

# 일본 소비세 증세에 따른 한국농식품 수출영향분석

2014. 3. 17

 **한국농수산물유통공사**  
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation  
**오사카aT센터**

# 일본 소비세 증세에 따른 한국농식품 수출영향분석 (요약)

## 정보조사 배경

일본이 경제활성화를 위해 14년 4월 소비세를 5% → 8%, 15년 4월 10%로 증세를 예정함에 따라 식품 가격 상승과 소비수요 감소가 예상되는바, 소비세 증세가 한국 농식품 수출에 미치는 영향을 조사 분석하여 그에 대한 대책을 강구하고자 함

## 일본 식품시장영향 전망

### 증세전

- ✓ 식용유, 간장, 생수, 컵라면, 냉동식품, 통조림류의 저장성 높은 품목 수요 증가
- ✓ 모든 유통업체에서 “증세 전 대량구매 특별판촉” 실시로 단기 소비는 증가

### 증세후

- ✓ 가격 상승으로 인해 가공식품 전반에 구입기피현상 발생
- ✓ 가격에 관계없이 반드시 구입해야 하는 신선식품류는 상대적으로 영향 적어
- ✓ 저가격 지향을 위해 대형유통업체의 PB상품 구성비 대폭 확대 예상
- ✓ 가격 유지를 위해 원재료 및 내용량 조정 등을 통한 원가구조 개선 확대
- ✓ 원가절감을 위해 자국산 원료의 수입산 전환 증가 전망
- ✓ 중간 유통비용 절감을 위한 통신판매 판매율 급증 전망

## 한국산 농식품 수출의 영향

### 신선식품

- ✓ 생활 필수 식품인 파프리카, 토마토, 딸기 등 신선품은 중장기적으로 영향이 크지 않을 것으로 전망

### 가공식품

- ✓ 가격경쟁력이 있는 제3맥주와 일부 음료, 소주 등은 단기적 매출확대 전망
- ✓ 김치, 막걸리, 유자차, 라면 등 가공식품 중 가격경쟁력이 취약하거나 구입빈도가 적은 제품은 더욱 수요가 감소할 것으로 전망

## 한국산 농식품 수출확대 대책

### 단기

- ✓ PB상품으로 공급 중이거나 공급 가능한 제품에 대한 바이어 거래알선 확대
- ✓ 증세 전 저장성이 높고 대량 판매가 가능한 맥주, 음료, 라면 등에 대한 판촉 강화

### 중장기

- ✓ 일본 대형유통업체와 PB상품 및 자체 제조 간편조리식품 공동개발 기획
- ✓ 냉동김치, 냉동떡볶이 등 업무용 냉동식품 개발을 통한 식재료 시장 진출 확대
- ✓ 통신판매 확대를 위한 온라인 마켓 연계 판촉 확대
- ✓ 가공식품 내용물 조정 및 수입산 원재료 확대에 대응한 농식품 원료 수출 확대

## < 목 차 >

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| I. 일본 식품시장 현황                  | 1  |
| 1. 일본 경제 동향                    | 1  |
| 2. 일본 식품시장 동향                  | 5  |
| II. 소비세 증세에 따른 일본 식품시장 전망      | 10 |
| 1. 2014년 4월 소비세 증세에 따른 영향 분석   | 10 |
| 2. 소비세 증세에 따른 일본 식품업계 대응 현황    | 11 |
| III. 소비세 증세에 따른 한국 농식품 대일수출 영향 | 14 |
| 1. 수입 식품시장의 영향                 | 14 |
| 2. 한국 농식품의 영향                  | 15 |

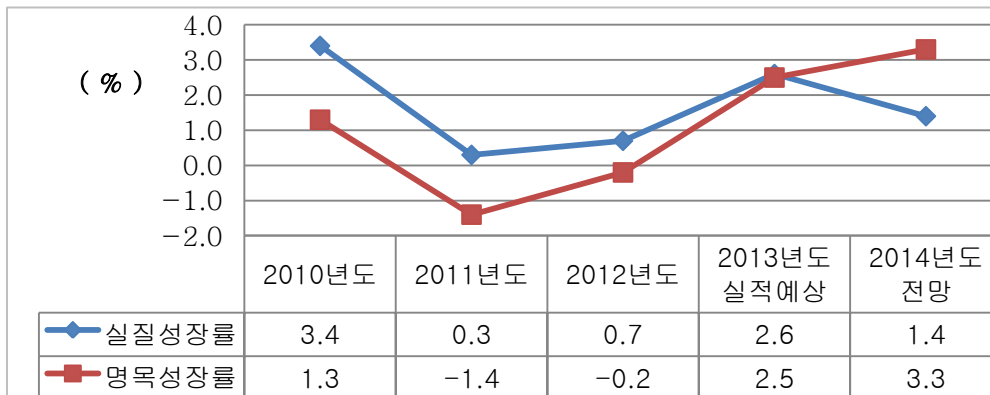
# I. 일본 식품시장 현황

## 1. 일본 경제 동향

### 1) 최근 일본 경제 동향

- 일본은 장기경제 불황을 타계하고자 아베정권에 의한 엔저정책을 기조로 수출확대와 물가상승 유도를 통한 개인소득 증대라는 경제활성화 정책을 펴고 있으며, 그 일환으로 ‘14년 4월 소비세 8%로 증세, 이어서 ‘15년 4월 10%로 증세를 계획
- ‘14년도의 경제 전망은 소비세 인상에 따른 증세 전 대량구매에 대해 “주의 필요”라고 발표하면서도, “견실한 내수로 인한 경기회복이 예상되어 경기회복이 점점 실현”이라고 발표(‘14년 1월 일본정부 발표)함.
- 실제로, ‘13년 3분기 GDP 1차 속보치에서 개인소비나 설비투자 등을 바탕으로 상승기조이며 실질성장률 증가를 보이고 있으며, 소비세 증세를 앞두고 단기적으로 구매상승 효과로 일본의 전 산업으로 경제확대 효과를 보이고 있음.

### [ 일본 국내 총생산 동향 ]



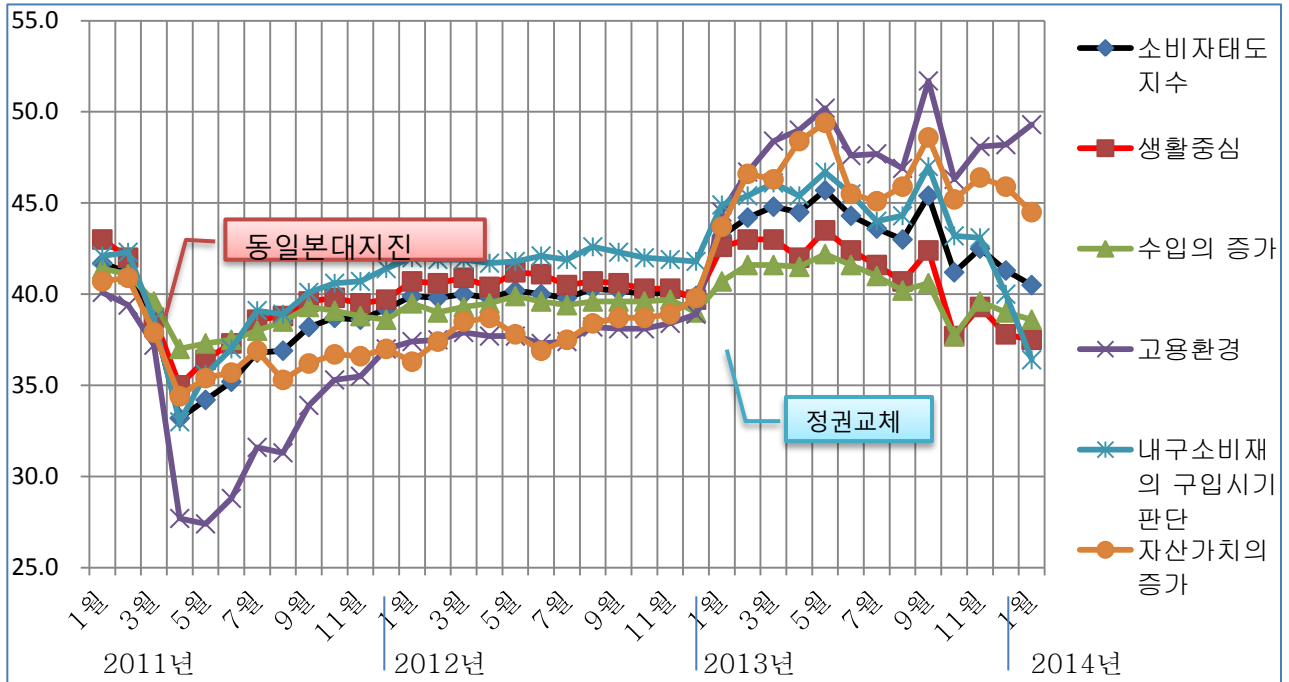
⇒ 내수 중심의 경기회복 궤도는 소비세 증세 후에는 내수 감소가 예상됨

- 2014년 2월에 일본 내각부에서 발표한 2013년 제 3분기의 GDP 제 1차 속보에서는, 실질성장률은 계절 조정치(계절별 경제동향을 반영한 값)로 전 사분기 대비 +0.3%, 연율 +1.0% (해당분기의 성장률로 1년간 지속되었다고 가정한 값) 로 개인소비나 설비투자 등을 바탕으로 한 안정적인 내수(국내 수요)가 전 4분기 연속 상승을 이끌었으나, 수출의 부진에 따른 영향으로 외수(국외 수요)가 크게 줄어듬.
- 실질 GDP성장률에 대한 내수, 외수의 기여도를 보면, 소비세증세 전의 구매급증의 영향으로 내수가 +0.8포인트가 되었으나, 외수는 -0.5포인트로 2분기 연속으로 하락하는 요인이 되었음.
- 내수의 기여도는 개인소비, 설비투자, 주택투자 등의 공동투자도 플러스 요인으로 작용하여, 이번 분기의 GDP는 수요 기여로 4분기 연속 플러스 성장을 이루었음. 그러나, 외수가 약해진 영향으로, 2분기 연속으로 1%대(연율)의 실질성장률에 그쳤음.
- 현재 내수를 중심으로 한 경기회복 궤도(곡선)를 유지하고 있지만, 소비세증세 후에는 내수 감소가 예상됨. 경기가 나빠지는 것을 최소한으로 하기 위해, 2013년도 보정(추가)예산을 2월 6일에 결의, 경기회복에 즉효성이 있는 공공사업이 주축이 되어있으나, 정부의 계획대로 소비세증세 직후 효과를 나타낼지 관심이 모아지고 있음.

## 2) 아베노믹스와 일본 소비동향

- 소비세 증세 전 1개월을 기점으로, 내구소비재 (가구,가전) 뿐만 아니라 식품과 일용품에 있어서도 대량구매로 소비증가가 예상되나, 증세 후에는 반동으로 수요감소가 예상되기에 소비확대를 위한 방안이 강구되고 있음. (I 유통업체 바이어)
- ➔ '12년 말 소비세증세 여파대책과 중장기적인 경제대책 관련 5.5조엔 예산 편성
- ➔ 소비확대는 실질적인 임금인상, 고용환경 개선이 전제되어야 하므로 효과 불투명

## 소비자태도지수, 소비자의식지표의 추이

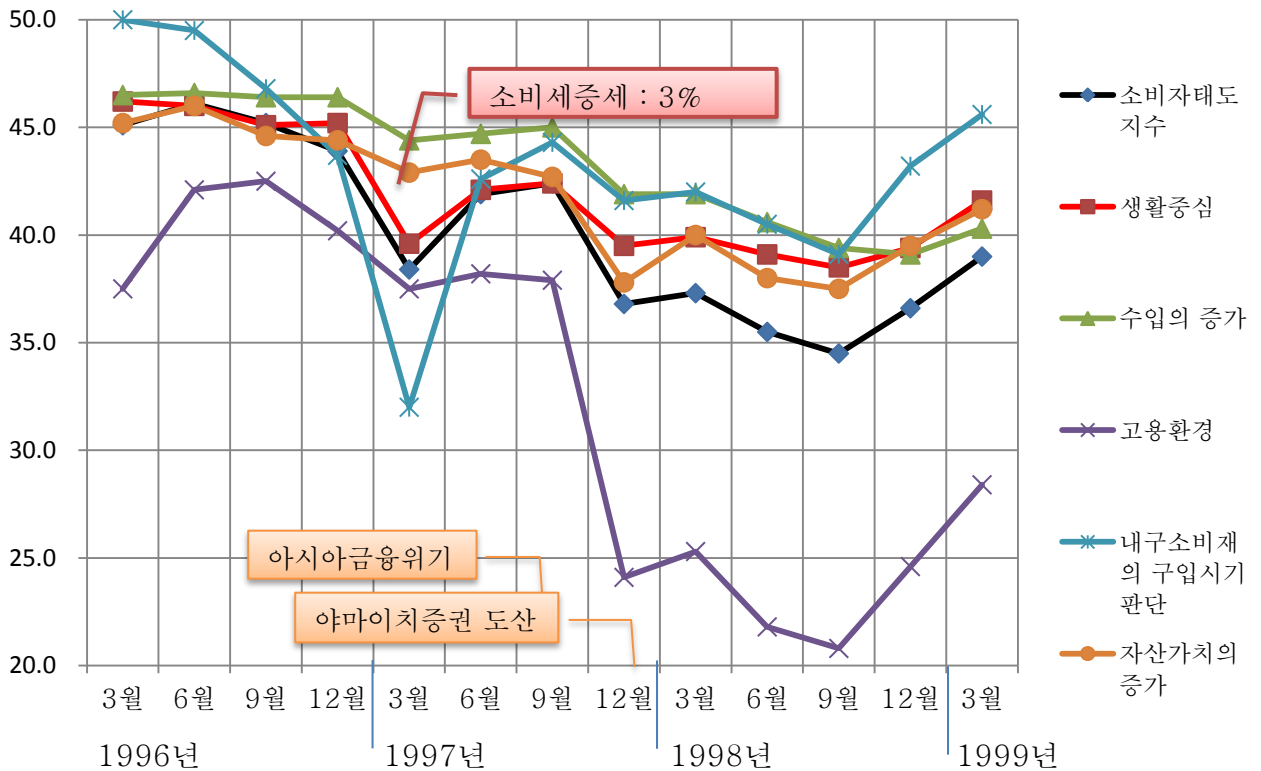


출처: 내각부 [소비동향조사]

- 일본 내각부 발표 소비자생활지수와 소비자의식지표의 추이에 있어서 리먼쇼크에서의 회복 직후 동일본대지진 발생으로 일본국내 경제는 큰 타격을 받았음.  
소비자태도지수를 구성하는 소비자의식지표(생활중심, 수입의 증가, 고용환경, 내구소비재의 구입시기판단, 자산가치의 증가)가 크게 떨어지고 있음.
- 그 후에는 소비경향의 개선과 함께 2011년 3분기에는 대지진 전의 수준으로 회복했음.  
대지진 후의 회복은 공중파방송에서 디지털방송으로 전환함에 따른 특수, 경차보조금지원 등에 따른 자동차구입 증가 등의 기여로 반내구재와 내구소비재의 소비지출의 증가를 보임.
- 서비스에 있어서도 대지진 이후의 완만한 회복을 보이며 2012년에 접어들면서 대지진 전의 수준까지 회복했음.
- 2012년 말에 발족한 아베정권 교체 이후에는, 아베노믹스(아베총리의 경제정책)효과에 대한 기대감으로 인해 상승기조를 나타내고 있음. 그러나 전기요금과 휘발유 등의 가격인상이 가계를 압박하는[물가상승]과, 5~6월의 주가급락을 맞아 6월에서 8월까지 3개월간 주가지수가 떨어지고, 10월에는 관동 태풍피해로 소비자심리가 악화되었으며, 상여금의 감소가 계속된 영향으로 큰 폭 하향세를 보이고, 11월에는 반등세를 나타내었지만, 12월에는 다시 악화되었음. 12월의 지수하락은 '14년 4월의 소비세증세에 대한 경계심에서 내구소비재 구입을 꺼려하는 심리가 작용한 영향이라고 보고 있음.

### 3) 사례분석 : 1997년 4월의 소비세증세 ( 3% ⇒ 5% )

소비자태도지수, 소비자의식지표의 추이 (일반세대, 계절조정치)



출처 : 내각부 [소비동향조사]

- 과거 소비세증세 때의 소비자태도지수와 소비자의식지표의 추이를 보면, 소비세가 5%로 인상된 직후에 내구소비재의 구입시 판단을 시작으로 하여, 모든 지표가 하향세를 보이며, 2개월 후에 회복세를 보임.
- 그 후 1999년까지의 경기침체를 일으킨 요인은, 1997년의 아시아 금융위기, 야마이치 증권사의 도산 등이 있었으나, 1997년의 3%에서 5%로의 세금증가에 따른 수요의 감소, 소비의 감소가 경제를 악화시킨 요인이라는 해석도 있음.

## 2. 일본 식품시장 동향

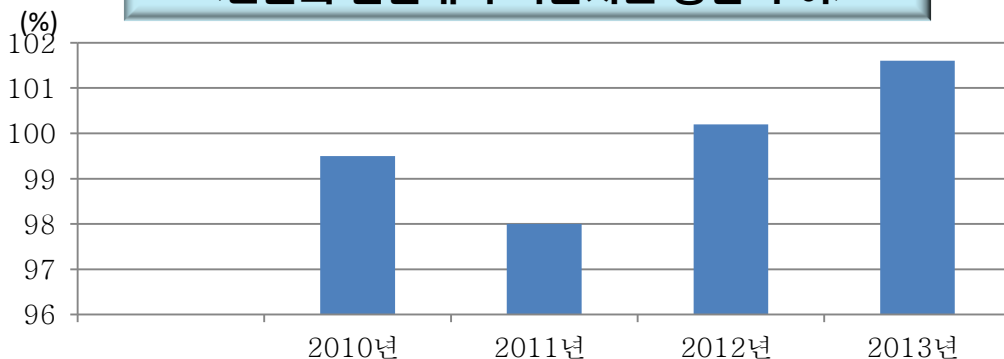
- 일본의 식품시장은 '12년 73.6조엔 규모이며 '11년 전년대비 0.4포인트 증가하는 등 '12년과 '13년 연속해서 식료품 지출 증가를 보이고 있으며,
- 특히, '14년 4월은 소비세 증세(5%~8%)를 앞두고 소매유통업체에서 '대량구매', '사재기'를 겨냥한 특설 매장이나 판촉캠페인 전개로 단기적인 매출증대를 예상하고 있으며,
- 한편, 중장기적으로 소비세 증세에 따른 반동효과로 매출감소가 예상되어 내용물 및 포장지 개정, 원재료 혁신, PB 강화 등의 움직임이 예상됨(닛케이-석간 '14. 2.1)

### 가계의 식품관련지출액 추이: 1세대당 한달 지출평균

|                                 | 2010년            | 2011년            | 2012년            | 2013년            |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>1개월 소비지출(엔)</b>              | 252,328          | 247,223          | 247,651          | 251,576          |
| <b>전년 대비(%)</b>                 | 99.5             | 98.0             | 100.2            | 101.6            |
| <b>식료품지출(구성비)</b>               | 58,635<br>(23.2) | 58,376<br>(23.6) | 58,500<br>(23.6) | 59,375<br>(23.6) |
| <b>식료품 지출 중<br/>일반외식지출(구성비)</b> | 10,724<br>(4.3)  | 10,619<br>(4.3)  | 10,747<br>(4.3)  | 11,129<br>(4.4)  |

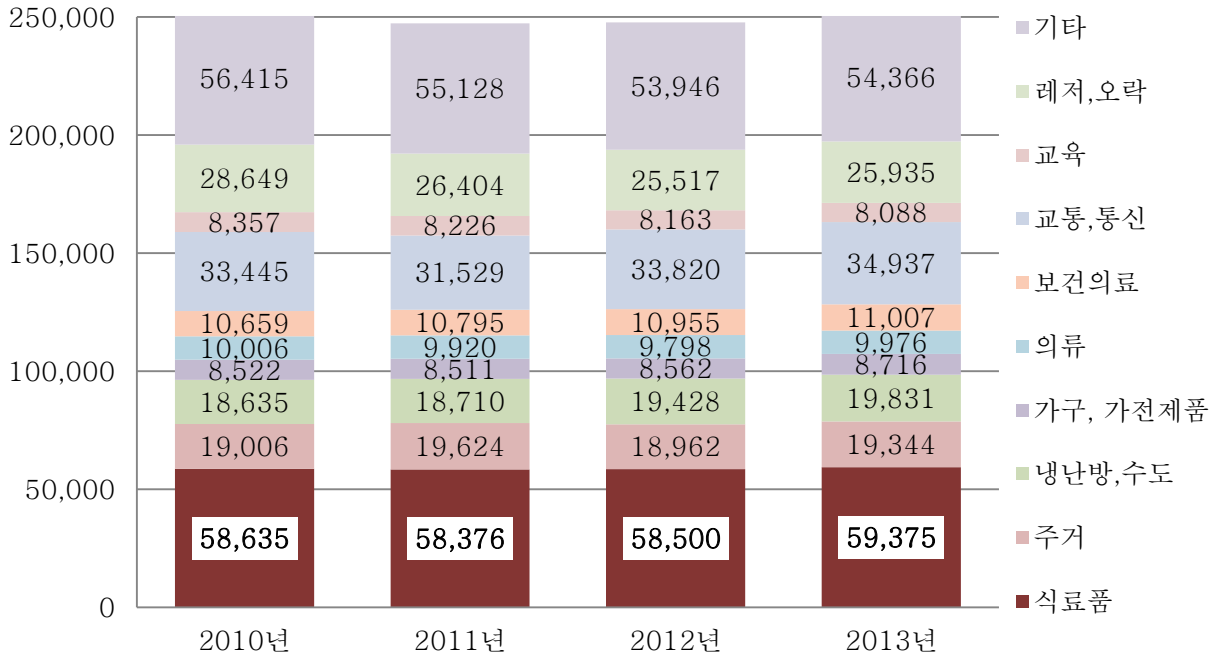
※ 출처 : 총무성 「가계조사가계수지편」

### <일본의 전년대비 식품지출 증감 추이>



## 1세대당 한달 지출(모든 세대)

(단위 엔(円))



※ 출처 : 총무성 「가계조사가계수지편」

- 일본의 식품시장은 2012년에 73.6 조엔(식품 및 식재료의 최종소비자 가격) 규모로, 시장의 약 50%를 가공식품 유통, 외식(外食) 관련에 30%, 신선식품 20%로 구성됨. (농림수산성)
- 식품시장의 동향을 가계조사로 1세대당 한달 소비지출 평균을 보면, 식료품 지출의 구성비는 2011년에 전년대비 0.4포인트 증가하였고, 2012년과 2013년에도 연속해서 식료품 지출 증가의 모습을 보이고 있음.
- 외식지출 구성비는 2013년에 0.1 포인트 증가를 보이며, 내식 지향이 강하여진 상황에서도 약간의 경기 회복감에 따른 외식지출이 증가한 것으로 추정되어짐.

- 식료품 지출의 품목별 소비지출액의 추이를 보면, 2010년 이후 소비지출이 증가하고 있는 품목은 가공식품류로서 와인, 제3맥주, 탄산음료, 즉석면(컵라면류), 냉동조리식품, 드레싱, 조미료, 초콜릿, 초콜릿과자, 치즈, 소시지 등이며, 신선식품류에 있어서는 브로콜리와 반찬류 재료를 들 수 있음
- 식품의 소비지출에서는 [안전안심] [소비자의 건강지향을 향상시키며(건강기능식품)] [본물지향(本物志向)] [간편성]의 키워드를 바탕으로 하여 조리가 필요한 소재 식재료의 비중이 감소하고, **가공도가 높은 품목이 증가하는 경향**이 있으나, 소비지출을 차지하는 식품지출금의 비중이나 금액에는 큰 변동은 보이지 않음
- 동일본대지진 후 소비경향은 광고활동 재개에 따른 소비자의 구매의욕도 회복되었으며, 4월의 소비세 증세를 대비한 소비의 동향은 절약지향에 있지만, 강한 가격의존성은 나타나지 않으며, 외식·내식 어느 쪽이던 [합리적인 가격]이 식품소비의 판단기준이 되고 있음

## 1) 최근 식품소비동향

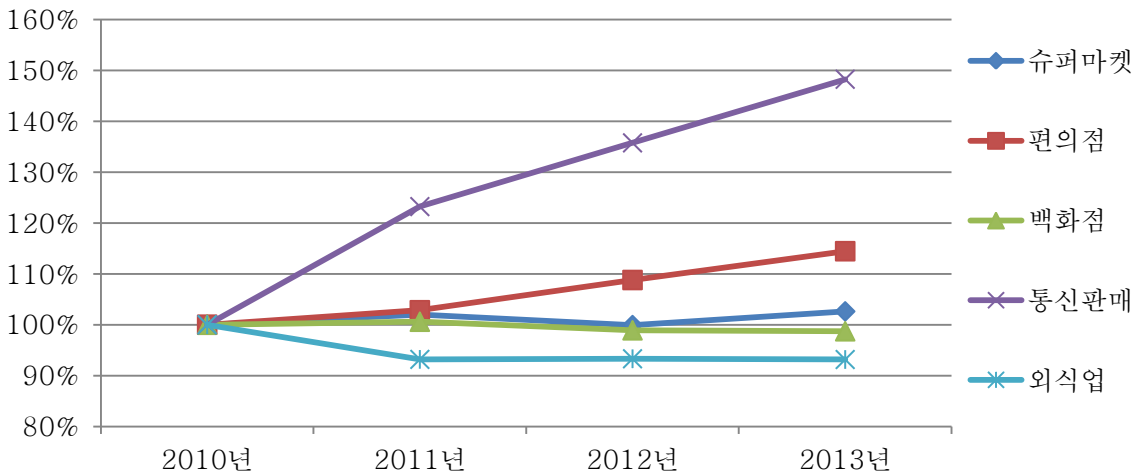
- 일본은 소득 증가를 보이지 않음에도 불구하고 가계소비가 비교적 안정적인 모습을 보이는 경제구조를 가지고 있음
- 경제산업성이 2010년에 발표한 [소비자구매에 관한 수요의 동향조사]를 보더라도, 소비에 있어서 중요한 요소는 [신뢰], [안심]이 소비자의 최우선사항으로 [싼 가격]보다 높게 나타났지만,
- 식품구매는 가전제품, 자동차, 패션의류보다 가격요소가 차지하는 비중이 48.9%로 높게 나타났으며, 실제로 매일 지출이 되는 식품의 가격부문은 민감할 수 밖에 없음

## 주요 쇼핑물 식품판매규모 변화

(단위 : 백만엔)

|      | 2010년     | 2011년     | 2012년     | 2013년     |
|------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 슈퍼마켓 | 7,751,273 | 7,906,829 | 7,745,446 | 7,954,241 |
| 편의점  | 5,086,723 | 5,231,391 | 5,533,677 | 5,821,559 |
| 백화점  | 1,755,685 | 1,766,073 | 1,736,383 | 1,733,084 |
| 통신판매 | 600,400   | 739,800   | 815,000   | 890,050   |

## 식품 매출액 성장률



※ 출처 : 슈퍼마켓[일본체인스토어협회], 편의점[일본 프랜차이즈체인협회], 백화점[일본백화점협회], 통신판매[본사:e-커머스비즈니스의 현재와 미래2012-2013]

- 식품을 구입하는 주요거래처에는 슈퍼마켓, 편의점, 백화점, 통신판매가 있음. 위의 도표와 같이 식품의 판매액의 성장이 나타나는 것은 통신판매, 편의점임.
- 식품의 판매규모를 비교해보면 슈퍼마켓이 가장 크며 7조9000억 엔이며, 통신판매를 통한 일반식품의 판매규모는 매년 2자리수(%) 성장을 계속하여, 2012년 시점에서 8100억엔, 2013년에는 8900억 엔이 될 것으로 추정됨. (후지경제연구소)
- 최근 가공식품과 신선식품 등의 식료품 구입에 있어서 인터넷 등의 통신판매 구입 비중이 가파르게 증가 하고 있으며, 편의점은 고령화 사회 가속화 등으로 확대일로임.
- 소비세 증세전 광고활동 등의 전략의 필요는 슈퍼마켓 등의 점포에만 해당하지 않으며, 인터넷판매 사이트에서도 마찬가지로 세금증가전의 수요급증을 이용하기 위한 활동이 적극적이며, 8%의 소비세가 된 후에는 어느 판매처에서도 여파에 따른 수요감소가 1~2개월 정도 계속될 전망이다.

## 2) 일본 수입식품 현황

- 일본으로의 식료품 수입액은 해마다 증가하고 있으며, 2013년에는 연간 60조엔을 넘어섰음. 그 중, 한국에서의 식료품수입액은 약 3% 인 1조 8천억엔
- 일본으로의 수출 증가품목은 과일류, 채소류, 곡물류, 주류, 천연음료류, 기호식품류 등으로, 2010년 이후 수입량이 증가하고 있음.
- 한국산 식품은 일본 수입비중의 3%의 미미한 수준이지만, 파프리카 등 신선식품, 면류 등 가공식품에서 비중이 높으며, 최근은 토마토, 차음료 등에서 성장세를 보임

### 일본의 식료품 수입 주요품목(2013년)

| 카테고리 | 품목           | 물량          | 주요수입국(1위, 2위, 3위) |
|------|--------------|-------------|-------------------|
| 채소류  | 토마토          | 8,629t      | 미국, 한국, 뉴질랜드      |
|      | 파프리카         | 33,771t     | 한국, 네덜란드, 뉴질랜드    |
|      | 냉동감자         | 347,251t    | 미국, 캐나다, 벨기에      |
|      | 냉동브로콜리       | 34,441t     | 중국, 에콰도르, 멕시코     |
|      | 냉동옥수수        | 47,283t     | 미국, 타이, 뉴질랜드      |
|      | 토마토가공품(전체)   | 292,361t    | 이탈리아, 중국, 포르투갈    |
|      | 혼합야채주스       | 5,379t      | 오스트레일리아, 미국, 한국,  |
| 주류   | 맥주           | 42,395.6kl  | 멕시코, 한국, 벨기에      |
|      | 와인(포도주)      | 272,979.0kl | 프랑스, 스페인, 이탈리아    |
|      | 소주           | 68,580.2kl  | 한국, 중국, 베트남       |
|      | 과실주, 기타 칵테일류 | —           | —                 |
| 천연음료 | 물 (광천수, 탄산수) | 389,949.6kl | 미국, 프랑스, 이탈리아     |
|      | 과즙, 혼합과즙     | —           | —                 |
| 기호음료 | 커피 콩         | 455,983t    | 브라질, 베트남, 콜롬비아    |
|      | 인스턴트 커피      | 2,557t      | 한국, 싱가포르, 미국      |
|      | 차            | 377t        | 아르헨티나, 브라질, 미국    |
| 가공식품 | 기타 파스타, 즉석면  | 7,576.4t    | 한국, 중국, 벨기에       |

※출처 : 재무성 「무역통계」

## II. 소비세 증세에 따른 일본 식품시장 전망

### 1. ‘14년 4월 소비세 증세에 따른 영향분석

#### 1) 단기적 영향분석

|         | 소비세증세 전(‘14년 3월)                                                          | 소비세증세 후(‘14년 4월)                           |
|---------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 수요증가    | 식용유, 간장, 마요네즈 등의 장기보관 가능한 조미료, 쌀, 생수, 컵라면, 커피, 냉동 식품, 통조림 등 비축하기 쉬운 가공 식품 | 각 항목별로 저가상품                                |
| 수요감소    | -                                                                         | 각 항목별로 고가상품                                |
| 광고 및 전략 | 소비세증세 전 가격이 싸다는 점을 이용한 저장 가능한 상품의 구매촉구 세일(대량구입, 박스단위 판매 할인 등)             | 계절품목, 신선식품 등의 가격만족도가 높은 상품을 중심으로 한 판매촉진 강화 |

#### 2) 중장기적 영향 분석

- 과거 1997년의 소비세증세 때와 현재를 비교해 보면 [지금은 소비세만 늘어났고, 과거처럼 소득세나 주민세의 감세와 결합되어 있지 않기 때문에 소비자의 입장에서 단순히 부담만 증가 하였음], [연평균수입과 소비지출이 과거(4183천엔 → 3519천엔)와 비교하여 약 13% 감소하였음(출전:국세청 민간금융실태조사 • 총무청 가계조사로 부터)], [상점에서 가격의 총액표시방식이 도입되어 소비자의 [세금실감]이 없어지고 있음], [PB(Private Brand)가 확충되어, 시장에 관여하고 있음]등의 차이점이 지적되고 있음
- 소비세를 8%에 그치지 않고 10%까지 올리는 사항이 검토되고 있고, 소비세는 이미 익숙한 세금이기에, 소비세를 생각한 과소비 없는 소비스타일의 정착 예상
- 가격에 관계없이 반드시 구입해야 하는 신선식품류는 소비세가 증세하더라도 판매량 감소로 이어지는 일은 없지만, 보다 싼 가격으로 식재료를 구하려는 경향이 강해지는 만큼 특별세일 등의 가격경쟁력을 내세운 점포를 이용하려는 움직임이 더욱 강해질 전망임

- 또, 기존 품목의 식재료나 상품을 저렴하게 팔 수 있는 [생활의 지혜]가 상점 전반에 나타나기 때문에 가공식품을 예로 들면 **PB상품의 이용이나 개별포장상품, 신선식품에 있어서도 저렴한 상품(야채를 예로 들면 숙주나물이나 콩나물 등의 저렴하면서 안정적인 가격의 부피 있는 종류)의 판매가 증가**
- 기본적인 소비생활패턴을 유지하며, 중장기적으로 강한 가격의존이 계속되는 것은 아니며, 점진적인 절약생활을 기본으로 안전성과 품질의 향상, 편리성을 모두 잡으며 적당하다고 느껴지는 **가격이 현재보다도 조금 싼 가격에 요구되어질 가능성이 큼**
- 소비세증세 후에 나타나는 가격의식의 강화는, 종래의 구입가격대보다 싼 가격의 상품을 구입하는 등의 구매변동의 기회가 늘어나게 할 것으로 예상됨. 고가격대상품을 구입해 온 소비자가 한 단계 낮은 상품을 구입하고, 그것이 새로운 구매층을 끌어들이는 찬스라면, **저가격 전략에만 의존하지 않는[가격과 가치의 밸런스]라는 가격만족감을 가져올 상품개발과 광고를 강화하며, 상품과 브랜드정보를 광고할 필요가 있음**

## 2. 소비세 증세에 따른 일본 식품업계 대응 현황

### 1) 단기적 대응동향

#### ■ 대형유통업체

- 소비세가 3%인상되기 전, 구매급증의 타겟이 되는 소비재품목은 일반 식품 중에서는 장기보존이나 창고보관이 가능한 가공식품이 중심이 될 것 (I 유통업체 바이어 의견)
- 구체적으로 식용유 등의 기초조미료, 주류, 광천수, 쌀 등 곡류, 면류, 냉동식품, 병·통조림류 등 가정에 비축하기 쉬운 상품 매출이 증가할 것으로 보고, 판매 전략은 박스단위 구매 시 포인트 부여 등을 통한 판매확대 전략을 준비 중(H 유통업체바이어)

#### ■ 대형벤더업체

- 소비세 인상에 따른 대량구매에 대비하여 보존기간이 긴 쌀, 주류, 음료, 건면류 등을 재고 비축 중이며, 증세 후 3주간은 신선식품, 냉장식품 등의 수요확대를 예상하며, 증세 후 3주일이 지난 시점은 예년 수준이 될 것으로 예상(K벤더사)

#### ■ 제조 및 수입업체

- 보존기간이 긴 인기상품의 경우, 이미 제조업체 재고 부족(캔통조림 등) 현상이 나타나고 있으며, 비 인기 상품의 경우는 3월 재고 소진이 가능한 부분에서 주문을 하고 있음. 또한, 증세 전 신상품 출시를 꺼려하고 있음.

## 2) 중장기적 대응 전략 전망

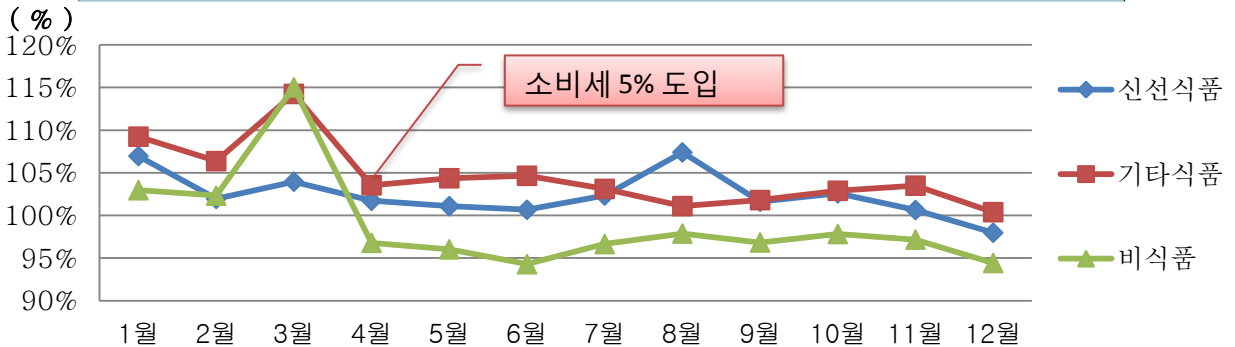
|           | 대책(전략)                            | 목표 (실례)                                                                                                                                       |
|-----------|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 메이커<br>상품 | 상품리뉴얼을<br>동반한<br>가격인하             | 닛신식품[닛신라오] [신!라오 시작되다. 좀 더<br>가까워 졌습니다.] 등의 광고문구로, 4월부터<br>소비자 희망가격을 237엔에서 198엔으로 대폭<br>인하하여 리뉴얼 판매를 시작한다. 생산비용의<br>재고를 통한 종전 가격보다 저렴한 상품 개발 |
|           | 새로운 가격을<br>제시하는 형태의<br>가격유지 혹은 인상 | 네슬레일본[네스카페 레귤러솔리블 커피]<br>인스턴트의 간편성과 레귤러커피의 풍미를 실현한<br>신제품으로 가격에 적당한 부가가치를 제공함.                                                                |
|           | 브랜드로열티의 강화                        | 같은 가격이어도 소비자가 선택하는 상품이 되는<br>[브랜드파워]을 소비자에게 다시금 높이는 전략.                                                                                       |
| 유통        | 점포의 영업시간 연장                       | 통신판매나 편의점에 빼앗긴 야간고객을 흡수.                                                                                                                      |
|           | 대형할인(물류)매장<br>의 PB상품의 강화          | NB(Natural Brand)보다 이익율이 높은 PB(Private<br>Brand)상품의 판매 비중을 높이는 것으로, 가격을<br>낮추더라도 이익을 확보하는 전략.                                                 |
|           | 가격표시의 전략                          | 소비세가 인상됨으로 [가격상승감]을 느끼지<br>못하도록 표기방법을 각 회사별로 검토 중                                                                                             |
|           | 주력상품의 강화                          | 손님이 줄어드는 것을 막기 위해, 주력상품의<br>가격을 낮추거나 광고를 통해 자사점포<br>방문유도전략.                                                                                   |

- 대형유통업체에서 소비세증세 NB제품보다 낮은 가격을 내세우거나 체인의 차별화를 하는 한편 이익율이 높은 PB상품의 매출구성비를 높이는 방향을 강화하고 있음. PB상품을 품질면에서도 차별화하여 브랜드파워를 내세우는 것으로 소비세 증세 후의 가격경쟁 우위를 선점한다는 전략
- ➔ 이온 PB ‘톱밸류’, 유니 ‘스타일원’은 저가격소구, 세븐&아이 ‘세븐 골드’ 고품질 고가격 추구 (닛케이 '14.2.8)
- 회사 측에서는 소비세증세를 새로운 소비자층 흡수의 계기로 만들기 위해서 신상품 투입이나 상품 리뉴얼, 가격변경 등이 일부 일어나고 있다. 한 번 일어난 브랜드선호 변화현상은 일시적이지 않고, 혹은 브랜드선호변화가 나타나지 않도록 브랜드파워를 강화하거나 상품개발에 투자, 광고·캠페인의 증가가 실시되고 있음.
- 또 세금증가 후부터 가격경쟁이 심해질 것으로 예상되는 펠트병음료 등은 살아남기 위해 자리 확보가 긴급함. 자리를 확보하고 2년반 후를 대비한 로열티의 형성에 착수할 필요가 있음.

## ※ 참고 : 1997년 소비세 증세에 따른 유통업체 사례분석 ( 3% ⇒5% )

- 유통업체 매출액의 변화를 보면, 소비세증세 전 1997년 3월에 매출이 가장 크게 증가하였고, 4월에는 감소를 보임.
- 식품에 대한 증감이 크며, 식품 중에서 가공식품의 3월 증가가 현저하며, 증세 후에는 감소 추세를 보이지만 소비세증세 전의 대량구매 효과가 반영되어 전체적인 영향은 거의 없는 것으로 나타남.

### 1997년 슈퍼마켓 매출액 전년도 동월대비 추이



출전 : 일본 체인스토어(Chain store)협회

### 소비세 증세관련 각 유통업체 대응전략(1997년)

| 체인점                       | 주요한 대응과 결과                                    |
|---------------------------|-----------------------------------------------|
| 이토요카도, 자스코(현 이온), 유니      | [소비세 환원세일]을 실시, 소비세증세 후에도 매출증가                |
| 마이칼('11년 이온 흡수합병), 세이유    | [소비세 환원세일]을 미실시로 인한 기존점포 매출감소                 |
| 마쯔모토키요시, 산도락              | [환원세일]를 실시하였지만, 수익성 악화                        |
| 미쯔코시, 마쯔자카야, 이세탄 등의 대형백화점 | 증세전 대량구매 반동으로 브랜드 제품 등 고가품 판매 저조, 증세 후 수익성 악화 |

- 환원세일의 실시유무에 따라, 기업간의 매출에 큰 차이가 있었지만, 매출이 증가한 기업에 있어서도 증세 전의 수익수준을 확보하지는 못함. 1997년의 체인스토어의 매출액추이는, 결과적으로 전년도 대비 하락세를 보였으며, 1998년도(1997년 4월~1998년 3월)의 매출은 전년도 대비 94.9%에 하락세를 보임.
- 한편, 식품회사에서는 [적절한] 가격책정을 위해 상품의 내용물 감량이나 원재료 구성 등의 비용 절감의 대응이 있었음.

### Ⅲ. 소비세 증세에 따른 한국 농식품 대일수출 영향

#### 1. 수입 식품시장의 영향

- 소비세증세 전의 수요급증현상의 대상이 되는 식품은 창고에 저장할 수 있는 가공식품이 중심으로, 신선식품과 채소 등에는 영향이 거의 없을 것으로 예상
  - 그러나 소비세증세 후의 고용환경 개선, 개인소득 증가를 수반하지 않는 등 경제여건이 개선되지 않으면, 가정의 소비경향 중 보다 저렴한 가격의 상품을 구매하려고 하는 움직임이 강해지며 일본산 농식품 보다 저렴한 수입농산품을 구입하려는 의향이 강해질 것으로 예상
  - 파프리카, 주키니(호박의 일종)등의 수입농산품에 대한 저항이 적은 신종야채나, 호박, 아스파라거스 등의 수입야채로서 자리매김한 상품은 수입량이 증가할 가능성이 큼
  - 또 외식과 반찬 등의 가공식품의 재료인 농산품의 저가격 유지를 위해, 보다 싼 가격의 거래처로 수입품을 선택할 수 도 있음. 가공식품의 경우 원재료가 일본산을 고집하는 상품이 증가하고 있으나, 원산지추적시스템 등의 안전·안심서비스를 확보함으로써 기업의 원료비 절감책으로 수입농산품 원료 사용이 검토될 수 있음
- ◆ 2014년 1월 현재 가공식품 전년동기대비 주요 수입금액 증가품목
- 과자류 20.6%, 커피류 8.0%, 주류 32.2%(맥주 21.9%), 향신료 45.3%, 천연수탄산수 8.8%, 차.마태차 32.6%, 건표고 41.5%

#### 일본 수입증가 주요 가공식품

| 품목                           | '12년<br>(누계)                    | '13년<br>(누계)                    | 증감                       | '13.1월<br>(당월)               | '14.1월<br>(당월)               | 증감                      |
|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------------|
| 과자류                          | 89,298                          | 105,107                         | 16.4                     | 8,756                        | 10,558                       | 20.6                    |
| 커피류                          | 149,494                         | 173,023                         | 15.7                     | 12,643                       | 13,660                       | 8.0                     |
| 주류<br>(맥주)                   | 212,398<br>(5,490)              | 251,118<br>(6,667)              | 18.2<br>(21.4)           | 15,130<br>(383)              | 20,005<br>(467)              | 32.2<br>(21.9)          |
| 기타조제조품<br>(향신료)<br>(천연수,탄산수) | 510,573<br>(26,589)<br>(18,242) | 596,347<br>(31,699)<br>(21,824) | 16.8<br>(19.2)<br>(19.6) | 41,063<br>(2,420)<br>(1,582) | 51,133<br>(3,516)<br>(1,721) | 24.6<br>(45.3)<br>(8.8) |
| 차.마태차                        | 19,473                          | 23,351                          | 19.9                     | 2,043                        | 2,710                        | 32.6                    |
| 건조채소류<br>(건표고)               | 27,201<br>(5,673)               | 31,470<br>(6,884)               | 15.7<br>(21.3)           | 2,945<br>(531)               | 3,740<br>(752)               | 27.0<br>(41.5)          |

## 2. 한국 농식품의 영향

- 한국농산물·가공식품의 대일수출이 많은 품목은, 농산물 중에서는 파프리카, 토마토, 미역과 김 등의 해조류, 가공식품 중에서는 소주, 인스턴트라면, 커피가공품 등임
- **파프리카**는 지금까지 수입품으로서 시장에서의 가격변동이 적은 품목으로, 한국산이 완전히 정착된 상태이며, 가격 변동이 있을 수 밖에 없는 신선농산물이기 때문에 소비세증세에 따른 **소비량이 크게 변화되지 않을 것으로 전망됨**
- **토마토**는 유통되고 있는 품종이 다양하며 일본 내에서도 특산지가 많음. 가격변동이 비교적 큰 상품이나, **소비세증세의 큰 영향을 받을 고가품목은 아님**
- 가격경쟁력이 있는 **제3맥주와 일부 음료, 라면** 등은 증세전 **단기적 매출확대가 전망됨**
- **소비세증세에 따라 대일 수출에서 영향을 받는 것은 가격대응력과 소비자 구입빈도가 상대적으로 낮은 김치, 막걸리, 유자차 등 가공식품이 될 것으로 예상됨**

### 소비세 증세 전 대일본 수출증가 주요 가공식품

단위 : 톤(t), 천불(\$), (%)

| 카테고리  | 품목          | 2013년 3월 |       | 2014년 3월(5일~11일) |       | 증감률   |         |
|-------|-------------|----------|-------|------------------|-------|-------|---------|
|       |             | 물량       | 금액    | 물량               | 금액    | 물량    | 금액      |
| 주류    | 맥주          | 146      | 110   | 317              | 215   | 117   | 95      |
|       | 제3맥주        | 5,296    | 3,908 | 6,092            | 4,124 | 15    | 5.5     |
|       | 위스키         | 13       | 139   | 61               | 367   | 352.6 | 165.1   |
|       | 기타 주        | 0        | 0     | 834              | 1,989 | 834   | 1,989   |
|       | 리큐르         | 0        | 0     | 31               | 63    | 31    | 63      |
| 기타    | 물           | 260      | 72    | 319              | 250   | 22.9  | 245.3   |
|       | 커피조제품       | 40       | 321   | 88               | 393   | 117.2 | 22.3    |
| 과자류   | 아이스크림       | 0.28     | 0.03  | 29               | 116   | 104.7 | 3,870.2 |
|       | 기타<br>설탕과자  | 1,440    | 2,310 | 1,892            | 3,066 | 31.4  | 32.7    |
| 가공식품류 | 소시지         | 0        | 0     | 28               | 116   | 28    | 116     |
|       | 기타<br>조제식료품 | 40       | 67    | 14               | 103   | -63.4 | 53.2    |
| 조미료류  | 고추장         | 16       | 34    | 43               | 102   | 155.4 | 198     |
|       | 혼합조미료       | 0.29     | 1     | 5                | 27    | 173   | 219.1   |
| 면류    | 라면          | 111      | 388   | 165              | 682   | 48.2  | 75.9    |
|       | 인스턴트면       | 3        | 17    | 23               | 93    | 559   | 436     |

※ 참고 : 중장기적인 수입확대품목 분석

### 일본 내 수요가 증가하고 있는 수입농식품

|       |                                                                                                                                              |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 축산가공품 | 소시지, <u>돈육조제품</u> , <u>기타 축산조제품</u> , 치즈, <u>아이스크림류</u>                                                                                      |
| 수산가공품 | 정어리캔, 다랑어캔, <u>새우조제품</u>                                                                                                                     |
| 농산가공품 | 피클, <u>조제 토마토</u> , <u>토마토 퓨레·페이스트</u> , 냉동감자, 냉동옥수수, <u>콘(옥수수)</u><br><u>통조림류</u> , 기타 야채가공식품                                               |
| 조미료   | 간장, 머스타드, 마요네즈, <u>기타 소스</u> , 합성조미료                                                                                                         |
| 주류    | 와인, 위스키, <u>리큐르</u>                                                                                                                          |
| 기타    | <u>케이크 믹스</u> , 파스타, 식빵, 건빵류, 초콜릿 과자, <u>초콜릿·코코아 제품</u> , 비스킷,<br>크래커, <u>기타 전분·과자</u> , 토마토 주스, 혼합 주스, 스프류, 유제품, <u>기타 가당</u><br><u>조제품</u> |

※ 밑줄 친 부분은 한국산이 포함된 품목임

### ※ 수요 증가가 예상되는 한국산(활용) 품목 예



한국산 파프리카 활용 피클 제품



제주산 돈육 사용

신개념 리큐르



## <참고 자료 >

- 닛케이MJ, 닛케이 신문
- 일본 대형유통업체 6개사 및 대형벤더 3개사 면담조사
- 후지경제연구소 소비세 관련 분석자료
- 일본농수성 무역통계자료
- 일본관세청 무역통계자료
- 일본 총무성 통계자료

※ 자료작성 : 오사카aT센터