

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202408-23

품목 | 청주(Rice Wine)

HS CODE | 2206.00-2010

국가 | 일본(Japan)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 일본 알코올 음료 시장규모	06
2. 일본 사과주, 페리 및 쌀 와인 시장규모	07
3. 일본 청주 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 일본 청주 성분 키워드 1위 : '보리'	11
2. 일본 청주 홍보문구 키워드 1위 : '선물'	12
3. 일본 청주 식문화 및 소비	13
4. 일본 청주 정책 및 규제	14

IV. 유통채널

1. 일본 청주 유통채널 점유율	16
2. 일본 청주 주요 유통채널	17



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 일본 청주 통관 및 검역 절차	27
2. 일본 청주 품질 인증	28
3. 일본 청주 라벨링	31
4. 일본 청주 성분 및 유해물질	35

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 돈키호테(Don Quijote)	39
2. 이온리커(Aeon Liquor)	41
3. 마미마트(Mami Mart)	43

※ 참고문헌	45
--------	----





HS CODE : 2206.00-2010

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

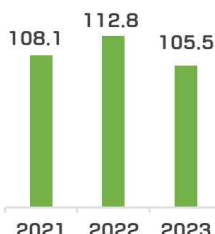
SUMMARY

일본 청주 시장

시장 현황

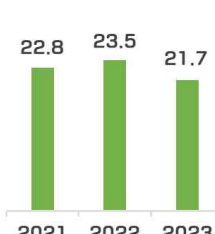
알코올 음료 시장규모

단위 : 십억 달러



사과주, 페리 및 쌀 와인 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2206.00 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

식문화 및 소비

청주 수출량 8년 연속 최고치
일본 내 알코올 섭취량 및 판매량은 감소하고 있지만, 청주 수출량은 증가
프리미엄 청주의 문화적 중요성
일본에서 청주는 오랜 역사를 가지며 결혼식과 같은 중요한 행사에서 사용되는 프리미엄 주류로 인식

정책 및 규제

일본 주세법 및 라벨링 규제
주세법 개정으로 주류 세율을 조정, 알코올 순 함량 표기로 시장 투명성과 소비자 건강 보호 강화
정부의 음주 장려 캠페인
주류 소비 감소에 대응하여 '사케 비바!' 캠페인을 통한 주류 소비 촉진 기대

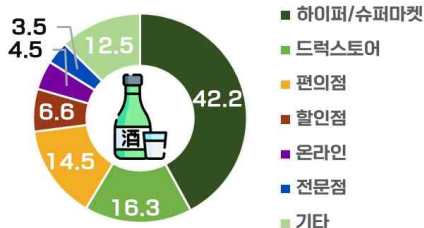
빅데이터 분석



* 일본 라쿠텐 청주 제품 148건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
관세율 0%(특혜세율)
사전 준비
후생노동성(MHLW) 제품 사전 등록
전자적 수출신고
및 수출신고필증 수령

권장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
제품명, 원재료, 첨가물, 원산지, 알레르겐, 내용량, 순 알코올량
순 알코올량 표시 기준
알코올 표시는 도수(%)와 함께 순 함량을 그램(g)으로 표시해야 함
(*) 섭취량(mL) X 알코올 농도

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

일본 시장 수요 프리미엄 청주는 주로 선물용이나 특별한 행사용으로 구매되며, 일반 소비자들은 저렴한 사케나 소주를 선호함
라벨링 및 표기 수입 주류의 경우 영어 라벨로 충분하나, 고급 청주 제품의 경우 일본어 태그나 설명서를 추가하는 것을 권장함
유통 및 홍보 전략 제품의 원료와 제조 방식에 대한 상세한 설명보다는 고급스러운 포장, 선물용으로의 가치를 강조하는 것이 효과적임

Point 02.

제품 가격 피드백 프리미엄 주류의 가격대는 보통 2,000-8,000엔 사이에서 형성되며, 고급스러운 이미지와 포장이 중요 판매 요인임
제품 인증 피드백 HACCP, GMP 등 위생 인증이 필수적이며, 유기농 인증이나 지속 가능한 원료 재배 인증은 소비자 선호를 높임
제품 유통기한 피드백 프리미엄 주류는 최소 1년, 냉장보관서 2년 이상의 유통기한을 가져야 경쟁력을 가질 수 있음

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 일본 알코올 음료 시장규모
2. 일본 사과주, 페리 및 쌀 와인 시장규모
3. 일본 청주 수입규모

1. 일본 알코올 음료 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

면적	37만 8,000km ²
인구	1억 2,404만 명
GDP	4조 2,100억 달러
GDP (1인당)	3만 3,810달러

▶ 일본 2023년 알코올 음료 시장규모 146조 원²⁾³⁾⁴⁾

2023년 일본 알코올 음료 시장규모는 전년 대비 6.5% 감소한 146조 원으로, 최근 5년(2019~23년)간 연평균 성장률은 3.1%의 감소세를 보였음. 2019년 시장규모는 165조 원으로 시작하여 2020년에는 142조 원으로 감소하였으며, 이후 2021년과 2022년에는 소폭 회복세를 보였음. 그러나 2023년은 전년 대비 감소한 수치를 보임

▶ 일본 알코올 음료 시장규모, 향후 5년간 2.1%씩 성장 예상

일본의 젊은 세대는 이전 세대보다 알코올 소비량이 적어 일본 정부는 주류세 감소를 해결하기 위한 여러 캠페인을 진행하는 등 적정 음주량 내의 주류 소비를 장려하고 있음. 이에 일본 알코올 음료 시장은 점진적인 회복세를 보일 것으로 전망됨. 향후 5년(2024~28년)간 연평균 2.1%씩 성장하여 2028년에는 약 162조 원 규모에 이를 것으로 예상됨⁵⁾

[표 2.1] 일본 '알코올 음료' 시장규모⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Alcoholic Drinks - Japan', 2024.09

3) 스탯ISTA에 따르면, '알코올 음료(Alcoholic Drinks)' 시장은 발효 또는 증류 과정을 통해 생산된 모든 알코올 음료를 포함함

4) 조사제품 '청주'는 고객사의 제품 유형을 기준으로 '사과주, 페리 및 쌀 와인' 시장규모와 상위 항목인 '알코올 음료'의 시장규모를 조사함

5) 자료: 비비씨(BBC), 'Japan urges its young people to drink more to boost economy', 2022.08

6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 일본 사과주, 페리 및 쌀 와인 시장규모

▶ 일본 사과주, 페리 및 쌀 와인 시장규모 29.9조 원⁹⁾¹⁰⁾

2023년 기준 일본 사과주, 페리 및 쌀 와인 시장규모는 전년 대비 7.7% 감소한 29.9조 원으로 집계됨. 최근 5년(2019-23년)간 시장은 연평균 성장률 5.4%의 감소세를 보였음. 특히 일본식 청주는 최근 몇 년간 중국과 미국 등의 해외시장에서 인기를 얻었으나, 일본 내에서는 어려움을 겪음. 일본은 경제 침체로 인해 청주 등의 프리미엄 주류보다는 비교적 저렴하고 접근성이 좋은 맥주 등의 대체 음료를 선택하고 있는 것으로 조사됨¹¹⁾

▶ 일본 사과주, 페리 및 쌀 와인 시장규모, 향후 5년간 1.6%씩 성장 예상

일본 청주 시장은 전통적으로 높은 수요를 보여왔으나, 최근 감소세를 보였음. 그러나 이에 대한 대응으로 여러 브랜드가 소비자 선호에 맞춘 제품군을 다양화하면서 성장 가능성을 모색하고 있음. 이에 일본의 사과주, 페리 및 쌀 와인 시장은 어려움 속에서도 향후 5년(2024-28년) 동안 연평균 1.6%의 성장을 예상하며, 2028년에는 약 32.3조 원에 이를 것으로 전망됨¹²⁾

[표 2.2] 일본 '사과주, 페리 및 쌀 와인' 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

9) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Cider, Perry & Rice Wine - Japan', 2024.09

10) 스탯ISTA에 따르면, '사과주, 페리 및 쌀 와인(Cider, Perry & Rice Wine)' 시장은 과일 와인(사과로 만든 사과주, 배로 만든 페리 등)과 쌀 와인(막걸리, 청주 등)을 포함하고 있으며, 포도로 만든 와인은 포함하지 않음

11) 자료: 도쿄에스퀘(tokyoesque), 'Japan's Sake Market', 2021.08

3. 일본 청주 수입규모

HS CODE 2206.00

해당 장에서 조사제품 청주는 HS CODE 2206.00으로 분류됨. HS CODE 제2206호의 품명은 '그 밖의 발효주, 따로 분류되지 않은 발효주의 혼합물, 발효주와 알코올을 함유하지 않은 음료와의 혼합물'이며, HS CODE 2206.00의 품명은 '그 밖의 발효주, 따로 분류되지 않은 발효주의 혼합물, 발효주와 알코올을 함유하지 않은 음료와의 혼합물'로 확인됨

▶ HS CODE 2206.00 일본의 對글로벌 수입액, 1,060억 원

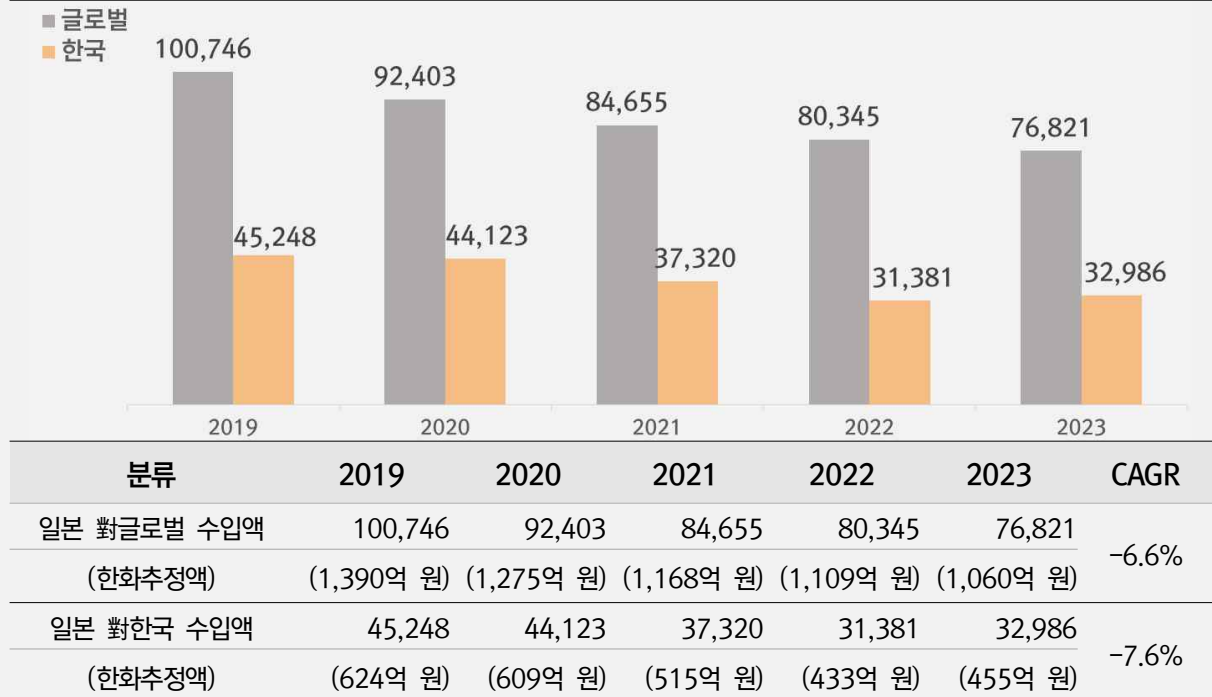
2023년 기준 HS CODE 2206.00 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입액은 전년 대비 4.4% 감소한 1,060억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 매년 감소세를 보이며 전체 조사 기간 동안 연평균 성장률은 6.6%의 감소세를 보임

▶ HS CODE 2206.00 일본의 對한국 수입액, 글로벌 1위

2023년 기준 HS CODE 2206.00 품목에 대한 일본의 對한국 수입액은 전년 대비 5.1% 증가한 455억 원으로 글로벌 1위를 차지함. 해당 품목에 대한 일본의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 성장률 7.6%의 감소세를 보였으며, 같은 기간 일본의 對글로벌 수입액 중 對한국 수입액이 차지하는 비중은 44.9%에서 42.9%로 소폭 감소함. 한편, 해당 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입액 기준 2위는 중국(145억 원), 3위는 프랑스(109억 원), 4위는 베트남(106억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 일본 HS CODE 2206.00 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

12) 자료: 지아아이아이(GII), 'Sake Global Market Report 2024', 2024

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 일본 청주 성분 키워드 1위 : '보리'
2. 일본 청주 홍보문구 키워드 1위 : '선물'
3. 일본 청주 식문화 및 소비
4. 일본 청주 정책 및 규제

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인 쇼핑몰 입점 청주

- 데이터 수집 카테고리 : 청주(清酒)
- 데이터 수집량 : 148건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인 쇼핑몰 라쿠텐(Rakuten)

▶ 일본 온라인 쇼핑몰 입점 청주 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 성분 ② 홍보문구

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
성분	보리	麦	15	구기자	クコ	4
	야마다니시키	山田錦	14	꿀	蜂蜜	4
	밀	小麦	9	수수	コーリャン	2
	아미노산	アミノ酸	5	완두콩	エンドウ豆	1
	찹쌀	糯米	5	하에누키	はえぬき	1
	카라멜 색소	カラメル色素	4	(-)	(-)	(-)
홍보문구	선물	プレゼント	100	기념일	記念日	10
	은퇴	退職	36	아버지	父親	6
	럭셔리	高級	25	수제	手造り	2
	결혼	結婚	19	생일	お誕生日	1
	축하	祝い	16	(-)	(-)	(-)

1. 일본 청주 성분 키워드 1위 : ‘보리’

▶ ‘보리’ 등 발효 과정 돕는 성분 빈출

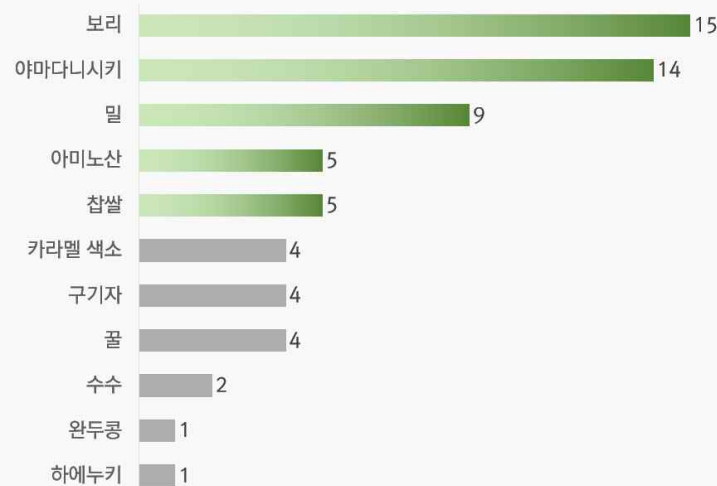
- 일본 청주 성분 키워드 중 가장 빈도가 높은 것은 ‘보리’로 빈도수 15건으로 1위를 기록함
- 이외에도 ‘밀’이 9건, ‘아미노산’이 5건 등 청주의 발효 과정에 중요한 영향을 끼치는 성분들도 빈출됨

▶ 일본 고급 쌀 사용해 프리미엄 청주 제조

- 일본에서 고급 쌀로 인정받는 품종인 ‘야마다니시키’와 ‘하에누키’도 각 14건, 1건 빈출됨
- 이외에도 ‘참쌀’ 5건, ‘카라멜 색소’ 4건, ‘구기자’ 4건 등 다양한 성분이 빈출됨

보리		밀		아미노산	
					
제품명	쇼(翔)	제품명	루저우라오지아오(瀘州老窖)	제품명	초큐(超久)
브랜드	킨파이(金盞)	브랜드	얼취(二曲)	브랜드	스이게이슈조(酔鯨酒造)
용량	720ml	용량	500ml	용량	720ml
가격	1,222엔(11,226원 ¹³⁾)	가격	1,472엔(13,523원)	가격	3,080엔(28,295원)

[표 3.1] 일본 판매 청주 성분 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘청주’ 관련 게시물 148건 분석

13) 100엔=918.66원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 청주 홍보문구 키워드 1위: '선물'

▶ 일본 청주 홍보문구, '선물' 키워드 압도적

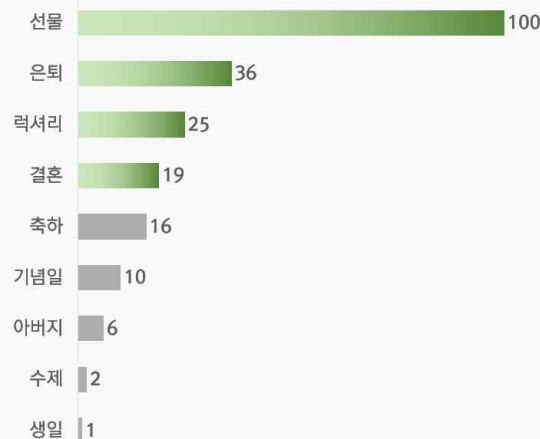
- 일본 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 청주 제품의 홍보문구 중 '선물'이 100건으로 최다 빈출됨
- 그다음으로 '은퇴' 키워드가 빈도수 36건으로 2위를 차지했으며, '결혼', '축하', '기념일' 등의 키워드도 빈출된 것을 보아 특별한 날에 청주가 많이 소비되는 것으로 보임

▶ 일본 청주, '럭셔리', '수제' 문구로 고급스러움 강조

- 이외에도 '럭셔리' 25건, '수제' 2건 등의 키워드는 일본 청주가 고급스러운 이미지로 소비자들에게 어필되고 있음을 나타냄
- 특이한 키워드로는 '아버지' 키워드가 6건 발견되었는데, 청주가 가족 간의 특별한 선물로도 인식되고 있음을 시사함

선물		은퇴		럭셔리	
					
제품명	천공성(千功成)	제품명	성경(誠鏡)	제품명	기이츠(帰一)
브랜드	히모노야슈조 (檜物屋酒造)	브랜드	나카오조조 (中尾醸造)	브랜드	소요슈조 (惣養酒造)
용량	1,800ml	용량	1,800ml	용량	720ml
가격	2,033엔(18,676원)	가격	2,420엔(22,232원)	가격	16,500엔(151,579원)

[표 3.2] 일본 판매 청주 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '청주' 관련 게시글 148건 분석

3. 일본 청주 식문화 및 소비

▶ 맥주 판매량 감소…청주는 수출량 8년 연속 최고치 기록

2024년 일본의 음주 문화는 공공장소에서의 음주 금지, 술 광고를 둘러싼 논란 등으로 큰 변화를 겪고 있음. 특히, 최근 일본 후생노동성의 가이드라인 발표 이후 맥주 회사들이 판매를 줄이고 있음. 아사히(Asahi)는 2020년 79개 제품에서 2024년 1개 제품으로 줄었고, 삿포르(Sapporo)도 2018년 20개 제품에서 현재 1개 제품만 판매 중인 것으로 알려짐. 반면, 무알코올 음료의 수요가 증가하고 있으며, 2022년 무알코올 음료 시장은 전년 대비 2% 성장한 것으로 알려짐. 또한, 코로나19 동안 소비자들이 고급 주류를 선호하게 되면서 판매량이 증가하였는데, 일본 국세청에 따르면, 일본 청주는 해외에서 인기를 끌며 수출량이 8년 연속 최고치를 기록함. 이에 따라, 술과 함께 즐기는 술안주라는 뜻인 ‘츠마미(Tsumami)’의 레시피와 종류, 관련 맛집도 주목받고 있으며, 청주의 맛을 더하고 숙취를 예방하는 데 도움이 되는 것으로 인기를 끌고 있음¹⁴⁾¹⁵⁾

▶ 결혼식 등 중요한 행사에 사용되는 프리미엄 청주

일본 청주는 특히 20대와 50대 이상의 일본인들 사이에서 자주 소비됨. 청주는 쌀을 발효시켜 만드는 술로, 와인과는 다른 발효 과정을 통해 생산됨. 청주는 2,500년 전 중국에서 처음 만들어졌으며, 일본에서는 3세기부터 기록이 남아 있다고 알려짐. 일본에서 청주는 결혼식 등 중요한 행사에서 자주 사용되며, 특히 산산쿠도(三三九度)¹⁶⁾라는 결혼식 의식에서 중요한 역할을 함. 일본 청주 주요 업체로는 코쿠류(Kokuryu), 타카라(Takara), 게케이칸(Gekkeikan), 야에가키(Yaegaki)가 있는데, 해당 상위 4개 회사가 15% 이상의 점유율을 차지하고 있음¹⁷⁾

[그림 3.1] 일본식 청주 주요 업체 코쿠류, 게케이칸, 야에가키의 청주 제품



자료: 코쿠류(Kokuryu), 게케이칸(Gekkeikan), 야에가키(Yaegaki)

14) 재팬포워드(Japan Forward), 'How Alcohol and Drinking Trends Are Changing in Japan', 2024.07

15) 스트라이프스오кина와(Stripes Okinawa), 'Taste of Japan: Tsumami snacks highlight bar food culture', 2024.08

16) 일본 결혼식 의례 중 신랑, 신부가 소, 중, 대 세 개의 잔으로 세 번씩 모두 아홉 잔의 술을 마시고 부부의 서약을 하는 의식

17) 데일리Meal(Daily Meal), '19 Facts You Should Know About Japanese Cuisine', 2024.05

4. 일본 청주 정책 및 규제

▶ 일본 주세법 및 라벨링 규제

일본 농식품 청주 시장은 최근 몇 년간 다양한 변화와 규제를 겪고 있음. 2017년 개정된 ‘일본 주세법’은 맥주류와 양조주류의 세율을 단계적으로 검토하여 2020년, 2023년, 2026년에 걸쳐 세율을 조정함. 이는 기존 주류 종류별 생산 및 소비 상황에 따라 각각 다른 세율을 적용하던 방식에서 벗어나, 유사 주류 간 세금 부담의 공정성을 회복하기 위한 조치임. 또한, 일본 내 ‘유해한 음주 금지’ 정책의 일환으로 주류 제품에 알코올 순 함량 표기를 시행하고 있음. 예를 들어, 알코올 17% 대신 14g 등 총 중량에 포함된 순 알코올 함량을 표기하여 소비자들이 보다 정확한 정보를 바탕으로 음주를 조절할 수 있도록 돕고 있음. 이러한 규제와 변화는 일본 청주 시장의 투명성과 공정성을 높이는 동시에, 소비자 건강을 보호하는 데 기여하고 있음¹⁸⁾¹⁹⁾²⁰⁾²¹⁾

▶ 일본 정부의 음주 장려 캠페인 ‘사케 비바!’

최근 몇 년간 일본은 인구 감소 및 고령화로 인해 주류 소비가 감소하고 있음. 이에 일본 정부는 주류 소비 촉진 캠페인인 ‘사케 비바!(Sake Viva!)’를 통해 젊은 층을 대상으로 다양한 이벤트 및 프로모션을 진행하고 있음. 해당 캠페인은 20~39세의 젊은 소비자들이 맥주, 청주, 와인, 위스키 등 다양한 주류에 대한 수요를 늘릴 수 있도록 알코올음료의 매력을 되살리는 아이디어를 제안하는 캠페인임. 일본 국세청(NTA: National Tax Agency)은 이 캠페인을 통해 주류 산업 매출 증대와 경제 활성화를 목표로 하고 있음. 하지만, 건강 관련 단체와 업계 관계자들 사이에서 다양한 엇갈린 반응을 얻고 있으며, 젊은 세대의 책임 있는 음주를 장려하는 여러 캠페인과 일본 후생노동성의 가이드라인으로 인해 무알코올 및 저알코올 제품의 인기가 높아지는 상황에서 다소 논란이 되고 있음²²⁾²³⁾

18) KATI 농식품수출정보, ‘[일본] 국가에 의한 음주 가이드라인 발표’, 2024.03

19) 모놀리드로오피스(Monolith Lawoffice), ‘인터넷 쇼핑몰에서 술을 판매할 때 주의사항 - 일본 ‘주세법’ 해설’, 2024.03

20) 아사히비즈니스(Asahi Business), ‘酒税法改正, 2023年10月から第3のビールを値上げ 税率一覧も紹介’, 2023.09

21) 기린홀딩스(Kirin Holdings), ‘Net Alcohol Content Labeling To Start in Japan in May 2022’, 2022.02

22) 슬러프(Slurp), ‘Japan's Unique Way To Promote Alcohol: The Sake Viva Campaign’, 2022.08

23) 글로벌드링크인텔(Global Drinks Intel), ‘How is the spirits category navigating Japan's evolving alcohol landscape?’, 2024.01

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



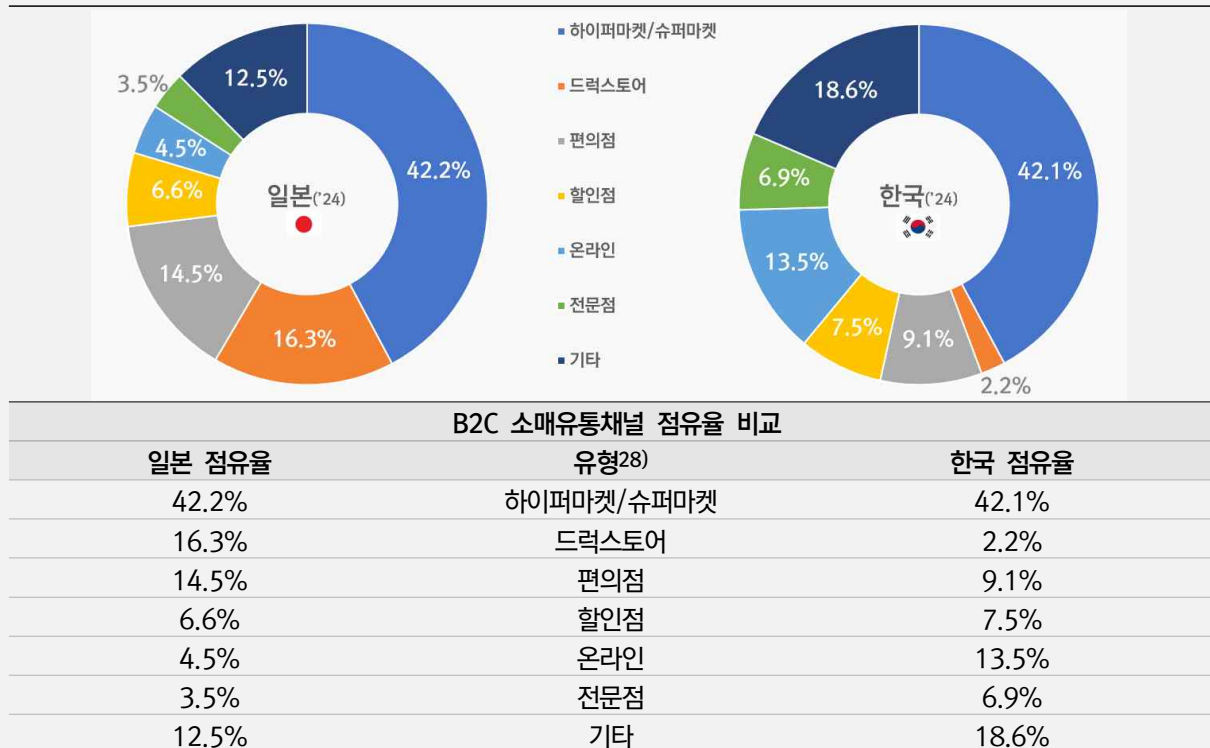
1. 일본 청주 유통채널 점유율
2. 일본 청주 주요 유통채널

1. 일본 청주 유통채널 점유율

▶ 일본 청주 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 1위

2024년 기준, 일본 내 청주를 비롯한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 42.2%의 점유율로 1위를 차지함. ‘드럭스토어’는 16.3%의 점유율로 2위를 기록하며, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 약 26%의 격차를 보임. ‘편의점’은 14.5%, ‘할인점’은 6.6%, ‘온라인’은 4.5%, ‘전문점’은 3.5%의 점유율을 기록함. 한국의 경우, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 42.1%로 1위를 차지하고 있음. 이어서 18.6%의 ‘기타’, 13.5%의 ‘온라인’ 순으로 점유율을 차지함. 일본에서 청주 유통 시, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘드럭스토어’, ‘편의점’과 같은 오프라인 매장 형태의 유통채널에 중점을 두는 것이 중요할 것으로 보임. 또한, 일본의 ‘온라인’ 채널인 아마존(Amazon)과 라쿠텐(Rakuten)은 주류 판매를 지원하고 있으나 일본 주세법의 규정에 따라 ‘통신 판매 주류 소매업 면허(Japanese Liquor Tax Law)’를 받아야 판매가 가능한 것으로 조사됨²⁴⁾

[표 4.1] 일본 및 한국 청주 B2C 소매유통채널 점유율 비교²⁵⁾²⁶⁾²⁷⁾



자료: 스탯시타(Statista)

24) 자료: 모노리스법률사무소(Monolith Law Office), ‘Key Points to Note When Selling Alcohol Online: Explaining the Japanese Liquor Tax Law’, 2023.11

25) 해당 장에서 ‘청주’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 이를 포함하는 카테고리인 ‘식료품’ 유통채널 정보를 확인함

26) 자료: 스탯시타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in Japan as of June 2024’, 2024.08

27) 자료: 스탯시타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024’, 2024.08

2. 일본 청주 주요 유통채널 ① 미츠코시백화점

기업 기본 정보	기업명	미츠코시백화점(Mitsukoshi)		
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.mistore.jp		
	위치	일본 전역		
	규모	매출액('23)	• 36억 7,000만 달러(5조 650억 원 ²⁹⁾)	
		기타 규모	• 매장 수('23): 10개	
기업 요약	• 미츠코시(Mitsukoshi) 그룹과 이세탄(Isetan) 그룹이 2008년 합병하여 만들어진 미츠코시이세탄(Mitsukoshi Isetan)이 모기업인 백화점 체인 • 일본 백화점 업계에서 1위의 위치를 차지하고 있음 • 미츠코시 백화점의 각 점포는 계열사 내 자회사들이 독립적으로 운영함 • 어머니의 날, 아버지의 날, 크리스마스 등 행사와 이벤트를 진행함			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 프리미엄 식품, 냉동식품, 소스류, 간편식품 등		
	선호 제품	• 유기농 제품, 신제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 전화를 통한 입점 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-3-3241-3311(니혼바시 본점) - 입점 희망 지역에 따라 연락처 상이		

자료: 미츠코시이세탄(Mitsukoshi Isetan)

사진 자료: 미츠코시이세탄(Mitsukoshi Isetan), 재팬가이드(Japan Guide)

28) 본 보고서에서 '기타'는 베이커리, 재래시장, 유기농 전문점 등을 포함함

29) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 청주 주요 유통채널 ② 다이마루백화점

기업 기본 정보	기업명	다이마루백화점(Daimaru)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.dmdepart.jp	
	위치	일본 전역	
	규모	매출액('23)	• 4,070억 600만 엔(3조 7,390억 원 ³⁰⁾)
		기타 규모	• 매장 수('24): 9개 • 직원 수('24): 5,277명
	기업 요약	2007년 마츠자카야(Matsuzakaya) 주식회사와 경영통합을 통해 설립된 제이프론트 리테일링(J.Front Retailing) 그룹의 자회사로 운영되고 있음 - 각 점포의 입지 특성에 따라 다양한 구색의 제품을 유통하고 있음 - 답례품, 디저트 및 음식 위주의 백화점의 강점을 살린 온라인 스토어를 운영함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 프리미엄 식품, 냉동식품, 소스류, 간편식품 등	
	선호 제품	• 유기농 제품, 프리미엄 식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지 및 유선 연락을 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 메뉴 'Contact Us' 클릭 '大丸各店について(다이마루 각 점포에 대하여)' 클릭 후 납품하고자 하는 지점 선택 - 문의 양식 제출 - 문의 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) - 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) - 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-662-711-231(신사이바시 본점)	

자료: 다이마루 마츠자카야 백화점(Daimaru Matsuzakaya Department Store)

사진 자료: 인터콘티넨탈 백화점 그룹(Intercontinental Group of Department Stores)

30) 100엔=918.66원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 청주 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 9,390만 엔(1,194억 원) 기타 규모 • 방문횟수(최근 1개월 ³¹⁾): 5억 7,270만 회	
	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	히노데(日の出), 닛사이(獺祭), 하쿠츠루(白鶴) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		운영 방식	온라인마켓
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보	 最大20%OFF 初夏のお買い得セール 6/20(木) 9:59まで		
	1만 엔 이상 구매 시 500엔 쿠폰 증정, 첫 구매 시 쿠폰 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 하단 'Amazonビジネス(法人販売)' 클릭 - 아마존 셀러 계정 생성 - 상품 리스팅 - 홈페이지 등록 정보 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 - 아마존 행동강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 참고사항 - 판매 플랜에 따라 월 구독료가 상이하며, 판매 수수료는 별도임	

자료: 아마존 일본(Amazon Japan), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 아마존 일본(Amazon Japan)

31) 2024년 8월 한 달간 집계된 홈페이지 방문자 수에 해당함

입점 등록 절차
UI ①

기본 담당자 정보

이름 중간 이름 성

여권이나 신분증에 표시된 것과 같이 현재 이름을 입력하십시오.

시원료 보유 국가

출생 국가

거주지 주소

계정인 표준 주소 보기

다행히도

주소란 1

시/도

연동용 전화번호

+82

+ 새 휴대전화 번호 추가

주 연락 담당자가 있는지 확인

☐ 회사의 실제 소유자

☐ 회사의 법적 대표자

기본 연락처의 담당자가 사업체의 유일한 실장 소유자입니다.

☐ Yes ☐ No

☐ 본인은 본인을 대신하여 또는 등록된 비즈니스를 대리하여 활동하며, 변경 사항이 발생할 때마다 실장 소유자 정보를 업데이트해야 함을 확인합니다.

① 공급 담당자 정보(담당자 이름, 연락처, 이메일, 출생일, 출생 국가, 국적, 신분증) 입력

입점 등록 절차
UI ②

amazon seller central

회사 정보 — 셀러 정보 — 3. 청구 — 4. 스토어 — 5. 인증

판매대금 인출 정보

신용 카드 또는 직불 카드 상세 정보

Monthly Subscription Fee

You will be charged a Professional selling subscription fee of 39.99 USD for the first month. You will continue to be charged this fee each month if you have active listings. If you do not have active listings, you will not be charged a subscription fee in that month. If you expand to sell in other stores, you will pay the equivalent of 39.99 USD per month, split proportionately across each country or region in which you have an active listing and charged separately in each local currency. You can downgrade at any time. For more information, see this page.

Limited Period Offer - Register and get six-month subscription at 1 USD. Refer here for details.

Card number

Expires on

Card holder's name

② 지불 방식 입력(신용카드 번호 확인 절차)
- 첫 달 가입비 39.99달러(55,282원) 부과

자료: 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central)

사진 자료: 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central)

▶ 아마존 일본 청주 베스트셀러

- 검색 키워드 : 청주(清酒)
- 등록 제품 수 : 4,000건 이상

아마존 일본 청주 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	용량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	히노데 (日の出)	킹 브루잉 히노데 요리용 사케 슬림팩 (King Brewing Hinode Sake Slim Pack for Cooking)	일본	900ml	858엔 (7,882원)	1,000건 이상	337건	
2	닷사이 (獺祭)	닷사이 트라이얼 세트 3종 (Dassai Trial Set 3 Pieces)	일본	180ml x3병	3,759엔 (34,532원)	400건 이상	1,804건	
3	하쿠츠루 (白鶴)	하쿠츠루 연어 팩 마루 (Hakutsuru Salmon Pack Maru)	일본	2,000ml x2병	2,156엔 (19,806원)	500건 이상	460건	
4	타카라 (タカラ)	타카라 요리용 청주 (タカラ 料理のための清酒)	일본	1,800ml	1,356엔 (12,457원)	300건 이상	654건	
5	쿠보타 (Kubota)	‘생일 축하 라벨’ 쿠보타 준마이 다이긴조 (‘Happy Birthday Label’ Kubota Junmai Daiginjo)	일본	720ml	3,550엔 (32,612원)	300건 이상	131건	
6	게케이칸 (月桂冠)	클래식 사케 팩 (Classic Sake Pack)	일본	2,000ml x2병	2,425엔 (22,278원)	700건 이상	560건	
7	사와노츠루 (沢の鶴)	쌀만 사용한 사케 (Rice Only Sake)	일본	1,800ml	1,675엔 (15,388원)	200건 이상	198건	
8	게케이칸 (月桂冠)	맛있는 사케 팩 게케이칸 (Delicious Sake Pack Gekkeikan)	일본	1,800ml	1,413엔 (12,981원)	400건 이상	107건	
9	쿠보타 (Kubota)	쿠보타 센주 긴조 (Kubota Senju Ginjo)	일본	1,800ml	2,980엔 (27,376원)	200건 이상	555건	
10	모리타 (盛田)	모리타 쌀 사케 팩 (Morita Rice Sake Pack)	일본	1,800ml	1,318엔 (12,108원)	200건 이상	150건	

자료: 아마존 일본(Amazon Japan)

사진 자료: 아마존 일본(Amazon Japan)

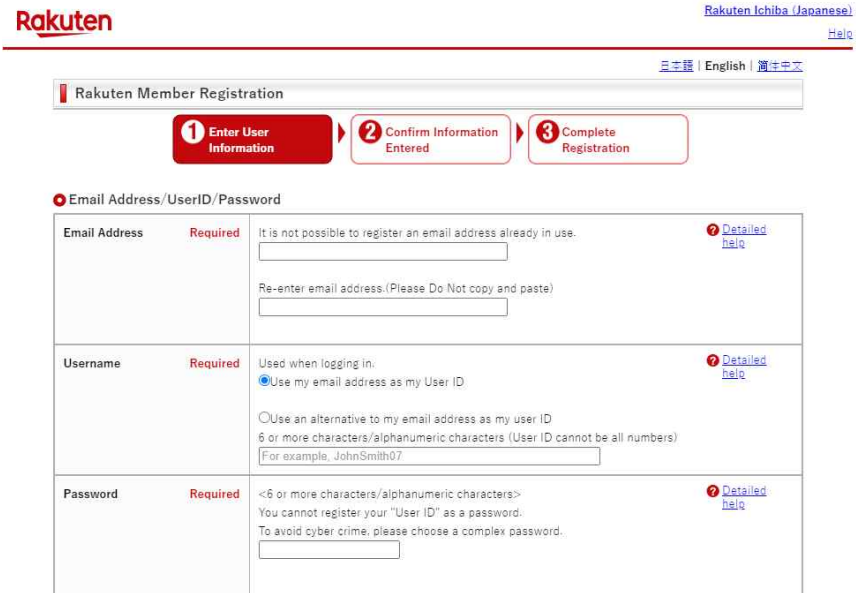
2. 일본 청주 주요 유통채널 ④ 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.rakuten.co.jp	
	규모	매출액('23)	
		기타 규모	
기업 기본 정보	기업 요약	• 2조 713억 엔(19조 282억 원)	
		• 방문횟수(최근 1개월): 4억 9,620만 회	
		• 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 170여 개 국가 및 지역으로 배송 서비스를 제공함	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	아이오이유니비오(相生ユニビオ), 메이조주조(名城酒造) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		운영 방식	온라인마켓
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매 금액 페이백 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 등록(www.rakuten.co.jp/ec/sellinjapan/kr) - 홈페이지 우측 '지금 바로 문의하기' - 라쿠텐 입점 신청서 작성 후 제출 - 입점 심사(2~3주 소요) - '라쿠텐 관리자 서버(RMS: Rakuten Merchant Server)' 이용 시작하여 스토어 페이지 제작 및 상품 등록 • 문의사항 연락처 - 이메일: sales-list@rakuten.com, sales@mail.rakuten.com - 전화번호: +81-505-581-4910 • 기타 참고 사항 - 입점 초기 등록 비용(계약 기간 1년): 6만 엔(55만 1,196원) - 월 고정비: 6만 5,000엔(59만 7,129원)	

자료: 라쿠텐(Rakuten), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

입점 등록 절차 UI ①



Rakuten [Rakuten Ichiba \(Japanese\)](#) [Help](#)

[日本語](#) | [English](#) | [简体中文](#)

Rakuten Member Registration

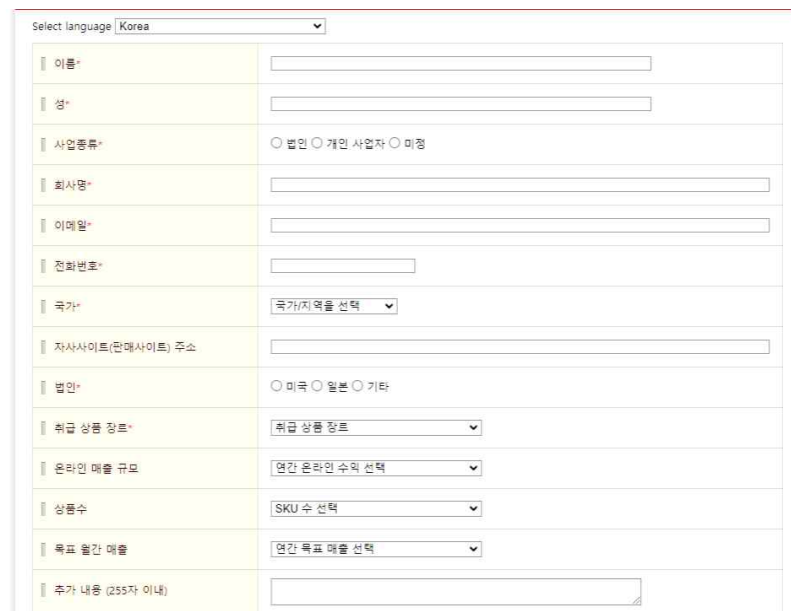
1 Enter User Information → 2 Confirm Information Entered → 3 Complete Registration

● Email Address/UserID/Password

Email Address Required	It is not possible to register an email address already in use. Re-enter email address.(Please Do Not copy and paste) 	? Detailed help
Username Required	Used when logging in: ☒ Use my email address as my User ID ☐ Use an alternative to my email address as my user ID 6 or more characters/alphanumeric characters (User ID cannot be all numbers) [For example, JohnSmith07] 	? Detailed help
Password Required	<6 or more characters/alphanumeric characters> You cannot register your "User ID" as a password. To avoid cyber crime, please choose a complex password. 	? Detailed help

- ① 라쿠텐 회원 등록
 - 사업 목적(점포 운영용) 계정 생성

입점 등록 절차 UI ②



Select language: Korea

이름*	
성*	
사업종류*	☐ 법인 ☐ 개인 사업자 ☐ 미정
회사명*	
이메일*	
전화번호*	
국가*	국가/지역을 선택 ▼
자사사이트(판매사이트) 주소	
법인*	☐ 미국 ☐ 일본 ☐ 기타
취급 상품 장르*	취급 상품 장르 ▼
온라인 매출 규모	연간 온라인 수익 선택 ▼
상품수	SKU 수 선택 ▼
목표 월간 매출	연간 목표 매출 선택 ▼
추가 내용 (255자 이내)	

- ② 입점 문의 등록
 - 담당자 이름, 사업종류, 회사명, 이메일, 전화번호, 국가, 사이트 주소, 취급 상품 카테고리, 매출 규모, 상품 수 등

자료: 라쿠텐(Rakuten), 라쿠텐관리자서버(RMS)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

2. 일본 청주 주요 유통채널 ⑤ 야마야

기업 기본 정보	기업명	야마야(Yamaya)	
	기업구분	주류 판매점	
	홈페이지	www.yamaya.jp	
	위치	일본 전역	
	규모	매출액('24) ³²⁾ • 1,279억 엔(1조 1,750억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 988개 ³³⁾	
	기업 요약	1970년에 설립되어 일본 내에서 주류 판매 및 유통을 전문으로 해옴 - 직수입과 자사 통관을 통해 유통 단계를 최소화하여 고품질의 제품을 저렴한 가격에 제공함 - 일본 전역에 9개의 물류 센터를 보유하고 있음 - 주류 및 식품 판매 사업뿐만 아니라 도매, 물류, 주류 제조 사업도 운영하고 있음 - 자체 온라인 쇼핑몰을 운영함	
매장정보	입점 가능 품목	• 와인, 위스키, 청주 등의 주류, 수입 식품, 일반 식품 등	
	선호 제품	• 좋은 품질의 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 전화를 통한 직접 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-022-742-3112(개발부서) - 팩스: +81-022-742-3100	

자료: 야마야(Yamaya)

사진 자료: 야마야(Yamaya)

32) 2024년 3월 회계연도 기준 매출액에 해당함

33) 야마야 주류 소매 판매점을 비롯해 주식회사 야마야의 자회사들이 운영하는 식당 등을 포함한 총 매장 수에 해당함

2. 일본 청주 주요 유통채널 ⑥ 시나노야

기업 기본 정보	기업명	시나노야(Shinanoya)		
	기업구분	주류 판매점		
	홈페이지	shinanoya.co.jp		
	위치	도쿄(Tokyo), 요코하마(Yokohama)		
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 18개		
	기업 요약	• 1930년에 설립된 도쿄 중심의 주류 및 식품 판매 소매 체인으로, 수십 년간 일본 내에서 주류와 수입 식품의 유통을 전문으로 해옴 • 현재 주류 전문 매장 13개, 주류와 식품을 함께 판매하는 매장 4개, 콘셉트 매장 1개를 운영하고 있음 • 와인이나 치즈 등의 수입 주류와 수입 식품을 주력으로 판매하고 있음 • 라인, 인스타그램을 통해 소비자와의 소통을 활발히 함		
매장정보	입점 가능 품목	• 와인, 위스키, 청주 등의 주류, 수입 식품, 일반 식품 등		
	선호 제품	• 일본 및 해외의 고품질 상품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 전화 또는 홈페이지를 통한 입점 문의 (shinanoya.co.jp/contact/contact.html) - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-03-3412-2448(본사) +81-03-6453-1970(수입 도매 부문) - 수입 도매 담당 점포는 평일 9시부터 18시까지 운영함		

자료: 시나노야(Shinanoya)

사진 자료: 시나노야(Shinanoya)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



1. 일본 청주 통관 및 검역 절차
2. 일본 청주 품질 인증
3. 일본 청주 라벨링
4. 일본 청주 성분 및 유해물질

1. 일본 청주 통관 및 검역 절차³⁴⁾

▶ 일본 청주 수출 통관 단계별 주요사항

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

[표 5.1] 일본 청주 통관 검역 절차



자료: 관세청, 일본 관세청

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

2. 일본 청주 품질 인증

▶ 일본 AEO 제도 활용 시 통관 혜택

일본의 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도는 2006년 3월, 국제 물류의 보안 확보와 무역 원활화의 양립을 도모하고, 국제 경쟁력을 강화하기 위해 도입되었음. 해당 제도는 일본 수출입업체, 창고 운영자, 통관사 및 물류 운영자를 대상으로 하며, 인증 기준은 법규준수도 기록, 통관 프로그램인 NACCS(Nippon Automated Cargo Clearance System) 이용, 재무 건전성, 법규 준수도 프로그램 관리 4가지로 나뉨. 한국은 일본과 2011년 5월 AEO 상호약정인정(MRA: Mutual Recognition Arrangement)을 체결하여 우리 기업이 일본으로 수출 시, 수입 검사율 및 서류심사 비율 축소, 신속통관 등 다양한 혜택을 받을 수 있음

[표 5.2] 일본 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입 기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업
적용 대상	일본 AEO 수출입 관련 업체와 거래하는 우리나라의 모든 업체
AEO 혜택	- 우리나라 AEO 공인업체에 대한 수입 검사율 축소 - 우리나라 AEO 공인업체에 대한 수입 신고 시 서류심사 비율 축소 및 제출서류 간소화 - 우리나라 AEO 공인업체에 대해 물품검사 또는 서류심사 시 우선 처리
AEO 신청 준비 및 절차	- 한국 관세청은 한국 AEO 수출기업 공인정보를 일본 관세청에 송부 - 한국 AEO 수출기업은 자사의 AEO 공인번호를 일본 수입자에게 통보 - 일본 수입자는 통보받은 AEO 공인번호를 수입 신고시 다음과 같은 방식으로 변경하여 수입 신고서식 Shipper/Exporter란에 입력 - 공인번호: AEOKR1234567 - Shipper/Exporter 기재방법: A1234567KR00 (KR 뒤 00 반드시 추가) - 일본 관세청은 한국 관세청으로부터 받은 한국 AEO 수출기업 공인정보와 대조하여 혜택 부여

자료: 관세청

▶ 일본 청주, 권장 인증 사항

일본으로 식품 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 모든 수입 식품은 일본 후생노동성(MHLW)에 사전에 등록되어야 함

[표 5.4] 일본 청주 인증 취득 정보

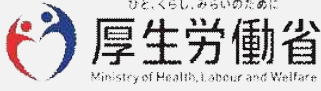
인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공동 인증	한국식품안전관리인증원	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공동 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공동 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공동 인증	IFS 지정 인증기관	
JAS	유기농 식품 인증	일본 국가 인증	일본 농림수산성 (MAFF)	

자료: 각 인증기관

▶ 일본 청주, 후생노동성(MHLW) 사전 등록

일본으로 수출되는 모든 식품은 일본 후생노동성(MHLW)에 사전에 제품을 필수적으로 등록되어야 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 5.4] 일본 후생노동성 사전 등록

일본 후생노동성 사전 등록	등록 기관	일본 후생노동성(MHLW)	
	적용 품목	- 농축수산물 등의 1차 생산품과 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품과 식품 - 식품첨가물	
	유효기간	3년	
	등록 대상	일본에 식품 등 수출(예정) 업체	
	취득 방법	일본으로 식품을 수출하고자 하는 업체는 국내 담당 기관을 통해 제품 사전 등록 가능	
	통용 국가	일본 한정	
	등록 소요 시기	일본 후생노동성 업무 처리에 따라 업체별로 상이	
	도입 취지	일본의 식품위생법에 반하는 식품 등의 수입을 사전에 방지하고, 식품 안전성을 확보하고자 도입했으며, 수입 절차를 간소화하고 소요되는 시간 축소	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

3. 일본 청주 라벨링

[표 5.5] 일본 청주 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	1. 제품명	- 내용을 나타내는 일반적인 명칭을 표시해야 함 - 명칭에 주요 원재료명이 들어가는 경우, 주요 원재료와 일치해야 함
	2. 원재료	- 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	- 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	수입품의 경우에는 원산지국을 표시해야 함
	5. 알레르겐	- 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(암), 사과, 젤라틴 - 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 '알레르겐'을 표시해야 함 - 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시해야 함 'OO를 포함'이라는 문구의 OO에는 특정 원재료 등의 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 'OO 유래'로 표시해야 함

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

[표 5.5] 일본 청주 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	6. 내용량	- 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	- 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	- 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	‘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	수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소 정보를 표시해야 함
	11. 기타 표시 사항	- 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 홍보문구를 사용 가능함 - 알코올 표시는 도수(%)와 함께 그램(g)으로도 표시해야 함 - 계산식: 섭취량(mL) x 알코올 농도(도수/100*0.835)) (ex. 맥주 500mL 알코올 도수 5%의 경우 순 알코올양: 500mL x 0.05 x 0.8 = 20g)

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

▶ 일본 청주 라벨 샘플



[앞면 라벨링]	[측면 라벨링]	[뒷면 라벨링]
[앞면 - 일본어] ① 作 ZAKU HO NO TOMO MIE JAPAN ② For more information Scan here. seizaburo.jp ③ Shimizu Seizaburo Shoten	[앞면 - 국문] ① 작 자쿠 호노토모 미에 재팬 ② 더 많은 정보는 여기를 스캔하세요 seizaburo.jp ③ 시미즈 세이자부로 쇼텐	
[측면 - 일본어] ① 恵乃智 ② 750ml Alc.15%	[측면 - 국문] ① 에노사토시 ② 750ml Alc.15%	
[뒷면 - 일본어] ① 作 ZAKU ② seizaburo.jp 恵乃智 純米	[뒷면 - 국문] ① 작 ZAKU ② seizaburo.jp 에노치준마이	

③ ライチのような香り、喉越がよく酸味はすっきりとキレの良い純米酒です。冷やしてお召し上がりください。

④ 品目
日本酒
原材料名
米(国産)、米麹(国産米)
精米歩合 60% アルコール分 15度
内容量 750ml
杜氏 山内智広
製造者 清水清三郎商店株式会社
三重県鈴鹿市若松東三丁目9番33号

⑤ お酒は20歳になってから / お酒は楽しく適量を / 妊娠中の飲酒は胎児、乳児の発育に悪影響を与える恐れがあります

⑥ For more information Scan here.
ZAKU
HO NO TOMO
JUNMAI
JAPANESE SAKE Alc.15% 750ml
Ingredients: Rice, Koji Rice/Rice
polishing rate: 60%
Shimizu Seizaburo Shoten Ltd.
3-9-33 Wakamatsu-Higashi, Suzuka,
Mie, Japan
Product of Japan
製造年月
2024.06

③ 라이치와 같은 향기, 목넘김이 좋고 신맛은 깔끔하고 결이 좋은 준마이(청주)입니다. 차갑게 해서 드세요.

④ 품목
일본 청주
원재료명
쌀(일본산), 쌀 누룩(일본산 쌀)
정미 비율 60% 있는 알콜 15도
내용량 750ml
제조사(양조자) 아마우치 타카히로
제조사 시미즈 세이자부로 상점주식회사
미에현 스즈카시 와카마츠 히가시
산초메9번33호

⑤ 술은 20세가 되고/술은 즐겁게 적당량을/임신 중 음주는 태아, 유아의 발육에 악영향을 줄 수 있습니다

⑥ 자세한 내용은 여기를 스캔하십시오.
자쿠
호노토모
준마이
JAPAN SAKE Alc.15% 750ml
재료 : 밥, 쌀 누룩/미곡률 : 60%
시미즈 세이사부로 쇼텐 주식회사
3-9-33 와카마츠히가시, 스즈카,
미에, 일본
일본의 상품
제조연월
2024.06

4. 일본 청주 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

일본은 후생노동성(MHLW) 고시 제 370호 ‘식품, 첨가물 등의 규격 기준’에서는 사용 가능한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준을 규정하고 있으며, 그 종류에는 지정첨가물, 기존첨가물, 천연향료, 일반음식 첨가물 등이 있음. 특히, 지정첨가물과 기존첨가물은 포지티브 리스트에 해당하는 식품첨가물로, 이 리스트에 해당하지 않은 첨가물의 사용은 인정하지 않음. 일본 내 ‘청주’에 적용되는 식품첨가물 검색 시 총 238건을 발견했으며, 하기 표는 그 중 일부를 다름. 더욱 자세한 일본 식품첨가물 규정 및 사용기준은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 일본 후생노동성(MHLW) 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.6] 일본 청주 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	아세트알데히드	Acetaldehyde	일반사용기준 (착향의 목적 사용 불가)	모든 식품
2	시트랄	Citral		
3	신남알데하이드	Cinnamaldehyde		
4	유제놀	Eugenol		
5	벤즈알데하이드	Benzaldehyde		
6	아이소아밀 아세테이트	Isoamyl Acetate		
7	리날롤	Linalool		
8	말톨	Maltol		
9	바닐린	Vanillin		
10	황산칼륨 알루미늄	Aluminium Potassium Sulfate	일반사용기준 (된장에 사용 금지)	모든 식품

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

일본에서 식품을 유통하기 위해서는 일본 후생노동성(MHLW)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 일본 이유식에 적용될 수 있는 일본 유해물질 목록과 그 잔류허용기준임. 더욱 자세한 일본 유해물질 규정 및 해당 규정이 적용되는 식품 기준은 일본 후생노동성(MHLW) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 일본 청주 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	아플라톡신 B1, B2, G1, G2 (총합)	Aflatoxin B1, B2, G1, G2 (total)	20mcgs/kg (20ppb)	모든 식품
2	컴프리	Symphytum (comfrey)	불검출	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)은 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질 표기를 규정하고 있음. 일본 소비자청(CAA)에서 발표한 ‘식품 표시 기준에 관한 통지’에 의하면 특정 원재료를 포함하고 있는 식품이 8종 성분 중 한 가지 또는 그 이상의 성분을 포함할 경우 해당 성분의 존재를 의무적으로 상품 라벨에 표시하도록 함. 이외에 특정 원재료에 준하는 원재료는 표기 권장 사항에 해당됨

[표 5.8] 일본 알레르겐 성분 규정

순번	표시 의무 여부	대상	순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	밀	15	권장	오렌지
2	의무	새우	16	권장	키위
3	의무	게	17	권장	바나나
4	의무	달걀	18	권장	복숭아
5	의무	땅콩	19	권장	사과
6	의무	우유	20	권장	소고기
7	의무	메밀	21	권장	돼지고기
8	의무	호두	22	권장	닭고기
9	권장	아몬드	23	권장	젤라틴
10	권장	전복	24	권장	송이버섯
11	권장	오징어	25	권장	참깨
12	권장	연어	26	권장	참마
13	권장	연어알	27	권장	대두
14	권장	고등어	28	권장	캐슈넛

자료: 일본 소비자청(CAA)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 돈키호테(Don Quijote)
2. 이온리커(Aeon Liquor)
3. 마미마트(Mami Mart)

Interview ①

36)



돈키호테(Don Quijote) Product Manager

돈키호테 (Don Quijote)

- 유형: 식료품점
- 업체 특징:
 - 1980년에 설립된 식료품 체인점으로, 식음료, 공산품, 소비용품 등의 일용소비재(FMCG)를 취급하고 있음
 - 전 세계적으로 온라인 및 오프라인 매장을 운영하고 있음

담당자 정보

Product Manager

Q. 일본 주류 시장에서 특별한 원료나 제조 방법을 활용한 프리미엄 청주의 수요 동향은 어떠한가요?

일본의 지역마다 고유의 일본식 청주가 있으며, 발효 정도나 알코올 함량이 다릅니다. 가장 흔한 것은 물을 탄 청주인 '코메사케(Kome Sake)'입니다. 매우 가벼워서 정통 술의 숙취 없이 맛만 보고 싶은 소비자들이 주로 선택합니다. 또한 편의점이나 자판기에서 쉽게 구할 수 있어 인기 있습니다. 일반적으로 일본식 청주인 사케는 쌀로 만든 술을 칭하는 용어로, 매실주, 유자주, 소주와 같은 종류가 있습니다. 이러한 사케는 지역 양조장에서 만들어지며, 강한 알코올 도수를 함유하고 있습니다. 그러나 도수가 세다 보니 코메사케에 비해 인기는 떨어지는 편입니다.

Q. 고객사 제품이 일본 시장에 진출할 때, 필요한 주요 인증이나 규제 사항은 무엇인가요?

주류 제품이 일본으로 수입되는 과정은 일반적인 식음료 제품의 수입과 비슷하게 비교적 간단한 절차로 진행됩니다. 다만, 판매와 유통이 다른 제품군보다 더 복잡하고 엄격합니다. 주류 제품을 판매하려면 판매자가 면허를 취득해야 하며, 종류가 여러 가지입니다. 일반 주류 판매업 면허, 온라인 주류 판매업 면허, 수입 주류만 판매할 수 있는 면허 등이 있습니다. 판매자가 주류 판매 채널을 확장하려면 이러한 면허를 모두 취득해야 할 수도 있습니다.

Q. 일본 시장 진출을 위해 제품의 라벨 및 포장에 표기를 어떻게 해야 하나요?

일본 시장 진출을 위해 제품 병이나 포장에 주류 분류, 알코올 함량, 용량 등의 정보가 표기되어야만 합니다.

Q. 일본 프리미엄 전통 주류 시장에서 제품의 평균 가격대는 얼마로 형성되어있으며, 고객사 제품의 가격이 경쟁력이 있을지 말씀해 주세요.

당사가 유통 및 판매하는 제품 기준으로, 프리미엄 주류 제품의 경우 병당 2,000엔(1만 8,373원³⁷⁾)부터 시작합니다. 또한, 수입 주류는 제조국 판매 가격과 비교하여 더 저렴하거나 비쌀 수 있습니다. 그 예로 '메이커스마크(Make's Mark)' 버전 제품이 당사에서 2,500엔(2만 2,967원)에 판매되고 있는데 이 가격은 북미에서 판매되는 가격의 거의 절반입니다.

36) 사진 자료: 돈키호테(Don Quijote)

37) 100엔=918.66원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 일본 소비자들이 선호하는 청주 제품의 포장 형태와 용량은 어떠한가요?

많은 일본 소비자는 술병이나 와인병을 수집하여 거실과 정원을 장식하는 것을 좋아하며, 특히 프리미엄 및 고가의 주류 제품일 경우 더욱 그렇습니다. 일부 주류의 가격이 비싼 이유가 병 때문일 수도 있다고 생각될 정도입니다. 이렇게 지나치게 비싼 주류 가격에도 소비자들은 기꺼이 비용을 지불하고 있습니다. 실제로 병을 소장하기 위해 여행을 가서 특정 지역 양조장을 방문하고 술을 구매하는 것을 본 적이 있습니다.

Q. 일본 프리미엄 주류 시장에서 주요 제품들의 평균 유통기한은 어느 정도이며, 고객사 제품의 유통기한은 어떠한가요?

일본 내 프리미엄 주류는 병을 개봉하지 않는 이상 최소 2-3년 또는 더 오래 보관될 수 있어야 합니다. 만약 병을 개봉했을 때는 시원하고 밀봉된 상태로 1년간 유지될 정도의 유통기한을 가지는 것이 좋습니다.

Q. 일본 소비자들에게 강력하게 어필할 수 있는 효과적인 홍보 포인트 및 홍보 전략은 무엇일까요? 혹시, 제품의 원료와 제조 방식에 대한 설명이 주요 셀링포인트가 될 수 있을지 말씀해 주세요.

사실 주류 제조 과정에 대해서는 주류 애호가들을 제외하고는 대부분 소비자는 제품이 어떻게 만들어지는지 알거나 궁금해하지 않습니다. 일반 소비자들은 주로 주류를 맛보고 즐기는 데에만 관심이 있습니다. 연말에 와인이나 주류 시음 행사가 많이 열리는데, 이런 행사들이 인기가 있습니다. 소비자들은 주류를 고를 때 가장 중요한 건 역시 맛입니다. 그리고 비싼 주류에 대해 비싼 만큼 가치가 있을 것으로 생각하는 경향이 있어서, 돈을 더 쓸 의향이 있다면 고가의 주류도 잘 팔리는 경향이 있습니다. 특히 연말에는 청주와 프리미엄 주류의 판매량이 증가합니다. 새해를 앞두고 파티에서 마시거나 선물용으로 구매하는 경우가 많기 때문입니다. 그리고 연말 분위기로 인해 소비자들이 평소보다 더 지출하는 경향이 있어 여러 종류의 술을 한 번에 몇 병씩 사기도 합니다. 이런 소비자들의 특성을 고려해서 비슷한 전략을 세우는 것을 추천합니다.

Interview ②

38)

이온리커(Aeon Liquor)
Sales staff

AEONLIQUOR

이온리커
(Aeon Liquor)

- 유형: 슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1979년에 설립된 슈퍼마켓으로, 주류 및 기타 소비재를 취급하고 있음
 - 치바현에 본사를 두고 있으며 글로벌 유통망을 통해 다양한 국가의 제품을 수입하여 판매하고 있음

담당자 정보

Sales staff

Q. 일본 주류 시장에서 특별한 원료나 제조 방법을 활용한 프리미엄 청주의 수요 동향은 어떠한가요?

일본에서 보통 소비자들은 대체로 증류주인 소주 제품을 찾습니다. 소주는 보리나 쌀로 만든 보드카와 유사한 주류입니다. 일본식 청주인 사케는 쌀을 양조하고 와인처럼 발효시킨 술입니다. 그리고 코메사케라는 것이 있는데, 이는 매우 희석된 술로, 사케의 맛은 즐길 수 있지만 숙취가 적은 주류입니다. 예산이 제한적인 소비자들은 작은 캔에 판매되는 발포주인 맥주를 많이 구매합니다. 가장 인기 있는 제품으로는 ‘쇼치쿠바이 텐 사케(Shochikubai Ten)’입니다. 이 제품은 2L에 900엔(8,268원)으로 낮은 가격에도 정통 청주의 맛을 제대로 느낄 수 있어 인기가 많습니다.

Q. 고객사 제품이 일본 시장에 진출할 때, 필요한 주요 인증이나 규제 사항은 무엇인가요?

일본에서 주류 제품을 판매하기 위해서는 HACCP, GMP 인증이 가장 기본적이며 필수적인 위생 인증입니다. 그리고 지속 가능한 방식의 재배와 유기농 인증은 필수적인 인증 사항은 아니지만, 제품 라벨에 위 내용이 있는 제품들을 선호하는 경향이 있어 고려해야 할 사항입니다.

Q. 일본 시장 진출을 위해 제품의 라벨 및 포장에 표기를 어떻게 해야 하나요?

일본 시장 진출 간 따로 일본어 이중 표기와 같이 라벨을 현지화할 필요는 없습니다. 왜냐하면 수입 주류의 경우 영어로 된 설명과 라벨로 판매하기 때문입니다. 각 제품에 일본어로 된 설명서나 태그가 붙어 있으며, 일부 제품의 경우 재료와 제조 과정을 담은 스티커를 부착하기도 합니다.

Q. 일본 프리미엄 전통 주류 시장에서 제품의 평균 가격대는 얼마로 형성되어있으며, 고객사 제품의 가격이 경쟁력이 있을지 말씀해 주세요.

시장 상황에 따라 프리미엄 주류의 가격은 보통 2,000엔(1만 8,373원)에서 시작하여 4,000엔(3만 6,746원)까지 책정됩니다. 그러나 지역 청주와 양조장에서 생산되는 주류는 병당 8,000엔(7만 3,493원)까지 높은 가격에 판매되기도 합니다. 특히 숙성된 와인과 주류의 경우에 더 그렇습니다.

Q. 일본 소비자들이 선호하는 청주 제품의 포장 형태와 용량은 어떠한가요?

일본 내 특별히 선호되는 병이나 포장이 있는 것은 아니지만, 보통 프리미엄 고급 주류의 경우 화려한 병에 담겨 있으며, 저가 주류는 거의 우유팩과 유사한 상자나 투명한 병에 담겨 있어 탄산수 같은 이미지를 줍니다.

Q. 일본 프리미엄 주류 시장에서 주요 제품들의 평균 유통기한은 어느 정도이며, 고객사 제품의 유통기한은 어떠한가요?

보통 미개봉 제품의 경우 서늘한 실온에 보관 시 1년 정도의 유통기한을 보유하고 있습니다. 냉장 보관 시 더 오래, 약 2년의 유통기한을 가질 수 있습니다. 그러나 이보다 더 짧은 유통기한을 가진 제품은 없습니다.

Q. 일본 소비자들에게 강력하게 어필할 수 있는 효과적인 홍보 포인트 및 홍보 전략은 무엇일까요? 혹시, 제품의 원료와 제조 방식에 대한 설명이 주요 셀링포인트가 될 수 있을지 말씀해 주세요.

일본에서 홍보문구나 제품에 대한 설명은 전혀 의미가 없다고 생각합니다. 일본 소비자들은 제품의 라벨을 보더라도 이러한 내용이 무엇을 설명하는지 알지 못한다고 생각합니다. 또한, 선물용으로 구매 시 단순히 직원이나 관리자에게 제품 추천을 요청할 뿐이기에 홍보문구나 설명은 무의미하다고 생각합니다. 비싼 프리미엄 주류를 구매하는 경우 보통 선물용으로 구매하는 경우가 많습니다. 그래서 일부 제품들은 매우 비싸지만 포장이 잘 되어 있어 별도의 포장도 필요 없습니다. 이러한 요소도 소비자들에게 어필할 수 있는 요소로 활용될 수 있습니다.

Interview ③

39)


마미마트
(Mami Mart)

- 유형: 슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1965년에 설립된 슈퍼마켓으로, 주류, 생활용품, 식음료, 화장품 등을 취급하고 있음
 - 사이타마에 본사를 두고 있으며, 76개의 오프라인 매장을 운영하고 있음

담당자 정보

 Beverage Product
Manager

마미마트(Mami Mart)
Beverage Product Manager
Q. 일본 주류 시장에서 특별한 원료나 제조 방법을 활용한 프리미엄 주류의 수요 동향은 어떠한가요?

일본에서 프리미엄 주류의 경우 제품을 구매하는 거의 모든 소비자는 자신이 즐기기 위해 구매하지 않습니다. 특별한 행사에 사용하기 위해서만 구매하며, 상사, 부모님, 결혼식, 친구의 생일 등에 선물로 줍니다. 개인적으로 마시기 위해 구매하는 소비자는 매우 드뭅니다. 보통 사케 전문점에 가거나, 이자카야에서 샷로 마시는 것이 한 병을 구매하는 것보다 다양한 고급 주류를 시음할 수 있다는 점에서 훨씬 경제적이기 때문입니다.

Q. 고객사 제품이 일본 시장에 진출할 때, 필요한 주요 인증이나 규제 사항은 무엇인가요?

일본에서 프리미엄 주류로 브랜드화되기 위해서는 판매하려는 주류 제품이 최고급 제품의 특징을 가져야 합니다. 세계적인 프리미엄으로 인정받지 못한다면, 일본 내에서 제조국과 같은 가격 수준으로 판매되지 않을 것입니다. 제품을 만드는 데 사용되는 재료는 희귀하거나 유기농으로 처리되거나 최고의 품질이어야 합니다. 또한, 제품의 프리미엄 상태에 대한 모든 어필은 유기농 인증, 지속 가능한 재료 사용 또는 고품질로 유명한 지역에서 재배된 재료로 만들어졌다는 등의 서류 인증이 필요합니다.

Q. 일본 시장 진출을 위해 제품의 라벨 및 포장에 표기를 어떻게 해야 하나요?

보통 수입 제품의 라벨은 일본어로 다시 인쇄할 필요가 없습니다. 하지만 제품 중 특히나 비싼 고급 주류의 경우 일본어로 된 태그나 설명서가 함께 제공됩니다.

Q. 일본 프리미엄 전통 주류 시장에서 제품의 평균 가격대는 얼마로 형성되어있으며, 고객사 제품의 가격이 경쟁력이 있을지 말씀해 주세요.

일본 내 프리미엄 주류의 경우 작은 병에 최소 2,500엔(2만 2,967원)의 가격으로 시작합니다. 스카치, 위스키 같은 수입 주류는 5,000엔(4만 5,933원)에서 8,000엔(7만 3,493원)까지의 가격대로 형성되어있습니다. 현지 제품의 경우에는 보통 병당 1,500엔(1만 3,780원)부터 시작하며, 신선한 와인이라면 1L 병당 6,000~7,000엔(5만 5,120~6만 4,306원)까지 올라갈 수 있습니다.

Q. 일본 소비자들이 선호하는 청주 제품의 포장 형태와 용량은 어떠한가요?

일본 내 고급 프리미엄 주류를 구매하는 젊은 소비자의 경우 선물용으로 구매하기 때문에, 제품이 비싸고 화려해 보이는 고급스러운 디자인의 병과 포장을 선호합니다.

Q. 일본 프리미엄 주류 시장에서 주요 제품들의 평균 유통기한은 어느 정도이며, 고객사 제품의 유통기한은 어떠한가요?

최소 1년은 보관할 수 있어야 합니다. 냉장고에 더 오래 보관할 수 있다면 가장 좋을 것이며, 특히 그동안 병이 개봉되지 않은 채로 있다면 최소 2년은 보관할 수 있을 것입니다.

Q. 일본 소비자들에게 강력하게 어필할 수 있는 효과적인 홍보 포인트 및 홍보 전략은 무엇일까요? 혹시, 제품의 원료와 제조 방식에 대한 설명이 주요 셀링포인트가 될 수 있을지 말씀해 주세요.

제품이 무엇으로 어떻게 제조되었는지 명확하게 설명하는 한 화려한 단어나 홍보문구는 필요하지 않다고 생각합니다. 대나무나 특정 재료를 사용했다는 점을 문서화하거나 고품질, 희귀성, 신선함을 증명할 수 없다면, 허위 광고의 근거가 될 수 있으므로 언급하지 않는 것이 좋습니다. 다만, 해당 내용을 잘 담아서 소비자에게 어필할 수 있다면 좋은 홍보 전략이 될 수 있습니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Alcoholic Drinks - Japan', 2024.09
2. 비비씨(BBC), 'Japan urges its young people to drink more to boost economy', 2022.08
3. 스태티스타(Statista), 'Cider, Perry & Rice Wine - Japan', 2024.09
4. 도쿄에스크(tokyoesque), 'Japan's Sake Market', 2021.08
5. 지아이아이(GII), 'Sake Global Market Report 2024', 2024
6. 재팬포워드(Japan Forward), 'How Alcohol and Drinking Trends Are Changing in Japan', 2024.07
7. 스트라이프스오кина와(Stripes Okinawa), 'Taste of Japan: Tsumami snacks highlight bar food culture', 2024.08
8. 데일리리얼(Daily Meal), '19 Facts You Should Know About Japanese Cuisine', 2024.05
9. 농식품수출정보 KATI, '[일본] 국가에 의한 음주 가이드라인 발표', 2024.03
10. 모놀리드로오피스(Monolith Lawoffice), '인터넷 쇼핑몰에서 술을 판매할 때 주의사항 - 일본 '주세법' 해설', 2024.03
11. 아사히비즈니스(Asahi Business), '酒税法改正、2023年10月から第3のビールを値上げ 税率一覧も紹介', 2023.09
12. 기린홀딩스(Kirin Holdings), 'Net Alcohol Content Labeling To Start in Japan in May 2022', 2022.02
13. 슬러프(Slurp), 'Japan's Unique Way To Promote Alcohol; The Sake Viva Campaign', 2022.08
14. 글로벌드링크인텔(Global Drinks Intel), 'How is the spirits category navigating Japan's evolving alcohol landscape?', 2024.01
15. 모노리쓰법률사무소(Monolith Law Office), 'Key Points to Note When Selling Alcohol Online: Explaining the Japanese Liquor Tax Law', 2023.11
16. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in Japan as of June 2024', 2024.08
17. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024', 2024.08
18. 농림축산식품부, '2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드', 2023
19. aT한국농수산물유통공사, '주요국 식품원료 및 첨가물 승인·관리제도', 2023
20. aT한국농수산물유통공사, '2023 농식품 수출국가 정보조사 (일본)', 2023
21. aT한국농수산물유통공사, '2023년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건 현황', 2023
22. 일본 소비자청(CAA), '식품 표시 기준에 따른 통지', 2015
23. 관세청, '글로벌 AEO 총서', 2019

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. 비비씨(BBC) (www.bbc.com)
4. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
5. 도쿄에스크(Tokyoesque) (tokyoesque.com)
6. 지아이아이(GII) (www.giiresearch.com)
7. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
8. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.co.jp)
9. 코쿠류(Kokuryu) (www.kokuryu.co.jp)
10. 게케이칸(Gekkeikan) (www.gekkeikan.com)
11. 야에가키(Yaegaki) (www.yaegaki.com)
12. 모노리쓰법률사무소(Monolith Law Office) (monolith.law)
13. 미츠코시이세탄(Mitsukoshi Isetan) (cp.mistore.jp)
14. 재팬가이드(Japan Guide) (www.japan-guide.com)
15. 다이마루 마츠자카야 백화점(Daimaru Matsuzakaya Department Store) (dmdepart.jp)
16. 인터콘티넨탈 백화점 그룹(Intercontinental Group of Department Stores) (www.igds.org)
17. 아마존 일본(Amazon Japan) (www.amazon.co.jp)
18. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
19. 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central) (sellercentral.amazon.com)
20. 라쿠텐관리자서버(RMS) (glogin.rms.rakuten.co.jp)
21. 야마야(Yamaya) (www.yamaya.jp)
22. 시나노야(Shinanoya) (shinanoya.co.jp)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

23. 일본 관세청 (www.customs.go.jp)
24. 일본 후생노동성(MHLW) (www.mhlw.go.jp)
25. 일본 소비자청(CAA) (www.caa.go.jp)
26. 일본 식품화학연구진흥재단(FFCR) (www.ffcr.or.jp)
27. 관세청 (www.customs.go.kr)
28. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
29. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
30. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
31. FTA포털(Yes FTA) (www.customs.go.kr/ftaportalkor/main.do)
32. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.09.13

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

Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea