

2023 농식품 수출국가 정보조사 「일본」

2023.12.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對일본 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

3 수출품목 및 소비 트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비 트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 | 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2023년 추정치)	123,719,238명, 전 세계 11위
민족구성 (2017년 추정치)	일본인 97.9%, 중국인 0.6%, 한국인 0.4%, 기타 1.1% (베트남인, 필리핀인, 브라질인 포함)
언어	일본어
종교 (2019년 추정치)	신토 70.5%, 불교 67.2%, 기독교 1.5%, 기타 5.9%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 12.29% (남성 7,835,474/여성 7,370,449) 15~64세: 58.49% (남성 36,378,186/여성 35,981,176) 65세 이상: 29.22% (남성 15,909,031/여성 20,244,922)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 48.6세, 전 세계 2위 남성: 47.2세 여성: 50세

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$5.126조 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 4위 \$5.042조 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$5.28조 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	1.66% (2021년 추정치), 전 세계 170위 -4.51% (2020년 추정치) -0.24% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$40,800 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 47위 \$39,900 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$41,700 (2019년 추정치)

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	1.1% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	2.9% (2015년 추정치)
주요 생산품	쌀, 우유, 사탕무, 채소류, 달걀, 가금류, 감자, 양배추, 양파, 돼지 등		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<일본의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
(발효) 싱가포르 EPA, 말레이시아 EPA, 칠레 FTA, 태국 EPA, 인도네시아 EPA, 브루나이 EPA, 필리핀 EPA, ASEAN EPA, 스위스 EPA, 베트남 EPA, 인도 EPA, 페루 EPA, 호주 EPA, 몽골 EPA, 멕시코 EPA, TPP12, TPP11, EU EPA, US EPA, UK EPA, RCEP	(협상중) 콜롬비아 EPA, 한중일 FTA, 튀르키예 EPA (협상재개 · 개시 여건조성) 한국 FTA, GCC FTA, 캐나다 EPA	해당사항 없음

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOERA(www.fta.go.kr)

<우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
RCEP	해당사항 없음	한-중-일 FTA	해당사항 없음

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOERA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

개요

일본 식품 시장은 2018년 5,811억 달러에서 연평균 1.9% 성장하여 2022년 6,261억 달러로 집계되었다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2018년 2,349억 달러에서 연평균 1.9% 성장하여 2022년 2,536억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 40.5% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 시장규모는 2018년 681억 달러에서 연평균 2.0% 성장하여, 2022년 737억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 11.8% 비중을 차지하고 있다.

편의식품

편의식품 시장규모는 2018년 613억 달러에서 연평균 2.2% 성장하여, 2022년 669억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 10.7% 비중을 차지하고 있다.

<일본 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	581.1	584.8	604.0	621.0	626.1	100.0	0.8	1.9
스낵류	234.9	236.4	244.1	251.0	253.6	40.5	1.0	1.9
채소류	68.1	68.5	70.8	72.8	73.7	11.8	1.3	2.0
편의식품	61.3	61.9	64.1	66.1	66.9	10.7	1.3	2.2
수산물	52.4	52.6	54.1	55.5	55.0	8.8	-0.9	1.3
베이커리 및 곡물류	50.6	50.6	51.9	53.1	52.3	8.4	-1.4	0.9
낙농품	28.4	28.8	29.8	30.9	31.4	5.0	1.8	2.5
육류	27.5	27.9	28.8	29.8	30.3	4.8	1.8	2.5
과일 및 견과류	26.4	26.5	27.3	28.0	28.5	4.6	1.7	2.0
소스 및 향신료	20.2	20.2	20.8	21.3	21.6	3.4	1.2	1.7
펫푸드	3.2	3.5	4.1	4.4	4.6	0.7	5.3	9.6
스프레드 및 당류	4.1	3.9	3.9	3.8	3.8	0.6	-1.0	-2.0
유지류	3.4	3.4	3.5	3.6	3.6	0.6	-0.8	1.7
영유아용 식품	0.9	0.9	0.9	0.8	0.8	0.1	-8.3	-2.4

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

일본의 1인당 식품 소비액은 2018년 4,568달러에서 연평균 2.2% 성장하여 2022년 4,986달러로 집계되었다.

스낵류

스낵류 소비액은 2018년 1,847달러에서 연평균 2.3% 성장하여 2022년 2,020달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 40.5% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비액은 2018년 약 535달러에서 연평균 2.3% 성장하여 2022년 약 587달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 11.8% 비중을 차지하고 있다.

편의식품

편의식품 소비액은 2018년 482달러에서 연평균 2.5% 성장하여 2022년 약 532달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 10.7% 비중을 차지하고 있다.

<일본 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	4,568.0	4,610.0	4,770.0	4,927.0	4,986.0	100.0	1.2	2.2
스낵류	1,847.0	1,863.0	1,930.0	1,991.0	2,020.0	40.5	1.5	2.3
채소류	535.3	540.0	559.5	577.3	587.2	11.8	1.7	2.3
편의식품	482.0	487.6	506.6	524.1	532.7	10.7	1.6	2.5
수산물	411.7	414.3	428.1	440.6	438.3	8.8	-0.5	1.6
베이커리 및 곡물류	397.4	398.5	410.3	420.8	416.4	8.4	-1.0	1.2
낙농품	223.4	226.7	235.9	244.8	250.2	5.0	2.2	2.9
육류	215.8	219.6	227.7	236.3	241.4	4.8	2.2	2.8
과일 및 견과류	207.1	208.7	215.8	222.4	227.0	4.6	2.1	2.3
소스 및 향신료	158.8	159.6	164.6	169.1	171.8	3.4	1.6	2.0
펫푸드	24.9	27.7	32.2	34.5	36.5	0.7	5.7	10.0
스프레드 및 당류	32.1	30.81	30.5	30.3	30.1	0.6	-0.6	-1.6
유지류	26.4	26.7	27.7	28.7	28.6	0.6	-0.5	2.0
영유아용 식품	6.7	6.7	6.7	6.7	6.1	0.1	-8.4	-2.3

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

일본의 1인당 식품 소비량은 2018년 649kg에서 연평균 0.3% 감소하여 2022년 약 641kg으로 집계되었다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 186kg에서 연평균 0.4% 감소하여 2022년 약 183kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 28.6% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 소비량은 2018년 107kg에서 연평균 0.2% 감소하여 2022년 106kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 16.5% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 95kg에서 연평균 0.6% 감소하여 2022년 약 92kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 14.4% 비중을 차지하고 있다.

<일본 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	649.0	635.8	641.3	639.7	641.5	100.0	0.3	-0.3
채소류	186.7	182.1	182.9	182.2	183.5	28.6	0.7	-0.4
스낵류	107.0	104.7	105.7	105.5	106.0	16.5	0.5	-0.2
베이커리 및 곡물류	95.0	93.7	94.5	94.4	92.6	14.4	-1.9	-0.6
낙농품	78.2	77.2	78.2	78.5	79.5	12.4	1.2	0.4
소스 및 향신료	58.9	58.2	58.9	59.1	59.4	9.3	0.5	0.2
과일 및 견과류	32.4	31.3	31.1	30.9	31.2	4.9	1.1	-1.0
수산물	29.9	28.8	29.0	28.8	28.4	4.4	-1.2	-1.2
편의식품	27.2	26.5	26.8	26.8	27.0	4.2	0.7	-0.2
육류	14.6	14.5	14.6	14.6	14.8	2.3	1.2	0.4
펫푸드	6.4	6.7	7.6	7.2	7.6	1.2	4.6	4.3
스프레드 및 당류	7.1	6.6	6.4	6.1	6.1	0.9	-0.8	-3.7
유지류	5.3	5.2	5.2	5.2	5.1	0.8	-1.5	-0.7
영유아용 식품	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3	0.0	-8.8	-3.7

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

개요

일본 식품 시장은 2022년 이후 연평균 1.8% 성장하여 2026년 6,724억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2022년 이후 연평균 1.6% 성장하여 2026년 2,706억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

채소류

채소류 시장규모는 2022년 이후 연평균 1.9% 성장하여 2026년 796억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

편의식품

편의식품 시장규모는 2022년 이후 연평균 1.3% 성장하여 2026년 704억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<일본 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	626.1	635.1	647.4	660.0	672.4	100.0	1.9	1.8
스낵류	253.6	256.7	261.4	266.1	270.6	40.2	1.7	1.6
채소류	73.7	74.7	76.5	78.1	79.6	11.8	1.9	1.9
편의식품	66.9	67.6	68.6	69.5	70.4	10.5	1.3	1.3
수산물	55.0	56.0	56.7	57.8	58.9	8.8	1.9	1.7
베이커리 및 곡물류	52.3	53.2	54.5	55.9	57.5	8.5	2.8	2.4
낙농품	31.4	32.3	33.5	34.6	35.7	5.3	3.2	3.2
육류	30.3	30.9	31.4	32.1	32.7	4.9	1.9	1.9
과일 및 견과류	28.5	29.0	29.5	30.1	30.6	4.6	1.8	1.8
소스 및 향신료	21.6	21.8	22.1	22.4	22.7	3.4	1.3	1.3
펫푸드	4.6	4.6	4.8	4.9	5.1	0.8	3.3	2.6
스프레드 및 당류	3.8	3.8	3.9	4.0	4.1	0.6	2.0	1.9
유지류	3.6	3.7	3.7	3.7	3.8	0.6	1.3	1.4
영유아용 식품	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.1	3.7	2.2

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 일본의 식품 수출액은 약 75억 2,175만 달러로 2021년 대비 6.1% 감소하였다. 그러나, 2018년 약 58억 7,856만 달러에서 연평균 6.4% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 4.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 3억 211만 달러로 2021년 대비 5.8% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 7.5% 감소하는 추세를 보인다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출액은 18.3%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 13억 7,394만 달러로 2021년 대비 4.6% 증가하였다. 또한 2018년 이후 연평균 18.7% 증가하는 추세를 보인다.

홍콩으로의 식품 수출액은 16.8% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 12억 6,384만 달러로 2021년 대비 24.4% 감소하였다. 또한 2018년 이후 연평균 4.1% 감소하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 미국(14.6%), 대만(12.6%), 베트남(5.3%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<일본 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

일본	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	5,878,562	6,115,321	6,795,947	8,007,235	7,521,755	100.0	-6.1	6.4
1 중국	692,316	868,510	1,117,836	1,313,443	1,373,947	18.3	4.6	18.7
2 홍콩	1,492,372	1,448,668	1,739,956	1,672,745	1,263,844	16.8	-24.4	-4.1
3 미국	798,849	861,870	911,413	1,192,131	1,096,681	14.6	-8.0	8.2
4 대만	719,275	721,989	784,894	966,179	946,592	12.6	-2.0	7.1
5 베트남	261,159	265,373	317,002	367,843	399,573	5.3	8.6	11.2
6 싱가포르	231,037	253,263	253,289	335,852	380,470	5.1	13.3	13.3
7 대한민국	412,893	307,563	238,769	285,669	302,111	4.0	5.8	-7.5
8 호주	190,378	183,509	178,683	222,703	221,740	2.9	-0.4	3.9
9 태국	137,548	149,855	146,326	194,574	202,134	2.7	3.9	10.1
10 말레이시아	56,447	71,807	89,315	137,458	154,330	2.1	12.3	28.6

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **조제식료품, 위스키, 소스류, 베이커리류, 발효음료** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

조제식료품 수출액은 12.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 9억 3,565만 달러로 2021년 대비 21.5% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 6.1% 증가하는 추세를 보인다.

위스키 수출액은 5.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 4억 2,954만 달러로 2021년 대비 2.1% 증가하였다. 또한 2018년 이후 연평균 33.4% 증가하는 추세를 보인다.

소스류 기타 수출액은 5.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 4억 946만 달러로 2021년 대비 6.4% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 5.8% 증가하는 추세를 보인다.

베이커리류 수출액은 5.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 3억 8,264만 달러로 2021년 대비 4.4% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 5.3% 증가하는 추세를 보인다.

발효음료 수출액은 5.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 3억 7,237만 달러로 2021년 대비 1.3% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 15.5% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **비알코올음료(3.6%), 신선냉장 쇠고기(2.8%), 냉동 쇠고기(2.5%)** 등을 수출하였다.

<일본 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	5,878,562	6,115,321	6,795,947	8,007,235	7,521,755	100.0	-6.1	6.4
1 조제식료품	738,042	829,158	1,202,292	1,192,338	935,655	12.4	-21.5	6.1
2 위스키	135,680	178,470	254,059	420,653	429,541	5.7	2.1	33.4
3 소스류 기타	326,636	343,912	378,403	437,267	409,462	5.4	-6.4	5.8
4 베이커리류	311,802	308,337	318,856	400,366	382,649	5.1	-4.4	5.3
5 발효음료	209,558	222,849	232,820	377,246	372,377	5.0	-1.3	15.5
6 비알코올음료	186,492	206,121	234,968	263,518	270,686	3.6	2.7	9.8
7 신선·냉장 쇠고기	121,848	128,849	135,421	232,108	207,006	2.8	-10.8	14.2
8 냉동 쇠고기	102,078	143,380	134,876	256,857	186,040	2.5	-27.6	16.2
9 신선 사과	126,555	132,975	100,273	147,790	143,259	1.9	-3.1	3.1
10 동식물성 유지	50,248	55,006	68,312	103,642	131,314	1.7	26.7	27.1

*주: HS CODE(2106.90, 2208.30, 2103.90, 1905.90, 2206.00, 2202.99, 0201.30, 0202.30, 0808.10, 1518.00)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 일본의 식품 수입액은 약 735억 6,217만 달러로 2021년 대비 10.1% 증가하였다. 그리고 2018년 약 628억 3,509만 달러에서 연평균 4.0% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 3.1% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 22억 4,796만 달러로 2021년 대비 8.6% 증가하였다. 또한 2018년 약 19억 9,976만 달러에서 연평균 3.0% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

미국에서의 식품 수입액은 22.3%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 163억 8,431만 달러로 2021년 대비 8.8% 증가하였다. 또한 2018년 약 141억 5,739만 달러에서 연평균 3.7% 증가하는 추세를 보인다.

중국에서의 식품 수입액은 11.4% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 83억 9,702만 달러로 2021년 대비 5.0% 증가하였다. 또한, 2018년 82억 4,205만 달러에서 연평균 3.7% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 호주(7.7%), 브라질(6.4%), 태국(6.3%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<일본 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	62,835,095	63,457,399	61,317,927	66,801,898	73,562,172	100.0	10.1	4.0
1 미국	14,157,390	13,203,783	12,887,972	15,062,798	16,384,316	22.3	8.8	3.7
2 중국	8,242,059	7,979,721	7,553,528	7,994,265	8,397,028	11.4	5.0	0.5
3 호주	4,353,865	4,184,956	3,759,294	4,337,673	5,637,515	7.7	30.0	6.7
4 브라질	2,403,084	3,407,771	3,428,219	3,170,477	4,687,230	6.4	47.8	18.2
5 태국	4,349,737	4,379,675	4,171,027	4,206,517	4,625,325	6.3	10.0	1.5
6 캐나다	3,695,962	3,853,445	3,871,437	4,436,555	4,488,220	6.1	1.2	5.0
7 이탈리아	2,937,073	2,736,030	2,838,712	3,316,787	2,415,028	3.3	-27.2	-4.8
8 대한민국	1,999,761	2,163,579	2,144,893	2,069,891	2,247,961	3.1	8.6	3.0
9 프랑스	1,928,915	2,036,149	1,802,771	1,979,699	2,095,269	2.8	5.8	2.1
10 뉴질랜드	1,483,225	1,621,521	1,614,607	1,718,835	1,770,680	2.4	3.0	4.5

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 옥수수 기타, 대두 기타, 조제 닭고기, 밀과 메슬린, 냉동 돼지고기 기타 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

옥수수 기타 수입액은 7.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 58억 3,768만 달러로 2021년 대비 23.5% 증가하였다. 또한 2018년 이후 연평균 14.8% 증가하는 추세를 보인다.

대두 기타 수입액은 3.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 25억 9,726만 달러로 2021년 대비 25.1% 증가하였다. 또한 2018년 이후 연평균 13.9% 증가하는 추세를 보인다.

조제 닭고기 수입액은 3.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 24억 8,878만 달러로 2021년 대비 10.5% 증가하였다. 또한 2018년 이후 연평균 0.7% 증가하는 추세를 보인다.

밀과 메슬린 수입액은 3.3% 비중을 차지하며, 2022년 약 23억 9,297만 달러로 2021년 대비 40.5% 증가하였다. 또한 2018년 이후 연평균 11.0% 증가하는 추세를 보인다.

냉동 돼지고기 기타 수입액은 3.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 23억 8,073만 달러로 2021년 대비 1.8% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 0.8% 감소하는 추세를 보인다.

이 밖에도 유채씨 기타(2.7%) 냉동 쇠고기(2.6%), 신선 돼지고기(2.5%) 등을 수입하였다.

<일본 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	62,835,095	63,457,399	61,317,927	66,801,898	73,562,172	100.0	10.1	4.0
1 옥수수 기타	3,363,106	3,510,218	3,283,435	4,726,974	5,837,681	7.9	23.5	14.8
2 대두 기타	1,540,614	1,535,275	1,491,254	2,075,822	2,597,263	3.5	25.1	13.9
3 조제 닭고기	2,419,251	2,420,340	2,229,177	2,251,722	2,488,782	3.4	10.5	0.7
4 밀과 메슬린	1,574,950	1,416,818	1,452,764	1,702,993	2,392,974	3.3	40.5	11.0
5 냉동 돼지고기 기타	2,460,385	2,655,799	2,368,736	2,338,279	2,380,734	3.2	1.8	-0.8
6 유채씨 기타	1,125,496	1,032,791	965,838	1,602,764	1,966,561	2.7	22.7	15.0
7 냉동 쇠고기	1,363,366	1,394,397	1,375,627	1,504,700	1,897,436	2.6	26.1	8.6
8 신선 돼지고기	1,935,582	1,964,463	2,070,159	2,097,297	1,843,808	2.5	-12.1	-1.2
9 신선 쇠고기	2,089,662	2,110,172	1,950,940	2,187,537	1,839,177	2.5	-15.9	-3.1
10 커피	1,146,582	1,139,563	1,052,939	1,184,028	1,624,593	2.2	37.2	9.1

*주: HS CODE(1005.90, 1201.90, 1602.32, 1001.99, 0203.29, 1205.10, 0202.30, 0203.19, 0201.30, 0901.11)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對일본 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 21억 6,073만 달러로 약 2018년 20억 8,410만 달러에서 연평균 0.9% 증가하였다. 2019년과 2020년 사이 수출액이 다소 감소하였으나, 이후 수출 회복세를 보이고 있다.

농산물

농산물 수출액은 66.7% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 14억 4,170만 달러로 2021년 대비 7.8% 증가하였다. 또한 2018년 이후 연평균 4.0%의 증가세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 28.9% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 6억 2,355만 달러로 2021년 대비 1.7% 감소하였다. 또한 2018년 이후 연평균 4.8%의 감소세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 2.7% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 5,905만 달러로 2021년 대비 28.6% 증가하였다. 또한 2018년 이후 연평균 14.8%의 높은 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 1.7% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 3,642만 달러로 2021년 대비 6.6% 감소하였다. 또한 2018년 이후 연평균 10.1%의 감소세를 보이고 있다.

<한국산 對일본 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	2,084,105	2,158,304	1,995,051	2,056,693	2,160,737	100.0	5.1	0.9
농산물	1,234,109	1,331,653	1,254,577	1,337,199	1,441,702	66.7	7.8	4.0
수산물	760,266	731,422	658,663	634,596	623,557	28.9	-1.7	-4.8
축산물	33,948	30,933	34,843	45,904	59,054	2.7	28.6	14.8
임산물	55,782	64,297	46,968	38,993	36,423	1.7	-6.6	-10.1

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **조제식료품, 단고추(벨타입), 설탕과자류, 조미김, 김치** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '양조식초'와 '라면' 등이 있으며, 2022년 '양조식초' 수출액은 2018년 대비 602.3% 증가하여 연평균 성장률 62.7%를 기록했다. '라면' 역시 같은 기간 동안 91.2% 증가하며 연평균 17.6%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

조제식료품 수출액은 4.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 8,940만 달러로 2021년 대비 16.7% 감소하였다. 또한 2018년 이후 연평균 4.8% 감소하는 추세를 보인다.

단고추(벨타입) 수출액은 3.4% 비중을 차지하며, 2022년 7,288만 달러로 2021년 대비 10.9% 감소하였다. 또한 2018년 이후 연평균 5.6% 감소하는 추세를 보인다.

설탕과자류 수출액은 3.2% 비중을 차지하며, 2022년 6,960만 달러로 2021년 대비 11.1% 증가하였다. 또한 2018년 이후 연평균 0.2%로 증가하는 추세를 보인다.

조미김 수출액은 3.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 6,766만 달러로 2021년 대비 9.2% 감소하였다.

김치 수출액은 2.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 6,099만 달러로 2021년 대비 23.9% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 2.1% 증가하는 추세를 보인다.

<한국산 對일본 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

일본	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	2,084,105	2,158,304	1,995,051	2,056,693	2,160,737	100.0	5.1	0.9
1 조제식료품	108,664	94,909	97,918	107,356	89,402	4.1	-16.7	-4.8
2 단고추(벨타입)	91,821	91,244	86,211	81,795	72,880	3.4	-10.9	-5.6
3 설탕과자류	69,031	69,852	67,146	62,669	69,603	3.2	11.1	0.2
4 조미김	0	21,060	78,073	74,508	67,660	3.1	-9.2	N/A
5 김치	56,104	55,184	71,099	80,124	60,996	2.8	-23.9	2.1
6 라면	31,676	33,745	54,545	65,277	60,627	2.8	-7.1	17.6
7 양조식초	8,378	26,794	38,592	54,753	58,655	2.7	7.1	62.7
8 건조김	55,671	59,006	54,697	39,615	40,880	1.9	3.2	-7.4
9 코코아 가루	29,564	30,429	32,196	30,982	37,525	1.4	21.1	6.1
10 소주	49,095	44,557	40,643	35,848	35,669	1.7	-0.5	-7.7

*주: HS CODE(2106.90-9099, 0709.60-1000, 1704.90-9000, 2008.99-5010, 2005.99-1000, 1902.30-1010, 2209.00-1000, 1212.21-1010, 1806-10.0000, 2208.90-4000)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 오프라인 유통채널 규모

개요

일본의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 37조 5,679억 엔에서 연평균 1.5% 성장하여 2022년 39조 8,096억 엔으로 집계되었다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 16조 7,783억 엔에서 연평균 1.3% 성장하여 2022년 17조 6,743억 엔으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 44.4% 비중을 차지하고 있다.

편의점

편의점의 규모는 2018년 7조 9,951억 엔에서 연평균 3.1% 성장하여 2022년 9조 371억 엔으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 22.7% 비중을 차지하고 있다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2018년 6조 5,089억 엔에서 연평균 3.4% 성장하여 2022년 7조 4,293억 엔으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 18.7% 비중을 차지하고 있다.

<일본 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 십억 엔, %)

일본	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	37,567.9	38,434.4	38,825.4	38,775.5	39,809.6	100.0	2.7	1.5
슈퍼마켓	16,778.3	16,474.7	17,532.1	17,509.4	17,674.3	44.4	0.9	1.3
편의점	7,995.1	8,427.5	7,845.0	7,978.4	9,037.1	22.7	13.3	3.1
하이퍼마켓	6,508.9	7,643.1	7,569.7	7,499.9	7,429.3	18.7	-0.9	3.4
소규모 식료품점	3,537.6	3,413.5	3,276.7	3,228.3	3,169.1	8.0	-1.8	-2.7
전문 판매점	2,354.9	2,249.0	2,141.1	2,019.9	1,942.2	4.9	-3.8	-4.7
창고형 매장	393.3	406.7	460.8	539.7	557.6	1.4	3.3	9.1

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

*출처: 「Retail in Japan」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장수

개요

일본의 오프라인 유통채널의 매장 수는 2018년 29만 3,034개에서 연평균 1.6% 감소하여 2022년 27만 4,955개로 집계되었다.

소규모 식료품점

소규모 식료품 매장 수는 2018년 10만 6,345개에서 연평균 1.4% 감소하여 2022년 10만 317개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 36.5%를 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 10만 5,803개에서 연평균 3.5% 감소하여 2022년 9만 1,786개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 33.4%를 차지하고 있다.

편의점

편의점 매장 수는 2018년 6만 1,977개에서 연평균 0.3% 증가하여 2022년 6만 2,632개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 22.8%를 차지하고 있다.

<일본 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

일본	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	293,034	289,792	285,608	279,222	274,955	100.0	-1.5	-1.6
소규모 식료품점	106,345	105,188	103,725	102,192	100,317	36.5	-1.8	-1.4
전문 판매점	105,803	103,575	101,185	95,458	91,786	33.4	-3.8	-3.5
편의점	61,977	61,841	61,334	62,086	62,632	22.8	0.9	0.3
슈퍼마켓	17,336	17,325	17,517	18,153	18,403	6.7	1.4	1.5
하이퍼마켓	1,547	1,837	1,820	1,803	1,786	0.6	-0.9	3.7
창고형 매장	26	26	27	30	31	0.0	3.3	4.5

*주: 전문 판매점·식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

*출처: 「Retail in Japan」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① 7-Eleven

Seven & I Holdings Co Ltd 소속으로, 2022년 8.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.11% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 0.37% 감소하였다.

② Family Mart

FamilyMart Co Ltd 소속으로, 2022년 7.7%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 42.59% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 11.29% 증가하였다.

③ AEON

AEON Group 소속으로, 2022년 7.7%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.28% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 1.25% 감소하였다.

④ Lawson

Lawson Inc 소속으로, 2022년 4.2%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.44% 증가한 반면, 2019년 대비 연평균 2.21% 감소하였다.

⑤ MaxValu

AEON Group 소속으로, 2022년 2.7%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 15.63% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 1.19% 감소하였다.

<일본 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 7-Eleven	9.0	8.7	9.0	8.9	-1.11	-0.37
2 Family Mart	5.6	5.0	5.4	7.7	42.59	11.29
3 AEON	8.0	7.9	7.8	7.7	-1.28	-1.25
4 Lawson	4.5	4.1	4.1	4.2	2.44	-2.21
5 MaxValu	2.8	3.2	3.2	2.7	-15.63	-1.19
6 Life	1.9	1.9	2.0	1.9	-5.00	0.00
7 Ito-Yokado	2.2	2.0	2.0	1.9	-5.00	-4.63
8 York	1.3	1.5	1.5	1.8	20.00	11.68
9 Seiyu	-	-	1.4	1.7	21.43	-
10 Costco	1.1	1.2	1.4	1.4	0.00	8.02

*출처:「Retail in Japan」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	7 Eleven	창립연도	1927년
	점유율	8.9%	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.yahoo.co.jp	매장 수	21,370
	<ul style="list-style-type: none"> - 편의점 브랜드로, 7-Eleven Japan Co Ltd 산하 브랜드 - ATM 및 외화 환전기가 설치된 점포가 영업 중이며, 매장 내 화장실을 마련해 무료로 고객들에게 제공하는 점포가 다수 운영 중 - 식품 유형별로 같은 온도에서 배송하는 온도대별 배송 서비스 운영 중 - 가나가와현과 홋카이도 지점 200여 곳에서 다이소 상품을 시범적으로 판매 중 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 7-Eleven 홈페이지, 「Retail in Japan」(유로모니터)

	브랜드명	Family mart	창립연도	1978년
	점유율	7.7%	브랜드 국적	일본
	웹사이트	www.family.co.jp	매장 수	16,562개
	<ul style="list-style-type: none"> - 편의점 브랜드로, FamilyMart Co Ltd 산하 브랜드 - 포인트 제도를 운영 중이며, 식당·약국·농협 등과 제휴한 일체형 점포를 운영 하기도 함 - 일본 애니메이션 캐릭터와 제휴한 다양한 상품을 판매 중 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: Family mart 홈페이지, 「Retail in Japan」(유로모니터)

	브랜드명	AEON	창립연도	1970년
	점유율	7.7%	브랜드 국적	일본
	웹사이트	www.aeon.co.jp	매장 수	1,930개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마켓으로, ministop 등 다양한 식료품 유통채널을 운영 중인 AEON 그룹 산하 브랜드 - 신선식품, 일용품, 가전, 반려동물 용품 등 판매 상품군이 다양함 - 단독 매장 뿐만 아니라, 쇼핑몰 내부에 입점한 점포의 형태로도 운영 중 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: Aeon 홈페이지, 「Retail in Japan」(유로모니터)

	브랜드명	Lawson	창립연도	1939년
	점유율	4.2%	브랜드 국적	일본
	웹사이트	www.lawson.co.jp	매장 수	14,657개
	<ul style="list-style-type: none"> - 편의점 브랜드로, Lawson Inc 산하 브랜드 - 1인 가구를 타겟으로 다양한 맛과 종류의 간편식, 도시락 제품 판매 - 식료품뿐만 아니라, 일본 생활용품 브랜드 '무인양품'의 제품을 시범 판매하는 등, 생활용품 판매 역시 확대하려는 추세 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: Lawson 홈페이지, 「Retail in Japan」(유로모니터)

	브랜드명	MaxValu	창립연도	1994년
	점유율	2.7%	브랜드 국적	일본
	웹사이트	www.maxvalu.co.jp	매장 수	665개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, AEON 그룹 산하 브랜드 - 긴 영업시간이 특징으로, 24시간 영업 점포가 다수 운영 중 - 산지 농가에서 직배송한 '직판 신선 농산물'을 판매하고 있으며 온라인으로 주문 후 오프라인 픽업 서비스, 온라인 어플을 통한 배송 서비스 역시 제공 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: Maxvalu 홈페이지, 「Retail in Japan」(유로모니터)

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 일본의 식품 온라인 시장규모는 2조 6,177억 엔 규모로 전년 대비 6.4% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 9.4% 성장했다.

<일본 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 십억 엔, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
1,824.6	1,925.2	2,198.5	2,459.2	2,617.7	6.4	9.4

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail in Japan」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

① Rakuten Marketplace

Rakuten Group Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 23.3%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 3.6% 증가하였다.

② Co-op

일본 생활협동조합에서 운영하는 사이트로, 2022년 13.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 5.6% 증가한 반면, 2019년 대비 연평균 0.7% 감소하였다.

③ Amazon

Amazon.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 12.4%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 6.1% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 1.7% 증가하였다.

④ Amazon Marketplace

Amazon.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 10.6%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 7.1% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 6.6% 증가하였다.

⑤ AEON

AEON Group에서 운영하는 사이트로, 2022년 9.4%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.1% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 8.8% 증가하였다.

<일본 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Rakuten Marketplace	-	-	22.5	23.3	3.6	N/A
2 Co-op	13.5	11.9	12.4	13.1	5.6	-0.7
3 Amazon	11.6	12.4	13.2	12.4	-6.1	1.7
4 Amazon Marketplace	8.2	8.9	9.9	10.6	7.1	6.6
5 AEON	6.7	9.9	9.3	9.4	1.1	8.8
6 Japanet Takata	4.2	3.8	3.8	4.1	7.9	-0.6
7 au PAY Market	2.7	2.7	3.1	3.6	16.1	7.5
8 DHC	0.7	0.6	0.5	0.6	20.0	-5.0
9 Omni-7	0.8	0.7	0.7	0.6	-14.3	-9.1
10 Lohaco	0.5	0.4	0.4	0.4	0.0	-7.2

*출처: 「Retail in Japan」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Rakuten Marketplace	운영업체	Rakuten Group Inc
	점유율	23.3%	웹사이트	www.rakuten.co.jp
<ul style="list-style-type: none"> - 일본 최대의 종합 전자상거래 유통채널로, 신선 농수산물, 한국산 식품 등 다양한 식품을 판매 중 - 최근 무인·드론 배송 서비스를 시범 도입하는 등, 무인 배송 서비스 확대를 추진 중 - 전자상거래뿐만 아니라 통신, 여행 등 다양한 산업군에 진출함 - 입점 시 심사를 통과해야 하며, 등기부등본 등 각종 서류를 요구할 수 있음 				
<p>사진</p>				
	<p>사이트 화면</p>		<p>무인 배송 로봇과 드론</p>	

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「일본의 온라인 플랫폼 현황 및 진출전략 조사」(한국농식품유통공사), 20p
 *출처: Rakuten 홈페이지, 「Retail in Japan」(유로모니터)

	사이트명	Co-op	운영업체	일본소비자협동조합(JCCU)
	점유율	13.1%	웹사이트	http://goods.jccu.coop
<ul style="list-style-type: none"> - 일본 생협 조합원이 생산한 제품을 판매하는 판매 사이트로, 신선 농산물 판매에 특화 - 신선식품 외에도 가공식품, 일용잡화, 의류, 가구, 침구, 가전 등을 판매 - 조합원이 생산한 농산물이 현지 생협에서 직배송하기 때문에 제품 선도 측면에서 소비자 신뢰도가 높음 				
<p>사진</p>				
	<p>사이트 화면</p>		<p>판매 중인 신선식품</p>	

*출처: Co-op 홈페이지, 「Retail in Japan」(유로모니터)

	사이트명	Amazon	운영업체	Amazon.com Inc
	점유율	12.4%	웹사이트	www.amazon.co.jp
	<ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 B2C 전자상거래 플랫폼 - 식품의 경우 신선농산물 취급 비중은 낮으며, 주로 가공식품 위주로 판매 - 제품 배송 시 발생하는 탄소 배출량을 저감하기 위해, 리어카를 부착한 전동 자전거를 이용한 원마일(1 Mile) 배송 서비스를 도입 - 로봇을 활용해 생산성을 높인 물류 창고를 2023년 8월에 완공 - 입점 시 입점자 계정으로 사업자용 포털인 '셀러 센트럴'에서 신청해야 함 			
사진				
	사이트 화면		리어카를 부착한 전동 자전거	

*출처: Amazon Japan 홈페이지, 「Retail in Japan」(유로모니터)

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

일본의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 39조 8,096억 엔에서 연평균 0.2% 성장하여 2026년 40조 856억 엔 규모에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년 17조 6,743억 엔에서 연평균 0.7% 성장하여 2026년 18조 1,875억 엔 규모에 이를 것으로 전망된다.

편의점

편의점의 규모는 2022년 9조 371억 엔에서 연평균 0.9% 성장하여 2026년 9조 3,622억 엔 규모에 이를 것으로 전망된다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2022년 7조 4,293억 엔에서 연평균 0.9% 감소하여 2026년 7조 1,556억 엔 규모에 이를 것으로 전망된다.

<일본 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 엔, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	39,809.6	39,922.9	39,864.4	39,977.3	40,085.6	100.0	0.3	0.2
슈퍼마켓	17,674.3	17,851.0	17,834.3	18,012.6	18,187.5	45.4	1.0	0.7
편의점	9,037.1	9,131.7	9,218.8	9,287.9	9,362.2	23.4	0.8	0.9
하이퍼마켓	7,429.3	7,358.0	7,293.9	7,221.5	7,155.6	17.9	-0.9	-0.9
소규모 식료품점	3,169.1	3,156.4	3,109.8	3,072.9	3,038.4	7.6	-1.1	-1.0
전문 판매점	1,942.2	1,849.7	1,813.4	1,752.1	1,693.7	4.2	-3.3	-3.4
창고형 매장	557.6	576	594.2	630.2	648.2	1.6	2.9	3.8

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

*출처: 「Retail in Japan」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

일본의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 3.2%로 성장하여, 2026년 2조 9,685억 엔에 이를 것으로 전망된다.

<일본 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 엔, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
2,617.7	2,708.4	2,802.6	2,889.8	2,968.5	2.7	3.2

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail in Japan」(유로모니터)

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가심층보고서

일본 식품 유통구조 (2022.07)	<ul style="list-style-type: none"> - 농산, 축산, 수산식품 유통경로 - 수입식품 주요 유통경로 - 농산물 유통경로 개요
일본 온·오프라인 식품 유통채널 (2022.07)	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 대형 유통 채널: ①백화점 ②슈퍼마켓 ③편의점 ④드럭스토어 · 한국 식품 유통 매장 - 온라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 전자상거래: ①가상쇼핑몰 ②자사 통신판매 ③유통계 통신판매 · 소셜커머스

2.4.2 해외지사별 보고서

일본 아웃도어 가능 가공식품 유통채널 현황 (2022.08)	<ul style="list-style-type: none"> - 아웃도어 대상 식품의 유통 구조 - 유통 상품 이미지 및 정보 - 주요 스포츠용품점 목록 - 아웃도어 가능 식품을 취급하는 유통업자 목록
일본 냉동식품 시장분석 (2022.10)	<ul style="list-style-type: none"> - 소매점별 냉동식품 취급 현황 - 일반 식품 소매점의 냉동식품 취급현황 - 수입식품 전문점의 냉동식품 취급현황 - 기타 소매점의 냉동식품 취급현황
코로나 이후 일본 식품시장 변화 (2022.10.)	<ul style="list-style-type: none"> - 코로나 이전 슈퍼마켓의 판촉 전략 <ul style="list-style-type: none"> · 시식, pop, 머스트바이 캐메인, 페어(상품 판매대, 행사) - 코로나 팬데믹 중 새로운 판촉 전략 사례 <ul style="list-style-type: none"> · 쇼루밍 공간, 온라인 권장 판매, 라이브 커머스, SNS를 활용한 메뉴 제안

2.4.3 맞춤형 시장조사 보고서

일본 흑더덕가공식품 유통정보 (2023.10)	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 흑더덕가공식품 유통채널 점유율 - 일본 가공식품의 주요 유통채널 <ul style="list-style-type: none"> · 주요 유통채널: ①라이프 ②세이유 ③맥스밸류 ④장터한국광장 ⑤에스마트 ⑥마쓰모토키요시 ⑦츠루하 ⑧다이코구드러그 ⑨아마존재팬 ⑩라쿠텐
일본 다이어트 보조제 유통정보 (2023.08)	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 다이어트보조제 유통채널 점유율 - 일본 건강기능식품의 주요 유통채널 <ul style="list-style-type: none"> · 주요 유통채널: ①장터한국광장 ②서울시장 ③아마존재팬 ④라쿠텐 ⑤츠루하 ⑥다이코쿠
일본 목이버섯 유통정보 (2023.03)	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 목이버섯 유통구조 및 현황 <ul style="list-style-type: none"> · 식음료 오프라인·온라인 유통채널 현황 - 주요 유통채널 분석 <ul style="list-style-type: none"> · 슈퍼마켓: ①AEON ②ITO-YOKAO · 온라인: ①AMAZON

3

수출품목 및 소비 트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 식초(수출상위 품목)

시장현황

일본에서 식초는 주로 조미료 용도로 사용되었으나, 여성 소비자의 미용에 대한 관심 증가와 함께 코로나19 장기화로 인해 건강기능식품 수요가 높아지면서 음용식초 소비량이 급격하게 증가하고 있는 상황이다.

중국, 이탈리아 등 국가와 함께 일본이 전 세계 대표적인 식초 생산국으로 알려져 있음에도 불구하고, 한국 음용식초는 다양한 맛의 제품을 출시하여 다른 제품과 차별화하였고 적극적인 홍보·마케팅을 통해 일본 음용식초 시장을 이끌고 있다.

현재 일본 음용식초 생산기업은 콩 또는 단백질을 첨가한 제품을 출시하는 등 제품 경쟁력을 높이고 차별화하기 위해 노력하고 있다. 한국 기업 또한 식초 음료에만 국한되지 않고, 곤약 젤리나 탄산음료 등 새로운 상품을 출시하여 소비자의 관심을 끌고 있다.

시사점

식초의 활용범위는 무궁무진하므로, 한국산 음용식초가 확보한 안전성과 기능성의 긍정적 이미지를 보다 강화하는 전략이 필요할 것으로 보인다. 새로운 맛과 새로운 형태에 건강기능성을 강화한 신상품을 개발한다면 시장에서 크게 주목받을 수 있을 것으로 예상된다.



*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2022 지구촌리포트 121호 음용이 조리용을 역전한 일본 식초시장, 한국농수산물유통공사

②과자(수출상위 품목)

시장현황

당류 과자·스낵바 및 과일류 간식 시장은 기존의 간편식을 대체하여 꾸준히 소비가 증가하고 있다. 일본에서 한국 과자는 단맛과 짠맛의 조화로운 특징을 보이는 제품으로 인식되어 인기를 누리고 있다. 특히 코로나19 이후 재택근무가 일상화되고 가정에 머무는 시간이 늘어남과 함께, 전 세계적으로 한국 드라마가 큰 인기를 끌면서 한국 과자에 대한 수요가 늘어나는 추세이다.

'Rankin goo' 조사에 따르면 일본 소비자는 한국 과자를 소비하는 주된 이유로 '한국 과자가 일본 제품과 달리 복합적인 맛을 즐길 수 있기 때문'으로 꼽았으며, '화려한 포장' 또한 중요한 구매 요인으로 고려하고 있다.

시사점

과자류 시장은 인플레이션 및 코로나19 이후 위축된 경제 분위기에서도 꾸준한 성장세를 보이며, 변화된 환경에서 식사를 대체하는 간편식의 위상을 확보하고 있다. 전 세계적인 K-푸드 유행 속에서 한국산임을 강조하는 마케팅이 필요할 것으로 보인다.



일본에서 판매되는 한국산 과자류 제품

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶출처

수출기업 맞춤형조사 2022-100 일본 과자류, 한국농수산물유통공사

③라면(해외지사 추천품목)

시장현황

세계 최초로 인스턴트 라면과 컵라면을 개발한 닛신 식품사에서 '돌솥 비빔밥면'과 '카라멘(辛麵:신면)'에 이어 컵라면 '볶음면'을 출시하는 등 지속적으로 한국식 제품을 출시하고 있다. 일본 소비자들은 불닭볶음면에 대해 일본 현지 라면과 달리 굉장히 맵고 면발이 쫄깃한 제품으로 평가하고 있다.

일본으로의 한국 라면 수출량은 꾸준히 늘고 있는 추세이며, 2022년 기준 우리나라의 일본 라면 수출액 규모는 약 6,063만 달러로 중국, 미국에 이어 세 번째로 높은 것으로 나타났다. 2018년(3,168만 달러)와 비교 시 4년 만에 91% 가량 증가하였다.

시사점

미디어 및 SNS에 익숙한 일본 내 젊은 소비자를 중심으로 한국 식품과 매운맛에 대한 인지도 및 선호도가 높게 나타났다. 한국 식품의 매운맛이 일종의 트렌드 및 이슈로 자리매김하면서, 일본 소비자들에게 각인시킬 수 있는 다양한 프로모션 활동이 필요할 것으로 보인다.

		
볶음면 컵라면	카라멘(매운맛 라면)	고추장찌개맛 컵라면

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

해외시장동향 2023.04.07. 일본, 대기업 식품업계에서도 한류열풍, 한국농수산물유통공사

④홍삼(해외지사 추천품목)

시장현황

한국산 홍삼이 일본에서 인지기능개선 효과를 인정받아 2023년 5월 15일 일본 소비자청에 기능성표시식품으로 등록되었다. 국내 인삼 수출업체와 일본 연구진과 협력해 일본 내 성인을 대상으로 홍삼 복용 효과 임상시험을 실시하는 등 홍삼의 주성분인 '진세노사이드' 기능성에 과학적 근거를 확보하고자 노력해 온 결과, 인지기능(기억력) 개선 효과를 최종 인정받았다.

2023년 4월 기준 對일본 인삼류 수출은 전년 동기 대비 12.4% 증가한 8,300만 달러를 기록했다. 최근 일본에서는 인삼 음료, 홍삼 조제품 등 먹기 편리하고 가격 부담이 적은 간편 제품에 대한 수요가 증가하고 있다.

시사점

기능성표시 제도를 활용하여 객관적이고 과학적으로 식품의 기능성이 입증되기 때문에 타 경쟁식품 대비 자사제품의 차별성, 우위성을 어필할 수 있을 것으로 보여진다.

특히 홍삼은 일본에서 기능성표시식품으로 등록되어, 한국산 홍삼 관련 제품을 찾는 일본 소비자가 늘어날 것으로 기대된다.

		
홍삼 농축액로알	홍삼 스틱	홍삼 농축액

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶출처

보도자료 2023.06.15. 한국인삼, 일본 드록스토어 통해 수출 늘린다.

2022 수출기업 맞춤형조사 2022-77 일본 홍삼농축액, 한국농수산물유통공사

⑤ 밀키트(현지시장 이슈품목)

시장현황

일본농률협회종합연구소는 2024년 일본 밀키트 시장이 1,900억 엔(2조 원) 규모로 성장할 것으로 전망하였다.

일본 외식정보 제공 사이트 구루나비에서 2022년 실시한 조사에 따르면, 코로나 이후 일본 내 밀키트 이용정도 및 인지도가 높아지고 있는 것으로 나타났다. 일본 MMD 연구소가 1년 이내 밀키트를 주문한 적이 있는 소비자를 대상으로 밀키트 이용 실태를 조사한 결과, 밀키트 구매 이유로 '시간을 단축할 수 있다(36.9%)', '식단을 고민할 필요가 없다(33.2%)', '식재료를 낭비하지 않아도 된다(26.6%)' 등을 꼽았다.

aT 도쿄지사 조사에 의하면, 일본 밀키트 사이트 중 이용률이 가장 높은 곳은 오이식스(Oisix)인 것으로 분석되었으며, 최근에는 구루메랩(ぐる×Lab), 요시케이(Yoshikei) 등 다양한 사이트가 활발히 운영되고 있다.

시사점

밀키트 매출액은 지속적으로 증가하는 가운데, 외식 시장 회복과 함께 외식업체의 대표 메뉴를 가정에서도 손쉽게 맛볼 수 있는 고품질의 밀키트가 인기를 끌 것으로 전망된다. 특히 한식 및 한식당에 대한 관심이 증가하고 있는 현재, 이를 활용한 '한식 밀키트' 등 차별화된 제품에 대한 시장 수요가 확대될 것으로 기대된다.



*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

ミールキット認知度6割 ぐるなび調査 コロナ禍で利用頻度増加, Minato-Yamaguchi

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 2023년 일본 냉동식품 소비시장 성장세, 1인당 소비 최고치 기록

이슈배경

고령자 인구의 증가와 맞벌이 가구의 비율 확대로 인한 사회구조의 변화와 함께, 코로나19 팬데믹으로 인해 가정 내 식사 수요가 증가하였다. 이러한 추세에 따라 보관 및 조리 편의성을 앞세운 냉동식품에 대한 선호도가 상승하며 관련 시장이 확대되고 있다.

이슈내용

2022년 일본 국민 1인당 냉동식품 소비량은 전년 대비 3.5% 증가한 24kg으로, 역대 최고 수치를 기록했다. 소비층의 변화로 인해 간편하게 소량 조리가 가능하고 음식물 쓰레기를 줄일 수 있는 냉동식품 수요가 증가하고 있다.

이러한 흐름에 따라, 일본의 수도권 지역을 중심으로 냉동식품에 특화된 새로운 형태의 점포들이 눈에 띄게 증가하고 있다. 이와테현의 '남부미인'의 냉동 생주(사케), 요코하마 차이나타운 '만진루'의 냉동 스프 등 일본 내 유명 외식업체는 매장에서 판매하는 제품을 냉동한 제품을 판매하여 인기를 끌고 있다.

뿐만 아니라, 장기 보관 가능한 냉동식품의 특성을 살려 무인 판매점의 확장도 이뤄지고 있다. 고토우치 그루메 셀렉션과 같은 무인 점포에서는 일본 전역의 향토 음식을 24시간 판매하고 있으며, 전통 과자 전문점인 후지야는 냉동 제품 판매를 위한 자동판매기 'FUJIYA CAKE's STAND'를 설치하여 높은 매출을 기록하였다.

이 밖에도 편의점 체인 로손은 냉동 오니기리의 시험 판매를 실시하는 등 다양한 유통채널에서 냉동식품 판매를 확대하고 있다.

한국산 식품이 일본 시장에서 인기를 얻고 있는 상황에서 유통기한 및 소비자 수요를 고려하여 일본 냉동식품 시장 진출에 적극적으로 고려해 볼 필요가 있다.

▶ 출처

해외시장동향 2023.08.31. [일본] 식을 줄 모르는 냉동식품의 인기

② 유산균 음료 시장, 빠른 성장세 돌입

이슈배경

최근 건강에 대한 관심이 증가함에 따라 유산균 음료 시장이 급격히 성장하고 있다. 코로나 팬데믹 이후의 건강 지향적인 일본 내 소비 트렌드로 인하여, 건강 관련 식품에 대한 수요가 증가하고 있다.

이슈내용

2023년 3월 일본 전국 슈퍼마켓에서 발생한 판매 데이터에 따르면, 유산균 음료의 판매액은 코로나19 이전인 2019년도와 비교하여 63% 증가한 것으로 나타났으며, 판매량 역시 55% 상승하였다.

이 중에서도 한 병당 110mL에 10억 개의 유산균을 함유한 야쿠르트의 'Y1000'은 2021년 10월 출시된 이후 판매액이 5.3배로 증가하는 등 큰 인기를 얻고 있다. 인기에 힘입어 전체 유산균 음료의 판매액 및 판매량은 각각 10% 이상 상승하였다.

닛신요쿠 등 다른 제조사들도 시장의 기회를 포착하여 다양한 유산균 제품을 출시하고 있다. 그 중 '피루카루 미라클케어'는 1병에 600억 개의 유산균을 함유하였고 수면 질 개선 기능으로 소비자의 주목을 받고 있다.

여타 식품 회사들이 원재료 가격 상승을 이유로 상품 가격을 인상하는 가운데, 유산균 음료의 가격은 일정 수준을 유지하고 있음에도 불구하고 평균 판매액은 2019년에 비해 5% 상승하였다.

건강에 관한 기능성을 표시한 제품 출시가 확대되면서, 일본 소비자 또한 제품 구매 시 이를 꼼꼼히 확인하는 추세를 보이고 있다. 건강에 대한 관심도와 유산균 음료 시장의 성장 가능성이 전망된다.

▶ 출처

해외시장동향 2023.05.17. [일본] 유산균음료 가파른 시장 성장세

③ 건강한 단백질의 새로운 가능성, '템페'에 주목

이슈배경

건강한 단백질에 대한 관심 확대에 따라 채식주의 또는 건강 지향적 소비자들 사이에 '템페'가 주목받고 있다. 템페는 인도네시아에서 흔히 섭취하는 콩 발효 식품으로, 일본 소비자들에게 콩을 주재료로 사용하고 높은 단백질 함유량으로 인해 향후 수요가 더욱 증가할 것으로 전망된다.

이슈내용

템페는 인도네시아의 전통적인 콩 발효식품으로, 일본에서는 낫토와 유사하게 인식되지만, 템페는 낫토에 비해 점액질이 없고 냄새가 강하지 않은 편이며 담백한 맛이 특징이다. 인도네시아에서는 일반적으로 템페를 마트에서 구매할 수 있으며, 가정에서도 간단한 방법으로 제조된다.

템페의 매력은 낮은 칼로리와 단백질, 식이섬유, 비타민 등의 풍부한 영양소 함량, 발효 과정을 통해 콩의 영양성분이 더욱 향상된다는 점에 있다.

과거 일본 현지매체를 통해 템페가 소개되었으나 당시 생소한 이미지로 인해 일시적인 주목을 받는 데 그쳤다. 하지만 2022년 일본 레시피 사이트에서 템페에 관한 검색 빈도가 증가하며 다시금 주목받고 있다.

2022년 11월, 식품 회사 'hakko project'는 일본산 템페 상품인 'nattojanes'를 출시하였으며, 조리 없이 바로 섭취할 수 있는 특징을 활용한 상품 개발을 계획 중이다. 특히, 고단백 식사를 선호하는 남성층을 주요 타겟으로 하고 있다.

템페는 낫토와 달리 냄새가 없고 가공하기 쉬워 상품 개발이 보다 용이할 것으로 보이며, 특히 건강한 단백질에 대한 관심이 높아지는 현재의 식품 트렌드에 부합할 것으로 예상된다.

▶ 출처

해외시장동향 2023.02.24. [일본] 대체육 수요 확대에 따른 콩 발효식품 주목

④ 화려한 모양 젤리가 Z세대를 사로잡다

이슈배경

젤리는 화려한 외형과 자유도가 높아 SNS에서 큰 인기를 끌고 있다. 특히 Z세대를 중심으로 젤리에 대한 관심이 높아지며, 소매점에서는 새롭고 독특한 젤리 상품을 판매하며 소비자들의 주목을 받고 있다. 일본 편의점에서는 다양한 신상품이 빠르게 출시되고 있으며, 특히, 유튜브, 틱톡 같은 SNS를 통해 정보가 빠르게 확산되면서 Z세대를 중심으로 소비시장이 확대되고 있다.

이슈내용

일본 편의점은 다양한 소비자의 요구에 부응하기 위해, 빠르게 변화하는 시장 트렌드를 캐치하고 이에 발맞춰 신제품을 선보이고 있다. 젤리 제품은 소비자들 사이에서 높은 인기를 끌며, 제품 출시일에 편의점을 방문하는 고객들이 목격될 정도로 그 수요가 높은 것으로 파악되고 있다. 신제품 출시 당일에는 매장 내 포스터를 진열하여 소비자의 관심과 구매욕을 이끌어내는 활발한 마케팅을 전개하고 있다.

일본의 대표적인 편의점 체인 세븐일레븐은 2022년 10월 젤리 관련 상품의 판매대 면적을 50% 늘렸는데, 이는 2022년도의 젤리 매출 예상치가 2021년 대비 20~30% 증가할 것으로 전망했기 때문이다. 또 다른 편의점 체인 패밀리마트에서도 젤리 판매대를 20% 확대했으며, 매출은 전년 동기간 대비 20% 증가한 것으로 나타났다.

슈퍼마켓에서의 젤리 판매도 계속 증가하고 있으며, 일부 슈퍼마켓은 기존 점포의 3배에 해당하는 다양한 종류의 젤리를 판매하는 등 높아지는 소비자 수요에 따라 젤리 시장이 확대되고 있는 추세를 보인다.

칸로 주식회사 등 젤리 제조사는 다양한 형태와 색의 젤리를 개발하고 있으며 제품의 포장 및 마케팅 포인트로 제품이 식감을 강조하는 특징을 보인다.

Z세대 소비자는 맛뿐만 아니라 SNS 상 관심을 끄는 것을 중요하게 생각하며, 색감, 모양, 맛 등 차별화된 상품에 주목하고 있다. 한편, 소비자 관심 및 이슈 제품은 빠른 속도로 변화하고 있기 때문에 시장 진출을 위해서는 신속한 트렌드 파악과 대응 전략이 필요할 것으로 보인다.

▶ 출처

해외시장동향 2022.12.07. [일본] 화려한 모양 젤리가 Z세대를 사로잡다

⑤ 소비자 니즈가 상승 중인 저염식품

이슈배경

2019년 일본 후생노동성에서 실시한 국민건강·영양조사에 따르면 일본인의 일일 평균 식염 섭취량은 10.1g으로 나타났으며, 이는 다른 국가에 비해 높은 수준이다. 일본 정부는 2024년부터 시작하는 12개년 계획인 '건강일본21'(제3차)을 통해 성인의 식염 섭취량 목표치를 7.0g 미만으로 설정하여 국민 건강을 위해 식염 섭취량을 제한하고자 한다. 건강 지향 트렌드가 부상하면서 염분 함량을 낮춘 저염식품에 대한 관심이 높아지고 있다.

이슈내용

일본에서 저염식품 시장이 성장세를 보이고 있는 가운데, 주로 저염 조미료 및 수프류 등의 제품군에서 저염 제품 출시 및 판매가 안정적으로 이뤄지고 있다. 최근에는 건강 뿐만 아니라 맛과 편의성을 강조한 저염 및 감염 제품에 대한 소비자 수요가 증가하고 있다.

제조사에서는 소비자들의 건강에 대한 관심 증가와 염분 섭취에 대한 인식 개선에 따라 염분 사용을 줄인 제품 개발에 집중하여 다양한 신제품을 선보이고 있다. 또한, '카루시오' 제도와 같은 저염 인증 마크를 획득한 제품들이 시장에서 점점 더 자리를 잡아가며 매출 성장을 보이고 있다.

저염 및 감염 트렌드는 한국 식품 기업의 일본 진출의 기회를 제공할 것으로 보인다. 염분 함량을 낮추고 보다 건강한 식품으로 홍보 및 마케팅하여 소비자 관심을 이끌어낼 수 있을 것으로 예상된다.

▶ 출처

지구촌리포트 2023. vol135, 한국농수산물유통공사

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 일본의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 이내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
적하목록 사전제출	· 선적항 출항 24시간 전까지 NACCS 시스템을 통해 화물 적하목록 제출 · 제출내용: ①제품정보 ②송하인 및 수하인 정보 ③운송수단 정보 등	일본 운송·수입 업체
수입신고	· 일본 도착 후 NACCS 시스템을 통해 세관에 수입신고서 및 제반서류 제출 · 제출서류: ①상업송장 ②선하증권 ③원산지증명서 ④포장명세서 등	일본 수입업체
수입검사	· 관할 세관에 위치한 검역소(식물방역소 및 동물검역소)에 수입검사 신청 - ①식물방역소: 채소, 과일 등 식물계 식품 - ②동물검역소: 육류, 육류제품, 유제품 등 축산물계 식품 및 수산물 · 일본 후생노동성은 수입신고서 제출한 서류를 바탕으로 수입식품 검사 진행 - ①서류심사 ②현장검사 ③시험검사 · 또한, 후생노동성은 연간 수립하는 '수입식품 감시지도계획'에 따라 검사 대상으로 지정될 수 있음 - ①검사명령 ②지도검사 ③모니터링검사 ④행정검사	일본 수입업체
관세 납부 및 반출	· 관세 납부 완료 후 물품 반출 가능	일본 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 일본 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
원산지증명서 발급	<ul style="list-style-type: none"> ● 일본 수출 시 RCEP 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 · FTA 관세율, RCEP 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 수출물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 함

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <p style="text-align: center;"><수출신고 수리 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td>· 자동 수리</td> <td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함 	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	<ul style="list-style-type: none"> ● 일본과의 합의된 요건이 있거나, 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 일본으로 △토마토 △시금치 △배추속 △근대속 식물의 지하부 등 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 UNI-PASS를 통해 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 						

<수출검역 신청 시 제출 서류>	
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)
<ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 식물검역요건에 적합하는지 여부를 검사함 · 수출검역 결과 합격 시 수출식물검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음 	
운송수단 선적	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

②일본 수입제도 및 통관·검역 절차

▶일본 수입통관·검역 절차

사전 수입신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 일본 수입업체는 신속한 통관을 위해 수입항 도착 7일 전까지 사전 수입신고 진행 가능 · 일본 식품 수입업체는 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 사전에 수입신고 진행 가능 · 사전 수입신고 진행 시 제출된 서류를 기반으로 검사의 필요성을 심사하며, 심사 결과 검사가 필요하지 않다고 인정된 식품에 대해서는 화물 도착 직후 수입제증명이 수입업체에 교부됨 · '수입 제증명'을 발급받은 일본 수입업체는 관세납부 후 물품 반출 가능
적하목록 사전제출	<ul style="list-style-type: none"> ● 일본 수입업체 및 운송업체는 출항 24시간 전까지 적하목록 사전제출 필요 · 일본에 입항하려는 선박 컨테이너 화물의 적하정보를 선적항 출항 24시간 전까지 수출입·항만 관련 정보처리시스템(Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System, NACCS)를 통해 제출해야 함 · 적하목록 제출 시에는 다음의 정보를 제출함 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p style="text-align: center;"><일본 적하목록 제출서류></p> <ul style="list-style-type: none"> ①송하인 및 수하인 정보 ②착하통지처 정보 ③품명 ④HS 코드 ⑤총중량 ⑥용적 ⑦컨테이너 정보 등 </div>

<p>수입신고</p>	<p>● 일본 수입업체는 일본 도착 후 수입신고 진행 필수</p> <ul style="list-style-type: none"> · 수입신고서를 비롯한 제반서류를 수출입·항만 관련 정보처리시스템(NACCS)을 통해 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><일본 수입신고 제출서류></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td> ①상업송장 ②선하증권 ③원산지증명서(필요 시) ④포장명세서 ⑤수입신고서 ⑥원재료 및 제조공정설명서 ⑦위생증명서·시험성적서(필요시) 등 </td> </tr> </table>	①상업송장 ②선하증권 ③원산지증명서(필요 시) ④포장명세서 ⑤수입신고서 ⑥원재료 및 제조공정설명서 ⑦위생증명서·시험성적서(필요시) 등					
①상업송장 ②선하증권 ③원산지증명서(필요 시) ④포장명세서 ⑤수입신고서 ⑥원재료 및 제조공정설명서 ⑦위생증명서·시험성적서(필요시) 등							
<p>수입검사 신청</p>	<p>● 일본 수입업체는 화물 도착 후 각 검역소에 검사 신청</p> <ul style="list-style-type: none"> · 채소, 과일 등 식물계의 식품은 농림수산성의 식물방역소, 육류, 육류제품, 유제품 등 축산물계 식품 및 수산물은 농림수산성의 동물검역소에서 수입자가 검사신청을 하고 검사를 받아야 함 <p>● 또한, 일본 후생노동성은 수입신고시 제출된 서류를 바탕으로 수입식품 검사 진행</p> <ul style="list-style-type: none"> · △신고내용의 확인(서류심사) △식품위생감시원에 의한 현장검사 △시험검사에 의한 확인이 진행됨 · 서류심사는 「식품 등 수입신고서」에 기재되어 있는 수출국, 수출품목, 제조사·제조소, 원재료, 제조방법, 식품첨가물의 사용 유무 등을 토대로 식품위생감시원이 실시함 · 현장검사는 현장에서 확인할 필요가 있는 식품, 처음 수입되는 식품, 운송 중 문제가 발생한 경우에는 식품이 보관되어 있는 창고 등에 식품 위생감시원이 식품의 외관에 문제 발생 여부를 검사하며, 모니터링 검사를 위해 검체를 채취하기도 함 · 시험검사 시행 시 검사를 통해 확인이 필요가 있다고 판단된 것은 검사를 명령하거나 지도검사 등을 검역소에서 실시하여 검사결과를 바탕으로 식품 위생법 준수 여부를 확인함 <p style="text-align: center;"><일본 후생노동성 수입검사 내용></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20%;">· 서류심사</td> <td>식품위생법에 적합한 원재료 사용여부, 식품첨가물 사용기준 적절성 여부, 식품위생법에 규정되어 있는 제조기준의 적합 여부, 제조사·제조소의 과거 위생 관련 부적격 사례 여부, 수출국에서 회수 대상 제품 여부, 필요한 서류(수출국 위생증명서 등)의 첨부 여부를 검사</td> </tr> <tr> <td>· 현장검사</td> <td>부패 등 식품으로 부적합 상태 여부, 이물의 혼입 여부 보관 상태(온도 등) 적절 여부, 신고 내용에 이상이 있는지 여부 상태(온도 등) 적절 여부, 독어 등 혼입 여부(어류), 위험 부위등 혼입 여부(쇠고기)</td> </tr> <tr> <td>· 시험검사</td> <td>잔류농약, 동물용의약품, 식품첨가물, 병원성미생물 및 세균 수, 아플라톡신 등 곰팡이독소, 패류독소, 미승인 유전자 변형 식품의 혼입, 방사선 살균 여부 등</td> </tr> </table>	· 서류심사	식품위생법에 적합한 원재료 사용여부, 식품첨가물 사용기준 적절성 여부, 식품위생법에 규정되어 있는 제조기준의 적합 여부, 제조사·제조소의 과거 위생 관련 부적격 사례 여부, 수출국에서 회수 대상 제품 여부, 필요한 서류(수출국 위생증명서 등)의 첨부 여부를 검사	· 현장검사	부패 등 식품으로 부적합 상태 여부, 이물의 혼입 여부 보관 상태(온도 등) 적절 여부, 신고 내용에 이상이 있는지 여부 상태(온도 등) 적절 여부, 독어 등 혼입 여부(어류), 위험 부위등 혼입 여부(쇠고기)	· 시험검사	잔류농약, 동물용의약품, 식품첨가물, 병원성미생물 및 세균 수, 아플라톡신 등 곰팡이독소, 패류독소, 미승인 유전자 변형 식품의 혼입, 방사선 살균 여부 등
· 서류심사	식품위생법에 적합한 원재료 사용여부, 식품첨가물 사용기준 적절성 여부, 식품위생법에 규정되어 있는 제조기준의 적합 여부, 제조사·제조소의 과거 위생 관련 부적격 사례 여부, 수출국에서 회수 대상 제품 여부, 필요한 서류(수출국 위생증명서 등)의 첨부 여부를 검사						
· 현장검사	부패 등 식품으로 부적합 상태 여부, 이물의 혼입 여부 보관 상태(온도 등) 적절 여부, 신고 내용에 이상이 있는지 여부 상태(온도 등) 적절 여부, 독어 등 혼입 여부(어류), 위험 부위등 혼입 여부(쇠고기)						
· 시험검사	잔류농약, 동물용의약품, 식품첨가물, 병원성미생물 및 세균 수, 아플라톡신 등 곰팡이독소, 패류독소, 미승인 유전자 변형 식품의 혼입, 방사선 살균 여부 등						

	<ul style="list-style-type: none"> ● 일본 후생노동성은 연간 수립하는 '수입식품 감시지도계획'에 따라 ①검사명령 ②지도검사 ③모니터링 검사 ④행정검사 실시 	
	<p><일본 후생노동성 수입검사 내용></p>	
	검사명령	<p>식품위생법 위반 가능성이 높은 것으로 판단되는 식품 등에 대하여 검역소가 수입자에 대해 수입 시마다 실시 하도록 명하는 검사 대상 품목, 검사 항목, 검체 채취 방법, 검사 방법은 후생노동성 홈페이지에 공표</p>
	지도검사	<p>수입자의 자율적인 위생 관리의 일환으로 정부가 수입자에 대해서 최초 수입 시와 정기 실시를 지도하는 검사</p>
	모니터링검사	<p>식품위생 상황을 포괄적으로 감시하고 필요에 따라 수입 시 검사를 강화하는 등의 대책을 목적으로 정부가 연간 계획을 세워 실시하는 검사</p>
행정검사	<p>모니터링 이외의 행정검사로, 최초 수입 시나 식품위생법 위반 판명 시, 수송도중 사고 발생 시 등 필요에 따라 검역소의 식품위생 감시원에 의한 검사 실시</p>	
관세 납부 및 물품 반출	<ul style="list-style-type: none"> ● 일본 수입업체는 관세 납부 완료 후 물품 반출 가능 	

4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡류 : 쌀(백미, 현미, 흑미), 보리, 밀, 수수, 콩, 팥, 녹두, 옥수수 - 과실류 : 감(단감), 감귤, 밤, 복숭아, 유자, 참다래, 포도 - 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 파프리카, 피망, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 딸기, 토마토, 가지, 고구마, 감자 - 종자류 : 가지, 고추, 당근, 무, 멜론, 브로콜리, 배추, 상추, 수박, 양배추, 양파, 오이, 참외, 토마토, 파, 호박 - 버섯류 : 느타리, 만가닥, 송이, 새송이, 양송이, 영지, 표고, 팽이 - 절화류 : 국화, 글라디올러스, 난초, 백합, 심비디움, 장미, 카네이션, 튤립, 팔레놉시스 - 화훼류 기타(재배매체 포함) : 국화, 글라디올러스, 난초, 백합, 선인장(접목선인장), 심비디움, 장미, 철쭉속, 카네이션, 튤립 <p>* 수출불가 품목(화상병 기주식물)을 제외한 나머지 품목은 수출 가능</p>
-----	--

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 재식용 식물, 과실류, 절화류, 화분 등(단, 종자는 수출 가능) <p>: Malus속(사과 등), Pyrus속(배 등), Aronia속(아로니아 등), 비파(Loquat), 퀴스(Quince), 서양모과(Medlar), 모과(Pseudocycdonia sinensis), Amelanchier속(채진목속), Choenomeles속 (명자나무 등), Cotoneaster속(섬개야광나무 등), Crataegomespilus속, Crataegus속 (산사나무속), Dichotomanthes속, Docynia속, Heteromeles속, Osteomeles속, Peraphyllum속, Photinia속(홍가시나무속), Pyracantha속(피라칸사속), Sorbus속(마가목 등), Stranvaesia속</p> <p>*우리나라의 화상병 발생으로 '15. 6. 1일부터 상기 품목은 수출 금지됨</p> <ul style="list-style-type: none"> - 재식용, 생식물 포함/과실 및 종자 제외 <p>: Prunus 속(복숭아, 벚나무 등), Euonymus europaeus(유럽빗살나무), Lycium barbarum(영하구기자), Ligustrum(쥐똥나무)</p> <p>*상기 품목은 자두곰보병 기주식물로 수출이 금지됨</p>
-----	---

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원산지 · 수입자 정보 · 원료 정보	· 식품첨가물 · 순중량 · 유통기한 · 보관방법	· GMO 성분에 대한 표시 · 알레르기 정보 · 영양성분
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	일본어로 표기할 것 폰트의 최소 사이즈는 8포인트로 할 것	
	식품첨가물	식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입할 것 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용할 것 (e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate) 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성할 것	
	영양성분	열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성할 것 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것	
	유통기한	제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기할 것	
	원료정보	가장 일반적인 명칭으로 기재할 것 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기할 것	
	보관방법	보관에 적절한 보관방법에 대한 내용을 표기할 것 상은 보전 의외 유의 사항이 없을 시, 미표기 가능	
	수입자 및 제조자 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	
	알레르기정보	새우, 계, 밀, 메밀, 달걀, 유제품, 땅콩, 호두 일본 소비자청은 다음 20개 항목에 대해서도 라벨에 표기하도록 권고 중 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 케슈넛, 키위, 소고기, 호두, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이, 복숭아, Yam(얌), 사과, 젤라틴	
	순중량	단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것	
	원산지	일본 제품에 대하여 적용되는 원재료 별 원산지 정보 기재 의무 미적용	
	기타	유기농 인증을 획득한 경우에 한하여, JAS마크 표기 및 유기농 표기 가능 건강증진법이 정하고 있는 바에 따라 담당 부처로부터 허가를 취득하거나 신고한 후, 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품 마크의 표기와 적절한 기능성에 대한 홍보 문구 사용 가능	

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2022년 권역별 주력국가 심층조사-일본」(한국농수산물유통공사 도쿄지사), 115p
*출처: 일본 소비자청(CAA), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), KATI농식품수출정보

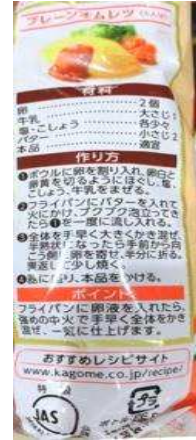
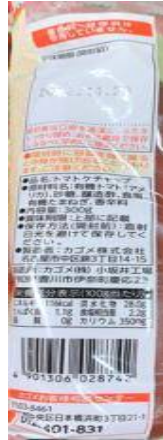
5.1.2 라벨링 예시

과자류

라벨링 사진																											
표기항목	표기내용																										
명칭	チョコボール (ピーナッツ) 초코볼(피넛)																										
원재료명(원료원산지명)/첨가물	<ul style="list-style-type: none"> - ピーナッツ - 砂糖 - 植物油脂 - カカオマス - 全粉乳 - 小麦粉 - とうもろこしでん粉 - 水あめ - ホエイパウダー - 乳糖 - ミルクカルシウム - 食塩 / 光沢剤 - 乳化剤 (大豆由来) - 香料 	<ul style="list-style-type: none"> - 땅콩 - 설탕 - 식물성 유지 - 코코아 매스 - 전분유 - 밀가루 - 옥수수 전분 - 물엿 - 유청 분말 - 유당 - 우유 칼슘 - 식염/광택제 - 유화제(대두 유래) - 향료 																									
내용량	28g																										
상미기한	概則フィルム (左側面) に記載 바깥 필름(왼쪽 측면에 기재)																										
보존방법	直射日光を避けて28℃以下で保存してください。 직사광선을 피해 28℃ 이하에서 보관해 주십시오.																										
제조사	森永製菓株式会社 〒108-8403 東京都港区芝5-33-1	모리히제과주식회사 (우108-8403 도쿄도 미나토구 시바 5-33-1)																									
제조원	森永製菓株式会社 小山工場 栃木県小山市大字出井1523-1	모리히제과주식회사 오야마공장 도치기현 오야마시 다이지에이데이 1523-1																									
알레르겐	原材料に含まれるアレルギー物質(27品目中) : 小麦 乳 落花生 大豆 - 卵を含む製品と共通の設備で製造しています。 재료에 포함된 알레르기원(27가지 중): 밀, 우유, 땅콩, 콩 - 계란을 포함한 제품과 같은 시설에서 제조되고 있습니다.																										
유통기한	2022 . 02																										
영양성분표시	<table border="1"> <tr><td>エネルギー</td><td>160kcal</td></tr> <tr><td>タンパク質</td><td>3.5g</td></tr> <tr><td>脂質</td><td>10.3g</td></tr> <tr><td>炭水化物</td><td>13.4g</td></tr> <tr><td>食塩相当量</td><td>0.045g</td></tr> <tr><td>カルシウム</td><td>29mg</td></tr> </table>	エネルギー	160kcal	タンパク質	3.5g	脂質	10.3g	炭水化物	13.4g	食塩相当量	0.045g	カルシウム	29mg	<table border="1"> <tr><td>에너지(칼로리)</td><td>160kcal</td></tr> <tr><td>단백질</td><td>3.5g</td></tr> <tr><td>지방</td><td>10.3g</td></tr> <tr><td>탄수화물</td><td>13.4g</td></tr> <tr><td>식염상당량</td><td>0.045g</td></tr> <tr><td>칼슘</td><td>29mg</td></tr> </table>		에너지(칼로리)	160kcal	단백질	3.5g	지방	10.3g	탄수화물	13.4g	식염상당량	0.045g	칼슘	29mg
エネルギー	160kcal																										
タンパク質	3.5g																										
脂質	10.3g																										
炭水化物	13.4g																										
食塩相当量	0.045g																										
カルシウム	29mg																										
에너지(칼로리)	160kcal																										
단백질	3.5g																										
지방	10.3g																										
탄수화물	13.4g																										
식염상당량	0.045g																										
칼슘	29mg																										

소스류

라벨링 사진




표기항목		표기내용																									
명칭	토마토 케찹 토마토 케첩																										
원재료명	有機トマト (アメリカ) - 砂糖 - 醸造酢 - 食塩 - 有機たまねぎ - 香辛料	유기농 토마토 (미국) - 설탕 - 양조식초 - 소금 - 유기농 양파 - 향신료																									
내용량	300g																										
상미기한	賞味期限 (開封前) : 2022 . 1120 상미기한(개봉 전) : 2022. 11. 20																										
저장방법	保存方法 (開封前) : 直射日光を避けて保存して下さい。 저장방법 (개봉 전) : 직사광선을 피해 보관하세요.																										
공급자	カゴメ株式会社 名古屋市中区錦3丁目14-15	카고메 주식회사 나고야시 나카구 니시키 3가 14-15																									
제조사	カゴメ (株) 小坂井工場 愛知県豊川市伊奈町慶応2 3	카고메(주) 고사카이 공장 아이치현 도요카와시 이나마치 게이오 23																									
영양성분표시(100g당)	<table border="1"> <tr><td>エネルギー</td><td>116kcal</td></tr> <tr><td>たんぱく質</td><td>1.1g</td></tr> <tr><td>脂質</td><td>0g</td></tr> <tr><td>炭水化物</td><td>28.0g</td></tr> <tr><td>食塩相当量</td><td>2.2g</td></tr> <tr><td>カリウム</td><td>350mg</td></tr> </table>	エネルギー	116kcal	たんぱく質	1.1g	脂質	0g	炭水化物	28.0g	食塩相当量	2.2g	カリウム	350mg	<table border="1"> <tr><td>에너지</td><td>116kcal</td></tr> <tr><td>단백질</td><td>1.1g</td></tr> <tr><td>지질</td><td>0g</td></tr> <tr><td>탄수화물</td><td>28.0g</td></tr> <tr><td>식염상당량</td><td>2.2g</td></tr> <tr><td>칼륨</td><td>350mg</td></tr> </table>		에너지	116kcal	단백질	1.1g	지질	0g	탄수화물	28.0g	식염상당량	2.2g	칼륨	350mg
エネルギー	116kcal																										
たんぱく質	1.1g																										
脂質	0g																										
炭水化物	28.0g																										
食塩相当量	2.2g																										
カリウム	350mg																										
에너지	116kcal																										
단백질	1.1g																										
지질	0g																										
탄수화물	28.0g																										
식염상당량	2.2g																										
칼륨	350mg																										
문의처	カゴメお客様相談センター - 〒103-8461 - 東京都中央区日本橋浜町3丁目21-1 - 0120-401-831	카고메 고객 상담센터 - 〒103-8461 도쿄도 츄오구 니혼바시하마초 3가 21-1 - 0120-401-831																									

■ 5.2 | 인증제도

① JAS 인증


JAS 인증은 일본 소비자의 이익을 보호하고, 농수산물 및 식품의 생산, 유통을 원활화하기 위한 인증으로, 유기식품(농축산물 및 가공식품)과 임산물, 특정 육가공품, 양식어류 등에 대한 세부 규격이 별도로 마련되어 있다. 식품의 수입과 유통 과정에서 필수적으로 요구되는 항목이 아니므로 선택적으로 획득할 수 있다. 그러나 JAS 인증 미취득 시 '유기', '오가닉' 표시 및 이와 같은 의미로 오인될 수 있는 표시를 사용할 수 없다.

인증명	JAS 인증	인증로고	
발행·검사기관	일본 농림수산성	필수 여부	권장(유기농 제품 필수)
목적	유기농산물 및 가공식품의 명칭 표시 혼란으로 인한 소비자의 제품 선택 피해를 방지		
취득절차	서류제출 → 서류검토 → 현장실시 및 시설조사 → 판정 → 인증 발급		
필요서류	· 신청자의 성명 또는 명칭 및 주소 · 생산일정 관리 담당자의 성명·약력 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

② JGAP 인증



JGAP 인증은 농산물 생산단계에서부터 안전성을 확보하고 환경보전형 농업과 연계하고자 하며 글로벌 GAP와 동등성을 확보하는 것을 목표로 한다. 일본 내에서만 4,500개의 농장에서 인증을 취득하였으며 국제기준 Global GAP와 동등한 수준으로 인정된다. 인증마크를 부여받으면 안전성, 환경보전형 농업, 노동의 안전을 배려한 농장 또는 단체에서 생산되었다는 것을 의미한다.

인증명	JGAP 인증	인증로고	 登録番号 123456789
발행·검사기관	일본 JGAP 협회	필수 여부	권장
목적	농산물 생산단계에서부터 안전성을 확보하고 환경보전형 농업과 연계하고자 하며 글로벌 GAP와 동등성을 확보하는 것		
취득절차	사전 준비 → 심사 신청 → 심사 진행(2~3일) → 판정(심사 후 4주 이내) → JGAP 인증서 발급(최초 인증일로부터 2년간 유효)		
필요서류	생산자 명단, 필자 명단, 인증 신청서, 위해요소관리계획서, 사업운영계획서 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

③ Smile Care 인증

스마일케어(Smile Care) 인증은 고령자용 식품을 범위를 넓혀 씹거나 삼키는 것에 어려움을 느끼는 소비자 모두를 위한 식품 기준으로, 식감을 부드럽게 하거나 점도를 높인 식품은 유형과 정도에 따라 라벨을 구분한다. 젤리, 푸딩, 죽 형태의 부드러운 식품이나 단백질 등 영양소를 보충하는 기능성 식품에 적용할 수 있다. 식품의 형태 및 용도에 따라 7가지 등급으로 분류되어 인증마크를 부착하고자 하는 식품의 특성에 따라 마크 색을 달리한다.

인증명	스마일케어(Smile Care) 인증	인증로고	 
발행·검사기관	일본 농림수산성	필수 여부	권장
목적	씹거나 삼키는 등 섭취에 어려움이 있는 소비자를 대상으로 한 인증으로, 식품의 경도, 영양성분 보충용 식품 등을 표시		
취득절차	농림수산성 홈페이지 신청 → 신청확인 및 서류 적부심사 → 인증마크 발급(유효기간 무기한)		
필요서류	스마일케어 인증신청서(회사명, 상품상태, 연간 생산예정량 등)라벨에 따라 요구하는 서류가 상이하다. · 청색 라벨: 자기적합선언 및 상품 소개 URL · 황색 라벨: 저작배려식품에 대한 JAS 규격 인증서 사본 · 적색 라벨: 특별용도식품 표시 허가서 사본)		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

■ 5.3 | 통관거부사례

월별 통관거부사례

2022년 일본의 한국산 통관거부사례는 총 35건으로 집계되어, 2021년 42건 대비 7건(17%) 감소한 것으로 나타났다. 2020년 대비 연평균 29% 증가하였다.

2022년 전체 수입산 통관거부사례는 총 741건으로 집계되어, 2021년 733건 대비 8건(1%) 증가한 것으로 나타났다. 2020년 대비 연평균 22% 증가하였다.

<월별 통관거부사례 동향(2022)>

(단위: 건, %)

구분	한국산 불합격 건수						전체 수입산 불합격 건수					
	연도			YoY(B/C)		CAGR (A/C)	연도			YoY(B/C)		CAGR (A/C)
	'20(A)	'21(B)	'22(C)	건수	증감률		'20(A)	'21(B)	'22(C)	건수	증감률	
1월	2	3	5	2	67	58	46	43	47	4	9	1
2월	0	0	4	4	0	0	36	56	47	-9	-16	14
3월	0	2	0	-2	-100	0	41	82	68	-14	-17	29
4월	0	5	7	2	40	0	38	62	60	-2	-3	26
5월	3	3	3	0	0	0	26	40	51	11	28	40
6월	2	6	1	-5	-83	-29	33	67	78	11	16	54
7월	2	1	3	2	200	22	46	64	67	3	5	21
8월	8	4	3	-1	-25	-39	54	59	64	5	8	9
9월	1	2	0	-2	-100	-100	45	54	53	-1	-2	9
10월	1	4	2	-2	-50	41	21	50	61	11	22	70
11월	0	8	6	-2	-25	0	40	76	71	-5	-7	33
12월	2	4	1	-3	-75	-29	71	80	74	-6	-8	2
합계	21	42	35	-7	-17	29	497	733	741	8	1	22

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

한국산 통관거부 상위품목

2022년 연간, 일본에서 가장 많은 문제 사유가 확인된 한국산 통관거부 품목은 음료류(22%)로, 주로 기준치 이상의 세균수 검출 또는 대장균 양성으로 인한 위생 문제가 확인되었다.

두 번째로 많은 문제 사유가 확인된 품목은 기타조제 농산물(17%)으로 대부분 즉석 섭취 식품류이며, 해당 품목도 주로 기준치 이상의 세균수 검출 또는 대장균 양성으로 인한 위생 문제가 확인되어 통관거부되었다.

<한국산 통관거부 상위품목 분석(2022)>

(단위: 건)

거부사유	주요 통관거부 품목				
	음료	기타조제농산품	채소류	연체동물	면류
라벨링/포장	0	0	0	0	0
성분부적합	1	1	0	1	1
위생	7	5	0	3	1
서류미비	0	0	0	0	0
잔류농약 검출	0	0	5	0	0
기타	0	0	0	0	1

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

한국산 통관거부 문제사유

2022년 연간 한국산 통관거부 문제 사유는 총 36건으로 전년 동기 대비 약 14.3% 감소하였다. 2022년 연간 한국산 통관거부 문제 사유는 성분 부적합, 위생, 잔류농약 검출과 기타 문제로 확인되며, 잔류농약 검출 및 기타 문제 사유의 발생 건수가 전년 대비 감소하고 성분 부적합 및 위생 문제 사유의 발생 건수가 전년 대비 증가하였다.

2022년 연간 위생 관련 통관거부 문제 사유는 총 21건으로 전체 사례의 58.3%를 차지하며, 이는 2021년 대비 약 2배 증가한 것으로 확인된다.

위생 문제의 유형은 대장균 양성 반응, 기준치 이상의 세균수 검출 등 식품 내 미생물이 검출된 것으로 확인된다. 일본은 '식품별 규격 기준(食品別の規格基準)'을 통해 식품 유형별 미생물 검출 기준치를 규정하고 있으므로, 한국 식품기업은 해당 규정을 준수하여 수출식품을 준비할 수 있도록 해야 한다.

<한국산 통관거부 문제사유별 건수(2022)>

(단위: 건, %)

거부사유	2020년 연간		2021년 연간		2022년 연간		YoY(21/22)	
	건수	비율	건수	비율	건수	비율	건수	증감률
라벨링/포장	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
성분부적합	9	42.9	4	9.5	8	22.2	4	200.0
위생	7	33.3	12	28.6	21	58.3	9	175.0
서류미비	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
잔류농약 검출	5	23.8	21	50.0	5	13.9	-16	23.8
기타	0	0.0	5	11.9	2	5.6	-3	40.0
합계	21	100.0	42	100.0	36	100.0	-6	85.7

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

[라벨링]

수입 가공식품에 대한 일본어 식품 표시 가이드 개정판 공개

2023년 9월 일본 도쿄도는 '가공식품의 일본어 식품 라벨을 처음 제작하는 사람을 위한 지침'의 개정판을 공개하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98692

[위생·안전]

원료로 사용이 불가능한 성분에 피틴산칼슘, 황산동 추가

2023년 7월 26일 일본 후생노동성은 「식품위생법 시행규칙」 및 「식품, 첨가물 등의 규격기준」 개정안을 발표하고 피틴산칼슘을 사람의 건강을 해칠 우려가 없는 식품첨가물로 신규 등록하였다. 이에 대한 후속조치로 일본 국세청은 2023년 8월 28일, 「주세법 및 주류행정 관계법령」 등 해석통달을 수정하여, 일반적으로 주류에는 사용할 수 없으나 포도를 주원료로 한 과실주 및 감미 과실주 제조 공정에 한해 제한적으로 사용 가능한 지정첨가물의 목록을 개정하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98505

[규정·제도]

한국산 깻잎과 깻잎 가공품에 파클로부트라졸(잔류농약) 검사명령 해제 및 모니터링 강화

일본 후생노동성은 약생식수발(薬生食輸発)0330 통지문 제1호와 제2호를 통해, 한국산 깻잎 및 깻잎 가공품에 파클로부트라졸(Paclbutrazol) '검사명령'을 해제하고 '모니터링 강화' 조치를 시행한다고 밝혔다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98389

[위생·안전]

'식품위생법 시행규칙'과 '식품, 첨가물 등의 규격기준' 개정안 발표

일본 후생노동성이 2023년 7월 26일, 「식품위생법 시행규칙의 일부를 개정하는 성령(후생노동성령 제99호)」과 「식품, 첨가물 등의 규격기준의 일부를 개정하는 고시(후생노동성 고시 제 240호)」를 공포함에 따라, 「식품위생법 시행규칙」 및 「식품, 첨가물 등의 규격기준」이 각각 개정되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98277

[위생·안전]**옥수수, 수박, 귤 등에 적용되는 「식품, 첨가물 등의 기준 규격」 개정 사항 발표**

일본 후생노동성은 2023년 5월 31일, 아세퀴노실, 모사프리드 등을 포함한 잔류농약, 동물용의약품에 대한 기준규격을 개정한 「식품, 첨가물 등의 기준규격 일부개정안(食品、添加物等の規格基準の一部を改正する件)」을 발표하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97950

[규정·제도]**한국산 사과 주스의 규정 위반사례 확인 후 관련 검사 빈도 강화(2023년 5월 31일부터)**

일본으로 수입된 한국산 사과주스를 대상으로 한 지도검사에서 식품위생법 위반 사례가 발견되어 일본 후생노동성은 한국산 사과 주스 및 원료용 사과 과즙의 '파툴린(Patulin)' 성분에 대한 모니터링 검사를 강화하였다.

※ 주요 수출국의 식품첨가물 및 유해물질 기준 검색 방법

- 1) www.kati.net 접속(PC에서만 가능) → 제도 식품첨가물/유해물질 DB
- 2) 물질구분(식품첨가물/유해물질), 수출국가, 수출품목의 국내 식품 유형 선택
- 3) '결과내 검색'에서 물질명(영문 또는 색인-초성 알파벳)으로 검색
- 4) 결과 확인(국가 및 품목 등 재설정 시에는 '초기화' 버튼 클릭 후 재검색)

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97878&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[기타]**식품위생에 대한 행정 주관을 후생노동성에서 소비자청으로 기관 변경(2024년 4월 1일부터)**

코로나19 팬데믹 속에서 백신과 치료약 개발의 대응이 늦은 것에 대해 앞으로 코로나19와 같은 전염병에 대한 대응 능력을 강화함과 동시에 생활 위생 등의 행정 기능을 강화하기 위한 조직 재검토의 일환으로 추진되었다. 2024년 4월 1일부터 식품첨가물·포장 용기·기구 등의 위생에 관한 규격 및 기준을 책정하는 역할을 기존 후생노동성에서 소비자청으로 옮길 예정이다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97878&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]**한국산 홍삼의 인지 기능(기억력) 개선 효과를 인정하여 기능성표시식품으로 등록**

2023년 5월 15일, 한국산 홍삼의 '진세노사이드(사포닌)' 성분이 일본에서 인지 기능 개선 효과를 최초로 인정받아 일본 소비자청에 기능성표시식품으로 등록되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97854&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[라벨링]**“유전자 변형이 아님” 라벨의 자발적 사용 기준 강화개정안 발표**

일본 후생노동성은 2023년 4월 1일부로 유전자변형농산물의 분별 생산유통관리와 연계된 “유전자변형이 아님” 라벨부착기준에 대한 <식품표시기준일부를 개정하는 내각부령>을 시행하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97661&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[라벨링]**<절단 채소 및 절단 과일의 품질 표시 실시 요령> 개정안 발표**

일본 도쿄도는 소비생활 조례에 따라 일부 품목의 품질 표시 기준을 별도 규정한 <절단 채소 및 절단 과일의 품질 표시 실시 요령>을 일부 개정하여 발표하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97445

[라벨링]**가공식품의 알레르기 의무 표시 품목에 '호두' 추가**

일본 소비자청은 호두로 인해 발생하는 알레르기증 발생 사례가 새우나 게보다 많은 것을 확인하여 의무 표시가 적용되는 '특정 원재료' 품목에 '호두'를 포함하기로 결정하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97419

[라벨링]**특별용도식품의 표시 허가에 관한 일부 개정안 의견 수렴**

일본 소비자청은 특별용도식품제도의 허가기준형(허가기준이 정해진 환자용 식품의 신설 및 운용 개선을 위해 '특별용도식품의 표시 허가'를 일부 개정하여 의견을 수렴한다고 밝혔다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97417&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[위생·안전]**식품 및 첨가물 등의 규격 기준 일부 개정 고시**

일본 후생노동성은 농약 성분 아사이노나피르, 트리플록시스트로빈, 페나리올, 펜피라자민, 플룩사메타마이드, 플로니카미드 및 펜티오피라드의 잔류 허용치를 식품별로 규정하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97190&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**버터 및 탈지분유의 2023년 수입 제한 범위 설정 공고**

일본 농림수산성은 버터 및 탈지분유의 일본 내 재고량을 고려해, 2023년도 수입 제한 수량을 버터 8천 톤, 탈지분유 750톤으로 설정하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97045&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**한국산 들깨의 인독사카브 성분 잔류량에 대한 모니터링 검사 강화**

일본 후생노동성은 한국산 들깨 제품에 함유된 잔류농약 인독사카브 성분에 대해 모니터링 검사를 추가한다고 각 검역소에 통지하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97045&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**2023년 수입 식품 등의 모니터링 계획을 시행하며 한국산 실파에 대한 수입 검사 강화**

일본은 2023년 수입 식품 모니터링 검사에서 한국산 실파의 헥사코나졸 성분에 대한 모니터링 검사 빈도를 30% 높이고, 기준을 위반한 제조사, 수출사 및 포장사로부터 해당 제품 수입 시 검사를 강화하기로 하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97045&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[위생·안전]**2023년부터 적용되는 일부 농약 성분의 MRL 변경사항 재공고**

일본 정부는 기준치가 낮아져 2023년 10월 23일부터 발효되는 플루페녹수론, 테트라닐프롤, 사이안트라닐리프톨, 피콕시스트로빈의 최대 잔류 허용치(MRL) 수정 기준을 재공고하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96792&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[위생·안전]**식품 농약 성분 및 동물용 의약품 성분의 규격 기준 개정사항 공고**

일본 후생노동성은 일부 농약 성분과 동물용 의약품 성분의 잔류한계 기준치를 변경한 식품위생법 시행 규칙의 개정안을 발표하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96545&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[위생·안전]**식품첨가물 및 농약 성분의 규격 기준 개정사항 종합 공고**

일본 후생노동성은 'L-주석산 칼슘'과 '페로시안화칼륨'의 식품첨가물 규격 기준 및 일부 농약 성분의 잔류기준치 변경 사항을 포함하는 식품위생법 시행 규칙의 개정 공고를 발표하였다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96402

6.1 | 보고서 소개

일본 식품시장은 2022년 약 6,261억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 0.8% 증가했다.

일본의 식품 수입액은 약 735억 달러로, 미국·중국·호주 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 8위를 차지했다. 주요 수입품은 ①옥수수 기타 ②대두 기타 ③조제 닭고기로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 21억 달러로 전년 대비 5.1% 증가했으며, 주요 수출품목은 ①조제식품 ②단고추 ③설탕과자류이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 94%, 온라인 유통채널은 6%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①7-Eleven ②Famliy Mart ③AEON, 온라인 유통채널의 경우 ①Rakuten ②Co-op ③Amazon으로 나타났다.

그래프로 보는 일본 식품시장

