



2017년 농식품 해외시장 맞춤조사

Product : 녹차 밀크 스프레드(Green Tea Milk Spread)

Country : 일본(Japan)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	8
II. 시장 트렌드	9
1. 소비 트렌드	11
2. 제품 트렌드	12
3. 유통 트렌드	13
4. 정책 트렌드	14
III. 경쟁제품 현지조사	15
1. 경쟁제품 선정	17
2. 정량 분석	18
3. 정성 분석	19
4. 현지 방문 조사자료	20
IV. 경쟁사 분석	28
1. 경쟁사 선정	30
2. 경쟁사별 현황 파악	31
V. 유통구조 현황	34
1. 추천 진출 경로	36
2. 전문가 인터뷰	40
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	55
3. FTA 정보	56
4. 통관 및 검역 주의사항	57
5. 통관거부사례	58
Ⅷ. 인증 정보	59
1. 인증 취득정보	61
2. 인증 취득제품	62
3. 제출서류	63
4. 전문가 인터뷰	64
Ⅸ. 라벨링 정보	65
1. 라벨 표기사항	67
2. 라벨링 예시	69
X. 위생요건 정보	70
1. 식품첨가물 규정	72
※ 참고문헌	73

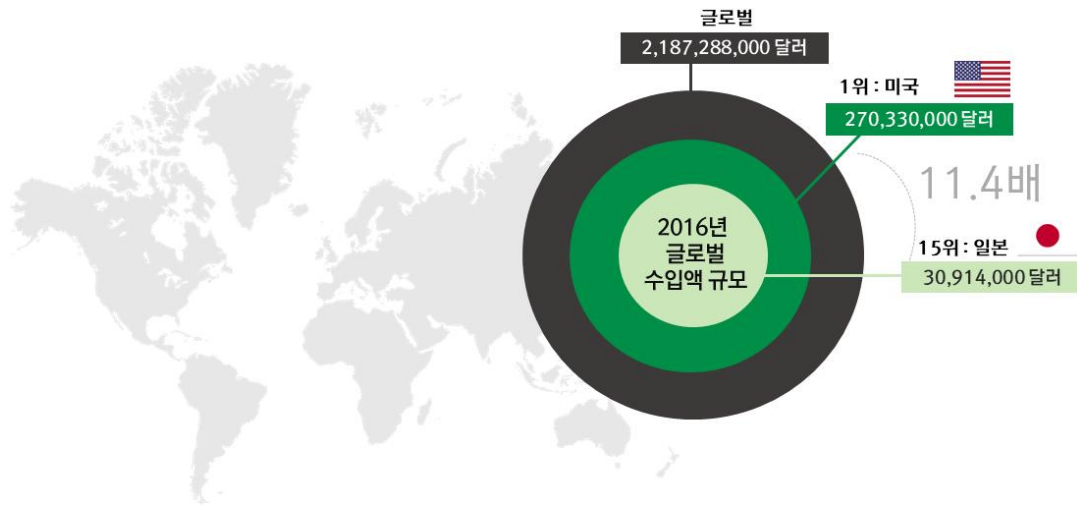


I . 시장 통계

※ 시장 통계 OVERVIEW

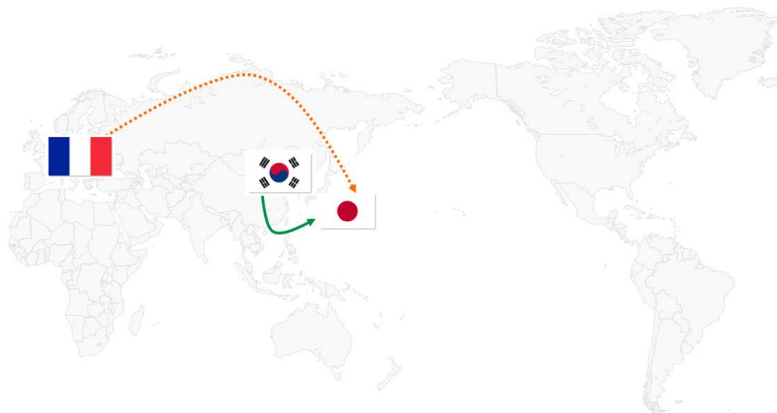
1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

시장 통계 OVERVIEW



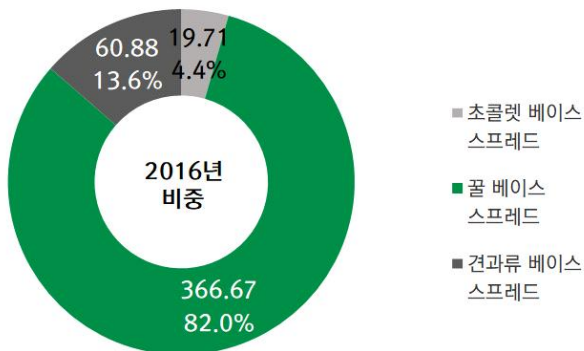
2016년 일본 내 HS CODE 2007.99 품목 수입액 규모

(단위 : 달러)



▶ 일본 달콤한 스프레드류(Sweet Spreads) 시장 점유율

(단위 : 백만 달러,%)



글로벌 수입규모
미국 1위, 일본 15위
일본 수입상대국,
프랑스 1위, 한국 25위
2016년 기준 일본
달콤한 스프레드류 시장규모,
4억 4,726만 달러

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	HS CODE 내비게이션 trass.or.kr/stastic=html/bcc/hsnavigation.jsp
2	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr/clip/index.do
3	일본 관세청 www.customs.gov.jp

녹차 밀크 스프레드 통계 기준 설정

녹차 밀크 스프레드 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 2007.99로 설정

글로벌 및 일본 內 녹차 밀크 스프레드의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2007.99을 수입통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 2007.99 해당 품목은 잼·과실젤리·마말레이드·과실 또는 견과류의 퓨레 및 과실 또는 견과류의 페이스트(조리해서 얻어진 것에 한하며, 설탕 기타 감미료를 첨가한 것인지의 여부를 불문한다) 기타를 기준으로 설정함

표 1.1 : 녹차 밀크 스프레드 조사 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	2007.99
	일본 수입규모 및 성장률		2007.99
품목 통계	달콤한 스프레드류 시장규모	품목 키워드	Sweet Spreads
	달콤한 스프레드류 시장 점유율		Sweet Spreads

표 1.2 : 일본 녹차 밀크 스프레드 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2007	잼·과실젤리·마말레이드(marmalade)·과실이나 견과류의 퓨레(purée)·과실이나 견과류의 페이스트(paste)(조리해서 얻은 것으로 한정하며, 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없음)
	2007.99	-기타
	2007.99.1000	-잼·과실젤리와 마말레이드(marmalade)
일본	2007	잼·과실젤리·마말레이드(marmalade)·과실이나 견과류의 퓨레(purée)·과실이나 견과류의 페이스트(paste)(조리해서 얻은 것으로 한정하며, 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없음)
	2007.99	-기타 설탕을 첨가한 잼·과실젤리
	2007.99.111	-잼류

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

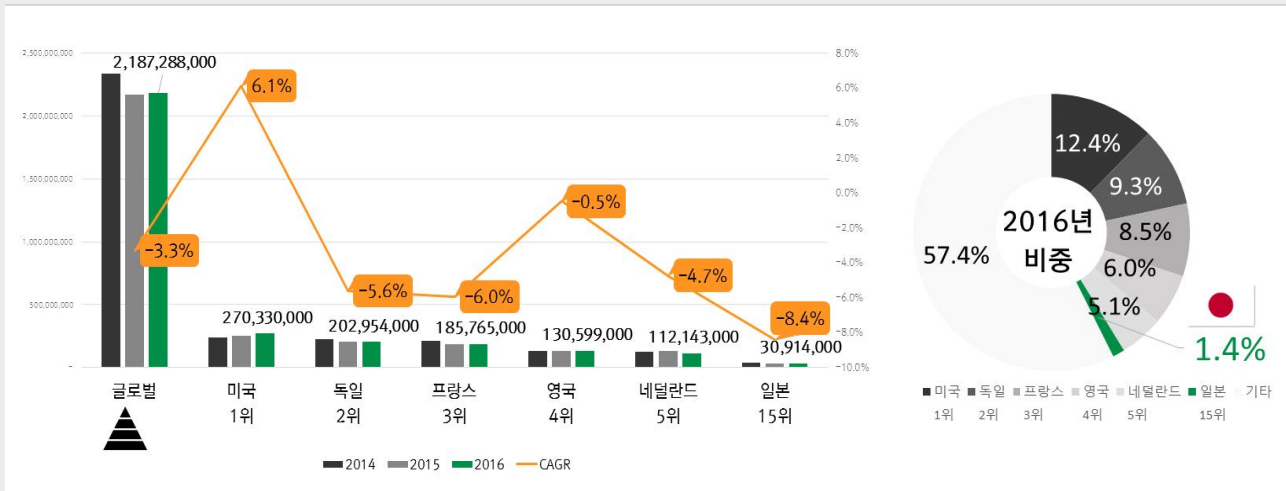
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

1. 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2007.99 수입액 규모 및 비중 (2016년)

(단위 : 달러, %)



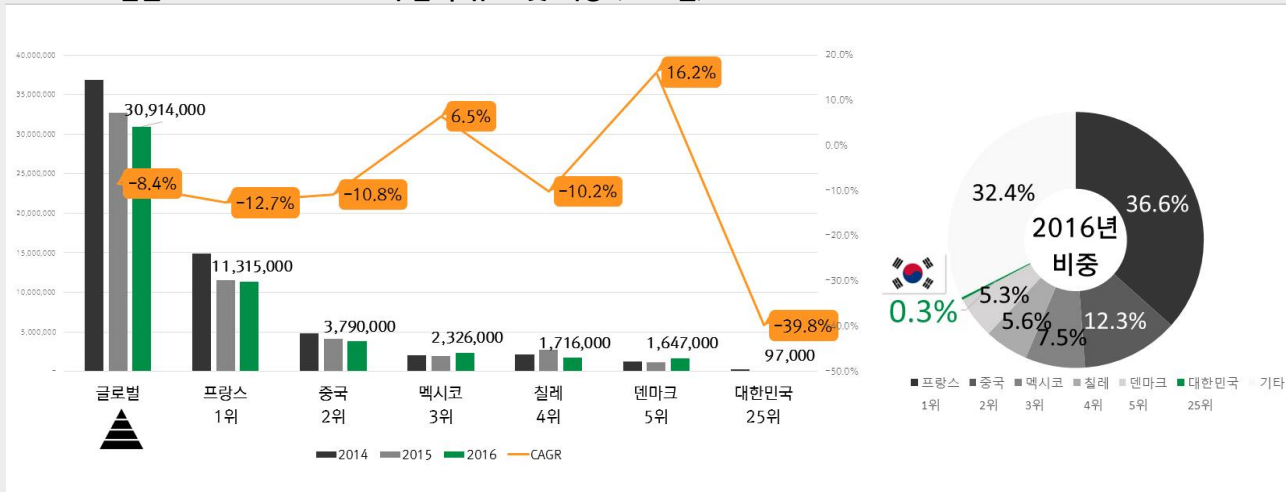
출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2016년 기준 HS CODE 2007.99의 글로벌 수입규모는 21억 8,728만 8,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 -3.3%의 하락세를 기록함. 미국은 수입액 규모 2억 7,033만 달러로 연평균 6.1%의 상승세를 보임
- 일본의 수입규모는 3,091만 4,000달러로 전체 수입액의 1.4%를 차지하고 있으며 미국과 독일이 각각 12.4%, 9.3% 비중으로 1위와 2위를 차지함

일본 수입 통계 분석

표 1.4 : 일본 HS CODE 2007.99 수입액 규모 및 비중 (2016년)

(단위 : 달러, %)



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

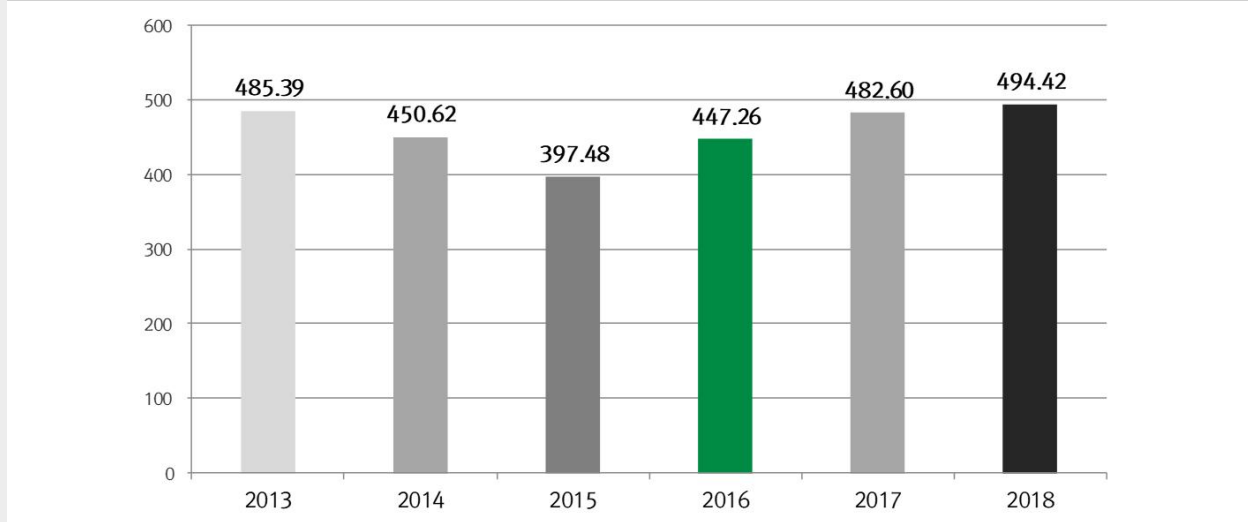
- 2016년 기준 일본의 HS CODE 2007.99 최대 수입국은 프랑스로 1,131만 5,000달러의 수입액을 기록하였으며 36.6%의 높은 수입 비중을 차지함. 수입규모 2위국인 중국은 수입액 379만 달러를 기록하고 12.3%의 수입비중을 차지함
- 한국으로부터의 수입규모는 9만 7,000달러로 전체 수입액의 0.3%를 차지하고 있어 미미한 수치임

3. 품목통계 종합분석

일본 달콤한 스프레드류(Sweet Spreads) 시장규모

표 1.5 : 일본 달콤한 스프레드류(Sweet Spreads) 시장규모 (2016년)

(단위 : 백만 달러)



출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

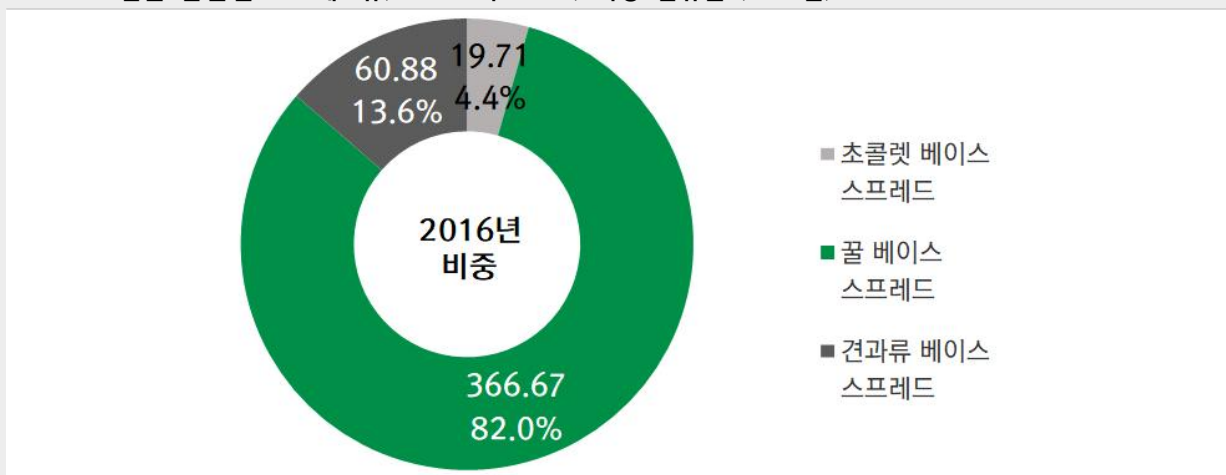
- 2016년 기준 일본 달콤한 스프레드류 시장규모는 4억 4,726만 달러로 집계되었으며 2013년 이후 2015년까지 하락세를 나타냈으나, 2015년 대비 2016년에는 소폭 상승함. 2018년 까지 달콤한 스프레드류 시장규모는 4억 9,442만 달러를 기록하는 상승세를 보일 것으로 전망됨

※ 2016년도 자료이므로, 2017년과 2018년 수치는 전망치임

일본 달콤한 스프레드류(Sweet Spreads) 시장 점유율

표 1.6 : 일본 달콤한 스프레드류(Sweet Spreads) 시장 점유율 (2016년)

(단위 : 백만 달러, %)



출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

- 2016년 기준 일본 달콤한 스프레드류 시장규모는 4억 4,726만 달러로, 이 중에서 꿀 베이스 스프레드가 3억 6,667만 달러의 규모로, 82.0%의 가장 높은 시장 점유율을 차지함

- 2016년 기준 견과류 베이스 스프레드는 6,088만 달러로 달콤한 스프레드류 시장 내 13.6%의 점유율을 차지하고 있으며, 초콜릿 베이스 스프레드 시장 규모는 1,971만 달러로, 4.4%의 가장 낮은 시장 점유율을 차지하고 있음



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	Euromonitor	www.euromonitor.com
2	일본식품산업신문	www.ssnpc.co.jp
3	中央日報	japanese.joins.com
4	일본 소비자청	www.caa.go.jp
5	후지니코니 식품라벨가이드	www.shokuhin-shizuoka.jp
6	Rakuten	www.rakuten.co.jp
7	일본롯데면세점	www.japan.lottedfs.com

Keyword	
분류	주요 키워드(일문)
소비	- 스프레드 소비(スプレッド消費) - 스프레드 소비층(スプレッド消費層)
제품	- 녹차 밀크 스프레드(緑茶ミルクスプレッド) - 한국 녹차 밀크 스프레드(韓国緑茶ミルクスプレッド)
유통	- 녹차 밀크 스프레드 유통(緑茶ミルクスプレッド流通) - 유통 동향(流通動向)
정책	- 스프레드 표시 기준(スプレッド表示基準) - 스프레드 수입 규정(スプレッド輸入規定)

	<h3>Trend 01. Consumption Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> · 스프레드 제품을 요거트 및 시리얼과 함께 섭취, 주 소비층은 50대 이상 - 건강과 웰니스에 대한 인식이 확산되면서 요거트나 시리얼과 함께 섭취하는 소비자가 늘어남 - 스프레드 및 잼 소비층의 80%가 50대 이상이며 시니어층을 타겟으로 하는 스프레드 제품 개발이 많이 진행됨
	<h3>Trend 02. Item Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> · 제주도산 녹차 밀크 스프레드 오설록 제품 인기 - 일본 온라인 쇼핑몰 라쿠텐, Q100, 야후 쇼핑에서 인기리에 판매되고 있음 - 오설록 제품은 선물용으로 인기이며 일본의 인스타그램이나 블로그 리뷰에서도 손쉽게 찾아볼 수 있음
	<h3>Trend 03. Distribution Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> · 백화점·대형마트 하락세, 편의점 컨셉다양화로 성장세 - 실적 부진으로 백화점과 대형마트들이 폐점함. 편의점은 컨셉다양화를 통해 소비층을 넓힘 · 한국산 녹차 밀크 스프레드 제품, 면세점에서 인기리에 판매 - 롯데 면세점에서 일본인들을 대상으로 녹차 밀크 스프레드 제품 판매되고 있음
	<h3>Trend 04. Policy Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> · 스프레드, 잼 표시기준 준수 필요 - 스프레드 제품의 경우, 잼 표시기준에 준거하여 이름, 원재료명, 첨가물, 내용량, 유통기한, 저장방법, 공급자 등의 정보를 라벨에 기재해야 함

1. 소비 트렌드

일본 스프레드 시장, 연 10%대 성장세 기록

일본 소비자들 플레인 요거트와 그레놀라와 함께 섭취

글로벌 리서치기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 2016년 기준 일본의 스프레드 시장은 1,020억 엔을 기록했으며 연 10%대의 높은 성장세를 유지하고 있음.² 유로모니터는 이러한 스프레드 시장의 성장을 요거트나 조식용 시리얼의 소비 증가와 밀접한 연관이 있다고 전함

일본 소비자들 사이에서 건강과 웰니스에 대한 인식이 확산되면서 신선한 과일 등을 섭취하는 대신에 그레놀라나 요거트에 스프레드를 섞어 함께 먹고 있음. 과거에는 식빵 등 빵에 스프레드를 발라 섭취하는 경우가 많았지만 근래에는 요거트에 스프레드를 섞어서 섭취하는 소비자가 더 많은 편임³.

일본 스프레드 제품의 주 소비층은 50대 이상

시니어를 타겟으로 공략할 필요가 있어

일본식품산업신문은 스프레드 또는 잼 소비층의 80%가 50대 이상이라고 전함. 현재 일본에서는 시니어층을 타겟으로 하는 스프레드 제품 개발이 많이 진행됨. 일본 스프레드 제조업체들은 쇼핑을 자주 나갈 수 없는 시니어 층들을 고려한 대용량 제품을 개발하거나 노년층이 선호하는 팔을 활용한 팔앙금 스프레드 등을 개발함으로써 시장 점유율 확대에 나서고 있음

표 2.1 : 시니어층을 타겟으로 한 스프레드 제품

제품명	캠 오렌지 마말레이드 (カンピー オレンジマーマレード)	팔고물 잼 (つぶあんジャム)
제품 이미지		
제조업체	KATO Sangyo CO., LTD.(加藤産業)	Sudo Jam(スドージャム)
가격	560엔 ⁴ (780g)	200엔(130g)
특징	780g의 대용량 제품으로 장기간 사용할 수 있는 장점이 있으며 유니버설 디자인 ⁵ 적용	토카치산 팥을 100% 사용하여 팥의 풍미가 살아있는 깔끔한 단맛을 보유

출처 : KatoSangyo(www.katosangyo.co.jp), 스토ージャム(www.sudo-jam.co.jp)

2. Euromonitor, 'Spreads in Japan', 2016.11

3. 일본식품산업신문, '잼 특집(ジャム特集)', 2016.03.29

4. 1엔(JPY) = 10.10원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.07.12)

5. 유니버설 디자인(Universal Design) : 장애유무와 연령 등과 관계없이 모든 이들이 안전하게 이용할 수 있도록 설계하는 것

2. 제품 트렌드

제주도산 녹차 밀크 스프레드 브랜드 오설록 일본에서 인기리에 판매 중

일본에서 녹차 밀크 스프레드 제품으로는 제주도 오설록 브랜드가 유명한 것으로 나타남. 오프라인 매장 조사시에는 오설록 브랜드의 녹차 밀크 스프레드 제품을 찾을 수 없었지만 온라인 상에서는 라쿠텐, Q100, 야후 쇼핑, 하모니 마트 등에서 오설록 제품이 현재 인기리에 판매되고 있음을 확인함

일본의 일간지 중앙일보(中央日報)는 한국에서 녹차 밀크 스프레드 제품으로 오설록 브랜드가 가장 유명하다고 전함. 오설록은 한국에서 가장 먼저 녹차 제품을 판매하였으며 양질의 녹차 제품을 보유하고 있기 때문에 선물용으로 적절하다고 중앙일보는 전함⁶.

오설록 제품을 추천하는 일본의 인스타그램이나 블로그 리뷰도 흔히 찾아볼 수 있음. 일본의 블로거들은 한국의 명동이나 제주도를 방문한 지인들로부터 선물로 녹차 스프레드를 받는 경우가 많았으며 식빵에 발라먹거나 그레놀라와 섞어먹는 데에 활용함

표 2.2 : 일본 녹차 스프레드 SNS 후기

#緑茶スプレッド



2017/06/20 19:11:42
@akk_il_1025
先々月、ソウルへ行った時にネーミングが可笑しくて買ったレシピ本と緑茶スプレッド。"悪魔のレシピ"っていう恐ろしく高カロリーの料理やデザートが載っています 笑笑 こんな冷蔵庫にしないといけないとか...



2017/06/06 07:22:32
@purin618
#お弁当お休みだったから#ヨーグルトディッシュはじめました#みんなすごすぎ#明治ブルガリアヨーグルト #キャンペーン #ヨーグルト #グラノーラ#緑茶ラテジャム #緑茶スプレッド#おはよう #朝食



2017/02/25 22:43:11
@noritama_110
KR食い倒れツアー〜スイーツ①オソロック 明治 洞緑茶 ☺ラテ・緑茶 ☺アイス・緑茶 ☺ロールケーキ#韓国の緑茶メーカープロデュースのお店 #緑茶スプレッド #コスメ



출처 : Garow(www.garow.me)

6. 中央日報, '[Now! ソウル]バラマキ土産にも!', 2016.02.15

3. 유통 트렌드

백화점 대형마트 하락세, 편의점 대형화로 성장세

실적이 부진한 백화점과 대형마트(GMS)이 문을 닫고 있음. 일본의 백화점과 대형마트는 인수합병과 폐점을 통해 채산성이 떨어지는 점포를 줄이고 도쿄와 수도권 매출 실적이 좋은 점포만을 남겨 경쟁력을 강화하는 방안을 실행하고 있음

편의점은 시장 세분화를 통해 입지를 넓히고 있음. 일본의 편의점 브랜드인 로손(LAWSON)은 고급 PB상품을 먼저 선보이는 테스트베드⁷. 매장인 ‘내추럴 로손’과 100엔짜리 상품만 취급하는 ‘로손100’으로 매장 컨셉을 다양화해 타깃 고객층을 확보함⁸.

한국산 녹차 밀크 스프레드 제품, 면세점에서 인기리에 판매

오설록 브랜드의 녹차 밀크 스프레드는 주로 롯데 면세점에서 한국을 방문하는 일본 여행객들을 대상으로 판매되고 있음. 오설록은 2만원 이상 구매한 소비자들에게 마스크 팩 2개를 사은품으로 제공하는 프로모션도 진행하고 있음. 일본 소비자들은 해당 제품이 달콤하고 저렴해 선물용으로 적합하다고 생각하여 구매함

표 2.3 : 일본 롯데면세점 녹차 밀크 스프레드 판매정보

The screenshot shows the product page for 'Green Tea Milk Spread 200g' on the Lotte Duty Free website. The product is by the brand OSULLOC. The page displays the following information:

- Brand:** OSULLOC
- Reference Code:** 411112398
- Product Code:** 2723128245
- Regular Price (Retail Price):** 約 ¥ 684 (\$6)
- Sale Price:** 約 ¥ 456 (\$4) **↓ 33%**
- Online Member Price:** 約 ¥ 456 (\$4) **↓ 33%**
- Point:** 92 [2.00] (Points can be used for purchase)

출처 : 일본 롯데면세점(www.japan.lottedfs.com)

7. 테스트베드(Test Bed) : 새로운 기술·제품·서비스의 성능 및 효과를 시험할 수 있는 환경 혹은 시스템 혹은 설비
 8. 매일경제, '2016년 하반기 일본 유통 트렌드', 2016.09.30

4. 정책 트렌드

스프레드, 잼 표시기준(ジャムの品質表示基準) 준수 필요

일본에 수출하고자 하는 스프레드, 마말레이드 등 잼류 제품들은 일본 소비자청이 고시한 ‘잼 표시기준(ジャムの品質表示基準)’에 준거하여 라벨 표기사항을 기재해야 함⁹.

‘잼 표시기준’에 따르면 1종류 이상의 과일·야채를 사용한 경우 과일·야채를 잼 이름 앞에 명기해야 하며 2종류 이상을 사용한 경우 믹스 잼 또는 마말레이드라고 기재해야 함. 원재료의 경우 2종류 이상을 사용한 경우 ‘과일(딸기, 사과) 등’으로 기재해야 함¹⁰.

표 2.4 : 잼 라벨링 가이드

표시사항	<ul style="list-style-type: none"> · 이름 : 1 종류의 과일·야채를 사용한 경우 과일·야채를 잼 이름 앞에 기재하며, 2 종류 이상의 과일 등을 사용한 경우 믹스 잼이라고 기재 · 원재료명 : 2종류 이상의 과일을 사용한 것에 대해서는 “과일(딸기, 사과)” 등으로 기재, 마말레이드의 경우 “감귤류(여름 밀감, 오렌지)”로 설명 · 첨가물 : 첨가물에서 차지하는 중량 비율이 많은 순으로 나열. 알레르기 주의성분 기재 · 내용량 : g 또는 kg 단위로 표시 · 유통기한 : 연, 월, 일로 기재 · 저장방법 : 온도 등 필수정보 기재 · 공급자 : 성명, 명칭, 주소를 기재 															
표기방법 예시	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">이름(名称)</td> <td>딸기 잼</td> </tr> <tr> <td>원재료명(原材料名)</td> <td>딸기, 당류(설탕, 물엿)</td> </tr> <tr> <td>원료원산지명(原料原産地名)</td> <td>유화제(펙틴), 산미료</td> </tr> <tr> <td>내용량(内容量)</td> <td>100g</td> </tr> <tr> <td>유통기한(賞味期限)</td> <td>△년 △월 △일</td> </tr> <tr> <td>저장방법(保存方法)</td> <td>직사광선을 피하고 습도가 낮은 곳에 실온 보관하십시오</td> </tr> <tr> <td>공급자(製造者)</td> <td>○○ 농장 시즈오카 타로 시즈오카 현 ○○시 ○○ 1-1</td> </tr> </table>		이름(名称)	딸기 잼	원재료명(原材料名)	딸기, 당류(설탕, 물엿)	원료원산지명(原料原産地名)	유화제(펙틴), 산미료	내용량(内容量)	100g	유통기한(賞味期限)	△년 △월 △일	저장방법(保存方法)	직사광선을 피하고 습도가 낮은 곳에 실온 보관하십시오	공급자(製造者)	○○ 농장 시즈오카 타로 시즈오카 현 ○○시 ○○ 1-1
이름(名称)	딸기 잼															
원재료명(原材料名)	딸기, 당류(설탕, 물엿)															
원료원산지명(原料原産地名)	유화제(펙틴), 산미료															
내용량(内容量)	100g															
유통기한(賞味期限)	△년 △월 △일															
저장방법(保存方法)	직사광선을 피하고 습도가 낮은 곳에 실온 보관하십시오															
공급자(製造者)	○○ 농장 시즈오카 타로 시즈오카 현 ○○시 ○○ 1-1															

출처 : 후지노쿠니 식품라벨가이드(www.shokuhin-shizuoka.jp)

9. 일본 소비자청, ‘ジャム類品質表示基準’, 2011.09.30

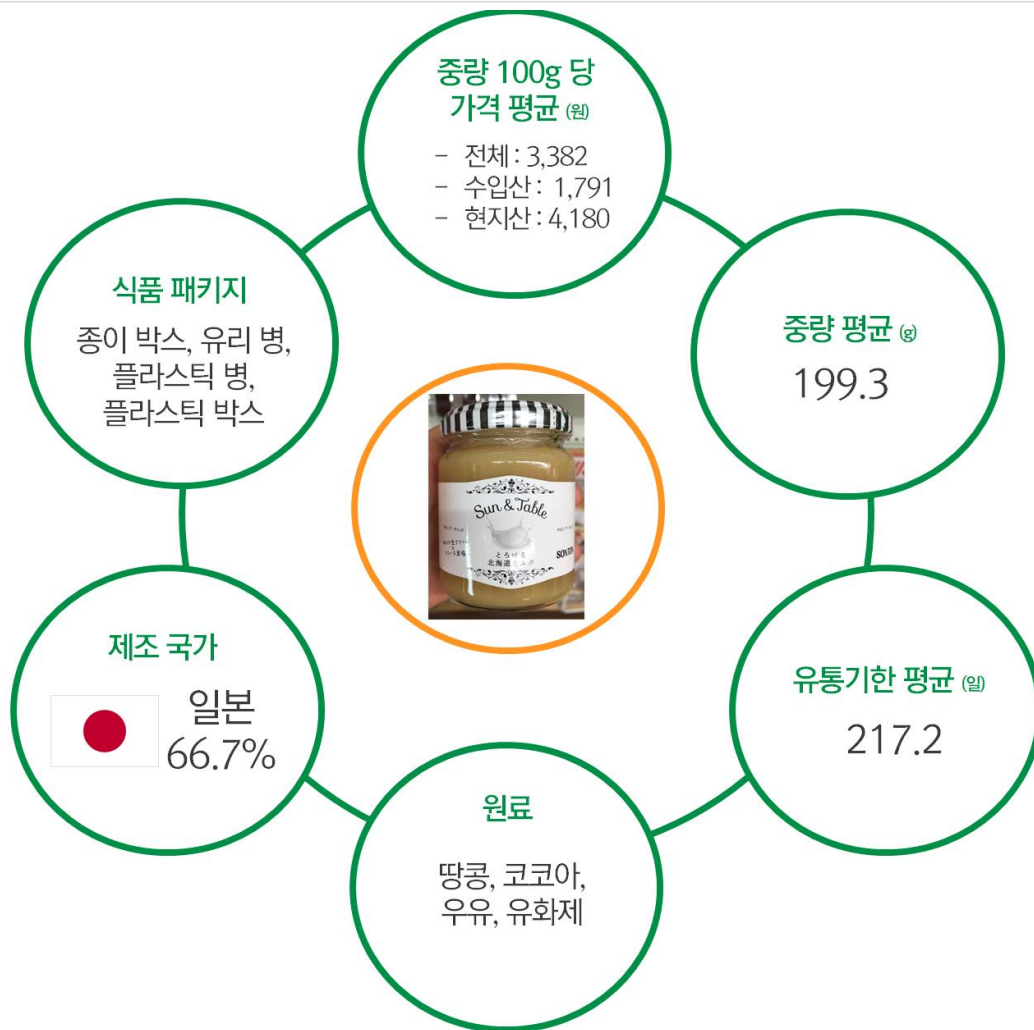
10. 후지니코니 식품라벨가이드, ‘잼(ジャム)’

Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

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

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※중량, 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

구분	제품명	제조사	제조국가
1	누텔라	페레로	호주
2	피너츠버너슈퍼천크	스키피	미국
3	피너츠버터크리미	스키피	미국
4	마론스프레드	에스비식품	프랑스
5	밀크잼	에스비식품	프랑스
6	녹는 북해도 밀크	손톤	일본
7	피너츠	손톤	일본
8	초콜릿크림 (스프레드)	카토산업	일본
9	피너츠크림 (스프레드)	카토산업	일본
10	피너츠버터크리미 (스프레드)	다이쇼	일본
11	맛차	세존팩토리	일본
12	로얄밀크티	세존팩토리	일본
13	진한밀크티	세존팩토리	일본
14	밀크잼	사와야	일본
15	피너츠페이스트	아자부가와고에야	일본

출처 : 현지 방문조사(Don Quijote, Isetan, Santoku, Takashimaya, 2017.07)

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

할인매장	백화점	슈퍼마켓	백화점
Don Quijote	Mitsukoshi Isetan	Santoku	Takashimaya
			
新宿区大久保1-12-6	東京都新宿区新宿3-14-1	新宿区西早稲田3-12-5	東京都渋谷区千駄ヶ谷5-24-2

출처 : 현지 방문조사(Don Quijote, Isetan, Santoku, Takashimaya, 2017.07)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 15개 선정¹¹⁾

구분	제품명	제조사	제조국가
1	누텔라	페레로	호주
2	피너츠버너슈퍼천크	스키피	미국
3	피너츠버터크리미	스키피	미국
4	마론스프레드	에스비식품	프랑스
5	밀크잼	에스비식품	프랑스
6	녹는 복해도 밀크	손톤	일본
7	피너츠	손톤	일본
8	초콜릿크림 (스프레드)	카토산업	일본
9	피너츠크림 (스프레드)	카토산업	일본
10	피너츠버터크리미 (스프레드)	다이쇼	일본
11	맛차	세존팩토리	일본
12	로얄밀크티	세존팩토리	일본
13	진한밀크티	세존팩토리	일본
14	밀크잼	사와야	일본
15	피너츠페이스트	아자부가와고에야	일본

출처 : 현지 방문조사(Don Quijote, Isetan, Santoku, Takashimaya, 2017.07)

분석 지표 설정 - 6개 항목

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

11. HS CODE 2007.99 품목 수입액 통계의 경우 의뢰 제품인 녹차밀크스프레드 제품 이외에도 기타 설탕을 첨가한 잼 과실젤리 품목도 포함되어 집계된 수치임. 본 현지조사는 녹차밀크스프레드의 동종 및 유사제품을 대상으로 조사하였으며 표본조사로 진행되기 때문에 수출입통계에서 수입액 상위권을 차지한 국가의 제품이 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

일본 내 녹차 밀크 스프레드 유사 경쟁제품, 100g당 평균 가격 3,382원¹².

일본 내 판매가 확인된 유사 경쟁제품의 중량 당 가격을 분석한 결과 현지산 및 수입산 제품의 100g당 평균 가격이 3,382원으로 산출됨

현지산 제품의 중량 100g당 가격 평균은 4,180원, 수입산의 100g당 가격 평균은 1,791원으로, 2배 이상의 큰 차이가 나타남. 따라서 제품 수출 시 가격 경쟁력 확보가 중요할 것으로 보임

경쟁제품의 평균 중량은 199.3g으로 나타났으며, 유통기한은 평균적으로 217.2일로 분석됨¹³.

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g)당 가격

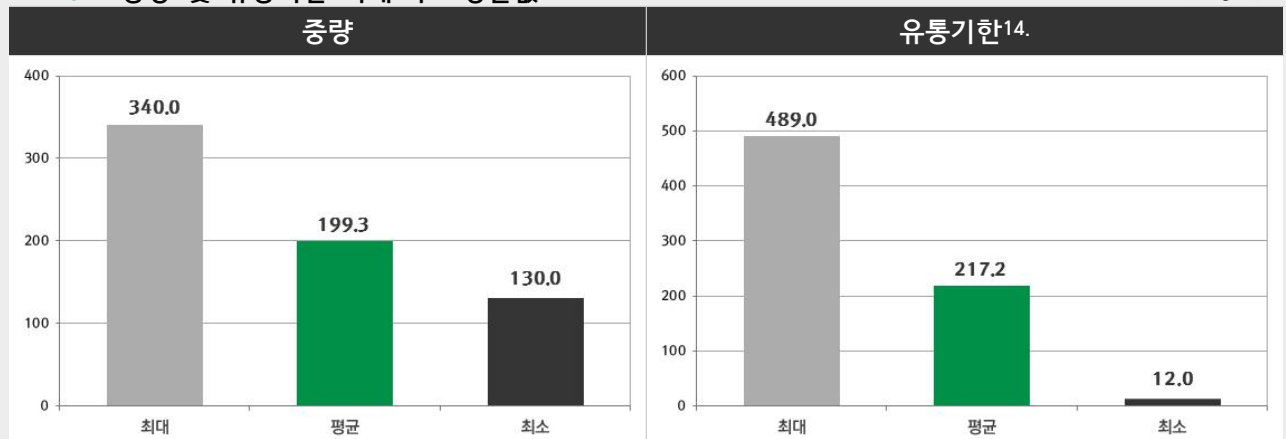
(단위 : 원)



출처 : 현지 방문조사(Don Quijote, Isetan, Santoku, Takashimaya, 2017.07), 15개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값

(단위 : g, 일)



출처 : 현지 방문조사(Don Quijote, Isetan, Santoku, Takashimaya, 2017.07), 중량 : 15개 제품 기준, 유통기한 : 15개 제품 기준

12. 1엔(JPY) = 10.10원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.07.12)

13. 중량, 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

14. 유통기한이 표기된 제품은 현지산 10개, 수입산 5개로 총 15개 제품이며, 제조일자는 조사일자 기준으로 측정함

3. 정성 분석

유사 경쟁제품의 외장재는 유리 병, 플라스틱 병 등으로 구분

총 15개의 경쟁제품 중 8개 제품은 외장재가 유리 병 소재였으며 4개 제품은 플라스틱 병, 1개 제품은 플라스틱 박스, 그리고 2개 제품이 종이 박스로 조사됨. 제품 평균 중량 100g 기준으로 가장 저렴한 제품의 외장재는 종이 박스, 플라스틱 병, 플라스틱 박스, 유리 병 순으로 나타남. 대부분 투명한 소재를 사용하여 제품의 신선도와 색상을 노출함

경쟁제품 66.7%의 원산지가 일본

선정된 15개의 경쟁제품 중 10개 제품의 제조국가가 일본으로 나타남. 호주, 미국, 프랑스에서 제조된 수입산 제품은 총 5개로 조사됨. 수입제품들은 주로 백화점에 많이 진열되어 있으며, 현지산 제품의 경우 백화점, 슈퍼마켓, 할인매장 등 다양한 유통매장에서 발견됨

유사 경쟁제품의 다양성 및 선호도

일본 내 하이퍼마켓/백화점에서 녹차 스프레드 제품은 세존팩토리의 맛차 제품 1개로 조사되었으며, 땅콩, 코코아, 우유, 밀크티 맛의 스프레드가 주로 판매되고 있음. 밤 맛 스프레드 제품도 조사됨

표 3.3 : 녹차잼 유사 경쟁제품 외장재 분류 예시



출처 : 현지 방문조사(Don Quijote, Isetan, Santoku, Takashimaya, 2017.07)

표 3.4 : 경쟁제품 제조국가




제품명	제조국가	제조국가 비중
누텔라	호주	<p>■ 수입산 ■ 현지산</p>
피너츠버너슈퍼천크	미국	
피너츠버터크림	미국	
마론스프레드	프랑스	
밀크잼	프랑스	
녹는 북해도 밀크	일본	
피너츠	일본	
초콜릿크림 (스프레드)	일본	
피너츠크림 (스프레드)	일본	
피너츠버터크림 (스프레드)	일본	
맛차	일본	
로얄밀크티	일본	
진한밀크티	일본	
밀크잼	일본	
피너츠페이스트	일본	

출처 : 현지 방문조사(Don Quijote, Isetan, Santoku, Takashimaya, 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
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	업체명	페레로	스키피
	제품명	누텔라	피너츠버터슈퍼천크
	용량(g)	200	340
	가격(엔)	380	498
	포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
	원료	설탕, 식물성 유지, 헤이즐넛, 탈지 분유, 코코아 파우더, 유화제 (대두), 향료	땅콩, 설탕, 식물성 기름 (콩기름 포함), 소금
	유통기한 (일)	237	235
제조국가	호주	미국	
취급처	판매확인 매장	Santoku	Santoku





4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #03	제품 #04
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	스키피	스키피
	제품명	피너츠버터크림	마론스프레드
	용량(g)	340	225
	가격(엔)	498	454
	포장형태	플라스틱 병	유리 병
	원료	땅콩, 설탕, 식물성 기름 (공기름 포함), 소금	설탕, 밤 / 바닐라 향료
	유통기한 (일)	235	396
제조국가	미국	프랑스	
취급처	판매확인 매장	Santoku	Takashimaya




4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #05	제품 #06
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	에스비식품	스톤
	제품명	밀크잼	녹는 북해도 밀크
	용량(g)	225	160
	가격(엔)	454	238
	포장형태	유리 병	유리 병
	원료	설탕, 밤 / 바닐라 향료	설탕, 연유, 캐러멜 페이스트, 크림, 우유, 소금, 증점다당류, 유화제
	유통기한 (일)	392	135
제조국가	프랑스	일본	
취급처	판매확인 매장	Takashiyama	Don Quijote





4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #07	제품 #08
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	스톤	카토산업
	제품명	피너츠	초콜릿크림(스프레드)
	용량(g)	180	150
	가격(엔)	278	88
	포장형태	플라스틱 병	종이 박스
	원료	땅콩 버터, 설탕, 쇼트닝, 식물성 유지, 분유, 전분, 식염, 유화제	당류 (물엿, 맥아당, 설탕, 포도당), 팜유, 코코아, 코코아 매스, 말티톨, 우무, 소금, 탈지분유, 땅콩, 유화제, 향료
	유통기한 (일)	112	207
제조국가	일본	일본	
취급처	판매확인 매장	Don Quijote	Don Quijote

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #09	제품 #10
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	카토산업	다이쇼
	제품명	피너츠크림(스프레드)	피너츠버터크리미(스프레드)
	용량(g)	150	225
	가격(엔)	88	378
	포장형태	종이 박스	플라스틱 박스
	원료	당류 (물엿, 맥아당, 포도당, 설탕), 땅콩, 팥유, 말티톨, 소금, 우무, 탈지 분유, 강화제 (탄산 칼슘), 유화제, 향료	땅콩 버터, 쇼트닝, 설탕, 덱스트린, 크리밍파우더, 탈지 분유, 포도당과당액설탕, 식물성 유지
	유통기한 (일)	207	153
제조국가	일본	일본	
취급처	판매확인 매장	Don Quijote	Don Quijote

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #11	제품 #12
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	세존팩토리	세존팩토리
	제품명	맛차	로얄밀크티
	용량(g)	155	155
	가격(엔)	1,296	1,296
	포장형태	유리 병	유리 병
	원료	우유, 크림, 설탕, 가당연유, 환원맥아당물엿, 맛차, 트레할로스, 겔 화제(펙틴)	우유, 설탕, 크림, 가당연유, 환원맥아물엿, 녹차 추출물, 캐러멜 소스, 버터, 향료, 겔 화제(펙틴)
	유통기한 (일)	12	104
제조국가	일본	일본	
취급처	판매확인 매장	ISETAN	ISETAN

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #13	제품 #14
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	세존팩토리	사와야
	제품명	진한밀크	밀크잼
	용량(g)	175	130
	가격(엔)	1,296	810
	포장형태	유리 병	유리 병
	원료	우유, 설탕	우유, 과일 설탕 (국산), 크림 (우유 성분 포함)
	유통기한 (일)	42	489
제조국가	일본	일본	
취급처	판매확인 매장	ISETAN	ISETAN

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #15
제품 이미지	앞면	
	뒷면	
제품스펙	업체명	아자부가와고에야
	제품명	피너츠페이스트
	용량(g)	180
	가격(엔)	929
	포장형태	유리 병
	원료	땅콩, 설탕, 식물성 유지, 식염
	유통기한 (일)	303
제조국가	일본	
취급처	판매확인 매장	ISETAN

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사분석 OVERVIEW

OSULLOC
JEJU TEA GARDEN SINCE 1979

SONTON

NFS
NORTH FARM STOCK

		오설록	Sonton Food Industry	North Farm Stock
		한국	일본	일본
기업 개요	설립년도	2006년	1948년	1964년
	직원 수	6,236명(2016년 기준)	513명(2012년 기준)	64명(2016년 기준)
	공장 수	- 15.	2개(2017년 기준)	1개(2017년 기준)
	매출액	5조 6,454억 4,016만원 (2016년 기준)	253억 3,300만 엔 (2012년 기준)	- 16.
	취급품목	화장품, 생활용품, 차 제품 등	잼, 스프레드, 휘핑크림 등	잼, 스프레드, 과자 등
제품 정보		오설록 녹차밀크스프레드		우유잼
		제주섬 녹차초콜릿바		딸기잼
				말차 우유잼
				호박 우유잼
홍보 전략	홍보 채널			
	캐치 프레이즈	명차 대회 및 차 품평 대회 수상	조리법 공시	우수업체 선정 이력
		오설록 티하우스 운영	Sun & Table utorokeru 北海道ミル 「朝の食卓に彩りを与える次種のような存在のジャム」をコンセプトにし、2種のこだわり素材をブレンドし、素材のおいしさを最大限に生かすために北海道産 練乳・生クリームとローレーヌ産の組合せ。なめらかな食感を追求した、特別な製法を採用。フランス産のローレーヌ産を加えることでコクのある、まろやかな味わい	아침 식탁을 비추는 태양과 같은 잼

15. 아모레퍼시픽 홈페이지 조사결과, 공장 수에 관한 정보 확인이 불가함

16. North Farm Stock 홈페이지 조사결과, 매출액에 관한 정보 확인이 불가함

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 시장 점유율 상위 기업 Global Data 활용

- 2015년 기준, 일본 내 시럽&스프레드 유통기업 점유율 조사(2015년 기준)
- Sonton Food Industry(13.1%)
- Kewpie Corporation(12.5%)
- Narimpex Ltd(3.8%)

방법론 02. 온라인 쇼핑몰 조사 온라인 쇼핑몰 조사


- 키워드 : 抹茶ミルクジャム, Green tea milk spread, ミルクジャム
- 온라인 쇼핑몰 분석
- Rakuten(www.rakuten.co.jp)
- Amazon(www.amazon.co.jp)
- Kakaku.com(www.kakaku.com)

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

- + 방법론 01 (시장 점유율)
- + 방법론 02.(온라인 조사)

한국, 현지 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과¹⁷.

한국	현지(일본)	현지(일본)
		
· 시장 점유율 상위 기업 <input type="checkbox"/>	· 시장 점유율 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 시장 점유율 상위 기업 <input type="checkbox"/>
· 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 checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input type="checkbox"/>

17. 현지조사 결과 의뢰 제품인 녹차밀크스프레드 제품과 동일한 제품 판매가 확인되지 않아 온라인 조사를 통해 동종 제품을 취급하는 경쟁사를 추가로 조사하여 선정함. 오설록은 아모레퍼시픽의 녹차브랜드로 현지 방문 매장에서 판매확인이 불가하였지만, 온라인 쇼핑몰 조사 결과 한국 업체 중 일본에 진출한 유일한 녹차밀크스프레드 제조업체로 확인되어 경쟁사로 선정함. North Farm Stock의 경우 현지 방문 매장에서 판매확인이 불가하였지만, 일본 온라인 쇼핑몰 사이트에서 찾아볼 수 있는 온라인 판매 상위 브랜드로 확인되어 경쟁사로 선정함

2. 경쟁사별 현황 파악

오설록 정보

- 대표 전화 : +82-80-023-5454
- 주소 : 제주특별자치도 서귀포시 안덕면 서광리
- 출처 : 오설록(www.osulloc.com)

한국 기업 분석 : 오설록

오설록은 아모레퍼시픽의 차 브랜드로, 1983년 황무지였던 15만 평의 땅을 개간하여 녹차 공장을 만든 것이 시작임. 브랜드명인 오설록은 눈 속에서도 피어나는 녹차의 생명력과 Origin of Sulloc의 의미를 갖고 있음. Jeju Tea Museum과 오설록 티하우스라는 카페도 운영하며, 우리나라 고유의 차 문화를 부흥시키고자 하는 노력을 하고 있음

[기업 개요]18.

① 설립년도	2006년
② 직원 수	6,236명(2016년 기준)
③ 공장 수	- 19.
④ 매출액	5조 6,454억 4,016만원(2016년 기준)
⑤ 취급품목	화장품, 생활용품, 차 제품 등

OSULLOC
JEJU TEA GARDEN SINCE 1979


출처 : Amore Pacific(www.apgroup.com), 오설록(www.osulloc.com)

[제품 정보]

오설록 대표제품				
	오설록 녹차밀크스프레드	제주섬 녹차초콜릿바	제주 난꽃향 그린티	프리미엄 가루녹차

출처 : 오설록(www.osulloc.com)

[홍보 전략]

오프라인 홍보	캐치프레이즈
“ 명차 대회 및 차 품평 대회 수상 ”	“ 어디서나 멋있게, 맛있게 즐기는 Tea ”
	어디서나 멋있게, 맛있게 즐기는 Tea
2011-2014년 일본 시즈오카에서 열린 세계 녹차 콘테스트에서 금상을 수상하며 뛰어난 품질을 인정받는 등 각종 명차 대회 및 차 품평 대회를 통해 브랜드와 품질에 대한 인지도를 제고하고 있음	차 문화의 대중화를 도모함

출처 : 오설록(www.osulloc.com)

18. 오설록은 아모레퍼시픽의 녹차 브랜드로, 오설록 홈페이지 조사결과 기업 정보에 관한 정보 확인이 불가하여 아모레퍼시픽의 기업 정보를 기입함
19. 아모레퍼시픽 홈페이지 조사결과, 공장 수에 관한 정보 확인이 불가함

2. 경쟁사별 현황파악

Sonton Food Industry 정보

- 대표 전화
- ① : +81-3-6386-7801
- 주소
- ② : 東京都江東区東陽6-3-2
- イースト21タワー

출처 : Sonton Food Industry
(www.sonton.jp)

현지 기업 분석 : Sonton Food Industry

Sonton Food Industry는 1948년 설립된 기업으로 가정용과 도매용, 잼, 스프레드, 휘핑크림 등을 생산 및 유통하는 일본의 다국적 회사임. 당사는 일본 내 점유율 최대의 잼 유통 업체이며, 중국과 인도네시아에 자회사를 두고 있음

다양한 컨셉의 7개 브랜드를 보유하고 있으며 주로 과일 잼, 스프레드를 판매하고 있음. 경제성을 살린 ‘패밀리잼’, 가능성을 살린 ‘가능성 스프레드’, 유기농 재료만을 사용한 ‘유기농 잼’, 향이 특징인 ‘향기 스프레드’ 등이 있음

[기업 개요]

① 설립년도	1948년
② 직원 수	513명(2012년 기준)
③ 공장 수	2개(2017년 기준)
④ 매출액	253억 3,300만 엔(2012년 기준)
⑤ 취급품목	잼, 스프레드, 휘핑크림 등



출처 : Sonton Food Industry(www..sonton.jp)

[제품 정보]

Sonton Food Industry
대표제품



우유잼



딸기잼



복숭아, 살구잼

출처 : Sonton Food Industry(www.sonton.jp)

[홍보 전략]

온라인 홍보

“ 다양한 조리법 게재 ”

NEW

신규레시피



ヘルシー焼き蜂蜜ケーキ
揚げないのでヘルシーにさっぱり食べられます♪



シュワッとジャムゼリー♪
ジャム×ゼリーが何やかやで美味しい！見た目もキラキラ、セクシなスイーツです♪

PICK UP

ピックアップレ시피



これからの季節におうちで作ろう！ジャムでかき氷☆
シロップがなくても大丈夫！あうりにあってもジャムで美味しいかき氷ができます！



ジャムでドレッシング
ジャムであじゅれ！さっぱり野菜がもり食べられます♪

Sonton의 상품을 이용한 조리법을 게재하여 구매 촉진

캐치프레이즈

“ 아침 식탁을 비추는 태양과 같은 잼 ”

Sun & Table とろける北海道ミルク

「朝の食卓に彩りを与える太陽のような存在のジャム」をコンセプトにした瓶ジャムシリーズです。2種のこだわり素材をブレンドし、素材のおいしさを最大限に生かしました。北海道産 練乳・生クリームとロレーヌ岩塩の組合せ。なめらかな食感を追求した、特別な製法を採用。フランス産のロレーヌ岩塩を加えることでコクのある、まるやかな味わいに仕上げました。

Sun&Table 이라는 문구는 잼을 아침 식탁을 비추는 태양에 비유함

출처 : Sonton Food Industry(www.sonton.jp)

2. 경쟁사별 현황 파악

North Farm Stock 정보

· 대표 전화
: +81-126-22-6540
· 주소
: 北海道岩見沢市5条東3丁目
2番地1号

출처 : North Farm Stock
(www.northfarmstock.com)

현지 기업 분석 : North Farm Stock

North Farm Stock은 1964년 설립된 기업이며 잼, 스프레드, 과자 등을 생산·유통·판매를 전문으로 하는 일본의 회사이며 특히 홋카이도 지역의 특산물을 재료로 사용하는 것이 특징임

특히 20여 종의 North Farm Stock 잼은 Rakuten, Amazon 등 온라인 쇼핑몰에서 인기를 받고 있음. 당사는 Rakuten에서 2012년, 2013년, 2014년 연속 홋카이도 지역 우수 업체로 선발되기도 함

[기업 개요]

① 설립년도	1964년
② 직원 수	64명(2016년 기준)
③ 공장 수	1개(2017년 기준)
④ 매출액	- 20.
⑤ 취급품목	잼, 스프레드, 과자 등




출처 : North Farm Stock(www.northfarmstock.com)

[제품 정보]

North Farm Stock 대표제품			
	말차 우유잼	호박 우유잼	블루베리 우유잼

출처 : North Farm Stock(www.northfarmstock.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
<p>“ Rakuten에서 선정한 우수업체 ”</p>  <p>ギフト&グルメ北海道は、ギフトショップとして実績と経験があります。</p> <p>楽天市場 SHOP OF THE AREA 2014 北海道エリア受賞 楽天市場 SHOP OF THE AREA 2013 北海道エリア受賞 楽天市場 SHOP OF THE AREA 2012 北海道エリア受賞</p> <p>2013年グルメ大賞 さくらんぼ「佐藤錦・プレミアムボックス」 楽天市場 EXPO Award2013「成功のコンセプト賞」</p>	<p>“ 수제에 대한 집념 ”</p> <p>手づくりへのこだわり</p>
<p>2012, 2013, 2014 온라인 쇼핑몰 Rakuten에서 선정한 홋카이도 지역 우수업체로 선정된 이력을 판매 페이지에 공시</p>	<p>직접 볼 수 있는 범위에서 생산된 원료를 수작업하여 제품을 생산하는 것을 고집함</p>

출처 : Rakuten(www.item.rakuten.co.jp), North Farm Stock(www.northfarmstock.com)

20. North Farm Stock 홈페이지 조사결과, 매출액에 관한 정보 확인이 불가함

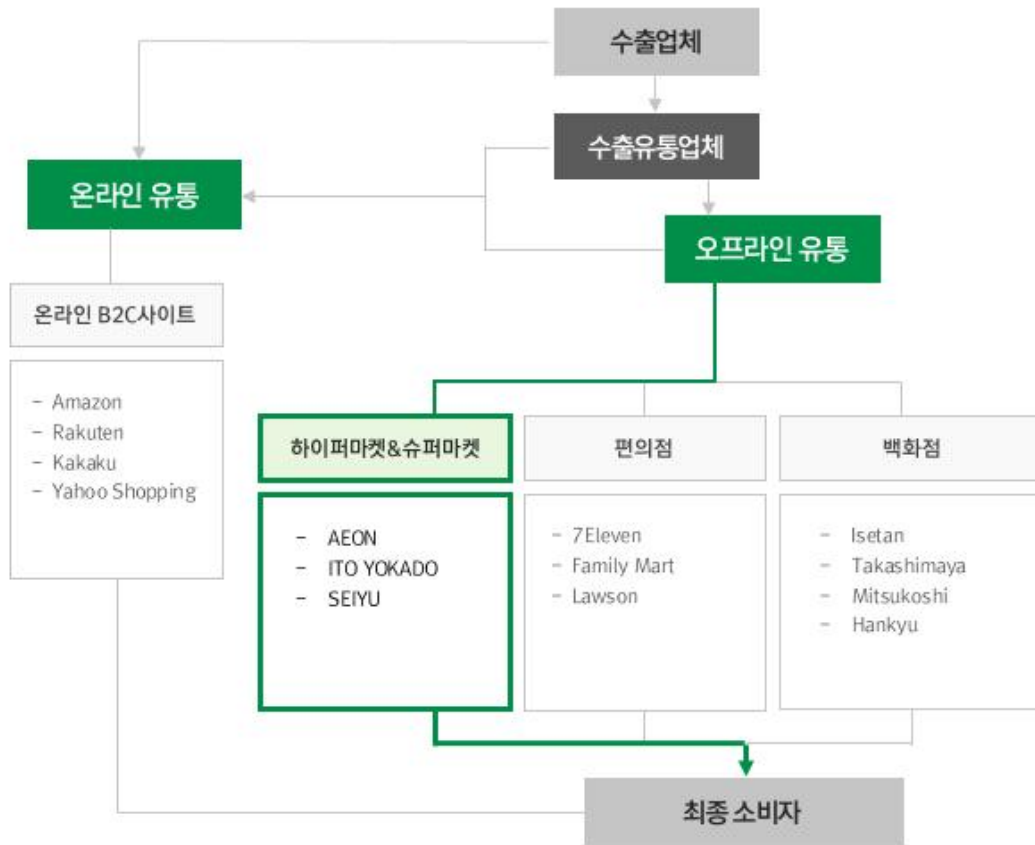
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

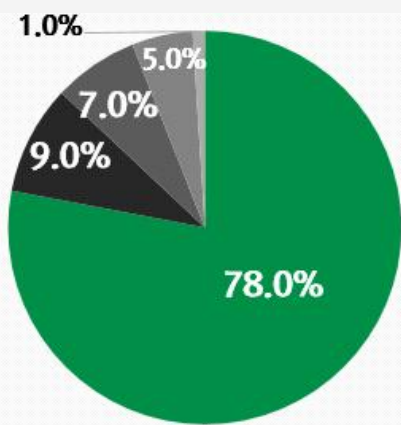
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 특징



유통채널별 정의 및 특징

- 하이퍼마켓&슈퍼마켓 : 일용잡화류를 판매하는 소매점으로 면적이 최소 400 ~ 5,000㎡ 이상임
- 편의점 : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점으로 현대적 유통채널 중 가장 빠르게 성장하는 업태 중 하나임
- 백화점 : 여러 가지 상품을 부문별로 나누어 진열·판매하는 대규모의 현대식 종합 소매점
- 식음료 전문점 : 특정 식음료 종류를 통해 수입의 대부분을 창출하는 소매점
- 기타 : 전자상거래, 재래시장을 포함함

출처 : Global Data, 'Syrups & Spreads' 일본 유통점유율(2015년 기준)

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓&슈퍼마켓

: 변화의 갈림길에 선 GMS²¹.

일본 내 Syrup&Spread분야의 시장 점유율은 하이퍼마켓&슈퍼마켓이 78%를 차지함. 그러나 최근 일본 편의점들이 점포수를 늘려 외형을 확대하는 등 점유율 증대를 꾀하고 있음

이렇듯 편의점과의 시장점유율 구도에서 열세를 보이고 있는 하이퍼마켓&슈퍼마켓은 차별점을 두고자 PB(Private brand)브랜드를 강화하고, 고령화된 소비층을 대상으로 세일즈 전략을 모색하기 시작함. 예로, 고령층을 겨냥한 상품구성 및 매장 리뉴얼 단행 그리고 신규 브랜드 출점 등 적극적인 대응방안을 마련하고 있음. 한편 일본 최대 유통그룹인 AEON은 자회사 ‘다이에 마트’를 식·음료품 전문 취급점인 ‘이온 푸드 스타일 스토어’로 만드는 등의 전략을 통해 경쟁력을 확보하고 있음

ROUTE #2. 편의점

: 일본 편의점 문화 발달, 접근성 발달로 인해 이용자수 늘어

일본 내 편의점은 약 5만여 개가 존재하며, 업체 간의 경쟁이 치열함. 일본의 편의점 시장규모는 2000년에 6.4조 엔에서 2015년에는 10조 엔으로 성장함

일본 편의점 점유율 상위 3개 기업(7-Eleven, Lawson, Family Mart)은 자체 PB 상품을 개발하여 가격을 낮추고, 편의점 내에 조리시설을 갖추어 간편 식품을 구매 후 즉시 섭취할 수 있게 편의성을 도모하고, 대량 구매를 장려하기 위해 배달시스템을 도입하는 등 하이퍼마켓&슈퍼마켓과의 차별점을 두어 소비자를 유치하기 위해 힘쓰고 있음

21. General Merchandising Store, 미국에서 발달한 소매업의 한 형태로, 체인 오퍼레이션을 실시하고 우수한 상품개발력을 갖추고 있는 종합소매업

1. 추천 진출 경로

ROUTE #3. 백화점

: 인구감소로 인한 백화점의 입지 축소

백화점은 일본 내 Syrup&Spread분야의 시장 점유율에서 7%를 차지함. 최근 일본에서는 백화점의 성장률이 하락세를 보이고 있는데, 일본 산업 분석 연구기관인 노무라경제연구소는 총 인구 및 세대원 수 감소가 소매시장 위축이란 결과를 낳았고, 소비패턴 및 고객 요구사항이 세분화되면서 방문율이 급감했다고 분석함²².

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 자국민 상대의 백화점인 이세탄 다치카와점은 -0.4%, 미츠코시 치바점은 -5.3% 감소세를 기록함. 이에 백화점 업계는 다양한 고객층 확보를 위해 제품 구성을 세분화하는 등 적극적으로 고객 서비스를 개선하기 위해 다양한 변화를 실시하고 있음

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

1. 추천 진출 경로

시장 점유율

Global Data에 따르면 2015년 기준 일본 ‘Syrups&Spreads’의 시장 점유율은 하이퍼마켓&슈퍼마켓이 78%, 편의점이 9%, 백화점이 7%를 기록함

제품 컨셉

일본의 1인 가구 급증, 노령인구 증가와 같은 사회적 요인으로 인해 간편 즉석 조리 식품시장이 확산되고 있음. 이에 따라 집에서 요리를 할 때 첨가해 먹는 된장, 간장과 같은 장류의 소비가 크게 줄어들음. 따라서 어디서든지 간편하게 먹을 수 있는 소포장의 스프레드가 긍정적인 반응을 보일 것으로 사료됨. 우리나라 크라운제과의 초코하임이 국내에 짜먹는 하임스프레드 제품을 출시한 것과 같이, 일본에서도 다양한 맛의 스프레드를 스틱형으로 출시하면 현지 소비자들의 관심을 받을 것으로 사료됨^{23,24}.

한국산 취급 여부

하이퍼마켓 3개사와 백화점 1개사를 조사한 결과, 한국산 스프레드가 유통되고 있는 것을 확인할 수 없었음. 그러나 현지 조사된 15개의 제품 중, 5개 제품이 수입산 스프레드인 것으로 조사됨

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

 슈퍼마켓/하이퍼마켓	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지		
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 선호			
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 취급 유무			
 편의점	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지		
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 선호			
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 취급 유무			
 백화점	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지		
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	수입식품 선호			
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 취급 유무			

23. 식품의식경제, ‘HMR전성시대,日시장 보면 미래가 보인다’, 2017.07.04

24. 이데일리, ‘크라운제과, 짜먹는 초코하임 하임스프레드 출시’, 2017.06.07

1. 추천 진출 경로

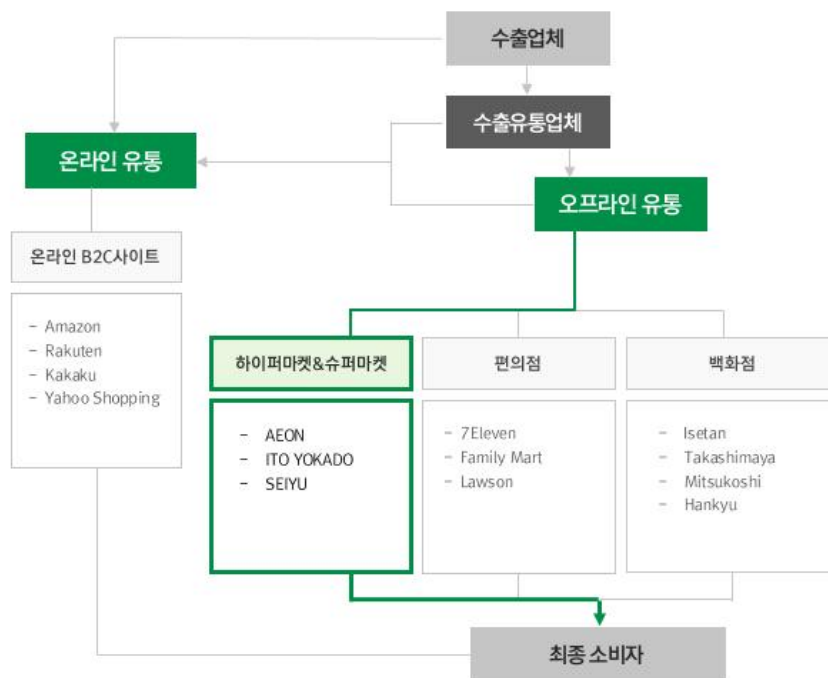
하이퍼마켓&슈퍼마켓 진출 추천

유통구조 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 적절한 시장은 하이퍼마켓&슈퍼마켓인 것으로 분석됨. 해당 채널이 접근성이 높고 상품의 구성이 다양한 점과 더불어 최근 고령층에서 녹차가공식품과 같이 건강에 좋은 제품이 각광을 받고 있는 점, 또한 시럽과 스프레드 시장에 있어서 하이퍼마켓&슈퍼마켓이 50% 이상의 점유율을 차지하고 있는 요인을 고려했을 시, 한국산 스프레드를 선보이기에 가장 적합한 유통채널이라 사료됨

일본의 편의점은 언제나 필요한 만큼 구매가 가능하다는 장점이 있으나, 편리성 대신에 하이퍼마켓&슈퍼마켓에 비해 가격이 비싸고, 즉석으로 소비할 수 있는 식품이 아닌 스프레드를 편의점에서 구매하는 소비자는 적을 것으로 사료됨

최근 일본의 백화점은 프리미엄 제품판매에 몰두하고 있음. 전국적으로 백화점의 매출이 부진하자, 경쟁 제품과 확연히 차별화되는 부가가치를 부여하여 높은 가격을 책정하는 전략이 트렌드로 자리 잡고 있음. 실제로 현지조사결과, 프랑스산 고급 스프레드나 일본산 유기농 스프레드만을 취급하고 있음이 확인됨. 고급화 전략을 갖춘다면 백화점 진출을 고려해볼 수 있다고 사료됨

표 5.2 : 일본 녹차 밀크 스프레드 최적 유통경로



2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

- 잼 스프레드, 디저트 수입유통업체
- 일본후생노동성 도쿄검역소
(2017년 7월)

Q1. 일본 소비자들의 잼 및 스프레드를 구매하는 요인은 무엇인가요?

“주요 고객층이 노년층이기 때문에, 가격은 다소 높더라도 건강에 좋은 잼을 찾는 분들이 많습니다. 건강에 해로운 성분은 없는지, 유기농 재료를 사용했는지 여부를 꼼꼼히 따지는 손님들이 많습니다.”

- 잼 및 스프레드 유통업체 ノースファームストック
구매부 담당자와의 인터뷰 中, 2017.07

“콩트 드 프로방스(コントドプロヴァンス), 아란미리아(アランミア)의 잼 등 유럽산 고급 식품을 취급하고 있습니다. 단골 고객들은 과일 맛이 풍부하게 느껴지는 유럽산 잼을 선호하고 있습니다. 대부분의 고객들의 경우에는 품질에 만족하여 지속적으로 구매를 하고 있으므로 제품 조달 시 품질과 맛을 최우선으로 고려하여 구매를 결정합니다.”

가공식품 수입·유통업체
Arcane Limited(株式会社アルカン) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.07

“맛, 품질, 브랜드 인지도 등 다양하지만, 품질이 가장 중요시 됩니다. 최근에는 다양한 과일 스프레드가 출시되고 있는데, 너무 인공적인 향이나 색깔보다는 원재료 본연의 맛과 향이 느껴지는 제품이 가장 인기가 많습니다.”

- 잼 및 스프레드 수입유통업체 株式会社アイエムコーポレーション
수입부 담당자와의 인터뷰 中, 2017.07

“유통 업체로서 주로 식당에서 사용하는 큰 용량의 잼을 취급하고 있습니다. 이에 다양한 고객들의 입맛을 맞춰야하는 레스토랑 및 카페 주인들을 주요 고객층으로 보유하고 있습니다. 그들의 제품 구매요인은 맛, 품질, 브랜드의 인지도 등 매우 다양합니다. 그렇기에 제품을 고를 때는 주요 고객들이 식당이라는 특징을 반영하지만 품질은 가장 중요하게 생각합니다.”

식자재 수입·유통업체
I.M Corporation(株式会社アイエムコーポレーション) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.07

Q2. 제품의 인지도는 어떠한가요?

“프랑스 화보루스(ファボルス)의 잼과 과 프랑스 식자재를 위주로 취급하고 있습니다. 잼 제품의 경우 여러 가지 과일 있어 잼 제품에 대한 인지도는 매우 높습니다. 밀크 잼류도 잘 알고 있지만 일본에서 잼을 구매하는 고객들은 대부분 품질과 맛이 좋은 프랑스산 과일잼에 대한 선호도 및 인지도가 더 높은 편입니다.”

식자재 수입·유통 업체
DEDOUX(株式会社デドゥー) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.07

“스즈오카현의 특산물과 잼, 말린 생선 등 가공식품을 주력으로 취급하고 있습니다. 잼 제품의 경우 녹차 잼, 스즈오카현의 특산물 그리고 말린 생선 등 다양한 식품을 취급 하였습니다. 과거에 녹차 잼에 대한 수요가 증가하면서 소매점에서 녹차 밀크 잼을 전문으로 판매하여, 소비자들의 인지도가 높았습니다. 하지만 수요가 낮아지면서 현재는 녹차 잼을 취급하고 있지 않으나 녹차 잼에 대한 인지도는 여전히 높습니다.”

유통 업체
J沼津港 魚永 담당자와의 인터뷰 中, 2017.07



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		AEON	Don Quijote	Isetan
		하이퍼마켓	하이퍼마켓	백화점
유통업체 개요	설립년도	1926년	1980년	2008년
	직원 수	약 52만 명(2016년)	4,391명(2017년)	6만 명(2014년)
	순 매출	8조 1,263억 3,153만 원(2016년)	211억 엔(2010년)	- 25.
	영업이익	596억 3,040만 원(2016년)	102억 엔(2010년)	약 12조 1,020억 원(2014년)
	점포 수	625개(2016년)	163개(2011년)	25개(2017년) ^{26.}
	취급품목	식료품, 수입식품, 잡화 등	생활용품, 잡화, 식료품 등	식료품, 의류, 잡화 등
매장 전경				
매대 현황				
매장 이슈	- AEON 그룹, 가상통화 지원 결제 플랫폼 공동 개발 착수	- Don Quijote, Family Mart와 파트너십 체결 계획	- Isetan, 오츠크엔 선물 센터 오픈	
프로모션 전략	- AEON, 음나채널 통합 쇼핑물 AEON.COM 개설	- 현지 점포와 같은 가격으로 즐기는 글로벌 인터넷 쇼핑	- 블로그를 활용한 제품 홍보	

25. 해당 정보는 홈페이지를 통해 확인되지 않음

26. 일본 내에 소재한 점포만을 합산한 수치임

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



AEON(이온)

일본의 대표 하이퍼마켓 브랜드인 AEON은 식료품과 수입식품을 취급하는 대표적인 GMS(General Merchandise Store)를 보유하고 있음. 현재 중국, 베트남, 캄보디아, 태국 등 세계 13개국에 매장을 운영 중이며, 일본 내 유통시장 점유율은 약 14%임. AEON의 2016년 매출액은 2015년 대비 15.5% 증가한 약 8조 1,263억 원임

표 6.1 : AEON 매장 정보

기업 정보	컨셉	상업시설의 틀을 넘어 고객 개개인의 라이프 스타일을 고려한 쇼핑 공간 조성
	대표 주소	1-5-1 Nakase, Mihama-ku, Chiba-shi, Chiba 261-8515, Japan
	대표 전화	+81-43-212-6042
주요 판매품목		식료품, 수입식품, 음료 등
매장 전경		 
매장 이슈		<p>AEON 그룹, 가상통화 지원 결제 플랫폼 공동 개발 착수</p> <p>AEON은 IBM과 함께 아시아지역 소비자와 기업을 위한 '가상통화 지원 결제 플랫폼'을 공동 개발하기로 함. 블록체인 플랫폼은 국가 및 지역 간, 개인과 기업 사이의 가상화폐 지불을 촉진시키기 위한 것임. 이는 포인트 적립과 분배 및 효율적인 데이터 관리를 통해 충성 고객을 유치하는 것이 목적임. 가상화폐 결제는 글로벌 관광객과 국경 간 전자상거래 증가로 인해, 환전 수수료를 줄일 수 있는 결제방식으로 각광받고 있음²⁷.</p>
프로모션 전략		<p>AEON, 옴니채널 통합 쇼핑몰 AEON.COM 개설</p> <p>AEON은 지금까지 별도로 운영했던 AEON넷 슈퍼, 이온쇼핑 등 자사가 운영하는 29개 사이트를 'AEON.COM'이라는 하나의 사이트로 통합함. AEON.COM은 식료품, 의류, 신발, 가전, 자동차, 도서 등의 다양한 제품을 취급 중이며 PC뿐만 아니라 스마트폰에서도 이용이 가능함. AEON.COM은 매장에 없는 상품을 주문할 수 있는 터치겟(Touch Get) 서비스를 활용하여 고객대응 수준을 향상시키고 있음²⁸.</p>
온라인 유사제품 판매 현황		 

출처 : 현지 방문조사(AEON, 2017.07), AEON(www.aeon.info)

27. Global Biz(www.g-enews.com), 'IBM, 일본 이온(AEON)과 가상통화 지원 결제 플랫폼 공동 개발', 2017.06.29
 28. Digital Retail Trend(digitalretail.co.kr), 'AEON 그룹 옴니채널 통합 쇼핑몰 AEON.Com 개설', 2016.01.18





1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Don Quijote(돈키호테)

Don Quijote는 1980년 설립된 업체로 일본 전역에 약 163개의 대형 매장을 보유하고 있음. 가전용품, 일용잡화, 식품, 패션용품을 취급하고 있음. 주로 밝은 색상의 매장과 정리되지 않은 진열 방식이 특징임. 바닥에 제품을 늘어 놓고 판매하는 친숙한 컨셉으로 일본 내 많은 인기를 끌고 있음

표 6.2 : Don Quijote 매장 정보

기업 정보	컨셉	산만한 진열이 특징인 보물찾기 컨셉의 마켓	
	대표 주소	〒153-0042 Tōkyō-to, Meguro-ku, Aobadai, 2 Chome – 1 9 – 10, Japan	
	대표 전화	+81-03-5725-7532	
주요 판매품목		가전용품, 일용잡화, 식품, 패션용품	
매장 전경			
매장 이슈		<h3>Don Quijote, FamilyMart와 파트너십 체결 계획</h3> <p>2017년 6월 Don Quijote는 FamilyMart와 파트너십 체결 계획을 밝힘. 양사는 비용 절감을 위해 공동 제품 개발, 조달 및 유통 간소화 방안을 연구하고 있으며 노동력 부족을 해소하기 위해 공동 매장을 시험 운영할 계획임. 또한 양사는 서로 축적된 노하우를 공유하여 새로운 비즈니스 개발을 고려하고 있으며, 약 6개월 이내에 제휴 계획을 마무리하고 합의를 도출할 계획임²⁹.</p>	
프로모션 전략		<h3>현지 점포와 같은 가격으로 즐기는 글로벌 인터넷 쇼핑</h3> <p>Don Quijote는 자사 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있으며, 해당 온라인 쇼핑몰에서 상품을 구매 시 해외에서 구매하더라도 소비세를 붙이지 않고 전 품목을 면세하여 판매하고 있음. 현재 중국, 홍콩, 마카오, 대만, 한국, 필리핀, 몽골, 태국, 인도네시아, 싱가포르, 말레이시아, 인도, 터키, 이스라엘 등의 국가에서 구매가 가능함</p>	
유사제품 판매현황			

출처 : 현지 방문조사(Don Quijote, 2017.07), Don Quijote(www.donki.com)

29. The japan times(www.japantimes.co.jp), 'FamilyMart and Don Quijote enter talks on business partnership', 2017.06.14

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

ISETAN(이세탄)

이세탄은 약 120년의 역사를 자랑하는 일본의 대표 백화점이며, 백화점 업계가 음의 성장을 거듭하고 있는 가운데 철저한 고객관리를 통해 변화를 시도하고 있음. 2008년에 이세탄과 미즈코시가 합병하면서 이세탄 미즈코시 홀딩스로 업체명이 변경됨

표 6.3 : ISETAN 매장 정보

기업 정보	컨셉	패션, 아트, 문화가 결합된 '패션 뮤지엄'
	대표 주소	14-1 Shinjuku 3-chōme, Shinjuku, Tokyo, Japan
	대표 전화	+81-3-6205-6001
주요 판매품목		식료품, 의류, 생활용품, 잡화, 뷰티 등
매장전경		 
매장 이슈		<p>ISETAN, 오츠크 선물 센터 오픈</p> <p>일본의 절기 중 하나인 '오츠크 (お中元)'에는 가족 및 지인에게 선물을 주는 일본의 오래된 풍습이 있음. ISETAN은 오츠크를 맞이하여 선물 증정 이벤트를 실시하는 등 적극적인 행사로 고객 유치에 나섰다. 시간대 별로 층마다 선물 증정 이벤트를 진행하면서 ISETAN을 찾은 고객들이 다양한 상품과 브랜드를 접할 수 있는 기회를 제공함. 오츠크 기간 중에는 가격 조정 없이도 상품이 잘 팔리기 때문에 세일시기를 늦추고, 자사 브랜드를 중심으로 신상품 출시에 주력함³⁰.</p>
프로모션 전략		<p>블로그를 활용한 제품 홍보</p> <p>ISETAN은 패션 의류뿐만 아니라, 다양한 식료품과 디저트를 판매하는 것으로도 유명함. ISETAN은 정기적으로 인기 있는 디저트 매장을 선정해 블로그에 홍보해오고 있음. 또한 레시피 사이트 FOODIE를 통해 각종 조리법을 소개하고 있음</p>
유사제품 판매현황		 

출처 : 현지 방문조사(ISETAN, 2017.07), ISETAN(www.isetan.mistore.jp), FOODIE(www.mi-journey.jp)

30. Kotra, '日, 여름 기프트 시즌에 백화점은 함박웃음', 2015.07.16

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 온라인 쇼핑몰 현황

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

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

표 6.6 : 일본 주요 편의점 현황

7-Eleven		
매장 수	19,579개(2017년)	
취급 품목	신선식품, 도시락, 음료, 냉동식품, 생활용품 등	
홈페이지	www.sej.co.jp	
매장 개요	7-Eleven은 일본의 세븐&아이 홀딩스가 소유하고 있는 편의점 체인으로 미국, 멕시코, 덴마크, 한국, 일본, 중국 등 세계 각 국에 7-Eleven 점포가 개설되어 있음. 일본에는 1974년 도쿄에 1호점이 개장하였으며 2017년 현재 19,579개의 매장이 운영 중임. 7-Eleven은 식음료품, 냉동식품, 생활용품 등 다양한 라인업을 갖춘 그룹의 자체 브랜드 제품인 '7 Premium'과 신선하고 균형 잡힌 식사를 제공하는 도시락 제품에 주력하고 있음	
Lawson		
매장 수	13,111개(2017년)	
취급 품목	음료, 냉동식품, 신선식품, 도시락 등	
홈페이지	www.lawson.co.jp	
매장 개요	Lawson은 일본의 편의점 체인으로 중국, 인도네시아, 필리핀 등에 점포가 개설되어 있음. 1975년 일본의 오사카에 1호점 개점을 시작으로 2017년 현재 13,111개의 매장을 운영하고 있음. Lawson은 음료, 도시락, 냉동식품 등 250개 이상의 품목을 갖춘 자체 브랜드 제품 'Lawson Select'를 개발하여 고품질의 제품을 보다 저렴하게 고객에게 제공하고 있음	

출처 : 7-Eleven(www.sej.co.jp), Lawson(www.lawson.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 접속 가능함)
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	기본세율	WTO 협정세율
2007	잼·과실젤리·마말레이드(marmalade)·과실이나 견과류의 퓨레(purée)·과실이나 견과류의 페이스트(paste)(조리해서 얻은 것으로 한정하며, 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없음)	-	-
2007.99	-기타 설탕을 첨가한 잼·과실젤리	-	-
2007.99.111	-잼류	28%	16.8%

일본 WTO 협정세율

일본에서 HS CODE 2007.99.111의 경우
WTO 협정세율 16.8%가 부과되고 있음

일본 부가가치세 정보

일본에서 2017년 기준, HS CODE 2007.99.111의 경우
소비세 8%가 부과되고 있음

TIP_제품 관세율 확인법

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

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

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

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

1. 통관 및 검역절차

일본 통관 소요 기간 및 금액

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

출처 : 일본 관세청
 (www.customs.go.jp)

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 거주지가 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)

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 따라 검사를 받음. 불합격 시에는 용도를 변경하거나 폐기 혹은 반송 등의 절차가 이어지며 합격 후에는 합격 증서를 세관에 제출한 후 수입 허가를 받고 국내/국제 요건 충족을 확인한 후 유통됨

STEP #4. 심사 및 검사

수입신고서가 접수되면 세관에서 신고서 및 구비서류에 대한 심사가 이루어짐. 물품의 위험도에 따라 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 구비서류 모두를 검토하는 경우, 통관시간이 길어질 수 있음. 가공식품 중 처음으로 수입되는 물품은 지정검사기관의 자율검사 성적서와 상품 설명서가 필요하며, 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

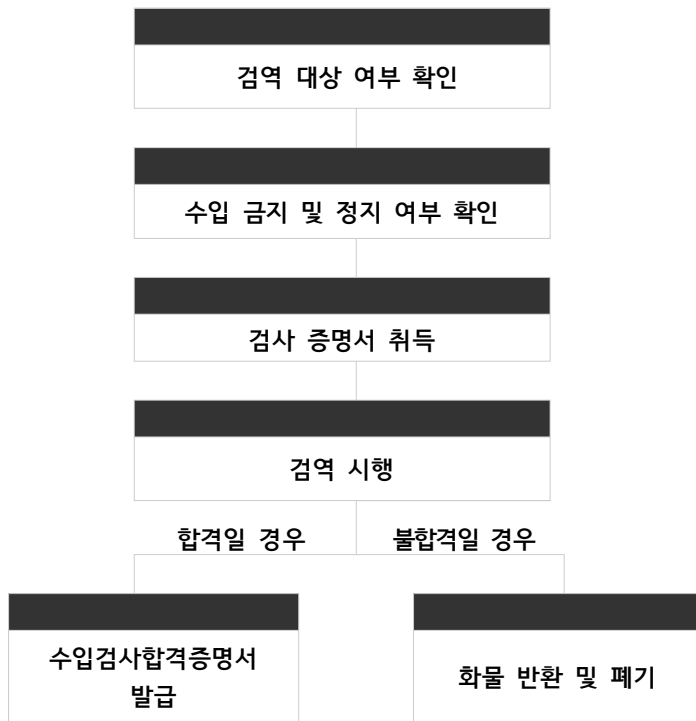
납세기한에 대해서는 별도로 지정된 기한이 존재하지 않으며, 담당 관할 세관에서 서류 및 검사가 완료된 후에 바로 납부서 교부가 가능함. 관세를 납부하지 않을 경우 보세구역에서 화물을 반출할 수 없음

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

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 2007.99.111, WTO 협정세율 적용되어 16.8% 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 ‘녹차 밀크 스프레드’ 는 일본에서 상위코드인 HS CODE 2007 (잼·과실젤리·마말레이드[marmalade]·과실이나 견과류의 퓨레[purée]·과실이나 견과류의 페이스트[paste])에 속하지만 하위코드에 따라 관세율이 다르게 적용됨. 해당품목은 HS CODE 2007.99.111로 분류되어 WTO 협정세율 16.8%가 부과됨

감면세율 존재, 소비세 8% 부과 중

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

현재 일본의 소비세는 약 8%가 부과되고 있으며, 2019년에는 약 10%에 이를 것으로 전망되고 있음. 일본은 소비세를 15% 수준까지 점차 올릴 가능성이 있음³¹.

표 7.4 : 일본 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	기본세율	WTO 협정세율
한국	2007	잼·과실젤리·마말레이드(marmalade)·과실이나 견과류의 퓨레(purée)·과실이나 견과류의 페이스트(paste)(조리해서 얻은 것으로 한정하며, 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없음)	-	-
	2007.99	-기타		
	2007.99.1000	-잼·과실젤리와 마말레이드(marmalade)		
일본	2007	잼·과실젤리·마말레이드(marmalade)·과실이나 견과류의 퓨레(purée)·과실이나 견과류의 페이스트(paste)(조리해서 얻은 것으로 한정하며, 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없음)	-	-
	2007.99	-기타 설탕을 첨가한 잼·과실젤리		
	2007.99.111	-잼류	28%	16.8%

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr), 일본 관세청(www.customs.go.jp)

31. 연합뉴스, ‘OECD 일본소비세 10% 올린뒤 15% 까지 인상된다’, 2017.04

한·중·일 FTA 협상 중

한·중·일 FTA 체결 시 우리나라의 실질 GDP, 후생, 수출입에 모두 긍정적 효과를 가져다 줄 것으로 예상됨. 한·중·일 FTA는 2003년 협상 개시 이후 3국간 이견으로 아직 시장 접근 협상을 시작하지 못하는 등 논의 진전이 더딘 상황이었지만 2015년 10월 한·중·일 통상장관회담에서 3국 장관 간 FTA 가속화 의지를 재확인하며 공감대를 형성함

2017년 4월 10 ~ 13일 제12차 한·중·일 자유무역협정(FTA) 공식 협상이 일본 동경에서 열림. 교도통신은 협상 소식통을 인용해 12차 협상에서 서비스 무역에 관한 규칙에 대해 구체적 검토가 이뤄져 일정한 진전이 있었다고 보도함. 이번 협상에서 물품, 서비스 무역, 투자 등을 중심으로 논의가 진행된 가운데 2017년 1월 11차 협상에서 시작된 금융, 전기통신, 인적 이동에 관한 회의도 개최된 것으로 알려져 향후 FTA 체결 전망이 밝을 것으로 보도함. 한·중·일 3개국 간 FTA 체결을 위한 차기 협상은 올해 중 한국에서 이어질 예정임. 최근 3국이 모두 참여하고 있는 역내 포괄적 경제동반자협정(RCEP) 협상에서 상품 서비스 시장접근 협상이 가속화되는 등 한·중·일 자유무역협정을 둘러싼 협상 환경이 변하고 있는 것도 고려됨

4. 통관 및 검역 유의사항

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

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

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

식품 알레르기 표시 강화

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

5. 통관거부사례

일본, 한국산 잼류 통관거부 사례는 확인되지 않음

일본후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labour and Welfare)의 발표에 따르면 2015년 ~ 2016년간 가공식품 중 잼류에 대한 통관거부사례는 없는 것으로 확인됨. 해당 기간 동안 한국산 식품의 통관거부 건수는 총 52건에 달했으나 가공식품 중 잼류의 통관거부 사례는 확인되지 않음

한국산 식품, 가장 많은 통관 거부 사유는 위생문제

2015년 ~ 2016년간 한국산 식품 가운데 가장 많은 통관거부 사유는 위생문제가 차지하였고, 그 다음은 성분 부적합 및 잔류농약이 뒤를 이었음. 위생의 경우 모든 사례가 대장균 양성 및 세균 수 기준치 초과 문제였으며, 성분의 경우 솔빈산, 폴리솔베이트류, 잔류농약은 클로르페나필 등의 기준치 초과가 문제였음

라벨링 및 포장, 비위생적 제조 및 서류미비 등의 문제는 2년 연속 발생 하지 않은 것으로 조사됨. 가공식품 중에서는 유화제, 안정제로 사용되는 폴리솔베이트, 솔빈산 기준치 위반사례등이 있어 식품첨가물 규격준수에 대한 주의가 요구됨


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

출처 : 일본 농림수산업성 (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	선택인증		
제출서류	수산식품 가공시설 HACCP 인증 신청서 등 양식에 맞는 서류		
비용	기본 심사 수수료 약 106만 원, 품목, 일수마다 추가 요금 약 20만 원, 그 외 출장비		
갱신기간	3년		
발급절차	도입단계→신청→심사→인증서발급→지속적인 심사		
유의사항	일본 후생노동성이 2020년 도쿄 올림픽 개최 시 일본의 식품안전을 홍보하기 위해 국제적으로 신뢰받고 있는 HACCP 인증을 식품업계 전반에 도입하기로 결정함. 따라서 수입산 제품 또한 해당 인증을 취득하길 권고하는 바임		

출처 : 일본 농림수산업성 (www.maff.go.jp)

1. 인증 취득정보

JAS 인증 관련 기관

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

출처 : 일본 농림수산업성(www.maff.go.jp)

권장인증 : JAS(Japanese Agricultural Standard)

일본농림수산업성에서 지정한 품목 중에서 일본 소비자에게 판매되는 농림수산물에 대하여 품질, 생산방법 및 라벨링 규격에 적합한 제품에 부여하는 인증임. 일본 농림수산업성이 지정한 제 3차 인증기관이 생산자, 제조업체, 유통업체 또는 수입 업체를 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

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 HACCP 승인품목으로 정해져 승인 대상이 되고 있음. 참여기업의 녹차 밀크 스프레드는 승인 품목에 해당이 되지 않는 것으로 조사됨

2016년 일본 정부는 식품 안전성에 관한 HACCP을 취득한 해외기업에 대해 가공식품 수입절차를 일부 면제할 방침을 밝힘. 수입산에 대해서는 HACCP 인증기업의 식품에 대해서는 불시 검사는 계속하되, 항구나 공항 검역소에서 검사를 5년간 면제할 방침임. 해외업체들은 검역 신청서류 작성 등 행정적인 부담을 덜 수 있고 일본 정부의 검역 업무도 생략되어 통관 시간도 단축이 가능할 것으로 전망됨

표 8.1 일본 JAS 인증 발급절차

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

출처 : 일본농림수산업성(www.maff.go.jp)

2. 인증 취득제품

잼류 수출 시 필수 인증 無

일본에 ‘녹차 밀크 스프레드’ 수출 시 JAS와 HACCP 인증이 필수로 요구되지는 않음. 현지 조사에서 경쟁 제품 15개를 확인한 결과에서도 별도로 취득한 식품 관련 인증은 없었음

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 가공 식품 수입 절차를 일부 면제할 방침인 것으로 전함

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

3. 제출서류

JAS 인증 서류 심사 제출 서류

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

표 8.2 : JAS 인증 서류심사 필수 제출 서류 목록

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

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

현장 검사 내용

JAS 인증 현장 검사는 다음과 같은 제출 서류를 기반으로 진행됨

표 8.3 : JAS 인증 현장 검사 제출 서류 목록

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

출처 : 일본 관세청(www.customs.go.jp)

“원재료 표시”

Q1. 일본에서 녹차 밀크 스프레드를 수출할 때 필수적으로 요구되는 인 증은 무엇입니까?

“제품에 대해서는 일반 식품 수출로 분류가 되어 지기 때문에 필수적으로 요구되는 인증서는 없습니다. 다만, 한국 업체가 수출할 때는 원재료 표시가 있는 서류 및 제조과정을 알 수 있는 자료가 필요합니다.”

Omori Kaisoten, Ltd.
담당자와의 인터뷰 中, 2017.07

“ISO / FDA”

Q2. 일본에서 녹차 밀크 스프레드를 수출할 때 요구되는 권장 인증은 무엇인가요?

“일본은 식품을 수입하는데 있어 안정성을 중요시 여기고 있습니다. 이에 따라 국제 표준 기구(ISO)에서 발행하는 식품안전인증과 미국식품의약국에서 발행하는 FDA 인증 받는 것이 중요합니다.”

Omori Kaisoten, Ltd.
담당자와의 인터뷰 中, 2017.07

Q3. 일본으로 수출 시 통관절차는 어떻게 되나요?

“일본에서 식품 통관은 제품에 사용되는 원재료, 첨가물에 따라서 소요되는 시간이 많이 달라지며, 검역 시 일본 수입 식품 검역소에서 식품 위생법 위반여부를 철저히 검토합니다. 또한 일본에서 식품을 수입할 때 수입하는 바이어 혹은 업체가 현지에서 수입하겠다는 신고를 따로 해야 합니다.”

- 일본 후생노동성 도쿄검역소
담당자 인터뷰 中, 2017. 07

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

● 일본 식품 라벨링 필수 표기사항



출처 : 현지방문조사(Takashimaya, 2017.07)

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

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

● 일본 잼 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	- 유통되는 제품은 수입여부에 상관없이 일본어로 표기함(농림규격법, 식품위생법)
제품명	- 1종류의 과일·야채를 사용한 경우 과일·야채를 잼 이름 앞에 기재하며, 2종류 이상의 과일 등을 사용한 경우 믹스 잼이라고 기재
원재료명 및 식품 첨가물	- 2종류 이상의 과일을 사용한 것에 대해서는 '과일(딸기, 사과)' 등으로 기재, 마말레이드의 경우 '감귤류(여름 밀감, 오렌지)'로 설명
영양성분	- 열량, 탄수화물 등 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 영양성분을 명시(건강 증진법)
내용량	- g 또는 kg 단위로 표시
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	- 제조업자, 수입업자 등의 명칭 및 주소를 표기함
원산지명	- 수출국의 원산지를 명확히 표시해야함
유통기한	- 유통기한이 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년, 월, 일순으로 표기하며, 3개월 이상일 경우 년, 월만 표기함
저장방법	- 제품 개봉 전 저장방법을 표기함 - 온도 등 필수정보 기재
알레르기 유발성분	- 알레르기 주의성분 기재

출처 : 후지노쿠니 식품라벨 가이드(www.shokuhin-shizuoka.jp))

1. 라벨 표기사항

일본 정부, 모든 가공식품에 원산지표기 의무 확대

일본은 식품위생법, JAS법, 건강증진법에 규정되어 있는 식품표시에 관련된 규정을 통합한 식품표시법을 시행하고 있음. 새로 개정된 식품표시법에 따르면 일본 정부는 2016년 10월 5일 모든 가공식품에 대한 원산지표기 의무를 확대할 방침이라고 밝혔음. 지금까지 일부에 한정되어 있었던 원산지 표시 대상을 모든 가공식품에 확대하려는 것임. 복합 원재료는 그것을 구성하는 원재료를 분할하여 표시해야 함

식품 알레르기 표시 강화

일본 소비자청은 2016년 6월 ‘식품표시 적정화를 위한 대응방안’ 을 통해 수입 식품의 알레르기 표시에 대한 내용을 발표함. 특정 가공식품 및 그 확대표기를 폐지함에 따라 보다 광범위한 원재료에 대해 알레르겐을 포함하였다는 취지의 표시를 의무화함. 알레르기 표시기준은 식물성 알레르기가 아주 미량의 알레르겐에 의해 발생할 수 있다는 관점에서 밀가루 등의 소량의 특정 원재료를 포함하는 식품의 경우, 원칙적으로 해당 특정 원재료를 포함하였다는 사항을 표시해야 함. 알레르기 표시(땅콩과 같은 알레르기 주요 성분 등), 제조공장 등의 소재지에 관한 표시가 의무화 됨

표 9.1 : 가공식품 라벨 표기사항

- 제품명
- 원재료 구성성분
- 내용량
- 보관방법
- 판매업체
- 영양성분표

- 제조자 / 수입자 상호명과 주소
- 알레르기 유발 성분
- 생산일자, 유통기한
- 주의사항
- 원산지

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

1. 라벨 표기사항

표 9.2 : 일본 라벨 표기사항 상세

항목	설명
표기 언어	- 유통되는 제품은 수입여부에 상관없이 일본어로 표기함(농림규격법, 식품위생법)
제품명	- 1종류의 과일·야채를 사용한 경우 과일·야채를 잼 이름 앞에 기재하며, 2종류 이상의 과일 등을 사용한 경우 믹스 잼이라고 기재
원재료명 및 식품 첨가물	- 2종류 이상의 과일을 사용한 것에 대해서는 '과일(딸기, 사과)' 등으로 기재, 마말레이드의 경우 '감귤류(여름 밀감, 오렌지)'로 설명
영양성분	- 열량, 탄수화물 등 소비자의 건강에 영향을 줄 수 있는 영양성분을 명시(건강 증진법)
내용량	- g 또는 kg 단위로 표시
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	- 제조업자, 수입업자 등의 명칭 및 주소를 표기함
원산지	- 수출국의 원산지를 명확히 표시해야함
생산일자, 유통기한	- 유통기한이 제조일로부터 3개월 미만일 경우 년, 월, 일순으로 표기하며, 3개월 이상일 경우 년, 월만 표기함
보존방법	- 제품 개봉 전 저장방법을 표기함 - 온도 등 필수정보 기재
알레르기 유발성분	- 알레르기 주의성분 기재

출처 : 일본 소비자청(www.caa.go.jp)

2. 라벨링 예시

● 라벨링 예시

The image shows a product label for 'CHATAIGNE' (chestnut) spread. The label is in Japanese and contains the following information:

- 업체명 (Company Name):** CHATAIGNE
- 제품명 (Product Name):** 品名: マロンブレッド (Marron Bread)
- 내용량 (Content):** 内容量 225g
- 보존방법 (Preservation Method):** 保存方法: 直射日光、高温多湿を避けて保存してください。
- 원재료명 (Ingredients):** 原材料名: 砂糖、栗、バナナ
- 유통기한 (Shelf Life):** 賞味期限: キャップ側面上段に記載
- 원산지 (Origin):** 原産国名: フランス
- 수입자 (Importer):** 輸入者: 이스피-식품株式会社 (Espi-Food Co., Ltd.)
- 식품성분표 (Nutrition Facts):**
 - 100gあたり エネルギー-240kcal たんぱく質 0.5g 脂質0.5g 炭水化物58.0g 食塩相当量0.06g (推定値)
 - 開栓後は必ず10℃以下の冷蔵庫に保存し、なるべく早くお召し上がりください。
 - ピンはレモンです。取扱いには充分ご注意ください。
 - 水分が分離することがありますが、品質に問題ありません。
 - キャップの中央部がへこんでいれば密封性が保たれています。

출처 : 현지방문조사(Takasimaya, 2017.07)

X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정

위생 요건 OVERVIEW

● 품목별 위생 요건 조사 항목



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

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

● 스프레드류 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물 기준치

유형	성분	허용치(g/kg)
식품첨가물	아세실팜칼륨(Acesulfame Potassium)	1.0
	사카린나트륨(Sodium Saccharin)	0.2
	수크랄로스(Sucralose)	1.0
	소르브산칼슘(Calcium Sorbate)	1.0
	소르빈산(Sorbic Acid)	1.0

출처 : The Japan Food Chemical Research Foundation, Standard for use of Food Additives, 2017

1. 식품첨가물 규정

일본 식품 첨가물 표시 규칙

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

가공식품 품질표시기준에서 식품첨가물은 원칙적으로 별기양식의 항목 내의 원재료 명단에 식품첨가물 이외의 원재료를 표시하고, 그 다음에 식품첨가물을 원재료에서 차지 비율이 높은 것부터 순차적으로 표시함

알레르기 유래 식품 첨가물 표시

알레르기 현상을 일으키는 특정원재료 등을 활용하여 제조된 식품첨가물은 「물질명 (○○유래)」(예) 카제인나트륨(우유 유래) / 레시틴(계란유래) 등으로 표시하는 것을 원칙으로 함

일본 스프레드류 식품첨가물 규정

일본은 식품위생법에 근거해서 식품첨가물기준을 설정하고 있는데 POSITIVE LIST 시스템³²을 적용하여 사용 허가된 식품 첨가물을 공개함. Standard for use of Food Additives 2017³³에 따르면 잼류에 관해서는 아세설팜칼륨, 사카린나트륨, 수크랄로스, 소르브산칼슘, 소르빈산과 같은 특정 첨가물의 최대 기준치를 규정하고 있음

표 10.1 : 스프레드류 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물 기준치

식품 첨가물	기준치(g/kg)
아세설팜칼륨(Acesulfame Potassium)	1.0
사카린나트륨(Sodium Saccharin)	0.2
수크랄로스(Sucralose)	1.0
소르브산칼슘(Calcium Sorbate)	1.0
소르빈산(Sorbic Acid)	1.0

출처 : The Japan Food Chemical Research Foundation, Standard for use of Food Additives, 2017

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

33. 관련 URL : www.ffcr.or.jp/zaidan/FFCRHOME.nsf/pages/standr.use

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. Spreads in Japan	Euromonitor	2016.11
2. 일본 식품 기준 규격	식품의약품안전처	2015.06
3. 잼 특집(ジャム特集)	일본식품산업신문	2016.03

※ 참고 사이트

1. 일본후생노동성	www.mhlw.go.jp
2. 일본소비자청	www.caa.go.jp
3. 한국 농수산식품유통공사	www.at.or.kr
4. USDA	www.usda.gov
5. Euromonitor	www.euromonitor.com
6. 리테일매거진	www.retailing.co.kr
7. 뉴데일리경제	www.biz.newdaily.co.kr
8. 한국관세청	customs.go.kr
9. FOODIE	www.mi-journey.jp
10. 일본관세청	www.customs.go.jp
11. MDN	www.wolyo.co.kr
12. 중소기업수출지원센터	www.exportcenter.go.kr
13. Rakuten	www.rakuten.co.jp
14. AEON	www.aeon.info
15. Global Data	www.globaldata.com
16. SEIYU	www.seiyu.co.jp
17. ITOYOKADO	www.itoyokado.co.jp
18. 후생노동성	www.mhlw.go.jp
19. The Japan Food Chemical Research Foundation	www.ffcr.or.jp