

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202310-10
품목 | 초피(Sichuan pepper)
HS CODE | 1211.90-1950
국가 | 일본(Japan)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 일본 소스 및 향신료 시장규모	06
2. 일본 향신료 및 요리 허브 시장규모	07
3. 일본 초피 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 일본, 산초 가공식품 다수 판매	11
2. '병'과 '봉지' 패키징 선호	12
3. '마루미야', '무카이진미도' 빈출	13
4. 산초의 맛과 산지 강조	14

IV. 유통채널

1. 일본 초피 유통채널 점유율	16
2. 일본 초피 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 일본 초피 통관 및 검역 절차	28
2. 일본 초피 품질 인증	31
3. 일본 초피 라벨링	35
4. 일본 초피 성분 및 유해물질	39

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 오카노코사이사이(Ochanoko Saisai)	44
2. 타루노아지(Taru No Aji)	46
3. 이세세키야(Ise Sekiya)	48

VII. 시사점

1. 시사점	51
--------	----

※ 참고문헌	53
--------	----



HS CODE : 1211.90-1950

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

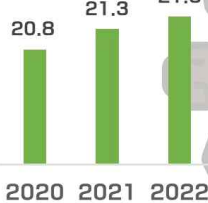
SUMMARY

일본 초피 시장

시장 현황

소스 및 향신료 시장규모

단위 : 십억 달러



향신료 및 요리 허브 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1211.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입 규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 일본 온라인쇼핑몰 초피 제품 1,165건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금

WTO 협정세율
2.5%~12%
기본세율 2.5%

사전 준비

후생노동성 사전등록

권장 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항

명칭, 원재료명, 내용량, 유통기한, 식품첨가물, 보존방법, 알레르기, 영양성분, 원산지, 일본어 표기(8포인트 이상)

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

초피 수요 증가 일본 내 매운 요리의 유행으로 마파두부를 포함한 다양한 요리에 초피가 쓰이고 있으며, 초피 및 산초 등 매운 조미료에 대한 수요가 증가함

한국산 초피 현황 한국산 초피에 대한 인지도는 낮은편이며, 수입산으로는 중국산 초피가 중국마트나 중식당에서 주로 사용되는 편임

경쟁사 제품 확인 일본 내 와카야마 및 교토산 초피 제품이 가장 인기가 많으며, 가격대는 10g당 300~800엔으로 수확지에 따라 상이함

Point 02.

고객사 제품 피드백 제품 중량 상 일반 소비자보다는 한식당이나 중식당, B2B채널을 대상으로 수요가 최고조에 달하는 여름에 유통하는 것을 권장함

초피 인증 유기농 제품을 선호하는 일본 소비자를 공략하기 위해서 유기농 인증, 무농약 제품 인증, 지속 가능성 인증 등을 받는 것을 권장함

초피 통관·검역 일본으로 초피 수출 시, 정부기관의 초피 수확지 평가 및 허가가 필수이며 향신료 포장 방식 규정 준수 및 관련 사항 확인을 권장함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 일본 소스 및 향신료 시장규모
2. 일본 향신료 및 요리 허브 시장규모
3. 일본 초피 수입규모

1. 일본 소스 및 향신료 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

면적	37만 8,000km ²
인구	1억 2,568만 명
GDP	4조 2,311억 달러
GDP (1인당)	3만 3,815달러

▶ 일본 소스 및 향신료 시장규모 28.6조 원, 연평균 1.7% 성장

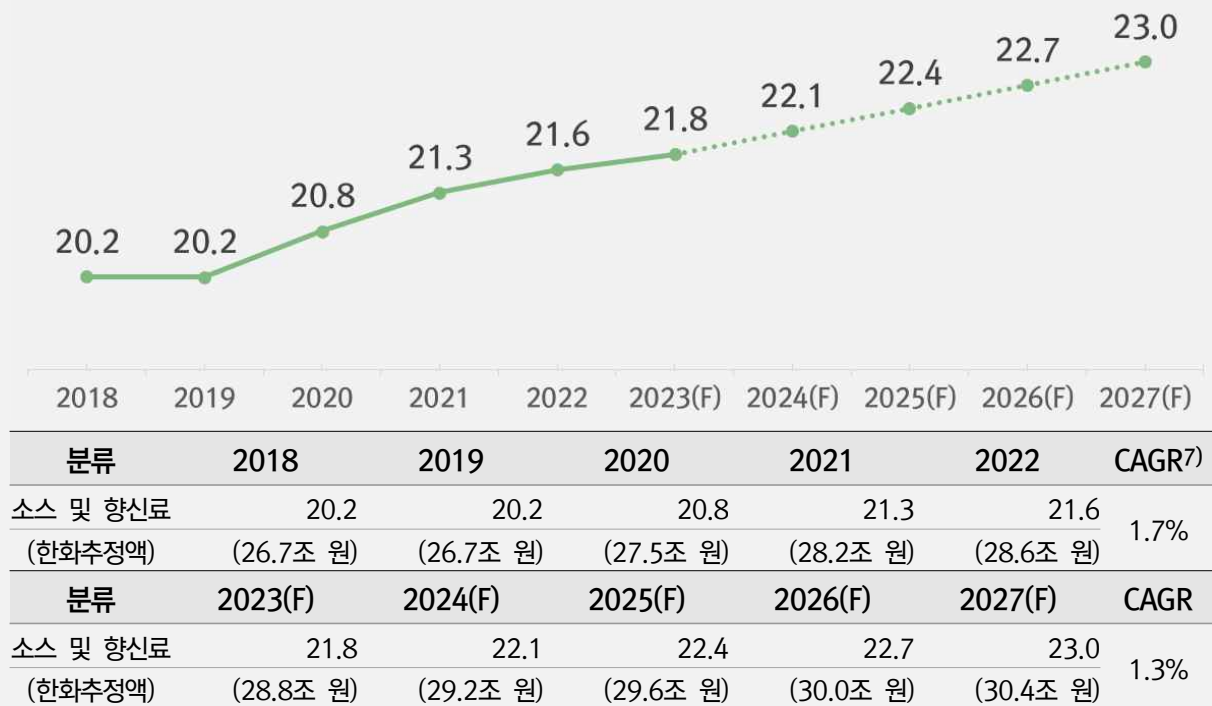
2022년 기준 일본 소스 및 향신료 시장규모는 28.6조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균 1.7% 성장했으나, 2020년과 2021년에는 전년 대비 각각 3.0%, 2.4%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 일본 소스 및 향신료 시장규모, 향후 5년간 1.3%씩 성장 예상

일본 소스 및 향신료 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 1.3%씩 성장하여 2027년 30.4조 원을 기록할 것으로 예상됨. 최근 일본에서는 집밥 수요 증가에 따라 조리시간 단축과 간편함에 대한 요구도 증가함. 가정 내 고품질 음식을 즐기고자 하는 소비자의 증가로 서양식 향신료 및 시즈닝, 튜브 타입 향신료 등의 소비도 증가하는 추세임²⁾³⁾

[표 2.1] 일본 소스 및 향신료 시장규모⁴⁾⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 자료: 식품유통신문, 「마켓트렌드」 일본 하반기 식품 시장 전망, 2021.09

3) 조사제품 '초피'는 분쇄하여 향신료로 사용하는 제품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 '향신료 및 요리 허브'의 시장규모와 상위시장인 '소스 및 향신료'와 시장규모를 조사함

4) 자료: 스태티스타(Statista), 「Sauces & Spices_Japan」, 2023.08

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1달러=1,322.30원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 일본 향신료 및 요리 허브 시장규모

- ▶ **일본 향신료 및 요리 허브 시장규모 1.3조 원, 연평균 4.2% 하락**
2022년 기준 일본 향신료 및 요리 허브 시장규모는 1.3조 원이며 최근 5년(2018-22년)간 평균 1.4조 원의 소비량을 보이고 있음. 2022년에 전년 대비 3.0% 성장한 것을 제외하고 매년 감소세를 보였으며, 특히 2019년에는 전년 대비 7.4%의 비교적 큰 하락세를 기록함
- ▶ **일본 향신료 및 요리 허브 시장규모, 향후 5년간 2.5%씩 성장 예상**
일본 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 2.5%씩 성장하여 2027년 1.5조 원을 기록할 것으로 예상됨. 최근 일본에서는 적은 양으로도 요리의 간을 맞출 수 있고, 일반 소금 제품보다 염분 섭취를 줄일 수 있는 장점이 있는 매직 솔트, 향기 솔트 등의 요리 허브 판매가 증가하는 추세임⁸⁾

[표 2.2] 일본 향신료 및 요리 허브 시장규모⁹⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: 리얼푸드(Real Foods), '일본 조미료·향신료, 간편함에 주목', 2020.02

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Spices & Culinary Herbs_Japan_', 2023.08

3. 일본 초피 수입규모

초피 HS CODE

해당 장에서 초피는 HS CODE 1211.90으로 분류. HS CODE 제1211호의 품명은 주로 향료용 · 의료용 · 살충용 · 살균용과 그 밖에 이와 유사한 용도에 적합한 식물과 그 부분, HS CODE 1211.90-1950의 품명은 초피로 확인

▶ 일본 HS CODE 1211.90 對글로벌 연평균성장률 3.3%

일본 HS CODE 1211.90 품목인 초피의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 3.3%를 보이면서 2022년도에는 3,200억 원의 수입규모를 기록함. 지난 5년간 연평균성장률이 3.3%인데 비해 2020년과 2022년에는 전년 대비 각각 6.2%, 7.4%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 일본 내 HS CODE 1211.90 품목 수입, 한국산 상위 18위

최근 5년(2018-22년)간 일본 내 초피의 對한국 수입규모 평균은 12억 원이며 수입국 상위 18위를 차지함. 2022년 기준 1위국 중국(2,616억 원, 82%)은 연평균성장률 4.0%를 기록했고, 2위국 인도(113억 원, 4%)는 연평균성장률 5.5%를 기록함. 한편 3위국 태국(87억 원, 3%)은 연평균 4.8% 감소함

[표 2.3] 일본 HS CODE 1211.90 수입규모¹⁰⁾

단위 : 천 달러

	■ 글로벌 ■ 한국					
	2018	2019	2020	2021	2022	
글로벌	212,960	203,506	216,054	225,275	242,029	
한국	1,530	869	684	750	696	
분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
일본 對글로벌 수입액	212,960	203,506	216,054	225,275	242,029	3.3%
(한화추정액)	(2,816억 원)	(2,691억 원)	(2,857억 원)	(2,979억 원)	(3,200억 원)	
일본 對한국 수입액	1,530	869	684	750	696	-17.9%
(한화추정액)	(20.2억 원)	(11.5억 원)	(9.0억 원)	(9.9억 원)	(9.2억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre)

10) 자료 : ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 일본, 산초 가공식품 다수 판매
2. '병'과 '봉지' 패키징 선호
3. '마루미야', '무카이진미도' 빈출
4. 산초의 맛과 산지 강조

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인매장 입점 초피

- 데이터 수집 키워드 : 산초(サンショウ)
- 데이터 수집량 : 1,165건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인쇼핑몰 라쿠텐(Rakuten)

▶ 일본 온라인매장 입점 초피 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 패키징 ③ 경쟁브랜드 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
경쟁제품	화초(화자오)	花椒	367	포도산초	ブドウ	69
	유자산초	柚子	186	실산초	実山椒	66
	시치미고추	七味唐辛子	178	바베큐향신료	バーベキュー	23
	후리카케	ふりかけ	178	티무르페퍼	ティムールペッパー	14
	분산초	粉山椒	100	흑칠미	黒七味	12
	치리멘산초	ちりめん山椒	91	제피가루	ゼビ	1
패키징	병	本	460	10g	10g	84
	봉지	袋	221	1kg	1kg	74
	팩	パック	111	100g	100g	66
	캔	缶	85	250g	250g	43
	1g	1g	141	8g	8g	29
	20g	20g	122	300g	300g	26
	5g	5g	102	(-)	(-)	(-)
경쟁브랜드	타지마양조장	但馬醸造所	110	아리산	アリサン	12
	에스비	S&B	106	원양	原了郭	6
	미루미야	丸美屋	84	창씨고집	チャンシコジブ	5
	무카이진미도	向井珍味堂	41	코코로 다이닝	こころダイニング	4
	가반	Gaban	32	(-)	(-)	(-)
홍보문구	(요리를) 돋보이게 하는	料理	485	수제	手作り	26
	향이 좋은	香り	407	교토산	京の	26
	풍미가 뛰어난	風味	291	식욕 증진	食欲	25
	선물용	ギフト	250	촉촉한	しっとり	22
	상쾌한	爽やか	186	엄선된	厳選	21
	와카야마현산	和歌山県	174	첨가물 미사용	添加物	15
	부드러운	ソフト	65	소량 생산되는	少量	13
	편리함	便利	59	프리미엄	プレミアム	11
	만능 향신료	万能	46	장기 보존 가능	長期保存	7

1. 일본, 산초 가공식품 다수 판매

▶ ‘화초’, 초피 경쟁제품으로 빈출

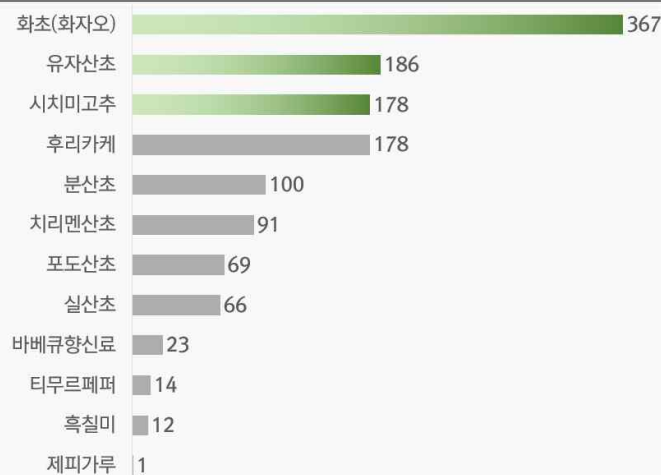
- ‘화초’ 관련 키워드 367건 도출
- 실제 데이터 확인 결과, 고운 가루와 알이 굵은 가루, 홀빈(whole bean) 형태의 제품 모두 판매하는 것으로 확인

▶ ‘유자산초’와 ‘시치미고추’, ‘후리카케’ 등 산초 이용한 가공식품도 다수 확인

- 일본 소비자들은 ‘얼얼한 매운맛’을 내기 위해 산초와 후추 등의 향신료를 많이 사용하는 편¹¹⁾
- 따라서 ‘유자산초’와 ‘시치미고추’, ‘후리카케’ 등 밥과 함께 먹는 가공식품이나 소스에 산초를 이용한 제품 다수 확인

화초		유자산초		시치미고추	
					
제품명	카네노타이요화초 (金の太陽花椒)	제품명	유자산초(ゆず山椒)	제품명	테즈쿠리시치미고추 (手作り七味唐辛子)
브랜드	카네카산스파이스 (カネカサンスパイス)	브랜드	타지마양조장 (但馬醸造所)	브랜드	무카이노스쿠스쿠토가라시 (むかいのすくすく唐辛子)
중량	20g	중량	80g x 2개	중량	20g x 10개
가격	864엔(7,851원 ¹²⁾)	가격	1,530엔(13,902원)	가격	5,000엔(45,432원)

[표 3.1] 일본 판매 초피 경쟁제품 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘초피’ 관련 게시물 1,165건 분석

11) 자료: 한국영농신문, ‘뜨거워지는 한국-중국-일본의 매운 맛 삼국지’, 2021.03

12) 100엔=908.64원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. ‘병’과 ‘봉지’ 패키징 선호

▶ 가정용 제품으로 ‘병’ 패키징 선호

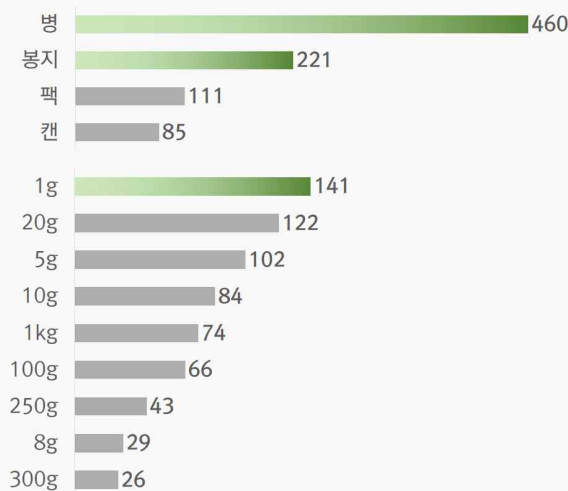
- 산초 패키지 관련 키워드 분석 결과, ‘병’ 관련 키워드 460건 도출
- 실제 데이터 확인 결과, 식탁 위에 놓고 쓸 수 있는 정도의 작은 크기의 병인 것으로 확인
- ‘봉지’ 관련 키워드도 221건 확인되었는데, 여기에는 대용량 봉지와 업소용으로 소분된 패키징 모두 포함

▶ ‘1g’의 소용량 판매가 많았으며, 대용량 제품 중에는 ‘1g’ 이하로 소분한 제품의 묶음도 있는 것으로 확인

- 용량 관련 키워드 확인 결과, ‘1g’ 관련 키워드가 141건으로 빈출
- 업소용 제품 중에는 ‘1kg’의 대용량 키워드 도출
- 일부 대용량 제품 중에는 작은 봉지 형태로 소분하여 판매하는 제품도 다수 확인

병		봉지		1g	
					
제품명	가마쿠라스파이스 (鎌倉スパイス)	제품명	화초(花椒)	제품명	산초분미니봉지 (山椒粉ミニ袋)
브랜드	아난(アナン株式会社)	브랜드	오카자키(オカザキ)	브랜드	교토모리소(京都森勝)
중량	45g	중량	0.2g x 1,000개	중량	1g
가격	875엔(7,951원)	가격	5,832엔(53,901원)	가격	290엔(2,635원)

[표 3.2] 일본 판매 초피 패키징 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘초피’ 관련 게시물 1,165건 분석

3. ‘마루미야’, ‘무카이진미도’ 진출

▶ 산초 이용한 가공식품 브랜드 진출

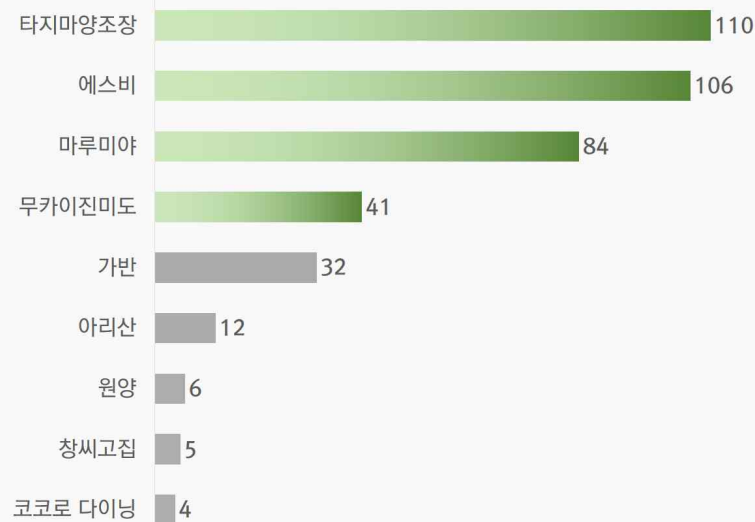
- 경쟁브랜드 키워드 분석 결과, ‘타지마양조장’ 관련 키워드 110건 확인
- ‘타지마양조장’은 유자산초를 판매하는 기업으로 확인
- 일본 대표 조미료 브랜드 ‘마루미야’도 84건 확인되었으며, 밥 위에 뿌려먹는 치리멘산초 제품을 판매 중인 것으로 확인

▶ ‘무카이진미도’와 ‘에스비’ 등 자국 브랜드 다수 확인

- 일본 내 산초는 현지 브랜드가 우세한 것을 확인
- ‘무카이진미도’는 41건 확인되었으며, 고품질의 제품을 판매 중
- ‘에스비’는 업소나 가정에서 가볍게 사용할 수 있는 산초가루 제품을 판매 중이며, 키워드 106건 도출

마루미야		무카이진미도		에스비	
					
제품명	치리멘산초 (ちりめん山椒)	제품명	분산초 (粉山椒)	제품명	셀렉트스파이프산초파우더 (セレクトスパイス 山椒 パウダ)
브랜드	마루미야(丸美屋)	브랜드	무카이진미도 (向井珍味堂)	브랜드	에스비(S&B)
중량	28g x 10개	중량	5g x 2개	중량	100g
가격	2,710엔(24,624원)	가격	1,384엔(12,576원)	가격	885엔(7,769원)

[표 3.3] 일본 판매 초피 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘초피’ 관련 게시물 1,165건 분석

4. 산초의 맛과 산지 강조

▶ ‘향이 좋은’, ‘풍미가 뛰어난’ 등 맛의 효과 강조

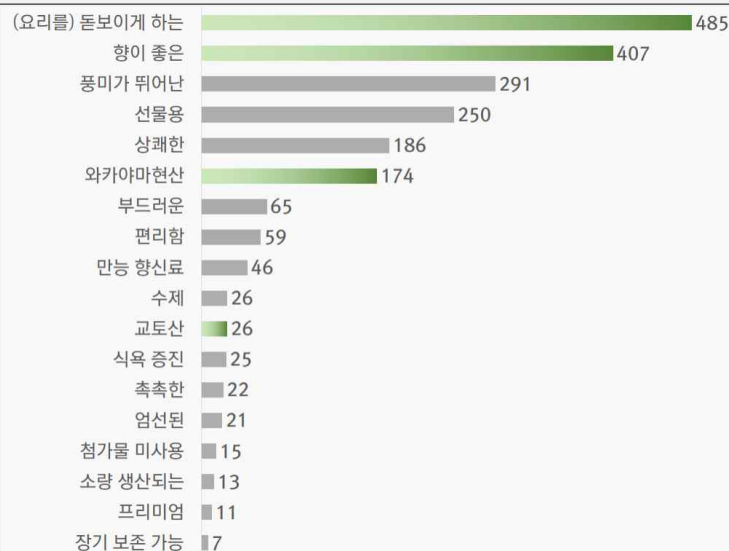
- 일본 산초 홍보문구 관련 키워드 분석 결과, ‘(요리를) 돋보이게 하는’과 ‘향이 좋은’, ‘풍미가 뛰어난’이 각각 485건, 407건, 291건 도출되며 대부분이 맛과 관련된 홍보문구인 것으로 확인

▶ ‘와카야마현산’과 ‘교토산’ 등 산지 강조하기도

- 현지에서 판매 중인 산초 제품 중 ‘와카야마현산’ 관련 키워드는 174건 확인되었으며 ‘교토산’ 키워드 26건 확인
- 와카야마현은 포도산초의 산지로 알려져 있으며, 산초생산량이 가장 많은 지역으로 선호도 높은 편¹³⁾

향이 좋은, 와카야마현산		풍미가 뛰어난, 교토산		첨가물 미사용	
					
제품명	포도산초건조립 (ふどう山椒乾燥粒)	제품명	교시치미(京七味)	제품명	치리멘생강산초 (ちりめん生姜山椒)
브랜드	(-)	브랜드	교토모리쇼(京都森勝)	브랜드	이자카야쿠사(izakaya草)
중량	10g	중량	15g x 3개	중량	(-)
가격	1,880엔(17,082원)	가격	1,194엔(10,849원)	가격	1,080엔(9,813원)

[표 3.4] 일본 판매 초피 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘초피’ 관련 게시물 1,165건 분석

13) 자료: greenz.jp, ‘産地消滅の危機は回避した。あとは、どう自分が食べていくか。和歌山県・有田川町のUターン就農者が、地域資源をいかした「+X」ビジネスに取り組む姿。’, 2022.09

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



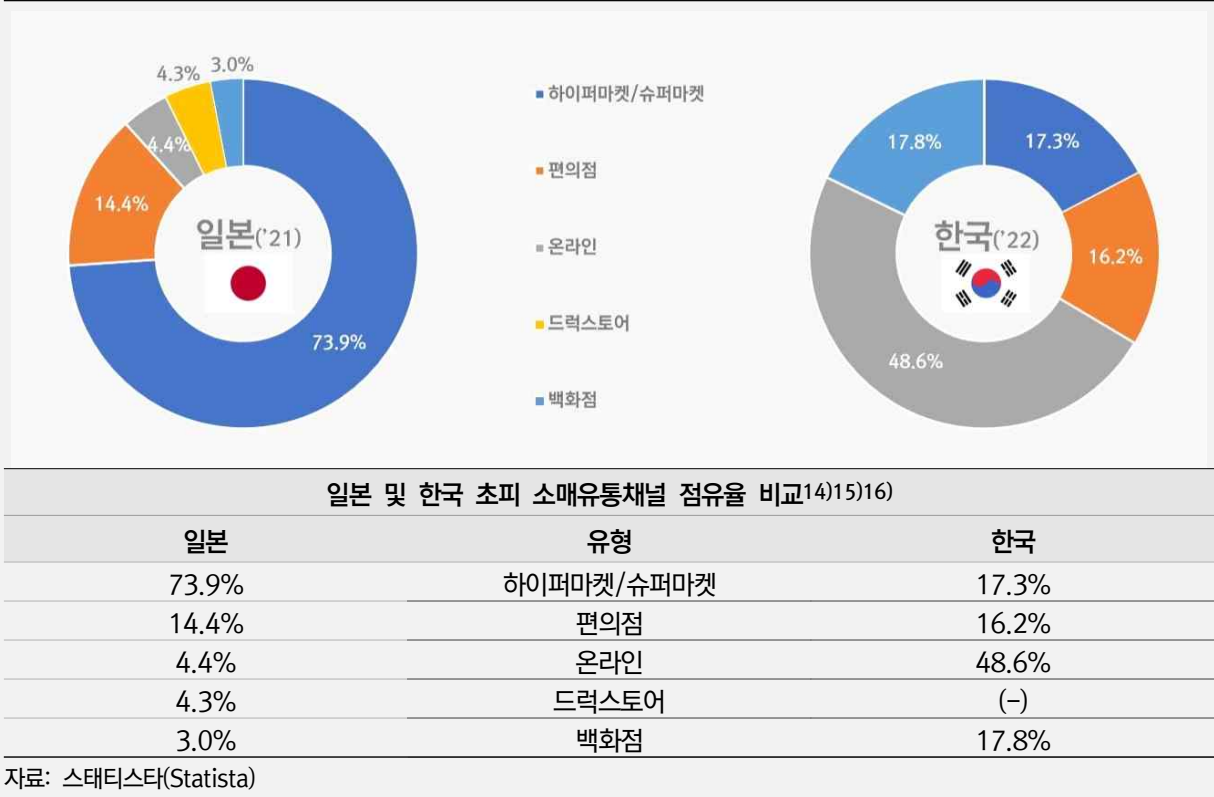
1. 일본 초피 유통채널 점유율
2. 일본 초피 주요 유통채널

1. 일본 초피 유통채널 점유율

▶ 일본 내 식료품 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 1위

2021년 기준 일본의 초피를 비롯한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 전체의 73.9%의 점유율을 차지하여 1위를 기록하였음. 반면, 한국에서는 2022년 기준 동일한 유통채널에서 17.3%의 점유율로 3위 유통채널로 확인됨. 이어서 ‘편의점’은 14.4%의 점유율을 차지하여 두 번째로 높은 유통채널로 드러났으나, 1위인 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 59.5%p의 매우 큰 차이를 보이고 있어 유통채널 1,2위의 간격이 큰 것으로 나타남. 한편, 한국의 ‘편의점’ 점유율은 16.2%으로 유통채널 4위에 그치는 것으로 나타남. 한국에서 ‘온라인’을 통한 비중이 48.6%로 점유율 4.4%인 일본에 비해 월등히 높은 것으로 나타남. 이외에도 일본은 ‘드럭스토어’가 4.3%, ‘백화점’이 3.0%의 점유율을 차지하였으며, 한국은 ‘백화점’이 17.8%의 점유율을 차지한 것을 확인함

[표 4.1] 일본 및 한국 초피 소매유통채널 점유율 비교



14) ‘초피’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식료품(Food and Beverages)’의 정보를 확인함

15) 자료: 스탯시타(Statista), 「Sales value of food and beverages retail trade in Japan in 2021, by channel」, 2023.02

16) 자료: 스탯시타(Statista), 「Retail sales share South Korea 2022, by channel」, 2023.02

2. 일본 초피 주요 유통채널 ① 미쓰코시백화점

기업 기본 정보	기업명	미쓰코시백화점(三越)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.mistore.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('22)	• 1조 884억 엔(9조 8,896억 원 ¹⁷⁾)
		기타 규모	• 매장 수('22): 46개 • 직원 수('23): 1만 7,500명
	기업 요약	• 미쓰코시 그룹과 이세탄 그룹이 2008년 합병하여 만들어진 미쓰코시 이세탄 홀딩스가 모기업 • 일본 백화점 업계에서 1위의 위치를 차지하고 있음 • 미쓰코시 백화점의 각 점포는 계열사 내 자회사들이 독립적으로 운영함 • 어머니의 날, 아버지의 날, 크리스마스 등 행사와 이벤트를 진행함 • 매주 추천 상품을 홈페이지 메인 페이지에 소개함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 프리미엄 식품, 냉동식품, 소스류, 간편식품 등	
	선호 제품	• 유기농 제품, 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락을 통한 입점 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-332-413-311 (니혼바시 본점) - 입점 희망 지역에 따라 연락처 상이	

자료: 미쓰코시백화점(三越)

사진 자료: 미쓰코시백화점(三越), 타임아웃(Timeout), 웨어인도쿄(Where in Tokyo)

17) 100엔=908.64원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 초피 주요 유통채널 ② 다이마루백화점

기업 기본 정보	기업명	다이마루백화점(大丸)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.daimaru.co.jp	
	위치	오사카(Osaka)	
	규모	매출액('22)	• 4,097억 7,200만 엔(3조 7,234억 원)
		기타 규모	• 매장 수('23): 9개
	기업 요약	2007년 마츠자카야 주식회사와 경영통합을 통해 설립된 제이프론트리테일링(J.FRONT RETAILING) 그룹의 자회사로 운영되고 있음 1717년 설립된 개인 소매점이었던 다이마루 오복점을 1908년 주식회사로 전환하여 현재까지 개혁을 지속함 - 각 점포의 입지 특성에 따라 다양한 구색의 제품을 유통하고 있음 2023년 9월 1일 접수건부터 각 점포별 배송 요금이 개정됨	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 소스류, 곡류, 간편식품 등	
	선호 제품	• 유기농 제품, 프리미엄 식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락을 통한 입점 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) - 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) - 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-662-711-231 (신사이바시 본점) - 주소: 〒542-8501 大阪市中央区心斎橋筋1-7-1	

자료: 다이마루백화점(大丸)

사진 자료: 다이마루백화점(大丸), 사이트시잉익스프레스(Sightseeing Express)

2. 일본 초피 주요 유통채널 ③ 라이프

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.lifecorp.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('22)	• 7,654억 엔(6조 9,547억 원)
기타 규모		• 매장 수('22): 300개 • 직원 수('22): 4만 9,190명	
기업 요약	- 라이프 코퍼레이션이 운영하는 슈퍼마켓 브랜드로 일본에서 두 번째로 큰 슈퍼마켓 체인 - 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지 - 아마존을 통해 라이프 매장의 상품을 최소 2시간 이내에 배송 서비스 시행(아마존 프라임 회원, 서비스 대상 지역일 경우만 해당) 2023년부터 점포 판매 상품을 온라인으로 주문하여 집으로 배송받는 라이프넷슈퍼(ライフネットスーパー) 서비스 시행		
매장정보	입점 가능 품목	신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등	
	선호 제품	기존 플랫폼에 없는 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 회사 소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-358-075-493 - 이메일: s620@lifecorp.co.jp - 입점 희망 지역마다 연락처 상이 및 해당 점포에 직접 문의 필요	

자료: 라이프(Life), 니케이아시아(Nikkei Asia), 스탯ISTA(Statista)

사진 자료: 라이프(Life)

2. 일본 초피 주요 유통채널 ④ 세이유

기업 기본 정보	기업명	세이유(Seiyu)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.seiyu.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	영업이익('22) • 208억 3,800만 엔(1,893억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 326개 • 직원 수('22): 2만 9,000명	
기업 요약		- 일본의 신선 식품과 잡화, 의류 등의 상품을 판매하는 전국적인 슈퍼마켓 체인 2020년 KKR(Kohlberg Kravis Roberts)에 16억 달러 규모로 피인수 - 일본 IT 대기업인 라쿠텐의 카드 우대 서비스 및 결제 솔루션인 'Edy'를 도입하는 등 온라인 트렌드에 대응 중 2023년 모기업인 니시토모는 창업 60주년을 맞이하여 600엔 행사, 60포인트 추가 지급 캠페인 등의 60주년 기획 상품 등을 전개함	
매장정보	입점 가능 품목	• 식료품, 가정용품, 의류 등	
	선호 제품	• 소비자 추천에 기반한 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 문의 (www.seiyu.co.jp/contact) - 홈페이지 메뉴 'お問合せ - お店・商品へのお問合せフォーム' 클릭 - 문의 사항 입력 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 ① 질문 내용 ② 담당자 정보 (담당자 이름, 후리가나, 전화번호, 이메일 주소, 우편번호 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-120-360-373	

자료: 세이유(Seiyu)

사진 자료: 세이유(Seiyu), 구글맵(Googlemaps)

2. 일본 초피 주요 유통채널 ⑤ 맥스밸류

기업 기본 정보	기업명	맥스밸류(MaxValu)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.maxvalu.co.jp	
	위치	히로시마(Hiroshima)	
	규모	영업이익('21) • 5,400억 엔(4조 9,067억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 490개 • 직원 수('22): 6,600 명	
	기업 요약	• 1994년에 첫 매장 개점 • 일본의 유통 대기업 이온 그룹이 전개하는 슈퍼마켓 브랜드 • 일본 최대 규모의 슈퍼마켓 브랜드에 해당 • 영업시간이 길고 연중무휴 24시간 영업하는 점포 수도 많아 편의점과 경쟁구도에 놓여있기도 함 • 맥스밸류의 대규모 점포 중에서는 근린형 쇼핑센터(NSC) 형태로 출점한 점포도 있음	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 생활용품, 의류 등	
	선호 제품	• 소비자 추천에 기반한 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 및 유선전화를 통한 직접 문의 - 홈페이지 하단 ‘お問い合わせ’ 클릭 (www.maxvalu.co.jp/contact) - 문의 사항 입력 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 ① 담당자 정보 (담당자 이름, 성별 및 소속, 이메일 주소, 전화번호) ② 문의 내용 ③ 문의할 점포명 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-120-125-481 - 팩스: +81-333-457-776	

자료: 맥스밸류(MaxValu)

사진 자료: 맥스밸류(MaxValu), 홋카이도가이드(Hokkaido Guide)

2. 일본 초피 주요 유통채널 ⑥ 교무수퍼

기업 기본 정보	기업명	교무수퍼(業務スーパー)
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓
	홈페이지	www.gyomusuper.jp
	위치	고베(Kobe) 외
	규모	매출액('21) ¹⁸⁾ • 4,068억 엔(3조 6,965억원) 기타 규모 • 매장 수('22): 1,000개
기업 요약		• 1985년 일본에서 설립된 슈퍼마켓 체인 브랜드 • 일본 내 25개의 식품 가공 공장을 두어 자체 제조 식료품을 생산 및 유통하고 있음 • 세계 약 350개의 협력 공장을 소유하고 있음 • '좋은 품질의 제품을 보다 저렴하게'라는 문구를 사업 목표로 지정하고 있음 • '세계의 진짜(世界の本物)' 코너에서 세계 각국에서 직수입한 아이템 판매
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 생활용품, 의류 등
	선호 제품	• 일본 소비자들에게 신뢰도가 높은 브랜드 제품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 우측 'お問い合わせ' 클릭 - '이메일로 문의(メールでのお問い合わせ)' 아래 초록색 버튼 클릭 (www.gyomusuper.jp/opinion/form.php) - 입력 정보 ① 담당자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 주소) ② 문의 내용 (문의 항목, 문의 내용) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-120-808-348 - 주소: 〒675-0063, 兵庫県加古川市加古川町平野125番1

자료: 교무수퍼(業務スーパー)

사진 자료: 텔레비도쿄(テレビ東京), 라이브재팬(Live Japan)

18) 제 37기 연결재무제표 기준으로, 2022년 10월기에 결산한 매출액 결과를 따름

2. 일본 초피 주요 유통채널 ⑦ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.sej.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	그룹 매출액('22) • 5조 1,487억 엔(46조 7,831억 원)	
		기타 규모 • 매장 수('22): 2만 1,402개	
	기업 요약	• 2018년 점포 수 2만 개 돌파 • 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 • 세븐일레븐넷콘비니라는 명칭의 30분 이내 자체 배송 서비스 운영	
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 스낵류, 차(茶)류, 음료류, 제과류, 화장품, 문구, 위생용품 등	
	선호 제품	• 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품 다수	
	홈페이지 형태	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 (faq.sej.co.jp/kb/ja/contact) - 입력 정보 ① 문의 내용 (제목, 문의 상세 내용) ② 담당자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 주소 등) • 유선전화 또는 우편을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-3-6238-3711 - 주소: 〒102-8455 東京都千代田区二番町8番地8 株式会社セブンイレブンジャパンお客様相談室	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 아시아니케이(Asia Nikkei)

2. 일본 초피 주요 유통채널 ⑧ 로손

기업 기본 정보	기업명	로손(Lawson)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.lawson.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('22)	• 1조 9,160억 엔(17조 4,095억 원)
기타 규모		• 매장 수('22): 1만 4,656개 • 직원 수('22): 1만 362명	
기업 요약		• 1975년 설립됨 • 일본 외에 중국, 태국, 필리핀, 인도네시아, 미국 하와이 등에서 약 3,600개의 매장을 운영하고 있음 • 우버이츠와 협력하여 OTC 일반의약품 배송 서비스 개시 • 니폰슈판한바이와 협력하여 서점과 함께 운영하는 매장 개점	
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 제과류, 서적류, 화장품, 위생용품 등	
	선호 제품	• 디저트류 스낵	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 (www.lawson.co.jp/faq) - 입력 정보 ① 담당자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 생년월일) ② 문의 내용 (문의 카테고리, 문의 내용) • 유선 전화를 통한 입점 문의 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-120-073-963	

자료: 로손(Lawson)

사진 자료: 로손(Lawson)

2. 일본 초피 주요 유통채널 ⑨ 장터한국광장

기업 기본 정보	기업명	장터한국광장(韓国広場)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	shopping.geocities.jp/hiroba	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 1개	
	기업 요약	• 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 • 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료 • 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매 • 식료품 매장 외에도 도매 전문 인터넷 쇼핑몰과 화장품 전문점을 운영함 • 오프라인 매장의 경우 영업일과 관련된 정보를 홈페이지에 제공 • 온라인 홈페이지에서 랭킹별로 제품 정보 제공 • 도매 전문 사업도 진행 중 • 장터한국광장에 대한 카탈로그 우편 주문 가능	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등	
	선호 제품	• 한국제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-332-329-330	

자료: 장터한국광장(韓国広場)

사진 자료: 장터한국광장(韓国広場)

2. 일본 초피 주요 유통채널 ⑩ 예스마트

기업 기본 정보	기업명	예스마트(Yesmart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	yesmart.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 25개	
	기업 요약	• 5,000여 종 이상의 제품을 취급하는 한국 식재료 전문 마켓 • 한국, 일본, 중국 식품 등을 취급 • 전국 25개 매장을 플러스, 프리미엄, 중형, 소형 매장으로 구분해 운영 • 상품 배송 가능하며, 상온과 냉장/냉동을 구분하여 배송 • 치킨 프랜차이즈인 예스치킨(YES CHICKEN) 운영 • 온라인과 오프라인 모두 운영 중	



매장정보	입점 가능 품목	• 김치, 야채, 냉동식품, 주류, 반찬류, 가공식품, 화장품, 생활용품 등	
	선호 제품	• 한국제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 및 이메일 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-362-789-010 - 이메일: info@yesmart.co.jp
-------------	---------------------	---

자료: 예스마트(Yesmart)

사진 자료: 구글맵(Google Maps)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



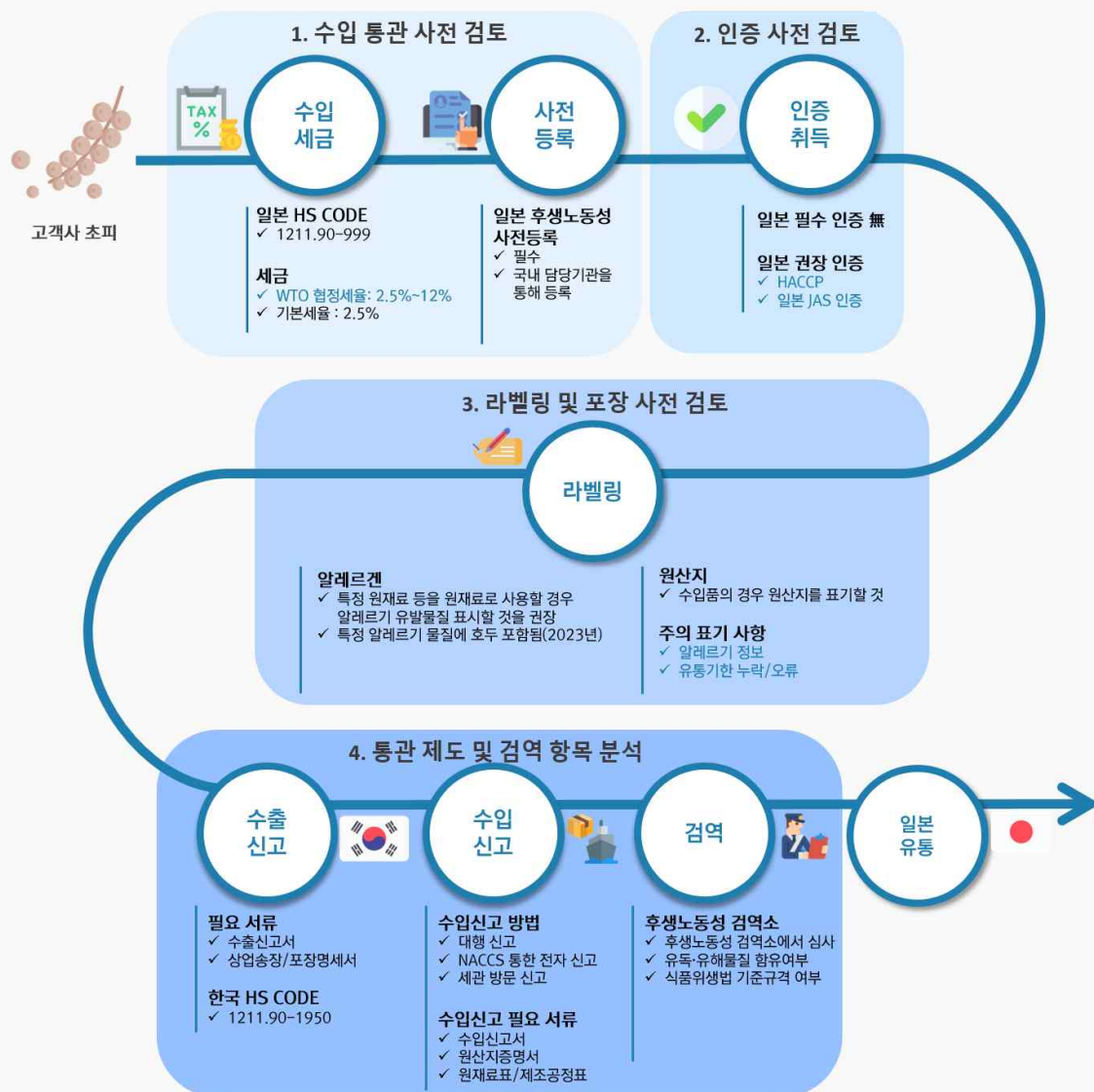
1. 일본 초피 통관 및 검역 절차
2. 일본 초피 품질 인증
3. 일본 초피 라벨링
4. 일본 초피 성분 및 유해물질

1. 일본 초피 통관 및 검역 절차¹⁹⁾

▶ 일본 초피 수출 통관 단계별 주요사항

일본에 가공식품 수출 시에는 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare) 사전등록 절차를 반드시 밟아야 함. 이는 국내 담당 기관을 통하여 일본으로 수입되는 식품에 대하여 사전등록을 하는 절차임. 또한, 수출입안전관리우수업체(AEO: Authorized Economic Operator) 제도를 통해 신속한 통관 및 비용 절감 등의 효과를 누릴 수 있음

[표 5.1] 일본 초피 통관 검역 절차



자료: 관세청, 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산성(MAFF)

19) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

[표 5.2] 일본 수입통관 절차

출항 전 보고	일본에 입항하려는 선박 컨테이너 화물의 적하정보를 선적항 출항 24시간 전까지 수출입·항만 관련 정보처리시스템(NACCS: Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System)을 통해 알려야 함
수입신고 제출 서류	- 수입자는 화물 도착 후 즉시 「식품 등 수입 신고서」와 품목에 따라 필요한 서류를 첨부하여 화물 통관 장소의 관할 검역소에 제출함 「식품 등 수입 신고서」 2부 - 첨부서류는 식품의 품명, 생산국, 가공방법 등에 따라 상이함 - 가공식품의 경우, 「원재료표」, 「제조공정표」가 필요함. 정해진 양식은 없으나 제조자 또는 수출자 등이 작성한 것(회사명 및 책임자 서명 포함)을 권장하며 심사 과정에서 추가서류가 발생할 수 있음 - 필요 시 과거에 실시한 자체 검사의 시험성적서도 제출할 수 있음
식품위생법에 따른 수입신고	식품 수입업자는 물품 도착 7일 이전에 수입신고 건별로 검역소에 식품 등 수입신고서 및 기타 원재료, 성분 및 제조공정 등에 관한 설명서, 필요에 따라 위생증명서, 시험성적표 등의 관련 서류를 검역소에 서면 또는 전자적인 방법으로 수입신고를 진행해야 함
후생노동성 검역소 심사 및 검사	- 일본으로 수입되는 물자는 보세지역에 반입된 후 수입신고를 실시, 필요한 심사 및 검사를 받고 수입이 허가된 후에 물자로 국내로 들여올 수 있음 - 수입 절차는 식품의 종류에 따라 다르며, 채소, 과일 등 식물계의 식품은 농림수산성의 식물방역소 육류 및 육류제품, 유제품 등 축산물계 식품 및 수산물에 농림수산성의 동물검역소에서 수입자가 검사신청을 하고 검사를 받아야 함

자료: 식품의약품안전처

▶ **식품위생기준 업무, 후생노동성에서 소비자청으로 이관 예정**

2024년 4월 1일부터 일본 정부는 기존 후생노동성에서 담당했던 식품위생기준 업무를 후생노동성에서 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)으로 이관할 방침임. 식품 규격 기준의 책정 관계는 소비자청이, 감시·지도 관계는 후생노동성으로 소관의 나뉘게 되어 기존보다 더 정확하고 세밀한 식품 관리가 이루어질 것으로 예상됨

[표 5.3] 일본 기존 식품위생기준 업무 이관

이관 배경	신형 코로나바이러스의 백신과 치료약 개발 등의 대응이 늦은 것에 대해 앞으로 코로나와 같은 감염증 대응 능력을 강화함과 동시에 생활 위생 등 관계 행정의 기능 강화를 도모하기 위한 조직 재검토의 일환
이관 목적	기존 후생노동성이 소관하던 식품첨가물의 지정과 식품 위생법에 따른 식품 위생에 관한 기획·기준의 책정을 식품 안전 행정의 사령탑 기능을 수행하는 소비자청으로 이관하여 식품위생에 대한 과학적인 안전을 확보하고 소비자 이익의 추가 증진 도모
담당 업무	- 식품 규격 기준의 책정은 소비자청으로 이관하지만, 식중독 등과 같이 식품에 의한 건강 피해 등의 감시 지도·행정에 대해서는 후생노동성이 담당하여 식품 행정 규격 기준의 책정 관계는 소비자청이, 감시·지도 관계는 후생노동성으로 소관이 나뉨 - 식품위생법상의 ‘HACCP’와 ‘GMP’ 등에 대해서는 계속해서 후생노동성의 식품감시안전과가 소관해 나갈 예정

자료: KATI농식품수출정보

2. 일본 초피 품질 인증

▶ 일본 초피, 적용받는 필수 인증 無

일본으로 초피를 일반 가공식품으로 수출 시 취득해야 하는 필수 인증은 없음. 다만, 일본 후생노동성에 식품 사전등록은 필수이며, 하기 표는 일본 후생노동성 사전등록 절차를 다룸

[표 5.4] 일본 초피 인증 취득 정보

인증명	취득 정보	
일본 후생노동성 사전등록 	취지	- 일본 식품위생법에 반하는 식품 등 수입 사전 방지 - 식품 안전성 확보 - 수입절차 간소화 및 소요 시간 단축
	근거 규정	- 일본 식품위생법(しょくひんえいせいほう, 昭和22年法律第233号) - 일본 후생노동성 생활위생국장 통지 (수입식품 등 사전 확인제도 시행에 관한 통지)
	기관	일본 후생노동성
	적용품목	농·축·수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품첨가물
	취득절차	- 서류 제출(제조 및 수출업체) > 서류 접수 및 검토(국내 담당 기관) > 서류 심사 및 현장실사 (일본 후생노동성) > 등록 완료 및 등록번호 부여 (일본 후생노동성)
	필요서류	- 필요서류는 신청서, 제품 목록, 위생 검사표, 성분 분석표, 제조 공정도 등이며 수입업체가 발급받은 시험성적 증명서도 제출 가능함 - 식품 또는 식품첨가물 여부에 따라 필요서류가 상이하나 공통 서류로는 국내 검사기관 등이 발행한 분석 증명서와 식품위생 책임자가 작성한 시설·식품 등 위생관리 기준 관련 서류임 - 식품에만 해당하는 것은 원재료의 종류, 성분조성, 제조 또는 가공 방법 관련 서류, 첨가물 종류/제조 방법/사용량 관련 서류임 - 식품첨가물에만 해당하는 것은 물질명, 제조 방법 관련 서류임

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산업성(MAFF)

▶ 일본 초피, 'HACCP 인증' 권장

2020년 6월 1일, 일본의 식품위생법 개정으로 자국 내 식품 관련 사업자는 HACCP의 도입이 의무화되었음. 이에 따라 일본 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 HACCP를 적극적으로 도입하여 일본 식품시장 내에서 위생 안전상 경쟁력을 확보할 것을 권장함

[표 5.5] 일본 초피 HACCP 인증 취득 정보

	취득 정보	
	목적	식품원료 및 제조·가공·조리·소분·유통의 모든 과정에서 발생할 수 있는 위해요소를 사전에 확인 평가하여 중점적으로 관리
	기관	한국식품안전관리인증원
	절차	- HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 - 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성 - 생산공정 각 단계와 도출된 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해서 위험 평가 - 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP: Critical Control Points)을 선정하여 식품안전을 위한 일반관리사항(POA) 파악 - 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및 모니터링
	필요서류	- HACCP 인증 신청서 - 식품안전관리인증 계획서 - 영업등록증 사본 - 사업자등록증 사본 - 영업신고필증 - HACCP 교육수료증 - 영업을 위해 필요한 서류 - 품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류

자료: 식품의약품안전처, 한국식품안전관리인증원

▶ JAS(Japanese Agricultural Standard) 인증

일본 내에서 유기농산물 및 유기가공식품에 ‘유기, 오가닉’으로 표시하여 판매하기 위해 생산자 및 제조사가 등록인증기관에 검사를 받아 취득하는 인증 제도임. 유기 JAS 규격 인증을 받지 못한 경우 유기, 오가닉 또는 이와 같은 의미로 오인될 수 있는 표시를 사용할 수 없음

[표 5.6] 일본 초피 JAS 유기농 인증 취득 정보

	취득 정보	
	기관	농림수산성(MAFF: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) 및 농림수산성 장관이 JAS법 규정에 따라 심사하여 유기식품 등록인증기관으로 등록한 기관
	절차	- 인증신청서 제출 - 인증신청서 수리 - 인증신청서 서류 심사 - 현지실사(인증기관 또는 검사원으로부터 현지 실사를 통지, 일정 조정 후 실사 진행) - 판정(인증기관의 판정원이 실사 결과에 따라 판정, 판정 후, 인증 여부 통지) - 감사(연차조사): 인증 후에도 연 1회 이상의 조사 실시
	필요서류	- 인증신청서 - 시설도면 - 생산행정 관리에 관한 내부규정 및 등급규정 - 사용하는 유기 원자재의 수급이 가능하다는 것을 증명하는 서류 - 비유기 원자재가 유전자변환, 방사선 조사를 거치지 않았음을 증명하는 서류 - 제조예정 제품의 배합표 - 사용예정 첨가물이 JAS 규격에 적합함을 증명하는 서류 - 제조공정도 - 공정 내에서 사용되는 약제의 내용 및 사용방법에 관한 서류 - 제조과정에서 사용되는 기계류 목록
동등성 인정	- 미국, 아르헨티나, 호주, 스위스, 캐나다, EU 회원국, 영국, 뉴질랜드, 대만의 유기 인증은 일본 JAS 유기 인증에 상응하는 수준으로 인정됨 - 국내 유기 제품의 경우 일본 농림수산성 등록 인증기관으로부터 인증을 취득해야만 일본에 유기 제품으로 유통할 수 있어, JAS 취득이 요구됨 - 한국 농림축산식품부의 유기농 인증을 받은 제품은 일본 시장에서 한국의 인증 로고나 JAS 유기 인증 로고를 선택하여 사용할 수 있고, 양국의 로고를 함께 사용 가능함	

자료: 한국농수산식품유통공사

▶ 기타 식품 권장 인증

HACCP, JAS 인증 외에 기타 식품 생산 안전 관련 인증으로 ISO 22000, IFS 등이 있으며, 해당 인증사항들은 필수가 아닌 선택 인증사항임. 초피 품목을 농식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

[표 5.7] 일본 초피 기타 권장 식품 생산 인증

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	

자료: 각 인증기관

3. 일본 초피 라벨링

[표 5.8] 일본 초피 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 명칭	• 품명, 종류별, 명칭 등을 기재
	2. 원재료명	• 사용한 원재료를 식품첨가물과 식품첨가물 이외의 원재료로 구분하여 규정에 따라 기재할 것 • 식품첨가물은 중량 배합 많은 순으로 기재 • 식품첨가물 이외의 원재료는 중량 배합 많은 순서를 따르되 가장 일반적 명칭으로 기재할 것 • 식품첨가물 이외의 원재료가 2가지 이상(복합원재료)인 경우 괄호 안에 배합률 높은 순으로 기재(단, 주원료에 5% 미만이면 생략 가능)
	3. 내용량(또는 고형량, 내용총량)	• 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재할 것 • 고형물에 충전액 더한 경우 내용량 대신 고형량과 내용 총량 병기할 것(예: 통조림, 병조림)
	4. 유통기한 ²⁰⁾	• 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한 설정하고 표기할 의무와 책임이 있음 • 제조부터 유통기한까지 3개월 이내인 경우: '평성 26년 5월 31일', '26.5.31', '2014.05.31.', '14.5.31' 표기 중 선택 • 제조부터 상미기한까지 3개월 넘는 경우: '평성 26년 5월', '26.5', '2014.05', '14.5' 표기 중 선택하거나 3개월 이내의 경우 표기 방법대로 기재해도 무방함
	5. 식품첨가물	• 지정첨가물(후생노동대신이 지정한 436품목) • 기존첨가물(일본에서 이미 사용 중 / 장기간 사용된 것, 예외로 지정받지 않은 치자 색소, 감 탄닌 등 365품목) • 천연향료(동식물유래 물질로 식품에 향 첨가를 목적으로 사용되는 바닐라 향료, 게 향료 등 약 600품목) • 일반 음식첨가물로 사용되는 것 (딸기주스, 한천 등 약 100품목) • 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브리스트 식품첨가물로, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 불인정

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(CAA)

20) 일본은 상미기한(賞味期限)과 소비기한(消費期限) 두 가지 기한을 사용하고 있음. 상미기한은 맛있게 먹을 수 있는 기한을 뜻하며, 소비기한은 해당 기한까지 섭취할 것을 권장하는 기한임

[표 5.8] 일본 초피 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 보존방법	• ‘직사광선을 피하고 상온에서 보존’ 등 유의사항 기재 • ‘10℃ 이하에서 보존할 것’, ‘개봉 후 냉장’ 등 유의사항 기재 • 상온 보존 이외에 유의사항이 없는 경우 생략 가능
	7. 알레르겐	• 특정 원재료 등²¹⁾을 원재료로 사용한 가공식품은 알레르기 유발물질 표시할 것을 권장함 • 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 ‘알레르겐’을 표기할 것 • 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시 • ‘○○을 포함’이라는 문구의 ○○에는 특정 원재료 등 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 ‘○○ 유래’로 표시 • 2023년 일본 소비자청은 알레르기 유발물질에 호두를 추가했으며, 산업 및 이해관계자의 적용 기간을 고려하여 2025년까지 전환기간을 가짐 • 표시 의무 사항은 밀가루, 땅콩을 포함한 8품목임
	8. 영양성분 및 열량	• 영양성분표시는 실제 성분치와 비교하여 이상이 없어야 함 • 의무 표기정보: 에너지, 단백질, 지질, 탄수화물, 나트륨(식염상당량) • 권장 표기정보: 포화지방산, 식이섬유 • 기타 표기정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등
	9. 원산지	• 수입품의 경우 원산지국을 표시할 것
	10. 수입업체 및 제조업체 정보	• 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소를 기재할 것
	11. 순중량	• 단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것
	12. 표기 언어	• 일본어로 표기할 것 • 폰트의 최소 사이즈는 8포인트로 할 것

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(CAA)

21) 2023년 일본 소비자청이 개정한 《식품표시기준》의 별첨 「알레르겐을 포함한 식품에 관한 표시」에 따르면 ‘특정 원재료’의 정의는 해당 원재료를 포함하고 있음을 의무적으로 표시해야 하는 “특정 원재료”로 변경됨

▶ 일본 초피 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일본어]

- ① ミル付き
- ② ひきたての香り
- ③ 香り山椒 国産
- ④ KAORI SANSHO

[앞면 - 국문]

- ① 밀 포함
- ② 갓 내린 향기
- ③ 향기산초 국산
- ④ 향기산초

[뒷면 - 일본어]

- ① ミルでひくので、いつもひきたての香りと辛みが楽しめます。
- ② 賞味期間 2024.11/EQ
- ③ 開封後は、吸湿・虫害を防ぎ、香りを守るため、キャップをしっかり閉めて冷蔵庫で保存してください。
- ④ お客様センター
0120-50-1231
housefoods.jp

[뒷면 - 국문]

- ① 밀로 썰기 때문에 항상 갓 빵은 향과 매운맛을 즐길 수 있습니다.
- ② 유통기한 2024.11/EQ
- ③ 개봉 후 흡습, 충해를 방지하고 향을 유지하기 위해 뚜껑을 꼭 닫고 냉장고에 보관하십시오.
- ④ 고객센터
0120-50-1231
housefoods.jp

⑤ 使用前にミル最下部（ギザギザ部分）を回して外し、中のシールをはがしてください。再びミルをつけてご使用ください。中身がなくなりましたら、別売りのく詰め替え用〉（袋入り）をご利用ください。

- ⑥ · 名称：山椒
 · 原材料名：山椒（国産）
 · 内容量：8g
 · 賞味期間：欄枠上に記載
 · 製造者：ハウス食品（株）大阪府東大阪
 市御厨栄町1丁目5-7
 · 製造所：奈良県大山郡山師池沢町337

⑤ 사용 전에 최하부(삐걱삐걱하는 부분)를 돌려 분리하고, 안의 씌를 떼어내 주십시오. 다시 밀을 부착하여 사용하십시오. 내용물이 다 사용하고 나면, 별도 판매하는<리필용>(봉지 포장)을 이용해 주십시오.

- ⑥ · 명칭：산초
 · 원재료명：산초(일본산)
 · 내용량：8g
 · 유통기한：기재란 위에 기재
 · 제조업자：하우스식품(주)오사카부
 히가시오사카시
 미쿠리야에이초 1초메
 5-7
 · 제조소：나라현 오야마군 야마시시

4. 일본 초피 성분 및 유해물질

▶ 일본 잔류농약 허용 기준(MRL)

일본의 잔류농약 허용 기준(MRL: Maximum Residue Limit)은 후생노동성에서 규제하고 있으며, 일본 식품화학연구재단(JFCRF: The Japan Food Chemical Research Foundation) 홈페이지에서 식품 유형별로 일본의 잔류농약 허용 기준치를 조회할 수 있음. 2023년 9월 기준 ‘초피(Sansho(Japanese pepper))’에 대한 잔류농약 허용 기준치는 조회되지 않았으며, 하기 표는 ‘기타 향신료(Other spices)’에 적용되는 잔류농약 허용 기준치 중 일부를 다름

[표 5.9] 기타 향신료에 적용되는 일본 잔류농약 허용 기준

단위: ppm

순번	성분명	잔류농약 허용 기준	순번	성분명	잔류농약 허용 기준
1	아바멕틴 (ABAMECTIN)	1	11	아미설프롬 (AMISULBROM)	15
2	아세페이트 (ACEPHATE)	0.7	12	아미트라즈 (AMITRAZ)	5
3	아세퀴노실 (ACEQUINOCYL)	5	13	아트라진 (ATRAZINE)	0.06
4	아세타미프리트 (ACETAMIPRID)	5	14	아조시스트로빈 (AZOXYSTROBIN)	70
5	아크린아트린 (ACRINATHRIN)	(-)	15	베나락실 (BENALAXYL)	0.05
6	아사이노피르 (ACYNONAPYR)	6	16	벤다이오카브 (BENDIOCARB)	0.05
7	아피도피로펜 (AFIDOPYROPEN)	0.2	17	벤퓨라카브 (BENFURACARB)	(-)
8	알라니카브 (ALANYCARB)	2	18	벤티아발리카브 아이소프로필 (BENTHIAVALICARB- ISOPROPYL)	6
9	앨드린과 드엘드린 (ALDRIN and DIELDRIN)	0.05	19	벤조빈디플루피르 (BENZOVINDIFLUPYR)	2
10	아메토트라딘 (AMETOCTRADIN)	0.05	20	벤질아데닌 (BENZYLADENINE)	0.2

자료: 일본 식품화학연구재단(JFCRF: The Japan Food Chemical Research Foundation)

▶ 일본, 식품 내 농약 및 동물용 의약품 잔류 기준치 개정

2023년 7월, 일본 후생노동성은 「식품위생법 시행규칙(食品衛生法施行規則)」의 일부를 개정하는 성령(후생노동성령 제 99호)과 「식품, 첨가물 등의 규격 기준(食品, 添加物等の規格基準)」을 각각 개정하여, 농약 및 동물용 의약품의 식품 내 잔류농약 허용 기준이 변동됨. 해당 개정 내용에는 ‘기타 향신료’가 포함됨. 규격 기준은 고시일인 2023년 7월 26일부터 적용되어야 하며, 잔류농약 허용 기준치는 고시일로부터 1년이 지난 이후부터 적용되어야 함

[표 5.10] 일본 식품, 첨가물 등의 규격 기준 개정 내용

구분	성분명	식품 품목	잔류농약 허용 기준 (개정 후)(ppm)	한국 기준(ppm)
농약	아이소프로티올레인 (Isoprothiolane)	쌀(현미)	7	2.0
		복숭아	(-)	0.01 (일률 기준)
		기타 향신료	7	
		포유류에 속하는 동물의 신장	0.9	
		소의 식용 부위	1	
		돼지의 식용 부분	1	
		달걀	0.03	
동물용 의약품	디미나진 (Diminazene)	소의 식용 부위	12	근육 0.5 간 12.0 신장 6.0
		우유	0.2	0.15
농약	피리다클로메틸 (Pyridachlomethyl)	대두	0.2	0.01 (일률 기준)
		토마토	2	
		피망	3	
		가지	2	
		오이	2	

자료: KATI농식품수출정보, 농림축산검역본부

▶ 유해물질

일본 후생노동성은 식품위생법 관련 고시 및 성령(省令)에서 식품 성분규격과 유해물질 기준치를 규정하고 있음. 또한, 적은 수의 유해물질에 대해서는 별도의 통지로 잠정적 규제치 및 식품위생법 제 6조를 위반하는 경우로 정함. 이는 부패 혹은 변질된 것 또는 미숙한 것은 판매 또는 판매용으로 제공하기 위하여 채취, 제조, 수입, 가공, 사용, 조리, 저장 혹은 진열해서는 안 된다는 내용을 포함함

[표 5.11] 모든 식품에 적용되는 일본 유해물질 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	잔류허용기준	분류 ²²⁾
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	모든 식품	10ppb 이하	0
2	컴프리	Symphytum(comfrey)		불검출	0

자료: KATI농식품수출정보

22) 기타(O) : Others

▶ 알레르겐

일본 식품표시기준에서 정한 특정 원재료를 사용한 가공식품 및 특정 원재료를 이용한 첨가물을 함유한 식품은 알레르기 유발물질을 표시할 의무가 있음. 개별 표시의 원칙에 의한 표시 방법은 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것을 원재료로 포함하는 경우에는 원칙적으로 원재료명 바로 뒤에, 괄호 안에 특정 원재료 등을 포함하고 있음을 표시해야 함. 일본에서 초피 유통 시 제품 라벨에 표기해야 하는 알레르겐 필수표기 성분 목록은 하기 표와 같음

[표 5.12] 일본 알레르겐 표기 대상 성분

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 제품 포함 여부	순번	표시 의무 여부	대상	고객사 제품 포함 여부
1	의무	밀	(-)	15	권장	오렌지	(-)
2	의무	새우	(-)	16	권장	키위	(-)
3	의무	계	(-)	17	권장	바나나	(-)
4	의무	달걀	(-)	18	권장	복숭아	(-)
5	의무	땅콩	(-)	19	권장	사과	(-)
6	의무	우유	(-)	20	권장	소고기	(-)
7	의무	메밀	(-)	21	권장	돼지고기	(-)
8	의무	호두	(-)	22	권장	닭고기	(-)
9	권장	아몬드	(-)	23	권장	젤라틴	(-)
10	권장	전복	(-)	24	권장	송이버섯	(-)
11	권장	오징어	(-)	25	권장	참깨	(-)
12	권장	연어	(-)	26	권장	참마	(-)
13	권장	연어알	(-)	27	권장	대두	(-)
14	권장	고등어	(-)	28	권장	캐슈넛	(-)

자료: 일본 소비자청(CAA)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI

수입·유통업체 인터뷰



1. 오카노코사이사이(Ochanoko Saisai)
2. 타루노아지(Taru No Aji)
3. 이세세키야(Ise Sekiya))

Interview ①

23)



오카노코사이사이
(Ochanoko Saisai)

- 유형: 제조유통업체
- 업체 특징:
 - 교토에 위치한 제조 및 유통업체
 - 교토 내 5개 매장 운영
 - 조미료 및 향신료 취급
 - 온/오프라인 유통채널 운영

담당자 정보

Store Manager

오카노코사이사이(Ochanoko Saisai) Store Manager

Q. 일본에서 초피와 같은 매운 조미료의 수요는 어떠한가요? 또한, 일본에서의 매운 조미료 시장 동향은 어떠한가요?

2020년부터 마파두부와 같은 중국의 매운 요리가 유행하면서 초피가 일본에서 큰 인기를 얻었습니다. 많은 일본 소비자들 마파두부를 만들기 위해 초피를 사용하며, 일본 내 많은 중식당에서도 매운 음식을 요리하기 위해 사용하곤 합니다.

Q. 일본에서 가장 인기 있는 초피 제품은 무엇인가요?

현재 일본에서는 교토산 초피 가루가 가장 인기 있습니다. 사천산 초피와 비슷하지만, 교토산 초피는 일본 나무에서 난 초피나무 열매로 만든 제품입니다. 아주 맵고 향도 강한 중국산 초피보다 교토산 초피 가루는 적당히 맵고 향이 좋습니다. 효고산 초피도 일본 소비자들 사이에서 인기가 많아서 그 지역에는 초피만 파는 가게도 있습니다. 마지막으로, 와카야마산 초피도 인기가 많아 오프라인에서는 품절이 되어 온라인에서만 구매할 수 있는 경우도 생깁니다.

Q. 일본에서 한국산 초피를 흔히 볼 수 있나요?

일본 소비자들은 중국과 일본산 초피만 알고 있으며 한국산 초피에 대한 인지도는 거의 없습니다. 그에 따라 일본에서 한국산 초피는 흔하게 볼 수 있는 제품은 아닙니다.

Q. 일본에서 한국산 초피 제품의 가격대는 어떠한가요?

한국산 초피에 대해 모르기에 일본에서 인기 있는 제품의 가격대를 현지 제품으로는 10g당 효고산 초피는 600엔(5,452원²⁴⁾), 교토산 초피는 800엔(7,269원)입니다.

Q. 고객사 제품은 얼얼한 맛의 초피 제품으로 마대에 포장되며 20kg에 300만원입니다. 고객사 제품이 일본에서 인기를 얻을 수 있을까요?

일반적으로 현지 초피는 매우 저렴한 가격인 한 팩당 10g에 300엔(2,726원)에 판매되고 있습니다. 현지에서 판매되는 초피는 거의 모두 현지에서 수확했으며 일부 수입 초피는 주로 중국산이며 중식당에서만 사용되기에 정확한 수입 초피 가격이 얼마인지는 알지 못합니다. 한편, 대부분 인기 제품은 일본 현지 제품으로 유기농 인증이 있습니다. 또한, 모든 초피는 매콤하고 얼얼한 맛이지만, 일본 소비자들은 중국산 초피의 강한 얼얼한 맛보다는 적당히 매운맛을 선호합니다.

23) 사진 자료: 오카노코사이사이(Ochanoko Saisai)

24) 100엔=908.64원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요? 또한, 경쟁제품들은 어떻게 포장하여 유통되고 있나요?

주로 초피는 슈퍼마켓에서 판매되지만, 현지 제품은 빨리 품질 되어 대부분의 주문이 온라인 플랫폼에서 이루어집니다. 효고나 교토의 초피는 해당 지역의 기념품 가게에서 구매하는 경우에는 캔 통에 포장되어 있으며, 슈퍼마켓에서 판매하는 경우에는 작고 보관하기 편리한 재밀봉 가능한 봉지에 포장되어 있습니다. 케이터링 업체나 기관에 납품하는 B2B 채널에서 주로 대량으로 거래합니다. 해당 채널은 대량 주문을 하는 바이어를 찾고 있다면 겨냥해볼 만합니다.

Q. 일본에서는 어떠한 업체가 초피를 수입하나요? 해당 업체들이 마대 포장된 고객사 제품을 선호할까요?

초피를 수입해서 일반 소비자들에게 유통하는 업체는 일본에 없습니다. 대신, 중국산 초피를 수입해서 현지 중식당이나 체인점에 유통하는 수입업체는 있습니다. 초피는 소금이나 후추보다는 자주 사용하지 않는 재료이기에 작은 용량의 포장도 수요가 있을 것입니다. 하지만 도매를 위한 대용량 제품의 경우 여닫을 수 있는 캔 통에 담은 가루 제품이 이미 판매되고 있어 마대 포장이 더 나올지는 잘 모르겠습니다.

Q. 초피를 일본으로 수출할 때 통관·검역과 관련하여 주의해야 할 사항이 있나요?

초피에 화학 잔류물이 있는지나 농약이 사용되었는지 검사를 위해 식품 및 약품 테스트를 해야 합니다. 또한, 일본 소비자들은 유기농 제품을 선호하므로 가격이 조금 비싸더라도 유기농 인증을 받는다면 소비자들이 계속 구매할 것입니다.

Interview ②

25)



타루노아지
(Taru No Aji)

- 유형: 제조유통업체
- 업체 특징:
 - 1905년 설립
 - 와카야마에 위치한 제조 및 유통업체
 - 조미료 및 향신료 취급
 - 온/오프라인 유통채널 운영

담당자 정보

Shop Manager

타루노아지(Taru No Aji) Shop Manager

Q. 일본에서 초피와 같은 매운 조미료의 수요는 어떠한가요? 또한, 일본에서의 매운 조미료 시장 동향은 어떠한가요?

일본 초피 제품 혹은 매운 조미료는 매운맛이기는 하지만, 중국 초피보다 본연의 향이 강합니다. 또한, 이전에는 마파두부에 초피를 쓰는 것만 인기였다면 지금은 다양한 요리에 초피나 산초를 첨가해 먹는 등 초피를 찾는 소비자가 많습니다. 특히 장어탕과 같은 장어 요리에 자주 사용되어 여름에는 슈퍼마켓에서 품절 대란이 발생하기도 합니다. 이로 보아, 일본에서의 매운 조미료 시장 전망은 긍정적인 것으로 보입니다.

Q. 일본에서 가장 인기 있는 초피 제품은 무엇인가요?

와카야마산 초피는 가장 인기 있는 제품입니다. 해당 초피를 곁들인 장어 요리는 비릿한 냄새와 맛이 사라지며 향이 더 강해지고 적당히 매워집니다. 교토산 초피도 인기가 좋지만, 가격이 너무 비싸서 비교적 수요가 적습니다.

Q. 일본에서 한국산 초피를 흔히 볼 수 있나요?

중국산 초피는 중국 마트나 음식점에서 흔히 볼 수 있지만, 한국산 초피는 아직 일본에서 흔히 볼 수 없습니다.

Q. 일본에서 한국산 초피 제품의 가격대는 어떠한가요?

와카야마산 초피의 가장 작은 용량인 10g 정도에 가격은 300엔(2,726원) 정도입니다. 해당 제품은 보통 여름에는 빨리 품절이 되며 슈퍼마켓에서도 구하기 힘들어서 온라인 공식 대리점에서 예약해야 할 정도로 인기가 많습니다.

Q. 고객사 제품은 얼얼한 맛의 초피 제품으로 마대에 포장되며 20kg에 300만원입니다. 고객사 제품이 일본에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품의 시장이 형성되지 않았다는 점을 고려하면 20kg에 300만원은 평균 가격대를 약간 벗어났습니다. 가격을 책정하기 전에 고객사 제품이 어떤 틈새시장을 겨냥할 것인가를 알아볼 것을 추천합니다. 다만, 20kg의 용량은 일본에서 판매되기에 너무 큰 것 같습니다. 현지 브랜드는 많아야 500g에 8,000엔(72,691원) 정도에 판매되고 있습니다. 일반적으로 업체 납품용이나 음식점에서 대량으로 구매하며, 초피의 수요가 최고조에 달하는 여름 무렵에 유통하는 것을 추천합니다. 구매자들은 초피를 구매할 때 유기농, 무농약 제품 여부나 특정 현의 원산지인지를 확인하므로, 해당 인증을 취득한다면 더욱 인기를 얻을 수 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요? 또한, 경쟁제품들은 어떻게 포장하여 유통되고 있나요?

슈퍼마켓은 일반 소비자에게 다가갈 수 있는 가장 좋은 방법이지만 수입 브랜드가 해당 유통채널에서 성공하는 것은 거의 불가능합니다. 그렇기에 음식점이나 B2B와 같은 채널에 유통하는 것을 추천합니다. 고객사 제품을 대량으로 구매할 확률이 높은 한식당이나 중식당은 업체별로 원하는 포장 방식이 있을 수 있습니다. 따라서 마대 포장이 모든 수입업체에 적합하지 않을 수 있다는 점을 유의해야 합니다.

Q. 일본에서는 어떠한 업체가 초피를 수입하나요? 해당 업체들이 마대 포장된 고객사 제품을 선호할까요?

음식점이나 케이터링 업체에 유통하는 업체는 한식당처럼 한국산 초피를 찾는 틈새시장에 접근하기 좋은 채널이 될 것입니다. 해당 업체들은 보통 다른 업체에 공급하기에 오히려 개별 포장된 제품을 선호하지 않을 것입니다. 마대 포장으로 더 많은 양을 담을 수 있어 배송에 유용하기에 마대 포장된 제품은 위와 같은 업체들을 겨냥하기에 적합한 포장 방식입니다.

Q. 초피를 일본으로 수출할 때 통관·검역과 관련하여 주의해야 할 사항이 있나요?

일본에서 초피 제품을 유통하기 위해서는 정부로부터 허가를 받아야 합니다. 정부의 허가를 받기 위해서는 초피의 수확지를 평가받아야 합니다. 그 외, 유기농 인증 혹은 무농약 제품인증 등을 받는다면 일본 소비자로부터 더욱 많은 관심을 받을 수 있습니다.

Interview ③

26)

이세세키야
(Ise Sekiya)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 미에에 위치한 유통업체
 - 수산물, 향신료, 주류 등 취급
 - 온/오프라인 유통채널 운영

담당자 정보

Sales Manager

이세세키야(Ise Sekiya)
Sales Manager**Q. 일본에서 초피와 같은 매운 조미료의 수요는 어떠한가요? 또한, 일본에서의 매운 조미료 시장 동향은 어떠한가요?**

소바, 닭 간, 장어탕 등의 전통요리에 일본 초피를 첨가할 때 그 맛의 조화가 얼마나 좋은지 알게 된 후 일본에서는 전통요리에 초피를 사용하는 것이 유행했습니다. 또한, 현마다 독특한 향이 있어 각각 다른 요리에 사용됩니다. 교토, 효고, 와카야마 등의 산초는 소비와 잘 어울리고, 와카야마는 장어와 마파두부에 잘 어울립니다. 또한, 인도 요리, 중국 요리 등 다양한 요리에도 여러 가지 산초를 사용해보며 맛을 탐구하고 있습니다. 조미료 시장의 밝은 전망을 기대할 수 있습니다.

Q. 일본에서 가장 인기 있는 초피 제품은 무엇인가요?

가장 잘 팔리고 쉽게 구할 수 있는 초피는 와카야마산 초피입니다. 교토의 초피는 와카야마나 효고 지역보다 공급량이 적고 눈에 띄는 경향이 있으며 가격도 더 비쌉니다. 와카야마산 제품은 일반 재래식 제품이지만, 교토산과 효고산 제품은 프리미엄 제품입니다.

Q. 일본에서 한국산 초피를 흔히 볼 수 있나요?

한국산 초피를 본 적이 없습니다. 한국산 고추에 대해서는 알고 있지만, 한국산 초피는 일본에서 알려지지 않았습니다. 현지에서 유통되는 수입 초피는 중국인 마트에서 판매되거나 중식당에서 사용되는 중국산 초피만 있습니다.

Q. 일본에서 한국산 초피 제품의 가격대는 어떠한가요?

와카야마산 초피는 10g으로 가장 작은 팩이 300~400엔(2,726~3,465원)이고, 교토산 초피는 10g당 800엔(7,269원)으로 가장 비싸며 일반적으로 식료품보다는 기념품이나 선물용으로 판매되는 캔 통에 포장되어 있습니다.

Q. 고객사 제품은 얼얼한 맛의 초피 제품으로 마대에 포장되며 20kg에 300만원입니다. 고객사 제품이 일본에서 인기를 얻을 수 있을까요?

모든 초피는 허가 마비되는 매운맛을 가지고 있지만, 향은 각각 다릅니다. 제품마다 요리에 맞는 풍미와 향을 만들어줘서 제품을 특별하게 만듭니다. 일본의 교토나 효고산 유기농 초피라면 20kg당 300만원의 가격이 적절하다고 판단되지만, 수입 초피가 300만원인 것은 가격 경쟁력이 없어 보입니다. 대량으로 판매하는 제품이 마대에 포장되는 것이 이해가 되지 않습니다. 제품의 원산지, 무농약인증이 가장 중요한 인증입니다. 지속 가능성 인증이나 JAS(Japanese Agricultural Standard)와 같은 기타 인증도 일본 시장에서 도움이 될 것입니다.

Q. 고객사 제품을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요? 또한, 경쟁제품들은 어떻게 포장하여 유통되고 있나요?

요리와 식재료를 대중화할 수 있는 확실한 유통채널인 대형 음식점을 추천합니다. 대형 음식점은 수입업체를 통해 어떤 식재료든 수입할 수 있는 곳입니다. 하지만 한국산 초피는 아직 거의 알려지지 않았기에 20kg이라는 다소 많은 양 보다는 확실히 더 적은 양을 테스트차 주문하기를 원할 것으로 생각합니다.

Q. 일본에서는 어떠한 업체가 초피를 수입하나요? 해당 업체들이 마대 포장된 고객사 제품을 선호할까요?

일본에서는 중식당 공급업체가 중국산 초피를 가장 많이 수입하는 업체입니다. 현지 초피의 수요가 매우 높고 공급량이 수요를 맞추기에 초피를 수입하는 회사는 많지 않습니다. 초피의 포장 방식은 타겟층 선호를 따르기보다는 세관이나 검역소에서 배송을 위한 포장 형식을 규제하기에 해당 기관에 문의하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 제품에 관심 있는 바이어를 찾기 위한 좋은 방법이 있나요?

한식당을 타겟으로 유통하는 것을 추천합니다. 중국산 초피도 중국 요리의 인기로 힘입어 유행하게 되었고, 소비자들이 집에서 중국 음식을 요리하기 위해 중국산 초피를 구매를 하게 되었습니다. 고객사 제품이 한국산 산초를 사용한 한국 요리를 선보인다면 일본에서 인기를 얻을 가능성이 있습니다.

Q. 초피를 일본으로 수출할 때 통관·검역과 관련하여 주의해야 할 사항이 있나요?

일본 검역청에 초피와 같은 향신료 수입 배송에 관한 규정을 숙지하고 준수해야 합니다. 또한, 앞서 말한 것처럼 일본 세관과 검역청은 매우 엄격하며 포장 방식에 관한 규정이 확실합니다. 따라서, 향신료 수입 배송 규정과 포장 방식 규정을 잘 지키며 수출 준비를 해야 합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VII 시사점

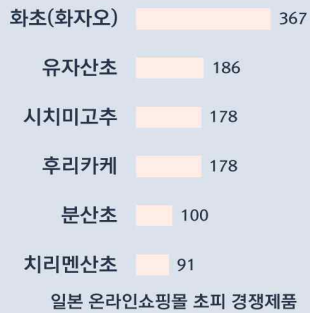


시장수요



일본 소스 및 향신료 시장규모는 향후 5년간 1.3%씩 성장, 향신료 및 요리 허브 시장규모 또한 향후 5년간 2.5%씩 성장할 것으로 전망됨. HS CODE 1211.90(초피)의 일본 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 3.3%씩 증가한 반면, 對한국 수입액은 지난 5년간 연평균 17.9%씩 역성장한 것으로 나타남. 2022년 기준 일본의 초피 수입 국가들 중 한국은 수입규모 9.2억 원으로 전 세계 18위를 차지하였으며, 1위는 중국으로 82%의 비중을 차지함

수입유통업체 인터뷰 결과, 세 수입유통업체 모두 일본 내 초피에 대한 수요가 증가하고 있으며, 특히 매운 요리에 대한 선호도 증가로 초피를 포함한 매운 조미료 제품이 소비자들에게 인기가 있다고 답변함. 한국산 초피에 대한 인지도는 낮은 편이며, 수입산으로는 중국산 초피가 일본 내 중국마트나 중식당에서 유통되고 있음



소비 특징 ①

‘화초’, ‘유자산초’ 등 산초 가공식품 다수 판매



온라인쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석 결과를 통해 현지 제품 및 시장 특징을 도출함

일본 초피의 경쟁제품으로 ‘화초’가 가장 많이 도출되었으며, ‘유자산초’, ‘시치미고추’, ‘후리카케’ 등 초피와 유사한 산초를 이용한 가공식품이 다수 판매되고 있는 것으로 확인됨. 이는 일본 소비자들이 ‘얼얼한 매운맛’을 내기 위해 산초와 후추 등 향신료를 많이 사용하는 경향이 있어 산초를 이용한 제품의 수요가 많은 것으로 판단되었음. 초피 제품의 주요 브랜드로는 일본 현지 브랜드가 다수 확인되었음



소비 특징 ②

맛의 효과 및 산지를 강조하는 제품 다수



일본 초피 시장 내 ‘(요리를) 돋보이게 하는’, ‘향이 좋은’, ‘풍미가 뛰어난’ 등 맛의 효과를 강조하는 키워드를 활용한 홍보문구가 최다 빈출됨에 따라 일본 소비자들은 음식의 맛을 더 풍부하게 하기 위해 초피를 활용한 것으로 분석됨. 이외에도 ‘와카야마현산’, ‘교토산’ 등 제품의 원산지를 강조하는 홍보문구도 다수 확인되었으며, 이는 일본 소비자들의 해당 지역 산초에 대한 선호도가 높은 영향인 것으로 판단됨

패키징의 경우, ‘병’ 키워드가 가장 많이 도출되었으며, 식탁 위에 놓고 쓸 수 있는 정도의 작은 크기의 제품을 선호하는 것으로 나타남. 용량의 경우에도 ‘1g’ 정도의 소용량 제품이 다수였으며, ‘1kg’ 이상의 대용량 제품은 업소용으로 주로 판매되고 있었음





유통채널



일본 초피 유통채널 점유율 조사 결과 하이퍼마켓/슈퍼마켓 (73.9%)을 통한 유통이 전체 비중의 % 가량을 차지하며 가장 활발한 것으로 확인되었음. 뒤를 이어 편의점(14.4%)을 포함한 오프라인 채널이 주요 유통 채널이었으며, 온라인을 통한 유통은 다소 미미한 것으로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 소셜미디어, 인플루언서 마케팅 등 온라인을 활용한 홍보 및 유통이 최근 부상하는 것으로 확인됨. 실제 온라인 판매 제품 확인 결과 일본 내 식료품 배달 서비스를 운영하는 플랫폼인 라쿠텐에서 다수의 초피 및 산초 제품이 판매되는 것을 확인함

- ▶ Point 1) MHLW 등록 必
- ▶ Point 2) 필수 인증 無
- ▶ Point 3) 라벨 일본어 표기 必

진입장벽



일본으로 가공식품 수출 시, 후생노동성(MHLW) 사전등록 절차가 필수적임. 이외에도 수출입안전관리우수업체(AEO) 제도를 통해 신속한 통관 및 비용 절감이 가능함. 일본으로 가공식품 수출 시 필수적으로 취득해야 하는 인증은 없으며, HACCP, JAS 인증, ISO 22000, IFS 등을 자유롭게 취득할 수 있음. 라벨의 경우, 일본어로 표기해야하며, 폰트 사이즈는 8포인트 이상으로 해야함

수출 확대 전략

셀링 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 일본 향신료 및 초피 시장의 주요 트렌드로는 적당히 맵고 향이 좋은 제품에 대한 선호도가 높은 것으로 확인됨. 따라서, 고객사 제품의 셀링포인트인 '얼얼하면서도 상큼한 향이 풍기는 향신료'는 일본 시장에 적합한 것으로 확인됨

Point 02 제품 경쟁력 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 일본 소비자들은 유기농 제품을 선호하는 경향이 있음. 따라서, 제품 출시 시, '유기농 인증', '무농약 제품 인증' 등 인증과 관련한 메시지를 홍보문구로 활용하는 것이 효과적임. 또한, 초피 수요가 최고조에 달하는 여름을 공략하여 제품을 유통하는 것을 권장함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 식품음료신문, 「[마켓트렌드] 일본 하반기 식품 시장 전망」, 2021.09
3. 스태티스타(Statista), 「Sauces & Spices_Japan」, 2023.08
4. 리얼푸드(Real Foods), 「일본 조미료·향신료, 간편함에 주목」, 2020.02
5. 스태티스타(Statista), 「Spices & Culinary Herbs_Japan」, 2023.08
6. 한국영농신문, 「뜨거워지는 한국·중국·일본의 매운 맛 삼국지」, 2021.03
7. greenz.jp, 「産地消滅の危機は回避した。あとは、どう自分が食べていくか。和歌山県・有田川町のUターン就農者が、地域資源をいかした「+ X」ビジネスに取り組む姿。」, 2022.09
8. 스태티스타(Statista), 「Purchase Channels for Dietary And Health Supplements Japan」, 2023.04
9. 스태티스타(Statista), 「Purchase Channels for Dietary And Health Supplements South Korea」, 2022.07
10. 일본 후생노동성(MHLW), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020.06
11. 일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020.04
12. aT 한국농수산물유통공사, 「농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2022.09
13. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(일본편)」, 2020.12
14. 식품안전정보원, 「식품표시기준 Q&A 제2장 가공식품(최종개정 2021년 3월 17일)」, 2021.03
15. KATT농식품수출정보, 「일본, 후생노동성의 식품 기준 심사와 소비자청으로 이관」, 2023.06

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.co.jp)
4. 미쓰코시 백화점(三越) (www.mistore.jp)
5. 타임아웃(Timeout) (www.timeout.com)
6. 웨어인도쿄(Where in Tokyo) (whereintokyo.com)
7. 다이마루 백화점(大丸) (www.daimaru.co.jp)
8. 사이트시잉익스프레스(Sightseeing Express) (sightseeingexpress.com)
9. 라이프(Life) (www.lifecorp.jp)
10. 니케이아시아(Nikkei Asia) (asia.nikkei.com)
11. 세이유(Seiyu) (www.seiyu.co.jp)
12. 맥스밸류(MaxValu) (www.maxvalu.co.jp)
13. 홋카이도 가이드(Hokkaido Guide) (hokkaidoguide.com)
14. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.sej.co.jp)
15. 아시아니케이(Asia Nikkei) (asia.nikkei.com)
16. 로손(Lawson) (www.lawson.co.jp)
17. 장터 한국광장(韓国広場) (shopping.geocities.jp/hiroba)
18. 예스마트(Yesmart) (yesmart.co.jp)
19. 구글맵(Google Maps) (google.co.kr/maps)
20. 교무수퍼(業務スーパー) (www.gyomusuper.jp)
21. 텔레비도쿄(テレビ東京) (www.tv-tokyo.co.jp)
22. 라이브재팬(Live Japan) (livejapan.com)
23. 일본후생노동성(MHLW) (www.mhlw.go.jp)
24. KATT농식품수출정보 (www.kati.net)
25. 관세법령정보포털 (www.unipass.customs.go.kr)
26. 일본 농림수산성(MAFF) (www.maff.go.jp)
27. 일본 소비자청(CAA) (www.caa.go.jp)
28. 한국식품안전관리인증원 (fresh.haccp.or.kr)
29. 일본 식품화학연구재단(JFCRF) (www.ffcr.or.jp)
30. 플래티콘(Flaticon) (flaticon.com)
31. 오카노코사이사이(Ochanoko Saisai) (www.ochanokosaisai.com)

- 32. 타루노아지(Taru No Aji) (www.tarunoaji.com)
- 33. 이세세키야(Ise Sekiya) (shop-sekiya.com)

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사

· 발 행 일 자 | 2023.10.13

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한

무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.

본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는

aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.

Printed in Korea