



2023
수산물 수출기업 맞춤형 시장조사
월간 이슈 보고서

일본 수산가공품



해양수산부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

CONTENTS

소비트렌드 CONSUMPTION TRENDS

- 03 일본 수산물 시장 동향
- 05 일본 수산물 소비 동향
- 07 일본 수산가공품 수입 동향
- 10 일본 온라인 물 제품 분석
- 14 일본 수산물 소비 행태 조사
- 17 수입·유통업체 인터뷰

제품트렌드 PRODUCT TRENDS

- 19 일본 수산가공품 주요기업
- 23 일본 수산가공품 주요제품
- 29 수입·유통업체 인터뷰

유통트렌드 DISTRIBUTION TRENDS

- 31 일본 수산물 유통구조
- 32 일본 수산물 주요 유통채널

진입장벽 TRADE BARRIERS

- 34 일본 수산물 통관검역 절차
- 35 일본 수산물 비관세장벽 주요 이슈





Consumption Trends

일본 수산물 소비트렌드

일본 수산물 시장 동향

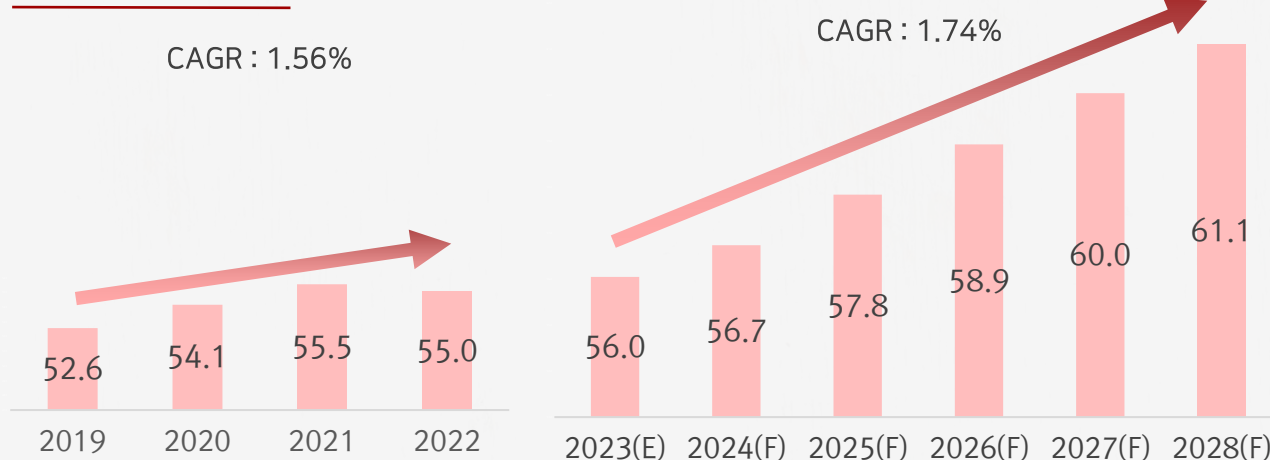
일본 수산물 시장규모

스태티스타가 정의한 수산물 시장은 크게 신선 어류, 신선 수산물, 수산가공품 세 가지 하위 부문으로 나뉨. 신선 어류는 신선하거나 냉장·냉동된 모든 유형의 식용 어류를 말하며, 신선 수산물은 신선하거나 냉장·냉동된 모든 갑각류 및 연체동물을 가리킴. 수산가공품은 건조·염장·훈제되거나 통조림 처리된 모든 유형의 어류 및 수산물을 의미함. 세 가지 하위 부문의 시장규모는 자연산·양식, 해수·담수 여부에 관계없이 집계됨

위 정의에 따른 2022년 기준 일본의 수산물 총 시장규모는 약 55.0십억 달러에 달함

이러한 일본 수산물 시장규모는 지난 4년간 (2019-2022년) 연평균 1.56% 성장하였으며, 향후 6년간(2023-2028년) 연평균 1.74%의 성장세를 유지하여 그 속도는 느리더라도 꾸준한 상승세를 보일 것으로 예측됨. 이에 따라, 2027년 처음으로 60.0십억 달러를 돌파할 것으로 보이며, 2028년 61.1십억 달러까지 시장 성장이 예측됨

일본 수산물 시장규모



출처 : 스태티스타(Statista)



일본 수산물 시장 동향

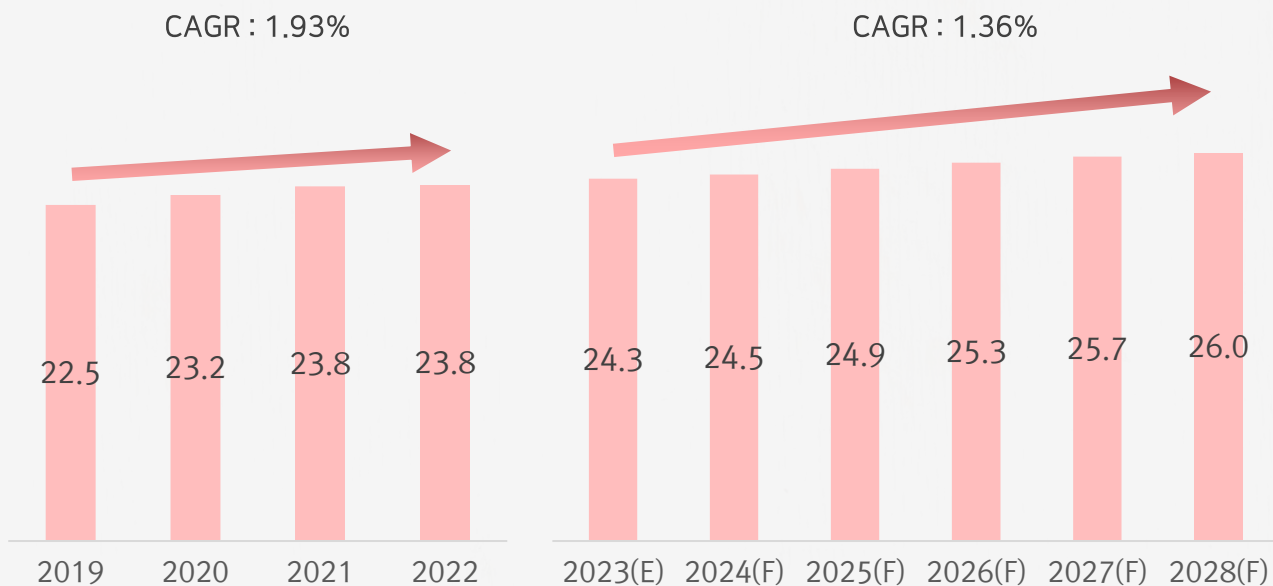
일본 수산가공품 시장규모

일본 수산가공품 시장규모는 2019년 약 22.5십억 달러로 집계되며 지난 4년간(2019-2022년) 연평균 1.93% 성장해 2022년에는 23.8십억 달러를 기록함. 이처럼 일본 수산가공품 시장은 지난 4년간 전체 수산물 시장규모의 성장세보다 빠른 성장을 보임. 또한, 2022년 기준 수산가공품이 수산물 전체 시장규모 중 43%를 차지하는 것으로 보아 수산가공품 시장의 성장이 수산물 전체 시장규모 확대에도 긍정적인 영향을 준 것으로 보임

이러한 성장 흐름에 따라 금년 2023년 수산가공품 시장규모는 24.3십억 달러를 기록할 것으로 추정됨. 또한, 향후 6년간(2023-2028년) 지난 4년의 기간보다 성장 속도는 둔화하나 연평균 1.36%로 꾸준한 성장세가 예측됨. 이에 2028년에는 26.0십억 달러까지 성장할 것으로 전망됨

일본 수산가공품 시장규모

단위 : 십억 달러



출처 : 스태티스타(Statista)



일본 수산물 소비 동향

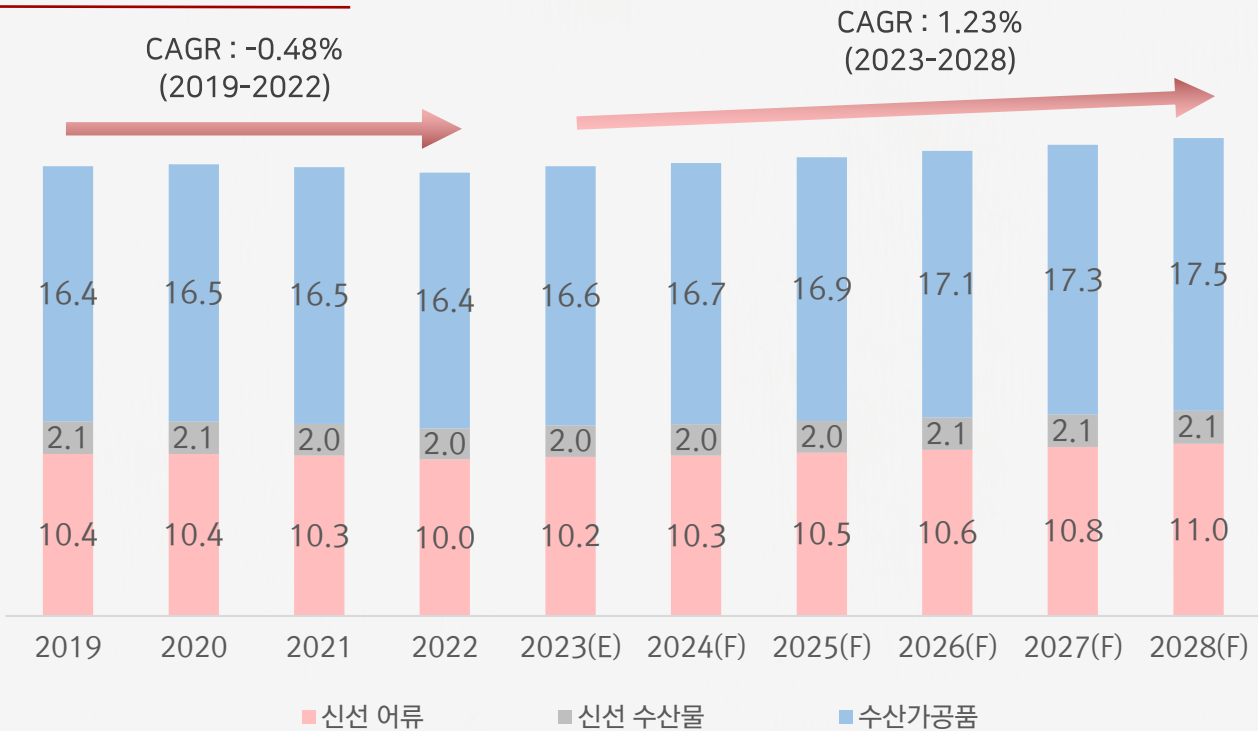
일본 수산물 소비규모

2022년 기준 일본의 전체 수산물의 1인당 소비규모는 약 28.4킬로그램으로 집계됨. 2019년 28.8킬로그램에서 4년(2019-2022년)간 연평균 0.48% 감소하였으며 2020년에 29.0킬로그램으로 가장 큰 소비량을 기록함. 이러한 수산물의 1인당 소비규모는 향후 6년(2023-2028년)간 연평균 1.23%로 나타나 다시 성장세로 전환될 것으로 예측됨

일본 수산물 시장의 세 가지 하위 부문별로 살펴보면, 2022년 기준 1인당 소비규모는 신선 어류 10.0킬로그램, 신선 수산물 2.0킬로그램, 수산가공품 16.4킬로그램으로 나타남. 수산가공품(58%), 신선 어류(35%), 신선 수산물(7%) 순으로 소비규모가 크며 이러한 양상은 지속될 것으로 보임

일본 수산물 1인당 소비규모

단위: 킬로그램



출처 : 스탯ISTA(Statista)



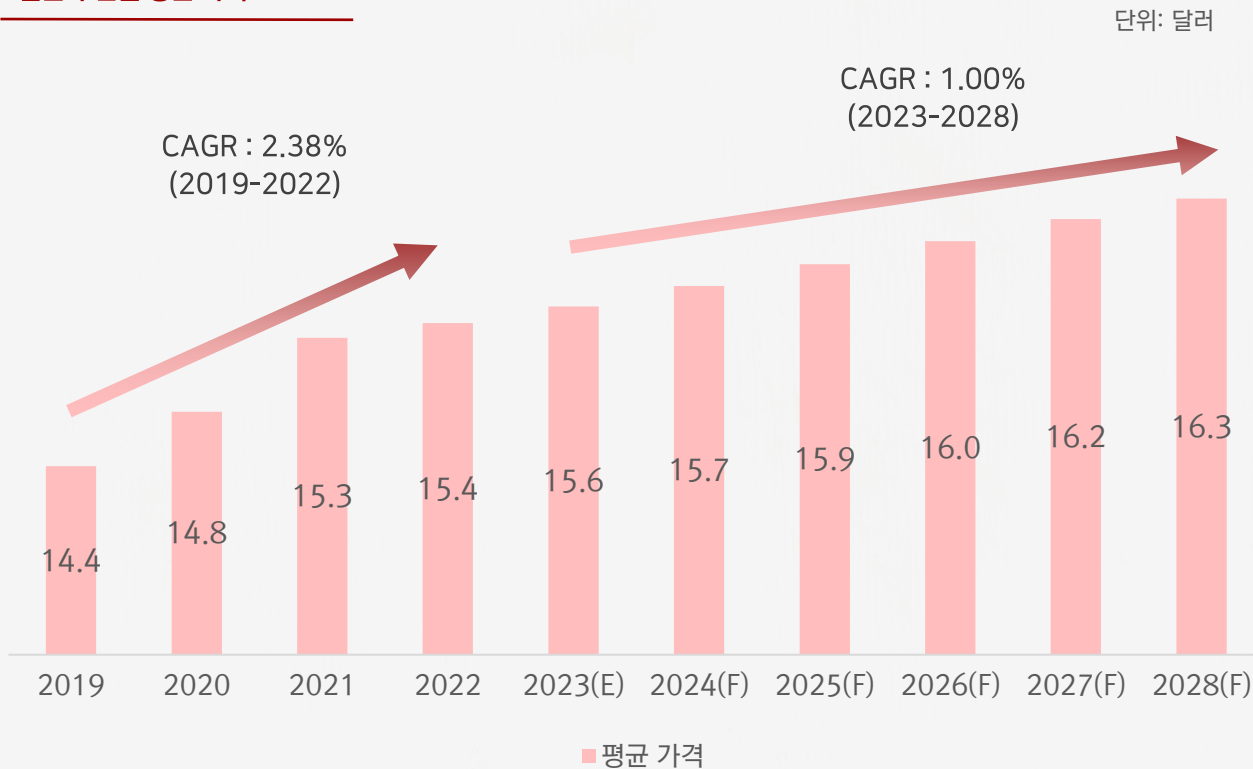
일본 수산물 소비 동향

일본 수산물 가격동향

일본 수산물 평균 가격을 살펴보면 2019년 14.4달러에서 2022년 15.4달러까지 연평균 2.38% 증가함. 2023년 수산물 평균 가격은 15.6달러까지 증가할 것으로 추정됨. 이러한 가격 상승 흐름이 지속되어 향후 6년간(2023-2028년) 연평균 1.00%씩 상승하여 2028년에는 16.3달러를 기록할 것으로 전망됨

연평균 수산물 평균 가격 상승률은 지난 4년간 연평균 2.38% 성장함. 향후 6년간 연평균 1.00%로 완만한 성장을 이룰 것으로 예측됨. 앞서 조사된 수산물 소비규모의 성장세와 비교해보면, 2023-2028년 소비규모 성장세는 수산물 가격 성장세보다 다소 가파른 편임. 가격 상승으로 인한 시장규모 확대 효과가 있을 수 있으나, 소비규모가 더 빠르게 증가하고 있어 일본 시장 내 수산물에 대한 소비자 수요가 증가하고 있는 것으로 볼 수 있음

일본 수산물 평균 가격



출처 : 스탯티스타(Statista)

일본 수산가공품 수입 동향

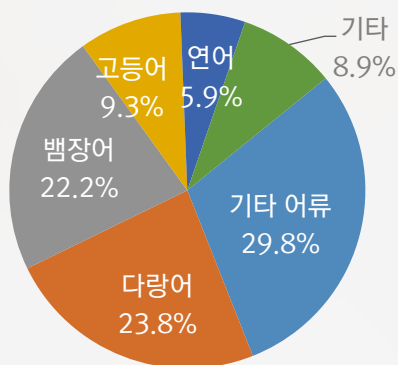
일본 어류가공품 수입규모

일본 어류가공품의 HS CODE인 1604호의 하위 품목 1604.11~1604.20의 수입 규모를 확인함. 단, 어류로 분류되지 않는 캐비아와 캐비아 대용물로 분류되는 호(1604.31, 1604.32)는 집계에서 제외함

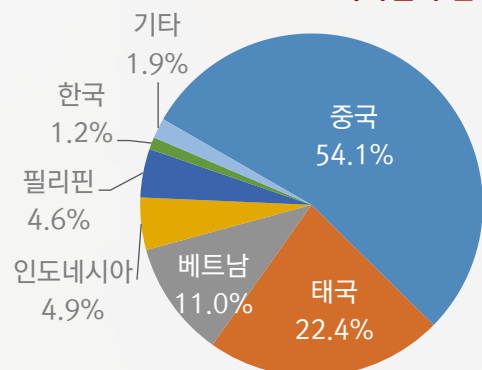
1604호에 해당하는 품목의 일본 전체 수입 규모는 2022년 기준 1,662.4백만 달러로 집계됨. 이는 2018년 1,633.4백만 달러에서 지난 5년간(2018-2022년) 연평균 0.4% 성장한 규모임. 품목별 수입규모 조사 결과, 어류 가공품 중 ‘기타 어류’ 수입 시 적용되는 1604.19 품목의 2022년 수입 규모가 1위를 차지함. ‘기타 어류’의 2022년 수입 규모는 495.5백만 달러로 전체 중 29.8%를 차지함. 뒤를 이어 1604.14에 해당하는 ‘다랑어’가 394.9백만 달러(23.8%)로 2위, 1604.17에 해당하는 ‘뱀장어’가 369.7백만 달러(22.2%)로 3위를 차지함

이어서 2022년 HS CODE 1604호의 일본 對글로벌 국가별 수입액 조사 결과, 對한국 수입액은 전체 수입규모의 1.2%인 약 19.2백만 달러로 전체 6위를 차지했으며 지난 5년(2018-2022년)간 연평균 9.0% 하락한 것으로 나타남. 글로벌 수입액 1위를 차지한 국가는 중국으로 약 898.6백만 달러로 54.1%의 점유율을 보임. 중국에서 주로 수입하는 품목으로는 ‘기타 어류 (395.7백만 달러, 44.0%)’, ‘뱀장어(366.4백만 달러, 40.8%)’, ‘고등어(54.7백만 달러, 6.1%)’ 순임. 그 뒤를 이어 태국이 373.0백만 달러(22.4%)로 2위를 차지했으며, 태국에서는 ‘다랑어(229.9백만 달러, 61.6%)’, ‘고등어 (44.8백만 달러, 12.0%)’, ‘기타 어류 (42.7백만 달러, 11.4%)’ 순인 것으로 조사됨

HS CODE 1604호 품목별 수입규모



HS CODE 1604호 국가별 수입 규모



출처 : ITC Trade Map

일본 수산물가공품 수입 동향

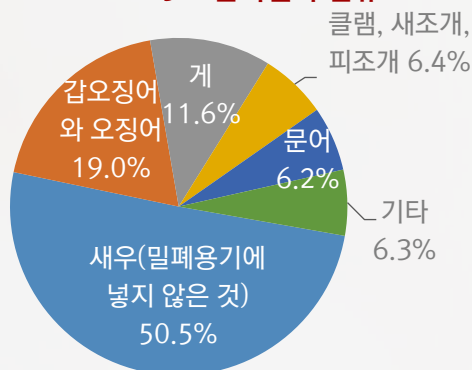
일본 수산물가공품 수입규모

일본 수산물가공품의 HS CODE인 1605호의 하위 품목 1605.10~1605.69의 수입 규모를 확인함

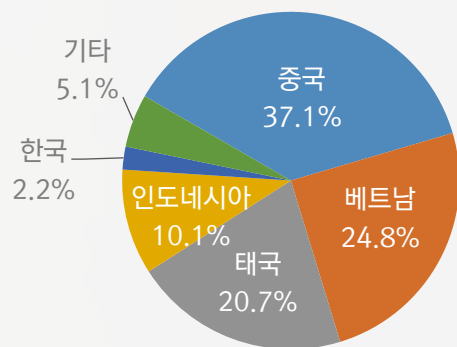
1605호에 해당하는 품목의 일본 전체 수입 규모는 2022년 기준 1,473.5백만 달러로 집계됨. 이는 2018년 1,468.9백만 달러에서 최근 5년(2018-2022년)동안 연평균 0.1% 성장한 규모임. 수산물가공품 중 '새우' 수입 시 적용되는 1605.21의 2022년 수입 규모는 약 744.7백만 달러로 전체 중 50.5%를 차지하며 1위를 차지함. 그 뒤를 이어 1605.54에 해당하는 '갑오징어와 오징어'가 280.3백만 달러(19.0%)로 2위, 1605.10에 해당하는 '게'가 170.9백만 달러(11.6%)로 3위를 차지함. 4위부터는 점유율 한 자릿수 대로 차이가 미미함

이어서 2022년 HS CODE 1605호의 일본 對글로벌 국가별 수입규모는 약 1,473.5백만 달러로 최근 5년(2018-2022년) 동안 연평균 0.1% 성장함. 일본 對한국 수입액은 전체의 2.2%인 약 32.1백만 달러로 전체 5위를 차지했으며 지난 5년간(2018-2022년) 연평균 6.2% 감소한 것으로 나타남. 글로벌 수입액 1위를 차지한 국가는 중국이 약 547.2백만 달러로 37.1%의 점유율을 보였으나, 중국 또한 지난 5년간(2018-2022년) 연평균 2.0% 감소한 것으로 나타남. 중국에서 가장 많이 수입한 품목은 '갑오징어와 오징어(256.0백만 달러, 47.5%)'이며, 이어서 '클램, 새조개, 피조개(86.0백만 달러, 15.7%)', '게(76.9백만 달러, 14.0%)' 순인 것으로 조사됨. 한편, 베트남이 365.9백만 달러(24.8%)로 2위를 차지했으며, '새우(279.0백만 달러, 19.0%)', '문어(39.7백만 달러, 10.9%)', '게(39.5백만 달러, 10.8%)' 순의 수입규모를 보임

HS CODE 1605호 품목별 수입규모



HS CODE 1605호 국가별 수입규모



출처 : ITC Trade Map

일본 수산물가공품 수입 동향

일본 對한국 어류가공품 수입규모

HS CODE 1604호에 해당하는 어류 가공품의 일본 對한국 수입규모를 확인함

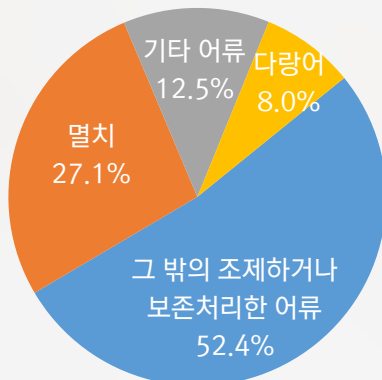
1604호 품목 중에서도 ‘그 밖의 조제하거나 보존처리한 어류’ 수입 시 적용되는 HS CODE 1604.20 기준 2022년 일본 對한국 수입액은 약 10.1백만 달러로 HS CODE 1604호 전체 수입액 19.2백만 달러 중 52.4%로 과반을 차지함. 이는 2018년 11.3백만 달러에서 지난 5년(2018-2022년) 동안 연평균 2.9% 감소한 수준임. 뒤를 이어, ‘멸치’가 5.2백만 달러로 27.1%를 차지하며 2위를 차지했으나, 2018년 13.7백만 달러에서 연평균 21.4% 크게 감소한 것으로 조사됨. 뒤를 이어, ‘기타어류(2,407달러, 12.5%)’, ‘다랑어(1,539달러, 8.0%)’ 순인 것으로 나타남

일본 對한국 수산물가공품 수입규모

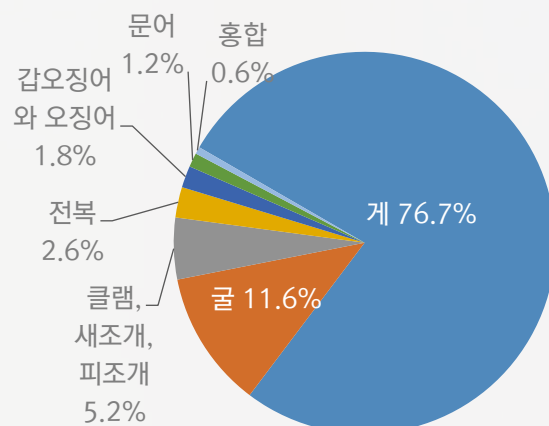
HS CODE 1605호에 해당하는 수산물가공품의 일본 對한국 수입규모를 확인함

1605호 품목 중에서도 ‘게’ 수입 시 적용되는 HS CODE 1605.10 기준 2022년 일본 對한국 수입액은 약 24.6백만 달러로 HS CODE 1605호 전체 수입액 32.1백만 달러 중 76.7%로 과반을 차지함. 이는 2018년 33.0백만 달러에서 지난 5년(2018-2022년) 동안 연평균 7.1% 감소한 수준임. 뒤를 이어, ‘굴’이 3.7백만 달러로 11.6%를 차지하며 2위를 차지했으나, 2018년 3.9백만 달러에서 연평균 1.1% 감소함. 그다음으로는 ‘클램, 새조개, 피조개(1,670달러, 5.2%)’, ‘전복(827달러, 2.6%)’ 순인 것으로 나타남

HS CODE 1604호



HS CODE 1605호



일본 온라인 몰 장어구이 제품 분석

제품 분석 프로세스

※ 일본 온라인 몰 입점 장어구이 제품 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 장어구이 주먹밥
(うなぎ焼きおにぎり) 등
- 데이터 수집원 : 일본 온라인 쇼핑몰

※ 일본 온라인 몰 입점 수산가공품 제품 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드
- ③ 맛 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/원어)		빈도	키워드 (국문/원어)		빈도
경쟁제품	장어구이 주먹밥	うなぎ焼きおにぎり	65	장어 생차 절임	うなぎの生茶漬け	2
	숙성 장어	熟成うなぎ	10	장어 간	鰻焼き肝	1
경쟁브랜드	후루사토노제이	ふるさと納税	303	우나기야카와스이	うなぎ屋かわすい	14
	하마나코 장미상점	浜名湖鰻三商店	19	센리장어	千里うなぎ	12
	텐토 재팬 에이징	天登ジャパンエイジング	16	구라스시	くら寿司	5
패키징	간장	しょうゆ	113	생식	生食	15
	와사비	わさび	28	소금	塩	9
	숯불구이	炭火焼き	27	참깨	ごま	7
	차조기	大葉, おおば	15	유자	ゆず	7
홍보문구	국산(일본산)	国産	493	편리	便利	13
	선물	贈り物	175	(먹기)쉬운	簡単	11
	국내산(일본산)	国内	118	기념일	記念日	7
	특대	特大	85	세일	セール	3
	통통한	ふっくら	60	특별한 날	特別な日	1
	안심	安心	33	정성껏	気をつけて	1
	가게	店	31	소중한	貴重	1

자료 : Amazon, Rakuten, Yahoo

일본 온라인 몰 장어구이 제품 분석

판매 제품 특징

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

(**) 조사시점 : 2023년 6월 27일

경쟁제품 1위 장어구이 주먹밥		경쟁브랜드 1위 하마나코 장미상점	
			
브랜드	없음	브랜드	하마나코 장미상점(浜名湖鰻三商店)
분류	장어구이 주먹밥	분류	장어구이 주먹밥
용량	100g*10팩	용량	20g*18개
가격	3,990엔(37,905원)	가격	2,9650엔(28,025원)
맛 1위 간장		홍보문구 1위 국산(일본산)	
			
브랜드	시푸드혼텐(シーフード 本店)	브랜드	스미야키우나후지(炭焼うな富士)
분류	장어구이	분류	장어구이
용량	180g*2팩	용량	160g
가격	6,980엔(66,310원)	가격	6,000엔(57,000원)

자료 : Amazon, Rakuten, Yahoo

일본 온라인 몰 즉석 국 제품 분석

제품 분석 프로세스

※ 일본 온라인 몰 입점 즉석 국 제품 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 미소된장(味噌),
패키지수프(パッケージ) 등
- 데이터 수집원 : 일본 온라인 쇼핑몰

※ 일본 온라인 몰 입점 즉석 조리식품 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드
③ 맛 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/원어)		빈도	키워드 (국문/원어)		빈도
경쟁제품	미소된장	味噌	65	계란국	卵スープ	7
	패키지수프	パッケージ	11	된장국	みそ汁	5
경쟁브랜드	마루코메	マルコメ	173	오뚜기	オットギ	14
	아마노푸드	アマノフーズ	45	쿠놀	クノール	14
	아지노모토	味の素	14	나가타니엔	永谷園	6
패키징	야채	野菜	95	양배추	キャベツ	23
	치킨	鶏	39	미네스트로네	ミネストローネ	19
	닭	鶏	39	미역	海藻	14
	시금치	ほうれん草	29	쇠고기	牛肉	12
홍보문구	식물 기반의	野菜	95	매우 편함	便利	14
	영양	栄養	58	고소한 향기	香り	7
	포션 타입	ポーションタイプ	16	포만감	満腹	2

자료 : Amazon, Rakuten, Yahoo

일본 온라인 몰 즉석 국 제품 분석

판매 제품 특징

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

(**) 조사시점 : 2023년 7월 2일

경쟁제품 1위 미소된장		경쟁브랜드 1위 마루코메	
			
브랜드	마루코메(マルコメ)	브랜드	마루코메(マルコメ)
분류	미소된장	분류	미소된장
용량	1.1kg	용량	510g*6팩
가격	3,257엔(30,941원)	가격	1,912(18,164원)
맛 1위 야채		홍보문구 1위 식물 기반의	
			
브랜드	코스모스쇼쿠힌(コスモス食品)	브랜드	스카이푸드(スカイフード)
분류	미소된장국	분류	해초국
용량	30개입	용량	43.2g
가격	5,500엔(52,250원)	가격	356(3,382원)

자료 : Amazon, Rakuten, Yahoo

일본 수산물 소비 행태 조사

가장 많이 섭취하는 수산물 요리

일본수산협회에서 1,000명의 일본 소비자를 대상으로 수산물 소비 행태 관련 설문조사를 시행함. 일본 소비자들에게 가장 많이 섭취하는 수산물 요리에 대해 설문한 결과, ‘스시’가 85.0%로 1위를 차지함. 그 뒤를 이어 ‘어류구이(81.9%)’, ‘사시미(80.5%)’가 80% 이상의 응답률을 보이며 각각 2위, 3위를 기록함

이 외에도 ‘튀김, 삶은 것, 삶은 어류 페이스트, 통조림’ 등 다양한 요리 형태가 과반의 응답률을 보여 일본 소비자들은 다양한 형태로 수산물 요리를 즐겨 먹는 것을 알 수 있음

가장 많이 섭취하는 수산물 요리

스시	85.0
어류구이	81.9
사시미	80.5
튀김	71.9
삶은 것	68.5
삶은 어류 페이스트	64.2
통조림	62.2
조림	57.1
덮밥 요리	56.0
포장된 것	52.5
국요리	50.7

N = 1,000, 단위 : %

가정에서 가장 많이 소비하는 품목

일본 소비자들에게 ‘가정’ 내에서 가장 많이 소비하는 수산물에 대해 설문함. 그 결과, ‘연어’가 69.1%로 1위를 차지함. 그 뒤를 이어 ‘고등어(59.6%)’, ‘해초(59.0%)’가 과반의 응답률을 보이며 각각 2위, 3위를 기록함

이어서 ‘일본 방어, 꽂치, 전갱이, 참치, 시라스, 두족류(문어, 오징어 등), 갑각류’가 40%대, ‘가다랑어, 조개류, 정어리’가 30%대로 나타남. 특정 수산물에 대한 집중적인 소비보다는 다양한 수산물에 대해 고른 소비 행태를 보임

가정에서 가장 많이 먹는 수산물

연어	69.1
고등어	59.6
해초	59.0
일본 방어	49.0
꽂치	47.4
전갱이	47.3
참치	47.1
시라스	46.1
두족류(문어, 오징어 등)	44.0
갑각류(새우, 게 등)	43.1
가다랑어	39.8
조개류	39.0
정어리	35.6

N = 1,000, 단위 : %

출처 : 일본수산협회(大日本水産会), 「남여 1000명에게 물어본 식생활, 요리, 어류요리 트렌드 ~코로나 사태를 겪은 이후~」, 2022.06

일본 수산물 소비 행태 조사

가정 소비를 위한 수산물 구매 채널

이어서 1,000명의 일본 소비자들에게 가정 내에서 소비하기 위해 수산물을 주로 구매하는 유통채널에 대해 질문함. 그 결과, ‘슈퍼마켓’이 96.1%의 압도적으로 집중된 응답률을 보이며 1위 수산물 구매채널인 것으로 나타남. 그 뒤를 이어 ‘백화점’이 25.3%로 2위를 차지했고, ‘신선 어류 소매점’이 21.1%로 백화점과 큰 격차 없이 3위를 차지함

이를 통해 일본 소비자들은 수산물 구매 시 대부분 슈퍼마켓을 이용하는 것이 일반적이며, 때로 신선 어류를 전문으로 하는 소매점이나 백화점을 이용하는 경우도 있는 것으로 보임

가정 소비용 어류 구매 채널

슈퍼마켓	96.1
백화점	25.3
신선 어류 소매점	21.1

N = 1,000, 단위 : %

어류 구매를 꺼리는 이유

일본 소비자들에게 어류 구매를 꺼리는 이유에 대해 설문한 결과, ‘손질하는 것이 번거로워서’가 52.7%로 유일하게 과반의 응답률로 1위를 차지함. 뒤를 이어 번거로운 손질과 관련된 ‘냄새가 싫어서’(45.4%), 어류 뼈가 너무 많아서(45.1%)가 각각 2위, 3위로 나타남. 이 외에도 ‘기생충 때문에, 비싸서, 쓰레기를 만들어서’ 등 어류를 구매하기 꺼려하는 이유로 다양한 이유가 꼽힘

가격과 기생충, 방사능 등 건강에 해로운 물질 함유와 관련된 보기를 제외하고 대부분 번거로운 손질과 관련된 보기들이 높은 응답률을 보임

어류 구매를 꺼리는 이유

손질하는 것이 번거로워서	52.7
냄새가 싫어서	45.4
어류 뼈가 너무 많아서	45.1
기생충 때문에	44.6
너무 비싸서	43.7
쓰레기를 만들어서	40.6
요리가 어려워서	37.2
요리 후 청소가 번거로워서	35.3
중금속 및 수은 때문에	30.6
방사능 오염 때문에	27.7

N = 1,000, 단위 : %

출처 : 일본수산협회(大日本水産会), 「남여 1000명에게 물어본 식생활, 요리, 어류요리 트렌드 ~코로나 사태를 겪은 이후~」, 2022.06

일본 수산물 소비 행태 조사

외식 시 수산물 섭취 빈도

일본 소비자들의 소비 유형(외식, 가정 내)에 따라 수산물 섭취빈도를 알아보기 위해 먼저 외식을 할 때 수산물을 섭취하는 빈도에 대해 설문함. 그 결과, ‘한 달에 1일’이 19.6%의 응답률로 1위를 차지함. 한편, 외식 시 반년에 1일 미만의 빈도로 수산물을 섭취한다고 응답한 소비자가 19.2%로 뒤를 이음. 또한, ‘한 달에 2~3일’이 15.9%, ‘일주일에 하루’가 14.6%, ‘2~3개월에 1일’이 13.0%로 각각 3위, 4위, 5위 응답률을 보임

반면, ‘거의 매일(1.6%)’, ‘주 4~5일(1.0%)’은 1%대로 아주 낮은 수준을 보였으며, ‘주 2~3일’이 8.4%로 나타남

외식 시 수산물을 섭취하는 빈도

거의 매일	1.6
주 4~5일	1.0
주 2~3일	8.4
일주일에 하루	14.6
한 달에 2~3일	15.9
한 달에 1일	19.6
2~3개월에 1일	13.0
반년에 1일	6.7
그 미만	19.2

N = 1,000, 단위 : %

가정 내 식사 시 수산물 섭취 빈도

이어서 가정에서 식사 시 수산물을 섭취하는 빈도를 설문한 결과, ‘주 2~3일’이 24.5%로 1위를 차지함. 그 뒤를 이어 ‘거의 매일’이 22.9%, ‘일주일에 하루’가 15.4%, ‘주 4~5일’이 14.6%의 응답률로 각각 2위, 3위, 4위를 차지함. 약 62.0%의 일본 소비자가 가정에서 식사 시 일주일에 2~3일 이상은 수산물을 섭취하는 것으로 볼 수 있음

한편, ‘한 달에 2~3일(7.2%)’부터 한 자릿수 대 응답률을 보였으며, ‘2~3개월에 1일(1.9%)’, ‘반년에 1일(1.0%)’은 1%대로 아주 낮은 수준을 보임. 종합하면 외식보다 가정에서 수산물을 섭취하는 경우가 많은 것으로 유추됨

가정에서 식사 시 수산물을 섭취하는 빈도

거의 매일	22.9
주 4~5일	14.6
주 2~3일	24.5
일주일에 하루	15.4
한 달에 2~3일	7.2
한 달에 1일	4.0
2~3개월에 1일	1.9
반년에 1일	1.0
그 미만	8.5

N = 1,000, 단위 : %

출처 : 일본수산협회(大日本水産会), 「남여 1000명에게 물어본 식생활, 요리, 어류요리 트렌드 ~코로나 사태를 겪은 이후~」, 2022.06

일본 수산가공품 수입유통업체 인터뷰

일본 수산가공품 수입유통업체 담당자

- Overseas Sales Manager
(Saihoku Fisheries 소속)
- Product Development (Kohyo INT.소속)
- Import Manager (Pacific World소속)

Q. 일본 소비자들은 수산가공품 섭취를 즐기는 편인가요?

A. 일본 소비자들은 가공된 어류보다는 신선한 수산물, 특히 제철 수산물을 선호하나 이는 일본에서 프리미엄 상품으로 포지셔닝되어 있습니다. 또한, 수산물 요리를 만드는 데 드는 노력과 비용 때문에 쉽게 접근할 수가 없는 경우가 많습니다. 수산가공품은 바쁜 일상 속에서 시간이 부족하거나 간편한 저녁 식사를 하고 싶을 때 선택하는 신선 수산물의 대체식품으로 인식됩니다.

이에 현대 일본 소비자들은 수산가공식품을 즐기는 편이지만, 이는 현지에서 조달된 제품에 한정되어 있습니다. 또한, 신선한 제철 수산물과 수산가공식품 사이에는 맛과 품질의 차이가 존재하기 때문에 아직까지는 소비량에도 차이가 있습니다. 다만, 기후변화 등과 같은 환경적인 요인들로 신선한 제철 수산물들의 공급에 차질이 종종 생기고 있어, 수산가공식품이 점차 필수품으로서 자리할 것으로 예측됩니다.

일본에서 가장 인기있는 수산가공식품으로는 다양한 요리에 활용할 수 있는 명태입니다. 이외에도 연어도 인기가 있으며 새우, 게살 또한 수산가공식품에 필수적인 재료로 사용됩니다.

출처: Pacific World



베트남산
블랙타이거



칠레산
은연어

Q. 일본 내 수산물 간편식의 수요는 어떠한가요?

A. 상당수가 1인가구이면서 외식 물가가 비싼 일본 현대 사회에서 일본 소비자들에게 RTE(Ready-To-Eat) 식사는 필수적인 부분으로 중요한 끼니로 자리 잡았습니다. 바쁜 생활에 치여 신선한 식사를 요리할 시간조차 없는 것은 안타깝지만, 그런 현실에 대응하기 위한 즉석식품이 소비자들의 요구를 충족시키고 있습니다.

이에 따라 즉석 컵라면, 도시락 같은 간편식은 성행하고 있는 반면, 수산물 간편 조리식은 요리의 간편성, 저렴한 가격덕분에 인기가 있지만 일상적으로 소비되는 품목은 아닙니다. 일본 소비자들은 신선한 상태의 수산물을 섭취하는 것을 선호하기 때문에, 수산물을 오랫동안 보존하기 위해 가공한 제품에 대한 선호는 낮은 편입니다.

일본 수산가공품 수입유통업체 인터뷰

일본 수산가공품 수입유통업체 담당자

- Production Manager (Kanefuku 소속)
- Franchise Manager
(Honke Kamadoya 소속)
- Distribution Manager (Genkai 소속)

Q. 일본 내 인기있는 어류가공품은 무엇인가요?

A. 현지에서 가장 인기 있는 어류가공식품은 연어와 참치이며, 오징어와 새우도 인기가 있습니다. 특히, 연어는 육즙이 풍부하고 다양한 요리에 잘 어울리며, 주로 필레 형태로 판매하기 때문에 조리하기가 쉽고 편리합니다. 또한, 게살, 어묵, 건오징어, 건어물, 알 등도 대중적인 요리에 활용되기 때문에 이들의 가공품에 대한 수요도 안정적인 편입니다. 도시락에 활용되는 어류가공식품들은 주로 튀김이나 구이로 활용되며, 데리야끼와 바비큐 맛의 연어와 고등어가 인기가 많습니다.

출처: KaneFuku



매일 명란



명란젓 고등어구이

Q. 일본 내 인기 있는 수산물 밀키트는 무엇인가요?

A. 일본에서 인기있는 수산물 밀키트로는 '타라코 잇파이(Tarako Ippai)'가 있습니다. 타라코 잇파이는 뜨거운 물을 부어 바로 먹을 수 있는 컵 형태의 즉석 수프입니다. 많은 종류의 즉석 수프 중에서 일본인의 밥상에 필수적인 요리인 명란으로 맛을 낸 수프 밀키트는 일본에서 가장 흔히 볼 수 있는 수산물 밀키트 중 하나입니다. 명란 수프 외에도 일본 내 많은 제조업체가 고등어, 굴, 명란 등을 이용한 수산물 즉석식품을 판매하고 있습니다. 해당 제품들은 그대로 조리 해 먹을 수 있는 밀키트 제품과 바로 먹을 수 있는 Ready-To-Eat 제품들이 있으며, RTE 제품보다는 추가적인 조리를 할 수 있는 밀키트가 더 선호되는 편입니다. 또한, 명란 맛이 나는 컵라면도 있으며, 크노르(Knorr)사의 명란젓 라면은 특히 인기가 많은 편입니다.

출처: Honke kamadoya



고등어 숯불구이
도시락

출처: Genkai



명란
마요네즈

Product Trends

일본 수산물 제품트렌드

일본 수산가공품 주요기업 및 제품

주요기업	닛사이		토요스이산		교쿠요	
규모	직원 수	1,485	직원 수	4,745	직원 수	2,112명
	수산가공품 품목 수	2개	수산가공품 품목 수	3개	수산가공품 품목 수	8개
	설립연도	1943년	설립연도	1953년	설립연도	1937년
	매출	6,937억엔	매출	36,150억엔	매출	25,358억엔
진출 채널	- 온라인 매장 - 아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑		- 온라인 매장 - 라쿠텐		- 온라인 매장 - 아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑	
홍보채널	- 자사 홈페이지(일본/글로벌) - SNS 플랫폼(일본) - 페이스북, 유튜브, 인스타그램		자사 홈페이지(일본/글로벌)		- 자사 홈페이지(일본/글로벌) - SNS 플랫폼(한국) - 유튜브, 인스타그램, 트위터	
제품 홍보문구	- 고소한 맛이 증가했습니다. - 원하는 만큼만 잘라 먹을 수 있는 트레이 - 식탁 반찬으로 편리하게 사용할 수 있습니다. - 전자레인지로 데워 드실 수 있습니다		- 레인지로 30초 - 일품 술안주 완성 - 조식 특산품인 특선 간장 베이스 양념 - 뼈를 제거하여 어린아이부터 어르신까지 안심하고 드실 수 있습니다.		- 고소하게 구워낸 고등어를 생강이 들어간 매콤달콤한 간장 소스로 맛을 냈습니다. - 생강 향이 퍼지는 고등어는 밥과 함께 먹어도 좋고, 안주로도 좋습니다.	

Product Trends

일본 수산물 제품트렌드

일본 수산가공품 주요기업 및 제품

주요기업	마루케		푸드테크		대상	
규모	직원 수	120	직원 수	132	직원 수	5,610
	수산가공품 품목 수	6개	수산가공품 품목 수	2개	수산가공품 품목 수	3개
	설립연도	1970년	설립연도	1998년	설립연도	1956년
	매출	-	매출	-	매출	3조 2,896억원
진출 채널	- 오프라인 매장 - 이토요카도		- 오프라인 매장 - 이온 - 온라인 매장 - 라쿠텐		- 오프라인 매장 - 캄코쿠히로바	
홍보채널	자사 홈페이지(일본)		자사 홈페이지(일본)		- 자사 홈페이지(한국/글로벌) - SNS 플랫폼(한국) - 인스타그램, 페이스북, 유튜브	
제품 홍보문구	- 식품 안전에 철저 - 맛에 대한 고집 - 문어 가공에 대한 자신감 - 전자레인지 요리만으로 본격적인 뼈에야를 즐길 수 있는		- 맛에 대한 감동을 목표로 맛있는 반찬을 전달 - 고객 요구에 부응하기 위해 다품종 소량 생산을 실현하는 자사 시스템 개발		- 모든 것이 즐겁다 - 술과 잘 어울리는 메뉴 - 집에서 간편하게 즐기는 - 안주계의 선구자이자 대표 브랜드	

주요기업 현황

일본의 수산물 주요기업인 닛스이(日本水産)는 수산물 외에도 식품, 정밀화학, 종합유통 사업을 진행하고 있음. 미국의 글로벌 냉동 수산식품 기업 고튼즈(Gorton's)를 소유하고 있으며 일본, 호주, 뉴질랜드, 아시아, 유럽, 북미 및 남미 전역에 걸쳐 61개의 자회사와 44개 관련 회사를 운영함

해당 기업의 생선구이 등 수산가공품 제품은 온라인 매장 아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑에 입점하여 판매되고 있으며, 자사 일본/글로벌 홈페이지 및 일본 내 페이스북, 유튜브, 인스타그램 등 SNS 플랫폼을 통한 제품 홍보 활동을 펼치고 있음. 닛스이는 생선구이 제품 홍보 시 '고소한', '편리하게' 등의 단어를 사용하여 제품의 맛을 갖추고 동시에 가공품의 편리성을 강조하는 것으로 확인됨

토요스이산(東洋水産)은 수산물, 냉동 식품, 어육 소시지 등을 전문으로 판매하는 일본 기업으로 네 번째로 큰 다국적 수산물 기업임

일반 소비자를 위한 식품 외에도 레스토랑, 전문점 및 산업 식품 서비스 등의 다양한 범위의 식품을 판매하고 있음. 마루찬(Maruchan)이라는 자사 브랜드를 소유하고 있음

토요스이산의 수산가공품 제품은 온라인 매장 라쿠텐에 입점해 있으며 일본/글로벌 자사 홈페이지를 통해 '레인지 30초', '뼈 제거', '비린내 제거' 등의 키워드로 간편함과 안전성을 주로 홍보함

쿄쿠요(極洋)는 일본의 어류 상품 중심의 종합 식품기업으로, 스시용 어류, 생식용 상품, 필레, 구운 어류, 조림, 어묵, 냉동식품, 통조림 등의 상품을 판매함. 또한, 온라인 채널 아마존, 라쿠텐, 야후 쇼핑에 제품을 입점 및 판매 중임. 다른 경쟁기업과 마찬가지로 일본/글로벌 홈페이지와 한국 인스타그램, 유튜브, 트위터 등 SNS 계정을 통해 제품을 홍보하고 있음. '생강' '매콤달콤' 등의 키워드를 중점으로 원료 및 맛을 강조함

닛스이의
교노오카즈 사바노시오야키
(今日のおかず さばの塩焼き)
5,780엔/1,296g



토요스이산의
아무리사바
(炙り鯖)
300엔/1팩

쿄쿠요의
사바쇼가쇼
(さば生姜焼)
5,980엔/2,700g



(*) 조사시점 : 2023년 6월 24일

주요기업 현황

일본의 마루케 식품(マルケー食品)은 수산물 가공 및 유통 회사로, 생식용 상품, 타타키 상품 등의 제품군을 보유하여 제품을 생산하고 유통함. 전 세계 약 70종 수산물을 미국, 캐나다, 한국, 노르웨이, 중국, 러시아 등 약 16개국으로부터 조달하고 있으며, 이를 직접 가공하여 슈퍼마켓, 도시락 회사 등의 다양한 채널을 통해 유통함

해당 기업의 밀키트 등 수산가공품 제품은 오프라인 매장 이토요카도에 입점하여 판매되고 있으며, 자사 일본 홈페이지를 통해 제품 홍보 활동을 펼치고 있음. 마루케 식품은 밀키트 제품 홍보 시 ‘안전’, ‘자신감’, ‘고집’ 등의 단어를 사용하여 제품의 품질에 대한 다방면을 강조하는 것으로 확인됨

푸드테크(フードテック)는 냉동 반찬 제조 및 판매 사업을 하는 일본의 기업으로, 수산물, 육류, 야채 등으로 구성된 냉동 도시락 및 반찬을 제조, 유통함. 다품종 소량 생산 방식으로 트렌드나

고객의 요구에 맞는 상품을 개발 및 제조하고 있음. 해당 기업의 볶음밀키트 제품은 현지 오프라인 마켓인 이온과 온라인 라쿠텐에 입점해 있음. 푸드테크는 마루케 식품과 동일하게 자사 일본 홈페이지를 통해 홍보를 진행하며, ‘맛에 대한 감동’, ‘다품종 소량생산’ 등의 키워드로 ‘맛’을 강조하고 있음

대상은 자체 종합식품브랜드를 중심으로 음식문화를 선도하는 우리나라의 종합 식품회사임. 자체 종합식품브랜드를 통해 레토르트 식품, 조미 식품, 소스류, 조미료 등의 다양한 상품을 생산, 유통하고 있음. 해당 기업의 볶음 밀키트 제품은 오프라인 매장 캄코쿠히로바에 입점하여 판매되고 있으며, 자사 한국/글로벌 홈페이지 및 한국 페이스북, 유튜브, 인스타그램 등 SNS 플랫폼을 통한 제품 홍보 활동을 펼치고 있음. 대상은 ‘술’, ‘안주’ 등의 단어를 사용하여 제품군을 강조 및 홍보함

마루케 식품의
시로미교노가릿쿠스테
(白身魚のガーリックソテー)
540엔/280g



푸드테크의
시로미교노타쓰타아게토하나야사
이노바지루이타메
(白身魚の竜田揚げと花野菜のバジル炒め)
861엔/470g

대상의
안주야쭈꾸미이타메
(アンジュ夜チュクミ炒め)
1,035엔/180g



(*) 조사시점 : 2023년 6월 28일

일본 수산가공품 주요제품

일본 수산가공품 온라인 주요제품

(*) 조사시점 : 2023년 7월 11일 / 2023년 7월 31일

아마존 입점 어류구이 제품 리스트

순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/용량
1		은대구 사이쿄즈케 (銀だら西京漬)	돗토리 카도나가 (鳥取門永)	일본	4,900엔/720g
2		모듬 사이쿄야끼 (西京焼詰合せ)	마루시 식품 (丸市食品)	일본	3,800엔/400g
3		연어와 콩치 사이쿄즈케 紅鮭とサワラ西京漬	돗토리 카도나가 (鳥取門永)	일본	3,580엔/540g

아마존 입점 밀키트 제품 리스트

순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/용량
1		레토루토오카즈 15힌모쿠 셋트 (レトルトおかず 15品目 セット)	우치노야 (内野家)	일본	5,860엔/1,500g
2		레토루토닌키교노오카즈 15슈 셋트 (レトルト人気魚のおかず 15種 セット)	카네요시 (兼由)	일본	3,700엔/1,230g
3		레토루토니교 18쇼쿠 (レトルト煮魚 18食)	에몬야 (ええもん)	일본	4,780엔/1,800g

일본 수산가공품 주요제품

일본 수산가공품 온라인 주요제품

(*) 조사시점 : 2023년 7월 11일 / 2023년 7월 31일

라쿠텐 입점 어류구이 제품 리스트

순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/용량
1		고등어 소금구이 (さば塩焼)	우오신 (Uoshin)	일본	2,530엔/510g
2		붉은 어류 사이쿄야끼 (赤魚西京焼)	싼푸드 (株式会社 サン食品)	일본	2,916엔/320g
3		연어 사이쿄즈케 (紅鮭西京漬)	돗토리 카도나가 (鳥取門永)	일본	2,380엔/450g

라쿠텐 입점 밀키트 제품 리스트

순위	제품 이미지	제품명	브랜드	원산지	가격/용량
1		게기카라 낫치팟쿤 (激辛 ナッチポックン)	(-)	중국	2,980엔/640g
2		낫코푸세 (ナッコプセ)	(-)	중국	3,980엔/1,320g
3		데나가타코 낫치팟쿠무 (テナガタコ ナッチ ポックム)	아씨 (Assi)	중국	2,979엔/1,130g

일본 수산가공품 오프라인 주요제품

(*) 조사시점 : 2023년 6월 24일

어류구이 제품					
순번	제품 이미지	제품명	제조사	원산지	가격/용량
1		검정 가자미 사이쿄 구이 (からすかれい西京焼き)	(주)다이마루 ((株)大丸)	일본	645엔/40g
2		은연어 소금구이 (銀鮭塩焼)	(주)다이마루 ((株)大丸)	칠레	537엔/33g
3		달고기 사이쿄 구이 (まとう鯛西京焼き)	(주)다이마루 ((株)大丸)	일본	537엔/50g
4		하이보시 고등어 구이 (灰干し焼きさば)	한큐 (阪急)	일본	594엔/100g
5		은부시리 사이쿄 구이 (銀ひらす西京焼き)	한큐 (阪急)	일본	594엔/50g
6		빨갱이 소금구이 (あかおう塩焼)	한큐 (阪急)	일본	594엔/80g

일본 수산가공품 오프라인 주요제품

(*) 조사시점 : 2023년 6월 24일

어류구이 제품					
순번	제품 이미지	제품명	제조사	원산지	가격/용량
7		갈치 소금구이 (太刀魚塩焼)	한신 (阪神)	일본	598엔/50g
8		삼치 소금구이 (さわら塩焼)	한신 (阪神)	일본	498엔/50g

일본 수산가공품 오프라인 주요제품

(*) 조사시점 : 2023년 6월 28일

밀키트 제품					
순번	제품 이미지	제품명	제조사	원산지	가격/용량
1		시로미교토야사이노쿠 로스이타메 (白身魚と野菜の黒酢 炒め)	타카토쿠 (株式会社タカ トク)	베트남	540엔/370g
2		시로미교노가릿쿠소테 (白身魚のガーリック ソテー)	마루케 식품 (マルケー食品 株式会社)	베트남	540엔/280g
3		이카노바지루소테 (イカのバジルステーキ)	마루케 식품 (マルケー食品 株式会社)	중국	540엔/290g
4		시로미교노타쓰타아게 토하나야사이노 바지루이타메 (白身魚の竜田揚げと 花野菜のバジル炒め)	푸드테크 (株式会社フー ドテック)	뉴질랜드	861엔/470g
5		에비노치리소스 (海老のチリソース)	푸드테크 (株式会社フー ドテック)	중국	1,058엔 /450g

일본 수산가공품 오프라인 주요제품

(*) 조사시점 : 2023년 6월 28일

밀키트 제품					
순번	제품 이미지	제품명	제조사	원산지	가격/용량
6		강남 찰국미 (江南チুকミ)	캉코쿠히로바 (韓国広場)	한국	1,280엔 /320g
7		안주야찰국미이타메 (アンジュ夜チুক ミ炒め)	대상	한국	1,035엔 /180g

일본 수산가공품 수입유통업체 인터뷰

일본 수산가공품 수입유통업체 담당자

- Overseas Sales (Tsujiino 소속)
- Sales Offer (Rass Super Fries 소속)
- In-House Chef (Island Food 소속)

Q. 일본 바이어들은 수입산 수산가공품 구매 시 어떤 요인을 가장 많이 고려하나요?

A. 일본 유통업체는 기성품 밀키트를 구매하는 대신, 신선 수산물을 구매하여 직접 가공하거나 포장한 후 유통업체에 배송하는 것을 선호합니다. 또한, 일본 소비자들이 국내산 신선 수산물과 국내산 가공 수산물에 대한 선호도가 높기 때문에 수입산 수산물이 B2C로 직접 진출은 어려울 수 있습니다. 이에 따라 만약, 수입산 수산물이 더 저렴하더라도 밀키트 제품을 수입하여 판매하기는 어려울 수 있습니다.

출처: Rass Super



냉동 게살



냉동 피쉬 앤 칩스

다만, 일본 소비자들은 수산물, 채소, 소스까지 모든 구성에 매우 까다롭습니다. 이에 수입산 수산가공품 구매를 하는 일본 바이어라면, 주로 도매 가격과 제조업체가 보유한 안전 인증 및 가공 인증서, 국제 규약 준수 여부에 중점을 둘 것입니다. 또한, 소비자가 수산물의 원산지와 유기농 양식 여부에 대해 관심이 많기 때문에 수산물의 품질, 지속 가능성 및 윤리적 측면을 고려할 것 입니다.

Q. 한국산 수산가공품의 주요 경쟁기업은 어떤 기업이 있나요?

A. 특정 브랜드를 구분하기는 어렵지만 이온이나 이토요카도 같은 현지 슈퍼마켓과 쇼펄몰 식료품점, 로손 같은 편의점 등 유명 오프라인 채널에서 유통하는 브랜드와 제품들은 믿을 수 있는 선택지가 될 수 있다고 생각합니다. 또한, 라쿠텐 세이유나 아마존 프레시 같은 전자상거래 플랫폼을 통해 구입할 수 있는 브랜드도 있습니다. 이들은 거의 모든 종류의 제품을 취급하는 등 상품군을 확장이 활발하게 이루어지고 있습니다. 또한, 주로 위 채널들은 신선한 수산물을 유통 및 판매하지만, 수산물 가공을 아웃소싱해 자사 브랜드로 재포장하여 판매하기도 합니다.

코스트코에서도 뉴질랜드, 미국, 노르웨이 또는 에콰도르와 같은 수입산 가공 수산물을 판매하고 있어 위 국가들의 기업들이 주로 경쟁기업이 될 것으로 보입니다.

일본 수산가공품 수입유통업체 인터뷰

일본 수산가공품 수입유통업체 담당자

- Sales Manager (Kokubu 소속)
- Store Manager (Nee Mart 소속)
- Manager (Ichiya 소속)

Q. 한국산 수산가공품 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

A. 일본의 수산가공품 산업이 발전하는 속도에 비춰볼 때 한국산 제품이 일본에 진출하기 위해 한인마트가 유일한 채널일 수 있으며, 주로 제일교포를 타깃으로 하는 것이 좋을 것 같습니다. 수산가공품 업계에서 이미 현지 업체들에 대한 신뢰도가 높기 때문에 일본 소비자들이 고객사의 밀키트를 구매하도록 유도하는 데는 많은 노력이 필요할 것입니다. 만약, 일본 소비자들을 타깃으로 한다면 체인형 슈퍼마켓과 지역 슈퍼마켓 모두 수산가공품을 유통하기에 가장 좋은 채널입니다. 배달 서비스를 제공하는 온라인 쇼핑 사이트도 있습니다.

출처: Island Food



스코틀랜드산
냉동 랍스터



스코틀랜드산
냉동 청어

Q. 일본에서 가장 효과적인 수산가공품 판촉 방식은 무엇인가요?

A. 코로나19 기간에는 많은 판매가 온라인에 국한되어 온라인 채널이 대세가 되었으나, 이제 코로나19가 종식되어 오프라인 채널이 돌아왔기 때문에 가능한 모든 채널을 커버하고 노출할 수 있는 것이 브랜드 커뮤니케이션에 가장 좋은 방법이 될 것입니다. 이에 브랜드 인지도를 활용한 판촉 방식이 가장 효과적이라고 생각합니다. 일본 내 수산가공품을 판매하는 브랜드는 보통 유명 브랜드이며, 일본 소비자들은 이미 이러한 브랜드의 품질을 신뢰하고 있습니다.

가격 할인 프로모션 또한 중요합니다. 슈퍼마켓은 종종 오후 6시 이후에 수산가공품 등 다양한 제품에 대해 가격을 인하하여 판매합니다. 이는 많은 소비자들이 서둘러 재고를 구매하도록 유도하는데 매우 효과적입니다. 이와 같은 직접적인 가격 할인 외에도 더 큰 용량, 더 큰 사이즈 또는 1+1 프로모션도 성공적인 프로모션 방식입니다.

오이식스는 첫 구매자에게 3,000엔(한화 약 27,416원) 할인 혜택을 제공하며, 새로운 레시피 밀키트가 나올 때마다 작은 샘플 밀키트(1인분)를 포함하거나 장바구니에 무작위로 밀키트를 추가 제공하는 이벤트를 진행하기도 합니다.

출처: Kokubu



훈제 굴



된장 고등어 페이스트

Distribution Trends

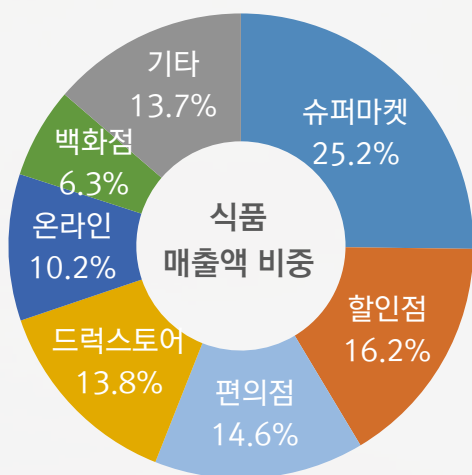
일본 수산물 유통트렌드

일본 수산물 유통구조

일본 수산가공식품 유통구조

좌측 아래 도표와 관련하여 일본의 매장 유형별 2022년 식품 소매 매출액을 기준으로 소매 유통채널별 시장점유율을 살펴본 결과, 슈퍼마켓이 25.2%로 전체 식품 소매 매출액 점유율 1위를 기록했으며 유일하게 전체 중 1/4 이상을 차지함. 뒤를 이어 할인점이 16.2%로 2위, 편의점이 14.6%로 3위, 드럭스토어가 13.8%로 4위, 온라인이 10.2%로 5위를 차지함. 일본의 식품 소매 채널은 오프라인 유통채널의 점유율이 온라인 유통채널의 점유율 보다 매우 높은 편임

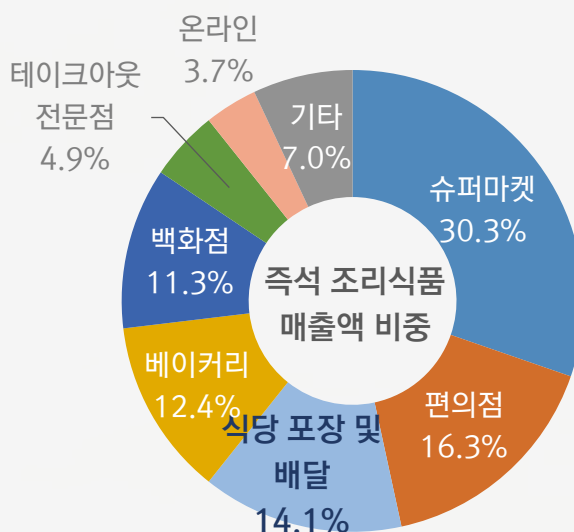
2022년 일본의 매장 유형별
식품 소매 매출액 비중



출처: 스태티스타

이어서 일본의 매장 유형별 2022년 즉석 조리식품 소매 매출액 점유율을 조사함. 그 결과, 슈퍼마켓이 30.3%로 식품 소매 매출액 점유율과 동일하게 1위를 기록하였으며, 편의점의 점유율은 16.3%인 것으로 조사됨. 즉석 조리식품의 유통구조는 식품 소매 채널 유통구조와 유사하나 포장 및 배달 서비스와 베이커리의 매출액 점유율이 각각 14.1%, 12.4%로 식품 소매 채널과는 다른 유통구조 양상을 보이는 것으로 조사됨

2022년 일본의 매장 유형별
즉석 조리식품 소매 매출액 비중



일본 수산물 주요 유통채널

주요 유통채널 정보

기업명	기업구분	위치	기업 요약	입점가능품목	매장수
다이마루 (Daimaru Department Store)	백화점	오사카	1920년에 일본 교토에 설립된 백화점 체인으로 오사카 2개, 도쿄 1개, 교토 1개 등 9개 매장 운영 2010년 마츠자카야와의 합병으로 다이마루 마츠자카야 4개 매장 운영 - 라쿠텐 R 포인트 카드와 제휴, 기존 사업의 디지털 변환, 매장매력강화등의 전략으로 차별성을 줌	- 의류 - 화장품 - 식료품	13개
한큐 백화점 (Hankyu Department Store)	백화점	오사카	- 한큐 한신 백화점이 운영하는 일본의 백화점 체인 - 오사카 우메다 본점은 세련된 패션과 라이프 스타일 트렌드의 허브 - 식품 매장은 2개 층에 걸쳐서 다양한 신선제품, 조제된 요리, 다양한 주류 등의 제품을 판매	- 의류 - 주얼리 - 가방, 신발 - 화장품 - 생활용품 - 식료품 - 해외 식료품	11개
한신 백화점 (Hanshin Department Store)	백화점	오사카	- 오사카 우메다에 본점을 두고 있는 한큐 한신 백화점의 백화점 체인 - 식품, 라이프스타일, 여성 의류 및 패션 잡화를 판매하며 고객을 위한 워크숍 및 세미나 진행	- 식재료 - 간식 - 요리 - 주류 - 서양디저트 - 신선식품 - 의류, 화장품	4개
라이프 슈퍼마켓 (Life Supermarket)	슈퍼마켓	오사카	1956년에 설립된 대형 슈퍼마켓 체인 - 오사카 121개, 도쿄 81개 매장을 포함하여 전국 275개 매장 운영 - 판매 품목이 다양하며, 멤버십 제도를 통해 대형마켓과 경쟁력 확보	- 과일, 채소 - 육류 - 농수산물 - 생활용품	275개

일본 수산물 주요 유통채널

주요 유통채널 정보

기업명	기업구분	위치	기업 요약	입점가능품목	매장수
이토요카도 (Ito Yokado)	슈퍼마켓	도쿄	1920년에 설립된 일본의 소매업 체인 - 일본 뿐만 아니라 중국 북경, 청두에도 매장을 운영하고 있음 - 오프라인 매장 외에도 온라인 쇼핑몰을 함께 운영 중	- 식료품 - 생활용품 - 의류, 화장품 - 가전제품	126개
이온 (Aeon)	하이퍼마켓	도쿄	- 일본에서 가장 큰 초대형 소매 체인인 이온이 모기업으로서 운영하는 마켓 체인 - 홍콩, 말레이시아, 대만, 중국 등에서도 매장을 운영하고 있음	- 의류 - 주얼리 - 화장품 - 식료품 - 생활용품	17,817개
칸코쿠히로바 (韓国広場)	한인마트	도쿄	- 한국 식료품점으로, 도쿄와 오사카 두 개의 지점 운영 중 2,000가지가 넘는 한국산 식재료와 화장품을 판매하고 있으며 대부분의 제품은 한국으로부터 직수입함 - 라면, 김치, 주류, 과자 등의 한국 식품과 더불어 몇몇 일본 식품도 함께 판매함	- 식재료 - 간식 - 요리 - 주류 - 서양디저트 - 반찬 - 신선식품	2개

Trade Barriers

일본 수산물 진입장벽

일본 수산물 통관검역 절차

수출 전 사전준비

- 국립수산물품질원 생산·가공시설 등록 가능
- 수산물 수입 관련 주요 규제 사전 확인 및 대비
- HACCP 인증 취득 권장
- 특정 제품 규격 기준(냉동 및 레토르트식품) 준수
- 통관 시 수입신고 간소화 제도 및 AEO 제도 활용 가능
- HS CODE : 1604.19
- 관세 : 9.6%(WTO 협정세율)
- 라벨링 필수요건 : 제품명, 원산지, 알레르겐, 유통기한, 보관방법, 업체정보, 식품첨가물 등

국내 수산물 수출신고 및 통관

- 전자적 수출신고 및 수출신고필증 수령
- 서류심사 또는 물품 검사 실시
- 신고 수리일로부터 30일 이내 적재
- 필요 서류 : 수출신고서, 선하증권, 상업송장, 포장 명세서

국내 수산물 수출검역 및 검사

- 국립수산물품질관리원에서 지정한 수산물이나 일본의 요청에 따라 검사가 필요한 경우 실시
- 수출검역 : 서류/임상/정밀
- 수출검사 : 서류/관능/정밀

일본 수산물 수입신고 및 통관

- 출항전 보고, 적하목록 제출 : 수출입항만정보처리시스템(NACCS)을 통해 이행
- 수입신고 : NACCS를 통한 신고
- 제출서류 : 수입신고서, 상업송장, 선하증권 등
- 검사 : 간이심사/서류심사/현물검사
- 관세납부 : 세관창구, 인터넷뱅킹, EDI 시스템 등

일본 수산물 수입검역 및 검사

- 일본 수입 검사 제도 :
 - 검사 명령 : 위법 가능성 높은 품목은 수입 때마다 검사 명령
 - 지도검사(자주검사) : 자주적인 위생관리 지도
 - 모니터링 검사 : 국가가 연간 계획에 따라 실시 및 필요에 따라 수입 시 검사 강화
 - 행정검사 : 최초 수입 또는 법 위반 판명 시 현장 검사 실시

수산식품 반출 및 현지 유통

일본 수산물 비관세장벽 주요 이슈

Issue ① 일본 수산물 수입 관련 주요 규제

일본으로 수입 수산물의 통관 진행 시, 적용되는 각종 허가·승인 등의 절차가 존재함. 수입 승인 규제와 식품 관련 제도, 기타 수산물 규제에 대해 사전 파악이 필요하며, 수입할당, 2호 승인, 사전확인 품목은 승인, 허가를 받은 경우에 한하여 수입할 수 있음. 주요 규제는 하기 표와 같음

일본 수산물 수입 관련 주요 규제		
수입 승인 규제	수입할당제도	- 자국 산업 보호 및 관리의 목적으로 수산물을 수입할 수 있는 수량의 상한을 정하고 이 한도 내에서 수입을 허용 - 한국산 수산물인 대구, 방어, 꽂치, 관자, 멸치, 전갱이, 고등어, 정어리, 가리비가 해당되며 그 외 김 품목을 할당 적용함
	수입승인제도	- 2호 승인 : 특정 원산지 및 선적지역으로부터의 특정 화물, UN의 경제 제재 대상이 된 국가로부터의 수입품이 대상 - 2의 2호 승인 : 원산지 및 선적지역 불문 승인을 받아야 함
	사전확인제도	- 냉동 참다랑어, 남방 참다랑어, 눈다랑어 또는 청새치, 고래 및 그 조제품 등이 해당
식품 관련 제도	식품위생법	- 자국 내 식품 안전성 확보, 국민건강 보호를 목표로 식품 등의 규격·기준·규제에 관한 법 - 식품첨가물, 농약 잔류 기준, 식품표시에 관한 법을 포함
	식품표시법	- 식품위생법, JAS법, 건강증진법으로 각각 도입·운영되던 식품 표시에 관한 규정 통합·정비
기타 수산물 규제	수산자원보호법	- 수산업 등에 큰 피해 우려가 있는 수산 동물 질병 확산을 사전에 방지하고자 일부 어류, 갑각류, 어패류에 대해 수입허가 필요
	멸종위기종 보호법	- 워싱턴 협약에 의해 규제된 멸종 위기 동물은 수입 승인 필요

Issue ② 수출 관련 사전준비 구비 서류

일본 내 품질 인증에 대한 요구가 증가하고 있는 추세로 일본으로 수산물 수출 시 HACCP 인증 취득이 권장되며, 2021년 6월 1일부터 모든 식품 관련 사업체는 반드시 HACCP 방식에 의한 위생관리를 시행해야 함. 또한, 일본의 JAS(Japanese Agricultural Standard), MEL(Marine Eco-Label Japan) 인증이나 수산물 생산에 관한 MSC(Marine Stewardship Council), ASC(Aquaculture Stewardship Council) 인증 등 글로벌 인증을 추가로 받아 활용할 수 있음

일본 수산물 수출 관련 취득 권장 인증			
인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관
JAS	수입 식품 품질 인증	일본 인증	농림수산성 지정 기관
MEL	수산물 생산 인증	일본 인증	일본 수산자원보호협회
MSC	지속가능한 어업 및 생산 인증	글로벌 공통 인증	해양관리협의회
ACS	수산물 생산 인증	글로벌 공통 인증	세계양식책임관리회

일본 수산물 비관세장벽 주요 이슈

Issue ③ 후생노동성 사전 등록 필수사항

일본으로 수산물 수출 시, 후생노동성에 사전 등록은 필수사항임. 일본의 식품 제조 기준 및 규격 등 식품위생법에 반하는 가공식품 등의 수입을 사전에 방지하고, 식품 안전성을 확보하고자 도입되었으며, 수입절차를 간소화하여 소요 시간을 줄일 수 있음. 농축수산물 등 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품을 대상으로 함

일본 후생노동성 사전 등록 제도 인증 내용

- 일본 식품위생법에 근거하여 식품 기준 규격 적합 여부, 시설 및 식품 등 위생 관리 기준 적합 여부를 확인하여 등록 가능
- 국내 업체는 국내 담당 기관을 통해 등록 가능
- 자사 공장 또는 OEM 생산을 통해 일본으로 식품을 수출하고자 하는 업체를 대상으로 함
- 농축수산물 등 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 가공식품 대상

Issue ④ 수산가공품 제품 규격 기준

일본은 생식용 굴, 삶은 게, 삶은 문어, 한천, 식용 고래고기 등 특정 수산식품에 적용되는 식품첨가물 기준이 존재함. 가공식품에 주로 활용되는 냉동식품이면서 용기에 포장된 가압 가열 살균 식품(레토르트 식품)의 경우, 하기 두 가지 제품 규격 기준을 만족해야 함

일본 수산가공품 제품 규격 기준	
냉동식품	• 비가열 섭취 냉동식품 : 세균수 1g당 100,000 이하, 대장균군 음성 • 가열 후 섭취 냉동식품 : 동결 직전 가열한 것은 검체 1g당 100,000 이하, 대장균군 음성 • 가열 후 섭취 냉동식품(동결 직전 가열된 것 제외) : 세균수 1g당 3,000,000 이하, E-coil 음성 • 생식용 냉동 선어패류 : 세균수 1g당 100,000 이하, 대장균군 음성, 장염비브리오 최확수 100 이하 • -15℃ 이하로 보존 • 청결하고 위생적인 합성수지, 알루미늄박 또는 내수성이 있는 가공지로 포장
용기포장 가압·가열·살균 식품	• 제조에 사용된 채소 등의 원료는 신선하고 고품질이어야 하며, 필요에 따라 충분히 세척해야 함 • 방부제, 소독제로 사용되는 화학적 합성제품 금지 • 용기 및 포장은 가열 용해 또는 봉합법으로 밀봉 • 가압열 살균은 자체기록 온도계가 장착된 멸균기에서 실시하고, 자체기록 온도계의 기록은 3년간 보관 • 가압·가열 살균은 다음 2가지 조건 충족 필요 1) 원료 등에서 유래한 당해 식품에 존재 및 증식할 수 있는 미생물 충분히 사멸 2) PH 4.6을 초과하고 수분활성도가 0.94를 초과하는 용기 포장의 경우 식품 중심부를 120℃로 4분 가열 혹은 열처리 동등성 조건 적용 • 냉각수 사용 시 흐르는 물 혹은 유리 잔류염소가 1.0ppm 이상 함유된 물을 계속 갈아주며 사용 • 제조에 사용되는 장비는 철저히 세척 및 멸균

일본 수산물 비관세장벽 주요 이슈

Issue ⑤ 수산가공품 라벨링 규정

일본으로 수입되는 수산물을 포함한 모든 식품은 일본 식품표시법에 따라 라벨링 표기가 의무임. 수산물의 경우 신선식품으로 분류되나 수산물에 가열처리, 염장, 건조 등을 실시한 경우, 가공식품으로 분류되어 가공식품 표시 규정을 준수해야 함. 수산물의 경우 공통 표시사항은 제품명과 원산지이며, 알레르겐, 유통기한, 보관방법, 업체정보, 첨가물 등은 의무표시사항임. 수산가공식품의 경우에는 제품명, 원재료명, 첨가물, 원산지(수입품), 알레르겐, 내용량, 소비기한 또는 유통기한, 영양성분 및 열량, 저장 방법 등이 의무사항임. 각 항목마다 주의사항 및 의무사항은 별도로 존재하여 꼼꼼한 확인이 필요함

일본 수산가공품 라벨링 규정	
제품명	- 내용을 나타내는 일반적인 명칭 - 원재료명 사용 시 주요 원재료와 일치해야 함
원재료명	- 원재료가 차지하는 중량 비율이 높은 순서로 기재 - 복합 원재료는 배합률이 높은 순서로 기재
첨가물	- 지정첨가물, 기존첨가물, 천연향료 등 기재 - 포지티브 리스트 식품첨가물은 미기재 시 사용 비인정
원산지	- 수입품의 경우 반드시 원산지국 표시
알레르겐	- 의무사항 : 밀가루, 땅콩을 포함한 8품목
영양성분 및 열량	- 영양성분은 실제 성분량과 비교 시 이상이 없어야 함 - 의무 표시정보: 에너지, 단백질, 지질, 탄수화물, 나트륨(식염 상당량)
저장 방법	- 상온 보존 외 특별한 유의사항 없을 경우 생략 가능

Issue ⑥ 수산가공품 수입 신고 및 통관 절차

일본은 식품 수입과 관련하여 후생노동성, 농림수산성, 관세청 3개의 부처가 관리하고 있음. 일본 수입업체는 수입품이 보세구역 등 특별 구역에 장치된 후 신고 시, 필요한 서류를 구비하여 제품에 대한 정보를 세관에 신고함. 현재 대부분의 수입 신고가 수출입항만 정보처리시스템(NACCS: Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System)을 통해 전자적으로 이루어짐. 수입업체는 신속한 수입통관을 위해 수입신고 간소화 제도 중 적절한 제도를 이용할 수 있으며, 수입업체는 수입식품이 반입되는 검역소에 사전에 이를 신청할 수 있음. 또한, AEO나 예비심사제도 등 수입 품목에 관한 통관 편의 제도를 이용해 일본 수입 통관 절차에서 간소화된 심사와 신속 검사 혜택을 받을 수 있음

수산가공품 수입 신고 및 통관 절차	
1. 수입 신고 전 준비	출항 전 보고 → 적하목록 제출
2. 수입 신고	화물이 보관되어 있는 보세 지역을 관할하는 세관에 수입 신고
3. 심사, 검사	품목의 위험도에 따라 간이 심사, 서류 심사, 현물 검사 진행
4. 관세 납부	납부 기한에 맞추어 납부서, 납부번호, EDI 시스템 등을 통해 관세 납부
5. 수입 허가 및 통관 완료	법규 위반사항이 없고 세금을 납부했을 경우, 수입 허가 및 통관 완료

일본 수산물 비관세장벽 주요 이슈

Issue ⑦ 일본 통관 문제 사례

일본 對한국 수입량 규모가 큰 HS CODE 1604.20 품목에 대하여 최근 5개년 통관 문제 사례를 조회한 결과, 총 103건의 통관 문제 사례가 조회됨. 한국산 제품의 경우 4건이었으며, 3건이 ‘폐기 및 반송’ 처리된 것으로 조사됨. 그 외 경쟁국산은 99건 중 46건은 ‘폐기 및 반송’ 되었으며, 24건은 리콜 처리된 것으로 확인됨

주요 통관 문제 사유로 한국산은 4건 모두 ‘위생(미생물)’이었으며, 대장균 양성으로 인해 3건, 세균수 1.3×10^5 /g 및 대장균 양성으로 1건이 발생함. 경쟁국산에 대해서는 ‘위생(미생물)’ 62건, ‘라벨링’ 17건, ‘기타’ 14건인 것으로 조사됨. 특히, 대장균 양성으로 인해 ‘위생(미생물)’에 해당하는 건이 50건으로 주의가 필요하며 수산가공식품 수출 시 위생 및 라벨링에 대한 대비를 철저히 해야함. ‘기타’ 내용으로는 유통기한 오기, 제조업 허가 미등록, 레토르트 살균 설정 불량, 냉장 필요 상품을 상온에서 판매하는 등의 이슈가 있었음

일본 통관 문제 사례				
구분	폐기 또는 반송	리콜	폐기	조치 미확인
대한민국	3			1
일본		24		13
중국	14			6
대만	14			
말레이시아	9			1
태국	4		1	2
베트남	4			2
필리핀				2
미국				1
싱가포르	1			
이란				1
총 계	49	24	1	29