



2020

해외시장 맞춤형조사

No. | 202011-22

품목 | 라면(Instant Noodle)

국가 | 일본(Japan)

구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약(Summary)	04
II. 시장규모(Market Size)	
1. 일본 라면 시장규모	13
2. 일본 라면 수출입 시장규모	15
3. 일본 라면 소비 시장규모	16
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 한국 라면 브랜드 중 불닭볶음면 거래량 높은 편	25
2. 일본 소비자, ‘불계치’ 레시피로 매운 맛 조절	26
3. 일본 라면, ‘컵라면·국물라면·담백한 맛·건강’ 수요 높아	27
4. 일본 라면 원료, ‘간장, 된장’ 등 장류 활용한 라면 다수	28
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 일본 라면 유통구조	30
2. 일본 라면 주요 유통업체	31
3. 일본 라면 B2C 소매채널	33

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 일본 라면 인증 취득	54
2. 일본 라면 사전 절차	57
3. 일본 라면 라벨 심의	60
4. 일본 라면 서류 준비	64
5. 일본 라면 세금 납부	65
6. 일본 라면 검역 심사 절차	66
7. 일본 관련 규제 정보	67

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 칸쇼쿠(かんしょく)	70
Interview ② 주식회사 유리(有利)	72
Interview ③ 주식회사 이온(イオン)	74
Interview ④ 주식회사 팬 퍼시픽 인터내셔널 홀딩스 (パン パシフィック インターナショナルホールディングス)	76
Interview ⑤ 스랏칸(スラッカン)	78

VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고문헌	83
--------	----

I . 요약(Summary)

Summary

▶ 수요 분석

		수치	전문가 인터뷰	
<p>컵라면/붕지라면 76%/ 24%</p>	<p>대한국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 69%)</p>	시장규모	컵라면 5.2조 원	코로나19로 인해 최근 라면 수요 증가 - 한국산 라면은 B사, A사 순으로 인지도 높음 - 주요 구매자는 10-20대 젊은 층과 매운 맛을 즐기는 40-50대
		시장규모	붕지라면 1.6조 원	
수입규모	글로벌	534억 원		
	한국	370억 원		
소비 시장규모	10-20대	전체 인구의 19%		
	인기 브랜드	닛신, 마루찬, 샷포로이치반		

▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰	
<p>국가·브랜드</p>	<p>특징</p>	국가·브랜드	한국 2nd / 2,550건	전반적으로 맵지 않은 맛 선호하며 A사 제품 중 치즈맛, 까르보맛 인기 - 최근 저칼로리, 건강한 라면 트렌드 확대
		특징	담백한맛 1st / 1,316건	
원료	<p>원료</p>	컵	5th / 349건	
		간장	1st / 2,480건	
	된장	2nd / 1,840건		

▶ 유통채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	34.5%	A사 제품, 최근 오프라인 매장 위주 접근성 높아졌으나 대도시에서만 흔한 편임 - 여러 지역, 채널로의 판매 확대 추천
	편의점	26.7%	
	혼합 소매업체	22.9%	
	비(非) 식료품점	8.6%	
	기타	7.3%	

▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰	
	인증취득	필수	필수인증 없음	특별한 주의사항 없으나 코로나19로 인해 통관시간 기존보다 한 달 정도 더 소요되므로 유통기한 주의 필요
		선택	HACCP, JAS 등	
사전절차	필수	필수 사전절차 없음		
	선택	후생노동성 사전등록, AEO 등록, 후생노동성 Food Label Acting		
라벨 표기사항		원산지 증명서 외 9건		
서류 준비사항				
세금납부	기본관세율	25%		
	협정 세율	21.3%		
	판매세	8-10%		

- ▶Point 01. 일본 내 코로나19로 라면 수요 증가 중이며 對글로벌 수입국가 중 수입규모 기준 한국이 1위임
- ▶Point 02. 일본 소비자들은 전반적으로 맵지 않은 라면을 선호하며 A사 제품 중에서도 치즈맛, 까르보맛이 인기임
- ▶Point 03. A사 제품 하이퍼마켓/슈퍼마켓 위주로 진출해 있으며 지역 및 채널 확대해야 한다는 전문가 인터뷰 답변 확인됨

Market Size

(시장규모)

일본(Japan)

라면 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(라면), 포장 형태(컵, 봉지)

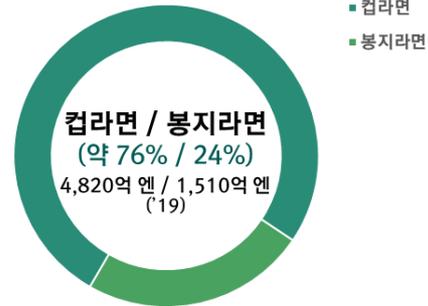
• 컵라면(Instant Noodle Cups)¹⁾ 시장규모

..... **4,820억 엔('19)**

• 봉지라면(Instant Noodle Pouches)²⁾ 시장규모

..... **1,510억 엔('19)**

(*) Euromonitor International



라면 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(면)

• HS 1902.30³⁾ '스파게티, 마카로니, 누들, 라자니아, 뇨키, 라비올리, 카넬로니와 그 밖의 파스타 제품'

일본 對 글로벌 수입규모

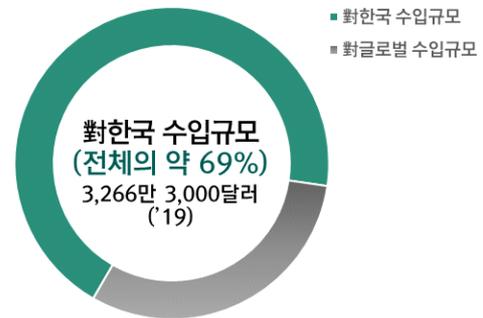
.....4,715만 달러('19)

• HS 1902.30 '스파게티, 마카로니, 누들, 라자니아, 뇨키, 라비올리, 카넬로니와 그 밖의 파스타 제품'

일본 對 한국 수입규모

..... **3,266만 3,000달러('19)**

(*) International Trade Centre



라면 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '라면'은 탈수된 조미료, 야채, 면 등이 포함되어 물에 끓여 먹을 수 있는 봉지 제품을 포함함. 이에 라면을 선호하는 10-20대의 인구를 확인하기 위해 '일본 성별 및 연령대별 인구 수'와 '일본 지역별 인구 수'를 조사함. 또한, 일본 컵라면 및 봉지라면 시장의 경쟁사 파악을 위해 '일본 컵라면 브랜드 점유율'과 '일본 봉지라면 브랜드 점유율'을 조사함

① 일본 성별 및 연령대별 인구규모('19)	② 일본 내 지역별 인구 분포('19)	③ 일본 컵라면 브랜드 점유율('20)	④ 일본 봉지라면 브랜드 점유율('20)
0-9세 1,036만 3,000명	도쿄 1,392만 1,000명	닛신 46.8%	닛신 27.6%
10대 1,133만 8,000명	가나가와 919만 8,000명	마루찬 25.3%	삿포로이치반 24.4%
20대 1,226만 8,000명	오사카 880만 9,000명	삿포로이치반 7.1%	마루찬 20.3%
30대 1,476만 3,000명	아이치 755만 2,000명	묘조 6.6%	묘조 8.2%
40대 1,875만 4,000명	사이타마 735만 명	슈퍼컵 4.7%	하우스푸드 5.3%
50대 1,622만 3,000명	지바 625만 9,000명	B사 1.2%	B사 4.7%
60대 1,631만 8,000명	효고 546만 6,000명	기타 8.4%	A사 0.3%
70대 이상 · 2,683만 3,000명			기타 8.2%

(*) 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 일본통계청(Statistics Bureau and Statistics Center), 유로모니터(Euromonitor)

1) 컵라면(Instant Noodle Cups): 탈수된 면, 조미료, 야채를 컵에 담아 물에 끓여 먹을 수 있게 만든 제품을 포함함
 2) 봉지라면(Instant Noodle Pouches): 탈수된 면, 조미료, 야채를 봉지에 담아 냄비에 넣어 끓여 먹을 수 있게 만든 제품을 포함함
 3) HS CODE 1902.30 : 조사제품 '라면'은 크게 스파게티, 마카로니, 누들, 라자냐, 뇨키, 라비올리, 카넬로니, 쿠스쿠스 등을 포함한 파스타 면류'로 규정된 제1902호에 속하며, 그중에서 기타 면류(Other Pasta)에 해당하는 HS CODE 1902.30을 지표로 선정함

Market Trend

(시장트렌드)

일본 (Japan)

라면 소비 실태 분석 결과

일본 '라면' 주요 연관어 분석



일본 '라면' 온라인 쇼핑물 리스트

연관어	발생량
일본	7,495
한국	2,550
간장	2,480
된장	1,840
담백한맛	1,316
중국	1,181
사골	1,032
닛신	744
건면	721
...	
매운맛	680

일본 온라인쇼핑물 라면 11,300건 분석



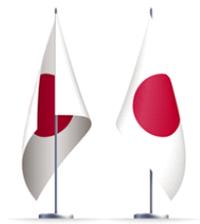
일본 '불닭볶음면' 구매후기

연관어	발생량
매운	254
맛있는	152
치즈	80
한국	35
까르보나라	25
만족스러운	18
유튜브	8
할랄	8
달콤한맛	8
...	
저렴한	5

일본 불닭볶음면 구매후기 1,095건 분석

라면 원산지/브랜드

일본 7,495건
한국 2,550건



일본 브랜드
판매 65% 육박

JAPAN

불닭볶음면 후기 (긍정, 부정 리뷰)

매운 맛 249건
유튜브 18건



불계치(불닭+계란+
치즈) 레시피 활용

라면 특징

담백한맛 1,316건
건면 721건
비건 163건



일본
'담백한맛, 건강'

라면 원료

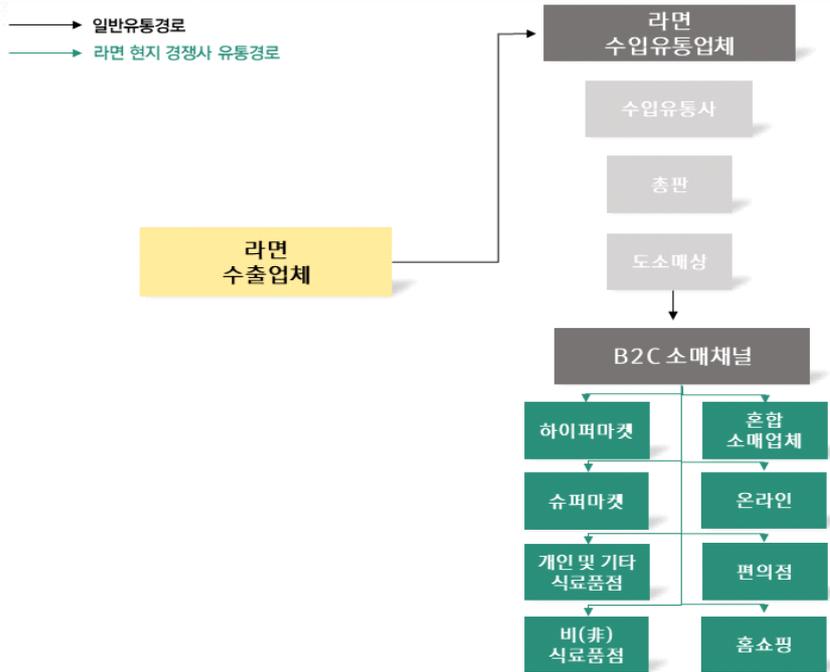
간장 2,480건
된장 1,840건
사골 1,032건



라면 문화로
간장, 된장 소재 다수

Distribution Channel

(유통채널)



일본(Japan)

라면 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾⁵⁾	주요 채널 ⁶⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	34.5%	라이프(Life), 이토요카도(イトーヨーカドー), 맥스벨류(MaxValu), 마루에츠(マルエツ)
	편의점 ⁷⁾	26.7%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	혼합 소매업체 ⁸⁾	22.9%	다카시마야(高島屋), 다이마루(大丸), 이세탄(伊勢丹)
	비(非) 식료품점 ⁹⁾	8.6%	마쓰모토키요시(マツモトキヨシ), 선드러그(サンドラッグ), 웰시아(Welcia)
	온라인	3.3%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten)
	홈쇼핑	3.1%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 큐브이씨(QVC)
	개인 및 기타 식료품점 ¹⁰⁾	0.6%	장터, 서울시장, 총각네
	음식/음료/담배 전문점	0.3%	라쿠무기사(楽麦舎)

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

4) 2020년 기준, 일본 내 '면류(Noodles)'의 유통채널 점유율임

5) '라면'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '면류(Noodles)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 일본 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨

7) 본 보고서에서 편의점은 주유소 매점을 포함함

8) 본 보고서에서 혼합소매점은 백화점을 포괄함

9) 본 보고서에서 비(非) 식료품 전문점은 드러그스토어(H&B), 약국 등을 포괄함

10) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 한인마트를 포함함

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> • 라면 강제 인증 無 - HACCP 인증 획득 불필요 	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : www.mhlw.go.jp (*) 일본 농림수산물성 - 문의처 : www.maff.go.jp
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 수출 전 사전 필수 절차 불필요 - 가공식품 사전등록 가능 - 사전 AEO 등록 인정 	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : www.mhlw.go.jp (*) 일본 농림수산물성 - 문의처 : www.maff.go.jp
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> • 라벨 표기사항 - 별도 심의 사항 없음 - 일본 식품표기법 규정 준수 	(*) 일본 후생노동성 - 食品表示法(식품표기법) - 문의처 : www.mhlw.go.jp
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> • 일반 서류 • 원산지 증명서 	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> • 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> • 수입신고 - 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청 - 수입신고서(C-5020), 상업송장 등 	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> • 라면 HS CODE 1902.30-210 • 라면 협정 세율 21.3% • 소비세 8 - 10% 	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 서류 심사 • 제품 검사 - 제품, 통관 이력 등에 대한 심사결과, 후생노동성이 정한 규정에 따라 검사 진행 	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : www.mhlw.go.jp (*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 칸쇼쿠
(かんしょく)
한국식품 수입판매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Nakagawa
(Manager)

매운 맛을 선호하지 않는 일본 소비자들

일본 소비자들은 매운 음식을 자주 먹지 않아서, 불닭볶음면 오리지널맛처럼 매운맛이 강한 제품을 선호하지 않습니다. 일본 소비자들은 불닭볶음면 중 까르보맛을 가장 좋아하며, 치즈맛과 짜장맛이 그 뒤를 잇습니다.

제품 포장도 구매 요인 중 하나

일본에 인스타바에(인스타그램에 올릴 만한 예쁘거나 분위기 있는 사진이라는 뜻의 신조어)라는 말이 등장한 후 불닭볶음면의 까르보맛이 인기가 많아졌습니다. 젊은 소비자들 해당 제품의 핑크색 포장지를 좋아하기 때문입니다.

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 주식회사 유리
(有利)
식품 가공·제조 및
수출입·판매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Kim
(Manager)

오리지널맛보다 인기 많은 치즈맛

저희가 취급하는 A사 제품 중 불닭볶음면은 일본에서 인기가 많습니다. 특히 일본 소비자들은 오리지널맛보다 치즈맛을 제일 좋아하며, 주로 젊은 연령대 소비자가 주를 이룹니다. 매운 음식을 좋아하는 40-50대 소비자도 불닭볶음면을 구매합니다.

코로나19 영향으로, 수입 시 오랜 시간 소요

코로나19로 인해 현재 수입 시 오랜 시간이 소요되고 있습니다. 요새는 이전보다 한 달 정도 늦게 도착하고 있기 때문에, 수입제품의 유통기한이 지나지 않도록 조절해서 수입하여야 합니다.

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 주식회사 이온
(イオン)
종합 대형 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Sangawa
(Manager)

SNS 영향으로 높아진 인지도와 인기

불닭볶음면에 대한 수요는 젊은 소비자를 중심으로 점점 확대되고 있습니다. 이들은 매운맛을 잘 견딜 수 있고, 해당 제품 먹기에 도전하는 것을 즐거워합니다. 특히 먹는 영상을 SNS에 올리기 때문에, SNS를 이용하는 많은 소비자들에게 잘 알려지게 되었습니다.

코로나19 영향으로, 특히 봉지라면 수요 증가

최근 코로나19 영향으로 전반적인 라면 수요가 증가하였고, 컵라면보다 봉지라면 수요가 증가하였습니다. 소비자들 집에 머무는 시간이 늘어나면서 봉지라면을 이용해 요리하기 때문입니다. 요리할 시간이 많아지면서, 라면을 그냥 먹기보다는 다른 재료를 첨가하여 먹는 경우가 늘어났습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Strategy



- 인터뷰 기업 : 주식회사 팬 퍼시픽
인터내셔널 홀딩스
(パン パシフィック
インターナショナルホールデ
ィングス)
종합 대형 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Fujii
(Manager)

더 낮은 칼로리, 더 낮은 나트륨, 더 건강한 음식

최근 일본 라면 트렌드는 '더 낮은 칼로리'입니다. 또한, 많은 라면 브랜드들은 특히 나이대가 있는 소비자들을 위해 나트륨을 줄이기 위해 노력하고 있습니다. 코로나19가 계속 확산되면서 더 건강한 음식을 먹으려는 움직임도 보입니다.

높아진 일본 내 한국 인기를 활용한 전략

젊은 소비자들을 위한 전략이 필요합니다. 10-20대 젊은 소비자는 K-POP이나 드라마를 통해 한국 문화에 많은 관심이 있고, 특히 한국 음식에 관심이 많습니다. 또한, 한국 특집을 열 때 'K-Style' 컨셉으로, 한국 식품과 화장품을 함께 판매하면 매출 증대에 더 효과적일 것입니다.

Market Demand and Strategy



- 인터뷰 기업 : 스랏칸
(スラッカン)
한국식품 수입판매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Lee
(Manager)

판매 초창기보다는 감소한 수요

일본에서 라면은 꾸준히 인기가 있고 수요가 많은 식품입니다. 불닭볶음면은 판매 초기에 인기가 매우 많았습니다. 하지만 지금은 다양한 한국 라면을 취급하고 있고, 불닭볶음면이 아주 매운 라면이기 때문에 이전만큼 판매되고 있지는 않습니다.

젊은 소비자층 공략 및 구매 가능 지역 확대

10-20대 세대를 타겟층으로 삼고, 이들에게 인기 있는 K-POP 아이돌을 모델로 내세워 제품 광고를 하는 것이 효과적이라고 판단됩니다. 또한, 일본 내 판매 지역을 넓히는 것도 추천합니다. 아직 불닭볶음면을 구매할 수 없는 지역이 많기 때문에 지역 상관없이 여러 편의점에서 구매가 가능하면 좋겠습니다.

II. 시장규모(Market Size)

1. 일본 라면 시장규모
2. 일본 라면 수출입 시장규모
3. 일본 라면 생산 시장규모

1. 일본 라면 시장규모

조사 시장: 조사제품 '라면'은 탈수된 조미료, 아재, 면 등이 포함되어있으며, 끓는 물을 추가하여 먹을 수 있는 컵에 담긴 제품을 포함함. 이에 제품의 종류(라면)와 포장 형태(컵)를 기준으로 '컵라면'과 상위품목인 '라면' 시장규모를 조사함

일본 국가 일반 정보¹³⁾

면적	37.8만km ²
인구	1억 2,626만 명
GDP	5조 818억 달러
GDP (1인당)	4만 247달러

▶ 2015-2019년, 일본 '라면' 시장규모, 연평균성장률 1%

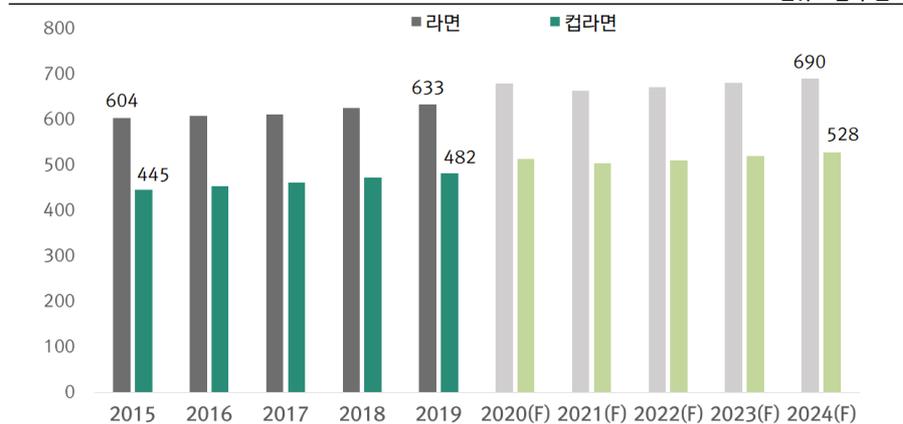
지난 5년(2015-2019년)간 일본의 '라면' 시장규모는 연평균 1%의 성장률을 보이며 2019년 6,330억 엔을 기록함. 동기간 '컵라면' 시장규모는 연평균 2% 증가하여 2019년 4,820억 엔을 기록함

▶ 2020-2024년, 일본 '컵라면' 시장규모, 연평균성장률 1% 이상

향후 5년(2020-2024년)간 일본의 '라면' 시장규모는 유사한 규모를 유지하며 2024년 6,900억 엔을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 일본 '컵라면' 시장규모는 연평균 1%의 증가세를 보이며 2024년에는 5,280억 엔을 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] 일본 '라면', '컵라면' 시장규모¹¹⁾¹²⁾

단위 : 십억 엔



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR (15-'19)
상위 품목 라면	604 (6.5조 원)	608 (6.6조 원)	612 (6.6조 원)	626 (6.8조 원)	633 (6.9조 원)	1%
해당 품목 컵라면	445 (4.8조 원)	453 (4.9조 원)	462 (5.0조 원)	472 (5.1조 원)	482 (5.2조 원)	2%
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR (20-'24)
상위 품목 라면	679 (7.4조 원)	663 (7.2조 원)	672 (7.3조 원)	681 (7.4조 원)	690 (7.5조 원)	0%
해당 품목 컵라면	513 (5.6조 원)	504 (5.5조 원)	511 (5.5조 원)	520 (5.6조 원)	528 (5.7조 원)	1%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

11) 100엔=1,083.50원(2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

12) 환산된 데이터(단위: 엔, 원)는 모두 반올림됨

13) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

조사 시장: 조사제품 '라면'은 탈수된 조미료, 야채, 면 등이 포함되어 물에 끓여 먹을 수 있는 봉지 제품을 포함함. 이에 제품의 종류(라면)와 포장 형태(봉지)를 기준으로 '봉지라면'과 상위품목인 '라면' 시장규모를 조사함

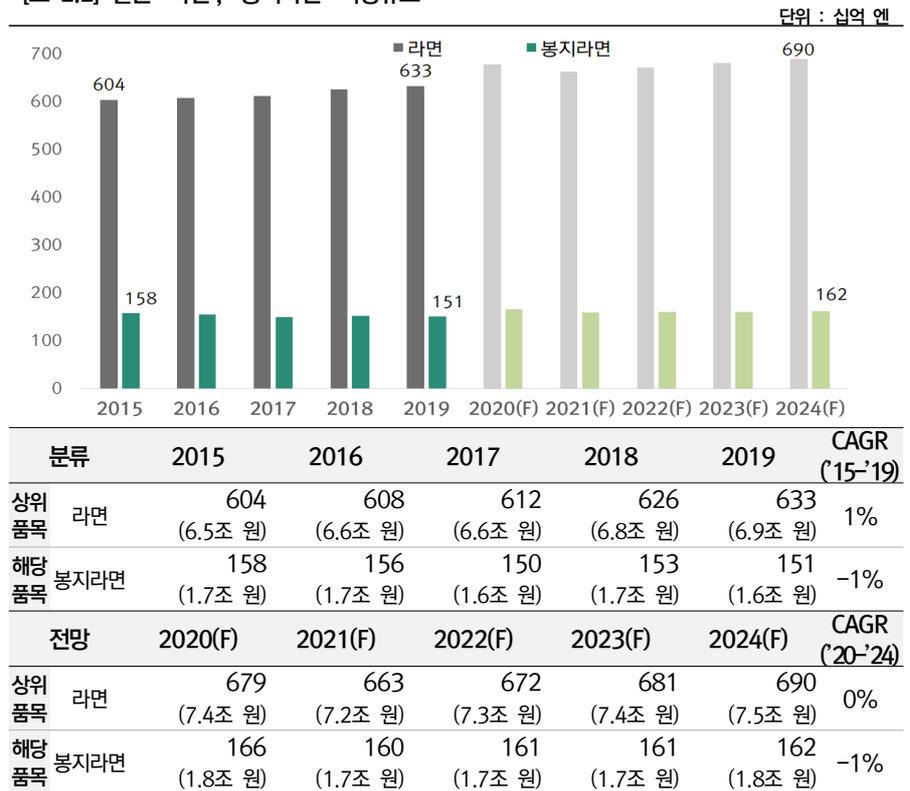
▶ 2015-2019년, 일본 '봉지라면' 시장규모, 연평균 1% 하락세

지난 5년(2015-2019년)간 일본의 '봉지라면' 시장규모는 연평균 1%의 하락세를 보이며 2019년 1,510억 엔을 기록함. 이는 2015년 봉지라면 시장규모 대비 4% 감소한 수치임

▶ 2020-2024년, 일본 '라면' 시장규모, 연평균성장률 변화 없음

향후 5년(2020-2024년)간 일본 '봉지라면' 시장규모는 연평균 1%의 하락세를 보이며 2024년에는 1,620억 엔을 기록할 것으로 예측됨. 일본 소비자들은 코로나19 기간 동안 집에서 간편하게 먹을 수 있는 국수, 파스타, 통조림 식품 등을 온라인을 통해 대량으로 구매하고 있으며, 이러한 트렌드에 따라 전체적인 라면 소비량이 늘어날 것으로 전망됨¹⁴⁾

[표 2.2] 일본 '라면', '봉지라면' 시장규모¹⁵⁾



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

14) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「The Consumer Impact of Coronavirus in Japan」, 2020

15) 환산된 데이터(단위: 엔, 원)는 모두 반올림됨

2. 일본 라면 수출입 시장규모

2019년 일본 수입규모

상위 5개국

(단위 : 천 달러)

	국가명	수입액
1	한국	32,663
2	태국	6,798
3	벨기에	2,769
4	베트남	1,135
5	미국	1,013

자료 : ITC

HS CODE 1902.30: 조식제품 '라면'은 크게 스파게티, 마카로니, 누들, 라자냐, 뇨키, 라비올리, 카넬로니, 쿠스쿠스 등을 포함한 파스타 면류로 규정된 제1902호에 속하며, 그중에서 기타 면류(Other Pasta)에 해당하는 HS CODE 1902.30을 지표로 선정함

▶ 2015-2019년, 일본 對글로벌 수입액 연평균성장률 22%

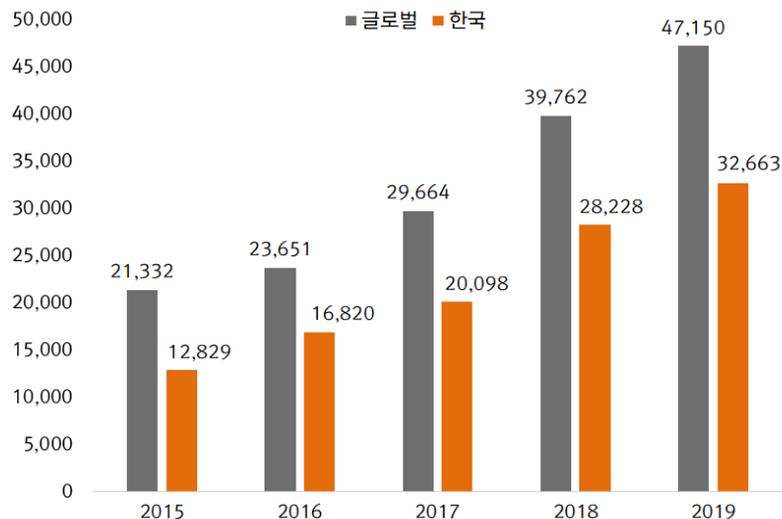
일본 HS CODE 1902.30 품목의 對글로벌 수입규모는 2015-2019년 동안 연평균 22%의 증가세를 보이며 2019년 47,150만 달러를 기록함. 일본 HS CODE 1902.30 품목 수입상대국 1위는 한국으로 확인되며, 2019년 기준 일본 전체 수입액의 69%를 차지하는 3,266만 3,000달러를 기록함. 수입상대국 2위는 태국이며, 2019년 679만 8,000달러(약 77억 원)로 전체의 14%를 차지함

▶ 2015-2019년, 일본 對한국 수입액 연평균성장률 26% 증가

일본 HS CODE 1902.30 품목의 對한국 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 26%의 큰 증가세를 보임. 對한국 수입규모는 일본 HS CODE 1902.30 품목 수입규모 증가와 함께 5년 연속 증가하고 있으며, 특히 2018년에는 전년 대비 800만 달러(약 91억 원) 이상 수입규모가 증가한 것으로 확인됨

[표 2.3] 일본 HS CODE 1902.30 수입규모(16)17)18)

단위 : 천 달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR* ('15-'19)
일본 對 글로벌 수입액	21,332 (242억 원)	23,651 (268억 원)	29,664 (336억 원)	39,762 (451억 원)	47,150 (534억 원)	22%
일본 對 한국 수입액	12,829 (145억 원)	16,820 (191억 원)	20,098 (228억 원)	28,228 (320억 원)	32,663 (370억 원)	26%

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1902.30 기준

16) 자료: ITC(International Trade Centre)

17) 1달러=1,133.40원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

18) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 일본 라면 소비 시장규모

1) 일본 성별 및 연령대별 인구규모

조사제품 '라면'은 탈수된 조미료, 야채, 면 등이 포함되어 물에 끓여 먹을 수 있는 봉지 제품을 포함함. 이에 라면을 선호하는 10-20대의 인구규모를 확인하기 위해 '일본 성별 및 연령대별 인구규모'를 조사함

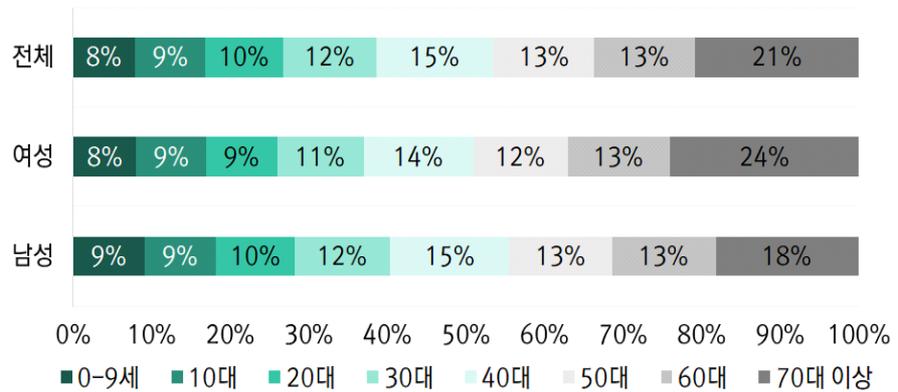
▶ 2019년 일본 10-20대 인구 2,360만 6,000명

유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)에 따르면, 2019년 일본의 총 인구수는 1억 2,686만 명이며 남녀의 성비는 51대 49임. 라면의 주요 소비자가 될 수 있는 10-20대의 인구는 2,360만 6,000명으로 전체인구의 19%를 차지함. 일본은 고령화지수가 가장 높은 국가이며, 청년층보다 노년층의 인구가 많아 연령대가 높아질수록 인구가 많아지는 특징을 보임

일본의 언론사 아이티미디어(IT Media)에 따르면, 최근 간편함과 가성비를 고려하는 소비 트렌드에 힘입어 라면에 대한 수요가 증가하고 있음. 특히 날개 포장, 조리의 간편성, 휴대성 등의 요인으로 인해 20대의 컵라면 소비가 대폭 증가하였음¹⁹⁾

[표 2.4] 2019년 일본 성별 및 연령대별 인구규모²⁰⁾²¹⁾

단위 : %, 천 명



연령대	전체(천 명)	비율(%)	여성(천 명)	비율(%)	남성(천 명)	비율(%)
0-9세	10,363	8	5,043	8	5,320	9
10대	11,338	9	5,519	9	5,819	9
20대	12,268	10	5,980	9	6,288	10
30대	14,763	12	7,216	11	7,547	12
40대	18,754	15	9,220	14	9,534	15
50대	16,223	13	8,057	12	8,166	13
60대	16,318	13	8,286	13	8,032	13
70대 이상	26,833	21	15,590	24	11,243	18

자료 : 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)

19) 자료: 아이티미디어(IT Media), 「長く低迷していたインスタント袋麺のブレイクは、“復権”の兆しな, 2020

20) 자료: 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision, 2019

21) 환산된 데이터(단위: 명, %)는 모두 반올림됨

2) 일본 지역별 인구 분포

조사제품 '라면'은 탈수된 조미료, 야채, 면 등이 포함되어 물에 끓여 먹을 수 있는 봉지 제품을 포괄함. 이에 라면을 선호하는 10-20대의 지역별 인구규모를 확인하기 위해 '일본 지역별 인구수'를 조사함

▶ 2019년 도쿄 10-20대 인구 286만 9,000명

일본통계청(Statistics Bureau and Statistics Center)에 따르면, 일본 내 가장 많은 인구가 거주하는 지역은 수도인 도쿄로 일본 총인구의 11%에 해당하는 1,392만 1,000명이 거주하는 것으로 확인됨. 또한 도쿄 인근인 가나가와, 사이타마, 지바 등에서도 600만 명 이상이 거주하고 있는 것으로 확인됨

10-20대 인구 경우도 도쿄가 286만 9,000명으로 일본 내 10-20대인구의 12%를 점유하며 1위를 기록했음. 도쿄 인근 위성도시인 가나가와가 182만 9,000명으로 2위를 기록하였으며, 일본 2대 도시 중 하나인 오사카가 174만 명으로 3위를 기록함

[표 2.5] 2019년 일본 지역별 인구 분포²²⁾

단위: 천 명

지역	총 인구수	10-20대 인구수	지역	총 인구수	10-20대 인구수	지역	총 인구수	10-20대 인구수	지역	총 인구수	10-20대 인구수
홋카이도	5,250	892	니가타	2,223	376	나라	1,330	245	도쿄	13,921	2,869
아오모리	1,246	220	도야마	1,044	181	와카야마	925	156	가나가와	9,198	1,829
이와테	1,227	201	이시카와	1,138	217	돗토리	556	95	오사카	8,809	1,740
미야기	2,306	445	후쿠이	768	139	시마네	674	111	효고	5,466	1,017
아키타	966	137	야마나시	811	147	오카야마	1,890	362	나가사키	1,327	223
야마가타	1,078	178	나가노	2,049	353	히로시마	2,804	525	구마모토	1,748	312
후쿠시마	1,846	314	기후	1,987	370	야마구치	1,358	230	오이타	1,135	195
이바라키	2,860	522	시즈오카	3,644	649	도쿠시마	728	118	미야자키	1,073	182
도치기	1,934	348	아이치	7,552	1,560	가가와	956	166	가고시마	1,602	272
구마모토	1,942	361	미에	1,781	328	에히메	1,339	223	오кина와	1,453	311
사이타마	7,350	1,449	시가	1,414	289	고치	698	111	사가	815	150
지바	6,259	1,187	쿄토	2,583	523	후쿠오카	5,104	994			

자료: 일본통계청(Statistics Bureau and Statistics Center)

22) 자료: 일본통계청(Statistics Bureau and Statistics Center), 「Current Population Estimates as of October 1 2019」, 2019

3) 일본 컵라면 브랜드 점유율

● 일본 컵라면 브랜드 점유율('18-'19)
단위 : %

브랜드	2018	2019
닛신	45.9	46.7
마루찬	24.8	25.2
삿포르이치반	7.6	7.2
묘조	6.3	6.5
슈퍼컵	5.2	4.7
B사	0.7	1.0
기타	9.6	8.6

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

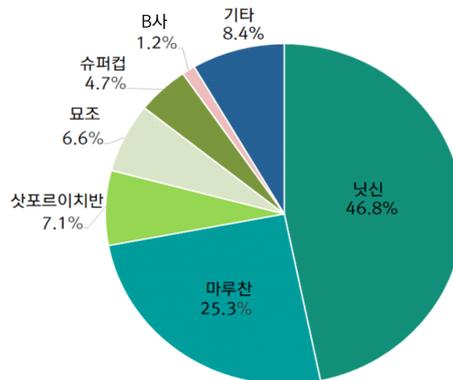
조사제품 '라면'의 일본 시장 내 인기 있는 브랜드 및 업체를 파악하기 위해 일본 '컵라면/봉지라면 브랜드 점유율'을 조사함

▶ 닛신, 일본 컵라면 브랜드 점유율 46.8%로 1위

2020년 닛신이 일본 컵라면 시장의 46.8%를 차지하며 브랜드 점유율 1위를 기록함. 재팬타임즈(Japan Times)에 따르면, 최근 닛신은 코로나19로 인하여 건강에 대한 관심이 높아진 소비 트렌드에 따라 다양한 맛의 컵라면 신제품을 출시하고 있음. 2020년 12개의 새로운 제품을 낸 닛신은 기존 컵라면 대비 영양가가 더 높으며 칼로리가 낮은 제품들을 출시하였음.²³⁾ 또한 10-20대 소비자를 공략하기 위해 최근 일본에서 선풍적인 인기를 끌고 있는 애니메이션인 '귀멸의 칼날'과 콜라보레이션한 한정판 라면을 출시했음²⁴⁾

[표 2.6] 2020 일본 컵라면 브랜드 점유율

단위 : %



브랜드명	회사명	대표제품	점유율(%)
닛신 (Nissin)	닛신푸드홀딩스 (Nissin Foods Holdings)	닛신컵누들 (Nissin Cup Noodles)	46.8
마루찬 (Maruchan)	도요수산 (Toyo Suisan Kaisha)	인스턴트런치 (Instant Lunch)	25.3
삿포르이치반 (Sapporo Ichiban)	산요푸드 (Sanyo Foods)	치킨컵 (Chicken Cup)	7.1
묘조(Myojo)	닛신푸드홀딩스 (Nissin Foods Holdings)	묘조볼치킨 (Myojo Bowl Chicken)	6.6
슈퍼컵(Super Cup)	에이스쿡 (Ace Cook)	슈퍼컵화이트커리 (Super Cup White Curry)	4.7
B사	B사	b제품	1.2
	기타		8.4

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

23) 자료: 재팬타임즈(Japan Times), 「Using their noodle: Cup ramen-maker Nissin seizes on pandemic momentum with new products」, 2020

24) 자료: 식품산업신문사(食品産業新聞), 「チキンラーメン「鬼滅の刃」“フタどめ”フィギュア」プレゼント、善逸の「鬼滅一丁」などコラボパッケージのカップ麺も」, 2020

4) 일본 봉지라면 브랜드 점유율

● 일본 봉지라면 브랜드 점유율('18-'19)
단위 : %

브랜드	2018	2019
닛신	27.6	27.1
삿포르이치반	25.5	24.0
마루찬	18.9	19.9
묘조	7.7	8.2
하우스푸드	5.1	5.4
N사	3.9	4.7
A사	0.2	0.3
개인 상표	1.0	1.0
기타	10.0	9.4

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

▶ 닛신, 일본 봉지라면 브랜드 점유율 27.6%로 1위

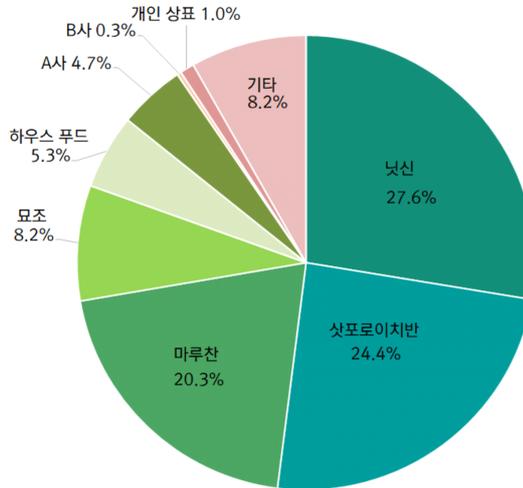
유로모니터(Euromonitor)에 따르면 2020년 닛신 푸드 홀딩스의 브랜드 닛신이 2020년 일본 봉지라면 시장의 27.6%를 차지하며 브랜드 점유율 1위를 기록함. 이어서 산요 푸드사의 삿포르이치반이 24.4%로 점유율 2위를 차지함

▶ 삿포르이치반, 11월 대화제과와 콜라보 상품 출시

삿포르이치반은 일본의 유명 제과 업체인 대화제과(大和製菓)와 콜라보레이션하여 '아마토의 맛 카레맛라면'을 11월 출시함. 아마토의 맛 카레맛은 대화제과의 대표 스낵제품 중 하나이며, 해당 제품의 맛을 라면에 적용하여 스낵같은 고소한 맛을 제현한 제품임. 해당 제품 이외에도 지난 10월 '삿포르이치반 오타후쿠소스맛'을 출시하는 등 적극적으로 신제품을 출시하고 있음²⁵⁾

[표 2.7] 2020년 일본 봉지라면 브랜드 점유율

단위 : %



브랜드명	회사명	대표제품	점유율(%)
닛신 (Nissin)	닛신푸드홀딩스 (Nissin Foods Holdings)	닛신탑라면 (Nissin Top Ramen)	27.6
삿포르이치반 (Sapporo Ichiban)	산요푸드 (Sanyo Foods)	삿포르이치반오리지널 (Sapporo Ichiban Original)	24.4
마루찬 (Maruchan)	도요수산 (Toyo Suisan Kaisha)	라면누들썩 (Ramen Noodle Soup)	20.3
묘조 (Myojo)	닛신푸드홀딩스 (Nissin Foods Holdings)	치킨탄멘 (Chicken Tanmen)	8.2
하우스푸드 (House Foods)	하우스푸드 (House Foods)	두부시라타키 (Tofu Shirataki)	5.3
B사	B사	b제품	4.7
A사	A사	불닭볶음면	0.3
	개인 상표		1.0
	기타		8.2

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

25) 자료: 식품산업신문(食品産業新聞), 「カップ麺新商品まとめ」カップヌードル「北海道濃厚ミルクシーフード」、サッポロ一番「オタフクお好みソース味焼そば 焼き牡蠣風味」など/2020年10月~11月, 2020

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 한국 라면 브랜드 중 불닭볶음면 거래량 높은 편
2. 일본 소비자, '불계치' 레시피로 매운 맛 조절
3. 일본 라면, '컵라면·국물라면·담백한 맛·건강' 수요 높아
4. 일본 라면 원료, '간장, 된장' 등 장류 활용한 라면 다수

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

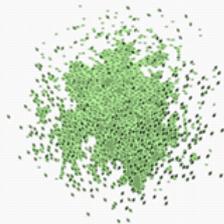
●

**데이터 수집
소스원**



(일본 매체 12개)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



**데이터 수집
32,295건**

- ① 일본 라면 관련 기사 데이터 수집(*)
 - 수집원: 일본 온라인 쇼핑몰, 언론매체, 커뮤니티
- ② 일본 라면 관련 소비자 데이터 수집(*)
 - 수집원: Rakuten(www.rakuten.co.jp)
 - Amazon(www.amazon.co.jp)
 - The Japan Times(www.japantimes.co.jp)

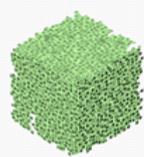
●

**데이터 분류
키워드집**



(라면 연관 키워드집)

라면
(검색어)



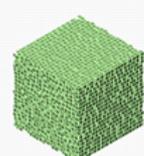
**데이터 정제
12,395건**

- ① 수집 데이터 정의
 - 수집 키워드: 라면(ラーメン)
- ② 수집 데이터 정제
 - 정제 데이터 추출: 라면 관련 데이터 4,867건 추출

●

**데이터 분석
(연관어 분석)**

연관어 분석
(시장 트렌드 분석)



**데이터 분석
일본 라면
소비 실태 분석**

- ① 데이터 분석 배경 및 목적
 - 일본 라면 소비 실태 분석
- ② 데이터 분석 기법 선정
 - 키워드 분석
 - 라면 관련 키워드집 구축(**)
 - 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(***)
- ③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
 - 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

●

데이터 수집 기준

데이터 수집	
수집 기간	18.01 - 20.12
수집 데이터	32,295건
데이터 정제	
정제 키워드	라면(ラーメン)
정제 데이터	12,395건

○ 데이터 수집

- 일본 라면 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 일본 언론 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Rakuten	www.rakuten.co.jp	온라인쇼핑몰
02	Amazon	www.amazon.co.jp	온라인쇼핑몰
03	Qoo10	www.qoo10.co.jp	온라인쇼핑몰
04	The Japan Times	www.japantimes.co.jp	뉴스매체
05	Blippo	www.blippo.com	뉴스매체
06	Matsukiyo	www.matsukiyo.co.jp	뉴스매체
07	Peachy	news.livedoor.com	뉴스매체
08	Oggi	oggi.jp	뉴스매체
09	Gurutabi.ganvi	gurutabi.gnavi.co.jp	뉴스매체
10	The Sankei News	www.sankei.com	뉴스매체
11	HugKum	hugkum.sho.jp	뉴스매체
12	GQJapan	www.gqjapan.jp	뉴스매체

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 라면 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 일본 라면 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰 라면 특징		현지 온라인 쇼핑몰 불닭볶음면 후기		현지 뉴스매체 일본 라면 이슈	
키워드 ①	현지산 다수	키워드 ①	맵다	키워드 ①	건강한 라면
키워드 ②	일본 라면 영향	키워드 ②	특이한 제품	키워드 ②	코로나19 수요
키워드 ③	된장·간장 소재	키워드 ③	유튜브 유입	키워드 ③	소형 라면 거래
키워드 ④	담백한맛	키워드 ④	볶계치 조리	키워드 ④	틈새시장 제품

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 라면 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 일본 라면 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	일본어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	라면 원산지	일본	日本		○
			한국	韓国	○	
			중국	中国		○
			대만	台灣		○
			태국	タイ		○
		라면 특징	볶음면	焼きそば	○	○
			국물	スープ		○
			봉지	袋	○	○
			컵	カップ	○	○
			매운맛	辛い	○	○
			담백한맛	あっさり		○
			감칠맛	コク		○
			할랄	Halal	○	○
			다이어트	ダイエット		
			유기농	有機		
			고급	高級		
		라면 원료	닭고기	チキン	○	○
			불닭	ブルダック	○	
			돼지고기	焼き豚		○
			소고기	牛肉		○
			해산물	魚介		○
			카레	カレー		○
			새우	えび		○
			치즈	チーズ	○	○
			간장	醤油		○
			된장	味噌		○
			사골	とんこつ		○
		멸치	煮干		○	

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

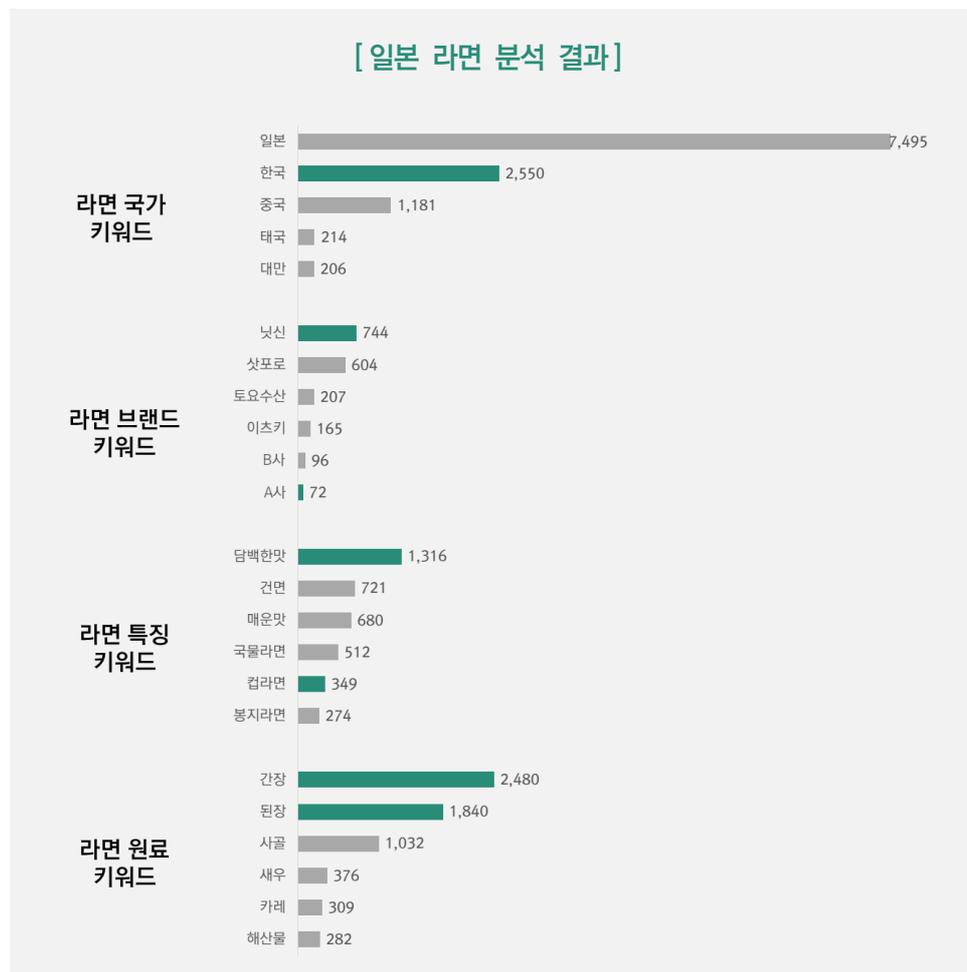
- 일본 소비자의 라면 소비 실태 분석

- ① 일본 국가별 인기 라면 브랜드 및 기업, 원산지
- ② 일본 불닭볶음면 구매후기 분석
- ③ 일본 인기 라면 유형 및 특징
- ④ 일본 인기 라면 원료

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인 쇼핑몰 '라면' 브랜드·원산지 연관어 분석
- ② 온라인 쇼핑몰 '불닭볶음면' 구매후기 분석
- ③ 온라인 쇼핑몰 '라면' 포장·국물여부·특징 연관어 분석
- ④ 온라인 쇼핑몰 '라면' 원료 연관어 분석



1. 한국 라면 브랜드 중 불닭볶음면 거래량 높은 편

일본 현지 홋카이도 특산 라면



자료 : 라쿠텐 일본
(www.rakuten.co.jp)

▶ 일본 라면, 현지 라면 비중 65% 육박

일본 온라인 쇼핑몰 내 라면 판매현황을 분석한 결과, 국가 키워드로는 일본이 가장 많았으며 한국, 중국, 태국, 대만, 칠레 순으로 키워드들이 도출되어 현지산 비중이 65%에 달하는 것으로 드러남

라면 브랜드 키워드 또한 닛신(Nissin), 삿포로(サッポロ), 토요수산(東洋水産) 등 일본 현지 브랜드들이 높게 도출되었음. 특이사항으로 현지 브랜드 이외에도 홋카이도·오키나와·쿠슈 등 일본 지역명을 내세운 라멘 제품들도 거래되고 있음

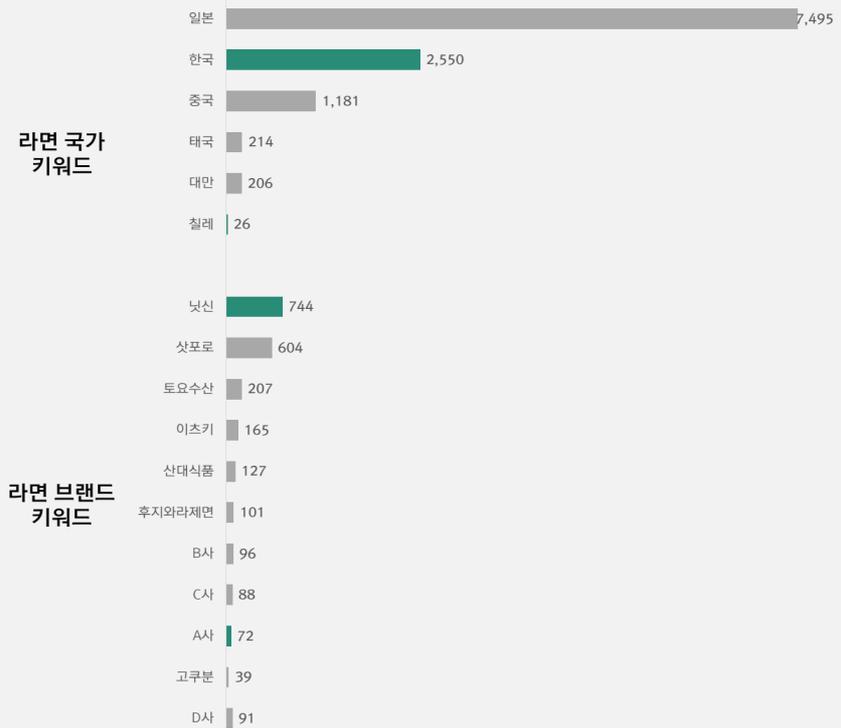
▶ 한국 브랜드, A사 브랜드 인지도는 낮지만 불닭볶음면 인지도는 높아

일본 내 판매되고 있는 한국 라면 브랜드로는 B사가 가장 인지도가 높았으며, C사, A사, D사 등이 그 뒤를 잇고 있음. 전체 한국 라면 중 A사의 불닭볶음면이 판매되고 있는 비중은 18.6%로 B사의 대표라면인 신라면(15.6%), 짜파게티(6.3%) 대비 높은 것으로 집계됨

▶ 일본 라면 판매 현황

① 일본 현지 라면 비중 높아 ② 한국 브랜드 - B사 > C사 > A사 > D사

[표 3.4] 일본 온라인쇼핑몰, '라면' 연관어



자료: 일본 온라인쇼핑몰 '라면' 11,300건 분석

2. 일본 소비자, ‘불계치’ 레시피로 매운 맛 조절

일본 불닭볶음면 구매후기

- 일본 라면에는 찾아볼 수 없는 자극적인 맛과 쫄깃한 면발이 아주 좋아요. 치즈, 계란과 함께 부드럽게 먹고 있어요. 반복해서 구매하고 있습니다.
- 유튜브 영상을 보고 호기심에 구입했어요. 계란과 우유를 넣었지만 너무 매워서 겨우 먹었어요. 하지만 이상하게 또 구입하고 싶어요.
- 치즈와 계란을 통해 조금 더 부드럽게 먹고 있어요.
- 매운 맛을 조절하면서 소스를 넣으세요. 피자 치즈를 넣을 경우 매운 맛이 줄어요.
- 라면맛이 조금 인위적이에요. 식사를 하기보다는 과자를 먹고 있는 듯한 느낌이 들어요.

자료 : 라쿠텐 일본 (www.rakuten.co.jp)

▶ 불닭볶음면, 일본 시장에서 보기 드문 경쟁력 있는 제품

일본 소비자들은 불닭볶음면에 대해서 일본 현지 라면과는 달리 굉장히 맵고 면발이 쫄깃한 제품으로 평가하고 있음. 일본·한국 유튜브들의 불닭볶음면 챌린지 영상을 통해서나 한국 여행 또는 한국 친구로부터 선물을 받아 불닭볶음면을 접하는 경우가 많은 것으로 확인됨

불닭볶음면의 매운 맛에 대해서는 호불호가 갈리지만 불닭볶음면의 매운 맛을 좋아하는 매니아 층이 존재하며 이들은 제품을 재구입하는 경우가 많은 것으로 드러남. 오리지널 불닭볶음면의 매운 맛이 부담스러운 고객들은 까르보나라·치즈 불닭볶음면 등을 찾는 경향이 있음

▶ 일본 소비자, 불닭볶음면에 계란, 치즈 등 추가

일본 소비자들은 불닭볶음면의 매운 맛을 덜기 위해 계란, 치즈 등을 토핑하는 ‘불계치’ 레시피를 많이 활용하고 있으며 김·베이컨·마요네즈·시금치 등을 넣는 경우도 많이 확인됨. 매니아 층에서도 이러한 레시피 방법들은 많이 공유되고 있음

한편 불닭볶음면의 불만요인으로는 포장에 있어서 손상이 자주 발생하는 점, 고칼로리 제품인 점, 일본어 라벨이 적용되지 않은 점, 인공적인 맛이 강한 점, 풍미가 느껴지지 않는 점 등이 언급되고 있음

▶ 일본 불닭볶음면 구매후기 분석

① 매운 맛에 대해 호불호 있지만 선호층 두터워 ② ‘불계치’ 레시피 활용

[표 3.5] 일본 ‘불닭볶음면’ 구매후기 분석



자료: 일본 온라인쇼핑몰 ‘불닭볶음면’ 구매후기 1,095건 분석 결과

3. 일본 라면, ‘컵라면·국물라면·담백한 맛·건강’ 수요 높아

● 스테미나를 강조한
일본 건강 라면



자료 : 라쿠텐 일본
(www.rakuten.co.jp)

▶ 라면 포장, 유형 - ‘컵라면’·‘국물라면’ 수요

일본 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 라면 제품을 분석한 결과, 포장 유형으로는 컵라면이 349건으로 가장 많았으며, 봉지라면이 274건으로 컵라면 비중이 조금 더 높은 것으로 드러남. 국물라면 키워드는 512건으로 볶음면 149건 대비 비중이 더 많았음

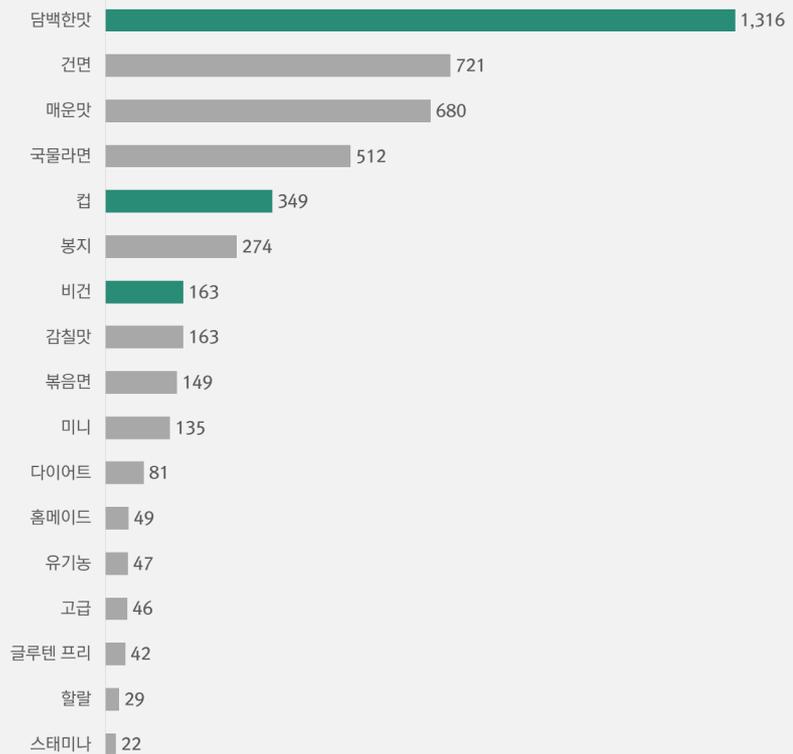
▶ 라면 특징 - ‘담백한 맛’·‘건강 컨셉’ 수요

라면의 맛과 관련해서는 담백한 맛 키워드가 1,316건으로 매운맛 680건보다 높아 미소(된장)·소유(간장) 소재의 담백한 라면이 주류를 이루고 있음. 특이사항으로 일본에서는 건강에 대한 수요가 높아짐에 따라 라면에서도 건강한 컨셉이 많이 적용되고 있음. 건강 컨셉으로는 ‘비건(163건)’, ‘다이어트(81건)’, ‘유기농(47건)’, ‘글루텐 프리(42건)’, ‘스테미나(22건)’ 등의 키워드들이 빈출됨

▶ 일본 내 라면 특징

① 컵라면·국물 라면 ② 순한맛·건강 컨셉

[표 3.6] 일본 온라인쇼핑몰, ‘라면’ 연관어



자료: 일본 온라인쇼핑몰 ‘라면’ 11,300건 분석

4. 일본 라면 원료, '간장, 된장' 등 장류 활용한 라면 다수

▶ 일본 라면 영향 받아 '간장', '된장', '사골' 다수

일본 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 라면 제품들은 라멘의 영향을 받아 소유라멘(간장), 미소라멘(된장) 등이 많은 재료로 활용되고 있음. 또한 일본식 라면은 라멘의 영향을 받아 사골을 재료로 깊은 맛을 강조하는 경우가 많았음

▶ 다양한 원료·라면 제품 판매

참여기업의 제품 라인업에 해당하는 '불닭(236건)', '치즈(138건)', '까르보나라(49건)'는 현지 시장에서 보급화되어 있는 원료 또는 제품으로 확인되었음. 해당 원료 외에도 일본 시장에는 김치(166건), 수육(80), 삭스핀(43건), 털게(31건) 등 다양한 소재와 짬뽕(105건), 탄탄면(65건), 완탕면(56건), 냉면(32건) 등 다양한 종류의 라면 제품들이 거래되고 있음

▶ 일본 라면 원료 특징

- ① 간장·된장·사골 ② 다양한 원료·제품 판매

[표 3.7] 일본 온라인쇼핑몰, '라면' 연관어



자료: 일본 온라인쇼핑몰 '라면' 11,300건 분석

IV. 유통채널(Distribution Channel)

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

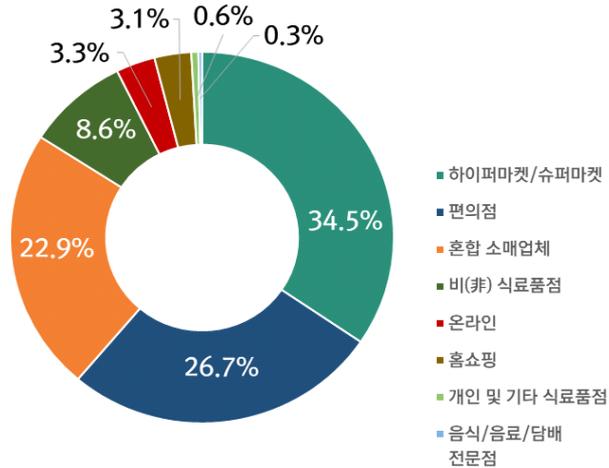
1. 일본 라면 유통구조

▶ 일본 라면 주요 유통채널

‘하이퍼마켓/슈퍼마켓(34.5%), 편의점(26.7%)’

[표 4.1] 일본 라면 유통채널 별 점유율

품목 구분 및 분류	
품목	라면
구분	라면
범주	면류 (Noodles)



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 일본 라면 유통채널 현황²⁶⁾

채널 유형	라면 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	34.5%	라이프(Life), 이토요카도(イトーヨーカドー), 맥스벨류(MaxValu), 마루에츠(マルエツ)
	편의점	26.7%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	혼합 소매업체	22.9%	다카시마야(高島屋), 다이마루(大丸), 이세탄(伊勢丹)
	비(非) 식료품점	8.6%	마쓰모토키요시(マツモトキヨシ), 선드러그(サンドラッグ), 웰시아(Welcia)
	온라인	3.3%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten)
	홈쇼핑	3.1%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 큐브이씨(QVC)
	개인 및 기타 식료품점	0.6%	장터, 서울시장, 총각네
	음식/음료/담배 전문점	0.3%	라쿠무기사(楽麦舎)

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

26) 혼합 소매업체의 경우 대부분 고급 일본 면을 판매하는 것으로 확인되었으며, 비 식료품점의 드러그스토어가 대부분이기에 업체 요청 사항에 맞춰 조사 채널에서 제외함

2. 일본 라면 주요 유통업체

▶ 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점이 대표적

[표 4.3] 일본 라면 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁷⁾²⁸⁾	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	이토요카도 (イトーヨーカドー)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 11조 9,996억 엔 (약 130조 157억 원)	A사, B사 삿쵸로이치방 (サッポロ一番), 나가타니엔 (永谷園),	0
2	라이프 (Life)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 7,146억 8,300만 엔 (약 7조 7,436억 원)	A사, B사, 닛신(日清), 스타세렉토 (スターセレクト)	0
3	마루엣츠 (マルエツ)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 2억 9,275만 달러 (약 3,318억 원)	스타세렉토 (スターセレクト), 삿쵸로이치방 (サッポロ一番), 닛신(日清), A사	0
4	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 11조 9,996억 엔 (약 133조 157억 원)	삿쵸로이치방 (サッポロ一番), A사, B사, D사	0
5	로슨 (Lawson)	편의점	약 2조 4,000억 엔 (약 26조 40억 원)	마루짱 (マルちゃん), 닛신(日清), 삿쵸로이치방 (サッポロ一番), A사	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

27) 1달러=1,133.40원(2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

28) 100엔=1,083.50원(2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	페밀리마트 (Family Mart)	편의점	약 47억 5,000만 달러 (약 5조 3,837억 원)	A사, B사, D사, 산요(サンヨー),	0
7	라쿠텐 (Rakuten)	온라인	약 1조 402억 엔 (약 11조 2,706억 원)	A사, B사, C사, D사	0
8	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,805억 달러 (약 317조 9,187억 원)	A사, B사, C사, D사	0
9	장터 (韓国広場)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	매장 수('20): 1개	A사, B사, C사, D사	0
10	서울시장 (ソウル市場)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	매장 수('20): 1개	A사, B사, C사, D사	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 일본 라면 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



① 이토요카도(イトーヨーカドー)

기업 기본 정보	기업명	이토요카도(イトーヨーカドー)	
	홈페이지	www.itoyokado.co.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('20)	약 11조 9,996억 엔 ²⁹⁾ (약 130조 157억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('19): 약 158개 직원 수('19): 약 3만 4,000명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 세븐&아이홀딩스컴퍼니(Seven & I Holdings Co)의 자회사 일본 슈퍼마켓 시장 점유율 12% 차지 기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 주력 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> 2020년 11월 크리스마스 케이크와 정월요리 오세치(御節料理) 출시 2020년 10월 사이타마(埼玉)현 아사카(朝霞)시에 신규 점포 오픈 		
유사제품 정보		제품명	신라면
		종류	라면
		용량	120g
		원산지	한국

자료: 이토요카도(イトーヨーカドー), 유로모니터(Euromonitor), 류츠뉴스(流通ニュース), 피알타임즈(PR Times)
 사진 자료: 이토요카도(Ito-Yokado)

29) 세븐아이홀딩스(Seven & I Holdings) 통합 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, 육류, 음료류, 차(茶)류, 냉동식품, 간편식품, 스낵류, 캔디류, 양념류, 소스류, 건강보조식품 등 - 일반: 가정용품, 주방용품, 화장품, 애견용품, 장난감류, 문구류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 세븐&아이홀딩스컴퍼니(Seven & I Holdings Co)의 계열사들을 통합한 옴니채널인 '옴니7(Omni7)'을 통해 온라인 주문 서비스 제공 • A사 제품 취급 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 봉지라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 매운맛 등) 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <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, 이메일 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 • 유선 연락을 통한 문의 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +81-3-6238-3132 	

자료: 이토요카도(イトヨーカドー) 유통채널 담당자와의 인터뷰, 옴니세븐(Omni7)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 육류, 어류, 음료류, 차(茶류), 즉석식품, 스낵류, 소스류, 유제품, 신선식품, 건강보조식품 등 - 일반: 주방용품, 욕실용품, 가정용품, 유아용품, 세제류, 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 • A사 제품 취급 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 봉지라면: 불닭볶음면(매운맛, 치즈맛 등) 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 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) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +81-3-5807-5493 - 이메일 : s620@lifecorp.co.jp - 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이 	

자료: 라이프(Life), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 마루엣츠(マルエツ)

기업 기본 정보	기업명	마루엣츠(マルエツ)		
	홈페이지	www.maruetsu.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('19)	약 2억 9,275만 달러 (약 3,318억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 약 298개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1952년 설립 • 1977년 식품 슈퍼마켓 분야 일본 최초 상장 기업 • 2002년 200점포 달성 • 쉐닝전기주식유한공사(蘇寧電器股份有限公司)와 합병회사 설립 • 2013년 중국 시장 진출 			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 10월 가와사키(川崎)시에 2층 규모 신규 점포 오픈 • 2020년 4월 가나가와현에 마루엣츠의 럭셔리 슈퍼마켓 브랜드 '린코스(Rincos)' 개점 예정 		
유사제품 정보		제품명	스타세렉또시오라멘 (スターセレクト しおラーメン)	
		종류	라면	
		용량	87g	
		원산지	일본	

자료: 마루엣츠(マルエツ), 유로모니터(Euromonitor), 다이아몬드체인스토어(Diamond Chain Store), 류츠뉴스(流通ニュース)
사진 자료: 마루엣츠(マルエツ)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 지역특산품, 스낵류, 차(茶)류 등 - 일반: 생활용품, 잡화류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 직영 판매 홈페이지는 없으며, 야후재팬(Yahoo Japan) 및 라쿠텐(Rakuten) 페이지를 통한 전용 판매처 보유 - 인터넷으로 구입한 슈퍼마켓 식료품 배달 서비스 제공 • A사 제품 취급 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 봉지라면: 불닭볶음면(매운맛, 치즈맛) 등 - 컵라면: 불닭볶음면(매운맛, 까르보나라맛, 치즈맛) 등 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통해 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 다음 웹주소에서 입점 문의 가능 (www.maruettsu.co.jp/syoudan) - 홈페이지 메뉴 ‘お問合せ - 商談窓口’ 클릭 - 취급 상품 카테고리 확인 후 해당부서 클릭하여 제안서를 제출 - 홈페이지 가입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 상품명 및 상품 소개 ② 회사 소개 (회사명, 자본금, 홈페이지 주소, 주요 거래처 등) ③ 담당자명 및 연락처 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락이나 팩스를 통한 입점 문의는 받지 않음 • 지역별 매장 리스트 및 연락처 상이 	

자료: 마루엣츠(マルエツ)

2) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.sej.co.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('20)	약 11조 9,996억 엔 ³⁰⁾ (약 133조 157억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1973년 설립 • 1974년 도쿄에 1호점 개점 • 1978년 사명을 '㈜세븐일레븐 재팬'으로 개칭 • 1993년 점포수 5,000점 달성 • 2005년 ㈜세븐&아이 홀딩스 설립, 주식 상장 및 기존의 세븐일레븐을 자회사화 • 2007년, 소매업으로서는 세계 최대 체인 점포수 달성 • 2018년 점포 수 2만 개 돌파 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 11월 21일 인기 디저트 브랜드 도쿄바나나 한정판 포켓몬 에디션 세븐일레븐 매장에서 구매 가능 • 2020년 11월 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 	
유사제품 정보		제품명	열라면
		종류	라면
		용량	120g
		원산지	한국

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 세븐&아이 홀딩스(7&I holdings), 유로모니터(Euromonitor), 옐프(Yelp), 타임아웃(Time Out), 로이터스(Reuters)
사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

30) 세븐아이홀딩스(Seven&I Holdings) 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 간편식품, 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류, 차(茶)류, 제과류 등 - 일반: 약세서리류, 서적류, 화장품, 문구, 주방용품, 위생용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 전자 서적 및 음원 판매 • A사 제품 취급 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 컵라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 매운맛) 등 - 봉지라면: 불닭볶음면(매운맛, 카레맛, 마라맛) 등 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • SEVEN&i 홈페이지를 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 첨부 파일 작성하여 이메일로 송부 (7andi.com/en/csr/suppliers/helpline.html) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 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)
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 평가 기준 ① SEVEN&i 그룹 기업 행동지침 준수
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +81-3-5793-4370 - 이메일 : 7andi-helpline@integrex.jp

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 유통채널 담당자와의 인터뷰

LAWSON

② 로손(Lawson)

기업 기본 정보	기업명	로손(Lawson)		
	홈페이지	www.lawson.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('20)	약 2조 4,000억 엔 (약 26조 40억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('19): 약 1만 4,659개 • 직원 수('19): 약 1만 7,395명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1975년 설립 • 2001년 미쓰시비 상사가 인수하여 자회사로 편입 • 일본 47개 현에 매장 보유 • 중국, 인도네시아, 태국, 하와이, 필리핀 시장 진출 • 세븐일레븐, 패밀리마트 다음으로 일본 내 규모가 큰 편의점 체인점 			
				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 11월 신상품 라면맛 치킨 출시 • 2020년 10월 인기 애니메이션 '귀멸의 칼날' 콜라보레이션 상품을 판매하며 매출 상승 			
유사제품 정보		제품명	마루짱세이멘쇼유아지 (マルちゃん 正麵 醤油味)	
		종류	라면	
		용량	105g	
		원산지	일본	

자료: 로손(Lawson), 니케이아시아(Nikkei Asia), 재팬투데이(Japan Today)
사진 자료: 로손(Lawson)

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, 음료류, 차(茶)류, 디저트류, 냉동식품 등 - 일반: 서적류, 화장품, 문구류, 주방용품, 위생용품, 애완식품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 디저트류 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 최근 디저트류에 대한 자체 개발을 진행하고 있으며 디저트 브랜드를 입점시켜 수익성 증대를 도모 • A사 제품 취급 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 컵라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 매운맛, 치즈맛 등) 등 - 봉지라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 매운맛, 치즈맛 등) 등 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선전화를 통한 입점 문의 <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) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 내 공급자가 지켜야할 'Trading policy' 존재 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +81-120-07-3963 	

자료: 로슨(Lawson), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 패밀리마트(Family Mart)

	기업명	패밀리마트(Family Mart)	
	홈페이지	familymart.co.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('20)	약 47억 5,000만 달러 ³¹⁾ (약 5조 3,837억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1973년 설립 • 2013년 일본 10,000호 점포 오픈 • 일본, 중국, 대만, 필리핀, 태국, 베트남, 인도네시아, 말레이시아에서 매장 운영 • 2018년 기준 전 세계 약 24,243개의 매장 보유 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2021년까지 업계 선도 기업인 세븐일레븐(7-Eleven)과의 격차를 좁히기 위해 편의점 수를 2,000개 이상으로 늘릴 예정 • 2020년 11월 코로나 19로 인해 타격을 입은 저소득층 어린이들에게 음식 기부 행사 	
유사제품 정보		제품명	너구리
		종류	라면
		용량	120g
		원산지	한국
			

자료: 패밀리마트(Family Mart), 니케이아시아리뷰(Nikkei Asian Review), 아사히신문(The Asahi Shimbun), 유로모니터(Euromonitor), 던앤브래드쇼(Dun and Bradshaw)
사진자료: 패밀리마트(Family Mart)

31) 글로벌 통합 매출액

입점 및 협력 정보

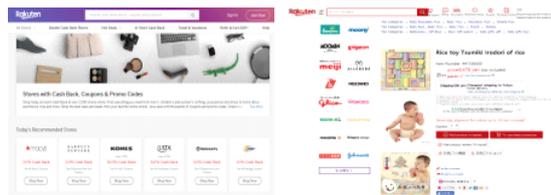
입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 간편식품, 음료류, 스낵류, 소스류, 신선식품, 커피류, 음료류 등 - 일반: 뷰티용품, 위생용품, 주방용품, 잡화류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 소포장의 간편식 제품 - 즉석식품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 라면 제품 중 한국산 제품 다수 입점 • A사 제품 취급 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 봉지라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 치즈맛, 매운맛) 등 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 <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, 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +81-0120-079-188 - 상담 가능시간 : 월-금 09:00-17:00 	

자료: 패밀리마트(Family Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 온라인



① 라쿠텐(Rakuten)

	기업명	라쿠텐(Rakuten)	
	홈페이지	www.rakuten.co.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('20)	약 1조 402억 엔 (약 11조 2,706억 원)
기타 규모		직원 수('19): 약 1만 8,364명	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 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		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 11월 블록체인 플랫폼 셰어링(Share Ring)과 파트너십 계약을 체결함 • 2020년 11월 글로벌 오디오 미디어 플랫폼 오란(O Ran)과 파트너십 계약을 체결함 	
유사제품 정보		제품명	팔도비빔면
		종류	라면
		용량	120g
		원산지	한국

자료: 라쿠텐(Rakuten), 유로모니터(Euromonitor), 코인데스크(Coindesk), 피어스 와이어레스(Fierce Wireless)
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

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, 캔디류, 차(茶)류, 음료류, 건강보조식품 등 - 일반: 문구류, 완구류, 유아용품, 의류, 잡화류, 가전제품, 화장품, 향수류, 스포츠용품 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 미디어, 마케팅, 투자서비스 등 9개의 다양한 서비스 제공 - 제품뿐만 아니라 제품을 취급하는 브랜드 및 매장 소개 • A사 제품 취급 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 봉지라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 치즈맛, 카레맛, 매운맛, 짜장맛 등), 삼양라면, 수타면 등 - 컵라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 치즈맛, 카레맛, 매운맛, 짜장맛 등), 나가사키짬뽕 등 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 등록 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry) - 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 <ul 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 - 이메일 : sales-list@rakuten.com 	

자료: 라쿠텐(Rakuten), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('19)	약 2,805억 달러 ³²⁾ (약 317조 9,187억 원)	
		기타 규모	직원 수('18): 64만 7,500명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2000년 설립 • 일본 내 이커머스 부문 1위 전자상거래 업체 • 전 세계 3억 명의 고객 보유 • 일본 내 월평균 20억 명 방문 • 월 500엔에 아마존 프라임(Amazon Prime) 멤버십 제공 • 아마존 일본의 FBA³³⁾ 서비스 전체 물량의 98%를 일본 전역에 당일 배송 			
				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 12월 연말 결산 대규모 세일 진행 • 2020년 9월 아마존(Amazon) 본사 일본 셀러들에게 약 1,900만 달러 환불 			
유사제품 정보		제품명	참개라면	
		종류	라면	
		용량	120g	
		원산지	한국	

자료: 아마존(Amazon), 비즈니스인사이드(Business Insider), 피알타임즈(PR Times), 사진 자료: 아마존(Amazon)

32) 2019년 통합 매출액
33) 아마존 주문처리서비스

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 곡류, 음료류, 차(茶)류, 주류 등 - 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 생활용품, 운동기구, 악기류, 화장품, 완구류 등 • A사 제품 취급 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 봉지라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 치즈맛, 카레맛, 매운맛, 짜장맛 등), 튀김짬면 등 - 컵라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 치즈맛, 카레맛, 매운맛, 짜장맛 등), 삼양라면 등 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 ‘Amazonで売る’ 클릭 <ul style="list-style-type: none"> ① 아마존 셀러 계정 생성 ② 상품 리스팅 - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량)
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동강령 준수 - 아마존 자체 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증³⁴⁾
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 프로페셔널(Professional) 셀링 플랜의 비용은 월 이용료 4,900엔 및 아이템당 상품 판매 수수료(카테고리별로 상이)로 구성 • 일부 상품은 법률/규제상의 제한(예: 처방 의약품) 또는 아마존 정책(예: 부적절한 사진)에 의거하여 리스팅할 수 없음 • 입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능

자료: 아마존(Amazon)

34) Amfori BSCI, Better Work(BW), Responsible Business Alliance(RBA), SMETA, SA8000 Standard 인증

4) 개인 및 기타 식료품점
(한인마트)



① 장터

기업 기본 정보	기업명	장터(韓国広場)	
	홈페이지	www.shopping.geocities.jp/hiroba	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 1개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 • 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매 • 연중무휴로 영업 • 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 2월부터 전화주문 서비스 종료 • 2020년 2월부로 전지역 무료택배서비스 종료 		
유사제품 정보		제품명	오징어짬뽕
		종류	라면
		용량	120g
		원산지	한국

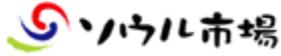
자료: 장터(韓国広場), 도쿄히로바(Tokyo Hiroba)

사진 자료: 장터(韓国広場), 도쿄히로바(Tokyo Hiroba)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 김치류, 가공식품, 간편식품, 소스류, 스낵류, 캔디류, 음료류, 차(茶)류, 주류, 건강보조식품 등 - 일반: 화장품, 구강청결용품, 헤어용품, 식기류, 위생용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국산 식품 및 화장품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국산 김치, 라면, 화장품 등이 인기 상품 • A사 제품 취급 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 봉지라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 치즈맛, 매운맛 등), 삼양라면, 수타면, 나가사키짬뽕 등 - 컵라면: 불닭볶음면(매운맛, 까르보나라맛, 치즈맛 등) 등 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 <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, 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +81-3-3232-9330 - 상담가능시간 : 8:00-23:00 	

자료: 장터(韓国広場)



② 서울시장

	기업명	서울시장(ソウル市場)	
	홈페이지	www.seoul-ichiba.com	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 1개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 • 도쿄 내에서 가장 큰 한인 마트 중 하나 • 신오쿠보(新大久保) 역에서 도보 5분 거리 • 한식 반찬으로 구성된 도시락 판매 • 명절 시즌에는 각종 전, 나물 등 한국 명절 음식 판매 • 연중무휴 영업 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 처음처럼 딸기맛 입고 • 2020년 인기 스낵상품 허니버터아몬드 새로운 맛 입고 	
유사제품 정보		제품명	꼬꼬면
		종류	라면
		용량	120g
		원산지	한국

자료: 서울시장(ソウル市場), 도쿄히로바(Tokyo Hiroba)

사진자료: 서울시장(ソウル市場), 도쿄히로바(Tokyo Hiroba)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 유제품, 육류, 조리완제품, 간편식품, 즉석식품, 소스류, 캔디류, 스낵류, 주류 등 - 일반: 식기류, 세제류, 가정용품, 위생용품, 청소용품, 유아용품, 구강청결용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 내 인기 제품 - 기존 플랫폼에 없던 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 김밥, 닭강정, 유부초밥 등 다양한 한식 도시락 판매 • A사 제품 취급 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 봉지라면: 불닭볶음면(까르보나라맛, 매운맛), 삼양라면, 수타면 등 - 컵라면: 불닭볶음면(매운맛) 등 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <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, 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) - 이메일을 통한 문의 시 2일 이내 답변
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +81-48-423-3941 - 이메일 : info@seoul-ichiba.com/haptele@gmail.com

자료: 서울시장(ソウル市場)

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 일본 라면 인증 취득
2. 일본 라면 사전 절차
3. 일본 라면 라벨 심의
4. 일본 라면 서류 준비
5. 일본 라면 세금 납부
6. 일본 라면 검역 심사 절차
7. 일본 관련 규제 정보

1. 일본 라면 인증 취득

인증 취득

일본으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

라면

라면은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 일본 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

일본으로 수출하고자 하는 일반가공식품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 다만, 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare)에 따르면, 일본 후생노동성은 식품안전관리 강화를 위해 지난 2018년 식품위생법 개정을 통해 일본 식품업자의 HACCP 도입을 의무화하는 한편, 식육제품에 대해서는 수출업자 또한 HACCP 도입을 의무화함. 일반가공식품 수출 시 수출업자의 HACCP 취득이 의무는 아니나, 추후 확대 시행될 가능성이 있어 주의가 필요함

그 외 기타 인증으로 식품 생산에 관한 인증이 있으며, 식품 품질에 관한 인증인 JAS 인증이 있음. JAS 인증의 경우 식품의 품질 기준을 제시하고 있으며, 해당 기준에 적합한지를 판별함. 업체의 선택에 따라 지정 인증기관을 통해 취득 가능함

[표 5.1] 일본 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	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

▶ 일본 농림규격 품질표시기준, JAS 인증

일본 농림수산성(MAFF, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries)은 일본 내 유통되는 식품의 품질이 JAS(Japanese Agricultural Standard) 규격에 적합함을 표시하기 위해 JAS 인증을 시행함. JAS 인증표시는 품위, 성분, 성능 등의 기준을 두고 있으며 품목 및 생산방식에 따라 일반 JAS 인증, 특정 JAS 인증, 유기 JAS 인증, 생산정보 공표 JAS 인증으로 구분됨

[표 5.2] 일본 JAS 인증 정보

제도명	JAS 일본 농림규격 품질표시기준
담당 기관	<ul style="list-style-type: none"> 일본 농림수산성(MAFF) 식품 환경 검사협회(JIAFE, Japanese Inspection Association of Food and Food Industry Environment)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> 신청서 회사 정보 제조과정 정보 등
절차	<ul style="list-style-type: none"> 서류 제출 서류 평가 현장 평가 개선요구 인증 사후관리
소요기간	약 4-8주
인증표시 종류	일반 JAS : 즉석면류, 간장, 육류, 수산물류, 채소류, 제과제빵류, 냉동/냉장식품 등 모든 선포장 식품
	특정 JAS : 숙성햄, 숙성소시지, 지역산 닭고기 등
	유기 JAS : 유기농산물, 가공식품, 축산물, 사료 등
	생산정보 공표 JAS : 생산정보공표소고기, 돼지고기, 농산물, 가공식품 등

자료 : 일본 농림수산성(MAFF), 식품 환경 검사협회(JIAFE)

[표 5.3] 일본 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 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	120-130만 원
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

자료 : 각 인증기관

2. 일본 라면 사전 절차

사전 절차

일본으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 및 심사제도 정보 제공

라면

라면은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 일본 식품 수입 시 필수 절차 ‘없음’

▶ 통관 절차 간소화를 위한 후생노동성의 ‘가공식품 사전등록 가능’

일본 후생노동성은 일본으로 수입되는 식품에 대하여 필수적인 사전등록 절차를 요구하지 않으며, 해외 업체의 등록 절차도 요구하지 않음. 통관 절차 시 수입 식품에 대한 검사 요건을 완화하고 원활한 통관을 위하여 수입 식품에 대한 사전 검사 및 등록제도를 시행하고 있음. 이는 ① 통관 시 검사주기 완화에 따른 비용 절감 ② 통관시간 단축(통상소요시간의 50%) ③ 비등록업체에 적용되는 통상검사(5% 무작위추출 모니터링 실시) 완화 등의 효과가 있음

해당 절차를 통하여 사전 확인을 받게 되면, 등록번호가 기재된 수입신고서를 제출하여 신속하게 통관 업무를 진행할 수 있음, 대상 식품은 농축산물 및 수산물의 1차 생산품 또는 간이 가공품을 제외한 가공식품³⁵⁾으로, 일본 식품위생법이 정하고 있는 기준에 적합한지 확인받게 됨

[표 5.4] 일본 수입 전 사전등록 제도

적용 규제	일본 후생노동성(MHLW), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020 개정
담당 기관	일본 후생노동성(MHLW)
국내 신청 기관	한국농수산물유통공사(aT)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 신청서 • 상품 리스트, • 위생검사표 • 성분분석표 및 제조공정도 • 시험성적증명서 - 수입업체 발급 시험성적증명서 제출 가능 • HACCP 인증서
절차	<ul style="list-style-type: none"> • 서류 제출 • 서류 검토 (aT) • 서류 심사 • 현장 실사 • 등록 통보

자료 : 정부24, 한국농수산물유통공사(aT)

35) 라면은 수입 식물 검역 규정에 따라 식물 검역 절차를 거쳐야 하는 식품에 해당하지 않는 일반 가공식품에 해당함. 다만, 사전 수입식품 등록이 가능한지에 대해서는 당국의 확인이 필요함

▶ 일본, 식품 통관 간소화를 위한 사전 ‘AEO 등록 인정’

수출입안전인증업체(AEO, Authorized Economic Operator) 제도는 관세 당국이 법규준수, 내부통제시스템, 재무건전성, 안전 관리의 공인기준의 적정성 등을 판단하여 공인한 우수업체를 대상으로 통관 절차를 간소화하기 위한 사전등록 절차임. 해당 제도를 시행하는 국가는 상호인정약정(MRA, Mutual Recognition Arrangement)을 통하여 협정체결 국가 간의 검사비용 축소와 같은 신속 통관 혜택을 부여받을 수 있음

2007년부터 AEO 제도를 실행하고 있는 일본은 2011년 한국과 상호인정협정(MRA)을 체결하여 한국에서의 수출입 안전관리 우수업체를 인정하고 있음. 따라서 한국의 AEO 업체들이 일본으로 수출 시 화물 도착 전 수입신고할 수 있도록 하고, 수입신고와 납세신고를 분리하여 세금 납부 전에 화물을 입항하고 세금은 후에 일괄적으로 납부할 수 있도록 혜택을 부여함

[표 5.5] 한국 수출입안전인증업체(AEO) 정보

적용 규제	한국 관세청 고시 제2020-2호 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
관리 기관	한국 관세청
상호인정협정 (MRA) 국가	캐나다, 싱가포르, 미국, 일본, 뉴질랜드, 중국, 홍콩, 멕시코, 터키, 이스라엘, 도미니카공화국, 인도, 대만, 태국, 호주, 아랍에미리트, 말레이시아, 페루, 우루과이, 카자흐스탄, 몽골, 인도네시아

자료 : 한국 관세청

[표 5.6] 일본 수출입안전인증업체(AEO) 등록 및 혜택 정보

적용 규제	일본 관세청(JC, Japan Customs), 「관세법(關稅法)」, 2006		
세부 규정	일본 관세청(JC), 「특정수출 신고제도(特定輸出者制度)」, 2006		
발행 기관	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 관세청(JC) • 한국 관세청 		
혜택	제도	대상 사업자	내용
	특수수입 신고제도	일본 수입자	<ul style="list-style-type: none"> • 화물 도착 전에 신고 및 허가 가능 • 납세신고 전에 화물 거래 가능
	특수수출 신고제도	일본 수입자	<ul style="list-style-type: none"> • 화물이 보세지역 밖에 있어도 수입신고를 실시하고 수출허가를 받을 수 있음
	특정보세 승인제도	창고업자	<ul style="list-style-type: none"> • 보세 장치장의 신규 설치 가능 • 허가수수료 면제
	인정통관 사업자제도	통관업자	<ul style="list-style-type: none"> • 대리로 실시하는 수출입 통관에 있어 통관 수속 간소화
	특정보세 운송제도	운송자 등	<ul style="list-style-type: none"> • 간단한 수속을 통해 외국 화물 운송 가능
	인정제조자 제도	제조자	<ul style="list-style-type: none"> • 보세지역 밖에 있는 화물에 대해서도 수출신고 가능

자료 : 일본 관세청(JC)

3. 일본 라면 라벨 심의

▶ 일본 라벨 규정

● 라벨 심의

일본으로 제품 수출 시,
요구되는 제품에 대한
라벨 규정 정보 제공

● 라면

라면은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

[표 5.7] 일본 라벨 관리 규정

적용 규제	일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020	
세부 규정	Food Labeling Act(食品表示法) No. 70 of June 28. 2013	
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> • 제품명 • 원산지 • 수입자 정보 • 원료 정보 • 식품첨가물 • 순중량 • 유통기한 • 보관방법 • GMO 성분에 대한 표시 • 알레르기 정보 • 영양성분
	라벨 표기사항 (가이드)	<p>일본어로 표기할 것 폰트의 최소사이즈는 8포인트로 할 것</p> <p>표시 가능 면적이 약 150cm² 이하는 5.5포인트 이상으로 사용 가능함</p> <p>식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입할 것</p> <p>일반명이 더 많이 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용할 것 (e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate)</p> <p>중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성할 것</p> <p>열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 식염 상당량에 대하여 작성할 것</p> <p>산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 추가 가능함</p> <p>함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것</p> <p>식염 상당량은 나트륨 양의 2.54를 곱한 일정한 값 또는 하한치 및 상한치를 표시할 것</p> <p>유통기한: 제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기할 것</p> <p>원료정보: 가장 일반적인 명칭으로 기재할 것</p> <p>복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기할 것</p> <p>보관방법: 보관에 적절한 보관방법에 대한 내용을 표기할 것</p> <p>상온 보전 의외 유의 사항이 없을 시, 미표기 가능함</p>

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	수입자 및 제조사 정보	수입업체의 이름 및 주소, 제조자의 이름 및 주소 정보를 기재할 것
		GMO 성분 표기	등록된 GMO 식품들인 대두, 옥수수, 감자, 유채, 목화, 알팔파, 사탕무, 파파야를 대상으로 하여, 해당 원료를 함유하고 있음을 표기할 것
		알레르기 정보	새우, 게, 밀, 메밀, 달걀, 유제품, 땅콩 일본 소비자청은 다음 20개 항목에 대해서도 라벨에 표기하도록 권고 중 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 캐슈넛, 키위, 소고기, 호두, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이, 복숭아, Yam(yam), 사과, 젤라틴
		순중량	해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 '알레르겐'을 표기할 것
		기타	단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것
		L-페닐알라닌 화합물	유기능 인증을 획득한 경우에 한하여, JAS 유기 마크 및 유기능 표기 가능
		기타	건강증진법이 정하고 있는 바에 따라 담당 부처로부터 허가를 취득하거나 신고한 후, 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품 마크의 표기와 적절한 기능성에 대한 홍보 문구 사용 가능함
L-페닐알라닌 화합물	인공 감미료 중 하나인 아스파르테임을 포함한 식품에는 'L-페닐알라닌화합물을 포함' 등으로 포함 사실을 표시할 것		

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

▶ 일본 라면 라벨 샘플



- ① 유통기한
- ② 제품명
- ③ 순중량



- ① 원료 정보
- ② 조리방법
- ③ 보관방법
- ④ 수입자 정보
- ⑤ 원산지
- ⑥ 주의사항
- ⑦ 영양성분
- ⑧ 제조사 정보

[앞면 라벨링]

[옆면 라벨링]

[앞면 - 일문]

[옆면 - 국문]

- ① 賞味期限：2021.06.26
- ② 製品名：辛ラーメン
- ③ NET：360g(120gx3人)

- ① 유통기한：2021.06.26
- ② 제품명：신라면
- ③ 순중량：360g(120gx3인)

[옆면 - 일문]

[옆면 - 국문]

- ① 原材料名
:油揚げめん(小麦粉、でん粉、植物油脂、食塩、野菜シーズニング)、スープ(香味調味料、食塩、唐辛子調味パウダー、糖類、しょうゆ、酵母調味パウダー、胡椒、にんにくパウダー、みそ、しいたけパウダー、たまねぎ風味粉、生姜エキス)、かやく(チンゲンサイ、しいたけ、味付大豆蛋白、にんじん、ねぎ、唐辛子フレーク)/加工でん粉、調味料(アミノ酸等)、かんすい、増粘剤(アラビアガム)、乳化剤、香辛料抽出物、酸化防止剤(ビタミンE、緑茶抽出物)、酸味料、ナイアシン、ビタミンB1、鉄、ビタミンB2、葉酸、(一部に小麦・大豆を含む)

- ① 원료 정보
: 유부면(밀가루, 전분, 식물유지, 식염, 채소시즈닝), 스프(향미조미료, 식염, 고추조미파우더, 후추, 마늘가루, 된장, 표고버섯가루, 양파풍미분, 생강추출물, 후레이크(배추, 표고버섯, 양념장, 콩가루, 당근, 파, 고추후레이크)

② 調理方法 :

1. 鍋に水550ml (3カップ程) を入れ沸騰させ、麺とスープ、かやくを一緒に入れ、4分30秒間煮込んでください
2. お好みにより、刻みネギ、スライスチーズ、カレールウ、卵などを加えても美味しくお召し上がりいただけます
3. ♪にご飯を入れてお召し上がりになれば、さらに美味しい一食になります

③ 保存方法 :

直射日光を避け、湿気のない涼しい場所で保存してください

④ 輸入者

:株式会社農心ジャパン東京都千代田区霞が関1-4-2大同生命霞が関ビル4階

⑤ 原産国名 : 韓国

⑥ 注意事項 :

- 調理の際、熱湯でやけどをしないようにご注意ください
- 沸騰しているお湯に粉末スープを先に入れる場合、お湯が服こぼれてやけどを負うおそれがありますので麺をまず先に入れて調理してください
- 調理時間は鍋の大きさ、ガスの火力等により多少異なります

⑦ 栄養成分表示 :

エネルギー	500kcal
たんぱく質	9.8g
脂質	15.0g
炭水化物	81.5g
食塩相当量	4.7g(めん・かやく:2.0g) (スープ:2.7g)
ビタミンB1	4.19mg
ビタミンB2	1.77mg
カルシウム	30mg

⑧ 製造元 : 株式会社・農心 (韓国)

② 조리방법 :

1. 냄비에 물 550ml(3컵 정도)을 넣어 끓이고 면과 스프, 후레이크를 함께 넣고 4분 30초간 삶아 주십시오
2. 취향으로 파, 슬라이스 치즈 카레 루, 달걀 등을 더해도 맛있게 드실 수 있습니다
3. 마지막에 밥을 넣어 드시면 더 맛있는 한끼가 됩니다

③ 보관방법 : 직사광선을 피해 습기가

없는 서늘한 곳에 보관하십시오

④ 수입자 정보

: 주식회사 농심 재팬 도쿄도 치요다구 가스미가세키 1-4-2 다이도 생명 가스미가세키 빌딩 4층

⑤ 원산지 : 한국

⑥ 주의사항 :

- 조리 시 뜨거운 물에 화상을 입지 않도록 주의하십시오
- 끓는 물에 분말스프를 먼저 넣을 경우, 물이 흘러넘쳐 화상을 입을 우려가 있으므로 면을 먼저 넣고 조리해 주십시오
- 조리 시간은 냄비의 크기, 가스 화력 등에 따라 다소 달라집니다

⑦ 영양성분 :

열량	500kcal
단백질	9.8g
지방	15.0g
탄수화물	81.5g
식염상당량	4.7g(면, 후레이크: 2.0g) (스프: 2.7g)
비타민B1	4.19mg
비타민B2	1.77mg
칼슘	30mg

⑧ 제조사 정보 : 주식회사 농심 (한국)

4. 일본 라면 서류 준비

서류 준비

일본으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

라면

라면은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 일본 수입 업무 수입업체 또는 통관 브로커 통해 진행

▶ 일본 수입서류 원산지증명서 필요

일본으로 제품을 수입하고자 할 때, 수입신고는 일반적으로 보세 구역에 물품이 반입된 후 진행함. 다만, 세관에서 정하고 있는 특정 물품의 경우 보세 구역으로 물품이 반입되기 전 또는 선박에 적재되어있는 상태에서 신고해야 함. 수입신고는 수출업체가 수행할 수 없기 때문에 제품의 수입업체 또는 통관 브로커를 통해서 진행해야 함

일본에 입항하려는 선박 컨테이너 화물은 출항 24시간 전 신고해야 하며 적하목록 사전제출이 필요함. 수입신고는 수출입 항만관련 정보처리 시스템(NACCS, Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System)을 통해 전자문서로 처리 가능함. 통관정보 종합판정시스템(CIS, Customs Intelligence Data Base System)에서는 NACCS에 입력된 정보를 바탕으로 불법 수출입 가능성이 있는 화물들을 선별하여 조사하여 신속 통관을 가능케 함

일반특혜관세(GSP, Generalized System of Preferences)를 받을 수 있는 경우, 해당 관세율 적용을 위한 일반특혜관세 원산지 증명서(GSP Certificate of Origin) Form A의 원산지 증명서를 제출해야 함

[표 5.8] 일본 통관 서류

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

자료 : 일본 관세청(JC)

5. 일본 라면 세금 납부

세금 납부

일본으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

라면

라면은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 일본 라면 HS-CODE 1902.30-210, WTO 협정 세율 21.3% 적용

일본에서는 라면의 경우 1902.30의 1902.30-210 세번을 사용하여 수입됨³⁶⁾. 일본 수입 시 라면은 기본 세율 25%를 적용받지만, 한국산 제품의 경우 WTO 협정으로 협정 세율을 적용받아 21.3%의 관세율이 적용됨. 관세 외에도 제품에 따라 8%, 10%의 소비세가 부과됨

- 수입 서류 심사비용에 107달러(한화 약 12만 원³⁷⁾) 소요
- 수입 서류 심사 기간은 3시간 소요
- 통관 비용은 275달러(한화 약 31만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 48시간 소요

▶ 한-중-일 FTA 협정 상황

현재 한국과 일본은 별도의 무역협정이 체결되지 않았으며, 한-중-일 FTA 협정이 진행 중임. 2003년, 최초로 3국 간 민간공동연구가 진행되었으며 2013년 3월, 서울에서 한-중-일 FTA 제1차 협상이 진행되었음. 가장 최근인 2019년 11월, 제16차 협상이 이루어졌으며 현재까지도 3국 간 경제 협력을 강화하기 위해 노력 중임

[표 5.9] 한국·일본 HS CODE 비교 및 일본 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류
한국	1902	파스타(조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티·마카로니·누들·라자니아(lasagne)·뇨키(gnocchi)·라비올리(ravioli)·카넬로니(cannelloni) 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다)와 쿠스쿠스(couscous)(조제한 것인지에 상관없다)
	1902.30	그 밖의 파스타
	1902.30-1010	라면
일본	1902.30-210	인스턴트 라면 기타 즉석면류
관세	기본관세율	25%
	협정 세율	21.3%
소비세		8 - 10%

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 일본 관세청(JC)

36) 일본 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 1902.30 중 라면에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 일본 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 반드시 일본 관세청(JC)을 통한 확인이 필요함

37) 1달러=1,133.40원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 일본 라면 검역 심사 절차

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

[표 5.10] 일본 통관 프로세스



- ▶ 일본 라면 식품첨가물 규정 확인 필요

[표 5.11] 일본 식품첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net) > 제도 > 식품첨가물
국가	일본
식품유형	면류 > 유탕면

7. 일본 관련 규제 정보

▶ 일본 후생노동성 지정첨가물 및 그 외 식품첨가물 규제 확인 필요

일본 후생노동성(MHLW)은 식품첨가물 안전성을 확보하기 위해 인체에 해를 끼치지 않는 경우에 한하여 사용을 허가하며 국민 1인당 섭취량(ADI, Acceptable Daily Intake)을 토대로 최대허용량을 규제함. 일본에서 사용 가능한 식품첨가물은 일본 식품위생법 제10조에 의거하여, 일본 후생노동성(MHLW)이 지정한 지정첨가물³⁸⁾만 사용할 수 있음

단, 지정 외 첨가물 중 기존첨가물, 천연향료, 일반음식 첨가물로 분류되는 식품첨가물은 사용 가능함. 그 밖의 모든 미지정첨가물은 제조, 수입, 사용, 판매가 금지되어 있음. 식품 일반의 규격 기준 이외에 육류제품은 제조, 저장 기준의 규정이 존재하며 농약 잔류량 등의 추가규제가 존재함. 자세한 식품첨가물 규격은 일본 후생노동성(MHLW) 홈페이지 혹은 KATI 농식품 수출정보에서 확인할 수 있음

[표 5.12] A사 라면 성분 규제

물질명	영문	사용 가능 여부	최대허용량
변성전분	Food starch modified	사용 가능	일반사용기준
면류첨가 알칼리제	Polyphosphates	사용 가능	일반사용기준
L-글루탐산일나트륨	Monosodium l-glutamate	사용 가능	일반사용기준
구아검	Guar gum	사용 가능	일반사용기준
비타민 B2	Riboflavin	사용 가능	일반사용기준
구연산	Citric acid	사용 가능	일반사용기준

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

38) 후생노동성(MHLW), 「일본 식품위생법 제370호, '식품, 첨가물 등의 규격기준」, 1959

▶ 일본 성분 위반 사례

일본 라면 수출 시 성분 위반으로 거절된 사례를 통하여 주의해야 할 성분을 추가로 알 수 있음. 일본 후생노동성 홈페이지에서 성분 위반 사례를 확인할 수 있음. 한국 라면의 경우 분말 스프에서 검출된 계면 활성제의 일종인 폴리소르베이트(Polysorbate)가 지정 첨가물에 포함되어있지 않았던 1개 거부 사례가 존재함. 그 외 미국, 인도네시아 등 다른 국가들의 성분 위반 사례를 찾아 볼 수 있음

[표 5.13] 일본 라면(Instant Noodle) 성분 위반 사례

국가	위반 사례	위반 성분(국문)	위반 성분(영문)
한국	비지정첨가물 유화제 사용	폴리소르베이트	Polysorbate
말레이시아	식용 착색료 대상 외 사용	식용황색 4호	Edible Yellow No. 4
홍콩	식용 착색료 대상 외 사용	식용황색 5호	Edible Yellow No. 5
미국	비지정첨가물 제조제 사용	규산칼슘	Calcium Silicate
인도네시아	비지정첨가물 향산화제 사용	T-뷰틸하이드로퀴논	Tert-Butylhydroquinone
필리핀	산성 타르염료 사용기준 부적합	타르 염료	Tar Dyes

자료: 일본 후생노동성(MHLW)

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 칸쇼쿠(かんしょく)

Interview ② 주식회사 유리(有利)

Interview ③ 주식회사 이온(イオン)

Interview ④ 주식회사 팬 퍼시픽 인터내셔널 홀딩스

(パン パシフィック インターナショナルホールディングス)

Interview ⑤ 스랏칸(スラッカン)

Interview ① 칸쇼쿠(かんしょく)

39)

● 칸쇼쿠
(かんしょく)

전문가 소속

칸쇼쿠
(かんしょく)
한국식품 수입판매업체연락처
+81-6-7172-7384

전문가 정보

Mr. Nakagawa
(Manager)칸쇼쿠(かんしょく)
Manager, Mr. Nakagawa

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

칸쇼쿠는 한국식품 수입판매업체로, 일본 오사카에 본사가 있으며, 현재 오프라인 매장과 온라인 매장 모두를 운영하고 있습니다. 과자와 음료뿐만 아니라 라면, 떡볶이, 만두, 김치 등 다양한 한국식품을 수입하여 판매하고 있습니다.

Q. 일본 내 한국 라면 인기는 어떠한가?

저희가 취급하는 한국 라면 중 인기 제품 1위, 2위, 3위는 B사 제품들이 차지하며, 4위는 A사의 불닭볶음면(까르보맛)이 차지합니다. 일본 사람들은 매우 음식을 자주 먹지 않아서, 불닭볶음면의 오리지널맛처럼 매운맛이 강한 제품을 선호하지 않습니다. 일본 소비자들은 까르보맛 다음으로 치즈맛을 좋아합니다.

Q. A사 불닭볶음면의 주요 소비자와 주요 판매 채널은 무엇인가요?

불닭볶음면의 주요 소비자는 10-20대의 젊은 층이며, 높은 연령층에 비해 매운맛에 거부감이 없습니다. 최근 오프라인 매장에서 불닭볶음면을 이전보다 쉽게 구할 수 있습니다. 하지만 대도시에서만 쉽게 구할 수 있고, 아직 지방에 거주하는 소비자들은 주로 온라인을 통해 구매합니다.

Q. 일본 내 인기 라면의 특징은 무엇인가요?

컵라면보다 봉지라면 인기가 더 많고, 볶음라면보다 국물라면이 더 인기 있습니다. 후자는 유통되는 라면 대부분이 국물라면이기 때문입니다. 또한, 소비자들은 일본 라면에서 느낄 수 없는 즐김이 있는 라면을 선호합니다.

Q. 일본 소비자가 선호하는 맛은 무엇인가요?

일본 소비자는 치즈맛이나 짜장맛처럼 많이 맵지 않은 제품을 선호합니다. 일본에는 한국처럼 매운 음식을 먹는 식문화가 없습니다. 그래서 소비자들이 매운맛에 대해 익숙하지 않은 편입니다.

Q. 일본 소비자의 라면 주요 구매 요인은 무엇인가요?

일본에 인스타바에(インスタ映え)⁴⁰⁾라는 말이 등장한 후 불닭볶음면(까르보맛) 인기가 많아졌습니다. 젊은 소비자들이 핑크색 제품 포장지가 귀여워서 좋아하기 때문입니다. 이처럼 제품의 매력적인 포장 및 디자인도 라면 구매 요인 중 하나가 될 수 있을 것입니다.

40) 일본 신조어로, 인스타그램에 올릴 만한 예쁘거나 분위기 있는 사진을 뜻함

Interview ② 주식회사 유리(有利)

41)

●
주식회사 유리
(有利)

전문가 소속

주식회사 유리
(有利)
식품 가공·제조 및
수출입·판매업체

연락처
+81-48-799-3489

전문가 정보

Mr. Kim
(Manager)



주식회사 유리(有利) Manager, Mr. Kim

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

주식회사 유리는 2011년에 설립된 식품 가공·제조 및 수출입·판매업체입니다. 일본 사이타마에 본사를 두고 있으며, 100곳 이상 음식점에 식품을 납품하고 있습니다. 온라인 채널을 중심으로 도·소매 판매를 하며, 주로 한국 라면, 과자, 음료, 김, 김치 등을 취급하고 있습니다.

Q. 일본 내 한국 라면 인기는 어떠한가요?

일본 내 한국 라면 수요가 많습니다. 현재 일본 젊은 세대 사이에서 한국 인기가 상승했기 때문입니다. 특히 코로나19 영향으로 집에 머물면서 넷플릭스 같은 OTT 서비스를 통해 한국 드라마를 시청하는 사람들이 많아졌습니다. 현재 저희 업체뿐만 아니라 다양한 업체에서 한국 라면을 취급하고 있습니다.

Q. 일본 내 A사 불닭볶음면의 수요는 어떠한가요?

저희가 취급하는 A사 여러 제품 중 불닭볶음면은 일본에서 인기가 있으며, 저희 주력상품입니다. 특히 불닭볶음면의 오리지널맛보다 치즈맛이 인기가 많습니다. 불닭볶음면은 젊은 연령대의 소비자가 주로 구매하고 있습니다. 하지만 매운 음식을 좋아하는 40-50대 소비자분들도 불닭볶음면을 구매하십니다.

Q. 일본 내 인기 라면의 특징은 무엇인가요?

일본에는 컵라면보다 봉지라면을 선호하는 소비자가 많습니다. 봉지라면을 다른 요리에 활용할 수 있기 때문입니다. 많은 소비자들이 자신만의 방법으로 라면을 활용하여 요리해 먹으며, 인터넷에 다양한 라면 요리법이 공유되어 있습니다.

Q. 일본 소비자가 선호하는 맛은 무엇인가요?

일본 소비자에게 치즈맛이 가장 인기가 많습니다. 이는 평소 일본 사람들이 치즈를 좋아하기 때문입니다. 특히 불닭볶음면 치즈맛은 한 번 먹으면 또 생각이 나서 먹고 싶어지는 매력이 있습니다.

Q. 통관 시 주의해야 할 사항이 있나요?

코로나19로 인해 특별히 조심해야 할 사항은 없으나 현재 수입 시 오랜 시간이 소요되고 있습니다. 이전보다 한 달 정도 늦게 도착하고 있으며, 수입제품의 유통기한이 지나지 않기 위해 조절해서 수입해야 합니다.

Interview ③ 주식회사 이온(イオン)

42)

주식회사 이온 (イオン)

전문가 소속

주식회사 이온
(イオン)

종합 대형 유통업체

연락처

+81-43-212-6500

전문가 정보

Mr. Sangawa
(Manager)

주식회사 이온(イオン) Manager, Mr. Sangawa

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

주식회사 이온은 1926년에 설립된 종합 대형 유통업체입니다. 일본 치바현에 본사가 있으며, 일본 국내외 300여 개의 기업으로 구성되어 있습니다. 일본 외 아시아 전역에 편의점(미니스톱), 쇼핑몰 등 다양한 자회사가 진출해 있으며, 편의점과 쇼핑몰에서 한국 라면을 판매하고 있습니다.

Q. 일본 내 한국 라면 인기는 어떠한가요?

유명한 라면 브랜드 중 A사 불닭볶음면(치즈맛)은 대부분 10위 안에 들고, B사 b제품이 그 뒤를 잇습니다. 이 두 제품은 일본 소비자들에게 매우 유명하고, 특히 젊은 소비자들에게 유명합니다. 현재 b제품은 일본 주요 슈퍼마켓이나 식품점 거의 대부분에서 구매할 수 있으며, 요즘 불닭볶음면도 이전보다 더 많이 유통되고 있습니다.

Q. A사 불닭볶음면의 주요 소비자와 주요 판매 채널은 무엇인가요?

불닭볶음면에 대한 수요는 젊은 소비자를 중심으로 점점 확대되고 있습니다. 이들은 매운맛을 잘 견딜 수 있고, 해당 제품 먹기에 도전하는 것을 즐겨워합니다. 특히 불닭볶음면을 먹는 순간을 영상으로 찍어 SNS에 올리기 때문에, SNS를 이용하는 많은 소비자들이 이 브랜드를 알고 있고, 더 유명해졌습니다. 하지만 불닭볶음면을 먹어본 사람들은 대부분 고통스러운 매운 맛에 힘들어합니다. 그러다 보니 이들 중 많은 사람들이 소비를 이어가지 않고, 일부 소비자들만 지속적으로 불닭볶음면을 구매하고 있습니다.

Q. 일본 내 인기 라면의 특징은 무엇인가요?

젊은 세대는 빠르고 편하게 먹는 컵라면을 선호하는 경향이 있습니다. 특히 혼자 사는 남성 소비자는 주로 컵라면을 선호하고, 주부 소비자는 봉지라면을 선호하는 경향이 있습니다.

일본에는 봉지라면 제품이 상당히 많이 유통되고 있습니다. 일본 소비자에게는 현지 제품이 가장 인기가 많으며, 꾸준히 소비되고 있습니다. 또한, 다수의 블로거가 라면 브랜드에 대한 후기를 남깁니다.

Q. 일본 내 라면 수요는 어떠한가요?

최근 코로나19 영향으로 전반적인 라면 수요가 증가하였고, 컵라면보다 봉지라면 수요가 증가하였습니다. 이는 소비자들이 집에 있는 시간이 늘어나면서 봉지라면을 이용해 요리하기 때문입니다. 소비자들이 전보다 여유 시간과 요리할 시간이 많아지면서, 라면을 그냥 먹기보다는 다른 재료를 첨가하여 먹고 있습니다.

Interview ④ 주식회사 팬 퍼시픽 인터내셔널 홀딩스

(パン パシフィック インターナショナルホールディングス)

43)

●
주식회사 팬 퍼시픽
인터내셔널 홀딩스
(パン パシフィック
インターナショナルホール
ディングス)

전문가 소속

주식회사 팬 퍼시픽
인터내셔널 홀딩스
(パン パシフィック
インターナショナルホール
ディングス)
종합 대형 유통업체

연락처

+81-42-540-9731

전문가 정보

Mr. Fujii
(Manager)



주식회사 팬 퍼시픽 인터내셔널 홀딩스

(パン パシフィック インターナショナルホールディングス)

Manager, Mr. Fujii

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

주식회사 팬 퍼시픽 인터내셔널 홀딩스는 1980년에 설립된 종합 대형 유통업체로, 일본 도쿄에 본사가 있습니다. 식품과 일상용품, 가전제품 등을 파는 할인매장 돈키호테와 슈퍼마켓을 운영하며, 한국 라면, 떡볶이, 소주 등을 취급하고 있습니다.

Q. 일본 내 라면 수요는 어떠한가요?

올해 코로나19 영향으로 봉지라면과 컵라면 모두 수요가 눈에 띄게 증가하였습니다. 라면은 다른 음식에 비하여 섭취하기 매우 편하고, 저렴하게 먹을 수 있는 음식입니다. 코로나19 때문에 많은 소비자들이 집에서 머무는 시간이 늘어나고 실직으로 소득이 줄어들어 따라, 이전보다 라면 소비가 더 증가하게 되었습니다.

Q. 일본 내 라면 트렌드는 무엇인가요?

최근 라면 트렌드는 '더 낮은 칼로리'입니다. 하지만 충분히 포만감을 느낄 수 있어야 합니다. 또한, 많은 라면 브랜드들이 특히 나이가 있는 소비자들을 위해 나트륨을 줄이기 위해 노력하고 있습니다. 그 밖에 코로나19가 계속 확산되면서 많은 소비자들이 경제적으로 어려움을 겪고 있지만, 더 건강한 음식을 먹으려고 노력하고 있습니다.

Q. 소비자의 라면 구매 요인이 무엇인가요?

마켓에는 매우 다양한 라면 종류가 구비되어 있고, 모든 라면 제품은 저렴합니다. 따라서 주로 소비자는 라면을 구매할 때 품질이 좋은 라면이 무엇인지, 조리하기 간편한 라면은 무엇인지 고려하여 구매합니다.

Q. A사 불닭볶음면의 매출 증대를 위한 전략은 무엇이 있을까요?

젊은 소비자들을 위한 전략이 필요하다고 판단됩니다. 10-20대 젊은 세대들은 K-POP이나 드라마를 통해 한국 문화에 많은 관심을 가지고 있습니다. 현재 뉴스와 SNS에서 일본 내 제3차 한류 붐이 일어났다는 소식을 자주 접합니다. 이들은 한국 음식에도 관심이 많습니다.

또한, 온라인 커머스에서 한국 제품 특집 기획전을 열 때 'K-Style' 컨셉으로, 식품뿐만 아니라 화장품도 함께 판매하면 매출 증대에 더 효과적일 것입니다. 한국 음식과 화장품은 서로 다른 제품군이지만, 유튜브를 통해서 많은 인기를 끌고 있기 때문에 함께 판매하는 것이 효과적이라 판단됩니다.

Interview ⑤ 스랏칸(スラッカン)

44)

● 스랏칸 (スラッカン)

전문가 소속

스랏칸
(スラッカン)
한국식품 수입판매업체

연락처
+81-48-994-3600

전문가 정보

Ms. Lee
(Manager)

韓国食品 専門店
スラッカン



스랏칸(スラッカン) Manager, Ms. Lee

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

스랏칸은 한국식품 수입판매업체로, 일본 사이타마에서 본사를 두고 있습니다. 일본 최대 인터넷 쇼핑몰 라쿠텐에 입점하여, 한국 라면, 즉석식품, 김치, 음료 등 다양한 한국 식품을 취급하고 있습니다.

Q. 일본 내 A사 불닭볶음면의 수요는 어떠한가요?

일본에서 라면은 꾸준히 인기가 있고 수요가 많은 식품입니다. 저희가 취급하는 A사 불닭볶음면 중 오리지널맛이 가장 많이 판매되고 있습니다. 소비자들은 아무래도 매운 음식이 당길 때 불닭볶음면을 구매하는 경향이 있습니다.

일본에서 불닭볶음면은 판매 초기에 인기가 매우 많았습니다. 하지만 지금은 다양한 한국 라면을 취급하고 있고, 불닭볶음면이 아주 매운 라면이기 때문에 이전만큼 판매되고 있지는 않습니다.

Q. A사 불닭볶음면의 주요 소비자와 주요 판매 채널은 무엇인가요?

저희가 온라인으로만 판매하기 때문에 정확하게 주요 소비자 연령대를 파악하지 못하고 있습니다. 하지만 전화 문의를 살펴보면 불닭볶음면 주요 소비자는 10-20대 젊은 세대층이라고 파악됩니다. 그 외 연령대 소비자들은 선물하기 위해서 불닭볶음면을 구매한다고 보입니다.

Q. A사 불닭볶음면의 매출 증대를 위한 전략은 무엇이 있을까요?

일본 10-20대 세대를 타겟층으로 삼고, 이들에게 인기 있는 K-POP 아이들을 모델로 내세워 제품 광고를 하는 것이 효과적이라고 판단됩니다. 또한, 유튜브 광고를 하는 것도 추천합니다. 불닭볶음면이 외국인 유튜버들의 먹방을 통해 전 세계적으로 인기를 끌었기 때문입니다.

그 밖에도 일본 내 판매 지역을 넓히는 것도 추천합니다. 얼마 전 편의점 로손에서 불닭볶음면을 쉽게 구매할 수 있다는 기사를 보았습니다. 하지만 SNS 게시글을 보면 아직 불닭볶음면을 구매할 수 없는 지역이 많습니다. 지역 상관없이 여러 편의점에서 모든 소비자들이 쉽게 접하고 구매가 가능하면 좋겠습니다.

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Export Insights

01 시장규모

일본 컵라면 시장규모 5.2조 원
일본 봉지라면 시장규모 1.6조 원
일본 對한국 라면 수입규모 370억 원으로 1위
A사의 일본 봉지라면 시장 점유율 0.3%로 7위



02 시장 트렌드

한국 라면 브랜드 키워드 빈도 B사>C사>A사
불계치 레시피로 불닭볶음면 즐겨
컵라면, 국물라면, 맵지 않은 라면 선호
간장, 된장, 사골 이용 라면 多

06 전문가인터뷰

A사 제품 중 까르보맛과 치즈맛 인기
주 소비층은 10~20대 젊은 층
코로나19로 라면 수요는
증가했으나 통관/검역 시간 증가



A사 라면



03 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓 34.5%
편의점 26.7%
혼합 소매업체 22.9%

05 관세 및 추가 규제

협정 세율 21.3%
소비세 8~10%



04 통관/검역

HACCP 필수는 아니나 최근 도입 심화
가공식품 사전등록 가능
라벨링, 식품표기법 규정 준수

일본 라면 시장규모

컵라면 5.2조 원
봉지라면 1.6조 원

일본 對한국 라면 수입액 370억 원으로 1위
라면 시장 현지 브랜드 위주로 형성



일본 컵라면 시장규모는 5.2조 원, 봉지라면 시장규모는 1.6조 원으로
컵라면 시장이 압도적으로 큼. 일본 對글로벌 라면 수입규모 중 한국이
69%를 점유하여 1위를 차지함. 일본 라면 주요 브랜드는 닛신, 마루찬,
삿포로이치만 등의 현지 브랜드인 것으로 확인되며 국내 선도기업
B사의 컵라면/봉지라면 시장 점유율은 각각 1.2%, 4.7%, 신청
기업의 봉지라면 시장 점유율은 0.3%로 확인됨

시장트렌드

불계치 레시피로
A사 제품 매운맛 조절

한국 라면 브랜드 중 A사 세번째로 빈출
간장, 된장, 사골 활용한
담백한 맛의 라면 다수



일본 라면 시장 내 현지 라면의 비중이 높았으나, 국가 키워드 중 한국이 일본
다음으로 빈출하여 한국 라면의 인지도가 높은 편임을 알 수 있음. 한국 브랜드 중
B사, C사 다음으로 A사가 빈출했으나 제품 기준으로는 A사의 불닭볶음면
판매비중이 가장 높았음. 일본 소비자들은 불닭볶음면 소비 시 불계치(불닭볶음면
+계란+치즈) 레시피로 매운 맛을 조절하는 것으로 확인됨. 또한, 전반적으로 간장,
된장, 사골을 활용한 담백한 맛의 라면 비중이 컸음

라면 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓
34.5%

편의점 26.7%
혼합 소매업체 22.9%
비(非) 식료품점 8.6%



일본 면류 유통채널 점유율은 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점, 혼합
소매업체 순인 것으로 확인됨. 전문가 인터뷰 결과 일본 내 불닭볶음면은
주로 대도시의 하이퍼마켓, 슈퍼마켓에서 쉽게 구할 수 있으며 최근
편의점에도 일부 입점함. 반면 지방 소비자들의 경우 접근성이 낮아 주로
온라인으로만 구매하는 것으로 확인됨



Export Insights

통관 및 검역

수출업자의 HACCP 의무 아니나 확대 시행 가능성 有

가공식품 사전등록 통한 통관절차 간소화 가능



일본으로 라면 수출 시 필수 인증이나 사전 절차는 없는 것으로 확인됨. 그러나 2018년 식품위생법이 개정됨에 따라 일본 식품업자의 HACCP 도입이 의무화되었으며 수출업자로서의 확대 시행 가능성이 있음. 이 외에도 통관 절차 간소화를 위해 가공식품 사전등록이 가능함. 라면 수출 시 WTO 협정 세율 21.3%를 적용 받으며, 검역 관련 다른 국가들의 성분 위반 사례를 확인할 필요가 있음

전문가 인터뷰

맵지 않은 까르보맛, 치즈맛 선호 주 소비층은 10-20대 젊은 층 판매 지역 및 유통채널 확장 필요



전문가 인터뷰 결과 일본 소비자들은 맵지 않은 라면을 선호하는 경향이 크며 이에 따라 불닭볶음면 또한 매운 맛보다 치즈맛, 까르보맛이 더 인기임. 또한, 매운 맛으로 인해 지속 구매로의 전환이 잘 이루어지지 않는다는 답변도 확인됨. 주 소비층은 한국 문화에 관심이 많거나 SNS를 활발히 사용하는 10-20대 젊은 층임. 이에 따라 매출 증대 전략으로 아이돌 모델이나 SNS를 통한 홍보 방안이 확인되었으며 대도시 중심의 판매처를 지방으로 확장하는 방안도 확인됨

진출제언



- Point 01. 일본 라면 시장은 간장, 된장, 사골 등을 원료로 사용한 담백한 맛의 라면이 더 보편적임. 이에 따라 불닭볶음면의 다양한 맛 중 까르보맛, 치즈맛이 주로 선호됨. 또한, 불닭볶음면 오리지널 맛의 경우 매운 맛이 너무 강해 소비자들이 호기심으로 구매한 후 지속적인 구매로 이어지지 않는 경우가 많음. 따라서 일본 시장 타깃으로 보다 순한 맛의 제품을 출시하거나 까르보맛, 치즈맛을 집중 홍보할 필요가 있음. 이 외에도 봉지라면보다 컵라면의 시장규모가 더 크다는 점을 참고해 포장용기 현지화를 추천함
- Point 02. 불닭볶음면은 현지 하이퍼마켓에서 쉽게 구할 수 있는 만큼 어느 정도 인지도가 쌓인 상황이나, 국내 브랜드 중에서는 아직까지 B사의 점유율이 더 큰 편임. M/S 확장을 위해 대중적으로 호감을 얻을 수 있는 일반 라면 라인업에도 집중할 필요가 있음
- Point 03. 주요 소비자는 10-20대 젊은 층이므로, 젊은 층이 쉽게 접할 수 있는 한국 드라마, 유튜브, SNS, 아이돌 모델 등을 활용한 마케팅을 추천함
- Point 04. 현재 대도시 슈퍼마켓, 하이퍼마켓을 위주로 유통되어 지방 거주 소비자의 접근성이 낮은 편임. 소비층 확대를 위해 판매지역, 유통채널 측면에서의 접점 확장이 필요함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2020
2. 유로모니터(Euromonitor), 「The Consumer Impact of Coronavirus in Japan」, 2020
3. 아이티미디어(IT Media), 「長く低迷していたインスタント袋麺のブレイクは、“復権”の兆しな」, 2020
4. 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019
5. 일본통계청(Statistics Bureau and Statistics Center), 「Current Population Estimates as of October 1 2019」, 2019
6. 재팬타임즈(Japan Times), 「Using their noodle: Cup ramen-maker Nissin seizes on pandemic momentum with new products」, 2020
7. 식품산업신문사(食品産業新聞), 「チキンラーメン「鬼滅の刃“フタどめ”フィギュア」プレゼント、善逸の「鬼滅一丁」などコロナポパッケージの カップ麺も」, 2020
8. 식품산업신문사(食品産業新聞), 「カップ麺新商品まとめ」カップヌードル「北海道濃厚ミルクシーフー道」、サッポロ一番「オタフクお好みソース味焼そば 焼き牡蠣風味」など/2020年10月～11月」, 2020
9. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020
10. 한국 관세청 고시 제2020-2호, 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
11. 일본 관세청(JC, Japan Customs), 「관세법(関税法)」, 2006
12. 일본 관세청(JC), 「특정수출 신고제도(特定輸出者制度)」, 2006
13. 일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020
- 일본 후생노동성(MHLW), 「일본 식품위생법 제370호, ‘식품, 첨가물 등의 규격기준’」, 1959

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. 라쿠텐 일본(www.rakuten.co.jp)
4. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
5. 이토요카도(イトヨーカドー) (www.itoyokado.co.jp)
6. 피알타임즈(PR Times) (www.prtimes.jp)
7. 루츠뉴스(流通ニュース) (www.ryutsuu.biz)
8. 라이프(ライフ) (www.lifecorp.jp)
9. 핀티데(Fintide) (www.fintide.jp)
10. 라이프넷슈퍼(Life Net Super) (www.life-netsuper.jp)
11. 니케이아시아(Nikkei Asia) (www.asia.nikkei.com)
12. 마루엣츠(マルエツ) (www.maruettsu.co.jp)
13. 다이아몬드체인스토어(Diamond Chain Store)
14. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.sej.co.jp)
15. 세븐&아이홀딩스(7&I holdings) (www.7andi.com)
16. 타임아웃(Time Out) (www.timeout.com)
17. 엘프(Yelp) (www.yelp.com)
18. 로이터(Reuters) (www.reuters.com)
19. 로손(Lawson) (www.lawson.co.jp)
20. 재팬투데이(Japan Today) (www.japantoday.com)
21. 패밀리마트(Family Mart) (www.familymart.co.jp)
22. 아사히신문(The Asahi Shinbun) (www.asahi.com)
23. 던앤브래드쇼(Dun and Bradshaw) (www.dnb.com)
24. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.com)
25. 코인데스크(Coindesk) (www.coindesk.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

26. 피어스вай어레스(Fierce Wireless) (www.firecewireless.com)
27. 아마존(Amazon) (www.amazon.co.jp)
28. 비즈니스인사이드(Business Insider) (www.businessinsider.com)
29. 장터(韓国広場) (shopping.geocities.jp/hiroba)
30. 도쿄히로바(Tokyo Hiroba) (www.tokyohiroba.com)
31. 서울시장(ソウル市場) (www.seoul-ichiba.com)
32. 일본 농림수산성(MAFF, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) (www.maff.go.jp)
33. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare) (www.mhlw.go.jp)
34. 일본 관세청(JC, Japan Customs) (www.customs.go.jp)
35. 일본 소비자청(CAA, Customs Affairs Agency) (www.caa.go.jp)
36. 제약산업정보포털(KHIDI) (khidi.or.kr)
37. 미국 농무부 해외농업서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service) (www.fas.usda.gov)
38. 카티(Kati) (www.kati.net)
39. 관세정보법령포털 (unipass.customs.go.kr)
40. 두잉비즈니스(Doing Business) (doingbusiness.org)
41. 정부24 (gov.kr)
42. 일본 식품 환경 검사협회(JIAFE, Japanese Inspection Association of Food and Food Industry Environment) (www.jiafe.or.jp)
43. 칸쇼쿠(かんしょく) 홈페이지 (www.kanshoku.co.jp)
44. 주식회사 유리(有利) 홈페이지 (yuricompany.jp)
45. 주식회사 이온(イオン) 홈페이지 (www.aeonretail.jp/index.html)
46. 주식회사 팬 퍼시픽 인터내셔널 홀딩스(パン パシフィック インターナショナルホールディングス) 홈페이지 (ppih.co.jp)
47. 스랏칸(スラッカン) 홈페이지 (www.rakuten.co.jp/surakkan)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.01.22

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea