

국외출장 결과보고서

1 출장 개요

1. 박람회 개요

기간	2026. 3. 10. ~ 3. 13. (4일간)	장소	Tokyo Big Sight
주최사	Japan Management Association	전시품목	농·수산물, 냉동가공 식품 등
참가국	80개국	참가업체	3,000개 이상 기업

- 아시아 최대 규모의 식품 박람회로 일본, 중국, 동남아시아 등 다양한 국가 바이어, 생산자와 네트워킹 및 수출입 채널확보
- 일본 및 아시아 지역 식품관련 최신 트렌드 조사
- 바이어 대상 한국 수산물 수출상담 및 수협브랜드 홍보

2. 출장자 및 일정

소속	직급	성명	일정	출장지
무역사업부	2급	최OO	'26. 3. 9.(월) ~ 3. 14.(일) (5박 6일)	일본 도쿄
	3급	우OO		

3. 출장 주요업무

- 일본 시장 수출 확대를 위한 본회 부스 운영 및 수출 상담
 - 수협 홍보부스 운영, 수출 상담을 통한 바이어 발굴 및 수산물 수출 확대
 - 활수산물(전복, 넙치 등) 및 마른김 취급 바이어 신규 발굴 모색
 - 수산물 원물(고등어, 전갱이, 굴 등) 수출을 위한 바이어 및 시장 조사
 - 본회 브랜드 및 수출 제품 홍보를 통한 수출 품목 다변화
- 해외 바이어 네트워크 강화 및 현지 유통마켓 시장조사
 - 기존 바이어 업무협의를 통한 파트너십 구축 및 현지 시장 이해도 제고
 - 제3국 수산물 취급 바이어 네트워크 강화를 통한 3자무역 역량 강화

- 현지 유통마켓 조사를 통한 신규 수출시장 진출방안 모색
- 식품 마케팅 및 전시 부스 디자인 트렌드 파악

2 부스 설치 및 전시

1. 수협중앙회 부스



부스전경(전면)



부스전경(측면)

2. 제품 전시



냉동 수산제품 전시



상온 수산제품 전시

3

부스 운영 및 수출상담

□ 수출상담 : 12개국, 46개 업체*

아시아	8개국 43개사	일본(25개), 한국(5개), 중국(3개), 싱가포르(3개), 태국(2개), 필리핀(2개), 말레이시아, 대만 각 1개사
유럽	3개국 3개사	네덜란드, 덴마크, 프랑스 각 1개사
아메리카	1개국 1개사	미국(하와이)

* [붙임3] 바이어 세부내역

□ 바이어 유형

- 수산물 도매 및 대형 유통업체 납품 바이어
- 프랜차이즈 유통업체(마트 등) 운영 및 OEM상품 제작 유통
- 레스토랑, 호텔, 카페 등 운영 및 식자재 도소매 업체
- 원물 수입·가공 후 제3국으로 수출 판매

□ 주요 관심품목

- 수산물 유통 업체
 - 냉동 수산물 : 방어, 고등어, 삼치, 전갱이, 전복, 굴, 꽃게 등
 - 수산 가공품 : 김부각, 어포튀김, 굴카츠, 계장세트, 미역 등
- 식자재 관련 업체 : 오징어 및 냉동명태포, 가자미포 등 벌크 제품 전반
- 원물 가공·수출업체 : 고등어, 굴(하프셀) 등 수산물 원물

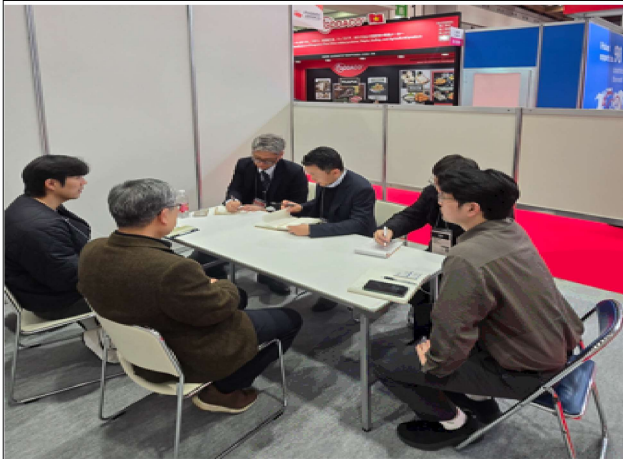
□ 주요 시사점

- 참가 바이어들은 소규모 수산 가공품보다는 냉동/활 원물 및 식자재용 대량 수산물에 대한 수요가 많아 향후 원물 위주 수출방향 검토
- 제3국 가공용 수산물 원물 취급 바이어와 제3자 무역 검토회를 위한 국내 원물 어획 현황 및 품종별 견적 공유

□ 향후 추진

- 상담 바이어와 후속 협의를 통한 신규 수출 품목 및 규모 확대 도모
- 상담 바이어에게 제품 세부사항 및 수출 건적 메일 발송 후 회신 여부에 따라 정리

□ 수출 상담진행



바이어 상담 (1)



바이어 상담 (2)

4 현지 유통마켓 시장조사

□ 공통사항

- 슈퍼마켓, 대형마트가 일반 수산물 소비자 구매의 90% 이상을 차지하는 유통 채널
- 로컬에서 생산된 냉장 수산물을 필렛, 스테이크 컷 등 즉석조리 가능한 형태로 가공 및 소량 포장하여 판매
- 냉동 수산물의 경우 굴, 조개류, 새우류 계류 등 다양한 수입산 품목 취급
- 이외 조림, 튀김, 밀키트 등 고차 가공 형태의 수산 가공품 비중이 높아지는 추세

□ 유통매장별 특징

1. LIFE MALL

- 일본 도쿄와 오사카 지역을 기반으로 300개 이상 매장을 운영하는 일본 최대 규모의 슈퍼마켓 체인
- 로컬 냉장 수산물의 선도가 뛰어나며, 어종이 다양한 편
- 매장에서 직접 조리하여 판매하는 간편식 즉석조리 식품(델리)의 종류가 매우 풍부



2. 니쿠노 하나마사

- 도쿄를 중심으로 수도권에 매장이 집중되어 있는 창고형 할인 슈퍼마켓 체인

- 일반 소비자 뿐만 아니라 음식점 경영자들이 주 고객층으로 대용량 포장 제품을 저렴하게 판매
- 냉동 생선 필렛, 냉동 새우, 조개류 등 냉동 수산물이 강점이며, 신선 식품의 종류와 비중은 적은 편
- 업소용으로 나온 자체 브랜드(PB)인 ‘프로 사양(Pro Shiyo)’ 제품들이 유명
- 자체 브랜드를 통해 한국산 수산물(고등어, 전복 등) 수입 유통



3. 마이바스켓

- 이온(AEON) 그룹이 운영하는 '도시형 소형 슈퍼마켓'으로, 편의점의 접근성과 슈퍼마켓의 저렴한 가격을 결합한 형태

- 1인용 소포장 제품이 주력으로, 극도의 소량·분할 포장 제품 판매
- 신선 제품보다는 즉석조리 가능한 냉동 제품 및 완제품 형태의 수산 가공품 위주로 판매



매장 전경



냉장제품(1)



냉장제품(2)



냉동제품(1)



냉동제품(2)



즉석조리 식품(델리)