

[일본, 2013년 10월] [농식품]

1. 일본지역, 현장 이슈

▶ 9월 채소류 도매가격 과거5년 최고치 기록

채소의 주요 14품목 모두 전년을 웃도는 도매가격을 기록. 판매량은 전년대비 3% 증가였으나 일기 불순으로 인한 생육 지연 때문에 물량은 부족. 특히 피망은 전년대비 125%, 오이는 97%, 가지는 61% 비싸 상승폭이 커짐

▶ 김치 전국 POS데이터 매상순위

절임야채의 최근 1년간('12.7~'13.6) 매상순위를 보면, 6년 연속 동해절임의 “고쿠우마 속성 우마 카라 김치 320g”가 1위를 기록. 상위 20위 중 김치는 14상품이며 그중 한국산 김치는 “규카쿠 한국직송김치(푸드레벨, 5위)”, “한국직수입 김치(CGC재팬, 8위)”, “맛있는 김치(에바라CJ, 11위)”의 3가지 상품임

지역별로 보면, 상위 20위 중 김치상품이 홋카이도는 3상품, 규슈와 시코쿠 등이 12상품을 차지한 결과로 남부지역에 김치인기가 집중하고 있는 결과로 나타남

▶ 1인용 가공식품 증가 추세

대기업 식품업체는 1인용 찌개 조미료나 파스타 소스 등 고령층과 단신용의 상품 확대를 위해 시설 확충. 아지노모토는 1인분용 찌개 조미료인 “찌개 큐브”의 포장시설을 증설하여 생산력을 작년 여름 발매시의 6배로 늘리고, 큐피는 매출감소 경향의 2~3인용 파스타 소스를 줄이고 1인분용 소스 판매에 주력

녹차도 1인용 티백이 증가 추세로, 이토엔은 “프리미엄 티백”을 발매, 1봉의 단가는 25~100엔으로 일반상품의 1.5배 높은 수준이지만 고령층의 수요를 타겟으로 상품개발에 주력

▶ (주)메이지는 중국에서의 분유 판매를 철회

일본 식품기업인 (주)메이지는 중국에서의 분유 판매를 철회할 것으로 밝힘. 중국에서는 자국산 제품에 대한 불안감 때문에 수입산 분유의 인기가 높지만 도쿄전력 원자력발전소 사고와 일중관계 약화의 영향으로 매출이 떨어지고 있어 중국시장에서 안정적인 수익을 얻을 수 없는 것으로 판단

▶ 한국산 식품위반 사례

한국산 인스턴트 커피믹스(제조사: 대상)에서 코베 검역소 검사시 대장균군 양성(성분규격부적합)으로 인한 위반사례가 발생(10.28)하여 자수검사 실시

2. 농식품 수입동향 및 전망

- '13. 8월말까지의 일본 전체 농림수산물 수입액은 5,285,405백만 엔으로 전년 동기대비 12.0% 증가, 수입 1위국은 미국(18.6%), 2위 중국(13.4%), 3위 캐나다(6.7%) 순임

< 일본 농림수산물 수입액 >

(단위:백만엔,%)

품목	'12년	'12년 1~8월	'13년 1~8월	증감율(%)
전세계	7,917,805	5,285,405	5,922,278	12.0
한국	187,489	119,338	125,201	4.9

자료원 : 일본농림수산물 통계정보

* 단, 한국 농림수산물 수입액은 HS코드 1류~24류 합계 기준으로 산출

□ 야채

- 8월의 야채 수입동향은 영장야채와 건조야채를 제외하고 모두 전년을 밀돌아 수입량 전체로 9개월 연속 전년을 밀돌았음
- 수입량은 전년동월대비 98%인 214,006톤으로, 유형별로 보면 「신선 야채」는 95%인 55,593톤, 「냉동 야채」는 98%인 83,855톤, 「영장 등 야채」는 124%인 6,720톤, 「건조 야채」는 100%인 2,932톤, 「식초 조제야채」는 94%인 3,373톤, 「토마토 가공품」은 97%인 23,132톤, 「기타조제야채」는 99%인 36,674톤, 「기타」는 94%인 1,727톤으로 나타남
- 한국산 야채 수입량은 전년동월비 93.2%인 3,487톤으로 유형별로 보면 「신선 야채」는 98.6%인 1,909톤, 「냉동 야채」는 13.0%인 3톤, 「건조야채」는 40.0%인 4톤, 「토마토 가공품」은 84.6%인 55톤, 잼이나 조제딸기등 「기타 조제야채」는 88.7%인 1,516톤으로 나타남

□ 신선야채

- 8월의 신선야채 수입량 55,593톤 중 수입량이 증가한 주요 품목은 갈구양배추가 전년동월비 157%인 999톤, 토마토가 111%인 809톤, 멜론이 107%인 2,342톤, 마늘이 101%인 2,167톤으로 나타남
- 한편, 수입량이 감소한 주요 품목으로, 블록콜리가 전년동월비 70%인 2,492톤, 양파가 84%인 22,893톤, 생강이 86%인 1,488톤 등임. 블록콜리는 미국산의 작부면적 감소와 일기불순 영향으로 수출여력이 약해지고 수입단가가 상승하게 되어 수입량이 전년을 밀돌게 됨. 신선야채 전체 수입량의 40%를 차지하는 양파의 수입 감소로 전체 수입량은 12개월 연속 전년대비 감소됨

□ 가공식품

- 8월 가공식품 수입금액은 1,469억엔으로 전년동월대비 14.8% 증가, 주류를 제외하면 1,278억엔으로 전년동월대비 14.5% 증가함. 분류별로 보면, 농산가공품, 기타 조제식료품, 주류가 큰 폭으로 증가함

< 품목 수입통계(누계기준) >

(단위:백만엔,%)

품목	2012년 한국수입	2012년 1~8월	2013년 1~8월	전년대비 (%)	1위		2위		3위	
					국가	금액	국가	금액	국가	금액
농식품전체	191,159	5,285,405	5,922,278	12.0	미국	1,101,228	중국	791,045	캐나다	394,566
멜론(신선)	240	2,070	2,511	21.3	멕시코	2,013	미국	305	한국	182
밤	2,696	285	407	43.0	중국	381	한국	13	이탈리아	12

품목	2012년 한국수입	2012년 1~8월	2013년 1~8월	전년대비 (%)	1위		2위		3위	
					국가	금액	국가	금액	국가	금액
딸기(신선)	240	1,197	1,434	19.8	미국	1,392	한국	42	-	-
토마토	738	1,162	1,881	61.9	미국	949	한국	610	캐나다	125
결구양배추	187	1,155	761	△34.1	중국	687	한국	39	대만	34
오이	1.5	19	0.3	△98.4	한국	0.3	-	-	-	-
가지	21	10	14	39.4	한국	14	-	-	-	-
기타버섯	106	127	139	9.1	한국	74	이탈리아	23	프랑스	14
고추· 피망속	7,586	8,469	9,741	15.0	한국	6,282	네덜란드	1,847	뉴질랜드	1,586
파프리카	7,235	8,214	9,562	16.4	한국	6,107	네덜란드	1,844	뉴질랜드	1,586
계육조제품	885	113,810	132,050	16.0	태국	68,364	중국	62,707	브라질	397
추잉껌	54	76	73	△4.3	한국	39	중국	12	캐나다	11
코코아조제품	328	1,565	1,427	△8.8	싱가폴	887	한국	245	태국	159
인스턴트커피	1,000	5,687	7,384	29.8	브라질	2,174	한국	1,131	콜롬비아	978
알콜음료	27,058	132,420	152,126	14.9	프랑스	52,407	한국	18,230	미국	14,608
곤약	105	1,641	1,484	△9.6	중국	1,319	인도네시아	98	한국	67
원료인삼	169	3,999	2,276	△43.1	중국	2,155	한국	72	대만	48

자료원 : 일본농림수산업성 통계정보

3. 타국산 경합품목 동향

□ 파프리카

- 1~8월의 수입액은 전년대비 16.4% 증가한 9,562백만엔. 한국산은 전년대비 16.1% 증가한 6,107백만엔, 2위의 네덜란드산은 8.2% 증가한 1,844백만엔, 3위의 뉴질랜드산은 27.7% 증가한 1,586백만엔임

□ 기타 버섯

- 1~8월의 수입액은 전년대비 9.1% 증가한 139백만엔. 한국산은 전년대비 23.3% 증가한 74백만엔으로 나타남. 2위의 이탈리아산은 4.5% 증가한 23백만엔, 3위인 프랑스는 14백만엔임

□ 멜론

- 1~8월의 수입액은 21.3% 증가한 2,511백만엔. 수입 1위인 멕시코산이 23.0% 증가하여 2,013백만엔, 2위의 미국산은 27.1% 증가한 305백만엔, 한국은 3위로 1.6% 감소한 182백만엔으로 나타남

□ 토마토

- 1~8월의 수입액은 61.9% 증가한 1,881백만엔. 미국산이 66.8% 대폭 증가하여 949백만엔, 한국산이 2위로 39.0% 증가한 610백만엔, 3위가 캐나다로 125백만엔으로 나타남. 업무용 수요를 중심으로 수입은 증가 추세를 지속하고 있음

□ 알콜음료

- 1~8월의 수입액은 14.9% 증가한 152,126백만엔. 1위인 프랑스산이 11.7% 증가한 52,407백만엔, 2위인 한국이 0.6% 증가한 18,230백만엔, 3위인 미국이 작년 3위국인 이탈리아를 웃돌아 14,608백만엔임

□ 코코아조제품

- 1~8월의 수입액은 전년대비 8.8% 감소한 1,427만엔. 수입 1위인 싱가포르가 20.1% 감소한 887백만엔, 2위인 한국이 20.7% 증가한 245백만엔, 3위인 태국이 47.2% 증가한 159백만엔으로 나타남

4. 동향 분석 [소주]

□ 시장규모

- 일본 주세법에서 연속식증류소주로 정의하는 소주갑류의 시장규모는 2,215억엔으로 추정되며, 한국에서 수입되고 있는 한국소주도 대부분 소주갑류 시장에 포함됨
- 2010년 이후는 저가격 와인의 대두 등으로 소주 수요가 다른 카테고리 상품으로 유출되고, 2011년은 동일본대지진의 영향으로 포장자재 조달의 어려움도 있어 일부 브랜드는 판매중지가 되기도 함. 2012년은 저가격 대형 페트보틀 PB상품이 증가하는 경향을 보이면서 대기업 NB상품이 고전하는 추세가 나타남

< 일본 소주시장 규모 및 메이커 점유율 >

(단위: 백만엔)

기업명	대표 브랜드명	2012년		2013년(전망)	
		판매액	점유율	판매액	점유율
타카라 주조	타카라 소주	59,100	25.6	55,800	25.2%
산토리 주류	경월	33,500	14.5	32,800	14.8%
아사히 맥주	카노카, 다이고로우	29,600	12.8	27,400	12.4%
오에논 그룹	빅맨	28,200	12.2	28,700	12.9%
진로	진로, 참이슬	17,500	7.6	17,200	7.8%
삿포로 맥주	트라이앵글	13,600	5.9	15,000	6.8%
기 타		49,500	21.4	44,600	20.1%
합	계	231,000	100.0%	221,500	100.0%

자료원 : 후지경제 「식품마케팅편람」

□ 유통동향

- 소주의 용도별 판매 구성은 시판용이 53%, 업무용이 47%를 차지하고 있음. 양판점에서는 저가격 PB상품, 편의점에서는 소량 상품이 주가 되며, 기타 주류 디스카운트스토아가 감소 경향에 있는 가운데 드럭스토아의 취급이 생겨남

< 일본시장 소주 대표 상품 >

한국산			
	진로 「JINRO Chamisul」 - 용량 : 700ml - 용기 : 병	산토리 「경월」 - 용량 : 700ml - 용기 : 병	아사히맥주 「비단」 - 용량 : 700ml - 용기 : 병
일본산			
	오에는 「백맥 브라운 25%」 - 용량 : 220ml - 용기 : 페트 컵 - 금액 : 190엔	타카라주조 「타카라소주」 - 용량 : 1.8L - 용기 : 페트 컵 - 금액 : 1,340엔	삿포르맥주 「트라이앵글」 - 용량 : 720ml - 용기 : 페트 컵 - 금액 : 740엔

□ 한국산 수입동향

- 한국소주는 산토리주류와 진로의 적극적인 프로모션으로 시장을 확대시켜 왔으나, 최근에는 하이볼 인기 등 타 알콜음료로 수요가 유출. 외식 야끼니쿠업태의 감소와 젊은층의 알콜 수요 감소도 원인의 하나로 시장은 감소 추세를 보이고 있음
- 2012년은 한일간의 정치적인 문제와 한류붐 인기의 저조로 양판점은 물론 소매점에서의 한국페어 등 판촉행사 실시가 이전에 비해 축소경향. 판매실적은 전년을 밀돌고 있음. 2013년도 한국소주 시장은 고전하고 있어 양판점에서의 저가격 PB상품이 증가하고 있는 상황

< 한국산 소주 일본 수출실적 >

(단위: 톤, US 천불, %)

2011년		2012년		증감률	
물량	금액	물량	금액	물량	금액
53,737	92,641	59,943	102,199	11.6	10.3

□ 한국산 수입 증감 사유

- 산토리 주류(경월)의 실적은 고전하고 있음. 2013년 4월에는 RTS상품(리콜류에 포함)인 훈와리 경월 아세올라를 신발매하여 판촉강화를 통한 경월 브랜드력을 높이기 위해 노력하고 있음
- 진로는 가정용으로 안정된 추이를 보이고 있으나 업무용은 고전이 지속되고 있음. 2013년은 홋카이도 한정 4L 페트보틀 상품을 홍보하는 지역 한정 마케팅을 강화하는 등 각종 프로모션을 강화하고 젊은층을 중심으로 신규 고객 획득을 위해 노력하고 있음

□ 시사점

- 소주는 불황기에 강한 절약지향의 대표적인 술이었으나, 음용층의 고령화로 1인당 소비량이 줄어들고 젊은층 수요가 적어 신규획득에 고전하는 상황이 지속되고 있음
- 주류 카테고리의 다양화가 진척되고 있는 가운데 소주의 깨끗한 맛으로 만든 개성이 보이지 않기 때문에 차별화가 힘든 상황. 일본소주 시장의 대표 브랜드인 타카라 주조는 과실주를 담그기 위한 상품 전개로 소주시장의 호전을 기대하고 있으나, 대형 양판점에서는 PB상품이 세어를 높이고 있으며 이러한 경향은 한동안 지속될 것으로 보임
- 한국소주는 고연령층의 수요가 안정되어 있지만 젊은층의 신규수요 획득이 과제로 대두되고 있으며, 무엇보다 한일간의 외교문제 등으로 밝은 전망은 어려운 현실임

< 저작권자 © aT 한국농수산물유통공사 &Kati.net 무단전재 및 재배포 금지 >