



2022 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사



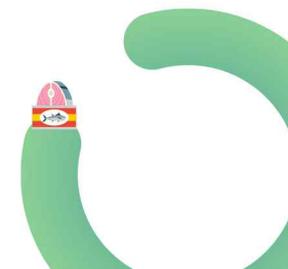
No. | 202211-14
품목 | 생선죽
HS CODE | 2104.10-2000
국가 | 일본(Japan)
구분 | 시장분석형





CONTENTS

| | |
|-------------------------------|----|
| I. 요약 | 04 |
| II. 시장규모 | |
| 1. 일본 수산가공식품 시장규모 | 06 |
| 2. 한국 수산가공식품 시장규모 | 07 |
| 3. 일본 생선죽 수입규모 | 08 |
| 4. 일본 생선죽 수입금액 | 09 |
| III. 시장트렌드 | |
| 1. 일본 수산물 소비 감소 추세 | 11 |
| 2. 간편하게 섭취할 수 있는 수산가공식품 수요 증가 | 12 |
| 3. 일본의 수산물 소비 습관 | 13 |
| 4. 일본의 수산물 음식과 SDGs | 14 |
| IV. 유통채널 | |
| 1. 일본 생선죽 유통채널 비교 | 16 |
| 2. 일본 생선죽 유통채널 특징 | 17 |
| 3. 일본 생선죽 B2C 유통채널 | 21 |





CONTENTS

V. 진입장벽

| | |
|----------------------|----|
| 1. 생선죽 통관 및 검역 절차 | 30 |
| 2. 생선죽 수출 전 사전 준비 | 31 |
| 3. 생선죽 국내 수출 신고 및 통관 | 43 |
| 4. 생선죽 국내 수출 검역 및 검사 | 45 |
| 5. 생선죽 일본 수입 신고 및 통관 | 47 |
| 6. 생선죽 일본 수입 검역 및 검사 | 51 |

VI. 수입·유통업체 인터뷰

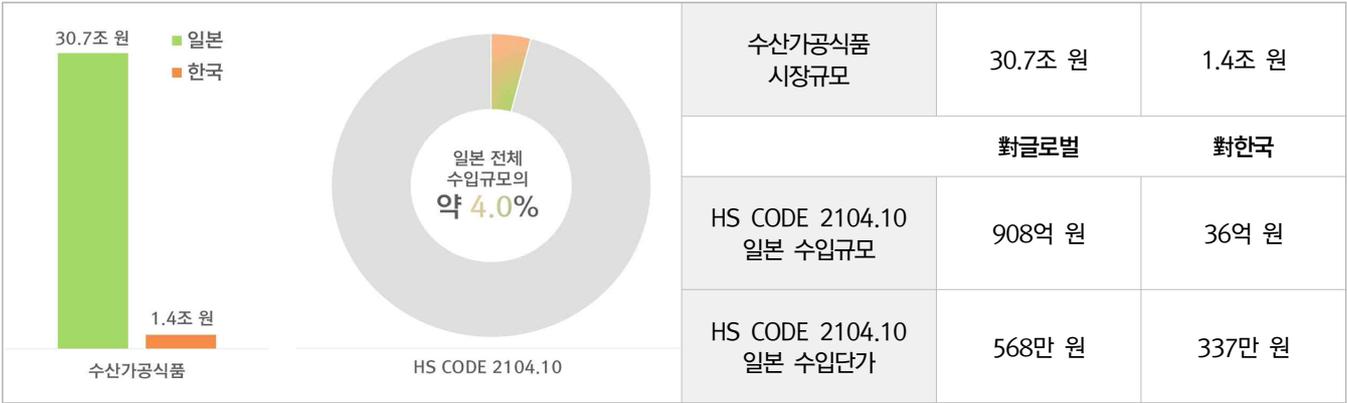
| | |
|------------------------------------|----|
| Interview ① 아이템피아재팬(Itempia Japan) | 53 |
| Interview ② 서울샵(Seoul Shop) | 55 |
| Interview ③ 김치랜드(Kimchi Land) | 57 |

| | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 59 |
|--------|----|



Summary

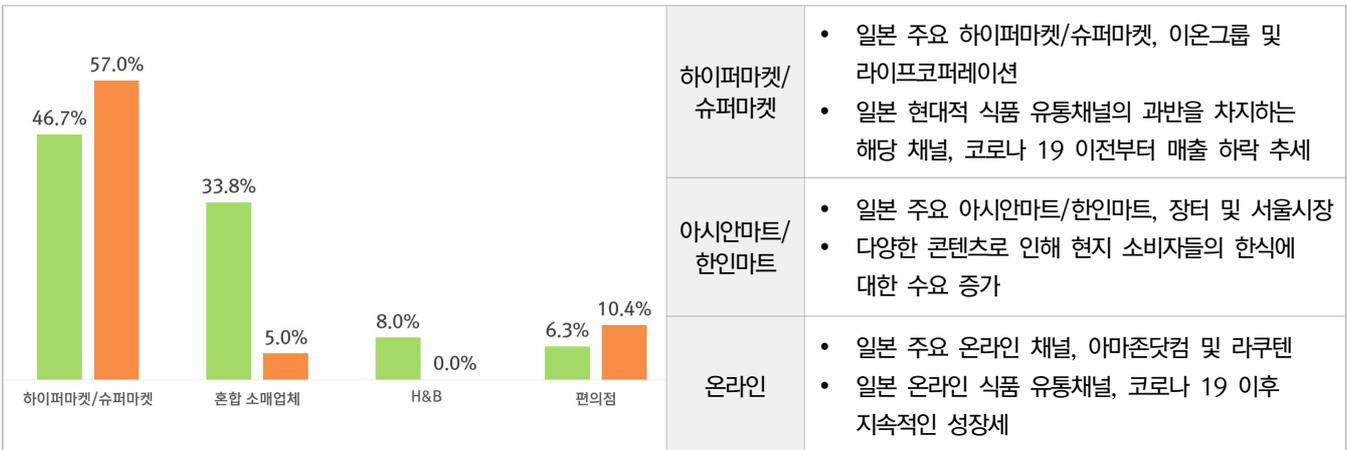
■ 시장분석



■ 시장트렌드

| | |
|---------|----------------------------------|
| Topic ① | 일본 수산물 소비량 최근 20년간 감소 추세 |
| Topic ② | 일본 소비자, 간편하게 조리할 수 있는 수산물가공식품 선호 |
| Topic ③ | 일본 소비자들이 가장 많이 섭취하는 수산물 품목은 스시 |
| Topic ④ | 일본의 대표적인 죽 요리, 시라가유와 조스이 등 |

■ 유통채널



■ 진입장벽

| | | | |
|--------------|---|---------------|--|
| 담당 기관 | <ul style="list-style-type: none"> 일본 후생노동성, 일본 농림수산업, 일본 관세청 등 | 국내 수출 검역 및 검사 | <ul style="list-style-type: none"> 수산물가공식품은 수출 시 검역대상 지정검역물에 해당 무 |
| 수출 전 사전 준비 | <ul style="list-style-type: none"> 일본 수출을 위해서 수산물 위생 및 안전성, 제품 규격 등 기준 충족 필요 | 일본 수입신고 및 통관 | <ul style="list-style-type: none"> AEO, 수입신고 간소화 제도 등을 통해 신속한 수입 통관 절차 가능 |
| 국내 수출신고 및 통관 | <ul style="list-style-type: none"> 수출신고 및 통관 시 수출신고서, 선하증권, 송장 등 제출 필요 | 일본 수입검역 및 검사 | <ul style="list-style-type: none"> 일본 후생노동성, 제출한 정보를 검토하여 수입 검사 필요 여부 판단 |

■ 수입·유통업체 인터뷰

| | |
|-----------|---|
| Point 01. | <ul style="list-style-type: none"> 일본에서 수산물과 생선은 많이 소비되는 품목이며, 수산물가공식품도 선호도가 높은 품목 현지에서 인기 있는 생선가공식품은 어묵, 통조림 등 현지에서 죽은 수요가 높은 식품 품목이며, 해산물 죽 또한 인기 있는 편 |
| Point 02. | <ul style="list-style-type: none"> 코로나 19 이후에는 온라인 쇼핑이 인기이므로, 고객사 진출 채널로 온라인 채널 추천 고객사 제품은 죽을 일상적으로 소비하는 일본 현지에서 잠재 수요가 높을 것으로 예상 현지 소비자 입맛을 고려하여 매운 맛에 앞서 순한 맛 위주로 먼저 출시하는 것 추천 |





II. 시장규모

1. 일본 수산가공식품 시장규모
2. 한국 수산가공식품 시장규모
3. 일본 생선죽 수입규모
4. 일본 생선죽 수입금액

1. 일본 수산가공식품 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

| | |
|---------|--------------------------|
| 면적 | 37만 8,000km ² |
| 인구 | 1억 2,568만 명 |
| GDP | 4조 9,374억 달러 |
| 1인당 GDP | 3만 9,285달러 |

▶ 2021년 일본 수산가공식품 시장규모 약 30.7조 원

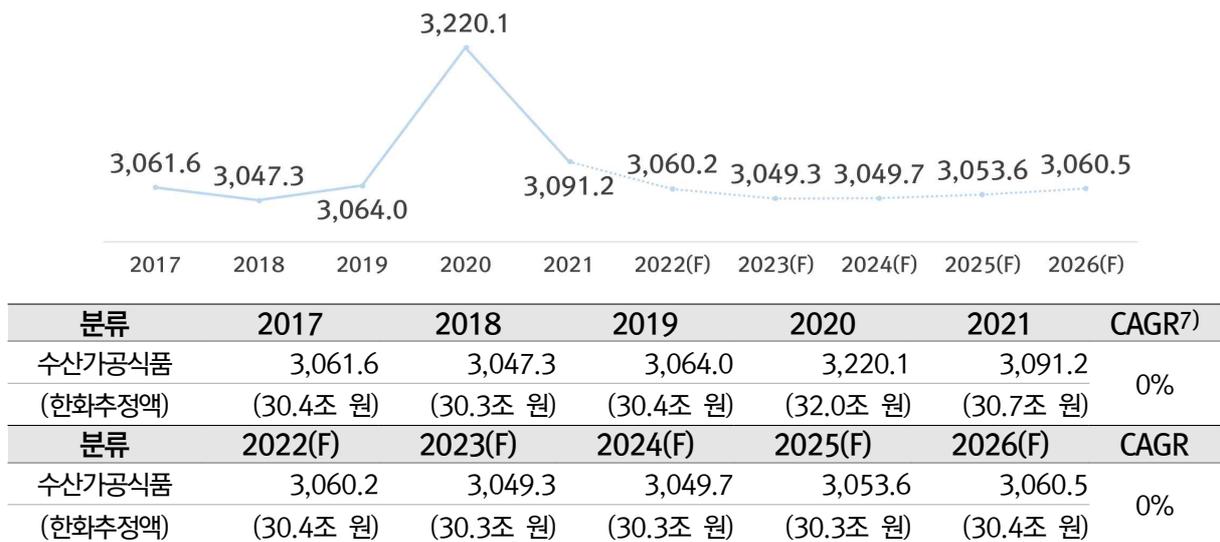
2021년 기준 일본 수산가공식품(Processed Seafood) 시장규모는 약 30.7조 원으로 전년 대비 4% 감소한 것으로 집계됨. 품목별 점유율은 냉장 수산가공식품 89%, 상온 수산가공식품 9%, 냉동 수산가공식품 2%로 조사됨. 일본 수산가공식품 시장규모는 지난 5년(2017-2021년) 동안 연평균성장률 0%로 유사한 수준을 유지한 것으로 확인됨

▶ 일본 생선죽 시장, 코로나 19 완화 이후 점진적 약화 추세

코로나 확산방지조치 완화로 수산가공식품 수요도 약화하는 추세이나 소비자 가격 민감성이 수산가공식품 수요를 일부 뒷받침할 것으로 보임. 2022년 3월, '일본 소비자들 가장 자주 섭취하는 해산물 요리' 조사 결과 수프 제형은 11위를 차지함. 아침, 점심, 저녁에 각각 다른 죽을 즐겨 먹는 식문화를 바탕으로 일본 소비자들 가장 선호하는 수프가 콘수프, 미소 수프인 것으로 추정됨. 그 외에도 해조류(4위) 및 클램차우더(10위) 등 해산물을 사용한 수프가 상위 10위권 내에 포함된 것으로 확인됨²⁾³⁾⁴⁾

[표 2.1] 일본 '수산가공식품' 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 엔



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 외교부, 「국가개황」, 2021

2) 스탯티스타(Statista), 「Most often eaten seafood dishes in Japan as of March 2022」, 2022.06

3) 유로모니터(Euromonitor), 「Staple Foods in Japan」, 2021.12

4) 유로모니터(Euromonitor), 「Cooking Ingredients and Meals in Japan」, 2021.12

5) 유로모니터에 따르면 일본 '생선죽' 시장규모가 집계되지 않아 '수산가공식품(Processed Seafood)' 시장규모를 조사함

6) 100엔=993.25원(2022.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 한국 수산가공식품 시장규모

▶ 2021년 한국 수산가공식품 시장규모 약 1.4조 원

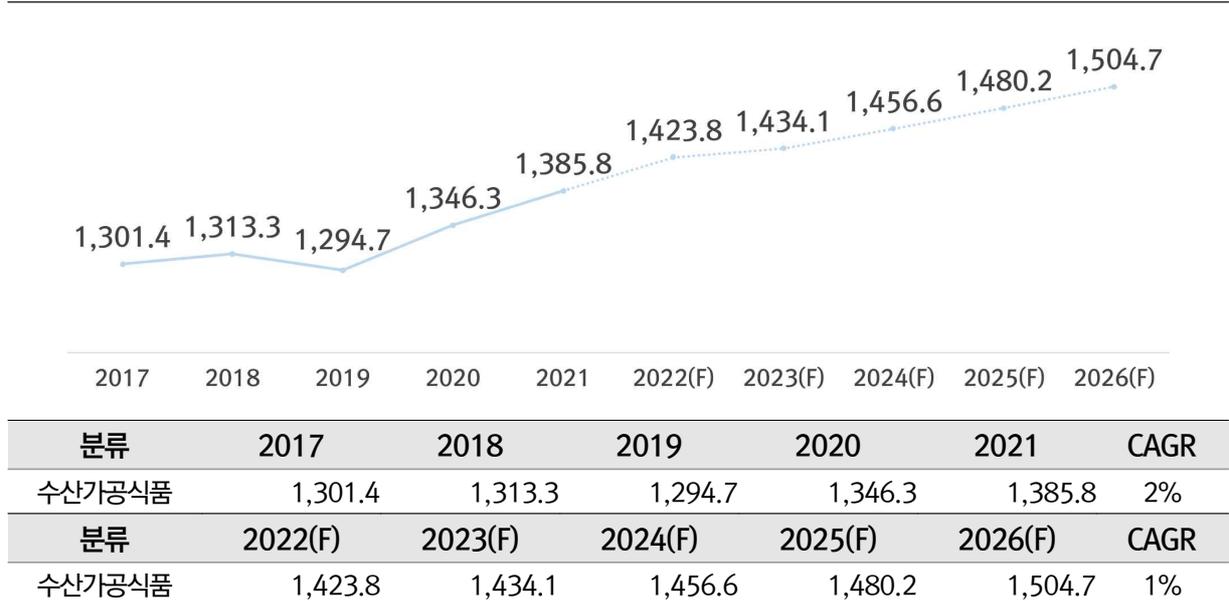
2021년 기준 한국 수산가공식품(Processed Seafood) 시장규모는 일본 시장의 약 15%에 해당하는 1.4조 원으로 집계됨. 품목별로는 상온 수산가공식품(54%) 점유율이 과반을 차지했으며, 냉장 수산가공식품 37%, 냉동 수산가공식품의 점유율은 9%에 그친 것으로 확인됨. 지난 5년(2017-2021년) 중 전년 대비 규모가 위축된 2019년을 제외하고 매년 전년 대비 증가세를 보이며 해당 기간 연평균성장률 2%를 기록했음

▶ 한국 수산가공식품 시장규모, 향후 성장 지속 관측

한국에서는 여성의 노동 시장 참여율 상승과 1인 가구 증가에 따라 수산물이 포함된 완조리 및 가정대용식 등 반조리, 가공, 보존 식품 수요가 빠르게 성장하고 있음. 공장에서 가공된 밀키트 식품은 수산물 손질 수고를 덜어주며 조리 중 비린내가 덜 나는 특징이 있음. 호텔과 백화점에서는 일반적으로 고품질의 수산물을 비교적 높은 가격에 판매하고 있으며, 어획 시즌에 맞추어 미국산 랍스터나 대구 등의 수산물 특별 프로모션을 진행하기도 함. 향후 5년(2022-2026년) 동안 한국 수산가공식품 시장규모는 연평균성장률 1%를 보일 것으로 전망됨⁸⁾

[표 2.2] 한국 '수산가공식품' 시장규모

단위 : 십억 원



자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 미국 농무부(USDA), 「Korea Seafood Market Update 2022」, 2022.09

3. 일본 생선죽 수입규모

● 생선죽 HS CODE

해당 장에서 생선죽은 'HS CODE 2104.10'으로 분류됨
 HS CODE 제2104호의 품명은 '수프·브로드(broth)와 수프·브로드(broth)용 조제품, 균질화한 혼합 조제 식료품'임
 'HS CODE 2104.10-2000'의 품명은 '어류로 만든 것'임

▶ HS CODE 2104.10 일본 對글로벌 수입액 약 908억 원

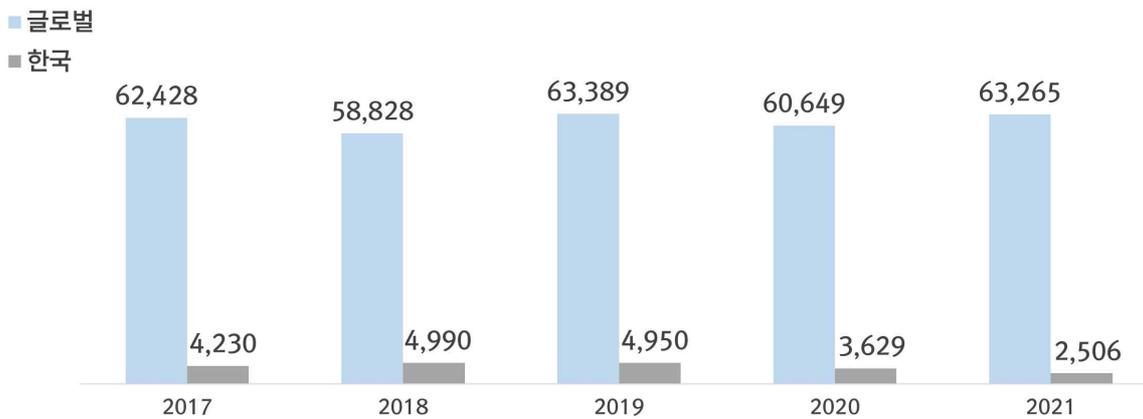
2021년 기준 HS CODE 2104.10의 일본 對글로벌 수입액은 약 908억 원으로 집계됨. 최근 5년(2017-2021년)간 해당 품목의 일본 對글로벌 수입액은 증감을 거듭하면서 해당 기간 연평균성장률 0%로 유사한 수준을 보인 것으로 확인됨

▶ HS CODE 2104.10 일본 對한국 수입액 9위

2021년 기준 HS CODE 2104.10의 일본 對한국 수입액은 약 36억 원으로 전체 수입액 기준 9위를 차지했으며, 지난 5년(2017-2021년) 동안 연평균 12% 감소한 것으로 확인됨. HS CODE 2104.10의 일본 對글로벌 수입액 기준 1위는 중국(약 170억 원), 2위는 호주(약 157억 원), 3위는 프랑스(약 120억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 일본 '생선죽' 수입규모(9)10)11)

단위 : 천 달러



| 분류 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | CAGR |
|-------------|----------|----------|----------|----------|----------|------|
| 일본 對글로벌 수입액 | 62,428 | 58,828 | 63,389 | 60,649 | 63,265 | 0% |
| (한화추정액) | (896억 원) | (844억 원) | (910억 원) | (870억 원) | (908억 원) | |
| 일본 對한국 수입액 | 4,230 | 4,990 | 4,950 | 3,629 | 2,506 | -12% |
| (한화추정액) | (61억 원) | (72억 원) | (71억 원) | (52억 원) | (36억 원) | |

자료 : ITC(International Trade Centre)

9) 자료: ITC(International Trade Centre)

10) 1달러=1,434.80원(2022.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4. 일본 생선죽 수입금액

▶ **일본 HS CODE 2104.10, 1톤당 수입단가 약 568만 원**

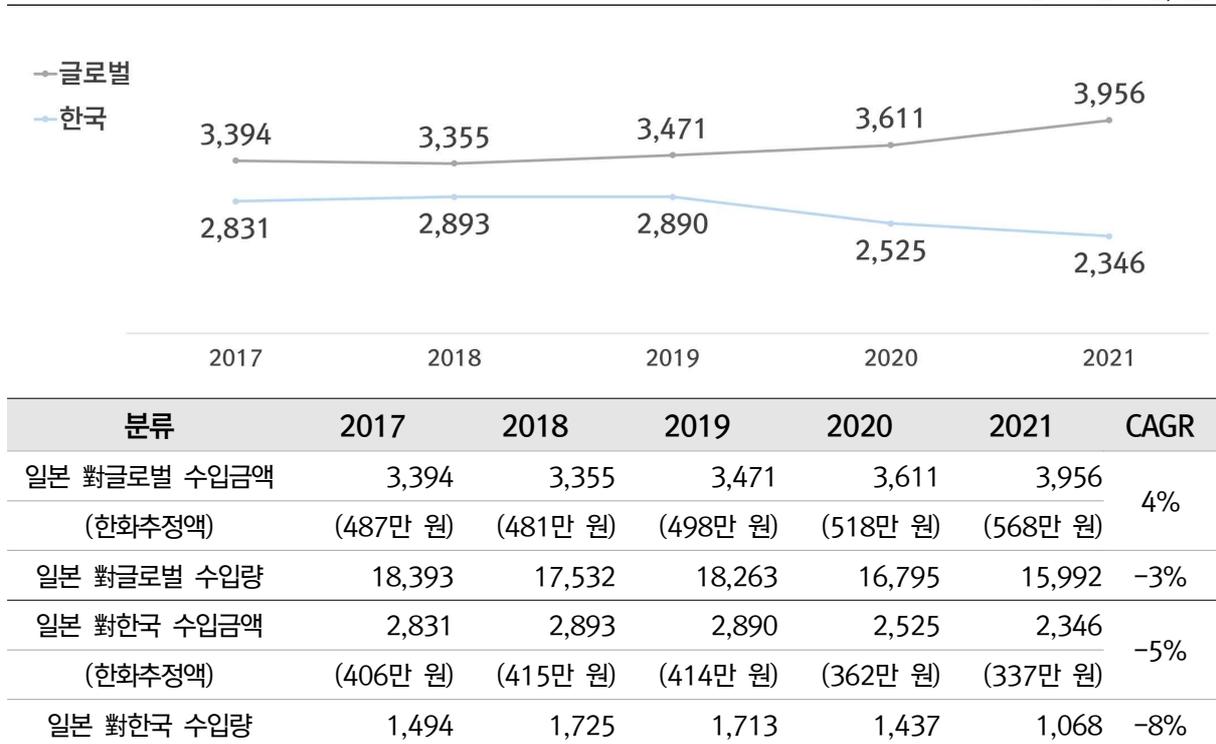
2021년 기준 HS CODE 2104.10의 일본 對글로벌 수입단가는 전년 대비 약 10% 상승한 568만 원으로 집계됨. 해당 품목의 수입단가는 최근 5년(2017-2021년) 동안 연평균 4% 상승함

▶ **일본 HS CODE 2104.10 수입단가, 한국 26위**

2021년 기준 HS CODE 2104.10의 일본 對한국 수입단가는 약 337만 원으로 글로벌 26위에 해당함. 지난 5년(2017-2021년) 동안 해당 품목의 일본 對한국 수입단가는 연평균 5% 하락했으며, 수입량도 연평균 8% 감소한 것으로 확인됨. 해당 품목의 일본 對글로벌 수입단가 순위는 1위 독일(약 3,157만 원), 2위 스위스(약 1,865만 원), 3위 중국(약 1,740만 원)으로 확인됨

[표 2.4] 일본 '생선죽' 단위당 수입금액¹²⁾¹³⁾

단위 : 달러/톤, 톤



자료 : ITC(International Trade Centre)

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨



III. 시장트렌드

1. 일본 수산물 소비 감소 추세
2. 간편하게 섭취할 수 있는 수산가공식품 수요 증가
3. 일본의 수산물 소비 습관
4. 일본의 수산물 음식과 SDGs

1. 일본 수산물 소비 감소 추세

▶ 일본 소비자, 수산물 소비 감소 추세 지속

세계적인 수산물 생산국이자 소비국으로 알려진 일본의 수산물 소비 시장은 향후 지속적으로 위축될 것으로 예상됨. 일본 1인당 연간 수산물 소비량은 2001년 40.2kg으로 정점을 찍은 후 지난 20년 동안 꾸준한 감소세를 보이고 있으며, 2011년에는 육류 소비량에 못 미치는 수준을 보임. 1인당 연간 수산물 소비량은 2019년 기준 전년 대비 1.6킬로그램 증가했다가, 2020년 0.9킬로그램 감소하여 23.4킬로그램으로 집계됨. 이러한 소비 감소세는 수산물과 수산가공식품의 높은 가격대와 조리 시 번거로움이 주요 원인인 것으로 분석됨¹⁴⁾

▶ 수산가공품 소비 또한 2021년 다시 감소세 전환

2020년 코로나 19의 여파로 일본 수산가공품 소매판매액이 전년 대비 약 5% 증가함. 이는 저장 식품을 비롯한 식료품 ‘사재기’ 사태 및 가정 내 취식 빈도가 늘어나며 간편식 구매가 증가했기 때문으로 보임. 다만, 2021년에는 저장 식품이나 레디밀 대신 배달 음식으로 대체하는 소비자가 증가하며 소매판매액이 다시 약 4% 감소함. 일본 소비자들의 건강 의식이 코로나 19 이후로 더욱 향상되었고, 지속가능한 소비에 대한 관심도 점차 확산되고 있다는 점에서 가공육 대비 수산가공품에 대한 수요 또한 성장국면으로 전환될 것으로 기대됨. 이외에도 여성의 경제 참여율이 늘어나면서 간편 조리 제품에 대한 수요도 증가할 것으로 예측됨¹⁵⁾

[표 3.1] 일본 ‘가공육, 수산가공품 및 육류대체품’ 소매판매액

| | | | | | 단위 : 십억 엔 |
|-----------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| 구분 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| 전체 | 4,723.3 | 4,714.8 | 4,712.6 | 4,965.2 | 4,799.2 |
| 가공육 | 1,182.5 | 1,186.8 | 1,184.4 | 1,263.6 | 1,252.2 |
| 수산가공품 | 3,061.6 | 3,047.3 | 3,064.0 | 3,220.1 | 3,091.2 |
| 냉장 수산가공식품 | 2,677.7 | 2,639.4 | 2,665.8 | 2,808.7 | 2,740.8 |
| 상온 수산가공식품 | 309.9 | 330.0 | 322.4 | 332.2 | 273.8 |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

14) 일본 농림수산부(MAFF), 「FY2021 Trends in Fisheries FY2022 Fisheries Policy Summary」, 2022

15) 유로모니터(Euromonitor), 「Processed Meat, Seafood and Alternatives to Meat in Japan」, 2022.02

2. 간편하게 섭취할 수 있는 수산가공품 수요 증가

▶ 일본 소비자의 수산물에 관한 인식

일본의 가구당 연간 신선 수산물 구매량은 지속적으로 감소하고 있으나 지출액 자체는 최근 몇 년간 보합세를 보이고 있어, 수산물 구매 의욕 자체가 쇠퇴하고 있는 것은 아닌 것으로 보임. 또한, 어패류, 육류, 대두의 반찬류 식재료 활용 시의 선호도 조사에서 어패류 섭취량을 늘리고 싶다는 답변이 육류 답변 비중을 크게 상회함. 더 나아가 수산물 소매판매와는 달리 스시 레스토랑 등 수산물 식당에서의 지출은 증가하고 있다는 점과 ‘맛있는 (수산물) 음식 조리’보다는 ‘가능한 한 간단하게 조리’를 원한다는 소비자가 많다는 점에서 앞서 언급한 가격 및 조리 편의성을 고려한 수산가공식품에 대한 수요는 여전히 높다는 점을 알 수 있음¹⁶⁾¹⁷⁾

▶ 일본 레디밀 및 수프에 관한 일반적 트렌드 및 인식

레디밀은 회사원들이 자주 섭취하는 품목으로, 업무지구에서 대부분의 매출이 발생함. 이에 2020년과 2021년 여러 대도시에서 강력한 사회적 거리두기 조치가 이어지면서 레디밀의 소매판매가 급격히 감소함. 다만 레디밀 종류별로 그 양상이 달랐는데, 예를 들어 상온 레디밀은 2020년 당시 높은 편의성과 긴 소비기한 등을 사유로 매출이 증가함. 상온 레디밀의 경우 레스토랑과 협력하는 등 고품질의 식사라는 가치를 제공하는 데 초점을 맞추고 있으며, 냉동 레디밀은 편의성에 주안한 제품을 출시하고 있음. 수프의 경우 도시락과 함께 섭취 가능한 인스턴트 제품이 매출의 상당 부분을 차지하고 있었는데, 레디밀과 마찬가지로 업무지구 이용이 제한됨에 따라 매출이 감소함. 수프 중 가장 대중적인 종류는 ‘미소’이며, ‘미역’을 활용한 수프도 인기가 많은 수프임¹⁸⁾¹⁹⁾

[표 3.2] 일본 ‘레디밀’ 소매판매액

| 구분 | 단위 : 십억 엔 | | | | |
|--------|-----------|---------|---------|---------|---------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| 레디밀 | 2,238.1 | 2,283.0 | 2,342.4 | 2,381.8 | 2,415.0 |
| 냉동 레디밀 | 293.4 | 301.3 | 318.8 | 355.2 | 360.1 |
| 상온 레디밀 | 145.3 | 150.6 | 154.8 | 173.5 | 164.2 |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

16) 한국수산경제, 「일본의 수산물 소비·유통 현황」, 2020.01

17) 대한무역투자진흥공사(KOTRA), 「2021 일본의 수산업」, 2021.12

18) 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in Japan」, 2022.02

19) 유로모니터(Euromonitor), 「Soup in Japan」, 2022.02

3. 일본의 수산물 소비 습관

▶ 수산물 강국 일본의 식문화에 포함된 수산물

일본 식(食)문화의 핵심에는 수산물이 자리 잡고 있음. 먼저, 유네스코 문화유산에도 등재된 와쇼쿠(和食)는 우리가 흔히 알고 있는 ‘일식(日食)’ 식사 전반 및 이와 관련된 기술이나 지식, 전통을 모두 포괄하는 뜻으로, 주로 7가지의 주요 재료와 1가지 보조 재료로 구성되는데, 이 중에 보조 재료가 바로 생선이나 고기 등 동물성 단백질로 구성됨. 와쇼쿠의 종류에는 오세치(お節), 가이세키(会席料理) 등이 있는데, 그중 오세치는 새해 연휴 동안 건강·행복·후손의 번영 등을 기원하며 즐기는 일본의 전통 요리임. 정초 3일간 불을 사용하지 않는 풍습에 따라 오세치에는 생선구이나 새우, 어묵, 청어 알, 다시마 등 다양한 수산물이 포함됨. 이외에도 1980년대 말과는 달리 유통 및 냉장 기술의 발달에 따라 조리가 용이한 형태로 구매 가능한 어종의 소비를 선호하게 되면서 최근 몇 년간 일본에서 가장 많이 소비되고 있는 수산물 종류는 슬라이스나 토막 가공 형태로 주로 유통되는 연어, 참치, 방어 등이 상위권을 차지함

▶ 일본 소비자가 가장 많이 먹는 수산물 음식은 ‘스시’

2022년 조사 결과 일본 소비자가 지난 2년간 가장 많이 섭취한 수산물 활용 음식은 ‘스시’인 것으로 나타남. 다음으로는 구운 생선, 사시미(회), 튀김 등이 차례로 나타났고, 이외에 삶거나 찐 수산물에 대한 응답률도 높게 나타남. 다만 수산물 ‘수프’는 약 50%의 응답률에 그쳤음²⁰⁾

[표 3.3] 일본 가구별 수산물 연간 지출 금액

| 구분 | 단위 : 엔 | | | | |
|--------|---------|--------|--------|--------|--------|
| | 2000 | 2005 | 2010 | 2015 | 2021 |
| 수산물 전체 | 110,868 | 93,041 | 82,278 | 81,337 | 75,035 |
| 신선 수산물 | 67,847 | 56,018 | 47,976 | 46,454 | 42,610 |
| 수산가공식품 | 12,720 | 10,915 | 10,092 | 10,862 | 10,747 |

자료: 일본 총무성(総務省)

20) 스태티스타(Statista), 『Most popular seafood dishes Japan 2022』, 2022.10

4. 일본의 수산물 음식과 SDGs

▶ 일본에서 주목받고 있는 지속가능한 수산업, ‘Fish SDGs’

국제연합(UN)이 설정한 국제사회의 공동 목표 지속가능개발목표(Sustainable Development Goals, SDGs)에 입각하여 일본 정부도 산업 전반에서의 SDGs 목표를 세우고 있는데, 수산업계에서도 이의 영향으로 폐기물을 줄이고 지속가능한 생산 방식을 도입할 수 있도록 변화하고 있음. 일례로 요코하마푸드서비스(Yokohama Food Service)는 가공 과정에서 버려지는 생선 조각을 이용한 5가지 종류의 벤또박스를 요코하마 사립대학 학생들과 공동 개발했으며, 제품을 ‘SDG 식사’라 일컫는 등 지속가능성 기반으로 홍보를 진행함. 또한, 환경 안전 기준을 준수한 수산제품임을 보증하는 MSC, ASC, MEL 인증 등의 해양 에코 라벨 사용이 확산되고 있음²¹⁾

▶ 대표적인 일본 수산물 음식

일반적으로 ‘일식(日食)’하면 수산물 음식이 떠오르는데, 스시나 타코야키, 장어덮밥이나 연어덮밥 등이 그 예시임. 이외에도 사바미소니(고등어 미소 조림), 카나가와 지역에서 유래한 시라스동(잔멸치덮밥), 도미가 통째로 올라간 타이메시(도미밥), 보통 새우와 함께 조리하는 텐신동(계란덮밥), 카이야키미소(가리비 된장구이) 등이 있음. 국물 요리로는 아오모리 지역의 유명한 음식인 이치고니(성게와 전복으로 포함된 국), 텃치리(복어 전골), 우시오지루(생선머리뼈로 만든 맑은국) 등이 유명함. 대표적인 죽 요리로는 시라가유(흰쌀죽)과 조스이(다양한 재료가 함유된, 보통 계란이 포함된 죽)가 대표적이며 조스이에는 버섯이나 생선 등 다양한 재료를 넣어 죽을 만들어 섭취함

[그림 3.1] 일본의 대표적인 수산물 음식 및 생선죽



자료: 쿡패드(cookpad), 테이스트아틀라스(taste atlas)

21) 일본 농림수산부(MAFF), 「FY2021 Trends in Fisheries FY2022 Fisheries Policy Summary」, 2022



IV. 유통채널

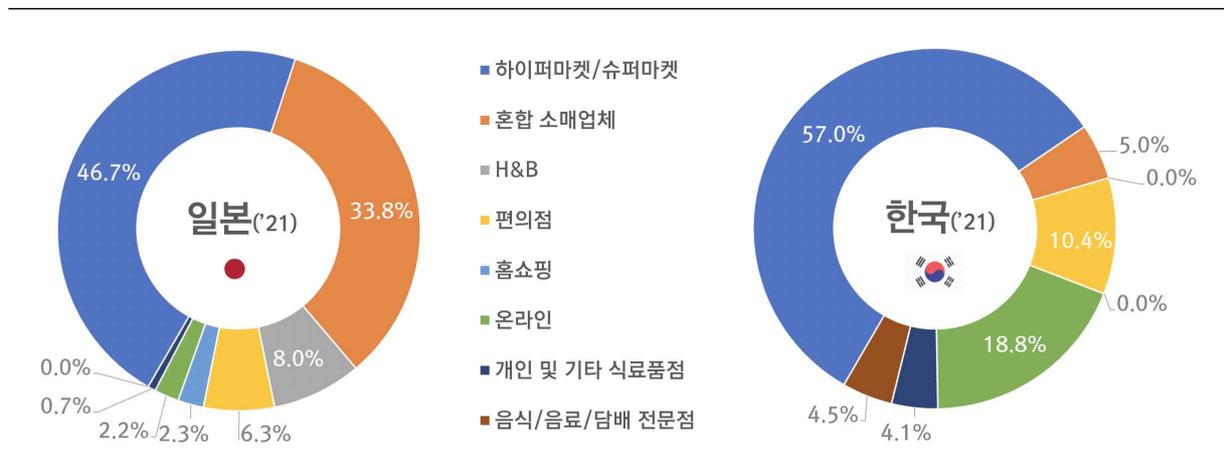
1. 일본 생선죽 유통채널 비교
2. 일본 생선죽 유통채널 특징
3. 일본 생선죽 B2C 유통채널

1. 일본 생선죽 유통채널 비교

▶ 일본 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 ‘혼합 소매업체’ 점유율 1, 2위

2021년 기준 일본 ‘가공육, 수산가공품 및 육류대체품’의 46.7%가 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’을 통해 유통되었으며 한국에서는 57.0%가 동 채널을 통해 유통됨. 다음으로 ‘혼합 소매업체’의 유통점유율은 일본에서 33.8%로 일본 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 약 13%p 정도의 차이가 났으며, 한국에서의 유통점유율은 5.0%인 것으로 나타남. 한국에서의 2위 채널은 ‘온라인’으로 18.8%를 점유했으며, 일본에서 해당 채널의 유통점유율은 2.2%로 집계됨

[표 4.1] 일본 생선죽 소매유통채널 점유율



| 일본 | 유형 | 한국 |
|-------|-----------------------------|-------|
| 46.7% | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | 57.0% |
| 33.8% | 혼합 소매업체 | 5.0% |
| 8.0% | H&B | 0.0% |
| 6.3% | 편의점 | 10.4% |
| 2.3% | 홈쇼핑 | 0.0% |
| 2.2% | 온라인 | 18.8% |
| 0.7% | 개인 및 기타 식료품점 ²⁵⁾ | 4.1% |
| 0.0% | 음식/음료/담배 전문점 | 4.5% |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 2021년 기준, 일본 및 한국 ‘가공육, 수산가공품 및 육류대체품(Processed meat, seafood and alternatives to meat)’의 소매유통채널 점유율임
 23) ‘생선죽’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘가공육, 수산가공품 및 육류대체품(Processed meat, seafood and alternatives to meat)’의 정보를 확인함
 24) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음
 25) 본 보고서에서 ‘개인 및 기타 식료품점’은 ‘아시안마트/한인마트’를 포함함

2. 일본 생선죽 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

▶ 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 이온그룹 및 라이프코퍼레이션

일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 이온그룹(AEON Group)은 2021년 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 17조 167억 엔(약 169조 184억 원²⁶⁾)의 12.9%를 점유하였으며, 라이프코퍼레이션(LIFE Corp.)은 전체 매출액의 4.5%를 점유함

▶ 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 2021년 매출 다시 하락세 전환²⁷⁾

일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 채널은 2021년 일본 현대적 식품 유통채널 전체 매출의 68.1%를 차지할 정도로 일본 내 유통 업계에서 높은 영향력을 행사함. 다만, 해당 채널은 코로나 19 이전부터 매출이 감소하고 있었는데, 2020년 코로나 19의 영향으로 매출이 약 전년 대비 6.4% 증가하였다가 올해 다시 2.9% 감소하여 예년 수준으로 돌아가고 있음. 또한, 현재 편의점, 드럭스토어, 온라인 등 유통 채널 간 경쟁이 심화되고 있어 이러한 추세가 지속될 것으로 전망됨. 이에 해당 업계 업체들은 새로운 결제 방식 도입, 매장 내 섭취 가능한 식품의 다양화 등 매장 내 경험 증진을 위해 힘쓰고 있음

[표 4.2] 일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

| 순번 | 기업명 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('21) ²⁸⁾ | 산하 주요 브랜드 |
|----|------------------------------|--|---|
| 1 | 이온그룹(AEON Group) | 12.9% | 맥스밸류(MaxValu), 마루에츠(Maruetsu) 카스미(Kasumi), 마이바스켓(My Basket) |
| 2 | 라이프코퍼레이션(LIFE Corp) | 4.5% | 라이프(Life) |
| 3 | 세븐앤아이홀딩스(Seven & I Holdings) | 3.5% | 요크(York) |
| 4 | 바로코퍼레이션(Valor Co.) | 2.3% | 바로(Valor) |
| 5 | 아크스그룹(Arcs Group) | 2.0% | 라루즈(Ralse) |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

26) 100엔=993.25원(2022.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Japan Country Report」, 2022.02

2) 아시안마트/한인마트

▶ **일본 주요 아시안마트/한인마트 업체, 장터 및 서울시장**

일본 주요 아시안마트/한인마트 업체로는 장터 한국광장(韓国広場) 및 서울시장(ソウル市場) 등이 있음. 장터 한국광장은 도쿄, 오사카 각 도시에 매장과 물류센터를 1개씩 보유하고 있으며, 서울시장은 도쿄에 1개의 매장과 사이타마에 물류센터를 보유하고 있는 것으로 나타남

▶ **일본 내 한국식품 수요 증가로 도쿄 교외 지역에 한인마트 출점²⁹⁾**

2020년 12월, 도쿄 인근 교외지역인 사이타마현 카와구치시에 한국 식품 전문 편의점인 칸비니(韓比二)가 출점함. 기존 한인마트는 도쿄, 오사카 등 중심도시에 위치해 있었으나, 다양한 콘텐츠로 인해 한류붐이 다시금 일며 한국 식품에 대한 수요가 높아짐에 따라 한인마트가 교외 지역 주거지에 입점하게 되었음. 현재 한류 문화에 관심이 높은 일본 젊은 여성 고객의 방문비율이 높은 것으로 나타남

[표 4.3] 일본 주요 아시안마트/한인마트

| 순번 | 기업명 | 설립연도 | 매장 수('20) | 주요 거점 |
|----|---------------|-------|-----------|---------|
| 1 | 장터 한국광장(韓国広場) | 1993년 | 2개 | 도쿄, 오사카 |
| 2 | 서울시장(ソウル市場) | 2009년 | 1개 | 도쿄 |
| 3 | 칸비니(韓比二) | 2020년 | 1개 | 사이타마 |

자료: 기업 홈페이지

28) 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

29) 농식품수출정보(KATI), 「일본, 한국 편의점 '韓비니' 오픈」, 2021.05

3) 편의점

- ▶ **일본 주요 편의점 업체, 세븐앤아이홀딩스 및 패밀리마트코퍼레이션**
 일본 주요 편의점 업체 세븐앤아이홀딩스(Seven & I Holdings)는 2021년 일본 편의점 전체 매출액 7조 9,7770억 엔(약 79조 2,385억 원)의 43.6%를 점유했으며, 패밀리마트코퍼레이션(FamilyMart Co.)은 전체 매출액의 26.2%를 점유함
- ▶ **기타 편의시설 제공으로 경쟁력 강화에 힘쓰고 있는 편의점³⁰⁾**
 타 국가 대비 편의점의 영향력이 큰 일본에서는 편의점이 2021년 현대적 식품 유통채널의 31.9%를 점유했으며, 2020년 코로나 19로 한 차례 매출이 하락했던 것을 제외하고는 꾸준히 성장하고 있는 채널임. 채널 내 경쟁이 치열한 관계로 편의점 외에 코인 세탁시설이나 서점, 의약품 배송 픽업 포인트 제공 등 다른 편의 기능과 결합한 형태의 매장을 선보이고 있으며, 미디어에서도 편의점 브랜드 간 자체상표 상품을 비교하여 정보를 제공하는 등 자체상표 상품 또한 여전히 중요한 대표 전략으로 작동 중임. 또한, SDGs 목표에 부합하는 지속가능한 운영 방식 및 상품을 선보이는 것이 최근의 트렌드로, 100% 재사용 가능한 페트병을 활용한 음료 등이 그 예시임

[표 4.4] 일본 주요 편의점 업체

| 순번 | 기업명 | 편의점 매출액 점유('21) ³¹⁾ | 산하 주요 브랜드 |
|----|----------------------------------|--------------------------------|--|
| 1 | 세븐앤아이홀딩스 (Seven & I Holdings) | 43.6% | 세븐일레븐 (7-Eleven) |
| 2 | 패밀리마트코퍼레이션 (FamilyMart Co.) | 26.2% | 패밀리마트 (Familymart) |
| 3 | 로손 (Lawson) | 20.5% | 로손(Lawson), 로손스토어100(Lawson Store 100) |
| 4 | 야마자키베이킹 (Yamazaki Baking) | 4.3% | 야마자키숍(Yamazaki Shop), 데일리아마자키(Daily Yamazaki) |
| 5 | 이온그룹(AEON Group) | 2.5% | 미니스톱 (Ministop) |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

30) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Japan Country Report」, 2022.02

31) 일본 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

4) 온라인

▶ **일본 주요 온라인 유통채널, 아마존닷컴 및 라쿠텐**

일본의 주요 온라인 유통업체 아마존닷컴(Amazon.com) 2021년 일본 온라인 유통채널 전체 매출액 14조 2,378억 엔(약 141조 4,169억 원) 중 28.2%를 점유하였으며, 라쿠텐(Rakuten)은 매출액의 25.1%를 점유함

▶ **일본 온라인 유통채널, 코로나 19 이후 가파른 성장세 보여³²⁾**

일본 온라인 유통채널은 코로나 19 이전부터 6% 내외의 성장세를 보이다 코로나 19의 영향으로 2020년 기준 전년 대비 22.7% 성장하였으며 2021년에도 그 기세를 이어 16.2% 성장함. 온라인 식품 유통채널의 성장 또한 눈에 띄었는데, 일례로 소비자들 사이에 인터넷 식품 쇼핑이 가능한 슈퍼마켓을 뜻하는 ‘넷슈퍼(Net Super)’가 일반적인 용어로 자리잡게 됨. 시장의 성장이 계속되자 오케이(OK) 슈퍼마켓 등 기존 유통업체의 온라인 진출이 지속되고 있으며, 배송 서비스 전문 업체인 우버이츠(Uber Eats)에서 식품 서비스를 제공하는 우버이츠마켓(Uber Eats Market)을 새롭게 런칭하는 등 시장 구도가 끊임없이 변화하고 있음. 이외에도 냉동 기술의 발전으로 냉동 스시 배달 서비스가 개시되기도 했으며, 타 유통업체와 마찬가지로 SDGs 목표 달성을 위해 판매에는 부적합하나 섭취에는 아무 문제가 없는 제품을 위한 거래 플랫폼 등이 새로이 출시되기도 함

[표 4.5] 일본 주요 온라인 유통채널

| 순번 | 기업명 | 온라인 유통채널 매출액 점유(*21) ³³⁾ | 산하 주요 브랜드 |
|----|--|--|--------------------|
| 1 | 아마존닷컴 (Amazon.com) | 28.2% | 아마존 (Amazon) |
| 2 | 라쿠텐 (Rakuten) | 25.1% | 라쿠텐 (Rakuten) |
| 3 | 소프트뱅크 (Softbank) | 14.2% | 조조타운 (Zozotown) |
| 4 | 재팬컨슈머즈코퍼레이티브유니언 (Japan Consumers Cooperative Union) | 3.0% | 코업(Co-op) |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

32) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-Commerce in Japan Country Report」, 2022.02

33) 일본 온라인 유통채널 점유율 부문 상위 5개 기업

3. 일본 생선죽 B2C 유통채널 ① 라이프

| | | | |
|-------------|---------------------|---|----------------------------------|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 라이프(Life) | |
| | 기업구분 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | |
| | 홈페이지 | www.lifecorp.jp | |
| | 위치 | 도쿄(Tokyo) | |
| | 규모 | 매출액('21) | 약 7,683억 3,400만 엔(약 7조 6,315억 원) |
| 기업 요약 | 기타 규모 | <ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 약 275개 직원 수('19): 약 2만 7,297명 | |
| | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> 라이프 코퍼레이션이 운영하는 슈퍼마켓 브랜드로 일본에서 두 번째로 큰 슈퍼마켓 체인 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지 | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | <ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등 | |
| | 선호제품 | <ul style="list-style-type: none"> 기존 플랫폼에 없는 신제품 | |
| | 매장 전경 |   | |
| 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 <ol 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) 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), 니케이아시아(Nikkei Asia), 스탯스타(Statista)

사진 자료: 라이프(Life)

3. 일본 생선죽 B2C 유통채널 ② 마루에츠

| | | | | |
|-------------|---|--|--|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 마루에츠(Maruetsu) | |  |
| | 기업구분 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | | |
| | 홈페이지 | www.maruetsu.co.jp | | |
| | 위치 | 도쿄(Tokyo) | | |
| | 규모 | 영업이익('21) 3,954억 5,700만 엔(약 3조 9,279억 원) 기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('21): 약 300개 • 직원 수('21): 1만 6,503명 | | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 일본 대표 포인트카드 관련 업체인 티포인트(T Point)와 합작하여 마루에츠(Maruetsu) 점포의 시간대별 혼잡도 체크 서비스 제공 시작 • 일본 온라인마켓 라쿠텐(Rakuten)에서 제공하는 전자화폐 에디(Edy) 사용 가능 • 매장 내 컨택트리스 결제, 넷슈퍼, 배송 기능 등 '뉴노멀' 친화 기업 • 일반 식품은 매출의 26.8%, 신선 생선은 8.6% 차지 | | | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | <ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 주류, 담배류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등 | | |
| | 선호제품 | <ul style="list-style-type: none"> • 기존 플랫폼에 없는 신제품 | | |
| | 매장 전경 |   | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 (www.maruetsu.co.jp/syoudan) - 홈페이지 메뉴 'お問合せ - 商談窓口' 클릭 - 취급 상품 카테고리 확인 후 해당부서 클릭하여 제안서 제출 - 홈페이지 기입 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 • 기타 특이사항 및 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 인터넷으로 구입한 식료품 배달 서비스 제공 중 - 유선 연락이나 팩스를 통한 입점 문의는 받지 않음 - 지역별 매장 리스트 및 연락처 상이하며 홈페이지를 통해 확인 가능 | | |

자료: 마루에츠(Maruetsu)

사진 자료: 마루에츠(Maruetsu)

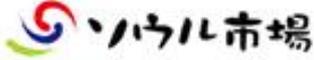
3. 일본 생선죽 B2C 유통채널 ③ 장터 한국광장

| | | | |
|-------------|---------------------|---|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 장터 한국광장(韓国広場) | |
| | 기업구분 | 아시안마트/한인마트 | |
| | 홈페이지 | shopping.geocities.jp/hiroba | |
| | 위치 | 도쿄(Tokyo) | |
| | 규모 | 기타 규모 • 매장 수('21): 2개 | |
| | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 • 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료 • 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매 • 식료품 매장 외에도 도매 전문 인터넷 쇼핑몰과 화장품 전문점을 운영함 | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | <ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등 | |
| | 선호제품 | <ul style="list-style-type: none"> • 한국제품 | |
| | 매장 전경 |   | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 - 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) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-3-3232-9330 - 상담 가능 시간: 08:00-23:00 | |

자료: 장터 한국광장(韓国広場)

사진 자료: 장터 한국광장(韓国広場)

3. 일본 생선죽 B2C 유통채널 ④ 서울시장

| | | | |
|----------|---------------|--|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 서울시장(ソウル市場) |  |
| | 기업구분 | 아시안마트/한인마트 | |
| | 홈페이지 | www.seoul-ichiba.com | |
| | 위치 | 도쿄(Tokyo) | |
| | 규모 | 기타 규모 • 매장 수('21): 1개 | |
| | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 해피그룹(Happy Group)이 운영하는 식료품 매장으로, 한인마트 외에도 한식당, 치킨 프랜차이즈 운영 • 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 • 신오쿠보(新大久保) 역에서 도보 5분 거리 • 한식 반찬으로 구성된 도시락 판매 | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | <ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등 | |
| | 선호 제품 | <ul style="list-style-type: none"> • 한국제품 | |
| | 매장 전경 |   | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol 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 • 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)

사진 자료: 서울시장(ソウル市場)

3. 일본 생선죽 B2C 유통채널 ⑤ 세븐일레븐

| | | | | |
|-------------|---------------------|---|-------------------------------|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 세븐일레븐(7-Eleven) | |  |
| | 기업구분 | 편의점 | | |
| | 홈페이지 | www.sej.co.jp | | |
| | 위치 | 도쿄(Tokyo) | | |
| | 규모 | 매출액('21) | 약 8조 7,498억 엔(약 86조 9,074억 원) | |
| | 기타 규모 | <ul style="list-style-type: none"> 매장 수('21): 약 2만 1,700개 직원 수('21): 약 9,000명 | | |
| | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> 2018년 점포 수 2만 개 돌파 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 세븐일레븐닛콘비나라는 명칭의 30분 이내 자체 배송 서비스 운영 | | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | <ul style="list-style-type: none"> 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 제과류, 화장품, 문구, 위생용품 등 | | |
| | 선호 제품 | <ul style="list-style-type: none"> 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품 다수 | | |
| | 매장 전경 |   | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> Seven&I Holdings 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 <ol 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) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-3-5793-4370 - 이메일: 7andi-helpline@integrex.jp | | |

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

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

3. 일본 생선죽 B2C 유통채널 ⑥ 로손

| | | | |
|-------------|--|--|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 로손(Lawson) |  |
| | 기업구분 | 편의점 | |
| | 홈페이지 | www.lawson.co.jp | |
| | 위치 | 도쿄(Tokyo) | |
| | 규모 | 매출액('21) 6,983억 7,100만 엔(약 6조 9,366억 원) 기타 규모 • 매장 수('21): 약 1만 4,656개 • 직원 수('19): 약 1만 7,395명 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1975년 설립됨 • 일본 외에 중국, 태국, 필리핀, 인도네시아, 미국 하와이 등에서 약 3,600개의 매장을 운영하고 있음 • 우버이츠와 협력하여 OTC 일반의약품 배송 서비스 개시 • 니폰슈판한바이와 협력하여 서점과 함께 운영하는 매장 개점 | | |

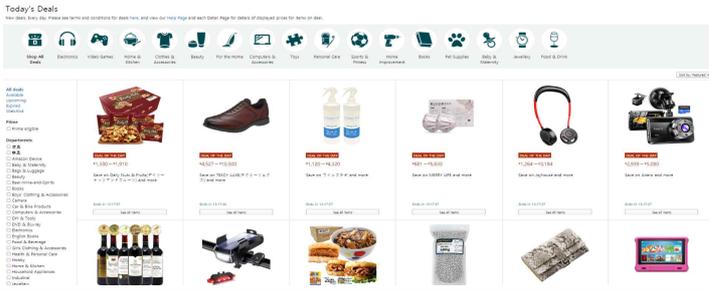
| | | | |
|------|----------|---|--|
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | • 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 제과류, 서적류, 화장품, 위생용품 등 | |
| | 선호제품 | • 디저트류 스낵 | |
| | 매장 전경 |   | |

| | | |
|-------------|---------------------|---|
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 유선전화를 통한 입점 문의 - 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) • 공급자는 홈페이지 내 'Trading policy' 엄수 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-120-07-3963 |
|-------------|---------------------|---|

자료: 로손(Lawson)

사진 자료: 로손(Lawson)

3. 일본 생선죽 B2C 유통채널 ⑦ 아마존

| | | | |
|------------|--|--|-----------------------------------|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 아마존(Amazon) | |
| | 기업구분 | 온라인 종합 쇼핑몰 | |
| | 홈페이지 | www.amazon.co.jp | |
| | 규모 | 매출액('21) | 4,698억 2,200만 달러(약 674조 1,006억 원) |
| | 기타 규모 | • 방문횟수(최근 1개월): 59억 2,500만 회 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1994년 설립되어 일본에는 2000년 진출 • 2021년 일본 온라인 유통채널 브랜드 및 기업 점유율 1위 • 틱톡 등 소셜미디어를 통해 홍보를 진행하고 아마존 및 라쿠텐 등에서 판매를 진행하는 다양한 소규모·수입 브랜드 多 | | |
| 매장 운영 정보 | 홈페이지 정보 | 해외 판매 | 해외판매 가능 |
| | | 운영 방식 | 온라인마켓 |
| | | 검색 방식 | 제품, 카테고리, 브랜드 검색 |
| 주요 프로모션 정보 |  | | |
| | 10,000엔 이상 구매 시 500엔 쿠폰 증정, 첫 구매 시 쿠폰 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행 | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭 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, 제품 종류, 예상 매출액, 판매입고량) • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +0120-999-373 | |

자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb), 스탯스타(Statista)

사진 자료: 아마존(Amazon)

3. 일본 생선죽 B2C 유통채널 ⑧ 라쿠텐

| | | | |
|------------|--|--|-----------------------------|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 라쿠텐(Rakuten) | |
| | 기업구분 | 온라인 종합 쇼핑몰 | |
| | 홈페이지 | www.rakuten.com.jp | |
| | 규모 | 매출액('21) | 1조 6,800억 엔(약 16조 6,866억 원) |
| | 기타 규모 | • 방문횟수(최근 1개월): 51억 9,400만 회 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1997년 설립 • 2021년 전년 대비 매출액 증가율이 22.0%를 달성 • 전 세계 약 30여 개 국가에서 서비스 운영 • 쇼핑 플랫폼 외에도 핀테크 및 인터넷 서비스 등의 사업 분야 보유 | | |
| 매장 운영 정보 | 홈페이지 정보 | 해외 판매 | 해외 판매 가능 |
| | | 운영 방식 | 온라인마켓 |
| | | 검색 방식 | 제품, 카테고리, 브랜드 검색 |
| 주요 프로모션 정보 |  <p>시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매 금액 페이백 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행</p> | | |
| 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 <ol style="list-style-type: none"> ① 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호, 대표 Fax 번호, 대표자명) ② 운영 담당자 정보 (담당자 이름, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형) • 문의사항 연락처 - 이메일: sales-list@rakuten.com | |

자료: 라쿠텐(Rakuten), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)



V. 진입장벽

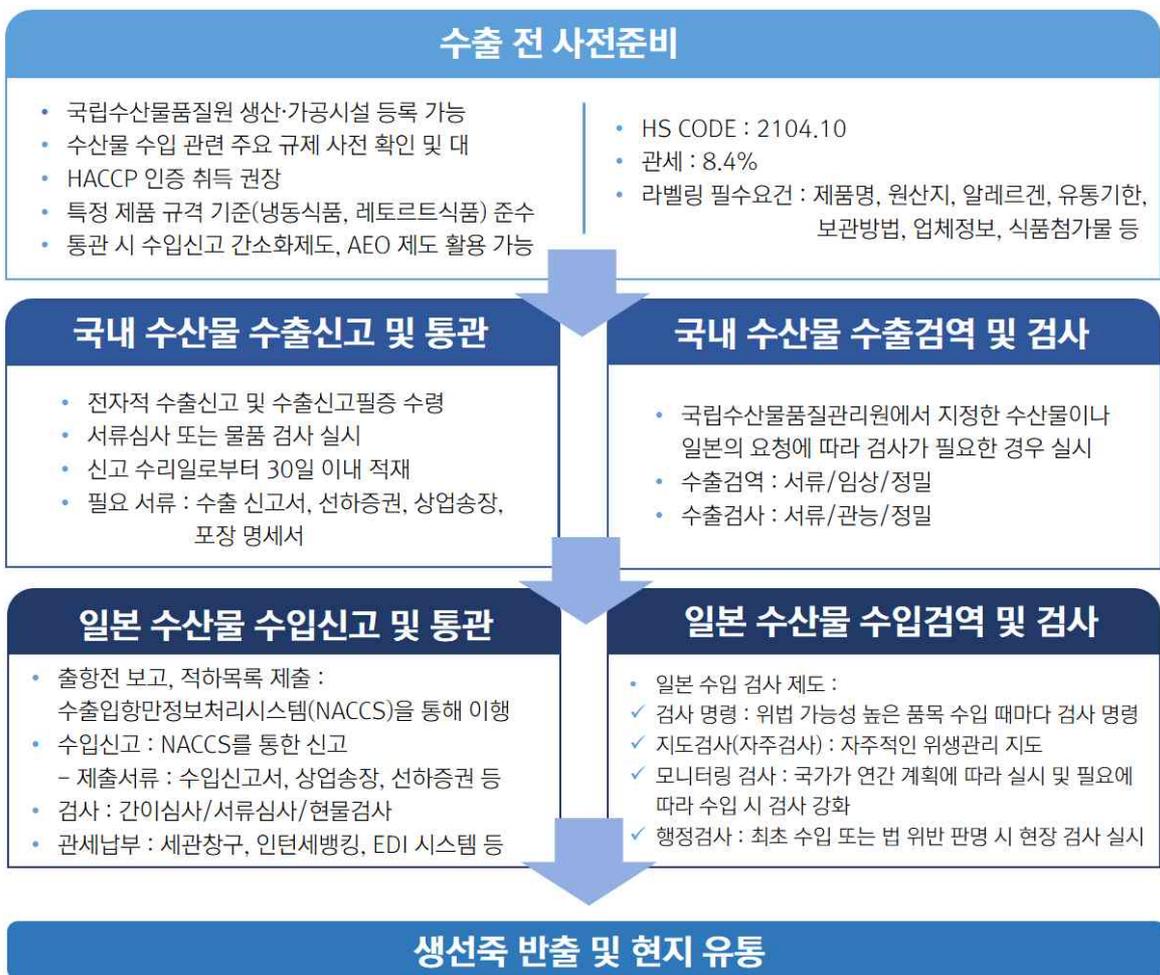
1. 생선죽 통관 및 검역 절차
2. 생선죽 수출 전 사전 준비
3. 생선죽 국내 수출 신고 및 통관
4. 생선죽 국내 수출 검역 및 검사
5. 생선죽 일본 수입 신고 및 통관
6. 생선죽 일본 수입 검역 및 검사

1. 생선죽 통관 검역 및 절차³⁴⁾

▶ 일본 생선죽 수출 시 통관 절차별 참고사항

일본 수산물 수출통관과 관련된 기관은 대표적으로 일본 후생노동성, 농림수산업성, 관세청 등이 있음. 소비자 안전과 수산업 보호를 위해 다양한 제도를 운영하고 있으며, 관세법, 수입무역 관리령, 식품위생법 등의 법률을 준수할 것을 요구하고 있어 진입장벽이 높은 편임. 라벨링 표기 사항, 수입검사 기준 등을 사전에 파악하여 철저한 대비가 필요하며, 신속통관과 관련하여 AEO제도나 수입신고 간소화제도를 활용할 것을 권장함

[표 5.1] 일본 생선죽 통관 검역 절차³⁵⁾



자료: 관세청, 국립수산물품질관리원, 일본 후생노동성, 일본 농림수산업성

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

35) 농수산물 품질관리법 제 74조에 따르면, 위생관리기준에 맞는 수산물의 생산 가공시설을 운영하는 자는 생산·가공시설 등을 해양수산부장관에게 등록하고 해당 시설에서 생산·가공·출하하는 수산물 수산·가공품에 대하여 해당 사실을 표시하거나 광고할 수 있음

2. 생선족 수출 전 사전 준비

▶ 일본, 수산물 수입 관련 주요 규제

일본으로 수입 수산물의 통관 진행 시 적용되는 각종 허가·승인 등의 절차가 존재함. 수입 승인 규제와 식품 관련 제도, 기타 수산물 규제에 대해 사전 파악이 필요하며, 수입할당, 2호 승인, 사전확인 품목은 승인, 허가를 받은 경우에 한하여 수입할 수 있으므로 꼼꼼한 대비가 요구됨

[표 5.2] 일본 수산물 수입 관련 주요 규제

| | | |
|-----------|-----------|---|
| 수입 승인 규제 | 수입할당제도 | <ul style="list-style-type: none"> - 자국 산업 보호 및 관리의 목적으로 수산물을 수입할 수 있는 수량의 상한을 정하고 이 한도 내에서 수입을 허용함 - 한국산 수산물인 대구, 방어, 꽂치, 관자, 멸치, 전갱이, 고등어, 정어리, 가리비가 해당함. 활, 신선, 냉장, 냉동, 염장 등 어종의 어분을 포함한 모든 가공형태가 적용됨 - 그 외 김 품목을 할당 적용함 |
| | 수입승인제도 | <ul style="list-style-type: none"> - 수입 승인 품목에 대해서 '2호 승인'과 '2의 2호 승인'으로 수입규제가 나뉘어있는데 '2호 승인'이란 특정 원산지 및 선적지역으로부터의 특정 화물, UN의 경제 제재 대상이 된 국가로부터의 수입품이 승인 대상이며, '2의 2호 승인'은 원산지 및 선적지역을 불문하고 승인을 받아야만 하는 품목임 - 중국, 북한, 대만을 원산지로 하는 연어, 송어 등이 해당함 |
| | 사전확인제도 | <ul style="list-style-type: none"> - 냉동 참다랑어, 남방 참다랑어, 눈다랑어 또는 청새치, 고래 및 그 조제품 등이 해당함 |
| 식품 관련 제도 | 식품위생법 | <ul style="list-style-type: none"> - 자국 내 식품 안전성 확보, 국민건강 보호를 도모하고자 식품 등의 규격·기준·규제에 관한 법으로 식품첨가물, 농약 잔류 기준, 식품표시에 관한 법을 포함 |
| | 식품표시법 | <ul style="list-style-type: none"> - 식품위생법, JAS법 및 건강증진법으로 각각 도입·운영되었던 식품 표시에 관한 규정을 식품표시법으로 통합·정비 |
| 기타 수산물 규제 | 수산자원보호법 | <ul style="list-style-type: none"> - 수산 동물의 질병 중 수산업 등에 큰 피해를 가져올 우려가 있는 수산 동물의 확산을 사전에 방지하고자 일부 어류, 갑각류, 어패류에 대해 수입허가가 필요함 |
| | 멸종위기종 보호법 | <ul style="list-style-type: none"> - 워싱턴 협약(Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora)에 의해 규제되고 있는 멸종 위기 동물인 경우, 수입 승인이 필요 |

자료: 일본 후생노동성, 일본 농림수산업성, 일본 경제산업성, 통합무역정보서비스

▶ **일본 생선죽, HS CODE 및 관세율 확인**

일본으로 생선죽 수출 시, 세율은 WTO 협정세율, 기본세율에 따라 결정됨. 일본 관세 신청 및 납부 관리는 일본 관세청이 담당함. 고객사 제품의 경우 WTO 협정세율의 적용을 받아 8.4%의 관세가 부과됨. WTO 협정관세는 세계무역기구(WTO) 회원국에 대하여 적용하는 관세로서, 별도의 원산지증명서 제출을 요하지 않음. 다만 원산지 증명서는 원산지를 증명하는 부대 서류로서 신용장 거래 등의 과정에서 활용할 수 있음. 일본의 경우 원산지 증명서 발급 시 ‘자율발급’ 방식이어야 하며, 수출자, 생산자, 수입자가 발급 대상임. 이와 관련된 자세한 내용은 관세청 FTA포털을 통해 확인할 수 있음

[표 5.3] 생선죽 HS CODE

| | | |
|----------------------|--|-------------|
| 생선죽 HS CODE 품목 정의 | 수프·브로드(broth)와 수프·브로드(broth)용 조제품, 균질화한 혼합 조제 식료품 - 어류 또는 기타 해산물을 기반으로 하여 | |
| 생선죽 한국 HS CODE | 2104.10-2000 | |
| 생선죽 일본 HS CODE | 2104.10-020 | |
| 관세 | 1순위 WTO 협정세율 | 2순위 기본세율 |
| | 8.4% | 8.4% |

자료: 관세법령정보포털, 통합무역정보서비스, FTA 포털

▶ **일본 생선죽, HACCP 인증 취득 권장**

일본으로 생선죽 수출 시, 일본 내 품질 인증에 대한 요구가 증대하고 있어 HACCP 인증은 취득할 것을 권장함. 2021년 6월 1일부터 일본 내 식품 관련 사업자는 반드시 HACCP 인증을 받아야 하며, 수입 식육 제품에 한해 HACCP 인증을 의무화하고 있음. 또한, 자체에서 발급하는 JAS(Japanese Agricultural Standard), MEL(Marine Ecolabel Japan) 인증이나 수산물 생산에 관한 MSC(Marine Stewardship Council), ASC(Aquaculture Stewardship Council) 등 글로벌 인증을 추가로 받아 활용할 수 있음

[표 5.4] 일본 생선죽 인증 취득

| 인증명 | 인증 성격 | 인증 구분 | 인증 및 발급 기관 | 인증 Mark |
|-----------|------------------|-----------|-----------------------------------|---|
| HACCP | 식품 생산 안전 인증 | 글로벌 공통 인증 | 식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원) |  |
| ISO 22000 | 식품 생산 안전 인증 | 글로벌 공통 인증 | 정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관 |  |
| JAS | 수입 식품 품질 인증 | 일본 인증 | 농림수산성 지정 기관 |  |
| MEL | 수산물 생산 인증 | 일본 인증 | 일본 수산자원보호협회 |  |
| MSC | 지속가능한 어업 및 생산 인증 | 글로벌 공통 인증 | 해양관리협의회 |  |
| ASC | 수산물 생산 인증 | 글로벌 공통 인증 | 세계양식책임관리회 |  |

자료: 각 인증기관

▶ **일본 생선죽, 수산물 위생 및 안전성 기준**

수산식품을 생식용으로 제조하는 경우 일본 후생노동성이 제시하는 식품 제조용수 규격에 적합한 식용수를 사용해야 하며, 제품의 오염 우려를 완전히 제거해야 함. 수산식품에 관한 중금속, 병원성균, 화합물, 기타 사항의 기준은 다음과 같음

[표 5.5] 일본 수산물 위생 및 안전성 기준³⁶⁾

| 구분 | 물질 | 합계 최대 허용치 |
|---------------|------------------|------------------------|
| 중금속 | 카드뮴 | 0.01mg/l |
| | 수은 | 0.0005mg/l |
| | 납 | 0.1mg/l |
| | 비소, 크로뮴 | 0.05mg/l |
| | 유기 인 | 0.1mg/l |
| | 아연 | 1.0mg/l |
| | 철, 망간 | 0.3mg/l |
| | 구리 | 1.0mg/l |
| | 불소 | 0.8mg/l |
| 병원성균 (미생물) | 일반 세균 | 1ml 검수로 형성되는 수가 100 이하 |
| | 대장균 | 미검출 |
| 화합물 | 시안 이온 및 염화시안 | 0.01mg/l |
| | 질산성 질소 및 아질산성 질소 | 10mg/l |
| | 염소 이온 | 200mg/l |
| | 칼슘, 마그네슘 | 300mg/l |
| | 음이온 계면 활성제 | 0.5mg/l |
| | 페놀류 | 0.005mg/l |
| | 유기물(과망간산 칼륨 소비량) | 10mg/l |
| 기타 | 증발 잔류물 | 500mg/l |
| | pH | 5.8 ~ 8.6 |
| | 맛, 냄새 | 이상없음 |
| | 색도 | 5도 이하 |
| | 탁도 | 2도 이하 |

자료: 일본 후생노동성

36) 일본 후생노동성, 「후생노동성 고시 제370호 식품, 첨가물 등의 규격기준(食品, 添加物等の規格基準)」, 1975

▶ **일본 생선죽, 특정 제품 규격 기준 만족해야**

일본은 생식용 굴, 삶은 게, 삶은 문어, 한천, 식용 고래고기 등 특정 수산식품에 적용되는 식품첨가물 기준이 존재함. 고객사 제품은 냉동식품이면서 용기에 포장된 가압 가열 살균 식품(레토르트 식품)이므로 하기의 두 가지 제품 규격 기준을 만족해야 함

[표 5.6] 일본 생선죽 규격 기준³⁷⁾

| 구분 | 규격 기준 |
|---------------------|---|
| 냉동식품 | <ul style="list-style-type: none"> • 비가열 섭취 냉동식품 : 세균수 1g당 100,000 이하, 대장균군 음성 • 가열 후 섭취 냉동식품 : 동결 직전 가열한 것은 검체 1g당 100,000 이하, 대장균군 음성 • 가열 후 섭취 냉동식품(동결시키기 직전 가열된 것 이외의 것) : 세균수 1g당 3,000,000 이하, E-coil 음성 • 생식용 냉동 선어패류 : 세균수 1g당 100,000 이하, 대장균군 음성, 장염비브리오 최확수(MPN) 100 이하 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • -15℃ 이하로 보존해야 함 • 냉동식품은 청결하고 위생적인 합성수지, 알루미늄박 또는 내수성이 있는 가공지로 포장해야 함 |
| 용기포장 가압·가열·살균 식품 | <ul style="list-style-type: none"> • 제조에 사용되는 채소 등의 원료는 신선하고 고품질이어야 함 • 제조에 사용되는 채소 등의 원료는 필요에 따라 충분히 세척하여야 함 • 방부제 또는 소독제로 사용되는 화학적 합성제품인 첨가제를 제조에 사용해서는 안 됨 • 용기 및 포장용 가열 용해 또는 봉합법으로 밀봉하여야 함 • 가압열 살균은 자체기록온도계가 장착된 멸균기에서 실시하여야 하며, 자체기록온도계의 기록은 3년간 보관하여야 함 • 가압 및 가열 살균 방법은 다음 2가지 조건을 만족하여야 함 <ol style="list-style-type: none"> 1) 원료 등에서 유래한 미생물로 당해 식품에 존재 및 증식할 수 있는 미생물을 충분히 사멸시키는 방법이어야 함 2) PH 4.6을 초과하고 수분활성도가 0.94를 초과하는 용기/포장에 포장된 경우 식품 중심부를 120℃에서 4분간 가열하거나 열처리 동등성의 조건이 적용되어야 함 • 가압가열살균 후 냉각수를 사용할 경우 반드시 흐르는 물로 하거나 유리잔류염소가 1.0ppm 이상 함유된 물을 계속 갈아주며 사용하여야 함 • 제조에 사용되는 장비는 철저히 세척 및 멸균되어야 함 |

자료: 일본 후생노동성

37) 일본 후생노동성, 「식품별 규격 기준에 대해(食品別の規格基準について)」

▶ 일본 생선죽 적용 식품첨가물 기준

KATI농식품수출정보에서는 국가별 식품유형별 식품첨가물 기준에 대한 규정을 제공하고 있음. 일본으로 생선죽 수출 시 적용되는 식품첨가물 조사를 위해 ‘기타 수산물가공품’으로 검색 결과 총 274건의 식품첨가물과 그 사용기준이 조회됨. 하기 표는 그중 일부를 다루고 있으며 전체 기준은 일본 후생노동성 홈페이지나 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 고객사 생선죽에 적용될 수 있는 일본 식품첨가물 기준

| 물질명(한글) | 물질명(영문) | 식품 유형 | 사용기준 |
|---------------------|---|----------------------|---|
| 아세트알데하이드 | acetaldehyde | 모든 식품 | 일반 사용기준 (착향 목적 외 사용 불가) |
| 산성 점토 (수불용성 미네랄) | acid clay (water-insoluble minerals) | | 최대잔존량 식품의 0.50% 이하 (식품의 제조 또는 가공상 필요불가결한 경우 이외 사용금지) |
| 카르복시 메틸셀룰로오스 칼륨 | calcium carboxymethylcellulose | | 식품의 2.0% 이하 |
| 벤토나이트 | bentonite | | 최대잔존량 식품의 0.50% 이하 (식품의 제조 또는 가공상 필요불가결한 경우 이외 사용금지) |
| 메틸셀룰로오스 | methyl cellulose | | 2.0% 이하 |
| 모노칼슘 디-L-글루타메이트 | monocalcium di-L- glutamate | | 칼슘으로서 식품의 1.0% 이하 |
| 펄라이트 | perlite | | 최대잔존량 식품의 0.50% 이하 (식품의 제조 또는 가공상 필요불가결한 경우 이외 사용금지) |
| 나트륨 사카린 | sodium saccharin | 수산물 가공품 통조림 및 병조림 | 사카린나트륨으로서의 최대잔존량 0.20g/kg 미만 |
| 칼슘 사카린 | calcium saccharin | | 사카린나트륨으로서의 최대잔존량 0.20g/kg 미만 |

자료: 일본 후생노동성, KATI농식품수출정보

▶ **일본 생선죽, 라벨링 규정**

일본으로 수입되는 수산물에 포함된 모든 식품은 일본 식품표시법에 따라 라벨링 표기가 의무임. 수산물의 경우 신선식품으로 분류되는데 수산물에 가열처리, 염장, 건조 등을 실시한 경우 가공식품으로 분류되어 가공식품 표시 규정을 준수해야 함. 수산물의 경우 공통 표시사항은 제품명과 원산지이며, 알레르겐, 유통기한, 보관방법, 업체정보, 첨가물 등은 의무표시사항임. 고객사 제품의 경우, 가공식품으로 분류되어서 하기의 가공식품 라벨 규정을 준수해야 함

[표 5.8] 일본 생선죽 라벨링³⁸⁾

| | | |
|--------------------|---------|--|
| 라벨 표시사항 및 기준 | 1. 제품명 | <ul style="list-style-type: none"> • 내용을 나타내는 일반적인 명칭을 표시해야 함 • 명칭에 주요 원재료명이 들어가는 경우, 주요 원재료와 일치해야 함 |
| | 2. 원재료명 | <ul style="list-style-type: none"> • 원재료에 차지하는 중량의 비율이 높은 순서대로, 일반적인 명칭으로 표시해야 함 • 원재료가 2가지 이상(복합원재료)인 경우 괄호 안에 배합률이 높은 순으로 기재해야 함 예) 마요네즈(식용 식물 유지, 달걀노른자, 양조식초, 향신료, 설탕) • 복합 원재료가 제품 원재료에 차지하는 중량의 비율이 5% 미만인 경우는 생략 가능함 |
| | 3. 첨가물 | <ul style="list-style-type: none"> • 지정첨가물: 후생노동 대신이 지정한 436품목 • 기존첨가물: 일본에서 이미 사용 중이거나 장기간 사용된 것, 또는 예외로 지정받지 않은 치자 색소, 감 탄닌 등 365품목 • 천연향료: 동식물 유래 물질로 식품에 향 첨가를 목적으로 사용되는 바닐라 향료, 게 향료 등 약 600품목 • 일반 음식 첨가물로 사용되는 것: 딸기 주스, 한천 등 약 100품목 • 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로서, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 인정되지 않음 • 원재료 표시란에 원재료와 식품첨가물을 구분하여 표기해야 하며, 식품첨가물이 많은 순으로 표시해야 함 |
| | 4. 원산지 | <ul style="list-style-type: none"> • 수입품의 경우에는 원산지국을 표시해야 함 |

자료: 일본 도쿄도 복지보건부 식품안전정보사이트

38) 일본 도쿄도 복지보건부 식품안전정보사이트, 「식품표시제도-가공식품(加工食品)」

[표 5.8] 일본 생선죽 라벨링

| | | |
|--------------------|-----------------------|---|
| 라벨 표시사항 및 기준 | 5. 알레르겐 | <ul style="list-style-type: none"> 표시 의무사항: 밀가루, 땅콩을 포함한 7품목 표시 권장 사항: 캐슈넛, 호두, 아몬드를 포함한 21품목 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 ‘알레르겐’을 표기해야 함 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시해야 함 ‘00을 포함’이라는 문구의 00에는 특정 원재료 등 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 ‘00 유래’로 표시해야 함 2019년 9월 아몬드가 특정 알레르기 물질로 포함되어 제품 패키지에 알레르기 유발물질 표기하도록 추가됨 |
| | 6. 내용량 또는 고형량 | <ul style="list-style-type: none"> 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재해야 함 고형물에 충전액 더한 경우 내용량 대신 고형량과 내용 총량을 함께 적어야 함 (예: 통조림, 병조림) |
| | 7. 소비기한 또는 유통기한 | <ul style="list-style-type: none"> 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한 설정하고 표기할 의무와 책임이 있음 제조 또는 가공한 날부터 유통기한까지 3개월 이내의 경우: ‘평성 26년 5월 31일’, ‘26.5.31’, ‘2014.05.31.’, ‘14.5.31’ 중 선택 가능함 제조 또는 가공한 날부터 유통기한까지 3개월 넘는 경우: ‘평성 26년 5월’, ‘26.5’, ‘2014.05’, ‘14.5’ 표기 중 선택하거나 3개월 이내의 경우 표기 방법대로 기재해도 무방함 |
| | 8. 영양성분 및 열량 | <ul style="list-style-type: none"> 영양성분 표시는 실제 성분량과 비교하여 이상이 없어야 함 의무 표시정보: 에너지, 단백질, 지질, 탄수화물, 나트륨(식염 상당량) 권장 표시정보: 포화지방산, 식이섬유 기타 표시정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등 |
| | 9. 저장 방법 | <ul style="list-style-type: none"> ‘직사광선을 피하고 상온에서 보존’, ‘10℃ 이하에서 보존’, 또는 ‘개봉 후 냉장’ 등의 유의사항 기재해야 함 상온 보존 이외에 특별한 유의사항이 없는 경우에는 생략 가능함 |

자료: 일본 도쿄도 복지보건부 식품안전정보사이트

[표 5.8] 일본 생선죽 라벨링

| | | |
|--------------------|-----------------------|--|
| 라벨 표시사항 및 기준 | 10. 수입업체 및 제조업체 정보 | <ul style="list-style-type: none"> 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소를 기재해야 함 |
| | 11. 순중량 | <ul style="list-style-type: none"> 단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재해야 함 |
| | 12. 표기 언어 | <ul style="list-style-type: none"> 일본어로 표기해야 함 글자의 최소 크기는 8포인트로 해야 함 |

자료: 일본 도쿄도 복지보건부 식품안전정보사이트

▶ 일본 생선죽 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일문, 영문(브랜드명)]

- ① Star select
- ② 長野県産コシヒカリ100%使用
- ③ 鮭がゆ
- ④ 国産鮭の風味と食感を活かしました
- ⑤ 1人前 220g
- ⑥ 84kcal

[앞면 - 국문]

- ① 스타 셀렉트
- ② 나가노현산 코시히카리 100% 사용
- ③ 연어죽
- ④ 일본산 연어의 풍미와 식감을 살렸습니다.
- ⑤ 1인분 220g
- ⑥ 84칼로리

[뒷면 - 일문]

- ① 長野県産コシヒカリ100%使用
- ② 温めずにそのままでもお召し上がりいただけます。
- ③ 鮭がゆ
- ④ 国産鮭の風味と食感を活かしました

[뒷면 - 국문]

- ① 나가노현산 코시히카리 100% 사용
- ② 데우지 않고 그대로 드실 수 있습니다.
- ③ 연어죽
- ④ 국내산 연어의 풍미와 식감을 살렸습니다.

- ⑤ 召し上がり方
- ⑥ 湯せんの場合 袋のまま5分
- ⑦ 袋の封を切らずにそのまま沸とうしたお湯の中に入れ5分間加熱してください
- ⑧ 電子レンジの場合
- ⑨ 500Wなら約2分30秒600Wなら約2分
- ⑩ 必ず袋から出し、深めの器にあけ、ラップをかけて加熱してください。
- ⑪ 加熱後は軽くかき混ぜてからお召上がりください
- ⑫ 加熱直後は熱いのでお気をつけてください
- ⑬ 開封時に切り口で手を切らないようにご注意ください
- ⑭ 加熱時間は機種により異なる事がありますので加減してください
- ⑮ ● 名称：米飯（かゆ）
- ⑯ ● 原材料名：
 - 精白米(長野県産コシヒカリ100%)
 - 鮭(国産)
 - 鮭フレーク [鮭(国産)、なたね油、食塩、清酒]
 - 食塩/調味料(アミノ酸等)
 - 着色料(紅こうじ、カロチノイド)
 - 酸化防止剤(V.C)
- ⑰ ● 殺菌方法：気密性容器に密封し、加圧加熱殺菌
- ⑱ ● 内容量：220g

- ⑤ 드시는 법
- ⑥ 중탕 조리시 봉지째로 5분
- ⑦ 비닐포장을 뜯지 말고 그대로 끓는 물에 넣어 5분간 가열하세요
- ⑧ 전자레인지 조리 시
- ⑨ 500W는 2분30초, 600W는 2분
- ⑩ 반드시 비닐봉지에서 꺼내 깊은 그릇에 넣고 랍을 씌운채로 가열하십시오.
- ⑪ 가열 후에는 가볍게 저어 드세요.
- ⑫ 가열 직후는 뜨거우므로 주의해 주십시오.
- ⑬ 개봉 시 비닐봉지 단면에 손을 베이지 않도록 주의해 주십시오.
- ⑭ 가열시간은 전자레인지 기종에 따라 차이가 날 수도 있으니 감안해 주십시오.
- ⑮ ● 명칭：쌀밥류(죽)
- ⑯ ● 원재료명：
 - 정백미(나가노현산 코시히카리 100%)
 - 연어(일본산)
 - 연어 플레이크 [연어(일본산), 봉장어기름, 소금, 청주]
 - 식염/조미료(아미노산 등)
 - 착색료(홍곡, 카로티노이드)
 - 산화방지제(V.C)
- ⑰ ● 살균방법：기밀 용기에 밀봉하여 가압 가열 살균
- ⑱ ● 내용량：220g

⑱ ● 賞味期限：枠外右下に記載

⑳ ● 保存方法：直射日光を避け、常温で保存してください。

㉑ ● 販売者：丸善食品工業株式会社
長野県千曲市大字寂蔭880

㉒

| 栄養成分表示(本品1袋：220g当たり) | | | |
|----------------------|--------|--------------|-------|
| エネルギー | 84kcal | 炭水化物 | 16.9g |
| たんぱく質 | 3.1g | 食塩相当量 | 1.6g |
| 脂質 | 0.4g | この表示値は、目安です。 | |

㉓ ● 製造者：岐阜食品株式会社
岐阜県本巣市十四条字野中130番1

㉔ この商品はレトルトパウチ食品です。

㉕ ● 万一品質等にご不都合な点がございましたら、お求めの月日と店名をお書きそえのうえ、現品を丸善食品工業(株)あてにお送りください。

㉖ 代品とお立て替えの郵送料をご返送致します。

㉗ お問い合わせ先：丸善食品工業(株)

㉘ 本食品に含まれるアレルギー物質：鮭

㉙ 賞味期限（開封前）：2023.09.03
B/W

⑱ ● 유통기한：테두리 오른쪽 밑에 기재

⑳ ● 보관방법：직사광선을 피하여, 상온에서 보관하십시오.

㉑ ● 판매자：마루젠식품공업주식회사
나가노현 치쿠마시 자쿠마쿠880

㉒

| 영양성분표시(제품1봉:220g) | | | |
|-------------------|--------|--------------|-------|
| 에너지 | 84kcal | 탄수화물 | 16.9g |
| 단백질 | 3.1g | 식염상당량 | 1.6g |
| 지방 | 0.4g | 이 기준값은 대중입니다 | |

㉓ ● 제조사：기후식품 주식회사
기후현 모토스시 14조 지노리카
130번 1

㉔ 이 제품은 레토르트 파우치 식품.

㉕ ● 만일 품질 등에 적합지 못한 점이 있으시면, 구입하신 날짜와 가게명을 적어 해당 제품을 마루젠 식품공업(주)으로 보내주십시오.

㉖ 대체품과 우편료를 반송하겠습니다.

㉗ 문의처：마루젠식품공업(주)

㉘ 본 식품에 포함된 알레르기 물질 결여

㉙ 유통기한(개봉전) 2023.09.03 B/W

3. 생선죽 국내 수출 신고 및 통관

▶ 일본 생선죽, 국내 수출 신고 및 통관

국립수산물품질관리원은 농수산물품질관리법에서 정한 위생관리기준 또는 위해요소중점관리기준(HACCP)을 이행하고자 하는 시설과 외국과의 협약 등에 따른 위생관리기준을 이행하고 이에 따른 관리를 받고자 하는 시설을 대상으로 생산가공시설 등록을 이행하고 있음. 따라서 일본으로 생선죽 수출 시, 생선죽에 관해 일본과 체결된 협약은 없으나 HACCP을 이행하고자 하는 시설은 생산가공시설 등록을 진행해야 함. 한편 수출 신고 및 수출통관 절차는 국내 관세청을 통해 진행할 수 있음. 일부 선상 수출 신고, 현지 수출 어패류 신고, 원양수산물 수출 신고의 경우에는 선적 또는 수출 후 신고가 가능하며, 이는 관세청의 수출통관 사무처리에 관한 고시에 따름

[표 5.9] 일본 생선죽 국내 수출 신고

| | |
|-------------|---|
| 수출 신고 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 관세청 시스템을 통해 전자적 신고 • 수출 신고는 수출업체와 그를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 가능함 • 수출화주는 관세법에 따라 신고 및 제출한 자료를 수리일로부터 3년관 보관 <ul style="list-style-type: none"> ① 수출신고필증 ② 수출품 가격 결정에 관한 자료 ③ 수출 거래 관련 계약서 또는 이에 갈음하는 서류 ④ 반송신고필증 등 |
| 수출 신고 절차 | <ul style="list-style-type: none"> • 수출품이 장치된 소재지의 관할세관장에 품명, 규격, 수량, 가격 등 정확한 사실을 신고 • 수출 신고 후 관련 서류는 전자 제출 또는 전자 이미지 형태로 통관 시스템(UNIPASS)로 전송 • 수출 신고 수리 후 전자 날인된 수출신고필증 수령 • 수출 신고 수리일로부터 30일 이내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 |

자료: 관세청

[표 5.10] 일본 생선죽 국내 수출통관

| | | |
|---------|---|--|
| 수출통관 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 우범 물품 선별시스템, 무작위선별 방식에 의한 선별 또는 서류 심사 후 필요할 때, 물품 검사를 하며, 우범성이 낮은 경우에는 신속통관을 함 | |
| 수출통관 절차 | <ul style="list-style-type: none"> • 수출하고자 하는 물품을 세관에 수출 신고 • 수출 물품 선별 후 서류 심사 또는 물품 검사 • 수출 신고 후 수리 • 선적 | |
| 서류 구비 | 수출 신고서 | <ul style="list-style-type: none"> • 물품을 수출하기 위해 세관에 수출 신고 수리 요청 • 세관장은 신고 내용이 관세법상 적정 여부 판단 후 수리함 • 수출업체는 전자문서로 작성된 신고자료를 통관 시스템에 전송 • 수출 신고서는 상업 송장과 포장명세서 등을 근거로 작성해야 함 |
| | 선하증권 | <ul style="list-style-type: none"> • 화주와 선박회사 간 체결한 해상운송 계약에 따라 선박회사가 화주로부터 물 적재 또는 영수하였음을 증명하기 위해 발행하는 유가증권 |
| | 상업송장 | <ul style="list-style-type: none"> • 거래되는 물품의 특성과 내용 명세를 상세하고 정확하게 작성한 서류 • 계약 물품의 정확한 규격과 수량, 포장상태, 화인 등을 상세하게 표시 |
| | 포장명세서 | <ul style="list-style-type: none"> • 선적화물의 포장 및 포장 단위별 명세, 단위별 순중량·총중량, 화인, 포장 일련번호 등을 기재한 서류 |

자료: 관세청

4. 생선죽 국내 수출 검역 및 검사

▶ 생선죽, 국립수산물품질관리원 수출 검역 및 검사

질병의 전염을 방지하기 위해 검역대상으로 지정된 수산물에 대해 검역을 시행하며 자세한 사항은 하기의 표와 같음. 고객사 제품의 경우 수출 검역대상 지정 수산물에 해당하지 않는 것으로 확인됨. 또한, 수출 수산물 검사는 수출상대국의 요청에 따라 검사가 필요한 경우로서, 해양수산부장관이 정하고 고시한 수산물 및 수산가공품과 해양수산부 장관 고시 지정해역에서 생산 및 채취한 품목은 수출 검사 의무 대상임. 국가 간 수산물 위생협정을 체결한 경우에도 수출 검사를 하는데, 일본의 경우 생굴 및 피조개, 기타 이매패류, 처리복어, 활납치, 뱀장어에 대해 검사를 요구함. 따라서 고객사 제품은 수출 검사가 의무사항은 아니지만, 품질 및 안전성 확보를 위해 권장되는 사항임

[표 5.11] 일본 생선죽 국내 수출 검역

| | | |
|-----------------------|---|--|
| <p>수출 검역대상 지정 수산물</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 이식용 수산 생물(정액 또는 란을 포함) • 식용, 관상용, 시험 연구조사용 수산 동물 중 어류·패류·갑각류(정액 또는 란을 포함) • 수산 생물 제품 중 냉동 또는 냉장한 전복류 및 굴 • 수산 생물 전염병의 병원체 또는 이를 포함한 진단액류가 들어있는 물건 • 냉동·냉장 새우류 등 | |
| <p>수출 검역 절차</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 국립수산물품질관리원으로 신청서 접수 • 필요에 따라 서류검사(신청서 및 첨부서류 적정성 검토), 임상검사(유형·행동, 외부조건 및 해부학적 소견, 종합소견), 정밀검사(병리조직학적, 분자생물학적 분석 등) 실시 • 검역 판정 후 검역증명서 교부 | |
| <p>검역 대상 전염병 목록</p> | <p>어류</p> | <p>유행성조혈기괴사증, 잉어봄바이러스병, 바이러스성출혈성패혈증, 전염성연어빈혈증, 참돔이리도바이러스병, 잉어허피스바이러스병, 유행성궤양증후군, 자이로닥틸루스증, 틸라피아레이크바이러스병, 연어알파바이러스병</p> |
| <p>패류</p> | <p>패류</p> | <p>보나미아감염증, 마르테일리아감염증, 퍼킨수스감염증, 제노할리오티스캘리모니엔시스감염증, 생선죽바이러스성폐사증</p> |
| <p>갑각류</p> | <p>갑각류</p> | <p>가재전염병, 전염성피하및조혈기괴사증, 노란머리병, 흰반점병, 타우라증후군, 전염성근괴사증, 희꼬리병, 십각류무지개바이러스, 괴사성산취장염, 급성간취장괴사병</p> |

자료: 국립수산물품질관리원

[표 5.11] 일본 생선죽 국내 수출 검역

| | |
|-------------------|--|
| 제출서류 | <ul style="list-style-type: none"> • 이식승인서 사본(수산자원관리법 제35조 제1항 제5호에 따라 이식승인을 받은 수산 동물을 수출하는 경우) • 검량 기관이 발행한 신청 중량 확인서(신청인의 희망에 한함) |
| 수출 검역 유의사항 | <ul style="list-style-type: none"> • 지정검역물에 대해 수입국에서 수출 검역을 요구하지 않는 경우 예외적으로 검역 면제 • 서류검사는 2일, 임상검사는 3일, 정밀검사는 15일 소요 • 신청 수수료 별도 발생하지 않으나 정밀검사 시행 시 비용 발생 • 검역 시행장 지정 또는 변경 신청을 위해서는 검역시행장 지정(변경) 신청서와 시설평면도, 검역시설 임대계약서, 검역관리인 선임계약서 사본, 수의사 또는 질병관리사 면허증사본을 첨부해 각 국립수산물품질관리원 각 지원처에 방문 제출해야 함 |

자료: 국립수산물품질관리원

[표 5.12] 일본 생선죽 국내 수출 검사

| | |
|-------------------|---|
| 수출 검사 절차 | <ul style="list-style-type: none"> • 국립수산물품질관리원으로 신청서 접수 • 필요에 따라 서류검사(제품생산 일지, 분석일지 검토), 관능검사(형태, 설탕, 선별, 온도, 잡물 등), 정밀검사(무작위 표본 검사 - 세균수, 대장균, 중금속, 항생물질 등) 실시 • 검사 판정 후 합격 시, 검사 합격 증명서 교부 |
| 제출서류 | <ul style="list-style-type: none"> • 수산물 또는 수산가공품 검사신청서 1부 • 생산·가공일지 • 위임장 등 |
| 수출 검역 유의사항 | <ul style="list-style-type: none"> • 수산제품의 포장에는 품명, 국가명, 생산·가공시설 명칭 및 등록번호 표기 • 검사 신청인 또는 수입국이 요청하는 기준·규격에 의한 검사는 그 기준·규격이 명시된 서류 또는 검사 생략에 관한 서류를 첨부하여 신청 • 일반적으로 처리기한은 3일이며, 정밀검사 시행 시 7일 소요 • 자세한 수산물·수산가공품 검사 기준과 생산·가공시설 및 해역의 위생관리기준, 지정해역의 지정 고시는 국립수산물품질관리원에서 확인 가능 |

자료: 국립수산물품질관리원

5. 생선족 일본 수입 신고 및 통관

▶ 일본 생선족, 수입 신고 및 통관 절차

일본에서는 식품 수입과 관련하여 후생노동성, 농림수산성, 관세청 3개 부처가 관리하고 있음. 일본 수입업체는 수입품이 보세구역 등 특별 구역에 장치된 후 신고 시 필요한 서류를 구비하여 제품에 대한 정보를 세관에 신고함. 대부분의 수입 신고가 수출입항만정보처리시스템(NACCS)을 통해 전자적으로 이루어지고 있음. 수입업체는 신속한 수입통관을 위해 수입신고 간소화 제도 중 적절한 제도를 이용할 수 있으며, 수입업체는 수입식품이 반입되는 검역소에 사전에 이를 신청할 수 있음. 또한, AEO(Authorized Economic Operator, 인정사업자제도)나 예비심사제도 등 수입 품목에 관한 통관 편의 제도를 이용해 일본 수입 통관 절차에서 간소화된 심사와 신속 검사 혜택을 받을 수 있음

[표 5.13] 일본 생선족 수입 신고 및 통관 절차³⁹⁾⁴⁰⁾

| | | |
|---------------|---------|---|
| 1. 수입 신고 전 준비 | 출항 전 보고 | <ul style="list-style-type: none"> • 일본에 입항하려는 선박 컨테이너 화물(공 컨테이너, 벌크화물 제외)의 적하 정보를 선적항 출항 24시간 전(근거리 지역의 경우 선적항 출항 전까지)까지 전자적으로 보고 • 미신고, 지연신고, 잘못된 정보 신고, 미허가 지역일 경우 1년 이하의 징역에 처하거나 최대 50만엔 이하의 벌금 부과 |
| | 보고 방법 | <ul style="list-style-type: none"> • 수출입 항만 관련 정보처리시스템(NACCS)과 이용계약이 체결된 경우 : NACCS 홈페이지에 접속하여 보고 • NACCS 센터와 이용계약이 체결되지 않은 경우 : NACCS와 계약을 체결한 서비스 공급자(KTNET, KLNET, Cyberlogitec 등)를 접속하여 보고함. |
| | 적하목록 제출 | <ul style="list-style-type: none"> • 외국무역선이 선적항에서 출항하기 24시간 전까지 제출 • 보고를 하지 않거나 허위로 보고한 경우 1년 이하의 징역 또는 50만엔 이하의 벌금 부과 |

자료: 일본 관세청, 일본 후생노동청, 통합무역정보서비스

39) 일본 관세청, 「Import Procedures」

40) 일본 후생노동청, 「식품위생법에 근거한 수입수속(食品衛生法に基づく輸入手続)」

[표 5.13] 일본 생선죽 수입 신고 및 통관 절차

| | | |
|---------|---|--|
| 2. 수입신고 | <ul style="list-style-type: none"> • 항공회사, 선박회사는 화물이 도착하면 수입자에게 화물이 도착하였다는 도착통지(Arrival Notice)를 함. 수입자는 항공회사, 선박회사에서 운송 계약과 관련되는 서류를 인수받아 수출자가 보내온 송장 등과 함께 화물이 보관되어 있는 보세지역을 관할하는 세관에 수입신고를 함 • 관할 세관은 다음 홈페이지에서 확인 가능함(www.customs.go.jp/hozei/zouchi.htm) | |
| | 신고인 | <ul style="list-style-type: none"> • 화물의 수입자 또는 세관의 허가를 받은 통관업자가 대리하여 신고할 수 있음 • 다만, 일본에 주소 및 거소가 없는 자는 수입통관을 할 수 없음. 따라서, 일본에 주소 및 거소를 가진 자(“세관 사무 관리인”)에게 위탁하여 통관 절차를 진행해야 함 |
| | 신고방법 | <ul style="list-style-type: none"> • NACCS를 통한 신고 <ul style="list-style-type: none"> - 수입화물의 수하인이나 위탁 통관기업이 전산 시스템을 통하여 세관에 수입신고서 전자자료를 전송하고 관련 증빙서류를 구비하여 제출 • NACCS를 통하지 아니한 신고 <ul style="list-style-type: none"> - 수입화물 수하인이나 위탁 통관기업이 수입신고서를 작성하고 관련 증빙서류를 구비하여 세관에 직접 제출 |
| 제출 서류 | <ul style="list-style-type: none"> - 수입신고서 - 송장(Invoive) - 선하증권 또는 항공운송장 - 원산지 증명서 - 운임·보험료명세서 - 포장명세서 - 품목에 따라서는 타 법령에 의한 허가·승인서, 원산지증명서, 감면신청서 등을 제출 - (식품) 원재료 및 제조공정에 관한 설명서, 위생증명서, 시험성적서 | |

자료: 일본 관세청, 일본 후생노동청, 통합무역정보서비스

[표 5.13] 일본 생선죽 수입 신고 및 통관 절차

| | | |
|-----------|------|---|
| 3. 심사, 검사 | 간이심사 | <ul style="list-style-type: none"> 위험도가 가장 낮은 것에 대해서는 통관정보시스템(NACCS)에 의하여 제출된 신고 내용만을 검토 수입신고(납세신고) 후 수입이 즉시 허가됨 |
| | 서류심사 | <ul style="list-style-type: none"> 중간 정도의 위험도가 있는 것은 신고된 내용의 정확성 및 법 위반 여부 등을 중점적으로 확인함 <ul style="list-style-type: none"> 수입품의 품목분류, 관세율, 관세액 등의 정확성 신고 내용의 오류 및 모순 여부 수입금지품목 포함 여부 기타 법령의 규제 사항 충족 여부 원산지를 허위 또는 오인하도록 표시한 화물은 수입이 허가되지 않고, 수입업체에 즉시 이를 통지하여 일정 기간 내 위반사항을 정정하도록 요구함 |
| | 현물검사 | <ul style="list-style-type: none"> 수입품의 적합성 및 수입신고서와의 일치성 등을 중점적으로 검사하며, 일반적으로 세관이 지정한 검사장에서 이뤄짐 검사 방법 <ul style="list-style-type: none"> 샘플 확인 : 수입화물 중 수량 확인이 필요하지 않은 화물의 일부를 샘플로 추출하여 지정 장소에서 검사함 부분지정검사 : 품질 및 수량 확인이 필요한 화물 중 균등한 품질과 동일한 양으로 포장된 화물의 일부를 검사함 전수검사 : 모든 수입화물을 검사함 |
| 4. 관세납부 | 납부기한 | <ul style="list-style-type: none"> 세관에서 심사가 완료된 후 납부서(또는 납부번호가 기재된 납부 번호 통지 정보)를 교부하면, 납세의무자는 이를 납부하면 됨 별도의 납부기간은 존재하지 않으나, 관세 등을 납부하지 않는 경우 화물을 보세구역 등으로부터 수취할 수 없음 |
| | 납부방법 | <ul style="list-style-type: none"> 세관에서 교부한 납부서에 의한 납부 : 세관창구, 금융기관 창구에서 납부하거나, 인지로 납부 세관에서 통지한 납부 번호에 따른 납부 : 인터넷 뱅킹, 모바일 뱅킹, 금융기관의 ATM 등을 통한 납부 EDI 시스템을 통한 전자납부 |

자료: 일본 관세청, 일본 후생노동청, 통합무역정보서비스

[표 5.13] 일본 생선죽 수입 신고 및 통관 절차

| | |
|----------------|---|
| <p>5. 수입허가</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 세관의 심사결과 법규 위반사항이 없고, 수입자가 세금을 납부하였음을 증명하는 서류를 제출하면 세관은 수입을 허가하게 되며, 수입자에게 허가증을 발급함 • 이때부터 수입자는 보세창고에 있는 물품을 찾아서 유통시킬 수 있음 |
| <p>6. 통관완료</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료됨 |

자료: 일본 관세청, 일본 후생노동청, 통합무역정보서비스

[표 5.14] 수입신고 간소화 제도

| | |
|--------------------------|--|
| <p>사전신고제도</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 화물 도착예정일 7일 전부터 검역소 창고에서 수입신고를 미리 접수하고, 검사가 불필요하다고 판단된 수입신고에 대해서는 화물 도착 직후에 수입신고필증이 수입자에게 교부됨 |
| <p>계획수입제도</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 특정 식품 등에 한해서 같은 식품을 반복해 수입하는 경우 수입신고서에 수입계획 및 수입 실적을 첨부해 문제가 없다고 판단되면 매 수입 때마다 수입신고를 면제받을 수 있음 • 제출 서류 : 수입신고서, 향후 1년간 수입 계획서 |
| <p>수출국 검사기관 검사 결과 제출</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 수출국 공적 검사기관에서 사전에 검사를 받아 발행된 시험성적서가 수입신고서에 첨부된 경우에는 해당 항목의 지도 검사가 생략됨(단, 수송 도중 변화할 우려가 있는 항목은 제외함) |
| <p>동일 식품 등의 계속 수입</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 첫 회 수입 시 화물 시험 성적서를 수입신고서에 첨부해 제출하고 심사결과 문제 없다고 판단된 것에 대해서 동일한 식품 등을 반복해서 수입하는 경우 일정 기간 지도 검사를 생략할 수 있음 |
| <p>수입식품 등 사전 확인 제도</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 제조자가 수출국 정부를 통해 후생노동성에 신청한 식품에 대해 심사하고 적합하다고 판단될 시, 등록 유효기간 동안은 지도 검사가 생략됨 • 사전에 식품 및 제조업체를 등록한 후 발급받은 등록번호를 수입신고서에 기재함 |
| <p>품목 등록 제도</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 사전에 검역소 창고에 등록 수속을 실시해 수입 신고 사항의 일부 및 관계 정보에 대해 미리 등록함으로써 신고서 기재 일부를 간략화할 수 있음 • 등록 시 제출 서류 : 품목 등록 신청서 및 시험 성적서 등 |
| <p>수입신고 불필요</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 수입신고를 하지 않는 식품에 대해 실시한 검사 결과에 대해, 확인서를 첨부해 일정한 요건을 충족하는 것이 확인가능하면 그 검사 결과를 받아들일 수 있음 (단, 수송 도중 변화할 우려가 있는 항목은 제외함) |

자료: 일본 후생노동청

6. 생선족 일본 수입 검역 및 검사

▶ 일본 생선족, 수입식품 검사 및 검역 실시

일본 후생노동성은 수입식품에 대해 후생노동성 산하 식품위생검역소에서 수입신고서 및 관련 서류를 검토하여 검사 필요 여부를 판단함. 검역소는 제출된 정보가 식품위생법에 규정되어 있는 제조 기준에 적합한지, 첨가물의 사용기준이 적절한지, 유독·유해물질이 포함되어 있지 않은지, 과거에 식품위생 문제 이력이 있는 제조업체 및 시설은 아닌지 등을 중점적으로 검토함. 심사결과 검사가 불필요하거나 심사결과 문제없음으로 판정되는 경우에는 식품 등 수입신고필증이 교부됨. 검사가 필요한 것으로 판정될 경우에는 아래의 검사가 적용됨

[표 5.15] 일본 수입 검사 제도⁴¹⁾

| | |
|-----------------------|--|
| <p>검사 명령</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 지도 검사(자주 검사)나 모니터링 검사, 국내에서의 수거 검사 등에 있어서 법 위반 사례가 인정되는 등 법 위반 가능성이 높다고 전망되는 식품 등에 대해서, 수입 때마다 검사 실시를 명령함 • 수입자가 비용을 부담하고 검사 결과 판명 후 적법하다고 판단될 때까지 수입은 허가되지 않음 |
| <p>지도 검사 (자주 검사)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 규격 기준의 유무, 농약이나 첨가물 등의 사용 상황 및 동종의 식품 법 위반 정보 등을 참고로 하여, 수입자의 자주적인 위생관리의 일환으로서 국가가 수입자에게 정기적인 실시를 지도하는 검사임 |
| <p>모니터링 검사</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 다양한 수입 식품 등에 대해 식품 위생 상황을 폭넓게 감시하고 필요에 따라 수입 시 검사를 강화하는 등의 대책을 강구하는 것을 목적으로 국가가 연간 계획에 따라 실시하는 검사임 • 검역소에서 실시해 검사 결과 판명을 기다리지 않고 수입할 수 있으나, 법 위반이 적발되었을 경우 수입자가 신속하게 회수 등의 조치를 강구해야 함 |
| <p>행정검사 (모니터링 제외)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 모니터링 검사 이외의 행정 검사로서 최초 수입 시나 식품위생법 위반 판명 시, 수송 도중 사고 발생 시 등 필요에 따라 검역소의 식품위생 감시원에 의한 현장 검사가 실시됨 |

자료: 일본 후생노동성

41) 일본 후생노동성, 「후생노동성 검역소의 수입식품 수속(輸入手続)」



VI. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 아이템피아재팬(Itempia Japan)

Interview ② 서울샵(Seoul Shop)

Interview ③ 김치랜드(Kimchi Land)

Interview ① 아이템피아재팬(Itempia Japan)

42)

아이템피아재팬 (Itempia Japan)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 일본 최대 전자상거래시장 오픈마켓인 라쿠텐에 입점한 도쿄기반의 온라인 쇼핑몰
 - 한국 제품을 중심으로 다양한 품목의 동아시아 수입 식료품 및 공산품을 취급하고 있음

담당자 정보

Food sales department



아이템피아재팬(Itempia Japan) Food sales department

Q. 일본에서 수산가공식품의 수요는 어떠한가요?

일본에서 해산물과 생선은 인기 있는 음식이며 수산가공식품은 일본 어디에서나 흔히 볼 수 있습니다. 그래서 현지에 수산가공식품을 판매하는 일본 브랜드가 많이 있지만, 일본 소비자들은 새로운 브랜드의 새로운 음식에 대한 호기심도 가지고 있습니다.

Q. 일본에서 가장 인기 있는 생선가공식품은 무엇인가요?

일본에서 가장 흔히 볼 수 있는 생선가공식품은 일본식 어묵인 치쿠와(Chikuwa)와 다시(Dashi)입니다. 일본 가정에서는 거의 모든 식사에 국물을 우려내는 용도로 다시(Dashi)를 사용하며, 국물 외에 다른 요리에서도 자주 활용됩니다.

Q. 일본 소비자들은 주로 어떻게 생선을 요리하나요?

생선은 건강상의 이점이 많기에 일본 소비자들은 일상적으로 생선을 소비합니다. 일본 소비자들은 주로 생선을 구워 먹는데, 구워 먹는 방식이 가장 손쉬운 요리법이기 때문입니다. 일본 음식점에서나 가정에서 가장 인기 있는 생선요리는 구운 고등어 생선요리입니다.

Q. 일본에서 죽에 대한 시장 수요는 어떠한가요?

일본에서 죽은 일상적인 음식입니다. 주로, 몸이 안 좋을 때, 날씨가 추울 때, 또는 아침에 가볍게 식사를 할 때 먹기도 합니다. 흰죽은 만들어 먹기에도 간편하고, 원하는 토핑을 자유롭게 넣을 수 있어서 가장 인기가 많습니다.

Q. 일본 소비자들은 해산물 죽을 즐겨 먹나요? 일본에서 인기 있는 해산물 죽의 종류는 어떤 것이 있나요?

일본 소비자들은 해산물 죽을 즐겨 먹으며 이에 대해 잘 알고 있는 편입니다. 가장 인기 있는 해산물 죽은 게살죽입니다.

Q. 고객사 제품이 일본에 거주하는 아시아계 소비자뿐만 아니라 현지 소비자에게도 인기가 있을까요? 현지 소비자에게 생선죽이 좋은 반응을 얻기 위해 조언해주실 내용이 있나요?

고객사 제품은 죽이 일상적으로 소비되는 아시아 국가들에서 수요 잠재력이 높아 보입니다. 일본에 거주하는 외국 소비자들이 광어와 같은 새로운 맛을 먹어보기 위해 고객사 제품 구매를 시도할 수도 있을 것 같습니다. 일본 소비자들은 순한 맛과 향을 좋아하므로 제품에서 신선한 맛과 은은한 향이 난다면 고객사 제품을 매력적으로 느낄 것입니다.

Q. 일본 소비자들은 주로 어디에서 생선가공식품을 구매하나요? 일본에서 고객사 제품을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

일본 소비자들은 보통 식료품점이나 마트, 온라인 쇼핑몰에서 생선가공식품을 구매합니다. 최근 들어 온라인 채널에서 다양한 생선가공식품이 유통되고 있으므로 온라인 채널을 추천합니다.

Q. 고객사 상품이 현지에서 경쟁력을 가질 수 있을 것으로 생각하나요?

고객사 제품의 가격은 일본에서 유통되는 유사한 제품의 평균 가격보다 비싼 것 같습니다. 일본 소비자들은 가격이 비싸면 낫선 신제품을 구매하지 않는 경향이 있습니다. 고객사 제품의 브랜딩이 좋다면 쉽게 팔릴 수 있겠지만 제품의 맛 자체가 일본 소비자에게 매력적일지는 모르겠습니다.

Q. 일본으로 죽을 비롯한 생선가공식품을 수출할 때 유의해야 할 사항이 있나요?

일본에 생선가공식품을 수출할 때 유의해야 할 특별한 사항은 없고 일본 정부에서 요구하는 수입식품 관련 규정만 잘 확인하고 준수하면 됩니다.

Interview ② 서울샵(Seoul Shop)

43)

서울샵
(Seoul Shop)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 일본 최대 전자상거래시장 오픈마켓인 라쿠텐에 입점한 도쿄기반의 온라인 쇼핑몰
 - 한국 제품을 중심으로 다양한 품목의 동아시아 수입 식료품 및 공산품을 취급하고 있음

담당자 정보

Store manager

SEOUL SHOP

서울샵(Seoul Shop) Store manager

Q. 일본에서 수산가공식품의 수요는 어떠한가요?

해산물은 영양소가 풍부하고 건강한 음식으로 일본 소비자들 사이에서 수요가 많으며, 그중에서도 생선, 새우, 게가 가장 인기가 많습니다. 해산물로 만든 수산가공식품도 일본 소비자들 사이에서 선호도가 높습니다.

Q. 일본에서 가장 인기 있는 생선가공식품은 무엇인가요?

가장 인기 있는 생선가공식품에 대해서는 확실하진 않지만, 일반적으로는 슈퍼마켓에서 쉽게 찾을 수 있는 제품들이 인기가 많을 것입니다.

Q. 일본에서 죽에 대한 시장 수요는 어떠한가요?

죽은 일본 소비자들 사이에서 다이어트 식품으로 인기를 얻고 있습니다. 또한, 한류 열풍으로 인해 일본 소비자들은 한국식 죽을 선호합니다.

Q. 일본 소비자들은 해산물 죽을 즐겨 먹나요? 일본에서 인기 있는 해산물 죽의 종류는 어떤 것이 있나요?

일본에서 해산물 죽은 식료품점에서 종종 보이지만 고기죽이나 야채죽보다 흔하지도 인기가 많지도 않습니다.

Q. 고객사 제품이 일본에 거주하는 아시아계 소비자뿐만 아니라 현지 소비자에게도 인기가 있을까요? 현지 소비자에게 생선죽이 좋은 반응을 얻기 위해 조언해주실 내용이 있나요?

죽은 일본 소비자들에게 친숙한 식품이기 때문에 생선죽도 인기가 있을 것 같습니다. 일본 소비자들은 생선죽의 건강상 이점과 새로운 맛에 대한 궁금증 때문에 고객사 제품을 구매하려 할 것입니다. 일본에서 좋은 반응을 얻기 위해서는 소식하는 일본 현지 소비자들의 입맛에 맞게 제품을 소량으로 제작하여 저렴한 가격에 판매해야 합니다.

Q. 일본 소비자들은 주로 어디에서 생선가공식품을 구매하나요? 일본에서 고객사 제품을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

일본 소비자들은 그동안 주로 슈퍼마켓, 식료품점 같은 오프라인 상점에서 생선가공식품을 구매했으나, 코로나 19 이후에는 온라인 쇼핑이 인기를 많이 끌고 있습니다.

Q. 일본 소비자들에게 생선죽을 홍보할만한 효과적인 방법이 있나요?

일본에서 고객사 제품을 효과적으로 홍보하기 위해서는 저희 업체도 사용 중인 소셜미디어(SNS) 광고와 이를 통한 상품 제안이 도움이 될 것입니다.

Q. 고객사 상품이 현지에서 경쟁력을 가질 수 있을 것으로 생각하나요?

일본 소비자들이 선호하는 죽 스타일은 자극적이지 않기에 고객사 제품의 매운맛이 일본 소비자들에게 그다지 매력적으로 다가가지 않을 것 같습니다. 죽은 부드럽고 편안함을 주는 음식이어야 합니다. 또한, 큰 용량에 비해서 가격은 나쁘지 않은 편이지만 일본에서 판매되는 죽 제품은 대부분 매우 저렴하므로 경쟁력이 낮을 수도 있습니다.

Q. 일본으로 죽을 비롯한 생선가공식품을 수출할 때 유의해야 할 사항이 있나요?

저희는 수출 통관 관련 절차에 대해서는 자세히 모르며 구체적인 내용은 수출하기로 계약된 수입업체나 포워딩 업체에 문의하면 제품에 맞는 최신 정보를 얻을 수 있습니다.

Interview ③ 김치랜드(Kimchi Land)

44)

김치랜드
(Kimchi Land)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 일본 최대 전자상거래시장 오픈마켓인 라쿠텐에 입점한 오사카 기반의 온라인 쇼핑몰
 - 한국 제품을 중심으로 다양한 품목의 동아시아 수입 식료품 및 공산품을 취급하고 있음

담당자 정보

Store manager

김치랜드(Kimchi Land)
Store manager

Q. 일본에서 가장 인기 있는 생선가공식품은 무엇인가요?

일본에는 다양한 종류의 생선가공식품이 존재하는데 특히 고로케(fish cakes), 어묵, 어란, 생선 통조림은 매우 인기가 있습니다. 이러한 생선가공식품 품목들은 일본인들에게 일상적인 식사뿐만 아니라 특별한 기념일에도 먹는 음식입니다.

Q. 일본 소비자들은 주로 어떻게 생선을 요리하나요?

일본에서는 주로 생선을 국수 요리 또는 국에 넣어서 먹거나, 구워서 먹습니다.

Q. 일본에서 죽에 대한 시장 수요는 어떠한가요?

죽은 일본 소비자들 사이에서 항상 수요가 높은 식품입니다. 일본에서 흔히 볼 수 있는 죽 종류는 야채죽, 잡곡죽, 고기죽, 해산물 죽이 있으며 채식주의자들에게 인기 있는 메뉴이기도 합니다. 그중에서 가장 인기 있는 죽은 흰죽과 야채죽입니다.

Q. 일본 소비자들은 해산물 죽을 즐겨 먹나요? 일본에서 인기 있는 해산물 죽의 종류는 어떤 것이 있나요?

일본에서 해산물 죽은 인기 있는 편입니다. 일본 현지 브랜드와 해외 브랜드에서 모두 인기 있는 해산물 죽은 게살죽, 전복죽, 새우죽입니다.

Q. 고객사 제품이 일본에 거주하는 아시아계 소비자뿐만 아니라 현지 소비자에게도 인기가 있을까요? 현지 소비자에게 생선죽이 좋은 반응을 얻기 위해 조언해주실 내용이 있나요?

고객사 제품은 일본인 소비자들 사이에서 인기 있을 것 같습니다. 다만, 고객사 제품을 일본 시장에서 출시하려면 먼저 순한 맛을 대중화한 뒤 매운맛을 추가로 출시해야 한다고 생각합니다. 일본 소비자들이 고객사 제품의 맛에 익숙해진 뒤에 매운맛과 같은 새로운 맛을 추가해도 문제가 없을 것입니다.

Q. 일본 소비자들은 주로 어디에서 생선가공식품을 구매하나요? 일본에서 고객사 제품을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

일본에서 광어죽을 판매하려면 온라인 채널을 사용하는 것을 권장합니다. 온라인은 항상 다양한 제품을 판매하며 편리하고 비용이 저렴하기에 일본 소비자들이 더 자주 찾기 때문입니다.

Q. 일본 소비자들에게 생선죽을 홍보할만한 효과적인 방법이 있나요?

일본 소비자들은 자신이 좋아하는 한국 아이돌들이 즐기는 음식을 맛보기를 원합니다. 따라서 일본에서 한국 식품 홍보는 시각적인 자극을 줄 수 있는 홍보 방식 중 하나인 키워드 마케팅, 프로모션 카피라이팅, 소셜미디어 마케팅이 효과적일 것입니다.

Q. 고객사 제품이 현지에서 경쟁력을 가질 수 있을 것으로 생각하나요?

고객사 제품은 건강상 이점이 있는 음식이기에 건강에 관심이 있는 소비자나 노약자를 겨냥할 수 있을 것 같습니다. 평소 식단에 신경을 많이 쓰는 일본 여성 소비자들 사이에서 경쟁력이 있을 것 같습니다.

Q. 일본으로 죽을 비롯한 생선가공식품을 수출할 때 유의해야 할 사항이 있나요?

일본에 생선가공식품 수출 시 특별한 사항은 없고 식품 수입 관련 규정이나 정부 지침을 잘 확인하고 진행할 것을 권장합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「Most often eaten seafood dishes in Japan as of March 2022」, 2022.06
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Staple Foods in Japan」, 2021.12
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Cooking Ingredients and Meals in Japan」, 2021.12
4. 미국 농무부(USDA), 「Korea Seafood Market Update 2022」, 2022.09
5. 스태티스타(Statista), 「Most popular seafood dishes Japan 2022」, 2022.10
6. 일본 농림수산부(MAFF), 「FY2021 Trends in Fisheries FY2022 Fisheries Policy Summary」, 2022
7. 한국수산경제, 「일본의 수산물 소비·유통 현황」, 2020.01
8. 대한무역투자진흥공사(KOTRA), 「2021 일본의 수산업」, 2021.12
9. 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in Japan」, 2022.02
10. 유로모니터(Euromonitor), 「Soup in Japan」, 2022.02
11. 유로모니터(Euromonitor), 「Processed Meat, Seafood and Alternatives to Meat in Japan」, 2022.02
12. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Japan Country Report」, 2022.02
13. 농식품수출정보(KATI), 「일본, 한국 편의점 ‘韓비니’ 오픈」, 2021.05
14. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in Japan Country Report」, 2022.02
15. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Japan Country Report」, 2022.02
16. 일본 후생노동성, 「후생노동성 고시 제370호 식품, 첨가물 등의 규격기준(食品, 添加物等の規格基準)」, 1975

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.euromonitor.com)
2. 유엔식량농업기구(Food and Agriculture Organization of the United Nations) (www.fao.org)
3. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
4. 미국 농무부(USDA) (www.usda.gov)
5. 테이스트아틀라스(taste atlas) (www.tasteatlas.com)
6. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
7. 아마존(Amazon) (www.amazon.co.jp)
8. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.com.jp)
9. 라이프(Life) (www.lifecorp.jp)
10. 마루에츠(Maruetsu) (www.maruetsu.co.jp)
11. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.sej.co.jp)
12. 아시아니케이(Asia Nikkei) (asia.nikkei.com)
13. 로손(Lawson) (www.lawson.co.jp)
14. 장터 한국광장(韓国広場) (shopping.geocities.jp/hiroba)
15. 서울시장(ソウル市場) (www.seoul-ichiba.com)
16. 일본 후생노동성 (www.mhlw.go.jp)
17. 일본 경제산업성 (www.meti.go.jp)
18. 일본 농림수산성 (www.aff.go.jp)
19. 일본 전자법률포털 (www.e-gov.jp)
20. 일본 도쿄도 복지보건부 식품안전정보시스템 (www.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp)
21. 관세청 (www.customs.go.kr)
22. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
23. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
24. 국립수산물품질관리원 (www.nfqs.go.kr)

25. FTA포털(Yes FTA) (www.customs.go.kr/ftaportalkor/main.do)
26. 아이템피아재팬(Itempia Japan) (item.rakuten.co.jp/kshouhin)
27. 서울샵(Seoul Shop) (www.rakuten.ne.jp/gold/seoulmate)
28. 김치랜드(Kimchi Land) (www.rakuten.co.jp/kimchiland)

