

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사

No. 202408-17
품목 물회(Cold Raw Fish Soup)
HS CODE 1605.57-1000
국가 일본(Japan)
구분 시장분석형



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사



I. 요약

04

II. 시장규모

1. 일본 수산물가공식품 시장규모
2. 일본 물회 수입규모
3. 한국 물회 수출규모
4. 일본 물회 수입단가

06

07

08

09

III. 시장트렌드

1. 일본 수산물 소비 및 동향
2. 일본 인기 사시미
3. 일본의 물회, 생선회 국수

11

12

13

IV. 유통채널

1. 일본 물회 유통채널 점유율
2. 일본 물회 주요 유통채널

15

16



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사



V. 진입장벽

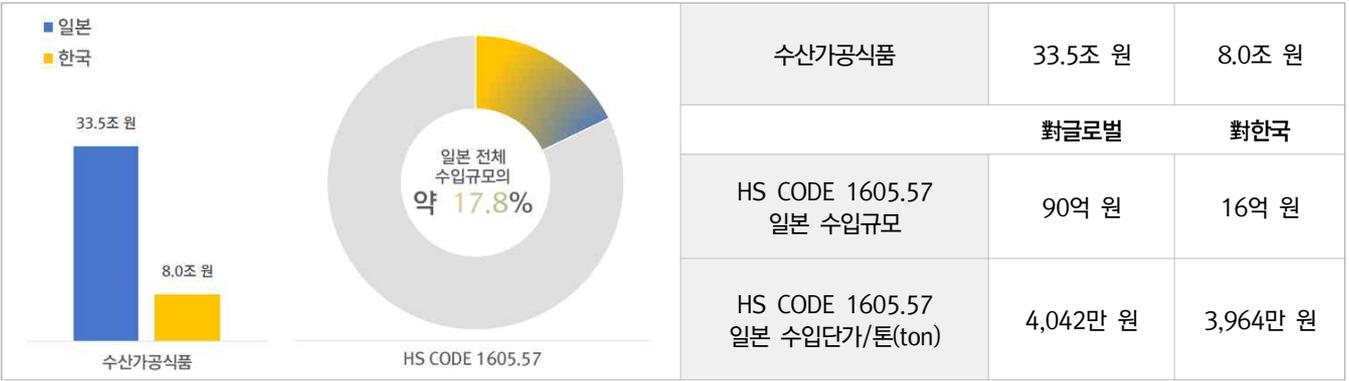
1. 물회 통관 및 검역 절차	25
2. 물회 수출 전 사전 준비	26
3. 물회 국내 수출 신고 및 통관	33
4. 물회 국내 수출 검역 및 검사	35
5. 물회 일본 수입 신고 및 통관	37
6. 물회 일본 수입 검역 및 검사	38
7. 물회 일본 통관문제 사례	39

VI. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 키스코푸드(Kisco Foods)	41
Interview ② 다이이친미(Daiichinmi)	44
Interview ③ 다이토라카마보코(Daitora Kamaboko)	47



■ 시장분석



■ 시장트렌드

일본 수산물 소비 및 동향 2021년 일본 1인당 수산물, 20년 전 대비 **58% 감소함**

일본 인기 사시미 일본 주요 인기 사시미, **참치, 연어, 도미, 고등어, 가다랑어** 등으로 다양한 편임

일본 생선회 국수 일본 내 물회 음식문화는 발달해 있지 않으며, 오징어 등을 잘게 썰어 소면에 올려 먹는 **'생선회 국수'**를 주로 섭취함

■ 유통채널



■ 진입장벽

담당 기관	• 일본 후생노동성, 일본 농림수산업, 일본 관세청 등	국내 수출 검역 및 검사	• 고객사 물회, 수출 시 검역대상 지정검역물에 해당함
수출 전 사전 준비	• 일본 후생노동성에 제품 사전 등록 • HACCP 인증 등 품질 인증 권장	일본 수입신고 및 통관	• 적하목록 사전 제출, 수입신고, 관세 납부 등의 과정을 거쳐 일본 내 물품 반출
국내 수출신고 및 통관	• 수출신고 및 통관 시 수출 신고서, 선하증권, 송장, 포장명세서 등 제출 필요	일본 수입 검역 및 검사	• 일본 후생노동성의 수입 신고 내용을 바탕으로 한 수입 검사 및 연간 계획에 따른 수입 검사 진행

■ 전문가 인터뷰

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 일본에서회는 여름철에 주로 소비되며, 신선도와 전통적인 맛이 중요함. 고객사 제품은 유사 제품으로 소면이나 냉채와 같은 여름철 인기 음식과 경쟁 가능함 일본 바이어들은 수산물의 원산지와 관련 증명서류를 중요시하며, 현지 파트너와의 협력이 필요함 일본 소비자들은 물회 등 수산물 구매시 신선도, 맛, 가격이 주요 구매 요인으로, 계절에 따라 중요 요소가 다름. 여름에는 신선도가, 그 외 계절에는 경제성이 중요함
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 고객사 제품은 고급 식당, 대형 식료품점, 수입 브랜드 전문점 등에서 유통하는 것이 적합함. 여름철에는 고급 식당과 전통 라멘집을, 다른 계절에는 슈퍼마켓 유통을 추천함 일본으로 물회 수출시, 일본의 엄격한 통관/검역 규정에 맞춰 제품을 현지화하고 국제 표준을 충족해야 함. 철저한 품질 관리와 관련 서류 준비가 필수적임



II 시장규모

1. 일본 수산가공식품 시장규모
2. 일본 물회 수입규모
3. 한국 물회 수출규모
4. 일본 물회 수입단가

1. 일본 수산가공식품 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

면적	37만 8,000km ²
인구	1억 2,512만 명
GDP	4조 2,311억 달러
1인당 GDP	3만 3,815달러

▶ 일본 2023년 수산가공식품 시장규모 33.5조 원²⁾

2023년 일본 수산가공식품(Processed Fish & Seafood) 시장규모는 33.5조 원에 달함. 이는 전년 대비 1.8% 증가한 수치임. 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률은 1.9%로 나타났으며, 특히 2020년 시장규모는 전년 대비 3.0% 성장해 32.0조 원에 달하며 조사 기간 중 최고 성장률을 기록함

▶ 일본 수산가공식품 시장, 향후 5년간 1.4%씩 성장 전망

일본은 고령 인구 증가와 맞벌이 가구 비율의 증가로 인해 보관과 조리가 간편한 냉동식품이나 밀키트에 대한 선호도가 상승하며 관련 시장이 확대되고 있음. 특히 수산물을 주재료로 한 제품이 인기를 끌고 있는 추세임. 또한, 젊은 세대의 경우 수산물 섭취 시에 가공된 수산물을 선호하는 것으로 조사됨. 일본 수산가공식품 시장은 이러한 트렌드를 반영하여 향후 5년(2024-28년)간 연평균 1.4%씩 성장하여 2028년에는 시장 규모가 약 35.9조 원에 이를 것으로 전망됨³⁾⁴⁾

[표 2.1] 일본 수산가공식품 시장규모⁵⁾⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지, 2024

2) 자료: 스태티스타(Statista), 'Processed Fish & Seafood - Japan', 2024.06

3) 자료: 한국수산경제, '일본의 식품 유통 현황과 소비 트렌드', 2024.02

4) 자료: 한국수산경제, '글로벌 밀키트 시장 현황', 2024.01

5) 1달러=1,382.40원(2024.07.01., KEB하나은행 매매기준을 적용)

6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 조사제품 '물회'는 전복을 주성분으로 간편하게 섭취할 수 있도록 가공된 제품임. 이에 '수산가공식품(Processed Fish & Seafood)' 시장규모를 조사함

8) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 일본 물회 수입규모

물회 HS CODE

해당 장에서 조사제품 물회는 'HS CODE 1605.57'로 분류됨. HS CODE 제1605호의 품명은 '조제하거나 보존처리한 갑각류·연체동물·그 밖의 수생 무척추동물'이며, 'HS CODE 1605.57'의 품명은 '전복'임

▶ HS CODE 1605.57 일본의 對글로벌 수입액, 90억 원

2023년 기준 HS CODE 1605.57 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입액은 전년 대비 7.6% 증가한 90억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 12.4%의 감소세를 보였음. 특히 2020년에는 전년 대비 45.7% 급감했으나, 이후 회복세를 보이며 2022년에는 전년 대비 50.7% 성장함

▶ HS CODE 1605.57 일본의 對한국 수입액, 글로벌 3위

2023년 기준 HS CODE 1605.57 품목에 대한 일본의 對한국 수입액은 전년 대비 38.7% 증가한 16억 원으로 글로벌 3위를 차지함. 지난 5년(2019-23년) 동안 해당 품목에 대한 일본의 對한국 수입액은 연평균 8.9%의 증가세를 기록했으며, 같은 기간 일본의 對글로벌 수입액 중 對한국 수입액이 차지하는 비중은 10.1%에서 17.6%로 증가했음. 한편, HS CODE 1605.57 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입액 기준 1위는 중국(51억 원), 2위는 호주(20억 원), 4위는 세네갈(3억 원) 순으로 확인됨

[표 2.2] 일본 물회 수입규모⁹⁾

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

9) 자료: ITC(International Trade Centre)

3. 한국 물회 수출규모

● 물회 HS CODE

해당 장에서 조사제품 물회는 'HS CODE 1605.57-1000'로 분류됨. HS CODE 제1605호의 품명은 '조제하거나 보존처리한 갑각류·연체동물·그 밖의 수생 무척추동물'이며, 'HS CODE 1605.57-1000'의 품명은 '밀폐용기에 넣은 것'임

▶ 한국의 對일본 물회 수출규모, 전년 대비 대폭 증가

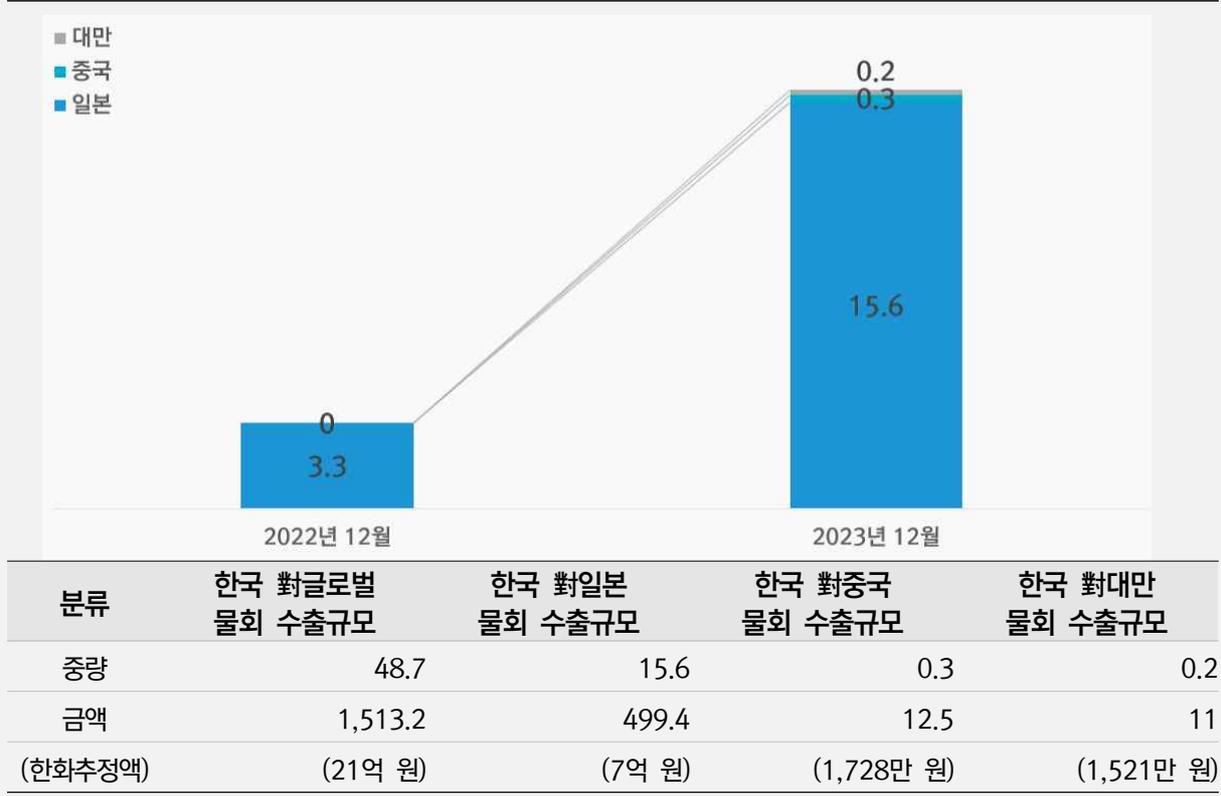
KATI농식품수출정보의 한국 교역 통계에 따르면, 2023년 기준 한국의 對일본 물회 수출규모는 중량 15.6톤, 금액 7억 원으로 각각 전년 대비 366.8%, 413.9%씩 급증한 것으로 확인됨

▶ 한국의 對글로벌 물회 수출규모, 전년 대비 증가

2023년 기준 한국의 對글로벌 물회 수출규모는 중량 48.7톤, 금액 21억 원으로 전년 대비 각각 33.7%, 48.2%씩 증가한 것으로 확인됨. 일본의 이웃국인 중국으로의 물회 수출규모는 2023년 기준 중량 0.3톤, 금액 1,728만 원으로 전년 대비 증가한 것으로 집계됨. 한편, 한국의 對대만 물회 수출규모는 2023년 기준 0.2톤, 금액 1,521만 원으로 확인됨

[표 2.3] 2023년 한국 對글로벌, 對일본, 對중국, 對대만 물회 수출규모¹⁰⁾

단위 : 톤, 천 달러



자료: KATI농식품수출정보

10) 자료: KATI농식품수출정보

4. 일본 물회 수입단가

물회 HS CODE

해당 장에서 조사제품 물회는 'HS CODE 1605.57'로 분류됨. HS CODE 제1605호의 품명은 '조제하거나 보존처리한 갑각류·연체동물·그 밖의 수생 무척추동물'이며, 'HS CODE 1605.57'의 품명은 '전복임'

▶ 일본 HS CODE 1605.57 1톤당 수입단가, 4,042만 원

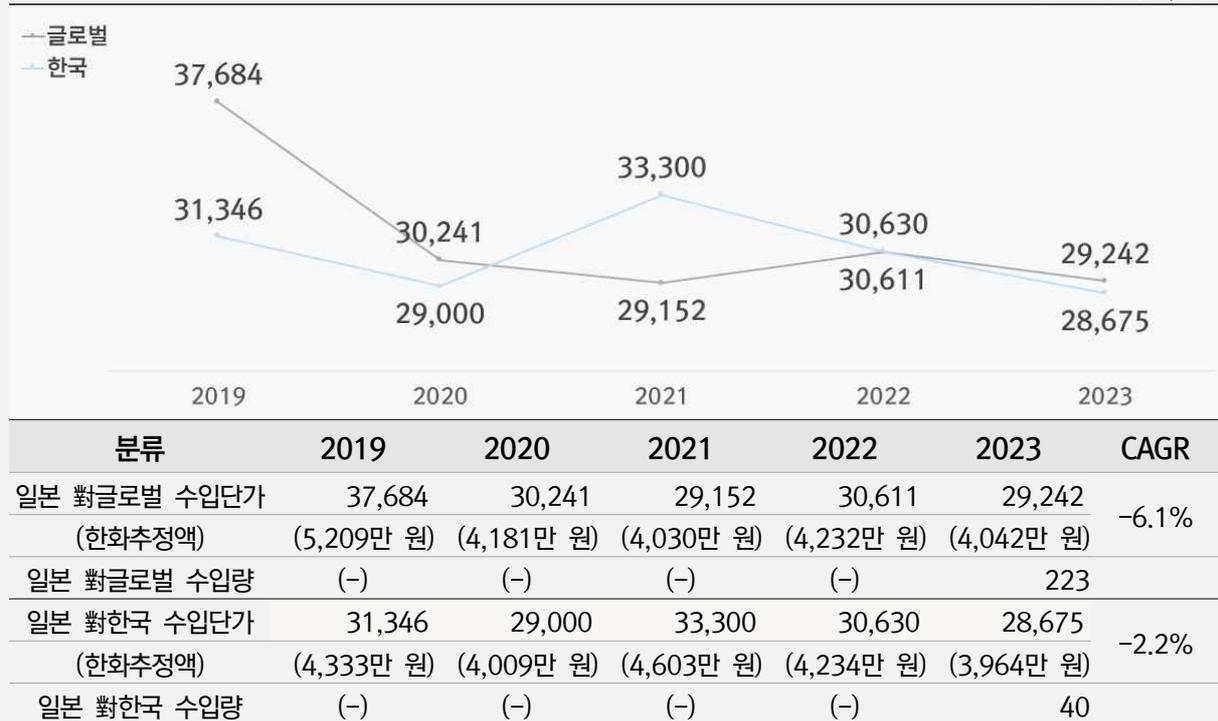
2023년 기준 HS CODE 1605.57 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입단가는 4,042만 원으로 집계됨. 지난 5년(2019-23년) 동안 해당 품목의 일본 對글로벌 수입단가는 연평균 6.1%의 감소세를 보였으며, 2023년에는 전년 대비 소폭 하락한 것으로 나타남

▶ 일본 HS CODE 1605.57 1톤당 수입단가, 한국 글로벌 2위

2023년 기준 HS CODE 1605.57 품목에 대한 일본의 對한국 수입단가는 3,964만 원으로 글로벌 2위를 차지함. 지난 5년(2019-23년) 동안 해당 품목에 대한 일본의 對한국 수입단가는 연평균 2.2%의 감소세를 보였으며, 2023년에는 전년 대비 소폭 하락한 것으로 나타남. 한편, 2023년 기준 HS CODE 1605.57 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입단가 순위는 1위 호주(8,035만 원), 3위 중국(3,443만 원), 4위 세네갈(2,958만 원) 순으로 확인됨

[표 2.4] 일본 물회 수입단가¹¹⁾

단위 : 달러/톤, 톤



자료: ITC(International Trade Centre)

11) 자료: ITC(International Trade Centre)



III 시장트렌드

1. 일본 수산물 소비 및 동향
2. 일본 인기 사시미 소개
3. 일본의 물회, 생선회 국수



1. 일본 수산물 소비 및 동향

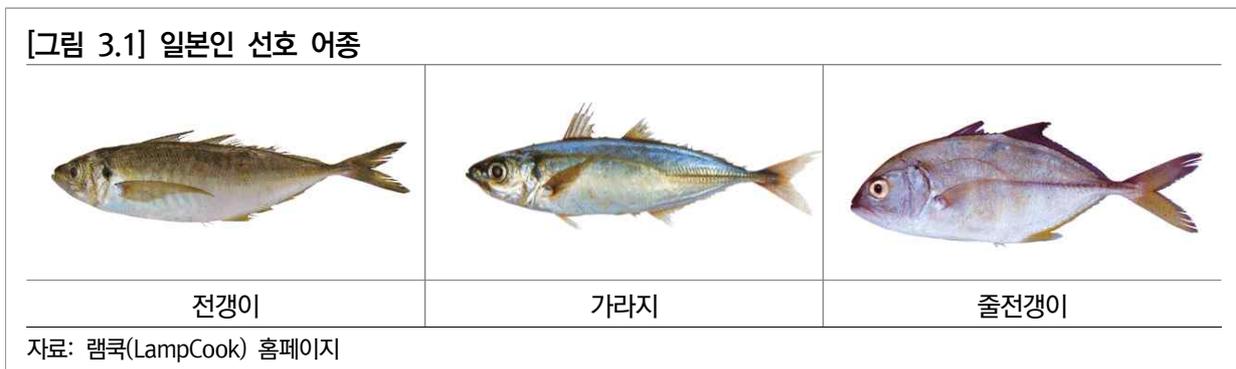
▶ 2021년 일본 수산물 소비, 20년 전 대비 58% 감소

일본 수산청이 발표한 수산백서에 따르면, 일본의 수산물 소비가 지속적으로 감소하고 있음. 2001년 1인당 연간 수산물 소비량은 40.2kg였으나, 2021년에는 23.2kg으로 약 58% 감소하였으며, 이는 약 50년 전 수준으로 되돌아간 것임. 특히, 2011년 이후 수산물 소비량이 육류 소비량을 뒤처지며 역전되는 추세가 지속되고 있음. 소비자 조사 결과, 수산물을 자주 구입하는 이유로는 건강에 좋은 효과와 뛰어난 맛이 꼽혔음. 반면, 구입을 꺼리는 이유로는 가족들의 육류 선호, 높은 가격, 그리고 조리의 번거로움이 지적됨. 이러한 소비 감소의 배경에는 여성의 취업률 상승, 맞벌이 가정과 독신 세대의 증가 등 사회구조와 생활방식의 변화가 큰 영향을 미친 것으로 분석됨. 특히 경제활동이 활발한 주 소비층이 맞벌이로 인해 조리 시간이 부족하고, 식단 메뉴가 자녀 위주로 선택되는 경향이 수산물 소비 감소의 주요 원인으로 지적됨

▶ 다양한 홍보와 프로젝트를 통한 일본 수산물 소비확대 전략

일본은 수산물 소비 확대를 위해 건강 효과와 맛을 강조하고, 비싼 가격과 조리의 번거로움을 보완하는 전략을 추진함. 다양한 연구 결과를 바탕으로 수산물이 뇌, 망막 및 신경 발달, 신체 기능 유지에 중요한 역할을 한다는 점을 강조하고 있음. 또한, 매월 3일부터 7일까지를 ‘생선의 날’로 지정하여 수산물 소비 확대 주간으로 홍보하고 있음. 간단한 조리와 바로 먹을 수 있는 식품 보급을 위한 ‘패스트 피시’, 어부들이 자신 있게 추천하는 ‘프라이드 피시’ 등의 프로젝트를 통해 수산물 선호도가 낮은 젊은 층을 대상으로 다양한 수산물 소비 확대를 촉진하고 있음¹²⁾

[그림 3.1] 일본인 선호 어종



12) 한국수산경제, ‘일본의 수산물 소비확대 전략’, 2023.10

2. 일본 인기 사시미 소개

▶ 다양한 식감을 가진 일본 사시미

사시미는 일본어로 ‘자른 살’을 의미하며, 생선의 살을 얇게 썰어 생으로 먹는 요리를 지칭함. 사시미는 보통 간장과 간 와사비를 곁들이고 무채와 시소 잎을 장식하여 제공함. 슈퍼마켓에서는 민들레나 플라스틱 잔디 모양의 장식도 볼 수 있음. 사시미는 보통 2인치 길이와 0.5cm 두께로 얇게 썰린 생선 조각으로 구성되는데, 신선한 사시미는 조리된 생선보다 맛이 절제되어 있으며, 생선 종류에 따라 식감이 다른 것이 특징임. 일부 생선은 입안에서 녹는 듯한 식감과 고소한 맛을, 다른 생선은 쫄깃하고 단단한 식감을 제공함¹³⁾

▶ 일본 인기 사시미 7종

No.	사진	종류	특징
1		참치 (tuna)	- 일본에서 가장 인기 있는 어종 중 하나로 알려짐. 특히 아카미와 도로가 유명한데, 아카미는 붉은색의 살코기로, 기름기가 적고 단단한 식감을 자랑함. 반면, 도로는 주도로와 오도로로 나뉘며, 지방이 많은 배 부분임
2		연어 (salmon)	- 밝은 오렌지색을 띠며, 부드럽고 기름진 맛이 특징임. 그중 연어 뱃살 부위는 더 기름진 부분으로 알려져 인기임
3		도미 (sea bream)	- 일본 요리에서 가장 중요한 흰살 생선 중 하나로, 부드럽고 은은한 맛이 특징임. 특히 결혼식이나 새해와 같은 축제 때 자주 제공됨
4		고등어 (mackerel)	- 주로 구이로 먹지만, 제철에는 사시미로도 즐김. 기름진 살코기는 부드럽고 고소한 맛을 내며, 파와 생강과 잘 어울림. 고등어회는 쉽게 상하기 때문에 식초에 절여 보관하는 경우가 많음
5		가다랑어 (bonito)	- 일본 요리에서 중요한 생선으로, 살짝 구워 얇게 썰어주는 ‘타다키’ 형태로 즐겨 먹는 것으로 알려짐. 이때 감귤 소스와 함께 마늘이나 생강과 곁들여 섭취함
6		대방어 (greater yellowtail)	- 사시미 형태로 자주 제공되는 어종으로, 방어와 비슷하지만, 더 투명한 색을 가짐. 여름 초에 가장 맛이 좋은 것으로 알려짐
7		방어 (yellowtail)	- 방어는 대방어와 밀접한 관련이 있는 어종으로, 투명한 분홍빛 흰살이 특징임. 지방 함량이 높아 부드럽고 고소한 맛을 내며, 겨울철에 가장 맛이 좋은 것으로 알려짐

13) 바이푸드(ByFood), ‘The Ultimate Guide to the Types of Sashimi in Japan’, 2024.01

3. 일본의 물회, 생선회 국수

▶ 일본 물회 대신 생선회 국수 섭취

일본 내 ‘물회’는 일부 한인 식당에서만 판매되고 있으며, 한국과 유사하게 맵게 먹는 ‘물회’ 형태의 음식문화는 발달해 있지 않음. 현지의 비슷한 음식으로는 ‘생선회 국수’가 있는데, 소면에 얇게 썬 회를 올리고 간장 국물을 부어 와사비나 생강을 소량 첨가해 깔끔하게 즐기는 음식으로 알려짐¹⁴⁾

▶ 일본 온라인매장 입점 오징어면 특징 분석

- 데이터 수집원 : 라쿠텐(Rakuten)

구분	제품 ①	제품 ②
제품 사진		
제품명	오사시미 문어오징어소면 (お刺身 紋甲イカソーメン)	오징어소면 (いかそうめん)
패키징 단위	50g	400g
패키징 포장형태	냉동 포장	냉동 포장
제품 가격	340엔(2,923원 ¹⁵⁾)	4,280엔(36,790원)
특징	신선한 재료, 편리한 조리, 쫄깃한 식감과 달콤한 맛, 소량 포장	신선한, 아미노산 풍부, 레스토랑에서도 사용, 부드러운 식감
구분	제품 ③	제품 ④
제품 사진		
제품명	마루쇼 오징어소면 (丸尚 이카そうめん)	오징어소면 하나오리즈쿠리 (イカソーメン 花折造り)
패키징 단위	430~480g	500g
패키징 포장형태	냉동 포장	냉동 포장
제품 가격	4,980엔(42,807원)	3,580엔(30,773원)
특징	개별 포장, 급속 냉동, 세밀한 칼집	해동 후 바로 사용, 편리하게 잘려져 있는, 초밥, 토핑 등으로 이용 가능

14) KATI농식품수출정보, ‘일본 물회 시장동향’

15) 100엔=859.57원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



IV

유통채널

1. 일본 물회 유통채널 점유율
2. 일본 물회 주요 유통채널

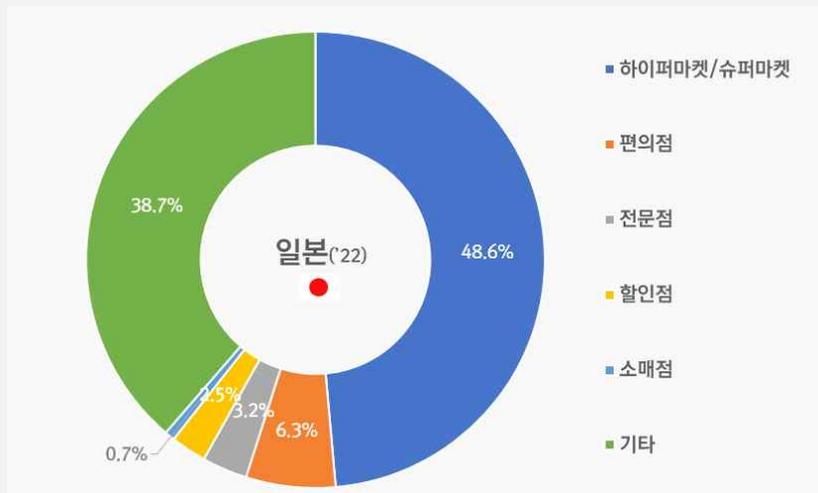


1. 일본 물회 유통채널 점유율

▶ 일본 물회 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위

2022년 기준, 일본 내 물회를 포함한 식품 소매 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 48.6%의 점유율로 1위를 차지함. 그 뒤를 이어 ‘편의점’은 6.3%의 점유율로 2위 유통채널로 자리 잡았고, ‘전문점’과 ‘할인점’은 각각 3.2%, 2.5%의 점유율을 차지했고, ‘소매점’은 0.7%로 가장 낮은 점유율을 차지함. 일본에서 메기볶음을 유통할 때는 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 채널에 중점을 두는 것이 중요할 것으로 보임. 또한, 일본의 식품 온라인 시장규모는 오프라인 시장규모에 비해 빠르게 성장하고 있으므로 ‘라쿠텐’, ‘코옵(co-op)’, ‘아마존’ 등과 같은 온라인 채널에서의 수요도 고려해볼 필요가 있음¹⁶⁾

[표 4.1] 일본 물회 소매유통채널 점유율¹⁷⁾¹⁸⁾



일본 소매유통채널 점유율 비교	
유형	점유율
하이퍼마켓/슈퍼마켓	48.6%
편의점	6.3%
전문점	3.2%
할인점	2.5%
소매점	0.7%
기타	38.7%

자료: 스탯티스타(Statista)

16) 자료: 한국수산업, ‘일본의 식품 유통 현황과 소비 트렌드’, 2024.02

17) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Distribution of Fish and Seafood Retail Sales Value in Japan in 2022, by channel」, 2024.03

18) ‘물회’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 생선 및 해산물 소매유통채널의 정보를 확인함

2. 일본 물회 주요 유통채널 ① 라이프

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.lifecorp.jp		
	위치	일본 전역		
	규모	매출액('23) • 약 7,654억 3,000만 엔(6조 5,794억 원 ¹⁹⁾ 기타 규모 • 매장 수('24): 308개 • 직원 수('24): 약 3만 1,576명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 일본 기업 라이프 코퍼레이션이 운영하는 슈퍼마켓 브랜드로 일본 내 체인점 점포 수로 상위 10위 안에 속함 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6%로 대부분을 차지함 2023년부터 점포 판매 상품을 온라인 주문을 통해 집으로 배송받는 '라이프넷슈퍼(ライフネットスーパー)' 서비스를 시행함 아마존을 통해 라이프 매장의 상품을 최소 2시간 이내에 배송해주는 서비스를 제공하고 있음(아마존 프라임 회원과 일부 지역에 해당) 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 기존 플랫폼에 없는 신제품 		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-3-5807-5493, +81-0120-480-968 - 이메일: s620@lifecorp.co.jp - 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이 		

자료: 라이프(lifecorp)

사진 자료: 라이프(lifecorp), 구글맵(Google Maps)

3) 100엔=859.57원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 물회 주요 유통채널 ② 맥스밸류

기업 기본 정보	기업명	맥스밸류(MaxValu)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.mv-tokai.co.jp		
	위치	일본 전역		
	규모	매출액('23) • 3,667억 4,200만 엔(3조 1,524억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 721개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 일본의 유통 대기업 이온(Aeon) 그룹이 전개하는 일본 최대 규모의 슈퍼마켓 브랜드로 1994년에 첫 매장을 개점함 연중무휴 24시간 영업하는 점포가 많아 영업시간이 긴 편의점과의 경쟁 구도에도 포함됨 맥스밸류의 대규모 점포 중에서는 근린형 쇼핑센터(NSC) 형태의 점포도 있음 			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 생활용품, 의류 등		
	선호 제품	• 소비자 추천에 기반한 상품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 및 유선전화를 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 우측 'お問い合わせ' 클릭(www.maxvalu.co.jp/contact) - 문의 사항 입력 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 담당자명, 성별 및 소속, 이메일 주소, 전화번호 ② 문의 내용 ③ 문의할 점포명 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-120-125-481, +81-53-581-9100 - 팩스: +81-333-457-776 		

자료: 맥스밸류(mv-tokai)

사진 자료: 맥스밸류(mv-tokai), 홋카이도가이드(HokkaidoGuide)

2. 일본 물회 주요 유통채널 ③ 아마존 일본

기업 기본 정보	기업명	아마존 일본(Amazon Japan)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.co.jp	
	규모	순 매출액('23) • 129억 2,890만 엔(1,111억 원) 기타 규모 • 방문횟수(최근 1개월): 5억 9,230만 회 ²⁰⁾	
	기업 요약	• 1994년 설립된 미국 기업으로 일본에는 2000년도에 진출함 • 2021년 일본 온라인 유통채널 브랜드 및 기업 점유율 1위를 차지함 • 입점 브랜드 중에는 틱톡 등 SNS를 통해 홍보를 진행하고 아마존 및 라쿠텐 등에서 판매를 진행하는 다양한 소규모·수입 브랜드가 많음	

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	도수이(道水), 홋카이도 고메(北のデリシャス)
		해외 판매	해외 판매 가능
		운영 방식	온라인마켓
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	 <p> 最大20%OFF 初夏のお買い得セール 6/20(木) 9:59まで </p>
10,000엔 이상 구매 시 500엔 쿠폰 증정, 첫 구매 시 쿠폰 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭 - 아마존 셀러 계정 생성 - 상품 리스팅 - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매입고량) • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-120-899-068
----------	---------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

자료: 아마존 일본(Amazon Japan)

사진 자료: 아마존 일본(Amazon Japan)

20) 2024년 6월 30일까지 집계된 1개월간 홈페이지 방문 수

2. 일본 물회 주요 유통채널 ④ 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.rakuten.co.jp		
	규모	매출액('23)		• 2조 713억 엔(17조 8,043억 원)
		기타 규모		• 방문횟수(최근 1개월): 5억 2,910만 회
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년 설립된 일본 온라인 종합 쇼핑몰 • 2023년 6월 기준 1억 명 이상의 회원 수와 5만 7,000여 개 이상의 입점 온라인 매장 수를 보유함 • 전 세계 약 170개 국가 및 지역으로 배송 서비스를 제공함 • 쇼핑 플랫폼 외에도 핀테크, 인터넷 서비스 등 다양한 사업 분야 운영함 			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	샤브마루(しゃぶまる), 나나츠 시아와세(タマチャンショップ)	
		해외 판매	해외 판매 가능	
		운영 방식	온라인마켓	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보	 <p>시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매 금액 페이백 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행</p>			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'ビジネス' 카테고리 '楽天市場出店' 클릭 - '出店申込' 클릭 - 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 회사정보(사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호, 대표 Fax 번호, 대표자명) ② 운영 담당자 정보(담당자 이름, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: sales-list@rakuten.com, sales@mail.rakuten.com - 전화번호: +81-505-581-4910 		

자료: 라쿠텐(Rakuten)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

2. 일본 물회 주요 유통채널 ⑤ 예스마트

기업 기본 정보	기업명	예스마트(Yesmart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.yesmart.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo), 오키나와(Okinawa) 등	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 25개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 5,000여 종 이상의 한국, 일본, 중국 식품 등을 취급하며 일본 내 대표적인 한국 식품 마트 브랜드로 자리 잡고 있음 전국 25개 매장을 플러스, 프리미엄, 중형, 소형 매장으로 구분해 운영하고 있고, 온라인 매장도 운영 중임 상품 배송 서비스를 제공하며, 상온과 냉장/냉동을 구분하여 배송함 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 김치, 야채, 냉동식품, 주류, 반찬류, 가공식품, 화장품, 생활용품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 한국 제품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 및 이메일 연락을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-362-789-010, +81-3-6278-9010 - 이메일: info@yesmart.co.jp 	

자료: 예스마트(Yesmart)

사진 자료: 예스마트(Yesmart), 구글맵(GoogleMaps)

2. 일본 물회 주요 유통채널 ⑥ 장터 한국광장

기업 기본 정보	기업명	장터 한국광장(韓国広場)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.ehiroba.jp/hiroba	
	위치	도쿄(Tokyo), 오사카(Osaka)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 2개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1993년 설립되었으며, 본점은 한인 교류가 많은 지역인 도쿄 신오쿠보(新大久保)에 위치하며 오사카에는 히로바 슈퍼마켓을 열었음 • 2,000종류 이상의 다양한 한국산 주류, 라면, 과일 등 상품 판매함 • 온라인 사이트²¹⁾로도 주문이 가능하며, 다양한 프로모션 진행 중임 • 오사카, 도쿄 2개의 도매 전문 센터도 운영 중이며, 식당 식재료 납품 및 배송 서비스도 제공함 	

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등
	선호 제품	• 한국 제품
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-3-3232-9330 - 이메일: yahooshop@ehiroba.jp - 상담 가능 시간: 08:00-22:45
-------------	---------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

자료: 장터 한국광장(ehiroba.jp/hiroba)

사진 자료: 나비타임트래블(NavitimeTravel), 구글맵(Google Maps)

21) 장터 한국광장 온라인 쇼핑몰(shopping.yahoo.co.jp)

2. 일본 물회 주요 유통채널 ⑦ 패밀리마트 일본

기업 기본 정보	기업명	패밀리마트 일본 (FamilyMart Japan)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.family.co.jp		
	위치	일본 전역		
	규모	매출액('23) • 40억 5,000만 달러(5조 6,263억 원 ²²⁾ 기타 규모 • 매장 수('24): 1만 6,263개 • 직원 수('23): 7,023명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1978년 일본에서 1호점을 설립했으며 현재 점포 수와 매출액 기준 일본 2위를 차지함 • 애니메이션, 디자이너 등 인기 브랜드와의 제휴나 공동 개발 등으로 차별화된 상품을 꾸준히 출시함 • 식물성 음식, 친환경 소재를 사용한 지속 가능한 상품 등 친환경 상품을 출시함 • 편의점 브랜드 중 최초로 일본 대형 택배 3사의 서비스를 취급함 			
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 가공식품, 스낵류, 음료류, 위생용품, 신선식품 등		
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 상품		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 전화를 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-3-3989-6600 		

자료: 패밀리마트 일본(FamilyMart japan)

사진 자료: 패밀리마트 일본(FamilyMart japan)

22) 1달러=1,389.2원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2. 일본 물회 주요 유통채널 ⑧ 세븐일레븐 일본

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐 일본 (7-Eleven Japan)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.sej.co.jp		
	위치	일본 전역		
	규모	매출액('23) • 약 5조 3,452억 엔(45조 9,457억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 2만 1,554개 • 직원 수('24): 8,333명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1974년 일본에서 1호점을 설립했으며 현재 점포 수와 매출액 기준 일본 1위를 차지함 • 2020년 세븐앤아이(7&i) 홀딩스는 3,900여 개의 점포 수를 가진 미국 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway)를 인수하며 규모를 늘림 • 폐기 전 상품 할인 판매, 어머니의 날 이벤트 등 다양한 프로모션을 진행함 • 30분 이내 도착을 보장하는 세븐나우(7NOW) 배달 서비스를 제공함 			
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 스낵류, 차(茶)류, 음료류, 제과류, 화장품, 문구, 위생용품 등		
	선호 제품	• 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품 다수		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-3-6238-3711 - 이메일: 7andi-helpline@integrex.jp 		

자료: 세븐일레븐 일본(7-Eleven japan)

사진 자료: 세븐일레븐 일본(7-Eleven japan), 구글맵(GoogleMaps)



V

진입장벽

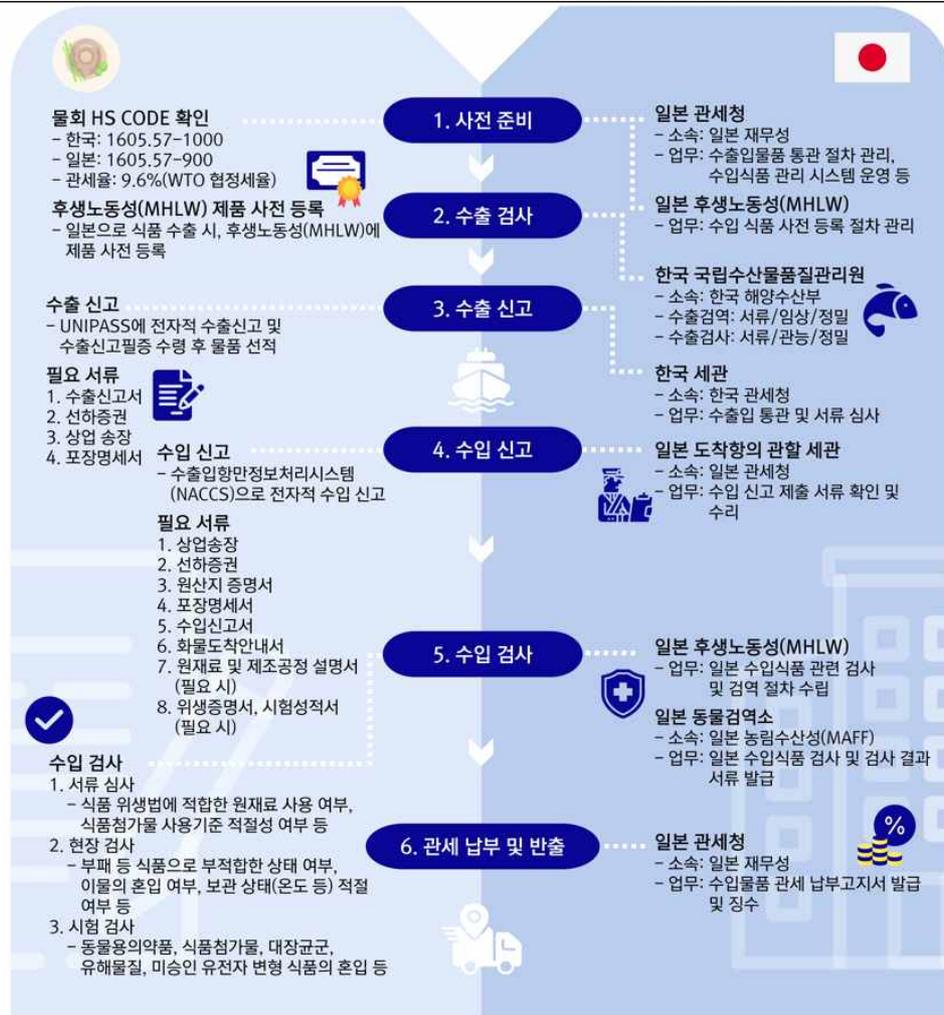
1. 물회 통관 및 검역 절차
2. 물회 수출 전 사전 준비
3. 물회 국내 수출 신고 및 통관
4. 물회 국내 수출 검역 및 검사
5. 물회 일본 수입 신고 및 통관
6. 물회 일본 수입 검역 및 검사
7. 물회 일본 통관문제 사례

1. 물회 통관 및 검역 절차²³⁾

▶ 일본 물회 수출 시, 통관 절차별 참고사항

일본 수산식품 수출 통관과 관련된 기관은 대표적으로 일본 후생노동성(MHLW: The Ministry of Health, Labour and Welfare), 농림수산업(MAFF: The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries), 관세청 등이 있음. 일본은 소비자 안전과 수산업 보호를 위해 다양한 제도를 운영하고 있으며, 관세법, 수입무역 관리령, 식품위생법 등의 법률을 준수할 것을 요구하고 있어 진입장벽이 높은 편임. 라벨링 표기 사항, 수입검사 기준 등을 사전에 파악하여 철저한 대비가 필요할 것으로 보임

[표 5.1] 일본 물회 통관 및 검역 절차



자료: 관세청, 국립수산물품질관리원, 일본 관세청

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

2. 물회 수출 전 사전 준비

▶ 일본 물회, HS CODE 및 관세율 확인²⁴⁾

일본으로 물회 수출 시, 세율은 세계무역기구(WTO: World Trade Organization) 협정세율 및 기본세율에 따라 결정됨. 일본 관세 신청 및 납부 관리는 일본 관세청이 담당함. 고객사 제품의 경우 WTO 협정세율의 적용을 받아 9.6%의 관세가 부과될 수 있음. WTO 협정세율은 WTO 회원국에 적용하는 관세로서, 별도의 원산지증명서 제출을 요구하지 않음. HS CODE를 특정하기 어려운 수입자는 통관 대리인을 통해 수입품의 품목분류, 관세율을 조회할 수 있는 일본 세관의 품목분류 사전교시제도를 활용할 수 있음. 사전교시제도는 수입통관 예정 세관에 신청서와 제품 관련 문서 제출을 통해 진행됨. 사전교시제도로 조회된 HS CODE와 관세율은 수입 신고 시 증거자료로 제출하여 세관으로부터 인정을 받을 수 있음

[표 5.2] 물회 HS CODE

물회 HS CODE 품목 정의	조제하거나 보존처리한 갑각류·연체동물·그 밖의 수생(水生) 무척추동물 / 전복 / 밀폐용기에 넣은 것
물회 한국 HS CODE	1605.57-1000
물회 일본 HS CODE	1605.57-900
관세	1순위 WTO 협정세율
	9.6%

자료: 관세법령정보포털, 일본 관세청

24) 실제 수출 시 해당 HS CODE 및 관세율은 변동 가능성 있음

▶ **일본 물회, 후생노동성(MHLW) 사전 등록**

일본으로 물회 수출 시, 일본 후생노동성(MHLW)에 제품을 사전 등록해야 함. 후생노동성(MHLW) 사전 등록 제도는 일본 식품위생법에 반하는 식품 등의 수입을 사전에 방지하고, 일본 시장 내 식품 안전성을 확보하고자 도입되었음. 또한, 이를 통해 수입절차를 간소화하고 소요되는 시간을 줄일 수 있음. 농축수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품을 대상으로 함

[표 5.3] 일본 후생노동성 사전 등록

일본 후생노동성 사전 등록	등록 기관	<ul style="list-style-type: none"> 일본 후생노동성(MHLW) 	 <p style="text-align: center;">ひと、くらし、みらいのために 厚生労働省 Ministry of Health, Labour and Welfare</p>
	적용 품목	<ul style="list-style-type: none"> 농축수산물 등의 1차 생산품과 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품과 식품 식품첨가물 	
	유효기간	<ul style="list-style-type: none"> 3년 	
	등록 대상	<ul style="list-style-type: none"> 일본에 식품 등 수출(예정) 업체 	
	취득 방법	<ul style="list-style-type: none"> 일본으로 식품을 수출하고자 하는 업체는 국내 담당 기관을 통해 제품 사전 등록 가능 	
	통용 국가	<ul style="list-style-type: none"> 일본 한정 	
	등록 소요 시기	<ul style="list-style-type: none"> 일본 후생노동성 업무 처리에 따라 업체별로 상이 	
	도입 취지	<ul style="list-style-type: none"> 일본의 식품위생법에 반하는 식품 등의 수입을 사전에 방지하고, 식품 안전성을 확보하고자 도입했으며, 수입 절차를 간소화하고 소요되는 시간 축소 	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

▶ **일본 물회, 권장 인증 사항**

일본으로 물회 수출 시, 일본 내 품질 인증에 대한 요구가 증대하고 있어 HACCP 인증을 취득할 것을 권장함. 현재 HACCP 인증 취득은 필수 사항이 아니지만, 2021년 6월 1일부터 모든 식품 관련 사업체는 반드시 HACCP 방식에 의한 위생 관리를 시행해야 함. 또한, 수산물 생산에 관한 MSC(Marine Stewardship Council), ASC(Aquaculture Stewardship Council) 인증 등 글로벌 인증을 추가로 받아 활용할 수 있음

[표 5.4] 일본 물회 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품안전관리인증원	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
MSC	지속가능한 어업 및 생산 인증	글로벌 공통 인증	해양관리협의회	
ASC	수산물 생산 인증	글로벌 공통 인증	수산양식관리협의회	

자료: 각 인증기관

▶ **일본 물회, 라벨링 규정**

일본으로 수입되는 수산물을 포함한 모든 식품은 일본 식품 표시법에 따라 라벨링 표기가 의무임. 일반적으로 수산물의 경우 신선식품으로 분류되는데, 수산물에 가열, 염장, 건조 등의 처리를 한 경우, 가공식품으로 분류되어 가공식품 표시 규정을 준수해야 함. 고객사 제품의 경우, 가공식품으로 분류되어 하기의 일본 라벨링 규정을 준수해야 함

[표 5.5] 일본 물회 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 내용을 나타내는 일반적인 명칭을 표시해야 함 • 명칭에 주요 원재료명이 들어가는 경우, 주요 원재료와 일치해야 함
	2. 원재료	<ul style="list-style-type: none"> • 원재료에 차지하는 중량의 비율이 높은 순서대로 일반적인 명칭으로 표시해야 함 • 원재료가 2가지 이상(복합 원재료)인 경우, 괄호 안에 배합률이 높은 순으로 기재해야 함(ex. 마요네즈(식용 식물 유지, 달걀 노른자, 양조 식초, 향신료, 설탕)) • 복합 원재료가 제품 원재료에서 차지하는 중량의 비율이 5% 미만인 경우는 생략 가능함
	3. 첨가물	<ul style="list-style-type: none"> • 지정첨가물: 후생노동성이 지정한 436 품목 • 기존첨가물: 일본에서 이미 사용 중이거나 장기간 사용된 것 또는 예외로 지정받지 않은 치자 색소, 감 탄닌 등 365 품목 • 천연향료: 동식물 유래 물질로 식품에 향 첨가를 목적으로 사용되는 바닐라 향료, 게 향료 등 약 600 품목 • 일반 음식 첨가물로 사용되는 것: 딸기 주스, 한천 등 약 100 품목 • 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로서, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 인정되지 않음 • 원재료 표시란에 원재료와 식품첨가물을 구분하여 표기해야 하며, 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성해야 함
	4. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 수입품의 경우에는 원산지국을 표시해야 함
	5. 알레르겐	<ul style="list-style-type: none"> • 표시 의무사항: 새우, 밀, 게, 메밀, 달걀, 유제품, 땅콩, 호두 • 표시 권장사항: 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 캐슈넛, 키위, 소고기, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이버섯, 복숭아, Yam(아말), 사과, 젤라틴 • 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 '알레르겐'을 표시해야 함

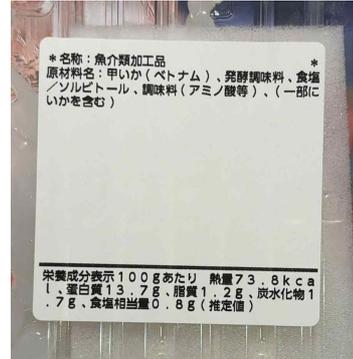
자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(CAA), 일본 식품화학연구진흥재단(FFCR)

[표 5.5] 일본 물회 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	5. 알레르겐	<ul style="list-style-type: none"> 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시해야 함 'OO을 포함'이라는 문구의 OO에는 특정 원재료 등의 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 'OO 유래'로 표시해야 함
	6. 내용량	<ul style="list-style-type: none"> 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재해야 함 고형물에 충전액을 더한 경우 내용량 대신 고형량과 내용 총량을 함께 적어야 함(ex. 통조림 등)
	7. 소비기한 또는 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한을 설정하고 표시할 의무와 책임이 있음 제조 또는 가공한 날로부터 유통기한까지 3개월 이내인 경우: '평성 26년 5월 31일', '14.5.31', '2014.05.31.' 중 선택 가능함 제조 또는 가공한 날로부터 유통기한까지 3개월이 넘는 경우: '평성 26년 5월', '14.5', '2014.05' 표기 중 선택 가능함
	8. 영양성분	<ul style="list-style-type: none"> 영양성분 표시는 실제 성분량과 비교하여 이상이 없어야 함 의무 표시 정보: 에너지, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨(식염 상당량) 권장 표시 정보: 포화지방산, 식이섬유 기타 표시 정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표시해야 함
	9. 보관 방법	<ul style="list-style-type: none"> '직사광선을 피하고 상온에서 보존', '10도 이하에서 보존' 또는 '개봉 후 냉장 보관' 등의 보관에 적절한 유의사항을 표시해야 함 상온 보존 이외에 특별한 유의사항이 없는 경우에는 생략 가능함
	10. 수입업체 및 제조업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소 정보를 표시해야 함
	11. 기타 표시 사항	<ul style="list-style-type: none"> 언어는 일본어로 표시해야 함 폰트의 최소 사이즈는 8포인트로 해야 함 유기농 인증을 획득한 경우에 한하여 유기농 표기 가능 일본 건강증진법이 정하고 있는 바에 따라 담당 부처로부터 허가를 취득하거나 신고한 후, 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품 마크의 표기와 적절한 기능성에 대한 홍보 문구를 사용 가능함

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(CAA), 일본 식품화학연구진흥재단(FFCR)

▶ 일본 물회 라벨 샘플25)



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 라벨 - 일본어]

[앞면 라벨 - 국문]

- ① 甲いかそうめん
- ② (生食用)
- ③ 原材料名: 裏面に記載
- ④ 保存方法: 4℃以下
- ⑤ 賞味期限: 24.7.3
- ⑥ 100g当り(円): 498
- ⑦ 内容量: 59g
- ⑧ 293(税込: 316.44) 価格(円)
- ⑨ 加工者: (株)ライフコーポレーション
埼玉県加須市新井新田字八幡脇107番5
外

- ① 갑오징어 소면
- ② (생식용)
- ③ 원재료: 뒷면에 기재
- ④ 보관 방법: 4도 이하
- ⑤ 유통기한: 24.7.3
- ⑥ 100g 당(엔): 498
- ⑦ 내용량: 59g
- ⑧ 293(세금 포함: 316.44) 가격(엔)
- ⑨ 가공자: (주)라이프코퍼레이션
타마현 가조시 아라이신덴지
야와타와키 107번 5외

[뒷면 라벨 - 일본어]

[뒷면 라벨 - 일본어]

- ① *名称: 魚介類加工品

- ① *명칭: 어패류 가공품

25) 일본 오프라인 매장에서 판매되고 있는 물회 제품을 찾을 수 없어, 유사 제품인 오징어 회 제품의 라벨 샘플을 제공함

- ② 原材料名: 甲いか(ベトナム),
発酵調味料, 食塩/ソルビトール,
調味料(アミノ酸等),
(一部にいかを含む)
- ③ 栄養成分表示: 100gあたり 熱量
73.8kcal, 蛋白質 13.7g, 脂質 1.2g,
炭水化物 1.7g, 食塩相当量
0.8g(推定値)

- ② 원재료: 갑오징어 (베트남), 발효
조미료, 식염/소르비톨, 조미료
(아미노산 등), (일부 오징어 포함)
- ③ 영양성분표시: 100g당 열량
73.8kcal, 단백질 13.7g, 지방 1.2g,
탄수화물 1.7g, 식염 상당량
0.8g(추정치)

3. 물회 국내 수출 신고 및 통관

▶ 일본 물회, 국내 수출 신고 및 통관

일본으로 식품 수출 시, 수출업체는 상업 송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출 신고서 작성 후 관세청 통관시스템인 UNI-PASS를 통해 수출 신고·수출 통관 절차를 진행해야 함. 일부 선상 수출 신고, 현지 수출 어패류 신고, 원양수산물 수출 신고의 경우에는 선적 또는 수출 후 신고가 가능하며, 이는 관세청의 수출 통관 사무처리에 관한 고시에 따름. 고객사 제품의 경우 가공식품으로 분류되어 위의 선상 수출 신고 혹은 원양수산물 수출 신고의 경우에는 해당하지 않음

[표 5.6] 일본 물회 국내 수출 신고

<p>수출 신고 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 관세청 시스템(UNI-PASS)을 통한 전자적 신고 • 수출 신고는 수출업체와 그를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품 제공자의 명의로 할 수 있음 • 수출화주는 관세법에 따라 신고 및 제출한 자료를 수리일로부터 3년간 보관해야 함 <ul style="list-style-type: none"> ① 수출 신고필증 ② 수출품 가격 결정에 관한 자료 ③ 수출 거래 관련 계약서 또는 이에 갈음하는 서류 ④ 반송신고필증 등
<p>수출 신고 수리 유형</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 서류 심사 후 수리: 실제 수출 신고 내용과 수출 신고 근거 서류 상의 일치 여부 확인 • 현품 검사 후 수리: 우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출 신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고 사항과의 일치 여부를 확인 • 자동 수리: 세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
<p>수출 신고 절차</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 수출품이 장치된 소재지의 관할세관장에 품명, 규격, 수량, 가격 등 정확한 사실을 신고 • 수출 신고 후 관련 서류는 전자 제출 또는 전자 이미지 형태로 통관 시스템(UNI-PASS)으로 전송 • 수출 신고 수리 후 전자 날인된 수출신고필증 수령 • 수출 신고 수리일로부터 30일 이내에 선박 등 운송수단에 적재 필요(단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장 가능)

자료: 관세청

[표 5.7] 일본 물회 국내 수출 통관

수출 통관 특징	<ul style="list-style-type: none"> 우범 물품 선별 시스템, 무작위 선별 방식에 의한 선별 또는 서류 심사 후 필요할 때, 물품 검사를 하며, 우범성이 낮은 경우에는 신속통관을 함 	
수출 통관 절차	<ul style="list-style-type: none"> 수출하고자 하는 물품을 세관에 수출 신고 수출 물품 선별 후 서류 심사 또는 물품 검사 수출 신고 후 수리 수출업체는 수출 신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요(단, 최대 1년 이내의 범위에서 적재 기간 연장 가능함) 	
서류 구비	수출 신고서	<ul style="list-style-type: none"> 물품을 수출하기 위해 세관에 수출 신고 수리 요청 세관장은 신고 내용이 관세법상 적정 여부 판단 후 수리함 수출업체는 전자문서로 작성된 신고자료를 통관 시스템에 전송 수출 신고서는 상업 송장과 포장명세서 등을 근거로 작성해야 함
	선하증권	<ul style="list-style-type: none"> 화주와 선박회사 간 체결한 해상운송 계약에 따라 선박회사가 화주로부터 물품 적재 또는 영수하였음을 증명하기 위해 발행하는 유가증권
	상업 송장	<ul style="list-style-type: none"> 거래되는 물품의 특성과 내용 명세를 상세하고 정확하게 작성한 서류 계약 물품의 정확한 규격과 수량, 포장 상태, 화인 등을 상세하게 표시
	포장명세서	<ul style="list-style-type: none"> 선적 화물의 포장 및 포장 단위별 명세, 단위별 순중량·총중량, 화인, 포장 일련번호 등을 기재한 서류

자료: 관세청

4. 물회 국내 수출 검역 및 검사

▶ 물회, 국립수산물품질관리원 수출 검역 및 검사 신청

일본으로 수산식품 수출 시, 질병의 전염을 방지하기 위해 검역 대상으로 지정된 수산물에 대해 검역을 시행하며 자세한 사항은 하기의 표와 같음. 수출 수산물 검사는 수출 상대국의 요청에 따라 검사가 필요한 경우로서, 해양수산부 장관이 정하고 고시한 수산물 및 수산가공품과 해양수산부 장관 고시 지정해역에서 생산 및 채취한 품목은 수출 검사 의무 대상임

[표 5.8] 일본 수산물 국내 수출 검역

<p>수출 검역 대상 지정 수산물</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 이식용 수산 생물(정액 또는란을 포함) • 식용, 관상용, 시험 연구조사용 수산 동물 중 어류·패류·갑각류(정액 또는란을 포함) • 수산 생물 제품 중 냉동 또는 냉장한 전복류 및 굴 • 수산 생물 전염병의 병원체 또는 이를 포함한 진단액류가 들어있는 물건 • 냉동·냉장 새우류 등 	
<p>수출 검역 절차</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 국립수산물품질관리원으로 신청서 접수 • 필요에 따라 서류검사(신청서 및 첨부서류 적정성 검토), 임상검사(유영·행동, 외부조건 및 해부학적 소견, 종합소견), 정밀검사(병리조직학적, 분자생물학적 분석 등) 실시 • 검역 판정 후 검역증명서 교부 	
<p>검역 대상 전염병 목록</p>	<p>어류</p>	<p>유행성조혈기괴사증, 잉어봄바이러스병, 바이러스성출혈성패혈증, 전염성연어빈혈증, 참돔이리도바이러스병, 잉어허피스바이러스병, 유행성궤양증후군, 자이로닥틸루스증(자이로닥틸루스살라리스), 틸라피아레이크바이러스병, 연어알파바이러스병</p>
<p>패류</p>	<p>패류</p>	<p>보나미아감염증(보나미아오스트레, 보나미아익시티오사), 마르테일리아감염증(마르테일리아레프리젠스), 퍼킨수스감염증(퍼킨수스마리누스), 제노할리오티스캘리모니엔시스감염증, 전복허피스바이러스감염증</p>
<p>갑각류</p>	<p>갑각류</p>	<p>가재전염병, 전염성피하및조혈기괴사증, 노란머리병, 흰반점병, 타우라증후군, 전염성근괴사증, 흰꼬리병, 십각류무지개바이러스, 괴사성산취장염, 급성간취장괴사병</p>

자료: 국립수산물품질관리원

[표 5.8] 일본 수산물 국내 수출 검역

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

자료: 국립수산물품질관리원

[표 5.9] 일본 수산물 국내 수출 검사

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

자료: 국립수산물품질관리원

5. 물회 일본 수입 신고 및 통관

▶ 물회, 일본 수입 신고 및 통관 절차

일본에서는 식품 수입과 관련하여 후생노동성(MHLW), 농림수산업(MAFF), 관세청 3개의 부처가 관리하고 있음. 일본 수입업체는 수입품이 보세구역 등 특별 구역에 장치된 후 신고 시, 필요한 서류를 구비하여 제품에 대한 정보를 세관에 신고함. 현재 대부분의 수입 신고가 수출입항만정보 처리시스템(NACCS: Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System)을 통해 전자적으로 이뤄짐

[표 5.10] 일본 물회 수입 신고 및 통관 절차

<p>1. 적하목록 사전 제출</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 수입업체 및 운송업체는 출항 24시간 전까지 적하목록 사전 제출을 해야 함 • 일본에 입항하려는 선박 컨테이너 화물의 적하 정보를 선적항 출항 24시간 전까지 수출입항만정보처리시스템(NACCS)을 통해 제출해야 함 • 적하목록 사전 제출 정보: <ul style="list-style-type: none"> - 송하인 및 수하인 정보 - 착하통지처 정보 - 품명 - HS CODE - 총중량 - 용적 - 컨테이너 정보 등
<p>2. 수입 신고</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 수입업체는 일본 도착 후 수입신고서를 비롯한 제반 서류를 수출입항만정보처리시스템(NACCS)을 통해 제출해야 함 • 일본 수입 신고 제출 서류: <ul style="list-style-type: none"> - 상업송장 - 선하증권 - 원산지 증명서 - 포장명세서 - 수입신고서 - 화물도착안내서 - 운임청구서 - 원재료 및 제조과정설명서(필요 시) - 위생증명서, 시험성적서(필요 시) 등
<p>3. 관세 납부 및 물품 반출</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 수입업체는 수입 검사 합격 시 관세 납부 완료 후 물품 반출이 가능함

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

6. 물회 일본 수입 검역 및 검사

▶ 물회, 일본 수입 검역 및 검사 절차

일본 후생노동성(MHLW)은 수입 신고 내용을 바탕으로 한 수입 검사 및 연간 계획에 따른 수입 검사를 진행함. 일본으로 수산식품 수출 시 농림수산성(MAFF) 산하 동물검역소에서 수입자가 검사 신청을 하고 검사를 받아야 함. 적합 판정의 경우 검역소는 이를 입증하는 서류를 발급하며, 수입자는 해당 서류를 세관에 제출하고 통관을 진행함. 부적합 판정의 경우 용도를 바꾸어 통관하거나, 재가공 등을 거쳐 다시 적합성 판정을 받아야 함

[표 5.11] 일본 물회 수출 검역 및 검사

수입 검사	서류 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 식품위생법에 적합한 원재료 사용 여부 • 식품첨가물 사용기준 적절성 여부 • 식품위생법에 규정되어 있는 제조 기준의 적합 여부 • 제조사의 과거 위생 관련 부적격 사례 여부 • 수출국에서 회수 대상 제품 여부 • 필요한 서류(수출국의 위생증명서 등)의 첨부 여부를 검사
	현장 검사	<ul style="list-style-type: none"> • 부패 등 식품으로 부적합한 상태 여부 • 이물의 혼입 여부 • 보관 상태(온도 등) 적절 여부 • 신고 내용 이상 여부 • 독어 등 혼입 여부(어류) • 위험 부위 등 혼입 여부(쇠고기)
	시험 검사	<ul style="list-style-type: none"> • 잔류 농약 • 동물용의약품 • 식품첨가물 • 장출혈성대장균, 장염비브리오 등 병원성 미생물 • 성분 규격으로 정해져 있는 세균 수 • 대장균군 등 • 아플라톡신 등 곰팡이 독소 • 패류 독소 등 유해물질 • 미승인 유전자 변형 식품의 혼입 • 방사선 살균 여부 등

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

7. 물회 일본 통관문제 사례

▶ 최근 3개년 일본 통관문제 사례 분석

일본으로 해당 품목 수출 시, 최근 3개년 동안 한국산 제품이 통관문제가 있었던 사례는 0건이었음.²⁶⁾ 해당 품목과 관련하여 경쟁국산 제품이 통관문제가 있었던 사례는 총 2건으로 조사됨. 일본으로 해당 품목 수출 시 주로 성분(식품첨가물 및 유해물질)이 통관문제 사유가 된 것으로 나타남. 따라서 일본으로 물회 수출 시 해당 사항을 특별히 신경 쓸 필요가 있을 것으로 보임

[표 5.12] 일본 물회 통관문제 사례

순번	구분	발생 기간	문제 사유	조치 사항
1	경쟁국산	2021.02	성분(식품첨가물 및 유해물질) / 이산화황 0.037g/kg 검출	폐기 또는 반송
2	경쟁국산	2021.01	성분(식품첨가물 및 유해물질) / EDTA-CAL 0.93g/kg 검출	폐기 또는 반송

자료: KATI농식품수출정보

26) 고객사 제품 HS CODE 1605.57-1000을 기준으로 조사함



VI

수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 키스코푸드(Kisco Foods)

Interview ② 다이이친미(Daiichinmi)

Interview ③ 다이토라카마보코(Daitora Kamaboko)



Interview ① 키스코푸드(Kisco Foods)

27)

●

키스코푸드
(Kisco Foods)

- 유형: 제조업체, 가공 및 무역업체
- 업체 특징:
 - 1979년에 설립된 제조 및 가공식품 업체
 - 주로 뉴질랜드에서 수입한 재료로 수프 및 가공식품을 취급하고 있음

담당자 정보

Product Manager



키스코푸드(Kisco Foods) Product Manager

Q. 일본 소비자들이 회를 얼마나 자주 먹나요? 주로 어떤 종류의 회를 선호하나요?

일본에서 소면은 주로 여름철에 소비되는 계절 음식으로, 많은 가정에서는 대나무 통을 이용해 물을 흐르게 하고, 삶은 소면을 식혀 대나무 통에 흘려보내 시원하게 먹습니다. 소면은 일본 가정에서 여름철 대표 음식으로 자리 잡고 있으며, 더운 날씨에 시원하게 즐길 수 있는 음식으로 선호됩니다.

Q. 일본 소비자들이 회나 회를 주재료로 한 음식을 구매할 때 중요하게 생각하는 요소로는 무엇이 있나요? 맛, 가격, 용량, 패키지, 재료 등의 요소 중에서 무엇이 가장 중요한지 알고 싶습니다.

회를 소비할 때 중요하게 고려하는 요소는 소비 시기에 따라 다를 수 있습니다. 일본인들은 주로 여름철에 회를 소비하며, 이 시기에는 재료의 신선도와 전통적인 맛이 가장 중요한 요소로 작용합니다. 비교적 소비가 줄어드는 봄, 가을, 겨울에는 간편성과 가격이 더 중요한 요소로 부각됩니다. 따라서, 여름철에는 신선하고 전통적인 맛이, 그 외 계절에는 접근성과 경제성이 주요 고려사항이 됩니다.

Q. 고객사 제품은 전복, 채소, 물회 육수 등으로 구성되어 있으며, 새콤달콤한 맛이 여름철에 잘 어울리는 물회 제품입니다. 물회는 간식이나 술안주 요리로 냉동 보관 후 자연해동하여 섭취합니다. 일본에서 현재 인기 있는 고객사 제품과 유사한 제품이 있나요?

일본에서는 물회와 직접적으로 유사한 제품은 거의 없지만, 유사한 콘셉트로는 일본의 소면이 있습니다. 소면은 밀가루로 만들어진 면을 차가운 얼음물에 담가 시원하고 상쾌하게 즐기는 음식으로, 특히 여름철에 인기가 많습니다. 또한, 간편식으로도 널리 판매되고 있어, 소비자들이 쉽게 접할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품이 현지에 사는 한인뿐만 아니라, 현지 일본인들에게도 인기 있을까요?

여름철에는 소면과 같은 시원한 음식이 인기가 많아, 일본인들도 고객사의 제품에 관심을 보일 것으로 생각합니다. 다만, 고객사 제품이 다소 매울 수 있어 매운 정도를 명시하지 않으면 구입을 꺼릴 수 있습니다.

Q. 일본 소비자들의 입맛에 맞게 제품을 개발하기 위해 어떤 부분을 개선하거나 추가하면 좋을지 조언해 주세요.

일본 시장에서 성공하려면 현지화를 통해 제품을 리브랜딩하는 것이 중요합니다. 패키지 디자인과 제품 설명을 일본어로 변경하고, 시식 행사를 통해 소비자 피드백을 반영하여 제품을 개선할 필요가 있습니다. 이러한 과정을 통해 일본 소비자들에게 더 잘 맞는 제품으로 자리 잡을 수 있을 것입니다.

Q. 현지 소비자들은 회를 주로 어느 유통채널에서 구매하나요? 고객사 제품의 특징을 고려했을 때, 추천하는 유통채널은 어디인가요?

현지 소비자들은 회나 회덮밥 등 회를 재료로 하는 음식을 주로 고급 식당에서 즐기며, 여름철에는 전통 라멘집에서도 프로모션 메뉴로 제공되기도 합니다. 여름철 외에는 대형 식료품점과 슈퍼마켓, 또는 칼디(Kaldi)와 같은 수입 브랜드 전문 슈퍼마켓에서 판매됩니다. 고객사 제품의 특징을 고려할 때, 여름철에는 고급 식당과 전통 라멘집이 적합한 유통채널이 될 수 있으며, 여름철 외에는 즉석식품 형태로 포장하여 대형 식료품점과 칼디와 같은 수입 브랜드 전문 슈퍼마켓으로 유통하는 것을 추천합니다.

Q. 현지 바이어들은 수입산 회 및 물회 등 수산물을 어떻게 수입하나요?

일본의 식품 관세 및 시장 기준은 다소 엄격합니다. 일본에 수입 사무소가 없거나 처음 수출하는 업체는 큰 비용을 지불해야 하고, 실패할 확률이 매우 높습니다. 현지 바이어들은 이러한 위험을 줄이기 위해 주로 전문 식음료 수입업체와 가공업체를 통해 수입합니다.

Q. 일본 바이어가 회 및 물회 등 수산물을 수입할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

내부 수요입니다. 현지 시장 내 수요가 일정하지 않더라도 최소한의 수요가 충족되어야 수입이 가능합니다. 수출 과정에서 시장 수요에 맞추기 위해 디자인, 패키징 등이 변경되면서 수출업체의 정체성이 사라질 수 있으며, 일본 회사가 제품을 구매할 경우 제품의 소유권을 넘기게 될 수도 있습니다.

Q. 일본으로 회 및 물회 제품을 수출 시 통관/검역 과정에서 주의해야 할 사항이 무엇인가요?

일본은 식품 및 가공식품에 대해 매우 엄격하고 구체적인 표준 규정이 있습니다. 제품이 이 규정에 충족하는 것이 가장 중요합니다. 국제 표준(예: FDA나 EU 표준)도 일본 관세청과 검역 부서에서 제품 적합성 평가로 인정되므로, 이러한 국제 표준을 충족시키면 비교적 수월하게 통관될 수 있습니다. 슈퍼마켓에서도 이러한 국제 표준이 매입 기준인 경우가 많기 때문에, 수출 전에 이러한 요건을 철저히 충족시키는 것이 중요합니다.

Interview ② 다이이친미(Daiichinmi)

28)

다이이친미 (Daiichinmi)

- 유형: 수입업체 및 제조업체
- 업체 특징:
 - 1960년에 설립된 수입 및 제조업체로 케이터링 및 식품 재료를 취급하고 있음
 - 동남아시아, 유럽, 라틴 아메리카 등지에서 수입하며, 자체 온라인 쇼핑몰과 B2B 오프라인 채널을 통해 유통하고 있음

담당자 정보

Sales Manager



다이이친미(Daiichinmi) Sales Manager

Q. 일본 소비자들은 소면을 자주 먹나요? 주로 어떤 시기에 소비하나요?

소면은 일본에서 특히 더운 여름철에 인기가 많은 음식입니다. 시원하게 즐길 수 있는 특성 덕분에 여름철에는 수요가 급증하며, 가정뿐만 아니라 대규모 급식 업체에서도 도시락의 장식이나 반찬으로 자주 활용됩니다. 비수기에도 비교적 안정적인 수요를 유지하고 있지만, 여름철의 소면 소비가 두드러지게 높습니다.

Q. 일본 내 물회국수나 회무침 등 회를 주재료로 한 음식들의 트렌드가 어떻게 변화하고 있나요?

일본에서 회를 활용한 음식들은 함께 제공되는 재료의 품질과 소비되는 장소에 따라 다양한 트렌드를 보이고 있습니다. 예를 들어, 소면이 반찬이나 장식으로 사용될 경우에는 주로 저렴한 생선이 함께 제공되지만, 고급 소면 요리에서는 도미와 같은 계절에 맞는 고급 생선이 주로 사용됩니다. 가정에서는 경제적인 생선을 활용한 간편식을 선호하는 반면, 고급 식당에서는 신선한 재료와 고가의 생선을 사용한 고품질의 요리를 즐기는 경향이 강합니다.

Q. 일본 소비자들이 회나 회를 주재료로 한 음식을 구매할 때 중요하게 생각하는 요소로는 무엇이 있나요? 맛, 가격, 용량, 패키지, 재료 등의 요소 중에서 무엇이 가장 중요한지 알고 싶습니다.

일본 소비자들이 음식을 구매할 때 중요하게 여기는 요소는 구매 목적과 상황에 따라 달라집니다. 가족을 위한 특별한 요리를 준비할 때는 고급 재료를 사용한 음식을 찾거나 전문 식당을 방문하는 경향이 있으며, 개인적인 소비나 간편한 식사를 위해서는 합리적인 가격의 제품을 선택하는 경우가 많습니다. 맛과 재료의 품질이 중요한 요소이지만, 가격 또한 매우 중요한 고려 사항입니다. 소비자들은 상황에 맞는 최적의 선택을 통해 맛, 품질, 가격의 균형을 추구합니다.

Q. 고객사 제품은 전복, 채소, 물회 육수 등으로 구성되어 있으며, 새콤달콤한 맛이 여름철에 잘 어울리는 물회 제품입니다. 물회는 간식이나 술안주 요리로 냉동 보관 후 자연해동하여 섭취합니다. 일본에서 현재 인기 있는 고객사 제품과 유사한 제품이 있나요?

일본 시장에서 고객사 제품과 유사한 제품으로는 주로 소면이나 냉채와 같은 여름철 음식이 있습니다. 그중에서도 테노베 소면이 대표적이며, 면과 소스가 잘 어우러지는 것이 큰 특징입니다. 일본의 식품 시장에서는 이러한 음식 간의 조화가 제품 선택에 중요한 요소로 작용합니다. 고객사의 제품 이미지만으로는 재료 간의 조화를 평가하기 어렵지만, 경쟁력을 높이기 위해 재료의 조화에 신경을 쓰는 것이 좋을 것 같습니다.

Q. 고객사 제품이 현지에서 사는 한인뿐만 아니라, 현지 일본인들에게도 인기 있을까요?

완제품으로 판매되는 고객사의 제품은 일본인 소비자들에게는 시장성을 확보하기 어려울 수 있습니다. 일본 소비자들은 소면과 같은 차가운 면 요리를 신선하게 직접 만들거나 식당에서 즐기는 것을 선호하는 경향이 있습니다. 또한, 일본에서는 현지 생산 제품에 대한 신뢰도가 높기 때문에, 차별점이 명확하지 않다면 고객사의 제품이 일본 시장에서 경쟁력을 갖기 어려울 수 있습니다.

Q. 일본 소비자들의 입맛에 맞게 제품을 개발하기 위해 어떤 부분을 개선하거나 추가하면 좋을지 조언해 주세요.

우선, 제품의 정체성을 명확히 설정하는 것이 중요합니다. 한국의 전통 음식을 고수할 것인지, 아니면 일본식으로 재해석한 퓨전 요리로 접근할 것인지 방향성을 분명히 해야 합니다. 일본 소비자들이 익숙하게 느낄 수 있는 맛을 개발하기 위해 현지 재료와의 조화를 고려하는 것이 필요합니다. 재료의 조화와 함께 일본 소비자들에게 낯설지만 친근하게 느껴질 수 있는 맛을 추가한다면, 현지에서의 경쟁력을 높일 수 있을 것입니다.

Q. 현지 소비자들은 회를 주로 어느 유통채널에서 구매하나요? 고객사 제품의 특징을 고려했을 때, 추천하는 유통채널은 어디인가요?

일본의 소비자들은 회를 주로 전문 식료품점이나 한국 마트와 같은 수입 식품을 취급하는 곳에서 구매하는 경향이 있습니다. 고객사 제품이 B2C 시장을 겨냥하고 있다면, 한국 마트나 전문 식료품점이 적합한 유통채널로 보입니다. 만약 B2B 시장을 타겟으로 한다면, 수입업체나 유통업체를 통해 제품을 공급하는 전략이 효과적일 것입니다. 일본에서는 수입 제품에 대한 유통채널이 제한적일 수 있으므로, 해당 시장에 맞는 전략적 접근이 필요합니다.

Q. 현지 바이어들은 수입산 회 및 물회 등 수산물을 어떻게 수입하나요?

현지 바이어들은 외국에서 어획된 해산물을 가공할 수 있는 위치에 있는 사무소를 통해 수입합니다. 이 사무소들은 보통 계약된 농장과 양식장 근처에 위치해 있으며, 바이어들은 해산물의 종류와 구매 옵션에 따라 공급업체와 협상을 진행합니다. 협상 후 최종 가공된 해산물 제품이 일본으로 배송되며, 이때 제품은 일본 가공품으로 분류되어 신선 해산물보다 통관 과정이 원활하게 이루어집니다.

Q. 일본 바이어가 회 및 물회 등 수산물을 수입할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

일본 바이어들이 가장 중요하게 고려하는 요소는 해산물의 원산지와 안정된 공급입니다. 특히, 일본 시장에서는 새우와 같은 특정 해산물에 대한 수요가 높아, 제품의 안정적인 공급이 매우 중요합니다. 기후변화 등으로 어류의 품질이 저하되면 가격이 상승하고, 전체 공급망에 문제가 발생할 수 있기 때문에, 바이어들은 고정 계약 시에 공급량 충족에 초점을 맞춰 계약을 체결합니다. 현물 구매 시에는 필요한 물량 확보와 가격 협상이 주요 고려 사항으로, 이를 통해 안정적인 공급망을 유지하려고 합니다.

Q. 일본으로 회 및 물회 제품을 수출 시 통관/검역 과정에서 주의해야 할 사항이 무엇인가요?

일본의 식품 판매 절차는 매우 복잡하고 까다롭습니다. 이에 따라 많은 수입업체들은 완제품보다는 재료를 수입한 후, 일본의 규정에 맞춰 현지에서 제품을 다시 가공하거나 수정하는 방식으로 수입을 진행하고 있습니다. 일본으로 제품을 수출할 때는 일본의 유통 요건을 철저히 이해하고, 이를 충족시키는 것이 중요합니다. 또한, 수입 시 통관/검역 과정에서 발생할 수 있는 문제를 사전에 파악하고, 이를 해결하기 위한 준비가 필요합니다. 일본의 엄격한 검역 기준과 유통 규정에 맞는 품질과 위생 관리를 철저히 해야 합니다.

Interview ③ 다이토라 카마보코(Daitora Kamaboko)

29)

다이토라 카마보코
(Daitora Kamaboko)

- 유형: 유통/수입업체
- 업체 특징:
 - 1985년에 설립된 수입 유통업체로 FMCG(일용소비재)를 취급하고 있음
 - 자체 온라인 스토어(gyomu Super)와 오프라인 슈퍼마켓 체인을 통해 유통하고 있음

담당자 정보

Store Operator

다이토라 카마보코(Daitora Kamaboko)
Store Operator

Q. 일본 소비자들이 회를 얼마나 자주 먹나요? 주로 어떤 종류의 회를 선호하나요?

일본 소비자들은 주로 여름철에 회를 즐기며, 날씨가 더워질수록 회의 소비가 증가하는 경향이 있습니다. 최근 지구온난화로 인해 여름이 더 길고 더워지면서 회 소비기간도 더 길어질 것으로 예상되고 있습니다.

Q. 일본 내 물회국수나 회무침 등 회를 주재료로 한 음식들의 트렌드가 어떻게 변화하고 있나요?

최근 일본 식품산업에서는 '건강'이 주요 키워드로 자리 잡고 있으며, 저칼로리이면서도 영양가가 높은 음식에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 특히 기후 변화로 인해 더운 날씨가 많아짐에 따라 냉면 등 차가운 음식의 인기가 높아지고 있습니다. 앞으로도 이러한 트렌드는 지속될 것으로 보이며, 건강과 저칼로리라는 키워드에 부합하는 회를 활용한 음식들이 소비자들의 관심을 끌 것으로 예상됩니다.

Q. 일본 소비자들이 회나 회를 주재료로 한 음식을 구매할 때 중요하게 생각하는 요소로는 무엇이 있나요? 맛, 가격, 용량, 패키지, 재료 등의 요소 중에서 무엇이 가장 중요하지 알고 싶습니다.

일본 소비자들이 회나 회를 주재료로 한 음식을 구매할 때 가장 중요하게 생각하는 요소는 '맛'입니다. 회 냉면은 여름철에 인기가 많은 전통 음식으로, 그 독특한 맛과 낮은 칼로리 덕분에 다양한 연령대에서 사랑받고 있습니다. 따라서 소비자들이 이 음식을 선택할 때는 고유의 맛이 결정적인 역할을 하며, 맛의 특징을 유지하는 것이 중요합니다. 다음으로 중요한 요소는 '가격'입니다. 회 냉면은 계절에 맞춰 한정적으로 판매되기 때문에 상대적으로 가격이 높을 수 있습니다. 따라서 소비자들이 합리적이라고 판단할 수 있는 가격 책정이 중요하며, 가격과 맛의 균형이 맞아야 소비자들의 선택을 받을 수 있습니다.

29) 사진자료: 다이토라 카마보코(Daitora Kamaboko)

Q. 고객사 제품은 전복, 채소, 물회 육수 등으로 구성되어 있으며, 새콤달콤한 맛이 여름철에 잘 어울리는 물회 제품입니다. 물회는 간식이나 술안주 요리로 냉동 보관 후 자연해동하여 섭취합니다. 일본에서 현재 인기 있는 고객사 제품과 유사한 제품이 있나요?

일본에서 고객사 제품과 유사한 제품으로는 냉면과 같은 차가운 면 요리가 있습니다. 일본의 냉면 제품은 면의 식감과 소스의 조화를 중점으로 개발되고 있으며, 시중에도 품질 좋은 제품들이 많이 있습니다. 일본 소비자들은 냉면을 즐길 때 다양한 재료를 추가해 먹는 것을 선호하는데, 고객사의 완제품은 재료 선택의 자유가 제한되어 있어 이러한 점에서 판매 성과에 다소 어려움이 있을 수 있습니다. 따라서 제품 진출 시에는 재료의 맛과 소스의 조화를 세심하게 고려하는 것이 중요할 것입니다.

Q. 고객사 제품이 현지에서 사는 한인뿐만 아니라, 현지 일본인들에게도 인기 있을까요?

현지 일본인들에게 인기를 끌기에는 다소 어려움이 있을 수 있습니다. 일본 소비자들은 전통적인 재료와 조리 방식을 선호하는 경향이 강해, 이미 완성된 형태로 제공되는 제품은 대중적으로 인기를 끌기 어려울 수 있습니다.

Q. 일본 소비자들의 입맛에 맞게 제품을 개발하기 위해 어떤 부분을 개선하거나 추가하면 좋을지 조언해 주세요.

일본 소비자들은 새로운 음식에 대한 호기심이 많기 때문에, 이를 활용하여 독특한 재료를 활용한 제품을 개발한다면 긍정적인 반응을 얻을 수 있을 것입니다. 예를 들어, 면을 가공할 때 제주 감귤을 넣는 등, 일본에서 흔하지 않은 특별한 재료를 사용하여 제품을 차별화할 수 있습니다. 이러한 독특한 재료를 통해 일본 소비자들에게 신선하고 차별화된 경험을 제공함으로써 제품의 시장성을 높일 수 있습니다.

Q. 현지 소비자들은 회를 주로 어느 유통채널에서 구매하나요? 고객사 제품의 특징을 고려했을 때, 추천하는 유통채널은 어디인가요?

현지 소비자들은 회의 신선도를 매우 중요시하기 때문에 주로 슈퍼마켓, 수산시장, 전문 식료품점에서 회를 구매하는 경향이 있습니다. 고객사의 제품이 완제품 형태로 제공되지만 즉석식품보다는 신선하게 조리되는 음식에 가까워, 고급 레스토랑이나 일식 전문점과 같은 채널에서 판매하는 것이 더욱 적합할 것으로 보입니다. 이러한 채널에서는 고객사 제품의 고유한 맛과 품질을 강조할 수 있으며, 고급스럽고 신선한 이미지를 부각시킬 수 있습니다.

Q. 현지 바이어들은 수입산 회 및 물회 등 수산물을 어떻게 수입하나요?

현지 바이어들은 수산물을 수입할 때 주로 해외에서 이미 가공된 상태로 수입하는 것이 일반적입니다. 수산물은 일본에 도착하기 전에 해외 사무소에서 가공된 후 수입되며, 이는 일본의 수입 규정 때문입니다. 일본의 수입 절차는 외국 기업이 직접 수출하는 것보다 일본 기업에 유리한 구조로 되어 있어 상당히 복잡하고 까다롭습니다. 따라서 일본 시장에 성공적으로 진출하기 위해서는 현지 파트너와의 협력이나 일본 내 사무소 설립이 필수적입니다.

Q. 일본 바이어가 회 및 물회 등 수산물을 수입할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

일본 바이어들이 수산물을 수입할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 수산물의 원산지과 관련 증명서류입니다. 해낱시를 통한 수산물의 경우, 어업인 확인서, 어업허가증 등 지속 가능한 어업과 관련된 확인서의 제출이 필요합니다. 양식된 수산물의 경우에는 항생제 수준 테스트 결과서와 알레르기 정보 제공서가 요구됩니다. 일본은 수입 기준이 매우 엄격하여, 이 기준을 충족하기 위한 관련 서류의 확보가 바이어에게 있어 가장 중요한 사항입니다. 바이어들은 이러한 서류를 통해 수산물의 안전성과 지속 가능성을 확인하며, 이를 바탕으로 수입 결정을 내립니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 'Processed Fish & Seafood - Japan', 2024.06
2. 한국수산경제, '일본의 식품 유통 현황과 소비 트렌드', 2024.02
3. 한국수산경제, '글로벌 밀키트 시장 현황', 2024.01
4. 한국수산경제, '일본의 수산물 소비확대 전략', 2023.10
5. 바이푸드(ByFood), 'The Ultimate Guide to the Types of Sashimi in Japan', 2024.01
6. KATI농식품수출정보, '일본 물회 시장동향'
7. 스탓티스타(Statista), 'Distribution of Fish and Seafood Retail Sales Value in Japan in 2022, by channel', 2024.03
8. 농림축산식품부, '2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드', 2023
9. 한국농수산식품유통공사, '주요국 식품원료 및 첨가물 승인·관리제도', 2023

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스탓티스타(Statista) (www.statista.com)
3. 한국수산경제 (www.fisheco.com)
4. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
5. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
6. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
7. 라쿠텐(Rakuten) (www.item.rakuten.co.jp)
8. 재팬가이드닷컴(japan-guide.com) (www.japan-guide.com)
9. 라이프(Lifecorp) (www.lifecorp.jp)
10. 맥스밸류(Mv-tokai) (www.mv-tokai.co.jp)
11. 아마존 일본(Amazon Japan) (www.amazon.co.jp)
12. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.co.jp)
13. 예스마트(Yesmart) (www.yesmart.co.jp)
14. 장터 한국광장(韓國広場) (www.ehiroba.jp/hiroba)
15. 패밀리마트 일본(FamilyMart japan) (www.family.co.jp)
16. 세븐일레븐 일본(7-Eleven japan) (www.sej.co.jp)
17. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
18. 구글맵(Googlemaps) (www.google.co.kr/maps)
19. 컬리나리 백스트리트(Culinary Backstreets) (culinarybackstreets.com)
20. 나비타임트래블(NavitimeTravel) (japantravel.navitime.com)
21. 시밀러웹(Similarweb) (similarweb.com)
22. 일본 관세청 (www.customs.go.jp)
23. 일본 후생노동성(MHLW) (www.mhlw.go.jp)
24. 일본 소비자청(CAA) (www.caa.go.jp)
25. 일본 식품화학연구진흥재단(FFCR) (www.ffcr.or.jp)
26. 관세청 (www.customs.go.kr)
27. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
28. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
29. 국립수산물품질관리원 (www.nfqs.go.kr)
30. 수산물수출정보포털 (kfishinfo.co.kr)
31. FTA포털(Yes FTA) (www.customs.go.kr/ftaportalkor/main.do)
32. 키스코푸드(Kisco Foods) (www.kiscofoods.co.jp/en/index.html)
33. 다이이친미(Daiichinmi) (daiichinmi.co.jp/en/home/)
34. 다이토라카마보코(Daitora Kamaboko) (www.daitora.co.jp/en/)

2024 수산식품 수출기업 맞춤형 시장조사

발행 겸 편집 한국수산무역협회

발행 일자 2024.09.06

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

Copyright 2024 한국수산무역협회 All Rights Reserved.
Printed in Korea



해양수산부



한국수산무역협회
KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION

