aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2019 년

해외시장 맞춤조사

- No. 1906-20
- 품목 : 산삼대추즙(Wild Ginseng and Jujube Juice)
- 국가 : 일본(JAPAN)
- 구분 : 시장분석형

· 사업명 : 2019년 해외시장 맞춤조사
· 주관기관 : 한국농수산식품유통공사

Kati
농식품수출정보

Contents

Ⅰ. Market Size (시장규모)

SUMMARY 4

1. 일본 산삼대추즙 시장규모 5
2. 일본 산삼대추즙 수출입 시장규모 6
3. 일본 산삼대추즙 소비자 규모 7

Ⅱ. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY 11

1. 일본 대추·인삼 건강기능식품, 장년층이 주 타깃 16
2. 일본 부모, 자녀들을 위한 대추 영양식 조리 17
3. 일본 대추·인삼 건강기능식품, 선물용 수요 있어 18
4. 일본 대추보다는 인삼 수요가 꾸준히 증가 19

Ⅲ. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY 21

1. 일본 산삼대추즙 유통구조 22
2. 일본 산삼대추즙 주요 유통업체 23
3. 일본 산삼대추즙 B2C 소매채널 24

Ⅳ. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY 35

1. 일본 산삼대추즙 인증 취득 36
2. 일본 산삼대추즙 사전 심사 38
3. 일본 산삼대추즙 업체·제품 등록 39
4. 일본 산삼대추즙 라벨 심의 40
5. 일본 산삼대추즙 서류 준비 44
6. 일본 산삼대추즙 세금 납부 45
7. 일본 산삼대추즙 드링크 검역 심사 46

Ⅴ. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY 49

Interview ① 아이스타(アイスター) 50

Interview ② 시젠켄코오샤(自然健康社) 51

* 참고문헌 52

Ⅰ. Market Size

SUMMARY

1. 일본 산삼대추즙 시장규모
2. 일본 산삼대추즙 수출입 시장규모
3. 일본 산삼대추즙 소비 시장규모

Market Size
(시장규모)

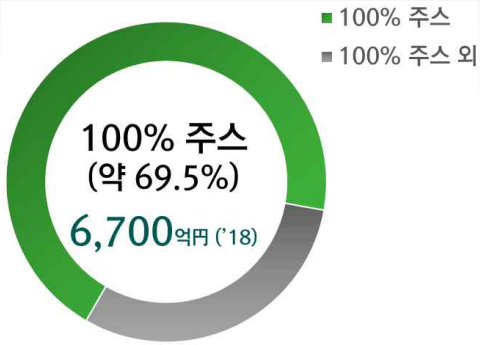
일본 (JAPAN)

산삼대추즙 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(NFC[1] 100% 주스)

- 일본 주스[2] 시장 규모 ..... 9,640억 엔 ('18)
- 일본 100% 주스[3] 시장 규모 ..... 6,700억 엔 ('18)

(*) Euromonitor International



산삼대추즙 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 성분(대추, 산삼)

- HS 2106.90[4] 일본 對글로벌 '따로 분류되지 않은 조제 식료품' 수입 규모 ..... 10억 달러 ('18)
- HS 2106.90 일본 對 한국 '따로 분류되지 않은 조제 식료품'수입 규모 ..... 2억 달러 ('18)

(*) International Trade Centre

산삼대추즙 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '산삼대추즙'은 대추를 저온으로 달이고, 산삼배양근을 갈아 만든 발효액으로 체력증진에 도움을 주는 건강음료임. 이에 '일본의 건강기능식품 시장 규모'를 조사하고, 잠재 소비자로 예측되는 '일본의 중년·노년층 규모'를 확인함

① 일본 건강기능식품 시장 ('18)

건강식품 시장	7,813억 6,000만 엔
기능성 표시식품 시장	1,895억 2,000만 엔

② 일본 중년·노년층 ('18)

전체	126,443천 명
중년·노년(40세 이상)	77,942천 명
중년(40-59세)	34,770천 명
노년(60세 이상)	43,172천 명

(*) Yano Research Institute, Statistics of Japan

1) 농축액이 아닌 착즙 주스(NFC: Not From Concentrate)
2) 주스(Juice): 과일과 야채에서 얻은 주스 중, 100% 주스, 과즙 25-99% 함량 주스, 과즙 최대 24% 함량 주스를 지칭함. 제품의 제조 과정에서 산삼배양근 생채를 저온에서 오랫동안 달여서 제조한 100% 주스에 해당하여 지표로 선정함
3) 100% 주스(100% Juice): NFC(Not from Concentrated, 농축하지 않은) 100%주스, 환원주스, 냉동주스를 포함함. 제품의 품목이 NFC 100% 주스에 해당하여 지표로 선정함
4) HS CODE 2106.90: 조사 제품 '산삼대추즙'은 성분 상 해당되는 특정 HS CODE가 없음. 이에 '따로 분류되지 않은 조제 식료품'으로 분류하여 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

1. 일본 산삼대추즙 시장규모

조사 시장: '산삼대추즙'은 달인 대추즙과 산삼배양근 발효액을 혼합한 건강음료로 NFC(Not from Concentrated, 농축하지 않은) 100% 주스에 해당함. 제품의 제조 과정을 고려하여 '주스'와 '100%주스' 시장 규모를 조사함

일본 국가 일반 정보[9]

면적	37.8만㎢
인구	1억 2,679만 명
GDP	4조 9,709억 달러
GDP (1인당)	3만 9,287만 달러

▶ **2014-2018년, 일본 '100% 주스' 시장 연평균성장률(CAGR)[5] -0.6%**

2018년 기준, 일본의 '주스' 시장 규모는 9,640억 엔으로 과거 5년(2014-2018년) 동안 매해 평균 0.9% 감소하였으며, '100% 주스' 시장 규모는, 6,700억 엔으로 연평균 0.6% 감소함

▶ **2019-2023년, 일본 '100% 주스' 시장, 연평균성장률(CAGR) 2.1%**

2019년 기준, '주스' 시장은 9,730억 엔, '100% 주스' 시장은 6,820억 엔 규모에 달할 것으로 나타남. 100% 주스 시장의 향후 5년(2019-2023년) 성장률은 2.1%로, 2023년 시장규모가 2019년 대비 약 1.1배가량 증가할 것으로 예상됨. 이는 100% 주스로 분류되는 그린스무디의 증가에 연유함. 건강에 대한 의식 제고와 편의성 추구 측면에서 일반 여성소비자의 그린스무디 구매가 증가하고, 이를 식사대용 또는 간식으로 섭취하는 일하는 여성소비자의 규모가 증가할 것으로 예상되기 때문임[6]

[표 1.1] '주스', '100% 주스' 시장 규모[7][8]

단위 : 십억 엔

분류		2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 품목	주스	1,000 (10.9조 원)	960 (10.5조 원)	980 (10.7조 원)	961 (10.5조 원)	964 (10.5조 원)	-0.9%
해당 품목	100% 주스	687 (7.5조 원)	661 (7.2조 원)	678 (7.4조 원)	663 (7.2조 원)	670 (7.3조 원)	-0.6%
전망		2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
상위 품목	주스	973 (10.6조 원)	988 (10.8조 원)	1,001 (10.9조 원)	1,012 (11조 원)	1,023 (11.2조 원)	1.3%
해당 품목	100% 주스	682 (7.4조 원)	699 (7.6조 원)	714 (7.8조 원)	727 (7.9조 원)	740 (8.1조 원)	2.1%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

5) 연평균성장률(CAGR): Compounded Annual Growth Rate
6) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in Japan, Country Report」, 2019.03
7) 100엔=1,093.32원(2019.07.25., KEB 하나은행 매매기준율 기준)
8) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
9) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 일본 산삼대추즙 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90: '산삼대추즙'은 성분 상 해당되는 특정 HS CODE가 없음. 이에 '따로 분류되지 않은 조제 식료품'으로 분류하여 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

▸ 2014-2018년, 일본 對글로벌 수입액 연평균성장률 -0.9%

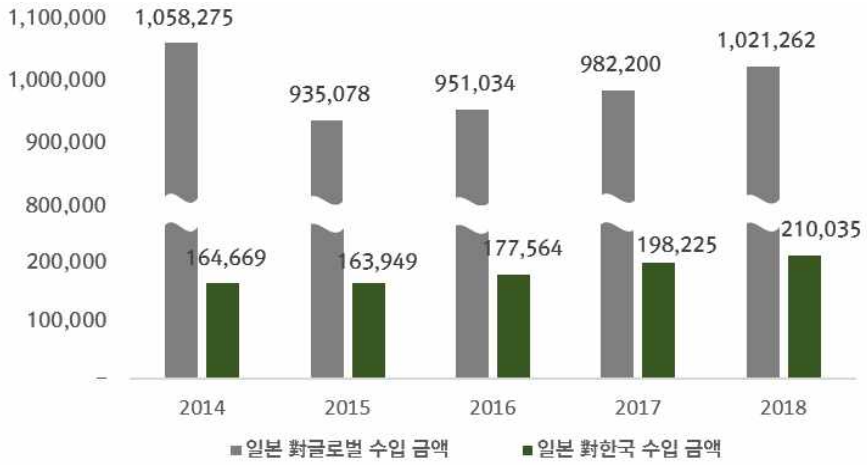
2018년, 일본 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 10억 2,126억 2,000달러를 기록하였으며, 최근 5개년(2014-2018년) 평균 0.9% 감소함. 2015년 전년대비 11.6% 감소한 이후부터는 지속적으로 증가 중에 있음

▸ 2014-2018년 일본 對한국 수입액 연평균성장률 6.3%

2014-2018년 수입 규모 기준, 한국은 평균 약 18.5%를 차지하며 매년 수입국 2위를 기록함. 수입액의 증감 추이는 전체 수입액의 증감 추이와 비슷한 양상을 보임. 2015년도 수입액이 전년대비 0.4% 정도 감소한 이래 꾸준히 증가하여 지난 5년 간 연평균 6.3% 성장률을 기록함

[표 1.2] HS CODE 2106.90 수입 규모[10)11)]

단위 : 천 달러



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* ('14~'18)
일본 對글로벌 수입액	1,058,275 (1.2조 원)	935,078 (1.1조 원)	951,034 (1.1조 원)	982,200 (1.2조 원)	1,021,262 (1.2 원)	-0.9%
일본 對한국 수입액	164,669 (1,946억 원)	163,949 (1,937억 원)	177,564 (2,098억 원)	198,225 (2,342억 원)	210,035 (2,482억 원)	6.3%

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2106.90 기준

10) 1달러=1,181.5원 (2019.07.25, KEB 하나은행 매매기준율 기준)
11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 일본 산삼대추즙 소비 시장규모

'산삼대추즙'은 달인 대추와 산삼배양근을 갈아 만든 발효액을 혼합하여 만든 체력증진에 도움을 주는 건강음료임. 이에 '일본의 건강(기능)식품 시장 규모'를 조사하고, 잠재 주요 소비자로 예측되는 '일본의 중년·노년층 규모'를 확인함

1) 일본 건강기능식품 시장 규모 외

▸ 2018년 건강식품 시장 7,813억 6,000만 엔 예상

일본의 야노경제연구소에 따르면, 일본의 건강식품 시장 규모는 지난 4년(2014-2017년) 동안 연평균 2.3% 증가함. 2015년 기능성 표시제도 도입 후 건강식품 시장 전체 규모가 성장했으나, 시장경쟁 및 판매 부진으로 인해 성장곡선은 완만한 것으로 확인됨. 시장경쟁 및 판매부진 현황은 기호성이 강한 일반식품(과자, 청량음료)에서 두드러짐. 건강식품 시장규모는 출하금액 기준 2017년 7,708억 4,000만 엔(한화 약 8.4조 원)으로 전년대비 2.1% 증가하였으며, 2018년도 규모는 2017년 대비 1.4% 증가한 7,813억 6,000만 엔(한화 약 8.5조 원)을 기록할 것으로 예상됨

[표 1.3] 2015-2018 기능성 표시 식품 시장 규모

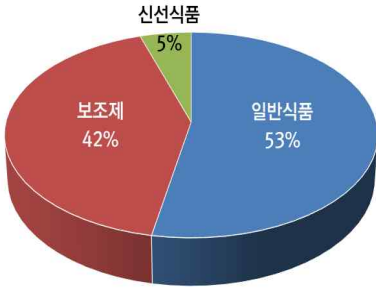
단위 : 백만 엔

자료: 야노경제연구소(矢野経済研究所)

▸ 2018년, 기능성 표시식품 시장 1,895억 2,000만 엔 예상

건강식품 내 기능성 표시식품의 시장규모는 2017년 1,788억 6,000만 엔(약 2조 원)으로 전년대비 31.1% 증가[12]하였으며, 2018년에는 2017년 대비 6% 증가한 1,895억 2,000만 엔(약 2.1조 원)으로 전망됨. 기능성이 표시된 식품은 신선식품, 보조제, 일반식품으로 분류되며, 이 중 일반식품이53%, 보조제가 42%, 신선식품이 5% 정도 차지하는 것으로 나타남

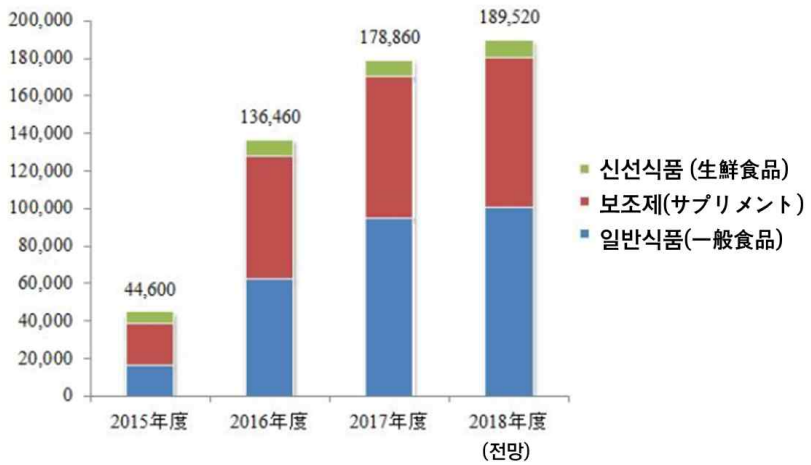
[표 1.4] 2017년 기능성 표시식품 구성



자료: 야노경제연구소(矢野経済研究所)

[표 1.5] 2015-2018 기능성 표시 식품 시장 규모

단위 : 백만 엔



자료: 야노경제연구소(矢野経済研究所)

12) 기능성 표시 이후 제품의 판매량이 증가하자, 기능성 표시 식품 허가 신청 수가 증가함. 2015.04-2016.03 동안 307건이었던 신청 건수가 2016.04-2017.03에 약 2배가 넘는 620건으로 확인됨 (자료: 일본 기업신용평가기관 테이코쿠데이터뱅크(Teikoku Databank), 「特別企画 : 機能性表示食品 届出業者の実態調査」, 2017.08.28.)

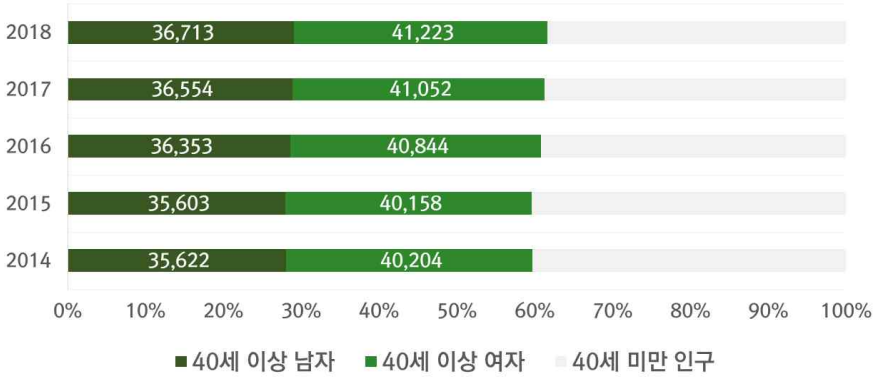
2) 일본 중년·노년 인구 규모

▶ 2014-2018년 일본 중년·노년인구, 전체 인구의 약 61%

지난 5년(2014-2018년) 간 일본 내 중년(40-59세)과 노년(60세 이상)에 해당하는 인구는 평균적으로 전체 인구의 약 61%를 차지하며, 매년 0.7% 상승한 것으로 확인됨. 총 인구 대비 비율 기준, 평균적으로 중년 남성이 중년 여성보다 0.2p% 많으며 노년 남성이 노년 여성보다 3.7p% 적은 것으로 나타남

[표 1.6] 2014-2018년 중장년층 규모 추이[13)]

단위 : 천 명



	분류	전체	남자	여자
2014	전체	127,083	61,801	65,282
	40세 이상	75,823	35,622	40,204
	40-59세	33,845	16,990	16,855
	60세 이상	41,978	18,632	23,349
2015	전체	127,095	61,842	65,253
	40세 이상	75,761	35,603	40,158
	40-59세	33,840	16,966	16,875
	60세 이상	41,921	18,637	23,283
2016	전체	126,933	61,766	65,167
	40세 이상	77,194	36,353	40,844
	40-59세	34,443	17,335	17,110
	60세 이상	42,751	19,018	23,734
2017	전체	126,706	61,655	65,051
	40세 이상	77,605	36,554	41,052
	40-59세	34,649	17,446	17,203
	60세 이상	42,956	19,108	23,849
2018	전체	126,443	61,532	64,911
	40세 이상	77,942	36,713	41,223
	40-59세	34,770	17,514	17,256
	60세 이상	43,172	19,199	23,967

자료: 일본 통계청(Statistics of Japan)

13) 인구수는 천 단위에서 절삭되고 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 수에 미달 또는 초과 될 수 있음

II. Market Trend

SUMMARY

1. 일본, 대추·인삼 건강기능식품, 장년층이 주 타깃
2. 일본, 부모, 자녀들을 위한 대추 영양식 조리
3. 일본, 대추·인삼 건강기능식품, 선물용 수요 있어
4. 일본, 대추보다는 인삼 수요가 꾸준히 증가

Market Trend
(시장 트렌드)

일본 (JAPAN)
산삼대추즙 소비 트렌드

대추 한방재료로서 성인병 예방에 효과
'피로회복·감기예방 등의 효과 기대'

미용관점에서 여성들 대상으로 인기
'대추 칩 등이 이너뷰티로 각광'

■ Japan Issue ①
일본 대추·인삼 건강기능식품, 장년층이 주 타깃
'건강관리 및 숙취해소 차원에서 인기'

■ Japan Issue ②
일본 부모, 자녀들을 위한 대추 영양식 조리
'대추 빵, 대추 죽, 대추 샐러드 등 레시피 인기'

한국산 고려인삼 높은 신뢰도 보유
'최근 반일감정 대두로 구매 꺼려하는 경향 있어 주의 필요'

대추의 경우 큰 수요의 변화 없어
'최근 미용음식이라는 언론매체의 보도는 늘어나는 추세'

■ Japan Issue ③
대추·인삼 건강기능식품, 선물용 수요 있어
'건강목적에서 부모-자녀, 동료 간 선물'

■ Japan Issue ④
일본의 인삼 수요 2010년 이후 꾸준히 증가
'인삼 시리시리와 같은 요리 등장

1. 빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 요약

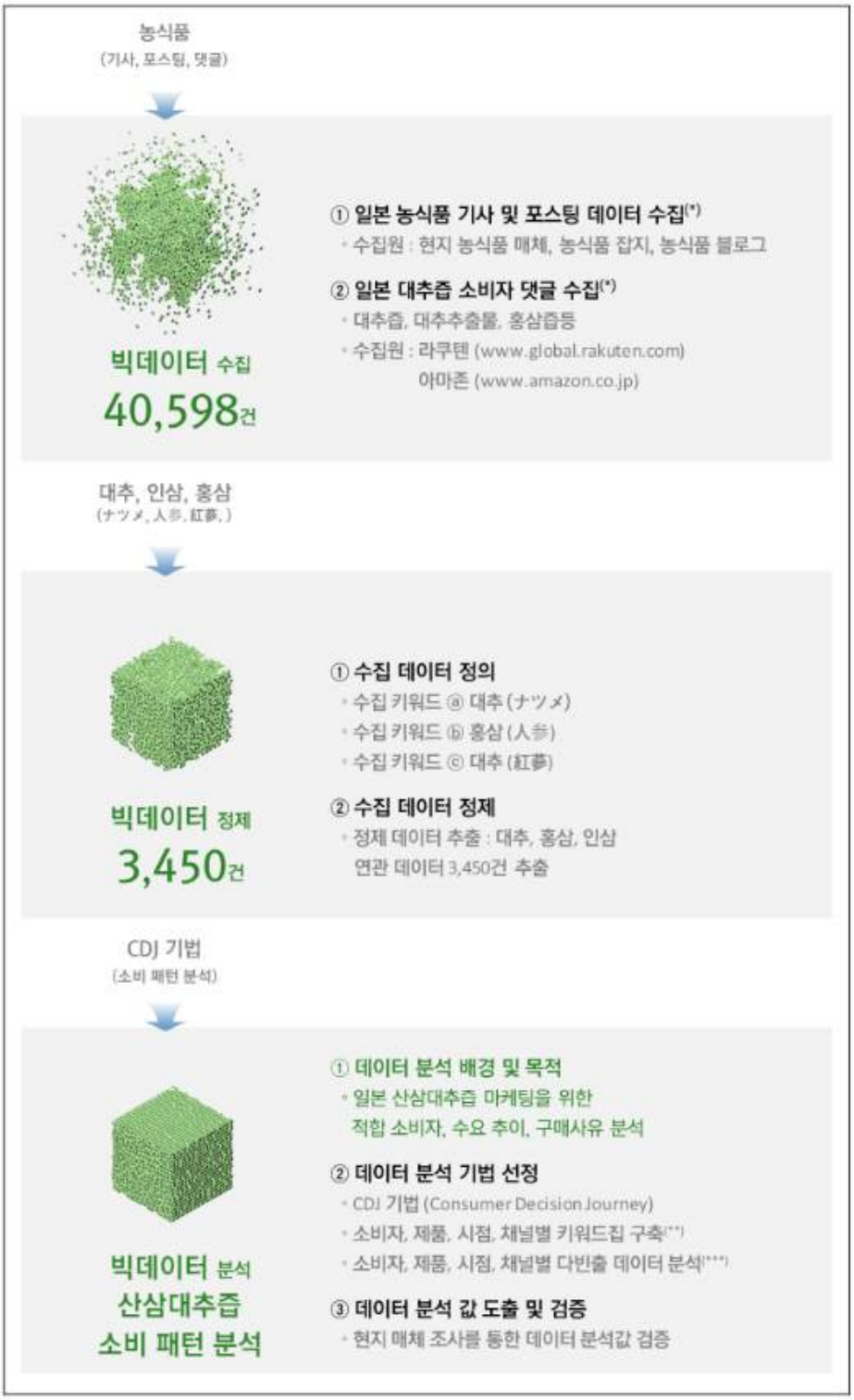
데이터 수집
소스원

(일본 농식품 매체 25개)
(일본 온라인마켓 2개)

데이터 분류
키워드집

(일본 대추즘 식품
연관 키워드집)

데이터 분석
CDJ 기법



1) 데이터 수집

빅데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 ~ 19.07
수집 데이터	40,598건

데이터 정제

정제 키워드	대추, 인삼, 홍삼
정제 데이터	3,450건

○ 빅데이터 수집

- 일본 농식품 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 일본 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Japan Times	www.japantimes.co.jp	비즈니스 정보지
02	Sankei News	www.sankei.com	비즈니스 정보지
03	Dual Nikkei	dual.nikkei.co.jp	비즈니스 정보지
04	Huffington Post	www.huffingtonpost.jp	비즈니스 정보지
05	GoodDay Nikkei	gooday.nikkei.co.jp	비즈니스 정보지
06	PR Times	prtimes.jp	비즈니스 정보지
07	.Livedoor	news.livedoor.com	라이프스타일 매거진
08	Oggi	oggi.jp	라이프스타일 매거진
09	Diabetes Net	dm-net.co.jp	라이프스타일 매거진
10	Rakuraku-info	rakuraku-info.jp	라이프스타일 매거진
11	Mamatenna	www.mamatenna.jp	라이프스타일 매거진
12	Mataiku	mataiku.com	라이프스타일 매거진
13	GQ Japan	www.gqjapan.jp	라이프스타일 매거진
14	Gigazine	gigazine.net	라이프스타일 매거진
15	Walker Plus	www.walkerplus.com	농식품 매체
16	Mi Journey	mi-journey.jp	농식품 매체
17	Kagome	and.kagome.co.jp	농식품 매체
18	Benesse	benesse.jp	농식품 매체
19	Fun Japan	www.fun-japan.jp	농식품 매체
20	Recipe-blog	www.recipe-blog.jp	레시피 사이트
21	Kumiko JP	kumiko-jp.com	레시피 사이트
22	Ercipe.women.excite	erecipe.woman.excite.co.jp	레시피 사이트
23	Recipe.rakuten	recipe.rakuten.co.jp	레시피 사이트
24	RankingBest	ranking-best.net	랭킹 사이트
25	Antiaging Ranking	antiagingkennkoubiyou.com	랭킹 사이트

- 대추즙, 건강기능식품 관련 소비자 댓글

[표 2.2] 일본 대추즙, 건강기능식품 소비자 관련 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Rakuten	www.global.rakuten.com	온라인 쇼핑몰
02	Amazon Japan	www.amazon.co.jp	온라인 쇼핑몰

2) 데이터 분류

키워드 수립 근거

참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
경쟁사	일본 공급업체 사용 키워드
기타	대추즙 데이터 수집 결과, 상위 노출 키워드

○ 빅데이터 분석 키워드집

- 일본 대추즙·인삼가공식품 사전 경쟁 제품 조사

브랜드	시로드	브랜드	이토전승	브랜드	정관장
제품명	대추추출물 병조림	제품명	건강 인삼차	제품명	홍삼 캡슐
성분	순수 대추추출물	성분	인삼, 대추, 구기자	성분	홍삼, 야자유 등
효능	빈혈, 감기예방	효능	만성피로	효능	원기 회복
	생리통, 피로회복		피부염(사마귀)		면역력 제고

- 일본 대추즙 빅데이터 분석 키워드집

분류	항목	키워드		수립 근거(*)		
		한국어	일본어	참여기업	경쟁사	기타
대추 홍삼 인삼	대추	대추	ナツメ	○	○	
		대추즙	ナツメの汁	○		
		대추차	ナツメ茶	○		
	인삼류	인삼	人参	○	○	
		홍삼	紅蔘	○	○	
		인삼즙	人蔘の汁	○	○	
		홍삼즙	紅蔘の汁	○	○	
	건강기능식품	건강식품 (1)	健康食品	○	○	
		건강식품 (2)	けんこう	○	○	
		기능성 식품 (1)	機能性食品		○	
		기능성 식품 (2)	きのうせいしょくひん		○	
건강효능		면역력	免疫	○	○	
		감기	風邪	○		
		원기회복	リクルートメント	○	○	
		신경안정	神経安定	○		
		이뇨	利尿			○
		불면증	ふみんしょう			○
		소화	消化			○
		피로회복	ひろうかいふく		○	○
		해독	解毒			○
		빈혈	貧血		○	
		생리통	生理痛			○
		피부염	皮膚炎		○	

빅데이터 분석 프로세스

3) 데이터 분석

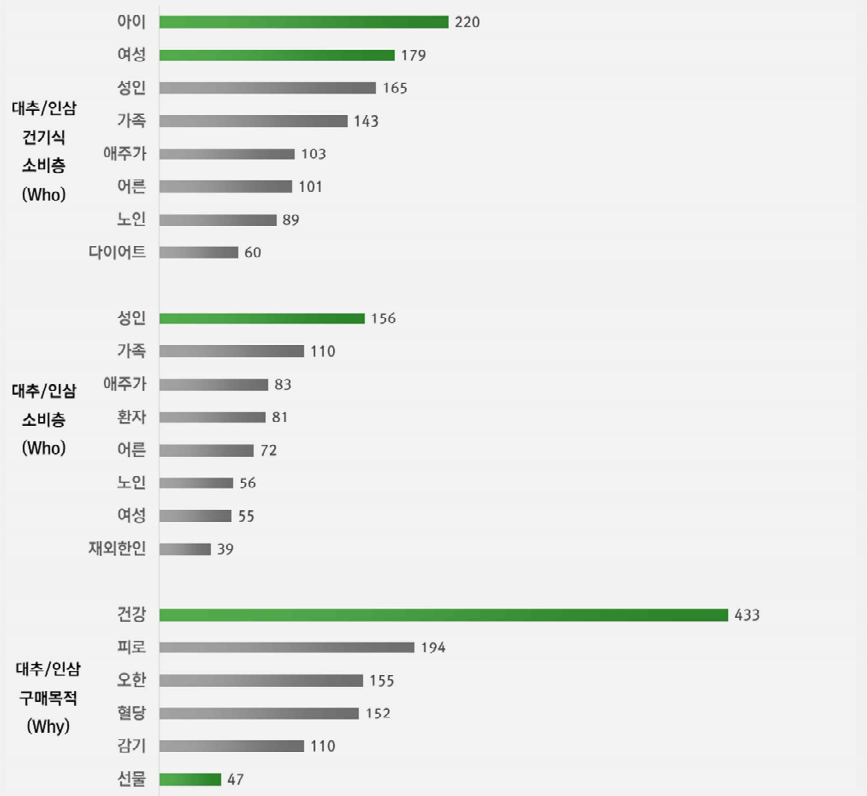
○ 빅데이터 분석 배경 및 목적
- 일본 소비자의 대추즙 소비 형태를 분석하기 위함
- 일본 대추·인삼·홍삼 등 건기식의 수요 확인
- 일본 대추·인삼·홍삼 등 건기식의 주 소비층 검토(중장년층, 학생층)
- 일본 대추·인삼·홍삼 등 건기식의 선물용 수요여부 검토

○ 빅데이터 분석 기법 선정
- CDJ 기법(Consumer Decision Journey)
- 소비자 일상 경험 체계를 기반으로 수요를 분석하기 위함
  (Who - 소비자, When - 언제, Why - 왜)
- 일본 內 Who(주요 소비자), When(주요 소비 시점), Why(주요 소비 이유)를 도출

○ 빅데이터 분석 값 정의
- 분석 값 : 대추·인삼·홍삼 등 건강기능식품 연관 해당 키워드 발생 건 수

CDJ 기법
(Consumer Decision Journey)

[일본 대추·인삼·홍삼 등 건강기능식품 빅데이터 분석 결과]



1. 일본 대추·인삼 건강기능식품, 청소년보다는 장년층이 주 타깃

▸ **대추·인삼 건강기능식품의 경우 장년층 수요 높은 편**
▸ **건강관리 및 숙취해소 차원에서 장년층 대상 인기**

대추즙, 인삼차, 대추추출물 등 건강기능식품에 대한 호칭 키워드 분석을 실시한 결과, 청년층보다 장년층의 언급 비중이 더 높은 것으로 드러남. 특히 대추는 일본에서 대표적인 한방 재료로 미네랄, 비타민 B, 엽산, 니코틴산이 풍부하여 성인병 예방에 효과가 있는 것으로 알려져 있음. 또한 성인들 사이에서는 대추를 담군 담금주도 기침제거, 강장작용 등의 효능이 있어 선호도가 높음[14)]

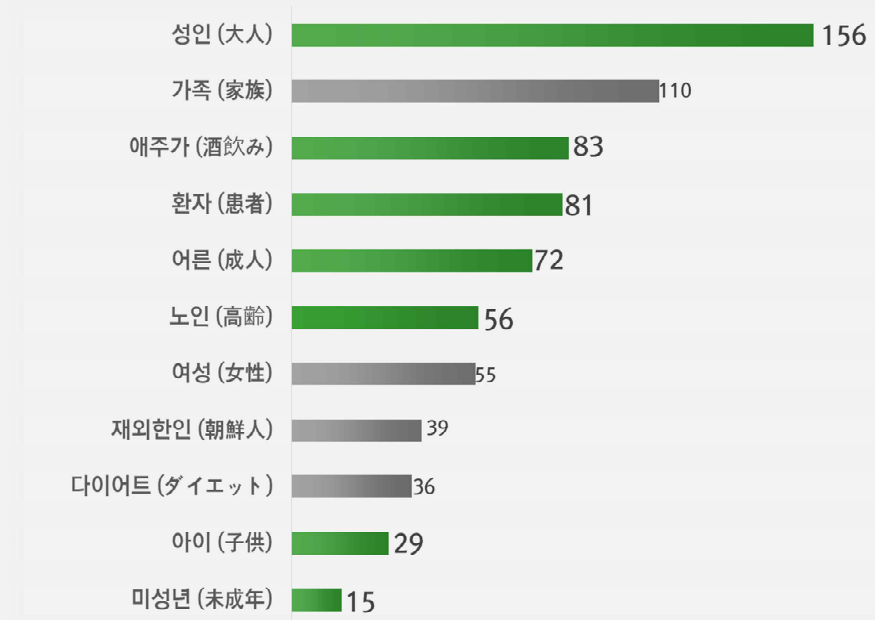
장년층들의 대추·인삼 건강기능식품 선호 사유로는 피로회복·감기예방 등 건강관리 차원에서 섭취하는 경우가 많으며 음주 전후로 하여금 해당 건강기능식품을 섭취하여 숙취예방 및 해소 목적으로 구매하는 경우도 많은 것으로 확인됨. 이외에도 일본 장년층 소비자들은 혈압 및 혈당 관리, 오한·냉증 제거 차원에서 대추 및 인삼 관련 건강기능식품을 선호하고 있음

'청년층vs 장년층' 키워드 비교

청년층 키워드 – 아이 등 4개
장년층 키워드 – 성인 등 7개

▸ **대추·인삼 건기식 연관 소비자 키워드 '성인(大人)', 156건으로 최다 빈출**
▸ **애주가(83건), 환자(81건), 어른(72건), 노인(56건) 빈출**

[표 2.3] 일본 대추·인삼 건강기능식품 소비자 – 빅데이터 분석



자료 : 일본 대추·인삼 건강기능식품 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 933건 분석 ('18. 01–'19. 07)

14) 야마히토(Yamahito), 'ナツメの効果効能と使用法 | 解毒や咳止めに不眠症や精神安定にも', 2017.05.23

2. 일본 부모, 자녀들을 위한 대추 영양식 조리

▸ **자녀들을 위한 대추를 포함한 영양식 레시피 인기**
▸ **미용 관점에서의 여성들을 대상으로 대추 부상**

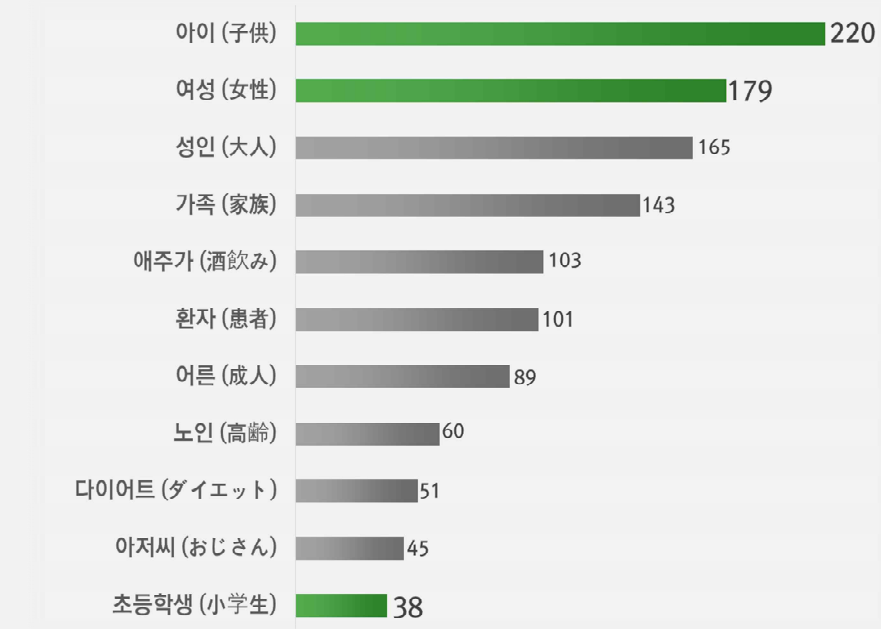
대추 전반으로 확대하여 호칭 키워드를 분석한 결과, 어린이 키워드가 성인보다 더 많은 것으로 집계됨. 일본 레시피 사이트에서는 대추 빵, 대추 죽, 대추 샐러드 등이 어린이 영양식단 레시피가 상당수 게재되어 있으며 감기 예방 등을 강조함[16]

미용 관점에서 여성들을 대상으로 대추가 떠오르고 있음. 여성 잡지 우먼 익사이트(Woman Excite)는 '세계 3대 미녀 양귀비가 즐겨 먹은 대추 칩이 인기'라는 보도 기사를 발행했으며[17] 라이프스타일 잡지 오기(Oggi)도 한국의 이너케어 제품으로 대추를 추천함.[18] 현지 언론매체들은 대추가 식이섬유, 미네랄이 풍부하여 혈색을 개선하는 등 피부 관리에 도움이 된다고 보도함

대추 빵 이미지[15]

▸ **대추 연관 소비자 키워드 '아이(大人)', 220건으로 최다 빈출**
▸ **대추 연관 소비자 키워드 '여성(女性)', 179건으로 두 번째로 빈출**

[표 2.4] 일본 대추·인삼 소비자 트렌드 - 빅데이터 분석



자료 : 일본 대추 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 3,450건 분석 ('18. 01-'19. 07)

15) 사진자료 : 캄보소단(Kampo-sodan), '子供の夜泣きに「なつめ入り安眠蒸しパン」', 2018.11.25
16) 쿡패드(Cookpad), '대추(ナツメ)' 검색결과
17) 우먼익사이트(Woman Excite), '世界三大美女 楊貴妃も食べた「ナツメ」のチップスがブームの予感！', 2018.05.11
18) 오기(Oggi), '体の中からキレイになれる名品に注目！【韓国インナーケア アイテム】3選♪', 2019.06.21

3. 일본 대추·인삼 건강기능식품, 선물용 수요 있어

"어머니날에 어머니께 선물해드렸습니다. 귀성할 때에 한 번 더 드리려고 합니다."
– Amazon, 홍삼차 소비자 제품 구매 평가[19]

"선물로 받았는데 대추 성분으로 쓰지 않은 맛이 좋습니다."
– Rakuten, 홍삼차 소비자 제품 구매 평가[20]

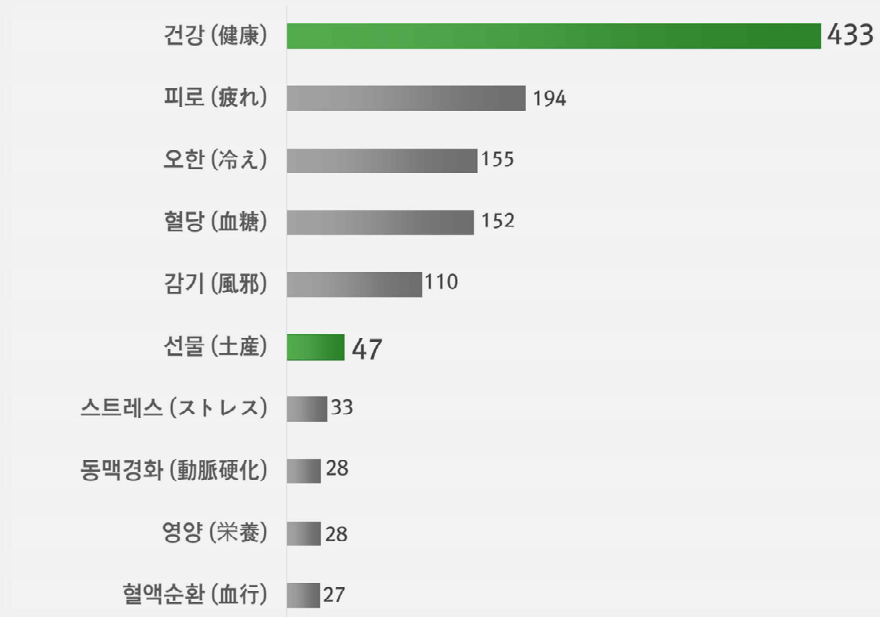
▸ **대추·인삼 건강기능식품, 건강목적에서 선물**
▸ **최근 반일 감정으로 한국산 인삼 구매 꺼려진다는 의견 있어 유의 필요**

대추·인삼 건강기능식품의 경우 피로회복, 오한방지, 혈당관리, 감기예방 등 건강을 목적으로 구매가 이루어지고 있음. 자녀들이 부모님을 위해 선물하거나 친구·동료 사이에 선물을 하는 경우가 많은 것으로 확인됨

특히 홍삼액 등 인삼 가공식품의 경우, 한국인 친구로부터 선물을 받는 경로를 통해서 접한 경우가 빈번한 것으로 드러남. 또한 일부 일본인들의 경우 한국산 고려인삼에 대해 높은 신뢰도를 가지고 있어 온라인이나 한국 방문을 통해서 제품을 구입하고 있음. 최근 반일 감정으로 인하여 한국에 가서 제품을 구매하기가 꺼려진다는 의견이 있어 유념할 필요가 있음

▸ **대추·인삼 건기식 연관 구매목적 '건강(健康)', 433건으로 최다 빈출**
▸ **'선물(土産)' 구매목적 키워드로 47건 도출**

[표 2.5] 일본 대추·인삼 건강기능식품 구매목적 – 빅데이터 분석



자료 : 일본 대추·인삼 건강기능식품 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 933건 분석 (18. 01 ~ 19. 07)

19) 사진자료 : 아마존 재팬(www.amazon.co.jp), '正官庄紅参茶 · 高麗人参茶'
20) 사진자료 : 라쿠텐(www.rakuten.co.jp), '[正官庄] 高麗人参茶 紅参茶(3g×50包)'

4. 일본 대추보다는 인삼 수요가 꾸준히 증가

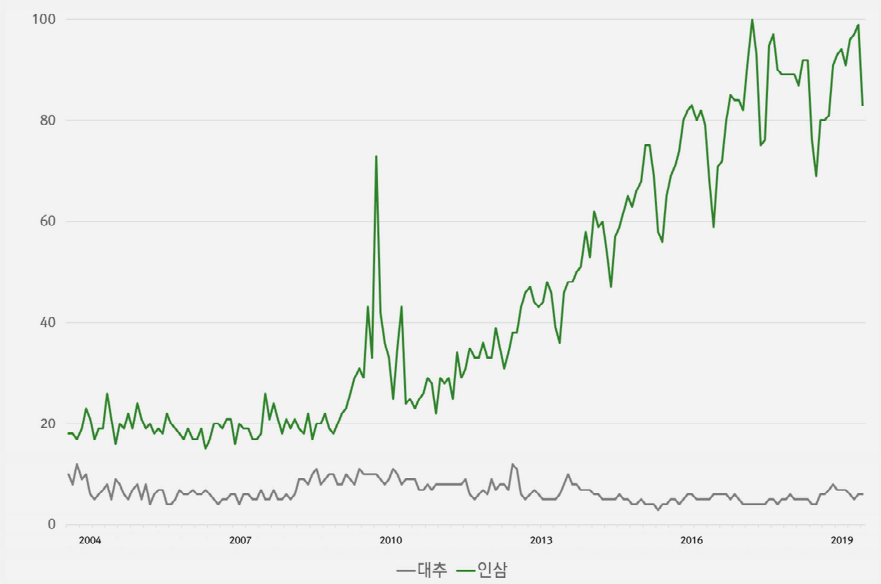
▶ **일본 인삼, 2010년도 급증 이후 검색량 꾸준히 증가**
▶ **일본 대추 수요 큰 변화 없어**

구글 트렌드를 통해 대추와 인삼의 일본 내 수요 추이에 대한 분석을 진행함. 2004년부터 2019년까지 약 15년간의 검색량 추이를 분석한 결과, 2019년 기준 대추보다 인삼의 검색량이 약 7~8배 정도 높은 것으로 드러났으며 인삼의 경우 2010년도부터 수요가 급증하여 이후 꾸준한 상승곡선을 그리고 있음. 당근볶음 요리인 시리시리(しり しり)와 결합한 인삼 시리시리과 같은 요리의 등장이 인삼 검색량 증가의 원동력이 됨[21]

반면 인삼과는 달리 대추의 수요에는 큰 변화가 없는 것으로 드러났으며 미용 음식이라는 농식품 매체들의 보도가 계속해서 이어지고 있음

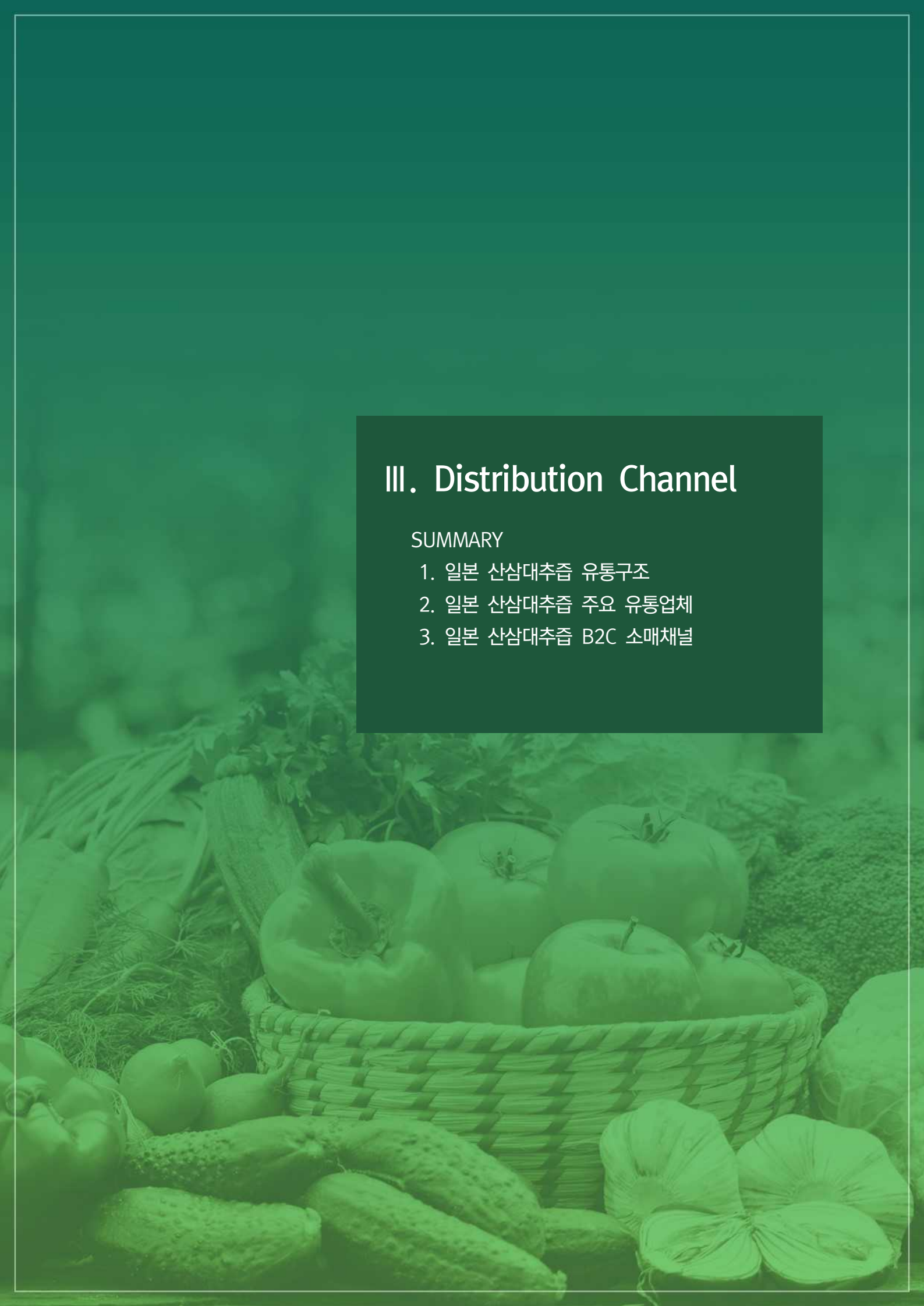
▶ **일본 인삼 수요, 2010년 이래 꾸준히 증가**
▶ **일본 대추 수요에 큰 변화 없어**

[표 2.6] 일본 '대추', '인삼' 검색 추이 분석[22]



자료 : Google Trend 일본 '대추' vs '인삼' 시간 흐름에 따른 관심도 변화

21) 2004~2019년 인삼 급상승 검색어 1위(Google Trend)
22) 시간 흐름에 따른 관심도 변화 : 수치는 특정 지역 기간을 기준으로 차트에서 가장 높은 지점 대비 검색 관심도를 의미함. 예를 들어 검색빈도가 가장 높은 검색어의 경우 100, 검색 빈도가 그 절반인 검색어는 50, 해당 검색어에 대한 데이터가 충분하지 않을 시 0으로 나타남

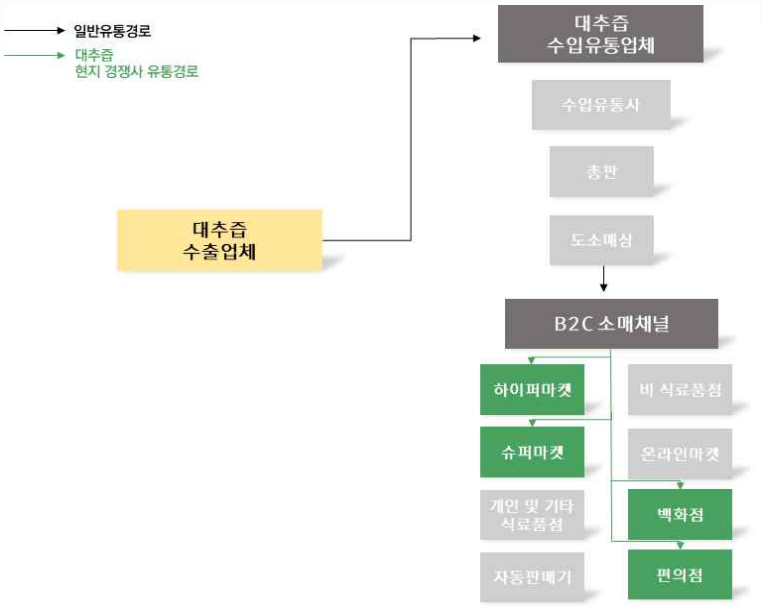


Ⅲ. Distribution Channel

SUMMARY

1. 일본 산삼대추즙 유통구조
2. 일본 산삼대추즙 주요 유통업체
3. 일본 산삼대추즙 B2C 소매채널

Distribution Channel
(유통채널)



일본 (Japan)

산삼대추즙 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율[23][24]	주요 채널[25]
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	34.6%	맥스벨류(MaxValu), 라이프(Life), 마루잇슈(Maruetsu) 요크-베니마루(York-Benimaru), 바로(Valor)
	백화점	20.6%	다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠코시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan), 한큐(Hankyu), 소고(Sogo), 마루이(O1O1), 세이부(Seibu), 도큐(Tokyu), 한신(Hanshin)
	편의점	13.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 페밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	비 식료품점	11.4%	(-)
	자동판매기	10.9%	(-)
	개인 및 기타 식료품점[26][27]	6.3%	장터, 총각네, 히로바
	온라인	2.7%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 벨라 메종(Belle Maison)
	홈쇼핑	0.4%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 큐브이씨(QVC), 자파넷다카타(Japanet Takata)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

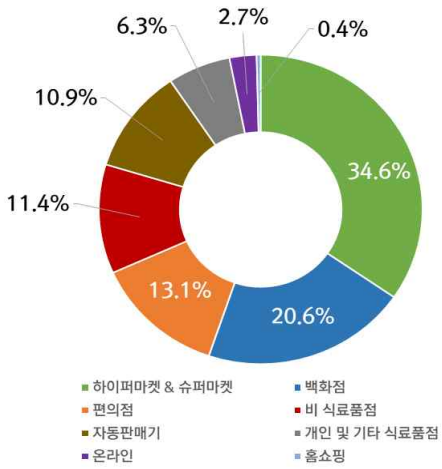
23) 2018년 기준, 일본 내 산삼대추즙의 유통채널 점유율임
24) '산삼대추즙'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '주스(Juice)'의 정보를 확인함
25) 채널 분류에 따른 일본 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨
26) 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크를 포함한 개인 식료품점을 뜻함
27) 개인 식료품점의 경우, 특정 채널에 대한 조사가 불가능하여 조사 대상을 체인점을 보유하지 않은 한인마트로 한정함

1. 일본 대추즙 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	산삼대추즙
구분	주스
범주	Juice

▶ 일본 대추즙 주요 채널
'하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(34.6%), 백화점(20.6%), 편의점(13.1%)'

[표 3.1] 일본 대추즙 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 일본 대추즙 유통채널 현황

채널 유형	대추즙 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	34.6%	맥스벨류(MaxValu), 라이프(Life), 마루잇슈(Maruetsu), 요크-베니마루(York-Benimaru), 바로(Valor)
	백화점	20.6%	다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠코시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan), 한큐(Hankyu), 소고(Sogo), 마루이(O1O1), 세이부(Seibu), 도큐(Tokyu), 한신(Hanshin)
	편의점	13.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 페밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	비 식료품점	11.4%	(-)
	자동판매기	10.9%	(-)
	개인 및 기타 식료품점	6.3%	장터, 총각네, 히로바
	온라인	2.7%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 벨라 메종(Belle Maison)
	홈쇼핑	0.4%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 큐브이씨(QVC), 자파넷다카타(Japanet Takata)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 일본 산삼대추즙 주요 유통업체

▶ 일본 주스(Juice) 취급 유통채널, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적

[표 3.3] 일본 대추즙 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액[28])	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	맥스벨류 (MaxValu)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 20억 8,704만 달러 (약 2조 4,658억 원)	벨버드네스트 (BELL BIRD NEST), 홍순(HONG SOON), 탑밸류(TOPVALU), 이토엔(伊藤園), 차바(CHABAA), 마리(Malee)	O
2	라이프 (Life)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 60억 898만 달러 (약 7조 996억 원)	칼피스(Calpis), 웰치스(Welch's), 델몬트(Delmonte), 이토엔(伊藤園), 미츠모리(三盛物産)	O
3	마루엣츠 (Maruetsu)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 34억 2,596만 달러 (약 4조 478억 원)	나카히라(Nakahira), 칼피스(Calpis), 웰치스(Welch's), 델몬트(Delmonte)	O
4	다카시마야 (Takashimaya)	백화점	약 83억 5,938만 달러 (약 9조 8,766억 원)	웰치스(Welch's), 델몬트(Delmonte), 이토엔(伊藤園)	O
5	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 448억 4,226만 달러 (약 52조 9,811억 원)	타이쇼우제약(大正製薬, 폿카삿포로푸드&비버레지 (ポッカサッポロフード & ビバレッジ), 이토엔(伊藤園), 메이지(meiji), 야마모토 한방제약 (山本漢方製薬), 오오츠카 제약 (大塚製薬), 생활의나무(生活の木)	O

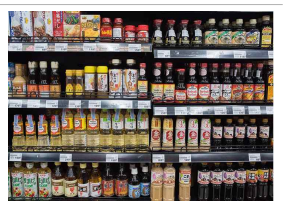
자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

28) 1달러=1,181.5원 (2019.07.25. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 일본 산삼대추즙 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓

① 맥스벨류(MaxValu)

기업 기본 정보	기업명		맥스벨류(MaxValu)
	홈페이지		www.mv-tokai.com
	위치		시즈오카(Shizuoka)
	규모	매출액('18)	약 20억 8,704만 달러 (약 2조 4,836억 원)
		기타 규모	- 매장 수('19): 약 736개 (국내) 약 92개 (해외)
	기업 요약		- 1948년 설립 - 일본 내 대형마트그룹 이온(Aeon)이 인수하면서 100% 지분을 보유하고 새롭게 만든 슈퍼 - 자체브랜드 제품 생산에 집중하는 유통업체임 - 일본 전역에 약 600개 이상의 지점을 보유함 - 즉석 식품뿐만 아니라 다양한 반찬거리도 판매함
			
기업 최근 이슈			- 오후 9시 이후 야간 할인을 자주함 - 매달 식단을 제공함으로써 메뉴 걱정을 줄이고자 노력하고 있으며, 400칼로리 이하의 식단 또한 제공함
유사제품 정보		제품명	마리 블랙커런트 주스 (Malee Blackcurrant Juice)
		종류	주스
		용량	330ml
		원산지	태국

자료: 맥스밸류(MaxValu) 홈페이지, 이온 온라인(Aeon online) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 재팬 쇼핑 나우(Japan Shopping Now), 맥스밸류(MaxValu) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 과일류, 채소류, 가공식품, 즉석식품, 스낵류, 제과류, 건강식품, 주류, **음료류**, 유제품 등 • 선호제품 - 건강을 강조한 제품 - 다이어트에 도움이 되는 제품 • 특이사항 - 새로 입점한 제품에 'NEW'라고 표기하여 소비자의 관심을 유도함	
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록
	등록 방법	- 온라인 피드백 작성 및 등록 (www.mv-tokai.com/inquiry) - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (이름, 성별, 주소, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 판매 가격, 현재 유통채널) ③ 참고자료 (입점 희망 점포 선택 후, 요청사항 자유기재)
	특이사항	- 온라인을 통한 입점 문의 (www.mv-tokai.com/inquiry) - 유선 통화: (055-989-3600) 오전 9시 ~ 오후 5시 까지

자료: 맥스밸류(MaxValu) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 라이프(Life)

기업 기본 정보	기업명		라이프(Life)
	홈페이지		www.lifecorp.jp
	위치		도쿄(Tokyo)
	규모	매출액('17)	약 60억 898만 달러 (약 7조 1,146억 원)
		기타 규모	- 매장 수('17): 약 264개 - 직원 수('19): 약 27,297명
	기업 요약		- 1956설립 - 수도권 4개의 현, 킨키권 5개의 현에서 약 264개의 매장을 보유함(2017년 기준) - 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6%를 차지함
기업 최근 이슈			- 헤세이 30년도 장애인 고용에 대한 감사장 수상 - 가와사키시(川崎市) 지점 오픈
유사제품 정보			
		제품명	델몬트 100% 과즙음료 (デルモンテ１００%果汁飲料ギフトＫＤＦ－３０Ｒ)
		종류	주스
		용량	160g
		원산지	미국

자료: 라이프(Life) 홈페이지, 옐프(Yelp), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 라이프(Life) 홈페이지, 옐프(Yelp)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 과일류, 야채류, 육류, 해산물, **음료류**, 가공식품, 즉석식품, 스낵류, 소스류, 유제품 등 • 선호제품 - 고급 포장 제품 • 특이사항 - 선물용 제품을 다수로 취급함 - 유통기한을 철저히 지킴	
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법	- 유선 컨택을 통한 입점 문의 (03-5807-5493) 수도권 - 도쿄 - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 (s620@lifecorp.co.jp)
	등록 정보	① 공급자 정보 (이름, 연락처, 연락 담당자, 직함, 이메일 주소) ② 관련 내용 (일반, 회사 관련, 전산 관련, 사후서비스 관련, 희망지역 선택 사유, 공급 관련 내용 등) ③ 상세내용 (회사소개, 제품소개, 홍보방안 등)
	특이사항	- 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이

자료: 라이프(Life) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

③ 마루엣츠(Maruetsu)

기업 기본 정보	기업명	마루엣츠(Maruetsu)	
	홈페이지	www.maruetsu.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('17)	약 34억 2,596만 달러 (약 4조 508억 원)
		기타 규모	- 매장 수('19): 298 점포
	기업 요약	- 1945년 창업, 1952년 설립 - 1977년, 식품 슈퍼마켓으로선 처음으로 상장. - 2002년, 200점포 달성 - 2012년, 중국에 합병회사를 설립 후 2013년에 중국1호점 개점	
기업 최근 이슈	- 2015년부터 ㈜카스미, ㈜맥스밸류 관동 과 경영 통합한 공동 지주회사 '주식회사 유나이티드 슈퍼마켓 홀딩스'를 설립 후 힘을 넣고 있음 (상장 주식회사)		
유사제품 정보		제품명	나카히라 팜 포도 주스 (Nakahira Farm Grape Juice)
		종류	주스
		용량	1L
		원산지	일본

자료: 마루엣츠(Maruetsu) 홈페이지, 마루엣츠 라쿠텐(Maruetsu Rakuten), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 마루엣츠(Maruetsu) 홈페이지, 마루엣츠 라쿠텐(Maruetsu Rakuten)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 각 지역별 유명 식품, 과자류, **음료류**, 식품 선물세트 등 - 일반: 생활용품, 잡화, 방재품 등 • **특이사항** - 특별한 직영 홈페이지는 없으며, 야후재팬 및 라쿠텐 페이지를 통한 전용 판매처가 있음 - 슈퍼의 식료품을 인터넷으로 구입하여 집으로 배달해주는 서비스 페이지가 별도로 있음
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법	- 각 지역별 입점 희망 점포 온라인 사이트를 통한 입점 문의 - 직접 입점 희망 매장 방문을 통한 입점 문의
	등록 정보	① 공급자 정보 (이름, 연락처, 연락 담당자, 직함, 이메일 주소) ② 관련 내용 (일반, 회사 관련, 전산 관련, 사후서비스 관련, 희망지역 선택 사유, 공급 관련 내용 등) ③ 상세내용 (회사소개, 제품소개, 홍보방안 등)
	특이사항	- 지역별 매장 리스트 및 연락처 (www.maruetsu.co.jp/index.php/shop)

자료: 마루엣츠(Maruetsu) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 백화점

① 다카시마야(Takashimaya)

기업 기본 정보	기업명	다카시마야(Takashimaya)	
	홈페이지	www.takashimaya.co.jp	
	위치	오사카(Osaka)	
	규모	매출액('18)	약 83억 5,938만 달러 (약 9조 9,493억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 19개 (국내) / 4개 (해외) - 직원 수('18): 13,631명
	기업 요약	- 1831년 교토에서 의복점으로 창업 - 1922년, 오사카에 백화점으로서 첫 점포 개점 - 1930년, 상호를 주식회사 타카시마야 로 변경 - 1933년, 도쿄 첫 백화점 개점 - 1993년, 싱가폴 지점 개점 - 2011년, 창립 180주년 - 2012년, 상하이 지점 개점	
기업 최근 이슈	- 개점 60주년을 기념하여 여름 그랜드 세일 진행 중 (식료품 포함) - 다카시마야 백화점 한정으로 요코야마 다이칸의 명작 "봉래산"("蓬萊山")상자에 담긴 과자 판매 중		
유사제품 정보		제품명	이토엔 1일분 야채 주스 (Itoen garden one day's vegetables)
		종류	주스
		용량	900g
		원산지	일본

자료: 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 제과, 식료품, 절임류, 주류, **음료류**, 과일 및 야채 - 일반: 패션 용품, 화장품, 가구 잡화 등 • **선호제품** - 계절 식품, 기프트 상품 - 프리미엄 제품 • **특이사항** - 일반 인터넷 쇼핑에서 볼 수 없는 고급 브랜드 제품/식품을 취급
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록
	등록 방법	- 각 지역별 입점 희망 점포 온라인 사이트를 통한 입점 문의 - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (공급자이름, 일본어 이름, 주소, 연락담당자, 전화번호 및 이메일주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	- 입점 희망 지점에 따라 연락처 상이

자료: 다카시마야(Takashimaya) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 편의점

① 세븐일레븐(7-Eleven)

기업 기본 정보	기업명		세븐일레븐(7-Eleven)
	홈페이지		www.sej.co.jp (편의점) www.7andi.com (그룹)
	위치		도쿄(Tokyo)
	규모	매출액('18)	약 448억 4,226만 달러 (약 53조 2,950억 원)
		기타 규모	- 진출 국가 수: 16개국 - 매장 수: 약 68,236개
	기업 요약		- 1973년 설립, 2974년 도쿄에 1호점 출점 - 1978년 사명을 '㈜세븐일레븐 재팬'으로 개칭 - 1993년 점포수 5,000점 달성 - 2004년 중국에 합병회사를 설립, 중국 1호 점포 출점 - 2005년 ㈜세븐&아이 홀딩스 설립 및 주식 상장 및 기존의 세븐일레븐을 자회사화 - 2007년 세븐일레븐이 소매업으로선 세계 최대 체인 점포수를 달성 - 2018년 점포수 2만 점포 수 돌파
기업 최근 이슈			- 오키나와 지역에 첫 점포 오픈 - 일본 7Pay app 해킹으로 인한 소비자 피해 발생
유사제품 정보		제품명	하루의 철분과 프룬 드링크 (鉄分入りグレープフルーツドリンク ケース)
		종류	건강음료
		용량	155ml
		원산지	일본

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 세븐&아이 홀딩스(7&I holdings), 유로모니터(Euromonitor)
지즈모도(Giznodo) 홈페이지(gizmodo.com)
사진 자료: 아마나이미지(Amanaimages), 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 즉석식품, 가공식품, 스낵류, **음료류**, 제과류 등 - 일반: 서적/전자서적, 음반/DVD/블루레이, 화장품, 문구 등 • 특이사항 - 전자 서적 및 음원 판매	
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록
	등록 방법	- 유선 컨택을 통한 입점 문의 (03 5793 4370) - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 (7andi-helpline@integrex.jp) - 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (이름, 연락처, 연락 담당자, 직함, 이메일 주소) ② 관련 내용 (일반, 회사 관련, 전산 관련, 사후서비스 관련, 희망지역 선택 사유, 공급 관련 내용 등) ③ 상세내용 (회사소개, 제품소개, 홍보방안 등)
	특이사항	- 비즈니스 파트너 행동 지침 사항 준수 필수 (www.7andi.com/en/csr/suppliers/guide.html)

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

Ⅳ. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 일본 산삼대추즙 인증 취득
2. 일본 산삼대추즙 사전 심사
3. 일본 산삼대추즙 업체·제품 등록
4. 일본 산삼대추즙 라벨 심의
5. 일본 산삼대추즙 서류 준비
6. 일본 산삼대추즙 세금 납부
7. 일본 산삼대추즙 검역 심사

Customs · Quarantine
(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	• 강제 인증 無	(-)
Step 02. 사전 심사	• 사전 심사 有 - 건강기능성 홍보 시 기능성 식품 등록 필요	(*) 일본 소비자청 - 건강증진법 - 문의처 : www.caa.go.jp
Step 03. 업체·제품 등록	• 필수 등록 절차 無 • 가공식품 사전등록 가능 - 통관절차 간소화를 위한 사전 등록 가능	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : www.mhlw.go.jp (*) 한국농수산식품유통공사(aT) - 문의처 : global.at.or.kr
Step 04. 라벨 심의	• 라벨 표기사항 - 별도 심의 사항 없음 - 일본 식품표기법 규정 준수	(*) 일본 후생노동성 - 식품표시법(食品表示法) - 문의처 : www.mhlw.go.jp
Step 05. 서류 준비	• 일반 서류 • 원산지 증명서	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 06. 선적 및 운송	• 포워딩 업체 섭외	(-)
Step 07. 통관 신고	• 수입신고 - 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청 - 수입신고서(C-5020), 상업송장 등	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 08. 세금 납부	• 납세 신고 - 수입 신고 후 세금 납부 • 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 • 관세율 9.6% • 소비세 7.2%	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 09. 검역 심사	• 서류 심사 • 제품 검사 - 제품, 통관이력 등에 대한 심사 결과, 후생노동성이 정한 규정에 따라 검사 진행	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : www.mhlw.go.jp (*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp

1. 일본 산삼대추즙 인증 취득

인증 취득

일본으로 제품 수입 시, 필요하거나 선택 가능한 인증 정보 제공

산삼대추즙

산삼대추즙 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 일본 수입식품 '적용 받는 강제 인증 無'

일본으로 산삼대추즙 수출 시 사전에 취득하여야 하는 강제 인증 사항은 없는 것으로 확인됨. 일본의 식품 수입 및 유통 관련 인증은 후생노동성(Ministry of Health, Labour and Welfare, MHLW)에서 관련 기준 수립 및 규제를 실시하고 있음.[29] 2018년 6월 MHLW에서 발표한 식품위생법 개정사항[30]에 따르면, 자국 내 사업자를 대상으로 HACCP 제도화를 계획하고 있으며, 수입 식품에 대한 적용 사항은 논의 중에 있음

기타 식품 생산 안전 관련 인증으로 ISO 22000, IFS 등이 있으며, 식품 품질 인증으로 JAS(Japanese Agricultural Standard)이 있음. 해당 인증사항은 지정 인증기관을 통해 취득이 가능함

[표 4.1] 일본 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
JAS	식품 품질 인증	선택	후생노동성 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

29) 일본 후생노동성(MHLW)는 식품위생법(食品衛生法)에 따라 식품의 첨가물 기준 등을 수립하고 해당 기준에 따라 규제하고 있으며, 소비자청(CAA)은 식품표시법(食品表示法)에 따라 식품 표시 관련 사항을 규제하고 있음

30) 2018년 6월 식품위생법의 주요 개정 사항에 따르면, 수입 식품의 위생상 안전성이 요구되는 식품(식육, 식조육 등)은 수출국 정부에서 확인한 시설 등에서 제조된 것, 유 및 유제품, 굴 등의 식품위생상 위험이 커질 우려가 있는 식품은 수출국 정부가 발행한 위생증명서를 첨부하도록 하고 있음.

[표 4.2] 일본 식품 인증 취득

HACCP	**절차**	**기간**
	서류제출〉서류심사〉현장 확인 및 심사〉판정〉인증	40일
	서류	**비용**
	신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000	**절차**	**기간**
	서류제출〉인증계약〉계획통보〉서류심사〉현장심사〉 시정 조치〉인증 심의〉인증〉사후관리심사〉갱신 심사	-
	서류	**비용**
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS	**절차**	**기간**
	인증의뢰〉사전심사〉현장심사〉 부적합 사항 시정 조치〉인증발급	약 24주
	서류	**비용**
	신청서 등	약 900~1,000만원
BRC Food Safety	**절차**	**기간**
	인증의뢰〉사전심사〉현장심사〉 부적합 사항 시정 조치〉인증발급	-
	서류	**비용**
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만원
FSSC 22000	**절차**	**기간**
	서류제출〉1차 현장 평가〉2차 현장 평가〉인증〉사후관리 심사	-
	서류	**비용**
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만원
JAS	**절차**	**기간**
	서류제출〉서류 평가〉현장 평가〉개선요구〉인증〉사후관리	약 4~8주
	서류	**비용**
	신청서, 회사 정보, 제조과정 정보 등	-

자료 : 각 인증기관

2. 일본 산삼대추즙 사전 심사

사전 심사

일본으로 제품 수입 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

산삼대추즙

산삼대추즙 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▸ 일본 식품 기능성 홍보 위해 사전 심사 '필요'

▸ 일본 기능성표시식품 '신고'로 절차 진행

일본은 기능성식품에 대하여 특정보건용식품, 기능성표시식품, 영양기능식품의 3가지 분류를 하고 있음. 일본에서 건강 기능성을 홍보하고자 하는 경우, 사전에 해당 내용에 대한 기능성표시식품 신고 절차를 거쳐야함. 해당 절차는 일본 소비자청을 통해서 진행할 수 있으며, 별도의 심사 절차는 수행되지 않고 적법한 서류 요건만 갖추면 신고 번호를 수취할 수 있음

건강 기능성에 관한 표현의 경우, 질병이 없는 사람의 건강 유지 및 증진에 도움이 된다는 정도의 취지로 작성되어야 함. 질병 발생 위험을 저감한다는 내용의 표현이나 의약품으로의 오해 소지를 발생 시킬 수 있는 내용의 표현은 불가능함

[표 4.3] 일본 수입 전 사전 심사

적용 규제	건강증진법
담당 기관	일본 소비자청(Consumer Affairs Agency, CAA)
필요 정보 및 서류	a. 식품 관련 정보 – 식품의 기능과 안정성에 대한 과학적 근거 자료 b. 생산 및 품질 관리 정보 – 식품 안전 관리 인증 또는 그 기준 정보 등 c. 생산 업체 기본정보 – 사업자명, 연락처 등
검토사항	a. 기능성표시식품의 대상 식품이 되는 지의 판단 b. 안전성에 대한 근거 명확화 c. 생산, 제조 및 품질 관리체계 확인 d. 건강 피해 발생 시 정보 수집 체계의 수립 여부 확인 e. 기능성(효능)에 대한 명확한 근거 확인 f. 기능성에 관한 적정한 표현 확인
절차	신청서 작성 및 신청 -> 서류 심사 -> 추가자료 보완 -> 신고번호 고지

자료 : 일본 소비자청(CAA)

3. 일본 산삼대추즙 업체·제품 등록

업체·제품 등록

일본으로 제품 수입 시, 요구되는 업체 또는 제품 등록제도 정보 제공

산삼대추즙

산삼대추즙 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▸ 일본 식품 수입 시 필수 등록 요건 '없음'

▸ 통관 절차 간소화를 위한 후생노동성의 '가공식품 사전등록 가능'

일본 후생노동성은 일본으로 수입되는 식품 제품에 대하여 필수적인 사전 등록 절차를 요구하지 않으며, 해외 업체의 등록 절차도 요구하지 않음. 다만, 수입을 하는 과정에서 일어나는 통관 절차 시 수입 식품에 대한 검사 요건을 완화하고 원활한 통관을 위하여 수입 식품에 대한 사전 검사 및 등록 제도를 실시하고 있음. 해당 절차를 통하여 사전 확인을 받게 되면, 등록번호가 기재된 수입 신고서를 제출하여 원활한 통관 절차의 수행이 가능함

대상 식품은 농축산물 및 수산물의 1차 생산품 또는 간이 가공품을 제외한 가공식품[31]으로, 식품 위생법이 정하고 있는 규정에 적합한지에 대하여 확인하게 됨

[표 4.4] 일본 수입 전 등록제도

적용 규제	식품위생법
담당 기관	일본 후생노동성(MHLW)
국내 신청 기관	한국농수산식품유통공사(aT)
필요 정보 및 서류	a. 신청서 b. 상품 리스트, c. 위생검사표 d. 성분붕석표 및 제조공정도 e. 시험성적증명서 - 수입업체 발급 시험성적증명서 제출 가능 f. HACCP 인증서
절차	a. 서류 제출 b. 서류 검토 (aT) c. 서류 심사 d. 현장 실사 e. 등록 통보

자료 : 정부24, 한국농수산식품유통공사(aT)

31) 가공(건조, 가율, 발효 또는 기타 가공)된 차는 수입 식물 검역 규정에 따라 식물 검역 절차를 거쳐야 하는 식품에 해당하지 않는 일반 가공식품에 해당함. 다만, 사전 수입식품등록이 가능한지에 대해서는 당국의 확인이 필요함

4. 일본 산삼대추즙 라벨 심의

▸ 일본 라벨 규정

라벨 심의

일본으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공

산삼대추즙

산삼대추즙 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

[표 4.5] 일본 라벨 관리 규정

적용 규제	Food Sanitation Act, Health Promotion Act		
세부 규정	Food Labeling Act(食品表示法) No. 70 of June 28. 2013		
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원산지 · 수입자 정보 · 원료 정보 · 식품첨가물 · 순중량 · 유통기한 · 보관방법 · GMO 성분에 대한 표시 · 알레르기 정보 · 영양성분	
	라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	일본어로 표기할 것
			폰트의 최소사이즈는 8포인트로 할 것
		식품첨가물	식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입할 것
			일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용할 것 (e.g. 비타민 C – Sodium L-ascorbate)
			중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성
		영양성분	열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성 할 것
			산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능
			함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것
		유통기한	제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기
		원료정보	가장 일반적인 명칭으로 기재 할 것
			복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기 할 것
		보관방법	보관에 적절한 보관 방법에 대한 내용 표기
			상온 보전 의외 유의 사항 없을 시, 미 표기

자료 : 일본 소비자청(CAA), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), KATI농식품수출정보

[표 4.6] 일본 라벨 관리 규정

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	수입자 및 제조자 정보	수입업체의 이름 및 주소, 제조자의 이름 및 주소 정보를 기재할 것
		GMO 성분 표기	등록된 GMO 식품을 대상으로 하여, 해당 원료를 함유하고 있음을 표기할 것
		알레르기정보	새우, 게, 밀, 메밀, 계란, 유제품, 땅콩
			일본 소비자청은 다음 20개 항목에 대해서도 라벨에 표기하도록 권고 중 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 케슈넛, 키위, 소고기, 호두, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이, 복숭아, 얌(yam), 사과, 젤라틴
		순중량	단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재 활 것
		원산지	일본 제품에 대하여 적용되는 원재료 별 원산지 정보 기재 의무 미적용
		기타	유기농 인증을 획득한 경우에 한하여, JAS마크 표기 및 유기농 표기 가능
			건강증진법이 정하고 있는 바에 따라 담당 부처로부터 허가를 득하거나 신고를 한 후, 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품 마크의 표기와 적절한 기능성에 대한 홍보 문구 사용 가능

자료 : 일본 소비자청(CAA), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), KATI농식품수출정보

▶ 일본 식품 라벨 샘플

[앞면 라벨링]

[옆면 1 라벨링]

앞면(일어)	앞면(국문)
① 브랜드명 : こくあま トマトジュース 無糖T	① 브랜드명 : 코쿠아마 토마토주스 무가당

옆면 1(일어)	옆면 1(국문)
① 제품명 : 名称 : トマトジュース (ストレート) ② 원료 : 原材料名 : トマト (北海道産) ③ 용량 : 内容量 : 1000ml ④ 유통기한 : 賞味期間 : ラベル右下に記載 ⑤ 보관방법 : 保存方法 : 直射日光を避けて常温で保存 ⑥ 판매자 : 販売者 : 株式会社 JOIN 静岡県浜松市北区都田町 7709-6, TEL。053-428-5123 ⑦ 생산자 : 製造所 : 株式会社谷口農場 北海道旭川市東旭川町共栄255 ⑧ 영양정보 : 栄養成分表示(100g当たり) エネルギー 32kcal たんぱく質 0.9g 脂質 0g 炭水化物 7.0g ナトリウム 3mg (食塩相当量 0.0g) ナトリウュは原料のトマト由来の成分です	① 제품명 : 토마토주스 (스트레이트) ② 원료 : 토마토 (홋카이도산) ③ 용량 : 1,000ml ④ 유통기한 : 라벨 오른쪽 하단에 기재 ⑤ 보관방법 : 직사광선을 피해서 상온에 보관 ⑥ 판매자 : 주식회사 JOIN 시즈오카현 하마마츠시 키타구 미야코다초 7709-6, TEL。053-428-5123 ⑦ 생산자 : 주식회사 타니구치농장, 홋카이도 아사히카와시 히가시아사히카와 쿄에이 255 ⑧ 영양정보 : 영양성분표시(100g당) 열량 32kcal, 단백질 0.9g 지방 0g 탄수화물 7.0g 나트륨 3mg (식염상당량 0.0g) 나트륨은 원료인 토마토에서 유래된 성분입니다.

[옆면 2 라벨링]

옆면 2(일어)

① 설명 :
「こくあまトマト」は甘味と酸味のバランスがよく、コクがあります。...이하 중략...
② 유의사항 :
· トマトの成分が浮遊・沈殿することがありますが、品質に変わりありません。
· 開栓前によく振ってからお飲みください。
· 開栓後は冷蔵庫（10℃以下）で保存し、お早めにお召し上がりください。
· 冷やして飲むと、より美味しくいただけます。
③ 유통기한 : 賞味期間
2020.10.08

옆면 2(국문)

① 설명 : 코쿠아마 토마토는 단맛과 신맛의 밸런스가 좋고, 감칠맛이 있습니다.
② 유의사항 :
· 토마토의 성분상 침전이 있을 수 있습니다만, 품질에는 변함이 없습니다.
· 개봉 전에 잘 흔들고 마셔주세요.
· 개봉 후 냉장고(10 ℃ 이하)에서 보관 하시고 가급적 빨리 드세요.
· 차갑게 마시면 더욱 맛있게 드실 수 있습니다.
③ 유통기한 : 2020.10.08

5. 일본 산삼대추즙 서류 준비

서류 준비

일본으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

산삼대추즙

산삼대추즙 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▸ 일본 수입 업무 수입 업체 또는 통관브로커 통해 진행

▸ 일본 수입서류 원산지증명서 필요

일본으로 제품을 수출하고자 할 때, 현지 수입 신고는 일반적으로 보세 구역에 물품이 반입된 후 진행함. 다만, 세관에서 정하고 있는 특정 물품의 경우 보세구역으로 물품이 반입되기 전 또는 선박에 적재되어 있는 상태에서 신고해야 함. 일본 내 수입신고는 수출업체가 수행할 수 없기 때문에 제품을 수입하는 당사자 또는 통관 브로커를 통해서 진행해야함

일반특혜관세(GSP, Generalized System of Preferences)를 받을 수 있는 경우, 해당 관세율 적용을 위한 일반특혜관세 원산지 증명서(GSP Certificate of Origin) Form A의 원산지 증명서를 제출해야함

[표 4.7] 일본 통관 서류

구분	서류명		발급기관
일반 서류	수입신고서(C-5020)		(-)
	선적	상업송장	(-)
		포장명세서	(-)
		보험증서	(-)
		운임명세서	(-)
		선하증권	(-)
	원산지 증명서		관세청 / 상공회의소
	관세 납부 영수증		(-)
	등록 서류 등 기타 수입에 요구되는 서류		(-)

자료 : 일본 관세청

6. 일본 산삼대추즙 세금 납부

서류 준비

일본으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

산삼대추즙

산삼대추즙 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ **일본 산삼대추즙 HS-CODE 2106.90.292, 관세율 12% 적용**

▶ **한-일본 FTA 협정 부재로 WTO협정세율 '적용'**

산삼대추즙의 경우 일본에서는 HS-CODE 2106.90 (기타)의 2106.90.292 (인삼 또는 그 출출물을 함유한 것) 세번을 사용하여 수입됨.[32] 일본 수입 시 기본세율은 12%를 적용받으며 한-일본 FTA 또는 기타 무역 협정을 체결하고 있지 않음. 다만, 일본은 WTO 협정 체결국에 대한 협정세율을 부과하고 있어, 해당하는 세율은 기본세율과 동일한 12%의 협정세율이 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 107달러(한화 약 12만 원)[33] 소요
- 수입 서류 심사 기간은 3시간 소요
- 통관 비용은 275달러(한화 약 32만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 48시간 소요

[표 4.8] 한국·일본 HS CODE 비교 및 일본 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2016.90.30	인삼제품류	
	2106.90.3019	기타	
일본		알콜을 함유하지 않은 것	
	2106.90.292	인삼 또는 그 추출물을 함유한 것	
관세	기본관세율	12%	
	협정 세율	12%[34]	
소비세		8%	

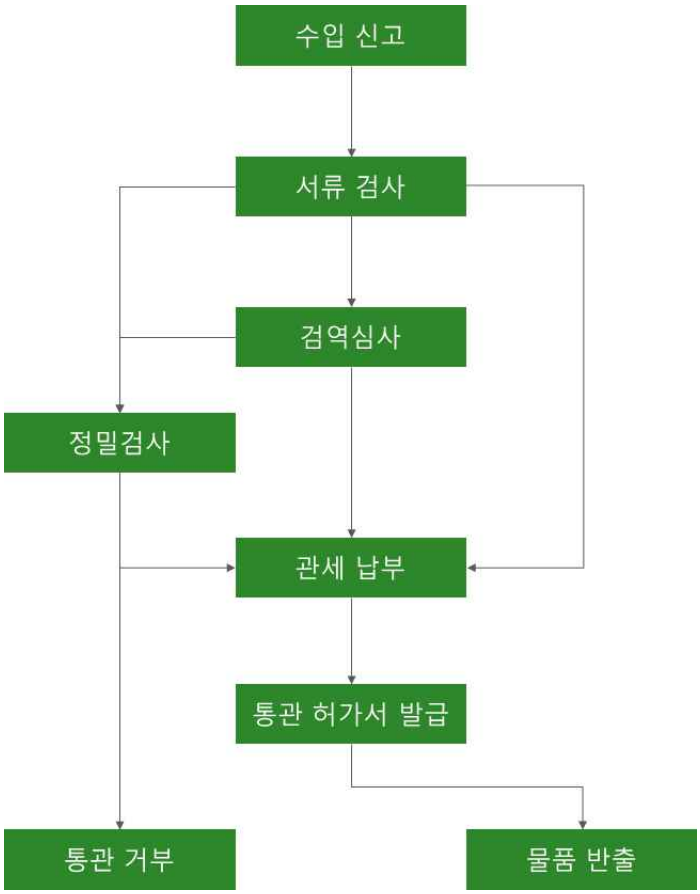
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 일본 관세청, 일본무역진흥기구(JETRO)

32) 일본 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2106.90 중 산삼대추즙에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 일본 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 일본 관세청을 통한 세번 확인이 필요함
33) 1달러=1,181.50달러 (2019.07.25., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
34) 일본은 한국과 FTA 협정을 맺고 있지 않으나, WTO 협정을 맺고 있는 국가에 대하여 WTO협정관세를 부과하고 있음

7. 일본 산삼대추즙 검역 심사 절차

- 일본 식품, 심사 결과 및 정해진 규정에 따라 서류 및 물품 검사 실시
- 사전 수입 가공식품등록 가능

[표 4.9] 일본 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	유해물질	Aflatoxin	10 μg/kg
		Symphytum (comfrey)	불검출
	식품첨가물	aluminium	사용금지

자료 : 일본 관세청, 일본 투자 및 수입품 진행기구(MIPRO), KATI농식품수출정보

식품 첨가물 규정

일본으로 제품 수입 시, 요구되는 식품 첨가물, 유해 물질에 관한 규정

산삼대추즙

산삼대추즙 품목의 첨가물 규정은 KATI농식품수출정보 카테고리 분류 중 음료류의 홍삼, 인삼음료류로 분류하여 떡류에 해당하는 정보를 제공함

▸ **일본 식품화학연구재단(JFCRF)의 첨가물 기준을 통해 확인 가능**

▸ **KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능**

[표 4.10] 일본 산삼대추즙 품목 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
착향료	아세트알데하이드	acetaldehyde	일반사용기준35)
착향료	아세토페논	acetophenone	일반사용기준
농후제, 안정제	아세틸아디핀산이전분	acetylated distarch adipate	일반사용기준
농후제, 안정제	아세틸인산이전분	acetylated distarch phosphate	일반사용기준
농후제, 안정제	아세틸산화전분	acetylated oxidized starch	일반사용기준
산화제	아세트산	acetic acid	일반사용기준
산화제	아디프산	adipic acid	일반사용기준
발효조절제 등	산선인산가수분해효소	acid phosphatase	일반사용기준
발효조절제 등	활성탄	active carbon	일반사용기준
감미료	아스파탐	aspartame	일반사용기준

자료 : KATI농식품수출정보, 일본 식품화학연구재단(JFCRF)

35) 일반사용기준 : 최대 허용치가 별도로 명시되지 않아 규제가 없으나 첨가물 사용 시 적절한 제조공정 관리를 시행하며, 목적으로 하는 효과를 달성하는 데 필요한 양을 초과하지 않도록 해야 함

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 아이스타(アイスター)

Interview ② 시젠켄코오샤(自然健康社)

Kati
농식품수출정보

Expert Interview
(전문가 인터뷰)

Market Demand & Consumer

アイスター

· 인터뷰 기업 : 아이스타
(アイスター)
제조유통업체
· 인터뷰 담당자 : Manager,
Mr. Nashiyama

일본 내 대추의 수요는 증가하고 있는 추세

대추의 효능이 매체를 통해 알려지면서, 이전보다 수요가 늘어났습니다. 일본에서 판매되는 제품은 대부분 대추가 소량 첨가된 음료나 차가 대부분이며, 일본인 소비자들은 단맛이 첨가되어 마시기 수월한 대추음료를 선호합니다.

한국산 인삼 및 홍삼 제품 재구매율 높아

일본 내 인삼 및 홍삼음료의 인지도나 수요는 낮지만, 한국산 인삼 및 홍삼 제품들이 현지산 보다 가격이 저렴하면서도 품질이 좋아 제품을 구매해 본 소비자들은 사용한 제품에 만족하며 제품을 재구매하는 경우가 많습니다.

Market Demand & Consumer

健康生活研究所 本店

· 인터뷰 기업 : 시젠켄코오샤
(自然健康社)
수입유통업체
· 인터뷰 담당자 : Sales Manager,
Mr. Uemura

대추음료의 주 소비자층은 40대, 남성보다는 여성이 선호

현지에서 대추음료는 40대 소비자들 사이에서 인기가 많습니다. 호르몬 균형, 노화 방지 등 대추의 다양한 효능이 알려지며 남성보다는 여성 소비자들 사이에서 선호됩니다.

인삼 및 홍삼 음료, 겨울에 수요 높아

인삼 및 홍삼 음료는 몸을 따뜻하게 해주는 성분이 있어 겨울철에 특히 수요가 높습니다. 더 높습니다. 또한 인삼이나 홍삼 제품을 그대로 섭취하기 보다는 홍차나 커피 등에 섞어 마시는 편입니다.

Interview ① 아이스타(アイスター)

아이스타
(アイスター)

전문가 소속
아이스타
(アイスター)
제조유통업체

전문가 정보

Mr. Nashiyama
(Manager)

아이스타(アイスター)

Mr. Nashiyama (Manager)

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

아이스타는 1980년에 설립된 제조유통업체로, 건강기능식품과 화장품을 판매하고 있습니다. 본사는 요코하마에 위치하고 있으며, 본사에서는 화장품 제조 및 연구개발도 진행하고 있습니다.

Q. 일본 내 대추음료의 선호도가 어떻게 되나요?

일본 현지에서 소비자들은 대추즙 보다는 대추차를 더 선호하는 경향이 있습니다. 이로 인해 현지 마트에서 판매하는 대추 관련 제품 중에는 대추 성분과 향이 소량 첨가된 차나 음료제품군이 많이 있습니다. 최근 방송에서 대추의 효능이 소개되면서 빈혈이 있거나 한방에 관심이 있었던 소비자들이 대추를 찾는 경우가 늘어났으며, 대부분의 제품이 음료나 차 형태로 되어 있기 때문에 제품을 마시면서 몸이 전반적으로 따뜻해지는 것을 느낄 수 있어 소비자들이 선호합니다. 대추의 쓴 맛으로 인해 약간의 단 맛이 첨가된 제품의 수요가 더 높으며, 맛이 쓰거나 떫은 제품은 섭취하기가 어려워 소비자들이 선호하지 않습니다.

Q. 일본 내 인삼 및 홍삼 음료의 수요가 어떻게 되나요?

일본산 인삼이나 홍삼은 대체로 비싸서 제품의 수요가 낮은 편입니다. 하지만 한국산 홍삼이나 인삼 제품은 가격경쟁력이 있고 품질이 좋아 소비자들이 재구매하는 경우가 많습니다. 다만 인삼과 홍삼의 인지도는 높은 편이 아니기 때문에, 피부 미용이나 건강 증진 효과를 홍보한다면 일본 내 여성 소비자들에게 특히 인기가 좋을 것으로 전망됩니다.

Q. 일본 내 한방 제품의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

일본은 한국만큼 한방 제품의 인기가 높지 않습니다. 전반적으로 한방 제품 대신 녹차나 꿀차 등을 마시며 건강관리를 합니다. 한국은 한약방이 흔하지만 일본은 한약방이 많지 않으며, 한약이나 한방 제품을 소비하는 것은 일본에서 생소한 문화입니다. 따라서 소비층을 정의하기 어렵습니다.

Interview ② 시젠켄코오샤(自然健康社)

시젠켄코오샤
(自然健康社)

전문가 소속
시젠켄코오샤
(自然健康社)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Uemura
(Sales Manager)

시젠켄코오샤(自然健康社)

Mr. Uemura (Sales Manager)

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

시젠켄코오샤는 건강기능식품과 미용 보조제를 전문적으로 취급하고 있는 수입유통업체입니다. 자사 온라인쇼핑몰과 오프라인 매장을 통해 제품을 판매하고 있으며, 차, 분말, 캡슐 등 다양한 형태의 건강기능식품을 취급하고 있습니다.

Q. 일본 내 대추음료의 선호도가 어떻게 되나요?

일본 내 대추 제품의 주 소비자층은 40대입니다. 대추 제품에 관심이 많은 소비자들은 한국산 제품이 가장 유명하다는 것을 알고 선호하는 편입니다. 일본에서 열리는 한국 전시회를 통해 대추를 접한 뒤 관심이 생겨 구매하는 소비자들도 꽤 있습니다. 대추가 여성호르몬의 균형을 맞춰주고, 노화방지, 혈액순환, 진정효과, 불면증 예방, 디톡스 등 많은 효능이 있다고 알려져 남성보다 여성소비자들이 주로 선호합니다. 소비자들은 너무 달거나 너무 쓰지 않은 맛의 대추음료를 선호하며, 대부분 건강관리의 목적으로 구매합니다.

Q. 일본 내 인삼 및 홍삼 음료의 수요가 어떻게 되나요?

인삼과 홍삼 음료의 수요는 50대 이상의 소비자들 사이에서 압도적으로 높습니다. 한국 여행 중 인삼과 홍삼을 접해본 뒤 효과가 좋아서 재구매하는 경우가 많습니다. 인삼과 홍삼에는 몸을 따뜻하게 해주는 성분이 있어서 겨울에 특히 수요가 높습니다. 일본인들은 인삼이나 홍삼 제품을 그대로 섭취하기 보다는 쉽게 마실 수 있도록 홍차나 커피에 섞어 마시는 편입니다. 하지만 50대 이하의 젊은 소비자들 사이에서는 관련 제품의 수요가 낮은 편입니다. 대부분 체력 강화나 면역력을 높이기 위해 야채 주스나 면역증진 음료를 섭취하는 경우가 더 많습니다.

[참고문헌]

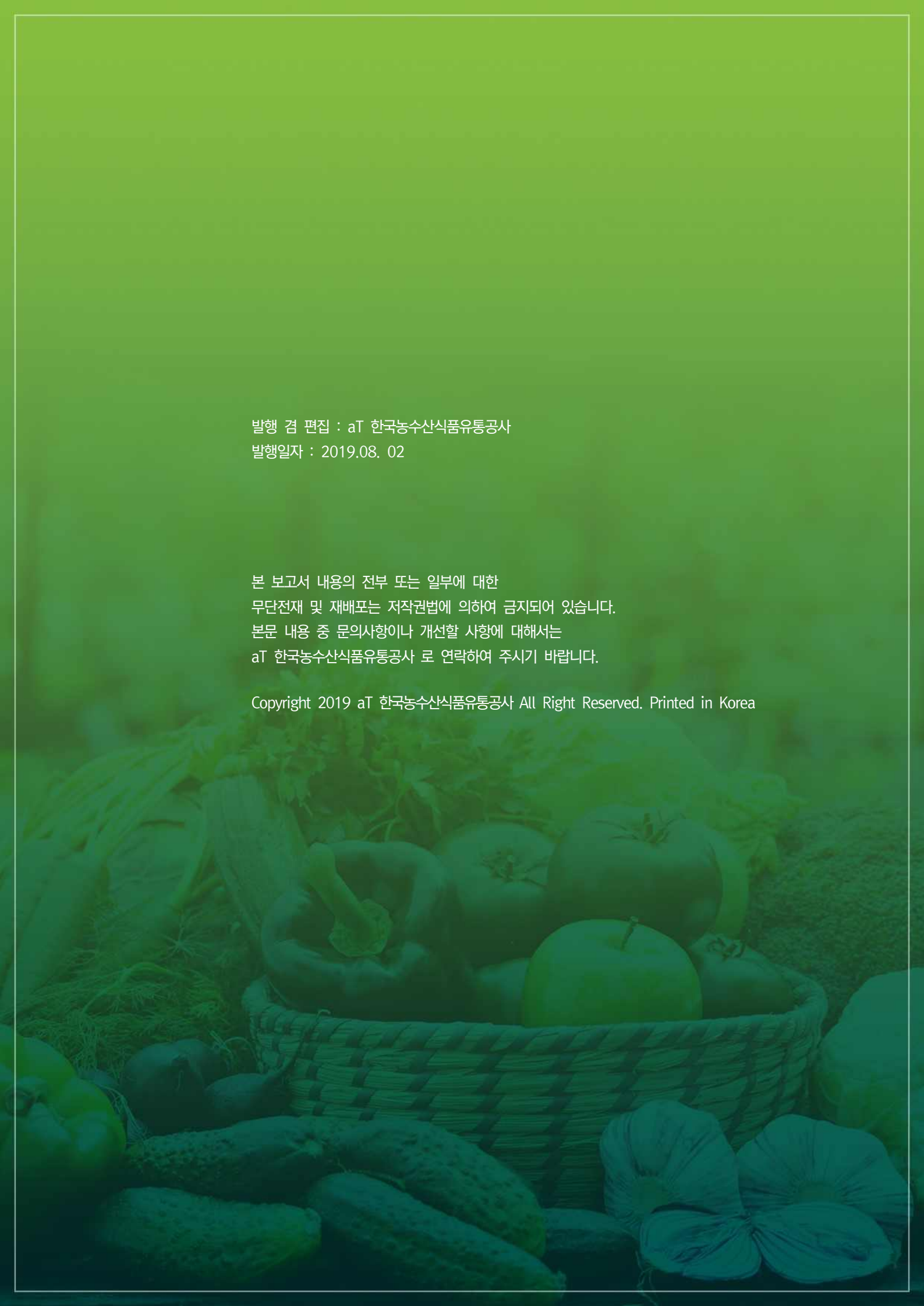
■ 참고 자료

1. 「特別企画 ： 機能性表示食品 届出業者の実態調査」, (2017.08)
2. MIPRO, 「食品輸入の手引き」, (2019.07)
3. 미국 농무부(USDA), 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, (2019.03)

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. 일본 통계청(Statistics of Japan)(www.stat.go.jp)
4. 야노경제연구소(矢野経済研究所)(www.yano.co.jp)
5. 외교부(www.mofa.go.kr)
6. 캄보소단(Kampo-sodan)(www.kampo-sodan.com)
7. 쿡패드(Cookpad)(cookpad.com)
8. 라쿠텐 레시피(Rakuten)(recipe.rakuten.co.jp)
9. 우먼익사이트(Woman Excite)(woman.excite.co.jp)
10. 오기(Oggi)(oggi.jp)
11. 아마존 재팬(www.amazon.co.jp)
12. 맥스벨류(MaxValu)(www.mv-tokai.com)
13. 라이프(Life)(www.lifecorp.jp)
14. 마루엣츠(Maruetsu)(www.maruetsu.co.jp)
15. 다카시마야(Takashimaya)(www.takashimaya.co.jp)
16. 세븐일레븐(7-Eleven)(www.sej.co.jp)
17. 지즈모도(Giznodo)(gizmodo.com)
18. 일본 소비자청(CAA) (www.caa.go.jp)
19. 한국 관세청 (www.customs.go.kr)
20. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS) (www.fas.usda.gov)
21. 정부24 (www.gov.kr)
22. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
23. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
24. 일본 관세청 (www.customs.go.jp)
25. 일본 무역진흥기구(JETRO) (www.jetro.go.jp)
26. 일본 식품화학연구재단(JFCRF) (www.ffcr.or.jp)
27. 일본 투자 및 수입품 진흥기구(MIPRO) (www.mipro.or.jp)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산식품유통공사
발행일자 : 2019.08. 02

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

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right Reserved. Printed in Korea