

제2 절 막걸리

1. 통관제도

가. 통관 관련 서류

- ① 인보이스
- ② 패킹리스트
- ③ 보험명세서
- ④ B/L
- ⑤ A/N
- ⑥ 원산지증명서 (원료의 원산국에 따라 다름)
 - 특혜수입국 으로부터의 수입은 특혜관세의 적용을 받을 경우가 있으므로 세관에 반드시 확인이 필요하다.
 - 특혜관세율의 적용을 받는 경우는 현지로부터 수출시에 현지국에 대해 발급되는 「특혜 원산지 증명서」를 취득할 필요하며, 총금액의 20만엔
 - ※ 대부분의 제조업체에서 국산 원료를 사용하므로 원산지 증명은 특별히 문제시 되고 있지 않다.
- ⑦ 성분표/공정도/시험성적서
- ⑧ 식품 등의 수입신고서

나. 관세 및 주세

1) 관세

- 일본으로 수입되는 막걸리의 경우 거의 리큐르로 분류되면 1리터당 42.4엔의 관세가 부과됨

형태	HS CODE	관세(엔/L 당)		
		기본	WTO 협정	특혜 세율
리큐르	2006.00.229	43.1	42.4	30.8

2) 주세

- 리큐르 및 기타양조주에 관한 주세율은 아래와 같으며(주세법 23조) 42.4엔의 관세 이외에 1리터당 80엔의 주세가 부과됨

구분	주류의 구분	알코올 분(도수)등	1kl당 세율 /엔
양조주류	청주	-	120,000
	과실주	-	80,000
	기타양조주	-	140,000
합성주류	합성청주	-	100,000
	미린	-	20,000
	감미 과실주 리큐르	13도 이상	120,000엔에 12도를 1도씩 추가 시 10,000엔 가산
		13도 미만	120,000

* 조세특별조치법 제87조 2항

다음 품목 중 발포성이 없는 주류로서, 알코올 성분 13도 미만의 것(리큐르는 12도 미만의 것)에 대해서는 상기 표과 상관없이 다음 세율을 적용한다.

연속식증류 소주	○ 9도 이상 13도 미만(80,000엔에 8도에서 1도씩 추가시 10,000엔 가산) ○ 9도 미만(80,000엔)
단식증류소주	
위스키	
브랜디	
스피리치	
리큐르	

다. 주세의 면허

- 주류의 경우에 있어 일본내 수입에 제한은 없으나 판매를 실시하기 위해서는 주세법에 근거하여 관할 세무서장에게 면허를 받아야만 함

○ 주류 면허 종류 및 판매 범위

구분	판매형태	판매범위	제 한
수입주류 도매업 면허	도매	주류판매업자, 주류제조업자	-
일반주류 소매업면허	소매	모든 주류 소매업자	통신판매
통신판매주류 소매업 면허	통신판매 소매	2개 도도부현 이상의 광범위 소비자를 대상으로 인터넷 카달로그 송부 등의 방법의 의한 소매	○ 전 회계연도 대비 품목당 과세 이 출수량이 모두 3천킬로리터 미만 의 제조자가 제조하는 국산주 ○ 수입주류

○ 신청자격 및 요건

- 주류에 대한 충분한 지식을 갖춘 자
- 경영능력 및 판매 능력을 가진다고 인정된 자
- 상기의 자가 주체가 되어 조직된 법인
- 주세법에서 규정되고 있는 면허요건을 갖춘 자

- 알코올 음료의 범위 : 알코올 함유량으로 분류되며 관세법상으로는 0.5%이상, 식품위생법 및 주세법상으로는 1% 이상 올코올 음료로 분류됨

라. 통관 시 주의 사항

통관시 문제가 되어 억류된 사례는 현재까지 보고 된 것은 없으나, 용기의 개폐 입구에 문제가 생겨 메이커 자체에서 수입을 중단 하거나 반품한 사례가 있다. 특히, 뚜껑 부분에서 미세하게 누수가 되어 용기 외벽에 흘러 곰팡이가 발생한 사례가 있었으나 이 문제 또한 메이커의 빠른 대응으로 뚜껑부분을 개선하였다.

2. 검역제도

- 알코올음료를 수입하는 경우 「식품 등 수입신고서」를 그 화물이 통관 하려고하는 장소를 관할하는 검역소 「수입식품 감시담당창구」에 제출해야 함. 특히 식품첨가물의 사용기준에 주의가 필요하며, 막걸리의 경우 단맛을 내기위해 첨가물이 사용되기도 하는데 사용되는 첨가물이 규제 대상인지 아닌지 반드시 확인 해 둘 필요가 있음

- 검역소에서 위생 검사가 불요로 여겨진 것은 「신고제」를 도입하면서 자발적인 신고를 마치면 수입신고서에 신고가 완료 되었다는 취지의 스탬프와 함께 위생 검사에 합격한 취지의 스탬프가 날인되어 그 사본이 반환됨
- 2006년 5월 포지티브리스트제도(식품위생법 제 11조 제3항)가 시행되고 있으므로 원재료가 주로 쌀인 점을 감안하여 주의가 필요
- 또한 후생성에서는 임의 검사를 위해 유통되고 있는 주류를 대상으로 일정한 샘플을 취하여 검사 후 신고한 수치를 넘거나 신고하지 않은 첨가물이 검출 되었을 때는 벌금을 적용하고 있으니 각별히 주의 필요

3. 표기사항

가. 의무 표시사항

- 막걸리는 제조 공정에 따라 리큐르(リキュール) 또는 기타 양조주로そのたの醸造酒)의 분류가 일반적이다.
- 식품위생법에 따르면 「명칭」 「알코올 분(도수)」 「수입자 이름」 「영업소의 소재지」 「사용한 식품 첨가물」 등을 소비자가 보기 쉽게 표시하는 것이 수입자에게 의무화 되어 있다.
- 특히 「미성년자」 음주 방지를 위해 주류 용기 또는 포장에 「미성년자의 음주는 법률로 금지 되어 있습니다」라는 표시를 하지 않으면 안 된다.

나. 라벨 표시방법

- 표시 사항의 위치는 용기 또는 포장의 보이기 쉬운 곳에 식별이 용이한 방법으로 표시하여야 한다.
- 알코올음료 등의 식품 표시의 폰트 크기는 6포인트 이상이며, 면적이 아무리 협소하여도 최소 7포인트로 표시하여야 한다.

1) 제품명칭

개인의 경우 제품명을 표시하지 않으면 안 된다. 기본적으로 서체는 해서체 또는 고딕체 「한자」 「히라가나」 「카타카나」로 표시하지 않으면 안 된다. 단, 명칭의 경우 읽는 법을 「히라가나」 「카타카나」로 표시하는 경우에 한해, 해당명칭의 상업등기법에 의해 등기 되어 있는 문자의 종별에 따를 수 있다.

2) 원재료명

원재료와 포장재질의 경우, 실제 제품이 완성 되었을 때 함유량이 많은 순서대로 기재하도록 하고 있다.

3) 용량

「L」 「ml」 「ℓ」 「mℓ」 「リットル/리터」 또는 「ミリリットル/밀리리터」라고 표시하지 않으면 안 된다.

4) 주류의 품목

폰트의 크기는 용기의 용량에 따라 명료하게 판독이 가능한 크기 및 서체로 표기한다. 색상은 용기의 전체적인 색과 비교하여 선명하게 표기한다.

■ 폰트 크기 ■

(P : 폰트)

문자수	2문자	3문자	4문자
3.6리터이상	42P / 초호	26P / 1호	26P / 1호
1.8리터이상 3.6리터이하	26P / 1호	22P / 2호	16P / 2호
1.0리터이상 1.8리터이하	22P / 2호	16P / 3호	14P / 3호
360ml이상 1.0리터이하	16P / 3호	14P / 4호	10.5P / 4호

■ 표시 장소 ■

용기종류	표시위치
병	동체, 견부 또는 구두부
캔	동체 또는 두부
통(나무통 등)	동체 또는 술통의 뚜껑

■ 주류 구분 표시 범위 ■

	구분 표시 범위
리큐르	- 강장제, 영양제 기타 약제 또는 그 침출액을 원료의 일부로 사용한 경우 「藥味酒」 또는 「藥用酒」 표시해도 무방하다. - 쌀 또는 쌀누룩 청주, 간장, 미린 또는 알코올을 첨가하고 여기에 물을 추가하여 으깨서 걸러낸 것의 경우 「白酒」라고 표기하여도 무방하다.
기타 양조주	- 쌀, 쌀누룩 및 물을 원료로 하여 발효시킨 것으로 여과하지 않은 것은 「濁酒」라고 표기하여도 무방하다.

5) 알코올 도수

세율 구분에 따라 다음의 표기 방법 중 선택하여 표기하지 않으면 안된다.

예) 6도이상 8도미만의 경우

- ① 6도이상 8도미만 ② 6.0도이상 7.9도 이하 ③ 6도
④ 6%이상 8%미만 ⑤ 6.0%이상 7.9%이하 ⑥ 6%

기타양조주의 경우 알코올성분 ± 1 도의 범위 내에서 「알코올도수 ○○도」 표시하여도 무방하다.

6) 유통기한 : 기재 장소를 상세히 기재한다.

예) 枠外上部に記載(上:製造日、下:賞味期限)

상부에 기재(상:제조일, 하:유통기한)

7) 보존방법 : 보존 방법을 표시한다.

예) 要冷蔵の為、冷蔵庫にて保存して下さい。

냉장보관을 요하므로 냉장고에 보관해 주십시오

8) 원산국 : 원산지를 표시한다.

예) 韓国 /한국

9) 수입자 : 수입자/판매자 주소와 연락처를 기재한다.

예) 美味マッコリ株式会社 (수입자명)

東京都新宿区大久保1-1-1 (주소)

TEL: 03-3333-5555 (수입자의 연락처)

10) 미성년자의 음주 방지

주류의 용기 또는 포장에 「미성년자의 음주는 법률로 금지되어 있다」는 표시를 해야 한다. 폰트는 6포인트(360ml 이하의 용기에 있어서는 5.5포인트)이상 크기의 일본어로 표기하여야 한다.

※ 업무용, 내용량이 50ml이하의 조미료용 또는 약용으로 인정 된 것은 생략가능

11) 자원유효이용 촉진법 등의 표시

알코올 음료 등의 주류에 관해서는 알루미늄캔, 스틸캔, 패트병은 재료 식별표시가 의무화 되어 있음

				
알루미늄	스틸캔	종이용기	플라스틱(캡 등)	열가소성 플라스틱 수지

12) 부당경품류 및 부당표시 방지

과대한 경품첨부 판매나 소비자에게 오인될 우려가 있는 과대 허위 표시 등이 금지 되고 있다.

법적의무를 가지는 않지만 수입위스키 및 수입맥주의 경우는 공정경쟁 규약이 별도로 정해져 있어 준수 하도록 지도가 이루어지고 있다.

13) 유기식품의 검사인증제도

유기식품의 검사 인증 제도에 의해 유기 JSA 규격에 적합하지 않으면 「유기」 「오가닉」 등의 표시는 금지되어 있다.

다. 표시사항 사례



4. 기타사항(수출확대 방안 등)

□ 2012년 이후 막걸리 시장 전망

- '12년 1월부터 삿포로의 “CJ오이시이 캔막걸리”의 시장참여, 선토리의 “서울막걸리”의 저알콜(6도→3도) 제품 등장 등 신제품 발매에 따른 분위기 반전을 도모하였으나 2012년 막걸리 시장은 지속적인 침체분위기
- 2010년부터 2011년까지 막걸리는 한류붐에 편승하는 한편 항상 새로운 아이টে을 원하는 일본 소비자에게 신선한 소재로 다가와 선풍적인 인기를 끌었으나 2012년에 들어서 소비자들의 반응이 식은 것이 가장 큰 요인인 것으로 보임
- '11년도 시장규모의 급격한 확대에 따른 충수요의 정체와 전년도 막걸리의 신장세가 워낙 컸던 것도 한 요인일 수 있을 것이라는 의견

- 막걸리는 하나의 유행상품으로 유행당시 소비자의 관심도가 높아졌으나 최종 소비자들의 재구입으로 이어지는 경우가 많지 않았던 것이 침체의 하나의 요인으로 생각되며, 고정 수요층 확보를 위한 막걸리의 음용방법, 어울리는 음식 등 정보제공 및 홍보가 부족한 측면도 있었을 것으로 분석
 - 추하이, 맥주 등 고정 소비자들이 막걸리 음용 후 친근감, 호감도가 높은 기존 제품(추하이, 맥주 등)으로 회귀, 이동 등
- 선토리 등 주요 대기업은 막걸리 관련 TV CM 등 특별한 자극이 없으면 내년도는 금년수준보다 더 하락할 가능성 있다고 예상
 - 막걸리가 안팔리는 것이 아니라 붐이 사라진 것뿐이며 소비는 일정기간 지속 감소할 것으로 예상하나 막걸리 자체가 자취를 감추는 일은 없을 것으로 전망
- 막걸리는 유행을 타는 술로서 아직 일본시장에 아직 기반이 확고하지 않아 지속 구입이 가능한 유저들의 발생을 위해서는 더욱더 일본 시장에 대한 홍보·선전 등을 통해 기반확대를 도모할 필요가 있다는 것이 전반적 업계의견

□ 한국 막걸리 소비촉진 및 시장 확대를 위한 마케팅 제안

- 어울리는 일본요리 등 “食”과 연계한 막걸리 TV CM 제작
 - 한국요리 뿐만아니라 일본의 타코야끼, 오코노미야끼, 야끼토리 등 일본 가정에서 흔히 접할 수 있는 요리와 막걸리(각테일 포함)를 연계한 파티 모습 등을 TV CM으로 제작·방영
 - 일본 음식과도 잘 어울려 일반 가정에서 손쉽게 접할 수 있는 점 강조하여 가정소비용 구매의욕 고취
- 유통업체 바이어와 및 일반인(온라인 파급효과가 큰 파워블로거 등) 대상 일본 수출 막걸리 제조업체 시음·관광 투어 기회 제공
 - 유통업체 바이어, 벤더 등 한국 막걸리 생산 공장 견학 및 생막걸리 시음 등 한국산 막걸리 적극 도입 계기 마련
 - 일반인 대상 막걸리 시음 확대를 위해 실제 일본 유통되고 있는 막걸리 제조 공장방문을 통한 시음활동, 음용방법 소개 및 막걸리와 어울리는 요리 소개로 블로그 게재, 트위터, 구전 등을 통한 파급효과, 정보전달 기대

- 지방 중소도시 막걸리 시음활동 강화 및 홍보
 - 수도권 및 대도시 중심으로 막걸리 인지도는 많이 상승하였으나 지방 도시는 아직도 막걸리에 대한 인지도가 낮아 지방 도시 시음행사 개최 등 홍보강화를 통한 전국적 소비 기반 확대 및 저변화 유도
- 막걸리의 인지도 확대를 위한 다양한 프로모션 전개
 - 막걸리를 한국의 전통주로 인식하고 있는 등 인지도는 상승하였으나 실제로 음용한 경험이 없는 경우가 많아 판촉전, 재외공관 연계 홍보행사 등 각종 홍보행사에 일반인 상대 적극적 시음·판촉 강화
 - 막걸리 칵테일 제조·음용방법 소개, 막걸리 유래 등 쿠비카케(용기 병목에 걸 수 있도록 된 홍보물) 제작·배포를 통한 일반인 대상 정보전달 등
- 막걸리에 대한 효능 등 객관적인 연구자료 확보 및 마케팅 활용
 - 한국식품연구원 ‘막걸리에서 항암성분인 파르네솔을 발견’ 등 과학적 신뢰에 근거한 연구 강화 및 자료 확보 등을 통한 효능·효과 홍보 등

〈자료원 및 관련 웹사이트〉

- 세관 : <http://www.customs.go.jp/>
 - 관세법, 관세정률법, 관세 잠정조치법
- 재무성 국세청 주세과 단체 기업계 : <http://www.nta.go.jp/>
 - 주세법, 주세의 보전 및 주류업 조합에 관한 법률
- 소비자청 : <http://www.caa.go.jp/index.html>
 - 식품표시에 관한사항 JAS법
- 경제산업성 환경기술 환경국 리사이클 추진과 : <http://www.meti.go.jp>
 - 자원 유효이용 촉진법(리사이클법)
 - 용기포장 리사이클법
- 후생노동성 의약식품국 식품안전부 기획정보과 : <http://www.mhlw.go.jp/>
- 주세법 : <http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S28/S28HO006.html>
- 주세법 시행령 : <http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S37/S3SE097.html>
- 농수산물무역정보 : <http://www.kati.net/>