

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1902-07

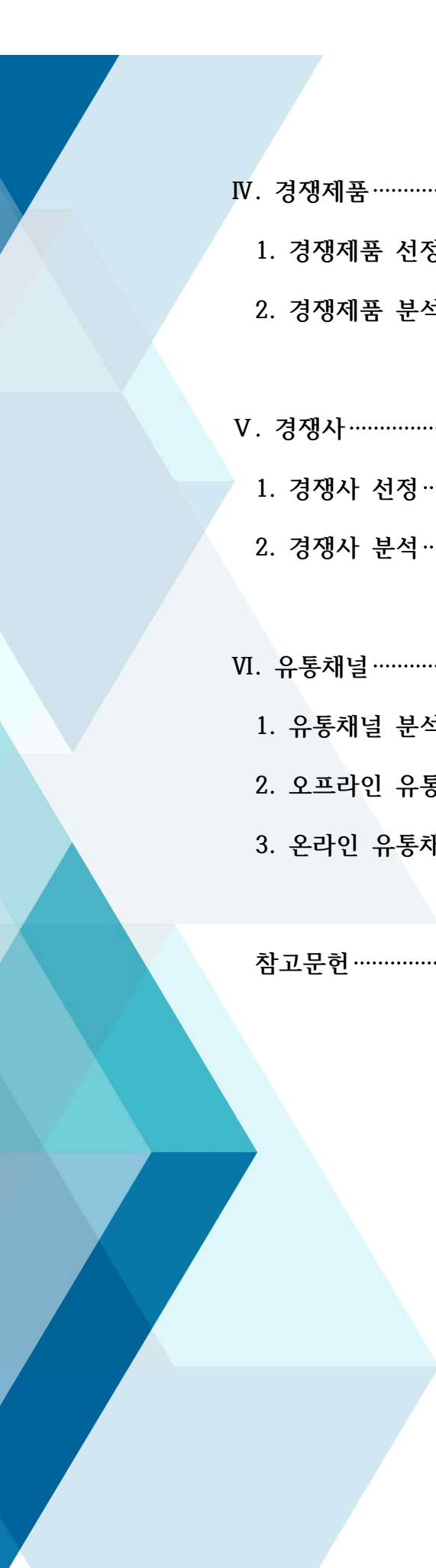
품 목 : 천연 조미료

(True Natural Seasoning Tablet)

국 가 : 일본(Japan)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	4
1. 수출환경 및 경제지표	6
2. 식품 산업현황	11
3. 수출입통계	17
II. 시장 트렌드	19
III. 통관 및 제도	21
1. 통관 및 검역	24
2. 인증정보	32
3. 라벨링	36
4. 위생요건	40



IV. 경쟁제품	41
1. 경쟁제품 선정	42
2. 경쟁제품 분석	43
V. 경쟁사	55
1. 경쟁사 선정	56
2. 경쟁사 분석	57
VI. 유통채널	60
1. 유통채널 분석	61
2. 오프라인 유통채널	64
3. 온라인 유통채널	80
참고문헌	81



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품 산업현황
3. 수출입통계

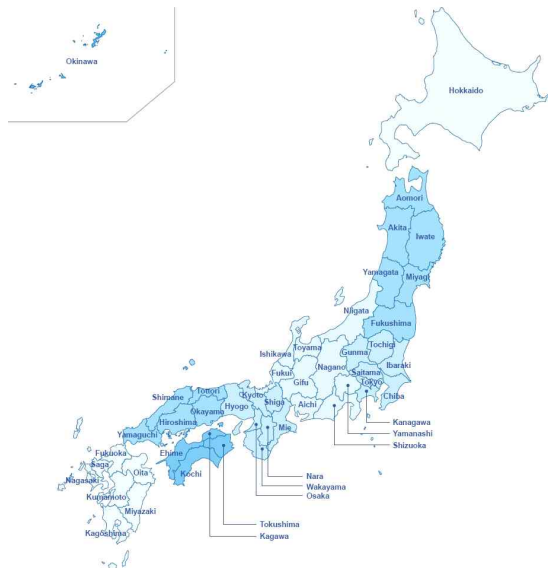
국가 개요

한반도 남동쪽에 위치하며 북쪽으로는 오호츠크해, 남쪽으로는 동중국해에 인접한 긴 지형의 섬나라. 4개의 주요 섬과 다수의 작은 섬으로 구성되어 있으며 국토의 상당 부분을 산악 지대와 숲이 차지. 규슈 지방은 아열대 기후에 가깝지만 홋카이도 지방은 북방 기후에 가까움. 메이지 유신을 통해 아시아 국가 중 가장 빨리 근대화되었으며, 높은 교육 수준과 숙련된 노동력을 바탕으로 고도의 경제발전을 이룩해 미국, 중국에 이은 GDP 규모 세계 3위의 경제대국이자 OECD, G7 회원국. 자동차·가전, 공업용 기계, 선박, 철강, 석유화학 등 제조업 및 중화학공업이 주력 산업이며 농업과 어업 또한 매우 발전

세계 최고의 기대수명과 인간개발지수에서 드러나듯 국민들의 삶의 질 또한 매우 높은 수준이며 동시에 문화·예술 강국이자 세계를 선도하는 과학기술 선진국이기도 함. 최근에는 2020년 도쿄올림픽이 예정되어 있음

주요 정보

- ▶ 국명: 일본(Japan)
- ▶ 수도: 도쿄
- ▶ 총리: 아베 신조(Shinzo ABE, 2012.12.16.~)
- ▶ 인구:
 - 1억 2,670만 명(2017)
 - 24세 미만: 22.5%(2017)
 - 도시 인구: 91.6%(2017)
- ▶ 면적: 377,915km²(한반도의 약 1.7배)
 - 혼슈, 시코쿠, 홋카이도, 규슈로 구분
- ▶ 공식어: 일본어
- ▶ 주요 도시: 도쿄, 오사카, 나고야, 기타큐슈, 후쿠오카, 시즈오카 등
- ▶ GDP: 5조 4,290억 달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 4만 2,800달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 1.7%(2017)
- ▶ 화폐단위: 엔(¥)¹⁾
- ▶ 인터넷 보급률: 94%(2017.12.)

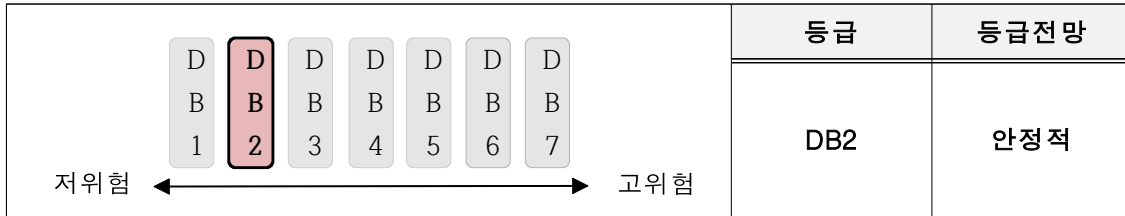


자료: 「Country Insight Report Japan December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.18.

1) 100엔 = 1,017원(KRW)(KEB하나은행 고시 기준, 2019.03.13)

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망²⁾



자료: 「Country Insight Report Japan December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.18.

□ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 인구 1억 2,000만 명의 탄탄한 내수 시장과 선진적 기업 환경 보유 - 아베노믹스로 표방되는 양적 완화 정책을 통해 장기 경기침체 극복
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 고령화에 따른 인구절벽 도래 - 50.5%(2017년)의 낮은 여성 노동 참여율로 경제성장 제한 - 강력한 양적완화 정책을 바꾸기 어렵고, 저금리에 따른 물가상승률 억제 등과 같은 부작용이 경제에 부정적인 영향 미칠 우려 있음

자료: 「Country Insight Report Japan December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.18.

2) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨

자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

□ 주요 거시경제 지표

- 최근 3년간(2015-2017년) 느리고 완만한 성장세를 나타냈으나, 2019년 소비세 인상과 2020년 도쿄올림픽이 변수
 - 2016년에는 엔화 강세와 미국의 보호무역주의에 따른 수출 부진으로 2015년 대비 0.8%p 낮은 0.6%의 경제성장률을 거둠
 - 2017년에는 기업의 설비투자, 공공투자 증대와 수출 개선으로 전년 대비 0.7%p 상승한 1.9% 기록
 - 아베 정부가 2019년 10월 소비세 인상을 공식화함으로써 2014년 소비세 인상 이후 겪었던 경기 부진에 대한 우려가 있지만, 2020년 도쿄올림픽 개최에 따른 공공투자 확대 및 내수 활성화로 2021년 경제성장률은 1.4%를 기록할 전망
- 물가상승률 2%는 2020년까지 달성하기 어려울 전망
 - 대규모 금융완화 정책에도 불구하고 2018년 10월 소비자물가지수가 전년 동월 대비 1.0% 상승하는데 그침
 - 2023년까지 1.7%에 그칠 것으로 전망됨
- 실업률은 저출산·고령화에 따른 노동력 부족으로 완전고용상태에 가까워지고 있지만 인구 수 감소 추세는 장기적으로 부정적인 영향을 미칠 것이며, 기업들이 자동화 등 성공적인 대응법을 찾는 것이 관건

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f	2023f
경상수지/GDP	3.9	4.0	3.6	3.5	3.3	3.3	2.9	2.2
재정수지/GDP	-3.7	-4.3	-3.8	-3.3	-2.1	-2.0	-1.9	-2.0
물가상승률	-0.1	0.5	1.1	1.4	1.5	1.7	1.7	1.7
경제성장률	0.6	1.9	0.8	1.2	1.0	1.4	1.0	1.0
실업률	3.1	2.8	2.5	2.4	2.4	2.6	2.8	2.9

자료: 「Country Insight Snapshot Japan December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.14.

□ 무역통상 환경

- 미국, 자동차에 대한 25% 일괄관세 적용으로 일본 압박
 - 미국은 자동차 부문의 일괄관세 적용과 농업 부문 개방으로 일본 압박 중
 - 특히, 미국의 계획대로 자동차에 25%의 일괄관세가 적용되면 일본 경제성장률은 최소 0.3% 이상 하락할 것으로 전망됨
 - 일본과 미국은 지난 8월 9~10일 통상협상에 나섰지만, 특별한 결론을 내리지 못함
 - 한편, 미-중 무역전쟁으로 일본 자동차 제조사들이 반사이익을 거둘 것으로 전망되며, 이미 2018년 8월 기준 중국 내 일본 자동차 판매는 약 36만 4,000대로 전년 대비 2.5% 상승³⁾
- 미-일 양국은 2018년 9월 정상회담에서 양자간 무역협상 개시에 합의하였으며, 2019년 1월 중 협상이 개시될 전망
 - 일본은 농업 분야에서는 TPP에서 결정한 수준을 웃도는 관세 인하는 어렵다는 입장을 전달했으며, 미국은 교섭 기간 중에는 일본산 수입 자동차에 대한 추가 관세를 부과하지 않기로 결정함
 - 미국과 일본의 양자 무역협상인 물품교역협정(TAG, Trade Agreement on goods)이 2019년 1월 중 개시될 전망
- 태평양 연안국가와의 CPTPP⁴⁾ 및 유럽연합과의 FTA 체결
 - 2018년 3월 8일 태평양 연안 10개국과 CPTPP 협정 비준
 - 2018년 12월 30일 일본·캐나다·멕시코·호주·뉴질랜드·싱가포르 6개국을 대상으로 우선 발효되었으며, 협정 체결국의 재화 및 서비스 시장에 대한 접근성이 높아져 장기적으로 1.0-1.5%의 GDP 증가 효과를 거둘 것으로 전망됨
 - 대상 국가는 일본을 포함해 캐나다, 멕시코, 호주, 뉴질랜드, 싱가포르, 브루나이, 베트남, 말레이시아, 칠레, 페루 등 10개국
 - 유럽연합과의 FTA가 2019년 2월에 발효될 예정이며, 일본의 수혜품목으로는 서비스업, 자동차, 유제품·육류·와인과 같은 식품

3) www.marklines.com/en/statistics/flash_sales/salesfig_japan_2018

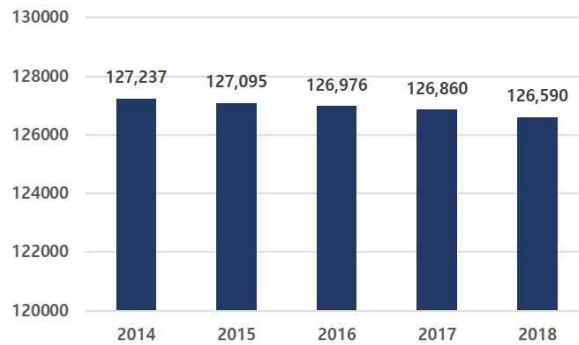
4) Comprehensive & Progressive Trans-Pacific Partnership

□ 인구 변동

- 총인구 및 청년층 감소는 식품산업을 위축시키는 중대 요인
- 총인구는 2011년 이후로 감소 추세이며, 향후에도 이러한 추세는 지속될 것으로 전망
- 2018년 1월 인구는 전년 동기 대비 270만 명 감소

그림 1.1 총인구 변동 추이(2014-2018년)

(단위: 천 명)

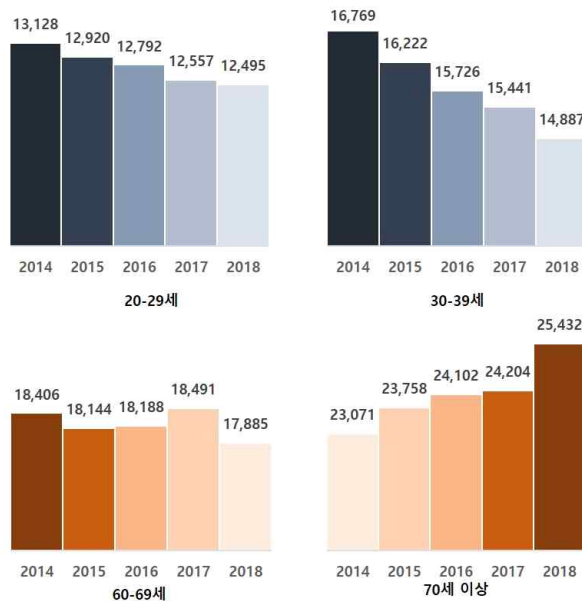


자료: 일본 총무성, 인구추계월보, 2018.1.

- 최근 5년간(2014-2018) 청년층(20-39세) 인구 감소와 노년층(60세 이상) 인구 증가로 급격한 고령화 진행 중

그림 1.2 연령별 인구 변동 추이(2014-2018년)

(단위: 천 명)



자료: 일본 인구추계월보, 총무성, 2018.1.

□ 위험 및 기회 요소

구분	세부 내용
<p style="text-align: center;">위험 요소</p>	<p>2019년 1월, 엔화 가치 일시적 급등</p> <ul style="list-style-type: none"> • 최근 110엔대에서 거래되던 엔-달러 환율이 2019년 1월 3일 104.79엔까지 급락하며 순간 환율 상승폭이 4%를 기록 • 일본 엔화는 대표적인 안전자산으로 간주되며, 2018년 주요국 간 무역전쟁 우려에 따른 안전자산 선호로 엔화가 급락하며 경제지표가 악화된 경험이 있음 • 전문가들은 최근 엔화 가치 급등 현상이 시장의 금융위기 불안감으로 인한 안전자산 선호현상 때문에 발생한 것인지 여부를 예의주시 중 <p>2019년 10월 소비세율 기존 8%에서 10%로 인상</p> <ul style="list-style-type: none"> • 일본 정부는 소비세율 인상에 따른 충격에 대비하기 위해 2조 엔을 투입해 세금을 감면하고 경기를 부양시킬 계획을 수립 중 <p>경직된 노동시장과 고령화에 따른 인구절벽 극복이 당면 과제</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2017년 1억 2,670만 6,000명으로 7년 연속 인구가 감소했으며, 65세 이상 인구 비율은 27.1%로 세계 최고치를 기록 • 최근 3년간 여성 노동참여 비율 꾸준히 높아지고 있지만 다른 선진국에 비해 여전히 낮은 수준
<p style="text-align: center;">기회 요소</p>	<p>2019년 CPTPP 및 EU FTA 발효</p> <ul style="list-style-type: none"> • CPTPP를 통해 장기적으로 1.0~1.5%의 GDP 증가 효과를 거둘 것으로 전망되며, EU와의 FTA는 일본 제품에 대한 EU의 관세를 99% 제거할 것으로 예상됨 <p>향후 5년간 1.0~1.5%의 경제성장률을 거둘 것으로 예측</p> <ul style="list-style-type: none"> • ‘잃어버린 10년’에 겪었던 연평균 0.5%의 저성장 기조에 비해 긍정적 • 기업의 설비투자 증가와 공공부채의 선순환이 긍정적 요인으로 작용할 전망

자료: 「Country Insight Snapshot Japan December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.14.
 ‘AI trading sends yen surging, briefly touching 104 to dollar’, NIKKEI ASIAN REVIEW. 2019.1.3.

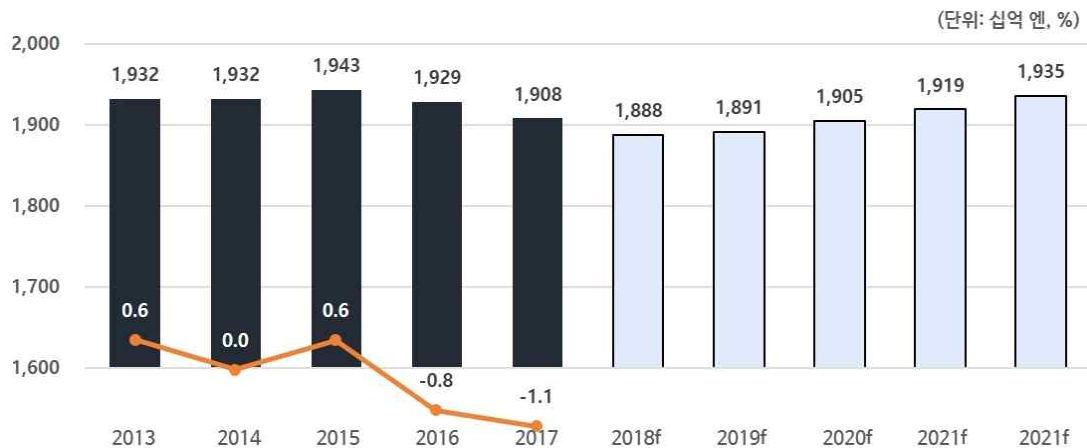
2. 식품 산업현황

1) 소스·드레싱·조미료 산업현황

□ 소매시장 현황

- 2017년 소스·드레싱·조미료 소매시장은 소폭의 감소 추세에 있으며, 2015년 대비 약 1.8% 감소한 1조 9,080억 엔(약 19조 2,800억 원)을 기록
 - 인구 감소에 따른 소비 감소가 가공식품 산업 전반에 영향을 미쳐 소스·드레싱·조미료 소매시장 규모 또한 축소되고 있음
 - 바쁜 생활습관으로 인해 소스류의 구입 및 사용이 감소하고, 시간을 절약할 수 있는 포장식품의 소비가 증가하는 것 또한 해당 시장의 축소에 영향을 미침
- 가정에서의 음식 조리가 늘어나는 추세로, 향후 시장 전망은 다소 긍정적
 - 외식 비용 절감과 건강식 섭취를 위한 가정식 선호가 증가하는 가운데 일반 가정에서는 편리하고 간소한 조리를 추구하는 경향이 나타나고 있음
 - 따라서 간단하고 간편한 조리에 활용되는 복합조미료와 개별 메뉴 전용 조미료, 각종 반찬 양념 등의 수요가 증가하고 있음
 - 반면, 미소나 간장과 같은 기초 조미료는 저염식 추세에 의해 소비가 감소하는 추세
 - 편리함 외에 음식 본연의 맛도 중시하기 때문에 맛과 간편함을 동시에 추구하는 소비자가 증가하고 있음

그림 1.3 소스·드레싱·조미료 소매시장 규모 추이 및 전망(2013-2022년)



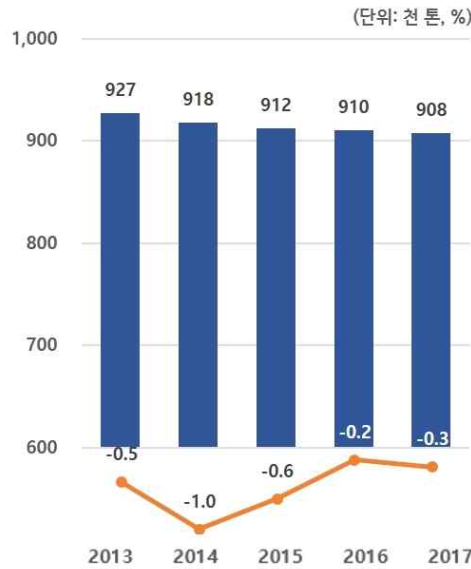
자료: Euromonitor International

- 식품 안전을 위협하는 이슈가 끊임없이 제기⁵⁾되면서 식품업계에 대한 신뢰성이 크게 하락하였으며, 이로 인해 가정에서의 음식 조리 추세가 지속될 것으로 예상되는 바, 향후 5년간의 시장 전망은 다소 긍정적

□ B2B⁶⁾ 유통 현황

- o 2017년 기준 소스·드레싱·조미료의 B2B 채널 유통량은 B2C를 포함한 전체 유통량의 약 28%를 차지하였으며, 해당 시장의 침체와 맞물려 지난 5년간(2013-2017년) 연평균 증가율 -0.5%를 기록함

그림 1.4 소스·드레싱·조미료의 B2B 유통량 추이(2013-2017년)



자료: Euromonitor International

5) '먹거리 안전국?...日서 폐기용 식자재 유통 파문 확산', 연합뉴스, 2016.1.20.

6) 레스토랑, 카페, 바, 패스트푸드점, 배달, 테이크아웃 서비스, 푸드코트, 길거리 매장을 포함하며 호텔, 면세점, 단체 급식 시스템(학교와 병원 구내식당, 감옥, 병원, 군대)은 제외

□ 제품 트렌드

- 칼로리, 염분, 당분, 식품첨가물, 화학조미료 등의 사용을 억제하거나 최소화하려는 추세에 따라, 천연·무첨가·저염분을 강조한 제품이 출시되고 있음
 - 주식회사 불독소스는 2017년 유기농 야채를 이용한 소스, 칼로리 하프(half) 소스, 염분 50% 소스 제품을 출시
 - 조리시간이 긴 카레 파우더는 카레 즉석조리식품의 출시로 인해 점진적으로 시장이 축소되고 있는 상황. 이에 카레 파우더를 제조하는 하우스 식품 주식회사는 소비자들의 관심을 다시 끌기 위해 염분을 25% 줄인 카레 파우더 제품을 출시
 - 아지노모토(味の素)의 주요 제품인 혼다시 또한 나트륨 축소 비율을 30%에서 40%로 늘림⁷⁾

그림 1.5 저염, 저칼로리를 강조하는 소스 및 조미료 제품



불독소스의
유기농소스, 염분 50% 소스, 칼로리 하프 소스

하우스푸드의
저염 카레 파우더

아지노모토의
저염 혼다시
자료: 각사 홈페이지

- 고령화 및 핵가족화로 간편한 조리과 이용의 편리성을 강조하는 제품이 대세
 - 1인 가구 및 소가구의 수요에 대응하기 위해 소용량·일회용·날개 포장 제품 등이 출시되고 있음
 - 소스, 조미료, 드레싱 용기가 지닌 불편함을 개선하기 위해 개봉이 용이한 뚜껑, 신선도 유지를 위한 밀봉성 리캡(recap)이 가능한 뚜껑, 따르기 쉬운 용기, 소지가 편리한 용기 등 소비자의 다양한 요구에 대응하여 편리성을 대폭 높인 용기 제품들이 출시되고 있음

7) 일본 '저염' 식품 시장 주목, 식품음료신문. 2015.3.10.

그림 1.6 핸디 파우치 형태의 미림(좌)과 일회용 간장(우)



자료: 다카라, 키코만 홈페이지

□ 주요 업계 동향

- 제품 종류별로 세분화 경향이 심화되고 있음
- 주요 업체는 Kewpie로 마요네즈와 샐러드 드레싱이 주력 제품이며, 시장 점유율은 2017년 약 7.5%
 - 약 100년의 역사를 자랑하는 제조업체로, 일찍부터 충성도 높은 고객을 확보함으로써 오랫동안 시장 점유율 1위를 차지하고 있음
 - 저염·저칼로리 제품을 출시했을 뿐만 아니라, 2018년에는 망고맛 샐러드 드레싱 제품으로 여성 소비자들의 높은 호응을 얻음

그림 1.7 Kewpie사의 마요네즈·샐러드 드레싱 신제품



망고맛 샐러드 드레싱

저칼로리 마요네즈

지방 및 설탕 함유량을 줄인 샐러드 드레싱

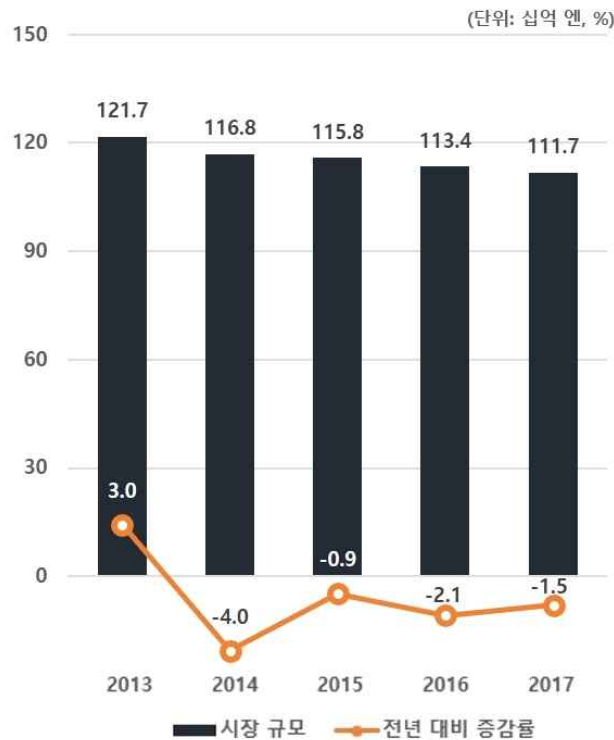
자료: Kewpie 홈페이지

2) 고체형 육수 제품(Stock Cube) 산업현황

□ 시장 현황

- 일본의 고체형 육수 제품은 거의 대부분 서양식 큐브 형태보다는 분말형 제품으로 제조되어 유통 중이며, 일반적으로 나베 등 국물 요리 등에 사용되고 있음
- 이러한 요리는 번거로운 조리과정으로 인해 바쁜 소비자들에게 외면받고 있어 고체형 육수 제품 시장 규모 또한 점차 감소 중
 - 2017년 기준, 1,117억 엔(약 1조 1,300억 원)의 시장 규모를 기록하며 최근 5년간(2013-2017년) 연평균 -2.1%를 기록함

그림 1.8 고체형 육수 제품 시장 규모 추이(2013-2017년)



자료: Euromonitor International

- 주요 브랜드로는 일본의 대표적인 조미료 제조기업인 아지노모토(味の素)의 혼다시(ほんだし)가 소비자들의 호응을 얻고 있으며, 뒤이어 시마야와 리켄의 육수용 분말 제품이 인기를 끌고 있음

표 1.2 고체형 육수 제품 브랜드별 시장 점유율 추이(2013-2017년)

(단위: 천 명)

브랜드명	제조회사	2013	2014	2015	2016	2017
혼다시	아지노모토	31.4	32.4	32.7	33.3	33.4
시마야	시마야	8.2	9.4	9.4	9.4	9.4
리켄	리켄	4.8	5.4	5.4	5.6	5.6
아지노모토	아지노모토	5	5.1	5.2	5.3	5.4
야마키	야마키	3.2	3.3	3.3	3.5	3.5
크노르	유니레버	1.8	1.8	1.9	1.9	1.9
마끼	네슬레	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2
PB상품		5.2	5.2	5.2	5.2	5.3
기타		39.2	36.2	35.6	34.6	34.3
계		100	100	100	100	100

자료: Euromonitor International

- 2017년 기준 아지노모토의 혼다시(ほんだし), 아지노모토(味の素, MSG)가 38.8%의 시장 점유율로 타 기업 대비 지배적인 시장 점유율을 기록하고 있음
- 뒤이어 시마야(シマヤ)와 리켄비타민주식회사(理研ビタミン株式会社)가 각각 9.4%, 5.6%로 아지노모토의 뒤를 잇고 있음

그림 1.9 일본 내 인기리에 유통 중인 분말형 육수 제품



아지노모토의 혼다시



시마야



리켄비타민주식회사



아지노모토의 아지노모토(MSG)



야마키

자료: Euromonitor International

3. 수출입통계

1) 통계분석 기준 설정

□ 통계 기준 설정

- 천연 조미료의 전 세계 및 일본 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정

□ 천연 조미료의 HS CODE는 한국 2103.90.9030, 일본 2103.90.229

- 천연 조미료의 글로벌 수입통계를 파악하기 위한 HS CODE는 2103(소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자) 중 2103.90(기타)에 속함
- 일본의 수입 규모를 파악하기 위한 일본 HS CODE는 2103.90.229(기타)
- 한국산 수출 규모 파악을 위해 한국 HS CODE는 2103.90.9030(혼합조미료)

표 1.3 천연 조미료의 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준			
글로벌 수입 통계	HS CODE	2103.90	품명	기타
일본 수입 통계		2103.90.229		기타
한국산 수출 통계		2103.90.9030		혼합조미료

표 1.4 천연 조미료의 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자
	2103.90.9030	혼합조미료
일본	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자
	2103.90.229	기타

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)

- 글로벌 및 일본 HS CODE는 기타로 분류되어 매우 다양한 품목을 동시에 포함하기 때문에 천연조미료에 해당하는 통계 자료를 파악하기에는 어려움이 있으므로 생략하기로 함

2) 한국 수출 통계(통계기준: HS CODE 2103.90.9030)

□ 한국 조미료의 對글로벌 수출 규모

- 조미료의 對글로벌 수출 규모는 2015년까지 하락 추세를 보이다가 소폭의 증가세로 전환됨
 - 2015년까지 중국으로의 수출 규모가 감소했으며, 그 원인은 중국 시장 내 MSG 제조업체 난립으로 인한 경쟁 심화와 그로 인한 매출 감소, 판매비용 증가로 파악됨

표 1.5 한국 조미료의 對글로벌 수출 통계(2013-2017년)

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증감률)	6,164 (△1.6%)	5,313 (△13.8%)	4,808 (△9.5%)	5,050 (5.0%)	5,520 (9.3%)
금액 (연 증감률)	32,572 (△1.4%)	25,302 (△22.3%)	21,978 (△13.1%)	22,069 (0.4%)	23,644 (7.1%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 한국 조미료의 對일본 수출량

- 한국 조미료의 對일본 수출량 및 수출액은 매년 증감을 반복하는 바, 뚜렷한 경향성은 파악되지 않음

표 1.6 한국 조미료의 對일본 수출 통계(2013-2017년)

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증감률)	522 (△7.1%)	732 (40.2%)	680 (△7.1%)	778 (14.4%)	975 (25.3%)
금액 (연 증감률)	1,745 (△26.2%)	2,494 (42.9%)	2,237 (△10.3%)	2,888 (29.1%)	3,393 (17.5%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



II. 시장 트렌드

□ 제품 트렌드

- 1인 가구의 증가에 발맞춰 소형화, 간편화된 용기 제품이 출시되고 있음
 - 중화풍 조미료의 경우 페이스트 형태로 출시되어 조리 시 반드시 스푼 등을 통해 털어야 하는 번거로움이 있어, 제조사들은 이러한 단점을 보완한 1인용 튜브형 제품 출시
 - 50ml, 75ml, 125ml 등 소형화된 용기 제품이 꾸준히 출시되고 있으며, 특히 에바라(주)는 1회용 포션 타입의 조미료 제품을 출시해 소비자들의 호응을 이끌어내고 있음

그림 2.1 튜브형 및 포션 형태의 조미료 제품



자료: 현지조사원, 에바라 주식회사 홈페이지

❖ [조미료 관련 소비자 인터뷰]

인터뷰
<p>□ 소비자 1(30대 후반, 여성, 주부)</p> <p>☞ 콘소메(콘소메스프, 오므라이스 등의 양식에 사용), 혼다시(일본 된장 등의 일식), 토리 가라스프(볶음밥 등의 중식)와 같은 세 종류의 조미료를 모두 구비하고 있으며, 모두 아지노모토 브랜드를 사용하고 있음. 특별히 건강을 중시하여 조미료를 사용하지 않는 가정이 아니라면 상기 조미료는 거의 구비하고 있음</p>
<p>□ 소비자 2(30대 초반, 여성, 주부)</p> <p>☞ 과거에는 개별 요리의 특성에 맞춰 조미료를 분류해서 사용했지만 최근에는 味覇(웨이파)⁸⁾ 하나로 양식을 포함한 모든 요리를 조리함. 일식을 만들 때는 육수를 직접 만들기 때문에 혼다시와 같은 조미료는 거의 사용하지 않는 편임</p>

8) p.49 참고



Ⅲ. 통관 및 제도

- 1. 통관 및 검역**
- 2. 인증정보**
- 3. 라벨링**
- 4. 식품첨가물**

통관 및 검역 개요

❖ 일본 식품 수입통관 절차

일본에서 식품을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	절차	주요 내용	관할 기관
1	수입신고 전	- 출항 전 보고제도 - 적하목록 제출	
2	수입신고	- 수입신고 - 타 법령 절차	NACCS 혹은 관할 세관
3	심사, 검사	- 세관에 의한 심사 - 세관에 의한 물품 검사	
4	관세 등 납부 및 수입 허가	- 관세 등 납부 - 수입 허가	관할 세관

자료: 일본 관세국(www.customs.go.jp)

❖ 식품 통관 절차



관세 및 세금 개요

❖ 일본 HS-CODE 2103.90.229의 관세율(2018년 기준)⁹⁾

HS CODE	품명	구분	관세율
2103.90.229	기타	기본세율	14%
		<u>WTO 협정세율</u>	10.5%

일본 HS CODE 2103.90.229의 경우 WTO 협정세율 적용¹⁰⁾

❖ 일본 부가가치세 정보

일본 HS CODE 2103.90.229 - 부가세 8% 부과

❖ 일본 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 일본을 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS CODE를 입력하면 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율 확인 가능
- 3) 일본 관세청에서 직접 확인하려면, 일본 관세국 웹사이트 내 재무성 무역통계의 품목별 관세 조회 페이지에서 제21류 각종 조제식료품(第21類 野各種の調製食料品) 중 세율(稅率) 항목을 선택해 일본 HS CODE를 조회하면 관세율 확인 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	일본 관세국	www.customs.go.jp/tariff/2018_4/index.htm

9) 관세법령정보포털 및 일본 관세청

10) WTO 협정세율은 기본세율 및 잠정세율보다 낮은 경우에 적용되므로 WTO 협정세율을 적용받는 것이 유리함

1. 통관 및 검역

1) 통관 절차

□ 일본 식품 수입통관 절차

○ 일본에서 물품을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	절차	주요 내용	관할 기관
1	수입신고 전	- 출항 전 보고제도 - 적하목록 제출	
2	수입신고	- 수입신고 - 타 법령 절차	NACCS 혹은 관할 세관
3	심사, 검사	- 세관에 의한 서류 심사 - 세관에 의한 물품 검사	
4	관세 등 납부 및 수입 허가	- 관세 등 납부 - 수입 허가	관할 세관

자료: 일본 관세국(www.customs.go.jp)

□ 수입신고 전 - 출항 전 보고

○ 개요

- 입항하려는 선박 컨테이너 화물(공컨테이너, 벌크 화물 제외)의 적하정보를 선적항 출항 24시간 전(근거리 지역의 경우 선적항 출항 전까지)까지 전자적으로 보고

○ 보고 방법

- 수출입 항만 관련 정보처리시스템(NACCS)과 이용계약이 체결된 경우: NACCS 홈페이지에 접속하여 보고
- NACCS센터와 이용계약이 체결되지 않은 경우: NACCS와 계약을 체결한 서비스 프로바이더(예: KTNET, KLNET, Cyberlogitec 등)를 경유해 접속하여 보고 이 경우 신청자 ID를 미리 발급받아야 함. ID 취득은 NACCS 웹사이트에서 가능
- 보고 또는 신청자 ID 발급신청은 다음 주소에서 가능
bbs.naccscenter.com/naccs/dfw/web/afrij/index.html

○ 벌칙

- 미신고, 신고 지연, 잘못된 정보 신고, 미허가 하역일 경우 1년 이하의 징역에 처하거나 최대 50만 엔 이하의 벌금 부과

□ 수입신고 전 - 적하목록의 제출

○ 제출 기한

- 외국 무역선이 선적항에 출항하기 24시간 전까지 제출

○ 타 법령 절차 확인

- 보고 누락, 허위 보고의 경우 1년 이하의 징역 또는 50만 엔 이하의 벌금 부과

□ 수입신고

○ 개요

- 항공회사, 선박회사는 화물이 도착하면 수입자에게 화물이 도착하였다는 취지의 도착통지(Arrival Notice)를 함. 수입자는 항공회사, 선박회사에서 운송 계약과 관련된 서류를 인수받아 수출자가 보내온 송품장 등과 함께 화물이 보관되어 있는 보세지역을 관할하는 세관에 수입신고를 함
- 관할 세관 확인: www.customs.go.jp/hozei/zouchi.htm

○ 신고인

- 수입신고는 화물의 수입자 또는 세관의 허가를 받은 통관업자가 수입자를 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 위탁해 통관절차를 진행해야 함

○ 신고방법

- NACCS를 통한 신고: 수입화물의 수하인이나 위탁 통관기업이 전산 시스템을 통하여 세관에 수입신고서 전자자료를 전송하고 관련 증빙서류를 구비하여 제출
- NACCS를 통하지 아니한 신고: 수입화물 수하인이나 위탁 통관기업이 수입신고서를 작성하고 관련 증빙서류를 구비하여 세관에 직접 제출

- 수입통관 시 제출해야 하는 관련 증빙서류
 - 수입신고서
 - 송품장
 - 선하증권
 - 운임·보험료명세서
 - 포장명세서
 - 품목에 따라서 타 법령에 의한 허가·승인서, 원산지증명서, 감면신청서 등

□ 수입신고 - 타 법령 절차

○ 개요

- 수입하려는 물품이 관세법 이외에 타 법령에 의해 허가, 승인 등을 필요로 하는 경우 수입신고 시점에 해당 물품이 적절한 허가, 승인을 받았음을 세관에 입증

○ 타 법령 절차 확인

- 타 법령 규제 대상 및 소관기관은 다음 링크에서 확인할 수 있음
www.customs.go.jp/tetsuzuki/c-answer/imtsukan/1801_jr.htm

□ 심사 및 검사 - 서류 심사

○ 개요

- 수입신고서가 세관에 접수되면 통관지 세관에서 수입신고서 등 제출서류를 심사함. 심사 방법은 세 가지로 구분할 수 있음

○ 심사 방법

- 간이심사: 위험도가 가장 낮은 건에 대해서는 통관정보시스템(NACCS)에 의하여 제출된 신고내용만을 검토
- 서류심사: 중간 정도의 위험도가 있는 건은 종이 수입신고서와 첨부서류를 제출하도록 함
- 검사: 위험도가 높은 건에 대해서는 서류심사에 더하여 현품을 검사하게 되는 바, 이 경우 통관소요시간이 길어지는 것은 물론 검사에 소요되는 비용도 모두 수입

자가 부담하게 되므로 평소 신고를 정확히 할 수 있는 회사 내부 검토 체제를 갖추는 것이 중요

□ 심사 및 검사 - 물품 검사

○ 개요

- 수입검사의 목적은 신고내용과 화물의 동일성을 확인함으로써 정확한 관세 및 내국 소비세를 확보하고 수입규제품에 해당되는지의 여부에 대한 확인, 권총 등 위험품 적발 등에 있음

○ 검사 내용

- 관세, 내국 소비세를 납부해야 하는 물품에 대해서는 이들 세금을 납부했을 것 (납기연장제도를 이용하는 경우를 제외)
- 물품이 아편, 마약, 기타 수입금지품이 아닐 것
- 타 법령의 규제를 받는 물품은 각각의 법령에 의한 허가, 승인을 취득할 것
- 물품의 원산지 등이 허위로 표시되어 있지 않을 것 등

□ 관세 등 납부 및 수입 허가 - 관세 납부

○ 납부 기한

- 세관에서 심사가 완료된 후 납부서(또는 납부번호가 기재된 납부 번호 통지 정보)를 교부하면, 납세의무자는 이를 납부하면 됨. 별도의 납부기한은 존재하지 않으나, 관세 등을 납부하지 않는 경우 화물을 보세구역 등으로부터 수취할 수 없음

○ 납부 방법

- 세관에서 교부한 납부서에 의한 납부: 세관 창구, 금융기관 창구에서 납부하거나 인지로 납부
- 세관에서 통지한 납부 번호에 따른 납부: 인터넷뱅킹, 모바일뱅킹, 금융기관의 ATM 등을 통한 납부
- EDI 시스템을 통한 전자납부

□ 관세 등 납부 및 수입 허가 - 수입 허가

○ 개요

- 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

□ 관세 등 납부 및 수입 허가 - 통관 완료

○ 개요

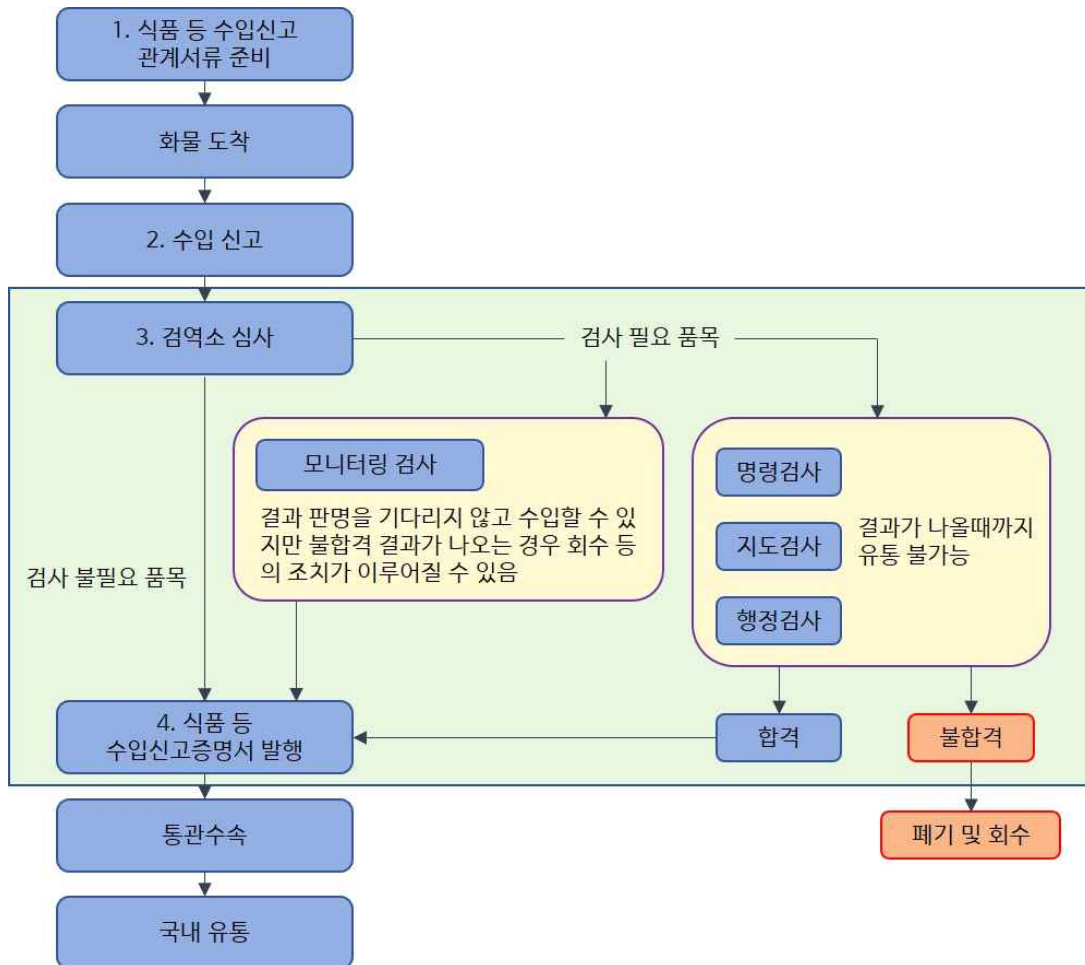
- 수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입 물품에 대한 통관이 완료됨

2) 통관 및 검역 시 유의사항

□ 통관 시 검역 절차

- 식품 검역은 식품위생법에 근거해 심사 및 검사 단계에서 이루어지며, 수입에 적합한 식품 여부를 확인하는 절차로서 일본 식품위생감시원¹¹⁾이 검사

그림 3.1 식품위생법과 식품검역 절차에 따른 통관 절차



자료: 일본 후생노동성 홈페이지¹²⁾ 및 공익사단법인 일본수입식품안전추진협회(ASIF)¹³⁾

11) 일본 후생노동성 홈페이지,
www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/administration/index.html#03
 12) www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000144562.html
 13) www.asif.or.jp/import2.html

□ 식품검역 절차

- 조미료와 같은 식품은 식품검역의 대상이 아니며 검사 불필요 품목으로 분류될 것으로 예상된다. 이에 따라 실제 물품과 서류와의 일치 여부 검사가 이루어질 것으로 사료됨. 일반적으로 식품검역은 다음과 같은 구분에 따라 시행¹⁴⁾
 - 검사 명령: 식품위생법 위반 가능성이 높은 경우의 검역 절차
 - 지도 검사: 규격 표준의 유무, 농약이나 첨가물 등 사용 상황 및 동종 식품 등의 법률 위반 정보 등을 참고로 수입자의 자율적인 위생관리의 일환으로서 국가가 수입자에 대한 정기적인(최초 수입을 포함) 실시를 지도하는 검사
 - 모니터링 검사: 식품위생법 위반 가능성이 적은 경우의 검역 절차
 - 행정 검사: 최초 수입의 경우, 운송 도중 사고가 발생한 경우 등 특별한 사유에 해당하는 경우의 검역 절차

□ 모니터링 검사 제도

- 식품위생법 위반 가능성이 낮은 식품 등에 대해 품목별 연간 수입량과 과거 위반실적을 감안하여 연간 계획에 따라 후생 노동성 검역소에서 실시되는 검사제도
- 모니터링 검사는 다양한 수입 식품의 위생 상황을 파악하는 것을 목적으로 원활한 수입 및 유통을 인정하고 있기 때문에 시험 검체의 채취는 이루어지지만, 시험 결과의 판정을 기다리지 않고 수입 절차를 진행할 수 있음

14) www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000144562.html

3) 조미료의 HS CODE 및 관세율

□ 국가별 혼합조미료 HS CODE 및 관세율

국가	HS CODE	품명	관세율
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자	-
	2103.90	기타	
	2103.90.9030	혼합 조미료	
일본	2103	Sauces and preparations therefor; mixed condiments and mixed seasoning; mustard flour and meal and prepared mustard.	- 기본세율: 14% - WTO 협정세율: 10.5% - 소비세: 8%
	2103.90	Other	
	2103.90.229	Other	

- 의뢰업체의 제품은 참치, 북어, 가다랑어, 멸치 및 수산물을 동결건조하여 같은 것을 응집하여 만든 혼합조미료
- 관세율표상 제2103호에는 "소스와 소스용 조제품, 혼합조미료"이 분류되며, 같은 호 해설서 (A)항에 "이 호에는 여러 성분(알·채소·육·과실·고운 가루·전분·기름·설탕·향신료·겨자·향미료 등)으로 만든 특정 요리[육·어류·샐러드 등]에 향미료로 사용하는 보통 높은 향신성을 가진 조제품을 분류한다."라고 설명하고 있음
- 또한, 제9류 주 제1호 규정에 의하면 "제0904호부터 제0910호까지의 물품(또는 가목, 나목의 혼합물)에 다른 물품을 첨가한 것은 그 결과로서 생긴 혼합물이 해당 호에 해당하는 물품의 본질적인 특성을 유지하는 한 그 분류에 영향을 미치지 않는다. 그렇지 않은 그 밖의 혼합물은 이 류로 분류하지 않으며, 혼합조미료로서 사용되는 것은 제2103호로 분류한다."라고 규정
- 따라서 해당 물품은 특정요리의 조미용으로 사용되는 것이 명백하므로 향신성이 높은 혼합조미료로 분류함
- 한국의 경우 혼합조미료의 특개된 세번이 존재하며 제2103.90-9030호로 분류
- 그러나 일본의 경우 혼합조미료에 대한 별도의 세번이 존재하지 않으며, 기타 혼합조미료로 보아 제2103.90.229호로 분류될 것으로 사료됨
- 일본의 경우 한국과 FTA협정 체결국이 아니기 때문에 FTA협정세율을 적용할 수 없고, 제2103.90.229호의 기본세율은 14%이며, WTO 협정세율은 10.5%이기 때문에 WTO 협정세율을 적용하는 것이 유리함
- 아울러 일본은 수입물품에 대해 소비세 8%를 추가적으로 부담하여야 함

4) FTA 정보

□ 한·중·일 FTA


- 일본은 아세안(ASEAN), 인도, 칠레 등의 국가와 자유무역협정(FTA)을 체결하고 있으나 아직 한국과는 자유무역협정이 체결되지 않아 비특혜 세율 적용
- 한·중·일 3개국이 동북아 경제 통합을 위해 2013년 3월 26일 FTA 1차 협상 시작
- 2015년 10월 한중일 통상장관회담에서 3국 장관 간 FTA 가속화 의지를 재확인하며 공감대 형성
- 가장 최근에는 2017년 4월 10~13일 제12차 한·중·일 자유무역협정(FTA) 공식협상이 일본 도쿄에서 개최
- FTA 협상 체결 시 일부 수출 품목의 관세 철폐가 예상되며 국내 제품의 가격경쟁력 강화에 따른 수출 확대 전망

2. 인증정보

1) HACCP(품질 안전 인증)

□ 개요


- 일본 정부, 수출국 단계에 대한 위생관리대책 추진으로 HACCP 권장
 - 노동후생성은 2018년 수입식품감시지도계획에서 HACCP 인증을 통해 수출국 단계에서의 위생 확보를 정책 목표로 삼았으며, 수입자가 더 많은 HACCP 인증을 거치도록 하는 위생관리 보급 추진이 정책 목표
 - 수출국의 HACCP 인증과 그에 따른 위생관리가 제도화된 경우 일정 범위 내의 수입식품에 대해서도 동등한 위생관리를 추구하는 것을 전제로 수출국의 제도조사를 계획적으로 실시할 계획
 - 현재 운영 중인 수입식품 사전확인제도 관련, 등록신청업체 필수요건을 HACCP 인증을 취득한 업체로 한정하여 제도를 강화한다고 발표. HACCP 인증을 취득한 기업이 수입한 식품에 대해 불시검사를 지속해서 실시하되, 항구나 공항 검역소에서 검사를 5년간 면제할 방침

HACCP	
인증/검사명	HACCP
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함
발행/검사기관	한국식품과학연구원 등 ¹⁵⁾
성격	권장인증
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소 중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
비용	수수료 20만 원(인증변경의 경우 10만 원)
소요기간	1년 전후
유효기간	3년
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)를 파악 5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류 기록을 한 뒤 지속적인 개선 조치

15) 검사항목에 따른 검사기관 지정은 식약청 홈페이지 참고:


http://mfds.go.kr/brd/m_627/view.do?seq=32378&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=1

2) ISO 22000(Food Safety Management System)¹⁶⁾

ISO 22000	
인증/검사명	ISO 22000
인증 설명	식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격 ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음
발행/검사기관	한국표준협회, 한국품질보증원
성격	권장
제출서류	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)
비용	기본 심사 수수료는 기업의 규모 및 투입심사관의 1인 하루 노동량(Man-day)기준에 따라 상이하며 지방일 경우 추가 출장비 발생함(1인 하루 노동량 기준에 의거 소기업 72만원, 중견기업 90만원, 대기업 105만원)
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이
유효기간	3년(이후 3년 단위로 갱신)
인증절차	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사
유의사항	ISO 22000은 국제 표준의 식품안전 경영시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함

16) 한국품질보증원(www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)

3) JAS 일본 유기제품인증¹⁷⁾

JAS	
인증/검사명	JAS 일본유기제품인증
개요	<ul style="list-style-type: none"> - 일본농림수산성에서 지정한 품목 중에서 일본 소비자에게 판매되는 농림수산품에 대하여 품질, 생산방법 및 라벨링 규격에 적합한 제품에 부여하는 인증 - 일본농림수산성이 지정한 제3자 인증기관이 생산자, 제조업체, 유통업체 또는 수입업자를 인증하면 피인증자는 대상품목에 JAS 마크를 부착할 수 있음
발행/검사기관	일본 농림수산성(Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan, MAFF) www.maff.go.jp
성격	강제 국가규격
대상품목	대상 품목은 식품 및 임업제품으로 총 76개 품목이 지정되어 있으며, 자세한 내용은 다음 주소에서 확인 가능 www.exportcenter.go.kr/standard/info/guide_standard/info_pdf2/JAS.pdf
인증절차	농림수산성에 등록된 등록인증기관에서 제조업자, 수입업자, 유통업자에게 인증을 부여하면 인증획득자는 제품의 등급을 결정한 후 JAS 마크를 부착하여 유통시킬 수 있음
표시내용	<ol style="list-style-type: none"> 1. 명칭, 원재료 2. 내용량 3. 유효기간 4. 보존 방법 5. 원산국 6. 수입업자의 이름 또는 명칭 및 주소 등
연락처	1-2-1, Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8950, Japan. TEL: 03-3502-8111 - 홈페이지: www.maff.go.jp/e - TEL: +81-3-3502-8111

17) www.exportcenter.go.kr/standard/info/guide_standard/info_pdf2/JAS.pdf

3. 라벨링

라벨링 정보 개요

❖ 판매 중인 고체형 조미료 제품 라벨링 예시

千切りキャベツのスープ野菜

作り方

- 1 下ごしらえ キャベツは千切りにする。にんじんは5cm長さに切り、4~6等分の棒状に切る。玉ねぎはくし形切りにする。じゃがいもはひと口大に切り、ソーセージは斜め半分に切る。
- 2 煮る 鍋に①のキャベツ・にんじん・玉ねぎ・じゃがいも・ソーセージ、Aを入れて火にかけ、煮立ったら10分煮る。
- 3 仕上げ ミノトマト、ブロッコリーを加えてさらに5分ほど、野菜がやわらかくなるまで煮る。

材料(4人前)

- キャベツ.....14個
- にんじん.....1本
- 玉ねぎ.....1個
- じゃがいも.....1個
- ミノトマト.....8個
- ブロッコリー.....8房
- ウインナーソーセージ.....4本
- 水.....800ml
- A ●味の素®コンソメ.....3個

製品についての表示

品名: 乾燥スープ(コンソメ)

原材料名: 食塩、乳糖、砂糖、食用油脂、野菜エキス、香辛料、酵母エキス、しょうゆ、ビーフエキス、チキンエキス、果糖、酵母エキス発酵調味料、調味料(アミノ酸等)、加工でんぷん、酸味料(小麦を原材料の一部に含む)

内容量: 111.3g(固形)個5.3gでスープ2人分(300ml)

賞味期限: 罐外側面に表示

調理方法: 罐外右側に表示

販売者: 味の素株式会社(株) 東京都中央区本町1-15-1

保存上の注意: 開封後は湿気を避けるため、内袋を取り出して保存してください。夏場は冷蔵庫での保存がおすすめです。

お客様へ: お問い合わせやご意見をお待ちしております。 0120-68-8181 AJINOMOTO. お客様相談センター

4 901001 003570

자료: 현지조사원

❖ 일본 식품 라벨링 의무 표기사항(일본 식품위생법)

번호	항목
1	명칭
2	보존 방법
3	소비기한 또는 상미기한
4	원재료명
5	첨가물
6	내용량 또는 고형량 및 내용 총량
7	영양성분(단백질, 지방, 탄수화물 및 나트륨)의 양 및 열량
8	식품 관련 사업자의 이름 또는 명칭 및 주소
9	원산국명
10	알레르겐
11	표기 언어 및 방법

□ 리벨링 관련 규정

○ 식품표시법

- 2015년 4월 1일 식품표시법 시행 전까지 식품표시와 관련하여 식품위생법, 농림물자규격화 등에 관한 법(JAS법), 건강증진법에 근거한 총 58개의 표시 기준 혼재
- 이로 인해 용어가 통일되지 않고 식품표시와 관련된 기준이 복잡하게 나누어져 있어 소비자의 적절한 이해를 저해하고 사업자의 법령준수 비용 증가
- 2011년 각료회의에서 식품위생법, JAS법, 건강증진법 등의 식품표시 관련 법령을 통일적으로 해석, 운용하도록 합과 동시에 제도의 운용을 개선하고 문제점을 검토하기로 결정하였으며 담당기관을 소비자청으로 정함

그림 3.2 식품표시법 시행 전후의 식품표시 관련 법률과 표시기준의 예

	식품위생법	JAS법	건강증진법	식품표시법
법률	(제19조 주요 내용) 일반소비자에게 식품 관련 공중위생상 필요한 정보의 정확한 전달이라는 관점에서 판매용으로 제공하는 식품의 표시에 대해 필요한 기준을 정함	(제19조 주요 내용) 음식료품의 품질에 관한 표시 적정화를 위하여 일반소비자의 선택에 이바지하기 위해 농림물자 중 음식료품의 품질에 관한 표시에 대해 내각부령으로 정한 구분별로 필요한 사항에 대해 제조업자 등이 지켜야 할 기준을 정함	(제19조 주요 내용) 판매로 제공하는 식품에 영양 표시에 관한 기준을 정함	(제4조 주요 내용) 다음 중 필요하고 인정되는 사항을 내용으로 하는 식품표시기준을 정함 • 명칭, 알레르겐, 보존방법, 소비 및 상미기한, 원재료, 첨가물, 영양성분의 양 및 열량, 원산지 등
부령(府令) 고시	식품위생법 제19조 제1항에 근거한 표시기준 관련 내각부령 - 명칭 - 소비기한, 상미기한 - 제조자명, 소재지 등 - 첨가물(구체적 기재) - 알레르기 - 보존방법 등 총 5개 기준	가공식품품질표시기준(고시) - 명칭 - 원재료명 - 내용량 - 소비기한, 상미기한 - 보존방법 - 원산국(수입품) - 원료원산지(대상품목) - 제조자명, 소재지 등 - 레이아웃 등 총 52개 기준	영양표시기준(고시) - 영양성분(단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨 등)의 양 및 열량과 그 표시법 - 영양성분이 많다는 내용, 함유한다는 내용, 강화되었다는 내용, 함유하지 않는다는 내용, 적다는 내용, 저감되었다는 내용을 표시하는 경우의 기준 등 총 1개 기준	식품표시기준(부령) - 명칭 - 원산지(신선식품) - 원재료명 - 알레르겐 - 첨가물(구체적 기재) - 소비기한, 상미기한 - 보존방법 - 원산국(수입품) - 원료원산지(대상품목) - 영양성분 및 열량(대상 성분과 그 표시방법) - 표시 문자 크기 등 총 1개 기준

자료: 일본 소비자청¹⁸⁾

18) http://www.cao.go.jp/consumer/iinkai/2013/135/doc/135_131112_shiyou7-sankou4.pdf

□ 식품표시법 시행으로 인한 식품표기 주요 이슈

○ 원산지 의무표기 확대

- 모든 가공식품에 대한 원산지표기 의무를 확대해 지금까지 일부에 한정되어 있었던 원산지 표시 대상을 모든 가공식품으로 넓힘. 수입 식품은 원산국 표기 및 쌀 등 일부 성분표기가 의무화되어 있으나 가공식품 원료인 원재료에 대한 표기 대상은 아님

○ 알레르기 표시 규칙 개선

- 원칙상 개별 원재료나 첨가물에 알레르겐이 표시되어야 하며 알레르겐을 포함한 특정가공식품 등은 원재료 표기가 의무였지만, 일반적으로 특정 원재료 등에 의해 제조되고 있는 것을 알리기 위해 그것들을 표기하지 않으면서도 원재료로서 특정 원재료 등을 포함하고 있다는 것을 이해할 수 있는 표기로 충분

○ 가공식품 영양성분표시 의무화

- 포장용기에 들어 있는 가공식품에는 열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨 함량을 표시해야 하며 나트륨량은 식용소금에 상당하는 분량으로 표시해야 함

표 3.1 일본 라벨 표기사항 상세

번호	항목	설명
1	명칭	내용을 나타내는 일반적인 명칭을 표시
2	보존 방법	식품의 특성에 따라 표시. 단 식품위생법 제11조 제1항의 규정에 따라 보존방법의 기준이 정해진 경우에는 그 기준에 따라 표시
3	소비기한 또는 상미기한	품질이 급격하게 나빠지기 쉬운 식품인 경우에는 소비기한이라는 내용의 문자를 기재한 그 연월일을, 그 이외의 식품의 경우에는 상미기한이라는 문자를 기재한 그 연월일을 연월일 순으로 표시. 단 제조 또는 가공일로부터 상미기한까지의 기한이 3개월을 초과하는 경우에는 상미기한이라는 내용의 문자를 기재한 그 연월일을 연월순으로 표시하여 상미기한이라는 내용의 문자를 기재한 그 연월일의 표시를 대체할 수 있음.
4	원재료명	원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 것부터 순서대로 그것의 가장 일반적인 명칭을 표시
5	첨가물	첨가물에서 차지하는 중량 비율이 높은 것부터 순서대로 별표제6의 윗칸에 명시한 것으로 사용되는 첨가물을 포함하는 식품은 해당 첨가물의 물질명 및 동 표의 아랫칸에 명시한 용도 표시를, 그 이외의 첨가물을 포함하는 식품의 경우에는 해당 첨가물의 물질명을 표시
6	내용량 또는 고형량 및 내용총량	특정상품의 판매에 관련된 계량에 관한 정령(1993년 정령 제249호) 제5조에 명시한 특정상품에 대해서는 계량법(1992년 법률 제51호)의 규정에 따라 표시하고, 그 이외의 식품의 경우 내용중량, 내용물 부피 또는 내용수량을 표시하는 것으로 하며, 내용중량은 g 또는 kg, 내용물 부피는 ml 또는 l, 내용수량은 개수 등의 단위로 단위를 명기해서 표시
7	영양성분(단백질, 지방, 탄수화물 및 나트륨)의 양 및 열량	해당 식품의 100g 혹은 100ml 또는 한 끼분, 1포 등 1개 단위(이하 이항에서 「식품단위」라고 한다)당 양을 표시
8	식품관련사업자의 이름 또는 명칭 및 주소	식품 관련 사업자 중 표시내용에 책임이 있는 자의 이름 또는 명칭 및 주소를 표시
9	원산국명	원산국명을 표시
10	알레르겐	특정 원재료를 원재료로 포함한다는 것을, 원칙적으로 원재료명 뒤에 괄호를 하고 표시 특정 원재료에서 유래하는 첨가물을 포함하는 식품의 경우 해당 첨가물을 포함한다는 것 및 해당 식품에 포함되는 첨가물이 해당 특정 원재료에서 유래한다는 것을, 원칙적으로 첨가물의 물질명 뒤에 괄호를 하고 표시
11	표기 언어 및 방법	식품표시법에 따라 일본어로 표기. 글자 크기는 8포인트 이상

자료: 일본 소비자청 및 일본 식품위생법

4. 위생요건

□ 식품첨가물 및 유해물질 규제 체계

- 식품첨가물 및 유해물질 규제는 후생노동성이 담당하며 주요 법적 근거는 다음과 같음
 - 식품위생법(1947년 12월 24일 법률 제233호)
 - 식품, 첨가물 등의 규격기준(1959년 12월 28일 후생성고시 제370호)

□ 식품첨가물

- 의뢰업체의 제품인 혼합조미료에 해당하는 식품첨가물은 특별히 명시되어 있지 않지만, 일본의 일반적인 식품에 대한 식품첨가물 허용 기준을 준수해야 함
- 일반 식품첨가물 기준은 농식품수출정보(www.kati.net) 내 '식품첨가물' 코너에서 조회 가능¹⁹⁾

19) www.kati.net/additive/additiveList.do



IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 경쟁제품 분석

1. 경쟁제품 선정

□ 경쟁제품 선정 기준

- 의뢰업체의 제품과 유사한 고체형 조미료를 조사대상으로 선정
- 의뢰업체의 요청에 의해 고체형뿐만 아니라 반고체(페이스트)형 및 액상형 조미료도 추가 조사대상으로 포함

□ 오프라인 유통채널 내 경쟁제품 선정 기준

- 각종 조미료는 주로 슈퍼마켓, 편의점, 한인마트²⁰⁾에서 발견되므로, 해당 매장에서 유통 중인 조미료 제품을 조사대상으로 선정

□ 온라인 쇼핑사이트 내 경쟁제품 선정 기준

- 오프라인 유통채널에서 발견할 수 없었지만, 데스크 조사 결과 2, 3위의 점유율을 차지하고 있는 주식회사 시마야(株式会社 シマヤ), 리켄비타민주식회사(理研ビタミン株式会社)의 조미료 제품을 온라인 조사대상으로 선정

□ 조사 항목

- 제품 상세 스펙에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분, 인증, 유통기한 등의 항목을 조사



²⁰⁾ 유통채널에 관한 분석은 VI. 유통채널 파트에서 이어짐

2. 경쟁제품 분석

1) 오프라인 경쟁제품

□ 슈퍼마켓

구분	제품
이미지 제품 이미지	
	
제품 스펙	제조사: 아지노모토(味の素株式会社)
	제품명: 혼다시(ほんだし)
	포장 용기: 종이박스
	성분: 식염, 설탕류(설탕, 유당), 풍미원료(가다랑어포분말, 가다랑어포 진액), 효모진액, 소맥(밀)단백발효조미료, 효모진액 효모조미료/조미료(아미노산 등)
	조사매장: 산토쿠 슈퍼마켓
	용량(g): 120g(60g × 2개)
	제품가격: 301엔(약 3,050원)
	유통기한: 제조일로부터 약 12개월 특징: <ul style="list-style-type: none"> - 아지노모토 일식 조미료 중 최고 인기 상품 - 조사 제품인 종이박스 외에도 플라스틱 용기 등 다양한 용기와 다양한 사이즈의 제품 유통 중

구분		제품	
이 미 지	제품 이미지		
			
제 품 스 펙	제조사	아지노모토 주식회사	
	제품명	나베큐브(닭육수·맛소금) 「鍋キューブ」鶏だし・うま塩	
	포장 용기	플라스틱 파우치	
	성분	식염, 유당, 치킨파우더, 식용유지, 대두단백 가수분해물, 젤라틴, 덱스트린, 갈릭파우더, 향신료, 효모진액조미료, 치킨진액, 효모진액, 밀/대두발효조미료, 조미료(아미노산 등), 산미료	
	조사매장	산토쿠 슈퍼마켓	
	용량(g)	58g(8개입)	
	제품가격	301엔(약 3,000원)	
	유통기한	제조일로부터 약 24개월	
특징	- 1인용 고체(큐브) 타입		







구분	제품																	
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">이 미 지</p> <p style="text-align: center;">제품 이미지</p>																		
	<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">제 품 스 펙</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">제조사</td> <td>아지노모토(味の素株式会社)</td> </tr> <tr> <td>제품명</td> <td>콘소메(コンソメ)</td> </tr> <tr> <td>포장 용기</td> <td>종이박스</td> </tr> <tr> <td>성분</td> <td>식염, 유당, 설탕, 식용유지, 아채진액, 향신료, 효모진액, 간장, 소고기진액, 치킨진액, 과당, 효모진액발효조미료, 조미료(아미노산 등), 가공전분, 산미료</td> </tr> <tr> <td>조사매장</td> <td>돈키호테</td> </tr> <tr> <td>용량(g)</td> <td>111.3g(5.3g × 21개)</td> </tr> <tr> <td>제품가격</td> <td>214엔(약 2,170원)</td> </tr> <tr> <td>유통기한</td> <td>제조일로부터 약 12개월</td> </tr> <tr> <td>특징</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - 아지노모토 양식 조미료 중 최고 인기 상품 - 고행타입, 가루타입 두 종류가 있으며 사이즈도 다양 - 저염 제품도 있음 - 거의 모든 슈퍼마켓, 편의점, 한인마트에서 유통 중 </td> </tr> </table>	제조사	아지노모토(味の素株式会社)	제품명	콘소메(コンソメ)	포장 용기	종이박스	성분	식염, 유당, 설탕, 식용유지, 아채진액, 향신료, 효모진액, 간장, 소고기진액, 치킨진액, 과당, 효모진액발효조미료, 조미료(아미노산 등), 가공전분, 산미료	조사매장	돈키호테	용량(g)	111.3g(5.3g × 21개)	제품가격	214엔(약 2,170원)	유통기한	제조일로부터 약 12개월	특징
제조사	아지노모토(味の素株式会社)																	
제품명	콘소메(コンソメ)																	
포장 용기	종이박스																	
성분	식염, 유당, 설탕, 식용유지, 아채진액, 향신료, 효모진액, 간장, 소고기진액, 치킨진액, 과당, 효모진액발효조미료, 조미료(아미노산 등), 가공전분, 산미료																	
조사매장	돈키호테																	
용량(g)	111.3g(5.3g × 21개)																	
제품가격	214엔(약 2,170원)																	
유통기한	제조일로부터 약 12개월																	
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 아지노모토 양식 조미료 중 최고 인기 상품 - 고행타입, 가루타입 두 종류가 있으며 사이즈도 다양 - 저염 제품도 있음 - 거의 모든 슈퍼마켓, 편의점, 한인마트에서 유통 중 																	

구분	제품																	
이미지 제품 이미지																		
	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="209 1151 456 1182">제조사</td> <td data-bbox="456 1151 1315 1182">아지노모토(味の素株式会社)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="209 1182 456 1214">제품명</td> <td data-bbox="456 1182 1315 1214">가라스프(ガラスープ)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="209 1214 456 1245">포장 용기</td> <td data-bbox="456 1214 1315 1245">종이박스</td> </tr> <tr> <td data-bbox="209 1245 456 1317">성분</td> <td data-bbox="456 1245 1315 1317">식염, 설탕류(설탕, 유당), 풍미원료(가다랑어포분말, 가다랑어포 진액), 효모진액, 소맥(밀)단백발효조미료, 효모진액 효모조미료/조미료(아미노산 등)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="209 1317 456 1348">조사매장</td> <td data-bbox="456 1317 1315 1348">산토쿠 슈퍼마켓</td> </tr> <tr> <td data-bbox="209 1348 456 1379">용량(g)</td> <td data-bbox="456 1348 1315 1379">120g(60g × 2개)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="209 1379 456 1411">제품가격</td> <td data-bbox="456 1379 1315 1411">301엔(약 3,050원)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="209 1411 456 1442">유통기한</td> <td data-bbox="456 1411 1315 1442">제조일로부터 약 12개월</td> </tr> <tr> <td data-bbox="209 1442 456 1485">특징</td> <td data-bbox="456 1442 1315 1485">- 치킨엑기스에 향미야채를 혼합한 과립상태의 조미료</td> </tr> </table>	제조사	아지노모토(味の素株式会社)	제품명	가라스프(ガラスープ)	포장 용기	종이박스	성분	식염, 설탕류(설탕, 유당), 풍미원료(가다랑어포분말, 가다랑어포 진액), 효모진액, 소맥(밀)단백발효조미료, 효모진액 효모조미료/조미료(아미노산 등)	조사매장	산토쿠 슈퍼마켓	용량(g)	120g(60g × 2개)	제품가격	301엔(약 3,050원)	유통기한	제조일로부터 약 12개월	특징
제조사	아지노모토(味の素株式会社)																	
제품명	가라스프(ガラスープ)																	
포장 용기	종이박스																	
성분	식염, 설탕류(설탕, 유당), 풍미원료(가다랑어포분말, 가다랑어포 진액), 효모진액, 소맥(밀)단백발효조미료, 효모진액 효모조미료/조미료(아미노산 등)																	
조사매장	산토쿠 슈퍼마켓																	
용량(g)	120g(60g × 2개)																	
제품가격	301엔(약 3,050원)																	
유통기한	제조일로부터 약 12개월																	
특징	- 치킨엑기스에 향미야채를 혼합한 과립상태의 조미료																	

구분	제품	
<p style="text-align: center;">이 미 지</p> <p style="text-align: center;">제품 이미지</p>		
	<p style="text-align: center;">제조사</p>	<p style="text-align: center;">네슬레 재팬</p>
	<p style="text-align: center;">제품명</p>	<p style="text-align: center;">Maggi 무첨가 콘소메</p>
	<p style="text-align: center;">포장 용기</p>	<p style="text-align: center;">플라스틱 파우치</p>
<p style="text-align: center;">제 품 스 펙</p>	<p style="text-align: center;">성분</p> <p style="text-align: center;">식염, 시즈닝파우더(덱스트린, 토마토진액, 효모진액, 치킨진액 등), 설탕, 덱스트린, 효모진액, 다시마진액, 향신료(갈릭파우더, 월계수, 검은후추), 전분, 쌀기름</p>	
	<p style="text-align: center;">조사매장</p>	<p style="text-align: center;">산토쿠 슈퍼마켓</p>
	<p style="text-align: center;">용량(g)</p>	<p style="text-align: center;">80g(4g × 20개)</p>
	<p style="text-align: center;">제품가격</p>	<p style="text-align: center;">246엔(약 2,500원)</p>
	<p style="text-align: center;">유통기한</p>	<p style="text-align: center;">제조일로부터 약 12개월</p>
	<p style="text-align: center;">특징</p>	<p style="text-align: center;">- 플라스틱 파우치 내에는 큐브형 분말이 날개포장되어 있음</p>


구분		제품	
이 미 지	제품 이미지		
			
제 품 스 펙	제조사	네슬레 재팬	
	제품명	Maggi 부용	
	포장 용기	플라스틱 파우치	
	성분	식염, 설탕, 덱스트린, 우지, 전분, 분말간장, 시즈닝파우더, 배합조미료, 양파, 효모진액, 마늘/조미료(아미노산 등), 카라멜색소, 구연산, 향신료추출물, 향료, 산화방지제(비타민E)	
	조사매장	돈키호테	
	용량(g)	80g(4g × 20개)	
	제품가격	246엔(약 2,500원)	
	유통기한	제조일로부터 약 12개월	
특징	- 플라스틱 파우치 내에는 큐브형 분말이 날개포장되어 있음		

구분	제품	
<p style="text-align: center;">이 미 지</p> <p style="text-align: center;">제품 이미지</p>		
		
		
	<p style="text-align: center;">제 품 스 펙</p>	<p>제조사</p>
<p>제품명</p>		<p>웨이파(ウェイファー)</p>
<p>포장 용기</p>		<p>캔</p>
<p>성분</p>		<p>식염, 고기진액(돼지고기, 닭고기), 야채진액, 동식물유지, 설탕, 유당, 밀가루, 향신료, 조미료(아미노산 등)</p>
<p>조사매장</p>		<p>Co.op</p>
<p>용량(g)</p>		<p>250g</p>
<p>제품가격</p>		<p>646엔(약 6,500원)</p>
<p>유통기한</p>		<p>제조일로부터 약 24개월</p>
<p>특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 걸죽한 페이스트 질감을 지닌 조미료로 스푼을 사용하지 않는 튜브형 제품도 출시 - 중화풍 요리에 거의 모두 사용될 정도로 범용적일뿐만 아니라 카레, 국물요리, 파스타 등에도 사용될 정도로 일본 소비자들이 선호하는 제품 	

구분	제품	
<p style="text-align: center;">이 미 지</p> <p style="text-align: center;">제품 이미지</p>		
		
		
	<p style="text-align: center;">제 품 스 펙</p>	<p style="text-align: center;">제조사 주식회사 소미식품(株式會社 創味食品)</p>
<p style="text-align: center;">제품명 소미산탄(創味シャントク)</p>		
<p style="text-align: center;">포장 용기 캔</p>		
<p style="text-align: center;">성분 식염, 축산물 진액, 야채진액, 동식물유지, 설탕, 유당, 밀가루, 향신료, 조미료(아미노산 등)</p>		
<p style="text-align: center;">조사매장 산토쿠 슈퍼마켓</p>		
<p style="text-align: center;">용량(g) 250g</p>		
<p style="text-align: center;">제품가격 646엔(약 6,500원)</p>		
<p style="text-align: center;">유통기한 제조일로부터 약 24개월</p>		
<p style="text-align: center;">특징</p> <ul style="list-style-type: none"> - 걸죽한 페이스트 질감을 지닌 조미료로 스푼을 사용하지 않는 튜브형 제품도 출시 - 중화풍 요리에 거의 모두 사용될 정도로 범용적인 제품 		

구분		제품	
이 미 지	제품 이미지		
			
제 품 스 펙	제조사	주식회사 미즈칸	
	제품명	오이가츠오 쓰유(追いがつおつゆ)	
	포장 용기	플라스틱 페트	
	성분	간장, 과당포도당액당, 식염, 설탕, 가츠오부시, 양조초, 어개진액, 단백질수분해물, 다시마진액, 농축다시(가츠오부시, 건표고버섯), 효모진액, 알코올, 조미료(아미노산 등)	
	조사매장	산토쿠 슈퍼마켓	
	용량(ml)	500ml	
	제품가격	205엔(약 2,100원)	
유통기한	제조일로부터 약 12개월		

구분	제품	
이미지	제품 이미지	
		
제품스펙	제조사	주식회사 미즈칸
	제품명	김치나베 쓰유
	포장 용기	플라스틱 파우치
	성분	아미노산액, 미소, 설탕, 식염, 마늘, 생선장, 고추, 참기름, 고추장, 단백질 가수분해물, 건어물분말, 계유, 포크/치킨향미오일, 효모진액가공품, 효모진액, 향미식용유/조미료(아미노산 등), 유산, 파프리카색소, 레시틴, 증착제(크산탄)
	조사매장	산토쿠 슈퍼마켓
	용량(g)	144g(36g × 4봉지)
	제품가격	301엔(약 3,000원)
	유통기한	제조일로부터 약 12개월
특징	- 1인용 액상 타입	

구분	제품	
이미지		
		
제품스펙	제조사	에바라식품공업주식회사(エバラ食品工業株式会社)
	제품명	푸치토 나베(プチット鍋)
	포장 용기	플라스틱 파우치, 플라스틱
	성분	간장(국내 제조), 설탕, 식염, 가츠오진액, 다시마진액, 미림, 사과초, 생강진액 / 조미료(아미노산 등), 산미료
	조사매장	Co.op
	용량(g)	138g(23g × 6개)
	제품가격	268엔(약 2,700원)
	유통기한	제조일로부터 약 12개월
특징	- 1인용 액상 포션 타입	

2) 온라인 경쟁제품

구분		제품	
이 미 지	제품 이미지		
	제품 스펙	<p>제조사</p> 주식회사 시마야(株式會社 シマヤ)	<p>제조사</p> 리켄비타민주식회사 (理研ビタミン株式會社)
	제품명	다시노모토(だしの素)	일본풍 다시노모토 가츠오짱 (和風だしの素かつおちゃん)
	포장 용기	종이박스	종이박스
	성분	포도당, 식용소금, 가츠오부시 분말 및 진액, 효모엑기스, 조미료(아미노산 등)	당류(설탕, 유당), 식용소금, 풍미원료 (가츠오부시 분말 및 진액, 다시마 진 액), 단백질수분해물, 조미료(아미노산 등)
	조사매장	item.rakuten.co.jp/rakuten24/4901740112434/	www.amazon.co.jp/%E3%83%AA%E3%82%B1%E3%83%B3-%E5%92%8C%E9%A2%A8%E3%81%A0%E3%81%97%E3%81%AE%E7%B4%A0-%E3%81%8B%E3%81%A4%E3%81%8A%E3%81%A1%E3%82%83%E3%82%93%E9%A1%86%E7%B2%92D-240-10g%C3%9724%E8%A2%8B/dp/B01LMMVF10I
	중량(g)	140g(10g× 14개입)	240g(10g × 24팩)
	제품가격	306엔(약 3,100원)	904엔(약 9,200원)
	유통기한	제조일로부터 약 18개월	미표기



V. 경쟁사

- 1. 경쟁사 선정**
- 2. 경쟁사 분석**

1. 경쟁사 선정

□ 경쟁사 선정 기준

- 의뢰업체의 제품을 고려하여 고체형 육수 제품 제조 기업을 경쟁사로 선정
- 데스크 조사를 통해 파악한 기업 점유율과 현지조사원의 조사를 근거로 다음과 같이 세 업체를 경쟁사로 선정

표 5.1 고체형 육수 제품 제조업체 경쟁사

아지노모토 주식회사 (味の素株式会社)	주식회사 시마야 (株式会社 シマヤ)	리켄비타민주식회사 (理研ビタミン株式会社)
		

2. 경쟁사 분석

□ 아지노모토 주식회사(味の素株式会社)

기업 개요				
		<ul style="list-style-type: none"> - 일본의 대표적인 조미료 및 인공감미료 제조기업으로 MSG가 주력 제품 - 가공식품 및 음료로도 제조 범위를 확대 - 식품제조업 이외에도 화장품 사업, 의약 사업, 화학 사업과 같은 다양한 분야에 진출 		
기업정보	기업명	아지노모토 주식회사	설립연도	1925년
	기업형태	식품제조업, 의약품제조업, 화장품제조업 등	대표번호	03-5250-8111
	국가	일본	위치	〒104-8315 東京都中央区京橋一丁目 15番1号
	매출액	1조 1,502억 엔 (2017년)	직원 수	34,452명 (2018년 4월)
	취급품목	조미료, 감미료, 각종 가공식품, 음료수, 커피 등	홈페이지	www.ajinomoto.com
제품				
	냄비요리용 큐브		중화맛	
				냉동 만두

자료: 아지노모토 주식회사 홈페이지, 현지조사원

□ 주식회사 시마야(株式会社 シマヤ)

기업 개요				
		<ul style="list-style-type: none"> - 야마구치현 소재의 즉석 조미료, 미소(일본 된장) 등 각종 조미료를 제조 및 판매하는 기업 - 1890년 일본 된장을 시초로 발효제품을 주로 취급 - 저염, 무첨가 조미료 제조 		
		기업명	주식회사 시마야	설립연도
기업정보	기업형태	각종 조미료 제조 및 판매업	대표번호	0120-480477
	국가	일본	위치	〒746-0043 山口縣周南市都町1-57
	매출액	11억 8,600만 엔 (2017년)	직원 수	334명 (2018년 4월)
	취급품목	조미료, 쓰유, 일본 된장, 간장, 레토르트 식품 등	홈페이지	www.shimaya.co.jp
제품				
	다시마폰즈	죽	무첨가 조미료	

자료: 주식회사 시마야 홈페이지, 현지조사원

□ 리켄비타민주식회사(理研ビタミン株式会社)

기업 개요				
		- 재단법인 이화학연구소를 모체로 한 각종 식자재 제조 및 판매 기업 - 빵, 과자, 두부, 케익, 면 등 다양한 식재료 취급 - 미역 후레이크 등 미역과 관련된 각종 제품으로 유명		
기업정보	기업명	리켄비타민주식회사	설립연도	1949년
	기업형태	식품 제조 및 판매업	대표번호	03-5275-5111
	국가	일본	위치	〒101-8370 東京都千代田区神田三崎町2-9-18 TDCビル 11・12階
	매출액	895억 1,500만 엔 (2018년 3분기)	직원 수	2,293명 (2018년 10월)
	취급품목	드레싱, 조미료, 레토르트 식품, 스프 등	홈페이지	www.rikenvitamin.jp
제품				
	미역 스프		레토르트 식품 (마파두부)	닭육수

자료: 리켄비타민주식회사 홈페이지, 현지조사원



VI. 유통채널 현황

1. 유통채널 분석
2. 오프라인 유통채널
3. 온라인 유통채널

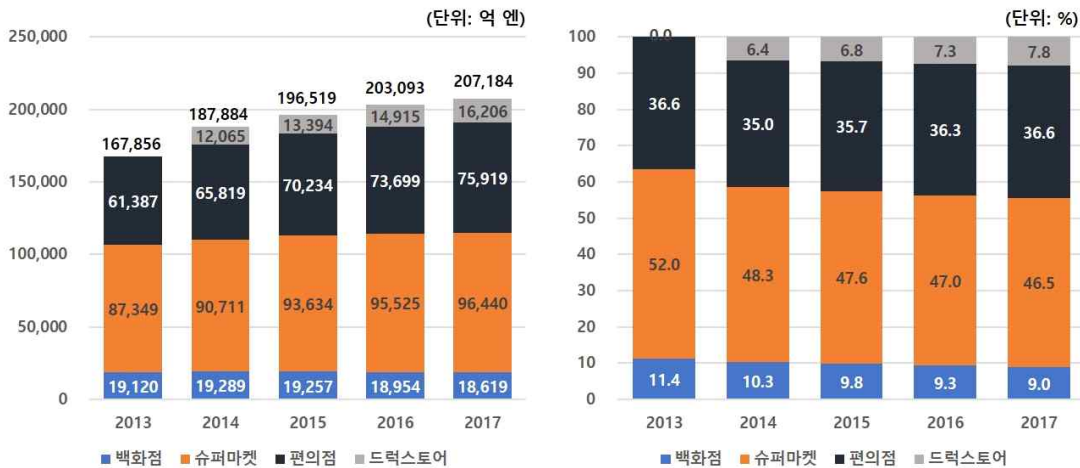
1. 유통채널 분석

1) 식품 유통채널 분석에 따른 유통채널 조사대상 선정

□ 식품 유통채널 현황

- 식음료 소매업계의 주요 유통경로는 슈퍼마켓, GMS(General Merchandise Store), 편의점, 드럭스토어, 백화점, 온라인 유통채널로 분류
 - 오프라인 유통채널 중요도는 슈퍼마켓, 편의점, 드럭스토어, 백화점 순
 - 최근에는 편의점과 드럭스토어의 성장세가 눈에 띄며, 백화점의 비중은 소폭이지만 해마다 감소하는 중
- 2017년 기준 슈퍼마켓이 식품 매출액의 46.5%를 차지했으며, 편의점(36.6%)과 백화점(9.0%)이 뒤를 이음
 - 슈퍼마켓의 식품 매출액 비중은 해마다 감소하고 있는 반면, 편의점 및 드럭스토어에서의 식품 판매액 및 비중은 증가하는 추세
 - 매장 수 역시 백화점의 하향세가 두드러지며, 편의점 및 드럭스토어 수는 해마다 증가 중

그림 6.1 주요 유통채널 식품 매출액 및 점유율(2013-2017년)²¹⁾



자료: 일본 경제산업성, 상업동태통계

21) 2013년까지는 통계에서 드럭스토어를 별도 집계하지 않았기 때문에 해당 수치 부재

표 6.1 주요 유통채널 점포 수(2013-2018.7)

(단위: 개)

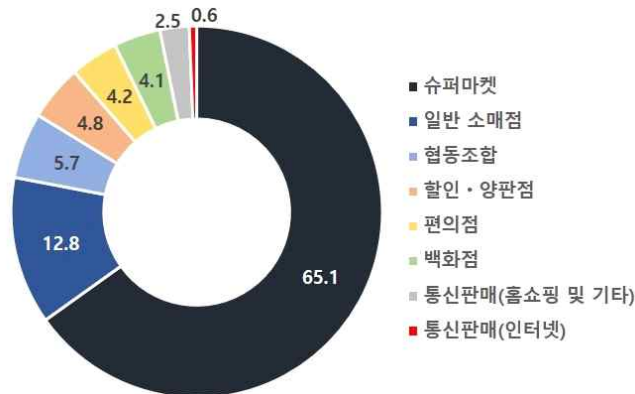
구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018.7
백화점	254 (△1.9%)	250 (△1.6%)	246 (△1.6%)	239 (△2.8%)	232 (△2.9%)	225 (△3.0%)
슈퍼마켓	5,057 (3.8%)	5,130 (1.4%)	4,818 (△6.1%)	4,841 (0.5%)	4,901 (1.2%)	4,961 (1.2%)
편의점	50,234 (5.1%)	52,725 (5.0%)	54,505 (3.4%)	55,636 (2.1%)	56,374 (1.3%)	56,294 (△0.1%)
드럭스토어	-	13,069 (-)	13,547 (3.7%)	14,190 (4.7%)	15,049 (6.1%)	15,409 (2.4%)

자료: 일본 경제산업성, 상업동태통계

□ 조사대상 선정 기준

- 일본 총무성 통계국이 실시한 ‘2014년 전국소비실태조사’에 따르면, 2인 이상 세대²²⁾의 일반적인 식품 구입경로는 소규모 체인을 포함한 슈퍼마켓이 65.1%를 차지했으며 일반 소매점(12.8%), 협동조합(5.7%), 할인·양판점(4.8%)²³⁾, 편의점(4.2%) 순

그림 6.2 소비자 식품 구입경로별 비중(2014년)



자료: 일본 총무성 통계국, ‘2014년 전국소비실태조사’.

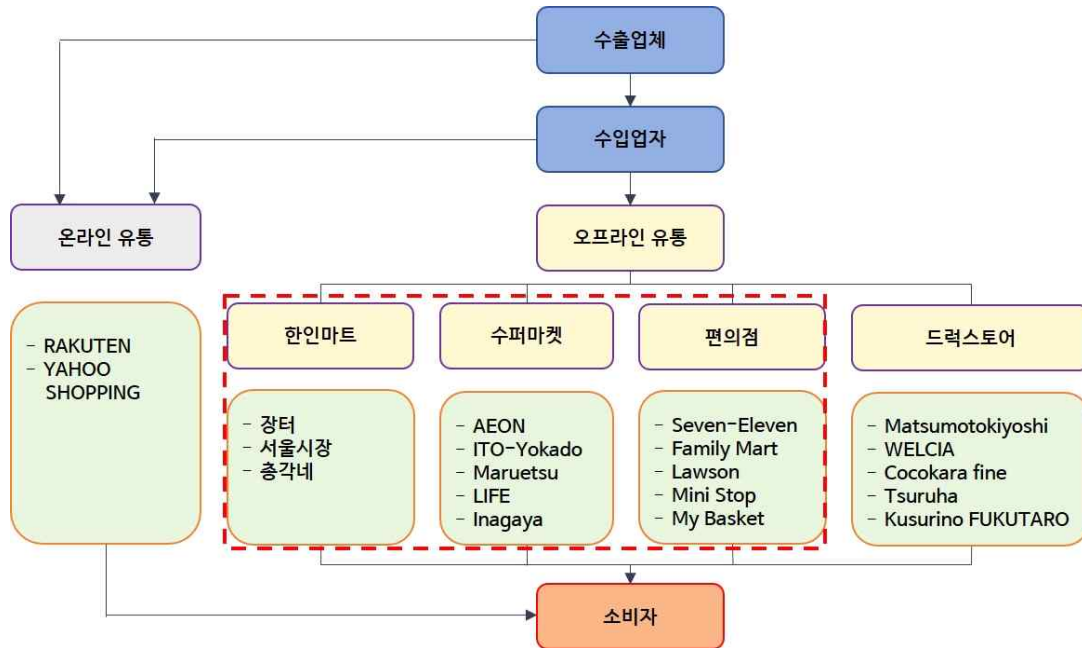
- 위와 같은 일반 현황에 덧붙여 현지조사 결과 조미료가 주로 판매되고 있는 것으로 확인된 슈퍼마켓(할인·양판점), 편의점을 주요 조사대상으로 선정함
- 의뢰업체의 요청에 의해 한인마트도 조사대상으로 포함함

22) 당 조사는 5년 주기로 실시되므로, 2014년이 최신 자료, 일본의 통계조사에서 ‘한 가구’의 기준은 2인 이상 세대를 의미
 23) 드럭스토어는 할인·양판점으로 분류

□ 조미료의 주요 유통경로 및 브랜드

○ 일본 조미료의 유통경로 및 주요 유통채널 브랜드는 그림 6.3과 같음

그림 6.3 조미료의 주요 유통경로 및 브랜드



2. 오프라인 유통채널

1) 슈퍼마켓

□ 특징 및 현황

○ 특징

- 식품뿐만 아니라 전 제품군에서 가장 많은 매출이 이루어지는 대표 유통경로
- GMS(General Merchandise Store)와 같은 대형 종합슈퍼마켓에서는 일반 슈퍼마켓이나 지역의 소규모 슈퍼마켓에서 판매하는 제품 외에도 의류·신발·운동용 제품·침구류·주방기구 등도 판매

○ 조사대상 선정 기준

- 전국 체인이자 대형 슈퍼마켓인 AEON, Ito-Yokoda와 도쿄 소재 식품 전문 슈퍼마켓인 Life와 Maruetsu를 주요 조사대상으로 선정
- 현지조사 결과, 조미료 제품을 판매하고 있는 산토쿠 슈퍼마켓, 돈키호테(UNY Group Holdings 소속)를 추가 조사대상으로 포함함

표 6.2 일본 주요 슈퍼마켓 현황

순위	브랜드명	식품 매출액	전체 매출액 중 비율	2017년 점포 수	본사 소재지
1	AEON	10조 7,7516억 원	49.2%	426	치바
2	Ito-Yokado	5조 8,543억 원	46.6%	182	도쿄
3	UNY Group Holdings Co., Ltd.	4조 9,948억 원	67.3%	228	아이치
4	U.S.M.H ²⁴⁾	6조 3,874억 원	93.2%	256	도쿄
5	Life cooperation	5조 3,919억 원	82.6%	264	도쿄
6	Izumi	2조 0,652억 원	31.8%	103	히로시마
7	Arcs	4조 6,564억 원	90.8%	339	홋카이도
8	York Benimaru	3조 2,501억 원	76.2%	205	후쿠시마
9	Maruetsu	3조 4,664억 원	92.9%	285	도쿄
10	Heiwado	2조 6,032억 원	69.7%	149	시가

자료: 2017년 5월 통계월보

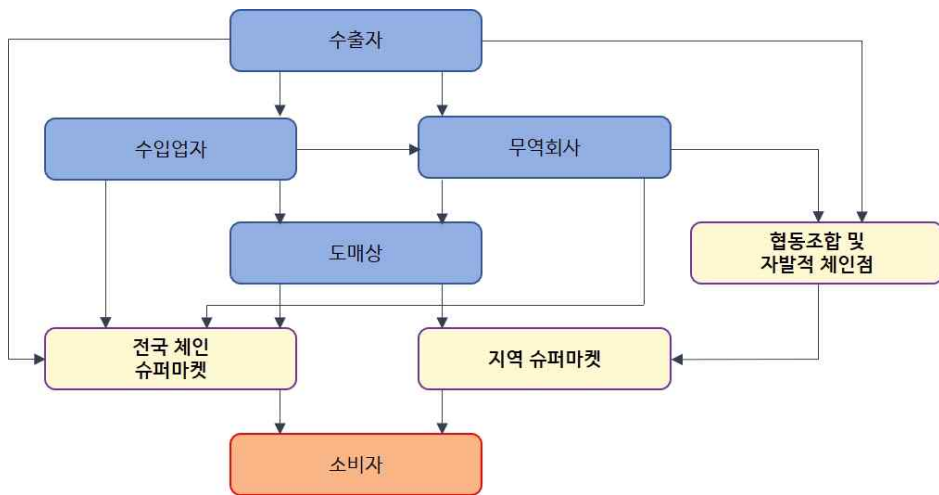
24) 유나이티드 슈퍼마켓 홀딩스

○ 입점 방법

- 이온몰이나 이토-요카도와 같은 전국적 규모의 대형 슈퍼마켓은 주로 ① 수입업자로부터의 직접 납품 ② 제조업자와 가공업자로부터의 직접 납품 ③ 도매상 및 유통업자로부터의 납품을 통해 제품을 공급받음
- 이 중에서 대형 슈퍼마켓은 도매상을 거치지 않고 더 직접적인 경로로 제품을 공급받기 때문에 이를 연결시켜 줄 수 있는 수입업자를 물색하는 것이 중요

○ 지역 슈퍼마켓도 대형 슈퍼마켓과 비슷한 유통경로를 이용하지만, 주로 도매상으로부터 납품받는 경우가 많음

그림 6.4 슈퍼마켓 입점 경로



자료: USDA, Japan Retail Foods, 2017. 12. 26.

□ 주요 슈퍼마켓 체인 현황

○ AEON CO., LTD.

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 일본의 대표 유통 브랜드 - 2017년 영업이익 8조 3,900억 엔 기록해 소매업 중 1위 - 영업 형태에 따라 GMS, 슈퍼마켓, 쇼핑센터(쇼핑몰)로 구분 - 일본 곳곳은 물론 중국, ASEAN까지 진출해 약 300개 계열사를 보유한 그룹 		
	본사 위치 1-5-1, Nakase , Mihama-ku Chiba-shi, Chiba, 261-0023, Japan	설립연도 1926년 9월	점포 수 (2018년 2월 말 기준) <ul style="list-style-type: none"> - GMS: 584개 - 슈퍼마켓: 2,185개 - 쇼핑몰 311개
대표전화 043-212-6000	홈페이지 www.aeon.info		
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - GMS를 중심으로 하며, 다양한 전문점으로 구성된 광역상권 대응 슈퍼마켓, 일상생활에 필요한 전문점, 서비스 기능 등을 갖춘 소상공대응형 슈퍼마켓 등 지역의 특성에 맞춰 진출 - 식품뿐만 아니라 의류품, 생활용품 등도 구비하며 소형 쇼핑몰, 편의점, 드럭스토어 등의 다양한 사업도 전개 - GMS, 슈퍼마켓은 비교적 부지가 넓은 도심 외곽이나 지방에 많으며, 쇼핑몰 형태로는 도심 등 다양한 곳에 위치 		
매장전경			

자료: 현지조사원(AEON MALL, 2019.3.10.), D&B Hoover's

o Ito-Yokado

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 이온과 더불어 일본의 대표 유통 브랜드 - GMS가 운영하는 최대 규모의 인터넷 판매사이트 보유(약 10만 개의 상품 취급) - 의식주 관련 모든 상품을 높은 품질, 저렴한 가격으로 판매 중. 쇼핑하기 편리한 매장 및 서비스에 주력하여 고객의 풍족한 생활을 뒷받침하는 새로운 스타일의 GMS를 목표로 함 		
	본사 위치 8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-0084, Japan	설립연도 2006년 3월 1일	점포 수 (2018년 4월 말 기준) 166개
대표전화 03-6238-2111	홈페이지 www.itoyokado.co.jp		
세부사항	-관동 지방을 중심으로 21개 도시에 GMS의 형태로 분포 -해외에는 베이징에 5개, 쓰촨에 6개 점포 입점		
매장전경			

자료: 현지조사원(Ito-Yokado, 2019.3.10.), D&B Hoover's

o Maruetsu

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 관동지방에 분포한 Super Market 체인점 - 식료품 슈퍼마켓으로는 일본 최대 규모의 점포 수, 매출, 영업이익을 기록함 		
<p>본사 위치</p>	<p>5-51-12, Higashiikebukuro, Toshima-ku, Tokyo, 170-8401, Japan</p>	<p>설립연도</p>	<p>1952년 6월 16일</p>
		<p>점포 수 (2018년 9월 기준)</p>	<p>295개</p>
<p>대표전화</p>	<p>03-3590-1110</p>	<p>홈페이지</p>	<p>http://www.maruetsu.co.jp/</p>
<p>세부사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 식료품 외에도 생활용품 등 다양한 상품을 구비한 슈퍼마켓인 '마루에츠'와 도심부를 중심으로 신선식품, 싱싱한 농수산물을 제공하는 도시형 슈퍼마켓인 '쁘띠 마루에츠'로 구성됨 		
<p>매장전경</p>			

자료: 현지조사원(Ito-Yokado, 2019.3.8.), D&B Hoover's

o Life

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 식료품 중심의 슈퍼마켓 체인점 - 긴키 지방과 관동 지방에만 집중적으로 출점하는 경영전략에 기반. 본사는 오사카와 도쿄 두 곳에 위치 		
<p>본사 위치</p>	<p>(오사카) 2-2-22, Nishimiyahara, Yodogawa-ku Osaka-shi, Osaka, 532-0004, Japan (도쿄) 1-2-16, Taito, Taito-ku, Tokyo, 110-0016, Japan</p>	<p>설립연도</p>	<p>1941년 2월 22일</p>
		<p>점포 수 (2018년 2월 기준)</p>	<p>266개 (오사카, 효고, 나라, 교토, 도쿄, 사이타마, 치바, 카나가와)</p>
<p>대표전화</p>	<p>0120-480-968</p>	<p>홈페이지</p>	<p>www.lifecorp.jp</p>
<p>세부사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 인터넷 쇼핑 사이트, 슈퍼마켓 앱, 전자 전단지 등 시대에 맞춘 고객 전략 및 채널 운영 중 		
<p>매장전경</p>			

자료: 현지조사원(Ito-Yokado, 2019.3.7.), D&B Hoover's

o 산토쿠 슈퍼마켓(株式会社 三徳)

기업 개요			
	- 중소 슈퍼마켓이 모여 결성한 협동조합 형태의 CGC(Co-operative Grocery Chain) 내 브랜드 - 슈퍼마켓 체인 운영, 수산물, 농식품, 수입식품 등을 취급하며 신주쿠를 중심으로 한 도쿄 지역에서 운영되고 있음		
	본사 위치 東京都新宿區大久保2-1-1	설립연도 1949년 4월	
대표전화 03-3203-3111		점포 수 (2017년 12월 기준)	35개
제품 관련 세부사항	- 아지노모토부터 마기 네슬레까지 다양한 조미료 제품 구비		
매장전경			

자료: 현지조사원(CO.OP, 2019.3.10.), D&B Hoover's

○ 주식회사돈키호테(株式会社ドン・キホーテ)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 주식회사PPIH(Pan Pacific International Holdings) 그룹에 속한 자회사로 디스카운터 스토어 및 종합슈퍼(할인 양판점) - 식료품 및 주류, 화장품, 일용품, 의류품, 잡화, 레저용품, 인테리어용품, 가전제품, 액세서리 보석류, 브랜드품 등 점포에 따라 취급품목은 조금씩 다르지만 광범위한 분야의 물건을 저렴하게 취급하고 있음 - 관광객들을 겨냥한 상품들도 많으며, 외국인 직원의 고용률도 높음 - 중국 출점 예정 - 늦은 시간까지 영업을 하며 일부 점포는 24시간 영업 		
	본사 위치 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10	설립연도 1980년 8월	점포 수 (2018년 12월 기준) 325개
대표전화 03-5725-7532	홈페이지 www.donki.com		
제품 관련 세부사항	- 아지노모토부터 마기 네슬레까지 다양한 조미료 제품 구비		
매장전경			

자료: 현지조사원(돈키호테, 2019.3.10.), D&B Hoover's

2) 편의점

□ 특징 및 현황

○ 특징

- 일본의 편의점 문화는 매우 발달해 있으며 바쁜 직장인들이 편리하게 식사를 할 수 있는 가공식품·유제품·도시락·반찬 등 구비
- 최근 여성 근로자 비중이 늘어남에 따라, 여성 소비자의 섭취량에 맞는 1인용 도시락과 각종 간식을 개발하여 판매하는 중
- 슈퍼마켓은 인구가 적은 농촌에 입점하기에 적합한 조건이 아니지만, 편의점은 우편·택배·금융서비스·식품 판매와 같은 다양한 서비스를 제공하기 때문에 지역에서도 우위 점할 수 있음

표 6.3 일본 주요 편의점 현황

순위	브랜드명	식품 매출액	2017년 점포 수	입점 지역
1	Seven & I Holdings	31조 2,374억 원	19,422	전국
2	Lawson	16조 9,911억 원	13,190	전국
3	Family Mart	12조 2,919억 원	17,001	전국
4	Mini Stop	2조 2,580억 원	2,263	전국
5	Three-F	4,326억 원	438	도쿄
6	Poplar	3,336억 원	472	전국

자료: 2017년 5월 통계월보

○ 입점 절차

- 슈퍼마켓과 유사한 절차로 입점할 수 있으며, 무역회사나 도매상과 접촉을 추천
- 좁은 공간이라는 특성상 진열 공간에 제한이 있으므로 품목별로 소수의 브랜드를 진열할 수밖에 없어서 특정 품목의 판매가 감소하거나 목표량에 미치지 못할 때 금방 교체되는 등 제품 교체율이 높으므로 판매 현황을 꾸준히 체크해야 함
- 일본 편의점에서 제품을 꾸준히 판매하려면 ① 소비자 기호에 맞춘 제품 개발 ② 신선함 유지하기 위한 운송 시간 절감 ③ 새로운 제품의 수시 출시와 같은 노력이 필요

○ 조사대상 선정 기준

- 로손, 패밀리마트와 매출액·점포 수 상위 3개 기업인 세븐일레븐, 로손, 패밀리마트를 조사대상으로 선정

□ 주요 편의점 브랜드

o Seven-Eleven Japan Co., Ltd.

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 일본 내 최대 점포 수를 자랑하는 대표 편의점 - 점포당 평균 매출액 최대 - 다른 업체들과 협력해서 만든 PB상품이나 한정상품이 많은 편 	
본사 위치	8-8, Nibancho, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-0084, Japan	설립연도	1973년 11월
		점포 수 (2018년 1월 기준)	20,033점포
대표전화	03-6238-3746	홈페이지	www.sej.co.jp
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 이토요카도의 자회사로 이토요카도에서 세븐일레븐 PB상품을 흔히 볼 수 있음 - 전 세계적으로 점포 수가 가장 많은 체인점 - 16개국 6만여 개 점포 입점(2017년 3월 기준) 		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(세븐일레븐, 2019.3.9.), D&B Hoover's

o LAWSON, INC.

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 점포 수 업계 3위의 편의점 프랜차이즈 - 본래 업계 2위였으나, 패밀리마트가 Circle K와의 합병으로 3위로 하락 - 일반적인 편의점 형태인 로손, 20~30대 사무직 여성을 타겟으로 삼아 건강·뷰티 상품을 다루는 내추럴로손, 주부 및 중장년층을 타겟으로 100엔 식료품이나 일용품을 취급하는 로손스토어100 등 다양한 형태의 점포가 있음 		
	본사 위치 1-11-2, Osaki , Shinagawa-ku, Tokyo, 141-0032, Japan	설립연도 1975년 4월 15일	점포 수 (2017년 2월 기준) 12,839점포
대표전화 03-6635-3963	홈페이지 www.lawson.co.jp	세부사항 <ul style="list-style-type: none"> - 1989년 한국에 진출했으나 1999년 롯데계열에 인수되어 철수 - 중국의 655개 점포 포함해 해외에 758개 지점 구축 (2014년 11월) - 가라아게군, L치킨 등 카운터에서 파는 패스트푸드 브랜드화 - Uchi Cafe SWEETS라는 오리지널 디저트 브랜드를 만들고 롤케익 등 프리미엄 디저트를 출시해 큰 성공 거둠 	
매장전경			

자료: 현지조사원(Lawson, 2019.3.9.), D&B Hoover's

o FamilyMart Co.,Ltd.

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 체인점 점포 수 2위 - 독자적 체인 시스템을 개발해 아시아 국가에 점포를 개설하고 그 나라 기업과 합병하는 방식으로 진출 	
본사 위치	17F, Higashiikebukuro Sanshain60, Toshima-ku, Tokyo, 170-6017, Japan	설립연도	1981년 8월 19일
		점포 수 (2018년 8월 기준)	16,720개
대표전화	03-3989-6600	홈페이지	www.family.co.jp
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 해외에는 대만이 3,258개로 가장 많고 중국 2,436개, 태국, 베트남, 미국 등에 현지 기업이나 합작 형태로 진출 - 한국에는 7,271개로 가장 많았으나 2017년 7월 라이선스 종료로 철수 		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(FamilyMart, 2019.3.9.), D&B Hoover's

3) 한인마트

□ 특징 및 현황

○ 현황

- 현지 조사가 이루어진 도쿄 지역 내 한인마트는 코리아타운인 신오쿠보(新大久保) 지역에 분포
- 장터 한국광장, 총각네, 서울시장 세 곳의 한인마트가 소재함

그림 6.4 도쿄 내 코리아타운 신오쿠보(新大久保) 지역 내 한인마트





자료: Google 지도

o 서울시장(ソウル市場, Seoul-Ichiba)

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 한국인보다 일본인 소비자 비중 높음 - 한국 신제품이 가장 빨리 입고됨 - 가격은 다른 한인마트에 비해 비싼 편 - 매장 입구에서 핫도그, 떡볶이, 김밥과 같은 한국 가판 조리음식을 판매 	
본사 위치	1Chome-16-15, Okubo, Shinjuku, Tokyo, 169-0072	설립연도	1997년 해피통신 인터넷 판매업체로 시작 2009년 오프라인 매장 개설
		점포 수 (2018년 8월 기준)	도쿄 1개
대표전화	03-3208-0979	홈페이지	http://seoul-ichiba.com/
매장전경			

자료: 현지조사원(2019.3.7.)

o 장터 한국광장(韓国広場, Hiroba Korean Supermarket)

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 도쿄 내 가장 크고 오래된 한인마트 - 한국인 소비자들이 가장 많이 방문 - 세 곳의 한인마트 중 가장 넓고 한국 식료품도 제일 많이 구비 - 한국과 비슷한 가격대를 형성해 대체로 저렴 	
본사 위치	2Chome-31- 1 1 Kabukicho, Shinjuku-ku, Tokyo, 160-0021	설립년도	1992년
		점포 수 (2018년 8월 기준)	도쿄 1개 오사카 1개
대표전화	03-3232-9330	홈페이지	www.ehiroba.jp/hiroba/
제품 관련 세부사항	- 한국산 조미료 제품 판매 중		
매장전경			

자료: 현지조사원(2019.3.7.)

○ 충각네 (チョンガーネ, Chongane)

기업 개요			
		<ul style="list-style-type: none"> - 매장 입구쪽에는 한국 화장품 구비, 내부에 식료품 코너 위치 - 신제품이나 다양한 제품을 구비하기보다 인기 제품 위주로 판매 - 매장 내부가 깔끔한 편이며 젊은 손님들이 많이 찾는 한인마트 	
본사 위치	2Chome-1-2 Hyakunincho, Shinjuku, Tokyo, 169-0073	설립년도	2011년
		점포 수 (2018년 8월 기준)	도쿄 1개
대표전화	03-3205-3451	홈페이지	chongane.business.site
매장전경			
			



자료: 현지조사원(2019.3.7.)

3. 온라인 유통채널

□ 전자상거래 시장 현황

- 경제산업성의 'E-Commerce Market Survey for 2017'에 따르면 인터넷 식품 판매는 2015년 13조 엔(약 108억 달러), 2016년 14.5조 엔(약 132억 달러)를 기록하며 해마다 성장 중
 - 식품판매가 제일 많고 뒤이어 가전, 도서, 영화, 음악 순
 - 인터넷 쇼핑 회사들도 식음료 판매에 본격적으로 뛰어들었으며 특히 아마존은 2017년 4월 Amazon Fresh를 일본 내에 런칭해서 유통기한이 짧은 제품을 4시간 내로 배송하는 서비스 제공
- 주요 온라인 식품판매 사이트

표 6.4 일본 주요 식품 판매 사이트

웹사이트	특징
www.rakuten.co.jp 	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 최대 인터넷 쇼핑몰 사이트이자 일본 IT 업계 중 최고의 지위 - 2018년 9월 2일 기준으로 4만 6,090개 점포와 제휴해 2억 6,000만 개의 제품을 판매 - E-commerce뿐만 아니라 광고, 미디어, 여행사, 디지털 콘텐츠, 통신, 에너지 등 인터넷 서비스 사업, 신용카드, 전자금융을 포함한 경제 서비스, 은행, 증권, FinTech 금융 사업과 같은 서비스 제공
shopping.yahoo.co.jp 	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 급성장하는 인터넷 쇼핑사이트 - 2013년 10월 E-commerce revolution으로 급성장했으며 약 65만 개 점포와 제휴해 2억 8,000만 개의 상품 판매(2017년 12월 기준)

자료: 현지조사원

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Report Japan December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.18.
2. 「Country Insight Snapshot Japan December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.14.
3. 「Annual 2017 Exporter Guide Japan」, USDA, 2017.12.26.
4. 「Annual 2017 Retail Foods Japan」, USDA, 2017.12.26.
5. 「일본 식품표시법 및 표시기준 - 제도 제정 배경 및 표시기준 주요 변경사항 -」, 식품의약품안전처, 식품안전정보원, 2015.12.
6. 「주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사 - 일본 편 -」, aT한국농수산물유통공사, 2017.12.

■ 참고 사이트

1. 「인구추계월보」, 일본 총무성, 2018.1.(www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/201801.pdf)
2. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
3. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
4. International Trade Centre(www.trademap.org)
5. 통합무역정보서비스 TRADENAVI(www.tradenavi.or.kr)
6. 유로모니터(www.euromonitor.com)
7. 「2017 식품산업동태조사」, 일본 농림수산업성(www.maff.go.jp/j/zyukyu/jki/j_doutai/doutai_top.html)
8. 「가계조사」, 일본 총무성 통계국, 2018.6.8.
(www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200561&tstat=000000330001&cycle=7&year=20170&month=0&tclass1=000000330001&tclass2=000000330004&tclass3=000000330006)
9. 「무역통계」, 일본 재무성(www.customs.go.jp/tariff/2018_4/index.htm)
10. 일본 후생노동성(www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000144562.html)
11. 공익사단법인 일본수입식품안전추진협회(www.asif.or.jp/import2.html)
11. 「식품표시법 설명자료」, 일본 소비자청 식품표시기획과
(www.cao.go.jp/consumer/iinkai/2013/135/doc/135_131112_shiryou7-sankou4.pdf)
12. 「2018 상업통계」, 일본 경제산업성(www.meti.go.jp/statistics/tyo/syoudou/result/kakuho_2.html)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1902-07

품 목 : 천연 조미료

(True Natural Seasoning Tablet)

국 가 : 일본(Japan)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발 행 일 2018

발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부

(58217) 전라남도 나주시 문화로 227

02-6300-1119

<http://www.kati.net>

자료문의 aT수출정보부

02-6300-1119

- 본 자료는 한국농식품유통공사 농수산물수출정보 사이트 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.