

2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 도루묵 식해

Country : 일본(Japan)



CONTENTS

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 글로벌 수입통계	7
3. 일본 수입통계	8
II. 시장 트렌드	9
1. 시장 메가 트렌드	11
2. 소비 트렌드	12
3. 제품 트렌드	13
4. 정책 트렌드	14
III. 경쟁사 분석	15
1. 경쟁사 선정	17
2. 경쟁사별 현황 파악	18
IV. 경쟁제품 현지조사	23
1. 분석 제품 및 기준	25
2. 가격 정보	27
3. 포장용기 및 유통기한 정보	28
4. 원료 정보	29
5. 현지조사 데이터	30
V. 유통구조 현황	33
1. 현지 유통구조 map	34
2. 추천 진출 경로	35
3. 유통업체 담당자 인터뷰	36

CONTENTS

VI. 유통업체 현황	37
1. 주요 유통채널 개관	39
2. 주요 유통채널 핫이슈	40
3. 유통업체별 개요	41
- AEON	41
- SEIYO	42
- Ito Yokado	43
VII. 인증 정보	44
1. 필수인증 정보	46
2. 일본 내 인증 취득제품	47
3. 제출서류	48



I. 시장 통계

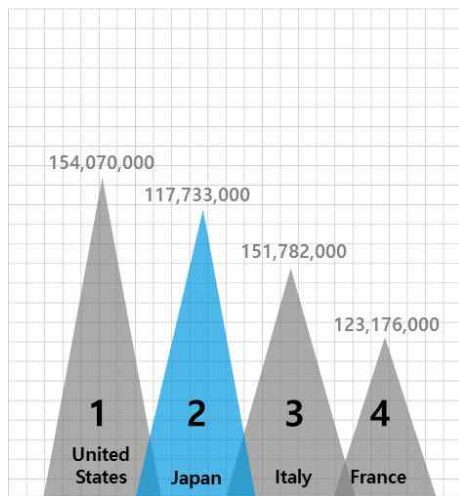
1. 통계분석 기준 설정
2. 글로벌 수입통계
3. 일본 수입통계

※ 품목 특성상 시장규모에 대한 자료 확보에 어려움이 있어 본 보고서에서는 제외함

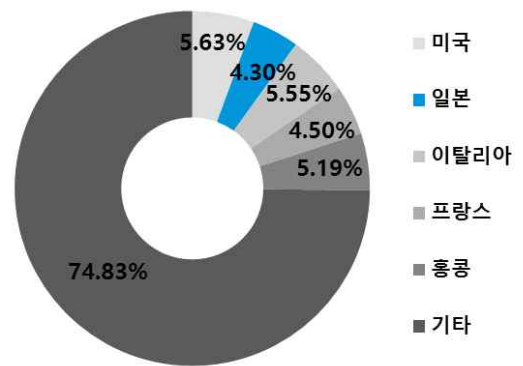
시장통계 OVERVIEW



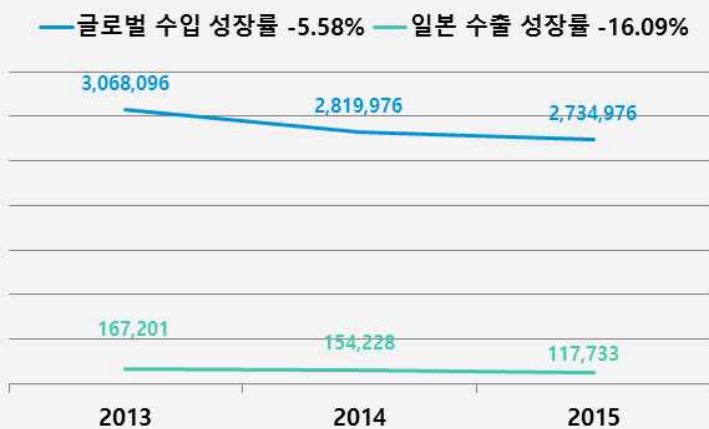
▶ 2015년 글로벌 수입규모 순위, US 달러 기준



▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 2013~2015년 연평균 성장률, 천 US 달러 기준



글로벌 수입규모 1위, 미국
일본, 글로벌 수입 2위
일본 수입상대국, 한국 2위

1. 통계분석 기준 설정

도루묵 식해 HS CODE 1604.20.020으로 확인

글로벌 및 타깃국가 수입통계를 확인하기 위해 HS CODE 기준을 설정함

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘세계HS정보시스템’을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

표 1.1 통계 기준 설정

통계	기준
글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE 1604.20
일본 수입규모 및 성장률	HS CODE 1604.20.020

표 1.2 일본 내 도루묵 식해 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1604	조제하거나 보존처리한 어류, 캐비아, 어란(魚卵)으로 조제한 캐비아 대용물
	1604.20	그 밖의 조제하거나 보존처리한 어류
	1604.20.1000	생선 페이스트(paste)
	1604.20.2000	생선 마리네이드(marinade)
	1604.20.3000	생선 소시지
	1604.20.9000	기타
일본	1604.20	기타 조제를 해 또는 저장에 적절하다고 처리를 했어 어(어류) 1 알
		(1) 청어(클루페아(clupea)속 것) 또는 대구(가더스(gadus)속 , 테라그라 (theragra)속 또는 메를루시우스(Merluccius)속 것) 것
	1604.20.011	기밀 용기들이 것
	1604.20.015	대구(가더스(gadus)속 , 테라그라 (theragra)속 또는 메를루시우스(Merluccius)속 것) 것
	1604.20.019	(2) 기타
	1604.20.020	2 기타

출처 : 한국관세청(www.customs.go.kr), 일본관세청(www.customs.go.jp)

표 1.3 제품 HS CODE 확인가능 사이트

분류	사이트명	URL
HS CODE	한국 관세청	www.customs.go.kr
	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
	일본 관세청	www.customs.go.jp

2. 글로벌 수입통계

글로벌 수입액 3개년 연평균 성장률¹⁾ -5.58%

2015년 글로벌 그 밖의 조제하거나 보존처리한 어류 수입액은 27억 3,497만 달러로 2013년부터 3년간 연평균 -5.58% 감소함. 반면에 홍콩은 2015년 수입액이 1억 4,186만 달러로 전년 대비 소폭 성장하였으며, 최근 3년간의 연평균 성장률 또한 3.36%로 상위 5개국 중 가장 큰 성장세를 보이고 있음

일본, 2015년 對글로벌 수입액 비중 4.30%

2015년 기준, 일본의 그 밖의 조제하거나 보존처리한 어류 수입액은 HS CODE 1604.20의 전체 수입액 중 4.30%를 차지하는 것으로 파악됨. 가장 큰 비중을 차지하는 미국은 5.63%로 나타남

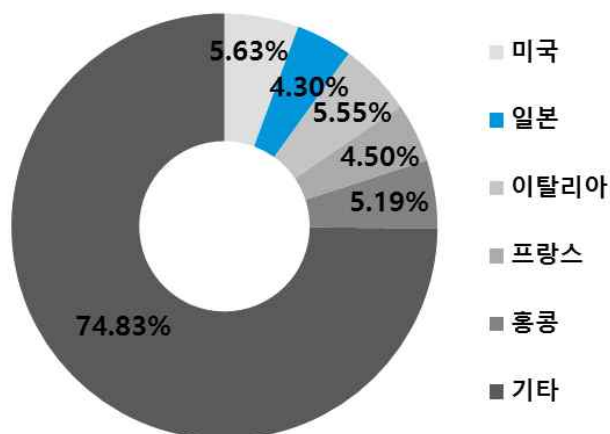
표 1.4 글로벌 HS CODE 1604.20 수입

(단위: US 천 달러, %)

수입국가	2013	2014	2015	2013~2015 연평균성장률
글로벌	3,068,096	2,819,976	2,734,976	-5.58
1 미국	162,869	159,929	154,070	-2.74
2 일본	167,201	154,228	117,733	-16.09
3 이탈리아	145,790	151,342	151,782	2.03
4 프랑스	145,198	139,588	139,588	-7.89
5 홍콩	132,778	125,301	141,860	3.36

출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com)

표 1.5 글로벌 HS CODE 1604.20 수입규모 비중



출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com)

1) 연평균 성장률 = $\sqrt[n]{\frac{\text{최신/최초연도}}{\text{최초연도}}}$ - 1

3. 일본 수입통계

일본 HS CODE 1604.20 수입시장, 중국산 제품이 높은 점유율

2015년 일본은 그 밖의 조제하거나 보존처리한 어류를 1억 1,177만 3,000달러를 수입하였음. 일본의 2015년 對중국 수입액은 6,762만 8,000달러로 전체 수입액의 57.44%를 점유하고 있음. 2위인 한국은 12.91%를 차지하였으며 중국, 한국, 태국 외 기타 국가의 점유율은 10% 이하로 파악되어, 수입 시장이 세분화되어 있는 것으로 파악됨

한국산, 연평균 성장률 크게 하락

2013년 기준 일본의 한국산 HS CODE 1604.20 품목의 수입액은 3,070만 2,000달러를 나타냄. 2015년에는 1,519만 5,000달러를 수입하여, 2013년 ~ 2015년 연평균 성장률은 -29.65%의 큰 폭의 하락세를 나타나고 있음

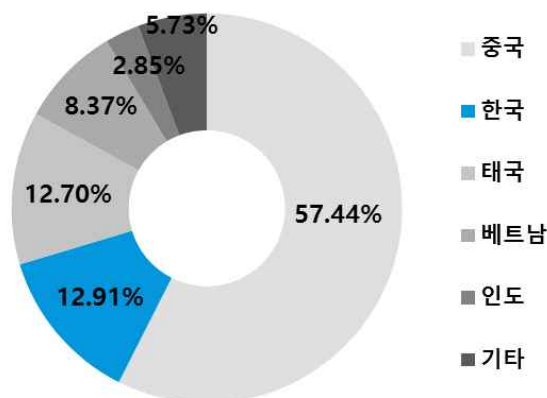
표 1.6 일본 HS CODE 1604.20 수입

(단위: US 천 달러, %)

수입상대국	2013	2014	2015	2013 ~ 2015 연평균성장률
글로벌	167,201	154,228	117,733	-16.09
1 중국	106,067	89,982	67,628	-20.15
2 한국	30,702	28,780	15,195	-29.65
3 태국	15,513	16,039	14,954	-1.82
4 베트남	2,697	6,393	9,850	91.12
5 인도	4,971	4,714	3,361	-17.78

출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com)

표 1.7 국가별 HS CODE 1604.20 수입액 비중 (2015년)



출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com)



Ⅱ. 시장 트렌드

1. 시장 메가 트렌드
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드
4. 정책 트렌드

시장트렌드 OVERVIEW



시장 메가 트렌드

“ 건강과 위생에 대한 관심 多 ”

- 식품을 구매할 때, 건강을 구매요인으로 꼽는 소비자가 증가함
- 소비자의 49.8%가 식품 구매 시 라벨 확인

“ PB 시장의 확대 예상 ”

- 대기업의 PB시장 진출 활발
- 고급화 PB상품 전략 多

소비 트렌드

“ 다양한 요리로 즐기는 일본 젓갈 ”

- 일본인에게 젓갈은 밥반찬 외에 술안주 용도로도 섭취하는 음식이며 다양한 요리의 재료로 사용됨

“ 도루묵 구이, 조림, 된장 절임형태로 섭취 ”

- 일본에서 도루묵은 말려서 구이로 구워먹거나, 간장 조림, 된장 절임의 형태로 섭취하는 것이 일반적임

제품 트렌드

“ 다양한 해산물을 간장과 소금에 절인 일본식 젓갈 ”

- 일본식 젓갈은 다양한 해산물을 간장, 와사비, 흑초, 소금, 고춧가루 등에 절인 음식임
- 고춧가루의 매운 맛이 강한 한국식 젓갈 및 식해 제품은 일본인에게 낯설고 생소한 느낌을 줄 것

정책 트렌드

“ 식품첨가물 성분 초과로 인한 통관거부사례 가장 많아 ”

- 일본으로 수입되는 젓갈의 통관 거부 사례는 식품첨가물 기준치 미준수로 인한 경우가 많았음
- 기준치 초과가 주로 발생하는 식품첨가물에는 폴리솔베이트, 폴리솔 베이트80, 아질산나트륨 등

1. 시장 메가 트렌드

건강과 위생을 중시하는 일본의 소비자

일본의 후생노동성은 2015년 4월부터 나트륨 일일 섭취 권장량을 개정하여 발표함. 성인 남성은 9g에서 8g으로 여성은 7.5g에서 7g으로 권장치가 축소되었음. 이에 따라 일본 소비자들은 섭취하는 나트륨 양에 대해 관심을 갖기 시작했고 식품 제조업체들은 저염 라면, 저염 햄 등 저염 식품을 앞 다투어 출시함

또한 일본 정책금융공고에서 발표한 ‘가공식품 관련 설문조사, 2014’에 따르면 소비자의 49.8%가 후쿠시마 원전 방사능 유출사태 이후 가공식품의 라벨을 필수적으로 확인하는 등 식품 위생에 대한 관심이 고조됨. 이로 인해 소비자들은 식품의 원산지과 영양 성분, 인증 등 다양한 부분을 확인하고 구매함

이에 식품 제조업체는 식품 안전, 위생, 유기농 등을 강조한 제품을 출시하여 경쟁하고 있음

다양한 가격대의 Private Brand 시장 확대

신일본슈퍼마켓협회의 2014년 발표 내용에 따르면, PB상품²⁾의 매출액이 전년도에 비해 증가하고 있다고 전함. 대형유통업체가 잇따라 저렴한 PB상품을 출시하며 경쟁이 가열됨

일본의 시장조사 전문기관인 My Voice에 따르면 소비자들이 가장 많이 구매하는 PB상품의 품목은 디저트 제품으로 나타남

저가로 시작한 PB상품의 인기는 최근 프리미엄 PB상품으로 확대됨. AEON그룹과 Seven&I Holdings는 저가 PB상품 경쟁에서 프리미엄 PB상품을 출시하여 차별화를 꾀함. 또한 AEON그룹은 제조업체와 협력하여 2017년까지 현재의 약 2배인 2,300여 종으로 PB상품의 제품 라인을 확대할 예정임

2) 판매업자가 소유하고 관리하는 상표. 백화점, 슈퍼마켓 따위에서 독자적으로 만들어 판매하는 상품에 붙임(출처 : 국립국어원)

2. 소비 트렌드

밥 반찬과 술안주, 다양한 요리로 즐기는 일본 젓갈

한국인의 경우 젓갈은 밥 반찬의 용도로 먹는 음식이지만, 일본인에게 젓갈은 밥 반찬 외에 술안주 용도로도 섭취하는 음식임. 젓갈을 구매하여 그대로 반찬이나 술안주로 섭취하는 경우도 있지만, 볶음밥이나 파스타, 볶음 요리, 유자 첨가 등 다양한 요리의 재료로도 사용되기도 함

현재 일본의 요리 전문 사이트에는 젓갈을 이용한 매우 다양한 레시피들이 공유되고 있음. 이러한 요리 사이트에는 일본식 젓갈에 매운 맛이 강한 고춧가루 및 파, 참기름 등을 첨가하여 한국식 젓갈처럼 요리해먹는 레시피도 공유되고 있으나 혼한 요리법은 아님

도루묵은 말린 구이, 조림, 된장 절임형태로 섭취

일본에서 도루묵은 다른 생선과 같이 간장이나 소금에 절인 젓갈로 만들어 먹는 경우는 흔치 않음. 대신 말려서 구이로 구워먹거나, 간장 조림, 된장 절임의 형태로 섭취하는 것이 일반적임. 도루묵은 일본 아키타 지역의 명물로 잘 알려져 있으며, 밥 반찬과 더불어 구이 형태로 술안주로 섭취하는 경우가 많음

표 2.1 일본 요리 사이트에 소개된 한국식 젓갈요리 및 술안주로 즐기는 일본식 젓갈



출처 : Cookpad (cookpad.com)

표 2.2 일본 도루묵 간장 절임 및 술안주용 구이



출처 : Cookpad (cookpad.com)

3. 제품 트렌드

다양한 해산물을 간장과 소금에 절인 일본식 젓갈

일본식 젓갈 ‘시오카라(しおから)’는 다양한 해산물을 이용해서 만든 음식임. 시오카라는 갈색의 해산물 창자 안에 소량의 해산물 살을 섞어서 만들며, 이 날것의 창자에 약 10%의 소금과 30%의 발효된 쌀을 섞은 후, 밀폐 용기에 담아서 약 한 달간 발효시킴. 병이나 플라스틱 그릇, 비닐 소포장에 넣고 판매함

다양한 종류의 시오카라가 존재하는데, 일본인이 가장 일반적으로 소비하는 오징어 요리인 이카노 시오카라, 가다랑어로 만드는 카수오노 시오카라, 굴로 만드는 카키노 시오카라 등이 일본의 대표적인 젓갈 제품임

일본 현지 매장조사 당시 판매 중인 젓갈 제품은 오징어, 쭈꾸미, 고등어, 명태알, 소라, 대게 등 다양한 해산물을 간장, 와사비, 흑초, 소금, 고춧가루 등에 절인 제품이었음

현지 매장조사 및 온라인매장 내 도루묵으로 만든 젓갈 제품은 찾아볼 수가 없었음. 또한 고춧가루가 첨가되었더라도 소금, 간장 양념으로 짭짤한 맛이 강하게 나는 젓갈류가 일반적으로, 고춧가루의 매운 맛이 강한 한국식 젓갈 및 식혜 제품은 일본인에게 낯설고 생소한 느낌을 줄 것으로 사료됨

표 2.3 현지 매장에서 판매 중인 일본식 젓갈 제품



출처 : 현지매장조사(AEON, 2016.07)

4. 정책 트렌드

식품첨가물 성분 초과로 인한 통관거부사례 가장 많아

일본 후생노동성의 통관거부사례 중 2014~2015년의 사례를 분석한 결과, 다양한 것갈에 통관문제가 발생하였으며 주된 이유는 식품첨가물 성분의 기준치 미준수로 확인됨

적발되어 폐기 혹은 반송 처리된 것갈 제품으로는 창란 것갈, 오징어 것갈, 청어알 것갈, 연어알 것 등이 있었으며 통관 거부 횟수는 한국이 3건으로 가장 높았음. 미국은 1건 적발된 것으로 조사됨

기준치 초과가 주로 발생하는 식품첨가물에는 폴리솔베이트, 폴리솔베이트80, 아질산나트륨 등이 있음

폴리솔베이트 류는 식품첨가물로서 많은 국가에서 사용되고 있으며 안전성에 대한 과학적 입증에도 불구하고 일본에서는 식품첨가물로 지정되어 있지 않음. 따라서 일본 수출 시 관련 첨가물의 기준치 초과에 대한 면밀한 검토가 필요한 상황임

표 2.4 일본 후생노동성 것갈 통관 거부 사례

(기간: 2014년 ~ 2015년)

제품명	수출국가	거부사유	기준
창란 것갈	한국	폴리솔베이트 0.043 g/kg 검출	폴리솔베이트 기준 : 0.020g/kg
오징어 것갈	한국	폴리솔베이트80 0.75g/kg 검출	폴리솔베이트 기준 : 0.020g/kg
청어알 것갈	한국	폴리솔베이트80 0.31g/kg 검출	폴리솔베이트80 기준 : 0.020g/kg
연어알 것	미국	아질산나트륨 0.0053g/kg 검출	아질산나트륨 기준 : 0.0050g/kg

출처 : 일본후생노동성(厚生労働省), 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)



Ⅲ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW

현지조사 기업 株式会社マルナミフーズ(Marunami Foods), 合資会社丸二商店(Maru2),
マルタ食品株式会社(Maruta Foods), イオン株式会社(AEON), 紀文食品(Kibun)

#1. 株式会社マルナミフーズ(Marunami Foods)

기업 유형	제조업	설립년도	1984년	
취급 품목 유형	가공 수산물	홈페이지	www.marunami-foods.com	
주요 제품			뼈를바른붉은생선지게미담금, 콩치생강조림	

#2. 合資会社丸二商店(Maru2)

기업 유형	제조업	설립년도	1950년	
취급 품목 유형	가공 수산물	홈페이지	www.maru2.co.jp	
주요 제품			고등어, 콩치초절임	

#3. マルタ食品株式会社(Maruta Foods)

기업 유형	제조업	설립년도	1971년	
취급 품목 유형	가공 식품	홈페이지	www.marutafoods.co.jp	
주요 제품			마마카리감식초절임, 청어초절임	

#4. イオン株式会社(AEON)

기업 유형	제조업	설립년도	1926년	
취급 품목 유형	식품(저체상표) 취급 품목 유형	홈페이지	www.aeon.info	
주요 제품			명란젓	

#5. 紀文食品(Kibun)

기업 유형	제조업	설립년도	1947년	
취급 품목 유형	가공 식품	홈페이지	www.kibun.co.jp	
주요 제품			오징어젓, 생선소스에 절인 오징어젓	

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 방법

일본 현지 조사 시, 의뢰사 제품과 동일한 ‘도루묵 식해’ 제품군을 분석 대상 제품군으로 선정하려하였으나 일본 유통매장에서 도루묵이나 식해 제품을 찾아볼 수 없었음. 따라서 최우선적으로 가장 유사한 품목인 생선가공식품, 차선으로 젓갈류를 분석 대상 제품군으로 선정함. 이러한 제품들 중 판매율이 높은 기업을 분석 대상 경쟁사로 선택함

현지조사를 통한 경쟁사 선정

일본 현지 매장에 진열되어 있는 생선가공식품을 조사한 결과, 株式会社マルナミフーズ社(Marunami Foods), 合資会社丸二商店社(Maru2), マルタ食品株式会社(Maruta Foods)의 제품이 도출되었음

젓갈류의 경우 일본 현지 매장 방문 시 담당자 인터뷰를 통해 판매율이 높은 것으로 확인된 품목의 제조사인 イオン株式会社(AEON)과 紀文食品(Kibun)을 경쟁사로 선정하였음

표 3.1 현지조사 시 방문 매장

		
AEON	Daiei Gourmetcity	Ito Yokado

출처 : 현지매장조사 (AEON, Daiei Gourmetcity, Ito Yokado, 2016.07)

표 3.2 일본 도루묵 식해 경쟁제품 도출

현지조사 기업	株式会社マルナミフーズ(Marunami Foods), 合資会社丸二商店(Maru2), マルタ食品株式会社(Maruta Foods), イオン株式会社(AEON), 紀文食品(Kibun)
---------	---

2. 경쟁사별 현황 파악



株式会社マルナミフーズ(Marunami Foods)

수산물을 이용한 통조림 등의 수산 가공품을 생산하는 일본 기업임. 일본 각지에 제품을 유통하고 있음

고등어 된장 조림, 콩치 생강 조림, 방어 무 조림, 연어 크림 조림 등 생선을 주재료로 한 생선가공식품이 주요 생산 품목임

표 3.3 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	가공 수산물
설립년도	1984년
국가	일본
전화	+81 022 367 0732
주소	〒985-0001 宮城県塩釜市新浜一丁目14番24号
홈페이지	www.marunami-foods.com
기타 정보	- 자본금 5,000만엔 보유

출처 : Marunami Foods(www.marunami-foods.com)

표 3.4 제품 소개

수산 가공품		
	骨とり赤魚粕漬 (뼈를바른붉은생선지게미담금)	さんま生姜煮 (콩치생강조림)

출처 : Marunami Foods(www.marunami-foods.com), 현지매장조사(Daiei Gourmetcity, 2016.07)

2. 경쟁사별 현황 파악

合資会社丸二商店(Maru2)



가공 수산물을 취급하는 일본 기업으로 각종 생선을 식초에 절여서 가공한 제품을 주로 취급함. 정어리·꽂치 식초 절임이 가장 유명함

홈페이지에서 바로 온라인 구매가 가능함. 인기 품목을 묶은 세트 메뉴를 판매하고 있으며, 단체 주문이 가능함. 홈페이지에 자사 상품에 대한 레시피를 제공하고 있음

표 3.5 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	가공 수산물
설립년도	1950년
국가	일본
전화	+81 0566 41 0106
주소	愛知県碧南市錦町1丁目2番地
홈페이지	www.maru2.co.jp
기타 정보	- 직원 수: 18명 - 주요 거래처: 도쿄 츠키지 수산 시장, 요코하마중앙 도매 시장, 카와사키 중앙 도매시장, 센다이 중앙 도매 시장, 오사카 중앙 도매 시장

출처 : Maru2(www.maru2.co.jp)

표 3.6 제품 소개

수산 가공품		
	しめさば (고등어)	お造りさんま真空 (꽂치초절임)

출처 : Maru2(www.maru2.co.jp)

2. 경쟁사별 현황 파악

マルタ食品株式会社(Maruta Foods)



1971년 설립된 일본의 대표적인 가공 식품 기업으로, 국가 소속임. 생선을 각종 양념에 절인 생선가공식품, 생선 알 가공식품, 절인 해파리 등을 취급함. 또한, 간장을 비롯한 소스 제품과 된장에 절인 다시마와 오이, 무 등을 판매 중임

자사 홈페이지를 통해 바로 온라인 구매가 가능하도록 함. 홈페이지를 통해 정기적으로 자사 제품을 활용한 다양한 레시피 정보를 업데이트 함

표 3.7 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	가공 식품
설립년도	1971년
국가	일본
전화	+81 0250 38 2594
주소	〒950-0962 新潟県新潟市中央区出来島2丁目10番3号
홈페이지	www.marutafoods.co.jp
기타 정보	-일본 내 8곳의 지사 보유 -연간 판매액 64억 달러 수준

출처 : Maruta Foods(www.marutafoods.co.jp)

표 3.8 제품 소개

수산 가공품		
	<p>ままかり甘酢漬 (마마카리감식초절임)</p>	<p>にしん酢漬 (청어초절임)</p>

출처 : Maruta Foods(www.marutafoods.co.jp)

2. 경쟁사별 현황 파악

イオン株式会社(AEON)



AEON 그룹은 일본의 대표적인 유통 대기업임. 일본 및 전 세계에 걸쳐 약 274개의 쇼핑몰을 보유하고 있으며 종사자 수는 520,000명에 이릅니다.

AEON은 자체상표(Private Brand, PB)를 적극적으로 개발하고 있음. 2009년에 설립된 AEON AGRI CREATE Co., Ltd社가 자체상표 개발을 총괄하고 있음. AEON의 가공 수산물 자체상표 상품이 일본 내에서 유통 중임.

표 3.9 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	식품(자체상표 취급 품목 유형)
설립년도	1926년
국가	일본
전화	+81 432 126 042
주소	일본 지바시 미나미구 나카세 1-5-1
홈페이지	www.aeon.info
기타 정보	-리테일, 금융, 서비스 등 다양한 계열사를 보유한 일본 대기업 -일본뿐만 아니라 중국, 동남아시아 등지에서 영업 중

출처 : AEON(www.aeon.info)

표 3.10 제품 소개

수산 가공품	
	辛子明太子 (명란젓)

출처 : AEON(www.aeon.info)

2. 경쟁사별 현황 파악

紀文食品(KIBUN)



1947년 설립된 식품 기업으로 국수, 어묵, 맛살, 만두, 젓갈·어란 가공품, 두부 등을 생산함. 태국, 미국, 홍콩, 싱가포르, 대만 등에 진출해 있음

홈페이지에 자사의 제품을 활용한 각종 레시피 및 관련 글을 올려 소비자와 적극적으로 소통하는 모습을 보임. 별도의 온라인몰(www.kibun-shop.com)을 통해 상품을 판매하고 있음

표 3.11 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	가공 식품
설립년도	1947년
국가	일본
전화	+81 0120 012 778
주소	〒104-8101 東京都中央区銀座五丁目15番1号
홈페이지	www.kibun.co.jp
기타 정보	- 자본금 44억 2,580만엔 보유 - 도쿄, 후나 바시 요코하마, 시즈오카에 공장 보유

출처 : KIBUN(www.kibun.co.jp)

표 3.12 제품 소개

수산 가공품		
	イカ塩辛 (오징어젓)	国産いか使用 魚醬漬け (생선소스에 절인 오징어젓)

출처 : KIBUN(www.kibun.co.jp)



IV. 경쟁제품 현지조사

1. 분석 제품 및 기준
2. 가격 정보
3. 포장용기 및 유통기한 정보
4. 원료 정보
5. 현지조사 데이터

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

● 원료: 해산물

해산물을 주재료로 하여 각종 양념을 첨가해 가공

● 유통기한: 일괄 비교 어려움

10일 내외



● 가격: 10g당 평균 30.92엔

10g당 최저 16.40엔
10g당 최고 36.93
(용량 미 표시 제품 제외)

● 용량: 평균 98.75g

최소: 75g
최대: 150g
(용량 미 표시 제품 제외)

● 포장용기: 플라스틱 트레이(비닐 덮개)

5개 경쟁제품 중 3개 제품이 플라스틱 트레이 (비닐 덮개)사용. 나머지 제품은 플라스틱 트레이 (비닐 덮개), 비닐 파우치 사용

분석 제품 상세



骨とり赤魚粕漬
(뼈를바른붉은생선지게미담금)



しめさば
(고등어)



ままかり甘酢漬
(마마카리감식초절임)



辛子明太子
(명란젓)



イカ塩辛
(오징어젓)

분석 지표 : 가격, 포장용기, 유통기한, 원료, 중량

분석 제품 : 현지 유통매장 방문 후 확보한 5개사 제품

지표별 결과 값 활용 방안 : 지표별 평균 값 및 최소·최대 값 확인으로, 현지 시장 진출 시 제품 현지화(R&D) 가능

1. 분석 제품 및 기준

경쟁 제품



骨とり赤魚粕漬
(뼈를바른붉은생선지게미담금)



しめさば
(고등어)



ままかり甘酢漬
(마마카리감식초절임)



辛子明太子
(명란젓)

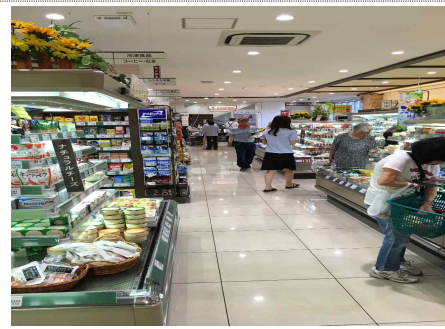
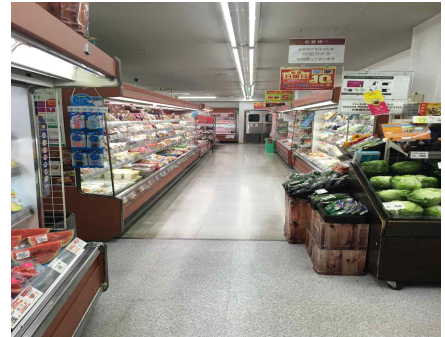
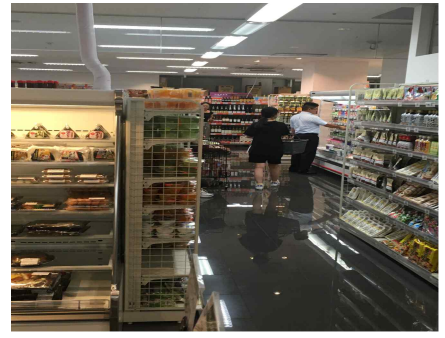


イカ塩辛
(오징어젓)

경쟁 제품 선정

표 4.1 방문 매장

매장명	주소	방문일시
AEON	東京都新宿区百人町2丁目27-7	2016.07
Daiei Gourmetcity	東京都豊島区高田1-3-3	2016.07
Ito Yokado	東京都新宿区早稲田町74番	2016.07



출처 : 현지매장조사 (AEON, Daiei Gourmetcity, Ito Yokado, 2016.07)

1. 분석 제품 및 기준

표 4.2 분석 제품 및 기준

제품명	제조사
骨とり赤魚粕漬 (뼈를바른붉은생선지게미담금)	株式会社マルナミフーズ (Marunami Foods)
しめさば (고등어)	合資会社丸二商店 (Maru2)
ままかり甘酢漬 (마마카리감식초절임)	マルタ食品株式会社 (Maruta Foods)
辛子明太子 (명란젓)	イオン株式会社 (AEON)
イカ塩辛 (오징어젓)	紀文食品 (KIBUN)

▶ 분석기준 : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 **용량, 10g당 가격(엔), 포장형태, 원료, 유통기한** 총 5가지 항목을 분석함

출처 : 현지매장조사 (AEON, Daiei Gourmetcity, Ito Yokado, 2016.07)

2. 가격 정보

일본 내 유통되는 해산물가공제품, 10g당 가격 평균 30.92엔³⁾

경쟁 제품들의 평균 용량은 98.75g으로 나타났으며, 10g당 가격 평균은 30.92엔으로 분석됨

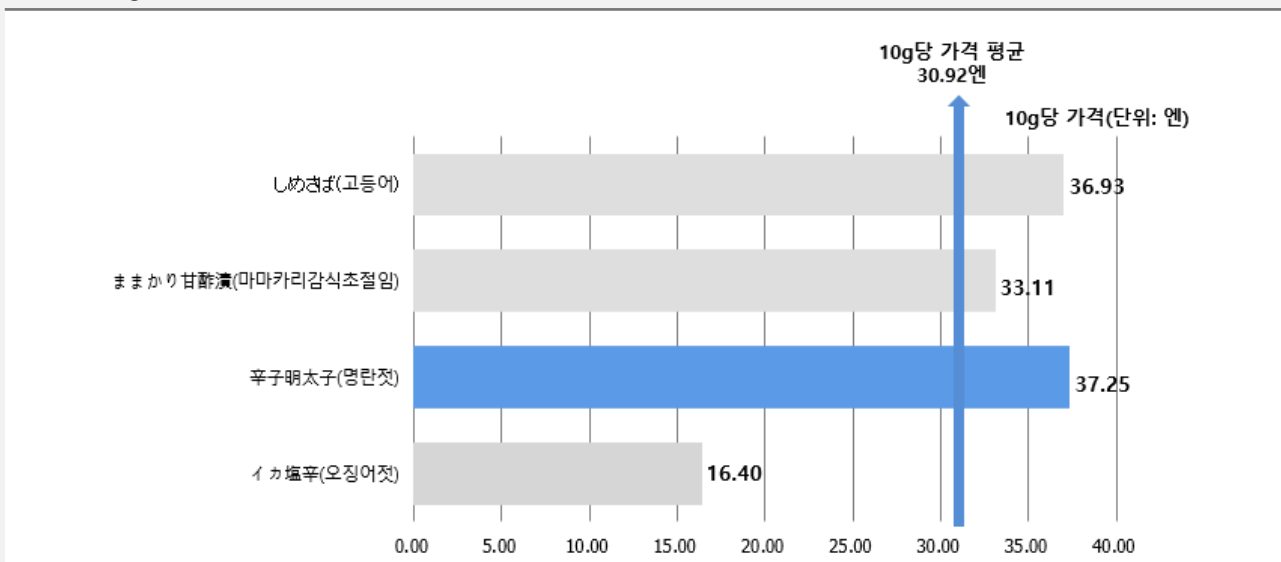
경쟁 제품 중 가장 많은 용량을 나타낸 것은 イカ塩辛(오징어젓) 제품이였으며, 10g당 가장 높은 가격을 보인 것은 辛子明太子(명란젓) 제품임

표 4.2 가격 비교

제품명	용량(g)	가격(엔)	10g당 가격(엔)
骨とり赤魚粕漬 ⁴⁾ (뼈를바른붉은생선지게미담금)	-	466	-
しめさば (고등어)	75	277	36.93
ままかり甘酢漬 (마마카리감식초절임)	90	298	33.11
辛子明太子 (명란젓)	80	298	37.25
イカ塩辛 (오징어젓)	150	246	16.40

출처 : 현지매장조사 (AEON, Daiei Gourmetcity, Ito Yokado, 2016.07)

표 4.3 10g당 가격 비교 및 평균가격 도출



출처 : 현지매장조사 (AEON, Daiei Gourmetcity, Ito Yokado, 2016.07)

3) 100엔 = 1,062.58원(KEB하나은행 공시기준, 2016.07.22)

4) 해당 제품은 용량을 확인할 수 없어 용량 및 10g당 가격 비교에서 제외하였음

3. 포장용기 및 유통기한 정보

분석 제품 대부분 플라스틱 트레이 사용

경쟁제품 분석결과 5개의 제품 중 4개의 경쟁제품이 플라스틱 트레이를 사용하는 것으로 나타남. 플라스틱 트레이를 사용하는 4개 제품 중 3개 제품은 비닐로 제품 전체를 덮는 형태로 밀봉하였음. 나머지 1개 제품은 제품 상단부에 플라스틱 덮개를 덮어 밀봉하였음. 5개의 경쟁제품 중 1개 제품이 비닐 파우치를 선택하였음

유통기한 일괄 비교 어려움

경쟁제품은 유통기한이 만기일자 형태로 기재되어있음. 현지조사원 방문일자⁵⁾를 고려하여 추정이 가능하나, 정확한 제조일자를 파악할 수 없어 정확한 유통기한 일괄 비교가 어려움. 하지만 해산물가공제품의 특성상 유통기한이 10일 내외로 길지 않음을 확인할 수 있음

표 4.4 패키지 샘플 (경쟁제품 분석)

<p>플라스틱 트레이 (비닐 덮개)</p>			
<p>플라스틱 트레이 (플라스틱 덮개)</p>		<p>비닐파우치</p> 	

출처 : 현지매장조사 (AEON, Daiei Gourmetcity, Ito Yokado, 2016.07)

표 4.5 유통기한 비교

제품명	유통기한
骨とり赤魚粕漬 (뼈를바른붉은생선지게미담금)	2016.07.07
しめさば (고등어)	2016.07.12
ままかり甘酢漬 (마마카리감식초절임)	2016.07.10
辛子明太子 (명란젓)	2016.07.08
イカ塩辛 (오징어젓)	2016.07.18

출처 : 현지매장조사 (AEON, Daiei Gourmetcity, Ito Yokado, 2016.07)

5) 2016.07.06 ~ 2016.07.07

4. 원료 정보

해산물에 각종 양념 첨가해 가공

경쟁 제품 5개는 해산물에 각종 양념 및 첨가물을 더해 가공한 제품임. 경쟁 제품 5개 모두 소금을 사용하였으며, 이 외에도 맛과 향을 더하는 각종 조미료를 첨가하였음

경쟁 제품 5개 중 2개 제품이 주재료인 해산물을 국산(일본산) 제품을 사용하였으며, 나머지 3개 제품은 각각 노르웨이산, 태국산, 러시아산 또는 미국산 해산물을 주재료로 선택하였음

표 4.6 제품별 원료 비교

제품명	원료	라벨 이미지
骨とり赤魚粕漬 (뼈를바른붉은생선지게미담금)	붉은생선(노르웨이산), 술지게미, 소금, 소르비트, 주정, 조미료(아미노산), pH 조절제	
しめさば (고등어)	고등어(일본산), 무, 당근, 다시마, 설탕, 소금, 쌀흑초, 조미료(아미노산), 감미료(소르비트, 스테비아)	
ままかり甘酢漬 (마마카리감식초절임)	밴댕이(태국산), 양조 식초, 설탕, 소금, 아미노산 용액, 다시마(일본산), 고춧가루, 소르비트, 주정, 조미료(아미노산), 증점제 (크산탄), 향료, 감미료(스테비아) (원재료의 일부에 밀, 대두 포함)	
辛子明太子 (명란젓)	명태의 난소(러시아산 또는 미국산), 소금, 발효 조미료, 생선장, 고춧가루, 단백질 가수분해물, 다시마엑기스, 효모엑기스, 텍스트린, 포도당, 해산물엑기스, 조미료 (아미노산 등), 소르비트, 산화 방지제 (비타민 C), 향신료 추출물, 효소, 발색제 (아질산염 Na)	
イカ塩辛 (오징어젓)	오징어(일본산), 오징어 내장(일본산), 설탕, 소금, 지전주, 적누룩, 주정, 조미료 (아미노산 등), 증점다당류 (원재료의 일부에 오징어를 포함)	

출처 : 현지매장조사 (AEON, Daiei Gourmetcity, Ito Yokado, 2016.07)

5. 현지조사 데이터

제품 정보

구분	제품 #1	제품 #2	
제품 이미지			
제품 스펙	업체명	株式会社マルナミフーズ (Marunami Foods)	合資会社丸二商店 (Maru2)
	제품명	骨とり赤魚粕漬 (뼈를바른붉은생선지게미담금)	しめさば (고등어)
	용량(g)	-	75
	10g당 가격 (엔)	-	36.93
	포장형태	플라스틱 트레이(비닐덮개)	플라스틱 트레이(플라스틱 덮개)
	원료	붉은생선(노르웨이산), 술지게미, 소금, 소르비트, 주정, 조미료(아미노산), pH 조절제	고등어(일본산), 무, 당근, 다시마, 설탕, 소금, 쌀흑초, 조미료(아미노산), 감미료(소르비트, 스테비아)
	유통기한 (만기일자)	2016.07.07	2016.07.12
기타 정보	수입사 정보	-	-
	원산지	일본	일본
	판매확인 매장	Daiei Gourmetcity	AEON

5. 현지조사 데이터

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	マルタ食品株式会社 (Maruta Foods)	イオン株式会社 (AEON)
	제품명	ままかり甘酢漬 (마마카리감식초절임)	辛子明太子 (명란젓)
	용량(g)	90	80
	10g당 가격 (엔)	33.11	37.25
	포장형태	플라스틱 트레이(비닐덮개)	플라스틱 트레이(비닐덮개)
	원료	밴댕이(태국산), 양조 식초, 설탕, 소금, 아미노산 용액, 다시마(일본산), 고춧가루, 소르비트, 주정, 조미료(아미노산), 증점제 (크산탄), 향료, 감미료(스테비아) (원재료의 일부에 밀, 대두 포함)	명태의 난소(러시아산 또는 미국산), 소금, 발효 조미료, 생선장, 고춧가루, 단백질수분해물, 다시마엑기스, 효모엑기스, 덱스트린, 포도당, 해산물엑기스, 조미료 (아미노산 등), 소르비트, 산화 방지제 (비타민 C), 향신료 추출물, 효소, 발색제 (아질산염 Na)
유통기한 (만기일자)	2016.07.10	2016.07.08	
기타 정보	수입사 정보	-	ニチモウ株式会社
	원산지	일본	중국
	판매확인 매장	Ito Yokado	Daiei Gourmetcity

5. 현지조사 데이터

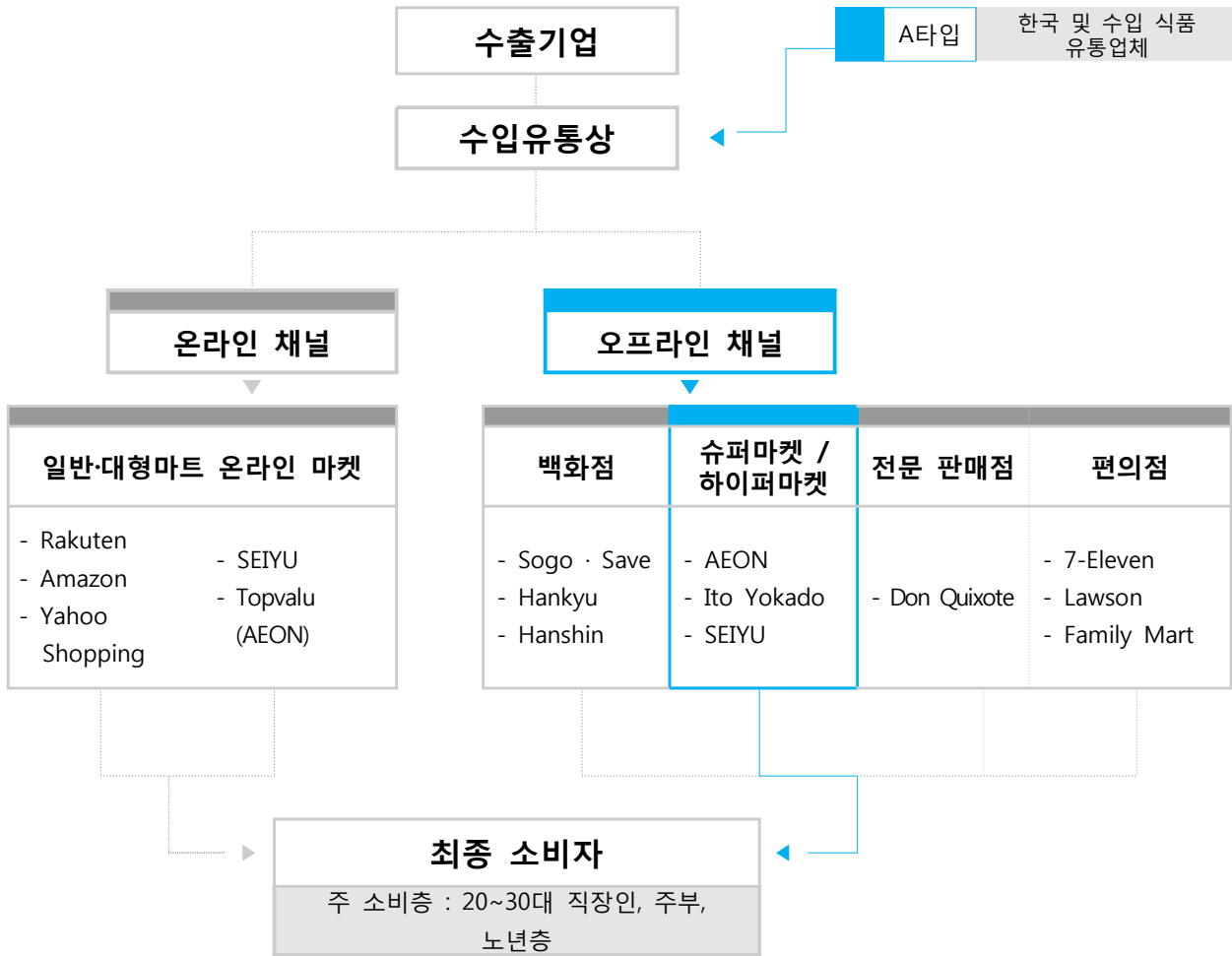
구분		제품 #3		
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		제품 이미지 (뒷면)	
	업체명	紀文食品 (KIBUN)		
제품 스펙	제품명	이카塩辛 (오징어젓)		
	용량(g)	150		
	10g당 가격 (엔)	16.40		
	포장형태	비닐파우치		
	원료	오징어(일본산), 오징어 내장(일본산), 설탕, 소금, 지전주, 적누룩, 주정, 조미료(아미노산 등), 증점다당류 (원재료의 일부에 오징어를 포함)		
	유통기한 (만기일자)	2016.07.18		
기타 정보	수입사 정보	-		
	원산지	일본		
	판매확인 매장	Ito Yokado		



V. 유통구조 현황

1. 현지 유통구조 map
2. 추천 진출 경로
3. 유통업체 담당자 인터뷰

1. 현지 유통구조 map



*출처 : 한국산업기술협력재단 '일본 백화점업계 분석', 2015, '일본의 슈퍼마켓 시장', 2015

유통구조	특징	유통점유율 ⁶⁾
식음료 전문 소매점	일본의 전문 판매점은 특정 제품을 전문적으로 판매하는 형태의 점포를 말함	6.25%
온라인 채널	일부 온라인쇼핑몰에서 판매되고 있으나 종류가 다양하지 않고 소수임	1.52%
백화점	일본의 백화점은 식품관과 마트를 두어 식품을 판매함	6.07%
슈퍼마켓 / 하이퍼마켓	AEON Group과 Seven&I Holdings와 같은 대기업에서 다양한 컨셉의 슈퍼마켓을 출시함	77.86%
편의점	도시락과 1인 식사문화가 발달한 일본은 타국가보다 편의점 문화가 발달함	7.91%
기타	창고 형 매장, 드러그스토어, 외식업 등이 포함됨	0.40%

*출처: Canadean Intelligence(canadean.intelligence.com), Confectionary 기준

6) 도루묵 식해에 해당하는 유통 채널별 점유율 데이터가 없으므로, 어류(Fish&Seafood)로 유통 채널을 분석함

2. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 슈퍼마켓 / 하이퍼마켓

여러 종류의 염장 생선 제품 판매 중

일본의 식품소비의 절반 이상인 53.46%가 슈퍼마켓과 하이퍼마켓을 통해 이루어지고 있으며 어류식품 역시 슈퍼 및 하이퍼마켓을 통해 유통되는 경우가 가장 높은 것으로 조사됨

현지조사 결과 AEON, SEIYU와 같은 대표적인 대형할인마트뿐만 아니라 슈퍼마켓들까지도 다양한 염장 생선 제품을 다루고 있어 도루묵 식해의 시장진출이 수월할 것으로 전망됨

ROUTE #2. 편의점

일본의 유통거점, 편의점

일본에는 약 5만여 개의 편의점이 운영되고 있음. 업체 간의 경쟁이 치열하여 자체 PB(Private Brand)상품을 개발, 편의점 내에 조리시설 완비 등 여러 가지 차별화된 마케팅 전략을 펼치고 있음

1인 가구 증가, 고령화 인구 증가와 같은 사회적 요인으로 최근 마트보다 편의점 이용비중이 부쩍 높아진 추세임. 반찬으로 이용하는 염장제품의 경우 이러한 편의점 이용객을 대상으로 판매를 고려한다면 편의점과 같은 CVS 역시 유통 경로로서 가능성이 있을 것으로 예상됨

ROUTE #3. 백화점

백화점용 고급 상품 판매 전략

일본 내 백화점들은 종합 쇼핑몰과 편의점, 온라인 쇼핑몰 등 다양한 유통업체들로 인해 매출이나 점포수가 감소하고 있는 편임. 이를 타개하기 위해 백화점 업계에서는 매장 규모를 축소시키거나 매장을 다양한 컨셉으로 리모델링하여 소비자들을 유치하기 위해 노력하고 있음

백화점 주요 고객층들은 선물용 고급상품이나 할인상품을 구매하기 위해 방문하는 경우가 많음. 따라서 백화점을 통해 염장제품을 고급선물용으로 판매하는 것 역시 하나의 진출 방안이 될 수 있음

3. 유통업체 담당자 인터뷰

인터뷰 대상 및 실시기간

대상 : 한국 식품 취급 바이어
실시기간 : 2016.07

Q1. 현재 취급 중인 제품은 무엇인가?

“당사는 오징어젓갈을 일본으로 판매하고 있다. 판매는 꾸준히 이뤄지고 있으며 수요도 점차 늘어나고 있는 것으로 보인다. 일본인들은 원래 다량어젓갈을 선호하는 편이지만 당사 오징어젓갈이 신선도와 유통기한을 엄격히 관리하고 있어 구매율이 높은 편이다. 제품이 한국에서 펠트용기에 담겨 수출되면 일본 현지에서 유리병으로 바뀌 판매하는 방식으로 유통되고 있다.”

한국 식품 수입 및 제조·유통업체 JK Food Inc.
담당자와의 인터뷰 中, 2016. 07

Q2. 제품의 주요 구매 요인은 어떻게 되는가?

“맛과 포장용기가 가장 중요하다. 일본인은 매운 음식이나 염장식품을 즐겨먹는 편이 아니기 때문에 한국에서 생각하는 매운 수준보다는 덜 매워야한다. 포장용기는 유리병과 필름포장을 주로 적용한다.”

Geosan Japan Corp.
담당자와의 인터뷰 中, 2016. 07

Q3. 현지 젓갈류의 시장성은?

“염장식품은 꾸준히 판매되고 있지만 일본에서 즐겨먹는 식품이 아니다. 교민들 사이에서 수요가 있어 판매되는 수준이기 때문에 수요는 낮은 편이다.”

한국 식품 수입 유통업체 株式会社スリーライク商会
담당자 미야시와의 인터뷰 中, 2016. 07



VI. 유통업체 현황

1. 주요 유통채널 개관
2. 주요 유통채널 핫이슈
3. 유통업체별 개요
 - AEON
 - SEIYO
 - Ito Yokado

유통업체 현황 OVERVIEW

주요 유통경로



주요 유통업체 리스트(슈퍼마켓/하이퍼마켓)

No.	이름	특징
1	AEON	- 종합 유통 매장에서 전문소매점으로 전환하는 전략으로, 다품종에서 전문화 매장으로 거듭나고 있음. 또한 지역 별 상권 분석을 통해 맞춤형 서비스를 제공하거나 온라인으로 주문한 후 매장에서 수령하는 식의 'Click&Collect' 서비스를 도입하기도 함
2	SEIYU	- 미국 Walmart 계열사. 불황기 소비패턴을 겨냥하여 상품가 격인하 캠페인을 진행하거나 브랜드가 없는 저렴한 제품을 출시하는 등의 경제 분석을 통한 마케팅을 펼치고 있음
3	Ito Yokado	- 1920년 설립된 종합 유통기업으로 미국 브랜드였던 세븐일레븐을 일본에 최초로 도입하여 성장시킨 기업임. 트렌드나 고정 관념에서 벗어난 운영 전략으로 주목을 받음

주요 유통업체 최신 이슈

유통업체	운영현황
AEON 	- 오랜 판매실적 부진을 타개하기 위하여 많은 품목을 취급했던 기존의 종합 매장을 탈피하고, 소수의 품목만을 전문적으로 취급하겠다는 전략을 세움
SEIYU 	- 경기 불안 시 나타나는 소비패턴을 활용한 상품의 가격인하 및 브랜드 없는 상품 출시 등으로 매출증가에 성공함
Ito Yokado 	- 일본 내 종합쇼핑몰 사업이 인구고령화, 1인 가구 증가 등으로 어려움을 겪자 최근 점포 수 줄이기에 나섬

1. 주요 유통채널 개관

일본 젓갈류, 하이퍼·슈퍼마켓을 통한 진출 유리

슈퍼마켓 / 하이퍼마켓

- 슈퍼마켓
: 일용잡화류를 판매하는 소매점으로 보통 면적은 280 ~ 2,300㎡임
- 하이퍼마켓
: 일용 잡화류 외의 가전제품 등의 공산품도 판매하며 가격이 저렴한 것이 특징임. 보통 면적은 2,300㎡ 이상임

시장통계 기관 Canadean Intelligence에 따르면, 일본의 어류 식품 시장의 2015년 유통 채널별 점유율은 하이퍼·슈퍼마켓이 77.96%를 차지하며 압도적으로 높은 점유율을 보이고 있음

뿐만 아니라 현지조사 및 인터뷰 결과에서도 일본 내 유통되고 있는 염장제품들은 보통 필름포장이나 유리병에 포장되어 판매되고 있으며 다양한 염장 다랑어나 오징어 제품이 현지 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓에서 판매되고 있는 것을 확인할 수 있었음

염장제품이 일본에서 높은 선호도를 보이고 있지 않은 편임을 고려했을 때 유사한 제품이 많아 소비자들이 쉽게 접근할 수 있는 곳이 시장 진출 및 확대에 유리할 것으로 예상됨

표 6.1 일본 어류 식품⁷⁾ 시장 유통 채널별 점유율 추이

(단위 : 백만 달러)

구분	2013		2014		2015	
	매출	점유율	매출	점유율	매출	점유율
백화점	471	5.79%	466	5.94%	438	5.60%
편의점	654	8.05%	628	8.00%	628	8.03%
식음료 전문 소매점	573	7.05%	522	6.65%	522	6.68%
하이퍼마켓&슈퍼마켓	6,279	77.24%	6,095	77.68%	6,095	77.96%
기타	152	1.87%	135	1.72%	135	1.73%
합계	8,129	100%	7,846	100%	7,818	100%

출처: Canadean Intelligence(canadean.intelligence.com), Confectionary 기준

7) 도루묵 식해에 해당하는 유통 채널별 점유율 데이터가 없으므로, 어류(Fish&Seafood)로 유통 채널을 분석함

2. 주요 유통채널 핫이슈

AEON

위기 극복 위해 '탈(脫)종합'으로 전술변경

지난 몇 년간 일본의 대형유통매장은 전자상거래와 편의점에 밀려 오랜 판매실적 부진을 겪고 있음. 이에 타 대형유통브랜드는 다수의 점포들을 폐쇄하고 있으나, 업계 1위를 차지하고 있는 AEON은 점포를 폐쇄하기보다 '탈(脫)종합'으로 전술을 변경하여 위기를 타개하고자 함

AEON은 지역별 상권 수요를 파악하여 'AEON Style Store'를 열 계획임. 30~40대 인구가 많은 지역에는 유기농 재료로 구성된 육아 전문 매장을 마련하고 주위에 옷가게가 많은 지역에는 점포 내 의류 브랜드를 제외하는 등 지역 상황에 맞추어 그 지역에서 정말 필요로 하는 물건과 서비스를 특화하여 제공할 방침을 가지고 있음

SEIYU(西友)

가격인하 캠페인 진행 중

미국 Walmart社의 자회사인 대형할인마트 SEIYU는 지난 2015년부터 진행하고 있는 가격인하 캠페인⁸⁾을 일본 내 계속되는 경기불안으로 인해 2017년 말까지 연장하겠다고 밝혔음. SEIYU는 현재 점포 내 판매 중인 상품의 50% 이상을 모두 인하된 가격에 판매하고 있음

Ito Yokado

지속되는 실적 부진으로 경영 개혁 돌입

최근 일본은 1인 가구의 증가와 고령인구가 증가하면서 저가 대량 구매자들을 겨냥한 쇼핑몰 및 대형할인마트보다는 소량 구매에 편리한 편의점의 이용비중이 더 높아지고 있는 추세임. 이러한 영향으로, 일본 내 대형할인마트들의 실적부진이 이어지면서 90년대 이후 높은 성장을 지속해오던 할인마트들이 경영난을 겪고 있는 상황임

여러 일본 대형유통업체들이 줄줄이 사업규모 축소에 나선 가운데 Seven&I Holdings社 역시 계열사인 Ito Yokado의 점포수를 2020년 2월 말까지 20% 축소하기로 결정함에 따라 일본 내 Ito Yokado 중 40개 지점이 폐쇄될 계획임⁹⁾

8) 'Grilled eel sales campaigns heating up in Japanese stores, restaurants.' The Japan Times, 2016.07.19

9) '세븐&아이 홀딩스, "이토요카도 점포 20곳 폐쇄"' KYODO NEWS, 2016.03.08

3. 유통업체별 개요 – AEON

AEON 종합유통매장에서 전문 소매점으로 전환





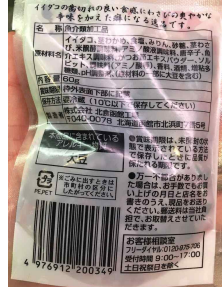
지난 2016년 1월, 일본의 가장 큰 슈퍼마켓 체인인 AEON은 전자상거래와 편의점의 증가로 인한 불황을 타개할 방안으로 전문 소매점으로의 구조 개혁을 예고함. 자료에 의하면, 일본 전역의 AEON 슈퍼마켓 350개점을 향후 5년 내에 새롭게 개점할 계획임

AEON은 이번 구조개혁을 통해 지역별로 특화된 ‘AEON Style Store’를 열 계획이며, 지역별로 상권을 분석하여 필요한 제품과 서비스에 주력하겠다는 방침을 가지고 있음

2016년 1월, AEON社は 자사가 운영하는 29개 웹사이트를 이온닷컴(www.aeon.com)으로 통합하여 식료품에서부터 자동차용품, 도서 등의 다양한 제품을 취급하는 온라인 쇼핑몰을 개설하였음

또한, 인터넷에서 주문하고 매장에서 수령하는 방식인 ‘Click&Collect’ 서비스를 도입하여 고객편의를 도모함. 온라인 쇼핑이 보편화된 현대의 일본 소비자들에게 최적화된 서비스 제공으로 식료품 시장에서도 활발한 활동을 이어갈 전망임

표 6.2 매장 정보

기업 정보	매출액	약 796억 2,569만 달러(2015년 2월 기준)	
	자본금	약 21억 4,244만 달러(2015년 기준)	
	직원 수	440만 명(2014년 기준)	
	점포 수	1만 8,740개(2014년 기준)	
	특징	자사 PB 브랜드 개발, 상시 저가세일 진행, 온라인쇼핑몰 운영	
	주소	도쿄도 신주쿠 구 하쿠 닌초 2 초메 27-7(東京都新宿区百人町2丁目27-7)	
	전화	+81-3-5348-7270	
주요 판매품목	가공식품, 과일, 음주류, 의류, 생활가전 등		
매장 전경	 		
취급 열장 제품	 		

출처 : AEON(www.aeon.info), 현지매장조사(AEON, 2016. 07)

3. 유통업체별 개요 - SEIYU

저렴한 가격으로 소비자 부담 줄여

SEIYU社は 계속되는 일본 경기불안을 고려한 마케팅 전략으로 상품들의 가격을 전체적으로 인하하여 판매하는 EDLP(Every Day Low Price) 캠페인을 실시하고 있음

뿐만 아니라 경기가 불안정할 때 브랜드보단 가성비가 좋은 상품을 구매하고자 하는 소비자들의 구매패턴을 분석하여 브랜드는 없으나 품질이 좋고 가격이 저렴한 상품을 출시하여 매출을 올리는데 성공함

표 6.3 매장 정보

기업 정보	매출액	약 6,511억 6,350만 엔	
	직원수	32,000명	
	주소	1-1 Akabane 2-chome Kita-ku Tokyo, 115 0045 Japan	
	전화	+81-335987000	
주요 판매품목	식료품		
매장전경			
취급 영업 제품			

출처 : SEIYU(www.seiyu.co.jp), 현지매장조사(SEIYU, 2016.07)

3. 유통업체별 개요 – Ito Yokado

도시형 최대 슈퍼마켓

1920년 설립된 일본 대표 유통기업임. 슈퍼마켓뿐 아니라 백화점, 식당, 할인 매장 등 다양한 형태의 매장을 운영하고 있음

원래 미국 브랜드였던 세븐 일레븐을 일본에 도입하여 성공 신화를 이루어 내기도 하였으며, 트렌드를 거스르는 사업 영역으로 주목을 받았음. 기존의 고정관념을 뒤엎는 경영방식을 통해 일본뿐 아니라 글로벌 시장에서도 활동하고 있음

표 6.4 매장 정보

기업 정보	매출액	1조 2,532억 9,600만 엔(2015년 기준)	
	자본금	약 400억 엔(2014년 기준)	
	점포수	약 184개(일본 내, 2014년 기준)	
	주소	도쿄도 신주쿠 구 와세다 마치 74번(東京都新宿区早稲田町74番)	
	전화	+81-3-3984-6708	
주요 판매품목	식료품		
매장전경			
취급 연장 제품			

출처 : Ito Yokado(www.itoyokado.co.jp), 현지매장조사(Ito Yokado, 2016. 07)




VII. 인증 정보

- 1. 필수인증**
- 2. 일본 내 인증 취득제품**
- 3. 제출서류**

인증정보 OVERVIEW

▶ HACCP 인증

인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등의 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
발행기관	일본 후생노동성	
성격	권장인증	
제출서류	수산식품 가공시설 HACCP 인증 신청서 등 양식에 맞는 서류	
비용	기본 심사 수수료 약 106만원, 품목, 일수 마다 추가 요금 약 20만원, 그 외 출장비	
갱신기간	3년	
발급절차	도입단계 → 신청 → 심사 → 인증서발급 → 지속적인 심사	

▶ 인증 세부정보

HACCP 심사	심사 결과, 레벨 I과 II가 적격 인증의 대상이 됨. 적격이면 인정 통지서를 기관에 송부. 부적격 판정을 받으면 재심사를 신청하면 받을 수 있음. 레벨 I의 경우, 6개월 후 재심사가 이루어짐. 레벨 II의 경우, 3개월과 6개월 후 각각 2차례 재심사를 실시함.
HACCP 시스템	종합 위생관리 제조과정 식품 제조 또는 그 위행관리를 확실히 하기 위하여, HACCP 시스템에 관한 교육훈련을 받는 것을 권장 함.

1. 필수인증 정보

일본 HACCP 인증

일본에서 공식적으로 인정되는 HACCP은 후생노동성에서 인정한 ‘종합 위생관리 제조과정 승인’ 임

HACCP는 의무사항이 아니며 대상 품목으로는 유제품, 면류, 청량음료, 발효식품, 수산가공품 등이 있음. HACCP의 기본 원칙 중 하나인 위해분석은 원재료에서 최종제품에 이르기까지의 공정 중에서 위해가 발생할 염려가 있는 공정을 파악하고 방지하는 것을 목적으로 함

일본 정부는 HACCP과 관련하여 재정적 지원을 하고 있음. 저리용자, 세제상의 우대 조치를 제공함¹⁰⁾

표 7.1 일본 HACCP 인증 주요 정보

인증명	HACCP 인증	
발행기관	일본 후생노동성	
성격	선택 인증	
갱신기간	3년	

출처 : 일본후생노동성(www.mhlw.go.jp)

표 7.2 일본 HACCP 인증 발급절차

STEP 01. 도입 단계

HACCP 방식에 따라 공정 관리, HACCP 관리 방식에 대한 이해를 위해 최소 1명의 사람이 HACCP 설명회(3일 과정)를 수강 하는 것을 권장함

STEP 02. 인정신청서 및 제반서류 제출

수산식품 가공 시설 HACCP 인증 신청서와 심사 희망일을 우편으로 송부

STEP 03. 심사

최초 심사 시, 2명 이상의 심사 위원이 인증 희망 시설을 방문함. 이후 계속 심사가 이루어지는 경우에는 1명 이상의 심사위원이 방문함

STEP 04. 인증서 발급

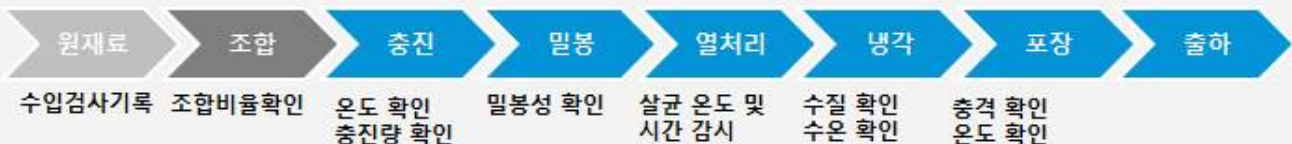
심사 결과를 받고, 심사 인정 서류를 제출하면 인증서가 발급됨

STEP 05. 계속 심사

심사 결과에 따라 계속 심사 결정

출처 : 일본후생노동성(www.mhlw.go.jp)

표 7.3 일본 HACCP 관리 방식



출처 : 일본후생노동성(www.mhlw.go.jp)

2. 일본 내 인증 취득제품

일본, HACCP인증 식품 통관절차 간소화

HACCP이란, 식품의 원료관리 및 제조·가공·조리·유통의 모든 과정에서 위해한 물질이 식품에 섞이거나 식품이 오염되는 것을 방지하기 위한 관리제도임

현재 일본 내 HACCP 인증 도입률은 30% 정도임(중소기업 기준). 2020년 도쿄올림픽 개최 시 일본의 식품안전을 홍보하기 위해 국제적으로 신뢰받고 있는 HACCP을 식품업계 전반에 도입하기로 결정함. 일본 후생노동성은 HACCP을 식품관련 기업에 단계적으로 의무화하겠다고 밝힘

2016년 2월 29일, 일본 요미우리 신문에 의하면 일본 정부는 식품 안전성에 관한 HACCP을 취득한 해외 기업에 대해 가공 식품 수입 절차를 일부 면제할 계획이라고 함¹¹⁾

표 7.4 일본 젓갈류 HACCP 인증 취득제품

인증 취득제품 정보	제품 이미지
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 청어 알 젓갈 - 기업 : 社竹田食品 - 국가 : 일본 - 가격 / 용량 : 1,500엔/420g 	
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 오징어 젓갈 - 기업 : 社竹田食品 - 국가 : 일본 - 가격 / 용량 : 1,200엔/470g 	

출처 : 社竹田食品(takeda.hakodate.jp)

10) 한국보건산업진흥원(www.khidi.or.kr)

11) 수산물수출정보포털(www.kfishinfo.net)

3. 제출서류

HACCP 사전심사 신청서 양식

(別紙様式 8 施設認定事前審査申請書様式)

年 月 日

事前審査機関長 殿

申請者 住所

氏名

印

(法人にあつてはその所在地、名称及び代表者の氏名)

対 E U 輸出水産食品取扱施設認定事前審査申請書

対 E U 輸出水産食品を取り扱う施設として認定を受けるにあつての事前審査を受けたく、下記のとおり関係書類を添えて申請します。

記

3. 제출서류

HACCP 사전심사 신청서 양식

2. HACCP 담당자 등

3.添付書類

(1) 施設の構造・設備に関する資料

ア 施設配置図

イ 施設平面図

ウ 施設立面図

エ 給水・給湯系統図

(系統図にあつては、各末端蛇口に番号をつけておくこと)

オ 排水系統図

カ 汚水処理設備の概要

キ 冷蔵・冷凍庫の概要

ク 製造・加工に使用するその他の設備・機械等の仕様書

(2) 製品に関する資料 (ウは国内産の原材料を用いる場合のみ記入)

ア 輸出しようとする品目 (和文及び英文)

イ 原材料魚介類名及びその仕入先 (国内産と輸入品の区別等)

ウ 原材料を取り扱う養殖場、漁船、陸揚げ地、産地市場、消費地市場のリスト

(登録番号を含む)

エ 製造工程フロー図

3. 제출서류

HACCP 사전심사 신청서 양식

才 製品の形態

力 年間の輸出予定量

(3) 自主検査体制に関する資料

(4) 衛生管理等に関する資料

ア 廃水処理管理の概要

イ 廃棄物処理管理の概要

ウ 消毒剤等管理リスト

エ 作業衣類等の管理体制

(5) 従事者の健康診断実施体制（項目及び頻度）に関する資料

(6) 食品衛生法に基づく営業許可の種類、有効期限及び過去における処分事例に関する資料

(7) HACCPに関する資料

ア 標準作業手順書

イ 危害分析（HA）に関する資料

ウ 重要管理点（CCP）決定に関する資料

エ 記録に関する資料

3. 제출서류

HACCP 인정심사 신청서 양식

(別紙様式 1. 施設認定申請書様式)

年 月 日

水産庁長官 殿

申請者 住所

氏名

印

(法人にあつてはその所在地、名称及び代表者の氏名)

対 E U 輸出水産食品取扱施設認定申請書

対 E U 輸出水産食品を取り扱う施設として認定を受けたく、下記のとおり関係書類を添えて申請します。

記

3. 제출서류

HACCP 인정심사 신청서 양식

1. 施設の名称及び所在地（和文及び英文）
2. HACCP担当責任者等
3. 添付書類
 - (1) 施設の構造・設備に関する資料
 - ア 施設配置図
 - イ 施設平面図
 - ウ 施設立面図
 - エ 給水・給湯系統図
(系統図にあつては、各末端蛇口に番号をつけておくこと)
 - オ 排水系統図
 - カ 汚水処理設備の概要
 - キ 冷蔵・冷凍庫の概要
 - ク 製造・加工に使用するその他の設備・機械等の仕様書
 - (2) 製品に関する資料（ウは国内産の原材料を用いる場合のみ記入）
 - ア 輸出しようとする品目（和文及び英文）
 - イ 原材料魚介類名及びその仕入先（国内産と輸入品の区別等）
 - ウ 原材料を取り扱う養殖場、漁船、陸揚げ地、産地市場、消費地市場のリスト
(登録番号を含む)
 - エ 製造工程フロー図

3. 제출서류

HACCP 인정심사 신청서 양식

- 才 製品の形態
- 力 年間の輸出予定量
- (3) 自主検査体制に関する資料
- (4) 衛生管理等に関する資料
 - ア 廃水処理管理の概要
 - イ 廃棄物処理管理の概要
 - ウ 消毒剤等管理リスト
 - エ 作業衣類等の管理体制
- (5) 従事者の健康診断実施体制（項目及び頻度）に関する資料
- (6) 食品衛生法に基づく営業許可の種類、有効期限及び過去における処分事例に関する資料
- (7) HACCPに関する資料
 - ア 標準作業手順書
 - イ 危害分析（HA）に関する資料
 - ウ 重要管理点（CCP）決定に関する資料
 - エ 記録に関する資料
- (8) 事前審査における指摘事項等に対する対応状況に関する資料

※ 참고 문헌

1. Grilled eel sales campaigns heating up in Japanese stores, restaurants	The Japan Times	2016. 07. 19
2. 세븐&아이 홀딩스, "이토요카도 점포 20곳 폐쇄"	KYODO NEWS	2016. 03. 08

※ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털	unipass.customs.go.kr
2. 일본 관세청	www.customs.go.jp
3. Global Trade Atlas	www.gtis.com/gta
4. Canadean Intelligence	intelligence.canadean.com
5. Cookpad	cookpad.com
6. 농수산물수출지원정보	www.kati.net
7. Marunami Foods	www.marunami-foods.com
8. 한국 관세청	www.customs.go.kr
9. Maru2	www.maru2.co.jp
10. Maruta Foods	www.marutafoods.co.jp
11. AEON	www.aeon.info
12. Kibun	www.kibun.co.jp
13. SEIYO	www.seiyu.co.jp
14. Ito Yokado	www.itoyokado.co.jp
15. 일본후생노동성	www.mhlw.go.jp
16. 社竹田食品	takeda.hakodate.jp
17. 한국보건산업진흥원	www.khidi.or.kr
18. 수산물수출정보포털	www.kfishinfo.net

보고서 작성 (주)EC21

발행처 한국농수산물유통공사

520-350, 전라남도 나주시 문화로 227

061) 931-0877 www.at.or.kr

Copyright 2016 Korea Agro-Fisheries&Food Trade Corp. All Right Reserved. Printed in Korea.