



2020

# 해외시장 맞춤조사

No. | 202009-14

품목 | 돈육 가공품(Processed Pork)

국가 | 일본(Japan)

구분 | 시장분석형

# Contents

I. 요약(Summary)	4
II. 시장규모(Market Size)	
1. 일본 돈육 가공품 시장규모	13
2. 일본 돈육 가공품 수출입 시장규모	14
3. 일본 돈육 가공품 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 일본 돈육 가공품, ‘햄 소시지’·‘선물’ 다수	23
2. 일본 스프레드 햄 인지도 낮은 편	24
3. 일본 소시지 특징, ‘이탈리아·독일’·‘기념일 마케팅’	25
4. 일본 육류 스프레드, 과실향 첨가하여 판매 돼	26
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 일본 돈육 가공품 유통구조	28
2. 일본 돈육 가공품 주요 유통업체	29
3. 일본 돈육 가공품 B2C 소매채널	31

# Contents

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 일본 돈육 가공품 인증 취득	52
2. 일본 돈육 가공품 사전 절차	54
3. 일본 돈육 가공품 라벨 심의	58
4. 일본 돈육 가공품 서류 준비	62
5. 일본 돈육 가공품 세금 납부	63
6. 일본 돈육 가공품 검역 심사 절차	65
7. 일본 관련 규제 정보	66

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 큐피(キューピー)	68
Interview ② 나쇼나루아자부(ナショナル麻布)	70
Interview ③ 프리마하무(プリマハム)	71
Interview ④ 니뽀하무(日本ハム)	72
Interview ⑤ 간사이공항검역소(関西空港検疫所)	74

## VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고문헌	81
--------	----

# I . 요약(Summary)

# Summary

## ▶ 주요 분석

		수치	전문가 인터뷰
<p>냉장보관 가공 적색육 (가공육 시장의 68%)</p>	<p>對한국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 0%)</p>	시장규모	가공육: 12조 5,996억 원 냉장보관 가공 적색육: 8조 5,629억 원
		수입규모	글로벌: 2,226억 원 한국: 0원
소비 시장규모		70세 이상 인구: 2,683만 3,000명 고령층 주섭취 육류: 소고기>돼지고기>닭고기 매출 상위 브랜드: 프리마햄, 마루다이, 샤에스	스프레드 햄 수요 높지 않으나 코로나19 이후 스프레드류 수요 증가세 - 소시지 수요는 일정하게 높은 편임

## ▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
<p>돈육 가공품 특징</p>	<p>소시지 특징</p>	돈육 가공품	햄: 1st / 2,118건 선물: 2nd / 1,801건
		소시지	햄: 1st / 60건 이탈리안: 4st / 171건
<p>스프레드 구매후기</p>		스프레드 구매후기	간: 1st / 10건 밀감: 4st / 4건

## ▶ 유통채널

	시장 점유율	전문가 인터뷰
<p>46.4% 33.3% 7.9% 6.9% 5.5%</p>	하이퍼마켓/슈퍼마켓: 46.4% 혼합 소매업체: 33.3% 비(非) 식료품점: 7.9% 편의점: 6.9% 기타: 5.5%	스프레드 햄, 서양식 레스토랑의 샐러드와 샌드위치, 편의점의 샌드위치 제조에 사용

## ▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰	
<p>Step 01 인증 취득 (HACCP 필수) → Step 02 사전 절차 (검역시행장 지정, 상대국 작업장 등록 필수) → Step 03 기업 등록 → Step 04 라벨 심의 → Step 05 서류 준비 → Step 06 선적/운송 → Step 07 통관 신고 → Step 08 세금 납부 (소시지 10%, 스프레드 햄 21.3%) → Step 09 검역 심사</p>	인증취득	필수: HACCP 선택: JAS, ISO22000	(-)	
	사전절차	필수: 검역시행장 지정 및 상대국 작업장 등록 선택: 사전등록, AEO 등록		
	라벨 표기사항	일본어 표기		
	서류 준비사항	원산지증명서 외 9개 항목		
	세금납부	기본관세율		10%(소시지) 25%(스프레드 햄)
		협정세율		10%(소시지) 21.3%(스프레드 햄)
		소비세		8% 또는 10%

- ▶Point 01. 일본 스프레드 햄 인지도 낮은 편이며 소시지는 꾸준히 수요 있는 제품
- ▶Point 02. 스프레드 햄 주로 샐러드, 샌드위치, 빵과 함께 섭취하며 주요 소비자는 일본 거주 서양인 또는 젊은 층
- ▶Point 03. HACCP 인증, 검역시행장 지정 및 상대국 작업장 등록 등 비교적 까다로운 통관/검역 절차 주의 필요함

# Market Size

(시장규모)

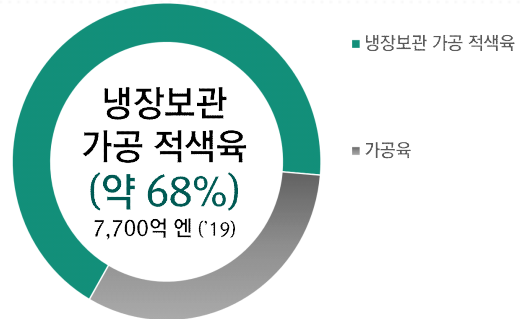
## 일본(Japan)

### 돈육 가공품 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(돼지고기) 및 보관형태(냉장보관)

- 일본 가공육(Processed Meat)<sup>1)</sup> 시장규모  
..... 1조 1,330억 엔('19)
- 일본 냉장보관 가공 적색육(Chilled Processed Red Meat)<sup>2)</sup> 시장규모  
..... **7,700억 엔('19)**

(\*) Euromonitor International

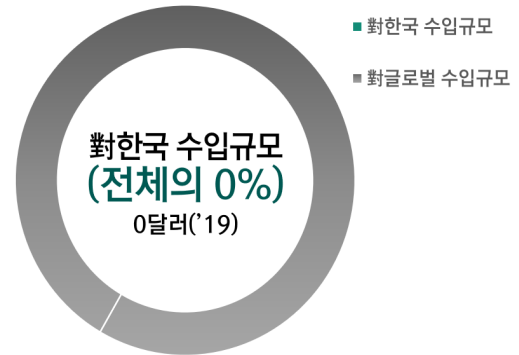


### 돈육 가공품 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(돼지고기) 및 종류(조제식료품)

- HS 1601.00<sup>3)</sup> '소시지나 그밖에 이와 유사한 물품 및 이를 기본재료로 한 조제식료품' 일본 對 글로벌 수입규모  
..... 1억 8,966만 8,000달러('19)
- HS 1601.00 '소시지나 그밖에 이와 유사한 물품 및 이를 기본재료로 한 조제식료품' 일본 對 한국 수입규모  
..... **0달러('19)**

(\*) International Trade Centre



### 돈육 가공품 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품인 '돈육 가공품'은 돼지고기를 재료로 한 조제식료품으로, 부드러운 식감과 보관 용이성을 장점으로 하여 노년층이 주요 소비자로 예상됨. 따라서 '일본 성별 및 연령대별 인구'와 '일본 고령층 육류 소비형태'를 조사함. 또한, 일본 시장의 전반적인 돈육 가공품 시장 현황 파악을 위하여 일본 '냉장보관 가공 적색육' 시장의 주요 기업 및 브랜드 점유율을 조사함

#### ① 일본 성별 및 연령대 별 인구('19)

10대	17%
20대	10%
30대	12%
40대	15%
50대	13%
60대	13%
70세 이상	21%

#### ② 일본 고령층 육류 소비형태('19)

소고기	31.0%
돼지고기	30.6%
닭고기	14.4%
햄	7.4%
소시지	6.3%
기타 신선육	3.1%
기타 가공육	2.8%

#### ③ 일본 냉장보관 가공 적색육 기업 규모('19) (\* 단위 십억 엔)

프리마미트팩커스	75
마루다이푸드	59
NH푸드스	53
이토함요네코	55
프라이빗 라벨	117
제네릭스	22
기타	389

(\*) 유로모니터(Euromonitor), 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 시니어라이프(Senior Life)

1) 가공육(Processed Meat): 상온, 냉장, 냉동보관 가능하도록 가공된 육류를 포괄함  
 2) 냉장보관 가공 적색육(Chilled Processed Red Meat): 소매점에서 판매되는 포장되지 않은 냉장보관 가능한 적색육을 포괄함  
 3) HS CODE 1601.00 : 조사제품 '돈육 가공품'은 돼지고기를 가공하여 만든 조제식료품임. 이에 제품의 원료(돼지고기) 및 종류(조제식료품)를 기반으로 '소시지나 그 밖에 이와 유사한 물품 및 이들 물품을 기본재료로 한 육류 조제식료품'에 해당하는 HS CODE 1601.00을 지표로 설정함.

# Market Trend

(시장트렌드)

## 일본 (Japan)

돈육 가공품 소비 실태 분석 결과

### 일본 '돈육 가공품' 주요 연관어 분석



일본 '돈육 가공품' 온라인 쇼핑물 리스트

연관어	발생량
햄	2,118
선물	1,801
소시지	1,126
호르몬야끼	590
베이컨	510
슬라이스	249
바비큐	196
냉장	166
햄버거	147
...	
<b>스프레드</b>	<b>3</b>

일본 온라인쇼핑물 돈육 가공품 3,027건 분석



일본 '소시지' 온라인 쇼핑물 리스트

연관어	발생량
햄	524
선물	472
고향	446
이탈리안	171
홋카이도	142
치즈	108
수제	100
독일	95
답례	82
가족 축하	72
프랭크소시지	70

일본 온라인쇼핑물 소시지 1,807건 분석

일본 돈육 가공품 특징

햄 2,118건  
선물 1,801건

햄, 소시지 빈출  
선물 목적 판매



햄 스프레드 특징

햄 스프레드 3건

햄 스프레드  
인지도 낮은 편



일본 소시지 특징

이탈리안 171건  
경로의 날 22건

수입 소시지 다수  
기념일 마케팅



육류 스프레드 소비 특징

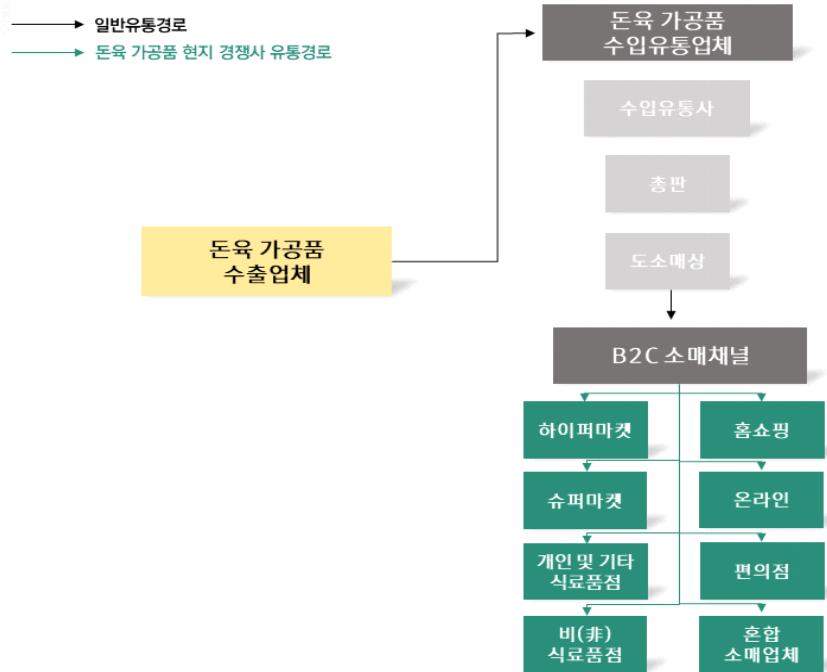
밀감 4건  
향 3건

밀감 첨가 선호  
향 부담은 적은 편



# Distribution Channel

## (유통채널)



### 일본(Japan)

#### 돈육 가공품 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>4)5)</sup>	주요 채널 <sup>6)</sup>
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	46.4%	라이프(Life), 이토요카도(Ito-Yokado), 맥스밸류(MaxValu), 마루에츠(Maruetsu)
	혼합 소매업체 <sup>7)</sup>	33.3%	다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠코시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan)
	비(非) 식료품점 <sup>8)</sup>	7.9%	마쓰모토키요시(Matsumoto Kiyoshi), 선드러그(サンドラッグ), 웰시아(Welcia)
	편의점 <sup>9)</sup>	6.9%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	온라인	2.4%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten)
	홈쇼핑	2.3%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 큐브이씨(QVC)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>10)</sup>	0.8%	장터, 서울장터, 총각네

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

- 4) 2020년 기준, 일본 내 '가공육 및 해산물(Processed Meat and Seafood)'의 유통채널 점유율임
- 5) '돈육 가공품'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '가공육 및 해산물(Processed Meat and Seafood)'의 정보를 확인함
- 6) 채널 분류에 따른 일본 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨
- 7) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점, 할인점을 포괄함
- 8) 본 보고서에서 비(非) 식료품 전문점은 드러그스토어(H&B), 약국 등을 포괄함
- 9) 본 보고서에서 편의점은 주유소 매점을 포함함
- 10) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 한인마트를 포함함



# Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>돈육 가공품 강제 인증 有</b></li> <li>- HACCP 인증 획득 필요</li> </ul>	(* <b>일본 후생노동성</b> ) - 문의처 : <a href="http://www.mhlw.go.jp">www.mhlw.go.jp</a> (* <b>일본 농림수산성</b> ) - 문의처 : <a href="http://www.maff.go.jp">www.maff.go.jp</a>
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>수출 전 사전 절차 필요</b></li> <li>- 가공식품 사전등록 가능</li> <li>- 사전 AEO 등록 인정</li> </ul>	(* <b>일본 후생노동성</b> ) - 문의처 : <a href="http://www.mhlw.go.jp">www.mhlw.go.jp</a> (* <b>일본 농림수산성</b> ) - 문의처 : <a href="http://www.maff.go.jp">www.maff.go.jp</a>
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>라벨 표기사항</b></li> <li>- 별도 심의 사항 없음</li> <li>- 일본 식품표기법 규정 준수</li> </ul>	(* <b>일본 후생노동성</b> ) - 食品表示法(식품표기법) - 문의처 : <a href="http://www.mhlw.go.jp">www.mhlw.go.jp</a>
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반 서류</li> <li>• 원산지 증명서</li> </ul>	(* <b>일본 관세청</b> ) - 문의처 : <a href="http://www.customs.go.jp">www.customs.go.jp</a>
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포워딩 업체 섭외</li> </ul>	(-)
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입신고</li> <li>- 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청</li> <li>- 수입신고서(C-5020), 상업송장 등</li> </ul>	(* <b>일본 관세청</b> ) - 문의처 : <a href="http://www.customs.go.jp">www.customs.go.jp</a>
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소시지 HS CODE 1601.00-000, 스프레드 햄 HS CODE 1602.90-210</li> <li>• 소시지 협정세율 10%, 스프레드 햄 협정세율 21.3%</li> <li>• WTO 협정세율 적용</li> </ul>	(* <b>일본 관세청</b> ) - 문의처 : <a href="http://www.customs.go.jp">www.customs.go.jp</a>
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 심사</li> <li>• 제품 검사</li> <li>- 제품, 통관 이력 등에 대한 심사결과, 후생노동성이 정한 규정에 따라 검사 진행</li> </ul>	(* <b>일본 후생노동성</b> ) - 문의처 : <a href="http://www.mhlw.go.jp">www.mhlw.go.jp</a> (* <b>일본 관세청</b> ) - 문의처 : <a href="http://www.customs.go.jp">www.customs.go.jp</a>

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Demand and Strategy



- 인터뷰 기업 : 큐피  
(キューピー)  
제조 및 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Sato  
(Sales Department)

### 코로나19로 잼이나 스프레드의 수요 증가

코로나19로 인해 집에서 근무하는 직장인이 많이 생기면서, 평소에 바쁜 출근 시간으로 인해 아침을 거르던 소비자들도 식사를 챙겨 먹는 경우가 늘어났습니다. 이로 인해, 아침 식사용으로 많이 사용되는 잼이나 스프레드의 수요도 증가하였습니다.

### 스프레드 햄의 타깃층을 고령층으로 설정하는 것은 부적절

일본에서 스프레드 햄의 타깃층을 고령층으로 설정하는 것은 추천하지 않습니다. 특히 일본에서는 고령층의 육류 소비량이 적으며, 육류를 소비하더라도 가공육류보다는 신선육류를 선호하며 건강상의 이유로 아예 먹지 못하는 소비자들도 있습니다.

## Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 나쇼나루아자부  
(ナショナル麻布)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Tanaka  
(Manager)

### 일본 내 스프레드 햄의 수요는 낮음

사실 일본에서 스프레드 햄의 수요는 높지 않습니다. 주로 빵에 그대로 발라서 먹거나, 샌드위치에 넣어 먹습니다. 또한, 샐러드 드레싱으로도 사용되는데, 특히 채소 샐러드에 맛을 추가하고 싶을 때 좋습니다.

### 스프레드 햄은 편의점 샌드위치에 주로 사용, 단맛 제품이 더 수요가 높음

스프레드 햄은 주로 편의점 샌드위치에 많이 사용되는데, 최근에는 편의점 샌드위치의 종류도 다양해져 수요는 점점 줄고 있습니다. 그러나 잼이나 페이스트의 경우, 단맛이 있는 제품은 어느 정도 수요가 있을 것으로 예상됩니다.

## Market Consumption and Preference



- 인터뷰 기업 : 프리마하무  
(プリマハム)  
제조 및 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Nakamura  
(Manager)

### 육류 가공품 소비량 햄 > 베이컨 > 소시지 순

2019년 일본 통계청(Statistics Bureau)의 육류 가공품 소비 트렌드 조사에 따르면, 소비량 1위는 햄, 2위는 베이컨, 3위는 소시지입니다. 소시지는 지역별로 큰 차이 없이 전반적으로 균일하게 소비되고 있습니다.

### 무화학물질, 돼지고기 100%, 식감이 좋은 제품이 인기

최근 건강에 대한 인식이 상승하면서, 화학제품이 첨가되지 않은 제품이 인기를 끌고 있습니다. 또한, 돼지고기 100% 제품이나, 플레이버가 포함된 제품의 선호도도 높습니다. 소비자들은 소시지 구매 시 식감을 중요시합니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Demand and Customer



- 인터뷰 기업 : 니뽀하무  
(日本ハム)  
제조 및 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Matsumoto  
(Manager)

### 소시지의 수요 높음, 주요 소비자는 아이들

일본 내 소시지는 수요가 일정하게 높은 편이며 아이들이 주로 먹습니다. 특히 작은 크기의 비엔나 소시지가 아이들 도시락에 매우 자주 사용됩니다. 그러므로 아이들도 먹을 수 있도록 나트륨 함량이 너무 높지 않아야 합니다.

### 스프레드 햄보다는 무항생제 소시지가 더 시장성 有

한국산 돈육 가공품 수출 시, 무항생제 제품이라는 것을 증명한다면 시장성이 있을 것으로 예상됩니다. 스프레드 햄보다는 소시지의 수요가 높기 때문에 일본 진출 시 A사의 스프레드 햄 제품보다는 소시지가 판매 가능성이 비교적 큼니다.

## Market Barrier and Regulation



- 인터뷰 기업 : 간사이공항검역소  
(関西空港検疫所)
- 인터뷰 담당자 : Mr. Tmayama  
(Consultant)

### 돈육 가공품의 품목에 따라 검역 절차 상이, 열처리 여부 중요

돈육 가공품의 수입 검역 원산지과 제품 품목별로 수입이 가능한지 검사하며 품목에 따라 검역 절차가 상이합니다. 또한, 일본의 식품 규격을 따랐는지 확인해야 하며, 식육 제품의 경우 열처리 여부가 매우 중요합니다.

### 수입 전 검역소에서 사전 수입 상담 가능

수입업체는 수입 전에 수입 상담을 받을 수 있는데, 수입 시 필요한 수입신고서, 위생 검역 증명서, 원재료성분표, 제조공정표를 구비하여 통관을 진행할 검역소에 수입 전 신청하면 됩니다.

## II. 시장규모(Market Size)

1. 일본 돈육 가공품 시장규모
2. 일본 돈육 가공품 수출입 시장규모
3. 일본 돈육 가공품 소비 시장규모

## 1. 일본 돈육 가공품 시장규모

조사 시장: 조사제품 '돈육 가공품'은 돼지고기를 가공하여 만들어졌고, 냉장 보관 가능하게 포장되어 만들어진 제품임. 이에 제품의 원료(돼지고기), 보관형태(냉장보관)를 기준으로 '냉장보관 가공 적색육' 과 상위품목인 '가공육' 시장규모를 조사함

### 일본 국가 일반 정보<sup>13)</sup>

면적	37.8만km <sup>2</sup>
인구	1억 2,626만 명
GDP	5조 818억 달러
GDP (1인당)	4만 247달러

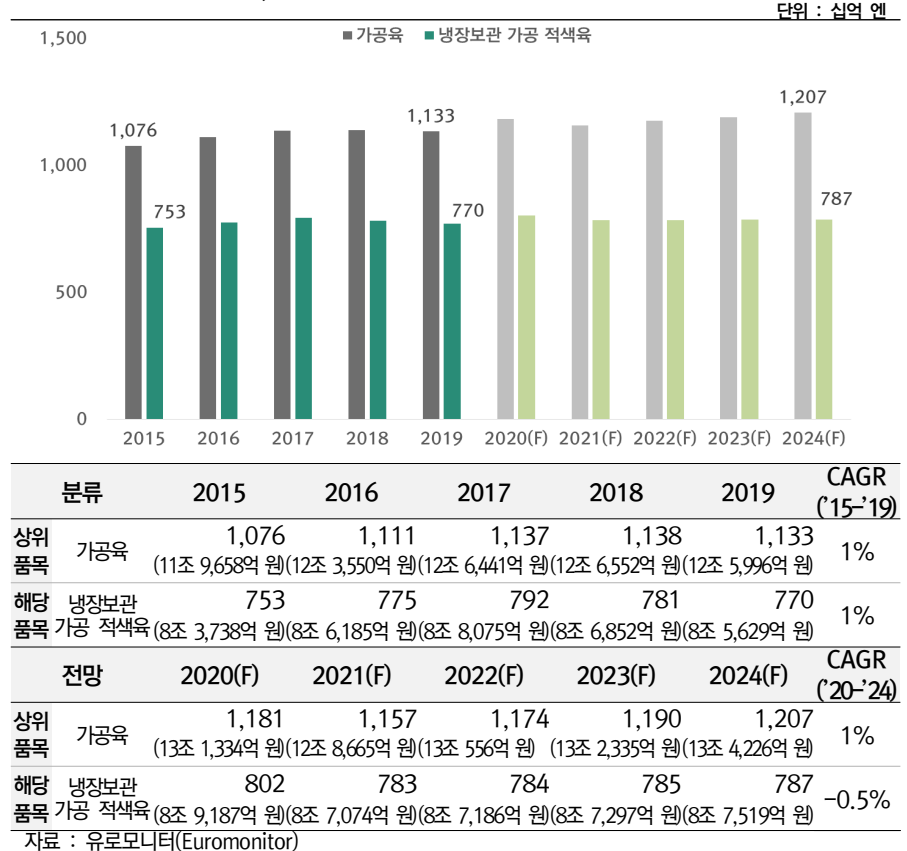
#### ▶ 2015-2019년, 일본 '가공육' 시장규모, 연평균성장률 1%

지난 5년(2015-2019년)간 일본의 '가공육' 시장규모는 연평균 1%의 성장률을 보이며 2019년 1조 1,330억 엔을 기록함. 동기간 '냉장보관 가공 적색육' 시장규모는 연평균 1% 증가하여 2019년 7,700억 엔을 기록함

#### ▶ 2020-2024년, 일본 '냉장보관 가공 적색육' 시장규모, 연평균 0.5% 감소 예상

향후 5년(2020-2024년)간 일본 '냉장보관 가공 적색육' 시장규모는 연평균 0.5% 감소하여 2024년에는 7,870억 엔을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 일본의 '가공육' 시장규모는 연평균 1%의 성장률을 보이며 2024년 1조 2,070억 엔을 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] 일본 '가공육', '냉장보관 가공 적색육' 시장규모<sup>11)12)</sup>



11) 100엔=1,120.6원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

13) 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr)

## 2. 일본 돈육 가공품 수출입 시장규모

HS CODE 1601.00: 조사제품 ‘돈육 가공품’은 돼지고기를 가공하여 만든 조제식료품임. 이에 제품의 원료(돼지고기) 및 종류(조제식료품)를 기준으로 ‘소시지나 그밖의 이와 유사한 물품과 이들 물품을 기본 재료로 한 육류 조제식료품’에 해당하는 HS CODE 1601.00을 지표로 선정함

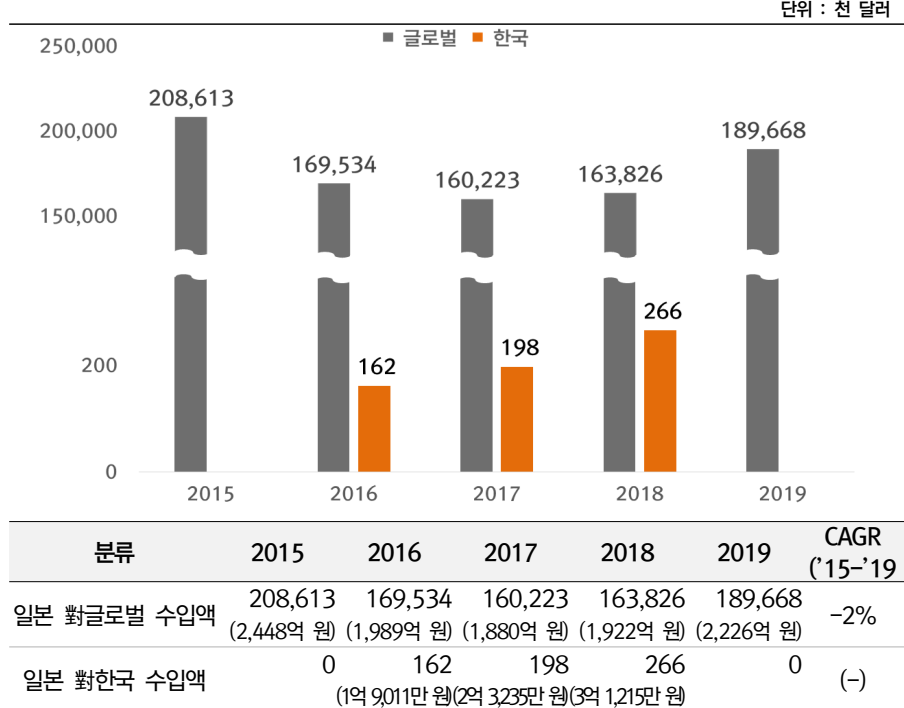
### ▶ 2015-2019년, 일본 對글로벌 수입액 연평균 2% 감소세

일본 HS CODE 1601.00 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 2%의 감소세를 보이면서 2019년 약 1억 8,967만 달러를 기록함. 일본의 HS CODE 1601.00 품목 수입상대국 1위는 미국으로 확인되며 2019년 기준 일본 전체 수입액의 약 28%인 5,371만 6,000달러(약 630억 원)를 차지함

### ▶ 2016-2018년, 일본 對한국 수입액 연평균성장률 28%

일본 HS CODE 1601.00 품목의 對한국 수입액은 2016-2018년 연평균 28% 증가하여 2018년 266만 6,000달러를 기록함. 2015년 전무하던 對한국 수입액은 2016년부터 2018년까지 증가하였으나, 2019년 한국의 아프리카돼지열병(ASF) 발병 등의 이유로 다시 0달러를 기록함<sup>14)</sup>

[표 2.2] 일본 HS CODE 1601.00 수입 규모<sup>15)16)</sup>



자료 : ITC Trade Map, HS CODE 2101.20 기준

14) 연합뉴스, 「[AsiaNet] 일본, 한국에 대해 더욱 엄격한 동물 격리 조치 취해», 2019.09.26

15) 1달러=1,173.50원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### 3. 일본 돈육 가공품 소비 시장규모

#### 1) 일본 성별 및 연령대별 인구

조사제품인 ‘돈육 가공품’은 돼지고기를 재료로 한 조제식품으로, 부드러운 식감과 보관 용이성을 장점으로 하여 노년층이 주요 소비자로 예상됨. 따라서 ‘일본 성별 및 연령대별 인구’와 ‘일본 고령층 육류 소비형태’를 조사함

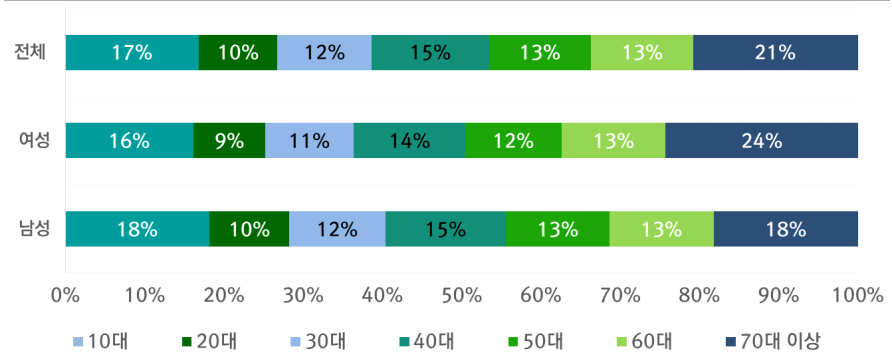
#### ▶ 2019년 일본인 중 70세 이상 인구, 전체의 21%

UN 경제사회국의 조사에 따르면 2019년 일본의 총 인구는 1억 2,686만 명임. 남녀 성비는 거의 균등하며 남성은 전체인구의 약 49%인 6,195만 명이며, 여성은 전체인구의 약 51%인 6,491만 명임. 일본은 초고령사회 국가로 70세 이상 인구가 전체 인구의 21%인 2,683만 3,000명에 달함. 70대 이상 인구 중 여성이 남성보다 434만 7,000명 많은 것으로 확인됨. 여성인구의 24%인 1,559만 명, 남성인구의 18%인 1,124만 명이 70대 이상 인구임

최근 코로나 사태의 여파로 일본 고령층들의 온라인 구매가 확산되는 조짐이 있음. 마이니치(Mainichi)의 보도에 따르면, 일본인 1,000만 명을 대상으로 한 조사에서 70대의 온라인 카드 결제 횟수는 전년 동 기간 대비 9.5% 증가했음. 오프라인 결제에서는 방문횟수를 줄이고 대량구매를 하는 경향이 나타남. 같은 조사에서 슈퍼마켓에서의 결제횟수는 3.4% 감소했으나 결제금액은 6.5% 증가함<sup>17)</sup>

[표 2.3] 2019년 일본 연령 및 성별 인구수<sup>18)</sup>

단위 : 천 명, %



연령대	전체(천 명)	비율(%)	여성(천 명)	비율(%)	남성(천 명)	비율(%)
10대	21,701	17%	10,562	16%	11,140	18%
20대	12,268	10%	5,980	9%	6,288	10%
30대	14,763	12%	7,216	11%	7,547	12%
40대	18,754	15%	9,220	14%	9,534	15%
50대	16,223	13%	8,057	12%	8,166	13%
60대	16,318	13%	8,286	13%	8,032	13%
70세 이상	26,833	21%	15,590	24%	11,243	18%

자료 : UN 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

17) 마이니치(Mainichi), 「Elderly in Japan making more online purchases after virus outbreak: credit card data」, 2020

2) 일본 고령층 육류 소비형태

일본 70대 가구당 식료품 지출 품목

단위 : 엔

제조업체	소비량	비율(%)
외식	8,567	13.6
야채	8,555	13.6
조리식품	8,247	13.1
어류	6,400	10.2
육류	5,128	8.2
과자	5,046	8.0
곡물	4,950	7.9
과일	3,852	6.1
음료	3,395	5.4
우유, 계란	3,191	5.1
유지, 조미료	2,940	4.7
주류	2,604	4.1

자료:시니어라이프(Senior Life)

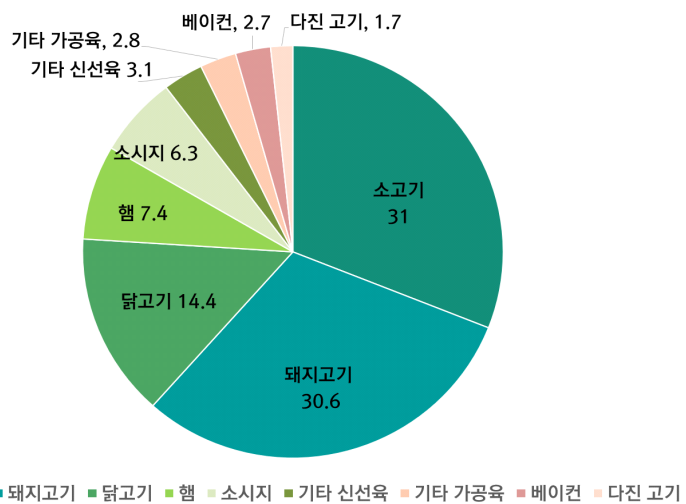
▶ 70세 이상 일본인의 육류 지출품목 중, 소고기가 31%로 1위

시니어라이프(Senior Life)<sup>19)</sup>에 보도된 일본 총무성(総務省)의 조사에 따르면, 일본의 70대는 식료품에 6만 2,845엔(약 70만 원)을 지출하며 그 중 육류에 8.2%인 5,128엔(약 5만 7,000원)을 지출함. 가구 당 육류구매를 위한 지출의 품목을 살펴보면, 소고기가 1,592엔(1만 7,704원)으로 31%를 기록하며 1위를 차지함. 근소한 차이로 돼지고기에 30.6%인 1,568엔(1만 7,437원)을 지출하는 것으로 조사됨

전통적인 수산강국으로 알려진 일본이지만 육류에 대한 선호는 지속적으로 증가하고 있음. 캐나다 농림부에 따르면, 일본의 급속한 고령화와 인구 감소에도 불구하고, 일본 육류 산업은 식단의 지속적인 서구화와 생선에 비해 간편한 조리법 및 저렴한 가격으로 인해 매출이 증가하고 있음. 특히 기성세대는 나이가 들면서 단백질 섭취를 늘려 건강을 유지하고자 함<sup>20)</sup>

[표 2.4] 세대주 연령이 70대 이상인 가구당 월별 식료품 지출

단위 : %



비고	소고기	돼지고기	닭고기	햄	소시지	기타 신선육	기타 가공육	베이컨	다진 고기
소비량 (엔)	1,592	1,568	740	379	322	157	144	138	88
비율 (%)	31.0	30.6	14.4	7.4	6.3	3.1	2.8	2.7	1.7

자료 : 시니어라이프(Senior Life)

18) 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019

19) 시니어라이프(Senior Life), 「総務省統計局より発表される『消費動向指数』を元に、具体的な数字を交えてながらシニアマーケットについて、テーマ別にご紹介します」, 2020



### 3) 일본 냉장보관 가공 적색육 기업 규모

일본 시장의 전반적인 돈육 가공품 시장 현황 파악을 위하여 일본 '냉장보관 가공 적색육' 시장의 주요 기업 및 브랜드 점유율을 조사함

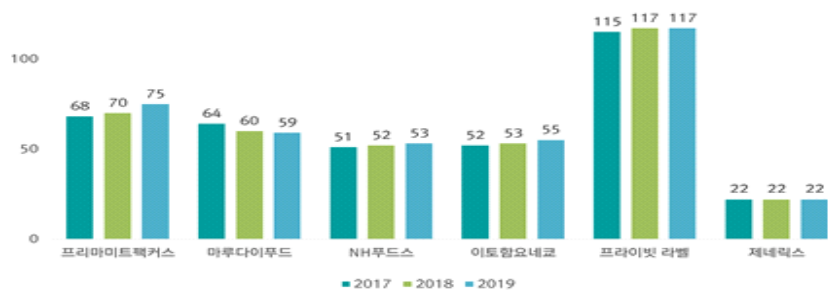
#### ▶ 프리마미트팩커스, 2019년 일본 냉장보관 가공 적색육 시장 매출 1위

유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 2019년 7,700억 엔(8조 5,629억 원) 규모의 일본의 냉장보관 가공 적색육 시장에서 프리마미트팩커스가 연매출 750억 엔(약 8,340억 원)을 기록하여 1위를 차지함. 프리마미트팩커스의 주요 브랜드는 '프리마햄'임. 뒤를 이어 마루다이푸드가 590억 엔(약 6,561억 원)의 매출을 기록하며 2위를 차지함. 마루다이는 튀김가공육 등 반조리제품이 대표적임. 3위는 550억 엔(약 6,116억 원)의 매출을 올린 이토함요네코가 차지함. 아사노프레시와 알트바이언이라는 브랜드를 소유하고 있음. 이어서 NH푸드가 530억 엔(약 5,894억 원)의 매출을 기록하며 4위를 차지함. 일본에서 인기있는 소시지인 사에슨을 생산함<sup>21)</sup>

일본 가공육의 포장 당 무게는 낮아지고 있는 추세임. 닛케이(Nikkei)의 조사에 따르면 일본 내 고령화의 진행으로 인해 가구 당 인구는 2006년 2.6명에서 2019년 2.2명으로 감소하며 소형 식료품의 수요가 증가함. 이에 제조업체들은 가격은 유지하며 제품무게를 줄이는 경향을 보임. 이에 2020년까지 물가는 4% 증가했지만, 중량 감소분을 계산하면 실질적인 물가상승률은 11%로 조사됨<sup>22)</sup>

[표 2.5] 일본 냉장보관 가공 적색육 기업 규모 (2017-2019년)

단위 : 십억 엔



회사명	영문명	브랜드(대표제품)	2017	2018	2019
프리마미트팩커스	Prima Meat Packers	프리마햄(햄)	68	70	75
마루다이푸드	Marudai Food	마루다이(햄 및 튀김가공육)	64	60	59
NH푸드는	NH Foods	사에슨(소시지), 모리노카오리	51	52	53
이토함요네코	Itoham Yonekyu	아사노프레시, 알트바이언(조리용 가공육)	52	53	55
프라이빗 라벨	Private Label	-	115	117	117
제네릭스	Generics	제네릭스(조리용 가공육)	22	22	22
기 타	Others	-	419	408	389

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

20) 캐나다 정부(Government of Canada) 「Sector Trend Analysis - Meat trends in Japan」, 2020

21) 유로모니터(Euromonitor)

22) 닛케이(Nikkei), 「Portion sizes shrink in aging Japan as 'real' food prices rise」, 2020

### Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 일본 돈육 가공품, ‘햄 소시지’·‘선물’ 다수
2. 일본 스프레드 햄 인지도 낮은 편
3. 일본 소시지 특징, ‘이탈리아·독일’·‘기념일 마케팅’
4. 일본 육류 스프레드, 과실향 첨가하여 판매 돼

## 데이터 분석 프로세스

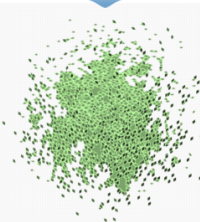
### ○ 데이터 분석 요약

#### 데이터 수집 소스원



(일본 매체 12개)

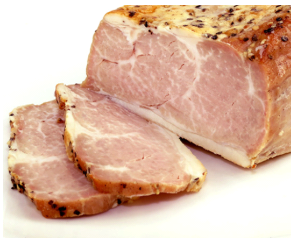
농식품  
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집  
25,231건

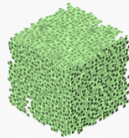
- ① 일본 돈육 가공품 관련 기사 데이터 수집(\*)
  - 수집원 : 일본 온라인 쇼핑몰, 언론매체, 커뮤니티
- ② 일본 돈육 가공품 관련 소비자 데이터 수집(\*)
  - 수집원 : Rakuten(www.rakuten.co.jp)
  - Amazon(www.amazon.co.jp)
  - The Japan Times(www.japantimes.co.jp)

#### 데이터 분류 키워드집



(돈육 가공품 연관 키워드집)

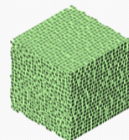
돈육 가공품, 햄  
(검색어)



데이터 정제  
4,867건

- ① 수집 데이터 정의
  - 수집 키워드 : 돈육 가공품(豚肉加工品), 햄(ハム)
- ② 수집 데이터 정제
  - 정제 데이터 추출 : 돈육 가공품 관련 데이터 4,867건 추출

연관어 분석  
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석  
일본 돈육 가공품  
소비 실태 분석

- ① 데이터 분석 배경 및 목적
  - 일본 돈육 가공품 소비 실태 분석
- ② 데이터 분석 기법 선정
  - 키워드 분석
  - 돈육 가공품 관련 키워드집 구축(\*\*)
  - 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(\*\*\*)
- ③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
  - 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

#### 데이터 분석 (연관어 분석)

1) 데이터 수집

●

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.10
수집 데이터	25,231건

데이터 정제

정제 키워드	돈육 가공품 (豚肉加工品) 햄(ハム)
정제 데이터	4,867건

○ 데이터 수집

- 일본 돈육 가공품 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 일본 언론 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Rakuten	www.rakuten.co.jp	온라인쇼핑몰
02	Amazon	www.amazon.co.jp	온라인쇼핑몰
03	Qoo10	www.qoo10.co.jp	온라인쇼핑몰
04	The Japan Times	www.japantimes.co.jp	뉴스매체
05	Blippo	www.blippo.com	뉴스매체
06	Matsukiyo	www.matsukiyo.co.jp	뉴스매체
07	Peachy	news.livedoor.com	뉴스매체
08	Oggi	oggi.jp	뉴스매체
09	Gurutabi.ganvi	gurutabi.gnavi.co.jp	뉴스매체
10	The Sankei News	www.sankei.com	뉴스매체
11	HugKum	hugkum.sho.jp	뉴스매체
12	GQJapan	www.gqjapan.jp	뉴스매체

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 돈육 가공품 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 일본 돈육 가공품 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰 돈육 가공품 특징		현지 온라인 쇼핑몰 소시지 특징		현지 뉴스매체 돈육 가공품 이슈	
키워드 ①	선물 세트	키워드 ①	수입산 소시지	키워드 ①	아프리카돼지열병
키워드 ②	소시지·햄	키워드 ②	기념일 마케팅	키워드 ②	코로나19 타격
키워드 ③	베이컨	키워드 ③	선물	키워드 ③	공급 부족 문제
키워드 ④	불고기	키워드 ④	수제 소시지	키워드 ④	비접촉 판매

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 돈육 가공품 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 일본 돈육 가공품 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>	
참여 기업	한국 참여기업 사용 키워드		의미	일본어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	돈육 가공품	돈육 가공품	豚肉加工品	0	0
			돼지고기	豚肉	0	0
스프레드 햄	ハムスプレッド		0	0		
햄	ハム		0	0		
소시지	ソーセージ			0		
호르몬야끼	ホルモン			0		
베이컨	ベーコン			0		
불고기	焼肉			0		
바베큐	バーベキュー			0		
살라미	サラミ			0		
스테이크	ステーキ			0		
곱창	モツ			0		
소시지	소시지		ソーセージ		0	
	이탈리아		ウィンナー		0	
	프랑크		フランク		0	
	비엔나		ウィンナ		0	
	독일		ドイツ		0	
	홋카이도		北海道		0	
	훈제		燻製		0	
	냉동	冷凍		0		
	수제	手作り		0		
	천연	天然		0		
	미니	ミニ		0		
한정	限定		0			
선물	ギフト		0			
고향	ふるさと		0			

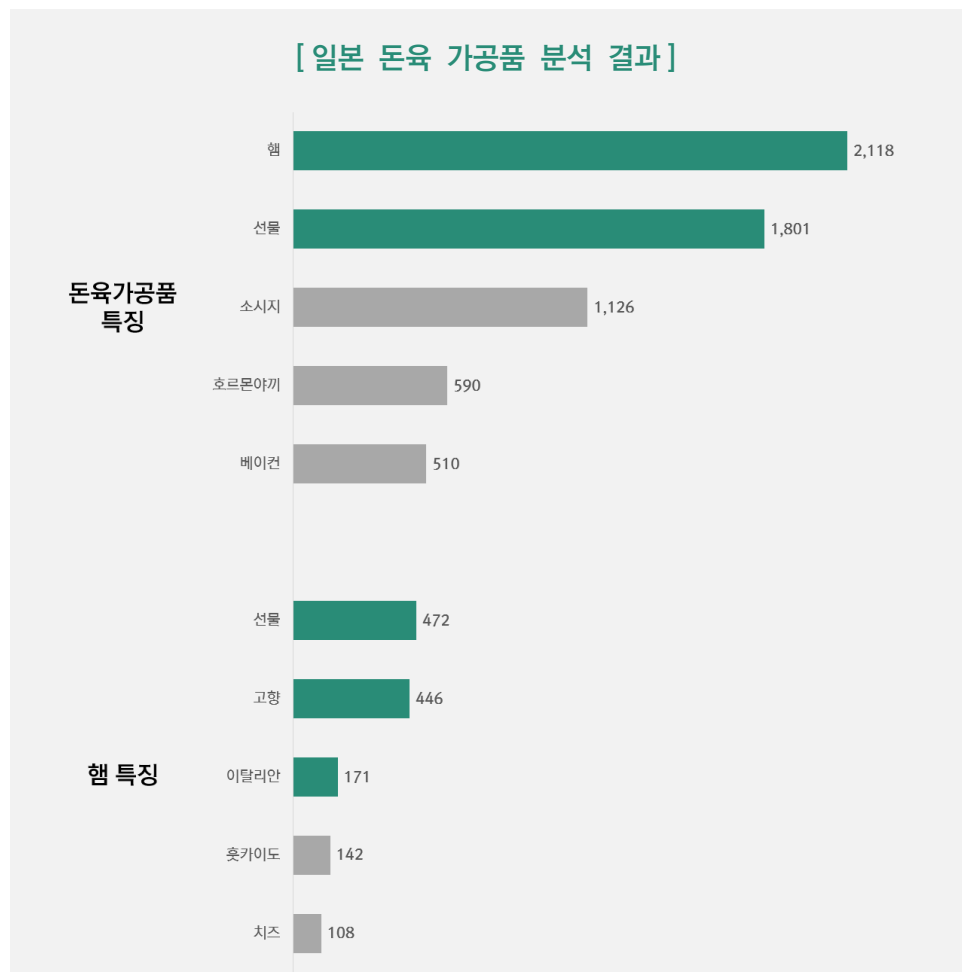
## 빅데이터 분석 프로세스

### ○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 일본 소비자의 돈육 가공품 소비 실태 분석
- ① 일본 인기 돈육 가공품 유형 및 특징
- ② 일본 인기 스프레드 햄 수요 및 유형
- ③ 일본 인기 소시지 유형 및 특징
- ④ 일본 육류 스프레드 소비 특징

### ○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석
- ① 온라인 쇼핑몰 ‘돈육 가공품’ 키워드 분석
- ② 온라인 쇼핑몰 ‘스프레드 햄’ 키워드 분석
- ③ 온라인 쇼핑몰 ‘소시지’ 키워드 분석
- ④ 온라인 구매후기 ‘육류 스프레드’ 키워드 분석



## 1. 일본 돈육 가공품, ‘햄 소시지’·‘선물’ 다수

### ▶ 일본 돈육 가공품, 햄 및 소시지 다수 판매

일본 온라인쇼핑몰을 통해 판매되는 돈육 가공품을 분석했을 때 일상에서 쉽게 접할 수 있는 소시지, 햄, 베이컨 등이 다수 판매되고 있음을 확인함. 제품은 대부분 냉동, 대용량으로 판매되며 조리가 편리하고 보관이 용이하다는 점에서 만족도가 높음. 특히 온라인으로 돈육 가공품을 구매하는 경우 코로나19 이후로 외출이 부담스러운 소비자들의 비율이 증가하고 있음

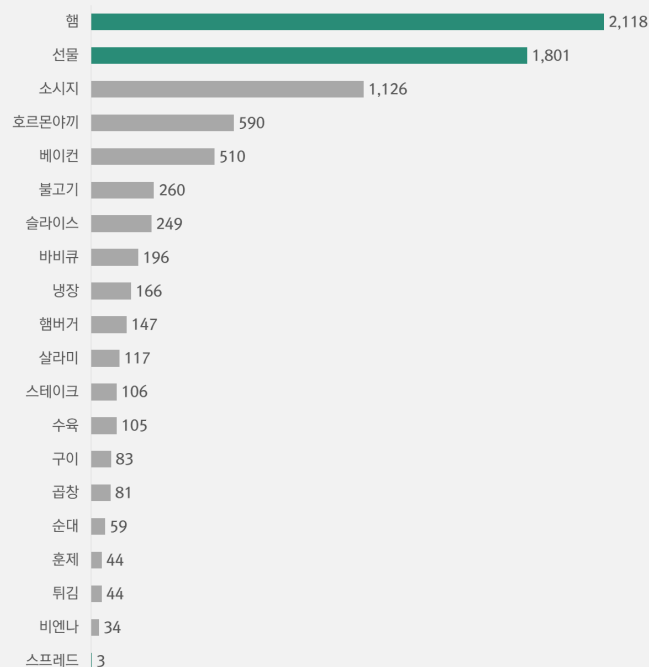
### ▶ 일본 돈육 가공품, 선물 목적으로 다수 거래

일본 온라인쇼핑몰에서 유통되는 돈육 가공품의 특징을 분석한 결과 가정에서의 조리 및 섭취뿐만 아니라 선물 목적으로 구매하는 경우가 많음. 일반적인 슬라이스 햄이나 소시지 이외에도 뼈 있는 소시지, 돼지 다리를 통째로 숙성시킨 햄, 이베리코 돼지고기 햄 등 특색 있고 가격이 높은 프리미엄 제품의 경우 선물용, 혹은 손님 대접 목적으로 구매하는 경우가 많음. 구매자들은 직장 상사, 부모님, 친구 등 다양한 이들에게 선물했으며 전반적으로 만족도가 높다는 후기를 남김

### ▶ 일본 돈육 가공품 특징

#### ① 햄·소시지 ② 선물 목적 판매

[표 3.4] 일본 온라인쇼핑몰, ‘돈육 가공품’ 특징



자료 : 일본 온라인쇼핑몰 ‘돈육 가공품’ 3,027건 분석

## 2. 일본 스프레드 햄 인지도 낮은 편

### ▶ 일본 스프레드 햄 시장 인지도 아직 낮은 편

일본 온라인쇼핑몰에서 유통되는 스프레드 햄 제품을 분석한 결과 일부 육류 및 해산물 스프레드는 확인되었으나 스프레드 햄은 거의 없음. 미국산 수입 제품인 데빌드 스프레드 햄과 일본 아오하타의 테린 돼지고기 스프레드가 2건 확인됨. 현재로서는 기타 스프레드 제품이나 돈육 가공식품에 비교했을 때 인지도가 낮으며 제품 다양성 역시 부족한 것으로 확인됨



### ▶ 일본 스프레드 햄, 빵에 바르는 용도

일본 온라인 매체에서 스프레드 햄 관련 키워드를 분석했을 때 스프레드 햄 레시피를 공유하는 웹사이트가 일부 확인됨. 주로 마요네즈와 마가린 혹은 버터와 함께 섭취하며 기호에 따라 야채, 크림치즈, 생크림 등을 넣어 먹기도 함. 스프레드 햄은 주로 토스트 빵이나 베이글에 발라먹는 용도로 사용되며 아이들 간식이나 안주로 소개되는 경우가 많음

### ▶ 일본 스프레드 햄 판매 현황

#### ① 인지도 낮은 편 ② 빵에 바르는 용도

[표 3.5] 일본 스프레드 햄 판매현황

이미지	제품명	가격 <sup>23)</sup>	특징
	언더우드 데빌드 스프레드 햄	496엔 (약 5,558원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>미국산 수입 제품으로 겨자 등 향신료를 넣은 돼지고기 햄 스프레드임</li> <li>크래커나 샌드위치에 사용하면 좋음</li> </ul>
	발라먹는 테린 국산 돼지고기 스프레드	348엔 (약 3,900원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 현자산 돼지고기를 넣은 스프레드로 빵에 발라먹는 제품임</li> <li>브랜드를 첨가하여 고기의 맛을 풍부하게 함</li> </ul>

자료 : 라쿠텐(Rakuten), 큐파이(KewPie)

23) 100엔=1,120.6원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



### 3. 일본 소시지 특징, ‘이탈리아·독일’·‘기념일 마케팅’

#### ▶ 이탈리아 및 독일산 소시지 많이 판매

일본 온라인쇼핑몰에서 판매량이 많은 소시지 제품 중에는 이탈리아, 독일 등에서 수입된 제품이 다수 확인되었음. 구매자들의 후기를 분석한 결과 가격이 높더라도 품질을 우선시하는 경향을 보였으며 대부분 맛에 대한 만족도가 높았음. 현지산 소시지로는 홋카이도 지역에서 제조한 제품의 인기가 많으며 제조 지역 이외에는 ‘수제’, ‘치즈’, ‘천연’ 등 제품 성분에 관련된 키워드가 빈출함

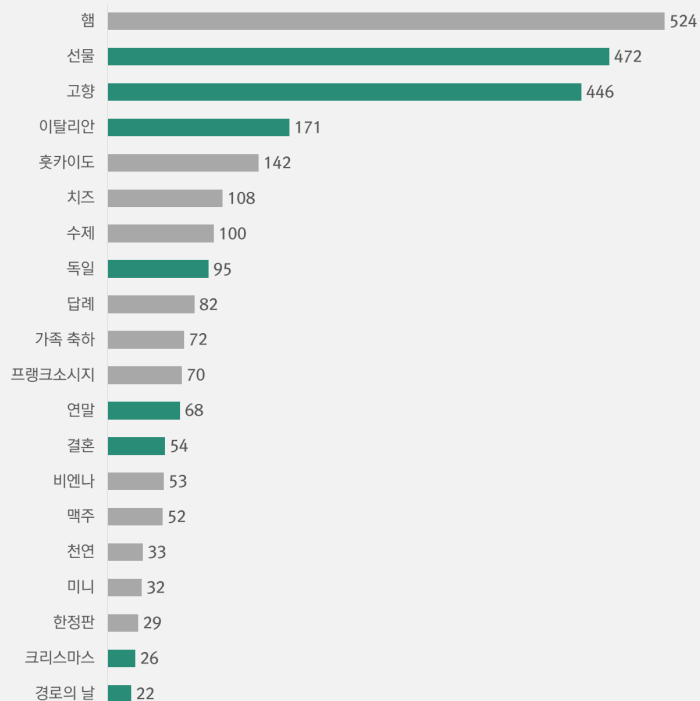
#### ▶ ‘크리스마스’, ‘결혼기념일’, ‘경로의 날’ 등 기념일 키워드 다

일본 온라인쇼핑몰에서 판매되는 소시지 제품의 분석 키워드로 빈출한 기타 키워드로는 ‘크리스마스’, ‘결혼기념일’ 등 특별한 날을 맞아 제품을 구매하는 경우가 많은 것을 확인함. 소시지 제품을 구매한 소비자 후기를 확인한 결과 ‘연말 파티에 맥주와 함께 즐기기 위해 구매했다’, ‘크리스마스에 와인과 함께 즐겼는데 만족스럽다’ 등 기념일을 위해 제품을 구매한 경우가 많음

#### ▶ 일본 소시지 판매 현황

##### ① 이탈리아·독일 제품 판매 ② 기념일 마케팅 다수

[표 3.6] 일본 온라인쇼핑몰, ‘소시지’ 분석



자료 : 일본 온라인쇼핑몰 ‘소시지’ 1,807건 분석

#### 4. 일본 육류 스프레드, 과실향 첨가하여 판매 돼

일본 스프레드 햄을 구매한 후기가 확인되지 않아, 육류 기반의 스프레드 제품 중 구매후기가 많은 닭고기 스프레드 등으로 확대하여 소비자들의 인식에 대한 분석을 진행함

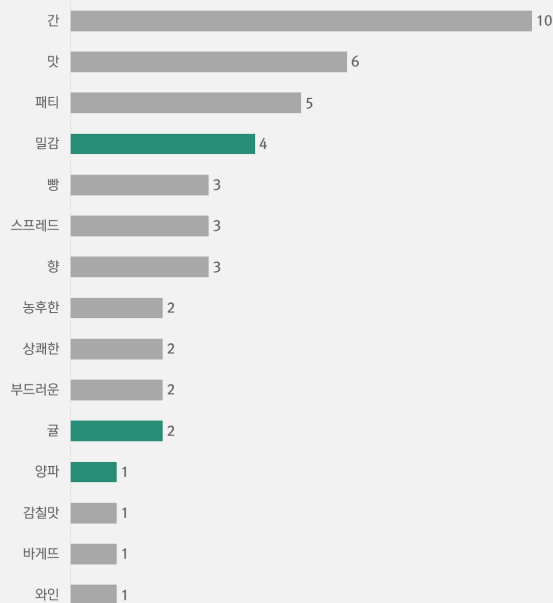
##### ▶ 일본 닭고기 스프레드, 밀감 등의 과실향 첨가 돼

일본 온라인쇼핑몰에서 판매하는 기타 스프레드 제품으로 명란젓, 참치 와사비 맛 등 수산물을 활용한 스프레드는 물론 닭 가슴살을 이용한 닭고기 스프레드, 소고기 스프레드 등 비교적 다양한 스프레드 제품이 확인되었음. 닭고기 스프레드의 경우 밀감 등의 과실 향을 첨가하였음. 또한, 제품 구매 전 닭고기 간·닭 가슴살의 향에 대해 우려하였으나 섭취 후 생각보다 닭고기 향이 적은 것에 대해 호평하는 후기들이 확인됨

##### ▶ 일본 육류 스프레드 구매 특징

###### ① 밀감, 양파 등 첨가 ② 육류의 향은 비선호 요인

[표 3.7] 일본 닭고기 스프레드 온라인쇼핑몰 구매후기 분석



자료 : 일본 온라인쇼핑몰 구매후기 '닭고기 스프레드' 33건 분석

## IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 일본 돈육 가공품 유통구조
2. 일본 돈육 가공품 주요 유통업체
3. 일본 돈육 가공품 B2C 소매채널

## 1. 일본 돈육 가공품 유통구조

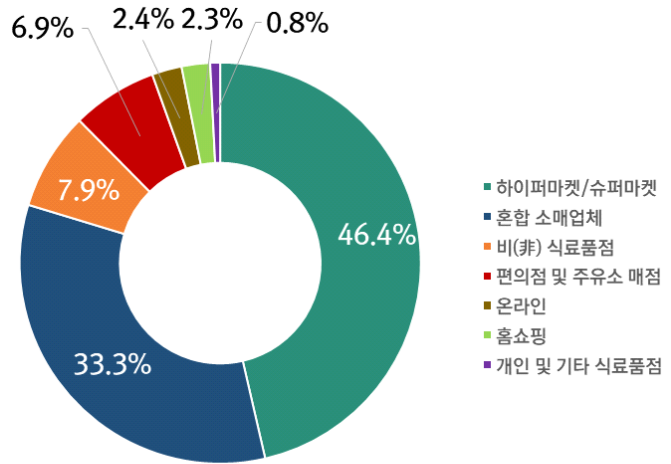
### 품목 구분 및 분류

품목	돈육 가공품
구분	냉장보관 가공 적색육
범주	가공육 및 해산물 (Processed Meat and Seafood)

### ▶ 일본 돈육 가공품 주요 유통 채널

‘하이퍼마켓/슈퍼마켓(46.4%), 혼합 소매업체(33.3%)’

[표 4.1] 일본 돈육 가공품 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 일본 돈육 가공품 유통채널 현황

채널 유형	돈육 가공품 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	46.4%	라이프(Life), 이토요카도(Ito-Yokado), 맥스밸류(MaxValu), 마루에츠(Maruetsu)
	혼합 소매업체	33.3%	다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠크시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan)
	비(非) 식료품점	7.9%	마쓰모토키요시(Matsumoto Kiyoshi), 선드러그(サンドラッグ), 웰시아(Welcia)
	편의점	6.9%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	온라인	2.4%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten)
	홈쇼핑	2.3%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 큐브이씨(QVC)
	개인 및 기타 식료품점	0.8%	장터, 서울장터, 총각네

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

## 2. 일본 돈육 가공품 주요 유통업체

- ▶ 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 혼합 소매업체가 대표적
- ▶ 추가로 축산물 판매점에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함함

[표 4.3] 일본 돈육 가공품 취급 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>24)</sup> 25), 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	라이프 (ライフ)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 7,146억 8,300만 엔 (약 7조 9,477억 원)	스마이루라이프 (スマイルライフ), 프리마하무 (プリマハム), 바이오라루 (ビオラル)	0
2	마루엣츠 (マルエツ)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 2억 9,275만 달러 (약 3,564억 8,168만원)	니폰하무 (ニッポンハム), 스타세렉토 (スターセレクト), 프리마하무 (プリマハム)	0
3	이토요카도 (イトーヨーカドー)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 11조 9,996억 엔 (약 133조 1,651억 원)	이토하무(伊藤ハム), 세븐프리미아무 (セブンプレミアム), 니폰하무 (ニッポンハム)	0
4	이세탄 (Isetan)	혼합 소매업체 (백화점)	약 1조 1,192억 엔 (약 12조 3,402억 원)	카페르(Kafer), 와르도미토바로 닛신하무 (ワールド ミートバル ニッシンハム)	0
5	다카시마야 (Takashimaya)	혼합 소매업체 (백화점)	약 7,504억 9,600만 엔 (약 8조 2,709억 원)	닛신하무(日進ハム) 이토하무(伊藤ハム), 오야마하무(大山ハム)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

24) 1달러=1,173.50원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

25) 100엔=1,112.06원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 11조 9,996억 엔 (약 133조 1,651억 원)	세븐프리미아무 (セブンプレミアム)	0
7	로손 (Lawson)	편의점	약 2조 4,000억 엔 (약 26조 4,944억 원)	로손(Lawson), 이토하무(伊藤ハム)	0
8	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,805억 달러 (약 331조 9,156억 원)	니쿠노이지마 (肉のイイジ), 마크앤스펜서 (Marks and Spencer), 에스푸냐(Espuna)	0
9	라쿠텐 (Rakuten)	온라인	약 1조 402억 엔 (약 11조 5,676억 원)	니폰하무 (ニッポンハム), 이토하무(伊藤ハム), 카마쿠라하무 (鎌倉ハム)	0
10	다이리키 (ダイリキ)	축산물 판매점	매장 수('20): 56개	프리마하무 (プリマハム)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 일본 돈육 가공품 B2C 소매채널

#### 1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



##### ① 라이프(ライフ)

기업 기본 정보	기업명	라이프(ライフ)
	홈페이지	www.lifecorp.jp
	위치	도쿄(東京)
	규모	매출액('20) 약 7,146억 8,300만 엔 (약 7조 9,477억 원) 기타 규모 • 매장 수('19): 약 270개 • 직원 수('19): 약 2만 7,297명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1956년 설립</li> <li>• 수도권의 4개 현(縣) 및 간사이(関西) 지역 5개 현에서 270개 매장 운영</li> <li>• 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지</li> <li>• 온라인 물을 운영하며 배송서비스 제공</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년까지 50개 매장 신설 개장 목표, 매장 개장 및 보수에 1억 8,000만 달러(약 2,228억 원) 투자 계획</li> <li>• 2020년 2월 코로나19 사태에 대한 대응으로 매장 단축 운영</li> </ul>	
유사제품 정보		스마일라이프 로스하무 (スマイルライフ ロースハム) 종류: 냉장햄 용량: 92g 원산지: 일본

자료: 라이프(Life), 핀티데(Fintide), 유로모니터(Euromonitor), 라이프넷슈퍼(Life-netsuper), 니케이아시아(Nikkei Asia), 피알타임즈(PR Times)  
 사진 자료: 라이프(Life), 옐프(Yelp), 라이프넷슈퍼(Life-netsuper)

**입점 및 협력 정보**

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 식선식품, 육류, 음료류, 차(茶류), 즉석식품, 스낵류, 소스류, 유제품 등</li> <li>- 일반: 주방용품, 욕실용품, 가정용품, 유아용품, 세제류, 문구류, 잡화류, 애완용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고급 포장 차(茶) 제품</li> <li>- 말차가 가미된 제품 및 함께 포장된 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 선물용 제품 다수 취급</li> <li>- 유통기한 철저히 준수</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-3-5807-5493 (수도권 - 도쿄)</li> <li>- 이메일: s620@lifecorp.co.jp</li> </ul> </li> <li>• 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이</li> </ul>

자료: 라이프(Life), 유통채널 담당자와의 인터뷰





## ② 마루엣츠(マルエツ)

기업 기본 정보	기업명	마루엣츠(マルエツ)		
	홈페이지	www.maruetsu.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('19)	약 2억 9,275만 달러 (약 3,564억 8,168만원)	
		기타 규모	매장 수('19): 약 298개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1952년 설립</li> <li>• 1977년 식품 슈퍼마켓 분야 일본 최초 상장 기업</li> <li>• 2002년 200점포 달성</li> <li>• 쉐닝전기주식유한공사(蘇寧電器股份有限公司)와 합병회사 설립</li> <li>• 2013년 중국 시장 진출</li> </ul>			
 				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 10월 가와사키(川崎)시에 2층 규모 신규 점포 오픈</li> <li>• 2020년 4월 가나가와현에 마루엣츠의 럭셔리 슈퍼마켓 브랜드 '린코스(Rincos)' 개점</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	프리마하무 호와이또로스하무 (プリマハム ホワイトローズハム)	
		종류	냉장햄	
		용량	220g	
		원산지	일본	

자료: 마루엣츠(マルエツ), 유로모니터(Euromonitor), 다이아몬드체인스토어(Diamond Chain Store), 류츠뉴스(流通ニュース)

사진 자료: 마루엣츠(Maruetsu)

## 입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 지역특산품, 스낵류, 차(茶)류 등</li> <li>- 일반: 생활용품, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 직영 판매 홈페이지는 없으며, 야후재팬(Yahoo Japan) 및 라쿠텐(Rakuten) 페이지를 통한 전용 판매처 보유</li> <li>- 인터넷으로 구입한 슈퍼마켓 식료품 배달 서비스 제공</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 통해 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다음 웹주소에서 입점 문의 가능 (www.maruetsu.co.jp/syoudan)</li> <li>- 홈페이지 메뉴 ‘お問合せ - 商談窓口’ 클릭</li> <li>- 취급 상품 카테고리 확인 후 해당부서 클릭하여 제안서를 제출</li> <li>- 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 상품명 및 상품 소개</li> <li>② 회사 소개 (회사명, 자본금, 홈페이지 주소, 주요 거래처 등)</li> <li>③ 담당자명 및 연락처</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락이나 팩스를 통한 입점 문의는 받지 않음</li> <li>• 지역별 매장 리스트 및 연락처 상이</li> </ul>	

자료: 마루엣츠(マルエツ)



③ 이토요카도(イトーヨーカドー)

기업 기본 정보	기업명	이토요카도(イトーヨーカドー)	
	홈페이지	itoyokado.co.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('20)	약 11조 9,996억 엔(26) (약 133조 1,651억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('19): 약 158개</li> <li>• 직원 수('19): 약 3만 4,000명</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 세븐&amp;아이홀딩스컴퍼니(Seven &amp; I Holdings Co)의 자회사</li> <li>• 일본 슈퍼마켓 시장 점유율 12% 차지</li> <li>• 기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 주력</li> </ul>	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 11월 크리스마스 케이크와 정월요리 오세치(御節料理) 출시</li> <li>• 2020년 10월 사이타마(埼玉)현 아사카(朝霞)시에 신규 점포 오픈</li> </ul>	
유사제품 정보	제품명	아사노구르메파미리 (朝のグルメファミリー)	
	종류	냉장햄	
	용량	315g	
	원산지	일본	



자료: 이토요카도(Ito-Yokado), 유로모니터(Euromonitor), 류츠뉴스(流通ニュース), 피알타임즈(PR Times)  
사진 자료: 이토요카도(Ito-Yokado), 이토하무(伊藤ハム)

26) 세븐아이홀딩스(Seven & I Holdings) 통합 매출액

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 육류, 음료류, 차(茶)류, 냉동식품, 간편식품, 스낵류, 캔디류, 양념류, 소스류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 가정용품, 주방용품, 화장품, 애견용품, 장난감류, 문구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 세븐&amp;아이홀딩스컴퍼니(Seven &amp; I Holdings Co)의 계열사들을 통합한 옴니채널인 '옴니7(Omni7)'을 통해 온라인 주문 서비스 제공</li> </ul> </li> </ul>		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'その他' 카테고리 'お問い合わせ' 클릭</li> <li>- 'お問い合わせフォーム' 문의양식 작성</li> </ul> </li> <li>- 등록 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등 )</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>- 담당 부서와 연결 후 입점 진행</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 문의</li> </ul>	
<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-3-6238-3132</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 이토요카도(Ito-Yokado), 유통채널 담당자와의 인터뷰, 옴니세븐(Omni7)

2) 혼합 소매업체  
(백화점)



① 이세탄(Isetan)

기업 기본 정보	기업명	이세탄(Isetan)		
	홈페이지	www.isetan.mistore.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	총매출('20)	약 1조 1,192억 엔 (약 12조 3,402억 원)	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1886년 섬유회사로 시작</li> <li>• 1924년 간토 대지진 후 백화점 형태로 설립</li> <li>• 1930년 (주)이세탄 설립</li> <li>• 1933년 도쿄 내 신주쿠 본점 개점</li> <li>• 1972년 싱가포르에 첫 해외 점포 개점</li> <li>• 2008년 이세탄 미츠클시 홀딩스 주식회사 설립</li> <li>• 태국, 말레이시아, 중국 등에 해외진출 성공</li> </ul>			
 				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 5월 전년도 약 110억 엔 적자 발표</li> <li>• 2020년 1월 신주쿠점 전면 리뉴얼 실시</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	카페르신켄스라이스 (Kafer シンケンスライス)	
		종류	냉장햄	
		용량	60g	
		원산지	일본	

자료: 이세탄(Isetan), 이세탄미츠클시홀딩스(Isetan Mitsukoshi Holdings), 유로모니터(Euromonitor), 재팬타임즈(Japan Times)  
사진 자료: 이세탄(Isetan)

**입점 및 협력 정보**

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 육류, 유제품, 즉석식품, 스낵류, 캔디류, 소스류, 주류, 음료류, 차(茶)류 등</li> <li>- 일반: 의류, 약세서리류, 향수류, 완구류, 잡화류, 화장품, 가구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 프리미엄 제품</li> <li>- 고급 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 엠아이카드(MI Card)<sup>27</sup>를 통한 쇼핑 특별 혜택 제공</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단의 ‘お問い合わせ’ 클릭</li> <li>- ‘三越伊勢丹ホールディングスに関するお問い合わせ’ 카테고리 클릭</li> <li>- ‘法人様からのお問い合わせ’ 카테고리의 三越伊勢丹法人事業部 へのお問い合わせはこちら 클릭 후 양식서 작성</li> </ul> </li> <li>- 기입 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>- 추후 담당 부서와 연결 및 입점 진행</li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-3-3352-1111</li> </ul> </li> </ul>

자료: 이세탄(Isetan), 유통채널 담당자와의 인터뷰

27) 이세탄그룹(Isetan Group)이 운영하는 엠아이카드(MI Card Co., Ltd)의 신용카드



② 다카시마야(Takashimaya)

	기업명	다카시마야(Takashimaya)	
	홈페이지	www.takashimaya.co.jp	
	위치	오사카(Osaka)	
	규모	매출액('20)	약 7,504억 9,600만 엔 (약 8조 2,709억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('20): 약 18개<sup>28)</sup></li> <li>직원 수('18): 약 1만 3,631명</li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1831년 교토에서 의복점으로 창업</li> <li>1922년 오사카에 백화점으로서 첫 점포 개점</li> <li>1930년 상호를 '주식회사 다카시마야'로 변경</li> <li>1933년 도쿄에 첫 백화점 개점</li> <li>1993년 싱가포르 지점 개점</li> <li>2011년 창립 180주년</li> <li>2012년 상하이 지점 개점</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 춘절기간 코로나바이러스로 인해 면세점 매출액이 전년 대비 14.7% 감소</li> <li>2020년 1월 오사카점 동쪽 별관, 럭셔리 호텔로 개장</li> </ul>		
	유사제품 정보		제품명
종류			냉장햄
용량			120g
원산지			일본

자료: 다카시마야(Takashimaya), 교도뉴스(KyodoNews), 유로모니터(Euromonitor)  
 사진 자료: 다카시마야(Takashimaya)

28) 타카시미야(Takashimiya) 일본 내 매장 수

## 입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 차(茶)류, 주류, 신선식품, 육류, 유제품, 건조식품, 스낵류, 소스류, 캔디류, 음료류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 향수류, 약세서리류, 잡화류, 화장품, 가구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 계절 식품, 선물 세트 상품</li> <li>- 프리미엄 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일반 인터넷 쇼핑몰에서 볼 수 없는 고급 브랜드 제품/식품 취급</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 통한 입점 문의           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'Contact US' 카테고리의 'Shinjuku' 클릭 (<a href="http://bitly.kr/j6RKwqiC">bitly.kr/j6RKwqiC</a>)</li> <li>- 양식서 작성 후 제출</li> <li>- 기입 정보               <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> <li>- 추후 담당 부서와 연결 및 입점 진행</li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 입점 희망 지점에 따라 연락처 상이 (지점별 홈페이지 접속하여 입점 문의 진행)</li> <li>• 문의사항 연락처           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-3-5361-1111</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 다카시마야(Takashimaya), 유통채널 담당자와의 인터뷰



3) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)		
	홈페이지	www.sej.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('20)	약 11조 9,996억 엔 <sup>29)</sup> (약 133조 1,651억 원)	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1973년 설립</li> <li>• 1974년 도쿄에 1호점 개점</li> <li>• 1978년 사명을 '주세븐일레븐 재팬'으로 개칭</li> <li>• 1993년 점포수 5,000점 달성</li> <li>• 2005년 (주)세븐&amp;아이 홀딩스 설립, 주식 상장 및 기존의 세븐일레븐을 자회사화</li> <li>• 2007년 소매업으로서는 세계 최대 체인 점포수 달성</li> <li>• 2018년 점포 수 2만 개 돌파</li> </ul>		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 11월 21일 인기 디저트 브랜드 도쿄바나나 한정판 포켓몬 에디션 세븐일레븐 매장에서 구매 가능</li> <li>• 2020년 11월 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수</li> </ul>		
유사제품 정보			제품명	세븐프리미아무로스하무 (セブンプレミアム ロースハム)
			종류	냉장햄
			용량	56g
			원산지	일본

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 세븐&아이 홀딩스(7&I holdings), 유로모니터(Euromonitor), 타임아웃(Time Out), 로이터스(Reuters), 옐프(Yelp)  
사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

29) 세븐아이홀딩스(Seven & I Holdings) 통합 매출액

**입점 및 협력 정보**

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 즉석식품, 간편식품, 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류, 차(茶)류, 제과류 등</li> <li>- 일반: 약세서리류, 서적류, 화장품, 문구, 주방용품, 위생용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전자 서적 및 음원 판매</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SEVEN&amp;i 홈페이지를 통한 직접 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 첨부 파일 작성하여 이메일로 송부 (7andi.com/en/csr/suppliers/helpline.html)</li> </ul> </li> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 기준                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- SEVEN&amp;i 그룹 기업 행동지침 준수</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-(0)3-5793-4370</li> <li>- 이메일: 7andi-helpline@integrex.jp</li> </ul> </li> </ul>

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 유통채널 담당자와의 인터뷰

# LAWSON

## ② 로손(Lawson)

기업 기본 정보	기업명	로손(Lawson)	
	홈페이지	www.lawson.co.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('20)	약 2조 4,000억 엔 (약 26조 4,944억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('19): 약 1만 4,659개</li> <li>• 직원 수('19): 약 1만 0,395명</li> </ul>
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1975년 설립</li> <li>• 2001년 미쓰시비 상사가 인수함으로써 자회사로 편입</li> <li>• 일본 47개 현에 매장 보유</li> <li>• 중국, 인도네시아, 태국, 하와이, 필리핀 시장 진출</li> <li>• 세븐일레븐, 패밀리마트 다음으로 일본 내 규모가 큰 편의점 체인점</li> </ul>	
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 11월 신상품 라멘맛 치킨 출시</li> <li>• 2020년 10월 인기 애니메이션 '데몬슬레이어(Demon Slayer)'로 인해 로손 영업이익 상승</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	로손로스하무 (Lawson ロースハム)
		종류	냉장햄
		용량	37g
		원산지	일본

자료: 로손(Lawson), 니케이아시아(Nikkei Asia), 재팬투데이(Japan Today)  
사진 자료: 아사히그룹(Asahi Group)

**입점 및 협력 정보**

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 디저트류, 냉동식품 등</li> <li>- 일반: 서적류, 화장품, 문구류, 주방용품, 위생용품, 애완식품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 디저트류</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 디저트류에 대한 자체 개발을 진행하고 있으며 디저트 브랜드를 입점시켜 수익성 증대를 도모</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선전화를 통한 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 내 공급자가 지켜야할 'Trading policy' 존재</li> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-120-07-3963</li> </ul> </li> </ul>

자료: 로손(Lawson), 유통채널 담당자와의 인터뷰

## 4) 온라인



## ① 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('19)	약 2,805억 달러 <sup>30)</sup> (약 331조 9,156억 원)	
		기타 규모	직원 수('18): 64만 7,500명 <sup>31)</sup>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2000년 설립</li> <li>• 일본 내 이커머스 부문 1위 전자상거래 업체</li> <li>• 전 세계 3억 명의 고객 보유</li> <li>• 일본 내 월평균 20억 명 방문</li> <li>• 월 500엔에 아마존 프라임(Amazon Prime) 멤버십 제공</li> <li>• 아마존 일본의 FBA<sup>32)</sup> 서비스 전체 물량의 98%를 일본 전역에 당일 배송</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 10월 엑스박스(X Box) 시리즈 선주문 품절로 인한 조기종료</li> <li>• 2020년 9월 아마존(Amazon) 측에서 일본 셀러들에게 약 1,900만 달러 환불</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	니쿠노이지마로스하ム (肉のイイジ ロースハム)	
		종류	냉장햄	
		용량	120g	
		원산지	일본	

자료: 아마존재팬(Amazon Japan), 비즈니스인사이드(Business Insider),  
비디오게임크로니클(Video Game Chronicles)  
사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

30) 2019년 통합 매출액

31) 통합 직원 수

32) 아마존 주문처리서비스

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 곡류, 음료류, 차(茶)류, 주류 등</li> <li>- 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 생활용품, 운동기구, 악기류, 화장품, 완구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 신제품</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 ‘Amazonで売る’ 클릭                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 아마존 셀러 계정 생성</li> <li>② 상품 리스팅</li> </ul> </li> <li>- 홈페이지 등록 정보                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 기준                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ① 아마존 행동강령 준수</li> <li>- ② 아마존 자체 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증<sup>33)</sup></li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 프로페셔널 (Professional) 셀링 플랜의 비용은 월 이용료 4,900엔 및 아이템 당 상품 판매 수수료(카테고리 별로 상이)로 구성</li> <li>• 일부 상품은 법률/규제상의 제한(예: 처방 의약품) 또는 아마존 정책(예: 부적절한 사진)에 의거하여 리스팅할 수 없음</li> <li>• 입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능</li> </ul>	

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)홈페이지

33) Amfori BSCI, Better Work(BW), Responsible Business Alliance(RBA), SMETA, SA8000 Standard 인정



② 라쿠텐(Rakuten)

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)	
	홈페이지	www.rakuten.com	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('20)	약 1조 402억 엔 (약 11조 5,676억 원)
		기타 규모	직원 수('19): 약 1만 8,364명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1997년 설립</li> <li>• 일본 내 가장 큰 규모의 B2B, B2C 이커머스(e-commerce) 플랫폼 회사</li> <li>• 미국, 프랑스, 브라질, 독일, 영국, 스페인 등으로 온라인 플랫폼을 확장하며 글로벌 기업으로 성장</li> <li>• 무역, 미디어, 스포츠, 에너지 등 다양한 분야에 서비스 제공</li> </ul>		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 11월 블록체인 플랫폼 셰어링(Share Ring)과 파트너십 계약</li> <li>• 2020년 11월 글로벌 오디오 미디어 플랫폼 오란(O Ran)과 파트너십 계약</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	니폰하ム 이로도리키친로스하ム (日本ハム 彩りキッチン ロースハム)
		종류	냉장햄
		용량	40g
		원산지	일본

자료: 라쿠텐(Rakuten), 유로모니터(Euromonitor), 코인데스크(Coindesk), 피어스 와이어레스(Fierce Wireless)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

### 입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 스낵류, 캔디류, 차(茶)류, 음료류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 문구류, 완구류, 유아용품, 의류, 잡화류, 가전제품, 화장품, 향수류, 스포츠용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미디어, 마케팅, 투자서비스 등 9개의 다양한 서비스 제공</li> <li>- 제품뿐만 아니라 제품을 취급하는 브랜드 및 매장 소개</li> <li>- 제품에 따른 캐시백(Cash Back) 및 쇼핑혜택 제공</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 등록           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry)</li> <li>- 홈페이지 가입 정보               <ul style="list-style-type: none"> <li>① 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호, 대표 Fax 번호, 대표자명)</li> <li>② 운영담당자정보 (담당자명, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: sales-list@rakuten.com</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 라쿠텐(Rakuten), 유통채널 담당자와의 인터뷰



## 5) 축산물 판매점

## ① 다이리키(ダイリキ)

기업 기본 정보	기업명	다이리키(ダイリキ)	
	홈페이지	www.dairiki.co.jp	
	위치	오사카(大阪)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 56개 직원 수('20): 897명
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1965년 설립</li> <li>• 오사카(大阪)에 1호점 오픈</li> <li>• 1972년 주식회사 상장</li> <li>• 1996년 다이리키그룹(ダイリキグループ) 설립</li> <li>• 정육점 단독 매장도 있으며 정육점과 정육식당을 함께 운영하는 매장도 있음</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 11월 공식 인스타그램(@dairiki_official) 및 트위터(@DairikiOfficial) 계정 개설</li> <li>• 2020년 9월 새로운 조리완제품 및 간편조리식품 라인 신규 론칭</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	프리마하모코쿤 아라비키우이나 (プリマハム 香薫 あらびきウインナー)
		종류	소세지
		용량	180g
		원산지	일본

자료: 다이리키(ダイリキ)

사진 자료: 다이리키(ダイリキ)

**입점 및 협력 정보**

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 육류</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고품질 육류</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 특수부위 판매</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다음 웹주소에서 문의 가능 (<a href="http://www.dairiki.co.jp/contact/">www.dairiki.co.jp/contact/</a>)</li> <li>- 공지된 문의 관련 규정 숙지 후 입점 문의</li> </ul> </li> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주소(본사): 〒550-0013 大阪市西区新町1-27-9</li> <li>- 전화(본사): +81-6-6535-7771 (상담가능시간: 09:00-18:00)</li> </ul> </li> </ul>

자료: 다이리키(ダイリキ)

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 일본 돈육 가공품 인증 취득
2. 일본 돈육 가공품 사전 절차
3. 일본 돈육 가공품 라벨 심의
4. 일본 돈육 가공품 서류 준비
5. 일본 돈육 가공품 세금 납부
6. 일본 돈육 가공품 검역 심사 절차
7. 일본 관련 규제 정보

## 1. 일본 돈육 가공품 인증 취득

### 인증 취득

일본으로 제품 수출 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 돈육 가공품

돈육 가공품은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 일본 수입 돈육 가공품 ‘적용받는 강제 인증 有’

일본으로 수출하고자 하는 돈육 가공품 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증이 있는 것으로 확인됨. 일본 농림수산업성 동물검역소(MAFF, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, Animal Quarantine Service)는 수입 돈육 가공품에 대하여 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point) 인증을 필수적으로 요구함. 또한, 검역시행장 지정 및 상대국 작업장 등록이 필요함

그 외 기타 인증으로 식품 생산에 관한 인증이 있으며, 식품 품질에 관한 인증인 JAS 인증이 있음. JAS 인증의 경우 식품의 품질 기준을 제시하고 있으며, 해당 기준에 적합한지를 판별함. 업체의 선택에 따라 지정 인증기관을 통해 취득 가능함

[표 5.1] 일본 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

[표 5.2] 일본 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만 원
ISO 22000	절차	기간
	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120-130만 원
IFS	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900-1,000만 원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만 원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만 원
JAS	절차	기간
	서류제출>서류 평가>현장 평가>개선요구>인증>사후관리	약 4-8주
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 제조과정 정보 등	-

자료 : 각 인증기관

## 2. 일본 돈육 가공품 사전 절차

### 사전 절차

일본으로 제품 수출 시,  
품목에 대한 사전 규제 및  
심사제도 정보 제공

### 돈육 가공품

돈육 가공품은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 식품 수입 시 필수 절차 ‘있음’
- ▶ 검역시행장 지정 및 상대국 작업장 등록 ‘필수’

일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labour and Welfare)은 일본으로 수입되는 식품에 대하여 필수적인 사전등록 절차를 요구하지 않으며, 해외 업체의 등록 절차도 요구하지 않음

다만, 돈육 가공품의 경우 일본 농림수산물 동물관검역소(MAFF)가 담당하며, 일본 수출 시 검역시행장 지정 및 상대국 작업장 등록이 필수적임. 주요 수출요건으로는 열처리 조건이 존재함. 검역이 완료된 후 검역본부에서 축산물 검역 증명서를 발급받아야 함

[표 5.3] 일본 돈육 가공품 수출 전 등록정보

담당 기관	일본 농림수산물 동물관검역소(MAFF)
국내 발급 기관	농림축산식품부, 검역본부
검역시행장 지정 신청 시 필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 회사 정보 (규모, 인력, 가공시설 개요, 수출실적 등)</li> <li>• 시설 현황 (열처리 시설, 설비 및 시설)</li> <li>• 시설 내 동선 (원료 입고, 제품 출고 동선, 급수 동선 등)</li> <li>• 위생 및 안전 관리 (HACCP 시스템, 청소 및 소독 등)</li> </ul>
상대국 작업장 등록 절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상대국 작업장(수출 작업장) 신청서 작성</li> <li>• 농림축산식품부 접수 &gt; 서류 검토 &gt; 현장 조사 &gt; 등록 신청</li> <li>• 상대국 정부 수출작업장 등록</li> <li>• 농림축산식품부 수출 작업장 등록 완료 알림</li> <li>• 수출 작업장 등록 확인</li> </ul>
돈육 열처리 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중심부의 온도를 70℃ 이상으로 1분 이상 유지 또는 100℃ 초과로 끓이거나 증기에 노출시키는 방식</li> <li>• 중심부의 온도를 70℃ 이상으로 30분 이상 유지 또는 온탕가열, 온열건조 등의 열처리 방식</li> </ul>

자료 : 식품의약품안전처, 농림축산식품부

▶ **통관 절차 간소화를 위한 후생노동성의 ‘가공식품 사전등록 가능’**

통관 절차 시 수입 식품에 대한 검사 요건을 완화하고 원활한 통관을 위하여 수입 식품에 대한 사전 검사 및 등록제도를 시행하고 있음. 이는 ① 통관 시 검사주기 완화에 따른 비용 절감 ② 통관시간 단축(통상소요시간의 50%) ③ 비등록업체에 적용되는 통상검사(5% 무작위추출 모니터링 실시) 완화 등의 효과가 있음

해당 절차를 통하여 사전 확인을 받게 되면, 등록번호가 기재된 수입신고서를 제출하여 신속하게 통관 업무를 진행할 수 있음, 대상 식품은 농축산물 및 수산물의 1차 생산품 또는 간이 가공품을 제외한 가공식품으로, 일본 식품위생법이 정하고 있는 기준에 적합한지 확인받게 됨

[표 5.4] 일본 수입 전 사전등록 제도

적용 규제	일본 후생노동성(MHLW), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020 개정
담당 기관	일본 후생노동성(MHLW)
국내 신청 기관	한국농수산물유통공사(aT)
필요 정보 및 서류	신청서 상품 리스트, 위생검사표 성분분석표 및 제조공정도 시험성적증명서 수입업체 발급 시험성적증명서 제출 가능 HACCP 인증서
절차	서류 제출 서류 검토 (aT) 서류 심사 현장 실사 등록 통보

자료 : 정부24, 한국농수산물유통공사(aT)

### ▶ 일본, 식품 통관 간소화를 위한 사전 ‘AEO 등록 인정’

수출입안전인증업체(AEO, Authorized Economic Operator) 제도는 관세 당국이 법규준수, 내부통제시스템, 재무건전성, 안전 관리의 공인기준의 적정성 등을 판단하여 공인한 우수업체를 대상으로 통관 절차를 간소화하기 위한 사전등록 절차임. 해당 제도를 시행하는 국가는 상호인정약정(MRA, Mutual Recognition Arrangement)을 통하여 협정체결 국가 간의 검사비용 축소와 같은 신속 통관 혜택을 부여받을 수 있음

2007년부터 AEO 제도를 실행하고 있는 일본은 2011년 한국과 상호인정협정(MRA)을 체결하여 한국에서의 수출입 안전관리 우수업체를 인정하고 있음. 따라서 한국의 AEO 업체들이 일본으로 수출 시 화물 도착 전 수입신고할 수 있도록 하고, 수입신고와 납세신고를 분리하여 세금 납부 전에 화물을 입항하고 세금은 후에 일괄적으로 납부할 수 있도록 혜택을 부여함

[표 5.5] 한국 수출입안전인증업체(AEO) 정보

적용 규제	한국 관세청 고시 제2020-2호 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
관리 기관	한국 관세청
상호인정협정 (MRA) 국가	캐나다, 싱가포르, 미국, 일본, 뉴질랜드, 중국, 홍콩, 멕시코, 터키, 이스라엘, 도미니카공화국, 인도, 대만, 태국, 호주, 아랍에미리트, 말레이시아, 페루, 우루과이, 카자흐스탄, 몽골, 인도네시아

자료 : 한국 관세청



**[표 5.6] 일본 수출입안전인증업체(AEO) 등록 및 혜택 정보**

<b>적용 규제</b>	일본 관세청(JC, Japan Customs), 「관세법(關稅法)」, 2006		
<b>세부 규정</b>	일본 관세청(JC), 「특정수출 신고제도(特定輸出者制度)」, 2006		
<b>발행 기관</b>	일본 관세청(JC) 한국 관세청		
<b>혜택</b>	<b>제도</b>	<b>대상 사업자</b>	<b>내용</b>
	• 특수수입 신고제도	• 일본 수입자	• 화물 도착 전에 신고 및 허가 가능 • 납세신고 전에 화물 거래 가능
	• 특수수출 신고제도	• 일본 수입자	• 화물이 보세지역 밖에 있어도 수입신고를 실시하고 수출허가를 받을 수 있음
	• 특정보세 승인제도	• 창고업자	• 보세 장치장의 신규 설치 가능 • 허가수수료 면제
	• 인정통관 사업자제도	• 통관업자	• 대리로 실시하는 수출입 통관에 있어 통관 수속 간소화
	• 특정보세 운송제도	• 운송자 등	• 간단한 수속을 통해 외국 화물 운송 가능
	• 인정제조자 제도	• 제조자	• 보세지역 밖에 있는 화물에 대해서도 수출신고 가능

자료 : 일본 관세청(JC)

### 3. 일본 돈육 가공품 라벨 심의

#### ● 라벨 심의

일본으로 제품 수출 시,  
요구되는 제품에 대한  
라벨 규정 정보 제공

#### ● 돈육 가공품

돈육 가공품은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 일본 라벨 규정

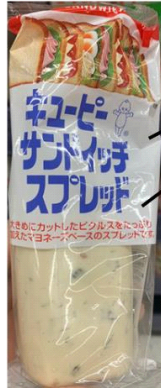
[표 5.7] 일본 라벨 관리 규정

<b>적용 규제</b>	일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020	
<b>세부 규정</b>	Food Labeling Act(食品表示法) No. 70 of June 28. 2013	
<b>라벨 표기사항 (항목)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품명</li> <li>• 원산지</li> <li>• 수입자 정보</li> <li>• 원료 정보</li> <li>• 식품첨가물</li> <li>• 순중량</li> <li>• 유통기한</li> <li>• 보관방법</li> <li>• GMO 성분에 대한 표시</li> <li>• 알레르기 정보</li> <li>• 영양성분</li> </ul>	
<b>세부 내용</b>	<b>표기 언어</b>	일본어로 표기할 것 폰트의 최소사이즈는 8포인트로 할 것
	<b>식품첨가물</b>	식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입할 것 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용할 것 (e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate) 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성할 것
	<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>	열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성할 것 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능
	<b>유통기한</b>	함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것 제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기할 것
	<b>원료정보</b>	가장 일반적인 명칭으로 기재할 것 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기할 것
	<b>보관방법</b>	보관에 적절한 보관방법에 대한 내용을 표기할 것 상온 보전 의외 유의 사항이 없을 시, 미표기 가능

<b>세부 내용</b>	<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>	<b>수입자 및 제조사 정보</b>	수입업체의 이름 및 주소, 제조자의 이름 및 주소 정보를 기재할 것
		<b>GMO 성분 표기</b>	등록된 GMO 식품들인 대두, 옥수수, 감자, 유채, 목화, 알팔파, 사탕무, 파파야를 대상으로 하여, 해당 원료를 함유하고 있음을 표기할 것
		<b>알레르기 정보</b>	새우, 게, 밀, 메밀, 계란, 유제품, 땅콩 일본 소비자청은 다음 20개 항목에 대해서도 라벨에 표기하도록 권고 중 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 케슈넛, 키위, 소고기, 호두, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이, 복숭아, 양(yam), 사과, 젤라틴
		<b>순중량</b>	단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것
		<b>원산지</b>	일본 제품에 대하여 적용되는 원재료 별 원산지 정보 기재 의무 미적용
		<b>기타</b>	유기농 인증을 획득한 경우에 한하여, JAS 유기 마크 및 유기농 표기 가능 건강증진법이 정하고 있는 바에 따라 담당 부처로부터 허가를 취득하거나 신고한 후, 특정보건용식품, 영양기능 식품, 기능성표시식품 마크의 표기와 적절한 기능성에 대한 홍보 문구 사용 가능

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

▶ 일본 스프레드 라벨 샘플



- ① 제품명
- ② 제품설명

[앞면 라벨링]



- ① 제품명
- ② 유통기한
- ③ 보관방법
- ④ 원료 정보
- ⑤ 용량
- ⑥ 제조업체
- ⑦ 알레르기 정보
- ⑧ 영양성분

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일문]

- ① 製品名  
: キューピーサンドイッチスプレッド
- ② 製品説明  
: 大きめにカットしたピクルスをたっぷり加えたマヨネーズベースのスプレッドです。

[앞면 - 국문]

- ① 제품명  
: 큐피 샌드위치 스프레드
- ② 제품설명  
: 크게 썬 피클을 듬뿍 더한 마요네스 베이스의 스프레드입니다

[뒷면 - 일문]

- ① 製品名 : スプレッド
- ② 賞味期限 : 2021.1.12
- ③ 保管方法  
: 開栓後要冷蔵 (1℃~10℃)  
開栓後の保存目安は1ヵ月です。  
0℃以下になりますと分離することがありますので、ご注意ください。
- ④ 原料情報  
: ピクルス(国内製造)、植物油脂、卵黄、醸造酢、食塩/増粘剤(加工でん粉、キサンタンガム)、調味料(アミノ酸)、香辛料抽出物、(一部に卵・乳成分・小麦・大豆を含む)
- ⑤ 容量 : 145g

[뒷면 - 국문]

- ① 제품명 : 스프레드
- ② 유통기한 : 2021년 1월 12일
- ③ 보관방법  
: 개봉 후 냉동보관(1도~10도)  
개봉 후 보존 기준은 1개월입니다.  
0도 이하가 되면 분리되는 경우가 있으므로, 주의해주세요.
- ④ 원료 정보  
: 피클(국내제조), 식물유지, 노른자, 양조식초, 식염/증점제(가공전분, 키산탄감), 조미료(아미노산), 향신료 추출물, (일부에 계란, 유성분, 밀, 콩 포함)
- ⑤ 용량 : 145g

⑥ 製造業者

: キューピー株式会社  
東京都渋谷区渋谷1-4-13  
東京都府中市住吉町5-13-1

⑦ アレルギー情報

: 本品はアレルギーとして卵目を含みます。

⑧ 栄養成分

栄養成分表示 : 1食分 (15g) 当たり	
エネルギー	63kcal
たんぱく質	0.2g
脂質	6.5g
炭水化物	0.9g
食塩相当量	0.3g

⑥ 제조업체

: 큐피 주식회사, 도쿄도 시부야구  
시부야 1-4-13  
도쿄도 후츄시 스미요시초 5-13-1

⑦ 알레르기 정보

: 본 제품은 알레르기 유발 성분으로 달걀 노른자가 포함되어 있습니다.

⑧ 영양성분

영양성분표시 : 1회분(15g) 당	
에너지	63kcal
단백질	0.2g
지방	6.5g
탄수화물	0.9g
나트륨	0.3g

## 4. 일본 돈육 가공품 서류 준비

### 서류 준비

일본으로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
서류 정보 제공

### 돈육 가공품

돈육 가공품은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 수입 업무 수입업체 또는 통관 브로커 통해 진행
- ▶ 일본 수입서류 원산지증명서 필요

일본으로 제품을 수입하고자 할 때, 수입신고는 일반적으로 보세 구역에 물품이 반입된 후 진행함. 다만, 세관에서 정하고 있는 특정 물품의 경우 보세 구역으로 물품이 반입되기 전 또는 선박에 적재되어 있는 상태에서 신고해야 함. 수입신고는 수출업체가 수행할 수 없기 때문에 제품의 수입업체 또는 통관 브로커를 통해서 진행해야 함

일본에 입항하려는 선박 컨테이너 화물은 출항 24시간 전 신고해야 하며 적하 목록 사전제출이 필요함. 수입신고는 수출입 항만관련 정보처리 시스템(NACCS, Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System)을 통해 전자문서로 처리 가능함. 통관정보 종합판정시스템(CIS, Customs Intelligence Data Base System)에서는 NACCS에 입력된 정보를 바탕으로 불법 수출입 가능성이 있는 화물들을 선별하여 조사하여 신속 통관을 가능케 함

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

[표 5.8] 일본 통관 서류

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

자료 : 일본 관세청(JC)

## 5. 일본 돈육 가공품 세금 납부

### 세금 납부

일본으로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
세금 정보 제공

### 돈육 가공품

돈육 가공품은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 HS-CODE 소시지 ‘1601.00-000’, 스프레드 햄 ‘1602.90-210’
- ▶ WTO 협정세율 ‘적용’

일본에서는 소시지의 경우 1601.00의 1601.00-000 세번을, 스프레드 햄의 경우 1602.90의 1602.90-210 세번을 사용하여 수입됨<sup>34)</sup>. 소시지는 기본 세율 10%를 적용받으며, 스프레드 햄은 기본 세율 25%를 적용받음

그러나 한국산 제품의 경우 WTO 협정으로 협정세율을 적용받아 소시지는 10% 그대로 적용되며, 스프레드 햄은 21.3%의 관세율이 적용됨. 관세 외에도 제품에 따라 8%, 10%의 소비세가 부과됨

- 수입 서류 심사비용에 107달러(한화 약 13만 원)<sup>35)</sup> 소요
- 수입 서류 심사 기간은 3시간 소요
- 통관 비용은 275달러(한화 약 32만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 48시간 소요

- ▶ 한-중-일 FTA 협정 상황

현재 한국과 일본은 별도의 무역협정이 체결되지 않았으며, 한-중-일 FTA 협정이 진행 중임. 2003년, 최초로 3국 간 민간공동연구가 진행되었으며 2013년 3월, 서울에서 한-중-일 FTA 제1차 협상이 진행되었음. 가장 최근인 2019년 11월, 제16차 협상이 이루어졌으며 현재까지도 3국 간 경제 협력을 강화하기 위해 노력 중임

중국과 일본은 한국의 가장 큰 교역 대상 국가이므로 FTA가 체결될 경우, 관세 장벽이 완화되어 더욱 활발한 수출입이 가능할 것으로 기대됨

34) 해당 항목 판단은 일본 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 반드시 일본 관세청(JC)을 통한 확인이 필요함

35) 1달러=1,173.50원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[표 5.9] 한국·일본 HS CODE 비교 및 일본 수입 세율 - 소시지

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1601	소시지나 그밖에 이와 유사한 물품[육·설육(肩肉)이나 피로 조제한 것으로 한정한다]과 이들 물품을 기본 재료로 한 조제 식료품	
	1601.00	소시지나 그밖에 이와 유사한 물품[육·설육(肩肉)이나 피로 조제한 것으로 한정한다]과 이들 물품을 기본 재료로 한 조제 식료품	
	1601.00-1000	소시지	
일본	1601.00-000	소세지 그 외 이것과 비슷한 물품 (고기, 설육 또는 피로부터 제조한 것에 한정한다) 및 이들의 물품을 기제로 한 조제 식료품	
관세	기본관세율	10%	
	협정세율	10%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 일본 관세청(C)

[표 5.10] 한국·일본 HS CODE 비교 및 일본 수입 세율 - 스프레드 햄

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1602	그 밖의 조제하거나 보존처리한 육·설육(肩肉)이나 피	
	1602.90	기타(동물의 피 조제품을 포함한다)	
	1602.90-9000	기타	
일본	1602.90-210	소 혹은 돼지의 고기 또는 소 혹은 돼지의 설육을 함유하는 것	
관세	기본관세율	25%	
	협정세율	21.3%	

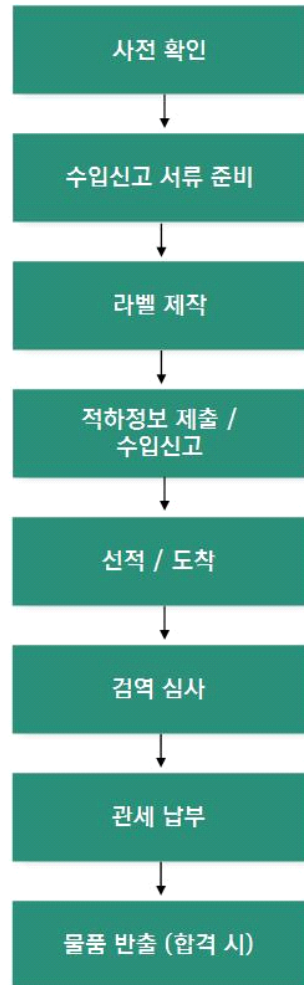
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 일본 관세청(C)



## 6. 일본 돈육 가공품 검역 심사 절차

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

[표 5.11] 일본 통관 프로세스



- ▶ 일본 돈육 가공품 식품첨가물 규정 확인 필요

[표 5.12] 일본 식품첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	일본
식품유형	식육가공품 및 포장육 > 소시지류, 햄류

## 7. 일본 관련 규제 정보

### ▶ 일본 후생노동성 지정첨가물 및 그 외 식품첨가물 규제 확인 필요

일본 후생노동성(MHLW)은 식품첨가물 안전성을 확보하기 위해 인체에 해를 끼치지 않는 경우에 한하여 사용을 허가하며 국민 1인당 섭취량(ADI, Acceptable Daily Intake)을 토대로 최대허용량을 규제함. 일본에서 사용 가능한 식품첨가물은 일본 식품위생법 제10조에 의거하여, 일본 후생노동성(MHLW)이 지정한 지정첨가물<sup>36)</sup>만 사용할 수 있음

단, 지정 외 첨가물 중 기존첨가물, 천연향료, 일반음식 첨가물로 분류되는 식품첨가물은 사용 가능함. 그 밖의 모든 미지정첨가물은 제조, 수입, 사용, 판매가 금지되어 있음. 식품 일반의 규격 기준 이외에 육류제품은 제조, 저장 기준의 규정이 존재하며 농약 잔류량 등의 추가규제가 존재함. 자세한 식품첨가물 규격은 일본 후생노동성(MHLW) 홈페이지 혹은 KATI 농식품 수출정보에서 확인할 수 있음

[표 5.13] 소시지 성분 규제

물질명	영문	사용 가능 여부	최대허용량
정제소금	Sodium chloride-decreased brine (saline lake)	사용 가능	일반사용기준
비타민 A	Vitamin A	사용 가능	일반사용기준
산도 조절제	Monosodium fumarate	사용 가능	일반사용기준

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

[표 5.14] 스프레드 햄 성분 규제

물질명	영문	사용 가능 여부	최대허용량
식물성유지	Glycerol esters of fatty acids	사용 가능	일반사용기준
정제소금	Sodium chloride-decreased brine (saline lake)	사용 가능	일반사용기준
잔탄검	Xanthan gum	사용 가능	일반사용기준
겨자분	Allyl isothiocyanate	사용 가능	일반사용기준 (착향의 목적 외 사용금지)
정제포도당	Sucrose esters of fatty acid(s)	사용 가능	일반사용기준

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

36) 후생노동성(MHLW), 「일본 식품위생법 제370호, 「식품, 첨가물 등의 규격기준」, 1959

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 큐피(キューピー)

Interview ② 나쇼나루아자부(ナショナル麻布)

Interview ③ 프리마하무(プリマハム)

Interview ④ 니뽀하무(日本ハム)

Interview ⑤ 간사이공항검역소(関西空港検疫所)

## Interview ① 큐피(キューピー)

37)

●  
 큐피  
 (キューピー)

전문가 소속

큐피  
 (キューピー)  
 제조 및 유통업체

연락처  
 +81-3-3486-3059

전문가 정보

Mr. Sato  
 (Sales Department)



큐피(キューピー)

Sales Department, Mr. Sato

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

큐피는 1919년에 설립되었으며, 일본에서 최초로 마요네즈를 개발하여 마요네즈와 드레싱 부문 점유율 1위를 기록한 업체입니다. 마요네즈, 드레싱, 파스타 소스, 스프레드, 병 통조림 등 각종 소스류 및 식료품을 취급하고 있습니다. 일본 내 하이퍼/슈퍼마켓 등으로 납품하고 있으며 다양한 온라인 플랫폼에서도 판매를 진행하고 있습니다.

**Q. 코로나19로 인한 스프레드 제품 수요의 변화가 있나요?**

코로나19로 인한 정부의 재택근무 제도화로, 집에서 근무하는 직장인이 많이 생기면서, 평소에 바쁜 출근 시간으로 인해 아침을 거르던 소비자들도 식사를 챙겨 먹는 경우가 늘어났습니다. 이로 인해, 아침 식사용으로 많이 사용되는 잼이나 스프레드의 수요도 증가하였습니다.

**Q. 일본에서는 주로 스프레드 햄을 어떻게 섭취하나요?**

스프레드 햄은 주로 빵에 발라 먹거나 샌드위치에 넣어 먹습니다. 또한, 샐러드 드레싱으로도 많이 사용되며, 그뿐만 아니라 밥과 함께 요리하여 먹는 경우도 있습니다. 예를 들어, 리조토나 그라탕 등을 요리할 때 스프레드 햄을 넣어 육류의 맛을 첨가하거나 파스타 면에 소스로 사용하기도 합니다.

**Q. 일본 내 스프레드 햄의 주요 소비자는 누구인가요?**

스프레드 햄은 서양식 음식으로, 일본에서 매우 흔하게 먹는 제품은 아닙니다. 일본에서 전통적으로 오랫동안 사용된 제품이 아니기 때문에 주로 서양식 레스토랑, 샐러드, 샌드위치 등에 사용되고, 편의점에서 판매하고 있는 샌드위치에서도 흔하게 볼 수 있습니다. 특정한 소비층은 없지만, 비교적 젊은 층들이 소비하는 편입니다.

37) 사진 자료 : 큐피(キューピー)

### Q. 현재 판매하고 있는 스프레드 제품 중 인기 있는 제품은 무엇인가요?

저희 업체에서 판매하고 있는 스프레드 제품 중 가장 인기 있는 제품은 참치&마요네즈이며, 2위는 스위트콘&마요네즈입니다. 한 번 정도 먹을 수 있는 소용량 제품과 대용량 병 제품 모두 판매하고 있는데, 용량별로 골고루 판매되는 편입니다. 참치&마요네즈 제품은 150g에 220엔(한화 약 2,450원<sup>38)</sup>)입니다.

### Q. 고령층을 타겟으로 한 스프레드 햄이 시장성이 있을까요?

일본에서 스프레드 햄의 타겟층을 고령층으로 설정하는 것은 추천하지 않습니다. 특히 일본에서는 고령층의 육류 소비량이 적으며, 신선 과일이나 채소 등의 소비량이 더 많습니다. 또한, 육류를 소비하더라도 가공 육류보다는 신선 육류를 선호하며 건강상의 이유로 아예 먹지 못하는 소비자들도 있습니다.

만약, 고령층을 타겟으로 진출하고 싶다면 무항생제 소시지 제품이 더 좋을 것 같습니다. 그러나 콜레스테롤은 노인에게 치명적인 심장질환을 유발할 수 있기 때문에 반드시 해당 제품의 콜레스테롤이 낮다는 점을 입증하여야 합니다. 아니라면, 적어도 비타민이나 미네랄 함량을 강조하는 등, 고령층을 타겟으로 하는 셀링포인트가 필요합니다.

38) 100엔=1,112.06원(2020.10.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## Interview ② 나쇼나루아자부(ナショナル麻布)

39)

●  
나쇼나루아자부  
(ナショナル麻布)

전문가 소속

나쇼나루아자부  
(ナショナル麻布)  
유통업체

연락처

+81-3-3442-3181

전문가 정보

Mr. Tanaka  
(Manager)

# NATIONAL AZABU



### 나쇼나루아자부(ナショナル麻布) Manager, Mr. Tanaka

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

나쇼나루아자부는 1962년에 설립된 슈퍼마켓 체인으로, 미나토구에서 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 유기농 제품, 농산물, 신선 육류, 육류 가공품, 수산물, 유제품, 스낵류, 냉동식품, 주류 등 다양한 현지 및 수입 식료품을 취급하고 있습니다.

**Q. 일본 내 스프레드 햄의 수요 및 소비 동향은 어떤가요?**

사실 일본에서 스프레드 햄의 수요는 높지 않습니다. 주로 빵에 그대로 발라서 먹거나, 샌드위치에 넣어 먹습니다. 또한, 샐러드 드레싱으로도 사용되는데, 특히 채소 샐러드에 맛을 추가하고 싶을 때 좋습니다. 스프레드 햄의 주요 소비자는 일본에 거주하고 있는 서양인입니다.

**Q. 현재 판매하고 있는 제품 중 인기 있는 스프레드 햄 제품은 무엇인가요?**

저희 업체는 다수의 대사관이 위치한 지역에서 매장을 운영하고 있어 비교적 외국인 소비자들이 많습니다. 언더우드 데빌드 스프레드 햄(Underwood Deviled Ham Spread)와 동일 브랜드의 치킨 스프레드를 판매하고 있는데, 스프레드 햄 제품의 판매량이 더 높습니다. 해당 제품은 모두 120g에 572엔(한화 약 6,360원)입니다.

**Q. 일본으로 스프레드 햄 수출 시, 시장성이 있을까요?**

일본으로 스프레드 햄 진출 시, 수요를 얻기 어려울 것 같습니다. 일본에서 스프레드 햄은 주로 편의점 샌드위치에 많이 사용되는데, 최근에는 편의점 샌드위치의 종류도 다양해져 수요는 점점 줄고 있습니다. 그러나 잼이나 페이스트의 경우, 단맛이 있는 제품은 어느 정도 수요가 있을 것으로 예상됩니다.

## Interview ③ 프리마하무(プリマハム)

40)

●  
프리마하무  
(プリマハム)

전문가 소속

프리마하무  
(プリマハム)  
제조 및 유통업체

연락처

+81-3-6386-1800

전문가 정보

Mr. Nakamura  
(Manager)

おいしさ、ふれあい。  
**プリマハム**



프리마하무(プリマハム)

Manager, Mr. Nakamura

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

프리마하무는 1931년에 설립된 육류 가공품 전문 제조 및 유통업체로, 햄, 베이컨, 함박스테이크, 소시지, 미트볼, 치킨, 냉동식품 등을 취급하고 있습니다. 일본 내 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 온라인 스토어 등으로 납품하고 있으며 자사 온라인 홈페이지에서 제품 정보와 레시피를 자세하게 제공하고 있습니다.

**Q. 일본 내 육류 가공품 소비 동향은 어떤가요?**

2019년 일본 통계청(Statistics Bureau)<sup>41)</sup>의 2인 가구를 대상으로 한 육류 가공품 소비 트렌드 조사에 따르면, 소비량 1위는 햄, 2위는 베이컨, 3위는 소시지입니다. 햄의 경우, 후쿠이현이나 니가타현에서 소비량이 가장 많았으며 주부지방과 서일본(니시니혼)에서는 소비량이 적은 것으로 나타났습니다.

한편, 베이컨은 북일본(기타니혼)과 오키나와에서의 소비량은 많으나 서일본(니시니혼)에서부터 간토지방까지의 지역 소비량은 평균보다 적습니다. 그러나 소시지는 지역별로 큰 차이 없이 전반적으로 균일하게 소비되고 있습니다.

**Q. 일본에서는 주로 소시지를 어떻게 섭취하나요?**

소시지는 주로 아침에 먹으며, 삶거나, 굽거나, 다른 채소와 함께 볶아 먹습니다. 아이를 키우는 가정에서는 도시락용으로 사용하는 경우도 많습니다.

**Q. 일본 내 인기 있는 소시지의 특징은 무엇인가요?**

최근 건강에 대한 인식이 상승하면서, 화학제품이 첨가되지 않은 제품이 인기를 끌고 있습니다. 또한, 돼지고기 100% 제품이나, 플레이버가 포함된 제품의 선호도도 높습니다. 소비자들은 소시지 구매 시 식감을 중요시합니다.

39) 사진 자료 : 나쇼나루아자부(ナショナル麻布)

40) 사진 자료 : 프리마하무(プリマハム)

## Interview ④ 니뽀하무(日本ハム)

42)

●  
니뽀하무  
(日本ハム)

전문가 소속

니뽀하무

(日本ハム)

제조 및 유통업체

연락처

+8-6-7525-3026

전문가 정보

Mr. Matsumoto

(Manager)




니뽀하무(日本ハム)

Manager, Mr. Matsumoto

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

니뽀하무는 1949년에 설립된 육류 전문 제조 및 유통업체로, 주로 자사 온라인 홈페이지를 통해 도매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 신선 육류, 햄, 소시지, 베이컨, 그릴드포크, 햄박스테이크, 미트볼, 치킨, 냉동식품 등입니다.

**Q. 일본 내 육류 가공품 및 돈육 가공품의 트렌드는 어떤가요?**

일본에서 육류 가공품은 다른 나라보다 비교적 늦게 소비되기 시작했으며 베이컨, 소시지, 버거 순으로 소비량이 많습니다. 돼지고기 중에서는 신선 제품의 소비량이 가장 많고 그 다음이 소시지나 베이컨 등의 가공품입니다. 최근 돼지 열병이 세계적으로 확산되면서 돼지고기보다는 치킨이나 소고기를 먹는 소비자들이 늘어났습니다.

**Q. 일본 내 소시지의 수요와 인기 있는 소시지의 특징은 무엇인가요?**

일본 내 소시지는 수요가 일정하게 높은 편이며 아이들이 주로 먹습니다. 특히 작은 크기의 비엔나 소시지가 아이들 도시락에 매우 자주 사용됩니다. 소시지를 귀여운 모양으로 자를 수 있는 커팅기도 많이 있지만, 가장 일반적인 모양은 문어발 모양입니다.

일본에서는 식감이 좋은 소시지의 선호도가 가장 높습니다. 물론 일본에서 1인 가구의 수가 증가하고 있지만, 소시지의 주요한 소비자는 아이들이기 때문에 아이들도 먹을 수 있도록 나트륨 함량이 너무 높지 않아야 합니다. 염도가 높은 제품은 주로 맥주 등의 술과 함께 먹으며 가장 일반적인 소시지 용량은 130-250g 정도입니다.

41) 일본 총무성(Ministry of Internal Affairs and Communications) 산하 기관



### Q. 일본에서는 주로 소시지를 어떻게 섭취하나요?

소시지는 아침 식사로 간단하게 먹거나, 저녁에 바비큐를 먹을 때 맥주와 함께 먹습니다. 과거 일본에서는 소시지를 모두 구워 먹었지만, 1985년에 샤우엣센(シャウエッセン) 제품의 출시로 인해 삶아 먹는 방법도 소개되어 현재는 다양한 방법으로 소시지를 섭취하고 있습니다.

### Q. 일본에서 인기 있는 소시지 브랜드는 무엇인가요?

일본에서는 곱게 간 돼지고기로 만든 길쭉한 형태의 소시지인 위너 소시지(Wiener Sausage)의 선호도가 높으며 이토하무(伊藤ハム) 브랜드가 가장 인기 있습니다. 제품 후기에 따르면, 해당 브랜드의 제품이 생선의 부드러운 식감과 비슷하다고 합니다.

### Q. 일본으로 소시지 수출 시, 시장성이 있을까요?

현재 미국과 중국이 돼지고기 제품의 가장 큰 수출국이지만, 한국산 돈육 가공품 수출 시, 무항생제 제품이라는 것을 증명한다면 시장성이 있을 것으로 예상됩니다. 스프레드 햄보다는 소시지의 수요가 높기 때문에 일본 진출 시 A사의 스프레드 햄 제품보다는 소시지가 판매 가능성이 비교적 큽니다.

42) 사진 자료 : 니뽀하무(日本ハム)

## Interview ⑤ 간사이공항검역소(関西空港検疫所)

43)

간사이공항검역소  
(関西空港検疫所)

전문가 소속

간사이공항검역소  
(関西空港検疫所)

연락처

+8-7-2455-1290

전문가 정보

Mr. Tmayama  
(Consultant)



간사이공항검역소(関西空港検疫所)

Consultant, Mr. Tmayama

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

간사이공항검역소 식품감시과는 일본 후생노동성(厚生労働省, Ministry of Health, Labor and Welfare) 산하 기관으로, 오사카 간사이국제공항에서 수입 식품 검역을 담당하고 있습니다. 일본으로 반입되는 육류, 과일, 채소 등의 식품 안전성 확보를 위해 모니터링 업무도 진행하고 있으며 이 외에도 수입 신고 접수와 심사 등을 담당합니다.

**Q. 일본으로 돈육 가공품 수출 시, 필요한 서류는 무엇인가요?**

일본으로 식품 수입 시 일본 후생노동성(MHLW)에 수입 신고를 해야 합니다. 수입 시 수입신고서, 위생 검역 증명서, 원재료성분표, 제조공정표가 필요합니다. 제조공정표의 경우 별다른 양식은 없으며 기업명, 제조일자, 제품명, 열/냉각/살균/산 세척(Pickling) 공정 등을 기재해야 합니다.

**Q. 일본으로 돈육 가공품 수출 시, 필수적인 라벨 기재 사항은 무엇인가요?**

제품 라벨에는 제품명, 원산지, 원재료명과 양, 제조업체, 제조일자, 보관방법을 기재해야 하며 JAS 법을 준수해야 합니다. 유기 육류의 경우, 유기 JAS 로고는 인증업체로부터 검사허가를 받아 등록된 업체만이 부착할 수 있습니다. 유기 JAS 인증을 받지 않고 ‘有機’, ‘Organic’ 등의 단어를 제품에 표기하는 것은 불가합니다.

**Q. 일본으로 돈육 가공품 수출 시, 검역은 어떻게 진행되나요?**

돈육 가공품의 수입 검역은 일본 국내 동물 감염 검사와 동일한 규제를 적용받습니다. 검역소에서는 원산지와 제품 품목별로 수입이 가능한지 검사하며 품목에 따라 검역 절차가 상이합니다. 또한, 일본의 식품 규격을 따랐는지 확인해야 하며, 식육 제품의 경우 열처리 여부가 매우 중요합니다. 자세한 식품 규격은 일본 후생노동성(MHLW) 홈페이지를 참고할 수 있습니다. 수입업체는 수입 전에 수입 상담을 받을 수 있는데, 수입 시 필요한 4개의 서류를 구비하여 통관을 진행할 검역소에 수입 전 신청하면 됩니다.

43) 사진 자료 : 간사이공항검역소(関西空港検疫所)

## Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

# Export Insights

## 01 시장규모

냉장보관 가공 적색육  
시장규모 8조 5,629억 원  
'15-'19년 연평균 0.5% 감소 예상



## 02 시장 트렌드

일본 돈육 가공품, 선물용으로 많이 구매  
스프레드 햄 인지도 낮아  
과실향 첨가된 닭고기·수산물 스프레드 확인



## 06 전문가인터뷰

스프레드 햄 수요 낮은 편  
스프레드 햄 주요 소비자는 서양인 또는 젊은 층  
돼지고기 100%, 화학제품 無첨가 제품 인기



## 03 유통채널

주요 유통채널  
하이퍼마켓/슈퍼마켓 46.4%  
혼합 소매업체 33.3%



## 05 관세 및 추가 규제

소시지 협정 세율 10%  
스프레드 햄 협정 세율 21.3%



## 04 통관/검역

일본 돈육 가공품 수출 시 HACCP 인증 필수  
검역시행장 지정 및 상대국 작업장 등록 필수



일본 돈육 가공품 시장규모

**냉장보관 가공 적색육  
8조 5,629억 원**

전체 가공육 시장의 68%  
향후 5년간 연평균 0.5% 감소세 예상



일본의 '냉장보관 가공 적색육'의 시장규모는 전체 '가공육' 시장의 68%를 차지함. 해당 시장은 지난 5년간 1%의 연평균성장률을 보이며 서서히 성장해왔으나 향후 5년간 연평균 0.5%의 감소세를 보일 것으로 예상됨. 조사 기업이 타깃층으로 설정한 노인 인구(70대 이상 인구)는 전체 인구의 21%로 큰 비중을 차지하며, 최근 일본 고령층들의 온라인 구매가 확산되는 경향을 보임. 한편 고령층은 가공육보다는 신선육을 더 많이 소비하는 것으로 확인됨

시장 트렌드

**스프레드 햄 인지도 낮아  
햄, 소시지 다수**

프리미엄 햄과 소시지, 선물용으로 판매  
육류 스프레드, 과실향 첨가



빅데이터 조사 결과, 일본 온라인 쇼핑물 내 판매되고 있는 스프레드 햄은 매우 적은 편이었으며, 돈육 가공품 중 햄, 소시지, 호르몬야끼, 베이컨 순으로 빈출함. 프리미엄 돈육 가공품의 경우 기념일에 선물용이나 손님 대접 목적으로 구매하는 경우도 많았음. 스프레드 햄은 마요네즈, 마가린 등과 함께 빵에 발라 섭취하는 것으로 확인됨. 또한, 밀감 등 과실향을 첨가하여 육류의 비린내를 없앤 육류 스프레드도 확인됨

가공육/가공 해산물 유통채널

**하이퍼마켓/슈퍼마켓  
46.4%**

혼합 소매업체 33.3%  
비(非) 식료품점 7.9%  
편의점 6.9%



돈육 가공품의 상위 카테고리인 가공육 및 가공 해산물의 경우, 유통채널 중 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 점유율이 46.4%로 가장 높은 것으로 확인됨. 전문가 인터뷰 결과, 일본 내 스프레드 햄은 흔하게 먹는 제품은 아니며, 주로 서양식 레스토랑이나 편의점에서 판매되고 있는 샌드위치에 공급되는 것으로 확인됨



# Export Insights

통관 및 검역

## HACCP 인증 필수

검역시행장 지정 및  
상대국 작업장 등록 필수



일본 돈육 가공품 수출 시 HACCP 인증이 필수이며, 수출 전 검역시행장 지정 및 상대국 작업장 등록 절차가 필수적임. 주요 수출요건으로는 열처리 조건이 존재하여, 특정 조건을 만족시킨 돈육 가공품만 수출 가능함. 돈육 가공품 수출 시 소시지는 10%, 스프레드 햄은 21.3%의 WTO 협정 세율을 적용 받음

전문가 인터뷰

01. 스프레드 햄 인지도 낮아
02. 주요 소비층은 서양인 또는 젊은 층
03. 동물 감염 검사와 동일 규제 적용



전문가 인터뷰에 따르면 일본 내 스프레드 햄은 보편적으로 섭취하는 제품이 아니며, 주요 소비자는 일본에 거주하는 서양인 또는 비교적 젊은 층임. 주로 빵, 샌드위치, 샐러드에 곁들여 먹으며 서양식 레스토랑이나 편의점 샌드위치가 주요 공급원으로 예상됨. 소시지는 일본 내 꾸준히 수요가 있는 제품이며, 특히 건강에 대한 인식이 향상됨에 따라 무항생제 돼지고기를 사용한 것은 셀링포인트로 작용할 것으로 예상됨

## 진출제언



Point 01. 일본 스프레드 햄 인지도 낮은 편이며 소시지는 꾸준히 수요있는 제품

Point 02. 스프레드 햄 주로 샐러드, 샌드위치, 빵과 함께 섭취하며 주요 소비자는 일본에 거주하는 서양인 또는 비교적 젊은 층임

Point 03. HACCP 인증, 검역시행장 지정 및 상대국 작업장 등록 등 비교적 까다로운 통관/검역 절차 주의 필요함

Point 04. 최근 일본 내 건강에 대한 인식이 향상 중이므로, 무항생제 소시지 수출 시 기회 요소로 작용할 것임



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 마이니치(Mainichi), 「Elderly in Japan making more online purchases after virus outbreak: credit card data」, 2020
2. UN 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019
3. 시니어라이프(Senior Life), 「総務省統計局より発表される『消費動向指数』を元に、具体的な数字を交えてながらシニアマーケットについて、テーマ別にご紹介します」, 2020
4. 캐나다 정부(Government of Canada) 「Sector Trend Analysis - Meat trends in Japan」, 2020
5. 닛케이(Nikkei), 「Portion sizes shrink in aging Japan as 'real' food prices rise」, 2020
6. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020
7. 한국 관세청 고시 제2020-2호, 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
8. 일본 관세청(JC, Japan Customs), 「관세법(関税法)」, 2006
9. 일본 관세청(JC), 「특정수출 신고제도(特定輸出者制度)」, 2006
10. 일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020
11. 일본 후생노동성(MHLW), 「일본 식품위생법 제370호, '식품, 첨가물 등의 규격기준」, 1959

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. 국제무역센터(International Trade Center) ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
3. 유엔 컴트레이드(UN Comtrade) ([comtrade.un.org](http://comtrade.un.org))
4. 외교부([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
5. 마이니치(Mainichi) ([mainichi.jp](http://mainichi.jp))
6. 유엔 경제사회국([population.un.org](http://population.un.org))
7. 시니어 라이프(Seniorlife) ([www.seniorlife-soken.com](http://www.seniorlife-soken.com))
8. 캐나다 농림부([www.agr.gc.ca](http://www.agr.gc.ca))
9. 닛케이(Nikkei) ([asia.nikkei.com](http://asia.nikkei.com))
10. 라쿠텐(Rakuten), [www.rakuten.co.jp](http://www.rakuten.co.jp)
11. 큐파이(Kewpie), [www.kewpie.com](http://www.kewpie.com)
12. 칼디(Kaldi), [www.kaldi.co.jp](http://www.kaldi.co.jp)
13. 쿡패드(cookpad), [cookpad.com](http://cookpad.com)
14. 아마존(Amazon), [www.amazon.co.jp](http://www.amazon.co.jp)
15. 유로모니터(Euromonitor) ([www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com))
16. 라이프(ライフ) ([www.lifecorp.jp](http://www.lifecorp.jp))
17. 핀티데(Fintide) ([www.fintide.jp](http://www.fintide.jp))
18. 라이프넷슈퍼(Life-netsuper) ([www.life-netsuper.jp](http://www.life-netsuper.jp))
19. 니케이아시아(Nikkei Asia) ([www.asia.nikkei.com](http://www.asia.nikkei.com))
20. 피알타임즈(PR Times) ([www.prtimes.jp](http://www.prtimes.jp))
21. 마루엣츠(マルエツ) ([www.maruetsu.co.jp](http://www.maruetsu.co.jp))
22. 다이아몬드체인스토어(Diamond Chain Store)
23. 류츠뉴스(流通ニュース) ([www.ryutsuu.biz](http://www.ryutsuu.biz))
24. 이세탄(Isetan) ([www.isetan.mistore.jp](http://www.isetan.mistore.jp))
25. 이세탄미츠클시홀딩스(Isetan Mitsukoshi Holdings) ([www.imhds.co.jp](http://www.imhds.co.jp))
26. 재팬타임즈(Japan Times) ([www.japantimes.co.jp](http://www.japantimes.co.jp))
27. 다카시야마(Takashiyama) ([www.takashimaya.co.jp](http://www.takashimaya.co.jp))
28. 쿄도뉴스(Kyodo News) ([www.kyodonews.jp](http://www.kyodonews.jp))
29. 세븐일레븐(7-Eleven) ([www.sej.co.jp](http://www.sej.co.jp))

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

29. 세븐일레븐(7-Eleven) ([www.sej.co.jp](http://www.sej.co.jp))
30. 세븐&아이 홀딩스(7&I holdings) ([www.7andi.com](http://www.7andi.com))
31. 타임아웃(Time Out) ([www.timeout.com](http://www.timeout.com))
32. 로이터스(Reuters) ([www.reuters.com](http://www.reuters.com))
33. 로손(Lawson) ([www.lawson.co.jp](http://www.lawson.co.jp))
34. 로손(Lawson) ([www.lawson.jp](http://www.lawson.jp))
35. 재팬투데이(Japan Today) ([www.japantoday.com](http://www.japantoday.com))
36. 니케이아시아(Nikkei Asia) ([www.asia.nikkei.com](http://www.asia.nikkei.com))
37. 아마존재팬(Amazon Japan) ([www.amazon.co.jp](http://www.amazon.co.jp))
38. 비즈니스인사이드(Business Insider) ([www.businessinsider.com](http://www.businessinsider.com))
39. 비디오게임크로니클(Video Game Chronicles) ([www.videogamechronicle.com](http://www.videogamechronicle.com))
40. 라쿠텐(Rakuten) ([www.rakuten.com](http://www.rakuten.com))
41. 코인데스크(Coindesk) ([www.coindesk.com](http://www.coindesk.com))
42. 피어스вай어레스(Fierce Wireless) ([www.firecewireless.com](http://www.firecewireless.com))
43. 다이리키(ダイリキ) ([www.dairiki.co.jp](http://www.dairiki.co.jp))
44. 일본 농림수산청(MAFF, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) ([www.maff.go.jp](http://www.maff.go.jp))
45. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare) ([www.mhlw.go.jp](http://www.mhlw.go.jp))
46. 일본 관세청(JC, Japan Customs) ([www.customs.go.jp](http://www.customs.go.jp))
47. 일본 소비자청(CAA, Customs Affairs Agency) ([www.caa.go.jp](http://www.caa.go.jp))
48. 제약산업정보포털(KHIDI) ([khidi.or.kr](http://khidi.or.kr))
49. 미국 농무부 해외농업서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service) ([www.fas.usda.gov](http://www.fas.usda.gov))
50. 카티(Kati) ([www.kati.net](http://www.kati.net))
51. 관세정보법령포털 ([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
52. 두잉비즈니스(Doing Business) ([doingbusiness.org](http://doingbusiness.org))
53. 정부24 ([gov.kr](http://gov.kr))
54. 큐피(キューピー) ([kewpie.co.jp](http://kewpie.co.jp))
55. 나쇼나루야자부(ナショナル麻布) ([national-azabu.com](http://national-azabu.com))
56. 프리마하무(プリマハム) ([primaham.co.jp](http://primaham.co.jp))
57. 니뽀하무(日本ハム) ([nipponham.co.jp](http://nipponham.co.jp))
58. 간사이공항검역소(関西空港検疫所) ([forth.go.jp/keneki/kanku](http://forth.go.jp/keneki/kanku))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.12.11

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

Copyright 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea