



MINI Market Report

국가	일본
제품	송고버섯

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

CONTENTS

I. 일본 마케팅 방안	1
1. 일본 시장 특징	1
2. 일본 진출 TIP	2
II. 일본 시장 정보	4
1. 일본 버섯 수입 추이	4
2. 일본 시장 동향	6
III. 일본 가격 정보	10
1. 일본 버섯 판매 현황	10
2. 일본 버섯 가격 추이	13
IV. 일본 유통 정보	15
1. 일본 식품 유통업계 정보	15
2. 일본 유통 구조	19
3. 유통 업체	20
V. 일본 통관 정보	26
1. 관세 및 기타 세금	26
2. 통관 절차	27
VI. 일본 검역 정보	32
1. 버섯류의 수입 관련 규제	32
2. 검역 절차	35
3. 관련 제도	37
VII. 일본 라벨링 정보	38
1. 표고버섯의 품질 표시 기준	38
2. 라벨링 규정	39
3. 관련 정책	43
VIII. 일본 바이어 정보	46

※ 참고자료

I 일본 마케팅 방안

1. 일본 시장 특징

□ 일본 버섯 시장 동향

- 최근 버섯 수요 감소세

- 표고버섯은 전체적으로 수요가 감소경향에 있는 가운데, 엔저로 인한 수입가격 상승압박으로 대폭적인 수입량 증가는 기대하기 어려운 상황임
- 업무용 수요가 많은 건표고의 경우 일본 국내산에 비해 가격경쟁력을 보유하고 있어 중국산을 중심으로 비교적 수입수요가 안정된 반면, 생표고의 경우 엔저의 영향으로 수입량이 감소할 것으로 보임

- 방사능물질 오염의 영향으로 건표고버섯 가격 하락세 지속

- 2011년 후쿠시마 원전사고로 인한 방사능물질 오염의 영향으로서 버섯류는 방사능물질이 흡착하기 쉽기 때문에 소비자들이 민감하게 반응하고 있기 때문
- 건표고 원료원산지의 지역명 표기의무가 없어 방사능 영향을 받지 않은 산지까지 피해가 확산됨
- 일본 정부는 소비감퇴에 의한 가격저조, 생산량 감소에 대응코자 관련 생산자단체, 유통관계자 등과 건표고 소비확대를 위한 대책회의를 갖고 소비 진작에 나서고 있음

- 수입산 버섯의 대부분은 중국산

- 일본에서 버섯 중 가장 수요가 많은 표고버섯은 수입량은 전체 소비량의 10% 이하로 국내 생산량이 많으나, 수입산은 99%가 중국산임
- 일본의 소비자는 자국산 선호 경향이 강하여 국산 버섯을 선호하였으나, 2011년 대지진 이후 방사능 우려로 국산 버섯의 소비 또한 감소하였음

□ 일본 유통 동향

- 전통적으로 일본의 유통 구조는 매우 복잡하며 도매업부터 소매업까지 모든 물류 단계를 담당하는 벤더의 지배력이 강하였으나, 최근 유통경로나 소비성향의 다양화 등으로 벤더의 지배력이 약화되고 있음
- 수입 형태 또한 종합 상사나 수입 총 대리점 등 전문 수입업자가 수입을 하는 것이 일반적이었으나, 최근 대형 소매상이나 도매상에 의한 개별 수입, 개인 수입 등 수입의 형태 또한 다양화되고 있음
- 장기간의 경기 침체로 유통업계와 도소매업계 모두 타격을 받고 있으며, 각각 활로를 모색하기 위하여 PB상품을 개발하고 대규모 세일을 진행하는 등 다방면의 노력을 하고 있음

2. 일본 진출 TIP

□ 안전성 강조가 중요할 것으로 보임

- 일반적으로 버섯류는 건강에 좋기로 유명하여 꾸준한 소비량을 보이는 품목이나, 최근 방사능 물질에 대한 우려가 높아짐에 따라 안전한 버섯의 공급이 중요하게 되었음
- 일본에서 주로 소비되는 표고버섯의 경우, 수입산의 99.8%가 중국산일 만큼 중국에 대한 의존도가 높은 반면, 잔류농약 기준이 강화된 이후 중국 수입산 버섯으로부터 기준치 이상의 잔류농약이 검출된 사례가 곧잘 나타나는 등 소비자는 가격이 저렴한 점을 제외하면 중국산은 꺼려진다는 반응을 보임
- 이러한 상황에서 안전한 한국산 버섯은 방사능 우려가 있는 일본 국내산 및 안전성이 불확실한 중국산의 좋은 대체품이 될 수 있을 것으로 보임
- 2011년 대지진 이후 안전 의식이 매우 높아짐에 따라, 안전함을 확신할 수 있도록 재배 환경을 공개하고 확실한 품질관리 및 획득한 인증, 영양성분, 효능과 효과 등 소비자에게 적절한 자료를 제공하여 안심할 수 있는 먹거리라는 확신을 주는 것이 중요

□ 신제품에 대한 거부감은 적은 편, 적극적인 홍보 필요

- 안전성을 중시하는 일본 소비자의 경향에 따라, 잘 알려지지 않은 새로운 품종의 먹거리는 자리를 잡기까지 상당한 시간을 요구하나, 표고버섯의 경우 품종 개량이 활발한 편에 속하여 신제품에 대한 거부감 역시 적은 편임
- 먹거리에 있어서 맛과 식감을 특히 중시하는 일본 소비자의 특성상, ‘향이 풍부하고 고기 맛이 나며 맛있다’ 라는 제품의 장점을 충분히 어필하여 익숙한 제품이 되도록 함
- 제품 소개와 함께 제품의 맛을 살릴 수 있는 적절한 레시피를 함께 제공하는 것 또한 방법

□ 가격 경쟁력 확보 필요

- 수입업자 인터뷰에 따르면, 최근 한국산 버섯의 가격이 일본산보다 높아져 수입이 많이 줄어든 상황이며, 엔저 영향도 있어 당분간은 한국산 수입량이 늘지 않을 전망이다
- 한국산 버섯의 경우 수입물량에 따라 가격 변동이 극심한 편으로, 가격의 안정성을 확보하며 동시에 합리적인 가격으로 가격 경쟁력을 확보하는 것 또한 중요할 것으로 보임

II 일본 시장 정보

1. 일본 버섯 수입 추이

- 송고버섯은 표고버섯의 일종으로 전체 식품 카테고리에서 「기타 버섯」으로 분류되어 HS CODE는 「0709.59」로 나타남

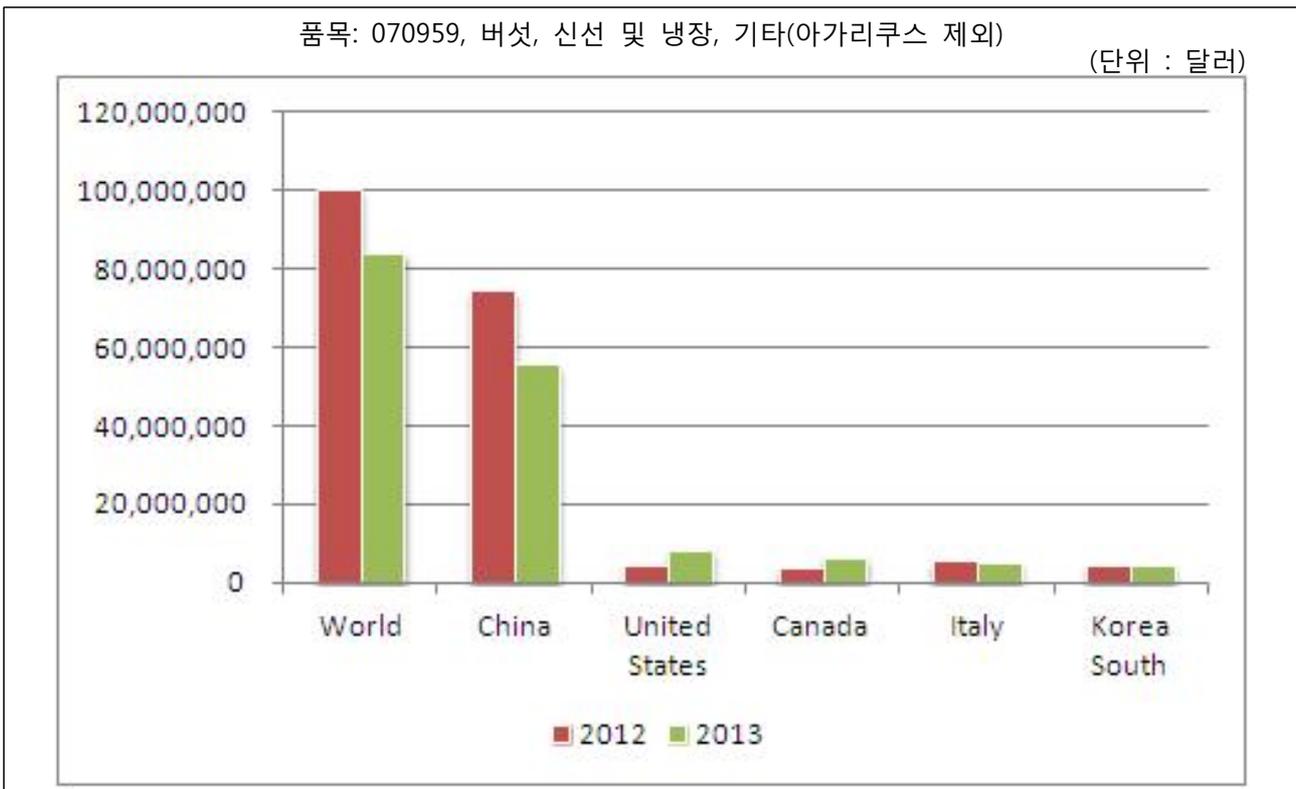
< HS CODE >

0709	기타 채소(신선 및 냉장한 것에 한함)
0709.59	기타 버섯
0709.59.011	송이버섯
0709.59.012	송로
0709.59.020	표고버섯
0709.59.090	기타

출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

- HS CODE 「0709.59」에 대한 일본 수입 추이

< 일본 버섯 수입 통계 >



Partner Country	United States Dollars		% Share		% Change
	2012	2013	2012	2013	2013/2012
World	100,162,747	84,191,983	100.00	100.00	- 15.94
China	74,340,490	55,433,899	74.22	65.84	- 25.43
United States	4,641,298	8,116,724	4.63	9.64	74.88
Canada	3,400,056	6,351,568	3.39	7.54	86.81
Italy	5,428,021	4,988,446	5.42	5.93	- 8.10
Korea South	4,409,390	4,079,072	4.40	4.84	- 7.49
France	2,662,412	2,083,439	2.66	2.47	- 21.75
Mexico	383,285	925,666	0.38	1.10	141.51
Turkey	3,378,202	845,173	3.37	1.00	- 74.98
Australia	452,391	686,678	0.45	0.82	51.79
Spain	14,029	107,623	0.01	0.13	667.15

출처 : GTA (www.tradestatistics.com/gta)

- 일본은 2013년 8,419만 1,983 달러 규모의 버섯을 수입하였으며, 주요 수입국은 중국, 미국, 캐나다 등이 있음
 - 일본의 최대 수입국은 중국으로, 2013년 중국으로부터 5,543만 3,899 달러의 버섯을 수입하였으며 이는 전체의 약 65.84%, 전년 대비 -25.43% 감소한 수치임
 - 중국에 이어 미국이 2위로, 2013년에 811만 6,724 달러의 버섯을 수입하였으며, 3위는 캐나다로 수입액은 635만 1,568 달러
 - 한국은 5위로, 한국에서 407만 9,072 달러 규모의 버섯을 수입한 것으로 집계되었음
 - 버섯의 전체 수입액은 전년 대비 -15.94%로 감소하였으며, 한국으로부터의 수입액 또한 전년 대비 -7.49%로 감소하였음
- 버섯 종류별로는 송이버섯의 수입액이 가장 많으며, 다음으로 표고버섯, 송로, 기타 버섯 순임
 - 가장 수입액이 많은 것은 송이버섯으로, 2013년 5,924만 9,811 달러의 송이버섯을 수입하였으며 이는 전체의 약 70.37%를 차지함

< 일본 버섯 종류별 수입 통계 >

Description	United States Dollars		% Share		% Change
	2012	2013	2012	2013	2013/2012
기타 버섯 전체	100,162,747	84,191,983	100.00	100.00	-15.94
송이버섯	71,307,346	59,249,811	71.19	70.37	-16.91
표고버섯	17,455,807	14,210,971	17.43	16.88	-18.59
송로	7,734,433	7,559,293	7.72	8.98	-2.26
기타	3,665,161	3,171,908	3.66	3.77	-13.46

출처 : GTA (www.tradestatistics.com/gta)

- 표고버섯의 수입액은 1,421만 971 달러로 전체의 16.88%이며, 전년 대비 -18.59%로 가장 크게 감소함
- 특히 표고버섯의 수입국은 중국과 한국 두 국가이며, 중국에서 대부분(99.80%)을 수입하고 한국산이 소량(0.20%) 수입되고 있음

2. 일본 시장 동향

□ 일본 버섯 수급량

< 버섯 수급량 추이 >

(단위 : 톤)

연도	2010년				2011년				2012년			
	생산량	수입량	수출량	소비량	생산량	수입량	수출량	소비량	생산량	수입량	수출량	소비량
건표고	3,516	6,127	40	9,603	3,696	6,038	39	9,695	3,705	5,940	23	9,622
생표고	77,079	5,616	-	82,695	71,254	5,321	-	76,575	66,476	5,015	-	71,491
송이	140	2,044	-	2,184	36	1,215	-	1,251	16	1,436	-	1,452

- 일본에서 버섯류의 소비량은 전체적으로 감소 추이를 보이고 있음

- 소비량 감소로 인하여 생산량과 수입량 모두 감소세를 보이는 가운데, 가정 및 업체에서 조리용으로 간편하게 사용 가능한 건표고의 소비는 보합세를 보여 전체적으로는 수입량이 줄어든 대신 생산량이 증가세를 보임
- 수입산 버섯의 원산지는 대부분 중국산으로 저렴한 가격이 장점이나, 일반적인 가정의 소비자들은 국산 선호 경향이 강함

□ 생산 동향

- 표고버섯 생산 동향

- 일본의 표고버섯 생산량은 생표고 기준으로 1984년 191천톤을 정점으로 감소를 계속하다가 최근은 100천톤 규모를 밑돌고 있음
- 생표고 생산량은 80년대 이후 연간 7만톤 규모를 유지하고 있는데 반해, 건표고는 소비감소의 영향으로 생표고의 1/3 수준으로 감소
- 2011년 대지진 및 방사능 피해의 영향으로 소비가 감소함에 따라 생산량 감소 경향 유지

- 송이버섯 생산 동향

- 일본의 송이버섯 생산량은 해마다 증감이 심하며 2010년은 140여톤이 생산되었으며 주산지는 산악지역인 나가노현과 이와테현임
- 잠정통계의 의하면 2011년 생산량은 37톤 규모로 감소하였으며 2012년은 16톤에 불과함

□ 소비 동향

- 2011년 대지진 이후 소비자의 방사능 우려로 버섯류의 소비가 감소하였으며, 버섯 채배 및 판매사의 홈페이지나 판매 페이지에 세습 검출이 되지 않음, 방사능 검사를 통과하였음 등의 문구를 흔히 볼 수 있게 되었음
- 국내산은 방사능 우려가 있는 데다 가격도 비싸고, 수입산은 대부분 중국산이라 꺼려진다는 인식이 흔하여 버섯 소비 감소 경향을 엿볼 수 있음
- 일부 수입산 희귀 약용 버섯(송로, 망태버섯, 능이버섯 등) 및 송이버섯은 고급식재, 건강식품, 다이어트 식품 등으로서, 국내 소비량이 많지는 않은 편이나 일부에서 다소 높은 가격에도 꾸준히 판매되고 있음
- 희귀 버섯은 소비자에게도 일반적이지 않은 만큼, 업체에서는 판매할 때 소개와 함께 간단한 요리 레시피도 함께 제공하고 있음

- 표고버섯 소비 동향

- 표고버섯 전체 소비량은 2000년 124천톤에서 2012년에는 81천톤으로 35% 감소하였음
- 특히 건표고가 15.3천톤에서 9.6천톤으로 37%나 감소하였는데, 이는 소비자들의 수입산에 대한 안전성 불신과 더불어 맛벌이 및 단신세대 등의 증가로 식생활패턴이 간편조리 형태로 변화하고 있기 때문으로 판단되며 건표고버섯의 수요처별 소비비율도 가정용이 30%, 업무용이 70%로 업무용 수요가 압도적으로 많은 것으로 추정됨
- 일본 국내산 생산량은 중국산 생표고가 안전성 문제로 인해 감소함에 따라 생표고를 중심으로 증가하였으며 소비자 수요도 건표고에서 생표고로 전환됨
- 1세대당 표고버섯 연간 구입현황을 보면 생표고는 '05년에 비해 ' 12년 구입금액 및 빈도가 증가한데 반해, 건표고는 구입금액, 빈도 모두 감소 경향을 보이고 있음

< 1세대당 표고버섯 연간 구입현황 >

(단위 : 엔, 회)

구 분	2005년		2012년	
	구입금액	구입빈도	구입금액	구입빈도
생표고	1,557	8.96	1,491	8.62
건표고	551	0.76	424	0.63

출처 : 일본 총무성, 가계조사연보

- 동북대지진 이후 버섯류를 중심으로 다량의 방사능물질이 검출되어 소비자들의 불안감이 높아진 결과로 후쿠시마 인근지역산 생표고 및 건표고의 수요감소가 계속되고 있음
- 온라인 오픈 마켓 등에는 「버섯 재배 키트」가 등장, 1,000엔 정도의 가격에 가정에서 3~5일간의 재배로 많은 표고버섯을 수확할 수 있어 소비자로부터 크게 인기를 끌고 있음

- 송이버섯 소비 동향

- 송이버섯은 향을 즐기는 버섯으로서 주로 고급 호텔, 일본요리점이나 선물용으로

소비되는 품목임

- 저렴한 중국산 및 북중미산 수입으로 일반 슈퍼마켓에서도 판매되며 주로 송이버섯밥이나 구이 등으로 일반 가정에서도 소비되게 되었음
- 2012년부터 본격적으로 소비되며 일본 국내산 및 한국산이 선도 및 향 등 품질이 좋다고 알려져 높은 가격에 판매되고 있음

III 일본 가격 정보

1. 일본 버섯 판매 현황

□ 온라인 오픈 마켓 판매 현황

－ 라쿠텐 매장 버섯 판매 현황

업체명	킨잔표고버섯	오이타표고버섯	오이타표고버섯
제품 이미지			
제품명	오이타산 원목 건표고버섯 130g	오이타산 원목 건표고버섯 80g	B급 건표고버섯 300g
가격	JPY ¥ 1,000	JPY ¥ 1,000	JPY ¥ 2,160
업체명	사가야채	코니시청과	SAIKAKAN
제품 이미지			
제품명	나가사키산 생표고버섯 2L사이즈 1팩	캐나다/북미산 송이버섯 약 1kg	송이버섯 국산 야마가타/이와테산 100g
가격	JPY ¥ 259	JPY ¥ 10,800	JPY ¥ 9,800

출처 : 라쿠텐 (www.rakuten.co.jp)

- YAHOO 쇼핑 매장 버섯 판매 현황

업체명	북항직판	츠지요시	모리산업
제품 이미지			
제품명	대특가 B급 홋카이도산 표고버섯 500g	균상 표고버섯 약 600g	생표고버섯 1000g
가격	JPY ¥ 680	JPY ¥ 3,240	JPY ¥ 1,760

업체명	타마짱삼	오쿠아이즈	사포나
제품 이미지			
제품명	건표고버섯 150g	국산 송이버섯 특상 150g	중국산 송이버섯 200g
가격	JPY ¥ 1,050	JPY ¥ 10,500	JPY ¥ 4,380

출처 : YAHOO 쇼핑 (shopping.yahoo.co.jp)

- Amazon 매장 버섯 판매 현황

업체명	DEIGOYA	나카야마버섯	KFOODS나마타메
제품 이미지			
제품명	원목재배 건표고버섯 40g	건표고버섯 슬라이스 30g	표고버섯 분말 50g
가격	JPY ¥ 620	JPY ¥ 518	JPY ¥ 540
업체명	오가닉프로모션	야마가타후루사토	ASK sanin
제품 이미지			
제품명	생표고버섯 2kg(20팩 전후)	송이버섯 야마가타/이와테산 150g	송이버섯 1kg
가격	JPY ¥ 8,518	JPY ¥ 17,500	JPY ¥ 2,750

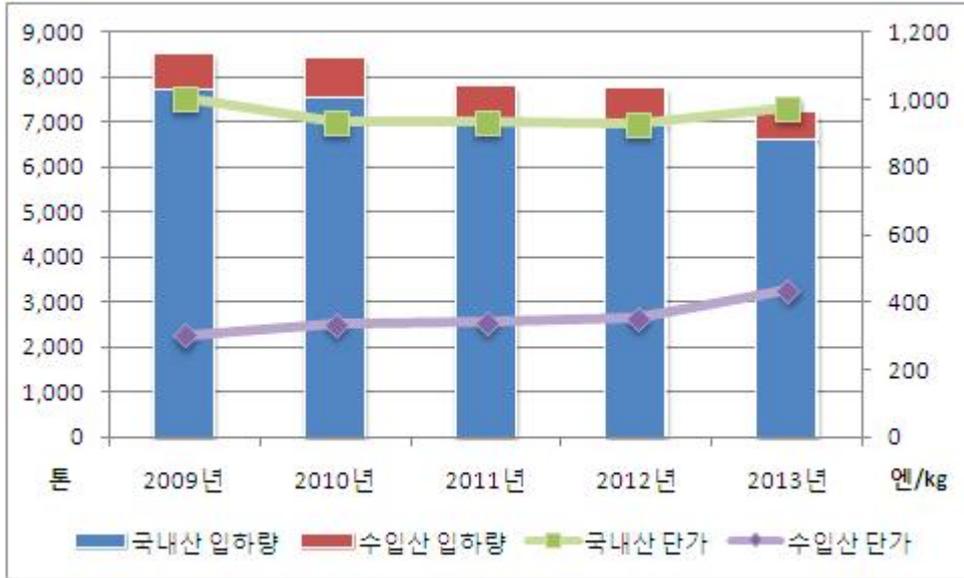
출처 : Amazon (www.amazon.co.jp)

2. 일본 버섯 가격 추이

□ 국내산 및 수입산 버섯 입하량 및 단가 추이

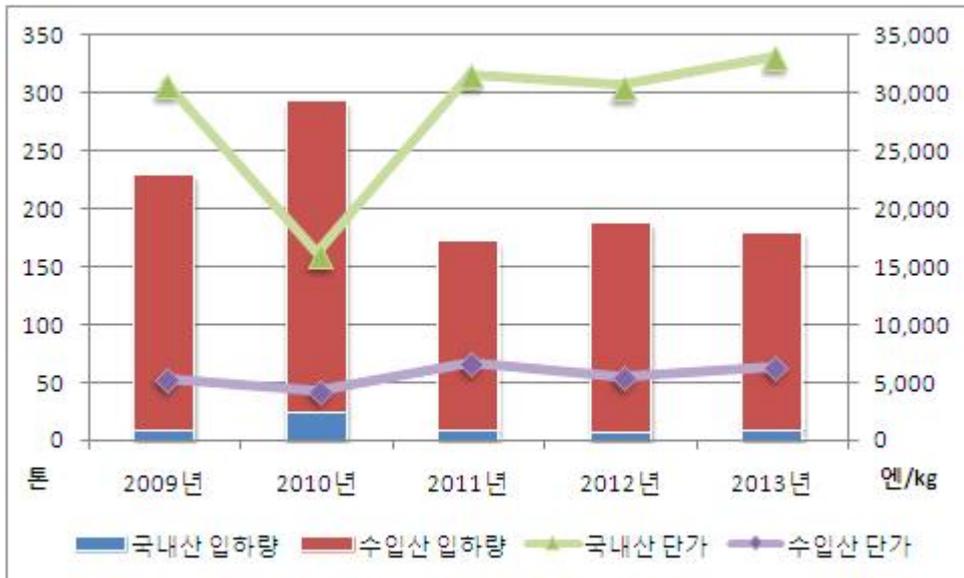
< 도쿄 중앙도매시장 표고버섯 추이 >

(단위: 입하량-톤, 단가-엔/kg)



< 도쿄 중앙도매시장 송이버섯 추이 >

(단위: 입하량-톤, 단가-엔/kg)



출처 : 일본 농축산업진흥기구 (www.alic.go.jp)

- 표고버섯은 수요 감소의 영향으로 전체적으로 입하량이 감소세에 있는 가운데, 국내산의 단가는 보합세인 데 비하여 수입산은 꾸준한 가격 상승세를 보이고 있음

-
- 수입량은 감소하였으나, 엔저 등의 영향으로 수입 단가는 상승하였기 때문으로 분석
 - 2009년에는 국내산이 수입산의 3배 정도의 가격으로 나타났으나, 2013년에는 2배 정도로 가격 차이가 감소하였음
- 송이버섯은 자연산이 대부분이기 때문에 국내 생산량이 극히 한정되어 있어, 대부분의 국내 소비량을 수입산에 의존하고 있음
- 송이버섯은 희소가치가 높은 고급식재로서 공급량 및 품질에 따라 가격 변동 폭과 가격차이가 매우 큰 품목
 - 2010년 국내산과 수입산의 입하량이 모두 증가하여 가격이 크게 하락한 바 있으나, 전체적으로 국내산의 단가는 kg당 30,000엔 수준을 보임
 - 수입산 송이버섯은 5,000~6,000엔으로, 국내산과의 가격 차이는 6배 정도, 최고 25배에 달할 때도 있음
 - 한국산 수입단가는 2010년 8,491엔/kg에서 2011년 20,000엔, 2012년은 12,579엔으로 수입물량에 따라 가격변화가 극심한 양상을 보이고 있음

IV 일본 유통 정보

1. 일본 식품 유통업계 정보

□ 일본 식품유통 업체

1) 오프라인 점포

- 백화점 : 「미츠코시 이세탄 홀딩스」(미츠코시와 이세탄 운영), 「세븐 & 아이 홀딩스」(소고와 세이부 운영) 등
- 슈퍼마켓 : 「이온 그룹」(이온과 미니스톱 등을 운영), 「세븐&아이 홀딩스」(이토요카도와 세븐일레븐 등을 운영) 등
- 편의점 : 세븐일레븐(업계 1위), 로손(업계 2위), 패밀리마트(업계 3위) 등

2) 온라인 점포

- 온라인 오픈 마켓 : (주)라쿠텐, 아마존재팬(주), 야후(주) 등
- 유통업체 운영 마켓 : 미츠코시 온라인 샵, 이온 몰 온라인, 세븐 넷 쇼핑, 패미마켓 등

□ 식품 도매 업체 (벤더)

- 일본 식품유통업계에 있어서 상품조달, 물류뿐만 아니라 박람회 개최 등을 통한 제조업과 소매업의 정보의 매개체 역할도 담당하는 일본 특유의 시스템
- 유력 벤더 : 미츠비시식품, 닛뽀 액세스, 코쿠부, 카토산업, 미즈이식품, 이토츠키식품

□ 최근 유통 시장의 변화

- 메이커의 유통업계에 대한 지배력 약화

- 일본은 여전히 복잡한 유통 구조를 보이고 있으나 최근 십 수 년간 크게 변화해 도매업에서 소매업까지를 수직적으로 지배해 온 메이커의 유통 시장에 있어서의 지배력이 크게 감퇴되는 등의 변화를 겪어오고 있음
- 메이커가 가격(다테네建値)을 설정, 유통업자의 판매 가격을 구속하는 행위는 불공정 거래 행위로 판명된 점, 소매업자의 PB(Private Brand) 상품 개발, IT를 활용한 물류판매 관리 시스템의 합리화 촉진, 외자계 유통 기업이 글로벌 스탠더드 하에 일본의 유통 구조 변화를 초래하고 있는 점이 메이커 유통업계에 대한 지배력 약화의 원인으로 보고 있음

- 수입 형태의 다양화

- 해외의 메이커가 제조, 가공한 제품을 종합 상사, 수입 총 대리점, 전문 수입업자가 수입해 1차 도매상으로부터 2차 도매상을 거쳐 소매상(전문점, 백화점 등)으로 흐르는 것이 일반적인 수입품의 유통 경로였으나 근년에는 대형 소매상, 도매상에 의한 개별수입, 일본 메이커의 해외 생산 공장으로부터의 역수입이 증가하고 또한 중소도매, 소매상에 의한 소규모 수입, 소비자가 직접 행하는 개인 수입도 활발하게 이루어지는 등 수입 형태가 다양화되고 있는 중임
- 특히, 소매상이 저가격, 양질의 제품을 해외에서 직접 수입하는 형태로 제품 조달의 글로벌화가 진전됨에 따라 1차, 2차 도매상을 경유하지 않고 상품이 유통되는 형태가 실현되어 일본의 전통적인 유통 경로의 단축, 합리화에 일정 부분 기여하고 있음
- 소비자 니즈의 다양화, 가격 경쟁의 격화, 인터넷의 보급 등 수입품의 유통을 둘러싼 환경도 변화의 움직임도 보임

- Private Brand 상품 생산의 확산

- 글로벌 상품 조달력을 갖춘 소매업체가 자체적으로 생산, 물류를 컨트롤해 리스크를 부담함으로써 저코스트를 실현하여 소비자의 지지를 받고 있는 상태임
- 오리지널리티를 어필하고 내셔널 브랜드 판매에 따른 무한 가격 경쟁에 휩쓸리는 위협을 회피하기 위한 것으로 종합 소매업체로부터 중소 규모의 소매점까지 확산 중
- 최근, 메이저 유통 대기업이 다양한 상품군에 PB제품을 출시해 과거에 비해 다양한 소비자층이 PB제품을 접할 기회가 늘어나고 있어 PB에 저항감이 있던 소비자조차

점점 PB제품에 익숙해지고 있는 상태임

- 이 결과, 2013년 소비자가 가치 있는 것을 선택하는 경향을 보이며 단순히 브랜드 이미지나 가격 편중에서 품질 만족도 중시로 변화함

□ 주요 유통업체 현황

- 2009년 일본 백화점 업계의 산업 규모(주요 대상 기업 24개사의 매출액 합계)는 7조 5,100억 엔에 이른 것으로 파악되었음
- 백화점 업계의 과거 추이를 보면, 2006년부터 감소가 계속되고 있어, 2009년까지 지속적인 감소 경향을 보이며 고전하고 있음
- 젊은 고객들의 감소 진행, 교외형 쇼핑몰 아울렛의 대두 등으로 어려운 상황이 계속 되어온 백화점 업계는 2008년 가을의 금융 위기로 인한 소비 침체로 더욱 상황이 악화되고 있음
- 어려운 경영 환경 속에서 일본 백화점 업체들은 수익성이 떨어지는 점포를 정리하고, 상당한 인원 감축 등 대담한 구조 조정을 수행하고 있음
- 백화점 매출 순위를 보면 1위인 미즈코시 이세탄 홀딩스가 한발 앞서 있으며, 2위 이하는 혼전 상태임
- 한편, 2009년 일본 슈퍼 업계의 업계 규모 (주요 대상 기업 59 개사의 매출액 합계)는 약 18조 8,000억 엔
- 슈퍼 업계의 과거 업계 규모의 추이를 보면, 2004년부터 2008년까지는 약간의 상승을 계속했지만 2009년 이후 감소세를 보였음
- 일본 체인 스토어 협회 통계에 따르면 전국 슈퍼 매출액은 96년을 정점으로 13년 연속 감소세를 보이고 있음. 최근에는 대형 마트도 매출이 침체하면서 2009년 2월 결산에서는 「세븐 & 아이 홀딩스」는 전년 대비 -9.5%, 「이온」이 -3.5%, 「유니」가 -4.6%, 「다이에」가 -6.2%, 「이즈미」가 1.6%의 매출 감소를 기록
- 수익 감소의 원인으로는 오랜 소비 침체와 임금 감소에 의한 소비자의 저가격 소비

지향 등을 들 수 있으며, 또한 「유니클로」나 「니토리」가전 등 양판점 및 전문점으로의 고객 유출로 인해 식품 이외의 의류, 가전 가구 분문의 매출액이 현저하게 감소하였음

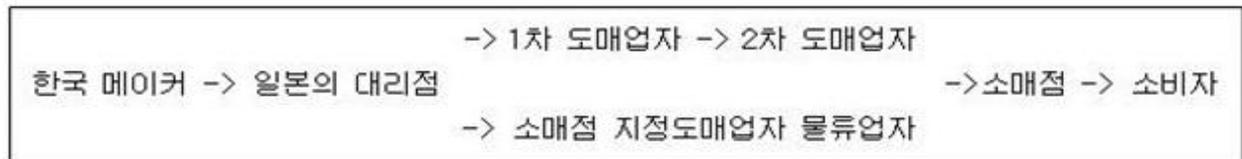
- 2009년 편의점 업계의 업계 규모는 6조 5,063억 엔 (주요 대상 기업 9 개사의 매출 합계)으로 집계됨
 - 편의점 업계의 과거 실적 추이를 보면, 2004년부터 2005년 사이에는 감소세를 보였지만, 2005년부터 2008년까지는 증가세, 2009년에는 다시 감소세로 돌아섰음
 - 2008년 편의점 각사의 매출 증가를 견인했던 것은 담배 자판기의 성인식별카드 '타스포'의 영향. 타스포가 없는 흡연자가 편의점에서 담배를 구입하게 되어 각사의 실적에 큰 영향을 끼침
 - 한편, 2009년 편의점 각사의 매출액은 「로손」, 「패밀리 마트」 등은 흑자가 보고되었지만, 「세븐일레븐」, 「서클 K Thanks」, 「미니 스톱」 등은 감소세를 기록. 경기 침체가 겹쳐 편의점의 전체 매출도 감소세로 돌아선 것으로 분석됨
 - 특히 최근의 편의점 시장은 포화 상태에 있으며, 현재 일본 내 편의점은 4만 점포를 넘는 상황이고 신규 출점의 여지가 부족한 것이 현실
 - 편의점 업계의 매출 순위를 보면, 상위 5 개사가 업계를 주도하고 있으며 점유율 면에서도 상위 5개사가 시장의 90%에 가까운 점유율을 차지하고 있음
 - 「세븐일레븐」은 세븐프리미엄으로 20%이상 성장, 세븐프리미엄은 「세븐일레븐」이 가지고 있는 PL상품으로, 2016년 2월까지 PL 매출을 최대 1조 엔으로 확대할 계획
- 매출 부진을 만회하기 위해 일본 대형 유통업체들은 현재 대대적인 가격인하 행사를 벌이고 있음. 지난해 5만점을 돌파한 편의점 업계는 출점경쟁이 최고조에 달하여 신규 부지난을 뚫기 위해 업체마다 점포 쇄신작업을 전개함
- 일본의 대표적인 종합슈퍼인 「이토요카도」는 지난 12월부터 한 달간 1천개 품목에 대해 가격인하
 - 「세이유」, 「이온」 등 경쟁업체들도 1천개가 넘는 품목의 가격을 인하하고 있음

- 대규모 가격인하 이유는 세계경제가 큰 타격을 받았던 2009년 리먼브라더스사태 이후 3년 반만의 일, 상여금 감소 등 소비력이 감소해 가격인하를 실시
- 홈센터인 「니토리」도 전체매출이 전년 동기대비 8.5% 감소하는 등 2개월 연속 매출이 마이너스로 돌아서자 가격인하를 단행

2. 일본 유통구조

- 전통적으로 일본의 농식품 수입 유통구조는 무역기업 또는 수입업자 → 식품 가공 및 도매업자 → 소매점포(슈퍼마켓, 편의점, 백화점 등) → 최종소비자로 이어지는 구조였으나, 최근 일본의 5대 무역기업(미쓰비시, 이토추, 미쯔이상사 등)은 수입업 무 일변도에서 벗어나 도매 및 소매부문까지 진출하는 이른바 전방 수직결합(forward vertical integration) 유통구조를 가지고 있음

< 최근 일본의 전방수직결합 유통구조 >

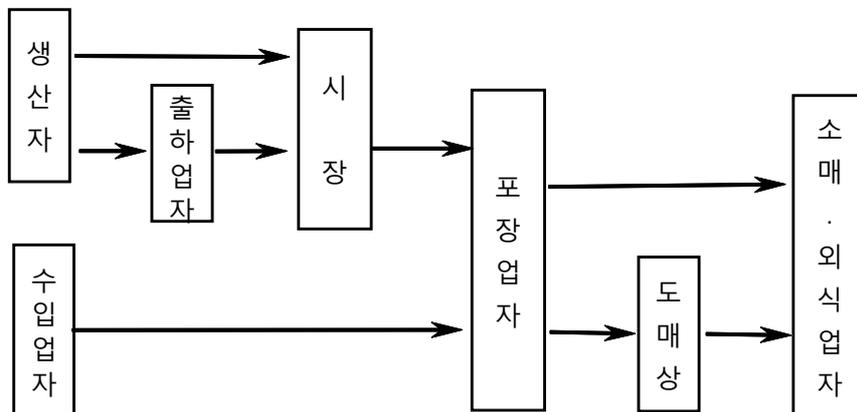


출처 : KATI (www.kati.net)

- 표고버섯 유통 경로

- 건표고는 주로 산지 시장을 통해 유통되며, 생표고는 소비지 도매시장을 통해 유통되고 있음

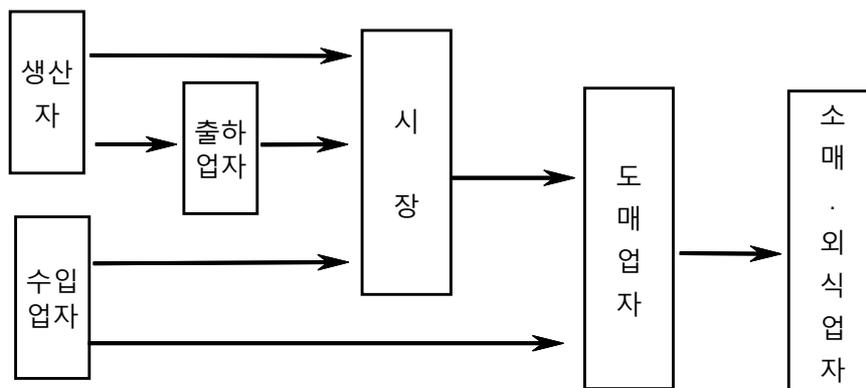
< 건표고버섯 유통경로 >



출처 : KATI (www.kati.net)

- 건표고버섯은 생산자가 직접 건조 과정을 거쳐 주로 산지 집출하단체를 통해 시장에 유통되고 있으며, 주요 집출하단체로는 생산자조합, 농협, 임업조합 등
- 건표고의 유통경로별 판매현황을 보면, 생산자조합 등 출하업자를 통한 판매가 25.4%로 가장 많고 다음으로 일반농협(21.1%) 및 임업조합(8.9%)을 통하는 경우가 많음
- 산지시장에서는 기본적으로 생산자가 출하한 포장상자 단위로 입찰 및 거래가 이루어지고 있음
- 포장업자는 시장에서 건표고버섯을 구입하여 재차 선별 및 포장하여 소매업자나 가공식품제조업체, 외식 등 업무용 수요자에게 판매하고 있음
- 수입산은 시장을 경유하지 않고 수입업자로부터 포장업자로 직접 판매되어 식품도매상이나 외식 등 수요자에게 공급되고 있음

< 생표고버섯 유통경로 >



출처 : KATI (www.kati.net)

- 생표고버섯은 신선농산물과 유사한 유통경로를 거치며 주로 소비지도매시장을 통해 유통되고 있음

3. 유통 업체

□ 가공식품 유통 업체 : 온라인 채널

- ケンコーコム (켄코코무)

- 1994년 설립된 회사로, 「라쿠텐 주식회사」의 연결자회사로서 라쿠텐 그룹에 소속되어 있으며, 켄코코무 또한 자회사 8사, 관계사 1사로 켄코코무 그룹을 구성하고 있음
- 주로 건강관련상품과 관련된 통신판매 사업을 메인으로 하고 있으며, 주요 취급 라인업은 의약품, 화장품, 일용잡화, 위생의약품, 건강기구, 건강식품 등
- 건강식품의 주요 제품으로는 각종 영양보조제, 다이어트식품, 과일즙 및 야채즙, 분말, 각종 영양드링크, 미용드링크 등의 기능성 음료 등

－ 楽天市場 (라쿠텐 시장)

- 1997년 개설된 일본 국내 최대 규모의 온라인 쇼핑몰로, 8,200만 명의 그룹 회원에게 온라인 쇼핑을 포함하여 인터넷 종합 서비스를 제공하고 있는 기업인 「라쿠텐 주식회사」가 운영
- 2012년 12월 기준 매출액 4,434억 7,400만엔, 영업이익 722억 5,900만엔, 종업원 수 9,311인
- 독특한 비즈니스 모델인 ‘라쿠텐 경제권’을 도입하여, 라쿠텐 경제권에 포함된 전자상거래, 디지털 콘텐츠, 전자금융, 포털&미디어, 여행, 통신, 증권, 보험, 은행, 신용카드 등을 이용하면 ‘라쿠텐 슈퍼 포인트’가 쌓여 이 포인트를 라쿠텐 경제권 내에서 자유롭게 이용할 수 있음
- 각지의 점포 - 라쿠텐 - 소비자를 잇는 B2B2C형 비즈니스 모델을 취하여, 출점 점포로부터 받는 출점료나 수수료를 주 수입원으로 하며, 출점 점포에는 자사가 개발한 점포 운영 시스템을 제공하고 소비자에게는 맞춤형 온라인 정보를 제공함

－ Amazon.co.jp (아마존)

- Amazon.com의 일본법인 「아마존재팬 주식회사」가 운영하는 온라인 판매 사이트로, 2000년 오픈 이래 사실상 1사가 독점적으로 제공하는 온라인 스토어로서는 최대 규모를 자랑하며, 초기에는 서적만 취급하였으나 점점 취급 품목을 늘려 2014년 현재는 종합 소매판매 사이트로 성장

- 일본법인 단독으로는 2013년 매출액 76.39억 달러로, 매출액은 경쟁사 「라쿠텐 시장」 보다 조금 뒤쳐지나 일본 국내 유통액은 1조엔을 넘는 규모
- Amazon.com의 자체 포털사이트인 A9.com을 통하여 상거래를 실시하는데, 이 엔진에 탑재된 강력한 ‘추천 기능’ 은 구입 이력을 바탕으로 고객의 취미 및 기호, 나아가서는 사상이나 신조, 성적 취향까지 고려하여 비슷한 경향의 타 고객에게 상품을 추천하는 「아마존」 특유의 기능임
- 「아마존캐편 주식회사」 는 시스템 운영 및 고객 서비스를 담당하며, 「아마존」 에서 취급하는 상품의 판매자는 미국 워싱턴 주에 본사를 둔 「Amazon.com Int'l Sales, Inc.」 임
- 그러나 자체 판매 외에 ‘아마존 마켓 플레이스’ 라는 오픈 마켓도 두고 있어, 제삼자인 출품자도 소비자에게 자유롭게 판매를 할 수 있으며, ‘아마존 마켓 플레이스’ 에서는 출품자가 거의 자유롭게 가격을 설정할 수 있는 것이 특징임

－ Yahoo!ショッピング (야후! 쇼핑)

- 1996년 설립된 「Yahoo! JAPAN」 이 제공하는 인터넷 쇼핑몰로, 「라쿠텐 시장」 과 마찬가지로 출점형 쇼핑 포털 사이트, 1999년 9월 오픈
- 2013년 10월 ‘e커머스 혁명’ 으로 출점료, 로얄티 등을 전부 무료화하였으며, 2013년 2월부터는 법인만이 아니라 개인도 판매가 가능하게 됨
- 2013년 4분기 쇼핑 관련 취급량은 과거 최고를 달성, 그 후 2013년 6월 말 기준으로 출점자수는 13.4만 스토어, 상품수는 1억점을 돌파하여 취급량은 계속해서 증가세
- 일본 최대 포인트 서비스인 T포인트와 제휴하여, 「야후! 쇼핑」 을 이용하면 T포인트가 쌓이고, T포인트로 「야후! 쇼핑」 을 이용할 수 있는 등 혜택을 제공하고 있음

□ 가공식품 유통 업체 : 오프라인 채널

－ 三越 (미츠코시)

- 1673년 에치고야(越後屋)라는 이름의 상호로 출발한 일본 최초의 백화점(1904년 개칭)으로, 「주식회사 미츠코시 이세탄 홀딩스」 산하의 「주식회사 미츠코시 이세탄」이 운영하며 니혼바시 미츠코시 본점과 일본 국내 14개 점포 외에 해외 점포도 다수 보유하고 있는 거대 기업
- 연간 입점객수는 2억 명 이상에 달하며, 연간 매출액은 약 1조 3,000억엔, 종업원 수는 약 2만 6,000명

－ イトーヨーカ堂 (이토요카도)

- 관동 지방을 중심으로 24개 지방에 점포를 둔 종합 슈퍼마켓이며, 「세븐 & 아이 홀딩스」의 자회사인 「주식회사 이토요카도」가 운영함
- 2013년 2월 기준 매출액은 1조 3,029억 2,300만엔, 종업원 수는 37,014명이며 일본 전국의 점포수는 183곳
- 출점 방침으로는 전국 전개를 중시하기보다는 특정 지역을 중심으로 전개하는 도미먼트 전략을 취하고 있으며, 이러한 효율적 경영으로 타사 대비 높은 이익을 내고 있음
- 「세븐 & 아이 홀딩스」의 자사 PB인 세븐프리미엄을 취급하고 있으며, 또한 「주식회사 이토요카도」가 운영하는 할인마트 「더프라이스」에서도 세븐프리미엄보다 낮은 가격대의 ‘더프라이스’ 라는 자체 PB상품을 개발, 판매하고 있음

－ AEON (이온)

- 2007년 개업, 「이온 그룹」이 운영하는 점포 브랜드로, 종합 슈퍼와 식품 슈퍼마켓 형태가 있음, 초기에는 식품 위주로 전개하다가 2010년 이후 종합 슈퍼로 발전
- 2011년 이후 「이온 그룹」 내의 「저스코」, 「사티」 등의 점포 브랜드도 「이온」으로 통합되어, 2014년 2월 기준 점포수는 538곳, 종업원 수는 86,207명을 기록
- 자체 PB로 생활 잡화, 식품, 의류, 문구 등 다양한 상품의 종합 브랜드 ‘탑밸류’와 드럭스토어/약 브랜드 ‘하피콤’을 보유하고 있음

- 西友 (세이유)

- 도쿄도를 거점으로 슈퍼마켓 체인, 제너럴 머천다이즈 스토어 등을 운영하는 「합동회사 세이유」는 세계 최대의 소매 체인으로, 「월마트」의 일본 자회사
- 1963년 설립되었으며, 2008년 매출액은 8,009억 7,500만 엔, 2013년 12월 기준으로 점포수는 373개, 종업원수는 17,916명 보유
- 슈퍼마켓 「세이유」와 「서니」 및 백화점 형태의 대형점포 「리빙」 등을 운영하고 있으며, 자체 PB로는 「월마트」의 PB인 ‘그레이트 밸류’가 있음

□ 신선식품 유통 업체

- 일본에서 청과물은 산지에서 도매시장을 거쳐 각 소매 점포로 유통되며, 야오야(八百屋)라 불리는 야채·청과물 전문 소매점 또한 일반적으로, 크고 작은 다양한 규모의 야오야가 동네마다 존재함

- 중앙도매시장

- 중앙도매시장이란 일본의 도매시장 중 도매시장법 규정에 기반하여 국가 즉 농림수산대신(농림수산성)이 허가 및 감독하는 시장으로, 신선 식품 등의 유통 및 소비 상 중요한 도시 및 주변 지역에 원활한 유통을 확보하기 위한 도매의 중요 핵심 거점이며 광역에 걸쳐 신선 식품 등의 유통 개선에도 이바지하고 있음
- 2013년 4월 기준 총 44개 지역에 72개의 중앙도매시장이 존재하며, 그 중 가장 규모가 큰 지역은 도쿄로, 도쿄 중앙도매시장 내의 시장 수가 11개로 가장 많음

- 도쿄 중앙청과 주식회사 (東京中央青果株式会社)

- 1947년 설립 이래 청과물 및 가공품 수탁 판매 및 구입 판매 사업을 실시하는 일본 국내 최대의 청과물 도매기업으로, 연간 취급량 1,894억엔, 종업원 수 약 500명(2014년)
- 「청과물건강추진위원회」의 일원으로서 청과물 섭취를 통한 생활 건강 유지·증진에 기여하는 운동에 참여하는 동시에, 유통에 있어서도 골판지 박스나 스티로폼 대신 플라스틱제 청과물 유통 박스를 메이커와 공동개발하여 적극적으로 도입

하는 등 순환형 사회 실현에 기여하고 있음

- 도쿄 시티 청과 주식회사 (東京シティ青果株式会社)

- 도쿄 본사 외에 치바현에 지사를 두고 있으며, 2002년 설립되어 청과물 및 가공품의 수탁 판매 및 구입 판매를 실시하는 도매기업으로, 2013년 매출액 986억엔, 종업원 수 336명
- 도쿄 츠키지 시장(築地市場)을 거점으로 하는 청과물 전문 상사로, 변화하는 시대의 흐름에 맞추어 적극적 판매, 새로운 판매 방식을 도입하고 생산자와 소비자 간의 정보 교류에 힘쓰고 있음

- 다이카 오사카 청과 주식회사 (大果大阪青果株式会社)

- 1931년 오사카 중앙도매시장의 개장과 동시에 도매회사로서 창업한 이후 1955년 설립된 전국 2위, 서일본 1위의 청과물 도매 기업으로, 2012년 연간 취급량 944억엔, 종업원 수 326명
- 야채·과실류 및 가공품의 국내산뿐만 아니라 수출입판매 또한 실시하고 있으며, 그와 관련된 일체 업무를 담당

- 나고야 시장 운수 주식회사 (名古屋市場運輸株式会社)

- 1963년 설립된 운수 회사로, 나고야 중앙도매시장을 거점으로 운수 회사로서는 유일하게 중앙도매시장 내에 사무소를 두고 시장에 특화된 업무 형태로 배송 업무 외에 시장 내 하역 업무를 담당
- 식품 운수 기업으로서 원활한 유통 업무 이외에도 교통안전을 위한 직원 교육을 철저하게 실시하고, 환경을 위해 천연가스 차량을 적극적으로 도입하는 등 노력을 기울이고 있으며, ‘익스퍼트 호’ 라는 상표가 기재된 노랑&녹색의 차량이 주요 배송 지역인 도카이 지역에서 트레이드 마크가 되어 있음

V 일본 통관 정보

1. 관세 및 기타 세금

□ 관세율

- 신선 및 냉장 상태의 생버섯과 건조버섯의 관세율이 다르게 적용됨

< 관세율 >

HS CODE	품목	기본세율	협정세율
0709	기타 채소(신선 및 냉장한 것에 한함)		
0709.59.011	송이버섯	5%	3%
0709.59.020	표고버섯	5%	4.3%
0709.59.090	기타	5%	4.3%
0712	건조한 채소		
0712.39.010	표고버섯	15%	12.8%
0712.39.090	기타	15%	9%

출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

□ 기타 세금

- 소비세 (부가가치세)

- 국내의 부가가치세에 해당하는 일본의 소비세는 다음의 국내 및 수입거래에 대해서 비과세인 일정 거래를 제외하고 과세되며 2014년 9월 현재 소비세율은 8% (지방소비세 1%를 포함)로 단일 세율임
- 국내거래란 국내에서 사업자가 사업으로서 대가를 얻어 행하는 자산의 양도 및 대출, 역무의 제공을 의미하며, 수입거래란 보세지역에서 인수되는 화물거래를 의미함
- 금융거래, 자본거래, 의료, 복지, 교육 분야의 일정 거래는 비과세이며, 수출거래나 국제통신, 국제운수 등의 이른바 수출 유사거래도 소비세가 면제된다. 국내거래를 하는 사업자나 수입거래를 하는 자는 각각 정해진 과세표준에 대한 세금을

신고 · 납부하여야 함

- 단, 생산 · 유통 단계에서 이중과세가 이루어지지 않도록, 매입에 대한 소비세를 매상에 대한 소비세에서 공제함
- 지난 2011년 9월에 취임한 전 재무상 출신 노다 요시히코 현 일본총리는 일본 국채의 부채비율이 지나치게 높은(전체 GDP의 200% 가량) 이른바 재정건전성 악화 문제를 해결하기 위해서 소비세를 중심으로 한 세금 수입 증대를 추진해왔음
- 기존 5%의 소비세율은 2014년 4월 8%, 2015년 10월 10%로 2 단계에 걸쳐 상향됨

2. 통관 절차

□ 수입통관의 흐름

- 수입항 도착 → 보세지역으로 화물반입 → 수입신고, 납세신고 → 세관에 의한 심사, 검사 → 관세 등의 납부 → 수입허가 → 보세지역으로부터 화물반출 → 수입자 화물 인수의 수순으로 이루어짐

□ 수입신고

- 수입신고 시기

- 수입신고의 시기는 원칙적으로 수입물품이 보세구역 또는 특별히 허가받은 보세 구역 외의 장소에 반입된 후임
- 다만 특정 물품에 대하여 세관장의 승인을 받은 경우에는 선박에 물품을 적재한 채 또는 물품을 보세구역으로 반입하기 전에 신고가 인정되고 있음

- 수입신고자

- 수입신고는 원칙적으로 수입하고자 하는 자가 해야 하지만 통상적으로 수입자를 대신하여 통관업자에 의한 대리 신고가 이루어짐

- 제출서류

- 수입신고는 통상, 수입(납세)신고서에 다음 서류를 첨부하여 세관수입 부문의 품목별(예: 농수산물, 기계 등) 통관 담당 부문에 제출함

- 수입신고서 외에 필요한 서류의 종류는 다음과 같음

- 반입서(Invoice)
- 선박증권(또는 항공화물운송장)
- 보험료 명세서
- 운임 명세서
- 포장 명세서

- 이 밖에 화물의 종류에 따라서 다음과 같은 서류가 필요함

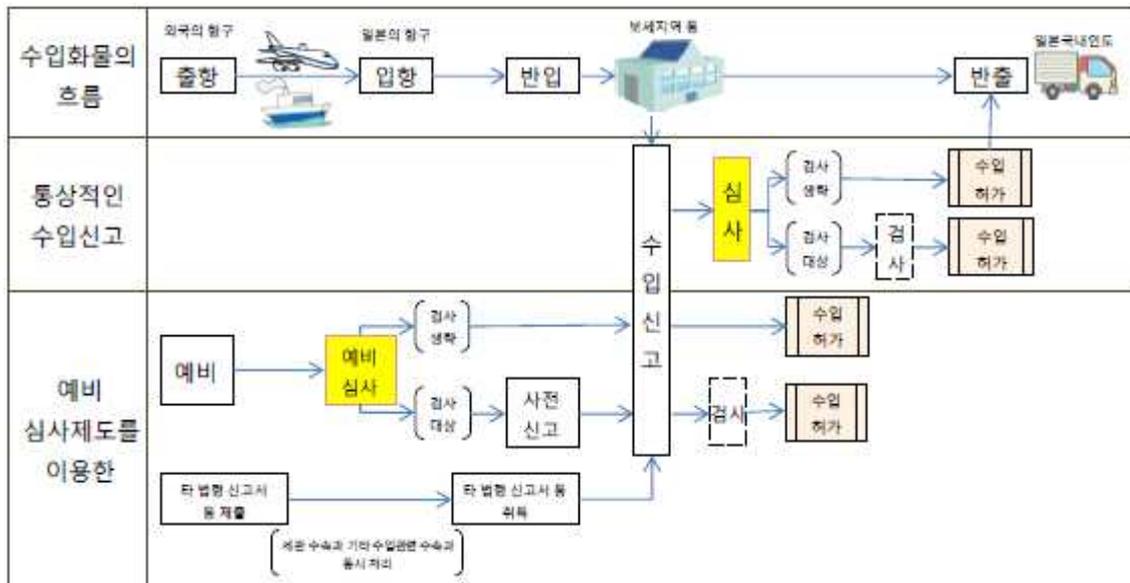
- 타 법령의 허가 및 승인증(식물방역법 등의 관세 관계 법령 이외의 법령에 의한 허가 및 승인을 받을 필요가 있는 화물의 경우)
- 특혜 원산지 증명서(특혜 관세의 적용을 받을 경우)
- 감면세 명세서(감면세의 적용을 받는 경우)

□ 항만 물류 수입 절차

- 통관 위임 및 보세 지역에 반입

- 선박이 도착하면 선박 회사로부터 도착 통지(Arrival Notice)가 들어옴
- 수출자의 사전 선적 통지(Shipping Advice)가 들어오면, 수입자는 기용한 해운 화물 업자를 정하고, 수취, 통관 수속의 대행을 위임함
- 화환(貨換) 어음계산서 결제의 경우에는 인수 대금 결제 및 상환으로 은행에서 선하증권(B/L) 등 선적 서류를 입수, B/L은 승인을 하고, 해운 화물 업자에게 전달함
- 해운 화물 업자는 B/L 을 선박 회사에 제시하고 D/O (화물 통과 지시서)을 입수 하여, 이것과 상환으로 화물을 인수, 보세 지역에 반입함

< 일본 수입 절차 흐름도 >



출처 : 글로벌윈도우 (<http://www.globalwindow.org>)

- 만약 B/L이 은행에 도착하지 않은 경우 보증서 (L/G) 등을 선박 회사에 제시하여 짐을 일단 인수, B/L 도착 후 L/G와 교체하도록 함
- 통관과 화물의 국내 수령
- 해운 화물업자는 세관에 "수입(납세)신고서" 및 공급증명서 (Invoice), B/L, 보험 증권, 기타 법령 인허가 상품, 원산지 증명서 등을 제출하고 수입 신고를 함
 - 필요한 세관 검사를 받고 관세와 소비세를 납부하여 세관장으로부터 수입 허가를 얻은 후 이를 보세 지역 담당자에게 제시하고 국내화물로 화물을 수령하게 되며, 보세 운송으로 다른 보세 지역에 전달하고 수입 신고 절차를 하는 경우도 있음
 - 계절상품 등 신속한 수령을 희망하는 화물의 경우는 예비 심사 (도착 이전에 신고 서류를 제출하여 사전에 심사 검사 필요 여부의 통지받는 제도) 및 수입 신고 시 담보를 제공하는 “수입 허가 전 수령 승인 제도” 를 이용할 수 있음
- AEO (Authorized Economic Operator : 인증기관) 화물
- 화물 보안 관리 및 법령 준수 체제 정비가 우수 업체로 세관의 승인을 받은 경우에는 화물의 수령 후 소득 신고 등 빠르고 간결한 통관(특례 수입 신고제도)이 가능

- AEO(Authorized Economic Operator) : 인정사업자제도, 기업이 물품관리 차원에서 일정 이상의 보안을 확보하고 있는 등의 요건을 충족하면 우수한 수출입업자로서 인정을 받게 되며, 인정기업은 개별 통관수속보다 간소화된 심사 및 검사를 받을 수 있는 이점이 있음
- 해당 제도가 상대방 국가와 상호 인정되면 수출입 업자는 자국뿐만이 아닌 상대 국가에서도 통관 수속 우대조치를 받을 수 있음

< 일본의 AEO 제도 >

제도	대상사업자	제도의 개요
특수수입 신고제도	일본의 수입자	화물 도착 전에 신고 및 허가를, 납세신고 전에 화물거래 등이 가능한 제도
특수수출 신고제도	일본의 수출자	화물이 보세지역 밖에 있어도 수출신고를 실시하고, 수출허가를 받을 수 있는 제도
특정 보세 승인제도	창고업자	제출에 의한 새로운 보세장치장의 설치, 허가수수료 면제 등을 받을 수 있는 제도
인정통관 사업자제도	통관업자	간단한 수속을 통해 외국화물 운송이 가능한 제도
특정 보세 운송제도	운송자 등	간단한 수속을 통해 외국화물 운송이 가능한 제도
인정제조자제도	제조자	인정제조자가 제조한 화물에 대해 화물이 보세지역 밖에 있어도 수출신고가 가능한 제도

출처 : 글로벌윈도우 (<http://www.globalwindow.org>)

□ 통관업자에게 통관 수속 등을 의뢰했을 때의 요금

(단위: 엔)

통관업무의 종류		단위	요금
(1) 수출(반송) 신고		1건	5,900
	소액화물 간이 통관 취급	"	4,200
(2) 수입 신고	신고 납세(예비 신고 포함)	"	11,800
	소액화물 간이 통관 취급	"	8,600
	부과 과세	"	10,500
	소액화물 간이 통관 취급	"	7,800
	보세장치장 출고, 종합보세구역 총출고(가공, 제조, 전시품 제외)	"	7,000
	소액화물 간이 통관 취급	"	5,100
(3) 보세장치장 입고 신청		"	7,000
(4) 보세공장 이입 신청		"	7,000
(5) 보세전시장 장치장 등 승인 신청		"	7,000
(6) 종합보세구역 총입고 신청		"	7,000
(7) 수입허가 전 화물 인수 신청		"	5,100
(8) 외국화물선용품 적재 신고		"	5,100
(9) 외국화물 운송 신고		"	5,100
(10) 그 외의 신고 및 신청		"	1,300
(11) 제 신고 또는 허가승인서 사본 작성		"	200
(12) 할증료		"	요금의 50%

출처 : 일본 세관(<http://www.customs.go.jp>)

VI 일본 검역 정보

1. 버섯류의 수입 관련 규제

□ 식물방역법

- 수입 절차

- 수입 시에는 농림수산성 식물방역소에 검사 신청을 실시, 병해충이 부착되어 있지 않다는 것을 증명하는 수출국의 식물검역기관이 발행한 ‘식물검역증명서’가 필요함(국제식물보호협약에 규정된 양식에 따름)
- 식물방역소의 검사 결과 병해충 등의 부착이 판명된 경우에는 소독, 구제, 폐기 등의 조치가 취해지며, 또한 흙이 붙은 것은 수입 불가함
- 버섯류 중 유용한 식물을 해치는 균류는 식물방역법의 대상이 되나, 송이버섯, 목이버섯, 머쉬룸 등 식용균 및 양조용으로 사용되는 균류는 해당 법의 대상에서 제외됨
- 유럽 지역에서 수입되는 버섯 및 건조 버섯은 모든 수입 신고에 대해 자체 검사를 실시하도록 수입자에게 지도함(「식품 중의 방사성 물질에 관한 새로운 기준치」, 2012년 3월 15일자 공포, 4월 1일부터 적용)

- 수입식물검역제도의 개정

- 보다 효율적인 식물검역조치를 위해 2011년 3월 및 2012년 7월에 개정 식물방역법 시행 규칙이 시행되어, 검역유해식물리스트, 식물검역조치 내용의 재검토가 이루어짐
- 주요 개정 사항은 아래와 같음
 - a. 검역 대상 병해충을 학명으로 목록화
 - b. 수입 시의 검사에서 발견은 어렵지만 재배지에서의 검사에서는 쉽게 발견할 수 있는 검역 대상 병해충종의 숙주식물을 특정 지역으로부터 수입할 경우, 재배지 검사 결과 해당 병해충이 부착되어 있지 않다는 것을 확인하는 수출국 정부 기관이

발행한 조사증명서를 첨부

- c. 수입 시의 검사에서 발견이 매우 어려운 등, 특히 위험도가 높은 검역대상 병해충 종의 숙주식물을 특정 지역으로부터 수입할 경우, 원칙으로서 수입을 금지함

□ 식품위생법

- 규제 내용

- 수입 시에는 농산물의 농약 잔류 기준(농약의 각 식품 안에 잔류하는 양의 한도)에 유의해야 하며, 이는 식품위생법에 근거한 후생성 고시 제370호 「식품, 첨가물 등의 규격 기준」에 규정되어 있음(잔류 농약 등에 관한 포지티브리스트 제도)
- 잔류 농약 기준치는 「일본식품화학연구진흥재단」에서 열람 가능
(<http://www.ffcr.or.jp/zaidan/FFCRHOME.nsf/pages/MRLs-p>)
- 포지티브 리스트에 없어 기준이 설정되어 있지 않은 농약 등이 허용되는 일정량은 0.01ppm 이하
- 또한 식품첨가물과 사용 기준이 정해져 있는 물질의 함유도 주의를 요함(일본에서는 사용이 규제되어 있는 발색제, 착색료, 보존료 등의 식품첨가물이 사용된 경우가 있음)

□ 건조 버섯 수입 시 사전 확인

- 건조 버섯은 의약품, 건강식품 또는 식품으로 분류될 수 있기 때문에 사전에 예비 심사를 받는 것이 좋음
- 사전 확인에는 후생노동성 의약국 및 각 지방 약무과의 예비 심사를 받거나, 의약품의 범위에 관한 기준을 확인하는 방법이 있음
 - 후생노동성 의약국 및 각 지방 약무과의 예비 심사 : 아래와 같은 필요 서류를 지참하여 예비 심사를 받을 수 있음
 - a. 수입 예정인 건조버섯 샘플,
 - b. 수출국의 공적 검사기관이 실시한 건조버섯의 함유 성분 「동정 시험」에 의해 특정된 기능성 물질(명)의 증명서,
 - c. 「정량 시험」에 의한 해당 기능성 물질의 함유율 증명서,

- d. (일본 국내에서는 희귀한 버섯일 경우) 수출국을 비롯한 많은 국가에서 식용 버섯임을 증명하는 문헌 자료,
 - e. 건조 가공 공정도,
 - f. 건조 공정에 사용되는 첨가물(품질 보존제 등),
 - g. 가공 보조제(표백제) 등의 가공 규격 서류
- 의약품의 범위에 관한 기준을 확인 : 후생노동성 의약국장 통지 2004년 3월 31일자 의약식 제0331009호에 기반한 개정
 - a. 오직 의약품으로서 사용되는 원재료 :
 - 구름버섯(균사체), 저령(균핵), 복신펙(균핵에 포함된 뿌리), 복령(균핵), 등류(균이 기생하여 생긴 혹)
 - b. 의약품적 효능효과를 표방하지 않는 한 식품으로 인정되는 원재료 :
 - 아가리쿠스(자실체), 아위버섯(자실체), 팽이버섯(자실체), 차가버섯(균핵), 구름버섯(자실체), 목이버섯(자실체), 망태버섯(자실체), 황금흰목이버섯(자실체), 잔나비결상(균핵, 균사체), 표고버섯(균사체, 자실체), 흰목이버섯(자실체), 서양송이버섯(자실체), 노랑느타리버섯(자실체), 말굽버섯(자실체), 잎새버섯(자실체), 송이버섯(자실체), 상황버섯(자실체, 균사체), 노루궁뎅이버섯(자실체), 영지(자실체)
 - 또한 채소, 과일, 과자, 요리 등 그 외관, 형상 등으로 보아 분명히 식품으로 인식되는 것에 해당하는 경우, 이 목록으로 판단할 것도 없이 의약품으로서 판단하지 않음 (신선 버섯을 건조 가공한 상태로 수입하는 경우, 그 신선 원료 버섯이 독버섯이 아닌 식용 버섯인 한, 건조채소로 구분되어 가공식품으로서 수입수속함)
 - 단, 건조버섯을 가공식품으로 수입했다라도, 일본 국내에서 판매할 때 버섯의 가공 상태나 부가가치에 의해 단순한 식재인지, 건강식품 또는 그 원료인지, 의약품 또는 그 원료인지에 따라 적용되는 법률이나 규제가 크게 다름
 - 가공식품으로서 품질 표시 등의 규제 : 수입한 상태 그대로 특유의 풍미나 향을 가진 기호품적 식재료로서 판매하는 경우
 - 의약품적 효능효과를 표방하지 않는 표시 규제 : 식품첨가물공정서의 규격에 따라, 건조버섯의 자실체(지상부의 식용 가능한 부분)를 물 또는 에탄올로 추출 농축하여 함유 성분 추출물의 형상으로 면역력 향상, 항균, 신체리듬 조절, 노화억제 등 생리활성기능에 의해 건강식품 또는 그 원료로서 판매하는 경우

- 약사법의 적용(「일본약전」의 규격에 따라 의약품의 제조 기준 및 판매 허가 등에 대하여) : 건조버섯의 자실체와 균사체(줄기 아래의 실)로부터 다당류 β -글루칸 등의 항암약용성분을 추출하여 의약품 또는 제약 원료로서 판매하는 경우

2. 검역 절차

□ 일본의 수입식품 검사절차

- 일본으로 수입된 가공 식품과 검역을 필한 식품은 후생노동성의 식품위생검역소에서 수입식품 검사를 받아야 함

① 수입신고서의 제출

- 수입업자는 식품수입신고서를 식품위생검역소에 제출함

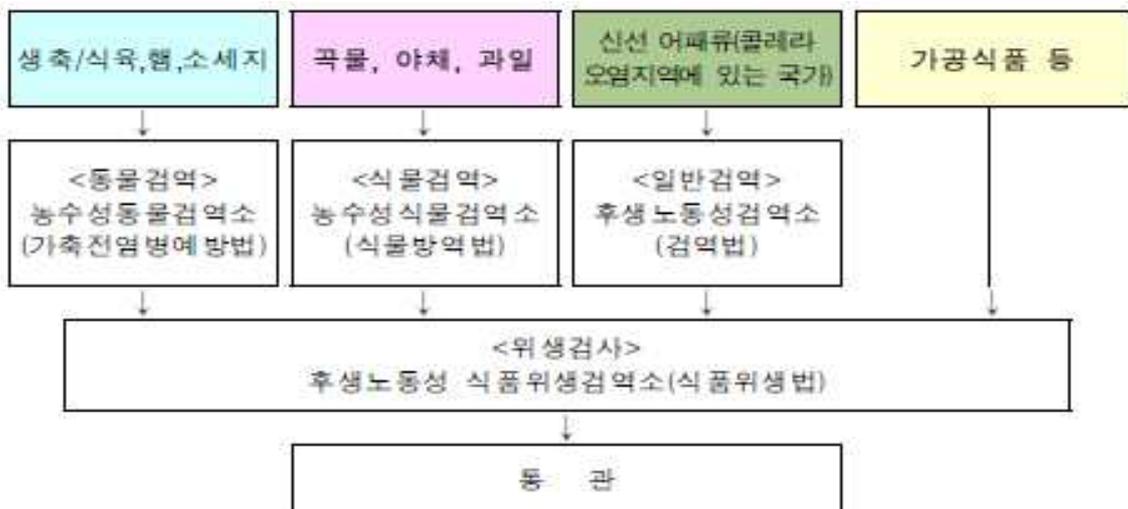
② 수입신고서의 접수

- 식품위생검역소는 식품수입신고서를 수입식품 도착 7일전부터 접수하고 있음

③ 서류심사

- 제출된 서류를 검토하여 문제가 없는지 또는 검사가 필요한지를 심사함
- 서류심사의 결과가 문제가 없고 검사할 필요가 없다고 판정된 경우에는 수입업자에게 신고필증이 교부됨
- 검사가 필요한 경우 소정의 검사절차를 거치게 됨

< 일본의 수입식품에 대한 검역·검사기관 및 절차 >



출처 : 쌀 가공식품 수출전략 분석 및 수출활성화 방안에 관한 연구논문

④ 검사

- 안전성을 확보하기 위하여 식품위생검사가 필요하다고 판단되는 경우 각종 검사가 실시됨

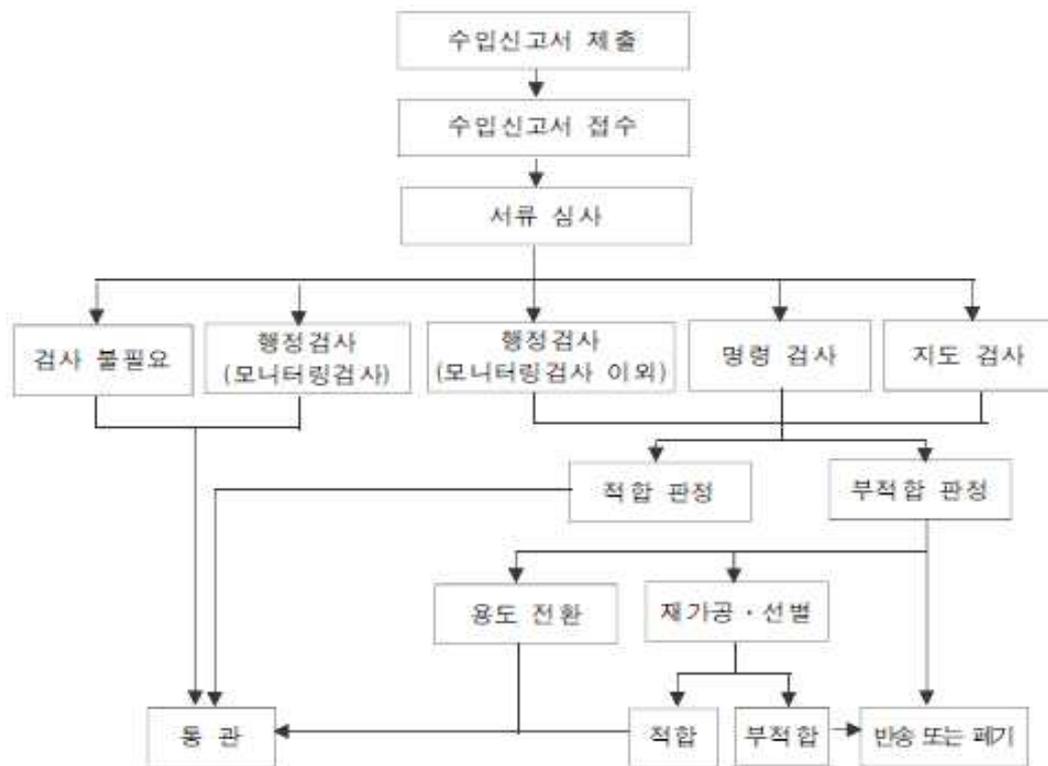
⑤ 검사 결과의 판정 후 절차

- 행정검사 중의 모니터링 검사의 경우 : 식품위생법에 위반되는 사항이 판명되는 경우에는 즉시 수입업자에게 위반통지가 전달되고, 위반 물품이 이미 시장이 유통되고 있는 경우 관할 지방 자치단체에 의해 회수 및 폐기 조치됨
- 모니터링 검사 이외의 행정 검사 및 명령 검사의 경우 : 적합 판정 받으면 신고필증이 교부됨, 부적합 판정을 받은 경우에는 해당 수입업자에게 위반내용이 통지되고 수출국으로 반송되거나 폐기 조치되며 세관에도 위반식품 등이 수입되지 못하도록 통보함

⑥ 지도 검사의 경우

- 수입신고 시에 검역소에 수입업자가 실시한 분석실험결과를 제출하면, 검역소에서 법에 적합한지를 확인한 후 ‘식품수입신고필증’ 을 교부함

– 일본의 수입식품 검사 프로세스



출처 : 글로벌윈도우 (www.globalwindow.org)

3. 관련 제도

- 수입식품사전신고제도

- 모든 식품 등에 대하여 화물 도착 예정 7일전부터 식품 수입 신고서를 제출할 수 있으며 사전 심사 후 검사가 필요한 것을 제외하고, 식품 사고가 없는 것에 대해서는 화물 도착 전 또는 반입 후에 신속하게 수입 신고필증을 교부하는 제도임

- 식품수입계획제도

- 특정 식품 한 수입계획서등을 반복하여 수입하는 경우, 맨 처음 수입 시에 제출한 수입계획서를(일부 식품에 한해서는 최근 3년간의 수입 실적을 첨부하여) 제출하고, 심사 결과 문제가 없으면 일정기간 동안 2번 째 수입부터 수입시의 수입신고를 생략할 수 있는 제도임
- 식품수입계획제도를 이용하고 있는 식품의 경우에도, 이후 수입과정에서 식품 위생상의 문제를 일으킬 만한 식품위생사고가 발생한 경우에는 신속하게 사고의 내용을 기입한 ‘사고발생신고서’를 검역소에 작성·보고 하여야 함

Ⅶ 일본 라벨링 정보

1. 표고버섯의 품질 표시 기준

□ 일반적인 식품에 적용되는 신선 식품 및 가공식품 품질 표시 기준 외에, 생표고버섯은 별도 관련 기준이 설정되어 있음(제정 : 2006년 6월 30일 농림수산성 고시 제 908호)

□ 적용 범위

- 제1조 : 이 기준은 신선 식품 품질 표시 기준(2000년 3월 31일 농림수산성 고시 제514호, 하기 기재)의 별표에 기재된 농산물 중 표고버섯에 적용함

□ 정의

- 제2조 : 이 기준에서 사용되는 용어의 정의는 아래와 같음

용어	정의
표고버섯 (しいたけ)	표고버섯균의 자실체이며 형태가 온전한 것, 자루를 제거한 것 또는 자루를 제거하거나 제거하지 않고 갓을 얇게 자른 것 등
원목재배 (原木栽培)	상수리나무, 졸참나무 등의 원목에 종균을 심는 재배 방법을 말함
균상재배 (菌床栽培)	톱밥에 밀기울, 쌀겨, 물 등을 혼합하여 블록 형태, 원통 형태 등으로 균한 배지에 종균을 심는 재배 방법을 말함

□ 표시 사항

- 제3조 : 표고버섯의 품질에 관하여 판매업자가 표시해야 하는 사항은, 신선 식품 품질 표시 기준에 규정된 사항 외에, 재배 방법이 있음

□ 표시 방법

- 제4조 : 위 사항의 표시에 관해서 판매업자는 신선 식품 품질 표시 기준에 규정된 사항 외에 다음 각 호의 규정에도 따라야 함

- 원목재배에 의한 표고버섯의 재배 방법 : 「원목(原木)」으로 기재

- 균상재배에 의한 표고버섯의 재배 방법 : 「균상(菌床)」으로 기재
- 원목재배 및 균상재배에 의한 표고버섯을 혼합한 것의 재배 방법 : 중량의 비율이 많은 순으로 「원목·균상(原木·菌床)」 또는 「균상·원목(菌床·原木)」으로 기재

□ 표시 금지 사항

- 제5조 : 신선 식품 품질 표시 기준에 규정된 사항 외에, 위 제3조의 규정에 따라 표시해야 하는 사항의 내용과 모순되는 용어는 표시해서는 안됨

2. 라벨링 규정

□ 신선 식품 품질 표시 기준

- 이 기준은 신선 식품에 적용함

- 용어 설명

- 신선 식품

- ① 농산물 (버섯류, 산채류 및 죽순 포함) : 미곡, 맥류, 잡곡, 두류, 야채, 과일, 그 외 농산식품
- ② 축산물 : 육류, 유, 식용조란, 그 외 축산식품
- ③ 수산물 : 어류, 패류, 수산동물류, 해산포유동물류, 해조류

- 업무용 신선 식품 : 신선 식품 중 가공 식품의 원재료가 되는 것을 말함

- 소매판매업자 : 판매업자 중 일반소비자를 대상으로 신선 식품을 판매하는 업자를 말함

- 신선 식품(업무용 신선 식품 제외, 이하 동일)의 품질에 관하여 판매업자(판매업자 이외의 포장 등을 행하는 자가 표시하는 경우에는 그를 포함, 이하 동일)가 표시해야 하는 사항은 「명칭」과 「원산지」임

- 단, 신선 식품을 생산(채취 및 채포 포함, 이하 동일)하여 일반 소비자에게 직접 판매

하는 경우 또는 신선 식품을 설비를 설치하여 제공하는 경우에는 이에 한하지 않음

- 특정 상품의 판매에 관한 계량에 관한 정령(1993년 정령 제249호) 제5조에 규정하는 특정 상품이며 밀봉된 것에 대해서는, 판매업자가 그 용기 또는 포장에 표시해야 하는 사항은 전항 각호에 기재된 것 이외에 「내용량」, 「판매업자의 성명 또는 명칭」 및 「주소」가 있음

- 각 사항에 대해 표시할 경우 판매업자는 다음과 같은 규정에 따라야 함

- 명칭 : 그 내용을 나타내는 일반적인 명칭을 기재할 것
- 원산지 : 다음 규정에 따라 사실에 기반하여 기재할 것
(단, 같은 종류의 신선 식품이며 복수의 원산지의 것이 혼합된 경우에 대해서는 해당 신선 식품의 제품에 차지하는 중량의 비율이 높은 것부터 순차적으로 기재하며, 다른 종류의 신선 식품이며 복수의 원산지의 것을 모은 것일 경우에는 해당 신선 식품 각각의 명칭에 병기할 것)
 - ① 농산물 : 국산품의 경우 도도부현명을, 수입품의 경우 원산 국명을 기재
 - ② 축산물 : 국산품의 경우 국산이라는 것을, 수입품의 경우 원산 국명을 기재
 - ③ 수산물 : 국산품의 경우 생산한 수역의 명칭 또는 지역명을, 수입품의 경우 원산 국명을 기재

- 내용량 : 계량법(1992년 법률 제51호)의 예에 따라 표시할 것

- 「명칭」과 「원산지」의 표시는, 소매판매업자 이외의 판매업자의 경우는 용기 또는 포장의 잘 보이는 곳, 운송장, 납품서 등에, 소매판매업자의 경우는 용기 또는 포장의 잘 보이는 곳, 제품에 근접한 게시 그 외 잘 보이는 곳에 기재해야 하며, 「내용량」의 표시는, 용기 또는 포장의 잘 보이는 곳에 기재해야 함

- 용기 또는 포장에 표시를 인쇄할 때 사용하는 문자는 일본공업규격 Z8305 (1962)에 규정된 8포인트의 활자 이상의 크기로 통일된 활자를 사용해야 함

- 업무용 신선 식품의 품질에 관하여 판매업자가 표시해야 하는 사항은 「명칭」과 「원산지」임

- 단, 제조 또는 가공된 장소에서 일반소비자를 대상으로 판매되는 가공식품의 원재료가 되는 업무용 신선 식품 또는 시설에서 음식료품을 조리하여 제공하는 가

공식품의 원재료가 되는 업무용 신선 식품에 대해서는 이에 한하지 않음

- 가공식품 품질 표시 기준 제3조 제5항에 규정하는 대상 가공식품의 주요 원재료가 되는 것 이외의 것에 대해서는 원산지 표시를 생략할 수 있음
 - 원산지 표시에 관해서는 판매업자는 다음과 같은 규정에 따라야 함
 - ① 국산품의 경우 국산이라는 것을, 수입품의 경우 원산 국명을 기재
 - ② 수입된 수산물의 경우 원산 국명에 수역명을 병기할 수 있음
 - ③ 업무용 신선 식품의 원산지가 둘 이상 있을 경우에는 해당 업무용 신선 식품에서 차지하는 중량의 비율이 높은 순서가 알 수 있도록 기재
 - ④ 가공식품 품질 표시 기준 제4조 제1항 제8호 규정에 따라 원산지가 「그 외」로 기재된 가공식품의 주요 원재료가 되는 것에 관해서는 그 원산지를 「그 외」로 기재할 수 있음
 - 소매판매업자 이외의 판매업자는 규정 표시를 용기 또는 포장의 잘 보이는 곳, 운송장, 납품서 등 또는 규격서 등에 기재해야 함
- 그 외 방사선을 조사한 제품(용기 또는 포장된 것에 한함)에 대해서는 관련 문구를 용기 또는 포장의 잘 보이는 곳에 기재할 것
- 표시 금지 사항
- 실제의 것보다 매우 우량 또는 유리하다고 오인될 수 있는 용어
 - 규정 표시 사항의 내용과 모순되는 용어
 - 그 외 제품의 품질을 오인하게 할 수 있는 문자, 그림, 사진, 그 외 표시
- 위 사항 이외에 신선 식품의 품질에 관하여 표시할 경우, 판매업자는 별도로 농림수산대신이 규정하는 사항에 따라야 함
- 판매업자는 신선 식품의 품질에 관한 표시를 적정하게 실시하기 위하여 필요한 한도에 있어 그 판매하는 신선 식품 및 해당 판매업자에 대해 판매되는 신선 식품의 표시에 관한 정보가 기재된 서류를 정비하여 이것을 보존하도록 노력해야 함

□ 가공식품 품질 표시 기준 : 식품표시법

- 현재 식품 표시에 대해서는 아래 3가지 법률로 규정되어 있으나, 2013년 6월 28일에 「식품표시법」이 공포되어 2년 이내에 시행될 예정
- 식품위생법 : 첨가물이나 알레르기 등 안전성에 관한 표시
 - 잔류농약 등의 규제에 대해 일정 이상의 농약 등이 잔류하는 식품의 판매 등이 금지되고 있으므로 주의가 필요
 - 일본에서는 사용이 금지되어있는 식품 첨가물이나 사용 기준이 정해져있는 것이 있고, 그 사용 여부 등에 주의를 요함
 - 수입 절차에 이용한 선행 샘플이 실제로 판매 영업 목적으로 수입되는 식품 등과의 동일성 확인이 곤란한 경우 수입이 불가할 수 있으므로 주의를 요함
 - 알레르기 표시제도 특정 원재료 (또는 이에 준하는 것)로 지정되어있는 품목을 포함하는 가공 식품에 대해서는 적절한 표시가 의무
- 농림물자 규격화 및 품질표시의 적정화에 관한 법률 (JAS법)
 - : 원재료나 내용량 등 품질에 관한 표시
 - 일본 국내 판매 시에는 JAS법에 기반한 품질표시기준에 따라 일괄 표시를 행할 필요가 있으며, 수입품에는 원산지(국가)의 표시가 의무화되어 있음
 - 유기농 식품은 유기 JAS 규격에 적합해야 하며, 적합하지 않은 경우에는 “유기”, “유기농” 등의 표시는 금지됨
 - 일본에서 수입 판매하는 경우는 일본의 법률 (표시 규정)을 준수해야하며, 외국 제품의 용기 포장에 기재되어있는 표시 (원산지 법률에 따라 표시)를 일본어로 직역하는 것만으로는 불충분함
 - JAS 법외에도 식품위생법 (식품 첨가물, 저장 방법, 용기 재질 등의 규제), 계량법 (내용량, 성분 정렬 등의 규정), 경품 표시법 (마약 광고의 금지 등), 건강 증진법 (영양 표시 기준 등)도 각각 주의할 필요가 있지만 "가공 식품 품질 표시 기준"에 따르면 대체로 다른 법령의 표시 (건강 증진법 제외)도 보완할 수 있는

내용으로 되어 있음

- 건강증진법 : 열량이나 탄수화물 등 건강에 영향을 주는 영양 성분 표시
 - 건강 증진법은 영양 성분 또는 열량에 대한 표시하는 경우, "영양 표시 기준"에 따라 표시가 의무화

□ 유효기간

- 일반적으로 수입자가 국외의 제조자가 설정하는 기한 등을 기본으로 해당식품 등의 기한의 설정에 필요한 정보에 대해 제조자 등에게 확인을 실시하는 것과 동시에, 미생물 시험이나 이화학시험 및 관능 시험을 실시하는 것으로서 과학적인 근거에 기초를 둔 적절한 기한을 설정하여 스스로의 책임에 대해 기한을 표시해야 함
- 제조일로부터 3개월 미만의 경우는 년. 월. 일 로 표기하고, 3개월 이상은 년. 월로 표시

□ 품질표시 기준

- 상품 명칭을 표시
- 원재료 명을 총 중량에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서로 표시
- 식품위생법 시행규칙에 따라 총중량에 차지하는 중량 비율이 높은 순서에 물질명, 또는 보존료나 감미료 등의 경우는 "보존료(소르빈산K)", "감미료(스테비아)"와 같이 "용도명(물질명)"을 표시

3. 관련 정책

□ 부당 경품류 및 부당 표시 방지법 (경품 표시법)

- 과도한 경품 첨부 판매와 소비자에게 오인될 우려가 있는 과대 허위 표시 등이 금지되며, 또한 동법에 따라 “식품 표시에 관한 공정 경쟁 규약”을 업계 자주 기준으로 작성

□ 자원 활용 전략 / 용기 포장 재활용 법

- 유리병, 종이 용기, 플라스틱 용기 등은 의무적으로 분리수거 촉진을 위한 물자 식별 표시를 해야 하며, 특정 사업자(수입 포함)는 용기 폐기물 재활용의 의무를 짐

□ 가공 식품 품질 표시 기준은 소비자뿐만 아니라 업무용도 대상이 되며, 용기 포장에 들어간 신선식품 등도 대상이 될 수 있음

- 모든 가공 식품에 공통적으로 표시해야 할 의무 표시 사항은 다음과 같음

- 품명, 종류별, 유형별 명칭 등을 기재
- 식품 첨가물 이외의 원재료와 식품 첨가물로 나눠 원재료에서 차지하는 무게가 많은 것부터 표시
- 내용량 표기법에 따른 "특정 제품의 판매에 관한 계량에 관한 법령"에 따라 무게는 그램 (g), 부피는 리터 (ml), 수량은 수량 단위로 기재
- 보관 온도는 상온에서 보관하는 것 이외에 유의해야 할 사항이 없는 경우는 생략할 수 있지만, "직사광선을 피하고 상온에서 보관", "10℃ 이하로 저장하는 것", "개봉 후 필요 냉장" 등의 고려 사항이 있다면 필수 기재
- 제조업자 등의 성명 또는 명칭 및 주소
- 유전자 재조합 DNA 기술을 이용하여 생산된 대두와 옥수수, 감자 등 7개 품목 (대상 농산물)의 경우는 해당 원재료 명에 "유전자 재조합 부적 분별"로 표시해야 함

- 알레르기 식품 표시의 경우, “식품위생법 시행 규칙과 우유 및 유제품의 성분 규격 등에 관한 성령”에 따라 특정 원재료 7 품목 (계란, 우유, 밀, 새우, 게, 메밀, 땅콩)을 포함하는 가공 식품에 표시 의무가 있음

- 한편, 특정 원재료에 준하는 18 품목 (전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 키위, 소고기, 호두, 연어, 고등어, 콩, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이버섯, 복숭아, 참마, 사과, 젤라틴)이 권장 품목으로 되어 있음

□ 자원유효이용 촉진법 등의 표시

- 용기포장 리사이클 법에 의해 분리 배출 될 수 있는 자원에 대해 표시를 하도록 함

< PET병을 제외한 용기포장 >



< 음료, 주류, 간장 등의 PET병 >



VIII 일본 바이어 정보

※ 바이어 리스트는 별도 엑셀 파일로 첨부하였습니다.

※ 참고자료

- 글로벌 윈도우 : www.globalwindow.org
- 주한일본기관 : www.jetro.go.jp/korea/co/jp
- 관세청 : www.customs.go.kr
- GTA : www.tradestatistics.com/gta
- 일본 농림수산성 : www.maff.go.jp
- 일본 임야청 : www.rinya.maff.go.jp
- 일본 세관 : www.customs.go.jp
- 일본 농축산업진흥기구 : www.alic.go.jp
- 일본특용임산진흥회 : nittokusin.jp
- 라쿠텐 : www.rakuten.com
- 야후재팬 : shopping.yahoo.co.jp
- 아마존재팬 : www.amazon.co.jp
- KOTRA : www.kotra.or.kr
- KATI : www.kati.net