



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 인삼조제품(Ginseng Product)

Country : 일본(Japan)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	9
II. 시장 트렌드	10
1. Market Trend 01. 고향납세 답례품 선정	12
2. Market Trend 02. 온라인 유통채널 상승세	13
3. Market Trend 03. 건강식품 관련 규제 강화	14
4. Market Trend 04. 원산지 표기 의무화	15
III. 경쟁제품 현지조사	16
1. 경쟁제품 선정	18
2. 정량 분석	19
3. 정성 분석	20
4. 현지 방문 조사자료	21
IV. 경쟁사 분석	24
1. 경쟁사 선정	26
2. 경쟁사별 현황 파악	27
V. 유통구조 현황	30
1. 현지 진출 주요 경로	32
2. 전문가 인터뷰	35
VI. 유통업체 현황	36
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	38

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	43
1. 통관 및 검역 절차	46
2. 관세율 정보	49
3. FTA 정보	50
4. 통관 및 검역 주의사항	51
Ⅷ. 인증 정보	52
1. 인증 취득정보	54
2. 인증 취득제품	57
3. 제출서류	58
4. 전문가 인터뷰	59
Ⅸ. 라벨링 정보	60
1. 라벨 표기사항	62
2. 라벨링 예시	63
X. 위생요건 정보	64
1. 식품첨가물 및 농약잔류물 규정	66
※ 참고문헌	67



I. 시장 통계

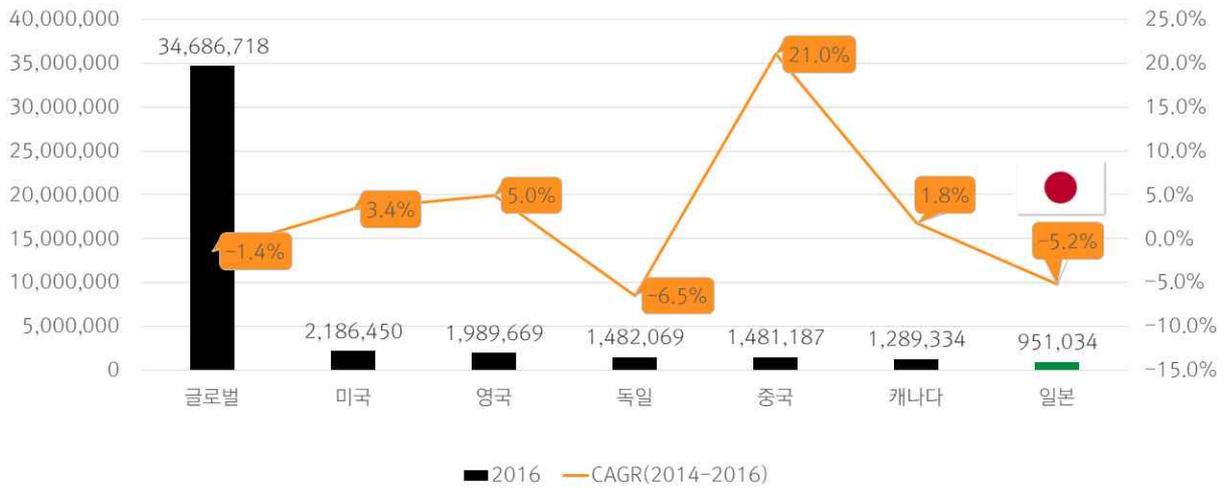
※ 시장 통계 OVERVIEW

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

시장 통계 OVERVIEW

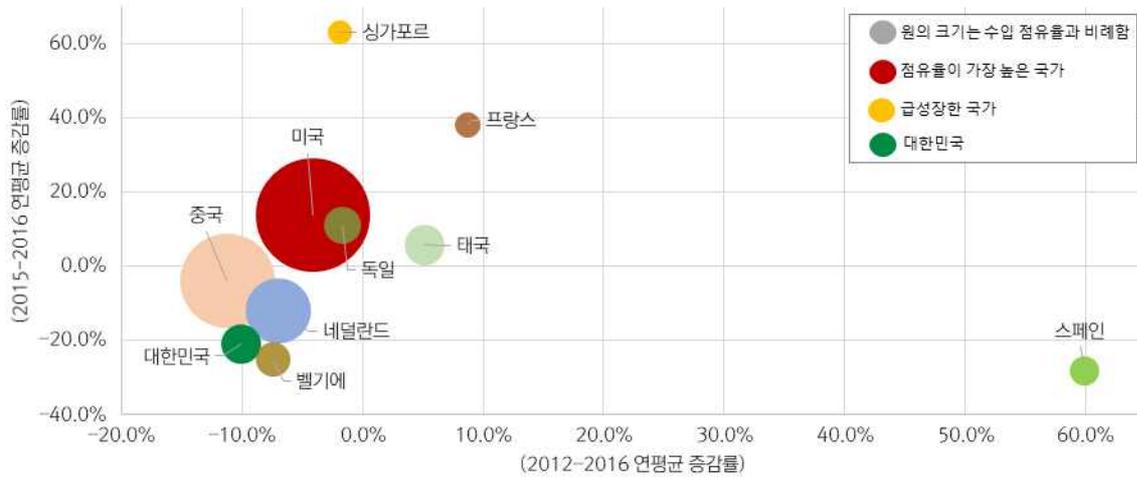
● 글로벌 HS CODE 2106.90 수입액 규모 및 증감률(2014 ~ 2016)

단위 : 천 달러, %



● 일본 HS CODE 2106.90.299 수입 점유율 및 성장률 비교^{1,2,3}

단위 : %



● 일본 건강식품(Health Food) 시장규모 (2012 ~ 2016)

단위 : 억 엔, %



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

1. 통계분석 기준 설정

인삼조제품 통계 기준 설정

인삼조제품 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 일본의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함⁴.

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세법령정보포털 30 unipass.customs.go.kr
2	TradeNAVI www.tradenavi.or.kr
3	일본 관세청 www.customs.go.jp

수입 통계 기준, HS CODE 2106.90.299로 설정

글로벌 및 일본 내 인삼조제품의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2106.90을 수입통계 분석 기준으로 설정함. 일본의 HS CODE 2106.90 하위 카테고리인 2106.90.299(따로 분류되지 않은 조제 식료품의 기타)을 일본 수입통계 분석 기준으로 설정함

표 1.1 : 인삼조제품 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	2106.90
	일본 수입규모 및 성장률		2106.90.299
품목 통계	건강식품 ⁵ 시장 규모	품목 키워드	健康食品市場規模

표 1.2 : 일본 내 인삼조제품 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타
	2106.90.30	인삼제품류
	2106.90.301	백삼제품류
	2106.90.3019	기타
일본	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타
	2106.90.299	기타

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

- 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
- 일본 내 인삼에 대한 품목통계가 조회되지 않아 건강식품(Health Food)을 품목통계기준으로 삼음

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입액 3개년 연평균 성장률⁶ -1.4%

2016년 기준 HS CODE 2106.90의 글로벌 수입규모는 34억 8,671만 8,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 1.4%의 하락세를 기록함. 2016년 기준 수입 1위국 미국의 수입규모는 21억 8,645만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 3.4%의 상승세를 나타냄. 2016년 기준 2위인 영국의 수입액은 19억 8,966만 9,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 5.0%의 상승세를 나타냄. 일본은 2016년 기준 수입 9위국으로 9억 5,103만 4,000달러의 수입규모를 기록하였고 2014년 이후 3년간 연평균 5.2%의 하락세를 기록함

일본 내 한국산 수입액 규모 5위

2016년 기준 일본의 HS CODE 2106.90.299 수입액 규모는 3억 1,333만 1,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 2.0%의 하락세를 보임. 2016년 기준 일본 내 HS CODE 2106.90.299 품목 최대 수입국은 미국으로 1억 989만 8,000달러의 수입액을 기록함

2016년 기준 일본 내 한국산의 수입액은 1,174만 달러로 일본 내 해당품목 수입액 점유율 3.7%를 차지하며 5위를 기록함. 2014년 이후 3년간 연평균 2.7%의 상승세를 보임

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

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	35,695,481	34,062,842	34,686,718	100.0%	-1.4%
1 미국	2,046,535	2,089,805	2,186,450	6.3%	3.4%
2 영국	1,805,835	1,933,794	1,989,669	5.7%	5.0%
3 독일	1,695,952	1,434,205	1,482,069	4.3%	-6.5%
4 중국	1,011,247	1,294,802	1,481,187	4.3%	21.0%
5 캐나다	1,245,228	1,221,462	1,289,334	3.7%	1.8%
9 일본	1,058,275	935,078	951,034	2.7%	-5.2%
기타	26,832,409	25,153,696	25,306,975	73.0%	-2.9%

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

표 1.4 : 일본 HS CODE 2106.90.299 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	326,388	306,187	313,331	100.0%	-2.0%
1 미국	100,567	96,582	109,898	35.1%	4.5%
2 중국	70,993	67,019	64,329	20.5%	-4.8%
3 네덜란드	37,119	33,889	29,848	9.5%	-10.3%
4 태국	14,371	14,166	14,987	4.8%	2.1%
5 대한민국	11,132	14,842	11,740	3.7%	2.7%
기타	92,206	79,689	82,529	34.9%	-5.4%

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

6. 연평균 성장률 = 최신폭/최초연도^(1/n-1)-1

2. 무역통계 종합분석

미국, 일본 수입시장에서 점유율 가장 높아

2012년 이후 최근 5년간 HS CODE 2106.90.299 관련 일본 수입국 중 미국이 5년간 연평균 점유율 33.2%로 가장 높은 점유율을 확보한 국가였던 것으로 집계됨. 한편, 점유율 8위국인 스페인은 최근 5년간 연평균 59.9%의 높은 성장률을 기록하며 상위 10개국 중 동기간 연평균 성장률이 가장 높았음. 2015년 대비 2016년 성장률이 가장 높았던 국가는 싱가포르로 1년간 63.0%의 상승세를 기록함

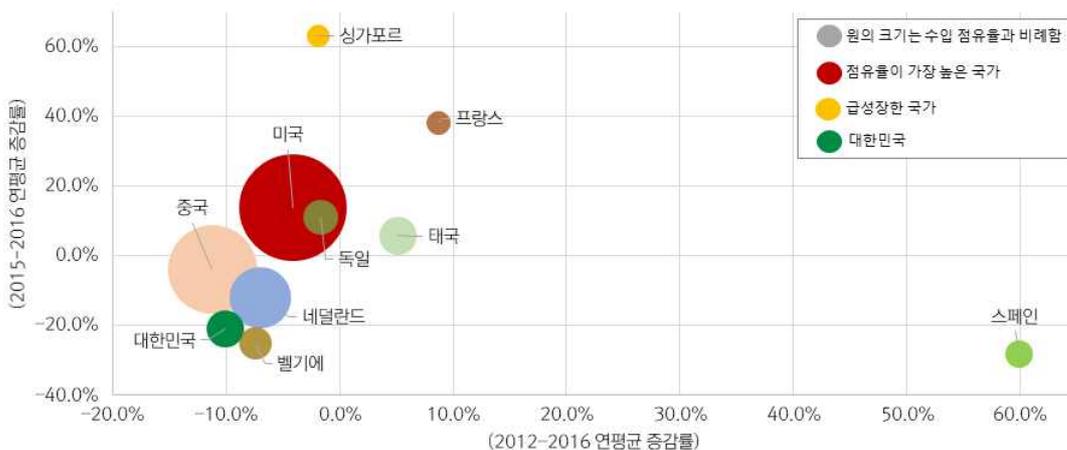
한국, 일본 내 수입액 계속해서 하락세

한국산의 경우 2012년 이후 5년간 연평균 10.1% 하락하였고, 특히 2016년 기준 전년대비 20.9% 하락한 것으로 나타남

표 1.5 : 일본 HS CODE 2106.90.299 수입 점유율 및 증감률 비교^{7,8,9}.

(단위 : %)

수입국가	2012-2016 점유율	CAGR(2012-2016)	CAGR(2015-2016)
1 미국	★33.2%	-4.1%	13.8%
2 중국	22.6%	-11.2%	-4.0%
3 네덜란드	10.7%	-7.0%	-11.9%
4 태국	4.1%	5.2%	5.8%
5 대한민국	4.0%	-10.1%	-20.9%
6 독일	3.5%	-1.7%	11.0%
7 벨기에	2.9%	-7.4%	-25.1%
8 스페인	2.3%	★59.9%	-28.1%
9 프랑스	1.6%	8.7%	38.2%
10 싱가포르	1.5%	-1.9%	★63.0%



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

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

3. 품목통계 종합분석

일본 건강식품 시장, 2012년 이후 2016년까지 1.4% 상승률

일본의 2016년 기준 시장규모는 7,500억 엔으로 2012년 7,091억 엔을 기록했던 것에 비해 5년간 연평균 1.4% 상승하였지만 증가폭은 크지 않은 편임

일본 소비자, 건강 기능 식품 인지도 ↑, 그러나 소비 빈도는 낮은 편

일본 소비자들은 대체적으로 건강 기능 식품에 대한 인지도가 높음. 일본의 주요 시장 연구 조사 기관인 야노경제연구소에 따르면 특히 30대 이상의 소비자들의 약 70%이상이 건강 기능 식품에 대하여 인지하고 있음. 그러나 이러한 인지도가 소비까지는 이어지지 못하고 있는 것으로 나타남. DENTUS의 조사에 따르면 일본의 2016년 기준 건강 기능성 식품 소비 경험이 있는 소비자는 전체 중 39.9%로 전체 남성 중에서는 43%, 전체 여성 중에서는 36.9%임. 반면에 건강 기능 식품을 소비한 경험이 없거나 건강 기능 식품이 무엇인지 모르는 소비자들은 전체의 60.13%인 것으로 나타남¹⁰.

표 1.6 : 일본 건강식품(Health Food) 시장규모(2012-2016)

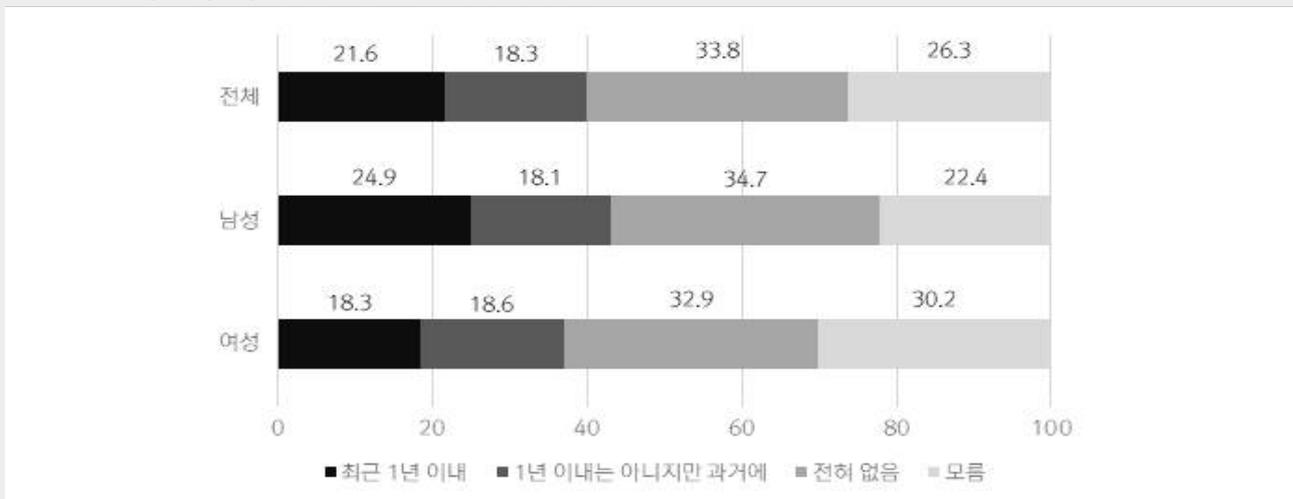
(단위 : 억 엔)

	시장규모(억 엔)	전년대비	전년대비 CAGR
2012	7,091	100.5%	0.5%
2013	7,196	101.5%	1.5%
2014	7,208	100.2%	0.2%
2015	7,460	103.5%	3.5%
2016	7,500	100.5%	0.5%

출처 : 야노 경제연구소(www.yano.co.jp)

표 1.6 : 건강 기능 식품에 대한 일본 소비자 구매 빈도 (2016)

(단위 : %)



출처 : DENTSU(dentsu-ho.com)

10. DENTSU(dentsu-ho.com)



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 고향납세 답례품 선정

Market Trend 02. 온라인 유통채널 상승세

Market Trend 03. 건강식품 관련 규제 강화

Market Trend 04. 원산지 표기 의무화

시장 트렌드 OVERVIEW

빅데이터 분석 개요

조사목적	일본 인삼 시장 최신 트렌드 분석
수집 기간	2016.01.01. ~ 2017.11.01
수집 방법	토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석
수집 채널	일본 식품정보원
입력 키워드	高麗人參, 人參
도출 기사	총 215건

트렌드 타임라인



Market Trend 01. 고향납세 답례품 선정

- 일본 후지노미야시의 고향납세 답례품으로 경북 영주시의 풍기 홍삼이 선정됨. 영주시를 방문한 일본 후지노미야시 경제 교류단은 영주시 관계자들과 만나 고향납세 답례품으로 풍기홍삼 제품 채택에 대해 논의함
- 후지노미야시 시장은 "고향납세 답례품을 해외에서 수입하는 것은 후지노미야시에서 최초로 시도하는 것이며 풍기 홍삼 제품은 평소 건강을 고려하는 일본 현지인들에게 큰 관심을 끌 것으로 전망한다."고 답변함

Market Trend 02. 온라인 유통채널 상승세

- 2017년 1월 일본의 주요 시장조사기관인 야노경제연구소에서 발표한 자료에 의하면, 일본의 30대 이상의 소비자의 경우 70%이상이 건강 기능 식품에 대해 인지하고 있으며, 20% 이상이 섭취한 경험이 있다고 전함
- 야노경제연구소는 2017년 건강식품 판매 채널 시장에 대해 온라인이 43.5%까지 상승세를 이어갈 것으로 예측함

Market Trend 03. 건강식품 관련 규제 강화

- 일본의 유력 언론사 중 하나인 Tsuhan shinbun에 의하면 2017년 3월 소비자청은 눈 건강 관련 식품에 대해 효능 관련 표현에 관해 조치 명령을 내린 이후, 지속적으로 건강식품에 대한 효능 표시 규정이 신체기능 유지 제품 및 다이어트 제품 등으로 확대 및 강화되고 있음
- 현재까지 조치 명령을 받은 건강식품의 주요 효능으로는 눈, 두뇌, 관절에 관한 것이었으며, 주로 지적받은 항목으로는 '효능 과대 홍보' 및 '실제 제품 효능과 다른 효능을 연상하게 하는 이미지 및 홍보 문구' 등임

Market Trend 04. 원산지 표기 의무화

- 일본 농림수산성(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 함

후지노미야시 고향납세 답례품으로 풍기 홍삼 제품 선정

일본 후지노미야시의 고향납세 답례품으로 경북 영주시의 풍기 홍삼이 선정됨. 영주시를 방문한 일본 후지노미야시 경제 교류단은 영주시 관계자들과 만나 고향납세 답례품으로 풍기홍삼 제품 채택에 대해 논의함. 이로 인해 이르면 내년부터 영주 지역 내 생산한 홍삼 제품이 후지노미야시 고향납세 답례품으로 일본 국민들에게 제공될 예정임.

일본의 고향납세 제도는 자신이 거주하고 있는 도시외 타 지방도시에 납세하는 제도로 대도시와 지방간의 재정 격차 해소를 위해 2008년부터 시행되고 있음. 고향납세를 하게 될 경우 해당 금액의 20 ~ 50%에 상당하는 답례품을 납세자에게 보내줌

영주시는 풍기홍삼차, 홍삼절편, 홍삼타브렛, 홍삼정 캡슐 등 실용성과 간편성을 따지는 일본인들이 선호하는 홍삼제품을 우선 공급할 방침임. 후지노미야시 시장은 “고향납세 답례품을 해외에서 수입하는 것은 후지노미야시에서 최초로 시도하는 것이며 풍기 홍삼 제품은 평소 건강을 고려하는 일본 현지인들에게 큰 관심을 끌 것으로 전망한다.” 고 답변함

표 2.1 : 일본 후지노미야시 영주시 방문



출처 : Specific Asia(specificasia.blog.jp)

11. Specific Asia, 『静岡県富士宮市の『ふるさと納税の返礼品』に韓国産『紅参(高麗人參)』が選ばれたニダ!』 2017.06.02

건강식품 온라인 유통 비중 상승세, 오프라인은 드럭스토어 高

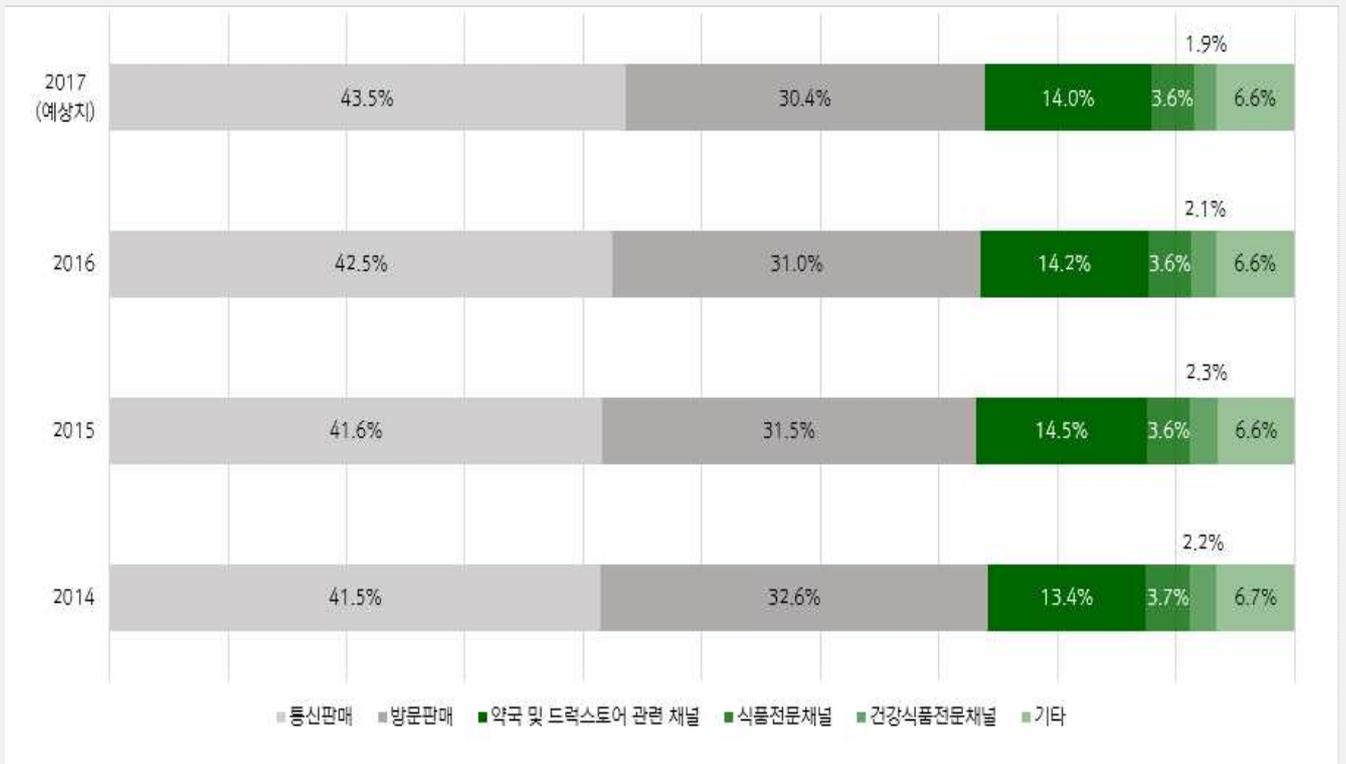
2017년 1월 일본의 주요 시장 연구 조사 기관인 야노경제연구소에서 발표한 자료에 의하면, 일본의 30대 이상의 소비자의 경우 70%이상이 건강 기능성 식품에 대해 인지하고 있으며, 20% 이상이 섭취한 경험이 있다고 전함

이에 건강식품의 채널별 판매 시장규모 추이를 공개함. 해당 보고에 따르면, 2016년 기준 통신판매 비율이 42.5%로 가장 높게 나타났으며, 방문판매가 31.0%로 뒤를 이었음. 이 밖에 오프라인 채널에서는 약국 및 드럭스토어 채널이 14.2%로 가장 높은 비중을 나타냈으며, 식품 전문 채널은 3.6%, 건강식품 전문 채널은 2.1%로 낮게 나타남

이러한 연구를 바탕으로 야노경제연구소는 2017년 건강식품 판매 채널 시장에 대해 온라인이 43.5%까지 상승세를 이어갈 것으로 예측함¹².

표 2.2 : 건강식품의 채널별 판매 시장 규모

(단위 : %)



출처 : 일본 야노경제연구소(矢野經濟研究所, www.yano.co.jp)

12. 야노경제연구소, '健康食品市場に関する調査を実施(2017年)', 2017.01.23

일본, 건강식품 효능 표시 규제 강화

일본의 유력 언론사 중 하나인 Tsuhan shinbun에 의하면 2017년 3월 소비자청은 눈 건강 관련 식품에 대해 효능 관련 표현에 관해 조치 명령을 내린 이후, 지속적으로 건강식품에 대한 효능 표시 규정이 신체기능 유지 제품 및 다이어트 제품 등으로 확대 및 강화되고 있음

현재까지 조치 명령을 받은 건강식품의 주요 효능으로는 눈, 두뇌, 관절에 관한 것이었으며, 주로 지적받은 항목으로는 ‘효능 과대 홍보’ 및 ‘실제 제품 효능과 다른 효능을 연상하게 하는 이미지 및 홍보 문구’ 등임¹³.

이러한 이슈에 대해 일본의 의약 및 건강 관련 전문 제체인 Nikkei Digital Health는 ‘건강유지 및 증진 효과와 관련한 문구는 과장하지 아니한다’는 건강 증진법 및 의약 관련 법률에 의한 것이라고 전함

이에 도쿄도청에서는 실제 매장에서 판매중인 45개의 대표 품목을 대상으로 조사해본 결과, 17개 항목에서 부적절한 표시가 발견되었으며, 인터넷을 통해 판매되는 제품 중에서는 80개 제품 중 67개가 부적절한 것으로 나타나 사업자에 대해 조치 명령을 내림¹⁴.

13. Tsuhan Shinbun, 消費者庁 健食の表示規制強化へ、相次ぐ新たな「違反認定」の手法, 2017.10.12

14. Nikkei Digital Health, 医師が思い浮かべる「ニセ医学」が規制強化へ, 2017.08.30

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 함

이를 통해 수입제품에 대해서는 수입산으로 표시하고 수입 중간가공품에 대해서는 가공지역을 표시하는 방안을 검토함. 또한 검토회는 일본산 원재료는 ‘国産’으로 표시되어야 하고 수입된 재료들은 Country로 표기해야 한다고 규정함¹⁵.

표 2.3 : 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)

15. 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



* 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

	제품명	제조사	제조국가
1	고려6년근홍삼농축액로얄100 300g	(주)대한홍삼진흥공사	한국
2	고려6년근홍삼농축액로얄100 100g		
3	고려인삼조청	금산덕원인감약초영농조합법인	
4	삼시대고려홍삼절편	농업회사법인금산흑삼주식회사	
5	금흑흑삼에브리진 생	KGC인삼공사	
6	정관장6년근홍삼엑기스 홍삼원		

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

한인마트
충각네



新宿区百人町2-1-2 K-PLAZA2 1F

출처 : 현지방문조사(충각네 2017.10)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 6개 선정¹⁶.

	제품명	제조사	제조국가
1	고려6년근홍삼농축액로얄100 300g	(주)대한홍삼진흥공사	한국
2	고려6년근홍삼농축액로얄100 100g		
3	고려인삼조청	금산덕원인감약초영농조합법인	
4	삼시대고려홍삼절편	농업회사법인금산흑삼주식회사	
5	금흑흑삼에브리진 생	KGC인삼공사	
6	정관장6년근홍삼엑기스 홍삼원		

출처 : 현지방문조사(충각네 2017.10)

분석 지표 설정 - 6개 항목

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

16. 수출입 통계의 수입액 상위국가의 경우 일본 홍삼조제품 기준 HS CODE 2106.90.299 품목을 기준으로 집계되었음. 그러나 현지 조사의 경우 한국 홍삼조제품 기준 HS CODE 2106.90.3029를 기준으로 조사되었음. 또한 해당 국가 전역이 아닌 일부 지역에서 진행되었기 때문에 수출입 통계에서 수입액 상위를 차지한 국가(미국, 중국, 네덜란드, 태국)의 제품이 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

일본 내 유통 중인 홍삼조제품, 100g당 가격 평균 24,916원¹⁷.

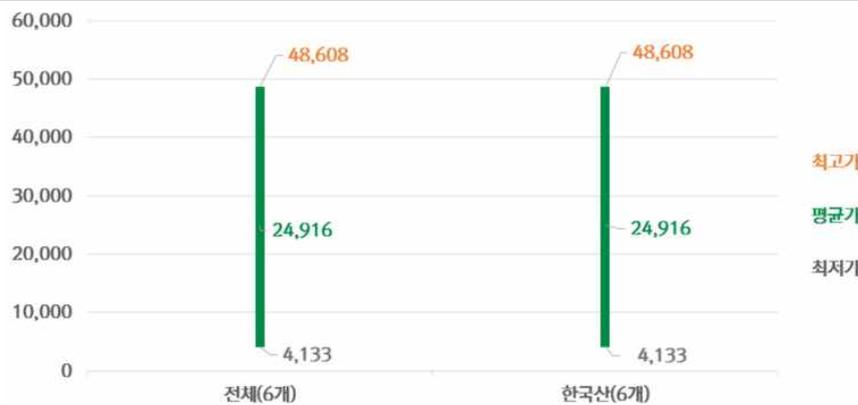
일본 현지 한인마트 방문 결과 일본 내 판매 중인 홍삼조제품의 100g 당 평균 가격은 24,916원으로, 모두 한국산 제품으로 확인됨

100g당 평균 가격이 가장 비싼 제품은 ‘(주)대한홍삼진흥공사’의 ‘고려6년근 홍삼농축액로얄100 100g’ 제품으로 100g당 가격은 48,608원임. 반면 가장 저렴한 제품은 ‘금산덕원인삼약초영농조합법인’의 ‘고려인삼조청’ 제품으로 동량 대비 약 12배 저렴한 4,133원으로 조사됨

현지 유통업체에서 조사된 6개 경쟁 제품의 중량 평균은 270g이며, 유통기한은 평균 18개월임

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격¹⁸.

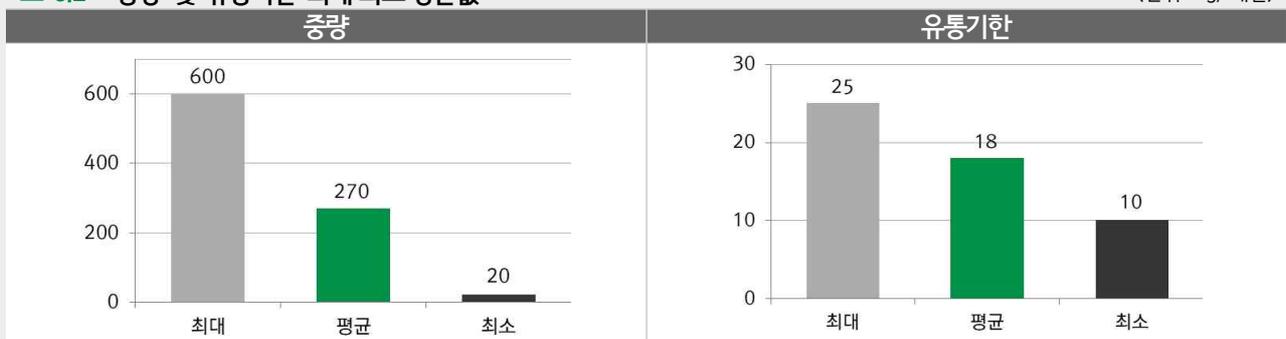
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(총각네 2017.10)

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값¹⁹.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(총각네 2017.10)

17. 1엔(JPY) = 9.92원(KRW) (KEB하나은행 고시기준, 2017.10.31), 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 ‘엔’를 한화로 전환하여 제시함

18. 현지에서 방문한 1개의 유통업체에서 조사된 6개의 제품 모두 한국 제품임

19. 중량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

일본 홍삼조제품, 종이 상자 외장재 사용 중

일본 내 경쟁제품 6개 전부 종이 상자를 외장재로 사용하고 있음

주원료 및 제조국가

일본 내 경쟁제품에는 6년근 홍삼 농축액, 꿀, 올리고당 등의 원료가 주로 사용되었으며, 1개의 매장에서 조사된 6개의 홍삼조제품은 전부 한국산임

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류



출처 : 현지방문조사(총각네 2017.10)

표 3.4 : 경쟁제품 원료 목록

제품명	원료
고려6년근홍삼농축액로얄100 300g	6년근 홍삼 농축액
고려6년근홍삼농축액로얄100 100g	6년근 홍삼 농축액
고려인삼조청	홍삼 혼합 추출액, 홍삼 농축액, 꿀, 올리고당
삼시대고려홍삼절편	4년근 이상 홍삼, 꿀, 이소말토올리고당
금흑흑삼에브리진 생	흑삼 농축액
정관장6년근홍삼엑기스 홍삼원	6년근 홍삼 농축액, 물, 과당, 식물 혼합액, 향료

출처 : 현지방문조사 (총각네 2017.10),

표 3.5 : 경쟁제품 제조국가

제품명	원산지	제조국가 비중
고려6년근홍삼농축액로얄100 300g	한국	<p>100.0%</p>
고려6년근홍삼농축액로얄100 100g		
고려인삼조청		
삼시대고려홍삼절편		
금흑흑삼에브리진 생		
정관장6년근홍삼엑기스 홍삼원		

출처 : 현지방문조사 (총각네 2017.10), 6개 제품 기준

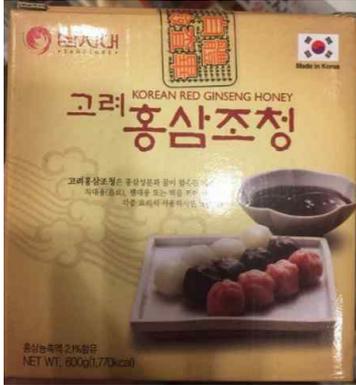
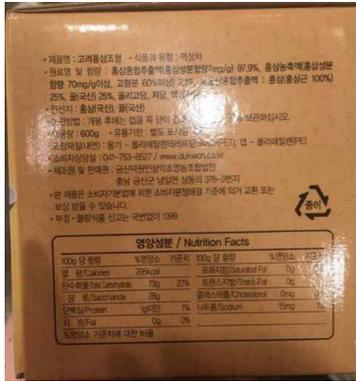
4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

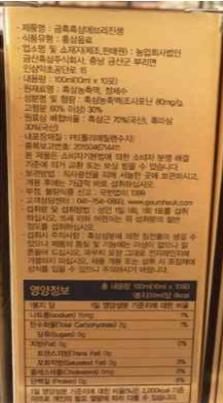
일본 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함. 수입사 정보의 경우 제품 라벨을 통하여 확인할 수 있는 제품에 한하여 표기함

분류	제품 01	제품 02	
제품이미지			
제품스펙	제조사명	(주)대한홍삼진흥공사	(주)대한홍삼진흥공사
	제품명	고려6년근홍삼농축액로얄100 300g	고려6년근홍삼농축액로얄100 100g
	중량(g)	300	100
	가격(JPY)	13,000	4,900
	외장재	종이 상자	종이 상자
	원료	6년근 홍삼 농축액	6년근 홍삼 농축액
	유통기한(개월)	25	25
	제조국가	한국	한국
취급처	수입사 정보	주식회사플러스시스템	주식회사플러스시스템
	판매확인 매장	총각네	총각네

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	금산덕원인감약초영농조합법인	금산덕원인감약초영농조합법인
	제품명	고려인삼조청	삼시대고려홍삼절편
	중량(g)	600	20
	가격(JPY)	2,500	320
	외장재	종이 상자	종이 상자
	원료	홍삼 혼합 추출액, 홍삼 농축액, 꿀, 울리고당	4년근 이상 홍삼, 꿀, 이소말토울리고당
	유통기한(개월)	10	17
	제조국가	한국	한국
취급처	수입사 정보	-	-
	판매확인 매장	총각네	총각네

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사명	농업회사법인금산홍삼주식회사	KGC인삼공사
	제품명	금흑홍삼에브리진 생	정관장6년근홍삼엑기스 홍삼원
	중량(g)	100	500
	가격(JPY)	3,400	2,100
	외장재	종이 상자	종이 상자
	원료	홍삼 농축액	6년근 홍삼 농축액, 물, 과당, 식물 혼합액, 향료
	유통기한(개월)	16	12
	제조국가	한국	한국
취급처	수입사 정보	-	주식회사플러스시스템
	판매확인 매장	총각네	총각네

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		KGNF	(주)한국광장	KGC 인삼공사
		한국	한국	한국
기업 개요	설립년도	2001년	1992년	1999년
	본사 소재지	한국	한국	한국
	직원 수	약 34명(2016년)	약 133명(2017년)	약 1,586명(2016년)
	매출액	약 36억 5,000만 원(2016년)	약 40억 1,300만 엔(2017년) 392억 7,844만 원	약 1조 1,076억 4,641만 원 (2016년)
	취급품목	인삼 조제품	식료품, 인삼 조제품	인삼 조제품
제품 정보				
		인삼 차	인삼 뿌리	홍삼 차
홍보 전략	홍보 방법	- 포장재 겉면에 인증 표기	- SNS를 활용한 홍보	- SNS를 활용한 홍보
	캐치 프레이즈	- 大韩民国特产品人参 - 대한민국 특산품 인삼	- 小さな韓国 - 작은 한국	- 世界最高品質の高麗人参 - 세계 최고 품질의 고려인삼

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑물 조사 온라인 쇼핑물 조사

- 키워드 : 인삼(高麗人參), 건조 인삼(乾燥人參)
- 온라인 쇼핑물 분석
- shopping.geocities.co.jp
- rakuten.co.jp

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 한국 현지 오프라인 매장 방문(2017.11)
- 총각네
- 한국광장

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

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

한국 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

한국	한국	한국
		
· 경쟁 제품 보유 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 경쟁 제품 보유 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 경쟁 제품 보유 기업 <input checked="" type="checkbox"/>
· 온라인 쇼핑물 조사 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 조사 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 조사 <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 type="checkbox"/>

2. 경쟁사별 현황파악

KGNF 정보

- 대표 전화 : +82-55-323-5358
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 김해

출처 : Job search (www.job.co.kr)

한국 기업 분석 : KGNF

2000년에 설립된 식품개발 및 가공업체로 경남 김해에 위치해있음. 취급품목으로는 인삼 가공품, 건강보조식품이 있으며, 일부 제품은 일본에 수출하고 있음. 2016년 기준, 직원 수는 34명이며 매출액은 약 36억 5,000만 원을 달성함

[기업 개요]

- ① 설립년도 2000년
- ② 직원수 약 34명(2016년)
- ③ 매출액 약 36억 5,000만 원(2016년)
- ④ 취급품목 인삼 가공품



출처 : Job search (www.job.co.kr)

[제품 정보]

온(오프) 라인 확인 제품		
	인삼 차	홍삼 차

출처 : 현지 조사 결과(2017.11)

[홍보 전략]

오프라인 홍보	캐치프레이즈
제품 포장재 겉면에 인증 표기	"大韩民国特产品人蔘"
	
· 제품 포장재 겉면에 한국인삼검사소와 식품의약품안전처의 인증을 표기해, 고객들로 하여금 제품에 대한 신뢰도를 강조	· '대한민국 특산품 인삼' · 인삼 강국인 대한민국의 제품인 것을 고객들에게 각인시켜, 자사 제품 홍보

출처 : 현지 조사 결과(2017.11)

2. 경쟁사별 현황 파악

(주)한국광장 정보

- 대표 전화 : +81-3-3232-5400
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 도쿄(Tokyo)

출처 : (주)한국광장 (www.ehiroba.jp)

한국 기업 분석 : (주)한국광장

(주)한국광장은 도쿄에 위치한 식품유통매장이며, 정식 상호명은 ‘주식회사 코리아플라자 히로바’ 임. 취급품목은 각종 신선식품에서 가공식품까지 다양하며, 한국에서 수입된 제품은 물론 자체 개발 제품도 보유하고 있음. 2017년 기준 직원 수는 약 133명이며, 매출액은 약 40억 1,300만 엔에 달함. 자체 유통매장의 상표를 붙인 PB상품으로 판매하기도 함

[기업 개요]

- ① 설립년도 1992년
- ② 직원수 약 133명(2017년)
- ③ 매출액 약 40억 1,300만 엔(2017년)
- ④ 취급품목 한국 식료품



출처 : (주)한국광장(www.ehiroba.jp)

[제품 정보]

온(오프)라인
확인 제품



인삼 근(根)

출처 : (주)한국광장(www.ehiroba.jp)

[홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
SNS를 활용한 홍보	"小さな韓国"
	「小さな韓国」
· 자사의 SNS에 제품을 홍보하는 영상 및 사진을 게재해 고객들의 관심유도 및 제품 홍보	· ‘작은 한국’ · ‘작은 한국’이라는 캐치프레이즈를 통해, 고객들에게 흥미 유발 및 자사 제품의 맛과 품질에 대한 자신감을 드러냄

출처 : (주)한국광장(www.ehiroba.jp)

2. 경쟁사별 현황 파악

한국인삼공사 정보

- 대표 전화 : +82-1588-2304
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 대전 (Daejeon)

출처: 한국인삼공사(kgcshop.jp)

한국 기업 분석 : 한국인삼공사

한국인삼공사는 1999년에 설립되어, 홍삼 및 홍삼제품을 제조 및 유통하는 기업임. 본사는 대전광역시에 위치해있으며, 대표적인 제품으로 정관장 홍삼이 있음. 이중 가장 인기 높은 제품은 홍삼 농축액인 ‘홍삼정’ 시리즈이며, R&D 기관인 한국인삼연구원은 세계 인삼 및 홍삼기업 최초로 5개 분야 192개 항목에 국제공인시험기관(KOLAS) 인정을 받음²⁰.

[기업 개요]

- | | | |
|--------|-------|-----------------------------|
| ① 설립년도 | | 1999년 |
| ② 직원수 | | 약 1,586명(2016년.) |
| ③ 매출액 | | 약 1조 1,076억 4,641만 원(2016년) |
| ④ 취급품목 | | 인삼가공품 |



출처 : 한국인삼공사(kgcshop.jp)

[제품 정보]

온(오프)라인
확인 제품



홍삼원



홍삼 차



홍삼 액

출처 : 한국인삼공사(kgcshop.jp)

[홍보 전략]

온라인 홍보

SNS를 이용한 제품 홍보



캐치프레이즈

‘世界最高品質の高麗人蔘’

世界最高品質の高麗人蔘

- 당사 홈페이지에 “홍삼을 이용한 음식”, “홍삼 이야기”를 게재함
- 제품의 특성에 맞는 홍보물 게시로 고객에게 더 쉽고 친근하게 접근하고 있음

- ‘세계 최고품질의 고려인삼’
- 세계 최고품질의 인삼을 즐기고 싶다면, 자사의 제품을 이용하라 라는 캐치프레이즈를 통해 제품에 대한 굳은 자신감을 어필함

출처 : 한국인삼공사(kgcshop.jp)

20. 당사 홈페이지 참고, kgcshop.jp

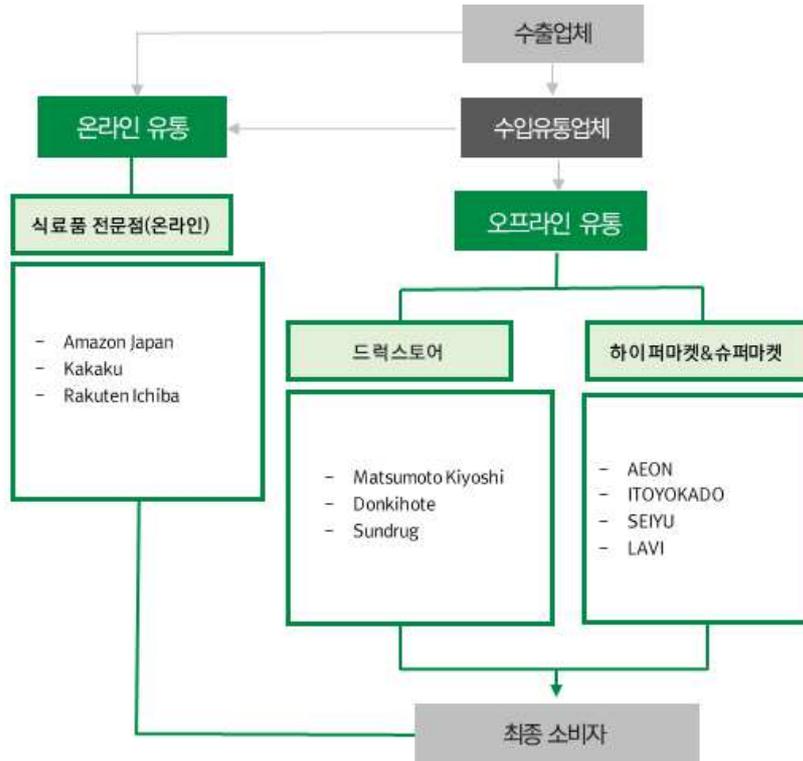
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

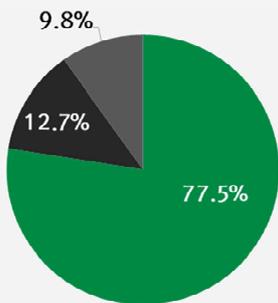
1. 현지 진출 주요 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 유통점유율



■ 드럭스토어 ■ 하이퍼마켓&슈퍼마켓 ■ 식품 전문점

유통채널별 정의 및 특징

- **드럭스토어** : 약국의 형태를 한 소매점으로, 약품을 중심으로 생활용품과 간단한 식료품을 취급함
- **하이퍼마켓·슈퍼마켓** : 식료품, 일용 잡화, 의약품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장
 - 면적 2,300㎡ 이상(하이퍼마켓)
 - 면적 280~2,300㎡ 이상(슈퍼마켓)
- **식음료 전문 판매점(Food & drinks Specialists)** : 특정 식음료 종류를 통해 수입의 대부분을 창출하는 소매점

출처 : Global Data(2015), 'Over-the-Counter Healthcare' 유통점유율 기준

1. 현지 진출 주요 경로

시장 점유율

Global Data의 ‘Over-the-Counter Healthcare’ 품목의 유통 채널별 비중을 비교 및 분석한 결과, 2015년 기준²¹. 일본 내 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓의 시장 점유율은 77.5%로 가장 높게 나타남. 뒤를 이어 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 12.7%, 식료품 전문점이 9.8%를 기록함. 시장 점유율 1위와 2위는 약 7배의 큰 차이를 보였으나 2위와 3위의 차이는 2.9%로 근소한 것으로 나타남

ROUTE #1. 드럭스토어

: 일본 드럭스토어의 면세점-편의점화(化)

일본 드럭스토어가 의약품과 화장품이 아닌 식료품까지 취급제품의 범위를 넓히고자 24시간 운영을 실시하면서 편의점과 비슷한 유통채널 특징을 보이고 있음. 슈퍼마켓과 편의점의 장점을 동시에 지닌 이러한 전략은 다양한 소비자 층의 확대에 이어지고 있음. 또한 관광산업 진흥을 위해 2014년부터 실시되고 있는 면세정책으로, 중국인 관광객이 급증하여 드럭스토어 업체들은 면세점 형태로 변화하고 있음. 공항 면세점이 아닌 도심의 편의점, 슈퍼마켓 등에서 여행객이라면 누구나 면세가격으로 생필품이나 의약품을 구매할 수 있어, 외국인 관광객에게 관심을 받고 있음²².

표 5.1 : 드럭스토어로 유통하는 수입사 정보



드럭스토어

<div style="text-align: center;">  드럭스토어 </div>	1.	金氏高麗人參株式会社
	홈페이지	www.kouraininjin.com
	기업 개요	당사는 건조된 홍삼을 수입 및 유통하는 업체임. 제품의 안전성과 유용성을 목표로 한국, 중국에서 엄선해서 가져옴
	2.	株式会社 高麗貿易ジャパン
	홈페이지	www.koti.co.jp
	기업 개요	1985년에 설립된 한국식품 전문 수입유통업체로, 주요품목으로 건강차, 인삼 관련 제품, 김치 등이 있음. 인삼 관련 제품으로는 엑기스, 캡슐, 차를 취급하고 있음
	3.	株式会社ハッピーワールド*
	홈페이지	www.hwi.co.jp
	기업 개요	1971년에 설립된 업체로, 126명의 사원을 보유한 수입유통업체임. 주로 한국에서 고려인삼과 해산물을 수입하여 일본뿐만 아니라 북미, 아시아 전역에 유통하고 있음. ISO9001인증을 보유함

21. Global Data조사결과, 2015년 정보가 최신정보로 확인되었으며, 인산조제품의 유통채널 점유율을 확인할 수 없어, 상위 품목인 ‘Over-the-Counter Healthcare’의 유통채널 점유율로 대체함

22. Nikkei Asian Review(www.nikkei.com)

1. 현지 진출 주요 경로

ROUTE #2. 하이퍼마켓&슈퍼마켓

: 변화의 갈림길에 선 GMS(General Merchandising Store)²³.

2017년 1월 23일 일본 체인 스토어 협회에 따르면 2016년 일본 내 슈퍼마켓의 매출이 전년 대비 0.4% 감소한 13조 426억 엔(약 131조 481억 원)을 기록함. 또한 2016년 12월 판매실적은 전월 대비 2% 하락함.²⁴ 이는 접근성이 우수한 편의점의 성장세가 원인으로, 2016년 이후에는 도쿄 등 수도권 매장의 영업 시간이 단축되는 등 위기를 맞기도 함. 일례로, 2016년 2월에는 일본 대형 할인마트 체인 1위 업체인 ‘이온(AEON)’ 이 도쿄, 치바, 가나가와에 위치한 GMS 64개 점포 중 70%인 42개의 개업 시간을 오전 7시에서 오전 8시로 변경한 사례가 있음. 이에 슈퍼마켓 업체는 유통시장 점유율을 유지하기 위한 다양한 방안을 모색하고 있음. 일본 최대 유통그룹인 AEON은 자회사 ‘다이에’ 를 식료품 전문매장인 ‘이온 푸드 스타일 스토어’ 로 전환하는 방안을 검토하고 있음.²⁵

표 5.2 : 하이퍼마켓/슈퍼마켓으로 유통하는 수입사 정보

 <p>하이퍼마켓/슈퍼마켓</p>	1. (DHC) 株式会社ディー・エイチシー	
	홈페이지	www.dhc.co.jp
	기업 개요	당사는 스킨케어, 메이크업, 남성용 스킨케어, 건강식품 등 다양한 형태로 인삼을 이용함. 식료품으로는 주로 6년 근 인삼으로 만든 보충제를 취급함. 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 할인점, 약국, 버라이어티 숍 등 다양한 유통채널로 유통함
	2. 株式会社 ハッピー-食品	
	홈페이지	www.seoul-ichiba.com
	기업 개요	주로 한국에서 제품을 수입하며, 홍삼 캔디, 음료, 생 홍삼, 홍삼차, 홍삼 액기스 등 다양한 형태의 제품을 취급함
	3. Kihokuniya	
	홈페이지	kihokuniya.com
	기업 개요	주로 한국에서 제품을 수입하며, 다양한 식재료와 건강식품을 유통함. 인삼과 홍삼의 경우 한국 금홍으로부터 수입하여 납품함

23. 미국에서 발달한 소매업의 한 형태로 체인 오퍼레이션을 실시하고 우수한 상품개발력을 갖추고 있는 종합소매업을 의미함. 즉, 국내에서의 대형 마트 개념임

24. Nikkei Sangyo Shimbun newspaper, ‘全国スーパー売上高、16年12月は2.0%減’ 2017.01.23

25. 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. 현지 진출 주요 경로

ROUTE #3. 식료품 전문점

: 빠른 성장을 거듭하는 온라인 전자상거래 시장

일본 경제산업성 METI(Ministry of Economy, Trade and Industry)가 발표한 자료에 따르면 2016년 기준 일본 B2C 전자상거래 시장 규모는 15조 1,358억 엔 (한화 약 152조 5,825억 원)으로 2012년 이후 4년간 연평균 12.3%의 높은 성장률을 기록함²⁶.

일본 온라인 유통채널은 일본의 효율적인 물류 시스템과 낮은 온라인 사기 범죄율, 높은 스마트폰 보급률 등 전반적으로 온라인 거래에 우호적인 환경으로 인해 점점 더 빠른 성장세를 보이고 있음²⁷.

표 5.3 : 식료품 전문점으로 유통하는 수입사 정보

 <p>식료품 전문점</p>	1. 和漢原料の卸業 株式会社&びや草木庵	
	홈페이지	www.ebiya.ne.jp
	기업 개요	중국과 한반도의 국경 장백산에서 직접 재배한 제품을 수입함. 인삼 등 한방 재료와 식품 원료는 자연의 상태가 아닌 분말 상태로 수입됨
	2. 株式会社中屋彦十郎薬舗	
	홈페이지	www.kanpoyaku-nakaya.com
	기업 개요	주로 한국, 북한, 중국, 러시아, 일본(나가노 후쿠시마 시마네)에서 제품을 공급받으며 한방약으로도 취급하고, 홍삼 자체도 취급함
3. 有限会社キムチランド		
홈페이지	www.geumhong.jp	
기업 개요	한국산 홍삼을 취급하고 있으며, 특히 충남 금산에서 재배된 홍삼을 수입함. '錦紅'라는 브랜드로 식료품 전문점, 드럭스토어, 온라인으로 유통하고 있음	

26. 일본 경제 산업성, '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

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

2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

인삼 제조품 수입·유통업체 대상
인터뷰 진행

(2017년 11월)

Q1. 인삼 제조품의 수요는 어떠한가요?

“일본의 인삼시장에서 인삼 제조품에 대한 수요는 높은 편입니다. 특히, 건강을 중요하게 생각하는 40대 이상의 중·장년층에게 인기가 많으며, 남성보다 여성에게 수요가 더 높습니다. 그 이유는 인삼 조제품이 몸을 따뜻하게 해주는 효과가 있기 때문입니다.”

인삼 제조품 수입·유통업체

金氏高麗人參株式会社(Gold Ginseng Co., Ltd.) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.11

“현지시장에서 인삼 제품에 대한 수요는 높은 수준을 유지하고 있습니다. 왜냐하면, 인삼 제품을 구매하는 소비자는 대부분 중·장년층이었지만, 최근에는 20~30대 젊은 소비자들도 영양을 보충하기 위해 제품을 많이 구매하고 있기 때문입니다.”

인삼 제조품 유통업체

株式会社ディー・エイチシー((DACITYCY Co., Ltd.) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.11

Q2. 인삼 제조품의 구매요인은 무엇인가요?

“현지에서 인삼 제품을 구매하는 소비자들은 제품의 성분과 효과를 중요하게 생각하며 제품을 구매하는 경향이 있습니다. 왜냐하면, 대부분 소비자는 체력을 향상시키고, 건강을 유지하기 위해 인삼제품을 구매하기 때문입니다.”

인삼 제조품 유통업체

株式会社ディー・エイチシー((DACITYCY Co., Ltd.) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.11

“현지의 소비자들은 인삼 제조품을 구매할 때 건강과 품질을 가장 중요한 요소로 생각하고 있습니다. 그 이유는 제품을 구매하는 소비자들이 건강을 유지하고 싶어 하는 장년층이 제품을 많이 구매하기 때문입니다.”

인삼 제조품 유통업체

株式会社 ハッピー食品(Happy Food Co., Ltd.) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.11

“일본에서 인삼제품을 구매하는 소비자들은 인삼제품을 건강기능식품 또는 영양 보조식품으로 제품을 구매하는 경향이 있습니다. 이로 인해서 제품을 구매할 때는 품질과 안전성을 가장 중요하게 고려하며, 제품을 구매합니다.”

인삼 제조품 수입·유통 업체

Kihokuniya 담당자와의 인터뷰 中, 2017.11



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



SEIYU

セiyu市場

		Matsumotokiyoshi	SEIYU	서울시장
		드럭스토어(일본)	하이퍼마켓(일본)	한인마트(일본)
유통업체 개요	설립년도	1932년	1963년	1995년
	매장 소재지	일본 전역	일본 전역	일본 전역
	직원 수	6,243명(2017년)	1만 6,272명(2016년)	180명(2017년)
	점포 수	1,545개(2016년)	339개(2017년)	7개(2017년)
	취급품목	의약품, 화장품, 식료품 등	식료품, 의류, 생활 잡화 등	한국 식료품 및 생활 잡화 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		· 여성 소비자를 위한 화장품 전문판매점 출점	· 여성의 경제적 자립을 지원하기 위한 캠페인 공모	· 제주도 꾸미엄 상품 축제 개최
프로모션 정보		· 매장마다 소비자 상담을 위한 전문 약사를 겸비	· 지속 가능한 제품을 판매하기 위해 제품 조달부터 직접 관리	· 인터넷 쇼핑물에서 할인 행사 실시

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Matsumotokiyoshi(마츠모토키요시)

1932년에 개점한 일본의 드럭스토어 체인으로 동 업계 최대 기업임. 최초에는 의약품만을 취급했으나, 변화하는 소비자 수요에 맞춰 현재는 화장품, 생활 잡화, 식료품까지 다양하게 구비하고 있음. 전문 약사가 각 매장마다 근무하고 있어, 제품 구매에 필요한 조언을 얻을 수 있음

표 6.1 : Matsumotokiyoshi 매장 정보

기업 정보	컨셉	건강 상담과 쇼핑을 한 번에 즐길 수 있는 장소	
	대표 주소	千葉県松戸市新松戸東9番地1	
	대표 전화	+81-47-344-5111	
주요 판매품목		의약품, 화장품, 생활 잡화, 식료품 등	
매장전경			
매장 이슈		<p>여성 소비자를 위한 화장품 전문판매점 출점²⁸. 드럭스토어 마츠모토키요시가 2017년 6월, 기존의 점포에서는 취급하지 않았던 브랜드를 입점 시켜 화장품 전문판매점을 선보임. 주요 고객층은 20 ~ 30대의 젊은 여성들로, 출퇴근길, 회식 전, 점심시간 등을 이용하여 메이크업을 고치기 위해 방문하는 여성 소비자들에게 제품 상담과 테스트 서비스를 제공함</p>	
프로모션 전략		<p>소비자 상담을 위한 전문 약사를 겸비한 드럭스토어²⁹. 마츠모토키요시는 소비자가 건강 상담을 목적으로 언제든지 방문할 수 있는 약국을 실현하고자 함. 2016년 12월부터 적극적인 중소 약국과의 인수·합병 전략을 통해 '건강 서포트 약국³⁰' 인증을 받기 위한 활동에 힘쓰고 있음</p>	
제품 판매현황			

출처 : Matsumotokiyoshi(www.matsukiyo.co.jp)

28. 日経トレンディネット, 'マツキヨが働く女性向け新業態 10分サービスの狙い', 2017.07.10

29. ニュースイッチ, 'マツキヨは中小調剤薬局の救世主になるか', 2016.11.26

30. 일본 후생노동성이 2015년 9월부터 시행한 인증제도로 일정 기준을 만족한 드럭스토어에게 주어지는 인증

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



SEIYU(세이유)

일본의 대표 하이퍼마켓 브랜드 프랜차이즈 매장 중 하나인 세이유는 식료품, 의류, 주거용품 등을 취급하고 있음. 월마트에 의해 인수되었으나, 일본인의 자국 브랜드 선호 경향으로 인해 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	
	대표 주소	東京都北区赤羽二丁目1番1号	
	대표 전화	+81-3-3598-7000	
주요 판매품목		식료품, 의류, 주거용품, 잡화 등	
매장전경			
매장 이슈		<p>여성의 경제적 자립 지원³¹.</p> <p>일본의 하이퍼마켓 브랜드 SEIYU(세이유)는 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. SEIYU(세이유)는 해당 캠페인을 통해 당선된 제품들을 매장에서 실제로 판매함</p>	
프로모션 전략		<p>고품질의 제품을 저렴하게, KY경영³².</p> <p>소비자들에게 고품질의 제품을 저렴하게 제공하는 것이 경영방침인 SEIYU(세이유)는, KY(Kakaku Yasuku: 저렴한 가격)경영을 내세워 850엔(한화 약 8,600원)에 다양한 식료품을 제공하고 있음. 주로 식료품이 할인 대상이 되며, 매달 할인 대상이 변경되기 때문에 원하는 상품을 저렴하게 구매할 수 있음</p>	
제품 판매현황			

출처 : SEIYU(www.seiyu.co.jp)

31. Cnet Japan, '西友、女性の再就業のための体験型プログラムで日本女子大学と協働', 2017.07.04

32. SEIYUドットコム(www.the-seiyu.com)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

ソウル市場

서울시장

서울시장은 1995년 도쿄 신오오쿠보(新大塚)지역에 개점한 한국 식료품 전문점으로, 해당 지역에 1개의 매장을 운영하고 있음. 일본 내 총 7개의 매장을 보유하고 있으며, 4개의 식료품 소매점, 2개의 한국요리점, 한국 화장품 전문 소매점 1개로 구성됨. 1999년에 서울에 사무국을 설립하고 한국에서 직수입하여 일본에 유통하고 있으며, 독자적인 물류 시스템도 구비하고 있음. 또한 한국 요리 체험 및 문화 교실을 운영하며 한국을 알리는 활동에 적극적으로 임하고 있음

표 6.3 : 서울시장 매장 정보

기업 정보	컨셉	한국의 모든 것을 담고있는 가게
	대표 주소	東京都新宿区大久保1-16-15豊生堂ビル303号
	대표 전화	(+81) 03-3208-0979
주요 판매품목		한국 식료품 및 생활 잡화 등
매장전경		 
매장 이슈		<p>제주도 프리미엄 상품 축제 개최³³.</p> <p>제주경제통상진흥원 도쿄통상대표부는 청정 지역인 제주의 특산품이나 가공식품, 화장품 등을 제조하는 업체 7개사를 신오오쿠보의 서울시장으로 초청하여 상품 홍보 행사를 실시함. 행사는 2017년 9월 20일부터 같은 해 10월 3일까지 진행되었고, 7개사의 제조 업체들은 일본 소비자들의 트렌드를 이해할 수 있는 기회를 얻음. 서울시장은 한국을 알릴 수 있는 이러한 기회에 앞으로도 적극적인 지원을 하겠다는 의사를 밝힘</p>
프로모션 전략		<p>인터넷 쇼핑몰에서 할인 행사 실시³⁴.</p> <p>서울시장은 자사 홈페이지 내에 온라인 쇼핑몰을 함께 운영하고 있음. 온라인 쇼핑몰에서만 얻을 수 있는 혜택과 할인 정보가 있기 때문에 많은 소비자들이 이용하고 있음. 제품을 카테고리 별로 분류하고 한국 음식을 처음 접하는 현지 소비자들을 위해 먹는 방법, 만드는 방법, 같이 먹으면 어울리는 추천 요리 등을 자세히 안내하여 흥미를 유발함</p>
제품 판매현황		 

출처 : 서울시장(www.seoulchiba.com)

33. Asiace News, '新大久保ソウル市場で濟州道プレミアム商品まつり開催', 2017.09.27

34. 당사 홈페이지 참고, www.seoulchiba.com

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 일본 주요 드럭스토어 현황

Sun Drug		
취급품목	식료품, 생활용품, 잡화 등	
홈페이지	www.sundrug.co.jp	
매장 정보	1980년에 설립된 드럭스토어로, 도쿄에 본사를 두고 있음. 2017년 8월 기준 직영점 638개, 프랜차이즈점 57개, 물류센터 27개를 운영하고 있는 대규모 브랜드임. 일반 의약품 외에도 조제약품, 화장품 등을 취급하고 있음	
Daikoku Drug		
취급품목	식료품, 생활용품, 잡화 등	
홈페이지	www.aikokudrug.com	
매장 정보	1988년에 설립된 드럭스토어로, 2016년 기준 전국의 매장에 약 4,000여명의 직원을 보유하고 있음. 본사는 오사카에 위치하고 있으며, 생강젤리, 검은깨차 등 자사 브랜드를 건 PB상품을 생산하고 있음	

출처 : Sun Drug(www.sundrug.co.jp), Daikoku Drug(www.daikokudrug.com)

표 6.5 : 일본 주요 하이퍼마켓 현황

DAIEI		
취급품목	생활용품, 식료품	
홈페이지	www.daiei.co.jp	
매장개요	DAIEI는 1957년 설립된 일본의 대형 소매점 체인 브랜드로, 본사는 오사카(大阪)부에 위치하고 있음. 백화점도 운영하고 있으며, 자사 하이퍼마켓에서 유통되는 식료품을 프리미엄화하여 백화점에 유통하고 있음	
AEON		
취급품목	생활용품, 식료품	
홈페이지	www.aeon.info	
매장개요	AEON은 1758년에 설립된 일본의 대형 소매점 체인 브랜드로, 본사는 치바(千葉)현에 위치하고 있음. 일본 전역에 매장이 분포되어 있으며, 동남아시아와 미주지역을 포함한 전 세계에 매장을 운영하고 있음	

출처 : DAIEI(www.daiei.co.jp), AEON(www.aeon.info)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.6 : 일본 주요 한인마트 현황

총각네		
취급품목	생활용품, 식료품	
홈페이지	-35.	
매장개요	본래 무역업을 전문으로 하던 기업이 출점한 한국 식품 전문점으로, 쾌적한 시설과 휠체어, 유모차 등 고객의 편의를 고려한 서비스를 제공하고 있음. 한국산 홍삼제조품을 판매하고 있음	
한류시장		
취급품목	생활용품, 식료품	
홈페이지	-36.	
매장개요	한국 냉동식품, 조미료, 신선식품, 가공식품, 아이스크림 등 다양한 종류의 한국 식료품을 취급하고 있으며, 모든 음식은 시식이 가능함. 대학가에 위치하고 있어, 주요 고객은 자취를 하는 일본 대학생이라는 특징이 있음	

출처 : WOW新大久保(www.wowsokb.jp)의 한인마트 정보란에서 참고

35. 당사는 오프라인 전문 매장으로, 홈페이지가 없어 다음과 같이 기재함
 36. 당사는 오프라인 전문 매장으로, 홈페이지가 없어 다음과 같이 기재함

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

※ 인삼조제품 품목의 경우 일본 통관거부사례가 확인되지 않아 해당 항목은 제외함

통관 및 검역절차 OVERVIEW

일본 통관 검역 절차도



통관절차별 유의사항

통관절차	유의사항
사전보고 및 적하정보 제출	<ul style="list-style-type: none"> - 수출국의 선적항에서 출항하기 24시간 전(근거리의 경우 출항 전)까지 일본 수출입항만 정보처리시스템(NACCS)에 보고해야 함(KTNET, KUNET을 통해 경유하여 접속 가능함) - 화물 내역을 기재한 적하정부를 필수로 보고해야 함
수입 신고	화물이 수입항에 도착하였다는 도착통지가 내려진 경우, 수입자 혹은 화주는 보세지역을 관할하는 세관을 통해 수입신고를 해야 함
타 법령검토	수입하고자 하는 물품이 관세법 외에 다른 법령에 의해서 허가 및 승인이 필요할 경우, 수입신고 시 해당 물품이 허가 및 승인을 받았음을 입증해야 함
심사 및 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 수출입 검역기관의 서류심사에 합격한 뒤 통관 증명서류를 발급 받아 세관에 제출하여 통관수속을 마쳐야 함 - 수입화물 대조검사, 신고서 내용과 실제화물 부합여부 확인, 허위기재, 위장신고 등 규정위반에 대한 검사를 진행해야 함
관세 납부와 수입 허가	심사 및 검역에 합격하고 관련비용 지불 후, 위생허가증을 발급받아야 통관이 완료됨
화물 반출	제출 서류의 하자가 없고 관세 및 세금의 납부가 완료되는 경우 세관은 수입허가증을 발행함

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 일본 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		기본세율	WTO 협정세율
2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품		-
2106.90	기타		
2106.90.299	- 기타	15%	

일본 WTO 협정세율 정보

일본에서 HS CODE 2106.90.299의 경우
WTO 협정세율 15%가 부과됨

일본 부가가치세 정보

일본에서 2017년 기준, HS CODE 2106.90.299의 경우
소비세 8%가 부과됨

TIP_제품 관세율 확인법

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

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

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

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

1. 통관 및 검역절차

STEP #1. 사전보고 및 적하정보 제출

일본으로 물품을 수입하기 위해서는 수출국 선적항에서 출항하기 24시간 전 (근거리의 경우 출항 전)까지 전자시스템을 통해 보고해야 함. ‘일본 수출입 항만 관련 정보처리시스템(NACCS)’센터와 이용계약을 체결한 경우 NACCS 홈페이지에 접속하여 보고할 수 있음. 계약을 체결하지 않았다면 NACCS와 계약을 체결한 KINET, KLNET, Cyberlogitec³⁷. 등을 경유하여 접속한 후 보고할 수 있음. 후자의 경우에는 신청자 ID를 미리 발급받아야 함. ID 취득은 하기 NACCS 홈페이지에서 신청 가능함

• www.naccscenter.com/afr/indexj.html

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

STEP #2. 수입신고

화물이 도착하면 수입자는 운송 계약과 관련된 서류를 인수받아 수출자가 보낸 송품장 등을 구비해 관할 세관에서 수입신고를 진행함. 수입신고는 통관 대리업자를 통해 신고할 수 있으며, 통관 대리업자는 일본 내 사업장 및 소재지가 있어야 함. 수입신고는 화물의 수입자 또는 세관의 허가를 받은 통관업자가 수입자를 대리하여 신고할 수 있음. 한편, 일본 내 거주하지 않는 자는 수입통관을 할 수 없음

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

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

표 7.1 : 수입신고서 제출 시 구비서류

- | | |
|------------------------------|--|
| - 상업송장 | - 인증서 및 증명서(타 법령에 의거하여 필요한 경우) |
| - 선화증권 혹은 항공화물 운송장 | - 관세 및 소비세의 감면 또는 면제에 관한 명세서 (감면 또는 면제가 상품에 적용되는 경우) |
| - WTO세율 적용 가능한 원산지 증명서 | - 관세 지불 전표(물건이 과세될 경우) |
| - 포장목록, 화물계좌, 보험증서 등(필요한 경우) | |

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

37. NACCS와 계약을 맺은 국내 서비스 제공 업체

1. 통관 및 검역절차

STEP #3. 타 법령 검토

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

STEP #4. 심사 및 검사

수입신고서가 접수되면 세관에서 신고서 및 구비서류에 대한 심사가 이루어짐. 물품의 위험도에 따라 심사 방법이 세 가지로 구분되며 그 종류로는 간이심사, 서류심사, 검사가 있음. ‘간이심사’의 경우 위험도가 가장 낮은 품목에 적용되는 것으로 통관정보시스템(NACCS)에 의하여 제출된 신고내용만을 검토함. ‘서류심사’는 중간 정도의 위험도가 있는 제품에 적용되며 수입 신고서 서류와 첨부서류를 제출하도록 함. 마지막으로 위험도가 높은 품목에 적용되는 ‘검사’는 서류심사와 제품 검사를 함께 실시함. 해당 심사는 통관에 소요되는 시간이 길어지며 검사에 드는 비용도 모두 수입자가 부담함. 따라서 명확한 신고를 위해 철저한 검토 체제를 갖추는 것이 중요함

표 7.2 해외통관 애로사항 문의처

기관	연락처
관세청 해외 통관 지원센터	- 전화 : 042-472-2197
주 일본 한국 대사관	- 전화 : +81-3455-2601

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)

1. 통관 및 검역절차

STEP #5. 관세납부와 수입허가

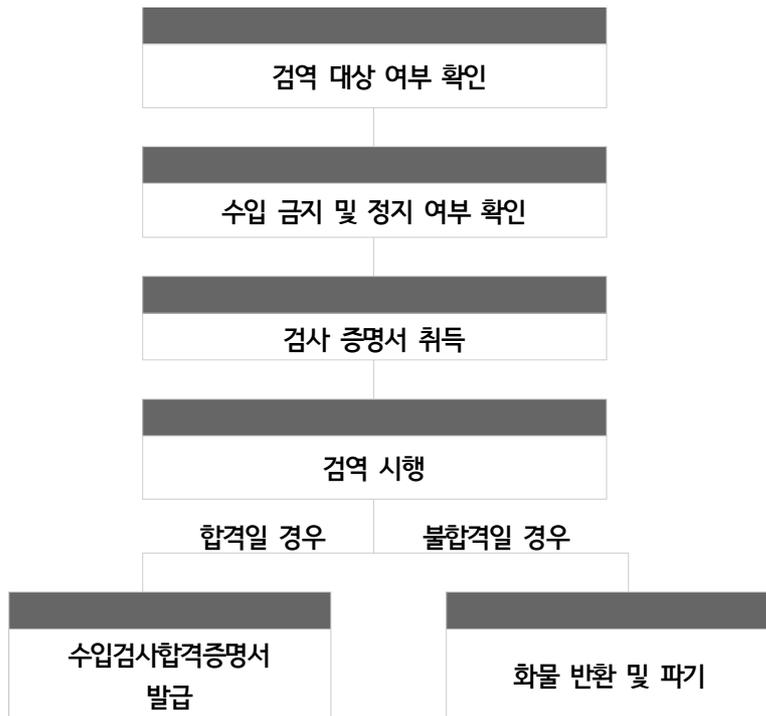
세관에서 심사가 완료된 이후 납부서(또는 납부번호가 기재된 납부 번호 통지 정보)를 발행함. 납세 기한은 별도로 지정되지 않으나 관세를 납부하지 않을 경우 보세구역에서 화물을 반출할 수 없음

납부 방법은 세 가지가 있음. 첫 번째로는 세관에서 발행한 납부서에 의한 납부로 세관 창구, 금융기관 창구에서 납부하거나 인지³⁸로 납부할 수 있음. 두 번째는 세관에서 통지한 납부 번호에 따른 납부로 인터넷 뱅킹, 모바일 뱅킹, 금융기관의 ATM 등을 통해 납부할 수 있음. 마지막으로 EDI³⁹ 시스템을 통한 전자납부가 가능함. 관세나 세금 납부가 완료되면 세관은 즉시 수입을 허가하게 되며, 수입자 또는 화주에게 수입허가증을 발행함

STEP #6. 화물반출

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

표 7.4 : 일본 위생검역 세부절차



출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

38. 세금을 납부하는 수수료를 나타내는 증표

39. 전자문서교환(EDI, Electronic Data Interchange) 방식에 의한 국가 간 무역업무처리제도

2. 관세율 정보

HS CODE 2106.90.299, WTO 협정세율 적용되어 15% 부과

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’ 을 통하거나 관세청 ‘한국 관세법령정보포털 3.0’ 을 활용하는 법 등이 있음

참여기업의 ‘인삼조제품’ 은 일본에서 HS CODE 2106(따로 분류되지 않은 조제 식료품)의 세부항목인 HS CODE 2106.90.299(기타)로 분류되어 WTO 협정세율 15%가 부과됨

감면세율 존재 및 소비세 인상 가능성

일본 ‘관세정률법’ 12조에 따르면, 식료품 및 의약품 등 생활관련 물자가 일본 내에서 가격이 상승하여 국민 생활의 안정을 위협할 경우 해당 물품에 대해 관세 감면혜택을 받을 수 있음

2017년 기준 해당 품목에는 소비세 8%가 적용되고 있으며, 오는 2019년에는 10%로 세율이 인상될 전망이다

표 7.5 : 일본 인삼조제품 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	기본세율	협정세율
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품		-
	2106.90	기타		
	2106.90.90	인삼제품류		
	2106.90.3019	기타		
일본	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품		-
	2106.90	기타		
	2106.90.299	- 기타		

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

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 경제동반자협정(RCEP) 협상에서 상품 서비스 시장접근 협상이 가속화되는 등 한중일 자유무역협정을 둘러싼 협상 환경이 변하고 있는 상황임

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

40. 산업통상자원부, 제 12차 한중일 FTA 공식 협상 개최, 2017.04.07

4. 통관 및 검역 유의사항

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

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

이번 발표에 따라 검역소는 수입신고서 등에 의해 식품의 규격 또는 기준에 대한 적합여부를 확인하며 수입식품의 식품안전 상황에 대해 폭넓은 감시를 위한 모니터링 검사를 계획적으로 실시하고 있음. 또한 식품위생상의 위해 방지를 위해 법률위반 가능성이 높을 것으로 보이는 수입식품 등에 대해 검사를 명령하고, 수입자가 자주적으로 안전관리를 추진하도록 강연회 개최 및 수입 전 지도 등을 실시하기도 함⁴².

식품 알레르기 표시 강화

일본 소비자청은 2016년 6월 2일 식품표시 적정화를 위한 대응방안을 발표함. 수입식품에 대한 알레르기 표시 철저에 대한 내용이 포함됨. 일본의 알레르기 표시기준은 식물 알레르기가 아주 미량의 알레르겐에 의해 발생할 수 있다는 관점에서 밀가루 등의 소량의 특정 원재료를 포함하는 식품의 경우 원칙적으로 해당 특정 원재료 포함의 표시가 필요함⁴³.

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

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

VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

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

인증 정보 OVERVIEW

권장인증 : HACCP(식품안전관리인증기준)

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	선택 인증	
비용	기본 심사 수수료 약 106만 원, 품목, 일수마다 추가 요금 약 20만 원, 그 외 출장비	
갱신기간	3년	
제출서류	HACCP 인증 신청서 등 양식에 맞는 서류	
발급절차	도입단계 → 신청 → 심사 → 인증서 발급 → 지속적인 심사	
유의사항	일본 후생노동성이 2020년 도쿄 올림픽 개최 시 일본의 식품안전을 홍보하기 위해 국제적으로 신뢰 받는 HACCP 인증을 식품업계 전반에 도입하기로 결정. 따라서 수입산 제품 또한 해당 인증을 취득하는 것이 유리함	

출처 : 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

권장인증 : JAS(Japanese Agricultural Standard) 인증

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

출처 : 일본 농림수산성(www.maff.go.jp)

권장표시 : 기능성표시식품제도

설명	특정 성분에 의해 건강의 유지 및 증진에 도움이 된다는 주장을 과학적인 근거에 기초하여 용기포장에 표시를 하는 식품
발행기관	일본 소비자청
성격	선택 표시
유의사항	해당식품에 관한 표시내용, 식품관련 사업자명 및 연락처 등 식품관련 사업자에 관한 기본정보, 안전성 및 기능성의 근거에 관한 정보, 생산/제조 및 품질관리에 관한 정보, 건강피해의 정보수집체제, 기타 필요한 사항을 판매개시일의 60일전까지 소비자청에 신고하여야 함

출처 : 일본 소비자청(www.caa.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 포장가압열살균 식품(레토르트식품), 어육반죽제품, 청량음료수, 수산가공품, 절임류, 두부, 과자, 면류' 만이 HACCP 승인품목으로 정해져 승인 대상이 되고 있음

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

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

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 제품의 경우 필수)	
제출서류	신청자의 성명 또는 명칭 및 주소, 생산 일정 관리 담당자의 성명·약력 등	
비용	1,200 ~ 2,000만원, 200 ~ 300만원의 갱신비용이 필요	
소요기간	2개월 이상	
갱신기간	1년	

출처 : 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 · 이익제기
인정기관은 검사결과로 판정을 행함. 판정결과에 이견이 있는 경우에는 인정기관에 이익을 제기함
STEP 06. 감사
인정 후 연 1회 감사를 행함

출처 : 일본농림수산성(www.maff.go.jp)

1. 인증 취득정보

권장표시 : 기능성표시식품제도

기능성표시식품이란 질병에 걸리지 않은 사람(미성년, 임산부 및 모유 수유자 제외)에게 제품의 특정 성분으로 건강의 유지 및 증진이 향상된다는 주장을 포장지 상에 표시를 하는 식품임. 제품에 표기되는 주장은 과학적인 근거에 기초한 것이어야 함

단, 특별용도식품, 영양기능식품, 알코올을 포함하는 음료, 나트륨 및 당분 등을 과잉 섭취시키는 식품은 제외됨

기능성표시식품은 국가기관의 심사를 거치는 것이 아니라 기업이 자체적으로 신고하는 제도임. 따라서 사후에 발생하는 모든 책임은 기업이 스스로 져야함. 기능성표시식품제도를 관할하는 일본 소비자청에서는 취득 준비 단계에서 여섯 항목을 단계적으로 검토할 것을 권장함

1. 기능성표시식품의 대상 식품이 되는지 판단함
2. 안전성에 대한 근거를 명확히 함
3. 생산, 제조 및 품질의 관리 체계를 정리함(HACCP, GMP 등 자주적 노력 권장)
4. 건강 피해 발생 시 정보수집체제가 갖춰져 있는지 조사함
5. 기능성(효능)에 대한 근거를 명확히 함
6. 기능성에 관한 적정한 표현(문구)을 정함

제품에 함유된 성분의 효능을 과학적으로 입증할 수 있는 근거(임상실험 결과, 논문 등)가 있는지 확인하고, 제품에 표현할 적절한 문구를 정해야 함

사전 검토단계를 거친 후 소비자청에서 요구하는 신고서 작성양식에 의거해 관련 서류를 소비자청에 제출하면 됨. 해당 식품에 관련된 정보, 식품관련 사업자명 및 연락처 등 식품업체의 기본 정보, 안전성 및 기능성을 뒷받침하는 과학적인 근거에 대한 설명, 생산·제조 및 품질관리에 관한 정보 등을 제품 발매일 60일 전까지 제출해야 하며, 서류에 미비사항이 있을 경우 보완할 수 있음. 신고서가 수리되면 소비자청으로부터 신고번호를 받게 되며, 관련 내용은 소비자청 웹사이트를 통해 공개됨. 신고서 수리일로부터 60일이 지난 후 허가받은 기능성 관련 문구를 제품 포장지 상에 표시해 정식 발매가 가능함

2. 인증 취득제품

한국산 경쟁제품, 식약처 건강기능식품 및 HACCP 인증 취득

일본 현지 조사 결과, 9개의 경쟁제품 중 4개 제품이 한국 식품의약품안전처에서 취득한 건강기능식품 및 HACCP 인증을 제품 패키지 전면에 표기하고 있음

표 8.3 : 인증 취득 경쟁제품

제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	고려6년근홍삼농축액로얄100		
제조사	(주)대한홍삼진흥공사		
제조국가	대한민국		
취득인증	식약처 건강기능식품		
제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	고려6년근홍삼농축액로얄100gx3		
제조사	(주)대한홍삼진흥공사		
제조국가	대한민국		
취득인증	식약처 건강기능식품		
제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	농협천년홍삼액기스		
제조사	(주)농협홍삼		
제조국가	대한민국		
취득인증	식약처 HACCP		
제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	지강인 고려 6년근 홍삼정골드		
제조사	금산홍삼랜드/철이네식품		
제조국가	대한민국		
취득인증	식약처 건강기능식품		

출처 : 현지방문조사(ソウル市場(서울시장), チョンガーネ(총각네), 2017.11)

3. 제출서류

JAS 인증 서류 심사 제출 서류

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

표 8.4 : JAS 인증시 필수 제출 서류

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

출처 : 일본농림수산성(www.maff.go.jp)

현장 검사 내용

JAS 인증 현장 검사는 다음과 같은 제출 서류를 기반으로 진행됨

표 8.5 : JAS 인증 현장 검사 제출 서류 목록

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

출처 : 일본농림수산성(www.maff.go.jp)

Q1. 일본의 통관 시 필요서류와 주의사항은 무엇인가요?

“일본에 인삼 조제품을 통관하기 위해서는 기본적으로 위생증명서, 인보이스, 상업 송장, 원산지 증명서, 수입신고서 등이 필요하며, 제품의 규격서와 성분 분석표, 그리고 제조 공정도는 필수적으로 필요합니다. 통관 시 주의사항으로는 위생증명서에 몇 년산 인삼으로 만든 제품인지에 대한 정보가 명시되어야 통관이 가능합니다. 일반적으로 통관은 2주 정도 소요됩니다.”

일본 통관대행업체

株式会社中屋彦十郎薬舗(Hikaruro Nakaya Pharmaceutical Co., Ltd.)

담당자와의 인터뷰 中, 2017.11

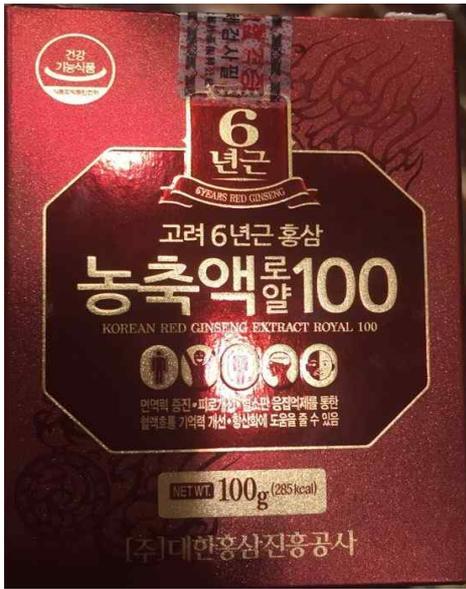
IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

일본 가공식품 라벨링 표기사항



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

출처 : 현지방문조사(チョンガネ(총각네), 2017.11)

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

일본 가공식품 라벨링 표기사항 상세

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

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

1. 라벨 표기사항

일본정부, 모든 가공식품에 원산지표기 의무 확대

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

식품 알레르기 표시 강화

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

표 9.1 : 일본 가공식품 라벨링 표기사항

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

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

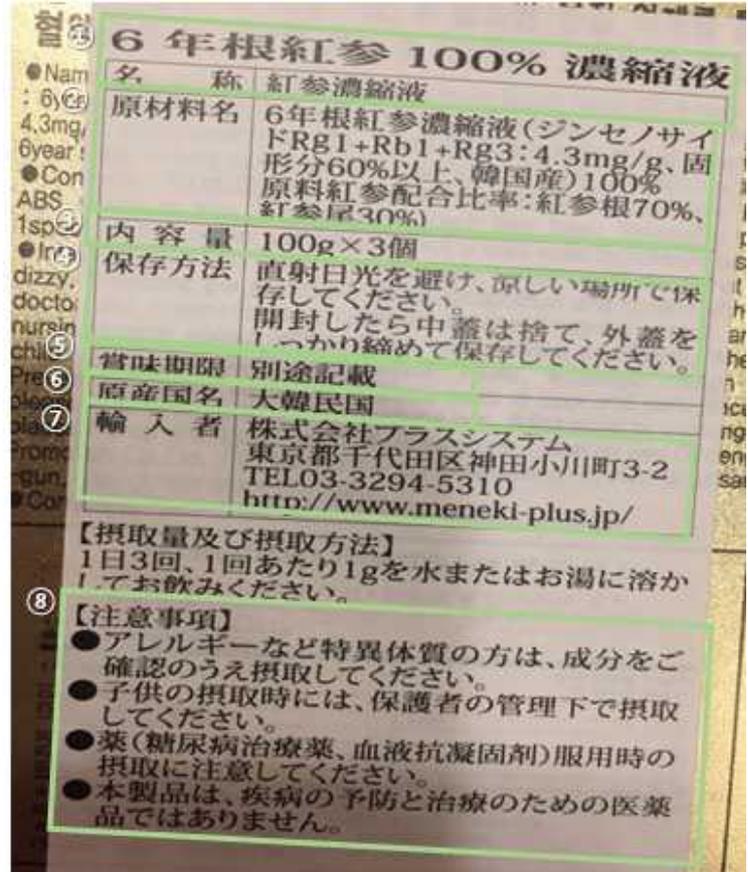
표 9.2 : 일본 가공식품 라벨링 표기사항 상세

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

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

2. 라벨링 예시

● 라벨링 예시



1) 제품명

- 품명, 종류, 유형 등을 기재

2) 원재료명

- 중량 비율이 높은 순으로 표기
- 원재료의 원산지명 표시

3) 내용량

- 고체일 경우 내용중량(g, kg)으로 표기

4) 보존방법

- 제품 개봉 전 보존방법을 표기

5) 유통기한

- 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년,월,일 순으로 표기
- 3개월 이상일 경우 년,월만 표기 (해당제품의 경우 별도표기)

6) 원산지

- 수출국의 원산지를 명확히 표시

7) 수입자정보

- 수입업자의 명칭 및 주소를 표기

8) 주의사항

- 제품 섭취 시 주의해야 할 사항 기재

X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 및 농약잔류물 규정

위생 요건 OVERVIEW

● 품목별 위생요건 조사 항목



출처 : 현지방문조사(チョンガ-ネ(총각네), 2017.11)

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

● 인삼조제품 수출 시 주의해야할 식품첨가물 기준치(예시)

유형	성분명	기준치(단위: %)
식품첨가물	Calcium Citrate(구연산칼슘)	1.0
	Calcium Lactate(젖산칼슘)	1.0
	Tricalcium Phosphate(인산삼석회)	1.0
	Calcium Carboxymethylcellulose (카복시메틸셀룰로스 칼슘)	2.0
	Methyl cellulose(메틸셀룰로스)	2.0
	Propylene Glycol Alginate(알긴산프로필렌글리콜)	1.0
	Sodium Carboxymethylstarch (카복시메틸스타치나트륨)	2.0
	Sodium Polyacrylate(폴리아크릴산나트륨)	0.20
	Silicon Dioxide(이산화규소)	2.0
	Diatomaceous Earth(규조토)	0.50
	Calcium Hydroxide(수산화칼슘)	1.0

출처 : The Japan Food Chemical Research Foundation, Standards for Use, according to Use Categories, 2017.06.23

● 인삼조제품 수출 시 주의해야할 농약잔류물 기준치(예시)

유형	성분명	기준치(단위: ppm)
농약잔류물	Validamycin A(발리다마이신에이, 입상수화제)	0.05
	Etridiazole(에트리디아졸, 미탁제)	0.1
	Dazomet(다조멧, 입제)	0.5
	Dimethomorph(디메토모르프, 수화제)	10
	Metalaxyl-M(메탈락실-엠, 수화제)	3
	Pencycuron(펜사이큐론, 액상수화제)	0.7
	Polyoxin D(폴리옥신디, 수화제)	0.3
	Difenoconazole(디페노코나졸, 분산성액제)	0.7
	Captan(캡탄, 수화제)	5
	Cyprodinil(사이프로디닐, 입상수화제)	2
	Trifloxystrobin(트리플록시스트로빈, 액상수화제)	4

출처 : 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

1. 식품첨가물 및 농약잔류물 규정

POSITIVE LIST 시스템

식품 중 농약 등 규정 물질이 일정량 이상 잔류할 경우, 식품의 판매 등을 원칙적으로 금지하는 제도(수입, 국내 모두 포함 2005년 5월 29일 전까지는 잔류해서는 안 되는 것만을 기재하는 네거티브 방식이었음)

일본 식품첨가물 일반 규정

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

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

일본은 식품위생법에 근거해서 식품첨가물기준을 설정하고 있는데 POSITIVE LIST 시스템을 적용하여 사용 허가된 식품 첨가물을 공개함

‘인삼조제품’에 적용되는 농약잔류물 규정

일본 후생노동성에 따르면 ‘인삼조제품’에 적용되는 농약잔류물 기준치가 186개 확인됨. 혼합농약의 경우 이전에 살포한 농약과 동일성분이 포함되어 있는지 확인하여 중첩살포에 의한 잔류량 누적으로 허용기준을 초과하지 않도록 주의해야 함

표 10.1 : 인삼조제품 수출 시 주의해야할 식품첨가물 기준치(예시)

유형	성분명	기준치(단위: %)
식품첨가물	Calcium Citrate(구연산칼슘)	1.0
	Calcium Lactate(젖산칼슘)	1.0
	Tricalcium Phosphate(인산삼석회)	1.0
	Calcium Carboxymethylcellulose (카복시메틸셀룰로스 칼슘)	2.0
	Methyl cellulose(메틸셀룰로스)	2.0
	Propylene Glycol Alginate(알긴산프로필렌글리콜)	1.0
	Sodium Carboxymethylstarch (카복시메틸스타치나트륨)	2.0
	Sodium Polyacrylate(폴리아크릴산나트륨)	0.20
	Silicon Dioxide(이산화규소)	2.0
	Diatomaceous Earth(규조토)	0.50
	Calcium Hydroxide(수산화칼슘)	1.0

출처 : The Japan Food Chemical Research Foundation, Standards for Use, according to Use Categories, 2017.06.23

표 10.2 : 인삼조제품 수출 시 주의해야할 농약잔류물 기준치(예시)

유형	성분명	기준치(단위: ppm)
농약잔류물	Validamycin A(발리다마이신에이, 입상수화제)	0.05
	Etridiazole(에트리디아졸, 미탁제)	0.1
	Dazomet(다조멧, 입제)	0.5
	Dimethomorph(디메토모르프, 수화제)	10
	Metalaxyl-M(메탈락실-엠, 수화제)	3
	Pencycuron(펜사이큐론, 액상수화제)	0.7
	Polyoxin D(폴리옥신디, 수화제)	0.3
	Difenoconazole(디페노코나졸, 분산성액제)	0.7
	Captan(캡탄, 수화제)	5
	Cyprodinil(사이프로디닐, 입상수화제)	2
	Trifloxystrobin(트리플록시스트로빈, 액상수화제)	4

출처 : 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. 제12차 한중일 FTA 공식 협상 개최	산업통상자원부	2017.04.07
2. 平成 28 年度輸入食品監視指導計画	일본 후생노동성	2016.03.28
3. アレルギー物質を含む 加工食品の 表示ハンドブック	일본 소비자청	2016.06.02
4. Standards for Use, according to Use Categories	The Japan Food Chemical Research Foundation	2017.06.23
5. 静岡県富士宮市の『ふるさと納税の返礼品』に韓国産『紅参(高麗人參)』が選ばれたニダ!	Specific Asia	2017.06.02
6. 健康食品市場に関する調査を実施(2017年)	야노경제연구소	2017.01.23
7. 消費者庁 健食の表示規制強化へ、相次ぐ新たな「違反認定」の手法	Tsuhun Shinbun	2017.10.12
8. 医師が思い浮かべる「ニセ医学」が規制強化へ	Nikkei Digital Health	2017.08.30
9. 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

※ 참고 사이트

1. 일본 관세청	www.customs.go.jp
2. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
3. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
4. Specific Asia	specificasia.blog.jp
5. 矢野經濟研究所	www.yano.co.jp
6. Tsuhan Shinbun	www.tsuhanshinbun.com
7. Nikkei Digital Health	www.nikkeibp.com
8. 食ビジネスのポータルサイト	www.foods-ch.com
9. 일본 후생노동성	www.mhlw.go.jp
10. 일본 농림수산성	www.maff.go.jp
11. 일본 소비자청	www.caa.go.jp
12. DENTSU	dentsu-ho.com
13. Nikkei Asian Review	www.nikkei.com