

2008.05.23.

일본 식품 시장동향

목차

1. 일본 식품 시장개요
1. 일본 식품 시장동향

내용문의

한국보건산업진흥원 수출통상팀

(02-2194-7453, hahj100@khidi.or.kr)

□ 일본의 식품 시장개요

- 농림수산성에서 정의하는 일본의 식품산업은 농수산업을 시작으로 식품산업(식품제조업, 식품유통업, 외식산업)이와 관련된 자재공급산업, 유통산업 등 식품에 관련된 산업에 의해 형성되어 있음.
- 이들 산업은 각각 식품의 산업, 가공, 유통의 기능을 담당하며 생산부터 소비까지 식료공급의 연쇄체계를 이루고 있음. 농수산물의 국내생산이 12조엔에 달하는 가운데 가공, 외식등의 단계에 따라 경제가치가 높아져 총시장까지 80조원 규모에 달할 것으로 예측되고 있음.
 - 식용농수산물 국내시장 : 국내생산 12.1조엔, 신선제품의 수입 3.2조엔
 - 가공, 외식산업을 거친 식료품의 최종시장 : 신선제품 15.1조엔(18.8%), 가공품 41.5조엔(51.7%), 외식29.5조엔(23.7조엔)
- 2005년도 일본 총무성의 가계조사연보에 따르면 2005년의 전국 총세대(평균 세대수 인원 2.57인, 세대주의 평균연령 54.7살)의 소비지출의 합계는 1세대당 1개월 평균 266,508엔으로 전년도에 비하여 약 명목 1,271엔, 0.5%의 감소를 기록함. 2004년도에는 그전까지의 감소경향이 멈추면서 경기회복의 추세로 여겨지기도 하였으나 2005년도에는 다시 감소를 기록함. 2004년도 후반의 태풍등의 영향에 따라 신선 야채의 가격이 폭등하고 미리 대량구입을 피한 결과로 여겨짐.
- 식품분야에 한정하여 살펴보면 2005년도 1가구의 식료품에 대한 월평균지출액은 60,532엔으로 명목1.7%의 감소를 기록함. 감소폭이 큰 품목으로는 곡류(-6.7%), 야채해조류(-2.9%), 과일(-2.5%)로 9품목이 전년도에 비하여 마이너스를 기록하고 있음. 반대로 전년도보다 지출액이 늘고 있는 것은 육류(2.2%), 조리식품(0.4%), 유제품(0.1%)의 세품목임.
- 품목을 세분화하여 살펴보면 전년도 소비부진의 폭이 큰순으로 살펴보면 쌀(-11.2%), 학교급식(-6.7%), 면류(-5.5%), 빵(5.0%), 우유(-4.6%)의 감소비율이 커진 상태임. 대분류로는 곡물의 하락폭이 컸지만 이는 쌀 면, 빵의 소비지출의 감소가 영향을 끼친 결과로 여겨짐.
- 전년도 대비 소비지출의 증가율이 큰것을 살펴보면 기타 곡류(16.7%), 달걀

(13.0%), 육류(2.5%), 건조해초류(2.1%), 과실가공품(1.7%)의 순으로 나타남. 기타 곡물과 달걀의 폭이 크지만 절대치 자체가 큰 품목이 아니기 때문에 식료품 시장 전체는 시장규모가 감소했다고 볼 수 있음.

- 경기회복이 진행되면서 향후 소비에 대해 낙관적인 견해가 펼쳐지는 가운데 소비자 수요의 다양화, 소득격차의 확대, 절약형 소비 등 불확실한 요소도 많은 상태임. 향후에도 소비자의 지출동향에 유의할 필요가 있음.
- 농림수산성에 따르면 일본의 식품자급률은 1965년에 73%에 달하였으나 2005년 현재 공급량 기준으로 40%정도의 자급률을 유지하고 있음. 일본은 2016년까지 자급률을 45%로 끌어올리려는 계획을 수립중임. 수입이 증가하여 5.1% 증가한 2006년 7조4천억엔을 기록함. 수출도 13.0%증가한 3,738억엔을 달성함. 수출이 증가추세이나 수입에 대부분을 의존하고 있는 구조임. 일본은 식료품 수입이 필수불가결한 식품 수입대국이라 할 수 있음.
- 식품제조업자는 ISO9000시리즈와 HACCP(위해분석중점관리점)에 착수하여 식품의 안전성을 확보하기 위해 노력해왔으나 최근 일련의 집단식중독, 소고기의 BSE문제, 가공우유의 식중독사고, 식품의 위장표지, 유효기간 경과 식품의 출하등 기업의 부정이 발각되면서 소비자가 식품의 안전성에 대한 의문을 가지기 시작함. 이에 대한 해결의 수단으로 트레서빌리티가 향후 주목받을 것으로 여겨짐. 트레서빌리티란 식품의 원재료부터 조달, 가공, 유통을 거치는 과정을 추적가능한 시스템을 가리키며 이를 이용하여 유통경로를 특정하여 해당식품을 신속히 철수하는 등을 목적으로 함. 향후 당분간 식품업계에서는 “맛”, “가격”에 더불어 “안전성”이 중요한 키워드로 여겨지고 있음.
 - 일본의 주요 제과기업중 하나인 후지야(不二家)에서 지난 2007년 1월 유효기간이 지난 원료를 사용한 사실이 밝혀져 경영부진에 떨어짐. 이후 후지야는 1987년 이후 모리나가제과와의 제휴 자본협력관계에 있었지만 이를 해지하고 새롭게 야마자키빵의 자본을 받아들여 경영재건을 모색중임. 야마자키 빵은 후지야에 35%를 출자하여 경영지원을 실시함.
 - 한편, 이를 의식하여 수산물 수입회사가 중심이 되어 해역명, 어장환경, 양식이력, 먹이 사용상황, 산지 도매명 등을 공개하는 움직임이 시작되고 있음. 만두사태, 기생충 김치 파동 등의 영향으로 해외 식품에 대한 불신을 해

소하기 위해 제품의 안전성을 증명하여 소비자가 안심하고 먹을 수 있도록 하는 것이 중요함.

평균소비지출의 품목별 대전년비 증가율 추이

(단위 엔, %)

		2000	2001	2002	2003	2004	2005
소비지출		281,208	273,183	269,835	266,432	267,776	266,508
			-2.9	-1.2	-1.3	0.5	-0.5
식품		65,456	63,262	62,795	61,441	61,559	60,532
			-3.4	-1.7	-2.2	0.2	-1.7
곡류	6,041	5,433	5,637	5,730	5,744	5,357	
		-4.6	-2.2	-1.6	0.2	-6.7	
해산물	7,024	6,711	6,515	6,226	5,965	5,880	
		-4.5	-2.9	-4.4	-4.2	-1.4	
육류	5,135	4,762	4,706	4,704	4,676	4,779	
		-7.3	-1.2	-0.0	-0.6	2.2	
유제품	3,102	2,926	2,974	2,908	2,819	2,821	
		-5.7	1.6	-2.2	-3.1	0.1	
야채, 해조	7,430	7,249	7,126	7,105	7,103	6,899	
		2.4	-1.7	-0.3	0.0	-2.9	
과일	2,607	2,572	2,487	2,339	2,383	2,323	
		-1.3	-3.3	-6.0	1.9	-2.5	
식용 기름, 조미료	2,608	2,527	2,515	2,532	2,524	2,51	
		-3.1	-0.5	0.7	-0.3	-0.9	
채과류	4,076	3,976	4,002	4,014	3,986	3,958	
		-2.5	0.7	0.3	-0.7	-0.7	
조리식품	7,296	7,310	7,275	7,309	7,278	7,305	
		0.2	-0.5	0.5	-0.4	0.4	
음료	3,300	3,291	3,307	3,246	3,394	3,380	
		-1.3	0.5	-1.8	4.6	-0.4	
육류	3,205	3,042	3,016	2,924	2,933	2,883	
		-5.1	-0.9	-3.1	0.3	-1.7	
외식	13,551	12,975	13,126	12,320	12,7011	12,411	
		-4.3	1.2	-6.1	3.1	-2.3	

자료원 : 총무성 가계연보

2005년도 명목소비지출이 전년대비 하락폭이 큰 품목(1가구 한달치 소비금액)

(단위 : 엔, %)

	품목	2001	2002	2003	2004	2005	2005년도 대전년비
1	쌀	2,500	2,370	2,432	2,437	2,163	-11.2
2	학교급식	790	754	707	736	687	-6.7
3	면류	1,148	1,142	1,138	1,111	1,050	-5.5
4	빵	1,837	1,853	1,884	1,925	1,829	-5.0
5	우류	1,424	1,421	1,424	1,368	1,305	-4.6

자료원 : 총무성 가계조사연보

2005년도 명목소비지출이 전년대비 상승폭이 큰 품목(1세대 한달치 소비금액)

(단위 : 엔)

	품목	2001	2002	2003	2004	2005	2005년도 대전년비
1	기타면류	281	272	277	270	315	16.7
2	달걀	574	574	544	530	599	13.0
3	육류	3,751	3,731	3,733	3,727	3,821	2.5
4	건조,해조류	606	600	610	607	620	2.1
5	과일가공품	135	127	129	120	122	1.7

자료원 : 총무성 가계조사연보

□ 일본의 식품 시장동향

○ 수요동향

- 일본 주요한 농산물의 국민 1인당 1년간 소비량은 다음과 같으며 소비패턴의 변화에 따라 쌀의 감소, 육류류의 증가, 유지류의 증가를 들 수 있음.
 - 쌀의 경우, 1인당 61kg(2006년 기준)으로 1965년의 112kg에 비하여 절반에 가깝게 감소.

- 축산물은 58kg(2006년 기준)으로 1965년의 137kg에 비하여 절반 이상 증가함.
- 유지류는 15kg(2006년 기준)으로 1965년의 6kg에 비하여 절반 이상 증가함.

1) 수산업

- 대일본수산회가 2004년 실시한 ‘수산물을 중심으로 한 소비에 관한 조사’ 결과에 따르면 일본 저녁식사 때 어패류를 먹는 빈도는 53.8%가 주 1~2회, 주 3~4일이 39.4%, 주5일 이상이 4.1%를 차지하고 있음. 일본인은 생선을 가장 많이 먹는 민족으로 알려져 있으며 실제로 FAO의 Food Balance Sheet 1999년에 따르면 국민 1인당 생선 소비량은 전 세계 1위로 하루 생선소비량이 65.6kg에 달하고 있음. 생선을 많이 먹고 횡집이 많은 일본의 특성상 어패류(특히 신선한 것)에 대한 수요는 무궁무진하여 어업의 총생산은 1조6007억엔(2005년도)에 달하지만 대부분 국내어획량으로는 수요를 충족하는 데 불충분하여 수입에 절반가량 의존하고 있음. 일본의 2005년 어패류 자급률은 57%에 불과함.
- 2000년 총무성이 발표한 가계조사에 따르면 세대당 연간 신선어 및 패류 구입량은 43.6kg이며 종류별로는 오징어(4kg) > 다랑어(3.4kg) > 연어(3.1kg) > 새우 > 전갱이 > 방어 > 꽁치 > 고등어 > 가자미 > 가다랑어 > 정어리 > 문어 > 게 > 도미 순으로 구입이 많음. 1990년과 비교하면 다랑어, 연어, 고등어 등의 구매는 증가한 반면, 오징어, 새우, 꽁치, 정어리 등의 구매는 감소함.

주요수산물 수입금액

(단위 : 억 엔)

품목	2002	2003	2004	2005
새우	2,974	2,481	2,380	2,351
참치, 청새치	2,434	2,229	2,337	2,152
연어, 송어	1,046	1,016	1,036	1,094
계	898	854	807	690
대구알	511	523	598	629
새우조제품	475	483	522	524
뱀장어조제품	625	412	657	499
오징어	460	417	437	465
기 타	8,199	7,277	7,599	8,278
수산물합계	17,622	15,692	16,371	16,682

자료 : 수산청, 수산백서

주 : 대구알은 생선, 냉장, 냉동, 염장, 훈제품 합계. 그외 품목 산것, 신선·냉장, 냉동품 합계

- 가격동향

- 수산물은 산지와 소비지가 떨어져 있어서 유통단계가 많고 상시냉장에 의한 선도유지가 필요하며, 대부분이 절단되거나 사시미용 등으로 가공되어 판매되고 있어 중간 유통마진이 높은 편임. 그 결과 수산물의 소매가격 대비 생산자 수취가격의 비율은 20%~30% 수준으로 청과물 등에 비해 낮은 편임.
- 2005년에는 소형어를 중심으로 어획량이 대폭 증가하여 산지가격(전 용도 평균)은 40엔/kg 수준으로 하락함. 소비지 도매가격(신선, 대부분 일본 국산)은 300엔/kg 전후이며, 일반적으로 일본산보다 크기가 큰 수입품(냉동) 가격은 세계적 수요증대와 수출국의 어자원 고갈에 따라 상승하고 있어 일본제품과 유사한 수준에 근접하고 있음.

인 이상 세대의 품목별 연간 지출액, 구입수량 및 평균가격

(단위 : 엔, g, 가격은 엔/100g)

구분	생선류			조개류		
	금액	수량	가격	금액	수량	가격
2003	54,216	37,430	144.85	6,023	4,818	125.02
2004	51,942	36,543	142.14	5,545	4,317	128.45
2005	50,629	36,021	140.55	5,029	3,911	128.58

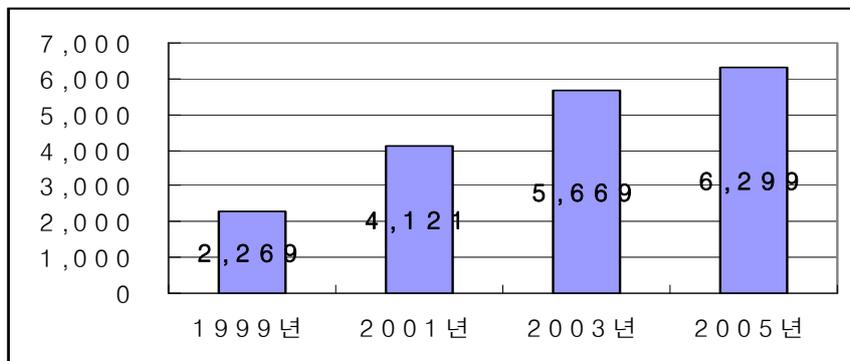
자료 : 총무성, 가계조사 2005년

- 일본인의 식단에 어패류는 빠질 수 없는 주요한 품목으로 앞으로 일본내의 수요는 크게 변함이 없을 것이며, 수산물 보존기술의 발달로 전 세계로부터 신선한 수산물이 일본으로 더욱 많이 유입될 것이 예상됨. 다만 점점 더 많은 사람이 혼자, 혹은 둘이서 살아가게 되는 단독세대의 증가로 조리가 귀찮아서 생선을 먹지 않는 사람을 위한 제품을 개발할 필요가 있음. 일본은 세계 최대의 참치소비국으로서의 지위를 향후에도 계속 누릴 것으로 보이며 특히 참치통 조림은 근년 들어 수입이 증가경향을 보이고 있음.
- 최근에 원가격의 폭등에 의한 소매가격 상승, 포장용기 용량 변화, 품질 저하로 명란의 소비가 하락하고 있으나 FTA가 체결되어 동제품의 관세 철폐가 실현되면 원란가격이나 소매가도 떨어져 소비증대가 기대됨.
- 계 조제품 수입은 어획량의 감소, 주요 수입 대상국의 일본외 국가로의 수출에 의해 수입량 감소로 인한 공급 부족으로 일부 제품은 가격이 폭등하고 있음. 이대로 공급부족현상이 지속되어 가격이 계속 상승하면 향후 계 조제품에 대한 소비자 이탈현상이 발생할 수 있을 것임.
- 일본냉동식품협회의 조사에 따르면 해외 메이커의 대외진출의 필수조건으로 안정적, 또한 저가의 원자재가 구입가능한 지역, 인건비가 저렴한 지역을 들고 있음. 일본 메이커의 대외진출의 거점으로서 중국, 타이, 베트남, 인도네시아의 4개국이가장 많으며 냉동식품 수입량 전체의 96%를 차지하고 있음.

2) 인삼류 등 건강식품 수요동향

- 일본건강영양식품협회에 따르면 특정보건용식품의¹⁾ 2005년 시장규모는 6,299억 엔, 기능성 성분을 포함한 건강식품, 서플리먼트(건강보조식품)를 포함하면 약 1조 1천억 엔이 넘고 건강식품 취급업체가 1만 개사, 신규 진입하는 업체는 매년 약 3,000개사로 추정됨.

(단위 : 억 엔)



특정보건용식품 시장규모 추이

자료 : 일본 건강 영양식품협회

- 건강식품의 경우 향후 건강지향과 고령화의 심화에 따라 신상품개발 및 신규 진입은 갈수록 늘어날 것으로 예상되는 미래지향형 시장이라고 할 수 있으나 그 만큼 가격 및 품질경쟁은 치열함.
- 카테킨 성분이 대량 함유된 녹차, 우롱차, 식초음료, 대두음료, 서플리먼트 등은 생활습관병, 특히 고혈압, 당뇨병, 비만 등에 효과가 있다는 점 때문에 인기를 끌고 있음. 이들 제품은 미용 및 다이어트에 민감한 젊은 여성뿐만 아니라 40대 이상의 남성을 중심으로도 그 수요가 증가하고 있음. 메타보릭신드롬(내장지방증후군)이라는 유행어가 생길 정도로 많은 일본국민의 관심을 모으

1) 특정보건용식품 : 일본의 일반적인 식품보다 건강유지에 효과적인 식품으로 법적인 규정 또는 의약품으로 규정되어 있지 않은 것. 관련 법규로는 식품위생법, 약사법, 건강증진법 등이 있으나, 간접적인 규제밖에 없음. 후생노동성은 2001년4월 보건기능식품제도를 제정, 일정 기준을 충족시키는 식품에 대해서 "특정보건용식품", "영양기능식품"으로 식품에 포함된 성분을 표시하는 것을 허가하였음. "특정보건용식품"은 제품에 생리적 기능, 특정 보건기능에 대한 당국의 심사를 받아 후생노동대신의 허가를 받아야 하며 2006년7월 기준으로 586품목이 있음.

면서 관련 상품의 판매가 급속도로 증가함.

- 건강산업유통신문조사에 의하면 최근 1,000만 엔 이상 규모의 소매점에서 가장 수요가 많은 제품은 건강식초류이며 콜라겐, 현미가공식품, 칼슘, 허브, 클로렐라 등도 꾸준한 수요가 있는 것으로 나타나고 있음.

일본의 주요 건강관련 식품 소매가 추이

(단위 : 엔)

	2003년	2004년	2005년	2006년
드링크제	139	135	139	138
비타민제	1,741	1,730	1,706	1,658

주 : 드링크제- Ripobitan D(1병, 100ml), 비타민제- Shin Q&P Kowa gold(1상자, 60정)

(단위 : 엔)

	2005년	2006년 1월	2006년 5월	2006년 9월
서플리먼트	952	927	927	931

주 : 서플리먼트- Nature-made multivitamin(1병, 50정)

자료 : 총무성 통계 자료

- 최근 일본 경기 회복에도 불구하고 10년간의 장기 경기 침체, 디플레이션의 지속으로 가계소비지출은 1993년 이후 최근까지 지속적으로 감소되어 옴. 이와 같은 추세에서 생활필수품은 가급적 저가품을 구입하려는 경향이 강해졌고, 자기 자신의 라이프 스타일에 맞지 않는 것과 당장 필요치 않은 물품의 소비는 가능한 억제하려는 경향이 강해짐.
- 반면, 자기 자신이 갖고 싶은 것, 애착을 가지는 것에는 높은 금액을 지불하는 것을 꺼리지 않는 경향이 생겨났으며 건강식품에서도 유사한 현상이 일어나고 있음. 최근에는 고가격대와 함께 저가격대의 서플리먼트, 건강유지 음료시장이 호조를 보이고 있는 등 건강식품에서도 소비의 양극화 현상이 나타나고 있음.

일본 1세대 1개월 지출 평균

(단위 : 엔)

항목	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
보건의료	9,576	9,863	9,790	10,579	10,522	11,075
의약품	1,712	1,691	1,746	1,731	1,626	1,586
건강유지용섭취품	624	836	825	1,008	1,151	1,234
보건의료용품 기구	1,988	1,865	1,741	1,853	1,820	1,874
보건의료 서비스	5,252	5,470	5,478	5,987	5,926	6,381

자료 : 일본 총무성

- 건강식품원료를 일본 국내에서 생산하기 어려운 인삼, 프로폴리스, 로얄 젤리, 푸룬 등의 수입이 증가하고 있으며 비타민제의 수입도 일부 증가하였으나 식품위생법, 건강증진법 등 수입절차가 까다로워 수입실적은 소량에 그치고 있음. 특히, 한국으로부터의 수입이 많은 인삼의 경우 수요 감소로 수입량이 계속적으로 감소하고 있는 추세이며 엔저로 인한 가격의 급격한 상승으로 값싼 중국산에 시장을 빼앗기고 있는 추세임.

일본 수입 인삼 국가별 가격 2005년

(단위 : US 달러)

순위	국가	수입량 (kg)	평균단가 (달러/ kg)
1	중국	603,374	15.36
2	한국	6,859	126.73
3	북한	1,480	73.50
4	미국	365	48.79
5	대만	72	432.17

자료 : 일본세관 (HS Code : 121120)

- 소비자의 건강에 대한 관심증대는 계속될 것이며, 미각중심의 건강식품에서

기능성을 강조한 건강식품, 서플리먼트로 선호도가 변화하고 있음. 세부적으로 보면 코엔자임Q10 성분이 함유된 제품이 판매호조를 보였으며 활용제안형, 생활제안형 건강식품이 개발되고 있음. 건강 및 미용 식품에서도 대량생산, 대량소비, 매스 마케팅의 시대에서 다품종 소량생산 경향에 따라, 선별 소비, 개별적 마케팅으로 옮겨가는 추세가 명확해지고 있음. 다이어트 등 여성 소비자를 중심으로 한 건강식품이 최근에는 내장지방증후군 등 남성 소비자를 타겟으로 이동하는 추세임

- 최근에는 여성들이 주로 사용한 '코엔자임Q10'을 남성층을 타겟으로 광고를 하는 등 소비층이 확대되는 추세이며 특정 품목의 성분과 효능만을 강조하기 보다는 전반적인 생활스타일의 제안 등의 요소가 판매와 수요 증가에 중요한 요소로 작용하고 있음. 컴퓨터, TV 등에 노출도가 한층 높아짐에 따라 눈 건강을 생각하는 제품이 속속 등장하는 것도 특징임. 블루베리, 칼시스, 루틴 등 시각개선 작용 성분을 함유한 제품의 판매가 호조를 보일 전망이다.
- 전체적으로 보면 개인금융자산 1400조 엔의 절반 이상을 60세 이상의 고령자가 보유하고 있는 데서 보듯 고령자지향형 건강식품과 관련 서비스개발이 중요함. 또한 기능성 식품의 최대 시장인 다이어트 식품은 젊은 여성층을 타겟으로 저칼로리로 만족감을 주는 식품의 판매가 호조를 보이고 있으며, 여러 가지 생활 패턴 제안형 다이어트 식품이 시장을 선도할 것으로 전망됨. 그 외에 생활습관에서 오는 질병을 예방하는 코엔자임Q10, 검은 식초, 향 식초 등으로 제조한 음료와 서플리먼트의 판매가 호조를 보이고 있으며 지속적인 시장 확대가 예상됨.일본 건강식품 수요자의 건강식품에 대한 주요 기대 효과를 순위별로 보면 기초영양보급, 체력저하개선, 체질개선, 노화방지, 피부 건강유지, 다이어트로 나타남.
- 지속적인 건강식품에 대한 수요 증가에도 불구하고 한국으로부터의 수입은 저조한 편이며 일부 중국산의 건강식품 섭취 피해에 의해 아시아로부터 수입되어오는 제품에 대한 불신감이 강하며, 원료를 수입하여 자국에서 제작하는 경우가 대부분을 차지하고 있음.
- 일본 시장은 현재 건강식품이라는 이름으로 제품이 난무하고 있는 실정으로 시장 진입을 위해서는 정확한 성분 분석표와 효능을 입증할 만한 데이터가

갖추어져 있어야 하며 원재료에 대한 자료가 보충해야 함.. 한국에서의 실적 유무를 확인할 수 있는 데이터가 있어야 하며, 막연한 효과만을 제시하는 것은 지양할 필요가 있음.

- 유통면에서는 건강식품은 통신판매시장을 주축으로 발전하고 있으며 인터넷 판매와 방문판매가 계속 늘어날 전망이다.

3) 김치의 수요동향

- 일본에서 김치는 업무용을 중심으로 시장이 형성되어 옴. 그러다 90년대 후반 들어 고추의 주성분인 캡사이신이 건강과 미용에 좋다는 인식이 확산되면서 건강, 미용식품으로 널리 알려지고 가정에서도 야키니쿠(불고기)붐이 일어나 1998년부터 두자릿수 성장세를 보임.
- 2003년 들어서는 일본인의 식성에 맞게 제조된 일본산 김치가 포화상태에 달했으며 수입김치는 유산균 발효를 자랑하는 한국산 김치가 시장에서 좋은 평가를 받았으나, 최근에는 저가격을 무기로 한 중국산 김치가 서서히 시장을 파고들고 있음. 2005년 10월에 중국산 김치, 한국산 김치에서 기생충알이 검출되었다는 발표로 수입산 김치가 커다란 타격을 받아 시장에서 퇴출되는 사례의 발생 등, 시장 전체가 큰 타격을 받은바 있음. 차차 시장이 회복세를 보이고는 있으나 2006년 전체로는 전년대비 두자릿수 감소를 보일 것으로 전망됨.
- 후지케이자이 연구소는 김치의 향후 판매량의 큰증가는 기대하기 어려우나, 꾸준한 소비가 있을 것으로 전망함. 일본의 쓰게모노(채소절임) 시장전체가 지속적으로 축소되고 있는 가운데 쓰게모노로 구분되는 김치만은 성장기조를 보여온 유망시장이기에 기생충알 파동이 소비자의 뇌리에서 사라지면 시장이 다시 회복될 것으로 기대되고 있음.

일본의 김치 시장 규모

연도	판매량(톤)	판매액(백만 엔)	단가(천 엔/톤)
2000	234,000	75,000	321
2001	240,000	76,300	318
2002	247,400	78,200	316
2003	247,300	78,000	315
2004	245,300	77,300	315
2005	232,000	73,400	316
2006	206,000	65,300	317
2007(예측)	220,000	70,000	318
2011(예측)	229,300	73,000	318

자료 : 후지케이사이, 2007년 식품마케팅편람

- 통상적으로 김치의 경우 슈퍼에서 가장 일반적으로 팔리는 상품은 400g에 400엔 가량으로 대략 100g당 100엔 내외에 소비자가 구입하고 있음. 다만, 피클스 코퍼레이션이 고급 야키니쿠(불고기)집인 叙叙苑과 공동개발하여 금년 5월에 발매한 ‘叙叙苑김치’는 300g에 600엔으로 일본산 배추 등 엄선된 재료만을 사용하여 부가가치를 높임으로써 통상가의 2배 수준의 가격으로 판매되고 있음.

○ 생산동향

- 일본의 농업생산은 1984년까지 식량수요의 확대와 함께 증가하였으나(84년 11조7,171억엔), 그후 지속적으로 하향 생산을 기록하고 있으며 2005년 현재 총 8.5조엔을 기록하고 있음. 이는 농업외 산업으로의 노동력의 이출, 농지의 전이, 경작지방치 증가에 따른 것으로 이와 더불어 농업종사자수, 경지면적, 경지이용률 역시 하향 추세임.
- 품목별로 살펴보면 쌀은 생산량이 최근 2년간 감소하고 있으며 육류, 감자류만이 소폭 생산이 증가하였으며 기타 야채, 과일, 육류, 우유, 유제품 등이 최

근에는 생산이 둔화하고 있음. 이는 국내수요분의 일부분을 수입부분이 담당하게 된 결과로 여겨지며 이러한 배경에는 식생활의 다양화와 농산품무역의 규제완화의 결과로 여겨짐.

- 2005년도 경제산업성의 공업통계표에 따르면 식품업계의 종업원 4인 이상의 사업소는 276,522개소이며 전년 대비 2.0%의 증가를 기록함. 단, 종업원 10명 이상의 사업소는 133,455개소로 전년비 5.4%로 4년 연속 감소하고 있음. 사업자수별로 산업별 구성비를 살펴보면 가장 많은 것이 식료품제조업으로 39,037개 사무소를 기록, 전년에 비하여 2.0%증가함. 단 종업원수 규모가 10인 이상의 사무소는 6.1% 감소함.

식료품 제조업 사무소수(4인 이상 사업소)

	2004년			2005년		
	실수(개소)	전년비(%)	구성비(%)	실수(개소)	전년비(%)	구성비(%)
전산업합계	271,008	-7.8	100.0	276,522	2.0	100.0
식료품제조업	33,910	-6.2	12.5	34,171	0.8	12.4
음료, 담배, 사료제조업	4,715	-7.1	1.7	4,866	3.2	1.8

자료 : 경제산업성"공업통계표"

일본 농업 총생산액 및 주요 농작물 생산액 추이

(단위 : 억엔)

	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
농업총생산액합계	88,813	89,297	88,565	87,136	84,887
쌀	22,284	21,720	23,416	19,910	19,650
보리	1,293	1,513	1,506	1,488	1,535
콩	964	991	1,011	928	763
감자류	1,978	1,928	2,051	1,981	2,011
야채	21,188	21,514	20,970	21,427	19,952
과일	7,521	7,489	7,141	7,627	6,810
꽃	4,460	4,471	4,256	4,156	3,980
공예농작물	3,364	3,277	3,260	3,378	3,012
소고기	4,369	4,662	4,001	4,455	4,697
우유	6,758	6,836	6,942	6,875	6,757
돼지고기	5,007	5,168	4,671	5,186	5,245
닭	6,349	6,532	6,015	6,354	7,127

자료: 농림수산업성 생산농업소득통계

일본 어업 총생산액 추이

(단위 : 억엔)

	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
어업총생산액합계	17,803	17,188	15,908	16,036	16,007
원양어업	2,009	1,813	1,666	1,691	1,620
중거리어업	4,206	4,130	3,692	3,960	3,876
연안어업	5,435	5,416	5,009	5,004	5,094
해면양식업	5,029	4,785	4,476	4,343	1,392
내수면어업,양식업	1,116	1,079	1,060	1,034	1,022

자료 : 농림수산업성 통계부 어업, 양식생산통계연보

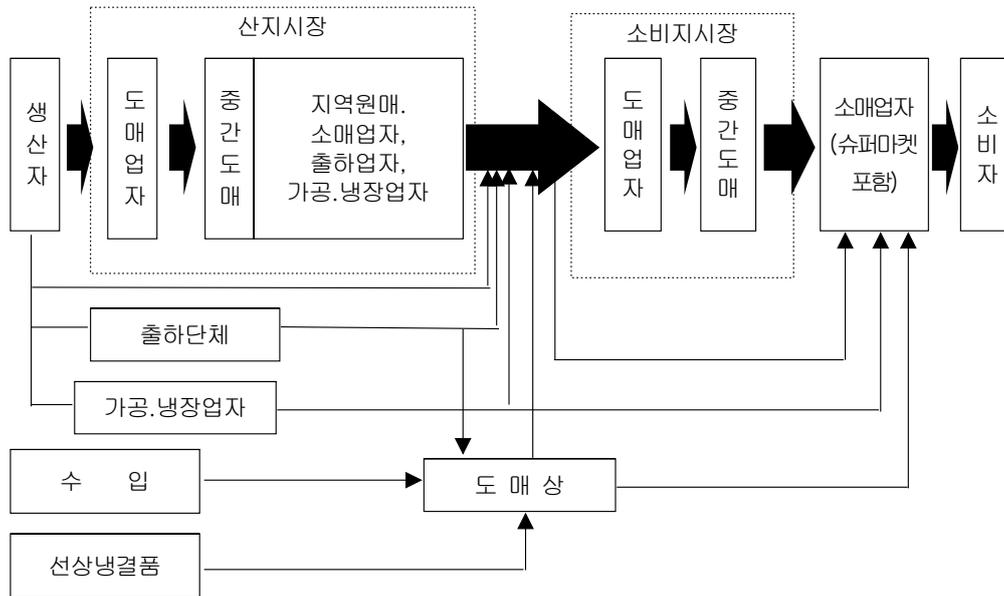
○ 유통구조²⁾

1) 일본 김치의 유통구조

- 일본산 김치의 경우 기존의 채소절임(쓰게모노) 업체를 중심으로 시장진입이 이루어져 유통경로도 절임류와 같은 채널을 통해 유통되고 있음. 생산업체 → 절임 전문도매점 → 소매점 → 소비자의 경로가 전체 시장의 약 55-60%, 생산업체 → 슈퍼마켓 → 소비자 경로가 15-20%, 생산업체 → 외식업체 경로가 20%정도의 비율임.
- 한국산 김치의 경우 일반적으로 총판점(지사 또는 수입상)을 통해 유통되고 있지만 일반 바이어를 통해 수입 유통되는 경우도 있음. 최근에는 양판점에 의한 판매가 늘고 있으며 메이커로부터 직납이 확대되고 있음. 다만 양판점에 대한 판매는 이윤이 낮아 직영소매점을 통한 판매나 통신판매를 통하는 기업도 많음.

- 수출상>총대리점>특약점(도매상)>양판점>소매점(소매상)>소비자
- 수출상>총대리점>소비자
- 수출상>대형슈퍼>소비자
- 수출상>수입상>도매상>소매상>소비자

2) 식품은 신선도가 중요한 품목 특성상 품목에 따라 유통구조가 상이하므로 본장에서는 농수산물 가공품인 김치와 유통과정이 비교적 긴 건강식품을 예로 들어 제시함.



가공 농수산품의 유통구조

자료 : 농림수산성, 수산물유통통계년보 2000

2) 일본 건강식품의 유통구조

- 건강식품의 유통경로는 크게 무점포 판매 방식과 점포판매 방식으로 나누어 짐. 점포판매 방식은 건강식품 전문점, 드럭 스토어, 약국 그리고 일반 소매점, 편의점 등으로 구분되고 무점포 판매방식은 방문판매, 통신판매, 인터넷판매 등으로 구분됨. 건강식품은 그 효능과 효과가 입소문에 의해 전파되는 경우가 많으므로 전체 판매의 60% 정도가 무점포 판매방식으로 판매되고 있음. 특정 보건용 식품과 건강보조 서플리먼트는 규제완화와 판매루트의 다양화로 판매가 급성장하고 있는 추세임.
- (재)일본건강·영양식품협회의 조사에 의하면 특정보건용식품의 유통경로로는 슈퍼, 백화점, 편의점이 전체판매의 57%를 차지하고 있으며 배달서비스가 32.8%, 약국이 3.1%, 통신판매가 6.4%를 차지하고 있음.

특정보건용식품 유통경로별 시장 구성비

	2001년		2003년		2005년	
	억 엔	구성비(%)	억 엔	구성비(%)	억 엔	구성비(%)
슈퍼, 백화점	1,948	47.2	2,288	40.3	2,663	42.3
편의점	601	14.6	884	15.6	925	14.7
배달 서비스	1,271	30.8	1,948	34.4	2,069	32.8
의약품 판매경로	156	3.8	5,120	3.0	196	3.1
통신판매	40	1.0	171	0.8	43	0.7
기타	105	2.6	44	5.9	403	6.4
합계	4,121	100.0	334	100.0	6,299	100.0

자료 : (재)일본건강·영양식품협회

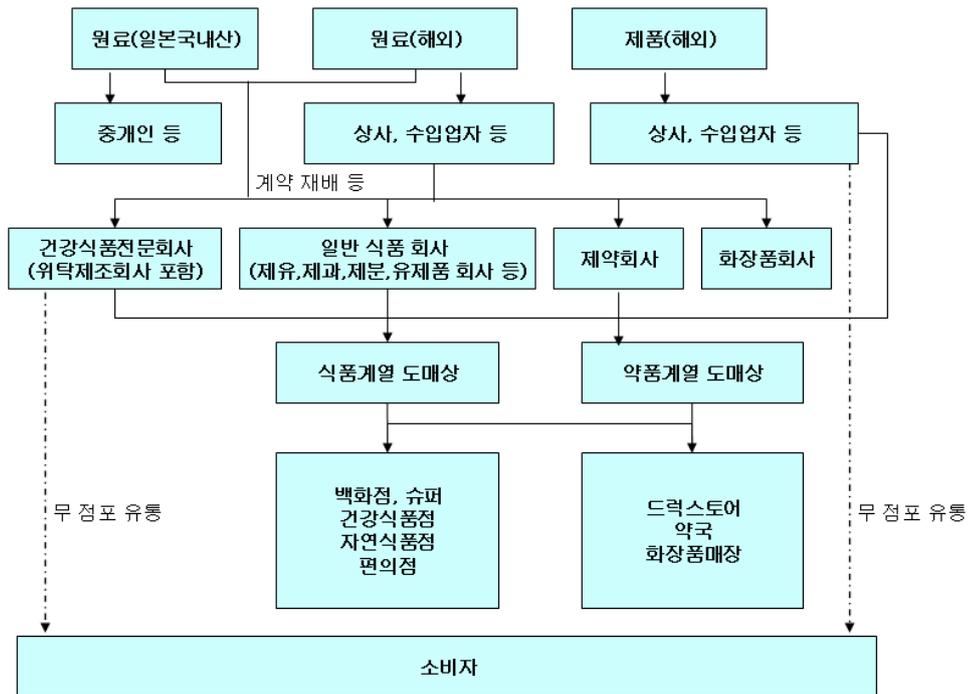


그림 3-3 건강식품의 유통경로

자료 : Jetro 수입상품별 마케팅 가이드

○ 경쟁품목

- 일본 식품시장 주요 가공식품의 시장 점유율은 다음과 같음. 식품시장은 품목군에 따라 대기업과 소규모 기업의 분포가 상이하며 가공식품에는 상위 30% 이상을 점하는 소수의 대규모 식품메이커와 소수의 식품메이커로 양분되어 있는 경우가 많음. 자녀수 감소에 따른 소비감소 등으로 소수 대기업은 치열하게 경쟁하고 있는 가운데 규모의 경제를 도모하기 위해 경영통합을 하는 경우가 많아지고 있음.
- 수산업계의 경우, 업계 1위의 マルハグループ(마루하그룹), 日本水産, ニチロ(니치로)으로 구성되어 있으며 マルハグループ와 3위의 니치로가 경영통합을 실시하여 日本水産의 향후 움직임이 주목되고 있음. 이는 향후세계적인 수산물 수요의 확대를 배경으로 수자원의 확보 경쟁이 어려워지면서 규모의 경제에 의한 경쟁력 향상을 도모하는 것으로 여겨짐.
 - マルハグループ(마루하그룹) :07.3월 매출액 7375억엔 <http://www.maruha.co.jp/>
 - 日本水産 : 07.3월 매출액 5528억엔 <http://www.nissui.co.jp/>
 - ニチロ(니치로) : 07.3월 매출액 2516억엔 <http://www.nichiro.co.jp/>
- 조미료 시장에서는 식품업계 최대 1조엔 매출을 달성한 味の素(아지노모토)가 보유하던 메르산 주식을 매각하고 미국의 콘원료회사를 매입, 홍콩의 조미료 대기업 아모이 후드 그룹을 인수함. 이러한 일련의 움직임은 조미료 등 식품의 경영자원의 집중과 해외전개의 확대를 위한 것으로 カゴメ(카코메)는 아사히맥주와 업무제휴, キッコマン(깃코만)은 紀文フードケミファ기를 자회사화함.
 - 味の素(아지노모토) : 07.3월 매출액1조1585억엔 <http://www.ajinomoto.co.jp/>
 - カゴメ(카코메)카고메 :07.3월 매출액1870억엔 <http://www.kagome.co.jp/>
 - キッコマン(깃코만) : 07.3월 매출액 3926억엔 <http://www.kikkoman.co.jp/>
- 육류가공의 주요기업은 日本ハム(일본햄) (이토햄), (마루타식품) 이 있으며 이중 日本ハム은 육류가공만이 아닌 유산음료에도 사업을 확장하여 종합식품기업으로의 면모를 보이고 있음.

- 日本ハム(일본햄) : 07.3월 매출액9772억엔 <http://www.nipponham.co.jp/>
- 伊藤ハム(이토햄) : 5043억엔 <http://www.itoham.co.jp/>
- 丸太食品(마루타식품) : 1973억엔 <http://www.marutafoods.co.jp/>

일본 주요 가공식품 2005년 시장점유율(%)

품목명	1위	2위	3위
햄류	日本ハム(20.2)	伊藤ハム(19.6)	丸太食品(15.5)
가공김	白子(9.4)	浦島海苔(7.5)	大盛屋(7.4)
절임식품	東海漬物(3.6)	新進(3.1)	岩下食品(2.8)
빵	山崎製パン(28.4)	敷島製パン(9.6)	フジパン(7.0)
즉석면류	日清食品(44.5)	東洋生産(19.1)	サンヨー食品(9.2)
냉동식품	ニチレイ(15.5)	加ト吉(12.0)	味の素冷凍食品(9.1)
식용유	J-オイルミルズ(38.5)	日清オイリオグループ(34.5)	花王(16.1)
인스턴트커피	ネスレ日本(63.5)	味の素ゼネラルフーズ(25.7)	UCC上島コーヒ(4.4)
피로회복 음료	大塚製薬(39.8)	コココーラボトラーズ(14.9)	サントリーフーズ(8.6)

자료 : 야노경제연구소 마켓웨어 2007

- 상기 주요사의 일부 URL은 다음과 같음.

- 白子 : <http://www.shirako-nori.co.jp/>
- 日清オイリオグループ : <http://www.nisshin-oillio.com/>
- J-オイルミルズ : <http://www.j-oil.com/>
- 加ト吉 : <http://www.katokichi.co.jp/>
- ニチレイ : <http://www.nichirei.co.jp/>
- 大塚製薬 : <http://www.otsuka.co.jp/>
- 山崎製パン : <http://www.yamazakipan.co.jp/>
- 東海漬物 : <http://www.kyuchan.co.jp/index.htm>

- 김치

- 김치 수출국으로서 일본시장의 주요 경쟁상대는 싼 가격을 강점으로 시장을 확대해가고 있는 중국이며 종주국 한국산 김치의 입지는 점점 좁아지고 있음. 업계 선두를 달리고 있는 備後漬物の 경우 ‘熟김치’, ‘熟成熟김치’ 등을 내놓는 등 상품의 다양화를 꾀하던 중, 기생충알 과동의 영향으로 주력상품인 ‘和風김치’, ‘불고기집 김치’ 등에 사용하던 중국산 원료를 일본산 원료로 대체하여 대응하고 있으나, 소비자의 인식저하로 판매액이 감소함. 김치를 특화하여 성장을 계속해온 美山도 기생충 과동의 영향으로 고전을 겪었으나 자사공장의 안전성을 적극 홍보하여 유통업자나 소비자의 신뢰를 얻고 있으며 한국산 주력상품인 ‘李家네 김치’나 중국산 ‘好好김치’ 등이 호조를 보이고 있음.

김치의 업체별 시장점유율

(단위 : 백만 엔, %)

구분	2005년		2006년		2007년(예측)	
	판매액	점유율	판매액	점유율	판매액	점유율
備後漬物	5,400	7.4	4,300	6.6	4,500	6.4
美山	3,800	5.2	3,400	5.2	3,800	5.4
秋本食品	3,000	4.1	2,700	4.1	3,000	4.3
푸드 레벨	2,800	3.8	2,900	4.4	3,300	4.7
中川食品	2,450	3.3	2,400	3.7	2,500	3.6
피클스 코퍼레이션	2,100	2.9	1,900	2.9	2,000	2.9
丸越	2,000	2.7	1,900	2.9	2,000	2.9
기타	51,850	70.6	45,800	7.01	48,900	69.9
합계	73,400	100	65,300	100	70,000	100

자료 : 후지케이자이, 2007년 식품마케팅편람

○ 주요 국가별 수출입통계

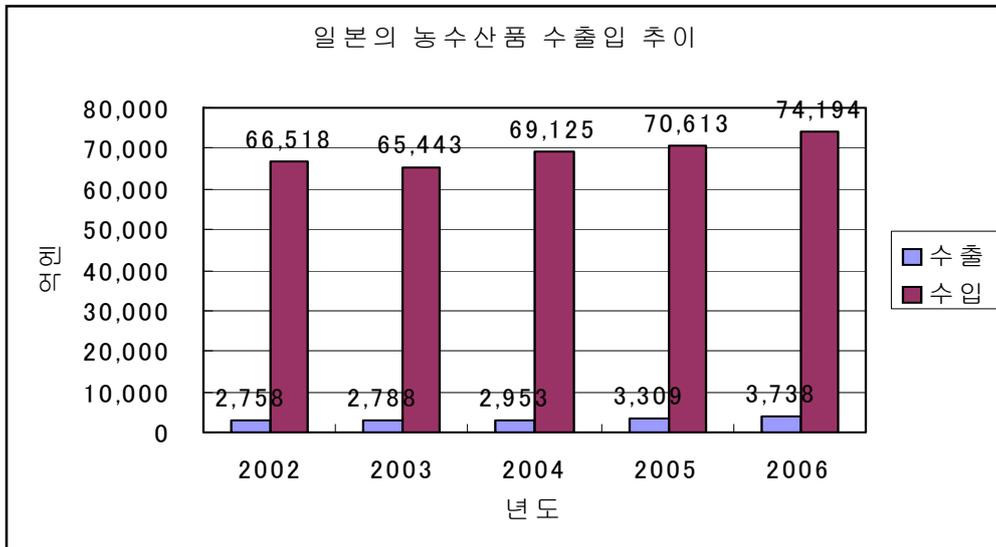
- 일본의 농수산물 수출입은 수요증가와 무역자유화의 진행 속에서 수입이 증가하여 5.1%증가한 2006년 7조4천억엔을 기록함³⁾. 수출도 13.0%증가한 3,738

3) 동수출입통계는 알콜음료, 담배, 진주를 제외한 농림수산물에 관한 수치로 농림수산성에서 규정한 농림수산물, 식품의

억엔을 달성함. 2006년 기준 주요 수출국으로는 홍콩, 미국, 대만, 중국, 한국이 있으며 수입국으로는 미국, 중국, EU, 오스트레일리아, 캐나다가 있음.

- 2006년도 농수산물 수출국가 : 홍콩(전체중 18.6%의 비중), 미국(17.6%), 대만(14.2%), 중국(13.3%), 한국(11.5%)
- 2006년도 농수산물 수입국가 : 미국(21.9%), 중국(15.1%), EU(10.6%), 오스트레일리아(7.7%), 캐나다(6.1%)

- 하기의 통계는 매우 광범위한 것으로 이하에서는 대일 진출 유망품목에(수산물 미역, 김치, 인삼 및 건강식품) 한정하여 일본의 국가별 수출입통계는 세부적으로 살펴봄.



일본의 농수산물 수출입 추이

자료원 : 재무성 무역통계

1) 수산물

- 일본의 수산물무역은 2004년기준 전세계 수입액의 18%, 수입량의 11%로 세계최대의 수산물 수입국임. 2005년 일본의 수산물 수입량은 전년대비 1.9% 증가한 16,682억엔을 기록함.

수출축진을 목표로 사용되는 통계의 일종임.

- 일본의 수산물 수입상대국으로는 중국이 1998년 이후 수량 · 금액 모두 1위를 차지하고 있으며 미국, 러시아, 태국, 칠레, 대만이 그 뒤를 잇고 있음. 한국은 수입액 비중이 매년 감소 추세에 있음.
- 품목별로 살펴보면 생선알의 경우, 중에서도 수량 및 금액면에서 명란이 대부분을 차지하고 있음. 명란은 도매시장이나 소매시장에서도 가장 많이 팔리고 있는 생선알로, 명란을 원료로 한 소금절임 명란젓과 매운 명란젓은 소비가 왕성함. 명란 중 일본 국내에 유통되고 있는 것은 염장품이 많으며 반찬이나 안주 등에도 쓰임. 명란젓이나 매운 명란젓의 원료로 쓰이는 명란은 냉동란을 사용하는 것이 일반적임. 명란은 수입할당품목으로 지정되어 있어 수입량이 관리되고 있으나 동 조제품은 수입할당품목이 아님.
- 계종류는 산 것, 신선, 삶은 것(boiled), 냉동, 통조림 형태로 유통되고 있고 90% 이상 해외에서 수입되고 있음. 최근 수송기술의 향상으로 산 것, 신선품, 냉장품의 수요가 증가하고 있으며 가공제품의 수요는 감소경향에 있음. 계류는 주로 외식산업에서 소비되고, 일부가 통조림 등 가공용이나 일반 가정용으로 소비되며, 최근의 수입증가에 따른 가격하락으로 일반가정에서의 소비량이 증대되고 있음. 일본의 계 어획량은 근해 자원의 감소로 제자리 상태이며, 수입의 경우도 일본의 주 수입상대국인 러시아가 수출선을 한국으로 전환하고 있어 답보상태를 보이고 있음.

일본의 주요 수산물 수입대상국 및 금액

(단위: 억엔)

순위	국가	2002		2003		2004		2005	
		수입액	구성비	수입액	구성비	수입액	구성비	수입액	구성비
1	중국	3,088	17.5	2,859	18.2	3,357	20.5	3,546	21.3
2	미국	1,702	9.7	1,433	9.1	1,477	9.0	1,579	9.5
3	러시아	1,114	6.3	1,217	7.8	1,170	7.1	1,240	7.4
4	태국	1,300	7.4	1,122	7.2	1,103	6.7	1,088	6.5
5	칠레	808	4.6	789	5.0	936	5.7	1,035	6.2
6	대만	1,015	5.8	997	6.4	1,085	6.6	942	5.6
7	인도네시아	1,172	6.7	998	6.4	891	5.4	870	5.2
8	베트남	691	3.9	728	4.6	831	5.1	864	5.2
9	한국	1,070	6.1	875	5.6	908	5.5	833	5.0
10	노르웨이	720	4.1	570	3.6	555	3.4	548	3.3

자료 : 수산청, 수산백서

- 미역은 한국의 대일 수출품목 중의 하나이나 중국산의 증가와 더불어, 일본시장에서 중국산이 수입품의 50%이상의 점유율을 차지하고 있음. 한국산 미역은 2004년 이후 감소 추세로 40%에서 2006년도 32%까지 수입시장에서 점유율이 하락함.

일본 미역의 국가별 수출 추이

(단위 : 백만엔, %)

구 분	2004년		2005년		2006년	
	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
합 계	2,168	20.1	2,487	14.7	2,068	-16.9
미국	972	15.8	916	-5.8	607	-33.7
대만	387	12.6	541	39.7	451	-16.7
중국	168	24.3	258	53.8	221	-14.4
러시아	61	171.4	143	136.0	126	-11.7

자료원 : 일본세관, kita(hs code 121220)

일본 미역의 국가별 수입 추이

(단위 : 백만엔, %)

구 분	2004년		2005년		2006년	
	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
합 계	21,738	14.2	19,786	-9.0	20,742	4.8
중국	10,903	28.4	9,604	-11.9	10,752	12.0
한국	8,760	6.4	7,623	-13.2	6,841	-10.3
칠레	713	-5.4	865	21.4	1,111	28.5
모로코	136	-18.9	316	132.0	705	123.2

자료원 : 일본세관, kita(hs code 121220)

2) 김치

- 업소 대상으로는 중국 김치와 치열한 가격 경쟁에서 한국 김치가 밀리고 있는 상태임. 일반 소비자를 상대로 한 시장에서는 한류 붐 및 대장금 등을 통해 한국 음식으로서 김치가 널리 인지되고 있어 한국산은 프리미엄 제품으로 중국산 김치와는 어느 정도 차별화가 이루어지고 있는 면도 있음.

일본 김치의 국가별 수입 추이

(단위 : 백만엔, %)

구 분	2004년		2005년		2006년	
	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
합 계	22,803	14.2	24,443	7.2	24,116	-1.3
중국	10,719	33.2	13,294	24.0	15,066	13.3
한국	10,196	0.5	9,557	-6.3	7,305	-23.6
태국	1,085	2.2	1,016	-6.3	1,028	1.2
뉴질랜드	132	54.4	134	1.4	172	28.7

자료원 : 일본세관, kita(hs code 200590299), 수출실적은 없음.

3) 건강식품

- 일본의 건강식품은 수출 266억엔에 비하여 수입이 945억엔으로 수입이 수출보다 많은 건강식품 수입국임. 그러나 최근 대두된 수입건강식품 등의 안정성 등의 문제로 2006년도에는 건강식품 수입이 7.8%감소함. 한국도 20%가량 수출을 늘린바 있음.

일본 건강식품의 국가별 수출 추이

(단위 : 백만엔, %)

구 분	2004년		2005년		2006년	
	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
합 계	23,420	23.8	24,884	6.3	26,598	6.9
미국	7,561	34.6	7,603	0.6	7,315	-3.8
한국	3,017	18.6	3,575	18.5	4,468	25.0
대만	2,469	6.1	3,198	29.6	3,650	14.2
홍콩	2,824	36.6	2,613	-7.5	2,862	9.5

자료원 : 일본세관, kita(hs code 210690)

일본 건강식품의 국가별 수입 추이

(단위 : 백만엔, %)

구 분	2004년		2005년		2006년	
	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
합 계	83,279	8.4	102,458	23.0	94,502	-7.8
미국	29,901	2.4	40,328	34.9	27,983	-30.6
중국	10,452	27.1	15,963	52.7	15,913	-0.3
한국	8,076	12.8	7,981	-1.2	9,607	20.4
태국	4,502	10.3	4,806	12.6	7,797	62.2

자료원 : 일본세관, kita(hs code 210690)

- 인삼

- 코엔자임Q10의 인기와 블루베리, 콜라겐, 로얄 젤리, 푸룬 등의 원재료 수

입은 증가세를 보이고 있으나 인삼수입은 큰 폭의 감소를 보임. 중국이 전체 수입량의 90%가 넘는 점유율을 차지하고 있으며 한국으로부터의 수입은 2003년부터 큰폭의 감소 추세를 보임.

일본 인삼의 국가별 수입 추이

(단위 : 백만엔, %)

구 분	2004년		2005년		2006년	
	금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
합 계	1,692	-15.3	1,116	-34.0	1,308	17.2
중국	1,556	-15.2	996	-36.0	1,244	24.9
한국	120	-17.1	103	-14.1	60	-41.9
대만	11	65.0	3	-69.6	3	0.2
북한	3	46.5	12	263.4	1	-90.0

자료원 : 일본세관, kita(hs code 121120), 수출실적 미미하여 생략함.