

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

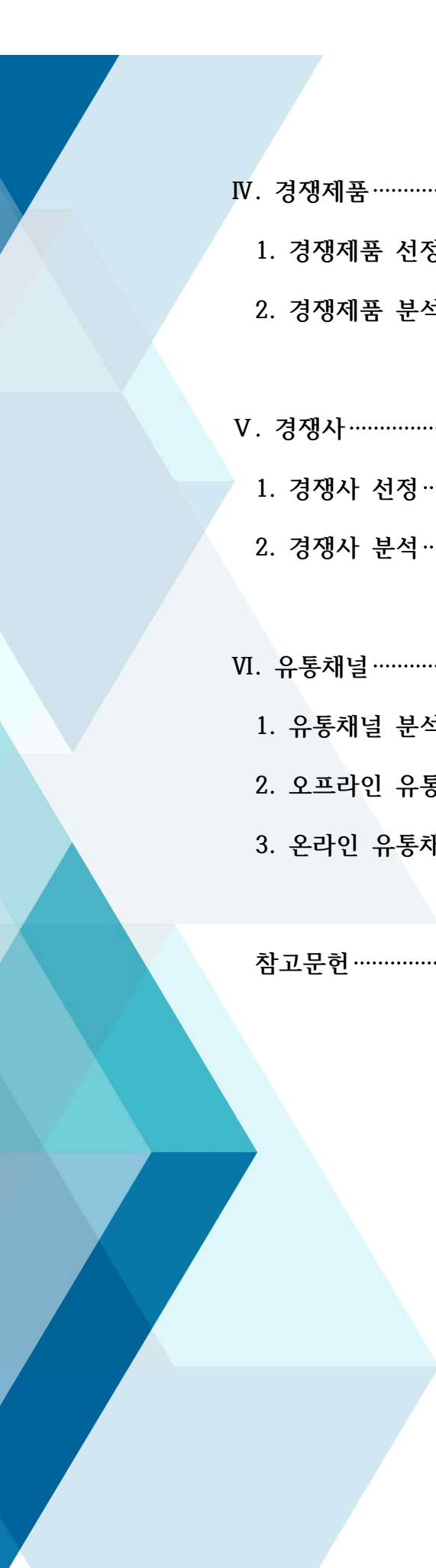
No. 1901-17

품 목 : 김스낵(Laver Snack)

국 가 : 일본(Japan)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	4
1. 수출환경 및 경제지표	6
2. 식품 산업 현황	11
3. 수출입통계	16
II. 정책 이슈 및 시장 트렌드	17
1. 정책 이슈	18
2. 제품 트렌드	18
III. 통관 및 제도	22
1. 통관 및 검역	25
2. 인증정보	32
3. 라벨링	36
4. 위생요건	40



IV. 경쟁제품	41
1. 경쟁제품 선정	42
2. 경쟁제품 분석	43
V. 경쟁사	55
1. 경쟁사 선정	56
2. 경쟁사 분석	57
VI. 유통채널	61
1. 유통채널 분석	62
2. 오프라인 유통채널	64
3. 온라인 유통채널	87
참고문헌	88



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품 산업 현황
3. 수출입통계

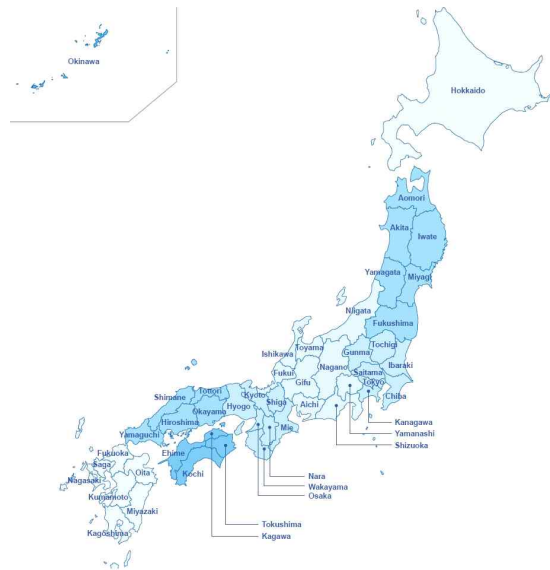
국가 개요

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 경제성장률은 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

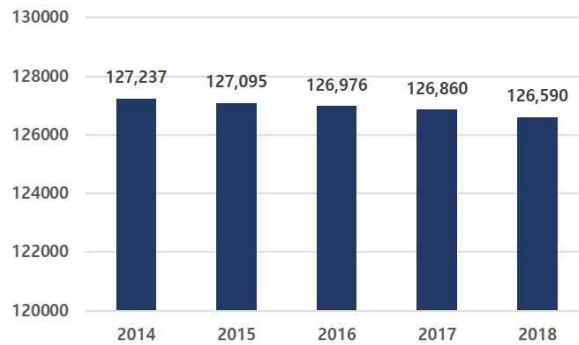
3) Comprehensive & Progressive Trans-Pacific Partnership

□ 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 인구추계월보, 총무성, 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.

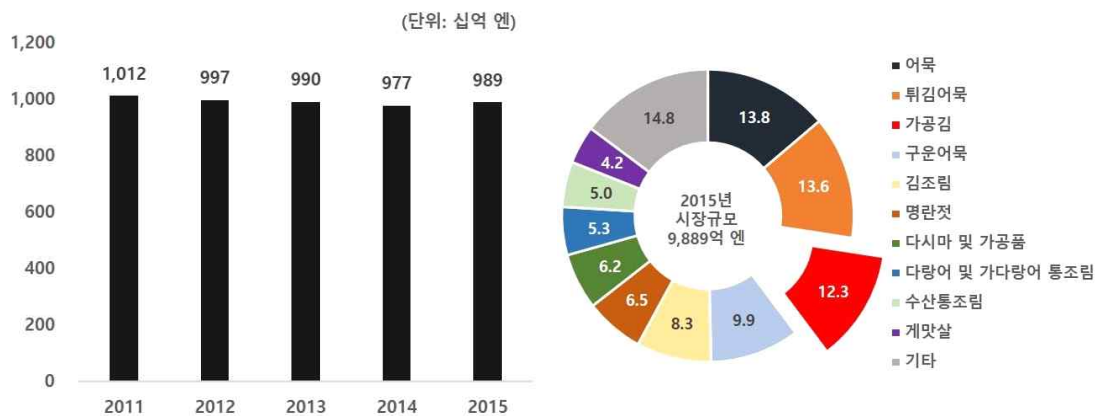
2. 식품 산업 현황

1) 김 관련 산업 현황

□ 수산가공식품 시장 현황

- 인도, 중국 등의 인구 대국과 ASEAN 국가의 경제발전에 따른 수산물 수요 확대로 각국의 어획 제한이 강화되는 등 수산가공품 원료 확보를 위한 경쟁이 치열해지고 있음
- 원재료 시세 또한 이러한 세계적 수급 균형에 크게 좌우되는 등 불안정한 수산가공품 시장 환경이 일본의 수산가공품 가격에도 영향을 미치고 있음
- 2015년 기준, 수산가공품 시장은 전년 대비 1.2% 성장한 9,899억 엔(약 1조 571억 원)을 기록했지만, 최근 5년간(2011-2015년)⁴⁾ 연평균 성장률 -0.6%를 기록하며 하향세를 보이고 있음
 - 젊은 층을 중심으로 생선 소비가 점차 감소하고 있다는 점이 시장 축소와 주요 원인
 - 제조업체 입장에서는 하락하는 실적을 만회하기 위해 제품 가격을 꾸준히 인상 중

그림 1.3 수산가공식품 시장 규모 추이(2011-2015년) 및 제품별 시장구성비(2015년)

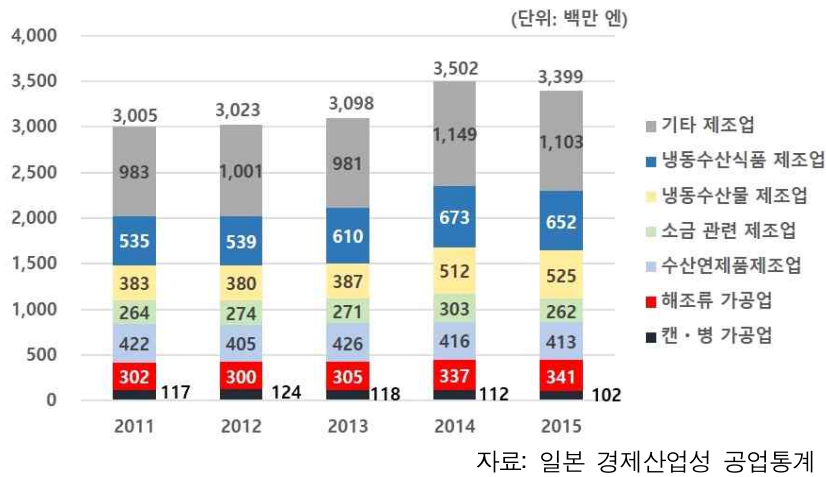


자료: 야노경제연구소

4) 접근 가능한 수산가공품의 최신 자료를 기준연도로 설정함

- 종류별로는 의뢰업체의 제품이 속한 가공김 제품이 2015년 기준, 약 1,346억 엔 규모로 전체 대비 약 13.6%를 차지하고 있음
- 업종별로는 의뢰업체의 제품이 속한 해조류 가공업의 총 출하액이 2015년 기준, 약 3억 4,100만 엔(약 34억 5,800만 원)으로 전체 대비 약 10%를 차지하고 있음

그림 1.4 수산가공식품업의 업종별 출하액 추이(2011-2015년)⁵⁾



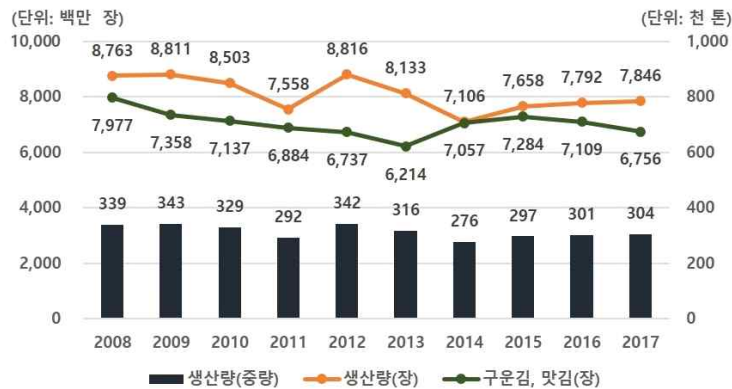
- 김이 포함된 해조류 가공품의 경우 다시마 및 다시마 가공품, 미역이 인기 품목으로 부상하고 있음
 - 다시마 및 다시마 가공품은 참마 다시마의 알긴산 효과나 맛이 TV 프로그램을 통해 소개되었으며, 식이섬유가 풍부한 미역은 건강을 중시하는 소비 트렌드의 확산으로 인해 판매가 증가하는 중

5) 접근 가능한 최신 자료를 기준연도로 설정함

□ 김 생산 및 소매시장 현황

- 일본 김 생산은 과거 연간 40만 톤 내외로 생산되었지만, 어장환경 악화 등으로 감소 추세에 있으며, 2017년 기준 약 30만 4,000톤을 기록함
- 공판 단위로는 2017년 기준 약 78억 4,600만 장이 생산되었으며, 그 중 약 86%인 67억 5,600만 장이 구운 김(焼のり)·조미김(味付のり)등의 수산가공품으로 제조됨

그림 1.5 김 생산량(톤, 공판) 및 가공 김식품 생산량(공판)(2008-2017년)



자료: 일본 경제산업성 공업통계

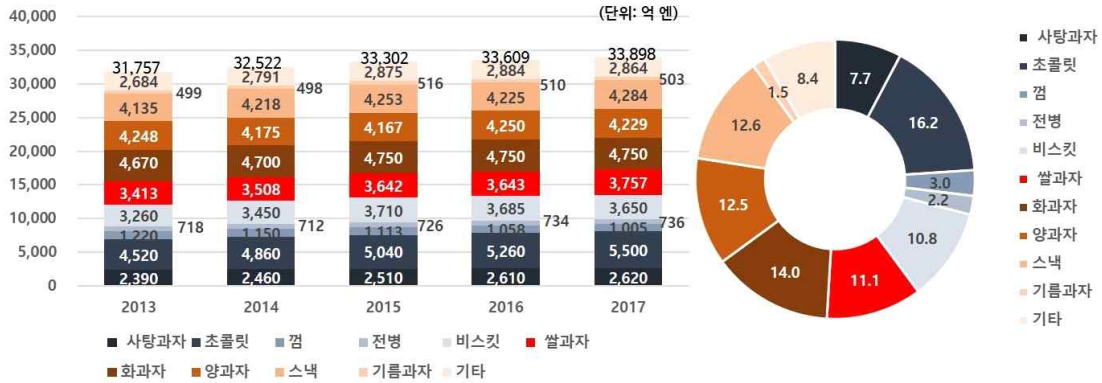
- 일본 김 소비시장은 대략 상업용·가정용·선물용으로 구분되며 2017년 기준 업무용 시장이 60%, 가정용 30%, 선물용 수요가 10% 내외를 차지함
 - 최근 가정용/선물용 김 소비는 감소하고 편의점 도시락, 주먹밥, 초밥전문점에서의 업무용 김 소비가 증가 추세에 있음

2) 과자 시장 현황

□ 시장 규모

- 과자 소매시장은 2013년부터 2017년까지 약 1.6%의 연평균성장률 기록하며 점진적으로 성장
 - 2017년 과자 소매시장 규모는 약 3조 3,898억 엔
 - 마른 안주 등 성인층의 소비가 지속되고 있으며, 건강을 중시하는 소비자의 요구를 반영하여 초콜릿, 견과류, 유산균 등의 재료를 첨가한 제품도 증가 추세

그림 1.6 과자 소매시장 규모 및 유형별 비중(2013-2017년)

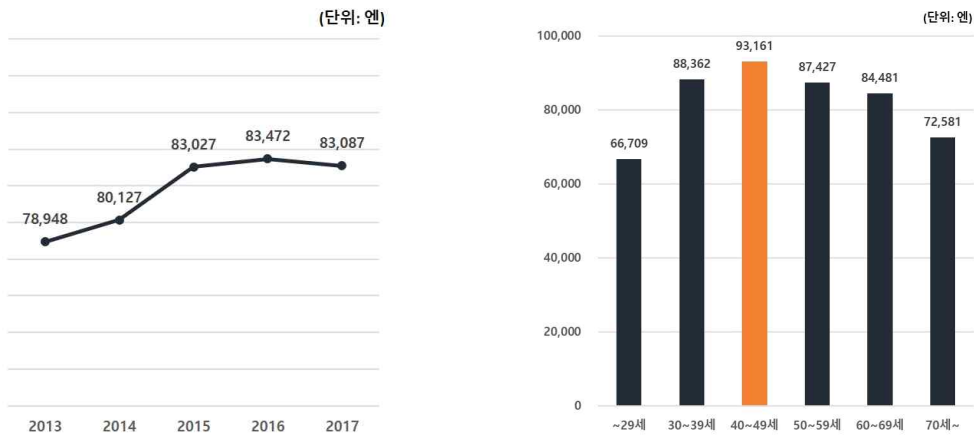


자료: 전일본과자협회

□ 과자 소비 현황

- 2인 이상 가구의 연간 과자 소비액은 2015년까지 꾸준히 증가한 이후 최근 정체
- 연령별로는 29세 이하의 과자 소비가 저조한 반면, 40세 이상의 중장년층 소비액이 높은 것으로 나타남

그림 1.7 2인 이상 가구의 연간 과자 소비액(2013-2017년) 및 연령대별 연간 과자 지출액(2017년)



자료: '일본 가계조사', 총무성 통계국, 2018. 6. 8.

○ 구매력 높은 중장년층이 시장의 핵심소비층

- 기업들은 경제적 불확실성이 높고 육아부담 등으로 구매력이 낮은 20대 대신 가처분소득이 높고 소비가 비교적 자유로운 중장년층을 주 타겟으로 설정
- 건강 및 기능성 식품을 선호하는 중장년층 및 노년층 공략을 위해 설탕, 탄수화물, 소금을 줄이거나 칼슘 비중을 높인 제품이 출시하기도 함

표 1.2 과자 시장 생산량·생산액·소매시장 규모(2013-2017년)

(단위: 톤, 억 엔)

구 분	2013			2014			2015			2016			2017		
	생산량	생산액	소매 시장	생산량	생산액	소매 시장	생산량	생산액	소매 시장	생산량	생산액	소매 시장	생산량	생산액	소매 시장
사탕과자	166,000	1,710	2,390	168,000	1,760	2,460	169,000	1,790	2,510	174,700	1,880	2,610	175,700	1,920	2,620
초콜릿	220,080	3,260	4,520	231,400	3,510	4,860	231,350	3,640	5,040	238,980	3,800	5,260	252,600	3,970	5,500
껌	30,220	825	1,220	29,020	778	1,150	27,780	751	1,113	26,670	715	1,058	25,200	680	1,005
전병	57,500	508	718	56,350	500	712	57,505	512	726	58,082	518	734	59,000	520	736
비스킷	236,600	2,270	3,260	244,400	2,400	3,450	258,900	2,580	3,710	257,600	2,560	3,685	252,000	2,535	3,650
쌀과자	216,524	2,558	3,413	216,676	2,629	3,508	220,350	2,730	3,642	217,687	2,730	3,643	222,868	2,816	3,757
화과자	304,500	3,820	4,670	304,500	3,820	4,700	305,000	3,850	4,750	305,000	3,850	4,750	305,000	3,850	4,750
양과자	191,401	3,342	4,248	189,104	3,285	4,175	189,482	3,278	4,167	195,167	3,376	4,250	194,777	3,360	4,229
스낵	225,784	2,903	4,135	230,751	2,961	4,218	238,119	2,985	4,253	234,716	2,962	4,225	234,947	2,998	4,284
기름과자	56,863	339	499	56,806	340	498	58,510	356	516	57,632	350	510	56,998	349	503
기타	197,665	1,892	2,684	205,571	1,967	2,791	211,738	2,026	2,875	212,373	2,032	2,884	210,887	2,018	2,864
합계	1,903,137	23,427	31,757	1,932,578	23,950	32,522	1,967,734	24,498	33,302	1,978,607	24,773	33,609	1,989,977	25,016	33,898

자료: 전일본과자협회

3. 수출입통계

1) 통계분석 기준 설정

□ 통계 기준 설정

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

□ 김스넥(치즈맛)의 HS CODE는 한국 2106.90.9099, 일본 2106.90.299

- 의뢰업체의 치즈가 가미된 김스넥 제품의 글로벌 수입통계를 파악하기 위한 HS CODE는 2106.90(기타 따로 분류되지 않은 조제 식료품)으로 분류됨
- 일본의 수입 규모를 파악하기 위한 일본 HS CODE는 2106.90.299
- 한국의 김스넥 제품의 對글로벌 수출 규모를 파악하기 위한 한국 HS CODE는 2106.90.9099

표 1.8 김스넥의 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준			
글로벌 수입 통계	HS CODE	2106.90	품명	기타
일본 수입 통계		2106.90.299		기타
한국산 수출 통계		2106.90.9099		기타

표 1.9 김스넥의 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2106.90	기타
	2106.90.9099	기타
일본	2106.90	기타
	2106.90.299	기타

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

- 그러나 상기 HS CODE는 매우 다양한 품목을 동시에 포함하기 때문에 김스넥에만 해당하는 통계 자료를 파악하기에는 어려움이 있으므로 생략하기로 함



II. 정책 이슈 및 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 제품 트렌드

1. 정책 이슈

□ 과도한 염분 섭취 줄이기에 나선 후생노동성

- 2015년 4월 1일부터 소금 섭취 목표량 하향 조절
 - 후생노동성은 '일본인의 식사섭취기준(2015년판)의 목표치⁶⁾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

□ 김으로 둘러싼 센베이와 노리텐 제품이 전통적인 인기 김스낵 제품

- 현지조사 결과, 의뢰업체의 제품과 성격이 유사한 김스낵 제품은 발견하기 어려웠으며 센베이를 김으로 둘러싼 제품과 노리텐(밀가루 반죽을 튀겨 김을 부착한 스낵)이 전통적인 인기를 누리고 있는 것으로 파악됨

그림 2.1 일본의 대표적인 김스낵 제품⁷⁾



자료: 현지조사원

6) www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-10900000-Kenkoukyoku/0000080223.pdf
7) 제품 상세사항은 IV. 경쟁제품 파트에서 확인 가능

□ 태국 인기 김스낵 브랜드 타오케노이의 일본 진출도 소극적

- 전 세계적으로 인기를 끌고 있는 타오케노이(Tao Kae Noi) 김스낵 브랜드도 일본에서 공식적으로 유통되지 않고 있음
- 정식 수입 계약을 체결하지 않고 일부 수입대행사를 통해 김스낵 제품을 유통 중⁸⁾
- 일본 내 공식 홈페이지를 개설하지 않고 페이스북 페이지⁹⁾를 개설해 홍보 활동을 펼치고 있음

그림 2.2 페이스북 페이지를 통해 제품 홍보 중인 타오케노이



8) 상세 사항은 IV. 경쟁제품 및 V. 경쟁사 파트에서 확인 가능
 9) www.facebook.com/taokaenoi

□ 참신한 포장으로 주목받고 있는 자국산 김스낵

○ 히로시마 소재 마루토쿠노리 주식회사는 독특한 표정이 담긴 포장의 김스낵을 출시해 소비자와 언론의 관심을 이끌어냄

- 해당 제품의 이름은 ‘와루노리’로, ‘나쁜 감’이라는 의미를 지니고 있으며, 히로시마 사투리의 거친 억양을 형상화한 콘셉트라는 설명¹⁰⁾
- TV 프로그램, 신문 등 다양한 매체에 소개되어 주목받고 있음

그림 2.3 마루토쿠노리의 와루노리 김스낵 제품(좌) 및 언론 매체에 소개된 모습(우측 및 하단)



자료: www.47club.jp/marutoku/goods/detail/10106535/
www.noriya3.com/shopdetail/00000000139/warunori_snack/page1/order/

10) news.livedoor.com/article/detail/10666280/

❖ [김스낵 관련 매장 담당자 인터뷰]

매장명	인터뷰
돈키호테	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 센베이 중에서도 김말이 센베이의 판매실적이 높음 ☞ 가메다제과 제품이 가장 유명하며, 김말이 센베이 이외의 김스낵은 판매된 적이 없음 ☞ 위치상 외국인 손님도 많이 방문하는 편인데, 선물용으로 많이 구입하는 편
Co.op	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 가메다제과의 노리피팩¹¹⁾ 제품이 술안주용으로 많이 판매되며, 한입에 넣기 좋은 사이즈로 평판이 좋음 ☞ 가메다제과 제품의 인지도가 가장 높으며 많이 판매됨 ☞ 한국 제품을 판매한 적은 없지만, 김스낵 제품이 많은 편이 아니라서 경쟁력은 있다고 생각함. 그러나 시중에 유통 중인 김스낵 제품의 주요 고객은 노년층이기 때문에 외국 제품에 대한 거부감이 있을 수도 있음
패밀리마트	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 감자칩의 경우 김맛 제품이 있지만 김스낵은 취급하지 않음 ☞ 김을 활용한 스낵제품으로는 패밀리마트 자체 브랜드(PB상품)인 노리텐(김에 밀가루 반죽 옷을 입혀 튀긴 제품)이 있음 ☞ 100엔으로 가격이 저렴해 술안주용으로 많이 판매되는 편
세븐일레븐	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 세븐일레븐 PB상품인 노리텐과 김말이 센베이가 있음 ☞ 두 제품 모두 꾸준히 판매되는 편 ☞ 김말이 센베이의 한 종류인 아라레¹²⁾, 오카키¹³⁾도 취급하고 있지만 대부분 다른 견과류와 함께 들어있는 믹스 제품

자료: 현지조사원

11) 상세 사항은 IV. 경쟁제품 파트에서 확인 가능

12) 떡을 길이 2~3cm, 두께 5mm 정도로 잘게 잘라 볶아서 만들거나, 겉면을 코팅한 볶은 콩으로 만든 과자로 '우박과자'라고도 함

13) 우박과자의 일종



Ⅲ. 통관 및 제도

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

통관 및 검역 개요

❖ 일본 식품 수입통관 절차

일본에서 식품을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

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

자료: 일본 관세국(www.customs.go.jp)

❖ 식품 통관 절차



관세 및 세금 개요

❖ 일본 HS CODE 2106.90.299의 관세율(2019년 기준)¹⁴⁾

HS CODE	품명	구분	관세율
2106.90.299	기타	기본세율	25%
		<u>WTO 협정세율</u>	15%

일본 HS CODE 2106.90.299의 경우 WTO 협정세율 적용¹⁵⁾

❖ 일본 소비세 정보

일본 HS CODE 2106.90.299 - 소비세 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 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

14) 관세법령정보포털 및 일본 관세청

15) WTO 협정세율은 기본세율 및 잠정세율보다 낮은 경우에 적용되므로 WTO 협정세율을 적용받는 것이 유리함

1. 통관 및 검역

1) 통관 절차

□ 일본 식품 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	- 수입신고 - 타 법령 절차	NACCS 혹은 관할 세관
3	심사, 검사	- 세관에 의한 서류 심사 - 세관에 의한 물품 검사	
4	관세 등 납부 및 수입 허가	- 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 보내온 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

□ 수입신고 - 타 법령 절차

- 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 건은 서류심사에 더하여 현품을 검사하게 되는 바, 이 경우 통관소요시간이 길어지는 것은 물론 검사 비용도 모두 수입자가 부담하게 되므로 평소 신고를 정확히 할 수 있는 회사 내부 검토 체제를 갖추는 것이 중요

□ 심사 및 검사 - 물품 검사

○ 개요

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

○ 검사 내용

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

□ 관세 등 납부 및 수입 허가 - 관세 납부

○ 납부 기한

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

○ 납부 방법

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

□ 관세 등 납부 및 수입 허가 - 수입 허가

- 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

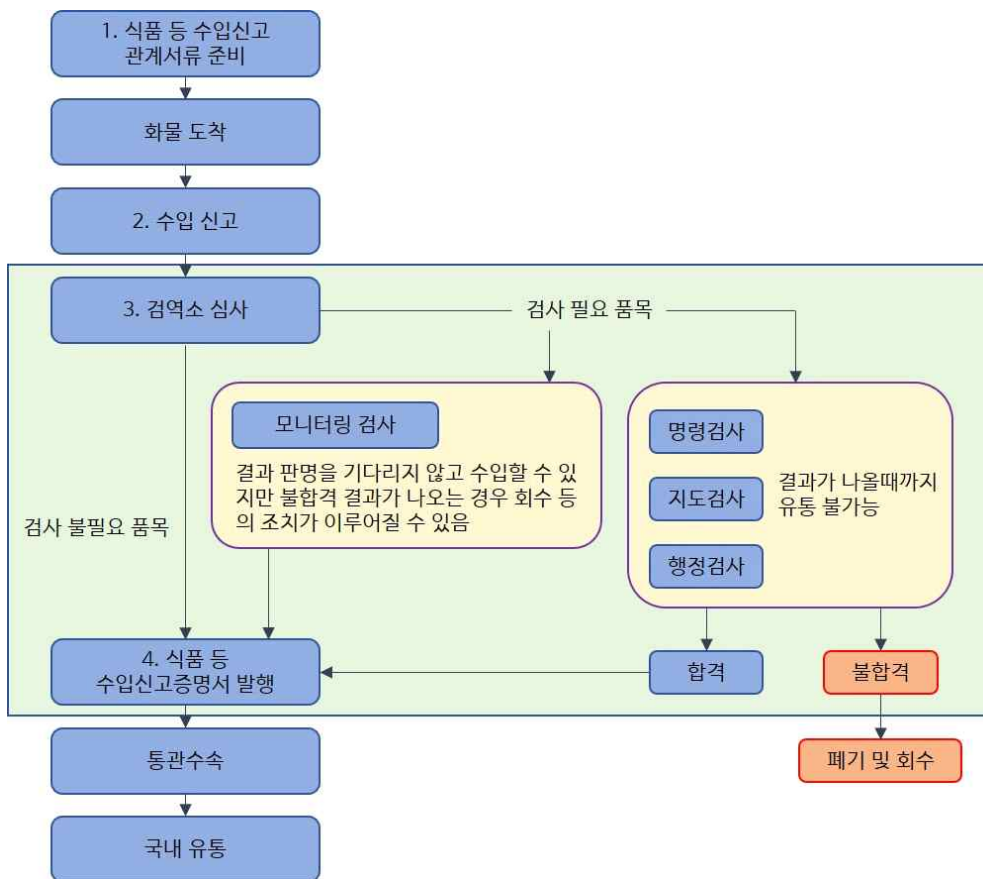
- 수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료됨

2) 통관 및 검역 시 유의사항

□ 통관 시 검역 절차

- 식품 검역은 식품위생법에 근거하며, 수입에 적합한 식품인지 여부를 확인하는 절차로서 일본 식품위생감시원이 검사함

그림 3.1 식품위생법과 식품검역 절차에 따른 통관 절차



자료: 일본 후생노동성 홈페이지¹⁶⁾ 및 공익사단법인 일본수입식품안전추진협회(ASIF)¹⁷⁾

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

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

□ 식품검역 절차

- 김스넥과 같은 식품은 식품검역의 대상이며 검사의 유형에 따라 검사 명령, 지도 검사, 모니터링 검사 및 행정 검사로 분류됨¹⁸⁾
 - 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. 김스넥은 일본에 최초로 수출하고자 하는 물품이므로 기타 검사시스템에 해당
- 그러나 일반적으로 기타 식품은 검사 불필요 품목으로 서류와 물품의 일치 여부 확인 후 검사가 실시됨

□ 모니터링 검사 제도

- 식품위생법 위반 가능성이 낮은 식품 등에 대해 품목별 연간 수입량과 과거 위반실적을 감안하여 연간 계획에 따라 후생노동성 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

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

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 한·중·일 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 ¹⁹⁾
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

19) 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)²⁰⁾

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

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

3) JAS 일본 유기제품인증²¹⁾

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	<p>1-2-1, Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8950, Japan. TEL: 03-3502-8111</p> <p>- 홈페이지: www.maff.go.jp/e</p> <p>- TEL: +81-3-3502-8111</p>

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

3. 라벨링

라벨링 정보 개요

❖ 판매 중인 김스낵 제품 라벨링 예시



자료: 현지조사원

❖ 일본 식품 라벨링 의무 표기사항(일본 식품위생법)

번호	항목
1	명칭
2	보존 방법
3	소미기한 또는 상미기한
4	원재료명
5	첨가물
6	내용량 또는 고품량 및 내용 총량
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 소비자청²²⁾

22) 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

- 김스넥은 다음과 같은 식품첨가물 기준을 준수해야 함

제품	식품첨가물	최대 허용량 (g/kg)
김스넥	Acesulfame Potassium	0.50
	Calcium Saccharin	0.10
	Sodium Saccharin	0.10
	Sucralose	1.8

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



IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 경쟁제품 분석

1. 경쟁제품 선정

□ 경쟁제품 선정 기준

- 의뢰업체의 제품 성격을 고려해 오프라인 및 온라인에서 유통되는 김스낵을 조사 대상으로 선정

□ 오프라인 유통채널 내 경쟁제품 선정 기준

- 도쿄 소재 주요 백화점, 슈퍼마켓, 편의점, 한인마트²³⁾를 방문하여 유통 중인 김스낵 제품을 조사대상으로 선정
 - 의뢰업체의 제품과 유사한 김스낵은 주로 한인마트에서 판매 중
 - 일본에서는 센베이를 김으로 둘러싼 제품이 주로 인기가 있으며, 해당 제품은 소수의 슈퍼마켓과 편의점에서 판매 중
 - 또한 편의점의 경우 자사의 자체 브랜드(PB상품) 제품으로 노리텐(김에 밀가루 반죽옷을 입혀 튀긴 제품)을 판매 중이었고, 주로 규모가 큰 편의점에서만 구비하며 소규모 점포의 경우 김스낵 제품을 구비하지 않는 경우가 대부분

□ 온라인 쇼핑몰 내 경쟁제품 선정 기준

- 일본 내 각종 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 김스낵 제품을 조사대상으로 선정

□ 조사 항목

- 제품 상세 스펙에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분, 인증, 유통기한 등의 항목을 조사
 - 판매 중인 김스낵 성격이 매장마다 매우 상이하고 중량 또한 편차가 크기 때문에 제품 가격 비교 분석은 생략하기로 함

23) 유통채널에 관한 분석은 VI. 유통채널 파트에서 이어짐

2. 경쟁제품 분석

1) 오프라인 경쟁제품


□ 슈퍼마켓

구분		제품	
이미지	제품 이미지		
			
제품스펙	제조사	카메다제과(龜田製菓株式會社)	
	제품명	노리마키 센베이(10枚 海苔卷せんべい)	
	포장 용기	플라스틱 파우치	
	성분	쌀(멥쌀-미국산, 찹쌀-태국산), 간장, 설탕, 김, 발효조미액, 덱스트린, 식염, 어개진액파우더, 단백질수분해물, 가공전분, 소르비톨, 조미료(아미노산 등), 카라멜색소, 유화제, 산미료	
	조사매장	돈키호테	
	중량	10장	
	제품가격	127엔(약 1,290원) ²⁴⁾	
	유통기한	제조일로부터 약 5개월	
특징	전병을 김으로 감싼 제품		

24) KEB하나은행 고시 기준. 2018.3.14.

구분	제품	
<p style="text-align: center;">이 미 지</p> <p style="text-align: center;">제품 이미지</p>		
		
<p style="text-align: center;">제 품 스 펙</p>	<p>제조사</p>	<p>카메다제과(龜田製菓株式會社)</p>
	<p>제품명</p>	<p>노리피 팩(海苔ピーパック)</p>
	<p>포장 용기</p>	<p>플라스틱 파우치</p>
	<p>성분</p>	<p>땅콩(땅콩, 식물유지, 식염), 찹쌀(태국산, 중국산), 간장, 김, 설탕, 미림, 어개진액조미료, 덱스트린, 단백질수분해물, 식염, 가공전분, 조미료(아미노산 등), 파프리카색소, 카라멜색소, 산미료, 유산제, 향신료 추출물</p>
	<p>조사매장</p>	<p>Co.op</p>
	<p>중량(g)</p>	<p>89g</p>
	<p>제품가격</p>	<p>214엔(약 2,170원)</p>
	<p>유통기한</p> <p>특징</p>	<p>제조일로부터 약 5개월</p> <p>김말이 전병과 땅콩을 같이 넣은 제품</p>







□ 편의점

	구분	제품
이미지	제품 이미지	
제품 스펙	제조사	주식회사 마루에스, 주식회사 패밀리마트 공동개발 상품(PB상품)
	제품명	감칠맛이 살아있는 소금으로 간한 이카텐&노리텐(오징어튀김&김튀김)
	포장 용기	플라스틱 파우치
	성분	소맥분, 식물유지, 전분, 김, 식염, 참기름시즈닝(텍스트린), 포도당, 단백질수분해물, 향신료, 식용유지, 검은깨, 난백, 조미염(식염, 말린표고버섯, 다시마, 말린가리비), 파래, 효모진액파우더, 조미료(아미노산 등), 향료, 감미료, 유산제, 향신료추출물
	조사매장	로손
	용량(g)	27g
	제품가격	108엔(약 1,100원)
	유통기한	제조일로부터 약 6개월
	특징	오징어 및 김에 말가루반죽을 입혀 튀긴 제품

구분	제품	
이미지	제품 이미지	
		
제품스펙	제조사	주식회사 마루에스, 7&i 홀딩스 공동개발 상품(PB상품)
	제품명	바삭바삭 식감의 이카텐&노리텐(오징어튀김&김튀김)
	포장 용기	플라스틱 파우치
	성분	소맥분, 식물유지, 전분, 김, 식염, 참기름시즈닝(덱스트린, 포도당, 단백질수분해물, 향신료, 식용유지), 검은깨, 난백, 조미염(식염, 말린표고버섯, 다시마, 말린가리비), 파래, 호모진액파우더, 조미료(아미노산 등), 향료, 감미료, 유산제, 향신료추출물
	조사매장	세븐일레븐
	용량(g)	27g
	제품가격	108엔(약 1,100원)
	유통기한	제조일로부터 약 6개월
특징	오징어 및 김에 밀가루반죽을 입혀 튀긴 제품으로 로손에서 판매 중인 제품과 제조사가 동일(제휴 편의점만 상이)하고 거의 유사한 제품	

구분	제품		
이미지	제품 이미지		
			
제품스펙	제조사	가메다제과, 7&i 홀딩스 공동개발 상품(PB상품)	
	제품명	고소한 김 시나가와마키(香ばしい品川巻き)	
	포장 용기	플라스틱 파우치	
	성분	참쌀(니가타산), 간장, 김, 설탕, 미림, 덱스트린, 어개진액, 조미료, 단백질수분해물, 식염/ 가공전분, 조미료(아미노산 등), 캐러멜색소, 파프리카색소, 향신료추출물	
	조사매장	세븐일레븐	
	용량(g)	28g	
	제품가격	127엔(약 1,300원)	
	유통기한	제조일로부터 약 6개월	
특징	시나가와마키(品川巻き)란 도쿄의 시나가와 인근이 김 생산지였던 것에 착안하여 지명 이름을 붙인 김스낵 특산품을 의미함		

□ 한인마트

구분	제품		
이 미 지	제품 이미지		
			
			
제 품 스 펙	제조사	수입자: 주식회사 트루월드재팬 원산국: 대한민국	
	제품명	노리노리짱(치즈맛, 코코넛맛)	
	포장 용기	플라스틱 파우치	
	성분	치즈파우더(유당, 식물유지, 정제가공유지, 치즈), 건조김, 물엿, 설탕, 식염, 간장, 식물유지 / 카세이나트륨	
	조사매장	서울시장(한인마트)	
	용량(g)	10g	
	제품가격	214엔(약 2,170원)	
	유통기한 특징	제조일로부터 약 12개월 치즈맛, 코코넛맛이 있음	

구분	제품	
이 미 지 제품 이미지		
		
제 품 스 펙	제조사	CJ재팬 주식회사
	제품명	비비고 SEAWEEED CRISPS 김스낵
	포장 용기	플라스틱 파우치
	성분	라이스칩(타피오카전분, 현미, 식염), 김, 허니콘시즈닝(덱스트린, 설탕, 식염, 유청분말, 포도당), 식물유지 / 향료, 조미료, 감미료, 산화방지제(로즈마리 추출물)
	조사매장	총각네(한인마트)
	중량(g)	20g
	제품가격	238엔(약 2,400원)
	유통기한	제조일로부터 약 9개월

2) 온라인 경쟁제품

구분		제품	
이미지	제품 이미지		
			
제품스펙	제조사	유한회사 다이코식품(有限會社ダイコー食品)	
	제품명	노리텐(のり天) - 고추냉이맛, 간장맛, 소금맛, 팥이버섯맛	
	포장 용기	플라스틱 파우치	
	성분	밀가루, 식물성 기름, 접착제, 전분, 달걀 흰자, 고추냉이 양념, 소금, 조미료, 계란 가루, 조미료(아미노산 등), 감미료 (스테비아, 감초), 향신료 추출물	
	조사매장	daiko-foods.co.jp/product_cat/noriten/	
	중량(g)	간장맛 - 45g, 300g 고추냉이맛 - 140g 소금맛 300g 팥이버섯맛 80g	
	제품가격	고추냉이맛 140g - 540엔(약 5,500원)	
	유통기한	제조일로부터 약 6개월	
특징	- 노리텐은 김에 밀가루반죽을 입혀 튀긴 제품을 의미하며, 해당 기업의 제품이 대표적인 노리텐 제품으로 다양한 맛이 있음		

구분		제품	
이미지	제품 이미지		
			
제품스펙	제조사	마루카식품 주식회사 (まるか食品株式会社)	이노우에식품(井上食品)
	제품명	노리텐 치즈맛	노리텐
	포장 용기	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	성분	밀가루, 식물성 기름, 접착제, 전분, 블루 치즈 시즈닝, 식염, 설탕, 달걀 흰자, 오징어, 파래(일본산), 셀룰로오스, 조미료(아미노산 등), 향료, 소르비톨, 감미료(감초, 스테비아), 산화방지제(VC) 향신료 추출물(원재료의 일부에 우유 성분 포함)	상세 사항 파악 불가
	조사매장	item.rakuten.co.jp/kame/4978376271101-10/	item.rakuten.co.jp/onestep/sh3476/shopping.yahoo.co.jp/product/j/4965553119653/compare.html
	중량(g)	30g × 10개	185g
	제품가격	2,600엔(약 26,500원)	429엔(약 4,400원)
	유통기한	제품 포장에 별도 기재	파악 불가
특징	- 시즌 한정 상품	- 야후쇼핑 구매자 리뷰란에서 좋은 평가를 받고 있음	

구분		제품	
이 미 지	제품 이미지		
			
제 품 스 펙	제조사	마루토쿠노리 주식회사 (丸徳海苔株式會社)	스구루식품 주식회사 (スグル食品グループ)
	제품명	와루노리스낵(ワルのりスナック)	노리스낵(와사비맛)
	포장 용기	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	성분	오코노미야키맛: 건조김(국산), 대두유, 오코노미야키 시즈닝, 식염, 마요네즈 풍미파우더, 포크엑기스파우더, 단백질 수분해물, 설탕, 콘스타치, 농후소스 (야채/과실, 당류양조초) 식품첨가물: 조미액(아미노산 등), 산미료, 착색료(캐러멜, 우콘), 인산Ca, 감미료(스티비아), 향신료추출물, 증착제(가공전분, 증착다당류)	식물성기름, 밀가루, 전분, 김, 식염, 와사비시즈닝, 설탕, 계란, 분말간장, 오징어분말, 파래분, 향신료, 치킨엑기스파우더, 조미료(아미노산 등), 향신료추출물
	조사매장	shop.yumeplaza.com/?pid=96828407 marutokunori.jp/products/warunori-okonomi/	www.amazon.co.jp
	중량(g)	12g	35g
	제품가격	378엔(약 3,800원)	119엔(약 1,200원)
	유통기한	제조일로부터 약 12개월	제조일로부터 약 5개월
특징	- 오코노미야키, 레몬, 츠케멘맛 - 히로시마 특산품으로 독특한 포장 을 내세워 미디어의 주목을 받고 있음	- 김에 밀가루반죽을 입혀 튀긴 제품	

구분		제품	
이 미 지	제품 이미지	<p>タイでNo.1の海苔スナック!!</p> <p>オリジナル味 乾のり(韓国産)に塩、コンショウ、調味料とシンプルな味付けですが、一度食べたら癖になる事、間違いない!</p> <p>トムヤムクン味 乾のり(韓国産)にタイ料理の定番「トムヤムクン味」を独自の製法で再現した、新感覚の味付のりスナック!</p>	<p>2個 選 び</p>
		<p>ORIGINAL FLAVOUR</p> <p>15g 32g 59g</p> <p>オリジナル味 乾のり(韓国産)に塩、コンショウ、調味料とシンプルな味付けですが、一度食べたら癖になる事、間違いない!</p> <p>トムヤムクン味 乾のり(韓国産)にタイ料理の定番「トムヤムクン味」を独自の製法で再現した、新感覚の味付のりスナック!</p>	<p>かりかり香ばしい海苔スナックはこうして生まれました! 海苔と海苔の間に香ばしいナッツ類がたっぷり!</p>
제 품 스 펙	제조사	판매자: 식탁응원군 원산국명: 태국	이와이엔 주식회사(25) 제조국: 한국
	제품명	타오케이노리	김아몬드스낵
	포장 용기	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	성분	뽕양궁맛: 건조김(한국산), 팥유, 설탕, 새우, 식염, 라임과즙, 고추가루, 카피어라임잎, 레몬그라스, 샬롯, 고량강, 호모진액, 조미료(핵산), 구연산	김(한국산), 아몬드, 조미액[물엿, 간장{탈지대두, 소맥(밀)}, 마늘가루, 함수포도당, 액상과당, 정제염, 정제수, 정백당, 다시마분말, 멸치분말, 표고버섯분말, 새우분말], 볶은참깨
	조사매장	item.rakuten.co.jp/auc-syoku/537180774/#537180774	item.rakuten.co.jp/shopsmalife/sbc18-eyn-003
	중량(g)	15g / 32g / 59g	20g
	제품가격	15g: 185엔(약 1,870원) 59g: 480엔(약 4,870원)	119엔(약 4,200원)
	유통기한	미표기	제조일로부터 약 5개월

구분		제품	
이 미 지	제품 이미지		
		<p>ファーム & マッチャンのリスナックは 減塩食手作りのオヤツです。</p> <p>自然の健やかさとファーム & マッチャンの真心で作ったリスナック</p>  <p>のりとりのりに 米ともち米</p> <p>*のリスナックチップは特許出願中です。</p>	<p>「海苔スナック」はどうやって 作るのですか?</p> <p>DETAIL VIEW</p> 
제 품 스 펙	제조사	주식회사 금성TK26) 팜&맛짱	제조업체: 마로칩27) 제조국: 한국
	제품명	김스낵칩	바삭바삭 김스낵
	포장 용기	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	성분	쌀, 김스낵[김(한국산), 쌀가루(베트남산), 찹쌀분말(한국산), 타피오카(베트남산), 정제수, 정제염], 카놀라유	맛에 따라 아몬드, 참깨, 치즈, 멸치, 코코넛, 곡물 등
	조사매장	item.rakuten.co.jp/shopsmalife/sem-kstk-001-2/	item.rakuten.co.jp/shopsmalife/sbc18-db-003/?scid=af_pc_etc&sc2id=af_101_0_0
	중량(g)	26g	20g
	제품가격	540엔(약 5,500원)	383엔(약 3,900원)
유통기한	미표기	미표기	

26) gstk.co.kr/kr/contant.php?num=7#saseesf_0

27) www.jepa.kr/spb3/sboard3/read.php?db=gallery&uid=50



V. 경쟁사


- 1. 경쟁사 선정**
- 2. 경쟁사 분석**

1. 경쟁사 선정

□ 경쟁사 선정 기준

- 의뢰업체의 제품을 고려하여 김스낵 제품 제조 기업을 경쟁사로 선정
- 현지조사원의 조사를 근거로 다음과 같이 세 업체를 경쟁사로 선정
 - 다만, 의뢰업체의 요청으로 한국 기업은 조사대상에서 제외

표 5.1 김스낵 제조업체 경쟁사

카메다제과 (龜田製菓)	마루토쿠노리 주식회사 (丸徳海苔株式会社)	유한회사 다이코식품 (有限會社ダイコー食品)	타오케노이 (Tao Kae Noi)
			

2. 경쟁사 분석

□ 카메다제과(亀田製菓)

기업 개요				
		<ul style="list-style-type: none"> - 업계 1위의 대표적인 쌀과자 제조업체 - 쌀로 유명한 니가타현에 위치해 니이가타 쌀을 사용한 쌀과자를 제조하고 있음 - 2017년 약 737억 엔, 28.6% 점유율 차지 - 베트남, 미국, 중국, 인도, 태국 등으로 해외에도 진출 		
		기업명	카메다제과	설립연도
기업정보	기업형태	식품 제조 및 판매업	대표번호	0120-24-8880
	국가	일본	위치	본사: 〒950-0198 新潟縣新潟市江南區龜田 工業団地3-1-1
	매출액	995억 2,200만 엔 (2018년 1분기)	직원 수	3,428명 (2018년 1분기 기준)
	취급품목	전병, 김말이과자, 우박과자, 안주용 과자 등	홈페이지	www.kamedaseika.co.jp
제품				
	노리 피팩		매실향 김말이 (16장)	
				
		해피틴 와사비 마요네즈맛		

자료: 카메다제과 홈페이지, 현지조사원

□ 마루토쿠노리 주식회사(丸徳海苔株式会社)

기업 개요				
		- 히로시마 소재의 김 전문 가공기업 - 김 제품은 히로시마 특산품으로 손꼽히며 방송에도 다수 출연		
기업정보	기업명	마루토쿠노리 주식회사	설립연도	1968년
	기업형태	식품 제조 및 판매업	대표번호	054-646-0456
	국가	일본	위치	〒426-0018 静岡県藤枝市本町1-5-10
	매출액	-	직원 수	-
	취급품목	맛김, 김스낵 등	홈페이지	marutokunori.jp
제품				
	가정용 맛김		선물용 김	
				
			샐러드맛 김, 미역소금김	

자료: 마루토쿠노리 주식회사 홈페이지, 현지조사원

□ 유한회사 다이코식품(有限会社ダイコー食品)

기업 개요					
		<ul style="list-style-type: none"> - 각종 튀김과자를 생산하며, 일본에서는 가장 다양한 종류의 노리텐 제품을 생산 - 히로시마 소재 기업으로, 히로시마산 김을 원료로 사용 			
기업정보	기업명	유한회사 다이코식품	설립연도	1982년	
	기업형태	식품 제조 및 판매업	대표번호	084-934-8787	
	국가	일본	위치	721-0103 廣島縣福山市高西町南13 4番地	
	매출액	-	직원 수	-	
	취급품목	각종 튀김과자	홈페이지	daiko-foods.co.jp	
제품					
	이카텐 (오징어 튀김 과자)		연근 튀김 과자		연근 튀김 칩

자료: 유한회사 다이코식품 홈페이지, 현지조사원

□ 타오케노이(Tao Kae Noi)

기업 개요					
기업정보			<ul style="list-style-type: none"> - 태국 소재 기업으로, 일본에 각종 가공식품을 납품해온 수십년의 노하우를 바탕으로 김스낵 시장에 진출 - 김스낵이 전 세계적으로 히트를 치고 있으며, 일본에는 2013년에 페이스북 페이지를 개설하여 진출 - 수입상, 페이스북 홈페이지를 통해 유통 중 		
	기업명	타오케노이	설립연도	2004년	
	기업형태	식품 제조 및 판매업	대표번호	02-984-0666	
	국가	태국	위치	337 Bond street Bangphut Pak kret Nonthaburi ,11120	
	매출액	56억 6,300만 바트 (약 2,022억 원, 2018년)	직원 수	-	
취급품목	김스낵	홈페이지	www.taokaenoi.co.th 일본: www.facebook.com/Taokaenoi Fan		
제품					
	김 스낵				

자료: 타오케노이 홈페이지, 현지조사원



VI. 유통채널 현황

1. 유통채널 분석
2. 오프라인 유통채널
3. 온라인 유통채널

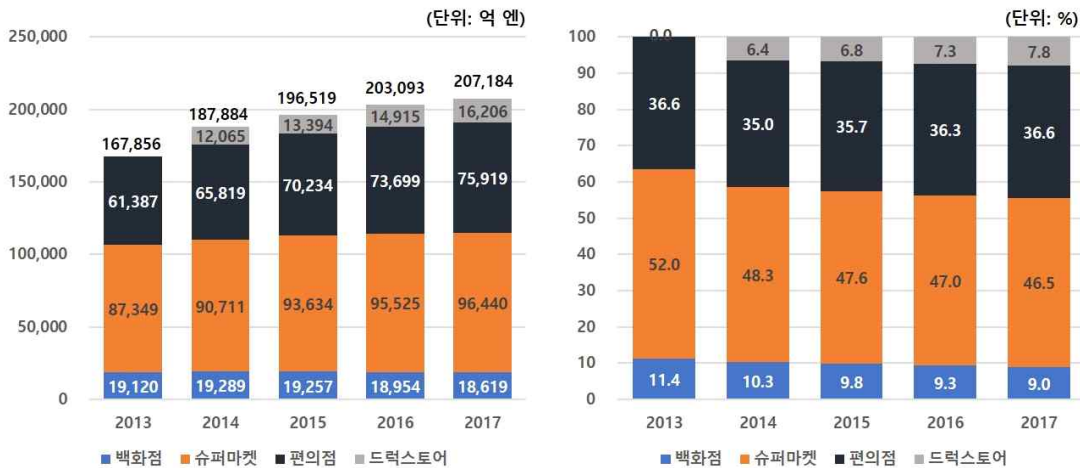
1. 유통채널 분석

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(2013-2017)²⁸⁾



자료: 일본 경제산업성, 상업동태통계

28) 2013년까지는 통계에서 드럭스토어를 별도 집계하지 않았기 때문에 해당 수치 부재

표 6.1 주요 유통채널 점포 수(2013-2018.7)

(단위: 개)

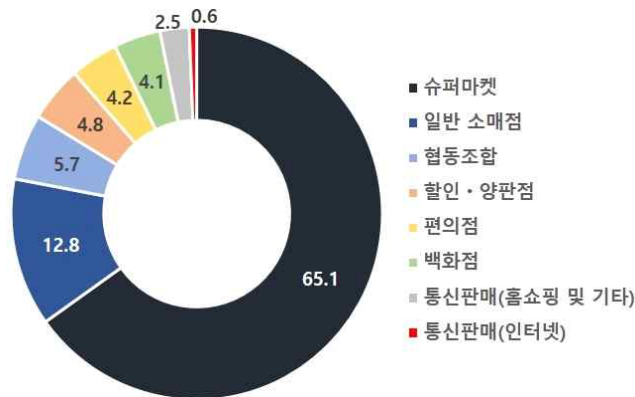
구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018.7
백화점	254 (△1.9%)	250 (△1.6%)	246 (△1.6%)	239 (△2.8%)	232 (△2.9%)	225 (△3.0%)
슈퍼마켓	5,057 (3.8%)	5,130 (1.4%)	4,818 (△6.1%)	4,841 (0.5%)	4,901 (1.2%)	4,961 (1.2%)
편의점	50,234 (5.1%)	52,725 (5.0%)	54,505 (3.4%)	55,636 (2.1%)	56,374 (1.3%)	56,294 (△0.1%)
드럭스토어	-	13,069 (-)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

자료: 일본 경제산업성, 상업동태통계

□ 조사대상 선정 기준

- 일본 총무성 통계국이 실시한 ‘2014년 전국소비실태조사’에 따르면, 2인 이상 세대²⁹⁾의 식품 구입경로는 소규모 체인을 포함한 슈퍼마켓이 65.1%를 차지했으며 일반 소매점(12.8%), 협동조합(5.7%), 할인·양판점(4.8%)³⁰⁾, 편의점(4.2%) 순

그림 6.2 소비자 식품 구입경로별 비율(2014)

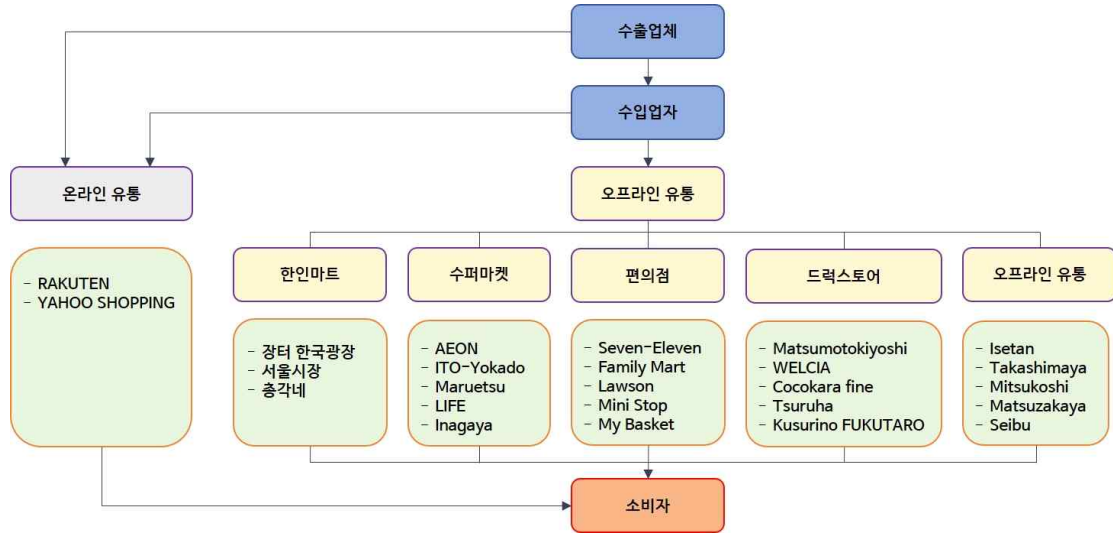


자료: 일본 총무성 통계국, ‘2014년 전국소비실태조사’.

- 김스넥의 유통경로로 백화점, 슈퍼마켓, 편의점, 드럭스토어, 한인마트를 추천
- 특히, 김스넥의 경우 온라인을 통해서 활발하게 판매되고 있으므로 야후쇼핑, 라쿠텐 쇼핑몰도 조사 대상으로 추가

29) 당 조사는 5년 주기로 실시되므로, 2014년이 최신 자료, 일본의 통계조사에서 ‘한 가구’의 기준은 2인 이상 세대를 의미
 30) 드럭스토어는 할인·양판점으로 분류

그림 6.3 김스넥의 유통경로 및 주요 브랜드



자료: 현지조사원

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 1위 미츠코시-이세탄홀딩스 소속의 이세탄 백화점과 마츠야 백화점을 조사대상으로 선정

표 6.2 일본 주요 백화점 현황

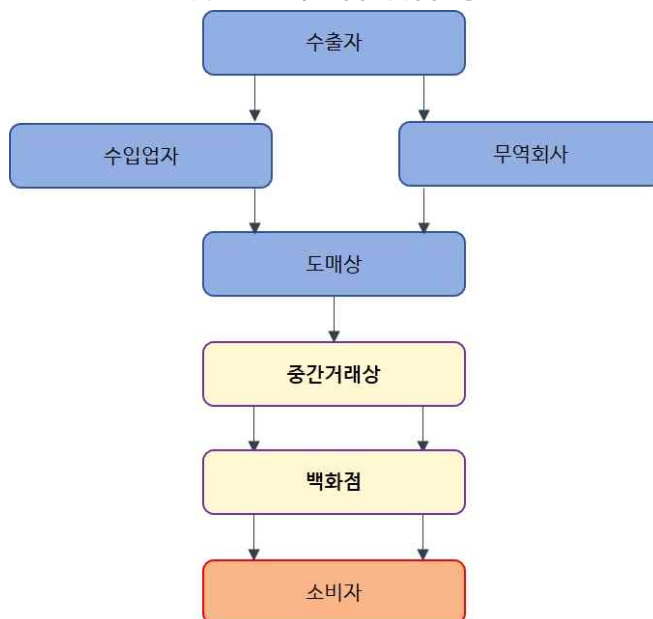
순위	브랜드명	2016년 매출액
1	미츠코시-이세탄홀딩스(三越伊勢丹HD)	12조 8,720억 엔
2	J.프론트리테일링(J.フロントリテイリング)	11조 6,350억 엔
3	다카시마야(高島屋)	9조2,950억 엔
4	H2O Retailing	9조1,560억 엔
5	Seven & I Holdings	8조8,180억 엔
6	도쿄급행전철(東京急行電鐵)	6조3,140억 엔
7	Parco(パルコ)	2조7,630억 엔
8	킨테츠백화점(近鐵百貨店)	2조7,070억 엔
9	마루이그룹(丸井グループ)	2조4,580억 엔
10	오다큐전철(小田急電鐵)	2조2,210억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

자료: 백화점 업계 동향³¹⁾

o 입점 방법

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

그림 6.4 백화점 입점 경로



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



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

□ 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	설립연도 1930년 9월		
		점포 수 (2018년 12월)	158개	
대표전화	03-3352-1111	홈페이지	isetan.mistore.jp/store	
매장 전경				

자료: 현지조사원(이세탄 백화점 신주쿠점, 2019.3.3.), 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 東京都中央區銀座三丁目6番1号	설립연도 1919년 3월		
		점포 수 (2018년 12월)	3개	
대표전화	03 (3567) 1211	홈페이지	www.matsuya.com/	
매장 전경				

자료: 현지조사원(마츠야 백화점 긴자점, 2019.3.7.), D&B hoover's

2) 슈퍼마켓

□ 특징 및 현황

○ 특징

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

○ 조사대상 선정 기준

- 일본 슈퍼마켓의 대표적인 브랜드는 AEON과 Ito-Yokado로 일본 상위 10개 슈퍼마켓 브랜드의 식품 매출액 중 두 브랜드가 차지하는 비중이 약 33.6%에 달함
- Life와 Maruetsu는 공급 제품 중 식품의 비중이 각각 82.6%, 92.9%를 차지해 식품 전문 슈퍼마켓으로 인식되고 있음
- 전국 체인이자 대형 슈퍼마켓인 AEON, Ito-Yokoda와 도쿄 소재 식품 전문 슈퍼마켓인 Life와 Maruetsu를 주요 조사대상으로 선정
- 김스낵이 발견된 돈키호테(UNY Group Holdings)와 Co.op도 조사대상에 추가

표 6.3 일본 주요 슈퍼마켓 현황

순위	브랜드명	식품 매출액	전체 매출액 중 비율	2017년 점포 수	본사 소재지
1	AEON	10조 7,7516억 원	49.2%	426	치바
2	Ito-Yokado	5조 8,543억 원	46.6%	182	도쿄
3	UNY Group Holdings Co., Ltd.	4조 9,948억 원	67.3%	228	아이치
4	U.S.M.H ³²⁾	6조 3,874억 원	93.2%	256	도쿄
5	Life cooperation	5조 3,919억 원	82.6%	264	도쿄
6	Izumi	2조 0,652억 원	31.8%	103	히로시마
7	Arcs	4조 6,564억 원	90.8%	339	홋카이도
8	York Benimaru	3조 2,501억 원	76.2%	205	후쿠시마
9	Maruetsu	3조 4,664억 원	92.9%	285	도쿄
10	Heiwado	2조 6,032억 원	69.7%	149	시가

자료: 2017년 5월 통계월보

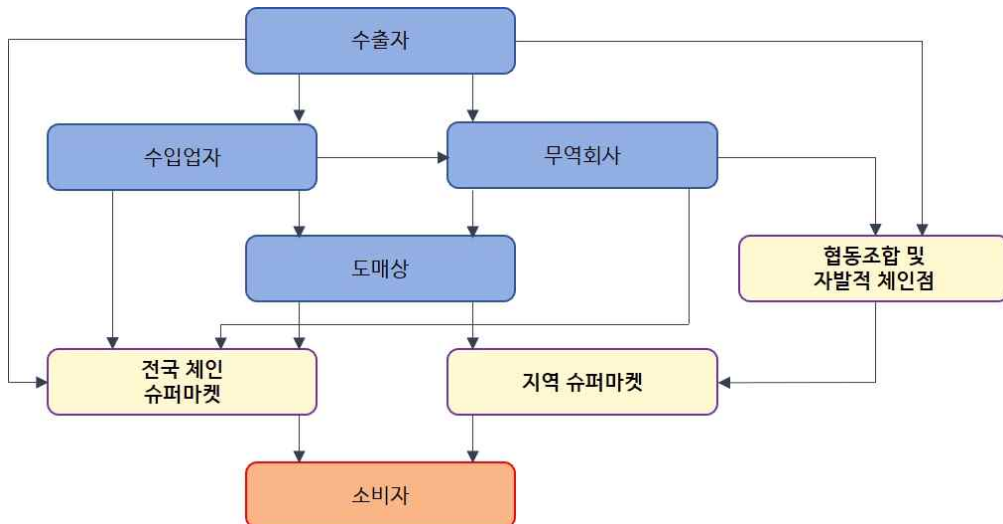
32) 유니아이티드 슈퍼마켓 홀딩스

○ 입점 방법

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

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

그림 6.5 슈퍼마켓 입점 경로



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

□ 주요 슈퍼마켓 체인 현황

○ AEON CO., LTD.

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 일본의 대표 유통 브랜드 - 2017년 영업이익 8조 3,900억 엔 기록해 소매업 중 1위 - 영업 형태에 따라 GMS, 슈퍼마켓, 쇼핑센터(쇼핑몰)로 구분 - 일본 곳곳은 물론 중국, ASEAN까지 진출해 약 300개의 계열사를 보유한 그룹 		
	본사 위치 1-5-1, Nakase , Mihama-ku Chiba-shi, Chiba, 261-0023, Japan	설립연도 1926년 9월	점포 수 (2018년 2월 말 기준)
대표전화 043-212-6000		홈페이지 http://www.aeon.info/	<ul style="list-style-type: none"> - GMS: 584개 - 슈퍼마켓: 2,185개 - 쇼핑몰 311개
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - GMS을 중심으로 하며, 다양한 전문점으로 구성된 광역상권 대응 슈퍼마켓, 일상생활에 필요한 전문점, 서비스 기능 등을 갖춘 소상공대응형 슈퍼마켓 등 지역의 특성에 맞춰 진출 - 식품뿐만 아니라 의류품, 생활용품 등도 구비하며 소형 쇼핑몰, 편의점, 드럭스토어 등의 다양한 사업도 전개 - GMS, 슈퍼마켓은 비교적 부지가 넓은 도심 외곽이나 지방에 많으며, 쇼핑몰 형태로는 도심 등 다양한 곳에 위치 		
매장전경			

자료: 현지조사원(AEON MALL, 2019.3.1.), D&B hoover's

o Ito-Yokado

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 이온과 더불어 일본의 대표 유통 브랜드 - GMS가 운영하는 최대 규모의 인터넷 판매사이트 보유(약 10만 개의 상품 취급) - 의식주 관련 모든 상품을 높은 품질, 저렴한 가격으로 판매 중. 쇼핑하기 편리한 매장 및 서비스에 주력하여 고객의 풍족한 생활을 뒷받침하는 새로운 스타일의 GMS를 목표로 함 		
	본사 위치 8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-0084, Japan	설립연도 2006년 3월 1일	점포 수 (2018년 4월 말 기준) 166개
대표전화 03-6238-2111		홈페이지 http://www.itoyokado.co.jp	
세부사항	-관동 지방을 중심으로 21개 도시에 GMS의 형태로 분포 -해외에는 베이징에 5개, 쓰촨에 6개 점포 입점		
매장전경			

자료: 현지조사원(Ito-Yokado, 2019.3.2.), D&B Hoover's

o Maruetsu

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 관동지방에 분포한 Super Market 체인점 - 식료품 슈퍼마켓으로는 일본 최대 규모의 점포 수, 매출, 영업이익을 기록 		
<p>본사 위치</p>	<p>5-51-12, Higashiikebukuro, Toshima-ku, Tokyo, 170-8401, Japan</p>	<p>설립연도</p>	<p>1952년 6월 16일</p>
		<p>점포 수 (2018년 9월 기준)</p>	<p>295개</p>
<p>대표전화</p>	<p>03-3590-1110</p>	<p>홈페이지</p>	<p>http://www.maruetsu.co.jp/</p>
<p>세부사항</p>	<p>- 식료품 외에도 생활용품 등 다양한 상품을 구비한 슈퍼마켓인 '마루에츠'와 도심부를 중심으로 신선식품, 싱싱한 농수산물을 제공하는 도시형 슈퍼마켓인 '쁘띠 마루에츠'로 구성됨</p>		
<p>매장전경</p>			

자료: 현지조사원(Maruetsu, 2019.3.1.), D&B Hoover's

o Life

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


자료: 현지조사원(Life, 2019.3.1.), D&B hoover's

o CO-OP

기업 개요				
	- 일본생활협동조합연합회(Japanese Consumer's Co-operative Union, JCCU)가 운영하는 독자 브랜드 - 2017년 324개의 생협, 약 2,873만 명의 조합원, 3조 5,000억 엔의 총 사업비 규모를 지니고 일본 전역의 소비자에게 농업생산물을 저렴하게 유통하고 있음			
	본사 위치 〒150-8913 東京都澁谷區澁谷3-29-8 コーププラザ	설립연도 1951년 3월 20일		
		점포 수 (2017년 12월 기준)	324개	
대표전화	03-5778-8111	홈페이지	jccu.coop	
제품 관련 세부사항	- 가메다제과의 김으로 둘러싼 센베이 제품 판매 중			
매장전경				
				

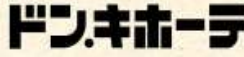


자료: 현지조사원(CO.OP, 2019.3.2.), D&B hoover's

o 산토쿠 슈퍼마켓(株式会社 三徳)

기업 개요				
	- 중소 슈퍼마켓이 모여 결성한 협동조합 형태의 CGC(Co-operative Grocery Chain) 내 브랜드 - 슈퍼마켓 체인 운영, 수산물, 농식품, 수입식품 등을 취급하며 신주쿠를 중심으로 한 도쿄 지역에서 운영되고 있음			
	본사 위치 東京都新宿區大久保2-1-1	설립연도 1949년 4월		
		점포 수 (2017년 12월 기준)	35개	
대표전화 03-3203-3111		홈페이지	santoku.co.jp	
매장전경				

자료: 현지조사원(CO.OP, 2019.3.1.), D&B hoover's

○ 주식회사돈키호테(株式会社ドン・キホーテ)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 주식회사 PPIH(Pan Pacific International Holdings) 그룹에 속한 자회사로 디스카운터 스토어 및 종합슈퍼(할인 양판점) - 식료품 및 주류, 화장품, 일용품, 의류품, 잡화, 레저용품, 인테리어용품, 가전제품, 액세서리 보석류, 브랜드품 등 점포에 따라 취급품목은 조금씩 다르지만 광범위한 분야의 물건을 저렴하게 취급하고 있음 - 관광객들을 겨냥한 상품들도 많으며, 외국인 직원의 고용률도 높음 - 중국 출점 예정 - 늦은 시간까지 영업을 하며 일부 점포는 24시간 영업 		
	본사 위치 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10	설립연도 1980년 8월	점포 수 (2018년 12월 기준) 325개
대표전화 03-5725-7532	홈페이지 www.donki.com		
제품 관련 세부사항	- 가메다제과의 김으로 둘러싼 센베이 제품 판매 중		
매장전경			

자료: 현지조사원(돈키호테, 2019.3.1.), D&B Hoover's

3) 편의점

□ 특징 및 현황

○ 특징

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

표 6.4 일본 주요 편의점 현황

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

자료: 2017년 5월 통계월보

○ 입점 절차

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

○ 조사대상 선정 기준

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

□ 주요 편의점 브랜드

o Seven-Eleven Japan Co., Ltd.

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 일본 내 최대 점포 수를 자랑하는 대표 편의점 - 점포당 평균 매출액 최대 - 다른 업체들과 협력해서 만든 PB상품이나 한정상품이 많은 편 	
본사 위치	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-0084, Japan	설립연도	1973년 11월
		점포 수 (2018년 1월 기준)	20,033점포
대표전화	03-6238-3746	홈페이지	www.sej.co.jp
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 이토요카도의 자회사로 이토요카도에서 세븐일레븐 PB상품을 흔히 볼 수 있음 - 전 세계적으로 점포 수가 가장 많은 체인점 - 16개국 6만여 개 점포 입점(2017년 3월 기준) 		
제품 관련 세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 자체 브랜드(PB상품) 제품인 노리텐을 판매 중 		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(세븐일레븐, 2019.3.3.), D&B Hoover's

o LAWSON, INC.

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

자료: 현지조사원(Lawson, 2019.3.1.), D&B Hoover's

o FamilyMart Co.,Ltd.

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 체인점 점포 수 2위 - 독자적 체인 시스템을 개발해 아시아 국가에 점포를 개설하고 그 나라 기업과 합병하는 방식으로 진출 	
본사 위치	17F, Higashiikebukuro Sanshain60, Toshima-ku, Tokyo, 170-6017, Japan	설립연도	1981년 8월 19일
		점포 수 (2018년 8월 기준)	16,720개
대표전화	03-3989-6600	홈페이지	www.family.co.jp
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 해외에는 대만이 3,258개로 가장 많고 중국 2,436개, 태국, 베트남, 미국 등에 현지 기업이나 합작 형태로 진출 - 한국에는 7,271개로 가장 많았으나 2017년 7월 라이선스 종료로 철수 		
제품 관련 세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 자체 브랜드(PB상품) 제품인 노리텐을 판매 중 		
매장전경			

자료: 현지조사원(FamilyMart, 2019.3.1.), D&B Hoover's

3) 드럭스토어

- o 높은 매출액과 많은 점포 수를 보유한 WELCIA, 츠루하, 마츠모토 키요시, 선드럭을 조사대상으로 선정

표 6.5 주요 드럭스토어 매출액 및 점포 수 현황(2018년 기준)

(단위: 백만 엔, %)

순위	브랜드명	매출액	전년 대비 성장률	점포 수
1	WELCIA 홀딩스	695,268	11.6	1,652
2	츠루하 홀딩스	673,238	16.7	1,931
3	코스모스 약품	557,999	11.0	912
4	마츠모토 키요시 홀딩스	538,408	4.3	1,604
5	스기 홀딩스	457,047	6.1	1,105
6	선드럭	400,019	5.0	861
7	Cocokara fine	388,482	3.7	1,322
8	카와치 약품	268,250	0.7	329
9	크리에이트SD 홀딩스	266,233	8.5	744
10	쿠스리노아오키 홀딩스	221,286	17.2	458

자료: 드럭스토어 내비게이션³³⁾

- o 웰시아(Welcia Yakkyoku Co., Ltd., ウェルシア薬局)

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 이온그룹 드럭스토어 - 2014년 3사를 합병해 지금의 웰시아 약국으로 변경 - 적극적인 M&A로 매출을 높이고 있음 - 점포들이 대체적으로 넓고 깔끔하며, 24시간 영업점 확대 중 - 드럭스토어 특성상 생필품, 식료품의 종류가 다양하지는 않음 	
본사 위치	〒101-0021 東京都千代田区外神田2-2-15 ウェルシアビル	설립연도	1974년 4월 19일
		점포 수	1,652개 (2018년 기준)
대표전화	03-5209-5672	홈페이지	www.welcia-yakkyoku.co.jp
매장전경			

자료: 현지조사원(Welcia, 2019.3.3.), D&B Hoover's

33) https://pcareer.m3.com/shokubanavi/feature_articles/53

o 츠루하(TSURUHA Drug, Inc., ツルハ ドラッグ)

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 웰시아와 동일하게 M&A로 매출 높이고 있음 - PB상품의 품질이 좋으며, 전체적으로 저렴하고 할인행사가 많음 - 주로 역 근처에 위치하고 있으며 점포는 대체적으로 작고 좁은 편 	
본사 위치	〒 065-0024 札幌市東區北24條東20丁目1-21	설립연도	1975년 5월
		점포 수	1,931개 (2018년 10월 기준)
대표전화	011-783-2754	홈페이지	www.tsuruha-hd.co.jp
매장전경	 		

자료: 현지조사원(Tsuruha, 2019.3.3.), D&B Hoover's

o 마츠모토 키요시(Matsumotokiyoshi Co., Ltd., マツモトキヨシ)

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 1995년 이래 계속 매출 1위를 기록하는 대표 드럭 스토어 브랜드지만 2017년부터 다른 경쟁사들의 합병전략에 밀려 점점 순위가 하락하고 있음(2017년 3위, 2018년 4위) 	
본사 위치	〒270-8501 千葉県松戸市新松戸東9番地1	설립연도	1954년 1월 8일
		점포 수	1,604개 (2018년 10월 기준)
대표전화	047-344-5111	홈페이지	www.matsukiyo.co.jp/
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 건강 기능을 강조하는 약국의 콘셉트로 점포에 체지방 측정 체중계 및 건강상담코너 등이 설치된 곳이 있음 - 외국인 고객을 늘리기 위한 전략으로, 호텔 내 점포를 내거나 면세 대응 점포를 늘리는 등의 서비스제공 중 - 중국인 관광객 전용 쿠폰을 발행하는 등의 전략으로 중국 고객 증가 		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(Matsumoto Kiyoshi, 2019.3.4.), D&B Hoover's

o 선드럭(Sundrug Co Ltd, 株式会社サンドラッグ)

기업 개요			
		- 가격면에서 마츠모토 키요시보다 저렴한 제품이 많이 구비되어 있는 것이 특징 - 매장 규모는 타 드럭스토어 브랜드 대비 작은 편 - 1점포 2라인 정책으로 한 개의 점포에接客·판매업무를 담당하는 판매라인과 상품·매장 관리를 담당하는 운영라인을 동시에 배치하여 운영하는 것이 특징	
		본사 위치 東京都府中市若松町1丁目38番地の1	설립연도 1965년 4월
대표전화 042-369-6211	점포 수 1,119개(2018년 4월 기준)	홈페이지 www.sundrug.co.jp	
매장전경			

자료: 현지조사원(Sundrug, 2019.3.3.), D&B Hoover's

4) 한인마트

○ 현황

- 현지 조사가 이루어진 도쿄 지역 내 한인마트는 코리아타운인 신오쿠보(新大久保) 지역에 분포
- 장터 한국광장, 총각네, 서울시장 세 곳의 한인마트가 소재함

그림 6.6 도쿄 내 코리아타운 신오쿠보(新大久保) 지역 내 한인마트



자료: Google 지도

o 장터 한국광장(韓国広場, Hiroba Korean Supermarket)

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 도쿄 내 가장 크고 오래된 한인마트 - 한국인 소비자들이 가장 많이 방문 - 세 곳의 한인마트 중 가장 넓고 한국 식료품도 제일 많이 구비 - 한국과 비슷한 가격대를 형성해 대체로 저렴 	
본사 위치	2Chome-31- 1 1 Kabukicho, Shinjuku-ku, Tokyo, 160-0021	설립연도	1992년
		점포 수 (2018년 8월 기준)	도쿄 1개 오사카 1개
대표전화	03-3232-9330	홈페이지	www.ehiroba.jp/hiroba/
매장전경			

자료: 현지조사원(2019.3.5.)

o 서울시장(ソウル市場, Seoul-Ichiba)

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 한국인보다 일본인 소비자 비중 높음 - 한국 신제품이 가장 빨리 입고됨 - 가격은 다른 한인마트에 비해 비싼 편 - 매장 입구에서 핫도그, 떡볶이, 김밥과 같은 한국 가판 조리음식을 판매하고 있으며 핫도그는 일본 소비자들에게 인기가 높아 항상 줄을 서서 대기 	
본사 위치	1Chome-16-15, Okubo, Shinjuku, Tokyo, 169-0072	설립연도	1997년 해피통신 인터넷 판매업체로 시작 2009년 오프라인 매장 개설
		점포 수 (2018년 8월 기준)	도쿄 1개
대표전화	03-3208-0979	홈페이지	seoul-ichiba.com/
제품 관련 세부사항	- 한국산 김스낵 제품 판매 중		
매장전경			
			

자료: 현지조사원(2019.3.5)

o 총각네(チョンガーネ, Chongane)

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 매장 입구쪽에는 한국 화장품 구비, 내부에 식료품 코너 위치 - 신제품이나 다양한 제품을 구비하기보다 인기 제품 위주로 판매 - 매장 내부가 깔끔한 편이며 젊은 손님들이 많이 찾는 한인마트 	
본사 위치	2Chome-1-2 Hyakunincho, Shinjuku, Tokyo, 169-0073	설립연도	2011년
		점포 수 (2018년 8월 기준)	도쿄 1개
대표전화	03-3205-3451	홈페이지	chongane.business.site
제품 관련 세부사항	- 한국산 김스낵 제품 판매 중		
매장전경			
			



자료: 현지조사원(2019.3.5)

3. 온라인 유통채널

□ 전자상거래 시장 현황

- 경제산업성의 'E-Commerce Market Survey for 2017'에 따르면 인터넷 식품 판매는 2015년 13조 엔(약 108억 달러), 2016년 14.5조 엔(약 132억 달러)를 기록하며 해마다 성장 중
 - 식품판매가 제일 많고 뒤이어 가전, 도서, 영화, 음악 순
 - 인터넷 쇼핑 회사들도 식음료 판매에 본격적으로 뛰어들었으며 특히 아마존은 2017년 4월 Amazon Fresh를 일본 내에 런칭해서 유통기한이 짧은 제품을 4시간 내로 배송하는 서비스 제공
- 주요 온라인 식품판매 사이트

표 6.6 일본 주요 식품 판매 사이트

웹사이트	특징
www.rakuten.co.jp 	- 일본 최대 인터넷 쇼핑몰 사이트이자 일본 IT 업계 중 최고의 지위 - 2018년 9월 2일 기준으로 4만 6,090개 점포와 제휴해 2억 6,000만 개의 제품을 판매 - E-commerce뿐만 아니라 광고, 미디어, 여행사, 디지털 콘텐츠, 통신, 에너지 등 인터넷 서비스 사업, 신용카드, 전자금융을 포함한 경제 서비스, 은행, 증권, FinTech 금융 사업과 같은 서비스 제공
shopping.yahoo.co.jp 	- 최근 급성장하는 인터넷 쇼핑사이트 - 2013년 10월 E-commerce revolution으로 급성장했으며 약 65만 개 점포와 제휴해 2억 8,000만 개의 상품 판매(2017년 12월 기준)

자료: 현지조사원

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Report Japan 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. 후지경제마케팅 리서치&컨설팅그룹(www.fuji-keizai.co.jp/market/18033.html)
3. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
4. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
5. International Trade Centre(www.trademap.org)
6. 통합무역정보서비스 TRADENAVI(www.tradenavi.or.kr)
7. 유로모니터(www.euromonitor.com)
8. 「2017 식품산업동태조사」, 일본 농림수산업성(www.maff.go.jp/j/zyukyu/jki/j_doutai/doutai_top.html)
9. 「가계조사」, 일본 총무성 통계국, 2018.6.8.
(www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200561&tstat=000000330001&cycle=7&year=20170&month=0&tclass1=000000330001&tclass2=000000330004&tclass3=000000330006)
10. 「무역통계」, 일본 재무성(www.customs.go.jp/tariff/2018_4/index.htm)
11. 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000144562.html)
12. 공익사단법인 일본수입식품안전추진협회(www.asif.or.jp/import2.html)
13. 「식품표시법 설명자료」, 일본 소비자청 식품표시기획과
(www.cao.go.jp/consumer/iinkai/2013/135/doc/135_131112_shiryu7-sankou4.pdf)
14. 「2018 상업통계」, 일본 경제산업성(www.meti.go.jp/statistics/tyo/syoudou/result/kakuho_2.html)
15. 「2014년 전국소비실태조사」, 일본 총무성 통계국(www.stat.go.jp/data/zensho/2014/pdf/gaiyo3.pdf)
16. 전일본과자협회 통계(www.eokashi.net/siryu/siryu08.html)
17. 드럭스토어 내비게이션(pcareer.m3.com/shokubanavi/feature_articles/53)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1901-17

품 목 : 김스낵(Laver Snack)

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 한국농수산물유통공사 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.