

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

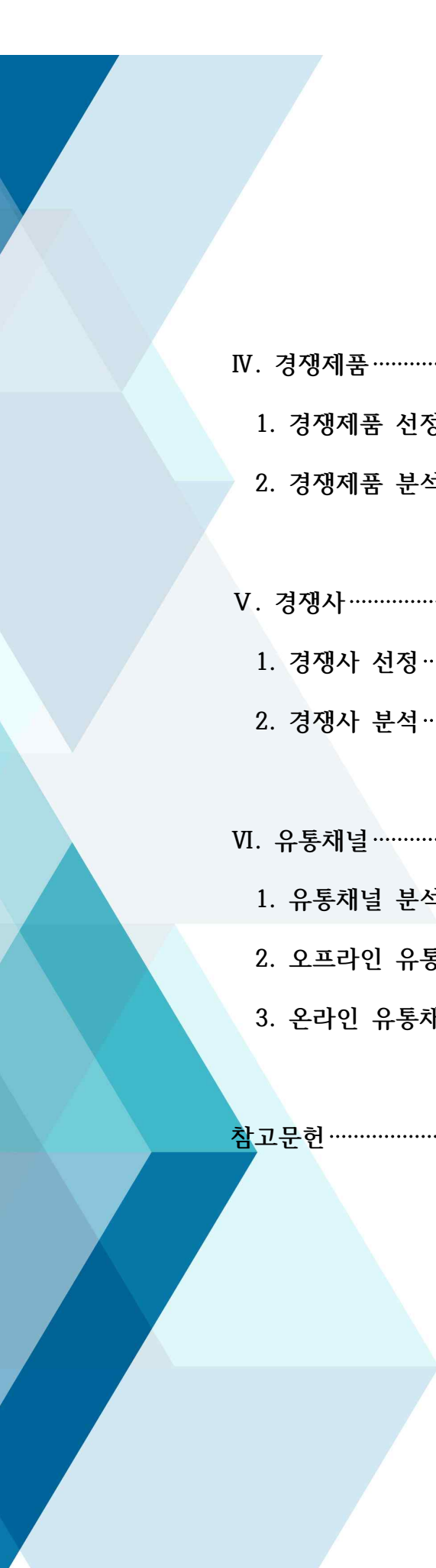
No. 1810-35

품 목 : 간장(Soy Sauce)

국 가 : 일본(Japan)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	4
1. 수출환경 및 경제지표	6
2. 식품산업 현황	11
3. 수출입통계 및 생산통계	20
II. 정책 이슈 및 시장 트렌드	26
1. 정책 이슈	28
2. 제품 트렌드	28
3. 유통 트렌드	34
III. 통관 및 제도	37
1. 통관 및 검역	40
2. 인증정보	49
3. 라벨링	53
4. 위생요건	57



IV. 경쟁제품	59
1. 경쟁제품 선정	60
2. 경쟁제품 분석	61
V. 경쟁사	69
1. 경쟁사 선정	70
2. 경쟁사 분석	71
VI. 유통채널	74
1. 유통채널 분석	75
2. 오프라인 유통채널	77
3. 온라인 유통채널	81
참고문헌	82



I. 국가 정보 및 시장통계

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

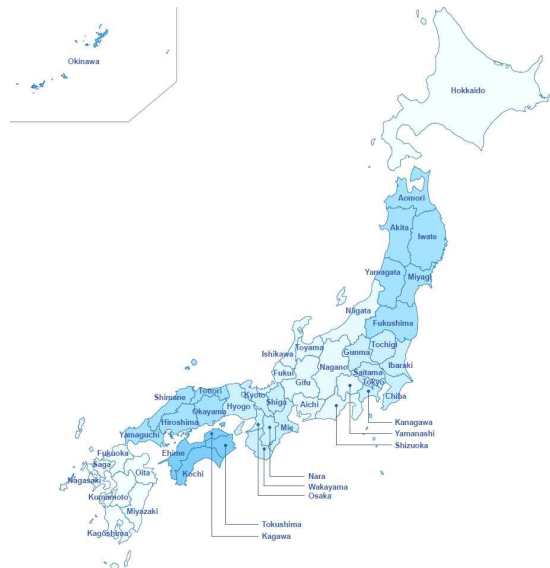
국가 개요

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

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

주요 정보

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



자료: 「Country Insight Report Japan December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.18.

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망¹⁾

	등급	등급전망
	DB2	안정적

자료: 「Country Insight Report Japan December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.18.

□ 주요 전망

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

자료: 「Country Insight Report Japan December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.18.

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

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

□ 주요 거시경제 지표

- 최근 3년간(2015-2017년) 느리고 완만한 성장세를 나타냈으나, 2019년 소비세 인상과 2020년 도쿄올림픽이 변수
 - 2016년에는 엔화 강세와 미국의 보호무역주의에 따른 수출 부진으로 2015년 대비 0.8%p 낮은 0.6%의 경제성장률을 거둠
 - 2017년에는 기업의 설비투자, 공공투자 증대와 수출 개선으로 전년 대비 0.7%p 상승한 1.9% 기록
 - 아베 정부가 2019년 10월 소비세 인상을 공식화함으로써 2014년 소비세 인상 이후 겪었던 경기 부진에 대한 우려가 있지만, 2020년 도쿄올림픽 개최에 따른 공공투자 확대 및 내수 활성화로 2021년 경제성장률은 1.4%를 기록할 전망
- 물가상승률 2%는 2020년까지 달성하기 어려울 전망
 - 대규모 금융완화 정책에도 불구하고 2018년 10월 소비자물가지수가 전년 동월 대비 1.0% 상승하는데 그침
 - 2023년까지 1.7%에 그칠 것으로 전망됨
- 실업률은 저출산·고령화에 따른 노동력 부족으로 완전고용상태에 가까워지고 있지만 인구 수 감소 추세는 장기적으로 부정적인 영향을 미칠 것이며, 기업들이 자동화 등 성공적인 대응법을 찾는 것이 관건

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f	2023f
경상수지/GDP	3.9	4.0	3.6	3.5	3.3	3.3	2.9	2.2
재정수지/GDP	-3.7	-4.3	-3.8	-3.3	-2.1	-2.0	-1.9	-2.0
물가상승률	-0.1	0.5	1.1	1.4	1.5	1.7	1.7	1.7
경제성장률	0.6	1.9	0.8	1.2	1.0	1.4	1.0	1.0
실업률	3.1	2.8	2.5	2.4	2.4	2.6	2.8	2.9

자료: 「Country Insight Snapshot Japan December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.14.

□ 무역통상 환경

- 미국, 자동차에 대한 25% 일괄관세 적용으로 일본 압박
 - 미국은 자동차 부문의 일괄관세 적용과 농업 부문 개방으로 일본 압박 중
 - 특히, 미국의 계획대로 자동차에 25%의 일괄관세가 적용되면 일본 경제성장률이 최소 0.3% 이상 하락할 것으로 전망됨
 - 일본과 미국은 지난 8월 9~10일 통상협상에 나섰지만, 특별한 결론을 내리지 못함
 - 한편, 미-중 무역전쟁으로 일본 자동차 제조사들이 반사이익을 거둘 것으로 전망되며, 이미 2018년 8월 기준 중국 내 일본 자동차 판매는 약 36만 4,000대로 전년 대비 2.5% 상승²⁾
- 미-일 양국은 2018년 9월 정상회담에서 양자간 무역협상 개시에 합의하였으며, 2019년 1월 중 협상이 개시될 전망
 - 일본은 농업 분야에서는 TPP에서 결정한 수준을 웃도는 관세 인하는 어렵다는 입장을 전달했으며, 미국은 교섭 기간 중에는 일본산 수입 자동차에 대한 추가 관세를 부과하지 않기로 결정함
 - 미국과 일본의 양자 무역협상인 물품교역협정(TAG, Trade Agreement on goods)이 2019년 1월 중 개시될 전망
- 태평양 연안국가와의 CPTPP³⁾ 및 유럽연합과의 FTA 체결
 - 2018년 3월 8일 태평양 연안 10개국과 CPTPP 협정 비준
 - 2018년 12월 30일 일본·캐나다·멕시코·호주·뉴질랜드·싱가포르 6개국을 대상으로 우선 발효되었으며, 협정 체결국의 재화 및 서비스 시장에 대한 접근성이 높아져 장기적으로 1.0-1.5%의 GDP 증가 효과를 거둘 것으로 전망됨
 - 대상 국가는 일본을 포함해 캐나다, 멕시코, 호주, 뉴질랜드, 싱가포르, 브루나이, 베트남, 말레이시아, 칠레, 페루 등 10개국
 - 유럽연합과의 FTA가 2019년 2월에 발효될 예정이며, 일본의 수혜품목으로는 서비스업, 자동차, 유제품·육류·와인과 같은 식품

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

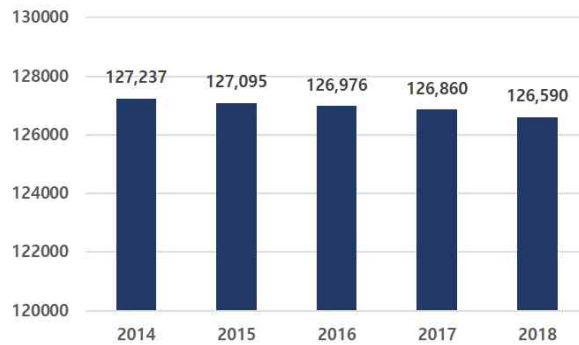
3) Comprehensive & Progressive Trans-Pacific Partnership

□ 인구 변동

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

그림 1.1 총인구 변동 추이(2014-2018년)

(단위: 천 명)

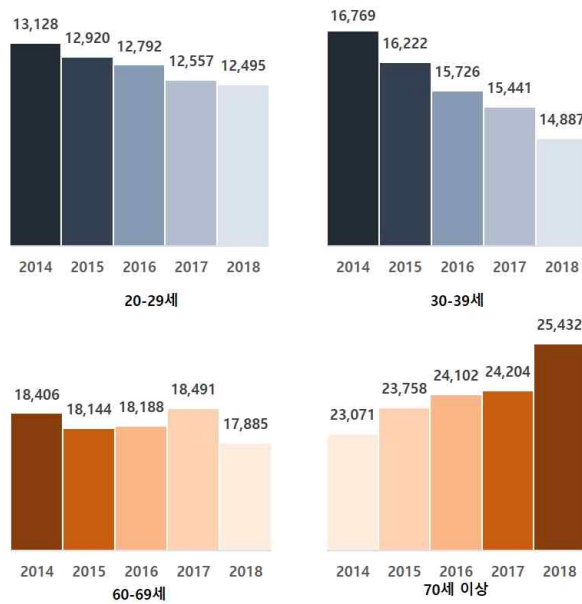


자료: 일본 총무성, 인구추계월보, 2018.1.

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

그림 1.2 연령별 인구 변동 추이(2014-2018년)

(단위: 천 명)



자료: 일본 총무성, 인구추계월보, 2018.1.

□ 위험 및 기회 요소

구분	세부 내용
<p style="text-align: center;">위험 요소</p>	<p>2019년 1월, 엔화 가치 일시적 급등</p> <ul style="list-style-type: none"> • 최근 110엔대에서 거래되던 엔-달러 환율이 2019년 1월 3일 104.79엔까지 급락하며 순간 환율 상승폭이 4%를 기록 • 일본 엔화는 대표적인 안전자산으로 간주되며, 2018년 주요국 간 무역전쟁 우려에 따른 안전자산 선호로 엔화가 급락하며 경제지표가 악화된 경험이 있음 • 전문가들은 최근 엔화 가치 급등 현상이 시장의 금융위기 불안감으로 인한 안전자산 선호현상 때문에 발생한 것인지 여부를 예의주시 중 <p>2019년 10월 소비세율 기존 8%에서 10%로 인상</p> <ul style="list-style-type: none"> • 일본 정부는 소비세율 인상에 따른 충격에 대비하기 위해 2조 엔을 투입해 세금을 감면하고 경기를 부양시킬 계획을 수립 중 <p>경직된 노동시장과 고령화에 따른 인구절벽 극복이 당면 과제</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2017년 1억 2,670만 6,000명으로 7년 연속 인구가 감소했으며, 65세 이상 인구 비율은 27.1%로 세계 최고치를 기록 • 최근 3년간 여성 노동참여 비율 꾸준히 높아지고 있지만 다른 선진국에 비해 여전히 낮은 수준
<p style="text-align: center;">기회 요소</p>	<p>2019년 CPTPP 및 EU FTA 발효</p> <ul style="list-style-type: none"> • CPTPP를 통해 장기적으로 1.0~1.5%의 GDP 증가 효과를 거둘 것으로 전망되며, EU와의 FTA는 일본 제품에 대한 EU의 관세를 99% 제거할 것으로 예상됨 <p>향후 5년간 1.0~1.5%의 경제성장률을 거둘 것으로 예측</p> <ul style="list-style-type: none"> • ‘잃어버린 10년’에 겪었던 연평균 0.5%의 저성장 기조에 비해 긍정적 • 기업의 설비투자 증가와 공공부채의 선순환이 긍정적 요인으로 작용할 전망

자료: 「Country Insight Snapshot Japan December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.14.
 ‘AI trading sends yen surging, briefly touching 104 to dollar’, NIKKEI ASIAN REVIEW. 2019.1.3.

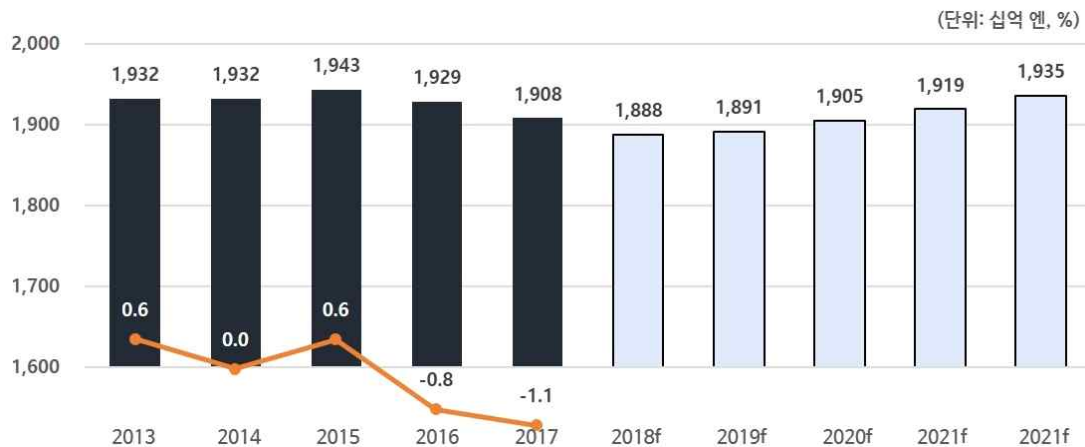
2. 식품 산업 현황

1) 소스, 드레싱, 조미료 산업 현황

□ 소매시장 현황

- 2017년 소스, 드레싱, 조미료 소매시장은 소폭의 감소세를 나타냈으며, 2016년 대비 약 1.1% 감소한 1조 9,080억 엔을 기록
 - 가공식품 산업 전반에 영향을 미치고 있는 인구 변화에 따른 소비 감소가 소스, 드레싱, 조미료 소매시장에서도 동일하게 나타나고 있음
 - 바쁜 생활습관으로 인해 조리 시간이 감소하며 소스류의 구입 및 사용이 줄어들고, 시간을 절약할 수 있는 포장식품 구입이 증가하면서 해당 시장이 감소한 것으로 분석됨
- 가정에서의 음식 조리가 늘어나는 추세여서 향후 시장 전망은 다소 긍정적
 - 외식 비용 절감과 건강식 섭취를 위한 가정식 선호가 증가하는 중
 - 식품 안전을 위협하는 이슈가 끊임없이 제기⁴⁾돼 일본 식품업계의 신뢰성이 크게 하락함에 따라 가정 내 음식 조리 추세가 지속될 것으로 예상되어 향후 5년간의 시장 전망은 다소 긍정적

그림 1.3 소스, 드레싱, 조미료 소매시장 규모 추이 및 전망(2013-2022년)



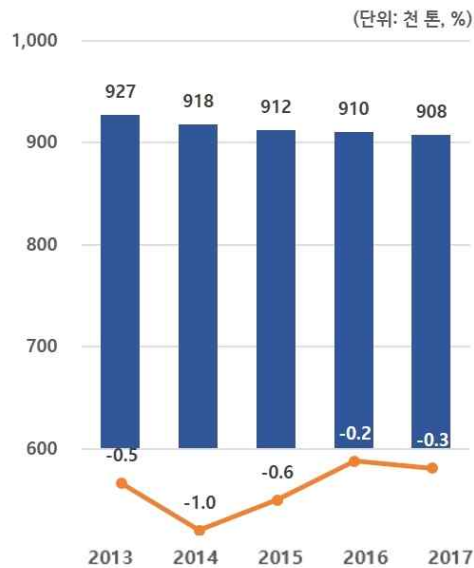
자료: Euromonitor International

4) 먹거리 안전국?...日서 폐기용 식자재 유통 파문 확산, 연합뉴스, 2016.1.20.

□ B2B⁵⁾ 유통 현황

- 2017년 기준 소스, 드레싱, 조미료의 B2B 채널 유통량은 B2C를 포함한 전체 유통량의 약 28%를 차지하며, 해당 시장의 침체와 맞물려 최근 5년간(2013-2017년) 연평균 증가율 -0.5%를 기록해 소폭의 감소 추세를 나타냄

그림 1.4 소스, 드레싱, 조미료의 B2B 유통량 추이(2013-2017년)



자료: Euromonitor International

□ 제품 트렌드

- 칼로리, 염분, 당분, 식품첨가물, 화학조미료 등을 최소화하거나 사용량을 억제하며, 천연·무첨가 저염분을 강조한 제품이 출시되고 있음
 - 소스전문기업 불독소스는 2017년 유기농 야채를 이용한 소스, 칼로리 하프(half) 소스, 염분 50% 소스 제품 등을 출시
 - 카레 파우더는 조리시간이 길어 다른 카레 즉석조리식품의 출시로 인해 점차 시장이 쇠퇴 중. 이에 카레 파우더를 제조하는 하우스푸드 주식회사는 소비자들의 관심을 다시 끌기 위해 염분을 25% 줄인 카레 파우더 제품을 출시
 - 아지노모토(味の素)의 주요 제품인 혼다시 또한 나트륨 감소 비율을 30%에서

5) 레스토랑, 카페, 바, 패스트푸드점, 배달, 테이크아웃 서비스, 푸드코트, 길거리 매장을 포함하며 호텔, 면세점, 단체 급식 시스템(학교와 병원 구내식당, 감옥, 병원, 군대)은 제외

40%로 늘림⁶⁾

그림 1.5 저염, 저칼로리를 강조하는 소스 및 조미료 제품



불독소스의 유기농소스, 염분 50% 소스, 칼로리 하프 소스 하우스푸드의 저염 카레 파우더 아지노모토의 저염 혼다시
자료: 각사 홈페이지

o 고령화 및 핵가족화로 간편한 조리과 이용의 편리성을 강조하는 제품이 대세

- 1인 가구 및 소가구의 수요에 대응하기 위해 소용량·일회용·날개 포장 등의 제품이 출시되고 있음
- 소스, 조미료, 드레싱 용기가 지닌 불편함을 개선하기 위해 개봉이 용이한 뚜껑, 밀봉성을 지닌 리캡(recap) 뚜껑, 따르기 쉬운 용기, 소지가 편리한 용기 등 소비자의 다양한 요구에 대응하여 편리성을 대폭 높인 용기제품들이 출시되고 있음

그림 1.6 핸디 파우치 형태의 미림(좌)과 일회용 간장(우)



醤油入り

자료: 다카라, 키코만 홈페이지

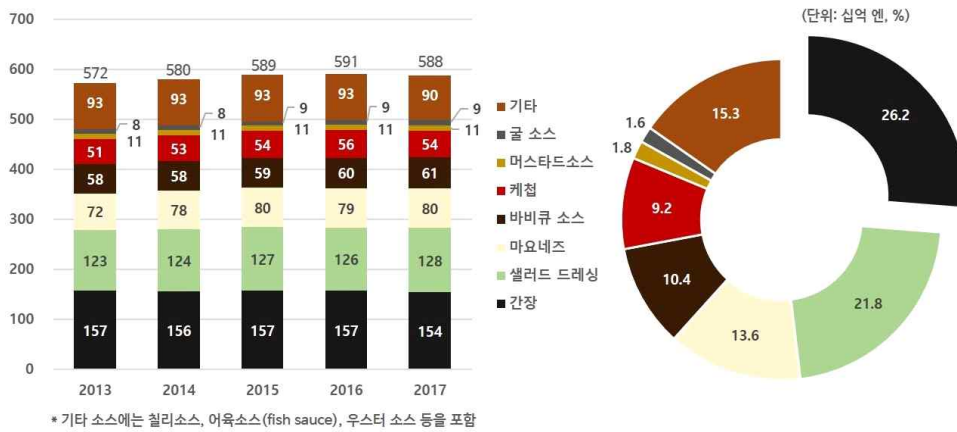
6) 일본 '저염' 식품 시장 주목, 식품음료신문. 2015.3.10.

2) 소스류 산업 현황

□ 세부 제품별 소매시장 현황

- 소스류는 조리 시 사용되는 조리용 소스(Cooking Sauces)와 이미 조리된 음식 위에 가미하는 테이블 소스(Table Sauces)로 구분되며 간장은 테이블 소스에 속함. 2017년 기준 테이블 소스 소매시장의 비중은 전체 소스, 드레싱, 조미료 소매시장의 약 30.8%인 5,880억 엔을 기록함

그림 1.7 테이블 소스의 소매시장 매출액 추이(2013-2017년, 좌) 및 세부 제품별 판매 비중(2017년, 우)



자료: Euromonitor International

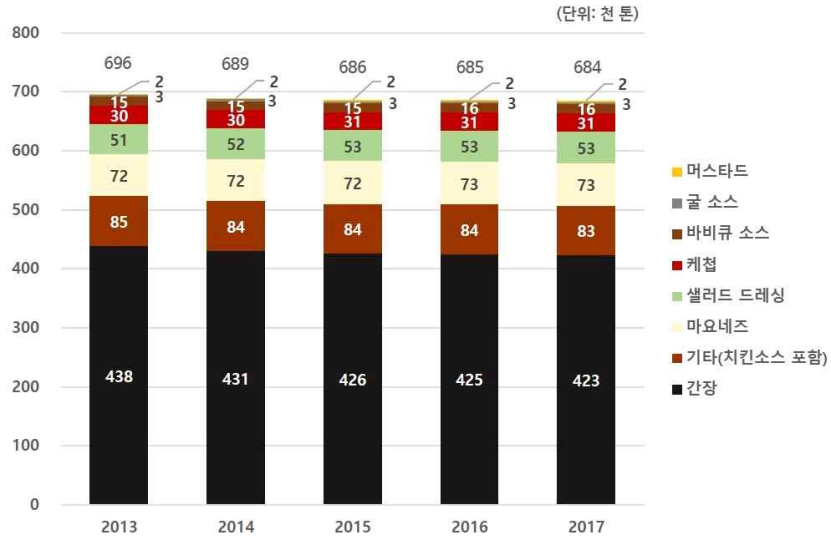
- 2017년 기준 간장이 테이블 소스의 소매시장에서 차지하는 비중은 약 26.2%이며, 이어 샐러드 드레싱(21.8%)의 비중이 높음. 기타 제품으로는 브라운 소스, 우스터 소스, 칠리 소스, 어육 소스(fish sauce) 등이 있으며, 이 중 우스터 소스가 기타 제품 중 대부분의 비중을 차지함

□ 세부 제품별 B2B 유통 현황

- 저염류 제품을 선호하는 추세가 심화되면서, 외식업계의 간장 유통량은 최근 5년간 (2013-2017년) 지속적인 감소 추세를 보이고 있으며, 전체 소스 판매량의 하락을 야기함
- 2017년 기준 소스류의 B2B 유통량은 약 68만 4,000톤을 기록했으며, 이 중 간장이

61.9%에 해당하는 42만 3,000톤으로 감소 추세에 있으나 여전히 가장 많은 유통량을 보이고 있음

그림 1.8 테이블 소스의 제품 유형별 B2B 채널 유통량 추이(2013-2017년)



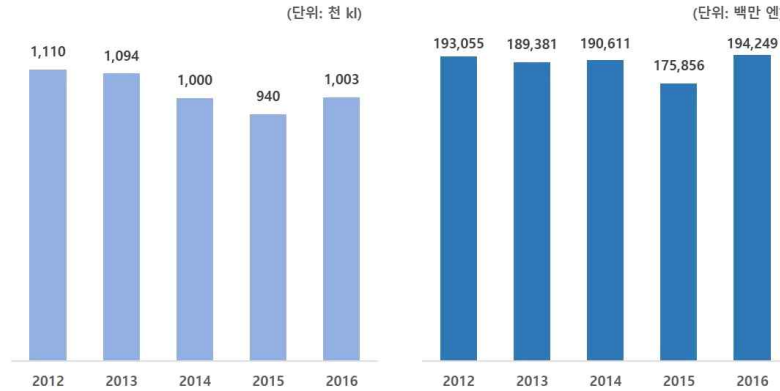
자료: Euromonitor International

3) 간장 산업 현황

□ 간장 시장 현황

- 2017년 기준, 간장의 출하량 및 출하액은 각각 약 100만 kl, 1942만 엔을 기록했으며 해마다 증감이 반복되고 있음

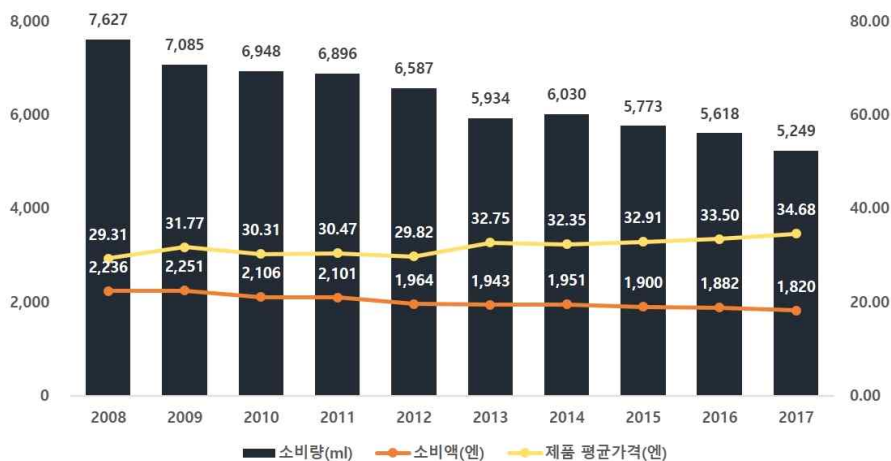
그림 1.9 간장(7)의 연도별 출하량(좌) 및 출하액(우) 추이(2012-2016년⁸⁾)



자료: 일본 경제산업성 공업통계, 2018.8.24.

- 최근 10년간(2008-2017년) 간장의 세대당 연간 소비량 및 소비액은 건강을 중시해 염분 섭취를 자제하는 경향이 나타나면서 꾸준한 감소세를 보임
- 그러나 간장의 평균가격은 고부가가치 제품의 증가, 소용량 제품 출시 등으로 인해 꾸준한 상승세를 기록 중임

그림 1.10 세대⁹⁾당 간장의 연간 소비량, 소비액, 제품 평균가격 추이(2008-2017년)



자료: 일본 가계조사, 총무성 통계국, 2018.6.8.

7) 식용아미노산, 분말 간장, 고품 간장을 모두 포함

8) 2016년이 최신 자료이며, 2015년의 경우 2016년 일본 경제 센서스 활동조사 결과로 대체함

□ 일본 간장의 지역별 유형과 특색

- 일본에서의 간장은 지역별로 제조법이 다양하며, 따라서 맛과 특색 또한 종류별로 다양함

그림 1.11 일본 간장의 유형별 분류

素材を活かす No1 選手 白	美しき京料理 に必須 淡口	甘みをつけた 地醤油 甘口	幅広く使える 万能醤油 濃口	濃厚な うま味とコク 再仕込	濃厚さと うま味は No1 溜
					
料理にお使いいただくのが お薦め。醤油の色が付かない ので豆ごはんや、お肉を 漬けてフリッターなども。	塩分が高めなので濃口醤油 よりも少量で塩味が効いて くる。素材の持ち味を活か し、「色を綺麗に」を演出。	地域によって甘さが驚く ほど異なる。焼きおにぎ りや卵かけご飯は人気か 高い。白身の刺身にち。	とにかく万能。ただ、開栓 して時間が経つと酸化によ って色が濃くなり風味が劣 化してしまうので要注意。	刺身の他、ソースの代わり にフライや肉料理に。料理 の隠し味や煮物の最後に少 量加えてうま味をアップ。	うま味がたっぷりなので、 そのままつけ醤油として、 照り焼きに使うと綺麗な 照りができると好評。

자료: 장인간장 홈페이지

- 진한 맛의 코이구치소유(濃口醤油)는 관동지방을 중심으로 소비되지만 홋카이도 부터 오키나와까지 각지에서 생산되며, 일본 전체에서의 유통량이 8할을 차지할 정도로 가장 기본적이고 일반적인 간장. 신선한 간장은 적갈색을 띠며, 단맛, 신 맛, 쓴맛, 깊은 맛을 모두 지녀 거의 모든 음식에 범용적으로 사용됨
- 색이 옅은 우스구치소유(薄口醤油)는 관서지방에서 주로 생산됨. 코이구치소유보 다 소금을 약 10% 이상 많이 넣고 발효와 숙성을 더 천천히 해서 제조하기 때문 에 색이 연함. 주로 음식 재료의 맛과 색을 살리기 위해 사용되며, 조림과 같이 재료의 맛을 내기 위해 사용되거나 국물 요리에 주로 사용됨

그림 1.12 우스구치소유(薄口醤油, 좌) 및 코이구치소유(濃口醤油, 우)



자료: cookpad.com

9) 일본의 한 세대는 2인 이상 가구를 의미

- 타마리쇼유(たまり醤油)는 대두를 많이 사용하며 진하고 감칠맛이 강하며 숙성기간도 길기 때문에 독특한 향을 느낄 수 있음. 회·초밥에 주로 사용되며, 기름기가 많은 생선과 함께 먹으며 데리야끼나 센베이 등에 발라 굽는 용도로 적합함
- 재담금간장(사이시코미쇼유, 再仕込み醤油)은 규슈 지방에서 생산되며 간장을 두 번 양조해서 제조하기 때문에 숙성기간이 길어 색이 짙고 농후한 맛을 지님. 두 번 양조하기 때문에 원료와 기간이 두 배로 소요되며, 맛과 향의 밸런스가 좋아 진한 맛이 특징으로 회나 초밥에 사용됨
- 백간장(시로쇼유, 白醤油)은 콩보다 밀을 더 많이 사용하기 때문에 숙성기간이 짧은 편이고, 색깔이 가장 연한 호박색을 지니며 맛도 연한 편. 단맛이 강하고 감칠맛을 억제해 담백하기 때문에, 주로 맑은 국물 요리나 절임류 요리와 같이 재료 본연의 맛을 살리기 위해 사용됨

그림 1.13 백간장



자료: ichiuma.co.jp

- 단간장(아마구치쇼유, 甘口醤油)은 규슈나 호쿠리쿠 등지에서는 일반적으로 소비됨. 연안 지역으로 갈수록 단맛이 강한 편이며, 각 지역마다 기반을 두고 생산되기 때문에 단맛의 질감도 상이한 편. 주로 흰살 생선회에 사용되며, 단간장을 발라 구운 오니기리나 오야코동은 일본인들에게 대중적인 인기요리

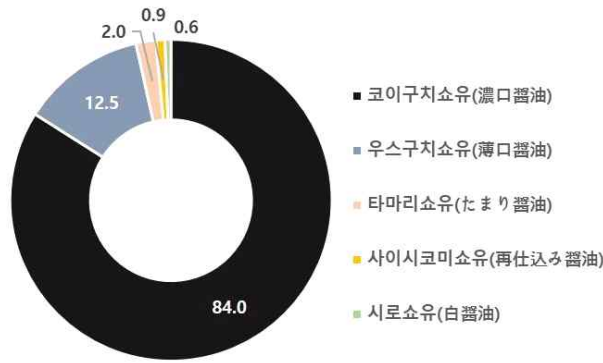
그림 1.14 단간장을 이용해 만든 구운 주먹밥과 오야코동



자료: www.s-shoyu.com/knowledge/0320

- 2015년 기준, 간장의 종류별 출하량 비중은 아래와 같으며, 코이구치소유가 대부분을 차지하고 있음

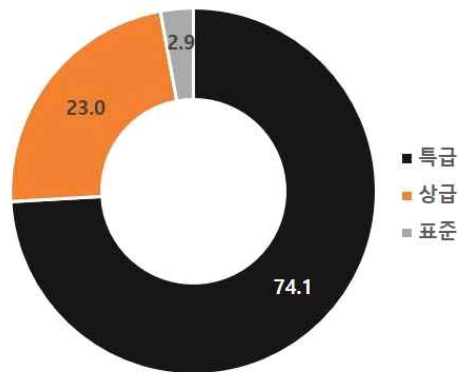
그림 1.15 종류별 간장 출하액 비중(2015년)



자료: 일본 간장협회

- 일본 간장은 JAS 인증에 의거해 등급이 분류되며, 코이구치소유(濃口醬油) 중에서도 원료를 누룩으로 분해시키는 제조법을 본양조(혼조조, 本醸造)¹⁰라고 하며 이 제품에 한해서만 감칠맛을 기준으로 등급을 매김
 - 등급별로는 특급이 70%를 넘게 차지해, 일본의 간장은 생산량이 많으면서도 매우 좋은 품질을 유지하고 있다는 것을 알 수 있음

그림 1.16 등급별 비중(2015년)



자료: 일본 간장협회

¹⁰ 누룩이 아닌 아미노산 함유액이나 발효분해 조미료를 사용해 분해시킨 제조법을 혼합양조 및 혼합으로 지칭하고 있음

3. 수출입통계 및 생산통계

수출입통계 개요		
❖ 간장 관련 주요 수치		
<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 간장 수입 규모 약 6억 5,564만 달러(2017년) • 일본 간장 수입 규모 약 180만 달러(2017년) • 일본 간장 2017년 수입 시장점유율 1위 중국(70.7%), 2위 필리핀(11.6%), 3위 태국(8.0%) • 한국 간장의 對일본 수출량 및 수출액은 약 61톤, 6만 1,000달러(2017년) 		
❖ 간장의 국가별 HS CODE 분류		
국가	HS CODE	품명
한국	2103.10.0000	간장
일본	2103.10.000	간장
❖ 글로벌 간장 수입액 규모(2017년)		
수입국	2017 금액(천 달러)	
글로벌	655,640	
1	미국	101,653
2	캐나다	36,408
3	프랑스	35,923
4	영국	33,481
5	독일	32,977
17	한국	10,524
41	일본	1,791
❖ 글로벌 간장 국가별 수입 비중(2017년)		
❖ 일본의 국가별 간장 수입액(2017년)		
수입국	2017 금액(천 달러)	
글로벌	1,791	
1	중국	1,267
2	필리핀	209
3	태국	143
4	한국	64
5	미국	40
❖ 일본의 국가별 간장 수입액 비중(2017년)		

1) 통계분석 기준 설정

□ 통계 기준 설정

- 간장의 전 세계 및 일본 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정

□ 간장의 HS CODE는 한국 2103.10.0000, 일본 2103.10.000

- 간장의 글로벌 수입통계를 파악하기 위한 HS CODE는 2103(소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자) 중 2103.10(간장)에 속함
- 일본의 간장 수입 규모를 파악하기 위해 일본 HS CODE 2103.10.000으로 일본 재정성 무역통계 조회
- 한국산 간장 수출 규모 파악을 위해 한국 HS CODE 2103.10.0000으로 조회

표 1.2 간장 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준			
글로벌 수입 통계	HS CODE	2103.10	품명	간장
일본 수입 통계		2103.10.0000		간장
한국산 수출 통계		2103.10.0000		간장

표 1.3 간장 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자
	2103.10.0000	간장
일본	2103	소스, 소스용의 조제품, 혼합 조미료, 머스타드의 가루 및 조분 및 조제한 머스타드
	2103.10.000	간장

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

2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 2103.10)

□ 간장의 글로벌 수입 규모 추이

- 2017년 글로벌 수입 규모는 약 6억 5,600만 달러로, 최근 5년간(2013-2017년) 약 4.6%의 연평균성장률을 기록하며 지속 성장 중
- 2017년 기준 최대 수입국은 미국(15.5%)으로 약 1억 17만 달러를 기록했으며, 다음으로 캐나다(5.6%), 프랑스(5.5%) 순
- 2017년 한국의 수입 규모는 약 1억 50만 달러이며, 세계 17위를 기록함. 일본은 약 180만 달러로 세계 41위를 기록했으며, 연평균성장률은 -0.5%로 소폭의 감소 추세
 - 자국산 간장의 생산과 수요 비중이 높아 수입량이 적은 것으로 추정됨

표 1.4 글로벌 간장 수입 규모 추이(2013-2017년)

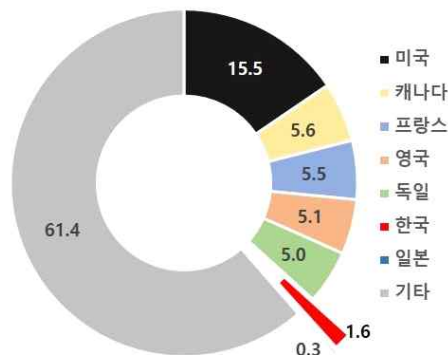
(단위: 천 달러, %)

수입국	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017 연평균성장률
글로벌	548,726	571,927	563,287	612,602	655,640	4.6
1 미국	81,201	84,224	90,308	94,319	101,653	5.8
2 캐나다	27,964	29,623	30,958	31,418	36,408	6.8
3 프랑스	28,991	31,347	29,049	33,989	35,923	5.5
4 영국	32,289	32,056	32,950	33,481	33,481	0.9
5 독일	22,706	25,991	23,084	26,402	32,977	9.8
17 한국	6,341	6,768	7,809	8,714	10,524	13.5
41 일본	1,830	1,728	1,594	1,720	1,791	-0.5

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

그림 1.17 글로벌 간장 주요 국가 수입 비중(2017년)

(단위: %)



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

3) 일본 수입 통계(통계기준: HS CODE 2103.10.000)

□ 일본의 국가별 간장 수입 현황

- 최근 5년간(2013-2017년) 일본의 간장 최대 수입국은 중국으로, 2017년 기준 약 12만 6,000달러를 기록하며 약 70.7%의 점유율 차지
 - 수입액 기준으로는 2017년 한국이 전체 수입액의 약 3.6%를 차지

표 1.5 일본의 국가별 간장 수입량 및 수입액¹¹⁾ 추이(2013-2017년)

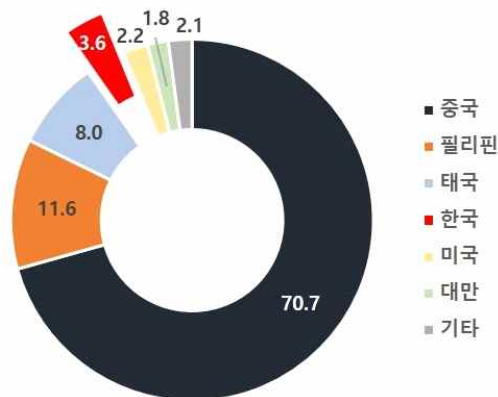
(단위: 톤, 천 달러)

수입국	2013		2014		2015		2016		2017	
	중량	금액	중량	금액	중량	금액	중량	금액	중량	금액
글로벌	2,084	1,588	1,937	1,627	1,678	1,717	1,740	1,664	1,841	1,792
중국	1,823	1,242	1,659	1,242	1,385	1,285	1,429	1,194	1,468	1,267
필리핀	80	93	107	128	123	147	121	170	164	209
태국	66	99	86	123	79	131	87	125	104	143
한국	68	60	40	37	49	51	51	51	61	64
미국	28	55	20	45	8	21	24	59	15	40
대만	7	15	10	24	17	49	16	43	10	33
페루	5	6	7	9	5	7	7	8	9	11
싱가포르	6	16	6	15	7	21	4	11	4	11
브라질	2	3	2	4	3	5	2	3	3	7
말레이시아	-	-	-	-	-	-	-	-	1	5
베트남	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2
멕시코	-	-	-	-	-	-	-	-	0	2

자료: 일본 재무성 무역통계

그림 1.18 일본의 국가별 간장 수입액 비중(2017년)

(단위: %)



자료: 일본 재무성 무역통계

11) 각 수치의 경우 반올림하였기 때문에 500kg 미만의 수입량은 '0'으로 표시되는 경우도 있음

4) 한국 수출 통계(통계기준: HS CODE 2103.10.0000)

□ 한국 간장의 對글로벌 수출 규모

- 간장의 對글로벌 수출량은 최근 5년간(2013-2017년) 4.4%의 연평균성장률을 거두며 안정적 성장 추세를 나타냄
- 그러나 수출액의 경우 2014년 對미국 수출액이 약 21.0% 감소한 이후 2013년 수준(약 1,500만 달러)을 회복하지 못하고 있음

표 1.6 한국 간장의 對글로벌 수출 통계(2013-2017년)

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증감률)	11,509 (3.5%)	11,787 (2.4%)	11,799 (0.1%)	12,408 (5.2%)	13,698 (10.4%)
금액 (연 증감률)	15,345 (10.7%)	13,469 (△12.2%)	13,104 (△2.7%)	13,441 (2.6%)	13,971 (3.9%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 한국 간장의 對일본 수출량

- 한국 간장의 對일본 수출량 및 수출액은 매년 미미한 차이를 나타내는 바, 뚜렷한 경향성은 파악되지 않음

표 1.7 한국 간장의 對일본 수출 통계(2013-2017년)

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증감률)	99 (58.3%)	47 (△52.5%)	51 (9.8%)	57 (10.2%)	61 (8.1%)
금액 (연 증감률)	166 (△16.6%)	54 (△67.5%)	55 (1.6%)	58 (6.2%)	61 (5.2%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

5) 일본 생산 통계

□ 간장의 일본 내 생산량

- 일본 내 간장 생산량은 2017년 기준 76만 8,766kl를 기록하였으며, 소비 감소 추세와 맞물려 생산량도 점차 감소하고 있음
- 한국과 유사하게 콩을 발효시키고 숙성시키는 시기인 12월이 주 생산 시기

표 1.8 간장의 유형별 생산량 추이(2008-2017년)

(단위: kl)

구분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
공장 제조(판매용) 비가열처리 간장 ¹²⁾	115,414	107,480	95,560	95,168	86,891	82,623	82,320	80,694	78,059	76,899
간장류 합계	904,813	867,934	848,925	825,854	807,060	793,364	790,166	780,411	776,408	768,766
공장 외 제조(판매용) 비가열처리 간장	15,029	14,480	13,366	12,959	13,824	12,557	12,281	12,079	12,696	13,685
가정용 비가열처리 간장	18,886	17,036	14,392	13,796	13,894	13,487	12,416	12,113	13,083	15,777
판매용 간장	792,053	759,936	745,294	723,661	701,893	687,322	687,019	678,937	670,683	660,758
가정용 간장	78,845	76,483	75,874	75,438	77,449	79,998	78,451	77,281	79,944	78,546
간장 가공품	59,614	62,104	62,205	61,181	61,243	58,237	61,443	61,083	63,365	60,827
면류 전용 쓰유	20,010	17,835	16,530	18,882	17,480	19,119	19,497	17,707	22,459	24,938
면류 전용 희석용 쓰유	139,059	143,485	140,485	147,807	148,353	149,754	150,489	147,689	148,830	149,484
기타 국수용 간장류	64,498	62,664	64,789	63,056	63,882	65,893	64,899	64,856	71,242	72,318

자료: 일본 농림수산업성, 2017년 식품산업동태조사

표 1.9 간장의 월별 생산량(2017년)

(단위: kl)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
간장류	49,739	55,298	68,440	65,483	60,588	66,757	64,377	61,911	62,126	62,655	69,599	81,793

자료: 일본 농림수산업성, 2017년 식품산업동태조사

12) 키아게 간장(生揚げ, きあげ)



II. 정책 이슈 및 제품 트렌드

1. 정책 이슈
2. 제품 트렌드
3. 유통 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 정책 이슈

- ❖ 과도한 염분 섭취 줄이기에 나선 후생노동성

2. 제품 트렌드

- ❖ 할랄 간장, 저염간장, 분홍색 간장, 간장맛 롤케이크 등 다양한 간장 관련 제품 출시
- ❖ 복어, 전복, 송로버섯(트리플), 성게알과 같은 고급 재료를 가미한 간장 제품도 인기리에 판매 중
- ❖ 생산 용기의 소형화가 가속화되고 있음
- ❖ JAS 인증 신청률은 최근 10년간 감소 추세

3. 유통 트렌드

- ❖ 마츠야 백화점에서는 일본 전국 각지의 고급 간장제품을 종합해 판매하는 코너를 마련했으며, 전담 직원을 두고 있음

1. 정책 이슈

□ 과도한 염분 섭취 줄이기에 나선 후생노동성

○ 2015년 4월 1일부터 소금 섭취 목표량 하향 조절

- 후생노동성은 '일본인의 식사섭취기준(2015년판)의 목표치¹³⁾를 발간하며 하루 최대 염분 섭취량을 낮춤
- 국민 건강 증진을 위해 남성은 9.0g에서 8.0g, 여성은 7.5g에서 7.0g으로 목표량을 낮춰 염분 섭취를 엄격하게 관리

2. 제품 트렌드

1) 간장 관련 제품의 다양화

□ 할랄 간장

○ 치바간장주식회사(ちば醤油株式会社)는 할랄인증을 획득한 할랄 간장을 출시

- 일반 가정용 및 업소용 용량을 모두 생산하는 등 이슬람 문화권에 속한 국가로의 수출을 위해 제조된 제품

그림 1.1 할랄 간장



자료: 치바간장주식회사 홈페이지

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

□ 저염간장

- 건강을 중시하며 나트륨 섭취를 자제하는 식문화가 자리잡는 추세가 심화됨에 따라 간장업계 또한 이러한 소비성향에 맞춰 저염간장 제품을 출시함
- 이에 주요 간장업체들은 다양한 저염간장 제품을 앞다투어 출시했으며, 염분 함유량을 50-60% 감소시킨 것이 일반적

그림 1.2 후돈다이고요와 키코만의 저염간장 제품



자료: 각사 홈페이지

□ 분홍색 간장

- 하나키후진(華貴婦人)은 붉은색 야채인 비트를 사용해 분홍색 간장을 출시
 - 색깔은 분홍색이지만 맛은 검은색 간장과 동일해 새하얀 두부 위에 뿌려 먹는 등 음식에 다채로운 시각효과를 가미할 수 있음

그림 1.3 분홍색 간장



자료: 하나키후진 홈페이지14)

□ 간장으로 만든 롤케이크

- 자라메 간장 롤케이크(ざらめ醤油ロール)는 제과업체 ROYAL이 유명 간장 생산업체 야마사(ヤマサ醤油)와 제휴해 만든 디저트 제품
- 스펀지 빵 사이로 크림이 함유된 간장맛 케이크는 일본 전통의 맛과 서양 디저트의 조화를 추구한 기준에는 볼 수 없었던 전혀 새로운 형태의 디저트

그림 1.4 자라메 간장 롤케이크(ざらめ醤油ロール)



자료: ROYAL 홈페이지¹⁵⁾

□ 고급 재료를 가미한 간장

- 복어, 전복, 송로버섯(트러플), 성게알과 같은 고급 재료를 가미한 간장 제품이 인기리에 판매되고 있음
 - 재료의 풍미를 극대화할 수 있는 프리미엄 제품

그림 1.5 고급 재료를 가미한 간장



자료: 라쿠텐¹⁶⁾

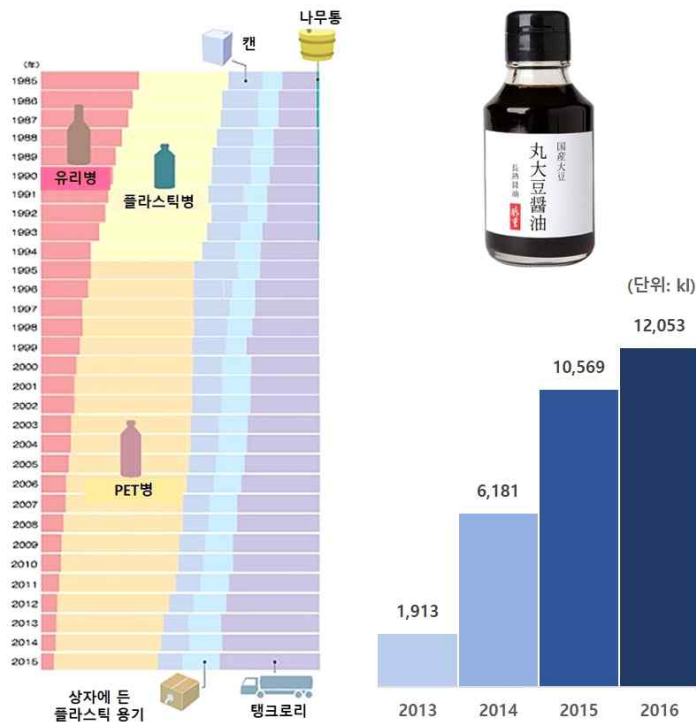
14) www.hanakifujin.com/?mode=cate&cbid=2047131&csid=1
 15) www.shoproyal.jp/shop/pages/2018zarameshu.aspx
 16) 복어 간장: item.rakuten.co.jp/drugpure/4965309050049-1ya
 전복 간장: item.rakuten.co.jp/asamurasaki/0214
 트러플 간장: item.rakuten.co.jp/kalci/4902856364809
 성게알 간장: item.rakuten.co.jp/koubetanpopo/4965309050193-1ya

2) 생산 트렌드

□ 제품 용기별 생산 트렌드

- 앞에서 언급한 것처럼 조미료 시장의 용기는 점차 소형화되고 있으며, 간장 또한 예외가 아님
 - 일회용 간장과 같은 초소형 제품이 등장한 것이 최신 경향
 - 100-500ml 플라스틱 용기로 포장된 간장 제품은 2013년에 등장했으며, 이후 (2013-2016년) 급격한 생산 증가를 보이고 있음
 - 장기적으로는 유리병과 PET병 형태의 생산이 지속적으로 감소하고 플라스틱 용기의 생산이 늘어나고 있으며, 해외 수출량의 증대로 탱크로리 형태의 벌크 생산 형태도 꾸준히 증가하고 있음

그림 1.6 간장의 용기별 생산 비중 추이(1985-2015년) 및 100-500ml 플라스틱 용기 제품의 연도별 생산량(2013-2016년)



자료: 일본 간장협회

- 프리미엄 간장 제조업체 소형화된 용기 제품을 출시해 판매 중이며, 다양한 종류의 일본 간장과 특산품, 폰즈, 조미료를 묶어 세트 상품으로 판매하는 업체도 발견됨

그림 1.7 소형 간장 제품을 포함한 패키지 상품



자료: 장인간장 홈페이지¹⁷⁾

- 야마사간장주식회사(ヤマサ醤油株式会社)의 ‘선도의 한 방울(鮮度の一滴)’이라는 제품은 가볍고 친환경적이며 뚜껑이 필요 없는 용기를 개발해 일본산업디자인진흥회가 수여하는 굿디자인상(Good Design Award)을 수상함

- 해당 제품의 입구는 이중의 특수 필름으로 제작되어 간장을 붓고 나면 입구가 닫히며 용기 안으로 공기가 침투하는 것을 방지함

그림 1.8 야마사 간장 제품 포장용기 특징



자료: 야마사간장주식회사 홈페이지¹⁸⁾

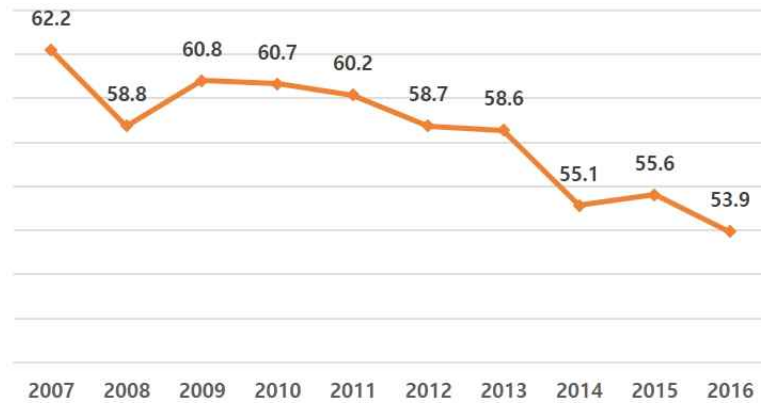
17) www.s-kura.com/?mode=cate&cbid=2433084&csid=0

18) www.yamasa.com/sendo/package/

□ 간장의 JAS 인증 신청률

- 일본 간장의 JAS 신청률은 지난 10년간(2007-2016년) 감소 추세에 있음
 - JAS 인증 영향력의 감소, 1인당 간장 소비량 감소, 다양한 간장 생산으로 인한 인증 신청 필요성 저하 등이 주원인

그림 1.9 출하량을 기준으로 한 JAS 인증 신청률(2007-2016년)



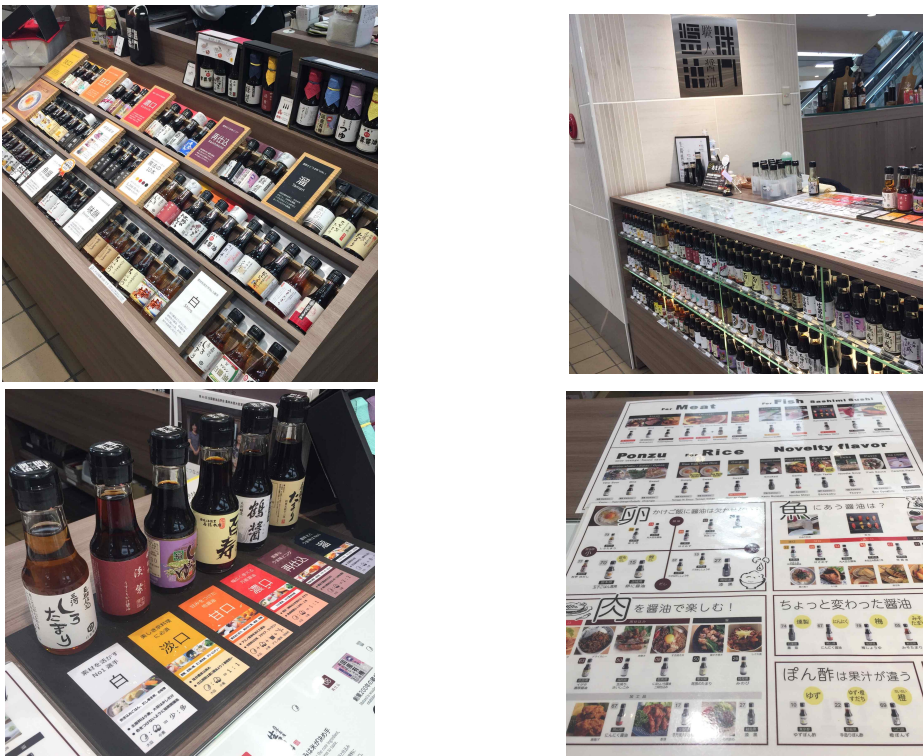
자료: 일본 간장협회

3. 유통 트렌드

□ 마츠야 백화점의 고급 간장제품 종합판매 코너

- 마츠야 백화점에서는 장인간장(職人醬油)과 제휴하여 전국 각지의 거의 모든 고급 간장 제품을 종합하여 판매 중
- 매대에는 일본의 다양한 간장 종류에 대한 설명이 있으며, 제품 설명 전담 직원의 안내와 시음을 통해 개별 소비자의 사용 용도에 맞는 간장 제품을 추천
 - 선물용 고급 간장을 구입하려는 소비자들이 주로 방문하며, 매출 비중 또한 개인 소비용보다는 선물용의 비중이 높음
- 장인간장 특성상 100ml 단일 사이즈로 제조된 제품을 판매하지만, 주문제조방식으로 1L 대용량 간장 제품도 구입 가능

그림 1.10 마츠야 백화점의 간장 판매 코너



자료: 현지조사원

❖ [유통 담당자 인터뷰]

유통매장	인터뷰
<p>마츠야 백화점</p>	<p>Q. 취급 제품의 생산지 ☞ 일본 내 유명 고급 간장 제품을 취급하고 있으며, 한국 제품을 포함한 해외 수입 제품은 취급하고 있지 않음</p> <p>Q. 취급 제품의 특징 ☞ 취급 제품은 대부분 일반 제품보다는 고급 제품에 속하며, 일반 제품과는 숙성기간에서 차이가 있음. 일반 제품의 경우 3주~3개월 정도 걸리는 숙성기간이 이곳에서 판매되는 간장들은 3개월~3년까지 차이가 남</p> <p>Q. 소비자 구매 유형 ☞ 매장 특성상 선물용 간장 판매 비중이 높았으며, 개인 소비용으로 구매하는 사람들에게는 시음을 통해 사용 용도에 맞춰 추천·판매하는 방식 ☞ 매장에서는 100mL 단일 사이즈 제품을 판매하지만, 주문 제조 방식으로 1L의 간장도 구입 가능</p> <p>Q. 입점 절차 ☞ 백화점 본사에 문의</p> <p style="text-align: center;"><담당직원의 간장 시음 및 설명></p>  <p style="text-align: right;">자료: 현지조사원</p>

❖ [일반 소비자 인터뷰]

소비자	인터뷰
30대 여성	<ul style="list-style-type: none"> - 한국 음식을 좋아하는 편이며, 가정에서도 한국 음식은 많이 조리하지만 한국 간장을 구매한 경험은 없음 - 된장이나 고추장의 경우 일본 제품과 상이하기 때문에 한국 음식의 맛을 내려면 한국 제품을 구매해야 하지만 간장의 경우 기존 일본 간장을 그냥 사용하는 편 - 한국 고급 간장의 특별한 장점이 있다면 구입 의사는 있지만 가격이 고려 요소
40대 여성	<ul style="list-style-type: none"> - 한국 음식은 조리하기보다 주로 식당을 방문해 먹는 경우가 많아 한국 간장을 구매한 적은 없음
50대 여성	<ul style="list-style-type: none"> - 한국 요리를 자주 조리하는 편으로, 한국 간장도 한 번 구매해 본 적은 있지만 일본 간장과의 차이를 잘 모르겠음 - 한국 요리를 만들 때 지금은 손쉽게 구할 수 있는 일본 간장을 사용함. 한국 음식을 좋아하기 때문에 한국 고급 간장도 구매할 의사가 있음



Ⅲ. 통관 및 제도

- 1. 통관 및 검역**
- 2. 인증정보**
- 3. 라벨링**
- 4. 식품첨가물**

통관 및 검역 개요

❖ 일본 가공식품 수입통관 절차

일본에서 가공식품을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

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

자료: 일본 관세국(www.customs.go.jp)

❖ 가공식품 통관 절차



관세 및 세금 개요

❖ 일본 HS-CODE 2103.10.000의 관세율(2018년 기준)19)

HS CODE	품명	구분	관세율
2103.10.000	간장	기본세율	9.6%
		WTO협정세율	7.2%

일본 HS CODE 2103.10.000의 경우 WTO협정세율 적용20)

❖ 일본 부가가치세 정보

일본 HS CODE 2103.10.000 - 부가세 8% 부과

❖ 일본 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 일본을 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS CODE를 입력하면 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율 확인 가능
- 3) 일본 관세청에서 직접 확인하려면, 일본 관세국 웹사이트 내 재무성 무역통계의 품목별 관세 조회 페이지에서 제21류 각종 조제식료품(第21類 野各種の調製食料品) 중 세율(稅率) 항목을 선택해 일본 HS CODE를 조회하면 관세율 확인 가능

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

19) 관세법령정보포털 및 일본 관세청

20) WTO협정세율은 기본세율 및 잠정세율보다 낮은 경우에 적용되므로 WTO협정세율을 적용받는 것이 유리함

1. 통관 및 검역

1) 통관 절차

□ 일본 가공식품 수입통관 절차

○ 일본에서 물품을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

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

자료: 일본 관세국(www.customs.go.jp)

□ 수입신고 전 - 출항 전 보고

○ 개요

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

○ 보고 방법

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

bbs.naccscenter.com/naccs/dfw/web/afrij/index.html

○ 벌칙

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

□ 수입신고 전 - 적하목록의 제출

○ 제출 기한

- 외국 무역선이 선적항에 출항하기 24시간 전까지 제출

○ 타 법령 절차 확인

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

□ 수입신고

○ 개요

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

○ 신고인

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

○ 신고방법

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

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

□ 수입신고 - 타 법령 절차

○ 개요

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

○ 타 법령 절차 확인

- 타 법령 규제 대상 및 소관기관은 다음 링크에서 확인할 수 있음
www.customs.go.jp/tetsuzuki/c-answer/imtsukan/1801_jr.htm

□ 심사 및 검사 - 서류 심사

○ 개요

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

○ 심사 방법

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

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

□ 심사 및 검사 - 물품 검사

○ 개요

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

○ 검사 내용

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

□ 관세 등 납부 및 수입 허가 - 관세 납부

○ 납부 기한

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

○ 납부 방법

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

□ 관세 등 납부 및 수입 허가 - 수입 허가

○ 개요

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

□ 관세 등 납부 및 수입 허가 - 통관 완료

○ 개요

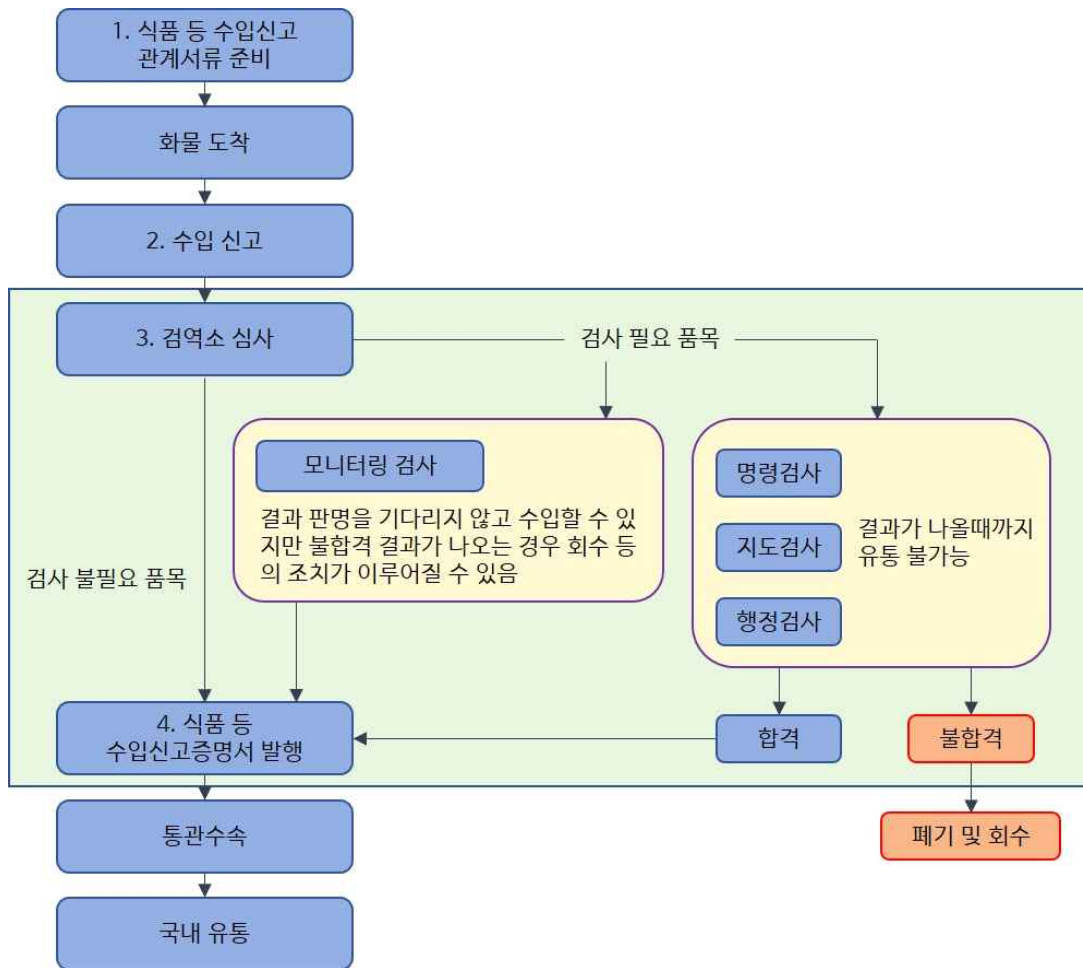
- 수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입 물품에 대한 통관이 완료됨

2) 통관 및 검역 시 유의사항

□ 통관 시 검역 절차

- 가공식품 검역은 식품위생법에 근거해 심사 및 검사 단계에서 이루어짐

그림 3.1 식품위생법과 식품검역 절차에 따른 통관 절차



자료: 일본 후생노동성 홈페이지²¹⁾ 및 공익사단법인 일본수입식품안전추진협회(ASIF)²²⁾

21) www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000144562.html

22) www.asif.or.jp/import2.html

□ 식품검역 절차

- 간장과 같은 가공식품은 동식물 검역을 거치지 않으나 식품검역의 대상이 되며, 식품검역은 다음과 같은 구분에 따라 시행²³⁾
 - 검사 명령: 식품위생법 위반 가능성이 높은 경우의 검역 절차
 - 지도 검사: 규격 표준의 유무, 농약이나 첨가물 등 사용 상황 및 동종 식품 등의 법률 위반 정보 등을 참고로 수입자의 자율적인 위생관리의 일환으로서 국가가 수입자에 대한 정기적인(최초 수입을 포함) 실시를 지도하는 검사
 - 모니터링 검사: 식품위생법 위반 가능성이 적은 경우의 검역 절차
 - 행정 검사: 최초 수입의 경우, 운송 도중 사고가 발생한 경우 등 특별한 사유에 해당하는 경우의 검역 절차

□ 모니터링 검사 제도

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

23) www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000144562.html

□ 관련 서류

○ 식품 등 수입신고서(영문)

Notification Form for Importation of Foods, etc.

Minister of Health, Labour and Welfare, Esq.

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

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

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

Notes:

*1: Do not write here.

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

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

3) FTA 정보

□ 한·중·일 FTA


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

2. 인증정보

1) HACCP(품질 안전 인증)

□ 개요


- 일본 정부, 수출국 단계에 대한 위생관리대책 추진으로 HACCP 권장
 - 노동후생성은 2018년 수입식품감시지도계획에서 HACCP 인증을 통해 수출국 단계에서의 위생 확보를 정책 목표로 삼았으며, 수입자가 더 많은 HACCP 인증을 거치도록 하는 위생관리 보급 추진이 정책 목표
 - 수출국의 HACCP 인증과 그에 따른 위생관리가 제도화된 경우 일정 범위 내의 수입식품에 대해서도 동등한 위생관리를 추구하는 것을 전제로 수출국의 제도조사를 계획적으로 실시할 계획
 - 현재 운영 중인 수입식품 사전확인제도 관련, 등록신청업체 필수요건을 HACCP 인증을 취득한 업체로 한정하여 제도를 강화한다고 발표. HACCP 인증을 취득한 기업이 수입한 식품에 대해 불시검사를 지속해서 실시하되, 항구나 공항 검역소에서 검사를 5년간 면제할 방침

HACCP	
인증/검사명	HACCP
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함
발행/검사기관	한국식품과학연구원 등 ²⁴⁾
성격	권장인증
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소 중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
비용	수수료 20만 원(인증변경의 경우 10만 원)
소요기간	1년 전후
유효기간	3년
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)를 파악 5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류 기록을 한 뒤 지속적인 개선 조치

24) 검사항목에 따른 검사기관 지정은 식약청 홈페이지 참고:


http://mfds.go.kr/brd/m_627/view.do?seq=32378&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=1

2) ISO 22000(Food Safety Management System)²⁵⁾

ISO 22000	
인증/검사명	ISO 22000
인증 설명	식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격 ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음
발행/검사기관	한국표준협회, 한국품질보증원
성격	권장
제출서류	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)
비용	기본 심사 수수료는 기업의 규모 및 투입심사관의 1인 하루 노동량(Man-day)기준에 따라 상이하며 지방일 경우 추가 출장비 발생함(1인 하루 노동량 기준에 의거 소기업 72만원, 중견기업 90만원, 대기업 105만원)
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이
유효기간	3년(이후 3년 단위로 갱신)
인증절차	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사
유의사항	ISO 22000은 국제 표준의 식품안전 경영시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함

25) 한국품질보증원(www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)

3) JAS 일본 유기제품인증²⁶⁾

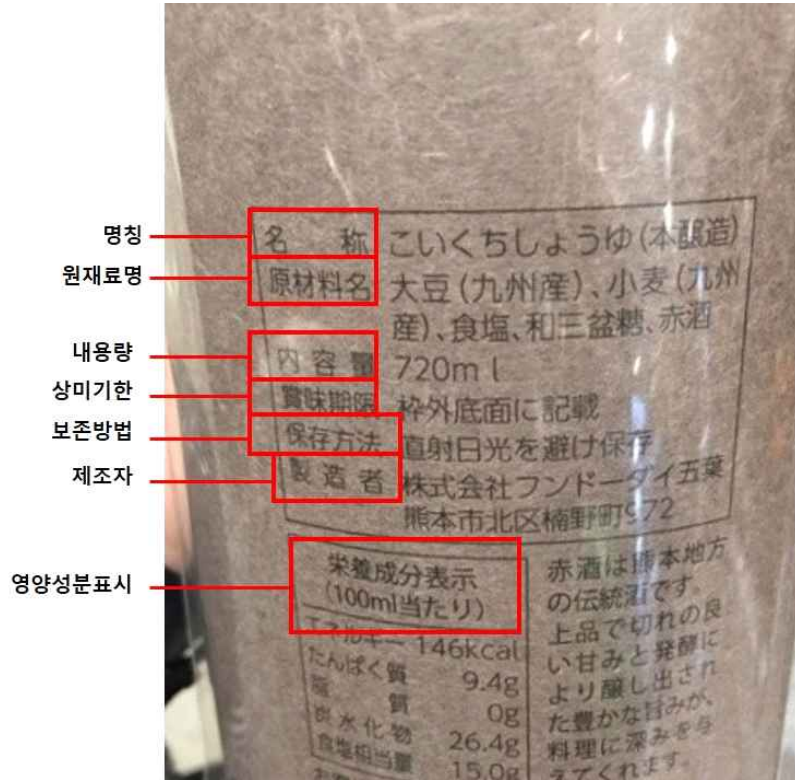
JAS	
인증/검사명	JAS 일본유기제품인증
개요	<ul style="list-style-type: none"> - 일본농림수산성에서 지정한 품목 중에서 일본 소비자에게 판매되는 농림수산품에 대하여 품질, 생산방법 및 라벨링 규격에 적합한 제품에 부여하는 인증 - 일본농림수산성이 지정한 제3자 인증기관이 생산자, 제조업체, 유통업체 또는 수입업자를 인증하면 피인증자는 대상품목에 JAS 마크를 부착할 수 있음
발행/검사기관	일본 농림수산성(Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan,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

26) www.exportcenter.go.kr/standard/info/guide_standard/info_pdf2/JAS.pdf

3. 라벨링

라벨링 정보 개요

❖ 판매 중인 간장 제품 라벨링 예시



자료: 현지조사원

❖ 일본 식품 라벨링 의무 표기사항(일본 식품위생법)

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

□ 리벨링 관련 규정

○ 식품표시법

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

그림 3.2 식품표시법 시행 전후의 식품표시 관련 법률과 표시기준의 예

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

자료: 일본 소비자청²⁷⁾

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

□ 식품표시법 시행으로 인한 식품표기 주요 이슈

○ 원산지 의무표기 확대

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

○ 알레르기 표시 규칙 개선

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

○ 가공식품 영양성분표시 의무화

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

표 3.1 일본 라벨 표기사항 상세

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

자료: 일본 소비자청 및 일본 식품위생법

4. 위생요건

□ 식품첨가물 및 유해물질 규제 체계

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

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

□ 식품첨가물

○ 간장의 식품첨가물 기준과 사용이 금지된 식용색소는 다음과 같음

제품	식품첨가물	최대 허용량 (g/kg)
간장	Benzoic Acid	0.60
	Sodium Benzoate	0.60
	Calcium Saccharin	0.50
	Sodium Saccharin	0.50
	Isobutyl p-Hydroxybenzoate	0.25(g/L)
	Isopropyl p-Hydroxybenzoate	0.25(g/L)
	Ethyl p-Hydroxybenzoate	0.25(g/L)
	Butyl p-Hydroxybenzoate	0.25(g/L)
	Propyl p-Hydroxybenzoate	0.25(g/L)

색소명	
식용색소적색제2호 (Food Red No.2(Amaranth))	식용색소황색제4호 (Food Yellow No.4(Tartrazine))
식용색소적색제2호알루미늄레이크 (Food Red No.2 (Amaranth) Aluminum Lake)	식용색소황색제4호알루미늄레이크 (Food Yellow No.4 (Tartrazine) Aluminum Lake)
식용색소적색제3호 (Food Red No.3(Erythrosine))	식용색소황색제5호 (Food Yellow No.5(Sunset Yellow FCF))
식용색소적색제3호알루미늄레이크 (Food Red No.3 (Erythrosine) Aluminum Lake)	식용색소황색제5호알루미늄레이크 (Food Yellow No.5(Sunset Yellow FCF) Aluminum Lake)
식용색소적색제40호 (Food Red No.40(Allura Red AC))	식용색소녹색제3호 (Food Green No.3(Fast Green FCF))
식용색소적색제40호알루미늄레이크 (Food Red No.40(Allura Red AC) Aluminum Lake)	식용색소녹색제3호알루미늄레이크 (Food Green No.3(Fast Green FCF) Aluminum Lake)
식용색소적색제102호 (Food Red No.102(New Coccine))	식용색소청색제1호(Food Blue No.1 (Brilliant Blue FCF))

식용색소적색제104호 (Food Red No.104(Phloxine))	식용색소청색제1호알루미늄레이크 (Food Blue No.1 (Brilliant Blue FCF)Aluminum Lake)
식용색소적색제105호 (Food Red No.105(Rose Bengale))	식용색소청색제2호 (Food Blue No.2(Indigo Carmine))
식용색소적색제106호 (Food Red No.106(Acid Red))	이산화티타늄(Titanium Dioxide)

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



IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 경쟁제품 분석

1. 경쟁제품 선정

□ 경쟁제품 선정 기준

- 프리미엄 제품이라는 의뢰업체의 제품 성격을 고려해 오프라인 및 온라인에서 유통되는 고가의 고급 간장을 조사 대상으로 선정

□ 오프라인 유통채널 내 경쟁제품 선정 기준

- 고급 간장제품은 백화점 및 일부 슈퍼마켓²⁸⁾에서 발견되며, 이 매장에서 유통 중인 간장 제품을 조사대상으로 선정

□ 온라인 쇼핑몰 내 경쟁제품 선정 기준

- 일본 내 간장 순위 사이트²⁹⁾를 참고하여, 인기 제품 중 고가의 프리미엄 제품을 조사대상으로 선정

□ 조사 항목

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

28) 유통채널에 관한 분석은 VI. 유통채널 파트에서 이어짐

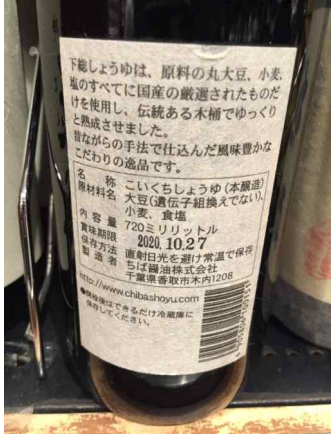
29) pmall.gpoint.co.jp/g-ranking/ranking.php?themeid=319
takeshi.top/syouyu/

2. 경쟁제품 분석

1) 오프라인 경쟁제품

□ 백화점

○ 시모우사 간장(下総醬油)

구분		제품 시모우사 간장(下総醬油)	
이 미 지	제품 이미지		
			
제 품 스 펙	제조사	치바간장주식회사(ちば醬油株式會社)	
	제품명	시모우사 간장(下総醬油)	
	포장 용기	유리병	
	성분	대두, 밀, 식용소금	
	조사매장	이세탄 백화점 신주쿠점	
	용량(L)	720ml	
	제품가격	1,080엔(약 10,900원) ³⁰⁾	
	유통기한	제조일로부터 약 24개월	
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 매장 내 간장 제품 중 매출액이 제일 높은 제품 - 치바현은 일본 간장 생산량의 1/3을 차지하며, 시모우사는 치바의 또 다른 이름 	

30) KEB하나은행 고시 기준. 2018.12.28.

○ 마루나카 간장(丸中醬油)

구분		제품	
		마루나카 간장(丸中醬油)	
이 미 지	제품 이미지		
			
제 품 스 펙	제조사	마루나카 간장 주식회사(丸中醬油株式會社)	
	제품명	마루나카 간장(丸中醬油)	
	포장 용기	유리병	
	성분	대두, 밀, 식용소금	
	조사매장	이세탄 백화점 신주쿠점	
	용량(L)	720ml	
	제품가격	1,556엔(약 15,700원)	
	유통기한	제조일로부터 약 24개월	
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 매출액이 높은 제품 중 두 번째 추천 제품 - 마루나카 주식회사는 200년 전통의 간장 제조회사 	

o 헤이세이(平成)





구분		제품	
		헤이세이(平成)	
이 미 지	제품 이미지		
			
제 품 스 펙	제조사	주식회사 후돈다이고요(株式會社フンドーダイ五葉)	
	제품명	헤이세이(平成)	
	포장 용기	유리병	
	성분	대두(큐슈산), 밀(큐슈산), 식염, 와산분당(*일본산 고급백설탕), 아카주(*구마모토지방의 전통주)	
	조사매장	이세탄 백화점 신주쿠점	
	용량(L)	720ml	
	제품가격	3,240엔(약 32,700원)	
	유통기한	포장 하단에 기재	
특징	- 3,000개 한정 판매		

○ 키나리(生成り)


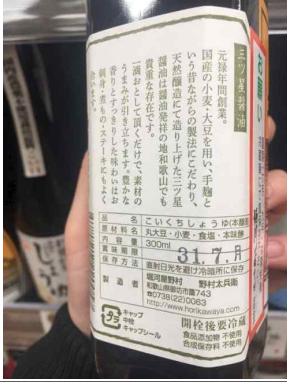


구분		제품 키나리(生成り)	
이 미 지	제품 이미지		
			
제 품 스 펙	제조사	유한회사 미츠루 양조원(有限會社ミツル醬油醸造元)	
	제품명	키나리(生成り)	
	포장 용기	유리병	
	성분	대두, 밀, 식용소금	
	조사매장	이세탄 백화점 신주쿠점	
	용량(L)	300ml	
	제품가격	1,235엔(약 12,500원)	
	유통기한	제조일로부터 약 24개월	

□ 슈퍼마켓

○ 타마리 쇼유(たまりしょうゆ)

구분		제품	
		타마리 간장(たまりしょうゆ)	
이미지	제품 이미지		
			
제품스펙	제조사	주식회사 오히라히사구치(株式會社 小原久吉商店)	
	제품명	타마리 쇼유(たまりしょうゆ)	
	포장 용기	유리병	
	성분	대두, 밀, 쌀, 식염, 당류(설탕, 액당,포도당), 물엿, 본미림, 알코올, 조미료(아미노산 등)	
	조사매장	산토쿠 슈퍼마켓	
	용량(L)	300ml	
	제품가격	812엔(약 8,400원)	
	유통기한	제조일로부터 약 24개월	

○ 미츠보시 간장(三ツ星醬油)

구분		제품	
이미지	제품 이미지		
			
제품스펙	제조사	호리카와야노무리(堀河屋野村)	
	제품명	미츠보시 간장(三ツ星醬油)	
	포장 용기	유리병	
	성분	대두, 밀, 식용소금, 본미림	
	조사매장	산토쿠 슈퍼마켓	
	용량(L)	300ml	
	제품가격	1,080엔(약 10,900원)	
유통기한	제조일로부터 약 24개월		

2) 온라인 경쟁제품

o 로산닌 간장(魯山人醬油), 세키가하라 타마리소유(関が原たまり)

구분		제품	
		로산닌 간장(魯山人醬油)	세키가하라 타마리소유(関が原たまり)
이 미 지	제품 이미지		
	제조사	로산닌구락부(魯山人俱樂部)	세키가하라 양조원(関ヶ原醸造)
제 품 스 펙	제품명	로산닌 간장(魯山人醬油)	세키가하라 타마리소유(関が原たまり)
	포장 용기	유리병	유리병
	성분	콩, 밀, 소금, 쌀	탈지가공대두, 밀, 식용소금, 감미료, 보존료,
	조사매장	item.rakuten.co.jp/auc-marushin/20820/?s_cid=af_pc_etc&sc2id=af_114_0_10000051	www.oishi-mise.com/SHOP/tamri-sosu.html
	용량(L)	200ml	1.8L
	제품가격	1,512엔(약 15,600원)	3,499엔(약 36,000원)
	유통기한	제조일로부터 24개월	제조일로부터 6개월
	특징	- 유명 미식가의 이름을 본따 만든 간장	- 황궁에 납품

○ 고급 간장(高級かけ醬油)

구분		제품
		고급 간장(高級かけ醬油)
이 미 지	제품 이미지	
	제조사	유한회사 히타간장(有限會社 日田醬油)
제 품 스 펙	제품명	고급 간장(高級かけ醬油)
	포장 용기	유리병
	성분	간장(혼조조), 풍미원료(가다랑어포, 다시마 추출물), 미림, 실탕, 캐러멜 색소, 식염, 조미료(아미노산 등), 감미료(감초, 스테비아) 보 존료(파라 옥시 안식향산), (원재료의 일부에 대두, 밀 포함)
	조사매장	shop.hitasyouyu.com/shopdetail/000000000011/syouyu/page1/recommend/hitasyouyu.com
	용량(L)	500ml
	제품가격	1,188엔(약 12,200원)
	유통기한	제조일로부터 10개월



V. 경쟁사

- 1. 경쟁사 선정**
- 2. 경쟁사 분석**

1. 경쟁사 선정

□ 경쟁사 선정 기준

- 의뢰업체의 ① 제품 가격 ② 브랜드 이미지 ③ 현지조사 결과 ④ 문헌조사를 종합하여 프리미엄 간장 제품 제조업체를 조사
- 다음 업체를 프리미엄 간장 제품의 경쟁사로 선정

표 5.1 고급 간장 제조업체 경쟁사

주식회사 후돈다이고요 (株式會社フンドーダイ五葉)	치바간장주식회사 (ちば醬油株式會社)	마루나카간장주식회사 (丸中醬油株式會社)
		

2. 경쟁사 분석

□ 주식회사 후돈다이고요(株式会社フンドーダイ五葉)

기업 개요					
		<ul style="list-style-type: none"> - 150년의 역사를 지닌 고급 간장 제조업체 - 간장뿐만 아니라 된장, 미림 등의 조미료도 제조 - 주요 유통 지역은 구마모토, 규슈이지만 최근 해외로도 사업을 확장하고 있음 			
기업정보	기업명	주식회사 후돈다이고요	설립년도	1869년	
	기업형태	식품 제조업	대표번호	096-245-0111	
	국가	일본	위치	熊本縣熊本市北區楠野町 972	
	매출액	-	직원 수	160명 (2018년 기준)	
	취급품목	간장, 된장, 폰즈 등 조미료	홈페이지	fdgoyo.jp	
제품					
	저염간장		된장		미림

자료: 주식회사 후돈다이고요 홈페이지, 현지조사원

□ 치바간장주식회사(ちば醤油株式会社)

기업 개요						
		<ul style="list-style-type: none"> - 1854년 창업 이래 전통적인 간장 제조법을 유지하고 있는 고급 간장 제조업체 - 다양한 유형의 일본 간장 중 대부분을 제조해 판매 - 일본 음식을 해외에 홍보하는 사업을 통해 자사 제품의 해외 진출을 도모하고 있음 				
기업정보	기업명	치바간장 주식회사	설립년도	1854년		
	기업형태	식품 제조업	대표번호	0478-80-7177		
	국가	일본	위치	〒289 0337 千葉県香取市木内1208		
	매출액	-	직원 수	180명 (2018년 기준)		
	취급품목	간장, 조미료, 절임	홈페이지	www.chibashoyu.com		
제품						
	작은 배 절임		면용 쓰유		컵라면	

자료: 치바간장주식회사, 현지조사원

□ 마루나카간장주식회사(丸中醤油株式会社)

기업 개요				
		<ul style="list-style-type: none"> - 100년 이상의 역사를 지닌 고급 간장 제조기업 - 2008년 10월 간장 제조 관련 시설이 유형문화재로 지정됨 - 대중매체의 관심도가 높아 NHK, TBS 등 주요 방송국에서 주기적으로 취재하고 있음 		
기업정보	기업명	마루나카 간장주식회사	설립년도	1875년
	기업형태	식품 제조업	대표번호	0749-37-2118
	국가	일본	위치	〒529-1233 滋賀縣愛知 郡愛莊町東出229
	매출액	-	직원 수	-
	취급품목	간장	홈페이지	www.s-marunaka.com
제품				
	마루나카 간장		마루나카 양조간장	

자료: 마루나카간장주식회사 홈페이지, 현지조사원



VI. 유통채널 현황

1. 유통채널 분석
2. 오프라인 유통채널
3. 온라인 유통채널

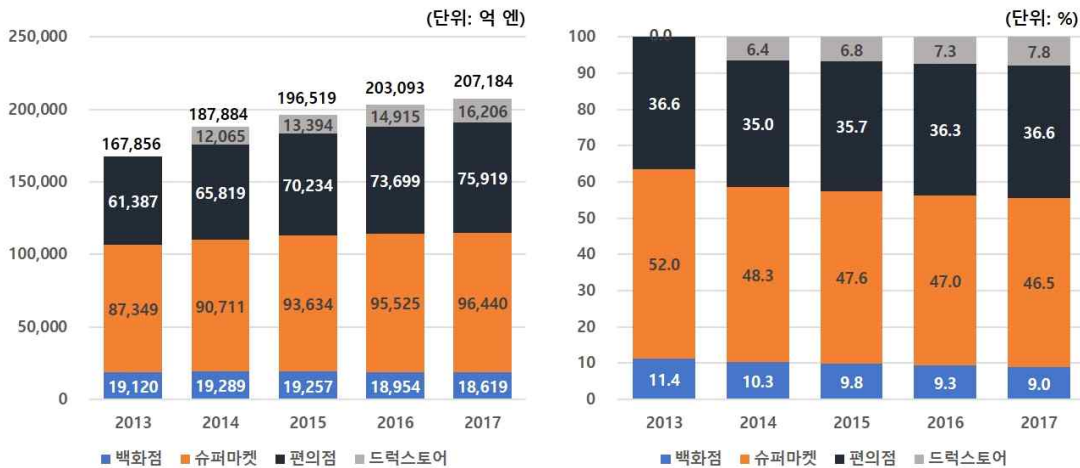
1. 유통채널 분석

1) 식품 유통채널 분석에 따른 유통채널 조사대상 선정

□ 식품 유통채널 현황

- 식음료 소매업계의 주요 유통경로는 슈퍼마켓, GMS(General Merchandise Store), 편의점, 드럭스토어, 백화점, 온라인 유통채널로 분류
 - 오프라인 유통채널 중요도는 슈퍼마켓, 편의점, 드럭스토어, 백화점 순
 - 최근에는 편의점과 드럭스토어의 성장세가 눈에 띄며, 백화점의 비중은 소폭이지만 해마다 감소하는 중
- 2017년 기준 슈퍼마켓이 식품 매출액의 46.5%를 차지했으며, 편의점(36.6%)과 백화점(9.0%)이 뒤를 이음
 - 슈퍼마켓의 식품 매출액 비중은 해마다 감소하고 있는 반면, 편의점 및 드럭스토어에서의 식품 판매액 및 비중은 증가하는 추세
 - 매장 수 역시 백화점의 하향세가 두드러지며, 편의점 및 드럭스토어 수는 해마다 증가 중

그림 6.1 주요 유통채널 식품 매출액 및 점유율(2013-2017년)³¹⁾



자료: 일본 경제산업성, 상업동태통계

31) 2013년까지는 통계에서 드럭스토어를 별도 집계하지 않았기 때문에 해당 수치 부재

표 6.1 주요 유통채널 점포 수(2013-2018.7)

(단위: 개)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018.7
백화점	254 (△1.9%)	250 (△1.6%)	246 (△1.6%)	239 (△2.8%)	232 (△2.9%)	225 (△3.0%)
슈퍼마켓	5,057 (3.8%)	5,130 (1.4%)	4,818 (△6.1%)	4,841 (0.5%)	4,901 (1.2%)	4,961 (1.2%)
편의점	50,234 (5.1%)	52,725 (5.0%)	54,505 (3.4%)	55,636 (2.1%)	56,374 (1.3%)	56,294 (△0.1%)
드럭스토어	-	13,069 (-)	13,547 (3.7%)	14,190 (4.7%)	15,049 (6.1%)	15,409 (2.4%)

자료: 일본 경제산업성, 상업동태통계

□ 조사대상 선정 기준

- 고급 간장을 판매하고 있는 백화점을 유통채널 조사대상으로 선정
- 라쿠텐 쇼핑몰, 야후 쇼핑 또한 각 브랜드 간장 제품을 판매 중이므로 조사 대상에 포함

2. 오프라인 유통채널

1) 백화점

□ 특징 및 현황

○ 특징

- 식품뿐만 아니라 전 제품군을 취급하는 대표 유통경로 중 하나지만 최근에는 편의점과 드럭스토어의 확장으로 점유율 비중이 하락하고 있음
- 그러나 아직 고급 제품을 취급하기 위해서는 가장 먼저 찾아야 할 유통채널

○ 조사대상 선정 기준

- 2016년 기준 매출액 1위이자, 고급 간장을 다수 구비하고 있는 이세탄 백화점을 조사대상으로 선정
- 일본 각지의 고급 간장을 종합해서 판매하며 적극적으로 제품 설명을 제공하고 있는 마츠야 백화점을 조사대상으로 선정

표 6.2 일본 주요 백화점 현황

순위	브랜드명	2016년 매출액
1	미츠코시-이세탄홀딩스(三越伊勢丹HD)	12조 8,720억 엔
2	J.프론트리테일링(J.フロントリテイリング)	11조 6,350억 엔
3	다카시마야(高島屋)	9조2,950억 엔
4	H2O Retailing	9조1,560억 엔
5	Seven & I Holdings	8조8,180억 엔
6	도쿄급행전철(東京急行電鐵)	6조3,140억 엔
7	Parco(パルコ)	2조7,630억 엔
8	킨테츠백화점(近鐵百貨店)	2조7,070억 엔
9	마루이그룹(丸井グループ)	2조4,580억 엔
10	오다큐전철(小田急電鐵)	2조2,210억 엔

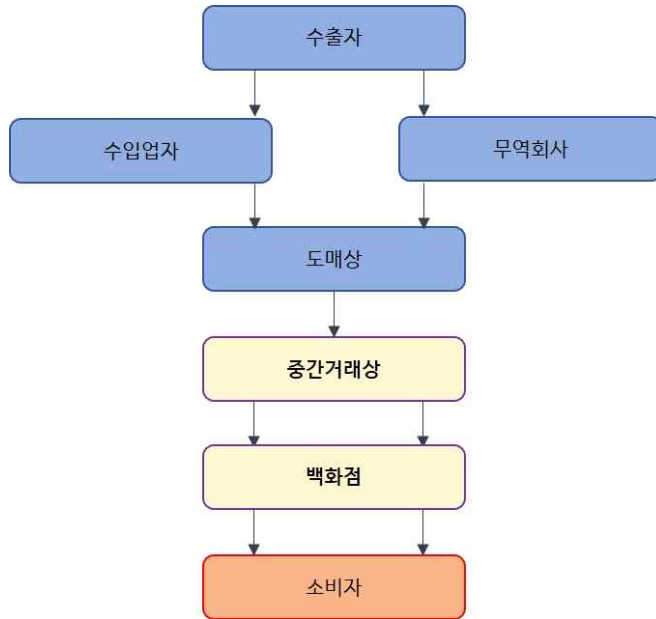
자료: 백화점 업계 동향³²⁾

○ 입점 방법

- 일본 백화점에 입점하는 수입 제품은 수입업자 혹은 무역회사의 중개를 통해 도매상에 거래되며, 도매상과 중간거래상이 백화점에 수입 제품을 추천하고 납품하는 영향력이 매우 큼



32) gyokai-search.com/4-dept-uriage.htm

그림 6.2 백화점 입점 경로



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

□ 이세탄 백화점(伊勢丹)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 일본의 대표적인 백화점으로서 부동의 매출 1위 - 2011년 4월 경쟁 백화점 브랜드 미츠코시를 인수 - 매출 감소에 대응하기 위해 최근에는 온라인 사업에 진출했으며 주요 전략으로 선정해 지원 중 		
	본사 위치 〒160-0022 東京都新宿區新宿3-14-1	설립년도 1930년 9월	점포 수 (2018년 12월) 158개
대표전화 03-3352-1111	홈페이지 isetan.mistore.jp/store		
제품 관련 세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 고급 포장을 가미한 간장 제품이 다수 구비되어 있음 - 일반 슈퍼마켓이나 양판점에서 구하기 어려운 프리미엄 제품을 다수 판매 중 		
매장 전경			

자료: 현지조사원(이세탄 백화점 신주쿠점, 2018.12.26.), D&B hoover's

□ 마츠야 백화점(松屋百貨店)

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 미츠코시 소속의 백화점이었으나, 이세탄이 미츠코시를 인수하면서 미츠코시-이세탄 홀딩스의 자회사로 소속됨 - 도쿄에는 긴자점과 아사쿠사점이 있으며, 대만에도 진출 	
본사 위치	〒104-8130 東京都中央区銀座三丁目6番1号	설립년도	1919년 3월
		점포 수 (2018년 12월)	3개
대표전화	03 (3567) 1211	홈페이지	www.matsuya.com/
제품 관련 세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 전 지역의 간장을 종합해 판매하는 장인간장(職人醬油)과 제휴해 전국 각지의 고급 간장 제품을 판매 - 간장을 전담하는 직원의 설명으로 다양한 종류의 간장을 맛볼 수 있음 - 취급 제품은 대부분 일반 제품보다는 고급 제품에 속하며, 일반 제품과는 숙성기간에서 차이가 있음. 일반 제품의 경우 3주~3개월 정도 걸리는 숙성기간이 이곳에서 판매되는 간장들은 3개월~3년까지 차이가 남 - 매장 특성상 선물용 간장 판매 비중이 높았으며, 개인 소비용으로 구매하는 사람들에게는 시음을 통해 사용 용도에 맞춰 추천·판매하는 방식임 - 매장에서는 100mL 단일 사이즈 제품을 판매하지만, 주문 제조 방식으로 1L의 간장도 구입 가능 		
매장 전경			

자료: 현지조사원(마츠야 백화점 긴자점, 2019.1.12.), D&B Hoover's

3. 온라인 유통채널

□ 전자상거래 시장 현황



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

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

○ 주요 온라인 식품판매 사이트

- 현지 조사 결과, 야후 쇼핑과 라쿠텐 쇼핑에서 고급 간장 제품을 판매 중
- 마츠야 백화점에서 발견한 장인간장 홈페이지도 조사대상으로 선정

표 6.3 일본 주요 식품 판매 사이트

웹사이트	특징
<p>www.rakuten.co.jp</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 최대 인터넷 쇼핑몰 사이트이자 일본 IT 업계 중 최고의 지위 - 2018년 9월 2일 기준으로 4만 6,090개 점포와 제휴해 2억 6,000만 개의 제품을 판매 - E-commerce뿐만 아니라 광고, 미디어, 여행사, 디지털 콘텐츠, 통신, 에너지 등 인터넷 서비스 사업, 신용카드, 전자금융을 포함한 경제 서비스, 은행, 증권, FinTech 금융 사업과 같은 서비스 제공
<p>shopping.yahoo.co.jp</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 급성장하는 인터넷 쇼핑사이트 - 2013년 10월 E-commerce revolution으로 급성장했으며 약 65만 개 점포와 제휴해 2억 8,000만 개의 상품 판매(2017년 12월 기준)
<p>www.s-shoyu.com</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 내 거의 모든 고급 간장 제품을 종합해서 판매 - 100ml 단일 사이즈 제품을 판매하며, 개별 주문을 통해 대용량 제품 구입도 가능 - 홈페이지에서 일본 간장과 양조장에 대한 설명을 제공 중 - 마츠야 백화점 내 간장코너에 납품 중

자료: 현지조사원

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Report Japan December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.18.
2. 「Country Insight Snapshot Japan December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.14.
3. 「Annual 2017 Exporter Guide Japan」, USDA, 2017.12.26.
4. 「Annual 2017 Retail Foods Japan」, USDA, 2017.12.26.
5. 「일본 식품표시법 및 표시기준 - 제도 제정 배경 및 표시기준 주요 변경사항 -」, 식품의약품안전처, 식품안전정보원, 2015.12.
6. 「주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사 - 일본 편 -」, aT한국농수산물유통공사, 2017.12.

■ 참고 사이트

1. 「인구추계월보」, 일본 총무성, 2018.1.(www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/201801.pdf)
2. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
3. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
4. International Trade Centre(www.trademap.org)
5. 통합무역정보서비스 TRADENAVI(www.tradenavi.or.kr)
6. 유로모니터(www.euromonitor.com)
7. 「2017 식품산업동태조사」, 일본 농림수산업성(www.maff.go.jp/j/zyukyuu/jki/j_doutai/doutai_top.html)
8. 「가계조사」, 일본 총무성 통계국, 2018.6.8.
(www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200561&tstat=000000330001&cycle=7&year=20170&month=0&tclass1=000000330001&tclass2=000000330004&tclass3=000000330006)
9. 「무역통계」, 일본 재무성(www.customs.go.jp/tariff/2018_4/index.htm)
10. 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000144562.html)
11. 공익사단법인 일본수입식품안전추진협회(www.asif.or.jp/import2.html)
12. 「식품표시법 설명자료」, 일본 소비자청 식품표시기획과
(www.cao.go.jp/consumer/iinkai/2013/135/doc/135_131112_shiryuu7-sankou4.pdf)
13. 「2018 상업통계」, 일본 경제산업성(www.meti.go.jp/statistics/tyo/syoudou/result/kakuho_2.html)
14. 일본 간장협회(www.soysauce.or.jp/knowledge/data)
15. ‘된장, 간장, 단무지, 김치, 치즈는 유산균의 보고’, 전자신문. 2016.4.8.
(www.nextdaily.co.kr/news/article.html?id=20160407800088)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1810-35

품 목 : 간장(Soy Sauce)

국 가 : 일본(Japan)

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산물유통공사

발 행 일 2018
발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 <http://www.kati.net>
자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

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