, 보존방법, 소비 및 상미기한, 원재료, 첨가물, 영양성분의 양 및 열량, 원산지 등
부령 (府令) 고시	식품위생법 제19조 제1항에 근거한 표시기준 관련 내각부령 - 명칭 - 소비기한, 상미기한 - 제조자명, 소재지 등 - 첨가물(구체적 기재) - 알레르기 - 보존방법 등 총 5개 기준	가공식품품질표시기준 (고시) - 명칭 - 원재료명 - 내용량 - 소비기한, 상미기한 - 보존방법 - 원산국(수입품) - 원료원산지(대상품목) - 제조자명, 소재지 등 - 레이아웃 등 총 52개 기준	영양표시기준(고시) - 영양성분(단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨 등)의 양 및 열량과 그 표시법 - 영양성분이 많다는 내용, 함유한다는 내용, 강화되었다는 내용, 함유하지 않는다는 내용, 적다는 내용, 저감되었다는 내용을 표시하는 경우의 기준 등 총 1개 기준	식품표시기준(부령) - 명칭 - 원산지(신선식품) - 원재료명 - 알레르겐 - 첨가물(구체적 기재) - 소비기한, 상미기한 - 보존방법 - 원산국(수입품) - 원료원산지(대상품목) - 영양성분 및 열량(대상 성분과 그 표시방법) - 표시 문자 크기 등 총 1개 기준

자료: 일본 소비자청¹⁸⁾

18) http://www.cao.go.jp/consumer/iinkai/2013/135/doc/135_131112_shiyou7-sankou4.pdf

□ 식품표시법 시행으로 인한 식품표기 주요 이슈

○ 원산지 의무표기 확대

- 모든 가공식품에 대한 원산지표기 의무를 확대해 지금까지 일부에 한정되어 있었던 원산지 표시 대상을 모든 가공식품에 넓힘. 수입 식품은 원산국 표기 및 쌀 등 일부 성분표기가 의무화되어 있으나 가공식품 원료인 원재료에 대한 표기 대상은 아님

○ 알레르기 표시 규칙 개선

- 원칙상 개별 원재료나 첨가물에 알레르겐이 표시되어야 하며 알레르겐을 포함한 특정가공식품 등은 원재료 표기가 의무였지만, 일반적으로 특정원재료 등에 의해 제조되고 있는 것을 알리기 위해 그것들을 표기하지 않으면서도 원재료로서 특정원재료 등을 포함하고 있다는 것을 이해할 수 있는 표기로 충분

○ 가공식품 영양성분표시 의무화

- 포장용기에 들어있는 가공식품에는 열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨 함량을 표시해야 하며 나트륨량은 식용소금에 상당하는 분량으로 표시해야 함

표 3.1 일본 라벨 표기사항 상세

번호	항목	설명
1	명칭	내용을 나타내는 일반적인 명칭을 표시
2	보존 방법	식품의 특성에 따라 표시. 단 식품위생법 제11조 제1항의 규정에 따라 보존방법의 기준이 정해진 경우에는 그 기준에 따라 표시
3	소비기한 또는 상미기한	품질이 급격하게 나빠지기 쉬운 식품인 경우에는 소비기한이라는 내용의 문자를 기재한 그 연월일을, 그 이외의 식품의 경우에는 상미기한이라는 문자를 기재한 그 연월일을 연월일 순으로 표시한다. 단 제조 또는 가공일로부터 상미기한까지의 기한이 3개월을 초과하는 경우에는 상미기한이라는 내용의 문자를 기재한 그 연월일을 연월순으로 표시하여 상미기한이라는 내용의 문자를 기재한 그 연월일의 표시를 대체할 수 있다.
4	원재료명	원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 것부터 순서대로 그것의 가장 일반적인 명칭을 표시
5	첨가물	첨가물에서 차지하는 중량 비율이 높은 것부터 순서대로 별표제6의 윗칸에 명시한 것으로 사용되는 첨가물을 포함하는 식품은 해당 첨가물의 물질명 및 동 표의 아랫칸에 명시한 용도 표시를, 그 이외의 첨가물을 포함하는 식품의 경우에는 해당 첨가물의 물질명을 표시
6	내용량 또는 고형량 및 내용총량	특정상품의 판매에 관련된 계량에 관한 정령(1993년 정령 제249호) 제5조에 명시한 특정상품에 대해서는 계량법(1992년 법률 제51호)의 규정에 따라 표시하고, 그 이외의 식품의 경우 내용중량, 내용물 부피 또는 내용수량을 표시하는 것으로 하며, 내용중량은 g 또는 kg, 내용물 부피는 ml 또는 l, 내용수량은 개수 등의 단위로 단위를 명기해서 표시
7	영양성분(단백질, 지방, 탄수화물 및 나트륨)의 양 및 열량	라 해당 식품의 100g 혹은 100ml 또는 한 끼분, 1포 등 1개 단위(이하 이항에서 「식품단위」라고 한다)당 양을 표시
8	식품관련사업자의 이름 또는 명칭 및 주소	식품관련사업자 중 표시내용에 책임이 있는 자의 이름 또는 명칭 및 주소를 표시
9	원산국명	원산국명을 표시
10	알레르겐	특정원재료를 원재료로 포함한다는 것을, 원칙적으로 원재료명 뒤에 괄호를 하고 표시 특정원재료에서 유래하는 첨가물을 포함하는 식품의 경우 해당 첨가물을 포함한다는 것 및 해당 식품에 포함되는 첨가물이 해당 특정 원재료에서 유래한다는 것을, 원칙적으로 첨가물의 물질명 뒤에 괄호를 하고 표시
11	표기 언어 및 방법	식품표시법에 따라 일본어로 표기. 글자 크기는 8포인트 이상

자료: 일본 소비자청 및 일본 식품위생법

4. 위생요건

□ 식품첨가물 및 유해물질 규제 체계

- 식품첨가물 및 유해물질 규제는 후생노동성이 담당하며 주요 법적 근거는 다음과 같음

- 식품위생법(1947년 12월 24일 법률 제233호)
- 식품, 첨가물 등의 규격기준(1959년 12월 28일 후생성고시 제370호)

□ 식품첨가물

- 우메보시는 다음과 같은 식품첨가물 기준을 준수해야 함

제품	식품첨가물	최대 허용량 (g/kg)
절임	acesulfame potassium	1.0g/kg
	calcium saccharin	0.2g/kg
	calcium sorbate	1.0g/kg
	potassium sorbate	1.0g/kg
	sodium saccharin	0.2g/kg
	sorbic acid	1.0g/kg

자료: 일본 후생성고시, '식품, 첨가물 등의 규격기준', 1959.

□ 유해물질

- 우메보시의 경우 해당사항 없음



IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 경쟁제품 분석

1. 경쟁제품 선정

□ 경쟁제품 선정 기준

- 우메보시의 주요 유통채널은 슈퍼마켓과 편의점¹⁹⁾이며, 최근 온라인 전자상거래의 영향력 증대를 고려해 유통채널을 오프라인과 온라인으로 이원화하고 각 채널에서 인기가 높은 제품을 경쟁제품으로 선정

□ 오프라인 유통채널 내 경쟁제품 선정 기준

- 주요 슈퍼마켓과 편의점에서 시행된 현지조사원과 각 매장 매니저와의 인터뷰에 기반해 시중에서 인기가 높은 제품을 경쟁제품으로 선정

□ 온라인 쇼핑몰 내 경쟁제품 선정 기준

- 온라인 쇼핑몰 라쿠텐²⁰⁾, 야후쇼핑²¹⁾에서 인기리에 판매 중인 우메보시 제품을 경쟁제품으로 선정
- 대표적인 우메보시 판매 사이트 '나카타 식품'²²⁾의 제품을 경쟁제품으로 선정

□ 조사 항목

- 제품 상세 스펙에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분, 인증, 유통기한 등의 항목을 조사

□ 비교

- 자국산 제품이 주를 이루며 중국산 제품도 간혹 있음
- 한국산 제품은 찾아볼 수 없음

19) 이에 관해서는 V. 유통채널 파트에서 자세하게 다루기로 함

20) www.rakuten.co.jp

21) www.shopping.yahoo.co.jp

22) www.nakatafoods.jp

2. 경쟁제품 분석

1) 오프라인 경쟁제품

□ 슈퍼마켓 구비 경쟁 제품

○ 農家の手造り梅(농가의 순수 만든 매실)

구분	제품	
이미지	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="258 698 453 1191"> <p>제품 이미지</p>  </div> <div data-bbox="453 698 1316 1191">  </div> </div>	
매장 이미지		
제품스펙	제조사	たかた農園(다카다 농원)
	제품명	農家の手造り梅(농가의 순수 만든 매실)
	인증	JAS인증
	포장 용기	플라스틱 케이스
	성분	매실(기주 미나베산), 절임 원재료(소금)
	조사매장	이온몰
	용량(g)	120g
	제품가격	429엔(3.81 US달러, 약 4,200원) ²³⁾
유통기한	제조일로부터 18개월	

23) KEB하나은행 고시 기준. 2018.9.21.

○ 紀州 南高梅 しそ漬味(기주 남고매실 시소절임맛)

구분	제품
이미지	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
매장 이미지	
제품스펙	<p>제조사: 株式会社トノハタ(도노하타 주식회사)</p>
	<p>제품명: 紀州 南高梅 しそ漬味(기주 남고매실 시소절임맛)</p>
	<p>인증: -</p>
	<p>포장 용기: 플라스틱 케이스</p>
	<p>성분: 매실(와카야마산), 절임 원재료(환원물엿, 식염, 시소액), 조미료(아미노산 등), 산미료, 주정, 야채색소, V.B1, 향료, 감미료(스티비아)</p>
	<p>조사매장: 이온몰</p>
	<p>용량(g): 120g</p>
	<p>제품가격: 429엔(3.81 US달러, 약 4,200원) 유통기한: 제조일로부터 12개월</p>

○ 紀州みなべ 南高梅(기주 미나베 남고매실)

구분	제품
이미지	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="256 383 890 929"> <p>제품 이미지</p>  </div> <div data-bbox="895 383 1324 929">  </div> </div>
	<p>매장 이미지</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="469 1032 884 1346">  </div> <div data-bbox="903 936 1316 1444">  </div> </div>
제품스펙	<p>제조사</p> <p>株式會社新進(신진 주식회사)</p>
	<p>제품명</p> <p>紀州みなべ 南高梅(기주 미나베 남고매실)</p>
	<p>인증</p> <p>-</p>
	<p>포장 용기</p> <p>플라스틱 케이스</p>
	<p>성분</p> <p>매실(기주 미나베산), 절임원재료(환원물엿, 식염, 양조초, 발효조미료, 단백질수분해물, 효모 엑기스), 주정, 산미료, 조미료(아미노산 등), 비타민B1, 감미료(수크랄로스)</p>
	<p>조사매장</p> <p>이토-요우카도</p>
	<p>용량(g)</p> <p>160g</p>
	<p>제품가격</p> <p>645엔(5.72 US달러, 약 6,400원)</p> <p>유통기한</p> <p>제조일로부터 12개월</p>

○ 農家の梅干(농가의 우메보시)

구분		제품	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 스 펙	제조사	紀州梅干株式會社(기주 우메보시 주식회사)	
	제품명	農家の梅干(농가의 우메보시)	
	인증	-	
	포장 용기	플라스틱 케이스	
	성분	매실(와카야마산), 절임원재료(식염)	
	조사매장	마루에츠	
	용량(g)	80g	
	제품가격	408엔(3.62 US달러, 약 4,000원)	
유통기한	제조일로부터 12개월		

○ 豊熟梅 うす塩味(호우주쿠우메 소금절임맛)

	구분	제품
이미지	제품 이미지	
	매장 이미지	
제품스펙	제조사	中田食品株式会社(나카타 식품 주식회사)
	제품명	豊熟梅 うす塩味(호우주쿠우메 소금절임맛)
	인증	-
	포장 용기	플라스틱 케이스
	성분	매실(중국산), 절임 원재료(식염, 환원물엿, 설탕, 포도당 액당, 양조초, 단백질수분해물, 효모엑기스), 조미료(아미노산 등), 산미료, 주정, V.B1, 야채색소
	조사매장	마루에츠
	용량(g)	180g
	제품가격	409엔(3.63 US달러, 약 4,000원)
	유통기한	제조일로부터 12개월
특징	중국산으로 저렴	

○ 紀州 梅ぼし 田舎漬(기주 우메보시 시골절임)

구분	제품																		
이미지	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>																		
이미지	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>																		
제품스펙	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">제조사</td> <td>中田食品株式会社(나카타 식품 주식회사)</td> </tr> <tr> <td>제품명</td> <td>紀州梅ぼし田舎漬(기주 우메보시 시골절임)</td> </tr> <tr> <td>인증</td> <td>ISO 9001, ISO 22000</td> </tr> <tr> <td>포장 용기</td> <td>플라스틱 케이스</td> </tr> <tr> <td>성분</td> <td>매실(와카야마산), 절임 원재료(식염, 설탕, 과당포도당 액당, 단백가수분해물, 가츠오엑기스, 효모엑기스), 조미료(아미노산 등), 산미료, 감미료(스티비아), 주정, V.B1, 야채색소</td> </tr> <tr> <td>조사매장</td> <td>LIFE</td> </tr> <tr> <td>용량(g)</td> <td>220g</td> </tr> <tr> <td>제품가격</td> <td>1,058엔(9.39 US달러, 약 10,500원)</td> </tr> <tr> <td>유통기한</td> <td>제조일로부터 12개월</td> </tr> </table>	제조사	中田食品株式会社(나카타 식품 주식회사)	제품명	紀州梅ぼし田舎漬(기주 우메보시 시골절임)	인증	ISO 9001, ISO 22000	포장 용기	플라스틱 케이스	성분	매실(와카야마산), 절임 원재료(식염, 설탕, 과당포도당 액당, 단백가수분해물, 가츠오엑기스, 효모엑기스), 조미료(아미노산 등), 산미료, 감미료(스티비아), 주정, V.B1, 야채색소	조사매장	LIFE	용량(g)	220g	제품가격	1,058엔(9.39 US달러, 약 10,500원)	유통기한	제조일로부터 12개월
제조사	中田食品株式会社(나카타 식품 주식회사)																		
제품명	紀州梅ぼし田舎漬(기주 우메보시 시골절임)																		
인증	ISO 9001, ISO 22000																		
포장 용기	플라스틱 케이스																		
성분	매실(와카야마산), 절임 원재료(식염, 설탕, 과당포도당 액당, 단백가수분해물, 가츠오엑기스, 효모엑기스), 조미료(아미노산 등), 산미료, 감미료(스티비아), 주정, V.B1, 야채색소																		
조사매장	LIFE																		
용량(g)	220g																		
제품가격	1,058엔(9.39 US달러, 약 10,500원)																		
유통기한	제조일로부터 12개월																		

□ 편의점 구비 경쟁 제품

○ 紀州 南高梅(기주 남고매실)

구분	제품 이미지	제품
이미지	제품 이미지	
매장 이미지	매장 이미지	
제품 스펙		<p>제조사: セブン&アイグループ、南紀梅干(株) (세븐일레븐, 난기 우메보시 주식회사 공동개발상품)</p> <p>제품명: 紀州南高梅(기주 남고매실)</p> <p>인증: -</p> <p>포장 용기: 플라스틱 케이스</p> <p>성분: 매실(와카야마산), 절임 원재료(환원물엿, 식염, 양초초, 단백가수분해물, 액체일본식다시), 산미료, 조미료(아미노산 등), 비타민B1, 감미료(수크랄로스)</p> <p>조사매장: 세븐일레븐</p> <p>용량(g): 80g</p> <p>제품가격: 321엔(2.85 US달러, 약 3,200원)</p> <p>유통기한: 제조일로부터 12개월</p> <p>특징: 세븐일레븐 PB 상품</p>

○ しそのかおり漬(시소 향기절임)

구분	제품	
제품 이미지		
	매장 이미지	
제품 스펙		제조사
	제품명	しそのかおり漬(시소 향기절임)
	인증	-
	포장 용기	플라스틱 용기
	성분	매실(중국산), 시소, 절임원재료(식염, 환원물엿), 주정, 조미료(아미노산등), 산미료, 야채색소, 향료, 감미료(수크랄로스), 비타민B1
	조사매장	세븐일레븐
	용량(g)	130g
	제품가격	267엔(2.37 US달러, 약 2,600원)
	유통기한	제조일로부터 12개월
특징	중국산	

○ 南高梅干 しそ漬(남고우메보시 시소절임)

구분	제품		
제품 이미지			
이미지			
매장 이미지			
제품 스펙	제조사	紀南農業協同組合(난기 농업협동조합)	
	제품명	南高梅干 しそ漬(남고우메보시 시소절임)	
	인증	-	
	포장 용기	플라스틱 케이스	
	성분	매실(기주산), 절임 원재료(식염, 환원물엿, 양조초, 시소, 매실초, 시소엑기스)	
	조사매장	로손	
	용량(g)	80g	
	제품가격	300엔(2.66 US달러, 약 3,000원)	
	유통기한	제조일로부터 18개월	

○ 紀州産 南高梅(기주산 남고매실)

구분	제품																		
이미지	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="258 385 877 940"> <p>제품 이미지</p>  </div> <div data-bbox="885 385 1318 940">  </div> </div>																		
매장 이미지	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="258 949 877 1451">  </div> <div data-bbox="885 949 1318 1451">  </div> </div>																		
제품스펙	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">제조사</td> <td>中田食品株式會社(나카타 식품 주식회사)</td> </tr> <tr> <td>제품명</td> <td>紀州産 南高梅(기주산 남고매실)</td> </tr> <tr> <td>인증</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>포장 용기</td> <td>플라스틱 케이스</td> </tr> <tr> <td>성분</td> <td>매실(와카야마산), 절임 원재료(과당, 설탕, 식염, 양조초, 단백질수분해물, 효모엑기스), 주정, 조미료(아미노산 등), 트레할로오스, 산미료, 야채색소, V.B1, 고추추출물, 흡</td> </tr> <tr> <td>조사매장</td> <td>패밀리마트</td> </tr> <tr> <td>용량(g)</td> <td>90g</td> </tr> <tr> <td>제품가격</td> <td>306엔(2.72 US달러, 약 3,000원)</td> </tr> <tr> <td>유통기한</td> <td>제조일로부터 12개월</td> </tr> </table>	제조사	中田食品株式會社(나카타 식품 주식회사)	제품명	紀州産 南高梅(기주산 남고매실)	인증	-	포장 용기	플라스틱 케이스	성분	매실(와카야마산), 절임 원재료(과당, 설탕, 식염, 양조초, 단백질수분해물, 효모엑기스), 주정, 조미료(아미노산 등), 트레할로오스, 산미료, 야채색소, V.B1, 고추추출물, 흡	조사매장	패밀리마트	용량(g)	90g	제품가격	306엔(2.72 US달러, 약 3,000원)	유통기한	제조일로부터 12개월
제조사	中田食品株式會社(나카타 식품 주식회사)																		
제품명	紀州産 南高梅(기주산 남고매실)																		
인증	-																		
포장 용기	플라스틱 케이스																		
성분	매실(와카야마산), 절임 원재료(과당, 설탕, 식염, 양조초, 단백질수분해물, 효모엑기스), 주정, 조미료(아미노산 등), 트레할로오스, 산미료, 야채색소, V.B1, 고추추출물, 흡																		
조사매장	패밀리마트																		
용량(g)	90g																		
제품가격	306엔(2.72 US달러, 약 3,000원)																		
유통기한	제조일로부터 12개월																		

○ 紀州産 南高梅(기주산 남고매실)

구분	제품	
이미지	<p>제품 이미지</p> 	
		
매장 이미지	<p>매장 이미지</p> 	
		
제품스펙	<p>제조사</p>	<p>中田食品株式會社(나카타 식품 주식회사)</p>
	<p>제품명</p>	<p>紀州産 南高梅(기주산 남고매실)</p>
	<p>인증</p>	<p>-</p>
	<p>포장 용기</p>	<p>비닐</p>
	<p>성분</p>	<p>매실(와카야마산), 절임 원재료(과당, 설탕, 식염, 양조초, 단백질수분해물, 호모엑기스), 주정, 조미료(아미노산 등), 트레할로오스, 산미료, 야채색소, V.B1, 고추추출물, 흡</p>
	<p>조사매장</p>	<p>패밀리마트</p>
	<p>용량(g)</p>	<p>19g</p>
	<p>제품가격</p>	<p>103엔(0.91 US달러, 약 1,000원)</p>
<p>유통기한</p>	<p>제조일로부터 12개월</p>	

2) 온라인 경쟁제품

o しらら超大粒(시라라 특대사이즈)

구분		제품
이 미 지	제품 이미지	 
	제품 스펙	<p>제조사: 中田食品株式會社(나카타 식품 주식회사)</p> <p>제품명: しらら超大粒(시라라 특대사이즈)</p> <p>인증: -</p> <p>포장 용기: 플라스틱 용기</p> <p>성분: 매실(와카야마산), 절임 원재료(과당, 설탕, 식염, 양조초, 단백질수분해물, 효모엑기스), 주정, 조미료(아미노산 등), 트레할로오스, 산미료, 야채색소, V.B1, 고추추출물, 흡</p> <p>웹사이트: http://www.nakatafoods.jp/shop/g/gA0120/</p> <p>용량(g): 550g</p> <p>제품가격: 2,052엔(18.21 US달러, 약 20,300원)</p> <p>유통기한: 제조일로부터 6개월</p>

o 紀州みかん 蜂蜜入り 梅干(기주귤 꿀절임 우메보시)

구분		제품
이 미 지	제품 이미지	
	제품 스펙	<p>제조사: マルチョウフーズ(마루초푸드)</p> <p>제품명: 譯あり²⁴⁾ 紀州みかん 蜂蜜入り 梅干(기주귤 꿀절임 우메보시)</p> <p>인증: -</p> <p>포장 용기: 플라스틱 케이스</p> <p>성분: 매실(기주산), 절임 원재료(환원물엿, 소금, 꿀, 단백질수분해물(밀), 효모엑기스, 어개엑기스), 주정, 산미료, 감미료(수크랄로스), 향료, 유카추출물</p> <p>웹사이트: https://item.rakuten.co.jp/ume-marucho/1765/</p> <p>용량(g): 800g</p> <p>제품가격: 2,376엔(약 21 US달러, 23,500원)</p> <p>유통기한: 제조일로부터 150일</p>

24) 상처 등 하자가 있어서 가치가 떨어지는 상품을 의미

○ 紀州南高梅 有機梅干(기주 남고매실 유기농 우메보시)

구분		제품																	
이 미 지	제품 이미지																		
	제품스펙	<table border="1"> <tr> <td>제조사</td> <td>竹内農園株式会社(다케우치 농장 주식회사)</td> </tr> <tr> <td>제품명</td> <td>紀州南高梅 有機梅干(기주 남고매실 유기농 우메보시)</td> </tr> <tr> <td>인증</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>포장 용기</td> <td>플라스틱 케이스</td> </tr> <tr> <td>성분</td> <td>매실(와카야마 기주산), 소금</td> </tr> <tr> <td>웹사이트</td> <td>https://store.shopping.yahoo.co.jp/ttsu-uraura/takeuchi-og1000.html?mode=pc</td> </tr> <tr> <td>용량(g)</td> <td>1,000g</td> </tr> <tr> <td>제품가격</td> <td>2,052엔(18.21 US달러, 약 20,300원)</td> </tr> <tr> <td>유통기한</td> <td>-</td> </tr> </table>	제조사	竹内農園株式会社(다케우치 농장 주식회사)	제품명	紀州南高梅 有機梅干(기주 남고매실 유기농 우메보시)	인증	-	포장 용기	플라스틱 케이스	성분	매실(와카야마 기주산), 소금	웹사이트	https://store.shopping.yahoo.co.jp/ttsu-uraura/takeuchi-og1000.html?mode=pc	용량(g)	1,000g	제품가격	2,052엔(18.21 US달러, 약 20,300원)	유통기한
제조사	竹内農園株式会社(다케우치 농장 주식회사)																		
제품명	紀州南高梅 有機梅干(기주 남고매실 유기농 우메보시)																		
인증	-																		
포장 용기	플라스틱 케이스																		
성분	매실(와카야마 기주산), 소금																		
웹사이트	https://store.shopping.yahoo.co.jp/ttsu-uraura/takeuchi-og1000.html?mode=pc																		
용량(g)	1,000g																		
제품가격	2,052엔(18.21 US달러, 약 20,300원)																		
유통기한	-																		

○ 富之助の南高梅白干し(도미노스케 남고우메보시)

구분		제품																	
이 미 지	제품 이미지																		
	제품스펙	<table border="1"> <tr> <td>제조사</td> <td>佐々木農園(사사키농장)</td> </tr> <tr> <td>제품명</td> <td>富之助の南高梅白干し(도미노스케 남고우메보시)</td> </tr> <tr> <td>인증</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>포장 용기</td> <td>플라스틱 케이스</td> </tr> <tr> <td>성분</td> <td>매실(남고매실), 한국 염전소금</td> </tr> <tr> <td>웹사이트</td> <td>store.shopping.yahoo.co.jp/thd/fd061.html?sc_i=shp_pc_search_itemlist_shsr_title</td> </tr> <tr> <td>용량(g)</td> <td>500g</td> </tr> <tr> <td>제품가격</td> <td>2,880엔(약 25.6 US달러, 28,500원)</td> </tr> <tr> <td>유통기한</td> <td>제조일로부터 12개월</td> </tr> </table>	제조사	佐々木農園(사사키농장)	제품명	富之助の南高梅白干し(도미노스케 남고우메보시)	인증	-	포장 용기	플라스틱 케이스	성분	매실(남고매실), 한국 염전소금	웹사이트	store.shopping.yahoo.co.jp/thd/fd061.html?sc_i=shp_pc_search_itemlist_shsr_title	용량(g)	500g	제품가격	2,880엔(약 25.6 US달러, 28,500원)	유통기한
제조사	佐々木農園(사사키농장)																		
제품명	富之助の南高梅白干し(도미노스케 남고우메보시)																		
인증	-																		
포장 용기	플라스틱 케이스																		
성분	매실(남고매실), 한국 염전소금																		
웹사이트	store.shopping.yahoo.co.jp/thd/fd061.html?sc_i=shp_pc_search_itemlist_shsr_title																		
용량(g)	500g																		
제품가격	2,880엔(약 25.6 US달러, 28,500원)																		
유통기한	제조일로부터 12개월																		



V. 경쟁사

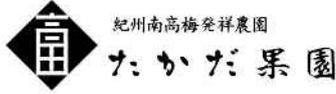
1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

□ 경쟁사 선정 기준

- 주요 슈퍼마켓 매장 매니저와의 인터뷰와 현지조사원의 실사를 근거로 ① 소비자들의 선호도 ② 진열 빈도가 높은 제품의 생산자 ③ 한국산 제품이 수출될 경우 비슷한 가격대의 제품군을 보유한 회사를 경쟁사로 선정

표 5.1 우메보시 경쟁사

다카다농원	도노하타	나카다식품
		

2. 경쟁사 분석

□ 우메보시 주요 공급자

○ 有限会社紀州高田果園(유한회사 기주 다카다농원)

기업 개요				
기업정보	 紀州南高梅発祥農園 たかだ果園	- 1902년부터 매실 제품을 판매하기 시작한 전통 깊은 업체 - 매실 품종 중 하나인 난고(南高)매실 창시 - 가격대 높은 프리미엄 매실 제품 취급		
	기업명	다카다농원	설립년도	1902
	기업형태	식품업, 농업	대표번호	0120-989-210
	국가	일본	위치	본사 〒645-0022 和歌山縣日高郡みなべ町 晩稻849 도쿄영업소 〒136-0071 東京都江東區龜戸7-13-1 3
	취급품목	우메보시, 매실주 오차즈께	홈페이지	www.umeland.com/
제품				
	우메보시	흑설탕 우메보시	시소 우메보시	

자료: 다카다농원 홈페이지, 현지조사원

o 株式会社トノハタ(주식회사 도노하타)

기업 개요						
기업정보	 <ul style="list-style-type: none"> - 최근 매장에서 제일 많이 팔리는 우메보시 제조사 - 다카다농원보다 저렴한 가격 경쟁력 보유 - 중국에도 진출했기 때문에, 중국산 제품 이용한 저가 우메보시도 출시 					
	기업명	주식회사 도노하타	설립년도	1950		
	기업형태	식품업	대표번호	0739-72-2423		
	국가	일본	위치	본사 111-0053 東京都中央区日本橋馬喰 町2-7-13 第8東洋ビル #201		
	자본금	2,900만 엔	종업원	140명		
취급품목	우메보시, 매실 미용음료	홈페이지	www.tonohata.co.jp/			
제품			 <p>cut down on salt</p> <p>減塩梅干 塩分わずか3%</p>		 <p>Olive ume</p> <p>オリーブ漬梅</p>	
	우메보시		저염 우메보시		올리브 우메보시	

자료: 도노하타 홈페이지, 현지조사원

o 中田食品株式会社(나카타 식품 주식회사)

기업 개요				
		<ul style="list-style-type: none"> - 1897년 창업한 전통 깊은 회사 - 매실 제품의 안전관리를 위해 ISO 9001 및 ISO 22000 인증 획득 - 나카타의 우메보시 제품은 어느 매장에서나 쉽게 발견할 수 있음 		
기업정보	기업명	나카타식품주식회사	설립년도	1897
	기업형태	식품업	대표번호	0739-22-2486
	국가	일본	위치	본사 和歌山縣田辺市下三栖 1 4 7 5 - 1 3 0 (〒646-0292)
	자본금	9,000만 엔	종업원	280명
	취급품목	우메보시, 매실주 매실가공품	홈페이지	www.nakatafoods.co.jp
제품				
	우메보시		꿀절임 우메보시	
				
			저염 우메보시	

자료: 나카타 주식회사 홈페이지, 현지조사원



VI. 유통채널 현황

1. 유통채널 분석
2. 오프라인 유통채널
3. 온라인 유통채널

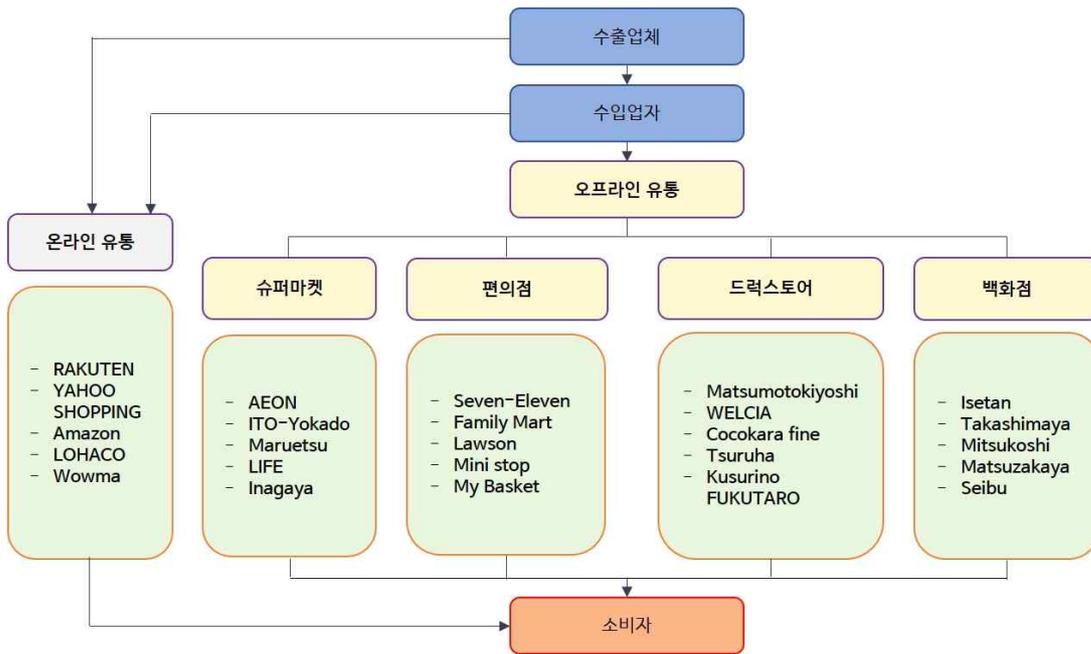
1. 유통채널 분석

1) 식품 유통구조 분석에 따른 조사대상 선정

□ 수입 식품의 유통경로

- 식음료 소매업계의 주요 유통경로는 슈퍼마켓, GMS(General Merchandise Store), 편의점, 드럭스토어, 백화점, 온라인 유통채널로 분류
 - 오프라인 유통채널 중요도는 슈퍼마켓, 편의점, 드럭스토어, 백화점 순
 - 최근에는 편의점과 드럭스토어의 성장세가 눈에 띄며, 백화점의 비중은 소폭이지만 해마다 감소하는 중

그림 6.1 식품 유통경로 및 주요 브랜드

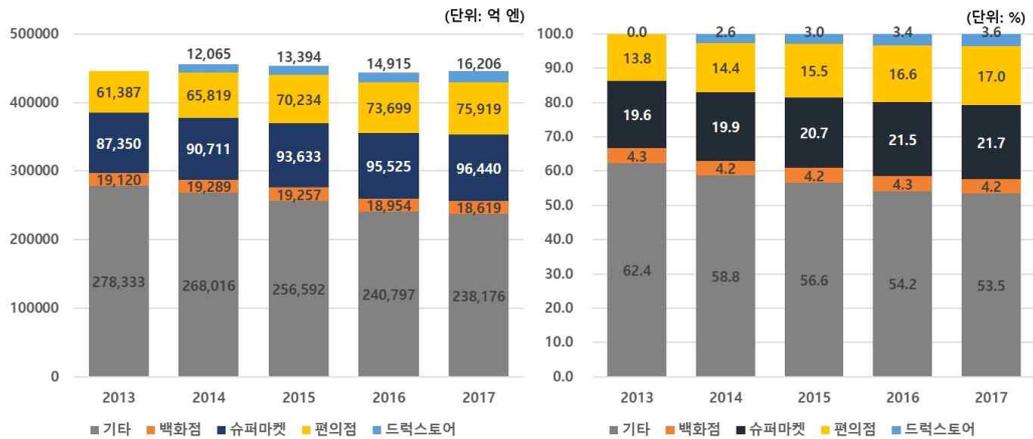


자료: 현지조사원

□ 매출액·소비자 구입경로별 유통채널 비중

- 2017년 기준 대형 슈퍼마켓이 식품소매업 매출액의 21.7%를 차지했으며, 편의점(17.0%)과 백화점(4.2%)이 뒤를 이음
 - 대형 슈퍼마켓의 매출액 비중이 최근 5년간(2013-2017년) 2.1%p 증가했으며 편의점과 드럭스토어 또한 해마다 성장세

그림 6.2 식품소매업 주요 유통채널 매출액 및 점유율(2013-2017)²⁵⁾



자료: 일본 경제산업성, 상업동태통계

- 일본 총무성 통계국이 실시한 '2014년 전국소비실태조사'에 따르면, 2인 이상 세대²⁶⁾의 식품 구입경로는 소규모 체인을 포함한 슈퍼마켓이 65.1%를 차지했으며 일반 소매점(12.8%), 협동조합(5.7%), 할인·양판점(4.8%)²⁷⁾, 편의점(4.2%) 순
 - 상기 실태조사는 대형 슈퍼마켓뿐만 아니라 로컬의 소규모 슈퍼마켓을 모두 포함하기 때문에 매출액을 통한 유통채널 점유율보다 더 정확하게 유통경로를 반영

그림 6.3 소비자 식품 구입경로별 비율(2014)



자료: 일본 총무성 통계국, '2014년 전국소비실태조사'.²⁸⁾

25) 2013년까지는 드럭스토어를 별도 집계하지 않았기 때문에 해당 수치 부재
 26) 일본의 통계조사에서 '한 가구'의 기준은 2인 이상 세대를 의미
 27) 드럭스토어는 할인·양판점으로 분류

□ 조사대상 선정 기준

- 슈퍼마켓은 대표적인 유통채널이자 우메보시 제품을 쉽게 발견할 수 있기 때문에 우선 고려 대상
- 신일본슈퍼마켓협회의 '소비자조사 2017'에 따르면, 도시락 및 반찬류의 구입 우선순위는 슈퍼마켓(69.3%), 편의점(47.8%) 순으로 나타남
 - 편의점의 경우 도시락의 구매 비중이 매우 높은 것으로 추정되지만, 우메보시를 취급하고 소비자들은 도시락과 함께 반찬류를 구매하기 위해 주로 방문하므로 조사대상으로 선정

그림 6.4 도시락·반찬류 구입경로 설문조사(2017)



자료: 신일본슈퍼마켓협회, '소비자조사 2017'²⁹⁾

28) 해당 조사는 5년 주기로 실시되므로, 2014년이 최신 자료

29) 응답자 수는 1,980명이며 복수 응답 가능

2. 오프라인 유통채널

1) 슈퍼마켓

□ 특징 및 현황

○ 특징

- 식품뿐만 아니라 전 제품군에서 가장 많은 매출이 이루어지는 대표 유통경로
- GMS(General Merchandise Store)와 같은 대형 종합슈퍼마켓에서는 일반 슈퍼마켓이나 지역의 소규모 슈퍼마켓에서 판매하는 제품 외에도 의류·신발·운동용 제품·침구류·주방기구 등도 판매

○ 조사대상 선정 기준

- 일본 슈퍼마켓의 대표적인 브랜드는 AEON과 Ito-Yokado로 일본 상위 10개 슈퍼마켓 브랜드의 식품 매출액 중 두 브랜드가 차지하는 비중이 약 33.6%에 달함
- Life와 Maruetsu는 공급 제품 중 식품의 비중이 각각 82.6%, 92.9%를 차지해 식품 전문 슈퍼마켓으로 인식되고 있음
- 전국 체인이자 대형 슈퍼마켓인 AEON, Ito-Yokoda와 도쿄 소재 식품 전문 슈퍼마켓인 Life와 Maruetsu를 우메보시 제품 유통채널의 주요 조사대상으로 선정

표 6.1 일본 주요 슈퍼마켓 현황

순위	브랜드명	식품 매출액	전체 매출액 중 비율	2017년 점포 수	본사 소재지
1	AEON	10조 7,7516억 원	49.2%	426	치바
2	Ito-Yokado	5조 8,543억 원	46.6%	182	도쿄
3	UNY Group Holdings Co., Ltd.	4조 9,948억 원	67.3%	228	아이치
4	U.S.M.H ³⁰⁾	6조 3,874억 원	93.2%	256	도쿄
5	Life cooperation	5조 3,919억 원	82.6%	264	도쿄
6	Izumi	2조 0,652억 원	31.8%	103	히로시마
7	Arcs	4조 6,564억 원	90.8%	339	홋카이도
8	York Benimaru	3조 2,501억 원	76.2%	205	후쿠시마
9	Maruetsu	3조 4,664억 원	92.9%	285	도쿄
10	Heiwado	2조 6,032억 원	69.7%	149	시가

자료: 2017년 5월 통계월보

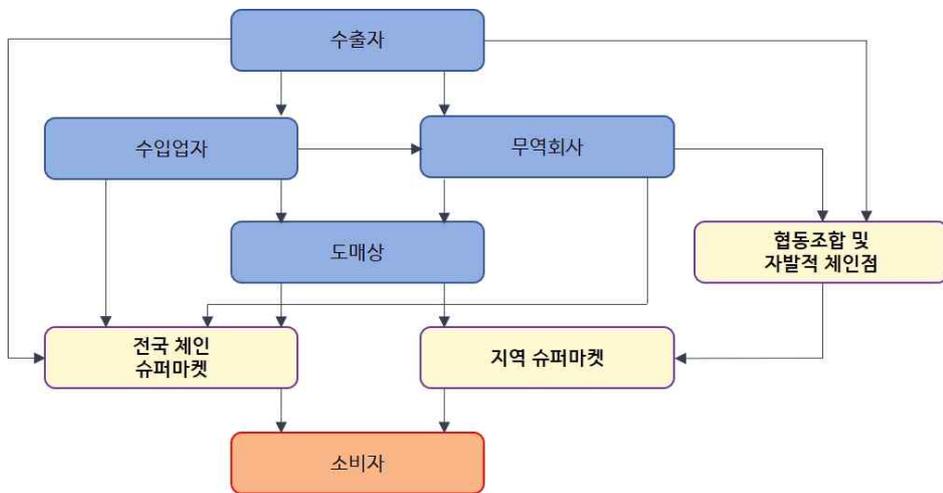
30) 유나이티드 슈퍼마켓 홀딩스

○ 입점 방법

- 이온몰이나 이토-요카도와 같은 전국적 규모의 대형 슈퍼마켓은 주로 ① 수입업자로부터의 직접 납품 ② 제조업자와 가공업자로부터의 직접 납품 ③ 도매상 및 유통업자로부터의 납품을 통해 제품을 공급받음
- 이 중에서 대형 슈퍼마켓은 도매상을 거치지 않고 더 직접적인 경로로 제품을 공급받기 때문에 이를 연결시켜 줄 수 있는 수입업자를 물색하는 것이 중요

○ 지역 슈퍼마켓도 대형 슈퍼마켓과 비슷한 유통경로를 이용하지만, 주로 도매상으로부터 납품받는 경우가 많음

그림 6.5 슈퍼마켓 입점 경로



자료: USDA, Japan Retail Foods, 2017. 12. 26.

□ 주요 슈퍼마켓 체인 현황

○ AEON CO., LTD.

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 일본의 대표 유통 브랜드 - 2017년 영업이익 8조 3,900억 엔 기록해 소매업 중 1위 - 영업 형태에 따라 GMS, 슈퍼마켓, 쇼핑센터(쇼핑몰)로 구분 - 일본 곳곳은 물론 중국, ASEAN까지 진출해 약 300개 회사 그룹 기업으로 구성 			
	D-U-N-S® Number	69-059-3207	설립년도	1926년 9월
본사 위치	1-5-1, Nakase , Mihama-ku Chiba-shi, Chiba, 261-0023, Japan	점포 수 (2018년 2월 말 기준)	<ul style="list-style-type: none"> - GMS: 584개 - 슈퍼마켓: 2,185개 - 쇼핑몰 311개 	
대표전화	043-212-6000	홈페이지	http://www.aeon.info/	
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - GMS를 중심으로 하며, 다양한 전문점으로 구성된 광역상권 대응 슈퍼마켓, 일상생활에 필요한 전문점, 서비스 기능 등을 갖춘 소상공대응형 슈퍼마켓 등 지역의 특성에 맞춰 진출 - 식품뿐만 아니라 의류품, 생활용품 등도 구비하며 소형 쇼핑몰, 편의점, 드럭스토어 등의 다양한 사업도 전개 - GMS, 슈퍼마켓은 비교적 부지가 넓은 도심 외곽이나 지방에 많으며, 쇼핑몰 형태로는 도심 등 다양한 곳에 위치 			
제품 관련 특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 염분 함유량이 적거나 화학조미료가 포함되지 않은 제품과 같이 소비자의 건강을 고려하면서도 저렴한 제품 위주로 매출이 발생하는 중 			
매장전경				

자료: 현지조사원(AEON MALL, 2018.09.15.), D&B hoover's

o Ito-Yokado

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 이온과 더불어 일본의 대표 유통 브랜드 - GMS가 운영하는 최대 규모의 인터넷 판매사이트 보유(약 10만 개의 상품 취급) - 의식주 관련 모든 상품을 높은 품질, 저렴한 가격으로 판매 중. 쇼핑하기 편리한 매장 및 서비스에 주력하여 고객의 풍족한 생활을 뒷받침하는 새로운 스타일의 GMS를 목표로 함 		
	D-U-N-S® Number	71-183-5137	설립년도
본사 위치	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-0084, Japan	점포 수 (2018년 4월 말 기준)	166개
대표전화	03-6238-2111	홈페이지	http://www.itoyokado.co.jp
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> -관동 지방을 중심으로 21개 도시에 GMS의 형태로 분포 -해외에는 베이징에 5개, 쓰촨에 6개 점포 입점 		
제품 관련 특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 주부들을 중심으로 우메보시 소비는 꾸준하며, 특히 여름에는 식중독 예방 및 방부제 역할을 하기 때문에 매출이 늘어남 		
매장전경			

자료: 현지조사원(Ito-Yokado, 2018.09.22.), D&B Hoover's

o Maruetsu

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 관동지방에 분포한 Super Market 체인점 - 식료품 슈퍼마켓으로는 일본 최대 규모의 점포 수, 매출, 영업이익을 내고 있음 		
D-U-N-S® Number	69-060-0366	설립년도	1952년 6월 16일
본사 위치	5-51-12, Higashiikebukuro, Toshima-ku, Tokyo, 170-8401, Japan	점포 수 (2018년 9월 기준)	295개
대표전화	03-3590-1110	홈페이지	http://www.maruetsu.co.jp/
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 식료품 외에도 생활용품 등 다양한 상품을 구비한 슈퍼마켓인 '마루에츠'와 도심부를 중심으로 신선식품, 싱싱한 농수산물을 제공하는 도시형 슈퍼마켓인 '쁘띠 마루에츠'로 구성됨 		
제품 관련 특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 가격이 저렴한 중국산 우메보시 제품도 많이 팔림 		
매장전경			

자료: 현지조사원(Maruetsu, 2018.09.22.), D&B Hoover's

o Life

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 식료품 중심의 슈퍼마켓 체인점 - 긴키 지방과 관동 지방에만 집중적으로 출점하는 경영전략에 기반. 본사는 오사카와 도쿄 두 곳에 위치 		
D-U-N-S® Number	69-057-4173	설립년도	1941년 2월 22일
본사 위치	(오사카) 2-2-22, Nishimiyahara, Yodogawa-ku Osaka-shi, Osaka, 532-0004, Japan (도쿄) 1-2-16, Taito, Taito-ku, Tokyo, 110-0016, Japan	점포 수 (2018년 2월 기준)	266개 (오사카, 효고, 나라, 교토, 도쿄, 사이타마, 치바, 카나가와)
대표전화	0120-480-968	홈페이지	http://www.lifecorp.jp
세부사항	- 인터넷 쇼핑 사이트, 슈퍼마켓 앱, 전자 전단지 등 시대에 맞춘 고객 전략 및 채널 운영 중		
매장전경			

자료: 현지조사원(Life, 2018.09.14.), D&B hoover's

2) 편의점

□ 특징 및 현황

○ 특징

- 일본의 편의점 문화는 매우 발달해 있으며 바쁜 직장인들이 편리하게 식사를 할 수 있는 가공식품·유제품·도시락·반찬 등 구비
- 최근 여성 근로자 비중이 늘어남에 따라, 여성 소비자의 섭취량에 맞는 1인용 도시락과 각종 간식을 개발해서 판매하는 중
- 슈퍼마켓은 인구가 적은 농촌에 입점하기에 적합한 조건이 아니지만, 편의점은 우편·택배·금융서비스·식품 판매와 같은 다양한 서비스를 제공하기 때문에 지역에서도 우위 점할 수 있음

표 6.2 일본 주요 편의점 현황

순위	브랜드명	식품 매출액	2017년 점포 수	입점 지역
1	Seven & I Holdings	31조 2,374억 원	19,422	전국
2	Lawson	16조 9,911억 원	13,190	전국
3	Family Mart	12조 2,919억 원	17,001	전국
4	Mini Stop	2조 2,580억 원	2,263	전국
5	Three-F	4,326억 원	438	도쿄
6	Poplar	3,336억 원	472	전국

자료: 2017년 5월 통계월보

○ 입점 절차

- 슈퍼마켓과 비슷한 절차를 통해 입점할 수 있으며, 무역회사나 도매상과 접촉하는 것을 추천
- 좁은 공간이라는 특성상 진열 공간에 제한이 있으므로 품목별로 소수의 브랜드를 진열할 수밖에 없어서 특정 품목의 판매가 감소하거나 목표량에 미치지 못할 때 금방 교체되는 등 제품 교체율이 높으므로 판매 현황을 꾸준히 체크해야 함
- 일본 편의점에서 제품을 꾸준히 판매하려면 ① 소비자 기호에 맞춘 제품 개발 ② 신선함 유지하기 위한 운송 시간 절감 ③ 새로운 제품의 수시 출시와 같은 노력이 필요하며, 특히 우메보시와 같은 제품은 생산지의 지역적 특성을 살린 마케팅과 그에 맞춘 포장으로 소비자에게 어필하는 것을 권장

○ 조사대상 선정 기준

- 매출액·점포 수 상위 3개 편의점인 세븐일레븐, 로손, 패밀리마트를 선정

□ 주요 편의점 브랜드 현황

o Seven-Eleven Japan Co., Ltd.

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 일본 내 최대 점포 수를 자랑하는 대표 편의점 - 점포당 평균 매출액 최대 - 다른 업체들과 협력해서 만든 PB상품이나 한정상품이 많은 편 	
D-U-N-S® Number	69-060-0382	설립년도	1973년 11월
본사 위치	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-0084, Japan	점포 수 (2018년 1월 기준)	20,033점포
대표전화	03-6238-3746	홈페이지	www.sej.co.jp/
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 이토요카도의 자회사로 이토요카도에서 세븐일레븐 PB상품을 흔히 볼 수 있음 - 전 세계적으로 점포 수가 가장 많은 체인점 - 16개국 6만 여개 점포 입점(2017년 3월 기준) 		
제품 관련 특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 여성 및 노년층의 구매가 많으며, 주택가 주변 편의점에 주로 구비 		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(Seven-Eleven Japan, 2018.09.21.), D&B Hoover's

o LAWSON, INC.

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 점포 수 업계 3위의 편의점 프랜차이즈 - 본래 업계 2위였으나, 패밀리마트가 Circle K와의 합병으로 3위로 하락 - 일반적인 편의점 형태인 로손, 20~30대 사무직 여성을 타겟으로 삼아 건강·뷰티 상품을 다루는 내추럴로손, 주부 및 중장년층을 타겟으로 100엔 식료품이나 일용품을 취급하는 로손스토어100 등 다양한 형태의 점포가 있음 			
	D-U-N-S® Number	69-105-3797	설립년도	1975년 4월 15일
본사 위치	1-11-2, Osaki , Shinagawa-ku, Tokyo, 141-0032, Japan	점포 수 (2017년 2월 기준)	12,839점포 : 2017.02 기준	
대표전화	03-6635-3963	홈페이지	www.lawson.co.jp	
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 1989년 한국에 진출했으나 1999년 롯데계열에 인수되어 철수 - 중국의 655개 점포 포함해 해외에 758개 지점 구축 (2014년 11월) - 가라아게군, L치킨 등 카운터에서 파는 패스트푸드 브랜드화 - Uchi Cafe SWEETS라는 오리지널 디저트 브랜드를 만들고 롤케익 등 프리미엄 디저트를 출시해 큰 성공 거둠 			
제품 관련 특이사항	- 예전에 비해 우메보시 매출 감소			
매장전경				

자료: 현지조사원(Lawson, 2018.09.21.), D&B Hoover's

o FamilyMart Co.,Ltd.

기업 개요			
		- 체인점 점포수 2위 - 독자적 체인 시스템을 개발해 아시아 국가에 점포를 개설하고 그 나라 기업과 합병하는 방식으로 진출	
D-U-N-S® Number	69-175-5664	설립년도	1981년 8월 19일
본사 위치	17F, Higashiikebukuro Sanshain60, Toshima-ku, Tokyo, 170-6017, Japan	점포 수 (2018년 8월 기준)	16,720개
대표전화	03-3989-6600	홈페이지	www.family.co.jp/
세부사항	- 해외에는 대만이 3,258개로 가장 많고 중국 2,436개, 태국, 베트남, 미국 등에 현지 기업이나 합작 형태로 진출 - 한국에는 7,271개로 가장 많았으나 2017년 7월 라이선스 종료로 철수		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(FamilyMart, 2018.09.21.), D&B Hoover's

3. 온라인 유통채널

□ 전자상거래 시장 현황

○ 경제산업성의 'E-Commerce Market Survey for 2017'에 따르면 인터넷 식품 판매는 2015년 13조 엔(약 108억 달러), 2016년 14.5조 엔(약 132억 달러)를 기록하며 해마다 성장 중

- 식품판매가 제일 많고 뒤이어 가전, 도서, 영화, 음악 순
- 인터넷 쇼핑 회사들도 식음료 판매에 본격적으로 뛰어들었으며 특히 아마존은 2017년 4월 Amazon Fresh를 일본 내에 런칭해서 유통기한이 짧은 제품을 4시간 내로 배송하는 서비스 제공

○ 주요 온라인 식품판매 사이트

표 6.3 일본 주요 식료품 판매 사이트

웹사이트	특징
www.rakuten.co.jp 	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 최대 인터넷 쇼핑몰 사이트이자 일본 IT 업계 중 최고의 지위 - 2018년 9월 2일 기준으로 4만 6,090개 점포와 제휴해 2억 6,000만 개의 제품을 판매 - E-commerce뿐만 아니라 광고, 미디어, 여행사, 디지털 콘텐츠, 통신, 에너지 등 인터넷 서비스 사업, 신용카드, 전자금융을 포함한 경제 서비스, 은행, 증권, FinTech 금융 사업과 같은 서비스 제공
shopping.yahoo.co.jp 	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 급성장하는 인터넷 쇼핑사이트 - 2013년 10월 E-commerce revolution으로 급성장했으며 약 65만 개 점포와 제휴해 2억 8,000만 개의 상품 판매(2017년 12월 기준)

자료: 현지조사원

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Report Japan September 2018」, Dun & Bradstreet, 2018. 8. 22
2. 「Annual 2017 Exporter Guide Japan」, USDA, 2017.12.26.
3. 「Annual 2017 Retail Foods Japan」, USDA, 2017.12.26.
4. 「2018년 하반기 환율 전망」, 산은조사월보, 2018.6.
5. 「식품, 첨가물 등의 규격기준」, 일본 후생성고시, 1959.
6. 「일본 식품표시법 및 표시기준 - 제도 제정 배경 및 표시기준 주요 변경사항 -」, 식품의약품안전처, 식품안전정보원, 2015.12.
7. 「주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사 - 일본 편 -」, aT한국농수산물유통공사, 2017.12.
8. 「統計月報」, 東洋經濟, 2017.5.

■ 참고 사이트

1. 「인구추계월보」, 일본 총무성, 2018.1.(www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/201801.pdf)
2. 후지경제 마케팅 리서치&컨설팅그룹(www.fuji-keizai.co.jp/market/18033.html)
3. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
4. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
5. International Trade Centre(www.trademap.org)
6. 통합무역정보서비스 TRADENAVI(www.tradenavi.or.kr)
7. 유로모니터(www.euromonitor.com)
8. 「2017 식품산업동태조사」, 일본 농림수산업성(www.maff.go.jp/j/zyukyu/jki/j_doutai/doutai_top.html)
9. 「가계조사」, 일본 총무성 통계국, 2018.6.8.
(www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200561&tstat=000000330001&cycle=7&year=20170&month=0&tclass1=000000330001&tclass2=000000330004&tclass3=000000330006)
10. 「무역통계」, 일본 재무성(www.customs.go.jp/tariff/2018_4/index.htm)
11. 「식사섭취기준」, 일본 후생노동성, 2015.4.1.
(www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-10900000-Kenkoukyoku/0000080223.pdf)
12. 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000144562.html)
13. 공익사단법인 일본수입식품안전추진협회(www.asif.or.jp/import2.html)
14. 「식품표시법 설명자료」, 일본 소비자청 식품표시기획과
(www.cao.go.jp/consumer/iinkai/2013/135/doc/135_131112_shiryu7-sankou4.pdf)
15. 「2018 상업통계」, 일본 경제산업성(www.meti.go.jp/statistics/tyo/syoudou/result/kakuho_2.html)
16. 「2014년 전국소비실태조사」, 일본 총무성 통계국(www.stat.go.jp/data/zensho/2014/pdf/gaiyo3.pdf)
17. Japan - Flash report, Sales volume on vehicle, 2018.
(www.marklines.com/en/statistics/flash_sales/salesfig_japan_2018)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1807-11

품 목 : 매실 우메보시(Umeboshi)

국 가 : 일본(Japan)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발 행 일 2018

발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 <http://www.kati.net>

자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

- 본 자료는 한국농식품유통공사 농수산물수출정보 사이트 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.