



# 2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사 월간 이슈 보고서

2024년 10월호 일본(Japan) | 어류/수산가공품



# CONTENTS JAPAN VOL4. 2024. 10.

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사 월간 이슈 보고서



## 소비트렌드 CONSUMPTION TRENDS

- 03 일본 수산물 시장 현황
- 06 일본 수산물 소비 현황
- 08 일본 수산물 수입 현황
- 09 일본 온라인 물 수산가공품 제품 분석
- 11 일본 물회 소비자 설문조사
- 14 수입·유통업체 인터뷰

## 제품트렌드 PRODUCT TRENDS

- 15 일본 수산식품 주요기업
- 17 일본 수산식품 주요제품
- 21 수입·유통업체 인터뷰

## 유통트렌드 DISTRIBUTION TRENDS

- 22 일본 수산물 유통구조
- 23 일본 수산물 주요 유통채널

## 진입장벽 TRADE BARRIERS

- 25 일본 수산물 통관검역 절차
- 26 일본 수산물 비관세장벽 주요 이슈



# Consumption Trends

## 일본 수산물 소비트렌드

### 일본 수산물 시장 현황

#### 일본 수산물 시장규모

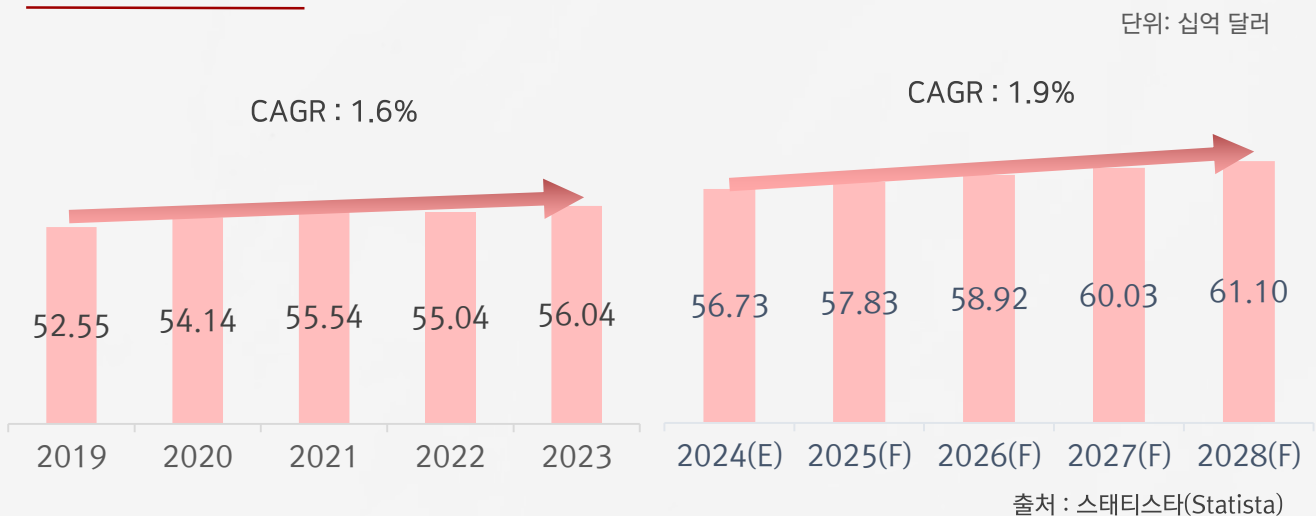
스태티스타가 정의하는 수산물 시장은 크게 신선 생선, 신선 해산물, 수산가공품의 세 가지 하위 부문으로 나뉨

신선 생선은 신선하거나 냉장·냉동된 모든 유형의 식용 생선을 말하며, 신선 해산물은 신선하거나 냉장·냉동된 모든 갑각류 및 연체동물을 가리킴. 수산가공품은 건조·염장·훈제되거나 통조림 처리된 모든 유형의 생선 및 해산물을 의미함

세 가지 하위 부문의 시장규모는 자연산·양식, 해수·담수 여부에 관계없이 집계됨

이러한 일본 수산물 시장규모는 지난 5년간 (2019-2023년) 연평균 1.6% 성장함. 또한, 향후 5년간(2024-2028년) 연평균 1.9% 성장이 예측되며 유사한 성장 속도로 꾸준한 상승세를 보일 것으로 예측됨. 이에, 2023년 560.4억 달러를 넘어 이후 2027년 처음으로 시장규모 600억 달러를 돌파할 것으로 보임. 2028년 611.0억 달러까지 시장이 성장할 것으로 보임

#### 일본 수산물 시장규모



(\*) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것



## 일본 수산물 시장 현황

### 일본 신선 생선 시장규모

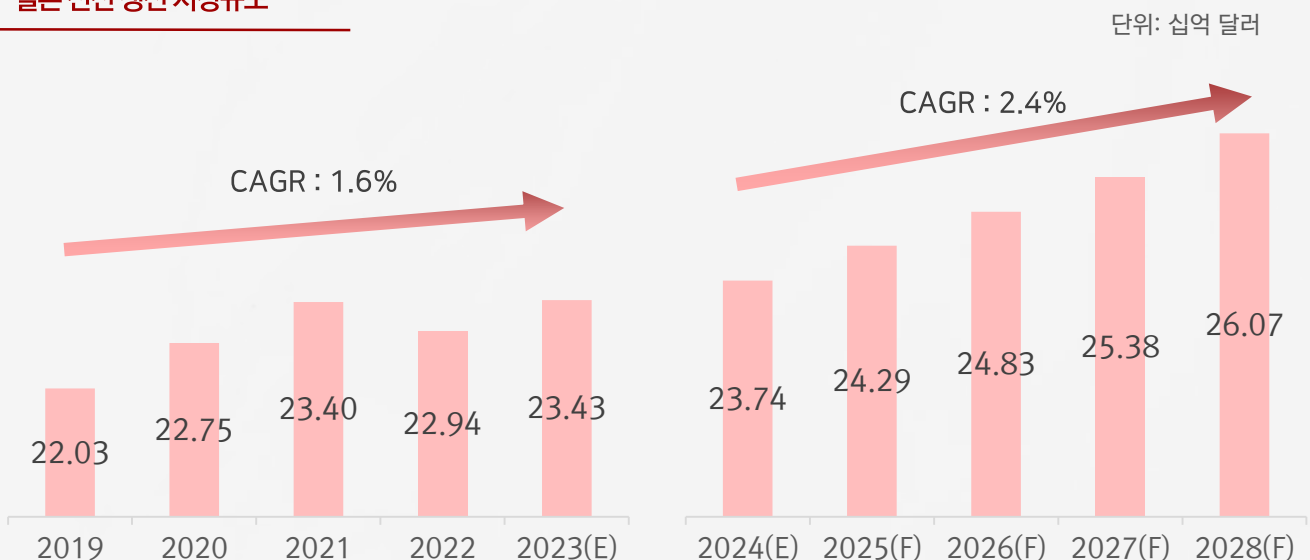
일본 신선 생선 시장규모는 지난 5년간(2019-2023년) 성장세에서 등락을 보임. 2019년 220.3억에서부터 시작해 2021년까지 꾸준히 증가하다, 2022년 주춤했던 성장세를 다음 해 바로 회복하며 연평균 1.6%로 성장해 2023년 시장규모 234.3억 달러까지 성장함

연평균 성장세의 관점에서, 일본 신선 생선 시장규모는 앞선 전체 수산물 시장규모와 유사한 성장 속도로 커지고 있으며, 전체 수산물 시장규모 확대에도 긍정적인 영향을 준 것으로 보임

이러한 성장 흐름에 따라 향후 5년간(2024-2028년)은 지난 5년의 기간과 비교하면 조금 더 큰 성장을 이룰 것으로 예측되고 있음. 또한, 신선 생선 시장규모는 연평균 1.9%대의 연평균 성장률이 예측되는 전체 수산물 시장보다 빠른 성장이 예측됨

이러한 성장 흐름에 따라, 2028년에는 260.7억 달러까지 성장할 것으로 전망됨

### 일본 신선 생선 시장규모



출처 : 스탯ISTA(Statista)



## 일본 수산물 시장 현황

### 일본 수산가공품 시장규모

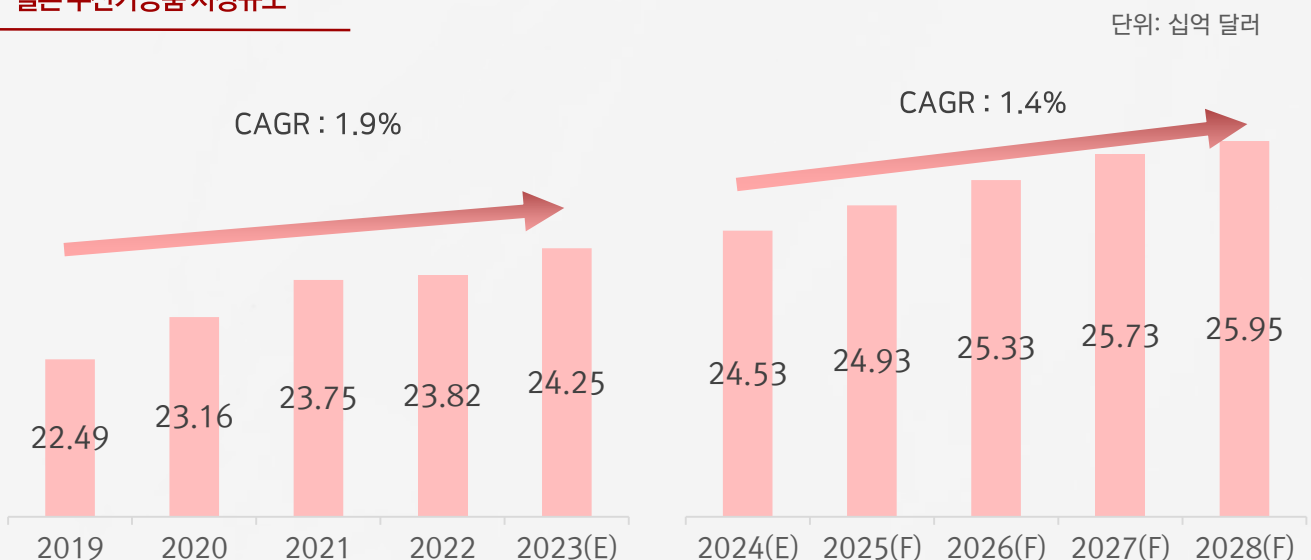
일본 수산가공품 시장규모는 2019년 224.9억 달러에서 5년간(2019-2023년) 연평균 1.9%로 성장해 2023년에 242.5억 달러까지 성장함

이처럼 일본 수산가공품 시장규모는 앞서 살펴본 전체 수산물과 신선 생선 시장규모와 비교하면 그 속도는 유사하지만 그 중에서도 가장 큰 속도로 성장함. 따라서, 전체 수산물 시장규모 확대에도 큰 영향을 준 것으로 보임

이러한 성장 흐름이 주춤하며 향후 5년간(2024-2028년)은 지난 5년의 기간과 비교하여 더딘 성장을 이룰 것으로 예측되고 있음. 수산가공품 시장규모는 연평균 1.4%의 성장세로, 이전 5년과 반대의 양상으로 전체 수산물 시장, 신선 생선 시장 중 가장 성장률이 낮을 것으로 예측됨

그러나 꾸준한 성장 흐름에 따라, 2028년에는 259.5억 달러까지 성장할 것으로 전망됨

### 일본 수산가공품 시장규모



출처 : 스탯ISTA(Statista)



## 일본 수산물 소비 현황

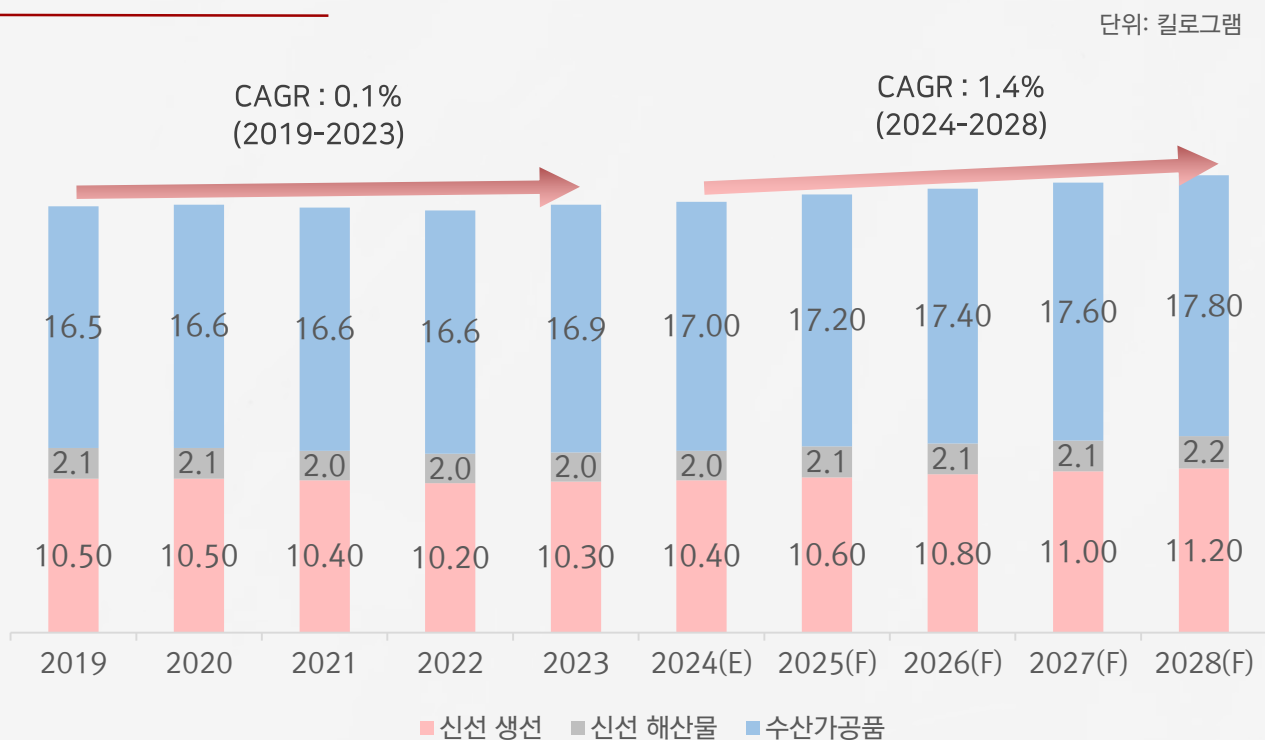
### 일본 수산물 소비규모

2023년 기준 일본 내 전체 수산물의 1인당 소비규모는 약 29.2킬로그램으로 집계됨. 2019년부터 2023년까지 5년 동안의 소비량은 연평균 성장률(CAGR) 0.1%로 전체 수산물 시장규모와 비교해 성장 속도가 매우 더딘 것을 알 수 있음. 이러한 성장세를 가진 일본 내 1인당 수산물 소비규모는 향후 5년간(2024-2028년) 지난 5년의 기간과 대비하여 조금 커진 연평균 1.4%의 성장세로 들어설 것으로 예측됨

이에 따라, 2026년 처음으로 30킬로그램대를 기록하고 2028년 31.2킬로그램까지 성장이 예측됨

일본 수산물 시장의 세 가지 하위 부문을 살펴보면, 2023년 기준 1인당 소비규모는 신선 생선 10.3킬로그램, 신선 해산물 2.0킬로그램, 수산가공품 16.9킬로그램으로 나타남. 수산가공품, 신선 생선, 신선 해산물 순으로 소비규모가 크며 이러한 양상은 지속될 것으로 보임

### 일본 수산물 1인당 소비규모



출처 : 스탯이스타(Statista)



## 일본 수산물 소비 현황

### 일본 수산물 가격동향

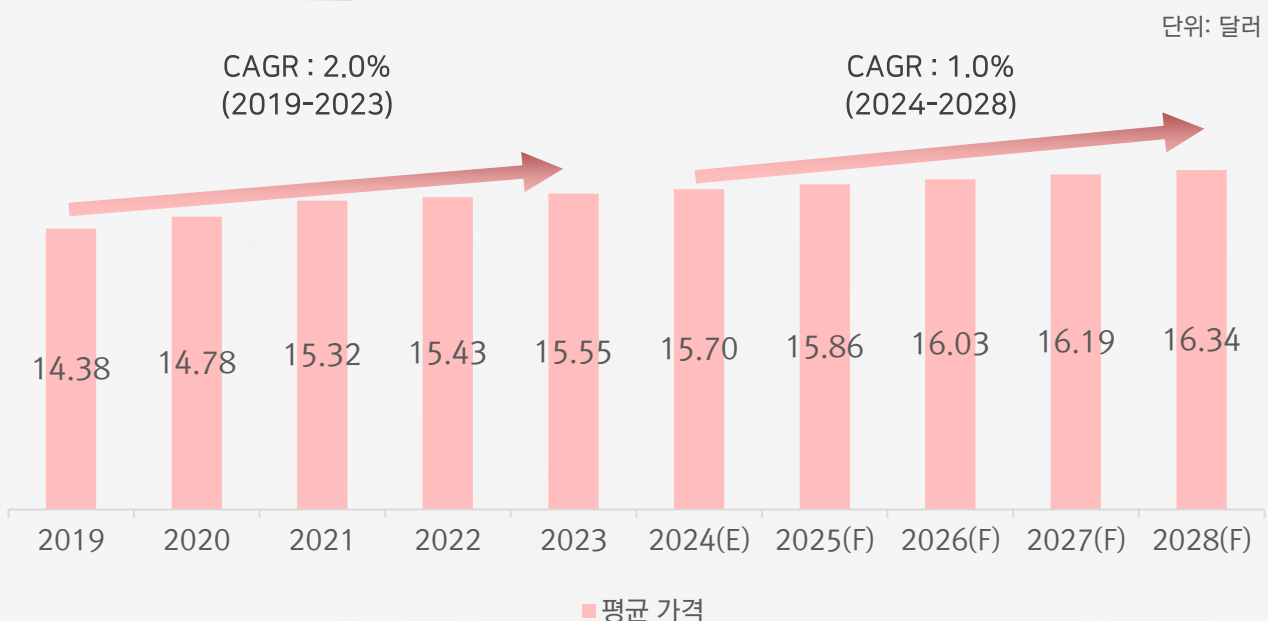
일본 수산물 평균 가격을 살펴보면 2019년 14.38달러에서 지난 5년간 꾸준히 증가하여 2023년 15.55달러를 기록함. 연평균 증가세는 2.0%인 것으로 나타나 소폭 상승한 것으로 보임

이러한 점진적인 가격 상승 흐름을 기반으로 그 속도는 다소 감소하나 향후 5년간(2024-2028년) 연평균 1.0%씩 지속 상승할 것으로 보임. 이에 2026년 처음으로 16달러를 돌파해 2028년 16.34달러까지 상승할 것으로 예측됨

전체적으로 평균적인 가격 상승률은 2% 이하로 수산물 시장 성장세와 유사해 주된 영향을 미친 것으로 볼 수 있음. 실제로 지난 5년간 수산물 1인당 소비규모는 거의 증가하지 않았으나, 수산물 연평균 가격 상승률은 전체 수산물 시장 성장률과 유사함

이와 반대로, 향후 5년간은 평균 가격 상승률이 지난 5년과 비교해 하락하지만 1인당 소비규모가 그만큼 커지며 전체 수산물 시장 성장세는 유지되는 것으로 볼 수 있음. 이에, 가격 상승과 수산물 수요 자체 증가가 유기적으로 시장규모 성장에 영향을 주었을 것으로 판단됨

### 일본 수산물 평균 가격



출처 : 스탯리스타(Statista)



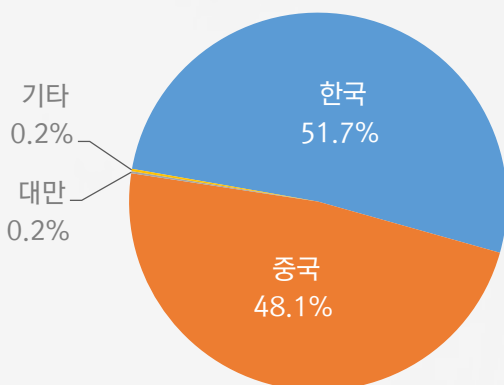
## 일본 수산물 수입 현황

### 일본 0301.99 수입규모

HS CODE 제0301호의 품명은 ‘활어’이며, HS CODE 0301.99의 품명은 ‘기타’에 해당함

이에 따라 일본으로 식용 신선 생선 수입 시 적용되는 HS CODE 0301.99 기준 2023년 일본 對글로벌 수입액은 약 7,556만 달러로, 2019년 9,410만 달러보다 감소했으며, 최근 5년(2019-2023년) 동안의 연평균 성장률은 -5.2%로 감소 추세로 나타남. 이 중 對한국 수입액은 상위 3개 수입국 중 연평균 성장률 -2.4%로 가장 적은 감소세를 보였고 2023년 3,905만 달러로 전체 글로벌 수입액 중 51.0% 비중을 차지하며 1위를 기록함. 2위 수입국은 중국으로 연평균 8% 감소해 2023년 3,636만 달러로 전체 중 48.1% 차지함. 3위 수입국은 14만 달러로 전체 수입액의 0.2%를 차지한 대만으로, 지난 5년간(2019-2023년) 22.3%씩 크게 하락하며 1위, 2위 국가와 큰 차이를 보임

HS CODE 0301.99

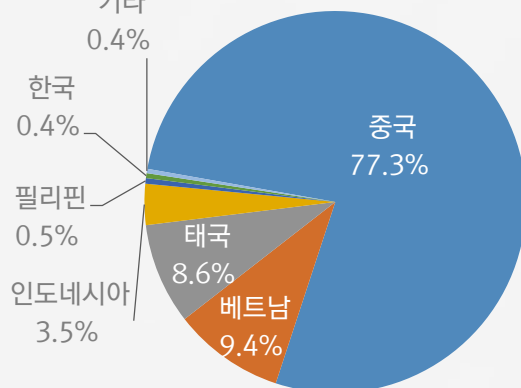


### 일본 1604.19 수입규모

HS CODE 제1604호의 품명은 ‘조제하거나 보존처리한 어류, 캐비어, 어란으로 조제한 캐비어 대용물’이며, HS CODE 1604.19의 품명은 ‘기타’에 해당함

이에 따라 HS CODE 1604.19 기준 2023년 일본 對한국 수입액은 약 197만 달러이며, 일본 對글로벌 전체 수입규모 약 4억 7,411만 달러 중 0.4% 수준의 미미한 점유율로 6위를 차지함. 1위 수입국은 중국이며 수입액 3억 6,638만 달러로 점유율 77.3%로 압도적인 수입액 1위를 기록함. 중국 외 수입국가는 모두 한 자릿수 대의 점유율을 보이며, 베트남이 4,471만 달러로 9.4%를 차지해 2위를, 태국이 4,064만 달러로 8.6%를 차지해 3위를 기록함. 글로벌 수입액은 연평균 1.5%씩 하락하고 있으며 한국을 포함한 모든 국가로부터 수입규모 또한 감소 추세임

HS CODE 1604.19



# 일본 온라인 몰 수산가공품 제품 분석

## 제품 분석 프로세스

※ 일본 온라인 몰 입점 수산가공품 제품 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 생선볶음

- 데이터 수집원 : 일본 온라인 쇼핑몰 아마존

※ 일본 온라인 몰 입점 수산가공품 제품 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 홍보문구 ② 경쟁브랜드 ③ 맛

| 항목        | 키워드 (국문-영문/일본어) |                            | 빈도  |
|-----------|-----------------|----------------------------|-----|
| 홍보<br>문구  | 선물              | gift/present               | 185 |
|           | 냉동의             | frozen                     | 180 |
|           | 어버이날            | mother's day /father's day | 113 |
|           | 반찬              | side dishes                | 96  |
|           | 인기의             | popular                    | 84  |
|           | 가족              | family                     | 49  |
|           | 배달서비스           | delivery service           | 6   |
|           | 해썹              | haccp                      | 4   |
| 경쟁<br>브랜드 | 사카나에비스          | 魚爰びす                       | 16  |
|           | YS푸드            | YSフーズ                      | 10  |
|           | 에치젠타카라야         | 越前宝や                       | 9   |
|           | 마구로쇼이치조         | まぐろ処一条                     | 8   |
|           | 카네요시            | kaneyoshi                  | 7   |
|           | 스이산푸드           | 水産フーズ                      | 7   |
|           | 오사카오쇼           | 大阪王将                       | 6   |
|           | 미나토<br>다이닌구시오소우 | 港ダイニングしおそう                 | 6   |

| 항목  | 키워드 (국문-영문/일본어) |        | 빈도  |
|-----|-----------------|--------|-----|
| 맛   | 소금              | salt   | 158 |
|     | 간장              | soy    | 150 |
|     | 된장              | miso   | 102 |
|     | 생강              | ginger | 91  |
|     | 달콤한             | sweet  | 52  |
|     | 매실              | plum   | 30  |
|     | 카레              | karei  | 22  |
|     | 부스러지기 쉬운        | crisp  | 15  |
|     | 매운              | spicy  | 14  |
|     | 수분이 많은          | juicy  | 8   |
| (-) |                 |        |     |

자료 : 아마존

# 일본 온라인 몰 수산가공품 제품 분석

## 판매 제품 특징

(\*) 순위는 온라인 몰 판매 제품 분석 결과, 카테고리 내 해당 키워드의 순위를 의미함

(\*\*) 조사시점 : 2024년 8월 1일

| 경쟁브랜드 1위 사카나에비스                                                                     |                 | 맛 1위 소금                                                                              |                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|   |                 |   |                   |
| 브랜드                                                                                 | 사카나에비스(魚糸びす)    | 브랜드                                                                                  | 에치젠타카라야(越前宝や)     |
| 분류                                                                                  | 생선조림            | 분류                                                                                   | 건조생선              |
| 용량                                                                                  | 800g            | 용량                                                                                   | 6개입               |
| 가격                                                                                  | 4,350엔(37,391원) | 가격                                                                                   | 4,600엔(39,540원)   |
| 맛 2위 간장                                                                             |                 | 홍보문구 1위 선물                                                                           |                   |
|  |                 |  |                   |
| 브랜드                                                                                 | YS푸드(YSフーズ)     | 브랜드                                                                                  | 다이고우나기코보(大五うなぎ工房) |
| 분류                                                                                  | 생선조림            | 분류                                                                                   | 장어구이              |
| 용량                                                                                  | 150g            | 용량                                                                                   | 120g * 3개입        |
| 가격                                                                                  | 453엔(3,894원)    | 가격                                                                                   | 7,980엔(68,594원)   |

자료 : 아마존

## 일본 물회 소비자 설문조사

### 일본 물회 소비자 인식

일본 소비자들의 물회에 대한 인식을 파악하는 설문을 진행한 결과, ‘물회는 맛이 좋을 것이다’의 동의율이 25.7%로, 비동의율 47.3%에 비해 비교적 낮게 나타남. 일본 소비자들에게 물회는 널리 알려지지 않은 생소한 음식인 것으로 보임. 다음으로, ‘물회는 특별한 날에 적합하다’의 동의율도 32.4%로 낮은 편임. 이 또한 물회에 대한 낮은 인지도에서 비롯된 것으로 유추됨

한편, ‘물회는 신선한 재료로 만들어진다’의 동의율은 64.9%로, 많은 소비자가 물회 재료에 대한 인식이 긍정적인 것으로 확인됨. 응답자 특성별로 살펴보면 남성(58.3%)보다 여성(70.3%), 30대(58.3%)보다 40대(71.1%)에서 응답률이 특히 높게 나타남. 뒤이어 ‘물회는 가족이나 친구와 함께 먹기 좋을 것이다’의 동의율은 37.8%를 기록함

#### 물회에 대한 소비자 인식

|                           |      |
|---------------------------|------|
| 물회는 맛이 좋을 것이다             | 25.7 |
| 물회는 특별한 날에 적합하다           | 32.4 |
| 물회는 신선한 재료로 만들어진다         | 64.9 |
| 물회는 가족이나 친구와 함께 먹기 좋을 것이다 | 37.8 |

### 일본 물회 HMR 소비자 인식

일본 소비자들의 물회 HMR 제품에 대한 인식을 파악하는 설문을 진행함. 그 결과, ‘물회 HMR 제품은 맛이 좋을 것이다’는 31.1%, ‘물회 HMR 제품은 특별한 날에 적합하다’는 43.2%의 동의율로 나타남. 두 가지 문항의 동의율은 모두 앞서 진행한 물회에 대한 인식 문항 대비 소폭 높은 것으로 확인됨. 이를 통해 일본 내 물회 HMR 제품의 인식은 물회보다 상대적으로 긍정적인 편임을 확인함

한편, ‘물회 HMR 제품은 신선할 것이다’의 동의율은 58.1%를 기록함. 앞서 진행한 물회 신선도 관련 문항 대비 상대적으로 낮은 동의율임. 뒤이어 ‘물회 HMR 제품이 일반적인 물회보다 훨씬 경제적인 것이다’는 28.4%를 기록함. 이를 통해 일본 소비자들이 생소한 물회 HMR 제품의 경제성에 대해 확신이 부족한 것으로 유추할 수 있음

#### 물회 HMR에 대한 소비자 인식

|                                  |      |
|----------------------------------|------|
| 물회 HMR 제품은 맛이 좋을 것이다             | 31.1 |
| 물회 HMR 제품은 특별한 날에 적합하다           | 43.2 |
| 물회 HMR 제품은 신선할 것이다               | 58.1 |
| 물회 HMR 제품은 가족이나 친구와 함께 먹기 좋을 것이다 | 50.0 |
| 물회 HMR 제품이 일반적인 물회보다 훨씬 경제적인 것이다 | 28.4 |

N = 74, 단위: 동의율 % (7점 척도)

## 일본 HMR 제품 구매 이유

HMR 제품 구매 경험이 있는 소비자들을 상대로 HMR 제품 구매 이유에 대해 설문함. 그 결과, ‘신선한 재료 사용’의 응답률이 30.3%로 가장 높았고, 뒤이어 ‘간편한 조리 과정’이 27.3%를 차지함. 이를 통해 일본 시장에서 HMR 제품의 수요를 높이기 위해서는 일반적인 HMR 제품의 특성인 간편함, 일관성, 시간 절약 등 외에도 신선한 재료의 사용이 매우 중요하게 작용할 것으로 예상됨

## 일본 소비자 HMR 제품 인지 경로

일본 소비자들에게 HMR 제품을 처음으로 인지한 경로에 대해 설문한 결과, ‘매장 내 진열’의 응답률이 41.9%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘매장 내 판촉 행사’가 23.0%를 차지함

한편, 남성(59.5%)이 여성(24.3%) 대비 ‘매장 내 진열’을 통해 제품을 처음 접하는 경우가 많은 것으로 조사됨

## 일본 소비자 선호 해산물 HMR 원료

일본 소비자들에게 선호하는 해산물 HMR 원료에 대해 설문함. 그 결과, ‘생선’과 ‘해산물’의 응답률이 47.3%로 1위를 차지했으며, 뒤이어 ‘야채’가 36.5%를 차지함. 응답자 특성별로 살펴보면, 남성과 30대는 ‘생선’의 응답률이 가장 높았으며, 여성과 40대는 전복, 오징어 등의 해산물이 1위를 차지함

### HMR 제품 구매 이유

| 구분        | Total |
|-----------|-------|
| 신선한 재료 사용 | 30.3  |
| 간편한 조리 과정 | 27.3  |
| 맛의 일관성    | 21.2  |
| 시간 절약     | 18.2  |
| 유통기한이 길어서 | 18.2  |
| 외식비 절감    | 15.2  |

### 선호 해산물 HMR 원료

| 구분                 | Total | 성별         |            | 연령          |             |
|--------------------|-------|------------|------------|-------------|-------------|
|                    |       | 남성<br>(37) | 여성<br>(37) | 30대<br>(36) | 40대<br>(38) |
| 생선                 | 47.3  | 48.6       | 45.9       | 47.2        | 47.4        |
| 해산물<br>(전복, 오징어 등) | 47.3  | 43.2       | 51.4       | 41.7        | 52.6        |
| 야채<br>(오이, 배추 등)   | 36.5  | 40.5       | 32.4       | 36.1        | 36.8        |
| 과일<br>(배, 사과 등)    | 24.3  | 27.0       | 21.6       | 22.2        | 26.3        |
| 특별히 선호하는<br>재료 없음  | 8.1   | 2.7        | 13.5       | 8.3         | 7.9         |

N = 74, 단위: 중복 %

## 일본 소비자 한국산 해산물 HMR 구매 경험

한국산 해산물 HMR 제품의 구매 계기를 알아보기 위해 먼저, 한국산 해산물 HMR 제품을 구매해 본 경험이 있는지에 대해 설문함. 그 결과, 일본 소비자의 17.6%가 한국산 해산물 HMR 제품을 구매해 본 경험이 있는 것으로 조사됨. 응답자 특성별로 살펴보면, 여성(2.7%)보다 남성(32.4%), 30대(11.1%)보다 40대(23.7%)의 한국산 해산물 HMR 제품의 구매 경험이 더 많은 것으로 조사됨

## 일본 소비자 해산물 HMR 구매 고려 요소

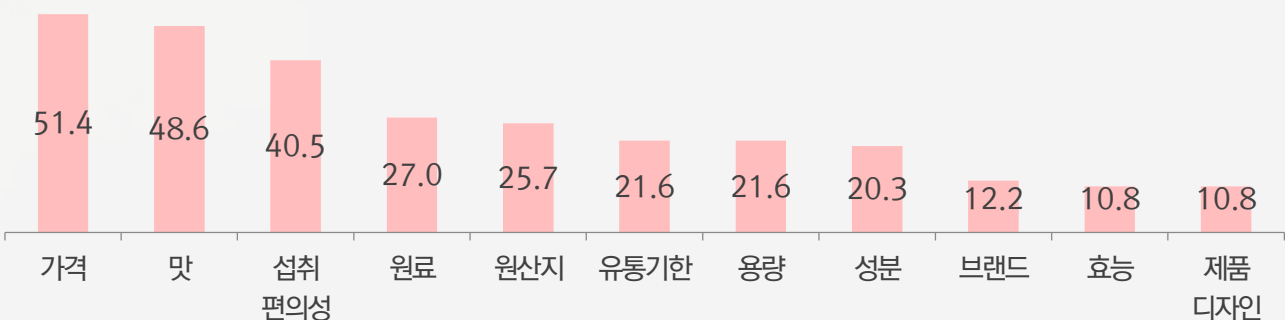
일본 소비자들에게 해산물로 만든 HMR 제품 구매 시, 어떠한 요소를 고려하는지에 대해 설문함. 그 결과, '가격'의 응답률이 51.4%로 유일하게 과반을 차지했으며, 뒤이어 '맛'이 48.6%로 2위를 차지함

응답자 특성별로 해산물 HMR 제품을 구매할 때, 어떠한 요소를 고려하는지에 대해 조사한 결과, 응답자 그룹별로 1순위 구매 고려 요소가 상이하게 나타남. 남성과 물회 맛에 대한 선호도가 높은 응답자 그룹은 '맛'의 응답률이 가장 높았으며, 여성은 '가격'과 '맛', 물회 맛에 대한 선호도가 낮은 응답자 그룹은 '가격'을 1순위 구매 고려 요소로 선택함

## 일본 소비자 해산물 HMR 구매 경로

일본 소비자를 대상으로 해산물 HMR 구매 시 어떠한 경로를 이용할 것인지에 대해 설문한 결과, '대형마트'가 64.9%로 유일하게 과반을 차지함. 나머지 경로는 모두 20%대 이하로 낮은 응답률을 기록함. 일본 소비자들은 대형마트를 주된 구매 경로로 이용하는 것을 알 수 있음

### 일본 소비자의 해산물 HMR 제품 구매 고려 요소



N = 74, 단위: 중복 %

## 일본 수산가공식품 수입유통업체 인터뷰

### 일본 수산가공식품 수입유통업체 담당자

- Product Manager (Isetan Door 소속)
- Business Devt (SUMI Terrace 소속)
- Customer/Product Support (Top Valu meal kits 소속)

### Q. 일본 내 소비자들의 생선 가공식품 선호도 및 트렌드는 어떠한가요?

A. 일본에서는 생선과 수산물에 주식으로 자리 잡고 있습니다. 그러나 바쁜 가정이나 개인들 사이에서는 조리 시간이 많이 소요되기 때문에 인기가 덜한 편입니다. 이를 해결하기 위해 몇몇 기업은 즉석 수산물 요리 및 밀키트를 판매하고 있습니다. 또한, 가정 내에서는 생선 찌개류가, 레스토랑에서는 조림류보다는 사시미와 초밥류의 요리가 인기입니다.

한편, 밀키트는 일본에서 일반적으로 인기가 많습지만, 특별히 수산물을 사용한 간편식은 따로 강조되고 있지는 않습니다. 밀키트의 개념은 편리하고 균형 잡힌, 쉽게 준비할 수 있는 식단을 제공하는 것입니다. 이에 밀키트로 활용되는 것은 주로 조개, 새우 등 해산물입니다. 일본에서는 주로 신선한 생선을 소비하기 때문에, 밀키트로 만들기 위해 미리 준비된 생선을 가공하면 신선하게 조리되거나 냉동된 생선에 비해 맛이 떨어져 수요가 적은 것으로 보입니다.

### Q. 일본 소비자들의 생선조림 등 수산가공식품 구매 시 주요 구매 요인은 무엇인가요?

A. 주요 구매 요인으로는 신선도와 원산지를 꼽을 수 있습니다. 일본에서 생선은 주로 신선하거나 냉동 상태로 소비되기 때문에, 생선의 품질이 최우선으로 고려됩니다. 일본 소비자들은 생선에 대해서는 가격에 덜 민감하며, 신선한 생선이라면 더 많은 비용을 지불할 의향이 있습니다. 또한, 건강을 중시하고 식중독의 위험을 피하기 위해 가정보다는 레스토랑에서 생선 요리를 즐기는 경향이 있습니다. 이와 같은 맥락으로 중요한 것이 바로 원산지입니다. 일본 소비자들은 신선한 생선의 경우 그 원산지에 대해 매우 민감하게 받아들입니다. 이는 사시미와 활 수산물을 선호하는 경향 때문이며, 이러한 음식은 식중독의 위험이 높기 때문에 원산지가 특히 중요합니다.

### Q. 일본 내 생선조림 등 수산가공식품의 주요 유통채널은 무엇인가요?

A. 일본과 한국의 밀키트 개념은 크게 다릅니다. 한국에서는 밀키트가 편의점에서 도시락을 사는 것과 비슷하게, 미리 손질된 재료들과 소스를 포함하고 있는 반면, 일본에서는 밀키트가 개별적으로 맞춤 설정되며, 모바일 앱을 통해 개인이 조정 가능합니다. 따라서 일본에서 한국 개념의 밀키트를 판매하려면, 제품 특성상 일반적인 도시락과 유사한 오프라인 채널인, 편의점이 가장 좋은 옵션이라고 생각합니다.



해산물 빠에야  
출처: SUMI Terrace



참치 다다키  
출처: Top Valu meal kits

# Product Trends

## 일본 수산식품 주요기업 분석

### 일본 수산식품 주요기업 요약

| 주요 기업          | 미츠코시 이세탄 토신 스이산                                                                                                                                                           |       | 호쿠신 스이산                                                                                                                                                                                                                                                     |       | 나카지마 스이산<br>이케부쿠로 쇼핑파크                                                                                                                                                                                                                                          |       |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 규모             | 직원 수                                                                                                                                                                      | (-)   | 직원 수                                                                                                                                                                                                                                                        | (-)   | 직원 수                                                                                                                                                                                                                                                            | (-)   |
|                | 수산식품<br>품목 수                                                                                                                                                              | 5개    | 수산식품<br>품목 수                                                                                                                                                                                                                                                | 2개    | 수산식품<br>품목 수                                                                                                                                                                                                                                                    | 3개    |
|                | 설립연도                                                                                                                                                                      | 1949년 | 설립연도                                                                                                                                                                                                                                                        | 1988년 | 설립연도                                                                                                                                                                                                                                                            | 1925년 |
|                | 매출                                                                                                                                                                        | (-)   | 매출                                                                                                                                                                                                                                                          | (-)   | 매출                                                                                                                                                                                                                                                              | (-)   |
| 진출<br>채널       | <ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 마루이 백화점</li> </ul> </li> </ul>                        |       | <ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 토부 백화점</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아마존, 라쿠텐</li> </ul> </li> </ul> |       | <ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이케부쿠로 쇼핑파크</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아마존, 라쿠텐</li> </ul> </li> </ul> |       |
| 홍보<br>채널       | <ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(일본)</li> <li>SNS 플랫폼(일본)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인스타그램</li> </ul> </li> </ul> |       | <ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (일본)</li> <li>SNS 플랫폼 (일본)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인스타그램, 페이스북, X</li> </ul> </li> </ul>                                                                        |       | <ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지<br/>(일본/중국/글로벌)</li> </ul>                                                                                                                                                                                       |       |
| 제품<br>홍보<br>문구 | <ul style="list-style-type: none"> <li>자연산</li> </ul>                                                                                                                     |       | <ul style="list-style-type: none"> <li>바다의 은혜</li> <li>돌보이는 천연의 맛</li> </ul>                                                                                                                                                                                |       | <ul style="list-style-type: none"> <li>오늘의 추천상품!!</li> <li>지방이 올라 있습니다</li> </ul>                                                                                                                                                                               |       |

## 주요기업 현황

토신 스이산은 1949년에 설립된 도쿄 지역의 수산물 유통 및 가공 전문 기업임. 신선하고 품질 높은 수산물을 고객에게 제공하는 것을 목표로 하며, 직영점과 주요 소매점 내 매장을 운영하고 있음. 고객의 편의와 맛있는 식문화 제공에 중점을 두며, 고객과의 신뢰를 기반으로 100년 지속 가능한 기업으로 성장하는 것을 목표로 함

해당 기업의 활어 등 수산식품 제품은 오프라인 매장 마루이 백화점에 입점하여 판매되고 있음. 자사 일본 홈페이지를 비롯해 인스타그램 일본 계정을 통한 제품 홍보 활동을 펼치고 있음. 특히, 제품 홍보 시 ‘자연산’ 등의 문구를 사용하여 제품의 신선도를 강조하고 있음

호쿠신 스이산은 일본 내 최대 수산물 유통 및 가공 전문 기업으로, 신선한 생선을 제공하는 ‘수산 엔터테인먼트 회사’로 알려져 있음. 호쿠신 스이산은 일본의 풍부한 식문화와 전통을 지키고, 소비자들에게 최고 품질의 생선 및 해산물을 제공하기 위해 노력하고 있음. 또한 일본 전국에 매장을 운영하며, 온라인 쇼핑몰을 통해서도 다양한 해산물을 판매중임

실제로 일본에서 해당 기업의 수산식품 제품은 오프라인 매장 토부 백화점과 온라인 매장 아마존, 라쿠텐에서 볼 수 있음. 또한, 자사 일본 홈페이지를 포함해 인스타그램, 페이스북, X(구 트위터) 등 SNS 일본 계정을 통해 활발히 홍보하고 있음. ‘바다의 은혜’, ‘돋보이는 천연의 맛’ 등 주로 원료와 맛 위주로 홍보함

나카지마 스이산은 1925년에 설립되어 ‘맛있는 생선’을 제공하여 건강과 풍요로운 식문화를 조성하는 것을 지향함. 다양한 소매 채널에 입점하여 일본 및 해외 시장에서 수산물 유통과 외식 사업을 확장하고 있음. 나카지마 스이산은 새로운 도전과 시대 변화에 맞춘 대응으로 수산물 소비 문화를 젊은 세대와 해외에 알리고자 노력함

나카지마 스이산은 오프라인 매장 이케부쿠로 쇼핑파크와 온라인 매장 아마존, 라쿠텐에 제품을 입점 및 판매 중임. 자사 일본, 중국, 글로벌 홈페이지에서 제품을 홍보하고 있으며, ‘오늘의 추천상품’, ‘지방이 올라 있습니다’ 등의 키워드를 중심으로 제품 추천과 동시에 성분을 강조하는 것을 볼 수 있음

토신 스이산의 광어  
1,952엔/65g



호쿠신 스이산의 광어  
720엔/68g



나카지마 스이산의 광어  
469엔/64g



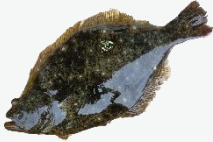
(\*) 조사시점 : 2024년 10월

## 일본 수산식품 주요제품

### 일본 수산식품 온라인 주요제품

(\*) 조사시점 : 2024년 11월

아마존 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(베스트셀러 순위 기준)

| 순위 | 제품 이미지                                                                              | 제품명                                                       | 브랜드                    | 원산지 | 가격/용량                    |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------|-----|--------------------------|
| 1  |    | 사시미 히라메<br>(Sashimi Hirame)                               | ASK산인<br>(ASKsanin)    | 일본  | 6,000엔<br>/3-5kg         |
| 2  |   | 유도테이, 플라운더<br>포 사시미<br>(Yudotei, Flounder for<br>Sashimi) | 칸스이산<br>(乾水産)          | 일본  | 3,990엔<br>/(-)           |
| 3  |  | 히라메<br>(ヒラメ)                                              | 우와카이노사치톤야<br>(宇和海の幸問屋) | 일본  | 9,111엔<br>/0.8-<br>1.2kg |

라쿠텐 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(인기 순위 기준)

| 순위 | 제품 이미지                                                                              | 제품명                         | 브랜드                         | 원산지 | 가격/용량             |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----|-------------------|
| 1  |  | 가쓰지메 히라메<br>(活メヒラメ)         | 마루카 스이산<br>(まるか水産)          | 일본  | 3,130엔<br>/0.8kg  |
| 2  |  | 신토 히라메<br>(伸東ヒラメ)           | 쓰모토시키<br>시타테시<br>(津本式 仕立て師) | 일본  | 5,500엔<br>/0.8kg  |
| 3  |  | 고토렛토우 텐넨 히라메<br>(五島列島天然ひらめ) | 우쿠 쿠로시오 센교<br>(宇久黒潮鮮魚)      | 일본  | 31,500엔<br>/2.5kg |

## 일본 수산식품 온라인 주요제품

(\*) 조사시점 : 2024년 10월

야후 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(인기 순위 기준)

| 순위 | 제품 이미지                                                                             | 제품명                 | 브랜드                        | 원산지 | 가격/용량                |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------------------|-----|----------------------|
| 1  |   | 카보스 히라메<br>(かぼすヒラメ) | 무라타 스이산<br>(村田水産)          | 일본  | 7,900엔<br>/1kg       |
| 2  |   | 카보스 히라메<br>(かぼすヒラメ) | 유우겐가이샤<br>야마가<br>(有限会社 山家) | 일본  | 7,800엔<br>/1.0-1.2kg |
| 3  |  | 가쓰지메 히라메<br>(活メヒラメ) | 마루카 스이산<br>(まるか水産)         | 일본  | 3,650엔<br>/0.8kg     |

## 일본 수산식품 주요제품

### 일본 수산식품 오프라인 주요제품

(\*) 조사시점 : 2024년 10월

#### 마루이 백화점 입점 제품 리스트

| 순번 | 제품 이미지                                                                             | 제품명                                          | 제조사                             | 원산지 | 가격/용량          |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------|-----|----------------|
| 1  |   | 히라메 우스즈쿠리<br>사시미(해동)<br>(平目薄造り刺身<br>(解凍))    | 미츠코시 이세탄 토신 스이산<br>(三越伊勢丹 東信水産) | 일본  | 2,484엔<br>/(-) |
| 2  |  | 히라메 횡감<br>(자연산 · 해동)<br>(平目刺身用<br>(天然 · 解凍)) | 미츠코시 이세탄 토신 스이산<br>(三越伊勢丹 東信水産) | 일본  | 1,952엔<br>/65g |

#### 세이부 백화점 입점 제품 리스트

| 순번 | 제품 이미지                                                                              | 제품명                                   | 제조사                         | 원산지 | 가격/용량          |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------|-----|----------------|
| 1  |  | 마다이<br>(양식 · 조리용)<br>(真鯛<br>(養殖 加熱用)) | 우코 세이부 이케부쿠로텐<br>(魚耕 西武池袋店) | 일본  | 1,178엔<br>/(-) |
| 2  |  | 아카카레이<br>(조리용)<br>(赤かれい(加熱用))         | 우코 세이부 이케부쿠로텐<br>(魚耕 西武池袋店) | 일본  | 2,042엔<br>/(-) |
| 3  |  | 마다이(횡감)<br>(真鯛(刺身用))                  | 우코 세이부 이케부쿠로텐<br>(魚耕 西武池袋店) | 일본  | 2,484엔<br>/(-) |

## 일본 수산식품 오프라인 주요제품

(\*) 조사시점 : 2024년 10월

### 토부 백화점 입점 제품 리스트

| 순번 | 제품 이미지                                                                            | 제품명                          | 제조사               | 원산지 | 가격/용량        |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-------------------|-----|--------------|
| 1  |  | 자연산 히라메(횃감)<br>(天然ひらめ (刺身用)) | 호쿠신 스이산<br>(北辰水産) | 일본  | 720엔<br>/68g |

### 마크로 입점 제품 리스트

| 순번 | 제품 이미지                                                                              | 제품명                         | 제조사                                             | 원산지 | 가격/용량         |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------------------|-----|---------------|
| 1  |   | 히라메 횃감(해동)<br>(ひらめ刺身用 (解凍)) | 나카지마 스이산<br>이케부쿠로 쇼핑파크<br>(中島水産池袋ショッ<br>ピングパーク) | 일본  | 720엔<br>/68g  |
| 2  |  | 부리 횃감(해동)<br>(ぶり刺身用 (養殖))   | 나카지마 스이산<br>이케부쿠로 쇼핑파크<br>(中島水産池袋ショッ<br>ピングパーク) | 일본  | 564엔<br>/77g  |
| 3  |  | 부리 횃감(자연산)<br>(ぶり刺身 (天然))   | 나카지마 스이산<br>이케부쿠로 쇼핑파크<br>(中島水産池袋ショッ<br>ピングパーク) | 일본  | 626엔<br>/(-)g |

### 이사미야 입점 제품 리스트

| 순번 | 제품 이미지                                                                              | 제품명                       | 제조사                               | 원산지 | 가격/용량             |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|-----|-------------------|
| 1  |  | 마다이 횃감(양식)<br>(真鯛刺身用(養殖)) | 이사미야<br>코타케무카이하라텐<br>(いさみ屋 小竹向原店) | 일본  | 1,279엔<br>/1,981g |

# 일본 수산가공식품 수입유통업체 인터뷰

## 일본 수산가공식품 수입유통업체 담당자

- Live Fish Sales (Kyusyu Fish Ltd. 소속)
- Wholesaler (ACS Co., Ltd. 소속)
- Sales Manager (Maruka Fisheries 소속)

### Q. 활광어 등 신선 생선 제품 생산 및 가공방식에 대한 일본 소비자 선호도는 어떠한가요?

A. 광어는 대부분 잡은 당일 냉장 보관 정도로만 가공이 이루어집니다. 혹은 활광어 상태가 가장 선호되기 때문에 가공을 최소화하여 껍질을 제거하고 필레 형태로 포장해, 주로 재래 시장이나 식료품점에 유통되어 회로 판매되는 경우가 많습니다. 전골이나 기타 요리에 활용할 수도 있지만, 사케나 맥주와 함께 생선회를 즐기는 방식이 훨씬 인기가 많아 대부분 사시미용으로 공급됩니다.

광어가 가공 및 식품 제조용으로 사용될 경우, 냉동 상태로 운송하는 것이 가장 적합하며, 일반적으로 구매자의 요구에 따라 뼈가 있거나 없는 필레 형태로 제공됩니다. 한편, 광어는 일본에서 위험도가 높은 어종으로 분류되기 때문에, 수입산 광어는 유통이 매우 제한적일 것으로 예상됩니다.



양식 광어  
출처: Kyusyu Fish Ltd.



양식 광어  
출처: ACS Co., Ltd.



활광어  
출처: Maruka Fisheries



### Q. 일본 시장으로 신선 생선 제품의 성공적인 진출을 위한 효과적인 유통전략은 무엇인가요?

A. 일본으로 수입되는 광어는 주로 식품가공시설에 공급되며, 상업적 가공 용도로만 사용이 허용됩니다. 또한, 현지에서는 생선을 주로 생식으로 소비하기 때문에, 소비자에게 직접 유통하는 것은 거의 허용되지 않습니다. 다만, 국제적인 기준을 준수한 양식 및 가공 방식과, 유기농 및 지속 가능한 방식의 적용은 잠재 구매자와 수입업체에 제품의 가치를 효과적으로 홍보하는 데 큰 도움이 될 것입니다. 이를 통해 적은 용량에 높은 가격을 정당화할 수 있으며, 슈퍼마켓 입점이나 외식업체에 직접 공급될 가능성도 높아질 것입니다.

그 외로 신선 생선 제품의 효과적인 판촉 전략은 선물용 제품을 만드는 것입니다. 이자가야와 사케 전문점에 대량으로 판매되는 광어 외에도, 온라인 상점에서 종종 선물용으로 생선을 판매합니다. 이를 위해 상인들은 전통적인 일본식 포장 방식을 활용하여, 전통 상자와 종이 공예, 때로는 선물 포장을 더해 정성을 표현합니다. 또한, 음식 관련 이벤트도 효과적인 전략 중 하나입니다. 이는 제품을 잘 알려진 유통업체, 소매업체 및 일반 소비자들에게 소개할 수 있기 때문입니다. 이외에도 인기 브랜드들은 음식 인플루언서나 블로거들과 협업하며 유사한 관심사를 가진 고객에게 제품을 소개합니다.

# Distribution Trends

## 일본 수산물 유통트렌드

### 일본 수산물 유통구조

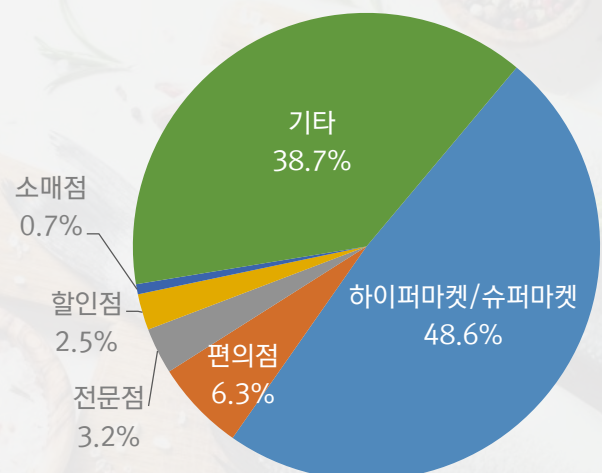
#### 일본 수산식품 유통구조

아래 도표와 관련하여 2022년 기준 일본 내 수산가공식품을 비롯한 일용소비재(FMCG) 소매유통채널 유형별로 시장 점유율을 살펴봄. 2022년 기준 일본 내 생선 및 해산물 유통은 48.6% 비중으로 1위를 기록한 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’에서 가장 활발히 이루어지고 있음. 1위 이외의 유통채널은 모두 일의 자리대 점유율을 보임, ‘편의점’이 6.3%로 2위, ‘전문점’이 3.2%로 3위, ‘할인점’이 2.5%로 4위를 차지함. 이후 ‘소매점’은 0.7%로 5위를 기록하였으며, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 타 유통채널간 점유율이 크게 차이나는 것을 볼 수 있음

이를 통해 일본의 수산식품 유통은 오프라인 채널을 중심으로 이루어짐을 알 수 있음. 또한, 일본에서 수산식품 유통 시 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 채널에 중점을 두는 것이 중요할 것으로 보임. 다만, 식품 시장에서 온라인 채널은 오프라인보다 빠른 성장이 예상되므로 장기적 관점에서 온라인 유통망 강화도 필요할 것으로 보임

#### 2022년 일본 수산식품 소매유통채널 시장 점유율

| 채널 유형      | 비중     |
|------------|--------|
| 전체 소매 유통채널 | 100.0% |
| 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | 48.6%  |
| 편의점        | 6.3%   |
| 전문점        | 3.2%   |
| 할인점        | 2.5%   |
| 소매점        | 0.7%   |
| 기타         | 38.7%  |



## 일본 수산물 주요 유통채널

### 주요 유통채널 정보

| 기업명                      | 기업구분             | 위치       | 기업 요약                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 입점가능품목                                                                                                                                               | 매장수  |
|--------------------------|------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 라이프<br>(Life)            | 하이퍼마켓<br>/슈퍼마켓   | 일본<br>전역 | <ul style="list-style-type: none"> <li>일본 기업 라이프 코퍼레이션이 운영하는 슈퍼마켓 브랜드로 일본 내 체인점 점포 수 기준 상위 10위 안에 속함</li> <li>매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6%를 차지함</li> <li>2023년부터 점포 판매 상품을 온라인 주문 후 집으로 배송받는 '라이프넷슈퍼(ライフネットスーパー)' 서비스 시행함</li> <li>아마존을 통해 라이프 매장의 상품을 최소 2시간 이내에 배송해주는 서비스 제공 중 (아마존 프라임 회원과 일부 지역에 해당)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품</li> <li>냉동식품</li> <li>즉석식품</li> <li>스낵류</li> <li>주류</li> <li>화장품</li> <li>건강기능식품</li> <li>의류</li> </ul> | 308개 |
| 맥스밸류<br>(MaxValu)        | 하이퍼마켓<br>/슈퍼마켓   | 일본<br>전역 | <ul style="list-style-type: none"> <li>일본의 유통 대기업 이온(Aeon) 그룹이 전개하는 일본 최대 규모의 슈퍼마켓 브랜드로 1994년에 첫 매장을 개점함</li> <li>연중무휴 24시간 영업하는 점포가 많음</li> <li>맥스밸류의 대규모 점포 중에서 근린형 쇼핑센터(NSC) 형태의 점포도 있음</li> </ul>                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품</li> <li>냉동식품</li> <li>즉석식품</li> <li>스낵류</li> <li>주류</li> <li>화장품</li> <li>생활용품</li> <li>의류 등</li> </ul> | 721개 |
| 아마존 일본<br>(Amazon Japan) | 온라인<br>종합<br>쇼핑몰 | (-)      | <ul style="list-style-type: none"> <li>1994년 설립된 미국 기업으로 일본에는 2000년도에 진출</li> <li>2021년 일본 온라인 유통채널 브랜드 및 기업 점유율 1위</li> <li>입점 브랜드 중 틱톡 등 SNS를 통해 홍보 진행, 아마존 및 라쿠텐 등에서 판매를 진행하는 다양한 소규모·수입 브랜드가 많음</li> </ul>                                                                                                  | (-)                                                                                                                                                  | (-)  |
| 라쿠텐<br>(Rakuten)         | 온라인<br>종합<br>쇼핑몰 | (-)      | <ul style="list-style-type: none"> <li>1997년 설립된 일본 온라인 종합 쇼핑몰</li> <li>2023년 6월 기준 1억 명 이상의 회원수와 5만 7,000여 개 이상의 입점 온라인 매장 수를 보유함</li> <li>전 세계 약 170여 개 국가 및 지역으로 배송 서비스를 제공</li> <li>쇼핑 플랫폼 외에도 핀테크, 인터넷 서비스 등 다양한 사업 분야 운영</li> </ul>                                                                       | (-)                                                                                                                                                  | (-)  |

| 기업명                            | 기업구분           | 위치                                       | 기업 요약                                                                                                                                                                                                                                                                     | 입점가능품목                                                                                                                                           | 매장수 |
|--------------------------------|----------------|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 예스마트<br>(Yesmart)              | 아시안마트<br>/한인마트 | 도쿄<br>(Tokyo),<br>오키나와<br>(Okinawa)<br>등 | <ul style="list-style-type: none"> <li>5천여 종 이상의 한국, 일본, 중국 식품 등을 취급하며 일본 내 대표적인 한국 식품 마트 브랜드</li> <li>전국 25개 매장을 플러스, 프리미엄, 중형, 소형으로 구분 운영 중, 온라인 매장도 운영 중임</li> <li>상품 배송 서비스를 제공하며, 상온과 냉장/냉동을 구분하여 배송</li> </ul>                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>김치</li> <li>야채</li> <li>냉동식품</li> <li>주류</li> <li>반찬류</li> <li>가공식품</li> <li>화장품</li> <li>생활용품</li> </ul> | 25개 |
| 장터<br>한국광장<br>(韓国広場)           | 아시안마트<br>/한인마트 | 도쿄<br>(Tokyo),<br>오사카<br>(Osaka)         | <ul style="list-style-type: none"> <li>1993년 설립되어 본점은 한인 교류가 많은 지역인 도쿄 신오쿠보(新大久保)에 위치하며 오사카에는 히로바 슈퍼마켓을 오픈</li> <li>2천 종류 이상 다양한 한국산 주류, 라면, 과일 등 상품 판매</li> <li>온라인으로도 주문 가능하며, 다양한 프로모션 진행 중임</li> <li>오사카, 도쿄 2개의 도매 전문 센터도 운영 중이며, 식당 식재료 납품 및 배송 서비스도 제공함</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품</li> <li>냉동식품</li> <li>건조식품</li> <li>음료류</li> <li>스낵류</li> <li>건강보조 식품</li> <li>생활용품</li> </ul>      | 2개  |
| 우나토토<br>(宇奈とと)                 | 레스토랑/<br>음식점   | 일본 전역                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>합리적인 가격으로 장어 음식을 판매하여 일본 내 인지도가 높은 장어 숯불구이 체인점</li> <li>일본 전역에 67개의 프랜차이즈 매장을 보유하고 있으며, 태국, 싱가포르, 베트남, 홍콩 등 해외로도 진출함</li> <li>장어 덮밥이 주력 메뉴이며, 그 외에도 장어 구이, 장어 국물요리 등 장어를 활용한 다양한 메뉴도 판매하며 일부 매장에서는 배달 서비스 제공함</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>신선 수산물</li> <li>채소류</li> <li>주류</li> <li>쌀</li> <li>음료류</li> </ul>                                        | 67개 |
| 와쇼구도고로<br>타츠타야<br>(和食処<br>竜田屋) | 레스토랑/<br>음식점   | 오사카<br>(Osaka)                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>일본 유통 인구와 관광객이 많은 오사카 난바역 근처에 위치한 해물 전문 식당</li> <li>8종류의 반찬을 포함한 해물 정식, 고기 및 해물 샤브샤브, 해물 튀김, 해물 반찬 등 다양한 메뉴를 판매</li> <li>개인실을 포함한 3층 건물로 내부가 넓고, 연중무휴 영업으로 고객에게 편리한 환경을 제공</li> </ul>                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>신선 수산물</li> <li>채소류</li> <li>주류</li> <li>쌀</li> <li>음료류</li> </ul>                                        | 1개  |



# Trade Barriers

## 일본 수산물 진입장벽

### 일본 수산물 통관검역 절차



## 일본 수산물 진입장벽 주요 이슈

### Issue ① 후생노동성 사전 등록 제도

일본으로 수산물 수출 시, 후생노동성(MHLW)에 제품을 사전 등록해야 함. 일본 후생노동성(MHLW) 사전 등록 제도는 일본 식품위생법에 반하는 식품 등의 수입을 사전에 방지하고, 일본 시장 내 식품 안전성을 확보하고자 도입됨. 또한, 이를 통해 수입절차를 간소화 및 소요 시간을 줄일 수 있음. 농축수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품을 대상으로 함

### Issue ② 일본 내 품질 인증 요구 증대

일본으로 수산가공식품 수출 시, 일본 내 품질 인증에 대한 요구가 증대하고 있어 HACCP 인증을 취득할 것을 권장함. 현재 HACCP 인증 취득은 필수 사항이 아니지만, 2021년 6월 1일부터 모든 식품 관련 사업체는 반드시 HACCP 방식에 의한 위생 관리를 시행하고 있음. 또한, 수산물 생산에 관한 MSC(Marine Stewardship Council), ASC(Aquaculture Stewardship Council) 인증 등 글로벌 인증을 추가로 받아 활용할 수 있음

#### 〈수산가공품 필수 인증 정보〉

| HACCP      |                                |                                                                                       |
|------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 성격         | 식품 생산 안전 인증                    |    |
| 구분         | 글로벌 공통 인증                      |                                                                                       |
| 인증 및 발급기관  | 한국 식품 안전관리 인증원                 |                                                                                       |
| FSSC 22000 |                                |                                                                                       |
| 성격         | 식품 생산 안전 인증                    |    |
| 구분         | 글로벌 공통 인증                      |                                                                                       |
| 인증 및 발급기관  | FSSC 지정 인증기관                   |                                                                                       |
| ISO 22000  |                                |                                                                                       |
| 성격         | 식품 생산 안전 인증                    |  |
| 구분         | 글로벌 공통 인증                      |                                                                                       |
| 인증 및 발급기관  | 정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관 |                                                                                       |
| MSC        |                                |                                                                                       |
| 성격         | 지속가능한 어업 및 생산 인증               |  |
| 구분         | 글로벌 공통 인증                      |                                                                                       |
| 인증 및 발급기관  | 해양관리협의회                        |                                                                                       |
| ASC        |                                |                                                                                       |
| 성격         | 수산물 생산 인증                      |  |
| 구분         | 글로벌 공통 인증                      |                                                                                       |
| 인증 및 발급기관  | 수산양식관리협의회                      |                                                                                       |

## 일본 수산물 진입장벽 주요 이슈

### Issue ③ 일본 수산가공품 라벨링 규정

일본으로 수입되는 수산물을 포함한 모든 식품은 일본 식품 표시법에 따라 라벨링 표기가 의무임. 일반적으로 수산물의 경우 신선식품으로 분류되는데, 수산물에 가열, 염장, 건조 등의 처리를 한 경우, 가공식품으로 분류되어 가공식품 표시 규정을 준수해야 함

| 라벨 표시 사항 및 기준 주요 내용 |                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 제품명                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 내용을 나타내는 일반적인 명칭 표시</li> <li>- 명칭에 주요 원재료명이 들어가는 경우, 주요 원재료와 일치해야 함</li> </ul>                                                                                                                                    |
| 원재료                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 원재료에 차지하는 중량의 비율이 높은 순서대로 일반적인 명칭으로 표시</li> <li>- 원재료가 2가지 이상(복합 원재료)인 경우, 괄호 안에 배합률이 높은 순으로 기재 (ex. 마요네즈(식용 식물 유지, 달걀 노른자, 양조 식초, 향신료, 설탕))</li> <li>- 복합 원재료가 제품 원재료에서 차지하는 중량의 비율이 5% 미만인 경우, 생략 가능</li> </ul> |
| 원산지                 | 수입품의 경우, 원산지국을 표시                                                                                                                                                                                                                                          |
| 알레르겐                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 표시 의무사항: 새우, 밀, 게, 메밀, 달걀, 유제품, 땅콩, 호두</li> <li>- 표시 권장사항: 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 캐슈넛, 키위, 소고기, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이버섯, 복숭아, 양(Yam), 사과, 젤라틴</li> </ul>                                                |

### Issue ④ 일본 수산가공품 통관문제 사례

일본으로 해당 품목 수출 시, 최근 3개년 동안 한국산 제품이 통관문제가 있었던 사례는 0건임. 해당 품목과 관련하여 경쟁국산 제품이 통관문제가 있었던 사례는 총 10건으로 조사됨. 주로 라벨링이나 위생(미생물)이 통관문제 사유가 된 사례가 많은 것으로 나타남. 따라서 일본으로 수산가공품 수출 시 해당 사항을 특별히 신경 쓸 필요가 있을 것으로 보임

#### 〈경쟁국산 통관문제 사례〉

| 순번 | 발생일     | 문제 사유                                     | 조치 사항    |
|----|---------|-------------------------------------------|----------|
| 1  | 2023.12 | 라벨링/유통기한 표시 오류                            | 리콜       |
| 2  | 2023.07 | 위생(미생물) / E.coli 양성                       | 폐기 또는 반송 |
| 3  | 2023.07 | 위생(미생물) / E.coli 양성                       | 폐기 또는 반송 |
| 4  | 2023.07 | 성분(식품첨가물 및 유해물질) / 시클라메이트 31 $\mu$ g/g 검출 | 폐기 또는 반송 |
| 5  | 2023.07 | 위생(미생물) / 세균수 1.3 $\times 10^6$ /g 검출     | 폐기 또는 반송 |
| 6  | 2022.08 | 라벨링/유통기한 표시 누락                            | 리콜       |
| 7  | 2022.07 | 위생(미생물) / 곰팡이의 발생이 확인됨                    | 리콜       |
| 8  | 2022.06 | 위생(미생물) / 세균 수 1.0 $\times 10^7$ /g )     | 폐기 또는 반송 |
| 9  | 2021.08 | 라벨링/보존 방법과 유통기한의 인쇄 누락                    | 리콜       |
| 10 | 2021.04 | 위생(미생물) / 대장균 양성                          | 폐기 또는 반송 |