



No. 2022-230
품목 찹쌀 김부각(Laver Crisps)
HS CODE 2008.99-5010
국가 일본(Japan)



C.O.N.T.E.N.T.S

| | | |
|------------|------------------------------------------|-----------|
| I | 시장 현황 및 통계 | 3 |
| | 1. 시장 규모 및 통계 2. 수출입 통계 | |
| II | 트렌드 | 12 |
| | 1. 소비 트렌드 2. 빅데이터 분석 | |
| III | 유통 | 17 |
| | 1. 유통구조 2. 주요 유통채널 분석 | |
| IV | 통관 및 제도 | 32 |
| | 1. 통관 및 검역 2. 인증 3. 라벨링 4. 위생요건 | |
| V | 시사점 | 45 |
| | 1. 수출 확대 방안 | |

I

시장 현황 및 통계



01 시장 규모 및 통계

일본 스낵 시장 규모

2021년 일본 스낵 시장 규모는 전년 대비 약 0.4% 감소한 3조 8,149억 엔(약 36조 8,435억 원)을 기록하였으며, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 약 0.2% 성장함

- 일본 스낵 시장은 제과 제품, 아이스크림, 짭짤한 스낵, 달콤한 비스킷·스낵바·과일 스낵으로 구분할 수 있으며, 짭짤한 스낵 시장이 전체의 38.3%로 가장 큰 비중을 차지함. 이어서 제과 제품(27.5%), 아이스크림(18.4%), 달콤한 비스킷·스낵바·과일 스낵(15.8%) 순임
- 최근 5년간 연평균 성장률은 짭짤한 스낵이 1.0%로 가장 높았으며, 이어서 아이스크림이 0.7%를 기록함. 반면, 제과 제품과 달콤한 비스킷·스낵바·과일 스낵은 각각 -3.0%, -0.5%로 감소세를 나타냄

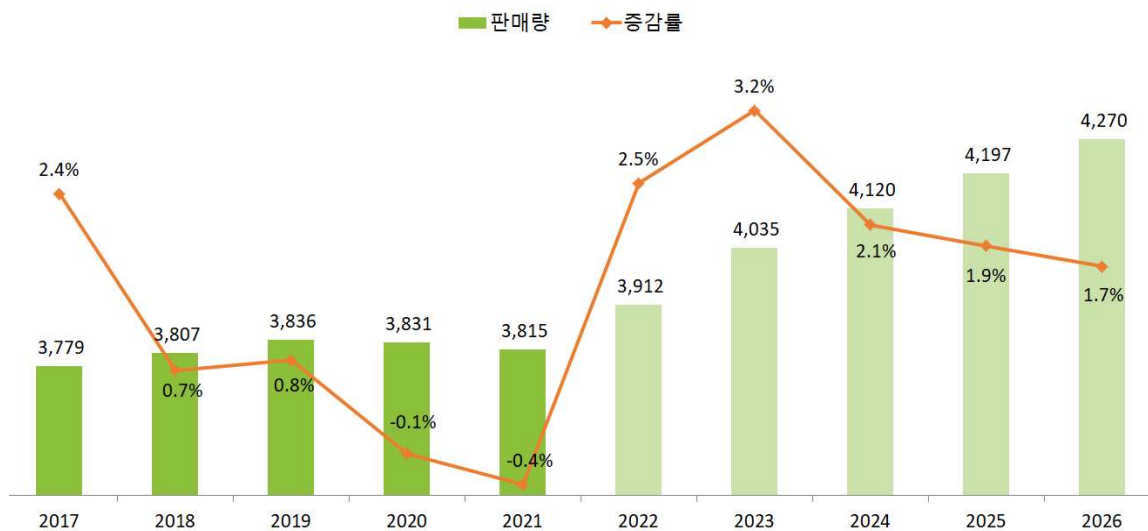
일본 스낵 시장 규모는 향후 2026년까지 연평균 2.2% 성장하여 약 4조 2,704억 엔(약 41조 2,427억 원)에 이를 것으로 전망됨



그림 1

일본 스낵 시장 규모 추이(2017-2026년)

(단위: 십억 엔, %)



자료: Euromonitor International

일본 짹짹한 스낵 시장 규모

2021년 일본 짹짹한 스낵 시장 규모는 전년 대비 약 1.0% 증가한 1조 4,600억 엔(약 14조 1,004억 원)을 기록하였으며, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 약 1.0% 성장함

- 일본 소비자들은 고소한 안주로 쌀과자, 해물 과자 등의 제품을 술과 함께 섭취하는 경우가 많음. 코로나19 봉쇄 기간 동안 가정에서 술을 마시는 소비자가 많아 2019-2020년 판매량이 증가함
- 짹짹한 스낵 제조사들은 풍미와 식감 향상을 위해 제품을 지속적으로 개발하고 있으며, 이러한 노력에 따라 향후 시장 성장이 지속될 것으로 전망됨

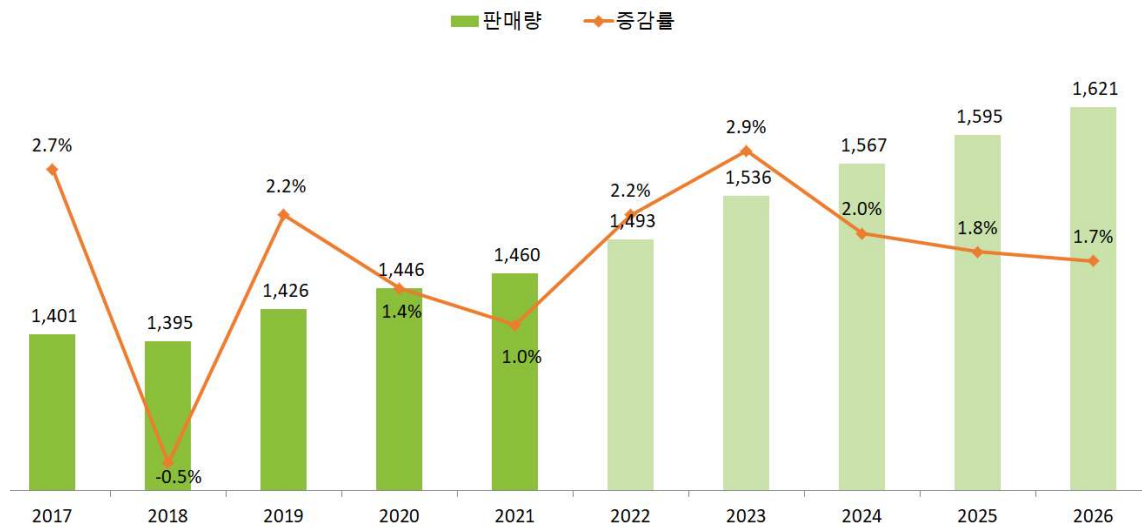
짹짹한 스낵 시장 규모는 향후 2026년까지 연평균 2.1% 성장하여 약 1조 6,213억 엔(약 15조 6,582억 원)에 이를 것으로 전망됨



그림 2

일본 짹짹한 스낵 시장 규모 추이(2017-2026년)

(단위: 십억 엔, %)



자료: Euromonitor International

일본 짹짹한 스낵 시장 세부 유형별 현황

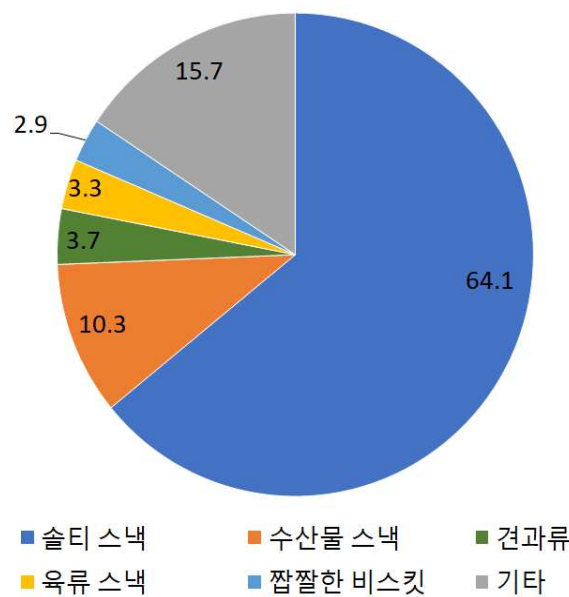
일본 짹짹한 스낵 시장은 솔티 스낵, 수산물 스낵, 견과류, 육류 스낵, 짹짹한 비스킷, 기타로 분류할 수 있음

- 2021년 매출액 기준, 솔티 스낵 매출액은 9,356억 엔(약 8조 9,942억 원)으로 전체의 64.1%로 가장 큰 비중을 차지함. 이어서 기타(15.7%), 수산물 스낵(10.3%), 견과류(3.7%), 육류 스낵(3.3%), 짹짹한 비스킷(2.9%) 순을 기록함
- 2021년 육류 스낵이 전년 대비 7.3% 증가하여 가장 큰 증가율을 보였으며, 짹짹한 비스킷은 -4.2%로 가장 큰 감소세를 보임
- 지원 기업 제품인 찹쌀 김부각이 속하는 수산물 스낵 시장은 전년 대비 1.9% 증가한 1,499억 엔(약 1조 4,417억 원) 규모를 기록함
- 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 육류 스낵이 3.9%로 가장 높았으며, 이어서 견과류(2.3%), 수산물 스낵(1.5%), 솔티 스낵(1.1%) 순으로 나타남



그림 3

일본 짹짹한 스낵 시장 세부 유형별 비중(2021년)



자료: Euromonitor International

일본 짭짤한 스낵 시장 업체별 점유율

일본 짭짤한 스낵 시장의 주요 업체로는 Calbee Foods, Kameda Seika, KOIKE-YA, Natori, Yamazaki Biscuits 등이 있음. 2021년 상위 5개 업체의 점유율이 약 31.1%를 차지함

- 1위 업체 Calbee Foods는 점유율 14.3%를 기록하였으며, 감자칩, 자가비 등 감자 스낵과 시리얼 및 기타 식품류를 취급함
- Kameda Seika는 8.0%의 점유율로 2위를 차지하였으며, 김 과자, 쌀 과자, 땅콩 스낵 등의 제품을 취급함
- KOIKE-YA는 점유율 3.3%로 3위를 기록했으며, 와사비, 데리야끼, 매실 장아찌 등 다양한 맛의 감자칩과 감자 스틱, 옥수수 스낵 등의 제품을 취급함



그림 4

일본 짭짤한 스낵 시장 업체별 점유율 추이(2017-2021년)

(단위: %)

| 업체명 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1 Calbee Foods | 13.8 | 15.1 | 14.9 | 14.3 | 14.3 |
| 2 Kameda Seika | 8.3 | 8.4 | 8.4 | 8.1 | 8.0 |
| 3 KOIKE-YA | 2.8 | 3.1 | 3.1 | 3.3 | 3.3 |
| 4 Natori | 2.9 | 2.9 | 3.0 | 3.1 | 3.1 |
| 5 Yamazaki Biscuits | 2.5 | 2.5 | 2.5 | 2.5 | 2.4 |
| 상위 5개사 총합 | 30.3 | 32.0 | 31.9 | 31.3 | 31.1 |
| 기타 업체 총합 | 69.7 | 68.0 | 68.1 | 68.7 | 68.9 |
| 총계 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

자료: Euromonitor International

02 수출입 통계

조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 2008: 그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분(설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)

HS CODE 2008.99: 기타

HS CODE 2008.99-5010: 김

국가별 HS CODE

- 글로벌: 2008.99
- 일본: 2008.99
- 한국: 2008.99-5010

글로벌 김부각 수입 규모

2021년 글로벌 김부각(HS CODE 2008.99) 수입 규모는 47억 7,789만 5,000달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 6.2% 증가함

- 상위 5개 수입국은 미국, 일본, 네덜란드, 독일, 프랑스이며, 이 중 연평균 성장률이 가장 높은 국가는 미국과 일본으로 각각 7.9%, 7.8%를 기록함
- 수입국 1위 미국은 2021년 전년 대비 18.2% 증가한 17억 912만 달러를 수입함

2021년 기준 일본은 2위 수입국으로, 3억 4,396만 7,000달러를 수입하여 전체의 약 7.2%를 차지함



그림 5 글로벌 김부각 수입 규모 추이(2017-2021년)

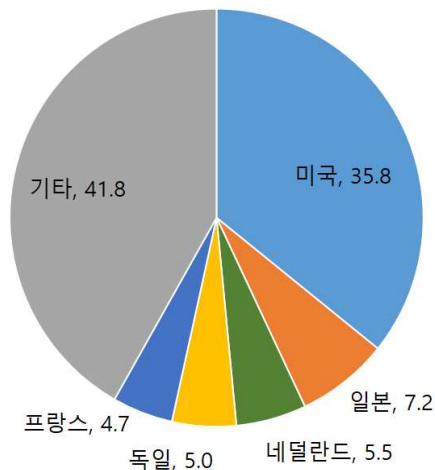
(단위: 천 달러, %)

| 국가 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 연평균 성장률 |
|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|
| 글로벌 | 3,761,483 | 4,127,373 | 4,178,801 | 4,230,187 | 4,777,895 | 6.2 |
| 1 미국 | 1,262,083 | 1,440,158 | 1,408,759 | 1,446,298 | 1,709,120 | 7.9 |
| 2 일본 | 254,690 | 251,855 | 309,674 | 350,859 | 343,967 | 7.8 |
| 3 네덜란드 | 209,088 | 216,638 | 233,214 | 232,654 | 262,631 | 5.9 |
| 4 독일 | 197,552 | 208,462 | 201,145 | 217,831 | 239,107 | 4.9 |
| 5 프랑스 | 192,701 | 205,276 | 195,511 | 192,283 | 226,559 | 4.1 |
| 기타 | 1,645,369 | 1,804,984 | 1,830,498 | 1,790,262 | 1,996,511 | 5.0 |

자료: ITC



그림 6 글로벌 김부각 국가별 수입 비중(2021년)



자료: ITC

일본 김부각 수입 규모

2021년 일본 김부각 수입 규모는 對중국 수입액이 1억 4,978만 7,000달러로 전체의 43.5%를 차지함

- 이어서 한국(15.5%), 태국(12.3%), 필리핀(6.1%), 미국(5.5%) 순으로 높게 나타남
- 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률이 가장 높은 국가는 한국으로 142.4%를 기록하였으며, 이어서 중국(3.8%), 태국(2.0%) 순으로 나타남

對한국 수입액은 2021년 전년 대비 10.9% 감소한 5,320만 2,000달러를 기록함



그림 7

일본 김부각 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

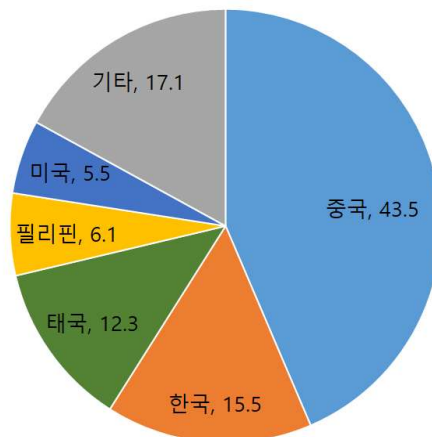
| 국가 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 연평균 성장률 |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 글로벌 | 254,690 | 251,855 | 309,674 | 350,859 | 343,967 | 7.8 |
| 1 중국 | 129,128 | 135,855 | 141,624 | 157,272 | 149,787 | 3.8 |
| 2 한국 | 1,541 | 1,384 | 51,032 | 59,713 | 53,202 | 142.4 |
| 3 태국 | 39,078 | 35,794 | 40,194 | 42,804 | 42,330 | 2.0 |
| 4 필리핀 | 20,147 | 16,912 | 16,169 | 17,503 | 21,051 | 1.1 |
| 5 미국 | 19,057 | 19,925 | 18,312 | 18,313 | 18,930 | -0.2 |
| 기타 | 45,739 | 41,985 | 42,343 | 55,254 | 58,667 | 6.4 |

자료: ITC



그림 8

일본 김부각 국가별 수입 비중(2021년)



자료: ITC


한국 김부각 수출 규모¹⁾

2021년 한국의 김부각(HS CODE 2008.99-5010) 수출 규모는 6억 7,440만 3,000달러를 기록함

- 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 15.3%를 기록하였으며, 특히 2020년 수출액은 전년 대비 29.2%로 크게 증가함

2021년 한국의 對일본 김부각 수출 규모는 1억 4,989만 8,000달러를 기록함

- 최근 5년간 연평균 성장률은 9.8%로 2018년을 제외하고는 꾸준히 증가세를 보임

 그림 9 한국의 對글로벌 및 對일본 김부각 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

| 구분 | | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 연평균 성장률 |
|------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 對글로벌 | 수출액 | 380,991 | 413,094 | 466,996 | 603,574 | 674,403 | 15.3 |
| | (YoY) | 31.2 | 8.4 | 13.0 | 29.2 | 11.7 | - |
| 對일본 | 수출액 | 103,184 | 93,290 | 124,435 | 149,096 | 149,898 | 9.8 |
| | (YoY) | 37.0 | -9.6 | 33.4 | 19.8 | 0.5 | - |

자료: KATI농식품수출통계

1) 김 HS CODE는 2018년 2106.90-4010에서 2008.99-5010으로 변경됨. 따라서, 2019년 수출 규모는 HS CODE 2008.99-5010과 2106.90-4010으로 신고된 수출액을 합산하였으며, 2019년 이전 수출 규모는 HS CODE 2106.90-4010 수출액으로 조사함

II

트렌드



01 소비 트렌드

‘쁘디 프리미엄’ 트렌드

Euromonitor에 따르면, 최근 일본에서는 주변 제품에 비해 가격이 다소 높아도 품질이나 맛이 더 좋은 제품을 선택하는 ‘쁘디 프리미엄’ 트렌드가 유행하고 있음

- 코로나19 봉쇄 조치로 음식점 영업이 제한되어 많은 소비자들이 외식 대신 집에서 식품을 즐기게 되었고, 스낵을 포함한 여러 식품에서 더 높은 품질이나 풍부한 맛을 찾는 수요가 높아짐
- 이로 인해 일본 내 많은 제품의 포장지에 ‘프리미엄’과 ‘리치’라는 단어가 마케팅 포인트로 강조됨
- 일본 주요 스낵 기업인 Calbee는 아스파라거스 베이컨 맛, 허니버터 치킨 맛 감자칩, 업계에서 가장 얇은 감자칩 등 풍미와 식감을 혁신한 신제품을 출시하여 2022년 지속적인 성장세를 보임
- 현재 코로나19 봉쇄 조치는 해제되었지만, 많은 기업들이 집과 사무실에서의 근무를 병행하는 하이브리드 제도를 시행하고 있음. 따라서 소비자들이 여전히 집에 머무는 시간이 많아 ‘쁘디 프리미엄’ 트렌드가 당분간 지속될 것으로 전망됨

건강한 이미지로 소비자 저변 확대

짭짤한 스낵 제품은 일반적으로 높은 염분과 탄수화물을 함유하여, 다이어터들에게 건강에 좋지 않은 제품으로 인식되는 경향이 있음. 이러한 소비자들의 인식을 반영하여 일부 기업들은 저염분 및 저탄수화물, 저당 등의 건강한 버전의 제품을 출시하고 있음

- 짭짤한 스낵 시장의 주요 기업인 Kameda Seika는 소금 함량을 30% 낮춘 스낵, 저당의 젓산을 함유한 쌀 스낵 등을 출시하였으며, 건강한 이미지를 전달하기 위해 제품 포장에 ‘Eat & Fun Health Association’에서 만든 저탄수화물 마크를 부착함

02 빅데이터 분석


데이터 분석 개요

Euromonitor에 따르면, 아마존 재팬은 일본 온라인 유통에서 가장 높은 점유율을 차지함. 이에 아마존 재팬에서 김부각(キムブガク, Gim-bugak)에 대한 분석을 진행함. 분석의 단계는 데이터 수집, 데이터 정제, 데이터 분석으로 진행하였고, 수집 항목은 제품 소개란(성분, 홍보문구), 소비자 반응(리뷰)이며 총 수집 건수는 제품 65건, 소비자 반응 716건임

데이터 분석

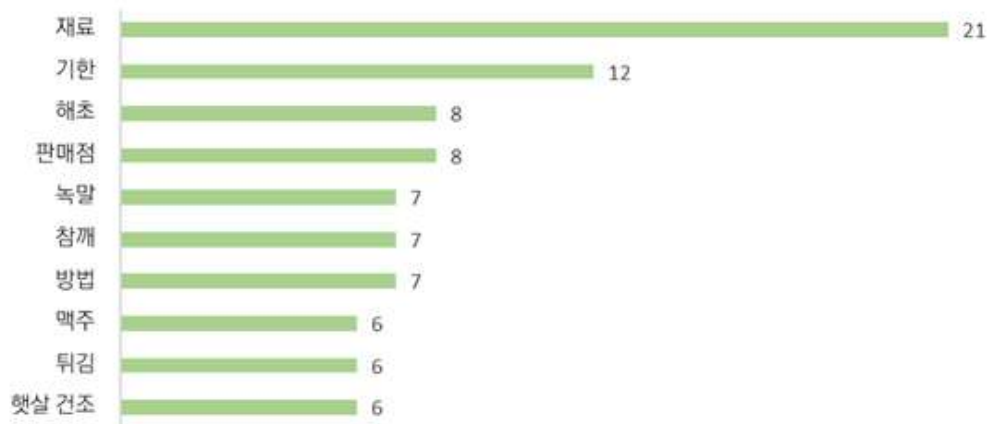
1. 제품 특성 주요 키워드 추출

김부각 제품 소개 출현 단어빈도는 재료 21건, 기한 12건, 판매점 8건 순으로 높았으며, 다른 주요 단어들은 해초, 방법, 참깨, 녹말, 햇살 건조, 튀김, 맥주 등이 출현함. 제품 특성 소개 시 재료와 유통기한, 제조 방법을 중점으로 홍보하는 것으로 분석됨

 그림 10 제품 특성 출현단어 빈도

| 순위 | 출현단어 | 출현빈도 |
|----|-------|------|
| 1 | 재료 | 21 |
| 2 | 기한 | 12 |
| 3 | 판매점 | 8 |
| 4 | 해초 | 8 |
| 5 | 방법 | 7 |
| 6 | 참깨 | 7 |
| 7 | 녹말 | 7 |
| 8 | 햇살 건조 | 6 |
| 9 | 튀김 | 6 |
| 10 | 맥주 | 6 |

그림 11 제품 특성 출현단어 빈도



2. 동시출현단어 분석

연관단어 출현 빈도는 아래 표와 같음. 가장 높게 나타난 키워드는 식용유이며, 이어서 팽창제, 파우더, 온도 및 습도, 건조, 녹말 전분, 기간, 반죽, 산화작용, 해초가 도출됨. 제품 가공 시 필요한 재료와 가공 방법에 관한 단어들이 주를 이룬 것으로 확인됨

그림 12 제품 특성 연관단어 출현 빈도

| 순위 | 연관단어 | 빈도 |
|----|-------|----|
| 1 | 식용유 | 6 |
| 2 | 팽창제 | 5 |
| 3 | 파우더 | 5 |
| 4 | 온도 습도 | 4 |
| 5 | 건조 | 4 |
| 6 | 녹말 전분 | 4 |
| 7 | 기간 | 4 |
| 8 | 반죽 | 3 |
| 9 | 산화작용 | 2 |
| 10 | 해초 | 2 |

3. 리뷰 출현 단어 분석

김부각 제품을 구매한 소비자들의 리뷰에서는 편의점 언급이 가장 높았으며, 그 뒤로 풍미, 베이킹소다, 맥주 안주, 바삭함, 휴게소, 기념품 가게, 술과 곁들이가 도출됨. 편의점에서 김부각을 구매한 경험이 있는 소비자들이 있는 것으로 분석되며, 풍미에 대한 만족도가 높고, 제품을 주로 술 안주로 섭취하는 것으로 분석됨



그림 13

소비자 반응 연관단어 키워드 빈도

| 순위 | 연관단어 | 빈도 |
|----|--------|----|
| 1 | 편의점 | 9 |
| 2 | 풍미 | 7 |
| 3 | 베이킹소다 | 6 |
| 4 | 맥주 안주 | 5 |
| 5 | 바삭한 | 4 |
| 6 | 휴게소 | 3 |
| 7 | 기념품 가게 | 3 |
| 8 | 술과 곁들이 | 3 |

III

유통



01 유통구조

일본 짹짹한 스낵 유통구조

2021년 기준 일본 짹짹한 스낵 유통구조는 크게 오프라인 소매 채널(Offline Retail Channels)과 온라인 소매 채널(Online Retail channels)로 분류할 수 있으며, 각각 전체 유통채널의 95.1%, 4.9%를 차지함

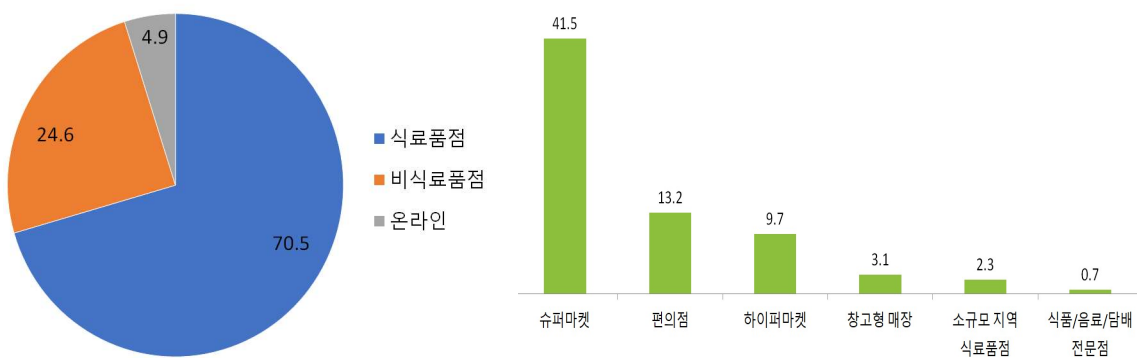
- 오프라인 소매 채널의 세부 유형별 점유율은 식료품점(70.5%), 비식료품점(24.6%) 순임

오프라인 소매점 중 가장 큰 비중을 차지하는 식료품점의 경우, 슈퍼마켓이 41.5%로 가장 점유율이 높았으며, 이어서 편의점(13.2%), 하이퍼마켓(9.7%), 창고형 매장(3.1%), 소규모 지역 식료품점(2.3%) 순으로 나타남

- 비식료품점의 경우, 양판점(12.6%)과 헬스&뷰티 전문점(12.0%)으로 구분됨

최근 5년간(2017-2021년) 가장 높은 연평균 성장률을 기록한 유통채널은 온라인(7.8%)이며, 이어서 슈퍼마켓(2.4%), 헬스&뷰티 전문점(2.3%), 하이퍼마켓(1.6%), 창고형 매장(1.6%) 순으로 나타남. 반면, 편의점(-0.4%)과 소규모 지역 식료품점(-4.0%)은 감소세를 보임

그림 14 일본 김부각 유통채널별 시장 점유율(좌) 및 식료품점 세부 점유율 현황(우)(2021년)



자료: Euromonitor International

02 주요 유통채널 분석

오프라인 유통채널


1. 슈퍼마켓

일본의 슈퍼마켓은 크게 종합 슈퍼마켓과 식품 슈퍼마켓으로 분류할 수 있음

- 종합 슈퍼마켓은 신선식품, 식료품, 의류품, 문구, 완구 등을 취급하며, 식품 슈퍼마켓은 식료품 및 일용 잡화에 특화되어 있음
- 식품 슈퍼마켓은 고객의 방문 빈도를 1주일에 2~3회로 가정하고, 신선식품을 주로 취급하여 1주일 정도 소비할 수 있는 상품을 구성하는 것이 특징임
- 2000년대 중반 이후부터는 고령화로 인해 대규모 입지와 건물 확보가 어려운 도심지를 중심으로 편의점 정도의 점포 면적을 가진 소형 슈퍼마켓이 증가하는 추세임

2021년 매출액 기준 슈퍼마켓 상위 10개 업체의 매출액 총합은 12조 4,017억 엔으로 조사됨

- 매출액 1위는 5조 5,967억 엔을 기록한 AEON(イオン)이 차지함. AEON은 맥스발루(Maxvalu), 마루에츠(Maruetsu), 카스미(Kasumi) 등의 브랜드를 보유하고 있음

 **그림 15** 일본 슈퍼마켓 매출액 기준 상위 10개 업체 순위(2021년)

| 순위 | 회사명 | 매출액 |
|----|----------------------------------|---------|
| 1 | 이온(AEON) | 56,967 |
| 2 | 세븐앤아이 홀딩스(Seven&I Holdings) | 18,045 |
| 3 | 라이프 코퍼레이션(Life Corporation) | 7,683 |
| 4 | 발로(VALOR) | 7,325 |
| 5 | 유나이티드 슈퍼마켓(United Super Markets) | 7,011 |
| 6 | 이즈미(Izumi) | 6,768 |
| 7 | ARCS | 5,775 |
| 8 | YAOKO | 5,140 |
| 9 | YORK-BENIMARU | 4,694 |
| 10 | 이온 큐슈(AEON KYUSHU) | 4,609 |
| | 합계 | 124,017 |

자료: 업계동향서치(業界動向サーチ)

2. 편의점

편의점은 일반적으로 점포 면적이 작고(약 150~200㎡), 약 2,500개 상품을 보유하고 있음. 또한, 도심지의 거주 면적이 비좁은 주택에서 일용품을 비축하지 않고 필요할 때마다 상품을 구매하는 라이프스타일에 맞춘, 일상생활에 보다 밀착시킨 점포 형태가 특징임

Nippon Software가 일본 내 점포 10개 이상을 보유하고 있는 편의점 프랜차이즈 업체를 대상으로 조사한 결과, 2022년 점포 수 기준 업체 순위는 세븐일레븐이 2만 1,031개로 1위를 차지함

- 이어서 패밀리마트(1만 6,348개), 로손(1만 3,812개), 미니스톱(1,932개), 세이코마트(1,163개) 순임
- 상위 3개사의 매장 수 총합은 5만 1,191개로 전체 시장의 89.9%를 차지함
- 상위 10개 업체 중 전년 대비 매장 수 증가율이 가장 높게 나타난 업체는 NewDays(2.6%), 로손(1.48%) 순임. 반면, 데일리 야마자키(Daily Yamazaki)는 전년 대비 3.3% 감소하여 비교 대상 중 가장 큰 폭의 감소세를 나타냄



그림 16 일본 편의점 점포 수 기준 상위 10개 업체 순위(2022년)

(단위: 개)

| 순위 | 회사명 | 점포 수 |
|----|--------------------------|--------|
| 1 | 세븐일레븐 | 21,031 |
| 2 | 패밀리마트 | 16,348 |
| 3 | 로손 | 13,812 |
| 4 | 미니스톱 | 1,932 |
| 5 | 세이코 마트 | 1,163 |
| 6 | 데일리 야마자키(Daily Yamazaki) | 1,005 |
| 7 | NewDays | 343 |
| 8 | 로손 x 쓰리에프 | 336 |
| 9 | 데일리 야마자키 스토어 | 237 |
| 10 | NewDays Mini | 158 |
| | 합계 | 56,365 |

*주. 6위 데일리 야마자키와 9위 데일리 야마자키 스토어, 7위 NewDays와 10위 NewDays Mini는 각각 동일한 업체이나 업태가 다르므로 별도로 집계함

자료: Nipponsoft(日本ソフト販売)

3. 드럭스토어

일본의 드럭스토어는 조제약/헬스케어, 뷰티케어(화장품, 뷰티케어 소품, 화장실 및 욕실용품 등), 홈케어(가정용품, 일용 잡화, 펫 용품 등), 식품(제과, 음료, 유제품, 주류, 냉동식품, 가공식품), 기타 분야(가방, 서적, 문구, 완구 등)로 소비재 전반을 폭넓게 취급하고 있는 점이 특징임

일본체인약국협회(日本チェーンドラッグストア協会, 이하 JADCS)가 2021년 10월 1일~2022년 1월 31일 약국 프랜차이즈 업체를 대상으로 조사한 결과에 따르면, 점포 수는 2017년 1만 9,532개에서 2021년 2만 1,725개로 2,191개가 증가함

2021년 매출액이 가장 높은 드럭스토어는 Welcia로 약 1조 259억 엔을 기록함

- 이어서 Tsuruha(약 9,157억 엔), COSMOS(약 7,554억 엔), Matsumotokiyoshi(약 7,300억 엔), Sun Drug(약 6,487억 엔) 순임

2022년 매장 수가 가장 많은 드럭스토어는 Matsumotokiyoshi로 3,325개 매장을 보유하고 있음

- 이어서 Tsuruhua(2,522개), Welcia(2,468개), Fuji Yakuhin(1,372개), Sugi Drug(1,363개) 순임



그림 17 매출 및 점포 수 기준 일본 드럭스토어 현황

(단위: 억 엔, 개)

| 2021년 매출액 기준 순위 | | | 2022년 점포 수 기준 순위 | | |
|-----------------|------------------|-----------|------------------|------------------|------------|
| 순위 | 회사명 | 2021년 매출액 | 순위 | 회사명 | 2022년 점포 수 |
| 1 | Welcia | 10,259 | 1 | Matsumotokiyoshi | 3,325 |
| 2 | Tsuruha | 9,157 | 2 | Tsuruha | 2,522 |
| 3 | COSMOS | 7,554 | 3 | Welcia | 2,468 |
| 4 | Matsumotokiyoshi | 7,300 | 4 | Fuji Yakuhin | 1,372 |
| 5 | Sun Drug | 6,487 | 5 | Sugi Drug | 1,363 |
| 6 | Sugi Drug | 6,254 | 6 | COSMOS | 1,244 |
| 7 | Fuji Yakuhin | 3,715 | 7 | Sun Drug | 946 |
| 8 | Create SDS | 3,507 | 8 | KUSURI NO AOKI | 819 |
| 9 | KUSURI NO AOKI | 3,283 | 9 | Create SDS | 728 |
| | 합계 | 57,516 | | 합계 | 14,787 |

자료: 각 사 홈페이지, 일본체인약국협회(JADCS)

4. 온라인 쇼핑물

일본 온라인 쇼핑물은 코로나19의 영향으로 비대면 쇼핑이 일상화되면서 2020년 기준 전년 대비 22.7% 성장함

- 특히 식품을 온라인으로 구매하는 소비자들이 급증하면서 기존 오프라인 유통채널들도 온라인 채널에 진출하여 시장이 확대되고 있음

일본 주요 온라인 쇼핑물 중 매출액 기준 시장 점유율이 가장 높은 기업은 Amazon.com으로 2021년 기준 전체 시장의 28.2%를 차지함

- 이어서 Rakuten(25.1%), Softbank(14.2%), Japan Consumers Cooperative Union(3.0%) 순임



그림 18 일본 주요 온라인 유통채널(2021년)

(단위: %)

| 기업명 | 매출액 기준 점유율 | 주요 브랜드 |
|----------------------------------|------------|----------|
| Amazon.com | 28.2 | Amazon |
| Rakuten | 25.1 | Rakuten |
| Softbank | 14.2 | Zozotown |
| Japan Consumer Cooperative Union | 3.0 | Co-op |

자료: Euromonitor International

슈퍼마켓



1. 이온(Aeon)

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | | 개요 | <ul style="list-style-type: none"> - 1970년 오카다야, 후타기, 시로와 같은 지역 기업 3사의 제휴로 '자스코 주식회사'가 설립되었으며, 현재는 일본 최대 유통업체로 성장함 - 대형마트, 소형마트, 드럭스토어, 편의점 등 모든 유통채널을 보유하고 있음 - 유통 사업부는 크게 종합소매(GMS), 슈퍼마켓(SM), 할인점(DS), 건강 및 웰빙(드럭스토어 등) 4개로 구성되며, 2만 개 이상의 점포를 보유함 |
| 유통채널명 | AEON CO., LTD. | | |
| 연락처 | +81-432126000 | 본사 소재지 | 1-5-1, Nakase, Mihama-Ku Chiba, Chiba, 261-0023 Japan |
| 홈페이지 | www.aeon.info | 매출액 및 종업원 수 | 약 781억 달러(2022년) / 약 15만 5,465명 |

유통채널 업태별 산하 브랜드

| 종합소매(GMS) | 슈퍼마켓/할인점 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> - 종합 슈퍼마켓 성격으로 일본 내 약 500개의 점포를 보유함 - 이온, 이온스타일, 이온슈퍼센터, 후지그란(Fuji Grand) 등 | <ul style="list-style-type: none"> - 지역 밀착형 슈퍼마켓, 할인점, 소형 식품점, 편의점 등 식품 중심의 유통채널 - 일본 전역에 슈퍼마켓 약 2,200개, 할인점 600개, 소형 식품점 1,000개, 편의점 2,000개 보유 - Max Valu, Maruetsu, FUJI, Mini Stop, AEON Food Style 등 |
| 드럭스토어 | 쇼핑센터 |
|  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> - 의약품이나 건강식품, 일용품 등을 판매하는 드럭스토어로, 웰시아(Welcia)가 대표적 | <ul style="list-style-type: none"> - 쇼핑이나 음식뿐 아니라 영화관, 어뮤즈먼트 시설, 병원 등 다양한 시설을 보유한 쇼핑센터 - 이온몰, 이온타운, OPA, VIVRE, FORUS 등 |

2. 이토요카도(Ito-Yokado)


| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | <p>개요</p> <ul style="list-style-type: none"> - 세븐앤아이홀딩스(Seven&I Holdings)의 슈퍼마켓 브랜드로, 1920년에 설립되었으며 슈퍼마켓을 포함한 백화점, 할인매장 등 다양한 형태의 매장을 운영 중임 - 원래 미국 브랜드였던 세븐 일레븐을 일본에 도입함 - 글로벌 시장에도 진출함 - 식료품의 경우 곡물류, 캔디류, 음료류, 신선식품, 주류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 냉동식품 등을 다양하게 취급하고 있음 - 2022년 7월 말 기준 127개 매장 보유 <p>본사 소재지 20-1-21, Kita24 Johigashi, Higashi-Ku Sapporo, Hokkaido, 065-0024 Japan</p> <p>매출액 및 종업원 수 약 79억 4,000만 달러(2022년) 약 1만 810명</p> |
| <p>유통채널명</p> | <p>ITO-YOKADO CO., LTD.</p> |
| <p>연락처</p> | <p>+81-362382111</p> |
| <p>홈페이지</p> | <p>www.itoyokado.co.jp</p> |

세븐앤아이홀딩스 주요 슈퍼마켓 프랜차이즈 브랜드

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>이토요카도(イトーヨーカ堂)</p>  | <p>YORK-BENIMARU(ヨークベニマル)</p>  |
| <p>- 종합 슈퍼마켓으로 일본 내 127개 점포 보유</p> | <p>- 식료품을 전문적으로 취급하며 도호쿠 지방을 중심으로 매장 다수 보유 - 2022년 7월 말 기준 점포 242개 보유</p> |
| <p>York(ヨーク)</p>  | <p>Shell Garden(シェルガーデン)</p>  |
| <p>- 관동지방을 중심으로 점포가 집중되어 있으며, 2022년 7월 말 기준 점포 102개 보유</p> | <p>- 고품질 슈퍼마켓을 콘셉트로 하여 지방 특산품과 와인 등을 중점적으로 취급 - 2022년 7월 말 기준 22개 점포 보유</p> |

편의점

1. 세븐일레븐(7-Eleven)

| | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
|  | | 최근 이슈 및 특징 | <ul style="list-style-type: none"> - 2018년 점포 수 2만 개 돌파, 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개를 인수한 바 있음 - 편의점 사업 확대에 주력하기 위해 자사의 백화점 부문 사업체인 소고·세이부(SOGO·SEIBU) 백화점 매각을 위한 최종 협상을 진행 중임 - 2020년 9월 딜리버리 서비스를 시작함 - 인공지능(AI)을 활용한 물류 시스템을 개발해 도쿄, 홋카이도, 히로시마 등 일부 지역(약 550개 점포)에서 제공하던 택배 서비스를 전국으로 확대할 계획임 | |
| 유통채널명 | SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD. | | 본사 소재지 | 8-8, Nibancho Chiyoda-Ku, Tokyo, 102-0084 Japan |
| 연락처 | +81-362383711 | | | 매출액 및 종업원 수 |
| 홈페이지 | www.sej.co.jp | 입점 절차 | | |
| <p>1) 홈페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 첨부 파일 작성하여 이메일로 송부 (7andi.com/en/csr/suppliers/helpline.html) <p>2) 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-3-5793-4370 - 이메일: 7andi-helpline@integrex.jp | | | | |

2. 로손(Lawson)

LAWSON

최근 이슈 및 특징


- 1975년 설립, 2001년 미쓰비시 상사가 인수하여 자회사로 편입함
- 최근에는 2015년에 인수한 고급 슈퍼마켓 체인점 세이조이시이(Seijo Ishii)를 도쿄 증권거래소에 신규 상장할 계획임을 밝힘

| | | | |
|--------------|------------------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 유통채널명 | LAWSON, INC | 본사 소재지 | 1-11-2, OsakiGatecity Osaki East Tower 3F. Shinagawa-Ku, Tokyo, 141-0032 Japan |
| 연락처 | +81-366353963 | | |
| 홈페이지 | www.lawson.co.jp | | |
| | | 매출액 및 종업원 수 | 약 62억 6,000만 엔 / 약 1만 362명 |
| 입점 절차 | | | |


- 1) 유선전화를 통한 입점 문의
 - 등록 시 필요한 일반적 정보
 - ① 공급자 정보
(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)
 - ② 공급 제품 정보
(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)
 - ③ 참고자료
(회사소개서, 카탈로그 등)
- 2) 홈페이지 내 공급자가 지켜야 할 'Trading policy' 존재
- 3) 문의사항 연락처
 - 전화번호: +81-120-07-3963

드럭스토어


1. 웰시아(Welcia)

| | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
|  | | 간략 소개 및 주요 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> - 1974년에 설립된 H&B 스토어로, 일본 내 약 2,468개의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 제품을 판매함 - 주요 취급 품목은 의약품, 건강기능식품, 화장품, 생활용품, 헬스케어 제품, 스낵류 등이 있음 - 매장의 70%가 약국과 동시에 있음 - 전 매장의 24%가 24시간 영업하는 것이 목표이며, 현지 의료기관 및 간호시설과 협력하여 운영 중임 | |
| 유통채널명 | WELCIA HOLDINGS CO.,LTD. | | | 본사 소재지 |
| 연락처 | +81-352075878 | | | |
| 홈페이지 | www.welcia.co.jp | 입점 절차 | | |
| <p>1) 우편을 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보와 문의사항을 하기 우편 주소로 송부 (2-2-15, Sotokanda, Chiyoda Ku, Tokyo To, 101-0021, Japan) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <p>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소)</p> <p>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</p> <p>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 담당 바이어 전달 및 회신 <p>2) 문의사항 연락처</p> <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-120-119-358 | | | | |

2. 츠루하(Tsuruha)

| | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | | 간략 소개 및 주요 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> - 츠루하그룹은 츠루하드러그(ツルハドラッグ), 쿠스리노후쿠타로(くすりの福太郎), 레이디드럭스토어(Lady Drug Store) 등 다양한 드럭스토어 계열사를 운영하고 있음 - 자사 온라인 홈페이지에서 각 지역의 입점 현황과 리플렛을 제공하고 있음 - 진단서 처방 서비스, 메일을 통한 주문 서비스를 제공하고 있으며, 엠즈원('M's one), 라빌라비타(La ViLLA ViTA) 등 PB 브랜드를 보유함 |
| 유통채널명 | TSURUHA HOLDINGS INC | | |
| 연락처 | +81-117832755 | | |
| 홈페이지 | www.tsuruha-hd.co.jp | 본사 소재지 | 20-1-21, Kita24Johigashi, Higashi-Ku Sapporo, Hokkaido, 065-0024 Japan 약 79억 4,000만 달러(2022.03.31. 기준) 약 1만 810명 |
| | | 매출액 및 종업원 수 | |
| 입점 절차 | | | |
| 1) 우편을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 'お店とチラシを検索'에서 입점 희망 매장 검색 - 도쿄 신주쿠점: <ul style="list-style-type: none"> 〒161-0034 東京都新宿区上落合3-8-25 (FLAMPビル1F) - 주소를 확인하여 공급자 정보와 문의사항을 우편 주소로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 이메일로는 입점 문의를 받지 않음 | | | |
| 2) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-3-5729-7681 | | | |

3. 마쓰모토키요시(Matsumotokiyoshi)

| | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------------------------------------------------------------|
|  | | 개요 | <ul style="list-style-type: none"> - 마쓰모토키요시는 1932년에 설립된 일본 내 가장 큰 드럭스토어 중 하나로, 현재 3,325개의 매장을 운영하고 있음 - 베트남, 태국, 대만 등 동남아 지역에도 진출해 있으며, 헬스&뷰티 제품뿐만 아니라 식음료의 비중을 점점 확대해 나가고 있음 - 주요 취급 품목은 의약품, 화장품, 바디/헤어케어 제품, 건강식품 등이 있음 - 2020년 일본 드럭스토어 코코카라파인(Cocokara Fine)과 합병함 - 온라인 몰에서 약 1만 3,000개 이상의 제품을 판매하며, 배송 서비스를 제공함 - PB상품 강화를 통한 고객 유인이 돋보임. 2020년 기준 PB상품 수는 2,000개 이상으로 매출 구성비의 약 12%를 차지함 | | |
| 유통채널명 | MATSUMOTOKIYOSHI EAST CO.,LTD. | | | 본사 소재지 | 2-2-24, Chuo, Aoba-KuSendaiemukeidei Sendai, Miyagi, 980-0021 Japan |
| 연락처 | +81-222681780 | | | | |
| 홈페이지 | www.matsukiyo.co.jp | 입점 절차 | | | |
| 1) 홈페이지를 통한 입점 문의 (matsukiyo.co.jp/store/contact/entry) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 ‘よくある質問・お問い合わせ’ 클릭 - 카테고리 ‘その他の事項に関するお問合せ’ 클릭 후 양식 작성 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 문의사항 자유 기재(공급 제품 정보 및 회사소개서 등) | | | | | |
| 2) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-(0)47-344-5111 | | | | | |

온라인 쇼핑몰

1. 아마존(Amazon)

| | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
|  | | 간략 소개 및 주요 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> - 1994년 설립되었으며, 2000년 일본 시장에 진출함 - 2021년 기준, 일본 온라인 유통채널 브랜드 및 기업 점유율 1위 - 2억 개 이상 제품 취급 - SNS를 통해 홍보 및 마케팅을 하고 있음 - Amazon에서 제품을 판매하는 중소기업 및 수입 브랜드가 많음 | |
| | | | <table border="1"> <tr> <td>유통채널명</td> <td>Amazon Japan</td> </tr> <tr> <td>홈페이지</td> <td>www.amazon.co.jp</td> </tr> </table> | 유통채널명 |
| 유통채널명 | Amazon Japan | | | |
| 홈페이지 | www.amazon.co.jp | | | |
| | | 본사 소재지 | 1-8-1 Shimomeguro Meguro-ku Tokyo, 153-0064 | |
| 입점 절차 | | | | |
| <p>1) 홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 'Amazonで売る' 클릭 <ol style="list-style-type: none"> ① 아마존 셀러 계정 생성 ② 상품 리스팅 - 홈페이지 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량 등) <p>2) 평가 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동 강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우, 공인검사기관에서 TPI 또는 아마존 자체 검사 결과를 통해 품질 기준 충족 인증 <p>3) 연락처</p> <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +0120-999-373 | | | | |

2. 라쿠텐(Rakuten)


간략 소개
및 주요
이슈

- 1997년 설립한 온라인 종합 쇼핑몰
- 2021년 전년 대비 매출액 22.0% 증가
- 일본 및 약 30개 국가에서 서비스 운영
- 2021년 기준, 약 284만 6,000개 제품 취급
- 쇼핑몰 외 핀테크, 인터넷 서비스 등 사업 분야가 다양함

| | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----|----------------------|
| 유통채널명 | Rakuten | | |
| 홈페이지 | www.rakuten.com.jp | 매출액 | 약 1조 6,800억 엔(2021년) |
| 입점 절차 | | | |
| <p>1) 홈페이지를 통한 입점 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry - 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 <p>2) 등록 시 필요한 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사 정보: 사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화번호, 대표자명 등 - 운영 담당자 정보: 담당자 이름, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형 <p>3) 연락처</p> <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: sales-list@rakuten.com | | | |

IV

통관 및 제도



01 통관 및 검역

한국 수출 통관 절차

출항 전 보고

관세법상 수출이란, '내국물품을 외국으로 반출하는 것'을 의미함. 즉, 국내에서 외국으로 물품 및 서비스를 이동하는 것을 말하며, 크게 정식 수출신고와 목록통관으로 구분됨

수출신고 서류 준비

- ① 정식 수출신고:
목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출
- ② 목록통관:
 - 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식통관절차를 필요로 하지 않는 예외적인 물품의 수출 절차
 - 목록통관은 일반적인 특송 업체 또는 우체국 EMS를 통해 외국으로 반출하는 절차임
 - 대상은 일반 환급 대상이 아닌 물품으로, FOB 가격이 200만 원 이하의 물품을 의미하며 카탈로그, 서류, 외교행낭 물품 등이 있음
- ③ 전자상거래 간이수출신고: 정식 수출신고로, 전자상거래를 위해 간이한 방식으로 수출신고를 할 수 있음
 - FOB 200만 원 이하 물품의 수출목록을 신고서로 쉽게 변환하여 기존의 수출 신고의 어려움을 해소할 수 있음
 - 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세환급 등 혜택을 받을 수 있음

한국 수출 통관 절차도



서류 구비

수출하기 전 구비해야 하는 서류 목록은 다음과 같음

- Invoice
- Packing List
- 원산지증명서(필요 시)
- 전략물자 자가판정서(필요 시)

수출신고 전 확인 사항

- 원산지증명서 발행 여부 검토: 거래 당사자 간 계약 시
- 환급 대상 여부: 중소기업의 경우 간이 정액환급 또는 개별환급 중 유리한 환급방식 검토 및 선정
- 수출 물품의 HS CODE 검토: 정확한 수출신고에 따른 간이정액환급, 원산지증명서 등을 위한 검토
- 물품의 소재지 확인: 수출신고 예정물품의 검사를 위해 수출신고 시점의 물품 소재지 확인 필요

수출신고

- 수출 화주로부터 전달받은 Invoice, Packing List를 기반으로 수출신고서 작성 및 관세청 UNI-PASS에 전자 접수
- 접수 결과에 따라 서류심사, 현품검사 또는 자동수리(Paper Less; PL)로 통지됨

세관 심사

- 위의 수출신고 접수 결과에 따라 세관의 심사가 있을 경우 서류심사, 현품검사가 이루어짐
- 서류심사의 경우 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류 상 일치 여부를 확인함
 - 현품검사의 경우 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부 확인을 위해 신고지 또는 적재지에서 검사를 실시할 수 있음

선(기)적

수출신고가 수리된 물품은 수리일로부터 30일 이내에 외국을 왕래하는 운송 수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

일본 수입 통관 절차 개요

수입 통관은 외국 물품을 일본 내로 반입하기 위한 일련의 행위로, 수입신고, 물품 심사·검사, 관세 납부 또는 징수, 수입허가 등 일련의 절차를 일컬음. 식품의 경우 식품 수입자는 물품 도착 7일 이전에 수입신고 건별로 검역소에 서면 또는 전자적인 방법으로 수입신고를 진행해야 함

일본 수입 통관 절차도



일본 수입 통관 절차

출항 전 보고

일본에 입항하려는 선박 컨테이너 화물의 적하 정보를 선적항 출항 24시간 전까지 수출입·항만 관련 정보처리시스템(Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System, NACCS)을 통해 알려야 함

송하인과 수하인 및 착하통지처 정보, 품명, HS Code, 총중량, 용적 등 화물정보와 컨테이너 정보 등이 선하증권(Bill of Lading, B/L) 기재 사항을 토대로 NACCS를 통해 일본 세관에 보고됨

수입신고 전에 후생노동성 수입식품 감시 담당 창구에서 필요한 수입신고 서류 등을 상담할 수 있음

수입신고 서류 준비

수입자는 화물 도착 후 즉시 「식품 등 수입신고서」와 품목에 따라 필요한 서류를 첨부하여 화물 통관 장소의 관할 검역소에 제출함

첨부서류는 식품의 품명, 생산국, 가공방법 등에 따라 달라지며 가공식품의 경우 원재료표, 제조공정표가 필요함. 정해진 양식은 없으나 제조자 또는 수출자 등이 작성한 것(회사명 및 책임자 서명 포함)을 권장하며 심사 과정에서 추가 서류가 발생할 수 있음

수입신고서 첨부 서류

- 1) 모든 가공식품
 - 품명, 제조자 명칭과 소재지, 제조장소, 명칭과 소재지를 확인할 수 있는 자료
 - 원재료표
 - 제조공정표
- 2) 가공식품(레토르트 식품, 과자 등 포함)
 - 제조자 관련 정보 등을 확인할 수 있는 자료
 - 원재료표(제품 완성까지의 흐름을 그린 그림)
 - 개별 규격이 지정되어 있는 식품은 시험성적서

식품위생법에 따른 수입신고

판매 또는 영업상 사용하는 식품 등을 수입하는 경우 안전성 확보 차원에서 식품위생법에 따라 수입자에게 수입신고 의무가 부가되며, 수입신고를 하지 않은 식품 등에 대해서는 판매에 이용할 수 없도록 하고 있음

식품을 수입하는 자는 물품 도착 7일 이전에 수입신고 건별로 검역소에 식품 등 수입신고서 및 기타 원재료, 성분 및 제조공정 등에 관한 설명서, 필요에 따라 위생증명서, 시험성적표 등의 관련 서류를 검역소에 서면 또는 전자적인 방법으로 수입신고를 진행해야 함

일본의 항구 및 항만 등 32개소의 후생노동성 검역소에서 수입식품에 대한 심사 및 검사가 진행됨

후생노동성 검역소 심사 및 검사

일본으로 수입되는 물자는 보세지역에 반입된 후 수입신고를 실시, 필요한 심사 및 검사를 받고 수입이 허가된 후에 물자로 국내로 들여올 수 있음

신고를 접수한 후생노동성 검역소에서는 수입자의 신고내용을 확인하여 유독/유해물질 함유 여부, 식품위생법 기준규격 적합 여부 등을 심사함

검역소는 검사를 통해 확인할 필요가 있는 경우에는 검사 내용을 지시하고 검사 결과를 근거로 위법 여부를 판단함

수입 화물이 식품위생법에 적합하다고 판단된 경우에는 신고필증이 수입자에게 교부되고 세관의 통관 절차를 진행하게 됨. 심사 및 검사 결과 위반이라고 판단되는 식품 등은 일본 내로 수입할 수 없으므로 수입자가 폐기 또는 반품 등의 조치를 하고 그 비용은 수입자가 부담하게 됨

수입신고필증 세관 제출

검역소로부터 적합 판정을 받은 경우 수입자는 식품 등 수입신고서(신고필증)를 교부받아 세관에 제출하여 확인을 받은 후 통관할 수 있음

검역소로부터 불합격 통지를 받은 경우 검역소로부터 수입신고필증을 받을 수 없으므로 식품으로는 통관할 수 없음. 용도를 바꾸어 세관에 수입신고하여 통관하거나, 수출국으로 되돌려 보낼 경우 반송신고를 하여 수출통관하고, 폐기할 경우 세관의 허가를 받아 폐기처분하게 됨

수입신고 시 제출 서류

- Invoice
- Packing List
- B/L
- 원산지증명서(필요 시)
- 기타 법령 허가서 등(식품 등 수입신고필증, 위생증명서 등)

세관 심사 및 검사

수입신고서가 제출된 세관이 서류심사를 진행함

심사방법에는 간이심사, 서류심사, 화물검사의 3가지가 있음

- 간이심사는 리스크가 낮은 화물에 관한 것으로 NACCS에 제출된 내용만을 검토함
- 서류심사는 간이 심사보다 리스크가 있는 것으로, 수입신고서와 증명서류가 요구됨
- 화물검사는 위험도가 높은 건에 대해 서류심사와 현장 검사를 진행함. 이 경우 통관 소요 시간이 길어지며 검사 비용도 모두 수입자가 부담하게 되므로 평소 신고를 정확히 할 수 있는 체제를 갖추는 것이 중요함

물품검사는 화물과 신고내용의 동일성을 확인하기 위한 것으로, 일본 세관이 필요하다고 판단한 경우 지정장소나 세관 검사장 또는 보세구역 등에서 수입물품의 검사가 이루어짐

관세 등 납부 및 수입허가

세관 심사 결과에 별다른 위반사항이 없으면 수입자는 관세 및 내국세를 납부하게 되고 세관으로부터 허가증을 발급받게 됨

02 인증

후생노동성 사전 등록(필수)

1. 개요

후생노동성 사전등록 제도란 일본의 식품제조기준 및 규격에 적합한 수출 가공식품을 일본 후생노동성에 사전 등록함으로써 법에 위반하는 식품 등의 수입을 사전에 방지하고, 식품 안전성을 확보하는 관리 제도임. 해외의 제조 업체가 일본에 수출하는 식품의 품목을 사전에 등록하는 방식이며, 기존 수입 식품 검사는 의무적으로 1년마다 시행했으나 사전 등록 제도를 통해 3년 주기로 완화되었음

모든 수입 식품은 일본 후생노동성 위생 허가 대상이며, 사전 등록 제도를 통해 ① 통관 시 검사주기 완화에 따른 비용 절감 ② 통관시간 단축(통상 소요시간의 50%) ③ 비등록업체에 적용되는 통상검사(5% 무작위추출 모니터링 실시) 완화 등의 효과가 있음. 해당 절차를 통해 사전 확인을 받게 되면, 등록번호가 기재된 수입신고서를 제출하여 신속하게 통관 업무를 진행할 수 있다는 점에서 사실상 필수적인 제도임

2. 대상 품목

사전등록제도는 자사 공장 또는 OEM 생산을 통하여 일본으로 식품을 수출하고자 하는 업체를 대상으로 하며, 농축수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품 등을 제외한 가공식품이 해당됨

- 일본 후생노동성 의약식품국 식품 안전부에서 담당하며 국내 담당 기관을 통해 해당 부서에 사전 확인 신청서를 제출해야 함
- 수출 전에는 ① 일본 식품 위생 기준 확인, ② 위생 증명서 발행(필요 품목의 경우), ③ 수출 전 검사서 등에 대하여 사전 확인이 필요함

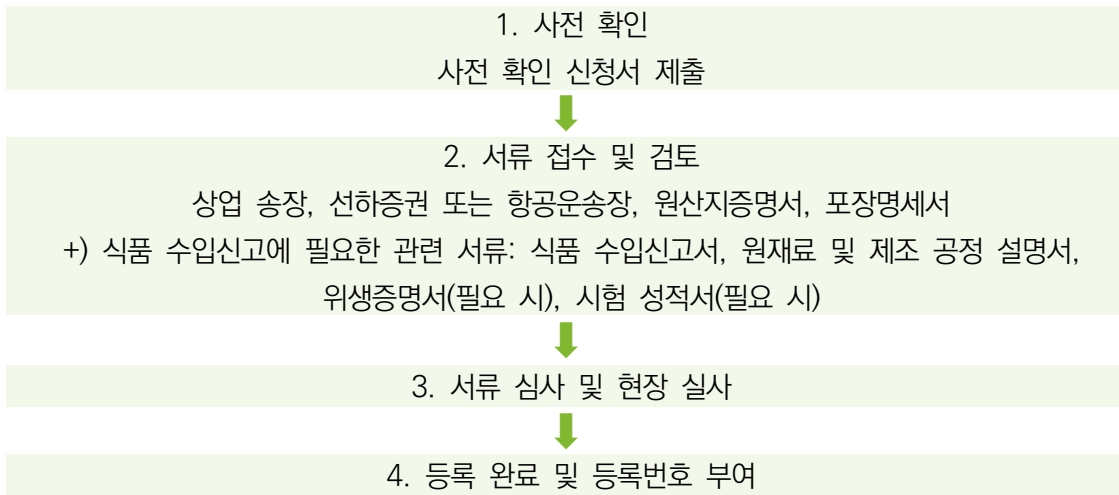
한국농수산물유통공사(aT)에서 對일 수출 가공식품 사전등록 관련하여 신청부터 서류심사, 현장 실사 등 등록 관련 제반 행정 사항을 지원하고 있으며, 신청 대행이 필요한 경우 하기 기관을 통해 문의하는 것을 권장함

aT 식품수출부

- 연락처: 061-931-0745

- 신청 방법: aT 수출지원시스템 홈페이지(atess.at.or.kr) 통한 신청 후 제반서류 관할 지역본부 별도 제출

3. 등록 절차



4. 제출 서류

일본 후생노동성 사전등록을 위해서는 신청서류를 준비해야 하며 시험성적증명서의 경우 일본 후생노동성이 지정한 국내외 검사기관을 통해 발급받을 수 있음

- 사전등록을 위한 신청서류로는 신청서, 제품목록, 위생검사표, 성분분석표 및 제조공정도 등이 있으며 수입업체가 발급받은 시험성적증명서 또한 제출할 수 있음

아래와 같이 가공식품 또는 식품첨가물 여부에 따라 첨부 서류가 상이하며, 국내 검사기관 등이 발행한 분석증명서와 식품위생 책임자가 작성한 시설·식품 등의 위생관리기준에 관한 서류는 공통으로 구비하여야 함

| 구분 | 서류 목록 |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 식품 | <ul style="list-style-type: none"> - 사용 원재료의 종류, 성분 조성에 관한 서류 - 제조 또는 가공 방법에 관한 서류 - 사용하고 있는 첨가물의 종류, 제조방법, 사용량 등에 관한 서류 - 사용 원재료나 식품 등의 기준규격에 적합함을 나타내는 수출국 공적 검사 기관 등에서 발행한 분석증명서 - 식품위생 책임자가 작성한 시설·식품 등의 위생관리기준에 관한 서류 |
| 식품 첨가물 | <ul style="list-style-type: none"> - 물질명(해당 첨가물이 화학적합성품을 포함한 경우에는 그 성분), 제조 방법 등에 관한 서류 - 해당 첨가물이 식품 등의 기준규격 등 별도로 정한 사항에 적합함을 나타내는 수출국 공적 검사기관 등에서 발행한 분석증명서 - 식품위생 책임자가 작성한 시설·식품 등의 위생관리기준에 관한 서류 |

5. 인증/승인 이후 사후 관리

1) 사후 절차


모니터링 검사(행정 검사): 일본 검역소에서 수입 식품에 대해 자체적으로 샘플링하여 검사를 마친 후 선 통관 조치되며, 문제 발생 시 사후 회수 조치 등의 처분을 실시함. 검사 비용은 일본 정부에서 부담함

후생노동성에서 모니터링 검사 관련 연간 계획이 세워지면 전국 검역소로 계획이 통지되며, 이에 근거하여 시행함


2) 사후 요구사항

제조 및 수출업체에 등록번호가 부여되면 수출 시 등록번호를 확인 가능한 방법으로 증명해야 함
- 식품의 용기 포장에 등록번호를 기재하거나, 등록번호를 증명하는 서류를 첨부하는 방법이 있음

03 라벨링

 그림 18 가공식품에 대한 일본 라벨링 규정

| | | | |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 적용 규제 | 일본 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020 | | |
| 세부 규정 | 식품 라벨링법(食品表示法) No. 70 of June 28. 2013 | | |
| 세부 내용 | 라벨 표기사항 (항목) | <ul style="list-style-type: none"> - 제품명 - 원산지 - 수입자 정보 - 원료 정보 - 식품첨가물 - 순중량 - 유통기한 - 보관방법 - GMO(遺伝子組換え) 성분에 대한 표시 - 알레르기 정보 - 영양성분 | |
| | 라벨 표기사항 (가이드) | 표기 언어 | <ul style="list-style-type: none"> - 일본어로 표기할 것 - 폰트의 최소 사이즈는 8포인트로 할 것 |
| | | 식품 첨가물 | <ul style="list-style-type: none"> - 식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나, 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입할 것 - 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용할 것 - 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성할 것 |
| | | 영양성분 | <ul style="list-style-type: none"> - 열량(kcal), 단백질(gram), 지방(gram), 탄수화물(gram), 나트륨(gram별 염류 포함량)에 대하여 작성할 것 - 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능 |
| | | 유통기한 | <ul style="list-style-type: none"> - 제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기할 것 |
| | | 원료정보 | <ul style="list-style-type: none"> - 가장 일반적인 명칭으로 기재할 것 - 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기할 것 |
| | | 보관방법 | <ul style="list-style-type: none"> - 보관에 적절한 보관방법에 대한 내용을 표기할 것 - 상온 보전 이외 유의 사항이 없을 시, 미표기 가능 |

| | | | |
|------------------------------|---------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 정보 표시면 필수 표시사항 및 기준 | 라벨 표기사항 (가이드) | 수입자 및 제조사 정보 | - 수입업체의 이름 및 주소, 제조자의 이름 및 주소 정보를 기재할 것 |
| | | GMO 성분 표기 | - 등록된 GMO 식품들인 대두, 옥수수, 감자, 유채, 목화, 알팔파, 사탕무, 파파야를 대상으로 하여, 해당 원료를 함유하고 있음을 표기할 것 - 기존에는 GMO 성분이 0~5%로 의도치 않게 포함되었을 경우에는 'GMO 무첨가'라는 표기를 쓸 수 있었으나 2023년 4월부터는 0%가 아닌 이상 해당 표기를 쓰지 못하며, 대신 5% 이하의 성분의 경우 'GMO 성분의 혼합을 방지하기 위해 원료 구분 보존', 'GMO 성분이 혼합되는 것을 방지하기 위해 분리됨' 등의 표현을 삽입하여야 함 |
| | | 알레르기 정보 | - 새우, 게, 밀, 메밀, 달걀, 유제품, 땅콩(의무) - 일본 소비자청은 다음 21개 항목에 대해서도 라벨에 표기하도록 권고: 아몬드, 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 캐슈넛, 키위, 소고기, 호두, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이, 복숭아, Yam (yam), 사과, 젤라틴 - 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 '알레르겐'을 표기할 것 |
| | | 순중량 | - 단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것 |
| | | 기타 | - 유기농 인증을 획득한 경우에 한하여, JAS 유기농 마크 및 유기농 표기 가능. 이때 꼭 이하의 JAS의 유기농 로고를 표기해야 함  - 건강증진법이 정하고 있는 바에 따라 담당 부처로부터 허가를 취득하거나 신고한 후, 특정 보건용 식품, 영양기능식품, 기능성표시식품 마크의 표기와 적절한 기능성에 대한 홍보 문구 사용 가능함 |
| | | L-페닐알라닌 화합물 | - 인공 감미료 중 하나인 아스파르테임을 포함한 식품에는 'L-페닐알라닌화합물을 포함' 등으로 포함 사실을 표시할 것 |


자료: 일본 소비자청(Customs Affairs Agency), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS),
농식품수출정보(KATI)

04 위생요건

식품 첨가물 규정

일본의 식품 첨가물 규제는 후생노동성(MHLW)이 담당함. 식품위생법(1947년 12월 법률 제233호)에 근거하여 사용 가능한 식품 첨가물의 목록과 그에 따른 사용기준을 정하고 있음. 식품 첨가물의 규정에 대한 요청이 있으면 후생노동성은 우선 식품 첨가물의 과학적인 위험요인을 확인하기 위하여 식품안전위원회 첨가물전문조사회(添加物専門調査会)에 조사를 요청함. 결과를 보고 받은 후, 후생노동성의 약사 및 식품위생심의회가 필요성과 유용성의 검토 및 규격과 기준을 설정하여 최종적으로 결정함

- 일본 식품 첨가물 관련 규정은 후생노동성 사이트 내 > '정책에 대해' > '분야별 정책목록' > '건강·의료' > '식품' > '식품 첨가물' 페이지에 공지되어 있음
- 또는, KATI농식품수출정보(www.kati.net)에 접속하여 통관 > 식품 첨가물/유해물질DB > 일본 > 식품 유형을 선택하여 관련 규정을 확인할 수 있음
- 하기 표는 찹쌀 김부각에 적용되는 일본 식품 첨가물 기준 중 일부임

 그림 19 찹쌀 김부각에 적용되는 식품 첨가물 기준


| 순번 | 물질명(한글) | 물질명(영문) | 최대 허용량 | 식품 유형 |
|----|----------|------------------|---------------------------|-------|
| 1 | 아세트알데하이드 | acetaldehyde | 일반사용기준 (착향의 목적 외 사용불가) | 조미김 |
| 2 | 아세토펜온 | acetophenone | | |
| 3 | 알밀알코올 | amylalcohol | | |
| 4 | 벤토나이트 | bentonite | 최대잔존량 식품의 0.50% 이하 | |
| 5 | 염화칼슘 | calcium chloride | 칼슘으로서 식품의 1.0% 이하 | |

자료: 일본 후생노동성, KATI농식품수출정보

유해물질

유해물질에 대해서도 후생노동성(MHLW)이 식품의 성분규격을 정하여 규제를 실시하고 있음. 식품위생법(1947년 12월 법률 제233호)에 근거하여 식품위생법 관련 고시 및 성령(省令)에서 식품의 성분규격과 유해물질의 기준치를 정하고 있음. 그리고 적은 수의 유해물질에 대해서는 별도의 통지로 잠정적 규제치 및 식품위생법 제6조를 위반하는 경우로 정하고 있음

- 하기 표는 찹쌀 김부각에 적용되는 일본 유해물질 규정 일부이며, 더욱 자세한 내용은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 일본 후생노동성 사이트에서 확인 가능함

 **그림 20** 찹쌀 김부각에 적용되는 유해물질 기준

| 순번 | 유해물질명 | 영문명 | 기준치 | 식품 유형 |
|----|----------|--------------------|----------|-------|
| 1 | 아플라톡신 B1 | Aflatoxin B1 | 10ppb 이하 | 조미김 |
| 2 | 컴프리 | Symphytum(comfrey) | 불검출 | |

자료: 일본 후생노동성, KATI농식품수출정보

V

시사점



01 수출 확대 방안

일본 김부각 시장의 특징

(시장 규모) 일본의 짭짤한 스낵(savory snack) 시장은 2021년까지 5년 간 연평균 1%로 성장함. 이후 5년간 연 2.1%씩 성장할 것으로 전망됨

- 짭짤한 스낵 중 솔티(salty) 스낵(64%)과 수산물 스낵(10%)이 대부분 차지

(수급) 일본은 세계에서 미국 다음으로 김제품(김부각) 수입액이 많고 지난 5년 간 연 7.8%씩 빠르게 증가함. 특히 한국으로부터의 수입이 2019년부터 5~6만 달러 수준으로 급증했기 때문임

- 한국산 김부각은 대일본 수출이 지난 5년 간 연 10%씩 증가

(소비) 일본인은 김부각을 저염-저탄수화물-저당 등 보다 건강에 유익한 스낵으로 소비가 증가함. 맥주 등 주류 안주용으로 김부각 수요도 증가 추세임

- 빅데이터 분석에 의하면, 재료(해초), 유통기간(기한), 전분(녹말)가루, 풍미 및 식용유, 건조 방식 및 팽창제 등에 대한 키워드(관심)이 다수 출현함

(유통) 짭짤한 스낵 유통경로는 슈퍼마켓, 편의점, 하이퍼마켓 등이 전체의 3분의 2를 차지함. 온라인 경유 비중은 아직 5% 수준에 불과하나 최근 빠르게 증가하는 추세임

수출 확대 방안

(상품) 일본인은 재료, 풍미(맛) 외에 유통기간-전분(녹말)가루-건조방식/팽창제/습도에 민감하므로 품질이 우수하고 관리가 잘되는 프리미엄 제품으로 포지셔닝하는 것이 유리함

- 일본에서는 안주 용도의 김부각 수요가 증가하므로 제품의 차별성을 높이기 위해 치즈, 아보카도오일 등을 활용해 안주용을 겨냥한 제품을 늘릴 필요

(유통) 슈퍼마켓, 편의점 등 체인스토어나 주점체인 공급용 PB 상품으로 추진하는 방안을 권함

(홍보) 맥주 등 주류 소비 장소나 계층을 대상으로 한 홍보가 효과적임. 국내 방문·체류 일본·대만인 등에게 홍보하고 SNS를 통해 제품정보 확산을 유도함



□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC
3. 업계동향(業界動向) SEARCH
4. 후지경제(富士經濟)
5. 일본 소비자청(Customs Affairs Agency)
6. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)
7. 농식품수출정보(KATI)
8. 일본총무성통계국(統計局ホームページ)
9. 일본슈퍼마켓협회(日本スーパーマーケット協会, JSA)
10. Nipponsoft(日本ソフト販売)
11. 일본체인약국협회(JADCS)
12. 후미카와 일본일상, <https://fumikawa.tistory.com>
13. Amazon japan
14. biglobe.ne.jp
15. my-best.com
16. Rakuten

□ 참고 자료

1. Euromonitor International, "Snacks in Japan", 2022.07
2. Euromonitor International, "Savoury Snacks in Japan", 2022.07
3. 경제산업성(經濟産業省), "2020년 전자상거래관련 시장 조사"
4. aT 한국농수산물유통공사 도쿄지사, "일본의 온라인 플랫폼 현황 및 진출전략 조사", 2021.07
5. aT 한국농수산물유통공사 도쿄지사, "일본 유통업체 특징 및 영업전략 파악을 통한 한국 농식품의 유통전략 수립", 2020.06

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022. 12

- 본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
- 본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로 연락 하여 주시기 바랍니다.