



2017년 농식품 해외시장 맞춤조사

Product : 다시팩(Kelp Pack)

Country : 일본(Japan)

Contents

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

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	46
1. 통관 및 검역 절차	49
2. 관세율 정보	52
3. FTA 정보	53
4. 통관 및 검역 주의사항	54
5. 통관거부사례	55
 Ⅷ. 인증 정보	56
1. 인증 취득정보	58
2. 인증 취득제품	59
3. 제출서류	60
4. 전문가 인터뷰	61
 Ⅸ. 라벨링 정보	62
1. 라벨 표기사항	64
2. 라벨링 예시	65
 X. 위생요건 정보	66
1. 식품첨가물 규정	68
2. 기타 위생기준 규정	69
 ※ 참고 문헌	70

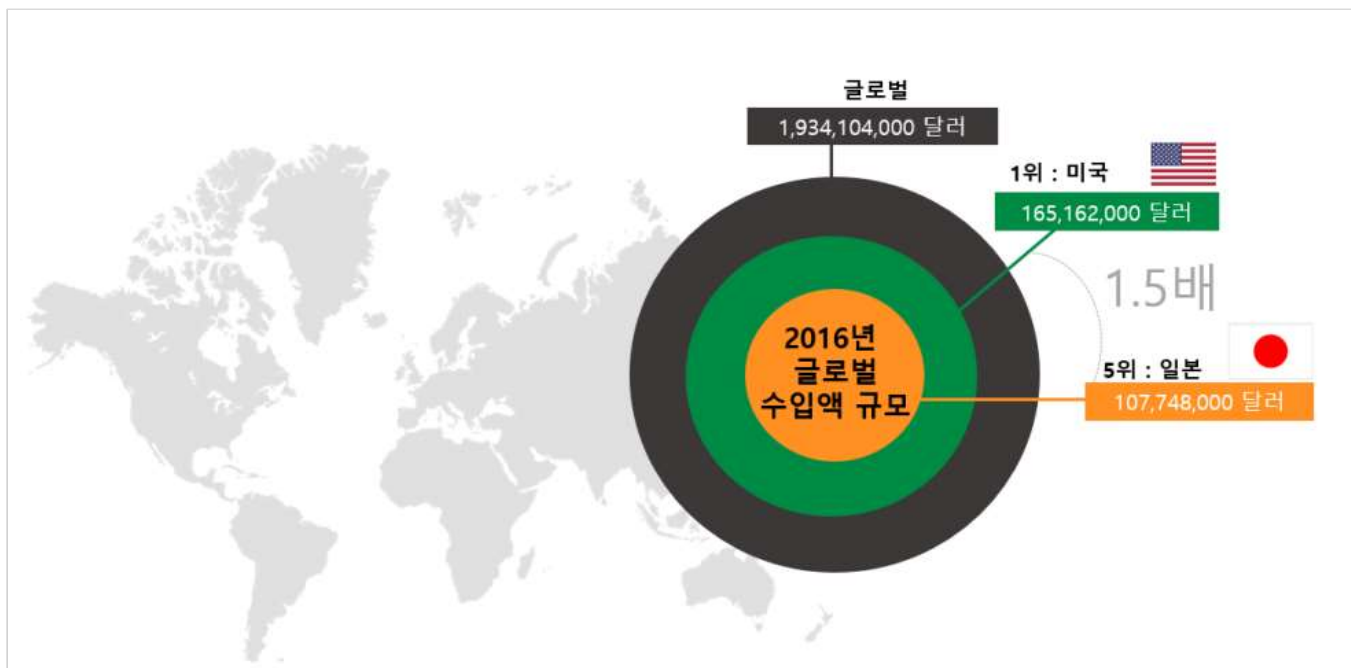


I. 시장 통계

※ 시장 통계 OVERVIEW

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

시장 통계 OVERVIEW

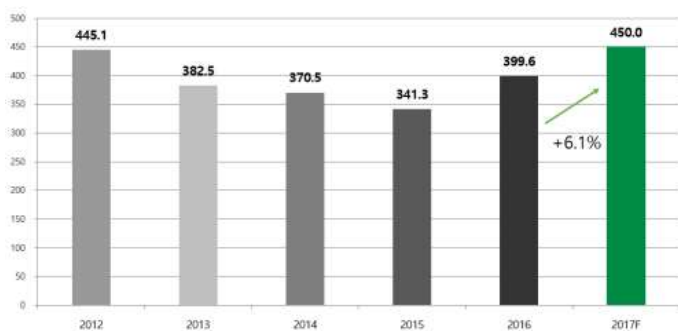


2016년 일본 내 HS CODE 1604.20 품목 수입액 규모



▶ 일본 내 건조 생선 및 해산물 시장 규모(2012~2017년)

(단위 : 백만 달러)



※2017년은 전망치임

글로벌 수입규모
1위 미국, 5위 일본
일본 수입상대국
1위 중국, 4위 한국
2016년 기준 건조 생선 및
해산물 시장규모,
3억 9,960만 달러

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

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

다시팩 통계 기준 설정

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

수입 통계 기준, HS CODE 1604.20으로 설정

글로벌 및 일본 내 다시팩의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 1604.20을 수입통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 해당 품목은 주로 끓이거나 증기로 찌거나 굽거나 볶는 등 기타 방법으로 조리된 어류, 또는 어류를 함유한 특정의 조제식료품을 기제로 함

표 1.1 : 다시팩 조사 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	1604.20
	일본 수입규모 및 성장률		1604.20
품목 통계	일본 건조 생선 및 해산물 시장규모	품목 키워드	Dried Fish&Seafood
	일본 Bouillons&Stocks 시장규모		Bouillons ² &Stocks ³ .

표 1.2 : 일본 내 다시팩 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1604	조제하거나 보존처리한 어류, 캐비어, 어란(魚卵)으로 조제한 캐비어 대용물
	1604.20	그 밖의 조제하거나 보존처리한 어류
	1604.20.1000	생선 페이스트(paste)
	1604.20.2000	생선 마리네이드(marinade)
	1604.20.3000	생선 소시지
	1604.20.4010	게맛이 나는 것
일본	1604.20.9000	기타
	1604	조제하거나 보존처리한 어류, 캐비어, 어란(魚卵)으로 조제한 캐비어 대용물
	1604.20	그 밖의 조제하거나 보존처리한 어류
	1604.20.020	기타

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

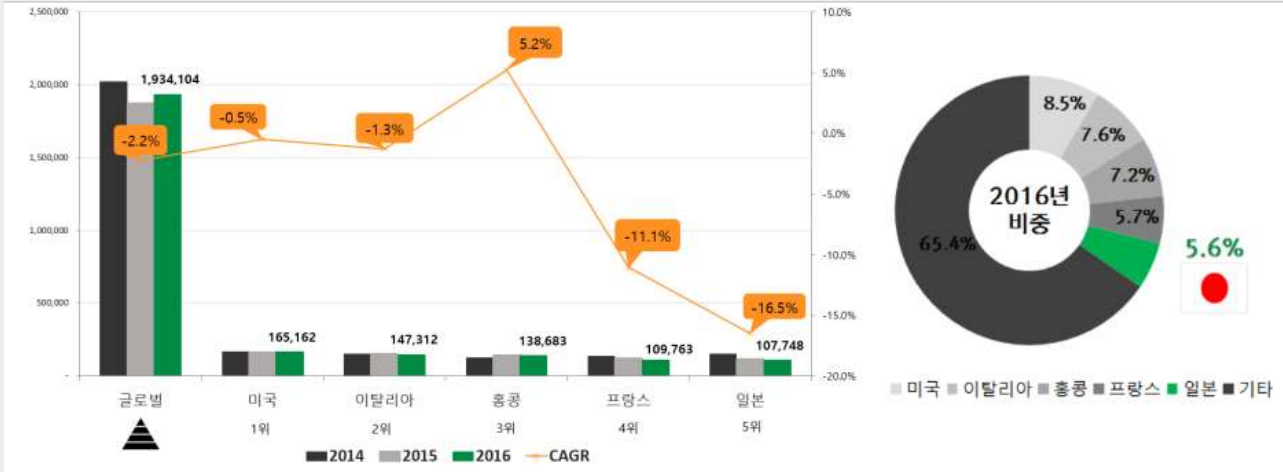
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음
2. Bouillons란 맑은 수프나 소스로 쓰는 고기나 채소를 끓여 만든 육수를 말함
3. Stocks란 살코기, 뼈, 생선, 채소 등에 물을 붓고 끓여서 우려낸 국물을 말함

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 1604.20 수입액 규모 및 비중

(단위 : 천 달러, %)



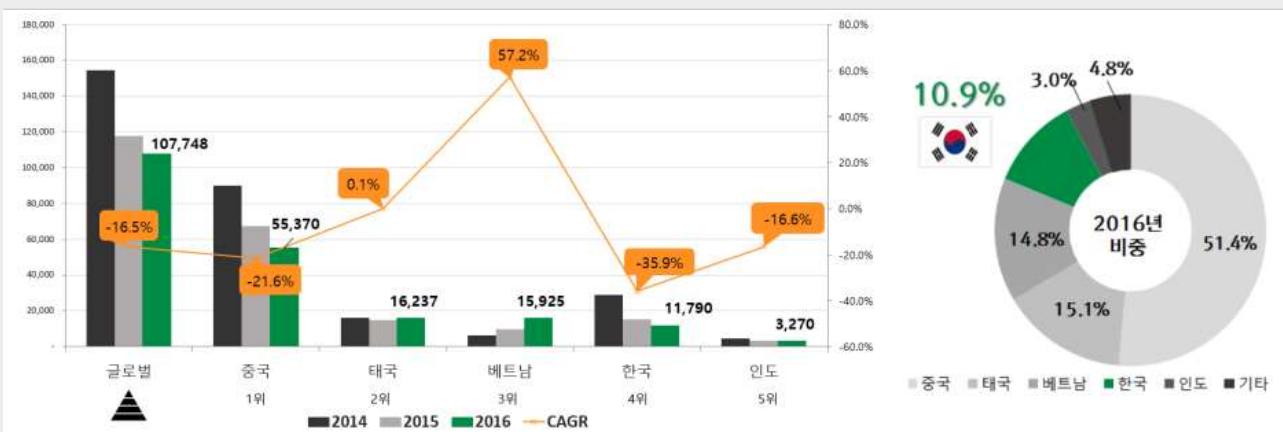
출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2016년 기준 HS CODE 1604.20 품목의 세계 총수입규모는 1억 3,410만 4,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 -2.2%의 하락세를 보임. 수입규모 상위 5개국 중 3위인 홍콩이 유일하게 2014년부터 2016년까지 연평균 5.2%의 성장세를 기록함. 최대 수입국은 세계 총수입규모의 8.5%를 차지한 미국으로, 수입액은 1억 6,516만 2,000달러임
- 일본의 HS CODE 1604.20 수입규모는 1억 774만 8,000달러로 같은 기간 연평균 -16.5% 하락세지만 세계 총수입규모에서 차지하는 비중이 5.6%로 5위임

일본 수입 통계 분석

표 1.4 : 일본 HS CODE 1604.20 수입액 규모 및 비중

(단위 : 천 달러, %)



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

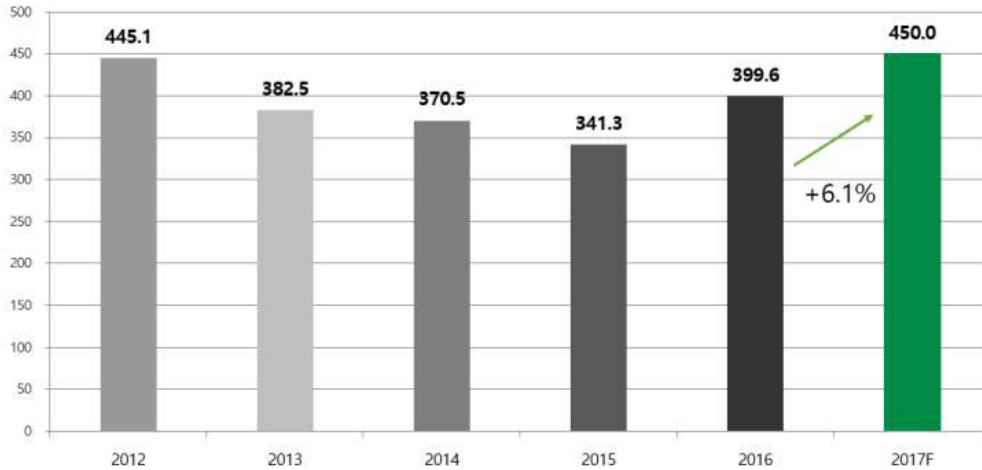
- 2016년 기준 일본의 HS CODE 1604.20 최대 수입상대국은 중국으로 수입액은 5,537만 달러임. 중국으로부터의 수입액은 2014년부터 2016년까지 연평균 -21.6% 하락했지만, 여전히 일본의 총수입규모에서 차지하는 비중이 51.4%로 압도적임. 베트남은 수입상대국 중 3위로, 수입액이 1,592만 5,000달러이며, 2014년부터 2016년까지 연평균 성장률 57.2%로 일본의 상위 5대 수입상대국 중 가장 높음
- 2016년 기준 일본의 한국산 수입규모는 1,179만 달러로 전체 수입규모의 10.9%임. 그러나 한국은 2014년부터 2016년까지 연평균 성장률 -35.9%로 일본의 상위 5대 수입상대국 중 가장 큰 하락세를 보이고 있음

3. 품목통계 종합분석

일본 내 건조 생선 및 해산물 시장규모

표 1.5 : 일본 내 건조 생선 및 해산물 시장규모⁴.

(단위 : 백만 달러)



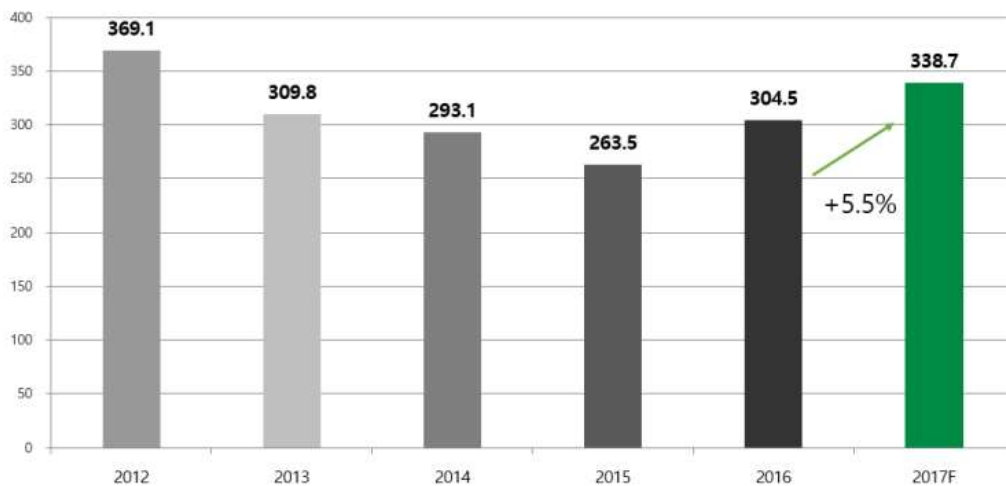
출처 : Global Data(www.globaldata.com)

- 일본 내 건조 생선 및 해산물 시장규모는 2012년 대비 2013년에 큰 폭으로 하락한 후 매년 하락세를 보이다가 2015년 3억 4,130만 달러로 최저치를 기록함. 하지만 2016년에는 2015년 대비 5,830만 달러 높은 3억 9,960만 달러를 기록하여 회복세를 보임. 2017년에는 4억 5,000만 달러에 이르러 2016년 대비 일본 내 건조 생선 및 해산물 시장규모가 6.1% 성장할 것으로 전망됨

일본 내 Bouillons⁵&Stocks⁶ 시장규모

표 1.6 : 일본 내 Bouillons&Stocks 시장규모⁷.

(단위 : 백만 달러)



출처 : Global Data(www.globaldata.com)

- 일본의 Bouillons와 Stocks의 시장규모는 2012년 이후 매년 하락세를 보이다가 2015년에 2억 6,350만 달러로 최저치를 기록함. 하지만 2016년 기준 3억 450만 달러를 기록해 회복세를 보임. 2017년에는 2016년보다 3,420만 달러(5.5%) 증가한 3억 3,870만 달러의 시장규모를 기록할 것으로 전망됨

4. 2017년은 전망치임

5. Bouillons란 맑은 수프나 소스로 쓰는 고기나 채소를 끓여 만든 육수를 의미함

6. Stocks란 살코기, 뼈, 생선, 채소 등에 물을 붓고 끓여서 우려낸 국물을 의미함

7. 2017년은 전망치임



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

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

시장 트렌드 OVERVIEW

Data Source		
번호	정보원	URL
1	일본후생노동성	www.mhlw.go.jp
2	일본소비자청	www.caa.go.jp
3	한국농수산식품유통공사	www.at.or.kr
4	USDA	www.usda.gov
5	Euromonitor	www.euromonitor.com
6	Japan Centre	www.japancentre.com
7	식품음료신문	www.thinkfood.co.kr
8	Wonder500	thewonder500.com
9	7-Eleven Japan	www.sej.co.jp
10	Solo Economy	www.dailypop.kr

Keyword	
분류	주요 키워드(영문)
소비	- 일본 신선식품(Japan fresh food) - 일본 수산가공식품(Japan fish processed food)
제품	- 일본 다시팩(Japan kelp pack) - 일본 육수(Japan stock)
유통	- 일본 수산가공식품 시장(Japan fish processed food market) - 일본 다시팩 유통(Japan kelp pack distribution)
정책	- 일본 수산가공식품 규제(Regulation on Japan fish processed food) - 수산가공식품 위생(Japan fish processed food hygiene)



Trend 01. Consumption Trend

- 품질을 중요시하는 일본의 소비자들
 - 일본 소비자들, 부담이 가지 않는 범위 내에서 작은 사치를 누리하고자 하는 소비 성향이 있음
- 1인 가구 증가로 가정식 대체식품이 인기
 - 일본 내 가정식 대체식품 HMR(Home Meal Replacement) 수요 증가



Trend 02. Item Trend

- 라쿠텐 판매 상위 다시 제품은 '분말형 다시팩'
 - 2017년 8월 28일 ~ 9월 3일 '다시(だし)' 제품 상위 10위권 중 9개 제품이 1회 사용이 용이하도록 포장된 분말형 다시팩 제품으로 나타남
- 원물 형태의 다시는 한 가지 원료로 구성된 제품이 인기
 - 다시마, 건조 표고버섯, 가다랑어포 등 원물 형태의 건조 다시는 한 가지 원료로 구성하여 판매중



Trend 03. Distribution Trend

- 일본 편의점 업계, 규모 확장으로 치열한 경쟁 중
- 인수합병 등으로 기업 규모를 확장하며 경쟁적으로 신제품 출시 중
- 신선식품, 주로 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓에서 구매
- 일부 매장은 자체 농장을 운영하거나 농민과 직거래하여 신선한 식품 공급 중
- 일본 하이퍼마켓의 PB 브랜드 인기
- 일본 대표 하이퍼마켓인 AEON, Maruetsu에서 자체 브랜드 개발 및 취급 제품 확장 중



Trend 04. Policy Trend

- 일본, 모든 가공식품에 원산지 표기 의무 확대
 - 유기농식품에만 의무화된 원산지 표시를 가공식품으로 확대 검토 중
- 일본 후생노동성, 일본 내 기업들의 HACCP 도입 적극 추진
 - 일본 중소기업을 대상으로 각종 HACCP 지원 정책 추진 중

1. 소비 트렌드

품질을 중요시하는 일본의 소비자

쁘띠제이타쿠는 작다는 의미의 프랑스어 ‘쁘띠(Petit)’와 사치라는 뜻의 일본어 ‘제이타쿠’가 결합된 단어로, 경제적으로 부담이 가지 않는 범위 내에서 작은 사치를 누리고자 하는 소비 성향을 의미함. 일본 식품업계에서 기존 상품을 고급화하고 가격을 높여 판매하는 프리미엄 전략을 채택하는 추세가 확산되고 있음. 이로 인해 브랜드 이름, 꼼꼼하고 고급스러운 포장, 상세한 제품 설명서 등은 일본 소비자들의 구매 결정에 큰 영향을 미치고 있음. 이에 따라 대부분의 일본 소비자들은 인터넷 쇼핑몰에서 값싼 제품보다는 오프라인 매장에서 제품을 직접 눈으로 보고 구매하는 쇼핑을 즐김⁸.

1인 가구 증가로 가정식 대체식품이 인기

일본에서는 가정식 대체식품 HMR(Home Meal Replacement)⁹의 수요가 증가하고 있는 추세임. 일본 HMR협회에 따르면 2016년 기준 HMR 제품의 시장규모는 약 10조 원에 달하는 것으로 나타남. 과거 가정에만 머무르던 일본 여성이 점차 사회로 진출하는 경우가 많아지고, 여가 시간이 늘며, 1인 가구가 확대되면서 HMR 제품 수요가 크게 높아짐. 이에 소비자들은 끓는 물에 제품을 넣고 중탕하거나 데우기만 하면 바로 섭취할 수 있는 간편한 HMR 제품을 선호하기 시작함

기존에 인스턴트식품 이미지가 강했던 HMR 제품은 수요가 늘면서 여러 가지 제품이 개발됨에 따라 재료도 다양해지고 품질도 향상됨. 이에 따라 HMR 제품은 간단히 조리할 수 있으면서도 영양이 풍부한 한 끼 식사로서 더욱 큰 인기를 끌고 있음¹⁰. 편의점 로손의 경우 ‘식사의 주역이 되는 샐러드’를 콘셉트로 100가지 이상의 샐러드 메뉴를 선보이는 등 소비자의 높아진 건강 의식에도 부합하고자 노력하고 있음

표 2.1 : 일본 HMR 제품

도시락	냉동 볶음밥	덮밥
		
주재료 : 계란, 우유, 밀, 새우, 게, 연어 등	주재료 : 쌀, 계란, 돼지고기, 파 등	주재료 : 돼지고기, 양파, 파 출처 : 7-Eleven Japan(www.sej.co.jp)

8. Euromonitor(www.euromonitor.com), ‘Consumer Lifestyles in Japan’, 2016.03

9. HMR(Home Meal Replacement)이란 가정에서 간편하게 먹을 수 있는 1차 조리된 식품을 말함

10. Solo Economy(www.dailypop.kr), ‘일본의 HMR-(中) ‘2차 HMR 시대’가 열렸다’, 2017.05.17

2. 제품 트렌드

라쿠텐 판매 상위 다시 제품은 '분말형 다시팩'

일본에서 다시 제품은 찌개류, 탕류, 각종 소스와 미소 된장국 등 여러 종류의 일본 음식에 사용됨. 일본은 일반적으로 국물을 낼 때 건조 가다랑어(가쓰오부시)를 주로 사용하지만 건조 가다랑어 외에도 다시마, 멸치, 표고버섯 등 다양한 다시 제품을 사용하고 있음

일본의 유명 온라인 쇼핑몰 라쿠텐에서 1주일간(8월 28일 ~ 9월 3일) 다시(だし) 제품의 순위를 조사한 결과 상위 10개 제품 중에서 1위를 차지한 액상 타입의 제품을 제외하고 나머지 9개는 분말 형태의 팩 제품으로 분류됨. 이외에도 대부분의 판매 상위권 제품이 1회 사용이 용이하도록 포장된 형태로 판매하고 있어 다양한 원료가 혼합된 분말형 다시팩 제품에 대한 수요가 높은 것으로 분석됨

원물 형태의 다시는 한 가지 원료로 구성된 제품이 인기

의뢰 제품과 유사한 원물 형태의 다시 제품의 경우 다시마, 건조 표고버섯, 가다랑어포와 같은 신선식품과 함께 배치해 판매하고 있는 것으로 조사됨. 대부분 건조된 원물의 형태로 판매되고 있으며, 본연의 맛을 중요시하는 일본인의 입맛에 맞춰 한 가지 원료로 구성된 제품이 다수 판매되고 있음

표 2.2 : 국물을 내는 다시 제품

건조 가다랑어포	건조 정어리	다시마	다시팩
			

출처 : Wonder500(theWonder500.com)

표 2.3 : 라쿠텐 다시 제품 순위

순위	제품명	타입	원재료	용량	가격(엔)
1위	ねこぶだし	액상	다시마 추출물, 히다카산 다시마 소금, 가다랑어포 엑기스, 조미료(아미노산 등), 증점다당류	500ml*6개	3,980
2위	和風だし	팩	소금, 풍미원료(가다랑어, 고등어, 멸치, 다시마, 표고버섯), 설탕, 조미료(아미노산 등), 분말 간장, 젖산 칼슘	400g (8g*50포)	1,280
3위	和風だし	팩	소금, 설탕, 풍미원료(가다랑어, 고등어, 정어리, 날치, 표고버섯, 다시마), 가다랑어이고 과일, 분말 간장, 조미료(아미노산 등), 젖산 칼슘 (원재료 일부에 밀, 대두 포함)	240g (8g*30포)	990
4위	無添加・天然 だしパック	팩	이와시부시, 건조 멸치, 우루메부시, 카츠오부시, 다시마, 표고버섯	10*25포	1,000
5위	だしパック	팩	풍미원료(가다랑어포, 멸치 추출분말, 건조 날치, 우루메이와시, 다시마, 전분 분해물, 효모 추출물, 소금, 분말간장, 발효조미료(원재료 일부에 밀, 대두 포함))	8g*30포	2,399

출처 : 라쿠텐(ranking.rakuten.co.jp), 8월 28일 ~ 9월 3일 기준 '다시(だし)' 제품 1위 ~ 5위

3. 유통 트렌드

일본 편의점 업계 순위

2014년 기준

- 1위 : 7-Eleven
- 2위 : Lawson
- 3위 : Family Mart

2016년 기준

- 1위 : 7-Eleven
- 2위 : Family Mart
- 3위 : Lawson

SEIYU의 식품 품질 향상 전략



- 일본산 쇠고기 이력 추적
- 구입한 일본산 쇠고기의 생산 이력을 검색할 수 있는 서비스 실시



- 냉동제품 원산지 표시 의무화
- 냉동 조리 제품에 대한 원료 원산지 표시 의무화, 냉동 조리 제품 원료와 원산지를 홈페이지에 공개



- 농가와 직거래
- 채소 및 청과 제품을 농가와 직거래

출처 : SEIYU(www.seiyu.co.jp)

치열한 일본 내 편의점 경쟁

2014년 기준 일본 편의점업계 점유율 3위 Family Mart와 4위 Circle K Sunkus의 소유주인 Uny의 합병으로 Family Mart UNY Holdings가 출범함. 인수합병으로 인해 규모가 확대되면서 이 회사는 2016년에 일본 편의점업계 점유율 2위를 차지함. 일본에서 편의점은 이동이 제한적인 근로자와 1인 가구가 늘면서 급격히 성장하고 있음. 이에 일본 편의점 업체들은 간편히 먹을 수 있는 튀김, 짬뽕 등의 제품을 출시하는 등 서둘러 메뉴를 다양화하고 있어 업체 간 경쟁이 더욱 치열해질 전망이다¹¹.

신선식품, 주로 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓에서 구매

스마트폰과 인터넷 사용자 증가로 일본 내 온라인 쇼핑몰이 빠르게 성장 중임. 하지만 여전히 슈퍼마켓과 하이퍼마켓은 2016년 기준 일본에서 신선 식품을 유통하는 핵심 경로임¹².

일부 매장은 자체 농장을 운영하거나 농민과 계약하여 직거래로 신선식품을 공급해 제품의 신선도를 보장하고 있음. 일본의 대표적인 하이퍼마켓 브랜드 중 하나인 SEIYU는 2014년부터 신선식품 품질 향상을 위해 ‘신선식품 만족 보증 프로그램’을 개발함으로써 신선도 관리를 강화함과 동시에 국내외 제조 업체로부터 직접 신선제품을 조달받고 있음

일본 하이퍼마켓 PB의 인기

일본 유통업계에서는 ‘독자적으로 개발한 브랜드 상품’을 뜻하는 PB(Private Brands)를 개발 및 확장하기 위해 노력하고 있음. 일본 유통경제연구소의 조사에 따르면, 최근 일본 PB 시장 규모는 연간 3조 엔(약 33조 원)에 달하는 것으로 추산됨. PB는 동종 제품과 비슷한 품질에 가격은 20 ~ 30%가량 저렴함

일본의 하이퍼마켓 브랜드 중 하나인 AEON의 PB인 ‘TopValu’는 2014년 유기농 제품으로 취급 품목을 확장하였으며, 고객에게 보다 저렴한 가격으로 건강하고 신선한 제품을 제공함으로써 고객충성도를 높이고 있음. 또 다른 하이퍼마켓 브랜드인 Maruetsu 또한 PB인 Maruetsu365를 개발해 식료품, 생필품 등을 판매하고 있으며, 매년 제품을 확장하는 데 목표를 둔. 이러한 하이퍼마켓의 PB는 지속적으로 성장하여 하이퍼마켓 매장 내에서 더 넓은 판매 공간을 차지할 전망이다¹³.

11. Euromonitor(www.euromonitor.com), ‘Grocery Retailers in Japan’, 2017.01

12. Euromonitor(www.euromonitor.com), ‘Fresh Food in Japan’, 2017.03

13. 영남일보(m.yeongnam.com), ‘일본, 日 PB시장 요동…저가 상품보다 ‘고급화’로 시장 공략 나서’, 2016.08.11

4. 정책 트렌드

일본, 모든 가공식품에 대해 원산지 표기 시행

일본의 가공식품 원료 원산지 표시제는 2000년부터 논의되기 시작하여 가공식품 품질표시기준 22개 식품군 및 개별품질표시 기준 4개 품목에 대해 표시의무 제도를 시행해왔음. 2016년 3월 일본 농림수산업과 소비자는 유기농식품에 의무적으로 부과해온 원산지 표시 제도를 가공식품으로 확대하는 1차 검토회를 개최함. 이 검토회는 환태평양경제동반자협정¹⁴으로 무역장벽이 철폐되고 시장이 개방되면서 향후 식품 원료용으로 저렴한 수입 농산물이 증가할 것이 우려되므로 대비책을 마련하자는 것이 주요 목적임. 하지만 일본 정부는 원산지 표시 의무가 확대될 경우 제품을 제조생산에 비용과 시간이 추가로 소요될 것이고 이에 따라 제품 가격의 상승도 피할 수 없을 것으로 예측함¹⁵.

이후 일본은 2017년 9월 1일부터 모든 가공식품 원산지 표기를 의무화하는 제도를 시행하였으며 4년 반 동안 경과조치를 거쳐 2022년 4월부터는 완전 실시하게 됨. 원산지 표시제도에 따르면 원산지는 중량이 높은 순서대로 국가 별로 표기하는 것이 원칙이지만 수입처가 3개국 이상이거나 자주 변경될 경우 가능성이 있는 국가를 열거하거나 ‘국산 또는 수입’으로 표기할 수 있음¹⁶.

일본, 2018년부터 식품 사업자의 HACCP 도입 의무화

일본 후생노동성은 모든 식품 사업자의 위해요소중점관리기준(HACCP) 도입을 의무화할 계획이라고 밝힘. 이는 일본 내 식품의 위생관리를 국제기준에 맞춰 식품의 해외수출 확대와 일본은 관광객 수가 크게 증가할 것으로 기대되는 2020년의 도쿄올림픽을 대비하기 위함임

일본정책금융공고가 2016년 1월 일본 내 식품제조업체의 HACCP 도입상황에 대해 조사한 결과, 37.5%의 기업이 HACCP을 도입했으며, 35.3%의 기업이 도입예정인 것으로 나타남¹⁷.

일본 후생노동성은 2017년에 농산물을 가공 및 판매하는 생산자도 쉽게 HACCP을 도입할 수 있는 방법을 강구할 계획임. 또한 HACCP을 갖추지 못한 업자가 거래상에서 불리하게 적용되지 않게 준비기간을 거친 이후 2018년부터 HACCP 도입을 의무화할 방침임¹⁸.

14. 환태평양경제동반자협정 TPP(Trans Pacific Partnership)란 아시아태평양 지역 국가들의 다자간 자유무역협정을 말함. 무역장벽 철폐와 시장개방을 통한 무역 자유화를 목적으로 함

15. 식품음료신문(www.thinkfood.co.kr), ‘일본, 가공식품 원료 원산지 표시 확대 추진’, 2016.03.14

16. 河北新報社(www.kahoku.co.jp), ‘食品の表示義務／誤解を招いては本末転倒だ’, 2017.09.08

17. 농수산식품수출지원정보(www.kati.net), ‘지구촌리포트 18호’, 2016.07.08., 8p

18. 식품산업경제뉴스(www.foodtoday.or.kr), ‘일본, 2018년 식품업체 HACCP 의무화 도입’, 2016.05.26

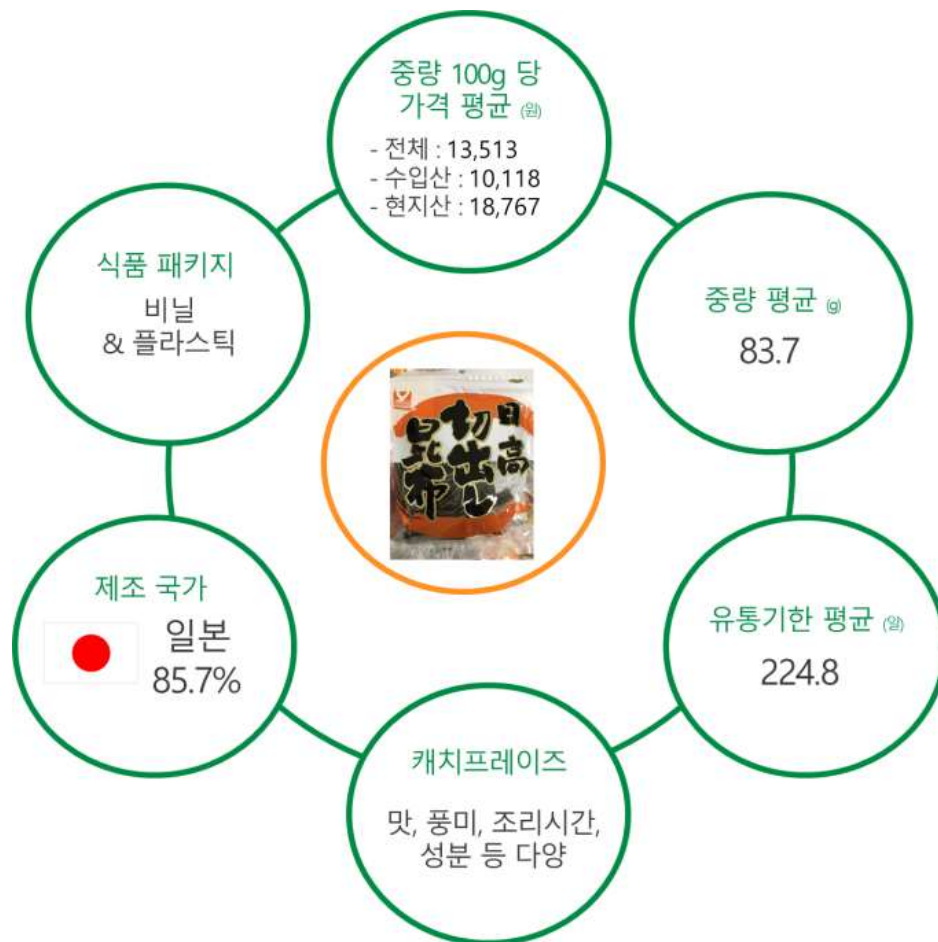


Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

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

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※중량, 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

구분	제품명	업체명	제조국가
1	히타카 토막 다시마	야마나카푸드 주식회사	일본
2	건조멸치	마루토모 주식회사	일본
3	표고버섯	주식회사 하마오토메	일본
4	꽃 가쓰오	이온 주식회사	일본
5	건조멸치	야마키 주식회사	일본
6	하야니 다시마	주식회사 호우콘	일본
7	배소 두겹게 썬 가쓰오	마루토모 주식회사	일본
8	코우신 표고버섯	유한회사 이이보시 상점	일본
9	슬라이스 표고버섯	주식회사 모토요시	일본
10	표고버섯	카네사다 주식회사	일본
11	국산 건조멸치	합동회사 세이유	일본
12	맛있는 두겹게 썬 가쓰오	야마키 주식회사	일본
13	사쿠라 새우	주식회사 카쿠사	대만
14	슬라이스 표고버섯	카네사다 주식회사	중국

출처 : 현지방문조사(Aeon, Ito-Yokado, SEIYU 2017.05)

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

대형 유통매장	대형 유통매장	대형 유통매장
Aeon	Ito-Yokado	SEIYU
		
2-15 1-chome Takadanobaba, Shinjuku-ku, Tokyo	74th Waseda-cho, Shinjuku-ku, Tokyo	3-8 Takadanobaba Shinjuku-ku, Tokyo

출처 : 현지 방문조사(Aeon, Ito-Yokado, SEIYU, 2017.05)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 14개 선정¹⁹⁾

구분	제품명	업체명	제조국가
1	히타카 토막 다시마	야마나카푸드 주식회사	일본
2	건조멸치	마루토모 주식회사	일본
3	표고버섯	주식회사 하마오토메	일본
4	꽃 가쓰오	이온 주식회사	일본
5	건조멸치	야마키 주식회사	일본
6	하야니 다시마	주식회사 호우콘	일본
7	배소 두껍게 썬 가쓰오	마루토모 주식회사	일본
8	코우신 표고버섯	유한회사 이이보시 상점	일본
9	슬라이스 표고버섯	주식회사 모토요시	일본
10	표고버섯	카네사다 주식회사	일본
11	국산 건조멸치	합동회사 세이유	일본
12	맛있는 두껍게 썬 가쓰오	야마키 주식회사	일본
13	사쿠라 새우	주식회사 카쿠사	대만
14	슬라이스 표고버섯	카네사다 주식회사	중국

출처 : 현지방문조사(Aeon, Ito-Yokado, SEIYU 2017.05)

분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량(g)	4	포장형태
2	100g당 가격(원)	5	원료
3	유통기한(일)	6	제조국가

19. 수출입통계의 경우, HS CODE 1604.20품목으로 집계되었으며, 해당 품목에는 조제하거나 보존처리한 어류가 포함됨. 본 현지조사에서는 조사 제품인 다시 맥의 동종 및 유사 제품을 중심으로 조사를 진행하였기 때문에 수출입 통계에서 수입액 1위를 차지한 국가의 제품이 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

일본 내 다시팩 유사 경쟁제품, 100g당 평균 가격 1만 3,513원²⁰.

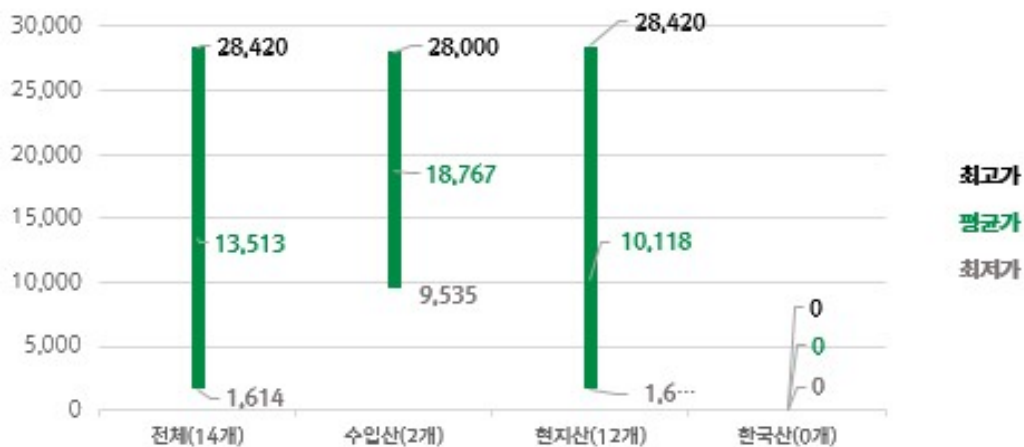
일본 내 판매가 확인된 유사 경쟁제품의 중량당 가격을 분석한 결과 현지산 및 수입산 제품의 100g당 평균 가격이 1만 3,513원으로 산출됨

현지산 12개 제품의 100g당 평균 가격은 1만 118원, 수입산 2개 제품의 100g당 평균 가격은 1만 8,767원임. 이외에 멸치, 다시마, 가다랑어포 제품은 100g당 가격이 4,424원으로 저렴한 편이었지만 건조 표고버섯, 건조 새우 제품의 경우 100g당 가격이 2만 70원으로 멸치, 다시마, 가다랑어포 제품에 비해 상당히 가격대가 높음

경쟁제품의 평균 중량은 83.7g이고, 유통기한은 평균 224.8일임

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g)당 가격

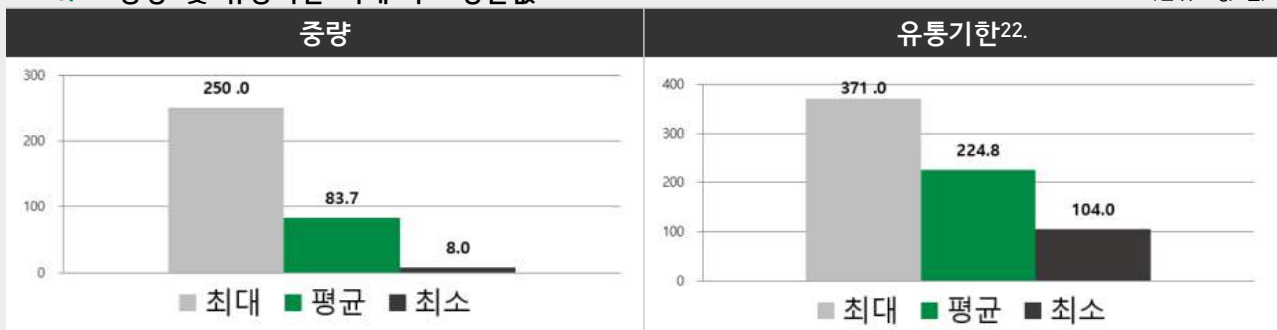
(단위 : 원)



출처 : 현지 방문조사(Aeon, Ito-Yokado, SEIYU, 2017.05), 14개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값²¹.

(단위 : g, 일)



출처 : 현지 방문조사(Aeon, Ito-Yokado, SEIYU, 2017.05), 중량 : 14개 제품 기준, 유통기한 : 9개 제품 기준

20. 1엔(JPY) = 10.09원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.05.20)

21. 중량, 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

22. 유통기한이 표기된 제품은 현지산 8개, 수입산 1개로 총 9개 제품임

3. 정성 분석

다시팩 유사 경쟁제품의 외장재는 비닐 또는 플라스틱

총 14개의 경쟁제품 중 11개의 제품은 외장재가 비닐 소재였으며 3개의 제품은 플라스틱임. 제품의 앞면은 투명하게 하여 제품의 신선도를 파악할 수 있음

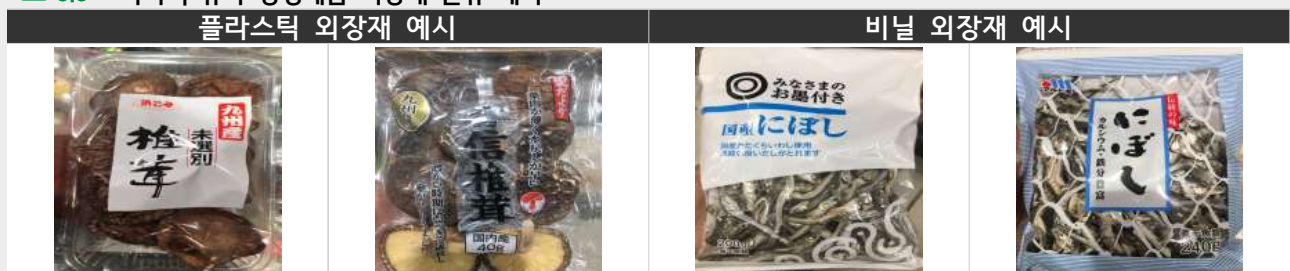
다시팩 유사 경쟁제품의 제조국가는 대부분 일본

총 14개의 경쟁제품 중 12개 제품의 제조국이 일본임. 나머지 2개 제품은 중국과 대만에서 제조된 수입산으로 확인됨. 현지 조사 결과, 일본 대형 유통매장에서 다시팩 유사제품으로 가장 많이 판매되는 주원료는 다시마와 가다랑어였으며 가다랑어포 제품을 제외한 조사 제품 모두 원물 형태를 그대로 유지한 것으로 나타남

다시팩 유사 경쟁제품, 맛, 풍미, 조리시간, 성분 등을 강조

다시팩 유사제품들의 캐치프레이즈는 맛, 풍미, 조리시간, 성분 등으로 매우 다양한 편임. 특히 국물이 진하고 부드럽게 잘 우려진다는 풍미를 강조함

표 3.3 : 다시팩 유사 경쟁제품 외장재 분류 예시



출처 : 현지 방문조사(Aeon, Ito-Yokado, SEIYU, 2017.05)

표 3.4 : 경쟁제품 제조국가

제품명	제조국가	제조국가 비중
사쿠라 새우	대만	■ 현지산 ■ 수입산
슬라이스 표고버섯	중국	
건조 멸치	일본	
히타카 토막 다시마	일본	
표고버섯	일본	
꽃 가쓰오	일본	
건조 멸치	일본	
배소 두겹게 썬 가쓰오	일본	
하야니 다시마	일본	
코우신 표고버섯	일본	
슬라이스 표고버섯	일본	
표고버섯	일본	
국산 건조멸치	일본	
맛있는 두겹게 썬 가쓰오	일본	

출처 : 현지 방문조사(Aeon, Ito-Yokado, SEIYU, 2017.05, 14개 제품 기준)

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

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

분류		제품 #01	제품 #02
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	업체명	아마나카푸드 주식회사	마루토모 주식회사
	제품명	히타카 토막 다시마	건조멸치
	용량(g)	60	240
	가격(엔)	388	388
	포장형태	비닐	비닐
	원료	다시마(훗카이도산)	멸치(일본산), 소금, 산화 방지제(추출 비타민 E)
	유통기한 (일)	274	104
	제조국가	일본	일본
취급처	판매확인 매장	AEON	AEON

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #03	제품 #04
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	주식회사 하마오토메	이온 주식회사
	제품명	표고버섯	꽃 가쓰오
	용량(g)	22	80
	가격(엔)	388	258
	포장형태	플라스틱	비닐
	원료	표고버섯	가다랑어포(인도네시아)
	유통기한 (일)	-	371
	제조국가	일본	일본
취급처	판매확인 매장	AEON	AEON

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #0523.	제품 #06
제품 이미지	앞면		
	뒷면	-	
제품스펙	업체명	야마키 주식회사	주식회사 호우콘
	제품명	건조멸치	하야니 다시마
	용량(g)	250	35
	가격(엔)	797	361
	포장형태	비닐	비닐
	원료	멸치(세토산), 소금	다시마, 양조식초
	유통기한(일)	133	279
	제조국가	일본	일본
취급처	판매확인 매장	Ito-Yokado	Ito-Yokado

23. 현지 조사 시 제품 사진 촬영에 어려움이 있어 온라인을 통해 조사된 제품 사진으로 대체함.
Yamaki(www.yamaki.co.jp)

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #0724	제품 #08
제품 이미지	앞면		
	뒷면	-	
제품스펙	업체명	마루토모 주식회사	유한회사 이이보시 상점
	제품명	배소 두껍게 썬 가쓰오	코우신 표고버섯
	용량(g)	110	40
	가격(엔)	475	658
	포장형태	비닐	비닐
	원료	가다랑어포(마쿠라자키산)	표고버섯(원목)
	유통기한 (일)	-	-
	제조국가	일본	일본
취급처	판매확인 매장	Ito-Yokado	Ito-Yokado

24. 현지조사 시 제품 사진 촬영을 금지하고 있어 온라인을 통해 조사된 제품 사진을 대체하여 제공함
출처 : Marutomo(www.marutomo.co.jp)

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #09	제품 #10
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	주식회사 모토요시	카네사다 주식회사
	제품명	슬라이스 표고버섯	표고버섯
	용량(g)	12	15
	가격(엔)	338	345
	포장형태	플라스틱	비닐
	원료	표고버섯(원목)	표고버섯(원목)
	유통기한 (일)	-	322
	제조국가	일본	일본
취급처	판매확인 매장	Ito-Yokado	SEIYU

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #11	제품 #1225.
제품 이미지	앞면		
	뒷면		-
제품스펙	업체명	합동회사 세이유	야마키 주식회사
	제품명	국산 건조멸치	맛있는 두껍게 썬 가쓰오
	용량(g)	200	80
	가격(엔)	320	348
	포장형태	비닐	비닐
	원료	멸치(국산), 소금, 산화방지제(추출 비타민E)	가다랑어포(국내산)
	유통기한(일)	127	269
취급처	제조국가	일본	일본
	판매확인 매장	SEIYU	SEIYU

25. 현지조사 시 제품 사진 촬영을 금지하고 있어 온라인을 통해 조사된 제품 사진을 대체하여 제공함
출처 : Yamaki(www.yamaki.co.jp)

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #13	제품 #14
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	주식회사 카쿠사	카네사다 주식회사
	제품명	사쿠라 새우	슬라이스 표고버섯
	용량(g)	8	20
	가격(엔)	222	189
	포장형태	비닐	플라스틱
	원료	사쿠라 새우	표고버섯(균상)
	유통기한 (일)	279	-
취급처	제조국가	대만	중국
	수입사 정보	-	-
취급처	판매확인 매장	AEON	SEIYU



IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		이온 탑밸류 (AEON TOPVALU)	마루토모 (ルトモ株式会社)	야마키 주식회사 (ヤマキ株式会社)
		로컬(일본)	로컬(일본)	로컬(일본)
기업 개요	설립년도	1958년	1918년	1917년
	직원 수	52만 명(2016년)	479명(2016년)	710명(2016년)
	순 매출	약 8,049억 엔(2016년)	221억 엔(2016년)	444억 엔(2016년)
	영업이익	약 59억 402만 엔(2016년)	-26.	-27.
	취급품목	식료품, 수입식품, 잡화	가다랑어포, 멸치, 조미료 등	가다랑어포, 멸치, 조미료 등
제품 정보				
		갈조류 다시마	팩 타입 가다랑어포	빙온 숙성 가다랑어포
판매 전략	홍보전략	- 고객 라이프 스타일에 따른 4개의 브랜드 보유 - 제품의 가격, 품질에 따라 4개의 브랜드로 상품 분류	- GMP와 HACCP을 취득한 안전한 식품 - GMP와 HACCP을 취득해 고객들이 안심하고 먹을 수 있는 식품임을 홍보	- SNS를 통한 제품 및 자사 제품을 이용한 조리법 홍보 - 신제품과 자사 제품을 이용한 다양한 조리법을 SNS를 통해 홍보
	캐치프레이즈	- 일등 제품 - 홋카이도산 다시마를 사용한 일등 제품임을 강조	- 감칠맛과 향기 - 가다랑어를 두껍게 포를 떠 5분 이내에 감칠맛있고 향기로운 국물을 낼 수 있음을 강조	- 빙온 숙성 맛있는 가다랑어포 0°C 이하 온도에서 숙성해 가다랑어의 신선도를 유지하면서 보다 더 맛이 좋은 제품임을 강조

26. Marutomo 홈페이지(www.marutomo.co.jp) 조사 결과, 영업이익 정보는 확인되지 않음

27. Yamaki 홈페이지(www.yamaki.co.jp)조사 결과, 영업이익 정보는 확인되지 않음

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 시장점유율 상위 기업 Global Data 활용

- 2016년 기준, 일본 업별 점유율 조사(2016년 기준)²⁸.
- Kewpie Corporation(7.5%)
- Kikkoman Corporation(7.2%)
- Private Label(2.9%)²⁹.
- YAMAKI Co., Ltd.(0.5%)

방법론 02. 온라인 쇼핑물 조사 온라인 쇼핑물 조사

- 키워드 : 昆布(다시마), かつおぶし(가쓰오부시, 가다랑어포), 干し椎茸(건조 표고버섯), しらす干し(건조 멸치)
- 온라인 쇼핑물 분석
- Rakuten(www.rakuten.co.jp)
- Amazon(www.amazon.co.jp)

방법론 03. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 일본 현지 하이퍼마켓 방문(2017.05)
- AEON, Ito-Yokado, SEIYU

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

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

로컬 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

로컬(일본)	로컬(일본)	로컬(일본)
		
· 시장점유율 상위 기업 ☒	· 시장점유율 상위 기업 ☐	· 시장점유율 상위 기업 ☒
· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 ☒	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 ☐	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 ☐
· 오프라인 매장 판매확인 기업 ☒	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ☒	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ☒

28. 현지조사 결과, 일본에서 다시팩과 유사제품인 다시마, 가다랑어포, 멸치 등을 취급하고 있는 업체들이 대부분 조미료를 취급하고 있는 것으로 확인되어 품목을 'Seasonings, Dressings&Sauces'로 지정하여 유통채널별 유통점유율을 조사함

29. Private Label이란 제조업체가 아닌 유통업체의 상표를 붙여 판매하는 유통업체 자체개발상품을 뜻하며 AEON의 TopValu를 조사함

2. 경쟁사별 현황 파악

AEON TOPVALU 정보

· AEON TOPVALU 고객센터
: +81-0120-28-4196
· 주소
: 1-5-1 Nakase, Mihama-ku,
Chiba-shi, Chiba 261-8515, Japan
출처 : Topvalu(www.topvalu.net)

로컬 기업 분석 : 이온 탑밸류(AEON TOPVALU)

AEON은 1974년 자사 제품 개발에 착수하여 1974년 11월 컵라면을 시작으로 1994년에 ‘최고의 가치’를 뜻하는 Private Brand 제품을 출시함. Private Brand란 제조업체가 아닌 유통업체의 상표를 붙여 판매하는 유통업체 자체 개발 상품임. 유통경로를 단축하고 생산비용을 줄여 좋은 품질의 제품을 보다 저렴하게 판매할 수 있음. 현재 TopValu 제품은 식료품을 비롯해 의류, 주거 여가 제품, 생활 가전에 이르기까지 다양하며, AEON의 온라인 및 오프라인 매장에서 구입할 수 있음

[기업 개요]

① 설립년도	1926년
② 직원 수	52만 명(2016년)
③ 순 매출	약 8,049억 엔(2016년)
④ 영업이익	약 59억 402만 엔(2016년)
⑤ 취급품목	다시마, 가다랑어포 등 식료품, 수입식품, 잡화



출처 : Topvalu(www.topvalu.net)

[제품 정보]

다시팩 유사제품 정보



가다랑어&다시마 농축액, 가다랑어 분말, 가다랑어, 매실 다시마, 갈조류 다시마

출처 : Topvalu(www.topvalu.net)

[홍보 전략]

온라인 홍보

고객 라이프 스타일에 따른 4개의 브랜드 보유



제품의 가격, 품질에 따라 4개의 브랜드로 상품을 분류해 고객의 라이프 스타일과 그날의 기분에 맞게 다양한 제품을 구입할 수 있도록 홍보함. (TOPVALU : 적합한 가격과 품질의 제품, TOPVALU SELECT : 비싸더라도 품질이 좋고 산지가 확실한 제품, TOPVALU BESTPRICE : 가장 저렴한 제품, TOPVALU 그린아이 : 안전하고 자연 친화적인 제품)

캐치프레이즈

일등 제품



홋카이도산 다시마를 사용한 일등제품임을 강조함.
맛과 향이 진하고 투명한 맑은 국물을 낼 수 있어
두부, 국물 요리에 적합함을 강조

출처 : Topvalu(www.topvalu.net)

2. 경쟁사별 현황 파악

마루토모 정보

· 대표 전화
: +81-089-983-3888
· 주소
: 1696 Yoneinato Iyo city Ehime
prefecture
출처 : Marutomo(www.marutomo.co.jp)

로컬 기업 분석 : 마루토모(マルトモ株式会社)

주식회사 마루토모는 1918년에 개업하여 삿포로, 센다이, 우츠노미야, 도쿄, 나고야, 오사카, 시코쿠, 후쿠오카 지역에 지점을 두고 있음. 가다랑어포, 멸치 등 국물을 내는 제품이 주력 품목임. 마루토모의 제품은 '식품의 노벨상' 이라고 불리는 몬드 셀렉션에서 3년 연속 수상한 이력이 있음. 몬드 셀렉션은 국제 품평평가위원회가 매년 2,000여 종의 출품된 상품의 품질, 미각, 포장, 원재료 등을 심사하여 시상하는 국제식품품평회임

[기업 개요]

- | | |
|--------|----------------------|
| ① 설립년도 | 1918년 |
| ② 직원 수 | 479명(2016년) |
| ③ 순매출 | 221억 엔(2016년) |
| ④ 취급품목 | 가다랑어포, 멸치, 조미료, 냉장제품 |



출처 : Marutomo(www.marutomo.co.jp)

[제품 정보]

다시팩 유사제품 정보



직화 가다랑어, 팩 타입 가다랑어포, 가다랑어 농축액, 멸치

출처 : Marutomo(www.marutomo.co.jp)

[홍보 전략]

온라인 홍보 GMP와 HACCP 취득한 안전한 식품



식품·의약품의 품질 안정성과 유효성을 보증하는 GMP와 HACCP를 취득해 고객들이 안심하고 먹을 수 있는 식품임을 홍보

캐치프레이즈 감칠맛과 향기



마쿠라자키산 가다랑어를 두껍게 포를 떠 5분 이내에 감칠맛 나는 향기로운 국물을 낼 수 있음을 강조

출처 : Marutomo(www.marutomo.co.jp)

2. 경쟁사별 현황 파악

야마키 주식회사 정보

· 야마키 고객센터
· +81-089-982-1231
· 주소
· 799-3194 Ehime Prefecture Iyo-shi,
Yonein 1698 - 6
출처 : Yamaki(www.yamaki.co.jp)

로컬 기업 분석 : 야마키 주식회사(ヤマキ株式会社)

야마키 주식회사는 1917년에 개업해 2016년 3월 기준 444억 엔의 매출액을 기록함. 야마키 주식회사는 제품과 서비스를 통한 고객만족도를 높이고 식품의 안전관리를 위해 ISO9001과 HACCP 인증을 획득함으로써 품질경영 시스템을 구축하고 있음. 또한 원재료, 제조방법, 포장용기, 원산지 표시 등 100여 개 항목에 걸쳐 검사한 제품만을 상품으로 출시함으로써 품질관리에 만전을 기함

[기업 개요]

① 설립년도	1917년
② 직원 수	710명(2016년)
③ 순매출	444억 엔(2016년)
④ 취급품목	가다랑어포, 멸치, 조미료 등



출처 : Yamaki(www.yamaki.co.jp)

[제품 정보]

다시팩 유사제품 정보



가다랑어 팩, 가다랑어포, 멸치, 가다랑어 분말

출처 : Yamaki(www.yamaki.co.jp)

[홍보 전략]

SNS 홍보

자사 제품 및 자사제품을 이용한 조리법을 SNS로 홍보



자사 제품을 이용한 다양한 조리법과 신제품 홍보

캐치프레이즈

빙온 숙성 맛있는 가다랑어포



0℃ 이하 온도에서 숙성해 가다랑어의 신선도를 유지하면서 보다 더 맛이 좋은 제품임을 강조

출처 : Yamaki(www.yamaki.co.jp)



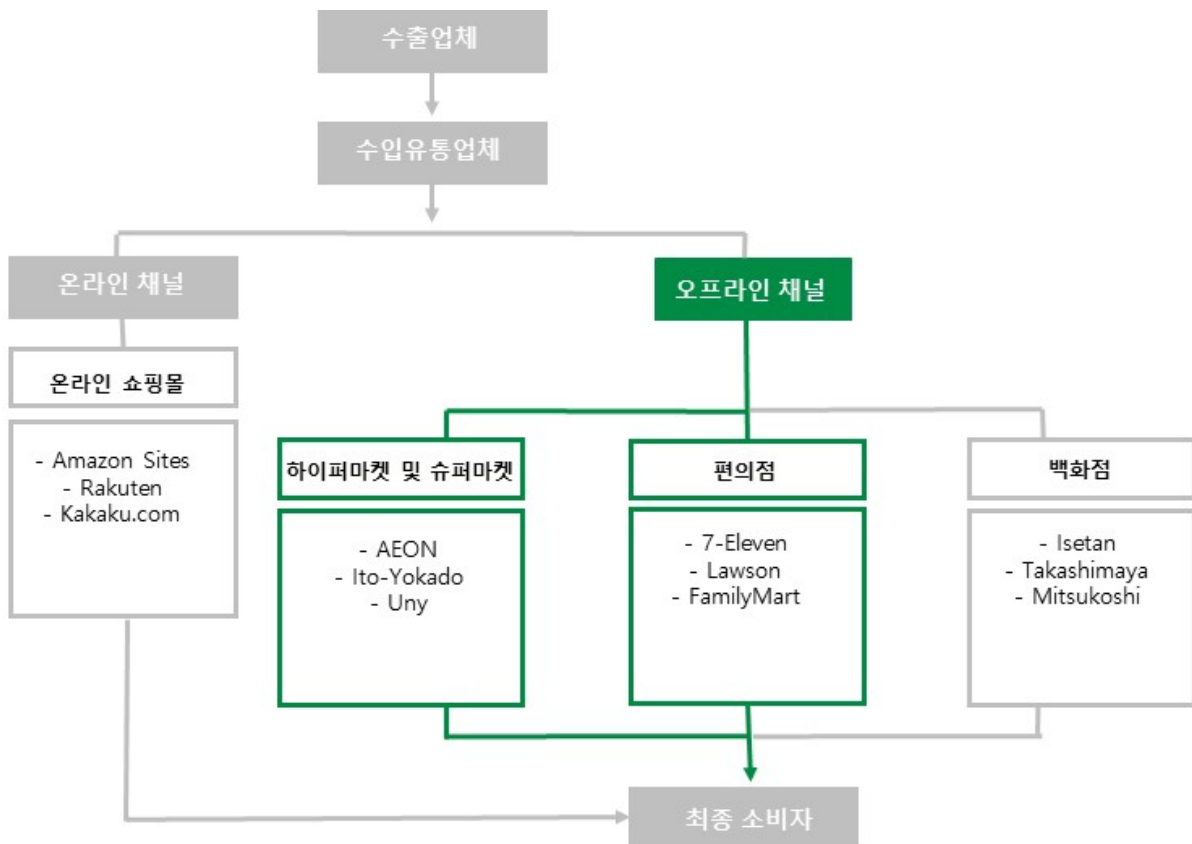
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

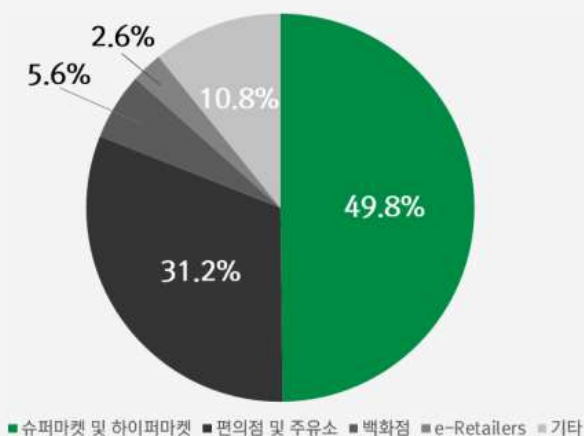
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 유통점유율



유통채널별 정의 및 특징

- **슈퍼마켓** : 일용잡화류를 판매하는 소매점. 면적 280~2,300㎡ 이상
- **하이퍼마켓** : 일용잡화류 외 공산품도 판매, 면적 2,300㎡ 이상
- **편의점 및 주유소** : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점과 주유소 옆에 병설된 작은 편의점을 뜻함
- **백화점** : 의류·일용잡화·가구·내구소비재 등 광범위한 상품을 판매하는 대규모의 소매점
- **온라인 쇼핑몰(e-Retailers)** : 실제 매장이 아닌 온라인으로 제품을 확인 및 구매할 수 있는 가상의 도·소매점
- **기타** : 달러스토어, 드럭스토어, 재래시장, 기타 소매점

출처 : Global Data(consumer.globaldata.com), 'Seasonings, Dressings&Sauces' 2016년 유통점유율 기준³⁰.

30. 현지조사 결과, 일본에서 다시팩과 유사제품인 다시마, 가다랑어포, 멸치 등을 취급하고 있는 업체들이 대부분 조미료를 취급하고 있는 것으로 확인되어 품목을 'Seasonings, Dressings&Sauces'로 지정하여 유통채널별 유통점유율을 조사함

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1.

슈퍼마켓 및 하이퍼마켓, 유통시장 점유율 1위 유지를 위한 노력

수년 동안 일본 내 유통시장 점유율 1위를 유지하던 슈퍼마켓·하이퍼마켓이 최근 편의점 및 주유소 채널로부터 1위 자리를 위협받고 있음. 일본 내 1인 가구가 증가하면서 편의점 및 주유소 채널의 유통시장 점유율이 무서운 속도로 높아지고 있기 때문임. 이 때문에 2016년 일본의 슈퍼마켓·하이퍼마켓들은 수도권 매장의 영업시간을 단축하는 등 수모를 겪음. 2016년 2월 AEON은 도쿄, 치바현, 가나가와에 위치한 64개 점포 중 70%인 42개 점포의 개업 시간을 오전 7시에서 오전 8시로 변경함³¹.

이와 같이 매장 운영에 위기를 느낀 슈퍼·하이퍼마켓들은 유통시장 점유율 1위를 유지하기 위한 전략을 모색 중임. AEON은 ‘Daiei’를 식음료품 전문 소매 매장인 ‘AEON Food Style Store’로 탈바꿈시킴. 또한 PB(Private Brands)인 ‘TopValu’를 출시해 고품질의 제품을 더 저렴한 가격에 내놓음. Maruetsu 또한 PB인 Maruetsu365를 출시하고 매년 제품 종류를 확장하는 것을 목표로 하고 있음

ROUTE #2. 일본 편의점 및 주유소, 취급 품목 다양화

일본의 대표적인 편의점 업체 중 하나인 7-Eleven은 2015년 사상 최대 매출을 달성하며 2012년부터 2015년까지 4년 연속으로 매출 총이익이 증가하였음. 오니기리(주먹밥), 샌드위치 제품과 같은 완조리 식품은 7-Eleven의 대표적인 인기 제품으로 매출 증가에 영향을 미침

Lawson은 일본 내 여성과 노인을 대상으로 한 제품군을 확대하여 다양한 고객층을 확보함. 그중 채소 함량이 풍부한 스무디, 닭가슴살 샐러드, 조리되어 있어 바로 섭취할 수 있는 식사대용 HMR 제품의 수요가 높아지는 추세임. 이러한 판매 제품 다양화 전략이 Lawson의 2015년의 식품 매출액을 전년 대비 20% 증가시키는 데 기여함

FamilyMart는 2015 새로운 슬로건인 ‘Fun&Fresh’를 식료품에 적용함. 제품 포장재를 새롭게 바꾸고 신선하고 건강에 초점을 맞춘 샐러드와 도시락 제품을 출시함. 이러한 다양한 제품 개선 전략은 고객들에게 큰 인기를 끌³².

31. Nikkei Asian Review(asia.nikkei.com), ‘Aeon cutting business hours to combat climbing costs’, 2016.02.25

32. USDA(gain.fas.usda.gov), ‘Japan Retail Foods’, 2016.12.22

1. 추천 진출 경로

ROUTE #3. 백화점, 관광객을 잡아라

일본의 백화점업계는 일본 관광객과, 품질을 중요시하는 일본 소비자들에게 프리미엄 제품을 선보이며 성장세를 보임. 백화점 지하에 유명 레스토랑과 함께 프리미엄 HMR 제품 매장이 자리하여 일본 내 소비자는 물론 관광객도 유치함

일본의 인구 감소와 경기침체로 백화점은 매출 하락을 예상했지만 일본 내 관광객이 늘면서 백화점 매출액도 크게 증가한 것으로 나타남. 일본은 2014년 이후로 매년 기록적인 수준의 관광객이 방문하고 있음. 일본은 2020년까지 2,000만 명의 관광객 유치를 목표로 했으나 2015년에 전년 대비 47.3% 증가한 1,937만 명의 관광객이 일본을 방문함. 그중 백화점을 방문하는 관광객은 2015년 9개월 동안 117만 명에 달했는데, 이는 2014년 같은 기간에 비해 80% 이상 증가한 수치임

현재 일본 정부는 2020년까지 관광객 4,000만 명 유치를 목표로 하고 있으며, 백화점은 계속 매출이 증가할 것으로 전망됨³³. 일본의 대표 백화점 브랜드로는 Mitsukoshi-Isetan, Takashimaya, Sogo Seibu, Daimaru, Hankyu Hanshin 등이 있음

33. USDA(gain.fas.usda.gov), 'Japan Retail Foods', 2016.12.22

1. 추천 진출 경로

시장점유율 및 성장률

Global Data에 따르면 2016년 기준 일본 내 조미료, 드레싱 및 소스 품목³⁴ 시장점유율은 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 49.8%, 편의점 및 주유소 31.2%, 백화점이 5.6%임. 2015년부터 2016년까지 같은 품목의 시장성장률은 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓이 7.4%, 편의점 및 주유소 7.4%, 백화점 8.1%로, 백화점이 가장 큰 성장률을 보임

제품 컨셉

일본 식품업계에서 기존 상품을 고급화하고 가격을 높여 판매하는 프리미엄 전략을 채택하는 추세가 확산됨에 따라 브랜드 이름, 꼼꼼하고 고급스러운 포장, 상세한 제품 설명서 등이 소비자의 구매 결정에 큰 영향을 미치고 있음

한국산 취급 여부

일본 현지 조사 결과 일본 하이퍼마켓에는 라면, 김, 주류와 같은 한국산 제품을 취급하고 있지만 다시팩 유사 제품은 한국산 제품이 없음. 다시마 유사 제품의 경우 현지산 제품이 다수 판매되고 있지만, 대만산과 중국산 제품의 판매도 확인됨

표 5.2 : 유통경로 분석 결과

유통경로	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	2. 제품적합성	3. 진출가능성		
 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓	시장점유율	시장성장률	전체 시장점유율의 약 40% 이상 차지 2015 ~ 2016년 성장률 한 자릿수 성장	적합	부적합
	제품 컨셉 일치도	수입식품, 프리미엄 제품 선호	한국제품 취급 여부	한국산 다시팩 취급 유무	
 편의점	시장점유율	시장성장률	전체 시장점유율의 약 40% 이상 차지 2015 ~ 2016년 성장률 한 자릿수 성장	적합	부적합
	제품 컨셉 일치도	수입식품, 프리미엄 제품 선호	한국제품 취급 여부	한국산 다시팩 취급 유무	
 백화점	시장점유율	시장성장률	전체 시장점유율의 약 40% 이상 차지 2015 ~ 2016년 성장률 한 자릿수 성장	적합	부적합
	제품 컨셉 일치도	수입식품, 프리미엄 제품 선호	한국제품 취급 여부	한국산 다시팩 취급 유무	

34. 현지조사 결과, 일본에서 다시팩과 유사제품인 다시마, 가다랑어포, 멸치 등을 취급하고 있는 업체들이 대부분 조미료를 취급하고 있는 것으로 확인되어 'Seasonings, Dressings&Sauces' 품목을 기준으로 유통채널별 유통점유율을 조사함

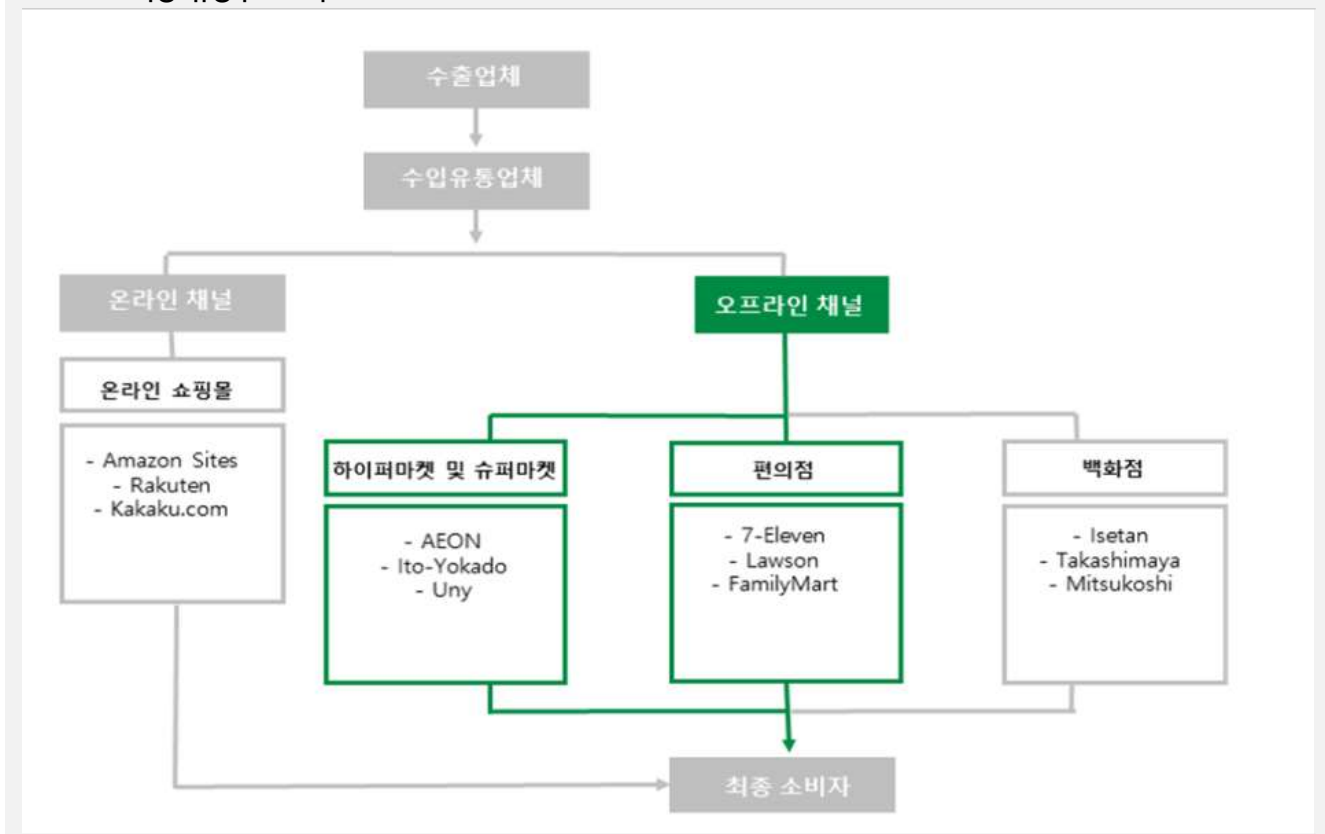
1. 추천 진출 경로

슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 진출 추천

유통구조 분석 결과, 참여 기업의 다시팩 제품이 진출하기에 가장 적절한 시장은 슈퍼하이퍼마켓인 것으로 분석됨. 백화점의 경우 조미료, 드레싱 및 소스 제품의 시장성장률이 8.1%로 가장 높지만 시장점유율면에서는 5.6%로 미미함. 편의점 및 주유소는 조미료, 드레싱 및 소스 제품 시장점유율이 31.2%로 2위이고, 1인 가구의 증가에 따라 시장성장률 또한 매년 상승하는 추세로, 일본의 유통시장 점유율 1위인 슈퍼마켓하이퍼마켓의 자리를 위협하고 있음

하지만 AEON과 같은 대규모 슈퍼마켓은 여전히 매출이 높고 시장점유율을 유지하는 방안을 계속해서 마련하고 있음. 또한 유로모니터의 2017년 ‘Fresh Food in Japan’ 보고서에 따르면, 2016년 신선식품의 주요 유통채널은 슈퍼마켓인 것으로 나타남. 현지 조사 결과 실제 일본의 슈퍼마켓하이퍼마켓에서는 다시팩 유사 제품을 미역, 버섯 등과 같은 신선식품 매대에 배치해 판매하고 있으므로 다시팩 제품이 진출하기에 가장 적합한 유통 매장으로 사료됨

표 5.3 : 최종 유통구조 Map



2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

한국 식품 및 수입 식품 취급
유통업체 대상 인터뷰 진행
(2017년 5월)

Q1. 현재 다시팩 제품의 수요는 어떤가요?

“한국 가공식품을 취급하고 있으며 다시마도 판매 중입니다. 다시마는 일본 방송에서 동안 비결로 한때 폭발적인 인기를 끌었지만 지금은 수요도가 낮은 편입니다. 일본에서는 품질과 안전을 중요시하므로 인지도가 없는 브랜드에 거부감을 갖고 기피하는 경향이 있습니다. 그래서 방송에서 인기가 있었던 제품은 안전성이 입증된 것으로 간주하기 때문에 홍보를 위해서는 방송 등의 매체에 노출되는 것이 가장 좋습니다.”

수입 식품 유통업체
e-KOREA, Inc. 담당자와의 인터뷰 中, 2017.05

“육수 팩을 취급하고 있습니다. 육수 팩은 계절에 따라 수요가 약간씩 변하며 국물을 많이 먹는 추운 날씨에 수요가 증가합니다. 일본은 다시팩보다 가다랑어 육수를 기본적으로 많이 사용합니다. 육수 팩은 빠르게 국물을 우려내야 하므로 육수 회사는 2 ~ 3분 내에 국물이 우려나도록 가루 형태의 팩으로 만들고 있습니다. 만약 소요시간이 5분 이상 넘어가게 되면 직접 재료를 사서 육수를 내는 게 낫다고 생각합니다. 원물이 그대로 들어간 팩일 경우 안에 어떤 재료가 들어 있는지 쉽게 확인이 가능해 제품을 신뢰할 수 있습니다. 그리고 다시팩에 대해서는 거부감은 없을 것으로 예상됩니다.”

수입 식품 유통업체
YUTAKA Foods 담당자와의 인터뷰 中, 2017.05

Q2. 제품의 주요 구매요인은 무엇인가요?

“우리는 일본의 수입 전문 업체를 통해 제품을 취급하고 있으며 우리 업체가 운영하는 온라인 쇼핑몰과 오프라인 매장에서 직접 판매하고 있습니다. 주요 고객은 자사 SNS 계정에 보유하고 있는 회원들이며 고객들의 제품 주요 구매요인은 원산지입니다.”

수입 식품 유통업체
e-KOREA, Inc. 담당자와의 인터뷰 中, 2017.05

“제품은 식료품 전문 판매점에서 조달받고 있으며 주요 납품처는 백화점입니다. 온라인 채널로도 소규모 판매하고 있는데, 고객들의 주요 구매요인은 제품의 브랜드입니다.”

수입 식품 유통업체
YUTAKA Foods 담당자와의 인터뷰 中, 2017.05



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



ItoYokado

SEIYU

		AEON	Ito-Yokado	SEIYU
		하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
유통업체 개요	설립년도	1926년	1920년	1963년
	직원 수	약 52만 명(2016년)	35,194명(2016년)	16,272명(2016년)
	순 매출	약 8조 1,263억 3,153만 원(2016년)	약 12조 4,728억 6,095만 원(2016년)	약 7조 6,485억 9,264만 원(2016년)
	영업이익	596억 3,040만 원(2016년)	약 177억 4,998만 원(2016년)	-35.
	점포 수	625개(2016년)	170개(2016년)	339개(2016년)
	취급품목	식료품, 수입식품, 잡화 등	식료품, 수입식품, 잡화 등	식료품, 수입식품, 잡화 등
매장 전경	매장 사진			
매장 이슈		· AEON Style Store로의 새 단장 계획 · 지역 상황에 맞춰 특화된 물건과 서비스에 집중하겠다는 '달걀 종합' 전략을 펼칠 계획	· Ito-Yokado, 40개 매장 폐점 예정 · 2020년까지 Ito-Yokado 매장 40곳 폐점 계획	· SEIYU, 중국으로 진출 · 2016년 3월 중순경 중국 내 온라인 판매를 시작으로 중국 진출
프로모션 전략		· 옴니채널 통합쇼핑몰 AEON.COM 개설 · 자사가 운영하는 29개 사이트를 하나의 사이트로 통합	· Nanaco 카드, 모든 Seven&I Holdings 그룹에서 적립 가능 · Ito-Yokado에서 사용 시 포인트 적립 및 전 품목 5% 할인	· 신선식품 만족 보증 프로그램 · 신선도 관리 강화 및 농가 직거래를 통한 고품질의 농산물 제공

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



AEON(이온)

일본의 대표 하이퍼마켓 브랜드인 AEON은 식료품과 수입식품을 취급하는 대표적인 GMS(General Merchandise Store)를 보유하고 있음. 현재 중국, 베트남, 캄보디아, 태국 등 세계 13개국에 매장을 운영 중이며, 일본 내 유통시장 점유율은 약 14%임. AEON의 2016년 매출액은 2015년 대비 15.5% 증가한 약 8조 1,263억 원임

표 6.1 : AEON 매장 정보

기업 정보	컨셉	상업시설의 틀을 넘어 고객 개개인의 라이프 스타일을 고려한 쇼핑 공간	
	대표 주소	1-5-1 Nakase, Mihama-ku, Chiba-shi, Chiba 261-8515, Japan	
	대표 전화	+81-43-212-6042	
주요 판매품목		식료품, 수입식품, 음료 등	
매장 전경			
매장 이슈		AEON Style Store로의 새 단장 계획 AEON은 일본 전역의 슈퍼마켓을 향후 5년 안에 새롭게 단장하기로 함. 점포마다 수억 엔을 들여 새롭게 단장한 후 'AEON Style Store'라는 이름의 지역별로 특화된 새 점포를 열 계획임. 30 ~ 40대 인구가 많은 지역에는 유기농 재료로 구성된 육아 전문 매장을 마련하고 옷가게가 밀집된 지역에는 점포 내 의류 브랜드를 제외하는 등 지역 상황에 맞춰 특화할 방침임. AEON은 모든 것을 살 수 있는 기존 슈퍼마켓 체제가 아닌 그 지역에서 정말 필요로 하는 물건과 서비스에 집중하겠다는 '탈(脫) 종합' 전략을 펼칠 계획임 ³⁶ .	
프로모션 전략		AEON, 옴니채널 통합 쇼핑몰 AEON.COM 개설 AEON은 지금까지 별도로 운영했던 AEON넷 슈퍼, 이온쇼핑 등 자사가 운영하는 29개 사이트를 'AEON.COM'이라는 하나의 사이트로 통합함. AEON.COM은 식료품, 의류, 신발, 가전, 자동차, 도서 등의 다양한 제품을 취급 중이며 PC뿐만 아니라 스마트폰에서도 이용이 가능함. AEON.COM은 매장에 없는 상품을 주문할 수 있는 터치겟(Touch Get) 서비스를 활용하여 고객대응 수준을 향상시키고 있음 ³⁷ .	
다시팩 유사 제품 판매현황			

출처 : 현지 방문조사(Aeon, 2017.05), AEON(www.aeon.info)

36. 이데일리(www.edaily.co.kr), '다이온, 쏘그라드는 슈퍼마켓 시장 역발상 전략 공략', 2016.01.04

37. Digital Retail Trend(digitalretail.co.kr), 'AEON 그룹 옴니채널 통합 쇼핑몰 AEON.Com 개설', 2016.01.18

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Ito Yokado(이토요카도)

Ito Yokado는 Seven&I Holdings 그룹에 속해 있으며 일본 전역에 약 175개의 대형 매장을 운영 중임. 주요 취급제품은 식품, 의류, 생활용품이며, 이 가운데 식품은 총매출액의 절반 이상을 차지함. 2015년 기준 일본 하이퍼마켓 시장점 유율은 약 7%임

표 6.2 : Ito-Yokado 매장 정보

기업 정보	컨셉	편의점이 주축이 된 옴니 채널형 마트
	대표 주소	Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8450
	대표 전화	+81-03-6238-2111
주요 판매품목		식품, 생활용품, 가전제품, 과일, 의류
매장 전경		 
매장 이슈		Ito-Yokado, 40개 매장 폐점 예정 2016년 2분기부터 Seven&I Holdings는 사이타마 현, 교토, 오카야마 등의 지역에 있는 Ito-Yokado 매장을 폐업함. 수익이 없는 매장을 폐점하여 부진한 슈퍼마켓 사업을 재건하려는 목적임. Seven&I Holdings는 2020년까지 총 40개의 Ito-Yokado 매장을 폐점할 계획임³⁸.
프로모션 전략		Nanaco 카드, 모든 Seven&I Holdings 그룹에서 적립 가능 Nanaco 카드는 일본 내 7-Eleven, Ito-Yokado 등 모든 Seven&I Holdings 그룹에서 포인트 적립이 가능하고, 적립한 포인트를 현금처럼 사용할 수 있음. 또한 매월 8일, 18일, 28일에 Ito-Yokado에서 해당카드 이용 시 전 품목 5% 할인이 되는 등 다양한 혜택이 있음
다시팩 유사제품 판매현황		 

출처 : 현지 방문조사(Ito-Yokado, 2017.05), Ito-Yokado(www.itoyokado.co.jp)

38. Bloomberg(www.bloomberg.com), 'Ito-Yokado to Close 8 Supermarkets', 2016.08.25

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



SEIYU

미국의 Walmart는 2008년 일본의 SEIYU를 완전히 인수했음. 하지만 일본에서 월마트에 대한 인지도는 낮은 반면 SEIYU는 소비자에게 친숙한 브랜드이기 때문에 회사명은 Walmart가 아닌 SEIYU로 유지하고 있음. SEIYU는 ‘매일 낮은 가격(Every Day Low Price)’ 전략을 통해 일본 홋카이도에서 큐슈까지 광범위한 지역에 걸쳐 점포망을 구축하고 있으며, 식료품, 의류, 주거 용품 등 다양한 품목을 구비함

표 6.3 : SEIYU 매장 정보

기업 정보	컨셉	가격, 신선도 및 품질, 상품, 편리성 4가지 가치를 고객에게 전달
	대표 주소	Akabane 2-chome, Kita-ku, Tokyo 115-0045
	대표 전화	+81-03-3598-7000
주요 판매품목		식품, 의류, 생활용품
매장전경		 
매장 이슈		SEIYU, 중국으로 진출 일본의 SEIYU는 Walmart 네트워크를 통해 중국에서 자사의 매장 브랜드 상품을 판매할 예정임. SEIYU는 간식, 드립 커피, 간장, 드레싱 등 중국에서 인기 있는 가공식품을 인터넷뿐만 아니라 중국의 400개 이상의 매장에서 판매할 계획이라고 밝힘. 2016년 3월 중순경 중국 내 온라인 판매를 시작으로 4월에는 3개의 매장을 출시할 예정이며, 일회용 거저귀, 티슈 및 기타 가정용 제품으로 라인업을 점차 확장할 전망이다³⁹.
프로모션 전략		신선식품 만족 보증 프로그램 SEIYU는 신선한 청과 제품을 저렴한 가격에 안정적으로 공급하기 위해 농가와 직접 거래 계약을 맺고 있음. SEIYU는 농가와의 거래를 통해 대상 농가의 사업규모 확대뿐만 아니라 농가 소득 증가, 지역의 활성화도 돕고 있음. 또한 2014년부터 신선식품의 품질 향상을 위해 ‘신선식품 만족 보증 프로그램’을 실시해 고객이 만족하도록 신선도 관리를 강화하여 고품질의 농산물을 제공하고 있음
다시팩 유사제품 판매현황		 

출처 : 현지 방문조사(SEIYU, 2017.05), SEIYU(www.seiyu.co.jp)

39. Nikkei Asian Review(asia.nikkei.com), ‘Seiyu store-brand foods headed to China via Wal-Mart network’, 2016.03.17

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 일본 주요 편의점 현황

7-Eleven		
매장 수	19,579개(2017년)	
취급 품목	신선식품, 도시락, 음료, 냉동식품, 생활용품 등	
홈페이지	www.sej.co.jp	
매장 개요	7-Eleven은 일본의 세븐&아이 홀딩스가 소유하고 있는 편의점 체인으로 미국, 멕시코, 덴마크, 한국, 일본, 중국 등 세계 각 국에 7-Eleven 점포가 개설되어 있음. 일본에는 1974년 도쿄에 1호점이 개장하였으며 2017년 현재 19,579개의 매장이 운영 중임. 7-Eleven은 식품료품, 냉동식품, 생활용품 등 다양한 라인업을 갖춘 그룹의 자체 브랜드 제품인 '7 Premium'과 신선하고 균형 잡힌 식사를 제공하는 도시락 제품에 주력하고 있음	

Lawson		
매장 수	13,111개(2017년)	
취급 품목	음료, 냉동식품, 신선식품, 도시락 등	
홈페이지	www.lawson.co.jp	
매장 개요	Lawson은 일본의 편의점 체인으로 중국, 인도네시아, 필리핀 등에 점포가 개설되어 있음. 1975년 일본의 오사카에 1호점 개점을 시작으로 2017년 현재 13,111개의 매장을 운영하고 있음. Lawson은 음료, 도시락, 냉동식품 등 250개 이상의 품목을 갖춘 자체 브랜드 제품 'Lawson Select'를 개발하여 고품질의 제품을 보다 저렴하게 고객에게 제공하고 있음	

출처 : 7-Eleven(www.sej.co.jp), Lawson(www.lawson.co.jp)

표 6.5 : 일본 주요 온라인 쇼핑몰 현황

Rakuten		
취급 품목	신선식품, 식음료품, 건강기능식품, 생활용품, 의류, 화장품 등	
홈페이지	www.rakuten.co.jp	
매장 개요	Rakuten은 1997년 일본을 시작으로 2016년 현재 미국, 독일, 프랑스, 대만, 브라질 등 29개국에서 10억 명 이상의 회원에게 전자 상거래 서비스를 제공 중임. 2016년 기준 7,819억 1,600만 엔의 매출을 기록하며 지속적으로 성장하고 있음	
Qoo10		
취급 품목	식음료품, 신선식품, 의류, 미용 제품 등	
홈페이지	www.qoo10.jp	
매장 개요	Qoo10은 eBay와 Gmarket의 합작회사로 2010년 설립된 온라인 쇼핑몰임. 2016년 현재 일본뿐만 아니라 중국, 싱가포르, 홍콩, 인도네시아 등의 국가에서 온라인 마켓 플레이스를 운영하고 있으며 아시아의 다양한 국가에 서비스를 확장할 계획임	

출처 : Rakuten(www.rakuten.co.jp), Qoo10(www.qoo10.jp)



Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역 절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

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

통관 및 검역 절차 OVERVIEW

일본 통관 검역 절차도



출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

통관 절차별 유의사항

통관 절차	유의사항
사전보고	수출국의 선적항에서 24시간 전(근거리 지역의 경우 출항 전까지)에 일본 수출입항만정보처리 시스템(NACCS)에 적하정보를 보고해야 함(KTNET, KUNET, Cyberlogitec을 통해 접속 가능함)
수입신고	화물이 수입항에 도착하였다는 도착 통지를 받은 경우, 수입자 또는 대리인은 운송 계약과 관련되는 서류를 인수받아 화물이 보관되어 있는 보세지역을 관할하는 세관에 수입신고를 함
타 법령 검토	수입하려는 물품이 관세법 이외에 타 법령에 의해 허가, 승인 등을 필요로 하는 경우 수입신고 시점에 해당 물품이 적절한 허가 및 승인을 받았음을 세관에 입증하여야 함
심사 및 검사	수입신고서가 세관에 접수되면 통관지 세관에서 제출서류를 심사함. 심사 방법은 제품 위험도에 따라 제출된 신고 내용만을 검토하는 간이심사, 수입신고서와 관련 첨부서류를 제출하는 서류심사, 서류심사와 함께 물품을 직접 확인 및 검토하는 검사 세 가지로 구분됨
관세 납부 및 수입 허가	심사 및 검역에 합격하고 관련비용 지불 후 위생허가증을 발급받아야 통관이 완료됨
화물 반출	제출 서류의 하자가 없고 관세 및 세금의 납부가 완료되는 경우 세관은 수입허가증을 발행함

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 일본 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		기본	WTO
1604	조제하거나 보존처리한 어류, 캐비어, 어란(魚卵)으로 조제한 캐비어 대용물		-
1604.20	그 밖의 조제하거나 보존처리한 어류		-
1604.20.020	기타	9.6%	9.6%

일본 WTO 협정세율

일본에서 HS CODE 1604.20.020 품목의 경우 WTO 협정세율
9.6%가 부과되고 있음

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하려면 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 'TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA 및 관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회하는 방법이 있음. 일본의 경우 일본 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

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

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

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

1. 통관 및 검역절차

STEP #1. 사전보고 및 적하정보 제출

일본에서 물품을 수입하려면 수출국 선적항에서 출항하기 24시간 전 (근거리 지역의 경우 선적항 출항 전)까지 전자시스템을 통해 보고해야 함. 전자시스템은 ‘일본 수출입항만정보처리시스템(NACCS)’의 홈페이지⁴⁰⁾에 접속하여 ID 발급신청을 한 후 보고가 가능함

일본 통관 소요 기간 및 금액

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

그 외 신고 지연, 잘못된 정보 신고, 일본 내 소재한 항구에 하역을 허가받지 않고 무단으로 하역할 경우 1년 이하의 징역이나 최대 50만 엔 이하의 벌금을 부과하므로 주의해야 함

STEP #2. 수입신고

화물이 수입항에 도착하면 항공회사, 선박회사가 수입자에게 화물 도착 통지(Arrival Notice)를 함. 수입업자는 항공회사, 선박회사에서 운송 계약과 관련되는 서류를 인수받아 수출업자가 보내 온 송품장 등과 함께 화물이 보관된 보세지역의 관할 세관에 수입신고를 해야 함

수입신고는 수입업자 또는 세관의 허가를 받은 통관업자가 수입자를 대리하여 신고할 수 있음. 단, 일본에 주소 및 거주지가 없는 자는 수입 통관을 할 수 없으므로 반드시 일본에 주소 및 거주지를 가진 자에게 위탁하여 통관 절차를 진행하여야 함

신고 방법에는 수입화물 수하인이나 위탁 통관기업이 수입신고서를 작성하고 관련 증빙서류를 구비하여 세관에 직접 제출하는 방법과 NACCS를 통한 신고 방법이 있음. NACCS를 통하여 신고할 시 수입화물의 수하인이나 위탁 통관기업이 전산 시스템을 통하여 세관에 전자 자료로 된 수입 신고서와 관련 증빙서류를 구비하여 제출해야 함

표 7.1 : 일본 수입식품 통관에 필요한 서류

- | | |
|-------------------------|-------------|
| - 상업송장 | - 포장명세서 |
| - 선하증권(또는 항공화물운송장) | - 보험증명서 |
| - WTO 세율 적용이 가능한 원산지증명서 | - 인증서 및 증명서 |
| - 운임명세서 | - 관세납부확인서 |

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

40. 일본 수출입항만정보처리시스템(NACCS)(www.naccs.jp)

1. 통관 및 검역절차

STEP #3. 타 법령 검토

수입하고자 하는 물품이 관세법 외에 다른 법령^{41.}에 의해서 허가 및 승인이 필요할 경우 수입신고 시에 해당 물품이 허가 및 승인을 받았음을 반드시 입증해야 함

일본은 유해물질을 함유한 식품의 판매를 금지하며, 식품첨가제, 식품 용기 및 포장에 대한 표준을 규정하고 있음

STEP #4. 심사 및 검사

수입신고서가 접수되면 세관에서 신고서 및 구비서류에 대한 심사가 이루어짐. 위험도가 가장 낮은 건에 대해서는 간이심사가 이루어지며 NACCS^{42.}에 의하여 제출된 신고 내용만을 검토함

어느 정도 위험도가 있다고 판단되는 건은 서류심사가 이루어지며 수입신고서와 관련 첨부서류를 제출하도록 함. 위험도가 높은 건에 대해서는 서류심사와 함께 현품을 검사하게 됨. 이 경우에는 통관 소요시간이 길어질 뿐만 아니라 검사에 소요되는 비용도 모두 수입자가 부담하므로 신고서 및 구비서류에 대한 검토를 면밀하게 해야 함

서류 심사가 끝나면 신고내용과 화물의 동일성을 확인하기 위해 물품 검사가 이루어짐. 물품 검사의 목적은 정확한 관세와 내국 소비세를 확보하고 수입 규제품에 해당되는지의 여부에 대한 확인, 권총 등 위험품 적발 등에 있음

41. 일본의 수입 관계 기타 법률 및 규정은 하기의 URL을 통해 확인이 가능함
(www.customs.go.jp/tetsuzuki/c-answer/imtsukan/1801_jr.htm)

42. NACCS(Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System)란 일본 수출입항만정보처리시스템을 뜻함

1. 통관 및 검역절차

STEP #5. 관세 납부와 수입허가

세관에서 심사가 완료된 후 납부서, 또는 납부번호가 기재된 납부 번호 통지 정보를 받음. 납세 의무자는 세관 창구, 혹은 금융기관 창구나 인터넷 뱅킹 등을 통해 관세를 납부하면 됨. 별도의 납부기한은 존재하지 않으며 관세를 납부하지 않은 경우는 화물을 보세구역에서 수취 및 반출할 수 없음

STEP #6. 화물 반출

세관의 심사결과 법규 위반사항이 없고 수입자가 관세납부 증명서류를 제출하면 세관은 수입을 허가하게 되며 수입자에게 허가증을 발급함. 이후 수입자는 보세창고에 있는 물품을 찾아 유통을 시킬 수 있음

표 7.2 : 일본 위생검역 세부 절차



출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

2. 관세율 정보

HS CODE 1604.20.020, WTO 협정 관세율이 적용되어 9.6% 부과

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

참여기업의 ‘다시팩’은 일본에서 HS CODE 1604.20(조제하거나 보존처리한 어류, 캐비어, 어란으로 조제한 캐비어 대용물 외에 조제하거나 보존처리한 어류)로 분류되며, 하위 코드인 HS CODE 1604.20.020(기타)에 속함. 한국의 경우 WTO 협정세율에 준거하여 2017년 기준 HS CODE 1604.20.020 품목은 9.6%의 관세가 부과됨

표 7.3 : 일본 내 다시팩 HS CODE 분류 및 관세율 정보(2017년 기준)

국가	HS CODE	품명	관세율	
			기본	WTO
한국	1604	조제하거나 보존처리한 어류, 캐비어, 어란(魚卵)으로 조제한 캐비어 대용물	-	
	1604.20	그 밖의 조제하거나 보존처리한 어류		
	1604.20.1000	생선 페이스트(paste)		
	1604.20.2000	생선 마리네이드(marinade)		
	1604.20.3000	생선 소시지		
	1604.20.4010	게맛이 나는 것		
	1604.20.9000	기타		
일본	1604	조제하거나 보존처리한 어류, 캐비어, 어란(魚卵)으로 조제한 캐비어 대용물	-	
	1604.20	그 밖의 조제하거나 보존처리한 어류	-	
	1604.20.020	기타	9.6%	9.6%

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)

3. FTA 정보

한·중·일 FTA 협상 중

International Trade Centre의 2016년 기준 일본의 전체 품목을 대상으로 교역량을 조사한 결과, 한국은 일본의 수입상대국 4위, 수출상대국 3위를 차지하고 있음에도 불구하고 현재 FTA가 체결된 상태가 아님

2003년 12월 22일 제1차 한·일 FTA 협상을 시작하였으나 농산물 및 가공품에 대한 관세 폐지 등의 문제로 인해 2004년 11월에 협상이 중단된 바 있음. 그 후 2005년 한·미 FTA가 추진되면서 한·일 FTA는 우선순위에서 밀려나며 더디게 진행되고 있음⁴³.

2013년 3월 26일 한국, 중국, 일본 3개국이 동북아 경제 통합을 이루기 위해 FTA 1차 협상을 시작한 이래 제12차 한·중·일 FTA 공식 협상이 2017년 4월 10일 ~ 4월 13일에 도쿄에서 진행되었음. 일본 교도통신은 이 협상에서 서비스 무역에 관한 규칙에 대해 구체적 검토가 이루어져 일부 진전이 있었다고 보도함. 한·중·일 차기 협상은 2017년 중 한국에서 이어질 예정임⁴⁴.

대외경제정책연구원(KIEP)의 연구에 따르면, 한·중·일 FTA가 체결된다면 한국의 실질 GDP와 후생, 수출입에 모두 긍정적인 효과를 가져다줄 것으로 예상함. 한·중·일 FTA가 체결될 시 한국 내 실질 GDP는 단기적(5년)으로 약 0.32 ~ 0.44% 증가할 것이며 중장기적(10년)으로는 약 1.17 ~ 1.45% 증가할 것으로 나타남. 한·중·일 FTA가 체결될 시 한국의 소비자 후생⁴⁵은 단기적으로는 약 72억 ~ 96억 달러가 증가될 것으로 보이며, 중장기적으로는 약 116억 ~ 163억 달러가 증가할 것으로 전망됨

표 7.4 : 한·중·일 FTA 체결 시 경제적 타당성 평가 결과

양허 시나리오	발효 후 5년		발효 후 10년	
	실질 GDP(%)	소비자 후생(억 달러)	실질 GDP(%)	소비자 후생(억 달러)
낮은 수준	0.32	71.98	1.17	116.11
중간 수준	0.37	82.79	1.31	138.53
높은 수준	0.44	96.25	1.45	163.47

출처 : FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

43. 아주경제(www.ajunews.com), '[김동열의 행복한 경제] 한일FTA', 2016.11.28

44. 주간무역(www.weeklytrade.co.kr), '中日, 한중일 FTA 협상 일부 진전', 2017.04.14

45. 관세의 하락이나 수입확대 등 무역을 통해 소비자가 얻을 수 있는 유형 및 무형의 이득

4. 통관 및 검역 유의사항

한국산 제품 통관거부 현황

- 미생물 검출 : 4건
- 비위생적 제조 : 1건

출처 : 일본 후생노동성
(www.mhlw.go.jp)
2017년 1월 ~ 9월 기준

일본, 수입 식품 모니터링 검사 강화

2015년도에 판매 및 영업을 목적으로 일본에 수입신고 된 식품, 포장 용기, 포장된 완제품 등은 약 226만 건에 달하며, 수입 중량은 약 3,190만 톤에 이릅니다. 이에 따라 수입식품에 대한 폭넓은 감시를 위해 일본 후생노동성 및 보건 복지부와 검역소는 2016년에 검사기기 정비와 수입 시 검사 항목을 확충하는 등 수입 식품 모니터링 검사를 강화함

2017년 1월부터 9월까지 일본으로 수입되는 한국산 제품에 대해 시행한 모니터링 검사 결과 총 5건 중 4건은 대장균 및 세균 등 미생물 검출, 이외 1건은 비위생적 제조로 불합격되었음. 일본은 특히 가공식품의 성분규격 위반 사항을 중점적으로 검사하며, 장관출혈성대장균, 살모넬라균, 리스테리아 등의 병원미생물에 관한 검사를 중점적으로 실시함⁴⁶.

일본, 수산물 위생검역 유의 요망

일본은 후쿠시마 원전 폭발사고로 인해 일본 국민의 식품안전에 대한 요구 수준은 그 어느 때보다 높음. 특히 다시팩의 경우 어패류, 해조류 등을 포함하고 있기 때문에 다른 식품에 비해 검역이 더욱 까다롭게 진행될 수 있음. 2017년 1월부터 9월까지 한국산 제품의 일본 통관 거부 사례에 따르면 총 5건 중 3건이 수산물 관련 제품이었음. 주요 원인은 미생물 검출로 인한 것이었으며 대장균, 세균 검출로 폐기 처리되었음. 이에 따라 국내 수출 기업에서는 제품 생산 시 수출식품의 위생 관련 부적합 요인을 사전에 방지하고 제거해야 함

46. 일본후생노동성(www.mhlw.go.jp), 'Development of Imported Foods Monitoring and Guidance Plan for FY 2017'

5. 통관 거부 사례

2017년, 한국산 수산물 통관 거부 사례 3건 발생

2017년 1월에서 9월까지 일본에서 통관이 거부된 수산물은 총 3건에 이릅니다. 그 중 2건은 새조개 제품으로 세균과 대장균 검출로 폐기 조치됨. 이외 1건은 붉은 대게살 제품으로 세균이 검출되어 폐기 조치되었음

표 7.6 : 일본 수산물 통관 거부 사례

품목	냉동한 삶은 새조개
국가	한국
통관 거부일자	2017년 6월
담당 검역소	시모노세키
위반	위생(미생물) - 세균($1.2 \times 100,000/\text{g}$) 검출 - 대장균 검출
조치상황	폐기

품목	붉은 대게살
국가	한국
통관 거부일자	2017년 6월
담당 검역소	오타루
위반	위생(미생물) - 세균($2.0 \times 100,000/\text{g}$) 검출
조치상황	폐기

출처 : 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)



VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 인증 취득제품
3. 제출서류
4. 전문가 인터뷰

인증 정보 OVERVIEW

권장인증 : HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point) 인증

인증 설명	식품의 원재료 생산에서부터 최종 소비자가 섭취하기 전까지 각 단계에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요소가 해당 식품에 혼입되거나 오염되는 것을 방지하기 위한 위생관리 시스템	
발행기관	식품의약품안전청(공식 인정은 후생노동성 인증 종합 위생관리 제조과정 승인)	
성격	권장인증	
제출서류	수산물식품 가공시설 HACCP 인증신청서 등 양식에 맞는 서류	
비용	기본 심사 수수료 약 106만 원 품목, 일수마다 추가 요금 약 20만 원 소요	
갱신기간	3년	
발급절차	신청 → 심사 → 인증서 발급 → 지속적인 심사	

출처 : 일본 농림수산성 (www.maff.go.jp)

권장등록 : 수입식품 등 사전확인(등록)

인증 설명	수입식품이 일본의 식품위생법에 적합한지 여부를 사전에 확인하여 당해 식품 및 제조 가공업자를 제조시설로 등록한 뒤 등록된 식품과 제조시설에 대해서는 수입 시 검사가 3년간 생략됨	
발행기관	일본 후생노동성	
성격	권장등록	
등록대상	농산물 및 축산, 수산물 등의 1차생산물 및 그것을 간이 가공한 것	
제출서류	등록신청서, 시설 및 식품 등의 위생관리 확인표, 등록신청 상품리스트, 성분분석표 및 제조공정표, 시험성적증명서	
갱신기간	3년	
발급절차	사전확인 신청서 작성 → 수출국 정부 → 일본 후생노동성 → 후생노동성 검역소 → 취득 가능 여부 판정	
신청대상 및 조건	· 신청일 당시 일본 수출실적이 있고 제조 가공공장을 보유하고 있는 농식품 수출 완제품을 직접 제조·수출하는 기업 · 신청 상품이 일본식품위생법 식품제조기준 및 첨가물 사용기준에 적합한 기업 · 과거 일본 식품위생법상에 문제가 있던 제조자(제조공장)가 아닌 기업	

출처 : 농수산식품수출지원정보(www.kati.net), 『일본·도쿄 사전확인(등록)제도 설명자료』, 2015.08.03

출처 : 농수산물수출지원정보(www.kati.net), 「일본-도쿄」 사전확인(등록)제도 설명자료, 2015.08.03

1. 인증 취득정보

권장인증 : HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point) 인증

HACCP은 식품의 원재료 생산에서부터 최종 소비자가 섭취하기 전까지 각 단계에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요소가 해당 식품에 혼입되거나 오염되는 것을 방지하기 위한 위생관리 시스템임

2016년 2월, 일본은 HACCP의 적용 범위 계획을 수립하고 관련 제도를 도입할 예정임. 2017년 초부터 일본 식품의약품안전청은 식품위생법 및 기타 관련 법 개정을 목표로 하고 있으며, 2020 도쿄올림픽 및 장애인올림픽을 앞두고 일본 식품의 안전성을 대내외에 입증하기 위해 국제적으로 신뢰할 수 있는 식품 위생제어 시스템으로의 전환이 시급한 과제라고 언급함⁴⁷.

또한 일본에서 식품위생관리의 국제표준인 HACCP을 국내 제조식품 및 수입 식품에 도입하기 위한 제도가 신설되고 있음. 일본 요미우리신문에 의하면 일본 정부는 식품안전성에 관한 HACCP을 취득한 해외 기업에 대해 가공식품 수입 절차를 일부 면제할 방침인 것으로 알려짐

이에 따라 HACCP 인증을 취득한 해외 기업의 제품에 대해서는 불시 검사를 계속하되 항구나 공항 검역소에서 검사를 5년간 면제할 방침임. 이에 따라 일본으로 수출을 계획하는 HACCP 인증기업들은 검역 신청서류 작성 등 행정적인 부담을 덜 수 있고 일본 정부의 검역 업무도 생략되어 통관시간도 단축이 가능할 것으로 전망됨⁴⁸.

표 8.1 : HACCP 인증 주요 정보

인증명	HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)	
발행기관	식품의약품안전청(공식 인정은 후생노동성 인증 종합 위생관리 제조과정 승인)	
성격	권장인증	
제출서류	수산식품 가공시설 HACCP 인증 신청서 등 양식에 맞는 서류	
비용	기본 심사 수수료 약 106만 원, 품목 또는 일수마다 추가 요금 약 20만 원 소요	
갱신기간	3년	
발급절차	신청 → 심사 → 인증서 발급 → 지속적인 심사	

출처 : 일본농림수산업성(www.maff.go.jp)

47. Asianews(www.asianews.network), 'Government in Japan pushes international food standards', 2016.01.13

48. 농수산식품수출지원정보(www.kati.net), '2016 일본 농식품 수출통관거부사례 동향분석', 2017.03.16., 8p

1. 인증 취득정보

사전확인(등록)제도 관련 기관

연락처

·식품의약품안전처 식품정책조정과
043-719-2041

·a한국농수산물유통공사 식품수출팀
061-931-0842

·한국농수산물유통공사 동경지사
+81-3-5367-6694

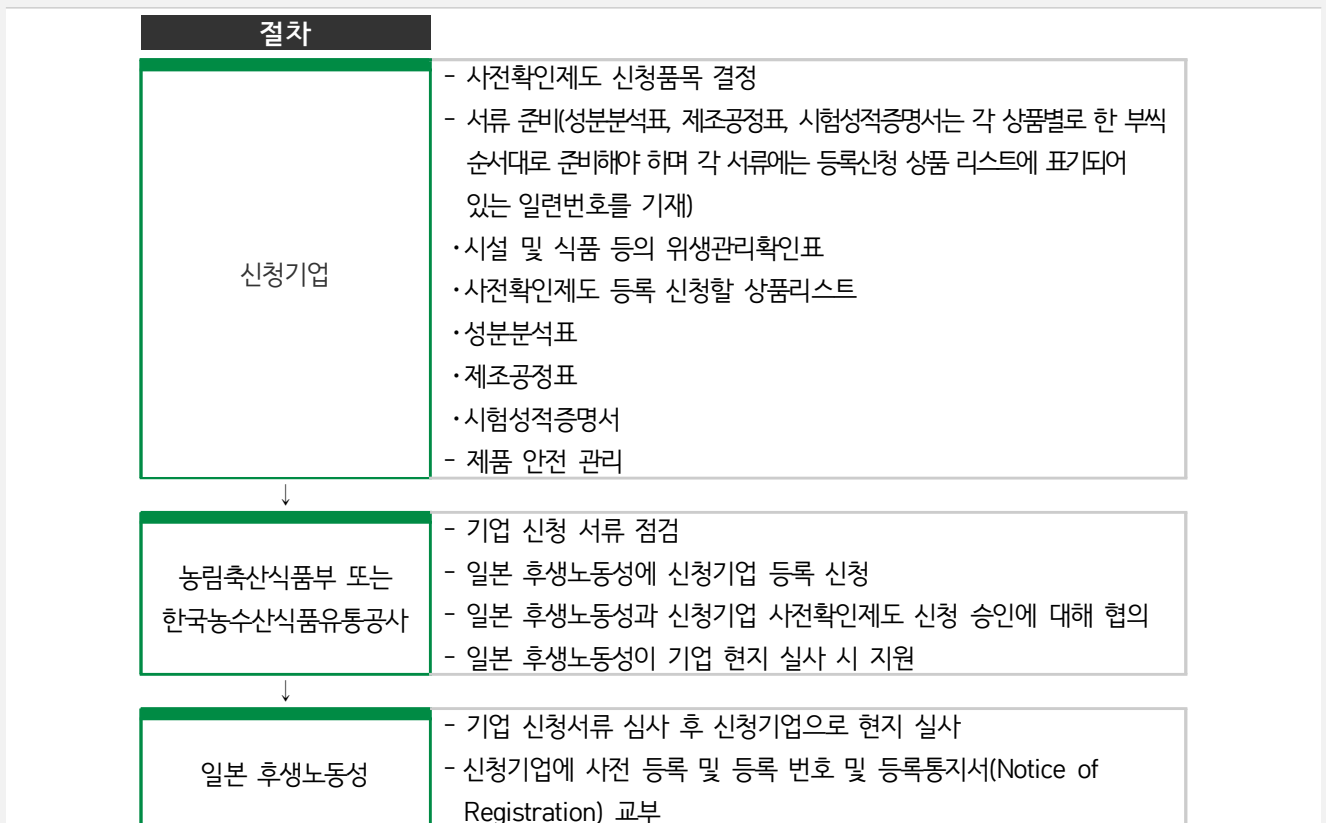
권장등록 : 수입식품 등 사전확인제도(輸入食品等事前確認制度)

일본 식품위생법(후생노동성 고지 제119호)에 의거하여 일본 식품제조기준 및 규격에 적합함이 확인된 농산물 및 축산, 수산물 등의 1차 생산물 및 그것을 간이 가공한 식품을 후생노동성에 사전 등록함. 수입업자는 등록번호가 기재된 수입신고서를 일본 일선 통관검역소에 제출하는 경우 신속하게 수입식품 반출서를 교부받을 수 있음

사전확인제도를 통해 검사주기 완화에 따른 비용 절감, 통관시간 단축(소요 시간의 50%만큼 단축), 통상검사 완화(단, 5% 무작위 추출 모니터링은 실시)되어 등록품목에 대한 일선 통관검역소에서의 전산 별도관리 및 신속 처리에 따른 통관시간이 단축됨

신청 대상 및 조건은 신청일 당시 일본 수출실적이 있고 제조 가공공장을 보유하고 있는 농식품 수출 완제품을 직접 제조 및 수출하는 업체여야 함. 신청 상품이 일본 식품위생법 식품제조기준 및 첨가물 사용기준에 적합해야 하며, 과거 일본 식품위생법상에 문제가 있던 제조자(제조공장)는 신청이 불가능함. 일본으로 첫 수출기업의 경우 수입식품 등 사전확인(등록)제도 신청이 불가능하지만 추후 일본으로 계속 수출할 계획이라면 해당 제도를 신청하는 것이 식품 수입 절차를 신속 및 간소화할 수 있음

표 8.2 : 한국에서의 수입식품 등 사전확인제도 신청 절차



출처 : 농수산물수출지원정보(www.kati.net), 「일본-도쿄」 사전확인(등록)제도 설명자료, 2015.08.03., 18p

3. 제출서류

수입식품 등 사전확인(등록) 신청서

: 수입식품 등 사전확인등록 신청서는 아래와 같으며 기업정보 및 품목 관련 정보가 포함됨

[별지 제5호의3서식] <개정 2006.12.29>

(앞 쪽)

수입식품 등 사전확인등록신청서				처리기간 60일
신 청 인 (식품 등 제조·가공업)	국가명			
	업소명			
	대표자	연락처	전화 :	팩스 :
	소재지			
식 품 등	구 분	1. 식품() 2. 식품첨가물() 3. 기구 또는 용기·포장()		
	제품명(식품의 유형)			
「식품위생법」 제16조 및 동법시행규칙 제11조의2제1항의 규정에 따라 수입식품등사전확인등록을 신청합니다.				
년 월 일				
신청인 식품의약품안전청장 귀하				(서명 또는 인)
				수수료
				28,000원 (국외여비는 별도)
※ 구비서류 1. 수출하려는 제품의 목록 가. 식품의 경우 : 제품명, 사용한 원재료명 및 성분배합비율, 제조·가공의 방법, 사용한 식품첨가물의 명칭·사용량 등에 관한 사항을 포함할 것 나. 식품첨가물의 경우 : 식품첨가물명 및 그 성분규격에 관한 사항을 포함할 것 다. 기구 또는 용기·포장의 경우 : 재질·용도·바탕색 등에 관한 사항을 포함할 것 2. 해당 제품이 식품 등의 기준 및 규격에 적합하다는 국내외 공인검사기관이 발행한 검사성적서 또는 검사증명서 원본 3. 해당 식품 등을 생산하는 제조, 가공 공장의 소재지, 건물배치도(기계·기구류 배치내역을 포함) 및 작업장 평면도 등에 관한 서류				

210mm×297mm(일반용지 60g/m²(재활용품))

4. 전문가 인터뷰

“식품검역 및 식품첨가물확인”

Q1. 일본에 다시팩을 수출할 때 필수적으로 요구되는 인증이 있나요?

“다시팩의 경우 일본에서 필수적으로 요구되는 인증은 없지만 일본 식품법에 따라 식품검역을 받아야 합니다. ‘다시팩’이라는 품목 자체가 어패류, 해조류 등을 포함하고 있기 때문에 검역이 다른 식품보다 까다롭게 진행이 될 수 있다는 점을 반드시 유의해야 합니다. 또한 식품첨가물이 포함되어 있는 경우 일본에서 사용 금지된 식품첨가물이 정해져 있기 때문에 사용 가능 여부를 확인해야 합니다.”

- 대한무역투자진흥공사
일본 수출 담당자와의 인터뷰 中 2017.05

Q2. 식품검역 진행 시 주의사항이 있나요?

“식품은 같은 품종이라도 재배지역에 따라 수입이 금지되기도 하고 가공품이라고 하더라도 검사대상이 되는 것도 있으므로 구체적인 사항은 식물 방역법을 따라야 합니다.”

- 대한무역투자진흥공사
일본 수출 담당자와의 인터뷰 中 2017.05

Q3. 일본에 다시팩을 수출할 때 선택적으로 요구되는 사항은 무엇인가요?

“인증은 아니지만 ‘수입식품 등 사전확인제도’라는 것이 있습니다. 이 제도는 식품 수입 절차의 신속, 간소화를 목적으로 수입된 해당 식품이 식품위생법에 적합함을 사전에 확인 후 해당 식품 및 제조 가공업체에게 ‘등록 번호’를 부여합니다. 등록 번호를 부여받은 식품은 일정 기간 수입 시 검사가 생략됨과 동시에 수입자가 식품 등 수입 신고서에 등록번호를 기재하면, 신고 후 즉시 신고필증이 교부됩니다. 전문가를 수출국으로 파견하여 제조국의 제조시설을 사전에 확인하면 제조시설 등록을 진행할 수 있습니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 中, 2017.05

“식품 위생법에 적합함을 사전에 확인”

Q4. ‘수입식품 등 사전확인제도’를 등록할 경우 참여기업의 對일본 수출에 어떠한 영향을 미치나요?

“등록 번호를 부여받은 제조 및 가공업체는 필수 통관 절차를 시작하기 전에 사전에 적합 여부를 판단함으로써 수출에 따르는 위험을 줄일 수 있고, 일정 기간 수입 시 검사가 생략되어 통관 진행이 수월해집니다. 이외에도 믿을 수 있는 식품이라는 이미지를 심어주기 때문에 향후 수출에 더욱 용이합니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 中, 2017.05



IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

일본 다시팩 유사제품 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 영양성분
- 내용량
- 제조자, 수입자, 생산자, 유통자 정보
- 생산일자, 유통기한
- 보존방법

출처 : 현지 방문조사(Ito-Yokado, 2017.05)

출처 : 농수산식품수출지원정보, '2016 일본 농식품 무역장벽보고서', 2017.04.12

일본 다시팩 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	일본 농림규격법, 일본 식품위생법에 따라 일본에서 유통되는 제품은 수입여부에 상관없이 일본어로 표기하는 것이 의무임. 글자 크기는 8포인트 이상의 활자로 통일된 활자를 사용
제품명	제품의 특성을 구체적으로 설명할 수 있는 품명, 종류, 유형 등을 기재
원재료명 및 식품첨가물	원재료를 중량 비율이 높은 순으로 표기하고 원재료의 원산지명 및 수출국의 원산지명을 명확히 표기. 식품첨가물은 중량 배합이 많은 순으로 기재. 식품첨가물은 감미, 보존, 영양, 착색, 제조 다섯 가지의 용도로 분류되며 해당 첨가물이 어떤 용도로 사용되었는지 표기
영양성분	건강 증진법의 영양 표시 기준에 따라 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 열량, 단백질 등의 영양성분을 명시
내용량	내용중량(그램, 킬로그램), 내용체적(밀리리터, 리터), 내용수량(개수 단위)로 기재
제조자, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	제조업자, 수입업자 등의 명칭 및 주소 표기
원산지	원산지 국가명을 반드시 기재
생산일자, 유통기한	유통기한이 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년, 월, 일순으로 표기 3개월 이상일 경우 년, 월만 표기
보존방법	제품 개봉 전 보존방법을 표기, 유의할 사항이 없는 경우 생략 가능
알레르기 유발성분	계란, 밀, 새우, 우유 등 알레르기를 유발하여 심각한 피해를 입힐 수 있는 25개 품목에 대하여 원재료명과 함께 알레르기 유발 물질임을 표기

출처 : 농수산식품수출지원정보, '2016 일본 농식품 무역장벽보고서', 2017.04.12., 39p ~ 40p

1. 라벨 표기사항

소비자청, 식품 표시법 1개의 일괄기준으로 통합 및 운영

일본 내 판매, 또는 수입되는 모든 식품류에 대한 표시기준은 식품 위생법, JAS법, 건강증진법에 의해 관리되어 왔으나 서로 목적이 상이하고 제도가 복잡했음. 이에 따라 소비자 및 사업자 모두 알기 쉬운 표현을 사용할 수 있도록 2015년 4월 1일부터 소비자청에서 1개의 일괄기준으로 통합 및 운영되고 있음

표시 의무화였던 식품 사업자 등의 표시범위에 대해서는 이전의 제도와 동일 하지만 식품위생법과 JAS법 기준의 통합에 있어서 가공식품과 신선식품에 대한 구분 등을 변경하였음. 식품의 분류는 사업자의 분류에 따라 가공식품, 신선식품, 첨가물로 구분하며 영양표시가 의무화로 변경됨

표 9.1 : 일본 다시팩 라벨 표기사항

· 제품명	· 영양성분표
· 구성성분	· 식품의 품질등급, 가공기술(식품표준이 요구할 경우)
· 내용량	· QS 인증 및 식품생산허가증 번호(생산허가증이 필요한 경우)
· 보관방법	· 주의사항 또는 경고마크
· 판매업체	· 수출국 식품 위생인증 로고

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

표 9.2 : 일본 다시팩 라벨 표기사항 상세

항목	설명
1	표기 언어 일본 농림규격법, 일본 식품위생법에 따라 일본에서 유통되는 제품은 수입 여부에 상관없이 일본어로 표기하는 것이 의무임. 글자 크기는 8포인트 이상의 활자로 통일된 활자를 사용
2	제품명 제품의 특성을 구체적으로 설명할 수 있는 품명, 종류, 유형 등을 기재
3	원재료명 및 식품첨가물 원재료를 중량 비율이 높은 순으로 표기하고 원재료의 원산지명 및 수출국의 원산지명을 명확히 표기 식품첨가물은 중량 배합이 많은 순으로 기재. 식품첨가물은 감미, 보존, 영양, 착색, 제조 다섯 가지의 용도로 분류되며 해당 첨가물이 어떤 용도로 사용되었는지 표기
4	영양성분 건강증진법의 영양 표시 기준에 따라 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 열량, 단백질 등의 영양성분을 명시
5	내용량 내용중량(그램, 킬로그램), 내용체적(밀리리터, 리터), 내용수량(개수 단위)으로 기재
6	제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소 제조업자, 수입업자 등의 명칭 및 주소 표기
7	원산지 원산지 국가명을 반드시 기재
8	생산일자, 유통기한 유통기한이 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년, 월, 일순으로 표기 3개월 이상일 경우 년, 월만 표기
9	보존방법 제품 개봉 전 보존방법을 표기, 유의할 사항이 없는 경우 생략 가능
10	알레르기 유발성분 계란, 밀, 새우, 우유 등 알레르기를 유발하여 심각한 피해를 입힐 수 있는 25개 품목에 대하여 원재료명과 함께 알레르기 유발 물질임을 표기

출처 : 농수산식품수출지원정보, '2016 일본 농식품 무역장벽보고서', 2017.04.12., 39p ~ 40p

2. 라벨링 예시

라벨링 예시

1) 제품명

일본어 표기

2) 원료

중량 비율이 높은 순으로 표기

3) 원산지

원산지 국가명 기재

4) 내용량

내용중량, 내용체적,
내용수량 기재

5) 유통기한

년, 월, 일순으로 표기



6) 보존방법

제품 개봉 전 보존방법
표기

7) 공급자

명칭 및 주소

8) 판매자

명칭 및 주소

9) 영양성분

건강 증진법의 영양표시
기준에 따라 소비자의 건
강에 영향을 줄 수 있는
열량, 단백질 등의 영양
성분 명시



X. 위생요건 정보

※ 위생요건 정보 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정
2. 기타 위생기준 규정

위생요건 정보 OVERVIEW

품목별 위생요건 조사 항목



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

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

수산물 가공품 수출시 주의해야 하는 식품첨가물 기준치

	물질명	함량정보
1	1,8-cineole	사용제한 없음(착향의 목적 이외 사용 불가)
2	1-hydroxy ethylidene-1,1-diphosphonic acid	사용제한 없음(과산화제로서 사용하는 경우 이외 사용금지)
3	acid clay (water-insoluble minerals)	0.50% 이하(잔존량 산성백토, 백도토, 벤토나이트, 탈크, 모래, 규조토, 펄라이트 및 이와 유사한 불용성 광물성물질 중 2물질 이상 사용하는 경우는 그 합계량, 식품의 제조 또는 가공 상 필요불가결한 경우 이외 사용불가)
4	all-rac- α -tocopheryl acetate	사용금지
5	aluminium	사용기준 없음(고래 고기를 포함한 선어패류, 김류, 미역류, 다시마류의 경우 사용금지)
6	annatto, water-soluble	사용금지(다시마류, 김류, 미역류, 고래 고기를 포함한 선어패류에 한함)
7	azuki extract	사용기준 없음(착색료로서, 고래 고기를 포함한 선어패류, 김류, 미역류, 다시마류의 경우 사용금지)
8	bone carbon black	사용기준 없음(고래 고기를 포함한 선어패류, 김류, 미역류, 다시마류의 경우 사용금지)
9	buckwheat extract	사용기준 없음(착색료로서, 고래 고기를 포함한 선어패류, 김류, 미역류, 다시마류의 경우 사용금지)
10	canthaxanthin	사용금지

출처 : 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

1. 식품첨가물 규정

일본 식품첨가물

일본에서 식품첨가물이란 식품의 제조 과정에 사용되거나 혹은 가공·보존 목적으로 식품에 첨가, 호화, 침윤 및 기타의 방법으로 사용되는 물질로 식품위생법에서 정의하고 있음. 1947년 후생노동성(전 일본 보건복지부)은 식품안전 위생에 관한 최초의 포괄적인 법률로서 식품위생법(FSA)을 제정하고 식품에 대한 제도를 도입함

일본은 후생노동성이 지정한 첨가물만 사용이 가능함. 특히 농작물 중의 잔류농약, 축산 및 수산식품의 잔류 항균 물질, 어패류와 축육 및 유제품의 식중독 균 등 식품안전 위생에 관해 신고서 심사와 검사를 실시하고 있음

일본에서는 산화방지제(BHA, BHT, TBHQ), 보존료(안식향산, 솔빈산), 착색료 (Allura Red AC, Azorubin, Quinoline Yellow WS) 등의 식품첨가제가 사용되는 수입제품이 있으나 이 식품첨가제들은 일본에서 사용대상 품목과 제한 수량 위반 시 수입 불가능하거나 사용이 인정되지 않음

표 10.1 : 수산물 가공품 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물 기준치

식품첨가물	함량정보
1,8-cineole	사용제한 없음(착향의 목적 이외 사용 불가)
1-hydroxy ethylidene-1,1-diphosphonic acid	사용제한 없음(과초산제제로서 사용하는 경우 이외 사용금지)
acid clay (water-insoluble minerals)	0.50% 이하(잔존량, 산성백토, 백도토, 벤토나이트, 탈크, 모래, 규조토, 펄라이트 및 이와 유사한 불용성 광물성물질 중 2물질 이상 사용하는 경우는 그 합계량, 식품의 제조 또는 가공 시 필요불가결한 경우 이외 사용불가)
all-rac- α -tocopheryl acetate	사용금지
aluminium	사용기준 없음(고래고기를 포함한 선어패류, 김류, 미역류, 다시마류의 경우 사용금지, 단, 김류에 사용하는 금은 제외)
annatto, water-soluble	사용금지(다시마류, 김류, 미역류, 고래 고기를 포함한 선어패류에 한함)
azuki extract	사용기준 없음(착색료로서, 고래 고기를 포함한 선어패류, 김류, 미역류, 다시마류의 경우 사용금지, 단, 김류에 사용하는 금은 제외)
bone carbon black	사용기준 없음(고래 고기를 포함한 선어패류, 김류, 미역류, 다시마류의 경우 사용금지)
buckwheat extract	사용기준 없음(착색료로서, 고래 고기를 포함한 선어패류, 김류, 미역류, 다시마류의 경우 사용금지)
canthaxanthin	사용금지

출처 : 농수산식품수출지원정보(www.kati.net), '식품첨가물 사용지침'

표 10.2 : 수산물 가공품 수출 시 주의해야 하는 유해물질 기준치

식품첨가물	함량정보
methyl mercury	0.3ppm 이하(수은으로서, 가다랑어류, 민물어류 및 심해성어패류 제외)
radioactivity 131 i	2,000Bq/kg 이하
radioactivity 134cs + 137cs	100Bq/kg 이하
uranium	100Bq/kg 이하
v.parahaemolyticus(Vibrio parahaemolyticus)	불검출(삶은 문어, 삶은 게에 한함, 생식용선어패류의 경우 100/g 이하)

출처 : 농수산식품수출지원정보(www.kati.net), '식품첨가물 사용지침'

2. 기타 위생규정

영양성분 표기 면제대상

- 표시가능 면적이 30cm² 이하인 것
- 주류 등 영양공급원으로서 기여도가 작은 것
- 아주 짧은 단기간에 원재료가 변경되는 것
- 소비세법 제9조에 의한 소규모 사업자(과세 대상 매출액 1천만 엔 이하)

알레르기 물질 표시

음식에 포함된 알레르기 물질에 의해 알레르기 증상이 발생하는 경우가 있으므로, 식품 알레르기 환자의 건강 피해 방지를 위해 일본은 심각한 증상을 일으키는 식품에 대한 표시를 의무화하고 있으며, 또한 알레르기 증상을 일으킬 수 있는 품목에 대해서도 표시를 장려하고 있음

영양성분 물질 표시

일본에서 식품에 표기하는 영양성분 표시는 당초 임의표시사항이었으나 2015년 4월 1일부터 일본 소비자청의 ‘신식품 표시제도’에 따라 별도 면제되는 식품 이외는 영양성분 표시를 반드시 기재하도록 의무화됨.

용기포장을 한 가공식품은 열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨 등 5가지 성분의 표시가 의무화되었으며, 나트륨량은 소비자가 알기 쉽게 ‘식염 상당량 (식염량 × 2.54/1,000)’으로 바꾸어 표시해야 함

영양성분표시는 실제 성분치와 비교하여 이상이 없어야 하며 영양성분에 대한 분석치와 계산 근거 자료 등 정보체계 관리에 주의할 것

표 10.3 : 알레르기 표시 기준

구분	특정원재료 명칭	이유
표시의무	계란, 우유, 밀가루, 땅콩, 새우, 메밀, 게	발병 증상 수, 혹은 증상을 감안하여 표시할 필요성이 높은 것들
표시장려 (임의표시)	연어 알, 키위, 호두, 대두, 바나나, 마, 캐슈넛, 복숭아, 깨, 고등어, 연어, 오징어, 닭고기, 사과, 송이버섯, 전복, 오렌지, 소고기, 절라틴, 돼지고기	발병수와 증상이 심한 건수가 지속적으로 늘고 있어 특정 원재료에 비해 적거나 특정원재료로 지정 유무에 대해서는 차후 계속 조사가 필요

출처 : 농수산식품수출지원정보(www.kati.net), ‘2016 일본 농식품 무역장벽보고서’, 2017.04.12., 43p

표 10.4 : 영양성분 표시 예

영양성분 표시 단위	
열량	Kcal
단백질	g
지질	g
탄수화물	g
식염상당량	g

출처 : 농수산식품수출지원정보(www.kati.net), ‘2016 일본 농식품 무역장벽보고서’, 2017.04.12., 46p

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. 2015 주요국 식품수입제도 모니터링 일본	농림축산식품부, 한국농수산물유통공사	2016.10
2. 일본 식품 기준 규격	식품의약품안전처	2015.06
3. 2016 일본 농식품 수출통관거부사례 동향분석	농수산물수출지원정보	2017.03
4. Grocery Retailers in Japan	Euromonitor	2017.01
5. Fresh Food in Japan	Euromonitor	2017.03
6. 2016 일본 농식품 무역장벽보고서	농수산물수출지원정보	2017.04
7. Japan Retail Foods	USDA	2016.12
8. [일본-도쿄] 사전확인(등록)제도 설명자료	농수산물수출지원정보	2015.08
9. 지구촌리포트 18호	농수산물수출지원정보	2016.07

※ 참고 사이트

1. 일본후생노동성	www.mhlw.go.jp
2. 일본소비자청	www.caa.go.jp
3. 한국 농수산물유통공사	www.at.or.kr
4. USDA	www.usda.gov
5. Euromonitor	www.euromonitor.com
6. Asianews	www.asianews.network
7. 아주경제	www.ajunews.com
8. 한국관세청	customs.go.kr
9. 일본관세청	www.customs.go.jp
10. 이데일리	www.edaily.co.kr
11. Digital Retail Trend	digitalretail.co.kr
12. Solo Economy	www.exportcenter.go.kr
13. 아마존 재팬	www.dailypop.kr
14. AEON	www.aeon.info
15. Japan Centre	www.japancentre.com
16. SEIYU	www.seiyu.co.jp
17. Wonder500	thewonder500.com
18. Global Data	consumer.globaldata.com
19. 식품음료신문	www.thinkfood.co.kr
20. Ito-Yokado	www.ityokado.co.jp
21. Nikkei Asian Review	asia.nikkei.com
22. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
23. International Trade Centre	www.trademap.org