일본 시장동향 [면류]

작성일 : '14. 5. 2
작성자 : 도쿄aT센터

1. 수출동향

- 작년 대일 면류 수출은 한일관계 악화에 따른 한국산 수요 이탈로 전년대비 23.9% 감소
 - 대일 면류 수출액 : ('11) 62.3백만 불 → ('12) 54.0 → ('13) 41.1
- 금년 들어서도 수요부진이 지속되는 가운데 엔저, 소비세 인상 등으로 수출경쟁력 약화
 - 대일 면류 수출액 : ('13.3) 11.2백만 불 → ('14.3) 8.3 (△25.7%)
- 수출 감소사유
 - '12년 8월 이후 반한감정 고조로 일부 소비자의 한국식품 수요 이탈
 - 유통업체 한국 식품홍보이벤트 격감으로 매장 노출기회 저하
 - PB상품 증가로 일본 국내산의 가격인하 경쟁이 심화되고 있는데다 급격한 엔화 약세에 따른 수출채산성 악화
 - 한국산 라면은 작년 하반기의 발암물질 검출사고와 한일관계악화 등 복합적인 요인으로 수입 감소

2. 일본시장 동향

- 일본의 전체 면류시장은 매년 소폭 증가 경향
 - 일본 면류시장 규모 : ('11) 11,085억 엔 → ('12) 11,101 → ('13) 11,222
(자료원 : 후지경제)
- 일본의 면류 전체 시장규모는 1조 1천억 엔으로 성숙된 시장을 보이고 있으며 최근 전체시장 경향은 총 수요가 정체되고 저가격이 지속되고 있으며 제조업체는 간편하고 건강 지향, 모양새가 좋은 상품을 키워드로 한 부가가치형 신제품 개발이 두드러짐
- 건강지향에 따른 저칼로리, 식물성유 등 영양을 강화한 제품, 원재료를 강조한 제품, 채소나 드레싱 등과 같이 먹을 수 있는 샐러드류의 메뉴형 제품도 증가하고 있음
- 일본의 면류시장은 제조업체간 경쟁이 심한 품목으로 특히 수입산은 고관세, 환율 등 시장여건이 변동이 심해 시장여건이 양호한 편은 아님
- 면류의 주요 원료가 소맥분 등이어서 곡물류 관세가 높아 라면은 21.3%, 냉면류(당면포함)의 경우 34엔/kg으로 관세를 부과하고 있음
- 면류는 수십 개의 관세번호로 분류되어 수입되고 있으며 '13년 한국산 면류는 5개의 관세번호로 수입되었고 그중에서 라면과 냉면(당면포함) 2개의 관세번호로 수입이 대부분임

- 인스턴트라면의 경우 세계 16개국으로부터 수입되고 있으며 '13년 수입금액 전체는 29억 엔으로 이중에서 수입국 1위는 한국으로(19억 엔) 전체의 약 65.6%를 점유하고 있음 ('12년은 66.2%점유)
- 당면 등을 포함한 냉면류는 세계 18개국으로부터 수입되고 있으며 한국은 전체의 73.7%를 점유하고 있는 중국에 이어 2위를 차지하고 있음.
- 면류제품 가격현황('14.5.2조사)

산지	브랜드명	제조업체	용량	가격(소비세 8%포함)	판매처
일본산	日清라오 豚骨5식팩	니신식품	84g×5봉지	297엔	세이유
일본산	마루짱 正麵 히야시 중화5식팩	토요수산	105g×5봉지	378엔	세이유
일본산	유데다테 名人	에스코크	76g	145엔	세이유
일본산	삿포로 이찌방 頂	산요식품	107g×5봉지	378엔	이온
한국산	물냉면	면사랑	460g	327엔	이토요카도
한국산	잡채	오뚜기	73g	158엔	문화당
한국산	신라면	농심	120g×3봉지	298엔	이온

- 인스턴트라면 수입동향 (단위 : 천 엔)

구 분	2010년	2011년	2012년	2013년/(점유율)
한 국	2,426,525	3,103,400	2,398,131	1,932,268 65.6%
중 국	215,161	578,807	811,881	548,811 18.6%
태 국	168,864	243,266	167,747	182,978 6.2%
벨기에	86,931	136,598	112,969	155,538 5.3%
기 타	81,801	89,475	131,169	127,193 4.3%
합 계	2,979,282	4,151,546	3,621,897	2,946,788 100%

- 냉면류 (당면포함) 수입동향 (단위 : 천 엔)

구 분	2010년	2011년	2012년	2013년/(점유율)
중 국	3,912,533	4,324,429	4,390,781	5,093,463 73.7%
한 국	443,723	615,402	762,969	605,310 8.8%
이탈리아	629,316	607,750	441,690	602,804 8.7%
태 국	536,210	514,894	218,903	157,099 2.3%
기 타	280,998	298,441	349,125	449,377 6.5%
합 계	5,802,780	6,360,916	6,163,468	6,908,053 100%

자료) 재무성 무역통계

3. 관련 업계 동향

- 5월 연휴를 맞아 상품을 많이 납품한 상황이나 판매추이는 불투명. 여름철 상품으로 냉면, 비빔면, 쫄면이 많이 납품되고 있으며 쫄면은 소지자의 인지도가 낮아 부진함. 아직까지 반한감정이 남아있어 판매가 불리한 실정이며 일본 유통업체로부터의 PB상품 주문이 늘어나는 추세로 당분간은 PB상품판매에 중점적으로 사업전개 예정 (A사)
- 한류 붐 당시와 비교하면 낮으나, 금년 들어 시식판촉행사 등으로 납품이 서서히 회복세에 있어 현재까지는 전년 대비 상승세에 있음 (B사)
- 잡채는 바이어가 라면과 같이 취급하려는 경향이 높아 가격인하요구가 많으나 가격인하는 어려운 여건이며 새로운 판로개척은 어려운 상황. 수입은 감소세임 (C사)
- 일부 라면제품은 수입을 중단하고 컵라면을 월 1컨테이너정도 수입중임. 중단이유는 납품처인 코스트코에서 매출이 일정액을 넘지 못하면 거래중지 규정으로 인한 것임. 냉면, 비빔면도 PB로 수입하고 있으나 판매가 저조함 (D사)

4. 수출 확대 방안

- 지방 신규 지역을 중심으로 대형유통업체 상품제안설명회 및 판촉행사를 집중 개최하여 일본지역 전역에 우수한 한국 면류가 입점 판매될 수 있는 판로망 구축과 동 지역 밀착형 대형벤더 연계 수출상담회 추진으로 지역 유통업체 신규 발굴 및 입점 유도
- 일본사회는 저 출산, 고령화, 인구의 감소로 식품업계에 역풍이 불고 있지만, 지금까지 구매층으로 주목을 받지 못했던 고령자 취향에 맞은 상품이나, 저칼로리 제품 등 다양한 상품으로 수요자 변화에 대응한 상품개발 필요
- 냉면제품은 소비자 및 유통업체, 바이어로부터 관심도가 높아 성장세에 있으나 일본산이 냉장형태로 유통되고 있는 것에 비해 한국산 제품은 상온형태로 유통되고 있어 틈새시장을 개척할 수 있는 신상품, 컵 냉면과 같은 손쉽게 먹을 수 있는 상품개발이 필요
- 최근 유통망 확대노력에 힘입어 한국식품 수요 및 판매기반은 지속 확대추세에 있으나 일본소비자들의 저가제품 선호 및 일본정부의 금융완화정책에 따른 엔화환율 하락세로 인한 가격경쟁력이 약해져 수출채산성 악화 가능성이 있음. 부가가치 높은 상품개발, 저가 상품개발 등 일본 시장여건 변화에 대응한 노력 필요