

2019년

해외시장 맞춤형조사



- No. 1912-19
- 품목 : 토마토고추장(Tomato Gochujang)
- 국가 : 일본(JAPAN)
- 구분 : 시장분석형

· 사업명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
· 주관기관 : 한국농수산물유통공사

Content

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 일본 토마토고추장 시장규모	5
2. 일본 토마토고추장 수출입 시장규모	6
3. 일본 토마토고추장 소비 시장규모	8

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	12
1. 일본, 한식 요리 외 중화 요리와 건강식 요리에도 고추장 활용	18
2. 일본 온라인 쇼핑몰, 한국 브랜드 고추장 외 일본 제품도 판매	19
3. 일본 소비자, 고추장을 ‘맛있는’, ‘만족스러운’ 제품으로 평가	20
4. 일본, 자극적이지 않은 맛의 양념장·소스 인기	21

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	23
1. 일본 토마토고추장 유통구조	24
2. 일본 토마토고추장 주요 유통업체	25
3. 일본 토마토고추장 B2C 소매채널	27

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	48
1. 일본 토마토고추장 인증 취득	49
2. 일본 토마토고추장 업체·제품 등록	52
3. 일본 토마토고추장 라벨 심의	53
4. 일본 토마토고추장 서류 준비	57
5. 일본 토마토고추장 세금 납부	58
6. 일본 토마토고추장 검역 심사	59

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	62
Interview ① 소우루이찌바(ソウル市場)	64
Interview ② 하치도쇼오지(八道商事)	65
Interview ③ 칸코쿠도쿠시(韓國得市)	67
Interview ④ 와루후렌도(ワールドふれんど)	68
Interview ⑤ 케이푸드(K Foods)	70
Interview ⑤ 일본 소비자청(消費者庁)	71

* 참고문헌	73
--------	----

I. Market Size

SUMMARY

1. 일본 토마토고추장 시장규모
2. 일본 토마토고추장 수출입 시장규모
3. 일본 토마토고추장 소비 시장규모



Market Size

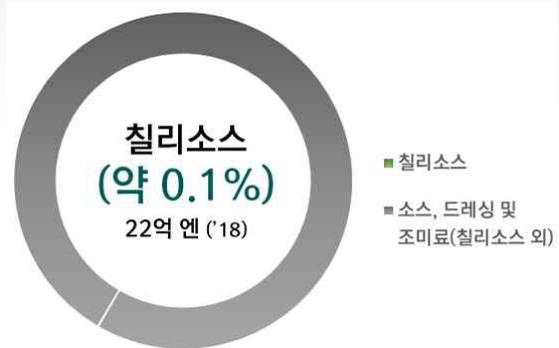
(시장규모)

일본(JAPAN)

토마토고추장 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(소스), 제품의 원료(고추, 토마토)

- 일본 소스, 드레싱 및 조미료¹⁾ 시장규모
..... 1조 8,730억 엔('18)
- 일본 칠리 소스²⁾ 시장규모
..... **22억 엔('18)**



(*) Euromonitor International

토마토고추장 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(고추장)

- HS 2103.90³⁾
일본 對글로벌 '기타 소스와 소스용 조제품' 수입 규모
..... 2억 9,258만 7천 달러('19)
- HS 2103.90
일본 對한국 '기타 소스와 소스용 조제품' 수입 규모
..... **1,788만 1천 달러('19)**



(*) International Trade Centre, KATI

토마토고추장 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '토마토고추장'은 토마토와 고추를 주원료로 하는 저염 고추장임. 이에 주요 고객으로 예상되는 '일본 40-50대 남녀 인구 규모'를 조사함. 또한, 지역별 수요 파악을 위해 '일본 지역별 지출 규모'를 확인하였으며, '연령대별 일본인 對한국 인식 조사'를 통해 한국 음식에 긍정적인 것으로 예상되는 소비자 규모를 확인함

- | | |
|---|---|
| <p>① 일본 40-50대 인구 규모('19)</p> <p>전체 1억 2,622만 명(100.0%)</p> <p>40-50대 3,476만 명(27.5%)</p> <p>남성 1,751만 명(13.9%)</p> <p>여성 1,725만 명(13.7%)</p> | <p>② 일본 지역별 가구당 연평균 지출액('18)</p> <p>간토 지방 310만 8,730엔</p> <p>도카이 지방 305만 7,806엔</p> <p>호쿠신에쓰 지방 300만 5,733엔</p> |
| <p>③ 일본인 對한국 인식 조사('19)</p> <p>친밀감을 느낌 26.7%</p> <p>중간 1.9%</p> <p>친밀감을 느끼지 않음 71.4%</p> | |

(*) Statistics Bureau of Japan, Cabinet Office of Japan

1) 소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings, Condiments): 토마토 페이스트/퓨레, 부용/육수 큐브, 허브와 향신료, 글루탐산소다(MSG) 및 절임 식품을 비롯한 각종 소스와 드레싱, 조미료를 포함함

2) 칠리 소스(Chilli Sauces): 고추를 주재료로 다른 재료와 혼합한 매운 소스를 지칭함. 단맛이 나는 칠리 소스, 멕시코/라틴 아메리카 매운 소스, 타바스코 소스, 아시안식 칠리소스 등도 포함함

3) HS CODE 2103.90: 소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료로 간장 및 토마토를 원료로 한 제품을 지칭함. 토마토고추장이 '소스' 품목에 해당하고 원료로 '토마토'를 사용하고 있어 지표로 선정함

1. 일본 토마토고추장 시장규모

조사 시장: 토마토고추장의 종류는 '소스', 원료는 '고추, 토마토', 특징은 '매운맛'임. 이에 '주원료를 고추로 사용하여 타 재료 및 감미료와 섞은 각종 소스와 조미료'를 의미하는 '칠리 소스' 시장과 상위 품목인 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장의 규모를 확인함

일본 국가 일반 정보)

면적	37.8만 km ²
인구	1억 2,679만 명
GDP	4조 9,709억 달러
GDP (1인당)	3만 9,287만 달러

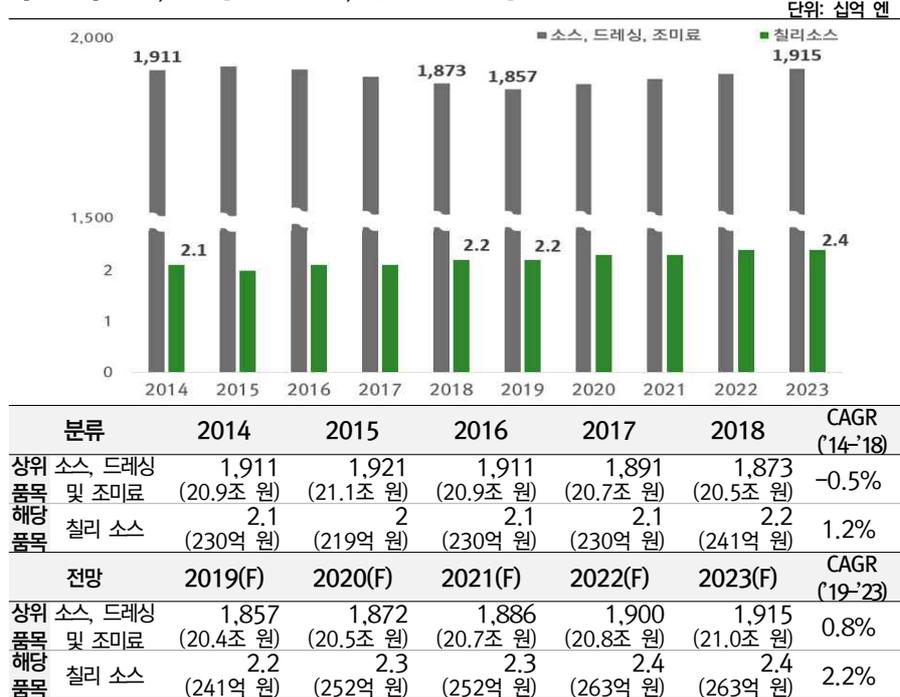
▶ 2014-2018년, 일본 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장 연평균성장률 -0.5%

2018년 기준 일본 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장규모는 1조 8,730억 엔으로 지난 5년(2014-2018)간 연평균 0.5%의 감소세를 보임. 반면, 2018년 '칠리 소스' 시장규모는 22억 엔으로 동기간 연평균 1.2% 증가함. 유로모니터에 따르면⁴⁾, 현대 일본 소비자들의 생활양식이 점차 바쁘게 변하며 집에서 요리하는 횟수가 감소했고, 이러한 현상이 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장규모 감소의 주요 요인으로 작용함

▶ 2019-2023년, 일본 '칠리 소스' 시장 연평균성장률 2.2% 예측

일본 '칠리 소스' 시장은 향후 5년(2019-2023년)간 연평균 2.2%의 성장률로 성장하여 2023년 시장규모가 24억 엔에 이를 것으로 예측됨. 일본 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장은 동기간 0.8%의 낮은 성장률을 보이며 2023년 1조 9,150억 엔까지 성장할 것으로 예측됨

[표 1.1] '소스, 드레싱 및 조미료', '칠리 소스' 시장규모⁵⁾



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 유로모니터 (Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Japan, Country Report」, 2019.11

5) 100엔=1,095.97원(2020.01.22., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 일본 토마토고추장 수출입 시장규모

HS CODE 2103.90: 해당 HS CODE는 ‘소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료’를 지칭하며, 여기에는 고추장이 포함됨. 조사 제품인 ‘토마토고추장’의 품목(고추장)을 고려하여 지표로 선정함

▶ 2015-2019년, 일본 對글로벌 수입액 연평균성장률 3%

일본 HS CODE 2103.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 3% 성장하여 2019년 2억 9,258만 7,000달러를 기록함. 2016년 기준 일본의 해당 품목 수입액은 전년 대비 1% 감소하였으나, 2017년 이후 지속적으로 수입액 규모가 증가함

▶ 2015-2019년, 일본 對한국 수입액 연평균성장률 11%

2019년 일본 對한국 HS CODE 2103.90 품목 수입액은 1,788만 1,000달러이며, 지난 5년(2015-2019년)간 연평균성장률 11%를 기록함. 2019년 기준 對한국 수입액 규모 국가 순위에서 일본은 7위로 전체 수입액의 6%를 차지함. 수입액 규모 1위 국가는 태국이며, 2019년 7,278만 4,000달러(848억 원)를 기록함

[표 1.2] HS CODE 2103.90 수입 규모⁸⁾⁹⁾



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2103.90 기준

8) 1달러=1,164.70원 (2020.01.22., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

3. 일본 토마토고추장 수출입 시장규모

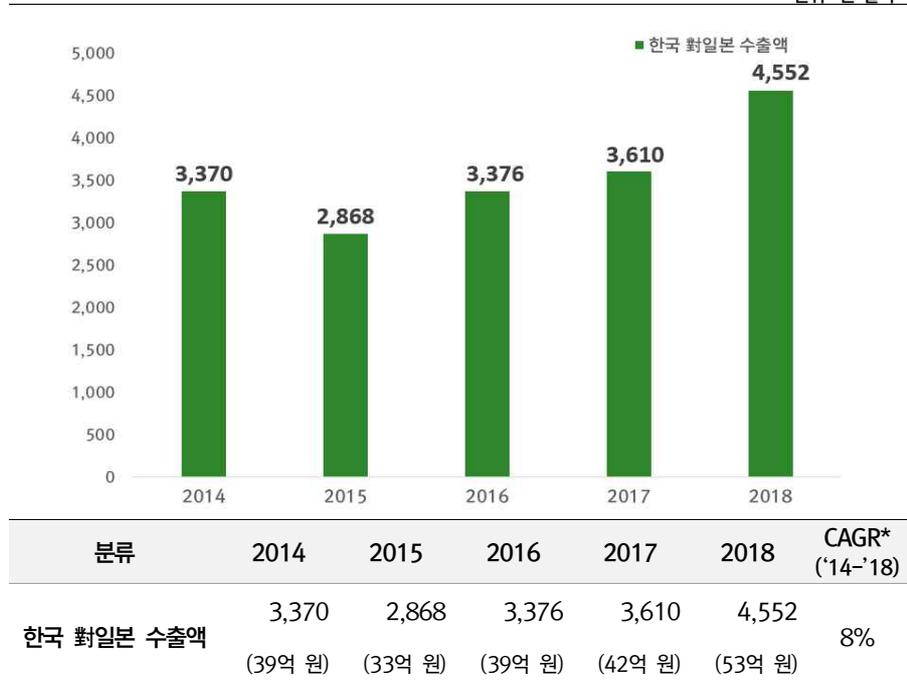
AG CODE 14304000: 해당 코드는 고추장을 지칭함. 고추장 시장의 전반적인 한국 對일본 수출 현황을 알아보기 위하여 지표로 선정함

▶ 2014-2018년, 한국 對일본 수출액 연평균성장률 8%

한국 AG CODE 14304000 품목의 對일본 수출액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 8%의 성장세를 보임. 對일본 수출액은 2015년 전년대비 15% 감소하였지만, 이후 2016년, 2017년 각각 전년대비 18%, 7%의 성장세를 보임. 특히, 2018년 對일본 수출액은 전년대비 26% 증가하여 455만 2,000달러의 수출 규모를 기록함. 이는 2014년 수출액 대비 35% 증가한 수치임

[표 1.3] AG CODE 14304000 수출 규모 ¹⁰⁾¹¹⁾

단위: 천 달러



자료: KATI(Korea Agricultural Trade Information) AG CODE 14304000 기준

10) 1달러=1,164.70원 (2020.01.22., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

3. 일본 토마토고추장 소비 시장규모

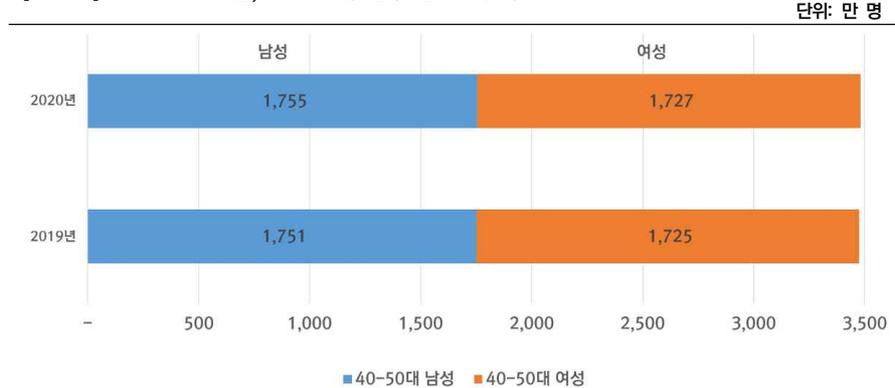
1) 일본 40-50대 남녀 인구 규모

조사 제품 ‘토마토고추장’은 토마토와 고추를 주원료로 하는 저염 고추장임. 이에 주요 고객으로 예상되는 ‘일본 40-50대 남녀 인구 규모’를 조사함. 또한, 지역별 수요 파악을 위해 ‘일본 지역별 지출 규모’를 확인하였으며, ‘연령대별 일본인 對한국 인식 조사’를 통해 한국 음식에 긍정적인 것으로 예상되는 소비자 규모를 확인함

▶ 2019년, 일본 40-50대 인구가 전체 인구의 27.5% 차지

2019년 기준, 일본의 40-50대 남녀 인구는 약 3,476만 명으로 전체 인구의 약 27.5%를 차지함. 40-50대 남성은 전체 인구의 13.9%(약 1,751만 명), 여성은 13.7%(약 1,725만 명)로 남성이 약 25만 명 많은 것으로 확인됨. 한편, 2020년 일본의 40-50대 인구는 약 3,483만 명으로 추정되며 이는 전년대비 0.2% 증가한 수치임. 2020년 일본의 전체 인구는 감소하나 40-50대의 전체 인구는 전년대비 약 7만 명 증가할 것으로 예상됨

[표 1.4] 2019-2020년, 40-50대 인구 분포 및 규모¹²⁾



연도	전체 인구	40-50세		
		전체	남성	여성
2019	12,622 (100.0%)	3,476 (27.5%)	1,751 (13.9%)	1,725 (13.7%)
2020	12,602 (100.0%)	3,483 (27.6%)	1,755 (13.9%)	1,727 (13.7%)
2019/2020 증감율	-0.2%	0.2%	0.2%	0.1%

자료: 일본 통계청(Statistics of Japan)

12) 해당 자료는 반올림하여 작성한 수치로, 남성과 여성의 인구 수 또는 비율(%) 합산 시 전체수 또는 비율(%)보다 미달, 초과할 수 있음

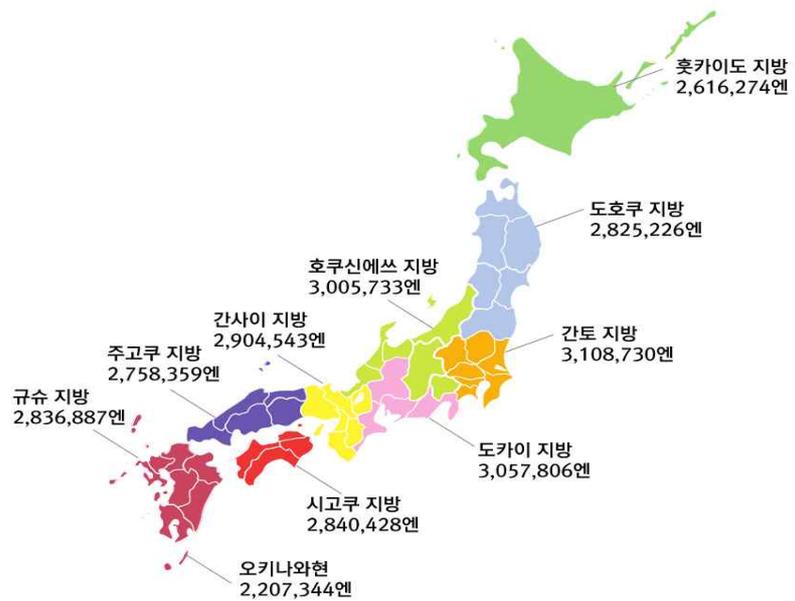
2) 일본 지역별 지출 규모

▶ 2018년, 간토 지방 가구당 연평균 지출액 310만 8,730엔으로 1위

일본 통계청에 따르면,¹³⁾¹⁴⁾ 2018년 기준 가구당 연평균 지출액 1위 지역은 간토 지방이며, 그 규모는 310만 8,730엔으로 확인됨. 2위 지역은 도카이(305만 7,806엔) 지방임. 연평균 지출액이 가장 적은 곳은 오키나와현으로 220만 7,344엔을 기록함. 2017년 기준 지역별 인구수는 간토 지방이 4,324만 8,000명으로 가장 많으며 간사이 지방이 2,063만 1,000명으로 2위를 차지함

[표 1.5] 2018년 지역별 가구당 연간 지출액 및 2017년 지역별 인구수¹⁵⁾

단위: 엔, 천 명



분류	간토	도카이	호쿠신에쓰	간사이	시코쿠
연간지출액	3,108,730 (3,295만 원)	3,057,806 (3,241만 원)	3,005,733 (3,186만 원)	2,904,543 (3,079만 원)	2,840,428 (3,011만 원)
인구수	43,248	15,008	8,148	20,631	3,788
분류	규슈	도호쿠	주코쿠	홋카이도	오키나와
연간지출액	2,836,887 (3,007만 원)	2,825,226 (2,995만 원)	2,758,359 (2,924만 원)	2,616,274 (2,773만 원)	2,207,344 (2,340만 원)
인구수	12,917	8,836	7,369	5,320	1,443

자료: 일본 통계청(Statistics Bureau of Japan)

13) 일본 통계청(Statistics Bureau of Japan), 「Yearly Amount of Expenditures per Household for City Group, District and City with Prefectural Government (Total Households)」, 2019

14) 일본 통계청(Statistics Bureau of Japan), 「Population by Prefecture (1920 to 2017)」, 2019

15) 100엔=1,095.97원(2020.01.22., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3) 연령대별 일본인 對한국 인식 조사

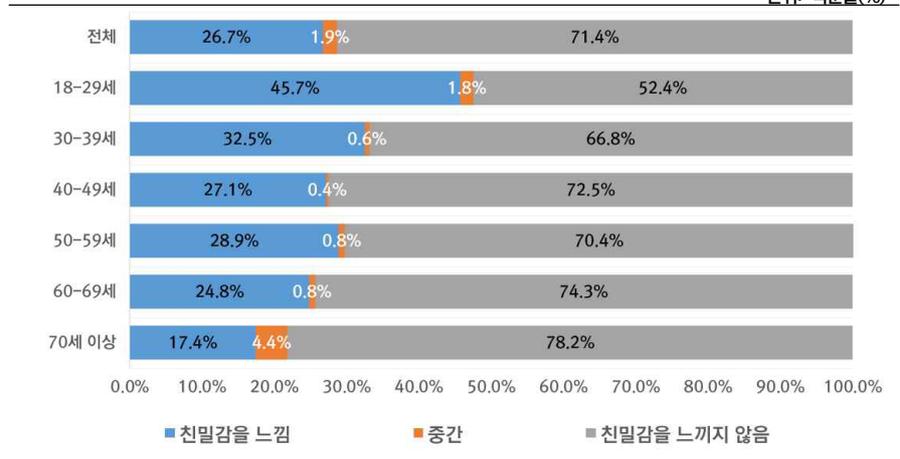
▶ 2019년, 한국에 친밀감을 느끼는 일본인 26.7%

일본 내각부가 실시한 여론조사에 따르면,¹⁶⁾ 2019년 기준 한국에 친밀감을 느끼는 응답자는 전체 응답자의 26.7%이며, 친밀감을 느끼지 않는 응답자는 71.4%로 확인됨

성별 기준으로, 남성 응답자 중 한국에 친밀감을 느끼는 응답자는 전체 응답자의 22.3%이며, 여성 응답자는 30.5%임. 한편, 연령대가 낮아질수록 한국에 친밀감을 느끼는 응답자의 비중이 높아지는 양상을 보임. ‘친밀감을 느낌’이라고 답한 응답자 비중은 ‘18-29세’가 45.7%로 1위를 차지했으며, ‘30-39세’가 32.5%로 2위를 차지함. 반면, ‘70세 이상’ 인구는 응답자의 17.4%만이 ‘친밀감을 느낌’이라고 답함

[표 1.6] 2019년 일본인 對한국 인식 조사

단위: 백분율(%)



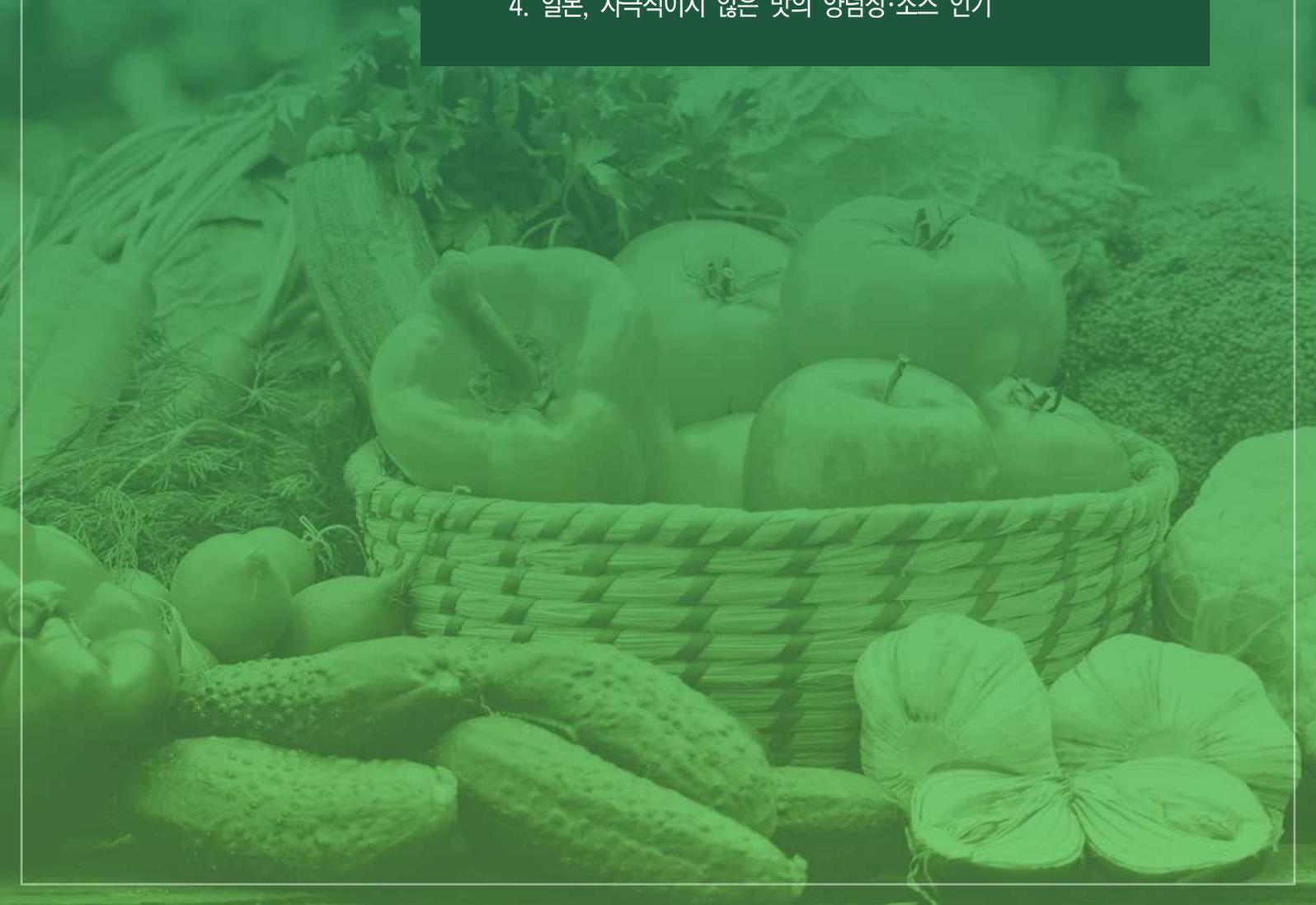
자료: 일본 내각부(Cabinet Office)

16) 일본 내각부(Cabinet Office of Japan), 「日本と諸外国・地域との関係」, 2019.12

II. Market Trend

SUMMARY

1. 일본, 한식 요리 外 중화 요리와 건강식 요리에도 고추장 활용
2. 일본 온라인 쇼핑몰, 한국 브랜드 고추장 外 일본 제품도 판매
3. 일본 소비자, 고추장을 ‘맛있는’, ‘만족스러운’ 제품으로 평가
4. 일본, 자극적이지 않은 맛의 양념장·소스 인기



Market Trend

(시장트렌드)

일본(JAPAN)

토마토고추장 시장트렌드



고추장 활용 레시피 중 한식 요리 빈출
'치즈 닭갈비, 비빔밥 등에 고추장 활용'



온라인 쇼핑몰에서 주로 한국 브랜드 고추장 판매
'한국 브랜드 이외 일본 브랜드 고추장도 판매돼'

■ JAPAN Issue ①

일본 소비자,

고추장을 주로 한식 요리에 활용

'한식 요리 외 중화 요리와 건강식 요리에도 활용해'

■ JAPAN Issue ②

'한국 양념장', '매운 된장'으로
인식되는 고추장

'일본 온라인 사이트 내 한국 외 일본 브랜드 고추장도 판매돼'



일본 소비자, 고추장을 긍정적으로 평가
'소비자 후기에서 맛, 만족 관련 키워드 빈출'



자극적이지 않은 양념장·소스 인기
'다시, 간장, 올리브오일 등 자극적이지 않은 양념장·소스가 인기'

■ JAPAN Issue ③

고추장을 맛있는, 매운, 만족스러운
양념장으로 인식

'고추장 구매 시 맛 외에도 가격, 용량, 브랜드를 고려'

■ JAPAN Issue ④

일본 소비자,
자극적이지 않은 양념장·소스 선호

'고추장의 현지화 또는 소비 타깃층 세분화 필요'

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원



(일본 온라인 쇼핑몰 3개
레시피 사이트 3개)

데이터 분류 키워드집

(고추장 연관 키워드집)



데이터 분석 - 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.01
수집 데이터	9,424

데이터 정제

정제 키워드	고추장 (コチュジャン)
정제 데이터	5,628

○ 데이터 수집

- 일본 고추장 관련 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 일본 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	www.amazon.co.jp	온라인 쇼핑몰
02	Rakuten	www.rakuten.co.jp	온라인 쇼핑몰
03	Qoo10	www.qoo10.jp	온라인 쇼핑몰
04	Cookpad	cookpad.com	레시피 사이트
05	Chefgohan	chefgohan.gnavi.co.jp	레시피 사이트
06	Nadia	oceans-nadia.com	레시피 사이트

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 고추장 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 일본 고추장 관련 매체 리스트



현지 레시피 사이트,
고추장을 활용한 주요리

현지 온라인 쇼핑몰
고추장 제품 특성

현지 리뷰 사이트
고추장 리뷰 특성

키워드 ①	한국식	키워드 ①	한국식	키워드 ①	맛있는
키워드 ②	된장(Miso)	키워드 ②	한국 브랜드	키워드 ②	매운
키워드 ③	치즈 닭갈비	키워드 ③	매운	키워드 ③	저렴한
키워드 ④	건강한	키워드 ④	된장	키워드 ④	한국 브랜드

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 고추장 관련 데이터 분석 키워드집

● 키워드 수립 근거

참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

[표 2.3] 일본 고추장 및 양념장·소스 관련 분석 키워드

분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
	의미	해당국가 언어(일본어)	참여기업	경쟁기업	기타
양념장·소스 종류	쌈장	サム ジャン	.	0	
	된장	味噌	.	0	
	매운 된장	辛みそ	0	.	
	다시	だし	.	0	
	간장	醤油	.	0	
요리 종류, 방법 및 주 식재료	치즈	チーズ	0	.	
	김치	キムチ	0	.	
	무	大根	0	0	
	튀기다	揚げ	0	0	
	굽다	焼き	0	0	
	비빔밥	ビビンバ	0	.	
	양념치킨	ヤンニョムチキン	0	.	
	샐러드	サラダ	0	0	
	수프(국)	スープ	0	0	
	떡볶이	トッポギ	0	0	
	한국	韓国	0	.	
	중국	中華	0	0	
제품 특징	일본	ジャパン	.	0	
	간편한	簡単	0	.	
	저렴한	安い	0	0	
	건강한	ヘルシー	0	0	
	맛있는	美味しい	0	0	
	매운	辛い	0	.	

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 온라인 쇼핑몰, 레시피 사이트에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. 온라인 쇼핑몰에 '고추장'을 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열해 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함 (쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 레시피 사이트에 '고추장'을 검색해서 나온 레시피의 제목을 분석함
4. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3		
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...		
키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]



3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

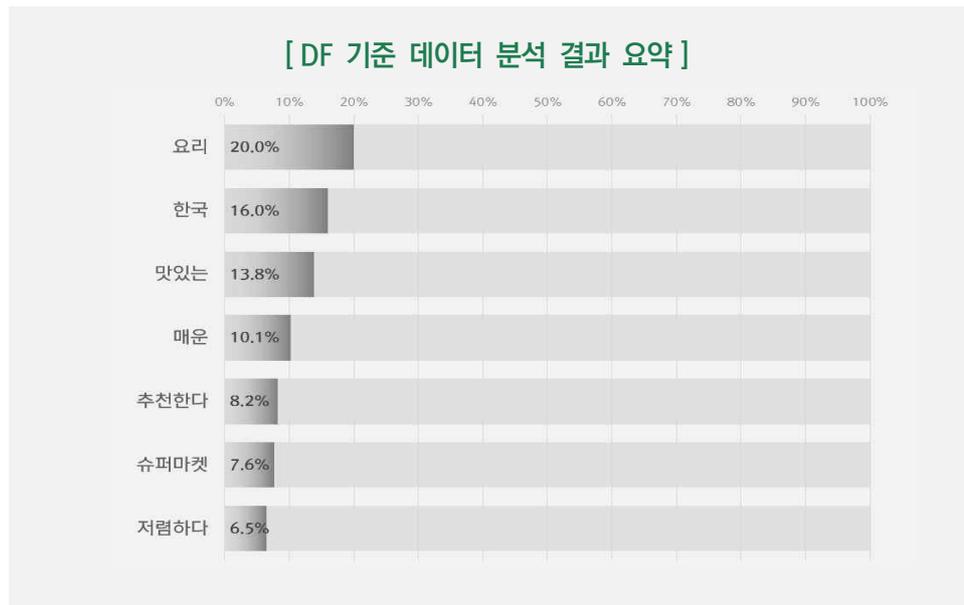
1. 일본 리뷰 사이트에서 고추장을 키워드로 내용 추출
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF¹⁷⁾와 TF-IDF¹⁸⁾ 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출
4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

※ DF, Document Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국제청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국제청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국제청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)



17) TF-DF: '문서 내 특정 키워드 출현 비율'과 '전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율'을 곱한 값임. 이는 심도 있게 다뤄진 이슈 키워드를 살펴보기 위해 연구자가 산출한 값임

18) TF-IDF: 어떤 단어가 특정 문서 내에서 얼마나 중요한 것인지를 나타내는 통계적 수치임. 공식은 단어 빈도(TF)와 역문서 빈도(IDF)를 곱한 값임

1. 일본, 한식 요리 외 중화요리와 건강식 요리에도 고추장 활용

치즈 닭갈비 레시피



고추장으로 손쉽게 만들 수 있는 치즈 닭갈비. 매운 음식을 싫어하는 아이들을 위해 설탕, 간장으로 단맛을 가미하고, 채소가 많아 영양이 풍부함
출처: 쿡패드(cookpad.com)

고추장을 활용한 중화요리



고추장, 두반장, 춘장, 된장으로 만든 양념을 이용한 중국식 소보로. 고추장과 설탕, 간장, 참기름을 곁들여 단맛을 낸다

출처: 쿡패드(cookpad.com)

고추장을 활용한 건강식 레시피



참기름, 고추장, 굴 소스, 간장을 이용해 만든 일본식 곤약 안주. 단시간에 건강한 맛의 맥주 안주를 만들 수 있음

출처: 오션스-나디아(oceans-nadia.com)

▶ 닭갈비, 비빔밥, 양념치킨 등 한식 요리에 고추장 활용

▶ 고추장을 활용한 중화요리 레시피도 눈에 띄어

일본 소비자들이 고추장으로 만드는 요리를 살펴보기 위해 ‘고추장’을 검색하여 확인된 레시피 1,471건의 제목을 분석함. 고추장과 관련하여 쉽게 예상할 수 있는 키워드인 ‘한국식’이 가장 많이 확인됐으며, 요리 종류로는 ‘치즈 닭갈비’, ‘샐러드’, ‘수프(국)’, ‘비빔밥’, ‘양념치킨’ 등이 빈출함. 주목할 점은 고추장을 활용해 중화요리를 만든 레시피도 일부 존재한다는 점임. 이를 통해 고추장이 꼭 한식에만 활용되는 것은 아니며, ‘매운맛을 내는 소스’로 활용도를 확대 가능할 것으로 예상됨

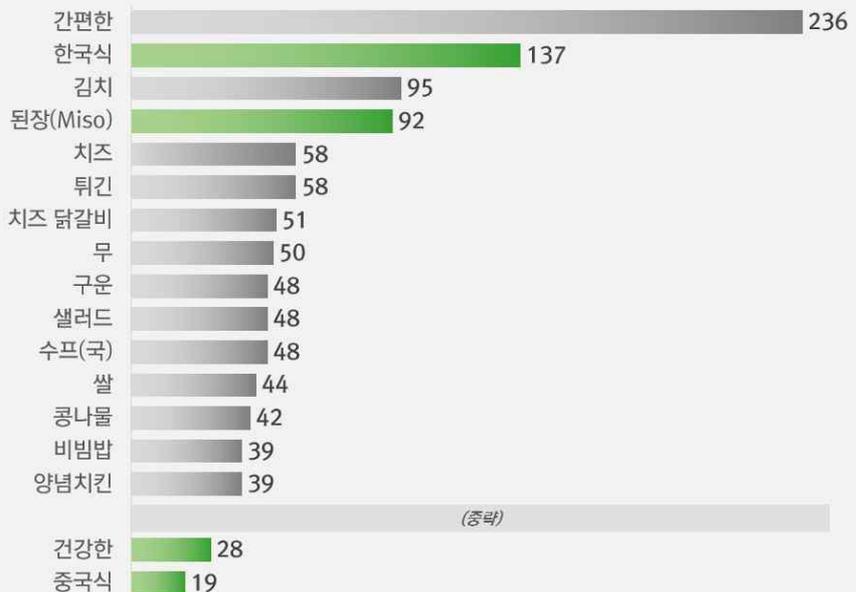
▶ 된장과 고추장을 섞어 만든 요리 다, 이를 활용한 건강식도 적지 않은 편

요리 종류 외에 ‘된장(Miso)’이 빈출한 점 또한 눈여겨볼만함. 일본에서는 고추장이 ‘매운 된장(辛みそ, spicy miso)’으로 불리기도 하며, 고추장을 주 양념으로 사용하기보다 된장과 함께 사용하는 경우가 많기 때문으로 보임. 또한 ‘건강한’이라는 키워드를 통해 고추장을 활용한 건강식이 적지 않음을 알 수 있음

▶ 일본 레시피 사이트 내 고추장 관련 이슈

① 한국식 ② 된장(Miso) ③ 건강한

[표 2.4] 일본 레시피 사이트 내 ‘고추장’ 주요 키워드



자료 : 일본 레시피 사이트 내 ‘고추장’ 관련 게시물 1,471건 분석(18.01 - 20.01)

값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

2. 일본 온라인 쇼핑몰, 한국 브랜드 고추장 외 일본 제품도 판매

- ▶ 한국 양념장 또는 매운 된장으로 소개되고 있는 고추장
- ▶ 고추장 외 캡사이신 소스, 쌈장도 판매되고 있어

일본 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 고추장의 특성을 살펴보기 위해, 일본 온라인 쇼핑몰 총 3곳에서 고추장을 검색하여 나온 제품의 상품명을 분석함. 고추장을 수식하는 단어로 ‘한국 양념장’, ‘매운 된장(Spicy Miso)’, ‘김치’ 등이 빈출함. 고추장 외에도, ‘한국식 된장’, ‘쌈장’ 키워드가 빈출해 다양한 종류의 한국 소스가 판매되고 있는 것을 확인함

고추장 튜브 제품



가격	816엔 (약 8,649원) ¹⁹⁾
용량	240g(60g*4개)

- ▶ 한국 고추장 브랜드 외 일본 브랜드 고추장 제품도 빈출

고추장 브랜드와 관련된 키워드를 살펴본 결과, ‘순*’, ‘태*초’, ‘비*고’ 등 주로 한국 고추장 브랜드가 주를 이룸. 한편, ‘나리타’, ‘유키’ 등 일본 브랜드 제품도 적지 않다는 점을 눈여겨볼만함

일본산 고추장 제품



가격	3,720엔 (약 39,431원)
용량	480g(80g*6병)
특징	매운맛에 부드럽고 풍미 있는 맛을 더함

- ▶ 일본 온라인 쇼핑몰 내 고추장 관련 주요 이슈

- ① 한국 양념장 ② 캡사이신, 쌈장 ③ 브랜드 키워드(한국, 일본)

[표 2.6] 일본 온라인 쇼핑몰 내 ‘고추장’ 주요 키워드



자료 : 일본 온라인 쇼핑몰 내 ‘고추장’이 언급된 게시물 862건 분석(18.01 - 20.01)
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

19) 100엔=1059.97원 (2020.01.22, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 일본 소비자, 고추장을 ‘맛있는’, ‘만족스러운’ 제품으로 평가

소비자 후기 분석 대상 제품



가격 680엔
(약 7,208원)

용량 1kg



가격 443엔
(약 4,696원)

용량 500g

소비자 후기 일부 내용

"이 제품은 다른 제조사의 제품에 비해 감칠맛과 매운맛의 균형이 뛰어난 것 같다. 이 고추장만큼 풍미가 있는 제품이 없다. 배송이 빠른 점도 마음에 든다."

"이 고추장으로 떡볶이나 다른 음식을 만든 소비자들의 리뷰를 볼 수 있어서 좋다. 그리고 가격이 저렴하고 용량도 크다는 점이 매우 매력적이다."

▶ 고추장 평가와 관련해 ‘맛있는’, ‘필수 양념’ 등의 긍정적 키워드 빈출

고추장 제품에 대한 일본 소비자의 만족도를 살펴보기 위해 리뷰 수가 가장 많은 제품 2개를 선정하여 제품 구매 후기를 분석함. 데이터 분석 결과 맛과 관련해 ‘맛있는’, ‘매운’ 키워드가 빈출하였고, 만족도와 관련해 ‘추천한다’, ‘좋다’, ‘매우 좋다’ 등의 키워드가 빈출함. 이를 통해, 고추장의 ‘매운’ 특성에 대해 일본 소비자가 ‘맛있음’과 ‘만족’을 느낀다는 점을 알 수 있음. 또한, 리뷰 내 ‘비빔밥’, ‘볶음 요리’, ‘떡볶이’ 키워드가 언급되어, 해당 요리에 주로 고추장이 사용되는 것을 확인함

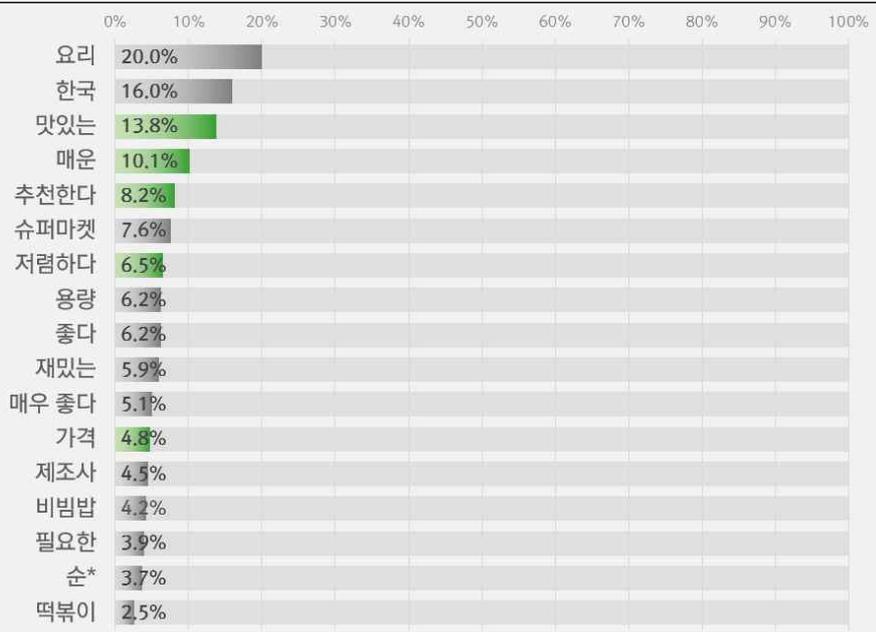
▶ 고추장 제품의 가격과 브랜드가 일본 소비자의 구매 의사 결정에 영향 미쳐

주목할 점은 맛 이외에 제품 가격과 브랜드를 언급한 소비자가 적지 않다는 점임. 데이터 분석 결과 ‘저렴하다’가 23번, ‘가격’이 17번, 한국 브랜드 ‘순*’이 13번 언급됨. 실제 후기를 살펴본 결과 일본 소비자들이 저렴한 제품을 선호하는 것으로 나타남. 또한, ‘순*’ 등 특정 브랜드의 인지도가 높은 것으로 보아, 고추장 구매 시 브랜드가 구매 요인으로 작용하는 것으로 추정됨

▶ 일본 소비자 후기 내 고추장 상품 주요 키워드

① 맛있는, 만족하는 ② 저렴하다, 용량 ③ 비빔밥, 떡볶이

[표 2.7] 일본 소비자 후기 내 ‘고추장’ 상품 주요 키워드



자료 : 일본 소비자 후기 내 ‘고추장’ 관련 후기 355건 분석(18.01 - 20.01)
값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

4. 일본, 자극적이지 않은 맛의 양념장·소스가 인기

▶ **일본 인기 양념장·소스로 ‘간장’, ‘발사믹 식초’, ‘올리브 오일’ 빈출**

일본 양념장·소스 시장에서 고추장의 인기를 가늠해보고자, 일본 온라인 쇼핑몰 내 양념장·소스 카테고리에서 판매되고 있는 상품을 인기순으로 조사함. 총 10페이지까지 노출된 상품명을 분석한 결과 ‘다시(だし)’²⁰⁾, ‘발사믹 식초’, ‘올리브 오일’이 상위권에 빈출하였으며 장르 중에서는 ‘간장’과 ‘된장’이 상위권에 빈출함

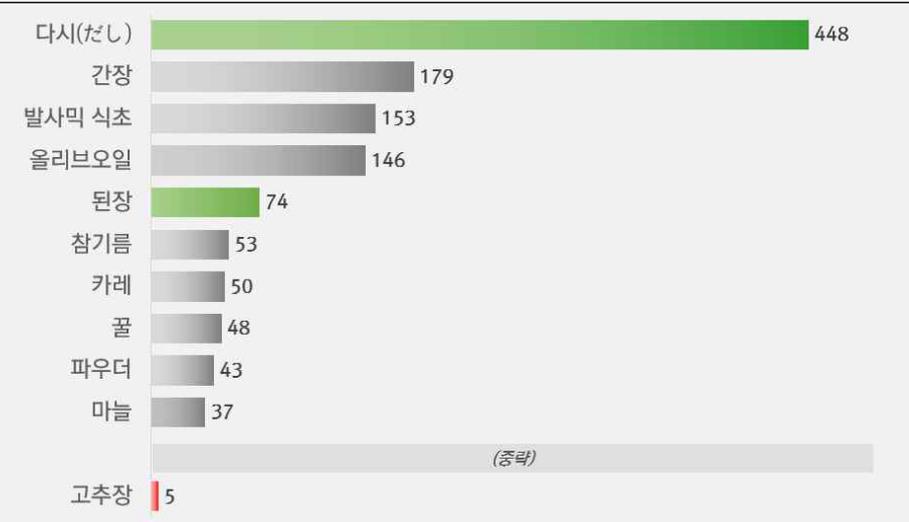
▶ **전체 인기 상품 중 고추장은 단 5건에 불과해**

도출 건수가 높은 양념장·소스를 살펴본 결과 ‘다시(だし)’, ‘간장’, ‘발사믹 식초’, ‘올리브 오일’, ‘참기름’ 등이 확인되어 전반적으로 자극적이지 않은 맛이 인기가 있다는 사실을 알 수 있음. 상대적으로 맛이 강한 양념장으로 카레, 마늘 등의 향신료가 순위권에 포함되었으나, 고추장의 키워드 빈도는 5건으로 매우 적음. 이에 따라, 조사 제품인 고추장의 대중화를 목표로 한다면, ‘토마토’와 ‘저염’ 키워드를 강조한 ‘비교적 맵지 않은 저자극 고추장’ 콘셉트의 마케팅이 필요할 것으로 보임

▶ **일본 온라인 쇼핑몰 내 양념장·소스 상품 주요 키워드**

① 다시(だし) ② 간장 ③ 발사믹 식초 ④ 올리브 오일

[표 2.7] 일본 온라인 쇼핑몰 내 ‘양념장·소스’ 상품 주요 키워드



자료 : 일본 온라인 쇼핑몰 내 ‘양념장·소스’ 제품 2,940건 분석(18.01 - 20.01)
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

20) 국이나 탕으로 이용하기 위하여 다시마, 가쯔오부시 등을 넣어서 끓여 거른 육수

III. Distribution Channel

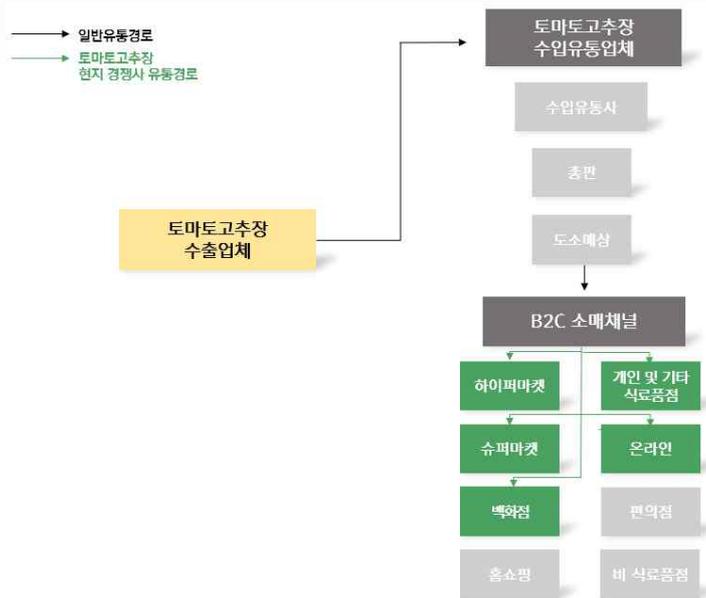
SUMMARY

1. 일본 토마토고추장 유통구조
2. 일본 토마토고추장 주요 유통업체
3. 일본 토마토고추장 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



일본(JAPAN)

토마토고추장²¹⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²²⁾	주요 채널 ²³⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	49.6%	맥스벨류(MaxValu), 라이프(Life), 마루에츠(Maruetsu), 요크-베니마루(York-Benimaru), 바로(Valor)
	백화점	36.1%	다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠크시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan), 한큐(Hankyu), 소고(Sogo), 마루이(Marui), 세이부(Seibu), 도큐(Tokyu), 한신(Hanshin)
	비(非)식료품점	7.8%	(-)
	홈쇼핑	2.3%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 자파넷타카타(Japanet Takata), 큐브이씨(QVC)
	온라인	2.2%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 벨라메종(Belle Maison)
	편의점	1%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	개인 및 기타 식료품점 ²⁴⁾²⁵⁾	1%	산쿠제르(St. Cousair), 프레세프리미엄(Precce Premium)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

21) 고추장의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)'의 정보를 확인함

22) 2019년 기준, 일본 내 '소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)'의 유통채널 점유율임

23) 채널 분류에 따른 일본 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계 기업도 포함됨

24) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널의 집합으로, 자체 체인점이 없는 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

25) 개인 및 기타 식료품점의 경우, 본 보고서에서는 식료품 전문점을 조사함

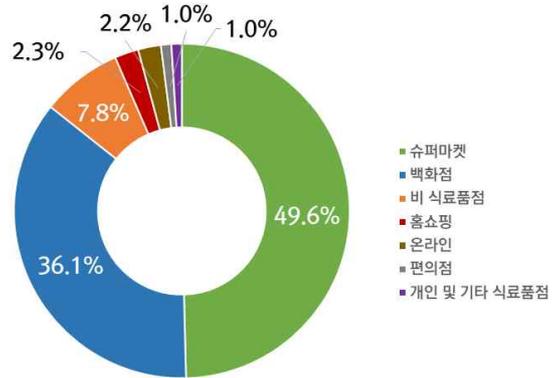
1. 일본 토마토고추장 유통구조

품목 구분 및 분류

품목	토마토고추장
구분	고추장
범주	소스, 드레싱 및 조미료 (Sauces, Dressings and Condiments)

▶ 일본 토마토고추장 주요 채널
'슈퍼마켓(49.6%), 백화점(36.1%)'

[표 3.1] 일본 토마토고추장 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 일본 토마토고추장 유통채널 현황

채널 유형	고추장 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	49.6%	맥스벨류(MaxValu), 라이프(Life), 마루에츠(Maruetsu), 요크-베니마루(York-Benimaru), 바로(Valor)
	백화점	36.1%	다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠크시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan), 한큐(Hankyū), 소고(Sogo), 마루이(Marui), 세이부(Seibu), 도큐(Tokyu), 한신(Hanshin)
	비 식품점	7.8%	(-)
	홈쇼핑	2.3%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 자파넷타카타(Japanet Takata), 큐브이씨(QVC)
	온라인	2.2%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 벨라메종(Belle Maison)
	편의점	1%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	개인 및 기타 식품점	1%	산쿠제르(St. Cousair), 프레세프리미엄(Precce Premium)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 일본 토마토고추장 주요 유통업체

▶ 슈퍼마켓, 백화점이 대표적

추가로, 온라인, 식료품 전문점에서 유사 품목 판매가 확인되어 조사 채널에 포함

[표 3.3] 일본 고추장 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁶⁾)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	맥스벨류 (MaxValu)	슈퍼마켓	약 20억 8,704만 달러 (약 2조 4,209억 원)	B사 우각(牛角) 이금기(李錦記)	0
2	라이프 (Life)	슈퍼마켓	약 60억 898만 달러 (약 6조 9,704억 원)	유키(Yuki), 타바스코(Tabasco)	0
3	마루에츠 (Maruetsu)	슈퍼마켓	약 34억 4,465만 달러 (약 3조 9,958억 원)	이금기(李錦記), 타바스코(Tabasco), 모모야(桃屋)	0
4	이토요카도 (Ito-Yokado)	슈퍼마켓	약 110억 1,250만 달러 (약 12조 7,745억 원)	쿡두(CooKDo), 모란본(モランボン), 이진지 (コチュジャンチ)	0
5	세이유 (Seiyu)	백화점	약 5,144억 달러 (약 596조 7,040억 원)	이금기(李錦記), 유기(youki), 에바라(エバラ)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

26) 1달러=1160.00원 (2020.1.10., KEB 하나은행 매매기준을 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	다카시마야 (Takashimaya)	백화점	86억 7,413만 달러 (약 10조 620억 원)	타바스코(Tabasco), 고하치야마쇼도 (Gohachi Sanshodo)	0
7	이세탄 (Isetan)	백화점	약 83억 9,740만 달러 (약 9조 7,410억 원)	C사, 이세탄미수코시더푸드 (Isetan Mitsukoshi The Food), 암리타라푸드 (Amritara Food)	0
8	라쿠텐 (Rakuten)	온라인	약 100억 6,163만 달러 (약 11조 6,715억 원)	C사, D사, 무소(ムソー)	0
9	산쿠제르 (St. Cousair)	식품 전문점	매장 수('19): 84개	산쿠제르 (St. Cousair), 쿠즈푸쿠(Kuzefuku)	0
10	프레세프리미엄 (Precece Premium)	식품 전문점	약 18억 5,060만 달러 (약 2조 1,467억 원)	불독(Bulldog)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 일본 토마토고추장 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 맥스벨류(MaxValu)

기업 기본 정보	기업명	맥스벨류(MaxValu)	
	홈페이지	www.mv-tokai.co.jp	
	위치	시즈오카(Shizuoka)	
	규모	매출액('18)	약 20억 8,704만 달러 (약 2조 4,209억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 736개 (현지) 약 92개 (해외)
	<ul style="list-style-type: none"> - 1948년 설립 - 일본 내 대형마트그룹 이온(Aeon)이 인수 후 런칭한 슈퍼마켓 체인점 - 자체 브랜드 제품 생산에 주력 - 즉석 식품 및 다양한 반찬 포장 제품 판매 		
기업 최근 이슈		- 2019년 10월 허니웰(Honeywell)사의 R448A 냉장·냉동 시스템 도입	
유사제품 정보		제품명	태양초 고추장
		종류	고추장
		용량	60g
		원산지	한국

자료: 맥스벨류(MaxValu) 홈페이지, 이온 온라인(Aeon Online) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 쿨링포스트(Coolingpost), 이온넷슈퍼(Aeon Net Super) 홈페이지
 사진 자료: 이온넷슈퍼(Aeon Net Super) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 차(茶)류, 건강보조식품, 주류, 유제품 등 - 일반: 주방용품, 애완용품, 유아용품, 의료용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 건강을 강조한 제품 - 다이어트에 도움이 되는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 새로 입점한 제품에 'NEW'라고 표기하여 소비자 관심 유도 전략 전개 			
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 유선 연락을 통한 입점 문의</p> <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 		
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① AEON 공급업체 행동지침 준수 · 평가 기준 ② 제조시설 자체 또는 외부 감사 실시 		
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +81-055-989-3600 		
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Cordonvert (식품 및 주류 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : www.cordonvert.jp - 홈페이지 통해 직접 문의 - 기업소개 : AEON 기업에서 운영하며, 맥스벨류를 포함한 여러 자회사로 납품 			

자료: 맥스벨류(MaxValu) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 라이프(Life)

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)		
	홈페이지	www.lifecorp.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액('17)	약 60억 898만 달러 (약 6조 9,704억 원)	
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수('19): 약 270개 - 직원 수('19): 약 27,297명		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1956년 설립 - 수도권 4개의 현 및 간사이(Kansai) 지역 5개의 현에서 270개 매장 운영 - 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지 - 온라인 물을 운영하며 배송서비스 제공 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2021년까지 50개 매장 개장이 목표이며, 매장 개장 및 보수에 1억 8,000만 달러(약 2,120억 원) 투자 계획 - 2019년 10월, 간편결제 시스템 '페이페이(Paypay)'로 결제 시 결제 금액의 10% 페이백 이벤트 진행 - 2018년 장애인 고용에 대한 감사장 수상 			
	유사제품 정보		제품명	고추장 (コチジャン)
			종류	고추장
용량			130g	
원산지			일본	

자료: 라이프(Life) 홈페이지, 핀티데(Fintide), 유로모니터(Euromonitor), 라이프넷슈퍼(Life-netsuper) 홈페이지
 사진 자료: 라이프(Life) 홈페이지, 옐프(Yelp), 라이프넷슈퍼(Life-netsuper) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 식선식품, 육류, 음료류, 차(茶류), 즉석식품, 스낵류, 소스류, 유제품 등 - 일반: 주방용품, 욕실용품, 문구류, 잡화류, 애완용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 고급 포장 차(茶) 제품 - 말차가 가미된 제품 및 함께 포장된 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 선물용 제품 다수 취급 - 유통기한 철저히 준수 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 (s620@lifecorp.co.jp) - 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	- 문의사항 연락처: +81-(0)3-5807-5493 (수도권 - 도쿄) - 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이

자료: 라이프(Life) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 마루에츠(Maruetsu)

기업 기본 정보	기업명	마루에츠(Maruetsu)	
	홈페이지	www.maruetsu.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('19)	약 34억 4,465만 달러 ²⁷⁾ (약 3조 9,958억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 298개	
	- 1952년 설립 - 1977년 식품 슈퍼마켓 분야 일본 최초 상장 기업 - 2002년 200개 점포 달성 - 쉬닝전기주식유한공사(苏宁电器股份有限公司)와 합병회사 설립 - 2013년 중국 1호점 개점		
기업 최근 이슈	- 2020년 4월 가나가와현에 마루에츠의 럭셔리 슈퍼마켓 브랜드 '린코스(Rincos)' 개점 예정 - 2019년 9월 매출액 전년 대비 2.4% 증가		
유사제품 정보		제품명	고추장 (コチュジャン)
		종류	고추장
		용량	120g
		원산지	홍콩

자료: 마루에츠(Maruetsu) 홈페이지, 마루에츠 라쿠텐(Maruetsu Rakuten), 유로모니터(Euromonitor), 다이아몬드체인스토어(Diamond Chain Store)

사진 자료: 마루에츠(Maruetsu) 홈페이지, 마루에츠 라쿠텐(Maruetsu Rakuten)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 지역별 특산품, 스낵류, 차(茶)류 등 - 일반: 생활용품, 잡화류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 자사 홈페이지를 통해서 판매를 진행하지 않으며, 야후재팬(Yahoo Japan) 및 라쿠텐(Rakuten) 페이지를 통한 전용 판매처 보유 - 인터넷으로 구입한 슈퍼마켓 식료품 배달 서비스 제공 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지 통해 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 메뉴 お問い合わせ - 商談窓口 클릭 후, 취급 상품 및 연락처 부서 확인 후 제안서 제출(www.maruetsu.co.jp/syoudan) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 상품명 및 상품 소개 ② 회사 소개(회사명, 자본금, 홈페이지 주소, 주요 거래처 등) ③ 담당자명 및 연락처 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 유선 연락이나 팩스를 통한 입점 문의는 받지 않음 - 지역별 매장 리스트 및 연락처 상이 	

자료: 마루에츠(Maruetsu) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 이토요카도(Ito-Yokado)

기업 기본 정보	기업명	이토요카도(Ito-Yokado)	
	홈페이지	iyec.omni7.jp	
	위치	도쿄	
	규모	매출액(*18)	약 110억 1,250만 달러 (약 12조 7,745억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수(*19): 약 158개 - 직원 수(*19): 약 3만 4,000명	
	- 세븐&아이홀딩스컴퍼니(Seven & I Holdings Co)의 자회사 - 일본 슈퍼마켓 시장의 12% 차지 - 기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 주력		
기업 최근 이슈	- 2019년 11월 태풍 피해 지원을 위한 기부금 전달 - 2019년 10월 택시서비스회사 데나무브(DeNA MOV)와 제휴 - 2019년 8월 전국 매장에서 간편결제 시스템 ‘페이페이(Paypay)’ 서비스 시작 - 2019년 6월 일본 최초 아르헨티나산 쇠고기 판매 시작 - 2018년 미래옴니채널을 대표하는 새로운 매장 출시		
유사제품 정보		제품명	고추장 (코추쥬잔)
		종류	고추장
		용량	100g
		원산지	일본

자료: 이토요카도(Ito-Yokado) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 이토요카도(Ito-Yokado) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 음료류, 냉동식품, 스낵류, 양념류, 건강보조식품 등 - 일반: 가정용품, 주방용품, 화장품, 애견용품, 장난감류, 문구류 등 <p>• 특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 세븐&아이홀딩스컴퍼니(Seven & I Holdings Co)의 계열사들을 통합한 옴니 채널인 '옴니7(Omni7)'을 통해 온라인 주문 가능 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 その他 카테고리 お問い合わせ 클릭 - お問い合わせフォーム 문의양식 작성 - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 담당 부서와 연결 후 입점 진행 <p>2. 유선 연락을 통한 문의</p>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +81-(0)3-6238-3132 	

자료: 이토요카도(Ito-Yokado) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰, 옴니세븐(Omni7) 홈페이지

2) 백화점



① 세이유(Seiyu)

기업 기본 정보	기업명	세이유(Seiyu)	
	홈페이지	www.seiyu.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액(*19)	약 5,144억 달러 ²⁸⁾ (약 596조 7,040억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수(*19): 약 334개 - 직원 수(*19): 약 2만 3,294명	
	<ul style="list-style-type: none"> - 1963년 설립 - 2008년 월마트의 자회사로 편입 - 상시저가(EDLP, Everyday Low Price) 정책을 내세워 홍보 진행 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 10월 일본 최대 전기 전자기기 제조업체 히타치(Hitachi)와 협업하여 인공지능 기반 수요예측 자동주문시스템 출시 - 2019년 9월 라쿠텐(Rakuten)과 함께 자동운전로봇을 활용한 일본 최초의 배달 서비스 출시 - 2019년 9월 전국 매장에 간편결제 시스템 '페이페이(Paypay)' 서비스 시작 		
유사제품 정보		제품명	고추장 (코추쥬잔)
		종류	고추장
		용량	100g
		원산지	홍콩

자료: 세이유(Seiyu) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 라쿠텐세이유(Rakuten Seiyu) 홈페이지
 사진 자료: 라쿠텐세이유(Rakuten Seiyu) 홈페이지

28) 모회사 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 유제품, 육류, 주류, 음료류, 스낵류 등 - 일반: 화장품, 주방용품, 유아용품, 애견용품 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선식품, 조리식품 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>1. 홈페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단의 お問い合わせ 클릭 - お店・商品へのお問い合わせフォーム 클릭 후 양식 작성 - 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) <p>2. 유선전화를 통한 문의</p>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +81-(0)120-360-373 	

자료: 세이유(Seiyu) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 다카시마야(Takashimaya)

	기업명	다카시마야(Takashimaya)	
	홈페이지	www.takashimaya.co.jp	
	위치	오사카(Osaka)	
	규모	매출액('18)	약 9,496억 엔 (약 10조 620억 원)
	기타 규모	- 매장 수('18): 19개(국내) / 4개(해외) - 직원 수('18): 1만 3,631명	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1831년 교토에서 의류점으로 창업 - 1922년, 오사카에 백화점으로 첫 점포 개점 - 1930년, 상호를 '주식회사 다카시마야'로 변경 - 1933년 도쿄에 첫 백화점 개점 - 1993년 싱가포르 지점 개점 - 2011년 창립 180주년 - 2012년 상하이 지점 개점 	
		 	
기업 최근 이슈		- 2020년 1월 오사카점 동쪽 별관, 럭셔리 호텔로 개장	
유사제품 정보		제품명	타바스코 오리지널 레드소스 (Tabasco original red sauce)
		종류	칠리소스
		용량	60ml
		원산지	미국

자료: 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 차(茶)류, 주류, 신선식품 등 - 일반: 잡화류, 화장품, 가구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 계절 식품, 선물 세트 상품 - 프리미엄 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 일반 인터넷 쇼핑몰에서 볼 수 없는 고급 브랜드 제품/식품 취급 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 Contact US 카테고리의 Shinjuku 클릭 (bitly.kr/j6RKwqiC) - 양식서 작성 후 제출 - 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 추후 담당 부서와 연결 및 입점 진행 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 입점 희망 지점에 따라 연락처 상이 (지점별 홈페이지 접속하여 입점 문의 진행) - 문의사항 연락처: +81-(0)3-5361-1111 	

자료: 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 이세탄(Isetan)

	기업명	이세탄(Isetan)	
	홈페이지	www.isetan.mistore.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	총매출('18)	약 83억 9,740만 달러 (약 9조 7,410억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1886년 섬유회사로 시작 - 1924년 간토 대지진 후 백화점 형태로 설립 - 1930년 (주)이세탄 설립 - 1933년 도쿄 내 신주쿠 본점 개점 - 1972년 싱가포르에 첫 해외 점포 개점 - 2008년 이세탄 미츠코시 홀딩스 주식회사 설립 - 태국, 말레이시아, 중국 등에 해외진출 성공 	
		 	
기업 최근 이슈		- 2019년 12월 싱가포르 웨스트게이트(Westgate)점 폐점 결정	
유사제품 정보		제품명	고추장 (코추장) (コチュジャン)
		종류	고추장
		용량	60g
		원산지	한국

자료: 이세탄(Isetan) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 이세탄(Isetan) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 스낵류, 주류, 음료류, 차(茶)류, 신선식품 등 - 일반: 잡화류, 화장품, 가구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 제품 - 고급 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 엠아이카드(MI Card)²⁹를 통한 쇼핑 특별 혜택 제공 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>홈페이지 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단의 お問い合わせ 클릭 - 三越伊勢丹ホールディングスに関するお問い合わせ カテゴリ 클릭 - 法人様からのお問い合わせ カテゴリ의 三越伊勢丹法人事業部へのお問い合わせはこちら 클릭 후 양식서 작성 - 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 추후 담당 부서와 연결 및 입점 진행 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +81-(0)3-3352-1111 	

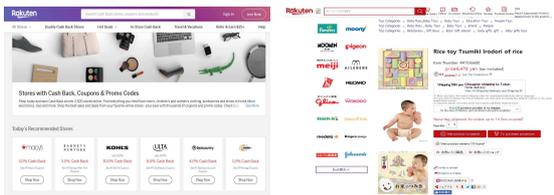
자료: 이세탄(Isetan) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

29) 이세탄그룹(Isetan Group)이 운영하는 엠아이카드(MI Card Co., Ltd)의 신용카드

3) 온라인



① 라쿠텐(Rakuten)

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)	
	홈페이지	www.rakuten.com	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액(*18)	약 100억 6,163만 달러 (약 11조 6,715억 원)
기업 요약	기타 규모	직원 수: 약 1만 4,826명(*17)	
	- 1997년 설립 - 일본 내 가장 큰 규모의 B2B, B2C 이커머스(e-commerce) 플랫폼 회사 - 미국, 프랑스, 브라질, 독일, 영국, 스페인 등으로 온라인 플랫폼을 확장하며 글로벌 기업으로 성장 - 무역, 미디어, 스포츠, 에너지 등 다양한 분야에 서비스 제공		
			
기업 최근 이슈	- 2019년 12월 고객의 포인트를 비트코인(BTC), 이더리움(ETH), 비트코인캐시(BCH)로 전환할 수 있도록 허용 - 2019년 11월 라이브네이션엔터테인먼트(Live Nation Entertainment) ³⁰⁾ 와 파트너십 체결 - 2019년 8월 암호화폐 거래 서비스 ‘라쿠텐월렛(Rakuten wallet)’ 출시 - 2019년 5월 중국 다롄(Dalian) 지역에 두 번째 개발센터 창립		
유사제품 정보		제품명	고추장 (코추쥬잔)
		종류	고추장
		용량	500g
		원산지	한국

자료: 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 더비체인(Thebchain), 코인프레스(Coinpress)
 사진 자료: 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지

30) 미국의 콘서트, 공연 회사

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 스낵류, 향신료, 차(茶)류, 음료류 등 - 일반: 장난감, 유아용품, 의류, 가전제품, 문구류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 미디어, 마케팅, 투자서비스 등 9개의 다양한 서비스 제공 - 제품뿐만 아니라 제품을 취급하는 브랜드 및 매장 소개 - 제품에 따른 캐시백(Cash Back) 및 쇼핑혜택 제공 - 다양한 종류의 고추장 및 개인 판매자 제품을 주로 취급 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>홈페이지를 통한 문의 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 - 홈페이지 가입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 회사정보(사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호, 대표 Fax 번호, 대표자명) ② 운영담당자정보(담당자명, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: sales-list@rakuten.com 	

자료: 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 식료품 전문점



① 산쿠제르(St. Cousair)

	기업명	산쿠제르(St. Cousair)	
	홈페이지	www.stcousair.co.jp/company	
	위치	나가조(Nagano)	
	규모	기타 규모	- 매장 수('19): 약 100개 - 직원 수('19): 약 800명
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1976년 설립 - 잼, 소스, 와인 제품을 자체적으로 생산하고 자사 소매점을 통해 판매 - 와인 농장, 레스토랑, 소매점, 프랜차이즈 운영 - 리테일 브랜드 '쿠즈푸쿠앤코(Kuze Fuku & Co)'를 통해 일본 전통 음식 판매 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 4월 도쿄위스키앤스피릿대회(Tokyo Whiskey & Spirits Competition)에서 동메달 수상 - 2019년 4월 제 13회 페미너리월드와인대회(Feminarie World Wine Competition)에서 금메달 수상 	
유사제품 정보		제품명	한국만능양념 (韓国万能だれ)
		종류	고추장
		용량	215g
		원산지	일본

자료: 산쿠제르(Stcousair) 홈페이지, 산쿠제르오리건(Stcousair-oregon) 홈페이지
 사진자료: 산쿠제르오리건(Stcousair-Oregon) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 와인류, 소스류, 잼류, 음료류, 스낵류, 장류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 와인류, 소스류, 잼류 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 자체제작 제품 위주로 판매 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 お問い合わせ 클릭 - 卸取引、メディア取材、工場見学に関するお問い合わせ 클릭 - サンクゼール・久世福商店で販売したい商品のご提案에서 제안서 작성(www.stcousair.co.jp/partners/inquiry_md.php) - 제안서 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품이름, 제품특징, 세일즈 포인트, 사이즈, 용량, 가격) 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +81-(0)120-537002

자료: 산쿠제르(Stcousair) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

5) 프리미엄 식료품점



② 프레세프리미엄(Precce Premium)

기업 기본 정보	기업명	프레세프리미엄(Precce Premium)	
	홈페이지	www.tokyu-store.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('18)	약 18억 5,060만 달러 ³¹⁾ (약 2조 1,467억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('19): 약 84개 ³²⁾ - 직원 수('19): 약 6,500명	
	- 2007년 도쿄미드타운(Tokyo Midtown) ³³⁾ 에 설립 - 도큐스토어(Tokyu Store), 도큐스토어 푸드 스테이션(Tokyu Store Food Station), 프레세(Precce), 퓨렐(Fullel) 등 총 4개의 브랜드 운영 - 프레세프리미엄은 도큐스토어의 프레세 브랜드 중 프리미엄 버전의 매장 - 당일 배송서비스 제공		
기업 최근 이슈		- 2018년 9월 프레세 시부야 델리마켓(Presse Shibuya DeliMarket) 개점	
유사제품 정보		제품명	불독 고추장 (ブルドック 甘辛コチュジャンたれ)
		종류	고추장
		용량	240g
		원산지	일본

자료: 도쿄미드타운(Tokyo-midtown) 홈페이지, 도큐스토어(Tokyu-store) 홈페이지
 사진자료: 도쿄미드타운(Tokyo-midtown) 홈페이지

31) 도큐스토어(Tokyu-store) 매출액
 32) 도큐스토어(Tokyu-store) 기준
 33) 도쿄 내 복합쇼핑몰

입점 및 협력 정보

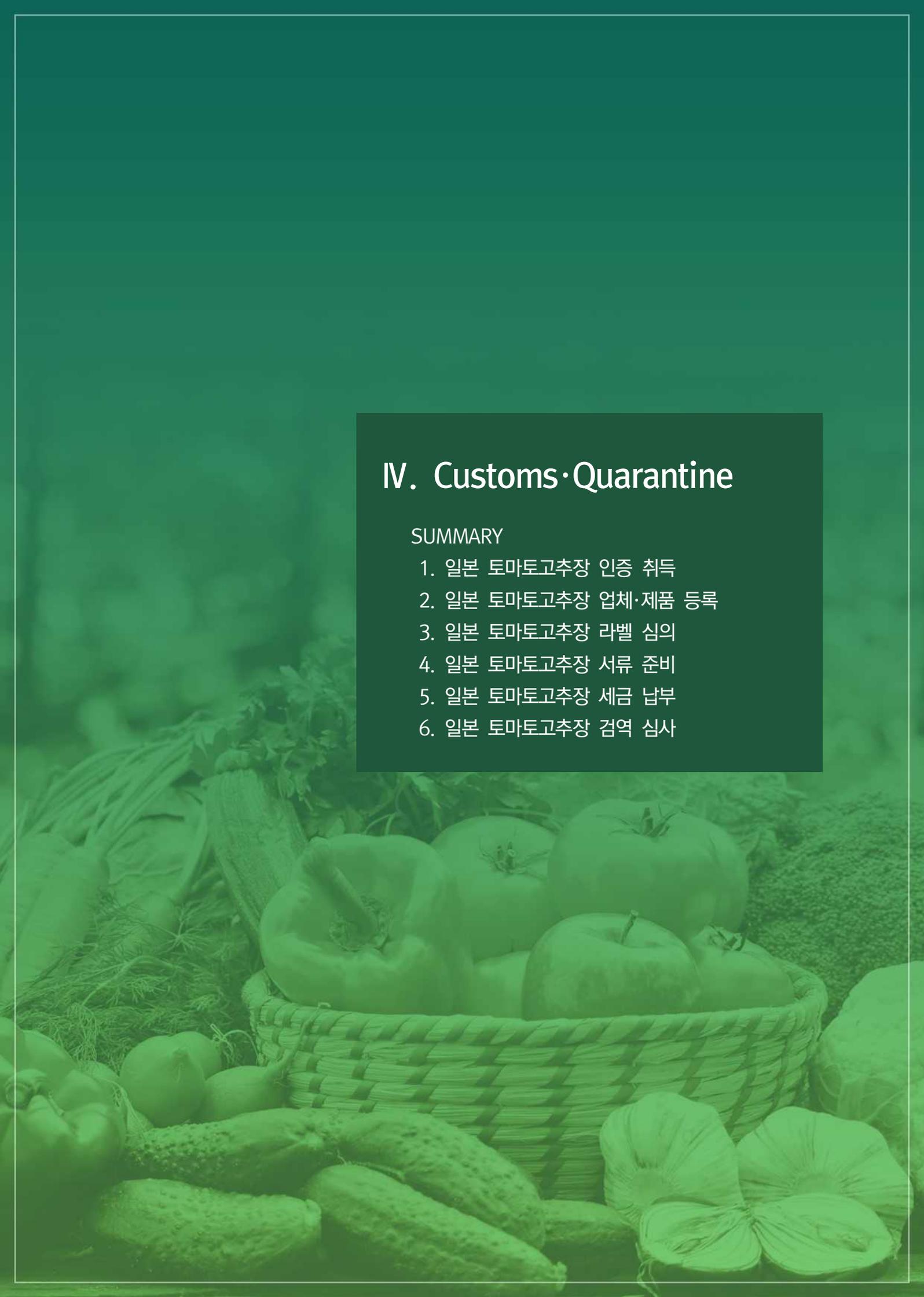
<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 조리식품, 와인류, 신선식품, 음료류, 유제품, 육류, 냉장식품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 수입제품, 프리미엄제품 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>유선 연락을 통한 직접 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단의 お問い合わせ 클릭 (www.tokyu-store.co.jp/contact/) - 店舗を探す 클릭 후 프레스프리미엄 점포 클릭 - 도쿄 미드타운점 확인하여 유선으로 입점 절차 진행 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +81-(0)3-5413-5109 	

자료: 도큐스토어(Tokyu-store) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 일본 토마토고추장 인증 취득
2. 일본 토마토고추장 업체·제품 등록
3. 일본 토마토고추장 라벨 심의
4. 일본 토마토고추장 서류 준비
5. 일본 토마토고추장 세금 납부
6. 일본 토마토고추장 검역 심사



Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> 강제 인증 無 	(-)
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> 사전 심사 無 	(-)
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> 필수 등록 절차 無 가공식품 사전등록 가능 <ul style="list-style-type: none"> 통관절차 간소화를 위한 사전 등록 가능 	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : www.mhlw.go.jp (*) 한국농수산물유통공사(aT) - 문의처 : global.at.or.kr
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> 라벨 표기사항 <ul style="list-style-type: none"> 별도 심의 사항 없음 일본 식품표기법 규정 준수 	(*) 일본 후생노동성 - 식품표시법(食品表示法) - 문의처 : www.mhlw.go.jp
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> 일반 서류 원산지 증명서 	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고 <ul style="list-style-type: none"> 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청 수입신고서(C-5020), 상업송장 등 	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> 납세 신고 <ul style="list-style-type: none"> 수입 신고 후 세금 납부 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 관세율 9.6% 소비세 7.2% 	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> 서류 심사 제품 검사 <ul style="list-style-type: none"> 제품, 통관이력 등에 대한 심사 결과, 후생노동성이 정한 규정에 따라 검사 진행 	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : www.mhlw.go.jp (*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp

1. 일본 토마토고추장 인증 취득

인증 취득

일본으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

토마토고추장

토마토고추장 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 일본 수입식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

일본으로 토마토고추장 수출 시 사전에 취득하여야 하는 강제 인증 사항은 없는 것으로 확인됨. 일본의 식품 수입 및 유통 관련 인증은 후생노동성(Ministry of Health, Labour and Welfare, MHLW)에서 관련 기준 수립 및 규제를 실시하고 있음.³⁴⁾ 2018년 6월 MHLW에서 발표한 식품위생법 개정사항³⁵⁾에 따르면, 자국 내 사업자를 대상으로 HACCP 제도화를 계획하고 있으며, 수입 식품에 대한 적용 사항은 논의 중에 있음

기타 식품 생산 안전 관련 인증으로 ISO 22000, IFS 등이 있으며, 식품 품질 인증으로 JAS(Japanese Agricultural Standard)이 있음. 해당 인증사항은 지정 인증기관을 통해 취득이 가능함

[표 4.1] 일본 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	필수	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
JAS	식품 품질 인증	선택	후생노동성 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

34) 일본 후생노동성(MHLW)는 식품위생법(食品衛生法)에 따라 식품의 첨가물 기준 등을 수립하고 해당 기준에 따라 규제하고 있으며, 소비자청(CAA)은 식품표시법(食品表示法)에 따라 식품 표시 관련 사항을 규제하고 있음

35) 2018년 6월 식품위생법의 주요 개정 사항에 따르면, 수입 식품의 위생상 안전성이 요구되는 식품(식육, 식조육 등)은 수출국 정부에서 확인한 시설 등에서 제조된 것, 유 및 유제품, 굴 등의 식품위생상 위험이 커질 우려가 있는 식품은 수출국 정부가 발행한 위생증명서를 첨부하도록 하고 있음.

[표 4.2] 일본 식품 인증 취득

		절차	기간
HACCP		서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
		서류	비용
		신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만 원
ISO 22000		절차	기간
		서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
		서류	비용
		신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
		서류	비용
		신청서 등	약 900~1,000만 원
BRC Food Safety		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만 원
FSSC 22000		절차	기간
		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만 원
JAS		절차	기간
		서류제출>서류 평가>현장 평가>개선요구>인증>사후관리	약 4~8주
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 제조과정 정보 등	-

자료 : 각 인증기관

▶ 일본 식품 JAS 인증

일본으로 수출하려는 가공식품의 제조업체가 JAS 인증을 받고자 하는 경우, 일본 농림수산성에 등록된 일본 국/내외 지정 인증기관을 통해 인증을 받을 수 있음. 등록 기관마다 전문 인증 품목이 다르기 때문에 해당 품목을 확인하여 인증 획득을 진행해야함. 농림수산성 등록 인증기관은 동 기관 홈페이지의 JAS 인증기관 등록 리스트를 통해 확인 가능함

[표 4.3] 일본 JAS 인증 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 마크
JAS		일반 인증 (일반적인 식품, 임업 제품에 대한 인증)	
Specific JAS	일본 농림수산성 (MAFF)	특정 가공방법 식품에 대한 인증	
Organic JAS		유기농 식품 대상 인증	
Production Information JAS		생산정보를 소비자에게 제공하는 JAS 규격 적합 식품	
인증 절차			
a. 등록 인증기관에 JAS 인증 신청 b. 심사 - 공장, 농장, 제품에 대한 평가 c. 인증 d. 사후관리			
유효기간			
- 12개월(지정 기간 내 사후 검사를 통하여 갱신)			

자료 : 일본 농림수산성(MAFF)

2. 일본 토마토고추장 업체·제품 등록

업체·제품 등록

일본으로 제품 수출 시,
요구되는 업체 또는 제품
등록제도 정보 제공

토마토고추장

토마토고추장 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본으로 식품 수출 시 필수 등록 요건 ‘없음’
- ▶ 통관 절차 간소화를 위한 후생노동성의 ‘가공식품 사전등록 가능’

일본 후생노동성은 일본으로 수입되는 식품 제품에 대하여 필수적인 사전 등록 절차를 요구하지 않으며, 해외 업체의 등록 절차도 요구하지 않음. 다만, 원활한 통관을 위하여 통관 절차 시 수입 식품에 대한 검사 요건을 완화하고 수입 식품에 대한 사전 검사 및 등록 제도를 실시하고 있음. 해당 절차를 통하여 사전 확인을 받게 되면, 등록번호가 기재된 수입 신고서를 제출하여 원활한 통관 절차의 수행이 가능함

대상 식품은 농축산물 및 수산물의 1차 생산품 또는 간이 가공품을 제외한 가공식품³⁶⁾으로, 식품 위생법이 정하고 있는 규정에 적합한지 확인하게 됨

[표 4.4] 일본 수입 전 등록 제도

적용 규제	식품위생법
담당 기관	일본 후생노동성(MHLW)
국내 신청 기관	한국농수산물식품유통공사(aT)
필요 정보 및 서류	a. 신청서 b. 상품 리스트, c. 위생검사표 d. 성분분석표 및 제조공정도 e. 시험성적증명서 - 수입업체 발급 시험성적증명서 제출 가능 f. HACCP 인증서
절차	a. 서류 제출 b. 서류 검토(aT) c. 서류 심사 d. 현장 실사 e. 등록 통보

자료 : 정부24, 한국농수산물식품유통공사(aT)

36) 가공(건조, 가열, 발효 또는 기타 가공)된 차는 수입 식물 검역 규정에 따라 식물 검역 절차를 거쳐야 하는 식품에 해당하지 않는 일반 가공식품에 해당함. 다만, 사전 수입식품등록이 가능한지에 대해서는 당국의 확인이 필요함

3. 일본 토마토고추장 라벨 심의

▶ 일본 라벨 규정

[표 4.5] 일본 라벨 관리 규정

● 라벨 심의	● 토마토고추장	● 라벨 심의	● 토마토고추장
일본으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	토마토고추장 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	라벨 심의	토마토고추장 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함
적용 규제	식품위생법(Food Sanitation Act), 건강증진법(Health Promotion Act)		
세부 규정	식품표시법(Food Labeling Act, 食品表示法) No. 70 of June 28, 2013		
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	라벨 표기사항 (항목)	라벨 표기사항 (가이드)
		<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 원산지 · 수입자 정보 · 원료 정보 · 식품첨가물 · 순중량 · 유통기한 · 보관방법 · GMO 성분에 대한 표시 · 알레르기 정보 · 영양성분 	
		표기 언어	일본어로 표기 폰트의 최소 사이즈는 8포인트로
		식품첨가물	식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용(e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate) 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성
		영양성분	열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기
		유통기한	제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기
		원료정보	가장 일반적인 명칭으로 기재 복합재료의 경우 괄호를 이용하여 원재료를 표기
		보관방법	보관에 적절한 보관 방법에 대한 내용 표기 상온 보관 이외 유의사항 없을 시, 미 표기

자료 : 일본 소비자청(CAA), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), KATI 농식품수출정보

<p>세부 내용</p> <p>라벨 표기사항 (가이드)</p>	<p>수입자 및 제조자 정보</p>	<p>수입업체의 이름 및 주소, 제조자의 이름 및 주소 정보를 기재</p>
	<p>GMO 성분 표기</p>	<p>등록된 GMO 식품을 대상으로 하여, 해당 원료를 함유하고 있음을 표기</p>
	<p>알레르기정보</p>	<p>새우, 계, 밀, 메밀, 계란, 유제품, 땅콩</p> <p>일본 소비자청은 다음 20개 항목에 대해서도 라벨에 표기하도록 권고</p> <p>- 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 캐슈넛, 키위, 소고기, 호두, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이, 복숭아, 양(yam), 사과, 젤라틴</p>
	<p>순중량</p>	<p>단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재</p>
	<p>원산지</p>	<p>일본 제품에 대하여 적용되는 원재료별 원산지 정보 기재 의무 미적용</p>
	<p>유기농</p>	<p>유기농 인증을 획득한 경우에 한하여, JAS마크 표기 및 유기농 표기 가능</p>
	<p>기타</p>	<p>건강증진법 규정에 따라 담당부처로부터 허가를 받거나 신고한 후, 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품 마크의 표기와 적절한 기능성에 대한 홍보 문구 사용 가능</p>

자료 : 일본 소비자청(CAA), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), KATI 농식품수출정보

▶ 일본 식품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(일어)

- ① 브랜드명 : 李錦記(Lee Kum Kee)
- ② 제품명 : 코추장
- ③ 설명 : 焼肉のたれ、野菜炒め、ピビンバなどに、熟成したそら豆ともち米の甘いコク。韓国風唐辛子みそ

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : 이금기(Lee Kum Kee)
- ② 제품명 : 고추장
- ③ 설명 : 고기 양념, 야채 볶음, 비빔밥 등, 숙성된 누에콩과 찹쌀의 달짝지근한 맛, 한국풍 고추장

뒷면(일어)

- ① 유통기한(賞味期限) : 2021.3.11
- ② 제품명(品名) : 코추장
- ③ 원료(原材料名) : 砂糖、粉飴、そら豆みそ、食塩、トマトペースト、もち米、食蔵唐辛子、酵母エキス、唐辛子/増粘剤(加工デンプン)、カラメル色素、酸味料、パプリカ色素、(原材料の一部に小麦を含む)
- ④ 용량(内容量) : 100g
- ⑤ 유통기한(賞味期限) : 枠外上部に記載
- ⑥ 보관방법(保存方法) : 直射日光を避け涼しい所に保存してください。
- ⑦ 원산지(原産国名) : 中国
- ⑧ 수입자(輸入者) : アスピー食品株式会社 東京都中央区日本橋兜町18-6
- ⑨ 영양성분(エネルギー) : 栄養成分表示100gあたり
エネルギー : 246kcal · たんぱく質

뒷면(국문)

- ① 유통기한 : 2021.3.11
- ② 제품명 : 고추장
- ③ 원료 : 설탕, 조청, 누에콩된장, 소금, 토마토 페이스트, 찹쌀, 염장 고추, 호모추출물, 고추/증점제(기공 전분), 캐러멜 색소, 산미료, 파프리카 색소, (원재료의 일부에 밀 포함)
- ④ 용량 : 100g
- ⑤ 유통기한 : 상단에 기재
- ⑥ 보관방법 : 직사광선을 피하고 서늘한 곳에 보관 하십시오.
- ⑦ 원산지 : 중국
- ⑧ 수입자 : 아스비 식품 주식회사 도쿄도 츄오구 니혼바시 카부토초 18-6
- ⑨ 영양성분 : 영양성분표시 100g당
칼로리 : 246kcal

2.6g · 脂質 0.5g · 炭水化物 57.7g · 食塩
相当量 7.9g<当社分析>

⑩ 주의사항 :

開封後には必ず冷蔵庫に保存してください。
開封時に内器を強く握ると中身が飛び出ること
があります。ご注意ください。

開封後要冷蔵

計量の目安 · 小さじ一枚分 (約8cm)

단백질 2.6g · 지방 0.5g · 탄수화물 57.7
g · 식염상당량 7.9g <당사 분석>

⑩ 주의사항 : 개봉 후에는 반드시 냉장고에
보관하십시오. 개봉 시 포장을 강하게
잡으면 내용물이 나올 수 있으니 주의하시기
바랍니다.

개봉 후 냉장 필요

작은 술 계량 기준 1매 분량 (약 8cm)

4. 일본 토마토고추장 서류 준비

서류 준비

일본으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

토마토고추장

토마토고추장 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 수입 업무, 수입 업체 또는 통관브로커를 통해 진행
- ▶ 일본 수입서류, 원산지증명서 필요

일본으로 제품을 수출하고자 할 때, 현지 수입 신고는 일반적으로 보세 구역에 물품이 반입된 후 진행함. 다만, 세관에서 정하고 있는 특정 물품의 경우 보세구역으로 물품이 반입되기 전 또는 선박에 적재된 상태에서 신고해야 함. 수입 신고는 수출업체가 수행할 수 없기 때문에 제품을 수입하는 당사자 또는 통관 브로커를 통해서 진행해야함

‘일반특혜관세(GSP, Generalized System of Preferences)’를 적용 받을 수 있는 경우, 해당 관세율 적용을 위한 ‘일반특혜관세 원산지 증명서(GSP Certificate of Origin) Form A’의 원산지 증명서를 제출해야함

[표 4.7] 일본 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서(C-5020)	(-)
	상업송장	(-)
	포장명세서	(-)
	선적 보험증서	(-)
	운임명세서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	관세청 / 상공회의소
	관세 납부 영수증	(-)
	기타 수입에 요구되는 서류	(-)

자료 : 일본 관세청

5. 일본 토마토고추장 세금 납부

세금 납부

일본으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

토마토고추장

토마토고추장 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 토마토고추장 HS CODE 2103.90.130, 관세율 7.2% 적용
- ▶ 한국-일본 FTA 협정 부재로 'WTO협정세율' 적용

토마토고추장을 일본으로 수출할 경우 HS CODE 2103.90(기타)의 2103.90.130(3) 그 외의 것 세번이 적용되며³⁷⁾, 기본 세율은 9.6%임 일본은 한국과 FTA 또는 기타 무역협정을 체결하고 있지 않으므로 WTO 협정세율인 7.2%가 적용됨.

- 수입 서류 심사비용: 107달러(약 12만 원)³⁸⁾
- 수입 서류 심사 기간: 3시간
- 통관 비용: 275달러(약 32만 원)
- 통관 소요 시간: 48시간

[표 4.8] 한국·일본 HS CODE 비교 및 일본 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자	
	2103.90	기타	
	2103.90.1030	고추장	
일본		1 소스	
	2103.90.130	(3) 그 외의 것	
관세	기본관세율	9.6%	
	협정 세율	7.2% ³⁹⁾	
소비세		8%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 일본 관세청, 일본무역진흥기구(JETRO)

37) 일본 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2103.90 중 토마토고추장에 적합하다고 판단되는 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 일본 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 일본 관세청을 통해 확인이 필요함

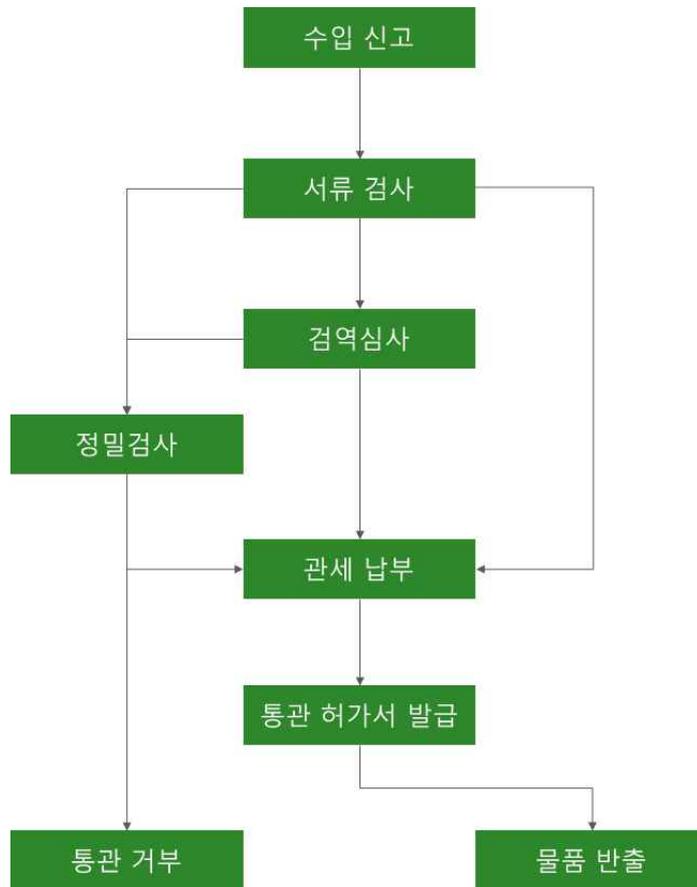
38) 1달러=1,164.70원 (2020.01.22., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

39) 일본은 한국과 FTA 협정을 맺고 있지 않으나, WTO 협정을 맺고 있는 국가에 대하여 WTO협정관세율을 적용하고 있음

6. 일본 토마토고추장 검역 심사 절차

- ▶ 일본 식품, 심사 결과 및 정해진 규정에 따라 서류 및 물품 검사 실시
- ▶ 사전 수입 가공식품등록 가능

[표 4.9] 일본 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량(mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	유해물질	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	10µg/kg
		Symphytum(comfrey)	불검출
	식품첨가물	absinth extract	일반사용기준

자료 : 일본 관세청, 일본 투자 및 수입품 진행기구(MIPRO), KATI 농식품수출정보

- ▶ 일본 식품화학연구재단(JFCRF)의 첨가물 기준을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

● 식품 첨가물 규정

일본으로 제품 수출 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

[표 4.10] 일본 토마토 고추장 품목 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
착향료	아세트알데하이드	acetaldehyde	일반사용기준 ⁴⁰⁾
착향료	아세토페논	acetophenone	일반사용기준
농후제, 안정제	아세틸아디핀산이전분	acetylated distarch adipate	일반사용기준
농후제, 안정제	아세틸인산이전분	acetylated distarch phosphate	일반사용기준
농후제, 안정제	아세틸산화전분	acetylated oxidized starch	일반사용기준
산화제	아세트산	acetic acid	일반사용기준
산화제	아디프산	adipic acid	일반사용기준
발효조절제 등	산선인산기수분해효소	acid phosphatase	일반사용기준
발효조절제 등	활성탄	active carbon	일반사용기준
감미료	아스파탐	aspartame	일반사용기준

자료 : KATI농식품수출정보

● 토마토 고추장

토마토 고추장 품목의
첨가물 규정은
KATI농식품수출정보
카테고리 분류 중
장류의 기타장류로
분류하여 고추장에
해당하는 정보를 제공함

40) 일반사용기준 : 최대 허용치가 별도로 명시되지 않아 규제가 없으나 첨가물 사용 시 적절한 제조공정 관리를 시행하며, 목적으로 하는 효과를 달성하는 데 필요한 양을 초과하지 않도록 해야 함

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 소우루이찌바(ソウル市場)

Interview ② 하치도쇼오지(八道商事)

Interview ③ 칸코쿠도쿠시(韓國得市)

Interview ④ 와루후렌도(ワールドふれんど)

Interview ⑤ 케이푸드(K Foods)

Interview ⑥ 일본 소비자청(消費者庁)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Customs



- 인터뷰 기업 : 소우루이찌바 (ソウル市場) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Jin (Manager)

일본에서 매운맛 소스가 유행

최근 일본에서는 매운맛 소스에 도전하는 것이 유행하고 있습니다. 그중, 하바네로 소스, 데빌 소스, 한국 불닭 소스의 인기가 높은 편입니다.

고추장 재료에 따라 통관 절차가 상이

필수 인증 조건은 없으나, 고추장 재료에 따라 통관 절차가 달라질 수 있습니다. 쌀로 만든 고추장보다 밀로 만든 제품의 통관 절차가 더 간단합니다.

Market Trend and Customers



- 인터뷰 기업 : 하치도쇼오지 (八道商事) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Choi (Manager)

일본 내 고추장의 인지도는 높은 편

‘고추장’이라는 단어가 일본어로 존재할 만큼 고추장은 일본에서 대중화되어 있으며, 인지도가 높은 편입니다. 그러나 아직 일본인보다 한국인이나 재일교포의 수요가 많습니다.

매운 소스를 즐겨 먹는 일본인들이 늘어나는 추세

최근 한류와 소셜미디어의 영향으로, 젊은 층의 일본인들 사이에서 매운맛 소스에 도전하는 것이 하나의 트렌드입니다. 이에 따라 일본 내 매운 소스를 즐겨 먹는 사람들이 점점 늘어나고 있습니다.

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 칸코쿠도쿠시 (韓國得市) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Kim (Manager)

일본 내 고추장 수요는 많은 편

최근 일본 사람들이 매운 음식을 즐겨 먹기 시작했습니다. 그중에서도 고추장의 수요가 많아졌으며, 일본인들은 고추장을 활용해 한국식 찜닭이나 나베 등 일본 요리를 만들어 먹습니다.

일본 내 개량 메주식 양념류는 매우 생소

일본에는 개량 메주로 만든 고추장이 없는 것으로 알고 있습니다. 낫설거나 생소한 식재료에 거부감이 심한 일본인이 개량 메주로 만든 고추장을 받아들이려면 오랜 시간이 필요할 것으로 생각합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Distribution



- 인터뷰 기업 : 와루후렌도
(ワールドふれんど)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Hwang
(Manager)

한국 불닭 소스의 인기가 높은 편

최근 일본에서 매운맛 도전이 유행하면서 한국산 불닭 소스가 인기를 얻어 현지 시장에서 수요가 많은 편입니다. 소비자들이 호기심에 불닭 소스를 구매하고 있습니다

소비자들은 고추장 구매 시, 온라인 매장을 더 선호

고추장은 주로 한인마트에서 판매되지만 아마존과 같은 온라인 몰에서도 판매됩니다. 소비자들은 오프라인 매장보다 저렴하고 제품 종류가 다양한 온라인 매장을 더 선호합니다.

Market Preference and Customers



- 인터뷰 기업 : 케이푸드
(K Foods)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Nam
(Manager)

한국 소스 중, 고추장의 인기가 가장 높아

일본 사람들은 다양한 한국 소스 중에서도 고추장을 가장 선호합니다. 최근 젊은 사람들 사이에서 불닭 소스가 유행이지만, 이는 소수의 마니아층에만 인기가 있습니다.

고추장은 40-50대 한국인, 재일교포가 주로 구매

일본 내 고추장의 인지도가 높아지고 있으나, 주 고객은 40-50대 한국인과 재일교포입니다. 이외에도 음식점에서 수요가 많은 편입니다.

Market Trend and Label



- 인터뷰 기업 : 일본 소비자청
(消費者庁)
행정기관
- 인터뷰 담당자 : Mr. Manabe
(Consultant)

일본에서 판매하는 된장은 대부분 개량 제조방식 사용

일본에서 판매하는 대부분의 미소는 A사와 동일하게 황국균을 원료로 합니다. 따라서 개량메주를 지칭하는 명확한 일본어는 없지만, 개량메주의 제조방식을 사용한 미소는 이미 일본에서 널리 판매되고 있기에, 인정받은 원료라고 할 수 있습니다.

제품 라벨에 '개량메주' 표기 가능

개량메주를 일본어로 번역하면 카이료우 미소(かいりょうみそ)가 됩니다. 일본에는 해당 단어를 사용하는 제품이 없으나, 사용이 가능합니다. 다만 표기 시, 개량은 다른 일본어로 번역해도 무방하나, 메주를 '미소'로만 번역한다면 사용할 수 있습니다.

Interview ① 소우루이찌바(ソウル市場)

41)

소우루이찌바
(ソウル市場)

전문가 소속

소우루이찌바
(ソウル市場)
소매업체

전문가 정보

Mr. Jin
(Manager)



【bibigo 비비고】코추
장1kg
商品コード: 0355
720円



【bibigo 비비고】코추
장500g
商品コード: 0352
420円

소우루이찌바(ソウル市場) Manager, Mr. Jin

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1997년에 설립된 한국 식자재 전문 소매업체로, 일본 내 5개의 매장을 보유하고 있습니다. 라면, 스낵, 주류 등 다양한 식료품을 취급하고 있으며, 대부분의 제품이 한국에서 수입된 것입니다. 온라인과 오프라인 판매를 병행하고 있습니다.

Q. 일본에서 소스류의 트렌드가 어떻게 되나요?

최근 일본인들 사이에서는 매운맛 소스에 도전하는 것이 하나의 유행으로 자리 잡고 있습니다. 인기가 높은 매운맛 소스로는 하바네로 소스, 테빌 소스, 한국산 불닭 소스가 있습니다. 그 결과, 외식업계에서도 매운 소스를 활용한 신메뉴를 출시하고 있습니다. 하지만 일본인들은 이러한 매운 소스를 평상시에 먹기보다는 친구들과 재미삼아 시도해보는 경우가 더 많습니다.

Q. 일본에서 고추장의 주 소비자층이 누구인가요?

매장에서 고추장을 구매하는 주 소비자층은 30-50대이며, 그중에서도 특히 40-50대 소비자들 사이에서 수요가 많습니다. 20대의 젊은 사람들은 순두부 소스, 된장찌개 소스 등의 간편 조리용 소스를 더 선호합니다. 최근 현지 소비자들 사이에서 한국 음식에 대한 인지도가 높아졌으며, 이에 따라 한인마트 등 아시안마트뿐만 아니라 일반 대형마트와 백화점에서도 고추장을 판매하기 시작했습니다.

Q. 제품 수출 시, 요구되는 인증 및 조건에는 무엇이 있나요?

일본으로 고추장 수출 시 필수적으로 요구되는 인증 및 조건은 없으나, 고추장 재료에 따라 통관 절차가 다릅니다. 예를 들어, 쌀로 만들어진 고추장보다는 밀로 만든 고추장의 통관 절차가 더 간단합니다. 따라서 이에 유의하여 제품 통관을 준비하는 것이 좋습니다.

41) 사진자료: 소우루이찌바(ソウル市場) 홈페이지(www.seoul-ichiba.com)

Interview ② 하치도쇼오지(八道商事)

42)

하치도쇼오지
(八道商事)

전문가 소속

하치도쇼오지
(八道商事)
소매업체

전문가 정보

Ms. Choi
(Manager)



하치도쇼오지(八道商事)

Manager, Ms. Choi

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 한국 식품 전문 소매업체로, 취급품목으로는 한국산 고추장, 된장의 소스류, 김치, 음료류, 스낵류, 김 등이 있습니다. 한국산 고추장 브랜드로는 C사, H사가 있으며, 일반 고추장 외에도 고기가 함유된 소고기볶음 고추장을 판매하고 있습니다.

Q. 일본에서 고추장의 인지도 및 수요는 어떠한가요?

‘고추장’이라는 단어가 일본어로도 존재할 만큼 고추장은 일본에서 대중화되어 있으며, 현지인들 사이에서도 인지도가 높습니다. 그러나 아직은 현지 소비자들보다 일본에 거주하고 있는 재일교포나 한국인 소비자들에게 수요가 더 많습니다. 개인 소비자들 외에 나베 요리를 하는 음식점에서도 고추장을 많이 구매합니다.

Q. 일본에서 소스류의 트렌드가 어떻게 되나요?

최근 한류와 소셜미디어의 영향으로, 젊은 층의 일본인들 사이에서 불닭 소스 같은 매운맛 소스를 도전하는 것이 하나의 트렌드로 자리잡았습니다. 아직 매운 소스가 대중화되지는 않았으나, 일본 내에서 매운 소스를 즐겨 먹는 사람들이 점점 늘어나고 있습니다.

Q. 일본에서 고추장의 판매처는 어디인가요?

고추장은 일본에서 인지도가 높은 양념류 중 하나로, 한인마트뿐만 아니라 대부분의 일본 현지 마트에서도 판매합니다. 일본 현지 마트에서 판매하는 고추장은 대부분 소용량 제품으로, 플라스틱 튜브에 포장되어 있습니다. 하지만 아직 일반 마트에서의 고추장 판매량은 적은 편입니다.

42) 사진자료: 하치도쇼오지(八道商事) 홈페이지(www.paldo.co.jp)

Q. 일본 소비자들은 개량 된장, 개량 메주식 고추장에 대해 알고 있나요?

아직 일본에는 개량식으로 제조된 장류 제품이 거의 없어서, 해당 제조 방식에 대해 모르는 소비자들이 대부분입니다. 제품 라벨에 '개량 메주'라는 단어를 표기할 수는 있으나 현지 소비자들에게는 그 의미가 전달되지 않을 확률이 높습니다. 따라서 해당 제조방식을 홍보 문구로 사용하려면, 개량식 제조에 대한 설명과 장점, 다른 제조방식과의 차이점 등을 함께 표기하는 것이 좋습니다.

Q. 제품 수출 시, 요구되는 조건에는 무엇이 있나요?

고추장을 일본으로 수출할 경우, 제품의 성분조사표를 제출해야 합니다. 제품 통관 시 제품에 포함된 성분과 성분의 함유량이 중요한 요인으로 작용합니다. 또한 일본 보건청에서도 별도의 제품 검사를 받아야 하는 것으로 알고 있습니다.

Interview ③ 칸코쿠도쿠시(韓國得市)

43)

칸코쿠도쿠시
(韓國得市)

전문가 소속

칸코쿠도쿠시
(韓國得市)
소매업체

전문가 정보

Mr. Kim
(Manager)

韓國得市



칸코쿠도쿠시(韓國得市)

Manager, Mr. Kim

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

칸코쿠도쿠시는 한국식품 전문으로 취급하는 소매업체로, 소스류, 김치, 육류, 차(茶)류, 주류, 김, 즉석식품 등을 판매하고 있습니다. 오프라인 매장 한 곳을 운영하고 있으며, 자사 홈페이지를 통해 온라인 판매도 병행하고 있습니다. 한국의 H사, C사 등 브랜드에서 출시된 40여 가지의 고추장, 된장을 판매하고 있습니다.

Q. 일본 내 수요가 많은 한국 조미료는 무엇인가요?

최근 들어 매운 음식을 즐겨 먹는 일본인들이 늘어나면서 한국산 고춧가루, 고추장, 찜장의 수요가 많아졌습니다. 현지인들은 한국식 찌개나 나베 등의 일본 요리를 만들 때 고추장을 사용합니다.

Q. 일본 내 인기 높은 소스에는 무엇이 있나요?

현지 소비자들은 캡사이신 성분이 들어간 분말과 소스류를 많이 찾는 편입니다. 앞서 말씀드렸듯이 일본에서 매운 음식의 인기가 높아지면서, 매운맛 소스의 판매량이 증가했습니다.

Q. 개량 메주로 만든 고추장, 판매 시 수요가 있을까요?

일본 내 개량 메주식 고추장의 수요는 많지 않을 것 같습니다. 저희는 개량 메주로 만든 제품을 취급하고 있지 않으며, 일본 내에서도 흔치 않은 것으로 알고 있습니다. 일본인들은 낫설거나 생소한 식재료에 거부감이 심한 편이기 때문에, 해당 제품을 현지 시장에 정착시키려면 오랜 시간이 걸릴 것으로 예상됩니다. 또한, 제품의 통관 절차에서도 난항이 예상됩니다. 만약 개량 메주로 제조한 제품이 일본 내에서 판매되고 있지 않다면, 일본 담당 부처에 가서 재료에 대한 성분을 입증하는 등 절차가 매우 까다롭습니다.

43) 사진자료: 칸코쿠도쿠시(韓國得市) 홈페이지(www.itsumotoku.co.jp)

Interview ④ 와루후렌도(ワールドふれんど)

44)

● 와루후렌도

(ワールドふれんど)

전문가 소속

와루후렌도

(ワールドふれんど)

수입유통업체

전문가 정보

Ms. Hwang

(Manager)



와루후렌도(ワールドふれんど)

Manager, Ms. Hwang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2004년에 설립된 식품 전문 수입유통업체입니다. 취급 품목으로는 소스류, 스낵류, 생활용품, 차(茶)류, 음료류 등이 있으며, 다양한 종류의 한국산 식품을 판매하고 있습니다. 별도의 자사 홈페이지는 없으며, 야후쇼핑을 통해 개별 소비자들을 상대로도 소매판매를 진행하고 있습니다.

Q. 일본에서 인기가 높은 한국 소스는 무엇인가요?

최근 일본에서는 20-30대의 사람들 사이에서 ‘매운맛 챌린지’라는 내용으로 동영상을 찍거나 블로그에 사진을 올리는 것이 유행하고 있습니다, 이에 따라, 한국산 불닭 소스가 매운 소스 중 하나로 인기를 얻어 현지 시장에서 수요가 많은 편입니다. 해당 연령대의 소비자들은 호기심에 한 번 시도해보는 용도로 불닭 소스를 구매합니다.

Q. 고추장의 주 소비자층은 누구인가요?

고추장의 주 소비자층은 일본에 거주하고 있는 한국인과 재일교포이며, 한국 음식점에서도 수요가 많습니다. 이외에도 많지는 않지만, 한국 음식을 좋아하거나 한국 여행 시 매운 음식을 먹어본 몇몇 현지인들이 고추장을 구매합니다.

Q. 제품의 판매처는 어떻게 되나요?

고추장은 주로 한인마트에서 판매되고 있으며, 한인마트에서는 1인분과 2인분으로 아주 작은 용량의 고추장도 판매합니다. 이외에도 아미존과 같은 온라인 몰에서도 고추장을 판매하며, 소비자들은 오프라인 매장보다 저렴하고 제품 종류가 다양한 온라인 매장을 더 선호합니다. 그리고 특정 제품을 원하는 일부 소비자들은 유통업체나 제조업체를 통해 직접 구매하기도 합니다.

44) 사진자료: 와루후렌도(ワールドふれんど) 야후 홈페이지 (store.shopping.yahoo.co.jp/nowmall)

●
와루후렌도

(ワールドふれんど)

전문가 소속

와루후렌도

(ワールドふれんど)

수입유통업체

전문가 정보

Ms. Hwang

(Manager)

Q. 일본으로 고추장 수출 시 취득해야 하는 인증이 있나요?

일본으로 고추장 수출 시 필수적으로 요구되는 인증은 없습니다. 다만, 토마토고추장을 유기농 제품으로 홍보할 경우에는 반드시 일본의 농림수산성에서 JAS 유기농 인증을 발급받아야 합니다. JAS 유기농 인증을 취득한 제품은 일본 시장에 진출하기가 수월해지며, 제품에 대한 소비자들의 선호도 또한 높아집니다. 해당 인증이 없다면, 대형 마트나 유명 슈퍼마켓 체인점에서 제품을 판매하기 위한 절차가 다소 까다롭습니다.

Interview ⑤ 케이푸드(K Foods)

45)

케이푸드
(K Foods)

전문가 소속

케이푸드
(K Foods)
소매업체

전문가 정보

Ms. Nam
(Manager)



케이푸드(K Foods) Manager, Ms. Nam

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2012년에 설립된 한국 식품 및 잡화를 취급하는 소매업체로, 주로 한국에서 직수입한 제품을 판매하고 있습니다. 취급 품목으로는 소스류, 육류, 가공식품, 야채류, 김치, 화장품, 주방용품, 의류 등이 있습니다.

Q. 일본에서 인기가 높은 한국 소스는 무엇이 있나요?

저희는 한국에서 수입한 다양한 소스를 판매하고 있습니다. 그중 고추장의 인기가 가장 많으며, 특히 B사의 고추장이 가장 많이 팔립니다. 최근 젊은 사람들 사이에서 불닭 소스가 유행이긴 하지만, 해당 제품은 소수의 마니아층에만 인기가 있습니다.

Q. 고추장의 주 고객은 누구인가요?

일본 내 고추장의 인지도는 높은 편이나, 아직은 40-50대 한국인과 재일교포들이 주로 구매합니다. 또한 저희는 일반 고객보다 음식점을 상대로 판매는 경우가 더 많다보니, 개별 소비자들보다는 음식점을 운영하는 소비자들의 비중이 더 높습니다.

Q. 토마토고추장 판매 시, 수요가 있을까요?

토마토고추장의 수요는 많지 않을 것 같습니다. 토마토가 첨가된 고추장은 매우 생소하며, 새로운 것에 잘 도전하지 않는 일본인의 성격상 해당 제품을 구매하는 사람들이 많지 않을 것으로 예상됩니다.

Q. 일본 소비자들은 개량 된장, 개량 메주로 만든 고추장에 대해 알고 있나요?

대부분의 소비자들은 개량 된장이나 개량 메주 등에 대해 알지 못합니다. 라벨에 해당 단어가 들어가도 되는지는 보건청과 식약청에 확인해봐야 알 수 있겠지만, 관련 단어의 표기가 가능하더라도 소비자들은 크게 관심을 갖지 않을 것 같습니다.

45) 사진자료: 케이푸드(K Foods) 홈페이지 (www.kfoods.jp)

Interview ⑥ 일본 소비자청(消費者庁)

46)

일본 소비자청
(消費者庁)

전문가 소속

일본 소비자청
(消費者庁)
소매업체

전문가 정보

Mr. Manabe
(Consultant)



일본 소비자청(消費者庁)

Consultant, Mr. Manabe

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

일본 소비자청은 2008년에 설립된 일본의 행정기관 중 하나로, 소비자의 관점에서 정책 전반을 관리하고 있습니다. 그 중에서도 경품표시법, 소비자계약법, 출자법, 식품안전기본법, 소비자기본법 등 여러 법률을 담당하여 규제하고 있습니다.

Q. 개량된장 혹은 개량메주가 일본에서 인정받은 원료인가요?

일본에서는 된장과 메주를 구분하는 단어가 없으며, 모두 미소(みそ(味噌))라고 부릅니다. A사에서 사용하는 '개량메주'는 콩과 황국균(*Aspergillus oryzae*)을 원료로 하는데, 일본에서 판매하는 대부분의 미소는 A사와 동일하게 황국균을 원료로 합니다. 따라서 개량메주를 지칭하는 명확한 일본어는 없지만, 개량메주의 제조방식을 사용한 미소는 이미 일본에서 널리 판매되고 있기에, 인정받은 원료라고 할 수 있습니다.

Q. 제품 라벨에 '개량메주'라는 단어를 사용할 수 있나요?

개량메주를 일본어로 번역하면 카이료우 미소(かいりょうみそ)가 됩니다. 일본에는 해당 단어를 사용하는 제품이 없으나, 사용해도 무방합니다. 다만 일본에서는 대부분 '황국균이 포함된 된장' 정도로 풀어서 표기하거나 아예 황국균 표기를 생략하고 미소만 표기하는 경우도 있습니다. 앞서 언급했듯이 일본에서 판매하는 대부분의 미소는 황국균을 포함한 개량 제조방식을 사용하기 때문에 '미소'만 표기해도 소비자들은 황국균이 포함되어 있다고 간주합니다. 따라서 라벨에 '개량메주' 표기 시, 개량은 다른 일본어로 번역해도 무방하나, 메주를 '미소'로만 번역한다면 사용할 수 있습니다.

46) 사진자료: 일본 소비자청(消費者庁) 홈페이지 (www.bigc.vn)

Q. ‘개량메주’ 외에 제품 라벨에 추가적으로 표기해야 할 사항이 있나요?

황국균의 포함여부는 따로 표기하지 않아도 되지만, ‘개량’은 결국 더 나아졌음을 의미하기 때문에 일반메주가 아닌 개량메주를 사용함으로써 제품이 어떻게 나아졌는지 설명해주는 것이 좋습니다. 대표적으로는 식품첨가물 무첨가나 저나트륨 미소 등이 있습니다. 그리고 일본에서 판매하는 황국균이 포함된 미소는 거의 모두 유기농 제품이기 때문에 JAS 유기농 인증을 보유하고 있습니다. 일본에서는 다른 유기농 인증이 인정되지 않으며, 오직 일본 농림수산성에서 발급받은 JAS 유기농 인증이 라벨에 부착되어 있어야만 유기농식품으로 판매가 가능합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 「Sauces, Dressings and Condiments in Japan, Country Report」, 유로모니터 (Euromonitor), 2019.11
2. 「Yearly Amount of Expenditures per Household for City Group, District and City with Prefectural Government (Total Households)」, 일본 통계청(Statistics Bureau of Japan), 2019
3. 「Population by Prefecture (1920 to 2017)」, 일본 통계청(Statistics Bureau of Japan), 2019
4. 「日本と諸外国・地域との関係」, 일본 내각부(Cabinet Office of Japan), 2019.12
5. 「Tea in Japan, Country Report」, Euromonitor, 2019.03.
6. 「RTD Tea in Japan」, Euromonitor, 2019.03.
7. 「働き方改革の副作用? 現代人は、依然として時間に「追われている」, SEIKO, 2019.06.
8. 「食品輸入の手引き」, MIPRO, 2019.07.
9. 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, 미국 농무부(USDA), 2019.03
10. 「Consolidated Financial Results for the Fiscal Year Ended March 31, 2019」, MatsumotoKioshi Holdings, 2019.05.10.
11. 「마쓰모토키요시 2018 연간보고서(Consolidated Financial Results)」, Matsumotokiyoshi Holdings Do., Ltd., 2019.05.10.
12. 「타카시마야 2018 연간 보고서 Takashimaya Reports Earnings for the Year Ended」, Takashimaya, 2018.02.28.
13. MIPRO, 「食品輸入の手引き」, 2019.07.
14. 미국 농무부(USDA), 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, 2019.03.05.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center(www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. 일본 통계청(www.stat.go.jp)
5. KATI(www.kati.net)
6. 일본 내각부(www.cao.go.jp)
7. 아마존(Amazon), www.amazon.co.jp
8. 라쿠텐(Rakuten), www.rakuten.co.jp
9. 큐텐(Qoo10), www.qoo10.jp
10. 쿡패드(Cookpad), cookpad.com
11. 셰프고한(Chefgohan), chefgohan.gnavi.co.jp
12. 나디아(Nadia), oceans-nadia.com
13. 위키피디아(Wikipedia), de.wikipedia.org
14. 맥스벨류(MaxValu) 홈페이지 (mv-tokai.co.jp)
15. 라이프(Life) 홈페이지 (lifecorp.jp)
16. 핀티데(Fintide) 홈페이지 (fintide.jp)
17. 마루에츠(Maruetsu) 홈페이지 (maruetsu.co.jp)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

18. 니케이아시아리뷰(NikkeiAsianReview) (asia.nikkei.com)
19. 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지 (takashimaya.co.jp)
20. 이온 온라인(Aeon Online) 홈페이지 (aeonretail.jp)
21. 쿨링포스트(Coolingpost) 홈페이지 (coolingpost.com)
22. 내추럴하우스(Naturalhouse) 홈페이지 (naturalhouse.co.jp)
23. 이세탄(Isetan) 홈페이지 (isetan.mistore.jp)
24. 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지 (sej.co.jp)
25. 세븐&아이홀딩스(7&I holdings) (7andi.com)
26. 더스트레이츠타임즈(The Straits Times) (www.straitstimes.com)
27. 더재팬타임즈(The Japan Times) (www.japantimes.co.jp)
28. 교토아반티(KyotoAvanti) 홈페이지 (kyoto-avanti.com)
29. 도톤보리(Dotonbori) 홈페이지 (dotonbori.or.jp)
30. 이온넷슈퍼(Aeon Net Super) 홈페이지 (shop.aeon.com/netsuper)
31. 라이프넷슈퍼(Life-netsuper) 홈페이지 (life-netsuper.jp)
32. 이토요카도(Ito-Yokado) 홈페이지 (itoyokado.co.jp)
33. 산쿠제르(Stcousair) 홈페이지 (stcousair.co.jp)
34. 산쿠제르오리건(Stcousair-oregon) 홈페이지 (stcousair-oregon.com)
35. 도쿄스토어(Tokyu-store) 홈페이지 (tokyu-store.co.jp)
36. 도쿄미드타운(Tokyo-midtown) 홈페이지 (tokyo-midtown.com)
37. 더비체인(Thebchain) 홈페이지 (thebchain.co.kr)
38. 코인프레스(Coinpress) 홈페이지 (coinpress.co.kr)
39. 일본 소비자청(CAA) (www.caa.go.jp)
40. 한국 관세청 (www.customs.go.kr)
41. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS) (www.fas.usda.gov)
42. 정부24 (www.gov.kr)
43. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
44. 한국농수산물유통공사(aT) (www.at.or.kr)
45. 일본 관세청 (www.customs.go.jp)
46. 일본 무역진흥기구(JETRO) (www.jetro.go.jp)
47. 일본 식품화학연구재단(JFCRF) (www.ffcr.or.jp)
48. 일본 투자 및 수입품 진흥기구(MIPRO) (www.mipro.or.jp)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.02.07.

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 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

