



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 냉면(Cold Noodles)

Country : 일본(Japan)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	8
II. 시장 트렌드	9
1. 소비 트렌드	11
2. 제품 트렌드	12
3. 유통 트렌드	13
4. 정책 트렌드	14
III. 경쟁제품 현지조사	15
1. 경쟁제품 선정	17
2. 정량 분석	18
3. 정성 분석	19
4. 현지 방문 조사자료	20
IV. 경쟁사 분석	27
1. 경쟁사 선정	29
2. 경쟁사별 현황 파악	30
V. 유통구조 현황	33
1. 추천 진출 경로	35
2. 전문가 인터뷰	39
VI. 유통업체 현황	40
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	42

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	45
1. 통관 및 검역 절차	48
2. 관세율 정보	51
3. FTA 정보	52
4. 통관 및 검역 주의사항	53
5. 통관거부사례	54
Ⅷ. 인증 정보	55
1. 인증 취득정보	57
2. 인증 취득제품	58
3. 제출서류	59
4. 전문가 인터뷰	60
Ⅸ. 라벨링 정보	61
1. 라벨 표기사항	63
2. 라벨링 예시	64
X. 위생요건 정보	66
1. 식품첨가물 규정	68
2. 기타 위생기준 규정	69
※ 참고문헌	70

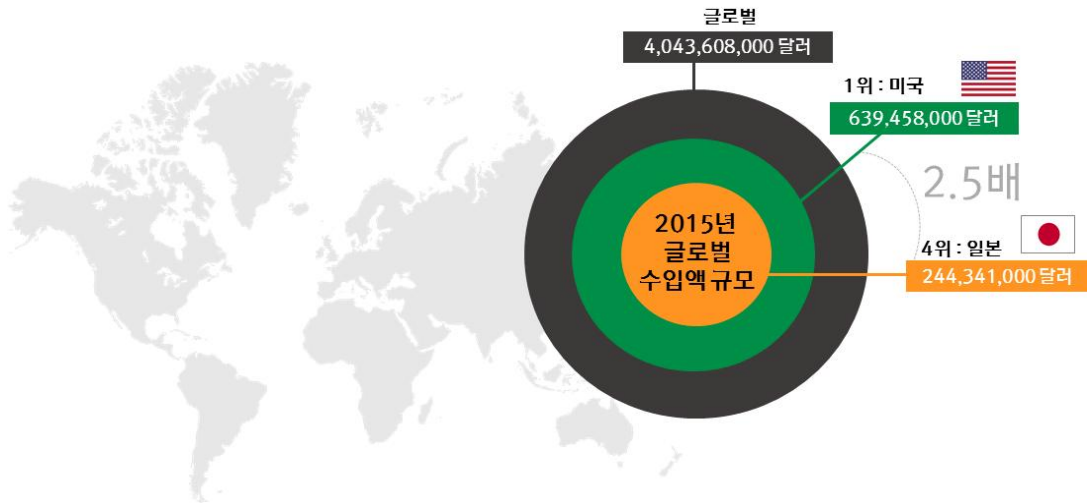


I. 시장 통계

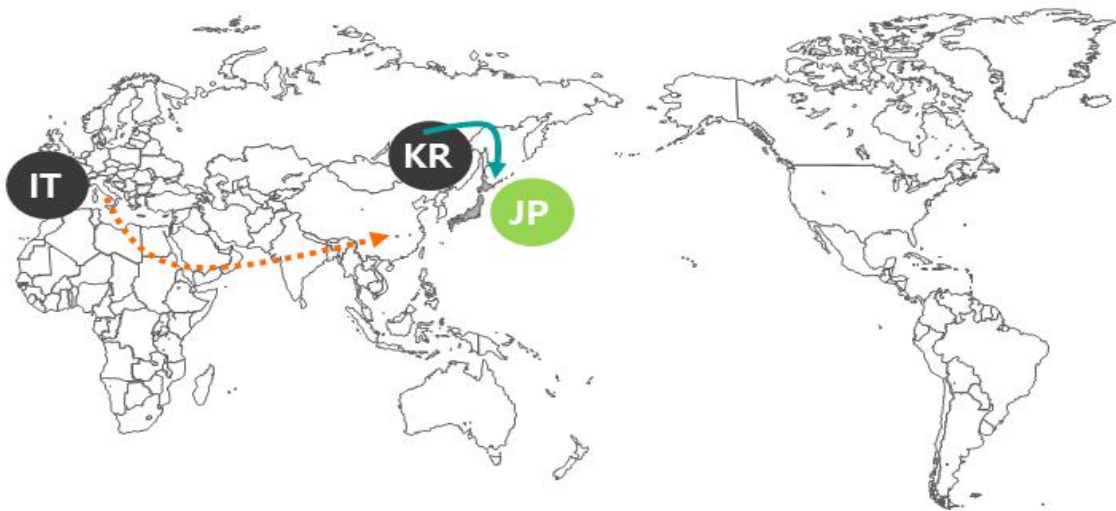
※ 시장 통계 OVERVIEW

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

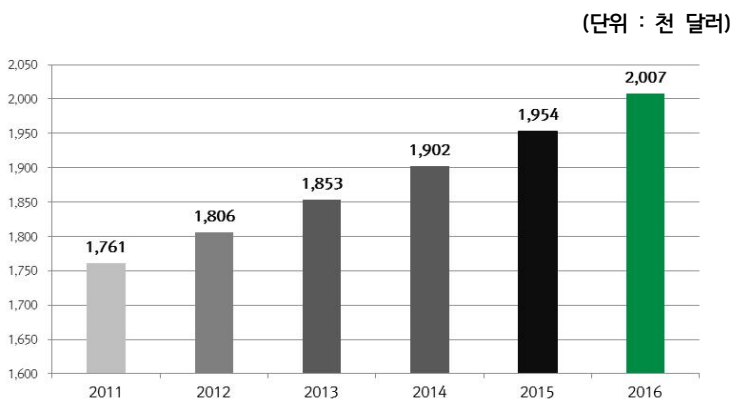
시장 통계 OVERVIEW



2015년 일본 내 HS CODE 1902.19 품목 수입액 규모



▶ 일본 내 인스턴트 건면 시장 규모



글로벌 수입규모
1위 미국, 4위 일본
일본 수입상대국, 한국 7위
2016년 기준 인스턴트 건면 시장규모,
200만 7,000달러

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

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

냉면 통계 기준 설정

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

수입 통계 기준, HS CODE 1902.19로 설정

글로벌 및 일본 내 냉면의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 여섯 자리 1902.19를 수입통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 1902.19 해당 품목은 주로 다양한 종류의 기타 파스타를 포함한 파스타 면류 제품임

표 1.1 : 냉면 조사 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	1902.19
	일본 수입규모 및 성장률		1902.19
품목 통계	일본 시장규모 및 성장률	품목 키워드	Instant Noodles
	일본 인스턴트 건면류 성장률		Naengmyeon, 冷麵

표 1.2 : 일본 내 냉면 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1902	파스타(스파게티, 마카로니, 누들, 라자니아, 뇨끼, 라비올리, 카넬로니 등 기타 파스타) 와 쿠스쿠스 (기타 조제 여부 불문)
	1902.19	기타
	1902.19.1000	국수
	1902.19.2000	당면
	1902.19.3000	냉면
	1902.30.10	인스턴트 면류
일본	1902	스파게티, 마카로니, 누들, 라자냐, 뇨끼, 라비올리, 카넬로니 기타 파스타 및 쿠스쿠스 (기타 조제 여부 불문)
	1902.19	기타
	1902.19.092	우동, 소면 및 메밀

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

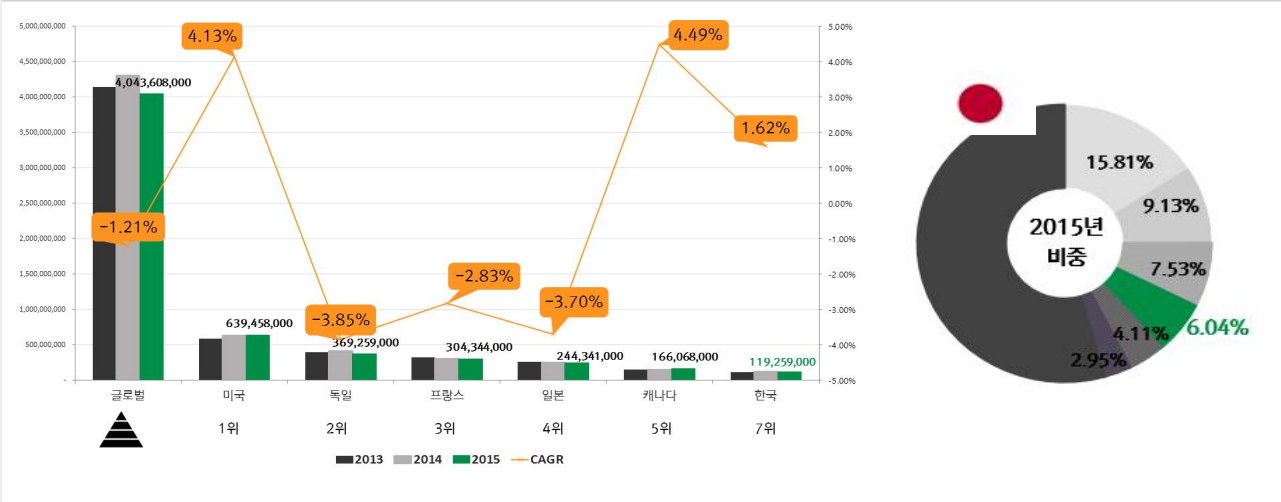
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 1902.19 수입액 규모 및 비중

(단위 : 달러, %)



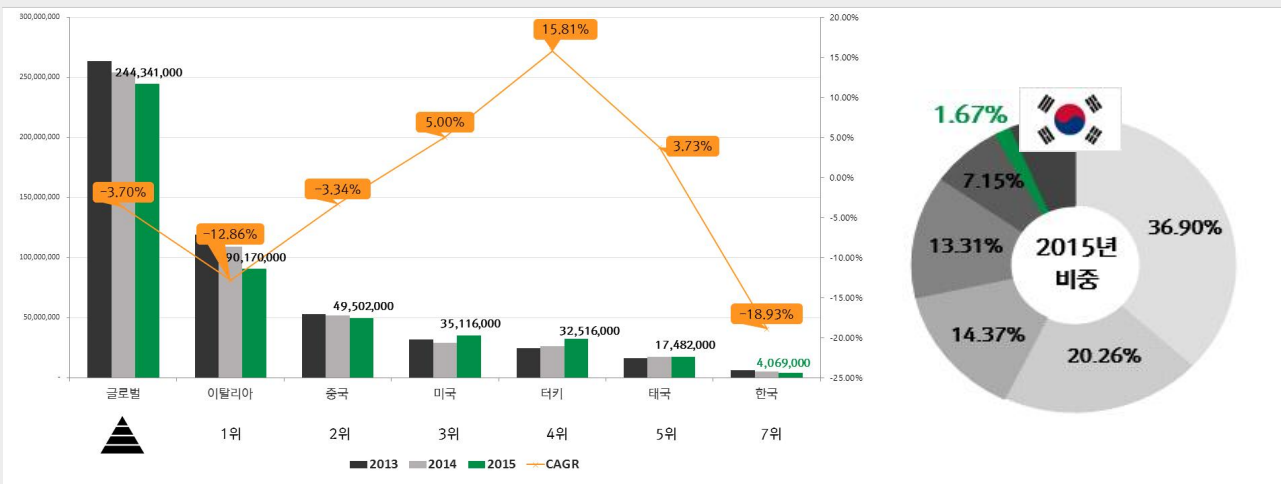
출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2015년 기준 HS CODE 1902.19 수입규모는 40억 4,360만 8,000달러로 2013년부터 2015년까지 연평균 -1.21%의 하락세를 기록함. 일본의 기타 면류 수입액 규모는 연평균 -3.70%의 하락세를 보이고 있으나 전체 기타 면류 수입 시장에서 6.04%의 비중을 차지하며 수입 규모 4위에 안착함
- 한국은 기타 면류(파스타류)를 119,259,000달러 수입하며 전체 수입규모의 7위를 기록하였고, 연평균 1.62%의 성장률을 보이고 있음

일본 수입 통계 분석

표 1.4 : 일본 HS CODE 1902.19 수입액 규모 및 비중

(단위 : 달러, %)



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

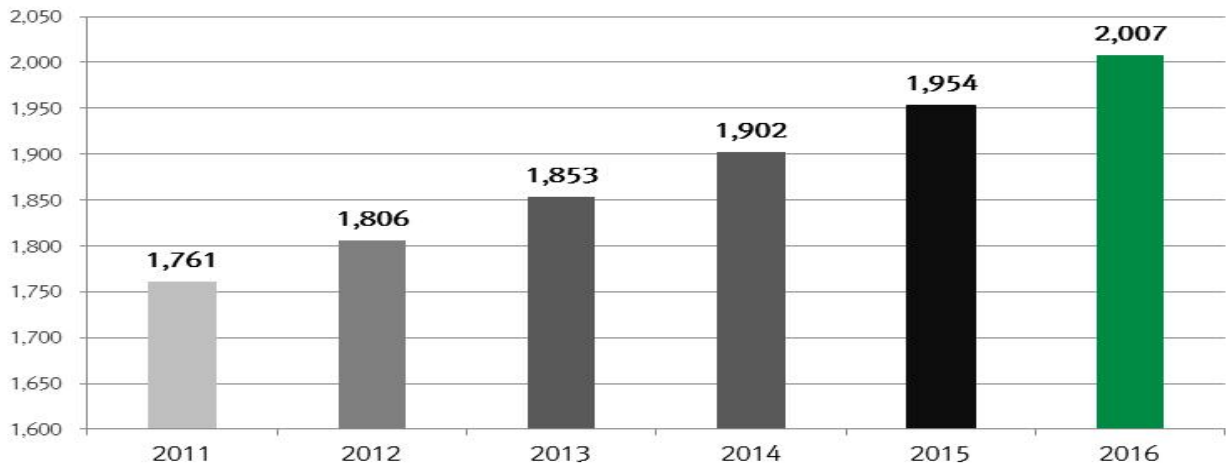
- 2015년 기준 일본 내 HS CODE 1902.19 최대 수입국은 이탈리아로 9,017만 달러의 수입액을 기록함. 이탈리아로부터의 수입은 연평균 -12.86% 하락하고 있으나 규모는 2위인 중국의 약 두 배 가량으로 높음. 이는 현재 일본인들의 서구화된 식습관으로 인하여 파스타면이 높은 판매량을 기록하고 있는 현상과 관련이 있는 것으로 사료됨
- 2015년 기준 한국산의 수입 규모는 406만 9,000달러로, 전체 수입 규모의 1.67%를 점유하여 7위에 등극함. 그러나 한국산 제품의 일본 수입은 최신 3개년 기준 연평균 -18.93%의 하락세를 보이고 있음

3. 품목통계 종합분석

일본 인스턴트 건면 시장 규모

표 1.5 : 일본 내 인스턴트 건면 시장규모

(단위 : 천 달러)



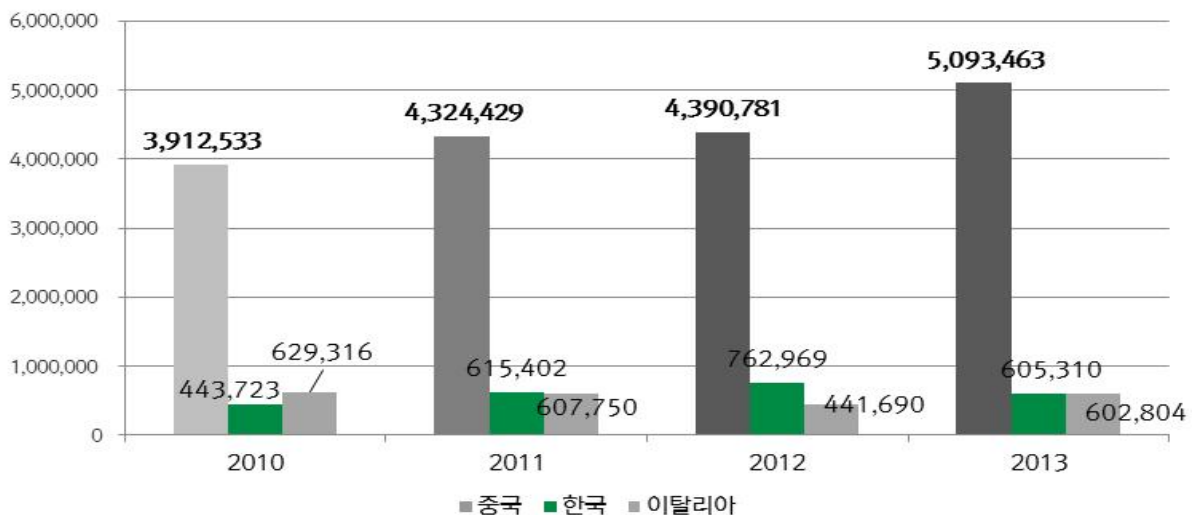
출처 : Global Data(www.globaldata.com), 일본 2016년 '인스턴트 건면' 품목 기준

- 다양한 종류의 면류 제품 라인을 보유한 일본의 인스턴트 건면류 시장은 2011년 이래로 꾸준히 규모가 확대되고 있는 추세임. 2016년 기준 건면은 일본 시장 내에서 큰 규모를 차지하지 않음. 하지만 일본 내 확산 중인 웰빙 트렌드로 인해 건면 시장의 지속적인 확대가 기대되는 바임

냉면류 (당면포함) 수입동향

표 1.6 : 냉면류 (당면포함) 수입 동향

(단위 : 천 엔)



출처 : 도쿄 at 센터, 일본 시장동향 [면류] 2014.05.02

- 한국농촌경제연구원에 따르면 당면 등을 포함한 냉면류는 세계 18개국으로부터 수입되고 있음. 2013년 기준 중국은 일본 냉면류 총 수입규모의 73.7%를 점유한 것으로 확인되었으며 한국은 중국에 이어 2위를 차지함. 2013년 기준 한국산 냉면류 수입량이 전년 대비 일시적으로 감소하였지만 2010년 이래로 2위라는 순위에는 변화가 없는 것으로 확인됨



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

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

시장 트렌드 OVERVIEW

Data Source		
번호	정보원	URL
1	일본후생노동성	www.mhlw.go.jp
2	일본소비자청	www.caa.go.jp
3	한국 농수산물유통공사	www.at.or.kr
4	USDA	www.usda.gov
5	Euromonitor	www.euromonitor.com
6	Asahi group holdings	www.asahigroup-holdings.com
7	뉴데일리경제	www.biz.newdaily.co.kr
8	중소기업수출지원센터	www.exportcenter.go.kr
9	한국체인스토어협회	www.koca.or.kr
10	아마존 재팬	www.amazon.co.jp

Keyword	
분류	주요 키워드(영문)
소비	- 인스턴트 면류(Instant Noodles) - 냉면(Naengmyeon)
제품	- 일본 차가운 국수(Japan cold noodles) - 중화면(Chinese noodles) - 모리오카 냉면(Morioka naengmyeon)
유통	- 인스턴트면 시장(Instant noodle market) - 건면(Dried noodle) - 가공 식품(Processed food)
정책	- 가공식품 규제(Regulation on processed food) - 인스턴트 면 규제(Regulation on instant noodles) - 가공식품 위생(Processed food hygiene)

	<h3>Trend 01. Consumption Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 일본 가공식품, 빵과 면류 성장세 <ul style="list-style-type: none"> · 2016년 기준 빵과 면류 구매율 8.4%로 8위 기록 - 일본, '인스턴트 면'을 식사용으로 선호해 <ul style="list-style-type: none"> · 설문조사에 의하면 응답자의 70%가 냉면을 선호 · 일본 내 냉면을 최고로 선호하는 지역, 이와테현
	<h3>Trend 02. Item Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 일본의 친숙한 여름용 인스턴트면, 냉중화면 <ul style="list-style-type: none"> · 아직까지 가장 선호도 높은 냉면류는 냉중화면으로 파악 - 한국산 냉면의 對일본 수출 전략, '제품 현지화' <ul style="list-style-type: none"> · 냉면의 가장 대표적인 제품은 한국식 냉면을 현지화한 모리오카 냉면
	<h3>Trend 03. Distribution Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 인스턴트 면 시장, 11년 만에 역대 최고 갱신 <ul style="list-style-type: none"> · 각사 주력 브랜드 강화에 성공한 인스턴트 면 제조사 - 이제는 '건면'에 주목하라 <ul style="list-style-type: none"> · 2013년 일본에서 소비된 봉지라면 총 10억 3,678만 개 중 39%가 건면 사용
	<h3>Trend 04. Policy Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 일본, 2017년부터 원재료 표시제도 도입 <ul style="list-style-type: none"> · 가공식품에 원재료 의무 표시제 도입

1. 소비 트렌드

일본 가공식품, 빵과 면류 제품 성장이 강세

미국 농무부에 따르면 2016년 기준 일본 소비자들이 식음료품을 구매할 시 가장 높은 빈도로 구매한 제품이 빵과 면류(파스타, 국수 포함) 품목인 것으로 나타남. 해당 품목이 전체 식음료 품목 중 8.4%를 차지해 8위에 등극함

'면' 강국 일본, 냉면도 차츰 선호...

냉면 최고 선호지는 이와테 현

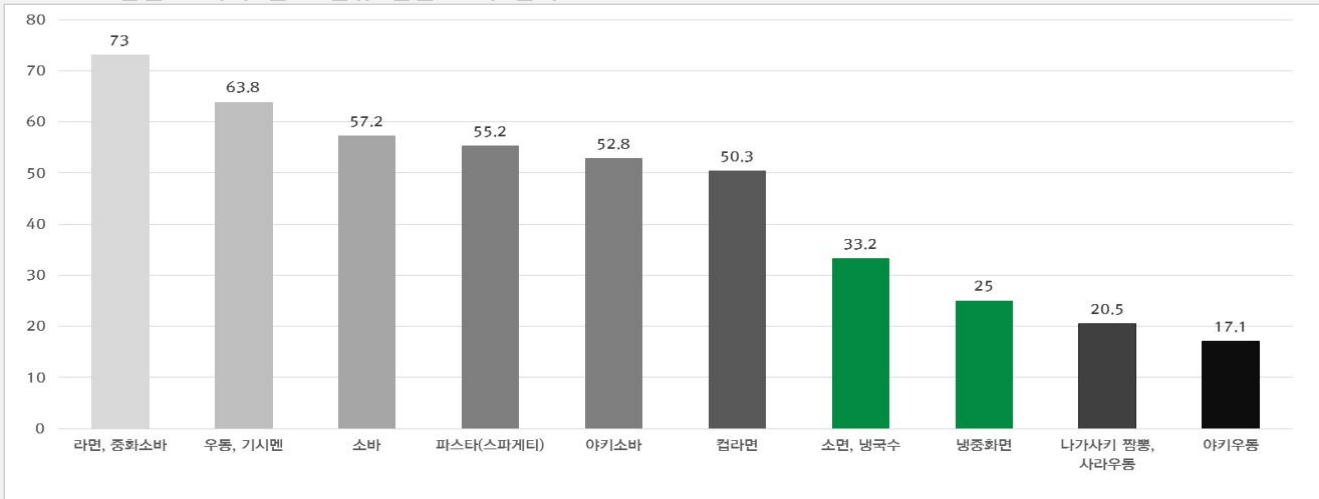
아사히 그룹이 2017년 1월 11일에서부터 1월 17일까지 전국 20세 이상 남녀 3,288명을 대상으로 시행한 인터넷 조사 결과, 설문자의 60%가 일주일에 두 번은 식사로 면류를 먹는다고 응답함. 이외 16.3%의 응답자는 일주일 중 4회 이상 섭취한다고 답변함

설문 조사 결과, 응답자의 70% 이상이 면류를 주로 가정에서 섭취한다고 답변한 것이 특이사항임. 이는 일본 가정 내에서 인스턴트 면이 널리 보급되었다는 의미로, 식욕이 없어도 섭취와 소화가 용이하여 무엇보다 요리가 간단한 일품식이라는 것이 주요 섭취 원인으로 도출됨. 이렇듯 가정에서 면류를 조리하여 먹는 비율이 가장 높기 때문에 인스턴트 면류 제품의 일본 시장진출 전망은 밝은 것으로 사료됨

인스턴트 면류 중에서도 소비자들이 특히 선호하는 품목으로는 라면과 중화소바가 73.0 %로 1위를 차지하였고 냉국수와 소면 제품 역시도 10위 내에 안착함. 동일본 지역에서는 라면과 소바의 선호도가 높게 나타났으며 서일본쪽에서는 우동 제품의 지지가 우세하였음. 특히 냉면을 선호하는 지역은 이와테 현이 22.7%로 가장 높았기에 진출 시 주목해야 할 지역으로 판단됨

표 2.1 : 일본 소비자 선호 면류 설문 조사 결과(2017.01.11.~2017.01.17.)

(단위 : %)



출처 : Asahigroup-holdings.com(www.asahigroup-holdings.com/en)

※ 복수 응답이 가능한 것이 전제 조건임

2. 제품 트렌드

일본인들이 선호하는 여름용 인스턴트면

일본인들이 여름에 즐겨 먹는 냉(冷)면류는 크게 두 가지로 분류됨. 냉 중화면 (冷やし中華, ひやしちゅうか)이라고 불리는 차게 식힌 중화풍 냉면과 차가운 타누키 우동(冷やしたぬきうどん)이 그 두 가지임. 차가운 타누키 우동은 일반 타누키 우동 면을 끓인 후 얼음물 속에 넣고 식힌 후 먹는 것이 일반적임

모리오카 냉면



이렇게 일반적인 면을 차갑게 식혀 먹는 일본인들의 식습관을 겨냥하여 2012년 글로벌 인스턴트 면 제조사인 Nissin 회사는 컵라면에 얼음을 섞은 냉(冷)면 제품을 출시함

일본 현지인 사이에서는 모리오카 냉면이 각광받고 있음. 일본 식문화에 맞추어 현지화 된 모리오카 냉면은 좌측 사진과 같이 일반적인 한국 냉면과는 다소 다른 모양새를 보임. 메밀면 대신 쫄면과 같은 쫄깃한 식감의 면을 사용하였고 생김치와 수박을 곁들여 고명으로 곁들인 것이 특징임

모리오카 냉면의 인기를 반증하듯 일본 현지에서 판매량이 높은 인스턴트 냉면 제품 또한 토다큐(戸田久) 회사에서 제조한 모리오카 냉면임. 이를 미루어보아 일본 소비자들의 관심을 제고하기 위해서는 일본식으로 현지화된 제품 개발이 필요할 것으로 보임

표 2.2 : 일본 여름용 인스턴트 면 제품 이미지

중화풍 냉면	소바	냉우동
<p>다양한 야채를 얹어 시원하게 맛보는 중화풍 냉면</p>	<p>면을 찬물에 행귀낸 후 다양한 고명을 얹어 먹는 일본 전통 소바의 인스턴트 버전</p>	<p>닛신 푸드가 출시한 여름용 얼음 컵라면</p>

출처 : Google image(images.google.com)

2015년 일본 인스턴트면 시장, 11년만의 역대 최고 갱신

일본식량신문 기사에 따르면 2015년도 인스턴트면 시장은 총 생산량이 2014년 대비 4.3% 증가한 56억 4,500만으로 집계됨. 총 출하금액은 전년대비 8.4% 증가한 5,778억 2,000만 엔이었으며 이는 5,327억 9,800만 엔을 기록했던 2004년도 이후 11년 만에 역대 최고를 갱신한 것임

이러한 배경으로는 2015년 1월에 실시된 인스턴트면의 가격 개정과 더불어 각 기업의 주력 브랜드 전략 강화의 성공 및 기상요인(고온 현상) 등이 있음. 2016년에도 각 기업의 브랜드 전략 강화가 지속되면서 특히 시니어 세대와 여성으로 부터 인스턴트 면의 수요가 높아질 것으로 전망됨

일본에서는 이제 '건면'이 뜬다

일본에서도 건면에 대한 수요는 점차 증가하고 있음. 이미 1960년대부터 기름에 튀기지 않고 열풍으로 건조한 면을 개발한 일본은 전문적인 건조 기술을 발전시켜왔고, 건면에 어울리는 액상스프와 포장재, 설비까지 개발함

일본 즉석식품인정협회가 2013년 1월에서 8월까지의 일본 라면 시장 소비 패턴을 분석한 결과, 조사 기간 동안 일본에서 소비된 봉지라면 총 10억 3,678만 개 중 39%인 4억 1,345만 개가 튀기지 않은 건면을 사용한 제품인 것으로 드러남. 이와 같이 건면에 대한 수요가 상승함에 따라 향후 건면으로 된 인스턴트 냉면에 대한 수요도 함께 늘어날 것으로 기대됨

4. 정책 트렌드

일본, 2017년부터 원산지 표기 의무화

일본 농림수산업성(農林水産省)과 소비자청(消費者庁)은 2016년 9월 12일 도쿄에서 가공식품의 원재료의 원산지표시 기준에 대한 제 8회 검토회를 개최함. 본 회의에서 기관은 가공식품 원재료의 원산지를 국가별로 표시하는 것을 원칙으로 한다고 규정함. 수입제품에 대해서는 ‘수입산’으로 표시하거나 수입 중간가공품에 대해서는 가공지를 표시하는 방안을 검토함. 일본 원재료는 ‘国産’으로 표시되어야 하고 수입된 재료들은 ‘Country’ 라고 표기해야 한다고 규정함

현재까지는 가공식품 중 25개 품목만이 원재료의 산지를 표기했었음. 이러한 가공식품의 원산지 표기 의무화 제도는 2016년 1월부터 논의 중에 있었으나 제대로 된 건의는 동년 10월 5일이 처음이었음

그러나 가공식품 라벨의 크기 제한 때문에 모든 재료의 원산지를 표시할 수 없다는 점과 중간 가공 원재료를 수입하여 일본에서 가공한 식품을 국산으로 오인할 수 있다는 문제점을 가짐. 농림수산업성과 소비자청은 이러한 문제점을 인식하고 해결 방법을 모색할 것이라고 발표함

하지만 일본 정부는 이러한 가공식품 원산지 표기가 일본 자국식품을 보호하기 위한 수단임을 밝힘. 실제로 정부는 일본산 수출 식품의 안정성을 확보하기 위해 국제규격을 제정하는 등의 움직임을 보이고 있음

이렇듯 일본 당국이 식품 안전에 많은 관심을 보이고 있기 때문에 한국 식품도 HACCP 등 객관적인 안전성 인증 확보를 통해 국내외 소비자의 신뢰를 얻을 필요가 있음

표 2.3 : 원재료 원산지에 대한 국가별 표시 기준

국가별 표시 기준

1. 원재료 원산지 표시를 실시하는 원재료가 일본산이라면 국산, 수입산이라면 원산지 국가명을 표시해야 함
2. 원산지가 2개국 이상인 경우 중량의 비율이 높은 것부터 순서대로 표시해야 함
3. 원산지가 3개국 이상인 경우는 중량의 비율이 높은 것부터 순서대로 2개국 이상 표시하고, 기타 원산지를 '기타'로 표시해야 함

출처 : 글로벌협력연구본부, '세계농업브리핑', 2016.10.07

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

현지산		한국산	
제품명	제품명	제품명	제품명
모리오카냉면 (もりおか冷麺)	모리오카냉면 (盛岡冷麺)	송가네사철냉면 (宋家のオールシーズン冷麺)	후루루냉면 비빔냉면 (ふるる冷麺 ビビン冷麺)
제조사	제조사	제조사	제조사
주식회사토다큐 (株式会社戸田久)	주식회사가와키 (株式会社川喜)	주식회사오성코퍼레이션 (株式会社五星コーポレーション)	농심 (豊心)

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

백화점	대형유통매장	한인마트	
ISETAN	SEIYU	총각네	한국광장
			
東京都新宿区新宿3-14-1	東京都西東京市東町3-14-30	新宿区百人町2-1-2 K-PLAZA2	1F東京都新宿区歌舞伎町2-31-11

출처 : 현지방문조사(Isetan, Seiyu, 총각네, 한국광장, 2017.04)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 14개 선정

	현지산	한국산
이미지		
제품명	모리오카냉면 (もりおか冷麺)	송가네사철냉면 (宋家のオールシーズン冷麺)
제조사	주식회사토다큐 (株式会社戸田久)	주식회사오성코퍼레이션 (株式会社五星コーポレーション)
		
제품명		후루루냉면 비빔냉면 (ふるる冷麺 ビビン冷麺)
제조사		농심 (豊心)

출처 : 현지방문조사(Isetan, Seiyu, 총각네, 한국광장, 2017.04)

분석 지표 설정 - 6개 항목

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

2. 정량 분석

일본 내 유통 중인 냉면 제품, 100g당 가격 평균 986원².

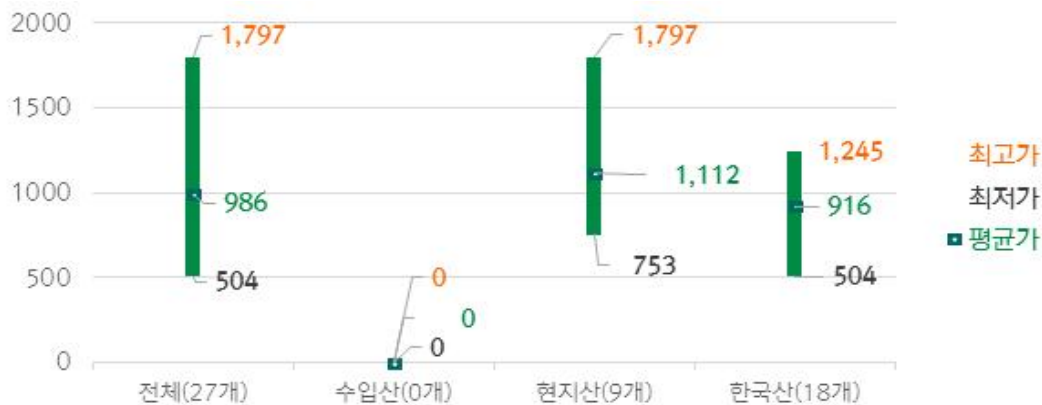
일본 내 판매가 확인된 유사 경쟁제품의 중량 당 가격을 분석한 결과 100g당 평균 가격이 986원으로 산출됨

현지산 제품의 동 중량 당 가격 평균은 1,112원, 한국산이 916원으로 편차가 크지 않았으나 현지산 제품이 한국산 제품보다 고가에 형성되어 있음이 관측할 사항임. 따라서 냉면 수출 시 가격 경쟁력 확보를 염두에 두어야 할 것으로 사료됨

경쟁 제품의 평균 용량은 422.6g으로 나타났으며, 평균적으로 7.2개월의 유통기한을 확보하고 있는 것으로 파악됨³.

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격⁴.

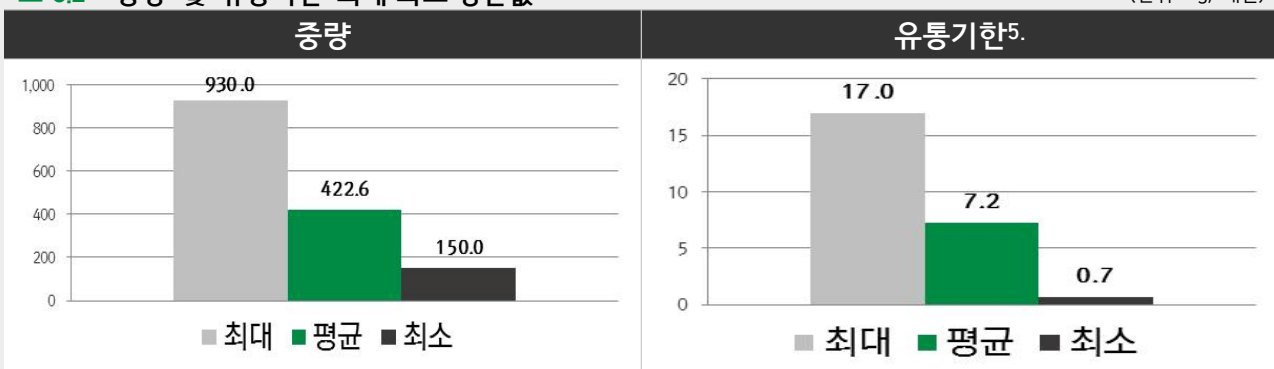
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Isetan, Seiyu, 총각네, 한국광장, 2017.04), 27개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(Isetan, Seiyu, 총각네, 한국광장, 2017.04), 중량 : 27개 제품 기준, 유통기한 : 17개 제품 기준

- 1엔(JPY) = 1,014.07원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.04.26)
- 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임
- 현지산 9개 제품 중 6개는 세금 포함되어 있음
- 유통기한 표기된 제품은 현지산 7개, 한국산 10개 총 17개 제품임

3. 정성 분석

냉면류의 포장 재질 비닐, 스프를 포함하고 있음

경쟁제품 27개의 외장재가 전부 비닐 재질로 구성되어 있으며 포장재 내에 스프 혹은 액상 스프가 포함되어 있어 일본시장에 수출 시 스프가 포함되어 있지 않으면 단점이 될 수 있을 것으로 파악됨

면에 '메밀' 포함된 제품은 15개

경쟁제품 27개 면의 주원료로 밀가루와 전분을 사용함. 그 중 15개 제품이 '메밀' 성분을 함유한 것으로 나타났으며 15개 제품 중 14개 제품이 한국산, 1개 제품이 현지산인 것으로 도출됨. 특히 바이어 인터뷰를 통해 일본 내 판매량이 높다는 것을 확인한 동지냉면도 메밀 가루를 함유한 것으로 확인됨

제조국가

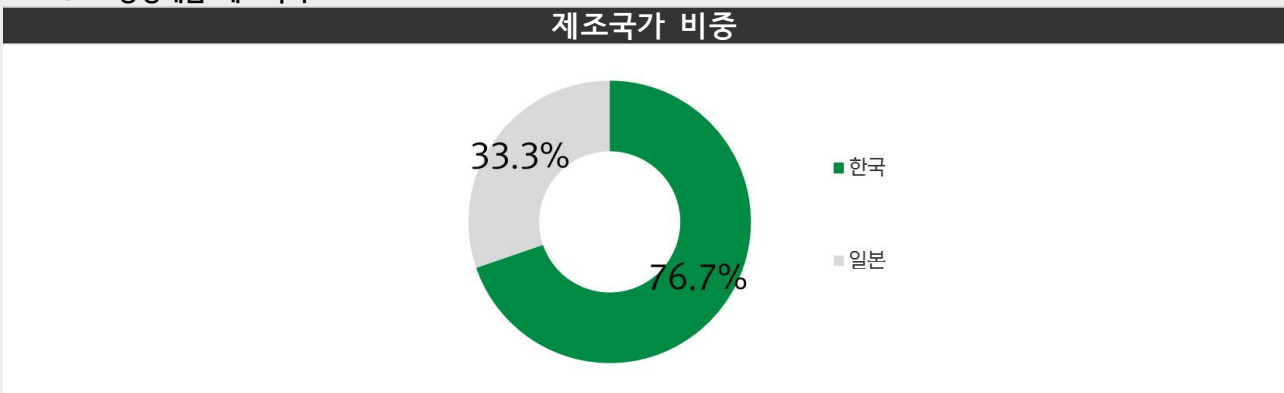
경쟁제품 4개 중 2개 제품의 제조국가가 일본으로 나타남. 이외 2개 제품은 한국에서 제조된 수입산인 것으로 확인됨. 냉면이 한국 제품이기 때문에 주로 한국산 제품이 많았으나 한인매장 내에서만 유통을 확인할 수 있었음. 대형유통매장에서 기타 수입산도 확인이 어려웠음

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류(외장재)



출처 : 현지방문조사(Isetan, Seiyu, 총각네, 한국광장, 2017.04), 27개 제품 기준

표 3.4 : 경쟁제품 제조국가



출처 : 현지방문조사(Isetan, Seiyu, 총각네, 한국광장, 2017.04), 27개 제품 기준

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보




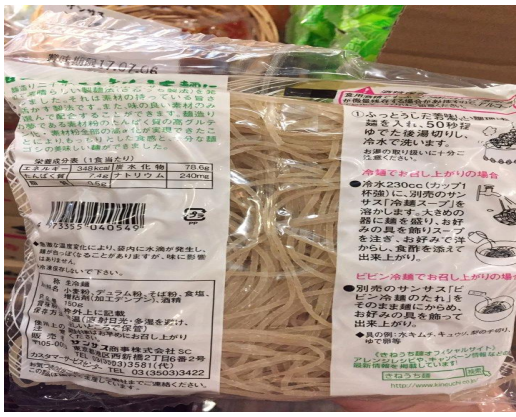
일본 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함. 27개 조사 제품 중 일본 내에서 인기리에 판매 중인 것으로 확인된 14개 제품의 정보를 선별하여 제공함

분류		제품 #01	제품 #02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	주식회사 토다히사	주식회사 가와키
	제품명	모리오카 냉면	모리오카 냉면
	용량(g)	360	690
	가격(엔)	328	300
	포장형태	비닐	비닐
원료	면[밀가루, 전분, 식염/가공전분, 알코올]스프[설탕혼합이성화액당, 간장, 식염, 양조식초, 가쓰오부시엑기스, 고기엑기스, 향신료조미료(아미노산 등), 알코올, 증가점제, 산미료, 캐러멜색소, 향료(일부에 밀가루, 소고기, 대두를 포함함)], 김치원료[설탕혼합이성화액당, 고춧가루, 식염, 단백질수분해물, 갈릭, 양조식초, 진저/알코올, 조미료(아미노산 등), 산미료, 증가점제(가공전분), (일부에 대두를 포함함)]	면:전분, 밀가루, 식염, 알코올, 증조, 가공전분(칼에 뿌리는 슷돌가루) 스프:설탕혼합포도, 이성화액당, 식물단백가수분해물, 치킨엑기스, 설탕, 식염, 가쓰오부시엑기스, 양조식초, 조미료(아미노산) 김치원료:사과, 포도당과당액당, 단백질수분해물, 양조식초, 식염, 행신료, 참깨, 소르비트, 조미료(아미노산 등), 증가점제다당류, 파프리카색소, 알코올(원재료의 일부에 고등어, 대두, 닭고기, 돼지고기, 사과, 젤라틴을 포함함)	
유통기한(개월)	3	-	
취급처	판매확인 매장 SEIYU	ISETAN	

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #03	제품 #04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	주식회사 오성코퍼레이션 (GOSEI 株式会社五星コーポレーション)	농심 (豊心)
	제품명	송가네 사찰냉면 宋家のオールシーズン冷麺	후루루냉면비빔냉면 (ふるる冷麺 ビビン冷麺)
	용량(g)	면 695 분말스프 50 고추기름 5	161
	가격(엔)	508	170
	포장형태	비닐	비닐
원료	면: 밀가루, 고구마전분, 밀가루전분, 메밀가루, 정제소금, 분말스프, 정제소금, L-글루타민산나트륨, 간장분말, 사과산, 고추분말, 마늘분말, 구연산, 건조파, 조미료, 참깨, 고추기름, 고추, 식용유	면(밀가루, 전분, 메밀가루, 식물추출물, 유지분말, 다시마분말), 숙성조미베이스(배, 양파, 덱스트린, 기타), 배퓨레, 혼합야채엑기스, 폴리글리시톨시럽, 고추조미소스, 양파, 설탕, 식초(화이트식초, 사과식초), 간장, 식물기름(쌀겨기름, 참기름), 소금, 과당포도당액당, 고추장, 파, 참깨, 생강, 마늘, 매실농축액, 겨자페이스트, 시클로덱스트린, 향신료추출물, 효소, 조미료(핵산등), 유화제, (원재료일부에 밀가루, 메밀, 대두, 사과, 참깨를 포함함)	
유통기한 (개월)	12	-	
취급처	판매확인 매장: 총각네	한국광장	

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #05	제품 #06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	株式会社モランボン/주식회사 모란봉	サンサス商事株式会社/상사스상사 주식회사
	제품명	韓の食彩 冷麺/한의 식채 냉면	きねうち冷麺/키네우치 냉면
	용량(g)	360	150
	가격(엔)	367	130
	포장형태	비닐	비닐
원료	면[밀가루, 전분, 식염, 메밀가루/알코올, 가공 전분, 냉수(일부에 밀가루와 메밀포함시킴)], 전용스프[식염, 포크엑기스, 양조식초, 발효조미료, 치킨엑기스, 설탕, 참기름, 비프엑기스, 간장, 파생강, 고춧가루/조미료(아미노산등)], (일부에 돼지고기·닭고기·밀가루·대두·참깨·소고기를 포함함), 매운맛김치소스[양조식초, 간장, 고춧가루, 이성화액당, 마늘, 생선장, 식염, 생강, 식용식물유지/산미료, 증가점제(크산탄)], (일부에 밀가루, 대두·생선장·참깨를 포함함)	밀가루, 듀럼가루, 메밀가루, 식염, 증점제, 가공전분, 알코올	
유통기한(개월)	3	2	
취급처	판매확인 매장	SEIYU	HALC

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #07	제품 #08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	주식회사 오성코퍼레이션 (GOSEI 株式会社五星コーポレーション)	주식회사 세세 (株式会社世世)
	제품명	궁전 비빔냉면(宮殿ビビム冷麵)	명동 진고개 물냉면 일인분(明洞チンゴゲ水冷麵セット1人前)
	용량(g)	220	460
	가격(엔)	270	290
	포장형태	비닐	비닐
원료	면(밀가루, 고구마전분, 메밀가루, 식염, 알코올), 설탕, 물엿, 사과, 양파엑기스, 혼합조미료(고추,참기름), 멸치엑기스, 고추장, 양조식초, 소금, 마늘, 소고기엑기스, 소고기분말(소금,포도당,이스트엑기스분말), 감미료, 산미료, 덱스트린, 조미료(아미노산등), (원재료일부예대두,밀가루,소고기,사과,메밀을 포함함)	면 : 밀가루, 전분가루, 메밀가루, 알코올, 스프 : 정제수, 발효식초, 소고기엑기스, 파우더, 백설탕, 사이다, 육수엑기스, 과당, 비프엑기스2, 천일염	
유통기한 (개월)	17	13	
취급처	판매확인 매장 총각네(チョンガーネ)	총각네(チョンガーネ)	




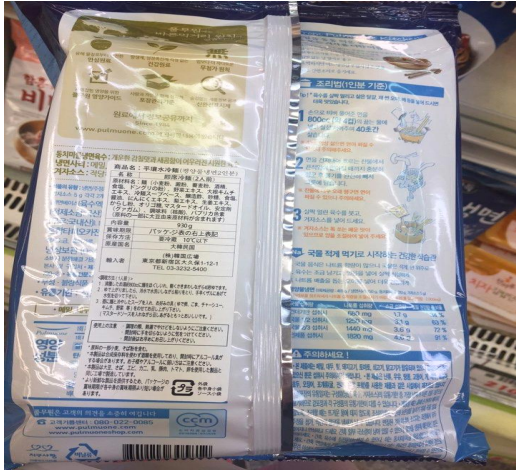
4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #09	제품 #10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	株式会社狩野食品/주식회사 카리노식품	MUSO 株式会社/미소 주식회사
	제품명	秘伝仕込みピリ辛冷麺/비전 매운냉면	本醸造しょうゆ 冷麺/본 냉면
	용량(g)	240	280
	가격(엔)	210	496
포장형태	비닐	비닐	
원료	면: 밀가루, 냉수, 알코올, 프포필렌그리콜, 솔비톨, 착신료(치자나무색소), 첨가조미료 : 과당포도당액당, 설탕, 양조식초, 본양조간장, 식염, 알코올	면: 밀가루, 소맥단백, 식염, 조개껍질염소칼슘, 대두가루 소스: 간장, 양조식초, 설탕, 식염, 참기름, 치킨엑기스, 효모엑기스, (원재료의 일부에 밀가루, 대두를 포함함)	
유통기한 (개월)	0.7	0.7	
취급처	판매확인 매장	HALC	HALC

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #11	제품 #12
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	GOSEI株式会社五星コーポレーション/주식회사 오성코퍼레이션	it's Borichon
	제품명	송가네비빔냉면/宋家のピピム冷麺	보리춘 보리냉면(면)/보리쵸넨 폴리냉면(麵)
	용량(g)	440	160
	가격(엔)	380	143
	포장형태	비닐	비닐
원료	면(밀가루, 고구마전분, 메밀가루, 식염, 알코올), 설탕, 물엿, 사과, 양파엑기스, 혼합조미료(고추, 참기름), 멸치엑기스, 고추장, 양조식초, 소금, 마늘, 소고기엑기스, 소고기분말(소금, 포도당, 이스트엑기스분말), 감미료, 산미료, 덱스트린, 조미료(아미노산등), (원재료 일부에 대두, 밀가루, 소고기, 사과, 메밀을 포함함)	밀가루, 타피오카전분, 보리, 소금, 알코올원재료 일부에 밀가루를 포함함, 첨가물: 구연산, PH조제제, 소르비톨	
유통기한(개월)	-	10	
취급처	판매확인 매장	서울시장(ソウル市場)	서울시장(ソウル市場)

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #13	제품 #14
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	풀무원	풀무원
	제품명	생가득 함흥비빔냉면/함훈비빔냉면	평양물냉면/평양수냉면
	용량(g)	460	930
	가격(엔)	462	462
	포장형태	비닐	비닐
원료	면(밀가루,타피오카전분,메밀가루,고구마전분,알코올,소금,현미가루,도토리가루),고추장,고추,설탕,양파,간장,배추레,시즈닝베이스, 콘시럽,참기름,식초,마늘,깨,포도당,쌀엑기스,파인애플추출물,배주스,와사비,피넛페이스트,참깨페이스트,무,고과당액당,발효식초,머스타드오일,감미료(말토덱스트린),조미료(핵산등),산미료(구연산,사과산),증가점안정제(구아검)원재료일부에 밀가루,메밀,당콩유래의 원재료가포함되어있습니다.	면(밀가루,전분,메밀가루,알코올,소금,도토리가루),야채엑기스,무김치엑기스,냉면스프베이스,양조식초,설탕,소금,간장,마늘엑기스,배엑기스,생강엑기스,고추가루,올리고당,머스타드오일,안정제+BC35 구아검),조미료(핵산),파프리카색소(원재료일부에 대두유래원재료가포함되어있음)	
유통기한(개월)	3	11	
취급처	판매확인 매장	한국광장(韓国広場)	한국광장(韓国広場)

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		Nissin Foods	戸田久(TodaQ)	농심
		로컬	로컬	한국
기업 개요	설립년도	1958년	1948년	1965년
	직원 수	1,750명(2015년)	170명(기준 년도 확인불가)	4,556명(2015년)
	순 매출	41억 957만 달러(2015년)	-	16억 3,294만 달러(2015년)
	영업이익	2억 3,179만 달러(2015년)	-	9,153만 달러(2015년)
	취급품목	각종 면류 제품	각종 면류 제품, 메밀 제분	스낵, 면류, 음료 등
제품 정보				
		인스턴트 냉면 (중화식)	인스턴트 냉면 (모리오카)	등지 냉면
판매 전략	제품 선택	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자 인식 - 일본 소비자에게 친숙한 중화풍 냉면 단일품목에 집중 	<ul style="list-style-type: none"> · 대표성 - '모리오카' 냉면 주력 - 레몬, 매화 등 다양한 맛 제공 	<ul style="list-style-type: none"> · 현지화 - 식사량에 맞춘 중량 - 제품명칭 변경
	프로모션	<ul style="list-style-type: none"> · 안전성 강조 - 식품 안전 연구소 (Nissin Global Food Safety Institute) 	<ul style="list-style-type: none"> · 무료 샘플 제공 - 기업과 점포는 온라인 무료 샘플 신청 가능 	<ul style="list-style-type: none"> · 시식 판촉 활동 - 매장과 주거지 중심 전개 - 상온 보관 가능한 '건면', 편리성에 집중

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 시장 점유율 상위 기업 Global Data 활용

- 2015년 기준, 일본 파스타&면 시장 기업별 점유율 조사(2015년 기준)⁶.
 - Housefood Corp.(16.4%)
 - **Nissin Food Holdings Co., Ltd(16.24%)**
 - Japan Tobacco Inc(15.96%)
 - Nippon Flour Mills Co., Ltd(15.53%)

방법론 02. 온라인 쇼핑물 조사 온라인 쇼핑물 조사

- 키워드 : 冷麺, Naengmyeon, インスタント れいめん(인스턴트 냉면)
- 온라인 쇼핑물 분석
 - Rakuten(www.rakuten.co.jp)
 - Amazon(www.amazon.co.jp)
 - Yahoo Japan(www.shopping.yahoo.co.jp)

방법론 03. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 일본 현지 하이퍼마켓, 대형마트 및 백화점, 한인마트 방문(2017.04)
 - ISETAN, 총각네(チョンガーネ), Itoyokado, SEIYU

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01 (시장 점유율)
 + 방법론 02.(온라인 조사)
 + 방법론 03 (오프라인 방문 조사)

글로벌, 현지, 한국 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

로컬	로컬	한국
		
· 시장 점유율 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 시장 점유율 상위 기업 <input type="checkbox"/>	· 시장 점유율 상위 기업 <input type="checkbox"/>
· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>

출처 : Globaldata(consumer.globaldata.com), Rakuten(www.rakuten.co.jp), Amazon(www.amazon.co.jp), Yahoo Japan(www.shopping.yahoo.co.jp)

6. 점유율 상위기업은 파스타 및 라면 제품만을 판매하고 있어 냉면에 해당되는 기업인 Nissin과 온라인 쇼핑물 상위기업 戶田久를 조사함

2. 경쟁사별 현황파악

Nissin Food 정보

· 주소
: 6-28-1 Shinjuku, Shinjuku-ku,
Tokyo, 160-8524, Japan,
Shinjuku, Tokyo, Japan.

출처 : Nissin(www.nissin.com)

로컬 기업 분석 : Nissin Foods

1958년 세계 최초로 인스턴트 면을 개발하여, 치킨 라면을 시작으로 사업을 시작하였음. 미국을 시작으로 아시아 지역과 유럽, 남미 지역까지 전 세계에서 제품을 판매하고 있음. Nissin Foods는 국가별로 상이한 디자인과 맛의 제품으로 국가의 특색이 맞는 제품을 판매하는데, 일본에서는 냉면 중 중화냉면을 주로 취급함. 실제로 일본 내 중화냉면에 대한 선호도를 반영한 것으로 판단됨

[기업 개요]

① 설립년도	1958년
② 직원 수	1,750명(2015년)
③ 순 매출	41억 957만 달러(2015년)
④ 영업이익	2억 3,179만 달러(2015년)
⑤ 취급품목	각종 면 제품



출처 : Nissin, 'Nissin Foods Annual Report', 2016

[판매 현황 및 제품 정보]

판매 현황

닛신 중화냉면의 서로 다른 용량의 제품이 모두 인기 상품 배너에 진열됨

출처 : Amazon japan(www.amazon.co.jp)

[판매 전략]

온라인 홍보(홈페이지)	캐치프레이즈
“ 안전성 강조한 제품 소개페이지 ”	“ 천연 착향료 강조 ”
<p>Nissin 헝가리 공장은 BRC 인증과 International Food standard를 통해 안전성을 입증 받았음</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 소바 : Yakisoba Noodles with an aromatic sauce. Purely additive. - 일본식 라면 : An Elegant Flavour Prepared with Spices and Aromatic Shitake Mushrooms

출처 : Nissin(www.nissin.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

TODAQ 정보

· 대표 전화
: +81-0120-30-2551
· 주소
: 岩手県二戸郡一戸町一戸字前田168
출처 : TodaQ(www.todaq.com)

로컬 기업 분석 : 株式会社 戸田久 (TodaQ)

주식회사 토다큐는 규모가 큰 기업은 아니지만 일본 냉면제품 중 인기 품목으로 판매되고 있는 모리오카 냉면의 제조사이기 때문에 눈여겨 보아야 할 필요가 있음. 실제 현지조사 결과 토다큐의 모리오카 냉면은 대형 유통매장 SEIYU에서 판매되고 있었으며 주로 인스턴트 라면을 주력 생산하고 냉면을 한 두 품목만 취급하는 타사들과는 달리 냉면을 주력으로 생산하고 있음. 모리오카 냉면 외에도 매화 냉면, 레몬 냉면과 비빔냉면 등 다양한 냉면 제품을 판매하고 있으며 대부분의 제품을 아마존 재팬의 인기상품 배너에서 찾아볼 수 있음. 따라서 현지 진출을 원할 시 핵심 경쟁사가 될 것으로 사료됨

[기업 개요]

- ① 설립년도 1948년
- ② 직원 수 170명(확인불가)
- ③ 취급품목 비빔냉면, 냉면, 소바 등 인스턴트 면
- ④ 점포 연락처 contact@todakyu.co.jp



출처 : TodaQ(www.todaq.com)

[판매 현황 및 제품 정보]

판매 현황

冷麺] 売れ筋商品

マルマン カリウムバランス
— 320mg×270粒
★★★★☆ 217
¥4,644 ¥ 1,600
OFF ¥ 3,044(66%)

토다큐의 대표 상품 모리오카 냉면, 신제품 매화 냉면

戸田久 北緯40度盛岡冷麺 2食×5袋
盛岡冷麺
★★★★☆ 18
¥ 1,880

戸田久 いわて盛岡冷麺 2食 324g
盛岡冷麺
★★★★☆ 12
¥ 378

戸田久 盛岡冷麺 10袋
★★★★☆ 19
¥ 3,290

戸田久 北緯40度もりおか冷麺 2食360g
★★★★☆ 3
¥ 288

【真心】ふるる冷麺 辛口ピロシニ冷麺 159g X10個 (1BOX)
真心
★★★★☆ 10
¥ 1,865

戸田久 梅しそ冷麺2食 366g×2個
★★★★☆ 1
¥ 829

冷麺] 新着商品

출처 : Amazon japan(www.amazon.co.jp)

[판매 전략]

온라인 홍보	프로모션
<p>“ 무료 홍보 샘플 발송 ”</p> <div style="border: 2px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <p style="background-color: black; color: yellow; margin: 0;">《業務用・店舗用限定》</p> </div>	<p>“ 신상품 여름 한정 판매 ”</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="font-size: small;">新着情報</p> <p>2017年03月30日 52017年 企業感謝セール開催中【期間:2017.4.1~5.26まで】 ◆人気商品の「味をば」、「もりおか冷麺」が大特価</p> <p>◆新商品も20%OFFの登場!! ・桜島の塩が特徴の「唐揚げうどん」4月までの限定商品 ・真ん中まで美味しく焼ける「ピロシニ冷麺」</p> <p>2017年03月01日 ◆新商品・季節限定商品の販売 平日より新製品・季節限定商品の販売開始です 【期間:2017.3.20~5.26まで】</p> </div>
<p>점포와 기업을 대상으로 무료 샘플을 제공하고 있음. 회사 이름이나 점포 명, 업종과 이름, 이메일 주소와 주소를 작성해야 함</p>	<p>회사 공식 인터넷 쇼핑몰에서 프로모션을 진행함 3월달에 신제품과 여름 한정 상품을 20% 할인 판매했음</p>

출처 : TodaQ(www.todaq.com)

2. 경쟁사별 현황파악

농심 정보

· 대표 전화
: 080-023-5181
· 주소
: 서울특별시 동작구 신대방2동 여의대방로 112
출처 : 농심(www.nongshim.co.kr)

한국 기업 분석 : 농심

중국을 포함하여 세계 100여 개국에 수출되는 인스턴트 면 제조 회사인 농심은 국내에는 동지 냉면이라는 이름으로 유통되는 제품을 ‘후루루냉면’으로 명칭 변경하여 일본 냉면 시장에 진출하여 큰 호평을 받고 있음. 또한 일본인들의 ‘소식(小食)’ 특성에 맞추어 1인분 중량도 변경하는 등 성공적인 현지화 선례를 남김

1981년 8월 동경사무소 개설을 시작으로 이루어진 농심의 일본 진출은 1997년에는 일본 최대 편의점인 세븐일레븐에 입점되고 2004년 일본 공중파 방송 도쿄 tv에서 농심 신라면이 세계적인 명품 브랜드로 선정되는 등 성공적인 평가를 받음. 2007년에 일본농물협회컨설팅 선정 글로벌 브랜드 1위를 차지하는 등 현재 그 가치가 급상승한 농심은 냉면 수출을 원하는 회사들에게 좋은 귀감이 될 것으로 판단됨

[기업 개요]

① 설립년도	1965년
② 직원 수	4,556명(2015년)
③ 순 매출	1조 8,787억 원(2015년)
④ 영업이익	+ 1,053억 원(2015년)
⑤ 취급품목	스낵, 면류, 음료 등



출처 : Nongshim, 'Nongshim Annual Report', 2015

[판매 현황 및 제품 정보]

판매 현황

<p>10個(1BOX)セット 【農心】ふるる冷麺 辛口ピリ辛冷麺 159g X10個 (1BOX) 農心 ¥ 1,865</p>	<p>戸田久 梅しそ冷麺2食</p>	<p>10個(1BOX)セット 【農心】ふるる冷麺 (水冷麺) 159g X10個 (1BOX) ★6 プライム</p>	<p>日清うま袋 冷し中華 しょうゆだれ5食パック 600g うま ¥ 567</p>	<p>日清うま袋 冷し中華 しょうゆだれ5食パック 600g×6袋 うま ¥ 3,290 プライム</p>
---	--------------------	--	---	---

한국 냉면 중 아마존 인기 상품 코너에서 판매되는 동지냉면

출처 : Amazon japan(www.amazon.co.jp)

[판매 전략]

오프라인 홍보 “판촉 행사”	판매 전략 “중량 감소와 명칭 변경”
<p>-주요 거점도시를 대상으로 프로모션 행사 진행 -k-팝 열풍을 이용한 문화적 감성 마케팅</p>	<p>- 중량 변경 (161g→155g) - 명칭 변경 (동지냉면 → 후루루냉면)</p>

출처 : Nongshim, 'Nongshim Annual Report', 2015

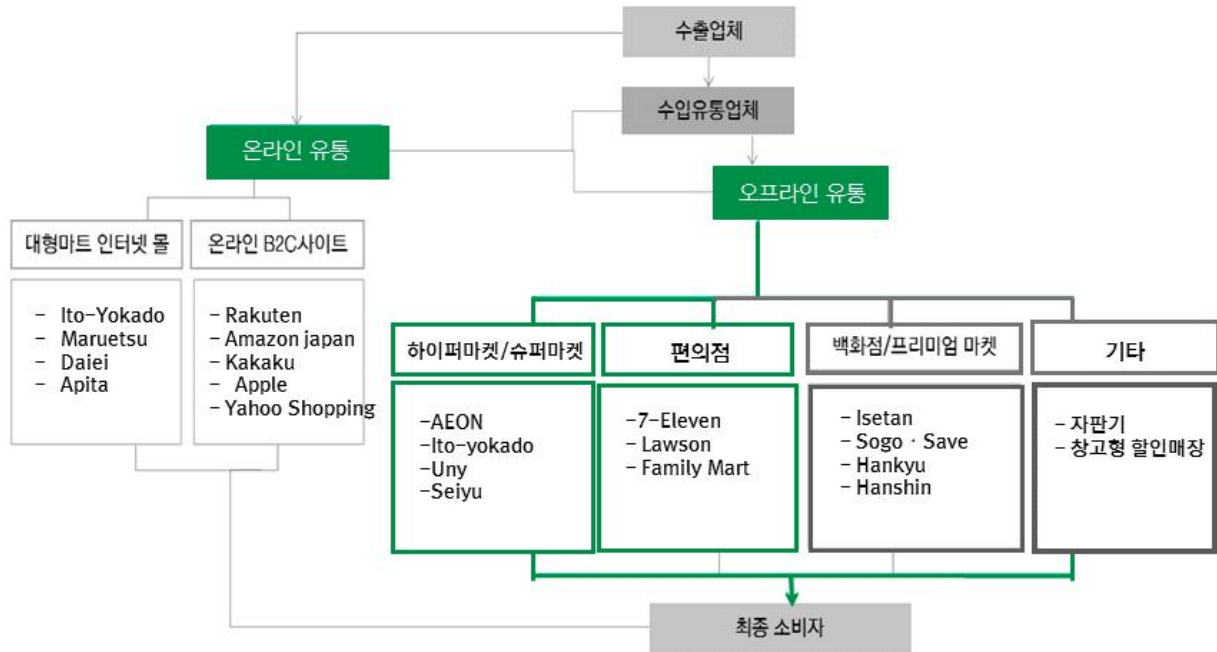
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

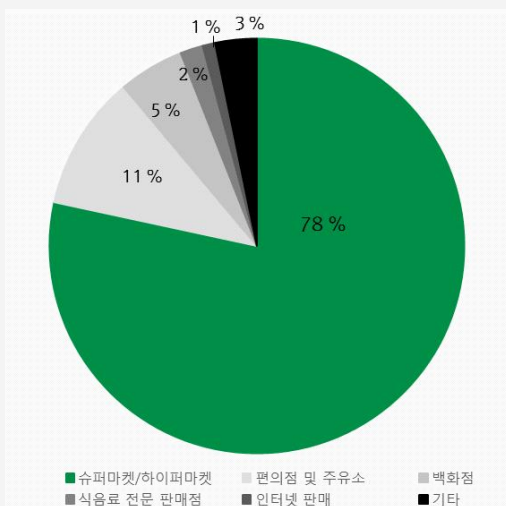
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 유통점유율



유통채널별 정의 및 특징

- **슈퍼마켓** : 식료품, 일용 잡화, 의약품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장 냉면/ 인스턴트 면류를 판매하는 소매점. 면적 280~ 2,300㎡ 이상
- **하이퍼마켓** : 냉면/ 인스턴트 면류 판매, 면적 2,300㎡ 이상
- **편의점/주유소** : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점과 주유소 옆에 병설된 작은 편의점을 뜻함
- **식음료 전문 판매점(Food & Beverage Specialist)** : 특정 식음료 종류를 통해 수입의 대부분을 창출하는 소매점 (ex. 냉동식품 전문점 등)
- **기타** : 백화점, 달러스토어, 드럭스토어, 재래시장, 기타 일반 소매점을 포함함

* 출처 : Global Data(2016), 'Pasta and noodles' 유통점유율 기준

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1.

변화의 갈림길에 선 GMS(General Merchandising Store)

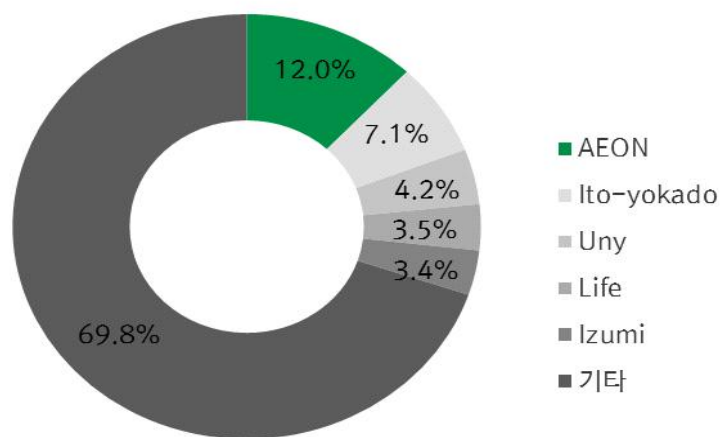
한때 일본 유통업계를 주도하던 GMS는 현재 갈림길에 서 있음. 일본 전반적인 소매시장 규모 하락의 흐름 속에서 최근 대형 GMS 업체들이 편의점과의 경쟁에 밀렸기 때문임

인터넷 구매율이 급속도로 증가하고 접근성이 우수한 편의점의 수요가 늘어나면서 2016년 일본 대형마트들은 도쿄 등 수도권 매장의 영업시간을 단축하는 등 여러 수모를 겪음. 2016년 2월에는 일본 대형할인마트 체인 1위 업체인 ‘이온(AEON)’이 도쿄, 치바, 가나가와에 위치한 GMS 64개 점포 중 70%인 42개점의 개업시간을 오전 7시에서 오전 8시로 변경함

그러나 GMS가 온라인 쇼핑이나 편의점 채널에 의해 유통시장 점유율을 쉽사리 빼앗기지 않을 것으로 보임. 일본 최대 유통그룹인 AEON은 자회사 ‘다이에’를 식음료품 전문 취급점인 ‘이온 푸드 스타일 스토어’로 만드는 등의 경쟁전략을 모색하고 있음

일각에서는 GMS의 하락세를 예견하지만, 아직까지 식품 소매유통의 과반수이상을 GMS가 점유하고 있다는 사실을 유의해야 함

표 5.1 : 2016년 일본 GMS 구성 비율



출처 : Nikkei Sangyo Shimbun newspaper, '2016년 일본 GMS 구성', 2016.07.25.

7. 미국에서 발달한 소매업의 한 형태로 체인 오퍼레이션을 실시하고 우수한 상품개발력을 갖추고 있는 종합소매업. 우리나라의 하이퍼 마트 개념임

1. 추천 진출 경로

일본 eCOMMERCE TOP 4

일본의 e-commerce 시장은 매우 빠르게 성장하고 있는 시장중 하나임 (세계에서) 연간 약 14.6% 성장하고 있음

일본 최대의 e-commerce 시장

1. 라쿠텐 (29%)
www.rakuten.co.jp
2. 아마존 재팬 (15%)
www.amazon.co.jp
3. 애플 (4.5%)
www.apple.com/jp/store/english
4. 야후 재팬 (3.2%)
shopping.yahoo.co.jp

출처 : Bloomberg(www.bloomberg.com),
Euromonitor(www.euromonitor.com)

ROUTE #2. 시장규모 하락에도 유일하게 성장하는 편의점

일본 내 전반적인 소매시장 규모는 줄었지만 2016년 기준 일본 내 편의점 수는 5만 4,157개로 도출된 만큼 편의점 매출은 꾸준히 상승하는 추세임. 일본의 경우 1990년대 초 국내총생산 (GDP) 성장률이 둔화되고 1~2인 가구 비중이 40%에 달하면서 편의점 수가 급증함. 대량 구매자를 겨냥한 GMS 대신 접근성이 높고 소량 구매가 가능한 편의점이 일본의 소비 변화에서 기인한 수요와 일치하기 때문임. 2016년 기준 일본 유통시장 내 편의점 비중은 7.3%에 이르고 편의점의 1일 평균 매출액은 57만 엔(약 558만 6400원)에 달함

그러나 GMS가 아직까지 가공식품 유통채널로서 독점적인 시장 규모를 확보하고 있기 때문에 편의점 채널의 경우 동 품목 시장에서 큰 두각을 나타내지 못하고 있음

ROUTE #3. 온라인 유통채널 "Net super"를 잡아라

한국 온라인쇼핑협회에 따르면 일본의 2015년 전자상거래 시장 규모는 약 52조 5800억 원에 달하며, 일본 최대 전자상거래 업체인 라쿠텐은 2016년 모바일 쇼핑 비중이 58.6%로 2015년 대비 10.1%나 급증함. 이렇게 새롭게 떠오르는 유통채널인 e-commerce를 일본에서는 '넷 슈퍼 (Net super)' 로 칭함

넷슈퍼는 PC 또는 스마트폰 등으로 24시간 언제든지 주문하고 당일 또는 익일 자택 등 배송지로 상품을 판매하는 '인터넷 상의 슈퍼마켓' 임. 또한 식품 취급 비중이 70% 이상인 것이 특이사항임. 2014년 일본 식품 택배시장의 경우 전년대비 2.9% 성장한 1조 9,348억 엔을 기록하였으며 이 중 넷슈퍼는 6.2%인 약 1,200억 엔을 차지하고 있음. 넷슈퍼는 2000년대 초기 처음 등장한 이후 해마다 성장세를 이어왔으며 2006년 이후 본격적으로 매년 두 자릿수 이상의 성장률을 기록하고 있음. 인터넷과 스마트폰의 보편화와 더불어 각 대형유통업체에서 자사 온라인 슈퍼마켓을 강화하는 움직임을 보이고 있어 잠재성을 확보한 것으로 판단됨

실제로 2015년 기준 넷슈퍼 이용경험이 있는 소비자는 25.7%로 전체의 1/4에 달했으며 쌀이나 물 등 무거운 물건에 대한 부담을 덜 수 있다는 의견이 압도적으로 많았음. 그러나 식품의 신선도와 안전성에 민감한 일본인들이 향후 넷슈퍼 이용 비중을 유지할 수 있을지에 대해 우려도 공존함

1. 추천 진출 경로

일본 시장 점유율

Nikkei 신문에 따르면 2015년 슈퍼마켓 소매판매량은 19 조엔 이었음. 이는 2014년에 비해 4.1% 상승한 것임. 그러나 전체적으로 일본 소비 시장이 얼어붙어 있다는 점을 감안해야 함. Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터에 따르면 일본의 전체 소매판매액은 2015년과 2016년 사이 하락세를 보임

시장 점유율 및 성장률

Global Data에 따르면 2015년 기준 일본 인스턴트 면 시장 점유율은 슈퍼마켓/하이퍼마켓이 78%, 편의점 11%, 백화점이 5%를 기록함. 시장성장률의 경우 일본 인스턴트 면의 2013년부터 2015년까지 유통채널 성장률은 식음료 전문판매점이 13.03%, 편의점과 하이퍼마켓이 10.63%를 기록함

제품 컨셉

설문조사를 통해 일본인들이 주로 집에서 먹는 간편한 식사를 원한다는 자료를 수집하였기 때문에 ‘간편한 한 그릇 식사’ 라는 컨셉을 도출할 수 있음. 모리오카 냉면이 엄청난 인기를 끌고 있지만 면류 선택 기준이 압도적으로 간편함이었다는 것을 고려한다면 향후 컵 냉면 개발 등이 시장 점유율을 높일 수 있는 하나의 전략이 될 것으로 사료됨

한국산 취급여부

현지 매장 방문 조사 결과, 대체적으로 일본 내 한국식품을 취급하는 곳에서만 냉면을 취급 중인 것으로 드러남. 아직까지 일본제품을 제외하고는 수입산과 한국산의 시장 유통이 원활하지 않은 것으로 판단되어 진출 시 유통채널 선정에 유의할 필요가 있음

표 5.2 : 유통경로 분석 결과

 슈퍼마켓/하이퍼마켓	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지		
	시장 성장률	2013~2015년 성장률 두 자릿수 성장			
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 선호, 저가가격방침			
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 냉면 취급 유무			
 편의점	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지		
	시장 성장률	2013~2015년 성장률 두 자릿수 성장			
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	편의성, 소형제품 취급			
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 냉면 취급 유무			
 백화점	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지		
	시장 성장률	2013~2015년 성장률 두 자릿수 성장			
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 선호, 고가가격방침			
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 냉면 취급 유무			

1. 추천 진출 경로

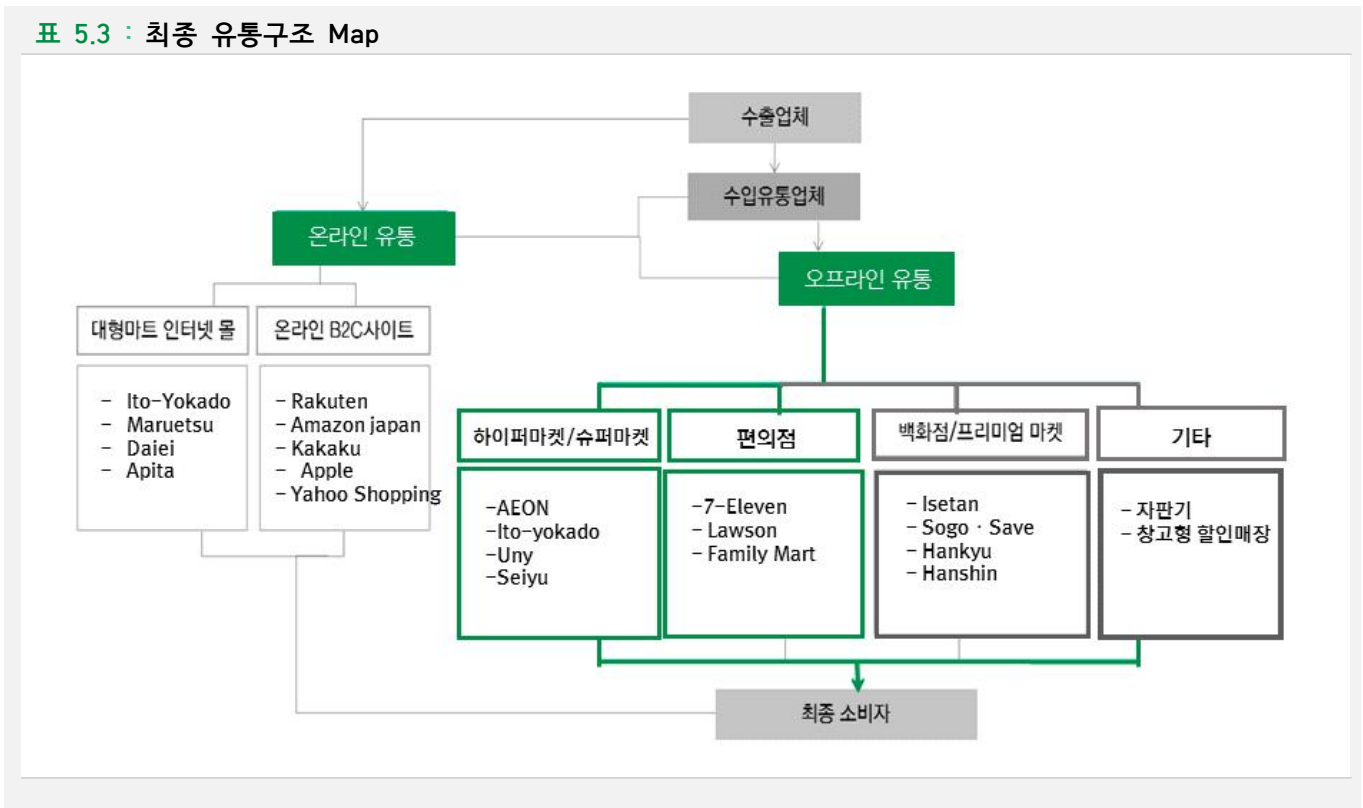
슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 진출 추천

유통구조 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 적절한 시장은 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓인 것으로 분석됨. 식음료 전문판매점의 경우 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓 대비 시장 규모가 작고, 한국제품 취급 비중도 낮은 편임. 편의점의 경우 성장률과 제품 적합성 면에서는 적합하지만 아직까지 인스턴트 면류 취급 유통채널의 시장 점유율이 낮다는 점에서 부적합함. 현재 일본에서는 드럭스토어에서도 식품을 판매하는 업태간 융합이 트렌드임. 하지만 아직까지 식품을 주로 대형 슈퍼마켓에서 판매하고 있음을 고려하여 냉면의 진출 경로로써 GMS를 집중적으로 살펴보아야 할 필요가 있음

시장 성장률은 하락했으나 이온(AEON)과 같은 대규모 슈퍼마켓은 여전히 높은 매출을 올리고 있고, 시장 점유율을 늘리기 위해 여러 방안을 강구함. 특히 식품의 경우에는 일본인들의 선호도가 하이퍼마켓이 크다는 점을 고려해야 함

하지만 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓과 더불어 편의점 또한 10% 이상의 높은 성장률을 기록했다는 점을 간과해서는 안 됨. 향후 시장성 판단 시 편의점을 차순위로 진출 경로로써 고려할 것을 권장하는 바임

표 5.3 : 최종 유통구조 Map



2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

한국 식품 및 일본 식품 취급 바이어, 일본 식약청과 관세청, 수입유통관대행업체 인터뷰 진행

(2017년 4월)

Q1. 현재 취급하고 있는 제품은?

“우리는 한국식품을 취급하는 수입 유통업체이며 농심의 등지냉면(일본명 후루루냉면 ふるる冷麵) 을 수입하고 있다. 후루루냉면은 면에 국내산 다시마 분말을 넣어 탱탱하고 쫄깃한 식감을 살렸다는 특징이 있다.”

수입 유통업체 OilJang
담당자와의 인터뷰 中, 2017.04

“한국 식품을 취급하는 수입유통업체로 서울냉면이라는 제품을 취급하고 있다.”

수입 유통업체 Panga
담당자와의 인터뷰 中, 2017.04

Q2. 제품의 주요 납품처는 어디인가?

“주로 B2C 온라인 쇼핑몰에 납품하고 있다. 주요 조달처는 B2B 三菱食品株式会社(Mitsubishi Shokuhin)이다.”

수입 유통업체 OilJang
담당자와의 인터뷰 中, 2017.04

Q3. 제품의 주요 구매층은 누구인가?

“연령대는 잘 모르겠다. 그러나 여성층이 압도적으로 많다. 우리 업체에서 취급하는 농심의 후루루 냉면은 현재 판매량이 좋은 편이다. 아무래도 기온이 높아져서가 원인일 것으로 판단된다.”

수입 유통업체 OilJang
담당자와의 인터뷰 中, 2017.04

Q4. 일본 내 한국 냉면의 수요는?

“2016년의 연간 수출량은 413,403kg이었고, 403,762kg이었던 2015년에 비해 증가세에 있다.”

일본 관세청 JETRO 서울 사무소
담당자 제와의 인터뷰 中, 2017.04



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		AEON	Ito-Yokado	SEIYU
		하이퍼마켓[일본]	하이퍼마켓[일본]	하이퍼마켓[미국]
유통업체 개요	설립년도	1926년	1920년	1963년
	직원 수	520,000명(2016년)	36,376명(2016년)	16,272명(2016년)
	순 매출	8조 1,767 억 엔(2015년)	1조 2,556억 800만 엔 (2016년)	7,696억 엔(2016년)
	영업이익	1조 796억 엔(2015년)	134억 엔(2016년)	-
	점포 수	1,966개(2016년)	170개(2017년)	339개(2017년)
	취급품목	식료품, 수입식품, 잡화 등	식료품, 수입식품, 잡화 등	식료품, 수입식품, 잡화 등
매장 전경	매장 사진			
주요 이슈		- GMS, '라이프 스타일'을 제안하다	- 이제는 '시니어' 소비 시대	- 저렴하게 드립니다
핵심 전략		- 도시, 시니어, 아시아, 디지털을 노려라	- 옴니 채널, 실체가 되다	- EDLP (Everyday Low Price) - 미국과 일본, 전략을 섞어라

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



AEON(이온)

2016년 일본 기업의 매출 순위 100위 중 10위를 차지한 대형 유통업체 이온은 식료품과 수입식품을 취급하는 대표적인 GMS를 보유함. 이외에도 도심형 소형 슈퍼인 ‘마이 바스케또(まいばすけっと)’ 와 같이 다양한 유통채널을 보유함. 이렇듯 다양한 사업을 유기적으로 연결시켜 최대의 수익을 벌어들이고 있음

이온은 대형 유통업체 업계 4위였던 다이에를 합병한 후 전통시장에 매장을 열어 상권을 되살리는 등 똑똑한 정책을 펼쳐왔음. 또한 자사가 운영하는 29개 사이트를 이온닷컴(AEON.COM)으로 통합하여 개설하기도 함. 최근 이온은 기존 매장을 이온스타일로 리뉴얼하는 작업을 지속하고 있음. 식품부문과 라이프스타일 제안을 강화하여 GMS 개혁을 시도 중인 것으로 보임. 현재 대형 유통업체들 중 가장 효율적인 경영을 운영하고 있는 것으로 사료되어 일본 진출 시 추천할만한 유통 채널임

표 6.1 : AEON 매장 정보

기업 정보	컨셉	다양한 유통채널의 유기적 결합으로 새로운 라이프 스타일을 제안한다
	주소	4 Chome-21-22 Maenochi, Itabashi, Tokyo 174-0063
	전화	+81-03-5916-8080
주요 판매품목		식료품, 수입식품, 음료 등
매장 전경		 
매장 이슈		<p>이온 스타일, 획일화된 포맷 대신 라이프스타일 제안형 포맷 도입</p> <p>색다른 카테고리 및 매장 구성을 보이고 있는 대표 점포 이타바시마에노초점은 1층을 푸드 전문관으로 꾸미고 즉석식품의 경우 품목별로 세분화해 각각 전문 코너로 배치하는 등 상권 특화형 MD전개를 펼치고 있음. 주택 밀집형 상권이라는 점을 공략해 가족 특화형 매장 구성, 수입과일 코너의 바나나를 미국스타일로 행잉(Hanging)진열하고 직수입 과일을 문 앞까지 배달하는 등의 전략을 통해 매장별로 특화된 새로운 포맷을 도입하여 호평을 받고 있음</p>
핵심 전략		<p>이온의 4대 핵심전략</p> <p>비교적 인구가 집중되어 있는 주요 대도시 지역에 매장을 출점하는 ‘도시 공략’, 초고령화 사회 추세에 따라 시니어 고객 대상 멤버십 서비스를 시행하는 ‘시니어 공략’ 서비스, 복합쇼핑몰 포맷을 통한 아시아 공략 진출 사업, 고객의 소비 프로세스 각 단계마다 디지털 접점을 두고 이온 닷컴을 론칭하는 등 디지털 공략까지 총 4대 핵심전략을 바탕으로 프로모션 전략을 세우고 있음</p>

출처 : 리테일매거진, ‘이온의 신 포맷, 이온 스타일 대해부’, 2016.08

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Ito Yokado(이토요카도)

일본 초대형 편의점 세븐일레븐으로 알려진 세븐앤아이홀딩스 계열 GMS로 도쿄에만 44개 점포를 보유한 대형 마트임. 세븐앤아이홀딩스는 2016년 일본 기업 매출 순위 100위 중 이온에 이어 18위를 차지했으나 종합슈퍼 이토요카도는 매출면에서 전년 대비 0.3%의 성장률을 보였음에도 영업이익이 134억 엔의 적자를 기록함. 그 후 이토요카도는 실적 분석을 통하여 새로운 GMS 성장 전략을 세우고 있는데 바로 계열사의 핵심 전력으로 꼽히는 편의점을 주축으로 한 옴니채널형 전략임

표 6.2 : 이토요카도 매장 정보

기업 정보	컨셉	편의점이 주축이 된 옴니채널형 마트
	주소	17-2, Futami-cho, Shinjuku-ku, Tokyo
	전화	+81-03-3353-8811
주요 판매품목		식품 및 생활용품, 가전제품, 과일, 의류
매장 전경		 
매장 이슈		<p>시니어용 PB 상품판매장 '안심서포트숍' 2004년부터 출점</p> <p>일본은 세계 1위 초고령 국가이기 때문에 이토요카도는 자체 시니어용 PB 상품판매장 '안심서포트숍'을 2004년 출점하여 2012년까지 104점포 확보함. 2016년 12월 기준 전국에 5만개 이상 설치된 식품 창구로 활용되고 있음</p>
핵심 전략		<p>옴니채널, 실체가 되다</p> <p>가장 영향력이 큰 대형 편의점을 보유한 회사이기 때문에 이토요카도의 전략은 주로 편의점과 관련이 있음. 2015년 11월 옴니 스토어 옴니세븐을 오픈하여 계열사인 편의점, 백화점, 슈퍼마켓 전문점의 종합 통신판매 사이트를 개설했음. 주문한 상품은 전국 18,000개 세븐일레븐 매장에서 24시간 항상 수령 가능함. 고품질 상품을 중심으로 2018년까지 옴니세븐에 600만 개 품목을 구성할 예정임. 오프라인 매장에서는 고객의견을 적극적으로 청취하여 상품을 판매하는 마케팅을 전개하는 중임</p>
냉면 판매현황		 

출처 : 이토요카도(www.itoyokado.co.jp)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



SEIYU

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

표 6.3 : SEIYU 매장 정보

기업 정보	컨셉	저렴한 가격과 미국식, 일본식 혼용 매장 구성
	주소	3-14-30 Higashi-cho, Nishi-Tokyo, Tokyo
	전화	+81-042-438-6211
주요 판매품목		식품 및 음주류, 생활용품
매장전경		 
매장 이슈		<p>저렴한 가격으로 판매하자</p> <p>SEIYU는 KY, 「카카구야스쿠(저렴한 가격으로 판매하자!)」라는 캠페인을 2008년부터 전개해옴. 매일 3% 할인 전략과 같이 생선식품, 냉동식품을 중심으로 타 매장 대비 제품 가격을 현저하게 내려 판매중임</p>
핵심 전략		<p>미국과 일본, 전략을 섞어라</p> <p>월마트가 인수한 이후 SEIYU는 미국식과 일본식 홍보 전략을 취하고 있음. 따라서 매장 내에 미국식 키 높은 진열대와 가격을 크게 적는 방식에 일본식 소량 다품종 전시가 혼용되어 있는 것이 특징임. 또한 월마트 기업 슬로건인 EDLP를 일본 정서에 맞게 KY로 변형한 캠페인 시리즈 광고로도 인상을 남김</p> <p>그 외에도 이토요카도와 함께 넷슈퍼 전용 수령 락커를 운영하거나 각 계열 편의점에서 직접 수령이 가능하도록 하는 등의 O2O 서비스를 제공하여 고객의 편의성 제고와 비용절감이라는 두 마리 토끼를 잡기 위해 노력하고 있음</p>
냉면 판매현황		 

출처 : SEIYU TOKYO(www.seiyu.co.jp)

Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

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

통관 및 검역절차 OVERVIEW

일본 통관 검역 절차도



출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

통관절차별 유의사항

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

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 일본 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율(WTO)
1902	스파게티, 마카로니, 누들, 라자냐, 뇨끼, 라비오리, 카네로니 기타 파스타 및 쿠스쿠스 (기타 조제 여부 불문)	-
1902.19	기타	40엔 / Kg
1902.19.092	우동, 소면 및 메밀	-

일본 WTO 협정세율

일본에서 HS CODE 1902류의 경우 **kg당 40엔이 부과되고 있음**

TIP_제품 관세율 확인법

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

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

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

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

1. 통관 및 검역절차

일본 통관 소요 기간 및 금액

서류 준비 : 5일, 145달러
 통관수속 : 2일, 75달러
 항만/터미널 처리 : 2일,
 250달러
 내륙운송 : 2일, 445달러

STEP #1. 사전보고 및 적하정보 제출

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

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

STEP #2. 수입신고

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

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

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

표 7.1 : 일본 수입식품 통관 서류

서류 목록		비고
상업송장	운임명세서	
선화증권 혹은 항공화물 운송장	보험증명서	
WTO 세율 적용 가능한 원산지 증명서	인증서 및 증명서	타 법령에 의거 필요한 경우
포장명세서	관세 납부확인서	

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

Interview Info

“일본 수출의 경우 기본적인 서류를 갖추면 좋다. 포장 명세서, 선화 증권, 청구서의 경우에 따라 해상 운송 보험 증서, 원산지 증명서, 냉면의 경우에는 식품 의약품 안전처에 의한 수출 검역 증명서가 필요하다.”

- 일본 무역진흥기구 ZETRO
 담당자와의 인터뷰 中, 2017.04

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. 가공식품의 경우에는 후생노동성 검역소에서 식품위생법에 따름. 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. 식품의 경우는 첫 번째 수입 시 매우 엄중한 검사가 이루어지므로 소요시간을 충분히 잡아야 함

STEP #4. 심사 및 검사

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

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

표 7.2 : 일본 통관 소요 기간 및 금액

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

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

1. 통관 및 검역절차

STEP #5. 관세납부와 수입허가

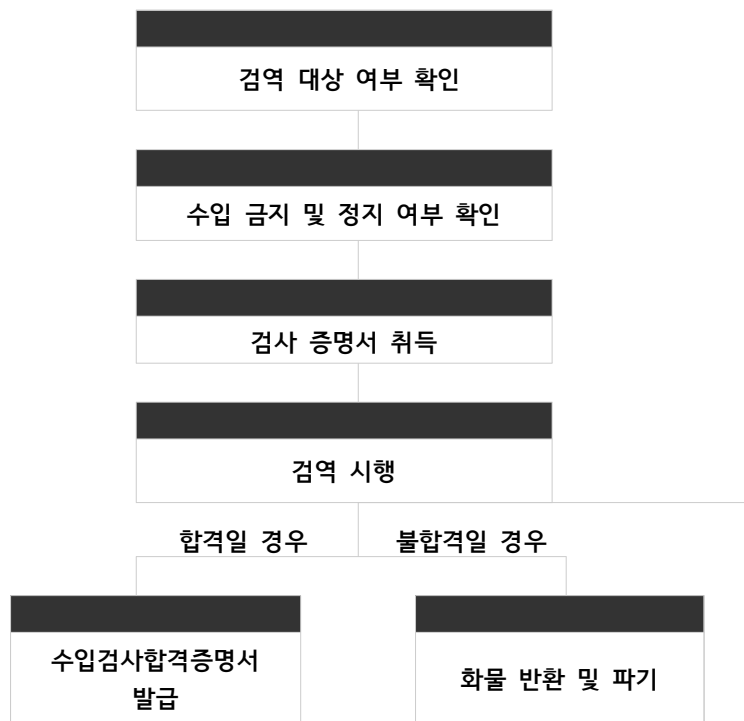
납세기한에 대해서는 별도로 지정된 기한이 존재하지 않으며, 담당 관할 세관에서 서류 및 검사가 완료된 후에 바로 납부서 교부가능함. 관세를 납부하지 않을 경우 보세구역에서 화물을 반출할 수 없음

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

STEP #6. 화물반출

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

표 7.3 : 일본 위생검역 세부절차



출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

2. 관세율 정보

HS CODE 1902류, kg당 40엔 부과

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

참여기업의 ‘냉면’ 은 일본에서 HS CODE 1902 (스파게티·마카로니·누들 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함) 으로 분류되며, 하위코드인 HS CODE 1902.19(기타)에 속함. 일본에서 HS CODE 1902.19에 부과하는 기본 세율은 kg당 40엔임

표 7.4 : 일본 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	1902	파스타(스파게티·마카로니·누들 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함) 와 쿠스쿠스(couscous)	-
	1902.10	조리하지 않은 파스타(속을 채우지 않았거나 그 밖의 방법으로 조제하지 않은 것으로 한정)	
	1902.11.1000	스파게티	
	1902.11.2000	마카로니	
	1902.11.9000	기타	
	1902.19.3000	냉면	
일본	1902	파스타(스파게티·마카로니·누들 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함) 와 쿠스쿠스(couscous)	40 엔/kg
	1902.19	기타	
	1902.19.092	우동, 소면 및 메밀	

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

한·중·일 FTA 협상 중

일본은 한국의 수출 상대국의 4위를 차지하고 있음에도 불구하고 현재 FTA는 체결된 상태가 아님. 2003년 12월 22일 제 1차 한·일 FTA 협상을 시작하였지만 농산품 및 가공품에 대한 관세 폐지 등의 문제로 2004년 11월 협상이 중단됨. 그 후 일곱 차례 회의가 진행 되었으며 2012년 5월 25일 3차 과장급 실무협의를 이후로 진전되지 않고 있음

2013년 3월 26일 한국, 중국, 일본 3개국이 동북아 경제통합을 이루기 위해 FTA 1차 협상을 시작으로 현재 11차 협상까지 진행됨. 제 12차 한중일 FTA 공식 협상은 4월 10일부터 13일까지 일본 도쿄에서 열림

한중일 FTA는 협상 개시 이후 3국간 이견으로 아직 시장 접근 협상을 시작하지 못하는 등 논의 진전이 더딘 상황이었지만 2015년 10월 한중일 통상장관회담에서 3국 장관간 FTA 가속화 의지를 재확인하며 공감대를 형성함. 최근 3국이 모두 참여하고 있는 역내 포괄적 경제동반자협정(RCEP) 협상에서 상품 서비스 시장접근 협상이 가속화되는 등 한중일 자유무역협정을 둘러싼 협상 환경이 변하고 있는 것도 고려됨

정부 관계자는 앞으로 이런 상황을 고려해 한중일 FTA가 포괄적이고 높은 수준의 상호호혜적 방향으로 추진할 수 있도록 지속해서 노력하겠다고 하며 국익이 극대화될 수 있도록 대응할 것이라고 밝힘

4. 통관 및 검역 유의사항

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

올해 초 일본은 2015년도 중점적으로 실시해 왔던 가공식품 등의 성분 규격 위반 사항을 감안하여 2016년 가공식품의 성분 규격에 관한 모니터링 검사를 중점 실시할 것을 발표함. 현재 운영중인 수입식품사전확인제도 관련하여 등록신청업체 요건을 HACCP 인증 취득업체로 한정하여 제도를 강화한다는 뜻임

이에 따라 검역소는 수입신고서 등에 의해 식품의 규격 또는 기준에 대한 적합상황에 대해 확인하며 수입식품의 식품안전 상황에 대해 폭넓은 감시를 위한 모니터링 검사를 계획적으로 실시하고 있음. 또한 식품위생 상의 위해방지를 위해 법률위반 가능성이 높을 것으로 보이는 수입식품 등에 대한 검사를 명령하고, 수입자가 자주적으로 안전관리를 추진하도록 강연회 개최 및 수입 전 지도 등을 실시하기도 함

일본 소비자청은 2016년 6월 2일 식품 표시 적정화를 위한 대응방안을 발표했는데, 이 방안에는 수입식품에 대한 알레르기 표시철저에 대한 내용이 포함됨

알레르기 표시기준은 식물 알레르기가 아주 미량의 알레르기에 의해서도 발생할 수 있다는 관점에서 밀가루 등의 소량의 특정 원재료를 포함하는 식품의 경우에는 원칙적으로 해당 특정 원재료 포함 표시를 요구함

5. 통관거부사례

일본, 가공식품 위생검역 주의 요망

지난 2년간 가공식품에 대한 통관거부사례는 없는 것으로 확인됨. 2016년의 경우 위생부문으로 인한 문제가 가장 많았고 그 다음은 성분 부적합, 잔류농약이 부차적인 진입장벽으로 도출됨. 그 중 ‘세균수 초과’ 등의 문제를 중점적으로 주의해야 할 필요가 있음

가공식품 중에서는 유화제, 안정제로 사용되는 폴리솔베이트, 솔빈산 기준치 위반사례등이 있어 식품첨가물 규격준수에 대한 주의가 요구됨

HACCP 인증 식품 통관절차 간소화, 수입식품 감시지도계획을 발표하여 현재 운영 중인 수입식품사전확인제도 관련 등록신청 업체요건은 HACCP 인증 취득업체로 한정하여 제도를 강화한다고 발표함

표 7.5 : 가공 면류 통관거부사례

품목	건면 : 미편 (乾めん : ビーフン (RICE STICK))	
국가	중국	
통관 거부일자	2015년 06월 09일	
담당 검역소	도쿄	
위반	성분규격 부적합(안전성 미심사 유전자 변형쌀 (63Bt쌀, NNBt쌀 및 CpTI쌀 양성))	
조치상황	폐기, 반송	
관련법규 정보	후생성고시 제 370호 식품, 첨가물 등의 규격 기준에 의거하여 유전자 변형기술을 이용한 식품의 경우 안전성 심사를 받아야 함	
품목	인스턴트 쌀 라면 (即席めん : 米めん (DE NHAT INSTANT PHO-CHICKEN FLAVOUR))	
국가	베트남	
통관 거부일자	2012년 08월	
담당 검역소	도쿄	
위반	시클라메이트산 검출 (분석결과: 20µg/g 검출)	
조치상황	폐기	
관련법규 정보	식품위생법 제 10조에 의거하여 식품에 시클라메이트를 사용하면 안 됨	

출처 : 일본 농림수산성 (www.maff.go.jp)


VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

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


인증 정보 OVERVIEW

● 권장인증 : JAS(Japanese Agricultural Standard) 인증

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

출처 : 일본 농림수산성 (www.maff.go.jp)

● 권장인증 : HACCP(품질안전인증)

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

출처 : 일본 농림수산성 (www.maff.go.jp)

1. 인증 취득정보

JAS 인증 관련 기관

-MAFF(Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan, 일본농림수산성)

출처 : 일본 농림수산성(www.maff.go.jp)

권장인증 : JAS (Japanese Agricultural Standard)

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 발급절차



출처 : 중소기업수출지원센터(www.exportcenter.go.kr)

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 포장가압열 살균식품(레토르트식품), 어육반죽제품, 청량음료수, 수산가공품, 절임류, 두부, 과자, 면류’ 만이 HACCP승인품목으로 정해져 승인 대상이 되고 있음. 특히 후쿠시마 원전 방사능 유출사태 이후로 식품위생에 대한 소비자들의 관심도가 크게 증가하면서 소비자의 절반이 가공식품 라벨을 확인하고 있음. 일본 정책금융고에서 발표한 HACCP 취급현황에 대한 설문조사 (15년 3월)에 따르면 식품 제조기업의 35.4%가 HACCP를 이미 도입하였다고 응답하였으며 11.7%가 도입 예정이라고 응답함

2. 인증 취득제품

경쟁 현지 조사

JAS 인증과 HACCP 인증의 경우 필수는 아님. 실제로 현지방문조사를 통해 확인해보았을 때 총 25개의 경쟁제품들은 모두 아래와 같이 두 인증을 취득하지 않은 것을 확인하였음. 그러나 현재 일본 내에서 소비자들의 식품위생에 대한 관심도가 높다는 점을 감안한다면 두 인증 모두 취득할 필요가 있을 것으로 사료됨

표 8.2 : 현지 방문 조사 제품 정보

현지 조사 제품 정보	제품 사진	
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 모리오카 냉면 (盛岡冷麵) - 기업 : 아키오 주식회사 (アキオ株式会社) - 국가 : 일본 - 가격 : 300 엔 - 용량 : 404g 		
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 특제 참깨소스 냉면 (特製 ごまだれ冷麵) - 기업 : 미소 주식회사 (MUSO 株式会社) - 국가 : 일본 - 가격 : 496 엔 - 용량 : 310g 		
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 비전 매운냉면 (秘伝仕込み ピリ辛冷麵) - 기업 : 주식회사 카노 식품 (株式会社 狩野食品) - 국가 : 일본 - 가격 : 210 엔 - 용량 : 240g 		
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 궁전 비빔냉면 (宮殿ビビム冷麵) - 기업 : 주식회사 오성코퍼레이션 (GOSEI 株式会社五 星コーポレーション) - 국가 : 한국 - 가격 : 120 엔 - 용량 : 220g 		

출처 : 현지방문조사(Isetan, Seiyu, 총각네, 한국광장, 2017.04)

3. 제출서류

JAS 인증 서류 심사 제출 서류

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

표 8.3 : JAS 인증시 필수 제출 서류

제출 서류	
	신청자의 성명 또는 명칭 및 주소
	포장 이력 관리 기록
	생산 일정 관리 담당자의 성명 약력
	평가를 실시하는 농산물 종류
	생산 장소 소재지, 면적
	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)

현장 검사 내용

JAS 인증 현장 검사는 다음과 같은 제출 서류를 기반으로 진행됨

표 8.4 : JAS 인증 현장 검사 제출 서류 목록

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

4. 전문가 인터뷰

“후생노동성 검역소 식품 등 수입신고 / JAS / 리사이클링 / 건강증진법”

“식품 위생법에 적합함을 사전에 확인”

Q1. 일본 냉면 수출시 필요 절차가 있나요?

“일본 내 수입자가 식품을 판매 목적으로 수입하는 경우 수입 항구를 관할하는 후생노동성 검역소 수입 식품 감독 담당에게 “식품 등 수입신고서”에 필요서류 (상품 설명서, 원료, 성분표, 제조공정, 저장 방법 등을 나타내는 자료, 이미 수입 실적이 있는 경우는 지정 검사 기관 분석 성적표 등)를 첨부하여 신고해야 한다. 심사 단계에서 사용 성분 및 안전성에 관해서 확인이 필요하다고 판단 된 것에 대해서는 검사가 실시되고, 심사·검사는 동법에 문제가 없으면 신고서에 ‘신고’ 표시가 날인되어 반환 되고 수입 통관이 가능하다. 또한, 가공식품의 경우 아래의 사항들을 추가적으로 따라야 한다. 농림 물자 규격화 및 품질 표시의 적정화에 관한 법률 (JAS 법)로 수입품은 원산지(국가) 표시가 의무화되어 있다. 용기 포장 리사이클 법에 따라 해당 사업자(수입업자 포함)도 병 등의 용기 폐기물의 재생품화의 의무가 있다. 건강증진법은 영양성분 또는 열량에 관한 표시를 할 경우에는 “영양표시 기준”에 따라 표시가 의무화되어 있다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 中, 2017. 04

Q2. 검사 단계를 통과하지 못하면 어떤 조치가 취해지나요?

“이 단계에서 부적격하다고 판단되면 수입은 불가능하므로, 수입자는 복원 · 폐기 등의 조치를 취할 수 있다.”

-- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 中, 2017. 04

Q3. 냉면 수출시 유의해야 할 제도가 있나요?

“수입식품 등 사전 확인제도”가 있는데, 동 제도는 식품 수입 절차의 신속·간소화를 목적으로 수입된 해당 식품 등이 식품 위생법에 적합함을 사전에 확인하고 해당 식품 및 제조 가공업체를 등록하는 제도이다. 등록된 식품은 수입 시 검사가 일정 기간 생략됨과 동시에 수입자가 식품 등 수입신고서의 “등록번호”란 식품 등 및 제조 가공의 등록 번호를 기재하면, 신고 후 즉시 신고 필증이 교부된다. 전문가를 수출국으로 파견하여 제조국의 제조시설을 사전에 확인하면 제조 시설의 등록을 할 수 있다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 中, 2017. 04

Q4. '수입식품 등 사전 확인제도'를 추천하시나요?

“필수 절차를 시작하기 전에 사전에 적합여부를 판단함으로써 수출에 따르는 리스크를 줄이고 제조 및 가공업체를 등록함으로써 수월하고 믿을 수 있는 식품이라는 이미지를 심어주어 향후 수출에 용이하다.”

- 한국 식품인증 컨설팅사 컨트롤유니온
이광섭 선임 심사원과의 인터뷰 中, 2017. 04

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

● 일본 냉면 라벨링 필수 표기사항



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

출처 : 현지방문조사(충각네, 2017.04)

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

● 일본 가공식품 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	일본어로 표기하는 것이 의무임. 글자 크기는 8포인트 이상의 활자로 통일됨
제품명	품명, 종류, 유형 등을 기재해야 함
원재료명 및 식품 첨가물	중량 비율이 높은 순으로 표기함. 원재료의 원산지명 및 수출국의 원산지명을 명확히 표기해야 함
영양성분	건강 증진법의 영양 표시 기준에 따라 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 영양성분 명시해야 함
내용량	내용중량(그램, 킬로그램), 내용체적(밀리리터, 리터), 내용수량(개수 등 단위) 중 하나의 방식으로 표기함
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	제조업자, 수입업자 등의 명칭 및 주소를 표기함
원산지	원산지 국가 명 반드시 기재해야 함
생산일, 유통기한	유통기한이 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년, 월, 일순으로 표기하며, 3개월 이상일 경우 년, 월만 표기함
보존방법	제품 개봉 전 보존방법을 표기함
알레르기 유발성분	알레르기 유발할 수 있는 25개 품목에 대하여 원재료명과 함께 알레르기 유발 물질임을 표기함

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

1. 라벨 표기사항

라벨 표기 법령

운영기관 : 국가질검총국(AQSIQ)
 라벨 법령 :
 <포장식품영양라벨총칙>
 (GB28050-2011)

식품 표시법 소비자청으로 일원화

일본 내 판매 또는 수입되는 모든 식품류에 대한 표시기준은 식품 위생법, JAS법, 건강증진법 3개에 의해 관리 되어 왔으나 서로 목적이 상이하고 제도가 복잡하게 되어 있어 소비자 및 사업자 모두 알기 쉬운 표현을 사용할 수 있도록 상기 3법의 식품 표시 규정을 통합하여 식품표시에 관해 포괄적으로 일원화 함. 그동안 58개의 기준으로 운용되었던 식품에 대한 표시기준이 소비자청에서 1개의 일괄기준으로 2015년 4월 1일부터 통합운영하고 있음. 그러나 식품위생법과 JAS법 기준의 통합에 있어서 가공식품과 신선식품에 대한 구분 등을 변경함

표 9.1 : 가공식품 라벨 표기사항

<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 구성성분 · 내용량 · 보관방법 · 판매업체 · 영양성분표 	<ul style="list-style-type: none"> · 식품의 품질등급, 가공기술 (식품표준이 요구할 경우) · QS 인증 및 식품생산허가증 번호 (생산허가증이 필요한 경우) · 중문 주의사항 또는 경고마크 · 수출국 식품 위생인증 로고
---	--

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

표 9.2 : 일본 라벨 표기사항 상세

항목	설명	
1	표기 언어	일본 농림규격법, 일본 식품위생법에 따라 일본에서 유통되는 제품은 수입여부에 상관없이 일본어로 표기하는 것이 의무임. 글자 크기는 8포인트 이상의 활자로 통일된 활자를 사용해야함
2	제품명	제품의 특성을 구체적으로 설명할 수 있도록 품명, 종류, 유형 등을 기재해야 함
3	원재료명 및 식품 첨가물	원재료명을 중량 비율이 높은 순으로 표기하고 그 다음으로 식품첨가물을 중량 비율이 높은 순으로 표기해야 함. 원재료의 원산지명 및 수출국의 원산지명을 명확히 표기해야 하는데 식품첨가물은 감미, 보존, 영양, 착색, 제조 다섯 가지의 용도로 분류되며 해당 첨가물이 어떤 용도로 사용되었는지 표기함
4	영양성분	건강 증진법의 영양 표시 기준에 따라 열량이나 탄수화물 등과 같은 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 영양성분 명시해야 함
5	내용량	내용중량(그램, 킬로그램), 내용체적(밀리리터, 리터), 내용수량(개수 등 단위) 중 하나의 방식으로 표기함
6	제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	제조사, 수입업자 등의 명칭 및 주소를 표기함
7	원산지	원산지 국가 명 반드시 기재해야 함
8	생산일, 유통기한	유통기한이 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년, 월, 일순으로 표기하며, 3개월 이상일 경우 년, 월만 표기함
9	보존방법	제품 개봉 전 보존방법을 표기함
10	알레르기 유발성분	계란, 밀, 새우, 우유 등 알레르기를 유발하여 심각한 피해를 입힐 수 있는 25개 품목에 대하여 원재료명과 함께 알레르기 유발 물질임을 표기함

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시

원재료명

비율이 높은 순으로 표기

내용량

단위 통일하여 기재

보존방법

개봉 전 보존방법



영양성분표

영양소 필수 표시

알레르기

유발물질 표기

제품명

품명, 종류, 유형 등

회사 정보

제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소

라벨링 예시



유통기한

규칙에 따라 필수 기재

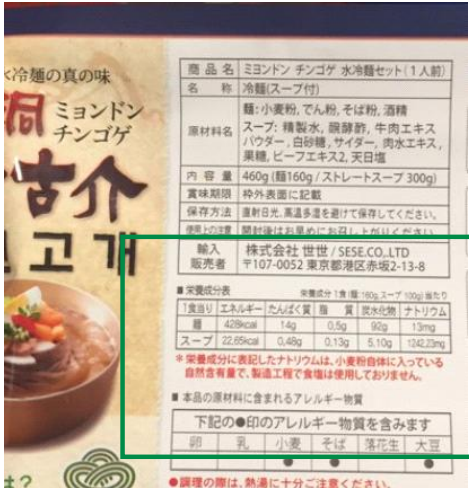
X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정
2. 기타 위생기준 규정

위생 요건 OVERVIEW

● 품목별 위생 요건 조사 항목



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

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

● 냉면 수출 시 주의해야 하는 유해성분 기준치

유형	성분	기준
식품첨가물	요오드화 나트륨	검출 불가
	TBHQ	검출 불가
	시클라메이트산	검출 불가
병원성균	대장균류(Coliform bacteria)	음성반응이어야 함

출처 : 일본후생노동성(厚生労働省)

1. 식품첨가물 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 식품 첨가물

식품첨가물의 표시에 관해서는 표지기준부령(府令)에서 규정되어 있고, 상품의 표시 장소와 표시 순서에 관해서는 품질표시기준에서 규정되어 있음. 용기 포장이 된 가공식품은 원칙적으로 사용한 모든 식품첨가물명을 용기포장에서 보이기 쉬운 장소에 표시함

가공식품 품질표시기준에서 식품첨가물은 원칙적으로 별기양식의 항목 내의 원재료 명란에 식품첨가물 이외의 원재료를 표시하고, 그 후에 식품첨가물을 원재료에서 차지비율이 높은 것부터 순차적으로 표시함

특정 원재료 등 25 품목에 관해서는 어떤 알레르기 물질이 들어있는지를 확인 하여 표시함. 특정 가공식품의 경우 일반적으로 특정 원재료부터 표기한 후 별도로 표시하지 않아도 되는 특정 원재료의 순으로 표시해야 함. 이때 반드시 알레르기 주의환기표시를 해야 함

일본은 식품위생법에 근거해서 식품첨가물기준을 설정하고 있는데, POSITIVE LIST 시스템을 적용하여 사용 허가된 식품 첨가물을 공개함. 허가된 식품 첨가물은 2012년 기준 지정된 첨가물은 413 품목, 기존 첨가물은 355 품목, 천연착향료는 약 600물질로 일반 식품첨가물 약 100 품목임. 포지티브(Positive) 리스트에 없어 기준이 설정되어 있지 않은 농약 등이 허용되는 일정량은 일률적으로 0.01ppm 이하임

표 10.1 : 가공식품 의무 표시사항

영양 성분	의무 표시 이유	비고
열량, 단백질, 탄수화물, 지방, 나트륨 5성분	소비자에게 표시의 필요성이 있음	그 외 영양 성분 (당류, 당질 등)은 임의지만 포화지방산과 식이섬유는 표시를 권장 (일정값 또는 상한값과 하한값 표시)
	사업자에게 표시의 실행 가능성이 있음	
	국제적인 적합성이 맞음	

출처 : 일본후생노동성(厚生労働省)

1. 식품첨가물 규정

현지방문조사를 통해 파악한 경쟁제품들의 성분을 조사한 결과, 일본 제품은 면의 주원료가 밀가루, 전분이었음. 그러나 한국산 제품들은 그 외에도 고구마 전분이나 메밀가루와 같은 다양한 원료가 사용되었음. 첨가물의 경우, 주로 스프에 사용되었는데 일본산의 경우 소르비트나 산미료, 증가점제(가공전분) 등이 사용되었고 한국산에는 시클로덱스트린이나 유화제, 구연산 등이 사용되었음

표 10.2 : 냉면 식품첨가물 정보

유형	제품	제조사	원료·식품첨가물
	もりおか冷麺	株式会社 戸田久	면[밀가루,전분,식염/가공전분,알코올] 등 스프[설탕혼합이성화액당,간장,식염,양조식초,산미료,캐러멜색소,향료,김,산미료,증가점제(가공전분)]
	盛岡冷麺	株式会社 川 喜	면:밀가루,전분/가공전분,알코올 등 스프:설탕혼합포도,이성화액당,조미료(아미노산) 양조식초,식염,행신료,소르비트,조미료(아미노산등)
	宋家のオールシーズン冷麺	GOSEI 株式会社五星コーポレーション	면:밀가루,고구마전분,밀가루전분,메밀가루 스프:정백당,액상과당, 조미료
	ふるる冷麺 ビビン冷麺	豊心	면:밀가루,전분,메밀가루,식물추출물유지분말,다시마분말 등 스프:정백당,조미아미노산간장,액상과당, 혼합제제

출처 : 현지방문조사(Itoyokado Seiyu, 충각네, 한국광장, 2017.04)

2. 기타 위생규정

수입 식품군별 관련 법규 적용됨

식품, 첨가물 등의 규격기준 (1959년 후생성 고시 제370호) 에서는 즉석면류 (면을 유지로 처리한 것에 한함)의 성분규격으로서 ‘면에 포함되어있는 유지의 산가가 3을 넘거나 과산화물가가 30을 초과해서는 안 된다.’ 고 규정되어 있으며, 산가 및 과산화물가 시험법이 각각 정해져 있음. 또한, ‘과자 지도요령’ (1977년 11월 16일 환식 제248호) 등에서도 산가 및 과산화물가의 기준이 표시되어있고 고시시험법이 준용되고 있음

또한 가공식품의 경우 식품위생법(식품위생검사 FOOD SANITATION INSPECTION)이 적용되고 있음

그 외에도 과거 2011년도 한국산 제품을 일본으로 수출할 시에 비빔면 소스에서 솔빈산이 0.123g/kg 검출되어 사용기준 부적합 판정을 받고 폐기, 반송된 적이 있음. 따라서 냉면 제조 시 비빔냉면 소스 같은 경우 주의를 요함

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. 2015 주요국 식품수입제도 모니터링 일본	농림축산식품부, 한국농수산물유통공사	2016.10
2. 일본 식품 기준 규격	식품의약품안전처	2015.06
3. 일본 시장동향 [면류]	도쿄 aT 센터	2014.05
4. 일본 식품 수입관리제도	한국보건산업진흥원	2008.08
5. 리테일매거진 - 일본사례에서 배우는 저성장기 해법	리테일매거진	2014.08

※ 참고 사이트

1. 일본후생노동성	www.mhlw.go.jp
2. 일본소비자청	www.caa.go.jp
3. 한국 농수산물유통공사	www.at.or.kr
4. USDA	www.usda.gov
5. Euromonitor	www.euromonitor.com
6. Asahi group holdings	www.asahigroup-holdings.com
7. 뉴데일리경제	www.biz.newdaily.co.kr
8. 한국관세청	customs.go.kr
9. FAOSTAT	fao.org/faostat/en
10. 일본관세청	www.customs.go.jp
11. MDN	www.wolyo.co.kr
12. 중소기업수출지원센터	www.exportcenter.go.kr
13. 아마존 재팬	www.amazon.co.jp
14. AEON	www.aeon.info
15. 토다큐 주식회사	www.todaq.com
16. SEIYU	www.seiyu.co.jp
17. ITOYOKADO	www.itoyokado.co.jp