

# 2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202311-02  
품목 | 청국장(Cheonggukjang)  
HS CODE | 2103.90-1090  
국가 | 일본(Japan)



# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### I. 요약

---

1. 요약	04
-------	----

#### II. 시장규모

---

1. 일본 소스 및 향신료 시장규모	06
2. 일본 기타 소스 시장규모	07
3. 일본 청국장 수입규모	08

#### III. 시장트렌드

---

1. 한국 장류 관련 키워드 다수 도출	11
2. 낫또 관련 브랜드 다수...한국 브랜드 '오푸드', '비비고' 확인	12
3. 낫또는 '팩' 단위 포장...1회용 소분 포장 선호	13
4. 건강을 강조하는 홍보문구 다수	14

#### IV. 유통채널

---

1. 일본 청국장 유통채널 점유율	16
2. 일본 청국장 주요 유통채널	17

# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### V. 진입장벽

---

1. 일본 청국장 통관 및 검역 절차	30
2. 일본 청국장 품질 인증	33
3. 일본 청국장 라벨링	37
4. 일본 청국장 성분 및 유해물질	41

#### VI. 수입·유통업체 인터뷰

---

1. 칸코쿠히로바(韓国広場)	45
2. 해피그룹(ハッピーグループ ソウル市場)	47
3. 탑밸류(Topvalu)	50

#### VII. 시사점

---

1. 시사점	53
--------	----

※ 참고문헌	55
--------	----



HS CODE : 2103.90-1090

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

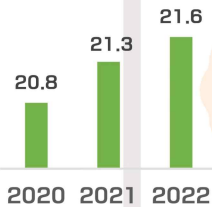
# SUMMARY

# 일본 청국장 시장

## 시장 현황

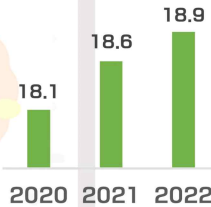
### 소스 및 향신료 시장규모

단위 : 십억 달러



### 기타 소스 시장규모

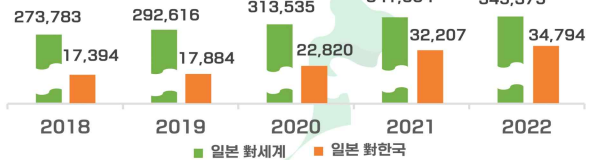
단위 : 십억 달러



## 수출입 현황

### 수출입 현황 (HS CODE 2103.90 기준)

단위 : 천 달러



### 국가별 수입 규모



## 시장 트렌드

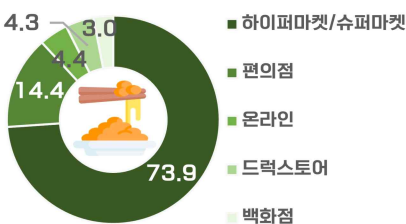
### 빅데이터 분석



\* 일본 온라인 쇼핑몰 판매 청국장 제품 609건 분석 결과

## 주요 유통채널

### 유통채널 점유율



## 통관 및 제도

### 수출 통관 유의사항

**세금**  
협정세율 10.5%

**사전 준비**  
일본 후생노동성 사전등록 必  
HACCP 인증 권장

### 품질 인증

**BRCGS** BRCGS Food Safety

**HACCP** HACCP

**ISO 22000** ISO 22000:2018 FOOD SAFETY

### 라벨링 유의사항

**필수 표기사항**  
일본어 표기 必, 원재료명, 명칭, 내용량, 유통기한, 식품첨가물, 보존방법, 알레르겐, 영양성분 및 열량, 원산지 등

## 수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

청국장 수요 일본 내 청국장에 대한 인지도는 높은 편이지만, 청국장 제품의 강한 향 때문에 현지 소비자들 사이에서 호불호가 나눠  
주요 트렌드 청국장과 비슷한 맛 제품은 최근 소비자들의 니즈에 맞추어 가다랑어포 맛, 정어리 맛, 겨자 맛 등 다양한 맛 옵션을 개발함  
주요 타깃층 맛도를 주식으로 섭취하는 노년층이나 다양한 요리에 익숙한 중년 주부 고객층이 청국장 제품의 주요 타깃층이 될 수 있음

Point 02.

고객사 제품 피드백 맛도 또는 청국장 제품의 트렌드에 따라 청국장 제품의 다양한 맛 옵션 개발을 추천함. 또한, 재밀봉이 가능하고 공간을 많이 차지하지 않으며, 냉장 보관 할 수 있는 포장 재질을 사용할 것을 추천함  
추천 유통채널 제품의 맛을 볼 수 있는 식료품점과 슈퍼마켓 유통채널을 추천하였으며, 온라인 유통채널을 통한 제품 판매도 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

## II 시장규모



1. 일본 소스 및 향신료 시장규모
2. 일본 기타 소스 시장규모
3. 일본 청국장 수입규모

## 1. 일본 소스 및 향신료 시장규모

### 일본 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	37만 8,000km <sup>2</sup>
인구	1억 2,568만 명
GDP	4조 2,311억 달러
GDP (1인당)	3만 3,815 달러

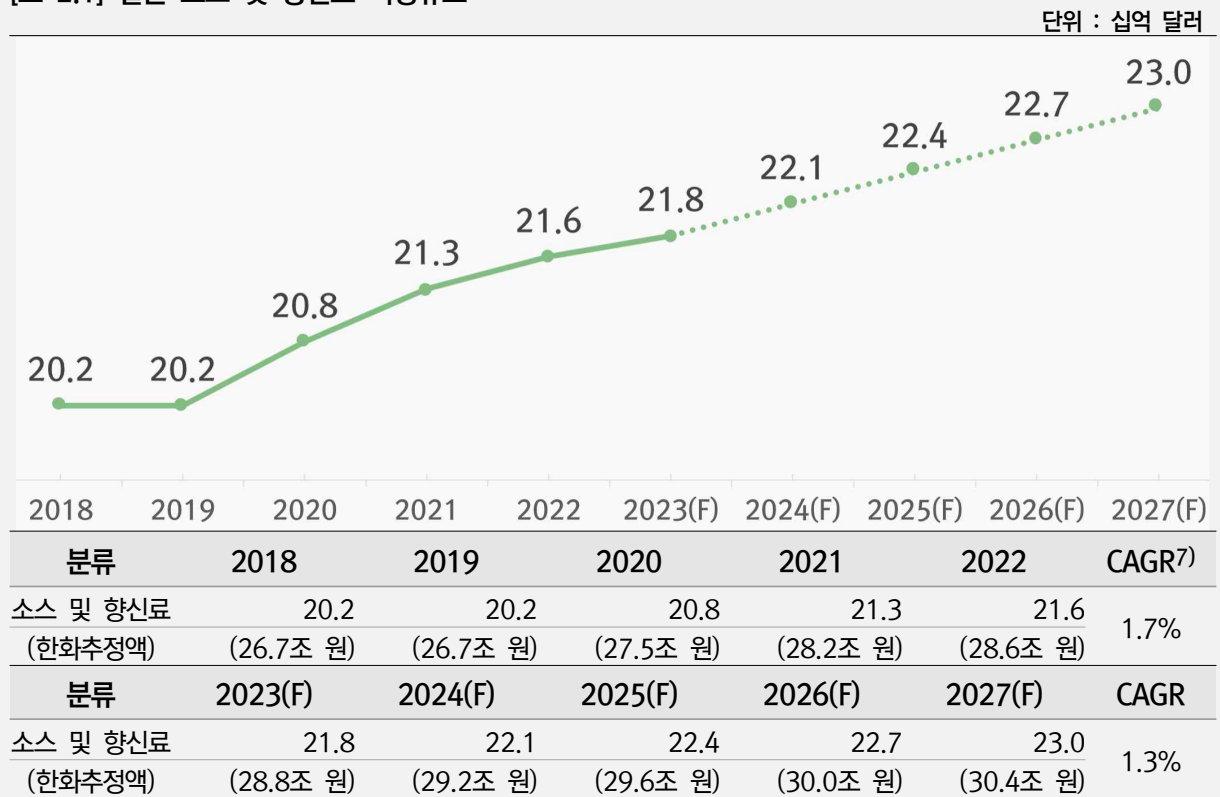
#### ▶ 일본 소스 및 향신료 시장규모 28.6조 원, 연평균 1.7% 성장

2022년 기준 일본 소스 및 향신료 시장규모는 28.6조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률이 1.7%인데 비해, 2020년에는 전년 대비 3.0%의 비교적 높은 시장 성장률을 기록함

#### ▶ 일본 소스 및 향신료 시장규모, 향후 5년간 1.3%씩 성장 예상

일본 소스 및 향신료 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 1.3%씩 성장하여 2027년 30.4조 원을 기록할 것으로 예상됨. 일본 인구 감소의 영향으로 식품 시장도 점차 축소되고 있으나, 조리 시간 단축과 간편함의 이점에 따라 조미료 및 향신료 수요는 성장하는 추세임. 특히 조미료 상품군의 다양화, 튜브형 상품, 서양식 양념 관련 수요 증가가 돋보임<sup>2)3)</sup>

[표 2.1] 일본 소스 및 향신료 시장규모<sup>4)5)6)</sup>



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2021
- 2) 조사제품 '청국장'의 특징을 기준으로 '기타 소스'의 시장규모와 상위품목인 '소스 및 향신료'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 리얼푸드(Real Foods), 「일본 조미료·향신료, 간편함에 주목」, 2020.02
- 4) 자료: 스태티스타(Statista), 「Sauces & Spices Japan」, 2023.10
- 5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 6) 1달러=1,322.30원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

## 2. 일본 기타 소스 시장규모

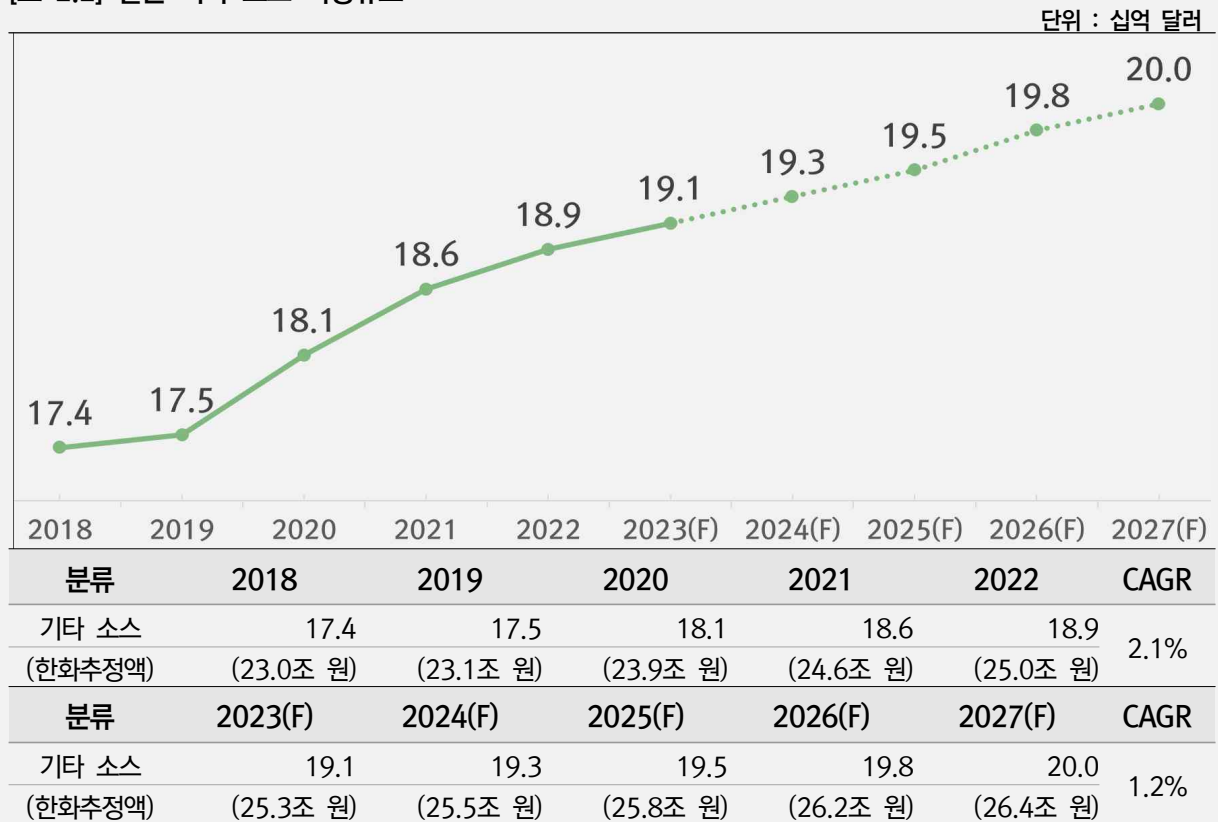
### ▶ 일본 기타 소스 시장규모 25.0조 원, 연평균 2.1% 성장

2022년 기준 일본 기타 소스 시장규모는 25.0조 원이며 최근 5년(2018-22년)간 평균 23.9조 원의 꾸준한 시장규모를 보임. 최근 일본에서는 한국의 매운맛 소스를 선호하는 소비자가 꾸준히 증가해 왔으며, 코로나19 이후 재택 시간 증가의 영향으로 수요가 더욱 증가함<sup>8)</sup>

### ▶ 일본 기타 소스 시장규모, 향후 5년간 1.2%씩 성장 예상

일본 기타 소스 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 1.2%씩 성장하여 2027년 26.4조 원을 기록할 것으로 예상됨. 일본을 포함한 아시아 시장에서는 콩을 발효하여 제조한 한국산 간장, 고추장, 된장 등의 수요가 높는데, 일본에서는 샐러드용 드레싱뿐만 아니라 볶음요리에 사용하는 이색 드레싱도 판매됨<sup>9)</sup>

[표 2.2] 일본 기타 소스 시장규모<sup>10)11)</sup>



자료: 스탯ISTA(Statista)

8) 자료: 식품음료신문, '세계 소스 시장, 건강·친환경 제품 수요 증가 속 한국산에 관심', 2022.03

9) 자료: 식품음료신문, '[글로벌 트렌드] 코로나 이후 일본 식품 시장 변화', 2022.11

10) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Other Sauces\_Japan」, 2023.10

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

### 3. 일본 청국장 수입규모

#### 청국장 HS CODE

해당 장에서 청국장은 HS CODE 2103.90로 분류. HS CODE 제2103호의 품명은 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자, HS CODE 2103.90-1090의 품명은 기타로 확인

- ▶ **2018-22년 일본 HS CODE 2103.90 對글로벌 연평균성장률 6.0%**  
일본 HS CODE 2103.90 품목인 청국장의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 6.0%를 보이면서 2022년도에는 4,567억 원을 기록함. 지난 5년간 연평균성장률이 6.0%인데 비해, 2021년에는 전년 대비 9.1%의 비교적 높은 성장률을 기록함
- ▶ **일본 내 HS CODE 2103.90 품목 수입, 한국산 상위 5위**  
최근 5년(2018-22년)간 일본 내 청국장의 對한국 수입규모 평균은 331억 원이며 수입국 상위 5위를 차지함. 2022년 기준 1위국 태국(1,027억 원, 22%)은 연평균 3.0% 증가했고, 2위국 중국(700억 원, 15%)은 연평균 9.4% 증가함. 3위국 미국(617억 원, 14%)은 연평균 6.1% 증가했고, 5위국 한국(460억 원, 10%)은 연평균 18.9% 증가함

[표 2.3] 일본 HS CODE 2103.90 수입규모<sup>12)13)</sup>



자료 : ITC(International Trade Centre)

12) 자료 : ITC(International Trade Centre)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨



2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# III 시장트렌드



1. 한국 장류 관련 키워드 다수 도출
2. 낫또 관련 브랜드 다수...한국 브랜드 '오푸드', '비비고' 확인
3. 낫또는 '팩 단위 포장'...1회용 소분 포장 선호
4. 건강을 강조하는 홍보문구 다수

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 일본 온라인매장 입점 청국장

- 데이터 수집 키워드 : 낫또(納豆),  
청국장(チョングッジャン/ チョングッチャン)
- 데이터 수집량 : 609건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인 쇼핑몰 아마존 일본(Amazon.jp)

### ▶ 일본 온라인매장 입점 청국장 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/일본어, 영어)		빈도	키워드 (국문/일본어, 영어)		빈도
경쟁제품	낫또	Natto	463	검은콩	Black Bean	17
	말린 콩	Dried	110	된장	Korean Miso	12
	미소	Miso	77	청국장	Chonggchan	8
	(낫또)파우더	Powder	70	두부	Tofu	5
	고추장	Gochujang	20	쌈장	Samjang	6
경쟁브랜드	쿠마낫또	くま納豆	62	타마짱솥	タマチャンシヨップ	12
	니다이메후쿠지로	二代目福治郎	44	토미즈	Tomiz	11
	도난히라츠카	道南平塚	30	소쿠	Soku	9
	오푸드(청정원)	O'Food	27	아즈마식품	あづま食品	8
	마메노분시로	豆の文志郎	18	야마다푸드	ヤマダフーズ	7
	오카	おか	16	비비고	Bibigo	7
	미츠크	ミツカン	12	스마일라이프	スマイルライフ	4
패키징	팩	Pack	332	100g	100g	214
	봉지	Bag	103	40g	40g	113
	컵	Cup	63	50g	50g	76
	상자	Box	51	80g	80g	44
	병	Bottle	25	500g	500g	39
	트레이	Tray	3	200g	200g	26
	(-)	(-)	(-)	45g	45g	24
효능	홋카이도산	Hokkaido	170	(먹기)편리한	Convenient	46
	단백질 풍부	Protein	120	프리미엄	Premium	43
	첨가제 없음	Additive	107	한국식	Korean	37
	선물용	Gift	63	유기농	Organic	19
	건강을 위한	Health	60	영양소 풍부	Nutrients	15
	수제	Handmade	50	소화가 잘 되는	Digest	2

## 1. 한국 장류 관련 키워드 다수 도출

### ▶ ‘닛또’ 관련 식품, 청국장 경쟁제품으로 빈출

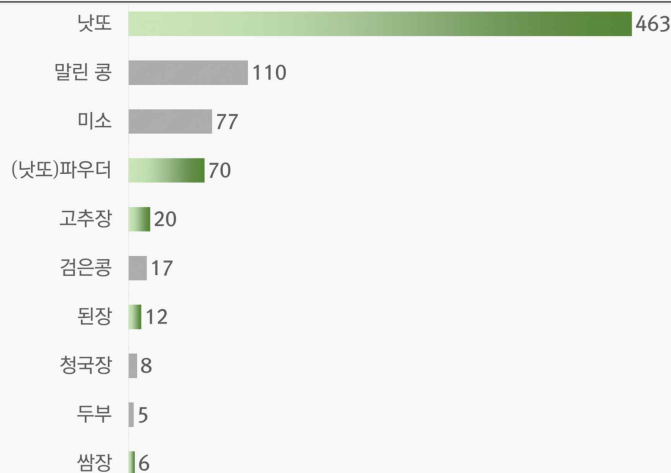
- 청국장 경쟁제품 분석 결과 ‘닛또’ 키워드 463건으로 빈출됨
- ‘말린 콩’ 키워드 110건 도출되었으며, 닛또를 가루로 만들어 음식에 넣어 먹을 수 있는 ‘(닛또)파우더’ 키워드 70건 도출되는 등 닛또를 활용한 식품도 다수 확인됨

### ▶ 한국 장류로 ‘고추장’, ‘된장’, ‘쌈장’ 등 도출

- 한국 장류로 ‘고추장’ 20건, ‘된장’ 12건, ‘쌈장’ 6건 도출됨
- 최근 한류 열풍에 힘입어 청국장 등의 음식이 인기를 끌게 됨에 따라 고추장 등의 한국 장류에 대한 관심이 증가하는 추세임
- 이러한 장류는 유통기한이 길고 잘 상하지 않아 수출이 용이함<sup>14)</sup>

닛또		(닛또)파우더		쌈장	
					
제품명	코지닛또(Koji Natto)	제품명	하구쿠피타로닛또파우더 (Hagukumi Taro Natto Powder)	제품명	해찬들사계절
브랜드	코지야혼텐(糶屋本店)	브랜드	교와솟켄(協和食研)	브랜드	해찬들(ヘチャンドル)
중량	150g x 3개	중량	60g	중량	1kg
가격	4,830엔(43,887원 <sup>15)</sup> )	가격	1,980엔(17,991원)	가격	1,185엔(10,767원)

[표 3.1] 일본 판매 청국장 경쟁제품 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘청국장’ 관련 게시물 609건 분석

14) 자료: 한겨레 “‘BTS가 즐기는 K소스 맛있어요’...한류 타고 고추장 수출도 ‘날개’”, 2022.01.24

15) 100엔=908.64원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 낫또 관련 브랜드 다수...한국 브랜드 '오푸드', '비비고' 확인

### ▶ 낫또 판매 브랜드 빈출

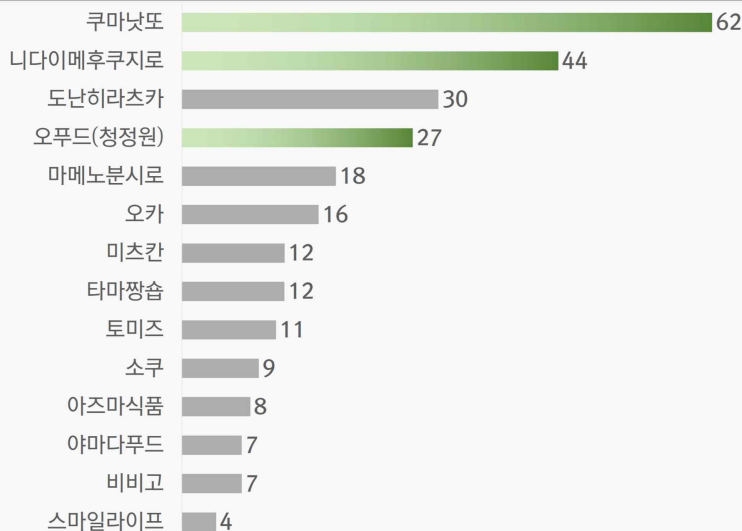
- 낫또 판매 브랜드인 '쿠마낫또' 62건으로 빈출됨
- 그 외에도 '니다이메후쿠지로', '도난히라츠카' 등의 낫또 판매 브랜드가 경쟁브랜드로 다수 확인됨

### ▶ 국내 브랜드 '오푸드', '비비고' 확인

- '오푸드'는 청정원의 글로벌 사업 브랜드로, 전세계에서 K-소스 판매 사업 전개 중이며, 일본에서도 고추장, 쌈장 등을 판매 중임
- '오푸드' 관련 키워드는 27건 도출됨
- CJ의 브랜드 '비비고'도 7건 도출되었으며, 데이터 확인 결과 고추장 제품 판매 중인 것으로 확인됨

쿠마낫또		니다이메후쿠지로		오푸드	
					
제품명	쿠마낫또히키와리컵 (Kuma Natto Hikiwari Cup)	제품명	히키와리낫또 (挽き割り 納豆)	제품명	순창고추장
브랜드	쿠마낫또(Kuma Natto)	브랜드	니다이메후쿠지로 (二代目福治郎)	브랜드	오푸드(O'Food)
중량	500g	중량	30g x 15개	중량	3kg
가격	2,800엔(25,442원)	가격	4,860엔(44,160원)	가격	1,970엔(17,900원)

[표 3.2] 일본 판매 청국장 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '청국장' 관련 게시물 609건 분석

### 3. 낫또는 ‘팩’ 단위 포장...1회용 소분 포장 선호

▶ 패키지 관련 ‘팩’ 키워드 빈출

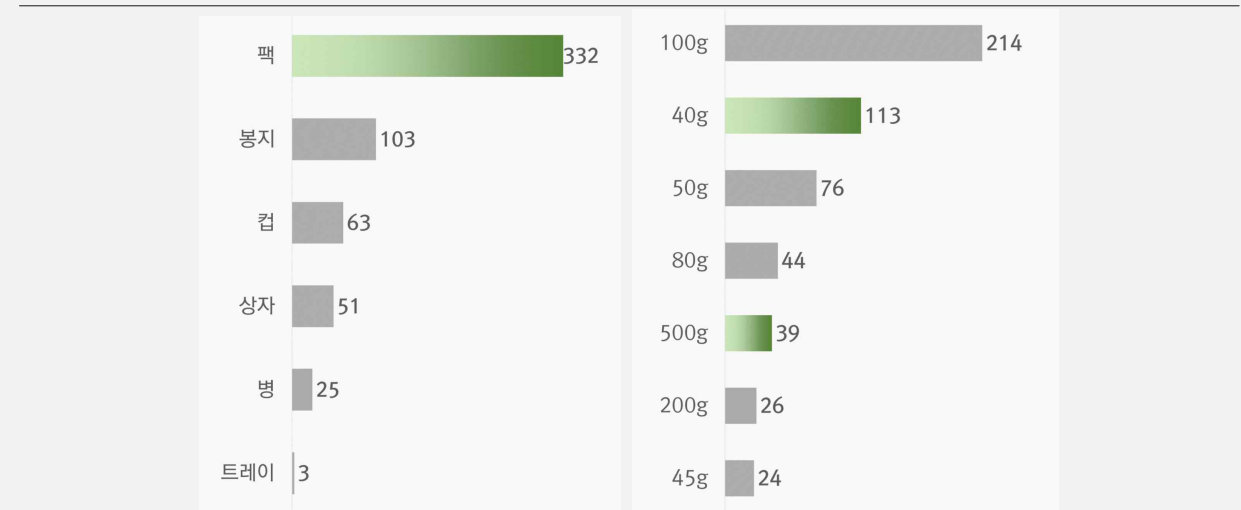
- 패키지 관련 키워드로 ‘팩’이 332건으로 빈출됨
- 일본에서 판매 중인 낫또의 경우, 1회용 용량을 ‘팩’으로 포장하여 판매하고 있으며, 대부분의 제품이 하나의 제품에 2팩이 들어있는 형태로 포장되어 있음

▶ 1회 섭취 가능한 양으로 포장...한국 제품의 경우 ‘500g’ 확인

- 일본에서 판매 중인 낫또나 낫또파우더 등의 경우, 주로 1회 섭취 가능한 양으로 포장되어 있으며 ‘40g’, ‘50g’ 등의 키워드가 빈출됨
- 특히, 청국장과 같이 다소 낫선 식재료는 소비자가 1회 사용량을 잘 모르기 때문에 1회용 소분 포장이 주효할 것으로 보임

팩		40g		500g	
					
제품명	여섯가지곡물낫또(六穀納豆)	제품명	미라이파우더낫또 (ミライパウダー 納豆)	제품명	청국장가루
브랜드	타이시식품(太子食品)	브랜드	미라이(mirai)	브랜드	고씨네고집쟁이 (Geumjung Tapgol Farm)
중량	12팩	중량	40g	중량	500g
가격	1,200엔(10,904원)	가격	1,140엔(10,358원)	가격	6,708엔(60,952원)

[표 3.3] 일본 판매 청국장 패키징 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘청국장’ 관련 게시물 609건 분석

## 4. 건강을 강조하는 홍보문구 다수

### ▶ 건강에 좋은 제품 장점을 홍보하는 문구 다수

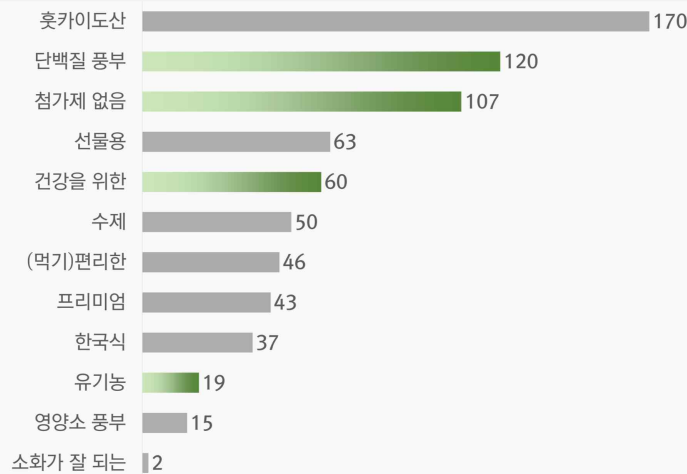
- 홍보문구 관련 키워드 조사 결과, '건강을 위한' 키워드 60건 도출됨
- '단백질 풍부' 관련 키워드는 120건 도출되었으며, '첨가제 없음' 107건, '유기농' 19건 등 건강을 고려한 제품 특징 관련 키워드도 다수 확인됨

### ▶ 청국장의 효능을 강조한 홍보문구가 주효할 것

- 청국장은 혈압 및 혈당 조절, 면역 증진, 대장암 등에 효과가 있는 것으로 알려져 있으며, 이와 관련한 다양한 연구도 진행 중임<sup>16)</sup>
- 일본에서 이미 낫또를 건강식으로 인식하고 있기에, 청국장 역시 건강적 이점을 홍보문구로 활용하는 것이 소비자의 관심을 높일 수 있을 것으로 보임

단백질 풍부		건강을 위한		유기농	
					
제품명	쿠메낫또(くめ納豆)	제품명	시아와세드라이낫또(しあわせドライ納豆)	제품명	하스야코나낫또(はすや粉なっとう)
브랜드	미츠크(ミツカン)	브랜드	타마짱숍(タマチャンショップ)	브랜드	하스야(はすや)
중량	40g	중량	200g	중량	200g
가격	200엔(1,817원)	가격	1,200엔(10,904원)	가격	8,640엔(78,506원)

[표 3.4] 일본 판매 청국장 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '청국장' 관련 게시물 609건 분석

16) 자료: 식품저널, “‘된장·간장·청국장·혈압·혈당 조절, 면역 증진, 대장암에 효과’”, 2023.10.13

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# IV 유통채널



1. 일본 청국장 유통채널 점유율
2. 일본 청국장 주요 유통채널

## 1. 일본 청국장 유통채널 점유율

### ▶ 일본 내 식료품 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 1위

2021년 기준 일본의 청국장을 비롯한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 전체의 73.9%의 점유율을 차지하여 1위를 기록하였음. 반면, 한국에서는 2022년 기준 동일한 유통채널에서 17.3%의 점유율로 3위 유통채널로 확인됨. 이어서 ‘편의점’은 14.4%의 점유율을 차지하여 2위 유통채널로, 1위인 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 59.5%p의 매우 큰 차이를 보이고 있어 유통채널 1위와 2위의 간격이 큰 것으로 나타남. 이외에도 한국의 ‘편의점’ 점유율은 16.2%으로 유통채널 4위에 그치는 것으로 나타남. 한국은 ‘온라인’ 유통채널 비중이 48.6%로 점유율 4.4%인 일본에 비해 활발할 것으로 나타남. 이외에도 일본은 ‘드럭스토어’ 4.3%, ‘백화점’이 3.0%의 점유율을 차지하였으며, 한국은 ‘백화점’이 17.8%의 점유율을 차지한 것을 확인함

[표 4.1] 일본 및 한국 청국장 소매유통채널 점유율 비교



일본 및 한국 청국장 소매유통채널 점유율 비교(17)18)19)20)

일본	유형	한국
73.9%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	17.3%
14.4%	편의점	16.2%
4.4%	온라인	48.6%
4.3%	드럭스토어	(-)
3.0%	백화점	17.8%

자료: 스탯시타(Statista)

17) ‘청국장’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식료품(Food and Beverages)’과 ‘소매(Retail)’의 정보를 확인함

18) 자료: 스탯시타(Statista), 「Sales value of food and beverages retail trade in Japan in 2021, by channel」, 2023.02

19) 자료: 스탯시타(Statista), 「Retail sales share South Korea 2022, by channel」, 2023.02



20) 각 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음



## 2. 일본 청국장 주요 유통채널 ① 미쓰코시백화점

기업 기본 정보	기업명	미쓰코시백화점(三越)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.mistore.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> <li>1조 884억 엔(9조 8,896억 원<sup>21)</sup>)</li> </ul>
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('22): 46개</li> <li>직원 수('23): 1만 7,500명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>미쓰코시 그룹과 이세탄 그룹이 2008년 합병하여 만들어진 미쓰코시 이세탄 홀딩스가 모기업</li> <li>일본 백화점 업계에서 1위의 위치를 차지하고 있음</li> <li>미쓰코시 백화점의 각 점포는 계열사 내 자회사들이 독립적으로 운영함</li> <li>어머니의 날, 아버지의 날, 크리스마스 등 행사와 이벤트를 진행함</li> <li>매주 추천 상품을 홈페이지 메인 페이지에 소개함</li> </ul>		



매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품, 즉석식품, 프리미엄 식품, 냉동식품, 소스류, 간편식품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>유기농 제품, 신제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>유선 연락을 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>문의 시 필요한 일반적 정보                                 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-332-413-311(니혼바시 본점)</li> <li>- 입점 희망 지역에 따라 연락처 상이</li> </ul> </li> </ul>
-------------	---------------------	---

자료: 미쓰코시백화점(三越)

사진 자료: 미쓰코시백화점(三越), 타임아웃(Timeout), 웨어인도쿄(Where in Tokyo)

21) 100엔=908.64원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)




## 2. 일본 청국장 주요 유통채널 ② 다이마루백화점

기업 기본 정보	기업명	다이마루백화점(大丸)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.daimaru.co.jp	
	위치	오사카(Osaka)	
	규모	매출액(*22) • 4,097억 7,200만 엔(3조 7,234억 원) 기타 규모 • 매장 수(*23): 9개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2007년 마츠자카야 주식회사와 경영통합을 통해 설립된 제이프론트리테일링(J.FRONT RETAILING) 그룹의 자회사로 운영되고 있음</li> <li>• 1717년 설립된 개인 소매점이었던 다이마루 오복점을 1908년 주식합자회사로 전환하여 현재까지 개혁을 지속함</li> <li>• 각 점포의 입지 특성에 따라 다양한 구색의 제품을 유통하고 있음</li> <li>• 2023년 9월 1일 접수건부터 각 점포별 배송 요금이 개정됨</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 소스류, 곡류, 간편식품 등	
	선호 제품	• 유기농 제품, 프리미엄 식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의 시 필요한 일반적 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-662-711-231(신사이바시 본점)</li> <li>- 주소: 〒542-8501 大阪市中央区心斎橋筋1-7-1</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 다이마루백화점(大丸)

사진 자료: 다이마루백화점(大丸), 사이트시잉익스프레스(Sightseeing Express)

## 2. 일본 청국장 주요 유통채널 ③ 라이프

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.lifecorp.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액('22)     • 7,654억 엔(6조 9,547억 원) 기타 규모       • 매장 수('22): 300개 • 직원 수('22): 4만 9,190명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>라이프 코퍼레이션이 운영하는 슈퍼마켓 브랜드로 일본에서 두 번째로 큰 슈퍼마켓 체인</li> <li>매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지</li> <li>아마존을 통해 라이프 매장의 상품을 최소 2시간 이내에 배송 서비스 시행(아마존 프라임 회원, 서비스 대상 지역일 경우만 해당)</li> <li>2023년부터 점포 판매 상품을 온라인으로 주문하여 집으로 배송받는 라이프넷슈퍼(ライフネットスーパー) 서비스 시행</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등</li> </ul>		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>기존 플랫폼에 없는 신제품</li> </ul>		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사 소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-358-075-493</li> <li>- 이메일: s620@lifecorp.co.jp</li> <li>- 입점 희망 지역마다 연락처 상이 및 해당 점포에 직접 문의 필요</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 라이프(Life), 니케이아시아(Nikkei Asia), 스탯티스타(Statista)

사진 자료: 라이프(Life)

## 2. 일본 청국장 주요 유통채널 ④ 세이유

기업 기본 정보	기업명	세이유(Seiyu)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.seiyu.co.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	영업이익('22) • 208억 3,800만 엔(1,893억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 326개 • 직원 수('22): 2만 9,000명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본의 신선 식품과 잡화, 의류 등의 상품을 판매하는 전국적인 슈퍼마켓 체인</li> <li>2020년 KKR(Kohlberg Kravis Roberts)에 16억 달러 규모로 피인수</li> <li>일본 IT 대기업인 라쿠텐의 카드 우대 서비스 및 결제 솔루션인 'Edy'를 도입하는 등 온라인 트렌드에 대응 중</li> <li>2023년 모기업인 니시토모는 창업 60주년을 맞이하여 600엔 행사, 60포인트 추가 지급 캠페인 등의 60주년 기획 상품 등을 전개함</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 식료품, 가정용품, 의류 등		
	선호 제품	• 소비자 추천에 기반한 상품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지를 통한 직접 문의 (www.seiyu.co.jp/contact)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지 메뉴 'お問合せ - お店・商品へのお問合せフォーム' 클릭</li> <li>문의 사항 입력 후 제출</li> <li>홈페이지 기입 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>질문 내용</li> <li>담당자 정보(담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소, 우편번호 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>전화번호: +81-120-360-373</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 세이유(Seiyu)

사진 자료: 세이유(Seiyu), 구글맵(Googlemaps)

## 2. 일본 청국장 주요 유통채널 ⑤ 맥스밸류

기업 기본 정보	기업명	맥스밸류(MaxValu)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.maxvalu.co.jp	
	위치	히로시마(Hiroshima)	
	규모	영업이익('21) • 5,400억 엔(4조 9,067억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 490개 • 직원 수('22): 6,600명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1994년에 첫 매장 개점</li> <li>• 일본의 유통 대기업 이온 그룹이 전개하는 슈퍼마켓 브랜드</li> <li>• 일본 최대 규모의 슈퍼마켓 브랜드에 해당</li> <li>• 영업시간이 길고 연중무휴 24시간 영업하는 점포 수도 많아 편의점과 경쟁구도에 놓여있기도 함</li> <li>• 맥스밸류의 대규모 점포 중에서는 근린형 쇼핑센터(NSC) 형태로 출점한 점포도 있음</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 생활용품, 의류 등	
	선호 제품	• 소비자 추천에 기반한 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 및 유선전화를 통한 직접 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'お問い合わせ' 클릭 (www.maxvalu.co.jp/contact)</li> <li>- 문의 사항 입력 후 제출</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 담당자 정보(담당자 이름, 성별 및 소속, 이메일 주소, 전화번호)</li> <li>② 문의 내용</li> <li>③ 문의할 점포명</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-120-125-481</li> <li>- 팩스: +81-333-457-776</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 맥스밸류(MaxValu)

사진 자료: 맥스밸류(MaxValu), 홋카이도가이드(Hokkaido Guide)

## 2. 일본 청국장 주요 유통채널 ⑥ 교무수퍼

기업 기본 정보	기업명	교무수퍼(業務スーパー)
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓
	홈페이지	www.gyomusuper.jp
	위치	고베(Kobe) 외
	규모	매출액('21) <sup>22)</sup> • 4,068억 엔(3조 6,965억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 1,000개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1985년 일본에서 설립된 슈퍼마켓 체인 브랜드</li> <li>• 일본 내 25개의 식품 가공 공장을 두어 자체 제조 식료품을 생산 및 유통하고 있음</li> <li>• 세계 약 350개의 협력 공장을 소유하고 있음</li> <li>• '좋은 품질의 제품을 보다 저렴하게'라는 문구를 사업 목표로 지정하고 있음</li> <li>• '세계의 진짜(世界の本物)' 코너에서 세계 각국에서 직수입한 아이템 판매</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 생활용품, 의류 등
	선호 제품	• 일본 소비자들에게 신뢰도가 높은 브랜드 제품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 우측 'お問い合わせ' 클릭</li> <li>- '이메일로 문의(メールでのお問い合わせ)' 아래 초록색 버튼 클릭 (www.gyomusuper.jp/opinion/form.php)</li> <li>- 입력 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 담당자 정보(담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 주소)</li> <li>② 문의 내용(문의 항목, 문의 내용)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-120-808-348</li> <li>- 주소: 〒675-0063, 兵庫県加古川市加古川町平野125番1</li> </ul> </li> </ul>

자료: 교무수퍼(業務スーパー)

사진 자료: 텔레비도쿄(テレビ東京), 라이브재팬(Live Japan)

22) 제 37기 연결재무제표 기준으로, 2022년 10월기에 결산한 매출액 결과를 따름

## 2. 일본 청국장 주요 유통채널 ⑦ 장터한국광장

기업 기본 정보	기업명	장터한국광장(韓国広場)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	shopping.geocities.jp/hiroba	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치</li> <li>• 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료</li> <li>• 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매</li> <li>• 식료품 매장 외에도 도매 전문 인터넷 쇼핑몰과 화장품 전문점을 운영함</li> <li>• 오프라인 매장의 경우 영업일과 관련된 정보를 홈페이지에 제공</li> <li>• 온라인 홈페이지에서 랭킹별로 제품 정보 제공</li> <li>• 도매 전문 사업도 진행 중</li> <li>• 장터한국광장에 대한 카탈로그 우편 주문 가능</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 전화번호: +81-332-329-330</li> </ul>	

자료: 장터한국광장(韓国広場)

사진 자료: 장터한국광장(韓国広場)

## 2. 일본 청국장 주요 유통채널 ⑧ 예스마트


기업 기본 정보	기업명	예스마트(Yesmart)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	yesmart.co.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	기타 규모	• 매장 수('23): 25개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5,000여 종 이상의 제품을 취급하는 한국 식재료 전문 마켓</li> <li>• 한국, 일본, 중국 식품 등을 취급</li> <li>• 전국 25개 매장을 플러스, 프리미엄, 중형, 소형 매장으로 구분해 운영</li> <li>• 상품 배송 가능하며, 상온과 냉장/냉동을 구분하여 배송</li> <li>• 치킨 프랜차이즈인 예스치킨(YES CHICKEN) 운영</li> <li>• 온라인과 오프라인 모두 운영 중</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	• 김치, 야채, 냉동식품, 주류, 반찬류, 가공식품, 화장품, 생활용품 등		
	선호 제품	• 한국제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 및 이메일 연락을 통한 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-362-789-010</li> <li>- 이메일: info@yesmart.co.jp</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 예스마트(Yesmart)

사진 자료: 구글맵(Google Maps)



## 2. 일본 청국장 주요 유통채널 ⑨ 아마존 재팬

기업 기본 정보	기업명	아마존 재팬(Amazon Japan)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.amazon.co.jp		
	규모	매출액('22)	2조 5,000억 엔(22조 7,160억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 5억 7,080만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1994년 설립되어 일본에는 2000년 진출</li> <li>• 2021년 일본 온라인 유통채널 브랜드 및 기업 점유율 1위</li> <li>• 틱톡 등 소셜미디어를 통해 홍보를 진행하고 아마존 및 라쿠텐 등에서 판매를 진행하는 다양한 소규모·수입 브랜드 多</li> </ul>			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	소쿠(SOKU), 청정원 등	
		해외 판매	해외 판매 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	물건 구매 시 포인트 적립 가능, 1포인트를 1엔으로 계산하여 다음 구매 시 포인트 사용			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭</li> <li>아마존 셀러 계정 생성</li> <li>상품 리스팅</li> </ul> </li> <li>- 홈페이지 등록 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매입고량)</li> </ul> </li> <li>• 평가 기준                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아마존 행동 강령 준수</li> <li>- 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-120-899-068</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 아마존 재팬(Amazon Japan), 시밀러웹(Similarweb), 스탯티스타(Statista)  
사진 자료: 아마존 재팬(Amazon Japan)

온라인몰 UI ①

**온라인몰 UI**

**1. 다언어 및 화폐 지원**  
영어, 중국어, 일본어를 지원하며 엔화, 유로화, 위안화 등 15개 종류의 화폐 설정 가능

**2. 포인트 제도**  
다양한 카드별로 서로 다른 혜택 제공

**3. 구매 내역**  
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능 하며, 검색 시 추천 키워드 제공

**4. 오늘의 딜**  
플래시 딜 형태의 다양한 카테고리 의 할인 제공

**5. 국제배송**  
국제 배송이 가능하나, 배송 대행을 통한 구매도 많이 이루어짐

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능  
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②

**아마존 재팬-청국장(チョングッジャン) 검색 페이지**

**청국장(チョングッジャン) 검색 페이지**  
'チョングッジャン'으로 검색결과 노출

추천 순으로 기본 검색결과 노출  
가격, 고객평점, 출시일 순에 따라 정렬 가능

**청국장(チョングッジャン) 구매 페이지**  
상품 정보, 안전성 등 다양한 정보 제공

구매 페이지 우측 및 하단에 다른 상품 추천

평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능  
구매 페이지 우측 및 하단에 다른 상품 추천

자료: 아마존 재팬(Amazon Japan)  
사진 자료: 아마존 재팬(Amazon Japan)

## 2. 일본 청국장 주요 유통채널 ⑩ 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)			
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰			
	홈페이지	www.rakuten.co.jp			
	규모	매출액('21)	1조 9,000억 엔(17조 2,642억 원)		
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 4억 9,490만 명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1997년 설립</li> <li>• 2021년 전년 대비 매출액 증가율이 22.0%를 달성</li> <li>• 전 세계 약 30여 개 국가에서 서비스 운영</li> <li>• 쇼핑 플랫폼 외에도 핀테크 및 인터넷 서비스 등의 사업 분야 보유</li> </ul>				
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	웅심원, 다담 등		
		해외 판매	해외 판매 가능		
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색		
주요 프로모션 정보	 <p>시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매 금액 페이백 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행</p>				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 등록 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry)</li> <li>- 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출</li> <li>- 홈페이지 기입 정보</li> <li>① 회사정보(사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화번호, 대표 Fax 번호, 대표자명)</li> <li>② 운영 담당자 정보(담당자 이름, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형)</li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 전화번호: +81-505-581-4910</li> </ul>			

자료: 라쿠텐(Rakuten), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능

온라인몰 UI ②



추천, 가격, 평점, 리뷰, 출시일 순으로 정렬 가능  
구매자가 제시하는 제품 정보를 전면에 표시

자료: 자료: 라쿠텐(Rakuten)  
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



1. 일본 청국장 통관 및 검역 절차
2. 일본 청국장 품질 인증
3. 일본 청국장 라벨링
4. 일본 청국장 성분 및 유해물질

## 1. 일본 청국장 통관 및 검역 절차<sup>23)</sup>

### ▶ 일본 청국장 수출 통관 단계별 주요사항

일본에 가공식품 수출 시에는 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare) 사전등록 절차를 반드시 밟아야 함. 이는 국내 담당 기관을 통하여 일본으로 수입되는 식품에 대하여 사전 등록을 하는 절차임. 또한, 수출입안전관리우수업체(AEO: Authorized Economic Operator) 제도를 통해 신속한 통관 및 비용 절감 등의 효과를 누릴 수 있음

[표 5.1] 일본 청국장 통관 검역 절차



자료: 관세청, 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산물성(MAFF)

23) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

[표 5.2] 일본 수입통관 절차

<p><b>출항 전 보고</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본에 입항하려는 선박 컨테이너 화물의 적하정보를 선적항 출항 24시간 전까지 수출입·항만 관련 정보처리시스템(NACCS: Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System)을 통해 알려야 함</li> </ul>
<p><b>수입신고 제출 서류</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입자는 화물 도착 후 즉시 「식품 등 수입 신고서」와 품목에 따라 필요한 서류를 첨부하여 화물 통관 장소의 관할 검역소에 제출함</li> <li>「식품 등 수입 신고서」 2부</li> <li>첨부서류는 식품의 품명, 생산국, 가공방법 등에 따라 상이함</li> <li>가공식품의 경우, 「원재료표」, 「제조공정표」가 필요함. 정해진 양식은 없으나 제조자 또는 수출자 등이 작성한 것(회사명 및 책임자 서명 포함)을 권장하며 심사 과정에서 추가서류가 발생할 수 있음</li> <li>필요 시 과거에 실시한 자체 검사의 시험성적서도 제출할 수 있음</li> </ul>
<p><b>식품위생법에 따른 수입신고</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품 수입업자는 물품 도착 7일 이전에 수입신고 건별로 검역소에 식품 등 수입신고서 및 기타 원재료, 성분 및 제조공정 등에 관한 설명서, 필요에 따라 위생증명서, 시험성적표 등의 관련 서류를 검역소에 서면 또는 전자적인 방법으로 수입신고를 진행해야 함</li> </ul>
<p><b>후생노동성 검역소 심사 및 검사</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본으로 수입되는 물자는 보세지역에 반입된 후 수입신고를 실시, 필요한 심사 및 검사를 받고 수입이 허가된 후에 물자로 국내로 들여올 수 있음</li> <li>수입 절차는 식품의 종류에 따라 다르며, 채소, 과일 등 식물계의 식품은 농림수산성의 식물방역소 육류 및 육류제품, 유제품 등 축산물계 식품 및 수산물은 농림수산성의 동물검역소에서 수입자가 검사신청을 하고 검사를 받아야 함</li> </ul>

자료: 식품의약품안전처

▶ **식품위생기준 업무, 후생노동성에서 소비자청으로 이관 예정**

2024년 4월 1일부터 일본 정부는 기존 후생노동성에서 담당했던 식품위생기준 업무를 후생노동성에서 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)으로 이관할 방침임. 식품 규격 기준의 책정 관계는 소비자청이, 감시·지도 관계는 후생노동성으로 소관의 나뉘게 되어 기존보다 더 정확하고 세밀한 식품 관리가 이루어질 것으로 예상됨

[표 5.3] 일본 기존 식품위생기준 업무 이관

<b>이관 배경</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신형 코로나 바이러스의 백신과 치료약 개발 등의 대응이 늦은 것에 대해 앞으로 코로나와 같은 감염증 대응 능력을 강화함과 동시에 생활 위생 등 관계 행정의 기능 강화를 도모하기 위한 조직 재검토의 일환</li> </ul>
<b>이관 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존 후생노동성이 소관하던 식품첨가물의 지정과 식품 위생법에 따른 식품 위생에 관한 기획·기준의 책정을 식품 안전 행정의 사령탑 기능을 수행하는 소비자청으로 이관하여 식품위생에 대한 과학적인 안전을 확보하고 소비자 이익의 추가 증진 도모</li> </ul>
<b>담당 업무</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 규격 기준의 책정은 소비자청으로 이관하지만, 식중독 등과 같이 식품에 의한 건강 피해 등의 감시 지도·행정에 대해서는 후생노동성이 담당하여 식품 행정 규격 기준의 책정 관계는 소비자청이, 감시·지도 관계는 후생노동성으로 소관이 나뉨</li> <li>• 식품위생법상의 ‘HACCP’와 ‘GMP’ 등에 대해서는 계속해서 후생노동성의 식품감시안전과가 소관해 나갈 예정</li> </ul>

자료: KATI농식품수출정보




## 2. 일본 청국장 품질 인증

### ▶ 일본 청국장, 적용받는 필수 인증 無

일본으로 청국장을 일반 가공식품으로 수출 시 취득해야 하는 필수 인증은 없음. 다만, 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare)에 식품 사전등록은 필수이며, 하기 표는 일본 후생노동성 사전등록 절차를 다룸

[표 5.4] 일본 청국장 후생노동성 사전등록 정보

인증명	취득 정보	
일본 후생노동성 사전등록  	취지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 식품위생법에 반하는 식품 등 수입 사전 방지</li> <li>• 식품 안전성 확보</li> <li>• 수입절차 간소화 및 소요 시간 단축</li> </ul>
	근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 식품위생법(しょくひんえいせいほう、昭和22年法律第233号)</li> <li>• 일본 후생노동성 생활위생국장 통지 (수입식품 등 사전 확인제도 시행에 관한 통지)</li> </ul>
	기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 후생노동성</li> </ul>
	적용품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농·축·수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품첨가물</li> </ul>
	취득절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 제출(제조 및 수출업체) &gt; 서류 접수 및 검토(국내 담당 기관) &gt; 서류 심사 및 현장실사 (일본 후생노동성) &gt; 등록 완료 및 등록번호 부여 (일본 후생노동성)</li> </ul>
필요서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 필요서류는 신청서, 제품 목록, 위생 검사표, 성분 분석표, 제조 공정도 등이며 수입업체가 발급받은 시험성적 증명서도 제출 가능함</li> <li>• 식품 또는 식품첨가물 여부에 따라 필요서류가 상이하나 공통 서류로는 국내 검사기관 등이 발행한 분석 증명서와 식품위생 책임자가 작성한 시설·식품 등 위생관리 기준 관련 서류임</li> <li>• 식품에만 해당하는 것은 원재료의 종류, 성분조성, 제조 또는 가공 방법 관련 서류, 첨가물 종류/제조 방법/사용량 관련 서류임</li> <li>• 식품첨가물에만 해당하는 것은 물질명, 제조 방법 관련 서류임</li> </ul>	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산업성(MAFF)

▶ 일본 청국장, 'HACCP 인증' 권장

2020년 6월 1일, 일본의 식품위생법 개정으로 자국 내 식품 관련 사업자는 HACCP의 도입이 의무화되었음. 이에 따라 일본 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 고객사 또한 HACCP를 적극적으로 도입하여 일본 식품시장 내에서 위생 안전상 경쟁력을 확보할 것을 권장함

[표 5.5] 일본 청국장 HACCP 인증 취득 정보

취득 정보	
목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품원료 및 제조·가공·조리·소분유통의 모든 과정에서 발생할 수 있는 위해요소를 사전에 확인 평가하여 중점적으로 관리</li> </ul>
기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국식품안전관리인증원</li> </ul>
절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성</li> <li>제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성</li> <li>생산공정 각 단계와 도출된 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해서 위험 평가</li> <li>식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP: Critical Control Points)을 선정하여 식품안전을 위한 일반관리사항(POA) 파악</li> <li>모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및 모니터링</li> </ul>
필요서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>HACCP 인증 신청서</li> <li>식품안전관리인증 계획서</li> <li>영업등록증 사본</li> <li>사업자등록증 사본</li> <li>영업신고필증</li> <li>HACCP 교육수료증</li> <li>영업을 위해 필요한 서류</li> <li>품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류</li> </ul>




자료: 식품의약품안전처, 한국식품안전관리인증원

▶ JAS(Japanese Agricultural Standard) 인증

일본 내에서 유기농산물 및 유기가공식품에 ‘유기, 오가닉’으로 표시하여 판매하기 위해 생산자 및 제조사가 등록인증기관에 검사를 받아 취득하는 인증 제도임. 유기 JAS 규격 인증을 받지 못한 경우 유기, 오가닉 또는 이와 같은 의미로 오인될 수 있는 표시를 사용할 수 없음

[표 5.6] 일본 청국장 JAS 유기농 인증 취득 정보





		취득 정보
	기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>농림수산성(MAFF: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) 및 농림수산물 장관이 JAS법 규정에 따라 심사하여 유기식품 등록인증기관으로 등록한 기관</li> </ul>
	절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>인증신청서 제출</li> <li>인증신청서 수리</li> <li>인증신청서 서류 심사</li> <li>현지실사(인증기관 또는 검사원으로부터 현지 실사를 통지, 일정 조정 후 실사 진행)</li> <li>판정(인증기관의 판정원이 실사 결과에 따라 판정, 판정 후, 인증 여부 통지)</li> <li>감사(연차조사): 인증 후에도 연 1회 이상의 조사 실시</li> </ul>
	필요서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>인증신청서</li> <li>시설도면</li> <li>생산행정 관리에 관한 내부규정 및 등급규정</li> <li>사용하는 유기 원자재의 수급이 가능하다는 것을 증명하는 서류</li> <li>비유기 원자재가 유전자변환, 방사선 조사를 거치지 않았음을 증명하는 서류</li> <li>제조예정 제품의 배합표</li> <li>사용예정 첨가물이 JAS 규격에 적합함을 증명하는 서류</li> <li>제조공정도</li> <li>공정 내에서 사용되는 약제의 내용 및 사용방법에 관한 서류</li> <li>제조과정에서 사용되는 기계류 목록</li> </ul>
동등성 인정	<ul style="list-style-type: none"> <li>미국, 아르헨티나, 호주, 스위스, 캐나다, EU 회원국, 영국, 뉴질랜드, 대만의 유기 인증은 일본 JAS 유기 인증에 상응하는 수준으로 인정됨</li> <li>국내 유기 제품의 경우 일본 농림수산성 등록 인증기관으로부터 인증을 취득해야만 일본에 유기 제품으로 유통할수 있어, JAS 취득이 요구됨</li> <li>한국 농림축산식품부의 유기농 인증을 받은 제품은 일본 시장에서 한국의 인증 로고나 JAS 유기 인증 로고를 선택하여 사용할 수 있고, 양국의 로고를 함께 사용 가능함</li> </ul>	

자료: aT 한국농수산물유통공사

▶ 기타 식품 권장 인증

HACCP이나 JAS 인증 외에 기타 식품 생산 안전 관련 인증으로 ISO 22000, IFS 등이 있으며, 해당 인증사항들은 필수가 아닌 선택 인증 사항임. 청국장 품목을 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

[표 5.7] 일본 청국장 기타 권장 식품 생산 인증

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	

자료: 각 인증기관

### 3. 일본 청국장 라벨링

[표 5.8] 일본 청국장 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 명칭	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품명, 종류별, 명칭 등을 기재</li> </ul>
	2. 원재료명	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사용한 원재료를 식품첨가물과 식품첨가물 이외의 원재료로 구분하여 규정에 따라 기재할 것</li> <li>• 식품첨가물은 중량 배합 많은 순으로 기재</li> <li>• 식품첨가물 이외의 원재료는 중량 배합 많은 순서를 따르되 가장 일반적 명칭으로 기재할 것</li> <li>• 식품첨가물 이외의 원재료가 2가지 이상(복합원재료)인 경우 괄호 안에 배합률 높은 순으로 기재(단, 주원료에 5% 미만이면 생략 가능)</li> </ul>
	3. 내용량(또는 고형량, 내용총량)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재할 것</li> <li>• 고형물에 충전액 더한 경우 내용량 대신 고형량과 내용 총량 병기할 것(예: 통조림, 병조림)</li> </ul>
	4. 유통기한 <sup>24)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한 설정하고 표기할 의무와 책임이 있음</li> <li>• 제조부터 유통기한까지 3개월 이내인 경우: ‘평성 26년 5월 31일’, ‘26.5.31’, ‘2014.05.31.’, ‘14.5.31’ 표기 중 선택</li> <li>• 제조부터 상미기한까지 3개월 넘는 경우: ‘평성 26년 5월’, ‘26.5’, ‘2014.05’, ‘14.5’ 표기 중 선택하거나 3개월 이내의 경우 표기 방법대로 기재해도 무방함</li> </ul>
	5. 식품첨가물	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지정첨가물(후생노동대신이 지정한 436품목)</li> <li>• 기존첨가물(일본에서 이미 사용 중 / 장기간 사용된 것, 예외로 지정받지 않은 치자 색소, 감 탄닌 등 365품목)</li> <li>• 천연향료(동식물유래 물질로 식품에 향 첨가를 목적으로 사용되는 바닐라 향료, 게 향료 등 약 600품목)</li> <li>• 일반 음식첨가물로 사용되는 것 (딸기주스, 한천 등 약 100품목)</li> <li>• 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브리스트 식품첨가물로, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 불인정</li> </ul>

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)

24) 일본은 상미기한(賞味期限)과 소비기한(消費期限) 두 가지 기한을 사용하고 있음. 상미기한은 맛있게 먹을 수 있는 기한을 뜻하며, 소비기한은 해당 기한까지 섭취할 것을 권장하는 기한임

[표 5.8] 일본 청국장 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 보존방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ‘직사광선을 피하고 상온에서 보존’ 등 유의사항 기재</li> <li>• ‘10℃ 이하에서 보존할 것’, ‘개봉 후 냉장’ 등 유의사항 기재</li> <li>• 상온 보존 이외에 유의사항이 없는 경우 생략 가능</li> </ul>
	7. 알레르겐	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정 원재료 등<sup>25)</sup>을 원재료로 사용한 가공식품은 알레르기 유발물질 표시할 것을 권장함</li> <li>• 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 ‘알레르겐’을 표기할 것</li> <li>• 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시</li> <li>• ‘○○을 포함’이라는 문구의 ○○에는 특정 원재료 등 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 ‘○○ 유래’로 표시</li> <li>• 2023년 일본 소비자청은 알레르기 유발물질에 호두를 추가했으며, 산업 및 이해관계자의 적용 기간을 고려하여 2025년까지 전환기간을 가짐</li> <li>• 표시 의무 사항은 밀가루, 땅콩을 포함한 8품목임</li> </ul>
	8. 영양성분 및 열량	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영양성분표시는 실제 성분치와 비교하여 이상이 없어야 함</li> <li>• 의무 표기정보: 에너지, 단백질, 지질, 탄수화물, 나트륨(식염상당량)</li> <li>• 권장 표기정보: 포화지방산, 식이섬유</li> <li>• 기타 표기정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등</li> </ul>
	9. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입품의 경우 원산지국을 표시할 것</li> </ul>
	10. 수입업체 및 제조업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소를 기재할 것</li> </ul>
	11. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것</li> </ul>
	12. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본어로 표기할 것</li> <li>• 폰트의 최소 사이즈는 8포인트로 할 것</li> </ul>

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(CAA)

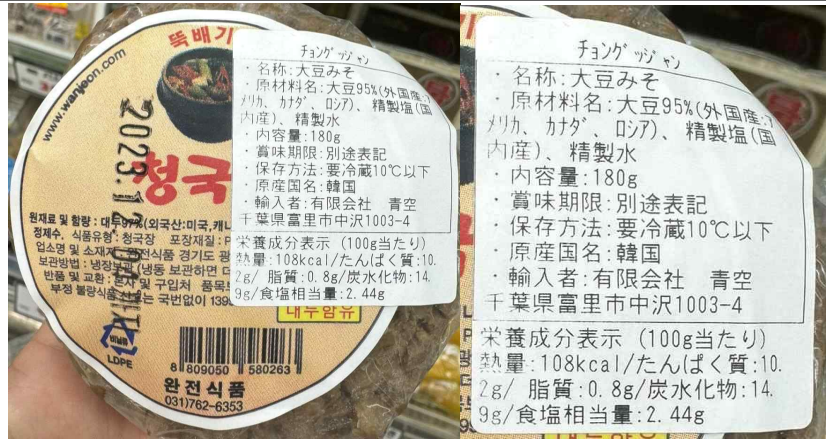
25) 2023년 일본 소비자청이 개정된 《식품표시기준》의 별첨 「알레르겐을 포함한 식품에 관한 표시」에 따르면 ‘특정 원재료’의 정의는 해당 원재료를 포함하고 있음을 의무적으로 표시해야 하는 “특정 원재료”로 변경됨

[표 5.9] 일본 포장 박스 라벨링 여부

<p>운반 목적 박스</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 개별포장에 표시된 식품을 운반의 목적만으로 골판지 박스에 담는 경우, 해당 박스는 운반을 위한 기구라고 해석되어 라벨 표시의무 없음</li> </ul>
<p>소매 포장용 박스</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 골판지 박스가 운반을 위한 기구가 아닌 소매를 위한 포장용 박스로 ‘원재료명(첨가물 이외)’, ‘원료원산지명(필요 시)’, ‘원산국명(필요 시)’에 대해 개별포장에 이들 정보를 표시한 경우에는 골판지 박스에 새로 표시할 의무는 없음</li> <li>• 명칭, 첨가물, 알레르겐, 상미기한(소비기한) 및 보존방법(필요 시), 제조소 또는 가공소의 소재지 및 제조자 또는 가공자의 성명 또는 명칭에 대해서는 식품표시기준 제13조의 규정에 따라 지정된 위치에 표시해야 함</li> </ul>
<p>기타</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 골판지 박스에는 표시되어 있으나, 개별포장에 표시되어 있지 않은 상품을 박스에서 꺼내어 슈퍼마켓 등에서 소비자에게 판매하는 경우, 식품표시기준에 따라 개별포장에 라벨을 표시해야 함</li> </ul>

자료: 식품안전정보원

▶ 일본 청국장 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[앞면 - 일본어]

- ① チョングッジャン
- ② 名称: 大豆みそ
- ③ 原材料名: 大豆 95%(外国産: アメリカ, カナダ, ロシア), 精製塩(国内産), 精製水
- ④ 内容量: 180g
- ⑤ 賞味期間: 別途表記
- ⑥ 保存方法: 要冷蔵10℃以下
- ⑦ 原産国名: 韓国
- ⑧ 輸入者: 有限会社 青空 千葉県富里市中沢 1003-4
- ⑨ 栄養成分表示(100g当たり)
- ⑩ 熱量: 108kcal  
たんぱく質: 10.2g  
脂質: 0.8g  
炭水化物: 14.9g  
食塩相当量: 2.44g

[앞면 - 국문]

- ① 청국장
- ② 명칭: 콩 된장
- ③ 원재료명: 대두 95%(외국산: 미국, 캐나다, 러시아), 정제염(국내산), 정제수
- ④ 내용량: 180g
- ⑤ 유통기한: 별도 표기
- ⑥ 보관방법: 냉장보관 10℃ 이하
- ⑦ 원산지명: 한국
- ⑧ 수입업자: 유한회사 아오조라 지바현 토미사토시 나카자와 1003-4
- ⑨ 영양성분표시(100g당)
- ⑩ 열량: 108kcal  
단백질: 10.2g  
지방: 0.8g  
탄수화물: 14.9g  
식염당량: 2.44g



## 4. 일본 청국장 성분 및 유해물질

### ▶ 식품첨가물

일본에서 사용 가능한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준은 일본 식품위생법 제12조에 따라 일본 후생노동성에서 규정하고 있으며 그 종류에는 지정첨가물, 기존첨가물, 천연향료 등이 있음. 특히, 지정첨가물과 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로, 이 리스트에 기재되지 않은 첨가물의 사용은 인정하지 않음. 하기 표는 청국장에 적용될 수 있는 일본 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 자세한 규정 및 기준, 사용조건은 일본 후생노동성 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.10] 청국장에 적용되는 일본 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	사용기준
1	아세트알데하이드	Acetaldehyde	모든 식품	일반사용기준 (착향의 목적 이외 사용금지)
2	아세토페논	Acetophenone		
3	부틸아민	Butylamine		
4	키프론산 알릴	Ally hexanoate		
5	아니살데하이드	Anisaldehyde		
6	벤즈알데하이드	Benzaldehyde		
7	부탄올	Butanol		
8	아세트산 벤질	Benzyl acetate		
9	부티르산	Butyric acid		

자료: KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

일본 후생노동성은 식품위생법 관련 고시 및 성령(省令)에서 식품 성분규격과 유해물질 기준치를 규정하고 있음. 또한, 적은 수의 유해물질에 대해서는 별도의 통지로 잠정적 규제치 및 식품위생법 제6조를 위반하는 경우로 정함. 이는 부패 혹은 변질된 것 또는 미숙한 것은 판매 또는 판매용으로 제공하기 위하여 채취, 제조, 수입, 가공, 사용, 조리, 저장 혹은 진열해서는 안 된다는 내용을 포함함. 하기 표는 청국장에 적용되는 일본 유해물질 기준을 분석한 결과 중 일부임. 더욱 자세한 규정 및 잔류허용기준은 일본 후생노동성 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.11] 청국장에 적용되는 일본 유해물질 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	잔류허용기준	분류 <sup>26)</sup>
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	모든 식품	10ppb 이하	0
2	컴프리	Symphytum(comfrey)		불검출	0

자료: KATI농식품수출정보

26) 기타(O): Others

▶ 알레르겐

일본 식품표시기준에서 정한 특정 원재료를 사용한 가공식품 및 특정 원재료를 이용한 첨가물을 함유한 식품은 알레르기 유발물질을 표시할 의무가 있음. 개별 표시의 원칙에 의한 표시 방법은 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것을 원재료로 포함하는 경우에는 원칙적으로 원재료명 바로 뒤에, 괄호 안에 특정 원재료 등을 포함하고 있음을 표시해야 함. 일본에서 청국장 유통 시 제품 라벨에 표기해야 하는 알레르겐 필수표기 성분 목록은 하기 표와 같음

[표 5.12] 일본 알레르겐 표기 대상 성분

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 제품 포함 여부	순번	표시 의무 여부	대상	고객사 제품 포함 여부
1	의무	밀	(-)	15	권장	오렌지	(-)
2	의무	새우	(-)	16	권장	키위	(-)
3	의무	계	(-)	17	권장	바나나	(-)
4	의무	달걀	(-)	18	권장	복숭아	(-)
5	의무	땅콩	(-)	19	권장	사과	(-)
6	의무	우유	(-)	20	권장	소고기	(-)
7	의무	메밀	(-)	21	권장	돼지고기	(-)
8	의무	호두	(-)	22	권장	닭고기	(-)
9	권장	아몬드	(-)	23	권장	젤라틴	(-)
10	권장	전복	(-)	24	권장	송이버섯	(-)
11	권장	오징어	(-)	25	권장	참깨	(-)
12	권장	연어	(-)	26	권장	참마	(-)
13	권장	연어알	(-)	27	권장	대두	V
14	권장	고등어	(-)	28	권장	캐슈넛	(-)

자료: 일본 소비자청(CAA)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 캉코쿠히로바(韓国広場)
2. 해피그룹  
(ハッピーグループ ソウル市場)
3. 탑밸루(Topvalu)

## Interview ①

27)

### 강코쿠히로바(韓国広場) Product Manager



#### 강코쿠히로바 (韓国広場)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 1993년 설립
  - 도쿄에 위치한 도·소매 및 수입업체
  - 주요 수입국: 한국
  - 취급 품목: 식료품과 화장품 등
  - 온/오프라인 유통채널 보유

#### 담당자 정보

Product Manager

#### Q. 일본 소비자들 사이에서 청국장에 대한 인지도와 수요는 어떠한가요?

일본에서 청국장은 이미 K-팝 인기가 최고조에 달했던 2015년부터 2017년까지 꽤 유명했습니다. 인기 있는 일본 영화에서 주연 배우가 청국장을 먹은 이후로 청국장은 일본에서 인지도가 높아졌습니다. 하지만 현지 소비자에게 청국장은 강한 냄새로 인해 인기가 없기에 인지도와 수요가 비례하지는 않습니다.

#### Q. 일본 소비자들에게 익숙한 낫또와 비교했을 때 청국장에 대한 인식은 어떻게 다른가요?

일본 소비자들은 청국장의 강한 냄새 때문에 낫또와 차이가 있다고 생각합니다. 생 청국장은 맛이 순하고 짜지 않으며 감칠 맛이 있어 낫또보다 밥이나 사케와 먹기에 괜찮다고 느끼지만, 청국장을 섞은 뒤 가열하면 냄새가 너무 강하다는 인식이 있습니다.

#### Q. 일본 소비자들 사이에서 낫또의 대체품으로 한국산 청국장의 수요가 있나요?

낫또와 청국장은 공통점이 있기는 하지만 본질적으로 다르기에 대체품이 될 수는 없습니다. 낫또는 흰 콩만 사용하며 정부가 승인한 한 종류의 박테리아만 발효에 사용됩니다. 하지만 청국장은 다양한 유형의 박테리아를 사용하여 여러 맛과 향을 낸다는 차이점이 있습니다. 또한, 낫또는 일본 요리에 잘 어울리지만, 청국장은 한국 요리에 어울립니다. 청국장은 매우 전통적인 한국 음식이기에 일본에서 적극적으로 홍보하기는 어려울 것입니다. 한국 음식 박람회나 일본의 축제에서 청국장을 홍보하는 것이 방법이 될 수는 있겠지만, 낫또조차도 일본에서 대중적인 식품은 아닙니다. 일본에서 낫또의 주요 소비자는 어릴 적 낫또를 먹으면서 자란 노인들이기에 낫또를 청국장으로 대체하는 것은 힘들 것으로 보입니다.

#### Q. 일본 소비자들은 청국장이나 낫또를 주로 어떻게 먹나요?

일본 소비자들은 아침에 생 낫또를 반찬으로 먹습니다. 전체 요리처럼 밥과 함께 주로 먹곤 합니다. 반면, 청국장은 일반적으로 청국장찌개를 제공하는 한식당에서만 먹는 것을 알 수 있습니다.

**Q. 고객사 제품이 한국산 청국장을 일본 소비자가 소비하기 위해서는 용량은 1팩에 어느 정도가 적절할까요? 또한, 제품의 포장 재질은 어떤 재질이 적합할까요?**

냉장 보관이 가능한 재밀봉 팩에 제품을 판매하는 것을 추천합니다. 청국장은 반찬처럼 생으로 먹기 힘들고, 일본 가정에서 매주 청국장을 요리해서 먹지 않기에 일상적으로 사용되지 않는다는 점을 고려해서 용량을 정하고 포장 재질을 선정하는 것이 좋습니다.

**Q. 고객사 제품의 셀링 포인트는 로스팅 인삼을 활용해서 특유의 냄새를 없애고 면역력 향상에 효과가 있으며, 유해물질 없이 풍미를 추가한 제품이라는 점입니다. 고객사 제품이 일본에서 경쟁력을 가지려면 강조해야 할 다른 셀링 포인트가 있을까요?**

청국장의 냄새를 없애는 것이 도움이 될 수 있지만, 그 과정에서 맛이 크게 변하지 않아야 합니다. 하지만 고객사 제품이 일본 소비자가 시도하기에 얼마나 매력적일지 정확하게 알 수 없습니다. 만약 고객사 제품이 찌개용 제품이라면 일식 요리와 어우러지게 만드는 방법을 생각해야 합니다.

**Q. 일본에서 청국장을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 추천하시나요?**

일본 내 청국장 제품의 구체적인 시장과 수요가 없기에 온라인 플랫폼에서 제품을 판매하는 것을 추천합니다. 제대로 시장이 형성되어 있지 않거나 수요가 많이 없는 제품을 수입하는 업체는 별로 없기에 고객사는 자체적인 온라인 채널을 유지하고 시장이 성장할 때까지 일본에서 제품을 알리는 데 노력을 기울여야 할 것입니다.

**Q. 일본에서 청국장을 판매하기 위해 어떤 소비자층을 타겟으로 하는 것이 좋을까요?**

낫또는 주로 지방에 거주하는 노인이나 중년 구성원이 있는 가족 단위 소비자 사이에서 흔한 요리입니다. 일본의 젊은 소비자들은 냄새 때문에 낫또를 선호하지 않으며 십 대 여성 소비자들은 낫또를 좋아하지 않습니다. 그렇기에 지방 소비자 중 중장년층 소비자를 대상으로 제품을 시험해 보는 것을 추천합니다.

**Q. 고객사 청국장 제품을 일본에 수출할 때 유의해야 할 점이 있나요?**

낫또를 발효시키는 데 사용되는 박테리아는 정부의 승인을 받았으며 제조와 판매에 허용된 유일한 박테리아입니다. 일반적으로 청국장은 다른 박테리아를 사용하기에 유통할 때 일본 정부의 승인이 가능한지 확인해야 합니다.

## Interview ②

28)



### 해피그룹(ハッピーグループ ソウル市場) Processed Food Manager

해피그룹  
(ハッピーグループ  
ソウル市場)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 1997년 설립
  - 도쿄에 위치한 제조 및 수입업체
  - 주요 수입국: 한국
  - 취급 품목: 식료품 및 화장품
  - 온/오프라인 유통채널 보유

#### 담당자 정보

Processed Food  
Manager

#### Q. 일본 소비자들 사이에서 청국장에 대한 인지도와 수요는 어떠한가요?

일본에서 청국장은 널리 알려져 있습니다. 5-7년 전부터 소비자들 사이에서 청국장에 대한 호기심을 갖게 되면서 일본 내에서 인기를 끌게 되었습니다. 현재에도 청국장은 꽤 인기가 있지만, 향이 자극적이기 때문에 현지 소비자들 사이에서 호불호가 나뉘고 있습니다.

#### Q. 일본 소비자들에게 익숙한 낫또와 비교했을 때 청국장에 대한 인식은 어떻게 다른가요?

일본 소비자들에게 낫또는 독립적인 반찬이지만 청국장은 요리의 재료로 사용되기 아주 다른 요리로 인식되고 있습니다.

#### Q. 일본 소비자들 사이에서 낫또의 대체품으로 한국산 청국장의 수요가 있나요?

일본 소비자들에게 청국장은 낫또의 대체품이 될 수 없습니다. 두 제품이 유사해 보이고 약간 맛이 비슷할 수도 있지만 두 제품은 근원적으로 다른 제품입니다. 또한, 낫또는 일본에서 문화와 전통에 기반을 둔 요리이기에 짧은 시간 안에 대체될 수 있는 음식이 아닙니다.

#### Q. 일본에서 가장 인기 있는 청국장 또는 낫또 브랜드는 어디인가요? 또한, 해당 브랜드의 제품의 포장방법, 마케팅은 어떠한가요?

일본에서 알려진 청국장 브랜드는 없습니다. 일본에서 청국장은 다른 한국 양념이나 반찬과 함께 판매되고 있겠지만, 김치나 고추장만큼 일본 소비자들의 관심을 받는 제품은 아닙니다. 가장 인기 있는 낫또 브랜드는 전통적인 방법으로 만들어지고 특정 현에서 브랜드화된 낫또 제품입니다. 일본의 거의 모든 현에는 지역 특산물 형태로 낫또가 유통되고 있습니다. 소비자마다 좋은 낫또에 대한 기준이 다르기는 하지만 온라인 쇼핑몰 '라쿠텐(Rakuten)'에서 구매자들의 후기가 가장 많은 제품을 찾아보는 것도 인기 있는 제품을 파악할 수 있는 좋은 방법입니다. 새로운 낫또 브랜드는 종종 소비자들 사이에서 선호도 파악을 위해 40g 용량의 시험 키트를 먼저 판매하기도 합니다. 또한, 낫또 제조업체들은 일반적으로 알려진 낫또의 맛뿐만 아니라 더 다양한 맛 옵션을 만들기 위해 노력하고 있습니다.

28) 사진 자료: 해피그룹(ハッピーグループ ソウル市場)

**Q. 고객사 제품이 한국산 청국장을 일본 소비자가 소비하기 위해서는 용량은 1팩에 어느 정도가 적절할까요? 또한, 제품의 포장 재질은 어떤 재질이 적합할까요?**

고객사 제품의 포장은 재밀봉이 가능하고, 공간을 많이 차지하지 않으며, 냉장 보관할 수 있는 포장 재질을 추천합니다. 또한, 포장에서 냄새가 새지 않는 것이 가장 중요하게 고려되고 선호될 것으로 보입니다.

**Q. 고객사 제품의 셀링 포인트는 로스팅 인삼을 활용해서 특유의 냄새를 없애고 면역력 향상에 효과가 있으며, 유해물질 없이 풍미를 추가한 제품이라는 점입니다. 고객사 제품이 일본에서 경쟁력을 가지려면 강조해야 할 다른 셀링 포인트가 있을까요?**

로스팅한 인삼을 제품에 활용하는 것이 청국장의 맛과 냄새에 어떤 영향을 미치는지, 맛이 더 좋아질지, 나빠질지, 아니면 실제로 냄새가 덜 날지 등의 효과가 궁금합니다. 해당 부분을 일본 소비자들에게 잘 설명하고 이해시키는 것이 중요해 보입니다. 이외에는 고객사 제품이 소비자의 이목을 끄는 요소 없으며, 새롭지 못해 보입니다.

**Q. 일본에서 청국장을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 추천하시나요?**

청국장을 판매하기에는 제품의 맛을 볼 수 있는 식료품점과 슈퍼마켓이 최고의 유통채널입니다. 청국장 제품의 실질적인 소비자는 낫또를 오랫동안 먹어온 노인 소비자들이기에 제품을 온라인으로 홍보하면 효과가 전혀 없을 것입니다. 온라인에서 제품을 판매한다면 일반적으로 부모님이나 조부모님에게 선물을 드리려는 손주들이 소비자의 대부분일 것입니다.

**Q. 일본에서 청국장을 판매하기 위해 어떤 소비자층을 타겟으로 하는 것이 좋을까요?**

낫또는 거의 노년층의 음식으로, 최근 20대와 30대는 물론이고 40대도 낫또를 먹는 경우는 거의 드뭅니다. 청국장이 반찬의 용도라면 노인 소비자들을 겨냥할 수 있겠지만, 단순히 요리에 들어가는 재료라면 독특한 레시피를 만들어 요리 업계나 주부들에게 어필하는 것이 나을 듯해 보입니다.



**Q. 일본 소비자들에게 청국장을 홍보하기 위한 효과적인 경로나 방법이 있나요?**

청국장은 매우 전통적인 한국 음식이기에 한국 드라마나 예능을 통해 가장 잘 홍보할 수 있습니다. 해당 제품은 일본 소비자들에게 먹어보라고 쉽게 홍보할 수 있는 제품은 아니지만, 한국 가수나 배우가 음식을 먹는 모습을 본다면 현지 소비자들도 직접 먹어보고 싶을 수도 있습니다. 따라서, 인플루언서 혹은 한국 방송을 통한 홍보가 진행되는 것이 효과적인 방법이라고 생각합니다.

**Q. 청국장을 일본으로 수출할 때 통관·검역과 관련하여 주의해야 할 사항이 있나요?**

일본으로 발효식품을 수입할 때 몇 가지 구체적인 정부의 지침이 있을 수 있으며, HACCP 인증서는 일본 소비자청에서 필수적으로 요구하는 인증 사항입니다.

## Interview ③

29)



탑밸루  
(Topvalu)

- 유형: 제조·유통업체
- 업체 특징:
  - 1979년 설립
  - 치바에 위치한 제조 및 도·소매업체
  - 일본 '이온(Aeon)' 그룹의 자체 상표
  - 취급 품목: 식료품, 옷, 애완동물 용품 등
  - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Foods Product Manager

### 탑밸루(Topvalu) Foods Product Manager

#### Q. 일본 소비자들 사이에서 청국장에 대한 인지도와 수요는 어떠한가요?

일본 소비자들 사이에서 청국장은 낫또와 비슷하지만, 냄새가 전혀 다른 음식으로 인식됩니다. 현지 소비자들은 청국장에 대한 호기심을 갖기는 하지만 먹어보려는 시도는 하지 않습니다.

#### Q. 일본 소비자들에게 익숙한 낫또와 비교했을 때 청국장에 대한 인식은 어떻게 다른가요?

일본 소비자들은 낫또는 짠 맛이 더 강하며 생 청국장과 낫또와 맛이 다르다고 인식합니다. 청국장은 짠 맛이 덜하고 콩의 맑은 맛이 나며 향도 더 강하지만 짠 맛은 청국장을 찌개로 만들면 더욱 심해진다고 생각합니다.

#### Q. 일본 소비자들 사이에서 낫또의 대체품으로 한국산 청국장의 수요가 있나요?

낫또는 거의 모든 일본 노인들의 주식이기에 청국장이 낫또를 대체할 수 있을지 잘 모르겠습니다. 노인 소비자들은 어릴 때부터 낫또를 먹어왔는데 갑자기 낫또를 다른 제품으로 바꾸려고 하면 불만을 가질 것입니다. 시식을 유도하여 소비자들이 청국장을 먹어볼 수는 있겠지만 낫또를 대체하기는 힘들 것입니다.

#### Q. 일본 소비자들은 청국장이나 낫또를 주로 어떻게 먹나요?

일본에서 낫또는 반찬이자 인기 있는 아침 식사 필수품입니다. 아침의 낫또 향은 일본 농촌의 상징 중 하나입니다. 낫또는 반찬으로 먹거나 밥과 섞어 '낫또밥'으로 먹습니다.

#### Q. 고객사 제품이 한국산 청국장을 일본 소비자가 소비하기 위해서는 용량은 1팩에 어느 정도가 적절할까요? 또한, 제품의 포장 재질은 어떤 재질이 적합할까요?

일반 가정을 위해 1인분 정도의 용량이 적당해 보입니다. 고객사 제품이 반찬용이나 요리의 재료용이라면 1-2인분 당 50g 정도의 소량이면 충분합니다.

**Q. 고객사 제품의 셀링 포인트는 로스팅 인삼을 활용해서 특유의 냄새를 없애고 면역력 향상에 효과가 있으며, 유해물질 없이 풍미를 추가한 제품이라는 점입니다. 고객사 제품이 일본에서 경쟁력을 가지려면 강조해야 할 다른 셀링 포인트가 있을까요?**

청국장 제품을 판매할 때, 콩의 원산지가 일본산인지 또는 수입산인지 또는 추가 재료가 100% 일본산인지 아니면 일부가 해외에서 오는지가 중요합니다. 또한, 요즘 낫또 제품들은 가다랑어포 맛, 정어리 맛, 겨자 맛과 같은 다양한 종류의 맛 옵션이 나오기에 어떤 맛 옵션이 있는지도 중요합니다.

**Q. 일본에서 청국장을 판매하기 위해 어떤 소비자층을 타겟으로 하는 것이 좋을까요?**

일본에서 청국장을 판매하기 위해 중년 주부와 노인들을 타겟하는 것을 추천합니다. 많은 젊은 소비자들은 강한 냄새 때문에 청국장을 선호하지 않습니다. 청국장을 요리하고 재료로 사용하는 데는 전문 지식과 기술이 필요하기에 주부들에게는 유용한 재료입니다. 그렇기에 주부들은 청국장을 쉽게 먹을 수 있고 향도 견딜 수 있습니다. 또한, 노년층은 청국장의 냄새가 자극적이어도 먹으며, 밥과 함께 섭취합니다. 그들에게 낫또는 식단에서 필수적인 음식입니다. 해당 소비자층에게 낫또와 유사한 청국장을 시험하고 시식 행사를 진행하는 것도 좋은 방법입니다.

**Q. 일본 소비자들에게 청국장을 홍보하기 위한 효과적인 경로나 방법이 있나요?**

많은 노인 소비자들은 가장 신선한 채소와 수산물과 고기를 사기 위해 아침 일찍 전통시장, 슈퍼마켓, 농산물 직판장에서 장을 보는 것을 선호합니다. 청국장이 일본 시장에 도입되는 초기에는 노인 소비자가 애용하는 해당 판매 채널에 유통하는 것을 추천합니다.

**Q. 청국장을 일본으로 수출할 때 통관·검역과 관련하여 주의해야 할 사항이 있나요?**

발효식품은 일본 소비자청의 엄격한 관리를 받습니다. 고객사는 청국장 제품을 일본에서 유통하기 위해 제품 품목의 제조 및 생산에 사용되는 모든 성분이 일본 정부의 허가 및 승인을 받아야 한다는 점을 유의해야 합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# Ⅶ 시사점



## 시장수요



일본 소스 및 향신료 시장규모는 향후 5년간 1.3%씩 증가할 것으로 전망되고, 기타 소스 시장규모는 향후 5년간 1.2%씩 증가할 것으로 전망됨. HS CODE 2103.90의 일본 對글로벌 수입규모는 지난 5년간 연평균 6.0%씩 증가했으며, 對한국 수입규모는 지난 5년간 18.9%씩 증가함. 한편, 2022년 기준 일본의 청국장 수입 국가들 중 수입규모 1위국인 태국의 연평균성장률은 3.0%를 기록함

수입유통업체 인터뷰 결과, 5-7년 전부터 일본 내 소비자들이 청국장에 대한 호기심을 갖게 되면서 일본 내에서 청국장이 인기를 끌게 됨. 현재에도 청국장은 꽤 인기가 있는 편이지만, 향이 자극적이기 때문에 현지 소비자들 사이에서 호불호가 나뉨



### 소비 특징 ①

일본 청국장 시장 내 '낫또' 인기 높음



일본 온라인 쇼핑물 판매 경쟁제품 키워드 분석 결과, 낫또가 가장 인기가 많은 것으로 확인됨. 이어서 말린 콩이나 미소, (낫또)파우더 등의 제품들이 수요가 있는 것으로 파악됨. 또한, 한국 장류로 고추장, 된장, 쌈장 등도 확인됨. 최근 한류 열풍에 힘입어 청국장 등의 음식이 인기를 끌게 됨에 따라 한국 장류에 대한 관심이 증가하는 추세임

일본 청국장 시장 내 주요 경쟁브랜드로는 쿠마낫또, 니다이메후쿠지로, 도난히라츠카, 마메노분시로, 오카 등이 빈출됨. 또한, 오푸드, 비비고 등의 한국 브랜드도 다수 확인됨



### 소비 특징 ②

'훗카이도산', '단백질 풍부' 등의 제품 홍보문구 다수

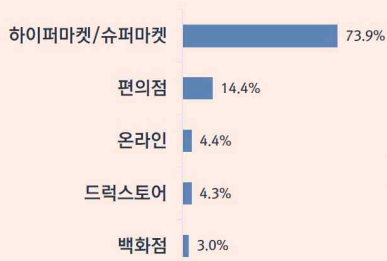


일본 온라인 쇼핑물 판매 청국장 제품 홍보문구 키워드 분석 결과, '훗카이도산' 홍보문구를 가장 많이 사용하는 것으로 확인됨. 또한, '단백질 풍부', '첨가제 없음', '건강을 위한', '유기농' 등 건강을 강조하는 제품 홍보문구도 다수 확인됨

일본 온라인 쇼핑물 판매 청국장 제품 패키징 키워드 분석 결과, 관련 키워드로 '팩'이 가장 많이 도출됨. 일본에서 판매 중이 낫또 제품의 경우, 1회용 용량을 팩으로 포장하여 판매하고 있는 것으로 확인됨. 또한, 일본에서 판매 중인 낫또나 낫또파우더의 경우, 주로 1회 섭취 가능한 양으로 포장되어 있으며, '40g', '50g' 등의 키워드가 빈출됨



## 일본 청국장 유통 비중



## 유통채널



일본 청국장 유통채널 점유율 조사 결과 하이퍼마켓/슈퍼마켓 (73.9%)이 압도적으로 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 편의점 (14.4%), 온라인(4.4%), 드럭스토어(4.3%), 백화점(3.0%) 채널이 일본 내 청국장의 주요 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 일본 내 청국장 제품의 주요 유통채널은 아마존(Amazon), 큐텐(Q10), 라쿠텐(Rakuten)과 같은 온라인 플랫폼임. 다만, 청국장 제품의 주요 타깃층이 노년층인 것을 고려할 때, 식료품점과 슈퍼마켓, 전통시장, 농산물 직판장 등 오프라인 유통채널에서 제품을 유통하는 것을 추천함

## 진입장벽

- ▶ Point 1) 일본 후생노동성 사전등록 必
- ▶ Point 2) HACCP 인증 권장
- ▶ Point 3) 라벨 일본어 표기 必



일본으로 청국장 수출 시, WTO 협정세율에 따라 10.5%가 적용됨. 또한, 일본으로 일반 가공식품 수출 시, 일본 후생노동성(MHLW)에 식품 사전등록을 필수적으로 진행해야 함. 품질 인증의 경우, HACCP, ISO 22000, IFS 인증 등이 권장됨. 또한, 유기농식품의 경우에는 JAS 유기농 인증을 취득하여 활용할 수 있음. 라벨의 경우, 반드시 일본어로 표기해야 하고, 폰트 사이즈는 최소 8포인트 이상이어야 함

## 수출 확대 전략

셀링 포인트  
&  
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 청국장과 비슷한 낫토 제품의 주 소비층은 노년층인 것으로 확인됨. 따라서 청국장 제품에 상대적으로 진입장벽이 낮은 노년층을 타깃하여 홍보 시, 제품의 맛을 볼 수 있는 식료품점과 슈퍼마켓에서 유통하는 것을 추천함

Point 02 제품 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 청국장 제품 일본 수출 시, 재밀봉이 가능하고, 공간을 많이 차지하지 않으며, 냉장 보관할 수 있는 포장 재질을 추천함. 또한, 포장에서 청국장 냄새가 새지 않는 것을 중요하게 고려해야 함. 청국장은 일본 가정에서 매일 먹는 음식이 아닌 점을 고려하여 제품을 1-2인분씩 소분하여 적은 용량으로 판매하는 것을 추천함



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2021
2. 리얼푸드(Real Foods), 「일본 조미료·향신료, 간편함에 주목」, 2020.02
3. 스태티스타(Statista), 「Sauces & Spices\_Japan」, 2023.10
4. 식품음료신문, 「세계 소스 시장, 건강·친환경 제품 수요 증가 속 한국산에 관심」, 2022.03
5. 식품음료신문, 「[글로벌 트렌드] 코로나 이후 일본 식품 시장 변화」, 2022.11
6. 스태티스타(Statista), 「Other Sauces\_Japan」, 2023.10
7. 스태티스타(Statista), 「Sales value of food and beverages retail trade in Japan in 2021, by channel」, 2023.02
8. 스태티스타(Statista), 「Retail sales share South Korea 2022, by channel」, 2023.02
9. 일본 후생노동성(MHLW), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020.06
10. 일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020.04
11. aT한국농수산식품유통공사, 「농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2022.09
12. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(일본편)」, 2020.12
13. 식품안전정보원, 「식품표시기준 Q&A 제2장 가공식품(최종개정 2021년 3월 17일)」, 2021.03
14. KATI농식품수출정보, 「일본, 후생노동성의 식품 기준 심사와 소비자청으로 이관」, 2023.06
15. 한겨레, 「“BTS가 즐기는 K소스 맛있어요”...한류 타고 고추장 수출도 ‘날개’」, 2022.01.24
16. 식품저널, 「된장·간장·청국장...혈압·혈당 조절, 면역 증진, 대장암에 효과」, 2023.10.13

### ■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
2. ITC(International Trade Centre) ([www.intracen.org](http://www.intracen.org))
3. 미쓰코시 백화점(三越) ([www.mistore.jp](http://www.mistore.jp))
4. 타임아웃(Timeout) ([www.timeout.com](http://www.timeout.com))
5. 웨어인도쿄(Where in Tokyo) ([whereintokyo.com](http://whereintokyo.com))
6. 다이마루 백화점(大丸) ([www.daimaru.co.jp](http://www.daimaru.co.jp))
7. 사이트시잉익스프레스(Sightseeing Express) ([sightseeingexpress.com](http://sightseeingexpress.com))
8. 라이프(Life) ([www.lifecorp.jp](http://www.lifecorp.jp))
9. 니케이아시아(Nikkei Asia) ([asia.nikkei.com](http://asia.nikkei.com))
10. 세이유(Seiyu) ([www.seiyu.co.jp](http://www.seiyu.co.jp))
11. 맥스밸류(MaxValu) ([www.maxvalu.co.jp](http://www.maxvalu.co.jp))
12. 홋카이도 가이드(Hokkaido Guide) ([hokkaidoguide.com](http://hokkaidoguide.com))
13. 장터 한국광장(韓国広場) ([shopping.geocities.jp/hiroba](http://shopping.geocities.jp/hiroba))
14. 예스마트(Yesmart) ([yesmart.co.jp](http://yesmart.co.jp))
15. 구글맵(Google Maps) ([google.co.kr/maps](http://google.co.kr/maps))
16. 교무수퍼(業務スーパー) ([www.gyomusuper.jp](http://www.gyomusuper.jp))
17. 텔레비도쿄(テレビ東京) ([www.tv-tokyo.co.jp](http://www.tv-tokyo.co.jp))
18. 라이브재팬(Live Japan) ([livejapan.com](http://livejapan.com))
19. 아마존 재팬(Amazon Japan) ([www.amazon.co.jp](http://www.amazon.co.jp))
20. 시밀러웹(Similarweb) ([www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))
21. 라쿠텐(Rakuten) ([www.rakuten.com.jp](http://www.rakuten.com.jp))
22. 일본후생노동성 ([www.mhlw.go.jp](http://www.mhlw.go.jp))
23. KATI농식품수출정보 ([www.kati.net](http://www.kati.net))
24. 관세법령정보포털 ([www.unipass.customs.go.kr](http://www.unipass.customs.go.kr))
25. 일본 농림수산성 ([www.maff.go.jp](http://www.maff.go.jp))
26. 일본 소비자청 ([www.caa.go.jp](http://www.caa.go.jp))
27. 한국식품안전관리인증원 ([fresh.haccp.or.kr](http://fresh.haccp.or.kr))
28. 플래티콘(Flaticon) ([flaticon.com](http://flaticon.com))
29. 캉코쿠히로바(韓国広場) ([www.kankokuhiroba.jp](http://www.kankokuhiroba.jp))
30. 해피그룹(ハッピーグループ ソウル市場) ([www.kankoku.co.jp](http://www.kankoku.co.jp))
31. 탑밸류(Topvalu) ([www.topvalu.net](http://www.topvalu.net))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.11.03

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한  
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.  
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는  
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea