

국외출장 결과보고서

구 분	내 역					
출장자	소속	수산정책사업본부	성명	김대영	직급	선임연구위원
				신진원		연구원
출장목적 (중복선택 가능)	<input checked="" type="checkbox"/> 현지조사(현장, 전문가 회의) <input type="checkbox"/> 국제행사 주최 <input type="checkbox"/> 국제행사 참가 <input type="checkbox"/> 국제회의(정부대표단) 참석 <input checked="" type="checkbox"/> 세미나, 교육, 훈련 <input type="checkbox"/> 기타 ()					
관련사업 (예산항목)	○ 출장목적 : 연구소 강연 수행 및 일본 수산물 소비 유통 현황 조사 ○ 관련사업 - 「해외시장분석사업」(정부대행사업) (사업기간 : 2023.01.01. ~ 2023.12.31.)					
출장기간	(김대영) 2023.02.23(목) ~ 2023.03.01.(수) / (6박 7일) (신진원) 2023.02.26.(일) ~ 2023.03.01.(수) / (3박 4일)		출장지		일본 (도쿄)	
출장일정	일자	방문지	주요업무*		항공편	
	02.23(목)	부산(13:15) → 서울(16:20) → 도쿄(18:35)	항공 이동 (김대영)		KE1818(부산 → 김포) KE2103(김포 → 하네다)	
	02.24(금)	오전: 가시마 평화연구소 오후: 동경해양대학교	강연 현지 전문가 인터뷰		대중교통	
	02.25(토)	개인 정비 및 인터뷰 일정 확정	-		-	
	02.26(일)	개인 정비 및 질의사항 정리 부산(13:15) → 서울(16:20) → 도쿄(18:35)	항공 이동 (신진원)		KE1818(부산 → 김포) KE2103(김포 → 하네다)	
	02.27(월)	오전: 전복 수입·유통업체 (트루월드재팬) 오후: 수협 도쿄무역지원센터, aT 도쿄지사	현지 업체 및 전문가 인터뷰		대중교통	
	02.28(화)	오전: 김 수입·유통업체 (동원재팬) 오후: 일본 수산청, 해조류 유 수입업체(텐케이재팬)	현지 업체 및 전문가 인터뷰		대중교통	
	03.01(수)	도쿄(12:25) → 서울(15:00) → 부산(18:00)	항공 이동 (김대영, 신진원)		KE2102(하네다 → 김포), KE1827(김포 → 부산)	

출장성과	<ul style="list-style-type: none"> ○ 출장목적 달성 정도 <ul style="list-style-type: none"> - 일본의 주요 소비품목 및 對일본 주요 수출품목의 최근 동향 파악 ○ 주요 성과 <ul style="list-style-type: none"> - 일본의 주요 소비품목 및 對일본 주요 수출 품목의 최근 동향 파악 - 일본 수산청과의 면담을 통한 일본 측 수출 및 소비 활성화 전략 청취
향후계획	<ul style="list-style-type: none"> ○ 출장 성과 공유 계획 <ul style="list-style-type: none"> - 본부 내 품목 담당자에 면담 내용 서면으로 공유 예정 ○ 정책화 등 활용 계획 <ul style="list-style-type: none"> - 일반연구(우리나라 수산식품 소비 활성화 방안 연구)의 사례분석으로 일본 수산물 소비 활성화를 위한 사례분석을 보고서 내용으로 활용
참고 등 특이사항 (건의사항)	

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

업무유형	<input checked="" type="checkbox"/> 현지조사(현장, 전문가 회의) <input type="checkbox"/> 국제행사 주최 <input type="checkbox"/> 국제행사 참가 <input type="checkbox"/> 국제회의(정부대표단) 참석 <input checked="" type="checkbox"/> 세미나, 교육, 훈련 <input type="checkbox"/> 기타 ()
업무①	2.24.(금) 오전 가시마평화연구소 강연
수행계획	<ul style="list-style-type: none"> □ 가시마평화연구소 강연 수행 - 참 석 자 : 코마츠 마사유키 연구소장, 요코야마 카츠히데(도쿄도립대학 도시가반환경학과), 마츠 마사 마사토시(이와테 의대), 오구로 카즈마사(호세이대학 경제학부), 코야노 마리(홋카이도대학 법학부), 미우라 다이스케(가나가와대학 법학부), 김대영 선임연구위원 - 강연 주제 : 동북아 수역 수산업 현재와 미래, 한중일 어업협력-한국 수산업의 현재와 미래-, 한국 수산업 동향과 한중일 어업관계 움직임에 대해 발표 - 강연 장소 : 가시마평화연구소
수행결과	<ul style="list-style-type: none"> □ 한중일 3국은 높은 어업의존도를 가지고 있으며 3국 간의 어업협력 필요성이 높다고 볼 수 있음. 첫째로는 한·중·일은 기후변화 영향을 동일하게 받고 있고, 동중국해, 서해, 동해의 동일한 바다에서 해양환경 및 어장을 공유하고 있음. 둘째, 수산자원은 EEZ 내외에서 이동·회유·분포하고 있으므로 자원관리는 공동 대응이 필요함 셋째, 한·중·일은 선망, 저인망, 연승 등이 한정된 어장에서 조업하고 있으므로 각국 어업의 존속은 상호 관련하여 있음, 넷째, 한·중·일의 1인당 수산물 소비량이 세계 평균보다 높고 주요 수산물 무역국이기도 함, 다섯째, 한·중·일 3국은 인구 감소, 노동력 부족, 지역 소멸 등 같은 어촌 문제에 직면해 있음 □ 따라서 한·중·일 3국 간의 어업협력 필요성은 높으며, 학술적인 측면에서 법제도 비교, 수산업 혁신, 어촌지역의 소멸 등과 관련된 연구협력을 추진할 필요성이 높음 <p>※ 참고 : 가시마평화연구소 발표자료</p>
업무②	2.24.(금) 오후 동경해양대학교 로쇼하, 와타나베 미도리 교수 인터뷰
수행계획	<ul style="list-style-type: none"> □ 동경해양대학교 교수 인터뷰 - 참 석 자 : 로 쇼하 교수, 와타나베 미도리 교수, 김대영 선임연구위원 등 3명 ※ 당초 24(금) 오후, 25(토) 오전으로 예정되었으나 면담자 사정으로 변경됨 - 인터뷰 질문 <ul style="list-style-type: none"> · 일본 내 수산물 소비 트렌드 변화 · 일본 수산물 소비 확대 및 회복 관련 의견 수렴 · 일본 수산물 수출 전략 및 수출지원 정책 현황 · 일본 양식업 성장산업화 관련 자료 수집
수행결과	<ul style="list-style-type: none"> □ 일본 내 수산물 소비 트렌드 변화 <ul style="list-style-type: none"> · 일본에서 수산물 소비는 가계 소비 감소, 외부화, 간편화, 양극화 등으로 정리할 수 있음. 일본에서는 주식인 쌀 소비가 지속해서 감소하고 있는데 1인당 쌀 소비량은 2020년 50.7kg으로 이는 1962년 118kg보다 반 이상 줄어든 것임. 그에 따라 쌀과 불가분의 관계에 있는 수산물 소비 역시 감소(2001년 40.2kg에서 2020년 23.4kg)하여 육류 소비가 수산물 소비를 앞지르고 있음 · 수산물에 대한 인식이 변화하고 있음. 즉 수산물 소비에 대해 소비자는 건강 지향, 경제

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

성, 간편화의 순서로 인식하고 있는데 안전성과 국산 선호에 대한 인식은 그다지 높지 않음. 또한 간편화와 가격에 대해서도 원재료 공급과 조리에 시간이 많이 소요되어 가격 상승이 불가피하지만 “고차 가공품을 저렴한 가격으로 공급하는 것”을 요구하고 있음

· 가정식에 대한 소비자의 평가는 나쁘지 않은데, 특히 젊은 세대의 만족도가 높은 것으로 나타났으며, 그 이유는 냉동식품, 포장 판매, 즉석식, 패스트푸드 등 가정에서도 먹을 수 있게 되었기 때문임

□ 일본 내 수산물 소비 확대 및 회복 관련 의견

· 수산물 소비가 감소한 것은 가격에 있는 것으로 볼 수 있음. 즉 2013년 이후 소비자 물가지수는 상승하고 있는데 생선어개류의 상승 폭이 가장 크며, 그에 따라 1인당 수산물(생선어개류) 구매량이 계속해서 감소하고 있음

· 향후 일본 수산물 소비는 코로나를 거쳐 정착된 생활양식과 식생활을 고려하고 소비자의 수산물 소비에 대한 인식 변화를 감안하여 수산물 소비 활성화를 위한 대응이 필요하며, 생산자, 유통 및 가공업자, 민간, 정부가 협력하여 새로운 비즈니스 가능성을 모색해야 할 것임

· 일본에서는 수산물 소비가 정체 또는 감소하고 있는 상황을 극복하기 위하여 수산청에서는 수산물 소비 확대 정보 사이트인 「맛있는 수산물을 먹고 싶어요(おいしいさかな食べた いね)」의 개설 등 다양한 활동을 하고 있음

· 예를 들어, 일본 수산청은 ‘수산물의 날(매월 3일부터 7일까지)’을 지정하였고, 이를 실현하기 위해 민관합동으로 ‘수산물의 날 추진위원회’를 만들어 활동하고 있음. 아울러 수산청 직원들이 ‘BUZZ MAFF’라는 인터넷 채널을 만들어 수산물의 장점이나 매력 홍보하고 있음. 또한 ‘국산수산물유통촉진센터’에서는 수산물 소비량 감소 등에 대응하여 일본국산 수산물의 유통·수출의 촉진과 소비 확대를 도모하는 사업을 추진하고 있음

□ 일본 수산물 수출 전략 및 수출지원 정책 현황

· 한편, 수산물 수출과 관련한 총괄 조직으로 농림수산성에 ‘농림수산물·식품수출본부(본부장은 장관)’를 2020년 4월에 설치하였고, 농림수산성 수출·국제국에 ‘농림수산물·식품수출본부 사무국’을 설치(농림수산성 수출·국제국 수출기획과장, 총무성, 외무성, 재무성, 후생노동성, 경제산업성, 국토교통성의 과장급으로 구성)

· 또한 「농림수산물 및 식품의 수출 촉진에 관한 법률」에 근거해 기본방침과 실행 계획을 수립하고 있는데 여기에 수산물 수출도 포함되어 있음. 실행 계획에는 농림수산성 및 관계부처가 파악한 수출국의 수입 규제, 수출산지의 육성 및 전개, 고품질 효율적인 수출 등에 대응한 물류 구축, 농림수산물·식품수출 촉진 단체의 조직화, 해외에 대한 지원체제의 정비, JETRO, JFOODO에 의한 사업자의 지원 등이 포함되어 있음

□ 일본 양식업 성장산업화 관련 자료 수집

· 양식업 성장산업화 종합전략은 수산물 수출 중점품목(방어, 돔, 가리비) 육성과 관련이 있는데, 일본 정부는 국내외 수산물 수요에 대응하여 전략 양식 품목을 설정하고, 생산으로부터 판매·수출에 이르는 전략을 수립한 것으로 2020년 4월 어류양식을 대상으로 하였고, 2021년 7월에 패류·해조류 양식을 추가하였음

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

- 이 종합적 전략에서 기본전략인 미래의 소비자 지향적 양식업의 내용을 보면, 어류양식은 정량(定量), 정질(定質), 정가격(定價格), 정시(定時)의 생산이 가능하며, 수요자 요구를 반영한 소비자 지향형 양식으로 전환을 통해 생산, 가공, 유통, 판매의 각 단계가 연계되어 가치사슬 향상을 도모

<표> 대응사례의 유형

생산자협업	산지사업자협업	생산자형기업	1차 통합기업	유통형기업
복수의 비교적 소규모인 양식업자가 연계하여 판매업자와의 위탁계약 등을 통해 생산·판매	양식업자와 어업협동조합이나 산지의 먹이 공급·가공·유통업자와의 연계하여 생산·판매	양식을 본업으로 하는 어업자가 지역 양식업자의 사업승계나 신규어장의 사용 등에 따라 규모 확대를 추진하여 기업화하고, 생산·판매하는 형태	양식 밸류체인인 생산(먹이, 종묘 등, 양식), 가공, 유통, 판매 기능의 전부 또는 대부분을 한 회사 기업에 의해 생산·판매	유통업이나 식품 판매업을 본업으로 하는 기업이 경험 이 있는 양식업자의 참가나 기술 습득의 기간을 거쳐 양식업에 참가하여 생산·판매

자료 : https://www.jfa.maff.go.jp/j/saibai/yousyoku/attach/pdf/seityou_senryaku-6.pdf

업무③

2.27.(월) 오전 일본 트루월드코리아

수행계획

- 일본 트루월드코리아(한국 전복 수입업체)
 - 참 석 자 : 신우순 대표이사(인터뷰), 김대영 선임연구위원, 신진원 연구원(서기) 등 3명
 - 인터뷰 질문
 - 한국 전복 수입 현황 및 일본 시장 동향(점유율, 가격, 유통경로 등) 파악
 - 일본 전복 생산 현황 및 현지 유통·소비동향 조사
 - 일본 전복 수입 절차 및 비관세장벽 동향 조사

수행결과

- 면담업체 정보
 - 해당 업체는 한국산 수산물로 주로 수입하는 업체로, 핵심 품목은 전복, 그 외 넙치 및 김 일부를 수입하고 있음. 미국에 본사(트루월드푸드)의 계열사이나 사업 운영은 별도로 하고 있으며, 토요스시장의 중개인 자격을 보유하고 있음
- 한국 전복 수입현황 및 일본 시장 동향
 - 한국에서 수입되는 전복은 주로 완도에서 수입하며, 일본 활어차를 통해 운송하고 있음. 코로나 이전에는 일본 활어차가 완도까지 입도하여 운행하는 방식으로 진행하였으나, 운전자 교대 문제 등으로 현재는 완도→부산은 한국 활어차가, 부산→일본은 일본 활어차가 운송을 담당하고 있으며, 차량 간에 환적 작업이 이루어짐
 - 일본으로 도착한 활어차는 일본 주요 거점을 경유하며 전복을 하차하고, 거점에서는 레스토랑, 여관, 슈퍼마켓 등으로 소분하여 운송함. 전복의 주요 거점은 후쿠오카(福岡), 오사카(大阪), 나고야(名古屋), 도쿄(東京)이며, 간혹 수요자의 요청에 따라 홋카이도 지방까지 운송하는 경우도 있음
 - 일본에서 전복은 고급 식재료로 인식되고 있으며, 특히 1월 1일에 온천(료칸)이나 레스토랑에 방문하여 먹는 오세치(御節) 요리에 전복과 랍스터가 필수적으로 포함되는 품목임, 이러한 인식 때문에, 일본에서 전복은 집에서 요리하는 음식이 아닌 외식용으로만 접할

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

수 있는 식재료로 여겨졌음

- 그러나 코로나로 인한 외식수요의 감소로 인해 슈퍼마켓 등 소매점을 중심으로 내식(內食) 조리용 전복을 기획하면서, 한국산 전복의 새로운 판로가 마련되었음. 대표적으로 AEON, 야오코(ヤオコー), 라이프 슈퍼마켓(LIFE Supermarket) 등이며, AEON은 간토(關東) 지방 62개 지점을 포함한 일본의 120개 점포에 전복을 납품하고 있으며, 라이프 슈퍼마켓은 간사이(關西) 지방 150개, 간토 지방 130개 지점에 한국산 전복을 납품하고 있음
- 한국산 전복은 활어차 1대당 약 3톤(실중량 기준)의 물량을 적재할 수 있음. 포장은 플라스틱 상자 10kg를 기준으로 포장하며, 크기에 따라 구분하여 외식용 또는 소매용으로 구분하여 포장함. 보통 7~9미 정도 되는 대형 전복은 외식용으로 레스토랑과 온천 등에 납품되고 10~13미 크기의 전복은 소매용 슈퍼마켓으로 많이 납품되며, 선호하는 사이즈는 슈퍼마켓 브랜드마다 차이를 보임(AEON은 10미, 야오코는 13미를 많이 선호함)
- 일본 내 전복시장 규모는 3천 톤 정도로 추정하고 있으며, 이중 한국산이 2천 톤 정도로 전체 시장의 60% 이상을 차지하고 있다고 생각함. 한국산 전복 외에도 일본 자연산, 중국산, 호주산, 칠레산 등이 유통되는데 품질 측면에서 경쟁력이 우수한 한국산과 일본 자연산이 고급으로 인식됨
- 국산 전복은 활어차로 운송되어 운송기간이 짧다는 점과 사료가 아닌 미역·다시마 등을 먹이로 사용하기 때문에 품질 면에서 우수하다는 평가를 받고 있음. 최근 기업의 ESG 적용에 따라 지속가능한 수산물에 대한 수요가 높아지고 있는데, 한국산 수산물 수출업체가 ASC를 취득하면서 글로벌 HORECA 기업으로의 납품이 다른 국가에 비해 수월하다는 장점이 있음

□ 일본 전복 생산 현황 및 현지 유통·소비동향

- 일본 전복은 과거 연간 6~7천 톤 정도 양식으로 생산되었으나, 2011년 동일본 대지진 이후 양식장이 파괴되면서 자연산 전복만 남아 있는 상태임. 자연산 전복은 종자를 연안에 살포하는 방식으로 생산하고 있으며, 산리쿠(三陸) 지역과 에히메현(愛媛県)을 중심으로 이루어지고 있음. 그러나 전복이 성개와의 먹이 경쟁에서 밀리며 성체로 자라는 전복이 많지 않으며, 현재는 약 800~1천 톤 가량 생산되고 있음
- 현재 일본 정부는 전복 자체 수급을 위한 노력으로 육상 양식장 건설(시즈오카, 静岡) 등을 추진했으나, 전복 먹이의 부족, 인건비 상승 등으로 인해 상업화가 정착되지 못하고 있는 상황이며, 외국 전복에 공급을 의지하고 있음
- 중국산 전복은 과거 저렴한 가격으로 일본에 많이 유입되었으나, 양식장 환경이 청결하지 못하고 품질이 우수하지 못하다는 점에서 일본 외식업체의 선호도가 낮음. 호주산, 칠레산은 자연산과 양식산이 혼합되어 일본으로 유입되는데 크기가 한국산 전복보다 큰 대신 식감이 무르고 바다향(磯の香り)이 적어, 일본의 중식집 철판구이용(鉄板焼き)으로 사용되며, 오세치 요리나 소매용으로는 부족한 점이 있음

□ 일본 전복 수입절차 및 비관세장벽 동향

- 일본으로 수입되는 전복은 모니터링 검사를 실시하며, 모니터링 검사는 수입전량이 아닌 물량 전체의 5~10%를 검사 후, 유통과정에서 문제가 발생할 경우, 회수 및 폐기 조치를 취하는 방식으로 진행됨. 아직까지 전복은 통관거부 또는 회수조치가 된 사례는 없음. 또한

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	<p>일본에서 검사명령으로 전량 실시하는 이매패류가 아니어서 통관 문제를 겪은 적은 없음</p> <p>□ 수출애로사항 및 한국 전복 경쟁력 강화 방안</p> <ul style="list-style-type: none"> · 현재 일본의 전반적인 물가 상승과 수산물 소비의 위축으로 전복 또한 소비량이 감소할 수 있다는 위기감이 일본 생산자·수입업자를 중심으로 감돌고 있음. 전복의 주 소비계층은 50~70대로 전복이 고급 식재료라는 인식이 있으나, 20~30대는 가성비를 중시하여 연어를 더 많이 찾는 추세임. 또한 중국에서 한 해에 20만 톤의 전복이 생산되는데, 이것이 일본으로 유입된다면, 가성비를 중시하는 최근 일본 소비자의 행태에 따라 한국산 전복의 위기가 올 수도 있어 대비가 필요하다고 생각됨 · 과거에는 일본 소비자의 한국산 수산물 인식이 안 좋았으나, 일본 내에서의 전복 어획량 감소 및 한국산 전복의 지속적인 품질 개선으로 현재는 탁월한 경쟁우위를 확보하고 있음. 한국산 전복이 경쟁우위를 계속 유지하기 위해서는 생산이력제 도입을 통한 안전성 강화, 제품 브랜딩 및 TV 홈쇼핑 등을 통한 다양한 판로 개척이 필요할 것으로 생각됨
업무④	2.27.(월) 오후 수협중앙회 도쿄무역지원센터
수행계획	<p>□ 수협중앙회 도쿄무역지원센터</p> <ul style="list-style-type: none"> - 참 석 자 : 박강성 센터장(인터뷰), 고다숨 과장, 김대영 선임연구위원, 신진원 연구원(서기) 등 4명 - 인터뷰 질문 <ul style="list-style-type: none"> · 일본 내 한국 수산물 인지도 및 시장 현황 조사 · 일본 수산물 시장 현황 및 수출 유망품목 조사 · 일본 수산유통적정화법 시행에 따른 특정 제2종 수산물 수출 애로사항 조사 · 일본 진출 한국 수산식품기업의 애로사항 및 필요 지원 내용
수행결과	<p>□ 일본 내 한국 수산물 인지도 및 시장 현황 조사</p> <ul style="list-style-type: none"> · 해당 기관은 수협중앙회에서 한국산 수산물 수출을 지원하기 위해 설립되었으며, 일본 현지 수산물 시장 동향 조사 및 일본 내 통관애로사항 해소 등을 주요 업무로 담당하고 있음 <p>□ 일본 수산물 시장 현황 및 수출 유망품목 조사</p> <ul style="list-style-type: none"> · (굴) 일본에서 주로 소비되는 굴은 외식용으로 많이 사용됨. 알이 크고 선도가 좋은 것은 굴짬, 굴구이, 훈제 굴 등으로 사용되며, 이보다 선도가 적은 것은 굴 튀김(カキフライ)으로 많이 사용됨. 일본에서 유통되는 굴의 70% 정도는 굴 튀김으로 소비됨. 일본 본토에서 생산되는 굴은 유통시장 전체의 약 60%를 차지하며, 미국산이 10%, 중국산이 8%, 한국산이 3~5%를 차지함. 굴의 주요 생산지는 히로시마, 미야기 등이며 주요 산지의 생산량이 수입량 결정에 영향을 미침 · (넙치) 한국산 활 넙치는 활어차를 통해 운송되며, 일본에서는 우리나라와 마찬가지로 회, 초밥(ねた)으로 많이 활용되고 있음. 일본 넙치의 주 생산지는 오이타(大分), 가고시마(鹿児島)인데, 품질이 좋지 않아 횡감용 필렛으로는 한국산을 선호하는 일본 바이어가 많음. 활 넙치의 운송경로는 후쿠오카-오사카-나고야-아오모리(青森県) 순으로 운송되며, 간혹 홋카이도 쪽에서 넙치를 원할 경우, 활어차가 토마코마이(苫小牧)항을 통해 입국하거나 항공을 통해 운송함. 과거 한국의 후쿠시마산 수산물 규제에 대한 WTO 승소로 일본이 한국 넙치에 대한 쿠도아층 검사를 강화했는데, 이 조치가 오히려 일본 넙치 시장을 축소시키는 계기가

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	<p>되었으며, 일본 소비자들은 넙치를 대체하기 위해 돔으로 소비가 이동하는 현상이 나타남</p> <ul style="list-style-type: none"> · (멸치) 2023년 일본으로의 멸치 수출이 증가한 원인은 일본 내 외식수요 회복으로 생각됨. 일본에서 멸치는 시라스(しらす)와 니보시(煮干し)로 구분할 수 있는데, 시라스는 실과 같이 작은 멸치로 회 및 덮밥용으로 사용되며, 니보시는 시라스보다 큰 멸치로 육수용으로 많이 사용됨. 또한 멸치·정어리 등을 식초 등에 절여먹는 난반즈케(なんばんずけ)에도 많이 사용되고 있음 · (눈볼대) 눈볼대(あかむつ, ノドグロ)는 일본 내에서 고급어종에 속하며, 선어·건어물 형태로 일본 내에서 많이 유통됨. 눈볼대는 주로 소금구이와 이로리야키(囲炉裏焼き, 생선의 입에서 꼬리지느러미까지 꼬챙이를 끼워 숯불에 구워 먹는 방식) 등으로 소비되고 있으며, 쓰시마(対馬)·시마네(島根)에서 어획된 눈볼대를 고급으로 취급함 <p>□ 일본 수산유통적정화법 시행에 따른 특정 제2종 수산물 수출 애로사항 조사</p> <ul style="list-style-type: none"> · 한국 수출업체의 수산유통적정화법 대응은 원만하게 진행되고 있는 것으로 보임. 현재 특정 제2종 수산물로 지정된 4개 어종 중, 일본으로 수출이 되는 어종은 오징어와 고등어가 있으며, KMI 또는 수협을 통해 안내받고 수산물품질관리원으로부터 어획증명서를 발급받아 제출하고 있음. 그러나 현재까지 우리나라는 EU 수출 시 사용하는 양식을 그대로 사용하고 있으며, 해당 어획증명서에 'For Japan Market'이라는 관인을 받아 일본에 제출하는 형태로 절차가 진행되고 있음. 향후 특정 제2종 수산물의 확대 움직임과 절차의 편의성을 위해 일본 수출에 사용될 수 있는 별도의 양식이 마련되어야 할 것으로 생각됨 <p>□ 일본 진출 한국 수산식품기업의 애로사항 및 필요 지원 내용</p> <ul style="list-style-type: none"> · 일본 바이어들은 수산물 수입에 있어 품질·가격에서 매우 간소한 입장을 취하고 있으며, 수출성약률이 50%에 머물 정도로 매우 낮은 수치를 보이고 있음. 수출초보기업 입장에서 애로사항을 가장 많이 이야기하는 부분은 경험 부족에 따른 바이어 대응의 어려움, 상품 준비과정 및 각종 규제(수출·통관절차, 라벨링, 위생증명서) 등임. 일본 바이어 측에서 원하는 과정으로 맞추어 수출 성사 직전까지 왔어도, 마지막에 가격이나 품질 등을 문제 삼아 계약을 파기하는 사례도 많이 있음 · 센터에서는 이러한 애로사항을 가진 기업을 대상으로 제조부터 연구개발·특허출원·포장·마켓 테스트를 원스톱으로 지원하는 사업을 진행하고 있음. 2021년에는 봉장어 도시락(에끼벤, 駅弁)을 출시하여 신칸센 기내식으로 입점시켰으며, 작년에는 김치에 일본인이 좋아하는 전복과 유자향을 첨가하여 좋은 반응을 얻어냈음. 일본 가공업자는 직접 가공을 위탁가공보다 선호하는 편이어서 신제품 개발을 꾸준히 진행하여 한국산 수산식품도 시장에서 많이 노출될 필요성이 있다고 생각됨
업무⑤	2.27.(월) 오후 aT 도쿄지사
수행계획	<p>□ aT 일본지역본부 도쿄지사</p> <ul style="list-style-type: none"> - 참 석 자 : 김형표 부장, 김행남 부장, 권정은 과장(인터뷰), 김대영 선임연구위원, 신진원 연구원(서기) 등 5명 - 인터뷰 질문 <ul style="list-style-type: none"> · 한국 수산식품 진출 현황 및 수산물 인지도 현황 조사 · 일본 수산물 시장 현황 및 수산물 소비 감소에 따른 현지 대응 현황 조사 · 일본 진출 한국 수산식품기업의 애로사항 및 필요 지원 내용

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

수행결과

□ 면담기관 정보

- 해당 기관은 한국농수산물유통공사(aT)에서 한국산 농·수식품 수출을 지원하기 위해 설립되었으며, 일본 현지 농·수산물 시장 동향 조사 및 일본 내 한국업체 네트워크 구축 등을 주요 업무로 담당하고 있음

□ 한국 수산식품 진출 현황 및 수산물 인지도 현황 조사

- (굴) 우리나라 굴은 주로 굴을 박신하여 냉동 후 일본으로 들어오는 경우가 많음. 냉동굴은 주로 통조림 가공용으로 많이 쓰이고 음식점으로 출고되는 생굴은 페루산, 뉴질랜드산이 많음, 한국 냉동굴은 800g으로 포장하여 1,500엔에 판매되고 있음. 굴 유통가공업체는 오사카 주변으로 많이 위치되어 있음
- (전복) 일본에는 양식으로 전복을 생산하지 않고 있으며, 이와테현을 중심으로 자연산 전복을 살포하는 방식으로 생산하고 있음. 자연산 전복은 10미 기준으로 3,000엔이며 한국산 양식 전복보다 3배 가량 비싼 가격을 형성하고 있음. 또한 자연산은 성게와의 먹이경쟁과 성장환경의 차이로 인해 고른 사이즈를 채취할 수 없다는 점에서 외식업체에서 특별하게 선호하지 않고 있음

□ 일본 수산물 시장 현황 및 수산물 소비 감소에 따른 현지 대응 현황 조사

- 수산가공식품 기준으로 가장 많이 소비되는 제품은 전갱이로, 생산량은 약 2만 톤으로 추산됨. 그다음으로 건멸치, 가다랑어포, 참치통조림, 가다랑어통조림 순으로 생산, 유통되고 있음. 어종 기준으로는 전갱이(アジ), 건멸치(煮干し), 임연수어(ホッケ), 봉장어(アナゴ) 텐동이 인기 있는 어종으로 자리 잡고 있음
- 한국의 KOTRA와 비슷한 성격을 갖는 JETRO는 일본 농·수산물 수출 진흥을 위해 산하에 J-FOODO를 설립하여, 수출 관련 지원을 전담하고 있음. 특히 JETRO는 한국의 농·수산물 수출 촉진 지원에 대한 관심이 높으며, 2018년 한국의 수출지원제도를 정리하고 사례분석을 실시한 보고서도 발간되었음. JETRO는 한국의 농·수산물 수출제도에 대해 “수출지원사업이 생산부터 수출까지 체계적으로 갖추어져 있으며 현지 시장동향을 빠르게 파악하고 생산자단체에 정기적으로 정보를 제공하는 체계가 갖추어져 있다”며 수출창구 단일화, 지역간 경쟁 해소, 물류비 지원 등 일본에 시사하는 바가 크다고 언급하였음

□ 일본 진출 한국 수산식품기업의 애로사항 및 필요 지원 내용

- 일본에서 한국 수입업체와 많이 거래하는 공장은 젓갈과 조미김 공장임. 조미김 공장은 한국의 마른김을 수입하여 일본에서 가공하는 형태로 우리나라 브랜드가 표시되어 유통되고 있음. 한국산 김을 가공하는 업체는 대상재팬, CJ재팬, 노리재팬, 니코니코노리 등이며, 동원재팬은 조미김 수입을 위한 물류창고를 운영하고 있음. 젓갈의 경우, 창란젓, 오징어젓, 낙지젓 등이 생산되고 있으며, 제조를 위한 어란과 오징어를 한국에서 수입하고 있음
- 일본으로의 수산물 수출은 한·일 양국의 외교관계에 따라 절차가 변하는 성격을 갖고 있음. 일본에서는 수입식품감시지도계획을 통해 수산물의 검사 종류 및 건수를 할당하고 있는데, 외교관계가 경직되면 계획 이외의 검사를 도입하거나 모니터링 비율을 상승시키는 등의 조치를 취하고 있음. 특히 어떤 제품이 모니터링 검사 또는 검사명령에 포함될

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	<p>경우, 검사비 5만 엔을 납부하고 수입통관이 완료될 경우 통관비 2만 엔을 추가로 납부해야 하는데, 여기에서 발생하는 비용이 연간 2천만 원 정도로 추정하고 있음. 현재 수산식품의 경우 한국은 5%, 중국은 10%의 모니터링 비율을 적용하고 있음. 우리나라 수출가공업체는 HACCP 및 일본의 『절임식품 가이드라인』에 맞춰 설비 운영 및 위생계획을 준수하고 있지만, 식품 특성상 미생물 발견을 원천 차단할 수는 없어서 문제를 갖고 있음. 이 사안은 영양학적(과학적) 접근이 필요하나 일본의 조치는 다소 정치적·외교적인 색채를 띠고 있다고 생각함</p> <ul style="list-style-type: none"> · 일본의 경기 위축과 주요 소비층의 고령화로 인해 향후 수산물 소비가 감소할 수 있다는 위기의식은 일본 정부와 업체에 현실적인 문제로 인식되고 있음. 단기적으로는 통관비 지원 또는 유가보조금 지원 등을 통해 수출업체의 가격 부담을 낮출 필요가 있고, 장기적으로는 한국 수산가공품의 시장점유율 확대를 위한 연구개발 및 한국 브랜드 구축 등의 관점에서 정책을 지원할 필요가 있음
업무⑥	2.28.(화) 오전 동원재팬
수행계획	<ul style="list-style-type: none"> □ 동원재팬(일본 김 수입업체) <ul style="list-style-type: none"> - 참 석 자 : 동원재팬 사장 하기석(인터뷰), KMI 수산정책사업본부장 김대영, 해외시장분석센터 신진원 연구원(서기) 등 3명 - 인터뷰 질문 <ul style="list-style-type: none"> · 한국 수산식품(김) 진출 현황 및 수산물 인지도 현황 조사 · 일본 김 생산·가공현황 및 소비현황 조사 · 일본 2023년 IQ 제도 시행에 따른 할당량 및 정책 변경사항 · 일본 시장 주요 경쟁국가 및 한국산 김 경쟁력 강화 방안
수행결과	<ul style="list-style-type: none"> □ 면담기관 정보 <ul style="list-style-type: none"> · 해당 업체는 한국의 동원그룹에서 설립한 자회사로 동원그룹 제품의 일본 수출 및 현지 동향 파악, 일본 프로모션 등을 진행하고 있음. 주요 수출품목은 김, 참치, 전복(죽) 등이며, 2022년 기준 25백만 매의 김 IQ 할당량을 보유하고 있으며, 약 300억 원(28억 엔)의 매출 실적을 기록함 □ 한국 수산식품(김) 진출 현황 및 수산물 인지도 현황 조사 <ul style="list-style-type: none"> · 일본으로 수입된 조미김은 전량 컨테이너를 통해 운송되며, 일본 유통업체인 AEON의 주요 물류창고에 입고·소분되어 각 슈퍼마켓으로 배송되는 운송 형태를 취하고 있음 · 일본 소비자가 김 제품을 선택하는 결정요인은 맛과 가격임. 맛은 김(원초) 고유의 향, 기름, 소금으로 구분할 수 있음. 일본 소비자에게 인기가 많은 브랜드인 코스트코는 중간 밴더 마진이 없다는 점을 활용해 저렴한 가격으로 시장에서 승부를 보는 전략을 택하고 있음. 동원이나 CJ, 오리온자코 등 국산 김은 원초와 기름의 향을 바탕으로 타겟 고객층을 확보한 상황이며, 한국 김만 선호하는 일본 고객이 늘어 어느 정도 로열티를 형성한 상태로 파악하고 있음. 한국 김을 섭취하고 피드백을 주는 고객은 별도로 관리하여 개선사항을 계속 반영하고 있으며, 일본 명절인 오봉(8.15.)을 목표로 집중적인 품질 개선 및 마케팅을 시행할 계획임 □ 일본 김 생산·가공현황 및 소비현황 조사

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

- 일본에서 주로 김을 생산하는 지역은 큐슈(ありあけ), 세토우치(瀬戸内), 동일본 중심으로 양식장이 형성되어 있음. 평균 생산량은 80억 매로 추산되었으나, 2021년 기준 양식장 환경을 악화 등으로 인해 60억 매 정도 생산된 것으로 확인됨. 이에 따라 원초 가격도 많이 상승하여 평균 12~13엔에 머물던 원초 가격이 최근 21~22엔까지 상승하는 것이 확인됨(현물가격 기준)
- 일본 시장에서 김 자급률은 50% 정도인 것으로 알고 있으며, 그 외는 한국과 중국이 40%, 10% 가량을 차지하고 있는 것으로 알고 있음. 최근 태국이 한국산 김을 벤치마킹(10pcs, 12봉 조미김)하여 맛과 가격으로 일본 시장 진출하고 있음

□ 일본 2023년 IQ 제도 시행에 따른 할당량 및 정책 변경사항

- 과거에는 조미김 IQ 물량은 항상 남았으나, 2018년부터 코스트코 자반김이 IQ 물량 3억 매를 취득하면서 조미김 물량이 부족해진 상황임. 일본 측에서도 조미김에 대해서 향후 IQ 물량을 확대하려는 움직임을 보이고 있으나, IQ 제도를 전면적으로 폐지하거나 축소하는 움직임은 없을 것으로 생각됨

□ 일본 시장 주요 경쟁국가 및 한국산 김 경쟁력 강화 방안

- 한국 김이 일본 시장에서 성과를 내는 것은 사실이나, 앞으로 김 산업 및 수출 측면에서 어려울 것으로 전망하고 있음. 먼저 한국·일본 모두 생산 작황 부진에 따른 원초 가격 상승으로, 조미김 제조업체의 원초 확보에 사활을 거는 상황이 도래할 수도 있으며, 원자재 가격 상승에 따른 조미김의 가격 상승 또한 불가피한 상황임. 경기 침체에 따라서 일본 소비자들도 가성비를 추구하는 소비행태가 나타나고 있는데, 한국산 김의 가격이 상승할 경우, 코스트코 또는 중국·태국 김으로 이동할 수 있는 소비자도 분명히 존재할 것으로 생각함
- 또한, 현재 일본 정부는 김에 대해 관세 25%를 부과하고 있는데, 조미김에 부과되는 관세는 가격경쟁에서 악영향을 미칠 것으로 생각됨. 한국의 인건비도 일본보다 높아진 시점에서 원초 가격, 포장재, 인건비 전체에 관세가 부과될 경우 일본에서 가공하는 김보다 가격이 높아질 수밖에 없음. 이러한 시장 환경으로 CJ는 가공공장 위탁(신 인터내셔널)을 통해 일본에서 조미김을 생산하고 있으며, 일본이 김 공장을 유치하기 위한 전략적인 스탠스를 취하고 있는 것으로 보임. 동원재팬은 아직 위탁을 고려하지 않으나, 이러한 현상이 계속될 경우, 한국 김은 차별화 전략을 채택하여 고부가가치 김 제품을 생산하는 것이 출구전략이 될 것으로 생각됨
- 고부가가치 김 제품 선택을 위해서는 일본의 원초 감별 시스템을 벤치마킹할 필요성도 있다고 생각됨. 일본은 김을 10단계로 구분하여 원초부터 프리미엄화하는 노력을 하고 있으며, 일본 시장에서 한국 김이 계속 마켓 파워를 유지하기 위해서는 원초 구분, 프리미엄화를 통한 고부가가치 김 제품의 생산과 한국 김 브랜드 마련이 필수적이라고 생각함. 현재 일본에 유통되는 조미김은 한국산을 강조한 것은 많지만, 한국 브랜드가 유명해진 사례는 없는 것으로 알고 있음

□ 한국산 수산물 수출진흥 건의사항

- 코로나바이러스 이후 한국산 수산물·수산물식품이 일본 시장에서 판로를 확보하고 있으며, 일본이 주요 수산물 수입국이 되면서 기회도 늘었다고 생각함. 일본 소비자들도 수산물

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	<p>의 원산지보다 가격·품질·맛 등을 더 중요하게 생각하면서 한국산 제품의 기회 요인은 계속 커질 수 있다고 생각함. 그러나 아직 한국산 수산물에서 두드러지는 브랜드가 나타나지 않고 있어, 이에 대한 지원이 필요할 것으로 보임. 원물 중심의 수출구조를 개선한 제품 부가가치 확보, 브랜드 고급화 및 위생·품질 우수성 등을 통해서 한국산 수산물의 강점을 살린 차별화 시장을 형성하는 것이 중요함</p>
업무⑦	2.28.(화) 오후 일본 수산청
수행계획	<p>□ 일본 수산청 어정부 가공유통과</p> <ul style="list-style-type: none"> - 참 석 자 : 漁政部 가공유통과 과장보좌 미즈타니 코이치, 수출기획계 후쿠모토 다이치, KMI 수산정책사업본부장 김대영, 해외시장분석센터 신진원 연구원 - 인터뷰 질문 <ul style="list-style-type: none"> · 일본 수산물 수출 현황 및 해외수출 촉진제도 현황 · 일본 정부에서 추진하는 수산물 수출제도 운영 현황 및 주요 지원내용 · 일본 수산물 수출 증대를 위한 정책 방향 지원
수행결과	<p>□ 수산물 수출 담당 부서 및 제도</p> <ul style="list-style-type: none"> · 수산물 수출은 수산청 어정부 가공유통과에서 담당하고 있는데 상위기관은 농림수산물 '농림수산물·식품수출본부'에서 농림수산물 수출을 전체적으로 총괄하고 있으며, 그 하부에 '농림수산물·식품수출본부사무국'과 '수출기획과'가 있음 · 수산물 수출 관련 제도인 2019년 11월에 「농림수산물 및 식품의 수출촉진에 관한 법률」의 제정(2020년 4월 1일 시행, 2022년 10월 1일 개정)에 따라 수산물 수출이 법률에 근거하여 추진됨. 동 법률 이전에는 법에 근거하지 않고 수출이 이뤄졌음 <p>□ 수산물 수출 목표 및 관련 정책</p> <ul style="list-style-type: none"> · 수산물 수출 목표가 설정되었는데 식료·농업·농촌기본계획(2020년 3월 31일 각의 결정)에는 2030년까지 농림수산물·식품의 수출액을 5조 엔으로 설정됨. 구체적으로는 2019년 9,121억 엔(수산물 2,873억 엔, 임산물 370억 엔, 농산물 5,878억 엔)에서 2025년 2조 엔(수산물 0.6억 엔, 임산물 0.1억 엔, 농산물 1.3억 엔), 2030년 5조 엔(수산물 1.2억 엔, 임산물 0.2억 엔, 농산물 3.3억 엔) · 한편, 2020년 12월, 총리대신을 본부장으로 한 “농림수산업·지역 활력 창조본부”에서는 2025년, 2030년의 수출 목표 달성을 위한 ‘농림수산물·식품의 수출 확대 실행전략’을 결정(2022년 4월 6일 개정) <p>□ 수산물 수출 중점 품목 및 단체 지정</p> <ul style="list-style-type: none"> · 이에 근거하여 수출 확대 실행전략에 근거한 구체적인 시책으로 수출 중점품목이 선정됨. 구체적으로는 해외에서 호평받고 있는 일본의 강점으로 가지고 수출 확대 대응의 여지가 큰 28개 품목을 중점품목으로 선정하여 집중적으로 지원하는 것임 · 수출 중점품목은 수출 중점품목은 소고기, 돼지고기, 닭고기, 달걀, 과수(사과, 포도, 복숭아, 밀감, 감·감가공품), 야채(딸기), 야채(감자 등), 꽃, 차, 쌀·즉석밥·쌀가루·쌀가루제품, 제재(製材), 합판, 청량음료, 과자, 소스혼합조미료, 된장·간장, 청주, 위스키, 본격소주·아와모리(泡盛·오키나와 소주), 방어, 돔, 가리비, 진주 등이며, 이중 수산물은 4가지 품목이 포함(이들 품목은 본래 수출이 잘 되는 품목으로서 양식 생산량이 일정하며, 다

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

	<p>른 수출 중점품목인 술 등과 소비될 수 있음)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 수산물 목표단체를 구성하여 이들 단체는 수산청으로 인정단체로 지정받아 수산물 수출과 관련된 지원을 받고 있음. 구체적으로 방어와 돔은 '일본양식어류수출추진협회'(2021년 3월 30일 설립), 가리비는 '일본가리비수출진흥협회'(2020년 12월 3일 설립), 진주는 '(一社)일본진주진흥회'(1956년 9월 28일 설립, 2021년 10월 31일 인정) · 수산물 수출 확대 지원 시스템을 정비하였는데, 품목단체를 통한 수출 확대 대응을 지원하는 것으로서, 인정받은 수산물 품목단체(일본양식어류수출추진협회, 일본가리비수출진흥협회, 일본진주진흥회)는 사무국을 설치하여 생산, 유통, 판매업체와 지자체까지 포함된 수출관계자들의 다양한 의견을 수렴하고 있음, 또한 정부는 법률에 근거한 수출 목표단체의 인정과 사업 활동을 지원하고 있고, JETRO FAMIC에서는 자문과 협력 등을 통해 수출 활성화에 노력하고 있음 · 아울러, 품목단체 수출력 강화 지원사업을 추진하고 있는데 이것은 품목단체가 수출 중점품목에 대해 집중하여 해외판로개척.시장조사 등의 수출력 강화 대응에 대해 지원하는 것임 <p>□ 시사점</p> <ul style="list-style-type: none"> · 수산물 수출 확대를 위해 일본 정부는 법적인 제도 정비(농림수산물 및 식품 수출의 촉진에 관한 법률), 수출 목표 수립(2030년 5조 엔(수산물 1.2억 엔, 임산물 0.2억 엔, 농산물 3.3억 엔)), 수출 목표 달성을 위한 전략 및 중점품목 선정(농림수산물.식품의 수출 확대 실행전략, 방어, 돔, 가리비, 진주), 관련 지원체계 정비(품목단체 지정 및 지원강화사업 추진, 주요 수출대상국에 대한 수출지원플랫폼 설치) 등 체계적인 수출 정책이 수립 시행되고 있음. 또한 수산물 수출은 진주 이외에는 선어, 냉동품 중심으로 초밥 및 회 등 선도관리를 통한 부가가치가 높은 식자재로 이용되고 있으며, 주요 수출 중점품목인 일본 술과 홍보를 통해 소비 확대를 도모하고 있음. 한편, 일본식(회, 초밥)의 한정된 소비행태를 벗어나 현지화된 상품개발(예, 가리비 파스타 등)이 필요할 것으로 보임
업무⑧	2.28.(화) 오후 (주)텐케이재팬
수행계획	<p>□ (주)텐케이재팬(일본 해조류 수입·유통업체)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 참 석 자 : (주)텐케이재팬 대표 타마카 긴비, KMI 수산정책사업본부장 김대영, 해외시장분석센터 신진원 연구원 - 인터뷰 질문 <ul style="list-style-type: none"> · 일본 수산물 수출 현황 및 수출 촉진제도 현황 · 일본 정부에서 추진하는 수산물 수출제도 운용 현황 및 주요 지원내용 · 일본 수산물 수출 증대를 위한 정책 방향 지원
수행결과	<p>□ 면담업체 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 해당 업체는 한국의 천혜식품에서 설립한 일본 법인으로, 천혜식품에서 제조한 해조류 및 가공식품을 일본으로 수입·유통하고 있음. 주요 수입품목은 해조류 국수, 한천, 미역, 젤리 등이며, 2021년 기준 약 2억 엔의 매출 실적을 기록하고 있음 · 일본 법인에서는 한국에서 생산된 완제품을 수입하여 일본으로 유통하고 있으며, 주요 거래처는 미쓰비시 식품, 미쓰이식품, 마루이치 등으로 납품하고 있음. 또한 소매처로는

주요 업무내용 (계획(), 결과(√))

야오코, 이즈미생협 등에 납품하고 있으며 유니버설스튜디오재팬(USJ), 디즈니랜드, JAL 기내식 등 B2B 거래도 진행하고 있음

□ 일본 우뭇가사리 시장 동향

- 우뭇가사리(한천, かんてん)은 일본에서 크게 2가지의 용도로 사용되고 있음. 첫 번째는 일식점에 회 밑에 장식용으로 사용되는 천사채로 사용되고, 다른 하나는 도코로텐의 재료로 사용됨. 도코로텐은 길게 채 썬 우뭇가사리를 물과 식초에 삶아서 간장에 찍어 먹는 요리로, 일본에서 역사가 매우 오래된 요리로 알려져 있음
- 일본 내 우뭇가사리는 이즈반도(伊豆半島)에서 다수 생산되며, 품질 또한 가장 좋은 것으로 알려져 있음. 한국산 우뭇가사리는 일본산보다 저렴하게 유통되는 것을 목표로 시장성을 확보하고 있으며 천사채로 제조되어 일본 음식점에 납품되고 있음

□ 일본 미역 시장 동향

- 2021년 일본 미역 생산량은 44천 톤으로 평년 대비 90% 수준의 생산량을 보이고 있음. 2011년 후쿠시마 지역의 지진으로 인해 양식장 피해로 생산량이 급감한 이후 지속해서 미역 양식장을 복구하고 있으나 수온 상승 영향으로 미역 생산량이 증감 추세를 반복하고 있음
- 일본에서 미역은 건조, 염장·염수장, 냉동 등으로 구분할 수 있으며, 텐케이재팬은 건조 미역(샐러드용)을 주로 취급하고 있음. 일본에서 샐러드용 미역은 건강식 및 다이어트에 관심이 많은 여성이나 반찬에 필요한 주부를 대상으로 많이 판매되고 있음
- 이전에 비해서 대용량으로 포장된 제품의 판매량이 감소하고 있는데, 이는 일본에서 1인 가구가 차지하는 비중이 지속해서 늘어 약 40%를 차지하고 있기 때문임. 일본 소비자들은 일단 대용량으로 포장된 제품을 부담스러워하는 상황이므로, 한 끼 분량 또는 하루 분량으로 작게 포장하여 판매하는 것이 시장성을 공략하는 데 효과적임

□ 일본 내 수출 애로사항

- 2019년 이후로 미역을 포함한 해조류에 대한 수입검사가 까다롭게 이루어지고 있음. 이전보다 수입통관 과정에서 미생물 검사 수량을 늘리면서 미역·다시마 등이 통관이 거부된 사례가 있음. 한·일 양국의 외교기조에 따라 변하는 것이 아닌, 일관된 통관 기조를 갖고 운영이 되면 수입 과정에서의 애로사항이 해소될 것으로 생각됨