



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 흑마늘진액(Black garlic liquid)

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. Market Trend 01. 흑마늘, 슈퍼푸드로 부상 중 | 11 |
| 2. Market Trend 02. 온라인 유통 상승세 | 12 |
| 3. Market Trend 03. 흑마늘 사용한 제품 다양화 | 13 |
| 4. Market Trend 04. 건강식품 관련 규제 강화 | 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 | 29 |
| 1. 경쟁사 선정 | 31 |
| 2. 경쟁사별 현황 파악 | 32 |
| V. 유통구조 현황 | 35 |
| 1. 추천 진출 경로 | 37 |
| 2. 전문가 인터뷰 | 41 |
| VI. 유통업체 현황 | 42 |
| 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보 | 44 |

Contents

| | |
|----------------------------|----|
| Ⅶ. 통관 및 검역 정보 | 49 |
| 1. 통관 및 검역 절차 | 52 |
| 2. 관세율 정보 | 54 |
| 3. FTA 정보 | 55 |
| 4. 통관 및 검역 주의사항 | 56 |
| 5. 통관거부사례 | 57 |
| Ⅷ. 인증 정보 | 58 |
| 1. 인증 취득정보 | 61 |
| 2. 인증 취득제품 | 64 |
| 3. 제출서류 | 65 |
| 4. 전문가 인터뷰 | 67 |
| Ⅸ. 라벨링 정보 | 68 |
| 1. 라벨 표기사항 | 70 |
| 2. 라벨링 예시 | 72 |
| X. 위생요건 정보 | 73 |
| 1. 식품첨가물 규정 | 75 |
| 2. 기타 위생기준 규정 | 76 |
| ※ 참고문헌 | 77 |



I. 시장 통계

※ 시장 통계 OVERVIEW

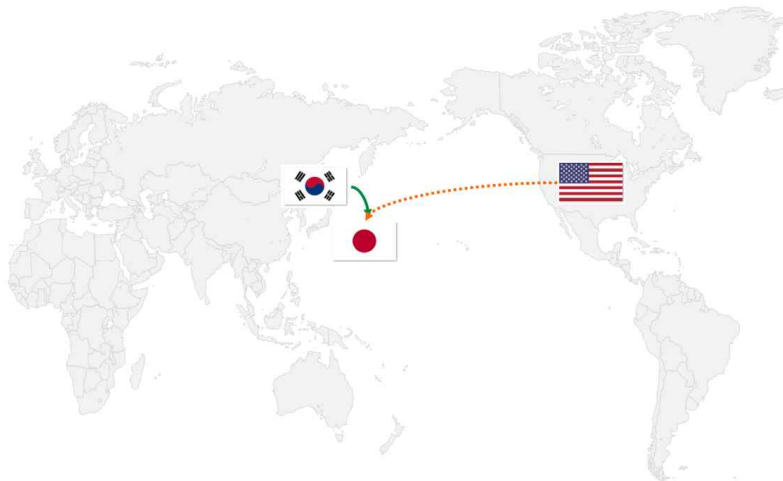
1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

시장 통계 OVERVIEW



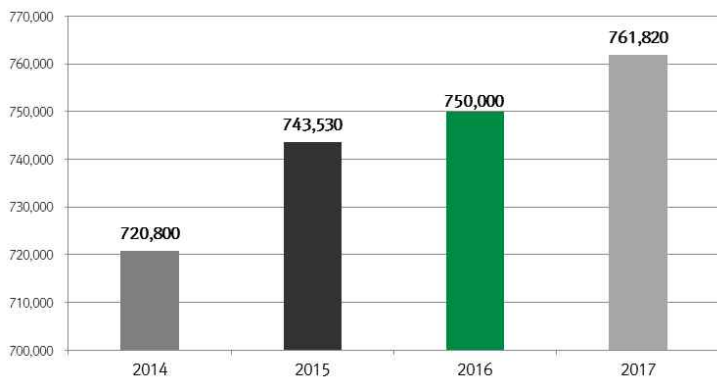
2016년 일본 내 HS CODE 1302.19 110품목 수입액 규모

(단위 : 달러)



▶ 일본 건강식품 시장규모(2014~2017)

(단위 : 백만 엔)



※2017년도 수치는 전망치임

글로벌 수입규모
미국 1위, 일본 5위
일본 수입상대국,
미국 1위, 한국 5위
2016년 기준 일본
건강식품 시장규모,
7,500억 엔

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

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

흑마늘진액 통계 기준 설정

흑마늘진액 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 일본의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장 규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함¹⁾.

수입 통계 기준, HS CODE 1302.19으로 설정

글로벌 및 일본 內 흑마늘진액의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 1302.19를 수입통계 분석 기준으로 설정함. 일본의 HS CODE 1302.19하위 카테고리인 1302.19.110(한 가지 식물에서 얻은 것)을 일본 수입 통계 분석 기준으로 설정함

표 1.1 : 항목별 통계 기준 설정

| 분류 | 조사 항목 | 통계 기준 | |
|-------|----------------|---------|----------------------------------|
| 무역 통계 | 글로벌 수입규모 및 성장률 | HS CODE | 1302.19 |
| | 일본 수입규모 및 성장률 | | 1302.19.110 |
| 품목 통계 | 건강기능식품 시장규모 | 품목 키워드 | Health functional food |
| | 30~50대 인구 성장률 | | Population growth rate in 30~50s |

표 1.2 : 일본 내 흑마늘진액 HS CODE 분류

| 국가 | HS CODE | 품명 |
|----|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 한국 | 1302 | 식물성 수액과 추출물(extract), 펙틴질, 펙티닝산염(pectinate)과 펙틴산염(pectate), 식물성 원료에서 얻은 한천·그 밖의 점질물과 시커너(thickener)(변성 가공했는지에 상관없다) |
| | 1302.19 | 기타 |
| | 1302.19.909 | 기타 |
| | 1302.19.9091 | 바닐라 올레오레진이나 바닐라 추출물(extract) |
| | 1302.19.9099 | 기타 |
| 일본 | 1302 | 식물성 수액과 추출물(extract), 펙틴질, 펙티닝산염(pectinate)과 펙틴산염(pectate), 식물성 원료에서 얻은 한천·그 밖의 점질물과 시커너(thickener)(변성 가공했는지에 상관없다) |
| | 1302.19 | 기타 |
| | 1302.19.110 | 단일 식물성 원료에서 추출된 것 |

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

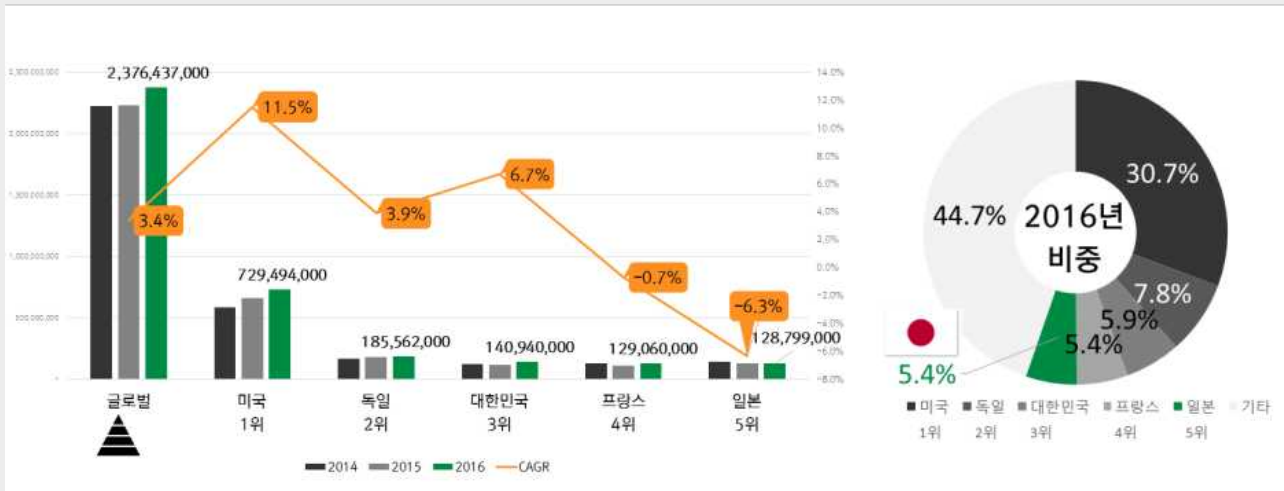
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 1302.19 수입액 규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



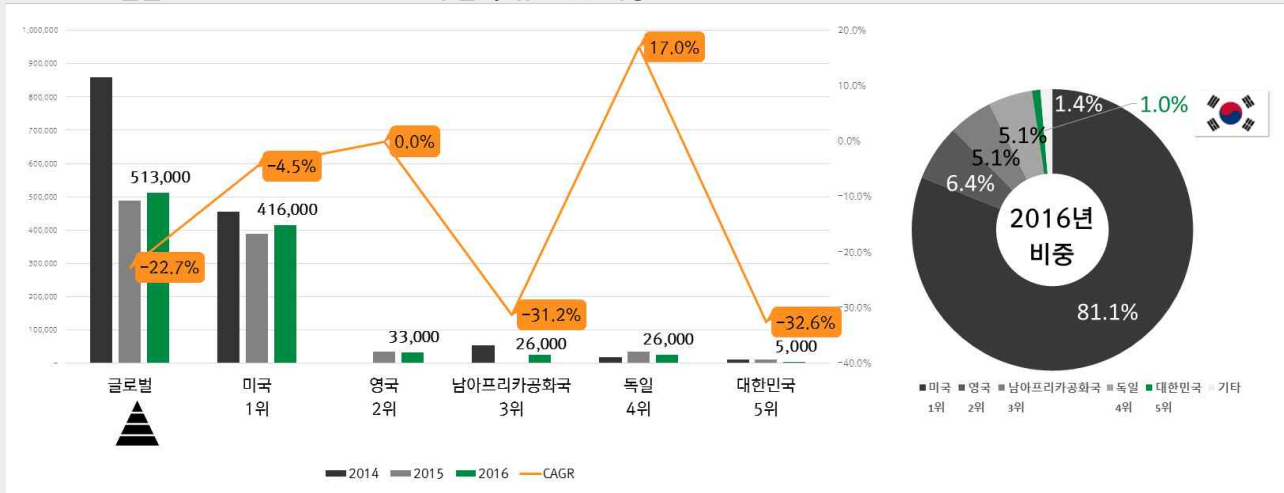
출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2016년 기준 HS CODE 1302.19의 글로벌 수입규모는 23억 7,643만 7,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 3.4%의 상승세를 기록함. 2016년 일본의 수입액 규모는 1억 2,879만 9,000달러이며 연평균 6.3%의 하락세를 보임
- 일본 수입규모는 전체 수입액의 5.4%를 차지하고 있으며 미국과 독일이 각각 30.7%, 7.8%로 1위와 2위를 차지함

일본 수입 통계 분석

표 1.4 : 일본 HS CODE 1302.19.110 수입액 규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



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

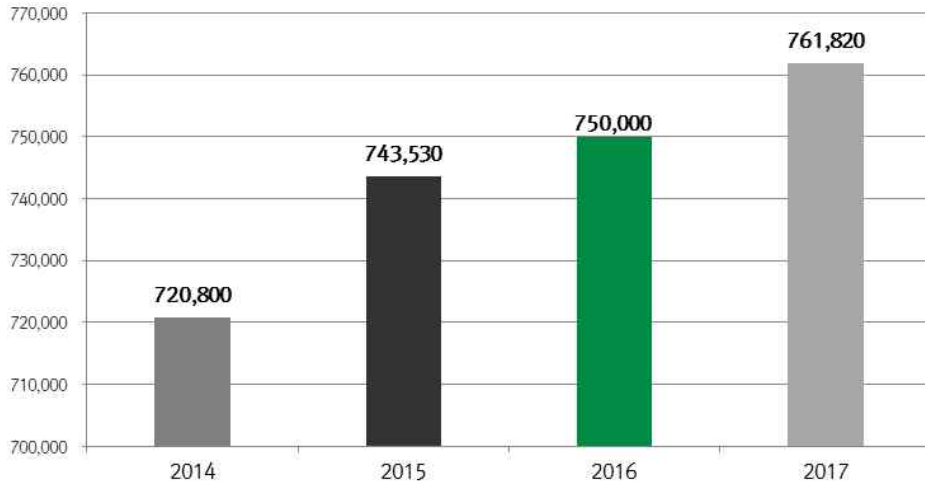
- 2016년 기준 일본 내 HS CODE 1302.19.110 최대 수입국은 미국으로 41만 6,000달러의 수입액을 기록하였으며 전체 중 81.1%의 점유율을 확보함. 상위 5개국 중 독일이 17.0%의 성장률을 기록하였으며, 나머지 국가는 하락세를 나타냄
- 2016년 기준 한국산 수입규모는 5,000달러로 전체 중 1.0%를 점유하여 5위에 등극함

3. 품목통계 종합분석

일본 건강식품 시장규모

표 1.5 : 일본 건강식품 시장규모(2014~2017)

(단위 : 백만 엔)



※2017년도 수치는 전망치임

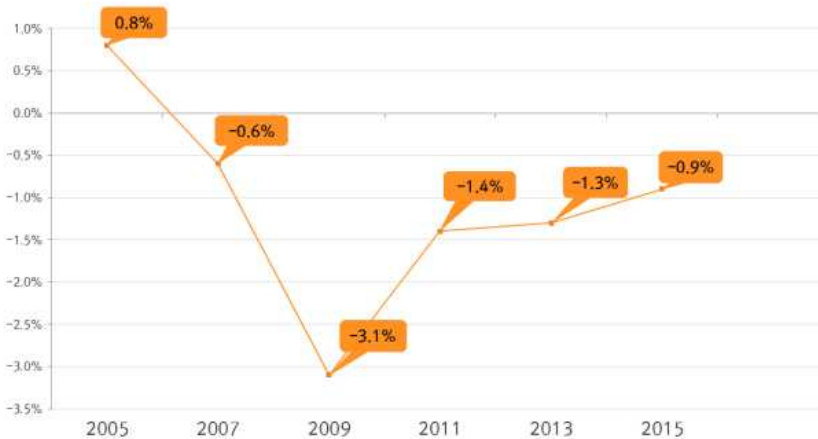
출처 : 야노경제연구소, '健康食品市場に関する調査を実施 2017

- 2017년 1월, 야노경제연구소에서 발표한 자료에 의하면, 2016년 기준 일본의 건강식품 시장규모는 7,500억 엔으로 전년 대비 0.9% 증가한 수치를 기록함. 2017년에는 1.6% 증가한 7,618억 2,000만 엔까지 증가할 전망이다

일본 30~50대 인구 성장률

표 1.6 : 일본 30~50대 인구 성장률(2005~2015)²⁾

(단위 : %)



출처 : 일본 통계청(www.stat.go.jp), 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp)

- 2005년부터 2015년까지 일본 30~50대 인구 성장률을 살펴보면, 2005년에는 0.8%의 성장률을 기록하였으나, 2009년은 3.1%의 낮은 하락세를 보임. 2009년 이후 회복세에 들어 2011년 -1.4%, 2013년 -1.3%의 성장률을 차지하였고, 2015년 성장률은 -0.9%를 기록함

2. 2016년 이후 통계치가 존재하지 않아 최신 2015년을 기준으로 함

Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 흑마늘, 슈퍼푸드로 부상 중

Market Trend 02. 온라인 유통 상승세

Market Trend 03. 흑마늘 사용한 제품 다양화

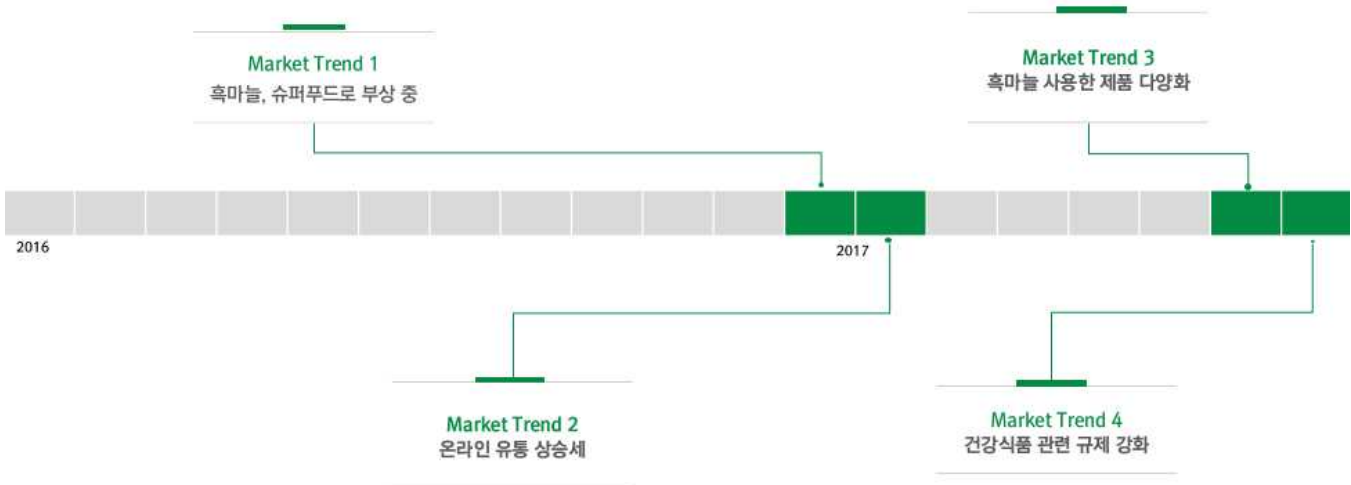
Market Trend 04. 건강식품 관련 규제 강화

시장 트렌드 OVERVIEW

빅데이터 분석 개요

| | |
|--------|------------------------------------|
| 조사 목적 | 일본 흑마늘 진액 최신 트렌드 분석 |
| 수집 기간 | 2016.01.01. ~ 2017.10.15. |
| 수집 방법 | 토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석 |
| 수집 채널 | 일본 식품사업정보원 21건 |
| 입력 키워드 | 黒ニンニク(흑마늘), 黒にんにく津液(흑마늘진액), 津液(진액) |
| 도출 기사 | 총 152건 |

트렌드 타임라인



Market Trend 1. 흑마늘, 슈퍼푸드로 부상 중

- 일본 여성생활잡지인 여성SPA(女子SPA)는 흑마늘이 항산화 작용 및 안티에이징 효과가 탁월한 것으로 나타나 최근 슈퍼푸드로 부상하고 있다며, 다양한 흑마늘을 곁들인 요리를 소개함

Market Trend 2. 온라인 유통 상승세

- 야노경제연구소의 자료에 따르면, 일본의 건강 식품 판매 비중에 따른 규모는 온라인 유통비중이 2014년부터 지속적으로 상승세를 이어오는 것으로 나타났으며, 오프라인으로는 드럭스토어의 비중이 가장 높은 것으로 나타남

Market Trend 3. 흑마늘 사용한 제품 다양화

- 흑마늘 식초, 흑마늘 캡슐 등의 건강보조식품 및 컵라면, 사탕 등 흑마늘은 활용한 다양한 제품들이 출시됨. 이에, 2017년 흑마늘 보조식품 순위를 살펴본 결과, 1위는 흑마늘 식초인 것으로 확인되었으며, 흑마늘 노른자의 수요 또한 높은 것으로 나타남

Market Trend 4. 건강식품 관련 규제 강화

- 2017년 3월 소비자청이 눈 건강 관련 건강식품의 효능 표시 사항에 대해 법적 조치 명령을 내린 것에 이어, 건강식품에 대한 효능 표시에 대한 규제 및 단속이 강화되고 있음

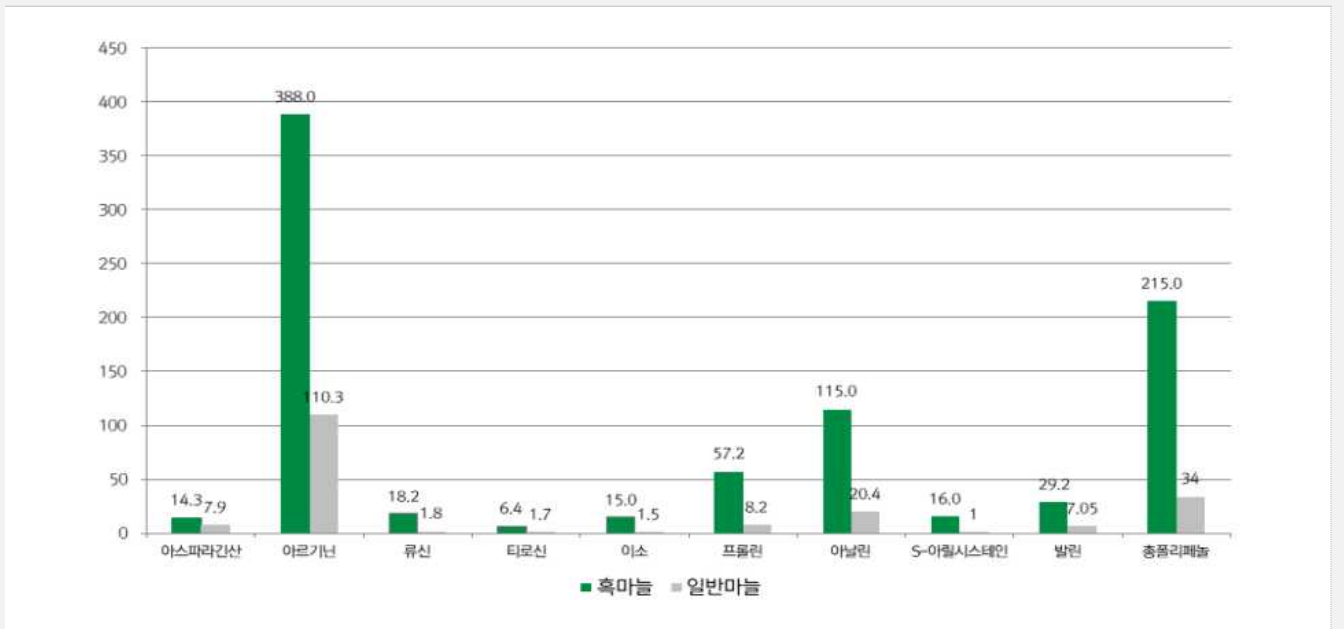
영양학적으로 우수한 흑마늘 '슈퍼 푸드'로 부상 중

일본의 유력 여성생활잡지인 여성SPA(女子SPA)에서 보도한 자료에 의하면 최근 흑마늘이 일본에서 슈퍼푸드로 부상하고 있는 것으로 나타남. 해당 보도자료에 의하면 흑마늘은 일반 흰 마늘과 비교 시 피로회복·자양강장·노화예방 등의 효과뿐만 아니라 안티에이징 효과가 더욱 탁월한 것으로 나타남. 이와 더불어 콜레스테롤 저하와 항산화 작용 등의 주요 장점을 소개함

흑마늘이 슈퍼푸드로 부상하면서 흑마늘을 이용한 다양한 식품 및 요리법도 이슈가 되고 있음. 이에, 여성SPA(女子SPA)에서는 흑마늘과 사시미, 낫또 등 기존에 많이 알려지지 않았던 식재료와 조화된 요리를 소개함³.

표 2.1 : 흑마늘 및 일반 마늘 영양성분 비교

(단위 : mg)



출처 : 흑마늘의 효능(黒にんにく効能.jp)

3. 여성SPA, '黒にんにく、熟成の甘みにビックリ! 老け予防にも期待大', 2016.12.04

건강식품 온라인 유통 비중 상승세, 오프라인은 드럭스토어 高

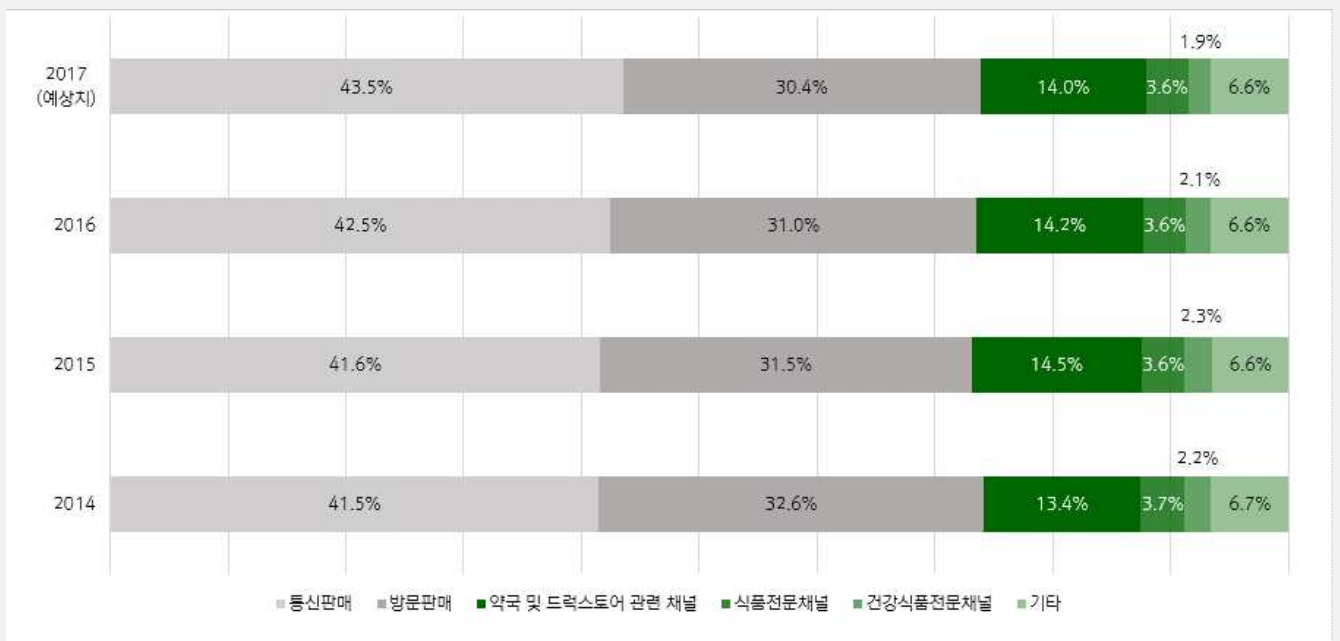
2017년 1월 일본의 주요 시장 연구 조사 기관인 야노경제연구소에서 발표한 자료에 의하면, 일본의 30대 이상의 소비자의 경우 70%이상이 건강 기능성 식품에 대해 인지하고 있으며, 20% 이상이 섭취한 경험이 있다고 전함

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 예측함4.

표 2.2 : 건강식품의 채널별 판매 시장 규모

(단위 : %)



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

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

흑마늘을 활용한 건강보조식품·가공식품 다양화

흑마늘의 영양학적 우수성에 대한 인지도가 높아지고 있으며 식품 기업들은 이에 주목하여 신제품 개발에 흑마늘을 적극적으로 활용하고 있음. 이에 2016년 하반기에서 2017년 상반기까지 다양한 브랜드들이 다양한 형태의 건강보조식품형태로 흑마늘을 이용한 제품을 출시하는가 하면, 컵라면⁵을 비롯해 나가노현의 지역 특산물로 흑마늘 사탕을 출시하는 등⁶ 흑마늘을 사용한 상품이 다양화 되고 있음

흑마늘 보조식품의 경우, 일본의 흑마늘 및 흑마늘 보조식품의 리뷰 사이트인 흑마늘보조식품(黒にんにくサプリ)은 2017년 6월 28일 기준 흑마늘 보조식품의 매출 순위를 발표함⁷. 1위는 발효 흑마늘 노른자 식초(発酵黒にんにく卵黄酢), 2위는 숙성 흑마늘 노른자(熟成にんにく卵黄 黒の力), 3위는 흑마늘 식초(三黒の美酢)가 차지함

이들 1위~3위 제품들은 공통적으로 아오모리현산 흑마늘을 사용하고 있으며 유정란의 경우 가고시마현 등을 사용하는 등 원산지에 주력하는 모습을 보임. 이외에도 흑마늘 보조식품 제조업체들은 환불을 보장하고 있는 경우가 다수였으며 제품 최초 구매 시 할인 및 사은품 제공을 통해 충성 고객을 확보하고자 함

5. おためし新商品ナビ, 『『カップヌードル リッチ 無臭にんにく卵黄牛テールスープ味』おばあちゃんの元気の源が麺に合うのか検証!』, 2016.10.14

6. 佐賀新聞, 『アンテナ 新製品 黒ニンニクあめ』, 2017.06.24

7. 흑마늘보조식품(黒にんにくサプリ), 『最新版 黒にんにくサプリメント総合ベストランキング!』, 2017.06.28

일본, 건강식품 효능 표시 규제 강화

일본의 유력 언론사 중 하나인 Tsuhan shinbun에 의하면, 2017년 3월 소비자청은 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’ 등임⁸.

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 내림⁹.

8. 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

9. 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

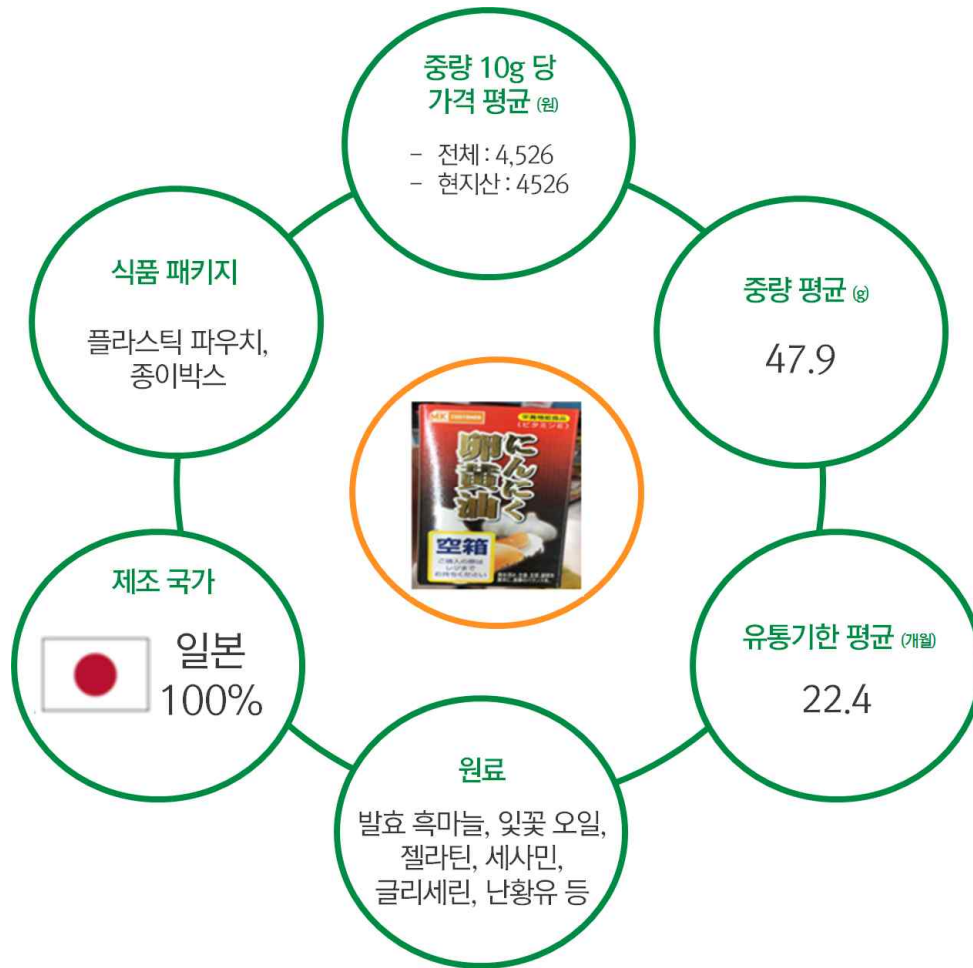


Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 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 | 숙성 흑마늘 | 코바야시제약 | 일본 |
| 2 | 발효 흑마늘 | 미야마한방제약 | 일본 |
| 3 | 마늘난황유 | 미야마한방제약 | 일본 |
| 4 | 마늘난황유 | 오리히로 | 일본 |
| 5 | 숙성 흑마늘난황 | 오리히로 | 일본 |
| 6 | 흑마늘향초 | 오리히로 | 일본 |
| 7 | 전국 흑마늘 | 이토한방제약 | 일본 |
| 8 | 흑초마늘+세사민 | 의식동원닷컴 | 일본 |
| 9 | 발효 흑마늘난황 | 서플아트 | 일본 |
| 10 | 국산마늘난황유 | 유와 | 일본 |
| 11 | 흑마늘+아연 | 사프리아트 | 일본 |
| 12 | 마늘난황 | 웰니스라이프사이언스 | 일본 |
| 13 | 발효흑마늘세사민 | 재팬가루즈 | 일본 |
| 14 | 파워마카 | 이토한방제약 | 일본 |
| 15 | 마늘+마카 | 오리히로 | 일본 |

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

| 대형유통매장 Don Quijote | 대형유통매장 Matsumotokiyoshi | 대형유통매장 LABI | 슈퍼마켓 한국광장 |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |
| 新宿区大久保1-12-6 | 東京都新宿区大久保1-4-17 | 東京都新宿区新宿三丁目23番7号 | 東京都新宿区歌舞伎町2-31-11 |

출처 : 현지방문조사(Don Quijote, Matsumotokiyoshi, LABI, Guanzhang, 2017.07)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 15개 선정¹⁰.

| | 제품명 | 제조사 | 제조국가 |
|----|----------|------------|------|
| 1 | 숙성 흑마늘 | 코바야시제약 | 일본 |
| 2 | 발효 흑마늘 | 미야마한방제약 | 일본 |
| 3 | 마늘난황유 | 미야마한방제약 | 일본 |
| 4 | 마늘난황유 | 오리히로 | 일본 |
| 5 | 숙성 흑마늘난황 | 오리히로 | 일본 |
| 6 | 흑마늘향초 | 오리히로 | 일본 |
| 7 | 전국 흑마늘 | 이토한방제약 | 일본 |
| 8 | 흑초마늘+세사민 | 의식동원닷컴 | 일본 |
| 9 | 발효 흑마늘난황 | 서플아트 | 일본 |
| 10 | 국산마늘난황유 | 유와 | 일본 |
| 11 | 흑마늘+아연 | 사프리아트 | 일본 |
| 12 | 마늘난황 | 웰니스라이프사이언스 | 일본 |
| 13 | 발효흑마늘세사민 | 재팬가루즈 | 일본 |
| 14 | 파워마카 | 이토한방제약 | 일본 |
| 15 | 마늘+마카 | 오리히로 | 일본 |

출처 : 현지방문조사(Don Quijote, Matsumotokiyoshi, LABI, Guanzhang, 2017.07)

분석 지표 설정 - 6개 항목

| 정량지표 | | 정성지표 | |
|------|------------|------|------|
| 1 | 중량(g) | 4 | 포장형태 |
| 2 | 10g당 가격(원) | 5 | 주원료 |
| 3 | 유통기한(개월) | 6 | 제조국가 |

10. HS CODE 1302.19.110 품목은 식물성 수액과 추출물 중 단일 식물성 원료에서 추출된 것으로 흑마늘진액 외 다른 유형의 제품도 포괄적으로 포함하여 집계된 수치이기 때문에 해당 HS CODE 기준으로 집계된 수출입통계에서 수입액 1위를 차지한 국가의 제품이 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

일본 내 유통 중인 흑마늘 관련 제품, 10g당 가격 평균 4,526원¹¹.

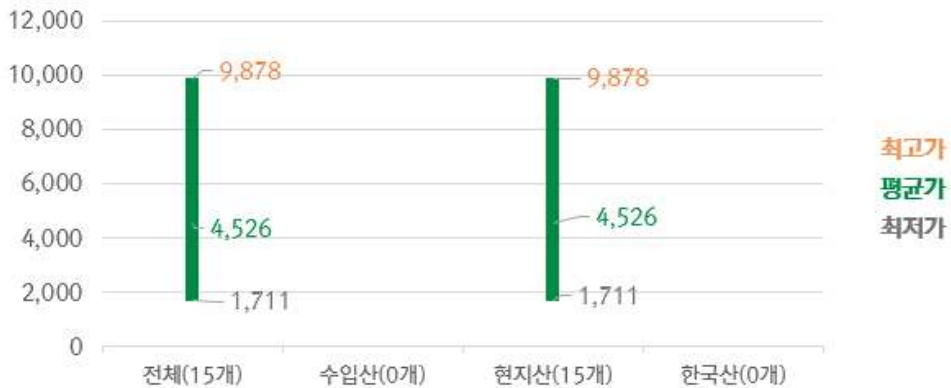
일본 현지 대형유통매장, 슈퍼마켓, 한인마트 방문 결과 일본 내 판매 중인 흑마늘 관련 제품의 10g당 최고 가격은 9,878원, 최저 가격은 1,711원이며, 평균 가격은 4,526원으로 도출됨

10g당 가격이 가장 비싼 제품은 이토한방제약의 파워마카 제품으로 10g당 가격은 9,878원임. 반면 가장 저렴한 제품은 오리히로의 마늘+마카로 동량 대비 약 5.7배 저렴한 1,711원으로 조사됨

현지 마트에서 조사된 15개 경쟁 제품의 중량 평균은 47.9g이며, 평균 유통기한은 22.4개월임

표 3.1 : 제조 국가별 중량(10g) 당 가격

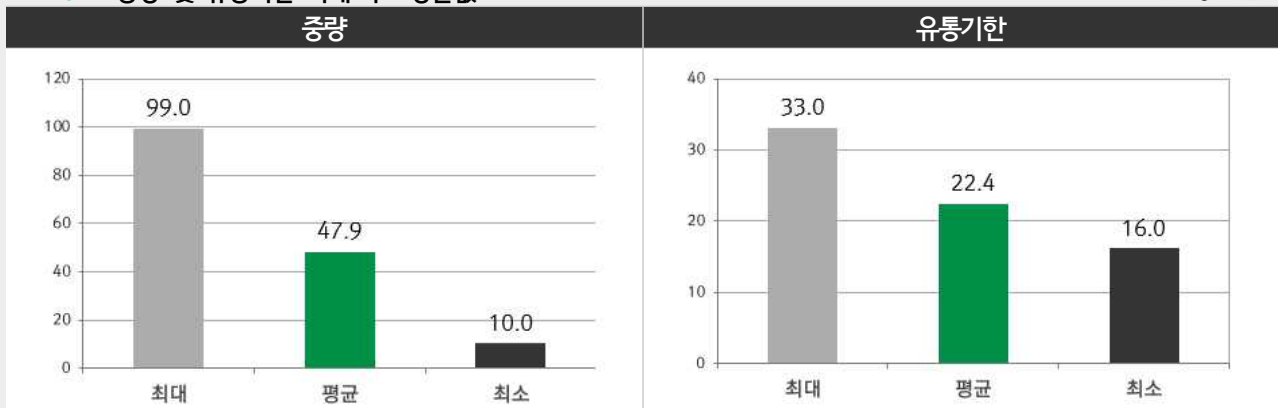
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Don Quijote, Matsumotokiyoshi, LABI, Guanzhang, 2017.07)

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값¹².

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(Don Quijote, Matsumotokiyoshi, LABI, Guanzhang, 2017.07)

11. 1엔(JPY) = 10.08원(KRW)(KEB하나은행 고시기준, 2017.10.13), 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 '엔'을 한화로 전환하여 제시함

12. 중량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

흑마늘 관련 제품, 플라스틱 파우치 등의 외장재 사용 중

일본 내 15개 경쟁제품 중 11개 제품은 플라스틱 파우치를 외장재로 사용하고 있으며, 4개 제품은 종이상자를 외장재를 사용하고 있음

제조국가 및 원료

일본 현지조사결과 현지산 15개로 수입산과 한국산의 판매는 확인되지 않음. 주된 원료는 발효 흑마늘, 잇꽃 오일, 젤라틴, 세사민, 글리세린, 난황유, 비타민, 캐러멜 색소 등이 있음

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류 예시

종이 박스 예시



플라스틱 파우치 예시



출처 : 현지방문조사(Don Quijote, Matsumotokiyoshi, LABI, Guanzhang, 2017.07)

3. 정성 분석

표 3.4 : 경쟁제품 원료 목록 예시

| 제품명 | 원료 |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 숙성 흑마늘 | 잎꽃 오일, 젤라틴, 발효 흑마늘, 흑초덧 / 구리제린, 캔데릴라왁스, 레시틴(대두 유래), 피틴산 |
| 발효 흑마늘 | 발효 흑마늘, 맥주효모, 젤라틴, 자당에스테르, 캐러멜색소 |
| 마늘난황유 | 난황유, 젤라틴, 무취 마늘추출물, 잎꽃 오일, 참기름, 도쿠다미에키스, 비타민 E 함유, 식물성 기름, 글리세린, 글리세린 지방산 에스테르, 밀랍, 레시틴(대두 유래) |
| 마늘난황유 | 유기난황유, 무취 마늘 추출물 분말, 밀정제물, 젤라틴, 글리세린, 밀랍 |
| 숙성 흑마늘난황 | 잎꽃 오일, 황란말, 발효 흑마늘말 / 젤라틴, 글리세린, 밀랍, 캐러멜색소, 글리세린, 지방산에스테르 |
| 흑마늘향초 | 올리브 기름, 흑마늘 분말 향초 분말 / 젤라틴, 글리세린, 밀랍, 비타민 B1, 비타민 B6 |
| 전국 흑마늘 | 유채기름, 젤라틴, 전국 식초, 전국 분말, 발효 흑마늘 분말, 검은깨 페이스트, 황란오일, 세사민, 글리세린, 유효제, 산화 방지제(비타민 E) |
| 흑초마늘+세사민 | 잎꽃 오일, 전장향초분말, 전장향초(밀 포함), 덱스트린, 발효 흑마늘 분말, 검은 참깨 추출물, 젤라틴, 글리세린, 밀랍, 착색료(치자 카카오) |
| 발효 흑마늘난황 | 잎꽃 오일, 젤라틴, 발효 흑마늘 분말, 난황분말, 깨엑기스분말, 글리세린, 글리세린 지방산 에스테르, 밀랍, 캐러멜 색소 |
| 국산마늘난황유 | 유정황란유, 잎꽃 오일, 무취 마늘 추출물 분말, 젤라틴, 글리세린, 밀랍, 캐러멜 색소, 비타민 E, 식물성 레시틴(원재료의 일부에 계란, 대두 포함) |
| 흑마늘+아연 | 잎꽃 오일, 발효 흑마늘 분말, 글루콘산아연, 밀랍, 글리세린 지방산 에스테르, 비타민 B1, 피코제 : 젤라틴, 글리세린 |
| 마늘난황 | 덱스트린, 마늘 분말, 난황 분말 / 결정 셀룰로오스, 글리세린 지방산 에스테르, 미립이산화규소(원재료의 일부에 계란, 콩을 사용하고 있음) |

출처 : 현지방문조사(Don Quijote, Matsumotokiyoshi, LABI, Guanzhang, 2017.07)

표 3.5 : 경쟁제품 제조국가

| 제품명 | 원산지 | 제조국가 비중 |
|----------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 숙성 흑마늘 | 일본 |  <p>100.0%</p> <p>■ 일본</p> |
| 발효 흑마늘 | 일본 | |
| 마늘난황유 | 일본 | |
| 마늘난황유 | 일본 | |
| 숙성 흑마늘난황 | 일본 | |
| 흑마늘향초 | 일본 | |
| 전국 흑마늘 | 일본 | |
| 흑초마늘+세사민 | 일본 | |
| 발효 흑마늘난황 | 일본 | |
| 국산마늘난황유 | 일본 | |
| 흑마늘+아연 | 일본 | |
| 마늘난황 | 일본 | |
| 발효흑마늘세사민 | 일본 | |
| 파워마카 | 일본 | |
| 마늘+마카 | 일본 | |

출처 : 현지방문조사(Don Quijote, Matsumotokiyoshi, LABI, 2017.07)

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

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

| 분류 | | 제품 01 | 제품 02 |
|-------|----------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 제품이미지 | 앞면 |  |  |
| | 뒷면 |  |  |
| 제품스펙 | 제조사명 | 코바야시제약 | 미야마한방제약 |
| | 제품명 | 숙성 흑마늘 | 발효 흑마늘 |
| | 중량(g) | 43.7 | 29.1 |
| | 가격 (JPY) | 1,944 | 2,036 |
| | 외장재 | 플라스틱 파우치 | 종이상자 |
| | 원료 | 잊꽃 오일, 젤라틴, 발효 흑마늘, 흑초등 / 구리제린, 캔데릴라옥스, 레시틴(대두 유래), 피틴산 | 발효 흑마늘, 맥주효모, 젤라틴, 자당에스테르, 캐러멜색소 |
| | 유통기한(개월) | 18 | 17 |
| 제조국가 | 일본 | 일본 | |
| 취급처 | 판매확인 매장 | Matsumotokiyoshi | Matsumotokiyoshi |

4. 현지 방문 조사자료

| 분류 | | 제품 03 | 제품 04 |
|-------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 제품이미지 | 앞면 |  |  |
| | 뒷면 |  |  |
| 제품스펙 | 제조사명 | 미야마한방제약 | 오리히로 |
| | 제품명 | 마늘난황유 | 마늘난황유 |
| | 중량(g) | 42.3 | 28 |
| | 가격(JPY) | 2,036 | 1,008 |
| | 외장재 | 종이상자 | 플라스틱 파우치 |
| | 원료 | 난황유, 젤라틴, 무취 마늘추출물, 잇꽃 오일, 참기름, 도쿠다미에키스, 비타민 E 함유, 식물성 기름, 글리세린, 글리세린 지방산 에스테르, 밀랍, 레시틴(대두 유래) | 유기난황유, 무취 마늘 추출물 분말, 밀정제물, 젤라틴, 글리세린, 밀랍 |
| | 유통기한(개월) | 18 | 18 |
| 제조국가 | 일본 | 일본 | |
| 취급처 | 판매처인 매장 | Matsumotokiyoshi | Matsumotokiyoshi |

4. 현지 방문 조사자료

| 분류 | | 제품 05 | 제품 06 |
|-------|----------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 제품이미지 | 앞면 |  |  |
| | 뒷면 |  |  |
| 제품스펙 | 제조사명 | 오리히로 | 오리히로 |
| | 제품명 | 숙성 흑마늘난향 | 흑마늘향초 |
| | 중량(g) | 42.8 | 50.4 |
| | 가격(JPY) | 2,036 | 1,587 |
| | 외장재 | 플라스틱 파우치 | 플라스틱 파우치 |
| | 원료 | 잇꽃 오일, 황란말, 발효 흑마늘 분말 / 젤라틴, 글리세린, 밀랍, 캐러멜색소, 글리세린, 지방산에스테르 | 올리브 기름, 흑마늘 분말 향초 분말 / 젤라틴, 글리세린, 밀랍, 비타민 B1, 비타민 B6 |
| | 유통기한(개월) | 17 | 20 |
| 제조국가 | 일본 | 일본 | |
| 취급처 | 판매확인 매장 | | |
| | | Matsumotokiyoshi | Matsumotokiyoshi |

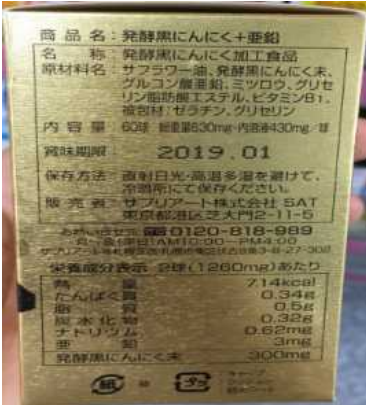
4. 현지 방문 조사자료

| 분류 | | 제품 07 | 제품 08 |
|-------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 제품이미지 | 앞면 |  |  |
| | 뒷면 |  |  |
| 제품스펙 | 제조사명 | 이토한방제약 | 의식동원닷컴 |
| | 제품명 | 전국 흑마늘 | 흑초마늘+세사민 |
| | 중량(g) | 92.4 | 44.1 |
| | 가격(JPY) | 2,036 | 934 |
| | 외장재 | 플라스틱 파우치 | 플라스틱 파우치 |
| | 원료 | 유채기름, 젤라틴, 전국 식초, 전국 분말, 발효 흑마늘 분말, 검은깨 페이스트, 황란오일, 세사민, 글리세린, 유허제, 산화 방지제(비타민 E) | 일꽃 오일, 전장향초분말, 전장향초(밀 포함), 덱스트린, 발효 흑마늘 분말, 검은 참깨 추출물, 젤라틴, 글리세린, 밀랍, 착색료(치차 카카오) |
| | 유통기한(개월) | 26 | 31 |
| | 제조국가 | 일본 | 일본 |
| 취급처 | 판매확인 매장 Matsumotokiyoshi | LABI | |

4. 현지 방문 조사자료

| 분류 | | 제품 09 | 제품 10 |
|-------|----------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 제품이미지 | 앞면 |  |  |
| | 뒷면 |  |  |
| 제품스펙 | 제조사명 | 서플아트 | 유와 |
| | 제품명 | 발효 흑마늘난황 | 국산마늘난황유 |
| | 중량(g) | 24 | 91.8 |
| | 가격(JPY) | 1,940 | 1,830 |
| | 외장재 | 플라스틱 파우치 | 플라스틱 파우치 |
| | 원료 | 잊꽃 오일, 젤라틴, 발효 흑마늘 분말, 난황분말, 캐액기스분말, 글리세린, 글리세린 지방산 에스테르, 밀랍, 캐러멜 색소 | 유정항란유, 잊꽃 오일, 무취 마늘 추출물 분말, 젤라틴, 글리세린, 밀랍, 캐러멜 색소, 비타민 E, 식물성 레시틴(원재료의 일부에 계란, 대두 포함) |
| | 유통기한(개월) | 16 | 29 |
| 제조국가 | 일본 | 일본 | |
| 취급처 | 판매확인 매장 | LABI | LABI |

4. 현지 방문 조사자료

| 분류 | | 제품 11 | 제품 12 |
|-------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 제품이미지 | 앞면 |  |  |
| | 뒷면 |  |  |
| 제품스펙 | 제조사명 | 사프리아트 | 웰니스라이프사이언스 |
| | 제품명 | 흑마늘+아연 | 마늘난황 |
| | 중량(g) | 37.8 | 60 |
| | 가격(JPY) | 2,280 | 1,080 |
| | 외장재 | 종이상자 | 종이상자 |
| | 원료 | 잎꽃 오일, 발효 흑마늘 분말, 글루콘산아연, 밀랍, 글리세린 지방산 에스테르, 비타민 B1, 피포재 : 젤라틴, 글리세린 | 덱스트린, 마늘 분말, 난황 분말 / 결정 셀룰로오스, 글리세린 지방산 에스테르, 미립이산화규소(원재료의 일부에 계란, 콩을 사용하고 있음) |
| | 유통기한(개월) | 18 | 34 |
| | 제조국가 | 일본 | 일본 |
| 취급처 | 판매확인 매장 LABI | LABI | |

4. 현지 방문 조사자료

| 분류 | | 제품 13 | 제품 14 |
|----------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 제품이미지 | 앞면 |  |  |
| | 뒷면 |  |  |
| 제품스펙 | 제조사명 | 재팬가루즈 | 이토한방 제약 |
| | 제품명 | 발효흑마늘세사민 | 파워마카 |
| | 중량(g) | 22.5 | 10 |
| | 가격(JPY) | 1320 | 980 |
| | 외장재 | 플라스틱 파우치 | 플라스틱 파우치 |
| | 원료 | 덱스트린, 맥아당, 난소 화성 덱스트린, 유당, 결정 셀룰로오스, 검정 깨소금 분말, 아연 함유 효모, 검은 깨 추출물, 발효 흑마늘 분말, 동충하초 균사체 멸균분말, 고려인삼 추출물, 건조 로얄 젤리 / 자당 지방산 에스테르, 스테아린산 칼슘, 미립 이산화 규소(일부에 유유 성분 포함) | 마카엑기스(마카 추출물, 덱스트린), 옥수수분말, 바레이쇼전분, 젤라틴, 자라분말, 칸카에키스, 발효 흑마늘 분말, 건조 로얄 젤리, 인삼 추출물, 굴 추출물, 동충하초 균사체 추출물, 스테아린산 Ca, 이산화 규소, 착색료(이산화 티타늄), 아르기닌, 리보스 |
| 유통기한(개월) | 25 | 33 | |
| 제조국가 | 일본 | 일본 | |
| 취급처 | 판매확인 매장 | LABI | Don Quijote |

4. 현지 방문 조사자료

| 분류 | | 제품 15 |
|----------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 제품이미지 | 앞면 |  |
| | 뒷면 |  |
| 제품스펙 | 제조사명 | 오리히로 |
| | 제품명 | 마늘+마카 |
| | 중량(g) | 99 |
| | 가격(JPY) | 1,680 |
| | 외장재 | 종이상자 |
| | 원료 | 환원 맥아당 물엿, 무취 마늘 추출물 분말, 맥아, 말토 덱스트린, 전분, 마카에 키스 말 환원 물엿 / 분말 셀룰로오스, VC, 가공 전분, 조개 Ca, 니코틴산, 지방 에스테르, 판토텐산 Ca, VE, V.B6, V .B2, V.B1, 판매 락, VA, 캐러멜 색소, 엽산, V.B12, VD |
| 유통기한(개월) | 17 | |
| 제조국가 | 일본 | |
| 취급처 | 판매확인 매장 | Don Quijote |

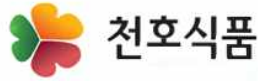












IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사분석 OVERVIEW



| | | 천호식품 | GNM LIFE | ORIHIRO | | |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| | | 한국 | 한국 | 일본 | | |
| 기업 개요 | 설립년도 | 1984년 | 2009년 | 1972년 | | |
| | 직원 수 | 357명(2016년 기준) | 40명(2017년 기준) | -13. | | |
| | 매출액 | 682억 3,129만원(2016년 기준) | 228억 원(2016년 기준) | -14. | | |
| | 취급품목 | 건강과즙, 건강기능식품, 견과류 등 | 건강과즙, 건강기능식품, 과실청 등 | 곤약젤리, 건강과즙, 건강식품 등 | | |
| 제품 정보 |  | 흑마늘진액 |  | 순수한 의성흑마늘 |  | 숙성 흑마늘 노른자 캡슐 |
| |  | 마시는 산수유 |  | 유기농 레드비트즙 |  | 발효 흑마늘 |
| |  | 온라인 홍보 |  | 온라인 홍보 |  | 온라인 홍보 |
| 홍보 전략 | 홍보 채널 | 온라인 홍보 | 온라인 홍보 | 온라인 홍보 | | |
| | 캐치 프레이즈 |  건강식품의 명품 천호식품 chunhofood | GNM DIFFERENCE 비유하면 건강 식품 설계자 겸 비유하면 웰빙의 최고 권위자 겸 웰빙의 최고 권위자 겸 웰빙의 최고 권위자 비유하면 웰빙의 최고 권위자 겸 웰빙의 최고 권위자 겸 웰빙의 최고 권위자 | '뜻뜻한 매일을 보내고 싶은 그대에게' | | |
| | | · 건강식품의 명품 - 제품의 건강기능성을 강조함 | · GNM DIFFERENCE - 타 기업의 건강식품과의 3가지 차별성을 강조 | · '뜻뜻한 매일을 보내고 싶은 그대에게' | | |

13. ORIHIRO 홈페이지 조사결과, 직원 수에 관한 정보 확인이 불가함

14. ORIHIRO 홈페이지 조사결과, 매출액에 관한 정보 확인이 불가함

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스¹⁵.

방법론 01. 온라인 쇼핑몰 조사 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드 : 黒ニンニク抽出, ニンニク抽出, Garlic extract
- 온라인 쇼핑몰 분석
 - Rakuten(www.rakuten.co.jp)
 - Amazon(www.amazon.co.jp)
 - Kakaku(www.kakaku.com)

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 일본 현지 하이퍼마켓, 대형마트, 소형마트 방문(2017.07)
 - Don Quijote, Guan Zhang, Labi, Matsumotokiyoshi

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

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

한국 기업 2개사, 일본 기업 1개사 도출¹⁶.

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

| 한국 | 한국 | 일본 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|  천호식품 |  GREEN NATURAL MANAGEMENT |  |
| · 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"/> |

15. 현지 온라인 쇼핑몰(Rakuten, Amazon, Kakaku 조사결과 판매량 상위를 차지하여 경쟁사로 추가 선정함. 해당 경쟁사는 온라인 조사를 통해 도출한 경쟁사로 오프라인 현지조사 결과와는 일치하지 않을 수 있음

16. Global data 조사결과, 마늘 진액에 대한 시장 점유율 정보를 제공하지 않음. 이에 2가지 방법론을 통해 경쟁사를 도출함

2. 경쟁사별 현황파악

천호식품 정보

- 대표 전화 : +82-1522-1005
- 주소 : 부산시 사상구 사상로 349번길 38

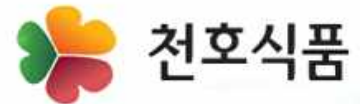
출처 : 천호식품
(www.chunho.company)

한국 기업 분석 : 천호식품

천호식품은 1984년에 설립되었으며, 건강식품을 주로 생산함. 제품의 원료는 대부분 국내의 자사 농장에서 공급받음. 전 제품에 HACCP, GMP, FDA, FSSC22000인증을 매회 갱신하여 제품의 효능, 위생, 안전성을 인정받고 있음. 또한, 수익금은 출산장려 캠페인, 산모 건강지원, 효도 캠페인, 난방비 지원 캠페인 등에 일부 사용되고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1984년
- ② 직원 수 357명(2016년 기준)
- ③ 매출액 682억 3,129만원(2016년 기준)
- ④ 취급품목 건강과즙, 건강기능식품, 견과류 등



출처 : 천호식품(www.chunho.company)

[제품 정보]

| | | | | |
|-----------|-------|-------|---------|------|
| 천호식품 대표제품 | | | | |
| | 흑마늘진액 | 우먼솔루션 | 마시는 산수유 | 밀크씨슬 |

출처 : 천호식품(www.chunho.company)

[홍보 전략]

| 온라인 홍보 | 캐치프레이즈 |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>“냄새가 걱정되는 사람도 마시기 좋은”</p> | <p>“건강 강조”</p> |
| <p>마늘의 특성상 강한 냄새를 가지고 있지만 천호식품에서는 이러한 마늘을 숙성을 시켜 마늘 냄새를 없애고 영양소는 지켜낸 점을 강조</p> | <p>브랜드와 상호 모두 건강을 강조하며 천호식품에서 생산하는 제품 또한 모두 건강을 강조한 제품</p> <p>출처 : 천호식품(www.chunho.company)</p> |

2. 경쟁사별 현황파악

GNM LIFE 정보

- 대표 전화 : +82-1600-8741
- 주소 : 서울특별시 영등포구 양산로 43 우림이비즈센터 606호
- 출처 : GNM LIFE (www.gnmlife.com)

한국 기업 분석 : GNM LIFE

GNM LIFE는 2009년에 설립되었으며, 주로 과즙 건강즙, 건강기능식품, 다이어트 식품 등을 취급함. 대부분의 제품이 유기농식품이나 HACCP인증을 취득하였으며, 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있음

기업 개요

- ① 설립년도 2009년
- ② 직원 수 40명(2017년 기준)
- ③ 매출액 228억 원(2016년 기준)
- ④ 취급품목 건강과즙, 건강기능식품, 과실청 등



출처 : GNM LIFE(www.gnmlife.com), 잡코리아(www.jobkorea.co.kr)

제품 정보

| | | | |
|---------------|--------------------------------|------------------|------------------|
| GNM LIFE 대표제품 | <p>순수한 의성흑마늘</p> | <p>유기농 레드비트즙</p> | <p>유기농 배도라지청</p> |
| | 출처 : GNM LIFE(www.gnmlife.com) | | |

홍보 전략

| 온라인 홍보 | 캐치프레이즈 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>“ 흑마늘의 효능 광고 ”</p> <p>[GNM] GNM, 韓国産、純粋な黒ニンニク抽出エキス30包、熟成発酵した黒ニンニクシフォンながらまろやかな味、80ml X 30包セット、配送期間：約5日(海外発送品) by GNM Be the first to review this item Price ₩ 6,900 Only 5 left in stock - order soon. Click here for details of availability. Get it as soon as Jul 28 - 29 when you choose Standard Shipping at checkout. Ships from and sold by G-Nandana. ① From ₩ 6,900 * 高級玄米300g×30包セット * 3030ml×30 * 黒ニンニクの発酵抽出液97%、黒ニンニク(韓国産)、マツタケ(韓国産)、トウモロコシ(韓国産)、リンゴ(韓国産)、ブルーベリー(韓国産)、クコ(韓国産)で作成された天然素材の健康食品です。品質は最高級です。 * Made in Korea. Ships from Korea. * See more product details.</p> <p>흑마늘의 효능을 공시하고 제조에 순수한 흑마늘(100% 한국산)을 사용함을 강조</p> | <p>“ GNM DIFFERENCE ”</p> <p>GNM DIFFERENCE</p> <p>비밀처럼 건강식품 문화조성 무조건 어디에 어디까지도 믿지 못할 일러진 건강정보와 건강이론정보를 제공하고, 위장적인 건강정보와 건강정보를 공급하는 노력을 통해 건강을 사회공헌에 이바지하겠습니다.</p> <p>건강식품 품질의 차별화 GNM은 기술이입의 불완전한 상품들이 많기 때문에 사입하고 고질적인 원료의 재질을 개발, 생산하여 최고의 건강식품을 고객에게 전하합니다.</p> <p>GNM 인증 상품 일정한 심사위원회의 평가를 통과하여 인증을 받히고 표시가 가능하고 구매할 수 있는 상품을 전하합니다. GNM 브랜드 내각진 상품이라는 뜻도 표시도 합니다.</p> <p>타 기업의 건강식품들과의 3가지 차별성을 강조</p> <p>출처 : GNM LIFE(www.gnmlife.com)</p> |

2. 경쟁사별 현황 파악

ORIHIRO

· 대표 전화
: +81-027-364-7511
· 주소
: 群馬県高崎市緑町4-5-20

출처 : ORIHIRO(health.orihiro.com)

일본 기업 분석 : ORIHIRO

ORIHIRO는 일본 내 대표적인 비타민, 숙취제품, 보충제 미용 및 다이어트 식품 다양한 종류의 건강보조식품을 생산하는 기업이며, 곤약젤리 제품으로도 한국에 잘 알려져 있음. 현지조사 결과 돈키호테 복합슈퍼마켓에서 해당 제품인 흑마늘 건강식품을 판매하는 것으로 확인되었으며, 일본의 최대 온라인 마켓인 라쿠텐에도 흑마늘 건강식품을 포함한 다양한 건강보조식품을 판매하는 것으로 나타남

[기업 개요]

| | |
|--------|--------------------|
| ① 설립년도 | 1972년 |
| ② 직원 수 | -17- |
| ③ 매출액 | -18- |
| ④ 취급품목 | 건강과즙, 건강식품, 곤약젤리 등 |

출처 : ORIHIRO(health.orihiro.com)

[제품 정보]

| | | | |
|--------------------|---------------|--------|---------|
| <p>평산비엔에프 대표제품</p> | | | |
| | 숙성 흑마늘 노른자 캡슐 | 발효 흑마늘 | 발효 흑 양파 |

출처 : ORIHIRO(health.orihiro.com)

[홍보 전략]

| 온라인 홍보(홈페이지) | 캐치프레이즈 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>“ 제품의 정확한 타겟고객 명시 ”</p> <p>온라인 쇼핑몰을 통해 각 흑마늘 제품의 효능을 설명하고 정확히 어떤 고객들을 위한 것인지 공시하면서 프로모션을 진행함</p> | <p>“ 따뜻한 매일을 보내고 싶은 분에게 ”</p> <p>‘따뜻한 매일을 보내고 싶은 분에게’ 라는 캐치프레이즈를 통해 자사의 흑마늘 건강보조 식품의 기능을 고객들에게 어필함</p> |

출처 : ORIHIRO(health.orihiro.com)

- 17. ORIHIRO 홈페이지 조사결과, 직원 수에 관한 정보 확인이 불가함
- 18. ORIHIRO 홈페이지 조사결과, 매출액에 관한 정보 확인이 불가함

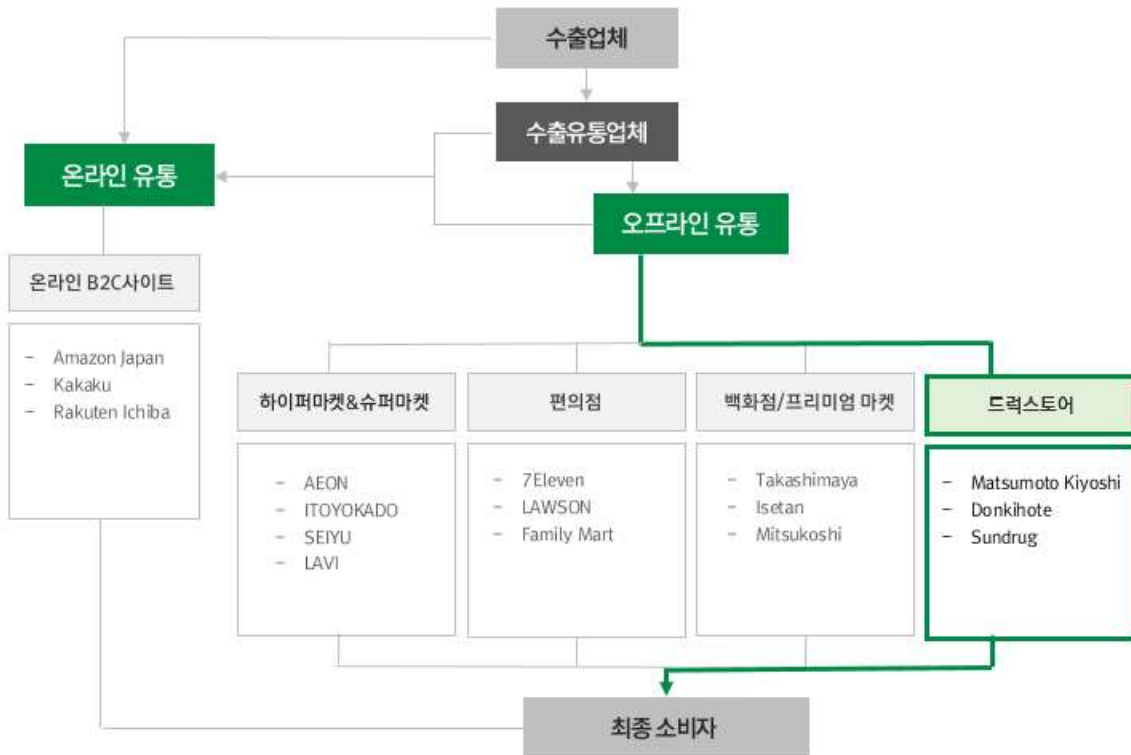
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

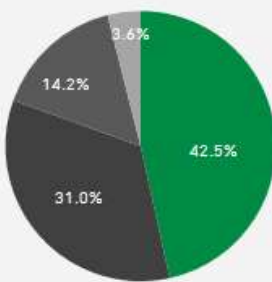
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



19. 현지 유통채널별 유통점유율



유통채널별 정의 및 특징

- **통신판매:** 통신에 의해 주문을 받고 상품을 인도하는 판매
- **방문판매:** 판매자가 구매자를 직접 방문해서 행하는 판매
- **드럭스토어:** 의사의 처방전 없이 구입할 수 있는 일반의약품 및 화장품, 건강보조식품, 음료 등 다양한 상품을 판매하는 매장
- **식품전문채널:** 식료품을 전문적으로 취급하는 유통매장

출처 : 일본 야노경제연구소(矢野経済研究所, www.yano.co.jp)

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 드럭스토어

: 일본 드럭스토어의 면세점-편의점화(化)

일본 드럭스토어가 의약품과 화장품이 아닌 식료품까지 취급제품의 다양성을 추진하고 24시간 운영을 실시하면서 편의점과 비슷한 유통채널 특징을 보이고 있음. 슈퍼마켓과 편의점의 장점을 흡수하는 이러한 전략은 다양한 소비자층을 확보하고 있음. 또한 관광산업 진흥을 위해 2014년부터 실시되고 있는 면세정책으로, 중국인 관광객이 급증하자, 드럭스토어 업체들이 면세점으로서의 변모를 꾀하고 있음. 공항 면세점이 아닌 도심의 편의점, 슈퍼마켓 등에서 여행객이라면 누구나 면세가격으로 생필품이나 의약품을 구매할 수 있어, 외국인 관광객에게 관심을 받고 있음²⁰.

또한, 슈퍼마켓을 통해 유통되던 건강기능식품에 의료사고가 잇달아 발생하자, 건강기능식품을 구매하고자 하는 소비자들이 의약품을 전문으로 취급하며 전문 약사가 상주하고 있는 드럭스토어를 찾고 있음

ROUTE #2. 백화점

: 인구감소로 인한 백화점의 입지 축소

최근 일본에서는 폐쇄하는 백화점들이 계속해서 늘어나고 있는 등 하락세를 띄고 있음. 노무라경제연구소는 인구의 감소와 세대원 수 감소가 소매시장 위축으로 이어졌고 고객욕구가 세분화되면서 고객들의 방문율이 급감했다고 분석함²¹. 2015년 4~10월 사이 매출액은 전년대비 성장하였지만 이는 중국인 관광객의 구매가 대부분이었고 일본인들의 백화점 소비는 침체하여 중산층 가계 지출 개선은 미흡함. 중국인 관광객이 주로 찾는 이세탄 신주쿠점은 매출이 10% 증가했으며 미츠코시 긴자점은 26.4% 증가함. 반면 일본 내국인 상대인 이세탄 다치카와점은 -0.4%, 미츠코시 치바점은 -5.3% 감소세를 기록함. 따라서 백화점 업계는 고객 창출을 위해 제품 재구성, 어플리케이션을 통한 할인 정보 안내, 편의시설 마련 등 다양한 변화를 실시하고 있음

20. 뷰티경제, '세계 드럭스토어 시장 전격진단...일본, 면세점-편의점서 활로 찾다', 2016.01.21

21. 노무라종합연구소 '위기의 일본 백화점, 이대로 몰락할 것인가?', 2016.10

1. 추천 진출 경로

ROUTE #3. 온라인 쇼핑물

: 유통 강자로 떠오르는 온라인 쇼핑물

일본에서 인터넷 쇼핑물은 스마트폰 보급 확산으로 일본 유통업계의 구도 변화를 주도하고 있으며, 정부의 규제완화로 인해 일반의약품의 인터넷 판매도 가능해졌기 때문에, 이전까지 취급하던 생활용품, 의류에서 벗어나 제품의 구성이 다양해지고 있음. 건강기능식품 제조회사의 경우, 신제품을 온라인 쇼핑물을 통해 선보이는 사례가 많고, 오프라인 매장에 비해 저렴한 가격에 구매할 수 있음

일례로, 일본의 건강기능식품 제조업체인 용영제약은 마늘이 함유된 제품을 판매하기에 앞서, 타겟 연령층을 20~40대로 정함. 그리고 타겟 연령층이 가장 많이 이용하는 인터넷을 통해 신제품을 선보임. 젊은 세대들의 건강에 관한 관심 증가와 함께 온라인 판매로 긍정적인 반응을 얻음²².

22. 약사신문, '용영제약, 숙성마늘추출액을 배합한 건강보조식품 Kyolic을 발매', 2016.12.12

1. 추천 진출 경로

시장점유율

2017년 야노경제연구소의 건강식품시장 조사에 따르면 2016년 기준 건강기능식품의 유통 점유율은 통신판매가 42.5%, 방문판매가 31%, 약국 및 드럭스토어 관련 채널이 14.2%, 식품전문채널이 3.6%, 건강식품전문채널이 2.1%로 조사됨

제품 컨셉

일본에서는 2015년부터 기능성표시식품 제도를 시행하고 있음. 이로 인해 식품의 효능을 정부의 별도 심사나 인증 없이 자주적인 신고만으로 상품에 표시할 수 있게 됨. 이 제도를 가장 적극적으로 활용하고 있는 분야는 피부미용 음료시장으로, 건강보조식품의 트렌드로 자리 잡고 있음. 따라서, 흑마늘의 노화방지기능을 강조하여 캐치프레이즈를 만드는 것이 현지에서 긍정적인 반응을 얻을 것으로 사료됨

또한, 마늘제품은 일반적으로 입안에 냄새가 남는 경우가 많아 섭취를 꺼리는 경향이 있으므로, 마늘의 효능은 유지되지만 냄새가 나지 않는 제품을 선보이는 것이 좋을 것으로 사료됨

한국산 취급 여부

일본현지 백화점, 하이퍼마켓&슈퍼마켓, 드럭스토어를 조사한 결과, 현지 조사된 15개 제품이 모두 드럭스토어에서 취급이 확인 되었으며, 현지산으로 조사됨

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

| 유통경로 | 지표 | | 세부 내용 | 적합 | 부적합 |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------|----------------------|-----------------------|----|-----|
| | 1. 시장성 | 시장점유율 | 전체 시장점유율의 약 10% 이상 차지 | | |
| 2. 제품전문성 | 전문 상담 인력 보유 여부 | 제품 세부 설명 가능 인력 보유 여부 | | | |
| 3. 진출가능성 | 한국산 흑마늘진액 취급 여부 | 한국산 흑마늘진액 취급 여부 | | | |
| 유통경로 <th colspan="2">지표</th> <th>세부 내용</th> <th>적합</th> <th>부적합</th> | 지표 | | 세부 내용 | 적합 | 부적합 |
| | 1. 시장성 | 시장점유율 | 전체 시장점유율의 약 10% 이상 차지 | | |
| 2. 제품전문성 | 전문 상담 인력 보유 여부 | 제품 세부 설명 가능 인력 보유 여부 | | | |
| 3. 진출가능성 | 한국산 흑마늘진액 취급 여부 | 한국산 흑마늘진액 취급 여부 | | | |
| 유통경로 <th colspan="2">지표</th> <th>세부 내용</th> <th>적합</th> <th>부적합</th> | 지표 | | 세부 내용 | 적합 | 부적합 |
| | 1. 시장성 | 시장점유율 | 전체 시장점유율의 약 10% 이상 차지 | | |
| 2. 제품전문성 | 전문 상담 인력 보유 여부 | 제품 세부 설명 가능 인력 보유 여부 | | | |
| 3. 진출가능성 | 한국산 흑마늘진액 취급 여부 | 한국산 흑마늘진액 취급 여부 | | | |

1. 추천 진출 경로

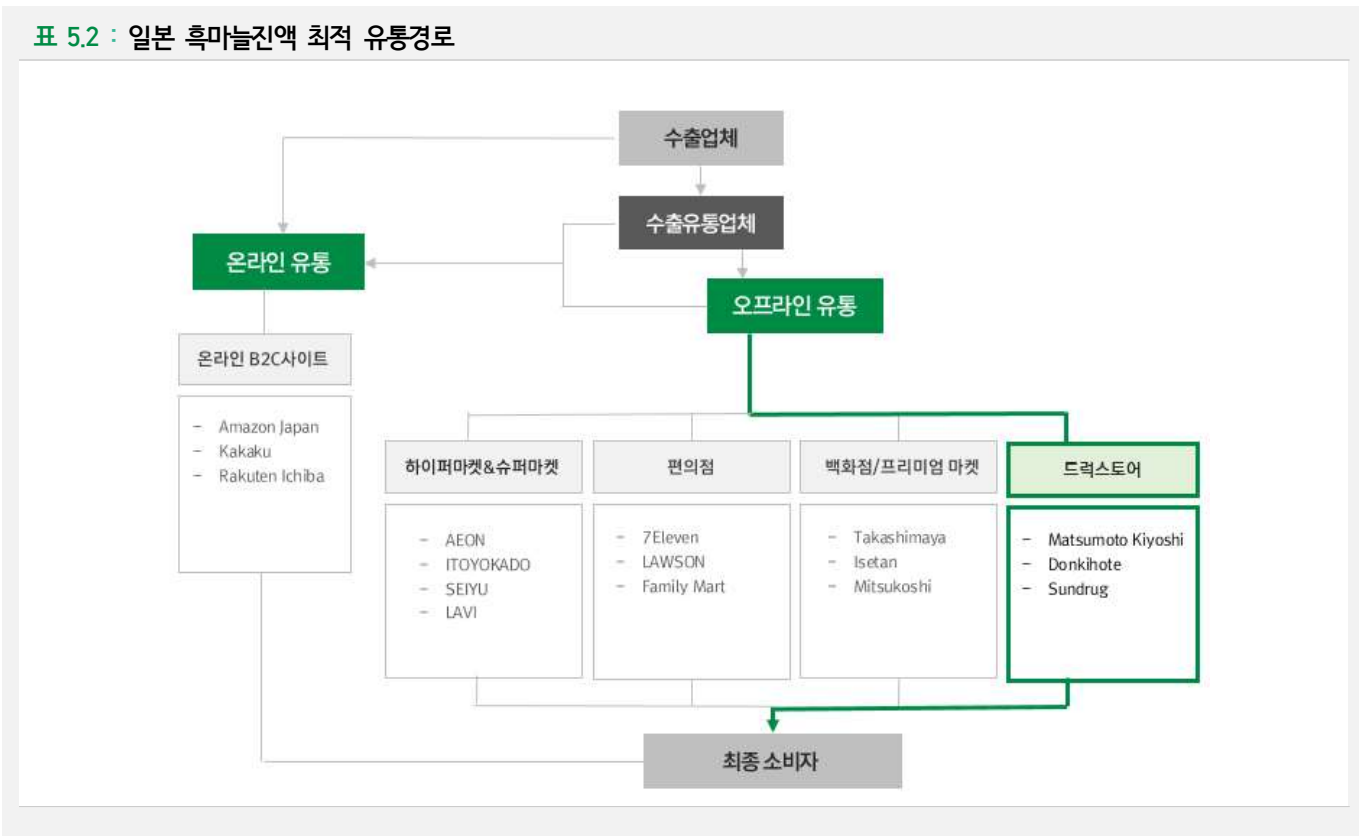
드럭스토어 진출 추천

유통구조 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 적절한 시장은 드럭스토어인 것으로 분석됨. 건강식품을 소비하는 유통채널은 다양하지만, 대부분의 소비자들이 전문 약사의 조언을 얻을 수 있는 드럭스토어를 주로 이용하고 있음이 확인됨. 한국산 흑마늘 제품의 판매는 확인되지 않았으나, 건강기능식품이라는 제품의 특성에 가장 적합한 유통 채널이라 사료됨

최근 일본의 백화점은 프리미엄 제품을 판매하고 있음. 전국적으로 백화점의 매출이 부진하자, 경쟁 제품과 확연히 차별화되는 부가가치를 부여하여 높은 가격을 책정하는 전략이 일본에서 트렌드로 자리 잡고 있음. 고급화 전략을 갖춘다면 백화점 진출을 고려해볼 수 있다고 사료됨

일본의 온라인 쇼핑몰은 시간과 장소에 구애받지 않고 필요한 만큼 구매가 가능하다는 장점이 있으나, 환불 및 교환의 절차가 까다롭고 제품을 실제로 볼 수 없다는 점이 단점으로 작용함. 무분별한 건강기능식품의 수입이 사회적 문제로 대두되자, 직접 제품을 확인하고 구매하려는 소비자들이 늘어남

표 5.2 : 일본 흑마늘진액 최적 유통경로



2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

흑마늘 제품 및 건강식품 취급
유통업체 대상 인터뷰 진행

(2017년 7월)

Q1. 흑마늘 진액 제품의 일본 내 시장성은 어떠한가요?

“저희 회사는 10년 동안 한국 천호식품社의 다양한 흑마늘 제품을 취급하고 있습니다. 주요 고객층은 60대 이상의 여성들입니다. 현재 일본에서 건강 제품에 대한 수요가 증가하고 있는 추세이며, 한국 제품은 흑마늘 제품 보다 홍삼 제품의 수요가 더 높습니다.”

한국식품 수입·유통업체
Kankokuchiba(株式会社 世亜企画) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.07

“일본사회가 고령화 사회로 변하면서 건강기능식품에 대한 수요가 지속적으로 높아지는 추세입니다. 앞으로 일본 내 건강기능식품 시장의 전망은 밝을 것으로 사료됩니다.”

건강식품 제조·수출·유통업체
株式会社イー・有機生活 대표자 Ito Takahiro(伊藤 孝博)와의 인터뷰 中, 2017.07

“현재 일본은 세계에서 가장 빠르게 고령화가 진행되고 있는 국가인 만큼, 건강관리에 대한 관심이 높은 편이며, 건강기능식품에 대한 수요가 꾸준히 높은 수준을 유지하고 있습니다.”

건강식품 수출·유통업체
HIZUYA ひず屋 담당자와의 인터뷰 中, 2017.07

Q2. 제품의 구매요인은 어떠한가요?

“숙성 흑초 마늘 캡슐을 주력으로 취급하고 있으며, 50 ~ 70대가 주요 고객층 입니다. 일본 내에 마늘의 효능이 잘 알려져 있어, 소비자들의 관심이 높은 편이나, 강한 냄새에 있어 거부감이 있는 편입니다. 하지만 숙성 흑초 마늘 캡슐은 냄새가 나지 않아 거부감이 적은 편입니다. 마늘 관련 제품은 냄새와 제형이 가장 중요한 구매 요인으로 작용합니다.”

건강식품 유통업체
Kenkoukazoku(健康家族) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.07

Q3. 제품은 어디서 구매 하시나요?

“홍삼 진액, 홍삼차 등 홍삼 제품을 주로 취급하고 있습니다. 직접 제조한 제품과 한국산 제품을 수입하여 판매하고 있습니다. 과거에는 흑마늘진액 제품도 취급했지만 현재는 취급하지 않고 있습니다.”

건강식품 및 화장품 수입·유통업체
Kodama NATURAL Foods(コダマ健康食品株式会社) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.07



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



SEIYU TAKASHIMAYA

| | | Matsumotokiyoshi | SEIYU | Takashimaya |
|------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 일본(드럭스토어) | 일본(하이퍼마켓) | 일본(백화점) |
| 유통업체 개요 | 설립년도 | 1932년 | 1963년 | 1831년 |
| | 직원 수 | 6,243명(2017년) | 1만 6,272명(2016년) | 9,085명(2017년) |
| | 매출액 | 5,360억 5,200만 엔(2016년) 약 5조 4038억 8,660만 원 | 1억 엔(2016년) 약 10억 809만 원 | 7,451억 엔(2017년) 7조 5,112억 7,859만 원 |
| | 점포 수 | 1,545개(2016년) | 339개(2017년) | 19개(2017년) |
| | 취급품목 | 의약품, 화장품, 생활 잡화, 식품 등 | 식품, 의류, 주거용품, 잡화 등 | 국내외 브랜드 제품, 식품 등 |
| 매장 전경 | 매장 사진 |  |  |  |
| | 매대 현황 |  |  |  |
| 주요 이슈 | | · 여성 소비자를 위한 화장품 전문판매점 출점 | · 여성의 경제적 자립을 지원하기 위한 캠페인 공모 | · 시내 면세점 개점 - 교통의 요충지인 도쿄 신주쿠역에 대규모 면세점 개점 |
| 핵심 전략 | | · 건강 서포트 약국 | - 지속 가능한 제품을 판매하기 위해 제품 조달부터 직접관리 | · 친환경 상품 생산 - 독자적으로 유기농 쌀과 채소를 생산·판매 |

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

Matsumotokiyoshi(마츠모토키요시)

1932년에 개점한 일본의 드럭스토어 체인으로 동 업계 최대기업임. 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

2016년 기준, 전국에 1,545개의 점포를 운영하고 있으며, 의약품만을 전문적으로 취급하는 250개의 조제약국 점포도 운영하고 있음

표 6.1 : Matsumotokiyoshi 매장 정보

| | | | | | |
|------------|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업 정보 | 컨셉 | 건강 상담과 쇼핑을 한 번에 즐길 수 있는 장소 | | | |
| | 본사 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 | | | |
| 매장 전경 | |  |  | | |
| 매장 이슈 | | <p>여성 소비자를 위한 화장품 전문판매점 출점²³.</p> <p>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> | | | |
| 핵심 전략 | | <p>건강 서포트 약국²⁴.</p> <p>마츠모토키요시는 소비자가 건강 상담을 목적으로 언제든지 방문할 수 있는 약국을 실현하고자 함. 일본 후생노동성이 2015년 9월부터, 일정 기준을 만족한 드럭스토어에게 '건강 서포트 약국' 인증 제도를 실시함. 이에 마츠모토키요시는 2016년 12월부터 중소약국과 인수·합병을 통해 인증을 받기 위한 활동에 힘쓰고 있음</p> | | | |
| 판매현황 | |  |  |  |  |
| 일본산 흑마늘 캡슐 | | | | | |

출처 : 현지방문조사(Matsumotokiyoshi, 2017.06), Matsumotokiyoshi(www.matsukiyo.co.jp), Medill Reports Chicago(news.medill.northwestern.edu/chicago)

23. 日経トレンドイネット, '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

24. 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

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 해외자본 기피증에 의해 아직까지 간판은 SEIYU로 사용하고 있음. 2008년부터 월마트 기업의 슬로건을 일본 정서에 맞게 표현한 ‘카카쿠 야스쿠’ 라는 할인 캠페인으로 신선식품을 저가에 판매하고 있음

표 6.2 : SEIYU 매장 정보

| | | | |
|---------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업 정보 | 컨셉 | 식료품, 의류, 주거용품 등의 소매 체인의 운영 | |
| | 주소 | 東京都北区赤羽二丁目1番1号 | |
| | 전화 | +81-3-3598-7000 | |
| 주요 판매품목 | | 식료품, 의류, 주거용품, 잡화 등 | |
| 매장 전경 | |  |  |
| 매장 이슈 | | <p>여성의 경제적 자립 지원²⁵.</p> <p>일본의 하이퍼마켓 브랜드 세이유는 여성의 활약을 다각적으로 지원하기 위해, 2013년부터 여성이 활동하는 기업의 상품 공모 캠페인을 진행하였음. 응모 기업의 대부분은 뛰어난 아이디어를 가지고 제품을 개발하고 있으나, 사업 확장에 어려움을 겪고 있는 여성 기업가들로 이루어져 있음. 세이유는 해당 캠페인을 통해 당선된 제품들을 매장에서 실제로 판매함. 전체 직원의 약 60%가 여성인 것을 감안하여 여성이 일하기 좋은 직장으로 거듭나기 위한 노력을 하고 있음</p> | |
| 핵심 전략 | | <p>고품질의 가격을 저렴하게, KY경영²⁶.</p> <p>소비자들에게 고품질의 제품을 저렴하게 제공하는 것이 경영방침인 SEIYU는, 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> | |
| 판매현황 | |  |  |
| | | 천연재료를 사용한 영양ドリンク |  |
| | | |  |
| | | | SEIYU에서 판매중인 마늘관련 제품 |

출처 : SEIYU(www.seiyu.co.jp)

25. 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

26. SEIYU닷컴(www.the-seiyu.com)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

TAKASHIMAYA

Takashimaya(타카시마야)

1831년 개점한 Takashimaya는 오사카시에 본사를 둔 백화점임. 백화점 중에서도 역사와 유서가 있는 Takashimaya는 일본인에게 오랫동안 이용되고 있음. 본점인 오사카점은 Takashimaya 별관을 설립하여 일본 미술가의 명품이나 전통 의복 등 5,000점을 소장하고 있어 일본예술을 감상할 수 있음. 또한, 수입상품을 다양하게 취급하고 있음

표 6.3 : AEON 매장 정보

| | | |
|---------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업 정보 | 컨셉 | 주변 상업시설과 협업하는 백화점 |
| | 주소 | 大阪府大阪市中央区難波5-5 |
| | 전화 | +81-3-3661-5909 |
| 주요 판매품목 | | 국내외 브랜드 제품, 식료품 등 |
| 매장전경 | |   |
| 매장 이슈 | | <p>시내 면세점 개점²⁷.</p> <p>Takashimaya Duty Free Shop이 2017년 4월 신주쿠에 개점함. 약 2,800평방미터의 대규모를 자랑하며, 신주쿠역과 신주쿠 고속버스 터미널에 직결되어있어 공항과 철도망에 쉽게 접근할 수 있는 것이 장점임</p> |
| 핵심 전략 | | <p>Omotenashi Selection 프로그램 실시²⁸.</p> <p>Takashimaya는 일본의 우수한 고객 서비스를 전 세계에 알리고자하는 활동을 실시하면서 일본 최고의 백화점의 입지를 굳히고 있음. 또한 유통, 물류, 미디어 등 다양한 분야에서 우수한 서비스를 제공한 사례가 있는 업체들을 선정하여 'Omotenashi Selection'이라는 인증을 부여하는 프로그램을 진행하고 있음</p> |
| 판매현황 | |   <p>흑마늘 식초</p> <p>마늘이 함유된 다이어트기능식품 출처 : Takashimaya(www.takashimaya.co.jp)</p> |

27. Traicy, '東京・新宿に空港型市中免税店「高島屋免税店 SHILLA&ANA」が4月27日オープン', 2017.04.05

28. Jiji.com '日本の優れた商品・サービスを認定し、国内外に発信するプログラム「OMOTENASHI Selection 2018」2017年9月1日(金)より2018年度エントリーを募集開始!!', 2017.08.31

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 일본 주요 재래시장 유통 현황




| Ameyokocho | |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 주소 | 6-8-13, Ueno, Taito-ku, Tokyo |
| 취급품목 | 식료품, 신선식품, 생활용품 등 |
| 매장 개요 | 오카치마 역에서 우에노 역까지 이어지는 긴 시장으로, 초기에는 사탕과 과자를 전문적으로 취급했으나, 현재는 신선식품과 해산물까지 다양하게 취급하고 있음. 또한, 현지 음식을 접할 수 있어 관광객이 많이 찾는 재래시장임 |
| Nakamise do-ri | |
| 주소 | 1-3 Asakusa, Taito-ku, Tokyo |
| 취급품목 | 식료품, 기념품 등 |
| 매장 개요 | 도쿄 아사쿠사의 유명한 관광지인 센소지를 둘러싸고 있는 재래시장으로, 식료품을 취급하고 있으나, 관광객이 일본의 전통 의복이나 음식을 체험할 수 있는 상점들도 입점해 있음. 다양한 종류의 과자를 판매하고 있어, 관광객뿐만 아니라, 현지인들도 자주 찾는 명소임 |
| Nishiki Market | |
| 주소 | Nakagyo-ku, Kyoto |
| 취급품목 | 식료품, 신선식품, 생활용품 등 |
| 매장 개요 | 교토의 주방이라고도 알려진 일본의 재래시장으로, 수백 개의 작은 상점과 포장마차가 있는 긴 상점가임. 식료품을 전문적으로 취급하는 상점이 모여 있어, 다양한 식품을 구매할 수 있음 |



출처 : Culture Trip(theculturetrip.com)




1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.5 : 일본 주요 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 6.6 : 일본 주요 온라인 쇼핑몰 현황

| Rakuten | |  |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 취급 품목 | 식품, 의류, 전자제품 등 | |
| 홈페이지 | www.rakuten.co.jp | |
| 매장 개요 | 인터넷 종합 서비스 제공 업체로, 일본 최대 인터넷 쇼핑몰인 라쿠텐 이치바와 종합 여행 사이트 라쿠텐 트레블, 일본 내 최대 고객 수를 확보 중인 라쿠텐 카드, 프로야구단 라쿠텐 골든 이글스, 프로축구단 비셀 고베 등이 대표적인 서비스임. 식품 카테고리에서는 신선식품에서 가공식품까지 다양하게 취급하고 있음 | |
| Amazon | |  |
| 취급 품목 | 식품, 의류, 전자제품 등 | |
| 홈페이지 | www.amazon.co.jp | |
| 매장 개요 | 2000년 11월 일본시장에 진출하여, 일본 내 이용률 2위를 차지한 인터넷 쇼핑몰임. 취급 상품은 '구할 수 있는 모든 것'을 표방하고 있지만, 해외 배송이 필요한 상품의 경우 구매 제약이 있음. 수입 식품 유통에 있어 큰 규모를 보유하고 있음 | |
| Kakaku | |  |
| 취급 품목 | 식품, 의류, 전자제품 등 | |
| 홈페이지 | kakaku.com | |
| 매장 개요 | 가격비교 사이트로 일본 내 이용률 3위의 인터넷 쇼핑몰임. 취급 상품은 식품부터 부동산까지 다양하며, 계절별·절기별 상품을 추천하는 서비스도 실시하고 있음. 같은 상품을 각각의 인터넷 쇼핑몰에서 얼마에 제공하고 있는지 한 곳에서 알아 볼 수 있는 것이 장점임 | |

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

Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

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

통관 및 검역절차 OVERVIEW

일본 통관 검역 절차도



통관절차별 유의사항

| 통관절차 | 유의사항 |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 사전보고 | 수출국의 선적항에서 24시간 전에 일본 수출입 항만 정보처리시스템(NACCS)에 적하 정보를 보고해야 함 |
| 수입 신고 | 수입 신고는 NACCS를 통해 전자적으로 신고하는 방법과 관할 세관에 직접 증빙서류와 수입신고서를 제출하는 방법이 있음. 통관대리인을 통해 수입신고서를 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 | WTO 협정세율 |
| 1302 | 식물성 수액과 추출물(extract), 펙틴질, 펙티닝산염(pectinate)과 펙틴산염(pectate), 식물성 원료에서 얻은 한천·그 밖의 점질물과 시커너(thickener)(변성 가공했는지에 상관없다) | | - |
| 1302.19 | 기타 | | |
| 1302.19.110 | 단일 식물성 원료에서 추출된 것 | 10% | 10% |

일본 내 HS CODE 1302.19.110 품목의 경우
WTO 협정세율 10%가 부과됨

일본 부가가치세 정보

일본 내 HS CODE 1302.19.110 품목의 경우 소비세 8%가 부과됨

TIP_제품 관세율 확인법

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

| 분류 | 사이트명 | URL |
|-----|--------------|-------------------------------------|
| 관세율 | 관세법령정보포털 3.0 | unipass.customs.go.kr/clip/index.do |
| | TradeNAVI | www.tradenavi.or.kr |
| | 일본 관세청 | www.customs.go.jp |

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

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

1. 통관 및 검역절차

STEP 01. 사전보고 및 적하정보제출

일본으로 물품을 수입하기 위해서는 수출국 선적항에서 출항하기 24시간 전 (근거리의 경우 출항 전)까지 전자시스템을 통해 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, Cyberlogitec²⁹. 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 02. 수입 신고

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 전자시스템을 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)

29. NACCS와 계약을 맺은 국내 서비스 제공 업체

1. 통관 및 검역 절차

STEP 03. 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

STEP 04. 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 인지³⁰로 납부할 수 있음. 두 번째는 세관에서 통지한 납부 번호에 따른 납부로 인터넷 뱅킹, 모바일 뱅킹, 금융기관의 ATM 등을 통해 납부할 수 있음. 마지막으로 EDI³¹ 시스템을 통한 전자납부가 가능함. 관세나 세금 납부가 완료되면 세관은 즉시 수입을 허가하게 되며, 수입자 또는 화주에게 수입허가증을 발행함

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)

30. 세금을 납부하는 수수료를 나타내는 증표

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

2. 관세율 정보

HS CODE 1302.19.110, WTO 협정 관세율 적용되어 10% 부과

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

흑마늘진액은 일본에서 HS CODE 1302.19.110(단일 식물성 원료에서 추출된 것)으로 분류되며 한국의 경우 WTO 협정세율에 준거하여 10%의 관세가 부과됨

감면세율 존재, 소비세 8% 부과 중

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

현재 일본의 소비세는 약 8%가 부과되고 있으며, 2019년에는 약 10%에 이를 것으로 전망됨³².

표 7.4 일본 내 흑마늘진액 HS CODE 분류 및 관세

| 국가 | HS CODE | 품명 | 관세율 | |
|----|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------|
| | | | 기본세율 | WTO 협정세율 |
| 한국 | 1302 | 식물성 수액과 추출물(extract), 펙틴질, 펙티닝산염(pectinate)과 펙틴산염(pectate), 식물성 원료에서 얻은 한천·그 밖의 점질물과 시커너(thickener)(변성 가공했는지에 상관없다) | | |
| | 1302.19 | 기타 | | |
| | 1302.19.909 | 기타 | | |
| | 1302.19.9091 | 바닐라 올레오레진이나 바닐라 추출물(extract) | | |
| | 1302.19.9099 | 기타 | | |
| 일본 | 1302 | 식물성 수액과 추출물(extract), 펙틴질, 펙티닝산염(pectinate)과 펙틴산염(pectate), 식물성 원료에서 얻은 한천·그 밖의 점질물과 시커너(thickener)(변성 가공했는지에 상관없다) | | |
| | 1302.19 | 기타 | | |
| | 1302.19.110 | 단일 식물성 원료에서 추출된 것 | | |

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

32. 연합뉴스, ‘OECD, 일본소비세 10%올린 뒤 15%까지 인상해도 된다.’, 2017.04.13

3. FTA 정보

EU · 일본 경제동반자협정(EPA) 체결

2017년 7월 6일 유럽연합(EU)과 일본이 벨기에 브뤼셀에서 정상회담을 열고 자유무역협정(FTA)의 일종인 경제동반자협정(EPA)을 체결하기로 합의함. EU가 지금까지 맺은 FTA 중 이번 협정이 가장 규모가 큼. EU와 일본 양측은 세부항목에 대한 협의를 계속해 2017년 내로 최종 타결을 하고 2019년에 발효시키는 것을 원칙적으로 합의함. 협정이 발효되면 일본과 EU의 전체 교역 품목 중 약 95%의 관세가 없어짐. 일본 언론사 마이니치신문은 협정 체결로 양측 모두 국내총생산(GDP)이 늘어날 것이라고 분석함

한·중·일 FTA 협상 중

2013년 3월 26일 한국, 중국, 일본 3개국이 동북아 경제통합을 이루기 위해 FTA 1차 협상을 시작으로 현재 12차 협상까지 진행됨. 2015년 10월에는 한·중·일 통상장관회담에서 3국 장관 간 FTA 가속화 의지를 재확인하며 공감대를 형성함. 한편, 3국 모두가 속한 역내포괄적경제동반자협정(RCEP) 협상에서 상품 서비스 시장접근 협상을 가속화하는 등 한·중·일 FTA를 둘러싼 협상 환경이 변하기 시작함. 가장 최근에는 2017년 4월 10 ~ 13일 제12차 한·중·일 자유무역협정(FTA) 공식 협상이 일본 도쿄에서 개최됨. 한·중·일 3개국 간 FTA 체결을 위한 차기 협상은 2017년 중 한국에서 이루어질 예정임

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

표 7.5 한·중·일 FTA 관련 정보 및 기대효과

| 의의 | | 동북아 경제통합 기반 마련 |
|---------|---------------|-----------------|
| 추진현황 | 협상개시 | 2013년 3월 26일 |
| | 최근협상 | 2017년 4월 10일 |
| | 협상 진행회수 | 12회 |
| 예상 기대효과 | 실질 GDP(5년 후) | 0.37% 상승 예상 |
| | 실질 GDP(10년 후) | 1.31% 상승 예상 |
| | 예상 후생(5년 후) | 약 83억 달러 증가 예상 |
| | 예상 후생(10년 후) | 약 137억 달러 증가 예상 |

출처 : 산업통상자원부(www.fta.go.kr)

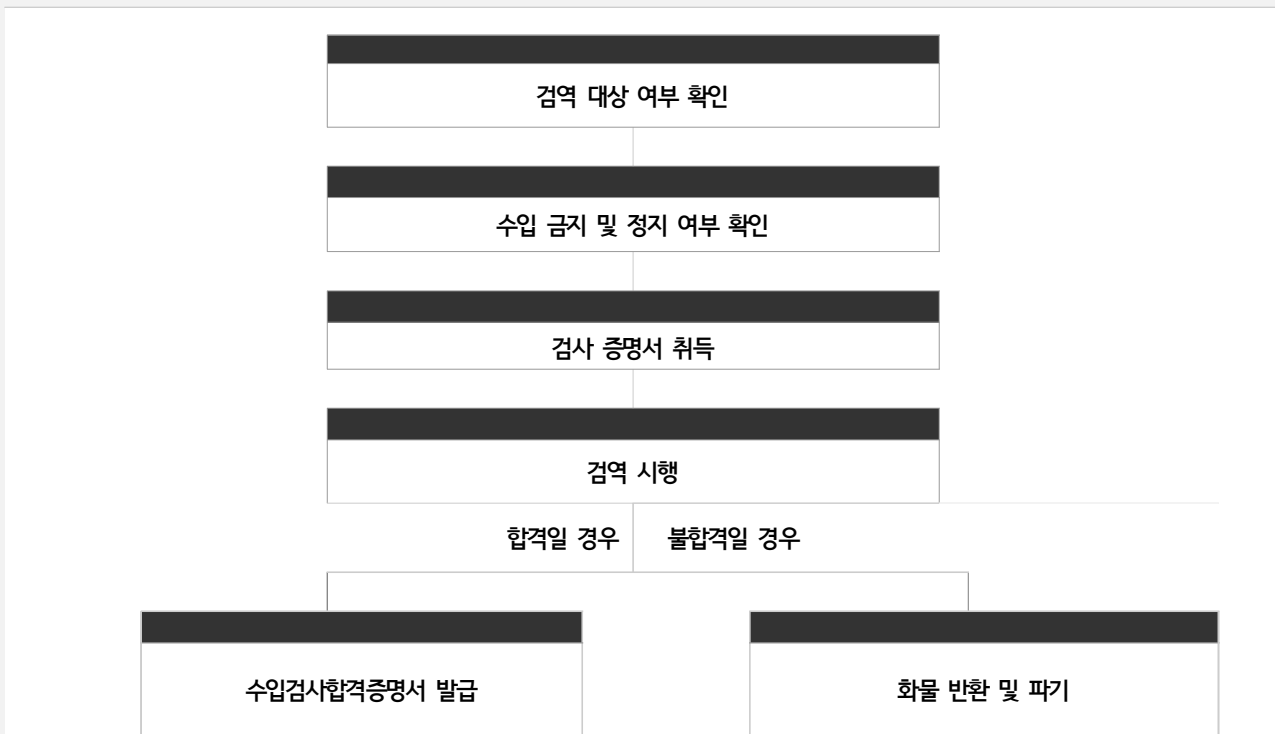
4. 통관 및 검역 주의사항

2016년부터 가공식품 성분 규격에 관한 모니터링 검사 중점적 실시

일본은 2015년 발생한 가공식품 등의 성분 규격 위반 사항을 토대로 2016년부터 가공식품의 성분 규격에 관한 모니터링 검사를 중점적으로 실시할 것이라고 밝힘. 현재 운영 중인 수입식품사전확인제도와 관련하여 등록신청업체의 필수요건을 HACCP 인증을 취득한 업체로 한정하여 제도를 강화한다고 발표함. HACCP 인증을 취득한 기업이 수입한 식품에 대해 불시검사를 지속해서 실시하되, 항구나 공항 검역소에서 검사를 5년간 면제할 방침이라고 발표함

또한, 식품 위생상의 위해방지를 위해 법률을 위반할 가능성이 높은 수입 식품에 대해 검사를 하고 수입자가 자체적으로 안전관리를 추진하도록 강연회를 개최하거나 직접 지도할 계획이라고 전함. 이에 따라 검역소는 수입신고서 등을 이용한 식품 규격 또는 기준 적합 여부를 확인할 수 있게 됨

표 7.6 일본 위생검역 세부절차



출처 : 일본 농림수산업성(www.maff.go.jp)

5. 통관거부사례

일반 액상차 제품 통관거부사례³³.

일본 후생노동성(厚生労働省)에서 공시한 일반 액상차의 통관거부 사례를 조사한 결과 2013 ~ 2015년 동안 49개의 액상차 제품이 통관 거부됨. 해당 제품 대부분은 중국산이며, 한국산 제품에 대한 통관거부가 세 차례 발생한 것으로 확인됨. 해당 품목은 대추차 음료, 생강차, 생강 꿀차로 세 제품 모두 금지 성분을 포함하거나 성분 기준치를 초과하여 통관이 거부됨

표 7.7 : 일반 액상차 제품 통관거부사례³⁴.

| | |
|---------|---------------------------------------------------------------------|
| 제품 | 대추차 음료(粉末清涼飲料 : JUJUBE TEA) |
| 원산지 | 한국 |
| 담당검역소 | 시모노세키 |
| 통관 거부일자 | 2015년 05월 27일 |
| 거부유형 | 성분(금지, 기준치 초과) |
| 통관거부사유 | 후생성고시 370호 식품, 첨가물 등의 규격 기준에 의거하여 식품에 대해 대장균은 음성 반응이어야 함 |
| 제품 | 생강차(粉末清涼飲料 : 生姜茶(GINGER TEA)) |
| 원산지 | 한국 |
| 담당검역소 | 도쿄 |
| 통관 거부일자 | 2013년 08월 22일 |
| 거부유형 | 성분(금지, 기준치 초과) |
| 통관거부사유 | 후생성고시 370호 식품, 첨가물 등의 규격 기준에 의거하여 식품에 대해 대장균은 음성 반응이어야 함 |
| 제품 | 생강 꿀차 |
| 원산지 | 한국 |
| 담당검역소 | 오사카 |
| 통관 거부일자 | 2012년 10월 |
| 거부유형 | 성분(금지, 기준치 초과) |
| 통관거부사유 | 후생성고시 제 370호 식품, 첨가물 등의 규격 기준에 의거하여 생강꿀차의 폴리소르베이트80 기준치는 0.002g/kg임 |
| 제품 | 우롱차(半発酵茶 : 鉄観音 (ANXI SUPERIOR TIE GUAN YIN)) |
| 원산지 | 홍콩, 중국 |
| 담당검역소 | 오사카 |
| 통관 거부일자 | 2014년 08월 14일 |
| 거부유형 | 성분(금지, 기준치 초과) |
| 통관거부사유 | 후생성고시 제 370호 식품, 첨가물 등의 규격 기준에 의거하여 우롱차(차)의 피프롤린 기준치는 0.002ppm임 |

출처: 일본 후생노동성(厚生労働省)(www.mhlw.go.jp)

33. 해당 HS Code 품목의 통관 거부 사례 결과가 나오지 않아 상위 개념인 일반 액상차 품목의 통관 거부 사례로 대체함

34. 해당 자료가 가장 최신자료로 파악되어 기재함


VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

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


인증 정보 OVERVIEW

권장인증 : JAS 인증(유기농제품 수출 시 필수)

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

출처 : 일본 농림수산성(www.maff.go.jp)


권장인증 : FSSC 22000

| | | |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 인증 설명 | GFSI(Global Food Safety Initiative)가 승인한 국제 식품안전규격 중 하나로 ISO 22000과 PAS 220:2008에 기반을 둠 |  |
| 발행기관 | 식품안전인증재단(Foundation for Food Safety Certification) | |
| 성격 | 선택 인증 | |
| 비용 | 조직의 인원수에 따라 심사비용이 산정되며, 기간마다 상이함 | |
| 소요기간 | 4 ~ 8개월 | |
| 갱신기간 | 3년 | |
| 발급절차 | 인증 신청 → 심사계획 통보 → 인증심사 → 인증심의/발행 → 사후심사(매년) → 갱신 심사(3년) | |

출처 : 식품안전인증재단(www.fssc22000.com)

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 신뢰받는 HACCP 인증을 식품업계 전반에 도입하기로 결정. 따라서 수입산 제품 또한 해당 인증을 취득하는 것이 유리함 | |
| 출처 : 일본 농림수산업성(www.maff.go.jp) | | |

권장표시 : 기능성표시 식품제도

| | | |
|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 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 : 외교부, '일본 기능성식품표시제도의 시행', 2015.03.25 ³⁵ . | | |

35. 해당 자료가 가장 최신자료로 파악되어 기재함


1. 인증 취득정보

권장인증 : 일본 JAS 인증

일본 내 유기농 인증을 취득하려면 JAS 기준에 부합해야 하고, JAS 마크가 부착된 식품은 ‘유기 OO’ 등으로 표시 할 수 있음. 인증 비용은 비교적 비싸고 기준을 충족하는 것이 까다로운 것으로 확인됨. JAS 품목대상은 농산물, 축산물, 사료, 가공식품 등임. JAS 인증의 신청 수수료는 약 1,200 ~ 2,000만 원이며, 매년 200 ~ 300만 원의 갱신비가 요구됨

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 등을 실시함. 해당 인증을 인정하는 기관은 농림수산성 JAS 안내 사이트에서 확인 가능함

표 8.1 일본 JAS 인증 주요 정보

| | | |
|------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 인증명 | JAS 인증 |  |
| 발행기관 | 일본 농림수산성 | |
| 성격 | 필수 인증(유기농 표시 시) | |
| 제출서류 | 신청자의 성명 또는 명칭 및 주소, 생산 일정 관리 담당자의 성명·약력 등 | |
| 비용 | 신청비: 약 1,200 ~ 2,000만 원, 갱신비: 약 200 ~ 300만 원 | |
| 소요기간 | 2개월 이상 | |
| 갱신기간 | 1년 | |

출처 : 일본 농림수산성(www.maff.go.jp)

표 8.2 일본 JAS 인증 발급절차

| |
|-------------------------------------------------------|
| STEP 01. 비용전적 신청 |
| 인증 심사에 관련되는 개략적인 비용을 견적 |
| STEP 02. 인정신청서 및 제반서류 제출 |
| 생산관리자는 인정기관에 인정 신청서 제출 |
| STEP 03. 인정신청서 서류심사 |
| 인정기관은 신청서의 기재 내용과 첨부 서류에 대해 기술적인 기준 충족 여부를 서류 심사로 행함 |
| STEP 04. 방문 현장검사 |
| 인정기관, 혹은 검사원으로 부터 현장검사에 대한 사항을 연락을 받고 일정을 조절하여 검사를 받음 |
| STEP 05. 판정 · 이의제기 |
| 인정기관은 검사결과로 판정을 행함. 판정결과에 이견이 있는 경우에는 인정기관에 이의를 제기함 |
| STEP 06. 감사 |
| 인정 후 연 1회 감사를 행함 |

출처 : 일본 농림수산성(www.maff.go.jp)

1. 인증 취득정보

권장인증 : FSSC 22000

식품안전시스템인증 FSSC 22000은 네덜란드에 본사를 둔 FFSC(Foundation for Food Safety Certification)에 의해 개발된 인증임. 동물성 또는 부패하기 쉬운 식물성 제품, 상온에서 장기 보존 장비, 첨가제, 비타민, 배양 등의 식품 재료를 가공 또는 제조하는 식품 공급자가 주요 대상임

FSSC 22000은 국제식품안전경영시스템 규격인 ISO 22000과 식품 및 그 성분의 공급자에 대한 전제조건을 해결하기 위해 개발된 표준인 ISO/TS 22002-1을 조합한 인증임. 기본적으로는 식품제조 및 식품용기 제조분야에 특화하고 개발된 최초의 국제 식품 안전규격임. 해당 인증은 조직의 규모, 복잡성, 위치와 관계없이 모든 식품 제조자에 적용됨

식품 관련 국제규격으로 까다로운 기준을 요구하는 것으로 유명한 FSSC 22000은 일본 기업들의 많은 관심을 받음. 특히 일본에서 마요네즈로 유명한 식품업체 큐피(Kewpie)는 2015년까지 전 공장에 해당 인증 취득을 추진하였으며, 제과업체 메이지(Meiji) 또한 2014년 전 과자 공장에 FSSC 22000을 취득함

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 포장 가압열 살균식품(레토르트 식품), 어육반죽제품, 청량음료수, 수산가공품, 절임류, 두부, 과자, 면류’ 가 HACCP 승인품목으로 정해져 승인 대상이 되고 있으므로 흑마늘진액은 해당 품목이 아닌 것으로 조사됨

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

일본 정책금융공고에서 발표한 HACCP 취급현황에 관한 설문조사에 따르면, 2015년 3월 기준 식품 제조기업의 35.4%가 HACCP 인증을 취득했다고 응답했으며, 11.7%가 도입할 예정이라고 밝힘. 또한, 식품 도소매업 및 음식점 관계자들의 경우, 재료 조달의 기준으로써 HACCP이 중요하다고 답한 비율은 65.4%로 집계됨

1. 인증 취득정보

권장표시 : 기능성표시 식품제도

기능성표시식품이란 질병에 걸리지 않은 사람(미성년, 임산부 및 모유수유자 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 져야 함. 기능성표시식품제도를 관할하는 일본 소비자청에서는 취득 준비단계에서 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

흑마늘진액 수출 시 필수 인증 無

현지조사결과 경쟁사 제품 15개 모두 인증을 취득하지 않은 것으로 확인함. 이에 따라 일본 내 유명 인터넷 쇼핑몰인 라쿠텐(楽天,らくてん), 아마존(アマゾン), 야후쇼핑(ヤフオショッピング)에서 추가적으로 조사를 진행한 결과 흑마늘진액 제품 중 인증을 취득한 품목이 없는 것으로 확인됨

수입식품 감시지도 계획 발표, HACCP 인증 활성화 필요

일본 후생노동성은 수입식품의 효율적인 감시지도를 통해 안전성을 확보하고자 해마다 수입식품 감시지도 계획을 발표하고 수행함. 2016년의 주요 방향은 현행 수입식품의 사전확인 제도에 HACCP에 의한 위생관리 요건을 추가하여 확대하기로 함. 2016년 2월 일본 요미우리 신문의 보도에 따르면 일본 정부는 식품 안전성에 관한 HACCP을 취득한 해외 기업에 대해 가공식품 수입 절차를 일부 면제할 방침이라고 전함

해당 제도가 시행됨에 따라, 향후 HACCP 적용을 희망하는 식품업체와 HACCP 적용업체를 대상으로 효율적인 기술지원을 통한 HACCP 적용확대 및 제도 활성화가 필요할 것으로 사료됨

3. 제출서류

JAS 인증 서류 심사 제출 서류 및 현장 검사 내용

: JAS 인증을 받기 위해 서류 심사를 거칠 때 제출해야 할 서류는 다음과 같으며, JAS 인증 현장 검사는 하기 표 8.4에 명시된 서류를 기반으로 진행됨

표 8.3 : JAS 인증시 필수 제출 서류

| 제출 서류 |
|----------------------------------|
| 신청자의 성명 또는 명칭 및 주소 |
| 포장 이력 관리 기록 |
| 생산 일정 관리 담당자의 성명 약력 |
| 평가를 실시하는 농산물 종류 |
| 생산 장소 소재지, 면적 |
| 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 관세청(www.customs.go.jp)

표 8.4 : JAS 인증 현장 검사 제출 서류 목록

| 제출 서류 |
|----------------------------------------------------------|
| 생산 일정 관리 책임자 및 생산자 청취 조사 |
| 포장, 기타 시설 실제 확인 |
| 생산 일정 관리 기록과 그 근거 서류의 확인 |
| 포장, 채취장, 관련 창고, 선별, 조제, 포장 시설, 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 |
| 생산 일정 관리 담당자(책임자)의 자격 |

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

3. 제출서류

FSSC 22000 취득 시 ISO 22000 요구사항 준수

: FSSC 22000 취득 시 국제식품안전경영시스템 규격인 ISO 22000의 요구사항에도 만족해야 함

| | | | | |
|---------------------------------|-----------------|-------|----|-------------|
| 조직명: | | 조직주소: | | |
| 일자: | | 심사원: | | |
| | | | | |
| | 참조(Reference): | 적합성 | | 내용(Remarks) |
| | ISO 22000 | Yes | No | |
| 아래에 ISO 22000 각 요구사항에 대해 요약하시오. | | | | |
| 4 | 식품안전경영시스템 | | | |
| | 요약 : | | | |
| 4.1 | 일반 요구사항 | | | |
| 4.2 | 문서화 요구사항 | | | |
| 5 | 경영책임 | | | |
| | 요약 : | | | |
| 5.1 | 경영의지 | | | |
| 5.2 | 식품안전방침 | | | |
| 5.3 | 식품안전경영시스템기획 | | | |
| 5.4 | 책임 및 권한 | | | |
| 5.5 | 식품안전팀장 | | | |
| 5.6 | 의사소통 | | | |
| 5.7 | 비상시 대비 및 대응 | | | |
| 5.8 | 경영검토 | | | |
| 6 | 자원관리 | | | |
| | 요약 : | | | |
| 6.1 | 자원확보 | | | |
| 6.2 | 인적자원 | | | |
| 6.3 | 기반구조 | | | |
| 6.4 | 업무환경 | | | |
| 7 | 안전한 제품의 기획과 실현 | | | |
| | 요약 | | | |
| 7.1 | 일반사항 | | | |
| 7.2 | 선행요건프로그램(PRPs) | | | |
| 7.3 | 위해요소분석을 위한 예비단계 | | | |
| 7.4 | 위해요소 분석 | | | |
| 7.5 | 운용PRP 수립 | | | |
| 7.6 | HACCP 계획 수립 | | | |

| | | | | |
|------|-------------------------------------|--|--|--|
| 7.7 | 예비정보 및 PRPs와 HACCP계획을 규정한 문서의 갱신 | | | |
| 7.8 | 검증계획 | | | |
| 7.9 | 이력추적시스템 | | | |
| 7.10 | 부적합관리 | | | |
| 8 | FSMS의 타당성확인, 검증 및 개선 | | | |
| | 요약 : | | | |
| 8.1 | 일반사항 | | | |
| 8.2 | 관리수단 조합의 타당성 확인 | | | |
| 8.3 | 모니터링 및 측정의 관리 | | | |
| 8.4 | 식품안전경영시스템 검증 | | | |
| 8.5 | 개선 | | | |

Q1. 일본으로 흑마늘진액을 수출할 때 요구되는 인증은 무엇입니까?

“일본으로 흑마늘진액을 수출할 때 필수로 요구되는 인증은 없지만, 일본에서 흑마늘진액은 건강보조식품으로 분류되므로 일본 건강식품 영양식품협회가 발행하는 JHFA(Japan Health and Nutrition Food Association) 인증 마크를 받아야합니다. 다만, 외국 기업이 인증을 획득하는 것은 매우 어렵고 절차가 복잡하므로 보통 수입 업체가 인증을 대리로 취득하는 경우가 많습니다. 특히 중국산 식품의 문제로 인한 아시아 기업의 기능성 식품에 대한 신뢰성 저하로 인해 이미지 회복하는 시간이 상당히 걸리기 때문에 일본에서 JHFA 인증을 획득하기 위해서는 다른 제품과 차별화하여 어필하는 것이 먼저 해결해야할 문제입니다. 그리고 기능성 식품에 있어 필수적으로 제시되어야 되는 내용은 기능성 제품이 어떤 효과가 있는지에 대한 것입니다. 특히 일본 소비자들에게 어떤 효과를 가져 오는지 또는 기존에 일본 제품들과 차별되는 다른 기능은 무엇인지 대한 제시가 중요합니다.”

- 일본 통관대행기업
Omori Kaisoten, Ltd. 담당자와의 인터뷰 중, 2017.07

Q2. 일본으로 흑마늘진액 제품 수출 시 통관과정은 어떠합니까?

“일본 후생노동성은 식품 통관 시 제품의 안전성을 가장 중요하게 생각합니다. 일본의 식품 위생법을 기반으로 한 매트릭스를 통해 철저히 검토를 실시합니다. 하지만 일본으로 수출하는 식품에 대해 일본 후생노동성이 인정한 한국 내 검사기관이 검사하여 발행한 시험성적증명서가 있는 경우 일본 내에서 별도의 시험 검사 없이 통관이 가능합니다.”

- 일본후생노동성 도쿄검역소
담당자 인터뷰 중, 2017. 07

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

일본 가공식품(흑마늘진액) 필수 표기사항



- 제품명
- 원재료명 및 식품첨가물
- 원산지
- 영양성분표시
- 순증량
- 생산일자, 유통기한
- 보관방법
- 생산·유통업체 정보

출처 : 현지방문조사(Labi, 2017.07)

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

일본 가공식품 라벨링 상세 표기사항

| 항목 | 설명 |
|--------------|----------------------------------------------------------------|
| 표기 언어 | 일본어로 표기하는 것이 의무임. 글자 크기는 8포인트 이상의 활자로 통일 |
| 제품명 | 품명, 종류, 유형 등을 기재 |
| 원재료명 및 식품첨가물 | 중량 비율이 높은 순으로 표기함. 원재료의 원산지명 및 수출국의 원산지명을 명확히 표기 |
| 원산지 | 국가명을 반드시 기재 |
| 영양성분 | 건강 증진법의 영양 표시 기준에 따라 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 영양성분 기재 |
| 순증량 | 내용 중량(그램, 킬로그램), 내용 체적(밀리리터, 리터), 내용 수량(개수 등 단위) 중 하나의 방식으로 표기 |
| 생산일자, 유통기한 | 유통기한이 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년, 월, 일순으로 표기하며, 3개월 이상일 경우 년, 월만 표기 |
| 보관방법 | 제품 개봉 전 보관방법 기재 |
| 생산·유통업체 정보 | 제조업자, 수입업자 등의 명칭 및 주소 기재 |

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

1. 라벨 표기사항

가공식품의 필수 표기사항

일본으로 수입되는 모든 가공식품은 제품 외면에 필수 표기사항을 기재해야 함. 현지매장 방문조사를 통해 확인된 제품들은 해당 라벨 표기사항을 준수하는 것으로 조사됨

제품 포장재 전면에 표기해야 하는 항목으로는 제품명, 원재료명, 식품첨가물, 영양성분, 내용량(순중량), 수입사 및 유통사에 대한 정보기재, 유통기한 등임

정부, 모든 가공식품에 원산지표기 의무 확대

일본 정부는 2016년 10월 5일 모든 가공식품에 대한 원산지표기 의무를 확대할 방침이라고 밝힘. 지금까지 일부에 한정되어 있었던 원산지 표시 대상을 모든 가공식품에 넓히려는 것임. 수입 식품은 원산국 표기 및 쌀 등 일부 성분표기가 의무화되어 있으나 가공식품 원료인 원재료에 대한 표기 대상은 아니라고 함

식품 알레르기 표시 강화

일본 소비자청은 2016년 6월 식품표시 적정화를 위한 대응방안을 발표한바, 수입식품의 알레르기 표시에 대한 내용을 발표함

알레르기 표시 기준은 식물성 알레르기가 아주 미량의 알레르겐에 의해 발생할 수 있다는 관점에서 밀가루 등 소량의 특정 원재료를 포함하는 식품의 경우 원칙적으로 해당 특정 원재료를 포함했다는 표시를 해야 함

표 9.1 일본 가공식품 라벨 표기사항

- 제품명
- 보관방법
- 알레르기 유발 성분
- 내용량(순중량)
- 원재료

- 원산지
- 유통기한
- 제조·수입업체 상호명 및 주소
- 식품첨가물

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

1. 라벨 표기사항

표 9.2 : 일본 라벨 표기사항 상세

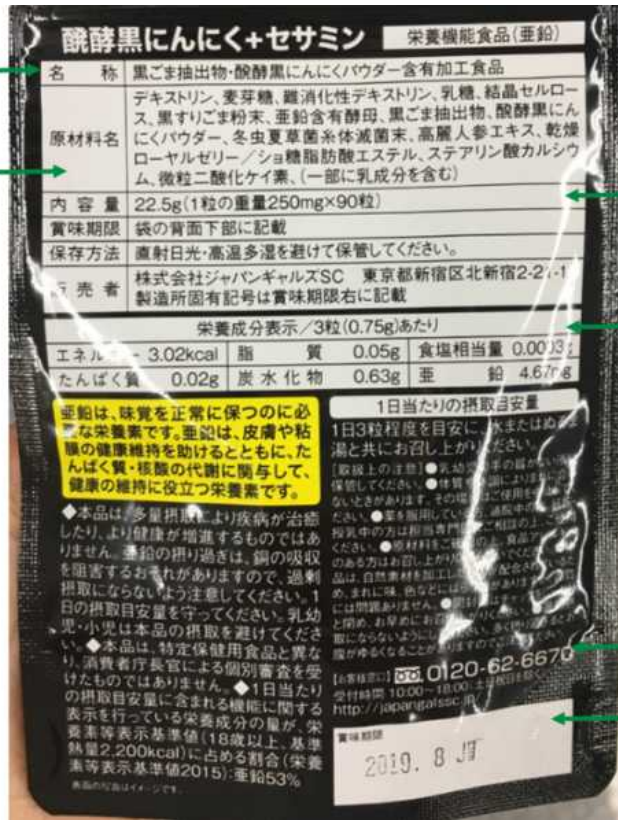
| | 항목 | 설명 |
|---|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 표기 언어 | 일본 농림규격법, 일본 식품위생법에 따라 일본에서 유통되는 제품은 수입 여부에 상관없이 일본어로 표기하는 것이 의무임. 글자 크기는 8포인트 이상의 활자로 통일된 활자를 사용 |
| 2 | 제품명 | 제품의 특성을 구체적으로 설명할 수 있도록 품명, 종류, 유형 등을 기재 |
| 3 | 원재료명 및 식품첨가물 | 원재료명을 중량 비율이 높은 순으로 표기함. 그 다음 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 표기 |
| 4 | 원산지 | 원산지 국가명 반드시 기재 |
| 5 | 영양성분 | 건강 증진법의 영양 표시 기준에 따라 열량이나 탄수화물 등과 같은 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 영양성분 기재 |
| 6 | 순중량 | 내용 중량(그램, 킬로그램), 내용 체적(밀리리터, 리터), 내용 수량(개수 등 단위) 중 하나의 방식으로 표기 |
| 7 | 생산일자, 유통기한 | 유통기한이 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년, 월, 일순으로 표기하며, 3개월 이상일 경우 년, 월만 표기 |
| 8 | 보관방법 | 제품 개봉 전 보존방법 기재 |
| 9 | 생산 유통업체 정보 | 제조업자, 수입업자 등의 명칭 및 주소 기재 |

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시

- 제품명**
발효흑마늘세사민
- 원재료 및 식품첨가물**
주요 원재료 및
식품첨가물 기재



- 순중량**
g, mg 으로 표기

- 영양성분**
소비자의 건강에 영향을
줄 수 있는 성분 기재

- 유통업체정보**
연락처, 주소 등 기입

- 유통기한**
년, 월, 일 순으로 기재

영양성분표시

: 함유량에 따라 내림차순으로 표기

| | |
|-------------------|-----------|
| 에너지 | 8.0kcal |
| たんぱく質 | 0.47g |
| 脂質 | 0.5g |
| 炭水化物 | 0.4g |
| 食塩相当量 | 0~0.0041g |
| ポリフェノール | 12mg |
| ポリフェノール含有量は3粒あたりの | |

X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정
2. 기타 위생기준 규정

위생 요건 OVERVIEW

● 품목별 위생요건 조사 항목



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

● 비주류 음료 제품 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물 기준치

| 유형 | 성분 | 기준 |
|-------|-----------------------------------------|-----------|
| 식품첨가물 | 구연산염(Triethyl Citrate) | 0.2(g/kg) |
| | 사카린나트륨(Sodium Saccharin) | 0.3(g/kg) |
| | 벤조산(Benzoic Acid) | 0.6(g/kg) |
| | 파라-히드록시 벤조산 부틸(Butyl p-Hydroxybenzoate) | 0.1(g/kg) |
| | 벤조산나트륨(Sodium Benzoate) | 0.6(g/kg) |
| | 스테아린산 칼슘(Calcium Stearate) | 1.0% |
| | 미립 이산화규소(Silicon Dioxide(fine)) | 2.0% |

출처 : 일본 식품화학연구진흥재단, 'The Japan Food Chemical Research Foundation, Standard for use of Food Additives', 2017.06.23

● 액상차 수출 시 주의해야하는 사용이 금지된 식품첨가물

| 유형 | 성분 | 기준 |
|-------|------------------------------|------|
| 식품첨가물 | 아세설팜칼륨(Acesulfame Potassium) | 사용금지 |
| | 수크랄로스(Sucralose) | 사용금지 |

출처 : 일본 식품화학연구진흥재단, 'The Japan Food Chemical Research Foundation, Standard for use of Food Additives', 2017.06.23

1. 식품첨가물 규정

비주류 음료·액상차의 식품첨가물 규정

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

일본은 포지티브 리스트³⁶를 통해 식품 첨가물에 대한 규제를 시행함. 해당 리스트에 등록된 농약 성분이 검출된다면 유통이 금지됨. 일본에서는 국제기준 등을 통해 뼈대가 되는 잔류 기준을 설정한 후 현지 사정에 맞게 개정해나가고 있음

표 10.1 : 비주류 음료제품 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물 기준치

| 유형 | 성분 | 기준 |
|-------|-----------------------------------------|-----------|
| 식품첨가물 | 구연산염(Triethyl Citrate) | 0.2(g/kg) |
| | 사카린나트륨(Sodium Saccharin) | 0.3(g/kg) |
| | 벤조산(Benzoic Acid) | 0.6(g/kg) |
| | 파라-히드록시 벤조산 부틸(Butyl p-Hydroxybenzoate) | 0.1(g/kg) |
| | 벤조산나트륨(Sodium Benzoate) | 0.6(g/kg) |
| | 스테아린산 칼슘(Calcium Stearate) | 1.0% |
| | 미립 이산화규소(Silicon Dioxide(fine)) | 2.0% |

출처 : 일본 식품화학연구진흥재단, 'The Japan Food Chemical Research Foundation, Standard for use of Food Additives', 2017.06.23

표 10.2 : 액상차 수출시 주의해야하는 사용이 금지된 식품첨가물

| 유형 | 성분 | 기준 |
|-------|------------------------------|------|
| 식품첨가물 | 아세설팜칼륨(Acesulfame Potassium) | 사용금지 |
| | 수크랄로스(Sucralose) | 사용금지 |

출처 : 일본 식품화학연구진흥재단, 'The Japan Food Chemical Research Foundation, Standard for use of Food Additives', 2017.06.23

36. 사용이 인정되는 첨가물에 대해서 리스트화 하는 것으로 '포지티브 리스트 제도'란 기준이 설정되어 있지 않은 농약 등이 일정량을 초과하면 잔류하는 식품의 판매 등을 원칙적으로 금지하는 제도를 칭함

2. 기타 위생기준 규정

흑마늘진액 유사제품 주요 식품첨가물

현지방문조사를 통해 파악한 현지산 및 수입산 흑마늘진액 제품의 식품첨가물을 조사한 결과 대다수 제품에 유효제인 글리세린 및 글리세린 지방산 에스테르가 함유됨. 일본 식품첨가물 규정에 따르면 해당 식품첨가물의 최대 허용량은 별도의 규정이 없는 것으로 조사됨. 또한, 제품 간의 결착을 방지하기 위해 사용되는 식품첨가물인 스테아린산 칼슘 및 이산화규소를 원료로 사용한 제품이 판매되는 것으로 확인됨

표 10.3 : 흑마늘진액 유사 제품 식품첨가물 정보 예시

| 유형 | 제품 | 제조사 | 원료 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | 발효 흑마늘난황 | 서플아트 (Supple Art) | 잇꽃 기름, 젤라틴, 발효 흑마늘분말, 난황분말, 깨 액기스 분말, 글리세린, 글리세린 지방산 에스테르 , 밀랍, 캐러멜색소 |
|  | 숙성 흑마늘난황 | 오리히로 (Orihiro) | 잇꽃 오일, 황란말, 발효 흑마늘분말, 젤라틴, 글리세린 , 밀랍, 캐러멜색소, 글리세린 지방산 에스테르 |
|  | 발효흑마늘새사민 | 재팬걸즈 (JapanGalsSc) | 덱스트린, 맥아당, 난소 화성 덱스트린, 유당, 셀룰로오스, 검정깨소금 분말, 아연 함유 효모, 검은 깨 추출물, 발효 흑마늘분말, 동충하초 균사체 멸균분말, 고려인삼 추출물, 건조 로열젤리, 글리세린 지방산 에스테르, 스테아린산 칼슘, 미립 이산화규소 |

출처: 현지방문조사(Labi, Matsumotokiyoshi, 2017.07)

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

| | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------|
| 1. The Japan Food Chemical Research Foundation, Standard for use of Food Additives | 일본 식품화학연구진흥재단 | 2017.06.23 |
| 2. 黒にんにく、熟成の甘みにビックリ！老け予防にも期待大 | 여성SPA | 2016.12.04 |
| 3. 健康食品市場に関する調査を実施 (2017 年) | 일본 야노경제연구소 | 2017.01.23 |
| 4. 定期購入なしで買える黒にんにく通販を人気順にランキング | 黒にんにく効能.jp | 2017.02.01 |
| 5. カップヌードル リッチ 無臭にんにく卵黄牛テールスープ 味』おばあちゃんの元気の源が麺に合うのか検証！ | おためし新商品ナビ | 2016.10.14 |
| 6. アンテナ 新製品 黒ニンニクあめ | 佐賀新聞 | 2017.06.24 |
| 7. 最新板 黒にんにくサプリメント総合ベストランキング！ | 흑마늘보조식품 | 2017.06.28 |
| 8. 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 |
| 9. 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 |
| 10. 健康食品市場に関する調査を実施 (2017年) | 야노경제연구소 | 2017.01.23 |
| 11. 세계 드럭스토어 시장 전격진단·일본 면세점·편의점서 활로 찾다 | 뷰티경제 | 2016.01.21 |
| 12. 위기의 일본 백화점, 이대로 몰락할 것인가? | 노무라종합연구소 | 2016.10 |
| 13. 용영제약, 숙성마늘추출액을 배합한 건강보조식품 Kyolic을 발매 | 약사신문 | 2016.12.12 |
| 14. OECD, 일본소비세 10%올린 뒤 15%까지 인상해도 된다 | 연합뉴스 | 2017.04.13 |
| 15. 일본 기능성식품표시제도의 시행 | 외교부 | 2015.03.25 |
| 16. The Japan Food Chemical Research Foundation, Standard for use of Food Additives | 일본 식품화학연구진흥재단 | 2017.06.23 |
| 17. The Japan Food Chemical Research Foundation, Standard for use of Food Additives | 일본 식품화학연구진흥재단 | 2017.06.23 |
| 18. マツキヨが働く女性向け新業態 10分サービスの狙い | 日経トレンディネット | 2017.07.10 |
| 19. マツキヨは中小調剤薬局の救世主になるか | ニュースイッチ | 2016.11.26 |
| 20. 西友 女性の再就業のための体軽型プログラムで日本女子大学と協働 | Cnet Japan | 2017.07.04 |
| 21. 東京・新宿に空港型市中免税店「高島屋免税店 SHILLA&ANA」 が4月27日オープン | Traicy | 2017.04.05 |
| 22. 日本の優れた商品・サービスを認定し、国内外に発信する プログラム「OMOTENASHI Selection 2018」2017年9月1日 (金)より2018年度エントリーを募集開始！！ | Jiji.com | 2017.08.31 |
| 23. 후생 노동성 HACCP도입 의무화에 따른 움직임 | 후지물류 | 2017.09.24 |

※ 참고 문헌

※ 참고 사이트

| | |
|---------------------------------|--------------------------------------|
| 18. 일본 수출입 항만 관련 정보처리시스템(NACCS) | www.naccscenter.com |
| 19. 관세법령정보포털 3.0 | unipass.customs.go.kr |
| 20. 일본 관세청 | www.customs.go.jp |
| 21. 한국 관세청 | www.customs.go.kr |
| 22. TradeNAVI | www.tradenavi.or.kr |
| 23. 관세법령정보포털 3.0 | unipass.customs.go.kr |
| 24. International Trade Centre | www.trademap.org |
| 25. Rakuten | www.rakuten.co.jp |
| 26. Amazon | www.amazon.co.jp |
| 27. Kakaku | www.kakaku.com |
| 28. 천호식품 | www.chunho.company |
| 29. GNM LIFE | www.gnmlife.com |
| 30. ORIHIRO | health.orihiro.com |
| 31. 잡코리아 | www.jobkorea.co.kr |
| 32. Matsumotokiyoshi | www.matsukiyo.co.jp |
| 33. Medill Reports Chicago | news.medill.northwestern.edu/chicago |
| 34. SEIYU | www.seiyu.co.jp |
| 35. Takashimaya | www.takashimaya.co.jp |
| 36. Culture Trip | theculturetrip.com |
| 37. 7Eleven | www.sej.co.jp |
| 38. Family Mart | www.family.co.jp |
| 39. Lawson | www.lawson.co.jp |
| 40. NACCS | www.naccscenter.com/afr/indexj.html |
| 41. 한국 산업통상자원부-FTA | www.fta.go.kr |
| 42. 일본농림수산업 | www.maff.go.jp |
| 43. 일본 후생노동성(厚生労働省) | www.mhlw.go.jp |
| 44. 식품안전인증재단 | www.fssc22000.com |
| 45. 일본 소비자청 | www.caa.go.jp |
| 46. FFCR | www.ffcr.or.jp |
| 47. 일본 통계청 | www.stat.go.jp/english/index.htm |