

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202408-28

품목 | 식물성 수액(Plant-based Drink)

HS CODE | 1302.19-9039

국가 | 일본(Japan)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 일본 비알코올 음료 시장규모	06
2. 일본 물 시장규모	07
3. 일본 식물성 수액 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 인기 브랜드 1위 : '류큐프론트'	11
2. 성분 키워드 1위 : '활성탄'	12
3. 홍보문구 키워드 1위 : '다이어트'	13
4. 패키징 키워드 1위 : '플라스틱 병'	14

IV. 유통채널

1. 일본 식물성 수액 유통채널 점유율	16
2. 일본 식물성 수액 주요 유통채널	17



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 일본 식물성 수액 통관 및 검역 절차	27
2. 일본 식물성 수액 품질 인증	28
3. 일본 식물성 수액 라벨링	33
4. 일본 식물성 수액 성분 및 유해물질	38

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 교무슈퍼(Gyomu Super)	42
2. 슈퍼타마데(Super Tamade)	44
3. 오케이스토어(OK Store)	46

※ 참고문헌	48
--------	----

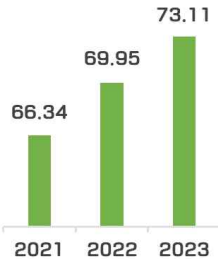


일본 식물성 수액 시장

시장 현황

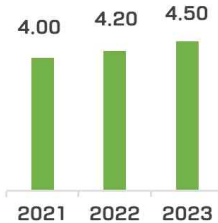
비알코올 음료 시장규모

단위 : 십억 달러



물 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1302.19 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

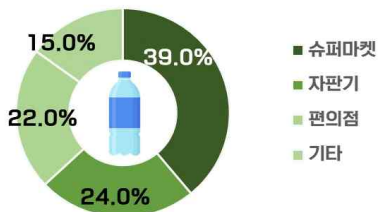
빅데이터 분석



* 일본 라쿠텐 기능성 물 제품 150건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
관세율 10%
사전 준비
후생노동성 제품 사전 등록
공인경제운영인(AEO) 인증 권장

FSSC 22000



FSSC 22000

ISO 22000

HACCP

유의사항

라벨 필수 표기사항

제품명, 원재료, 첨가물, 원산지, 내용량, 알레르겐, 영양성분, 유통기한, 보관방법, 수입업체 정보 등 일본어 표기

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :

業務スーパー

スーパー玉出

OK

Point 01.

포장/가격 피드백 플라스틱 병보다는 환경 친화적인 유리병이나 종이팩이 더 적합할 것으로 예상됨. 현재 500ml에 10,000원이라는 가격은 일본 소비자들에게 지나치게 비싸게 느껴질 수 있음. 제품의 효능을 강조하면서도, 가격을 합리적으로 조정하거나 소용량 패키지를 도입해 접근성을 높이는 전략이 필요함

Point 02.

유통 피드백 소규모 농장, 아시아 식품 전문점, 중국 음식점에서 무료 음료로 제공하는 방법도 유통 전략으로 고려할 수 있음
인증 및 라벨링 규정 일본 내 식물성 수액 수입 시 HACCP 및 ISO 22000 같은 식품 안전 인증서가 필수임. 일본 식품위생법에 따른 검역 절차도 필요함. 일본어 라벨 표기가 필수이며, 제품명, 성분, 알레르기 정보, 유통기한 등을 정확히 기재해야 함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 일본 비알코올 음료 시장규모
2. 일본 물 시장규모
3. 일본 식물성 수액 수입규모

1. 일본 비알코올 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 비알코올 음료 시장규모 101조 원²⁾³⁾⁴⁾

2023년 일본 비알코올 음료 시장규모는 전년 대비 4.5% 성장한 101조 원으로 조사됨. 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률은 2.8%로 나타났으며, 특히 2021년에는 전년 대비 6.5%의 높은 성장률을 기록하며 시장이 크게 확대됨

▶ 일본 비알코올 음료 시장규모, 향후 5년간 2.9%씩 성장 예상

일본 비알코올 음료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 2.9%씩 성장하여 2028년에는 약 118조 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 최근 일본 음료 시장에서는 건강과 기능성을 강조한 제품들이 빠르게 주목받고 있으며, 특히 스트레스 관리, 면역력 강화, 수면 개선과 같은 웰빙 트렌드에 부합하는 제품들이 출시되고 있음. 이러한 기능성 음료에 대한 수요 증가는 향후 시장 성장을 더욱 가속화할 중요한 동력으로 작용할 것으로 전망됨⁵⁾

[표 2.1] 일본 '비알코올 음료' 시장규모⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러

	2019	2020	2021	2022	2023	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	2028(F)
비알코올 음료	65.51	62.31	66.34	69.95	73.11	76.14	78.57	80.82	83.10	85.43
(한화추정액)	(90조 원)	(86조 원)	(92조 원)	(97조 원)	(101조 원)					
분류	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR ⁸⁾				
비알코올 음료	65.51	62.31	66.34	69.95	73.11	2.8%				
(한화추정액)	(90조 원)	(86조 원)	(92조 원)	(97조 원)	(101조 원)					
분류	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	2028(F)	CAGR				
비알코올 음료	76.14	78.57	80.82	83.10	85.43	2.9%				
(한화추정액)	(105조 원)	(108조 원)	(112조 원)	(115조 원)	(118조 원)					

자료: 스탯ISTA(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

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

3) 스탯ISTA에 따르면 '비알코올 음료' 시장은 알코올이 포함되지 않은 모든 음료를 포함하고 있으며, 뜨거운 음료, 분말 음료 믹스, 시럽은 포함되지 않음

4) 조사제품 '식물성 수액'의 제품 유형(대나무 수액을 채취하여 냉동한 병입수)에 따라 '물' 시장과 상위 시장 '비알코올 음료'의 규모를 조사함

5) 자료: 식품음료신문, '2023 상반기 일본 음료 시장 '건강·기능성' 강조', 2023.07

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 물 시장규모

▶ 일본 2023년 물 시장규모 6.2조 원⁹⁾¹⁰⁾

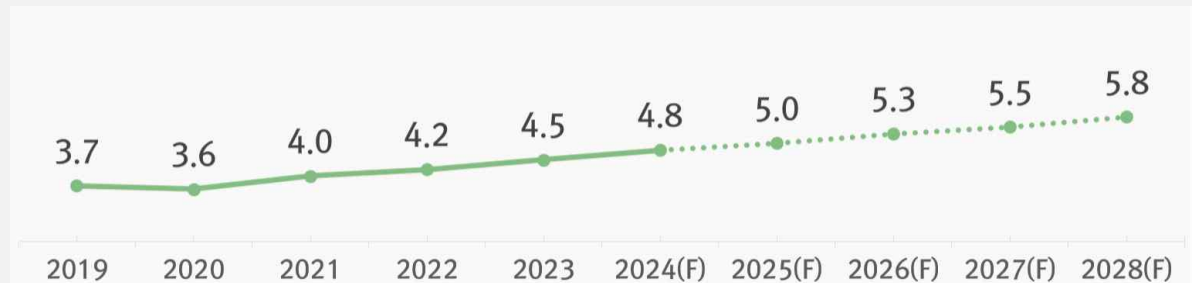
2023년 기준 일본 물 시장규모는 전년 대비 7.1% 성장해 6.2조 원 규모에 달했으며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률은 5.0%로 나타났음. 2020년부터 2023년까지 시장규모는 꾸준히 증가하였으며, 특히 2021년은 전년 대비 11.1%의 성장률을 기록함

▶ 일본 물 시장규모, 향후 5년간 4.8%씩 성장 예상

일본 물 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 4.8%씩 성장하여 2028년에는 약 8.0조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 조사에 따르면, 일본은 한국보다 물과 차(茶)의 소비 비중이 높으며, 특히 생수가 전체 음료 시장에서 28.6%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음. 이러한 소비 패턴은 일본 물 시장의 지속적인 성장을 뒷받침할 주요 요인으로 작용할 것으로 전망됨¹¹⁾

[표 2.2] 일본 '물' 시장규모

단위 : 십억 달러



분류	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR
물	3.7	3.6	4.0	4.2	4.5	5.0%
(한화추정액)	(5.1조 원)	(5.0조 원)	(5.5조 원)	(5.8조 원)	(6.2조 원)	
분류	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	2028(F)	CAGR
물	4.8	5.0	5.3	5.5	5.8	4.8%
(한화추정액)	(6.6조 원)	(6.9조 원)	(7.3조 원)	(7.6조 원)	(8.0조 원)	

자료: 스태티스타(Statista)

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Bottled Water - Japan', 2024.09

10) 스태티스타에 따르면, '물(Bottled Water)' 시장은 탄산수와 비탄산수를 포함하며, 주로 병에 담아 판매되거나 정수기를 통해 제공됨

11) 자료: 한국경제, '한중일, 음료 입맛도 '제각각'...中은 주스·日은 생수 한국은?', 2023.10

3. 일본 식물성 수액 수입규모

HS CODE 1302.19

해당 장에서 조사제품 식물성 수액은 HS CODE 1302.19로 분류된 HS CODE 제1302호의 품명은 '식물성 수액과 추출물, 펙틴질, 펙틴산염과 펙틴산염, 식물성 원료에서 얻은 한천·그 밖의 점질물과 사케너이며, HS CODE 1302.19의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 1302.19 일본의 對글로벌 수입액, 1,610억 원

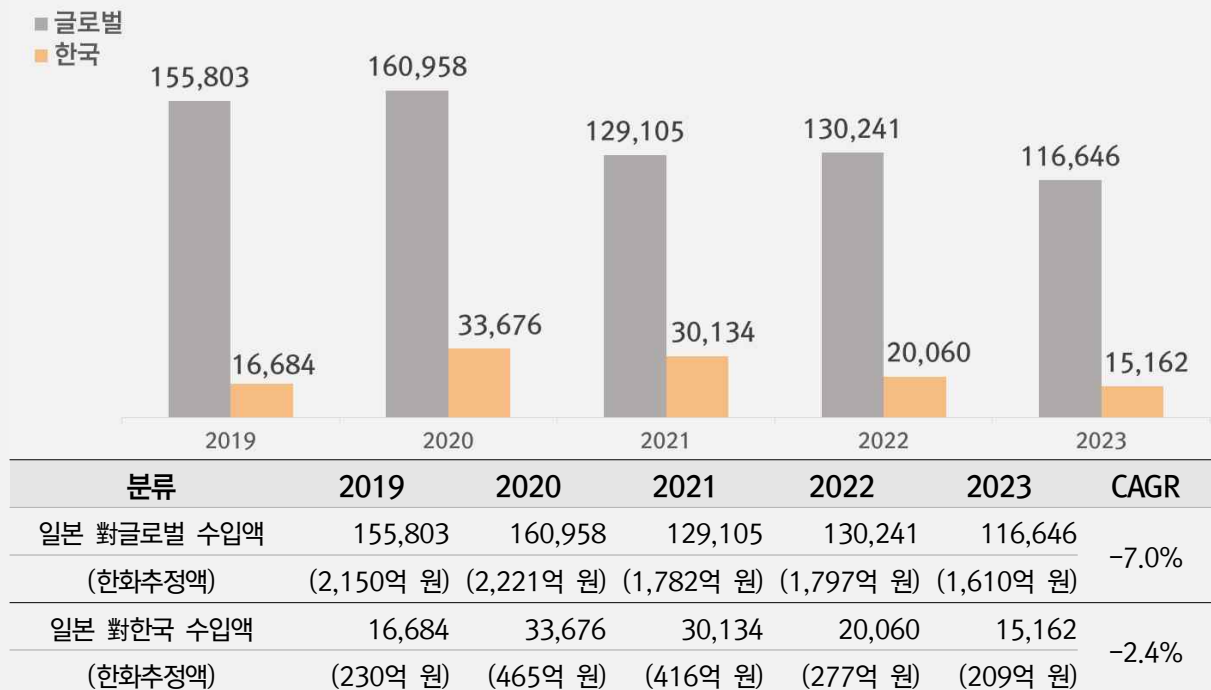
2023년 기준 HS CODE 1302.19 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입액은 전년 대비 10.4% 감소한 1,610억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 성장률 -7.0%를 기록하며 감소 추세를 보임. 특히 2020년에는 전년 대비 3.3% 증가했으나, 이후 2021년과 2022년에는 각각 전년 대비 19.8%, 10.4% 감소함

▶ HS CODE 1302.19 일본의 對한국 수입액, 글로벌 3위

2023년 기준 HS CODE 1302.19 품목에 대한 일본의 對한국 수입액은 전년 대비 24.4% 감소한 209억 원으로 글로벌 3위를 차지함. 해당 품목에 대한 일본의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 성장률 -2.4%를 기록하며 감소세를 보였음. 한편, 2023년 기준 해당 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입액 1위는 중국(503억 원), 2위는 미국(228억 원), 4위는 프랑스(187억 원)인 것으로 확인됨

[표 2.3] 일본 HS CODE 1302.19 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 인기 브랜드 1위 : '류큐프론트'
2. 성분 키워드 1위 : '활성탄'
3. 홍보문구 키워드 1위 : '다이어트'
4. 패키징 키워드 1위 : '플라스틱 병'

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인 쇼핑몰 입점 기능성 물¹²⁾

- 데이터 수집 키워드 : 기능성 물(機能性水)
- 데이터 수집량 : 150건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인 쇼핑몰 라쿠텐(Rakuten)

▶ 일본 온라인 쇼핑몰 입점 기능성 물 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 브랜드 ② 성분 ③ 홍보문구 ④ 패키징

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
브랜드	류큐프론트	Ryukyu Front	24	아큐아	Acure	3
	소켄비차	爽健美茶	6	산토리	サントリー	2
	아야타카	綾鷹	5	아쿠아엑사	アクアエクス	1
	이토엔	伊藤園	5	(-)	(-)	(-)
성분	활성탄	炭	72	수소	水素	18
	미네랄	ミネラル	28	녹차	緑茶	7
	탄산	炭酸	27	비타민	ビタミン	7
	칼슘	カルシウム	19	보리	麦	5
홍보문구	다이어트	ダイエット	25	유기농	オーガニック	10
	건강	健康	20	프리미엄	プレミアム	9
	해독	デトックス	15	무첨가	無添加	8
	수분 보충	水分補給	14	피부	肌	3
패키징	플라스틱 병	ペットボトル	75	팩	パック	6
	24개	24本	47	캔	缶	3
	490ml	490ml	31	350ml	350ml	3
	48개	48本	14	1l	1l	2
	500ml	500ml	10	(-)	(-)	(-)

12) 일본 온라인 쇼핑몰 내 식물성 수액 제품이 존재하지 않아, 제품의 성분과 효능을 고려하여 기능성 물로 대체 조사함

1. 인기 브랜드 1위 : ‘류큐프론트’

▶ 활성탄 사용한 디톡스 효과 강조하는 ‘류큐프론트’

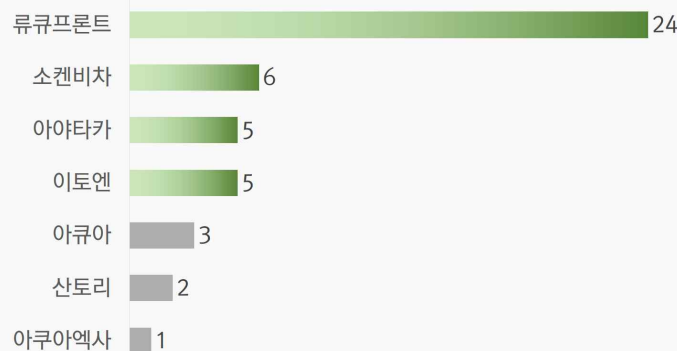
- 일본 기능성 물 시장에서 일본 브랜드인 ‘류큐프론트’가 빈도수 24건으로 브랜드 키워드 1위를 차지함
- 해당 브랜드는 활성탄을 사용한 디톡스 효과를 제공하는 브랜드로, 체내 불필요한 물질을 제거하는 기능을 강조함

▶ 일본 기능성 물, 현지 브랜드 강세

- 또한, ‘소켄비차’, ‘아야타카’, ‘이토엔’ 등 다양한 브랜드가 빈출되었는데, 모두 일본 브랜드이며, 건강과 웰빙을 강조하는 것으로 알려짐
- 일본의 음료 회사 아사히는 기존 생수 브랜드 내에 신상품으로 ‘아사히 맛있는 물 천연수 따뜻한 물’을 판매했는데, SNS 등에서 따뜻한 물의 효능이 알려지며 화제가 되면서 예상을 웃도는 출하가 이루어짐¹³⁾

류큐프론트		소켄비차		아야타카	
					
제품명	액티브 차콜 워터 (アクティブチャコールウォーター)	제품명	보리차 (麦茶)	제품명	진한 녹차 (濃い緑茶)
브랜드	류큐프론트(Ryukyu Front)	브랜드	소켄비차(爽健美茶)	브랜드	아야타카(綾鷹)
용량	490ml * 24개	용량	600ml * 24개	용량	525ml * 48개
가격	7,690엔(70,645원 ¹⁴⁾)	가격	3,816엔(35,056원)	가격	4,752엔(43,655원)

[표 3.1] 일본 판매 기능성 물 브랜드 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘기능성 물’ 관련 게시물 150건 분석

13) KATI농식품수출정보, ‘일본, 기존 음료 브랜드의 따뜻한 생수 판매시작’, 2022.12

14) 100엔=918.66원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 성분 키워드 1위 : ‘활성탄’

▶ ‘활성탄’ 사용해 디톡스 효과 주는 기능성 물 bin출

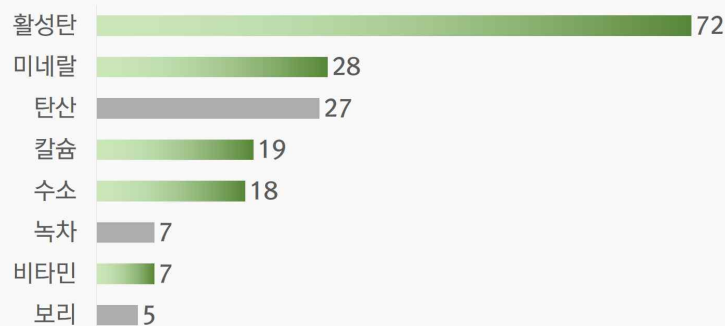
- 일본 기능성 물 성분 키워드 중 가장 bin출된 키워드는 ‘활성탄’으로, 43건 bin출됨
- 해당 성분이 포함된 제품인 ‘차콜 워터(Charcoal Water)’ 확인 결과, 대나무 숲과 아자 껍질 활성탄을 사용한 분말을 이용하여 디톡스 효과 및 수분 보충에 도움을 주는 제품임

▶ 일본 기능성 물, 다양한 영양소 성분 존재

- 그 외에도 ‘미네랄’ 28건, ‘칼슘’ 19건, ‘비타민’ 7건 등 다양한 영양소 관련 성분 키워드가 bin출 되었으며, ‘수소’가 18건으로 수소수 관련 제품도 bin출됨
- 또한, ‘녹차’ 키워드가 7건, ‘보리’ 키워드가 5건으로 전통적인 성분인 자연 성분도 확인됨

활성탄		미네랄, 수소		칼슘	
					
제품명	액티브 차콜 워터 파우더 (アクティブチャコールウォーター パウダー)	제품명	수소수36 (水素水36)	제품명	수소수36 블루 (水素水36 ブルー)
브랜드	류큐프론트 (Ryukyu Front)	브랜드	오쿠나가라가와 (Okunagaragawa)	브랜드	오쿠나가라가와 (Okunagaragawa)
용량	0.3g * 48개	용량	350ml * 24개	용량	500ml * 24개
가격	5,980엔(54,936원)	가격	7,020엔(64,490원)	가격	9,480엔(87,089원)

[표 3.2] 일본 판매 기능성 물 성분 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘기능성 물’ 관련 게시물 150건 분석

3. 홍보문구 키워드 1위 : ‘다이어트’

▶ ‘다이어트’와 ‘해독’에 도움 되는 물 인기

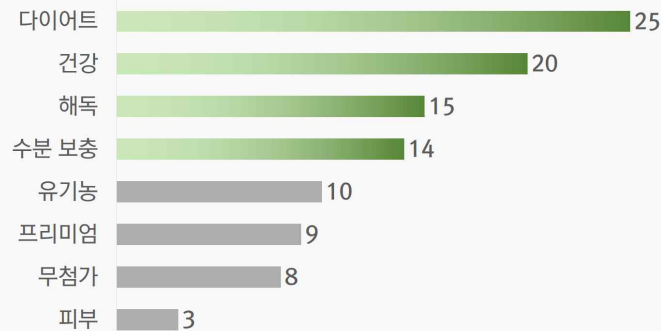
- 일본 쇼핑몰에서 판매 중인 기능성 물 홍보문구 관련 키워드 중 ‘다이어트’가 25건으로 가장 많이 도출됨
- 홍보문구인 ‘해독’이 15건 빈출 되어 3위를 차지함. 해당 키워드는 체내 독소를 제거하고 정화하는 디톡스 효과가 있는 물 제품에 사용하는 홍보문구임

▶ 일본 음료 시장, 건강과 기능성 강조한 제품에 주목

- ‘건강’이 20건, ‘수분 보충’이 14건 빈출 되는 등 다양한 건강 관련 키워드가 상위권에 위치함
- 실제로, 일본 음료 시장에서는 건강과 기능성을 강조한 제품들이 크게 주목받고 있는데, 그중에서도 특히, 면역력과 수면의 질을 개선할 수 있는 제품이 인기인 것으로 알려짐¹⁵⁾

다이어트		건강		해독	
					
제품명	수소수 산소수 (水素水 酸素水)	제품명	양명수 (養命水)	제품명	5년보존수 (5年保存水)
브랜드	아큐아 (Acure)	브랜드	양명주 (養命酒)	브랜드	퓨어워터조류 (ピュアウォーターJouRyu)
용량	1L * 12개	용량	500ml * 24개	용량	500ml * 24개
가격	6,430엔(59,070원)	가격	6,339엔(58,234원)	가격	3,600엔(33,072원)

[표 3.3] 일본 판매 기능성 물 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘기능성 물’ 관련 게시글 150건 분석

15) 식품음료신문, ‘2023 상반기 일본 음료 시장 ‘건강기능성’ 강조’, 2023.07

4. 패키징 키워드 1위 : ‘플라스틱 병’

▶ 일본 기능성 물, 플라스틱 병 패키징 최다

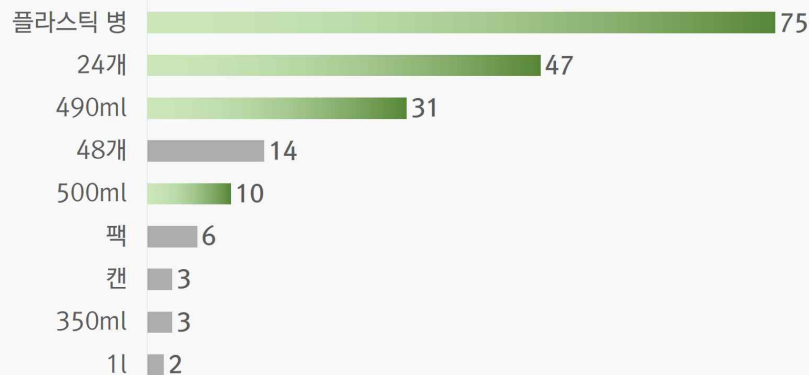
- 일본 기능성 물 패키징 관련 키워드 중 ‘플라스틱 병’이 빈도 75건으로 가장 빈출됨
- 그다음으로 다량 구매를 의미하는 ‘24개’가 47건 빈출되었으며, ‘팩’이 6건, ‘캔’이 3건으로 다양한 패키징 형태가 확인됨

▶ ‘490ml’, ‘500ml’ 용량 빈출

- 일본 기능성 물 용량 관련 키워드 중 ‘490ml’, ‘500ml’가 각 31건, 10건으로 빈출되었으며, 해당 용량은 휴대성과 충분한 용량을 모두 고려한 선택으로 분석됨
- 이외에도 ‘350ml’가 빈도수 3건, ‘1l’가 빈도수 2건으로 다양한 용량이 확인됨

플라스틱 병		24개		490ml	
					
제품명	아쿠아빅스 (アクアビクス)	제품명	액티브 서플라이 (Active Supply)	제품명	장기보존수 (長期保存水)
브랜드	이토엔 (伊藤園)	브랜드	이온워터 (ION Water)	브랜드	서프베버리지 (Surf Beverage)
용량	500ml	용량	500ml * 24개	용량	490ml * 24개
가격	158엔(1,451원)	가격	3,086엔(28,350원)	가격	2,592엔(23,812원)

[표 3.4] 일본 판매 기능성 물 패키징 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘기능성 물’ 관련 게시물 150건 분석

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



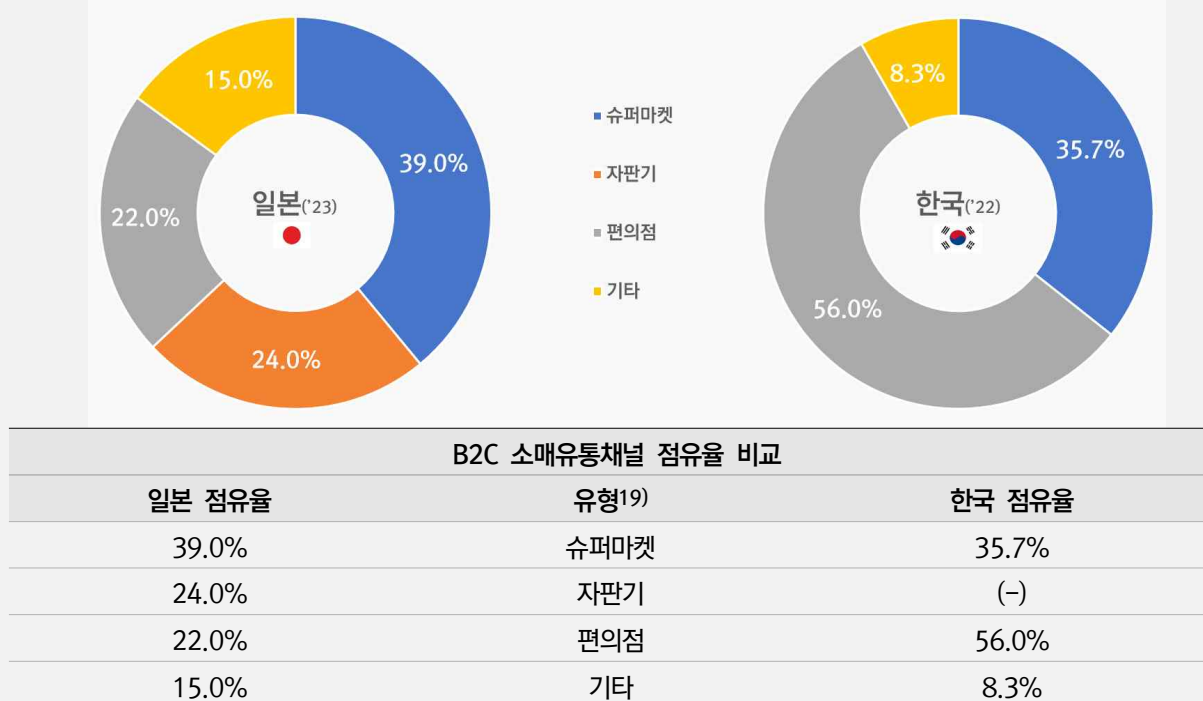
1. 일본 식물성 수액 유통채널 점유율
2. 일본 식물성 수액 주요 유통채널

1. 일본 식물성 수액 유통채널 점유율

▶ 일본 식물성 수액 유통채널, ‘슈퍼마켓’이 1위

2023년 기준, 일본 내 식물성 수액을 비롯한 음료 유통채널 중 ‘슈퍼마켓’은 39.0%의 점유율을 기록하여 1위 유통채널로 나타났다. ‘자판기’는 24.0%의 점유율로 2위를 차지하였으며, ‘슈퍼마켓’과는 15%p 차이를 보이고 있음. 이어서 ‘편의점’은 22.0%의 점유율로 3위를 기록하였으며, 2위인 ‘자판기’와는 근소한 격차를 보임. 한국의 경우, 식물성 수액을 비롯한 음료 구매 시 ‘편의점’ 채널이 56.0%로 1위를 차지하고 있음. 이어서 35.7%의 ‘슈퍼마켓’, 8.3%의 ‘기타’ 순으로 점유율을 차지함. 일본에서 식물성 수액을 유통할 때는 ‘슈퍼마켓’ 채널을 중심으로 전략을 세우는 것이 중요할 것으로 보임. 특히, ‘자판기’와 ‘편의점’도 상당한 점유율을 차지하고 있으므로, 해당 채널에 대한 공략도 병행하는 것이 효과적일 것임

[표 4.1] 일본 및 한국 식물성 수액 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹⁶⁾¹⁷⁾¹⁸⁾



자료: 스탯티스타(Statista), aTFIS식품산업통계정보

16) 해당 장에서 ‘식물성 수액’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 이를 포함하는 카테고리인 ‘음료’ 유통채널 정보를 확인함

17) 자료: 스탯티스타(Statista), ‘Sales distribution of the non-alcoholic beverages market in Japan in 2023, by sales channel’, 2024.04

18) 자료: aTFIS식품산업통계정보, ‘식품산업통계정보 소매 POS’, 2024.07

19) 본 보고서에서 ‘기타’는 백화점, 일반식품점 등을 포함함

2. 일본 식물성 수액 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 ²⁰⁾)
		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)

20) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 식물성 수액 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 ²¹⁾)
		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	- 유선 연락을 통한 입점 문의 - 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) - 홈페이지를 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 양식에 맞게 작성	

자료: 다이마루마츠자카야 백화점(Daimaru Matsuzakaya Department Store)

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

21) 100엔=918.66원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 식물성 수액 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 ²²⁾ : 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	기린 아이뮤즈(Kirin Imuse), 이토엔(Itoen) 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)

22) 2024년 7월 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 1 2024

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)

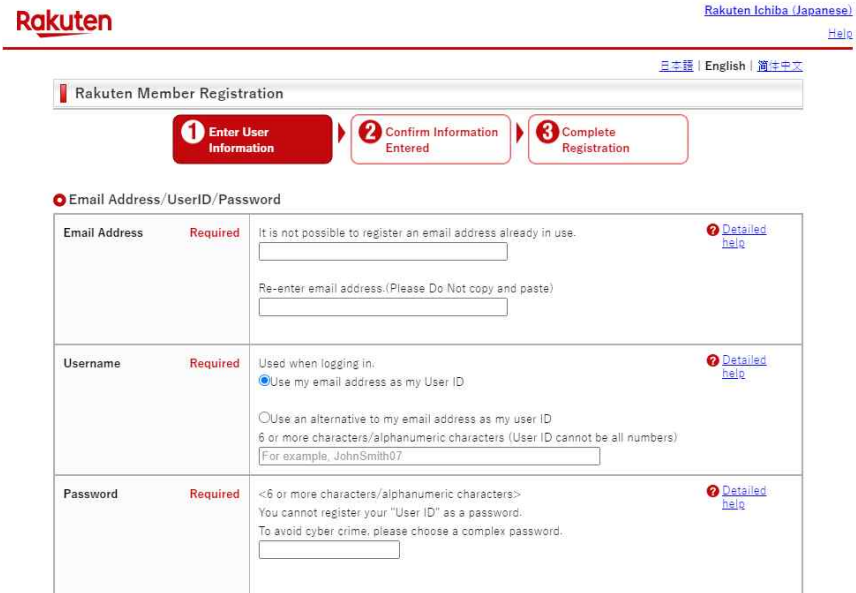
2. 일본 식물성 수액 주요 유통채널 ④ 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.rakuten.co.jp	
	규모	매출액('23)	• 2조 713억 엔(19조 282억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 4억 9,620만 회
	기업 요약	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 - 쇼핑 플랫폼 외에도 핀테크, 인터넷 서비스 등 다양한 사업 분야 운영함	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	류큐 프론트 주식회사(株式会社琉球フロント), 하하나루 우미(母なる海) 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

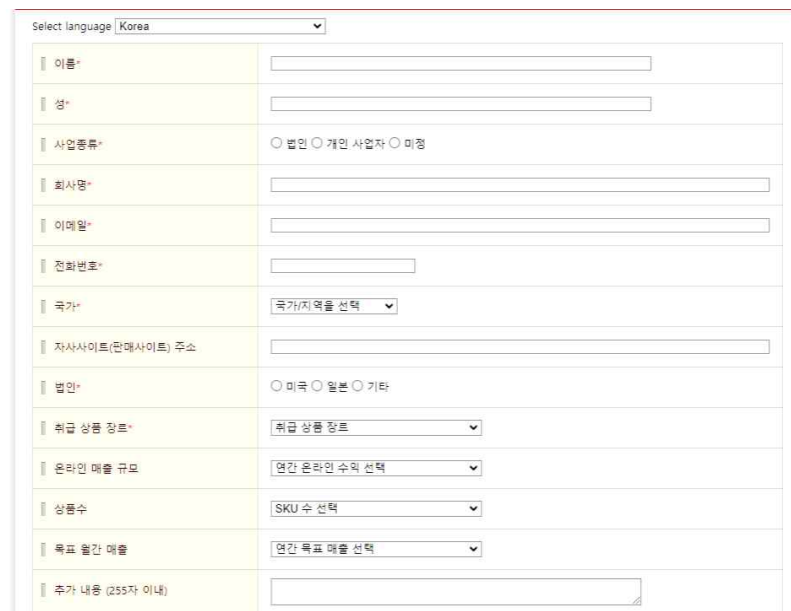
1 Enter User Information → 2 Confirm Information Entered → 3 Complete Registration

● 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)

▶ 라쿠텐 식물성 수액 베스트셀러

- 검색 키워드 : 기능성 물(機能性水)

- 등록 제품 수 : 206건

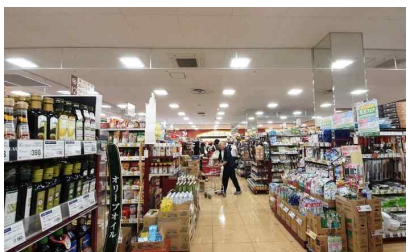
라쿠텐 식물성 수액 베스트셀러 ²³⁾								
순번	브랜드	제품명	원산지	용량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	류큐 프론트 주식회사 (株式会社琉球フロント)	액티브 차콜 워터 (アクティブチャ コールウォーター)	일본	190ml	750엔 (6,890원)	(-)	132건	
2	류큐 프론트 주식회사 (株式会社琉球フロント)	액티브 차콜 워터 (アクティブチャ コールウォーター)	일본	490ml x24병	8,398엔 (77,149원)	(-)	48건	
3	하하나루 우미 (母なる海)	액티브 서플라이 (アクティブサプライ)	일본	500ml x24병	3,086엔 (28,350원)	(-)	6건	
4	아코화성 주식회사 (赤穂化成 株式会社)	부드러운 순수한 물 (やさしい純水)	일본	500ml x24병	3,790엔 (34,817원)	(-)	(-)	
5	오쿠나가리와 명수주식회사 (奥長良川名水 株式会社)	수소수 36 블루 (水素水36 ブルー)	일본	500ml x24병	9,480엔 (87,089원)	(-)	(-)	
6	클리니코 (クリニコ)	아크트 워터 (アクトウォーター)	일본	300ml x24병	4,369엔 (40,136원)	(-)	(-)	
7	코가노 모리 미즈 (高賀の森水)	수소수 36 페트병 (水素水36 ペットボトル)	일본	350ml x24병	7,020엔 (64,490원)	(-)	(-)	
8	라이프워터 (LIFEWTR)	프리미엄 정제수 (プレミアム精製水)	미국	500ml x12병	6,553엔 (60,200원)	(-)	(-)	
9	레이테놀 (レイテノール)	투수화 수용성 농축액 (透水華 水溶性 濃縮液)	일본	500ml	2만 1,600엔 (198,431원)	(-)	(-)	
10	오드비 (Eau de Vie)	고수소 농도 워터 오드비 레모네이드 (高水素濃度ウ Eau de Vie オードヴィー Lemonade)	일본	150ml x30병	8,100엔 (74,411원)	(-)	(-)	

자료: 라쿠텐(Rakuten)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

23) 상품 상세 페이지 내에 명시되어 있지 않은 정보는 ‘(-)’로 표시함

2. 일본 식물성 수액 주요 유통채널 ⑤ 라이프

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.lifecorp.jp		
	위치	일본 전역		
	규모	매출액('23)	• 7,654억 3,000만 엔(7조 317억 원)	
	기타 규모	• 매장 수('24): 308개 • 직원 수('24): 3만 1,576명		
	기업 요약	• 일본 기업 라이프(Life Corporation)가 운영하는 슈퍼마켓 브랜드로 일본 내 체인점 점포 수 기준 상위 10위 안에 속함 • 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6%를 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 해당함)		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등		
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 전화 또는 이메일을 통한 입점 문의 – 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 – 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: +81-3-5807-5493, +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)

2. 일본 식물성 수액 주요 유통채널 ⑥ 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 3,691억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 721개	
기업 요약		- 일본의 유통 대기업 이온(Aeon) 그룹이 전개하는 일본 최대 규모의 슈퍼마켓 브랜드로 1994년에 첫 매장을 개점함 - 연중무휴 24시간 영업하는 점포가 많아 영업 시간이 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	- 홈페이지 및 전화를 통한 직접 문의 - 홈페이지 상단 우측 ‘お問い合わせ(문의)’ 클릭 - 문의 사항 입력 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 ① 담당자명, 성별 및 소속, 이메일 주소, 전화번호 ② 문의 내용 ③ 문의할 점포명 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-0120-125-481, +81-053-581-9100 - 팩스: +81-333-457-776	

자료: 맥스밸류(MaxValu)

사진 자료: 맥스밸류(MaxValu), 홋카이도가이드(Hokkaido Guide)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



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

1. 일본 식물성 수액 통관 및 검역 절차²⁴⁾

▶ 일본 식물성 수액 수출 통관 단계별 주요사항

일본으로 식물성 수액 수출 시, 통관과 관련된 기관은 대표적으로 일본 후생노동성(MHLW: The Ministry of Health, Labour and Welfare), 농림수산성(MAFF: The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries), 관세청 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 식물성 수액 통관 검역 절차



자료: 관세청, 일본 관세청

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

2. 일본 식물성 수액 품질 인증

▶ 일본 AEO 제도 활용 시 통관 혜택

일본의 AEO 제도는 2006년 3월, 국제 물류의 보안을 확보하고 무역을 원활히 하며, 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 식물성 수액, 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 하며, 유기농 식품에 대한 인증인 JAS 인증 등을 추가로 받아 활용할 수 있음

[표 5.3] 일본 식물성 수액 인증 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	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
JAS	유기농 식품 인증	일본 국가 인증	일본 농림수산성 (MAFF)	

자료: 각 인증기관

▶ 일본 식물성 수액, 후생노동성(MHLW) 사전 등록

일본으로 식물성 수액 수출 시, 일본 후생노동성(MHLW)에 사전에 제품을 필수적으로 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 5.4] 일본 후생노동성 사전 등록

일본 후생노동성 사전 등록	등록 기관	일본 후생노동성(MHLW)	 厚生労働省 Ministry of Health, Labour and Welfare
	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

▶ 일본 식물성 수액, 기능성표시식품 등록

일본에서 유통되는 식품은 일반식품과 보건기능식품으로 분류할 수 있음. 기능성표시식품은 보건기능식품 중 하나의 분류로, 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)에 의하면 기능성표시식품이란 ‘사업자의 책임으로 과학적 근거를 토대로 한 기능을 표시한 식품’임. 해당 식품 유통업체는 일본 정부의 규칙에 따라 식품 사업자가 식품의 안전성과 몸에 미치는 효과(기능성)에 관한 과학적 근거 등 필요한 사항을 상품 출시 60일 전까지 일본 소비자청(CAA) 장관에게 신고해야 함

[표 5.5] 일본 기능성표시식품 등록

일본 기능성표시식품 등록 절차	등록 기관	일본 소비자청(CAA)	
	기능성표시식품 해당 여부 확인	- 다음 항목에 해당하는 식품인 경우, 신청 대상이 아님 - 질병을 앓고 있는 환자, 미성년자, 임산부 및 임신을 계획하고 있는 사람 포함 - 기능성 관여 성분이 명확하지 않은 식품 - 후생노동대신이 정하는 식사 섭취 기준에 기능성 관여 성분이 포함된 경우 - 특별용도식품(특정보건용식품 포함), 영양기능식품, 알코올을 함유한 음료 - 지질, 포화지방산, 콜레스테롤, 당류(단당류 또는 이당류로서 당 알코올이 아닌 것에 한함), 나트륨의 과잉 섭취로 이어지는 식품	
	안전성 근거 명확화	- 취식, 데이터 베이스의 2차 정보 등을 이용한 정보 수집, 최종 제품 또는 관여 성분의 안전성 시험 등을 통해 해당 식품의 안전성을 평가 및 설명할 수 있어야 함 - 기능성 관여성분의 상호작용에 관한 평가를 하고 상호작용이 있는 경우 판매 적절성을 설명할 수 있어야 함 - 기능성 관여성분과 의약품의 상호작용의 유무를 확인하고 상호작용이 인정되는 경우에는 판매 적절성을 과학적으로 설명할 수 있는 것 - 기능성 관여 성분을 복수 포함하는 경우 당해 성분끼리의 상호작용의 유무를 확인하고, 상호작용이 인정되는 경우 판매하는 것의 적절성을 과학적으로 설명할 수 있는 것	

자료: 일본 소비자청(CAA)

[표 5.5] 일본 기능성표시식품 등록

일본 기능성표시식품 등록 절차	생산·제조 및 품질관리 체제 확립	생산·제조과정상 위생관리, 품질관리에 대한 안전성을 확보할 수 있는 체제를 만들고 이를 설명해야 함
	건강 피해 보고	건강 피해의 발생을 미연에 방지하고 피해가 확대되지 않기 위해 정보를 수집하고 보고하는 체제를 갖추어야 함
	신청 서류 준비	- 하기 두 조건 중 하나를 충족하여 표기하려는 기능의 근거를 설명해야 함 - 최종제품을 이용한 임상시험 실시(특정보건용식품과 동일한 수준) - 최종제품 또는 기능성 관여 성분에 관한 연구 리뷰(시스템마틱 리뷰) - 식품 표시 기준, 동 기준에 관한 통지 및 Q&A, ‘기능성 표시 식품의 신고 등에 관한 가이드라인’에 근거하여 포장 용기에 적절한 표시를 해야 함
	서류 제출	- 하기 자료를 일본 소비자청(CAA) 장관에게 신고해야 함 - 해당 식품에 관한 표시 내용 - 식품 관련 사업자명 및 연락처 등 사업자 기본 정보 - 안전성 및 기능성의 근거에 관한 정보 - 건강 피해 정보 수집 체제 - 기타 필요 사항
	제출 자료 확인	- 해당 제품 판매개시 60일 전까지 신고서와 관련 자료를 누락 없이 일본 소비자청(CAA) 장관에게 신고해야 함. 형식상의 불비가 있을 시 신고서 및 첨부 서류는 반송됨 - 제출번호 수령 후 일본 소비자청(CAA) 홈페이지 등에 정보를 개시해야 함 - 제출번호가 표시된 제품은 일본 식품 시장에서 판매가 가능함

자료: 일본 소비자청(CAA)

3. 일본 식물성 수액 라벨링

[표 5.6] 일본 식물성 수액 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 용량의 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 용량의 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, 용량이 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(아말), 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 'OO을 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 5.6] 일본 식물성 수액 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	6. 내용량	- 단위는 용량은 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

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

▶ 일본 식물성 수액 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[측면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일본어]

- ① AQUARIUS
- ② アクエリ阿斯
- ③ カロリーひかえめ

[앞면 - 국문]

- ① AQUARIUS
- ② 아쿠에리아스
- ③ 저칼로리

[측면 - 일본어]

- ① 品名：清涼飲料水
- ② 原材料：果糖ぶどう糖液糖、塩化Na、クエン酸、香料、クエン酸Na、アルギニン、塩化K、硫酸Mg、乳酸Ca、酸化防止剤(ビタミンC)、甘味料(スクラロース)、イソロイシン、バリン、ロイシン
- ③ 内容量：500ml
- ④ 賞味期限：キャップに記載
- ⑤ 保存方法：高温・直射日光を避けてください
- ⑥ 販売者：コカ・コーラ
カスタマーマーケティング
- ⑦ (株)東京都港区六本木6-2-31

[측면 - 국문]

- ① 품명：청량음료
- ② 원재료：과당포도당액당, 염화Na, 구연산, 향료, 구연산Na, 아르기닌, 염화K, 황산Mg, 젖산Ca, 산화방지제(비타민C), 감미료(수크랄로스), 이소류신, 발린, 류신
- ③ 내용량：500ml
- ④ 유통기한：캡에 기재
- ⑤ 보관방법：고습, 직사광선을 피해 주십시오
- ⑥ 판매자：코카콜라 커스터머마케팅
- ⑦ (주)도쿄도 미나토구 롯폰기 6-2-31

⑧ 国産 ⑨ 賞味期限右は製造所固有記号 ⑩ 内容液が変色する場合がありますが、品質には問題ありません。 ⑪ 衝撃を避けてください。容器破損・密封不良につながります。 ⑫ 凍らせないでください。容器破損、成分の分離・沈殿につながります。 ⑬ 開封後はすぐにお飲みください。 ⑭ 毎日当たる 応募期限：2024年12月29日まで ⑮ https://zko.jp/86o9d3 ⑯ リサイクルしてね いつもありがとう、またよろしくね ⑰ 25.03.12	⑧ 국산 ⑨ 유통기한 오른쪽은 제조소 고유기호 ⑩ 내용액이 변색되는 경우가 있습니다만, 품질에는 문제 없습니다. ⑪ 충격을 피하세요. 용기 파손 및 밀봉 불량으로 이어집니다. ⑫ 얼리지 마세요. 용기 파손, 성분 분리 및 침전으로 이어집니다. ⑬ 개봉 후에는 바로 드십시오. ⑭ 매일 당첨되는 응모기한: 2024년 12월 29일까지 ⑮ https://zko.jp/86o9d3 ⑯ 재활용 해주길 바라 항상 고맙고 또 잘 부탁해 ⑰ 25.03.12
[뒷면 - 일본어]	[뒷면 - 국문]
① AQUARIUS アクエリアス ミネラル アミノ酸 クエン酸 ② 栄養成分表示 (100ml당리) ③ エネルギー19kcal、タンパク質0g、脂質0g、炭水化物4.7g、食塩相当量0.1g、カリウム8mg、マグネシウム1.2mg / イソロイシン1mg、バリン1mg、ロイシン0.5mg	① AQUARIUS 아쿠에리아스 미네랄 아미노산 구연산 ② 영양성분표시(100ml당) ③ 에너지 19kcal, 단백질 0g, 지방 0g, 탄수화물 4.7g, 식염상당량 0.1g, 칼륨 8mg, 마그네슘 1.2mg / 이소류신 1mg, 발린 1mg, 류신 0.5mg

- ④ お客様相談室 0120-308509
ミネラルとはナトリウムのことです.**BCAA
- ⑤ プラ
キャップ、ラベル
- ⑥ PET
ボトル
- ⑦ 1本当たり 95kcal

- ④ 고객상담실 0120-308509
미네랄이란 나트륨을 말합니다. **BCAA
- ⑤ 플라스틱
캡,라벨
- ⑥ PET
보틀
- ⑦ 병당 95kcal

4. 일본 식물성 수액 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 ‘기타음료’에 적용되는 식품첨가물 검색 시 총 248건을 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 5.7] 일본 식물성 수액 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	판토텐산 칼슘	Calcium Pantothenate	칼슘으로서 식품의 1.0% 이하 (특별용도표시의 허가 또는 승인을 받은 경우에는 이에 한하지 않음)	모든 식품
2	차아염소산수	Hypochlorous Acid Water	일반사용기준 (최종식품 완성 전 제거)	
3	스테아린산 마그네슘	Magnesium Stearate	일반사용기준 (캡슐정제 등 통상적인 식품 형태가 아닌 식품 및 정과 이외의 식품에 사용해서는 안 됨)	
4	니코틴(산)아미드	Nicotinamide	일반사용기준 (식육 및 신선 수산물(고래고기 포함)에 사용금지)	
5	페놀류	Phenols	일반사용기준 (단, 일반적으로 독성이 강하다고 인정되는 것 제외, 착향의 목적 이외 사용금지)	
6	포타슘 노르빅신	Potassium Norbixin	일반사용기준 (다시마류, 식육, 신선 수산물(고래고기 포함), 차, 김류, 미역류에 사용금지)	
7	바닐린	Vanillin	일반사용기준 (착향의 목적 이외 사용금지)	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

일본에서 식품을 유통하기 위해서는 일본 후생노동성(MHLW)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 일본 식물성 수액에 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 5.8] 일본 식물성 수액 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	10ppb 이하	모든 식품
2	컴프리(지칭풀)	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 5.9] 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. 교무슈퍼(Gyomu Super)
2. 슈퍼타마데(Super Tamade)
3. 오케이스토어(OK Store)

Interview ①

25)

교무슈퍼
(Gyomu Super)

- 유형: 슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1985년에 설립된 슈퍼마켓 체인으로, FMCG(일용소비재)를 취급하고 있음
 - 자체 온라인 플랫폼과 오프라인 슈퍼마켓을 통해 전 세계적으로 유통하고 있음

담당자 정보

Store Manager

교무슈퍼(Gyomu Super)
Store Manager

Q. 현재 일본에서 대나무 수액 및 식물성 재료를 이용한 음료에 대한 트렌드는 어떠한가요? 최근 일본 소비자들이 선호하는 식물성 음료의 특성은 무엇인가요?

일본에서 대나무 수액 기반 음료는 매우 특수한 시장으로 분류됩니다. 대도시의 대형 슈퍼마켓에서는 쉽게 찾아보기 어렵지만, 일부 소규모 농장이나 약국에서 소규모 브랜드로 판매될 가능성이 있습니다. 이런 제품들은 주로 농부나 약사들이 직접 수작업으로 만든 경우가 많습니다. 일본의 식물성 음료 시장은 유제품 대체 음료를 중심으로 이루어져 있습니다. 아몬드, 귀리, 두유, 코코넛 우유 같은 음료와 주류를 이루며, 이 외에는 과일과 채소를 추출한 음료와 주를 이루고 있습니다.

Q. 일본 시장에서 고객사 제품과 유사한 대나무 수액 제품이나 대체품이 있다면 어떤 제품들이 있나요? 해당 제품의 특징은 무엇인가요?

현재 일본 시장에서는 고객사의 대나무 수액 제품과 유사한 제품은 거의 없습니다. 일부 농부들이 지역에서 직접 수작업으로 생산하는 작은 브랜드가 있을 수는 있지만, 대규모로 생산되거나 널리 유통되는 제품은 아닙니다. 대나무 수액은 영양이나 맛의 측면에서 매력적이지 않다고 여겨져 음료로 상용화되기 어려운 측면이 있습니다.

Q. 고객사 대나무 수액은 5-6월 봄 한철 대나무 수액을 채취하여 냉동 보관 후 500ml 플라스틱병에 담아 판매되는 제품입니다. 병당 10,000원 정도로 판매될 해당 제품은 약간의 단맛을 지니고 있으며, 차게 해서 음용하는 방식으로 섭취합니다. 해당 제품이 일본 소비자들에게 인기가 있을까요? 제품 경쟁력을 올리기 위해 어떠한 부분을 보완하면 좋을까요?

고객사의 대나무 수액 제품은 일본 시장에서 성공하기 어려울 수 있습니다. 10,000원이라는 높은 가격에 비해 명확한 제품 목표나 차별화된 가치 제안이 부족한 점이 가장 큰 이유입니다. 예를 들어, 음료의 명확한 목적이 '칼슘 보충'이라면, 일본 소비자들은 더 저렴하고 효율적인 대안(우유, 칼슘 보충제)을 선택할 가능성이 큼니다. 또한, 일본의 건강 음료 시장은 에너지 음료가 주를 이루며, 게토레이, 리포비탄, 레드불 같은 음료들이 인기를 끌고 있습니다. 이들은 단기간에 에너지를 공급하며, 다양한 건강 혜택을 강조하는 제품들입니다. 대나무 수액 음료가 이런 경쟁 제품들과 경쟁력을 가지기 위해서는 독창적인 판매 포인트와 명확한 소비자 타겟팅이 필요합니다. 따라서, 제품을 보완하기 위해서는 대나무 수액의 특별한 효능을 더욱 강조하거나, 일본 소비자들이 선호하는 '에너지'와 '건강'에 관련된 메시지를 추가하는 것이 필요합니다. 예를 들어, 피로회복이나 면역력 강화와 같은 기능성 음료로 재포지셔닝할 수 있으며, 동시에 가격을 합리적인 수준으로 조정하는 것도 고려할 필요가 있습니다.

Q. 고객사 제품의 유통기한은 냉동 보관 시 최대 1년까지 가능합니다. 대나무 수액 제품에 대해서 소비자가 기대하는 유통기한은 어떻게 될까요?

대나무 수액 제품의 경우, 시장에서 유사한 제품을 접해본 적이 없기 때문에 소비자들이 기대하는 유통기한을 정확히 알기 어렵습니다. 현재 수작업으로 제작된 소규모 브랜드의 경우 유통기한이 24시간을 넘지 않는 경우가 많으므로, 고객사 제품의 1년 유통기한은 확실히 큰 개선이라고 할 수 있습니다. 다만, 이런 제품에 대한 시장 수요가 명확하지 않다는 점도 고려해야 합니다.

Q. 대나무 수액 제품의 플라스틱병 포장에 대한 일본 시장의 반응은 어떨까요? 포장 형태를 개선하거나 변경할 필요가 있다면 어떤 방식이 좋을까요?

일본 시장에서는 최근 재활용과 폐기물 감소에 대한 관심이 높아져, 음료 포장은 종이팩으로 전환하는 추세입니다. 플라스틱병이 재활용 가능한 형태라면 큰 문제가 되지 않을 수 있지만, 그렇지 않다면 환경에 부담을 주는 요소로 인식될 수 있습니다. 종이팩으로 전환하는 것이 더 나은 선택일 수 있으며, 이는 소비자들의 환경에 대한 관심을 반영한 포장 개선 전략이 될 수 있습니다.

Q. 일본 내 대나무 수액을 포함한 식물성 수액은 주로 어느 유통채널에서 판매되나요? 고객사 제품에 추천하는 유통채널이 있나요?

현재 일본에서 대나무 수액을 포함한 식물성 수액이 주로 판매되는 유통채널은 알려진 바가 거의 없습니다. 그러나 제품이 시장성을 입증할 수 있다면, 슈퍼마켓이나 아시아 식품 전문점에서 판매될 가능성이 있습니다. 또한, 중국 상점이나 중국 레스토랑에서 무료 음료로 제공하는 방식으로 시장에 진입하는 것도 고려할 수 있습니다. 중국 요리와의 연관성을 통해 더 친숙한 소비자층을 공략할 수 있을 것입니다.

Q. 대나무 수액 제품이 일본 시장에서 판매되기 위해 필요한 인증이 있을까요? 또한, 통관 검역 관련해서 유의해야 할 사항이 있을까요?

대나무는 일본에서 흔히 사용되지 않는 재료로, 대나무 수액의 출처와 지속 가능한 생산 과정을 입증할 필요가 있을 수 있습니다. 따라서 대나무의 출처가 신뢰할 수 있고, 환경 친화적인 방식으로 생산되었음을 증명하는 지속 가능성 인증이나 마크를 갖추는 것이 중요할 것입니다. 또한, 통관 검역 시 오염 가능성이나 토지 개간 문제에 대한 서류 준비도 필요할 수 있습니다.

Interview ②

26)

슈퍼타마데
(Super Tamade)

- 유형: 슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1978년에 설립된 슈퍼마켓 체인으로, FMCG(일용소비재)를 취급하고 있음
 - 오사카 지역을 중심으로 운영되고 있음

담당자 정보

Customer Service

슈퍼타마데(Super Tamade)
Customer Service

Q. 현재 일본에서 대나무 수액 및 식물성 재료를 이용한 음료에 대한 트렌드는 어떠한가요? 최근 일본 소비자들이 선호하는 식물성 음료의 특성은 무엇인가요?

대나무 수액 음료는 일본에서 매우 희귀하며 상업적인 대나무 음료는 접해본 적이 없습니다. 식물성 음료에 대한 구체적인 인식이 부족하며, 과일 주스나 당근, 케일 주스 같은 채소 주스가 주요 식물성 음료로 인식됩니다.

Q. 일본 시장에서 고객사 제품과 유사한 대나무 수액 제품이나 대체품이 있다면 어떤 제품들이 있나요? 해당 제품의 특징은 무엇인가요?

대나무 음료와 가장 유사한 제품은 대나무 잎을 우려낸 차입니다. 고치현에서는 대나무 잎 차가 어느 정도 인기를 끌고 있으며, 이 차는 여름 향기가 나고 약간의 대나무 향과 부드러운 단맛을 지닌다고 합니다.

Q. 고객사 대나무 수액은 5-6월 봄 한철 대나무 수액을 채취하여 냉동 보관 후 500ml 플라스틱병에 담아 판매되는 제품입니다. 병당 10,000원 정도로 판매될 해당 제품은 약간의 단맛을 지니고 있으며, 차게 해서 음용하는 방식으로 섭취합니다. 해당 제품이 일본 소비자들에게 인기가 있을까요? 제품 경쟁력을 올리기 위해 어떠한 부분을 보완하면 좋을까요?

해당 제품의 가격은 매우 비싸서 프리미엄 제품으로 분류됩니다. 수요가 없는 새로운 제품을 10,000원 정도로 출시하는 것은 일본 소비자들에게 너무 비싸게 느껴질 수 있어 주목을 끌더라도 부정적인 반응을 초래할 가능성이 있습니다. 따라서 먼저 제품의 가격 책정 이유를 명확히 설명하고, 교육적인 마케팅 전략을 통해 소비자들의 이해를 돕는 것이 중요하다고 생각합니다.

Q. 고객사 제품의 유통기한은 냉동 보관 시 최대 1년까지 가능합니다. 대나무 수액 제품에 대해서 소비자가 기대하는 유통기한은 어떻게 될까요?

시장에 유사한 제품이 없어 유통기한에 대한 확실한 기준은 없습니다. 일반적으로 자연 식물 추출 음료는 보존제가 없으면 유통기한이 짧은 경향이 있으며, 알코올이 혼합되지 않은 상태라면 유통기한이 짧아질 수 있어 제품의 특성에 따라 소비자가 기대하는 유통기한은 다를 것이라고 생각합니다.

**Q. 대나무 수액 제품의 플라스틱병 포장에 대한 일본 시장의 반응은 어떨까요?
포장 형태를 개선하거나 변경할 필요가 있다면 어떤 방식이 좋을까요?**

일반적으로 일본에서 저렴한 음료는 플라스틱 병에 담기며, 10,000원 이상의 프리미엄 제품에는 유리병 포장이 더 적합하다고 생각합니다. 건강 음료라면 플라스틱 병도 괜찮지만, 주류라면 유리병이 더 적합할 수 있습니다.

**Q. 일본 내 대나무 수액을 포함한 식물성 수액은 주로 어느 유통채널에서
판매되나요? 고객사 제품에 추천하는 유통채널이 있나요?**

제품에 알코올이 함유되어 있다면 주류 매장이나 슈퍼마켓의 주류 코너에서 판매하는 것이 적합할 것입니다. 주류가 아니라면, 중국 요리와의 연관성을 통해 레스토랑에서 무료 음료로 제공하는 방식이나 온라인 유통채널을 통해 시장에 진입하는 것도 좋은 방법일 것입니다.

**Q. 대나무 수액 제품이 일본 시장에서 판매되기 위해 필요한 인증이 있을까요?
또한, 통관 검역 관련해서 유의해야 할 사항이 있을까요?**

유기농 인증이 있다면 고가의 가격을 정당화하는 데 도움이 될 것입니다. 제품이 왜 고가인지에 대한 명확한 설명을 위해 유기농 인증은 매우 중요한 역할을 할 수 있습니다.

Interview ③

27)

오케이스토어
(OK Store)

- 유형: 슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1958년에 설립된 슈퍼마켓 체인으로, FMCG(일용소비재)를 취급하고 있음
 - 가나가와에 본사를 두고 있으며, 자체 온라인 플랫폼을 운영하고 있음

담당자 정보

Product Manager

오케이스토어(OK Store)
Product Manager

Q. 현재 일본에서 대나무 수액 및 식물성 재료를 이용한 음료에 대한 트렌드는 어떠한가요? 최근 일본 소비자들이 선호하는 식물성 음료의 특성은 무엇인가요?

대만에서 대나무 음료를 본 적은 있지만, 일본에서는 아직 시장에 잘 알려져 있지 않습니다. 화장품이나 미용 제품에는 대나무 성분이 사용되지만, 음료 시장에서는 아직 자리 잡지 못한 상태입니다.

Q. 일본 시장에서 고객사 제품과 유사한 대나무 수액 제품이나 대체품이 있다면 어떤 제품들이 있나요? 해당 제품의 특징은 무엇인가요?

일본에서는 대나무 음료를 본 적이 없으며, 중국 음식점에서 대나무 술 정도를 접한 기억이 있습니다. 일본 제품으로는 유사한 제품이 거의 없는 상황입니다.

Q. 고객사 대나무 수액은 5-6월 봄 한철 대나무 수액을 채취하여 냉동 보관 후 500ml 플라스틱병에 담아 판매되는 제품입니다. 병당 10,000원 정도로 판매될 해당 제품은 약간의 단맛을 지니고 있으며, 차게 해서 음용하는 방식으로 섭취합니다. 해당 제품이 일본 소비자들에게 인기가 있을까요? 제품 경쟁력을 올리기 위해 어떠한 부분을 보완하면 좋을까요?

이 제품이 술이라면 가격이 이해되지만, 단순 음료로는 매력적이지 않을 수 있습니다. 제품의 핵심 가치를 더 분명히 해야 하며, 예를 들어 칼슘 보충제 역할을 강조할 수 있지만, 일본 시장에서 임신부나 노년층만을 겨냥하는 것은 한계가 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품의 유통기한은 냉동 보관 시 최대 1년까지 가능합니다. 대나무 수액 제품에 대해서 소비자가 기대하는 유통기한은 어떻게 될까요?

냉장 보관 음료의 경우 1년 정도가 일반적이며, 실온 보관 시 최대 한 달 정도가 적당하다고 생각합니다. 1년의 유통기한은 충분히 괜찮아 보입니다.

Q. 대나무 수액 제품의 플라스틱병 포장에 대한 일본 시장의 반응은 어떨까요? 포장 형태를 개선하거나 변경할 필요가 있다면 어떤 방식이 좋을까요?

플라스틱 병에 대한 반응은 부정적일 것입니다. 대나무 수액처럼 신선하고 자연에서 온 제품은 친환경적이고 청정한 이미지를 연상시켜야 하는데, 플라스틱 병은 이런 이미지와 맞지 않습니다. 환경을 생각한다면, 유리병이나 종이팩과 같은 친환경적인 포장이 더 적합할 것입니다.

Q. 일본 내 대나무 수액을 포함한 식물성 수액은 주로 어느 유통채널에서 판매되나요? 고객사 제품에 추천하는 유통채널이 있나요?

새로운 제품은 오프라인에서 시식 이벤트를 통해 홍보하는 것이 좋습니다. 소비자들이 직접 제품을 시도해보고 반응을 얻을 수 있으며, 이를 통해 제품의 초기 시장 진입이 수월해질 것입니다. 이후 긍정적인 반응을 얻으면 유통채널을 확대할 수 있습니다.

Q. 대나무 수액 제품이 일본 시장에서 판매되기 위해 필요한 인증이 있을까요? 또한, 통관 검역 관련해서 유의해야 할 사항이 있을까요?

이 제품이 술인지 음료인지에 따라 관련 절차가 다릅니다. 만약 알코올 함량이 있다면, 주류로 분류되어 주류에 필요한 별도의 인증 절차를 거쳐야 하며, 보건복지부의 검사를 통과해야 합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Non-Alcoholic Drinks - Japan', 2024.09
2. 식품음료신문, '2023 상반기 일본 음료 시장 '건강·기능성' 강조', 2023.07
3. 스태티스타(Statista), 'Bottled Water - Japan', 2024.09
4. 한국경제, '한중일, 음료 입맛도 '제각각'...中은 주스·日是 생수·한국은?', 2023.10
5. KATI농식품수출정보, '일본, 기존 음료 브랜드의 따뜻한 생수 판매시작', 2022.12
6. 스태티스타(Statista), 'Sales distribution of the non-alcoholic beverages market in Japan in 2023, by sales channel', 2024.04
7. aTFIS식품산업통계정보, '식품산업통계정보 소매 POS', 2024.07
8. 농림축산식품부, '2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드', 2023
9. aT한국농수산식품유통공사, '주요국 식품원료 및 첨가물 승인·관리제도', 2023
10. aT한국농수산식품유통공사, '2023 농식품 수출국가 정보조사 (일본)', 2023
11. aT한국농수산식품유통공사, '2023년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건 현황', 2023
12. 일본 소비자청(CAA), '식품 표시 기준에 따른 통지', 2015

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. 식품음료신문 (www.thinkfood.co.kr)
4. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
5. 한국경제 (www.hankyung.com)
6. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
7. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.co.jp)
8. aTFIS식품산업통계정보 (www.atfis.or.kr)
9. 미츠코시이세탄(Mitsukoshi Isetan) (cp.mistore.jp)
10. 재팬가이드(Japan Guide) (www.japan-guide.com)
11. 다이마루마츠자카야백화점(Daimaru Matsuzakaya Department Store) (dmdepart.jp)
12. 인터컨티넨탈백화점 그룹(Intercontinental Group of Department Stores) (www.igds.org)
13. 아마존 일본(Amazon Japan) (www.amazon.co.jp)
14. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
15. 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central) (sellercentral.amazon.com)
16. 라쿠텐관리자서버(RMS) (glogin.rms.rakuten.co.jp)
17. 라이프(Lifecorp) (www.lifecorp.jp)
18. 구글맵(Google Maps) (www.google.com/maps)
19. 맥스밸류(MaxValu) (www.mv-tokai.co.jp)
20. 홋카이도가이드(Hokkaido Guide) (hokkaidoguide.com)
21. 일본 관세청 (www.customs.go.jp)
22. 일본 후생노동성(MHLW) (www.mhlw.go.jp)
23. 일본 소비자청(CAA) (www.caa.go.jp)
24. 일본 식품화학연구진흥재단(FFCR) (www.ffcr.or.jp)
25. 관세청 (www.customs.go.kr)
26. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
27. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
28. aT한국농수산식품유통공사 (www.at.or.kr)
29. FTA포털(Yes FTA) (www.customs.go.kr/ftaportalkor/main.do)
30. 교무슈퍼(Gyomu Super) (www.gyomusuper.jp)
31. 슈퍼타마데(Super Tamade) (www.supertamade.co.jp)
32. 오케이스토어(OK Store) (ok-corporation.jp)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.09.27

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