

2023

수산물 수출기업 맞춤형 시장조사



No. 202307-09
품목 동태알탕(Pollack Soup)
HS CODE 1604.20-9000
국가 일본(Japan)
구분 시장분석형

CONTENTS

2023 수산식품 수출기업 맞춤형 시장조사

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 일본 간편조리식 시장규모	06
2. 일본 동태알탕 수입규모	07
3. 한국 동태알탕 수출규모	08
4. 일본 동태알탕 수입단가	09
III. 시장트렌드	
1. 일본 즉석국 경쟁제품 1위, ‘미소된장’	11
2. 일본 즉석국 경쟁브랜드, ‘마루코메’ 제품 다수	12
3. 일본 즉석국 홍보문구, ‘식물 기반의’ 키워드 빈도 1위	13
4. 일본 즉석국, ‘야채’ 맛 제품 가장 많아	14
IV. 유통채널	
1. 일본 동태알탕 유통채널 점유율	16
2. 일본 동태알탕 주요 유통채널	17



CONTENTS

2023 수산식품 수출기업 맞춤형 시장조사

V. 진입장벽

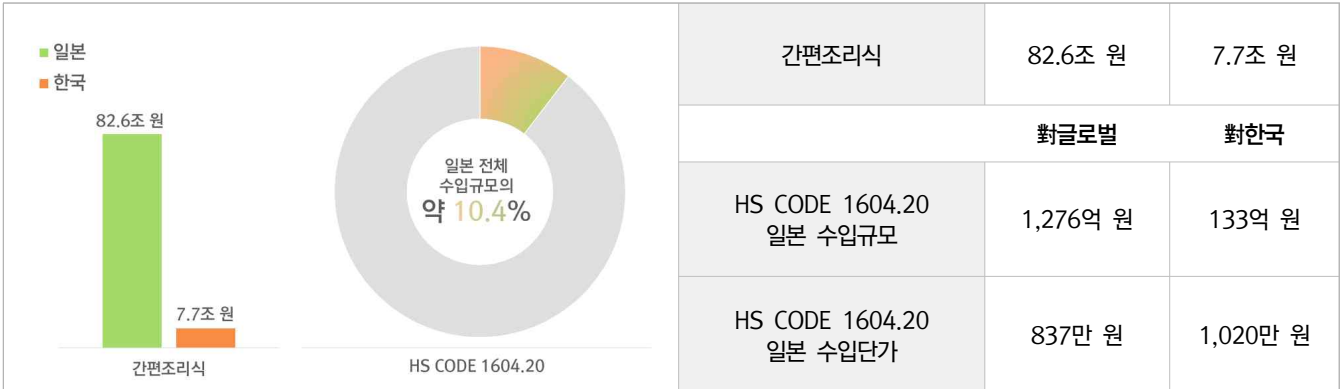
1. 동태알탕 통관 및 검역 절차	26
2. 동태알탕 수출 전 사전 준비	27
3. 동태알탕 국내 수출 신고 및 통관	39
4. 동태알탕 국내 수출 검역 및 검사	41
5. 동태알탕 일본 수입 신고 및 통관	43
6. 동태알탕 일본 수입 검역 및 검사	47
7. 동태알탕 일본 통관문제 사례	48

VI. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 가네후쿠(Kanefuku)	50
Interview ② 혼케 카마도야(Honke Kamadoya)	54
Interview ③ 겐카이(Genkai)	58



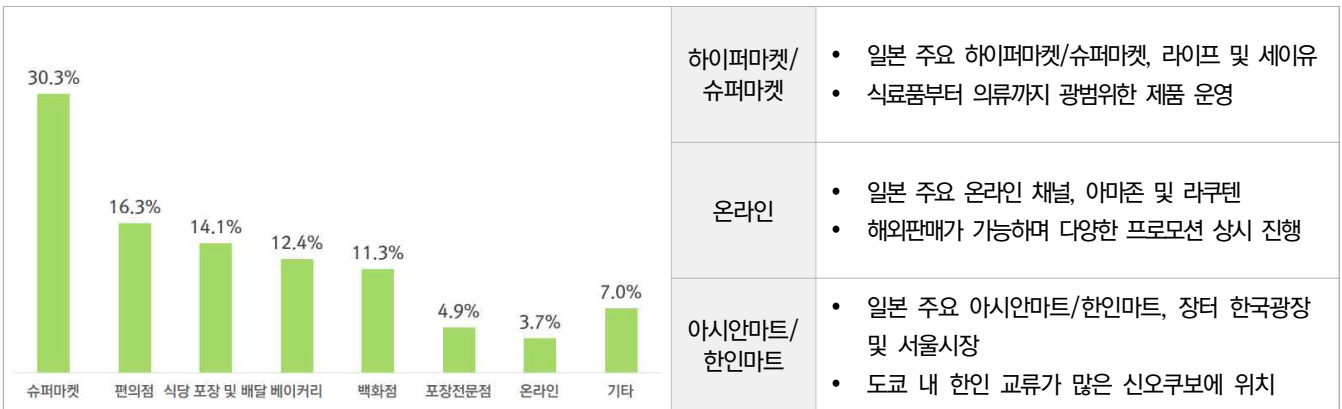
■ 시장분석



■ 시장트렌드



■ 유통채널



■ 진입장벽

담당 기관	<ul style="list-style-type: none"> 일본 후생노동성, 농림수산업성, 관세청 등 	국내 수출 검역 및 검사	<ul style="list-style-type: none"> 고객사 동태알탕, 수출 시 검역대상 지정검역물에 해당하지 않음
수출 전 사전 준비	<ul style="list-style-type: none"> 수입 승인 규제, 식품 관련 제도, 기타 수산물 규제에 대한 사전 파악 必 수출 식품 일본 라벨링 규정 준수 必 	일본 수입신고 및 통관	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고, 심사 및 검사, 관세납부, 수입허가 등의 과정을 거쳐 일본 내 물품 반출
국내 수출신고 및 통관	<ul style="list-style-type: none"> 수출신고 및 통관 시 수출 신고서, 선하증권, 송장, 포장명세서 등 제출 필요 	일본 수입 검역 및 검사	<ul style="list-style-type: none"> 일본 식품위생검역소에 수입신고서 및 관련 서류 검토하여 검사 필요 여부 판단

■ 전문가 인터뷰

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 일본 내 간편조리식에 대한 수요는 높은 편이며, 특히 RTE(Ready-to-Eat) 제품 선호도가 높음 현지에서 수요가 많은 간편조리식은 즉석 컵라면, 즉석 스프, 도시락 등이 있음 현지 간편조리식 구매요인은 가격, 편의성, 칼로리, 품질 등이 있음
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 현지 간편조리식 주요 소매 유통채널은 슈퍼마켓, 편의점, 자판기 등이 있음 현지 경쟁력 확보 전략으로는 소용량 판매와 저렴한 가격대 형성 추천 일본으로 동태알탕 수출 시, 원산지증명서 및 수입허가증 必

II 시장규모

1. 일본 간편조리식 시장규모
2. 일본 동태알탕 수입규모
3. 한국 동태알탕 수출규모
4. 일본 동태알탕 수입단가



1. 일본 간편조리식 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

면적	37만 8,000km ²
인구	1억 2,568만 명
GDP	4조 9,409억 달러
1인당 GDP	3만 9,312달러

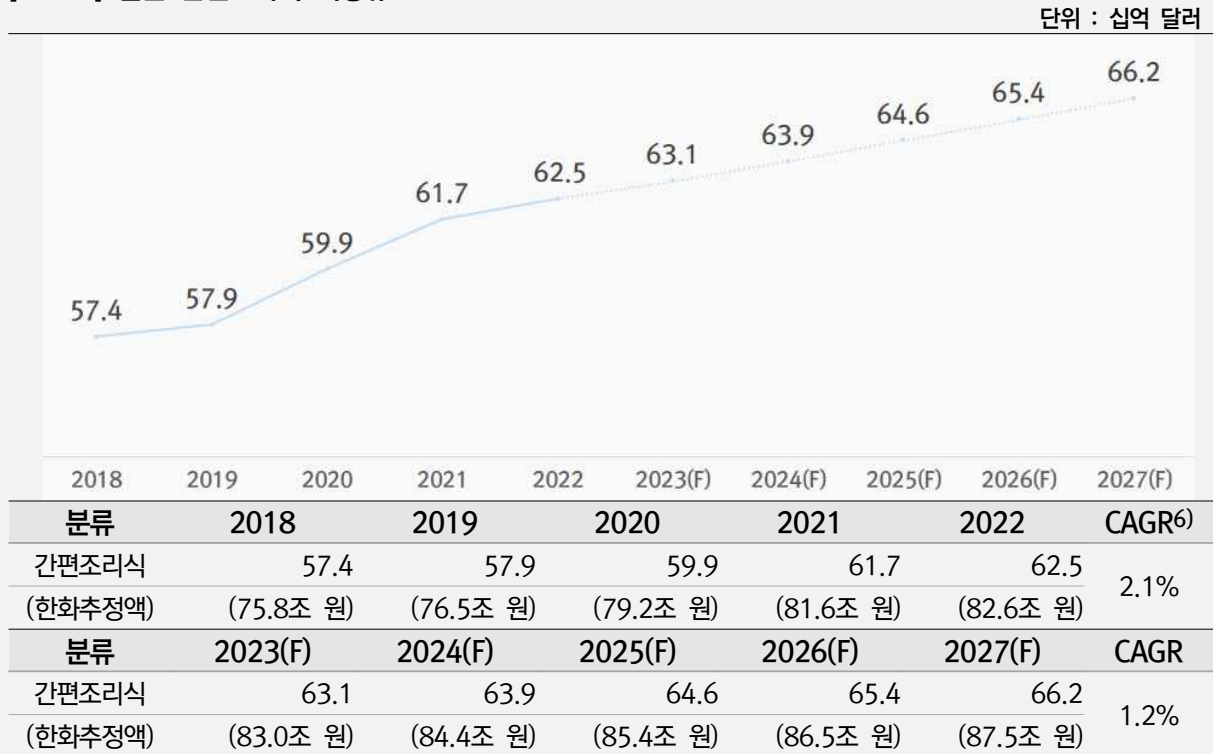
▶ 일본 2022년 간편조리식 시장규모 82.6조 원²⁾

2022년 기준 일본 간편조리식(Ready-to-Eat Meals) 시장규모는 전년 대비 1%가량 증가한 82.6조 원으로 집계됨. 일본 간편조리식 시장은 지난 5년(2018-22년) 동안 연평균성장률 2.1%를 기록함

▶ 일본 간편조리식 시장, 향후 완만한 성장 지속 전망

일본 간편조리식 시장은 향후 5년(2023-27년) 동안 연평균성장률 약 1.2%를 보이며 2027년에 87.5조 원 규모에 달할 것으로 예상됨. 2022년 채널별 매출 기준으로 일본 내 간편조리식은 대부분 오프라인(94.0%)을 통해 판매되고 있는 것으로 보이나, 차츰 온라인 매출이 확대되면서 2025년에는 오프라인 88.2%, 온라인 11.8%로 온라인 매출 점유율이 10%를 넘어설 것으로 관측됨³⁾

[표 2.1] 일본 간편조리식 시장규모⁴⁾⁵⁾



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) Statista에 따르면 일본 동태알탕(Pollack Soup) 시장규모가 집계되지 않아서, 간편조리식(Ready-to-Eat Meals)의 시장규모를 조사함

3) 자료: 스태티스타(Statista), 「Ready-to-Eat Meals Japan」, 2023.05

4) 1달러=1,321.60원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

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

2. 일본 동태알탕 수입규모

● 동태알탕 HS CODE

해당 장에서 동태알탕은 HS CODE 1604.20으로 분류됨. HS CODE 제1604호의 품명은 '조제하거나 보존처리한 어류, 캐비어, 어란(魚卵)으로 조제한 캐비어 대용물임. HS CODE 1604.20-9000의 품명은 '기타임'

▶ HS CODE 1604.20 일본 對글로벌 수입액 1,276억 원

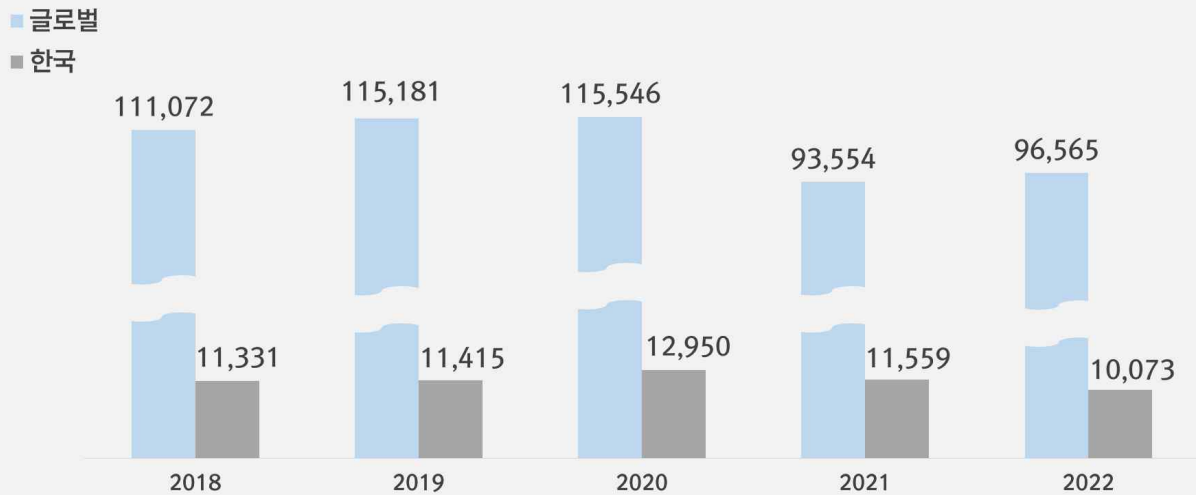
2022년 기준 HS CODE 1604.20의 일본 對글로벌 수입액은 전년 대비 3%가량 증가한 1,276억 원으로 집계됨. 해당 품목의 일본 對글로벌 수입액은 앞선 3년(2018-20년) 동안 매년 증가세를 보였으나 2021년에 전년 대비 19% 급감하며 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률이 3.4% 역성장한 것으로 확인됨

▶ HS CODE 1604.20 일본 對한국 수입액, 연평균 2.9%씩 감소

2022년 기준 HS CODE 1604.20의 일본 對한국 수입액은 133억 원으로 1위 중국(435억 원), 2위 베트남(333억 원), 3위 태국(190억 원)에 이어 4위를 차지함. 지난 5년(2018-22년) 동안 해당 품목의 일본 對한국 수입액은 對글로벌 수입액 추이와 비슷하게 증감하며 마찬가지로 연평균성장률이 2.9% 역성장한 것으로 확인됨

[표 2.2] 일본 동태알탕 수입규모

단위 : 천 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
일본 對글로벌 수입액	111,072	115,181	115,546	93,554	96,565	-3.4%
(한화추정액)	(1,468억 원)	(1,522억 원)	(1,527억 원)	(1,236억 원)	(1,276억 원)	
일본 對한국 수입액	11,331	11,415	12,950	11,559	10,073	-2.9%
(한화추정액)	(150억 원)	(151억 원)	(171억 원)	(153억 원)	(133억 원)	

자료: ITC(International Trade Centre)⁷⁾

7) 출처: ITC(International Trade Centre), HS CODE 1604.20 기준

3. 한국 동태알탕 수출규모

● 동태알탕 HS CODE

해당 장에서 동태알탕은 HS CODE 1604.20-9000으로 분류됨. HS CODE 제1604호의 품명은 '조제하거나 보존처리한 어류, 캐비어, 어란(魚卵)으로 조제한 캐비어 대용물임

▶ 한국 對 일본 동태알탕 수출금액 64억 원

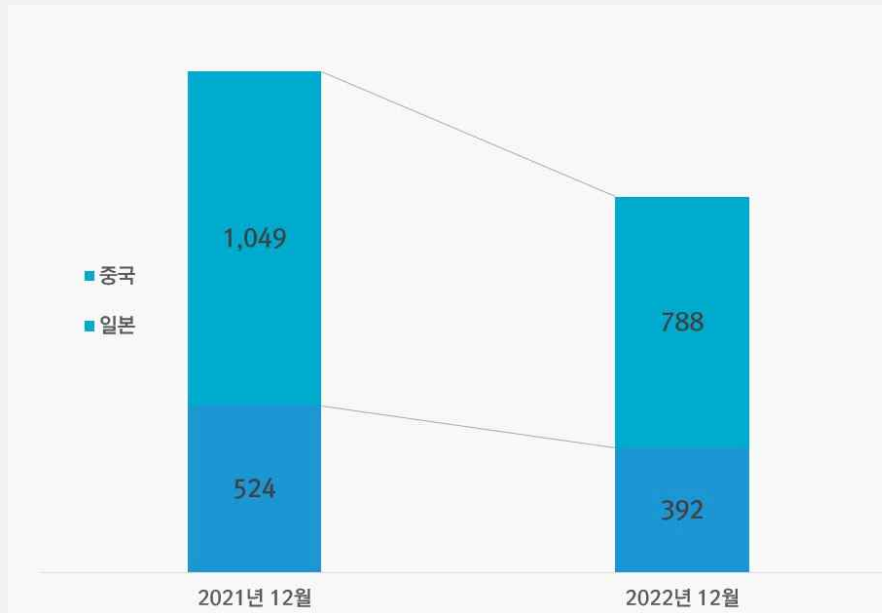
KATI농식품수출정보의 한국 교역 통계에 따르면, 2022년 말 기준 한국 對일본 동태알탕 수출금액은 64억 원, 중량은 392톤으로 집계됨. 같은 시기 對글로벌 수출금액은 213억 원, 중량은 1,922톤으로 중량 기준 對일본 수출 점유율은 20%에 육박하는 것으로 확인됨

▶ 한국 對 일본 동태알탕 수출, 전년 대비 감소

2022년 기준 한국 對일본 동태알탕 수출금액과 규모는 전년 대비 각각 28%, 25%씩 감소했음. 같은 기간 한국의 對글로벌 동태알탕 수출금액과 규모는 20%, 14%씩 감소했으며 인접한 중국의 경우 수출금액과 규모는 29%, 25%씩 줄어들어 전반적으로 비슷한 폭으로 감소했음⁸⁾

[표 2.3] 2022년 한국 對글로벌, 對일본, 對중국 동태알탕 수출규모

단위 : 톤 / 천 달러



분류	한국 對글로벌 동태알탕 수출규모	한국 對일본 동태알탕 수출규모	한국 對중국 동태알탕 수출규모
중량	1,922	392	788
금액	16,105	4,809	5,027
(한화추정액)	(213억 원)	(64억 원)	(66억 원)

자료 : KATI농식품수출정보

8) 자료: KATI농식품수출정보

4. 일본 동태알탕 수입단가

● 동태알탕 HS CODE

해당 장에서 동태알탕은 HS CODE 1604.20으로 분류됨. HS CODE 제1604호의 품명은 '조제하거나 보존처리한 어류, 캐비어, 어란(魚卵)으로 조제한 캐비어 대용물임. HS CODE 1604.20-9000의 품명은 '기타임'

▶ 일본 HS CODE 1604.20 1톤당 수입단가, 837만 원

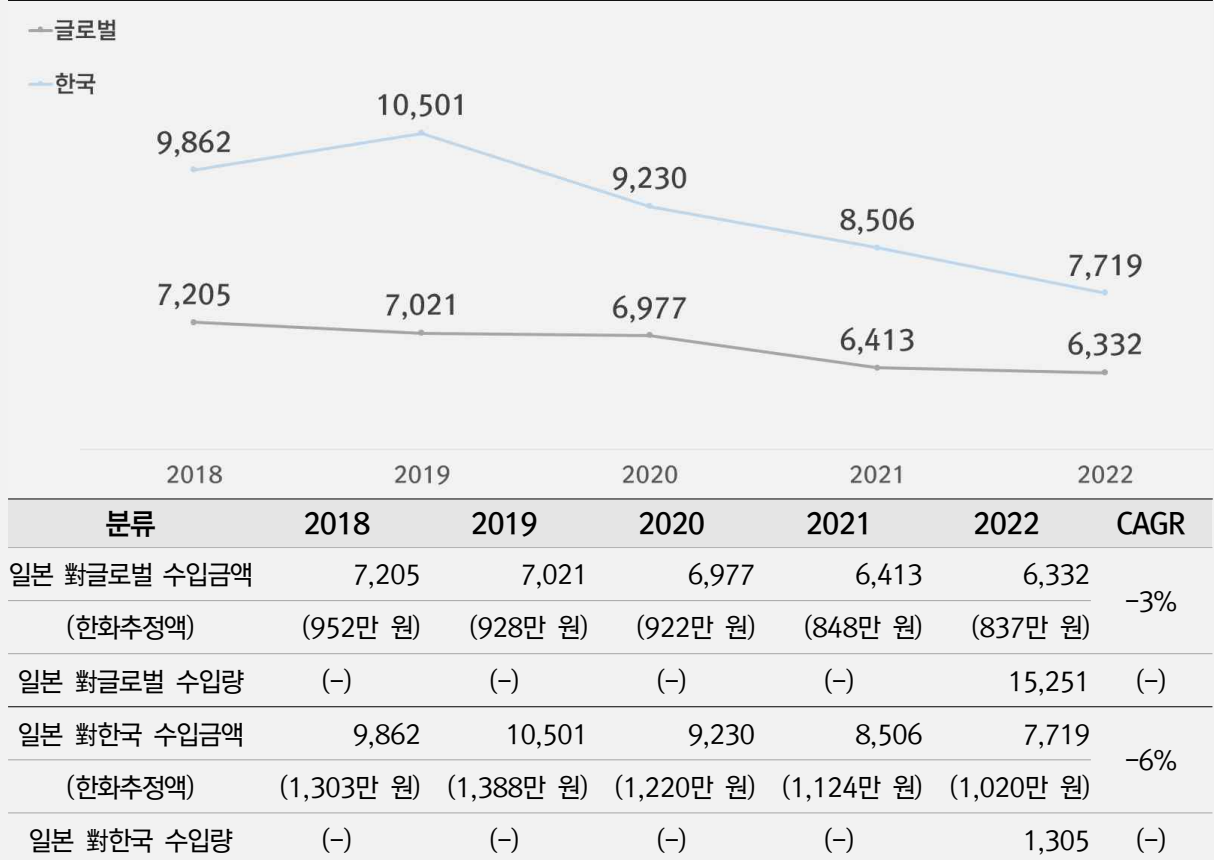
2022년 기준 HS CODE 1604.20의 일본 對글로벌 단위당 수입금액은 3%가량 감소한 837만 원으로 집계됨. 해당 품목의 對글로벌 단위당 수입금액은 지난 5년(2018-22년) 동안 연평균 3%씩 감소한 것으로 확인됨

▶ 일본 HS CODE 1604.20 1톤당 수입단가, 한국 11위

2022년 기준 HS CODE 1604.20의 일본 對한국 수입단가는 전년 대비 6%가량 하락한 1,020만 원으로 글로벌 11위를 기록함. 지난 5년(2018-22년) 동안 해당 품목의 對한국 수입단가는 연평균 6%씩 하락하며 對글로벌 수입단가 대비 더 큰 폭으로 하락함. 해당 품목의 일본 對글로벌 수입단가 순위는 1위 벨기에(3,436만 원), 2위 알바니아(2,180만 원), 3위 프랑스(2,147만 원) 순으로 확인됨⁹⁾

[표 2.4] 일본 동태알탕 단위당 수입금액

단위 : 달러/톤, 톤



자료 : ITC(International Trade Centre)

9) 자료: ITC(International Trade Centre), HS CODE 1604.20 기준

III 시장트렌드

1. 일본 즉석국 경쟁제품 1위, '미소된장'
2. 일본 즉석국 경쟁브랜드, '마루코메' 제품 다수
3. 일본 즉석국 홍보문구, '식물 기반의' 키워드 빈도 1위
4. 일본 즉석국, '야채' 맛 제품 가장 많아



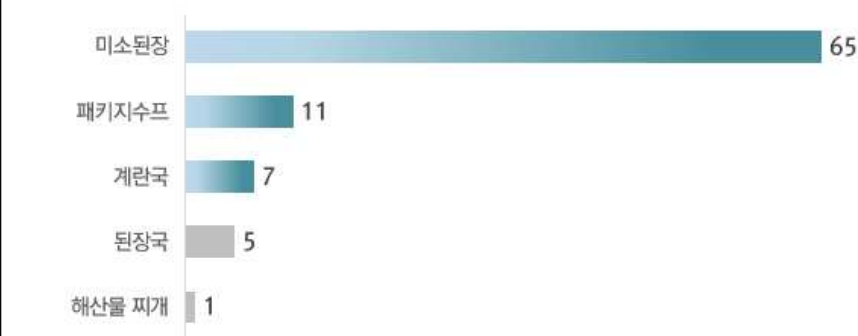
1. 일본 즉석국 경쟁제품 1위, ‘미소된장’

▶ 일본 즉석국 경쟁제품 가운데 ‘미소된장’ 빈도수 1위

- 일본 온라인 몰에서 동태알탕 및 생선탕은 전혀 판매되고 있지 않아 ‘즉석국’으로 대체
- ‘즉석국’ 제품 중 ‘미소된장’ 키워드가 빈도수 65건으로 최다 빈출, 2위는 ‘패키지수프’로 빈도 11건
- 그 외 ‘계란국’ 키워드 7건, ‘된장국’ 키워드 5건, ‘해산물 찌개’ 키워드 1건 빈출

1위 미소된장		2위 패키지수프		3위 계란국	
					
브랜드	마루코메(マルコメ)	브랜드	나가타니엔(永谷園)	브랜드	아지노모토(味の素)
분류	미소된장	분류	미소된장	분류	계란국
용량	1.10kg	용량	3g * 20개입	용량	5개입
가격	3,257엔(30,941원) ¹⁰⁾	가격	780엔(7,410원)	가격	408엔(3,876원)

[표 3.1] 일본 즉석국 경쟁제품 관련 키워드



자료: 일본 온라인 몰 판매 ‘즉석국’ 제품 분석

10) 100엔=950.01원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 즉석국 경쟁브랜드, ‘마루코메’ 제품 다수

▶ 일본 즉석국 경쟁브랜드 1위, ‘마루코메’

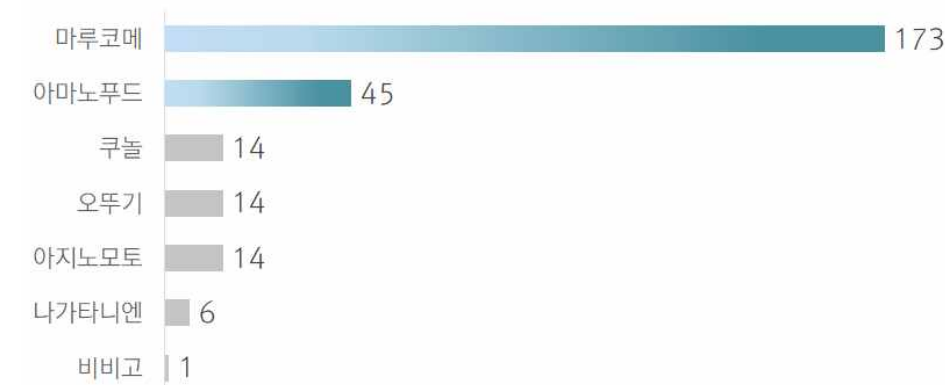
- ‘마루코메’ 경쟁브랜드가 빈도 173건으로 1위
- 그 외 경쟁브랜드로 ‘아마노푸드’ 45건으로 2위, ‘쿠놀’, ‘오투기’, ‘아지노모토’가 각각 14건 반출

▶ 일본 온라인 몰, 한국산 북엇국 제품 판매 중

- ‘야후(Yahoo)’ 등 일본 온라인 채널에서 북엇국을 포함한 한국산 즉석국 판매 중
- 특히, ‘야후’에서는 오투기 제품을 3,735엔(35,483원)에 판매 중

1위 마루코메		2위 아마노푸드		3위 오투기	
					
브랜드	마루코메(マルコメ)	브랜드	아마노푸드(アマノフーズ)	브랜드	오투기
분류	미소된장	분류	계란국	분류	북엇국
용량	510g * 6팩	용량	11g	용량	52.5g
가격	1,912엔(18,164원)	가격	119엔(1,131원)	가격	3,735엔(35,483원)

[표 3.2] 일본 즉석국 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 일본 온라인 몰 판매 ‘즉석국’ 제품 분석

3. 일본 즉석국 홍보문구, ‘식물 기반의’ 키워드 빈도 1위

▶ 일본 즉석국 홍보문구 키워드 1위, ‘식물 기반의’

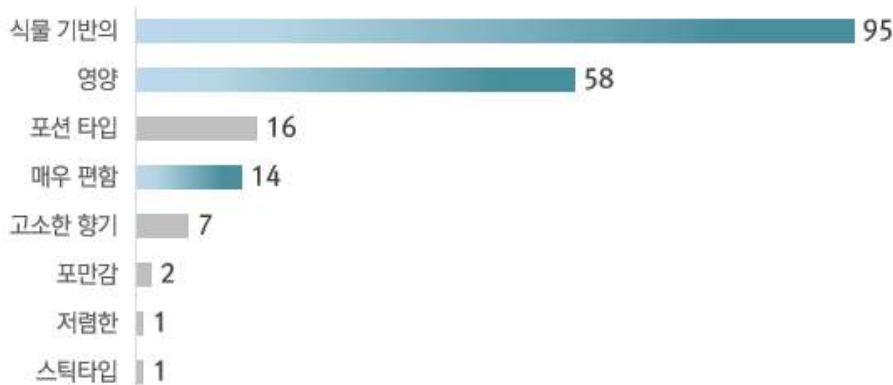
- 현지 온라인 몰에서 판매 중인 즉석국 제품의 홍보문구 키워드 중 ‘식물 기반의’가 빈도 95회로 최다 빈출
- 그 외 ‘영양’ 58회, ‘포션 타입’ 16회, ‘매우 편함’ 14회 순으로 빈출

▶ 일본 온라인 판매 즉석국 제품, 건강한 성분과 편리함 홍보

- 현지 온라인 몰 판매 즉석국 제품은 ‘식물 기반의’, ‘영양’ 등 문구로 제품에 함유된 건강한 성분을 홍보하거나 ‘포션 타입’, ‘매우 편함’ 등으로 간편한 조리법 홍보

1위 식물 기반의		2위 영양		4위 매우 편함	
					
브랜드	스카이푸드(スカイフード)	브랜드	코스모스쇼쿤 (コスモス食品)	브랜드	마루코메(マルコメ)
분류	해초국	분류	미소된장	분류	미소된장
용량	43.2g	용량	10개입	용량	8g * 10봉
가격	356엔(3,382원)	가격	2,200엔(20,900원)	가격	2,619엔(24,880원)

[표 3.3] 일본 즉석국 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인 몰 판매 ‘즉석국’ 제품 분석

4. 일본 즉석국, ‘야채’ 맛 제품 가장 많아

▶ 일본 즉석국 제품 맛 키워드 중 ‘야채’ 빈도수 1위

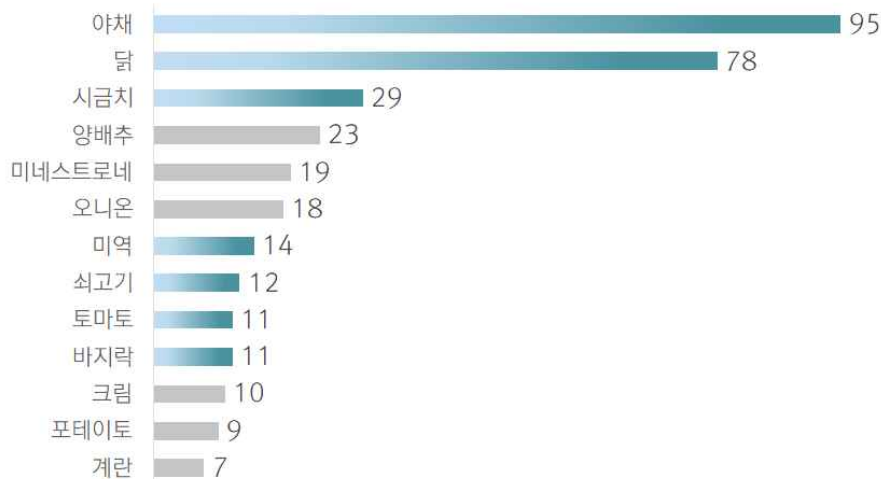
- ‘야채’ 키워드, 일본 현지 온라인 판매 즉석국 제품 맛 키워드 중 빈도수 95건으로 최다 빈출
- 다음으로, ‘닭’ 키워드 78건으로 빈도 2위

▶ ‘야채’ 이외에도 다양한 맛의 즉석국 제품 판매 중

- 서양식 수프 재료인 ‘미네스트로네’, ‘오니온’, ‘토마토’ 등이 함유된 제품도 판매되고 있으며, 그 외에도 ‘미역’, ‘쇠고기’, ‘바지락’ 등 다양한 맛을 함유한 제품 판매 중

1위 야채		5위 미네스트로네		7위 미역	
					
브랜드	코스모스슈쿠인 (코스모스食品)	브랜드	호라이즌팜스 (HORIZON FARMS)	브랜드	정보 없음
분류	미소된장국	분류	즉석수프	분류	미역국
용량	30개입	용량	2kg	용량	65g * 8팩
가격	5,500엔(52,250원)	가격	1,980엔(18,810원)	가격	4,300엔(40,850원)

[표 3.4] 일본 즉석국 맛 관련 키워드



자료: 일본 온라인 몰 판매 ‘즉석국’ 제품 분석

IV 유통채널

1. 일본 동태알탕 유통채널 점유율
2. 일본 동태알탕 주요 유통채널

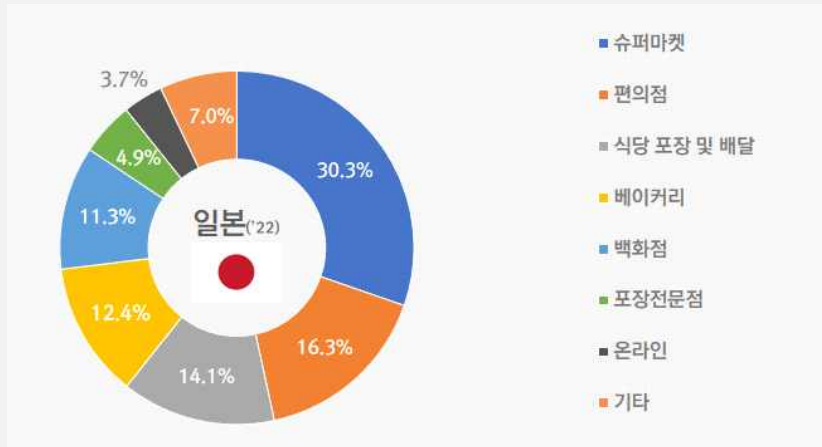


1. 일본 동태알탕 유통채널 점유율

▶ 일본 내 ‘슈퍼마켓’이 주요 유통채널로 나타나

2022년 일본 ‘즉석조리식품’은 다양한 형태의 채널을 통해 유통되었음¹¹⁾. 일본 내 가장 점유율이 높은 소매유통채널은 ‘슈퍼마켓’으로 30.3%를 차지하는 것으로 나타남. 두 번째로 점유율이 높은 유통채널은 ‘편의점’으로 16.3%의 비중을 차지하였으며, 이어서 ‘식당 포장 및 배달’이 14.1%로 세 번째로 높은 점유율을 차지함. 이외에도 ‘포장전문점’은 4.9%, ‘온라인’은 3.7%로 일본에서는 온라인보다는 오프라인 유통채널을 통해 즉석조리식품이 유통되고 있는 것으로 조사됨¹²⁾

[표 4.1] 일본 동태알탕 소매유통채널 점유율



일본 동태알탕 소매유통채널 점유율¹³⁾¹⁴⁾

유형	점유율
슈퍼마켓	30.3%
편의점	16.3%
식당 포장 및 배달	14.1%
베이커리	12.4%
백화점	11.3%
포장전문점	4.9%
온라인	3.7%
기타 ¹⁵⁾	7.0%

자료: 스탯이스타(Statista)

11) ‘동태알탕’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, ‘즉석조리식품(Ready Meals)’의 정보를 확인함



12) 자료: 스탯이스타(Statista) 「Leading sales channels for ready-made meals during the coronavirus (COVID-19) pandemic in Japan」, 2023.01

13) 2021년 기준, 일본 ‘즉석조리식품(Ready Meals)’ 소매유통채널 점유율임

14) 각 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

15) 기타는 배달전문점, 정기 배달 서비스 등을 포함함

2. 일본 동태알탕 주요 유통채널 ① 라이프

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓
	홈페이지	www.lifecorp.jp
	위치	도쿄(Tokyo)
	규모	매출액('22) 약 7,654억 엔(약 7조 2,720억 원) ¹⁶⁾ 기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> 매장 수('22): 약 300개 직원 수('22): 약 4만 9,190명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 라이프 코퍼레이션이 운영하는 슈퍼마켓 브랜드로 일본에서 두 번째로 큰 슈퍼마켓 체인 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 기존 플랫폼에 없는 신제품
	매장 전경	 
협력방법	등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-3-5807-5493 - 이메일: s620@lifecorp.co.jp - 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이

자료: 라이프(Life), 니케이아시아(Nikkei Asia), 스탯스타(Statista)

사진 자료: 라이프(Life)

16) 100엔=950.01원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 동태알탕 주요 유통채널 ② 세이유

기업 기본 정보	기업명	세이유(Seiyu)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.seiyu.co.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액('22) 208억 3,800만 엔(약 1,979억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 약 326개 • 직원 수('22): 2만 9,000명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 일본의 신선식품과 잡화, 의류 등의 상품을 판매하는 전국적인 슈퍼마켓 체인 2020년 KKR(Kohlberg Kravis Roberts)에 16억 달러 규모로 피인수 일본 IT 대기업인 라쿠텐의 카드 우대 서비스 및 결제 솔루션인 Eddy를 도입하는 등 온라인 트렌드에 대응 중 			
매장정보	입점가능품목	• 식료품, 가정용품, 의류 등		
	선호제품	• 소비자 추천에 기반한 상품		
	매장 전경	 		
협력방법	등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 문의 (www.seiyu.co.jp) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 메뉴 ‘お問合せ - お店・商品へのお問合せフォーム’ 클릭 - 문의사항 입력 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 문의 구분 ② 기입란 (내용) ③ 담당자명 및 연락처 		

자료: 세이유(Seiyu)

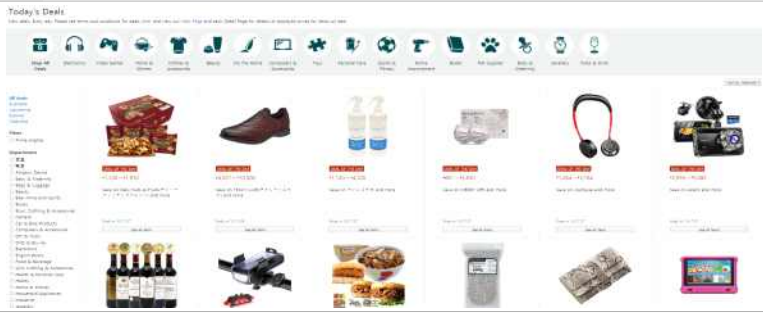
사진 자료: 세이유(Seiyu)

2. 일본 동태알탕 주요 유통채널 ③ 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.amazon.co.jp		
	규모	매출액('22)	2조 5,000억 엔(약 23조 7,502억 원)	
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월 ¹⁷⁾): 5억 5,600만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1994년 설립되어 일본에는 2000년 진출 • 2021년 일본 온라인 유통채널 브랜드 및 기업 점유율 1위 • 틱톡 등 소셜미디어를 통해 홍보를 진행하고 아마존 및 라쿠텐 등에서 판매를 진행하는 다양한 소규모·수입 브랜드 多 			



매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매	해외 판매 가능
		운영 방식	온라인마켓
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	
	10,000엔 이상 구매 시 500엔 쿠폰 증정, 첫 구매 시 쿠폰 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행


입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭 - 아마존 셀러 계정 생성 - 상품 리스팅 - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매입고량) • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-120-89-9543
----------	---------------	---

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

사진 자료: 아마존(Amazon)

17) 2023년 6월 30일까지 집계된 1개월간 홈페이지 방문 수

2. 일본 동태알탕 주요 유통채널 ④ 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.rakuten.com.jp	
	규모	매출액('21)	1조 9,000억 엔(약 18조 501억 원)
기타 규모		• 방문 횟수(최근 1개월 ¹⁸⁾): 5억 4,400만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년 설립 • 2021년 전년 대비 매출액 증가율 22.0%를 달성 • 전 세계 약 30개 국가에서 서비스 운영 • 쇼핑 플랫폼 외에도 핀테크 및 인터넷 서비스 등의 사업 분야 보유 		
매장정보	홈페이지 정보	해외 판매	해외 판매 가능
		운영 방식	온라인마켓
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
			
시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매 금액 페이백 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 등록 (ecappfrm.rakuten.co.jp) - 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호, 대표 Fax 번호, 대표자명) ② 운영 담당자 정보 (담당자 이름, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형) • 문의사항 연락처 - 이메일: sales-list@rakuten.com 	

자료: 라쿠텐(Rakuten), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

18) 2023년 5월 30일까지 집계된 1개월간 홈페이지 방문 수


2. 일본 동태알탕 주요 유통채널 ⑤ 장터 한국광장

기업 기본 정보	기업명	장터 한국광장(韓国広場)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	shopping.geocities.jp/hiroba	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 • 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료 • 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매 • 식료품 매장 외에도 도매 전문 인터넷 쇼핑몰과 화장품 전문점을 운영함 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 제품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-3-3232-9330 - 상담 가능 시간: 08:00-23:00 	

자료: 장터 한국광장(韓国広場)

사진 자료: 장터 한국광장(韓国広場)

2. 일본 동태알탕 주요 유통채널 ⑥ 서울시장

기업 기본 정보	기업명	서울시장(ソウル市場)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.seoul-ichiba.com	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 해피그룹(Happy Group)이 운영하는 식료품 매장으로, 한인마트 외에도 한식당, 치킨 프랜차이즈 운영 • 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 • 신오쿠보(新大久保)역에서 도보 5분 거리 • 한식 반찬으로 구성된 도시락 판매 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) - 이메일을 통한 문의 시 2일 이내 답변 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-48-423-3941 - 이메일: info@seoul-ichiba.com/haptele@gmail.com 	

자료: 서울시장(ソウル市場)

사진 자료: 서울시장(ソウル市場)


2. 일본 동태알탕 주요 유통채널 ⑦ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.sej.co.jp		
	본사 소재지	도쿄(Tokyo)		
	규모	그룹 매출액('22)	약 11조 6,460억 엔(약 110조 8,148억 원)	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('22): 약 2만 988개 직원 수('22): 약 8,959명 		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 2018년 점포 수 2만 개 돌파 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 세븐일레븐닛콘비나라는 명칭의 30분 이내 자체 배송 서비스 운영 		
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 즉석식품, 스낵류, 차(茶)류, 음료류, 제과류, 화장품, 문구, 위생용품 등 		
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품 다수 		
	홈페이지 형태	 		
협력방법	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> Seven&I Holdings 홈페이지를 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 첨부 파일 작성하여 이메일로 송부 (7andi.com/en/csr/suppliers/helpline.html) 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) 참고 자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-3-6238-3711 - 이메일: 7andi-helpline@integrex.jp 		

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

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

2. 일본 동태알탕 주요 유통채널 ⑧ 로손

기업 기본 정보	기업명	로손(Lawson)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.lawson.co.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액('22)		1조 9,160억 엔(약 18조 2,021억 원)
		기타 규모		<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('22): 약 1만 4,656개 직원 수('22): 약 1만 362명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1975년 설립됨 일본 외에 중국, 태국, 필리핀, 인도네시아, 미국 하와이 등에서 약 3,600개의 매장을 운영하고 있음 우버이츠와 협력하여 OTC 일반의약품 배송 서비스 개시 니폰슈판한바이와 협력하여 서점과 함께 운영하는 매장 개점 			

매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 제과류, 서적류, 화장품, 위생용품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 디저트류 스낵 	
	매장 전경	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선전화를 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 공급자는 홈페이지 내 'Trading policy' 엄수 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-120-07-3963
-------------	---------------------	--

자료: 로손(Lawson)

사진 자료: 로손(Lawson)

V

진입장벽

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

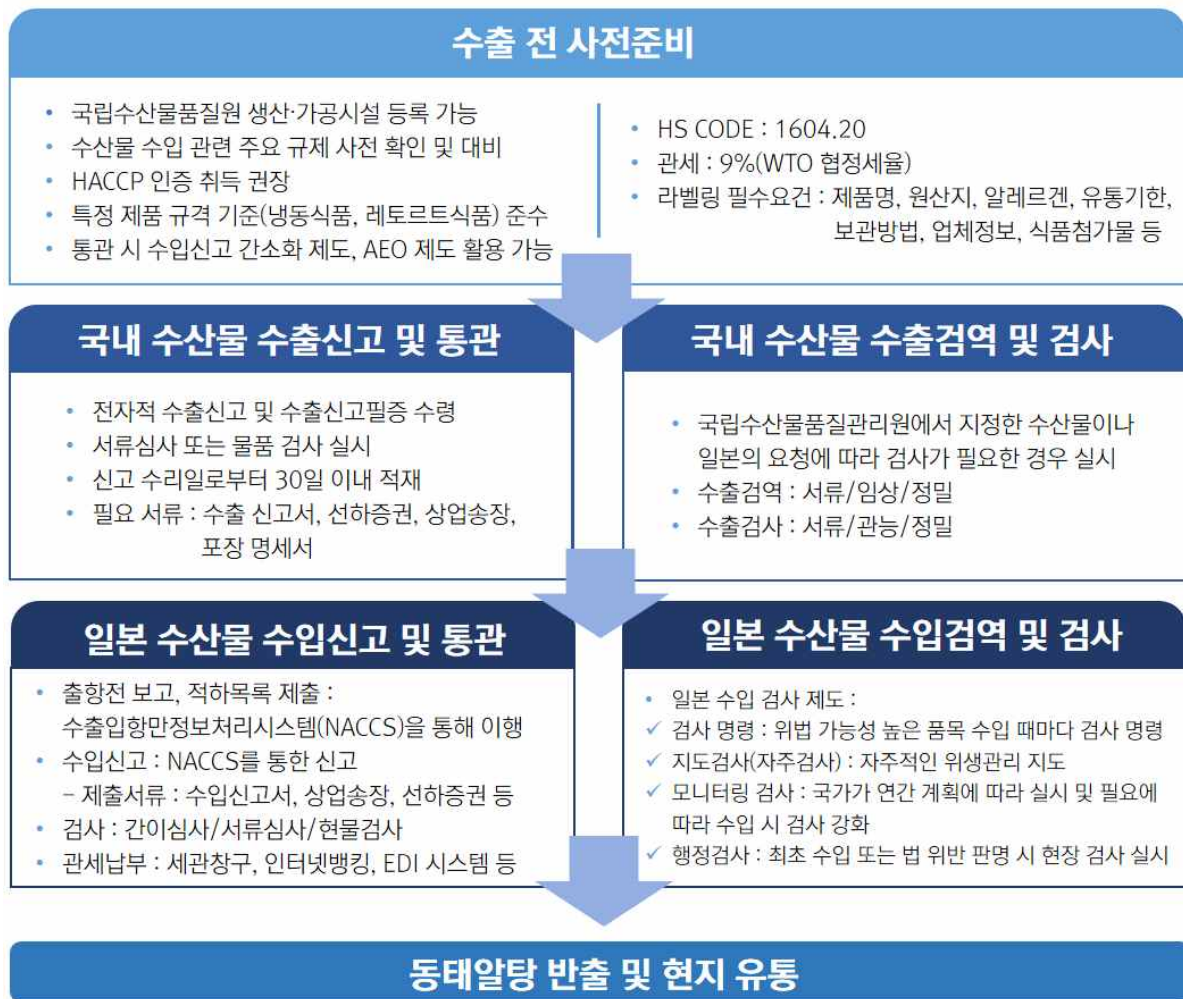


1. 동태알탕 통관 및 검역 절차¹⁹⁾

▶ 일본 동태알탕 수출 시 통관 절차별 참고사항

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

[표 5.1] 일본 동태알탕 통관 및 검역 절차²⁰⁾



자료: 관세청, 국립수산물품질관리원, 일본 후생노동성, 일본 농림수산업성

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

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

2. 동태알탕 수출 전 사전 준비

▶ 일본, 수산물 수입 관련 주요 규제

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

[표 5.2] 일본 수산물 수입 관련 주요 규제

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

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

▶ **일본 동태알탕, HS CODE 및 관세율 확인**

일본으로 동태알탕 수출 시, 세율은 세계무역기구(WTO: World Trade Organization) 협정세율, 기본세율에 따라 결정됨. 일본 관세 신청 및 납부 관리는 일본 관세청이 담당함. 고객사 제품의 경우 WTO 협정세율의 적용을 받아 9%의 관세가 부과됨. WTO 협정관세는 WTO 회원국에 적용하는 관세로서, 별도의 원산지증명서 제출을 요구하지 않음. 다만 원산지증명서는 원산지를 증명하는 부대 서류로서 신용장 거래 등의 과정에서 활용할 수 있음. 일본의 경우 원산지증명서 발급 시 ‘자율발급’ 방식이어야 하며, 수출자, 생산자, 수입자가 발급 대상임. 해당 관련 자세한 내용은 관세청 FTA 포털을 통해 확인할 수 있음

[표 5.3] 동태알탕 HS CODE

동태알탕 HS CODE 품목 정의	조제하거나 보존처리한 어류, 캐비어, 어란(魚卵)으로 조제한 캐비어 대용물 - 어류(원래 모양이나 토막낸 것으로 한정하며, 잘게 다진 것은 제외한다) - 그 밖의 조제하거나 보존처리한 어류 - 기타	
동태알탕 한국 HS CODE	1604.20-9000	
동태알탕 일본 HS CODE	1604.20-015 ²¹⁾	
관세	1순위 WTO 협정세율	2순위 기본세율
	9%	12.8%

자료: 관세법령정보포털, 통합무역정보서비스, FTA 포털

21) 해당 HS CODE는 실제 수출 시 해당 국가의 상황에 따라 달라질 수 있음

▶ **일본 동태알탕, HACCP 인증 취득 권장**

일본으로 동태알탕 수출 시, 일본 내 품질 인증에 대한 요구가 증대하고 있어 HACCP 인증을 취득할 것을 권장함. 2021년 6월 1일부터 모든 식품 관련 사업체는 반드시 HACCP 방식에 의한 위생관리를 시행해야 함. 또한, 일본의 JAS, MEL(Marine Eco-Label Japan) 인증이나 수산물 생산에 관한 MSC(Marine Stewardship Council), ASC(Aquaculture Stewardship Council) 인증 등 글로벌 인증을 추가로 받아 활용할 수 있음

[표 5.4] 일본 동태알탕 인증 취득


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

자료: 각 인증기관

▶ 동태알탕, 일본 후생노동성 사전 등록 필수

일본으로 동태알탕 수출 시, 일본 후생노동성에 사전 등록이 필수사항임. 일본의 식품위생법에 반하는 식품 등의 수입을 사전에 방지하고, 식품 안전성을 확보하고자 도입했으며, 수입절차를 간소화하고 소요되는 시간을 줄일 수 있음. 농축수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품을 대상으로 함

[표 5.5] 일본 동태알탕 인증 취득

인증명	취득 정보	
일본 후생노동성 사전 등록	마크	
	인증기관	<ul style="list-style-type: none"> 일본 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare)
	유형	<ul style="list-style-type: none"> 수출 시 필수(수입업체)
	인증내용	<ul style="list-style-type: none"> 일본 식품위생법에 근거하여 식품의 기준 규격 적합 여부와 시설 및 식품 등의 위생 관리 기준의 적합 여부를 확인하여 등록할 수 있음 일본으로 식품을 수출하고자 하는 국내 업체는 국내 담당 기관을 통해 등록 가능²²⁾ 사전 등록 제도는 자사 공장 또는 OEM 생산을 통하여 일본으로 식품을 수출하고자 하는 업체를 대상으로 하며 농축수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 가공식품이 해당됨
도입취지 및 근거규정	<ul style="list-style-type: none"> 일본의 식품 제조 기준 및 규격에 적합한 수입 가공식품을 일본 후생노동성에 사전 등록함으로써 수입절차를 간소화하려는 목적으로 시행되는 제도임 근거규정 <ul style="list-style-type: none"> - 일본 식품위생법(소화 22 <1947>년 법률 제 233호) - 일본 후생노동성 생활위생국장 통지 ‘수입식품 등 사전확인제도 실시에 관한 통지’ - 식품표시법(평성 25 <2013>년 법률 제 70호) - 식품표시기준(2015년 내각 부령 제 10호) - 식품안전기본법(법률 제 70호) - 식품, 첨가물 등의 기준 규격(1959년 후생성 고지 제 370호) - 식물 방역법(농림 수산 식품 부령 제 56호) 등 	

출처: 일본 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare), KATI농식품수출정보

22) 해양수산해와산업정보포털(www.kmi.re.kr)에서 등록 가능

▶ **일본 동태알탕, 수산물 위생 및 안전성 기준**

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

[표 5.6] 일본 수산물 위생 및 안전성 기준²³⁾

구분	물질	합계 최대 허용치
중금속	카드뮴	0.01mg/l
	수은	0.0005mg/l
	납	0.1mg/l
	비소, 크로뮴	0.05mg/l
	유기 인	0.1mg/l
	아연	1.0mg/l
	철, 망간	0.3mg/l
	구리	1.0mg/l
	불소	0.8mg/l
병원성균 (미생물)	일반 세균	100,000/g 이하
	대장균	미검출
화합물	시아나 이온 및 염화시아나	0.01mg/l
	질산성 질소 및 아질산성 질소	10mg/l
	염소 이온	200mg/l
	칼슘, 마그네슘	300mg/l
	음이온 계면 활성제	0.5mg/l
	페놀류	0.005mg/l
	유기물(과망간산 칼륨 소비량)	10mg/l
기타	증발 잔류물	500mg/l
	pH	5.8 ~ 8.6
	맛, 냄새	이상없음
	색도	5도 이하
	탁도	2도 이하

자료: 일본 후생노동성

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

▶ **일본 동태알탕, 특정 제품 규격 기준 만족해야**

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

[표 5.7] 일본 동태알탕 제품 규격 기준²⁴⁾

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

자료: 일본 후생노동성

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

▶ **일본 동태알탕 적용 식품첨가물 기준**

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

[표 5.8] 고객사 동태알탕에 적용될 수 있는 일본 식품첨가물 기준

물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	사용기준
아세트알데하이드	Acetaldehyde	모든 식품	일반 사용기준 (착향 목적 외 사용 불가)
산성 점토 (수불용성 미네랄)	Acid clay (water-insoluble minerals)		최대잔존량 식품의 0.50% 이하 (식품의 제조 또는 가공상 필요불가결한 경우 이외 사용금지)
카르복시 메틸셀룰로오스 칼륨	Calcium carboxymethylcellulose		식품의 2.0% 이하
벤토나이트	Bentonite		최대잔존량 식품의 0.50% 이하 (식품의 제조 또는 가공상 필요불가결한 경우 이외 사용금지)
메틸셀룰로오스	Methyl cellulose		2.0% 이하
모노칼슘 디-L-글루타메이트	Monocalcium di-L-glutamate		칼슘으로서 식품의 1.0% 이하
펄라이트	Perlite		최대잔존량 식품의 0.50% 이하 (식품의 제조 또는 가공상 필요불가결한 경우 이외 사용금지)

자료: 일본 후생노동성, KATI농식품수출정보

▶ **일본 동태알탕, 라벨링 규정**

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

[표 5.9] 일본 동태알탕 라벨링²⁵⁾

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

자료: 일본 도쿄도 복지보건부 식품안전정보사이트

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

[표 5.9] 일본 동태알탕 라벨링

라벨 표시사항 및 기준	5. 알레르겐	<ul style="list-style-type: none"> 표시 의무사항: 밀가루, 땅콩을 포함한 8품목 표시 권장 사항: 캐슈넛, 호두, 아몬드를 포함한 21품목 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 ‘알레르겐’을 표기해야 함 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시해야 함 ‘00을 포함’이라는 문구의 00에는 특정 원재료 등 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 ‘00 유래’로 표시해야 함 2023년 호두가 가공식품의 알레르기 의무 표시 품목에 포함되어 제품 패키지에 해당 원재료를 포함하고 있음을 의무적으로 표시해야 함
	6. 내용량 또는 고형량	<ul style="list-style-type: none"> 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재해야 함 고형물에 충전액 더한 경우 내용량 대신 고형량과 내용 총량을 함께 적어야 함 (예: 통조림, 병조림)
	7. 소비기한 또는 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한 설정하고 표기할 의무와 책임이 있음 제조 또는 가공한 날부터 유통기한까지 3개월 이내의 경우: ‘평성 26년 5월 31일’, ‘26.5.31’, ‘2014.05.31.’, ‘14.5.31’ 중 선택 가능함 제조 또는 가공한 날부터 유통기한까지 3개월 넘는 경우: ‘평성 26년 5월’, ‘26.5’, ‘2014.05’, ‘14.5’ 표기 중 선택하거나 3개월 이내의 경우 표기 방법대로 기재해도 무방함
	8. 영양성분 및 열량	<ul style="list-style-type: none"> 영양성분 표시는 실제 성분량과 비교하여 이상이 없어야 함 의무 표시정보: 에너지, 단백질, 지질, 탄수화물, 나트륨(식염 상당량) 권장 표시정보: 포화지방산, 식이섬유 기타 표시정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등
	9. 저장 방법	<ul style="list-style-type: none"> ‘직사광선을 피하고 상온에서 보존’, ‘10℃ 이하에서 보존’, 또는 ‘개봉 후 냉장’ 등의 유의사항 기재해야 함 상온 보존 이외에 특별한 유의사항이 없는 경우에는 생략 가능함

자료: 일본 도쿄도 복지보건부 식품안전정보사이트

[표 5.9] 일본 동태알탕 라벨링

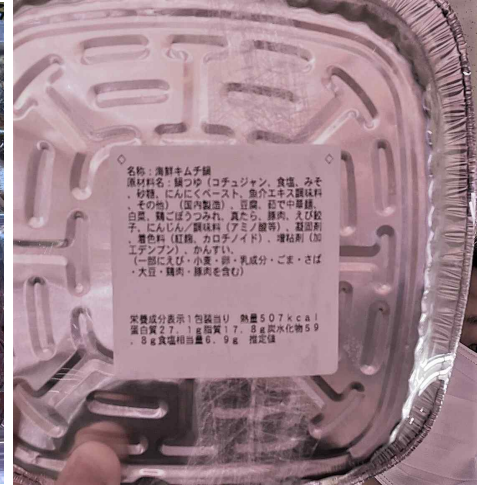
라벨 표시사항 및 기준	10. 수입업체 및 제조업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소를 기재해야 함 제조업체를 고유기호를 표기하는 경우 식품관련사업자의 이름 또는 명칭 표기 다음에 표기하는 것을 원칙으로 함
	11. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> 단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재해야 함
	12. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 일본어로 표기해야 함 표기는 8포인트 이상의 글자 크기여야 하며 표기 가능한 면적이 150cm² 이하인 경우라면 5포인트 이상으로 표기해야 함 제품의 표기 글자는 배경색과 대조되는 색으로 해야 함

자료: 일본 도쿄도 복지보건부 식품안전정보사이트

▶ 일본 동태알탕 라벨 샘플²⁶⁾



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일본어]

- ① LIFEオリジナル
- ② キムチ鍋
- ③ IH 専用 ガスコンロでも調理できます
- ④ 空炊き・火傷にご注意ください!
- ⑤ お召し上がり方: 添付のスープ、具材の順に鍋に入れ、中火で 5-6分 煮込んで下さい。
- ⑥ ご注意: 空炊き 防止の 為に必ずスープを先に入れて、その後火をつけて下さい。空炊きされますと鍋に穴が空きます。 ※一部のレンジ調理器 (IH) によっては加熱できない場合がございます。写真はイメージです。

[앞면 - 국문]

- ① LIFE 오리지널
- ② 김치나베
- ③ IH 인덕션 전용 가스레인지로도 조리가 가능합니다.
- ④ 빈 채 가열(용기에 아무것도 넣지 않는 상태) 및 화상에 주의해주세요.
- ⑤ 드시는 법: 첨부된 수프, 속재료 순서로 냄비에 넣고 중불에서 5-6분 끓여주세요.
- ⑥ 주의: 용기에 물을 넣지 않고 가열하는 행위를 방지하기 위해, 반드시 국물을 먼저 넣고 이후에 불을 켜주세요. 용기에 빈 상태로 가열 시 냄비에 구멍이 발생합니다. ※ 일부 인덕션 조리기(IH)에 따라서는 가열이 되지 않을 수도 있습니다. 사진은 이미지입니다.

26) 일본 오프라인 매장에서 판매되고 있는 동태알탕 제품을 찾을 수 없어, 유사 제품인 김치나베의 라벨 샘플을 제공함

<p>⑦ 新鮮キムチ鍋 (中華麺入り)</p> <p>⑧ 原材料名: 裏面に記載</p> <p>⑨ 保存方法: 4℃ 以下</p> <p>⑩ 398 (税込み429.84) 値段 (円)</p> <p>⑪ 消費期限: 23.7.5</p> <p>⑫ 内容量: (g)</p> <p>⑬ 製造者: (株)ライフコーポレーション 大阪市住之江区南港南 6-6-3</p>	<p>⑦ 신선 김치 전골(중국식 면 포함)</p> <p>⑧ 원재료명: 뒷면에 기재</p> <p>⑨ 보존방법: 4℃ 이하</p> <p>⑩ 398(세금 포함 429.84) 가격 (엔)</p> <p>⑪ 소비기한: 2023년 7월 5일</p> <p>⑫ 내용량: (g)</p> <p>⑬ 제조자: (주)라이프퍼레이션 오사카시 스미노에구 미나미코미나미 6-6-3</p>
<p style="text-align: center;">[뒷면 - 일본어]</p> <p>① 名称: 新鮮キムチ鍋</p> <p>② 原材料名: 鍋つゆ (コチュジャン、食塩、みそ、砂糖、にんにくペースト、魚介エキス調味料、その他) (国内製造)、豆腐、茹で中華麺、白菜、鶏ごぼうつみれ、真たち、豚肉、えび餃子、にんじん/調味料 (アミノ酸等)、凝固剤、着色料 (紅麹、カロチノイド)、増粘剤 (加工デンプン)、かんすい。(一部にえび・小麦・卵・乳成分・ごま・さば・大豆・鶏肉・豚肉を含む)</p> <p>③ 栄養成分表示: 1包装袋当り 熱量 507kcal, 蛋白質 27.1g, 脂質 17.8g, 炭水化物 59.8g, 食塩相当量 6.9g, 指定値</p>	<p style="text-align: center;">[뒷면 - 국문]</p> <p>① 명칭: 김치나베</p> <p>② 원재료명: 나베뜨유(고추장, 소금, 된장, 설탕, 마늘 페이스트, 해산물 추출물 조미료 기타) (일본 제조) 두부, 삶은 중화면, 배추, 닭고기 우영완자, 대구, 돼지고기, 새우만두, 당근/조미료(아미노산 등) 응고제, 착색료(홍곡, 카로티노이드), 증점제(변성녹말), 간수. (일부 새우·밀·계란·유성분·참깨·고등어·콩·닭고기 포함)</p> <p>③ 영양 성분 표시: 1제품당 열량 507kcal, 단백질 27.1g, 지방 17.8g, 탄수화물 59.8g, 식염 상당량 6.9g, 지정값</p>

3. 동태알탕 국내 수출 신고 및 통관

▶ 동태알탕, 국내 수출 신고 및 통관 절차

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

[표 5.10] 일본 동태알탕 국내 수출 신고

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

자료: 관세청

[표 5.11] 일본 동태알탕 국내 수출통관

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

자료: 관세청

4. 동태알탕 국내 수출 검역 및 검사

▶ 동태알탕, 국립수산물품질관리원 수출 검역 및 검사 신청

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

[표 5.12] 일본 수산물 국내 수출 검역

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

자료: 국립수산물품질관리원

[표 5.12] 일본 수산물 국내 수출 검역

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

자료: 국립수산물품질관리원

[표 5.13] 일본 수산물 국내 수출 검사

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

자료: 국립수산물품질관리원

5. 동태알탕 일본 수입 신고 및 통관

▶ 동태알탕, 일본 수입 신고 및 통관 절차

일본에서는 식품 수입과 관련하여 후생노동성, 농림수산업성, 관세청 3개의 부처가 관리하고 있음. 일본 수입업체는 수입품이 보세구역 등 특별 구역에 장치된 후 신고 시, 필요한 서류를 구비하여 제품에 대한 정보를 세관에 신고함. 현재 대부분의 수입 신고가 수출입항만정보처리시스템(NACCS: Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System)을 통해 전자적으로 이뤄짐. 수입업체는 신속한 수입통관을 위해 수입신고 간소화 제도 중 적절한 제도를 이용할 수 있으며, 수입업체는 수입식품이 반입되는 검역소에 사전에 이를 신청할 수 있음. 또한, AEO나 예비심사제도 등 수입 품목에 관한 통관 편의 제도를 이용해 일본 수입 통관 절차에서 간소화된 심사와 신속 검사 혜택을 받을 수 있음

[표 5.14] 일본 동태알탕 수입 신고 및 통관 절차²⁷⁾²⁸⁾

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

자료: 일본 관세청, 일본 후생노동청, 통합무역정보서비스

27) 일본 관세청, 「Import Procedures」

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

[표 5.14] 일본 동태알탕 수입 신고 및 통관 절차

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

자료: 일본 관세청, 일본 후생노동청, 통합무역정보서비스

[표 5.14] 일본 동태알탕 수입 신고 및 통관 절차

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

자료: 일본 관세청, 일본 후생노동청, 통합무역정보서비스

[표 5.14] 일본 동태알탕 수입 신고 및 통관 절차

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

자료: 일본 관세청, 일본 후생노동청, 통합무역정보서비스

[표 5.15] 수입신고 간소화 제도

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

자료: 일본 후생노동청

6. 동태알탕 일본 수입 검역 및 검사

▶ 일본 동태알탕, 수입식품 검사 및 검역 실시

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

[표 5.16] 일본 수입 검사 제도²⁹⁾

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

자료: 일본 후생노동성

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

7. 동태알탕 일본 통관문제 사례

▶ 최근 3개년 일본 통관문제 사례 분석

일본으로 해당 품목 수출 시, 최근 3개년 동안 한국산 제품이 통관문제가 있었던 사례는 1건이었음³⁰⁾. 해당 품목과 관련하여 경쟁국산 제품이 통관문제가 있었던 사례는 총 23건으로 조사됨. 또한, 일본으로 해당 품목 수출 시 주로 위생(미생물)이나, 라벨링이 통관문제 사유가 된 사례가 많은 것으로 나타남. 따라서 일본으로 동태알탕 수출 시, 해당 사항을 특별히 신경 쓸 필요가 있을 것으로 보임. 추가적인 사항은 KATI농식품수출정보 사이트에서 확인할 수 있음

[표 5.17] 일본 통관문제 사례

순번	구분	발생기간	문제사유	조치사항
1	한국산	2020.09	위생(미생물) / 세균수 $1.3 \times 10^5/g$ 및 대장균 양성	폐기 또는 반송
2	경쟁국산	2023.03	성분(식품첨가물 및 유해물질) / 소르빈산칼륨	리콜
3	경쟁국산	2022.12	라벨링 / 보존온도 표시의 누락	리콜
4	경쟁국산	2022.12	라벨링 / 알레르기 성분 (밀,대두)의 표시 누락	리콜
5	경쟁국산	2022.10	위생(미생물) / 일부 상품이 팽창됨이 보여, 세균오염이 확인됨	리콜
6	경쟁국산	2022.09	비위생적제조 / 복어의 치어가 혼입됨	리콜
7	경쟁국산	2022.09	라벨링 / 알레르기 성분 (밀)의 기재 누락	리콜
8	경쟁국산	2022.08	위생(미생물) / E.coli 양성	폐기 또는 반송
9	경쟁국산	2022.07	위생(미생물) / 대장균 양성	폐기 또는 반송

자료: KATI농식품수출정보

30) 고객사 제품 HS CODE 1604.20-9000을 기준으로 조사함

2023

수산물 수출기업
맞춤형 시장조사



AT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

VI 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 가네후쿠(Kanefuku)

Interview ② 혼케 카마도야(Honke Kamadoya)

Interview ③ 겐카이(Genkai)



Interview ① 가네후쿠(Kanefuku)

31)

가네후쿠
(Kanefuku)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1971년에 설립된 수입유통업체로, 명란만 주력으로 수입·수출하고 있음
 - 일본 전역에 있는 백화점부터 프랜차이즈 음식점까지 다양하게 유통하고 있음

담당자 정보

Production Manager

가네후쿠(Kanefuku)
Production Manager

Q. 일본 소비자들은 간편조리식을 일상에서 즐겨 먹나요?

현대의 바쁘고 빠른 라이프스타일 때문에 일본 소비자들 사이에서 Ready-to-Eat (RTE) 식사는 필수적인 부분이 되었습니다. 간편조리식 제품으로는 즉석 컵라면이나 도시락(Obento) 같은 제품들이 있습니다.

Q. 일본에서 수산물 간편조리식 시장 수요는 어떠한가요?

수산물 간편조리식 제품은 일본에서 인기가 있지만, 일상적으로 소비되지는 않습니다. 수산물을 오랫동안 보존하기 위해 가공한다면 신선함이 유지되지 않기에 일본 소비자는 수산물이 신선한 상태일 때 먹는 것을 가장 선호합니다. 따라서 간편조리식 시장에서는 고기로 만든 제품들이 더 인기가 있습니다.

Q. 일본에서 가장 인기 있는 수산가공식품 제품은 무엇이 있나요?

일본에서 명태는 인기가 있는 편이지만, 가장 인기가 있는 건 다양한 요리에 활용되는 명란입니다. 연어, 새우, 게살 또한 수산가공식품에 필수적인 재료로 사용됩니다.

Q. 일본 소비자들은 일반적으로 수산물을 어떻게 요리하여 먹나요?

일본 소비자들이 수산물을 요리하는 방법은 수산물의 종류에 따라 다릅니다. 연어는 음식점에서 구이 요리, 찜 요리를 하거나 초밥의 재료로 자주 사용됩니다. 반면에 참치는 주로 회로 소비되거나 오니기리의 주요 재료로 사용됩니다. 일본 소비자들은 가장 쉽게 만들 수 있는 주먹밥과 수산물을 가장 일반적으로 요리해 먹으며, 명란젓은 인기 있는 반찬 중 하나입니다.

31) 사진자료: 가네후쿠(Kanefuku)

Q. 일본 소비자들이 간편조리식을 구매할 때 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

간편조리식은 직장인이나 대학생과 같은 바쁜 현대인이 편리하게 식사하기 위해 만들어졌습니다. 따라서 1분 이상 전자레인지에 돌리기만 하면 완성되는 제품이 선호되며, 학생과 같이 제한된 예산이 있는 소비자에게는 가격 또한 중요한 요소입니다. 양은 최소한 한 사람의 한 끼 식사로 충분한 양이어야 하며, 부족하기보다는 너무 많지 않아야 합니다.

Q. 일본에서 인기 있는 수산물 밀키트는 무엇인가요?

일본인의 밥상에 필수적인 요리인 명란으로 맛을 낸 수프 밀키트는 일본에서 가장 흔히 볼 수 있는 수산물 밀키트 중 하나입니다. 일본 내 많은 제조업체가 고등어, 굴, 명란 등을 이용한 수산물 즉석 수프를 판매하고 있습니다. 해당 제품들은 바로 조리할 수 있는 제품과 Ready-To-Eat 제품들이 있으며, 바로 조리할 수 있는 밀키트가 더 선호되는 편입니다. 명란 맛이 나는 컵라면도 있으며, 크노르(Knorr)사의 명란젓 라면은 특히 인기가 많은 편입니다.

Q. 경쟁사 제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇이라고 생각하시나요?

몇몇 일본 소비자들 사이에서는 한국 부산의 명태가 인기 있습니다. 부산 명태의 맛이나 향을 재현할 수 있다면 제일 교포뿐만 아니라 일본인들도 맛보기를 원할 것입니다. 다만, 고객사 제품의 단점은 다른 일본 간편조리식 제품보다 용량이 너무 크다는 점입니다.

Q. 경쟁사들은 일본 현지에서 어떤 방식으로 제품을 홍보하고 있나요?

고객사 제품과 유사한 제품을 일본에서 홍보하기 위해서는 무역 박람회나 푸덱스 재팬(FOODEX Japan)과 같은 국제 식품 박람회에서 현지 바이어와 수입업자들에게 제품을 소개하는 것이 가장 확실한 방법입니다. 현지화 과정이 매우 복잡하므로 외국 기업이 직접 현지 시장을 탐색하는 것은 비효율적일 수 있습니다. 현지 시스템에 대한 이해도가 높고 경험이 있는 현지 파트너와 함께 협력하면 더 효율적일 것입니다.

Q. 고객사 제품은 동태알탕 밀키트 제품입니다. 일본에 거주하는 한인들 외에 현지 소비자들에게도 고객사 제품이 인기가 있을까요?

일본 소비자에게 한국의 명란은 익숙하지만, 일본의 명란과 비교했을 때 맛은 확연한 차이가 있습니다. 일본 현지의 명란은 약간 매콤한 맛이 나는 반면, 한국의 명란은 더 비리고 짭뽕이 느껴집니다. 현지에서 일본산 명란 요리는 이미 인기가 있으며, 한국산 명란을 이용한 요리는 한인 식당이나 한인 식료품점에서 가끔 볼 수 있습니다. 일정 수요는 있을 것이지만, 일본산 명란을 대체하기에는 불가능할 것으로 보입니다.

Q. 고객사 제품은 한 팩 당 990g으로 3~4인용 제품이며 가격은 약 3,480엔 (한화 약 33,063원)³²⁾입니다. 해당 가격이 일본 소비자들 사이에서 경쟁력 있을까요?

대부분의 일본 소비자들이 1인 또는 2인 가구로 살고 있기에, 3~4인분은 양이 너무 많을 수 있습니다. 명태나 명란은 희귀하거나 제철 품목이 아니기에 일본에서는 편의점이나 슈퍼마켓에서 신선하거나 바로 조리할 수 있는 형태로 쉽게 구할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품이 현지인들의 입맛을 사로잡는 방법이 있을까요?

명태와 명란은 일본에서 매우 흔한 음식이기 때문에, 고객사 제품이 현지의 명태 요리와 경쟁하기보다는 한국의 명태 요리로서 그 독특성을 유지하고, 한정된 장소에서만 판매하여 현지의 명태 요리와 차별화시키는 것이 좋을 것으로 생각됩니다. 가끔 새로운 맛을 시도하기를 원하거나 한국 문화를 체험하고자 하는 일본 소비자들 사이에서 한국 동태알탕의 수요가 생길 수 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품은 현재 HACCP 인증을 보유하고 있는데, 일본에서 수산물 제품을 판매하기 위해 추가로 필요한 인증이 있을까요?

통관을 위해서뿐만 아니라 소비자에게도 제품의 원산지나 어획 방식, 무항생제 양식어류 인증 등의 정보를 제공하는 것을 추천합니다. 이런 인증은 투자할 만한 가치가 있는 인증들이라고 생각합니다.

Q. 일본 소비자들 사이에서 고객사 제품이 인기를 얻기 위해서는 어떤 부분을 중점적으로 홍보해야 할까요?

일본 현지의 명태 가공식품과 경쟁하기보다는 집에서 한국 요리를 즐기고 싶을 때 먹을 수 있는 요리인 점을 강조하는 것이 좋을 것 같습니다. 일본 소비자들의 현지 수산물에 대한 선호도가 바뀌는 것이 어려울 것이기에 한국 음식인 점을 강조하는 것이 중요할 것으로 보입니다.

Q. 일본 소비자들은 주로 간편조리식을 어디에서 구매하나요?

일본에서는 슈퍼마켓, 편의점, 심지어 자판기와 면세점, 공항, 온라인 채널, 그리고 드물게 레스토랑까지 다양한 곳에서 간편조리식을 구매할 수 있습니다. 그중에서도, 슈퍼마켓과 편의점에서 가장 많이 구매합니다.

Q. 일본에서 동태알탕을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

일본에서 동태알탕을 판매한다면 한국 상점에서만 판매하는 것이 좋다고 생각합니다. 만약 해당 제품이 인기를 얻는다면, 일본 소비자가 한국 상점에서 이 제품을 찾게 될 것이고, 자연스럽게 현지 유통채널로 확장할 수도 있을 것으로 보입니다.

32) 100엔=950.01원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 일본 소비자들에게 동태알탕을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

아까도 언급했듯이, 동태알탕을 일본에서도 맛볼 수 있는 한식 요리로 홍보하는 것이 효과적일 것으로 보입니다. 일본 현지 명태와 한국의 명태 사이 맛의 차이를 강조하여 동태알탕을 홍보할 수 있을 것입니다.

Q. 일본으로 간편조리식을 수출할 때 통관·검역과 관련하여 주의해야 할 사항이 있나요?

가공품이기 때문에 얼마나 많은 첨가물이나 방부제가 포함되어 있는지, 그리고 기준 허용치를 초과했는지 등에 대한 성분 분석표가 필요합니다. 또한, 주요 성분에 대한 원산지증명서도 필요합니다.

Interview ② 혼케 카마도야(Honke Kamadoya)

33)

●

혼케 카마도야
(Honke Kamadoya)

- 유형: 제조업체, 음식점
- 업체 특징:
 - 1980년 효고현에서 설립된 제조업체이자 프랜차이즈 음식점
 - 일본 전역에 오프라인 매장이 있으며, 다양한 업체에 도시락을 납품하고 있음

담당자 정보

Franchise Manager



혼케 카마도야(Honke Kamadoya) Franchise Manager

Q. 일본 소비자들은 간편조리식을 일상에서 즐겨 먹나요?

현대 사회에서 도시락과 즉석식품은 중요한 끼니로 자리 잡았습니다. 바쁜 생활에 치여 신선한 식사를 요리할 시간조차 없는 것은 안타깝지만, 그런 현실에 대응하기 위한 즉석식품이 소비자들의 요구를 충족시키고 있습니다. 식사를 준비하기는 쉽지 않은 일이며, 시간이 오래 걸리고 비용도 들기 때문에 즉석에서 먹을 수 있는 식사가 필요합니다.

Q. 일본에서 수산물 간편조리식 시장 수요는 어떠한가요?

일본 소비자들에게 수산물 요리는 때려야 떨 수 없는 관계입니다. 수산물 요리에 대한 일본인의 열망은 피에 흐르는 것처럼 느껴질 때도 있습니다. 그러나 수산물 요리를 만드는 데 드는 노력과 비용이 많이 들어서 쉽게 접근할 수 없는 경우가 많습니다. 이러한 이유로 수산물을 이용한 즉석식품에 대한 일본 소비자 수요는 높은 편입니다.

Q. 일본에서 가장 인기 있는 수산가공식품 제품은 무엇이 있나요?

에비돈(새우덮밥)은 도시락 메뉴 중 가장 인기 있는 메뉴로, 아이들이 특히 좋아합니다. 여름에는 장어의 수요가 많으므로 장어구이 도시락이 있으며, 좀 더 고급스러운 맛을 찾는 소비자를 위해 연어나 참치 밀키트도 판매합니다.

Q. 일본 소비자들은 일반적으로 수산물을 어떻게 요리하여 먹나요?

일본 소비자들은 명란에 약간의 매운맛을 가미해 밥과 함께 먹습니다. 일본에서 명란은 대표적인 반찬 중 하나입니다. 명란은 '집밥의 맛'을 연상시키는 음식이며, 많은 도시락 메뉴에 포함되어 있습니다. 집에서 먹는 밥의 향과 맛을 재현함으로써 소비자에게 단순한 식사뿐만 아니라 집과 같은 편안함을 제공하려는 노력을 들이고 있습니다.

33) 사진자료: 혼케 카마도야(Honke Kamadoya)

Q. 일본 소비자들이 간편조리식을 구매할 때 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

일본 소비자들에게 가장 중요한 요인은 가격입니다. 간편조리식이 처음 등장했을 때는 업체 수가 매우 적어 일반적으로 가격이 더 높았습니다. 하지만 지금은 간편조리식 업체가 많고 경쟁이 치열하므로, 가격을 낮추면서도 높은 품질 기준을 유지해야만 사업을 지속할 수 있습니다. 만약 다른 회사가 동일한 키트를 더 저렴한 가격에 제공한다면 소비자들은 저희 업체의 밀키트를 구매하지 않을 것입니다. 또한, 많은 일본 소비자들이 체중 관리와 다이어트에 관심이 있기에 모든 밀키트의 칼로리 함량을 표기하는 것도 중요한 요소입니다.

Q. 일본에서 인기 있는 수산 간편식은 무엇인가요?

동태알탕에 대해서는 확실하지 않지만, 라면 같은 면 요리의 경우 매운 명란을 사용한 컵라면이 일본에도 있습니다. 도시락이나 밀키트의 경우 명태를 사용하거나 명태 반찬을 추가한 다양한 도시락이 있습니다. 저희 업체 또한 명란 도시락을 판매하고 있습니다.

Q. 경쟁사 제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇이라고 생각하시나요?

명란 도시락은 밥, 메인 요리, 그리고 다른 반찬들로 구성된 세트로 저렴한 가격에 판매하고 있습니다. 명란 도시락은 저렴하고 칼로리가 낮으며 먹기 편리하다는 장점이 있습니다. 고객사 제품은 그냥 국만 있기에 따로 다른 반찬을 준비하거나 구매해야 합니다. 또한, 한국 명태 맛이 현지 명태 맛과 얼마나 비슷한지 확실하지 않습니다. 명태는 일본에서 매우 일반적인 반찬이기 때문에 한국인들이 김치 반찬을 즐기는 것처럼 명태를 일상에서 소비합니다. 따라서 일본 소비자들은 한국 명태와 일본 명태의 맛이 얼마나 다른지 바로 알아차릴 수 있을 것입니다. 이 부분은 약점이자 강점이 될 수 있습니다.

Q. 경쟁사들은 일본 현지에서 어떤 방식으로 제품을 홍보하고 있나요?

명란은 특별하지 않은 반찬이기에, 종종 다른 반찬들과 함께 한 도시락에 담깁니다. 일반적인 도시락들은 유통기한이 매우 짧기에 점포가 닫기 전에 대폭 할인해서 판매하는 프로모션을 진행합니다. 일본 소비자들 사이에서 이런 홍보 방식은 매우 인기 있으며, 저희 매장 도시락 재고는 해당 프로모션 덕분에 자주 소진됩니다.

Q. 고객사 제품은 동태알탕 밀키트 제품입니다. 일본에 거주하는 한인들 외에 현지 소비자들에게도 고객사 제품이 인기가 있을까요?

재일교포들 사이에서 동태알탕의 수요는 높은 편입니다. 일본의 소비자들은 동태알탕을 먹어볼 수는 있겠지만, 자신들의 일상적인 식단에 해당 제품을 추가할지는 확신할 수 없습니다.

Q. 고객사 제품은 한 팩 당 990g으로 3~4인용 제품이며 가격은 약 3,480엔 (한화 약 33,060원)입니다. 해당 가격이 일본 소비자들 사이에서 경쟁력 있을까요?

타겟층이 고객사 제품을 정기적으로 섭취하는 한국 소비자라면 가격이 문제가 되지 않을 수 있겠지만, 한 그릇의 수프 가격치고는 너무 비쌉니다. 일본인의 관점에서 봤을 때, 해당 제품이 미슐랭 1스타를 받은 국도 아닌데 가격이 그렇게 비싸다는 점에 불만을 느끼게 될 것입니다. 최소 3~4가지 반찬과 밥, 메인 요리가 포함된 일반적인 즉석 도시락이 600~900엔(한화 약 5,700원~8,500원) 정도인데, 이견 국 하나에 5배 이상의 가격인 점을 참고해야 할 것 같습니다.

Q. 고객사 제품이 현지인들의 입맛을 사로잡는 방법이 있을까요?

한국인들에게는 한국 명란의 맛이 어머니의 집밥을 연상시키므로 일본에 거주하는 한국 소비자들을 타겟으로 삼는 것이 가장 좋을 것으로 보입니다. 일본 소비자들에게는 소량의 샘플을 제공하여 한국산 명란을 맛보는 경험을 선사하는 방식으로 제품에 대한 호감도를 높일 수 있습니다.

Q. 고객사 제품은 현재 HACCP 인증을 보유하고 있는데, 일본에서 수산물 제품을 판매하기 위해 추가로 필요한 인증이 있을까요?

인증 사항은 제품 가공 과정과 제품에 대한 소비자의 신뢰도를 향상할 수 있습니다. 재료의 원산지증명서는 신뢰성을 높이고 높은 가격을 정당화하는 데 도움이 될 수 있습니다.

Q. 일본 소비자들 사이에서 고객사 제품이 인기를 얻기 위해서는 어떤 부분을 중점적으로 홍보해야 할까요?

일본 소비자들은 칼로리양을 중요하게 생각합니다. 매일 섭취하는 칼로리양을 계산하는 소비자들에게 제품에 1회 제공량당 칼로리가 기재되어 있다면 더 매력적으로 다가갈 수 있을 것입니다.

Q. 일본 소비자들은 주로 간편조리식을 어디에서 구매하나요?

일본 소비자들은 주로 슈퍼마켓에서 도시락 키트나 즉석식품을 구매합니다. 패밀리마트(Family Mart)나 로손(Lawson)과 같은 편의점에서도 다양한 도시락을 구매하기도 합니다.

Q. 일본에서 동태알탕을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

한인 슈퍼마켓과 마트가 좋은 판매채널이 될 수 있습니다. 한국 음식을 시도해 보고 싶은 일본인들은 한인 마트에 가서 장을 보는 경우가 많습니다.

Q. 일본 소비자들에게 동태알탕을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

일본에서 명태가 자주 '집밥의 맛'으로 홍보되는 것처럼, 한국의 동태알탕은 '한국의 국물'의 맛으로 홍보할 수 있을 것입니다. 일본 소비자들은 대개 한국 요리하면 비빔밥을 떠올리지만, 고객사 제품도 비슷한 효과를 가져올 수 있습니다.

Q. 일본으로 간편조리식을 수출할 때 통관·검역과 관련하여 주의해야 할 사항이 있나요?

제품의 포장지에는 제품의 주요 재료인 수산물이나 명태뿐만 아니라 영양 정보, 1회 제공량당 칼로리, 수입 허가증, 증명서 등이 모두 명시되어야 합니다. 이러한 정보는 소비자들에게 제품에 대한 신뢰감을 높이고 구매 결정을 촉진하는 데 도움이 될 것입니다.

Interview ③ 겐카이(Genkai)

34)

●

겐카이
(Genkai)

- 유형: 제조·유통업체
- 업체 특징:
 - 1983년 후쿠오카에서 설립된 유통업체로 자사 온라인 몰 및 기타 온라인 플랫폼을 통해 식품을 유통하고 있음
 - 명란, 양념류, 반찬류 등을 다양한 식료품을 제조함

담당자 정보

Distribution Manager



겐카이(Genkai) Distribution Manager

Q. 일본 소비자들은 간편조리식을 일상에서 즐겨 먹나요?

일본에 상당수의 인구가 혼자 살면서 식사 준비를 할 시간은 부족하고, 외식은 비싸다는 점을 고려하면, 즉석식품은 일본 소비자들의 삶에 필수적이며, 일상생활에서 중요한 부분을 차지하고 있습니다.

Q. 일본에서 수산물 간편조리식 시장 수요는 어떠한가요?

일본인들은 수산물을 매우 선호하며, 특히 신선한 제철 수산물을 즐깁니다.

Q. 일본에서 가장 인기 있는 수산가공식품 제품은 무엇이 있나요?

명란은 매우 인기 있는 반찬으로, 대다수의 일본 가정에 식탁 위 빠질 수 없는 요리입니다. 많은 일본 소비자들에게는 아침에 어머니가 만든 명란 요리 향을 맡으며 일어난 추억이 있습니다.

Q. 일본 소비자들은 일반적으로 수산물을 어떻게 요리하여 먹나요?

일본 소비자들은 주로 말린 명태, 멸치, 장어구이, 농어, 연어구이, 참치나 연어와 같은 수산물을 주먹밥에 넣거나, 반찬으로 사용합니다. 최근 들어 명란을 파스타에 넣어 소스로 만들어 먹는 방법도 유행하고 있습니다.

Q. 일본 소비자들이 간편조리식을 구매할 때 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

일본 소비자들이 간편조리식을 구매하는 이유는 가격, 편의성, 칼로리 중 가격때문이 가장 큽니다. 간편조리식을 구매하는 소비자들은 대부분 제한된 예산 때문에 즉석식품을 구매합니다. 해당 요소가 아니라면 소비자들은 즉석식품을 구매하는 대신 식당에서 외식할 것입니다.

Q. 일본에서 인기 있는 수산물 밀키트는 무엇인가요?

일본에서 인기 있는 수산물 밀키트로는 ‘타라코 잇파이(Tarako Ippai)’가 있습니다. 타라코 잇파이는 뜨거운 물을 부어 바로 먹을 수 있는 컵 형태의 즉석 수프로, 동네의 슈퍼마켓이나 편의점에서 구매할 수 있습니다.

Q. 경쟁사 제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇이라고 생각하시나요?

고객사 제품의 강점 중 하나는 ‘한국산 명태로 만들었다’라는 점입니다. 한국산 명태의 맛은 일본산 명태와 다르며, 일부 일본 소비자들은 현지 명태보다 한국산 명태를 선호하기도 합니다. 그러나 해당 제품의 약점은 가격이 상당히 비싸다는 점입니다. 몇몇 타라코 잇파이 제품은 보통 200엔(한화 약 1,900원) 정도로 가격이 책정되어 있습니다.

Q. 경쟁사들은 일본 현지에서 어떤 방식으로 제품을 홍보하고 있나요?

고객사 제품과 유사한 제품이 처음 일본에 출시되었을 때 온라인 뉴스와 광고에 빈번하게 노출되었으며, 또한 시식 키오스크를 주기적으로 설치하여 일본 소비자들에게 제품을 시식하게 했습니다. 해당 제품은 코로나19가 절정에 달했을 때 출시되었기 때문에 대부분의 프로모션은 온라인으로 진행되었으며, 대면 마케팅 활동이 제한되는 상황에서 해당 마케팅 전략은 매우 효과적이었습니다.

Q. 고객사 제품은 동태알탕 밀키트 제품입니다. 일본에 거주하는 한인들 외에 현지 소비자들에게도 고객사 제품이 인기가 있을까요?

한국의 명태 요리를 맛보기 원하는 일본 소비자들이나 한국을 방문했을 때 동태알탕을 먹어본 소비자들에게 해당 제품을 홍보하는 것을 추천합니다. 최근 한류의 열기가 뜨거워지면서 한국 제품에 대한 수요가 높아지고 있기에 고객사 제품도 일본 시장에서 가능성이 있습니다.

Q. 고객사 제품은 한 팩 당 990g으로 3~4인용 제품이며 가격은 약 3,480엔(한화 약 33,060원)입니다. 해당 가격이 일본 소비자들 사이에서 경쟁력 있을까요?

일본 소비자들이 일반적으로 작은 양을 선호하며, 칼로리 섭취에 대해 큰 관심이 있는 데에 반해 고객사 제품은 용량이 너무 크고 가격이 비싼 편입니다. 다른 즉석식품 브랜드는 컵라면 그릇 크기와 비슷한 작은 컵에 300엔(한화 약 2,850원)이라는 비교적 저렴한 가격으로 판매되고 있다는 점 참고하시기 바랍니다.

Q. 고객사 제품이 현지인들의 입맛을 사로잡는 방법이 있을까요?

한국 요리로서의 고객사 제품을 홍보한다면, 새로운 음식에 도전하고자 하는 일본 소비자들에게 매력적으로 다가갈 수 있을 것입니다. 또한, 명태를 이용한 명란 파스타 등이 인기를 얻고 있기에 해당 시장으로 고객사 제품의 영역을 확장한다면 긍정적인 결과를 얻을 수도 있습니다.

Q. 고객사 제품은 현재 HACCP 인증을 보유하고 있는데, 일본에서 수산물 제품을 판매하기 위해 추가로 필요한 인증이 있을까요?

현지 브랜드의 경우 거의 인증서가 없거나, 있다 해도 대부분 현지에서 받은 인증서를 사용하는 경우가 많습니다. 일본의 소비자들은 수입 브랜드를 경계하는 경향이 있기에 HACCP 인증서는 좋은 요소이긴 하나 그 자체로는 충분하지 않습니다. 일본 정부의 안전 검사 인증서가 있다면 현지 소비자들의 마음을 살 수 있을 것입니다.

Q. 일본 소비자들 사이에서 고객사 제품이 인기를 얻기 위해서는 어떤 부분을 중점적으로 홍보해야 할까요?

일본 소비자들 사이에서 한국산 명태의 인지도가 높지 않기에 일본산 명태와 경쟁하기보다는 일본 시장 내 고객사 제품만의 특별한 점을 중점적으로 홍보하는 것이 중요합니다.

Q. 일본 소비자들은 주로 간편조리식을 어디에서 구매하나요?

일본 소비자들은 주로 간편조리식을 슈퍼마켓과 편의점에서 구매합니다. 또한, 자판기에서도 라면과 컵라면을 판매하기도 합니다.

Q. 일본에서 동태알탕을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

제품의 판매량을 유지하기 위해서는 한식 마트나 한식당이 일차적인 판매 채널이 되어야 합니다. 고객사의 제품이 일본 시장에 어느 정도 정착하면, 그 후에 현지 판매 채널로 확장을 고려해볼 수 있습니다.

Q. 일본 소비자들에게 동태알탕을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

온라인 홍보는 필수적이며, 특히 음식 관련 크리에이터나 블로거에게 제품을 시식하고 리뷰를 작성하도록 요청하여 홍보하는 것을 추천합니다. 요즘 소비자들은 이런 크리에이터나 블로거의 리뷰를 많이 참고하기 때문에 매우 효과적일 것입니다.

Q. 일본으로 간편조리식을 수출할 때 통관·검역과 관련하여 주의해야 할 사항이 있나요?

수산물의 원산지는 매우 중요한 정보입니다. 해당 생선이 어디에서 잡혔는지, 조업 과정이 지속 가능한 방법으로 이루어졌는지, 그리고 생선을 위생적으로 검열하고 가공했는지 등의 정보는 반드시 포함되어야 합니다. 일본에 수출하는 업체는 필요한 정보를 제공하고, 제품의 안전성을 검증할 수 있어야 합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스타티스타(Statista), 「Ready-to-Eat Meals_Japan」, 2023.05
2. 스타티스타(Statista) 「Convenience food market in Japan」, 2022
3. 스타티스타(Statista) 「Leading sales channels for ready-made meals during the coronavirus (COVID-19) pandemic in Japan」, 2023.01
4. 일본 후생노동성, 「후생노동성 고시 제370호 식품, 첨가물 등의 규격기준(食品、添加物等の規格基準)」, 1975
5. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(일본편)」, 2020

■ 참고 사이트

1. 스타티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 야후(Yahoo) (www.yahoo.co.jp)
5. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
6. 아마존(Amazon) (www.amazon.co.jp)
7. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.com.jp)
8. 라이프(Life) (www.lifecorp.jp)
9. 마루에츠(Maruetsu) (www.maruetsu.co.jp)
10. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.sej.co.jp)
11. 아시아니케이(Asia Nikkei) (asia.nikkei.com)
12. 로손(Lawson) (www.lawson.co.jp)
13. 장터 한국광장(韓国広場) (shopping.geocities.jp/hiroba)
14. 서울시장(ソウル市場) (www.seoul-ichiba.com)
15. 일본 후생노동성 (www.mhlw.go.jp)
16. 일본 경제산업성 (www.meti.go.jp)
17. 일본 농림수산성 (www.maff.go.jp)
18. 일본 전자법률포털 (www.e-gov.go.jp)
19. 일본 도쿄도 복지보건부 식품안전정보시스템 (www.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp)
20. 관세청 (www.customs.go.kr)
21. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
22. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
23. 국립수산물품질관리원 (www.nfqs.go.kr)
24. FTA포털(Yes FTA) (www.customs.go.kr/ftaportalkor/main.do)
25. 해양수산해외산업정보포털 (www.kmi.re.kr)
26. 가네후쿠(Kanefuku) (kanefuku.co.jp)
27. 혼케 카마도야(Honke Kamadoya) (honkekamadoya.co.jp)
28. 겐카이(Genkai) (genkai-shop.com)

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023.07.28

2023 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사

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