

2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 토마토(Tomato)

Country : 일본(Japan)

CONTENTS

| | |
|--------------------------|----|
| I. 시장 통계 | 4 |
| 1. 통계분석 기준 설정 | 6 |
| 2. 글로벌 수입통계 | 7 |
| 3. 일본 수입통계 | 8 |
| 4. 일본 신선 토마토 시장 규모 및 성장률 | 9 |
| II. 시장 트렌드 | 10 |
| 1. 시장 메가 트렌드 | 12 |
| 2. 소비 트렌드 | 13 |
| 3. 제품 트렌드 | 14 |
| 4. 정책 트렌드 | 15 |
| III. 경쟁사 분석 | 16 |
| 1. 경쟁사 선정 | 18 |
| 2. 경쟁사별 현황 파악 | 19 |
| IV. 경쟁제품 조사 | 24 |
| 1. 분석 제품 및 기준 - 오프라인 | 26 |
| 2. 가격 정보 - 오프라인 | 27 |
| 3. 포장용기 정보 - 오프라인 | 28 |
| 4. 현지조사 데이터 - 오프라인 | 29 |
| 5. 분석 제품 및 기준 - 온라인 | 32 |
| 6. 가격 정보 - 온라인 | 33 |
| 7. 온라인 매장조사 데이터 | 34 |
| V. 유통구조 현황 | 37 |
| 1. 현지 유통구조 map | 38 |
| 2. 추천 진출 경로 | 39 |
| 3. 유통업체 담당자 인터뷰 | 40 |
| 4. 유통채널별 점유율 | 41 |

CONTENTS

| | |
|---------------------------|----|
| VI. 유통업체 현황 | 43 |
| 1. 주요 유통채널 개관 | 45 |
| 2. 주요 유통채널 핫이슈 | 46 |
| 3. 유통업체별 개요 | 47 |
| - AEON | 47 |
| - Maruetsu | 48 |
| | |
| VII. 인증 정보 | 49 |
| 1. 권장인증 | 51 |
| 2. 일본 내 인증 취득제품 | 53 |
| 3. 제출서류 | 54 |
| | |
| VIII. 라벨링 정보 | 55 |
| 1. 라벨 표기사항 | 50 |
| 2. 라벨링 예시 | 51 |
| | |
| IX. 수출준비 | 59 |
| 1. 정부 유관기관 담당자 인터뷰 | 60 |



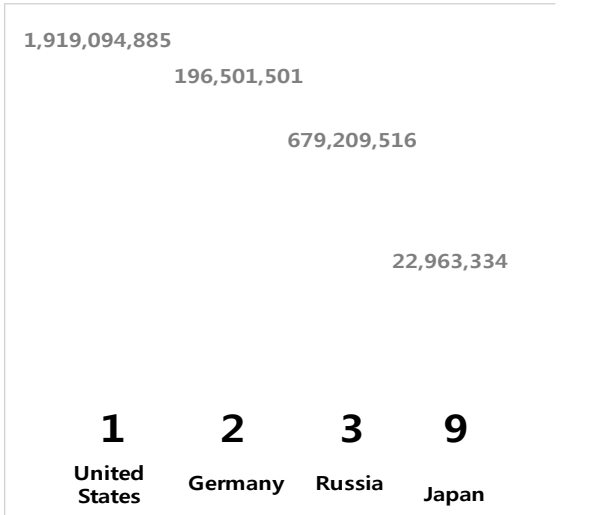
I. 시장 통계

1. 통계분석 기준 설정
2. 글로벌 수입통계
3. 일본 수입통계
4. 일본 신선 토마토 시장 규모 및 성장률

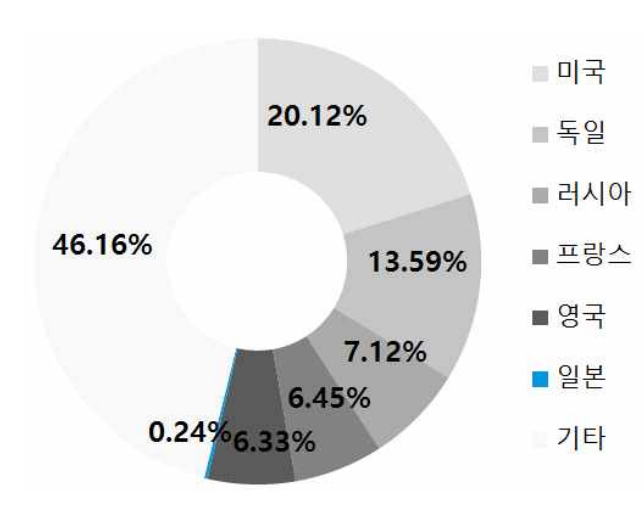
시장통계 OVERVIEW



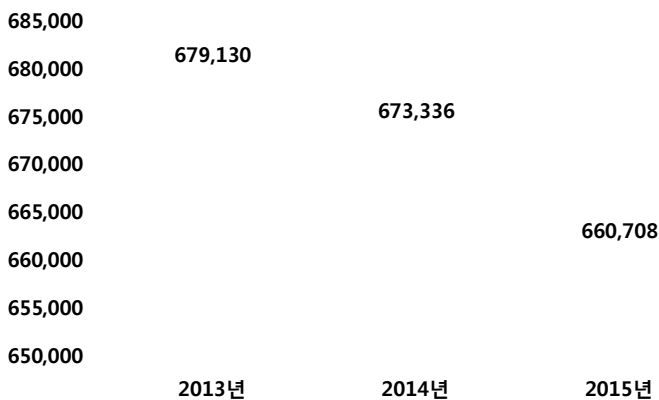
▶ 2015년 글로벌 수입 규모 순위, US달러 기준



▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 일본 신선 토마토 시장 규모, 톤 기준



글로벌 수입 규모 1위, 미국
일본, 글로벌 수입 27위
일본 수입상대국 한국, 1위
2015년 기준 시장 규모
660,708톤

1. 통계분석 기준 설정(HS CODE)

신선 또는 냉장 토마토, HS CODE 0702.00.000에 해당

글로벌 수입 통계 및 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE 기준을 설정함

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

분류 시, 문제 발생이 예상되는 경우 일본 세관이 제공하고 있는 HS CODE 분류 정보를 조사함. 일본 세관은 일본 관세율표를 제공하고 있으며, 이를 통해 해당 품목의 HS CODE 조회가 가능함

표 1.1 통계 기준 설정

| 통계 | 기준 |
|-----------------|---------------------|
| 글로벌 수입 규모 및 성장률 | HS CODE 0702.00 |
| 일본 수입 규모 및 성장률 | HS CODE 0702.00.000 |

표 1.2 일본 내 신선 또는 냉장 토마토 HS CODE 분류

| 국가 | HS CODE | 품명 |
|----|---------------------|------------------------------|
| 한국 | 0702 | 토마토(신선 또는 냉장한 것에 한한다) |
| | 0702.00.0000 | 토마토(신선 또는 냉장한 것에 한한다) |
| 일본 | 0702 | 토마토(신선 또는 냉장한 것에 한함) |
| | 0702.00.000 | 토마토(신선 및 냉장한 것으로 한정) |

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr), 일본 세관(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/clip/index.do |
| | 일본 세관 | www.customs.go.jp/english/tariff/2016_6/index.htm |

2. 글로벌 수입통계

글로벌 수입 규모 1위 국가, 미국

2015년 글로벌 신선 또는 냉장 토마토 수입 규모는 95억 3,926만 709달러로 2013년부터 2015년까지 연평균 성장률 -2.54%를 기록함. 신선 또는 냉장 토마토 수입 1위 국가는 미국으로, 2015년 기준 19억 1,909만 4,885달러를 수입하였으며 2013 ~ 2015년 연평균¹⁾ 1.03% 감소함

2015년 일본의 신선 또는 냉장 토마토 수입 규모는 2,296만 3,334달러로 27위를 기록했으며, 2013년 ~ 2015년 동안 연평균 18.31% 감소함

일본, 글로벌 수입비중에서 약 0.24% 차지

2015년 기준, 일본의 신선 또는 냉장 토마토 수입 규모는 전체 중 0.24%를 차지하는 것으로 파악됨. 가장 높은 수입 규모를 나타내고 있는 미국은 20.12%로, 미국의 신선 또는 냉장 토마토 수요가 높은 것을 알 수 있음

표 1.4 글로벌 신선 또는 냉장 토마토 수입 규모

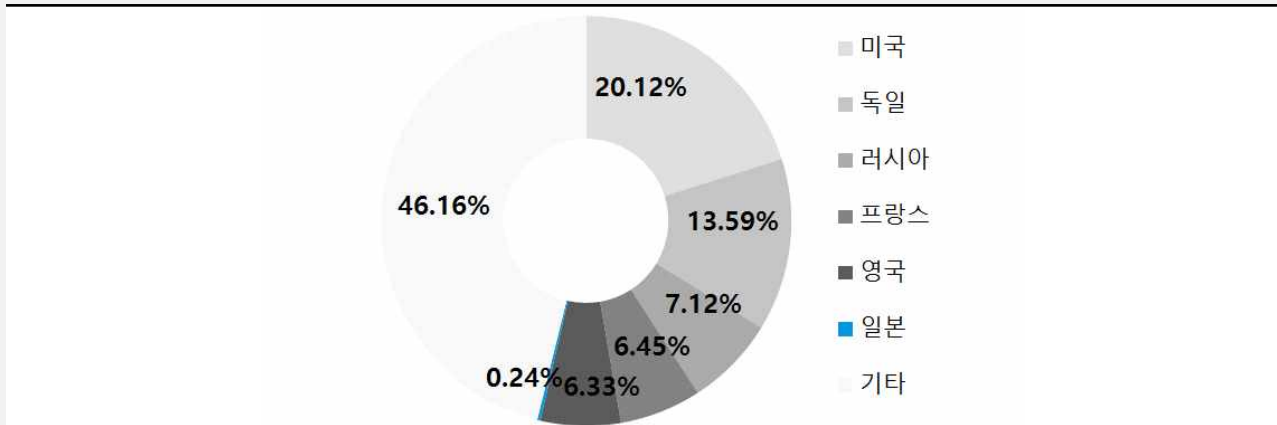
(단위: US달러, %)

| 수입 국가 | 2013 | 2014 | 2015 | 2013~2015 연평균성장률 |
|-------|----------------|----------------|---------------|------------------|
| 글로벌 | 10,043,216,399 | 10,524,461,019 | 9,539,260,709 | -2.54 |
| 1 미국 | 1,979,769,607 | 1,964,852,290 | 1,919,094,885 | -1.03 |
| 2 독일 | 1,395,028,678 | 1,476,740,566 | 1,296,501,501 | -3.60 |
| 3 러시아 | 1,110,128,222 | 1,0473,844,222 | 679,209,516 | -21.78 |
| 4 프랑스 | 596,902,536 | 654,202,957 | 614,872,079 | 1.49 |
| 5 영국 | 653,319,049 | 652,355,720 | 603,521,181 | -3.89 |
| 27 일본 | 34,414,321 | 29,628,146 | 22,963,334 | -18.31 |

출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

표 1.5 국가별 신선 또는 냉장 토마토 수입 규모 비중(2015년)

(단위: %)



출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

1) 2013 ~ 2015년 연평균 성장률 = (최신/최초연도)^(1/n-1개년)-1

3. 일본 수입통계

일본 신선 또는 냉장 토마토 시장, 한국산 제품이 42% 점유

일본의 신선 또는 냉장 토마토 수입액은 2013년 이후 지속적인 감소 추세로, 2015년에는 2,296만 3,334달러를 기록함

2015년 기준 일본의 신선 또는 냉장 토마토 수입액 중 한국산 제품이 차지하는 비중이 약 42.74%에 달하는 것으로 조사됨. 미국, 뉴질랜드, 네덜란드가 각각 25.34%, 13.10%, 8.18%를 기록해 한국의 뒤를 이음

일본 신선 또는 냉장 토마토 수입상대국 상위권을 기록한 미국, 뉴질랜드, 네덜란드 등과 비교했을 때 한국이 지리적 이점에 따른 낮은 운송비용으로 가격 경쟁력이 있는 것으로 사료됨. 또한, 신선도가 중요한 식품이니 만큼 지리적 여건이 한국산 토마토 수입에 긍정적인 영향을 미친 것으로 판단됨

표 1.6 일본 신선 또는 냉장 토마토 수입 규모

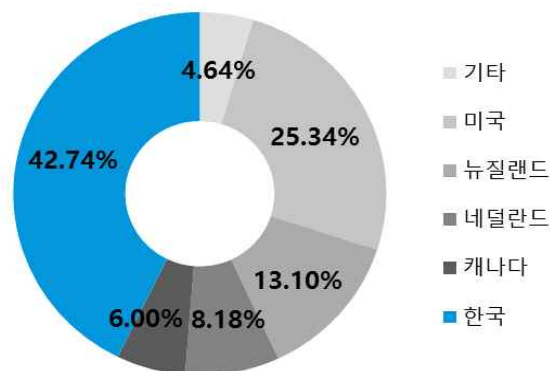
(단위: US달러, %)

| 수입상대국 | 2013 | 2014 | 2015 | 2015년 시장점유율 |
|--------|------------|------------|------------|-------------|
| 글로벌 | 34,414,321 | 29,628,146 | 22,963,334 | 100.00 |
| 1 한국 | 9,973,749 | 9,546,370 | 9,813,597 | 42.74 |
| 2 미국 | 17,615,157 | 12,823,551 | 5,818,814 | 25.34 |
| 3 뉴질랜드 | 1,552,791 | 3,014,203 | 3,007,935 | 13.10 |
| 4 네덜란드 | 2,830,277 | 2,474,321 | 1,878,680 | 8.18 |
| 5 캐나다 | 1,723,039 | 662,030 | 1,376,689 | 6.00 |

출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

표 1.7 국가별 신선 또는 냉장 토마토 수입액 비중 (2015년)

(단위: %)



출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

4. 일본 신선 토마토 시장 규모 및 성장률

토마토 출하량 및 수입량

단위 : 톤

| | 출하량 | 수입량 |
|------|---------|-------|
| 2013 | 670,500 | 8,630 |
| 2014 | 665,600 | 7,736 |
| 2015 | 653,400 | 7,308 |

출처 :

출하량 - 일본 농림수산성
(www.maff.go.jp/)

수입량 - Global Trade Atlas
(www.gtis.com/gta)

일본 신선 토마토 시장 규모, 감소 추세

일본 신선 토마토 시장 규모의 2013년 ~ 2015년 3개년 연평균 성장률²⁾은 -1.4%를 기록함. 일본 신선 토마토 출하량과 수입량 모두 감소추세를 기록하였음

2011년, 일본이 환태평양경제동반자협정(TPP)에 가입을 선언함에 따라 농수산물의 외국 개방이 예상되면서 농가의 생산 감소에 영향을 미친 것으로 보임

토마토 출하량은 감소하고 있지만, 미니토마토 등 신(新) 품종 토마토 생산이 활발해지면서 대과 토마토에서 미니토마토로 시장의 변화가 예상됨

토마토 가공품의 강세 예상

일본 내 신선 토마토 출하량과 수입량은 2013년부터 지속적으로 감소하고 있지만, 일본 내 전반적인 토마토 수요 증가로 시장 축소에 큰 영향은 미치지 않을 것으로 사료됨

신선 토마토의 사용보다도 최근 토마토를 이용한 다양한 가공식품이 인기를 끌면서 토마토 가공품 시장은 성장이 전망됨

표 1.8 일본 신선 토마토 시장 규모

(단위 : 톤)

| | | | |
|---------|---------|---------|---------|
| 690,000 | | | |
| 680,000 | 679,130 | | |
| | | 673,336 | |
| 670,000 | | | |
| | | | 660,708 |
| 660,000 | | | |
| 650,000 | | | |
| | 2013년 | 2014년 | 2015년 |

출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta), 일본 농림수산성(www.maff.go.jp/)

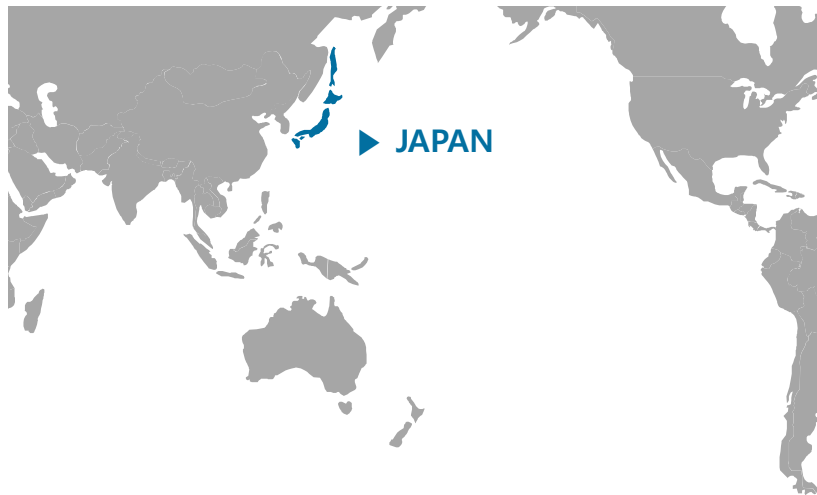
※ 시장 규모는 연도별 출하량과 수입량의 합산치임

2) 2012 ~ 2014년 연평균성장률 = (최종/최초년도)^(1/년도)-1



Ⅱ. 시장 트렌드

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



시장 메가 트렌드

“일본, 채식 퍼스트 권장 캠페인 실시”

- 최근 일본에서는 높아지고 있는 건강에 대한 관심으로 채식을 우선시하는 현상이 확산되고 있음

“일본 소비자들, 수입산 보다 자국산 선호”

- 일본 소비자들은 토마토 구매 시 안전성을 이유로 자국산을 더 선호하는 경향이 있음

“토마토, 일본 내 채소 섭취량 7위”

- 토마토는 일본인의 채소 섭취량 중 7위를 기록함

소비 트렌드

“일본, 토마토는 보편적으로 섭취하는 채소”

- 일본에서 토마토는 매우 보편적으로 섭취하는 채소로, 다양한 형태로 섭취되고 있음
- 토마토는 생식으로 먹는 것이 일반적이거나, 익혀 먹는 것이 좋다는 인식이 확산되면서 조리하여 먹는 트렌드도 생겨남

“토마토를 이용한 가공식품 인기”

- 최근 토마토를 이용하여 만든 다양한 가공식품이 주목받고 있음

제품 트렌드

“다양한 종류의 토마토 품종 수요 증가”

- 가장 인기 있는 토마토 품종인 ‘모모타로’ 외에도 미니토마토, 산마루츠아노, 시실리안루즈 등 다양한 품종이 등장하여 인기를 끌고 있음
- 샐러드와 이탈리아 요리 등에서 식재료로 쓰이는 만큼 다양한 품종의 수요도 높아지고 있음

정책 트렌드

“일본, TPP를 통해 다양한 신선농산물 관세 하락”

- 미국의 일본 농식품 시장 개방 압박 속에, 일본이 다양한 신선 농산물에 대해 관세 인하를 단행하고 있어 이는 TPP 가입국들에게 큰 호재로 작용할 전망

“일본 기능성 표시 식품 제도 신설”

- 일본 내에서 ‘기능성 표시 식품’은 올해 등장한 건강식품의 새로운 분류 체계 중 하나임. 신선 식품도 기능성 표시 식품 목록으로 신고가 가능

1. 시장 메가 트렌드

Vegi-First Campaign



일본에서 시작된 “채식 퍼스트” 캠페인은 식사를 할 때 채소를 먼저 먹는 식습관 개선운동임. 채소를 먼저 먹게 되면 혈당의 급상승을 방지하고 식이섬유에 의해 포만감을 얻어 비만과 당뇨병 개선에 도움이 되는 것으로 알려짐

일본, “채식 퍼스트” 권장 캠페인 실시

2016년 6월 20일, 일본의 미디어 회사 덴츠(Dentsu)社에서 실시한 「2016 기능성표시 식품에 관한 소비자 의식조사」에 따르면, 4명 중 1명이 채소를 먼저 섭취하는 “채식 퍼스트” 식사법을 실천하는 것으로 집계됨.³⁾ 이는 채식이 건강에 좋다는 메가 트렌드에서 비롯된 현상으로, 일본 소비자들은 요구르트와 차 등의 수퍼푸드에도 높은 관심을 보임

2013년, 일본 후생노동성에서 발표한 「2013 국민건강영양 조사」에 따르면, 일본인은 성인 1일 채소 섭취 권장량인 350g에 못 미치는 272.85g으로 조사됨.⁴⁾ 일본인들은 건강을 위해 채소를 더욱 많이 섭취하고자 함

일본 소비자들, 수입산 보다 자국산을 더 선호

2014년, 대한무역투자진흥공사(KOTRA) 후쿠오카 무역관에서 발표한 조사에 따르면, 토마토는 안전성을 중요시하는 소비 기호로 자국산을 선호하는 경향이 있었음. 또한, 일본 내 신선 청과물 유통업체와의 인터뷰 결과에서도 수입산 보다는 자국산 토마토를 더 선호하는 것으로 나타남⁵⁾

실제 일본 현지 매장방문 조사 결과, 일본이 원산지인 제품이 100%로, 수입산 토마토는 발견되지 않았음

토마토, 일본 내 채소 섭취량 7위

2012년 일본 후생노동성에서 조사한 자료에 따르면, 일본인의 채소 섭취량 중 7위를 기록하였음.⁶⁾ 일본에서 토마토는 8위인 오이, 9위인 호박보다도 더 많은 양이 섭취되고 있었음

3) Dentsu, www.dentsu.co.jp/news/release/2016/0620-008969.html, 2016.6.20

4) news.livedoor.com/article/detail/10154357/

5) 자체 청과물 수입 유통 바이어 인터뷰, 2016.6.

6) 일본 후생노동성, ‘일본인의 채소 섭취량 랭킹’, 2012

www.mhlw.go.jp/file/04-Houdouhappyou-10904750-Kenkoukyoku-Gantaisakukenkouzoushinka/0000096137.pdf

2. 소비 트렌드

일본, 토마토는 보편적으로 섭취하는 채소

일본에서 토마토는 매우 보편적인 채소 중 하나로, 과일처럼 생식으로 소비하거나, 샌드위치나 소스 등을 만드는 식재료로 매우 다양하게 소비되고 있음

생식이 일반적인 토마토 섭취 방법이지만, 토마토를 익혀먹을 경우 리코펜 등의 카로티노이드 흡수가 좋아진다는 인식이 있어 토마토를 굽거나 끓여 조리해서 먹는 방법에도 관심이 높아지고 있음

최근에는 리코펜 성분을 강화한 기능성 토마토가 인기를 얻고 있음. 이는 일본의 ‘기능성 표시식품’ 제도 시행으로 제품의 기능성 광고가 가능해졌기 때문임⁷⁾

토마토를 이용한 가공식품 인기

일본에서 대표적인 토마토 가공품으로는 토마토케첩이 있음. 케첩이 들어가는 음식인 오므라이스와 나폴리탄 등은 일본에서 일상적으로 소비되는 음식임

최근 일본의 조미료시장에는 토마토를 이용한 된장 ‘토마미소(トマミソ)’가 등장하여 인기를 끌고 있는데, 된장국이나 채소 볶음 등 다양한 요리에 이용되고 있음⁸⁾. 토마미소는 된장의 염분을 줄였다는 점 때문에 건강에 관심이 많은 일본인들로부터 수요가 증가하고 있음

이외에도 토마토 잼, 토마토 드레싱 등 다양한 가공식품들이 출시되어 판매되고 있음

표 2.1 일본의 인기 토마토 가공품

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| 토마미소(トマミソ) | 토마토 잼 | 토마토 드레싱 |

출처 : 일본 온라인 쇼핑몰(www.rakuten.co.jp)

7) 마이니치 신문, mainichi.jp/articles/20160222/dog/00m/020/000000c, 2016.2.22

8) 일본 트렌드 연구소, '신 조미료 "토마미소"에 관한 보고서'www.trendsoken.com/report/food/2194/, 2016.4.15

3. 제품 트렌드




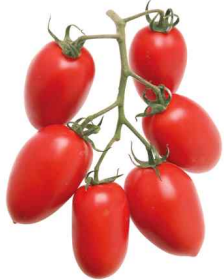
다양한 종류의 토마토 품종 수요 증가

일본 농림수산업에서 제공하는 정보에 의하면, 일본에서 생식으로 가장 인기 있는 토마토는 ‘모모타로’ 품종임.⁹⁾ 최근에는 단 맛이 강한 미니토마토(방울토마토)의 인기도 높으며, 노란색과 주황색 등 색깔도 다양해 도시락을 주로 먹는 일본인들 사이에서 호응을 얻음¹⁰⁾

한국농수산물유통공사 오사카지사에서 2015년 12월 발표한 「일본의 토마토시장 유통현황과 수요 동향」 보고서에 따르면, 일본에서는 생식용 토마토 외에 가공용 토마토의 수요가 높음. 특히, 이탈리아 요리에 사용되는 딱딱한 가열조리용 토마토 ‘산마루츠아노’, ‘시실리안루즈’ 종의 수요가 높아지고 있음

일본에서 한국산 토마토는 주로 햄버거, 샌드위치의 등의 식재료로 수입되고 있는 것으로 파악됨¹¹⁾

표 2.2 일본에서 인기가 있는 토마토 품종

| 모모타로 (桃太郎) | 미니토마토(방울토마토) (ミニトマト(プチトマト)) | 시실리안루즈 (シシリアンルージュ) | 산마루츠아노 (サンマルツアノ トマト) |
|---|---|--|---|
|  |  |  |  |

출처 : 온라인 쇼핑몰(www.rakuten.co.jp)

Interview Info

일본산 토마토의 선호도 높아

“작년까지 한국산 토마토를 수입했으나, 고객들이 일본산 토마토를 더 선호하여 수입을 중단하였다.”

- 청과물 수입 업체 KYOKA Kyoto Seika Godo社
Mr.Hitomi 총무와의 인터뷰 中, 2016년 6월

트레이서빌리티, 포지티브리스트 확인

“당사는 청과물 수입 시 트레이서빌리티(농산물이력제)와 포지티브리스트(수입허용품목)를 반드시 확인하도록 하고 있다.”

- 청과물 수입 업체 Sun Globe Food社
Mr.Sawa 담당자와의 인터뷰 中, 2016년 6월

9) www.maff.go.jp/j/kids/crops/tomato/column02.html

10) gourmet.suntory.co.jp/zenkoku/trend/0604.html

11) 농축수산신문, 'FTA 시대 수출로 활로를 찾는다-일본시장을 잡아라, 토마토', 2016.6.21.

일본, TPP를 통해 다양한 신선농산물 관세 하락

미국 무역대표부 2016년판 무역장벽 보고서에 따르면, 미국은 환태평양경제동반자협정(TPP)를 통해 일본에 대해 다양한 신선농산물 시장 개방을 한층 더 요구할 방침임¹²⁾

미국의 일본 농식품 시장 개방 압박 속에, 일본이 쌀, 밀, 소고기, 돼지고기, 사과, 포도, 체리 등 다양한 신선 농산물에 대해 관세 인하를 단행하고 있어 이는 TPP 가입국들에게 큰 호재로 작용할 전망이다

그러나 한국을 비롯한 TPP 미가입국의 경우 관세 인하 혜택을 받지 못해 일본 신선농산물 시장 내 가격 경쟁력 면에서 뒤쳐질 수 있으며, 이는 일본 농산물 수출에 있어 악재로 작용할 것으로 전망됨

일본 기능성 표시 식품 제도 신설¹³⁾

일본 농업협동조합신문 보도에 따르면, 일본 내에서 ‘기능성 표시 식품’은 올해 등장한 건강식품의 새로운 분류 체계 중 하나임. 건강에 대한 기능성을 표시 할 수 있는 건강 기능 식품으로, 특정 보건용 식품(일명, 토쿠호라고 명명됨), 영양 기능 식품에 이어 세 번째 제도로 2015년 올해 4월부터 시작되었음

일본 소비자청 웹 사이트에서 볼 수 있는 신고 목록에는, 가공식품 외에 신선 식품인 꿀과 콩나물도 기능성 표시 식품 목록으로 신고가 되어 있으며, 토마토 역시 가능할 것으로 전망됨

기능성 표시 식품 제도 내 기능성 표시는 신고가 접수되면 표시가 가능한 형식으로, 영양 기능 식품과 같은 성분의 제한도 없음. 신선 식품 종류도 신고하기 쉬운 편으로 알려짐

식품에 기능성을 표시하고자 하는 기업은 일본 정부의 지침에 따라 기능성의 표시 내용과 그 과학적 근거, 안전 인증 등의 제품 정보를 신고하면 되며, 일본 소비자 청은 그것을 웹 사이트에 공개하는 형식으로 신고 절차가 완료됨

12) 미국 무역대표부, ustr.gov

13) 일본 농업협동조합신문, www.jacom.or.jp 2016.04



Ⅲ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

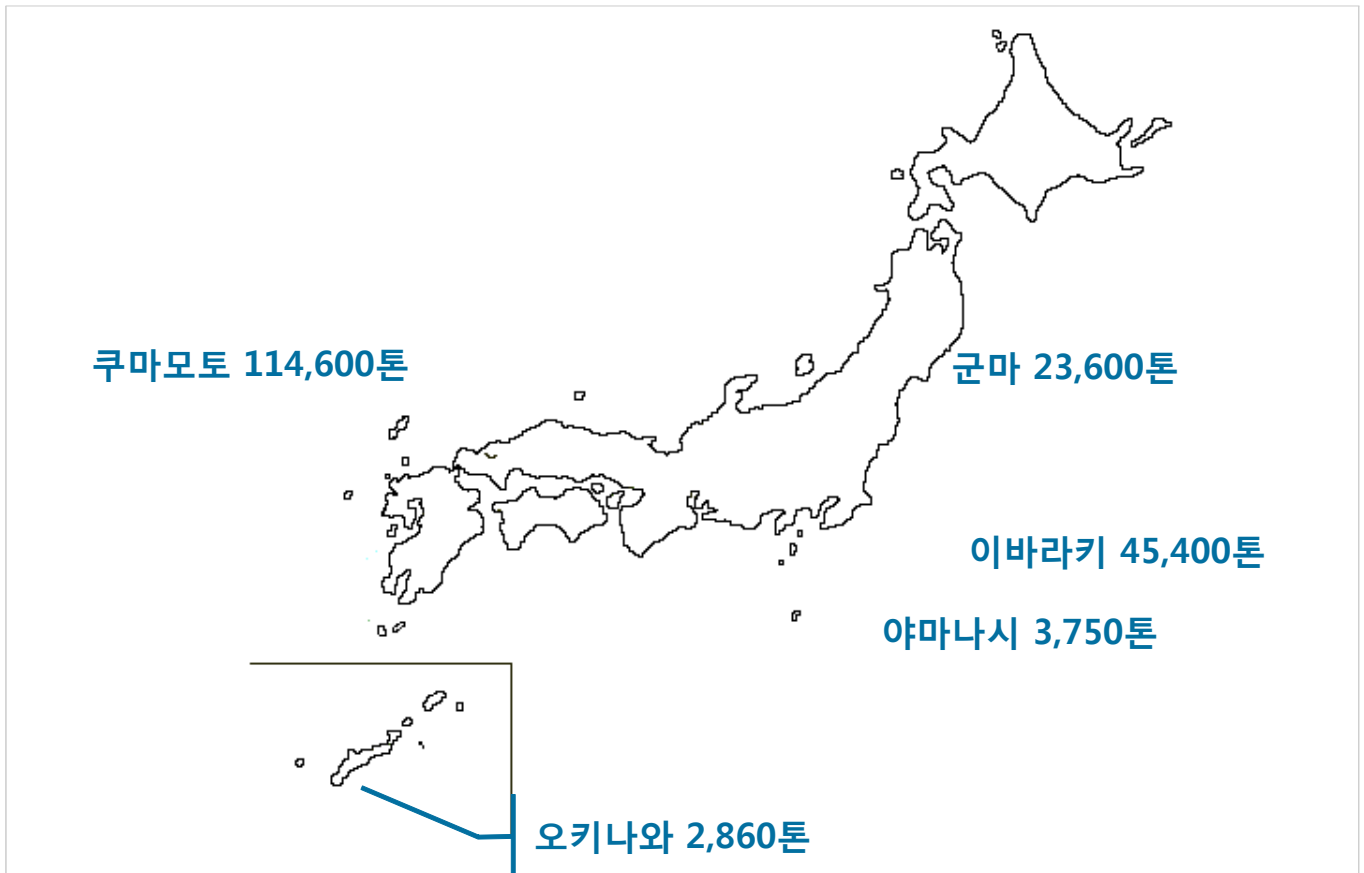
경쟁사 분석 OVERVIEW

점유율 상위 기업 (없음)
 현지조사 기업 Kagome Co., Ltd.

#1. Kagome Co., Ltd.

| | | | | |
|----------|---|------|--------------------|---|
| 기업 유형 | 농업 및 제조업 | 설립년도 | 1889년 |  |
| 취급 품목 유형 | 토마토, 토마토가공품 | 홈페이지 | www.kagome.co.jp | |
| 주요 제품 |  | | 토마토 및 토마토 소스등 가공식품 | |

#2. 일본 주요 토마토 생산지 및 생산량(2013)



1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 방법

- ① 현지조사 시 확인된 제조 기업

현지조사를 통한 경쟁사 선정

신선 토마토 시장은 주로 일반 농장에서 도매상을 거쳐 소매상으로 유통되는 구조로, 현지 매장 방문조사에서 파악된 1개사를 경쟁사로 선정하였음

경쟁사 분석 결과, 일본 내에서 신선 청과물을 생산 및 가공하는 Kagome社가 일본 토마토 경쟁사로 선정됨

표 3.1 최종 경쟁제품 도출

| | |
|-----------|-------------------|
| 점유율 상위 기업 | 신선식품의 점유율 확인이 불가함 |
| 현지조사 기업 | Kagome Co., Ltd., |

일본 지역별 토마토 생산량(2013)

| | | |
|--------|--------|-------|
| | 16.87% | |
| 37.05% | | 8.13% |
| | 6.69% | |
| | 6.52% | |
| 5.18% | 6.24% | |
| 쿠마모토 | 홋카이도 | 이바라키 |
| 아이치 | 치바 | 토치기 |
| 기후 | 군마 | 후쿠시마 |
| 미야자키 | 기타 | |

출처 : 야사이나비(Yasai-Navi)

원산지별 제품 분석 실시

신선 토마토의 경우 제조사/생산자의 정보가 확인되지 않는 경우가 많아, 원산지별로 제품 분석을 실시하였음

일본 매장에서 판매되고 있는 신선 토마토의 원산지 조사 결과, 쿠마모토, 이바라키, 야마나시, 군마, 오키나와 현에서 생산된 토마토가 주로 유통되고 있었음

2. 경쟁사별 현황 파악

Kagome Co., Ltd.

일본의 대기업 중 하나로 일본에서 소비되는 토마토의 30%를 공급하고 있음¹⁴⁾



토마토케첩과 주스를 만드는 기업으로 시작하였으나, 1999년부터는 신선 토마토 시장에 진출하였음. 토마토 품종 개발에도 참여하면서 적극적으로 토마토 시장의 점유율을 높여가고 있음

표 3.2 기업 개요

| | |
|----------|---|
| 기업 유형 | 농업 및 제조업 |
| 취급 품목 유형 | 토마토, 토마토 가공식품 (캔 토마토, 소스 등) |
| 국가 | 일본 |
| 설립년도 | 1899년 |
| 전화 | +81 3 5623 8501 |
| 주소 | 3-14-15, Nishiki, Naka-ku, Nagoya, Aichi 460-0003, Japan |
| 홈페이지 | www.kagome.co.jp |
| 기타 정보 | <ul style="list-style-type: none"> - 카고메社は 최근 IT를 활용한 농법으로 토마토를 생산하여 화제가 되었음 - 이는 인공위성 및 드론으로 기상정보와 토양데이터를 분석하여 농가수확량을 확대 시키는 것인데, 향후 일본에서도 확대될 가능성이 높음 |

출처 : Kagome Co., Ltd. (www.kagome.co.jp)

표 3.3 제품 소개

| | | |
|----------------|---|---|
| Kagome 주요제품 |  |  |
| | 생식용 토마토 | 미니토마토 |
| |  |  |
| | 토마토 케첩 | 토마토 주스 |

출처 : Kagome Co., Ltd. (www.kagome.co.jp)

14) Kagome社 공식 홈페이지, www.kagome.co.jp/english/pdf/detailedprofile.pdf

2. 경쟁사별 현황 파악



쿠마모토, 일본 내 토마토 생산 가장 많아

일본 야채통계정보제공 포털 야사이나비(Yasai-navi)¹⁵⁾에 따르면, 2013년 기준 쿠마모토의 토마토 출하량은 11만 4,600톤으로, 전체 토마토 출하량의 17.07%를 차지하는 것으로 집계됨

겨울에도 따뜻한 기후를 유지하며, 일조량이 많은 기후적 특성으로 인해 토마토 재배지로 매우 적합한 지역으로 알려져 있음. 쿠마모토산 토마토의 특징은 재배할 때 건조한 환경을 유지하여 당도가 높고 적당한 산미가 있는 것이 특징임

주요 재배 품종으로는 미니토마토와 소금토마토(염분이 있는 토양에서 재배한 토마토) 등이 있음

표 3.4 재배지 개요

| | |
|------|------------------------------|
| 재배지 | 일본 규슈 쿠마모토 현 |
| 기후 | 연평균 기온 17°C, 태평양 기후로 인한 온난기후 |
| 면적 | 7,409.32km ² |
| 위치 | 일본의 남서쪽, 태평양연안에 위치 |
| 생산규모 | 114,600톤 |

출처 : Wikipedia(www.wikipedia.org)

표 3.5 주요 재배 품종

| | |
|---|--|
|  |  |
| 미니토마토 | 소금토마토 |

출처 : 온라인 쇼핑몰 Oisix(www.oisix.com)

15) 일본 야채통계정보제공 포털 야사이나비, www.yasainavi.com/

2. 경쟁사별 현황 파악



일본 내 토마토 생산량 3위, 이바라키

이바라키 현 또한 일본 내 토마토 주산지로, 2013년 기준 토마토 생산량 3위를 기록하였음. 온화한 기후이며 일본의 농산물 주산지인 지역으로, 농업 기후와 더불어 대도시인 소비지에 가까운 지리적 요건으로 생산이 많이 이루어지는 지역임

한국농수산물유통공사 오사카지사에서 2014년 5월 발표한 보고서에 따르면, 2011년 동북대지진 피해와 멜론, 딸기의 원자재 가격 상승으로 인해 많은 농가들이 노지 토마토 재배로 전환하는 추세에 있음

이바라키에서는 과육의 크기가 큰 왕 토마토(王様トマト)와 미니토마토, 중간 크기의 미디토마토가 골고루 생산되고 있음

표 3.6 재배지 개요

| | |
|------|-------------------------|
| 재배지 | 일본 혼슈 이바라키 현 |
| 기후 | 연중 온화한 기온 유지 |
| 면적 | 6,096.93km ² |
| 위치 | 일본 동쪽, 태평양 연안 |
| 생산규모 | 45,400톤 |

출처 : Wikipedia(www.wikipedia.org)

표 3.7 주요 재배 품종



미니토마토(좌), 미디토마토(중), 왕토마토(우)

출처 : 玉川大学(www.tamagawa.jp)

2. 경쟁사별 현황 파악



일본 과일 주산지, 야마나시

야마나시는 일본의 주요 과일생산지로, 포도와 복숭아, 와인 등을 주로 생산하는 지역임. 미나미알프스(南アルプス) 지역의 광천수로 유명함

기온차가 크고, 연간 강수량이 적어 과일과 채소 재배적합지로 꼽히는 지역임. 과일 재배로 유명한 지역이면서 이바라키와 마찬가지로, 소비지에 가까운 입지 조건이 토마토 생산과 유통에 유리함

야마나시 현에서는 일본에서 보편적으로 재배되는 품종인 모모타로 토마토가 주로 생산되는 것으로 조사됨

표 3.8 재배지 개요

| | |
|------|-------------------------|
| 재배지 | 일본 혼슈 야마나시 현 |
| 기후 | 내륙에 위치한 높은 일교차, 고원기후 |
| 면적 | 4,465.27km ² |
| 위치 | 일본 남동쪽 위치 |
| 생산규모 | 3,750톤 |

출처 : Wikipedia(www.wikipedia.org)



토마토 농가 지원이 활발한 군마

군마 현은 2013년 기준 일본 토마토 생산량 8위를 기록하고 있음. 군마 현에서는 여름철 고온기후를 이용하여 당도 높은 토마토를 생산하며, 겨울에는 온실농업을 이용하여 재배함

군마 현에서는 지방정부 차원의 농업 지원이 활발하게 이루어지고 있는데, 토마토의 경우 재배 품종의 70%를 여름철 고온에 강한 품종으로 전환하고 재배법을 교육하는 등의 지원을 하고 있는 것으로 조사됨¹⁶⁾

표 3.9 재배지 개요

| | |
|------|-------------------------|
| 재배지 | 일본 혼슈 군마 현 |
| 기후 | 중부 내륙 |
| 면적 | 6,362.28km ² |
| 위치 | 일본 남동쪽 위치 |
| 생산규모 | 23,600톤 |

출처 : Wikipedia(www.wikipedia.org)

16) www.pref.gunma.jp/07/am2800026.html

2. 경쟁사별 현황 파악



오키나와, 불리한 기후에도 토마토 생산

오키나와는 일본에서 보기 드문 아열대 기후가 특징으로 바나나와 파인애플 등의 열대 과일이 주로 생산되는 지역임

고온다습한 기후로 토마토 재배에는 부적합한 지역으로 인식되고 있으나, 토마토는 재배가 쉽고 소비자들의 수요도 높아 생산이 이루어지고 있음. 이는 오키나와가 일본의 대표적인 관광지, 토마토가 식재료로 자주 이용되기 때문인 것으로 사료됨

오키나와 토마토 농가에서는 일반적으로 왕토마토 품종과 블랙미니토마토 품종이 재배되는 것으로 확인됨

표 3.10 재배지 개요

| | |
|------|--------------------------------|
| 재배지 | 일본 규슈 오키나와 섬 |
| 기후 | 온난습윤 기후와 아열대 기후, 최한월 평균 기온 18℃ |
| 면적 | 2,281.00km ² |
| 위치 | 일본 남쪽 섬 |
| 생산규모 | 2,860톤 |

출처 : Wikipedia(www.wikipedia.org)

표 3.11 주요 재배 품종



왕토마토(王様トマト)



블랙미니토마토(黒ミニトマト)

출처 : 야후재팬 쇼핑(shopping.yahoo.co.jp/)



IV. 경쟁제품 조사

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

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

- **가격: 1개당 평균 67.22엔**

1개당 최고가격: 99.3엔

1개당 최저가격: 11엔



- **포장용기: 투명 비닐, 플라스틱 박스**

조사 제품 전부 투명한 용기 사용

그외 스티로폼 트레이, 날개 판매

분석 제품 상세

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |  |
| 제조사 | 원산지 | | | | |
| Kagome | 쿠마모토 | 야마나시 | 오кина와 | 이바라키 | 군마 |

분석 지표 : 가격, 포장용기

분석 제품 : 현지 유통매장 방문 후 확보한 6개 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 - 오프라인

현지 매장 방문을 통해 6개 제품 선정

표 4.1 방문 매장

| 매장명 | 주소 | 방문일시 |
|---|---|----------|
| Maruetsu | Nishio-idai1B, 1-4-25, Nishio-I, Shinagawa-ku, Tokyo | 2016. 06 |
|  |  | |
| Ozeki | 4-9-18, Togoshi, Shinagawa-ku, Tokyo | 2016. 06 |
|  |  | |
| Seiyu | 2-1, Toyooka-cho, Tsurumi-ku, Yokohama | 2016. 06 |
|  |  | |

출처 : 현지방문조사(일본 Maruetsu, Ozeki, Seiyu, 2016.06)

표 4.2 분석 제품 및 기준

| 제품명 | 제조사(또는 원산지) |
|--------------|-------------|
| 토마토 (トマト) | Kagome |
| | 쿠마모토 |
| | 야마나시 |
| | 오키나와 |
| | 이바라키 |
| | 군마 |

▶ 분석기준 : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 1개당 가격(엔), 포장 형태 총 2가지 항목을 분석함

출처 : 현지방문조사(일본 Maruetsu, Ozeki, Seiyu, 2016.06)

2. 가격 정보 - 오프라인

일본 내 유통되는 신선 토마토

1개당 가격 평균 67.22엔

경쟁 제품들의 평균 포장단위당 개수는 6개로 나타났으며, 1개당 가격은 67.22엔으로 도출됨

경쟁 제품 중 가장 많은 용량을 나타낸 것은 군마산 토마토였으며, 1개당 가격 중 가장 높은 가격을 보인 것은 오키나와산 토마토임

군마산 토마토의 경우 가공용 미니토마토로, 포장단위당 개수가 가장 많았음. 이바라키산 토마토의 경우 1개 단위로 판매되고 있었음. 조사 제품 중 가장 보편적인 포장단위당 개수는 4개였음

표 4.3 가격 비교

| 제품명 | 제조사/원산지 | 포장단위당 개수 | 가격(엔 ¹⁷⁾) | 1개당 가격(엔) |
|--------------|---------|----------|-----------------------|-----------|
| 토마토 (トマト) | Kagome | 5개 | 350엔 | 70 |
| | 쿠마모토 | 4개 | 298엔 | 74.5 |
| | 야마나시 | 4개 | 198엔 | 49.5 |
| | 오키나와 | 4개 | 397엔 | 99.3 |
| | 이바라키 | 1개 | 95엔 | 99 |
| | 군마 | 18개 | 198엔 | 11 |

출처 : 현지방문조사(일본 Maruetsu, Ozeki, Seiyu, 2016.06)

표 4.4 1개당 가격 비교 및 평균가격 도출

| | | | | 1개당 가격 평균 67.22엔 | 1개당 가격(단위 : 엔) | |
|---------------|----|----|----|---------------------|----------------|-----|
| 0 | 20 | 40 | 60 | 80 | 100 | 120 |
| Kagome | | | | | | |
| 쿠마모토 | | | | | | |
| 야마나시 | | | | | | |
| 오키나와 | | | | | | |
| 이바라키 | | | | | | |
| 군마 | | | | | | |

출처 : 현지방문조사(일본 Maruetsu, Ozeki, Seiyu, 2016.06)

17) 100엔 = 1,135.5원(2016년 6월 29일 기준), 외환은행 고시

3. 포장용기 정보 - 오프라인

투명 비닐 포장, 플라스틱 박스 제품 비중 높아

실제 판매 중인 경쟁 제품 6개 중 4개가 각각 투명 비닐과 플라스틱 박스를 사용하고 있는 것으로 조사되었음. 이외에는 날개 판매, 스티로폼 트레이가 있었음

신선 토마토의 경우 소비자들이 제품의 상태를 확인할 수 있도록 투명한 용기에 포장하는 것이 일반적임. Seiyu 마켓에서 판매되는 토마토는 날개로 판매되고 있어 소비자들이 직접 골라 구매할 수 있었음

표 4.5 패키지 샘플(경쟁제품 분석)

| 투명 비닐 | 플라스틱 박스 | 날개 판매 | 스티로폼 트레이 |
|--|--|--|---|
|   |   |  |  |

출처 : 현지방문조사(일본 Maruetsu, Ozeki, Seiyu, 2016.06)

4. 현지조사 데이터 - 오프라인

현지 조사 정보

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

| 구분 | | 제품 #1 | 제품 #2 |
|--------|-------------|---|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (#1) |  |  |
| | 제품 이미지 (#2) |  | |
| 제품 스펙 | 원산지 | 치바 | 쿠마모토 |
| | 포장단위당 개수 | 5개 | 4개 |
| | 1개당 가격(엔) | 70 | 74.5 |
| | 포장형태 | 투명 비닐 | 스티로폼 트레이 |
| 취급처 | 판매 확인 매장 | | |
| | | Maruetsu | Maruetsu |

4. 현지조사 데이터 - 오프라인

현지 조사 정보

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

| 구분 | | 제품 #3 | 제품 #4 |
|--------|-------------|--|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (#3) |  |  |
| | 제품 이미지 (#4) |  |  |
| 제품 스펙 | 원산지 | 야마나시 | 오кина와 |
| | 포장단위당 개수 | 4개 | 4개 |
| | 1개당 가격(엔) | 49.5 | 99.3 |
| | 포장형태 | 투명 비닐 | 플라스틱 박스 |
| 취급처 | 판매 확인 매장 | Ozeki | Seiyu |

4. 현지조사 데이터 - 오프라인

현지 조사 정보

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

| 구분 | | 제품 #5 | 제품 #6 |
|--------|-------------|---|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (#5) |  |  |
| | 제품 이미지 (#6) |  |  |
| 제품 스펙 | 원산지 | 이바라키 | 군마 |
| | 포장단위당 개수 | 1개 | 18개 |
| | 1개당 가격(엔) | 99 | 11 |
| | 포장형태 | 날개 판매 | 플라스틱 박스 |
| 취급처 | 판매 확인 매장 | Seiyu | Ozeki |

5. 분석 제품 및 기준 - 온라인

온라인 매장조사를 통해 6개 제품 선정

표 4.6 조사 매장

| | | |
|---------------|--|--|
| 이미지 |  |  |
| Contact Point | Website : www.rakuten.co.jp Add : 도쿄 도 시나가와 구 히가시시나가와 4가 12번 3호 시나가와 시사이드 라쿠텐 타워 | |
| 업체 정보 | <p>규모</p> <ul style="list-style-type: none"> - 연 매출 : 4,434억 7,400만 엔 (2012년 12월 기준) - 자본금 : 1,082억 5,500만 엔 (2012년 12월 기준) - 직원수 : 9,311명 (2012년 12월 기준) <p>정보</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1997년 창립 - 일본 인터넷 쇼핑 서비스 제공 기업 - 일본 최대의 온라인 쇼핑몰 | |
| 이미지 |  |  |
| Contact Point | Website : search.shopping.yahoo.co.jp Add : 도쿄 미나토 구 롯폰기 | |
| 업체 정보 | <p>규모</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1.8억 개의 제품을 온라인에서 판매하고 있음 - 야후 쇼핑과 야후 옥션을 운영하고 있음 <p>정보</p> <ul style="list-style-type: none"> - 일본 포털 사이트 점유율 1위 - 일본 내 프리미엄 회원은 약 천만 명 | |

표 4.7 분석 제품 및 기준

| 제품명 | 제조사(또는 원산지) |
|--------------|-------------|
| 토마토 (トマト) | 나가노 |
| | 구마모토 |
| | 시즈오카 |
| | 고치 |
| | 홋카이도 |
| | 기후 |

▶ 분석기준 : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 kg당 가격(엔) 총 1 항목을 분석함

출처 : 온라인 매장조사 (2016.07)

6. 가격 정보 - 온라인

일본 내 유통되는 신선 토마토

1kg당 가격 평균 1,628엔

경쟁 제품들은 일반적으로 1kg, 4kg 단위로 판매되고 있었으며, 900g으로 1kg 이하 단위로 판매되는 경우도 있음

온라인 매장조사 시 조사대상 제품들의 1kg 당 가격은 1,628엔으로 도출됨

경쟁 제품 중 1kg당 가격 중 가장 높은 가격을 보인 것은 홋카이도산 토마토였으며, 가장 낮은 것은 구마모토산이었음

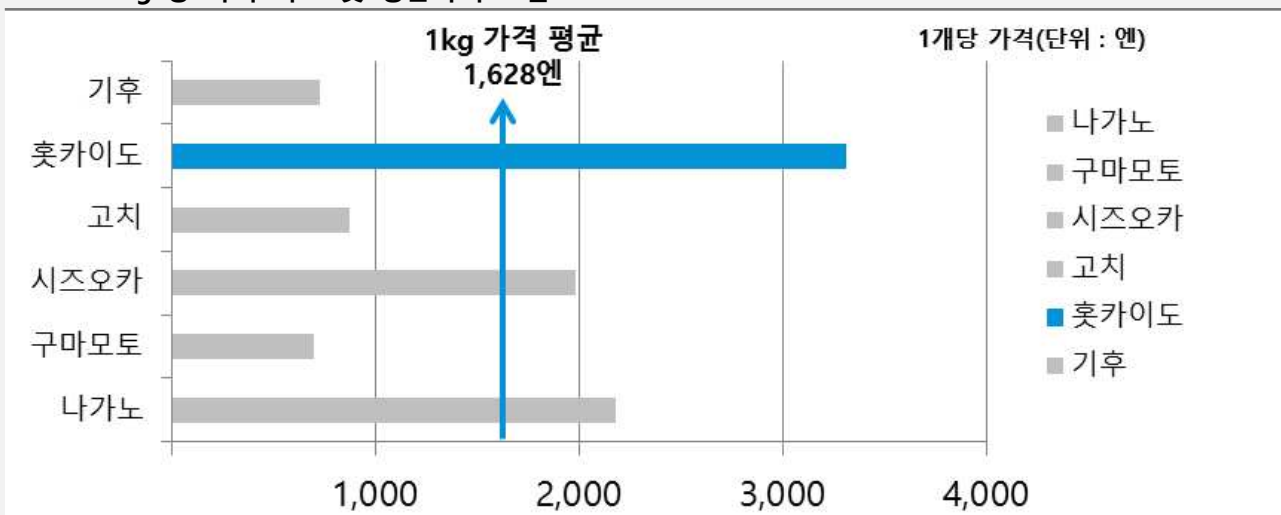
제품 품질 및 원산지에 따라 kg 당 가격이 크게는 5배 가까이 차이가 남 (구마모토산 1kg 당 700엔 대비 홋카이도산은 1kg 당 3,311엔 집계)

표 4.8 가격 비교

| 제품명 | 제조사/원산지 | 포장단위 | 가격(엔 ¹⁸) | 1kg 당 가격(엔) |
|--------------|---------|------|----------------------|-------------|
| 토마토 (トマト) | 나가노 | 1kg | 2,180엔 | 2,180엔 |
| | 구마모토 | 4kg | 2,800엔 | 700엔 |
| | 시즈오카 | 1kg | 1,980엔 | 1,980엔 |
| | 고치 | 4kg | 3,480엔 | 870엔 |
| | 홋카이도 | 900g | 2,980엔 | 3,311엔 |
| | 기후 | 4kg | 2,900엔 | 725엔 |

출처 : 온라인 매장조사 (2016.07)

표 4.9 1kg 당 가격 비교 및 평균가격 도출



출처 : 온라인 매장조사 (2016.07)

18) 100엔 = 1,1074.10원(2016년 7월 19일 기준), 하나은행 고시

7. 온라인 매장조사 데이터

온라인 매장조사 정보

일본 온라인 매장정보 조사를 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업자 정보를 다음과 같이 제공함

| 구분 | | 제품 #1 | 제품 #2 |
|--------|----------------|--|--|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 | <p>日本デルモンテ提供のフルーツトマト 驚くほど濃厚な甘みと酸味、旨みをなめらかな食感とともに楽しめる</p>  <p>おいしさを保証するのは「特殊な栽培管理を必要とせずに、ふつうの大玉トマトよりも糖度が0.5から1以上高くなる品種特性」です</p> <p>糖度は6~8度以上!! ※10月~11月頃は6度以上、12月~7月頃は8度以上となります。</p> <p>高糖度 トマト ぜいたくトマト ワケまちワケあり品 玉数指定不可 1kg</p> |   |
| | 원산지 | 나가노 | 구마모토 |
| | 포장단위 | 1kg | 4kg |
| | 1kg당 가격((엔) | 2,180엔 (세금 포함) | 700엔 (총 2,800엔, 세금 포함) |
| 포장형태 | 종이박스 포장 | 종이박스 포장 | |
| 취급처 | 판매 확인 매장 | 야후쇼핑 SIASUNET (しいあすねっと) | 야후쇼핑 쿠라시카이엔타이(くらし快援隊) |

7. 온라인 매장조사 데이터

온라인 매장조사 정보

일본 온라인 매장정보 조사를 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업자 정보를 다음과 같이 제공함

| 구분 | | 제품 #3 | 제품 #4 |
|--------|------------|---------------------------------------|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 | | |
| | 원산지 | 시즈오카 | 고치 |
| 제품 스펙 | 포장단위 | 1kg | 4kg |
| | 1kg당 가격(엔) | 1,980엔 (세금 포함) | 870엔 (총 3,480엔, 세금 포함) |
| | 포장형태 | 종이박스 | 종이박스 |
| 취급처 | 판매 확인 매장 | 야후쇼핑 프레시 후르츠 하치야 (フレッシュフルーツはちや) | 라쿠텐 베지터블&후르츠 Pure (ベジタブル&フルーツ Pure) |

7. 온라인 매장조사 데이터

온라인 매장조사 정보

일본 온라인 매장정보 조사를 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업자 정보를 다음과 같이 제공함

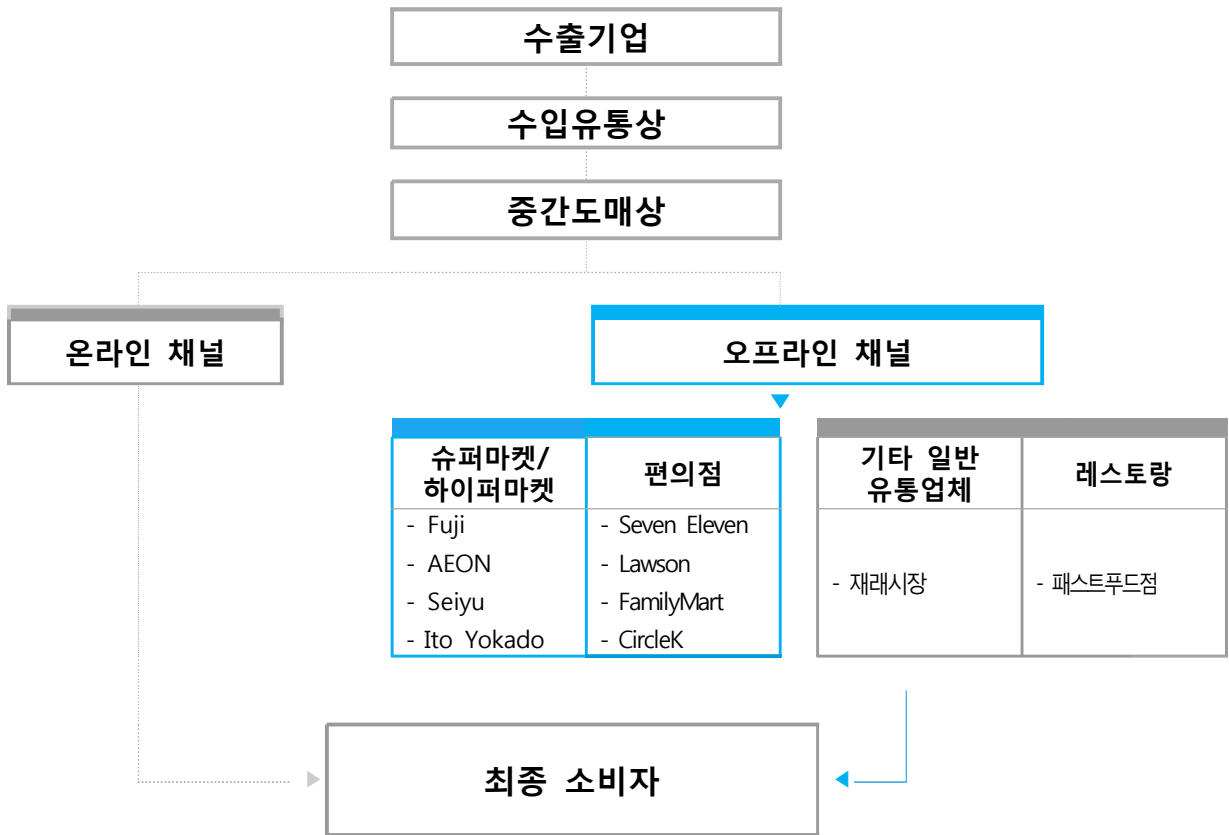
| 구분 | 제품 #5 | 제품 #6 | |
|--------|--|--|------------------------|
| 제품 이미지 |   |   | |
| 제품 스펙 | 원산지 | 홋카이도 | 기후 |
| | 포장단위 | 900g | 4kg |
| | 1kg당 가격((엔)) | 3,311엔 (총 2,980엔, 세금 포함) | 725엔 (총 2,900엔, 세금 포함) |
| | 포장형태 | 종이박스 | 종이박스 |
| 취급처 | 판매 확인 매장 라쿠텐 쿠라시카이엔타이 (くらし快援隊) | 라쿠텐 오쿠미노노사토 (奥美濃プロデュース) | |



V. 유통구조 현황

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

1. 현지 유통구조 map



*출처 : JETRO, Guidebook for Export to Japan(Food Articles) 2011

| 유통구조 | 특징 |
|--------|---|
| 슈퍼마켓 | <ul style="list-style-type: none"> - 수입 식품의 구입이 가장 많이 이루어지는 유통 채널임 - 최근 대형매장의 판매부진에 따라 점포수가 줄어들고 있긴 하지만, 현지 조사 결과 토마토와 같은 청과물의 경우 여전히 가장 높은 판매점유율을 보임 |
| 편의점 | <ul style="list-style-type: none"> - 일본 내 편의점은 지속적인 성장을 거듭하고 있으며, 소비자들의 수요에 따라 농산물 취급율도 계속해서 높아지고 있음 |
| 재래시장 | <ul style="list-style-type: none"> - 일본의 재래시장은 신선 농산물과 수산물, 축산물 및 다양한 일본 전통식품 등이 거래 되는 일본의 전통적인 유통 채널임 - 최근에는 농산물 도매시장보다 일반 소매매장에서의 판매가 더 많이 이루어지고 있음 |
| 패스트푸드점 | <ul style="list-style-type: none"> - 일본 내 1인가구가 증가함에 따라 패스트푸드점의 인기가 높아지고 있음 - 특히 젊은 연령층이 많으며, 수입산 토마토를 식자재로 사용하고 있음 |

2. 추천 진출 경로

일본 하이퍼마켓

1. AEON
- 매장 수: 625개('16년)



2. Ito Yokado
- 매장 수: 186개('16년)



3. Uny
- 매장 수: 222개('16년)



*출처: 각 마트 홈페이지

ROUTE #1. 슈퍼마켓/하이퍼마켓

종합소매업에서 식료품전문점으로 전환 추세

지난 몇 년간 일본에서는 여성의 운전이 보급화 되면서 원스톱 쇼핑에 대한 수요가 감소하였고, 이에 따라 종합소매점의 매출 역시 감소하는 경향을 보임. 이에 종합소매업들은 업계 불황을 타개하고자 식료품 전문점으로 포지션을 전환하는 추세임

특히 대형유통매장의 경우, 식료품전문점으로 방향을 전환하면서 식료품의 범위 및 카테고리를 확장하려는 노력을 보이고 있음. 이에 따라 수입산 식품에 대한 수요가 늘고 있기 때문에, 한국산 토마토가 진출하기에 적합한 경로로 판단됨

ROUTE #2. 편의점

일본 내 주요 유통채널로 젊은 연령층 및 노인 구매비율 높아

미국 농무부가 발표한 'Japan Retail Foods Sector Report' 자료에 따르면 편의점은 최근 일본의 인구 감소 및 저출산 고령화의 진행으로 슈퍼마켓과 외식시장에 비해 높은 성장률을 보이는 유통채널임

또한 해당 채널은 간편함을 찾는 젊은 연령층과 노인들이 식자재를 구매하는 경로로 많이 찾는 채널임. 일본 프랜차이즈 협회의 자료에 의하면, 가정이 있는 직장여성의 경우 편의점을 통해 식자재를 구매하는 비율이 높아지고 있어 매장에 농산물을 취급하여 고객을 확보하려는 노력을 기울이고 있는 것으로 알려짐

ROUTE #3. 패스트푸드점

우수한 품질로 수입업체들로부터 인지도가 높아

후쿠오카 무역관 자료에 따르면, 한국산 토마토는 가공 식재료용으로 수입되는 경우가 많고, 일반소비자에게는 인지도가 낮지만 우수한 품질로 수입업체 및 가공업체 사이에서는 좋은 평가를 받고 있음

일본 내 전반적으로 1인 가구가 증가함에 따라 패스트푸드점의 매출이 크게 증가하는 모습을 보이고 있으며, 햄버거의 주요 식자재로 사용되기 때문에 패스트푸드점, 브런치 레스토랑 등으로 진출을 고려해볼 수 있음

3. 유통업체 담당자 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

청과물 및 가공품 수출입
바이어 대상 인터뷰 진행
(2016년 6월 7일 ~ 7월 15일)

- 식품 수출입상
- 청과물 수출입상
- 과일 및 채소 수입유통상

대표 유통경로 : 수입유통상

일본 식품 바이어들을 대상으로 인터뷰를 진행한 결과, 대부분의 현지 바이어들은 토마토의 유통경로로 슈퍼마켓을 꼽았음. 토마토는 주로 1~5kg 단위로 판매되고 있으며, 플라스틱 트레이를 사용하여 포장하고 있는 것으로 조사됨

과일, 채소 등을 취급하는 Sun Globe Food社 관계자 인터뷰에 따르면, 과거에는 토마토를 수입했던 적이 있지만 고객들이 국산을 선호하는 경향이 있어 현재 토마토의 수입을 중단했다고 함

Q. 보통 제품을 어디로 납품하고 있는가?

“당사는 주로 슈퍼마켓과 패스트푸드점을 통해서 토마토를 납품하고 있다.”

과일, 채소 취급 수입업체 Sun Globe Food社
Mr. Sawa와의 인터뷰 中, 2016.06

“당사의 경우 국산 토마토를 주로 취급하며, 슈퍼마켓으로 납품하고 있다.”

청과물 및 가공식품 수입업체 KYOKA Kyoto Seika Godo社
Mr. Hitomi와의 인터뷰 中, 2016.06

“당사는 네덜란드 토마토 수입경험이 있으며, 슈퍼마켓을 통해서 토마토를 납품하고 있다.”

과일, 채소 취급 수입업체 NAGOYASEIKA CO., LTD社
Mr. Komdo와의 인터뷰 中, 2016.07

4. 유통채널별 점유율

일본 농림수산성, 토마토 유통 통계조사 실시

2006년 일본 농림수산성은 ‘일본 식품유통구조 조사’를 실시하면서 ‘일본 식품업종 내 신선 농산물의 공급(유통)처별 공급량 비율¹⁹⁾’ 조사 결과를 발표함. 토마토는 신선 농산물 조사 대상 품목으로 선정 됨²⁰⁾

조사결과에 따르면, 식품제조업에서는 생산자, 출하단체 등으로부터 토마토를 직접 공급받는 비율이 가장 높았으며, 식품도매업 역시 생산자, 출하단체 등으로부터 직접 공급받는 비율이 가장 높았음

식품소매업의 경우, 도매업자로부터 공급받는 비율이 85.9%로 가장 높았으며, 중간 도매업자로부터 공급받는 비율이 도매업자로부터 공급 받는 비율보다 높은 것으로 나타남

외식산업의 경우 식품소매업에서 토마토를 공급받는 비율이 가장 높았으며, 다른 업종과 달리 자사 자체 재배를 하는 경우가 존재하는 것으로 조사됨

표 5.1 일본 식품업종별 신선 토마토 공급(유통)처별 공급량 비율(2006년)

| 업종 | 공급처별 공급량 비율 | | | | | | | | |
|-------|-------------|-------------------|-------|------|------------|-------------------|-----------|-----------|----------|
| | 계 | 생산자· 집출하 단체 | 식품도매업 | | | 상사 및 기타 도매업 | 식품 제조업 | 식품 소매업 | 자사 재배 |
| | | | 계 | 도매시장 | | | | | |
| | | | | 도매업자 | 중간도매 업자 | | | | |
| 식품제조업 | 100.0 | 98.5 | 1.3 | 0.4 | 0.4 | 0.5 | 0.0 | 0.2 | 0.0 |
| 식품도매업 | 100.0 | 50.8 | 49.1 | 34.8 | 9.9 | 4.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 식품소매업 | 100.0 | 13.4 | 85.9 | 37.3 | 44.3 | 4.3 | 0.1 | 0.6 | 0.0 |
| 외식산업 | 100.0 | 5.1 | 25.9 | 4.2 | 12.5 | 9.2 | 0.9 | 68.0 | 0.1 |

19) 일본 농림수산성, '2006년 식품유통구조조사, 신선야채의 품목별-공급(유통)처별 공급량 비율(平成18年食品流通構造調査, 生鮮野菜の品目別仕入先別仕入量割合)'

20) 해당 조사는 2006년에 마지막으로 실시됨

4. 유통채널별 점유율

표 5.2 일본 식품업종별 신선 토마토 공급처별 공급량 비율(2006년)

| <식품제조업 토마토 공급처 비율> | <식품도매업 토마토 공급처 비율> |
|--|--|
| 자사재배, 0.0% 상사 및 기타 도매업, 0.5% 도매업자, 0.4% 중간도매업, 0.4% 식품제조업, 0.0% 식품소매업, 0.2% | 자사재배, 0.0% 식품소매업, 0.0% 4.5% 9.9% 식품제조업, 0.0% |
| 98.5% | 50.8% |
| 34.8% | |
| 생산자, 집출하 업자 중간도매업자 식품 제조업 자사재배 도매업자 상사 및 기타 도매업 식품 소매업 | 생산자, 집출하 업자 중간도매업자 식품 제조업 자사재배 도매업자 상사 및 기타 도매업 식품 소매업 |
| <식품소매업 토마토 공급처 비율> | <외식산업 토마토 공급처 비율> |
| 식품 제조업 0.1% 식품소매업, 0.6% 자사재배, 0.1% 4.3% 13.4% | 5.1% 4.2% 12.5% 9.2% 0.9% 자사재배, 0.0% |
| 44.3% | 9.2% |
| 37.3% | 68.0% |
| 생산자, 집출하 업자 중간도매업자 식품 제조업 자사재배 도매업자 상사 및 기타 도매업 식품 소매업 | 생산자, 집출하 업자 중간도매업자 식품 제조업 자사재배 도매업자 상사 및 기타 도매업 식품 소매업 |



VI. 유통업체 현황

1. 주요 유통채널 개관
2. 주요 유통업체 핫이슈
3. 유통업체별 개요
 - AEON
 - Maruetsu

유통업체 현황 OVERVIEW



주요 유통경로



주요 유통업체 리스트(슈퍼마켓/하이퍼마켓)

| No. | 유형 | 이름 | 특징 |
|-----|-------|----------|--|
| 1 | 하이퍼마켓 | AEON | - 아시아에서 가장 큰 소매업체 |
| 2 | | SEIYU | - 세계적 최대 유통업체, 월마트가 최대주주 |
| 3 | 슈퍼마켓 | Maruetsu | - 수산물 전문 소매점에서 시작하여 수도권 최대 식료품점으로 성장 - 2015년 United Super Market Holdings Inc와 공동 지주회사 설립 |
| 4 | | Daiei | - 일본 전역에 182개 점포(2016년 기준)를 운영하고 있으며, 2016년 푸드스타일 스토어 및 도시형 슈퍼마켓으로 변모를 시도중 |

주요 유통업체 매장 특징

| 유통업체 | 유통업체 | 운영현황 |
|-------|---|--------------------------|
| AEON |  | - 아시아 최대 소매 유통업체 |
| SEIYU |  | - 세계적인 유통업체 월마트가 경영주로 있음 |

1. 주요 유통채널 개관

슈퍼마켓/하이퍼마켓 개념

- 슈퍼마켓
- : 일용잡화류를 판매하는 소매점으로 보통 면적은 280~2,300㎡임
- 하이퍼마켓
- : 일용잡화류외의 가전 제품 등의 공산품도 판매하며 가격이 저렴한 것이 특징임. 보통 면적은 2,300㎡ 이상임

하이퍼마켓, 식료품 전문점으로 방향 전환

지난 몇 년간 종합소매점(GMS)은 매출이 지속적으로 감소하는 등 업계 불황을 겪어옴. 이에 대한 주된 원인으로 여성의 운전 보편화와 더불어 ‘유니클로’와 같은 전문 체인이 소비자들의 인기를 끌었던 점을 꼽을 수 있음

그러나 여전히 식료품 및 청과물의 구매경로는 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓의 점유율이 높으며 주요 하이퍼마켓은 식료품전문점으로서 변화를 도모하고 있음

일본 내 주요 5개 슈퍼마켓 브랜드로는 AEON, Ito Yokado, Uny, Daiei, and Life Corp이 있으며 이들이 전체 슈퍼마켓에서 65%의 점유율을 차지하고 있으며, 특히 AEON과 Ito Yokado는 42.5%를 차지하는 것으로 조사됨




표 6.1 일본 유통채널별 점유율 현황

(단위 : %)

| 구분 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---------|------|------|------|
| 슈퍼마켓 | 43% | 44% | 44% |
| 소매점포 | 28% | 28% | 28% |
| 편의점 | 18% | 19% | 19% |
| 대형마켓 | 7% | 7% | 7% |
| 서비스스테이션 | 2% | 2% | 2% |

출처 : Datamonitor(2014)

표 6.2 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 특이사항

| 구분 | 운영현황 |
|---|--------------------------|
|  | 자사 PB 브랜드 개발, 저가세일행사 진행 |
|  | 자사 PB 브랜드 개발, 상시 저가세일 진행 |
|  | 저가세일 행사 진행, 도시형 슈퍼마켓 |

출처: 매장별 홈페이지 참조

2. 주요 유통채널 핫이슈

AEON

위기극복위해 '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 폐쇄하기보단 '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 육아전문 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

Maruetsu

신선 농산물 제품 확장으로 영업이익 증가

2015년, 일본 경제전문지 닛케이(Nikkei) 신문의 보도에 따르면, 일본 대형 하이퍼마켓 Maruetsu社의 영업이익이 약 35억 엔으로, 170%가량 증가하였음²¹⁾

닛케이 신문은 Maruetsu社의 성공 비결을 수도권을 중심으로 한 적극적인 매장 수 확장과 과일 및 채소 등의 신선 농산물 제품 확장으로 분석하고 있음. 프리미엄 쇠고기와 저가 농산물 등 소비자들의 선택지를 다양화하여 매출을 증가시킬 수 있었다고 밝힘

21) 닛케이 신문, 'Maruetsu, 영업이익 170% 증가', asia.nikkei.com/Markets/Tokyo-Market/Maruetsu-s-9-month-operating-profit-surges-170, 2015.1

3. 유통업체별 개요 – AEON

AEON 종합유통매장에서 전문소매점으로 전환



지난 2016년 1월, 일본의 가장 큰 슈퍼마켓 체인인 AEON은 전자상거래와 편의점의 증가로 불황을 겪고 있는 것을 타개할 방안으로 전문소매점으로서의 구조개혁을 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는 자사가 운영하는 29개 웹사이트를 이온닷컴(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 6.3 매장 정보

| | | | |
|----------|-----|--|---|
| 기업 정보 | 매출액 | 약 796억2,569만 달러(2015년 2월 기준) |  |
| | 자본금 | 약 21억 4,244만 달러(2015년 기준) | |
| | 직원수 | 440,000명(2014년 기준) | |
| | 점포수 | 18,740개(2014년 기준) | |
| | 특징 | 자사 PB 브랜드 개발, 상시 저가세일 진행, 온라인쇼핑몰 운영 | |
| | 주소 | 1-5-1 Nakase, Mihama-ku, Chiba-shi, Chiba, 261-8515, Japan | |
| | 전화 | +81 3 3852 2121 | |
| 주요 판매품목 | | 가공식품, 과일, 음주류, 의류, 생활가전 등 | |
| 매장 전경 | |   | |

출처 : AEON(www.aeon.info/)

3. 유통업체별 개요 – Maruetsu

도시형 최대 슈퍼마켓

1961년 개업한 슈퍼마켓 브랜드로, 오랜 역사를 가진 만큼 일본 소비자들에게 친숙한 이미지로 인식되어 있음. 주로 유동인구가 많은 도심에 위치해있으며, 취급하는 제품이 다양해 소비자들이 자주 찾는 매장임

2013년 이전까지 판매부진 등의 문제를 안고 있었으나, 2014년 카스미플러스社, 맛쿠스바류社 3사가 경영통합에 합의하여, 2015년 유나이티드 슈퍼마켓 홀딩스社라는 공동 지주회사를 설립함. 경영통합에 따라 수도권 외의 식품슈퍼마켓 연합으로서 포지션을 확립하고 있음

표 6.4 매장 정보

| | | | |
|---------|--|---|---|
| 기업 정보 | 매출액 | 약 328억 256만 달러(2010년 기준) |  |
| | 순이익 | 약 5억 7,348만 달러(2010년 기준) | |
| | 직원수 | 약 3,901명(2010년 기준) | |
| | 점포수 | 501개(2016년 기준) | |
| | 특징 | 저가세일행사 진행 | |
| | 주소 | 5-51-12 Higashi Ikebukuro, Toshima-ku, Tokyo 170-8401 Japan | |
| | 전화 | +81 3 3590 1110 | |
| 주요 판매품목 | 식품, 음주류, 신선식품 | | |
| 매장전경 |   | | |

출처 : Maruetsu(www.maruetsu.co.jp)




VII. 인증 정보

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

인증정보 OVERVIEW

▶ 권장인증 : JAS 인증

| | | |
|--------------|---|---|
| 인증 설명 | 일본 소비자에게 판매되는 유기농 농림수산물에 대하여 일본농림수산성에서 규정한 품질, 생산방법 기준에 적합한 제품에 부여하는 인증 |  |
| 발행기관 | 일본 농림수산성 | |
| 성격 | 권장 인증 (유기농 표시 시 필수) | |
| 제출서류 | 신청자의 성명 또는 명칭 및 주소, 생산 일정 관리 담당자의 성명·약력 등 | |
| 비용 | 1,200~2,000만원, 200~300만원의 갱신비용이 필요 | |
| 소요기간 | 2개월 이상 | |
| 갱신기간 | 1년 | |
| 발급절차 | 신청서 및 제반 서류 제출 → 서류심사 → 현장심사 → 취득 가능여부 판정 | |

▶ 권장인증 세부정보

| | |
|------------------------|---|
| 제출서류 (서류심사) | 신청자 정보, 항공 방제용 작업 지도, 생산 일정 관리 담당자의 성명·약력, 생산 관리 및 등급의 조직 기구도, 평가를 실시하는 농산물 종류, 보관 등에 관련된 시설 도면, 생산 장소 소재지, 면적, 포장 이력 관리 기록, 농원 지도, 수계도 혹은 용배수도 |
| 현장검사 | 생산 일정 관리 책임자 및 생산자 조사, 포장 확인, 비료, 배양 관리방법, 출하 또는 처분방법, 생산일정 관리 담당자의 자격, 생산과정 검사방법 등 실시 |
| 동등성 인정 | JAS제도와 동일한 제도를 가지고 있는 외국에서 인정을 받은 유기농산물로, 해당국의 정부 기관발행의 증명서가 첨부되어 있으면 JAS마크를 부착할 수 있음 |

1. 권장인증 정보

일본 JAS 인증

일본 내 유기농 인증을 취득하려면 JAS 기준에 부합해야 하고, JAS 마크가 부착된 식품은 ‘유기 ○○’ 등으로 표시 할수 있음

인증 비용은 비교적 비싸고 기준을 충족이 매우 까다로운 것으로 알려져 있음


JAS 품목대상은 농산물, 축산물, 사료, 가공식품 등임

JAS 인증을 받으려면 신청 수수료가 1,200 ~ 2,000만원, 매년 200 ~ 300만원의 갱신비용이 필요함

현장 검사 시 생산 일정 관리 책임자 및 생산자 조사, 포장 확인, 비료, 배양 관리방법, 출하 또는 처분방법, 생산일정 관리 담당자의 자격, 생산과정에 사용하는 검사방법 등 실시되고 있음

인증 인정기관은 농림수산성 JAS 안내 사이트에서 확인 가능함²²⁾

표 7.1 일본 JAS 인증 주요 정보

| | | |
|------|---|---|
| 인증명 | JAS 인증 |  |
| 발행기관 | 일본 농림수산성 | |
| 성격 | 권장 인증 (유기농 표시 시) | |
| 제출서류 | 신청자의 성명 또는 명칭 및 주소, 생산 일정 관리 담당자의 성명·약력 등 | |
| 비용 | 1,200~2,000만원, 200~300만원의 갱신비용이 필요 | |
| 소요기간 | 2개월 이상 | |
| 갱신기간 | 1년 | |

출처 : 일본농림수산성

표 7.2 일본 JAS 인증 발급절차

STEP 01. 비용견적 신청

인증 심사에 관련되는 개략적인 비용을 견적냄

STEP 02. 인정신청서 및 제반서류 제출

생산관리자는 인정기관에 인정 신청서 제출

STEP 03. 인정신청서 서류심사

인정기관은 신청서의 기재 내용과 첨부 서류에 대해 기술적인 기준 충족 여부를 서류 심사로 행함

STEP 04. 방문 현장검사

인정기관, 혹은 검사원으로 부터 현장검사에 대한 사항을 연락을 받고 일정을 조절하여 검사를 받음

STEP 05. 판정 · 이의제기

인정기관은 검사결과로 판정을 행함. 판정결과에 이견이 있는 경우에는 인정기관에 이의를 제기함

STEP 06. 감사

인정 후 연 1회 감사를 행함

출처 : 일본농림수산성

22) www.maff.go.jp/j/jas/jas_kikaku/yuuki_kikan.html

1. 권장인증 정보

JAS 인증 취득 비용견적 신청²³⁾

‘JAS 인증 취득 비용견적 신청’ 단계에서는 인증 심사에 관련되는 대략적인 소요 비용을 견적낼 수 있음. 견적 신청서에는 표 8.3에 대한 사항을 기재해야 함

인정신청서 서류심사

제출받은 신청서와 부속서류에 대해 농림수산성이 정하는 ‘기술적 기준’에 따라 ‘사전 검사’를 실시함. 이 때, 부족 서류가 있을 시 별도 제출을 요구할 수 있음 ‘사전 검사’가 완료한 시점에서 방문 현장 검사 계획서를 발행함. 제출 서류는 표 8.4에서 확인 가능함

방문 현장검사

검사원이 유기농산 관리책임자 및 인정 관리자들과 협의 후, 농장 혹은 시설에 대한 현장검사를 실시함

미미한 부적합 사항에 대해서는 그 자리에서 시정 조치를 요구하고 확인하지만, 시정 조치에 시일을 필요로 할 경우 혹은 신청내용의 변경이 요구될 경우에는 일단 현장검사를 중단하는 경우가 있음. 그 때는 신청자에 의해 시정조치가 강구되어진 시점에서 재차 현장검사를 행함

표 7.3 JAS 인증취득 비용견적 신청정보

| |
|------------------------------------|
| 농림물자의 종류와 업종 |
| 대상이 되는 농장 / 시설규모, 개수 및 장소 |
| 농산물의 재배계획(기타의 경우, 취급품목 및 연간 취급 개수) |
| 신청자 성명 또는 법인명 및 담당자명.연락처 |

표 7.4 JAS 서류심사 제출서류

| | |
|---------------------|--------------------------------------|
| 신청자의 성명 또는 명칭 및 주소 | 항공 방제용 작업 지도 (농약 공중 살포 실시 지역의 경우) |
| 생산 일정 관리 담당자의 성명·약력 | 생산 관리 및 등급의 조직 기구도 |
| 평가를 실시하는 농산물 종류 | 보관 등에 관련된 시설 도면 |
| 생산 장소 소재지, 면적 | 포장 이력 관리 기록 |
| 농원 지도 | - |
| 수계도 혹은 용배수도 (논 경우) | - |

23) 일본명 개산(概算) 견적 신청으로 칭함

2. 일본 내 인증 취득제품



모든 유기농 농산물, 유기 JAS 인증 부착 필수

일본에서는 유기 JAS 규격에 의해 인증된 제품에 한해 ‘유기(유기농)’ 표시 및 ‘JAS’ 마크를 표시할 수 있음. 수입품도 JAS 인증을 얻지 못하면 ‘유기’ 등의 명칭표시를 할 수 없음

단 JAS제도와 동일한 제도를 가지고 있는 외국에서 인정을 받은 유기농산물은, 해당국의 정부기관발행의 증명서가 첨부되어 있으면 등록 인정기관의 인정을 받은 수입업자가 유기 JAS마크를 부착할 수 있음

동등성을 인정받은 국가에는 미국, 이탈리아, 호주, 프랑스, 독일 등이 있음

표 7.5 일본 토마토 유기 JAS 인증 취득제품

| 인증 취득제품 정보 | 제품 이미지 |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 유기 JAS 토마토 - 기업 : 부도노키 (판매사) - 국가 : 일본산 - 가격 / 용량 : 580엔 / 2개~4개 - 일본 라쿠텐 농산물 전문샵에서 판매되고 있는 유기농 토마토로, JAS 획득 |  <p>[유기 JAS 토마토]</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 안심 유기 JAS 토마토 - 기업 : 그린라이프 구마모토 - 국가 : 일본산 (북해도 구마모토현) - 가격 / 용량 : 522엔 / 2개~3개 - 일본 라쿠텐 농산물 전문샵에서 판매되고 있는 감칠맛과 단맛이 뛰어난 일본 유기농 토마토 |  <p>[안심 유기 JAS 토마토]</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 유기 JAS 이탈리아 미니토마토 - 기업 : 부도노키 (판매사) - 국가 : 일본산 - 가격 / 용량 : 360엔 / 180g - 일본 라쿠텐 농산물 전문샵에서 판매되고 있는 미니토마토로, 길쭉한 모양의 일명 ‘이탈리아 토마토’라는 명칭으로 판매 중 |  <p>[유기 JAS 이탈리아 미니토마토]</p> |

출처 : 일본 라쿠텐(item.rakuten.co.jp)

3. 제출서류

JAS 인증신청서

: 유기 농산물 생산 관리자용 신청서. OCIA재팬은 일본 내 유기 JAS 인증 인정기관임

OCIAジャパン

| | | | |
|-----------|-------|-----|--|
| 申請 事業者名 | 印 | | |
| 申請 事業者 住所 | | | |
| 代表者 | | | |
| 電話 | | FAX | |
| E-mail | | | |
| Web アドレス | | | |
| 認定申請担当者 | | FAX | |
| 連絡先電話 | | | |
| E-mail | | | |
| 提出日 | 年 月 日 | | |

注) この申請書で提出された個人情報に該当する情報は、申請者がJAS認定の取得の手続きのために使用するものであり、それ以外の目的では使用いたしません。

●グループ申請の場合の構成員

| 事業者名 | 住所 |
|------|----|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

●申請する 有機 農産物の品目

| |
|--|
| |
|--|



Ⅷ. 라벨링 정보

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

● 토마토 라벨링 실사 사진



출처 : 현지방문조사(Maruetsu)

● 신선농산물 라벨링 표기사항 주요 정보

기본 사항

- 제품명
- 원산지 또는 일반적으로 알려진 지명(일본어로 표시)
예) 캘리포니아(カリフォルニア)
- 용량(무게, 개수 등)
- 판매자 이름, 주소
- 용기 식별 마크(종이, 플라스틱 등)
- ※ 문자 크기는 8포인트 이상

1. 라벨 표기사항

일본어로 제작된 라벨 필수

일본 식품 라벨 위치는 용기 또는 포장의 보이기 쉬운 곳에 식별이 용이한 방법으로 표시가 되어야 함

일본 내 신선농산물 라벨 표시 항목에는 제품명, 원산지 및 지명, 용량(무게, 개수), 판매자명 및 주소, 용기 식별 마크 등이 표기되어야 함

또한 보존방법 및 섭취 등 취급상의 주의사항 내용이 별도로 추가될 수 있음

간혹, 식품라벨 내용 표기 오류로 인해 소비자에게 혼란을 주어 리콜 당하는 사례도 있기 때문에 주의하여 표기하여야 함

원산지 법률에 따라, 일본에서 판매되는 수입식품의 용기 포장에는 일본어로 직역하는 것 이상의 정확한 일본어로 라벨링이 부착되어 있어야 함

표 8.1 일본 농산물 라벨 표기 주요 사항

| | |
|--|---|
| | <p><기본사항></p> <ul style="list-style-type: none">- 제품명- 원산지 또는 일반적으로 알려진 지명(일본어로 표시) 예) 캘리포니아(カリフォルニア)- 용량(무게, 개수 등)- 판매자 이름, 주소- 용기 식별 마크(종이, 플라스틱 등)- 바코드 <p>※ 문자 크기는 8포인트 이상</p> |
|--|---|

출처 : 일본 라벨제작 전문 업체(label.reji.jp/)

2. 라벨링 예시



- 판매자명
- 제품명



- 생산지(치바현)



- 판매자 이름, 주소
- 문의처, 전화번호
- 정보 수록 홈페이지
- 용기식별
- 바코드

출처 : 현지방문조사(Maruetsu)



IX. 수출준비

1. 정부 유관기관 담당자 인터뷰

1. 정부 유관기관 담당자 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

수출 유관기관 담당자 대상
인터뷰 진행
(2016년 7월 11일 ~ 7월 15일)

- 일본 소비자청
- 일본 후생노동성
- 한국 세관

후루킹코나조루 살균제에 주의 필요

일본 소비자청, 후생노동성, 한국 세관 등 국내외 수출 유관기관 담당자들을 대상으로 인터뷰를 진행한 결과, 토마토 라벨링 정보, 주의해야 할 살균제 등 수출 관련 준비사항에 대해 언급하였으며, 세부 내용은 하기와 같음

Q. 수출 시 준비사항은?

“신선토마토 라벨링 표시와 관련하여, 매장에서 날개로 판매할 경우 원산지, 국명만 기입하면 된다. 단, 봉투에 넣어 판매할 경우, 원산지, 국명, 수입업자 이름을 기재해야 한다.”

“유기농산물이 아닌 일반 농산물의 경우 일본 수출을 위해 반드시 취득해야 하는 필수인증은 없다.”

일본 소비자청
Mr Sado와의 인터뷰 中, 2016.07

“한국 세관에서 수출신고 후 일본에 수입검사신고서를 제출하면 일본 후생노동성의 식품위생법 부서에서 살균제 성분 존재여부 등 수입 토마토의 검사 명령을 내린다.”

“신선토마토의 경우, 후루킹코나조루(FLUQUINCONAZOLE)가 검출되지 않아야 수입이 가능하다. 한국 토마토 수입 시 살균제 검사 시행명령은 다음 주소에서 확인할 수 있다.”

한국의 토마토 수입시, 살균제 검사 시행명령 :
<http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000074420.html>

“농수산물 무역 전문대행사, 무역전문 선박회사에 수출절차 대행 의뢰 시 보다 편리하게 수출이 가능하며, 모든 절차가 완료되면 일본에는 수입검사 신고서만 제출하면 된다.”

“한국 내에서의 보다 더 자세한 수출 절차는 농림축산부 검역본부 중부지역 민원실 담당자 이선화 (032-722-8267, 032-891-3245)씨에게 보다 더 자세한 사항을 문의하길 바란다.”

일본 후생노동성 식품무역법 담당
Mr Hirosawa 인터뷰 中, 2016.07

1. 정부 유관기관 담당자 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

수출 유관기관 담당자 대상
인터뷰 진행
(2016년 7월 11일 ~ 7월 15일)

- 일본 소비자청
- 일본 후생노동성
- 한국 세관

“토마토는 한국 국내에서 특별한 검역이 필요 없으며, 수출신고만 하면 된다. 수출신고 HS 코드는 0702.000.000으로 관세청 전자통관시스템 유니패스 (unipass.customs.go.kr/csp/index.do)에서 수출 신고서 작성, 통관 고유부호 발급, 신고인 부호발급 순으로 수출 신고가 이루어진다. 신고 날짜에서 30일 이내에 반드시 수출해야 된다.”

한국 세관 관계자 인터뷰 中, 2016.07

※ 참고 문헌

| | | |
|--------------------------------------|-------------------|---------|
| 1. 기능성표시식품에 관한 소비자 의식조사 2016 | Dentsu | 2016.06 |
| 2. 2013 국민건강영양 조사 | 일본 후생노동성 | 2013 |
| 3. 청과물 수입 유통 바이어 인터뷰 | 일본 후생노동성 | 2016.06 |
| 4. 일본인의 채소 섭취량 랭킹 | 일본 후생노동성 | 2012 |
| 5. 대한무역투자진흥공사(KOTRA) 후쿠오카 무역관 자료 | 대한무역투자진흥공사(KOTRA) | 2016.06 |
| 6. 카고메 토마토 주스, 기능성표시로 출하 3배 이상에 | 마이니치 신문 | 2016.02 |
| 7. 신 조미료 "토마미소"에 관한 보고서 | 일본 트렌드 연구소 | 2016.04 |
| 8. 일본의 토마토시장 유통현황과 수요 동향 | 한국농수산물유통공사 | 2015.12 |
| 9. FTA 시대 수출로 활로를 찾는다-일본시장을 잡아라, 토마토 | 한국 농축수산신문 | 2016.06 |

※ 참고 사이트

| | |
|-------------------------|--|
| 1. 한국 관세청 | www.customs.go.kr |
| 2. 일본 세관 | www.customs.go.jp |
| 3. Global Trade Atlas | www.gtis.com/gta |
| 4. 카고메 | www.kagome.co.jp |
| 5. 일본 야채통계정보제공 포털 야사이나비 | www.yasainavi.com |
| 6. 타마가와대학(玉川大学) | www.tamagawa.jp |
| 7. 야후재팬 쇼핑 | shopping.yahoo.co.jp |
| 8. 일본무역진흥기구 | www.jetro.go.jp |
| 9. Datamonitor | www.datamonitor.com |
| 10. AEON | www.aeon.info |
| 11. Maruetsu | www.maruetsu.co.jp |
| 12. 라쿠텐 | item.rakuten.co.jp |
| 13. 일본 라벨제작 전문 업체 | label.reji.jp |
| 14. 미국 무역대표부 | ustr.gov |
| 15. 일본 농업협동조합신문 | www.jacom.or.jp |
| 16. 일본 농림수산성 | www.maff.go.jp |

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.