



Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

일본 수출확대가능품목 조사

Investigation for the possible expansion of the export items



CHAPTER
01

김치

1. 시장개요 / 3
2. 유통동향 / 5
3. 소비동향 / 10
4. 통관 및 수입검사 / 14
5. 수출확대 방안 / 19

CHAPTER
02

막걸리

1. 시장개요 / 23
2. 유통동향 / 25
3. 소비동향 / 38
4. 통관 및 수입검사 / 43
5. 수출확대 방안 / 48

CHAPTER
03

음료

1. 시장개요 / 55
2. 생산동향 / 61
3. 해외유통동향 / 62
4. 소비동향 / 83
5. 수출입동향 / 85
6. 통관 및 수입검사 / 89
7. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향 / 94
8. 한국산 수출확대방안 / 97
9. 기타 / 97

CHAPTER
04

유자

1. 생산동향 / 101
2. 유통현황 / 105
3. 소비동향 / 107
4. 가격동향 / 107
5. 수입동향 / 111
6. 통관제도 / 111
7. 일본 시장 공략 방안 / 112

CHAPTER

05

커피조제품

1. 시장개요 / 117
2. 생산동향 / 120
3. 해외 유통동향 / 121
4. 소비동향 / 133
5. 수입동향 / 136
6. 통관 및 수입검사 / 139
7. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향 / 142
8. 한국산 수출확대방안 / 145
9. 기타 / 146

CHAPTER

06

김

1. 시장개요 / 161
2. 생산동향 / 162
3. 유통동향 / 169
4. 소비동향 / 176
5. 수출입동향 / 181
6. 통관 및 수입검사 / 185
7. 수출확대방안 / 189
8. 기타 / 191

CHAPTER

07

전복

1. 시장개요 / 195
2. 생산동향 / 196
3. 유통동향 / 201
4. 소비동향 / 206
5. 수출입 동향 / 211
6. 통관 및 수입제도 / 215
7. 한국산 경쟁력 및 수출확대 방안 / 216
8. 기타 / 218

CHAPTER
08

글로벌

1. 시장개요 / 223
2. 생산동향 / 224
3. 유통동향 / 229
4. 소비동향 / 233
5. 수출입 동향 / 238
6. 통관 및 수입검사 / 240
7. 한국산 수출확대방안 / 242
8. 기타 / 244

CHAPTER
09

미역

1. 시장개요 / 249
2. 생산동향 / 250
3. 유통동향 / 254
4. 소비동향 / 260
5. 수출입 동향 / 264
6. 통관 및 수입검사 / 266
7. 한국산 수출확대 방안 / 268
8. 기타 / 269

CHAPTER
10

바지락

1. 시장개요 / 273
2. 생산동향 / 274
3. 유통동향 / 280
4. 소비동향 / 287
5. 수출입동향 / 290
6. 통관 및 수입제도 / 291
7. 검역 및 규제사항 / 293
8. 기타 / 295



김치/일본

1 시장개요

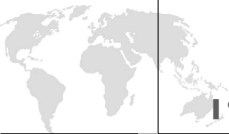
■ 일본 내 생산현황

- 1980년대 초까지는 「朝鮮절임」이라 불리며 교포사회를 중심으로 완만한 소비증가세를 유지
- '80년대 후반부터 '97년까지 서울올림픽의 영향으로 한국 붐이 조성되었고 이에 따라 일본인 김치소비가 증가하면서 일본의 김치 생산량 및 한국산 수입량 모두 2배 이상 증가
- '97년 이후 2002년까지 한일 월드컵 개최를 계기로 한국을 찾는 외국인관광객 증가, 김치요리책자 발간 붐 등에 따른 김치의 인지도 확산, 일본 절임업체의 판매경쟁 등으로 인해 김치소비가 3배 이상 증가하는 「김치 붐」이 일어났으며, 동 기간 일본의 김치생산량은 '97년 121천톤에서 '02년 386천톤으로 증가함

■ 일본의 김치생산량 추이 ■

구분	'85	'90	'95	'97	'02	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11
생산량 (천톤)	46.6	83.5	93.3	120.6	386.2	284.9	252.1	243.0	237.9	209.2	191.2	200.3

※ 자료 : 일본식품수급센터



- 면, 빵, 육류 등 식습관의 서구화에 따른 쌀 및 야채소비 감소 현상에 따라 일본 절임류 시장의 전체적인 규모 축소 경향을 보이며 '03년 이후 생산 감소경향을 보임
 - 절임류 생산동향 : ('00) 1,176천톤 → ('05) 973천톤 → ('11) 780
- 그러나 김치는 절임류의 전반적인 소비 침체추세에서도 일본 식문화 중 하나로 자리잡음

최근 절임식품 시장규모(생산, 수입 포함)

구 분		김치시장 규모 (a+c+d)	현지제조 (a)	수입산 김치		※절임류 전 체	
				한국산 (c)	중국산 (d)		
2011	금 액	금액(백만엔)	74,400	62,600	10,816	1,488	350,000(p)
		점유율(%)	100%	84.1	13.9	2.0	-
	물 량	물량(천톤)	229	200	22	7(p)	780
		점유율(%)	100%	87.3	9.6	3.1	-
2010	금 액	금액(백만엔)	73,800	62,100	10,224	1,476	362,800(p)
		점유율(%)	100%	84.1	13.9	2.0	-
	물 량	물량(천톤)	222	191	24	7(p)	873
		점유율(%)	100%	86.0	10.8	3.2	-
2009	금 액	금액(백만엔)	71,200	58,900	10,376	2,136	375,600
		점유율(%)	100%	82.7	15.3	2.0	-
	물 량	물량(천톤)	240	209	24	7(p)	910
		점유율(%)	100%	87.1	10.0	2.9	-

- ※ 자료 : 1. 물량
- 일본산 : 식품수급연구센터, 절임류 생산실적
 - 한국산 : KATI 수출통계
 - 중국산 : 업계 추정치
2. 금액
- 김치 : 후지경제
 - 절임류 전체 : 일본식량신문

- 1990년대 후반 고추에 함유된 성분인 캡사이신의 효능이 알려지고 야키니쿠의 가정식 붐이 확산되면서 일본의 김치시장은 '98년과 '99년 2년 연속으로 두 자리 수의 성장세를 보였으며, 2002년 한일월드컵 개최를 계기로 김치수요가 증가하였으나

2005년 중국산 및 한국산 김치의 기생충 검출 사건으로 시장규모가 감소하였음

- 일본의 중국산 김치 통계자료는 발표되지 않으나 업계 관계자에 의하면 연간 수입 규모는 7천톤 내외로 추산되나 일본소비자의 안전성 의식이 높아 감소추세일 것으로 파악하고 있음
- 도쿄 aT센터의 조사 결과 시장점유율 추정치가 유통업체에 따라 일본산 김치 70~84.5%, 한국산 10~25%, 중국산 2~5% 등 다소 큰 편차를 보임
- 전문리서치업체인 후지경제는 시장점유율에 관해 일본산 84%, 외국산 16%로 분석
 - 외국산 중 2~3%가 중국산이고 나머지 13~14%가 한국산일 것으로 업계 추정

2 유통동향

■ 현지 유통구조

- 김치의 유통경로는 전국적인 유통을 위해 전국도매상이나 지역도매상을 이용하는 경우가 대부분이나 유통기한의 문제로 지역도매상을 통한 유통 선호
- 일본산 및 한국산은 대형유통매장 및 슈퍼마켓 등 주로 소비자 접촉이 많은 곳에서 소비됨
- 최근 저가제품 선호추세에 따라 슈퍼마켓 PB브랜드나 특판 제품같이 도매상을 거치지 않고 슈퍼마켓 배송센터에 직접 납품하는 형태가 증가함
- 중국산은 주로 업소용이나 지방소형매장에 판매되고 있으나 식품위생 및 안전에 대한 부정적 이미지 때문에 패밀리 레스토랑, 대형 이자카야 체인점 등의 납품에는 어려움을 겪고 있음
- 원산지별 유통경로 비교
 - 일본산 김치의 유통경로



- 제조업체 → 절임류도매상 → 소매점 → 소비자(55~60%)
- 제조업체 → 슈퍼마켓(특판제품 중심) → 소비자(15~20%)
- 제조업체 → 외식도매상 → 외식업체 등 (20~30%)
- 한국산 김치의 유통경로
 - 수입업체가 전국 및 지역도매상을 거쳐 유통하는 것이 일반적이나 현지지사가 있는 업체는 현지지사가 수입하여 판매대행업체를 통해 유통망 확충
 - 수출업체 → 수입업체 → 도매상 → 소매점 → 소비자 (일반적 경로)
 - 수출업체 → 수입업체 → 대리점 → 도매상 → 소매점 → 소비자(지사보유)
 - 수출업체 → 수입업체 → 소매점 → 소비자 (PB제품)

■ 김치 유통채널 및 점유율

- 원산지별 유통채널
 - 한국산은 슈퍼, 편의점 등 시판용이 90% 이상을 차지하는 것으로 추정되며 중국산은 외식업계 업소용이나 할인점의 특판 제품용으로 주로 유통되고 있음
 - 일본산은 시판용과 업소용 비율이 약 7:3 정도로 파악되고 있음
- 판매대상별 유통채널
 - 일반 소비자용(마트판매용, 편의점용, 온라인 및 홈쇼핑용)은 슈퍼 등 양판점 판매가 77%를 차지하고 있으며 절임코너에서 김치는 주력상품으로서 확대추세에 있음
 - 편의점에는 소용량 상품이 주로 유통되나 아사즈케(겉절이) PB상품과 경쟁하여 축소 경향을 보이고 있음
 - 기타 생협은 견조한 증가를 보이고 있으나 저가채널인 드럭스토어나 할인판매점 등은 냉장제품 판매대가 협소하고 김치의 취급도 제한적이어서 비중은 전체의 14% 정도에 머무르고 있음
 - 업소용은 야키니쿠점 등 외식업소용이 주류를 이루고 있으며 2010년 이후 도시락 체인점의 냉면이나 규동체인점의 김치 등이 인기를 얻고 있으나 야키니쿠 체인점 등의 부진으로 업소용의 전체 실적은 계속해서 감소 추세임

용도별 김치 판매동향

(단위 : 백만엔)

	2010년		2011년	
	판매액	구성비	판매액	구성비
합 계	73,800	100.0%	74,400	100.0%
시판용	53,500	72.5%	54,400	73.1%
업소용	20,300	27.5%	20,000	26.9%

* 자료 : 후지경제

일본 시판김치의 채널별 판매동향

(단위 : 백만엔, %)

구분	2009년		2010년		2011년(P)	
	판매액	비율	판매액	비율	판매액	비율
슈퍼 등 양판점	38,600	76.1	41,200	77.0	42,000	77.2
편의점	4,800	9.5	4,900	9.2	4,800	8.8
기 타	7,300	14.4	7,400	13.8	7,600	14.0
계	50,700	100.0	53,500	100.0	54,400	100.0

* 자료 : 후지경제

● 업체별 시장점유율 현황

- 업체별 시장점유율을 보면 「고쿠우마」 시리즈의 도카이쓰케모노가 안정된 증가세를 보이고 있고 미야마는 PB상품의 판매호조 및 관서지역 시장개척 강화로 큰 폭의 매출액 신장세를 나타냈음

업체별 매출액 및 점유율 현황

(단위 : 백만엔, %)

	2010		2011	
	판매액	점유율	판매액	점유율
합 계	73,800	100.0	74,400	100.0
도카이쓰케모노	9,700	13.1	10,300	13.8
미야마	7,000	9.5	8,500	11.4
피클스코퍼레이션	4,800	6.5	5,000	6.7
빙고쓰케모노	4,800	6.5	4,500	6.0
푸드라벨	3,500	4.7	3,300	4.4
아키토쇼쿠헌	2,650	3.6	2,650	3.6



	2010		2011	
	판매액	점유율	판매액	점유율
나카가와쇼쿠헌	2,150	2.9	2,100	2.8
대상재팬	2,020	2.7	2,020	2.7
기타	37,180	50.4	36,030	48.4

* 자료 : 후지경제

■ 브랜드별 판매액 및 점유율 현황

(단위 : 백만엔, %)

브랜드명	기업명	2010년		2011년	
		판매액	점유율	판매액	점유율
고쿠우마	도카이쓰케모노	9,700	13.1	10,300	13.8
고향가스스무	피클스코퍼레이션	4,000	5.4	4,400	5.9
규카쿠	푸드라벨	3,500	4.7	3,300	4.4
和風김치	빙고쓰케모노	3,000	4.1	3,100	4.2
기 타	-	53,600	72.6	53,300	71.6
합 계		73,800	100.0	74,400	100.0

* 자료 : 후지경제

■ 김치제품 출시동향

● 신제품 동향

- 기존의 용기포장 다양화와 더불어 포기김치, 연근김치, 생강함유김치 등 종류 다양화 경향도 나타남
- 한국산은 상미기한¹⁾을 늘린 CJ김치가 '11년말에 출시되어 순조로운 판매세를 보이고 있음
- 일본의 젊은층을 사로잡기 위해 피자체인점과 합작하여 피자 토핑 형태로 식빵 등에 제품을 얹어 전자렌지로 간단히 조리할 수 있는 아이디어 제품인 치즈함유 김치 제품도 출시되었음

1) 상미기한(상미기한) : 소비기한으로 표기하는 제품을 제외한 대부분의 식품류의 유효기간으로 냉장 또는 상온 보존하는 등 일정한 조건 하에 품질이 떨어지지 않고 안전성이 확보되면서 맛을 보증할 수 있는 기간을 의미

■ 김치 주요 신제품 현황 ■

상품명	기업명	용기·용량	소매가격	발매시기	특징
조조엔포기김치	피클스 코퍼레이션	플라스틱컵 180g	권장소비 자가격	2011.8	고급야키니쿠점 조조엔의 맛을 충실히 재현한 포기김치
고항가스스무 연근김치	“	플라스틱컵 120g	248엔	2011.10	절인 연근과 무에 파와 참기름을 넣어 무친 김치
고항가스스무 치즈김치	“	플라스틱컵 200g	258엔	2012	일본 유명피자 전문점(Pizza-LA)과 연계한 치즈함유 김치
히에시라즈상노 쇼가이리김치	이와시타쇼 쿠힌	플라스틱컵 200g	권장소비 자가격	2011.11	기존제품보다 10배이상의 생강을 배합하여 상큼한 맛의 김치
오이시이김치	에바라CJ후 레쉬푸즈	플라스틱컵 300	권장소비 자가격	2011.8	발효를 제어한 상품으로 상미기간이 50일로 장기

● 유통채널별 제품특징 및 판매동향

- 일본산 김치는 납작한 직육면체형 플라스틱 트레이 용기에 높이를 낮추는 대신 가로, 세로 폭이 큰 포장으로 착시효과에 따른 부피가 커보이고 신선한 느낌을 강조하는 포장형태가 대부분으로 「고쿠우마」, 「고항가스스무시리즈」, 「가와고에타츠야 이치오시김치」 등 매출액순위 상위제품들에 쓰이고 있음
- 한국산 및 중국산은 수출시 파손 위험에 따라 일본산보다 두꺼운 플라스틱 재질의 원형 PET용기가 대부분으로, 부피가 상대적으로 작은 느낌이 있음
- 오랜 경기침체로 일본소비자들은 저가제품을 선호하여 김치의 경우 실질적으로 단가차이가 크지 않음에도 부피가 커 보이는 제품의 선호도가 높아 일본산 김치의 포장형태는 참고사항이 될 것임

* '11년 신규출시된 미야마의 한국신선직행편極(키와미) 김치가 일본산 포장형태를 도입, 수입시 하중에 견딜 수 있도록 굵은 종이재질로 표면 커버

3 소비동향

최근 김치 판매동향

- 도카이쯔케모노, 미야마, 피클스 등 일본산 김치가 상위를 차지한 가운데 푸드라벨의 우각(4위), CGC 한국김치(7위), CJ에바라의 오이시이김치(12위), 미야마의 가와고에타츠야고쿠김치(13위), 산키 배추김치(20위)가 20위권에 포함됨
- 단가 1엔/g을 기준으로 소비자가격이 형성되어 있으나 200엔대 제품 다수가 상위 순위를 차지하여 용량보다는 합리적인 가격의 상품이 인기가 높음을 알 수 있음
- 매운맛, 신맛의 한국식 숙성김치보다는 단맛이 가미된 일본식 제품들이 인기가 있음
 - 일본인은 신맛, 매운맛을 싫어하는 경향이 있으나 최근 매운맛이 인기를 끌면서 달고 매운맛은 인기가 있음
 - * 신맛의 일본식 매실짬아치도 최근 단맛을 강조하는 경향임

김치 상품별 판매현황

	企業名	商品名	용량 (g)	평균 가격	출시 연월	판매 금액 (천엔)	비고
1	東海漬物	東海 こくうま熟うま辛キムチ	320	287	2000.03	126,703	
2	美山	美山 川越達也 イチオシキムチ	200	195	2010.08	104,209	
3	ピクルスコーポレーション	ピクルス ご飯がススム	200	201	2009.10	69,725	
4	フードレーベル	牛角 韓国直送キムチ	400	351	2003.05	44,525	한국산
5	備後漬物	備後 旨えびキムチ カップ	450	296	2006.07	37,266	
6	北日本フード	北日本 スーパー極上キムチ	330	312	2008.07	32,748	
7	シジシージャパン	C G C 韓国キムチ	400	275	2003.11	29,165	한국산
8	東海漬物	東海 こくうま熟うま辛キムチ	200	240	2000.05	27,253	
9	美山	美山 好好キムチ 黒酢入り	500	211	2004.08	26,508	중국산
10	備後漬物	備後 和風キムチ	650	328	2004.06	24,725	
11	備後漬物	備後 吉野家 白菜キムチ	200	203	2009.08	20,826	

	企業名	商品名	용량 (g)	평균 가격	출시 연월	판매 금액 (천엔)	비고
12	エバラC J フレッシュフーズ	エバラC J おいしいキムチ	300	296	2011.08	19,421	한국산
13	美山	美山 川越達也極キムチ カップ	300	308	2011.01	19,321	한국산
14	秋本食品	秋本 王道キムチ	200	283	2005.08	16,726	
15	フードレーベル	牛角 べったら d e 키ム치	250	270	2006.06	15,023	
16	香味小夜子	香味小夜子 美味かキムチ	200	218	2009.04	12,777	
17	徳山物産	徳山 おいしい鶴橋キムチ	400	296	2009.07	12,235	
18	ピクルスコーポレーション	ピクルス ご飯がススム 辛口	200	203	2010.04	11,944	
19	備後漬物	備後 熟うまキムチ	320	252	2009.03	10,511	
20	三輝	三輝 ペチュキムチ 大	400	334	2002.04	7,987	한국산

자료 : 식량신문사제공 (재)유통시스템개발센터 POS데이터 (2011년 7월~2012년 6월)

* POS데이터 : 전국 주요도시에 분포한 주요점포의 데이터를 바탕으로 한 판매트렌드 정보

** 본 자료는 일본 전역에 분포해있는 점포 400여 곳의 POS데이터 일부를 집계한 것으로 일본 전 지역의 총 판매량이 아니며 금액별 점유율 1위 상품과 전국 판매 1위 상품이 다를 수 있음

● 한국산 김치에 대한 인식

- 가정용에서는 조리하지 않은 김치를 밥과 함께 먹는 것이 주류이나 한국찌개류의 확산으로 김치를 찌개재료로 사용하는 가정과 대용량 타입의 상품이나 유산발효 산미가 있는 상품도 인지도가 다소 상승함
- 향후 바로 먹을 수 있게 포장된 제품과 조리용 대용량 상품, 치즈함유 제품 등 아이디어 상품의 다양화로 소비자들의 선택의 폭이 확대될 전망이다

● 소비자 구매 및 선호도 변화(2011 일본식량신문 소비자 설문조사)

- 절임류 구입 시 소비자의 선택 기준은 “가족의 기호(66.0%)”, “안전성(30.9%)”, “가격(27.2%)”을 우선시하고 “편의성(9.3%)”, “요리재료(4.9%)”, “대용량(1.2%)”은 크게 고려하지 않음
- 소비자가 절임류 구입 시 가장 고려하는 표기사항은 “상미기한(42.9%)”, “첨가물 유무(27.9%)”, “원료의 원산지(17.1%)” 순임
- 일본소비자는 절임류에 대한 정보를 “상품 포장(56.2%)”, “지인(12.3%)”, “신문잡지

- (8.0%)”, “점포(7.4%)” 등에서 얻고 있음
- 소비자의 76%가 원료의 원산지를 확인하고 있으며, 70%는 일본산만을 고집하고 24%는 원산지를 고려하지 않음
- 자주 구입하는 절임류로는 65.4%가 김치라고 응답하여 4년 연속 1위 유지
- 절임류에 대한 요구사항으로는 “염분을 적게”, “첨가물을 적게”, “더 연한 맛으로” 해달라는 요구가 많음

경쟁제품의 홍보전략 조사

- 일본산 : TV 등 미디어 광고를 통한 브랜드이미지 정착을 위한 홍보강화
 - 도카이쓰케모노는 테니스선수 다케 기미코를 기용하여 TVCM 방영
 - 피클스코퍼레이션은 라디오 및 TV CM 방영
- 한국산 : 단발적인 유통업체 판촉(가격할인)행사 위주의 홍보가 주로, 브랜드이미지 정착 홍보가 미흡하므로 미디어 활용 홍보효과를 극대화할 수 있는 방안마련 필요
- 소매가격 동향

판매처 (샘플구입처)	원산지	제조사명	상품명	용량 (g)	가격 (엔)	단가 (1엔/g)	포장형태 (사진)
이토요카도	일본	東海漬物	코쿠우마김치	320g	258	0.81	
		피클즈	고항가스스무김치	200g	248	1.24	
	한국	푸드레벨 (삼진제조)	牛角한국직송김치	400g	358	0.90	
		이토요카도PB (삼진제조)	7프리미엄 한국김치	300g	278	0.93	

판매처 (샘플구입처)	원산지	제조사명	상품명	용량 (g)	가격 (엔)	단가 (1엔/g)	포장형태 (사진)
			7프리미엄 한국김치	80g	148	1.85	
이온	한국	에바라CJ 후레쉬	오이시이김치	300g	278	0.93	
		이온PB (건식제조)	톱밸류 한국김치	400g	298	0.74	
		미야마 (건식제조)	한국신선직행편極김치	300g	278	0.93	
			서울남대문김치	300g	278	0.93	
		푸드레벨 (진미)	소믈리에엄선김치	300g	348	1.16	
	일본	미야마	川越達也이치오시김치	200g	198	0.99	
		도쿠야마	물백김치	340g	298	0.88	
		아키토식품	파김치	120g	248	2.07	
	신주쿠 마루에이	일본	빙고쯔케모노	和風김치	600 g	398	0.66
로손100	중국	미야마	ルーさんのこだわり 김치	200 g	100	0.5	

* 2012. 10. 15 조사



경쟁상황

- 한국산 중 최근 출시된 진미의 300g짜리 소믈리에엄선김치는 348엔으로 판매가가 설정되었는데 이는 용량을 줄인 소포장제품이 김치시장의 최근경향임을 알 수 있음
- 배추김치가 주류이나 일본산 파김치, 백김치 등의 신제품들이 속속히 출시되고 있음
- 1g당 단가기준으로 이온 PB김치 특매가가 0.74엔으로 최저이며 이토요카도 PB 김치 소포장(80g)이 1.85엔으로 최고가임
- 일본산은 1g당 평균 1엔이란 인식이 지배적이나 최근 특판강화 등을 통해 가격 경쟁이 치열한 실정임
- 미야마의 중국산 김치는 1g당 0.5엔으로 한국산, 일본산과 비교하여 50% 정도의 저가로 설정되어 있음

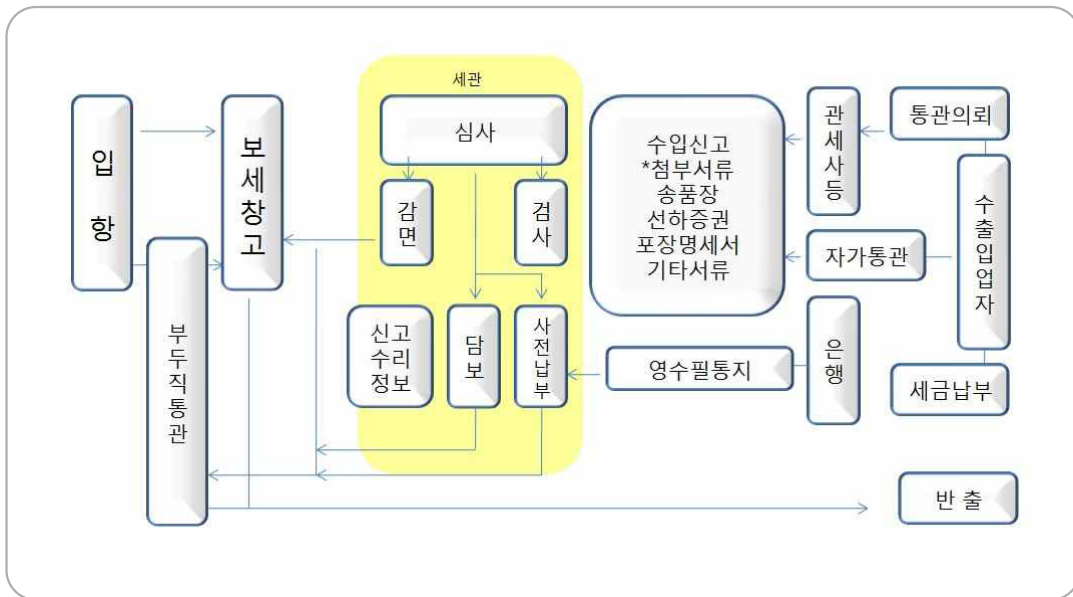
4 통관 및 수입검사

통관 관련 서류 및 절차

- 송장 : 한국에서는 배추김치, 무김치, 깍두기, 보쌈김치 등을 통틀어 김치라고 생각하여 김치라고 표기하는 경우가 있으나 원재료가 각기 다른 김치라면 품명대로 기재해야하며 검사결과서류도 원재료와 용기에 따라 각각 제출해야 함
- 원산지증명서 : 고춧가루는 일반품목과 달리 유의할 사항이 많은데 원산지증명서 관련해 순중국산인지 순한국산인지 기타의 것인지를 명확히 해야하며 고춧가루는 파쇄, 분쇄하는 과정에서 금속파편이 제품에 유입되는 등의 안정성 문제로 필수로 공정 중 금속탐지기를 거쳐야하는 등 각별한 주의 필요
- 성분표 : 일본에서 고춧가루는 불특정 원재료로 분류하므로 확인이 필수적임

- 제조공정도 : 식품의 경우 중금속과 세균에 대한 규제가 특히 심하므로 공정과정 중 금속탐지기와 살균온도 등을 기록하는 것이 바람직
- 식품 등의 수입신고서 : 상기 수주관계 서류를 첨부해 세관에 제출하여야 하며, 세관에 의한 심사, 검사 및 납세 후에 수입허가서 교부
- 기타 제품 패킹리스트, 보험명세서, 선하증권(B/L), 도착통지서(A/N) 등

■ 일반적인 수입통관 절차 흐름도 ■



■ 김치의 HS코드 및 관세 ■

형태	HS CODE	세율(kg당)		
		기본	WTO 협정	특혜 세율
밀폐용기 (1개의 중량이 10kg이하)	2005.99.919	12.8%	12%	9.6%
비밀폐용기	2005.99.999	9.6%	9%	-



■ 검역 및 검사 관련

- 김치의 검역 및 검사관련 주의사항으로 잔류농약 규제기준과 솔빈산(보존료)의 사용한도 기준임
- <농림물자의 규격화 및 품질표시의 적정화에 관한 법률(JAS법)>에 명시된 수입 가공식품의 품질표시기준에 따라 표기되어야 함
- 2006년 5월 포지티브리스트제도 실시에 따라 김치의 주원료 채소에 대한 잔류농약 한도기준에 맞춰야 함
- 일배추, 무 등 300여 가지 이상의 농약의 잔류한도 최대기준치가 규정되어있으며, 가장 까다로운 “불검출”부터 인체에 해로운 정도에 따라 책정된 기준치가 「0.001~400ppm」로 되어있으며, 기준이 정해지지 않은 농약이 검출되었을 때는 일률적으로 「0.01ppm」로 규정됨

■ 김치재료의 잔류농약 품목수 ■

구분	배추	무	오이	마늘	고추가루	한도기준(절임채소)
농약품목수	316	308	348	302	411	1.0g /1kg

- 기준치가 정해진 김치원료가 한도기준치 이하일 경우 문제시되지 않으므로 수출 업체인 한국제조업체가 일본공인검역기관의 잔류농약과 솔빈산의 검역결과를 통해 제품의 안전성을 확인한 후 수주해야함
 - 화물 도착 후 검역결과가 이상으로 수입허가가 나지 않을 경우 수입업체가 책임지고 화물반송 및 폐기 경비를 부담해야함

■ 포장 및 라벨관련

- 일본 내 판매의 경우 라벨링은 <농림물자의 규격화 및 품질표시의 적정화에 관한 법률(JAS법)>로 정해져 있는 수입가공식품의 품질표시기준에 따라서 일괄 표기

하도록 하고 있어 용기 또는 포장의 보이기 쉬운 곳에 알아보기 쉬운 방법으로 표시하여야 함



■ 김치의 표시사항

- 명칭 및 원재료명(총중량 중 비율이 높은 순서로 표기)
- 식품첨가물명 : 식품위생법시행규칙에 따라 총중량 중 비율이 높은 물질, 보존료, 감미료는 “보존료(소르빈산K)”, “감미료(스테비아)”와 같이 “용도명(물질명)”으로 표기해야함
- 조미료 : 사용조미료 종류를 표기하며, 김치의 경우 보통 글루타민을 사용함
 - * 글루타민 : 아미노산의 하나인 글루탐산아미드로 1883년 사탕무의 액즙에서 발견, 포유류의 혈액 내 아미노산의 주성분으로, 동식물의 단백질 속에 존재
- 용량 : 계량법에 따라 용기를 제외한 김치만의 순중량을 g단위로 표기
- 유효기간 : 수입자는 자발적으로 해당식품의 기한설정에 필요한 정보에 대해 국외 제조자에게 확인을 거치고 미생물검사, 화학검사, 관능검사²⁾ 결과를 근거로 한 적정기한을 설정하여 기한을 표기(제조일로부터 3개월 미만은 년, 월, 일로 표기하고, 3개월 이상은 년, 월로 표기)해야 함
- 보존방법 : 냉장 등 보존방법 표기(요냉장 등)
- 원산지 및 수입자명
- 알레르기 유발물질 표기 : 일본후생성에서는 계란, 우유, 메밀, 땅콩, 새우, 게 등을 알레르기 유발물질로 분류하여 반드시 표기하게 되어있으므로 알레르기표기법에 의해 2010년 이후 새우, 게 등의 포함가능성이 있는 원재료의 경우 반드시 제품에 섞일 가능성이 있음을 표기해야 함

2) 관능검사(官能檢査) : 사람의 감각에 의해 하는 측정법으로 심리계측법의 하나. 특히 빛깔, 맛, 향기 등 기호에 관한 것은 물리·화학적계측법으로서는 종합적인 평가를 하기 어렵기 때문에 관능검사가 자주 이용됨

〈 표기 예 〉 本製品で使用している乾のりは甲殻類(えび・かに等)が混ざる養殖法で採取しております° (本 제품에 사용한 건조김은 갑각류(새우, 게 등)가 섞이는 양식방법으로 채취하고 있습니다)



- 자원유효이용 촉진법 등의 표기 : 용기포장 재활용법에 의해 분리배출될 수 있는 자원에 대해 표기

표기	표기내용
	플라스틱, 음료, 주류, 간장 등의 PET병을 제외한 용기포장
	음료, 주류, 간장 등의 PET병

- 유기식품의 검사인증제도 : 유기식품의 검사인증제도에 의해 유기JSA규격에 적합하지 않으면 「유기」, 「오가닉」 등의 표기는 금지됨

김치의 포장표기 실례

한국광장 표기김치 500g (120*80)

韓国産 はくさいキムチ		광장 표기500g
名 称	はくさいキムチ	
原材料名	はくさい、だいこん、おきあみの塩辛、ねぎ、にんにく、とうがらし、しょうが、漬け原材料(もち米粉、果糖、食塩、アミノ酸液)、調味料(アミノ酸)	
内 容 量	500g	
賞味期限	枠外に記載	
保存方法	冷蔵(10℃以下)で保存してください。	
原産国名	大韓民国	
輸 入 者	株式会社韓国広場 〒160-0021 東京都新宿区歌舞伎町2-3-11 ※お客様相談係:03-3232-5400 (土曜日、日曜日、祝日を除くAM9:00~PM5:00)	 熟成発酵キムチ
■ キムチは乳酸発酵食品ですので、熟成し発酵が進むと酸味がでてまいります。品質に問題はございません。 ■ 開封後はなるべくお早めに召し上がってください。		
대상 FNF(주)	 パウチ : PE, AL, PET	

4 수출확대 방안

■ 향후 김치시장 전망

- 수입자, 도매상, 판매자(유통업체MD 외)등의 관계자 의견
 - 일본인의 미각에 맞춘 맵지 않고 연한 맛의 김치가 인기 있는 한편 한국산의 적당히 매운 김치도 일정한 수요가 있어 시장양분화 경향이 나타남
 - 한국산은 적당히 “매운 맛”, “김치의 본고장, 한국”이라는 이미지가, 일본산은 “맵지 않은 맛”, “신선하고 안전하다”는 이미지 유지 중임
- 일본 김치업체는 뛰어난 제품 개발력으로 일본인의 미각에 맞춘 제품을 출시하여 시장점유율을 점진적으로 늘려갈 것으로 보이며, 한국산은 시장점유율 유지 또는 다소 감소할 것으로 보는 의견이 다수임
 - 산미가 억제된 단맛의 맵지 않은 일본식 김치의 인기를 바탕으로 일본 김치 제조업체들의 일본시장 점유율 확대는 당분간 지속될 것으로 전망됨
 - 일본 김치업체의 우수한 제품개발력과 발상의 전환에서 나온 아이디어 상품의 출시 추세가 지속될 것으로 보임

■ 치즈함유 김치 I

- 최근 피자체인점과 함께 젊은층을 대상으로 한 치즈 함유 김치를 공동 개발하여, 이를 빵에 발라 전자레인지로 조리 가능한 제품도 출시됨



- 일본 김치제조업체들은 한국숙성김치 맛에 최대한 근접하기 위한 꾸준한 연구와 포장용기 개선노력(소량화, 다양화)으로 시장점유율을 확대하고 있음



- 또한 지하철 및 TV 광고투자로 일본업체에 대한 일본소비자들의 인지도는 더욱 강화될 것으로 보이며, 한국산 김치의 입지는 상대적으로 약화될 것으로 보임

■ 한국김치 소비촉진 및 시장 확대를 위한 마케팅 제안

- 다양한 김치용량 및 포장용기 개발을 통한 현지 소비트렌드 대응
 - 400g PET용기에서 탈피하여 내용물을 볼 수 있고 부피가 커 보이는 용기 개발 등으로 소비촉진 도모
 - 한식의 수요증가에 맞춰 찌개용, 볶음용, 반찬용 등으로 다양화, 세분화된 제품의 소포장 출시 등 제품 개발노력이 필요함
- 연구 및 벤치마킹을 통한 가격경쟁력 확보, 일본인 취향 등 반영한 상품개발 필요
 - 피클즈의 고향가스스무김치의 경우 매운 정도에 따라 중간매운맛, 매운맛의 두 가지로 출시하며 매운맛을 싫어하는 일본인의 취향에 대응하고 있음
 - 일본식 김치업체가 한국식 김치의 맛에 대한 연구를 통해 시장확대를 도모했듯이 한국기업도 일본의 마케팅 및 원가절감 기법 등의 벤치마킹으로 가격경쟁력을 키우고 신상품 개발로 한국김치의 시장 확대를 위한 노력이 필요함
- 한국 김치만의 특징과 한식 붐을 활용한 계절별 홍보마케팅 실시
 - 김치(숙성발효 김치)의 본고장, 한국이라는 이미지 확대를 위해 김치전용 냉장쇼케이스 보급 지원방안 강구 등으로 한국식 본고장 김치를 선호하는 소비자층을 확대시켜야 함
 - 봄여름 전략상품으로 백김치 및 물김치, 하절기 메뉴인 냉면의 육수로 물김치 제조 방법 홍보 등 한국요리 붐 현상을 활용, 연계하여 한식을 홍보해야함
 - 가을겨울 전략상품으로 포기김치 집중홍보 및 국물요리 등의 음식연계 홍보해야함

2장 간지



막걸리/일본

1 시장개요

■ 막걸리 시장규모(생산, 수입)

- 한국음식점을 중심으로 판매되었던 막걸리는 2002년 월드컵, 2004년 한류붐에 따른 한국 식문화의 인기와 더불어 2008년 이후 폭발적인 시장 증가세를 보임
- 일본에서 막걸리는 한국의 전통적인 탁주라는 이미지가 강하며 현재 일본에서 유통·판매되고 있는 막걸리의 대다수가 한국에서 수입된 상품임
 - 2010년 일본에서 브랜드 가치가 높고 기존 소주 유통루트를 활용한 진로의 시장진출로 막걸리시장은 '09년부터 매년 3배에 가까운 성장세를 보임
 - 2011년에는 대형 음료제조업체인 “선토리(SUNTORY)”사가 350ml용량의 캔으로 “서울막걸리”를 발매하며 인기 한류스타 장근석을 기용한 TVCM이 인기를 얻어 당초 계획보다 3배 이상으로 출고량을 늘리는 대히트를 기록함

수출실적	물량(톤)				금액(천불)			
	'09	'10	'11	전년비	'09	'10	'11	전년비
한국산 막걸리	6,157	15,556	38,659	148.5%	5,400	15,585	48,419	210.7%

- 일본에서 생산되는 막걸리의 대부분이 일본 청주회사의 청주 생산 휴지기를 활용하여 생산한 탁주를 막걸리로 출시한 것임



- 청주 소비가 갈수록 줄어들고 있는 상황에서 막걸리의 인기가 청주회사의 일본산 막걸리 출시의 촉매제가 되었을 것으로 추정
- 한국산 막걸리 수입업체에 따르면 일본산 막걸리가 현재로서는 큰 위협요소로 작용한다고 느끼지는 않으며,
- 언론사(일본식량신문, 酒販뉴스)기자 또한 일부 이자카야(막걸리 바) 등 일본산 막걸리가 유통되기는 하나, 업소용·소매용 모두 큰 반향은 아직 없다고 함
- 일본 국세청에서도 막걸리는 리큐르(대부분 매실주, 제3맥주 등)로 함께 분류되어 특별히 막걸리에 대한 정확한 통계는 산출되지 않는 상황이나 전문조사기관인 “후지경제”에 따르면 2011년 막걸리 시장규모를 101억엔으로 추산함
- 막걸리 매출액(후지경제사) : ('09) 2,200백만엔 → ('10) 5,500 → ('11) 10,100

일본 국세청 주류과세 수량 내역표

(단위 : kl)

구분	1998년	2003년	2008년	2009년	2010년
청주	1,093,723	841,631	653,053	616,299	602,715
합성청주	55,007	64,275	51,418	46,564	44,074
연속식증류소주	400,155	511,423	478,444	480,397	462,241
단식증류소주	330,751	470,545	536,939	531,502	508,139
미립	109,709	108,518	111,409	107,744	107,213
맥주	6,164,792	3,955,480	3,199,008	3,017,633	2,942,659
과실주	369,879	247,995	245,788	249,810	274,049
감미과실주	14,729	8,287	7,424	6,616	6,707
위스키	135,704	96,664	76,067	84,450	95,792
브랜디	24,750	13,381	7,903	7,010	6,860
발포주	1,074,734	2,526,827	1,382,751	1,148,295	966,500
리큐르	287,343	615,134	1,336,983	1,684,299	1,916,902
스피리츠	23,625	52,391	216,275	264,896	302,684
기타양조주 등	9,867	54,226	789,896	755,486	726,031
계	10,094,768	9,566,774	9,093,364	9,001,013	8,962,580

※ 출처 : 일본국세청

2 유통동향

■ 막걸리 유통현황 및 점유율

- 막걸리 유통채널
 - 일본에서 주류는 대부분 제조업체 → 주류전문 벤더 → 유통업체, 외식체인 형태의 기본구조를 이루고 있음
 - 한국산 막걸리 또한 이러한 기본 구조에 수입업체가 참여하는 형태임
 - * 수출업체 → 수입업체 → 주류전문 벤더 → 유통업체, 외식체인
 - 현재 시판용으로 유통되는 막걸리는 거의 살균막걸리로 상온유통이나, 한인타운 및 한국음식점, 통신판매를 중심으로 일부 생막걸리가 냉장으로 유통되고 있음
- 용도별 판매동향
 - 막걸리는 원래 업소용으로 주로 한국식당이나 야키니쿠(불고기)점에서 취급이 되는 경우가 많았으나 최근 몇 년간 인기를 끌면서 일본 이자카야에도 막걸리 메뉴가 등장
 - 2010년 시장의 급격한 성장과 더불어 진로재팬의 시장진출, 2011년 3월 선토리의 장수막걸리 출시 등으로 가정용의 비중이 확대되었음

■ 용도별 판매동향 ■

(단위 : 백만엔, %)

구분	2009년		2010년		2011년(추정)	
	매출액	비율	매출액	비율	매출액	비율
가정용	300	13.6	2,300	41.8	5,800	57.4
업소용	1,900	86.4	3,200	58.2	4,300	42.6
계	2,200	100.0	5,500	100.0	10,100	100.0

* 출처 : 2011 후지경제 식품마케팅 편람



■ 유통채널별 제품특징 및 판매동향

- 시판용 막걸리의 유통채널별 판매 동향
 - PET, 병제품 등은 슈퍼마켓, 디스카운트숍을 주요 채널로 하고 있음
 - 2011년 들어 진로막걸리의 캔제품 개발 및 선토리의 “서울막걸리”의 등장으로 슈퍼마켓 및 특히 편의점용 매출액이 급격히 확대됨

(단위 : 백만엔, %)

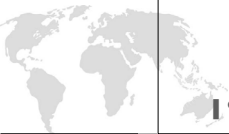
구분	2009년		2010년		2011년(추정)	
	매출액	비율	매출액	비율	매출액	비율
슈퍼마켓	100	33.3	900	39.1	2,300	39.7
편의점	-	-	500	21.7	2,000	34.5
주류직판점	100	33.3	600	26.1	1,000	17.2
기타	100	33.3	300	13.0	500	8.6
계	300	100.0	2,300	100.0	5,800	100.0

* 출처 : 2011 후지경제 식품마케팅 편람

- 일본은 저도수의 칵테일, 탄산음료와의 혼용 형태의 음용법이 인기가 있어 업소용 막걸리 또한 칵테일 등의 혼용형태로 많이 음용됨
- 이자카야(선술집)에서는 PET병(1ℓ), 종이팩(1ℓ)로 유통되며 막걸리 그 자체도 소비가 이루어지나 칵테일 형태의 음용법 메뉴제안이 많음

■ 일본시장 유통막걸리 주요제품 현황

구분	제품 (사진, 제품명)	제조업체 (수입유통업체)	알코올도수 용량	원재료 포장용지	유통현황	가격(엔)
					업체명	
한국산		진로	6도	쌀, 소맥분, 누룩, 올리고당, 감미료	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	490
					KOHYO	528
		진로재팬	1000ml	페트	YAMAYA	580
					AEON	588
					세븐일레븐	498
진로막걸리						
한국산		국순당	6도	쌀, 감초, 밀누룩	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	525
		생막걸리	주식회사 BSJ	750ml	페트	도큐스토아
한국산		이동	6도	쌀80%, 소맥분20%	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	510
		이동막걸리	이동재팬	1000ml	종이팩	
한국산		부산합동양조	6도	물, 쌀, 소맥분, 감미료, 전분당, 쌀누룩	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	580
		생탁막걸리	-	750ml	페트	
한국산		-	6도	쌀, 흡설탕, 쌀누룩, 구연산, 감미료(아스파탐)	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	598
		부자막걸리	-	1000ml	페트	



일본 수출확대가능품목 조사

구분	제품	제조업체	알코올도수	원재료	유통현황	가격(엔)
	(사진, 제품명)	(수입유통업체)	용량	포장용지	업체명	
한국산		대한주조	6도	쌀, 감미료(올리고당, 아스파탐, 1-페닐알라닌 화합물)	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	590
	순생막걸리	-	750ml	페트		
한국산		-	9도	찰쌀, 전분, 들딸기과즙	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	630
	들 딸기 막걸리	콘타쯔 주식회사	375ml	병		
한국산		국순당	6도	쌀, 누룩, 탄산, 젖산, 감초	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	525
	쌀 막걸리	주식회사 BSJ	750ml	페트		
한국산		일동포천	6도	쌀, 밀가루, 누룽지, 감미료(올리고당, 아스파탐)	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	540
	누룽지 막걸리	-	1000ml	페트		
한국산		이동	6도	백미80%, 밀가루 20%	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	700
	이동생막걸리	이동재팬	1000ml	페트	FOODIUM	648

구분	제품 (사진, 제품명)	제조업체 (수입유통업체)	알코올도수 용량	원재료 포장용지	유통현황 업체명	가격(엔)
	한국산		구암농산	6도	쌀, 대추	
	구암 대추 막걸리	-	1000ml	페트		
한국산		CJ제일제당 (BIBIGO)	3도	그레이프후르츠, 쌀, 쌀누룩, 소맥누룩, 당류	TAMADE	198
					YAMAYA	198
					FOODIUM	198
	맛있는 막걸리	삿뽀로맥주	305ml	캔	세븐 일레븐	198
한국산		진로	6도	쌀, 소맥분, 누룩, 검은콩분, 올리고당, 감미료	YAMAYA	498
	진로 검은콩 막걸리	진로재팬	750ml	페트	FOODIUM	468
한국산		초가	7도	쌀, 소맥누룩, 검은콩액기스	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	398
	검은콩 막걸리	-	300ml	병	YAMAYA	398
한국산		국순당	7도	쌀, 누룩	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	480
					KOHYO	504
					고시레 막걸리	주식회사 BSJ



일본 수출확대가능품목 조사

구분	제품 (사진, 제품명)	제조업체 (수입유통업체)	알코올도수 용량	원재료 포장용지	유통현황	가격(엔)
					업체명	
한국산		서울장수	6도	쌀, 쌀누룩, 소맥누룩, 당류	TAMADE	198
					KOHYO	198
	서울 막걸리	산토리	350ml	캔	YAMAYA	198
					AEON	178
					KANSAI SUPER	198
FOODIUM	198					
한국산		-	6도	쌀, 소맥누룩	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	890
		아리랑 막걸리	-	1000ml		
한국산		-	8도	쌀, 쌀누룩	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	1810
		동동주	-	1800ml		
한국산		서울생	6도	백미, 쌀 누룩, 설탕, 감미료, 산미료	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	438
		생생막걸리	주식회사 코린	955ml		
한국산		일동포천	7도	쌀, 소맥분, 누룩, 올리고당, 감미료	YAMAYA	480
		포천막걸리	-	750ml		

구분	제품	제조업체	알코올도수	원재료	유통현황	가격(엔)
	(사진, 제품명)	(수입유통업체)	용량	포장용지	업체명	
한국산		진로	6도	쌀, 소맥분, 누룩, 올리고당, 감미료	AEON	178
	YAMAYA				215	
	진로 막걸리	진로재팬	350ml	캔	FOODIUM	198
한국산		우리술	6도	쌀,인마르토올리고당,누룩,감미료,암반가스	AEON	580
	톡 쏘는 막걸리					
한국산		우리술	6도	쌀, 배과즙, 누룩, 감미료, 암반가스	AEON	580
	톡 쏘는 배막걸리					
한국산		서울장수	3도	쌀, 쌀누룩, 소맥누룩, 당류, 산미료, 감미료, 암반가스	AEON	178
	서울 막걸리(3도)	산토리주류	350ml	캔	KANSAI SUPER	198
한국산		서울장수	6도	쌀, 쌀누룩, 소맥누룩, 당류 등	AEON	398
	서울막걸리					



일본 수출확대가능품목 조사

구분	제품	제조업체	알코올도수	원재료	유통현황	가격(엔)
	(사진, 제품명)	(수입유통업체)	용량	포장용지	업체명	
한국산		CJ제일제당	6도	쌀, 쌀누룩, 소맥누룩, 당류 등	AEON	568
	서울막걸리	샛포로맥주	1000ml	페트		
일본산		일본주류판매	6도	한국산 쌀, 누룩, 물	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	220
	슈슈 막걸리	-	350ml	캔		
일본산		하마지 주조	6~7도	청주, 양조용 당류, 쌀, 누룩, 물	RAKUTEN (인터넷쇼핑몰)	1,900
	당초 막걸리	-	1800ml	병		
일본산		(주)CALPIS	3도	보드카, 막걸리, 유산균 음료, 탈지분유, 당류, 산미료, 향료, 안정제, 감미료	KOHYO	168
	칼피스와 막걸리의 술	-	340ml	캔		
일본산		요시히사 주조주식회사	6도	청주, 당류, 양조 알코올, 산미료	YAMAYA	188
	국산 막걸리	-	180ml	캔	AEON	198

구분	제품	제조업체	알코올도수	원재료	유통현황	가격(엔)
	(사진, 제품명)	(수입유통업체)	용량	포장용지	업체명	
일본산		요시히사 주조주식회사	6도	청주, 당류, 양조 알코올, 산미료	YAMAYA	780
	국산막걸리 토끼의댄스	-	720ml	병	AEON	798
일본산		요시히사 주조주식회사	5도	청주, 매실과즙, 양조알코올, 당류, 산미료	YAMAYA	898
	우메막걸리 토끼의댄스	-	720ml	병	AEON	898
일본산		나카노 주조주식회사	6도	쌀, 누룩	FOODIUM	448
	달과 토끼 막걸리	-	300ml	병		

☐ 포장동향 및 브랜드별 시장 점유율

● 포장동향

- PET용기가 주류를 이루었으나 2011년 선토리의 “서울막걸리”의 히트에 따라 캔 비율이 급격히 증가하였으며, 기타는 대부분 병 포장임

(단위 : 백만엔, %)

구분	2009년		2010년		2011년(추정)	
	매출액	비율	매출액	비율	매출액	비율
PET용기	1,300	59.1	4,000	72.7	4,400	43.6
캔	-		-	-	4,200	41.6
기타 (병, 종이팩 등)	900	40.9	1,500	27.3	1,500	14.8
계	2,200	100.0	5,500	100.0	10,100	100.0

* 출처 : 2011 후지경제 식품마케팅 편람

● 브랜드별 점유율

(단위 : 백만엔, %)

구분	2009년		2010년		2011년(추정)	
	매출액	비율	매출액	비율	매출액	비율
진로	-	-	2,250	40.9	2,400	23.8
이동	1,500	68.2	1,900	34.5	2,000	19.8
명성	100	4.6	300	5.5	500	5.0
선토리	-	-	-	-	4,000	39.6
기타	800	27.2	1,050	19.1	1,200	11.8
계	2,200	100.0	5,500	100.0	10,100	100.0

* 출처 : 2011 후지경제 식품마케팅 편람

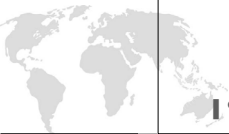
- 진로재팬은 2010년 막걸리 사업에 진출하였으며, 한국 소주의 유통경로를 활용하여 본격적인 막걸리시장 확대의 견인차 역할을 톡톡히 하며 시장선도 브랜드로 성장. 그해 3월 도쿄 롯폰기 힐즈에서 막걸리 시음회를 열고, 4월부터 일본 공중파에서 방영되고 있는 드라마 아이리스 방송 시간대 전후에 TV광고를 배치하는 등 한류 드라마 팬을 집중 공략함. '11년 8월에는 유민을 광고모델로 기용하여 여성들의 입

맛에 맞춘 제품인 막걸리 칵테일 ‘JINRO 유루마꼬리’를 처음으로 생산하기 시작함.



- 선토리주류는 2011년 한국 막걸리 최대업체인 서울탁주제조협회와 롯데주류BG와 공동 개발한 “서울막걸리”를 시장에 선보이며 기존의 판매루트를 활용하고 한류스타 장근석을 기용한 TVCM이 화제가 되어 시장진출 초기에 막걸리 시장 선두주자로 자리매김함





- 이동생막걸리는 20년 가까이 막걸리 시장을 선도해온 기업으로서 대기업 시장진출 전까지는 막걸리 시장 대부분을 점유하고 있었음. 가열살균 형태의 대기업 제품이 시장진출을 확대해나가자 2010년부터 자사브랜드의 한국요리점(니꼬리 막꼬리 / にっこりマッコリ) 1호점에 이어 4호점까지 개점하였으며, 살균막걸리는 물론 생막걸리도 직영요리점 및 한국식당을 주축으로 납품을 확대하는 등 업소용 분야에서 강세를 보이고 있음



- 명성, BSJ(국순당), 초가 등은 각각 지방시장개척, 생막걸리 마케팅확대, 알콜도수 18도의 신제품 출시 등으로 마케팅을 강화하고 있음
- 일본 브랜드 제품으로는 청주전문 제조업체인 월계관, 요시히사주조와 음료전문 브랜드인 칼피스 등에서 제품을 선보이고 있음

I 산토리 주류 “서울막걸리” 성공요인 I

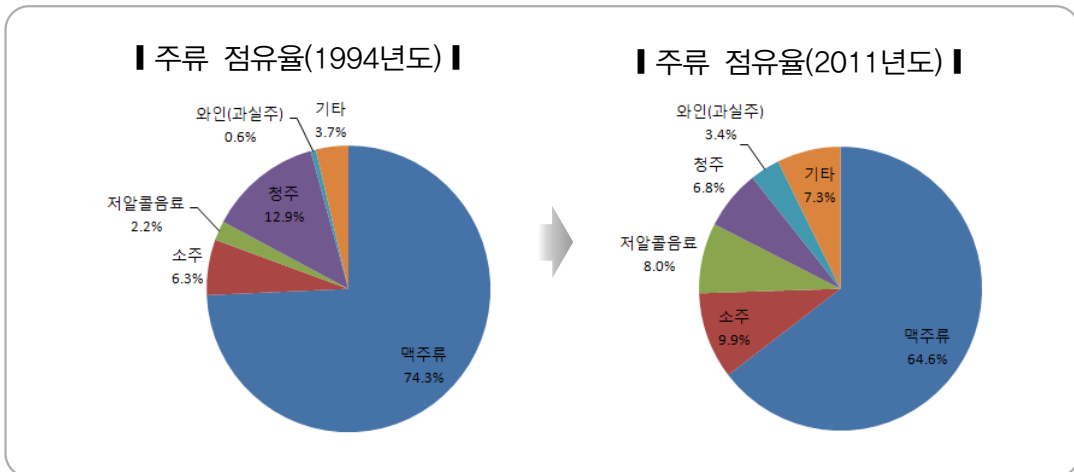
용기부터 맛까지 철저히 일본인에 맞게 한 것이 성공 요인

- 350ml 캔을 막걸리 용기로
 - 산토리가 막걸리 판매를 결정한 것은 작년 진로 재팬의 막걸리 판매가 호조를 보였던 것이 계기
 - 작년 진로 재팬이 일본에 한국에서 표준적인 1L 페트병 막걸리를 발매했는데, 잘 팔리는 것을 보고 전격적으로 막걸리 발매를 결정했음.
 - 그러나 용기는 진로 재팬과 같은 1L 페트병이 아닌 350ml 캔으로 결정했음.
 - 일본인에게는 낯선 술인 막걸리를 처음부터 1L를 사는 것은 모험적인 소비인 것
 - 또한 주요 타겟 소비층이 20~30대 여성으로 1L 용기는 아무래도 부담스럽게 생각하기 쉬우나 350ml 캔은 칵테일 음료 등과 같은 크기로 여성들이 구매하기 쉬운 것으로 판단했음.
 - 따라서 처음 시도해보기에 적당하고 여성들에게 익숙한 350ml 캔을 용기로 결정했음.
- 조금 더 달게, 그리고 상쾌한 느낌을 살려 일본인 입맛에 맞춰
 - 산토리 ‘서울 막걸리’의 제조원은 한국의 최대 막걸리 메이커인 서울 탁주 제조협회이며, 품질 관리 등은 롯데 주류와 공동으로 진행함.
 - 단맛을 좋아하는 일본인에 맞게 단맛을 보강하고 상쾌한 느낌을 살리고자 탄산을 조정하는 등 일본인 입맛에 맞게 서울 탁주 제조협회, 롯데 주류 등과 여러 차례 연구를 거듭했음.
 - 포장에도 부드러운 탄산이라고 명기해 부드럽지만 시원한 맛임을 강조했다.
 - 그 결과 맛에 대한 만족도가 높아 재구입률이 웬만한 베스트셀러 상품과 비슷한 정도라고 함.
- 한류스타 장근석을 모델로 기용하면서 판매 급증
 - 얼굴도 목소리도 부드러운 장근석이 폭넓은 세대의 일본 여성들의 마음을 흔들어 놓으면서 판매는 한층 더 높아졌음

3 소비동향

일본 소비자의 주류관련 구매패턴 변화

- 일본의 전통주인 청주와 맥주 소비가 감소하고 있는데, 이는 새로운 주류(酒類)의 수요 증대로 인한 와인 및 기타주류 소비증가와 젊은층의 식습관 변화에 따른 “쓴맛” 외면이 주요인으로 작용
 - 소비자 기호 다양화로 주류(主流)인 맥주 외 다양한 주류(酒類)로 수요가 옮겨감
 - 소비패턴 다양화와 500엔 안팎의 저가와인의 등장으로 와인판매량이 신장되었으며, 저알콜 음료에서는 츠하이 외에, 위스키를 탄산에 섞은 ‘하이볼 캔’이 인기가 있음
 - '12년 1~9월 동안 감소한 맥주류 출하량은 약 5만 800kℓ로, 업계 추산으로는 츠하이나 하이볼 등 ‘저알콜 음료’는 동기간 약 2만 6,000kℓ, 와인은 동기간 약 2만kℓ의 출하량 증가 예상(맥주류 감소분 80%에 해당)



* 출처 : 니혼게이지아이신문('12. 10. 12)

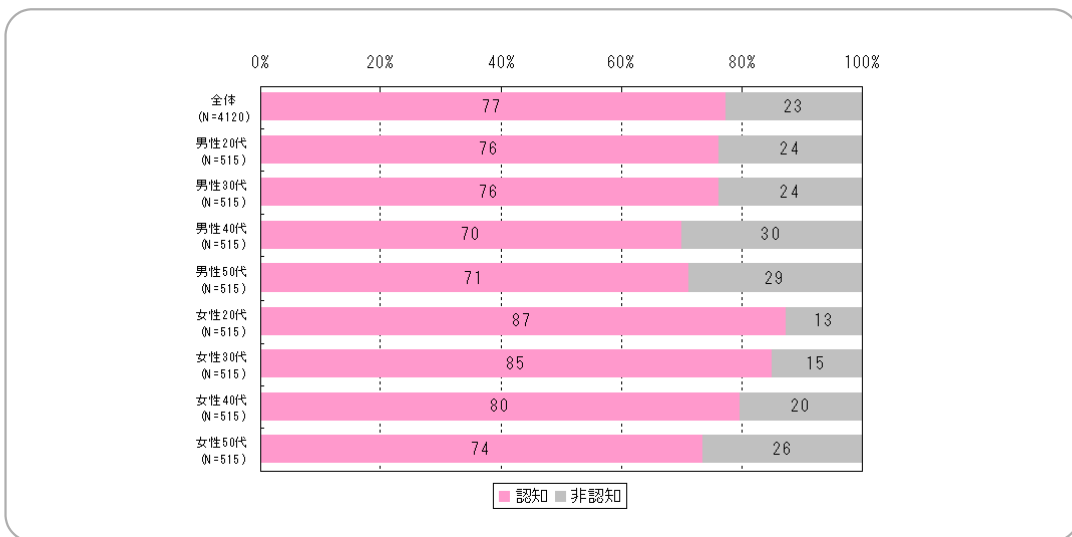
- 이런 시장 트렌드에 부응하여 기존 일본시장에 없던 새로운 막걸리의 등장이 2010년과 2011년까지 붐으로 이어짐

- 그러나 2012년 막걸리 붐이 한풀 꺾이면서 10월 현재 막걸리 소비가 전년동기대비 30% 감소

■ 막걸리 인지도 동향 ('10. 6월)

- 2010년 6월 일본 마케팅 기획사(MDK) 막걸리 앙케이트 조사에 따르면 막걸리 인지도는 77%로 특히 20~30대 여성의 인지도가 85% 이상으로 높았음(알콜 음용 빈도 월 1회이상 20~50대 남녀 4,120명 앙케이트)
 - 2011년 선토리의 장근석 TVCM으로 인지도는 더 상승했을 가능성이 큼

■ MDK 막걸리 인지도 조사 ■

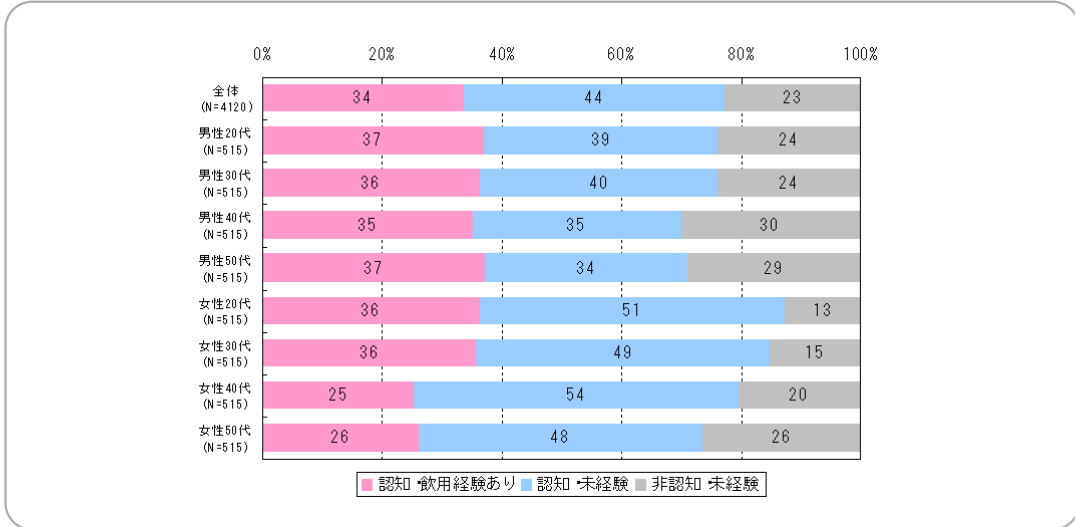


- 막걸리 음용경험은 전체 34%로 나타났으며 막걸리를 알고는 있으나 마셔본 경험이 없다는 응답은 44%, 막걸리 자체를 들어보거나 경험해 보지 않은 사람이 23%로 나타남(40대 이상의 여성이 막걸리 경험수치가 가장 저조하였음)

* 선토리에 의하면 '11년 자체조사시 막걸리 1회이상 음용경험자가 조사대상의 50% 이상이었다고 함



MDK 막걸리 음용경험 조사



막걸리 소비동향

- 막걸리에 대해서는 한국의 전통술이라는 이미지가 높으며 현재 50여개의 제품이 유통되나 대부분이 한국산임(아래 POS데이터 표 참조)

No	상품명	원산지	금액(엔)	금액 점유율	평균 가격(엔)
1	JINRO 막걸리 1L	한국	1,841,020	32.90%	528
2	선토리 서울막걸리 350ml	한국	1,584,172	28.31%	192
3	선토리 서울막걸리 페트 750ml	한국	539,523	9.64%	416
4	삿포르 CJ 오이시이막걸리<망고> 350ml	한국	277,410	4.96%	187
5	삿포르 CJ 오이시이막걸리핑크GF 350ml	한국	276,994	4.95%	183
6	선토리 서울막걸리 3% 350ml	한국	143,403	2.56%	192
7	JINRO 망고막걸리 캔 350ml	한국	111,208	1.99%	185
8	JINRO 캔막걸리 350ml	한국	98,780	1.77%	196
9	JINRO 요구르트막걸리 캔 350ml	한국	95,360	1.70%	184
10	칼피스 칼피스와막걸리 술 340ml	일본	92,882	1.66%	138
11	JINRO 막걸리 6度 375ml	한국	73,571	1.31%	379
12	거림 서울 생생막걸리 950ml	한국	67,882	1.21%	507
13	진로 검은콩 막걸리 750ml	한국	58,970	1.05%	461

No	상품명	원산지	금액(엔)	금액 점유율	평균 가격(엔)
14	선토리 서울막걸리 1L	한국	49,767	0.89%	559
15	서울 월매 막걸리 PET 1L	한국	45,307	0.81%	533
16	비타 막걸리 PET 750ml	한국	36,829	0.66%	380
17	슈슈막걸리 캔 350ml	일본	30,997	0.55%	181
18	JINRO 막걸리 특별보틀 1L	한국	24,677	0.44%	548
19	월계관 교노막걸리 복숭아 250ml	일본	15,838	0.28%	299
20	월계관 교노막걸리 250ml	일본	13,163	0.24%	293
21	구니자카리 사카구라의막걸리 달과토끼 플레인 1L	일본	11,911	0.21%	496
22	우리술 딸기막걸리 캔 350ml	한국	11,720	0.21%	209
23	우리술 배막걸리 360ml	한국	10,405	0.19%	416
24	요시쿠보주조 우사기 댄스 매실막걸리 병 720ml	일본	9,730	0.17%	885
25	전주 쌀막걸리 1L	한국	9,198	0.16%	657
26	전주 검은콩막걸리 6° 1L	한국	8,799	0.16%	677
27	요시쿠보주조 우사기댄스 막걸리 병 720ml	일본	8,481	0.15%	771
28	고시레 라즈베리막걸리 병 320ml	한국	6,188	0.11%	476
29	구암 대추막걸리 6度 1L	한국	4,760	0.09%	680
30	서울 생생막걸리 PET 950ml	한국	4,602	0.08%	575
31	선토리 서울막걸리 350ml×24	한국	4,272	0.08%	4,272
32	요시쿠보주조 우사기 댄스 병 300ml	일본	3,411	0.06%	379
33	모모카와 오이라세류 막걸리 300ml	일본	3,171	0.06%	317
34	쿠니자카리 사카구라의 막걸리 달과토끼 유자팩1L	일본	2,232	0.04%	558
35	우리술 준락배막걸리 750ml	한국	2,208	0.04%	552
36	요시쿠보 막걸리 우사기댄스 缶 180ml	일본	1,925	0.03%	193
37	키쿠스이 막걸리 망고 300ml	일본	1,896	0.03%	474
38	우사기댄스 사쿠라막걸리 병 720ml	일본	1,798	0.03%	899
39	우리술 준락 사과막걸리 750ml	한국	1,748	0.03%	583
40	우리술 준락 포도막걸리 1.2L	한국	1,330	0.02%	665
41	우리술 굴막걸리 750ml	한국	1,045	0.02%	523
42	우리술 슈와또 쌀막걸리 750ml	한국	996	0.02%	498
43	키쿠스이 막걸리 300ml	일본	948	0.02%	474
44	구니자카리 사카구라 막걸리 달과 토끼 유자150ml	일본	945	0.02%	189
45	초가 검은콩 막걸리 300ml	한국	800	0.01%	400
46	우리술 검은콩 막걸리 1.2L	한국	665	0.01%	665
47	우리술 준락 산딸기 막걸리 750ml	한국	599	0.01%	599



No	상품명	원산지	금액(엔)	금액 점유율	평균 가격(엔)
48	우리술 제주감귤 막걸리 병 360ml	한국	569	0.01%	569
49	키쿠스이막걸리 분탄 300ml	일본	474	0.01%	474
50	막걸리나라 검은콩맛 캔 350ml	한국	454	0.01%	227
51	막걸리나라 숯불함유 캔 350ml	한국	454	0.01%	227
52	구니자카리 사카구라의 막걸리 달과토끼 플레인150	일본	378	0.01%	189
53	막걸리나라 거봉맛 캔 350ml	한국	227	0.00%	227

출처 : 식량신문사제공 (재)유통시스템개발센터 POS데이터 (2012년 8월)

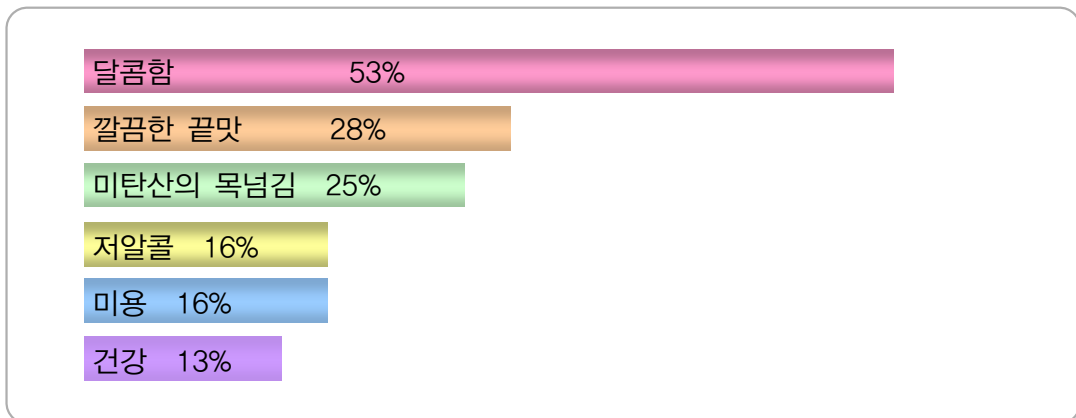
* POS데이터 : 전국 주요수퍼 주요도시의 주요점포의 데이터를 기초로 한 판매트렌드 정보

** 본자료는 일본 전국에 분포되어 있는 417점포의 일부 POS데이터를 집계한 것으로 일본 전 지역의 총판매량은 아님. 따라서 금액별 점유율에 나타난 1위 상품이 실제로 전국의 1위 판매 상품과 차이가 있을 수 있음

■ 소비자 선호도

- 일본인은 단맛을 선호하는 경향이 있어(단맛의 일본산 김치 인기 등) 막걸리의 달콤한 맛에 매료된 것으로 판단됨. 일본 제조업체의 막걸리 또한 단맛이 상당히 강하게 느껴졌음
 - 2010년 막걸리 수입업체 진로재팬의 조사에 의하면 막걸리를 좋아하는 젊은 여성들이 막걸리를 좋아하는 이유는 달콤함이 53% 차지함(중복포함)

■ 막걸리를 좋아하는 이유 ■



*출처 : 진로재팬조사자료 ('10. 6)

- 최근 일본 주류 동향을 보면 저알콜, 논알콜, 저칼로리 경향으로 주류 도수가 낮아지는 경향이 있으며, 칵테일 형태의 제품이 다수 출시되고 있는 상황임
- 또한 탄산음료와 위스키가 혼합된 하이볼 형태의 음용법의 인기와 더불어 탄산함유제품이 인기를 얻고 있으며, 이자카야 등 업소용 막걸리의 경우는 칵테일 형태의 메뉴를 흔히 볼 수 있음. 업소용은 칵테일 형태의 메뉴가 많은 것으로 보임
- 이전까지의 막걸리 소비가 한류에 힘입은 단순 호기심 위주의 소비였다면, 현재는 다양한 브랜드와 상품들을 접하면서 막걸리 리피터³⁾층을 중심으로 자신의 기호대로 소비하는 경향임



진로막걸리 베이스의 칵테일



니코리막코리 거봉 샤베트 막걸리(이동)



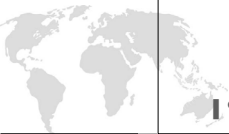
다양한 맛의 한국산 막걸리

4 통관 및 수입검사

■ 막걸리 관세 및 주세

- 관세 : 일본으로 수입되는 막걸리의 경우 거의 리큐르로 분류되면 1리터당 42.4엔의 관세가 부과됨

3) 리피터 [repeater] : 리피터. (쇼핑, 식사, 숙박, 여행 등에서) 같은 곳을 여러 번 이용하는 사람



형태	HS CODE	관세(엔/1 당)		
		기본	WTO 협정	특혜 세율
리큐르	2006.00.229	43.1	42.4	30.8

- 주세 : 리큐르 및 기타양조주에 관한 주세율은 아래와 같으며(주세법 23조) 42.4 엔의 관세 이외에 1리터당 80엔의 주세가 부과됨

구분	주류의 구분	알코올 분(도수)등	1키당 세율/엔
양조주류	청주	-	120,000
	과실주	-	80,000
	기타양조주	-	140,000
합성주류	합성청주	-	100,000
	미린	-	20,000
	감미 과실주 리큐르	13도 이상	120,000엔에 12도를 1도씩 추가 시 10,000엔 가산
13도 미만		120,000	

* 조세특별조치법 제87조 2항

다음 품목 중 발포성이 없는 주류로서, 알코올 성분 13도 미만의 것(리큐르는 12도 미만의 것)에 대해서는 상기 표와 관계없이 다음 세율을 적용한다.

연속식증류 소주	<ul style="list-style-type: none"> ○ 9도 이상 13도 미만(80,000엔에 8도에서 1도씩 추가시 10,000엔 가산) ○ 9도 미만(80,000엔)
단식증류소주	
위스키	
브랜디	
스피리치	
리큐르	

주류면허

- 주류의 경우 일본내 수입에는 제한이 없으나 판매하려면 주세법에 근거하여 관할 세무서장에게 면허를 받아야만 함
- 주류 면허 종류 및 판매 범위

구분	판매형태	판매범위	제한
수입주류 도매업 면허	도매	주류판매업자, 주류제조업자	-
일반주류 소매업면허	소매	모든 주류 소매업자	통신판매
통신판매주류 소매업 면허	통신판매 소매	2개 도도부현 이상 광범위의 소비자를 대상으로 인터넷 카탈로그 송부 등의 방법의 의한 소매	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전 회계연도 대비 품목당 과세 이출수량이 모두 3천kl 미만의 제조자가 제조하는 국산주 ○ 수입주류

● 신청자격 및 요건

- 주류에 대한 충분한 지식을 갖춘 자
- 경영능력 및 판매 능력을 가진다고 인정된 자
- 상기의 자가 주체가 되어 조직된 법인
- 주세법에서 규정되고 있는 면허요건을 갖춘 자

- 알코올음료의 범위 : 알코올 함유량으로 분류되며 관세법상으로는 0.5% 이상, 식품위생법 및 주세법상으로는 1% 이상이 알코올음료로 분류됨

■ 검역 관련 사항

- 알코올음료를 수입하는 경우 「식품 등 수입신고서」를 화물이 통관할 관할검역소 「수입식품 감시담당창구」에 제출해야 하는데 식품첨가물의 사용기준에 주의가 필요하며, 막걸리의 경우 단맛을 내려고 첨가물을 사용할 경우 사용 첨가물의 규제 여부를 반드시 확인해 둘 필요가 있음
- 「신고제」도입 이후 검역소의 위생 검사는 필수가 아니며 자발적으로 신고하면 수입신고서에 신고완료도장, 위생검사합격도장이 날인된 서류의 사본이 반환됨
- 2006년 5월부터 포지티브리스트제도(식품위생법 제 11조 제3항)가 시행 중이므로 주재료가 쌀인 점을 감안하여 주의해야함
- 후생성에서는 임의 검사를 위해 유통되고 있는 주류를 대상으로 일정의 샘플을 채취



및 검사 후 신고한 수치를 넘거나 미신고한 첨가물이 검출되었을 경우에 벌금을 부과하니 각별히 주의해야함

■ 표시 관련 사항

- 막걸리는 리큐르(リキュール)분류가 일반적임
- 식품위생법에 따르면 수입업자는 의무적으로 「명칭」 「알코올 분(도수)」 「수입자 이름」 「영업소의 소재지」 「사용식품첨가물」 등을 소비자가 보기 쉽게 표기해야함
 - 특히 「미성년자」의 음주 방지를 위해 주류 용기 또는 포장에 「미성년자의 음주는 법률로 금지되어 있습니다」라는 표기를 반드시 해야 함
- 표기사항의 위치는 용기 또는 포장의 보이기 쉬운 곳에 식별이 용이한 방법으로 표기하여야 하며 알코올음료 등의 식품 표기의 서체크기는 6포인트 이상으로 표기하여야 함
- 제품명칭 : 기본적으로 서체는 해서체 또는 고딕체로, 「한자」 「히라가나」 「카타카나」로 표기해야하나, 명칭의 경우 읽는 법을 「히라가나」 「카타카나」로 표기하는 경우에 한해 해당명칭의 상업등기법에 의해 등기되어 있는 문자의 종별에 따를 수 있음
- 원재료명 : 원재료와 포장재질의 경우, 제품완성 시 함유량이 많은 순서대로 기재
- 용기의 용량 : 「L」 「ml」 「ℓ」 「ml」 「リットル(리터)」 또는 「ミリリットル(밀리리터)」로 표시하며 서체의 크기는 용기의 용량에 따라 명료하게 판독이 가능한 크기 및 서체로 표기해야하며, 색상은 용기의 전체적인 색과 비교하여 선명하게 표기해야함
- 표기범위
 - 리큐르 : 강장제, 영양제 기타 약제 또는 그 침출액을 원료의 일부로 사용한 경우 「薬味酒」 또는 「薬用酒」 표시해도 관계없으며 쌀 또는 쌀누룩 청주, 간장, 미린 또는 알코올을 첨가하고 여기에 물을 추가하여 으깨서 걸러낸 것의 경우 「白酒」라고 표기하여도 괜찮음

- 기타 양조주 : 쌀, 쌀누룩 및 물을 원료로 하여 발효시킨 것으로 여과하지 않은 것은 「濁酒」라고 표기하여도 무방함
- 유통기한 : 기재장소에 상세히 기재
 예) 枠外上部に記載(上 : 製造日, 下 : 賞味期限)
 구역외 상부에 기재(상 : 제조일, 하 : 유통기한)
- 보존방법 : 냉장보관 등(예 - 要冷蔵の為, 冷蔵庫にて保存して下さい。)
- 수입자 : 수입자 혹은 판매자 주소와 연락처 기재
 예) 美味マッコリ株式会社 東京都新宿区大久保1-1-1 / TEL: 03-3333-5555
- 미성년자의 음주방지 안내 : 주류의 용기 또는 포장에 「미성년자의 음주는 법률로 금지되어 있다」는 표기를 해야 하며 폰트는 6포인트(360ml이하의 용기에 있어서 는 5.5포인트)이상 크기의 일본어로 표기하여야 함
 * 업소용, 내용량이 50ml이하의 조미료용 또는 약용으로 인정된 것은 생략가능
- 자원유효이용촉진법 등의 표시 : 알코올음료 등의 주류에 관해서는 알루미늄캔, 스틸캔, 페트병은 재료 식별표시가 의무화되어 있음

				
알루미늄	스틸캔	종이용기	플라스틱(캡 등)	열가소성 플라스틱 수지

- 부당경품류 및 부당표시 방지 : 과대한 경품첨부 판매나 소비자에게 오인될 우려가 있는 과대 허위표시 등이 금지되고 있으며, 수입위스키 및 수입맥주의 경우 법적의무를 지지는 않지만 공정경쟁 규약이 별도로 정해져 있어 준수하도록 행정지도가 이뤄지고 있음
- 유기식품의 검사인증제도 : 유기식품의 검사인증제도에 의해 유기 JSA 규격에 적합하지 않으면 「유기」 「오가닉」 등의 표기는 할 수 없음



● 알코올 도수 및 원산국 등

▶ 막걸리의 포장표기 실례 ▶



5 수출확대 방안

▣ 2012년 이후 막걸리 시장 전망(업계 등)

- '12년 1월부터 삿포로의 "CJ오이시이 캔막걸리"의 시장진출, 선토리의 "서울막걸리"의 저알콜(6도→3도) 제품출시 등 신제품 발매에 따른 분위기 반전을 도모하였으나 2012년 막걸리 시장은 지속적인 침체분위기
- 2010년부터 2011년까지 막걸리는 한류붐에 편승하는 한편 항상 새로운 아이টে임을 원하는 일본소비자에게 신선한 소재로 다가와 선풍적인 인기를 끌었으나 2012년에 들어서 소비자들의 반응이 식은 것이 가장 큰 요인으로 보임

- '11년도 시장규모의 급격한 확대에 따른 총수요의 정체와 전년도 막걸리의 신장세가 워낙 컸던 것도 한 요인으로 작용한 것으로 보임
- 막걸리는 유행상품 중 하나로 인기를 끌 당시 소비자의 관심도가 높았으나 최종소비자들의 재구입으로 이어지는 경우가 많지 않았던 것이 침체요인 중의 하나이며, 고정수요층 확보를 위한 막걸리의 음용방법, 곁들일 수 있는 메뉴 등의 정보제공 및 홍보가 부족한 측면도 존재함
 - 츄하이, 맥주 등의 고정소비자들이 막걸리 음용 후 친근감과 호감도가 높은 기존제품(츄하이, 맥주 등)으로 돌아간 점도 한 원인임
- 선토리 등 주요 대기업은 막걸리 관련 TVCM 등 소비자의 수요를 자극하는 홍보수단이 없으면 내년도는 금년보다 더 하락할 가능성 있다고 예상
 - 막걸리가 안 팔리는 것이 아니라 막걸리 붐이 사라진 것뿐이며 소비는 일정기간 지속적으로 감소할 것으로 예상하나 막걸리 자체가 자취를 감추는 일은 없을 것으로 전망
- 막걸리는 유행을 타는 술로서 일본시장에 아직 기반이 확고하지 않으므로 지속적으로 구입이 가능한 소비자들의 유입을 위해서는 일본시장에 대한 홍보 및 선전 등을 통해 기반확대를 추진해야함

■ 한국 막걸리 소비촉진 및 시장 확대를 위한 마케팅 제안

- 어울리는 일본요리 등 “食”과 연계한 막걸리 TVCM 제작
 - 한국요리는 물론 일본의 타코야끼, 오코노미야끼, 야끼토리 등 일본 가정에서 흔히 접할 수 있는 요리와 막걸리(칵테일 포함)를 연계한 파티 장면 등을 TVCM으로 제작·방영
 - 일본 음식과도 잘 어울려 일반 가정에서 손쉽게 접할 수 있는 점을 강조하여 가정소비비용 구매의욕 고취
- 유통업체 바이어 및 파워블로거 등의 일반인을 대상으로 한 對일본수출 막걸리 제조업체 시음·관광 투어 기회 제공



- 유통업체 바이어, 벤더 등에게 한국 막걸리 생산 공장견학 및 생막걸리 시음체험 등을 제공함으로써 한국산 막걸리를 적극 도입할 계기 마련
- 일반인을 대상으로 하는 막걸리 시음 확대를 위해 일본에서 유통되고 있는 막걸리의 제조공장방문을 통한 시음활동, 음용방법 소개 및 막걸리와 어울리는 요리 소개로 블로그, 트위터, 입소문 등을 통한 파급효과, 정보전달 기대
- 지방 중소도시 막걸리 시음활동 강화 및 홍보
 - 수도권 및 대도시 중심으로 막걸리 인지도가 많이 상승하였으나 지방도시는 여전히 막걸리 인지도가 낮아 지방도시 시음행사 개최 등 홍보강화를 통한 전국적인 소비 기반 및 저변확대 유도
- 막걸리의 인지도 확대를 위한 다양한 홍보활동 전개
 - 막걸리를 한국의 전통주로 인식하는 등 인지도는 상승하였으나 실제 음용경험이 없는 경우가 많아 판촉전, 재외공관과 연계한 홍보행사 등 각종 홍보행사에 일반인을 상대로 적극적인 시음과 판촉 강화
 - 막걸리 칵테일 제조·음용방법 소개, 막걸리 유래 등 쿠비카케(용기 병목에 걸 수 있도록 된 홍보물) 제작·배포를 통한 일반인 대상 정보전달 등
- 막걸리에 대한 효능 등 객관적인 연구자료 확보하여 마케팅에 활용
 - 한국식품연구원의 ‘막걸리에서 항암성분인 파르네솔 발견’ 등 과학적 사실을 근거로 한 연구 강화 및 자료 확보 등으로 막걸리의 효능·효과 홍보

| 막걸리 브랜드별 시장확대 추진계획 |

- 진로는 플레인 타입의 ‘JINRO막걸리’(1L)를 주축으로 하여, 칵테일 캔 막걸리 판매로 신규고객층 확대
- 캔 막걸리시장에서 선풍적인 인기를 끌었던, 선토리 ‘서울 막걸리’는 ’12년 PET병 막걸리발매로, 가족·친구단위 소비자를 겨냥하여 판매확대추진
 - 장근석 활용 TVCM 등의 마케팅 경험을 바탕으로 효율적 홍보방안 고민중
- 샷포로맥주는 5월에 발매한 ‘CJ 맛있는 막걸리(망고)’에 이어 ’12년 11월에 신상품(맛미발표)을 발매예정. ‘합성감미료 및 산미료 무첨가’라는 컨셉을 적극적으로 홍보
- 백세주재팬(BSJ)는 ‘국순당 생막걸리’ (750ml PET)를 중심으로 판매 강화
- 우리술재팬은 한국쌀 100%로 만든 쌀막걸리에 과즙을 넣은 ‘우리술 준락’ 막걸리 시리즈를 중심으로 판매를 전개하고 ’12. 9월에는 보리가 함유된 막걸리의 발매로 보다 더 많은 고객층 확보를 위해 노력하고 있음
- 명성은 숙취에 좋은 헛개열매음료 개발 및 판로확대와 연계하여 막걸리 홍보 강화와 동시에 지방중소도시 시장개척 확대

3장간지



음료/일본

일본 음료업계는 다양한 제품이 출시되어 음료제품의 분류가 폭넓고 다양하기 때문에 본 조사에서는 한국에서 수출경쟁력이 있는 청량음료, 생수, 식초음료를 중심으로 조사를 실시함

1 시장개요

■ 시장규모 및 시장여건

《 청량음료 》

- 일본의 청량음료산업은 매출액이 연간 3조 5,875억엔 이상으로 가공식품업계의 대표 산업이며 '11년의 생산량은 3월11일 발생한 도호쿠 대지진으로 인한 여름성수기 전력부족현상에도 불구하고 전년대비 102.2%인 19,073천kl로 2년 연속 성장세를 이어오며 생산량 사상 최고치를 기록하였음
- 도호쿠대지진은 청량음료업계에도 공장, 창고 등 시설물을 파괴하여 재고에 영향을 미쳤음. 지진 이후 계획정전, 제품용기의 공급부족, 물류혼란 등으로 심각한 제품부족현상을 초래하였으나 각 브랜드는 신속히 공급체제를 복구하는 한편, 신제품 생산을 중단하고 기존상품과 생수 등 생필품 생산에 집중하는 등 공급안정에 노력하여 4월말에는 제품공급이 안정되었음



- 품목별로는 비축수요의 증가와 용도확대 등으로 생수시장이 급성장한 가운데 일본산은 전년대비 123%로 사상 최고의 생산량을 기록함. 탄산음료 또한 5년 연속 증가세를 이어갔으며 과일음료의 과즙음료, 차류음료의 보리차음료가 2년 연속, 두유류 역시 3년 연속 급성장함. 커피 및 야채음료는 소폭 증가세를, 스포츠 및 기능성음료는 여름철 기록적인 더위로 생산량이 대폭 증가했던 '10년의 반작용으로 감소세를 나타냄
- 최근 몇 년간 절약형 소비의 증가로 PB제품시장이 확대되었으며 그 결과 PB제품의 생산량은 일본 내 전체생산량의 약 9.1%(전년 8.4%)로 추정됨
- 업계의 전반적인 생산량증가에 따라 용기별로는 PET병제품이 65.3%를 차지하며 2년 연속 전년 생산량을 상회함. 재활용 유리 및 종이제품 또한 증가하였고 캔 제품은 전년 생산량에 못 미치는 수준인 반면 알루미늄 캔은 커피음료시장의 급성장으로 전년대비 증가세를 보임
- 역사적인 엔고(高)현상에도 불구하고 커피원두, 과즙 등 원료가격의 상승으로 순이익감소가 우려되자 생산 및 물류의 효율화를 통해 비용 절감을 하고 있음
- 건강을 추구하는 소비자가 더욱 확산되는 등 소비자 기호의 다변화로 신제품의 개발과 기존제품의 리뉴얼이 매년 이뤄지고 있음

《 생수 》

- '11년 생수 시장규모는 전년대비 14.5% 증가한 2,450억엔 규모로 전망됨. 최근 감소추세에 있었으나 도호쿠 대지진 발생에 따른 비축수요의 증가로 인한 생수수요가 대폭 증가함
- 워터서버와 함께 공급되는 택배생수 시장규모는 전년대비 131.7% 증가한 830억엔으로 최근 매년 10%이상의 신장세를 보이며 5년 만에 2.8배 성장하였고 '12년에는 950억엔, '13년에는 1,000억엔을 초과할 것으로 예측하고 있음

■ 일본산 생수 시장규모 ■

연도	판매량 (kl)	전년대비	매출액(백만엔)	전년대비
2002	1,095,400	-	94,000	-
2003	1,186,800	108.3%	101,600	108.1%
2004	1,344,100	113.3%	118,100	116.2%
2005	1,516,900	112.9%	131,300	111.2%
2006	1,681,500	110.9%	149,300	113.7%
2007	1,896,600	112.8%	167,250	112.0%
2008	1,889,400	99.6%	173,000	103.4%
2009	1,897,500	100.4%	184,200	106.5%
2010	1,924,200	101.4%	193,400	105.0%
2011	1,930,000	100.3%	193,400	100.0%
2012 (예측)	1,932,000	100.1%	192,600	99.6%
2013 (예측)	1,930,000	99.9%	191,700	99.5%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

■ 수입산 생수 시장규모 ■

연도	판매량 (kl)	전년대비	매출액(백만엔)	전년대비
2002	275,250	-	44,700	-
2003	295,600	107.4%	49,600	111.0%
2004	335,400	113.5%	56,000	112.9%
2005	409,300	122.0%	68,000	121.4%
2006	534,700	130.6%	87,600	128.8%
2007	565,000	105.7%	94,050	107.4%
2008	531,600	94.1%	87,800	93.4%
2009	441,700	83.1%	73,300	83.5%
2010	372,800	84.4%	62,900	85.8%
2011	346,000	92.8%	59,000	93.8%
2012 (예측)	325,000	93.9%	56,000	94.9%
2013 (예측)	313,500	96.5%	54,500	97.3%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

- 한국산 생수의 경우 기존의 진로석수를 중심으로 수출이 활발하며, 작년의 대지진을 계기로 신규브랜드의 일본진출 움직임이 활발함



- 일본 국내 유통 및 수입생수시장은 산토리, 코카콜라, 이토엔 등 기존 음료업체들이 장악하고 있어, 한국산 생수의 시장점유율 차지가 쉽지 않을 전망
- 일본 농림수산성은 작년에 JAS법을 완화하여 수입생수에 수입자 표기라벨을 부착하지 않더라도 판매가 가능하도록 긴급조치 한 바 있으며, 후생노동성은 작년 3/31자로 일본 내 별도 검사 없이 수출국의 수질검사서 만으로도 통관되도록 잠정적으로 완화조치를 취한 바 있음
- 현재, 일본에 수입되고 있는 생수의 대표적인 브랜드는 볼빅, 에비앙 등으로, 대부분 일본 업체들이 수입도 겸하여 생수시장의 물류를 장악하고 있음
- 일본의 지역별 출하율 : 아마나시 34%, 시즈오카 14%, 돗토리 14%
 - 일본산 생수는 주로 연수이며, 유럽 등 수입산 생수는 경수인 것이 특징임

《일본산 생수》

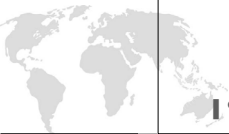
- 일본생수시장은 무가당음료시장의 카테고리 중 하나로 자리 잡았으며, 특히 '04년부터 '07년에 걸쳐 시장진출기업 및 제품 품목의 증가와 더불어 매년 높은 시장성장률을 보이고 있음
- 생수는 품질 면에서의 차별화가 어려운 품목 특성이 있어 2ℓ 이상의 대용량 PET 병제품은 특매대상이 되기 쉬운 경향임
- '09년은 절약형 소비가 두드러지고 여름철 이상기후의 영향으로 여름철 전까지는 시장이 소폭 성장하였으나 시장점유율의 과반을 차지하는 상위2개사인 산토리식품인터내셔널과 코카콜라시스템이 판매호조세를 보이며 전체시장은 확대되었음
- '10년도 역시 절약형 소비세가 뚜렷이 지속되는 가운데 여름철 무더위 반짝 특수로 증가세로 돌아설 전망이며, 가격경쟁의 격전장이었던 2ℓ PET병 시장의 가격경쟁이 소비부진으로 인해 500ml 시장에도 이어져 「산토리 천연수」 「이·로·하·스」 등 상위 브랜드 간 격렬한 경쟁양상을 보임

《 수입생수 》

- 수입생수는 건강을 추구하는 소비자의 등장으로 인한 무가당음료의 수요증대가 시장성장을 이끌었음. 일본산 생수와 비교하여 제품포장의 디자인이 뛰어나고 원산지에 따른 미네랄성분과 경도의 차이로 제품의 차별화가 가능하므로 과잉 가격 경쟁에 빠지는 일은 없었음
- 일본의 수입생수시장은 '01년부터 '06년에 걸쳐 경이로운 매출액 증대가 계속되어옴
- '07년은 여름철의 무더위로 판매호조를 보였으나 산토리(現, 산토리식품인터내셔널)나 코카콜라시스템이 일본산 생수판매에 주력하여 한 자리대의 성장세에 그침
- '08년은 가을에 발생한 리먼쇼크로 인한 소비침체와 더불어 산토리식품인터내셔널이 일본산 생수인 「산토리천연수」 판매 주력과 오오츠카그룹제품인 「크리스탈가이사」의 잦은 리콜사태, 특매가 적은 수입산의 가격상승 등으로 인해 시장은 축소세로 돌아섬
- 판매진작을 위해 시장선도기업은 소비자에게 수자원을 설명하는 등 커뮤니케이션을 강화하고 소셜마케팅 등으로 판촉활동을 하고 있으나 수요침체를 벗어나지 못함
- '09년에도 절약형 소비의 지속으로 소비자들의 구매량 감소는 물론 생수업체들의 일본산 생수판매 주력으로 수입시장은 큰 폭의 감소세를 보였음
- '10년은 일본산 생수의 업소용 가격하락이 가정용 수요에도 영향을 미쳐 수입생수시장 수요의 일부가 일본산으로 빠져나가면서 수입시장의 대폭축소는 불가피하였음

《 식초음료 》

- 식초음료의 시장규모는 약 140억엔 정도이며 매년 감소세였으나 '11년 한국산 향초의 인기가 폭발하며 회복세를 보이고 있음



식초음료시장 시장규모

연도	판매량 (kl)	전년대비	매출액(백만엔)	전년대비
2002	36,000	-	9,650	-
2003	44,700	124.2%	12,200	126.4%
2004	82,550	184.7%	21,300	174.6%
2005	96,950	117.4%	25,850	121.4%
2006	97,600	100.7%	25,500	98.6%
2007	80,300	82.3%	20,400	80.0%
2008	62,050	77.3%	16,650	81.6%
2009	56,300	90.7%	15,200	91.3%
2010	54,000	95.9%	14,600	96.1%
2011	52,800	97.8%	14,300	97.9%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

- '96년에 타마노이식초의 「벌꿀흑초다이어트」 발매로 음용식초 스트레이트가 각광을 받으며 시장이 크게 확대되었지만, 붐이 식자 '02년까지 시장축소가 지속됨
- '03년에 언론매체가 보도한 흑초의 건강기능성 부각으로 붐이 재연되자 각 업체가 앞 다퉈 시장에 진출하면서 '05년까지 급격한 시장 확대가 이뤄짐
- '06년 이후 흑초 유행이 가라앉고 시장진출기업의 후퇴, 출시 품목수의 감소로 시장전체가 크게 감소함
- 시장에 진출한 각 업체는 음용의 어려움을 해소한 향미상품을 발매하거나 식초음료의 건강기능성에 관해 계속 홍보해왔으나 수요회복의 조짐이 보이지 않음
- '09년은 시장침체의 여전히 폭이 깊었으나 '10년은 상위기업의 실적이 제품 리뉴얼로 회복되어 시장 감소폭이 하락하였으며 '11년도 일본산의 큰 성장은 보이지 않으나 한국산 홍초의 대두로 시장은 급성장한 것으로 분석됨

2 생산동향

■ 청량음료의 생산현황

- '07년에 사상최고의 실적을 기록한 후 '08년, '09년 연속 감소하였으나 '10년, '11년에는 다시 증가세로 돌아섰으며 '11년 실적은 사상 최고 실적을 달성함

■ 청량음료의 생산동향

(단위 : 천kl, 십억엔)

구 분	2009		2010		2011	
	생산량	판매금액	생산량	판매금액	생산량	판매금액
탄산음료	3,248.8	603.4	3,450.4	648.0	3,558.9	667.5
과실음료	1,453.3	305.7	1,527.0	308.0	1,625.1	321.4
커피음료	2,903.1	836.5	2,877.4	849.7	2,899.5	847.4
차음료	5,205.1	912.5	5,357.5	935.9	5,256.3	895.6
미네랄워터	2,089.2	164.5	2,099.0	161.9	2,582.6	206.5
두유류	200.4	30.0	215.7	32.5	229.7	34.7
야채음료	462.5	130.1	506.1	145.5	508.6	143.7
스포츠·기능성음료	1,629.5	286.5	1,833.9	316.9	1,642.2	293.6
乳性음료	603.1	109.3	623.8	109.6	593.8	104.5
기타청량음료	165.9	71.0	176.9	79.6	176.6	74.7
합 계	17,960.9	3,449.6	18,667.7	3,587.6	19,073.3	3,587.6

자료 : 일반사단법인 전국청량음료공업회

■ 일본 생수 생산현황

- 일본의 생수생산은 매년 증가세를 보이고 있으며 '11년 생산량은 전년대비 23% 증가한 2,583천kl, 생산액도 27.5% 증가한 2,065억 엔으로 나타남
- 미나미 알프스 산맥 근처에 위치하여 일본 유수의 명수가 나는 곳으로 알려진 야마나시현 학슈쵸(白州町)에는 일본 최대의 생수업체인 산토리 및 코카콜라 등의 공장이 있음



- 코카콜라의 브랜드인 <모리노 미즈 다요리>를 생산하고 있는 학슈헬스음료의 경우 지하 약100M에서 취수하고 있으며, 매년 3월부터는 여름철 수요에 대비하여 매일 2ℓ 용기제품을 약 2만병 정도 생산하고 있음

일본의 생수 생산동향

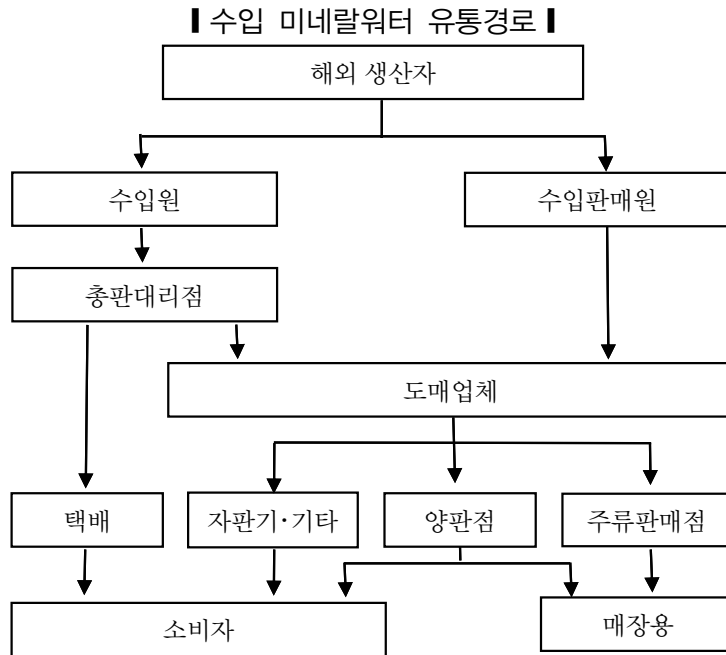
(단위 : kℓ, 백만엔, %)

연도	수량	전년대비	금액	전년대비
1990	150,000	148.5	14,619	140.9
1995	452,200	109.7	42,015	104.0
2000	894,300	93.5	78,001	90.9
2005	1,427,099	110.1	114,503	99.1
2010	2,098,950	100.5	161,936	98.4
2011	2,582,632	123.0	206,455	127.5

3 해외유통동향

유통경로

- 음료의 유통경로는 가공식품 유통경로와 유사하며 국내산은 일반적으로 제조업체 →도매상→소매상→소비자 등 4단계 유통이 일반적임
- 수입품의 경우 제조업체→수입자→도매업체→소매업체→소비자 등 5단계 유통이 일반적임



■ 청량음료의 용기별 생산량 및 점유율

- '11년의 용기별점유율은 PET용기가 65.3%로 가장 많고 이어 캔용기가 19.9%, 종이용기가 10.6%, 병용기가 1.9%, 기타용기가 2.3%로 나타남
- 용기별생산량은 전체생산량과 비례하며 '08년, '09년에서 감소를 보였던 PET 용기가 '10년, '11년에 들어서 다시 증가세를 보이고 있음

■ 청량음료의 용기별 생산량 동향

(단위 : kl, %)

구 분	2009		2010		2011	
	생산량	점유율	생산량	점유율	생산량	점유율
탄산음료	3,248,800		3,450,400		3,558,900	
캔	789,745	27.9	846,300	27.8	891,071	28.5
병	234,575	8.3	235,778	7.8	250,994	8.0
PET	1,805,868	63.8	1,948,190	64.4	1,985,569	63.5
기타	0	0.0	196	0.0	186	0.0



일본 수출확대가능품목 조사

구 분	2009		2010		2011	
	생산량	점유율	생산량	점유율	생산량	점유율
과실음료	1,453,300		1,527,000		1,625,100	
캔	269,039	19.4	257,138	18.0	216,418	14.3
병	34,458	2.5	31,064	2.2	30,417	2.0
PET	604,932	43.9	654,171	45.8	773,988	51.4
종이	430,937	31.2	441,171	30.9	459,308	30.4
기타	40,867	3.0	44,626	3.1	28,689	1.9
커피음료	2,903,100		2,877,400		2,899,500	
캔	2,047,488	70.8	2,024,567	70.6	2,014,904	69.8
병	7,095	0.2	1,237	0.0	6,061	0.2
PET	476,925	16.5	508,599	17.7	503,707	17.4
종이	222,990	7.7	192,304	6.7	202,266	7.0
기타	140,143	4.8	142,236	5.0	161,207	5.6
기타 차음료	158,800		165,400		164,600	
캔	6,747	4.3	5,951	3.6	3,815	2.2
병	2	0.0	18	0.0	77	0.0
PET	135,035	85.0	126,856	76.7	134,483	81.9
종이	17,016	10.7	32,575	19.7	26,225	15.9

구 분	2009		2010		2011	
	생산량	점유율	생산량	점유율	생산량	점유율
미네랄워터	2,089,200		2,099,000		2,582,600	
캔	251	0.0	70	0.0	219	0.0
병	10,396	0.5	7,716	0.4	7,542	0.3
PET	1,950,723	93.4	1,948,264	92.8	2,401,307	92.9
종이	4,507	0.2	3,814	0.2	6,861	0.3
기타	123,323	5.9	139,136	6.6	166,671	6.5
두유류	200,400		215,700		229,700	
캔	2,700	1.3	2,900	1.3	1,800	0.8
병	0	0.0	0	0.0	0	0.0
종이	197,700	98.7	212,800	98.7	227,900	99.2
기타	0	0.0	0	0.0	0	0.0
기타 야채음료	418,100		459,800		465,200	
캔	32,516	7.8	33,973	7.4	32,170	6.9
병	2,255	0.6	2,292	0.5	537	0.1

구 분	2009		2010		2011	
	생산량	점유율	생산량	점유율	생산량	점유율
PET	167,565	40.1	177,356	38.6	152,817	32.8
종이	215,190	51.5	245,848	53.5	278,345	59.8
기타	574	0.1	331	0.1	375	0.1
스포츠·기능성음료	1,629,500		1,833,900		1,642,200	
캔	81,088	5.1	79,158	4.4	54,598	3.2
병	5,555	0.3	735	0.0	1,189	0.1
PET	1,470,383	90.4	1,688,852	91.1	1,512,179	92.3
종이	32,511	2.0	36,792	2.0	22,545	1.4
기타	35,690	2.2	45,933	2.5	49,385	3.0
乳性음료	476,200		485,300		456,000	
캔	53,574	11.3	54,648	11.3	46,604	10.3
병	10,751	2.3	9,999	2.1	8,928	2.0
PET	292,925	61.4	287,707	59.2	266,901	58.8
종이	115,533	24.3	128,365	26.5	127,611	28.1
기타	3,417	0.7	4,581	0.9	3,604	0.8

구 분	2009		2010		2011	
	생산량	점유율	생산량	점유율	생산량	점유율
기타청량음료	165,900		176,900		176,600	
캔	101,941	61.4	94,819	53.8	82,109	46.6
병	12,644	7.7	14,191	8.0	13,655	7.7
PET	10,899	6.5	14,081	8.0	15,889	9.0
종이	32,959	19.9	41,937	23.8	56,153	31.9
기타	7,431	4.5	11,216	6.4	8,294	4.7
합 계	17,960,900		18,667,700		19,073,300	
캔	3,720,042	21.5	3,716,542	20.7	3,648,854	19.9
병	371,717	2.1	347,624	1.9	353,295	1.9
PET	11,104,781	63.9	11,685,029	64.8	12,005,948	65.3
종이	1,797,162	10.4	1,874,559	10.4	1,956,666	10.6
기타	356,534	2.1	389,015	2.2	424,254	2.3

자료 : 일반사단법인 전국청량음료공업회



■ 일본산 생수 온도대별 판매동향

- 상온판매 생수가 시장의 99%이상을 차지하고 있음
- 냉장판매하는 상품은 매장용으로 한정되어 있어, 판매비율도 적음

■ 일본산 생수 온도대별 판매동향

온도대	2009년		2010년	
	매출액 (백만엔)	비율	매출액 (백만엔)	비율
상온	183,000	99.3%	192,200	99%
냉장	1,200	0.7%	1,200	1%
냉동	-	-	-	-
합계	184,200	100.0%	193,400	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

■ 일본산 생수 용도별 판매동향

- 시판용은 '10년 가격경쟁의 심화와 무더위로 인한 특수가 실적을 끌어올려 성장세를 보이고 있음
- 매장용은 요리점이나 외식점등에서 사용되고 있으나 외식수요침체의 영향으로 용도별 비율은 하락세에 있음

〈 일본산 생수 용도별 판매동향 〉

연도	2009년		2010년	
	매출액 (백만엔)	비율	매출액 (백만엔)	비율
시판용	167,700	91.0%	177,700	92%
매장용	16,500	9.0%	15,700	8%
가공용	-	-	-	-
합계	184,200	100.0%	193,400	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

■ 일본산 생수 시판용 유통처별 판매동향

- 양관점은 대용량상품을 중심으로 특매가 전개되고 있어 가격우위를 발휘하여 판매실적을 높이고 있으나 '10년은 2ℓ PET만이 아닌 500㎖PET에 대해서도 판매하락세가 나타나고 있어 가격경쟁이 심화되고 있음
- 자판기 판매동향을 살펴보면 '10년 코카콜라시스템 「이·로·하·스」의 인기가 실적 증가에 크게 기여하였고, 여름철 무더위로 편의점에도 신상품 「이·로·하·스」가 입점하자 양대 유통매장에서의 개인용 수요를 통계수치에 포함하여 순조롭게 판매증가 추세임

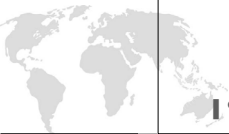
■ 일본산 생수 시판용 유통처별 판매동향 ■

유통처	2009년		2010년	
	매출액 (백만엔)	비율	매출액 (백만엔)	비율
양관점	105,000	63%	110,200	62%
편의점	17,500	10%	18,000	10%
기타	45,200	27%	49,500	28%
(자판기)	22,000	13%	23,200	13%
(기타)	23,200	14%	26,300	15%
합 계	167,700	100%	177,700	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

■ 일본산 생수 포장용기 동향

- PET용기는 시장의 대부분을 차지하여 시장의 성장도 PET용기의 증가에 의한 것임
- 재활용 병은 전문요리점, 커피점 등에서 사용되고 있으나 외식시장 침체의 영향으로 감소하고 있음



일본산 생수 포장용기 동향

포장용기	2009년		2010년	
	매출액 (백만엔)	비율	매출액 (백만엔)	비율
PET	177,000	96%	186,600	97%
R병	1,400	1%	1,100	1%
종이	1,200	1%	1,200	1%
캔, 기타	4,600	3%	4,500	2%
합계	184,200	100%	193,400	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

- 용량대별로 보면 매출의 70%를 차지하는 가정용이 가격대비우위로 수요가 증가하고 있는 반면 500ml이하의 소형용량은 감소하고 있으나 코카콜라시스템 「이·로·하·스」의 주력사이즈는 520ml로 되어있어 이 상품의 실적은 개인용이긴 하나 가정용용량의 증가에 기여하고 있음

용량	2009년		2010년	
	매출액 (백만엔)	비율	매출액 (백만엔)	비율
개인용 (~500ml)	55,400	30%	49,600	26%
가정용 (501ml ~)	128,800	70%	143,800	74%
합계	184,200	100%	193,400	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

일본산 생수 브랜드점유율

- 산토리식품인터내셔널은 '10년에 「산토리 천연수」가 봄철까지는 힘겨운 매출세를 보였으나 여름철의 무더위 특수를 되찾아 성장추세를 보이고 있으며 '11년 1월에 산토리식품은 해외회사를 산하에 두고 일본 내 음료사업과 합병하여 산토리식품 인터내셔널로 회사명을 변경하였음
- 코카콜라시스템의 소형용량은 「이·로·하·스」, 가정용용량은 「森の水だより, 숲의 물 소식」을 판매하고 있는데 「이·로·하·스」는 '10년 4월부터 식물원료를 사용한 『플랜트 보틀1)』을 도입하여 환경을 고려한 제품디자인과 520ml용량이 소비자들의

호응을 얻어 실적이 급증하고 있으며, 7월에는 「이·로·하·스 밀감」을 출시하며 품목을 추가하고 있어 「숲의 물 소식」의 감소를 보완하여 시장점유율 1위를 차지할 것으로 보임

- 키린비바렛지는 회사 내 수익 증시의 방침으로, 대용량 PET병제품의 가격을 내리지 않아 판매실적이 큰 폭으로 감소하고 있으나 경량화한 2ℓ PET나 손에 들기 쉬운 포장디자인 등 상품가치를 향상하는 대응으로 가격경쟁과는 구별을 분명히 한 대책을 추진할 의향을 보이고 있음
- 아사히음료는 '10년에 하우스식품으로부터 「六甲のおいしい水, 롯코의 맛있는 물」의 제조판매사업의 양도를 받아 7월부터 판매를 개시하고 있는데, 자판기의 소형용량제품은 「후지산의 바나뎀 천연수」, 양판점에서 판매하는 대용량제품은 「롯코의 맛있는 물」로 상품의 판매처를 구분하고 있으며, 동년은 「후지산의 바나뎀 천연수」의 판매가 고전 중이나 「롯코의 맛있는 물」이 매출호조세를 보여 전체적으로는 3위를 차지할 것으로 전망됨

■ 일본산 생수 브랜드점유율 ■

(단위 : 백만엔)

기업명	2009년		2010년		2011년	
	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율
산토리식품인터네셔널	53,000	29%	55,500	29%	57,600	29.8%
코카콜라시스템	47,200	26%	57,900	30%	60,200	31.1%
키린비바렛지	19,000	10%	16,400	9%	14,800	7.7%
아사히음료	11,500	6%	17,800	9%	20,000	10.3%
하우스식품	10,500	6%	3,100	2%	-	-
다이도도린코	4,700	3%	3,500	2%	3,000	1.6%
부루본	2,900	2%	2,800	1%	2,700	1.4%
일본담배산업	2,300	1%	3,000	2%	3,000	1.6%
기타	33,100	18%	33,400	17%	32,100	16.6%
합 계	184,200	100%	193,400	100%	193,400	100.0%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

- 1) 플랜트 보틀(plant bottle) : 기존 페트병의 원료는 70%가 고순도테레프탈산(PTA)이고 30%가 에틸렌글리콜(MEG)인데, 플랜트 보틀은 MEG를 석유가 아닌 사탕수수에서 추출해 사용한 것으로, 궁극적으로 화석연료 사용 절감에 따른 탄소배출 감소 효과를 얻을 수 있음



■ 일본산 생수 브랜드점유율

- 「산토리천연수」는 '10년 500mlPET의 가격을 5엔 인하하여 105엔으로 판매를 늘리고 있음
- 「이·로·하·스」는 '10년 4월부터 식물원료를 사용한 『플랜트 보틀』을 도입하여 환경형 상품을 전면에 내세워 용량에 대한 호응을 얻어 성장세를 보이고 있음
- 「알칼리이온의 물」은 가격경쟁을 피하는 수익개선의 일환의 전략으로 영향이 나오고 있어 실적은 감소하고 있음

■ 일본산 생수 브랜드점유율 ■

(단위 : 백만엔)

브랜드명	기업명	2009년		2010년	
		매출액	점유율	매출액	점유율
サントリー天然水 산토리천연수	산토리식품인터네셔널	52,000	28%	54,800	28.3%
い・ろ・は・す 이로하스	코카콜라시스템	21,400	12%	36,100	18.7%
アルカリイオンの水 알칼리이온의 물	키린비바렛지	18,600	10%	16,100	8.3%
森の水だより 모리노미즈다요리	코카콜라시스템	17,300	9%	16,500	8.5%
富士山のバナジウム天然水 후지산의바나지우무천연수	아사히음료	11,500	6%	10,700	5.5%
六甲のおいしい水 록코의 맛있는 물	하우스식품, 아사히음료	10,500	6%	10,100	5.2%
アクアセラピーミナクア 아쿠아세라피미나쿠아	코카콜라시스템	8,500	5%	1,000	0.5%
기타		44,400	24%	48,100	24.9%
합계		184,200	100%	193,400	100.0%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

■ 수입생수 온도대별 판매동향

- 상온상품이 100%임

수입산 생수 온도대별 판매동향

온도대	2009년		2010년	
	매출액 (백만엔)	비율	매출액 (백만엔)	비율
상온	73,300	100.0%	62,900	100%
냉장	-	-	-	-
냉동	-	-	-	-
합계	73,300	100.0%	62,900	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

수입생수 용도별 판매동향

- 시판용이 대부분이며 전체시장의 수요침체에 따라 실적도 감소하고 있음
- 매장용은 호텔, 레스토랑, 바 등에서 일정한 수요가 있으며 최근 경기침체의 영향으로 감소세를 보이고 있음

수입산 생수 용도별 판매동향

연도	2009년		2010년	
	매출액 (백만엔)	비율	매출액 (백만엔)	비율
용도	매출액(백만엔)	비율	매출액(백만엔)	비율
시판용	70,800	96.6%	60,800	97%
매장용	2,500	3.4%	2,100	3%
가공용	-	-	-	-
합계	73,300	100.0%	62,900	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

시판용 수입생수 유통처별 판매동향

- 양관점을 살펴보면 '10년에 일본산 생수의 매장용 가격이 하락하자 수입생수에 대한 수요가 줄어 판매실적이 감소하고 있음
- 편의점은 개인소비자들이 많이 찾는 유통매장으로 최대의 판매실적을 나타내고 있으며 '10년은 디자인을 고려한 구매가 적게 나타나는 것으로 보아 절약형 소비에 따른 구매량 감소, 일본산 생수로의 수요이동의 영향으로 실적이 많이 떨어짐



시판용 수입생수 유통처별 판매동향

유통처	2009년		2010년	
	매출액 (백만엔)	비율	매출액 (백만엔)	비율
양판점	14,400	20.3%	13,000	21%
편의점	25,000	35.3%	19,800	33%
기타	31,400	44.4%	28,000	46%
(자판기)	17,800	25.1%	15,500	26%
(기타)	13,600	19.2%	12,500	21%
합계	70,800	100.0%	60,800	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

수입생수 포장용기 동향

- PET용기가 대부분으로, 개인소비자를 중심으로 판매되고 있으나 수요침체의 영향으로 감소세를 보이고 있음
- 주로 호텔, 양식레스토랑 등의 매장에 고급스러움을 추구하기 위해 「페리에」 「에비안」 등의 브랜드의 병용기가 유통되고 있음

수입산 생수 포장용기 동향

포장용기	2009년		2010년	
	매출액 (백만엔)	비율	매출액 (백만엔)	비율
PET	68,700	93.7%	58,500	93%
병	4,400	6.0%	4,250	7%
캔 및 기타	200	0.3%	150	0%
합계	73,300	100.0%	62,900	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

- 용량대별로 보면 500ml이하의 소형용량이 약 80%정도 차지하고 있으며 가정용용량의 점유율은 낮음

용량	2009년		2010년	
	매출액 (백만엔)	비율	매출액 (백만엔)	비율
개인용 (~500ml)	57,500	78.4%	49,400	79%
가족용 (501ml ~)	15,800	21.6%	13,500	22%
합계	73,300	100.0%	62,900	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

■ 수입생수별 브랜드점유율

- 麒麟비바렛지는 '10년 「보르비크」의 매출 일부를 아프리카에 음료수를 기부하는 「1ℓ for 10ℓ」 캠페인과 수분공급을 위한 음용습관을 제안하는 「Voℓvic 14days CHAℓℓ ENGE」 캠페인을 동시에 펼쳤으며, 「보르비크 1PET」에서 곰팡이 혼입으로 인한 자발적인 리콜의 실시와 「보르비크 후루츠키스레몬」의 실적침체로 점유율감소세가 나타나고 있음
- 오오츠카 그룹은 「크리스탈 가이저」를 위주로 영업활동을 전개하고 있으며 '10년은 무더위로 인한 수요증가에도 불구하고 대폭적인 점유율 감소를 보이고 있는데 그 원인은 500ml의 일본산 생수에 대해서 코카콜라시스템 「이·로·하·스」와 산토리식품인터내셔널 「산토리천연수」가 등장하여 가격우위가 약해진 결과에 따른 것으로 보임
- 이토엔은 '10년 6월 「에비안 550mlPET」를 시장에 선보였으나 판매실적이 좋지 않으며 매장용은 병제품 용량변경과 동시에 「호텔·레스토랑 영업추진과」 신설로 영업인원을 증강하여 수요를 개척하고 있음
- 산토리식품인터내셔널은 타제품과의 차별화된 고기능성 음료인 「콘토렉쿠스」의 홍보 및 판매활동에 주력하고 있으나 실적은 감소하고 있음
- 삿포르음료는 '10년 고급지하수를 취수하여 만든 「게로르슈타이나」가 판매호조를 보여 매출증대가 예상됨

수입산 생수 브랜드점유율

(단위 : 백만엔)

기업명	2009년		2010년		2011년	
	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율
키린비바렛지	24,200	33.0%	19,600	31%	17,700	30.0%
오오츠카그룹	19,600	26.7%	17,000	27%	16,200	27.5%
이토오엔	12,200	16.6%	11,200	18%	10,800	18.3%
산토리식품인터네셔널	7,600	10.4%	6,100	10%	5,600	9.5%
삿포르음료	800	1.1%	900	1%	900	1.5%
기타	8,900	12.1%	8,100	13%	7,800	13.2%
	73,300	100.0%	62,900	100%	59,000	100.0%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

수입생수 브랜드점유율

- 「보르비크」 「크리스탈 가이사」 「에비안」의 3대 브랜드가 수입생수시장의 75%를 차지하는데, 일본산 생수의 가격우위와 절약형 소비증가로 인한 일본산 생수로의 수요이동현상이 나타나 수입생수시장의 상위브랜드 실적은 일제히 침체되고 있음
- 「게로르슈타이나」만 유일한 성장세를 보이고 있음

수입생수 브랜드점유율

(단위 : 백만엔)

브랜드명	기업명	2009년		2010년	
		매출액	점유율	매출액	점유율
보르비크	키린비바렛지	24,100	33%	19,500	31%
크리스타루가이사	오오츠카그룹	18,900	26%	16,500	26%
에비안	이토오엔	12,200	17%	11,200	18%
콘토렛쿠스	산토리식품인터네셔널	3,100	4%	2,800	5%
빗테루	산토리식품인터네셔널	2,700	4%	1,700	3%
페리에	산토리식품인터네셔널	1,400	2%	1,400	2%
게로르슈타이나	삿포르음료	700	1%	900	1%
기타		10,200	14%	8,900	14%
합계		73,300	100%	62,900	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

■ 식초음료 종류별 판매동향

- 흑초는 「벌꿀흑초다이어트」가 크게 성공한 이후 식초음료시장의 주력상품으로 자리 잡았으며 최근 실적이 감소하고 있으나 전체시장에서 동 제품의 시장점유율이 상승하는 추세임
- 과일식초는 사과식초, 포도식초 등이 주요 품목으로 판매감소세에 있으나 마시기 좋은 과일향 제품의 출시로 다소 완만하게 감소하고 있음
- 기타제품 중 모로미 식초(아직 거르지 않은 술이나 간장)가 인기를 얻어 홍보 및 판매활동이 이루어졌으나 인기가 가라앉은 현재는 판매규모가 축소되고 있음

■ 식초음료 종류별 판매동향 ■

(단위 : 백만엔)

연도	2008년		2009년		2010년		2011년	
	매출액	비율	매출액	비율	매출액	비율	매출액	비율
흑초	14,300	86%	13,200	86.8%	12,700	87.0%	12,500	87.4%
과일식초	1,300	8%	1,200	7.9%	1,150	7.9%	1,100	7.7%
기타	1,050	6%	800	5.3%	750	5.1%	700	4.9%
합계	16,650	100%	15,200	100.0%	14,600	100.0%	14,300	100.0%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

■ 식초음료 온도대별 판매동향

- 주온도대는 냉장판매로 80%를 차지하고 있음
- 상온판매제품으로 현재 타마노이식초나 이토엔 등이 판매되고 있으나 시장참여기업 및 품목수의 감소가 예상되어 냉장보다 비율이 하락하고 있음

■ 식초음료 온도대별 판매동향 ■

(단위 : 백만엔)

	2009년		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
상온	2,700	17.8%	2,400	16%
냉장	12,500	82.2%	12,200	84%
합계	15,200	100.0%	14,600	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

■ 식초음료의 용도별 판매동향

- 식초음료는 시판용이 100%인 시장임

■ 식초음료의 시판용 판매처별 동향

- 양판점은 주로 유아전용 대용량상품과 소용량상품 둘 다 판매 중이며 진열공간을 넓히는 추세임
- 편의점은 125ml상품의 첫 번째 매대 진열이 제한되어 판매 감소세가 예상됨
- 가정배달판매는 주로 우유판매점에 의해 이뤄지고 있으며 고정수요가 있으나 점포수 및 수요 감소의 영향으로 판매가 침체되고 있음
- 야쿠르트아즙마 판매는 고정 수요자로 인한 안정적인 매출세를 보이고 있음

■ 식초음료의 시판용 판매처별 동향 ■

(단위 : 백만엔)

	2009년		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
양판점	7,600	50.0%	7,300	50%
편의점	2,500	16.4%	2,400	16%
기타	5,100	33.6%	4,900	34%
(가정배달)	1,400	9.2%	1,300	9%
(야쿠르트아즙마)	900	5.9%	900	6%

	2009년		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
(기타)	2,800	18.4%	2,700	19%
합계	15,200	100.0%	14,600	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

■ 식초음료 포장용기 동향

- 냉장보관 판매가 많아 종이용기가 80%를 차지하고 있음
- PET제품 중 대용량 상품은 재활용 수요위주이며 소용량은 판매가 중단된 상품도 있어 실적이 감소하고 있음
- 125㎖ 종이용기제품이 시장의 절반 이상을 차지하는 등, 500ml 미만의 소용량제품에 상위기업이 주력하면서 시장점유율은 꾸준히 상승하고 있음

■ 식초음료 포장용기 동향 I

(단위 : 백만엔)

포장용기	2009년		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
종이	12,500	82.2%	12,200	84%
PET	1,200	7.9%	1,000	7%
카토캔(종이캔)	900	5.9%	800	6%
병	600	3.9%	600	4%
합계	15,200	100.0%	14,600	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

(단위 : 백만엔)

포장용기	2009년		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
500㎖미만	10,900	71.7%	10,500	71.9%
500㎖이상	4,300	28.3%	4,100	28.1%
합계	15,200	100.0%	14,600	100.0%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람



■ 식초음료 브랜드 점유율

- 타마노이식초는 '10년 주력제품인 「별꿀흑초다이어트」 900ml PET의 순조로운 성장으로 전년과 비슷한 점유율을 보이고 있으며 「별꿀 사과식초 다이어트」, 「별꿀 플룬식초 다이어트」, 「별꿀 매실 다이어트」 등 주요 브랜드의 안정적인 판매실적으로 전체적으로는 점유율 증가가 전망됨
- 야쿠르트본사는 「흑초음료」를 야쿠르트아즙마, 자판기를 통해 판매실적을 높였고 '10년 6월에 칼로리를 낮추는 제품 재출시로 실적 증가가 전망됨
- 모리나가유업은 가정배달전용상품인 「사라사라 생활 모로미흑초」를 판매하고 있으나 가정배달수요의 감소로 점유율이 하락하고 있음
- 미츠칸은, '10년 2월 식초음료상품의 구성에 변화를 줘 새롭게 출시한 「사과별꿀 다이어트 흑초 스트레이트」, 「블루베리 다이어트 흑초 스트레이트」 등 1ℓ 종이 재질상품의 순조로운 판매로 전체적으로는 전년실적을 유지함

■ 식초음료 브랜드 점유율 ■

(단위 : 백만엔)

기업명	2009년		2010년		2011년	
	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율
タマノイ酢 타마노이식초	3,600	23.7%	3,700	25%	3,800	26.6%
ヤクルト 本社 야쿠르트본사	3,500	23.0%	3,600	25%	3,700	25.9%
メロディアン 메로디안	1,800	11.8%	1,600	11%	1,400	9.8%
森永乳業 모리나가유업	900	5.9%	800	6%	700	4.9%
ミツカン 미츠칸	900	5.9%	900	6%	900	6.3%
明治乳業 메이지유업	800	5.3%	750	5%	700	4.9%
伊藤園 이토엔	650	4.3%	650	5%	700	4.9%

기업명	2009년		2010년		2011년	
	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율
日本ミルクコミュニティ 일본코뮤니티	600	3.9%	550	4%	550	3.8%
기타	2,450	16.1%	2,050	14%	1,850	12.9%
합계	15,200	100.0%	14,600	100%	14,300	100.0%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

■ 식초음료 브랜드 점유율

- 「흑초드링크」는 '10년 제품재출시를 단행하여 실적증가가 전망됨
- 「별꿀흑초다이어트」는 대용량상품의 순조로운 매출실적과 개인소비자 수요의 안정된 추이를 보이고 있어 전체실적은 거의 전년수준이 될 전망이다
- 「흑초건강 다이어트」 제품은 실적의 대부분을 차지하는 1ℓ 종이용기제품의 가정용 시장의 점유율 최상위브랜드로 나타나고 있음
- 「사라사라 생활 모로미흑초」는 우유판매점의 가정배달상품으로 고정고객층에 의한 수요가 중심이나 가정배달수요의 감소로 점유율 하락세를 보이고 있음

■ 식초음료 브랜드 점유율 I

(단위 : 백만엔)

브랜드명	기업명	2009년		2010년	
		매출액	점유율	매출액	점유율
흑초 드링크	야쿠르트 본사	3,300	22%	3,400	23%
はちみつ黒酢ダイエット 별꿀흑초 다이어트	타나노이 초	3,200	21%	3,200	22%
黒酢で元気ダイエットタイプ 흑초로 원기다이어트타입	메로디안	1,400	9%	1,400	10%
さらさら生活もろみ黒酢 사라사라 생활 모로미 흑초	모리나가 유업	900	6%	800	6%
はちみつ黒酢 별꿀 흑초	메이지유업	800	5%	750	5%



일본 수출확대가능품목 조사

브랜드명	기업명	2009년		2010년	
		매출액	점유율	매출액	점유율
さらっと黒酢ダイエット ストレート 사랏토 흑초 다이어트 스토레이트	미츠칸	650	4%	100	1%
まろやか黒酢~はちみつ入り~ 마로야카흑초~벌꿀들이~	일본미르크 코뮤니티	600	4%	550	4%
黒酢ともろみ酢ドリンク 흑초와 모로미초 드링크	이토엔	500	3%	350	2%
기타		3,850	25%	4,050	28%
합계		15,200	100%	14,600	100%

자료 : 후지경제 2011년 식품마케팅편람

식초음료 가격동향

제품사진	브랜드명	제조사	규격	원산지	소매가격
	黒酢ともろみ酢ドリンク 흑초와모로미초드링크	이토엔	900ml	일본	357엔
	砂糖不使用黒酢 설탕미사용흑초	엘비	125ml	일본	126엔
	GS黒酢で健康 GS흑초로건강	GS푸드	1ℓ	일본	248엔
	はちみつ黒酢シロップ 벌꿀흑초시럽	스미다음료	1ℓ	일본	1,110엔

제품사진	브랜드명	제조사	규격	원산지	소매가격
	はちみつ黒酢ダイエット 벌꿀흑초다이어트	타마노이식 초	125ml	일본	94엔
	ヘルシーはちみつりんご酢 헬시벌꿀사과식초	토키와약품 공업	1ℓ	일본	4725엔
	恵の力りんご 은혜의힘사과식초	니크식품	500ml	일본	500엔
	ラ・バモント 라·바몬트	일본광천	1.8ℓ	일본	4200엔
	黒酢滋養ドリンク 흑초자양드링크	하우스웰니 스푸드	710ml	일본	1890엔
	おいしいくろ酢 맛있는흑초	후지스코	1.8ℓ	일본	4200엔



일본 수출확대가능품목 조사

제품사진	브랜드명	제조사	규격	원산지	소매가격
	うるおう酢てきスタイル 우루오우酢테키스타일	부루봉	350ml	일본	157엔
	スラリとキレイレモン酢 스라리토키레이레몬식초	포카코포레 이션	450ml	일본	760엔
	はちみつりんご酢ダイエット 벌꿀사과식초다이어트	미츠칸그룹 본사	500ml	일본	1017엔
	はちみつ黒酢 벌꿀흑초	메이지	125ml	일본	106엔
	黒酢ドリンク 흑초드링크	야크루트본 사	125ml	일본	105엔
	ダイエット 黒酢ドリンクブルーベ リー 다이어트흑초드링크 블루베리	야마모리	500ml	일본	700엔
	まろやか黒酢はちみつ入り 마로야카흑초벌꿀들이	유키지루시 메구밀크	100ml	일본	120엔

제품사진	브랜드명	제조사	규격	원산지	소매가격
	はちみつ黒酢 벌꿀흑초	요구르통 유업	200ml	일본	105엔
	トマト酢生活 토마토식초생활	라이온	100g	일본	168엔

4 소비동향

■ 청량음료의 1인당 소비량

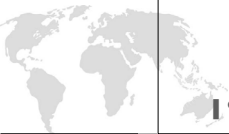
- 청량음료의 1인당 소비량은 '10년부터 다시 증가세로 돌아섰음

■ 청량음료의 1인당 소비량 ■

(단위 : ml)

구 분	2009년	2010년	2011년
탄산음료	25,479	26,944	27,848
과실음료	11,398	11,924	12,716
커피음료	22,768	22,470	22,688
차음료	40,821	41,837	41,129
미네랄워터	16,385	16,391	20,208
두유류	1,572	1,684	1,797
야채음료	3,627	3,953	3,980
스포츠·기능성음료	12,779	14,321	12,850
乳性음료	4,730	4,872	4,646
기타청량음료	1,301	1,381	1,382
합 계	140,859	145,778	149,245

자료 : 일반사단법인 전국청량음료공업회



■ 청량음료의 1가구당 연간 지출금액

- 청량음료의 1가구당 지출액은 '09년부터 다시 증가세로 돌아섰음

■ 청량음료의 1가구당 연간 지출금액 ■

(단위 : 엔)

구 분	2009년		2010년		2011년	
	금액	전년비	금액	전년비	금액	전년비
차류	12,638	98.0	12,525	99.1	12,486	99.7
녹차음료	4,780	95.0	4,424	92.6	4,567	103.2
커피,코코아	9,162	103.8	9,115	99.5	9,319	102.2
커피음료	3,795	108.2	3,835	101.1	3,663	95.5
기타음료	24,513	100.1	25,629	104.6	26,791	104.5
과실,야채주스	8,343	94.5	8,548	102.5	8,465	99.0
탄산음료	3,254	111.9	3,666	112.7	3,970	108.3
유산균음료	3,239	97.7	3,382	104.4	3,392	100.3
우유음료	1,198	102.1	1,229	102.6	1,283	104.4
미네랄워터	2,260	98.0	2,362	104.5	3,291	139.3
합 계	46,313	100.2	47,270	102.1	48,596	102.8

자료 : 일반사단법인 전국청량음료공업회

■ 일본 생수 소비동향

- 작년 대지진으로 인한 피해지역 구호용 물품인 음료수 수요와 더불어 후쿠시마원전 방사능 오염사태로 인한 생수 수요가 급증
 - 일본인들의 불안감 확산으로 유아의 수돗물 섭취는 당분간 제한될 것으로 보임
- 전력 공급부족의 영향으로 일본 생수 제조업체들이 생산에 차질을 빚고 있음
 - 최대 생수 생산 공장이 집중되어 있는 아마나시현(일본 전체 생산량 약30%)의 경우 금번 계획정전 실시 관할 구역 내에 속해있어 공급 부족현상이 더 심화됨
- 특히, 여름철의 고온 예보와 전력부족으로 인한 대규모 정전 발생 시, 생수수요는 더욱 높아질 것으로 예상됨

■ 식초음료 소비동향

- 식초음료는 2003~2005년에 소비자의 건강지향 추구 분위기가 고조되어 유행하였다가 2011년에 대상(DAESANG)의 홍초가 한류의 여파로 다시 유행함
- 기존의 일본산 식초음료는 고 연령층을 중심으로 소비가 이뤄졌으나, 한국산 식초음료기업들은 석류식초의 건강·미용효과를 내세우며 젊은 여성층을 겨냥한 것이 수요가 급증한 배경임

5 수출입동향

- '11년 일본의 음료 수출은 103억엔으로 감소세에, 수입은 462억엔으로 증가세에 있으며 그중 생수는 대지진으로 인한 비상수요로 그 양이 대폭 증가함

■ 일본의 음료 수출입실적 ■

(단위 : kl, 백만엔)

구 분		2009년		2010년		2011년	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
생수	수출	1,340	103	1,062	115	1,911	116
	수입	418,972	26,006	418,975	23,352	589,575	28,297
청량음료	수출	15,674	3,889	20,876	4,740	22,525	4,496
	수입	80,787	7,032	79,327	5,783	86,698	5,886
혼합음료	수출	26,138	6,198	27,095	7,169	20,728	5,697
	수입	42,934	10,827	49,350	10,810	71,811	11,972

자료 : 재무성 무역통계

- 생수는 중국, 홍콩, 대만, 한국 등지에 수출되고 있으며 매년 소폭 증가하고 있음



일본의 생수 수출실적

(단위 : kl, 백만엔)

	2009년		2010년		2011년	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
계	1,340	103	1,062	115	1,911	116
중국	432	33	399	32	856	47
홍콩	160	15	129	23	361	23
대만	197	16	123	11	88	7
한국	211	13	134	9	180	9

자료 : 재무성 무역통계

- '11년 청량음료의 수출이 감소하였는데 이는 일본 생산 공장의 피해와 해외의 주문취소 등으로 분석됨

일본의 청량음료 수출실적

(단위 : kl, 백만엔)

	2009		2010		2011	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
계	15,674	3,889	20,876	4,740	22,525	4,496
UAE	432	432	13,337	2,933	13,538	2,659
미국	2,992	644	3,357	745	3,640	797
대만	235	100	581	143	2,360	305
홍콩	1,064	248	1,064	248	1,132	262
한국	268	43	498	73	369	56

자료 : 재무성 무역통계

- 혼합음료 수출실적은 대폭 감소하였으며 청량음료와 같이 공장가동이 재대로 이루어지지 않았고 방사능 누출사고로 해외의 주문기피현상이 주요인으로 파악됨

일본의 혼합음료 수출실적

(단위 : kl, 백만엔)

	2009		2010		2011	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
계	26,138	6,198	27,095	7,169	20,728	5,697
홍콩	1,756	1,119	2,163	1,382	2,344	1,371
중국	1,360	1,206	2,129	2,000	881	849
대만	4,075	951	5,096	1,003	3,748	820
미국	12,341	1,253	12,439	1,277	7,761	802
한국	819	281	672	177	197	105

자료 : 재무성 무역통계

- 수입생수는 '07년도 560천kl를 정점으로 계속 감소추세에 있었는데 이는 일본 제조업체들이 일본산 브랜드 판매확대를 우선했기 때문으로 '11년 방사능누출사고 이후 수입이 다시 대폭 늘어나고 있는 추세임

일본의 국가별 음료 수입실적

(단위 : kl, 백만엔)

구분	2009년		2010년		2011년	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
생수 계	418,972	26,006	418,975	23,352	589,575	28,297
프랑스	244,939	18,896	233,881	16,767	260,579	17,622
미국	130,370	4,767	131,376	4,122	178,113	5,432
한국	2,328	104	11,635	306	60,851	1,504
청량음료 계	80,787	7,032	79,327	5,783	86,698	5,886
미국	33,675	2,220	34,786	2,193	36,651	2,153
프랑스	33,114	3,723	13,995	1,649	17,909	1,754
한국	8,215	404	21,056	1,092	21,664	1,027
혼합음료 계	42,934	10,827	49,350	10,810	71,811	11,972
미국	11,754	7,087	11,363	6,299	10,393	5,261
스위스	24	9	3,987	711	18,622	3,230
한국	3,843	512	7,394	644	14,103	1,127
화란	1,595	519	1,172	405	1,024	406
오스트리아	7,047	1,250	8,322	1,418	834	137

자료 : 재무성 무역통계



경쟁국동향

- 생수는 프랑스가 브랜드 에비앙의 판매호조로 62.3%의 점유율을 보이고 있으며 청량음료는 미국이 36.6%, 혼합음료는 미국이 4.39%로 나타나고 있음
- 생수의 단가는 프랑스가 67.63엔, 미국이 30.50엔, 한국이 24.72엔으로 프랑스산의 단가가 월등히 높으며 음료시장의 한국산 단가는 낮은 편임

국가별 음료 수입단가 비교

(단위 : kℓ, 백만엔, 1엔/ℓ)

구 분	2011		
	물량	금액	단가
생수 계	589,575	28,297	48.00
프랑스	260,579	17,622	67.63
미국	178,113	5,432	30.50
한국	60,851	1,504	24.72
청량음료 계	86,698	5,886	67.89
미국	36,651	2,153	58.74
프랑스	17,909	1,754	97.94
한국	21,664	1,027	47.41
혼합음료 계	71,811	11,972	166.72
미국	10,393	5,261	506.21
스위스	18,622	3,230	173.45
한국	14,103	1,127	79.91
화란	1,024	406	396.48
오스트리아	834	137	164.27

6 통관 및 수입검사

음료 관세율

HSJ	품명	관세율	
		기본	WTO협정
2201.10.000	광수 및 탄산수	3.2%	3.0%
2202.10.100	물(광수 및 탄산수를 포함)/가당	22.4%	13.4%
2202.10.200	물(광수 및 탄산수를 포함)/설탕 이외의 감미료 또는 향미료 첨가	16.0%	9.6%
2202.90.100	물 이외의 알코올을 함유하지 않은 음료/가당	22.4%	13.4%
2202.90.200	물 이외의 알코올을 함유하지 않은 음료/무가당	16.0%	9.6%

참고 : 경제연휴협정(EPA) 체결국의 관세율 현황 (2012)

(단위 : %)

HSJ	싱가포르	멕시코	말레이시아	칠레	태국	인도네시아	브루나이	아세안	필리핀	스위스	베트남	인도	페루
2201.10.000													
2202.10.100		3.6			6.1			9.6	7.3			11.0	11.0
2202.10.200	2.4	無	1.2	2.4	2.4	3.6	3.6	3.6	3.6	6.1	4.8	7.9	7.2
2202.90.100		無			6.1			9.6	7.3	8.5		11.0	10.1
2202.90.200	2.4	無	1.2	2.4	無	3.6	3.6	3.6	3.6	3.2	4.8	7.9	7.2

생수 통관절차

- 생수를 일본에 수출하려면 일반가공식품보다 까다로운 서류심사절차를 거쳐야 함
- 한국내 검사기관에서 발행한 검역결과증명서와 제조공정표, 성분분석표 등을 구비하여 일본 수입예정항의 관할검역소에서 사전 심사를 통과한 후 별도 샘플통관을 실시하여 세균검사를 받으면 통관이 완료됨
- 신규수입 이후 재수입시에는 별도 검사 없이 동일한 검사증명서로 1년간 유효함



● 구비서류

- 아래 서류를 구비하여 검역소에 사전심사를 신청 후 생수 제조기준에 적합 판정이 나오면, 일반세균검사(살균 및 제균 방법에 따라 실시하지 않는 경우도 있음) 및 성분규격검사를 실시
- 용기에 관한 재질의 일반규격, 개별규격 및 용도별 규격검사를 거쳐야 함
 - ① 브랜드명, 제조공장 명칭 및 소재지
 - ② 원수 분석결과서(수질기준은 별첨)
 - 한국내 분석기관(민간, 공공기관 여부 불문)에서 검사한 결과도 인정함
 - 업체내 자체 분석검사소의 것도 인정
 - 원수 분석을 실시한 검사기관 명칭, 소재지 및 민간, 공공기관 여부에 대해 기재
 - ③ 용기 세정방법, 살균방법, 용기의 사용 전 보관방법 및 재활용 여부
 - ④ 제조공정표
 - 원천에서 수자원을 취수하여 주입까지의 상세한 공정을 플로차트(flow chart)²⁾로 기재
 - ⑤ 원천의 지리적위치, 환경(공장 및 농지 유무 등), 구조, 취수방법 및 제조공장까지의 수송방법
 - ⑥ 이산화탄소 주입 유무
 - 주입하는 경우, 20도에서의 용기내 이산화탄소 압력을 Kpa단위로 표시
 - ⑦ 살균 및 제균 유무
 - 살균 및 제균하는 경우, 방법에 대해 구체적으로 아래에 표기된 단위로 표기
 - 가열살균 : 중심부 온도 및 온도유지 시간
 - 자외선살균 : 조사선량($uW \cdot sec/cm^2$), 투과율(%)
 - 오존살균 : 오존농도(mg/l), 농도를 유지한 시간(min)
 - 여과 : 필터의 직경(u)
 - 살균, 제균하지 않는 경우

2) 플로차트(flow chart) : 생산공정 일람표

- 제조방법에 관한 상세한 조사 및 원수의 미생물학적 검사가 필요하게 됨
(단, EU국가에서 수입하는 경우는 제외)

■ 생수 위생 검토사항

〈제조공정표와 연계하여 제출 필요〉

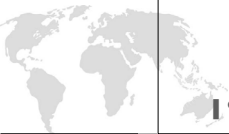
- 제균에서 용기 주입까지의 위생관리
 - 예) 외기와 차단된 클린룸에서 음압되어 24시간 체제로 관리되고 있음
- 필터 정비 상황
 - 일정한 압력이 필터에 닿는 시점(압력단위 등을 포함)에 교환
일일, 주간, 월간 등의 단위에 따라 용기주입 종료시점 또는 작업개시 시 교환
- 필터 및 UV살균, 오존 살균을 설정한 근거
 - 예) 필터용량, UV살균, 오존살균을 설정한 이유의 필터 등의 효력에 대해 설명
 - 제균 대상물 중에 존재하는 미생물명(세균명을 학명으로 기재)

■ 특기사항

- 과거의 사례를 보면 위생검역 통관에 약 2개월 정도 소요되는 경우도 있으나 최근 일본의 생수부족 현상을 감안하면 서류를 완비하여 신속히 통관검사가 진행될 경우 1개월 이내에 완료될 가능성도 있음

〈별지〉 수질검사 기준

제1란	제2란
일반세균 Totalcolonies	1ml의 검수에서 형성된 집락수가 100이하일것
대장균군 Coliform Group	미검출
카드뮴 Cadmium	0.01mg/ℓ 이하
수은 Mercury	0.0005mg/ℓ 이하
셀레늄 Selenium	0.01mg/ℓ 이하



제1란	제2란
납 lead	0.05mg/ℓ 이하
바륨 Barium	1mg/ℓ 이하
비소 Arsenic	0.05mg/ℓ 이하
6가 크롬 Hexavalent Chromium	0.05mg/ℓ 이하
시안 Cyanide	0.01mg/ℓ 이하
초산성질소 및 아초산성 질소 Nitrate Nitrogen and Nitrite Nitrogen	10mg/ℓ 이하
불소 Fluoride	2mg/ℓ 이하
붕소 Boron	붕소산으로서 30mg/ℓ 이하
아연 Zinc	5mg/ℓ 이하
동 Copper	1mg/ℓ 이하
망간 Manganese	2mg/ℓ 이하
유기물 등 Potassium Permanganate Consumed	과 망간산 칼륨 소비량으로서 12mg/ℓ 이하
유화물 Sulfide	유화수소로서 0.05mg/ℓ 이하

■ 청량음료 수입수속

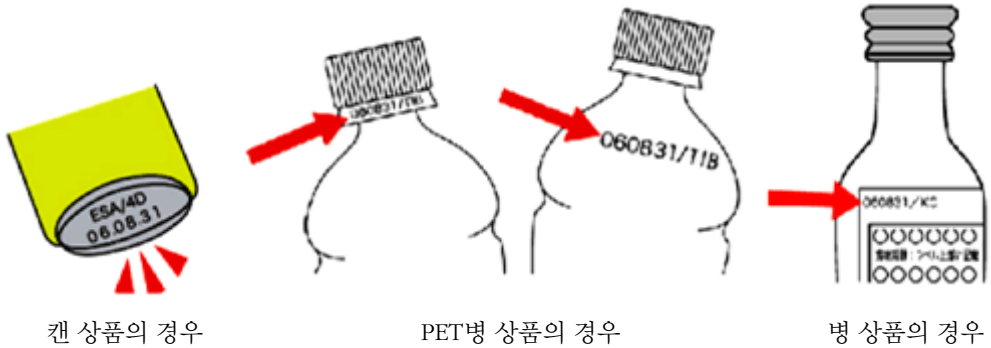
- 과실채소주스는 HS2009에 속하여 일부 종량세·종가세와 병용되나 오렌지주스에는 멕시코 EPA의 관세할당범위가 있는 등 세분이 복잡한 품목도 있으니 주의해야 하며, 생수는 2201, 감미료나 향미료를 더한 물은 2202(알코올함량 0.5%이상의 주스도 제22류)로 분류됨
- 식품위생법
「청량 음료수」(생수류, 냉동과실음료 등)는 동법에 근거하는 후생성 고시 제 370호「식품, 첨가물 등의 규격기준」에 대해 성분규격·제조기준·보존 기준의 규정이 있어 이에 적합하지 않은 것은 수입할 수 없으며, 「분말 청량음료」도 규격기준에 있으므로 주의해야 함
- 일본에서 인정하지 않은 식품첨가물이나 사용제한물질(보존료, 착색료 등)의 함유에 주의를 필요하며, 생 주스 등은 잔류농약 기준(포지티브리스트 제도)에 대해서도 주의해야 함

- 또한 판매 시 알레르기물질 표기제도에 대해 특정 원재료나 이것에 준하는 표기 추천품목(오렌지, 키위, 바나나, 복숭아, 사과 등)을 포함한 경우는 적절한 표기가 이뤄져야함
- 농림물자의 규격화 및 품질표시의 적정화에 관한 법률(JAS법)
동법에 근거하는 가공식품 품질표시 기준에 따라 일괄표시를 실시해야하며 수입 품에는 원산지(국가) 표시가 의무화되어 있으며, 그중 음료의 경우 「과실음료」 「탄산음료」 「두유류」 「당근쥬스 및 당근 믹스쥬스」에 개별 품질표시 기준규정이 있는데 위의 4품목과 「사과 스트레이트 퓨어 쥬스」는 임의 JAS 규격을 따라야 함
- 또한 「유기」 「오가닉」 등의 표시를 행하는 경우는 유기 JAS 규격에 적합해야함
- 건강증진법
영양성분이나 열량에 관한 표시를 실시하고 싶은 경우는 동법에 근거하는 「영양표시기준」에 따른 표시가 의무화되어 있으며 혈압을 유지하는 등 생리학적 기능에 영향을 주는 특정 보건용도에 적절한 표기를 하고자 하는 경우에는 소비자청에 의한 「특정보건식품」의 인가를 받아야 함
- 그 외의 일본내 관련법으로 관세정률법/관세잠정조치법(관세할당), 부당경품류 및 부당표시방지법(경품표시법)/공정경쟁규약, 자원유효이용촉진법/용기포장재활용법 등이 있음

■ 청량음료 상미기한 표시

- 상미기한이란 미개봉한 상태에서 표시된 보존방법에 따라 보존했을 때 맛있게 마실 수 있는 기한을 뜻하는데, 상미기한이 지나면 마실 수 없는 것은 아니나 서서히 맛이 떨어지므로 기한 내에 마시는 것을 권장함
- 한편, 「소비기한」이란 「안전하게 먹을 수 있는 기한」을 말하는 것으로 미개봉한 상태에서 표시된 보존방법에 따라 보존했을 때 먹어도 안전한 기한을 말하며, 장기간 보존할 수 없는 식품에 의무적으로 표기화 되어있음

표시 예



캔 상품의 경우

PET병 상품의 경우

병 상품의 경우

7 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

한국산 수입규모 및 점유율

- 한국산 음료의 전체 수입규모는 3,658백만엔으로 이중 생수가 1,504백만엔, 청량음료가 1,027백만엔, 혼합음료가 1,127백만엔임
- 한국산은 생수에서 5.31%, 청량음료에서 17.45%, 혼합음료에서 9.41%의 점유율을 차지하고 있음

한국산 수입규모 및 점유율

(단위 : kl, 백만엔)

구 분	2010		2011		점유율
	물량	금액	물량	금액	
생수 계	418,975	23,352	589,575	28,297	
프랑스	233,881	16,767	260,579	17,622	62.28%
미국	131,376	4,122	178,113	5,432	
한국	11,635	306	60,851	1,504	5.31%
청량음료 계	79,327	5,783	86,698	5,886	
미국	34,786	2,193	36,651	2,153	36.58%
프랑스	13,995	1,649	17,909	1,754	

구 분	2010		2011		
	물량	금액	물량	금액	점유율
한국	21,056	1,092	21,664	1,027	17.45%
혼합음료 계	49,350	10,810	71,811	11,972	
미국	11,363	6,299	10,393	5,261	43.94%
스위스	3,987	711	18,622	3,230	
한국	7,394	644	14,103	1,127	9.41%
화란	1,172	405	1,024	406	
오스트리아	8,322	1,418	834	137	

자료 : 재무성 무역통계

■ 한국산 선호도

- '11년 주 수출시장인 일본에서 대상(DAESANG)의 마시는 홍초가 크게 유행하여 전년 대비 5,141.5% 증가한 10백만 달러의 수출액을 달성하였음('10년은 204천불)
- 『마시는 홍초』는 일본 니케 Trendy의 『일본내 2011년 인기상품 베스트 30』에서 18위를 차지, 단위 품목에서 2위, 마시는 식초부문에서 1위를 차지함
- 지난해 8월부터 K-POP 스타인 '카라'를 광고모델로 기용하여 감성 마케팅을 전개하여 인지도가 폭발적으로 상승함
- 최대 수출국인 일본 시장에 대한 지속적인 판촉활동 및 홍보로 계속하여 매출이 증대될 것으로 전망

■ 경쟁국 대비 특성 (생수)

- 프랑스
100년여 전부터 생수의 품질기준을 설치하여 수원보호 등에 힘을 쏟아온 생수의 선진국이라 할 수 있으며 미네랄을 많이 포함한 경수(지질적으로 대부분이 경수), 미네랄이 적은 연수, 천연의 탄산가스를 포함하는 등 종류가 다양함



【에비앙(evian)】

에비앙은 프랑스 에비앙근교 카샤수원에서 채취되는 프랑스 다농 사의 미네랄워터 브랜드로 일본에서는 1987년부터 판매가 시작됐으며 현재는 이토엔(伊藤園)이 판매권을 가지고 있으며, 레귤러상품인 페트병 이외에도 다양한 모양의 병제품도 판매되고 있음

● 미국

캘리포니아산의 크리스탈 가이저(경도38도)의 500mlPET병이 적극적인 판촉활동으로 인지도가 확산됨

● 이탈리아

상페레그레노, 판나 등 대기업브랜드상품이 탄산가스가 함유된 것과 그렇지 않은 것 등 여러 품목이 수입되고 있고 특히 이탈리아 레스토랑 등에서 취급되며 수입이 증가하고 있음

● 캐나다

일본으로 수입되는 것은 대부분이 빙하가 녹은 물로 일본의 물보다 미네랄이 적음

■ 경쟁국 마케팅전략 및 시사점

- '10년까지는 한국계 유통업체를 중심으로 배즙, 식혜 등 국내제품을 중심으로 유통되었으나 '11년부터 대상(DAESANG)의 홍초, 광동의 옥수수수염차 등이 본격 수입·유통되면서 수출규모가 3배 이상 증가함
- 금년 들어서도 수출증가세가 유지되고 있어 옥수수수염차의 시장규모가 신장될 것으로 예상되며 CJ, 샘표식품 등의 본격적인 시장참여로 식초음료부문의 경쟁이 치열해질 것으로 예상됨

8 한국산 수출확대방안

- 앞으로도 생수 수요가 계속 높게 유지될 것으로 보여 수출확대를 위해서는 안정적인 공급량 확보가 우선임
- 최근 부각되고 있는 홍초, 옥수수수염차 등의 인지도 확산을 위해 지속적인 홍보 활동이 필요함

9 기타

▣ 정보 관련 웹사이트 주소

정보수집	일본무역진흥회 Q&A 「용기포장 리사이클법」
웹사이트	http://www.jetro.go.jp/world/japan/qa/import_01/04M-080305
정보수집	세관 수속이나 세번, 세율에 관한 문의
웹사이트	http://www.customs.go.jp/question2.htm
정보수집	식품위생법에 근거하는 수입 수속(후생 노동성 검역소)
웹사이트	http://www.mhlw.go.jp/topics/yunyu/tp0130-1a.html
정보수집	식품첨가물
웹사이트	http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syokuten/
정보수집	잔류농약등 포지티브 리스트 제도(일본식품화학연구진흥재단)
웹사이트	http://www.ffcr.or.jp/Zaidan/FFCRHOME.nsf/pages/MRLs-n
정보수집	식품 표시 제도(소비자청식품 표시과)
웹사이트	http://www.caa.go.jp/foods/index.html
정보수집	알레르기 물질을 포함한 가공 식품의 표시 핸드북
웹사이트	http://www.caa.go.jp/foods/index8.html



일본 수출확대가능품목 조사

정보수집	JAS법(농림수산물 표시규격과)
웹사이트	http://www.maff.go.jp/j/jas/index.html
정보수집	과실음료 품질표시기준
웹사이트	http://www.maff.go.jp/j/jas/hyoji/pdf/kijun_10.pdf
정보수집	과실음료의 일본농림규격
웹사이트	http://www.maff.go.jp/j/jas/jas_kikaku/pdf/kikaku_04.pdf
정보수집	관세할당(농림수산물 국제경제과 무역관세 팀)
웹사이트	http://www.maff.go.jp/j/kokusai/boueki/triff/index.html
정보수집	경품표시법(소비자청 표시대책과)
웹사이트	http://www.caa.go.jp/representation/index.html
정보수집	(과실 음료의 표시에 관한 공정 경쟁 규약) 사단법인 전국 공정 거래 협의회 연합회
웹사이트	http://www.jfftc.org/cgi-bin/data/bunsyo/A-21.pdf
정보수집	자원 유효 이용 촉진법(경제산업성)
웹사이트	http://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/admin_info/law/02/index.html
정보수집	식품위생법에 근거하는 식품·식품첨가물등의 규격기준
웹사이트	http://www.jetro.go.jp/world/japan/regulations/
정보수집	일본무역진흥회 Q&A 「알레르기 표시」
웹사이트	http://www.jetro.go.jp/world/japan/qa/import_01/04 M-091203
정보수집	일본무역진흥회 Q&A 「JAS법에 근거하는 가공 식품 품질 표시 기준」
웹사이트	http://www.jetro.go.jp/world/japan/qa/importproduct_01/04 M-100404
정보수집	일본무역진흥회 Q&A 「유기식품의 표시제도에 대해」
웹사이트	http://www.jetro.go.jp/world/qa/t_basic/04 M-080304
정보수집	일본무역진흥회 Q&A 「보건 기능 식품 표시 제도」
웹사이트	http://www.jetro.go.jp/world/qa/t_basic/04 M-011034
정보수집	일본무역진흥회 Q&A 「특정 보건용 식품의 인정 신청 수속」
웹사이트	http://www.jetro.go.jp/world/japan/qa/importproduct_01/04 M-100411

4장간지



유자/일본

1 생산동향

■ 품목개요

- 유자는 밀감과에 속하고 실생¹⁾은 열매를 맺는데 15년 정도 걸리나 수명이 길고 병충해에도 강하며, 과실 중량은 평균 약 110g 이내임
- 원산지는 중국으로 독특한 향과 강한 산미가 특징이며, 일본에서는 나라시대(645~794년)에 이미 재배하였다는 사실이 고문서(古文書)에 기재되어 있음
- 산미가 강한 유자에는 구연산, 주석(酒石)산, 사과산 등 유기산류가 많이 포함되어 있으며, 피로회복, 근육통을 예방하고 비타민 C와 혈중 콜레스테롤 저하, 항암 작용 등의 효과가 있는 것으로 알려져 있음
- 유자는 일본에서 일식요리, 송이버섯, 은어요리 등 요리의 맛을 살리는 조미료로 많이 사용되고 있으며, 수프, 절임 등의 향을 내는 조미료로 사용되고 있음
- 가공품에는 향신료, 과자, 유자간장, 유자주스, 유자된장, 유자차, 유자잼 등이 있음
- 최근 일식 세계화 붐을 타고 프랑스 등 유럽에서 유자를 이용한 프로모션을 통해 일식을 보급하는 등 유자는 일식과 밀접한 관련이 있음

1) 실생 (實生) 씨가 싹이 터서 자란 어린 식물



연도별 생산동향

- 일본의 유자재배면적은 1999년 2,034ha를 정점으로 감소추세였으나, 2007년 이후 2,034ha로 계속 증가세를 보이고 있음
- 생산량은 2008년까지 15~20천톤 수준을 유지하였으나, 2009년 28천톤으로 급격히 증가하였으며 전체 출하량 중 가공용 출하비중은 82% 수준임
 - 생산량 증가의 원인으로 일본내 한국산 유자차 붐이 일어나자 일본산지에서 껍질의 제품화를 위해 수확관리방법을 변경하면서 출하량이 증가한 것으로 보임
- 유자를 포함한 기타 감귤류의 재배면적은 2009년 현재 23,987ha로 매년 조금씩 증가세를 보이고 있으며, 기타 감귤류에 속하는 유자의 재배면적은 8.8%이며, 수확량은 7.5%를 차지하고 있음
- '07년부터 여름감귤, 핫사쿠, 이요강, 네이블의 개별조사가 폐지되면서 네 품목 모두 기타 감귤류에 편입됨

유자의 연도별 재배 및 생산동향

연도별	재배면적(ha)	생산량(톤)	출하량(톤)	용도별 출하량	
				생식용(톤)	가공용(톤)
2005	1,872	15,231	14,323	4,195	10,128
2006	1,968	15,595	14,580	4,110	10,470
2007	2,034	20,378	18,845	4,664	14,181
2008	2,024	20,073	18,211	4,385	13,826
2009	2,107	28,107	25,438	4,633	20,805

자료 : 농림수산성 생산국 원예작물과

■ 기타 감귤류의 연도별 재배면적 ■

연도별	기타감귤류 재배면적(ha)	유자재배면적(ha)	유자비율(%)
2004	14,519	1,924	13.3
2005	14,915	1,872	12.6
2006	15,206	1,968	12.9
2007	24,729	2,034	8.2
2008	24,229	2,024	8.4
2009	23,987	2,107	8.8

* 2007년부터 여름감귤, 핫사쿠, 이요캉, 네이블이 기타 감귤류에 포함됨
 자료 : 농림수산성 생산국 원예작물과

■ 주산지 현황

- 유자의 주산지는 고치, 토쿠시마, 에히메의 시고쿠지역 3개현이 재배면적의 약 63%, 수확량에서는 76%이상을 차지하며 도쿄중앙도매시장에서도 시고쿠산의 유자가 80~90%를 차지하고 있음
- 특히, 고치현은 1997년 이후 시장점유율 1위를 계속 유지하고 있는데다 꾸준한 상승세를 보이고 있어 수확량 기준으로 전체시장의 약 50%를 차지하고 있음

■ 유자의 주산지별 재배 및 생산동향('09년) ■



주산지명	재배면적(ha)	수확량(톤)	점유율(%)	주요산지(시정촌)
고치	730	14,431	51.3	安芸市, 香美市, 北川村
토쿠시마	384	3,973	14.1	那賀町, つるぎ町, 東みよし町
에히메	214	3,007	10.7	西予市, 鬼北町, 松野町
오이타	140	1,373	4.9	宇佐市, 日田市
미야자키	128	1,713	6.1	西都市, 日之影町, 西米良村
카고시마	77	957	3.4	曾於市
쿠마모토	42	341	1.2	山都町, 熊本市, 八代市
기타	392	2,312	8.3	
합계	2,107	28,107	100.0	

자료 : 농림수산성 특산과수생산출하실적조사

재배방법

- 현재 일본에서 재배되고 있는 유자는 주로 3계통으로 「木頭系, 목두계」, 조기과실 품종 「山根系, 산근계」, 무핵(씨 없는)유자 「多田錦, 다전금」이 있음
- 「多田錦, 다전금」은 과실이 작고 향의 수준이 약간 떨어지지만 씨가 거의 없고 과즙이 많아 재배하기 쉬운 편임
- 유자는 감귤류에 많이 발생하는 병충해에 내성이 있어 대부분 소독이 필요 없고 다른 감귤류보다 손이 많이 가지 않아서 무농약 재배가 용이한 편임
- 일본에서는 산근, 동지, 전천 등의 품종을 재배하고 있음
- 연간 주요재배작업은 늦겨울~초겨울의 전정(剪定)²⁾작업, 봄~여름의 제초와 적과(摘果)³⁾, 10월 하순~11월 중순의 수확 및 선별, 수확 후~12월 중순의 저장, 12월 중순의 출하 순으로 이뤄짐
- 시장에 유통되는 청유자는 과실이 완숙되기 전의 것으로 7~10월에 유통되며, 노랗게 완숙된 유자는 청유자가 유통된 후인 10~12월에 시장에 유통됨

일본산(에히메산) 신선유자

단면 및 크기	1과실 크기	단면 형상	외피 두께
			
약 8cm	약 4cm, 2.5cm	씨는 1과실에 3~5개 들어있음	약 7mm

2) 전정(剪定) : 가지치기

3) 적과(摘果) : 열매숙기

2 유통현황

▣ 유통경로

- 일본산 유자차는 유통량이 매우 미미하고 일부지역의 특산물에 불과하나, 최근 고치현 우마지농협이 소비자와의 직거래, TV-CM 등으로 홍보를 강화하고 있음
 - 제조업자 → 중·도매업자 → 소매업자 → 소비자
 - 제조업자 → 소매업자 → 소비자
 - 제조업자 → 소비자(인터넷)
- 한국산 유자차는 수입 후 대형마트 등에서 적극적으로 취급하고 있으며, 홈쇼핑, 인터넷쇼핑매도 원활한 상태이나 판매가 최고조이던 봄 상태는 주춤한 상태임
 - 수입업자 → 중·도매업자 → 소매업자 → 소비자
 - 수입업자 → 소매업자 → 소비자
 - 수입업자 → 소비자(대형마트, 인터넷)
- 재배면적은 줄어들고 있으나 재배기술의 발달 및 토지용도의 전환으로 인한 수확량 및 출하량의 증가로 시장이 확대되고 있으나, 매년 그 변화량이 큰 편임

▣ 포장형태

- 신선유자의 포장형태는 대부분 개별포장과 2~4개 묶음형태임



유자의 포장형태

고치산 1개씩 포장 298엔	에히메산 3개씩 포장 158엔	와카야마산 4개씩 포장 398엔	에히메산 2개씩 포장 105엔	고치산 출하시 포장형태 -

- 가공유자차는 일정한 용량규격이 없으나, 한국산의 경우 150g, 300g, 500g, 1kg 등이 많으며, 일본산은 100g, 350g, 580g 등 소량포장제품과 다양한 규격의 제품이 판매되고 있음
- 일본산 포장형태 특성 및 포장
 - 일본산은 대부분 고급스러움을 연출하기 위해 병 윗부분을 천이나 종이로 포장하거나 종이상자에 넣어 판매되며, 유자그림의 포장디자인이 많음
- 한국산 포장형태 특성 및 포장
 - 한국산은 병 제품이 대부분이며, 포장디자인은 유자사진이나 그림으로 구성됨
 - 한글을 병기하여 한국산임을 강조한 상품이 많음

유자차 포장형태

일본산			
한국산			

3 소비동향

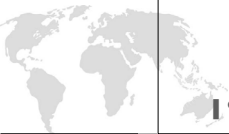
- 유자진액을 뽑아내고 남은 과즙이나 과피 등을 활용하여 식품관련 용도로 개발하는 사례가 많으며, 주로 음료(주스, 주류), 조미료(폰스⁴), 드레싱, 젤리, 입욕제 등으로 생산·판매되고 있음
- 현재 유자 생산량의 70% 이상이 가공원료로 이용되며 유자 가공제품이 250가지 이상 개발·판매되고 있어 고부가가치 농산가공제품으로 확실히 자리매김하였으며, 주요 유자제품으로 주스, 간장, 식초, 잼, 절임류 등과 각종 향신료와 비누, 입욕제 등으로 다양하게 활용되고 있음
- 신선유자의 경우는 일본요리의 장식용, 무침, 수프, 조림 등 주로 향을 내는데 사용되고 있으며, 목욕탕의 약탕용으로도 많이 사용되고 있음
- 일본은 유자차 생산과 관련한 통계는 집계하지 않으며, 유자차는 일부 산지의 특산물로 그곳에서만 판매하거나 인터넷 등으로 통신 판매하는 실정으로 일반 슈퍼에서는 거의 볼 수 없음
- 최근 한일 간 교류가 활발해짐에 따라 한국산 유자차를 맛 본 경험이 있는 사람들이 한국산 유자차를 많이 찾고 있으며, 일본에서는 겨울철 난방을 잘 하지 않아서 유자차 음용이 늘어나는 추세임

4 가격동향

▣ 유자 가격동향

- 기타 감귤류의 도매시장 단가를 보면 '08년에 kg당 244엔으로 최근 중 가장 낮은 가격이었으며, '07년에는 322엔으로 전년에 비해 64엔 상승하였음

4) 폰스(pons) : 등자(橙子)를 짜서 만든 즙



- 통계상으로는 드러나지 않지만 저가의 한국산 수입으로 일본산의 가격도 하락하는 것으로 조사됨

기타 감귤류 전국 도매시장 가격 동향

(단위 : 톤, 엔/kg)

구분	'05	'06	'07	'08
단가	308	258	322	244
수량	116,563	172,411	150,261	184,680



자료: 농림수산물조사, 청과물도매시장연보

유자차 소매가격

- 일본산 유자차의 소매가격은 품질 및 상품성에 따라 차이가 있으며, 100g당 230~400엔 정도로 한국산(100~200엔)보다 2배정도 높은 가격으로 판매되고 있음
- 한국산의 소매가격은 품질 및 상품성에 따라 차이가 있으며, 아래와 같이 100g당 120~200엔 정도로 일본산보다 2배정도 가격이 저렴한 편임

일본산 유자차 소매가격

상품	중량	소매가격	비고
	190g	525엔	유자로 유명한 고치산(高知県産) 유자차
	200g	550엔	시마네현(島根県)의 무농약 유자 사용

상품명	중량	소매가격	비고
	250g	1,260엔	껍질째로 예쁜 황금색이 될 때까지 오랜 시간 달여 만든 유자차
	250g	630엔	꿀과 함께 달여 만든 유자차



| 한국산 유자차 소매가격 |

상품명	중량	소매가격	비고
	580g	892엔	진도 직송 유자차
	1kg	650엔	방부제를 사용하지 않은 한국산
	1kg	966엔	한국 직수입임을 강조하기 위해 일본어와 함께 한글을 병기함
	580g	1000엔	고흥 직송 유자차
	1 kg	980엔	뚜껑을 따로 포장하여 고급스러움을 나타냄



【유자 관련 상품】

상품	상품형태	상품형태	규격	소매가격
	유자잼	유자가 함유된 잼	190g	420엔
	유자 탄산음료	유자향이 함유된 탄산음료	500ml	147엔
	유자폰즈	간장에 유자과즙과 각종 양념을 가미한 유자 간장으로, 생선요리, 냄비요리 등을 조리할 때 소스로 이용함	360ml	362~500엔
	유자식초	유자과즙 100%로 구운 생선 등에 뿌려먹는 제품	180ml	788엔
	유자혼합 조미료	냄비요리와 우동 등 주로 면류의 향신료로 사용하는 제품	4.5g	288엔
	유자후추	유자껍질과 고추를 섞은 조미료로 냄비요리, 면류, 된장국 등의 조미료로 사용하는 제품	12~50g	195~300엔
	유자농축 주스	유자과즙과 벌꿀로 만든 농축주스로 뜨거운 물이나 냉수에 5~7배 희석하여 마시는 제품	275ml	714엔
	유자목캔디	유자과즙을 사용한 목캔디	80g	189엔

상품	상품형태	상품형태	규격	소매가격
	유자된장	유자가 함유된 된장	150g	431엔
	절임야채 조미료	절임야채를 만들 때 사용하는 조미료로 유자가 함유됨	29g	136엔

5 수입동향

- 한국산 유자차는 대부분 후르츠젤리 및 마말레이드(2007.91.119) 혹은 조제감귤과실류(2008.30.190), 이 2가지 품목으로 분류되어 수입되며, 그중 16.8%로 관세율이 더 낮은 2007.91.119로 들어오는 것이 중량비율의 약 90%를 차지함

6 통관제도

■ 관세율

HS코드	제품종류	관세율(%)	
		기본세율	협정세율
0805.90.090	신선유자(감귤류과실/기타)	20	17
0902.40.220	유자차(기타 차류)	20	17
2007.91.119	유자차(감귤류과실/기타의 것/설탕첨가)	28	16.8
2008.30.190	조제감귤과실류(설탕첨가)	28	23.8



수입통관절차

- 일본에서 가공식품 수입 시 수입신청서를 제출해야하며, 식품첨가물에 대한 규제가 있음
- 수입시 식품위생법에 따라 수입신청을 해야 하며, 검역관의 판단에 의해 심사가 필요하다고 판단될 때에는 검사를 명할 수 있음

수입검사항목

- 일본에서 유자차 수입 시 후생성이 지정한 검사기관(일본 내 민간 인증검사기관, 한국 내 도립보건환경연구원)에서 받은 검사결과증명서를 제출해야 함
 - 첫 수입 시 취득한 검사결과증명서는 동일업체에서 제조한 동일제품에 한하여 1년간 유효하므로 다음번 수입 시 검사가 면제됨
- 검사항목에는 식품위생검사지침(식품중의 식품첨가물분석법)에 따라 합성착색료(산성-타르계 색소), 솔빈산(검출기준 0.005g/kg), 이산화유황(검출기준 0.005g/kg)등에 대해 검사함
- 일본의 포지티브리스트제도에 따라 잔류농약 기준치가 없는 경우 일률치인 0.01ppm을 적용받으므로 신선유자의 경우 잔류농약에 더욱 주의해야 하며, 가공식품의 경우도 모니터링 검사를 실시하는 경우가 있으므로 최대한 주의해야 함

7 일본 시장 공략 방안

한국산 현황

- 한국산 유자차는 한류 붐과 더불어 일본내 인기제품으로 자리매김하여, 대형 유통

업체와 각종 드럭스토어에서도 판매될 정도로 인기가 높으나, 최근 한국산 수입업체간의 과도한 가격경쟁으로 인해 유통업체에서 저가상품으로 인식되고 있음

- 일본인들은 겨울철에 따뜻한 차를 많이 마시는데, 한국산 유자차는 마시기 편할 뿐 아니라 비타민C도 다량 함유되어있어 감기예방에도 효과가 있는 것으로 홍보되면서 꾸준한 인기를 끌고 있으며, 특히 일본산에 비해 향이 좋은 것으로 평가받고 있음
- 최근 한일 간 교류가 빈번해짐에 따라 한국여행 시 유자차를 맛 본 경험이 있는 일본여행객들이 일본에 돌아와서도 한국산 유자차를 찾는 경우가 많으며, 구매 경험이 있는 사람들이 재차 구입하는 인기 상품임
- 일본산 유자 관련제품은 조미료 용도의 가공제품으로 출시되는 비율이 높아 차(茶)류의 형태의 출시되는 것은 한국산이 압도적으로 많았으나, 최근 일본산 유자차도 국내산이라는 이점을 바탕으로 시장점유율이 상승하고 있음
 - 한국산 유자차는 일본산보다 가격이 약 2배정도 저렴할뿐더러 이외 여러 측면에서도 강한 경쟁력을 갖췄음

■ 틈새시장 공략방안

- 입맛들이기 홍보를 통한 현지일본인의 소비기반 확충
 - 유자차 음용경험이 있는 사람들은 다시 구입하는 경향이 있는 것으로 파악되므로, 우선 시음행사로 풍미가 좋은 한국산 유자에 대한 입맛들이기 홍보를 추진해야함
 - 최근, 품질수준이 낮은 한국산 유자차가 유통되고 있어, 유자의 배합률이 높은 제품 혹은 풍미 평가가 높은 상품에 대한 바이어들의 선호도가 높아지고 있음
- 현지인의 기호에 맞는 포장용기 개발
 - 한국산 유자차는 대부분 300g~1kg 정도의 다소 큰 용기의 제품인데, 일본인들은 익숙하지 않은 상품은 잘 구입하지 않으므로 우선 가격이 저렴한 소포장 유자차제품을 출시하여 부담 없이 유자차를 접할 기회를 만들어야 함



- 한국산 유자차제품은 용기 밑바닥이 넓은 전통적인 용기 스타일이 대부분이나 일본의 잼 제품들은 주로 목이 긴 병 형태로, 한국산은 용기 형태를 다양화하고 세련되게 변화를 줘야 함
- 연중 소비 가능한 제품 개발
 - 유자차의 경우 겨울철에 많이 소비되나 일본의 경우 겨울이 짧은데다 그다지 춥지 않기 때문에 유자차를 사계절 내내 마실 수 있도록 찬물에도 잘 녹는 유자차 등 다양한 상품개발이 중요함 (최근 이러한 아이디어 상품이 발견됨)
- 묽음 형태의 제품출시로 신규 수요창출
 - 최근 한국산 전통차가 인기가 있는 만큼 유자차와 함께 생강차, 모과차, 매실차, 오미자차 등 다양한 한국전통차가 함께 포장된 선물용으로 수요를 확대하는 것도 한 방안임

■ 바이어 의견

- 현재 대부분의 제품이 병으로 된 용기이나 사무실이나 호텔 등의 수요가 높아지고 있어 1회용 티백형태의 용기개발이 시급함
- 한국산 유자차는 재료를 엄선하며, 건강에 좋은 제품이라는 점을 일본소비자들에게 홍보하고 이미지화하는 소비확대 방안이 필요함
- 유통매장 판촉 시 여성소비자 대부분에게는 휴지 등의 여성을 위한 판촉용품을 제공할 필요성이 있으며, 매장 내 시음시식활동을 강화해야함

5장 간지



커피조제품/일본

1 시장개요

■ 시장규모

- 일본의 커피조제품 시장은 인스턴트커피와 프레믹스 인스턴트커피(커피믹스) 2가지로 분류되고 있으며 커피조제품의 연간 시장규모는 2,135억엔 시장으로 이중에서 인스턴트커피가 1,853억엔, 커피믹스가 282억엔의 시장을 형성하고 있는 것으로 추정됨
- * 캔 커피 등 커피음료시장은 시장규모가 7,000억엔 이상으로 전체 청량음료시장에서 가장 큰 시장이며 커피조제품시장이 아닌 청량 음료시장으로 분류되고 있어 본 조사에서는 커피음료를 제외한 커피조제품 시장을 대상으로 조사하였으며 커피음료시장 자료는 기타사항을 참조
- 인스턴트커피의 일본제조업체는 네슬레일본이 58.5%, 아지노모토 제네랄푸드가 32.8%로 두 회사가 전체시장의 91.3%를 장악하고 있음
- 커피조제품 수입시장은 인스턴트커피와 커피농축액조제품으로 구성된 약 120억엔 정도의 규모이며('11년 기준) 그중 한국산은 인스턴트커피가 474백만엔, 커피농축액 가당조제품이 32백만엔, 전체가 약 5억엔 정도로 미미한 실적을 거두고 있음
- 일본의 커피소비인구의 비율은 높으나 경기침체와 시장포화상태로 시장이 축소되다가 웰빙형 신상품 출시와 함께 캔커피의 수요가 커피조제품으로 이동하면서 시장이 성장하고 있음



■ 인스턴트커피 시장규모 ■

연도	판매량(kl)	전년대비	매출액(백만엔)	전년대비
2002	40,400	-	189,400	-
2003	42,000	104.0%	186,900	98.7%
2004	42,500	101.2%	177,000	94.7%
2005	44,100	103.8%	174,000	98.3%
2006	45,700	103.6%	176,100	101.2%
2007	43,000	94.1%	167,300	95.0%
2008	43,800	101.9%	175,400	104.8%
2009	44,900	102.5%	175,200	99.9%
2010	46,100	102.7%	179,400	102.4%
2011	47,600	103.3%	182,800	101.9%
2012(예측)	49,000	102.9%	185,300	101.4%
2013(예측)	50,000	102.0%	186,800	100.8%

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

■ 커피믹스 시장규모 ■

연도	판매량(kl)	전년대비	매출액(백만엔)	전년대비
2008	7,800	-	18,500	-
2009	9,100	116.7%	21,100	114.1%
2010	10,800	118.7%	24,600	116.6%
2011	11,900	110.2%	26,800	108.9%
2012(예측)	12,900	108.4%	28,200	105.2%
2013(예측)	13,700	106.2%	29,300	103.9%

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

■ 시장여건

- 일본커피시장의 주요연혁을 살펴보면 '50년 전쟁 이후 커피원두 수입재개, 커피원두의 수입자유화, '61년 인스턴트커피의 수입자유화, '70년 레귤러커피의 수입자유화를 꼽을 수 있음

《인스턴트커피》

- 인스턴트커피의 시장규모는 약 1,800억엔으로 간편하게 먹을수 있다는 장점이 소비자들의 니즈를 자극하여 일본 대중사이에서 인기를 얻었으나 '90년대 중반이후 원두커피의 시세변동에 따른 가격인상에 따라 시장은 일정규모를 유지하면서 확장 수축을 반복해오고 있음
- 병용기가 대부분이나 '02년부터 환경의식이 고조되고 병용기보다 저렴한 리필용 상품이 나타나면서 아지노모토 제네랄푸드(AGF)가 내놓은 리필용 상품이 크게 인기를 얻음
- '00년 이후 시장포화에 따른 가격인하압력으로 특매빈도가 잦아져 판매량이 증가 하였으나 매출액은 감소하여 전체시장도 축소되었음. 그러나 '08년은 가정수요의 호조로 다시 시장이 성장함
- '09년은 인스턴트커피에 대한 절약형 소비가 증가함에 따라 가격경쟁이 유발되어 다소 감소하였으나 성장세가 뚜렷한 커피믹스의 매출실적의 증가로 시장전체는 보합세임
- '10년은 커피믹스형 제품에 대한 가정용과 사무실 수요가 꾸준히 높은 성장률을 기록하며 인스턴트커피 시장전체를 끌어올리는 양상으로 전년실적을 뛰어넘었음

《프레믹스 인스턴트커피(커피믹스)》

- 커피믹스의 시장규모는 282억엔으로 성장세에 있으며 시판용이 압도적으로 96.3% 정도를 차지하고 업무용은 주로 숙박시설에서 사용되나 3.7%정도로 소규모임
- 이전에는 병이나 큰 봉지형 제품이 주류였으나 수요가 증가하지 않아 부진하다가 아지노모토 제네랄푸드, 네슬레일본 등의 대기업이 스틱형 상품의 판매를 강화한 것이 시장성장의 계기가 되었음
- 스틱형은 휴대성은 물론 『커피잔에 1숟갈』 등의 분량조절이 필요 없는 간편성으로 소비자에게 인기를 얻음



- 최근 칼로리나 지방성분을 줄이거나 제거한 커피를 사용하는 등 다양한 맛의 제품들이 속속 등장함에 따라 선택의 폭이 넓어지자 소비자들의 호응이 커져 시장이 높은 성장세를 보이고 있음
- '09년은 절약형 소비가 고조되며 소비자들이 외식을 줄이는 추세로 수요가 큰 폭으로 증가하자, 시장 선두기업인 아지노모토 제네랄푸드의 실적이 확대되는 등 10%이상 시장이 성장하였음
- 본래 겨울철에 수요가 집중되었으나 '10년은 아지노모토 제네랄푸드가 여름철 아이스상품을 출시하면서 전년과 같은 대폭적인 성장을 보일 것으로 전망됨
- '08~'10년 사이 아지노모토 제네랄푸드는 50% 이상, 네슬레일본은 10%이상의 성장률을 보이는 반면에 시장점유율 하위의 제조업체 상당수는 소폭 증가하거나 제자리에 머물러있어 상위 2개사의 시장 과점양상을 보이고 있음

2 생산동향

■ 생산현황

- 현재 커피원두는 세계 60개국 이상에서 생산되는데 가장 생산량이 많은 국가는 브라질로 세계 전체생산량의 약 30%를 차지하고 있으며, 2위 이하에서 주목할 점은 아시아 국가들의 약진이 두드러진다는 것임
- 미 농무성 USDA의 통계에 의하면 현재 생산량 2위 베트남, 3위 인도네시아, 4위 콜롬비아, 5위 인도로 상위 5개국 가운데 3개국이 아시아권 국가임
- 최근 아시아권의 원두커피 생산이 증가하여 전체생산량의 약 30%를 차지하고 있으며 매년 그 생산량이 증가하여 남미나 아프리카대륙의 생산량이 전체에서 차지하는 비율은 줄어들고 있음

- 인스턴트커피는 전 세계 30개국 이상에서 생산되는 것으로 파악되며 일본의 인스턴트커피 생산량은 약 36,000톤으로 매년 증감이 반복되고 있음

■ 수급동향

- 인스턴트커피의 '11년 생산량은 36,209톤, 수입량은 8,276톤으로 전체소비량의 19.1%를 차지하고 있으며 소량이나 1,237톤의 수출실적이 있음

■ 인스턴트커피 수급상황

(단위 : 톤)

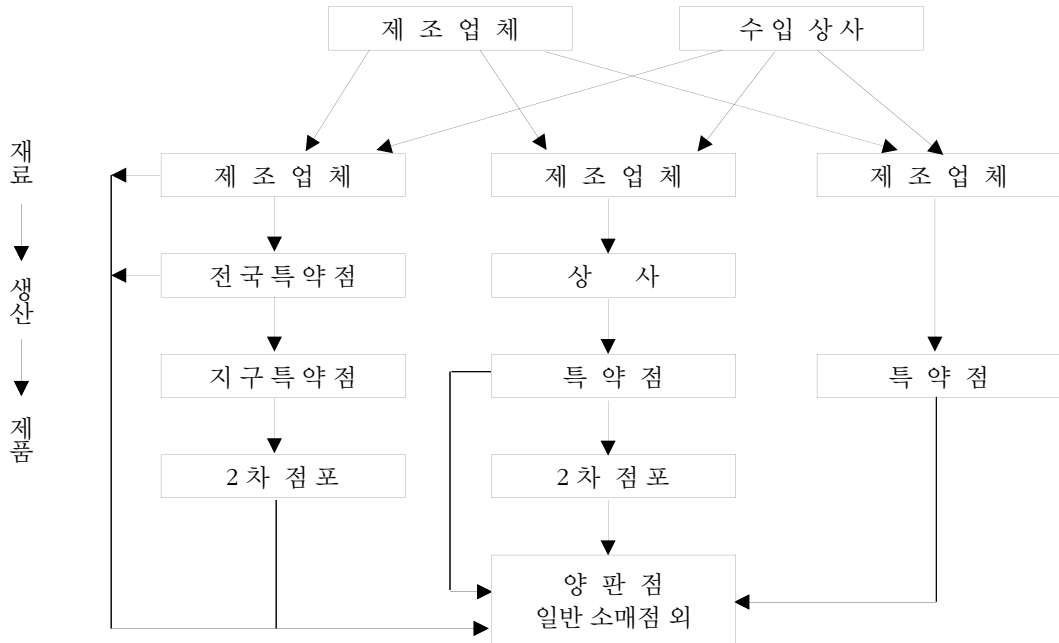
	생산량	수입량	수출량	소비량
2001년	37,012	8,387	3,471	41,928
2002년	37,060	8,465	4,875	40,650
2003년	36,593	9,057	3,133	42,517
2004년	35,794	7,633	1,779	41,648
2005년	35,189	7,778	1,193	41,774
2006년	36,668	7,443	756	43,355
2007년	34,239	7,088	1,708	39,619
2008년	37,127	7,852	3,777	41,202
2009년	35,847	7,401	2,461	40,787
2010년	38,315	7,445	2,617	43,143
2011년	36,209	8,276	1,237	43,248

자료 : 사단법인 전일본커피협회

3 해외 유통동향

■ 인스턴트커피 유통경로

- 수입 인스턴트커피는 제조업체나 수입상사를 통해 특약점이나 양판점이나 일반소매점으로 유통되어 소비자에게 전달됨



(사)전 일본 커피협회 「커피관련통계 2009년 10월」

■ 타 수입산의 진출현황

- 일본에 수입되는 커피조제품의 종류로 인스턴트커피, 가당 및 무가당 농축액 조제품이 있음
- 인스턴트커피는 한국을 포함하여 수십 개국에서 수입하고 있으며 브라질이 수량 기준 수입국 1위로 50%를 넘는 점유율을 차지하고 있음
- 농축액 가당조제품(커피믹스)은 한국을 포함하여 9개국에서 수입하고 있으며 싱가포르와 말레이시아 2개국의 제품이 전체의 약 70%를 차지하고 있음
- 농축액 무가당조제품 중 한국산의 수입은 없으며 13개국에서 수입하고 있는데 그중 브라질이 60% 이상을 차지하고 있음

■ 인스턴트커피 종류별 판매동향

- 스프레이드라이(분무건조)는 높은 생산성과 저비용이 장점이나 향이 손상되기 쉬운 제조법으로 네슬레일본의 「네스카페에크세라」, 아지노모토 제네랄푸드의 「브렌디」가 주력상품임. '08년 9월 네슬레일본의 기술개발로 향이 손상되지 않는 냉동건조보다 가격이 낮은 리필용 상품의 출시로 대폭적인 판매증가를 보이며 '08년 이후에도 꾸준히 커피믹스형 제품의 성장이 계속되며 시장이 확대되고 있음
- 프리즈드라이(냉동건조)는 제조공정에서 분무건조동결법보다 공정이나 생산비가 많이 투입되지만 향이 손상되지 않는 인기상품으로 네슬레일본의 「네스카페 골드블렌드」나 아지노모토 제네랄푸드의 「맥십」이 주력상품이며 '10년은 리필용 상품을 출시하여 판매호조를 보이고 있는 「네스카페 골드블렌드」의 실적증가로 매출 증가세에 있음

■ 인스턴트커피 종류별 판매동향 I

(단위 : 백만엔, %)

연도	2008년		2009년		2010년		2011년	
	매출액	비율	매출액	비율	매출액	비율	매출액	비율
분무건조커피	90,200	51.4	91,300	52.1	94,900	52.9	97,300	53.2
냉동건조커피	85,200	48.6	83,900	47.9	84,500	47.1	85,500	46.8
합계	175,400	100.0	175,200	100.0	179,400	100.0	182,800	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

■ 인스턴트커피 용도별 판매동향

- 시판용은 성장세에 있으며 특히 커피믹스의 판매가 현저하게 증가하고 있음
- 업무용은 주로 자판기용이나 절약형 소비로 인해 최근 자판기 대수가 감소하여 판매실적이 하락하고 있는 상황임
- 가공용은 음용·과자·빙과 제조업체의 원료로 실적은 있으나 수요가 일시적이고 안정적이지 않음



인스턴트커피 용도별 판매동향

(단위 : 백만엔, %)

연도 용도	2009년		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
시판용	164,600	93.9	170,000	94.8
업무용	6,400	3.7	5,400	3.0
가공용	4,200	2.4	4,000	2.2
합계	175,200	100.0	179,400	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

인스턴트커피 시판용 판매처별 동향

- 양판점에서는 주로 양판점 PB상품 중 리필용 봉지상품에 대한 가정용의 수요증가로 판매호조를 보이는 것으로 나타남
- 편의점에서는 병 제품의 실적이 침체되었으나 커피믹스형 제품은 사무실 수요의 증가로 실적이 증가하여 전체적으로는 별다른 추이가 없음
- 기타에서는 선물용도 큰 실적을 나타내고 있으나 최근의 경기침체영향으로 판매가 하락하고 있음

인스턴트커피 시판용 판매처별 동향

(단위 : 백만엔, %)

연도 종류별	2009년		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
양판점	107,300	65.2	112,700	66.3
편의점	27,700	16.8	27,500	16.2
기타	29,600	18.0	29,800	17.5
(드럭스토어)	13,400	8.1	13,900	8.2
(기타)	16,200	9.8	15,900	9.4
합계	164,600	100.0	170,000	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

■ 인스턴트커피 포장용기 동향

- 50% 이상을 차지하는 병이 주 포장용기이나 리필용 상품의 보급 이후 비율이 서서히 하락하고 있음
- 봉지(시판용)는 리필용 상품이 대부분으로 네슬레일본이 리필용상품으로 재출시한 것이 실적에 영향을 주었으나 아직은 타사의 매출확대가 나타나지 않았으며 PB소매상품은 봉지타입이 대부분임
- 기타에는 네슬레일본의 리필용 제품, 주로 커피믹스인 종이상자 제품이 포함되어 있으며 이들 형태의 제품판매증가로 시장점유율이 상승하고 있음

■ 인스턴트커피 포장용기 동향 |

(단위 : 백만엔, %)

포장용기	2009년		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
병	102,900	58.7	101,800	56.7
봉지(시판용)	38,500	22.0	39,800	22.2
기타	33,800	19.3	37,800	21.1
합계	175,200	100.0	179,400	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

■ 인스턴트커피 제조업체 점유율

- 네슬레일본은 '08년 9월 발매한 리필용인 「네스카페 에크세라차지」의 실적이 '09년 들어 하락하여 전체실적이 전년대비 5% 감소하자 일본발매 50주년인 '10년에는 새로운 비전으로 「커피·솔루션·프로바이더」를 출시하는 등 각종 활동을 적극적으로 펼쳤음. 또한 『환경친화』 『간단편리』 『깊은풍미』를 제안하는 리필용 「네스카페 에코&시스템팩」의 발매, 인스턴트커피를 사용하는 가정용 커피머신 「네스카페 바리스타」의 판매개시, 새로운 제법으로 만든 「香味焙煎」시리즈의 출시 등으로 고부가가치시장을 형성하고 있으며 커피원두가격의 상승으로 '11년 3월부터 인스턴트커피 가격을 평균 11% 인상함



- 아지노모토 제네랄푸드는 「브렌디」 「맥심」 브랜드 하에 레귤러형, 스틱(프레믹스)형 제품을 내놓고 있는데 '09년 레귤러형 점유율은 전년수준이었으나 스틱형은 대폭 증가하였으며 '10년에도 전년처럼 「브렌디」를 중심으로 스틱형 제품에서 점유율 확대가 계속되며 5%정도의 점유율 증가를 보이고 있음
- UCC 우에시마 커피는 주력제품인 「더·브랜드」와 「직인의 커피」가 판매실적의 대부분을 차지하는데 특히 소용량 제품이 판매호조를 보이고 있으며, 컵·스티크형의 「UCC 인스턴트커피」는 실적이 많지 않으나 양관점·편의점 등에서 안정된 판매추세를 보이고 있음
- 키 커피는 병제품인 「스페셜 브랜드」를 주력제품으로 삼고 있으나 '09년은 이 제품의 판매가 10% 가량 감소하였고 '10년에도 판매량이 계속하여 감소하고 있어 전년수준보다 판매실적 하락이 전망됨

인스턴트커피 제조업체 점유율

(단위 : 백만엔, %)

연도	2009년		2010년		2011년	
	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율
네슬레 일본	105,000	59.9	105,000	58.5	107,000	58.5
아지노모토제네랄푸드	55,000	31.4	58,000	32.3	60,000	32.8
UCC우에시마 커피	8,700	5.0	8,700	4.8	8,700	4.8
키 커피	1,600	0.9	1,400	0.8	1,300	0.7
기 타	4,900	2.8	6,300	3.5	5,800	3.2
합 계	175,200	100.0	179,400	100.0	182,800	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

인스턴트커피 브랜드점유율

브랜드명	기업명	2009년		2010년	
		매출액	점유율	매출액	점유율
네스카페골드브랜드	네슬레일본	38,000	23%	40,000	24%
네스카페에쿠세라	네슬레일본	37,000	23%	35,000	21%
맥심	아지노모토제네랄푸드	28,000	17%	28,500	17%
브렌디	아지노모토제네랄푸드	22,000	13%	24,500	14%

브랜드명	기업명	2009년		2010년	
		매출액	점유율	매출액	점유율
자·브랜드	UCC우에지마커피	6,000	4%	6,000	4%
기타		33,600	20%	36,000	21%
합계		164,600	100%	170,000	100%

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

■ 커피믹스 제조업체 점유율 ■

단위 : 백만엔

연도 기업명	2009년		2010년		2011년	
	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율
아지노모토제네랄푸드(AGF)	11,000	52.1%	14,000	57%	16,000	59.7%
네슬레일본	6,500	30.8%	7,000	29%	7,300	27.2%
가타오카 물산	1,000	4.7%	1,200	5%	1,250	4.7%
와코도	300	1.4%	300	1%	300	1.1%
키 커피	200	0.9%	200	1%	200	0.7%
기타	2,100	10.0%	1,900	8%	1,750	6.5%
합계	21,100	100.0%	24,600	100%	26,800	100.0%

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

■ 커피믹스 브랜드 점유율 ■

단위 : 백만엔

브랜드명	기업명	2009년		2010년	
		매출액	점유율	매출액	점유율
브랜드 스틱 카페오레	아지노모토 제네랄푸드	8,000	38%	10,500	43%
맥심 카페메뉴	아지노모토 제네랄푸드	3,000	14%	3,500	14%
네스카페 홈카페	네슬레일본	2,700	13%	2,600	11%
네스카페 에크세라	네슬레일본	2,000	10%	2,500	10%
네스카페 골드브랜드	네슬레일본	800	4%	700	3%
기타		4,600	22%	4,800	20%
합계		21,100	100%	24,600	100%

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)



가격동향

- 커피조제품은 상품이 다양하고 가격대도 다양하며 최근의 경기침체로 인해 소비자의 저가 선호 경향 등으로 인해 업체 간의 가격경쟁이 심화되고 있어 가격은 하락세에 있음

커피 소매가격동향

(단위 : 엔/100g)

연도	인스턴트커피
1970년	494
1975년	656
1980년	1,064
1985년	1,061
1990년	879
1995년	833
2000년	822
2005년	689
2006년	664
2007년	670
2008년	688
2009년	698
2010년	612

자료 : 총무성통계국 소매물가통계조사(주요품목의 동경도 소매가격)

제품사진	브랜드명	제조사	규격	원산지	소매가격
	블렌디 스틱 카페오레	AGF	14gx10 상미기간 2년	일본	1,787엔

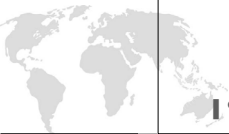
제품사진	브랜드명	제조사	규격	원산지	소매가격
	네스카페 골드블렌드 스틱	네슬레일본	110g	일본	538엔
	네스카페에스테라에코 &시스템팩	네슬레일본	220g	일본	948엔
	네스카페 골드블렌드	네슬레일본	150g	일본	1,468엔
	네스카페 골드블렌드 카페인레스	네슬레일본	80g	일본	988엔
	네스카페 골드블렌드 에코&시스템팩	네슬레일본	80g	일본	688엔
	네스카페 香味焙煎	네슬레일본	70g	일본	858엔
	네스카페 香味焙煎	네슬레일본	70g	일본	858엔



일본 수출확대가능품목 조사

제품사진	브랜드명	제조사	규격	원산지	소매가격
	네스카페 香味焙煎 에코&시스템팩	네슬레일본	60g	일본	698엔
	네스카페 프레지덴토 에코&시스템 팩	네슬레일본	75g	일본	1,108엔
	네스카페 프레지덴토	네슬레일본	85g	일본	1,298엔
	네스카페 홈카페 카페라테	네슬레일본	6p	일본	198엔
	네스카페 클래식 블렌드	네슬레일본	120g×15 (봉지) 제조일로부터 18개월	한국	398엔
	네스카페 클래식 블렌드	네슬레일본	200g	한국	469엔
	테이스터스 초이스 오리지날	네슬레일본	120g	한국	498엔

제품사진	브랜드명	제조사	규격	원산지	소매가격
	테이스터스 초이스 오리지날	네슬레일본	175g	한국	1,470엔
	테이스터스 초이스 디카페인	네슬레일본	175g	한국	1,680엔
	네스카페 마치나루	네슬레일본	200g	브라질	498엔
	네스카페 골드블렌드 스틱	네슬레일본	9p	일본	198엔
	네스카페 홈카페 프리미엄 더블 에스프레소라테	네슬레일본	4p	일본	198엔
	네스카페 홈카페 프리미엄 다크쇼코라	네슬레일본	4p	일본	198엔
	네스카페 홈카페 프리미엄 향리贅沢	네슬레일본	4p	일본	198엔



일본 수출확대가능품목 조사

제품사진	브랜드명	제조사	규격	원산지	소매가격
	네스카페 에크세라 목장라테	네슬레일본	10p	일본	198엔
	네스카페 에크세라 목장라테 하ーフ&하ーフ	네슬레일본	10p	일본	198엔
	MAXIM	AGF	리필용 150g 상미기간 1.5년	일본	627엔
	MAXIM 킬리만자로	AGF	리필용 150g 상미기간 1.5년	일본	627엔
	MAXIM 스틱커피	AGF	8.3gx8 상미기간 2년	일본	213엔
	MAXIM 스틱블랙 카페아라카루도	AGF	2gx10 상미기간 2년	일본	1,244엔
	블렌디 스틱블랙	AGF	2gx13 상미기간 2년	일본	270엔
	블렌디	AGF	200g 상미기간 3년	일본	901엔

제품사진	브랜드명	제조사	규격	원산지	소매가격
	블렌디 스틱 카페오레 칼로리하프	AGF	7.5gx10 상미기간 2년	일본	1,498엔

4 소비동향

☐ 소비형태

- 일본의 커피소비량은 '75년에 녹차를 제친 이후 커피음료를 포함하여 꾸준히 증가하고 있으며 '85년에는 캔 커피 소비량이 콜라를 넘어서 지속적인 증가세에 있음
- 음용 실적을 보면 인스턴트커피가 1주일에 4.69잔으로 가장 많고 이어 레귤러커피가 3.27잔, 캔 커피 1.87잔 순임

■ 1인 1주당 종류별 음용횟수 ■

(단위 : 잔 수)

연도	합계	인스턴트커피	레귤러커피	액상커피	캔커피
1983	8.60	5.00	2.50	-	1.00
1990	9.90	5.01	3.28	-	1.61
2000	11.04	4.84	3.71	0.60	1.88
2002	10.03	4.29	3.22	0.74	1.77
2004	10.43	4.40	3.49	0.86	1.68
2006	10.59	4.38	3.70	0.70	1.81
2008	10.60	4.51	3.21	0.82	2.05
2010	10.93	4.69	3.27	1.09	1.87

자료 : 사단법인 전일본커피협회 『커피의 수요동향에 관한 기본조사』

- 음용 장소는 가정이 압도적으로 많고 다음이 직장, 학교 순으로 나타남



1인 1주당 장소별 음용횟수

(단위: 잔 수)

연도	합계	가정	커피점	레스토랑	직장 및 학교	기타
1983	8.60	5.10	1.10	0.10	1.70	0.50
1990	9.90	5.62	0.88	0.11	2.37	0.92
2000	11.04	6.49	0.52	0.17	2.98	0.88
2002	10.03	6.27	0.34	0.14	2.50	0.76
2004	10.43	6.42	0.38	0.12	2.69	0.76
2006	10.59	6.38	0.33	0.11	2.78	0.93
2008	10.60	6.52	0.22	0.10	2.77	0.91
2010	10.93	6.74	0.23	0.09	2.86	0.94

자료: 사단법인 전일본커피협회 『커피의 수요동향에 관한 기본조사』

- 연령별로는 40-50대가, 성별로는 남성의 음용율이 가장 높은 것으로 나타남

연령별 1인 1주일당 연령별 음용횟수(2010년)

(단위: 잔 수)

연령대(세)	남녀평균	남	여
중고교생	10.93	2.09	1.70
18~24		7.29	4.75
25~39		12.93	10.29
40~59		14.59	14.62
60이상		11.36	8.99

자료: 사단법인 전일본커피협회 『커피의 수요동향에 관한 기본조사』

- 일본 도시별 커피 연간지출액 1위는 나라시, 2위는 가나자와시로 나타남

주요 도시별 커피 연간 지출금액 순위

순위	도시명	금액(엔)
1위	나라시	8,232
2위	가나자와시	7,442
3위	도쿠시마시	6,834
4위	모리오카시	6,760
5위	삿포로시	6,246

- 커피점포수는 1981년까지 증가하다 이후 지속적인 감소추세에 있으며 현재 약 8만여 개의 점포가 있는 것으로 파악됨

■ 커피점 및 종업원 수 ■

연도	커피점 수(개소)	종업자수(명)
1966	27,026	139,821
1975	92,137	350,967
1981	154,630	575,768
1986	151,054	529,540
1991	126,260	456,774
1996	101,945	366,270
1999	94,251	331,349
2001	88,933	329,227
2004	83,684	314,944
2006	81,062	322,450

자료 : 총무성통계국 『사업소, 기업통계조사』, 동 조사는 '06년에 조사 종료되고 '09년부터 경제센서스에 통합됨

- 전 세계 국가별 소비량은 1위가 미국, 2위는 브라질, 3위는 독일 순이나, 1인당 커피소비량으로 따지면 미국은 13위고 일본은 14위임

■ 전 세계 1인당 커피소비량 ■

순위	국가명	2010년 (kg/명/년)
1	룩셈부르크	28.44
2	핀란드	12.12
3	덴마크	9.46
4	노르웨이	9.21
5	스위스	7.99
6	스웨덴	7.89
7	독일	6.79
8	오스트리아	6.46
9	브라질	5.82
10	이탈리아	5.77
11	벨기에	4.88
12	네덜란드	4.85
13	미국	4.11
14	일본	3.40
	한국	2.06

조사 : ICO통계(2012년 2월)



■ 향후 소비전망

- 인스턴트커피는 대형글로벌기업인 네슬레일본 등이 신제품의 신상품 및 획기적인 리필용 상품의 출시로 가정용 인스턴트커피의 새로운 응용방법을 적극적으로 소개하고 있어 향후 가정용 수요가 늘어날 것으로 전망됨
- 일본소비자들은 선호하는 향을 더욱 세분화하고 순도 및 원산지로 대표되는 『커피 원두』에 대한 관심도를 더욱 높이는 추세임
- 가정용 수요가 많아짐에 따라 커피믹스의 성장에 힘입은 양판점의 유통비중이 더욱 커질 것으로 보임
- 대형업체들의 가격조정 발표 이후 기타 업체들도 이에 따를 것으로 예상되지만 절약형 소비추세가 상당히 강하므로 양판점 등의 특매수요는 더욱 증가할 것으로 보임
- 현재 대형커피업체들의 가격인상 움직임은 커피원두 가격상승으로 인한 것으로, 향후 원두가격 상승세가 지속될 경우 추가적인 가격인상이 불가피하여 수요가 감소할 가능성도 배제할 수 없음

5 수입동향

■ 커피조제품 국가별 수입동향

- '11년의 인스턴트커피 수입량은 전년대비 11.1% 증가한 8,274톤이며 수입액은 동 5.1% 증가한 7,258백만엔으로 나타남
- 수입별로는 1위가 브라질로 전년대비 14.5% 증가한 4,318톤으로 전체수입량의 52.19%를 차지하였으며 2위는 인도네시아로 전년대비 31.2% 감소한 590톤, 3위는 콜롬비아로 전년대비 13.8% 감소한 576톤으로 나타남
- 인스턴트커피는 24개국('11년기준)에서 수입하고 있으며 한국은 수입량 5위, 수입액 3위임

- '11년의 커피농축액 조제품 수입량은 전년대비 2.9% 감소한 7,613톤으로 나타났는데 수입국별로는 브라질이 1위, 말레이시아가 2위, 콜롬비아가 3위임

【 커피조제품 연도별 수입량 동향 】

(단위 : 톤)

연도	인스턴트커피	커피농축액 조제품 (가당)	커피농축액 조제품 (비가당)
1980	6,333	443	149
1985	6,038	8,737	1,401
1990	5,704	9,517	11,641
1995	6,268	5,495	10,883
2000	7,177	3,008	11,390
2005	7,778	1,940	11,458
2010	7,445	120	7,723
2011	8,274	190	7,423

자료 : 재무성 무역통계

【 인스턴트커피 국가별 연도별 수입동향 】

(단위 : 톤, 엔/kg, 백만엔)

국가명	2000년		2009년		2010년		2011년		
	수량	단가	수량	단가	수량	단가	수량	단가	금액
브라질	2,802	746	3,857	786	3,772	684	4,318	670	2,895
인도네시아	453	678	975	762	857	720	590	755	446
콜롬비아	1,071	1,048	956	1,220	668	1,728	576	1,770	1,020
에콰도르	944	647	613	819	706	798	545	782	426
한국	-	-	98	1,226	139	1,196	524	904	474
인도	-	-	182	850	144	724	365	649	237
베트남	-	-	10	557	112	599	350	637	223
합계	7,177	900	7,400	943	7,445	928	8,274	877	7,258

자료 : 재무성 무역통계



커피농축액 조제품(가당) 국가별 수입동향('11년)

(단위 : kg, 천엔)

국가명	수 량	금 액
한국	44,886	31,911
중국	102	441
대만	2,010	1,501
베트남	1,382	725
싱가포르	72,273	33,387
말레이시아	60,340	30,427
프랑스	1,500	1,153
이탈리아	3,120	2,144
미국	4,225	2,745
합계	189,838	104,434

자료 : 재무성 무역통계

커피농축액 조제품(비가당) 국가별 수입동향('11년)

(단위 : kg, 천엔)

국가명	수 량	금 액
중국	2,876	6,329
베트남	77,600	27,640
싱가포르	250	823
말레이시아	1,233,091	504,587
인도네시아	409,019	187,672
네덜란드	421,409	683,066
프랑스	10,572	40,481
스위스	38,000	69,880
미국	4,216	23,610
콜롬비아	686,155	368,665
에콰도르	28,160	14,654
브라질	4,510,766	2,014,857
우루과이	860	2,737
합계	7,422,974	3,945,001

자료 : 재무성 무역통계

6 통관 및 수입검사

☐ 커피조제품 관세율

구분	HS코드	관세율(협정)
커피농축액, 에센스 및 농축물(가당)	2101.11-100	24%
커피농축액, 에센스 및 농축물의 인스턴트커피(비가당)	2101.11-210	8.8% 한국수입
커피농축액, 에센스 및 농축물(비가당)	2101.11-290	16%
커피농축액, 에센스 또는 농축액을 기초로 한 조제품(가당)	2101.12-110	24% 한국수입
커피농축액, 에센스 또는 농축물을 기초로 한 조제품의 인스턴트 커피(비가당)	2101.12-121	8.8%
커피농축액, 에센스 또는 농축액을 기초로 한 조제품의 인스턴트 커피 이외(비가당)	2101.12-122	15%

자료 : 일본관세협회

☐ 포장 및 라벨링 규정

● 인스턴트커피의 표시 예

- 품명 : 인스턴트 커피(프리즈드라이 또는 스프레이 드라이)
프리즈드라이 또는 스프레이드라이 등, 제법상의 특성구분을 표시하는 경우도 있음
- 원재료 : 커피콩 (생산국명 : 콜롬비아, 브라질, 인도네시아 등)
원재료는 100% 원두커피에 한정하며, 다른 원재료를 사용했을 경우는 「인스턴트 커피」라고 표시할 수 없으며 원재료 사용중량이 많은 순으로 원두커피의 생산국명을 표기해야함
- 내용량 : 200그램(g)
- 내용량을 그램(g), 킬로그램(kg) 단위로 명기함
- 유효기한 : 12.10.01
- 일괄표시를 할 수 없는 경우는 병 바닥 등에 표시하는 경우도 있음



- 보존방법 : 직사광선을 피하고 고온다습을 피한다
 - 품질이나 향기를 유지하기 위해 직사광선을 피하고 저온, 건조한 장소에서 보존
- 사용상의 주의 : 개봉 후는 가능한 한 빨리 사용하고 젖은 스푼 등은 사용하지 않는다
 - 인스턴트커피는 건조도가 특히 높아 습기를 잘 흡수하여 굳어지는 일이 있으므로 뚜껑은 닫아 보존하고 1개월 내에 다 사용하도록 주의
- 배전방법 등의 표시 : 숯불에 볶음, 원적외선 세라믹 불에 볶음 등
 - 배전시의 열원이 숯, 혹은 원적외선 세라믹뿐인 경우에 해당되는 표기로, 열원을 100% 사용한 경우에 한해서 표시할 수 있음
- 브랜드 : 모카 블렌드, 블루마운틴 블렌드 등
 - 원재료인 커피원두의 산지 등을 표시하는 경우에는 그 커피원두를 30%이상 사용한 것에 한해서 표시할 수 있으며 「블렌드」대신에 「베이스」라고 표현하는 경우도 있으나 「00타입」등의 표시는 하지 않음
- 유기재배·무농약·무화학비료 재배 등의 표시에 대해
 - 객관적 조건이 갖추어진 것에 대해서 표시를 인정하며 (2001.4.1 JAS법의 규정에 의함) 신선, 프레쉬, 인체에 좋은 등의 표시는 부당표시에 해당됨

■ 규제사항 (검역, 잔류농약, 법률 등) 등

《 식물방역법 》

- 커피원두 등 가열가공을 하지 않고 건조만 한 것은 식물검역의 대상이 됨
- 수입수속 시 농림수산성 식물방역소에 검사를 신청하여 받은 후 수출국식물 검역기관에 의해 병해충이 없음이 기재된 국제식물방역조약의 규정양식에 따른 「식물 검역증명서」가 필요함
- 식물방역소에 의한 검사결과, 병해충이 있는 것으로 판명되었을 경우는 소독, 구제, 폐기 등의 조치가 내려짐

《 식품위생법 》

- 농산물의 농약잔류기준(각 식품에 대한 농약잔류량 한도)은 동법에 근거하는 후생성 고시 제 370호 「식품, 첨가물 등의 규격기준」에 정해져 있으며, (포지티브리스트 제도), 덧붙여 여기에 없는 농약 등의 허용량은 0.01ppm 이하로 규정되고 있음
- 예를 들어 인도네시아산 원두커피에 대해서는 검역소의 모니터링 검사에서 카르바릴(살충제)이 검출된 적이 있어 수입 시 모든 경로에 대한 검사명령(제26조 3항)이 전달되어있음
- 이와 같이 일본에서는 사용 금지된 발색제, 착색료, 보존료 등의 식품첨가물이 사용되는 사례가 있어 식품첨가물이나 사용기준이 정해진 물질의 함유에도 주의가 필요함
- 특히 인스턴트커피는 「분말청량음료」로 분류되어 앞에 기술된 규격기준에 있어서 성분규격·제조·보존기준의 규정이 있어 용기포장에도 주의해야함
- 판매목적으로 수입하는 경우, 후생노동성 검역소 수입식품 모니터담당에 「식품등 수입신고서」에 필요서류(상품설명서, 원재료, 성분표, 제조공정, 보존 방법 등을 나타내는 자료, 수입실적이 있는 경우 지정 검사기관분석의 검역결과표 등)를 첨부하여 신고해야하며, 심사단계에서 규격기준이나 안전성에 관해서 확인할 필요가 있다고 판단된 것에 대해서는 검사가 실시되며, 심사·검사에서 동 법상 문제가 없으면, 신고필증이 반환되기 때문에 세관에 수입신청 시 통관서류와 함께 제출해야하며, 부적격판정을 받으면 수입할 수 없으므로 수입자는 반송·폐기 등의 조치를 취해야함

《 농림물자의 규격화 및 품질표시의 적정화에 관한 법률(JAS법) 》

- 국내 판매 시에는 동법에 근거하는 품질표시 기준에 따라서 일괄표시를 실시해야 하며 수입품에는 의무적으로 원산지(국가) 표시를 해야 함
- 유기식품의 경우, 검사 인증제도(유기 JAS 규격)의 인증을 받지 않으면 「유기」 「오가닉」 등의 표시는 할 수 없음



《 기타 국내 관련법 》

- **경품표시법(부당 경품류 및 부당표시 방지법)/공정 경쟁 규약**
전 일본 커피 공정거래협약회가 정한 표시규약과 전국 커피음료 공정거래협약회가 정한 표시 규약에 따라 과대한 경품을 제공하는 판매나 소비자에게 오인될 우려가 있는 과대·허위 표시 등이 금지됨
- **건강증진법**
영양성분 또는 열량에 관해 표시하는 경우, 의무적으로 「영양표시기준」에 따라 표시해야하며 특정 보건용 식품(올리고당 함유 등)으로 판매하는 경우에는 인허가를 받아야 함
참고 : 일본무역진흥회 Q&A 「보건기능 식품표시제도」
http://www.jetro.go.jp/world/qa/t_basic/04 M-011034
- **자원유효이용법/용기포장 재활용법**
유리병, 종이용기, PET 병 등은 용기별 회수촉진을 위한 재료 식별표시가 의무화 되어 있어 특정사업자(수입업자 포함)는 반드시 용기폐기물의 재상품화를 해야 함
참고 : 일본무역진흥회 Q&A 「용기포장 재활용법」
http://www.jetro.go.jp/world/japan/qa/import_01/04 M-080305

7 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

■ 한국산 수입규모 및 점유율

- 한국산은 현재 인스턴트커피와 농축액 가당 조제품(커피믹스 등) 2가지 품목에 한해서 수입되고 있으며 인스턴트커피의 경우 최근 3년간 실적을 분석해 보면 매년 큰 폭으로 성장하고 있으며 '11년은 수량이 904톤으로 전년대비 3.7배 이상 성장하였고 수입액은 474백만 엔으로 전년대비 2.8배 이상 성장하였음

- 한국산 인스턴트커피의 수입량의 점유율은 전체수입시장의 6.3%정도로 매년 점유율이 높아지고는 있으나 미미한 실정임

■ 한국 인스턴트커피 연도별 수입동향

(단위 : 톤, 엔/kg, 백만엔)

2009년			2010년			2011년		
수량	단가	금액	수량	단가	금액	수량	단가	금액
98	1,226	120	139	1,196	166	524	904	474

자료 : 재무성 무역통계

■ 인스턴트커피의 점유율

(단위 : 톤, %)

국가명	2009년		2010년		2011년	
	수량	점유율	수량	점유율	수량	점유율
브라질	3,857	52.12	3,772	50.66	4,318	52.19
인도네시아	975	13.18	857	11.51	590	7.13
콜롬비아	956	12.92	668	8.97	576	6.96
에콰도르	613	8.28	706	9.48	545	6.59
한국	98	1.32	139	1.87	524	6.33
인도	182	2.46	144	1.93	365	4.41
베트남	10	0.14	112	1.50	350	4.23
합계	7,400	100	7,445	100	8,274	100

자료 : 재무성 무역통계

- 한국산 커피농축액 조제품(가당)은 수입시장이 좁아 '11년은 수량이 약 45톤 금액은 약 32백만 엔으로 나타남
- 한국산 가당 조제품(커피믹스)의 점유율은 수입시장 전체의 23.6%로 싱가포르, 말레이시아에 이어 3위를 차지하고 있으며 관세가 높아 보따리상의 수입이 많은 것으로 조사됨



한국산 커피농축액 가당 조제품 수입동향('11년)

(단위 : kg, 천엔)

국가명	수 량	금 액
한국	44,886	31,911
수입전체	189,838	104,434

자료 : 재무성 무역통계

■ 한국산 선호도

- 일본시장에서 한국산커피에 대한 인지도는 매우 낮으며, 교포 및 현지 주재 한국인이 주 고객층으로 한국식품점 등에서 판매되고 있는 실정임

■ 경쟁국 대비 장단점

- 한국산 커피의 장점은 우수한 품질과 일본산보다 뛰어난 가격경쟁력을 들 수 있음
- 한국산 커피의 단점은 일본시장에서의 낮은 인지도와 주로 한국식품점에서 커피믹스 위주로 이뤄지는 판매임
- 한국산 커피의 인지도 향상을 위해 다양한 마케팅활동이 진행되어야 할 것임

■ 경쟁국 마케팅전략 및 시사점

- 네슬레일본은 『네스카페 골드블렌드』, 아지노모토 제네랄푸드는 『블렌디』 홍보를 위해 유명연예인을 기용한 TV CM을 방영하고 있음
- 아지노모토 제네랄푸드는 『블렌디』 『맥심』의 에코인증을 표기한 신문광고로 홍보하고 있음
- 대형 제조업체들은 매출의 약 6~13% 정도를 제품홍보를 위한 광고에 투자하고 있으며 해외여행경품 캠페인도 함께 실시하고 있음
- 이는 다른 식품에 비해 치열한 경쟁 때문으로 기존의 대형업체는 물론 틈새시장을 장악한 중소기업체들의 마케팅 활동도 활발히 이뤄지고 있음

8 한국산 수출확대방안

■ 수출확대방안

- 일본시장에서 한국산 제품의 브랜드는 다양하지 않고 홍보마케팅도 미미하여 일본 소비자의 한국산 커피에 대한 인지도는 매우 낮으며 교포와 한류 팬들에게 커피믹스가 다소 알려져 있는 정도임
- 가당 조제품으로 분류되고 있는 커피믹스는 정상통관 시 관세가 상당히 높아서 시장에 유통되는 커피믹스 대부분은 보따리상을 통해 일본에 유입되는 실정임
- 최근 일본의 트렌드는 건강추구, 경기침체로 인한 절약형 소비로 일본시장 공략을 위해선 웰빙형 상품개발과 가격경쟁력 확보가 가장 시급함
- 일본시장은 기존제품들이 이미 장악한 포화시장으로 한국산의 진출은 상당히 어려우므로 새로운 종류의 제품으로 틈새시장을 파고들어야 하며 또한 한국제품의 인지도 향상을 위한 홍보마케팅이 수반되어야 함

■ 수입애로사항(바이어)

- 국제 커피가격의 상승은 원가상승으로 이어지기 때문에 일본산은 물론 수입산에도 큰 영향을 미치므로 가격변동이 심한 것이 애로사항임
- 커피조제품, 특히 커피믹스 같은 가당 조제품의 경우 관세율이 상당히 높은 24%로 수입 장벽으로 작용하고 있음

9 기타

☐ 커피 음료시장 동향자료

■ 캔 커피 시장규모 ■

연도	판매량(kl)	전년대비	매출액(백만엔)	전년대비
2002	2,058,000	-	824,450	-
2003	2,092,500	101.7%	745,800	90.5%
2004	2,083,200	99.6%	757,000	101.5%
2005	2,086,300	100.1%	758,000	100.1%
2006	2,066,600	99.1%	739,800	97.6%
2007	2,058,400	99.6%	745,000	100.7%
2008	2,113,100	102.7%	766,000	102.8%
2009	2,079,100	98.4%	752,850	98.3%
2010	2,042,300	98.2%	740,000	98.3%
2011	2,033,200	99.6%	737,300	99.6%
2012(예측)	2,016,400	99.2%	731,200	99.2%
2013(예측)	2,003,200	99.3%	726,300	99.3%

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

- 캔 커피 품목은 청량음료시장 중에서 최대 규모임
- 시장은 이미 오래전부터 포화상태였으나 각 대기업의 적극적인 상품개발과 홍보 활동 실시로 수요가 회복되었으나 '00년 이후는 성장이 정체되었음
- 코카콜라시스템의 「조지아」브랜드가 30% 이상의 점유율을 차지하다 최근 하락 세이며 2위인 산토리식품 인터내셔널 「보스」는 20%에 가까운 점유율로 실적을 확대하며 손조롭게 매년 성장세를 이어가고 있으며, 아사히음료의 「완다」와麒麟 비버릿지의 「파이어」도 높은 브랜드인지도로 적극적인 마케팅활동을 하고 있어 기업 간의 경쟁은 더욱 치열해지고 있음

- '09년은 각 기업이 적극적인 신상품 발매와 홍보 활동 실시를 통하여 수요 진작을 도모했으나 경기불황으로 인한 수요 감소와 주력 판매처인 자판기용 판매고전으로 시장이 축소되었으며, 종류별로는 무가당제품이 상승 반전하였고, 미당제품은 각사의 상품출시가 잇따르며 실적이 확대되고 있음
- '10년은 자판기 수요침체의 지속과 여름철 무더위의 영향으로 청량음료로의 수요 이전으로 소폭의 판매 감소가 예상됨

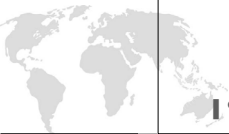
■ 캔 커피 종류별 판매동향 ■

(단위 : 백만엔, %)

연도	2008		2009		2010		2011	
	매출액	비율	매출액	비율	매출액	비율	매출액	비율
레귤러	338,200	44.2	314,700	41.8	294,100	39.7	290,500	39.4
미당타입	210,300	27.5	217,900	28.9	227,800	30.8	229,300	31.1
블랙타입	137,200	17.9	138,450	18.4	139,200	18.8	141,100	19.1
카페오레	80,300	10.5	81,800	10.9	78,900	10.7	76,400	10.4
합계	766,000	100.0	752,850	100.0	740,000	100.0	737,300	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

- 레귤러 종류가 매출액이 가장 많은 것으로 나타났으나 '00년 이후는 소비자의 기호변화로 미당타입이나 무가당·유제품무첨가류(일본에서는 보통 블랙커피라 함)로 수요가 이동하면서 실적이 축소되어 '09년에는 약 40%까지 감소함
- 미당종류는 고령화의 진행으로 인한 웰빙에 대한 수요 증가로 '06년 이후 큰 폭으로 성장하고 있으며 건강성과 기호성을 겸비한 상품출시가 활발해지고 있음
- 무가당종류는 '08년에 일본담배산업의 「루트 아로마 블랙」을 시작으로 캔병형 제품의 출시로 실적을 크게 확대되었으며 지금까지 단맛의 커피를 꺼려했던 소비자를 새롭게 확보하는 계기가 되었음



캔 커피 시판용 판매처별 동향

(단위 : 백만엔, %)

연도	2009		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
유통점				
양판점	66,400	8.8	66,200	8.9
편의점	127,900	17.0	125,600	17.0
기타	558,550	74.2	548,200	74.1
(자판기)	461,000	61.2	451,100	61.0
(기타)	97,550	13.0	97,100	13.1
합계	752,850	100.0	740,000	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

- 자판기가 60% 이상의 점유율을 차지하고 있으며 각 음료기업의 자판기 판매대수가 브랜드 점유율을 크게 좌우하는 요소이며 최근 경기침체로 인한 공장 및 사무실의 자판기 매출감소가 뚜렷하여 '09년, '10년 모두 판매 감소로 추정되고 있음
- 편의점은 미당타입의 다양한 상품의 판매가 강화되고 있으나 경기불황으로 판매 감소가 추정됨
- 양판점은 편의점의 50%정도의 실적을 올리고 있으나 가격경쟁이 심화되면서 판매가 침체되고 있음

캔 커피 포장용기동향

(단위 : 백만엔, %)

용기	2009년		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
캔	699,950	93.0	685,000	92.6
보틀형 캔	52,900	7.0	55,000	7.4
합계	752,850	100.0	740,000	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

(단위 : 백만엔, %)

용량	2009년		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
190g	459,550	61.0	417,300	56.4
180g·185g	144,000	19.1	178,400	24.1
250g	38,900	5.2	33,000	4.5
기타	110,400	14.7	111,300	15.0
합계	752,850	100.0	740,000	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

- 캔 용기가 90%이상을 차지하고 있으며, 그중 180~190g의 캔 용기가 약 80%의 점유율을 차지하고 있음
- 병형 캔은 '00년 전반까지는 별로 없었으나 '08년에 미가당 병형 캔 이 출시되어 점유율이 성장하였으며 '09년, '10년은 증가세가 계속되고 있음
- 용량별로는 190g 용량이 대부분이었으나 최근 감소하고 있으나 고급제품의 증가로 180g, 185g 용량의 제품의 점유율이 급격하게 높아지고 있음

■ 캔 커피 제조업체점유율

(단위 : 백만엔, %)

연도 기업명	2009년		2010년		2011년	
	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율
코카콜라 시스템	267,400	35.5	257,600	34.8	257,900	35.0
산토리식품인터네셔널	143,100	19.0	150,400	20.3	154,100	20.9
아사히음료	76,400	10.1	74,900	10.1	73,400	10.0
다이도도린코	70,100	9.3	65,800	8.9	62,900	8.5
키린비바렛지	68,000	9.0	63,300	8.6	61,900	8.4
일본담배산업	34,000	4.5	37,900	5.1	38,400	5.2
UCC上島珈琲	29,200	3.9	28,200	3.8	27,800	3.8
포카코포레이션	20,900	2.8	18,500	2.5	18,200	2.5
기타	43,750	5.8	43,400	5.9	42,700	5.8
합계	752,850	100.0	740,000	100.0	737,300	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)



캔 커피 브랜드점유율

(단위 : 백만엔, %)

브랜드명	기업명	2009년		2010년	
		매출액	점유율	매출액	점유율
조지아 에메랄드 마운틴브랜드	코카콜라시스템	52,000	7	50,300	6.8
조지아 요로피안 코쿠노微糖	코카콜라시스템	38,500	5	40,200	5.4
보스贅沢微糖	산토리식품인터네셔널	28,600	4	29,800	4.0
조지아贅沢에스프레소	코카콜라시스템	24,300	3	24,300	3.3
보스無糖블랙	산토리식품인터네셔널	23,600	3	24,000	3.2
보스 레인보 마운틴브랜드	산토리식품인터네셔널	23,100	3	22,300	3.0
화이어挽키타테微糖	키린비바렛지	21,800	3	22,200	3.0
완다金の微糖	아사히음료	20,300	3	19,400	2.6
기타		520,650	69	507,500	68.6
합계		752,850	100	740,000	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

액상커피 시장규모

(단위 : 백만엔, %)

연도	판매량(kl)	전년대비	매출액	전년대비
2002	468,200	-	104,050	-
2003	486,900	104.0	108,000	103.8
2004	511,600	105.1	111,800	103.5
2005	574,900	112.4	122,400	109.5
2006	577,800	100.5	122,400	100.0
2007	612,900	106.1	129,900	106.1
2008	620,400	101.2	130,600	100.5
2009	655,500	105.7	137,100	105.0
2010(전망)	689,200	105.1	144,300	105.3
2011(예측)	698,000	101.3	146,200	101.3
2012(예측)	704,000	100.9	147,200	100.7
2013(예측)	709,500	100.8	148,100	100.6

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제), *리퀴드 커피는 종이용기 및 PET보틀 들이의 커피음료를 대상

- 액상커피시장은 여름철 수요를 바탕으로 가족층의 호응을 얻어 시장이 성장세에 있으며 '90년대 전반에는 치열한 가격경쟁을 포함한 각 기업의 판매 강화로 시장은 활성화됨

- 이후 500ml를 포함한 소용량 제품의 다양화로 시장은 순조롭게 확대되고 있으며 '09년에는 경기침체에 의한 절약형 소비의 증가에 따라 경제성이 높은 액상커피의 수요가 늘어나 가정용 대용량 PET를 중심으로 수요가 확대되었음. 특히, 저당이나 미당타입, 1/2 칼로리 등 웰빙수요에 대응한 상품이 판매호조를 보이고 있음
- '10년은 여름철 무더위로 인한 냉커피 수요증가로 상위 2개사(아지노모토 제네랄 푸드, 네슬레일본)를 필두로 많은 기업의 판매실적이 증가하고 있어 전년과 비슷한 5%정도의 성장이 예상되나, 가격경쟁이 치열하고 양판점 PB가 증가하는 등 가격 하락추세가 거세지고 있음

■ 액상커피 종류별 판매동향 ■

(단위 : 백만엔, %)

연도	2008년		2009년		2010년		2011년	
	매출액	비율	매출액	비율	매출액	비율	매출액	비율
가당	53,100	40.7	52,700	38.4	52,400	36.3	52,000	35.6
미당·저당	63,600	48.7	69,700	50.8	76,800	53.2	78,800	53.9
무당	13,900	10.6	14,700	10.7	15,100	10.5	15,400	10.5
합계	130,600	100.0	137,100	100.0	144,300	100.0	146,200	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

- 가당 제품은 가족 층을 중심으로 폭넓은 수요를 확보하고 있었지만 '00년 이후 소비자의 건강의식 고양으로 수요가 미당·저당타입으로 이동하여 실적이 감소하고 있으며 유제품이 첨가된 카페오레 제품도 겨울철을 중심으로 수요를 확보하고 있으나 자판기 매출의 부진 등으로 실적이 하락하고 있음
- 미당·저당제품은 소비자의 웰빙에 대한 수요에 대응하여 특히 대용량 제품을 중심으로 실적이 증가하여 주력제품군으로 성장하였으며 '09년에는 50%이상의 시장 점유율을 나타내고 있음



■ 액상커피 용도별 판매동향 ■

(단위 : 백만엔, %)

연도 용도	2009년		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
시판용	127,400	92.9	134,600	93.3
업무용	9,700	7.1	9,700	6.7
가공용	-	-	-	-
합계	137,100	100.0	144,300	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

- 시판용은 가정용의 대용량 사이즈와 500ml이하의 개인수요가 많으며 소비자의 절약형 소비 분위기의 고조로 대용량 제품의 수요가 증가하고 있음
- 업무용은 무가당제품의 1ℓ 종이용기제품이 주로 외식업체에서 사용되고 있고 안정적인 수요를 확보하고 있음

■ 액상커피 시판용의 판매처별 동향 ■

(단위 : 백만엔, %)

연도 유통점	2009년		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
양판점	87,200	68.4	93,100	69.2
편의점	13,700	10.8	13,600	10.1
기타	26,500	20.8	27,900	20.7
(자판기)	13,400	10.5	13,000	9.7
(기타)	13,100	10.3	14,900	11.1
합계	127,400	100.0	134,600	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

- 가정용의 주요 소비처인 양판점이 약 70%를 차지하고 있으며 대용량을 중심으로 한 가격경쟁은 여전히 치열하며 '09년부터는 PB상품의 증가 외에 큰 변화는 없음
- 편의점에서는 500ml PET의 점유율이 가장 높으며, 편의점 전체실적은 침체세로 자판기실적도 감소하고 있음

■ 액상커피 포장용기 동향 ■

(단위 : 백만엔, %)

연도	2009년		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
PET	114,800	83.7	122,600	85.0
종이	22,000	16.0	21,400	14.8
기타	300	0.2	300	0.2
합계	137,100	100.0	144,300	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

(단위 : 백만엔)

용량	2009년		2010년	
	매출액	비율	매출액	비율
500m ℓ	18,700	13.6	20,200	14.0
900m ℓ	60,700	44.3	64,300	44.6
1000m ℓ	18,400	13.4	18,100	12.5
기타	39,300	28.7	41,700	28.9
합계	137,100	100.0	144,300	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

- PET가 80% 이상의 점유율을 차지하고 있으며 그 중에서도 900ml가 압도적이며 그 다음에 500ml, 280ml의 순서로 나타남
- 종이타입에서는 1ℓ 사이즈가 압도적인 비율을 차지하고 있고 '10년은 PET와의 가격경쟁으로 감소하고 있음

■ 액상커피 제조업체점유율 ■

(단위 : 백만엔, %)

연도	2009년		2010년		2011년	
	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율
아지노모토 제네랄푸드	48,300	35.2	50,500	35.0	52,300	35.8
네슬레일본	19,200	14.0	20,400	14.1	21,000	14.4
코카콜라시스템	17,000	12.4	18,350	12.7	19,100	13.1
키린비바렛지	8,000	5.8	11,400	7.9	11,700	8.0
나고야製酪	7,500	5.5	7,850	5.4	8,100	5.5



연도 기업명	2009년		2010년		2011년	
	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	점유율
UCC上島珈琲	7,000	5.1	7,150	5.0	7,300	5.0
산토리식품인터네셔널	7,000	5.1	6,900	4.8	6,500	4.4
메이지유업	4,100	3.0	4,300	3.0	4,400	3.0
기타	19,000	13.9	17,450	12.1	15,800	10.8
합계	137,100	100.0	144,300	100.0	146,200	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

■ 액상커피 브랜드점유율 ■

(단위 : 백만엔, %)

브랜드명	기업명	2009년		2010년	
		매출액	점유율	매출액	점유율
브랜드	아지노모토 제네랄푸드	48,000	35	50,300	34.9
네스카페	네슬레일본	19,200	14	20,400	14.1
조지아	코카콜라시스템	17,000	12	18,350	12.7
메이라쿠	나고야製酪	7,500	6	7,850	5.4
小岩井밀크와커피	키린비바렛지	6,650	5	7,350	5.1
UCC	UCC上島珈琲	7,000	5	7,150	5.0
보스	산토리식품인터네셔널	7,000	5	6,900	4.8
기타		24,750	18	26,000	18.0
합계		137,100	100	144,300	100.0

자료 : 2011식품마케팅편람(후지경제)

■ 커피음료의 용기별 연간생산량 ■

(단위 : kl, %)

용기	2009년	2010년		2011년	
	수량	수량	전년비	수량	전년비
병, 캔, 종이등	2,426,175	2,368,801	97.6	2,395,793	101.1
PET	476,925	508,599	106.6	503,707	99.0
계	2,903,100	2,877,400	99.1	2,899,500	100.8

자료 : 사단법인 식품수급연구센터 조사

커피음료 시장 산업규모

	출하금액(억엔)	사업소
2004년	3,650	126
2005년	2,988	120
2006년	2,826	119
2007년	2,846	117
2008년	2,761	106

자료 : 일본청량음료공업회

지역별 커피음료시장 산업규모(2008년)

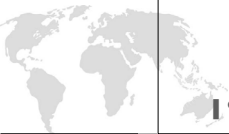
(단위 : 억엔, %)

	출하금액	점유율
군마	815	29.5
교토	345	12.5
아이치	270	9.8
효고	257	9.3
시즈오카	243	8.8
기타	831	30.1

자료 : 일본청량음료공업회

정보 관련 웹사이트 주소

정보수집	세관수속이나 세번, 세율에 관한 문의(세관 상담관실)
웹사이트	http://www.customs.go.jp/question2.htm
정보수집	식물방역소
웹사이트	http://www.maff.go.jp/pps/
정보수집	검사신청에 필요한 서류 등
웹사이트	http://www.pps.go.jp/faq/import/kensa.html
정보수집	식품위생법에 근거하는 수입수속에 대해 (후생노동성 검역소)
웹사이트	http://www.mhlw.go.jp/topics/yunyu/tp0130-1
정보수집	식품첨가물
웹사이트	http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syokuten/index.html



정보수집	식품첨가물
웹사이트	http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syokuten/index.html
정보수집	잔류농약등 포지티브 리스트 제도 (일본식품화학연구 진흥재단)
웹사이트	http://www.ffcr.or.jp/Zaidan/FFCRHOME.nsf/pages/MRLs-n
정보수집	인도네시아산 신선 원두커피에 대한 검사명령의 실시에 대해
웹사이트	http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/
정보수집	JAS법(농림수산성)
웹사이트	http://www.maff.go.jp/j/jas/index.html
정보수집	사단법인 전국공정거래협의회 연합회
웹사이트	http://www.jfftc.org/
정보수집	건강증진법(소비자청식품 표시과)
웹사이트	http://www.caa.go.jp/foods/index.html

☐ 커피조제품 관련 바이어 리스트

회 사 명	네슬레 일본주식회사
주 소	兵庫県神戸市中央区御幸通7-1-15
전 화	078-230-7000
팩 스	078-230-7100
설립년도	1933년
직 원 수	2,400명
사업부분	네슬레 일본지사
취급상품	커피, 커피프림, 코코아 초콜렛, 커피머신 등
웹사이트	http://www.nestle.co.jp/

회 사 명	아지노모토제네랄푸드(AGF)
주 소	東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティ
전 화	03-5302-7500
팩 스	03-5302-7557
설립년도	1973년
직 원 수	695명
사업부분	제조
취급상품	커피, 커피프림, 시럽
웹사이트	http://www.agf.co.jp/

회 사 명	UCC우에시마 커피
주 소	兵庫県神戸市中央区港島中町7丁目7番7
전 화	078-304-8888
팩 스	078-304-8879
설립년도	1951년
직 원 수	766명
사업부분	제조회사
취급상품	커피, 커피프림, 시럽, 홍차, 코코아
웹사이트	http://www.ucc.co.jp/

회 사 명	가타오카 물산
주 소	東京都港区新橋6丁目21番6号
전 화	03-5405-7001
팩 스	03-5405-8616
설립년도	1960년
직 원 수	493명
사업부분	제조, 카페운영
취급상품	홍차, 중국차, 일본차, 커피, 코코아, 초콜렛, 미네랄워터 등
웹사이트	http://www.kataoka.com/



일본 수출확대가능품목 조사

회 사 명	와코도
주 소	東京都千代田区神田司町2-14-3
전 화	03-5296-6800
팩 스	03-5296-6808
설립년도	1953년
직 원 수	549명
사업부분	제조
취급상품	유아용 식품 및 용품, 임산부용 식품, 커피(카페오레) 등
웹사이트	http://www.wakodo.co.jp/

회 사 명	키 커피
주 소	東京都港区西新橋2-34-4
전 화	03-3433-3311
팩 스	03-3433-3466
설립년도	1952년
직 원 수	연결 1,280명, 단체 995명
사업부분	제조, 커피직영점 운영
취급상품	커피, 커피프림, 시럽, 커피머신
웹사이트	http://www.keycoffee.co.jp/

회 사 명	일본커피무역주식회사
주 소	大阪府大阪市中央区南船場4-11-18
전 화	06-6251-5858
팩 스	06-6251-5067
설립년도	1953년
직 원 수	
사업부분	커피콩, 파스타소스, 핫소스, 버터, 커피머신 등 수입
취급상품	커피콩, 파스타소스, 핫소스, 버터, 커피머신 등
웹사이트	http://www.ncc.co.jp/

5장 간지



김/일본

1 시장개요

■ 시장규모

- 일본 김 시장은 현재 연간 85억매가 소비(금액 환산 2천억엔)되는 시장으로 전성기 때의 소비량인 100억매(4천억엔)보다는 감소하였음
- 일본 연안의 재배 수산 양식해조류 생산량 중 75%가 김류이며, 생산 자급율이 98%에 이르는 중요 산업임
- 김 시장은 크게 업무용, 가정용, 선물용 시장으로 구분되며, 각각 65%, 25%, 3%의 점유율을 차지하고 있음

■ 시장여건

- 일본 해조류 구입빈도는 52%가 한달, 25%가 한주 간격이며 구입종류는 45%가 김으로 해조류 중 일상생활과 가장 밀접한 식재료임
- 일본소비자는 김의 품질에 대해 까다로운 요구를 하고 있으며, 일본에서 김은 주로 얇은 사각형의 초밥용(김밥)에 사용되는 건조 김으로, 대부분 일본내 생산으로 충당되었지만, 2011년 도호쿠대지진 등의 재해로 인해 수입산 의존도가 확산되고 있음

2 생산동향

■ 생산현황

- 해초는 수용성 다당류를 대량 함유하고 있어 종이형태로 건조시키면, 김의 호료(糊料) 성분에 의해 강하게 부착되며, 일본 김은 주로 초밥용으로 생산됨
- 김류는 전 세계 130여종 정도가 분포되어 있고, 일본에는 약 30여종이, 한국에는 남해안 일대에 10여종 정도 서식하고 있음
- 현재 일본의 김(Porphyra)의 주 생산 품종은 전체생산량의 99%를 차지하는 방사무늬돌김으로 참김도 일부 생산되며, 대부분은 김밥 및 스시용으로 사용됨
- 김 생산량은 2010년 기준으로 328,700톤, 생산액은 85,319백만엔이었으며, 2011 생산량은 도호쿠대지진으로 인해 주요 산지인 미야기현, 효고, 사가, 후쿠오카현 등이 피해를 입고 생산이 감소하여 전년대비 11.4% 감소한 291,200톤을 기록함
- 특히, 미야기현은 재해로 인해 생산량이 전년대비 51.3% 감소함

■ 일본 김 생산량 및 생산액 동향 ■

(단위 : 톤, 백만엔)

	물 량				금 액			
	2009	2010	2011	증감율	2009	2010	2011	증감율
전국 합계	342,620	328,700	291,200	△11.4	83,588	85,319	-	-
사가	67,577	74,960	71,100	△5.1	18,669	23,085	-	-
후쿠오카	44,939	39,880	45,000	12.8	13,460	12,741	-	-
구마모토	40,023	37,990	36,400	△4.2	9,692	9,776	-	-
효고	58,321	58,238	43,500	△25.3	11,854	12,114	-	-
미야기	26,840	24,417	11,900	△51.3	5,580	5,340	-	-
가가와	23,798	19,148	16,900	△11.7	4,465	3,496	-	-
치바	15,987	15,321	9,900	△35.4	4,195	4,238	-	-
아이치	18,603	17,160	13,500	△21.3	4,766	4,387	-	-
미에	14,317	13,964	14,400	3.1	3,864	3,755	-	-
오카야마	9,532	7,613	8,700	14.3	1,930	1,531	-	-

자료 : 농림수산성 통계

■ 김 지역별 출하 동향

- 김은 조수의 흐름이 비교적 온화하고, 질소, 인 등 김의 생장에 필수적인 영양소급이 많은 곳이 주된 어장으로 일본내 큐슈지구, 세토나이지구, 동일본지구가 이에 해당함
- 2011년도('11년 9월~'12년 8월)생산 김 입찰회 출하수량은 77억 7,376만매로 '10년과 비교하여 약 7억 7,725만매 감소한 것으로 나타났으며, 이는 1980년도 77억 7,771만매와 거의 같은 수준임

■ 전국 어련별 생산수량 ■

(단위 : 천매)

순위	어련명	2011년도	어련명	2010년도	어련명	2009년도	어련명	2008년도
1	사가	1,825,985	사가	2,256,364	사가	1,788,082	사가	1,965,194
2	효고	1,538,799	후쿠메이	1,530,280	효고	1,422,509	효고	1,509,811
3	후쿠메이	1,224,375	효고	1,134,826	후쿠메이	1,101,174	후쿠메이	1,444,127
4	구마모토	966,330	구마모토	1,125,935	구마모토	875,543	구마모토	939,969
5	가가와	496,956	가가와	445,809	미야기	682,624	미야기	702,979
6	아이치	341,990	미야기	393,058	가가와	451,090	가가와	598,113
7	치바	311,778	아이치	391,931	아이치	430,959	아이치	520,152
8	미에	277,320	미에	266,314	치바	343,589	치비	340,298
9	오카야마	235,859	치바	239,732	미에	248,214	미에	303,722
10	미야기	137,208	오카야마	233,651	오카야마	187,302	오카야마	248,083
11	도쿠시마	105,299	도쿠시마	138,897	도쿠시마	139,162	도쿠시마	158,998
12	히로시마	63,037	히로시마	83,460	야마구찌	72,491	에히메	66,592
13	에히메	57,730	야마구찌	74,995	히로시마	69,506	히로시마	63,636
14	야마구찌	44,097	에히메	63,646	에히메	61,525	야마구찌	60,773
15	나가사키	17,338	나가사키	28,768	나가사키	23,537	나가사키	24,580
16	가나가와	10,477	가나가와	9,795	가나가와	9,110	가나가와	9,787
17	오이타	7,003	가고시마	8,630	가고시마	7,584	오이타	8,794
18	가고시마	4,642	오이타	7,647	후쿠오카	6,963	후쿠오카	7,217
19	후쿠오카	4,215	후쿠오카	7,485	오이타	6,847	가고시마	5,395
20	-	-	-	-	오사카	248	-	-
-	기타	103,328	기타	109,789	기타	95,845	기타	112,262
총계	-	7,773,763	-	8,551,011	-	8,023,906	-	9,089,485

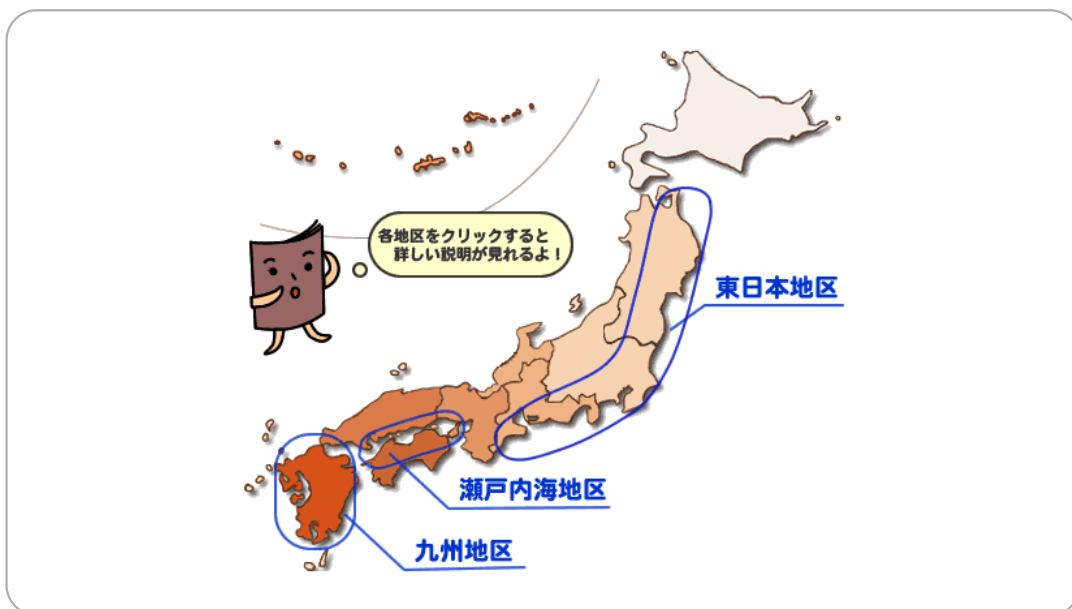
주) '후쿠메이'는 후쿠오카현 아리아케해 김 공판어련 명칭 (출처 : 전국어련 김사업추진협의회)



일본내 주요 김 생산 지역

지역명	
큐슈지구 47%	후쿠오카, 사가, 나가사키, 구마코토의 아리아게해(有明海) 연안과, 후쿠오카, 오이타의 분젠카이(豊前海) 연안
세토나이지구 30%	세토우치바다지구 (大阪湾：和歌山, 大阪/ 세토우치(瀬戸内)바다에 면하고 있는 兵庫, 岡山, 広島, 山口, 徳島, 香川, 愛媛) 중 효고현과 가가와현의 생산량
동일본지구 20%	동일본지구로 불리는 미에현에서 홋카이도까지(三重県：伊勢湾 / 愛知県：知多湾, 三河湾, 渥美湾/ 神奈川県・千葉県：東京湾/ 宮城県：仙台湾)

생산지역 분포도



■ 김 생산 시설 현황 ■



■ 주요 생산품종

- 일반 김의 품종은 주로 참김, 방사무늬김, 긴잎돌김이 있으며, 용도로 구분하면 구운김, 조미김, 김조림으로 나뉘는데, 일본의 양식 김 중 99%가 방사무늬김으로, 한국과 중국에서도 대부분 방사무늬김을 양식하고 있음
- 참김(*Porphyra tener*)은 원생홍조과 김속으로 분류되는 홍조류 해조(해태의 일종)로, 에도시대 스미타강 하류지역에서 양식된 에도명산 중 하나로 꼽히는데, 맛과 향기 모두 일품이나 양식 시 손이 많이 가고 병약하여 양식이 어려워 희소하기 때문에 고급 김으로 분류됨
- 방사무늬돌김(*Porphyra yezoensis*)은 원생홍조과 김속의 홍조류 해조(해태의 일종)이자 해태 양식대상으로 가장 많이 이용되는 품종이며, 참김과 비교하여 번식력이 강하고 생육이 빨라 일본의 대표적인 양식 품종으로 자리 잡음

김의 종류

구분	참김(淺草海苔) (아사쿠사노리/アサクサノリ)	방사무늬김 (스사비노리/スサビノリ)	긴잎돌김 (十六島海苔)/岩海苔 (윙프이노리/ウップルイノリ)
형상			
학명	<i>Porphyra tenera</i>	<i>P. yezonensis</i>	<i>P. pseudolinearis</i>
영명	nori, laver	nori, laver	nori, laver
특징	야생 참김은 현재 미야기현, 후쿠시마현, 동경만, 구마모토현 등 극히 한정된 지역에서 양식되며, 최근 자연산을 찾기 어려웠으나 같은 품종인 큰참김이 개량되자 전국 각지에서 양식되어 수확량이 늘고 있으며, 주로 구운 김으로 이용함	양식김의 대표품종으로 주로 일본 각지의 조간대 상부에서 양식하며, 특히 동경만의 수확량이 많고 일본산 99%가 이 품종으로 구운김, 조미김, 조림 등에 이용함	별명은 돌김(岩海苔)으로 동해연안을 중심으로 일본전국의 조간대 상부에 양식되며, 일본 각지에서 자연산 돌김을 채취하며, 김밥용 김, 조림 등에 이용함

- 파래김은 「일반 김」과는 양식시기와 장소, 방법은 물론 풍미도 전혀 다름
 - 파래김·참홀파래는 오코미노야키나 야키소바, 낚지볶음 등의 고명재료로 사용되며, 쌀과자 같은 과자류의 풍미를 내는 데에도 사용됨
 - 각종 반죽에 혼합하면 선명한 녹색을 띄므로 소면이나 라면에 혼합하기도 함

■ 파래김(アオノリ, green laver) 종류 ■

구분	파래김(アオノリ) (아오노리/アオノリ属)	갈파래(石蓴) (아오사/アオサ属)	참흙파래(一重草) (히토에그사/ヒトエグサ属)
형상			
학명	Enteromorpha	Ulva Linnaeus	Monostroma nitidum Wittrock
영명	green laver	Sea Lettuce	
특징	홍조강 아오사과 아오노리속 Enteromorpha로 분류되었으나 최근 아오사속 Ulva로 변경되었으며, 독특한 향 때문에 분말로 이용되다가 최근 생파래로도 유통되기 시작하였으며 일본 고치현에서는 지상 양식을 시작함	얕은 바다의 바위 위 또는 바다 위에서 부유하며 생육·번식하며, 후리카케 김으로 가공되거나 비료나 연료로도 사용됨	일본 혼슈 태평양연안에서 큐슈, 남서제도에 서식하며, 한국과 중국남부에 분포하는데 겨울철부터 초여름까지 조간대의 바위에서 4~10cm의 잎 형태의 녹색의 조류로 자람

■ 김류 수급 동향

- 일본 김 시장의 수요는 85억매, 공급은 80억매로 추정하는데 부족분 5억매는 수입으로 보충하고 있음
- 2011년 일본내 김류 생산량은 291,200톤으로 2002년 대비 33% 감소하였으며 전년대비로는 11% 감소를 보임
- 이에 비해 2011년 수입량은 5,895톤으로 전년대비 7.7% 증가를 보였고, 2011년 수출량은 전년대비 24% 감소한 54톤에 그침
- 일본 김류 공급량은 2011년 297,041톤으로 2002년 대비 33% 감소하였으며, 전년대비 11% 감소한 것으로 보아 일본내 김류 수요 감소를 엿볼 수 있음
- 김류 제품의 매수환산 수급동향을 보면 2011년 총공급량은 89억매로, 국내생산량 75억매, 수입량 14억매에 수출량 18억매로, 국내생산은 13.4% 감소하였으며, 수입은 13% 증가, 수출은 22% 감소되어 전체공급량으로 10% 감소를 보이고 있음

김류 수급 동향

(단위 : 톤)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	증감율
생산량	436,031	347,354	358,929	386,574	367,678	395,777	338,523	342,620	328,700	291,200	△11.4
수입량	5,350	6,229	5,553	6,735	6,541	6,098	4,512	4,815	5,476	5,895	7.7
수출량	59	37	36	90	50	81,484	220	113	71	54	△23.9
공급계	441,322	353,546	364,446	393,219	374,169	320,391	342,815	347,322	334,105	297,041	△11.1

주) 국내생산량 : 김류 양식(1~12월) 제품형태별수확량(검은김, 혼합김, 파래김)

김류 수급동향(매수환산)

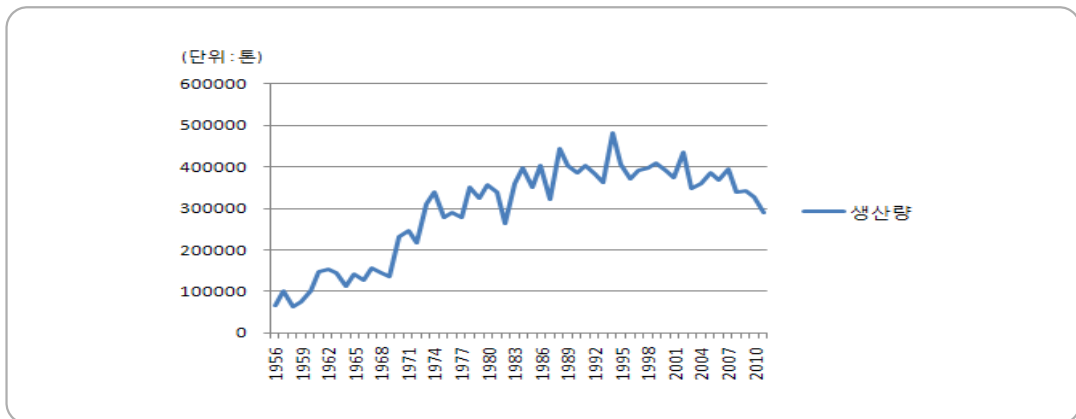
(단위 : 백만매)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	증감율
국내생산량	10,740	9,879	8,580	9,570	9,990	9,568	8,665	9,106	8,692	7,529	△13.4
수입량	180	210	240	400	585	741	896	1,052	1,207	1,363	12.9
수출량	18	13	13	31	17	26	71	37	23	18	△21.5
총공급량	10,938	10,102	8,807	9,939	10,558	10,283	9,490	10,121	9,876	8,874	△10.1

자국산 생산증감 원인 분석

- 김 생산량은 일본의 경제성장에 따른 기업의 선물용 수요 증가와 외식산업의 발전을 계기로 1970년대 70~80억매를 생산하던 수준에서, 1983년 108억매를 생산하는 수준으로 꺾침 뒤 이후 90억~100억매의 생산량을 꾸준히 유지하였음

일본 김 생산동향



- 경기호황이 끝나면서 기업의 선물용 수요 감소와 외식산업의 침체가 나타났고 그 결과 공급과잉이 발생하면서 소비시장에서의 가격경쟁으로 이어졌으나, 생산설비투자로 유발된 채산성 악화와 기업승계문제로 생산이 감소하여 2004년 85억매(35만톤대) 수준의 생산량을 보임
- 2011년은 도호쿠대지진 재해 영향 등으로 더 감소한 75억매(29만톤)대의 생산량을 보임

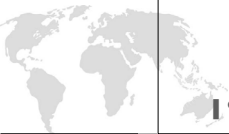
3 유통동향

■ 현지 유통구조

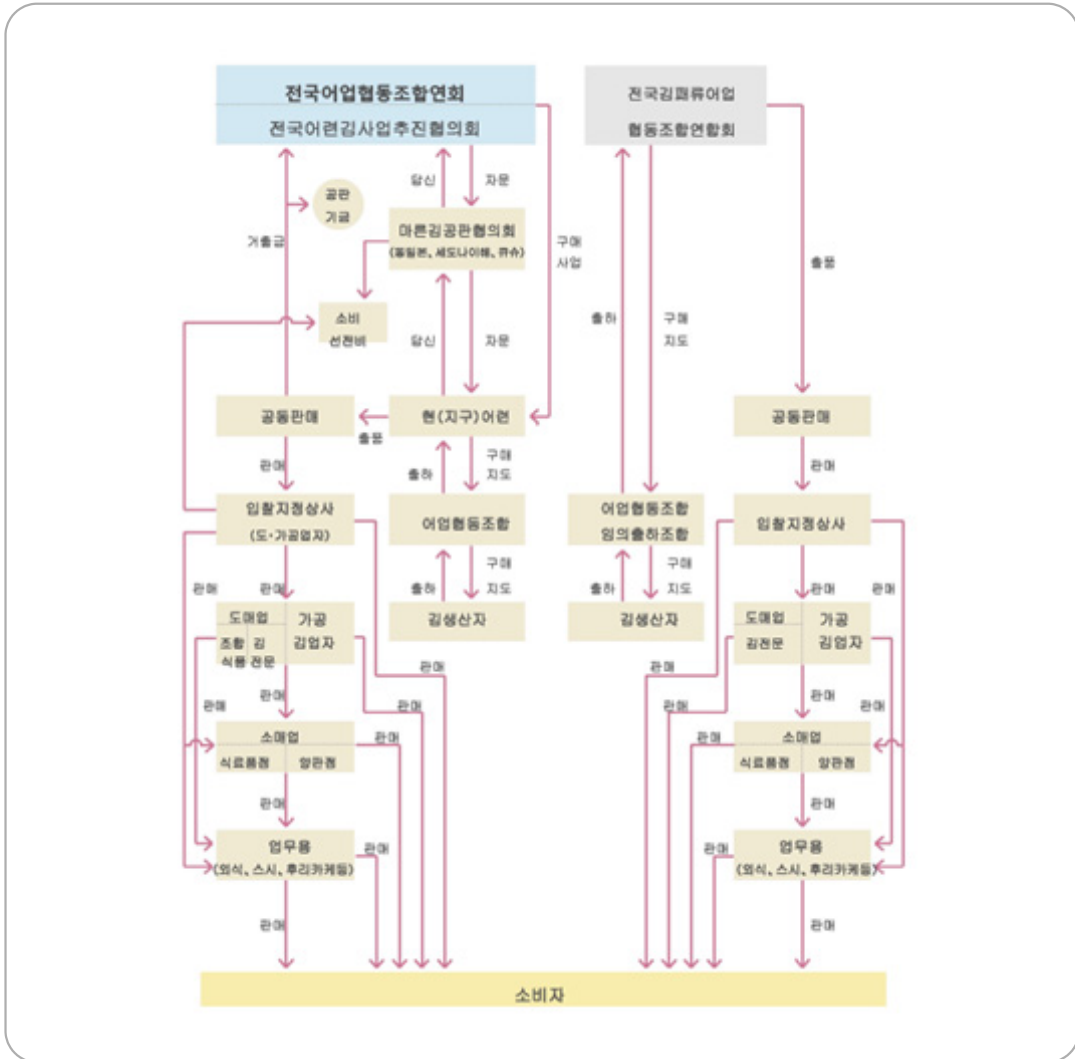
- 일본 김은 생산지 공판형태의 유통으로 출발하여 소비시장으로 유통되는 구조임
- 각 현의 어업협동조합연합회(또는 현 어업협동조합)가 주최하는 ‘공판’을 통해 전국에 유통됨

■ 대형 유통매장의 김 매장 ■





김의 생산에서 소비자에 이르기까지 유통경로



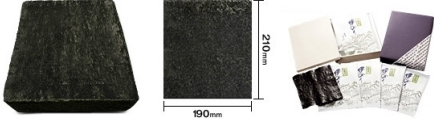
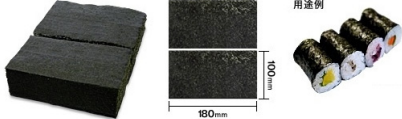
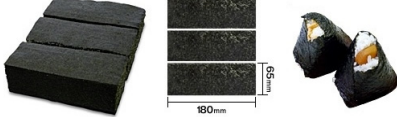
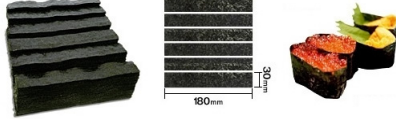
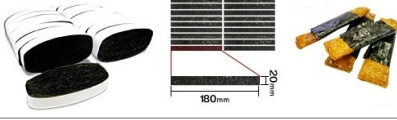

타 수입산의 진출현황

- 2011년 김 수입쿼터를 보면 전체 15억매로 그중 한국이 9억매로 61%, 중국이 4.7억매로 31%를 차지함
- 그 외 브라질, 베트남 등지에서 수입되고 있음

■ 유통형태 및 규격

- 소비시장 유통은 업무용, 선물용, 가정용 등의 형태로 유통되며, 2003년도까지는 총 100억매 넘게 유통되었지만, 이후로는 88~96억매 정도 유통되고 있으며 2011년은 총 81억매로, 그중 업무용이 52.1억매로 65%, 가정용이 21.5억매로 25%, 선물용이 7.3억매로 10%를 차지함
- 공판에는 ‘건조 김’ 형태로 출하되며 중개인에게 낙찰되는 김은 ‘구이 김’, ‘조미 김’ 등으로 가공된 상태로 도매상이나 김 전문판매점으로 유통되고 있음
- 김의 수확기는 11월부터 이듬해 4월, 당해연도 소비기간은 11월부터 이듬해 10월 까지임
- 인터넷 통신판매가 새로운 판매채널로 부상하고 있음
 - 인터넷 통신판매의 전체시장규모는 5조엔으로, 업계 1위인 라쿠텐은 1조 2천억엔의 규모로 1위이며, 김의 인터넷 통신판매시장은 5억엔 정도(기존의 카달로그 선물용 판매제외)로 추정됨
 - 판매형태는 자사 홈페이지를 통하거나 라쿠텐(수수료 5%), 비더즈(bidders) 등의 포털사이트를 활용함
- 유통규격
 - 일본 김 국내 규격은 1969년, 1매 19cm×21cm에 무게 3g규격으로 정함

김 형태별 규격(예시)

선물용 김	김밥용 김
	
삼각김밥용 김	초밥용 김(쿤칸마키)
	
센베이(쌀과자)	기타 후리카케, 페이스트 등
	

가격동향(자국산 대비 수입산 가격 비교)

- 일본 건조 김 공판 입찰 연평균가격을 보면 1매당 2008년 8.8엔, 2009년 10.26엔, 2010년 9.81엔로 낙찰되었으며, 3년 평균 9.62엔에 거래되었는데 이는 1979년 18.68엔보다 48.5%, '80년대 평균인 12.55엔보다 23% 하락한 가격임
- 한편, 수입 김 평균단가를 보면, 건조 김은 한국산 5.9엔, 중국산 5.5엔으로 집계되며, 조미 김은 한국산 8.2엔, 중국산 6.3엔으로 집계됨
- 2011년 수입 김 단가(1매당)를 보면 건조 김은 한국산 4.8엔(1,817엔/kg), 중국산 4.0엔(1,326엔/kg)으로 나타나며, 조미 김은 한국산 5.7엔(2,117엔/kg), 중국산 6.0엔(2,056엔/kg)으로 집계됨

■ 일본김 공판 가격 동향일본 굴 생산량 및 생산액 동향 ■

	공판단가(매수)	
	생산매수	평균단가
평균	-	9.62
2010년	8,692	9.81
2009년	8,150	10.26
2008년	9,106	8.8

● 소매유통 김 가격 동향

- 구이 김(일본산 구이 김 1매 당 가격은 30~60엔으로 추정하고 있음)
- 조미 김은 50~70엔 정도로 추정함(일본산)
- 부순 김, 잘게 자른 김, 파래 김은 37~60엔으로 유통됨
- 한국산 김은 매당 53~70엔으로 추정됨



구이 김

구분			
제조사명	니코니코김	니코니코김	니코니코김
상품명	아리아케김<극>전형 10매입	테마키야상 10매	야키카네 10매
원산지	아리아케산 햇김	아리아케산	아리아케산
용도및특징	건조 구이 김	건조 김	구이 김
소매가격	630	252	525
단가(엔/매)	63	50.4	52.5
구분			
제조사명	니코니코김	니코니코김	니코니코김
상품명	구이김 스시용 전형10매	구이김 삼각김밥용 전형10매	구이김스시1번10매
원산지	일본	일본	일본
용도및특징	건조 김	건조 김	건조 김
소매가격	350	350	420
단가(엔/매)	35	35	42
구분			
제조사명	니코니코김	니코니코김	니코니코김
상품명	조식가족구이김4봉	판김3.33매분(3절 10매)	삼각김밥 구이반김10매
원산지	일본	일본	일본
용도및특징	건조 김	건조 김	건조김
소매가격	221	210	231
단가(엔/매)	55.25	63	46

(출처 : http://www.niconico-nori.co.jp/new/200901/30_furikake.html)

|| 조미김 ||

구분			
제조사명	니코니코김	니코니코김	시라코
상품명	미극8절44매 탁상용	극미4속	치즈풍미 한국김
원산지	아리아케산	아리아케산	한국산
용도및특징	조미김 판 5.5매분	조미김 2.5매분	판김 6매분(8절48매)
소매가격	399	210	278엔
단가(엔/매)	73	84	46

주) 시라코 ‘치즈풍미 한국김’은 슈퍼 라이프코아퍼레이션 가격
 (출처 : http://www.niconico-nori.co.jp/new/200901/30_furikake.html)

|| 부순김, 잘게 자른김, 샐러드용 ||

구분			
제조사명	니코니코김	니코니코김	하고로모 푸드
상품명	미극 부순김 김20g	구이 자른김	사라 노리(샐러드 용)
원산지	일본	일본	일본
용도및특징	조미김	건조김 10g	샐러드 용 10g
소매가격	252	210	158
단가(엔/매)	37.8	63	47.4

주) 하고로모 푸드 ‘사라 노리’는 라이프 코아퍼레이션
 (출처 : http://www.niconico-nori.co.jp/new/200901/30_furikake.html)

▣ 파래김 ▣

구분			
제조사명	니코니코김	마츠사쿠	오모리야
상품명	파래김 15g	천연아오사김 40g	파래김 병 10g
원산지	일본	일본	일본
용도및특징	파래김		후리카케
소매가격	315	500	260
단가(엔/매)	53	37.5	78

주) 오미리야의 파래김은 라이프 코아퍼레이션
(출처 : http://www.niconico-nori.co.jp/new/200901/30_furikake.html)

▣ 한국산 ▣

구분			
제조사명	니코니코김	니코니코김	김밥용 김
상품명	한국조미6봉	한국전통김3봉	김밥용 김
원산지	한국	한국	한국
용도및특징	조미김판 6매분(8절8매*6봉)	조미김 판 4.5매분	김밥용 김 10매입 50입
소매가격	315	315	200
단가(엔/매)	53	70	20

주) 김밥용 김은 온라인 야후 쇼핑
(출처 : http://www.niconico-nori.co.jp/new/200901/30_furikake.html)

4 소비동향

▣ 구매동향

- 김은 주로 업무용, 가정용, 선물용으로 소비되는데 그중 가장 많은 비중을 차지하는

업무용은 주로 삼각김밥재료(편의점 및 도시락용)로 소비되고 있음 (2011년 기준 업무용의 56%)

- 김의 전국 평균 소비금액은 연간 2,518엔으로, 지역별 소비 상위도시로 사가시 4,171엔, 치바시 3,688엔, 가와사키시 3,666엔, 히로시마시 3,228엔, 도쿄도 3,204엔으로 나타남

■ 지역별 건조김 소비동향('09년~'11년 평균) ■

(평균)	전국평균	1위	2위	3위	4위	5위
		사가시	치바시	가와사키시	히로시마시	도쿄도
소비금액(엔)	2,518	4,171	3,688	3,666	3,228	3,204

주) 2인 이상 세대
출처 : 총무성 가계조사

■ 김 소비동향조사 ■

- 일본 가정의 김 구입 조사결과 전체의 86%가 슈퍼에서 구매하며, 52%가 선물로 받는다고 하였으며, 통신판매구매 21%, 백화점구매가 19%로 나타났으며, 그중 백화점 구매는 70세 이상 소비자가 36%로 가장 많았음
- 일본 국민의 42%가 거의 매일 김을 구입하며, 그중 40대가 49%로 가장 많고 이어서 30대가 43%를 차지하고 있음
- 소비가격대 중, 300엔~600엔대가 38%로 가장 많이 구입하는 가격대임
- 맛에 대해서는 '독특한 맛이 좋다'는 응답이 전체의 54%, '향이 좋다'가 16%로 나타났으며 맛있는 김의 기준으로 '바삭바삭한 김'을 꼽는 소비자가 전체의 57%로 가장 많았고, '향이 좋은 김'이 55%로 뒤를 이음
 - 일본농림수산성 '김 소비동향조사'(2006)



■ 품목의 수입 국가별 선호도

- 일본은 세계2차대전 이후 '96년부터 김 수입을 재개하면서 한국산 김이 수입되고 있으며, 한국 김은 '제 2의 일본 김'이라는 수식어가 붙을 정도로 일본시장에 친숙함
- 일본의 대형체인 회전스시 3곳 모두 한국산 방사무늬김을 구매하는 등, 가정용 조미김과 업무용 김에서 인기가 있음
- 2006년부터 중국산 수입이 개시되면서, 한국산에 국한된 일본 김 수입시장이 다변화, 세계화되는 추세임
- 최근 한 대형체인 편의점에서 1억매에 달하는 김밥용 김을 전부 중국산으로 대체하는 등 중국산 김이 가격경쟁력이 높아 일본시장에서 약진 중임
- 일본소비자의 수입 김 구매사유로, 40%가 맛을, 35%가 낮은 가격대로 든 것으로 보아, 맛과 가격이 최우선 고려사항임
- 2011년 도호쿠대지진 재해로 인해 안전성과 간편성을 추구하는 소비심리가 대두되면서 이를 충족하는 수입산에 대한 선호도가 높아지고 있음

■ 가공 및 소비형태

- 용도별 소비동향을 보면, 2010년 업무용 59억매, 가정용 22억매, 선물용 3억매로 총 84억매가 소비됨
- 구성비율을 보면 업무용 70.2%, 가정용 26.2%, 선물용 3.6%로 그중 업무용은 외식용이 57.1%, 가공용이 13.1%임
- 업무용은 1인가구수 증가(30대 이상의 미혼남녀)에 기인한 나카쇼쿠¹⁾의 수요증가와 더불어 슈퍼의 반찬류, 라면점, 회전스시점에 대한 수요가 증가하고 있지만, 패밀리레스토랑 같이 단가가 다소 높은 외식체인점에서는 수요가 감소하고 있음

1) 나카쇼쿠 : 나카쇼쿠(中食)란 음식점에서 사먹는 '외식(外食)'과 집에서 요리해 먹는 '내식(內食)'의 중간 형태라는 의미임

- 형태별 소비를 보면 구이 김 48%, 조미 김 52%의 비율로 소비되고 있으며, 지역별로는 관서지역은 조미 김, 관동지역은 구이 김을 선호하는 경향이 있음

■ 용도별 김 소비동향 ■

(단위 : 억매)

구분	2002	2003	2007	2008	2009	2010	2011
선물용	6	6	4	4	3	3	7.3
업무용	64	64	60	60	59	59	52.1
가정용	33	32	25	24	23	22	21.5
합계	103	102	89	88	85	84	79.9

주) 2011년 용도별 소비동향은 업무용이 전체의 65%, 가정용 25%, 선물용 10% (추경²⁾·연말선물용 4.4억매, 성묘용 등 2.9억매)로 나타남(식품신문 김 특집호)

(출처 : 일본재단법인 김증식진흥회)

■ 2010년 김 형태별 판매비율 ■

(단위 : %)

	구이 김	조미 김
전국	48	52
홋카이도	63	37
동북	52	48
관동	67	36
신에츠	56	44
호쿠리쿠	54	46
도카이	55	45
교한신	28	72
츠크쿠	23	77
시코쿠	20	80
큐슈	35	65

자료 : 니코니코 김

- 김 요리로는 초밥과 한국의 김밥 형태의 마끼스시가 가장 대표적이며, 그 외에는 김무침, 김조림, 김튀김 등이 있음

2) 추경 : 추경(お中元)이란 7월 15일을 가리키며, 보통 7월 초에서 7월 15일 사이에 친지나 은사, 직장 상사 등, 평소 신세를 진 사람들에게 조그만 선물을 보내는 것을 오추경이라고 함



■ 식당 김이용 메뉴 및 가격 ■

김밥	조림 김	김 빵튀기	김 오뎅	고구마 김말이
장차랑(長次郎) (1접시 120엔부터)		메이진스시 (1접시 125엔 균일)		하코다테시장 (1접시 105엔부터)

- 파래 김시장은 전체 50억엔 규모로, 고급상품인 고평파래 김 공급량이 연간 210톤, 된장국에 쓰는 갈파래가 700톤(수입품 350톤 포함), 김 조림에 쓰는 참홀파래가 연간 500톤 공급되고 있음

■ 파래 김 소비동향 ■

품명	용도	공급량	시장규모	비고
파래김	고명	210톤	19억엔	고급상품
갈파래	된장국	700톤 (수입 350톤)	7억엔	파래 김 가격의 1/10 수준
참홀파래	김 조림(최근 된장국용 수요도 있음)	500톤	24억엔	주산지 미에현

주) 식품신문 조사 참조

■ 바이어 의견

- 일본의 가정용 일반상품은 특매품보다 고가로 좋은 원료를 써서 맛과 품질이 좋음
- 선물용 김은 각 산지의 햇김을 수확하여 휴겐 및 연말연시 선물용으로 사용됨

- 업무용 김은 크게 외식용과 가공용으로 나뉘며, 외식용은 절반 이상이 김밥용, 특히 편의점용 김밥에 많이 사용되며, 가공용은 후리카게, 오차즈케, 센베이 등에 사용되며 적은 양이나 최근 수요가 서서히 증가하고 있음
- 수입품은 조미 김으로 판매되는데 ‘자반’과 같은 가공 조미 김은 높은 관세로 인해 가격경쟁력이 약한 편임

■ 향후 소비전망

- 일본내 나카쇼쿠(中食)의 유행으로 간편식의 소비증가가 예상되며, 간편하게 밥에 곁들일 수 있는 반찬 수요도 증가하고 있음
- ‘먹을 수 있는 라유’와 같은 제품의 인기에서도 볼 수 있듯이 밥과 함께 먹을 수 있는 식품에 대한 선호도가 높아지고 있음

5 수출입동향

■ 주요품목 수출현황 및 국가별 수입동향

- 2011년 건조김(IQ) 등의 수입은 3,485톤으로 전년대비 41.3% 증가를 보이고, 국가별로는 전년대비 한국은 60.1%, 중국은 43.9% 증가함
- 수입액도 전년대비 45.3% 증가한 5,462백만엔으로, 국가별로는 한국에서 4,184백만엔, 중국에서 1,246백만엔을 수입함
- 매수환산으로 2011년은 4억매로 전년대비 92.5% 증가하였으며, 국가별로는 한국이 2억7천매로 전년대비 96.5% 증가, 중국이 1억5천매로 85.7% 증가함
- 조제 김 수입은 3,882톤으로 전년대비 29% 증가하였으며, 국가별로는 중국이 2,012톤으로 전년대비 6.2% 감소하였으며, 한국이 1,539톤으로 전년대비 177.3% 증가하였음



일본의 김 수입동향

(단위 : 톤, 백만엔, 천장, %)

	물 량				금 액			
	2009	2010	2011	전년비	2009	2010	2011	전년비
건조김(IQ) 및 기타 식용해초	1,933	2,467	3,485	41.3	2,950	3,760	5,462	45.3
한국	853	1,272	2,037	60.1	2,173	2,881	4,184	45.2
중국	825	939	1,351	43.9	663	748	1,246	66.6
베트남	255	256	96	△62.5	113	131	30	△77.1
매수환산	141,383	220,435	424,258	92.5	764	1,109	2,077	87.3
한국	83,059	137,186	269,655	96.5	451	700	1,311	87.3
중국	58,324	83,249	154,603	85.7	312	409	766	87.4
기타 식용 해초 조제품	2,882	3,009	3,882	29.0	1,633	1,729	2,005	16.0
중국	2,106	2,146	2,012	△6.2	1,069	1,138	1,179	3.6
한국	510	555	1,539	177.3	242	304	560	84.2
브라질	64	128	107	△16.4	16	25	18	△28.0

(자료 : 일본 무역통계)

한국의 건조 김 수출현황

(단위 : 톤, 천달러, %)

	2009		2010		2011		전년비	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
태국	614	10,446	726	9,532	930	13,310	28.1	39.6
미국	437	4,481	528	3,002	518	3,273	△1.9	9.0
일본	247	5,159	261	5,050	466	9,620	78.5	90.5
대만	193	2,918	221	2,572	233	2,627	5.4	2.1
중국	160	1,845	106	846	103	781	△2.8	△7.7
합계	1,789	26,334	2,272	23,605	2,578	32,201	13.5	36.4

(HS코드) : 1212201010 / 자료 : 한국무역협회 「한국무역통계」

【 한국의 조미김(조제김) 수출현황 】

(단위 : 톤, 천달러, %)

	2009		2010		2011		전년비	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
미 국	3,091	16,001	3,522	16,255	3,147	20,102	△10.6	23.7
일 본	461	12,375	776	19,825	884	25,682	13.9	29.5
캐나다	536	2,314	630	2,695	544	2,877	△13.7	6.8
중 국	274	3,798	312	6,423	432	8,573	38.5	33.5
싱가포르	158	545	192	717	287	963	49.5	34.3
합 계	6,012	47,619	6,938	56,970	9,831	70,947	41.7	24.5

(HS코드) : 1212201010 / 자료 : 한국무역협회 「한국무역통계」

■ 경쟁국 동향

- 중국산 수입가는 평균적으로 건조 김이 매당 5.5엔, 조미 김이 6.3엔으로 나타나고 있고, 한국산 건조 김은 5.9엔, 조미 김은 8.2엔으로 나타나고 있음
- 수입 김의 일본 점유율은 한국산이 약 60%, 중국산이 40% 정도로, '05년부터 수입되어 현재 회전스시점에서 주로 사용하고 있음

【 수입 김 가격 동향 】

(단위 : 엔/매)

연도	구분	한국산	중국산
평균	건조 김	5.9	5.5
	조미 김	8.2	6.3
2010년	건조 김	5.1	3.7
	조미 김	6.7	6.0
2009년	건조 김	5.4	5.5
	조미 김	6.7	5.3
2008년	건조 김	7.4	7.4
	조미 김	11.1	7.5



수입 김 쿼터 내역

원산지	상품	쿼터	2012년도 물량 (만매)	2011년도 물량 (만매)	전년대비 (%)
한국	건조 김	상사쿼터 A1	20,700	16,000	129
		상사쿼터 A3	0	0	0
		수요자쿼터	14,200	9,000	157
		합계	34,900	25,000	140
	무당 조미 김 (한국식 조미 김)	상사쿼터 A1	31,900	30,200	106
		상사쿼터 A3	0	0	0
		수요자쿼터	17,200	19,400	89
		선착순쿼터	700	700	131
		합계	49,800	50,300	99
	김의 조제품 (구운김, 조미김)	상사쿼터 A1	3,800	2,900	131
		수요자쿼터	3,500	4,300	81
		합계	7,300	7,200	101
	※ 한국산 김 합계			92,000	82,500
중국	건조김	상사쿼터 A2	29,800	28,800	103
		수요자쿼터	14,600	13,600	107
		합계	44,400	42,400	105
	김의 조제품 (구운김, 조미김)	상사쿼터 A2	0	8,400	-
		수요자쿼터	3,200	2,200	145
		합계	3,200	10,600	30
※ 중국산 김 합계			47,600	53,000	90
한국, 중국 선택가능	건조김	선착순쿼터	500	500	100
	김의 조제품 (구운김, 조미김)	선착순쿼터	300	300	100
총 합 계			151,800 *실적쿼터 11,400포함	136,300	111

자료 : 전어련(전국김어업협동조합연합회)

<주의>

상사쿼터 A1 : 전년도 한국에서 한국산 김을 수입통관한 실적이 있는 자

상사쿼터 A2 : 중국에서 중국산 김을 수입통관한 실적이 있는 자

추가한국쿼터 : A3 : A1의 잔여분을 할당

선착순쿼터 : 100만매를 일반사업자에게 할당, 응모자격으로 전년도 10만달러이상의 식품수입실적이 요구됨 (경제산업성에서 쿼터)

수요자쿼터 : 전국어업협동조합연합회(김협회)에 해당되는 수입범위, 일본내의 조합원을 대상으로 한 입찰회, 상담회를 한국, 중국에서 개최

6 통관 및 수입검사

■ 관세현황 및 통관절차

- 김 수입 시 ‘외국환법 및 외국무역법(수입방역관리령)’에 근거하여 수입쿼터(IQ) 제도에 적용되며, 식품위생법의 규제를 받음
- 관세현황
 - 일본은 김에 대한 IQ제도와 관세적용으로 자국 김 산업을 보호하고 있음
 - ‘김’ 쿼터에는 ‘건조 김(마른김)’쿼터, ‘무당 조미 김’쿼터, ‘김 조제품’쿼터가 있음
 - 수입쿼터는 상사쿼터, 수요자쿼터, 선착순쿼터로 구분되며, 상사쿼터는 전년도 수입실적을 감안하여 할당되며, 수요자쿼터는 일본 김협회에서 할당하며, 선착순쿼터는 당해품목기준에 따라 한도 내에서 신청한 순서대로 할당함
 - 상사쿼터와 선착순쿼터는 일본수산청(가공유통과)에서 관할하며 수입업자에게 직접 배정하며, 수요자쿼터는 일본김협회와 한국수산물수출입조합이 수출입업체를 선정하여 입찰함
 - 2012년 5월 10일 수요자쿼터 입찰회가 도쿄 오모리 김회관에서 개최되어, 고아사상사연합이 7천 685만 800매(구성비 54.12%), 고젠연합이 3천 340만 8200매(23.53%), 타카오카야연합이 2천 657만 2600매(18.71%), 산에이연합이 491만 2800매(3.46%), 다이사이연합이 24만 9600매(0.18%)로 신청 건조김 1억 4200만 매 전량이 입찰됨
 - 1996년 IQ재개 시 수요자쿼터만 있었으나 이후 상사쿼터와 선착순쿼터가 실시되었으며, 수요자쿼터의 경우 2012년도 입찰회에서 볼 수 있듯이 수입업체 5개사에는 중소규모 수입업체가 연합하여 수입하며, 상사쿼터는 수수료는 물론 거치해야할 보증금도 없는 등 여러 면에서 유리함



일본 김 수입 쿼터 개요

상품 구분	내 용	비 고
건조 김(마른 김)	실적쿼터(상사쿼터 A1)	한국산 한정
	실적쿼터(상사쿼터 A2)	중국산 한정
	선착순 쿼터	-
	수요자 쿼터	-
무당 조미 김	실적쿼터(상사쿼터 A1)	한국산 한정
	선착순 쿼터	-
	수요자 쿼터	-
김 조제품	실적쿼터(상사쿼터 A1)	한국산 한정
	실적쿼터(상사쿼터 A2)	한국산 이외
	선착순 쿼터	-
	수요자 쿼터	-

김 관세 코드 및 세율

- 명 칭 : Porphyra tenera(학명)/Laver(영문)/ノリ/海苔(일명)

H S 번호	품 명	실행관세율
1212.21 - 100	IQ. 건조김(정방형, 430cm ² 이하/매)	1.50엔/매
21 - 200	감태(아마노리)속 및 그 혼합물(21-100 외의 품목)	40%
21 - 390	기타 식용해초(미조제품*)	15%
2106.90 - 401	IQ. 기타 해초(무당, 장사각형의 종이형태, 430cm ² 이하/매)	25%
90 - 298	IQ. 기타 해초(무당, 기타)	

주) 미조제품* : 김속, 청태속은 IQ

- 2007년부터 기타 식용해초(무당)는 2106.90 - 401과 2106.90 - 298로 분리됨.
- 2011년 HS코드는 1212.20-110(건조김 IQ, 1.50엔/매), 1212.20.120(김, IQ, 40%), 1212.20-139(미조제품, 15%), 2106.90-273(김 등 가당조제품 IQ, 28%), 2106.90-401(기타해초.IQ, 무당, 정방형, 430cm²이하/매, 25%), 2106.90-298(기타해초.IQ, 무가당, 기타, 25%),

※ 1매 3g, 30g 10장 당 과세

● 검역현황

- '식품 등 수입신고서' 2부와 필요서류를 첨부하여 관할 후생성검역소식품감시과에 제출하고, 심사 결과 위생검사가 필요한 경우는 보세구역 내에서 추가검사가 실시 후 수입가능여부가 판단됨

● 통관 절차

- 수입시 관할 세관 제출 서류
 - 수입신고서
 - 송장, B/L 등 수입관련서류
 - 수입승인증
 - 식품 등 수입신고서(확인필인이 있는 것)

■ 포장 및 라벨링 규정

- 일본내에서 판매 시 식품위생법(후생성생활위생국식품보건과검역소업무관리실) 및 계량법(통상산업성기계정보산업국제량행정실)에 근거하여 표시해야함
- 일본에서의 김 표기는 「海苔」, 「のり」, 「ノリ」임
- '06년 공정거래위원회에서 ‘돌김 배제명령’이 받을 당시 한국식 조미 김은 ‘한국 돌김’이나 ‘돌김³⁾’등의 명칭을 사용 중이었는데, 명령받은 제품에는 ‘돌김’으로 표시되어 있었지만 양식 김이 사용되었으므로 「경품표시법제4조 제1항 제1호(우량 오인)」의 규정을 위반하였음
- 이후, 각 해당업체는 ‘한국식 조미김’, ‘한국김’으로 명칭을 변경함
- 수년 전까지 파래 김은 상품명 표시에서 고가인 가시파래(スジアオノリ)⁴⁾ 및 잎파래(ウスバアオノリ)⁵⁾와 저가인 참홀파래(アオサ)가 혼용되었지만, 감독관청에 따라 소비자에게 혼란을 주지 않기 위해 ‘파래 김(青のり)’ 표시는 가시파래와 잎파래에만 표기가 가능하게 되었으며, 참홀파는 보통 ‘참홀파래분(アオサ粉)’으로 표시되고 있음

(출처 : (주) 후쿠이 홈페이지)

3) ‘돌김’은 돌에 부착하여 자생하는 천연해초를 의미하고, 채취량이 적어 희소가치가 있음

4) 가시파래(스즈아오노리스즈아오의리; enteromorpha prolifera)

5) 잎파래(우수바아오노리우스바아오의리 Ulva linza Linnaeus)



■ 비관세장벽 등 규제사항

● 김 쿼터제 문제

－ 수입쿼터제 수량제한

- WTO 제소로 2004년까지 2억4천만매로 유지되었던 수입쿼터가 12억매로 증가되었으며, 2012년에는 다시 15억매로 더 추가되었으나 여전히 일본은 강력한 김 규제책을 시행 중임
- 한국산 수입량은 2012년 9억매로 증가하였지만, 일본 내에 10억매 이상의 한국산에 대한 수요가 있는 것으로 예측하고 있음(한국을 다녀간 일본인관광객의 연간 김 구매량이 3억 5백만매로 추정됨)
- 2006년 1월 20일, 2015년까지 한국산 수입쿼터를 2004년도의 약 5배인 12억매까지 단계적 확대를 약속함으로써 한국산 김의 일본내 점유율이 2004년도의 약 2%에서 향후 약 15%까지 확대가 예상됨

－ 중국산 수입쿼터 참여와 수량할당의 문제

- 2004년 10월 일본은 중국산 김에 대한 IQ제도 실시로 수입수량을 할당하게 됨
- 한국산의 수입단가는 100매당 10달러고, 중국산이 3~4달러인 점을 감안하면, 수량에 따른 단순할당은 한국산에 불리하게 작용할 수도 있으므로 가격과 실적을 함께 고려하거나, 제도 폐지가 요구됨

－ 수입쿼터 외 관세장벽

- IQ제도에 따른 수입쿼터제를 실시함과 동시에 20% 정도의 관세를 적용하는 것은 큰 장벽으로 작용함

7

수출확대방안

■ 한국산 수입규모 및 점유율

- 한국산 수입규모는 2000년 1억 2천만매에서 2011년 일본산 저급제품의 가격상승과 원화약세에 기인한 업무용 김의 한국산 방사무늬김 수요증가로 9억 2천만매로 확대됨
- 한국산 김의 일본내 점유율은 2004년도 약 2%, 2010년 8%, 2011년 10%로 꾸준히 상승 중이며, 2015년까지 한국산 수입쿼터가 12억매까지의 단계적인 확대가 예정되어 일본내 점유율이 약 15%까지 확대될 것으로 예상됨

■ 한국산 선호도

- 한국산 김은 일본인관광객이 연간 305만매 정도를 구매하는 인기 상품임
- 2002년 한일월드컵 이후 한국산 김의 인지도가 급상승하기 시작하여, 1996년 정식 수입쿼터 2,800만매는 2012년도 9억2천만매로 확대되는 등 한국산 김은 일본에서 확고한 지위를 구축하고 있음

■ 경쟁국 대비 장단점

- 한국산은 100매당 10달러 정도로 중국산 3~4달러에 비해 2배 이상 높은 가격임
- 일본에서 희소한 조미 김에 대한 강한 품질경쟁력으로 다른 수입국에 비해 강한 브랜드이미지를 가지고 있음
- 2012년도 한국산 수요자쿼터 건조 김 입찰에서 방사무늬김의 평균단가는 5엔94전(1억2458만5000매), 반돌김계 6엔16전(1천581만1600매), 돌김계 7엔30전(160만3천400매)에 낙찰되었음(전체 1억4200만매)



- 이는 2011년도 방사무늬김 평균입찰가인 4엔90전보다 1엔 상승한 가격으로, 1억 4200만매 전량 입찰됨
- 주요경쟁국인 중국은 2006년부터 수입쿼터를 받은 이후 낮은 가격대로 경쟁함
- 2011년 도호쿠대지진으로 인해 수입확대의 호기를 맞이하여 빠른 수출성장을 거듭하고 있으며, 업무용에서의 한국산 김 사용이 본격화되고 있음

수출확대방안

- 시장지위확립 및 홍보활동
 - 업무용은 1인가구수 증가로 편의점용 김밥, 스시용 김에 한국산 김의 사용이 급증하고 있으므로 불량발생률 개선으로 확고한 시장지위 확립이 필요함
 - 가정용은 ‘가족 유대감 강화’, 나카쇼쿠(中食) 등의 사회현상이 뚜렷하게 대두되고 있으므로 가정식 반찬상품을 개발하고, 한국산 ‘자반’은 가정에서 반찬으로 적합한 상품이므로 가정소비자들을 적극공략 해야 함
 - 고부가가치 상품인 선물용 김은 일본 경기침체의 장기화로 하락세이지만, 고급브랜드가치 형성에 기여한다는 점을 간과할 수 없음
- 목표 소비자
 - 1인가구수 증가, 나카쇼쿠(中食) 경향에 대응하여 20~40대에게 밥에 곁들이는 간편식으로 소비자를 확보해야함
 - 학교급식을 대상으로 소포장 김 시장에서의 점유율상승 가속화가 필요함

수입애로사항

- 김에 대한 수입규제인 IQ와 별도로 관세 부과 및 수수료 납부 등의 규제가 한국산 김의 일본내 판매확대에 걸림돌이 되고 있음
- 수요가 증가하고 있는 ‘자반’류 김도 높은 관세로 일본시장진입에 어려움이 있음

8 기타

※ 수입산 동향

연도	수입산 동향	IQ
~'96	'92년부터 한국 김 시범수입을 개시, '96년부터 수입쿼터를 설치. 이전까지는 한국여행 시 선물용, 일본내 한국식료품점 판매 정도였음	-
'96	'돌김계'는 '96년 수출개시. 이전까지의 한국 김은 일본 방사무늬김의 대체재였음. 계약 중 약 90%를 산에이김에서 취급함	2천 800만매
'97	본격 수입개시 후 2년째가 되어, 한국에서도 조미김 가공회사가 전년보다 증가하여 한일 양측에서 '한국식조미김' 보급 시작	3천 100만매
'98	그 외 김 상사도 시장유통을 시작하여, 대형 슈퍼 등에서도 도입이 확대되어 인지도가 급상승. 선발주자의 판매가 궤도에 오르기 시작하자 판매 전망이 나옴	4천 800만매
'99	수입쿼터확대와 신규참여업자에게 문호 개방을 통한 취급업자 저변 확대. '02년 한일월드컵 이벤트를 앞두고 움직이기 시작함.	6천 900만매
'00	선발주자 판매 증가. 시장규모도 약 30억엔 정도로 추정됨	1억 2천만매
'01	'한국식재제어' 등이 시작됨. 일본 관광객 구입 등을 합치면 70억엔	1억 5천만매
'02	한국김 매출 정점. 한일월드컵 개최로 특설매장 등 최대 인기품. 추정시장규모는 정규 수입품 약 45억~50억엔, 관광객 구입 등을 합치면 100억엔 시장규모	1억 8천만매
'03	가정용 진출. 단, 한국김 입찰회 공급과잉	2억 1천만매
'04	한국김 입찰회에서 최초 불성립이 나옴. 출품내용에서도 돌김, 비돌김 구성비는 전년의 64.1%에서 35%로 감소. 이들의 대체재로서 방사무늬김 비율 35.9%까지 상승. 연말 매출 상승. 동년 12월 한국 정부가 중국김 일본시장진출을 계기로 'IQ부당'으로 WTO 제소	2억 4천만매
'05	중국김 수입. 한국김 입찰회는 혼란. 공급과잉이 본격화, 한국 측 원료가격 급등, 원화 상승이 더해져 채산성이 악화되는 중에서 개최. 일본 측도 판매 정점을 지나 재고 발생. 한일 입찰가는 최대 1.5배 정도 차이남. 세이유가 모회사 월마트스토아의 한국김 PB를 수입. 대형유통기업이 일본의 김 업체를 제쳐두고 해외에서 직접 매입하는 경우가 나옴. 한국 현지품 품질향상이 이를 가능하게 함.	4억매
'06	전년 마무리된 한국정부 WTO 제소와 그 취하 조건으로 '한국쿼터' 설치. 그러나, 건조김 성약율은 78%. 두번째 입찰회에서도 6.5%에 종료. 한편, 일본에서의 한국김판매는 견실. 정점의 70~80%면서도 동 수준을 유지하고 있는 업체는 많음. 또한, 양식 '돌김'이 경품표시위반법으로 되어 공정거래위원회로부터 배제명령.	5억 8,500만매
'07	한국 요청으로 확대된 수입쿼터 성약율은 26%. 건조김, 무당 조미김 모두 공급과잉. 무당 조미 김 수입쿼터는 배 이상 증가. 상사쿼터도 추천선정없이 쿼터가 정해짐	7억 4,100만매
'08	수요자 쿼터 입찰회에서는 더욱 성약율이 하락, 건조김 20%, 완성품 21%로 됨. 한국 측 참가자도 사전에 28사 사퇴함. 상사쿼터도 남았지만, 필요량은 수입조건이 좋은 상사 쿼터로 돌림.	8억 9,600만매
'09	한국입찰회가 성약율 1.68%까지 하락. 연말 무당조미김 상사쿼터는 전량신청됨. 원화 하락을 배경으로 신규업자가 연이어 참가. 시장 판매는 가격대 붐과 등으로 한국조미김 이미지 하락. 한편, 수요자쿼터 등은 미성약분 출현.	10억5,200만매
'10	입찰회 저조 계속. 수입쿼터 관할 '사단법인 김 협회' 해산. 최후 입찰회가 됨. 성약율은 전년과 같은 1%대. 전년에 무당조미김이 전량 신청된 것으로 인해, 실수입은 건조김이 2억2천만매, 무당조미김은 4억 2천만매 등. 한편, 일본 하품 부족이 2년 연속됨.	12억 700만매
'11	수입쿼터 상황이 일변. 일본 저급상품 부족이 3년 연속 이어져, 각업자가 한국산 방사무늬김 물색 움직임. 동년 개최된 입찰회(5단체 배분 개최 초년도)에서는 건조김 성약율 100%로 출품내용은 80%가 방사무늬김. 그 외 상사 쿼터에서도 건조김 쿼터 쟁탈전. 거의가 일본산 대체로 됨. 동년 수입량은 10억매 정도.	13억6,300만매
'12	수입량 10억매 넘어 12~13억매가 될 전망. 한국 방사무늬김이지만, 김 조제품 쿼터도 '자반'이 잘 팔리고 있기 때문에 신청 경쟁이 됨. 수요자 쿼터 입찰회는 5단체 합동개최로 됨. 전량 성립. 한국정부의 IQ 증강 효과가 나타남.	15억1,800만매



※ 관련 사이트

- 일본 농림수산업성 www.maff.go.jp
- 수산청 수산물유통조사 www.market.jafic.or.jp
- 재무성 www.customs.go.jp
- 재단법인 일본관세협회 www.kanzei.or.jp
- 도쿄중앙도매시장 www.shijou.metro.tokyo.jp
- 오사카중앙도매시장 www.shijou.city.osaka.jp
- 나고야도매시장 www.city.nagoya.jp
- JF 전어련 www.zengyoren.or.jp
- 전국김패류어업협동조합연합회 www.zennori.or.jp
- 일반재단법인 김증식진흥회 www.nori.or.jp

※ 김 관련 수입업체

상호명 / 업체
고아사상사(小淺商事株式会社) / 김 수입상사
고젠(小善) / 김 수입상사
타카오카야(高岡屋) / 김 수입상사
산에이 / 김 수입상사
다이スイ(大水) / 김 수입상사

7장 간지



전복/일본

1 시장개요

■ 시장규모

- 일본의 전복 생산량은 2010년 기준으로 97억엔, 생산량은 1,461톤으로 공급량의 50%에도 못 미치고 있음

■ 시장여건

- 일본 전복시장은 1970년 최대생산시기를 거쳐, 1990년대 버블 붕괴로 인한 지자체보조금 삭감 등으로 생산량이 급감하였으며, 2011년은 1,300톤(전망치)으로 정점기의 20% 수준으로 감소하였음
- 일본의 전복생산은 종란 방류에 의한 자연산 채취 생산이 대부분이어서 생산증대에 한계가 있으며, 높은 생산단가로 인해 양식업 전환도 어려운 상황임
- 일본 전복소비 중 신선전복은 레스토랑, 스시점 등 외식분야에서 활전복 형태로 소비되며, 건조전복은 전통적으로 홍콩 등의 중화권으로 수출되고 있음

2 생산동향

■ 생산동향

- 일본의 전복시장은 1969년 6,963톤으로 최대 생산량을 기록하며, 1970년대 최대 생산시기를 지나, 1990년대 버블붕괴로 인한 지자체보조금 삭감으로 생산이 급감하였으며, 2011년 생산량은 전년대비 11% 감소한 1,300톤(전망치)으로 하락세임
- 일본 동북태평양 북부지역인 이와테, 미야기현은 일본의 대표적인 전복생산지로, 2008년 전국생산량의 30%(515톤), 2009년은 40%(744톤), 2010년은 30%(424톤)로 안정적으로 생산량을 유지해왔음
- 2011년 도호쿠대지진으로 인한 생산·가공시설 파괴로, 이와테는 29.3%, 미야기현은 29.1% 감소함
- 일본 전복생산은 종란 방류에 의한 자연산 채취 생산이 대부분이어서 생산증대에 한계가 있으며, 높은 생산단가로 인해 양식업 전환이 여의치 않음

■ 일본 전복 생산량 및 생산액 동향 ■

(단위 : 톤, 백만엔)

	물 량				금 액			
	2009	2010	2011	증감율	2009	2010	2011	증감율
전국계	1,687	1,461	1,300		10,317	9,704	-	-
이와테	531	283	200		3,314	2,627	-	-
미야기	213	141	100		1,248	915	-	-
치바	79	133	100		474	1,125	-	-
나가사키	118	130	100		626	704	-	-
야마구찌	98	75	100		540	414	-	-
도쿠시마	88	74	100		397	369	-	-
에히메	84	76	100		436	422	-	-

주) 2011년 전복 생산액은 9,162백만엔 추정(생산량 전망치 1,300톤, 전국 155어항 평균단가 7,048엔/kg으로 계산)

출처 : 농림수산성 통계

Ⅰ 도호쿠대지진 전복 피해 Ⅰ





- 미야기현수산물기술중센터와 기센누마수산물시험장(기센누마시), 독립행정법인 수산종합연구센터 동북지구수산물연구소(시오가마시) 등이 2011년 9~10월, 기센누마시와 남(南)산리쿠, 이시마키, 오나가와, 동(東)마츠시마의 5개시에서 전복생식 생태조사를 실시함
- 어장 10개소를 선정, 각각 20평방미터 구역에 잠수부가 확인한 결과, “모든 지역에서 치패가 매우 적었다”(수산물시험장 관계자)고 함
- 6월에 수산종합연구센터나 현 등이 기센누마시 이와이사키와 이시마키시 도마리하마 해역에서 실시한 조사에서는 2월과 비교하여 전복 치패가 90% 이하로 감소되었다고 나왔으며, 수산물시험장은 “타 해역의 과거 데이터가 없지만, 동일한 현상 나타나고 있다고 추측”할 수 있다고 지적함
- 전복 생장은 치패에서 4, 5년 걸쳐 9cm 이상 크기가 되어야 어획이 가능함

■ 생산품종

- 전복은 연체동물 복족강 원시복족목(原始腹族目) 전복과 권패(卷貝)의 총칭으로 일본에 생식하는 것은 10종류 정도이나 식용은 에조전복, 구로전복, 마다카전복, 메가이전복 4종류가 있음
- 에조전복은 구로전복의 북방종으로 알려져 있으며, 에조 전복과 구로전복은 크기가 15cm, 메가이전복은 20cm 정도이며, 마다카전복이 가장 큰 25cm까지 성장함
- 전복 생장에 적합한 수온은 13~35℃이나 10~30℃의 해역에는 서식이 가능하며, 구로, 마다카, 메가이전복은 동해의 니이가타현 이남, 태평양 측은 이바라키현 이남으로부터 큐슈, 한반도의 연안 각지에 분포하고 있으며, 에조전복은 인공 이식이나 종란 방류에 의해 최근에는 니이가타현 이북으로부터 리시리·레분도(利尻·礼文島)까지, 츠가루(津軽)해협으로부터 이바라키현 이북까지 분포하고 있음
- 한국에서는 카막전복(*Nordotis discus*), 말전복(*N. gigantea*), 오분자기(*Haliotis diversicolor aquatilis*), 참전복(*Haliotis discus hannai*), 시볼트전복(*Haliotis sieboldii*) 등 5종으로 알려져 있음.



전복 품종

구분	에조전복 (エゾアワビ)	구로전복 (クロアワビ)	마다카전복 (マダカアワビ)	메가이전복 (メガイアワビ)
형상				
학명	Haliotis discus bannai	Haliotis discus	Haliotis madaka	Haliotis gigantea
영명	Ezo abalone	disk abalone	giant abalone	Siebold's abalone
특징	횃감용, 주증, 조림용 홋카이도에서 동북 지방 연안 서식하는 구로전복의 북방계 아종임	횃감용(고급), 주증, 조림용 이바라기현 이남에서 큐슈연안에 서식함	전복찜용 치바현 지역에 서식함 1개 1kg의 거대전복임	건조전복 '명포', 주증, 조림용, 버터구이용 치바현 초시와 아키다현 男鹿半島 이남

생산시설

- 일본의 전복생산은 대부분 자연산을 어획하는 형태이며, 양식은 고비용으로 인해 거의 이루어지지 않음

이와테현(岩手県) 전복 양식장



■ 수급동향

● 신선전복

- 일본 신선전복 수요는 3천톤 정도로, 2010년부터 수입물량이 56%를 차지함
- 2011년은 도호쿠대지진 재해로 인한 일본 주요 전복산지가 파괴되어 수입물량이 61%로 대폭 증가함
- 특이사항은, 대지진으로 전복수급하락이 예상되었지만, 오히려 총 공급량 증가를 보이고 있어, 일본에서 전복은 중요한 식자재임을 알 수 있음
- 2012년 7월까지 수입량은 1,213톤으로 전년 동월(1,035톤) 대비 17% 증가를 보이고 있음

■ 일본 전복의 수급동향(신선, 냉장, 냉동) I

(단위 : 톤)

구 분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
일본국내 생산량	1,996	1,768	1,976	2,063	1,687	1,855	1,461	1,300*
수입량	1,011	1,184	1,398	1,127	1,282	1,683	1,854	2,027
일본국내 총 공급량	3,007	3,184	3,374	3,227	2,982	3,538	3,315	3,327

(주) : *은 전망치. 2011년 7월까지 수입량은 1,035톤, 수입액 3,142백만엔
 자료농림수산성 「어업·양식업생산통계연보」, 일본 무역통계

● 가공전복 동향

- 일본의 전복수출은 밀폐용기에 넣은 캔 및 통조림제품 이외에 조제품(주로 건조한 것)으로 홍콩, 대만에 수출되고 있음
- 가공전복 수출은 2004년 64톤에서 2009년 32톤으로 반감하였으며, 2011년은 31톤을 기록하였음
- 2012년 7월까지 8톤으로, 전년 동기의 25톤보다 68% 감소하였는데, 이는 '11년 도호쿠대지진 영향으로 주요산지 파괴가 원인이라고 봄
- 한편, 가공전복 수입은, 2011년은 전년대비 10% 증가하였으며, 2012년 7월 현재까지는 전년대비 19% 증가한 171톤으로 도호쿠대지진 이후 가공전복의 수입이 증가하고 있음



<가공전복동향>

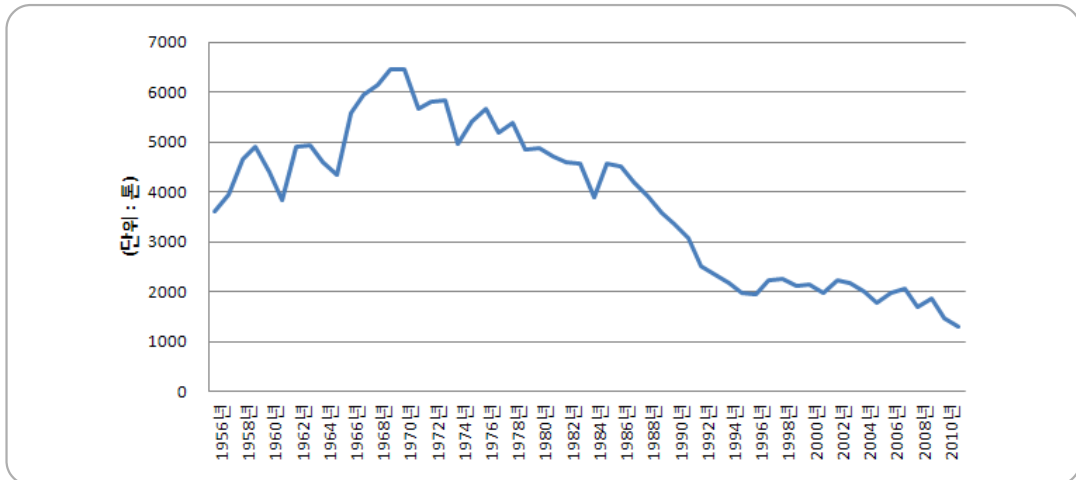
(단위 : 톤)

구분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
수출량	64	50	42	69	47	32	36	31
수입량	397	482	412	284	257	217	287	316

■ 일본내 생산증감 원인분석

- 일본의 1970년대 고도성장기 시절의 최고어획량에서 감소가 지속되어 현재 어획량은 1969년 최대생산량 6,963톤에 비해 2011년 1,300톤으로 81% 감소하였음
- 치패방류에 의존하는 일본의 전복생산은 잠수기 도입(현재 금지) 등 획기적인 어획법에 의한 남획으로 인한 자원고갈로 이어졌으며, 고비용으로 양식업도 발전하지 못함
- 도호쿠대지진 재해로 2010년 기준 일본 전복생산의 30%를 차지하는 이와테, 미야기현 피해로 인해 향후 생산감소세는 계속될 것으로 전망
- 2011년 3월 11일 도호쿠대지진 발생으로, 일본 전복 주산지에 도 큰 피해가 있었으며 이로 인한 치패의 대량소실로 인해 향후 4~5년간 극심한 생산부족이 전망됨

■ 전복 생산량 추이 ■



3 유통동향

■ 현지 유통구조

- 일본에서 전복은 희소성이 높은 고가품으로 일반 가정에 보급되기 보다는 외식업체에 유통되는 물량이 대부분임
- 일본에서 70~90g 정도의 전복은 주로 구이나 조림용으로 사용되며, 110~150g은 초밥용, 횃감용, 건조용으로, 250g 이상의 대형전복은 선물용, 가공품 또는 스테이크용으로 활용됨
- 2011년은 도호쿠대지진 영향으로 생산량이 감소하여 수입산이 전체의 61%인 2,027톤을 기록함

■ 유통형태

- 전복은 산지에서 중개업자에 의해 현물이 아닌 정보거래 형태의 공동입찰로 거래됨
- 이와테현내에서 공동입찰로 이루어지는 취급액 중 전복 17.17%(1993년), 가리비 26.29%, 미역 22.37%로 이들 세 품목을 합하면 전국 취급금액의 65.83%를 차지함
- 공동입찰은 10월말과 11월말 총 2회로 이루어지며, 참가자는 1985년 38명, 1975년 40명, 1995년 21명이었으며 중개매입자별 시장점유율을 살펴보면 최대업자의 시장점유율은 10% 정도, 상위 4개업자의 합계 점유율도 32% 정도였음

■ 이와테 어련의 전복 중개매입 취급량 비율(1995년) |

(단위 : %)

구분	제1기(11월분)		제2기(12월분)		어획비율	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액
건조전복, 통조림 계 4업자	14.9	10.2	6.1	6.7	8.5	9.2
신선전복, 생전복 계 17업자	85.1	89.8	93.9	93.3	91.5	90.8
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(자료 : 이와테현 유통 실태 조사, 1995)



■ 수요별 유통

- 전복시장은 크게 건조전복, 통조림, 신선전복·생전복 시장으로 나뉘며 이러한 수요는 당연히 산지 중개매입으로 이루어지며 현실적으로는 많은 중개매입자가 단일 품목보다는 복수품목을 취급하기 때문에 가공품목별 실태 파악에는 한계가 있음
- 청취 조사에 의한 이와테현 전복 품목별 중개매입자 구성수를 보면, 1995년도 기준 건조전복 수요는 2~3업자, 통조림수요는 3~5업자, 건조전복·생전복 수요는 17업자였으며, 신선전복·활전복 수요업자 중에는 소매를 전문으로 하는 업자가 6명, 출하중심업자가 7명, 도매 등 기타 업자가 3, 4명이었음
- 이와테현 내의 전복제품 전체시장 변화를 보면, 연도별 변동은 있지만 대체적으로 신선(활전복 포함)전복 수요는 70% 이상, 나머지 20~30%가 건조(통조림 포함)용으로 파악됨

■ 이와테현 전복 수요 시장별 중개매입 업자수 ■

수요별	1985년	1990년	1995년	
건조전복수요· 통조림수요	8	6	4	2~3 3~5
신선전복· 생전복 수요	30	18	17	
소매	○	○	6	
출하	○	○	7	
기타	○	○	3~4	
계	38	24	31	

(자료 : 청취 조사자료)

- 전복 최대 수요기는 연말이며 도쿄도매시장 최근 3개년 거래 데이터를 분석하면, 이 시기는 평균 거래물량보다 많은 편으로 2009년 32%, 2010년 41%, 2011년 52%로 거래물량이 많고 거래단가도 평균 6% 정도 높게 거래되고 있음

전북 거래 동향

(단위 : kg, 천엔)

연도	거래합계(월별평균수량)	평균단가(12월단가)	12월거래물량
2009년	602,495(50,208)	5,463(6,187)	66,425
2010년	522,668(43,557)	6,117(6,217)	61,400
2011년	479,719(39,977)	6,211(6,473)	60,654

(출처 : 도쿄도매시장)

가격동향

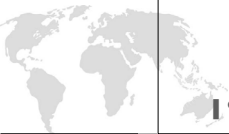
산지가격

- 어항별 산지가격을 보면, 2009년 184어항의 평균 산지가격은 5,168엔을, 2010년은 199어항 집계 평균단가는 5,899엔을 보임
- 2011년은 산지 평균단가가 7천엔대로 평년과 다른 추세인데, 이는 도호쿠대지진 재해로 인한 중개도매상의 피해지역이 아닌 태평양중구지구(치바지역)산 전북의 경쟁적 구매로 인한 가격상승으로 인한 것으로 보임(2011년 오히라산 15,560엔/kg, 치쿠라츄오산 12,552엔/kg으로 거래되었음)
- 2011년은 산지평균가가 7천엔대의 이례적으로 높은 수준으로 이는 도호쿠대지진 피해로 인한 물량이 감소(전년대비 40% 감소한 136톤)하자 수급이 불안해지며 중개도매인들의 건조 전북매입의 과열양상이 빚은 현상으로, 이와테산 전북의 11월 1일 첫 입찰가가 사상 최고가인 1만 1,495엔/kg에 입찰되어 평년의 70%를 뛰어넘은 가격으로 거래된 것이 이 현상을 잘 보여주는 사례임(주간수산신문 '11년 10월 31일자 참조)

어항별 전북 생산단가

	2009	2010	2011
전체생산	5,168엔/kg	5,899엔/kg	7,048엔/kg
생산량	265톤	283톤	192톤
어항	184	199	155
동북지역	5,553엔/kg	6,636엔/kg	6,397엔/kg

자료 : 수산청 수산물유통조사



● 소비지 시장 가격

- 전복의 소비시장가격은 도쿄도매시장을 보면 2009년은 kg당 5,463엔, 2010년 6177엔g, 2011년 6,211엔, 2012년은 7월까지 평균단가가 6,057엔으로 거래되고 있음
- 오사카도매시장(본장)은 수입산이 포함되어 도쿄시장보다 평균단가가 낮은 편임
- 국가별 생산단가는 일본산 5천엔대, 한국산 3천엔대, 대만·중국산은 2천엔대, 호주산은 4천엔대로 조사됨
- 국가별 소비시장가격은 한국산은 4천엔대, 대만·중국산은 3천엔 전후, 호주산 5천엔대, 일본산은 도쿄도매시장에서 6천엔대로 거래되고 있음
- 도쿄도매시장의 12월 거래물량은 2009년 66톤(전체 602톤), 2010년 61톤(전체 523톤), 2011년 60톤(전체 480톤)으로 이때가 가장 많이 거래되는 최대 수요기이며, 냉동전복은 9월과 10월에 거래물량이 많음

■ 전복 가격동향 ■

(단위 : 엔/kg)

구분	산지가격 (수입가격)	소비지 시장가격	
		오사카도매시장(본장)	도쿄도매시장
2009년	일본산	5,166	5463
	한국산	3185	-
	호주산	3705	5171
	대만산	1552	3167
	중국산	1996	2698
2010년	일본	5,899	6177
	한국산	3168	4390
	호주산	3996	5998
	대만산	1260	2608
	중국산	2437	3096
2011년	일본	7,048	6211
	한국산	3,347	4309
	호주산	4,142	5263
	대만산	2,194	2734
	중국산	2,230	3077

주) 활, 신선, 냉장 가격
(자료 : 수산청, 오사카도매시장, 도쿄도매시장)

일본의 월별 전복 평균 도매가격(2011) |

(단위 : 톤, 엔/kg)

구분		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	
활	물량	480	32	34	27	33	38	45	49	51	38	36	35	61
	단가	6,211	5,887	5,641	5,631	5,781	6,009	6,109	6,283	6,227	6,597	6,691	6,768	6,473
냉동	물량	40	0.7	1	0.4	0.2	1	1.6	1.6	1.6	3.6	7.7	5	15
	단가	2,518	2,231	1,544	2,116	3,227	2,753	2,739	3,080	2,526	2,850	2,328	3,125	2,324

(자료도쿄중앙도매시장)

● 건조전복

- 일본의 전자상거래에서 거래되는 건조전복 판매가격을 살펴보면, 일본산 건조전복(이와테산)의 경우 100g당 약 44,100엔(라쿠텐) 정도에 판매되며, 한국산은 100g당 29,800엔(야후) 정도로 판매됨
- 라쿠텐 : 일본산(이와테) 100g 44,100엔 / 야후 : 한국산 100g 29,800엔
(<http://cla.shopopro.jp/?mode=cate&cbid=45805&csid=0#inner1>)

건조전복 일본내 판매가격 동향 |

						
요시하마 14g미만 2,400엔	요시하마 15~18g 3,800엔	요시하마 19~22g 6,800엔	요시하마 23~26g 10,800엔	오아미 29~32g 12,800엔	오아미 33~36g 15,800엔	오아미 37~40g 19,800엔

최신 동향 - 2012년 이와테 전복 첫 공판, 전년대비 40% 하락 |

- 2012년도 제1기(11/1~29)분 이와테산 전복 공판 입찰회가 JF이와테어련에서 열렸는데 제1기의 kg당 가격이 6,803엔(공판수수료 1.2% 별도)에 낙찰되어, 전년동기(1만 1,495엔) 대비 40% 하락함
- 2009년 제1기 6,241엔보다는 9% 높지만 대지진 전인 2010년도 제1기 8,542엔과 비



교하면 20% 하락한 가격이며, 생산량도 예년의 70% 수준인 233.9톤으로 전망함

- 전복가격 하락의 원인은 이와테산 건조전복의 주요 수출시장인 중화권 시장(홍콩)에 남아공, 오만산 등의 저렴한 건조전복 수입증가와 일본내 신선전복 유통시장에 다소 낮은 가격의 한국산 양식전복 수입증가로 분석됨

(출처 : 일간수산경제신문 10월 30일자)

4 소비동향

구매동향

● 신선전복

- 일본에서 전복은 희소성이 높은 고가품으로 일본 내에서는 일반 가정에 보급되기 보다는 외식업체에 유통되는 물량이 대부분임
- 신선전복은 연말수요가 많고, 수입신선전복은 냉동, 냉장 및 캔조림용으로 가공제품의 원재료로 소비됨

● 건조전복




- 건조전복의 대표적인 가공지역은 산리쿠지역으로, 요시하마의 건조전복(키픝전복)이 유명하며 홍콩 등 중화권으로의 수출이 대부분임
- 최근 일본의 전복수요(구매력) 감소와 중화권의 경제성장 등으로 수급의 중심축이 중국으로 이동하고 있음

수입국가별 선호도

- 전복은 호주, 한국, 칠레, 남아공 등에서 수입하며, 신선전복은 한국산을, 건조전복과 냉동전복은 호주산을 선호함

- 활 전복(신선·냉장 포함)을 기준으로 한국산 수입량이 2010년 전체수입의 80%로 1,040톤, 2011년은 84%인 1,280톤으로 증가세이며, 호주산은 한국산에 이은 대표적인 활 전복 대일본 수출국가로 2010년 전체의 9%인 122톤이었던 것이 2011년은 7%인 113톤으로 하락세임
- 건조전복의 2010년 수입량은 287톤으로 그중 호주산이 131톤으로 1위, 칠레산이 82톤으로 그 뒤를 이었으며 2011년은 전년대비 10% 증가한 316톤을 수입하였으며 그중 호주 126톤, 중국 73톤, 칠레 71톤 순으로 수입되고 있으며, 한국은 6톤으로 낮은 수준임
- 수입산 전복은 한국의 에조전복, 중국의 에조전복과 도콘부시, 호주산인 그린립, 남아공의 미다노 전복, 칠레의 아카네전복이 수입되고 있음

■ 수입산 전복 특징 ■

품명	형상	특징
빅토리아전복 (Haliotis conicopora)		호주산으로 대부분 음식점에서 사용되는 고가이며, 구로전복의 어획 감소로 최근 호주산 빅토리아전복이 대체되었음 횃감용이나 어두운 색이어서 스시점에서 꺼리는 경우도 있으며, 직화구이에는 구로전복보다 빅토리아전복이 좋다고 하며, 일본 야마나시 '조림조개'에는 빅토리아산도 사용됨
그린립 (Haliotis laevigata)		호주산으로 횃감용, 주증, 조림용으로 많이 사용함
다마노전복 (Haliotis midae)		남아프리카공화국산이며, 횃감용, 주증으로 많이 사용함 1kg 가까운 것도 있으며 맛이 좋고 호주산을 고가로 취급함

■ 건조전복 가공

● 건조전복 가공지

- 건조 전복의 대표 가공지는 산리쿠 지역임. 세계적으로 큰 항구인 산리쿠, 그 중에서도 파도가 높기로 유명한 요시하마에서 가공되는 건조전복을 ‘요시하마 건조전복 (키텩전복)’이라고 부름
- 요시하마 건조전복의 역사는 에도시대까지 거슬러 올라가며 당시 건조전복은 중국인에게 매우 친숙하였으며 중국에서 소비하는 건조전복 80%가 일본의 산리쿠 산이었음

● 건조전복 가공방법

- 에도시대로부터 계승된 제법을 ‘요시하마식 제조법’이라 부르며 ‘키텩(吉浜)’이라는 중국식 발음으로 부르기도 함
- 건조전복은 11월경부터 제조를 하여 산리쿠 해안에서 부는 겨울의 건조하고 강한 바람으로 양질의 건조전복을 만듦
- 오렌지색을 띠는 요시하마 건조전복은 중국에서는 1개당 수만 엔에 판매되기도 함. 주로 예조전복을 건조하며 크기는 대체로 작음. 제조법은 대체로 큰 차이는 없지만 전복에 구멍을 내어 염주 꿰듯이 꿰어서 건조시킴

〈요시하마 산 건조 전복〉



- 하이호우전복(灰鮑)은 다소 검으며 표면에 흰 분이 나 있어 잿빛전복이라고도 부름. 주로 예조전복을 사용하며 크기는 작은 편임. 메이호우와 제조법은 같지만, 햇볕에 건조하며 어느 정도 건조되면 몸체에 분이 생기고 재차 태양빛에 건조하게 되면 분이 더 생기게 됨

건조전복 공정 과정 I

▶ 사례 1

- ① 전복 껍질을 떼고 손질하여 1~2일간 소금에 절임
 - ② 끓는 물에 데쳐서(약 80도에서 2시간 정도), 냉각 후 40~50일 정도 햇볕에 말림
 - ③ 건조가 마무리 될 즈음 갈색(엷 색깔)의 건조전복 완성
- ※ 활 전복 1개 200g을 건조시킬 경우 최종중량의 약 8~10%정도인 16~20g 건조전복이 됨

▶ 사례 2



※ 건조전복유통 : 업자로부터 구입한 전복은 2~3일간 충분히 건조시켜 통기성이 좋은 상자에 크기 별로 넣어 창고에서 숙성시킴. 건조전복은 와인과 같은 것으로 구입한 후에 바로 조리하는 것이 아닌 반년에서 1년 정도 천천히 숙성되며 맛과 향기가 증대됨

■ 소비형태

- 건조전복은 에조전복과 마다카전복, 횡감용은 에조전복과 미다노전복, 조미전복은 메가이전복과 아카네전복, 호주산인 그린립은 캔이나 조림용으로 사용함
- 전복은 건조전복, 횡감용, 양식요리용, 통조림용의 형태로 이용되며, 소매유통점에서의 소비자에 의한 구매보다는 주로 외식업체를 통해 유통 및 소비가 이뤄짐
- 전복 종류 및 크기별 용도를 보면, 건조전복은 100~150g 정도의 에조전복, 마다카 전복이 사용되며, 횡감용은 100~150G 정도의 에조전복과 미다노전복이, 조림용은 70~90G 정도의 메가이전복, 적전복이, 250g 정도의 대형전복은 주로 선물용, 가공용, 스테이크용으로 이용됨
- 중화요리에 사용되는 건조전복은 요코하마 중화가의 광동요리 레스토랑에서 ‘전복조림’, ‘전복 굴소스 조림’ 등의 고급요리에 사용되며, 가격은 4,000~5,000엔



정도이며, 고급레스토랑에서의 전복 스테이크는 100g 이상에 5,000~10,000엔의 가격대에 판매되고 있음

주요 전복요리

전복 생선회	전복 버터구이	전복 마리네
전복 스테이크	전복 팔보채	전복죽(한국)
전복과 성게 구이	전복 밥	전복 스프
전복 초밥	전복 소금구이	전복 찜

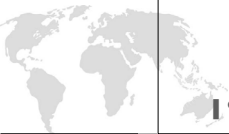
■ 향후 소비전망

- 대지진 피해로 일본 전복 주요산지인 동북지역의 피해는 일본내 전복 생산감소로 이어질 것이며, 후쿠시마 원자력발전소 사고로 인한 '일본산' 의 안전에 대한 의구심 해소에 시간이 걸릴 것으로 예상됨
- 이로 인해 일본내 신선·건조·냉동전복의 공급불안 해소를 위해 한국산 수요가 증가할 것임
- 한국산 전복은 좋은 품질과 일본과의 근거리라는 장점으로 매년 인기가 많아지고 있으며, 지속적인 청정지역 보존 및 관리와 품질관리가 수입증가로 이어짐

5 수출입 동향

■ 수입 동향

- 전복은 호주, 한국, 칠레, 남아공 등에서 수입되는데 신선전복이 냉동의 배 이상이며, 최근 칠레의 양식전복(냉동)도 수입이 이뤄짐
- 한국산 활전복(신선, 냉장포함)은 2008년(633톤)부터 호주를 제치고 수입국 1위를 유지하고 있음
- 2011년 냉동전복 전체수입은 504톤으로 전년대비 9.8% 감소하였는데 최대수입국인 호주산은 188톤이 수입되어 전년대비 9.3% 증가하였고, 한국산은 22톤으로 전년대비 46.7% 증가하였음
- 한편, 가공전복 수입은 2011년 전년대비 10% 증가하였으며, 2012년 7월 현재까지는 전년(144톤)대비 19% 증가한 171톤이 수입되어 도호쿠대지진 이후 가공전복의 수입이 증가하고 있음



일본 전복 수입동향

(단위 : 톤, 백만엔, %)

구분		수 량				금 액			
		2009	2010	2011	전년비	2009	2010	2011	전년비
신선 및 냉장	합 계	1,251	1,294	1,523	17.7	4,024	4,096	5,056	23.4
	한 국	1,007	1,040	1,280	23.1	3,209	3,295	4,284	30.0
	호 주	126	122	113	△7.4	468	487	468	△3.9
	중 국	9	48	62	29.2	18	116	139	△19.8
	남아공	32	26	18	△30.8	112	87	61	△29.9
	대 만	9	21	16	△23.8	13	26	36	38.5
	미 국	64	36	32	△11.1	19	81	85	4.9
냉동	합 계	432	559	504	△9.8	1392	1700	1,503	△11.6
	호 주	168	172	188	9.3	772	735	782	6.4
	칠 레	185	232	151	△34.9	430	653	366	△44.0
	중 국	59	123	136	10.6	144	221	249	12.7
	한 국	5	15	22	46.7	19	57	92	61.4
	남아공	7	12	5	△58.3	18	29	13	△55.2
가공 전복	전 체	217	287	316	10.1	909	1,153	1,262	9.5
	호 주	123	131	126	△3.8	624	673	767	14.0
	칠 레	32	82	71	△13.4	96	269	199	△26.0
	중 국	9	49	73	49.0	30	148	188	27.0
	세네갈	27	10	20	100.0	59	21	43	104.8
	남아공	20	10	11	10.0	66	27	32	18.5
	한국	3	6	6	0.0	16	14	17	21.4

(자료 : 일본 농림수산성)

● 한국산 전복 일본 수입 내역

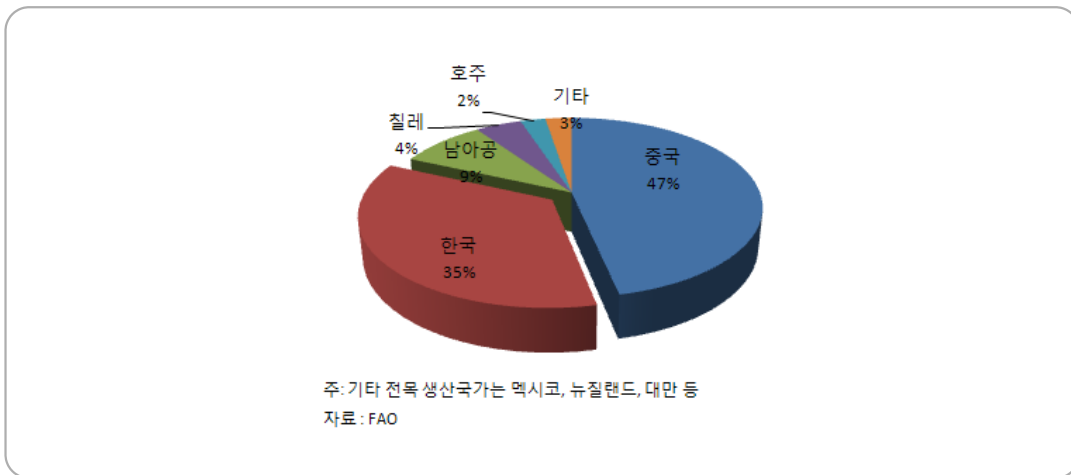
- 한국산은 2011년 전체수입 물량 중 98%가 활 전복 형태이며, 냉동이 1.7%, 가공전복이 나머지 0.5%임
- 2011년 신선·냉장전복은 전년대비 23.1% 증가, 냉동은 46.7% 증가, 가공전복은 예년 수준이었음

■ 경쟁국 동향

● 경쟁국 생산 및 수출동향

- 2010년 전 세계 전복생산량은 8만톤(7만 9,450톤)으로 국가별로는 중국이 전체 생산량의 71%(5만 6,511톤), 한국이 9.5%(6,463톤)였으며, 그 외 호주(4,981톤)와 칠레에서 3,803톤을 생산하고 있음
- 생산액 기준으로 중국이 전체의 47%, 한국이 35%임
- 전 세계 전복생산량 중 양식은 6만 5,548톤으로 83%, 자연산이 1만 3,902톤으로 17%임 (FAO 통계 참조)
- 일본의 전복수입은 2011년 기준 2,027톤이며, 그중 한국이 64%인 1,032톤, 호주가 14%인 301톤, 중국이 9.8%인 199톤임

■ 2010년 국별 양식전복 생산금액 ■





전복 수입 동향

(단위 : 톤, 백만엔)

연도	물량	금액	1위			2위			3위		
			국가	물량	금액	국가	물량	금액	국가	물량	금액
2003	814	3,605	호주	392	1,954	미국	144	577	남아공	147	538
2004	900	3,606	호주	381	1,867	미국	155	646	남아공	126	478
2005	1,184	5,332	호주	413	2,268	한국	215	1,066	남아공	149	583
2006	1,399	6,301	호주	391	2,213	한국	409	1,987	칠레	252	731
2007	1,127	5,308	호주	385	2,186	한국	364	1,776	칠레	144	398
2008	1,282	4,879	한국	633	2,197	호주	351	1,682	칠레	142	351
2009	1,683	5,447	한국	1013	3,258	호주	295	1,240	칠레	189	441
2010	1,854	5,793	한국	1055	3,352	호주	294	1,222	칠레	233	653
2011	2,027	6,579	한국	1302	4,376	호주	301	1,250	중국	199	388
2012,7	1,213	3,681	한국	729	2,335	호주	178	726	중국	149	278
2011,7	1,036	3,143	한국	672	2,074	호주	135	587	중국	121	220

주) 건조전복 미포함

(자료 : 농림수산성 수입통계)

● 가격비교(한국산과 호주산)

- 한국산 신선전복은 호주산에 비해 가격이 80%정도 낮으며, 냉동전복은 100~120% 정도의 높음
- 한국산 냉동전복의 수입가가 높은 이유는 수량이 적고, 산란기인 3~5월에 신선전복 가격이 하락하는 경향 때문에 상대적으로 일정한 가격대의 냉동전복 가격이 높게 나타남

한국산과 호주산의 가격비교

(단위 : 엔/kg)

	신선전복			냉동전복		
	2009년	2010년	2011년	2009년	2010년	2011년
한국산(a)	3,187	3,168	3,347	4,595	4,273	4,160
호주산(b)	3,714	3,992	4,142	3,800	3,800	4,182
가격대비(a/b)	0.86	0.79	0.81	1.21	1.12	0.99

(출처 : 재무성 무역통계)

6 통관 및 수입제도

■ 전복의 통관제도

- 명 칭 : 전복 : Abalone(영명)/アワビ(鮑 : 일명)
- 전복의 통관 HS코드는 다음과 같으며, 실행관세율은 신선, 냉동이 7%, 가공품이 9.6%임
 - 전복은 전복과에 속한 권패(卷貝)로 생김새 등에 따라 관세분류가 다름
 - (1) 살아있는 것, 신선한 것 및 냉장한 것 : 0307.81호
 - (2) 냉동한 것, 건조한 것, 염장한 것 및 염수절임한 것 : 0307.89호
 - (3) 통조림 등, 기타 조제한 것 : 1605.57호

HS번호	품명	실행관세율
0307.81-000	전복(활어, 신선, 냉장)	7%
0307.89-100	전복(냉동)	
0307.89-200	전복(훈제전복)	9.6%
0307.89-300	전복(건조, 염장)	
1605.57-000	전복(조제)	

주) 1. 2011년이전 HS코드 : 0307.91-450(활, 신선, 냉장전복), 99-142(냉동), 1605.90-290(조제, 훈제 제외); 2005년 이전은 통조림조제 1605.90-291, 기타조제 1605.90-291

※ 수출 HS코드 : 2012년 0307.81-000(활, 신선, 냉장), 0307.89-100(냉동건조, 훈제), 0307.89-900(냉동건조, 훈제제외), 1605.57-000(가공전복), 2011년 1605.90-910(가공전복)

- 수입절차
 - 전복수입은 원칙적으로 자유이나 수입무역관리령에 따라 수입승인(2호승인(특정 수입 승인))이 필요한 경우도 있으며, 식품위생법에 따라 수입신청을 해야 함



7 한국산 경쟁력 및 수출확대 방안

■ 한국산 수입규모 및 점유율

- 한국산 전복수입은 2007년을 기점으로 가파른 상승세를 보이며, 2009년 53.4% (1,015톤), 2010년 49.6%(1,061톤), 2011년 55.8%(1,308톤)를 차지함
- 한국산은 전체수입 물량 중 2011년 기준으로, 98%가 활 전복 형태로 수입되고 있으며, 냉동이 1.7%로 미미한 증가를 보였으며, 건조전복이 나머지 0.5%임
- 한국산 활 및 냉동전복의 2012년 수입은 729톤으로 전년대비(672톤) 8.5% 증가 추세임

■ 한국산 전복 수입 내역 ■

(단위 : 톤, 백만엔, %)

	수 량				금 액			
	2009년	2010년	2011년	증감	2009년	2010년	2011년	증감
전체수입량	1,900	2,140	2,343	9.5	6,325	6,949	7,821	12.5
신선, 냉장	1,007	1,040	1,280	23.1	3,209	3,295	4,284	30.0
냉동전복	5	15	22	46.7	19	57	92	61.4
가공전복	3	6	6	0.0	16	14	17	21.4
계	1,015	1,061	1,308	23.3	3,244	3,366	4,393	30.5

(자료 : 일본 농림수산성)

■ 한국산 선호도

- 한국산 전복 수입량은 2011년 일본 전체수입량의 64%로, 그중 97%가 50~100g 크기의 신선·냉장 형태로 수입되어, 외식업체로 유통되고 있음
- 한국산은 식감이 좋고, 저렴한 가격으로 신선, 냉동 모두 인기 있으며 횡감용으로 인기가 좋음
- 주로 횡감용으로 인기 있는 신선전복은 개당 450엔(일본산은 1,000엔 정도)으로

거래되며, 냉동전복은 1,980엔(70~90g*4매=300g, 라쿠텐 가격)정도로 구이용으로 판매되고 있음

■ 경쟁국 대비 장단점(가격, 품질 경쟁력 등)

- 한국산 전복은 우수한 품질은 물론 가장 큰 장점인 지리적 이점으로 일본 수입시장 점유율 1위를 유지하고 있으며, 신선·냉장전복 수입은 2011년 1,280톤으로 수입량 1위를 차지하였음
- 2011년 활전복의 kg당 수입가격은 전체평균 3,332엔, 한국산 3,347엔, 호주산 4,142엔으로 한국산은 전년(3,168엔)보다는 5.6% 상승한 가격임
- 냉동전복은 호주가 188톤으로 1위, 칠레가 151톤으로 2위, 중국이 136톤으로 3위로, 한국산은 22톤 수입되었음

■ 경쟁국 마케팅 전략 및 시사점

- '06년에 발생한 바이러스로 인한 빅토리아주 전복생산 감소로 일본에 391톤을 수출하여 한국(409톤)에 1위를 내준 이후, 2011년 현재 한국산은 1,302톤, 호주산은 301톤(자연산)이 수입되었음
- 중국은 8만여톤으로 전 세계 전복생산량 1위로, 대일 수출은 2011년 많지 않은 199톤이었으나 전년 대비 16% 증가하는 등 향후 추세가 주목됨

■ 수출 확대 방안

- 시장지위확립 및 홍보활동
 - 2011년 대지진 피해로 확산된 자숙분위기의 전파가 외식자제와 절전으로 이어져 소비가 감소하였지만 2012년은 외식에 대한 자숙분위기 완화로 외식 위주의 수산물 소비증가가 예상됨과 동시에 전복 등 고급 활 패류는 연말 인기 소비 품목이므로 소비증가가 전망됨



- 일본 전복을 취급하는 외식산업분야를 공략함과 동시에 일반소비자 대상으로 한국산 전복의 이미지 제고를 위해 광고활동을 펼쳐야 함
- 생산에서 유통에 이르는 원스톱 물류시스템 구축은 물론 무엇보다도 안정된 공급과 안심할 수 있는 가격경쟁력 확보가 필요한 시기임

● 목표 소비자

- 일본내의 조개류는 스시(초밥), 횡감용 및 진미 가공원료와 통조림으로 다양하게 사용되고 있으며, 더욱이 최근에는 식생활의 고급화 및 간편화로 인해 외식산업 및 일반가정소비에 있어서 횡감용 소비가 증가되고 있음
- 일본 수산청의 ‘패스트 피쉬’ 품목과 연계하여 일반소비자의 소비를 촉진해야 함

■ 수입애로사항(바이어)

- 한국산 전복에 대한 안전성과 한국산 전복의 최대수요기의 가격 및 수급에 변동이 크므로 안정적인 공급이 요구됨
- 활 전복 수출 물류시스템이 산지에서 일본 소비시장까지 원스톱으로 운용되도록 활어차 수송 등의 보완이 필요함

8 기타

※ 관련 사이트

- 일본 농림수산업성 www.maff.go.jp
- 수산청 수산물유통조사 www.market.jafic.or.jp
- 재무성 www.customs.go.jp
- 재단법인 일본관세협회 www.kanzei.or.jp
- 도쿄중앙도매시장 www.shijou.metro.tokyo.jp

- 오사카중앙도매시장 www.shijou.city.osaka.jp
- 나고야도매시장 www.city.nagoya.jp
- JF 전어련 www.zengyoren.or.jp
- 전국김패류어업협동조합연합회 www.zennori.or.jp

※ 패류 관련 수입업체

상호명	업체
일본활어(주)	한국산 전복 수입업체
이케만(주)	한국산 전복 수입업체
코덴인터내셔널(주)	한국산 전복, 넙치 수입업체
호카국제무역(주)	활전복, 가리비 등 수입·판매

7장 간지



굴/일본

1 시장개요

■ 시장규모

- 일본 굴 생산량은 1980년대 25만톤 이상을 유지하였지만, 최근은 20만톤 정도의 생산량을 보이고 있음
- 생산액은 33,626백만엔(2010년)으로, 패류 중 가리비(동 34,467백만엔) 다음의 주요 자원으로 일본내 자급율이 97% 이상을 차지하는 수산자원임

■ 시장여건

- 일본 굴은 1600년경 양식이 처음 도입된 히로시마가 최대산지로 일본내 생산이 전체의 50%를 차지하며, 최대 소비지이기도 함
- 미야기현이 2위로 2010년까지 전체의 20%를 생산하였지만, 2011년 도호쿠대지진 재해로 인해 전국 생산량의 8%까지 감소하였으며, 이전 수준으로 회복하기까지는 많은 시간이 소요될 것임



2 생산동향

■ 생산현황

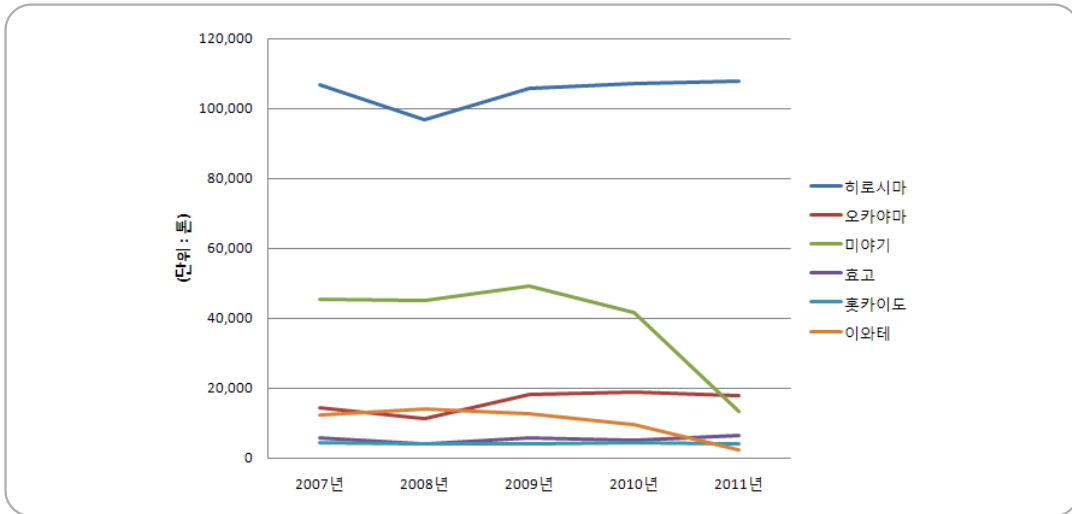
- 일본 굴 생산량은 '88년 27만톤 생산을 정점으로 감소하여 2010년은 20만톤, 2011년은 16만톤으로 지속적인 감소세를 보이고 있음
- 일본 굴은 히로시마산이 일본내 생산량의 50%를, 동북지역인 미야기현이 20%를 차지하고 있음
- 지역별 생산규모를 보면 히로시마현은 굴 가공공장이 많아서 대규모업자가 많은 한편, 미야기현은 영세 개인어업자가 많은 관계로 어업종사자가 가장 많은 지역임

■ 일본 굴 생산량 및 생산액 동향 ■

(단위 : 톤, 백만엔)

	물 량				금 액			
	2009	2010	2011	증감율	2009	2010	2011	증감율
전국계	210,188	200,298	164,400	△17.9	29,434	33,626	-	-
히로시마	105,882	107,320	107,700	0.4	12,899	15,344	-	-
미야기	49,175	41,653	13,300	△68.1	3,759	4,904	-	-
이와테	12,743	9,578	2,200	△77.0	2,628	2,216	-	-
미에	4,500	4,696	3,900	△17.0	1,525	1,961	-	-
효고	5,663	5,066	6,500	28.3	1,074	1,220	-	-
홋카이도	3,911	4,304	4,000	△7.1	1,114	1,331	-	-
이시가와	1,908	1,970	2,000	1.5	286	296	-	-
오카야마	18,260	19017	17,700	△6.9	3,556	3,949	-	-
후쿠오카	1,801	1803	1,900	5.4	508	508	-	-
나가사키	1,497	1,291	1,000	△22.5	581	496	-	-

자료 : 농림수산성 통계



지역별 굴 생산동향

최신 동향

- 주산지인 미야기현 굴 입찰이 2012년 10월 15일 개시되었는데 kg당 3,603엔으로 고가로 입찰되었음
- 그 원인으로 '① 생식용 굴에 대한 미야기산에 대한 브랜드가치, ② '12년 여름의 고수온에 의한 생육 지연, ③ 미야기산 자체의 생산량 감소' 등으로 분석됨
- 2012년 예상생산량은 930톤(알굴)으로 2011년 318톤(알굴)에 비해 큰 증가폭이 예상됨 (자료: 일간수산경제신문 10/17, 미나토신문 10/18일자)



일본 굴의 양식

식물성플랑크톤이 풍부한 조류(潮流), 수온 등 모든 조건을 충족하는 바다에서 성장	풍요로운 바다환경 속에서 굴을 키우며 환경을 보존함	성장추이를 보면서 양륙(揚陸)
양륙한 굴은 껍질 등의 오물을 선상에서 껍질세척기로 1회 세척	굴 처리장의 이동	신선한 굴을 가정에 전달

주요 생산품종 및 수급동향

- 일본에는 25여종의 굴이 서식하며, 히로시마 양식굴인 '참굴'을 비롯하여 아리아케 등지에서 어획되는 갯굴, 토굴, 일본굴 등이 있음
- 일본 굴의 최대산지는 히로시마현이지만, 2위 산지인 미야기현은 일본 종패의 최대 공급지로 2010년 일본 종패 전체(832천연⁶⁾)공급량의 81%(678천연)를 차지하며 히로시마현의 140천연을 크게 웃돌고 있음
- 2011년 대지진 재해로 종패 공급에 차질을 빚어 타 지역산으로 대체되고, 2012년 해역의 이상고온 영향으로 생산량 증대는 당분간 기대하기 어려움

6) 연 : 1연이 60마리임

- 일본내 전복 수급동향을 보면 자급율이 97% 이상이나, 2011년 도호쿠대지진 재해로 전년대비 17.9% 감소한 16만톤이 생산되었으며, 수입량은 24.5% 증가한 5천톤이었음

■ 일본 굴 품종 ■

	굴(マガキ)	갓굴(スエノカキ)	토굴(イタボガキ)	일본굴(イワガキ)
형상				
학명	Crassostrea gigas	Crassostrea ariakesis	Ostrea denselamellosa lischke	Crassostrea niippona
영명	Oyster			Rock Oyster
특징	대표적인 양식굴종으로 껍질이 거칠고 길이 5cm, 높이 10cm 정도로 구이나 나베 요리에 주로 사용됨 여름에 채취한 치패를 이듬해 10월~3월 까지 대부분 출하함	아리아케해 주변에 서식하며, 참굴과 비슷하나 편평하고 둥근 것이 특징으로 길이 7cm, 높이 9cm 정도이며 생식, 구이 등의 방법으로 식용함	수심 10cm 정도의 돌이나 바위에 붙어사는 둥근 대형종으로, 소나무 모양의 두꺼운 껍질이 특징이며 안쪽은 순백색이고 크기는 8~16cm로 조금 쓰지만 맛이 좋음	각고 20cm 이상의 대형종이며, 여름이 제철로 시마네현에서 양식을 시작하였으며 현재 교토부, 치바현, 미야기현 등지에 서식

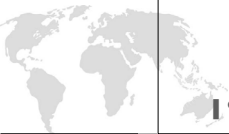
■ 일본 굴 수급동향 ■

(단위 : 톤)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	증감율
일본내생산량	218,896	208,182	204,474	190,400	210,830	200,298	164,400*	△17.9
수입량	6,160	5,036	3,125	3,685	2,900	4,201	5,231	24.5
수출량	157	719	781	256	429	547	451	△17.6
총 공급량	224,899	212,499	206,818	193,829	213,301	203,952	169,180	△17.0

주) *은 속보치

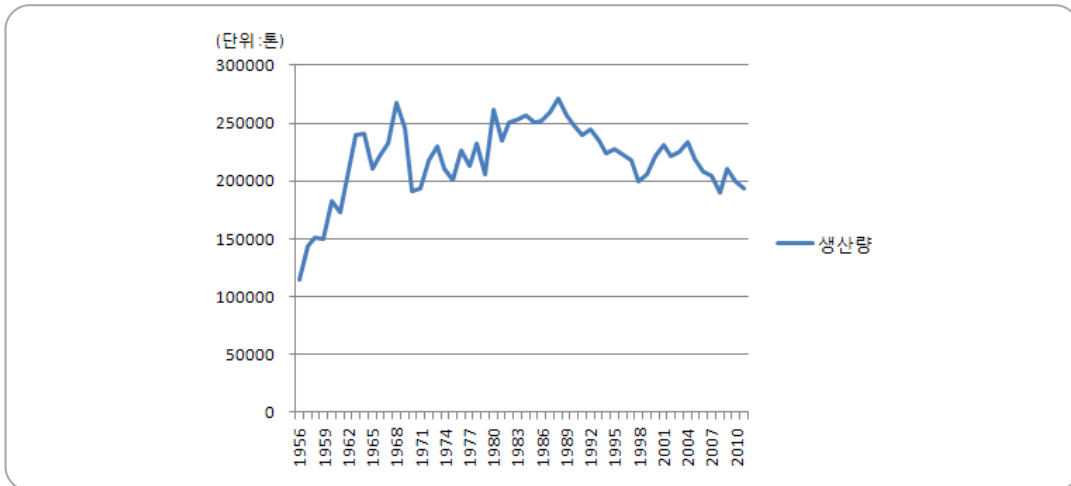
자료 : 농림수산성 「어업·양식업생산통계연보」, 일본 무역통계



■ 일본산 생산증감 원인 분석

- 일본 굴 생산량은 '80년대 25만톤 이상이었지만, 2000년대에 들어서 20만톤 초반대로 감소하였다가 2011년 도호쿠대지진 재해로 19만톤대로 하락하였음
- 2011년은 도호쿠대지진의 영향으로 인해 총생산량이 18% 감소하였고 동북지역인 이와테현은 77% 감소, 미야기현이 68.1% 감소하였으나, 최대산지인 히로시마는 0.4% 소폭 증가하였음
- 일본의 2대 굴 산지인 미야기현 어업협동조합(굴, 미역, 다시마, 가리비 어업자가입)에 의하면, 1만 600여명의 조합원 중 430명 이상이 재해로 사망(실종포함)하였고, 시설이 파괴되어 생산이 불가능한 어업자도 많음
- 대지진 피해로 종패의 생존율은 한 자리대로 급감하여 안정적인 수확까지 최소 3년이 소요될 것으로 보이며, 미에, 이와테, 효고현 산지의 면역력이 강한 미야기 종패 역시 부족할 것으로 예상되어 생산 차질이 불가피함

■ 굴 생산동향 ■



3 유통동향

■ 현지 유통구조

- 일본산 굴은 생산량의 대부분이 산지의 현내 중간업자에게 출하되어 소포장된 후 전국의 시장과 소매유통업자에게 유통되고 있음
- 선별 및 포장작업은 중간도매상이 담당하며, 유통 시 크기에 대한 규제는 없지만 껍질이 있는 경우는 위생을 고려하여 소포장을 장려함

■ 타 수입산 진출현황

- 한국산 굴은 2011년 수입액 2,925백만엔(92%), 수입량 4,894톤(94%)를 차지하여 전년대비 각각 27.6%, 23%로 대폭 증가하여 일본 수입 시장점유율 1위를 차지함
- 뉴질랜드가 117백만엔으로 48% 증가하며 2위, 미국이 53백만엔으로 194% 증가로 3위를 차지함
- 2012년 7월 현재 누계수입액은 전년대비 22.7% 감소하였으며 그중 한국산은 전년(2,292백만엔)대비 24.2% 감소한 1,739백만엔으로 당해 5월 미국의 대한국산 이매패 금수조치의 영향을 받은 것으로 보임

■ 유통형태, 경로 및 규격

- 일본 굴 유통 형태
 - 굴 제품은 저온을 유지하기 위해 위생용기(합성수지 등)에 냉매를 사용하여 소비자 까지 냉장보관을 철저히 함
 - 껍질이 있는 굴은 위생수준 향상을 위해 소형용기 포장출하를 권장함
 - 수출업자는 ‘생굴 취급에 관한 지도요령’(1978년 9월 29일 제정)에 규정한 별지양 식 제 6호 2의 신고필한 자만 해당함



Ⅰ 히로시마 굴 출하 현황 Ⅰ

- 히로시마 굴 출하는 수년 전은 생굴 출하가 조금 더 높은 비중을 차지하였지만, 최근은 45%가 생굴, 55%가 냉동 굴 형태로 출하되고 있음. 생굴 중 생식용 굴은 30%, 가열조리용은 70% 정도의 비율로 출하되고 있으나, 거의 가열조리용 굴로 소비되고 있으며, 가격 차이도 크게 나지 않고 있음.

● 수입 굴 유통 경로

- 한국산은 주로 경상남도에서 굴 양식이 이뤄지는 것으로 대일본 수출량 대부분이 ‘부산 → 시모노세키’ 해로로, 나머지는 ‘부산 → 나리타공항’으로 수송됨
- 수출된 굴은 각 지역의 수입업자⁷⁾로, 또 다시 중간업자⁸⁾(중매인, 가공포장업자)와 도매업자에게 판매되어 소포장된 후 전국의 시장과 소매업자에게 유통됨
- 수입굴은 형태에 따라 생굴(간굴)은 10kg들이 발포합성수지상자에 얼음물을 넣어 유통되며, 냉동굴은 IQF동결(급속벌크동결)의 10kg들이 골판지상자로 유통되며 상자 겉에는 품명, 원산국명, 내용량, 수입업자 등이 표시됨
- 기타 중국산, 뉴질랜드산, 칠레산, 호주산은 해로로 수송하여 도쿄항, 요코하마항, 고베항 등으로 수입되며, 미국산은 간사이공항 등을 통해 수입되어 전국의 중간업자, 도매업자, 식품가공업자, 소매업자, 음식점 등에 유통됨

▣ 가격동향(일본산 대비 수입산 가격비교)

- 생굴의 산지평균가격은 kg 당 800엔~1000엔대임
- 수입산 중 한국산 굴은 2009년 kg당 525엔, 2010년 576엔, 2011년 598엔으로, 도매가격은 1000엔대이며, 중국산이 300엔대, 호주산(패각)은 1,200엔~1,300엔대로 조사됨

7) 야마구치, 효고, 히로시마, 후쿠오카, 동경, 사이타마 지역

8) 히로시마, 미야기, 야마구치, 오사카, 동경 지역

- 소매시장의 일본산 가열조리용은 100g당 330엔, 생식용이 390엔 정도이며, 생식용과 가열조리용의 가격차는 크지 않음
- 한국산은 120엔 정도로 일본산보다 낮은 가격에 판매됨

■ 일본산 굴 산지 가격동향 ■

(단위 : 톤, 엔/kg)

연도	생산어항	굴(패각)		생굴	
		어획량	평균가격	생산량	평균가격
2009년	184	2,319	574	161	1,306
2010년	199	5,713	573	384	1,109
2011년	155	2,862	588	2,351	843

■ 오사카 도매시장 거래동향(신선굴) ■

(단위 : kg, 엔/kg)

	일본산		한국산	
	거래량	평균단가	거래량	평균단가
2009년	1,504,450	1,237	2,296	998
2010년	1,395,244	1,316	22,779	1,121
2011년	1,499,140	1,148	58,542	804

(출처 : 오사카도매시장)

■ 양판점 등 소매판매점에서의 바지락 판매단가 ■

(단위 : g, 엔, 엔/kg)

산지(용도)	단위	판매가	평균단가	포장형태	소매유통점
히로시마산(가열조리용)	120	398	3,317	진공포장	아프로
효고산(생식용)	100	398	3,980	진공포장	라이프
한국산(가열조리용)	150	180	1,200	진공포장	라이프

주) 2012년 11월 오사카시 소매유통점



소매유통점 판매 현황



산지 : 한국산(2012년 11월)
 용도 : 가열조리용
 수입자 : 마루시마
 가격 : 180엔/150g
 포장 : 진공포장
 판매자 : 라이프 코아퍼레이션



산지 : 효고현
 용도 : 생식용
 가격 : 398엔/100g
 포장 : 진공포장
 판매자 : 코푸 코아퍼레이션



산지:히로시마산
 용도 : 가열조리용
 가격 : 398엔/120g
 포장 : 진공포장
 제조자 : JF히로시마어련
 판매자 : 아프로



용도 : 찜굴
 가격 : 2,000엔(500g)
 제조자 : -
 판매형태 : 온라인



산지 : 히로시마산
 용도 : 굴 튀김용(업무용)
 가격 : 1,200엔(40g 20개입)
 제조자 : 마루하니치로
 판매자 : 라쿠텐(온라인)



산지 : 히로시마산
 용도 : 가열용(패각)
 가격 : 4,095엔(L사이즈 약 30개)
 제조자 : 마루츠수산
 판매자 : 마루츠수산(온라인)

주) 굴 튀김은 보통 10~15g을 사용하며 튀김 공정을 거치면 약 25g로 증가하는데 일본산의 경우 공장 출하 가격이 450엔/20개 정도임

4 소비동향

■ 구매동향

- 일본은 굴 소비 진작과 홍보를 위해 '근로감사의 날'인 11월 23일을 '굴의 날'로 지정하여 굴의 풍부한 영양이 노동으로 인한 피로의 회복에 좋다는 취지로 각종 이벤트를 개최함
- 일본에서 굴은 조몽시대(신석기)부터 식용되었으며 무로마치시대(1336~1573)에는 양식되기도 하였다고 전하는 등 굴의 식용역사가 유구한 일본에서는 아주 친숙한 식재임
- 튀김 및 나베(찌개)요리재료 외에 신선 굴은 구이나 생식으로 이용됨
- 일본의 굴 소비는 패류 중 가리비, 바지락 다음으로, 1인당 연평균 620g 소비됨
- 굴 소비가 가장 많은 지역은 히로시마시로 최근 3년간 평균 굴 소비액이 3,706엔 (1,867g), 우츠노미야시가 1,182엔임
- 히로시마지역은 일본내 최대 굴 산지임과 동시에 가공공장이 많이 분포하는 지역 특성상 굴 소비가 많은 것으로 추정됨

■ 패류 소비 동향 ■

(단위 : 엔, %)

	2011		2010		2009	
	금액	비율	금액	비율	금액	비율
패류	3,954	100	4,667	100	4,661	100
바지락	1,033	26	1,123	24	1,038	22
재첩	446	11	537	12	453	10
굴	925	23	994	21	1,060	23
가리비	1,091	28	1,469	31	1,607	34
기타	457	12	543	12	503	11

주) 2인 이상 세대
(출처 : 총무성 가계조사)

지역별 굴 소비동향('09~'11년 평균)

(단위 : g, 엔)

	전국평균	1위	2위	3위	4위	5위
		히로시마	우츠노미야시	오카야마시	사카이시	나가사키시
소비량	620	1867	1153	1020	848	815
소비액	993	3706	1182	1404	1130	1047

주) 2인 이상 세대
(출처 : 총무성 가계조사)

최근 동향 : 일본내 굴 소비확대전략 강화 움직임

- ☞ 일본 최대 굴 산지간 소비확대를 위한 제휴협정체결
 - 레시피 모집, 수도권 양판점 대상 홍보활동
 - 2대 굴 산지인 히로시마현과 미야기현이 11월 2일 「굴 소비확대 캠페인」 협정을 체결하였는데, 도호쿠대지진 발생 이후 동북지방 굴 생산량 감소에 따른 굴 소비감소나 전체시장 축소를 방지하기 위해 제휴협정을 체결함
 - 최대 레시피 사이트인 '쿡 패드'에서 11월 5~19일 동안 '맛있는 일본산 굴 레시피 콘테스트'를 개최하여, 4부문에 걸쳐 우수 레시피를 선정하여 POP, 레시피 카드에 게재하고 수도권 소재의 이온, 이토요카도, 다이에 등 590개 점포에서 소비확대를 위한 홍보활동을 할 계획임
 - 수도권 중심의 캠페인은 당해 11월부터 이듬해 3월까지로, 캠페인 초반에 레시피 콘테스트 안내 등의 사전활동을 실시할 예정임
 - 출처 : 일간수산경제신문 10/25



|| 각종 굴 요리 ||



■ 품목의 수입 국가별 선호도

- 일본의 굴 소비는 주로 튀김용, 나베용, 생식용으로 이뤄지는데, 한국산은 굴 전체 수입의 95.4%(2012년 9월 누계 3,335톤)로, 그중 냉동굴이 91.3%(3,045톤), 신선·냉장굴이 7%(236톤)임
- 뉴질랜드산은 전체수입량인 42톤 모두 냉동이며, 호주산은 38톤 수입 중 26톤인 70%가 냉동굴이고, 30%인 11톤이 신선·냉장임
- 중국산은 수입물량이 37톤에 불과하지만, 신선·냉장이 24톤으로 67%, 냉동굴이 12톤으로 33%임

■ 가공 및 소비형태

- 생식용과 가열조리용으로 구분되는데, 생식용 굴은 나베(찌개), 생굴형태로 소비되고 가열조리용은 나베, 튀김형태 등으로 소비되고 있음



- 생식용 굴은 알굴(깐굴), 패각굴 형태로 유통·소비되며, 굴 전문 레스토랑 등 외식업체에서 소비되고 있음
- 튀김용 굴은 가정 및 외식업체에서 냉동형태로 유통·소비되는데, 2011년 튀김용 굴 생산량은 9,290톤, 생산액은 6천 540백만엔으로, 각각 전년대비 95.7%, 88.8% 수준에 불과한데, 이는 주요 수요처인 외식산업의 수요감소가 원인임

굴 튀김 소비동향

(단위 : 톤, 백만엔, %)

	수량			금액		
	2010년	2011년	증감율	2010년	2011년	증감율
굴튀김	9,711	9,290	95.7	7,364	6,540	88.8

(자료 : (사)일본냉동식품협회)

- 한국산 수입은 2011년 전년대비 23% 상승한 4천 89톤으로 냉동굴이 대부분이었지만, 도호쿠대지진으로 인한 수요감소로 재고가 발생하여 판매가 어려웠음
- 2012년 5월은 미국의 대한국산 이매패 금수조치로 대일본수출이 29% 감소하는 등, 고전을 면치 못하고 있음

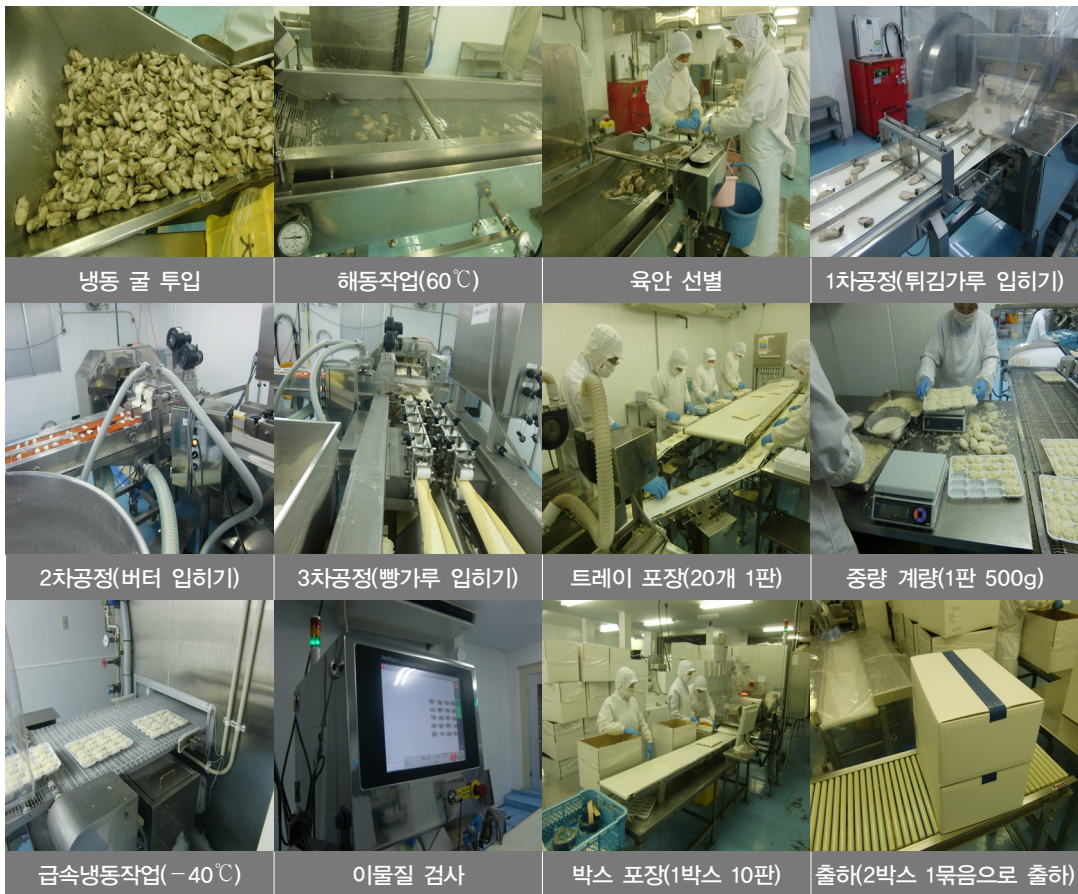
향후 소비전망

- 2011년 일본의 한국산 굴 수입은 2,925톤으로 전년대비 27.6% 증가함
- 미국의 한국산 굴에 대한 금수조치와 2011년 냉동굴 수입재고 소진의 어려움으로 2012년은 7월 현재 누계수입액이 전년(2,292백만엔)대비 24.2% 감소한 1,739백만엔임
- 도호쿠대지진로 인한 일본의 2대 굴 산지인 미야기현의 피해발생으로 당분간 생산 감소가 예상되므로 일본내의 수요증가라는 호재만 있다면 한국산 굴의 수요증가가 예상됨

〈튀김 굴 작업(굴 현지 조사 - 히로시마)〉

- 전년에 작업한 냉동 굴을 10~15g 정도 사용하며, 3단계 공정을 거쳐 완성됨
- 2박스로 된 1묶음이 9,000엔의 업무용으로 출하되며, 1판(20개/500g)에 450엔으로 출하된 굴의 소매가격은 1,000엔 정도로 조사됨

┃ 일본 굴 튀김 공정 ┃



5 수출입 동향

■ 국가별 수입 동향

- 2011년 굴 수입량은 전년대비 24.5% 증가한 5,231톤이며, 그중 한국산이 전년대비 23% 증가한 4,894톤으로 전체의 93.6%를 차지함
- 미국산은 전체수입량 중 2.4%인 124톤이지만, 전년대비 600% 이상으로 큰 폭의 증가를 하였으며, 뉴질랜드산도 99톤으로 37.5% 증가하였음
- 중국산은 3.1% 감소, 호주산은 33.9% 감소하였음

■ 일본 굴의 수입동향 ■

(단위 : 백만엔, 톤, %)

구분	수량					금액				
	2008	2009	2010	2011	전년비	2008	2009	2010	2011	전년비
합계	3,685	2,900	4,201	5,231	24.5	1,977	1,574	2,476	3,178	28.4
한국	3,408	2,712	3,979	4,894	23.0	1,722	1,424	2,292	2,925	27.6
중국	81	75	65	63	△3.1	34	30	24	25	4.2
미국	26	30	17	124	629.4	32	30	18	53	194.4
호주	69	26	62	41	△33.9	70	26	58	51	△12.1
뉴질랜드	94	52	72	99	37.5	113	61	79	117	48.1

자료 : 일본 무역통계

■ 경쟁국 동향

- 평균수입가격을 보면, 한국산이 500엔대, 중국산이 300엔대, 호주산이 1,000대, 미국산이 900엔대, 뉴질랜드산이 1,000엔대에 위치함
- 2011년 전체수입량에서 한국산이 93.6%, 중국산 1.2%, 미국산 2.4%, 뉴질랜드산 1.9%, 호주산이 0.8%였으며, 전체수입액으로는 한국산 92%, 중국산 0.78%, 미국 1.7%, 뉴질랜드산이 3.7%, 호주산이 1.6%를 차지함

- 2009년 굴 생산국은 전 세계 50여개국으로, 그중 중국이 전체의 79%인 350만 3,782톤을 생산하였으며, 이어서 한국(6.0%), 일본(4.7%), 미국(4.3%) 순이었음 (한국해양수산개발원)

■ 수입산 굴 가격동향 ■

(단위 : 엔/kg)

구 분	수입 가격	
2009년	한국산	525
	호주산	983
	중국산	396
	미국산	997
	뉴질랜드산	1,168
2010년	한국산	576
	호주산	933
	중국산	369
	미국산	1,084
	뉴질랜드	1,099
2011년	한국산	598
	호주산	1,227
	미국산	428
	중국산	399
	뉴질랜드	1,182

주) 활, 신선, 냉장, 냉동 혼재
출처 : 재무성 무역통계

■ 주요 국가별 굴 생산량 (상위 5개국) ■

(단위 : 천 톤,%)

구분	1993	2000	2007	2008	2009
총생산량	2,033(100.0)	3,859(100.0)	4,556(100.0)	4,280(100.0)	4,436(100.0)
중 국	1,029(50.6)	2,905(75.3)	3,509(77.0)	3,354(78.4)	3,504(79.0)
한 국	286(14.1)	193(5.0)	351(7.7)	279(6.5)	265(6.0)
일 본	236(11.6)	221(5.7)	204(4.5)	190(4.4)	210(4.7)
미 국	206(10.1)	248(6.4)	192(4.2)	173(4.0)	189(4.3)
프랑스	145(7.1)	136(3.5)	113(2.5)	105(2.5)	105(2.4)
기 타	131(6.4)	156(4.0)	187(4.1)	177(4.1)	163(3.7)

주 : 1) ()안의 수치는 생산비율을 나타냄
2) 각부 중량 기준 자연산과 양식산 전체 합계임
자료 : FAO(<http://www.fao.org>)



6 통관 및 수입검사

관세현황

- 명 칭 : Oyster(영문) / 카키(牡蛎 : 일본)
- H S 코드 및 관세율

H S 번호	품 명	실행관세율
0307.11 - 000	굴(활, 신선, 냉장)	7%
0307.19 - 100	굴(냉동)	
0307.19 - 300	굴(건조, 염장, 염수절입)	10.5%
0307.19 - 290	굴(패주 제외, 훈제)	

주) 2011년은 0307.10-100(활, 신선, 냉장, 냉동), 0307.10-200(건조, 염장, 염수절입)

포장 및 라벨링 규정

- 굴의 포장지에는 채취해역을, 혼합 굴은 모든 채취해역을 표기해야함
- 수입산 굴은 원산지와 채취해역을 병기해야 함

굴 표기 예시(가열조리용)

- 생식용 굴
 - 표시 사항을 녹색으로 표시
 - 일련 표시 외에 백지에 적색으로 '생식용'의 문자를 표시
- 가열조리용 굴
 - 표시 사항을 흑색으로 표시

굴 포장 및 표시 예시(히로시마산)

가열조리용 굴(히로시마산)



- 용도별 : 가열조리용
- 명칭 : 생굴
- 내용량 : 80g
- 소비기한 : 00년00월00일
- 가공소재지 : 000
- 가공자명 : 구니히로주식회사
- 보존기준 : 0~10℃
- 채취해역 : 히로시마해역

생식용 굴(히로시마산)

껍질있는 굴(히로시마산)



名称	殻付かき		
用途	生食用		
加工日	2011年 3月 7日	消費期限	2011年 3月10日
保存方法	要冷蔵 10℃以下で保存		
加工者	株式会社 日本かきセンター 広島県呉市倉橋町大亀13490番4号 TEL : 0823-50-3033		
採取海域	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		

【ご注意】 ●生鮮食品ですのでお早めにお召し上がりください。●殻が汚れている場合がありますので、たわし等で洗ってお召し上がりください。●お召し上がりになる際、殻で手等を傷つけないように十分に注意してください。

■ 검역규정

- 한국산 이매패 및 그 가공품의 대일본수출은 한국정부 발행의 '원산지증명서'가 필요하며, 원산지증명서 미제출시 마취성패독 및 하혈성패독 검사를 거쳐야 함 (※ 마취성패독 4mu/g, 하혈성패독 0.05mu/g 기준치)



7 한국산 수출확대방안

■ 한국산 수입규모 및 점유율

- 한국산 굴의 대일본수출은 2010년 3,979톤이었지만, 2011년은 23% 증가한 4,894톤으로 일본내 수입 굴 시장의 93%였으나, 2012년 9월 현재까지 전년대비 29% 감소한 3,335톤 수출함

■ 한국산 선호도

- 한국산 수입 굴은 대부분 8~10kg로 냉동포장 굴 형태로 수입된 것은 튀김용 원료로 유통되고, 신선냉장 굴 형태로 수입된 것은 가열조리용으로 유통됨

■ 한국산 굴 수입내역 ■

(단위 : kg, %)

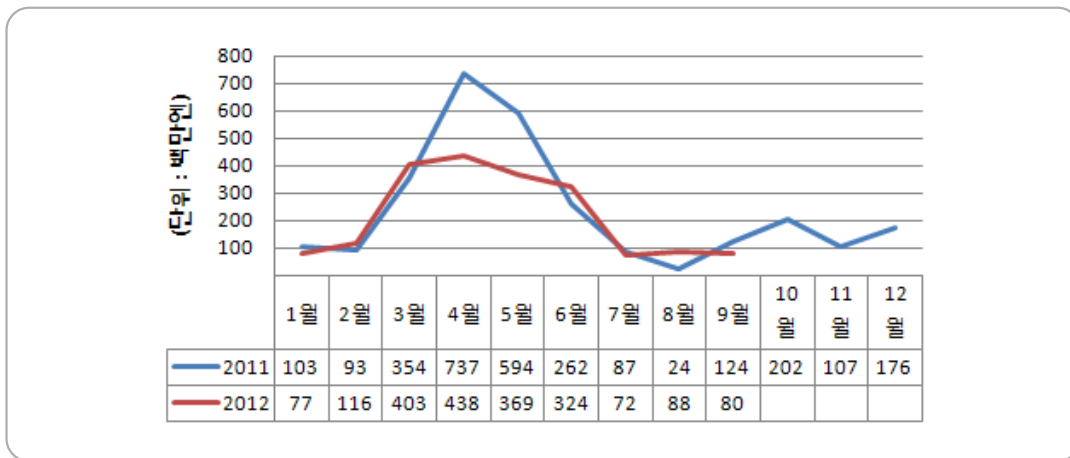
구분	신선냉장	냉동	혼제	계
수량	236,260	3,045,691	53,714	3,335,665
점유율	7.1	91.3	1.6	100.0

주) 2012년 9월 누계

■ 경쟁국 대비 장단점

- 한국산 굴이 대부분 냉동형태로 수입되는 것에 비해, 중국, 미국, 호주는 양은 적어도 신선·냉장형태의 수입이 냉동보다 많거나 한국산보다 높게 나타남
- 호주산은 패각 자체로 수입되어 굴 전문점에서 판매되는 등 생식용에 강한 경쟁력이 있음
- 가격은 kg당 한국산이 500~600엔대, 중국산 300엔대, 호주산 1,200엔~1,300엔대임

한국 굴 수입동향



일본 수입 굴 형태별 구분(2012년 1~9월 누계)

(단위 : kg, %)

	전체	한국	중국	미국	뉴질랜드	호주
신선냉장	296,617	236,260	24,912	15,907	-	11,727
냉동	3,144,899	3,045,691	12,350	17,794	42,292	26,772
훈제	53,714	53,714	-	-	-	-
계	3,495,230	3,335,665	37,262	33,701	42,292	38,499

경쟁국 마케팅 전략 및 시사점

- 일본의 굴 수입시장에서 한국산이 93%로 압도적인 점유율을 보이고 있지만 최근 미국, 호주, 뉴질랜드 등지에서 굴 수입이 증가하고 있어 주시해야함
- 인근 국가인 중국과 경쟁이 예상되는 만큼 위생측면의 강화로 차별화하여 일본 소비자들에게 한국산 굴에 대한 안전한 이미지를 각인시켜야 함

수출확대방안

- 시장지위확립 및 홍보활동
 - 업계관계자들은 한국산 굴의 우수한 품질을 인정하지만 일반소비자에게는 인지도가 낮아, 일반 소매유통점에서 ‘한국산’임을 내건 판매에 어려움이 있으므로, 소매유통점에서 ‘한국산 굴’의 시식 및 메뉴 제안과 같은 홍보활동이 필요함
 - 한국산 생굴의 최대생산기는 11월이지만, 일본의 최대산지인 히로시마산 생굴의 최대생산기는 1~2월이므로 11월부터 연말까지 생굴의 틈새시장을 공략해야함
- 목표 소비자
 - 한국산 굴의 수출확대를 위해 일반소비자를 대상으로 ‘한국산 굴 탐방’ 방송 프로그램을 제작·방영하여 이미지 제고효과를 꾀하는 홍보전략이 필요함
 - 다양한 한국산 굴 요리 개발로 향후 주요 소비층이 될 젊은 층 공략이 필요함
- 한국산 굴의 품질은 우수하나 이에 대한 일본소비자들의 인식이 부족하여 소매판매에는 한계가 있어 주로 외식업체를 대상으로 한 업무용으로 출하되는 상황으로, 판매확대를 위해서는 일반소비자를 대상으로 한 이미지 홍보 전략이 필요함

8 기타

※ 관련 사이트

- 일본 농림수산업성 www.maff.go.jp
- 수산청 수산물유통조사 www.market.jafic.or.jp
- 재무성 www.customs.go.jp
- 재단법인 일본관세협회 www.kanzei.or.jp
- 도쿄중앙도매시장 www.shijou.metro.tokyo.jp
- 오사카중앙도매시장 www.shijou.city.osaka.jp

- 나고야도매시장 www.city.nagoya.jp
- JF 전어런 www.zengyoren.or.jp
- 전국김패류어업협동조합연합회 www.zennori.or.jp
- 히로시마시 수산진흥센터 www.suisansc.or.jp

※ 굴 관련 수입업체

상호명	업태
(주) 오션포인트	굴 수입·가공·판매 전문
(주) 노수이	수산물, 냉동식품 제조·판매
(주) 쿠니히로	생굴 등 신선어패류 가공판매, 냉동식품 및 냉장식품 제조·판매
(주) 이토츄상사	한국산 냉동굴 수입

8장 간지



미역/일본

1 시장개요

■ 시장규모

- 일본 미역시장은 연간 450억엔 규모의 김 다음으로 큰 수산해조류 시장이며, 구입 빈도도 김(45%) 다음으로 자주 구입(27%)하는 해조류 품목임
- 연간 생산량은 '76년 14만 6천톤에서 2011년 1만 8천톤으로 크게 감소하였으며, 전체공급량도 2006년도까지 10만톤 이상을 유지하였지만 2007년도부터 10만톤 이하로 감소하여 2011년은 6만톤대까지 하락함

■ 시장여건

- 미역은 김과 함께 예로부터 일본인에게 친숙한 해초류로 된장국을 비롯한 일식에서 항상 볼 수 있으며, 최근은 건강·미용식품으로도 인기 있으며 양식기술 개발과 수입산 미역으로 부족한 수요를 충당하고 있음
- 일본의 미역시장은 중국산이 50%, 한국산이 30%, 일본산이 20%를 차지하는데 일본산의 97%가 양식미역임

2 생산동향

■ 주요 생산품종

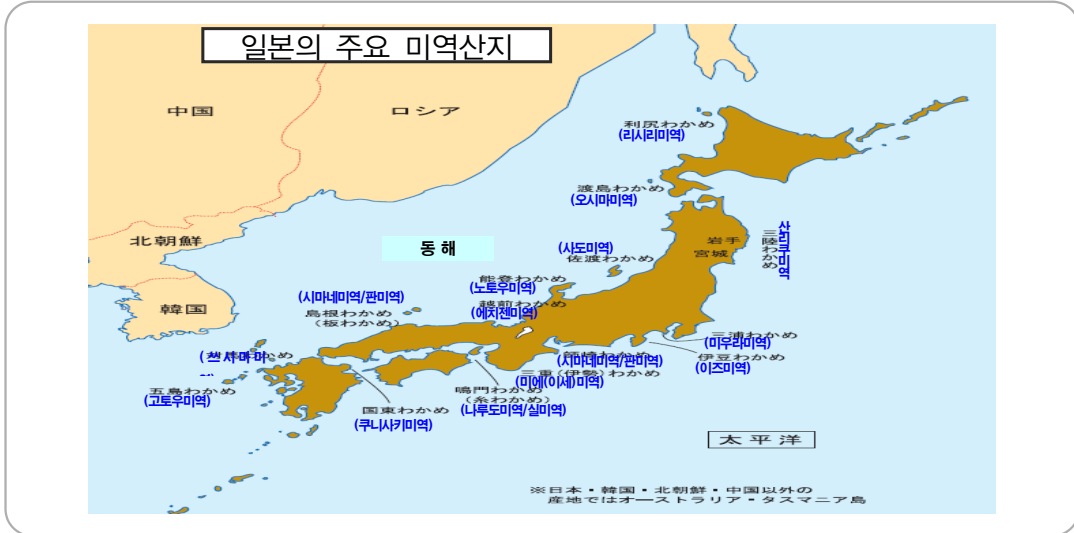
- 갈조류 다시마목에 속하는 미역은 조몽시대 유적에서 출토되는 등 고대부터 일본의 식재료로 사용되어왔으며 주요분포지역은 북쪽의 홋카이도(태평양쪽은 모로란까지, 동해쪽은 레분도까지)와 남쪽의 가고시마(사츠마반도의 야마카와초까지)임
- 주요 품종으로는 북방계 미역(난부미역)과 남방계 미역(나루토미역)으로 구분됨
 - 북방계 미역¹⁾을 『三陸미역(난부미역)』, 남방계 미역²⁾을 『鳴門미역(나루토미역)』이라고 하며 각각 형태와 맛이 다름

■ 미역 생산품종 ■

구분	난부미역(ナンブワカメ) (三陸 미역)	나루토미역(ナルトワカメ) (鳴門 미역)
사진		
특징	산리쿠연안 및 홋카이도연안에 주로 서식하나, 조류가 거센 기타지역에도 서식하며 양식에 적합한 품종으로, 짙은 녹색을 띠며 크고 줄기가 긴 특징을 가지고 있으며, 봄부터 초여름까지의 생미역이 풍미가 좋고 주로 생식, 샐러드, 식초절임용으로 소비됨	도쿠시마 나루토지역과 같은 얇은 바다에 서식하고, 작고 줄기가 짧으며 포자엽과 영양엽이 연결된 것이 특징으로, 혼슈태평양연안 중 남부와 일본 간서지구에서 많이 소비됨
학명	Undaria pinnatifida var. distans	Undaria pinnatifida f. narutensis

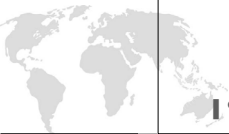
1) 북방 : 주로 三陸(아오모리현, 이와테현, 미야기현)에 걸친 태평양 연안
 2) 남방 : 주로 鳴門(도쿠시마현 나루토시와 효고현 아와지섬의 해협

일본의 주요 미역 산지

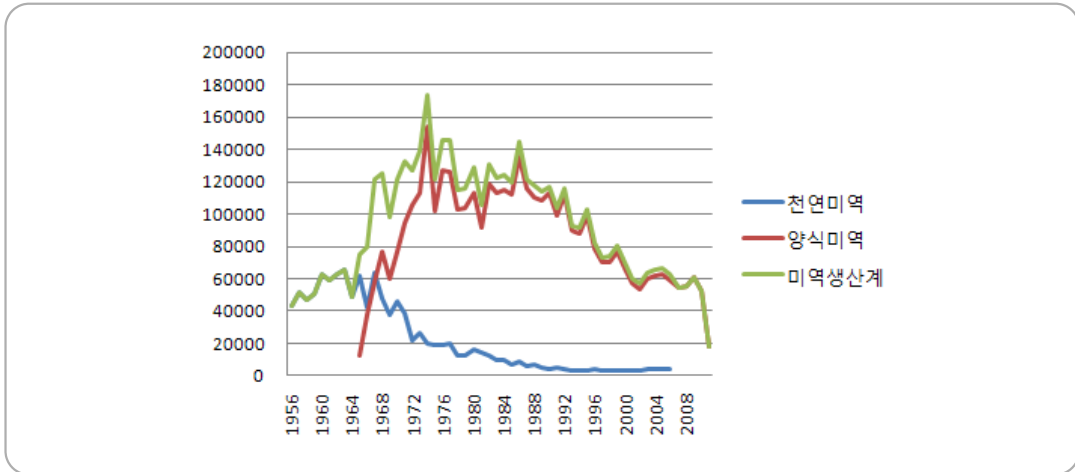


생산현황

- 일본의 자연산 미역은 가을에 재배를 시작하여 이듬해 봄~초여름 사이에 수확함
- '53년부터 미야기현에서 양식이 시작된 이래로 '68년 양식산(7만7천톤)이 자연산 생산량(4만8천톤)보다 많아지며 생산량은 12만톤을 상회하기 시작하였음
- 이후 양식기술과 가공기술의 발전으로 안정적인 수확량 확보와 고급미역의 생산 및 공급이 가능해짐으로써 수요가 현저히 증가하였고 이로 인해 한국산과 중국산의 수입도 증가함
- 2011년 도호쿠대지진으로 가장 많은 피해를 입은 수산물 품목 중 하나지만, 미역의 특성상 단기간 재배가 가능하여 2012년은 예년생산량의 60~70% 정도를 생산 및 출하할 전망임
- 미역류 생산은 2010년 전년대비 14.4% 감소하였고, 2011년 큰 폭의 미역생산량 하락은 미역류 주요산지인 이와테, 미야기현의 대지진 피해로 인한 것임



미역 생산동향



일본 미역류 생산량 및 생산액 동향

(단위 : 톤, 백만엔)

	수 량				금 액			
	2009	2010	2011	증감율	2009	2010	2011	증감율
전국계	61,215	52,393	18,400	△64.9	10,840	8,302	-	-
이와테	27,137	19,492	20	△99.9	4,697	3,036	-	-
미야기	20,977	19,468	3,300	△83.0	4,153	3,310	-	-
도쿠시마	5,957	6,442	6,800	5.6	709	596	-	-
나가사키	1,205	1,084	1,100	1.5	137	120	-	-

자료 : 농림수산성 통계

미역 양식 및 건조 풍경



■ 일본의 미역 수급동향

- 일본내 미역수요는 2006년까지 10만톤대를 유지하다가 이후 점차 감소하여 2011년은 6만톤대까지 하락하였음
- 2010년까지는 일본산 67%, 수입산 33%로 일본산이 더 많았지만, 2011년 도호쿠대지진 피해의 영향으로 최대산지인 미야기현이 파괴되어 총공급량의 비율이 일본산 30%, 수입산 70%로 역전되었음

■ 일본산 생산증감 원인분석

- ▶ 2011년 일본산 미역생산은 1만 8천톤으로 정점이었던 1974년의 17만톤에 비해 90% 감소하였음
- ▶ 중국산 위주로의 수입산 증가에 따른 미역 양식어가의 경영악화와 어업인의 고령화가 주요 원인이나, 생산지역도 이와테현·미야기현 일대의 '산리쿠미역'과 도쿠시마현·효고현의 '나루토미역'이 전국 생산량의 80%를 차지하는 극심한 지역편중이 낳은 산지확대의 어려움이 또 다른 원인으로 분석됨
- ▶ 또한, 2011년 도호쿠대지진 재해로 주산지인 동북지역이 큰 피해를 입어 완전한 생산시설 및 수요 복구는 시간이 걸릴 것으로 보임

■ 일본 미역 수급동향

(단위 : 톤)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	증감율
일본내생산량	66,695	62,667	54,249	54,909	61,215	52,393	18,400	△64.9
수입량	51,112	43,874	36,690	27,624	24,848	25,594	42,685	△66.8
총 공급량	117,807	106,541	90,939	82,533	86,063	77,987	61,085	△21.7

주) 2005년과 2006년은 각각 3,613톤, 3,575톤의 자연산 미역 포함, 2007년부터 자연산 미역은 기타해조류 통계로 편입되어 추적 불가함. (2005년 자연산 미역 3,613톤 중 이와테산 740톤, 미야기산 36톤이었으며, 2006년 자연산 미역 3,575톤 중 이와테산이 1,141톤, 미야기산 16톤이었음)

자료 : 농림수산성 「어업·양식업생산통계연보」, 일본 무역통계

3

유통동향

현지유통구조

- 일본의 미역출하는 대략 2월초부터 시작되며, 어협미역유통센터에서 입찰을 거쳐 전국에 유통됨
- 생산·가공된 미역은 우선 현내 13개 집하소에서 검사원에 의해 등급이 매겨진 후, 상자(상자당 15kg)에 담겨져 센터(어협미역유통센터)로 이동되는데 이것을 약 50여명의 중개매입자가 입찰하는 구조임
- 입찰은 10일에 1회 정도 실시되며, 보통 4월말까지 11회 정도 열림 (2010년도 미야기현 산리쿠 미역 입찰 정보 참고 : 아사히신문 2010년 2월 26일자)

최근 동향-미역

2011년부터 미역유통은 검사원이 등급을 매긴 후, 검사원이 전산시스템에 「생산자」, 「등급」, 「가공일」과 같은 정보를 입력하면 입찰시 상자에 이러한 정보를 담은 바코드가 부착되는데 이러한 정보는 어협 컴퓨터에도 등록되어 품질에 문제가 발생할 경우 유통경로를 추적할 수 있는 생산이력제 실시의 시작이 되었음

- 미역 유통은 등급별로 가격이 책정되어 유통됨.

미역의 품질평가, 등급

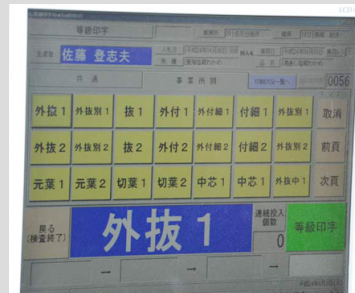
평가항목

- 품질 : 잎의 부드러움과 탄력, 이물질 및 마른 잎의 여부 등
- 빛깔 : 선명한 녹색으로 균일한 빛깔인지
- 향미 : 향미가 뛰어난지, 냄새가 이상하거나 곰팡이 냄새가 나는지
- 형태 : 원엽(元葉), 심(芯)을 충분히 제거했는지, 잎의 수축이 좋은지 등

- 수분 : 등급에 관계없이 수분량 60% 이하가 유통미역의 조건
- 염분량 : 염분 함유량 40% 이하가 유통미역의 조건으로 염분 제거정도가 등급에 영향을 미침
- 이물질 : 이물질이 섞여 들어가 있지 않은 것

▶ 등급 명칭

- 외(外) : 외양(外洋)에서 양식한 것
- 발(拔) : 심(芯)을 제거한 것
- 부(付) : 심(芯)이 붙어있는 것
- 단(短) : 짧은 것
- 세(細) : 가는 것
- 대엽(大葉) : 잎이 너무 자라 큰 것
- 중(中) : 수분 제거가 덜된 것
- 별(別) : 구멍이 뚫린 것



▶ 등급표현 사례

外抜1 外洋で養殖し,芯を抜いた1等級品 最も高い値が付く (외양에서 양식하여, 심을 제거한 1등급품)

外抜2 上記の2等級品 (상기의 2등급품)

外抜別1 外洋芯抜きだが穴が開いている (외양에서 양식하고 심을 제거했으나 구멍이 뚫려있다)

外抜中1 外洋芯抜きだが水分が多い (외양에서 양식하고 심을 제거했으나 수분이 많다)

外抜大葉1 外洋芯抜きだが葉が大きい(외양에서 양식하고 심을 제거했으나 잎이 크다)

抜1 内陸近くや内湾で養殖された芯抜き(내륙 가까이 내항에서 양식하고 심을 제거한 것)

外付1 外洋で養殖した芯付き(외양에서 양식하고 심이 붙은 것)

付短1 内陸近くや内湾で養殖した芯付きで短いもの(내륙 가까이 내항에서 양식한 심이 붙은 짧은 것)

切葉1 別の等級外。穴が大きかったり,千切れているもの。訳あり的な扱い(별도 등급외, 구멍이 커거나, 찢어져 있는 것.)



元葉¹ 葉の根元の短い部分。細かく柔らかいので人によっては好む (잎의 뿌리가 짧은 부분. 가늘고 부드러워 사람에게 따라서는 선호한다)
 申芯 抜いた芯 (제거한 심)

■ 타 수입산 진출현황

- 1980년대 말부터 중국산 미역이 수입되고 있으며 2000년, 2001년 일본산 이와테 현산 미역 가격이 급락하였지만, 2002년과 2003년 가격은 안정됨
- 소비자는 ‘산리쿠’산지 브랜드를 매우 좋게 여기기 때문에 현지소비자를 대상으로 산지 브랜드이미지를 활용하여 구매를 진작시켜야 함
- 소비자관능검사³⁾결과로 보면 수입산 미역에 대한 소비자들의 평가가 가격수준에 비해 매우 높은 편으로, 일본산의 가격을 수입산의 1.5배 수준으로 매김(실제로는 일본산이 수입산보다 3~5배 높은 수준임)
- 가정에서 매주 한번 정도 도니장국, 초절임, 샐러드를 주로 먹으며, 1회 소비량이 적은 편이므로 소비자가 다양한 요리의 재료로 활용할 수 있도록 미역요리메뉴 개발이 필요하며, 물에 바로 넣을 수 있는 포장제품의 소형화 등이 요구됨
- 일본산 미역은 주로 중장년층이 좋아하는 따뜻한 물에 데우는 엽장미역에서 강세이나 시장점유율이 갈수록 감소하고 있으며, 시장점유율이 높고 소비가 증가하고 있는 메카부(미역귀), 자른 미역 등은 중국산 위주의 수입산임
- 청장년층의 미역상품 구매가 특히 미역국에서 급감함과 동시에, 산리쿠 브랜드인 지도가 하락하고 있어 산리쿠산 엽장미역의 시장점유율이 줄어들 것으로 전망됨

3) 관능검사(官能検査): 사람의 감각에 의해 하는 측정법으로 심리계측법의 하나이며, 특히 빛깔, 맛, 향기 등 기호에 관한 것은 물리·화학적 계측법으로서는 종합적인 평가를 하기 어렵기 때문에 관능검사가 자주 이용됨

■ 산지별 미역상품 가격 의식조사 결과 ■

(단위 : 엔/200g)

	이와테산	미야기산	나루토산	중국산	한국산
평균	294	282	254	193	198
중앙값	300	300	250	200	200
최빈값	300	300	300	200	100
최소	50	100	50	0	0
최대	600	600	600	500	500
-	-	-	-	-	-
표본수	194	194	194	191	190

주) 200g들이 염장미역상품(따뜻한 물에 불린 상태)에 관한 설문조사를 실시함
출처) 2002년~2005년 미역유통의 구조적 문제(이와테현수산기술센터)

■ 수입산별 용도 및 특징 ■

	용도	특징
한국산	된장국이나 면류의 양념류	잎의 육질은 조금 얇고 부드러워 된장국이나 면류에 어울림
중국산	된장국, 오차즈케, 후리카케 등	중국산은 최근 산리쿠미역을 사용하여 육질이 향상되었으며 잎이 부드럽고 선명한 녹색이 특징임

■ 가격동향(자국산 대비 수입산 가격 비교)

- ▶ 2011년 도호쿠대지진 발생 후 처음 열리는 2012년산 이와테현산 양식미역 입찰회가 3월 22일 오후나토시(大船渡市)의 현어련남부지소에서 개최되어, 미야고시 오모에(重茂)산이 2만5천엔/10kg으로 사상 최고가를 경신함
- ▶ 오후나와타리시와 요시하마(오후나와타리시), 산릭쿠야마다, 오모에(미야고시)의 4개어련이 염장미역계 110케이스(1케이스 15kg)을 상장하여, 현내외 매입자 31개사가 참여하였음
- ▶ 입찰 결과, 오모에의 심제거 1등급(10kg)이 최고가인 2만 5천엔으로 전년 봄의 대지진 발생 전에 개최된 '11년도 제1회 입찰회의 최고가 1만 4800엔보다 1만엔 가량 높았으며, 오후나와타리시어협의 1등급은 2만 333엔으로 낙찰되었는데 지금까지의 최고가는 '08년 노다무라산(野田村産) 2만 1003엔이었음
출처 : 이와테일보(2012.3.23)



● 산지 가격동향

■ 일본산 미역산지 가격동향 ■

(단위 : 톤, 엔/kg)

연도	생산어항	생미역		건조미역	
		어획량	평균가격	생산량	평균가격
2009년	184	416	216	6	3,008
2010년	199	662	200	10	3,979
2011년	155	1,455	305	6	4,445

● 소비지 시장동향

■ 도쿄도중앙도매시장 미역 거래동향 ■

(단위 : kg, 엔/kg)

	생미역		건조미역		소금절임	
	거래량	평균단가	거래량	평균단가	거래량	평균단가
2009년	1,251,949	359	12,377	528	970,254	440
2010년	1,154,349	362	12,414	593	987,203	418
2011년	886,620	420	17,660	625	1,052,872	477

● 소매 가격

















－ 소매 유통점 가격

유통매장	코프	아프로
판매가격	중국산 컷 미역 3.4엔/g(118엔/35g) 한국산 컷 미역 5엔/g(178엔/35g)	일본산 컷 미역 22엔/g(398엔/18g)

－ 인터넷 판매가격

- 일본산 나루토미역은 앞건조미역이 g당 8.4~14엔, 줄기건조미역이 7엔, 염장앞생미역이 1엔대, 염장줄기생미역이 0.5엔대로 되고 있음
- 산리쿠산 생미역은 g당 4.6엔

| 인터넷 판매가격 현황 |

이미지				
제조사명		아와타수산	아와타수산	아와타수산
상품명	건조나루토미역(컷) 15g	나루토 실 건조미역	건조미역	나루토건조미역(줄기)
원산지	나루토산	나루토산	일본	나루토
용도및특징	컷 미역			일본요리, 양식요리등
소매가격	298	100g 1,365엔/1kg 8,400엔	50g420엔/500g 3,150엔	100g 735엔
단가(엔/g)	19.9	8.4 ~ 13.65	6.3 ~ 8.4	7.35
이미지				
제조사명	아와타수산	아와타수산	아와타수산	마츠사쿠
상품명	나루토염장생미역	나루토염장생줄기미역	나루토염장생미역	건조메카부업무용 1kg
원산지	나루토	나루토	나루토	일본
용도및특징	일본요리	일본요리	잎과 줄기포함	업무용
소매가격	500g 735엔/1kg 1260엔	1kg 498엔	1kg 840엔	4650
단가(엔/g)	1.26~1.47	0.5	0.84	4.65
이미지				
제조사명	마츠사쿠	히카해조	해조도매(라쿠텐)	해조도매(라쿠텐)
상품명	건조메카부 100g	냉동횡감용미역 200g	북 산리쿠 천연 미역	염장미역줄기 500g
원산지	일본	일본	산리쿠	산리쿠
용도및특징	소매용	냉동 생식용	-	-
소매가격	525	500	150g 966엔	500
단가(엔/g)	5.25	2.5	6.4	1
이미지				
제조사명	해조도매(라쿠텐)	오이가와쇼텐(라쿠텐)	라쿠텐 판매	라쿠텐 판매
상품명	생식용 컷 미역	건조 컷 미역 500g	염장미역줄기	즉석요리미역
원산지	한국산	한국산	한국산	한국산
용도및특징	생식용	-	-	즉석용리
소매가격	80g 693엔	1352	500g 298엔	80g 798엔
단가(엔/g)	8.7	2.7	0.6	10



4 소비동향

■ 미역 소비 및 가공기술 발달 현황

- 일본에서의 미역소비는 주로 염장미역에서 발생하는데 전체미역의 약 90%를 차지하며, 건조미역도 다양한 형태로 인기를 끌고 있음
- 미역은 양식생산이 정착된 이래로 품질과 수확량이 안정된 이후 생염장미역이 개발되어 소비가 비약적으로 확대되었으며 이후 생미역을 90℃ 정도의 뜨거운 물에 30~40초 삶아 해수에서 냉각 후 염장해 열을 가한 염장미역이 이와테현에서 개발되었는데 이는 엽록소의 녹색이 아름답게 보존되고 조리가 간단해 많은 가정에서 일상적으로 이용하게 됨
- 이후 열을 가한 염장미역을 가늘게 잘라 건조시킨 자른 미역이 간편성과 보존성으로 소비자들에게 큰 환영을 받았으며, 업소용과 인스턴트식품의 재료 등으로 수요가 확대되어 현재, 가공제품의 주류를 이루고 있음
- 기존제품을 생산하는 것만으로는 소비량 확대에 한계가 있어 이와테현 수산기술 센터에서는 2002년 1월 ‘냉동 생미역’ 신제품을 개발하여 편의점 미역샐러드의 재료로 쓰이는 등의 성과를 나타냄
- 수입산은 데친 염장미역이 대부분이고 건조품은 토산품 같은 특산품이 많으며 한국산은 염장미역 외에 자른 미역으로도 수입되고 있음

■ 미역의 가공법 및 주요 특산품

- 1965년 이전의 자연산 미역을 채취하던 시절에는 산지 특유의 건조미역 가공법이 발전하였는데, 생미역을 바다에서 씻어 건조한 자연건조미역과 담수(淡水)에서 씻어 건조시켜 소금을 뺀 미역, 열을 가해 그늘에서 말린 데친 미역이 이들 가공법을 거친 것들임

- 나가사키현에서는 잎을 손으로 찢어 건조시킨 『모미와카메(もみわかめ)』가 있고, 이세(伊勢)특산품인 『실미역(糸わかめ)』은 잎을 가늘게 잘라 건조시킨 것을 말하는데, 도쿠시마산 나루토지방에서는 『나루토(鳴門)미역』, 산리쿠(三陸)연안에서는 가늘게 잘라 건조시킨 『三陸미역』이 생산되고 있으며, 동해에서 생산되는 미역은 열고 얇고 부드러워 잎을 넓혀 잎과 잎의 선단을 합쳐 맞춘 판자형으로 건조시킨 『이타와카메(板わかめ)』로 전장 김처럼 가공해 시판되고 있는데, 돗토리, 시마네, 이시카와현의 것이 유명함

I 다양한 가공형태의 미역제품 I

- ▶ 염장미역 : 데친 후 냉각해 소금을 첨가해 탈수한 것과 소금을 첨가하지 않고 건조한 것에 따라 부드러움의 정도가 다르며 소금을 제거해 사용함
- ▶ 소금제거미역 : 채취 후 줄기 부분을 잘라, 열탕으로 데친 후 냉수로 식히고 건조한 것
- ▶ 목회건조미역(灰干しわかめ) : 나무 탄 재(木灰)를 수차례 발라서 햇볕건조를 반복한 것으로, 담수로 재를 씻어내면 특히 선명한 녹색이 된다.
- ▶ 실미역(糸わかめ) : (나루토산/鳴門産) 나무 탄 재로 건조한 것을 씻어내고 소금을 제거한 이것의 심을 제거하고 잎 부분을 찢어 건조한 것으로, 가는 것일수록 좋은 품질이며, 일반적으로 「미역의 왕」이라고 평가되고 있음(이세산/伊勢産) 심을 제거하고 나서 잎 부분을 찢어 건조한 것
- ▶ 판자미역(板わかめ) : 물가에 펼쳐놓은 세이로(蒸籠/대나무로 만든 찜통) 위에 미역을 한 장씩 펼쳐 천일건조하고 불로 그을려 먹음
- ▶ 커트 미역 : 생 미역(열탕을 거친 염장미역)을 물로 씻고 잘라서 건조기로 건조한 것

다양한 가공형태의 미역제품

			
염장미역 (塩蔵わかめ)	실미역 (糸わかめ)	건조미역 (干わかめ)	건조줄기슬라이스미역 (茎わかめスライス)
			
자른 미역 (カットわかめ)	손으로 찢은 미역 (もみわかめ)	판자형 미역 (板わかめ)	목회 건조미역 (灰干しわかめ)

수입산 미역 유통제품

자른미역		염장미역	
한국산	중국산	한국산	중국산
			

구매동향

- 미역의 1인당 연평균 소비량은 985g 정도이며 일본내에서 미역 소비가 가장 많은 곳은 이와테현 모리오카시(1인당 2,201g)로 전국 평균의 2배를 넘는 수준임

■ 지역별 미역 소비동향('09년~'11년 평균) ■

(단위 : g, 엔)

	전국평균	1위	2위	3위	4위	5위
		모리오카시	도쿠시마시	시즈오카시	후쿠시마시	나가노시
소비량	985	2,201	1,735	1,468	1,406	1,386
소비액	1,372	2,786	1,817	1,773	1,884	1,905

출처) 총무성 가계조사 (2인 이상 세대)

■ 미역의 소비행태

- 미역 잎은 된장국, 식초무침, 메밀국수 혹은 라면에 넣거나 후리카케(밥에 뿌려먹음) 등 예로부터의 식용법 외에 2차 가공품인 자른 미역의 등장으로 해초샐러드와 미역국 등 인스턴트식품에도 이용이 확대되고 있음
- 조미미역은 식염, 설탕, 아미노산, 천연엑기스 등의 형태이고 건조제품은 밥에 섞거나 미역밥, 후리카케, 스프의 재료, 구워먹는 미역 등의 형태로 이용됨
- 분말미역은 건조미역을 분말로 만들어 메밀국수나 우동, 빵 등에 넣거나 두부에 섞어 이용하며 즐기미역은 절임과 조림, 또는 가늘게 잘라 건조시켜 해초샐러드에 사용함

■ 미역 요리 및 관련 가공제품

미역 된장국	미역 무침	미역오이 초무침	미역 스프	미역 우동	미역 밥
					
미역 술	미역 센베이(전병)	미역 후리카케	미역 스프제품	미역 즐기	메카부매실과자
					



- 일본미역협회가 인정한 염분(50%이하) 및 수분(60%이내) 조건을 갖춘 것으로 협회의 회원이 제조한 상품에만 부착되는 마크임



5 수출입 동향

수입동향

- 미역은 건조제품의 유통이 일반적이거나 수입산은 염장미역이 주류를 이루고 있으며, 한국산은 염장미역 외에 자른 미역으로도 수입되고 있음
- 2011년 미역의 연간 수입규모는 116억엔으로 전년대비 70.5% 증가했으며, 수입량은 전년대비 66.8% 증가한 42,685톤 수입됨
 - 미역 수입량은 염장미역(신선, 냉장 또는 냉동)이 31,808톤(약 47억엔, 전체 수입액의 40.9%)으로 전체의 74.5%였으며 나머지는 25.5%는 건조미역임
- 국가별 수입비중으로는 최대 수입국인 중국산이 전체의 78%정도이며, 한국산은 전체 수입량의 약 22% 수준인 9,397톤이 수입됨

일본의 미역 수입실적

(단위 : 톤, 백만엔, %)

구 분	수 량				금 액			
	2009	2010	2011	전년대비	2009	2010	2011	전년대비
합 계	24,848	25,595	42,685	66.8	6,666	6,804	11,599	70.5
중 국	19,744	20,275	33,283	64.2	5,332	5,535	8,570	54.8
한 국	5,104	5,320	9,397	76.6	1,333	1,267	3,027	138.9
아르헨티나	-	-	5	-	-	-	2	-
칠레	-	0,04	-	-	-	0,2	-	-
아일랜드	0,1	-	-	-	0,3	-	-	-

자료 : 일본 무역통계

■ 건조미역 ■

(단위 : 톤, 백만엔, %)

구 분	수 량				금 액			
	2009	2010	2011	전년대비	2009	2010	2011	전년대비
계	8,241	8,940	10,878	21.7	4,884	5,015	6,851	36.6
한국	1,003	820	1,461	78.1	821	696	1,504	116.0
중국	7,237	8,120	9,412	15.9	4,063	4,319	5,345	23.8
아일랜드	0.1	-	-	-	0.3	-	-	-
칠레	-	0.05	-	-	-	0.02	-	-
아르헨티나	-	-	5	-	-	-	2	-

자료 : 일본 무역통계

■ 신선, 냉장 또는 냉동(상온보존) ■

(단위 : 톤, 백만엔, %)

구 분	수 량				금 액			
	2009	2010	2011	전년대비	2009	2010	2011	전년대비
계	6,804	5,557	12,094	117.6	779	585	1,584	170.7
한국	1,303	1,197	3,039	154.0	220	196	624	218.2
중국	5,501	4,361	9,055	107.6	559	389	960	146.7

자료 : 일본 무역통계

■ 신선, 냉장 또는 냉동(기타) ■

(단위 : 톤, 백만엔, %)

구 분	수 량				금 액			
	2009	2010	2011	전년대비	2009	2010	2011	전년대비
계	9,803	11,097	19,714	77.7	1,003	1,203	3,165	163.1
한국	2,798	3,303	4,897	48.3	293	375	900	139.9
중국	7,005	7,794	14,816	90.1	711	828	2,265	173.6

자료 : 일본 무역통계

■ 경쟁국별 수입 추이 및 가격 동향

- 수입미역은 가격경쟁력이 강한 중국산의 점유율이 높으나, 중국산은 2007년에 미국 등에서 유해물질이 검출되어 식품안전성 문제가 제기됨에 따라 중국측 검사당국에 의한 수출검사가 강화되어 대일 수출에까지 영향을 미치고 있음



- 중국산 미역 수입 추이 : ('07) 32,814톤 → ('08) 23,549 → ('09) 19,744 → ('10) 20,275 → ('11) 33,283
- 한국산 미역 수입추이 : ('07) 3,875톤 → ('08) 4,075 → ('09)5,104 → ('10) 5,320 → ('11) 9,397
- 주요 국가별 수입단가를 비교해 보면, 건조미역의 경우 한국산이 중국산에 비해 약 1.5~1.8배 정도 높고, 염장미역은 1.7~1.9배 정도 높은 수준임

(단위 : 엔/kg)

	건조미역			염장미역(신선, 냉장 또는 냉동/상온보존)		
	2009년	2010년	2011년	2009년	2010년	2011년
한국산(a)	818	849	1,030	169	164	205
중국산(b)	561	532	568	102	89	106
가격대비(a/b)	1.45	1.59	1.81	1.66	1.84	1.93

출처 : 재무성 무역통계

6 통관 및 수입검사

관세현황

- 명 칭 : Undaria pinnatifida (Harvey) Suringar (학명)
/ Sea mustard, Wakame(영명) /ワカメ(若布) : 일명)



● H S 코드 및 관세율

H S 번호	품 명	실행관세율
1212.21 - 321	미역(건조)	10.5%
21 - 322	미역(상온보존한 것)	
21 - 329	미역(기타)	

주) 2011년은 1212.20-133(건조미역), 1212.20-135(신선, 냉장, 냉동, 상온보존), 1212.20-136(기타)

- 미역의 통관에는 다음과 같은 HS번호가 이에 해당됨
(1212.21 - 321 / 1212.20 - 322 / 1212.20 - 329)
- 미역은 식용해초로 다시마과 미역속에 속하며, 별칭으로 「니기메」, 「메노하」, 「오시키메」라고도 불리는데, 미역속 중 「히로메」, 「오오와케메」는 미역이 아닌 기타의 것으로 분리되어 1212.20 - 139에 해당됨

■ 수입절차

- 식품위생법 관계
 - 판매 목적으로 미역을 수입할 경우에는 반드시 후생노동성검역소 수입식품감시담당에 『식품등 수입신청서』에 필요한 서류를 첨부하여 신청해야하며, 검역소에서 심사 및 검사 후 식품위생법상 문제가 없을 경우 신청서에 『신청완료』 인을 받으며, 미역가공품을 용기포장에 넣어 판매하는 경우에는 식품위생법에 따라 표시가 의무화되어 있음
 - 2006년 5월 29일부터 잔류농약 등의 규제에 관한 포지티브리스트(식품위생법제11조제3항)가 시행되어 주의가 필요함
- 농림물자의 규격화 및 품질표시의 적정화에 관한 법률(JAS법)
 - 동법에 의거, 판매 시 품질표시기준에 따른 표기를 반드시 해야 하는데 수입품의 경우 원산국 표시까지 의무이며, 건조미역, 염장미역에 있어서는 각각의 개별품질표시기준이 정해져 있어 동 기준에 따라 표시를 해야 함



7 한국산 수출확대 방안

■ 타국산과의 경쟁현황

● 중국산

- 미역은 일본요리의 주요 식재료 수요가 많지만, 일본산 미역만으로는 일본내 시장 수요를 충족할 수 없어서 중국에서 많은 양을 수입하고 있는 실정으로, 중국산이 일본 미역수입시장의 약 90%를 차지하고 있음
- 2007년 미국 등지의 유해물질 검출 등 중국산의 식품안전성 문제 발발 이후, 급격한 하락세를 보이며 2만톤 정도까지 감소했으나, 2011년 도호쿠대지진 발생에 따른 일본내 공급 부족으로 수입이 다시 늘어나 과거의 3만톤 수준을 회복하고 있음
- 중국산 미역 수입량 추이 : ('07) 32,814톤 → ('08) 23,549 → ('09)19,744 → ('10) 20,275 → ('11) 33,283

● 한국산

- 한국산은 맛과 가격에서는 좋은 평가를 받지만, 향미는 일본산에 비해 다소 낮은 평가를 받고 있음
- 한국산은 주요 경쟁국인 중국산에 비해 가격경쟁력이 약하지만 중국산에 비해 안전성 및 품질평가가 좋아 매년 증가세임
- 2011년도는 도호쿠대지진 발생 이후 산리쿠산 미역의 대체상품으로 한국산 미역이 떠오르며 품귀현상을 빚는 등 크게 인기를 모으며⁴⁾ 수입량이 크게 증가하고 있음
- 한국산 미역 수입량 추이 : ('07) 3,875톤 → ('08) 4,075 → ('09)5,104 → ('10) 5,320 → ('11) 9,397

■ 향후 전망

- 한국산은 중국산에 비해 가격경쟁력이 약하나 일본 수입유통업자들은 한국산에

4) 특히, 한국산 미역은 씹는 맛이 좋다는 평가를 받고 있음

대한 품질 및 안전성에 대한 신뢰도가 높은 편임

- 최근, 일본의 지속적인 경기침체로 일본 대형유통업체에서 저렴하면서 품질이 양호한 PB상품 개발경쟁이 치열한 가운데, 중국산에 비해 품질이 좋으면서도 안전성이 확보된 한국산 PB상품 개발이 확대되는 추세임
- 일본은 미역 총 공급량 9만톤 중 40% 가량을 수입에 의존하는데 수입산 중 중국산이 약 89%, 한국산은 훨씬 적은 11% 정도에 불과한 상황이지만, 이는 중국산의 낮은 가격대에 기인한 것으로, 최근 원산지 위조사건과 중국산 농식품에 대한 불신 증폭으로 한국산으로의 대체가능성이 높아짐에 따라 한국산 미역의 안정적인 공급 및 양질의 미역 생산으로 수출활로를 넓혀야 함
- 한국산 수출미역제품 구성은 염장미역, 자른 미역, 기타(미역귀, 냉동, 냉장) 등으로 되어있으나, 한국내 제조원가 상승에 따른 수출단가 인상은 반드시 개선되어야 할 과제임

8 기타

※ 관련 사이트

- 일본 농림수산업성 www.maff.go.jp
- 수산청 수산물유통조사 www.market.jafic.or.jp
- 재무성 www.customs.go.jp
- 재단법인 일본관세협회 www.kanzei.or.jp
- 도쿄중앙도매시장 www.shijou.metro.tokyo.jp
- 오사카중앙도매시장 www.shijou.city.osaka.jp
- 나고야도매시장 www.city.nagoya.jp
- JF 전어련 www.zengyoren.or.jp
- 일본미역협회 www.nippon-wakame.com



※ 해조류 관련업체

상호명	업체
다이에이타이젠(大栄太源)	수산물도매회사
니시노물산(西野物産)	자른 미역 제조·판매
토칸(トーカン)	식품도매업
도진(東珍食品)	건조식품 판매

【 일본 미역협회에 가입한 업체 】

(<http://www.nippon-wakame.com>)

秋田物産(株)	(株)麻生商店	(株)阿天坊
(株)飯坂富士商店	(株)伊勢増	(株)伊藤商店
海野海藻店	うわべ食品工業	栄伸物産(株)
戎屋物産(株)	太田油脂(株)	大鶴商店
(株)小川	沖物産(株)	(株)オダカネ
乙女草(株)	(株)鬼沢商店	(有)欠畑商店
カネウフーズ(株)	カネキ海藻(株)	(株)かねしん
カネリョウ海藻	(株)唐津魚市場	(株)川崎食品
(株)川嶋昆布	(有)川秀商店	(有)河邊商店
(株)かわむら	北村物産(株)	(株)木村海藻店
(株)ぎょれん北光	熊谷商店	興永海産(有)
(有)光陽商事	(有)コタニ海藻店	齋藤海藻(株)
佐藤海草(株)	サトウフーズ(株)	サト一食品(株)
(株)佐渡商店	真田物産(株)	三陸海産(株)
(株)さんりくフーズ	此花冷蔵(株)	(株)シマウマ
(株)シミズ	(株)ジャパンスパイス	ジョイフーズ(株)
(株)松栄	末永海産(株)	(株)末広昆布
(有)杉山忠雄商店	西館冷?(株)	セイブ海草(株)
(有)セキマタ	大元昆布海産(株)	大忠食品(株)
大洋物産(株)	(株)ダイワオ?シヤン	東海澱粉(株)
(株)東昆	(株)トーカン	富永貿易(株)
留畑商店	鳴門食品(株)	西村勝?商店
日東海藻(株)	(株)花面商店	原田海藻(有)
(株)半田聖治商店	日高食品工業(株)	ヒロコンフーズ(株)
広伝(株)	富士國物産(株)	(株)藤田商店
布施新海産(株)	(株)堀内関東事業所	(有)本多商店
松本海草(株)	丸栄水産工業(株)	(株)丸上商店
マルダイ海藻(有)	(株)マルトミ	(株)マルニシ
(株)マルハ昆布	(株)マルハニチロ水産	(有)マルヒラ
(株)丸平かつおぶし	(株)丸保原商店	マルやわかめ(株)
(有)丸義海草店	ミツ(株)	三井商店
(株)都平昆布海藻	森屋食品(株)	(株)八木康
(株)山市	(株)ヤマカ	ヤマキ(株)
(株)ヤマコン	(株)山佐屋	(株)山忠
ヤマナカフーズ(株)	ヤマヒコ(株)	(株)ヤマハイフーズ
(株)横井昆布	(株)吉田敏治商店	(株)リアス
(有)リアス海藻店	理研食品(株)	

10장 간지



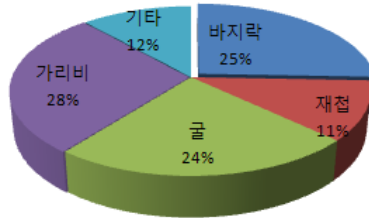
바지락/일본

1 시장개요

■ 시장규모

- 바지락은 죠몽시대(신석기시대)부터 식용을 시작한 일본인에게 친숙한 식재 중 하나로 다양한 요리에 사용되며 '60~'70년대 양판점의 상시판매와 외식산업(봉골레 등)의 수요증가가 대량소비로 이어짐
- 생산량은 '83년의 16만톤을 정점으로 찍은 이후 감소추세에 있으며 2011년 연간 생산량 2만 8천톤은 패류전체의 연간 생산량 37만8천톤의 7.4%에 해당되며, 가리비(30만3천톤, 80.2%)에 이은 주요 생산 품목임
- 2011년 공급량은 전년대비 12% 감소한 60,043톤(일본내생산량 27,900톤, 수입 31,980톤), 공급액은 전년대비 8.5% 감소한 149억엔(일본내생산액 99억엔, 수입금액 50억엔)임
- 일본의 패류 소비는 2011년 1가구당 연간 3,168엔이며, 그중 바지락 소비량은 연간 811엔으로 패류 소비량 중 25%로 가리비(28%, 879엔)를 이은 주요 소비품목임

『11년 패류 세대당 소비 비율』



■ 시장여건

- '88년까지 일본내 수요는 연간 10만톤 가량으로 일본산만으로 안정적인 공급이 가능했지만 '89년 수입시작 후 '93년부터 수입량이 일본내생산량을 웃돌게 되었음
- 2011년 수입바지락은 총공급량의 53%를 차지하며, 중국(72%)과 한국(28%)로 양분되어 있음

2 생산동향

■ 주요 품종

- 바지락은 백합목(Veneroida) 백합과(Veneridae)로 이매패의 한 종류이며 광의의 의미로 바지락 속(屬)에 속하는 이매패의 총칭으로 분류되는데, 바지락 이외에 아기바지락, 살조개도 바지락으로 분류되지만, 시장 유통은 되지 않음
- 일본, 한국, 대만, 필리핀 등 폭넓게 분포하며 지중해(아리비아해와 티레니아해), 프랑스(브르타뉴 지방), 하와이제도, 북미의 태평양 연안 등에도 서식하며 해수와 담수 혼합지역을 선호하고, 성패는 해안의 조간대 수심 10m 내외의 염분이 낮은 모래나 갯벌에 분포함

- 최대 6cm 정도 되는 이때패로 패각모양은 줄무늬 등으로 다양하며 홋카이도 개체는 대형으로 패각은 단조로운 황갈색을 띠
- 수입산은 껍질이 얇고 문양이 단조로운 것이 많음

■ 일본내 유통 바지락 종류 ■

구분	치바현 기사라즈나산	홋카이도산	중국산
형상			
특징	색이 다채롭고 선명한 청색을 띠는 것도 있음	껍질이 두껍고, 백색이나 연베이지색이 들어간 회색으로 단조로움	껍질이 얇고, 문양이 단조로움

(출처 : 시장어패류도감 www.zukan-bouz.com)

■ 바지락 유사품종 ■

구분	살조개(オニアサリ) (鬼浅蜷)	아기바지락(ヒメアサリ) (姫浅蜷)	대합(ハマグリ) (蛤)
형상			
특징	일본 전국 조간대에 수심 20m 정도 모래에 서식하며 주로 산지에서 소비되고 시장 출하는 되지 않음	보소반도 이남에 서식하며, 바지락보다 다소 작고, 주로 산지에서 소비되고 시장 출하는 되지 않음	일본내 76여종이 서식하지만 유통되는 대부분의 대합(백합)은 중국 수입산인 시나대합임
학명	Protothaca jedoensis	Ruditapes variegatum	Meretrix lusoria
영명	Jedo venus	variegated venus	hard clam

■ 생산현황

- 일본의 바지락 생산규모는 꾸준한 감소세로 최근 연간 생산량은 3만톤 가량, 생산액은 100억엔 정도로 집계되고 있음

■ 일본 바지락 생산량 및 생산액 동향 ■

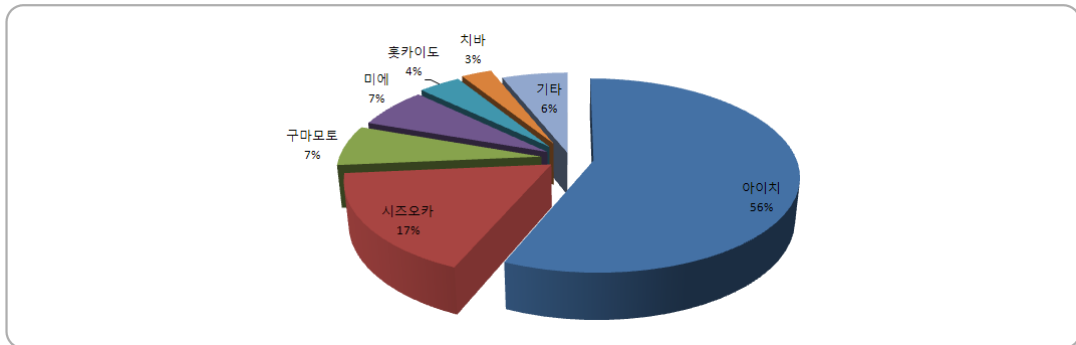
(단위 : 톤, 백만엔)

	수량				금액			
	2009	2010	2011	증감율	2009	2010	2011	증감율
전국계	31,655	27,185	27,900	2.6	11,212	9,355	-	
홋카이도	1,248	1221	1,100	△9.9	657	586	-	
시즈오카	5,610	3,029	4,800	58.5	1,964	1,145	-	
아이치	18,263	17,635	15,800	△10.4	5,260	4,973	-	
미에	2,092	1,267	1,900	50.0	1,310	749	-	
후쿠오카	943	888	500	△43.7	453	438	-	
구마모토	1,436	1,009	1,900	88.3	617	428	-	

자료 : 농림수산성 통계 (2011년 생산액 통계는 미발표)

- 지역별 생산량을 보면 2006년은 후쿠오카(5,900톤), 구마모토(4,177톤), 치바(4,135톤) 지역이 생산량 상위지역이었으나 최근 급격히 감소하고 있고 아이치, 시즈오카가 주요 산지로 새롭게 부상함
- 2011년 지역별 생산현황을 보면, 아이치 15,800톤, 시즈오카 4,800톤으로, 일본 태평양 중부 서안지역이 주요 산지임

■ 주요 바지락 생산 지역(2011년) ■



【 일본 바지락 생산 순위(2011년) 】

(괄호 안은 전년 순위)

지역	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
전국 합계	36,589	34,261	34,984	35,822	39,217	31,655	27,185	27,900
아이치	11,867	11,715	10,499	13,638	19,278	18,263	17,635	15,800
시즈오카	3,840	3,728	3,405	3,029	3,852	5,610	3,029	4,800
구마모토	4,164	6,438	4,177	5,077	5,824	1,436	1,009	1,900
미에	4,023	2,927	2,835	3,051	2,489	2,092	1,267	1,900
홋카이도	1,630	1,507	1,586	1,507	1,372	1,248	1,221	1,100
치바	8,644	5,300	4,135	2,665	907	370	666	800
후쿠오카	565	792	5,900	4,688	3,968	943	888	500
기타	1,856	1,854	2,447	2,167	1,527	1,693	1,470	1,100

(출처 : 일본 농림수산업성 ‘해면어업생산통계조사’)

■ 생산시설

- 바지락을 대상으로 하는 채패업자는 영세 어업경영체로 김양식업 등의 다른 어업이나 다른 산업과 겸업하고 있는 어업자가 많음

【 바지락 어장 】



◆ 바지락 어장 1(가오리 방지를 위한 그물 설치)

◆ 바지락 어장 2(치패 정착 촉진을 위한 대나무 울타리 설치)

◆ 바지락 어장 3(채취작업)

■ 수급동향

- 2011년도 일본내 바지락 연간 총 공급량은 약 6만톤으로 전년대비 12.6% 감소하였는데, 도호쿠대지진 발생 이후 사회적 자숙분위기 확산 속의 외식자제와 소비위



축으로 인한 수요 감소가 원인임

- 일본내 바지락 생산량은 2008년 이후 하락하였지만, 2011년은 전년대비 2.6% 소폭 상승하였음
- 수입량은 2004년 54천톤을 정점으로 감소해 2007년도는 27.5천톤까지 감소하였으나 이후 증가세로 전환되어 2010년 41천톤까지 회복하였다가 2011년도는 다시 32천톤으로 감소해 22.6% 하락함

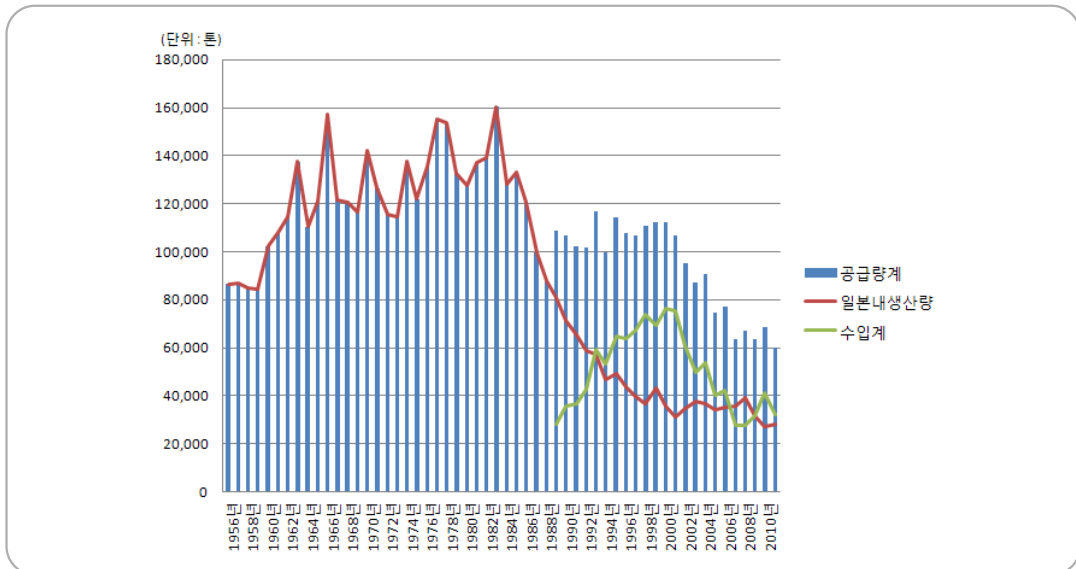
일본 바지락의 수급동향

(단위 : 톤, %)

	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11	증감
일본내 어획량	37,688	36,589	34,261	34,984	35,822	39217	31,655	27,185	27,900*	2.6
수입량	49,552	53,971	40,365	42,095	27,517	27,747	31,840	41,312	31,980	△22.6
일본내 총공급량	87,240	90,560	74,626	77,079	63,339	66,964	63,495	68,497	59,880	△12.6

주) *은 잠정치

자료 : 농림수산성「어업·양식업생산통계연보」, 일본 무역통계



■ 일본산 생산증감 원인 분석

- 바지락 생산은 '60년부터 10만톤대로 접어든 이후 '66년에 157,511톤으로 정점을 찍었으며, '86년까지 10만톤대 생산을 유지해왔지만 '87년부터 99천톤으로 생산량이 감소하기 시작하여 '90년대는 4~7만톤까지 떨어졌다가 2000년대 들어서는 3만톤대로 다시 하락하였으며 2010년에는 27천톤을 생산함
- 생산 감소원인
 - 갯벌매립 등으로 바지락 서식지 감소 및 어장환경 악화가 원인임
 - 불성실한 자원관리 : 성패와 치패를 가리지 않는 대량채취와 같은 남획이 원인임
 - ※ 바지락 자원감소 사례조사(참조 : 미에현 바지락 자원관리 메뉴얼)
 - 김양식경영체의 감소분 대부분이 채패어업경영체로 전환되었고, 바지락은 어획이 가능한 크기에 도달하면 단기간에 일제히 어획되는 까닭에 치패도 함께 어획되어 자원 감소로 이어짐(25mm 정도의 치패가 kg당 200엔 가량)

〈이세만 어업경영체 현황〉

	1970년대 초	2005년	
어업경영체	4,500	1,300	71% 감소
김양식경영체	4,000	200	격감(95%감소)
채패어업경영체	300	900	200% 증가

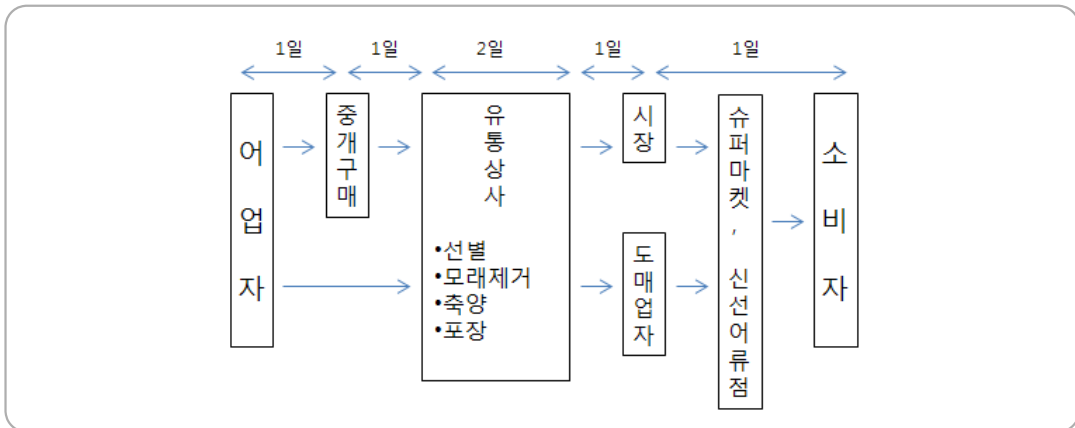
- 생산순환체제 붕괴 : '모패의 산란→부유유생→치패→성패→산란'의 생산순환체제는 한 어장에 국한되지 않고 타 어장으로의 이동도 발생함으로 전 해역에 대한 바지락 자원관리가 필요함
- 병해충 감염 및 어장피해 : 파킨서스(Perkinsus) 원충에 감염되거나 비브리오속 세균에 의한 브라운링병이 발병하기도 하며, 최근 가오리, 갯우렁이, 바다거미에 의해 어장피해가 발생하기도 함

3 유통동향

현지유통구조

- 일본내 바지락 유통은 주로 ‘산지판매’ 형태의 장외유통으로 이뤄지며, 산지중개 구매업자가 집하하여 어업자에게서 직매하는 구조임
- 일부 지역어협의 공동출하 및 지역시장의 직접출하로 유통 및 소비되기도 함
- 매입한 바지락을 유통업체가 ‘선별→축양⁵⁾→모래제거→포장’와 같은 가공절차를 거쳐 도매시장이나 양판점에 출하함
- 바지락 유통업체규모는 가족경영의 작은 곳에서 종업원 100명 이상의 큰 업체까지 다양함
- 어획에서 소비까지 약 5~6일 소요됨

【 바지락 유통구조 】



5) 축양(畜養) : 출하를 위해 잠시 저장하는 것

【 일본 바지락 유통구조 】



▣ 유통형태, 경로 및 규격

● 유통형태 및 유통경로

- 바지락 유통은 산지 어련별 공판으로 이뤄지며, 유통 경로는 중개업자를 통한 입찰이나 바이어와의 직판 등 각 어련별로 다양함

【 어련별 바지락 유통경로 및 특징 】

어련명	특징
후쿠오카 어련	산지매입은 '산지판매' 형태의 장외유통을 중심으로, 유통업체가 매입하여 유통함 최근 어련, 어협주체의 공판시스템이나 가공판매업체의 독자적인 체제로 유통되기도 함
구마모토 어련	'79년 경쟁입찰제도인 공판을 도입한 이래로, 현내 약 20어협이 참가하고 있으며 지정유통업체 12~20사의 중개매입업자를 통하여 현 내외로 유통하고 있음
치바 어련	바지락 생산단가 안정과 소비자 수요를 확보한 상품의 안정적인 공급을 위해, '83년 기사라즈에 바지락 사업장을 개설하여, 바지락의 매입, 선별, 모래제거, 포장을 거친 가공 판매를 실시하고 있으며 출하처는 관동지구를 중심으로 한 양판점, 소매점 및 생협임
미에 어련	'82년 오오오도 패류유통센터를 개설하여 치바현 어련과 같은 가공판매를 실시하고 있으며 미에현 마츠사카 어협이나 이세시 어협에서는 어협이 중심이 되어 정기적인 바지락 입찰을 실시하고 있음



● 유통규격

- 주로 1망 12kg 규격으로 유통됨
- 수입산은 1망 20kg 규격으로 수입됨
- 소매유통점은 팩포장, 진공포장, 파우치포장으로 유통되고 있음

■ 바지락 유통 포장 이미지 ■



■ 가격동향

- 수산물 가격구조는 생산자수취가격 26.8%, 산지도매경비 1.2%, 산지출하업자 경비 24.1%, 도매경비3.0%, 중개도매경비 8.3%, 소매경비 36.6%로 구성되어 있음(참고 : 농림수산성 ‘식품유통단계별 가격형성조사’, 2009년도)
- 어업협동조합이 있지만, 거래규모가 작아 가격결정력이 약하기 때문에 산지도매 시장(763개, 2010년)에서 산지밀착형 집하·선별·결제를 하고 있음
- 바지락 가격은 크기 및 품질에 따라 가격형성이 되며, 소형은 34~35mm, 중형은 35mm정도이며, 그 이상은 대형으로 분류되어 크기별로 가격이 결정됨

■ 2010년 바지락 산지어획량, 생산액 및 단가 ■

(단위 : kg, 천엔, 엔/kg)

	바지락 어획량	생산금액	단가
아이치현 어장	2,630,889	804,816,401	306
니시우라	61,901	16,156,161	261
가타하라	2,055	1,553,580	756
이시키	2,538,022	774,096,710	305
도요하마	28,911	13,009,950	450
구마모토(우시부카)어장	4,934	-	327
한국산/활(수입가격)	13,555,023	3,198,167	236
중국/활(수입가격)	26,755,734	3,351,831	125
중국/냉동(수입가격)	997,964	311,299	312

주) 2010년 전국 199어항 산지 평균단가는 kg당 385엔, 전국 총 평균단가는 344엔(27,185톤, 9355백만 엔), 3월 한국산 233엔, 중국산 123엔

■ 주요 중앙도매시장 후쿠오카산 바지락 단가(2010년) ■

(단위 : 엔/kg)

	아이치	구마모토	한국	중국	평균단가	연간취급량(톤)
나고야중앙도매시장	573	-	-	-	578	
오사카시중앙도매시장	614	511	570	402	606	
도쿄시중앙도매시장	556	478			557	

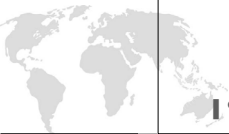
주) 2010년 3월 평균단가는 평년평균단가보다 높은 수준임

- 3월 나고야/아이치 625엔
- 3월 오사카/아이치 657엔, 구마모토 518엔, 한국 586엔, 중국 420엔
- 3월 도쿄/아이치 569엔, 구마모토 767엔

■ 소매판매점에서의 바지락 판매단가 ■

(단위 : g, 엔, 엔/kg)

표시	단위	판매가	평균단가	포장형태	소매유통점
아이치산	230(대)	398	1,730	진공포장	라이프
아이치산	190(대)	398	2,090	진공포장	이온
아이치산	250	298	1,190	팩포장	라이프
구마모토산	330	323	980	진공포장	이온



표시	단위	판매가	평균단가	포장형태	소매유통점
한국산	248	248	(특가)1,000	팩포장	라이프
중국산	180	298	(속살)1,650	팩포장	라이프

주) 2010년 3월 오사카시내 소매유통점 조사

■ 바지락 유통단계별 가격 ■

(단위 : 엔/kg)

	아이치	구마모토산	한국산	중국산
산지단가	306	327	236	신선 : 125엔 냉동 : 312엔
시장단가	581	494	570	신선 : 402 냉동 : -
소매단가	1,670	980	1000	신선 : - 냉동 : 1,650

- 아이치현의 경우 유통되는 바지락이 대형이어서 단가가 높은 것으로 추정되고 구마모토산은 소매유통점이 3월 제철을 맞아 ‘오늘의 추천상품’으로 내세우며 많은 양을 확보함
- 한국산은 제철을 맞아 특가로 저렴하게 판매했고 중국산은 껍질을 제거한 냉동상품이므로 도매시장단가의 파악이 곤란함
- 일본산 중 아이치현의 생산단가가 평균보다 18%로 낮게, 구마모토산이 33%로 높게 나타났으며, 수입산 중 한국산이 평균보다 수입가가 24% 높고, 중국산이 19% 낮게 나타남

2010년 바지락 소매유통점 판매현황



<p>판매처 : 이온 산 지 : 구마모토산 가 격 : 98엔/100g</p>	<p>판매처 : 라이프 산 지 : 에히메산 가 격 : 119엔/100g</p>	<p>판매처 : 라이프 산 지 : 한국산 가 격 : 100엔/100g</p>	<p>판매처 : 라이프 산 지 : 아이치산 가 격 : 173엔/100g</p>
<p>판매처 : 이온 산 지 : 구마모토산 가 격 : 98엔/100g</p>	<p>판매처 : 이온 산 지 : 아이치산 가 격 : 209엔/100g</p>	<p>판매처 : 라이프 산 지 : 중국산 가 격 : 165엔/100g</p>	

2012년 바지락 소매유통점 판매현황



<p>■ 바지락(활) - 규격 : 진공포장 - 원산지 : 아이치현 - 단위 : 270g - 가격 : 398엔 - 단가 : 147엔/g - 유통업체 : 라이프코아퍼레이션</p>	<p>■ 바지락(활) - 규격 : 팩 포장 - 원산지 : 시즈오카현 - 단위 : 275g - 가격 : 272엔 - 단가 : 99엔/kg - 유통업체 : 식품관 아프로</p>	<p>■ 바지락(냉동) - 규격 : 진공포장 - 원산지 : 한국산 - 단위 : 500g - 가격 : 567엔 - 단가 : 113엔/kg - 유통업체 : UCC 푸드</p>
---	--	---

● 최근동향

- 일본 바지락 최대산지인 아이치현의 산지단가는 kg당 305~724엔, '11년 바지락 생산량은 15,800톤으로, 동년도 도매거래가는 오사카본장 605엔(312톤) 도쿄도매 시장 511엔(772톤)이었음



- '12년 6월 현재 오사카본장에서 한국산은 701엔에, 중국산은 421엔에 거래 중이며 아이치산은 598엔, 구마모토는 450엔에 거래되고 있음
- 도쿄도매시장 '12년 6월 현재 아이치현산 590엔, 구마모토산 440엔으로, 아이치현산이 g당 1,47엔, 시즈오카산이 99엔 정도로 소매판매 중이며, 한국산 냉동진공포장상품은 1,130엔으로 거래되고 있음
- 산지도매시장 거래가격 차이는 200~250엔 정도이며, 2011년 산지가는 평균 350엔으로 거래되고 있는데 이는 2010년 385엔, 2009년 386엔보다 10%정도 하락한 가격임

■ 바지락 도매가격 최근 동향 ■

(단위 : 엔/kg)

산지	오사카본장		도쿄		나고야	
	2011년	2012.1~6월	2011년	2012.1~6월	2011년	2012.1~6월
평균	584	533	566	546	572	587
홋카이도	495	394	696	686	-	-
시즈오카	683	695	656	689	554	606
아이치	605	608	551	569	573	585
미에	625	654	597	680	588	584
후쿠오카	446	313	612	372	-	-
구마모토	506	493	500	550	-	-
중국	379	407	-	-	-	-
한국	594	701	-	-	-	-
치바	-	-	547	511	650	-
도쿄	-	-	488	498	-	-

- 2011년 일본의 도매시장 바지락 거래현황을 보면, 도쿄도매시장이 4,912톤, 평균 단가 566엔으로 거래되고 있으며, 나고야도매시장은 2,015톤으로 도쿄에 이은 수량으로 최대산지의 면모를 보이고 있으며 평균도매가격은 572엔이었으며, 오사카(동부시장)는 1,277톤으로 평균단가는 584엔, 후쿠오카가 1,235톤으로 433엔으로 거래되었음
- 2011년 수입바지락은 오사카도매시장에서 거래되었는데, 오사카본장에서 거래된 한국산은 68톤으로 평균단가 594엔, 중국산은 19톤으로 379엔이었음

- 2012년 들어서 일본산 평균도매가격은 전년보다 약세이나 수입산은 한국산, 중국산 모두 전년보다 강세임

4 소비동향

■ 바지락 소비동향

- 일본에서 바지락은 맑은 조개국, 술찜, 된장국, 무침류, 조림류 등의 일식요리와 봉골레파스타, 클램차우더 등 양식요리에 사용됨
- 일본산과 수입산의 맛의 차이는 크게 없지만, 일본산은 연말연시 육질이 좋지 않고 수입품은 연중 맛의 변화가 거의 없음
- 2011년 패류소비자는 수산물 전체 지출액 78,754엔 중 5%인 3,954엔임
- 바지락은 패류 지출 중 가리비(28%) 다음으로 26%를 차지함
- 2011년은 도호쿠대지진 재해로 전년대비 15% 감소하였으며, 바지락 소비 또한 8% 감소하였지만, 감소폭은 가리비(25%)보다 적었음
- 가정에서는 활 바지락 형태로 각종 요리재료로 사용되며, 업무용은 속살 냉동품 형태로 통조림 등으로 유통되고 있음
- 일본의 대표적인 바지락요리는 바지락을 이용한 된장국이나 술찜이며, 파스타 등 다양한 식재료로 사용되고 있음
- 2012년 3, 4월은 중국산 바지락 잔류농약 검출문제로 시중에 유통 중인 바지락에 대한 환수조치가 내려져 한국산 수입이 증가세를 보임
- 중국산을 원료로 사용한 가공업체는 자사의 이미지를 고려하여 바지락 가공제품 생산 중단 등의 조치를 취하여 향후 한국산 바지락의 '안전성'에 관한 문의 증가가 전망됨



패류 소비동향

(단위 : 엔, %)

	2011		2010		2009	
	금액	비율	금액	비율	금액	비율
패류	3,952	100	4,666	100	4,661	100
가리비	1,091	28	1,469	31	1,607	34
바지락	1,033	26	1,123	24	1,038	22
굴	925	23	994	21	1,060	23
재첩	446	11	537	12	453	10
기타	457	12	543	12	503	11

주) 2인 이상 세대
출처 : 총무성 가계조사

● 1인당 소비량

- 1가구당(2인 이상 가구) 지역별 연간 구입수량 1위는 야마나시현(고후시)로 연간 1,634g임
- 야마나시현의 가구당 바지락 소비가 많은 원인으로 바지락 술짚에 와인(백포도주)을 사용한 요리소비가 많은 것으로 추정함(www.japan-rank.com 참조)
- 나고야는 일본 바지락 생산 1위지역인 관계로 소비량이 1,594g으로 전국량 2위임
- 후쿠시마는 도호쿠대지진의 영향으로 생산소비 시스템이 마비되어 2010년은 소비량 1,057g 이었지만 2011년은 508g을 소비함

지역별 바지락 소비동향('09년~'11년 평균)

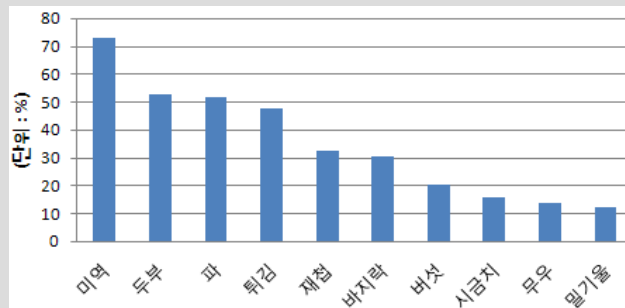
(단위 : g, 엔)

	전국평균	1위	2위	3위	4위	5위
		고후시	나고야시	시즈오카시	시가시	가와사키시
소비량	1,114	1,634	1,594	1,592	1,430	1,368
소비액	1,065	1,563	1,607	1,384	1,074	1,327

주) 2인 이상 세대
출처 : 총무성 가계조사

■ 즉석 된장국 선호 재료 ■

- 일시 : 2010.12.
- 실시기관 : 일본농물협회종합연구소 마케팅데이터뱅크
- 제목 : 즉석된장국 선호 재료 상위 10항목(649응답)
- 결과 : 미역 73.3%, 두부 52.9%, 파 51.9%, 튀김 47.6%, 재첩 32.7%, 바지락 30.4%, 버섯 20.3%, 시금치 15.7%, 무 13.6%, 밀기울 12.5%



■ 바지락 요리 예시 ■



5 수출입동향

- 바지락 수입통계 데이터는 '88년 조사 시작 이후로 수입량이 점차 증가하여 2000년에는 6만톤을 넘겼으며, 일본내 바지락 생산량이 감소하자 감소분량을 수입산으로 보충한 결과 2005년 일본내에서 유통되고 있는 바지락의 절반가량이 수입산임
- '11년 바지락 수입액은 49억 5천 8백만엔으로 전년대비 27.7% 감소하였으며, 수입량은 전년대비 22.6% 감소한 31,980톤임
- '11년 국가별 수입액 상위 3개국을 살펴보면 중국이 28억 5천 8백만엔으로 전체 수입액의 58%를, 한국이 42%를 차지함

일본 바지락의 수입동향

(단위 : 톤, 백만엔, %)

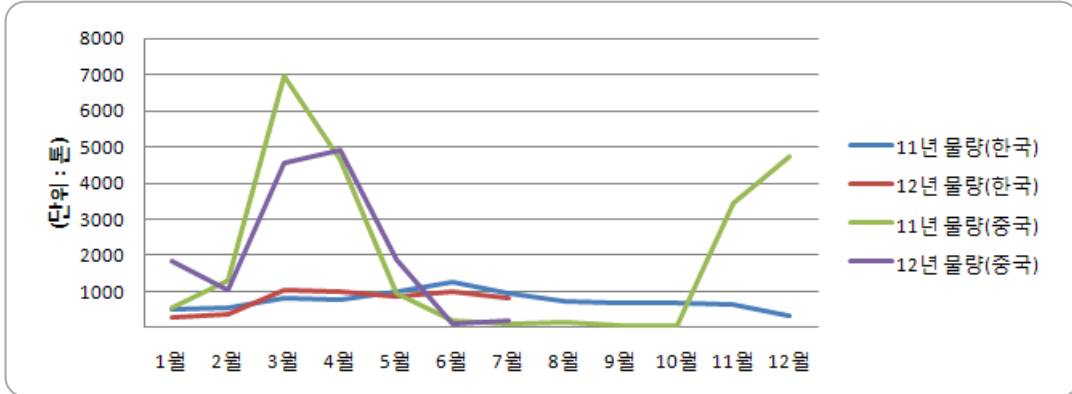
바지락류	수량				금액			
	'09	'10	'11	전년비	'09	'10	'11	전년비
합계	31,840	41,312	31,980	△22.6	5,605	6,862	4,958	△27.7
중국	19,147	27,754	23,160	△16.6	2,668	3,663	2,858	△22.0
한국	12,693	13,555	8,819	△34.9	2,937	3,198	2,100	△34.3
태국			0.5	-			0.3	-
미국	0.3			-	0.3			-
러시아		3		-		0.3		-

자료) 농림수산성 무역통계

바지락 주요 국가별 월별 수입동향

		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
한국	'11년수량	509	536	803	756	997	1244	949	706	661	689	646	322
	'12년수량	269	358	1053	1014	883	1011	829	-	-	-	-	-
	'11년금액	108	116	195	183	247	312	229	170	158	161	145	74
	'12년금액	65	89	305	295	256	278	213	-	-	-	-	-
중국	'11년수량	534	1328	6987	4630	942	172	116	134	79	67	3453	4718
	'12년수량	1820	1057	4558	4918	1888	91	193	-	-	-	-	-
	'11년금액	84	169	778	527	150	57	38	40	21	17	416	560
	'12년금액	220	119	595	628	267	26	56	-	-	-	-	-

■ 바지락 수입 추이 ■



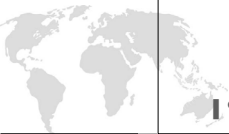
● 기타 수입산과의 경쟁현황

- '04년 북한산 바지락 수입액은 약 45억엔, 3.2만톤으로 당해 전체수입량 약 5만톤 중 북한산이 약 65%를 차지하였으나 북한산 바지락 구매금지운동으로 인하여 통계상의 수입량은 격감하였으나, 이후 축양에 의한 합법적인 산지위조, 중국산으로의 비합법적 위조 등으로 수입 여부가 불분명함('10년 현재 북한산 전면 수입금지)
- 중국산 바지락 가공제품에서 잔류금지 동물용의약품이 검출된 것과 썬 냉동바지락에서도 가축살균 등에 사용되는 항생물질이 검출되어 중국산 바지락에 대한 검사를 강화하고 있으며, 그 결과 안전성 문제로 중국산은 다소 기피하는 상황임

6 통관 및 수입제도

☐ 관세현황

- 명 칭 : 바지락 : Ruditapes(Tapes) philippinarum(학명)/
short-neck clam(영명) / アサリ(浅蜷:일명)



● H S 코드 및 관세율(2012년 기준)

H S 번호	품 명	실행관세율
0307.71 - 320	활, 신선, 냉장	7%
0307.79 - 131	냉동	

주) 2011년 HS 코드는 0307.91-460(활, 신선, 냉장), 0307.99-143(냉동)

■ 검역 및 규제사항

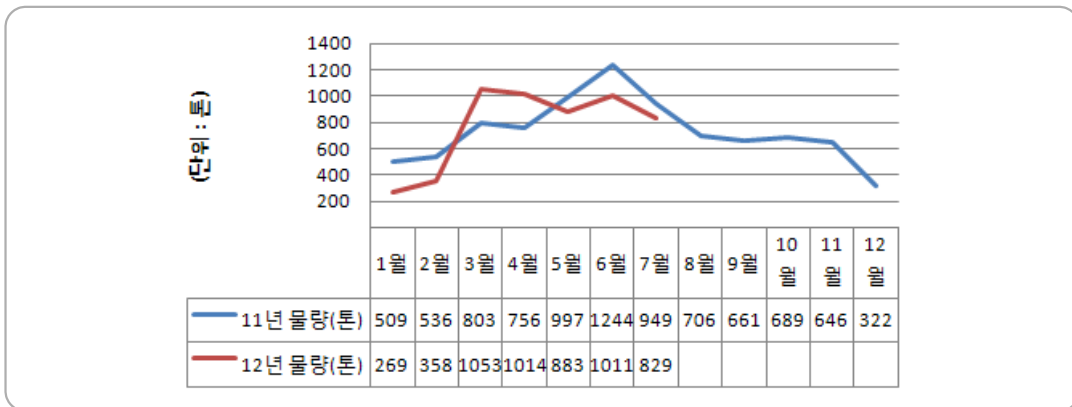
- 신선 바지락은 관세분류상 연체동물이며, 판매목적으로 수입하는 경우 후생노동성 검역소 수입식품감사담당에 ‘식품 등 수입 신고서’를 제출해야함
- 한국정부 발행의 ‘원산지증명서’가 필요하며, 이를 미제출할 경우 마취성패독 및 하혈성패독 검사가 실시됨(※ 마취성패독 4mu/g, 하혈성패독 0.05mu/g 기준치)
- 일본내 판매시 농림물자 규격화 및 품질표시 적정화에 관한 법률(JAS법) 에 근거한 품질표시기준에 의한 일괄표시를 실시해야하는데, 신선품은 ‘신선식품품질표시기준’과 ‘수산물품질표시기준’도 함께 적용되며 가공품은 ‘가공식품품질표시기준’ 외에 ‘조리식품통조림’이나 ‘조리냉동식품’ 등 해당되는 개별품질표시기준에 주의해야함
- 수입품에는 원산지(국)표시가 의무화되어있지만, 개정JAS법(2009년 5월)에 식품산지위장에 대한 처벌규정이 있음
- 외위법(외환 및 외국무역관리법)상 북한에 관한 대응조치(2006년 4월부터)가 지속되고 있어 북한을 원산지나 선적지역으로 하는 수화물 수입이 금지됨

7 검역 및 규제사항

■ 한국산 수입규모 및 점유율

- 수입바지락 비중을 살펴보면 한국산이 28%, 중국산이 72%이며, 한국산은 활, 신선 형태의 수입이 99.8%, 중국산은 95%임
- '12년 3월은 전년대비 34%, 4월은 34% 수입이 증가하였지만, 5월 이후는 10% 대의 감소폭을 보임
- 2012년 7월 현재 누적수입량은 5,415톤으로 전년(5,795톤) 대비 6.6% 감소하였지만, 누적수입액은 1,500백만엔으로 전년(1,392백만엔)보다 7.8% 증가하였으므로 하반기 수입증가가 예상됨

■ 바지락 수입추이 ■





바지락 형태별 수입현황

(단위 : kg, 천엔, %)

		수량	금액	수량비율	금액비율
활, 냉장	한국	8,805,740	2,096,333	28.6	45.5
	중국	22,025,480	2,508,762	71.4	54.5
	계	30,831,220	4,605,095	96.4	92.9
냉동	한국	13,570	4,084	1.2	1.2
	중국	1,134,283	348,912	98.8	98.7
	계	1,148,381	353,339	3.6	7.1
수입계	한국	8,819,310	2,100,417	27.6	42.4
	중국	23,159,763	2,857,674	72.4	57.6
	총계	31,979,601	4,958,434		

경쟁국현황

- 일본의 바지락 최대수입국인 중국은 2008년 위생문제가 발생하였지만, 저렴한 가격을 강력한 경쟁력으로 삼아 지속적인 수입증가세를 보이고 있음
- 중국의 생산수출업자와 일본의 수입제조업자가 연계하여 일본내 입찰회 공동출하 등의 전략으로 홍보 및 수출증대의 시너지 효과를 내고 있음(일본 다마도메산업-중국 천홍수산식품유한공사)
- 2011년 수입산 중 냉동제품은 3.6%로 낮은 비율이나 중국산 냉동바지락 수입은 1천134톤으로 98.8%를 차지함
- 2012년 중국산 ‘바지락 및 가공품’에서 기준치를 초과한 프로메트린(Prometryn)이 검출됨
- 중국산에 대한 검사결과 프로메트린 기준치인 0.001ppm을 초과한 양이 검출되어 시정명령조치(의약식품국 식품안전감시안전과 수입식품안전대책실)가 내려짐
- 유통 중인 바지락에 대한 회수 및 환불 조치
 - 해당제품을 사용한 마루하니치로수산, 코쿠부, 소지츠식품 등의 바지락제품에 대해 회수 및 환불 조치를 취함

■ 한국산 경쟁력 및 수출확대 방안

- 청정해역 관리 및 지역브랜드 고급화가 필요하며, 자연산 종패 수급불안정에 대비하기 위해 인공종란의 대량생산기술이 향상되어야 함
- 중대형 바지락의 도매가격은 500~700엔대에, 대형 바지락은 900~1200엔대에 거래되고 있으므로 대형 바지락 개발 및 수출 진흥이 필요함
- 한국산표기와 함께 지역명을 부각시킨 브랜드 전략 필요함

8 기타

※ 관련 사이트

- 일본 농림수산업성 www.maff.go.jp
- 수산청 수산물유통조사 www.market.jafic.or.jp
- 재무성 www.customs.go.jp
- 재단법인 일본관세협회 www.kanzei.or.jp
- 도쿄중앙도매시장 www.shijou.metro.tokyo.jp
- 오사카중앙도매시장 www.shijou.city.osaka.jp
- 나고야도매시장 www.city.nagoya.jp
- JF 전어련 www.zengyoren.or.jp
- 전국김패류어업협동조합연합회 www.zennori.or.jp



※ 패류 관련업체

상호명	업체
호카(邦華)국제무역주식회사	수산물 수입업체
丸光수산	패류 취급업체
(유)마루다카 쇼텐	패류 취급업체
오오미츠(大光)	패류 취급업체
마츠오카	패류 취급업체
海幸	패류 취급업체
池商水産	패류 취급업체
珍味	패류 취급업체
노부	패류 취급업체
고니시	패류 취급업체
야마사수산	패류 취급업체
야마요시(山芳)수산	패류 취급업체