



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 곡물 시리얼바(Grain Cereal Bars)

Country : 일본(Japan)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	9
II. 시장 트렌드	11
1. Market Trend 01. 건강을 고려하는 소비	13
2. Market Trend 02. 아침 대응 그래놀라 제품	14
3. Market Trend 03. 고령화로 인한 타깃층 확대	15
4. Market Trend 04. 편의점 유통채널 유망	16
III. 경쟁제품 현지조사	17
1. 경쟁제품 선정	19
2. 정량 분석	20
3. 정성 분석	21
4. 현지 방문 조사자료	24
IV. 경쟁사 분석	31
1. 경쟁사 선정	33
2. 경쟁사별 현황 파악	34
V. 유통구조 현황	37
1. 추천 진출 경로	39
2. 전문가 인터뷰	43
VI. 유통업체 현황	44
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	46

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	51
1. 통관 및 검역 절차	54
2. 관세율 정보	57
3. FTA 정보	58
4. 통관 및 검역 주의사항	59
5. 통관거부사례	60
Ⅷ. 인증 정보	61
1. 인증 취득정보	63
2. 제출서류	65
3. 전문가 인터뷰	66
Ⅸ. 라벨링 정보	68
1. 라벨 표기사항	70
2. 라벨링 예시	71
X. 위생요건 정보	72
1. 식품첨가물 규정	74
※ 참고문헌	76



I. 시장 통계

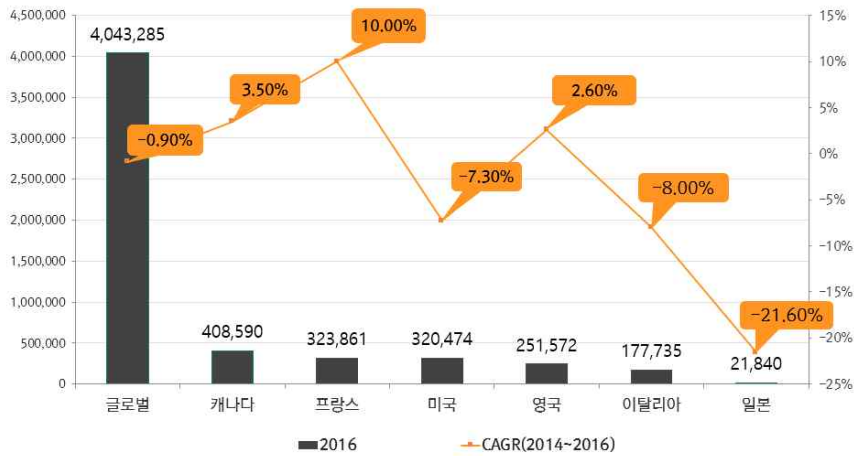
※ 시장 통계 OVERVIEW

1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

시장 통계 OVERVIEW

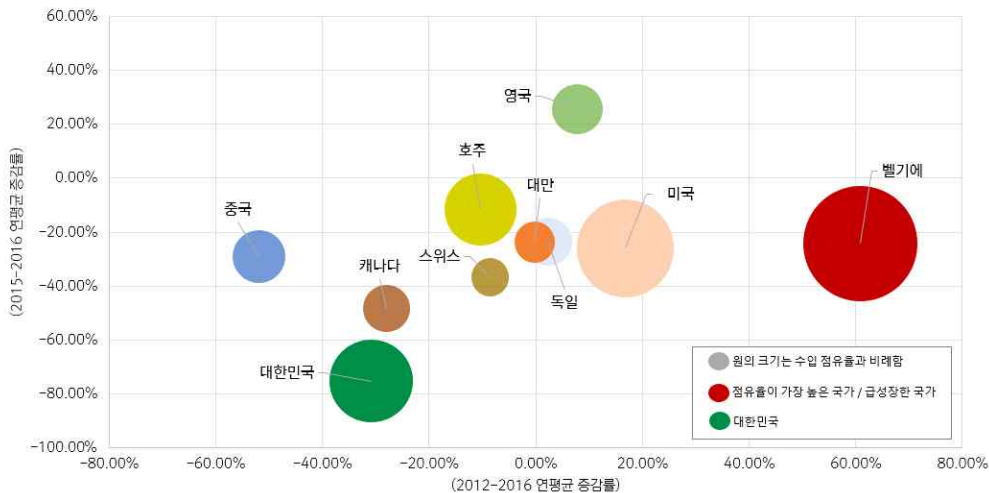
글로벌 HS CODE 1904.10 수입액 규모 및 증감률(2014 ~ 2016)

단위 : 천 달러, %



일본 HS CODE 1904.10 수입 점유율 및 성장률 비교1.2.3.

단위 : %



일본 제과 및 시리얼(Bakery & Cereals) 시장 규모 및 증감률(2013 ~ 4.2018)

단위 : 백만 달러, %



1. 거품형 그래프 내 원의 크기는 글로벌 시장 내 점유율(비중)을 나타냄
2. 거품형 그래프 내 원이 우측에 가까울수록 최근 5년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임
3. 거품형 그래프 내 원이 상측에 가까울수록 최근 1년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임
4. 2017년 이후 수치는 전망치임

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr
2	TradeNAVI www.tradenavi.or.kr
3	일본 관세청 www.customs.go.jp

곡물 시리얼바 통계 기준 설정

곡물 시리얼바 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 일본의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.

수입 통계 기준, HS CODE 1904.10으로 설정

글로벌 및 일본 내 곡물 시리얼바의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 1904.10을 수입통계 분석 기준으로 설정함

표 1.1 : 곡물 시리얼바 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	1904.10
	일본 수입규모 및 성장률		1904.10
품목 통계	제과 및 시리얼 시장 규모	품목 키워드	Bakery & Cereals

표 1.2 : 일본 내 곡물 시리얼바 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품예: 콘 플레이크 (corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	1904.10	곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품
	1904.10.9000	기타
일본	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품예: 콘 플레이크 (corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	1904.10	곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품
	1904.10.300	기타

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 일본 관세청(www.customs.go.jp)

5. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입액 3개년 연평균 성장률⁶ -0.9%

2016년 기준 HS CODE 1904.10의 글로벌 수입규모는 40억 4,328만 5,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 0.9%의 하락세를 기록함. 수입 1위국 캐나다의 수입규모는 4억 859만 달러로 연평균 3.5%의 증가세를 나타냄. 2위인 프랑스는 3억 2,386만 1,000달러로 연평균 10.0%의 높은 증가세를 나타냄. 반면, 일본은 전 세계 수입액 38위 규모로 2,184만 달러로 21.6%의 하락세를 기록함

일본 내 한국산 수입액 5위, 3개년 연평균 성장률 -51.4%

일본의 HS CODE 1904.10 수입액 규모는 2,184만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 21.6%의 높은 하락세를 보임. 2016년 기준 일본 내 HS CODE 1904.10 품목 최대 수입국은 벨기에로 755만 4,000달러의 수입액을 기록함

2016년 기준 일본 내 한국산의 수입 규모는 95만 5,000달러로 5위에 등극함. 한국산은 최근 3년간 51.4%의 높은 하락세를 나타내고 있음

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 1904.10 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	4,113,388	3,906,902	4,043,285	100.0%	-0.9%
1 캐나다	381,090	429,390	408,590	10.1%	3.5%
2 프랑스	267,894	256,486	323,861	8.0%	10.0%
3 미국	373,204	319,783	320,474	7.9%	-7.3%
4 영국	239,010	263,369	251,572	6.2%	2.6%
5 이탈리아	209,884	181,498	177,735	4.4%	-8.0%
38 일본	35,562	29,901	21,840	0.5%	-21.6%
기타	2,606,744	2,426,475	2,539,213	62.8%	-1.3%

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

표 1.4 : 일본 HS CODE 1904.10 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	35,562	29,901	21,840	100.0%	-21.6%
1 벨기에	9,899	9,967	7,554	34.6%	-12.6%
2 미국	7,399	6,117	4,530	20.7%	-21.8%
3 호주	2,703	2,300	2,035	9.3%	-13.2%
4 영국	2,234	1,011	1,270	5.8%	-24.6%
5 대한민국	4,038	3,846	955	4.4%	-51.4%
6 독일	1,519	1,230	941	4.3%	-21.3%
기타	7,770	5,430	4,555	20.9%	-23.4%

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

6. 연평균 성장률 = 최신폭초연도^(1/n-1개년)-1

2. 무역통계 종합분석

한국, 5개년 평균 수입액 점유율 3번째로 높아

2012년 이후 최근 5년간 HS CODE 1904.10 관련 일본 수입국 중 한국이 13.1%의 3번째로 높은 점유율을 확보한 국가였던 것으로 집계됨. 한편, 상위 5개국 중 5년간 연평균 성장률이 가장 높았던 국가로는 60.9%의 성장률을 기록한 벨기에가 차지함. 또한, 2015년 대비 2016년 성장률이 급상승한 국가는 영국으로 지난 1년간 25.6%의 큰 증가세를 보임. 최근 1년간 영국을 제외한 대부분의 국가에서 수입이 하락한 것으로 나타남

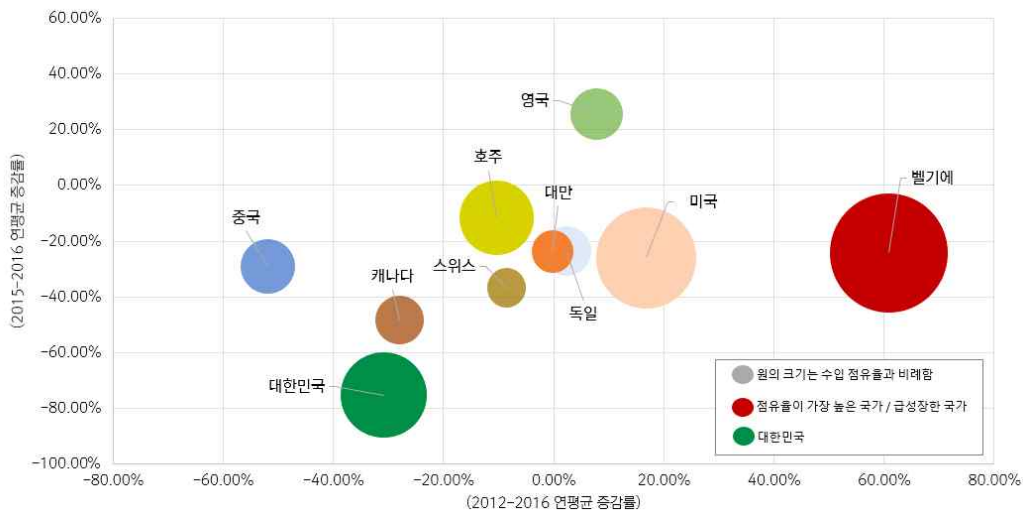
한국, 점유율 3위, 성장률 최근 5년 동안 수입 하락세

한국의 경우 2012년 이후 5년간 점유율 13.1%로 전체 수입국 중 3위를 차지하고 있음. 그러나 최근 5년간 증감률은 30.8%, 2016년에는 전년대비 75.2%의 지속적인 하락세를 보이고 있는 것으로 나타남

표 1.5 : 일본 HS CODE 1904.10 수입 점유율 및 증감률 비교 7.8.9.

(단위 : %)

수입국가	2012-2016 점유율	CAGR(2012-2016)	CAGR(2015-2016)
1 벨기에	★24.9%	★60.9%	-24.2%
2 미국	18.1%	16.8%	-25.9%
3 대한민국	13.1%	-30.8%	-75.2%
4 호주	9.8%	-10.3%	-11.5%
5 중국	5.3%	-51.9%	-29.0%
6 영국	4.8%	7.8%	★25.6%
7 독일	4.3%	2.3%	-23.5%
8 캐나다	4.2%	-27.9%	-48.1%
9 대만	3.2%	-0.2%	-23.8%
10 스위스	2.7%	-8.6%	-36.7%



7. 거품형 그래프 내 원의 크기는 글로벌 시장 내 점유율(비중)을 나타냄
8. 거품형 그래프 내 원이 우측에 가까울수록 최근 5년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임
9. 거품형 그래프 내 원이 상측에 가까울수록 최근 1년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임

3. 품목통계 종합분석

글로벌 제과류 시장규모, 2014년 이후 2.2% 소폭 증가

2016년 기준 글로벌 제과 및 시리얼의 시장규모는 4,778억 6,095만 달러로 집계되었으며 2014년부터 2016년까지 2.2%로 소폭의 증가세를 보임. 1위국 미국의 시장규모는 1,055억 4,739만 달러로 연평균 2.9%의 증가세를 나타내었으며, 22.1%의 높은 점유율을 차지함. 2위국 중국은 348억 6,177만 달러로 연평균 5.9%의 높은 증가세를 나타냄

일본 제과류 시장, 2017년부터 3.1% 상승 전망

일본의 경우 2016년 시장규모 324억 2,129만 달러, 글로벌 제과류 시장 내 점유율 6.8%로 3위를 차지하고 있음. 2013년 이후 최근 4년간 평균 성장률은 -2.2%로 하락세를 나타내고 있음

그러나, 향후 일본 제과 및 시리얼 시장은 큰 증가세를 보일 것으로 전망됨. 2017년 제과 및 시리얼의 시장규모는 350억 7,484만 달러, 2018년에 361억 6,288만 달러로 향후 연평균 3.1%의 성장세를 보일 것으로 전망됨

표 1.6 : 글로벌 제과 및 시리얼(Bakery & Cereals) 시장규모

(단위 : 백만 달러)

국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	457,356.28	467,851.35	477,860.95	100.0%	2.2%
1 미국	99,769.91	102,676.32	105,547.39	22.1%	2.9%
2 중국	31,069.67	33,589.99	34,861.77	7.3%	5.9%
3 일본	32,367.87	28,733.10	32,421.29	6.8%	0.1%
4 프랑스	28,804.86	24,420.89	24,634.58	6.1%	-7.5%
5 독일	26,039.01	22,226.17	22,543.19	5.2%	-7.0%
기타	239,304.96	256,204.88	257,852.73	54.0%	16.1%

출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

표 1.7 : 일본 제과 및 시리얼(Bakery & Cereals) 시장규모

(단위 : 백만 달러)

	시장규모(백만 달러)	전년 대비 성장률	CAGR(2013-2016) vs (2017-2018)
2013	34,654.44	-17.1%	-2.2% (2013-2016)
2014	32,367.87	-6.6%	
2015	28,733.10	-11.2%	
2016	32,421.29	12.8%	
2017 ¹⁰	35,074.84	8.2%	3.1% (2017-2018)
2018	36,162.88	3.1%	

출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

10. 2017년 이후 수치는 전망치임

3. 품목통계 종합분석

일본 제과류 시장, 시리얼바 시장 점유율 6위

2016년 기준 전체 제과 및 시리얼(Bakery & Cereals) 시장에서 품목별 점유율을 보면, 브레드 및 롤이 122억 9,384만 달러, 37.9%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 조사 제품인 시리얼바가 8억 4,313만 달러로 2.6%의 점유율을 차지해 여섯 번째로 높은 점유율을 보임

제과류 품목 대부분이 하락세, 아침 신선 식품 가장 하락을 높아

2013년 이후 일본 제과 및 시리얼 시장 내 품목 전반이 1.5%~2.5% 내외의 하락세를 보이고 있으며, 가장 하락률이 높은 제품은 2.5%의 하락세를 기록한 아침 신선 식품, 가장 하락률이 낮은 제품은 시리얼바 제품인 것으로 집계됨

일본 제과류 시장에서는 브레드 및 롤, 쿠키, 케이크 등에 대한 시장 점유율이 높으며 시리얼, 베이킹 믹스, 밀가루 제품의 시장 점유율은 낮은 것으로 분석됨

표 1.8 : 일본 제과 및 시리얼(Bakery & Cereals) 세부 품목별 시장규모

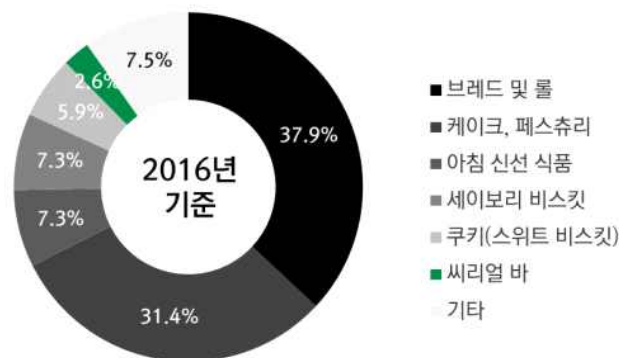
(단위 : 백만 달러)

	2013	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2013-2016)
전체	34,654.44	32,367.87	28,733.10	32,421.29	100%	-2.2%
브레드 및 롤	13,155.83	12,281.54	10,896.34	12,293.84	37.9%	-2.2%
케이크, 페스츄리	10,851.11	10,146.81	9,018.51	10,184.05	31.4%	-2.1%
아침 신선 식품	2,563.01	2,386.57	2,112.01	2,375.43	7.3%	-2.5%
세이보리 비스킷	2,529.94	2,362.51	2,096.78	2,365.37	7.3%	-2.2%
쿠키 (스위트 비스킷)	2,074.39	1,932.97	1,711.26	1,926.54	5.9%	-2.4%
시리얼바	881.07	828.99	741.56	843.13	2.6%	-1.5%
기타	2,599.09	2,428.48	2,156.63	2,432.94	7.5%	-2.2%

출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

표 1.9 : 일본 제과 및 시리얼(Bakery & Cereals) 세부 품목별 시장점유율(2016)¹¹.

(단위 : %)



출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

11. 원그래프 내 기타는 에너지바, 베이킹 재료, 시리얼, 베이킹 믹스, 밀가루 제품을 포함



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 건강을 고려하는 소비

Market Trend 02. 아침 대응 그래놀라 제품

Market Trend 03. 고령화로 인한 타깃층 확대

Market Trend 04. 편의점 유통채널 유망

시장 트렌드 OVERVIEW

빅데이터 분석 개요

조사목적	일본 곡물 시리얼바 시장 최신 트렌드 분석
수집 기간	2015.01.01. ~ 2017.10.24
수집 방법	토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석
수집 채널	일본 식품사업정보원
입력 키워드	Snack, Snack bar, スナック, スナックバー
도출 기사	총 312건

트렌드 타임라인



Market Trend 01. 건강을 고려하는 소비

- 일본의 소비자들을 중심으로 최근 슈퍼푸드에 대한 관심이 높아지고 있음. 이에, 매년 슈퍼푸드협회에서 발표하는 슈퍼푸드를 주재료로 하는 시리얼바 및 영양보충바가 출시되고 있으며, 저온, 저가공법에 의해 영양소 파괴를 최소화해 간편하고 영양가가 있어 인기가 있음

Market Trend 02. 아침 대응 그래놀라 제품

- 오트밀·보리·현미·옥수수 중심의 곡물 가공품, 코코넛·견과류, 시럽, 식물성 기름을 섞어 오븐에서 구운 그래놀라는 최근까지만 해도 일본 내 슈퍼마켓에서 잘 판매되지 않았으나 최근 수요가 계속해서 증가하고 있음
- 이 같은 현상의 원인은 일본인들의 아침 밥상에서 생선구이, 쌀밥, 미소 된장국이 점차 사라지고 그래놀라 제품이 아침 식사대용으로 자리 잡았기 때문임

Market Trend 03. 고령화로 인한 타깃층 확대

- 일본의 고령화가 지속됨에 따라, 노인인구의 '저영양'에 대한 위험성이 심각한 사회문제로 대두됨. 이에, 간편한 단백질 보충 식품으로 단백질 함유량이 높고 다양한 맛으로 개발이 가능한 시리얼 바와 같은 간편 식품이 차세대 고령자 영양보조식품으로 각광 받고 있음

Market Trend 04. 편의점 유통채널 유망

- 일본의 백화점과 대형마트는 인수합병과 폐점을 통해 채산성이 떨어지는 점포를 줄이고 도쿄와 수도권 외의 매출 실적이 좋은 점포만을 남겨 경쟁력을 강화하는 방안을 실행하고 있음
- 근래 일본 유통업계에서는 PB(Private Brand) 제품이 대두되고 있음. 특히 편의점에서의 제과류는 PB 제품의 구매가 NB(제조업체 브랜드) 구입 비중보다 높은 것으로 나타남

슈퍼푸드 현지 내 열풍

일본에서 건강과 다이어트에 대한 관심이 높아지면서, 슈퍼 푸드(Super Food)에 대한 수요가 늘고 있음. 슈퍼 푸드는 영양 균형이 뛰어나고 일반 식품보다 영양가가 높은 식품 또는 일부 영양성분이 특별히 많이 함유된 식품임. 일본 시장에서 슈퍼 푸드의 명칭에 대한 인지도는 전체의 50%를 웃돌고, 특히 20대 여성들의 인지도가 높음. 이에 지난 2017년 3월 일본의 유력 여성 정보지인 Motto-Woman에서는 일본 슈퍼푸드협회가 발표한 자료를 바탕으로 카카오넵스, 로스트 치아시드, 보리, 아몬드 등을 비롯한 2017년 슈퍼푸드 랭킹 Top 10을 공개함. 이와 더불어 효소와 영양소가 파괴되지 않도록 저온 및 저압에서 가공·조리하여 섭취할 것을 권장함¹².

슈퍼푸드에 대한 관심이 높아지면서, 바쁜 현대 여성들이 간편하게 슈퍼푸드를 섭취할 수 있도록 저온 저압 환경에서 가공된 “슈퍼푸드바 (슈퍼푸드 바)” 제품이 씨리얼바 및 영양보충바(스낵)형태로 다수 출시되어 인기를 끌고 있음¹³.

12. Motto-woman, '2017年話題のスーパーフードランキングTOP10!', 2017.03.05

13. Naturacart, 'RAW46とは? プラネットオーガニック “スーパーフード”のエネルギーバー', 2016.07.18

아침 대응 그래놀라 제품 인기

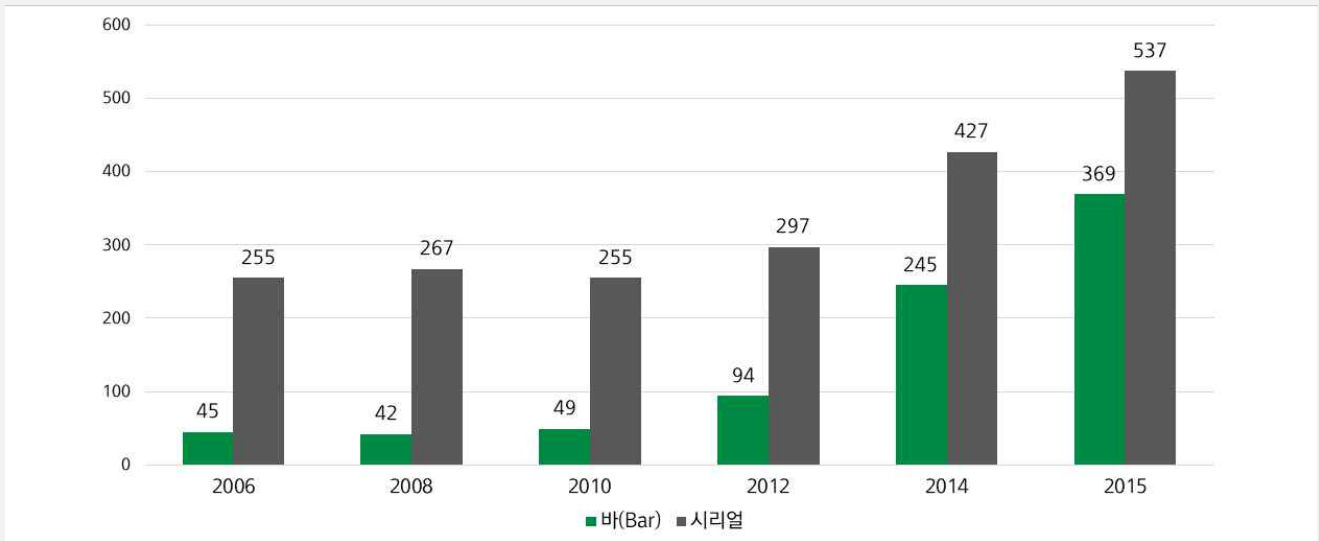
오트밀·보리·현미·옥수수 중심의 곡물 가공품, 코코넛·견과류, 시럽, 식물성 기름을 섞어 오븐에서 구운 그래놀라는 최근까지만 해도 일본 내 슈퍼마켓에서 잘 판매되지 않았으나 최근 그래놀라의 영양구성 및 간편성을 중심으로 ‘제 3의 아침식사’로 각광받으며, 지속적으로 수요가 증가하고 있음

이 같은 현상의 원인은 일본 현지 내 여성들의 노동시장 참여가 점차 늘어나면서 시간이 많이 소요되는 전통적인 아침 밥상을 차리는 것을 부담스럽게 여기는 성향이 강해졌기 때문임

이에, 일본의 다수 언론사들은 일본 현지 내 그래놀라 제품 소비 동향에 대해 일본 스낵시리얼푸드협회가 공개한 자료를 바탕으로 일본 현지의 시리얼 및 그래놀라 시장 규모를 공개함. 해당 자료에 따르면 일본현지 그래놀라 시장은 크게 바(Bar) 형태와 시리얼 형태로 분류되며 특히 시리얼 형태의 그래놀라 제품은 시리얼 시장 성장을 주도하고 있는 것으로 조사됨.¹⁴

표 2.1 : 일본 현지 내 형태별 그래놀라 시장 규모 추이

(단위 : 억 엔)



출처 : 일본 스낵시리얼푸드협회(jasca.jp)

14. Asahi, 'グラノーラ、ヘルシー「第3の朝食」', 2017.07.08

고령화에 따른 영양보조식품 타깃층 확대

일본의 고령화가 지속적으로 심화됨에 따라 노인인구의 ‘저영양’에 대한 위험성이 심각한 사회문제로 대두됨. 고령자의 경우, 식욕저하, 소화기능 저하, 메뉴 단일화 등으로 인해, 단백질 부족 현상이 심각함. 단백질 부족 증상은 근력 부족으로 이어질 확률이 커 노인들에게 치명적임. 이에, 간편한 단백질 보충 식품으로 단백질 함유량이 높고 다양한 맛으로 개발이 가능한 시리얼 바와 같은 간편 식품이 차세대 고령자 영양보조식품으로 각광 받고 있음¹⁵.

일본 내 전문가에 의하면, 단백질 함유량이 높은 시리얼 바의 경우 단백질 파우더보다도 품질과 맛이 뛰어나고, 편의점 등에서 쉽게 구할 수 있다며, 향후 시리얼바의 영양보조식품으로서의 가능성을 입증함¹⁶.

이러한 트렌드에 힘입어 지난 2017년 9월 일본의 대표 인스턴트식품 회사인 아지노모토(Ajinomoto)는 고령화 사회를 맞아 단백질뿐만 아니라 비타민 D 등이 함유된 영양보조식품 사업에 주력하겠다고 발표함¹⁷.

15. Weider-jp, ‘あなたは大丈夫?今すぐ気を付けたい「タンパク質不足」’, 2017.09.28

16. Healthcare Univ, ‘プロテイン摂取のバリエーションを拡げる、ウイダーinバープロテイン’, 2017.04.07

17. Newswalker, ‘シニア世代の「低栄養」が問題に!? 食品メーカーが次に狙う栄養補助食品ビジネス’, 2017.10.17

백화점 대형마트 하락세, 편의점 대형화로 성장세

일본 현지 내 실적이 부진한 백화점과 대형마트(GMS)이 문을 닫고 있음. 일본의 백화점과 대형마트는 인수합병과 폐점을 통해 채산성이 떨어지는 점포를 줄이고 도쿄와 수도권의 매출 실적이 좋은 점포만을 남겨 경쟁력을 강화하는 방안을 실행하고 있음

반면 일본 내 편의점은 시장 세분화를 통해 입지를 넓히고 있음. 일본의 편의점 브랜드인 로손(LAWSON)은 고급 PB상품을 먼저 선보이는 테스트베드¹⁸. 매장인 내추럴 로손과 100엔짜리 상품만 취급하는 로손100으로 매장 컨셉을 다양화해 타깃 고객층을 확보함¹⁹.

편의점, PB 제과 제품 강세

근래 일본 유통업계에서는 PB(Private Brand) 제품이 대두되고 있음. 특히 편의점에서의 제과류는 PB 제품의 구매가 NB(제조업체 브랜드) 구입 비중보다 높은 것으로 나타남. 일경 산업지역연구소가 실시한 설문조사에 따르면 PB 제과 제품을 선호하는 이유는 저렴하고 브랜드에 크게 연연하지 않기 때문이라는 답변이 40%대를 기록함

일본 제과기업들의 스테디셀러들도 PB 제품에 밀려 판매종료가 되는 경우도 발생함. 1970년대 이후 계속 판매되어 온 메이지(Meiji)의 스낵 브랜드 칼(カール)은 2017년 6월 판매종료가 되었으며 그 원인 중 하나로 PB 상품의 증가가 꼽히고 있음. 이런 PB 제품의 강세는 다른 스테디셀러 스낵들의 매출 타격에 직접적인 영향을 끼침²⁰.

표 2.2 : 일본 내 다양한 편의점별 PB 상품



출처 : 7-eleven(www.sej.co.jp), Lawson(www.lawson.co.jp)

18. 테스트베드(Test Bed) : 새로운 기술·제품·서비스의 성능 및 효과를 시험할 수 있는 환경 혹은 시스템 혹은 설비

19. Weekly-Economist, 'ファミマvsローソン 商社のコンビニ戦争本格化', 2017.03.07

20. ZakZak, 'カールだけじゃない これから消えそうなメジャー菓子も', 2017.06.18

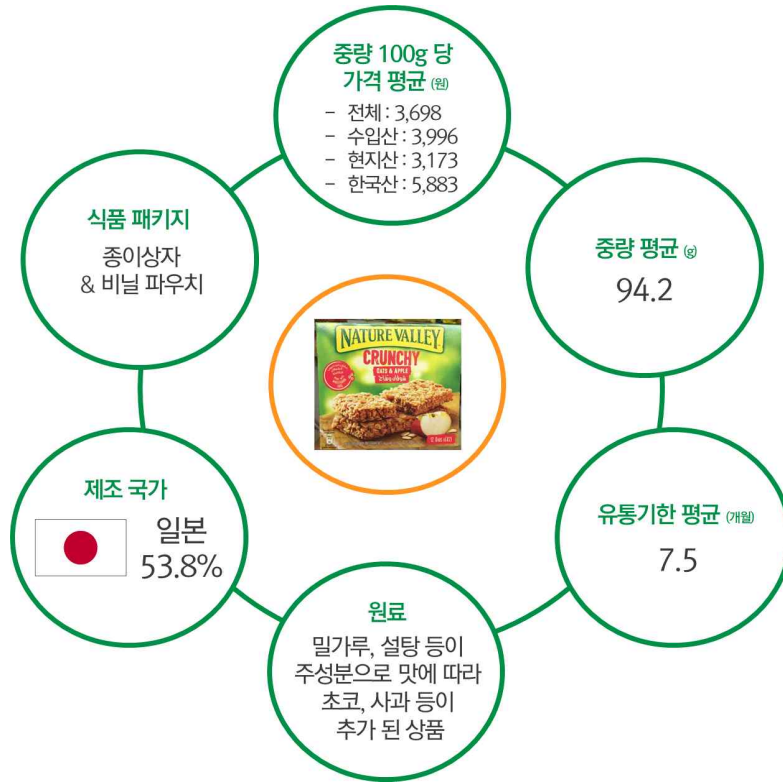


Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

1. 경쟁제품 선정
2. 정량 분석
3. 정성 분석
4. 현지 방문 조사자료

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



* 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

	제품명	제조사	제조국가
1	Nature Valley Crunchy Apple crisp granola bar	General Mills	스페인 ²¹ .
2	Nature Valley Crunchy Granola Bars Oats 'N Honey	General Mills	
3	Nature Valley Granola Bars Roasted Almond	General Mills	
4	Taste of Nature Organic Food Bars Almond Amandes	Taste of Nature	캐나다
5	Inbar Pro Granola	Weider	일본
6	Honest Bar	해태	
7	Basil Seed Bars	Yoshikai	
8	Calorie mate Plain	Otsuka	
9	SOYJOY Crispy	Otsuka	
10	1本満足バー (1본만족바) 초콜릿타르트	Asahi	
11	Topvalu Light Meal Block (Blue berry yogurt)	Topvalu	
12	Topvalu Light Meal Block (Chocolate)	Topvalu	
13	Topvalu Light Meal Block (Cheese)	Topvalu	

21. General mills, Nature Valley : 미국 브랜드 제품이나, 현지 매장조사에서 확인된 제품의 경우 스페인에서 제조된 상품으로 확인됨

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

대형유통매장		편의점	
Don Quijote	Aeon	FamilyMart	Piango
			
新宿区大久保1-12-6	東京都新宿区高田馬場 1丁目2-15	東京都豊島区雑司が谷 2丁目5-2	東京都新宿区馬場下町5番1 号早稲田駅前ビル

출처 : 현지방문조사(Don Quijote, Aeon, Piango, FamilyMart 2017.08)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 13개 선정²².

	제품명	제조사	제조국가
1	Nature Valley Crunchy Apple crisp granola bar	General Mills	스페인
2	Nature Valley Crunchy Granola Bars Oats 'N Honey	General Mills	
3	Nature Valley Granola Bars Roasted Almond	General Mills	
4	Taste of Nature Organic Food Bars Almond Amandes	Taste of Nature	캐나다
5	Inbar Pro Granola	Weider	한국
6	Honest Bar	해태	
7	Basil Seed Bars	Yoshikai	일본
8	Calorie mate Plain	Otsuka	
9	SOYJOY Crispy	Otsuka	
10	1本満足バー (1분만족 바) 초콜릿타르트	Asahi	
11	Topvalu Light Meal Block (Blue berry yogurt)	Topvalu	
12	Topvalu Light Meal Block (Chocolate)	Topvalu	
13	Topvalu Light Meal Block (Cheese)	Topvalu	

출처 : 현지방문조사(Don Quijote, Aeon, Piango, FamilyMart 2017.08)

분석 지표 설정 - 7개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량 (g)	4	보유인증
2	가격 (원)	5	포장형태
3	유통기한 (개월)	6	주원료
		7	제조 국가

22. 수출입통계의 수입액 상위국가의 경우 HS CODE 1904.10 곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품을 기준으로 집계된 수치임. 그러나 현지 조사의 경우 곡물시리얼바를 중점적으로 조사하였기 때문에 수입액 1위를 차지한 스페인의 제품이 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

일본 내 유통 중인 곡물 시리얼바 제품, 100g당 가격 평균 3,698원²³.

일본 현지 대형유통업체 및 편의점 방문 결과 일본 내 판매 중인 제품의 100g당 평균 가격은 3,698원으로 확인됨. 한국산 제품과 현지산의 평균 가격 차이는 약 2.5배로 큰 격차를 보임. 한국산 제품의 100g당 평균 가격은 5,883원, 현지산은 3,173원, 수입산은 3,996원을 기록함

100g당 평균 가격이 가장 비싼 제품은 ‘요시카이(Yoshikai)’의 ‘바실 시드바(Basil Seed Bar)’로 100g당 가격은 7,821원임. 반면 가장 저렴한 제품은 ‘톱바루(Topvalu)’의 ‘라이트밀 블록 초코맛(Light Meal block chocolate)’과 ‘라이트밀 블록 치즈맛(Topvalu Light Meal Block (Cheese))’으로 동량 대비 약 6배 저렴한 1,232원으로 조사됨

현지 마트에서 조사된 13개 경쟁 제품의 중량 평균은 94.2g이며, 유통기한은 평균 7.5개월임

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격

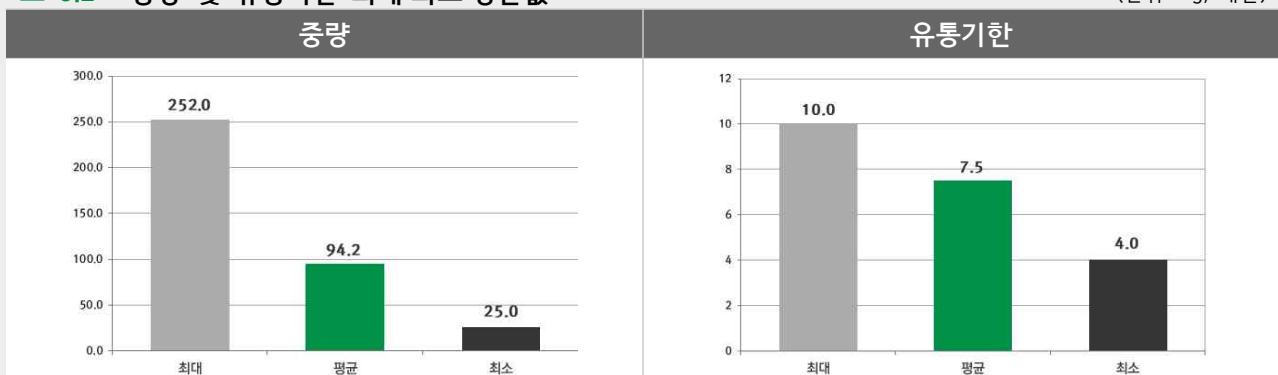
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Don Quijote, Aeon, Piago, FamilyMart 2017.08), 13개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값²⁴.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(Don Quijote, Aeon, Piago, FamilyMart 2017.08), 13개 제품 기준

23. 1엔(JPY) = 10.4원(KRW) (KEB하나은행 고시기준, 2017.08.22.), 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 '엔'을 한화로 전환하여 제시함

24. 중량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

곡물 시리얼바 제품, 종이 상자 외장재 사용 증

일본 내 13개 경쟁제품 중 7개 제품은 종이 상자를 외장재로 사용하고 있으며, 해당 제품 모두 비닐 파우치 형태의 내장재를 채택하고 있음. 그 외 6개의 제품은 비닐 파우치를 외장재로 사용하고 있음. 7개 제품은 종이 상자 속에 세트로 포장되어 있으며, 6개 제품은 단품으로 판매 중임

보건식품 인증 취득 제품 2개

일본에서 판매되고 있는 제품을 조사한 결과, 2개 제품만 HACCP과 USDA Organic인증을 취득함. 그 외 11개의 제품은 취득하지 않음

주원료

일본에서 판매되고 있는 제품을 조사한 결과, 견과류, 밀가루, 설탕 등을 주원료로 사용하고 있음

제조 국가

일본 현지조사결과 한국산 1개, 현지산 7개, 수입산 5개가 확인됨

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류

비닐 파우치						
						
종이 상자						
						

출처 : 현지방문조사(Don Quijote, Aeon, Piago, FamilyMart 2017.08), 13개 제품 기준

3. 정성 분석

표 3.4 : 경쟁제품 원료 목록

제품명	원료
Nature Valley Crunchy Apple crisp granola bar	전립오트밀, 설탕, 식물성 기름, 건조 사과, 꿀, 소금, 당밀, 계피, 유효제, 팽창제, 향료
Nature Valley Crunchy Granola Bars Oats 'N Honey	전립오트밀, 설탕, 식물성 기름, 꿀, 소금, 당밀, 유효제, 팽창제
Nature Valley Granola Bars Roasted Almond	전립오트밀, 설탕, 식물성 기름, 아몬드, 꿀, 소금, 당밀, 유효제, 팽창제, 향료
Taste of Nature Organic Food Bars Almond Amandes	유기 건포도 (유기 해바라기 기름 절임), 유기농 참깨, 유기농 해바라기 씨, 유기농 아몬드, 유기농 아가베시럽, 유기농 현미 퍼프, 유기농 현미 물엿, 유기농 땅콩, 유기농 호박 씨앗, 유기농 해바라기 오일, 한천
Honest Bar	이소말토, 올리고당, 무화과, 키누아크리스피, 아몬드, 크랜베리, 건포도, 캐슈넛, 브라운 슈가, 쌀 사탕, 호박 씨앗, 라이스크리스피, 로스트 해바라기 씨, 무염 버터, 호두, 설탕
Basil Seed Bars	아몬드, 쌀 시리얼, 올리고당, 해바라기 씨, 땅콩, 크랜베리 가공품 (크랜베리, 설탕, 식용 식물 유지), 호박씨, 건포도 가공품 (건포도, 식용 식물성 유지), 콜라겐, 초콜릿, 오트밀, 포도당, 바질 씨앗, 아세로라 분말, 블루베리 농축액, 호박 분말, 코코아 버터, 소금, 유효제, 산화 방지제 (일부에 우유 성분 땅콩 등 젤라틴 포함)
Calorie mate Plain	밀가루, 식용유지, 설탕, 사과 가공품 (사과, 설탕, 환원 물엿, 맥아당, 물엿 등), 계란, 흰떡소 아몬드, 우유 등을 주요 원료로 하는 식품, 탈지분유, 콩 단백질, 밀 단백질, 전분, 소금, 향료, 질량 안정제인 나트륨 가공 전분, 향료, 산미료, 유효제, 펙틴, 카로티노이드 색소
SOYJOY Crispy	콩 단백질, 두유 초콜릿, 설탕, 난소화성 덱스트린, 마카다미아 너츠, 타피오카 전분, 소금, 향료, 레시틴 (대두 유래)
Inbar Pro Granola	대두 퍼프, 대두 단백질, 물엿, 설탕, 건포도, 오트밀, 드라이 크랜베리, 캐러멜 시럽, 쇼트닝, 글리세린, 트레할로스, 탄산 Ca, 유효제, 향료, 니코틴산, 판토텐산 Ca, V.B6, V.B2, V.B1, 엽산, V.B12
1本満足バー (1본만족 바) 초콜릿타르트	밀가루, 쇼트닝, 설탕, 계란, 코코아 매스, 초콜릿 칩 (우유 성분 대두를 포함), 카라멜 소스, 덱스트린, 코코아파우더, 아몬드, 아몬드 파우더, 물엿, 두유 분말, 글루코, 소금, 글리세린, 소르비톨, 가공 전분, 셀룰로오스, 트레할로스, 호료 (부루란), 향료, 유효제, 캐러멜 색소, 산화 방지제, V.B6, V.B2, V.B1, V.B12
Topvalu Light Meal Block (Blue berry yogurt)	밀가루, 쇼트닝, 마가린 (대두를 포함), 밀 전분, 설탕, 환원 물엿, 블루베리 조제품 (사과, 밀 포함), 액란, 살균된 발효유 분말, 설탕 결합 물엿, 밀 식물 섬유, 소금, 카제인 나트륨 (우유 유래), 소르비톨, 산화 칼슘, 글리세린, 계란 껍질 칼슘, 산미료, 향료 (우유 성분 포함), 겔 화제 (펙틴 : 오렌지 유래), 착색료 (카로틴), 피로인산 제 2철, VE, 니코틴산, 판토텐산 칼슘, VA, 감미료 (아에슬팜 K), V.B12, V.B1, V.B6, pH 조절제, VD, 엽산
Topvalu Light Meal Block (Chocolate)	밀가루, 쇼트닝, 설탕, 마가린 (대두를 포함), 밀 전분, 환원 물엿, 준초콜릿 (우유 성분 콩 포함), 코코아 파우더, 액란, 설탕 결합 물엿, 소금, 밀 식물 섬유, 카제인 나트륨 (우유 유래), 난각 칼슘, 산화 칼슘, 향료 (우유 성분 포함), VE, 니코틴산, 판토텐산 칼슘, 피로인산 제 2철, VA, V.B12, V.B1, V.B6, V.B2, VD, 엽산, 착색료 (카로틴)
Topvalu Light Meal Block (Cheese)	밀가루, 쇼트닝, 설탕, 마가린 (대두를 포함), 밀 전분, 환원 물엿, 액란, 설탕 결합 물엿, 크림치즈 가루, 소금, 밀 식물 섬유, 우유 등을 주요 원료로 하는 식품, 카제인 나트륨 (우유 유래), 산화 칼슘, 난각 칼슘, 향료 (우유 성분 포함), 피로인산 제 2철, VE, 니코틴산, 판토텐산 칼슘, VA, V.B12, V.B1, V.B6, V.B2, VD, 엽산, 착색료 (카로틴)

출처 : 현지방문조사(Don Quijote, Aeon, Piago, FamilyMart 2017.08)

3. 정성 분석

표 3.5 : 경쟁제품 제조국가

제품명	원산지	제조국가 비중	
Nature Valley Crunchy Apple crisp granola bar	스페인 ²⁵ .	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일본 53.8% ■ 스페인 23.1% ■ 캐나다 15.4% ■ 한국 7.7% 	
Nature Valley Crunchy Granola Bars Oats 'N Honey			
Nature Valley Granola Bars Roasted Almond			
Taste of Nature Organic Food Bars Almond Amandes	캐나다		
Inbar Pro Granola			
Honest Bar	한국		
Basil Seed Bars	일본		
Calorie mate Plain			
SOYJOY Crispy			
1本満足バー (1본만족 바) 초콜릿타르트			
Topvalu Light Meal Block (Blue berry yogurt)			
Topvalu Light Meal Block (Chocolate)			
Topvalu Light Meal Block (Cheese)			

출처 : 현지방문조사(Don Quijote, Aeon, Piago, FamilyMart 2017.08), 13개 제품 기준

25. General mills, Nature Valley : 미국 브랜드 제품이나, 현지 매장조사에서 확인된 제품의 경우 스페인에서 제조된 상품으로 확인됨



4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

일본 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함. 수입사 정보의 경우 확인이 가능한 제품에 한하여 표기함

분류		제품 01	제품 02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	General Mills	General Mills
	제품명	Nature Valley Crunchy Apple crisp granola bar	Nature Valley Crunchy Granola Bars Oats 'N Honey
	중량(g)	252	252
	가격(JPY)	565	565
	외장재	종이 상자	종이 상자
	원료	전립오트밀, 설탕, 식물성 기름, 건조 사과, 꿀, 소금, 당밀, 계피, 유화제, 팽창제, 향료	전립오트밀, 설탕, 식물성 기름, 꿀, 소금, 당밀, 유화제, 팽창제
	유통기한(개월)	4	6
	제조국가	스페인	스페인
취급처	수입사 정보	니시모토무역주식회사	니시모토무역주식회사
	판매확인 매장	Don Quijote	Don Quijote

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	General Mills	Taste of Nature
	제품명	Nature Valley Granola Bars Roasted Almond	Taste of Nature Organic Food Bars Almond Amandes
	중량(g)	252	40
	가격(JPY)	565	298
	외장재	종이 상자	비닐 파우치
	원료	전립오트밀, 설탕, 식물성 기름, 아몬드, 꿀, 소금, 당밀, 유화제, 팽창제, 향료	유기 건포도 (유기 해바라기 기름 절임), 유기농 참깨, 유기농 해바라기 씨, 유기농 아몬드, 유기농 아가베 시럽, 유기농 현미 퍼프, 유기농 현미 물엿, 유기농 땅콩, 유기농 호박 씨앗, 유기농 해바라기 오일, 한천
	유통기한 (개월)	4	9
제조국가	스페인	캐나다	
취급처	수입사 정보	니시모토무역회사	무소상사
	판매확인 매장	Don Quijote	Piago

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Weider	해태
	제품명	Inbar Pro Granola	Honest Bar
	중량(g)	30	35
	가격(JPY)	151	198
	외장재	비닐 파우치	비닐 파우치
	원료	대두 퍼프, 대두 단백질, 물엿, 설탕, 건포도,オート밀, 드라이 크랜베리, 캐러멜 시럽, 쇼트닝, 글리세린, 트레할로스, 탄산 Ca, 유화제, 향료, 니코틴산, 판토텐산 Ca, V.B6, V.B2, V.B1, 엽산, V.B12	이소말토, 올리고당, 무화과, 키누아크리스피, 아몬드, 크랜베리, 건포도, 캐슈넛, 브라운 슈가, 쌀 사탕, 호박 씨앗 라이스크리스피, 로스트 해바라기 씨, 무염 버터, 호두, 설탕
	유통기한(개월)	8	9
제조국가	캐나다	한국	
취급처	수입사 정보	-	-
	판매확인 매장	FamilyMart	Piago

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07	제품 08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Yoshikai	Otsuka
	제품명	Basil Seed Bars	Calorie mate Plain
	중량(g)	25	40
	가격(JPY)	188	100
	외장재	비닐 파우치	종이 상자
	원료	아몬드, 쌀 시리얼, 올리고당, 해바라기 씨, 땅콩, 크랜베리 가공품 (크랜베리, 설탕, 식용 식물 유지), 호박씨, 건포도 가공품 (건포도, 식용 식물성 유지), 콜라겐, 초콜릿,オート밀, 포도당, 바질 씨앗, 아세로라 분말, 블루베리 농축액, 호박 분말, 코코아 버터, 소금, 유화제, 산화 방지제 (일부에 우유 성분 땅콩 등 젤라틴 포함)	밀가루, 식용유지, 설탕, 사과 가공품 (사과, 설탕, 환원 물엿, 맥아당, 물엿 등), 계란, 아몬드, 우유 등을 주요 원료로 하는 식품, 달지분유, 콩 단백질, 밀 단백질, 전분, 소금, 향신료, 젤라틴, 카제인 나트륨, 가공 전분, 향료, 산미료, 유화제, 펙틴, 카로티노이드 색소
	유통기한 (개월)	8	8
제조국가	일본	일본	
취급처	수입사 정보	요시카이산업	-
	판매확인 매장	Piago	FamilyMart



4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 09	제품 10
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사명	Otsuka	Asahi
	제품명	SOYJOY Crispy	1本満足 바 (1본만족 바 초콜릿타르트)
	중량(g)	25	41
	가격(JPY)	114	121
	외장재	비닐 파우치	비닐 파우치
	원료	콩 단백질, 두유 초콜릿, 설탕, 난소화성 덱스트린, 마카다미아 너츠, 타피오카 전분, 소금, 향료, 레시틴 (대두 유래)	밀가루, 쇼트닝, 설탕, 계란, 코코아 매스, 초콜릿 칩 (우유 성분 대두를 포함), 카라멜 소스, 덱스트린, 코코아파우더, 아몬드, 아몬드 파우더, 물엿, 두유 분말, 글루코, 소금, 글리세린, 소르비톨, 가공 전분, 셀룰로오스, 트레할로스, 호료 (부루란), 향료, 유화제, 캐러멜 색소, 산화 방지제, V.B6, V.B2, V.B1, V.B12
	유통기한 (개월)	7	10
제조국가	일본	일본	
취급처	수입사 정보	-	-
	판매확인 매장	FamilyMart	FamilyMart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 11	제품 12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Topvalu	Topvalu
	제품명	Topvalu Light Meal Block (Blue berry yogurt)	Topvalu Light Meal Block (Chocolate)
	중량(g)	81	76
	가격(JPY)	118	90
	외장재	종이 상자	종이 상자
	원료	밀가루, 쇼트닝, 마가린 (대두를 포함), 밀 전분, 설탕, 환원 물엿, 블루베리 조제품 (사과, 밀 포함), 액란, 살균된 발효유 분말, 설탕 결합 물엿, 밀 식물 섬유, 소금, 카제인 나트륨 (우유 유래), 소르비톨, 산호 칼슘, 글리세린, 계란 껍질 칼슘, 산미료, 향료 (우유 성분 포함), 겔 화제 (펙틴 : 오렌지 유래), 착색료 (카로틴), 피로인산 제 2철, VE, 니코틴산, 판토텐산 칼슘, VA, 감미료 (아에슬팜 K), V.B12, V.B1, V.B6, pH 조절제, VD, 엽산	밀가루, 쇼트닝, 설탕, 마가린 (대두를 포함), 밀 전분, 환원 물엿, 준초콜릿 (우유 성분 콩 포함), 코코아 파우더, 액란, 설탕 결합 물엿, 소금, 밀 식물 섬유, 카제인 나트륨 (우유 유래), 난각 칼슘, 산호 칼슘, 향료 (우유 성분 포함), VE, 니코틴산, 판토텐산 칼슘, 피로인산 제2철, VA, V.B12, V.B1, V.B6, V.B2, VD, 엽산, 착색료 (카로틴)
	유통기한 (개월)	8	8
제조국가	일본	일본	
취급처	수입사 정보	-	-
	판매확인 매장	Aeon	Aeon

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 13
제품이미지	앞면	
	뒷면	
제품스펙	제조사명	Topvalu
	제품명	Topvalu Light Meal Block(Cheese)
	중량(g)	76
	가격(JPY)	90
	외장재	종이 상자
	원료	밀가루, 쇼트닝, 설탕, 마가린 (대두를 포함), 밀 전분, 환원 물엿, 액란, 설탕 결합 물엿, 크림치즈 가루, 소금, 밀 식물 섬유, 우유 등을 주요로 원료로 하는 식품, 카제인나트륨 (우유 유래), 산호 칼슘, 난각 칼슘, 향료 (우유 성분 포함), 피로인산 제 2철, VE, 니코틴산, 판토텐산 칼슘, VA, V.B12, V.B1, V.B6, V.B2, VD, 엽산, 착색료 (카로틴)
	유통기한 (개월)	9
	제조국가	일본
취급처	수입사 정보	-
	판매확인 매장	Aeon



IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		General Mills	Otsuka	해태
		미국	일본	한국
기업 개요	설립년도	1856년	1964년	2001년
	본사 소재지	미국 미네소타(Minnesota)	일본 도쿄(Tokyo)	한국 서울(Seoul)
	매출액	166억 달러(2016년) 약 18조 7,000억 원	5,024억 300만 엔(2016년) 약 5조 2,249억 원	7,928억 3,263만 원(2016년)
	취급품목	시리얼, 곡물 과자, 유기농 식품 등	의약품, 비타민 음료, 곡물 시리얼바 등	과자, 아이스크림 냉동식품 등
제품 정보				
		곡물 시리얼바	곡물 시리얼바	곡물 시리얼바
판매 전략	온라인 홍보	· 일본 유명 온라인 쇼핑몰 라쿠텐을 이용한 홍보	· 소셜미디어를 활용한 제품 및 브랜드 홍보	· 자사의 일본 온라인 쇼핑몰을 이용한 홍보
	캐치 프레이즈	· Making food people love	· Creating new products for better health	· Honest, Natural

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑몰 조사 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드 : 栄養バ (영양 바), 穀物バ (시리얼바)
- 온라인 쇼핑몰 분석
- 회사 개인 홈페이지, 혹은 온라인 쇼핑몰 분석

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 일본 현지 대형유통매장·편의점 방문(2017.07)
- Aeon
- Don Quijote
- Familymart
- Piago

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

- + 방법론 01(온라인 쇼핑몰 조사)
- + 방법론 02(오프라인 매장 방문 조사)

미국, 일본, 한국 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

미국	일본	한국
		
· 경쟁 제품 보유 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 경쟁 제품 보유 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 경쟁 제품 보유 기업 <input checked="" type="checkbox"/>
· 온라인 쇼핑몰 조사 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 조사 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 조사 <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 ²⁶ . <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ... <input checked="" type="checkbox"/>

26. General mills, Nature Valley : 미국 브랜드 제품이나, 현지 매장조사에서 확인된 제품의 경우 스페인에서 제조된 상품으로 확인됨

2. 경쟁사별 현황 파악

General Mills 정보

- 대표 전화 : +1-800-248-7310
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 미네소타(Minnesota)

출처 : General Mills
(www.generalmill.com)

미국 기업 분석 : General Mills

General Mills는 미네소타 주에 본사를 둔 회사로 1856년 설립됨. 시리얼, 곡물 과자, 유기농 식품 등을 취급하고 있으며 Bugles, Chex Mix, Nature Valley, Cascadian Farms, Gardetto's 등의 곡물 과자 브랜드를 보유하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1856년
- ② 매출액 166억 달러(2016년)
- ③ 취급품목 시리얼, 곡물 과자, 유기농 식품 등



출처 : General Mills (www.generalmill.com)

[제품 정보]

온(오프)라인
확인 제품



곡물 시리얼바



곡물 시리얼바



곡물 시리얼바

출처 : General Mills (www.generalmill.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보

온라인 쇼핑몰을 통한 판매



캐치프레이즈

"Making food people love"



· 일본 유명 온라인 쇼핑몰 라쿠텐을 이용하여 제품 판매 및 홍보

· 남녀노소 모두가 즐길 수 있는 건강한 식품 제조를 강조함

출처 : Rakuten(Rakuten.jp), General Mills (www.generalmill.com)

2. 경쟁사별 현황파악

Otsuka 정보

- 대표 전화 : +81-03-6717-1410
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 도쿄(Tokyo)

출처 : Otsuka
(www.otsuka.com)

일본 기업 분석 : Otsuka

당사는 그룹회사인 Otsuka Holding의 계열사로 1964년 설립됨. 의약품, 비타민 음료, 곡물 시리얼바 등을 취급하고 있으며 보유하고 있는 브랜드로는 Pocari Sweat, Oronamin C, Soyjoy, Soysh, Ulos 등의 유명 브랜드가 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1964년
- ② 매출액 5,024억 300만 엔(2016년)
- ③ 취급품목 의약품, 비타민 음료, 곡물 시리얼바 등



출처 : Otsuka (www.otsuka.com)

[제품 정보]

온(오프)라인
확인 제품



곡물 시리얼바



곡물 시리얼바



곡물 시리얼바

출처 : Otsuka (www.otsuka.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보

소셜미디어를 활용한 제품 홍보



- 각 제품별, 브랜드별로 Facebook 페이지를 개설하여 제품 소개와 홍보 진행

캐치프레이즈

"Creating new products for better health"



- 세계인의 건강에 공헌하는 것을 기업 이념으로 하여 혁신적이고 창의적인 제품의 연구 및 개발을 강조함

출처 : Facebook(www.facebook.com), Otsuka (www.otsuka.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

한국 기업 분석 : 해태

해태 정보

- 대표 전화 : 02-709-7766
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 서울(Seoul)

출처 : 해태 (www.ht.co.kr)

2001년 설립된 해태는 아이스크림, 과자, 냉동식품을 취급하는 종합 식품 제조회사임. 해태의 자회사는 (주)빨라쥬, (주)아트밸리, (주)영그린, (주)씨에이치판매 등이 있음. 일본, 미국에 지사를 보유하고 있으며 일본에서 활발하게 수출입 및 유통을 하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 2001년
- ② 매출액 7,928억 3,263만원(2016년)
- ③ 취급품목 과자, 아이스크림, 냉동식품 등



출처 : 해태 (www.ht.co.kr)

[제품 정보]

온(오프)라인
확인 제품



곡물 시리얼바



곡물 시리얼바

출처 : 해태 (haitai.co.jp)

[홍보 전략]

온라인 홍보

온라인 쇼핑몰 보유



- 일본 고객을 위한 온라인 쇼핑몰을 운영하여 소비자들이 보다 편리하게 상품 구매가 가능하도록 함

캐치프레이즈

"Honest, Natural"

Honest(正直な), Natural(自然食)을 콘셉트로, 드라이フルーツ와 나ッツ의 素材의 美味しさを 盛り込んだ 健康志向 菓子です。携帯しやすく、軽く食べやすい1-タータイプにしました。
厳選した栄養価の高いこだわりの原料から丁寧に作り上げました。
アーモンドなどのナッツ類が香ばしく食べごたえも十分！ドライフルーツの酸味で飽きがない！
これ1本でお腹もココロも満足します！ヘルシーでありながら満足感もキープ。

- 정직(Honest)과 자연(Natural)을 컨셉으로 한 제품이미지 강조

출처 : 해태 (haitai.co.jp)

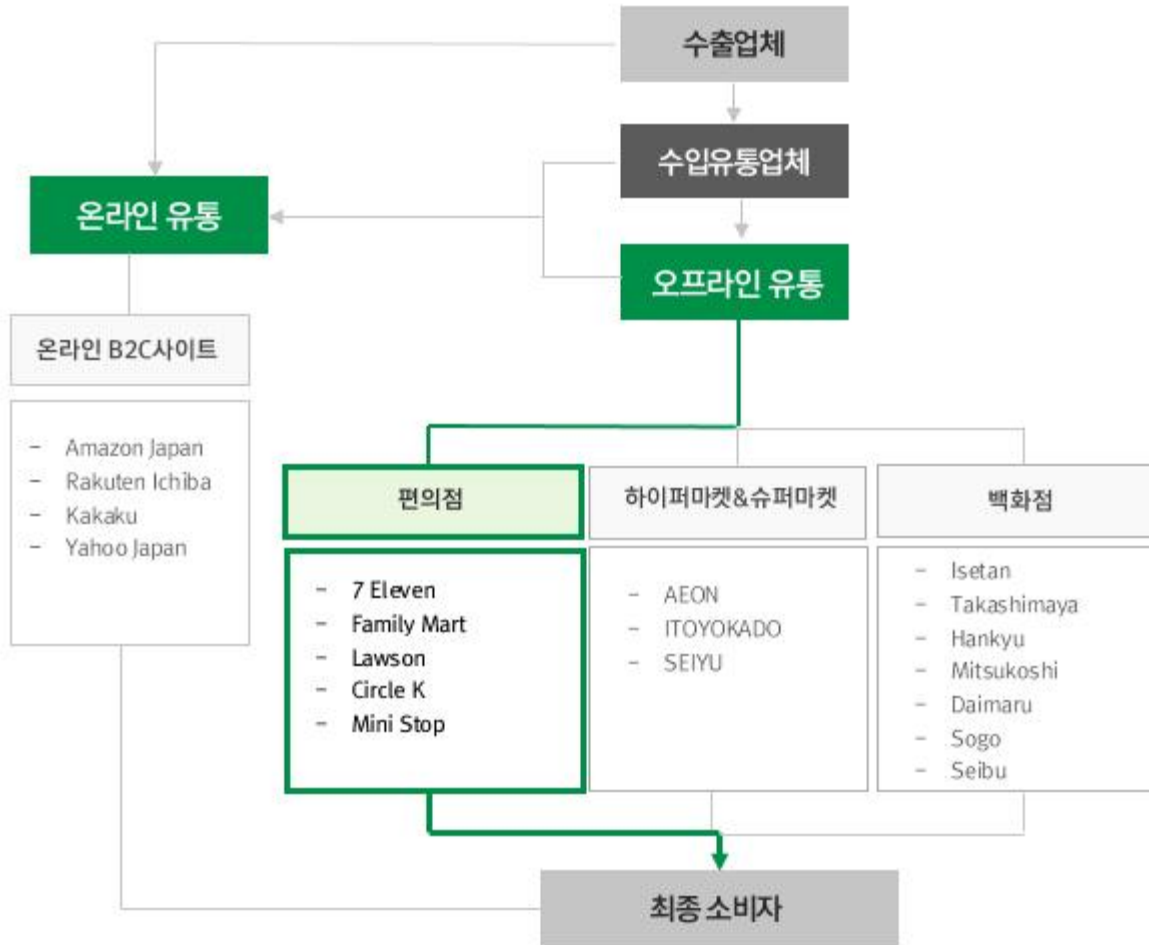
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

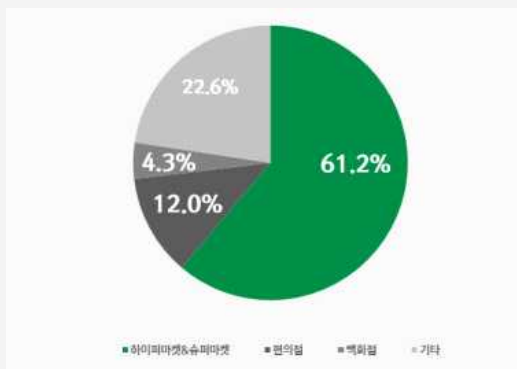
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 유통점유율²⁷⁾



유통채널별 정의 및 특징

- 하이퍼마켓&슈퍼마켓 : 일용잡화류를 판매하는 소매점으로, 면적이 최소 400 ~ 5,000㎡ 이상임
- 편의점 : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점으로, 현대적 유통채널 중 가장 빠르게 성장하는 업체 중 하나임
- 백화점 : 한 건물 안에 의식주에 관련된 여러 가지 상품을 부문별로 진열하고 판매하는 근대적 대규모 소매상
- 기타 : 전자상거래, 식료품 전문점, 자판기 등을 포함함

출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

27. Global Data, "Bakery&Cereal' 유통점유율', 2016

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 편의점

： 식료품 유통시장규모의 감소에도 성장하는 편의점 유통 시장

일본 내 전반적인 소매시장 규모는 줄었지만 2016년 기준 편의점 수는 5만 4,157개에 이르며, 매출도 꾸준히 상승하는 추세임. 1990년대 초 일본 국내총생산(GDP) 성장률이 둔화되고 1~2인 가구 비중이 40%에 달하면서 편의점 수가 급증함. 대량 구매층을 겨냥한 GMS 대신 접근성이 높고 소량 구매가 가능한 편의점이 일본의 소비 경향 변화에서 기인한 수요와 일치하기 때문임. 2016년 기준 일본 유통시장 내 편의점 비중은 7.3%에 이르고 편의점의 1일 평균 매출액은 57만 엔(약 558만 6,400원)에 달함

그러나 편의점의 성장 동향이 성숙기에 접어들면서 세븐일레븐을 비롯한 일본 내 대형 편의점 브랜드의 매출액이 전년유지나 하향세를 보이고 있음. 여전히 얼어붙은 국민들의 소비 심리와 인구감소가 가장 큰 요인으로 꼽히고 있음. 편의점이라는 유통채널의 개념은 미국에서 유입되었으나, 일본은 소비자들의 라이프 스타일이나 소비 특성에 따라 운영방식을 재구성했고, 그 방식은 주변국을 포함한 해외로부터 신개념 유통채널로 큰 주목을 받았음. 그러나 현재의 둔화된 성장속도를 해결하기 위해서 각 편의점 업체는 새로운 운영 대책을 마련해야함²⁸.

또한, 제품마다 RFID(무선식별)칩을 부착하여 바구니에 담긴 채로 한 번에 결제가 가능한 시스템을 도입함. 일본 교도통신의 보도에 의하면, 2025년까지 모든 편의점의 제품에 RFID칩이 부착되고 편의점 직원이 대폭 감소할 것임을 발표함²⁹.

28. Blogos, 'セブン好調とはいえ大きな課題は残ったまま', 2017.10.13

29. Nikkei Asian Review, 'Japan convenience stores plan next generation of self-checkout', 2017.04.18

1. 추천 진출 경로

ROUTE #2. 하이퍼마켓&슈퍼마켓 : 변화의 갈림길에 선 GMS³⁰.

일본 내 슈퍼마켓은 인터넷 구매율의 급성장과 접근성이 우수한 편의점의 증가로 인해 2016년 이후 도쿄 등 수도권 매장의 영업시간을 단축하는 등 어려운 상황에 직면함. 일례로, 2016년 2월에는 일본 대형 할인마트 체인 1위 업체인 ‘이온(AEON)’ 이 도쿄, 치바, 가나가와에 위치한 GMS 64개 점포 중 70%인 42개의 개업 시간을 오전 7시에서 오전 8시로 변경한 사례가 있음

이에, 슈퍼마켓 업체는 유통시장 점유율을 유지하기 위한 다양한 방안을 모색하고 있음. 일본 최대 유통그룹인 AEON은 자회사 ‘다이에’ 를 식품 전문매장인 ‘이온 푸드 스타일 스토어’ 로 전환하는 방안을 검토하고 있음³¹.

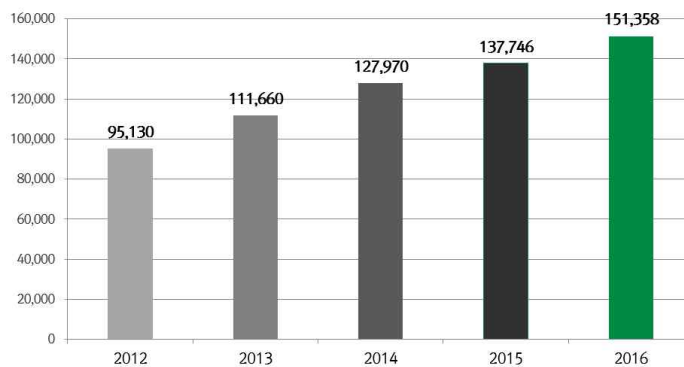
ROUTE #3. 빠른 성장을 거듭하는 온라인 전자상거래 시장

일본 경제산업성(METI, Ministry of Economy, Trade and Industry)이 발표한 자료에 따르면 2016년 기준 일본 B2C 전자상거래 시장 규모는 15조 1,358억 엔 (약 152조 5,825억 원)으로 2012년 이후 4년간 연평균 12.3%의 높은 성장률을 기록함³².

일본 온라인 유통채널은 일본의 효율적인 물류 시스템과 낮은 온라인 사기범 죄율, 높은 스마트폰 보급률 등 전반적으로 온라인 거래에 우호적인 환경으로 인해 빠른 성장을 거듭하고 있음³³.

표 5.1 : 일본 온라인 B2C 전자상거래 시장 규모 추이

(단위 : 억 엔)



출처 : 일본 경제산업성(www.meti.go.jp)

30. GMS(General Merchandise Store): 미국에서 발달한 소매업의 한 형태로, 체인 오퍼레이션을 실시하고 우수한 상품 개발력을 갖춘 종합 소매업체임

31. 流通ニュース, 'AEON, GMS事業/3~5月、67億4400万円の営業損失', 2017.07.05

32. 일본 경제산업성, '電子商取引に関する市場調査の結果を取りまとめました~国内BtoC-EC市場が15兆円を突破。中国向け越境EC市場も1兆円を突破~', 2017.04.24

33. Agriculture and Agri-Food Canada, 'Modern Grocery Retailing in Japan', 2016.03

1. 추천 진출 경로

시장 점유율 및 성장률

Global Data에 따르면 2016년 기준 'Bakery&Cereal' 시장 점유율은 하이퍼마켓 &슈퍼마켓이 61.2%, 편의점이 12%를 기록했으며, 2011년 ~ 2016년 연평균 시장 성장률은 하이퍼마켓&슈퍼마켓이 4.13%, 편의점이 4.44%를 기록함

시장 점유율 상위 2개 유통채널 중 2015~2019년 연평균성장률 전망치³⁴. 비교 결과 슈퍼마켓의 경우 0.3%의 감소세를 기록할 것으로 예상되는 반면 편의점의 경우 1.4%의 완만한 성장세를 기록할 것으로 전망됨³⁵.

제품 컨셉

일본 현지에서는 시리얼바, 에너지바, 다이어트바 등 다양한 간편 식품 및 영양보조기능식품에 대한 수요가 있는 것으로 확인됨. 이에, 편의점을 포함한 모든 유통채널에서 곡물이 함유된 시리얼바 제품을 취급하고 있는 것으로 확인됨

한국산 취급여부

현지 매장 방문 조사 결과, 슈퍼마켓 1곳에서 한국산 곡물 시리얼바 제품 2개의 취급이 확인됨

표 5.2 : 유통경로 분석 결과

유통채널	지표		세부 내용	적합	부적합
	편의점	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 10% 이상 차지	적합
		시장 성장률	연평균 4.2% 성장	적합	부적합
	2. 제품적합성	제품컨셉일치도	곡물 시리얼바 취급 여부	적합	부적합
	3. 진출가능성	수입제품취급여부	한국산 곡물 시리얼바 취급 유무	적합	부적합
하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 10% 이상 차지	적합	부적합
		시장 성장률	연평균 4.2% 성장	적합	부적합
	2. 제품적합성	제품컨셉일치도	곡물 시리얼바 취급 여부	적합	부적합
	3. 진출가능성	수입제품취급여부	한국산 곡물 시리얼바 취급 유무	적합	부적합
온라인 쇼핑몰	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 10% 이상 차지	적합	부적합
		시장 성장률	연평균 4.2% 성장	적합	부적합
	2. 제품적합성	제품컨셉일치도	곡물 시리얼바 취급 여부	적합	부적합
	3. 진출가능성	수입제품취급여부	한국산 곡물 시리얼바 취급 유무	적합	부적합

34. 2015년 점유율 기준으로 2015~2019년 연평균성장률 전망치를 적용해 환산함

35. Agriculture and Agri-Food Canada, 'Modern Grocery Retailing in Japan', 2016.03

1. 추천 진출 경로

편의점 진출 추천

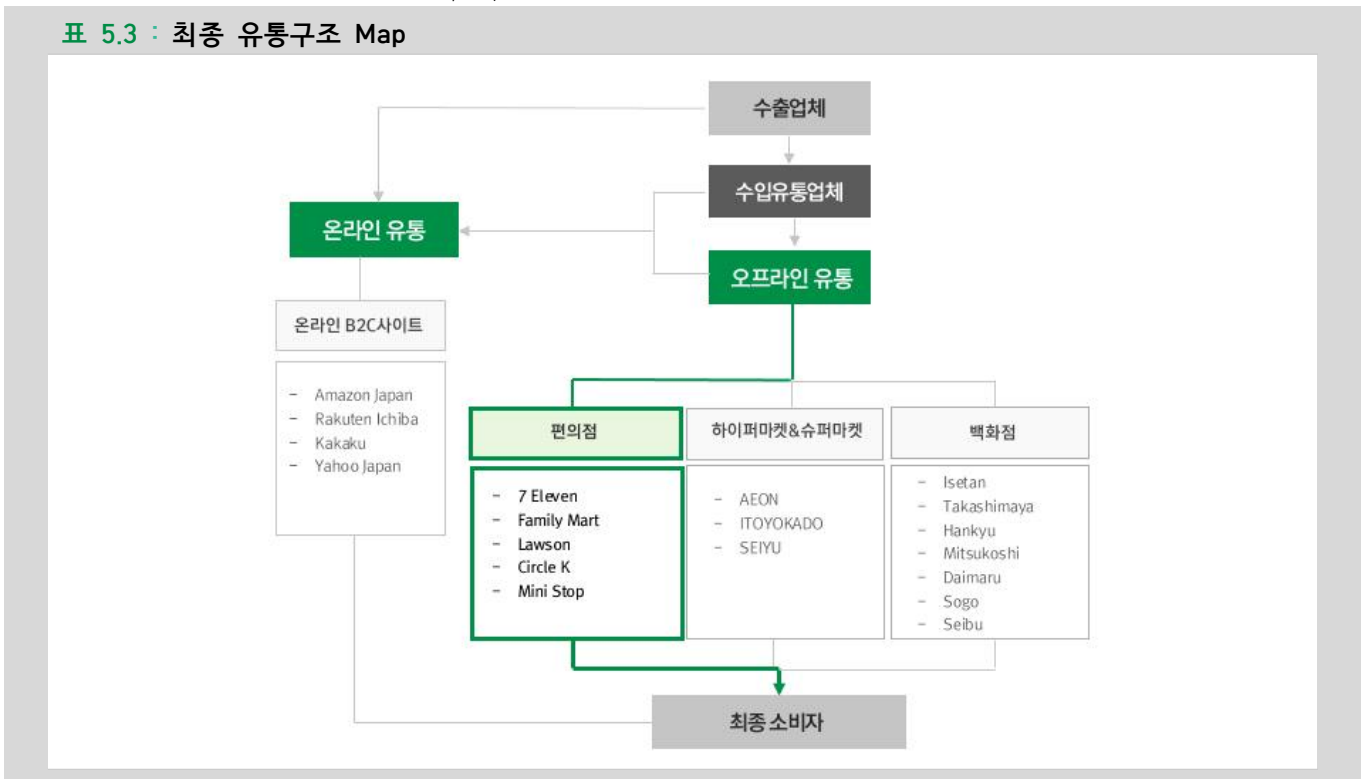
시장점유율, 제품 적합성, 진출 가능성을 기준으로 일본 현지 유통채널을 분석한 결과 현지 시장 진출에 적합한 채널은 편의점으로 도출됨

편의점 시장점유율의 경우 슈퍼마켓보다 낮은 수치를 기록함. 그러나 시장 하락세를 기록할 것으로 전망되는 슈퍼마켓 대비 편의점의 경우 플러스 성장을 기록할 것으로 전망됨에 따라 편의점 진출을 추천함

편의점의 경우 곡물 시리얼바 제품이 다수 유통되고 있는 것을 확인하였고, 슈퍼마켓에 비해 접근성이 우수한 것이 장점임

1인 가족이 넓게 분포되어있는 일본의 경우, 식료품을 소량으로 구매하는 것이 특징임.³⁶ 언제든지 쉽게 방문할 수 있는 채널이며, 다양한 간편 식품 제품을 구입할 수 있기 때문에 단시간에 많은 수의 소비자를 확보할 수 있을 것으로 사료됨

표 5.3 : 최종 유통구조 Map



36. Asahi News, '單身急増社会 目立つ50代や80歳以上の増加', 2017.06.05

2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

시리얼바 및 바(Bar) 스낵 수입 · 유통업체 대상 인터뷰 진행

(2017년 8월)

Q1. 일본의 시리얼바 시장 트렌드는 어떠한가요?

“당사에서는 스페인, 벨기에, 프랑스, 말레이시아, 리투아니아, 미국 등 여러 국가의 바(Bar) 제품을 수입하지만 시리얼바는 폴란드에서만 수입하고 있습니다. 오토밀, 쌀 분말, 옥수수 등의 다양한 곡물이 들어간 시리얼바와 초코바 일본에서 시리얼바는 스페인, 벨기에, 프랑스, 미국, 이탈리아, 폴란드 등 세계 각국에서 다양한 종류가 수입되고 있습니다. 현재 일본에서 시리얼바를 찾는 고객들은 20대이며, 특히 여성들에게 인기가 많습니다.”

시리얼바 수입 · 유통업체
KOBÉ BUSSAN CO LTD(業務スーパー) 사원과의 인터뷰 中, 2017.08

“현재 일본에서는 오츠카 제약(大塚製薬)의 SOYJOY와 Calorie Mate(カロリーメイト), 아사히(アサヒ)의 하나로만족바(1本満足バー)와 현미크림블랑(クリーム玄米ブラン), 모리나가(森永)의 Weider in Bar(ウイダーinバー), 에자키 글리코(グリコ)의 오카라다카라(おからだから), 메이지(明治)의 SAVAS(ザバス) 시리얼바 제품이 유행입니다. 그 중 오츠카 제약과 아사히 기업 제품의 인기가 가장 높습니다. 상기의 모든 제품은 모두 건강기능식품이나 영양보충식품으로 인정받은 제품이며 큰 제과업체의 제품이라 많은 광고로 오랜 사랑을 받은 제품들입니다. 학생부터 직장인까지 남녀를 불문하고 모두에게 선호되는 브랜드 제품이며 특히 오츠카 제약의 제품은 매년 신제품이 나오며 식감도 다양하여 다이어트 하는 여성 소비자들이 식사대용품으로 많이 구매하고 있습니다. 또한 일본 내 시리얼바의 시장가격은 한 개당 약 100엔 정도로 형성되어 있어 적당한 편이라는 소비자들의 의견이 항상 있습니다.”

시리얼바 유통업체
Tokyu Store(東急ストア) 사원과의 인터뷰 中, 2017.08

Q2. 시리얼바의 구매요인은 무엇인가요?

“일본에서 시리얼 제품을 찾는 소비자들은 10대에서부터 50대까지 다양하며 연령대별로 구매요인도 상이합니다. 주로 10대에는 운동하는 남학생들이 운동 후 간식으로 구매를 많이 하고 있으며, 20대 여성들은 다이어트를 위해, 50대 여성들은 아이들의 간식을 위해 제품을 많이 구매하고 있습니다.”

식품 수입 · 유통업체
Lawson(株式会社ローソン) 사원과의 인터뷰 中, 2017.08

“당사에서 시리얼바를 찾는 소비자들 중 여성 고객들은 일반 시리얼바 보다 유기농 시리얼바를 많이 구매하고 있습니다. 그 이유는 유기농 제품의 가격이 비싸더라도 식품 안전성이 높은 제품을 선호하기 때문입니다.”

시리얼바 및 유기농 식품 수입 · 유통업체
Kodawariya(こだわりのや) 사원과의 인터뷰 中, 2017.08



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		ITOYOKADO	SEIYU	7-Eleven
		하이퍼마켓(일본)	하이퍼마켓(일본)	편의점(일본)
유통업체 개요	설립년도	1920년	1963년	1927년
	직원 수	3만 5,194명(2017년)	1만 6,272명(2014년 기준) ^{37.}	8,562명(2017년)
	매출액	1조 2,192억 5,200만 엔 (2017년)	-38.	1,441억 5,100만 엔 (2017년)
	점포 수	169개(2017년)	339개(2017년)	19,423개(2017년)
	취급품목	식품, 화장품, 의류 등	식료품, 의류, 주거용품 등	간편식품, 음료, 주류, 생활용품 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
매장 이슈		<ul style="list-style-type: none"> · 고령의 소비자를 위한 식사 공간 마련 - 고령화가 지속적으로 심화됨에 따른 고령자를 위한 공간 및 메뉴를 마련함 	<ul style="list-style-type: none"> · PB상품 지지율 높아 - 최근 조사에 따르면, 그 중에서도 스낵류의 PB상품은 만족도 90%를 넘어서며, 높은 지지율을 보임 	<ul style="list-style-type: none"> · 마이크로 마켓 착안한 자동판매기 사업 진출 - 주변 인근 회사들을 중심으로 마이크로 마켓 형태의 자판기를 설치함
프로모션 전략		<ul style="list-style-type: none"> · 마스크트 로봇 도입, 고객 DB 구축 - 서비스 및 상품안내 로봇 도입으로 소비자 니즈 파악한 서비스 구축 계획 	<ul style="list-style-type: none"> · 카카쿠야스쿠 전략 - '카카쿠야스쿠(저렴한 가격으로 판매하자)' 판매전략을 중심으로 매일 3% 할인 행사를 진행함 	<ul style="list-style-type: none"> · PB 상품의 다양화 및 상품 프로모션 진행 - 자체 상품개발을 통한 제품 다양화와 저렴한 세트 상품 프로모션 캠페인을 진행

37. 2017년도 데이터가 업로드 되어있지 않아 SEIYU社에서 공개한 최신자료인 2014년도 데이터를 기재함

38. SEIYU, 홈페이지 조사 결과, 직원 수에 관한 정보는 확인 불가함



1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



ITOYOKADO(이토요카도)

ITOYOKADO(이토요카도)는 세븐일레븐이 운영하는 초대형 쇼핑몰로 2013년 3월 기준 178개의 매장을 보유하고 있음. ITOYOKADO는 당도 감지센서를 적용하고 있는 등 신선식품의 엄격한 품질관리로 유명하며 2015년에는 3번째로 일본 경제산업성에서 표창하는 ‘Best Contributors to Product Safety’ 를 수상함

표 6.1 : ITOYOKADO 매장 정보

기업 정보	컨셉	슈퍼마켓과 백화점을 종합한 초대형 쇼핑몰이자 복합 문화 공간
	본사 주소	東京都千代田区二番町8番地8
	대표 전화	+82-3-6238-2111
주요 판매품목		식품, 화장품, 의류 등
매장 전경		 
매장 이슈		<p>고령의 소비자를 위한 식사 공간 마련</p> <p>일본의 고령화가 지속적으로 심화됨에 따라, 고령의 소비자도 지속적으로 증가할 것으로 예상됨. 이에, 일본의 주요 슈퍼마켓인 Itoyokado는 전국 180개 매장 중 105개 매장에 고령의 소비자들의 눈높이에 맞춘 식사 공간 및 식사 메뉴를 마련함³⁹.</p>
프로모션 전략		<p>마스코트 로봇 도입, 고객 DB 구축</p> <p>Itoyokodo는 12인치의 터치스크린을 가진 로봇을 소비자 영업 현장에 도입하기로 함. 해당 로봇은 상점 내 제품 위치 안내 및 상품 안내를 비롯하여 QR코드와 연계해 제품 구매 예약 등도 가능하도록 함. 이에, Itoyokodo는 로봇을 이용하는 소비자를 바탕으로 소비자 DB를 구축해 소비자의 니즈에 맞춘 제품 및 서비스를 제공할 수 있도록 하는 방안을 고안 중임</p>
판매현황		 

출처 : Itoyokado(www.itoyokado.co.jp)

39. Japan today, ‘Foods for people needing nursing care getting tastier, more available’, 2016.10.22




1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



SEIYU(세이유)

미국 월마트가 일본 세이부(西武)계열의 유통업체였던 세이유(西友)를 인수했으나 일본인 특유의 해외자본에 대한 기피를 피하기 위해 간판은 아직까지 월마트가 아닌 세이유로 두고 있음. 일본 유통업체 중 1.5%의 점유율을 기록하고, 업계 5위 정도로 인식되는 편이며 슈퍼마켓부터 생활용품, 인테리어에 이르는 다양한 분야의 유통 체인을 운영하고 있음

표 6.2 : SEIYU 매장 정보

기업 정보	컨셉	저렴한 가격과 미국식, 일본식 혼용 매장 구성
	주소	東京都西東京東町3-14-30
	전화	+81-042-438-6211
주요 판매품목		식료품, 의류, 주거용품 등
매장전경		 
매장 이슈		<p>Seiyu 社 공식 PB 상품 지지율 70% 이상</p> <p>SEIYU는 초콜렛 및 간편식품 등을 포함한 다양한 PB 상품을 선보이고 있음. 최근 조사에 따르면, 그 중에서도 스낵류의 PB상품은 만족도 90%를 넘어서며, 높은 지지율을 보임⁴⁰.</p>
프로모션 전략		<p>저렴한 가격으로 판매하자</p> <p>SEIYU는 KY, 「카카구야스쿠(저렴한 가격으로 판매하자!)」라는 캠페인을 2008년부터 전개 해옴. 매일 3% 할인 전략과 같이 생선식품, 냉동식품을 중심으로 타 매장 대비 제품 가격을 현저하게 내려 판매 중임</p>
판매현황		 

출처 : 현지방문조사(SEIYU, 2017.06), SEIYU(www.seiyu.co.jp)

40. Peachy, '西友プライベートブランド' 支持率が95%を超えたコスバグルメとは', 2017.08.02

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



7-Eleven(세븐일레븐)

7-Eleven(세븐일레븐)은 일본 현지시장 1위를 차지하는 편의점으로, 특화점포 전략과 간편 식품에 주력하고 있음. 또한 대형마트와의 격차를 줄이기 위해 제품의 품질을 향상시킨 결과, 일본 내 소매점들의 하락세에도 불구하고 세븐일레븐을 비롯한 편의점은 매출액이 상승하고 있음

표 6.3 : 7-Eleven 매장 정보

기업 정보	컨셉	종합 슈퍼와 유사한 규모와 제품 다양화를 통해 작은 백화점을 꿈꾸다
	본사 주소	〒102-8455東京都千代田区二番町8番地8
	대표 전화	+81-120-711-372
주요 판매품목		간편식품, 음료, 주류, 생활용품 등
매장 전경		 
매장 이슈		<p>마이크로 마켓을 착안한 자동판매기 사업 진출</p> <p>2017년 세븐일레븐 편의점은 마이크로 마켓에서 착안된 자동판매기 사업에 진출함. 주로 오피스 빌딩이나 공장, 물류 센터, 직원 휴게실, 대기실, 식당 등에 설치하고 관리/운영은 인근 세븐일레븐 매장이 맡음. 주로 판매되는 상품은 주먹밥, 샌드위치, 빵, 시리얼 등의 간편식품 상품으로, 2017년 내에 100대까지 확대할 예정임⁴¹.</p>
프로모션 전략		<p>제품 다양화와 품질 개선에 주력하다</p> <p>세븐일레븐은 PB 브랜드인 '세븐 프리미엄'의 신상품을 개발하고, '아침 세븐'이라는 이름의 세븐 카페의 커피와 빵 세트를 포함하여 다양한 상품을 200엔에 구입할 수 있는 캠페인을 실시함</p>
판매현황		 

출처 : 현지방문조사(7-Eleven, 2017.06), 7-Eleven(www.sej.co.jp)

41. ねとらぼ, '公開 セブン-イレブンが自販機事業参入 2017年度中に100台まで拡大', 2017.09.20

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 일본 주요 편의점 현황

Family Mart		
매장 수	2만 2,444개(2017년 기준)	
홈페이지	www.family.co.jp	
매장 개요	일본에서 2번째로 큰 편의점 체인임. 말레이시아, 필리핀, 태국, 한국, 인도네시아, 대만, 중국, 미국, 베트남 등 전 세계에 2017년 기준 2만 2,444개의 매장을 보유하고 있음	
Lawson		
매장 수	1만 1,943개(2017년 기준)	
홈페이지	www.lawson.co.jp	
매장 개요	Lawson은 7Eleven과 Family Mart의 뒤를 잇는 일본 최대 편의점 중 하나임. 로손은 '로손', '로손 스토어 100', '내추럴 로손' 등 사업 분야가 3개로 나뉘어져 있음	

출처 : Family Mart(www.family.co.jp), Lawson(www.lawson.co.jp)

표 6.5 : 일본 주요 온라인 쇼핑몰 현황

Rakuten		
취급 품목	식품, 의류, 전자제품 등	
홈페이지	www.rakuten.co.jp	
매장 개요	인터넷 종합 서비스 제공 업체로, 일본 최대 인터넷 쇼핑몰인 라쿠텐 이치바와 종합 여행 사이트 라쿠텐 트레블, 일본 내 최대 고객 수를 확보 중인 라쿠텐 카드를 실시중임. 식품 카테고리에서는 신선식품에서 가공식품까지 다양하게 취급하고 있음	
Amazon		
취급 품목	식품, 의류, 전자제품 등	
홈페이지	www.amazon.co.jp	
매장 개요	2000년 11월 일본시장에 진출하여, 일본 내 이용률 2위를 차지한 인터넷 쇼핑몰임. 취급 상품은 '구할 수 있는 모든 것'을 표방하고 있지만, 해외 배송이 필요한 상품의 경우 구매 제약이 있음. 다양한 수입식품 판매 및 유통이 이루어지고 있음	
Kakaku		
취급 품목	식품, 의류, 전자제품 등	
홈페이지	kakaku.com	
매장 개요	가격비교 사이트로 일본 내 이용률 3위의 인터넷 쇼핑몰임. 취급 상품은 식품부터 부동산까지 다양하며, 계절별·절기별 상품을 추천하는 서비스도 실시하고 있음. 같은 상품을 각각의 인터넷 쇼핑몰에서 얼마에 제공하고 있는지 한 곳에서 알아볼 수 있는 것이 장점임	

출처 : Rakuten(www.rakuten.co.jp), Amazon(www.amazon.co.jp), Kakaku(kakaku.com)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.6 : 일본 주요 재래시장 현황

Ameyokocho	
주소	6-8-13, Ueno, Taito-ku, Tokyo
취급품목	식료품, 신선식품, 생활용품 등
매장 개요	오카치마 역에서 우에노 역까지 이어지는 긴 시장으로, 초기에는 사탕과 과자를 전문적으로 취급했으나, 현재는 신선식품과 해산물까지 다양하게 취급하고 있음. 또한, 현지 음식을 접할 수 있어 도교를 찾는 관광객이 많이 찾는 재래시장임
Nakamise do-ri	
주소	1-3 Asakusa, Taito-ku, Tokyo
취급품목	식료품, 기념품 등
매장 개요	도쿄 아사쿠사의 유명한 관광지인 센소지를 둘러싸고 있는 재래시장으로, 식료품을 취급하고 있으나, 관광객이 일본의 전통 의복이나 음식을 체험할 수 있는 상점들도 입점해 있음. 다양한 종류의 과자를 판매하고 있어, 관광객뿐만 아니라, 현지인들도 자주 찾는 명소임



출처 : Culture Trip(theculturetrip.com)

Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차
2. 관세율 정보
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 주의사항

통관 및 검역절차 OVERVIEW

일본 통관 검역 절차도



통관절차별 주의사항

통관절차	주의사항
사전보고	수출국의 선적항에서 24시간 전(근거리의 경우 출항 전까지)에 일본 수출입 항만 정보처리시스템(NACCS)에 적하정보를 보고해야함 (KTNET, KLNET을 통해 경우하여 접속가능함)
수입 신고	화물이 수입항에 도착하였다는 도착통지가 내려진 경우, 수입자 혹은 화주는 보세지역을 관할하는 세관을 통해 수입신고를 해야 함
타 법령검토	수입하고자 하는 물품이 관세법 외에 다른 법령에 의해서 허가 및 승인이 필요할 경우, 수입신고 시 해당 물품이 허가 및 승인을 받았음을 입증해야 함
심사 및 검사	수출입 검역기관의 서류심사에 합격한 뒤 통관 증명서류를 발급 받아 세관에 제출해 통관수속을 마쳐야 함 수입화물 대조검사, 신고서 내용과 실제화물 부합여부 확인, 허위기재, 위장신고 등 규정위반에 대한 검사를 진행해야 함
관세 납부와 수입 허가	심사 및 검역에 합격하고 관련비용 지불 후, 위생허가증을 발급받아야 통관이 완료됨
화물 반출	제출 서류의 하자가 없고 관세 및 세금의 납부가 완료되는 경우 세관은 수입허가증을 발행함

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 일본 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		기본세율	WTO 협정세율
1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품 [예: 콘 플레이크(corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물 (고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)	-	-
1904.10	곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품	-	-
1904.10.300	기타	19.2%	16.3%

일본 WTO 협정세율 정보

일본에서 HS CODE 1904.10.300의 경우
WTO 협정세율 16.3%가 부과됨

일본 부가가치세 정보

일본에서 2017년 기준, HS CODE 1904.10.300의 경우
소비세 8%가 부과됨

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '한국 관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 '통합무역정보 서비스 TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 일본의 경우 국제 무역 위원회의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	한국 관세법령정보포털3.0	unipass.customs.go.kr
	TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
	일본 관세청	www.customs.go.jp

보다 더 정확한 품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA콜센터' 의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 통해 상담을 받도록 함

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380

1. 통관 및 검역절차

STEP #1. 사전보고 및 적하정보 제출

일본으로 물품을 수입하기 위해서는 수출국 선적항에서 출항하기 24시간 전 (근거리의 경우 출항 전까지 전자시스템을 통해 보고해야 함. 전자시스템은 ‘일본 수출입 항만 관련 정보처리시스템(NACCS)’의 홈페이지에 접속하여 보고가 가능함

화물의 내역을 기재한 적하정보를 필수로 보고해야 하는데, 이를 준수하지 않을 경우 1년 이하의 징역 또는 50만 엔 이하의 벌금을 부과함

STEP #2. 수입신고

화물이 수입항에 도착하였다는 도착통지가 내려진 경우, 수입자 혹은 화주는 보세지역을 관할하는 세관을 통해 수입신고를 해야 함. 수입신고는 통관 대리업자를 통해 신고할 수 있으며, 통관 대리업자는 일본 내 사업장 및 거소가 있어야 함

수입 신고를 하는 방법은 일본 수출입 항만 관련 정보처리시스템(이하 NACCS)를 통한 전자적 방법과 세관에 직접 증빙서류를 제출하는 방법이 있음

NACCS를 통하여 신고를 할 경우, 수입화물의 화주가 전산시스템을 통하여 세관에 수입신고서 전자 자료를 제출함. 세관에 직접 제출할 경우, 수입신고서를 작성한 후 관련 증빙서류를 구비하여 세관에 직접 제출하면 수입신고서가 접수됨

표 7.1 : 일본 수입식품 통관 서류

서류 목록	
상업송장	운임명세서
선화증권 혹은 항공화물 운송장	보험증명서
WTO 세율 적용 가능한 원산지 증명서	인증서 및 증명서 (타 법령에 의거 필요한 경우)
포장명세서	관세 지급전표 (관세 혹은 내국소비세 감면 및 면제 받은 경우 내역서 포함)

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

1. 통관 및 검역절차

STEP #3. 타 법령 검토

수입하고자 하는 물품이 관세법 외에 다른 법령에 의해서 허가 및 승인이 필요할 경우 수입신고 시에 해당 물품이 허가 및 승인을 받았음을 입증해야함. 가공식품의 경우에는 후생노동성 검역소에서 식품위생법에 따라 검사를 받음. 불합격 시에는 용도를 변경하거나 폐기 혹은 반송 등의 절차가 이어지며 합격 후에는 합격 증서를 세관에 제출한 후 수입 허가를 받고 국내/국제 요건 충족을 확인한 후 유통됨

STEP #4. 심사 및 검사

수입신고서가 접수되면 세관에서 신고서 및 구비서류에 대한 심사가 이루어짐. 물품의 위험도에 따라 NACCS에 제출된 서류만 검토하는 경우와 수입신고서 및 구비서류 모두를 검토하는 경우가 있음. 위험도가 높은 물품에 대해서는 서류심사와 더불어 현품을 검사할 수 있음

검사에 소요되는 비용은 수입자가 전액 부담해야 하며 구비서류 모두를 검토하는 경우, 통관시간이 길어질 수 있음. 가공식품 중 처음으로 수입되는 물품은 지정검사기관의 자율검사 성적서와 상품 설명서가 필요하며, 검역소는 통상 제조자가 작성한 ‘원재료 성분표’ 및 ‘제조공정설명서’, 제품의 용도, 사용법, 주의사항, 제조자, 제조공장 등을 확인할 수 있는 상품 설명서를 요구하고 품목에 따라서는 유전자변형 식품 검사 증명서, 광우병 미감염증명서 등도 요구하게 됨

표 7.2 : 일본 통관 소요 기간 및 금액

항목	소요 기간	소요 금액
서류준비	5일	145달러
통관수속	2일	75달러
항만/터미널 처리	2일	250달러
내륙운송	2일	445달러

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

1. 통관 및 검역절차

STEP #5. 관세납부와 수입허가

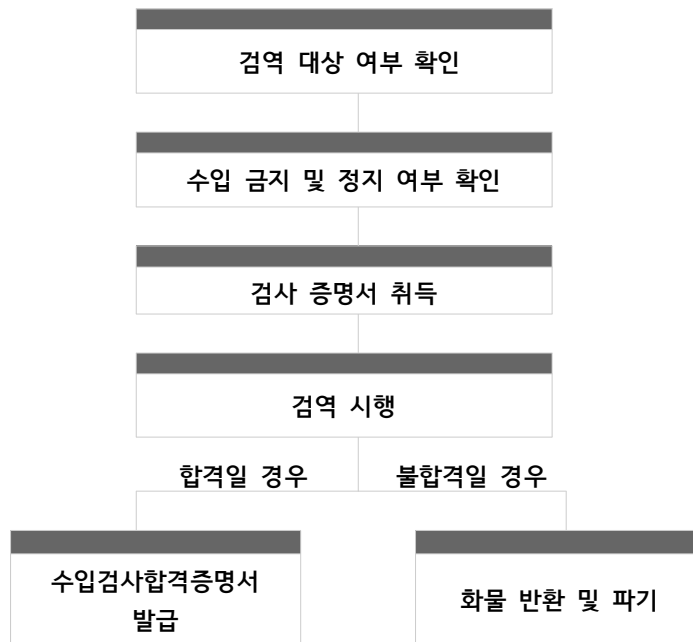
납세기한에 대해서는 별도로 지정된 기한은 없으며, 담당 관할 세관에서 서류 및 검사가 완료된 후에 바로 납부서 교부가 가능함. 관세를 납부하지 않을 경우 보세구역에서 화물을 반출할 수 없음

관세나 세금 납부가 완료되면 세관은 즉시 수입을 허가하게 되며 수입자 또는 화주에게 수입허가증을 발행함

STEP #6. 화물반출

제출 서류의 하자가 없고 관세 및 세금의 납부가 완료되는 경우 세관은 수입 허가증을 발행함

표 7.3 : 일본 위생검역 세부절차



출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

2. 관세율 정보

HS CODE 1904.10.300, WTO 협정세율 적용되어 16.3% 부과

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘한국 관세법령정보포털 3.0’을 활용하는 법 등이 있음

참여기업의 ‘곡물 시리얼바’는 일본에서 상위코드인 HS CODE 1904.10(곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품)에 속하지만 하위 코드에 따라 관세율이 다르게 적용됨. 따라서 해당품목은 HS CODE 1904.10.300(기타)로 분류되어 WTO 협정세율 16.3%가 부과됨

감면세율 존재, 소비세 인상 가능성

일본은 ‘관세정률법’을 두어 수입화물이 일정한 조건에 부합하는 경우에 감면을 받을 수 있음. 관세정률법 12조에 따르면 식료품 및 의약품 등 생활관련 물자가 일본 내에서 가격이 상승하여 국민 생활의 안정을 위협할 경우 해당 물품에 대해 관세 감면혜택을 받을 수 있음

2017년 기준 해당 품목에는 소비세 8%가 적용되고 있으며, 오는 2019년에는 10%로 세율이 인상될 전망이다. 더불어 최근 일본정부가 15%까지 소비세 인상 가능성을 시사한 바 있음⁴².

표 7.4 : 일본 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율	
			기본세율	WTO 협정세율
한국	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품 [예: 콘 플레이크(corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)	-	
	1904.10	곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품		
	1904.10.9000	기타		
일본	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품 [예: 콘 플레이크(corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)	-	
	1904.10	곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품	-	
	1904.10.300	기타	19.2%	16.3%

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 일본 관세청(www.customs.go.jp)

한·중·일 FTA 협상 중

한·중·일 FTA는 2013년 3월 협상 개시 이후 3국간 이견으로 아직 시장 접근 협상을 시작하지 못하는 등 논의 진전이 더딘 상황이었지만 2016년 10월 한·중·일 통상장관회담에서 3국 장관간 FTA 가속화 의지를 재확인하며 공감대를 형성함. 최근 3국이 모두 참여하고 있는 역내 포괄적 경제동반자협정(RCEP) 협상에서 상품 서비스 시장접근 협상이 가속화되는 등 한·중·일 자유무역협정을 둘러싼 협상 환경이 변하고 있는 상황임

2017년 4월 10 ~ 13일 제12차 한중일 자유무역협정(FTA) 공식 협상이 일본 동경에서 열림. 교도통신은 협상 소식통을 인용해 12차 협상에서 서비스 무역 관련 규칙에 대해 구체적인 검토가 이루어지는 진전이 있었다고 보도함. 이번 협상에선 물품, 서비스 무역, 투자 등을 중심으로 논의가 진행된 가운데 2017년 1월 11차 협상에서 시작된 금융, 전기통신, 인적 이동에 관한 회의도 개최된 것으로 알려져 향후 FTA 체결 전망이 밝을 것으로 보도함. 3개국 간 FTA 체결을 위한 차기 협상은 올해 중 한국에서 이어질 예정임⁴⁴.

42. Sankei, '消費税増税「予定通り10%」を提言 国際金融経済分析会合でグリアOECD事務総長 財務省などに強い援軍!?', 2016.04.13

43. 산업통상자원부, '제12차 한중일 FTA 공식 협상 개최', 2017.04.07

44. 교도통신, '한중일 FTA 협상, 서비스 무역분야서 진전', 2017.04.14

4. 통관 및 검역 주의사항

일본, 2016년부터 가공식품 성분 규격에 관한 모니터링 검사 중점적 실시

일본이 2015년도에 중점적으로 실시해 왔던 가공식품 등의 성분 규격 위반 사항을 감안하여 2016년 가공식품의 성분 규격에 관한 모니터링 검사를 중점 실시할 것을 발표함. 또한 현재 운영 중인 수입식품사전확인제도와 관련하여 등록신청업체 요건을 HACCP 인증 취득업체로 한정하여 제도를 강화한다는 계획을 발표함. 향후 5 HACCP 인증기업의 수입 식품에 대해서는 불시 검사는 계속하되, 항구나 공항 검역소에서의 검사는 5년간 면제할 방침임

이번 발표에 따라 검역소는 수입신고서 등에 의해 식품의 규격 또는 기준에 대한 적합여부를 확인하며 수입식품의 식품안전 상황에 대해 폭넓은 감시를 위한 모니터링 검사를 계획적으로 실시하고 있음. 또한 식품위생상의 위해 방지를 위해 법률위반 가능성이 높을 것으로 보이는 수입식품 등에 대해 검사를 명령하고, 수입자가 자주적으로 안전관리를 추진하도록 강연회 개최 및 수입 전 지도 등을 실시하기도 함⁴⁵.

식품 알레르기 표시 강화

일본 소비자청은 2016년 6월 2일 식품표시 적정화를 위한 대응방안을 발표함. 수입식품에 대한 알레르기 표시 철저에 대한 내용이 포함됨. 일본의 알레르기 표시기준은 식물 알레르기가 아주 미량의 알레르겐에 의해 발생할 수 있다는 관점에서 밀가루 등의 소량의 특정 원재료를 포함하는 식품의 경우 원칙적으로 해당 특정 원재료 포함의 표시가 필요함⁴⁶.

45. 일본 후생노동성, '平成 28 年度輸入食品監視指導計画', 2016.03.28

46. 일본 소비자청, 'アレルギー物質を含む加工食品の表示ハンドブック', 2016.06.02

5. 통관거부사례

곡물 가공제품 통관거부사례⁴⁷⁾

일본 후생노동성(厚生労働省)에서 공시한 곡물 가공제품 통관거부 사례를 조사한 결과 2013년 ~ 2015년 동안 4개 제품이 통관 거부됨. 해당 제품들의 원산지는 대한민국, 캐나다, 중국, 태국으로 다양하며 5개 제품 모두 금지 성분을 포함하거나 성분 기준치를 초과하여 통관이 거부됨

표 7.5 : 스낵바 및 곡물 가공제품 통관거부사례

제품	믹스 시리얼류 (FLAX PLUS PUMPKIN GRANOLA CEREAL) (ミックスメール類)
원산지	미국
담당검역소	나리타공항
통관 거부일자	2013년 02월
거부유형	성분(금지, 기준치 초과)
통관거부사유	시안화합물 14 mg/kg 검출
제품	바닐라 베리 바(VANILLA BERRIES BAR)
원산지	덴마크
담당검역소	도쿄
통관 거부일자	2015년 01월 29일
거부유형	성분(금지, 기준치 초과)
통관거부사유	아플라톡신 35 µg/kg(B1:7.1, B2:1.1, G1:21.3, G2:5.6)검출
제품	스낵바 (その他の菓子類 : Snack Bar (COCONUT))
원산지	캐나다
담당검역소	간사이공항
통관 거부일자	2015년 07월 08일
거부유형	성분(금지, 기준치 초과)
통관거부사유	시안화합물 13 mg/kg 검출
제품	냉동 참깨경단 (加熱後昇取冷凍食品 (凍結直前未加熱) : こま団子 (DOUSHAZHIMAQIU))
원산지	중국
담당검역소	요코하마
통관 거부일자	2015년 09월 28일
거부유형	성분(금지, 기준치 초과)
통관거부사유	성분규격부적합(E.coli 대장균 양성)

출처 : 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

47. 2015년 이후 업로드 된 통관거부사례 없음


VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 인증 취득제품
3. 제출서류
4. 전문가 인터뷰


인증 정보 OVERVIEW

🌿 권장인증 : JAS(Japanese Agricultural Standard) 인증

인증 설명	일본 소비자에게 판매되는 수입 식품에 대하여 일본 농림수산성에서 규정한 품질, 생산방법 기준에 적합한 제품에 부여하는 인증	
발행기관	일본농림수산성	
성격	권장인증(유기농 제품의 경우 필수)	
제출서류	신청자의 성명 또는 명칭 및 주소, 생산 일정 관리 담당자의 성명 약력 등	
비용	1,200 ~ 2,000만 원, 200 ~ 300만 원의 갱신비용이 필요	
소요기간	2개월 이상	
갱신기간	1년	
발급절차	신청서 및 제반 서류 제출 → 서류심사 → 현장심사 → 취득 가능여부 판정	
유의사항	일본 내 유기농 인증을 취득하려면 유기 JAS 기준에 부합해야 하고, JAS 마크가 부착된 식품만 '유기 00' 등으로 표시할 수 있음. 그러나 검사 기준을 충족하기가 매우 까다로운데 외국에서 인증을 받으면 일본에서도 함께 인정되는 동등성 제도를 시행중임	

출처 : 일본 농림수산성 (www.maff.go.jp)

🌿 권장인증 : HACCP(품질안전인증)

인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등의 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
발행기관	공식 인정은 후생노동성 인증 종합 위생관리 제조과정 승인	
성격	권장 인증	
제출서류	수산식품 가공시설 HACCP 인증 신청서 등 양식에 맞는 서류	
비용	기본 심사 수수료 약 106만 원, 품목, 일수마다 추가 요금 약 20만 원, 그 외 출장비	
갱신기간	3년	
발급절차	도입단계→신청→심사→인증서발급→지속적인 심사	
유의사항	일본 후생노동성이 2020년 도쿄 올림픽 개최 시 일본의 식품안전을 홍보하기 위해 국제적으로 신뢰받고 있는 HACCP 인증을 식품업계 전반에 도입하기로 결정. 따라서 수입산 제품 또한 해당 인증을 취득하길 권고하는 바임	

출처 : 일본 농림수산성 (www.maff.go.jp)


1. 인증 취득정보

권장인증 : 일본 JAS 인증

일본농림수산성에서 지정한 품목 중에서 일본 소비자에게 판매되는 농림수산물에 대하여 품질, 생산방법 및 라벨링 규격에 적합한 제품에 부여하는 인증임. 일본 농림수산성이 지정한 제 3차 인증기관이 생산자, 제조업체, 유통업체 또는 수입 업체를 인증하면 피인증자는 대상품목에 JAS 마크를 부착할 수 있음

인증이 발행된 이후에 등록 인증기관은 최대 12개월에 한 번씩 인증 발행 공장에 대하여 사후검사를 실시해야 함. 사후검사는 지정 기한 내에 반드시 수행되어야 하며 이를 어길 경우 해당 인증은 사전 경고 없이 자동적으로 무효화됨

표 8.1 일본 JAS 인증 주요 정보

인증명	JAS 인증	
발행기관	일본 농림수산성	
성격	권장인증 (유기농 제품의 경우 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	

출처 : 일본 농림수산성(www.maff.go.jp)

표 8.2 일본 JAS 인증 발급절차

STEP 01. 비용견적 신청
인증 심사에 관련되는 개략적인 비용을 견적
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 : 일본 농림수산성(www.maff.go.jp)

1. 인증 취득정보

권장인증 : HACCP 인증

식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등의 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함. 2015년 기준 ‘식육제품, 우유 및 유제품 아이스크림, 용기 포장가압열살균식품(레토르트식품), 어육반죽제품, 청량음료수, 수산가공품, 절임류, 두부, 과자, 면류’ 만이 HACCP 승인품목으로 정해져 승인 대상이 되고 있음

일본 정부는 식품 안전성에 관한 HACCP을 취득한 해외기업에 대해 가공식품 수입절차를 일부 면제할 방침임. 수입산에 대해서는 HACCP 인증기업의 식품에 대해서는 불시 검사는 계속하되, 항구나 공항 검역소에서 검사를 5년간 면제할 방침임. 해외업체들은 검역 신청서류 작성 등 행정적인 부담을 덜 수 있고 일본 정부의 검역 업무도 생략되어 통관시간도 단축이 가능할 것으로 전망됨

HACCP 인증 수입식품 통관절차 간소화

일본 후생노동성은 HACCP 인증을 받은 식품의 통관절차 간소화를 포함한 수입 식품 감시지도계획을 발표함. 현재 운영 중인 수입식품 사전 확인제도 관련 등록신청 업체요건은 HACCP 인증 취득업체로 한정하여 제도를 강화함. 2016년 2월 일본 정부는 식품 안전성에 관한 HACCP을 취득한 해외 기업에 대해 가공 식품 수입 절차를 일부 면제할 방침이라고 발표한 바 있음

이는 환태평양경제동반자협정(Trans-Pacific Strategic Economic Partnership, TPP)의 발효에 따라 수입 식품이 크게 증가할 것으로 전망되어, 수입 식품에 대한 안전성을 소비자에게 보장하고 수입 식품의 통관 절차에 행정 과부하가 걸리는 것을 막기 위한 조치로 해석됨

2. 인증 취득제품

경쟁제품 JAS, HACCP 인증 취득

일본 현지 조사 결과, 8개의 경쟁제품 중 JAS 인증과 HACCP 인증을 취득한 제품이 각각 1개씩 확인됨. 이 제품들은 각각의 인증 로고를 제품 패키지에 표기하고 있음. 일본으로 곡물 시리얼바를 수출하기 위해 JAS인증과 HACCP 인증이 필수로 요구되는 것은 아니지만, 현지 소비자들에게 제품의 품질과 안전성에 대한 신뢰를 얻을 수 있다는 점에서 권장할만함

표 8.3 : 인증 취득 경쟁제품

제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	TASTE OF NATURE		
제조사	MUSO ORGANIC		
제조국가	캐나다		
취득인증	JAS		
제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	HONEST BAR		
제조사	해태		
제조국가	한국		
취득인증	HACCP		

출처 : 현지방문조사 (Piago, 2017.08)

3. 제출서류

JAS 인증 서류 심사 제출 서류

JAS 인증을 받기 위해 서류 심사를 거칠 때 제출해야 할 서류는 다음과 같음

표 8.4 : JAS 인증시 필수 제출 서류

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

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

현장 검사 내용

JAS 인증 현장 검사는 다음과 같은 제출 서류를 기반으로 진행됨

표 8.5 : JAS 인증 현장 검사 제출 서류 목록

제출 서류
생산 일정 관리 책임자 및 생산자 청취 조사
포장, 기타 시설 실제 확인
생산 일정 관리 기록과 그 근거 서류의 확인
포장, 채취장, 관련 창고, 선별, 조제, 포장 시설, 농장 주변 상황 (인접 농장과 오염 대책 포함)
논 용수
항공 방제 상황
사용 자재, 자재 입수 방법, 자재 보관 장소
종묘 입수 방법
비료 배양 관리 방법
유해 동물 방제 방법
생산에 사용하는 기계, 기구
수송, 선별, 조제, 세탁, 저장, 출하 상황
생산 과정에 대한 검사 방법
유기 JAS 마크 표시 방법
출하 또는 처분의 방법
생산 일정 관리 담당자(책임자)의 자격

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

4. 전문가 인터뷰

Q1. 일본의 식품 통관절차는 어떠한가요?

“일본으로 식품 수출 통관을 위해서는 제품 성분이 명시된 서류, 원산지증명서가 필요합니다. 처음 일본으로 수출하는 경우 제품 검사는 필수로 진행되어야 하므로 미리 받아놓으면 좋습니다. 한 번 통과되면 1년간 유효하며 검증된 제품일 경우에는 약 2주정도 소요됩니다.”

식품 무역업체

Mosim Japan Corporation 대표자 Mr. Choi와의 인터뷰 중, 2017.08

Q2. 일본으로 시리얼바를 수출할 때 필요한 인증은 무엇인가요?

“시리얼바가 건강에 영향을 미치는 건강기능식품이나 영양보충식품일 경우 일종의 인증서류가 필요합니다. 예를 들어 한국에서 건강기능식품으로 인증되었다는 증빙 서류가 있으면 됩니다. 이는 일본에서 금지된 성분이 포함되었는지 확인하기 위함 이므로 중요합니다. 혹은 시리얼바가 유기농일 경우 일본 유기농식품인증인 유기 JAS인증을 획득하면 좋을 것입니다. 본 인증이 일본 내 가장 유명한 유기농 식품 인증이기 때문입니다.”

식품 무역업체

Mosim Japan Corporation 대표자 Mr. Choi와의 인터뷰 중, 2017.08

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

일본 가공식품 라벨링 표기사항



- 제품명
- 원재료 및 식품첨가물
- 영양성분
- 내용량
- 생산자 및 유통자 정보
- 원산지
- 유통기한
- 보존방법
- 알레르기 유발성분
- 주의사항
- 유전자 변형 식품 여부

출처 : 현지방문조사(Piago, 2017.08)

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

일본 가공식품 라벨링 표기사항 상세

항목	설명
표기 언어	유통되는 제품은 수입여부에 상관없이 일본어로 표기함(농림규격법, 식품위생법)
제품명	품명, 종류, 유형 등을 기재해야 함
원재료명 및 식품 첨가물	중량 비율이 높은 순으로 표기함. 원재료의 원산지명을 명확히 표기해야 함
영양성분	열량, 탄수화물 등 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 영양성분을 명시(건강 증진법)
내용량	내용중량(g, kg), 내용체적(ml, l), 내용수량(개수 등 단위) 중 하나의 방식으로 표기함
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	제조업자, 수입업자 등의 명칭 및 주소를 표기함
원산지	수출국의 원산지를 명확히 표시해야함
유통기한	유통기한이 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년, 월, 일순으로 표기하며, 3개월 이상일 경우 년, 월만 표기함
보존방법	제품 개봉 전 보존방법을 표기함
알레르기 유발성분	밀가루 등의 소량의 특정 원재료를 포함하는 식품의 경우 원칙적으로 해당하는 특정 원재료의 포함을 표시함
주의사항	제품 섭취 시 특별히 주의해야할 사항을 기재함
유전자 변형 식품 여부	유전자 변형 식품에 대해서는 「유전자 변형에 관한 품질 표시 기준」이 정해져 있으며 변형된 DNA 농산물 사용이 원재료의 5%이상을 차지할 경우 표시가 의무임

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

1. 라벨 표기사항

일본정부, 모든 가공식품에 원산지표기 의무 확대

일본정부는 2016년 10월 5일 모든 가공식품에 대한 원산지표기 의무를 확대할 방침이라고 밝혔다. 지금까지 일부에 한정되어 있었던 원산지 표시 대상을 모든 가공식품에 확대하려는 것임. 수입식품은 원산지 표기 및 쌀 등 일부 성분표기가 의무화되어 있으나 가공식품 원료인 원재료에 대해서는 표기 대상에서 제외함

식품 알레르기 표시 강화

일본 소비자청은 2016년 6월 ‘식품표시 적정화를 위한 대응방안’ 을 통해, 수입 식품의 알레르기 표시에 대한 내용을 발표함. 알레르기 표시기준은 식물성 알레르기가 아주 미량의 알레르겐에 의해 발생할 수 있다는 관점에서 밀가루 등의 소량의 특정 원재료를 포함하는 식품의 경우, 원칙적으로 해당 특정 원재료를 포함하였다는 포함의 표시를 해야함

표 9.1 : 일본 가공식품 라벨링 표기사항

<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 원재료 및 식품첨가물 · 영양성분 · 내용량 · 생산자 및 유통자 정보 	<ul style="list-style-type: none"> · 원산지 · 유통기한 · 보존방법 · 알레르기 유발성분 · 주의사항 · 유전자 변형 식품 여부
---	--

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

표 9.2 : 일본 가공식품 라벨링 표기사항 상세

항목	설명	
1	표기 언어	유통되는 제품은 수입여부에 상관없이 일본어로 표기함(농림규격법, 식품위생법)
2	제품명	품명, 종류, 유형 등을 기재해야 함
3	원재료명 및 식품첨가물	중량 비율이 높은 순으로 표기함. 원재료의 원산지명을 명확히 표기해야 함
4	영양성분	열량, 탄수화물 등 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 영양성분을 명시(건강 증진법)
5	내용량	내용중량(g, kg), 내용체적(ml, l), 내용수량(개수 등 단위) 중 하나의 방식으로 표기함
6	제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	제조업자, 수입업자 등의 명칭 및 주소를 표기함
7	원산지	수출국의 원산지를 명확히 표시해야함
8	유통기한	유통기한이 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년, 월, 일순으로 표기하며, 3개월 이상일 경우 년, 월만 표기함
9	보존방법	제품 개봉 전 보존방법을 표기함
10	알레르기 유발성분	밀가루 등의 소량의 특정 원재료를 포함하는 식품의 경우 원칙적으로 해당하는 특정 원재료의 포함을 표시함
11	주의사항	제품 섭취 시 특별히 주의해야할 사항을 기재함
12	유전자 변형 식품 여부	유전자 변형 식품에 대해서는 「유전자 변형에 관한 품질 표시 기준」이 정해져 있으며 변형된 DNA 농산물 사용이 원재료의 5%이상을 차지할 경우 표시가 의무임

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시



라벨링 예시



출처 : 현지방문조사(City Grocer, 2017.07)

X. 위생요건 정보

※ 위생요건 정보 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정

위생 요건 정보 OVERVIEW

품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	조사가능항목
농·임산물 <input type="checkbox"/>	농약잔류물 <input type="checkbox"/>
수산물 <input type="checkbox"/>	식품첨가물 <input checked="" type="checkbox"/>
축산물 <input type="checkbox"/>	중금속 <input type="checkbox"/>
가공식품 <input checked="" type="checkbox"/>	전염병 <input type="checkbox"/>
유아식품 <input type="checkbox"/>	병해충 <input type="checkbox"/>
건강기능식품 <input type="checkbox"/>	병원성균 <input type="checkbox"/>
음주류 <input type="checkbox"/>	영양성분 <input type="checkbox"/>
식자재 <input type="checkbox"/>	치료제 및 항생제 <input type="checkbox"/>

곡류가공품 수출 시 주의해야할 유해성분 기준치 예시 (사용금지 식품첨가물 총 76종)

유형	성분	기준
식품첨가물	acetone	사용금지
	all-rac- α -tocopheryl acetate	
	ammonium persulfate	
	azoxystrobin	
	benzoic acid	
	benzoyl peroxide	
	biotin	
	butyl p-hydroxybenzoate	
	butylated hydroxy anisole (bha)	
	butylated hydroxy toluene (bht)	
	calcium disodium edta	
	calcium ferrocyanide	
	calcium propionate	

출처 : 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

1. 식품첨가물 규정

POSITIVE LIST 시스템

식품 중 농약 등 규정 물질이 일정량 이상 잔류할 경우, 식품의 판매 등을 원칙적으로 금지하는 제도 (2005년 5월 이전까지는 잔류금지 항목을 기재하는 네거티브 방식이었음)

일본 식품 첨가물

식품첨가물의 표시에 관해서는 표지기준부령(府令)에서 규정되어 있고, 상품의 표시 장소와 표시 순서에 관해서는 품질표시기준에서 규정되어 있음. 용기 포장이 된 가공식품은 원칙적으로 사용한 모든 식품첨가물명을 포장용기 외면에 잘 보이는 곳에 표시해야 함

가공식품 품질표시기준에서 식품첨가물은 원칙적으로 별도양식의 항목 내의 원재료에 식품첨가물 이외의 원재료를 표시하고, 그 후에 식품첨가물을 원재료에서 차지하는 비율이 높은 것부터 순차적으로 표시함

일본은 식품위생법에 근거해서 식품첨가물기준을 설정하고 있는데 포지티브 리스트(Positive List) 시스템을 적용하여 사용 허가된 식품 첨가물을 공개함

곡류가공품 사용금지 식품첨가물 총 76종 확인

일본 후생노동성에서 발표한 후생성고시 제 370호 내 곡류가공품에 대한 사용 금지 식품첨가물을 조사한 결과 총 76종의 사용금지 식품첨가물이 조사됨

표 10.1 : 곡류가공품 사용금지 식품첨가물

유형	성분	기준(mg/kg)	검사 기준
식품첨가물	acetone	사용금지	후생성고시 제 370호
	all-rac- α -tocopheryl acetate		
	ammonium persulfate		
	azoxystrobin		
	benzoic acid		
	benzoyl peroxide		
	biotin		
	butyl p-hydroxybenzoate		
	butylated hydroxy anisole (bha)		
	butylated hydroxy toluene (bht)		
	calcium disodium edta		
	calcium ferrocyanide		
	calcium propionate		
	calcium saccharin		
	calcium sorbate		
	calcium stearoyl lactylate		
	canthaxanthin		
	chlorine dioxide		
	copper chlorophyll		
	copper gluconate		
	cupric sulfate		
	d-mannitol		
	diluted benzoyl peroxide		
	diphenyl		
	disodium edta		

출처 : 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

1. 식품첨가물 규정

유형	성분	기준(mg/kg)	검사 기준
식품첨가물	disodium glycyrrhizinate	사용금지	후생성고시 제 370호
	ester gum		
	ethyl p-hydroxybenzoate		
	ferrous gluconate		
	fludioxonil		
	guaiac resin		
	hexane		
	hypobromous acid water		
	imazalil		
	iron sesquioxide (iron oxide, red)		
	isobutyl p-hydroxybenzoate		
	isopropyl citrate		
	isopropyl p-hydroxybenzoate		
	L-cysteine monohydrochloride		
	liquid paraffin		
	magnesium stearate		
	morpholine salts of fatty acids		
	natamycin		
	nisin		
	nitrous oxide		
	o-phenylphenol		
	peracetic acid composition		
	polybutene		
	polyisobutylene		
	polyvinyl acetate		
	potassium bromate		
	potassium ferrocyanide		
	potassium nitrate		
	potassium sorbate		
	propyl gallate		
	propyl p-hydroxybenzoate		
	primethanil		
	r,r,r- α -tocopheryl acetate		
	saccharin		
	sodium benzoate		
	sodium chlorite		
	sodium chondroitin sulfate		
	sodium copper chlorophyllin		
	sodium dehydroacetate		
	sodium ferrocyanide		
sodium nitrate			
sodium nitrite			
sodium o-phenylphenol			
sodium oleate			
sodium propionate			
sodium saccharin			
sodium stearoyl lactylate			
sorbic acid			
thiabendazole (tbz)			
zinc gluconate			
zinc sulfate			

출처 : 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. 2017年話題のスーパーフードランキングTOP10!	Motto-woman	2017.03.05
2. RAW46とは? プラネットオーガニック “スーパーフード”の エナジーバー	Naturacart	2016.07.18
3. グラノーラ、ヘルシー「第3の朝食」	Asahi	2017.07.08
4. あなたは大丈夫?今すぐ気を付けたい「タンパク質不足」	Weider-jp	2017.09.28
5. プロテイン摂取のバリエーションを拡げる、ウイダーinバプロ テイン	Healthcare Univ	2017.04.07
6. シニア世代の「低栄養」が問題に!? 食品メーカーが次に狙う栄養 補助食品ビジネス	Newswalker	2017.10.17
7. ファミマvsローソン 商社のコンビニ戦争本格化	Weekly-Economist	2017.03.07
8. カールだけじゃない これから消えそうなメジャー菓子も	ZakZak	2017.06.18
9. セブン好調とはいえ大きな課題は残ったまま	Blogos	2017.10.13
10. Japan convenience stores plan next generation of self-checkout	Nikkei Asian Review	2017.04.18
11. AEON, GMS事業/3~5月、67億4400万円の営業損失	流通ニュース	2017.07.05
12. 電子商取引に関する市場調査の結果を取りまとめました~国内 BtoC-EC市場が15兆円を突破。中国向け越境EC市場も1兆円 を突破~	일본 경제산업성	2017.04.24
13. Modern Grocery Retailing in Japan	Agriculture and Agri-Food Canada	2016.03
14. 単身急増社会 目立つ50代や80歳以上の増加	Asahi News	2017.06.05
15. Foods for people needing nursing care getting tastier, more available	Japan today	2016.10.22
16. 西友プライベートブランド 支持率が95%を超えたコスパグル メとは	Peachy	2017.08.02
17. 公開 セブン-イレブンが自販機事業参入 2017年度中に100台 まで拡大	ねとらぼ	2017.09.20
18. 消費税増税「予定通り10%」を提言 国際金融経済分析会合 でグリアOECD事務総長 財務省などに強い援軍!?	Sankei	2016.04.13
19. 제12차 한중일 FTA 공식 협상 개최	산업통상자원부	2017.04.07
20. 한중일 FTA 협상, 서비스 무역분야서 진전	교도통신	2017.04.14
21. 平成 28 年度輸入食品監視指導計画	일본 후생노동성	2016.03.28
22. 알레르기-물질を含む 加工食品의 表示ハンドブック	일본 소비자청	2016.06.02

※ 참고 문헌

※ 참고 사이트

1. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
2. 일본 관세청	www.customs.go.jp
3. International Trade Centre	www.trademap.org
4. GlobalData	consumer.globaldata.com
5. 일본 스낵시리얼푸드협회	jasca.jp
6. General Mills	www.generalmill.com
7. Rakuten	Rakuten.jp
8. Otsuka	www.otsuka.com
9. Soyjoy 社 Facebook 공식 계정	www.facebook.com/soyjoyjapan
10. 해태	www.ht.co.kr
11. 일본 경제산업성	www.meti.go.jp
12. Itoyokado	www.itoyokado.co.jp
13. SEIYU	www.seiyu.co.jp
14. 7-Eleven	www.sej.co.jp
15. Lawson	www.lawson.co.jp
16. Family Mart	www.family.co.jp
17. Rakuten	www.rakuten.co.jp
18. Amazon	www.amazon.co.jp
19. Kakaku	kakaku.com
20. Culture Trip	theculturetrip.com
21. 일본 후생노동성	www.mhlw.go.jp
22. 일본 농림수산업성	www.maff.go.jp
23. 일본 소비자청	www.caa.go.jp