



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 맥문동차(Root Liriope Tea)

Country : 일본(Japan)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	8
II. 시장 트렌드	9
1. 소비 트렌드	11
2. 제품 트렌드	12
3. 유통 트렌드	13
4. 정책 트렌드	14
III. 경쟁제품 현지조사	15
1. 경쟁제품 선정	17
2. 정량 분석	18
3. 정성 분석	19
4. 현지 방문 조사자료	20
IV. 경쟁사 분석	28
1. 경쟁사 선정	30
2. 경쟁사별 현황 파악	31
V. 유통구조 현황	34
1. 추천 진출 경로	36
2. 전문가 인터뷰	39
VI. 유통업체 현황	40
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	42

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	47
1. 통관 및 검역 절차	50
2. 관세율 정보	52
3. FTA 정보	53
4. 통관 및 검역 주의사항	54
5. 통관거부사례	55
Ⅷ. 인증 정보	56
1. 인증 취득정보	58
2. 제출서류	60
3. 전문가 인터뷰	61
Ⅸ. 라벨링 정보	62
1. 라벨 표기사항	64
2. 라벨링 예시	65
X. 위생요건 정보	66
1. 식품첨가물 규정	68
※ 참고문헌	69

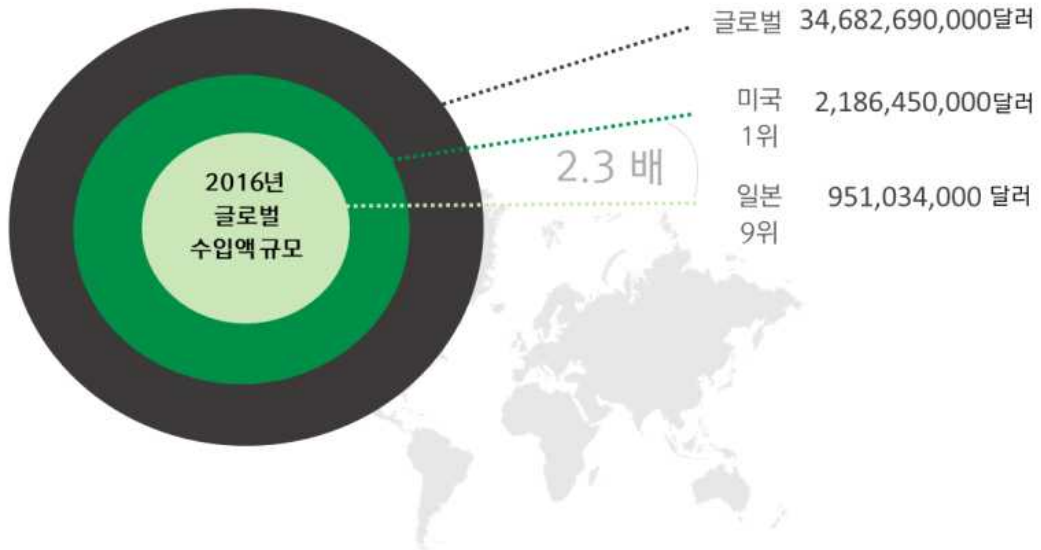


I. 시장 통계

※ 시장 통계 OVERVIEW

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

시장 통계 OVERVIEW



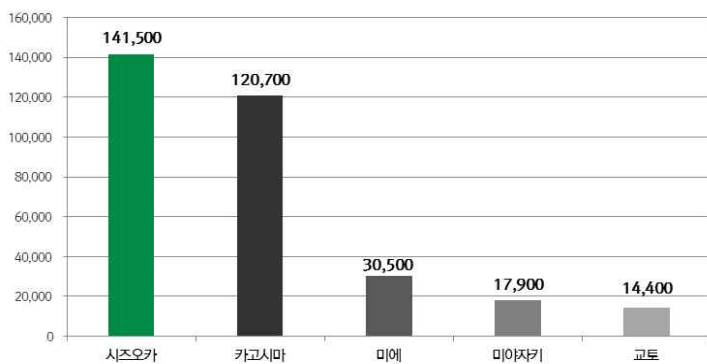
2016년 일본 내 HS CODE 2106.90 품목 수입액 규모

(단위 : 달러)



▶ 일본 지역별 차 생산량(2016)

(단위 : 톤)



글로벌 수입규모
1위 미국, 9위 일본
일본 수입상대국,
1위 미국, 한국 2위
2016년 기준
일본 내 지역별 차 생산량
1위 시즈오카 현

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세청 www.customs.go.kr
2	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr/clip/index.do
3	일본 관세청 www.customs.go.jp

맥문동차 통계 기준 설정

맥문동차의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 일본의 수입 통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장 규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.

일본 内 수입 통계 기준, HS CODE 2106.90으로 설정

글로벌 및 일본 内 맥문동차의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2106.90을 수입 통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 2106.90에 해당되는 품목은 따로 분류되지 않은 조제 식료품의 기타품목이 포함됨

표 1.1 : 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입 규모 및 성장률	HS CODE	2106.90
	일본 수입 규모 및 성장률		2106.90
품목 통계	연도별, 지역별 차입 생산량	품목 키워드	차입 생산량

표 1.2 : 일본 맥문동차 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타
	2106.90.9099	기타
일본	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타
	2106.90.293	기타

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

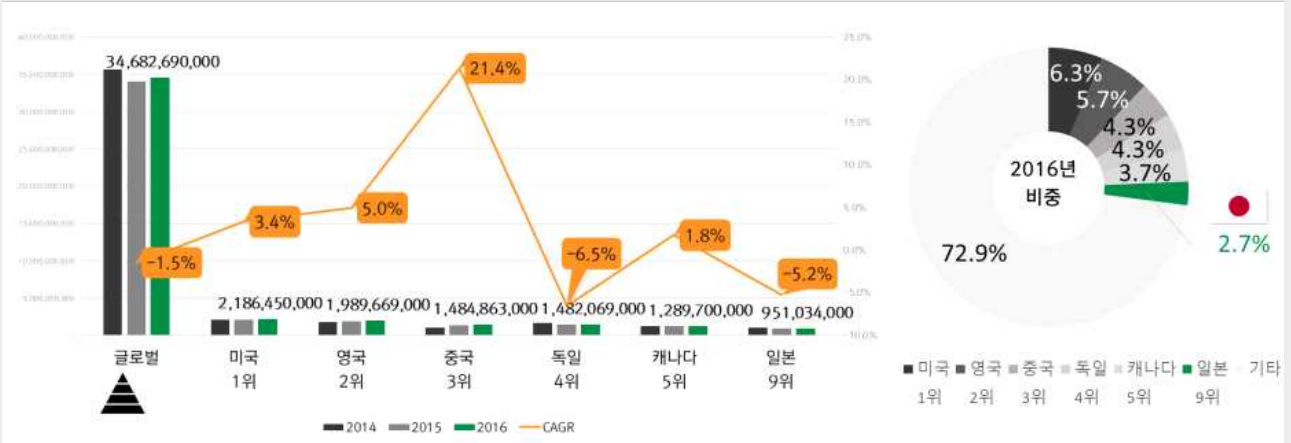
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2106.90 수입액 규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



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

- 2016년 기준 HS CODE 2106.90 수입규모는 346억 8,269만 달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 -1.5%의 소폭 하락세를 기록함. 글로벌 HS CODE 2106.90 품목의 수입규모 1위는 미국으로 2016년 기준 21억 8,645만 달러를 기록하였으며, 영국 및 중국이 각각 2위, 3위를 차지함
- HS CODE 2106.90 품목의 일본 수입액 규모는 9억 5,103만 4,000달러로 2.7%의 비중을 차지하여 9위를 기록함

일본 수입 통계 분석

표 1.4 : 일본 HS CODE 2106.90 수입액 규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



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

- 2016년 기준 일본의 HS CODE 2106.90 품목의 수입상대국 1위는 미국으로 2억 652만 1,000달러를 기록하였으며 2014년에서 2016년까지 연평균 성장률 3.7%를 기록함. 한편 한국산은 1억 7,756만 4,000달러로 연평균 3.8%의 상승세를 보임
- 2016년 기준 일본 내 HS CODE 2106.90 품목의 21.7%는 미국산이며, 한국산은 18.7%로 2위를 차지함

3. 품목통계 종합분석

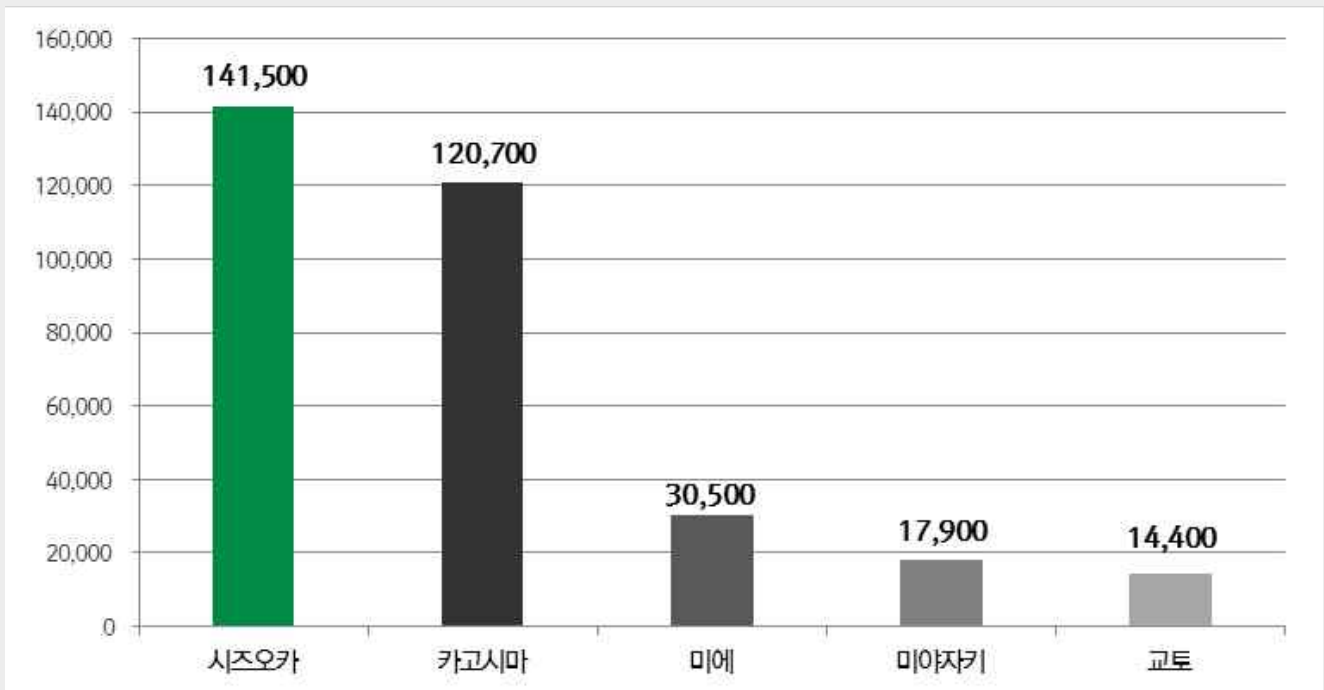
일본 연도별, 지역별 찻잎 생산량

표 1.5 : 연도별 일본 찻잎 생산량(2014~2016)

(단위 : 톤)

구분	2014	2015	2016	2016년 성장률
찻잎 생산량	389,700	357,800	364,500	1.9%

표 1.6 : 지역별 찻잎 생산량 TOP5(2016)



출처 : 일본 농림수산업성, 월간 통계, 2017.09.25

- 일본 농림수산업성이 발간한 월간 통계 자료에 따르면, 2016년 기준 일본의 찻잎 생산량은 총 36만 4,500톤으로 전년 대비 **1.9%** 증가함
- 한편, 2016년 기준 지역별 찻잎 생산량은 시즈오카현에서 14만 1,500톤, 카고시마현에서 12만 700톤으로 두 지역이 전체 생산량의 약 **72%**를 차지함



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

1. 소비 트렌드
2. 제품 트렌드
3. 유통 트렌드
4. 정책 트렌드

시장 트렌드 OVERVIEW

Data Source		
번호	정보원	URL
1	茶ガイド	www.zennoh.or.jp/bu/nousan/tea/index.htm
2	아사히 음료	www.asahiinryo.co.jp
3	業界動向	gyokai-search.com
4	livedoorNews	news.livedoor.com
5	総務省統計局	www.stat.go.jp
7	株式会社 富士経済,	www.fuji-keizai.co.jp
8	毎日新聞	https://mainichi.jp
9	Japanese Green Tea	www.japanesegreenteain.com
10	流通ニュース	ryutsuu.biz
11	河北新報	www.kahoku.co.jp
12	ルーミー	www.roomie.jp
13	消費者庁	www.caa.go.jp
14	日本流通産業新聞	www.bci.co.jp
15	東京茶寮	www.tokyosaryo.jp
16	SUNTORY	www.suntory.co.jp
17	Statista	www.statista.com

Keyword	
분류	주요 키워드(영문)
소비	- 차 수요(Tea Demand) - 차 구매(Tea Purchase) - 차 소비(Tea Consumption)
제품	- 인기 차(Popular Tea) - 차 종류(Popular Tea formula) - 차 수입(Tea goods Import)
유통	- 차 유통(Tea Retail) - 차 채널(Tea Food Channel) - 차 홍보(Tea Food Promotion)
정책	- 차 허가(Tea Permit) - 차 규제(Tea Regulation) - 차 위생(Tea Hygiene)

	<h3>Trend 01. Consumption Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> · 2016년 기준 연간 차 소비, 아시아 국가들 중 1위 <ul style="list-style-type: none"> - 2016년 기준 연간 차 소비, 2.13 파운드 기록 · 일본 내 연간 차 소비량 감소, 차 음료 생산량 증가 <ul style="list-style-type: none"> - 2010년~2016년 차 소비량 약 20,000톤 감소 및 차 음료 760,000kℓ 증가 · 소비자 건강 의식 향상에 따라 저칼로리 또는 저 당류 음료 선호 <ul style="list-style-type: none"> - 저칼로리 또는 낮은 당류의 음료 선호
	<h3>Trend 02. Item Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> · 티백 제품보다 페트병 차에 대한 수요가 더 높은 편 <ul style="list-style-type: none"> - 국내 농산물을 사용한 한정제품이라는 희소성과 차별화된 스토리 마케팅에 호의적인 반응 · 무설탕 음료에 대한 소비 증가로, 2016년 차 음료 시장규모 증가 <ul style="list-style-type: none"> - 무설탕 음료에 대한 소비 증가로, 일본 차, 보리차, 및 혼합차의 수요 증가 · 지역 특색을 살린 차 음료 출시 <ul style="list-style-type: none"> - 일본 내 음료 산업 이미 성숙 시장, 지역 특산품을 이용한 차 음료 개발을 통해 신규 수요 개척
	<h3>Trend 03. Distribution Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> · 자동판매기 시장까지 확대되는 편의점의 차 음료 유통 <ul style="list-style-type: none"> - 편의점에서도 자동판매기 시장에 직접 진출하여 자사에서 취급하는 제품을 판매 · 차 음료를 메인으로 한 컨셉 스토어 오픈 <ul style="list-style-type: none"> - 기린과 Green Brewing는 자사 상품을 통해 2017년 스토어를 오픈함
	<h3>Trend 04. Policy Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> · 기능성 표시 식품 제도 활용 <ul style="list-style-type: none"> - 2015년부터 자주적인 신고로 제품에 표시가 가능함

1. 소비 트렌드

2016년 기준 연간 차 소비, 아시아 국가들 중 1위

글로벌 통계기관인 Statista²의 자료에 의하면, 2016년 기준 연간 차 소비량은 터키가 6.96 파운드(약 3.16kg)로 1위를 차지함. 일본의 경우 2.13 파운드(약 0.97kg)로 글로벌 순위 9위를 차지하며 아시아 국가들 중 1위를 기록함

일본 내 연간 차 소비량 감소, 차 음료 생산량 증가

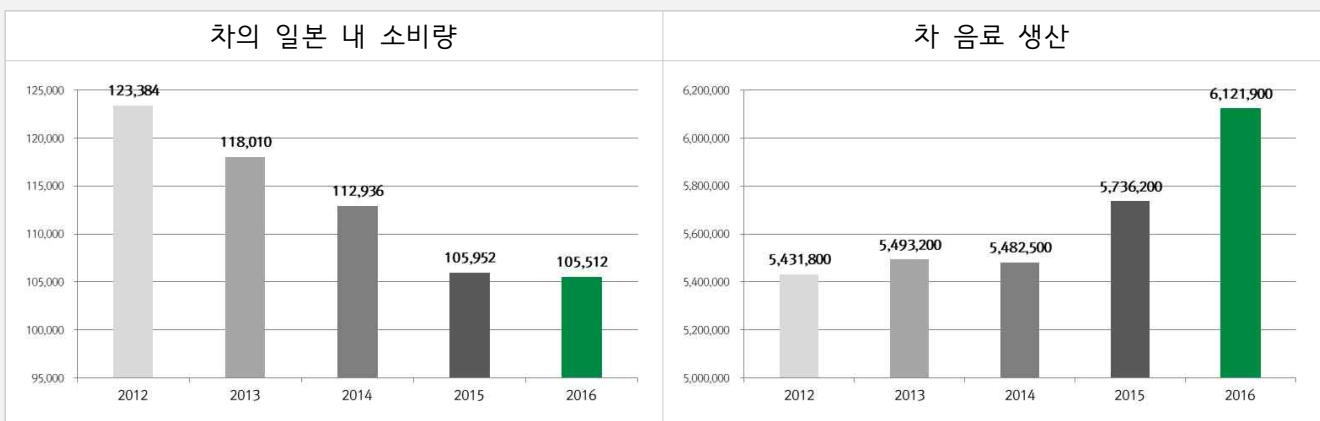
일본 차 생산 협회(Japanese Association of Tea Production)의 통계 자료³에 따르면 일본 내 연간 차 소비량이 2012년 일본 12만 3,384톤 규모였으나, 2016년 10만 5,512톤으로 약 1만 8,000톤이 감소한 것으로 확인됨. 이와 달리 차 음료는 2012년 5,431,800k l(킬로그램)을 생산했으나, 2016년 6,121,900k l를 생산하여 약 690,000k l 증가함. 따라서 차 음료 시장은 성장하고 있는 것으로 확인됨(표 2.1)

소비자 건강 의식 향상에 따라 저칼로리 또는 저 당류 음료 선호

일본 소비자의 건강에 대한 의식이 향상되어 차 음료, 생수, 야채 음료가 호조이며 콜라나 사이다 등 탄산음료는 수요 감소 추세에 있음. 전체적으로 소비자는 건강에 대한 의식을 반영하여 저칼로리 또는 낮은 당류의 음료를 선호하는 것으로 확인됨⁴.

표 2.1 : 차 소비량 및 차 음료 생산량

(단위 : 톤, 킬로리터)



출처 : 茶ガイド(www.zennoh.or.jp/bu/nousan/tea/index.htm)

2. Statista, 'Annual per capita tea consumption worldwide as of 2016, by leading countries', 2016

3. 茶ガイド(www.zennoh.or.jp/bu/nousan/tea/index.htm), 2016

4. 業界動向, 清涼飲料業界(gyokai-search.com)

2. 제품 트렌드

티백 제품보다 페트병 차에 대한 수요가 더 높은 편

일본 차 시장에서 차잎 형태의 제품은 소비가 감소하고 있으며, 편리한 페트병 패키지의 RTD(Ready-to-drink) 제품의 수요가 증가하고 있음⁵. 일본 총무성에서 2017년 8월 일본 총무성에서 발간한 미니조사 자료에 따르면⁶, 녹차와 보리차를 포함한 RTD 차 제품의 연간 가구당 소비 금액이 1999년 5,271엔에서 2016년 6,632엔으로 26% 증가한 것으로 확인됨

무설탕 음료에 대한 소비 증가로, 2016년 차 음료 시장규모 증가

일본 내 무설탕 음료에 대한 소비 증가로, 2016년 일본 차, 보리차 및 혼합차의 수요가 증가함. 해당 시장규모는 2016년 기준 전년 대비 5.6% 증가하여 8,367억 엔 규모로 확인됨. 후지경제 주식회사에서는 일본 내 대기업인 K社, C社, S社의 녹차제품과, C社, A社의 보리차 및 혼합 티 제품의 지속적인 성장에 따라 2017년에도 무설탕 차 시장이 확대될 것을 전망함⁷.

지역 특색을 살린 차 음료 출시

지역 특산품을 이용한 차 음료 개발을 통해 신규 수요를 개척하고 있음. 2016년 6월 효고현의 검은 콩 등 전국 7개 지역 특산품을 혼합한 제품을 출시한 아사히 음료는 소비자의 호평에 따라 2017년 5월 리뉴얼한 제품을 한정판으로 추가 출시함. 노무라 증권이 애널리스트인 후지와라 사토시는 일본의 음료 산업이 이미 성숙하기 때문에 기존 제품에 다양성을 부여하는 제품이 개발되는 것이라고 밝힘⁸.

표 2.2 : 아사히음료의 한정판 '16차'

지역적 특색을 살린 아사히음료의 '16차'



왼쪽부터, 홋카이도, 토호쿠, 관동·고신에쓰, 중부·호쿠리쿠, 관서, 시고쿠, 규슈·오키나와 지방 순임

출처 : 아사히음료(www.asahiinryo.co.jp)

5. livedoorNews, '横ばい推移が続く「お茶市場」の中で、成長を続ける企業の戦略とは?', 2017.10.14
6. 総務省統計局, '家計ミニトピックス', 2017.08.15
7. 株式会社 富士経済, '2017年 清涼飲料マーケティング要覧 - 総市場分析編(春) -', 2017.05
8. 毎日新聞, '「ご当地勝負」 特産品ブレンドで新規需要開拓', 2016.07.04

3. 유통 트렌드

자동판매기 시장까지 확대되는 편의점의 차 음료 유통

일본의 자동판매기 보급률은 23명 당 약 1대로, 보급률은 세계 1위 수준임. 매년 25억 그루에 해당하는 차 음료가 자동판매기를 통해 판매되고 있으며, 판매되는 음료는 페트병부터 캔까지 다양한 종류의 차 음료가 판매되고 있음⁹.

또한, 편의점에서 자동판매기 시장에 직접 진출하여 자사에서 취급하고 있는 제품을 판매하고 있음. 패밀리 마트와 로손은 이미 자동판매기 시장에 진출하여 차 음료를 포함한 자사 제품을 판매하고 있으며, 2017년 9월에 세븐일레븐이 추가로 사업에 진출하여 매장에서 취급하는 제품을 판매하고 있음¹⁰.

차 음료를 메인으로 한 컨셉 스토어 오픈

2017년 9월 일본의 대표적인 차 음료 회사인 기린은 차 음료 매장을 오픈함. 해당 점포에 방문하여 ‘Good rest with Tea’ 라는 슬로건을 바탕으로 차를 마시며 휴식을 취하는 컨셉으로, 3가지 종류의 찻잎 중 원하는 찻잎을 선택하여 마실 수 있음. 고급화를 위해 점포 내 차를 음용하는 방법을 안내하는 디스플레이를 설치하고, 차나무를 사용한 가구를 설치하는 등 차와 관련된 제품으로 내부 인테리어를 완성함¹¹.

또한 2017년 1월, 녹차 브랜드 ‘Green Brewing’ 은 세계 최초로 핸드드립을 이용해 녹차를 내려 마실 수 있는 플래그십 스토어를 오픈함. 해당 스토어에서는 자체 개발한 녹차 전용 드립을 사용하여 녹차를 내리며, 물의 온도와 차종을 선택할 수 있음¹².

표 2.3 : 아사히음료의 한정판 ‘16차’



9. Japanese Green Tea, ‘Vending Machine Culture and Green Tea Trend in Japan’, 2017.07.23. (www.japanesegreenteain.com)

10. 流通ニュース, ‘セブン-イレブン/企業向け「セブン自販機」、テスト設置’, 2017.09.19

11. 河北新報, 『Mil, k. Black. Lemon. By GOGO NO KOCHA』2017年10月7日(土) 東京 代官山にオープン!, 2017.09.26

12. 루미어, ‘카운터で日本茶. パリスタがハンドドリップで淹れる、三軒茶屋の日本茶専門店’, 2017.01.11

4. 정책 트렌드

기능성 표시 식품 제도 활용

일본 정부는 2015년부터 기능성 표시 식품은 제품 패키지에 기능성을 표시하는 것임. 해당 제도가 생기기 전까지는 기능성을 표시 할 수 있는 식품은 국가가 개별적으로 허가한 특정 보건용 식품과, 국가의 규격 기준에 적합한 영양기능 식품에 한정되어 있었음. 그러나 기능을 알기 쉽게 표시하여 소비자가 정확한 상품 정보를 얻고 선택할 수 있도록 2015년 4월을 기점으로 ‘기능성 표시 식품’ 제도가 시작됨

표시가 가능한 식품은 특정 보건 목적을 기대할 수 있는 식품에 한정되며, 안정성 확보를 위해 과학적 근거에 기초한 사업자의 책임에 의해 표시됨. 이를 위해 사업자는 국가가 정한 일정한 규칙에 따라 안전성과 기능성에 관한 평가를 실시해야하며, 생산, 제조, 품질 관리에 대한 정보를 수집하는 체제를 갖추어야 함. 이는 상품 판매 60일 전에 신고해야 함¹³.

2017년 9월 일본 소비자청은 기능성 표시 식품 신청의 운용을 개선하기 위한 자료를 추가로 발표함. 해당 개선내용으로 사업자 필수 입력 사항을 간소화하기 위해 20%를 삭감하는 내용을 포함하고 있음¹⁴.

표 2.4 : SUNTORY의 기능성 표시 식품 음료

제품사진			
제품명	이토에몬 특차	이토에몬 특차 카페인 제로	고마 무기차(참깨 보리차)
특징	<ul style="list-style-type: none"> · 단맛과 쓴맛의 조합, 풍부한 향을 즐길 수 있음 · 지방분해효소를 활성화시키는 켈세틴을 함유하여 체지방을 줄이는데 도움을 줌 	<ul style="list-style-type: none"> · 10종류의 재료를 사용한 블렌드 차 · 지방분해효소를 활성화시키는 켈세틴을 함유하여 체지방을 줄이는데 도움을 줌 	<ul style="list-style-type: none"> · 깔끔하고 고소한 풍미의 블렌드 차 · 참깨펩티드¹⁵가 함유되어 혈압을 낮추는데 도움을 줌

출처 : SUNTORY(www.suntory.co.jp)

13. 消費者庁(www.caa.go.jp)

14. 日‘本流通産業新聞’, ‘<機能性表示食品制度> Q & A を公表/運用改善と届け出簡素化目標も公開’, 2017.10.12

15. 펩티드란, 아미노산의 연결형태를 일컬음. 다량의 펩티드가 결합되면 단백질이 됨

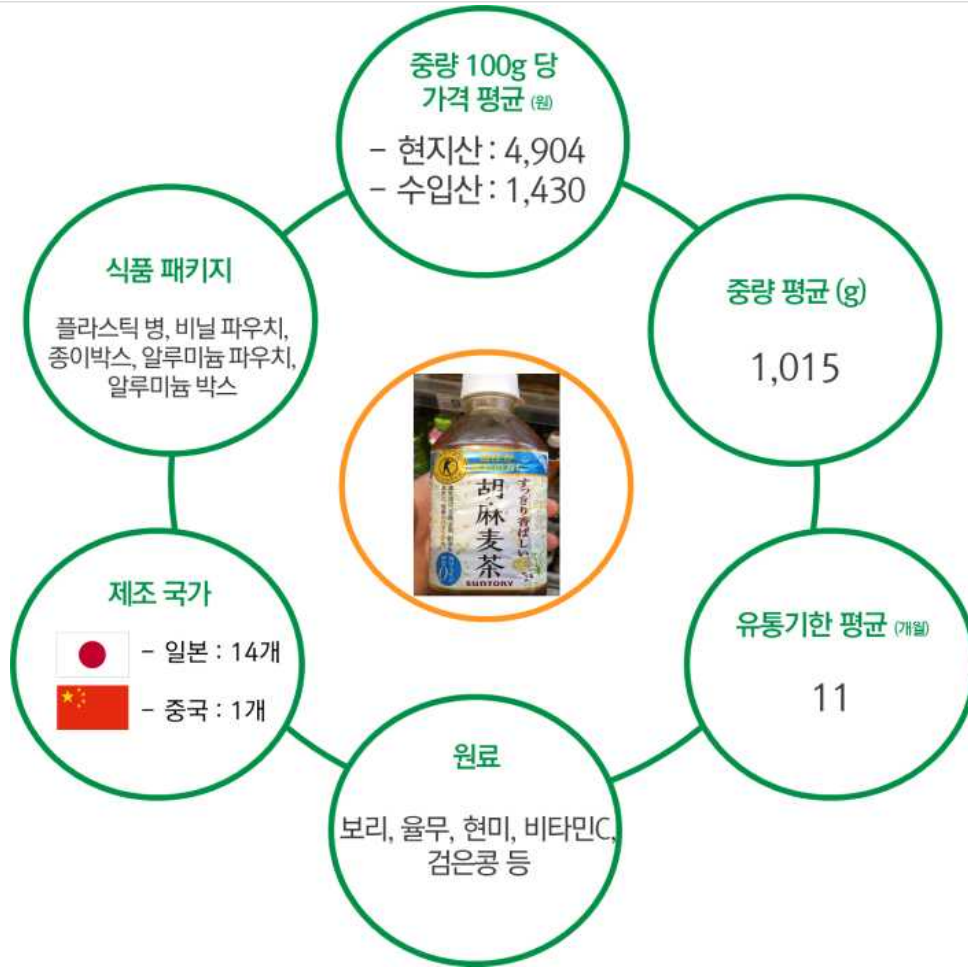


Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 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	마테차	쿠니타로	일본
2	보리차	이온	일본
3	참깨보리차	산토리	일본
4	특차	산토리	일본
5	울무차	쿠니타로	일본
6	검은콩이 들어간 국산 보리차	이토엔	일본
7	울무가 들어간 보리차	니토비버레이지	일본
8	상쾌한 향의 보리차	이토엔	일본
9	16차	아사히	일본
10	우롱차	이토엔	중국
11	건강 미네랄 보리차	이토엔	일본
12	건강 혼합 보리차	이토엔	일본
13	상건미차	일본 코카콜라	일본
14	엄선 보리차	에히메음료	일본
15	호우지차	하라다제차	일본

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

대형유통매장 AEON	대형유통매장 SEIYU	편의점 7Elevan
		
東京都新宿区高田馬場3丁目3-8	東京都新宿区若松町3-1-8	東京都新宿区高田馬場1丁目2-15

출처 : 현지방문조사(AEON, SEIYU, 7Elevan, 2017.06)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 15개 선정(현지산 14개)¹⁶.

	제품명	제조사	제조국가
1	미테차	쿠니타로	일본
2	보리차	이온	일본
3	참깨보리차	산토리	일본
4	특차	산토리	일본
5	울무차	쿠니타로	일본
6	검은콩이 들어간 국산 보리차	이토엔	일본
7	울무가 들어간 보리차	니토비버레이지	일본
8	상쾌한 향의 보리차	이토엔	일본
9	16차	아사히	일본
10	우롱차	이토엔	중국 ¹⁷ .
11	건강 미네랄 보리차	이토엔	일본
12	건강 혼합 보리차	이토엔	일본
13	상건미차	일본 코카콜라	일본
14	엄선 보리차	에히메음료	일본
15	호우지차	하라다제차	일본

분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량 (g)	4	포장형태
2	100g 당 가격 (원)	5	제조국가
3	유통기한 (개월)	6	캐치프레이즈

출처 : 현지방문조사(AEON, SEIYU, 7Elevan, 2017.06)

16. 수출입통계의 경우 HS CODE 2106.90 품목으로 집계되었으며 맥문동차를 포함해 따로 분류되지 않은 조제 식료품이 포함됨. 본 현지조사에서는 조사 제품인 맥문동차와 동일하거나 유사(기타 차(茶)류)를 중점 조사하였기 때문에 수출입 통계에서 수입액 1위를 차지한 미국의 제품은 조사되지 않을 수 있음

17. 제조회사는 이토엔으로 일본 회사이지만, 중국에서 원재료 가공 후 일본에서 포장만하여 유통하고 있는 것으로 확인됨. 따라서 제조국가는 중국으로 분류함

2. 정량 분석

일본 내 유통 중인 차 제품, 100g당 가격 약 4,904원¹⁸.

일본 내 판매가 확인된 경쟁제품들의 100g당 가격을 분석한 결과 평균 가격은 한화 약 4,904원, 수입산 제품은 100g당 1,430원으로 산출됨. 15개 경쟁제품 중, 14개 제품이 현지산으로 조사되었으며, 수입산 1개는 제조국가가 중국인 것으로 조사됨

경쟁 제품의 평균 중량은 1,015g으로 나타났으며, 현지 조사된 15개 제품 중 8개 제품이 RTD¹⁹ 제품으로 확인됨. 유통기한은 평균 11.0개월로 분석됨

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격

(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(AEON, SEIYU, 7Eleven, 2017.06), 15개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값²⁰.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(AEON, SEIYU, 7Eleven, 2017.06), 15개 제품 기준

18. 1엔 = 10.19원 (KEB 하나은행 고시기준, 2017.06.27)

19. Ready To Drink의 약자로, 구입하자마자 바로 섭취할 수 있는 음료제품을 일컫음

20. 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출한 결과임

3. 정성 분석

경쟁제품 포장 이미지



다양한 형태로 포장 된 일본 차 제품

경쟁제품 15개 제품 중 8개 제품이 플라스틱 병, 3개 제품이 비닐 파우치, 2개 제품이 종이 박스, 나머지 2개 제품이 각각 알루미늄 박스와 알루미늄 파우치인 것으로 조사됨. 플라스틱 병의 경우, 내용물을 알 수 있는 투명한 소재를 사용하며, 대부분 녹색이나 갈색 디자인을 사용하고 있음

캐치프레이즈, 건강기능을 강조

현지조사 결과, 15개 제품 중 7개 제품이 체지방 제거, 혈압조절 등의 기능을 표시하고 있음. 또한, 제품에 사용된 원재료를 명확히 제시하여 소비자들의 제품 선택을 보다 수월하게 함

표 3.3 : 경쟁제품별 캐치프레이즈

제품명	캐치프레이즈
マテ茶 마테차	南米生まれの飲むサラダ、飲みやすいロースト仕上げ 남미에서 온 마시는 샐러드, 마시기 쉬운 로스트 제법
麦茶 보리차	国産の六条大麦使用 국산 육조 보리사용
胡麻麦茶 참깨보리차	血圧が高めの方に、すっきり香ばしい 혈압이 높은 분에게 최적, 깔끔하고 고소함
特茶 특차	体脂肪を減らすのを助ける 체지방을 줄이는데 도움을 줌
はと麦茶 울무차	ノンカフェイン生活 무카페인 생활
黒豆入り国産むぎ茶 검은콩이 들어간 국산 보리차	香ばしい国産六条大麦に、甘みのある北海道産の黒豆をブレンド 고소한 국산 로쿠조 보리에 단맛이 나는 홋카이도산 검은콩 혼합 제품
はと麦入り麦茶 울무가 들어간 보리차	カロリーゼロ、ノンカフェイン、国産六条大麦&はと麦100%使用 0칼로리, 무카페인, 국산 육조 보리&울무 100%사용
香り薫るむぎ茶 상쾌한 향의 보리차	家族で美味しくカフェインゼロ 온 가족이 맛있게 즐기는 무카페인 제품
十六茶 16차	16素材の健康ブレンド 16가지 재료를 건강하게 혼합한 제품
ウーロン茶 우롱차	苦渋みの少ないすっきりした飲み口 쓴맛이 적은 깔끔한 목 넘김
健康ミネラルむぎ茶 건강 미네랄 보리차	カフェインゼロ 카페인 제로
健康ブレンドむぎ茶 건강 혼합 보리차	香り高い大麦に五穀を加えた甘香ばしいブレンド麦茶 향이 좋은 울무에 5곡을 첨가한 달콤하고 고소한 보리차
爽健美茶 상건미차	健康素材の麦茶 건강한 재료의 보리차
厳選むぎ茶 엄선 보리차	香ばしく甘みある味わい 고소하고 달콤한 맛
ほうじ茶 호우지차 ²¹⁾	ほのかな甘みと香ばしい味と香りのほうじ茶 은은한 단맛, 고소한 맛과 향의 호우지차

출처 : 현지방문조사(AEON, SEIYU, 7Eleven, 2017.06)

21. 하급 전차를 강한 불로 볶아 만든 일본차로, 구수한 맛과 향이 특징임

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

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

분류		제품 01	제품 02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	쿠니타로	이온
	제품명	마테차	보리차
	중량(g)	30	2,000
	가격(엔)	287	119
	유통기한 (개월)	9	11
	원료	마테(브라질)	보리(국산), 맥아(국산), 유효제, 비타민 C
	포장형태	알루미늄 박스	플라스틱 병
	제조국가	일본	일본
캐치프레이즈	南米生まれの飲むサラダ、飲みやすいロースト仕上げ 남미에서 온 마시는 샐러드, 마시기 쉬운 로스트 제법	国産の六条大麦使用 국산 육조 보리사용	
취급처	판매매장	AEON	AEON

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	산토리	산토리
	제품명	참깨보리차	특차
	중량(g)	350	500
	가격(엔)	160	169
	유통기한(개월)	9	6
	원료	보리, 울무, 참깨 단백질 분해물(참깨 펩티드 함유), 콩, 검은 깨, 향료	보리, 울무, 현미, 콩, 허브, 감나무 잎, 다시마 추출물, 표고버섯, 쌀, 효소(이소쿠에르시트린), 비타민 C
	포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
	제조국가	일본	일본
캐치프레이즈	血圧が高めの方に、すっきり香ばしい 혈압이 높은 분에게 최적, 깔끔하고 고소함	体脂肪を減らすのを助ける 체지방을 줄이는데 도움을 줌	
취급처	판매매장	AEON	AEON

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	쿠니타로	이토엔
	제품명	울무차	검은콩이 들어간 국산 보리차
	중량(g)	90	250
	가격(엔)	370	398
	유통기한(개월)	16	9
	원료	울무	보리(국산), 검은콩(홋카이도)
	포장형태	알루미늄 파우치	비닐 파우치
	제조국가	일본	일본
캐치프레이즈	ノンカフェイン生活 무카페인 생활	香ばしい国産六条大麦に、甘みのある北海道産の黒豆をブレンド 고소한 국산 로쿠쵸 보리에 단맛이 나는 홋카이도산 검은콩 혼합 제품	
취급처	판매매장	AEON	SEIYU

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07	제품 08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	니토비버레이지	이토엔
	제품명	울무가 들어간 보리차	상쾌한 향의 보리차
	중량(g)	500	432
	가격(엔)	59	158
	유통기한 (개월)	9	11
	원료	육조보리(국산), 울무(국산), 유효제, 비타민 C	보리(캐나다, 호주)
	포장형태	플라스틱 병	비닐 파우치
	제조국가	일본	일본
캐치프레이즈	カロリーゼロ、ノンカフェイン、国産六条大麦&はと麦100%使用 0칼로리, 무카페인, 국산 육조 보리&울무 100%사용	家族で美味しくカフェインゼロ 온 가족이 맛있게 즐기는 무카페인 제품	
취급처	판매매장	SEIYU	SEIYU

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 09	제품 10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	아사히	이토엔
	제품명	16차	우롱차
	중량(g)	600	243
	가격(엔)	75	341
	유통기한(개월)	8	11
	원료	율무, 보리, 허브, 옥수수, 현미, 발아 보리, 검은콩, 비파 잎, 민들레 뿌리, 발아 현미, 다시마, 깻잎, 백합뿌리, 뽕잎, 대추, 비타민 C	차(반발효차)
	포장형태	플라스틱 병	비닐 파우치
	제조국가	일본	중국
캐치프레이즈	16素材の健康ブレンド 16가지 재료를 건강하게 혼합한 제품	苦渋みの少ないすっきりした飲み口 쓴맛이 적은 깔끔한 목 넘김	
취급처	판매매장	SEIYU	SEIYU

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 11	제품 12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	이토엔	이토엔
	제품명	건강 미네랄 보리차	건강 혼합 보리차
	중량(g)	670	170
	가격(엔)	129	246
	유통기한 (개월)	10	9
	원료	보리(캐나다, 호주, 미국), 해양 심층수(고치 현), 맥아(호주), 비타민 C	보리(미국), 쌀(태국), 맥아(호주), 옥수수(미국), 조(국산), 기장(국산), 울무(국산)
	포장형태	플라스틱 병	종이 박스
	제조국가	일본	일본
캐치프레이즈	カフェインゼロ 카페인 제로	香り高い大麦に五穀を加えた甘香ばしいブレンド麦茶 향이 좋은 울무에 5곡을 첨가한 달콤하고 고소한 혼합 보리차	
취급처	판매매장	7Eleven	7Eleven

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 13	제품 14
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	일본 코카콜라	에히메 음료
	제품명	상건미차	엄선 보리차
	중량(g)	600	600
	가격(엔)	146	93
	유통기한 (개월)	6	8
	원료	보리, 현미, 옥수수, 장미 추출물, 비타민 C	육조 보리
	포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
	제조국가	일본	일본
캐치프레이즈	健康素材の麦茶 건강한 재료의 보리차	香ばしく甘みある味わい 고소하고 달콤한 맛	
취급처	판매매장	SEIYU	7Eleven

4. 현지 방문 조사자료

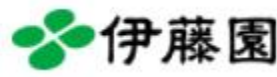
분류		제품 15
제품이미지	앞면	
	뒷면	
제품스펙	업체명	하라다제차
	제품명	호우지차
	중량(g)	34
	가격(엔)	258
	유통기한 (개월)	9
	원료	차(국산)
	포장형태	종이 박스
	제조국가	일본
캐치프레이즈	ほのかな甘みと香ばしい味と香りのほうじ茶 은은한 단맛, 고소한 맛과 향의 호우지차	
취급처	판매매장	7Eleven

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사분석 OVERVIEW



		아사히 음료	이토엔	산토리
		로컬	로컬	로컬
기업 개요	설립년도	1884년	1966년	1899년
	주소	도쿄도 스미다구	도쿄도 시부야구	오사카시 기타구
	직원 수	약 3,300명(2017년 기준)	약 5,270명(2016년 기준)	약 3만 8,031명(2016년 기준)
	공장 수	7개(2017년 기준)	6개(2017년 기준)	13개(2017년 기준)
	매출액	3,791억 7,600만 엔 약 3조 8,211억 원 (2016년 기준)	4,655억 7,900만 엔 약 4조 6,918억 원 (2016년 기준)	2조 6,515억 엔 약 26조 7,204억 원 (2016년 기준)
	취급품목	주류, 차 음료, 탄산음료, 생수 등	차 음료, 탄산음료, 생수 등	주류, 차 음료, 탄산음료, 생수, 커피 등
제품 정보				
		16차	건강 미네랄 보리차	참깨 보리차
				
		차 음료 30종류 생산	보리차 6종류 생산	차 음료 9종류 생산
홍보 전략	홍보 채널			
		TV광고	TV광고	TV광고
	캐치 프레이즈			
		'몸에 좋은 것은 아사히로부터' 건강한 식품 생산을 강조	'신선한 차는 맛이 깔끔하다' 원료의 신선함을 강조	'물과 공생하는 SUNTORY' 원료의 신선함을 강조

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑물 조사 온라인 쇼핑물 조사

- 키워드 : Popular Tea, Popular Tea formula, Tea goods
- 온라인 쇼핑물 분석
 - Rakuten(www.rakuten.co.jp)
 - Amazon(www.amazon.co.jp)
 - Kakaku.com(www.kakaku.com)

방법론 02. 현지 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 일본 현지 하이퍼마켓, 백화점, 편의점 방문(2017.06)
 - AEON, SEIYU, 7Eleven

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

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

현지기업 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

로컬(일본)	로컬(일본)	로컬(일본)
		
· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>

출처 : 현지방문조사(AEON, SEIYU, 7Eleven, 2017.06)

2. 경쟁사별 현황파악

아사히 음료 정보

- 대표 전화 : +81-3-5608-5331
- 주소 : 도쿄도 스미다구 아즈마바시 1번가

출처 : Asahi SOFT DRINK
(www.asahiinryo.co.jp)

현지 기업 분석 : 아사히 음료

아사히 음료는 1884년에 설립된 아사히 그룹 홀딩스의 청량음료 등을 제조 및 판매하는 자회사임. 일본 음료 업계에서 점유율 5위를 유지하고 있으며, 청량음료 외에 주류 제조도 하고 있음

차 음료 제품은 30종류를 보유하고 있으며, 주류 공장 1곳을 포함하여 보유 공장 수는 7개임. 본사는 도쿄도 스미다구에 위치하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1884년
- ② 직원 수 약 3,300명(2017년 기준)
- ③ 공장 수 7개(2017년 기준)
- ④ 매출액 3,791억 7,600만 엔(2016년 기준)
- ⑤ 취급품목 주류, 차 음료, 탄산음료, 생수 등



출처 : Asahi SOFT DRINK(www.asahiinryo.co.jp)

[제품 정보]

보건용 차 음료 (혈당 조절용)				
	· 16차 W(더블유)	· 건차왕 우롱차	· 건차왕 녹차	· 건차왕 검은콩차

출처 : Asahi SOFT DRINK(www.asahiinryo.co.jp)

[홍보 전략]

오프라인 홍보	캐치프레이즈
“ TV광고와 공장 견학 프로그램 운영 ”	“ 몸에 좋은 것은 아사히로부터 ”
TV광고	공장 견학 프로그램
	소비자청의 허가를 획득한 제품, 안전한 재료 사용을 강조

출처 : Asahi SOFT DRINK(www.asahiinryo.co.jp)

2. 경쟁사별 현황 파악

이토엔 주식회사 정보

· 대표 전화
: +81-3-5371-7111
· 주소
: 도쿄도 시부야구 혼마치 3-47
출처 : ITOEN(www.itoen.co.jp)

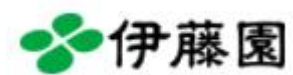
현지 기업 분석 : 이토엔

차 제품 생산·유통·판매를 전문으로 하는 일본의 다국적 음료회사임. 일본 최대의 녹차 유통 업체이며, 호주, 미국에 자회사를 두고 있음. 현재 일본 내에서 코카콜라, 산토리, 기린 음료 다음으로 4번째로 큰 규모를 자랑함

커피, 야채 음료, 유산균 음료를 포함한 20개의 브랜드를 보유하고 있으며, 차 관련 브랜드는 ‘오이오차’, ‘건강 미네랄 보리차’, ‘릴렉스 재스민차’ 가 있음

[기업 개요]

① 설립년도	1966년
② 직원 수	약 5,270명(2016년 기준)
③ 공장 수	6개(2017년 기준)
④ 매출액	4,655억 7,900만 엔(2016년 기준)
⑤ 취급품목	차 음료, 탄산음료, 생수 등



출처 : ITOEN(www.itoen.co.jp)

[제품 정보]

차 음료 브랜드			
	오이오차	건강 미네랄 보리차	릴렉스 재스민차

출처 : ITOEN(www.itoen.co.jp)

[홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
<p>“ TV광고 및 차 관련 다양한 요리법 게재 ”</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>TV광고</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>다양한 차를 이용한 레시피 게재</p> </div> </div>	<p>“ 원료의 신선함 강조 ”</p> <div style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p>鮮度のいいお茶は、雑味が出ない。 お茶のおいしいところだけ。</p> </div> <p>‘신선한 차는 깔끔한 맛이 난다’</p>

출처 : ITOEN(www.itoen.co.jp)

2. 경쟁사별 현황 파악

산토리 정보

· 대표 전화
: +81-6-6346-1131
· 주소
: 오사카시 기타구 도지마하마 2-1-40
출처 : SUNTORY(www.suntory.co.jp)

현지 기업 분석 : 산토리

1899년에 설립된 음료업체이며, 사회 공헌의 큰 손이라는 이미지를 갖고 있음. 유럽, 아시아, 오세아니아, 미주 등으로 음료 및 식품을 제조·판매하고 있음

차 음료는 녹차, 보리차, 홍차, 우롱차를 생산하고 있으며, 혈압 조절 기능이 있는 특정 보건용 제품과 애완동물용 제품도 따로 생산하고 있음

[기업 개요]

① 설립년도	1899년
② 직원 수	약 3만 8,031명(2016년 기준)
③ 공장 수	13개(2017년 기준)
④ 매출액	2조 6,515억 엔(2016년 기준)
⑤ 취급품목	주류, 차 음료, 탄산음료, 생수, 커피 등

SUNTORY
FOLLOW YOUR NATURE

출처 : SUNTORY(www.suntory.com)

[제품 정보]

보건용 차 음료 (혈압 조절용)					
	이토에몬 녹차	카페인 제로 특차 (보리차)	흑 우롱차	재스민 흑 우롱차	참깨 보리차

출처 : SUNTORY(www.suntory.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
“ TV광고와 이벤트를 통한 자사 홍보 ”	“ 원료의 신선함을 강조 ”
	
TV광고	‘물과 공생하는 산토리’

출처 : SUNTORY(www.suntory.com)

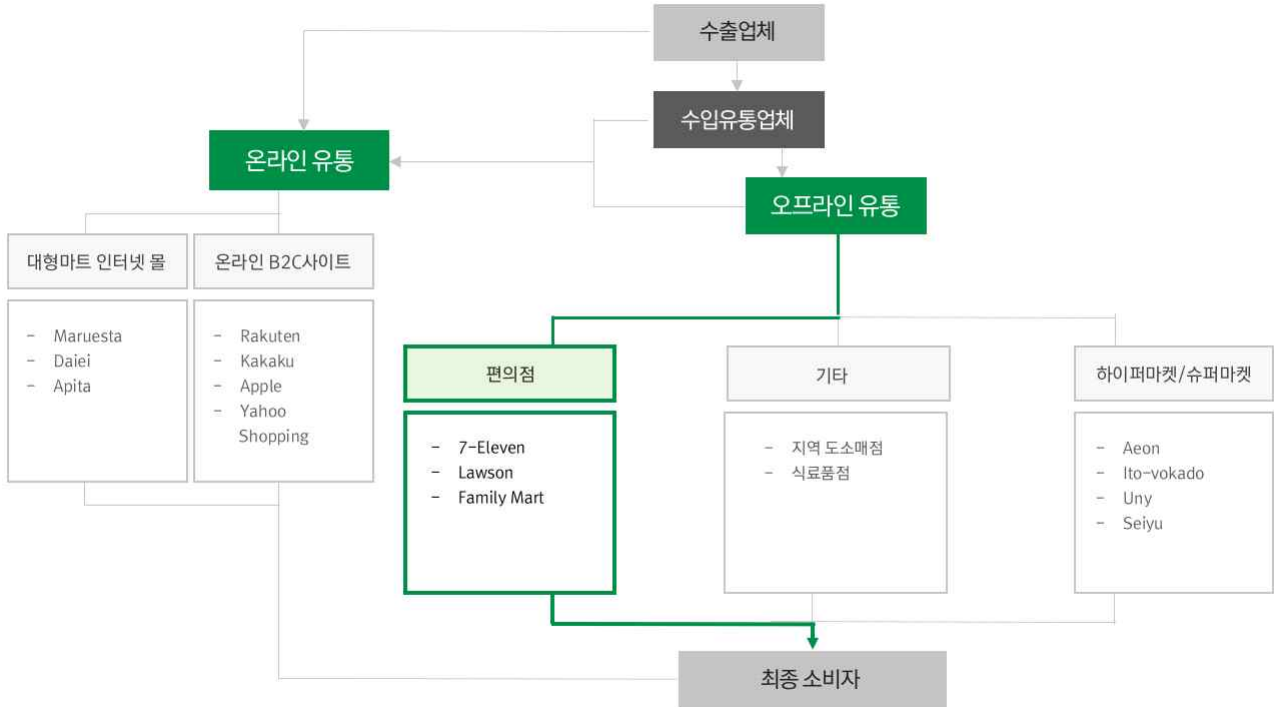
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

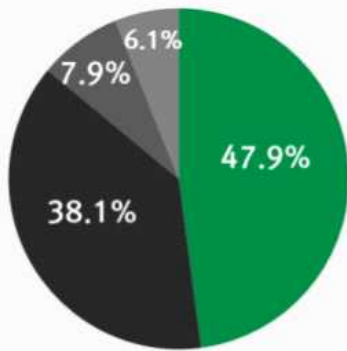
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 유통점유율²²



■ 온트레이드 ■ 슈퍼마켓/하이퍼마켓 ■ 편의점 ■ 기타

유통채널별 정의 및 특징

- **온트레이드** : 상업용 제품 즉, 최종소비자가 이루어지는 업장용 제품으로 유통되는 채널
- **슈퍼마켓** : 일용잡화류를 판매하는 소매점. 면적 280 ~ 2,300㎡ 이상
- **하이퍼마켓** : 일용잡화류 외 공산품도 판매, 면적 2,300㎡ 이상
- **편의점** : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점

출처 : Global Data(2015)²³, 'Non-Alcoholic Beverages' 유통점유율 기준

22. On-Trade는 레스토랑, 호텔 등의 유통채널로, 'Non-Alcohol Beverage' 제품에 대해 첫 번째로 높은 점유율을 보였으나, 지정된 하나의 유통채널이 아닌 호텔, 레스토랑 등 다양한 유통채널을 통해 완제품 혹은 가공을 거치므로 추천 경로에서 제외함

23. Global Data 확인결과 2015년 자료가 최신임

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓/슈퍼마켓

: M&A를 통해 위기를 극복하려하나 여전히 고전중인 슈퍼마켓

일본슈퍼마켓 협회가 9월 21일 발표한 2017년 8월 슈퍼마켓 판매 통계에 따르면, 5월은 0.8%, 6월은 0.7%, 7월은 0.4% 연속마이너스 매출을 기록하고 있음. 일본의 슈퍼마켓 업계는 비용 절감을 도모하기 위해 계속된 M&A를 하고 있음

업계의 선도적인 두 회사 중 하나인 Seven&I HOLDING의 1분기 GMS(General Merchandise Store)사업 부분의 매출이 4760억으로 3.6% 감소하여 전체 영업이익은 53억 엔, 1.6% 감소한 것으로 확인됨. 이온은 1분기 GMS 사업부분의 매출이 7,530억 엔을 기록하며 0.7%감소한 것으로 확인됨. 이로 인해 전체 영업이익이 67억 엔 적자인 것으로 확인됨²⁴.

ROUTE #2. 편의점

: 제 2의 전성기를 맞은 편의점

2015년 ~ 2016년 기준, 편의점 산업 규모는 7조 2,719억 엔으로 금융위기 이후 국내 소비 침체로 편의점 업계도 고전이 지속됨. 그러나 2012년 이후 회복세에 따라 소비 심리가 개선되어 편의점 업계도 실적을 회복하고 확장 국면으로 돌아서고 있음. 최근 편의점은 점포수를 늘려가고 있는 가운데 자체 상품 개발에 주력하고 있음

업계 3위인 훼미리마트(Family Mart)는 2016년 유니그룹 홀딩스와 통합하며 점포수가 2위인 로손을 제치고 1위인 세븐일레븐을 제침. 이에 따라 업계 2위인 로손은 미쓰비시 상사의 자회사로 편입되며 그 규모를 더욱 성장시키고 있음²⁵.

24. Zuuonline, 'イオン、足を引っ張る「スーパー部門」 不調のワケは?', 2017.10.01

25. 業界動向, コンビニ業界(gyokai-search.com)

1. 추천 진출 경로

시장 점유율 및 성장률

Global Data에 따르면 2015년 기준 Non-Alcoholic Beverages 시장 점유율은 슈퍼마켓/하이퍼마켓이 38.1%, 편의점이 7.9%를 기록함. 한편 Non-Alcoholic Beverages 기준의 2013년 ~ 2015년 유통 시장 성장률은 모두 마이너스 성장세를 기록하고 있음

제품 컨셉

일본 소비자들의 저가제품 선호도가 증가하고 있는 추세임. 이에 따라 편의점은 저렴하고 질 좋은 제품을 제공하기 위해 다양한 개선을 시도하고 있음. 대형 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 체험형 매장을 도입하며 차별화를 도모하고 있으며 다양한 수입식품을 취급하고 있음

한국산 취급여부

현지 매장 방문 조사 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점, 백화점에서 맥문동차와 같은 특수차가 유통되고 있는 것을 확인할 수 없었음. 맥문동이라는 식물을 이용한 제품은 일부 온라인에서는 확인됐으나, 오프라인에서는 생소한 제품인 것으로 분석됨. 일반적으로 무기차(보리차)는 일본인들이 갈증을 느낄 때 많이 찾는 제품으로, 음료 및 티백의 형태로 많이 판매되고 있음

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

 슈퍼마켓/하이퍼마켓	지표	세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 30% 이상 차지	
시장 성장률		2013년 ~ 2015년 연평균 성장률		
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 선호, 고가가격방침		
	3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 식음료 취급 유무	

 편의점	지표	세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 30% 이상 차지	
시장 성장률		2013년 ~ 2015년 연평균 성장률		
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 선호, 고가가격방침		
	3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 식음료 취급 유무	

1. 추천 진출 경로

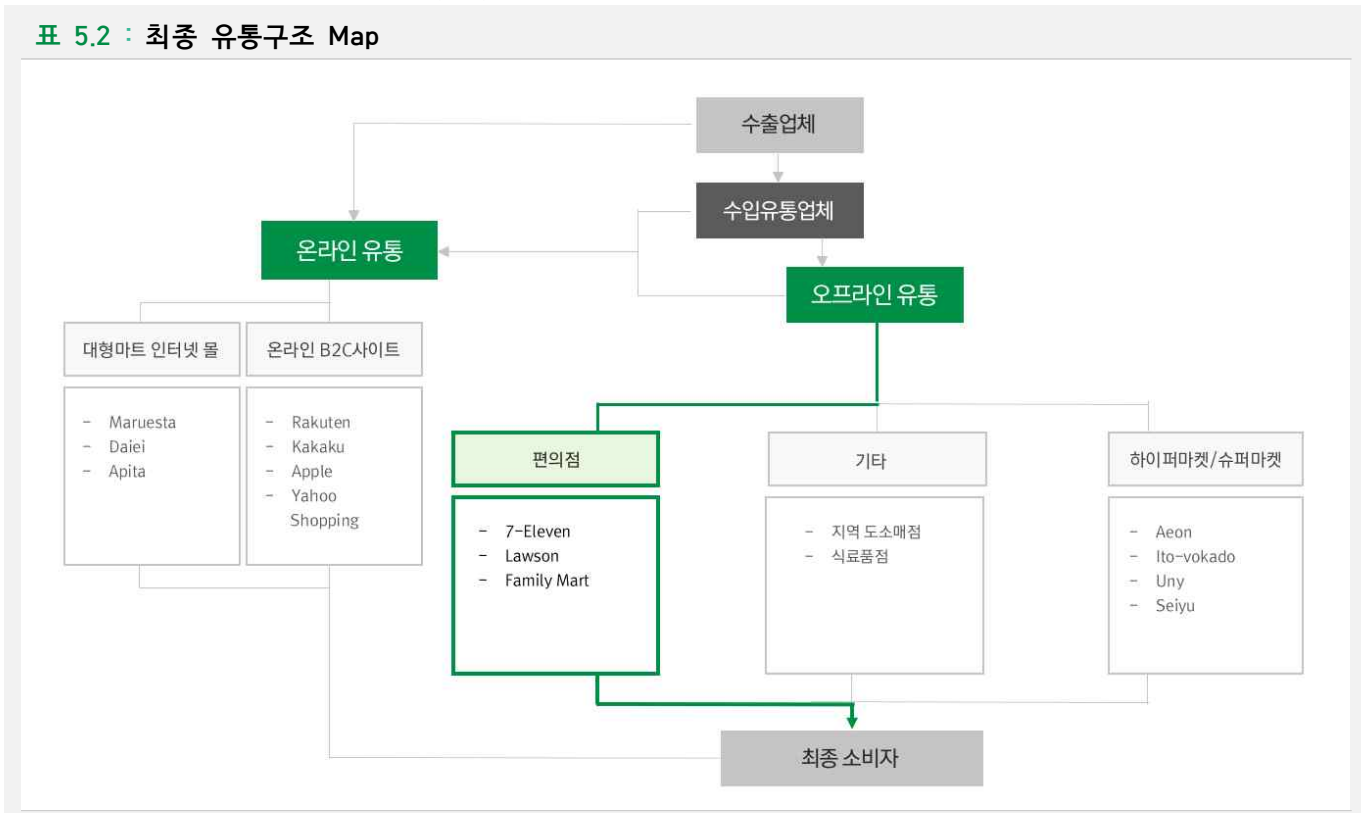
편의점 진출 추천

유통구조 분석 결과, 시장점유율은 슈퍼마켓/하이퍼마켓이 편의점보다 높으나, 현황과 비교했을 때 참여 기업이 진출하기에 적절한 시장은 편의점인 것으로 분석됨. 편의점은 낮은 시장 점유율을 기록하고 있으나, 지속적인 성장세가 기대되는 시장임. 특히 현대 소비패턴에 맞춰 다양한 변화를 시도하고 있음. 최근 저렴한 제품을 찾는 소비자가 늘자, ‘로손’은 100엔짜리만 파는 ‘로손100’을 개점하는 등 끊임없이 개선을 시도하고 있음

노인 세대의 증가에 따라 편의점들은 노인을 위한 서비스에 주력하고 있음. 노인들의 경우 원거리까지 쇼핑을 다녀오는 것이 어렵기 때문에 공동주택의 구내 신규 점포를 확대하고, 간호 상담 창구를 개설하는 등 연구를 거듭하고 있음. 세븐일레븐은 신선한 야채를 취급하며, 입/퇴거 서류 접수 등 관리 업무도 일부 대행할 계획임²⁶.

이러한 개선이 계속된다면 편의점 업계 호황이 20년 이상 이어질 것으로 전망되며, 편의성과 다양성을 추구하는 소비자의 발길이 늘어날 것으로 예상됨

표 5.2 : 최종 유통구조 Map



26. 時事ドットコム, 'コンビニ各社、高齢者対応強化=セブン-イレブン、団地に出店', 2017.04.21

2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

일본 식음료 수입유통업체
대상 인터뷰 진행

(2017년 6월)

- 일본 식음료 수입유통업체

Q1. 차 제품의 주요 구매요인은 무엇인가?

“제품 구매시 브랜드 인지도, 품질, 가격을 가장 중요하게 여깁니다. 고객들 대부분은 품질과 가격을 우선시하는 경향이 있습니다.”

일본 식음료 수입유통업체 神戸紅茶株式会社
수입담당자와의 인터뷰 中, 2017.06

Q2. 차 제품의 주요 구매층은 누구인가?

“주요 고객층은 40 ~ 60대의 여성입니다. 제품은 주로 온라인 쇼핑몰, 본사 차 전문카페, 백화점 등으로 납품하고 있으며, OEM으로 다른 회사에 판매하기도 합니다.”

일본 식음료 수입유통업체 神戸紅茶株式会社
수입담당자와의 인터뷰 中, 2017.06

Q3. 취급중인 차 제품의 주요 수입 국가는 어디인가?

“인도, 스리랑카, 케냐 등에서 주로 수입하고 있으며, 한국의 차는 유명하지 않아 수입해본 경험이 없습니다.”

일본 식음료 수입유통업체 神戸紅茶株式会社
수입담당자와의 인터뷰 中, 2017.06



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		7-Eleven	SEIYU	AEON
		글로벌	로컬	로컬
유통업체 개요	설립년도	1927년	1963년	1758년
	직원 수	8,054 명(2016년)	4,060명(2016년)	2,313명(2017년)
	순 매출	1,441억 5,100만 엔 약 1조 4,531억 원 (2017년)	1억 엔 약 10억 원 (2016년)	1,796억 엔 약 1조 8,105억 원 (2015년)
	영업 이익	8,337억 4,300만 엔 약 8조 4,048억 원 (2017년)	-27.	8조 1,767억 3,200만 엔 약 82조 4,288억 원 (2016년)
	점포 수	19,579개(2016년)	339개(2017년)	1,966개(2017년)
	취급품목	생활용품, 음료, 주류, 간편 식품 등	식료품, 의류, 주거용품, 잡화 등	식료품, 수입식품, 의류, 잡화 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		- 마이크로 마켓에서 착안한 자동판매기 사업 진출, 인근 매장에서 관리 및 운영	- 여성의 경제적 자립을 지원하기 위한 캠페인 공모	- 매출부진으로 인한 GMS 시장의 잇따른 폐점과 위기를 극복을 위한 시니어 소비자 공략
핵심 전략		- 자체 상품 개발을 통한 제품 다양화와 캠페인 진행	- 지속 가능한 제품을 판매하기 위해 제품 조달부터 직접 관리	- 이온만의 스타일로 차별화된 서비스를 제공


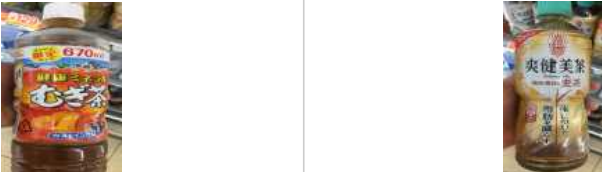
27. SEIYU 홈페이지 조사시 영업이익의 정보는 확인되지 않음

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

7-Eleven(세븐일레븐)

7-Eleven(세븐일레븐)은 일본 현지시장 1위를 차지하는 편의점으로, 특화 점포 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 6.1 : 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		생활용품, 음료, 주류, 간편 식품 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 등의 오리지널 상품으로, 2017년 내에 100대까지 확대할 예정임²⁸.</p>	
핵심 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 실시함²⁹.</p>	
판매현황			

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

28. 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

29. 東洋経済, 'セブン&アイ、好調コンビニの陰に漂う不安', 2017.10.14

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

SEIYU(세이유)

일본의 대표 프랜차이즈 매장 중 하나인 세이유는 식료품, 의류, 주거용품 등을 취급하고 있음. 월마트에 의해 인수되었으나, 일본인의 해외자본 기피증에 의해 아직까지 간판은 SEIYU로 사용하고 있음. 2008년부터 월마트 기업의 슬로건을 일본 정서에 맞게 표현한 ‘카카쿠 야스쿠’ 라는 할인 캠페인으로 신선식품을 저가에 판매하고 있음

표 6.2 : SEIYU 매장 정보

기업 정보	컨셉	식료품, 의류, 주거용품 등의 소매 체인의 운영
	주소	東京都北区赤羽二丁目1番1号
	전화	+81-3-3598-7000
주요 판매품목		식료품, 의류, 주거용품, 잡화 등
매장 전경		
매장 이슈		<p>여성의 경제적 자립 지원</p> <p>일본의 하이퍼마켓 브랜드 세이유는 여성의 활약을 다각적으로 지원하기 위해, 2013년부터 여성이 활동하는 기업의 상품 공모 캠페인을 진행하였음. 응모 기업의 대부분은 뛰어난 아이디어를 가지고 제품을 개발하고 있으나, 사업 확장에 어려움을 겪고 있는 여성 기업가들로 이루어져 있음. 세이유는 해당 캠페인을 통해 당선된 제품들을 매장에서 실제로 판매함</p>
핵심 전략		<p>지속 가능한 제품의 판매</p> <p>수산 자원 감소가 문제가 되고 있는 일본에서, 세이유는 지속 가능한 어업 제품을 판매하려 노력하고 있음. 수산 분야의 지속 가능성 및 안정성을 담보하는 국제 인증 취득을 목표로하고 있음. 현재 일본 내 여러 점포에서 ‘도쿄에서만 어획 된 생선’을 판매하고 있음. 또한 청과를 제조자로부터 직접 조달함으로써 저렴하고 안전한 제품을 소비자에게 공급하고, 불필요한 포장을 생략함으로써 비용을 절감하고 있음</p>
판매현황		

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

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

AEON(이온)

일본의 대표적인 대형마트 AEON(이온)은 2016년 일본 기업 매출 순위 100위 중 10위를 기록했으며, 일본 대형마트 업계 1위를 차지함. 이온은 대형마트, 소형마트, 드럭스토어, 편의점 등 다양한 유통채널을 보유하고 있음. 또한 PB(자체브랜드)인 ‘툽벨류’의 성장에도 주력하고 있음. 매출 실적 부진으로 인해 작은 규모의 점포들을 잇달아 폐점하고 있는 GMS 시장 속에서, 이온은 가장 현대적인 경영 전략을 펼치고 있음

표 6.3 : AEON 매장 정보

기업 정보	컨셉	차별화된 서비스와 고급화를 통해 기존에 없던 마트형태를 도입
	주소	4 Chome-21-22 Maenochō, Itabashi, Tokyo 174-0063
	전화	+81-03-5916-8080
주요 판매품목		식료품, 수입식품, 의류, 잡화 등
매장전경		 
매장 이슈		<p>이온, 시니어 소비자 공략에 나서다</p> <p>이온은 고령층을 중점 대상군으로 정하고, 고령 소비자를 위해 GG(Grand Generation) 매장을 운영하고 있음. 해당 매장은 시니어 고객의 요구에 주목한 상품이나 서비스 전문적으로 제공함³⁰.</p>
핵심 전략		<p>이온만의 스타일로 차별화된 서비스를 제공하다³¹.</p> <p>‘이온 스타일’은 기존의 종합 슈퍼도 쇼핑센터도 아닌 새로운 형태의 점포로서, 고품질의 제품과 서비스를 통해 고객에게 다양한 라이프 스타일을 선보이는 완전히 새로운 스타일의 쇼핑몰임</p>
판매현황		 

출처 : 현지방문조사(ISETAN, 2017.06), AEON(www.aeon.info)

30. PRTimes, ‘シニアのお客さまにやさしいお店づくりが「Enjoy Aging Award」を受賞しました’, 2017.05.19

31. Japan Monthly Web Magazine, ‘Brand-new shopping experience at “AEON STYLE”!’, 2017.10.15

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 일본 주요 재래시장 유통 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 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
Nishiki Market	
주소	Nakagyo-ku, Kyoto
취급품목	식료품, 신선식품, 생활용품 등
매장 개요	교토의 주방이라고도 알려진 일본의 재래시장으로, 수백 개의 작은 상점과 포장마차가 있는 긴 상점가임. 식료품을 전문적으로 취급하는 상점이 모여 있어, 다양한 식품을 구매할 수 있음



출처 : Culture Trip(theculturetrip.com)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.5 : 일본 주요 백화점 현황

ISETAN		
소재 지역	도쿄, 오사카, 교토	
홈페이지	isetan.mistore.jp	
매장 개요	ISETAN(이세탄)은 약 120여년의 역사를 자랑하는 일본의 대표적인 백화점으로 백화점 업계가 마이너스 성장을 거듭하고 있는 가운데 철저한 고객관리를 통해 활구를 열고자 함. 또한 ISETAN은 매장 내 Fresh Market, 화과자 등 전문 브랜드를 운영하고 있음	
Hankyu		
소재 지역	도쿄, 오사카, 후쿠오카	
홈페이지	www.hankyu-dept.co.jp	
매장 개요	한큐 백화점은 에이치 투 오 리테일링 유한공사 산하 주식회사 한큐 한신 백화점이 운영하는 일본의 백화점이다. 고바야시 이치조가 창업했으며, 우메다에 본점이 있음	
Takashimaya		
소재 지역	도쿄, 요코하마, 오사카, 교토	
홈페이지	www.takashimaya.co.jp	
매장 개요	1831년 교토에서 개점한 백화점으로, 전국적인 백화점의 실적부진으로 인해 와카야마점이 폐쇄되었고, 2008년 오사카의 한신 백화점과 한큐 백화점의 모회사인 H2O Retailing과 합병함	

출처 : ISETAN(isetan.mistore.jp), Hankyu(www.hankyu-dept.co.jp), Takashimaya(www.takashimaya.co.jp)

표 6.6 : 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 카드, 프로야구단 라쿠텐 골든 이글스, 프로축구단 비셀 고베등이 대표적인 서비스임. 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. 수입 식품유통에 있어 큰 규모를 보유하고 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 알아 볼 수 있는 것이 장점임	

출처 : Rakuten(www.rakuten.co.jp), Amazon(www.amazon.co.jp), Kakaku(kakaku.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 유의사항
5. 통관거부사례

통관 및 검역절차 OVERVIEW

일본 통관 검역 절차도



통관절차별 유의사항

통관절차	유의사항
사전보고	수출국의 선적항에서 24시간 전에 일본 수출입 항만 정보처리시스템(NACCS)에 적하 정보를 보고해야 함
수입 신고	수입 신고는 NACCS를 통해 전자적으로 신고하는 방법과 관할 세관에 직접 증빙서류와 수입신고서를 제출하는 방법이 있음. 통관대리인을 통해 수입신고를 할 수 있으며 통관 대리인은 반드시 사업장의 소재지가 일본이어야 함
타 법령 검토	일본에 수입하고자 하는 물품이 관세법외에 다른 법령에 의해서 승인이 필요한 경우, 해당 승인 내용에 대해 입증할 의무가 있음
심사 및 검사	수입하고자 하는 물품의 위험도에 따라 검사 여부가 달라지며, 검사 시 소요되는 비용은 수입자 혹은 화주가 전액 부담해야함
관세 납부	별도로 정해진 납세기한은 없으며 서류의 심사와 검사가 완료되면 즉시 납부 가능함

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

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 일본 관세율 정보

일본에서 HS CODE 2106.90.293 품목의 경우

관세율 **10%**가 부과됨

HS CODE	품명	관세율(WTO)
2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	-
2106.90	기타	-
2106.90.293	기타	10%

일본 부가가치세 정보

일본에서 2017년 기준 소비세 **8%**가 부과되고 있음

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 'TradeNavi(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 일본 사이트의 경우 일본 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	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 01. 사전보고 및 적하정보제출

일본으로 물품을 수입하기 위해서는 수출국 선적항에서 출항하기 24시간 전 (근거리의 경우 출항 전)까지 전자시스템을 통해 보고해야함. 전자시스템은 ‘일본 수출입 항만 관련 정보처리시스템(NACCS)’ 홈페이지에 접속하여 보고가 가능함(KTNET, KUNET을 통해 경유하여 접속가능)

필수 보고 내용으로는 화물의 내역을 기재한 적하정보가 있음. 이를 준수하지 않을 경우 1년 이하의 징역 또는 50만 엔 이하의 벌금을 부과함

STEP 02. 수입 신고

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 소재지가 있어야 함

수입 신고를 하는 방법은 일본 수출입 항만 관련 정보처리시스템(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

STEP 03. 타 법령 검토

수입하고자하는 물품이 관세법 외에 다른 법령³²에 의해서 허가 및 승인이 필요할 경우, 수입신고 시에 해당 물품이 허가 및 승인을 받았음을 입증해야함. 식품의 경우는 첫 번째 수입 시 매우 엄중한 검사가 이루어지므로 소요 시간을 충분히 잡아야 함. 몇몇 신선 과일과 곡류는 일본 통관법에 의거 반입이 금지되어 있음. 금지된 품목은 살구, 피망, 고추, 가지, 복숭아, 배, 무, 고구마, 양(참마)이며, 맥문동차 제품은 해당사항이 적용되지 않음³³.

32. 타 법령 규제 대상에 대해서는 하기 링크에서 확인 가능(www.customs.go.jp/tetsuzuki/c-answer/imtsukan/1801_jr.htm)

33. USDA Foreign Agricultural Service, 'Japan Food and Agricultural Import Regulations and Standards-Narrative', 2015.12.18

1. 통관 및 검역절차

STEP 04. 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 납부하지 않을 경우 통관시간이 길어질 수 있음

STEP 05. 관세납부와 수입허가

납세기한에 대해서는 별도로 지정된 기한이 존재하지 않으며, 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

표 7.1 해외통관 애로사항 문의처

기관	연락처
관세청 해외 통관 지원센터	- 전화 : 042-472-2197
주 일본 한국 대사관	- 전화 : +81-90-4544-6602

일본 수입식품 통관 서류

- 상업송장
- 선화증권 혹은 항공화물 운송장
- WTO세율 적용가능한 원산지 증명서
- 포장명세서
- 운임명세서
- 보험증명서
- 인증서 및 증명서(타 법령에 의거하여 필요한 경우)
- 관세 납부 확인서

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

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)

2. 관세율 정보

HS CODE 2106.90.293, WTO 협정 관세율 적용되어 10% 부과

실제 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

참여기업의 ‘맥문동차’ 는 일본에서 HS CODE 2016.90.293(따로 분류되지 않은 조제 식료품의 기타로 분류)으로 파악되며 한국의 경우 WTO 협정세율에 준거하여 10%의 관세가 부과됨

감면세율 존재, 소비세 8% 부과 중

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

표 7.3 일본 내 맥문동차 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	-
	2106.90	기타	
	2106.90.9099	기타	
일본	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	-
	2106.90	기타	-
	2106.90.293	기타	10%

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

3. FTA 정보

한·중·일 FTA 협상 중

일본은 한국의 수출 상대국의 4위를 차지하고 있음에도 불구하고 현재 체결된 FTA가 없음. 2013년 3월 26일 한국, 중국, 일본 3개국이 동북아 경제통합을 이루기 위해 FTA 1차 협상을 시작으로 현재 12차 협상까지 진행됨. 2015년 10월 한중일 통상장관회담에서 3국 장관간 FTA 가속화 의지를 재확인하며 공감대를 형성함. 최근 3국이 모두 참여하고 있는 역내 포괄적 경제동반자협정(RCEP) 협상에서 상품 서비스 시장접근 협상이 가속화 되는 등 한중일 자유무역협정을 둘러싼 협상 환경이 변하고 있는 점도 고려됨

이후 2017년 4월 10 ~ 13일 제12차 한중일 자유무역협정(FTA) 공식 협상이 일본 동경에서 개최됨. 교도통신은 상호 이익이 되는 FTA에 대해 전망이 밝을 것으로 보도함. 한중일 3개국 간 FTA 체결을 위한 차기 협상은 올해 중 한국에서 이어질 예정임

한편 일본은 FTA보다 경제동반자협정인 EPA(Economic Partnership Agreement)를 선호함. 현재 일본은 싱가포르, 멕시코, 말레이시아, 칠레, 태국, 인도네시아, 브루나이, ASEAN, 필리핀, 인도, 페루 등과 EPA를 체결하고 있음

표 7.4 한·중·일 FTA 관련 정보 및 기대효과

의의		동북아 경제통합 기반 마련
추진현황	협상개시	2013년 3월 26일
	최근협상	2017년 4월 10일
	협상 진행회수	10회
예상 기대효과	실질 GDP(5년 후)	0.37% 상승 예상
	실질 GDP(10년 후)	1.31% 상승 예상
	예상 후생(5년 후)	약 83억 달러 증가 예상
	예상 후생(10년 후)	약 137억 달러 증가 예상

출처 : 한국 산업통상자원부-FTA(www.fta.go.kr)

4. 통관 및 검역 유의사항

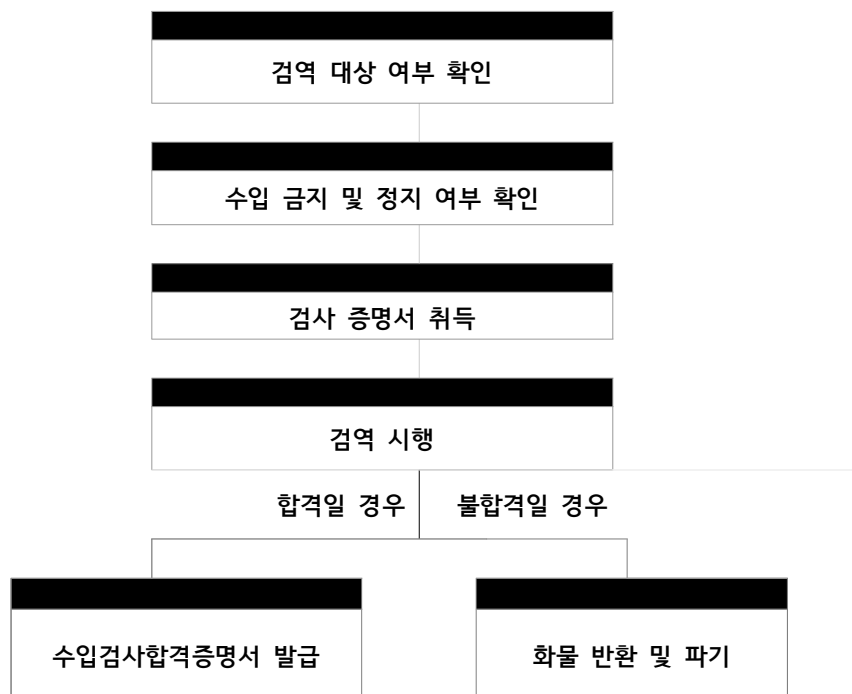
일본, 모니터링을 통한 샘플조사

일본에서 농수산물을 수입하기 위해서는 ‘일본 식품위생법’, ‘일본 검역법’에 의거하여 샘플조사를 실시할 수도 있음. 검역절차는 샘플링, 포장 해체, 검역 실시, 검역완료의 순서로 이루어지며 40분 이내에 신속하게 진행되어 신선도 등에 대한 문제가 발생할 소지가 없음

2016년부터 식품 성분 규격에 관한 모니터링 검사 중점적 실시

일본 소비자청은 2016년 6월 2일 식품 표시 적정화를 위한 대응방안을 발표함. 2016년도 수입식품 감시지도 계획에 의하면 수입자를 포함한 식품 등 사업자는 식품안전기본법 제 8조 제 1항에 의해, 스스로가 식품의 안전성 확보에 대해 일차적 책임을 가진다는 사실을 인식하고, 식품의 안전성을 확보하기 위해 필요한 조치를 식품 공급과정의 각 단계에서 적절히 강구할 책무를 가짐

표 7.5 일본 위생검역 세부절차



출처 : 일본농림수산업성(www.maff.go.jp)

5. 통관거부사례

일본 2015 ~ 2016년간, 한국산 음료제품 통관거부사례 2건 발생

일본 후생노동성이 발표한 자료에 따르면 2015 ~ 2016년간 한국산 식품 통관거부 건수는 총 54건이 발생함. 티백의 경우는 통계가 확인되지 않으며, 음료제품의 통관거부사례는 2015년 2건, 2016년 1건으로 총 3건임. 한국산 식품의 통관 거부 사유는 위생문제가 가장 큰 비율을 차지했고, 다음으로 성분 부적합이 있음. 라벨링 및 포장, 비위생적 제조 및 서류미비 등의 문제는 2년 연속 발생 하지 않은 것으로 조사됨. 통관 거부된 음료제품에 대한 상세한 거부사례는 제공하지 않고 있음


VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 제출서류
3. 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 제품은 필수 인증)	
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	
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	권장인증	
제출서류	수산식품 가공시설 HACCP 인증 신청서 등 양식에 맞는 서류	
비용	기본 심사 수수료 약 106만원, 품목, 일수마다 추가 요금 약 20만원, 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 수입업자를 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 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	

출처 : 일본농림수산성(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 : 일본농림수산성(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’ 만 이 HACCP승인품목으로 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 전망 됨

HACCP 인증 수입식품 통관절차 간소화

일본 후생노동성은 HACCP 인증을 받은 식품의 통관절차 간소화를 포함한 수입식품 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 방침인 것으로 전함

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. 제출서류

JAS 인증 서류 심사 제출 서류

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

표 8.3 : 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 8.4 : 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)

“ 잔류농약 ”

Q1. 일본에 맥문동차를 수출할 때 필수적으로 요구되는 인증이 있습니까?

“일본으로 맥문동차를 수출할 경우 필수 취득이 요구되는 인증은 없습니다. 그러나 일본으로 제품을 수출하기 전 일본의 검역소에 일어 혹은 영어로 된 식품수입신고서 및 제조공정도를 제출해야 합니다. 일본 검역소에서 해당 서류 심사 후 결과 통보 시 제품의 미비한 부분 혹은 취득이 권장되는 인증에 대한 조언을 받을 수 있습니다.”

- 일본후생노동성 도쿄검역소
Mr. Kawahara 식품 위생법 담당자와의 인터뷰 中 2017. 07

“한국에서 일본으로 수출할 때 필수적으로 취득해야하는 인증은 별도로 지정되어 있지 않습니다. 이미 한국에서 안전하게 판매되고 있는 제품이라면 안정성이 입증된 것으로 간주하여 수입 시 별도의 문제는 없을 것으로 사료됩니다. 그 외, 일본에서는 수입식품 검사 시 영양성분, 알레르기 유발물질 함유·표기여부 및 잔류농약, 첨가물 등에 대한 검사를 중시하고 있으며, 특히 차류 제품의 경우 잔류농약이 일본에서 허용된 최대 허용량을 넘지 않도록 주의해야 합니다.”

- 일본 식품인증 컨설팅사 SGS
담당자와의 인터뷰 中 2017. 07

Q2. 일본에 맥문동차를 수출할 때 선택적으로 요구되는 인증이 있습니까?

“ JAS / FSSC 22000 ”

“권장인증은 수출업체와 수입업체가 추구하고자 하는 바에 따라 상이합니다. 예를 들어 수출업체가 농약을 사용하지 않은 안전한 차로써 자사 제품을 홍보하고 싶을 경우 JAS를 취득하는 것을 추천하며, 공장에서 페트병에 포장된 제품을 대량생산하고자 할 경우 FSSC 22000 등의 인증을 취득하는 것을 추천합니다.”

- 차 수입·유통업체 Japan GreenTea Co., Ltd
담당자와의 인터뷰 中 2017. 07

“일본의 경우 인증에 대한 소비자의 인식이 전반적으로 낮다는 점을 먼저 고려하여야 합니다. 이에 권장 인증의 경우 수출업체가 거래 중이거나 혹은 거래를 하고자하는 수입·유통업체에서 요구하는 인증을 취득하는 것이 보편적입니다. 이는 유통업체별로 타깃으로 삼는 고객층이 다르고, 해당 고객층이 중시하는 구매요인이 상이하기 때문입니다.”

- 일본 품질인증 컨설팅사 JQA
담당자와의 인터뷰 中 2017. 07

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

일본 가공식품(맥분동차) 필수 표기사항

栄養成分表示・抽出前 1袋 (8.5g) 当たり	
エネルギー	33kcal 炭水化物 6.6g
たんぱく質	1.2g 食塩相当量 0~0.005g
脂質	0.1~0.6g
カフェイン	0mg
栄養成分表示・抽出液 100mg当たり	
エネルギー	0kcal 炭水化物 0g
たんぱく質	0g 食塩相当量 0g
脂質	0g
カフェイン	0mg
ティーバッグ1袋を1ℓのイオン交換水にて2時間・20℃で抽出した液で測定した成分分析結果	

●商品名・健康ブレンドおぎ茶 ティーバッグ20袋	
●名称・麦茶(ティーバッグ) ●原材料名・大麦(アメリカ)、米(タイ)、麦芽(オーストラリア)、とうもろこし(アメリカ)、あわ(日本)、きび(日本)、はと麦(日本) ●内容量・170g(20袋)	
●賞味期限・箱外箱底に記載 ●保存方法・麦茶は他の香りが付きやすく湿気を嫌うため、高温多湿の場所を避けて保存してください。	
●製造者・株式会社 伊藤園 HI 東京都渋谷区本町3-47-10	
●使用上のご注意・開封後はお早めにお飲みください。つくった麦茶は冷蔵庫に入れ、なるべくその日のうちにお飲みください。	
●お客様相談室 1ついでフリーコール:0800-100-1100 http://www.itoen.co.jp	

- 제품명
- 원재료명 및 식품첨가물
- 원산지
- 영양성분표시
- 순증량
- 생산일자
- 저장방법
- 생산자, 유통자 정보
- 주의사항

출처 : 현지방문조사(7Eleven, 2017.06)

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

일본 가공식품 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	일본어로 표기하는 것이 의무임. 글자 크기는 8포인트 이상의 활자로 통일됨
제품명	품명, 종류, 유형 등을 기재해야 함
원재료명 및 식품 첨가물	중량 비율이 높은 순으로 표기함. 원재료의 원산지명 및 수출국의 원산지명을 명확히 표기해야 함
영양성분	건강 증진법의 영양 표시 기준에 따라 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 영양성분 명시해야 함
내용량	내용중량(그램, 킬로그램), 내용체적(밀리리터, 리터), 내용수량(개수 등 단위) 중 하나의 방식으로 표기함
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	제조업자, 수입업자 등의 명칭 및 주소를 표기함
원산지	원산지 국가명을 반드시 기재해야 함
생산일, 유통기한	유통기한이 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년, 월, 일순으로 표기하며, 3개월 이상일 경우 년, 월만 표기함
보존방법	제품 개봉 전 보존방법을 표기함

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

1. 라벨 표기사항

일본 내 맥문동차 유사 제품, 가공식품 필수 표기사항 준수

일본으로 수입되는 모든 가공식품은 제품 외면에 필수 표기사항을 기재해야함. 현지매장 방문조사를 통해 확인된 제품들은 해당 라벨 표기사항을 준수하고 있는 것으로 확인됨

제품 포장재 전면에 표기되어야 할 항목으로는 제품명, 원재료명, 식품첨가물, 영양성분, 내용량(중량), 수입사나 유통사의 정보기재, 유통기한 등이 있음

표 9.1 일본 가공식품 라벨 표기사항

<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 보존방법 · 알레르기 유발 성분 · 내용량 · 원재료 	<ul style="list-style-type: none"> · 원산지 · 유통기한 · 제조자 / 수입자 상호명과 주소 · 식품첨가물
---	---

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

표 9.2 : 일본 라벨 표기사항 상세

항목	설명
1	표기 언어 일본 농림규격법, 일본 식품위생법에 따라 일본에서 유통되는 제품은 수입여부에 상관없이 일본어로 표기하는 것이 의무임. 글자 크기는 8포인트 이상의 활자로 통일된 활자를 사용해야함
2	제품명 제품의 특성을 구체적으로 설명할 수 있도록 품명, 종류, 유형 등을 기재해야 함
3	원재료명 및 식품 첨가물 원재료명을 중량 비율이 높은 순으로 표기하고 그 다음으로 식품첨가물을 중량 비율이 높은 순으로 표기해야 함. 원재료의 원산지명 및 수출국의 원산지명을 명확히 표기해야 하는데 식품첨가물은 감미, 보존, 영양, 착색, 제조 다섯 가지의 용도로 분류되며 해당 첨가물이 어떤 용도로 사용되었는지 표기함
4	영양성분 건강 증진법의 영양 표시 기준에 따라 열량이나 탄수화물 등과 같은 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 영양성분 명시해야 함
5	내용량 내용중량(그램, 킬로그램), 내용체적(밀리리터, 리터), 내용수량(개수 등 단위) 중 하나의 방식으로 표기함
6	제조자, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소 제조업자, 수입업자 등의 명칭 및 주소를 표기함
7	원산지 원산지 국가 명 반드시 기재해야 함
8	생산일, 유통기한 유통기한이 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년, 월, 일순으로 표기하며, 3개월 이상일 경우 년, 월만 표기함
9	보존방법 제품 개봉 전 보존방법을 표기함

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시

- 1) 제품명
- 2) 원재료명
- 3) 내용량
- 4) 보존방법
- 5) 생산자, 유통자 정보



- 6) 영양성분
100ml 기준 영양성분

栄養成分表示・抽出前 1袋 (8.5g) 当たり			
エネルギー	33kcal	炭水化物	6.6g
たんぱく質	1.2g	食塩相当量	0~0.005g
脂質	0.1~0.6g		
カフェイン	0mg		
栄養成分表示・抽出液 100ml当たり			
エネルギー	0kcal	炭水化物	0g
たんぱく質	0g	食塩相当量	0g
脂質	0g		
カフェイン	0mg		
ティーバッグ1袋を1ℓのイオン交換水にて2時間・20℃で抽出した液で測定した成分分析結果			

X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정

위생 요건 OVERVIEW

품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	
농·임산물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>
가공식품	<input checked="" type="checkbox"/>
유아식품	<input type="checkbox"/>
건강기능식품	<input type="checkbox"/>
음주류	<input type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>

조사가능항목	
농약잔류물	<input type="checkbox"/>
식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
중금속	<input type="checkbox"/>
전염병	<input type="checkbox"/>
병해충	<input type="checkbox"/>
병원성균	<input type="checkbox"/>
영양성분	<input type="checkbox"/>
치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

맥문동차(가공식품) 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물 기준치

유형	성분	기준
식품첨가물	acid clay	0.50%
	all-rac- α -tocopheryl acetate	사용 금지
	aluminium ammonium sulfate	사용기준 없음
	alcium carboxymethylcellulose	2.0% 이하
	calcium gluconate	1.0% 이하
	buckwheat extract	사용금지(착색료로서)
	biotin	사용 금지
	disodium edta	사용 금지
	fludioxonil	사용 금지
	iron sesquioxide	사용 금지
	hypobromous acid water	사용 금지
	imazalil	사용 금지
	pecan nut color	사용 금지
	peracetic acid composition	사용 금지
	phaffia color	사용 금지
	polybutene	사용 금지

출처: 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

1. 식품첨가물 규정

일본 내 액상차 식품유형의 식품첨가물 규정

일본으로 수입되는 액상차 제품은 식품첨가물 사용지침을 반드시 준수해야 하며, 이 기준은 일본 식품 위생법에 근거한 후생성 고시 제 370 호 「식품 첨가물 등의 규격 기준」에 규정되어 있음

일본은 식품 첨가물 규제를 포지티브 리스트를 통해 하고 있기 때문에, 사전에 등록된 농약 성분이 검출된다면 유통이 금지됨. 일본에서는 국제기준 등을 통해 뼈대가 되는 잔류 기준을 설정한 후 현지 사정에 맞게 개정해 나가고 있음

표 10.1 : 맥문동차(가공식품) 식품첨가물 기준

유형	성분	기준
식품첨가물	acid clay	0.50%
	all-rac- α -tocopheryl acetate	사용 금지
	aluminium ammonium sulfate	사용기준 없음
	alcium carboxymethylcellulose	2.0% 이하
	calcium gluconate	1.0% 이하
	buckwheat extract	사용금지(착색료로서)
	biotin	사용 금지
	disodium edta	사용 금지
	fludioxonil	사용 금지
	iron sesquioxide	사용 금지
	hypobromous acid water	사용 금지
	imazalil	사용 금지
	pecan nut color	사용 금지
	peracetic acid composition	사용 금지
	phaffia color	사용 금지
polybutene	사용 금지	

출처: 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. 위기의 일본 백화점, 이대로 몰락할 것인가?	노무라종합연구소	2016.10
2. 2017년 9월 월간 통계	일본 농림수산성	2017.09.25

※ 참고 사이트

1. Global Trade Atlas	www.gtis.com/gta
2. 한국 관세청	www.customs.go.kr
3. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
4. 茶ガイド	www.zennoh.or.jp/bu/nousan/tea/index.htm
5. 아사히 음료	www.asahiinryo.co.jp
6. 業界動向	gyokai-search.com
7. livedoorNews	news.livedoor.com
8. 総務省統計局	www.stat.go.jp
9. 株式会社 富士経済,	www.fuji-keizai.co.jp
10. 毎日新聞	mainichi.jp
11. Japanese Green Tea	www.japanesegreenteain.com
12. 流通ニュース	ryutsuu.biz
13. 河北新報	www.kahoku.co.jp
14. ルーミー	www.roomie.jp
15. 消費者庁	www.caa.go.jp
16. 日本流通産業新聞	www.bci.co.jp
17. 東京茶寮	www.tokyosaryo.jp
18. SUNTORY	www.suntory.co.jp
19. Statista	www.statista.com
20. Zuuonline	zuuonline.com
21. 時事ドットコム	www.jiji.com
22. ねとらぼ	nlab.itmedia.co.jp
23. 東洋経済	toyokeizai.ne
24. PRTimes	prt看imes.jp
25. Japan Monthly Web Magazine	japan-magazine.jnto.go.jp
26. 일본 후생노동성	www.mhlw.go.jp
27. 일본 소비차청	www.cae.go.jp
28. 일본 관세청	www.customs.go.jp
29. 한국 관세청	www.customs.go.kr
30. 일본농림수산성	www.maff.go.jp