



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 보릿가루(Barely Flour)

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	21
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	42
VI. 유통업체 현황	43
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	45

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	50
1. 통관 및 검역 절차	54
2. 관세율 정보	55
3. FTA 정보	56
4. 통관 및 검역 주의사항	57
Ⅷ. 인증 정보	58
1. 인증 취득정보	60
2. 제출서류	62
3. 전문가 인터뷰	63
Ⅸ. 라벨링 정보	64
1. 라벨 표기사항	66
2. 라벨링 예시	67
X. 위생요건 정보	68
1. 식품첨가물 규정	70
※ 참고 문헌	74

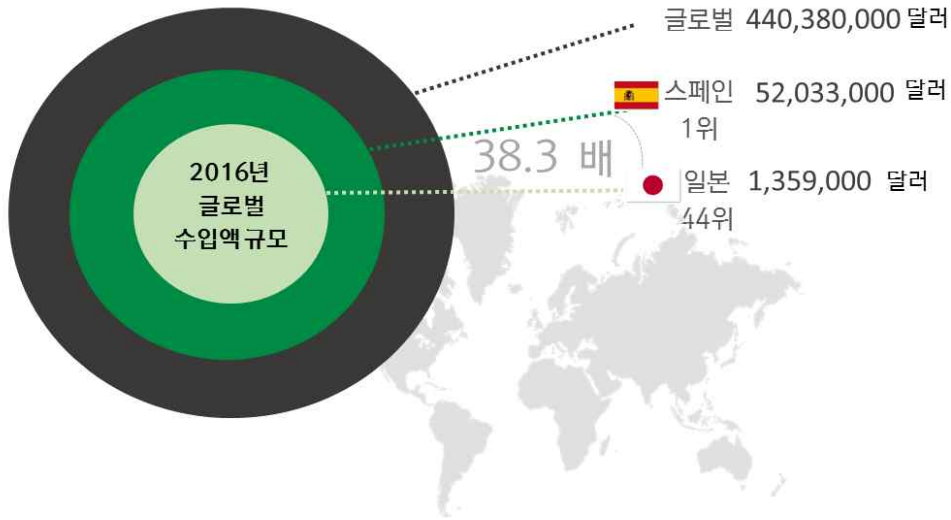


I. 시장 통계

※ 시장 통계 OVERVIEW

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

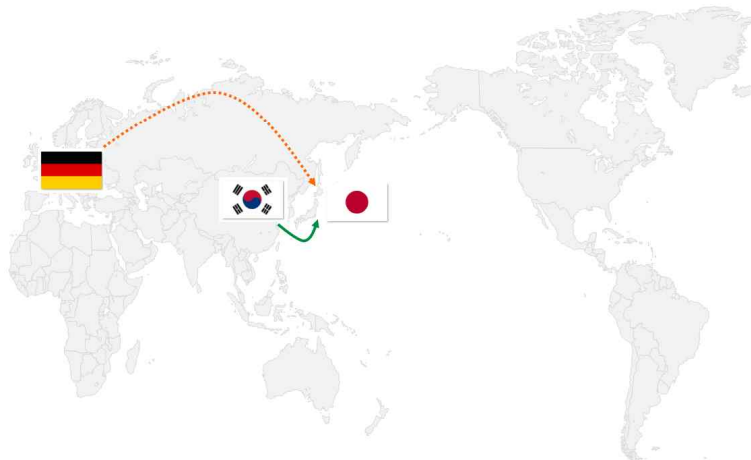
시장 통계 OVERVIEW



2016년 일본 내 HS CODE 1102.90 품목 수입액 규모

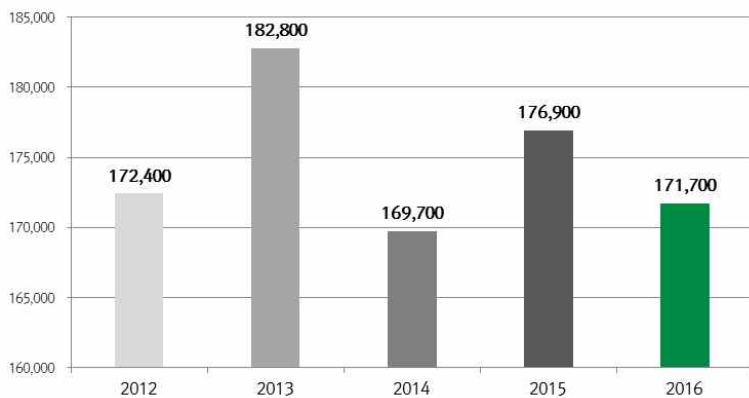
(단위 : 달러)

전체	1,359,000	독일	603,000	한국	232,000
		1위		3위	



▶ 일본 보리 생산량 추이

(단위 : 톤)



글로벌 수입규모
1위 스페인, 44위 일본
일본 수입상대국,
1위 독일, 3위 한국
2016년 기준 일본 보리 생산량
17만 1,700톤

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.jp

보릿가루 통계 기준 설정

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

수입 통계 기준, HS CODE 1102.90로 설정

글로벌 및 일본 내 보릿가루의 수요 파악을 위해 HS CODE 6자리 1102.90을 수입통계 분석 기준으로 설정함. 보릿가루에 해당하는 HS CODE는 일본에서 정부에 의한 수입 여부에 따라 HS CODE 1102.90.110(정부에 의한 수입)과 1102.90.190(기타) 둘 다 해당할 수 있으므로 그 상위 HS CODE인 1102.90(곡물의 고운 가루의 기타)를 일본 내 수입통계 분석 기준으로 설정함

표 1.1 : 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	1102.90
	일본 수입규모 및 성장률		1102.90
품목 통계	일본 보리 생산량	품목 키워드	Barely flour production
	일본 보리 식품 수입규모		Imports of barley products

표 1.2 : 일본 보릿가루 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1102	곡물의 고운 가루[밀가루나 메슬린(meslin) 가루는 제외]
	1102.90	기타
	1102.90.1000	보릿가루
	1102.90.2000	쌀 가루
	1102.90.3000	호밀 가루
일본	1102.90.9000	기타
	1102	곡물의 고운 가루[밀가루나 메슬린(meslin) 가루는 제외]
	1102.90	기타
		1. 보릿가루 및 쌀 보릿가루
	1102.90.110	정부가 주요 식량의 수급 및 가격안정에 관한 법률 제42조의 규정에 의하여 수입하는 것, 동법 제 43조의 규정에 따라 신청을 통해 매입 및 매도하여 보리 등으로 수입되는 것 및 동법 제45조 제1항 제3호에 규정되는 보리 중 대통령령으로 정하는 바에 따라 농림수산부 장관의 인증을 받아 수입하는 것
	1102.90.190	기타

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

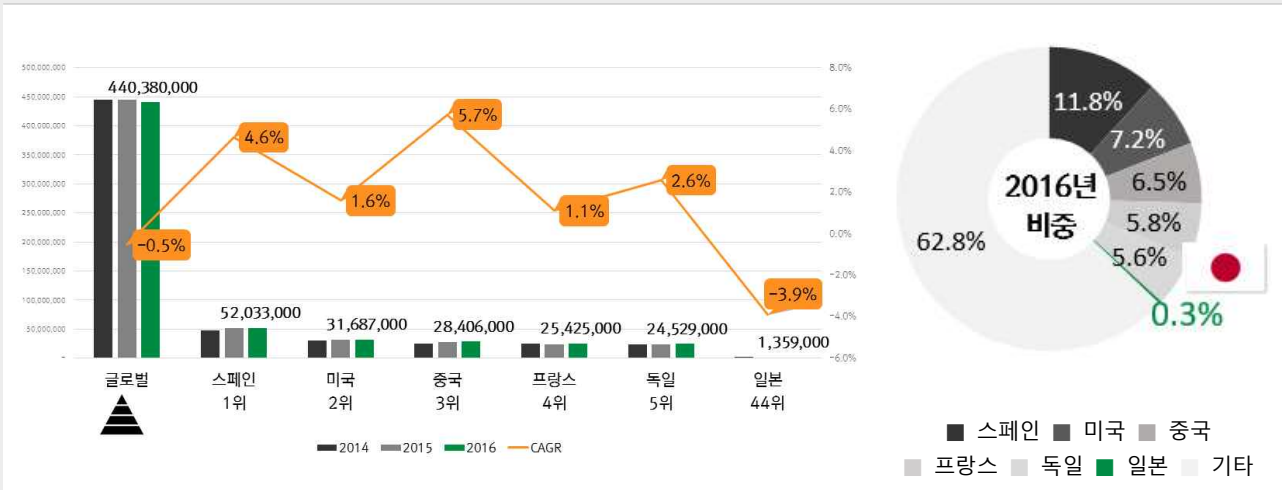
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 1102.90 품목 수입규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



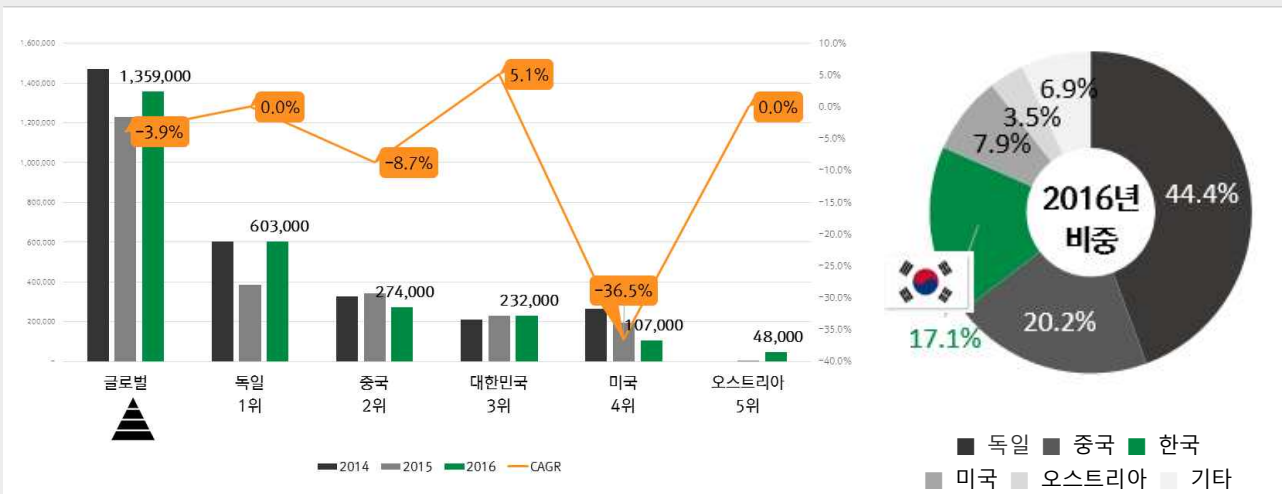
출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2016년 기준 HS CODE 1102.90 품목의 글로벌 수입규모는 4억 4,038만 달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 성장률 0.5%의 하락세를 기록하고 있음. 해당 품목 수입액 1위국인 스페인의 수입규모는 2016년 기준 5,203만 3,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 4.6%의 성장률을 보임
- 2016년 기준 일본의 HS CODE 1102.90 품목의 글로벌 수입규모는 135만 9,000달러로 전체 수입액의 0.3%를 차지함. 해당 품목 수입액 1위국인 스페인과 2위국인 미국은 각각 전체 수입액의 11.8%, 7.2%를 차지하고 있음

일본 수입 통계 분석

표 1.4 : 일본 HS CODE 1102.90 수입액 규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



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

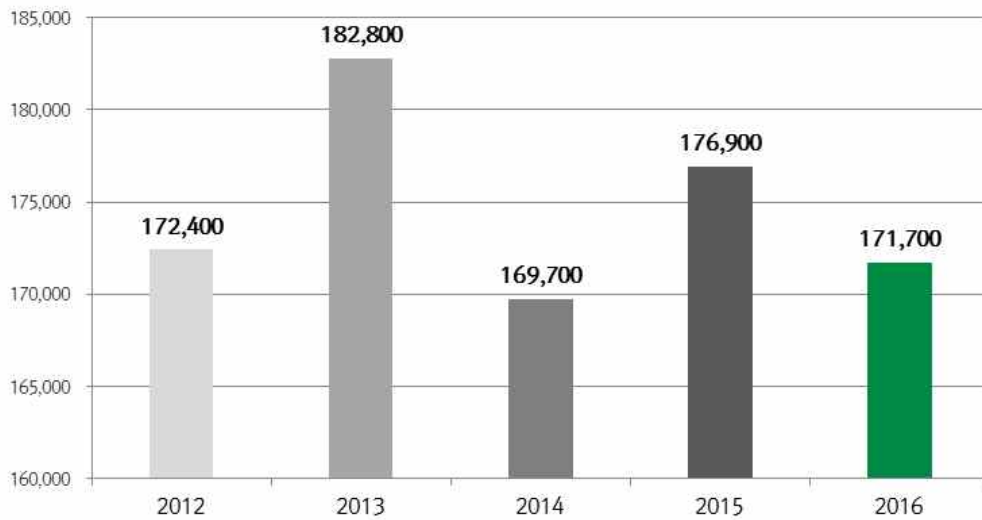
- 2016년 기준 일본의 HS CODE 1102.90 품목 최대 수입상대국인 독일의 수입규모는 60만 3,000달러로 일본 내 전체 해당 품목 수입액의 점유율 44.4%를 차지하고 있음
- 2016년 기준 일본 내 HS CODE 1102.90 품목 한국산 수입규모는 23만 2,000달러로, 전체의 17.1%를 차지함. 한국은 2014년부터 2016년까지 일본의 수입상대국 상위 5개국 중 유일하게 성장세를 보임

3. 품목통계 종합분석

일본 보리 생산량 추이

표 1.5 : 일본 보리 생산량 추이(2012~2016)

(단위 : 톤)



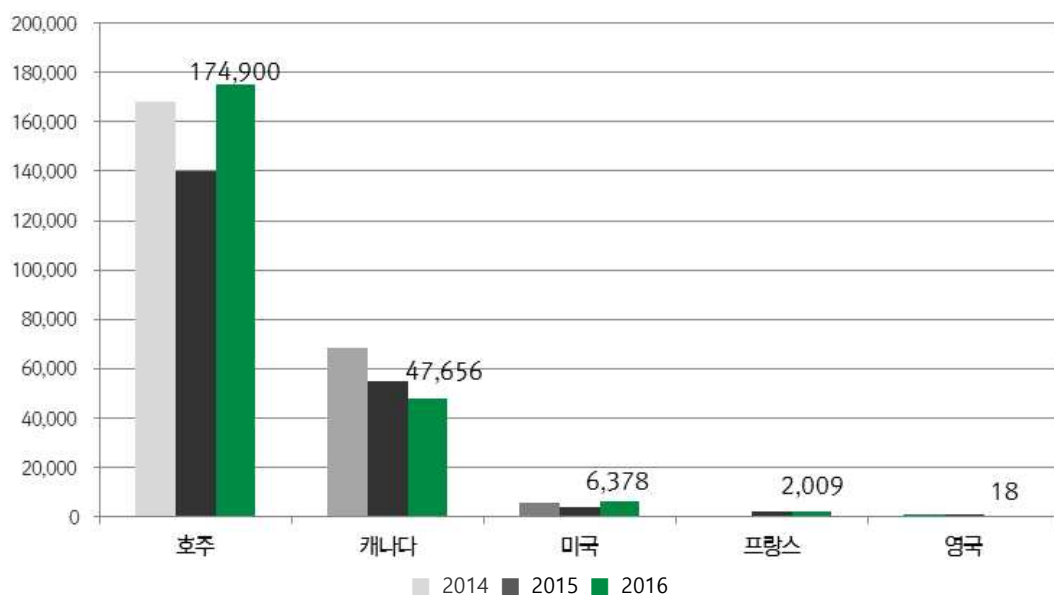
출처 : USDA, 'Grain and Feed Annual_Tokyo_Japan', 2017.03.17

- 일본 내 보리 생산량은 최근 5년간 증감을 반복하고 있음. 보리 최대 생산 연도는 18만 2,800톤을 기록한 2013년이었고, 최소 생산 연도는 16만 9,700톤을 기록한 2014년이었음. 2016년 기준 보리 생산량은 17만 1,700톤으로, 2015년에 비해 5,200톤 감소함

일본 보리식품 수입규모

표 1.6 : 일본 보리식품 수입규모(2014~2016)

(단위 : 톤)



출처 : USDA, 'Grain and Feed Annual_Tokyo_Japan', 2017.03.17

- 미국 농무부(USDA)의 2017년 보고서에 의하면, 일본에서 보리를 원재료로 활용한 식품을 가장 많이 수입한 국가는 호주로, 수입량은 2016년 기준 17만 4,900만 톤의 수입량을 보임. 2위와 3위는 캐나다와 미국으로, 수입규모는 각각 4만 7,656톤, 6,378톤임



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	SankeiBiz	www.sankeibiz.jp
2	야노경제연구소	www.yano.co.jp
3	PRwire	prw.kyodonews.jp
4	Ameba	news.ameba.jp
5	The Japan Times	www.japantimes.co.jp
6	Food&Wine	www.foodandwine.com
7	니혼케이자이 신문	www.nikkei.com
8	식품 비즈니스 포털	www.foods-ch.com

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

	<h3>Trend 01. Consumption Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 페트병 보리차 소비량 5년 전 대비 1.6배 증가
	<h3>Trend 02. Item Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 기능성 무당(無糖) 차 음료 시장 확대 전망
	<h3>Trend 03. Distribution Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 높아지는 편의점 이용연령 - 장년층을 타겟으로 한 제품 등장
	<h3>Trend 04. Policy Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 유전자 변형(GMO)식품 표시제도 재검토 - 2017년부터 원산지 표기 의무화

페트병 보리차 소비량 5년 전 대비 1.6배 증가

최근 5년 사이 페트병 보리차의 인기가 급속히 높아져 판매량이 2016년 기준 2011년 대비 1.6배 증가함. 과거에는 티백을 구매하여 집에서 직접 끓여서 보리차를 마셨지만 맛별이 가구의 증가로 편리성을 살린 페트병 보리차의 소비량이 증가하고 있음. 또한 보리차는 카페인을 포함하고 있지 않아 잠을 설칠 걱정 없이 밤낮 구분 하지않고 마실 수 있어 옛날부터 일본인들의 사랑을 받아옴

가격대 또한 이토엔의 제품에 경우 티백 보리차 16봉지의 소비자 가격이 260엔(약 2,621원)인데 반해 페트병 제품은 650ml에 130엔(약 1,310원)으로 가격도 저렴함. 더불어 수도세와 가스 요금을 절약할 수 있어 티백 제품에 비하여 상대적으로 경제적임

산토리 식품 인터네셔널에 페트병 보리차 소비량 조사결과에 따르면 2011년 총 소비량은 약 3,400만 상자(1 상자 당 500ml병 24개)인데 반해, 2016년 페트병 보리차의 소비량은 약 5,500만 상자로 늘어남

도쿄 음료 연구소에 따르면 페트병 보리차의 소비량 증가에 가장 큰 요인은 ‘ 편리함’ 이라고 발표함. 집에서 끓인 보리차의 경우 오래 마실 수 없는 특징이 있어 자주 끓여야하는 불편함 때문에 시간이 부족한 특히 맛별이 세대에서 많이 구입하고 있는 것으로 확인됨².

2. サンケイビズ, 'ペットボトル麦茶販売、5年で1.6倍 熱中症対策、共働きに需要', 2017.06.01

2. 제품 트렌드

기능성 무당(無糖) 차 음료 시장 확대 전망

2016년 야노경제연구소가 발표한 ‘음료 시장관련 조사’ 보고서에 따르면 2016년 일본 음료 시장 규모는 5조 400억 엔(약 50조 4,400억 원)을 기록함. 전체 분야 가운데 무당 음료 및 미네랄워터가 호조를 나타냄. 이 가운데 기능성 식품으로 인정받은 무당 음료 제품이 서서히 시장에 출시되고 있는 추세임. 이들은 일반 제품보다 고가임에도 불구하고 부가적인 기능으로 인해 소비자들의 선호도가 높은 것으로 나타남³.

이러한 트렌드를 반영하듯 2016년 11월 다이토도 링코 주식회사(Dydo)와 주식회사 판클(Fand)이 공동 개발한 기능성 무당 음료가 출시됨. 울무, 보리 등이 배합된 제품으로 출시 이후 8개월 간 누적 판매량 2,000만개를 돌파하며 큰 인기를 얻음⁴. 2017년 4월에는 일본 코카콜라에서도 기능성을 인정받은 보리차를 새로 출시함. 지방 감소 기능을 내세워 젊은 여성층을 타겟으로 활발히 마케팅을 진행 중임⁵.

표 2.1 : 최근 출시된 기능성 보리음료

제조업체		
	Coca Cola Japan Company, Inc.	Fancl, Dydo
국가	일본	일본
출시일	2017.04	2016.11
신제품		
	Soben Beauty Tea	Adult's Caro Limit Hamamugi Blend Tea

출처 : Rakuten (www.rakuten.co.jp)

3. Yano Research, ‘飲料市場に関する調査を実施’, 2016.11.29

4. PR Wire, ‘機能性表示食品「大人のカロリミット はとむぎブレンド茶」発売から約8か月で累計販売本数2,000万本突破!’, 2017.07.10

5. Ameba, ‘本日発売『爽健美茶 健康素材の麦茶』脂肪を減らす機能性とは!? 本家『爽健美茶』もさらに進化していた!’, 2017.04.24

높아지는 편의점 이용연령

2017년 8월 The Japan Times에 따르면 급속도로 진행되는 고령화에 따라 일본 대표 유통채널인 편의점도 대안을 마련하고 있는 것으로 나타남. 편의점 체인들은 주거 단지 내 매장을 추가로 오픈하거나 매장 내 장년층 케어 상담 데스크를 마련할 것이라 밝힘. 대표 편의점 프랜차이즈 세븐일레븐(Seven Eleven Japan)은 도쿄 외곽 히가시무라야마(Higashimurayama)에 있는 정부 산하의 아파트 단지 내 매장을 신규로 오픈함

또한, 세븐일레븐은 일본 물류 대표기업인 세이노 홀딩스(Seino Holdings Co)와 제휴하여 장년층을 위한 배송서비스를 강화할 것이라 밝힘. 여성 직원을 활용하여 제품을 배송하는 것뿐만 아니라 장년층 고객을 살피는 서비스까지 제공할 것이라 함. 일본 세븐일레븐 관료에 따르면 고령화로 인해 오프라인 매장으로 방문하는 것에 한계를 느끼는 고객이 증가하고 있다고 함. 이에 장년층이 쇼핑을 조금 더 편리하게 즐길 수 있는 매장을 만드는 것을 목표로 진행한다고 전함⁶.

장년층 타깃 제품 등장

2016년 4월 Food&Wine에 따르면 편의점 프랜차이즈 로손(Lawson)은 간편 음식에 음식물의 씹는 정도를 1에서 5단계 까지 구분하여 표기함. 이를 통해 장년층이 제품을 선택하는 데 필요한 정보를 부가적으로 제공함. 또한, 중장년층의 편의를 돕기 위해 1인분으로 미리 손질된 야채, 육류 제품과 맞춤형 위생용품 등을 배치함⁷.

6. The Japan Times, 'Convenience stores expand services, locations for seniors', 2017.04.22

7. Food&Wine, 'How Japanese Mini-Marts Cater to Older Customers', 2016.08.23

4. 정책 트렌드

유전자변형(GMO)식품 표시제도 재검토

일본 소비자청은 2016년부터 유전자변형식품 표시 의무대상을 확대하기 위해 노력하고 있는 가운데, 2017년 4월에 처음으로 EU 기준을 참고하여 GMO 표시 대상 품목을 확대하고 비의도적 혼입 허용치를 줄이는 것을 검토함. 세계 최대 GMO 식품 수입국인 일본은 그동안 비의도적 혼입 허용치 규정이 모호하여 논란의 대상이 되어왔기 때문에 이번 규제 검토가 시장에 끼칠 영향에 이목이 집중되고 있음⁸.

2017년부터 원산지 표기 의무화

일본 농림수산업성(農林水産省)과 소비자청(消費者庁)은 2016년 11월 29일 「가공 식품의 원료 원산지 표시 제도에 관한 검토회」의 「중간 정리」 내용을 공표함. 본 회의에서 가공식품 원재료의 원산지를 국가별 중량순서로 표시하는 것을 원칙으로 규정함. 이를 통해 수입제품에 대해서는 수입산으로 표시하고 수입 중간가공품에 대해서는 가공지역을 표시하는 방안을 검토함. 또한 검토회는 일본산 원재료는 ‘国産’으로 표시되어야 하고 수입된 재료들은 Country라고 표기해야 한다고 규정함⁹.

표 2.2 : 원재료 원산지에 대한 국가별 표시 기준

국가별 표시 기준

1. 가능성표시(‘또는’표시)
 - 복수의 국가의 원재료가 사용된 경우, 중량비율이 높은 것부터 순서대로 ‘또는’이라는 연결 어구를 사용하여 표시하는 방법
2. 카테고리 표시(‘수입’표시)
 - 3개 이상의 국가의 원산지 표시를 ‘수입’으로 묶어 일괄적으로 표시하는 방법
 - 수입품과 국산을 혼합하여 사용한 경우, 중량의 비율이 높은 것부터 순서대로 표시하는 방법
3. 카테고리 표시 + 가능성표시
 - 3개 이상의 국가를 표시할 때 ‘수입’으로 묶어 일괄적으로 표시할 경우, ‘수입’과 ‘~국산’을 중량이 높은 순서대로 ‘또는’이라는 연결 어구를 사용하여 표시하는 방법
4. 중간 가공원료의 제조지 표시
 - 대상원료가 중간 가공원료인 경우, 해당 원료의 제조지를 ‘~(국명)제조’로 표시하는 방법
 - 중간 가공원료인 대상 원재료의 산지가 판명되어 있는 경우, ‘~(국명)제조 + 해당 원료명’으로 함께 표시하는 방법

출처 : 食ビジネスのポータルサイト(www.foods-ch.com)

8. 日本経済新聞, 「遺伝子組み換え食品の表示拡大を検討 消費者庁」, 2017.04.26

9. 食ビジネスのポータルサイト, 「加工食品の原料原産地表示の拡大 - 義務対象は? 4つの例外表示とは?」, 2017.02.07

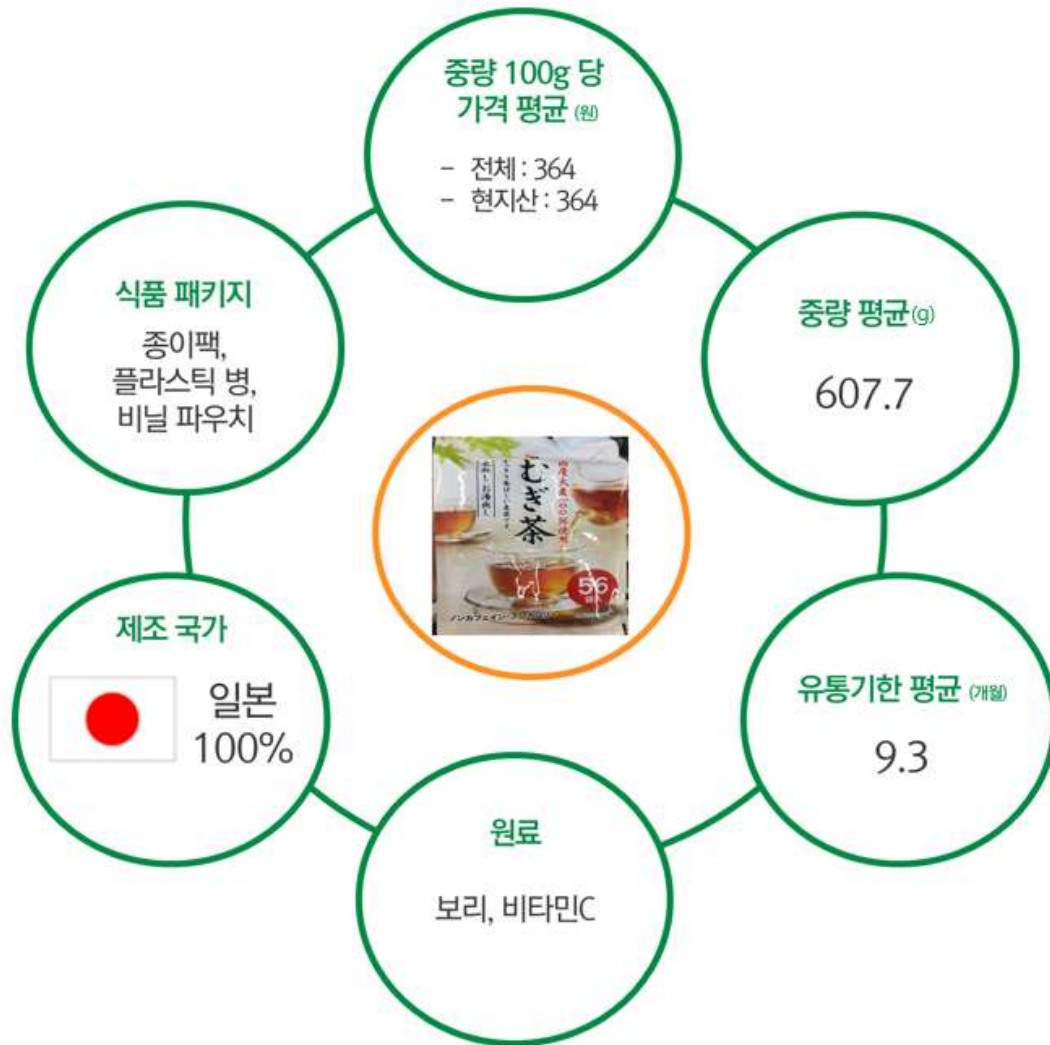


Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

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

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※조사된 경쟁제품 모두가 현지산으로 중량당 가격, 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출됨

구분	제품명	제조사	제조국가
1	보리차	주식회사 엘비	일본
2	보리차	ITO EN	
3	참깨 보리차	산토리	
4	상건미차	일본 코카콜라 주식회사	
5	상냥한 보리차	산토리	
6	상냥한 보리차	산토리	
7	보리차	주식회사 엘비	
8	보리차	ITO EN	
9	보리차	이온 주식회사	
10	엄선 보리차	주식회사 자스티스	
11	보리차	협동유업주식회사	
12	보리차	주식회사 하쿠파쿠	
13	보리차	ITO EN	

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

편의점		
Seven Eleven	Mini Stop	LAWSON
		
〒162-0056 Tōkyō-to, Shinjuku-ku, Wakamatsuchō, 3 1-8, Japan	モアクレスト河田町, 〒162-0056 Tōkyō-to, Shinjuku-ku, Wakamatsuchō, 1 2-3, Japan	〒162-0056 Tōkyō-to, Shinjuku-ku, Wakamatsuchō, 1 1-1, Japan

출처 : 현지 방문조사(Seven Eleven, Mini Stop, Lawson, 2017.05)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 13개 선정¹⁰.

구분	제품명	제조사	제조국가
1	보리차	주식회사 엘비	일본
2	보리차	ITO EN	
3	참깨 보리차	산토리	
4	상건미차	일본 코카콜라 주식회사	
5	상냥한 보리차	산토리	
6	상냥한 보리차	산토리	
7	보리차	주식회사 엘비	
8	보리차	ITO EN	
9	보리차	이온 주식회사	
10	엄선 보리차	주식회사 자스티스	
11	보리차	협동유업주식회사	
12	보리차	주식회사 하쿠파쿠	
13	보리차	ITO EN	

출처 : 현지 방문조사(Seven Eleven, Mini Stop, Lawson, 2017.05)

분석 지표 설정 - 6개 항목

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

10. 수출입통계에서 조사한 HS CODE 기준의 경우 보릿가루에 해당하지만 본 현지조사는 보리 성분이 포함된 음료 제품으로 진행되었기 때문에 수출입통계에서 수입액 1위를 차지한 국가의 제품이 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

보릿가루 경쟁제품, 100g당 평균 가격 364원¹¹.

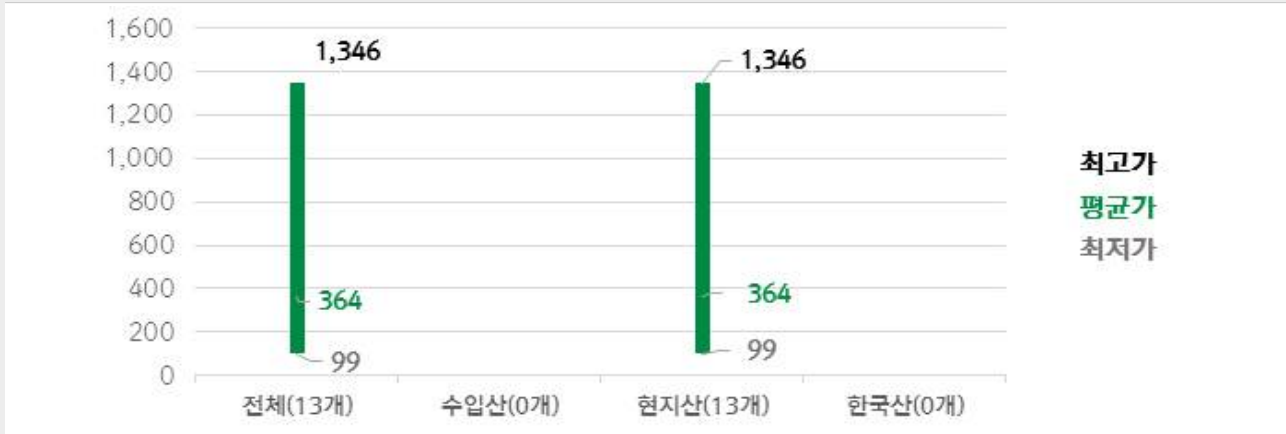
현지 매장 내 유통 및 판매가 확인된 보리차 관련 13개 제품 모두가 일본 현지산임¹². 이들 제품을 대상으로 분석을 진행한 결과 중량 100g당 전체 평균 가격은 364원이고, 최고가는 1,346원, 최저가는 99원으로 확인됨. 산토리의 ‘상냥한 보리차’의 경우, 판매처에 따라 가격에 차이가 나는 것이 확인됨

평균 중량 607.7g, 평균 유통기한 9.3개월

조사제품을 대상으로 산출한 평균 중량은 607.7g, 최대 중량은 1,000g, 최소 중량은 170g로 확인됨. 유통기한은 평균 9.3개월로 해당 제품 모두 8개월 이상으로 조사됨

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g)당 가격

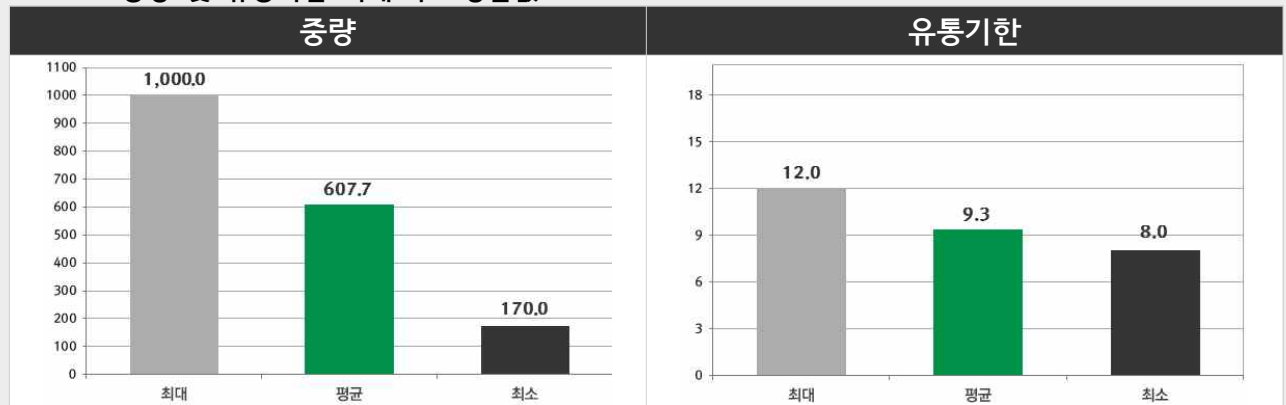
(단위 : 원)



출처 : 현지 방문조사(Seven Eleven, Mini Stop, Lawson, 2017.05)

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값¹³.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지 방문조사(Seven Eleven, Mini Stop, Lawson, 2017.05)

11. 1원(KRW) = 10.03엔(JPY) (KEB 하나은행 고시 기준, 2017.06.02)

12. 현지방문조사 결과, 일본 현지산 13종만 조사됨

13. 중량당 가격, 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출됨

3. 정성 분석

외장재는 음료 제품과 티백 제품이 서로 달라

조사된 보리 관련 제품은 크게 RTD제품¹⁴과 티백제품으로 분류되는데, 이러한 분류에 따라 외장재에도 차이가 있음. RTD제품의 외장재는 종이팩과 플라스틱 병이고, 티백제품의 외장재는 종이팩과 비닐 파우치로 조사됨

일본산 제품이 시장 대부분 점유

조사를 진행한 일본 편의점 내 보리 관련 제품은 모두 현지산으로 확인되었으며, 수입산이나 한국산 제품의 취급은 확인되지 않음

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류(외장재) 예시

RTD제품		티백제품	
종이	플라스틱	종이	비닐

출처 : 현지 방문조사(Seven Eleven, Mini Stop, Lawson, 2017.05)

표 3.4 : 경쟁제품 제조국가

구분	제품명	제조국가	제조국가 비중
1	보리차	일본	100.0%
2	보리차		
3	참깨 보리차		
4	상건미차		
5	상냥한 보리차		
6	상냥한 보리차		
7	보리차		
8	보리차		
9	보리차		
10	엄선 보리차		
11	보리차		
12	보리차		
13	보리차		

출처 : 현지 방문조사(Seven Eleven, Mini Stop, Lawson, 2017.05)

14. RTD란, 'Ready To Drink'의 약자로, 구매 후 바로 섭취가 가능한 제품을 일컫음

3. 정성 분석

비타민C·보리 외 곡물 함유 제품 확인

현지조사를 통해 확인된 경쟁제품 13개 모두 보리가 첨가되어 있음. 그 중 비타민C 함유 제품이 4개였고, 보리 외 울무, 현미, 옥수수와 같은 곡물이 함유된 제품도 확인됨

표 3.5 : 경쟁제품 원료 목록

구분	제품명	제조사	원료
1	보리차	주식회사 엘비	보리, 비타민C
2	보리차	ITO EN	보리 (캐나다, 호주)
3	참깨 보리차	산토리	보리, 울무, 참깨 단백질 분해물(참깨 펩티드 함유), 콩, 검은 깨, 향료
4	상건미차	일본 코카콜라 주식회사	보리, 현미, 난반키비, 로즈힙 추출물 분말, 비타민C
5	상냥한 보리차	산토리	보리, 현미, 울무, 대두식이 섬유, 해조 엑기스
6	상냥한 보리차	산토리	보리, 현미, 울무, 대두식이 섬유, 해조 엑기스
7	보리차	주식회사 엘비	보리, 비타민C
8	보리차	ITO EN	보리(캐나다, 호주, 미국) 음용 해양 심층수(고치현산), 맥아(호주), 비타민C
9	보리차	이온 주식회사	보리(일본)
10	엄선 보리차	주식회사 자스티스	육조보리
11	보리차	협동유업 주식회사	보리
12	보리차	주식회사 하쿠파쿠	보리(일본)
13	보리차	ITO EN	보리(미국), 쌀(태국), 맥아(호주), 옥수수(미국), 조(일본), 기장(일본), 울무(일본)

출처 : 현지 방문조사(Seven Eleven, Mini Stop, Lawson, 2017.05)

4. 현지 방문 조사자료

현지산 제품 13개 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	주식회사 엘비	ITO EN
	제품명	보리차	보리차
	중량(g)	1,000	432
	가격(엔)	98	474
	포장형태	종이팩	비닐 파우치
	원료	보리, 비타민C	보리(캐나다, 호주)
	유통기한(개월)	12	9
	제조국가	일본	일본
취급처	판매확인 매장 Lawson	Lawson	

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	산토리	일본 코카콜라 주식회사
	제품명	참깨 보리차	상건미차
	중량(g)	350	600
	가격(엔)	160	145
	포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
	원료	보리, 울무, 참깨 단백질 분해물(참깨 펩티드 함유), 콩, 검은 깨, 향료	보리, 현미, 난반키비, 로즈힙 추출물 분말, 비타민C
	유통기한(개월)	8	8
제조국가	일본	일본	
취급처	판매확인 매장	Lawson	

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05 ¹⁵	제품 06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	산토리	산토리
	제품명	상냥한 보리차	상냥한 보리차
	중량(g)	650	650
	가격(엔)	119	120
	포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
	원료	보리, 현미, 울무, 대두식이 섬유, 해조 엑기스	보리, 현미, 울무, 대두식이 섬유, 해조 엑기스
	유통기한 (개월)	10	10
	제조국가	일본	일본
취급처	판매확인 매장	Lawson	Mini Stop

15. 제품 5와 6의 경우, 동일한 제품이 판매처에 따라 가격이 다름이 확인됨

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07	제품 08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	주식회사 엘비	ITO EN
	제품명	보리차	보리차
	중량(g)	1,000	670
	가격(엔)	99	140
	포장형태	종이팩	플라스틱 병
	원료	보리, 비타민C	보리(캐나다, 호주, 미국) 음용 해양 심층수 (고치현), 맥아(호주) / 비타민C
	유통기한 (개월)	12	9
	제조국가	일본	일본
취급처	판매확인 매장	Mini Stop	Mini Stop

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 09	제품 10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	이온 주식회사	주식회사 자스티스
	제품명	보리차	엄선 보리차
	중량(g)	595	600
	가격(엔)	93	93
	포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
	원료	보리(일본)	육조보리
	유통기한 (개월)	8	9
제조국가	일본	일본	
취급처	판매확인 매장	Mini Stop	Seven Eleven

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 11	제품 12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	협동유업주식회사	주식회사 하쿠파쿠
	제품명	보리차	보리차
	중량(g)	1,000	448
	가격(엔)	99	192
	포장형태	종이팩	비닐 파우치
	원료	보리	보리(일본)
	유통기한(개월)	12	10
	제조국가	일본	일본
취급처	판매확인 매장	Seven Eleven	Seven Eleven

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 13
제품이미지	앞면	
	뒷면	
제품스펙	업체명	ITO EN
	제품명	보리차
	중량(g)	170
	가격(엔)	228
	포장형태	종이팩
	원료	보리(미국), 쌀(태국), 맥아(호주), 옥수수(미국), 조(일본), 기장(일본), 울무(일본)
	유통기한(개월)	10
	제조국가	일본
취급처	판매확인 매장	Seven Eleven

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



山本漢方製薬株式会社



		Fukui Barely Club	Yamamoto Kanpoh	ITO EN
		일본	일본	일본
기업 개요	설립년도	2010년	1977년	1966년
	취급품목	보리 관련 가공 제품	보릿가루 및 건강 제품	녹차, 보리차, 커피 등
	순 매출	-16.	44억 엔(2015년 기준) ¹⁷ 약 449억 원	4,655억 7,900만 엔(2016년 기준) 약 4조 7,543억 원
제품 정보				
		보릿가루	새싹보리 즙	보리차 티백
		카레 보릿가루	검은깨.검은콩 가루	보리차
홍보 전략		<ul style="list-style-type: none"> - 자사 홈페이지를 통한 전국 배송 판매 - 다양한 보리제품 생산 	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 내 이용률이 높은 대형 온라인 쇼핑몰을 통한 제품 홍보 및 판매 	<ul style="list-style-type: none"> - TV광고 등 영상매체를 활용한 제품 홍보 - 차도 교실 운영

16. Fukui Barely Club의 홈페이지 조사결과, 순 매출에 관한 정보를 찾을 수 없음

17. Yamamoto Kanpoh의 홈페이지 조사결과, 2015년 이후의 순 매출에 관한 정보를 찾을 수 없음

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑몰 조사 온라인 쇼핑몰 조사¹⁸.

- 키워드 : Barely flour, 大麦粉
- 온라인 쇼핑몰 분석
 - Rakuten(rakuten.co.jp)
 - Yahoo(business.ec.yahoo.co.jp/shopping)
 - Amazon(amazon.co.jp)

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 일본 현지 편의점 방문(2017.05)
 - Seven Eleven, Mini Stop, Lawson

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

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

로컬 기업 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

일본	일본	일본
		
· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>

18. 오프라인 현지 매장 조사를 통하여 1개의 경쟁사(ITO EN)를 도출하였으며, 이 외 2개의 경쟁사(Fukui Barley Club, Yamamoto Kanpoh)는 보릿가루 생산 업체 및 보릿가루 가공 제품을 생산하는 주요 경쟁사 조사를 위해 온라인 쇼핑몰과 업체 홈페이지 조사를 통하여 경쟁사를 도출함

2. 경쟁사별 현황 파악

Fukui Barely Club 정보

- 주소 : 〒918-8216
福井県福井市殿下町48-6
- 연락처 : +81-0776-97-6369

출처 : Fukui Barely Club
(www.oomugi-club.com)

일본 기업 분석 : Fukui Barely Club

일본 육조보리¹⁹. 시장점유율 30%를 차지하는 Fukui Barely Club은 2010년 후쿠이현에 설립됨. 육조보리 관련 다양한 제품을 판매하며, 후쿠이현의 특산품으로 인지도가 높음

특히 주력제품인 카레 가루와 보릿가루를 배합하여 만든 제품이 자사 운영 쇼핑몰에서 판매 1위를 차지하고 있음. 이 외에도 보리 국수, 보리 소스, 보리된장, 보리차 등 보리를 가공한 다양한 제품을 판매하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 2010년
- ② 취급품목 보리 관련 가공 제품



출처 : Fukui Barely Club(www.oomugi-club.com)

[제품 정보]

제품 종류	보릿가루	보리 국수	카레 보릿가루	보리된장

출처 : Fukui Barely Club(www.oomugi-club.com)

[홍보 전략]

온라인 판매	다양한 보리 제품 생산
<p>“자사 홈페이지를 통한 전국 배송판매”</p>	<p>“보리를 사용한 다양한 제품 생산”</p>

출처 : Fukui Barely Club(www.oomugi-club.com)

19. 보리는 알곡이 배열된 열 수에 따라서 이조보리(두 줄 보리)와 육조보리(여섯 줄 보리)로 구분됨

2. 경쟁사별 현황 파악

Yamamoto Kanpoh 정보

- 주소 : 157,Takihigashimachi, Komaki-shi, Aichi 485-0035 Japan
- 연락처 : +81-0568-77-2211

출처 : Yamamoto Kanpoh
(www.kanpo-yamamoto.com)

일본 기업 분석 : Yamamoto Kanpoh

1977년에 설립된 건강 차 제조업체로, 새싹보리를 원료로 한 관련 제품 등 200여 개에 이르는 다양한 건강 차 제품을 판매하고 있음. 2014년 기준 새싹보리 제품인 Aojiru가 드럭스토어 판매 1위를 기록함



[기업 개요]

- ① 설립년도 1977년
- ② 순 매출 44억 엔(2015년 기준)²⁰
- ③ 취급품목 보릿가루 및 건강제품

출처 : Yamamoto Kanpoh(www.kanpo-yamamoto.com)

[제품 정보]

제품 종류	새싹보리 즙	검은콩검은깨 가루	율무 티백	삼백초 차 티백
				

출처 : Yamamoto Kanpoh(www.kanpo-yamamoto.com)

[홍보 전략]

온라인 쇼핑몰 판매

“다양한 온라인 쇼핑몰을 통한 제품 홍보 및 판매”

		
[자사 홈페이지]	[라쿠텐]	[아마존]

출처 : Yamamoto Kanpoh(www.kanpo-yamamoto.com)

20. Yamamoto Kanpoh의 홈페이지 조사결과, 2015년 이후의 순 매출에 관한 정보를 찾을 수 없음

2. 경쟁사별 현황 파악

일본 기업 분석 : ITO EN

1966년 설립되었으며, 차 관련 제품을 생산·유통하는 음료 전문 기업임. 일본뿐만 아니라 미국, 호주에도 자회사가 있으며, 일반 소비자들을 위한 독자적인 온라인몰을 운영하고 있음. 주요 제품은 녹차, 말차, 보리차를 활용한 티백 제품, RTD제품이 있음

ITO EN정보

- 주소
Shibuya, Tokyo, Japan
- 연락처 : +81-3-5371-7111
출처: ITO EN (www.itoen.com)

일본 전통 차의 맛을 재현하고 유지하는 활동에 적극적인 ITO EN은 차도 교실을 운영하여 일반 소비자들에게 제품의 신뢰도와 전통 차 및 건강 차에 대한 관심을 제고시키고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1966년
- ② 순 매출 4,655억 7,900만 엔(2016년)
- ③ 취급품목 녹차, 보리차, 커피 등



출처: ITO EN(www.itoen.com)

[제품 정보]

제품 종류



티백, RTD제품과 같은 다양한 유형의 건강 차 제품을 판매

출처: ITO EN(www.itoen.com)

[홍보 전략]

TV광고 등 영상매체를 활용한 제품 홍보

“일본의 향기”



차도(茶道) 교실 운영

“일본 전통의 차도 교실을 운영하여 건강 차에 대한 관심제고”



출처: ITO EN(www.itoen.com)



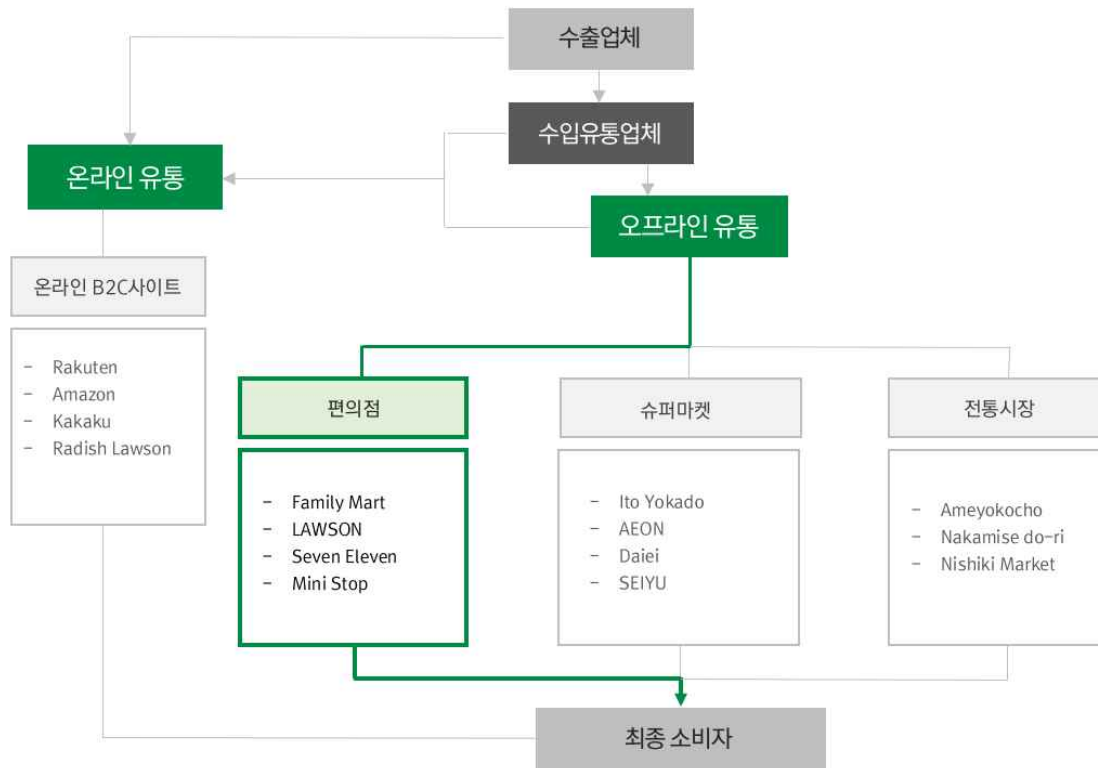
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

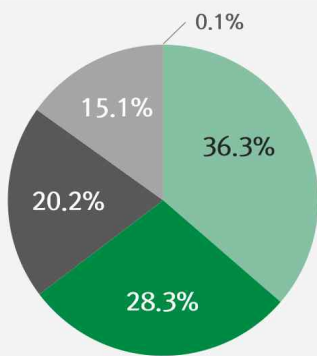
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

● 현지 유통구조 Map



● 현지 유통채널별 유통점유율



■ 슈퍼마켓 ■ 편의점 ■ 온라인 유통 ■ 전통시장 ■ 기타

유통채널별 정의 및 특징

- **슈퍼마켓** : 일용잡화류를 판매하는 소매점으로, 면적이 최소 400 ~ 5,000㎡ 이상임
- **편의점** : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 소매점
- **온라인 유통** : 전자상거래 등 온라인 플랫폼을 통한 판매점
- **전통시장** : 근대적 유통시설이 본격적으로 개발되기 전에 개설된 시장
- **기타** : 백화점, 소규모 소매점 등을 포함함

출처 : Agriculture and Agri-Food Canada, 'Modern Grocery Retailing in Japan', 2016.03

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 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 마련해야 할 것이라고 보여 짐²¹⁾.

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

1. 추천 진출 경로

ROUTE #2. 변화의 갈림길에 선 GMS²².

일본 내 슈퍼마켓은 인터넷 구매율의 급성장과 접근성이 우수한 편의점의 증가로 인해 2016년 이후 도쿄 등 수도권 매장의 영업시간을 단축하는 등 어려운 상황에 직면함

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 변경함

슈퍼마켓 업체는 유통시장 점유율을 유지하기 위한 다양한 방안을 모색하고 있음. 일본 최대 유통그룹인 AEON은 자회사 ‘다이에’를 식료품 전문매장인 ‘이온 푸드 스타일 스토어’로 전환하는 방안을 검토하고 있음²³.

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

23. 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

1. 추천 진출 경로

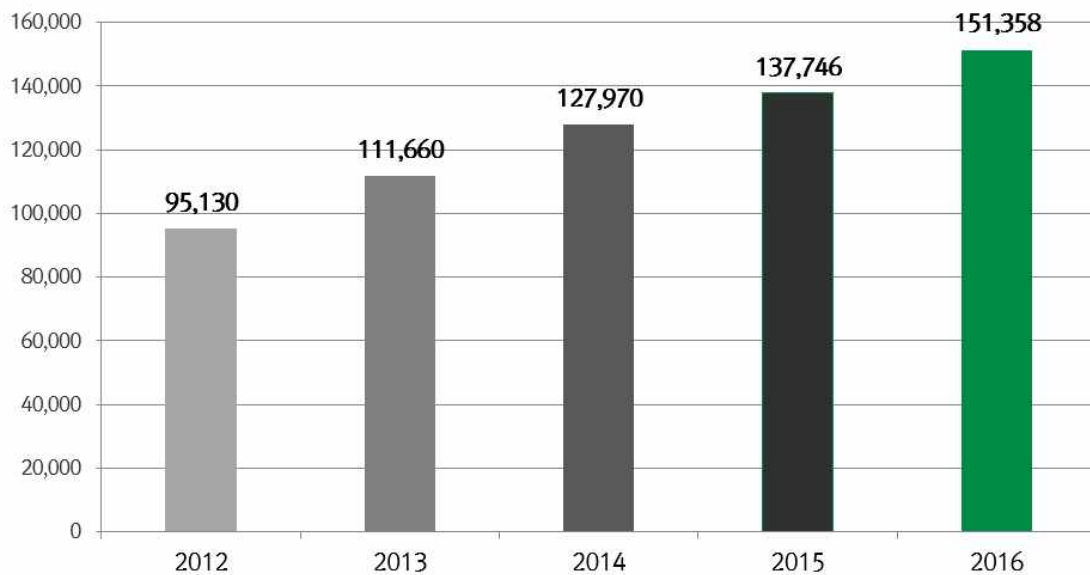
ROUTE #3. 빠른 성장을 거듭하는 온라인 전자상거래 시장

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 기록함²⁴.

일본 온라인 유통채널은 일본의 효율적인 물류 시스템과 낮은 온라인 사기범죄율, 높은 스마트폰 보급률 등 전반적으로 온라인 거래에 우호적인 환경으로 인해 빠른 성장을 거듭하고 있음²⁵.

표 5.1 : 일본 온라인 B2C 전자상거래 시장 규모 추이

(단위 : 억 엔)



출처 : 일본 경제산업성(www.meti.go.jp)

24. 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

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

1. 추천 진출 경로

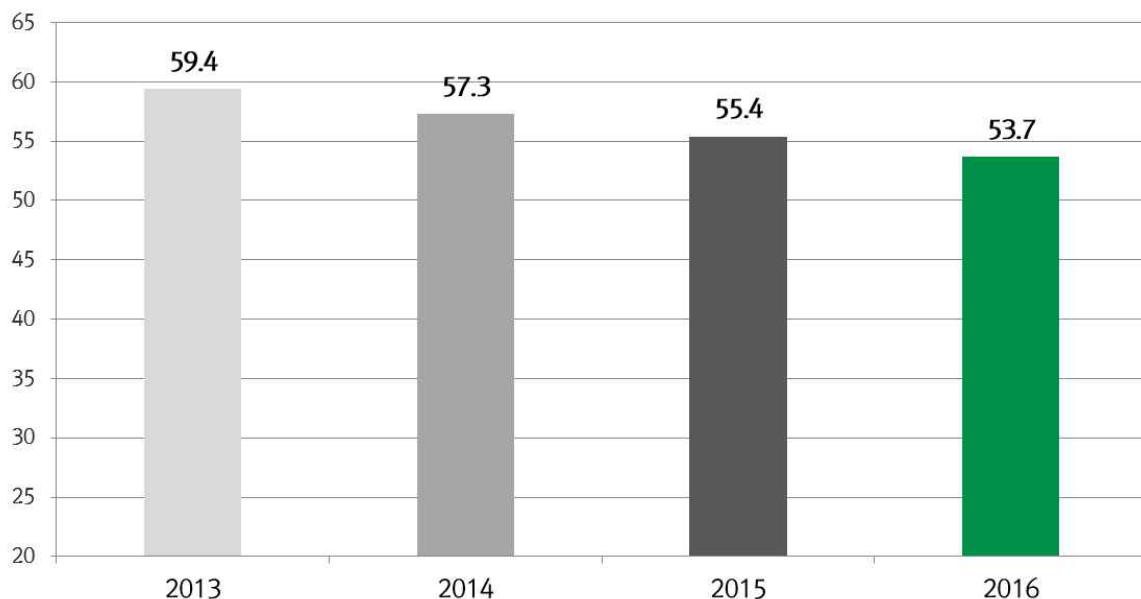
ROUTE #4. 전통시장

캐나다 농업농산식품부(AAFC, Agriculture and Agri-Food Canada)가 발표한 자료에 따르면 일본 전통 식료품 시장은 2019년 까지 연평균 2.5%의 완만한 시장규모 하락세를 기록할 전망이다. 일본 도시지역이 확장됨에 따라 기존 전통시장이 줄어들고 있으며 편의점과 슈퍼마켓이 자리를 대체하고 있음

그러나 일본 전통 식료품 시장은 2016년 537억 달러(약 60조 5,470억 원)로 추정되며 일본 식료품 유통 점유율의 15.1%를 기록하며 여전히 식료품 유통 시장의 높은 비중을 차지하고 있음²⁶.

표 5.2 : 일본 전통 식료품시장 시장규모 추이

(단위 : 십억 달러)



출처 : 캐나다 농업농산식품부(www.agr.gc.ca)

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

1. 추천 진출 경로

시장점유율

캐나다 농업농산식품부(AAFC, Agriculture and Agri-Food Canada)가 발표한 자료에 따르면 2016년 일본 식료품 유통채널 점유율은 슈퍼마켓이 36.3%, 편의점이 28.3%, 온라인 판매가 20.2%, 전통시장이 15.1%, 기타 채널이 0.1%임

시장 점유율 상위 2개 유통채널 중 2015-2019년 연평균성장을 전망치 비교 결과 슈퍼마켓의 경우 0.3%의 감소세를 기록할 것으로 예상되는 반면 편의점의 경우 1.4%의 완만한 성장세를 기록할 것으로 전망됨^{27,28}.

제품 적합성

일본 현지에서는 보리 관련 제품을 기능성식품으로 인식하고 있으므로 곡물이 함유된 제품의 취급 여부를 지표로 설정함. 편의점을 포함한 모든 유통채널에서 보리가 함유된 음료제품의 취급이 확인됨

한국산 취급 여부

일본 내에서 유통되는 보리차, 보릿가루, 보리차 티백제품은 대부분 일본 현지산 제품이며 한국산과 수입산 제품의 취급이 확인되지 않음

표 5.3 : 유통경로 분석 결과

 편의점	지표	세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장점유율	전체 시장점유율의 약 30% 이상 차지	
시장성장률		2015-2019년 연평균 성장을 플러스 성장 전망 여부		
2. 제품적합성	제품컨셉	곡물이 함유된 제품의 취급 여부		
	3. 진출가능성	한국제품취급여부		
 슈퍼마켓	1. 시장성	시장점유율		
		시장성장률	2015-2019년 연평균 성장을 플러스 성장 전망 여부	
2. 제품적합성	제품컨셉	곡물이 함유된 제품의 취급 여부		
	3. 진출가능성	한국제품취급여부		
 전통시장	1. 시장성	시장점유율		
		시장성장률	2015-2019년 연평균 성장을 플러스 성장 전망 여부	
2. 제품적합성	제품컨셉	곡물이 함유된 제품의 취급 여부		
	3. 진출가능성	한국제품취급여부		

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

28. 2015년 점유율 기준으로 2015-2019년 연평균성장률 전망치를 적용해 환산함

1. 추천 진출 경로

편의점 진출 추천

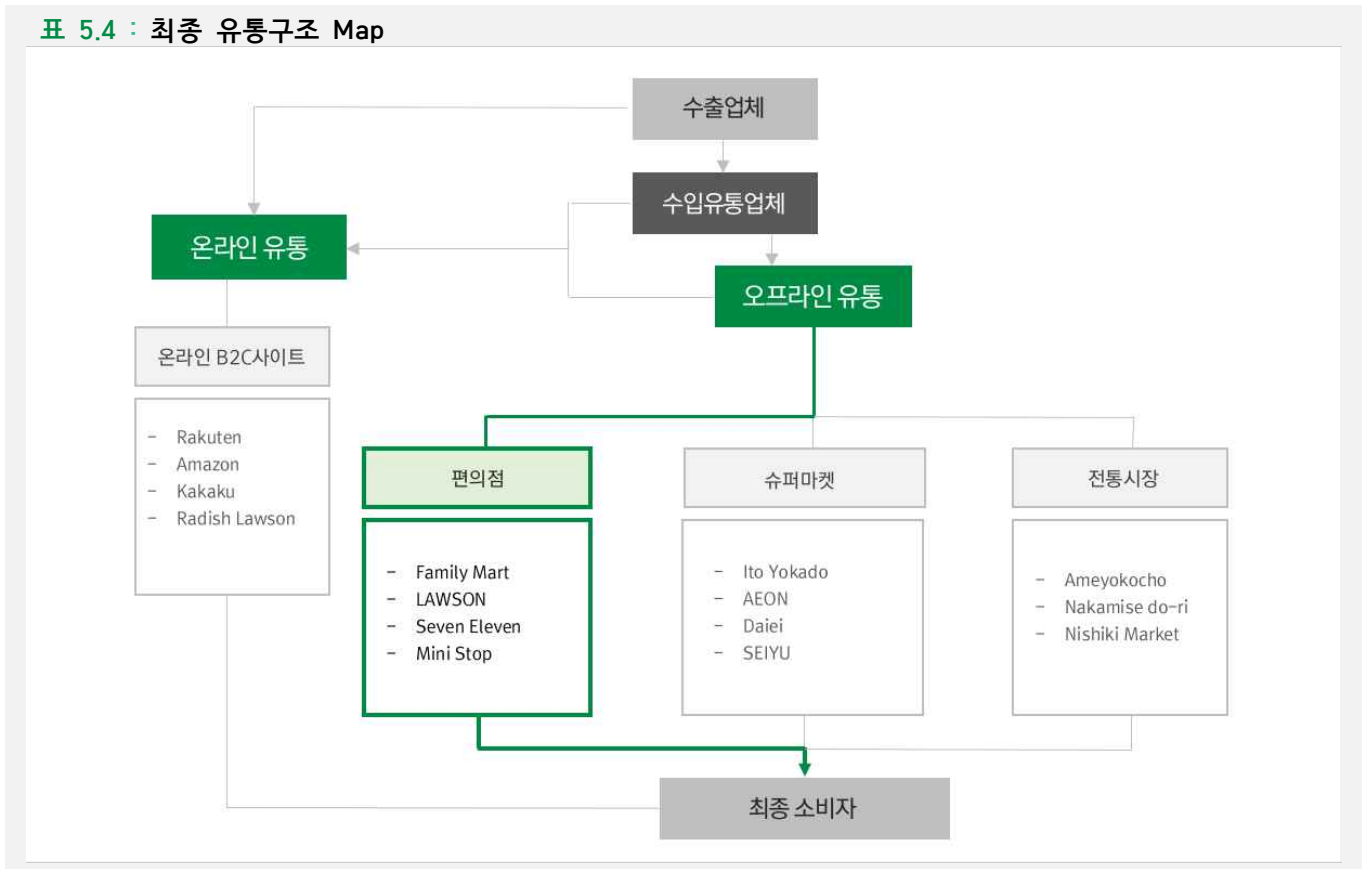
시장점유율, 제품 적합성, 진출 가능성을 기준으로 일본 현지 유통채널을 분석한 결과 현지 시장 진출에 적합한 채널은 편의점으로 도출됨

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

편의점의 경우 보리가 함유된 제품이 다수 유통되고 있는 것을 확인하였고, 슈퍼마켓에 비해 접근성이 우수한 것이 장점임

1인 가족이 넓게 분포되어있는 일본의 경우, 식료품을 소량으로 구매하는 것이 특징임.²⁹ 언제든지 쉽게 방문할 수 있는 채널이며, 보리차, 마테차, 옥수수차, 우롱차, 자스민차 등 여러 종류의 RTD제품을 구입할 수 있기 때문에 단시간에 많은 수의 소비자를 확보할 수 있을 것으로 사료됨

표 5.4 : 최종 유통구조 Map



29. 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

보릿가루 관련 수입 B2B

수입·유통업체 대상

- 株式会社むそう商事

- Bacci

- Kokumatsu Company

- Shinozaki Koneten

(2017년 5월)

Q1. 제품을 주로 수입하는 국가는 어디인가요?

“당사는 중국, 호주에서 원료를 수입하고 있으며, 국내에서 가공한 제품을 국내에 유통하고 있습니다. 주로 보리, 현미, 잡곡 티백제품을 취급하고 있습니다.”

- 수입 유통업체 Kokumatsu Company
담당자 야마모토와의 인터뷰 中, 2017.05

Q2. 현지 내 트렌드에 맞는 인기 제품은 무엇인가요?

“현재 일본의 트렌드는 건강과 웰빙이며, 자사가 취급하는 제품 중에서 무당분과 무카페인 음료 제품이 인기가 높습니다.”

- 수입 유통업체 Bacci
수입 담당자 후지타와의 인터뷰 中, 2017.05

“일본 내에서 보리가 식이섬유가 많이 함유되어 있어, 혈압을 낮추고 장 활동에 도움을 준다는 사실이 알려지면서 최근 큰 인기를 끌고 있습니다.”

- 수입 유통업체 Kokumatsu Company
담당자 야마모토와의 인터뷰 中, 2017.05



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		AEON	Ito Yokado	SEIYU
		하이퍼마켓[일본]	하이퍼마켓[일본]	하이퍼마켓[미국]
유통업체 개요	설립년도	1926년	1920년	1963년
	직원 수	52만 명(2016년)	36,376명(2016년)	16,272명(2016년)
	순매출	8조 1,767억 엔(2015년) ³⁰ 약 83조 4,963억 원	1조 2,556억 800만 엔(2016년) 약 12조 8,216억 원	7,696억 엔 약 7조 8,588억 원(2016년)
	영업이익	1조 796억 엔 약 11조 243억 원(2015년) ³¹	134억 엔 약 1,368억 원(2016년)	-32.
	점포 수	1,966개(2016년)	170개(2017년)	339개(2017년)
	취급품목	식료품, 수입식품, 잡화 등	식료품, 수입식품, 잡화 등	식료품, 수입식품, 잡화 등
매장 전경	매장 사진			
주요 이슈		- 자연재해로부터 국민을 지키는 활동에 참여	- 이불 세탁 서비스 실시	- SEIYU, 식료품 재배송 시 비용 청구
핵심 전략		- 4대 핵심 전략을 바탕으로 프로모션 진행	- 옴니채널형 전략 실시	- 미국·일본 홍보 전략 혼합

30. 매출에 대한 최신 자료를 찾을 수 없어 2015년도 자료로 대체함

31. 영업이익에 대한 최신자료를 찾을 수 없어 2015년도 자료로 대체함

32. SEIYU 홈페이지 조사결과, 영업이익에 대한 정보를 알 수 없음

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



AEON(이온)

2016년 일본 100대 기업 중 매출 순위 10위를 차지한 대형 유통업체로, 식료품과 수입식품을 취급하는 대표적인 GMS를 보유하고 있음. 이외에도 도심형 소형 슈퍼인 ‘마이바스케뜨(まいばすけっと)’와 같이 다양한 유통채널을 운영함

이온은 업계 4위인 다이에를 인수합병한 후 전통시장에 매장을 열기도 하고, 자사가 운영하는 29개 사이트를 이온닷컴(AEON.COM)으로 통합하여 개설하기도 함

표 6.1 : AEON 매장 정보

기업 정보	컨셉	다양한 유통채널의 유기적 결합으로 새로운 라이프스타일을 제언
	대표 주소	1-5-1 Nakase, Mihama-ku, Chiba-shi, Chiba 261-8539, Japan
	대표 전화	+81-43-212-6450
주요 판매품목		식료품, 수입식품, 음료 등
매장 전경		
매장 이슈		<p>자연재해로부터 국민을 지키는 활동에 참여³³.</p> <p>2011년 동일본 대지진의 피해를 입은 도호쿠지역의 주민들을 위해 피해 지역의 관광 서비스를 홍보하거나 도호쿠에서 생산된 식료품을 판매하는 활동을 진행하고 있음. 이러한 활동을 통해 피해지역 주민들의 갱생을 촉진시키고, 피해 주민들의 아픔을 다시 한 번 일깨워주고 있음. 더 나아가 지진과 쓰나미로부터 안전하게 국민들을 보호하고, 피해자들의 삶을 되찾아주는 전문적인 부서를 설립하기로 결정함</p>
핵심 전략		<p>경영의 4대 공약³⁴.</p> <p>비교적 인구가 집중되어 있는 주요 대도시 지역에 매장을 출점하는 ‘도시공약’, 초고령화 사회 추세에 따라 시니어 고객 대상 멤버십 서비스를 시행하는 ‘시니어공약’, 복합쇼핑몰 포맷을 통한 ‘아시아공약’, 고객의 소비 프로세스 각 단계마다 디지털 접점을 두고 이온닷컴을 개시하는 등의 ‘디지털공약’까지 총 4대 핵심전략을 바탕으로 프로모션 전략을 세우고 있음</p>

출처 : AEON(AEON.COM)

33. The japan times, ‘Aeon to launch tourism venture aimed at helping Japan’s quake-hit Tohoku region’, 2017.03.09

34. Retail Magazine, ‘Global Special - 일본 유통업계 도심형 매장 전개 전략’, 2017.07

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Ito Yokado(이토요카도)

일본 초대형 편의점 세븐일레븐으로 알려진 세븐앤아이홀딩스 계열 GMS로 도쿄에만 44개 점포를 보유한 대형 마트임. 세븐앤아이홀딩스는 2016년 일본 100대 기업 중 유통업체로서는 이온에 이어 18위를 차지했으나 이토요카도는 매출액 면에서 전년 대비 0.3% 성장했음에도 134억 엔의 적자를 기록함. 이후 이토요카도는 실적 분석을 통하여 편의점을 주축으로 한 옴니채널형 전략을 펼칠 예정임

표 6.2 : Ito Yokado(이토요카도) 매장 정보

기업 정보	컨셉	편의점이 주축이 된 옴니채널형 마트
	대표 주소	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8452, Japan
	대표 전화	+81-03-6238-3000
주요 판매품목		식품 및 생활용품, 가전제품, 과일, 의류
매장 전경		 
매장 이슈		<p>이불 세탁서비스 실시³⁵.</p> <p>이토요카도가 2017년 5월 1일부터 고령인구를 위한 생활 서비스 제공의 일환으로 이불 세탁 서비스를 실시함. 독거노인이나 거동이 불편한 노인들에게 각광받고 있음. 한 달에 두 번, 서비스를 신청한 가정에 방문하여 직접 물품을 수거해 오고, 세탁 후 직접 정리해 줌. 전문가들이 제품의 소재를 고려하여 세탁하기 때문에 모양이 망가지거나 손상될 염려가 없음</p>
핵심 전략		<p>옴니채널형 전략 실시³⁶.</p> <p>이토요카도는 가장 영향력이 큰 대형 편의점을 보유한 회사로서, 2015년 11월 옴니 스토어인 옴니세븐을 오픈하여 계열사인 편의점, 백화점, 슈퍼마켓과 함께 판매 사이트를 개설했음. 주문 상품은 전국 1만 8,000개 세븐일레븐 매장에서 24시간 수령 가능함. 고품질 상품을 중심으로 2018년까지 옴니세븐에 600만 개 품목을 갖출 예정임. 오프라인 매장에서는 고객 의견을 적극적으로 청취하여 상품을 판매하는 마케팅을 전개함. 옴니세븐의 매출액은 2016년 대비 10.8% 상승한 976억 6,000만 엔 (한화 약 9,845억 69만 4,000원)임</p>

출처 : Ito Yokado(www.itoyokado.co.jp)

35. 家電Watch, '白洋舎とイトーヨーカドー、ふとん宅配クリーニング&保管サービスをネット通販限定で開始', 2017.04.26

36. ネットショッピング担当者フォーラム, 'セブン&アイの「オムニ7」、配達時間指定の時間枠一部変更を公表', 2017.05.26

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



SEIYU

미국 월마트가 일본 세이부(西武) 계열의 유통업체였던 세이유(西友)를 인수했으나 일본인 특유의 해외자본 기피 현상을 피하기 위해 간판은 아직까지 월마트가 아닌 세이유로 두고 있음. 일본 유통채널시장의 1.5%를 점유하고 있으며, 식료품부터 생활용품, 인테리어에 이르는 다양한 분야의 유통 체인을 운영하고 있음

표 6.3 : SEIYU 매장 정보

기업 정보	컨셉	저렴한 가격과 미국식, 일본식 혼용 매장 구성
	대표 주소	1-1, Akabane 2-chome, Kita-ku, Tokyo 115-0045, Japan
	대표 전화	+81-03-3598-7000
주요 판매품목		식품 및 음주류, 생활용품
매장전경		 
매장 이슈		<p>SEIYU, 식료품 온라인 재배송 시 비용 청구³⁷.</p> <p>일본 하이퍼마켓 브랜드인 세이유는 배달비 증가와 인력 부족 문제를 해결하기 위해 고객이 식료품 재배달을 요청할 경우 400엔의 비용을 청구할 것이라고 발표함. 제품의 신선도가 떨어지면 가치가 하락하여 재판매가 불가능한 이유임. 이외에도 세이유는 전용 재배달 웹사이트를 추가할 예정임</p>
핵심 전략		<p>미국·일본 홍보 전략 혼합³⁸.</p> <p>월마트 인수 이후 세이유는 미국식과 일본식 홍보 전략을 취하고 있음. 따라서 매장 내에 미국식의 높은 진열대와 큼직한 가격표시, 그리고 일본식 소량 다품종 전시가 섞여 있는 것이 특징임. 또한 월마트의 슬로건인 EDLP(Everyday low price)를 일본 정서에 맞게 KY(Kakaku yasuku: 저렴한 가격)로 변형한 캠페인 시리즈 광고로도 소비자에게 인상을 남김. 이 외에도 이토요카도와 함께 넷슈퍼 전용 수령 락커를 운영하거나 각 계열 편의점에서 직접 수령이 가능하도록 하는 등 O2O 서비스를 제공하여 고객의 편의성 제고와 비용절감이라는 장점을 얻기 위해 노력하고 있음</p>




출처 : SEIYU(www.seiyu.co.jp)

37. Nikkei Asian Review, 'Japan's Seiyu to charge for grocery re-delivery by default', 2017.03.21

38. Digital PR Platform, '西友、プライスロック第9弾で201品目値下げ', 2017.03.15

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 일본 주요 편의점 현황

7Eleven		
매장 수	1만 2,013개(2017년 기준)	
홈페이지	www.sej.co.jp	
매장 개요	1974년 5월 일본 도쿄의 고토구에 1호점을 시작으로, 2017년 현재, 도쿄에만 1,577개의 점포가 있음. 2008년 세븐일레븐은 맥도날드를 제치고 전 세계에서 점포수가 가장 많은 체인점이라는 기록을 세움	
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 : 7Eleven(www.sej.co.jp), 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 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 '세상에 존재하는 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)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.6 : 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)

Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역 절차 OVERVIEW

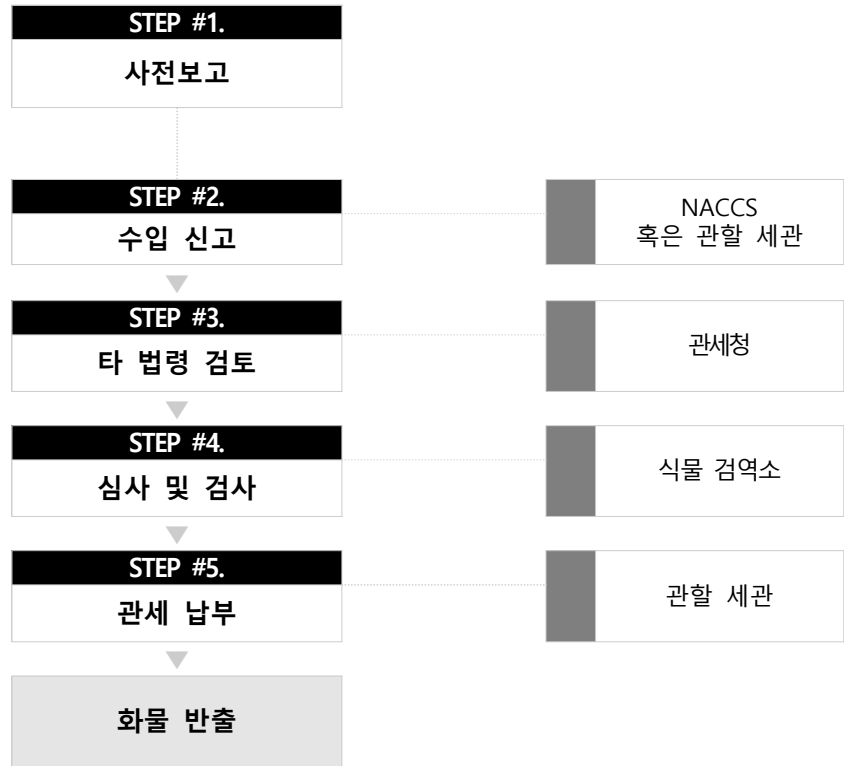
※ 관세율 정보 OVERVIEW

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

*일본의 경우, 보릿가루 품목의 통관 거부 사례는 조회되지 않아 해당 정보는 제외함

통관 및 검역 절차 OVERVIEW

일본 통관 검역 절차도



통관 절차별 유의사항

통관 절차	유의사항
사전보고	수출국의 선적항에서 24시간 전에 일본 수출입항만 정보처리시스템(NACCS)에 적하 정보를 보고해야 함
수입신고	수입신고는 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

HS CODE	품명	관세율	
		기본세율	잠정세율
1102	곡물의 고운 가루[밀가루나 메슬린(meslin) 가루는 제외]	-	-
1102.90	기타		
	1. 보릿가루 및 쌀 보릿가루		
1102.90.110	정부가 주요 식량의 수급 및 가격안정에 관한 법률 제42조의 규정에 의하여 수입하는 것, 동법 제 43조의 규정에 따라 신청을 통해 매입 및 매도하여 보리 등으로 수입되는 것 및 동법 제45조 제1항 제3호에 규정되는 보리 중 대통령령으로 정하는 바에 따라 농림수산부 장관의 인증을 받아 수입하는 것	98엔/Kg	25%
1102.90.190	기타	98엔/Kg	31엔/kg

일본 기본세율

일본에서 HS CODE 1102.90.110의 경우 **잠정세율 25%**, HS CODE 1102.90.190의 경우 **1kg당 31엔**을 부과하고 있음

일본 소비세

일본은 관세 이외에 **8%의 소비세**를 부과하고 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
	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 관세사무소를 통해 상담을 받도록 함

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

1. 통관 및 검역절차

STEP 01. 사전보고 및 적하정보 제출

일본으로 물품을 수입하기 위해서는 수출국 선적항에서 출항하기 24시간 전 (근거리의 경우 출항 전)까지 전자시스템을 통해 보고해야 함. 전자시스템은 ‘일본 수출입항만 정보처리시스템(NACCS)’ 홈페이지에 접속하여 보고가 가능함(KTNET, KUNET을 통해 경유하여 접속 가능)

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

STEP 02. 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 소재지가 있어야 함

수입신고를 하는 방법은 NACCS를 통한 전자적 방법과 세관에 직접 증빙서류를 제출하는 방법이 있음

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

STEP 03. 타 법령 검토

수입하고자 하는 물품이 관세법 외에 다른 법령에 의해서 허가 및 승인이 필요할 경우, 수입신고 시에 해당 물품이 허가 및 승인을 받았음을 입증해야 함. 일본 관세청에서 확인이 가능함³⁹.

39. 일본 관세청(www.customs.go.jp)

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. 관세 납부와 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 : +81-3455-2601

표 7.2 : 제출서류

<ul style="list-style-type: none"> - 상업송장 - 선하증권 혹은 항공화물운송장 - WTO세율 적용가능한 원산지증명서 - 포장명세서 	<ul style="list-style-type: none"> - 운임명세서 - 보험증명서 - 인증서 및 증명서(타 법령에 의거하여 필요한 경우) - 관세납부확인서
--	---

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

표 7.3 : 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 1102.90.110 및 HS CODE 1102.90.190 품목의 기본세율 및 잠정세율

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

보릿가루는 일본에서 정부에 의한 수입 여부에 따라 HS CODE 1102.90.110(정부에 의한 수입)과 1102.90.190(기타)으로 분류됨. 일본에서 HS CODE 1102.90.110은 잠정세율 25%이 부과되며 HS CODE 1102.90.190도 마찬가지로 잠정세율이 적용되어 1kg당 31엔이 부과됨. 일본에서는 관세율 외에 소비세가 별도로 부과되며, 2017년 기준 일본의 소비세율은 8%임

표 7.4 : 일본 보릿가루 관세율

국가	HS CODE	품명	기본세율	잠정세율
한국	1102	곡물의 고운 가루[밀가루나 메슬린(meslin) 가루는 제외]	-	-
	1102.90	기타		
	1102.90.1000	보릿가루		
	1102.90.2000	쌀 가루		
	1102.90.3000	호밀 가루		
	1102.90.9000	기타		
일본	1102	곡물의 고운 가루[밀가루나 메슬린(meslin) 가루는 제외]	98엔 / kg	25%
	1102.90	기타		
		1. 보릿가루 및 쌀 보릿가루		
	1102.90.110	정부가 주요 식량의 수급 및 가격안정에 관한 법률 제42조의 규정에 의하여 수입하는 것, 동법 제 43조의 규정에 따라 신청을 통해 매입 및 매도하여 보리 등으로 수입되는 것 및 동법 제45조 제1항 제3호에 규정되는 보리 중 대통령령으로 정하는 바에 따라 농림수산부 장관의 인증을 받아 수입하는 것		
	1102.90.190	기타	98엔 / kg	31엔 / kg

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

3. FTA 정보

한·중·일 FTA 협상 중⁴⁰.

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

2017년 4월 10 ~ 13일 제12차 한·중·일 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 예정임⁴¹.

표 7.5 : 한·중·일 FTA 체결 시 경제적 타당성 평가 결과

양허 시나리오	발효 후 5년		발효 후 10년	
	실질 GDP(%)	소비자 후생(억 달러)	실질 GDP(%)	소비자 후생(억 달러)
낮은 수준	0.32	71.98	1.17	116.11
중간 수준	0.37	82.79	1.31	138.53
높은 수준	0.44	96.25	1.45	163.47

출처 : 한국 산업통상자원부(www.fta.go.kr)

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

41. 주간무역, '中日, 한중일 FTA 협상 일부 진전', 2017.04.14

4. 통관 및 검역 주의사항

성분 규격에 관한 모니터링 검사 중점 실시

2016년 일본 후생노동성은 가공식품의 성분 규격에 관한 모니터링 검사를 중점적으로 실시할 것을 발표함. 현재 운영 중인 수입식품사전확인제도와 관련하여, 등록신청업체 요건을 HACCP 인증 취득업체로 한정함으로써 제도를 강화할 예정임

이에 따라 검역소는 수입신고서 등에 의해 식품의 규격 또는 기준에 대한 적합 상황에 대해 확인하며, 수입식품의 식품안전 상황에 대해 폭넓은 감시를 위한 모니터링 검사를 계획적으로 실시하고 있음

또한 식품위생상의 위해 방지를 위해 법률 위반 가능성이 높을 것으로 보이는 수입식품 등에 대한 검사를 명령하고, 수입자가 자주적으로 안전관리를 추진하도록 강연회 개최 및 수입 전 지도 등을 실시하기도 함

더불어 일본 소비자청은 2016년 6월 2일 식품 표시 적정화를 위한 대응 방안을 발표하였는데, 수입식품에 대한 알레르기 표시를 철저히 하겠다는 내용을 담고 있음

알레르기 표시기준은 식물 알레르기가 아주 미량의 알레르기에 의해서도 발생할 수 있다는 관점에서, 밀가루 등의 특정 원재료를 포함하는 식품의 경우에는 원칙적으로 해당 원재료를 포함하여 표시할 것을 요구함


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 유기농 농림수산물에 대하여 일본 농림수산성에서 규정한 품질, 생산방법 기준에 적합한 제품에 부여하는 인증	
발행기관	일본 농림수산성	
성격	선택인증	
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 가능 여부 판정	
유의사항	일본 내 유기농 인증을 취득하려면 유기 JAS 기준에 부합해야 하고, JAS 마크가 부착된 식품만 '유기 OO'등으로 표시할 수 있음. 그러나 검사 기준을 충족하기가 매우 까다롭기 때문에, 외국에서 인증을 받으면 일본에서도 함께 인정되는 동등성 제도를 시행 중임	

출처 : 일본 농림수산성(www.maff.go.jp)

🌱 권장인증 : HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points) 인증

인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등의 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
발행기관	공식 인정은 후생노동성 인증 종합 위생관리 제조과정 승인	
성격	선택인증	
제출서류	가공시설 HACCP 인증신청서 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→인증서 발급→지속적인 심사	
유의사항	일본 후생노동성이 2020년 도쿄 올림픽 개최 시 일본의 식품안전을 홍보하기 위해 국제적으로 신뢰받고 있는 HACCP 인증을 식품업계 전반에 도입하기로 결정함. 따라서 수입산 제품 또한 해당 인증을 취득하길 권고함	

출처 : 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

1. 인증 취득정보


권장인증 : JAS(Japanese Agricultural Standard) 인증

일본 내 유기농 인증을 취득하려면 JAS 기준에 부합해야 함. JAS 마크가 부착된 식품에 한하여 ‘유기 OO’ 등 과 같은 유기농 표시를 할 수 있음. 인증 비용은 비교적 비싸고 기준 충족이 매우 까다로운 것으로 알려져 있음. JAS 품목 대상은 농산물, 축산물, 사료, 가공식품 등임

JAS 인증을 받으려면 신청 수수료가 1,200 ~ 2,000만 원, 매년 200 ~ 300만 원의 갱신 비용이 필요함

현장 검사 시 생산 일정 관리 책임자 및 생산자 조사, 포장 확인, 비료, 배양 관리방법, 출하 또는 처분방법, 생산일정 관리 담당자의 자격, 생산과정에 사용하는 검사방법 등 실시되고 있음. 인증 인정기관은 농림수산성 JAS 안내 사이트에서 확인 가능함

표 8.1 : JAS 인증 주요 정보

인증명	JAS(Japanese Agricultural Standard) 인증	
발행기관	일본 농림수산성	
성격	선택인증	
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	

출처 : 일본 농림수산성(www.maff.go.jp)

표 8.2 : JAS 인증 발급 절차

STEP 01. 비용견적 신청
인증 심사에 관련되는 개략적인 비용을 견적
STEP 02. 인정신청서 및 제반서류 제출
생산관리자는 인정기관에 인정신청서 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 검사 결과로 판정을 행함. 판정 결과에 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(Hazard Analysis and Critical Control Points) 인증

HACCP은 식품의 제조·가공·공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 다양한 위해요인을 사전에 차단하여 소비자에게 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위한 식품 안전 관리 체계임

현재 정부는 일본농수산물의 해외 수출을 장려하기 위한 각종 정책을 펼치고 있으며, 그 일환으로서 중소기업체를 대상으로 HACCP의 적극적인 도입을 추진하기 위해 준비 중임. 특히 위생에 취약한 중소기업체를 대상으로 충분한 준비기간을 설정하고, 농림수산성 및 후생노동성 공조체제로 각종 지원정책을 추진하고 있어 향후 도입률이 빠르게 높아질 것으로 전망됨

또한 후쿠시마 원전 방사능 유출 사태 이후로 식품위생에 대한 관심도가 크게 증가하고 있으므로, HACCP 인증을 취득할 경우 제품의 품질과 안전성에 대해 소비자들의 신뢰를 얻을 수 있을 것으로 예상됨

표 8.3 : HACCP 인증 정보

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	선택인증	
제출서류	가공시설 HACCP 인증신청서 등 양식에 맞는 서류	
비용	기본 심사 수수료 약 106만 원, 품목일수마다 추가 요금 약 20만 원, 그 외 출장비	
소요기간	3년	
갱신기간	도입단계→신청→심사→인증서 발급→지속적인 심사	
발급절차	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 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

2. 제출서류

JAS 인증 서류 심사 제출 서류 및 현장 검사 내용

JAS 인증을 받기 위해 서류 심사를 거칠 때 제출해야 할 서류와 인증 현장 검사 내용은 표 8.4와 표 8.5를 기반으로 진행됨

표 8.4 : JAS 인증 시 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
농원 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 농림수산성(www.maff.go.jp)

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, 농원 주변 상황 (인접 농원과 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
생산일정관리 담당자(책임자)의 자격

출처 : 일본 농림수산성(www.maff.go.jp)

3. 전문가 인터뷰

“일본 후생노동청 식품검역”

Q1. 일본에 보릿가루를 수출할 때 필수적으로 요구되는 사항은 무엇인가요?

“보릿가루 수출 시, 별도로 취득이 요구되는 인 증은 없으나 후생노동성 검역소 식품 수입신청 접수창구에 ‘식품 등 수입신청서’와 필요서류 (원재료, 성분 및 제조공정 등에 관한 설명서, 위생증명서), 시험성적서 제출이 필요합니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임심사원과의 인터뷰 中 2017.05

“HACCP / ISO9001/ JAS”

Q2. 일본에 보릿가루를 수출할 때 도움이 되는 인 증은 무엇인가요?

“HACCP, ISO9001 또는 일본 유기농법인 ‘JAS’가 도움이 될 수 있습니다. HACCP의 경우 일본 정부에서 HACCP 인증식품에 대하여 통관 절차 간소화, 수입식품감시 지도계획을 발표하였으며, 수입식품 사전확인제도 관련 등록신청업체 요건을 HACCP 인증 취득업체에 한하는 등 제도를 강화할 예정입니다. 따라서 HACCP 인증을 받는 것이 수출에 유리할 것으로 판단됩니다. 또한 일본에서는 JAS라는 일본의 법령에 의해 ‘유기농’을 정의하고 있기 때문에 제품이 유기농일 경우 인증 취득 시 도움이 될 것으로 예상됩니다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임심사원과의 인터뷰 中 2017.05

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

● 일본 보릿가루 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 원재료 및 원산지
- 영양성분표시
- 순증량
- 생산일자
- 알레르기 유발성분
- 저장방법
- 생산자, 유통자 정보
- 주의사항

출처 : 현지 방문조사(Mini Stop, 2017.05)

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

● 일본 식품 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 식품첨가물	중량 비율이 높은 순으로 표기함. 원재료의 원산지명 및 수출국의 원산지명을 명확히 표기해야 함
영양성분	건강증진법의 영양 표시 기준에 따라 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 영양성분을 명시해야 함
순증량	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
알레르기 유발성분	알레르기 유발할 수 있는 25개 품목에 대하여 원재료명과 함께 알레르기 유발 물질임을 표기함

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

1. 라벨 표기사항

식품표시법은 소비자청 기준으로 일원화

일본 내 판매 또는 수입되는 모든 식품류에 대한 표시기준은 '식품위생법, JAS법, 건강증진법' 3개의 법에 의해 관리되어 왔으나 식품표시 기준이 58개에 이르는 등 서로 목적이 상이하고 복잡하였음. 따라서 소비자와 사업자 모두 알기 쉬운 표현을 사용하기 위하여 2015년 4월 1일부터 상기 3개 법의 식품표시 규정을 통합하여 소비자청 기준으로 일원화하였음

표 9.1 : 식품 라벨 표기사항

<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 원재료명 및 식품첨가물 · 영양성분 · 순중량 · 제조자, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소 	<ul style="list-style-type: none"> · 원산지 · 유통기한 · 보존방법 · 알레르기 유발성분
--	--

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 수입 여부에 상관없이 일본어로 표기하는 것이 의무임. 글자 크기는 8포인트 이상의 활자로 통일된 활자를 사용해야 함
2 제품명	제품의 특성을 구체적으로 설명할 수 있도록 품명, 종류, 유형 등을 기재해야 함
3 원재료명 및 식품첨가물	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	건강증진법의 영양표시 기준에 따라 열량이나 탄수화물 등과 같은 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 영양성분을 명시해야 함
5 순중량	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 국가명을 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
10 알레르기 유발성분	계란, 밀, 새우, 우유 등 알레르기를 유발하여 심각한 피해를 입힐 수 있는 25개 품목에 대하여 원재료명과 함께 알레르기 유발 물질임을 표기함

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시

브랜드 및 상표
있을 경우 표기

저장방법
제품 보존 방법 표기

영양성분표
열량, 4대 영양소 표시

용량
국제규격 기준

유통업체 정보
상호, 주소, 연락처

名称: 麦茶(清凉饮料水)
 原材料名: 大麦, ビタミンC
 内容量: 1000ml
 賞味期限: 上部シール部に記載
 保存方法: 要冷蔵(10℃以下)
 製造者: 株式会社エルビー 蓮田工場
 埼玉県蓮田市大字黒浜3469-1

開封後の取扱い: 開封後は賞味期限にかかわらず、できるだけ早めにお飲みください。
 ●成分が沈殿する場合がありますが、品質には問題ありません。注ぎ口をしっかりと押さえて、よく振ってからお飲みください。
 ●紙容器は、外部のおいを吸着しやすく、また衝撃に弱いので、取扱いはご注意ください。

栄養成分(100ml当たり)	
エネルギー	0kcal
たんぱく質	0g
脂 質	0g
炭水化物	0.2~0.7g
ナトリウム	0~9mg
カフェイン	0mg

紙パック
洗って開いて
リサイクル

(株)エルビー お客様相談室 ☎0120-479277

MS

생산일자
년,일,월 순으로 표기

賞味期限 (保 証 書) 17.05.22

麦茶

六条大麦と二条大麦をブレンドした、すっきり香ばしい麦茶です。

X. 위생요건 정보

※ 위생요건 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"/>

조사 가능 항목	
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"/>

● 보릿가루 수출 시 주의할 유해성분 기준치 예시(사용금지 식품첨가물 총 76종)

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

출처 : 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

1. 식품첨가물 규정

식품첨가물 규정

일본에서 식품첨가물의 표시에 관해서는 표지기준부령(府令)에 규정되어 있고, 상품의 표시 장소와 표시 순서에 관해서는 품질표시기준에 규정되어 있음. 용기포장이 된 가공식품은 원칙적으로 사용한 모든 식품첨가물명을 포장용기 외면에 잘 보이는 곳에 표시해야 함

가공식품 품질표시기준에서 식품첨가물은 원칙적으로 별기 양식의 항목 내의 원재료명 기재란에 식품첨가물 이외의 원재료를 표시하고, 그 후에 비율이 높은 식품첨가물 순으로 표기함

특정 원재료 등 25 품목에 관해서는 어떤 알레르기 물질이 들어 있는지를 확인하여 명시함. 특정 가공식품의 경우 일반적으로 특정 원재료를 먼저 표기해야 함. 이때 반드시 알레르기 주의 환기 표시를 해야 함

일본은 식품위생법에 근거하여 식품첨가물 기준을 규제하고 있는데, Positive List 시스템⁴²을 적용하여 사용 허가된 식품첨가물을 공개함.

42. 식품 중 농약 등 규정 물질이 일정량 이상 잔류할 경우, 식품의 판매 등을 원칙적으로 금지하는 제도 (수입, 국내 모두 포함. 2005년 5월 29일 이전까지는 Negative List 방식이었음)

1. 식품첨가물 규정

곡류가공품 사용금지 식품첨가물 총 76종 확인

일본 후생노동성에서 발표한 후생성고시 제 370호 내 곡류가공품에 대한 사용금지 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		
	disodium glycyrrhizinate		
ester gum			
ethyl p-hydroxybenzoate			
ferrous gluconate			
fludioxonil			

1. 식품첨가물 규정

유형	성분	기준(mg/kg)	검사 기준
식품첨가물	guaiac resin	사용금지	후생성고시 제 370호
	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		
pyrimethanil			
r,r,r- α -tocopheryl acetate			
saccharin			
sodium benzoate			

1. 식품첨가물 규정

유형	성분	기준(mg/kg)	검사 기준
식품첨가물	sodium chlorite	사용금지	후생성고시 제 370호
	sodium chondroitin sulfate		
	sodium copper chlorophyllin		
	sodium dehydroacetate		
	sodium ferrocyanide		
	sodium nitrate		
	sodium nitrite		
	sodium o-phenylphenol		
	sodium oleate		
	sodium propionate		
	sodium saccharin		
	sodium stearyl lactylate		
	sorbic acid		
	thiabendazole (tbz)		
	zinc gluconate		
zinc sulfate			

출처 : 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. Grain and Feed Annual_Tokyo_Japan	미국 농무부	2017.03.17
2. 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
3. セブン好調とはいえ大きな課題は残ったまま	Blogos	2017.10.13
4. 単身急増社会 目立つ50代や80歳以上の増加	Asahi News	2017.06.05
5. Aeon to launch tourism venture aimed at helping Japan's quake-hit Tohoku region	the japan times	2017.03.09
6. Global Special - 일본 유통업계 도심형 매장 전개 전략	Retail Magazine	2017.07
7. 白洋舎とイトーヨーカドー、ふとん宅配クリーニング&保管サービスをネット通販限定で開始	家電Watch	2017.04.26
8. セブン&アイの「オムニ7」、配達時間指定の時間枠一部変更を公表	ネットショッピング担当者フォーラム	2017.05.26
9. Japan's Seiyu to charge for grocery re-delivery by default	Nikkei Asian Review	2017.03.21
10. 西友、プライスロック第9弾で201品目値下げ	Digital PR Platform	2017.03.15
11. 제12차 한중일 FTA 공식 협상 개최	한국 산업통상자원부	2017.04.07
12. 中日, 한중일 FTA 협상 일부 진전	주간무역	2017.04.14
13. ペットボトル麦茶販売、5年で1.6倍 熱中症対策、共働きに需要	サンケイビズ	2017.06.01
14. 飲料市場に関する調査を実施	Yano Research	2016.11.29
15. 機能性表示食品「大人のカロリミット はとむぎブレンド茶」発売から約8か月で累計販売本数2,000万本突破!	PR Wire	2017.07.10
16. 本日発売『爽健美茶 健康素材の麦茶』脂肪を減らす機能性とは!? 本家『爽健美茶』もさらに進化していた!	Ameba	2017.04.24
17. Convenience stores expand services, locations for seniors	The Japan Times	2017.04.22
18. How Japanese Mini-Marts Cater to Older Customers	Food&Wine	2016.08.23
19. 遺伝子組み換え食品の表示拡大を検討 消費者庁	日本経済新聞	2017.04.26
20. 加工食品の原料原産地表示の拡大~義務対象は? 4つの例外表示とは?	食ビジネスのポータルサイト	2017.02.07
21. 'Modern Grocery Retailing in Japan'	Agriculture and Agri-Food Canada	2016.03

※ 참고 문헌

※ 참고 사이트

1. 한국 관세청	www.customs.go.kr
2. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
3. 일본 관세청	www.customs.go.jp
4. 닛케이 트렌디	trendy.nikkeibp.co.jp
5. Fukui Barely Club	www.oomugi-club.com
6. International Trade Centre	www.trademap.org
7. Yamamoto Kanpoh	www.kanpo-yamamoto.com
8. AEON	aeon.com
9. Ito Yokado	www.itoyokado.co.jp
10. SEIYU	www.seiyu.co.jp
11. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
12. 한국 산업통상자원부	www.fta.go.kr
13. 일본 농림수산업성	www.maff.go.jp
14. 일본 소비자청	www.caa.go.jp
15. 일본 후생노동성	www.mhlw.go.jp
16. Rakuten	rakuten.co.jp
17. Yahoo	business.ec.yahoo.co.jp/shopping
18. Amazon	amazon.co.jp
19. ITO EN	www.itoen.com
20. Global Data	consumer.globaldata.com
21. 食ビジネスのポータルサイト	www.foods-ch.com