aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2019 년

해외시장 맞춤조사

- No. 1906-22
- 품목 : 새싹땅콩차(Peanut Sprout Tea)
- 국가 : 일본(JAPAN)
- 구분 : 시장분석형

· 사업명 : 2019년 해외시장 맞춤조사
· 주관기관 : 한국농수산식품유통공사

Kati
농식품수출정보

Contents

Ⅰ. Market Size (시장규모)

SUMMARY 4

1. 일본 새싹땅콩차 시장규모 5
2. 일본 새싹땅콩차 수출입 시장규모 6
3. 일본 새싹땅콩차 소비자 규모 7

Ⅱ. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY 10

1. 바빠진 일상으로 인해 변화한 일본의 차(Tea) 소비 행태 15
2. 차의 '향기'와 '맛'은 최우선, '건강'도 챙겨주면 일석이조 16
3. 일본 소비자, 새싹땅콩에 함유된 레스베라트롤에 관심 보여 17
4. 레스베라트롤, 식품보다는 보충제로 섭취되길 권유 18

Ⅲ. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY 20

1. 일본 새싹땅콩차 유통구조 21
2. 일본 새싹땅콩차 주요 유통업체 22
3. 일본 새싹땅콩차 B2C 소매채널 23

Ⅳ. Customs·Quarantine (세관·검역)

SUMMARY 34

1. 일본 새싹땅콩차 인증 취득 35
2. 일본 새싹땅콩차 사전 심사 37
3. 일본 새싹땅콩차 업체·제품 등록 38
4. 일본 새싹땅콩차 라벨 심의 39
5. 일본 새싹땅콩차 서류 준비 43
6. 일본 새싹땅콩차 세금 납부 44
7. 일본 새싹땅콩차 드링크 검역 심사 45

Ⅴ. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY 48

Interview ① 사이조엔(西条園) 49

Interview ② 마루하치(マルハチ) 51

* 참고문헌 52

Ⅰ. Market Size

SUMMARY

1. 일본 새싹땅콩차 시장규모
2. 일본 새싹땅콩차 수출입 시장규모
3. 일본 새싹땅콩차 소비 시장규모

Market Size
(시장규모)

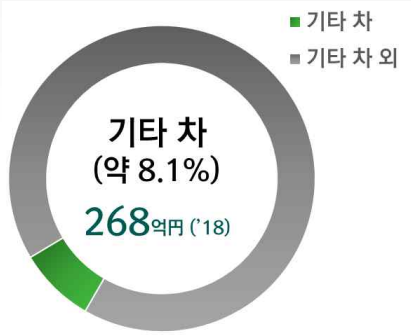
일본 (JAPAN)

새싹땅콩차 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(차)

- 일본 차[1] 시장 규모 ····· 3,320억 엔 ('18)
- 일본 기타 차[2] 시장 규모 ····· 268억 엔 ('18)

(*) Euromonitor International



새싹땅콩차 수출입 시장규모

지표 설정 기준: '차' 제품의 제조법(증숙), 제품의 성분(디카페인)

- HS 0902.40[3] 일본 對글로벌 '홍차와 부분발효차' 수입 규모 ····· 11,260만 달러 ('18)
- HS 0902.40 한국 對일본 '홍차와 부분발효차'수출 규모 ····· 23만 달러 ('18)

(*) International Trade Centre

새싹땅콩차 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품은 새싹땅콩을 주성분으로 하는 잎차, 티백차로 남녀노소 모두 즐길 수 있는 제품임.
이에 소비가 예측되는 '20-70대의 인구 분포와 규모'를 확인하고 '일본의 연간 차 소비량'을 조사함

① 일본 20-70대 인구 규모 ('14-'18)

2014년	127,083천 명
2015년	127,095천 명
2016년	126,933천 명
2017년	126,706천 명
2018년	126,443천 명

② 일본 연간 차 소비량 ('13-'17)

2013년	118,010톤
2014년	112,936톤
2015년	105,952톤
2016년	105,512톤
2017년	107,788톤

(*) Statistics of Japan, 全国茶生産団体連合会 · 全国茶主産府県農協連連絡協議会

1) 차(Tea): 홍차, 과일/허브차, 녹차, 인스턴트차, 기타 차를 포괄함. 조사제품의 품목(차) 이에 해당되어 지표로 선정함
2) 기타 차(Other Tea): 홍차, 과일/허브차, 녹차, 인스턴트 차 외의 분류 항목임. 조사제품의 주성분(새싹땅콩)이 기타에 해당되어 지표로 선정함
3) HS CODE 0902.40: 조사 제품 '새싹땅콩차'는 제조과정에서 증숙 과정을 거쳐 가공되며, 카페인이 들어가 있지 않아 '그 밖의 홍차(발효차)와 그 밖의 부분발효차'로 분류됨. 이와 가장 가까운 HS CODE 0902.40을 지표로 선정함

1. 일본 새싹땅콩차 시장규모

조사 시장: 새싹땅콩을 주성분으로 한 티백(tea bag) 형태의 차 제품으로 제품의 품목(차)과 성분(새싹땅콩)을 고려하여 상위 시장인 '차'와 세부 시장인 '기타 차' 규모를 조사함

일본 국가 일반 정보[8]

면적	37.8만 ㎢
인구	1억 2,679만 명
GDP	4조 9,709억 달러
GDP (1인당)	3만 9,287만 달러

▶ **2014-2018년, 일본 '기타 차' 시장 연평균성장률(CAGR)[4] -0.6%**

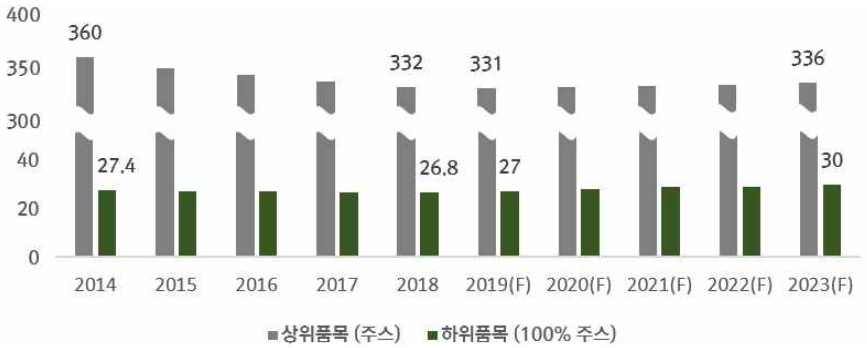
2018년 기준, 일본의 '차' 시장 규모는 3,320억 엔으로 과거 5년 동안 (2014-2018년) 매해 평균 2% 감소하였으며, '기타 차' 시장 규모는, 268억 엔으로 연평균 0.6% 감소함. 기존 차 소비자들이 일반 차(잎차, 티백) 대신 비교적 섭취가 편리한 즉석차음료(RTD Tea: Ready To Drink Tea)를 선택하면서, 일반 차 시장은 하락세에 있음. 차 시장 중에서는 보리차 등 자연성분의 무카페인 차 품목이 인기가 있음[5]

▶ **2019-2023년, 일본 '기타 차' 시장, 연평균성장률(CAGR) 2.7%**

2019년 기준, '차' 시장은 3,310억 엔, '기타 차' 시장은 270억 엔 규모에 달할 것으로 나타남. 기타 차 시장의 향후 5년(2019-2023년) 성장률은 2.7%로 전망됨

[표 1.1] '차', '기타 차' 시장 규모[6][7]

단위 : 십억 엔



분류		2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 품목	차	360 (3.9조 원)	350 (3.8조 원)	343 (3.8조 원)	337 (3.7조 원)	332 (3.6조 원)	-2%
해당 품목	기타 차	27.4 (2,996억 원)	27.2 (2,974억 원)	27.0 (2,952억 원)	26.6 (2,908억 원)	26.8 (2,930억 원)	-0.6%
전망		2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
상위 품목	차	331 (3.6조 원)	332 (3.6조 원)	333 (3.6조 원)	334 (3.7조 원)	336 (3.7조 원)	0.4%
해당 품목	기타 차	27 (2,952억 원)	28 (3,061억 원)	29 (3,171억 원)	29 (3,171억 원)	30 (3,280억 원)	2.7%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 연평균성장률(CAGR): Compounded Annual Growth Rate
5) 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Japan, Country Report」, 2019.03
6) 100엔=1,093.32원(2019.07.25., KEB 하나은행 매매기준율 기준)
7) 원 데이터(단위: 십억 엔)와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림되어 작성된 수치임
8) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 일본 새싹땅콩차 수출입 시장규모

HS CODE 0902.40: '새싹땅콩차'는 제조 시 증숙과정을 거쳐 가공되며, 카페인을 포함하지 않음. 이에 증숙과정 및 무카페인 차를 포함하는 HS CODE 0902.40 '그 밖의 홍차(발효차)와 그 밖의 부분발효차'를 지표로 선정함

▸ 2014-2018년, 일본 對글로벌 수입액 연평균성장률 -0.9%

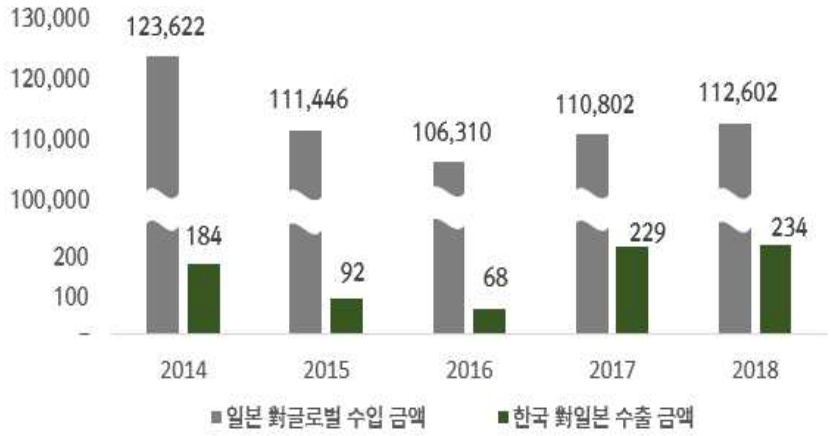
2018년 기준 일본 HS CODE 0902.40 품목의 對글로벌 수입액은 1억 1,260만 2,000달러를 기록함. 연평균성장률을 살펴보면 최근 5년(2014-2018년)동안 평균 0.9% 감소한 것으로 나타지만 2016년 이후 소폭 증가세에 있음

▸ 2014-2018년 한국 對일본 수출액 연평균성장률 6.2%

2018년 한국 HS CODE 0902.40 품목의 對일본 수출액은 23만 4,000달러로 확인되며 연평균 6.2%의 성장률을 기록함. 한국 對일본 수출액은 일본 對글로벌 수입액과 비슷한 양상을 보임. 2014-2016년 간 연평균 39% 감소하였으나, 2017년 수입액이 전년도 대비 237%(16만 1,000달러) 오르며 증가 추세에 있음

[표 1.2] HS CODE 0902.40 수입 규모[9)10)]

단위 : 천 달러



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* ('14~'18)
일본 對글로벌 수입액	123,622 (1,461억 원)	111,446 (1,317억 원)	106,310 (1,256억 원)	110,802 (1,309억 원)	112,602 (1,330억 원)	-0.9%
한국 對일본 수출액[11)]	184 (2.2억 원)	92 (1.1억 원)	68 (8,034만 원)	229 (2.7억 원)	234 (2.8억 원)	6.2%

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 0902.40,
KATI(Korea Agricultural Trade Information) HS CODE 0902.40 기준

9) 1달러=1,181.5원 (2019.07.25., KEB 하나은행 매매기준율 기준)
10) 해당 데이터는 반올림되어 작성된 수치임
11) ITC내 일본 對한국 수입 데이터가 부재하여, KATI 내 동일품목에 대해 한국 對일본 수출 규모를 확인함

3. 일본 새싹땅콩차 소비 시장규모

새싹땅콩차는 새싹땅콩을 주성분으로 하는 티백차로 남녀노소 모두 즐길 수 있음. 이에 소비가 예상되는 '20-70대의 인구 분포와 규모'를 확인하고 '일본의 연간 차 소비량'을 조사함

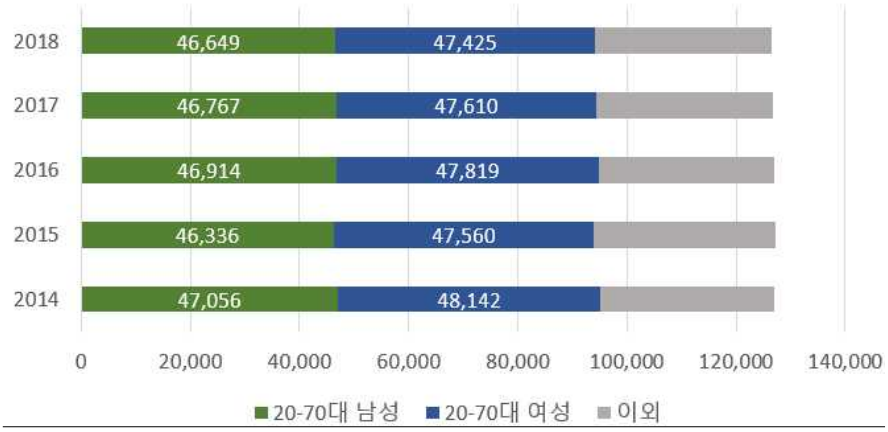
1) 일본 20-70대 인구 규모

▸ **2018년, 20-70대 전체 인구의 74.4% 차지**

2014-2018년 기준, 일본의 20-70대는 평균적으로 전체 인구의 약 74%를 차지하며, 2018년도 인구 규모는 2014년도 대비 1.2%(약 111만 3,000명)정도 감소한 것으로 확인됨. 감소율 기준, 남성은 0.9%(약 40만 7,000명) 여성은 1.5%(약 71만 7,000명)으로 여성이 더 많이 감소하였으나, 2018년 기준 절대적 인구 수치는 여성이 더 높은 것으로 나타남

[표 1.3] 2014-2018년, 20-70대 인구 분포 및 규모[12)]

단위 : 천 명



연도	전체 인구	20-79세		
		전체	남성	여성
2014	127,083 (100.0%)	95,192 (74.9%)	47,056 (37.0%)	48,142 (37.9%)
2015	127,095 (100.0%)	93,896 (73.9%)	46,336 (37.0%)	47,560 (37.9%)
2016	126,933 (100.0%)	94,729 (74.7%)	46,914 (36.5%)	47,819 (37.4%)
2017	126,706 (100.0%)	94,375 (74.5%)	46,767 (37.0%)	47,610 (37.7%)
2018	126,443 (100.0%)	94,079 (74.4%)	46,649 (36.9%)	47,425 (37.6%)
2014/2018 증감율	-0.5%	-1.2%	-0.9%	-1.5%

자료: 일본 통계청(Statistics of Japan)

12) 해당 자료는 반올림되어 작성된 수치로, 남성과 여성의 인구 수 합산 시 전체에 미달 또는 초과될 수 있음

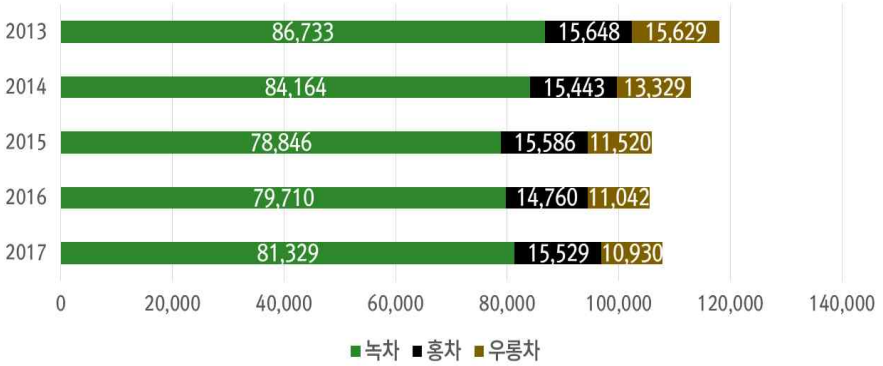
2) 일본 차 소비량

▸ 2013-2017년, 차 연간 평균 110,040톤 소비

2013-2017년 간, 일본의 연간 차 소비량은 평균 11만 40톤으로 확인되며 2018년도 소비량은 2014년도 대비 8.7% 감소함. 일반 차 소비자가 즉석차음료(RTD Tea) 소비자로 전환되면서 시장 규모가 작아진 것으로 보임[13]. 일본인이 가장 많이 마시는 차 3종류는 녹차, 홍차, 우롱차로 나타나며[14] 이 중 녹차가 가장 높은 비중을 차지함. 지난 5년간 감소율 비교 시, 홍차가 0.8%로 감소폭이 가장 작고, 우롱차가 30.1%로 가장 큼

[표 1.4] 2013-2017년, 일본 차 소비량[15]

단위 : 톤



연도	총량	녹차	홍차	우롱차
2013	118,010 (100%)	86,733 (73%)	15,648 (13%)	15,629 (13%)
2014	112,936 (100%)	84,164 (75%)	15,443 (14%)	13,329 (12%)
2015	105,952 (100%)	78,846 (74%)	15,586 (15%)	11,520 (11%)
2016	105,512 (100%)	79,710 (76%)	14,760 (14%)	11,042 (10%)
2017	107,788 (100%)	81,329 (75%)	15,529 (14%)	10,930 (10%)
2013/2017 증감율	-8.7%	-6.2%	-0.8%	-30.1%

자료: 전국차생산연합회(全国茶生産団体連合会 · 全国茶主産府県農協連連絡協議会)

13) 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Japan, Country Report」, 2019.03
14) 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Japan, Country Report」, 2019.03
15) 해당 자료는 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 100%에 미달, 초과 될 수 있음

II. Market Trend

SUMMARY

1. 바빠진 일상으로 인해 변화한 일본의 차(Tea) 소비행태
2. 차의 '향기'와 '맛'은 최우선, '건강'도 챙겨주면 일석이조
3. 일본 소비자, 새싹땅콩에 함유된 레스베라트롤에 관심 보여
4. 레스베라트롤, 식품보다는 보충제로 섭취되길 권유

Market Trend
(시장 트렌드)

일본 (JAPAN)
새싹땅콩차 소비 트렌드[16]

전통 키워드는 하락, 냉침차/냉차 키워드는 증가
'이와 함께 티백 키워드 언급률도 소폭 성장'

차(Tea)의 가장 중요한 요소는 '맛'과 '향'
'맛, 향, 고급 키워드 언급량과 성장률 모두 높아'

■ Japan Issue ①
시원하고 간편하게 마실 수 있는 RTD 차 음료 선호 증가
'바쁜 라이프스타일이 차(Tea) 소비행태에 영향 미쳐'

■ Japan Issue ②
맛, 향 그리고 건강까지 챙길 수 있는 차(Tea) 인기
'건강에 대한 관심 증가로 차(Tea) 성분 언급량 증가'

새싹땅콩 연관어로 '요리' 키워드가 강세
'새싹땅콩에 함유된 레스베라트롤 성분에 관심 엿보여'

장 또는 혈청, 면역력 개선 욕구 높아
'항산화 기능으로 잘 알려진 레스베라트롤'

■ Japan Issue ③
차(Tea)보다는 요리 재료로 이용되는 새싹땅콩
'새싹땅콩 요리 레시피 어렵지 않게 찾아볼 수 있어'

■ Japan Issue ④
레스베라트롤 보충제를 찾는 소비자 多
'식품으로 섭취하기 보다는 보충제 섭취 권장'

16) 새싹땅콩차는 새싹땅콩을 주성분으로 한 티백(Tea bag)형태의 제품으로 품목(차)과 성분(새싹땅콩)을 고려하여 일본 '차(Tea)' 시장과 '새싹땅콩' 트렌드를 조사함

1. 빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원

(일본 언론 매체 19개)
일본 온라인마켓 4개
일본 정보 공유 사이트 2 개)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)

빅데이터 수집
56,550건

① 일본 차(Tea) 및 땅콩새싹 기사 및 포스팅 데이터 수집(*)
◦ 수집원 : 현지 차(Tea) 소비 및 라이프스타일 관련 매체, 요리 레시피 정보 공유 사이트 등

② 카자흐스탄 과즙음료 소비자 댓글 수집(*)
◦ 차(Tea), 땅콩새싹
◦ 수집원 : 야후재팬(store.shopping.yahoo.co.jp)
쿠텐(www.qoo10.jp)
라쿠텐(www.rakuten.com)
아마존(www.amazon.jp)

차(Tea), 땅콩새싹
(검색어)

데이터 분류 키워드집

(일본 차(Tea), 새싹땅콩 연관 키워드집)

빅데이터 정제
23,885건

① 수집 데이터 정의
◦ 수집 키워드 차(Tea), 땅콩새싹 (茶, ピーナッツもやし)

② 수집 데이터 정제
◦ 정제 데이터 추출 : 과즙음료 연관 데이터 7,588건 추출

빈도 분석
(시장 트렌드 분석)

데이터 분석 미래신호탐지기법

빅데이터 분석
차(Tea), 땅콩새싹
시장 트렌드 분석

① 데이터 분석 배경 및 목적
◦ 일본 차(Tea) 시장에 대한 소비자의 선호와 그에 따른 제품 트렌드

② 데이터 분석 기법 선정
◦ 미래신호탐지기법
◦ 시장 트렌드, 음료의 맛, 제품 키워드집 구축(**)
◦ 키워드별 발생 빈도 분석(***)

③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
◦ 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석값 검증

1) 데이터 수집

빅데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 – 19.06
수집 데이터	56,550건

데이터 정제

정제 키워드	차(Tea), 새싹땅콩 (茶, ピーナッツもやし)
정제 데이터	23,885건

- 일본 차(Tea), 새싹땅콩 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 일본 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Atpress	www.atpress.ne.jp	신문, 언론 매체
02	PRtimes	www.prtimes.jp	신문, 언론 매체
03	Gigazine	www.gigazine.net	신문, 언론 매체
04	HOokkaido-np	www.hokkaido-np.co.jp	신문, 언론 매체
05	AFP BBnews	www.afpbb.com	신문, 언론 매체
06	Livedoor	news.livedoor.com	신문, 언론 매체
07	GQjapan	www.gqjapan.jp	라이프스타일 매거진
08	Yahoojapan	www.yahoo.co.jp	검색 포털 사이트
09	Mamote.naver	www.matome.naver.jp	검색 포털 사이트
10	Kumiko-jp	www.kumiko-jp.com	음식 관련 매체
11	Fun-japan	www.fun-japan.jp	음식 관련 매체
12	Ercipe.women.excite	www.ercipe.women.excite.co.jp	음식 관련 매체
13	Recipe-blog	www.recipe-blog.jp	음식 관련 매체
14	Hotpepper	www.hotpepper.jp	음식 관련 매체
15	Recipe.rakuten	www.recipe.rakuten.co.jp	음식 관련 매체
16	Cookpad	cookpad.com	음식 관련 매체
17	Yahoojapan	store.shopping.yahoo.co.jp	온라인 쇼핑몰
18	Ogreland	www.qoo10.jp	온라인 쇼핑몰
19	Amazon	www.amazon.jp	온라인 쇼핑몰
20	Rakuten	www.rakuten.com	온라인 쇼핑몰
21	LiveWell.TOKYO	livewell.tokyo	지방 대표 매체
22	Nicovideo	ch.nicovideo.jp	정보 공유 사이트
23	Myvest	my-best.com	정보 공유 사이트
24	Japan-guide	www.japan-guide.com	여행 관련 매체
25	Gurutabi.ganvi	www.gurutabi.gnavi.co.jp	여행 관련 매체

○ 빅데이터 분석 키워드집

- 일본 차(Tea) 시장 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 일본 차(Tea) 시장 관련 매체 리스트

PRTIMES	GQ	mybest
현지 언론 매체, 차(Tea) 시장 동향	현지 라이프스타일 매거진, 차(Tea) 트렌드	현지 정보 공유 및 추천사이트 인기 차(Tea) 및 소비행태
키워드 ① 체지방 감소	키워드 ① 다이어트	키워드 ① 보조식품
키워드 ② 녹차	키워드 ② 고급	키워드 ② 냉침차
키워드 ③ 밀크티	키워드 ③ 계절 음료	키워드 ③ 휴식·재충전
키워드 ④ 체험	키워드 ④ 휴식·재충전	키워드 ④ RTD 차

2) 데이터 분류

키워드 수립 근거

참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

- 일본 차(Tea), 새싹땅콩 빅데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 일본 차(Tea), 새싹땅콩 관련 분석 키워드

분류	키워드		수립 근거(*)		
	한국어	영어 / 일본어	참여기업	경쟁기업	기타
차(Tea) 유형	차	Tea/茶	O		
	녹차	Green tea/緑茶		O	
	말차	Matcha/抹茶		O	
	보리차	Mugicha/麦茶		O	
	우롱차	Oolongcha/ウーロン茶		O	
	둥글레차	Dongle tea/アマドコロ茶		O	
	냉침차(냉차)	Cold(-brewed) tea/水出し茶(冷茶)	O		
	티백	Tea bags/ティーバッグ	O		O
	전통	Established/老舗			O
구매 고려요소	단맛	Sweet/甘い			O
	가격	Price/価格	O		
	효과	Effect/効果	O		
	항산화	Antioxidant/抗酸化	O		
	젊음	Young/若い			O
	건강	Health/健康	O		
	미용	Beauty/美容	O		
	비타민	Vitamin/ビタミン			O
	향기	Scent/香り			O
	영양	Nutrition/栄養	O		
	설탕	Sugar/砂糖	O		
	피부	Dermatology/皮膚			O
	부드러운	Mellow/まろやか			O
	고급	Luxury/高級			O
새싹땅콩	새싹땅콩	Peanut sprout/ピーナッツもやし	O		
	요리	Cuisin/料理	O		
	레스베라트롤	Resveratrol/レスベラトロール	O		
	폴리페놀	Polyphenol/ポリフェノール	O		
	포도	Grape/グレープ			
	변비	Constipation/便秘			O
	면역력	Immunity/免疫力			O
	콜레스테롤	Cholesterol/コレステロール			O
	보충제	Supplement/サプリメント			O

3) 데이터 분석

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적 수립

- 일본 차(Tea) 시장의 향후 수요를 예측하기 위함
- 향후 일본 내 수요가 증가될 것이라고 예상되는 차(Tea) 특징 제안

○ 빅데이터 분석 기법 선정

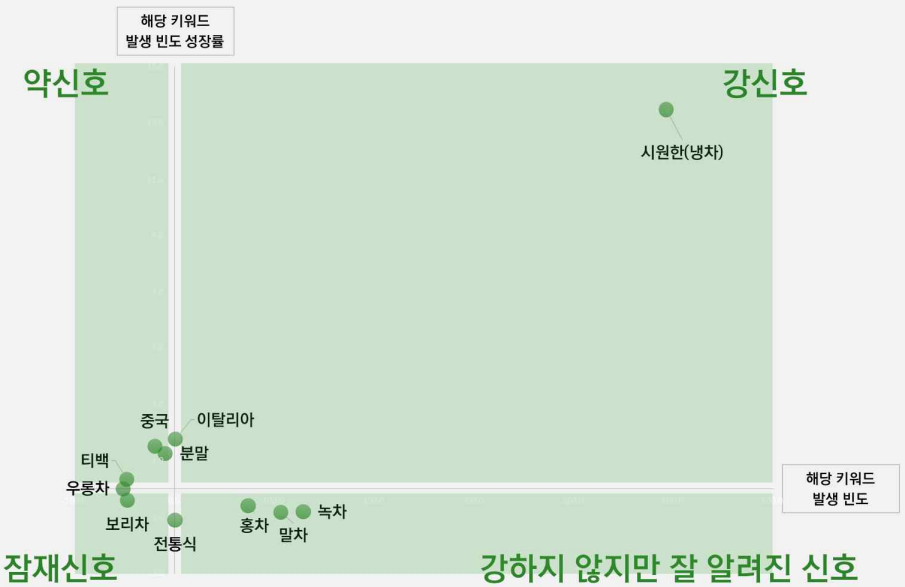
- 미래신호탐지기법(Future Signals)
- 특정 키워드의 발생 점유율과 발생 증가율을 분석
  (특정 키워드의 특정 기간 발생 빈도와 발생 점유율에 따른 향후 수요 예측)
- 일본 내 '차(Tea)'의 분기별 발생 빈도 및 증가율 분석

○ 빅데이터 분석 값 정의

- X축 : 키워드 발생 빈도 / - Y축 : 키워드 발생 빈도 성장률
- 일사분면(약신호) : 향후 부상할 것으로 예상되는 이슈
- 이사분면(강신호) : 다수가 인지하고 있는 중요한 이슈
- 삼사분면(잠재신호) : 인지도 및 증가율이 낮은 잠재 이슈
- 사사분면(강하지 않지만 잘 알려진 신호) : 인지하고 있으나, 증가율이 높지 않은 이슈

미래신호탐지기법
(Future Signals)

[일본 차(Tea) 빅데이터 분석 결과]



1. 바빠진 일상으로 인해 변화한 일본의 차(Tea) 소비 행태

일본식 다도(茶道)

차(Tea)는 일본의 가장 대중적이고 중요한 식문화이다.
-출처: 재팬가이드(japan-guide.com)
-사진: 탐앤티(tom&tea.com)

현지 차(Tea) 제품

제품명	녹차 티백
가격	3,137 엔[17] (한화 약 34,297 원)
제품유형	티백
용량	40개 * 6박스

사진 및 정보 출처: 라쿠텐(楽天, 일본 온라인 쇼핑몰)

제품명	오이 오차(Oi Ocha)
가격	130 엔 (한화 약 1,421 원)
제품유형	RTD 차
용량	525ml

사진 및 정보 출처: 라쿠텐(楽天, 일본 온라인 쇼핑몰)

▸ 차(Tea)의 나라 일본, 전통 방식에서 점차 벗어나

빅데이터 분석 결과, 냉침차(水出し茶), 냉차(冷茶) 등 차를 시원하게 마시는 방식이 큰 인기를 끌고 있으며, 이와 함께 '티백' 키워드는 향후 부상할 것으로 예상되는 약신호에 위치해 있어 눈여겨볼만 함. 반대로 '전통' 키워드는 하락세로 일본 차(Tea) 소비 행태가 현대식으로 변화된 것을 알 수 있음.

▸ 이전과 달라진 차(Tea) 소비 행태, 바쁜 현대인의 단편

▸ 티백(Tea bag)과 RTD 차(Ready-to-Drink tea) 선호도 高

「2019년 세이코시간백서조사」[18]에 따르면 다수의 응답자가 시간에 쫓겨 생활한다고 응답했으며, 하루 24시간이 부족하다고 생각함. 일본의 차(tea) 소비 행태가 변화하는 것은 이러한 현대인의 삶과 관련이 있음. 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 바쁜 라이프스타일로 인해 RTD 차 음료 시장이 더욱 커지고 있다고 보고 있음. 일례로 일본의 음료 제조업체인 I사는 티백과 RTD 차 음료 제품으로 시장 점유율을 높이고 있으며, 최근 여름 계절음료로 냉침차를 선보여 소비자의 관심을 끌고 있음[19]

▸ 일본 차(Tea) 음용 방식 관련 주요 키워드

① 시원한 차 ② 분말차 ③ 티백

[표 2.4] 일본 차(Tea) 음용 방식 관련 연관 이슈

자료 : 일본 차(Tea) 음료 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 23,690건 분석 (18. 01 ~ 19. 06)

17) 100엔=1,093.32원(2019.07.25., KEB 하나은행 매매기준율 기준)
18) 세이코(SEIKO), 「'働き方改革の副作用？現代人は、依然として時間に「追われている」' 2019.06.
19) 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Japan, Country Report」, 2019.03.

2. 차의 '향기'와 '맛'은 최우선, '건강'도 챙겨주면 일석이조

▸ '향기'와 '맛'이 최우선 고려 요소

차(Tea)와 함께 가장 많이 언급된 키워드는 '향기'와 '맛'이며, 최근 '고급 차'에 대한 키워드가 빠르게 증가한 점도 주목할 만함. 이는 소비자들이 차(Tea)음용 시 느껴지는 경험을 최우선으로 한다는 점을 알 수 있음.

"이 음료가 건강하다는 이유로 구매했다. 무설탕이기 때문에 콜라 대용으로 괜찮은 제품이다."
- Amazon, IRN-BRU 소비자 제품 구매 평가

▸ 건강에 대한 관심 증가로 무설탕 음료 선호

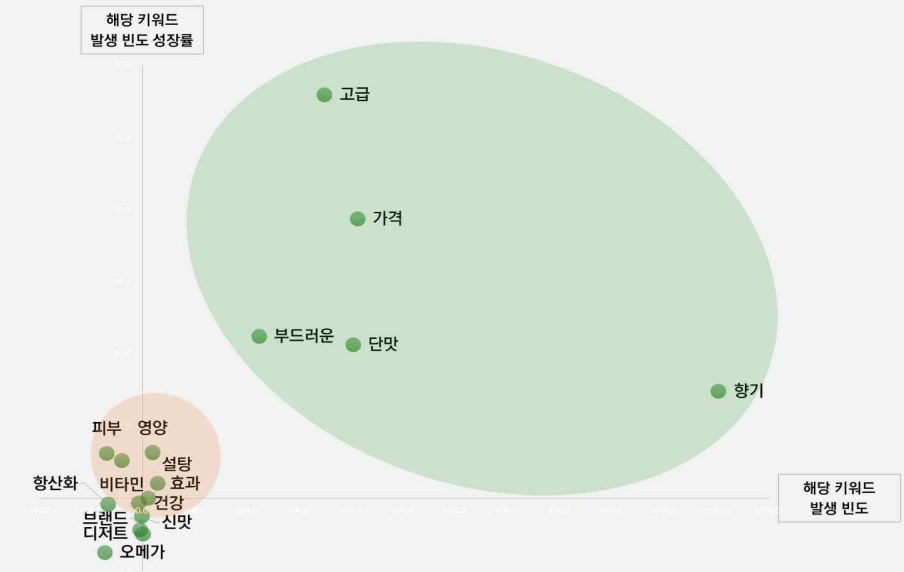
▸ 향후 RTD차(Ready-to-Drink Tea) 증가세 전망

2018년 일본 건강 수요 기초조사[20]에 따르면 최근 건강에 대한 관심이 전반적으로 높아지면서 무설탕이나 혈관 나이를 고려하는 일본 소비자들이 증가함. 빅데이터 분석 결과, 실제로 차(Tea)에 함유된 영양 성분 및 음용 효과 관련 키워드 발생 빈도(X축) 기준으로 상위에 있는 것으로 보아 전년 대비 소폭 성장하였음. 차는 항상화 성분과 심장병, 뇌졸중, 암, 뼈와 관련한 질병 문제를 해결해준다는 점에서 소비자들에게 건강 음료로 인식됨.[21] 앞서 설명한 RTD 차 음료의 편리성(Convenience)과 건강(Health)에 대한 높은 관심으로 향후 RTD 차 음료의 인기는 더욱 커질 것으로 전망함

▸ 일본 차(Tea) 구매 시 고려 요소 관련 키워드

① 고급 ② 향기 ③ 부드러운 ④ 단 맛

[표 2.5] 차(Tea) 구매 시 주 고려 요소 연관 성장 이슈



자료 : 일본 차(Tea) 음료 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 23,690건 분석 (18. 01 ~ 19. 06)

20) 일본능률협회(日本能率協会)에서 1988년부터 매년 실시하는 건강수요기초조사. 전국 15세~79세의 남녀를 대상으로 함
21) 유로모니터(Euromonitor), 「RTD Tea in Japan」, 2019.03.

3. 일본 소비자, 새싹땅콩에 함유된 레스베라트롤에 관심 보여

▸ 차(Tea)보다는 음식으로 먹는 새싹땅콩

새싹땅콩을 언급한 문건에서 그 소비 형태를 살펴본 결과, 차(Tea)로 음용하기보다는 주로 요리 재료로 이용함. 실제로 레시피 공유 사이트를 살펴보면 새싹땅콩을 활용한 요리를 어렵지 않게 찾아볼 수 있음.

▸ 새싹땅콩에 함유된 레스베라트롤(Resveratrol)에 대한 관심이 좀더 높은 편

데이터 분석 결과, 새싹땅콩 대비 새싹땅콩에 함유된 레스베라트롤(Resveratrol) 키워드 발생 빈도 성장율이 높게 나타남. 이를 토대로 새싹땅콩보다는 해당 성분에 관심이 기울어져 있다는 것을 알 수 있음. 레스베라트롤은 폴리페놀의 한 종류로 땅콩, 크랜베리, 포도, 초콜렛, 레드와인 등에 다량 함유되어 있음. 레스베라트롤은 항암 및 항산화 작용을 하여 혈청 콜레스테롤을 낮춰주는 역할을 하는 것으로 알려짐[22)]

현지 새싹땅콩 레시피 정보

출처: 쿡패드(cookpad.com)

현지 새싹땅콩 레시피 예시 (새싹땅콩 샐러드)

새싹땅콩은 영양만점입니다.
양파를 넣으면 더 맛있을지도...
출처: 라쿠텐 레시피(recipe.rakuten.co.jp)

▸ 일본 시장 내 새싹땅콩 관련 주요 키워드

① 요리

[표 2.6] 새싹땅콩 관련 주요 이슈

자료 : 새싹땅콩 및 레스베라톨 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 195건 분석 (18. 01 ~ 19. 06)

22) 두산백과, '레스베라트롤(Resveratrol)' 검색 결과

4. 레스베라트롤, 식품보다는 보충제로 섭취되길 권유

N사 레스베라트롤 보충제

제품명	천연 레스베라트롤
가격	3,510 JPY (한화 약 38,230 KRW)
용량	120ml
판매순위	1위

사진 및 정보 출처: 라쿠텐
(楽天, 일본 온라인 쇼핑몰)

▸ **레스베라트롤을 통해 대장, 혈청, 면역력 문제 개선 욕구 높아**

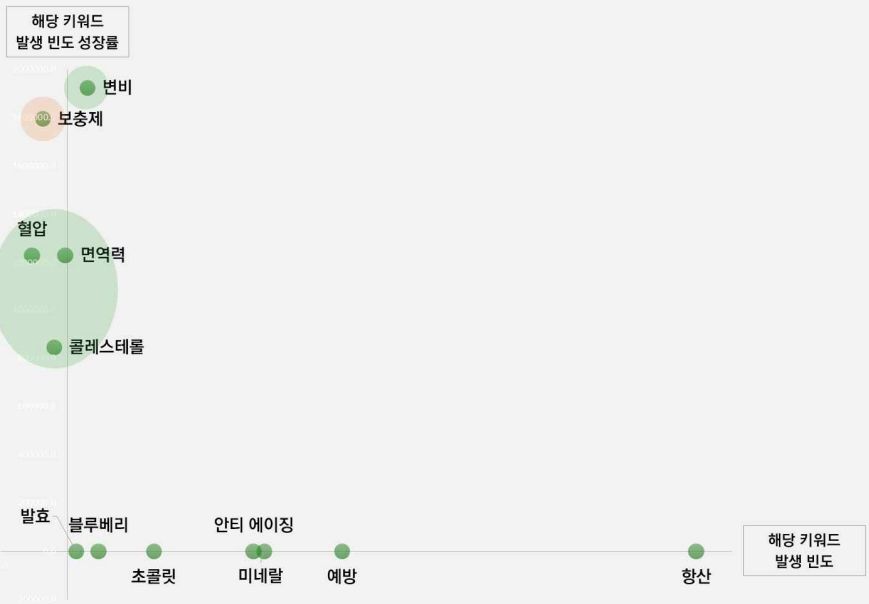
▸ **레스베라트롤 보충제(Supplement)를 찾는 소비자 多**

레스베라트롤(Resveratrol)의 연관 키워드를 살펴본 결과, 앞서 살펴본 바와 같이 레스베라트롤의 주 효능인 '항산화'가 가장 많이 언급됨. 주목할 만한 점은 '변비', '혈압', '면역력', '콜레스테롤'이란 키워드가 전년 대비 급격하게 증가했다는 점임. 이를 통해 많은 소비자들이 장 또는 혈청, 면역력 문제를 개선하고 싶어 한다는 점을 알 수 있음. 또한 레스베라트롤을 블루베리나 초콜릿 등 음식물로 섭취하는 경우도 많지만, 최근 레스베라트롤 '보충제(Supplement)'를 찾는 소비자가 크게 증가한 것으로 나타남. 일본의 정보공유사이트 마이베스트(My-best)에 따르면, 포도나 땅콩 등 식품으로 레스베라트롤을 섭취하는 것은 그 양이 극히 미량으로 효과를 얻기 어렵다고 함. 이에 보충제로 섭취하는 것을 권유해 해당 키워드가 크게 증가한 것으로 보임[23)]

▸ **일본시장 내 레스베라톨 관련 주요 키워드**

① 변비 ② 혈압 ③ 면역력 ④ 혈압 ⑤ 보충제

[표 2.7] 일본시장 내 레스베라톨 주요 키워드



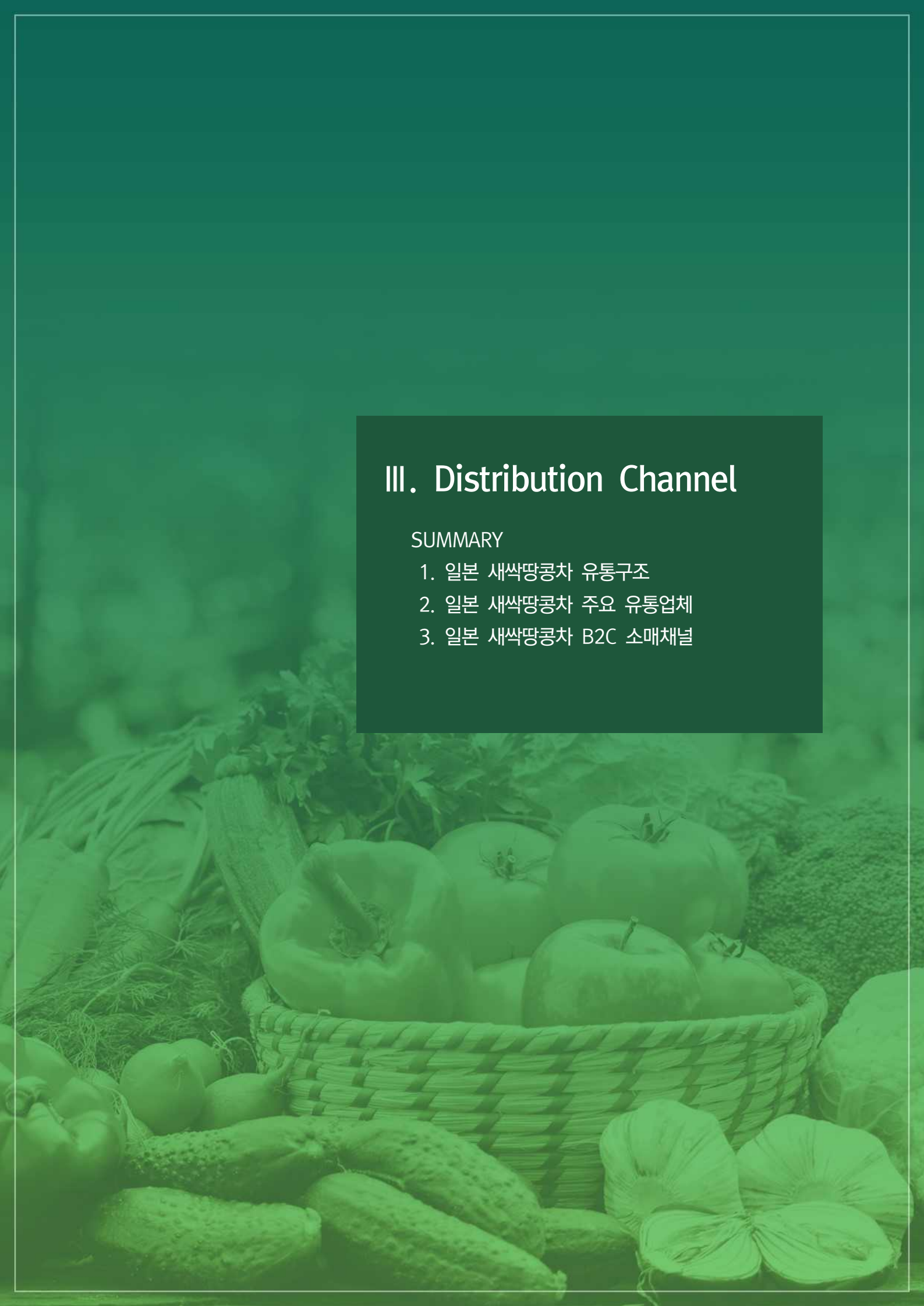
자료 : 새싹땅콩 및 레스베라톨 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 195건 분석 (18. 01 ~ 19. 06)

23) 마이베스트(MyBest, 정보공유서비스), 'レスベラトロールサプリメントのおすすめ人気ランキング7選【アンチエイジング！', 2019.04.20.

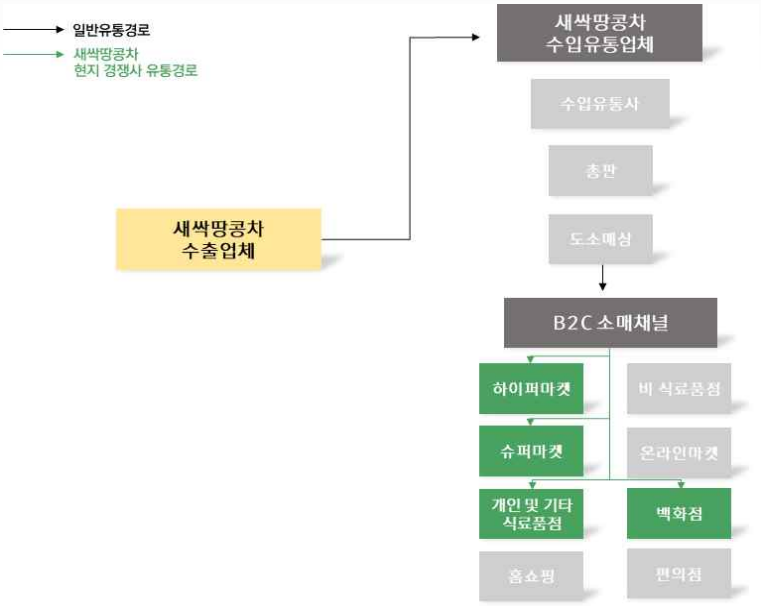
Ⅲ. Distribution Channel

SUMMARY

1. 일본 새싹땅콩차 유통구조
2. 일본 새싹땅콩차 주요 유통업체
3. 일본 새싹땅콩차 B2C 소매채널



Distribution Channel
(유통채널)



일본 (Japan)
차(Tea) 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율[24)25)]	주요 채널[26)]
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	32.5%	맥스벨류(MaxValu), 라이프(Life), 마루잇슈(Maruetsu) 요크-베니마루(York-Benimaru), 바로(Valor)
	개인 및 기타 식료품점[27)28)]	26.7%	장터, 총각네, 히로바
	백화점	20.8%	다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠코시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan), 한큐(Hankyu), 소고(Sogo), 마루이(0101), 세이부(Seibu), 도큐(Tokyu), 한신(Hanshin)
	홈쇼핑	5.9%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 자파넷다카타(Japanet Takata), 큐브이씨(QVC)
	온라인	5.8%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 벨라 메종(Belle Maison)
	비 식료품점	5.2%	(-)
	편의점	3.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 페밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

24) 2018년 기준, 일본 내 차(Tea)의 유통채널 점유율임
25) '새싹땅콩차'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '차(Tea)'의 정보를 확인함
26) 채널 분류에 따른 일본 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨
27) 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크를 포함한 개인 식료품점을 뜻함
28) 개인 식료품점의 경우, 특정 채널에 대한 조사가 불가능하여 조사 대상을 체인점을 보유하지 않은 한인마트로 한정함

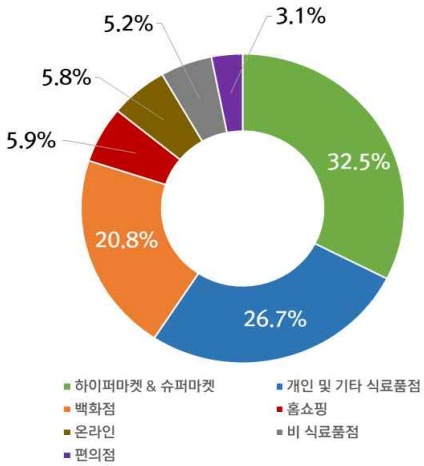
1. 일본 차(Tea) 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	차(Tea)
구분	새싹땅콩차
범주	Tea

▶ 일본 차(Tea) 주요 채널

'하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(32.5%), 개인 및 기타 식료품점(26.7%), 백화점(20.8%)'

[표 3.1] 일본 차(Tea) 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 일본 차(Tea) 유통채널 현황

채널 유형	차(Tea) 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	32.5%	맥스벨류(MaxValu), 라이프(Life), 마루잇슈(Maruetsu), 요크-베니마루(York-Benimaru), 바로(Valor)
	개인 및 기타 식료품점	26.7%	장터, 총각네, 히로바
	백화점	20.8%	다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠코시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan), 한큐(Hankyu), 소고(Sogo), 마루이(0101), 세이부(Seibu), 도큐(Tokyu), 한신(Hanshin)
	홈쇼핑	5.9%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 자파넷다카타(Japanet Takata), 큐브이씨(QVC)
	온라인	5.8%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 벨라 메종(Belle Maison)
	비 식료품점	5.2%	(-)
	편의점	3.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 페밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 일본 새싹땅콩차 주요 유통업체

▶ 일본 차(Tea) 취급 유통채널, 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점, 백화점이 대표적

[표 3.3] 일본 땅콩차 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액[29])	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	맥스벨류 (MaxValu)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 20억 8,704만 달러 (약 2조 4,658억 원)	이토엔(ITOEN), 말리지아(Malizia), 래밍(Raming), 탑밸류(Topvalu), 골든옘(Golen Yem), 트윙스(TWINGS)	O
2	라이프 (Life)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 60억 898만 달러 (약 7조 996억 원)	이토준이치 (伊藤園純一), 미츠모리(三盛物産), 우지코오조노(宇治香園)	O
3	마루엣츠 (Maruetsu)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 34억 2,596만 달러 (약 4조 478억 원)	선토리(サントリー), 키린비버렛지 (キリンビバレッジ), 카네마츠 제약 (カネ松製茶), 우지야스(宇治安)	O
4	장터	한인마트	약 4,303만 달러 (약 508억 원)	청정원, 복음자리, 오뚜기, 팔도, 웅진, 동서	O
5	다카시마야 (Takashimaya)	백화점	약 83억 5,938만 달러 (약 9조 8,766억 원)	후쿠주엔(福寿園), 카와하라 재차 (川原製茶), 아이코쿠 제자 (愛国製茶), 우지코우엔(宇治香園), 카와고에 약초 (越後薬草)	O

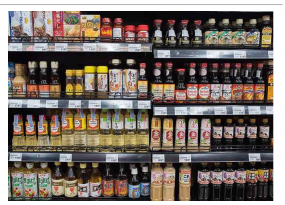
자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

29) 1달러=1,181.5원 (2019.07.25. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 일본 땅콩차 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓

① 맥스벨류(MaxValu)

기업 기본 정보	기업명		맥스벨류(MaxValu)
	홈페이지		www.mv-tokai.com
	위치		시즈오카(Shizuoka)
	규모	매출액('18)	약 20억 8,704만 달러 (약 2조 4,836억 원)
		기타 규모	- 매장 수('19): 약 736개 (국내) 약 92개 (해외)
	기업 요약		- 1948년 설립 - 일본 내 대형마트그룹 이온(Aeon)이 인수하면서 100% 지분을 보유하고 새롭게 만든 슈퍼 - 자체브랜드 제품 생산에 집중하는 유통업체임 - 일본 전역에 약 600개 이상의 지점을 보유함 - 즉석 식품뿐만 아니라 다양한 반찬거리도 판매함
			
기업 최근 이슈			- 오후 9시 이후 야간 할인을 자주함 - 매달 식단을 제공함으로써 메뉴 걱정을 줄이고자 노력하고 있으며, 400칼로리 이하의 식단 또한 제공함
유사제품 정보		제품명	믹스 진저 앤 레몬 그래스 티 (MIX GINGER AND LEMON GRASS TEA)
		종류	차
		용량	100g
		원산지	캄보디아

자료: 맥스밸류(MaxValu) 홈페이지, 이온 온라인(Aeon online) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 재팬 쇼핑 나우(Japan Shopping Now), 맥스밸류(MaxValu) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 과일류, 채소류, 가공식품, 즉석식품, 스낵류, **차(tea)**, 제과류, 건강식품, 주류, 음료류, 유제품 등 • **선호제품** - 건강을 강조한 제품 - 다이어트에 도움이 되는 제품 • **특이사항** - 새로 입점한 제품에 'NEW'라고 표기하여 소비자의 관심을 유도함
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록
	등록 방법	- 온라인 피드백 작성 및 등록 (www.mv-tokai.com/inquiry) - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (이름, 성별, 주소, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 판매 가격, 현재 유통채널) ③ 참고자료 (입점 희망 점포 선택 후, 요청사항 자유기재)
	특이사항	- 온라인을 통한 입점 문의 (www.mv-tokai.com/inquiry) - 유선 통화: (055-989-3600) 오전 9시 ~ 오후 5시 까지

자료: 맥스밸류(MaxValu) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 라이프(Life)

기업 기본 정보	기업명		라이프(Life)
	홈페이지		www.lifecorp.jp
	위치		도쿄(Tokyo)
	규모	매출액('17)	약 60억 898만 달러 (약 7조 1,146억 원)
		기타 규모	- 매장 수('17): 약 264개 - 직원 수('19): 약 27,297명
	기업 요약		- 1956설립 - 수도권 4개의 현, 킨키권 5개의 현에서 약 264개의 매장을 보유함(2017년 기준) - 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6%를 차지함
기업 최근 이슈			- 헤세이 30년도 장애인 고용에 대한 감사장 수상 - 가와사키시(川崎市) 지점 오픈
유사제품 정보		제품명	이토준이치본명차 (伊藤園純一本銘茶)
		종류	차
		용량	1set (80g(2개)/70g)
		원산지	일본

자료: 라이프(Life) 홈페이지, 옐프(Yelp), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 라이프(Life) 홈페이지, 옐프(Yelp)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 과일류, 야채류, 육류, 해산물, 음료류, **차(tea)**, 가공식품, 즉석식품, 스낵류, 소스류, 유제품 등 • **선호제품** - 고급 포장 차(tea) 제품 - 말차가 가미된 제품과 함께 포장된 제품 • **특이사항** - 선물용 제품을 다수로 취급함 - 유통기한을 철저히 지킴
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법	- 유선 컨택을 통한 입점 문의 (03-5807-5493) 수도권 - 도쿄 - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 (s620@lifecorp.co.jp)
	등록 정보	① 공급자 정보 (이름, 연락처, 연락 담당자, 직함, 이메일 주소) ② 관련 내용 (일반, 회사 관련, 전산 관련, 사후서비스 관련, 희망지역 선택 사유, 공급 관련 내용 등) ③ 상세내용 (회사소개, 제품소개, 홍보방안 등)
	특이사항	- 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이

자료: 라이프(Life) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

③ 마루엣츠(Maruetsu)

기업 기본 정보	기업명		마루엣츠(Maruetsu)
	홈페이지		www.maruetsu.co.jp
	위치		도쿄(Tokyo)
	규모	매출액('17)	약 34억 2,596만 달러 (약 4조 508억 원)
		기타 규모	- 매장 수('19): 298 점포
	기업 요약		- 1945년 창업, 1952년 설립 - 1977년, 식품 슈퍼마켓으로선 처음으로 상장. - 2002년, 200점포 달성 - 2012년, 중국에 합병회사를 설립 후 2013년에 중국1호점 개점
기업 최근 이슈	- 2015년부터 ㈜카스미, ㈜맥스밸류 관동 과 경영 통합한 공동 지주회사 '주식회사 유나이티드 슈퍼마켓 홀딩스'를 설립 후 힘을 넣고 있음 (상장 주식회사)		
유사제품 정보		제품명	시즈오카 2대차 세트
		종류	잎차
		용량	각 100g
		원산지	일본

자료: 마루엣츠(Maruetsu) 홈페이지, 마루엣츠 라쿠텐(Maruetsu Rakuten), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 마루엣츠(Maruetsu) 홈페이지, 마루엣츠 라쿠텐(Maruetsu Rakuten)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 각 지역별 유명 식품, 과자류, **차(Tea)**, 식품 선물세트 등 - 일반: 생활용품, 잡화, 방재품 등 • **특이사항** - 특별한 직영 홈페이지는 없으며, 야후재팬 및 라쿠텐 페이지를 통한 전용 판매처가 있음 - 슈퍼의 식료품을 인터넷으로 구입하여 집으로 배달해주는 서비스 페이지가 별도로 있음
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법	- 각 지역별 입점 희망 점포 온라인 사이트를 통한 입점 문의 - 직접 입점 희망 매장 방문을 통한 입점 문의
	등록 정보	① 공급자 정보 (이름, 연락처, 연락 담당자, 직함, 이메일 주소) ② 관련 내용 (일반, 회사 관련, 전산 관련, 사후서비스 관련, 희망지역 선택 사유, 공급 관련 내용 등) ③ 상세내용 (회사소개, 제품소개, 홍보방안 등)
	특이사항	- 지역별 매장 리스트 및 연락처 (www.maruetsu.co.jp/index.php/shop)

자료: 마루엣츠(Maruetsu) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 한인마트

① 장터

기업 기본 정보	기업명		장터
	홈페이지		www.ehiroba.jp/hiroba
	위치		도쿄(Tokyo)
	규모	매출액('18)	약 4,303만 달러 (약 512억 원)
		기타 규모	직원 수('18): 165명
	기업 요약		- 1992년 설립 - 1996년 주식회사로 변경 - 동경 최대의 한국 식품 도매 센터 보유 - 한국 식품을 약 3,000종류를 취급하고있음 - B2C 뿐만 아니라 B2B 비즈니스를 통해 일본 내 한식 또는 일반 소매점이 필요한 식재료를 판매함 - 주로 취급하는 브랜드로는 한국 대형 기업들(C社, N사, H社, O社, J社, S社 등)이 있음
기업 최근 이슈			- 2019 SUMMER SALE을 통하여 5~30% 할인 이벤트를 진행중 - '여름에 맛있는 김치 코스 2019'라는 이름으로 교육생을 모집중 - 한식 요리 강좌를 개설하여 운영중
유사제품 정보			

제품명	O社 대추차
종류	고형차
용량	195g
원산지	한국

자료: 장터(Hiroba) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 장터(Hiroba) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 반찬류, 소스류, 가공식품, 즉석식품, 주류, 육류, 해산물, 곡류, 스낵류, **차(Tea)**, 건강식품 등 - 일반: 가정용품, 주방용품, 용기류, 뷰티용품 등 • **특이사항** - 홍삼차, 쑥차와 같이 현지인에게 다소 생소한 한인교민을 대상으로 한 제품을 판매하고 있음
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록
	등록 방법	- 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급자이름, 주소, 연락담당자, 전화번호 및 이메일주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	· 입점관련 담당자 정보 - 연락처: yahooshop@ehiroba.jp

자료: 장터(Hiroba) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 백화점

① 다카시마야(Takashimaya)

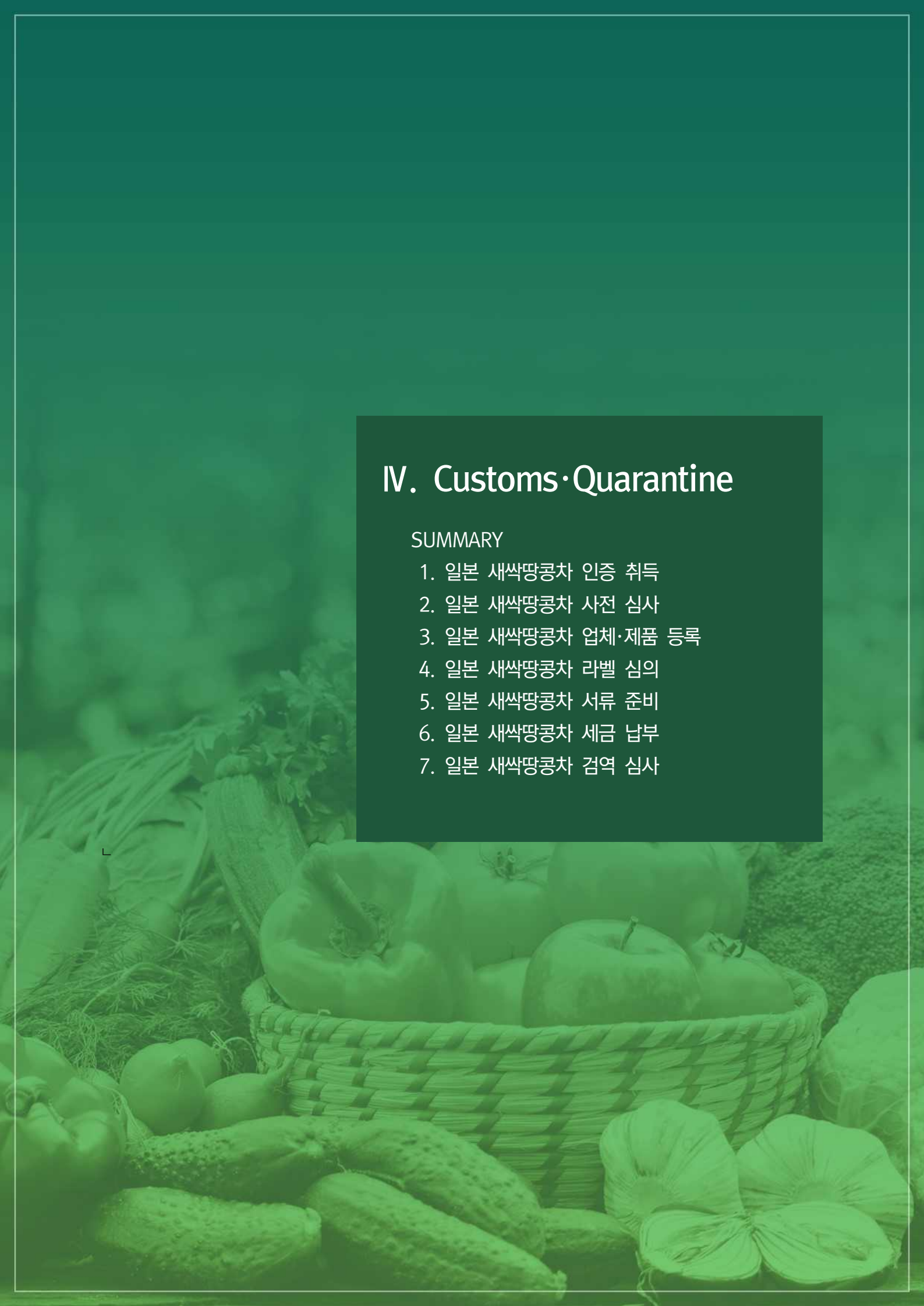
기업 기본 정보	기업명	다카시마야(Takashimaya)	
	홈페이지	www.takashimaya.co.jp	
	위치	오사카(Osaka)	
	규모	매출액('18)	약 83억 5,938만 달러 (약 9조 9,493억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 19개 (국내) / 4개 (해외) - 직원 수('18): 13,631명
	기업 요약	- 1831년 교토에서 의복점으로 창업 - 1922년, 오사카에 백화점으로서 첫 점포 개점 - 1930년, 상호를 주식회사 타카시마야 로 변경 - 1933년 도쿄 첫 백화점 개점 - 1993년, 싱가폴 지점 개점 - 2011년, 창립 180주년 - 2012년, 상하이 지점 개점	
기업 최근 이슈	- 개점 60주년을 기념하여 여름 그랜드 세일 진행 중 (식료품 포함) - 다카시마야 백화점 한정으로 요코야마 다이칸의 명작 "봉래산"("蓬萊山")상자에 담긴 과자 판매 중		
유사제품 정보		제품명	아이코쿠 제자 (愛国製茶)
		종류	차
		용량	80g
		원산지	일본

자료: 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 제과, 식료품, **차(Tea)**, 절임, 주류, 과일 및 야채 - 일반: 패션 용품, 화장품, 가구 잡화 등 • **선호제품** - 계절 식품, 기프트 상품 - 프리미엄 제품 • **특이사항** - 일반 인터넷 쇼핑에서 볼 수 없는 고급 브랜드 제품/식품을 취급
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록
	등록 방법	- 각 지역별 입점 희망 점포 온라인 사이트를 통한 입점 문의 - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급자이름, 일본어 이름, 주소, 연락담당자, 전화번호 및 이메일주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	- 입점 희망 지점에 따라 연락처 상이

자료: 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



Ⅳ. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 일본 새싹땅콩차 인증 취득
2. 일본 새싹땅콩차 사전 심사
3. 일본 새싹땅콩차 업체·제품 등록
4. 일본 새싹땅콩차 라벨 심의
5. 일본 새싹땅콩차 서류 준비
6. 일본 새싹땅콩차 세금 납부
7. 일본 새싹땅콩차 검역 심사

Customs · Quarantine
(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	• 강제 인증 無	(-)
Step 02. 사전 심사	• 사전 심사 有 - 건강기능성 홍보 시 기능성 식품 등록 필요	(*) 일본 소비자청 - 건강증진법 - 문의처 : www.caa.go.jp
Step 03. 업체·제품 등록	• 필수 등록 절차 無 • 가공식품 사전등록 가능 - 통관절차 간소화를 위한 사전 등록 가능	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : www.mhlw.go.jp (*) 한국농수산식품유통공사(aT) - 문의처 : global.at.or.kr
Step 04. 라벨 심의	• 라벨 표기사항 - 별도 심의 사항 없음 - 일본 식품표기법 규정 준수	(*) 일본 후생노동성 - 식품표시법(食品表示法) - 문의처 : www.mhlw.go.jp
Step 05. 서류 준비	• 일반 서류 • 원산지 증명서	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 06. 선적 및 운송	• 포워딩 업체 섭외	(-)
Step 07. 통관 신고	• 수입신고 - 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청 - 수입신고서(C-5020), 상업송장 등	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 08. 세금 납부	• 납세 신고 - 수입 신고 후 세금 납부 • 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 • 관세율 9.6% • 소비세 7.2%	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 09. 검역 심사	• 서류 심사 • 제품 검사 - 제품, 통관이력 등에 대한 심사 결과, 후생노동성이 정한 규정에 따라 검사 진행	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : www.mhlw.go.jp (*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp

1. 일본 새싹땅콩차 인증 취득

인증 취득

일본으로 제품 수입 시, 필요하거나 선택 가능한 인증 정보 제공

새싹땅콩차

차(Tea) 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 일본 수입식품 '적용 받는 강제 인증 無'

일본으로 수출하고자 하는 차(Tea) 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일본의 식품 수입 및 유통 관련 인증은 후생노동성(Ministry of Health, Labour and Welfare, MHLW)에서 관련 기준 수립 및 규제를 실시하고 있음.[30] 2018년 6월 MHLW에서 발표한 식품위생법 개정사항[31]에 따르면, 자국 내 사업자를 대상으로 HACCP 제도화를 계획하고 있으며, 수입 식품에 대한 적용 사항은 논의 중에 있음

기타 식품 생산 안전 관련 인증으로 ISO 22000, IFS 등이 있으며, 식품 품질 인증으로 JAS(Japanese Agricultural Standard)이 있음. 해당 인증사항은 지정 인증기관을 통해 취득이 가능함

[표 4.1] 일본 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	필수	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
JAS	식품 품질 인증	선택	후생노동성 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

30) 일본 후생노동성(MHLW)는 식품위생법(食品衛生法)에 따라 식품의 첨가물 기준 등을 수립하고 해당 기준에 따라 규제하고 있으며, 소비자청(CAA)은 식품표시법(食品表示法)에 따라 식품 표시 관련 사항을 규제하고 있음

31) 2018년 6월 식품위생법의 주요 개정 사항에 따르면, 수입 식품의 위생상 안전성이 요구되는 식품(식육, 식조육 등)은 수출국 정부에서 확인한 시설 등에서 제조된 것, 유 및 유제품, 굴 등의 식품위생상 위험이 커질 우려가 있는 식품은 수출국 정부가 발행한 위생증명서를 첨부하도록 하고 있음.

[표 4.2] 일본 식품 인증 취득

HACCP	**절차**	**기간**
	서류제출〉서류심사〉현장 확인 및 심사〉판정〉인증	40일
	서류	**비용**
	신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000	**절차**	**기간**
	서류제출〉인증계약〉계획통보〉서류심사〉현장심사〉 시정 조치〉인증 심의〉인증〉사후관리심사〉갱신 심사	-
	서류	**비용**
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS	**절차**	**기간**
	인증의뢰〉사전심사〉현장심사〉 부적합 사항 시정 조치〉인증발급	약 24주
	서류	**비용**
	신청서 등	약 900~1,000만원
BRC Food Safety	**절차**	**기간**
	인증의뢰〉사전심사〉현장심사〉 부적합 사항 시정 조치〉인증발급	-
	서류	**비용**
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만원
FSSC 22000	**절차**	**기간**
	서류제출〉1차 현장 평가〉2차 현장 평가〉인증〉사후관리 심사	-
	서류	**비용**
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만원
JAS	**절차**	**기간**
	서류제출〉서류 평가〉현장 평가〉개선요구〉인증〉사후관리	약 4~8주
	서류	**비용**
	신청서, 회사 정보, 제조과정 정보 등	-

자료 : 각 인증기관

2. 일본 새싹땅콩차 사전 심사

사전 심사

일본으로 제품 수입 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

새싹땅콩차

차(Tea) 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▸ 일본 식품 기능성 홍보 위해 사전 심사 '필요'

▸ 일본 기능성표시식품 신고 형태로 절차 진행

일본은 기능성식품에 대하여 특정보건용식품, 기능성표시식품, 영양기능식품의 3가지 분류를 하고 있음. 새싹땅콩차의 경우 일본에서 건강 기능성을 홍보하고자 하는 경우, 사전에 해당 내용에 대한 기능성표시식품 신고 절차를 거쳐야함. 해당 절차는 일본 소비자청을 통해서 진행할 수 있으며, 별도의 심사 절차는 수행되지 않고 적법한 서류 요건만 갖추면 신고 번호를 수취할 수 있음

건강 기능성에 관한 표현의 경우, 질병이 없는 사람의 건강 유지 및 증진에 도움이 된다는 정도의 취지로 작성되어야 함. 질병 발생 위험을 저감한다는 내용의 표현이나 의약품으로의 오해 소지를 발생 시킬 수 있는 내용의 표현은 불가능함

[표 4.3] 일본 수입 전 사전 심사

적용 규제	건강증진법
담당 기관	일본 소비자청(Consumer Affairs Agency, CAA)
필요 정보 및 서류	a. 식품 관련 정보 – 식품의 기능과 안정성에 대한 과학적 근거 자료 b. 생산 및 품질 관리 정보 – 식품 안전 관리 인증 또는 그 기준 정보 등 c. 생산 업체 기본정보 – 사업자명, 연락처 등
검토사항	a. 기능성표시식품의 대상 식품이 되는 지의 판단 b. 안전성에 대한 근거 명확화 c. 생산, 제조 및 품질 관리체계 확인 d. 건강 피해 발생 시 정보 수집 체계의 수립 여부 확인 e. 기능성(효능)에 대한 명확한 근거 확인 f. 기능성에 관한 적정한 표현 확인
절차	신청서 작성 및 신청 –〉 서류 심사 –〉 추가자료 보완 –〉 신고번호 고지

자료 : 일본 소비자청(CAA)

3. 일본 새싹땅콩차 업체·제품 등록

사전 심사

일본으로 제품 수입 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

새싹땅콩차

차(Tea) 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▸ 일본 식품 수입 시 필수 등록 요건 '없음'

▸ 통관 절차 간소화를 위한 후생노동성의 '가공식품 사전등록 가능'

일본 후생노동성은 일본으로 수입되는 식품 제품에 대하여 필수적인 사전 등록 절차를 요구하지 않으며, 해외 업체의 등록 절차도 요구하지 않음. 다만, 수입을 하는 과정에서 일어나는 통관 절차 시 수입 식품에 대한 검사 요건을 완화하고 원활한 통관을 위하여 수입 식품에 대한 사전 검사 및 등록 제도를 실시하고 있음. 해당 절차를 통하여 사전 확인을 받게 되면, 등록번호가 기재된 수입 신고서를 제출하여 원활한 통관 절차의 수행이 가능함

대상 식품은 농축산물 및 수산물의 1차 생산품 또는 간이 가공품을 제외한 가공식품[32]으로, 식품 위생법이 정하고 있는 규정에 적합한지에 대하여 확인하게 됨

[표 4.4] 일본 수입 전 등록제도

적용 규제	식품위생법
담당 기관	일본 후생노동성(MHLW)
국내 신청 기관	한국농수산식품유통공사(aT)
필요 정보 및 서류	a. 신청서 b. 상품 리스트, c. 위생검사표 d. 성분붕석표 및 제조공정도 e. 시험성적증명서 – 수입업체 발급 시험성적증명서 제출 가능 f. HACCP 인증서
절차	a. 서류 제출 b. 서류 검토 (aT) c. 서류 심사 d. 현장 실사 e. 등록 통보

자료 : 정부24, 한국농수산식품유통공사(aT)

32) 가공(건조, 가율, 발효 또는 기타 가공)된 차는 수입 식물 검역 규정에 따라 식물 검역 절차를 거쳐야 하는 식품에 해당하지 않는 일반 가공식품에 해당함. 다만, 사전 수입식품등록이 가능한지에 대해서는 당국의 확인이 필요함

4. 일본 새싹땅콩차 라벨 심의

▸ 일본 라벨 규정

라벨 심의

영국으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공

새싹땅콩차

차(Tea) 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

[표 4.5] 일본 라벨 관리 규정

적용 규제	Food Sanitation Act, Health Promotion Act		
세부 규정	Food Labeling Act(食品表示法) No. 70 of June 28. 2013		
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원산지 · 수입자 정보 · 원료 정보 · 식품첨가물 · 순중량 · 유통기한 · 보관방법 · GMO 성분에 대한 표시 · 알레르기 정보 · 영양성분	
	라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	일본어로 표기할 것
			폰트의 최소사이즈는 8포인트로 할 것
		식품첨가물	식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입할 것
			일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용할 것 (e.g. 비타민 C – Sodium L-ascorbate)
			중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성
		영양성분	열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성 할 것
			산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능
			함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것
		유통기한	제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기
		원료정보	가장 일반적인 명칭으로 기재 할 것
			복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기 할 것
		보관방법	보관에 적절한 보관 방법에 대한 내용 표기
			상온 보전 의외 유의 사항 없을 시, 미 표기

자료 : 일본 소비자청(CAA), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), KATI농식품수출정보

[표 4.6] 일본 라벨 관리 규정

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	수입자 및 제조자 정보	수입업체의 이름 및 주소, 제조자의 이름 및 주소 정보를 기재할 것
		GMO 성분 표기	등록된 GMO 식품을 대상으로 하여, 해당 원료를 함유하고 있음을 표기할 것
		알레르기정보	새우, 게, 밀, 메밀, 계란, 유제품, 땅콩
			일본 소비자청은 다음 20개 항목에 대해서도 라벨에 표기하도록 권고 중 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 케슈넛, 키위, 소고기, 호두, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이, 복숭아, 얌(yam), 사과, 젤라틴
		순중량	단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재 활 것
		원산지	일본 제품에 대하여 적용되는 원재료 별 원산지 정보 기재 의무 미적용
		기타	유기농 인증을 획득한 경우에 한하여, JAS마크 표기 및 유기농 표기 가능
			건강증진법이 정하고 있는 바에 따라 담당 부처로부터 허가를 득하거나 신고를 한 후, 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품 마크의 표기와 적절한 기능성에 대한 홍보 문구 사용 가능

자료 : 일본 소비자청(CAA), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), KATI농식품수출정보

▶ 일본 일반가공식품 라벨 샘플

[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

앞면(일어)

① 브랜드명 : 伊藤園
② 제품명 : お~いお茶
プレミアムティーバッグ

字治抹茶入り 玄米茶 国産原料100%
③ 설명 :
三角ナイロンバッグでよく出るおいしい
④ 용량 : 1袋で2杯分50袋入

앞면(국문)

① 브랜드명 : 이토엔
② 제품명 : 오이오차 프리미엄 티백 우리말차함유 겐마이차(현미녹차) 국산원료 100%
③ 설명 : 삼각 나일론백으로 잘 우러나서 맛있습니다.
④ 용량 : 1개에 2잔 분 50개입

뒷면(일어)

① 제품명 : 伊藤園 お~いお茶
プレミアムティーバッグ 字治抹茶入り
玄米茶
② 사용방법 : ホット/HOT
おいしい飲み方（標準）約120mlの場合
...이하 중략...
③ 유의사항 :
*お湯でつくる時より長め（約3分）に浸出し、ティーバッグを上下に振って取り出してからお飲みください。
※お好みにより、濃さを
調整してお飲みください。
④ 제품명 : 商品名 お~いお茶プレミアムティーバッグ抹茶入り玄米茶50袋
⑤ 원료 : 原材料名 米（日本）、緑茶（日本）、抹茶（京都府）

뒷면(국문)

① 제품명 : 이토엔 오이오차 프리미엄 티백 우지말차함유 겐마이차(현미녹차)
② 사용방법 : 핫/HOT 맛있게 마시는 방법(표준) 약 120ml의 경우 ...이하 중략...
③ 유의사항 : *뜨거운 물로 만들 때보다 길게 (약 3분) 우려낸 후, 티백을 위아래로 흔들고 티백을 꺼낸 뒤에 드세요.
※기호에 따라 농도를 조절하여 드세요.
④ 제품명 : 오이 오차 프리미엄 티백 우지말차함유 겐마이차(현미녹차) 50개
⑤ 원료 : 쌀(일본), 녹차(일본), 말차(교토부)

뒷면(일어)

⑥ 용량 : 内容量 · 115ｇ（50袋）
⑦ 유통기한 : 賞味期間 · 欄外あけくち
左下に記載
⑧ 주의사항 : 使用上のご注意 · 開封後は
お早めにお飲みください。
⑨ 보관방법 : 保存方法 · 高温多湿の場所を
避けて保存してください。
⑩ 제조업체 : 販売者 · 株式会社伊藤園 ·
東京都渋谷区本町3-47-10
⑪ 설명 : ※ティーバッグから細かい粉が
もれ、袋の低にたまったり、紐に付着することが
あります。
⑫ 원산지 : 本品は国内で製造しています。

뒷면(국문)

⑥ 용량 : 115g(50개)
⑦ 유통기한 :개봉구 왼쪽 하단에 기재
⑧ 주의사항 : 사용시의 주의사항 · 개봉 후
최대한 빨리 드세요.
⑨ 보관방법 : 고온다습한 장소는 피해서
보관해주세요.
⑩ 제조업체 : 판매자 · 주식회사 이토엔
도쿄도 시부야구 혼마치 3-47-10
⑪ 설명 : ※티백에서 미세한 가루가
새어나와 티백 아래에 쌓이거나 끈에 붙는
경우가 있습니다.
⑫ 원산지 : 본 제품은 국내에서 제조되고
있습니다.

5. 일본 새싹땅콩차 서류 준비

서류 준비

일본으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

새싹땅콩차

차(Tea) 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 일본 수입 업무 수입 업체 또는 통관브로커 통해 진행

▶ 일본 수입서류 원산지증명서 필요

일본으로 제품을 수출하고자 할 때, 현지 수입 신고는 일반적으로 보세 구역에 물품이 반입된 후 진행함. 다만, 세관에서 정하고 있는 특정 물품의 경우 보세구역으로 물품이 반입되기 전 또는 선박에 적재되어 있는 상태에서 신고해야 함. 일본 내 수입신고는 수출업체가 수행할 수 없기 때문에 제품을 수입하는 당사자 또는 통관 브로커를 통해서 진행해야함

일반특혜관세(GSP, Generalized System of Preferences)를 받을 수 있는 경우, 해당 관세율 적용을 위한 일반특혜관세 원산지 증명서(GSP Certificate of Origin) Form A의 원산지 증명서를 제출해야함

[표 4.7] 일본 통관 서류

구분	서류명		발급기관
일반 서류	수입신고서(C-5020)		(-)
	선적	상업송장	(-)
		포장명세서	(-)
		보험증서	(-)
		운임명세서	(-)
		선하증권	(-)
	원산지 증명서		관세청 / 상공회의소
	관세 납부 영수증		(-)
	등록 서류 등 기타 수입에 요구되는 서류		(-)

자료 : 일본 관세청

6. 일본 새싹땅콩차 세금 납부

세금 납부

일본으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

새싹땅콩차

차(Tea) 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▸ 일본 새싹땅콩차 HS CODE 0902.40.220, 관세율 17% 적용

▸ 한-일본 FTA 협정 부재로 WTO협정세율 '적용'

새싹땅콩차의 경우 일본에서는 HS CODE 0902.40 (그 외의 홍차 및 부분적으로 발효된 차)의 0902.40.220 (기타) 세번을 사용하여 수입됨.[33] 일본 수입 시 기본 세율은 20%를 적용받으며 한-일본 FTA 또는 기타 무역 협정을 체결하고 있지 않음. 다만, 일본은 WTO 협정 체결국에 대한 협정세율을 부과하고 있어, 해당하는 세율인 17%의 협정세율이 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 107달러(한화 약 12만 원)[34] 소요
- 수입 서류 심사 기간은 3시간 소요
- 통관 비용은 275달러(한화 약 32만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 48시간 소요

[표 4.8] 한국·일본 HS CODE 비교 및 일본 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	0902	차류(맛과 향을 첨가했는지에 상관없다)	
	0902.40.0000	그 밖의 홍차(발효차)와 그 밖의 부분 발효차	
일본	0902.40	그 외의 홍차 및 부분적으로 발효된 차	
		그 외의 것	
	0902.40.220	기타	
관세	기본관세율	20%	
	협정 세율	17%[35]	
소비세		8%	

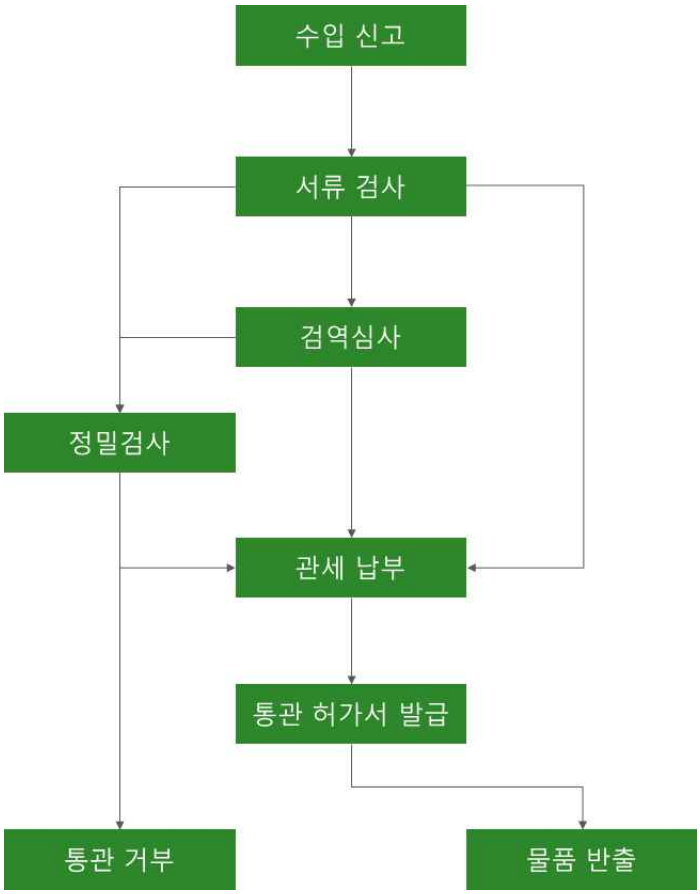
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 일본 관세청, 일본무역진흥기구(JETRO)

33) 일본 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 0904.40 중 땅콩차에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 일본 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 일본 관세청을 통한 세번 확인이 필요함
34) 1달러=1,181.50달러 (2019.07.25., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
35) 일본은 한국과 FTA 협정을 맺고 있지 않으나, WTO 협정을 맺고 있는 국가에 대하여 WTO협정관세를 부과하고 있음

7. 일본 새싹땅콩차 검역 심사 절차

- 일본 식품, 심사 결과 및 정해진 규정에 따라 서류 및 물품 검사 실시
- 사전 수입 가공식품등록 가능

[표 4.9] 일본 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	유해물질	Aflatoxin	10 μg/kg
		Bensulide	사용금지
	식품첨가물	aluminium	사용금지

자료 : 일본 관세청, 일본 투자 및 수입품 진행기구(MIPRO), KATI농식품수출정보

식품 첨가물 규정

일본으로 제품 수입 시, 요구되는 식품 첨가물, 유해 물질에 관한 규정

새싹땅콩차

차(Tea) 품목의 첨가물 규정은 KATI농식품수출정보 카테고리 분류 중 음료류의 침출차로 분류하여 침출차에 해당하는 정보를 제공함

▸ **일본 식품화학연구재단(JFCRF)의 첨가물 기준을 통해 확인 가능**

▸ **KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능**

[표 4.10] 일본 차 품목 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
착향료	아세트알데하이드	acetaldehyde	일반사용기준36)
착향료	아세토페논	acetophenone	일반사용기준
농후제, 안정제	아세틸아디핀산이전분	acetylated distarch adipate	일반사용기준
농후제, 안정제	아세틸인산이전분	acetylated distarch phosphate	일반사용기준
농후제, 안정제	아세틸산화전분	acetylated oxidized starch	일반사용기준
산화제	아세트산	acetic acid	일반사용기준
산화제	아디프산	adipic acid	최대잔존량 식품의 0.50% 이하
발효조절제 등	산선인산가수분해효소	acid phosphatase	일반사용기준
발효조절제 등	활성탄	active carbon	일반사용기준
감미료	아스파탐	aspartame	일반사용기준

자료 : KATI농식품수출정보, 일본 식품화학연구재단(JFCRF)

36) 일반사용기준 : 최대 허용치가 별도로 명시되지 않아 규제가 없으나 첨가물 사용 시 적절한 제조공정 관리를 시행하며, 목적으로 하는 효과를 달성하는 데 필요한 양을 초과하지 않도록 해야 함

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 사이조엔(西条園)

Interview ② 마루하치(マルハチ)

Expert Interview
(전문가 인터뷰)

Market Demand and Consumers

公式オンラインショップ
OFFICAL ONLINE SHOP

· 인터뷰 기업 : 사이조엔
(西条園)
카페 체인점
· 인터뷰 담당자 : Mr. Hayakawa
(Manager)

한국산 차는 O사 제품의 수요가 가장 높음

일본 내 가장 인지도가 높은 한국산 차는 O사의 유자차입니다. 주 소비자층은 30대이며, 대부분 비타민C 보충을 위해 구매했다가 맛있어서 재구매하는 편입니다.

젊은 소비자들 사이에서 차의 수요가 증가하고 있음

최근 들어 티백 형태의 차보다 당도가 높은 청 형태의 차가 많아지면서, 아이들과 젊은 층의 소비자들 사이에서 차의 수요가 높아지고 있습니다.

Market Demand and Trend

豆や・お茶や マルハチ オンラインショップ

· 인터뷰 기업 : 마루하치
(マルハチ)
제조 유통 업체
· 인터뷰 담당자 : Mr. Uemura
(Manager)

일본 내 한국산 차의 선호도는 높은 편

일본에서 많은 소비자들은 한국산 차에 대한 선호도는 높은 편입니다. 왜냐하면, 일본산 차와 달리 한국산 차는 달달한 맛이 나는 차가 많기 때문입니다. 또한, 달달하지 않은 인삼차도 건강관리를 목적으로 40대 이상의 소비자들이 구매하고 있는데, 한국산이 일본산보다 저렴한 가격으로 판매하고 있어 수요가 높습니다.

분말 차와 티백 차의 용도와 구매 목적은 상이

현지 소비자들은 차를 구매할 때 목적에 따라 형태가 다른 특징이 있습니다. 보통 영양섭취를 목적으로 하는 경우는 분말차를 많이 마시며, 간편하게 차를 섭취하려는 사람들은 티백차를 구매합니다. 보통 티백차가 분말차보다 더 저렴한 편입니다.

Interview ① 사이조엔(西条園)

사이조엔(西条園)

전문가 소속

사이조엔(西条園)
카페 체인점

전문가 정보

Mr. Hayakawa
(Manager)

사이조엔(西条園)

Manager, Mr. Hayakawa

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

사이조엔은 일본의 카페 체인점으로, 일본에서 가장 오래되고 규모가 큰 말차 제조업체인 아이야 소속의 카페입니다. 일본뿐만 아니라 중국, 미국, 독일, 태국, 오스트리아에서 카페를 운영하고 있으며, 말차를 전문적으로 판매하고 있습니다. 오프라인 카페 외에도 온라인 매장을 통해 말차를 포함한 전통 차의 판매와 유통을 하고 있습니다.

Q. 일본 내 인기 있는 한국 차 제품은 무엇인가요?

일본에서 가장 수요가 높으며, 인기 있는 한국 차 제품은 O사의 유자차이며, 특히 30대 이상의 소비자들에게 인기가 많습니다. 대부분의 소비자들은 처음에는 유자차를 비타민C를 보충하기 위한 목적으로 구매를 하고 있으나, 달달한 맛으로 인해서 재구매하는 경우가 많습니다.

Q. 일본 내 차 마시는 문화는 어떤가요?

일본의 차 마시는 문화는 한국보다 중국과 유사한 점이 있습니다. 보통 한국서는 차를 마실 때, 식사 후에 마시거나, 식사와 별개로 차를 즐기는 문화이지만, 일본은 중국과 유사하게 식사와 함께 차를 마시고 즐기는 특징이 있습니다.

사이조엔(西条園)

전문가 소속

사이조엔(西条園)
카페 체인점

전문가 정보

Mr. Hayakawa
(Manager)

Q. 일본 내에서 차 제품의 트렌드가 어떻게 되나요?

최근에 일본에서는 기존의 물에 우려내서 먹는 티백 제품과 달리 따뜻한 물이나 시원한 물에 희석해서 먹는 청 형태의 차 제품이 많아지고 있으며, 대부분의 소비자들은 유자차처럼 큰 과육이 들어간 제품을 선호하고 있습니다. 또한, 감기나 목이 아플 때 약 대신 마시는 용도의 기능성 차 제품도 많이 출시되고 있습니다.

Interview ② 마루하치(マルハチ)

마루하치(マルハチ)

전문가 소속

마루하치(マルハチ)
제조 유통 업체

전문가 정보

Mr. Hayashi
(Manager)

마루하치(マルハチ)

Mr. Hayashi (Manager)

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

치바현(千葉県)에서 차와 땅콩을 생산해 유통하는 가장 오래된 업체 중 하나로, 3개의 지점을 통해 생산하는 대부분의 차를 치바현의 카페와 찻집으로 공급하고 있습니다. 오프라인 업체로 유통하는 것뿐만 아니라 라쿠텐처럼 유명한 온라인 매장을 통해서도 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 일본 내 인기 있는 한국 차 제품은 무엇인가요?

현지에서 가장 인기 있고 수요가 높은 한국 제품 중 하나는 O사 생강차입니다. 일본에도 여러 종류의 생강차가 있지만 O사의 제품은 생강과 꿀이 함께 들어있어서 소비자들이 선호합니다. 일본에는 한국처럼 달달한 차 제품이 별로 없어서 한국 제품의 수요가 높은 편입니다. O사 제품을 제외하고는 고려인삼 차의 수요가 높은 편입니다. 젊은 층의 소비자들은 고려인삼 차의 쓴 맛으로 인해 선호하고 있지 않지만, 주로 나이가 많은 40대 이상의 소비자들이 건강관리를 목적으로 구매하는 편입니다. 일본 인삼차보다 가격이 저렴해 제품의 품질에 반신반의하는 소비자들이 간혹 있으나, 대부분 먹어보고 만족하여 재구매하는 경우가 많습니다.

Q. 일본 내에서 기능성 차 제품의 트렌드가 어떻게 되나요?

일본에서 판매되는 차는 분말로 된 제품과 티백으로 된 제품이 있습니다. 분말로 된 차는 마셨을 경우, 몸에서 흡수하는 영양분과 비타민이 더 많습니다. 따라서 건강관리를 목적으로 차를 마시는 소비자들은 분말 형태를 구매하는 편입니다. 반면, 티백으로 된 제품은 음용하기 편리하고 간편한 특징이 있습니다. 이로 인해서 대부분 회사같이 대량으로 간편하게 차를 제공하는 곳에서 티백 형태의 차를 구매합니다. 가격의 경우, 분말 차가 티백 차보다 비싼 편입니다.

[참고문헌]

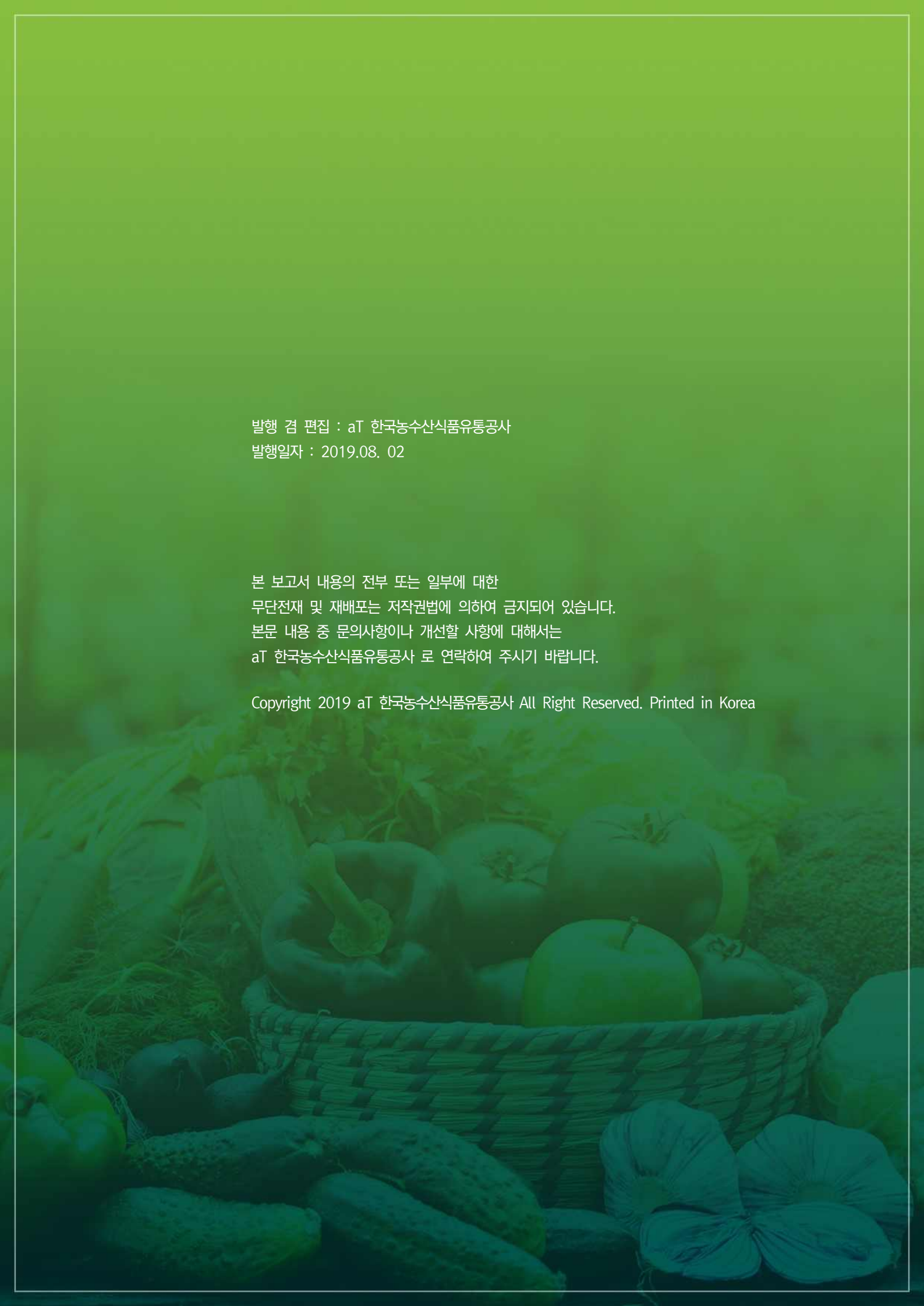
■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Japan, Country Report」, 2019.03
2. 유로모니터(Euromonitor), 「RTD Tea in Japan」, 2019.03
3. 세이코(SEIKO), 「'働き方改革の副作用? 現代人は、依然として時間に「追われている」2019.06
4. MIPRO, 「食品輸入の手引き」, 2019.07
5. 미국 농무부(USDA), 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, 2019.03

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. 일본 통계청(Statistics of Japan)(www.stat.go.jp)
4. 전국 차 생산 연합회(全国茶生産団体連合会 全国茶主産府県農協連連絡協議会)(www.zennoh.or.jp)
5. 외교부(www.mofa.go.kr)
6. KATI(www.kati.net)
7. 일본능률협회(日本能率協会)(www.jma.or.jp)
8. 쿡패드(Cookpad)(cookpad.com)
9. 라쿠텐 레시피(Rakuten)(recipe.rakuten.co.jp)
10. 마이베스트(MyBest)(my-best.com)
11. 맥스벨류(MaxValu)(www.mv-tokai.com)
12. 라이프(Life)(www.lifecorp.jp)
13. 마루엣츠(Maruetsu)(www.maruetsu.co.jp)
14. 장터(www.ehiroba.jp/hiroba)
15. 다카시마야(Takashimaya)(www.takashimaya.co.jp)
16. 일본 소비자청(CAA) (www.caa.go.jp)
17. 한국 관세청 (www.customs.go.kr)
18. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS) (www.fas.usda.gov)
19. 정부24 (www.gov.kr)
20. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
21. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
22. 일본 관세청 (www.customs.go.jp)
23. 일본 무역진흥기구(JETRO) (www.jetro.go.jp)
24. 일본 식품화학연구재단(JFCRF) (www.ffcr.or.jp)
25. 일본 투자 및 수입품 진흥기구(MIPRO) (www.mipro.or.jp)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산식품유통공사
발행일자 : 2019.08. 02

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

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right Reserved. Printed in Korea