



**2021**

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202109-16  
품목 | 선식(Grain Powder)  
HS CODE | 2106.90-3029  
국가 | 일본(Japan)  
구분 | 경쟁력분석형

# Contents

<b>I. 요약</b>	03
<b>II. 경쟁제품</b>	
1. 일본 선식 경쟁제품 선정	05
2. 일본 선식 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 일본 선식 경쟁제품 현지조사 결과	10
<b>III. 경쟁기업</b>	
1. 일본 선식 경쟁기업 선정	20
2. 일본 선식 경쟁기업 현지화 분석 기준	21
3. 일본 선식 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	23
<b>IV. 수입·유통업체 인터뷰</b>	
Interview ① 뷰티 코디네이트(Beauty Coordinate)	32
Interview ② 세안키카쿠(Seian kikaku)	35
Interview ③ 뷰티 딜라이트(Beauty Delight)	37
<b>V. 경쟁력파악</b>	
1. 제품 경쟁력 검증	42
2. 벤치마킹 제품 분석	46
3. 기업 마케팅 벤치마킹	48
<b>VI. 시사점</b>	49
※ 참고문헌	51

# Summary

ASA-FSA: 한국 경쟁기업명 이나설 처리

## ■ 온라인 인기제품

	제품명	제조사명
3개 채널에서 Top 10인 제품	마가 들어간 15곡 미숫가루	A사
	호두, 아몬드, 울무차	A사
	검은콩, 검은참깨, 흑미 미숫가루	A사
2개 채널에서 Top 10인 제품	참이맛 미숫가루	B사
	서원선식	D사
	발아3곡이든 곡물한끼	E사
	서원선식	E사

## ■ 오프라인 주요 경쟁제품

스리무프로테인믹스베리(키요라)		라칸토에스(사리아)	
	가격 1,850.0엔		가격 2,362.0엔
	중량 150g		중량 800g
작은 중량과 간편한 플라스틱 파우치 용기		응용 가능한 다양한 식용법 강조	

## ■ 경쟁기업 3개사 분석

	오리히로	마츠모토키요시	키요라	일본 현지 진출 경쟁기업 현황  일본기업 3개사, 일본 현지 제조시설에서 직접 제품 제조  + 일본기업 2개사, 주요 SNS 플랫폼 인스타그램을 활용해 기업 및 제품 홍보
국적	일본	일본	일본	
제품 현지화	●	●	●	
포장 현지화	●	●	●	
생산 방식	●	●	●	
입점 채널	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(일본)	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(일본)	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(일본)	

제품 현지화	포장 현지화	생산 방식 현지화
● 상 (현지인 선호 신제품 개발)	● 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)	● 상 (현지에 제조시설 구비해 직접 제조)
● 중 (기존 유통 제품 성분 일부 변경해 출시)	● 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)	● 중 (제조국에서 직접 제조해 현지 수출)
○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)	○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)	○ 하 (제조국 OEM 업체에 제조 위탁)

## ■ 경쟁력 파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			
가격(100g당) (517.8엔)	●	선식 (3개)	건강보조 식품(5개)	감미료 (2개)	맛 (홍삼 맛)	●	무미	단맛	곡물	기타
		1,033.2엔	609.5엔	410.9엔			5개	2개	1개	2개
중량(g) (700.0g)	○	선식 (3개)	건강보조 식품(5개)	감미료 (2개)	원산지 (한국)	●	일본			
		173.3g	194.0g	485.0g			10개			
원료 (홍삼)	●	선식(3개)			홍보문구(중복값 有) (품질 성분, 효능)	●	성분	효능	맛	편리성
		과일 및 야채 추출물(2개)	삼씨(1개)	9개			7개	5개	4개	

● 차별화된 경쟁력   ● 일반적인 스펙   ○ 보완 필요

## ■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 100g당 가격은 경쟁제품 평균보다 저렴한 편이며, 중량은 경쟁제품 평균보다 큰 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 9개가 제품 성분을 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 모두 일본 현지 제조시설에서 직접 제품을 제조하는 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 중 2개사는 유명 SNS 플랫폼인 인스타그램을 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있음

## II. 경쟁제품

1. 일본 선식 경쟁제품 선정
2. 일본 선식 경쟁제품 조사지표 선정
3. 일본 선식 경쟁제품 현지조사 결과

# 1. 일본 선식 경쟁제품 선정

## 1) 주요 프로세스

### 고객사 제품 특징



제품명	한바다홍삼선식
제품 종류	선식
소비자가격 1)	약 3,624엔 (38,000원)
중량	700g
포장	플라스틱 통
특징	한국산 홍삼 및 곡물 함유, HACCP 인증, 식사 대용, 면역력 강화

### Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
  - 제품명 : 한바다홍삼선식
  - 제품 종류 : 선식
  - 소비자가격 : 약 3,624엔(38,000원)
  - 중량 : 700g
  - 포장 형태: 플라스틱 통

### Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
  1. 아마존(Amazon): 24.6%
  2. 야후쇼핑(Yahoo Shopping): 14.3%
  3. 라쿠텐(Rakuten): 12.0%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰 중 3개에서 확인: 1개 제품
  - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 6개 제품

### Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 : 드럭스토어
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
  - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

### Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
  - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
  - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
  - 벤치마킹 제품 분석

1) 100엔=1,048.48원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인  
쇼핑몰 인기제품 확인

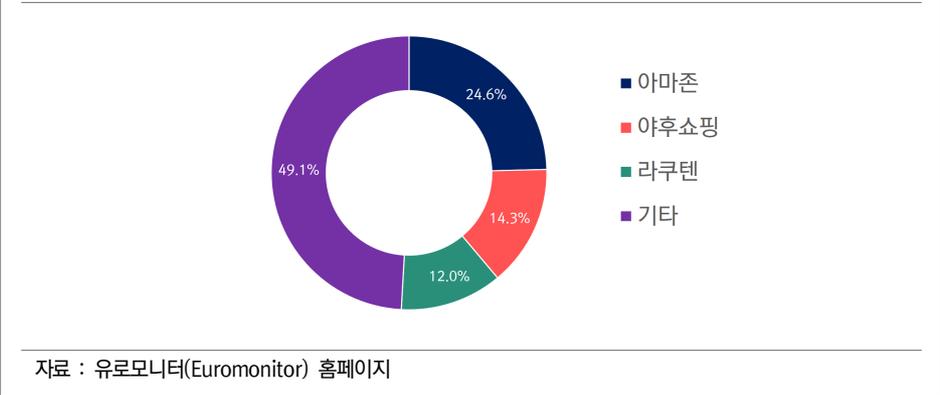
일본 주요 온라인 쇼핑몰  
(Top 3)

사이트명	취급 종류
amazon.co.jp 아마존	식료품, 음료, 가공식품, 냉동식품 등
 야후쇼핑	신선식품, 유제품, 수입식품, 냉동식품 등
 라쿠텐	신선식품, 유제품, 음료, 냉동식품 등

▶ 일본 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 아마존, 야후쇼핑, 라쿠텐

유로모니터에 따르면, 2020년 기준 일본 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 아마존(Amazon), 야후쇼핑(Yahoo Shopping), 라쿠텐(Rakuten)으로, 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 50.9%임

[표 2.1] 일본 온라인 쇼핑몰 점유율



▶ 2개 이상의 인기 온라인 쇼핑몰에 진출한 경쟁제품, 7개

일본 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 1개의 제품이 주요 온라인 쇼핑몰 3개에서 모두 판매되고 있으며, 6개 제품이 주요 온라인 쇼핑몰 2개에서 판매되고 있음

[표 2.2] 일본 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	아마존	야후쇼핑	라쿠텐
1	마가 들어간 15곡 미숫가루 (A사)	마가 들어간 15곡 미숫가루 (A사)	마가 들어간 15곡 미숫가루 (A사)
2	호두, 아몬드, 울무차 (A사)	참이맛 미숫가루 (B사)	참이맛 미숫가루 (B사)
3	검은콩, 검은참깨, 흑미 미숫가루 (A사)	발아3곡이든 곡물한끼 (E사)	서원선식 (D사)
4	시치미차 (에소라칸포아쿠호포)	오우치카페 오베이라테 & 도뉴미스카루라테 (아이 러브 티)	흑3곡 미숫가루 (E사)
5	발리 스프라웃 파우더 (C사)	서원선식 (D사)	검은콩, 검은참깨, 흑미 미숫가루 (A사)
6	그린티 파우더 (아마모토)	흑3곡 미숫가루 (E사)	발아3곡이든 곡물한끼 (E사)
7	캣수리바 엑스트랙트 파우더 (덴넨노켄코소쿠한켄료)	고소아오지루 (가부시키가이샤웨부)	곡물스무디 (F사)
8	아사이 스무지 및쿠스 가라나이리 레이트 퓨레 (프루타 프루타)	노무스마토킨 (스벨티)	블랙미숫가루 (F사)
9	스피루리나 파우더 (세이카쓰노키)	호두, 아몬드, 울무차 (A사)	리부레후리와 (사카리오)
10	슬림 업 슬림 수퍼푸드 셰이크 믹스드베리 라떼 (아사히)	오무기와카바+고소 (아사히)	비젠소쿠 (도쿠타시라보)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매    ■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 아마존(Amazon), 야후쇼핑(Yahoo), 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지

### 3) 조사 지역 및 매장 선정

#### ● 일본 도쿄 정보<sup>2)</sup>

인구	3,910만 5,000명
인구 밀도	6,410명/km <sup>2</sup>
면적	2,194km <sup>2</sup>

#### ▶ 일본 도쿄, 방문지역으로 선정

도쿄도는 일본의 수도이자 일본의 경제, 문화, 교통이 집약된 지역임. 도쿄도 중심부에는 국내 및 국제 금융 기관과 기업 본사가 자리하고 있으며, 미국의 주요 제조 지역이자 일본 최대 공업지대인 게이힌 공업지대(京浜工業地帯)가 있음. 도쿄역은 일본 초고속 열차인 신칸센과 주요 철도가 지나가는 중앙 터미널이며, 전철, 지하철, 버스 노선과 고속도로가 연결된 일본의 주요 교통 허브임

#### ▶ 현지 조사 매장 선정, 드럭스토어

일본 즉석식품(Ready Meals)<sup>3)</sup>의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 슈퍼마켓이 36.5%로 가장 높았으며, 편의점 27.8%, 온라인 3.0%, 드럭스토어 2.8%, 홈쇼핑 2.0%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 2.3] 일본 선식 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
슈퍼마켓	36.5%	맥스밸류(マックスバリュ), 라이프(Life), 요크(York), 마루에츠(マルエツ)
편의점	27.8%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson), 야마자키 샵(ヤマザキ ショップ), 미니스톱(Ministop)
온라인	3.0%	아마존(Amazon), 야후쇼핑(Yahoo Shopping), 라쿠텐(Rakuten)
드럭스토어	2.8%	웰시아(ウエルシア), 츠루하(ツルハ), 코스모스(コスモス), 마츠모토키요시(マツモトキヨシ)
홈쇼핑	2.0%	생활협동조합(コープ), 자파넷 타카타(ジャパネットたかた), 컴퓨터 숍 채널(ジュピター ショップチャンネル)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

2) 자료: 스탯스타(Statista), 「Largest urban agglomerations worldwide in 2021, by population」, 2021.05

3) '선식'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 즉석식품(Ready Meals)의 정보를 확인함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정  
(\*) 아마존(Amazon), 야후쇼핑(Yahoo Shopping), 라쿠텐(Rakuten)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정  
(\*) 마츠모토키요시(マツモトキヨシ), 토모스(Tomo's)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 선식: 곡식을 찌거나 볶아서 가루로 만든 제품
- 건강보조식품: 건강의 유지하도록 하는 데 도움을 주는 식품
- 감미료: 단 맛을 내는 데 쓰는 재료

[표 2.4] 일본 선식 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류		
	오프라인	온라인	선식	건강 보조식품	감미료
① 스리무프로테인 믹쿠스베리 (키요라)	○ (마츠모토키요시)	○ (야후쇼핑, 라쿠텐)	○		
② 그린스무지 (마츠모토키요시)	○ (마츠모토키요시)	○ (야후쇼핑, 라쿠텐)	○		
③ 아사노미 (스카이구린자팡)	○ (토모스)	○ (야후쇼핑, 라쿠텐)	○		
④ 화이바화인푸라스뉴우산킨 (마츠모토키요시)	○ (마츠모토키요시)	○ (야후쇼핑, 라쿠텐)		○	
⑤ 켄자노쇼쿠타쿠 다부루사포토 (오츠키)	○ (토모스)	○ (아마존, 야후쇼핑, 라쿠텐)		○	
⑥ 비쇼쿠카노치에 푸레엔 (크라씨에)	○ (토모스)			○	
⑦ 다이아타리화이바 (오리히로)	○ (토모스)	○ (야후쇼핑, 라쿠텐)		○	
⑧ 쿠리아화이바 (리브라보라토리즈)	○ (토모스)	○ (야후쇼핑, 라쿠텐)		○	
⑨ 라칸토에스 (사라야)	○ (마츠모토키요시, 토모스)	○ (야후쇼핑, 라쿠텐)			○
⑩ 페루사이토 카로리제로 (아지노모토)	○ (토모스)	○ (아마존, 야후쇼핑, 라쿠텐)			○

(\*) 현지 판매 선식 경쟁제품 10개 분석

## 2. 일본 선식 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 일본 선식 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 일본 선식 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	g	제품의 포장 단위
제품 종류	선식	곡식을 찌거나 볶아서 가루로 만든 제품
	건강보조식품	건강의 유지하도록 하는 데 도움을 주는 식품
	감미료	단 맛을 내는 데 쓰는 재료
제품 맛	단 맛	당분이 있는 재료에서 느끼는 맛
	곡물 맛	곡물에서 느끼는 맛
	무미	맛이 없음(無味)
	기타 맛	베리믹스 맛, 과채믹스 맛 등 다른 맛을 첨가한 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 용기
	종이 박스	종이 소재의 박스 안에 날개 포장이 들어있는 형태
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

### 3. 일본 선식 경쟁제품 현지 조사 결과

#### ▶ 일본 도쿄에 위치한 드럭스토어

일본 도쿄에 위치한 드럭스토어 마츠모토키요시(マツモトキヨシ)와 토모스(Tomod's)를 방문함. 마츠모토키요시는 현재 일본 내 898개의 점포를 보유하고 있으며 동종업계 회사 중 최대기업에 해당함. 토모스는 일본 내 210개의 점포를 운영하고 있는 것으로 확인됨

[표 2.6] 일본 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
마츠모토키요시 (マツモトキヨシ)	드럭스토어	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 일본 최대 규모의 드럭스토어 체인 매장</li> <li>· 일본 수도권을 중심으로 898개의 매장을 보유</li> <li>· 온라인 쇼핑물 운영</li> </ul>
토모스 (Tomod's)	드럭스토어	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 일본 전역에 210개의 매장을 운영</li> <li>· 약사 직원을 채용하여 전문적인 지식을 바탕으로 한 서비스를 제공</li> <li>· 온라인 쇼핑물 운영</li> </ul>



지도자료: 구글맵(Google Maps)

## ▶ 경쟁제품 10개 중 1개 제품은 2개 매장에서 모두 판매

마츠모토키요시(マツモトキヨシ)와 토모스(Tomod's) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 라칸토에스 제품이 방문 매장 2개 모두에서 판매 중인 것으로 확인됨. 매장 토모스는 경쟁제품 7개를, 마츠모토키요시는 경쟁제품 4개를 취급하고 있는 것으로 확인됨

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황	
	마츠모토키요시(マツモトキヨシ)	토모스(Tomod's)
① 스리무프로테인 믹쿠스베리 (키요라)	○	
② 그린스무지 (마츠모토키요시)	○	
③ 아사노미 (스카이구린자팜)		○
④ 화이버화인푸라스뉴우산킨 (마츠모토키요시)	○	
⑤ 켄자노쇼쿠타쿠 다부루사포토 (오츠키)		○
⑥ 비쇼쿠카노치에 푸레엔 (크라씨에)		○
⑦ 다이아타리화이버 (오리히로)		○
⑧ 쿠리아화이버 (리브라보라토리스)		○
⑨ 라칸토에스 (사라야)	○	○
⑩ 페루사이트 카로리제로 (아지노모토)		○

자료: 현지 조사원 자료

## Shop ① 마츠모토키요시(マツモトキヨシ)

### ● 매장 정보

- 유형: 드럭스토어
- 판매 제품 특징: 의약품, 화장품, 잡화, 식료품, DIY 용품 등을 판매함
- 매장 주변 특징: 상업 지역 내 지하철역 앞에 위치
- 주요 고객층: 현지 주민

브랜드 기본 정보 <sup>4)</sup>		마츠모토키요시는 1932년에 설립된 일본 최대 규모의 드럭스토어 체인 매장으로 일본 수도권을 중심으로 898개의 매장을 보유하고 있음. 자사 브랜드 ‘MK CUSTOMER’를 개발하여 판매하고 있으며, 온라인 쇼핑몰도 운영하고 있음
		조사 제품 수: 4개

매장 정보		
	위치	도쿄도 도시마구 1-chōme-27-7 Minamiiebukuro, Toshima City, Tokyo, Japan

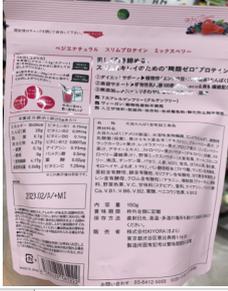
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 선식 경쟁제품 정보	
		
	리칸토에스 (사리아)	슬리무프로테인 믹쿠스베리 (키요라)
		
	그린스무지 (마츠모토키요시)	하이바이오인푸라스뉴우산킨 (마츠모토키요시)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/야후쇼핑/라쿠텐 웹사이트

4) 자료: 마츠모토키요시(マツモトキヨシ) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	라칸토에스 (ラカントS)	제조사 (현지어)	사라야 (サラヤ)
제품 종류	감미료	중량	800g
소비자가격	2,362.0엔 (24,765원)	100g당 가격	295.3엔 (3,096원)
원산지	일본	맛	단 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	칼로리 제로, 당분 제로, 100% 식물 유래의 감미료, 안심하고 맛있게 당질 컨트롤
원료 및 첨가물	에리스리톨, 라캉카 추출물, 감미료		

			
제품명 (현지어)	스리무프로테인믹스베리 (スリムプロテインミックスベリー)	제조사 (현지어)	키요라 (Kiyora)
제품 종류	선식	중량	150g
소비자가격	1,850.0엔 (19,397원)	100g당 가격	1,233.3엔 (12,931원)
원산지	일본	맛	베리믹스 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	식물성단백질, 유산균 100억 개, 고단백, 비건, 글루텐프리, 우유에 타면 더욱 맛있어짐, 당질제한 및 다이어트, 매일 영양 보급
원료 및 첨가물	대두단백질, 수용성식이섬유, 완두단백질, 식물성유산균, 과즙추출물혼합분말, 딸기과즙분말, 야채 믹스 파우더(보리 어린잎, 케일, 브로콜리, 호박, 청경채, 파슬리, 인삼, 셀러리, 오이, 시금치, 뽕잎, 물로헤이야, 썬, 토마토), 빵 효모 분말, 알라닌, 증점제(과감), 산미료, 야채색소, 감미료(스테비아), 향료, 나이아신, 비타민 B1, 비타민 B6, 비타민 B2, 엽산, 비타민 B12		

			
제품명 (현지어)	그린스무지 (グリーンスムージー)	제조사 (현지어)	마츠모토키요시 (マツモト キヨシ)
제품 종류	선식	중량	120g
소비자가격	1,798.0엔 (18,852원)	100g당 가격	1,498.3엔 (15,710원)
원산지	일본	맛	과채믹스 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	마시는 체지방 서포트, 내장지방 감소를 도와줍니다, 9종류의 야채와 과일, 기능성 관여 성분, 찹쌀 유래 이소플라본
원료 및 첨가물	두유분말(탈지대두,덱스트린), 전분, 사과 식이섬유, 난소화성 덱스트린, 찹쌀 추출물, 콜라겐 펩타이드(젤라틴 포함), 스피루리나말, 보리새알말, 바나나, 사과 과즙, 케일, 셀러리, 시금치, 갯기름나물, 식물발효추출물(마, 사과포함), 아세롤라과즙, 유산균, 비타민C, 감미료(아스파르탐, L-페닐알라닌화합물, 스크랄로스), 나이아신, 향료, 판토텐산칼슘, 비타민B6, 비타민B2, 산미료		

			
제품명 (현지어)	화이버파인플러스뉴우산킨 (ファイバーファインプラス乳酸菌)	제조사 (현지어)	마츠모토키요시 (マツモト キヨシ)
제품 종류	건강보조식품	중량	250g
소비자가격	839.0엔 (8,797원)	100g당 가격	335.6엔 (3,519원)
원산지	일본	맛	무미
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치	홍보문구	영양관리사 추천, 유산균 약 50억 개, 양상추 약 2개분의 섬유 과립, 유산균, 콜라겐, 올리고당 함유
원료 및 첨가물	난소화성 덱스트린, 콜라겐 펩타이드(생선 젤라틴 유래), 올리고당, 유산균분말(유성분 포함)		

## Shop ② 토모스(Tomod's)

### 매장 정보

- 유형: 드럭스토어
- 판매 제품 특징: 의약품, 화장품, 건강식품 등을 판매함

브랜드 기본 정보 <sup>5)</sup>		토모스는 1993년에 설립된 Sumitomo 그룹의 드럭스토어 체인 매장임. 일본 전역에 210개의 매장을 운영하고 있으며, 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있음. 전체 직원 1,515명 중 603명이 약사로 이루어져 있어, 고객들에게 전문적인 자식을 바탕으로 한 서비스를 제공하고 있음
		조사 제품 수: 6개

- 매장 주변 특징: 상업 지역 내 위치 근처에 지하철역과 구청이 위치해 있음
- 주요 고객층: 현지 주민

매장 정보		
	위치	도시(지역) 도쿄도 도시마구 상세주소 3-chōme-4-3 Higashiikebukuro, Toshima City, Tokyo, 170-0013, Japan

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 선식 경쟁제품 정보		
			
	켄자노쇼쿠타쿠 다부루사포토 (오츠카)	비쇼쿠카노치에푸엔 (크라씨에)	아사노미 (스카이구린자빵)
			
	페루사이트 카로리제로 (아지노모토)	다이아타리화이바 (오리히로)	쿠리아화이바 (리브라보라토리즈)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/야후쇼핑/라쿤텐 웹사이트

5) 자료: 토모스(Tomod's) 홈페이지

			
제품명 (한지어)	켄자노쇼쿠타쿠다부루사포토 (賢者の食卓 ダブルサポート)	제조사 (한지어)	오츠카 (大塚)
제품 종류	건강보조식품	중량	180g
소비자가격	1,762.0엔 (18,474원)	100g당 가격	978.9엔 (10,263원)
원산지	일본	맛	무미
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치	홍보문구	스틱 타입으로 휴대에도 편리, 평상시의 식사에 플러스, 당분이나 지방의 흡수를 통제, 식후의 혈당치와 혈중 중성지방의 상승을 평온하게
원료 및 첨가물	난소화성 덱스트린		

			
제품명 (한지어)	비쇼쿠카노치에푸레엔 (美食家の知恵 プレエン)	제조사 (한지어)	크라시에 (Kracie)
제품 종류	건강보조식품	중량	180g
소비자가격	1,580.0엔 (16,566원)	100g당 가격	877.8엔 (9,203원)
원산지	일본	맛	무미
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치	홍보문구	혈중 중성지방을 적게 하는 이눌린 배합, 식후 혈당치 상승을 평온하게 하는 이눌린 배합, 배 상태를 조절하는 이눌린 배합, 맛을 변하게 하지 않고 빠르게 녹음, 음료에 섞기만 하면 됨
원료 및 첨가물	이눌린		

			
제품명 (현지어)	아사노미 (麻の実)	제조사 (현지어)	스카이구린자팜 (스카이그린자판)
제품 종류	선식	중량	250g
소비자가격	920.0엔 (9,646원)	100g당 가격	368.0엔 (3,858원)
원산지	일본	맛	곡물 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	저당질, 식물성 단백질, 오메가3, 오메가6, 농약 미사용, 슈퍼푸드, 영양 듬뿍
원료 및 첨가물	삼시		

			
제품명 (현지어)	페루사이토카로리제로 (パルスイト カロリーゼロ)	제조사 (현지어)	아지노모토 (味の素)
제품 종류	감미료	중량	170g
소비자가격	895.0엔 (9,384원)	100g당 가격	526.5엔 (5,520원)
원산지	일본	맛	단 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	당분 제로, 사용량 3분의 1로 설탕과 같은 단 맛
원료 및 첨가물	분말 환원 맥아당 물엿, 엘리스리톨, 식이섬유(환원난소화성덱스트린), 알라닌, 감미료(아스파르탐-L-페닐알라닌 화합물, 아세설팜K), 향료, 폴리글루탐산		

			
제품명 (한지어)	다이하타리하이바 (ダイエタリーファイバー)	제조사 (한지어)	오리히로 (オリヒロ)
제품 종류	건강보조식품	중량	200g
소비자가격	760.0엔 (7,968원)	100g당 가격	380.0엔 (3,984원)
원산지	일본	맛	무미
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	배 상태를 조절하는 이소말토덱스트린, 무미무취의 잘 녹는 과립형태로 드리는 섬유질입니다, 음료나 요리에 가볍게 첨가해 드실 수 있습니다
원료 및 첨가물	이소말토덱스트린		

			
제품명 (한지어)	쿠리아하이바 (クリアファイバー)	제조사 (한지어)	리브라보라토리즈 (リブ・ラボラトリーズ)
제품 종류	건강보조식품	중량	160g
소비자가격	760.0엔 (7,968원)	100g당 가격	475.0엔 (4,980원)
원산지	일본	맛	무미
포장 형태 (외부/내부)	종이박스/ 플라스틱 파우치	홍보문구	1개 스틱으로 양상추 약 2개분의 식이섬유, 맛을 바꾸지 않음, 맛있는 맛 그대로, 씩 녹는 과립 타입
원료 및 첨가물	난소화성 덱스트린		

## III. 경쟁기업

1. 일본 선식 경쟁기업 선정
2. 일본 선식 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 일본 선식 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

## 1. 일본 선식 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 선식 및 건강기능식품 판매 일본기업 3개사 선정

일본 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 선식제품 취급 경쟁기업 2개사 및 건강기능식품 취급 경쟁기업 1개사를 경쟁기업으로 선정함. 각 제조사는 제품 구성품 일부를 위탁 생산하는 경우도 있으나, 완제품 유통 및 판매를 전담하는 기업을 경쟁기업이라 정의함

### ▶ 경쟁기업 3개사, 평균 49년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 49년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 오리히로는 1972년 설립되어 약 49년째 사업을 이어오고 있으며, 마츠모토히요시는 89년, 키요라는 9년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

### ▶ 경쟁기업 3개사, 선식 및 건강기능식품 동일품목 종류 조사

일본에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 선식 및 건강기능식품의 동일 품목 수를 조사한 결과 키요라가 13개의 제품을 보유하고 있어 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 마츠모토히요시 4개, 오리히로 1개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 선식 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
오리히로	일본	49년	1개
마츠모토히요시	일본	89년	4개
키요라	일본	9년	13개

자료: 일본 진출 선식 경쟁기업 3개사 분석

## 2. 일본 선식 경쟁기업 현지화 분석 기준

### ▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명	
① 기업명	기업의 이름	
② 위치	기업 본사 위치	
③ 규모	매출액	기업 20년도 매출액
	직원 수	기업 20년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	선식 및 건강기능식품

### ▶ 경쟁기업의 자사 제품 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 제품 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 기존 제품 출시	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시	○ (하)
② 기존 제품 현지화	기존 유통되는 제품의 맛, 성분 등을 변경하여 출시	◐ (중)
③ 신제품 개발	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발	● (상)

### ▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	◐ (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함	● (상)

## ▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

## ▶ 경쟁기업의 유통 채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통 채널

기준	채널 종류
오프라인	마트모토키요시, 토모스
온라인	아마존, 야후쇼핑, 리쿠텐

## ▶ 경쟁기업의 홍보 채널에 따른 분석 기준

[표 3.7] 경쟁기업 홍보 채널

기준	채널 종류
자사 홈페이지	국내 홈페이지
	글로벌 홈페이지
	현지 홈페이지
SNS 플랫폼	페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터

### 3. 일본 선식 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

#### ▶ 경쟁기업 3개사 모두 일본 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

일본에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 토모스에는 오리히로가 확인되었으며, 마츠모토키요시 드럭스토어에서는 마츠모토키요시와 키요라가 확인되었음. 온라인의 경우, 3개사 모두 현지 주요 온라인 판매채널인 라쿠텐(Rakuten), 야후쇼핑(Yahoo Shopping)에 입점하였으며, 아마존(Amazon)에서는 제품을 판매하지 않는 것으로 확인됨

#### ▶ 경쟁기업 SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

일본 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 오리히로와 마츠모토키요시는 글로벌 홈페이지도 운영하고 있으며, 마츠모토키요시의 경우 별도의 브랜드 홈페이지를 운영하며 제품을 홍보하고 있음. 3개사 모두 SNS 플랫폼을 홍보채널로 활용하고 있으며, 일본어 계정으로 일본 소비자에게 홍보 활동을 진행하고 있음

▶ **경쟁기업 홍보문구로 제품의 기능성, 성분, 간편성 등을 강조하여 홍보**

일본 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 제품의 기능성을 강조하는 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 기능성을 나타내는 문구로는 ‘비만’, ‘다이어트’, ‘미용’, ‘건강’ 등을 사용함. 성분을 강조하는 문구로는 ‘비타민 11종류’, ‘7종류의 베리 과즙’, ‘당류 제로의 단백질’, ‘13종류의 야채와 비타민’ 등을 활용하는 것으로 확인됨. 또한 제품의 간편성을 강조하였으며, ‘잘 녹는 과립 형태’, ‘음료나 요리에 가볍게 첨가’, ‘마시기 쉽게 완성’ 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨

[표 3.8] 일본 선식 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
오리히로	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장 - 토무스</li> <li>온라인 매장 - 라쿠텐 - 야후쇼핑</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌/일본어)</li> <li>SNS 플랫폼 (일본어) - 유튜브</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>배 상태를 조절하는 이소 말토 텍스트린</li> <li>무미무취의 잘 녹는 과립 형태의 섬유질</li> <li>음료나 요리에 가볍게 첨가해 드실 수 있습니다</li> </ul>	
마츠모토키요시	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장 - 마츠모토키요시</li> <li>온라인 매장 - 라쿠텐 - 야후쇼핑</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌/일본어)</li> <li>SNS 플랫폼 (일본어) - 인스타그램</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>비만, 뱃살이 걱정되는 사람에게 적합한 식품</li> <li>부족하기 쉬운 영양소 섭취로 건강한 다이어트 지원</li> <li>하루의 식사에 필요한 비타민 11종류 배합</li> </ul>	
키요라	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장 - 마츠모토키요시</li> <li>온라인 매장 - 라쿠텐 - 야후쇼핑</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(일본어)</li> <li>SNS 플랫폼 (일본어) - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>7종류의 베리 과즙 사용</li> <li>주스 감각으로 즐길 수 있습니다</li> <li>마시기 쉽게 완성</li> <li>당류 제로의 단백질</li> <li>다이어트, 미용, 건강 지원</li> <li>13종류의 야채와 비타민</li> </ul>	

자료: 일본 진출 선식 경쟁기업 3개사 분석

① 오리히로

기업 기본 정보	기업명	오리히로	
	기업 설명	오리히로는 일본 군마현에 위치한 그룹사로 사업영역에 따라 식품 포장 및 제조 기계 분야의 히로 엔지니어링 주식회사, 건강식품 제조 분야의 히로 플랜트듀 주식회사, 곤약 원료 제조 분야의 히로 머터리얼 주식회사로 운영되고 있음. 건강식품 포장에 최신 기계를 도입해 안심하고 안전한 상품을 만드는 것에 집중하고 있음	
	위치	1886, Watanukimachi, Takasaki, Gunma, Japan	
	규모	직원 수	약 250명
동일품목 수 <sup>6)</sup>		1개	
설립연도		1972년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 토모스		제품명	다이하타리화이버 (다이하타리-파이버)
			중량	200g
			가격	760.0엔 <sup>7)</sup> (7,968원)
			제품 종류	건강보조식품
	〈온라인 매장〉 라쿠텐 아후쇼핑		제품명	다이하타리화이버 (다이하타리-파이버)
			중량	200g
			가격	568.0엔 (5,955원)
			제품 종류	건강보조식품

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	일본 제품으로 일본 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	일본 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (상)	일본에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 라쿠텐/아후쇼핑 웹사이트

6) 선식 및 건강기능식품을 동일품목으로 분류함

7) 100엔=1,048.48원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식



홍보 채널	자사 홈페이지 (글로벌/일본어), 유튜브 (일본어)
게시 주기	1년에 1건 (유튜브 5건 게재)
게시물 유형	기업 소개, 사업 영역 소개, 채용 정보, 제품 홍보

게시물 유형



- 기본적인 회사 소개 (소재지, 연혁, 기업 이념, 사업 영역, 계열사 정보)



- 사업 영역 소개 (기계 사업부, 건강식품 사업부, 곤약 원료 사업부)



- 제품 판매(온라인 쇼핑 사이트)
- 제품 홍보

사진자료: 오리히로(Orihiro) 홈페이지 (orihiro.com), 유튜브

② 마츠모토키요시

기업 기본 정보	기업명	마츠모토키요시		
	기업 설명	1932년에 설립된 마츠모토키요시는 의약품, 화장품, 식료품 등을 판매하는 업체로 본사는 치바현 마쓰도시에 위치해 있음. 자체 브랜드 'MK CUSTOMER' 상품 개발하여 판매하고 있으며, 최대 규모의 드럭스토어 체인점과 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있음		
	위치	9-1, Shinmatsudohigashi, Matsudo, Chiba, Japan		
	규모	직원 수	6,262명	
		동일품목 수 <sup>8)</sup>	4개	
설립연도		1932년		
매출		5,905억 9,300만 엔		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 마츠모토키요시		제품명	그린스무지 (グリーンスムージー)
			중량	120g
			가격	1,798.0엔 (18,852원)
			제품 종류	건강보조식품
	〈온라인 매장〉 라쿠텐 야후쇼핑		제품명	그린스무지 (グリーンスムージー)
			중량	120g
			가격	1,620.0엔 (16,958원)
			제품 종류	건강보조식품

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	일본 제품으로 일본 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	일본 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (상)	일본에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 라쿠텐/야후쇼핑 웹사이트

8) 선식 및 건강기능식품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (글로벌/일본어), 인스타그램 (일본어)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>1-2일에 1건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 온라인 제품 판매, 미용/건강 칼럼, 제품 홍보</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기본적인 회사 소개 (연혁, 위치, 사업 영역, 재무 자료)</li> <li>• 보도 자료</li> <li>• 매장 현황</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 온라인 제품 판매</li> <li>• 오프라인 매장 위치 안내</li> <li>• 프로모션 정보</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미용/건강 칼럼 게재</li> <li>• 건강 상식 제공</li> <li>• 제품 홍보</li> </ul>

사진자료: 마츠모토키요시(マツモトキヨシ) 홈페이지 (www.matsukiyo.co.jp), 인스타그램

③ 키요라

기업 기본 정보	기업명	키요라	
	기업 설명	키요라는 2012년에 설립된 건강기능식품 및 바다용품 판매 업체로 본사는 도쿄 시부야에 위치해 있음. 판매 브랜드로는 바쁜 현대인을 위한 마시는 건강기능식품 'Vegie'와 바다용품 'Bodyflex'가 있음. 자사 홈페이지를 통해 온라인 구매가 가능함	
	위치	1-chōme-14-10, Ebisuminami, Shibuya City, Tokyo	
	규모	동일품목 수 <sup>9)</sup>	13개
설립연도		2012년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 마츠모토키요시		제품명	스리무프로테인믹스베리 (슬림프로테인믹스베리)
			중량	150g
			가격	1,850.0엔 (19,397원)
			제품 종류	선식
	〈온라인 매장〉 라쿠텐 야후쇼핑		제품명	스리무프로테인믹스베리 (슬림프로테인믹스베리)
			중량	150g
			가격	1,998.0엔 (20,949원)
			제품 종류	선식

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	일본 제품으로 일본 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	일본 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (상)	일본에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 라쿠텐/야후쇼핑 웹사이트

9) 선식 및 건강기능식품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (일본어), 페이스북/인스타그램/트위터 (일본어)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>2-3일에 1건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>회사 소개, 브랜드 및 제품 소개, 제품 홍보, 이벤트/프로모션 정보</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기본적인 회사 소개 (회사명, 역사, 비전, 시스템 소개)</li> <li>• 브랜드 소개</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 소개</li> <li>• 레시피 제공</li> <li>• 판매 매장 리스트</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 홍보</li> <li>• 이벤트 및 프로모션 정보 제공</li> </ul>

사진자료: 키요라(Kiyora) 판매 페이지 (vegie.jp), 페이스북/인스타그램/트위터

# IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 뷰티 코디네이트(Beauty Coordinate)

Interview ② 세안키카쿠(Seian kikaku)

Interview ③ 뷰티 딜라이트(Beauty Delight)

# Interview ① 뷰티 코디네이트 (Beauty Coordinate)

뷰티 코디네이트  
(Beauty Coordinate)

유통업체

담당자 정보

E-commerce 사업부



Beauty Coordinate

26時間限定  
5のつく日限定! スペシャルクーポン!!  
8/25(水) 0:00 ~ 翌1:59まで  
4000円以上で使える  
**10%OFF** coupon

2点以上お買い上げで  
**5%OFF** クーポン。  
8/17(火) 0:00 ~ 8/31(月) 23:59

3点以上お買い上げで  
**10%OFF** クーポン。  
8/17(火) 0:00 ~ 8/31(月) 23:59

ブラを外しても  
変わらないバストへ  
FAST MAGIC Volume Up Gel

ブラに頼らない、魅せるキレイな  
「自胸美人」へ  
FAST MAGIC Classic Volume Up Gel

MORNING SMOOTHIE  
朝ごはん雑穀スムージー

一杯の朝ごはん  
で  
**エナジー  
& スリム**  
Good morning! energy & slim life

朝だる  
シャキっと!

美味しい  
バナナ  
ミックス  
風味

Super Food スーパーフード  
・アマランサス・キヌア  
・ヘンプシード・ホワイトチアシード

16種の国産雑穀  
・発芽玄米・もち麦・ホト麦・黒豆  
・丸麦・もち黒米・もち赤米・小豆  
・胚芽押麦・青大豆・もちあわ・ひよこ  
・もち玄米・もちきび・黄大豆・とうもろこし

33種の野菜・フルーツ  
・ブロッコリー・スプラウト・アサイー・ビタミンC

鉄分 食物繊維 50000mg 酵素  
17種の植物発酵エキス  
ベジータルヴィータ モーニングスムージー <170g>

## 뷰티 코디네이트(Beauty Coordinate) E-commerce 사업부

뷰티 코디네이트는 헬스케어, 다이어트 보조 제품 등을 판매하는 일본의 유통업체임. 현재 도쿄에 위치하고 있으며 슈퍼푸드가 함유된 아침 식사 대용 스무디 파우더를 판매하여 인기를 얻은 것으로 확인됨. 일본의 주요 온라인 유통채널인 라쿠텐에 입점되어 있음

10) 사진자료: 뷰티 코디네이트(Beauty Coordinate) 판매 페이지



소비자가격 38,000원

중량 700g

포장 형태 플라스틱 통

### Q1. 경쟁제품에 비해 고객사 제품의 가격이 적당한가요?

네, 적당합니다. 경쟁제품 가격의 경우 3개 포장이 6,180엔(약 64,796원<sup>11)</sup>), 5개 포장인 9,720엔(약 101,912원), 15개 포장인 27,540엔(약 288,751원) 정도입니다. 700g에 38,000원이면 비싸지 않은 가격이라고 생각합니다.

### Q2. 한국산 홍삼이 함유되었다는 것을 감안할 때, 고객사 제품의 가격이 적당한가요?

네, 적당합니다. 홍삼이 함유된 건강기능식품임을 고려했을 때 소비자 가격이 높아질 수 있다고 봅니다. 자사에서 판매 중인 곡물베이스 스무디의 경우에도 건강기능식품이 아닌 일반식품이지만 슈퍼푸드가 함유되어 있어 소비자 가격이 더 높습니다.

### Q3. 고객사 제품의 중량이 일본 선식 시장에서 적당한가요?

네, 700g이면 한 달분으로 생각했을 때 적당하다고 봅니다. 자사의 가장 인기 있는 스무디 제품의 경우, 150gx15개, 150gx5개, 150gx1개 포장 판매 중 5개짜리 세트가 가장 많이 팔리고 있습니다. 이는 총 750g으로 보통 1개월 정도 섭취할 수 있는 양입니다.

### Q4. 홍삼 성분 함유라는 점이 일반 선식 제품과 비교했을 때 현지 시장에서 셀링포인트가 될 수 있을까요?

스무디의 원료로 곡식류, 콩류 등은 자주 쓰이지만 홍삼 함유 제품은 거의 없는 것 같습니다. 저희가 취급하는 제품의 경우, 퀴노아, 치아시드, 햄프시드와 같은 슈퍼푸드가 함유되어 있고 그 외에 16종의 곡물 베이스, 그리고 33종의 야채 종류가 함유되어 있습니다.

11)100엔=1,048.48원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



소비자가격 38,000원

중량 700g

포장 형태 플라스틱 통

#### Q5. 홍삼이 함유된 선식 제품을 판매하고 계시나요?

홍삼을 포함한 스무디 제품은 판매하고 있지 않습니다. 홍삼의 맛이 약과 유사하여 고객층의 수요가 없을 것이라고 판단했으나, 만약 홍삼 맛이 강하게 나지 않고 차와 우유와 섞어 마시기 좋은 고소한 맛이라면 부담 없이 마실 수 있다고 생각합니다.

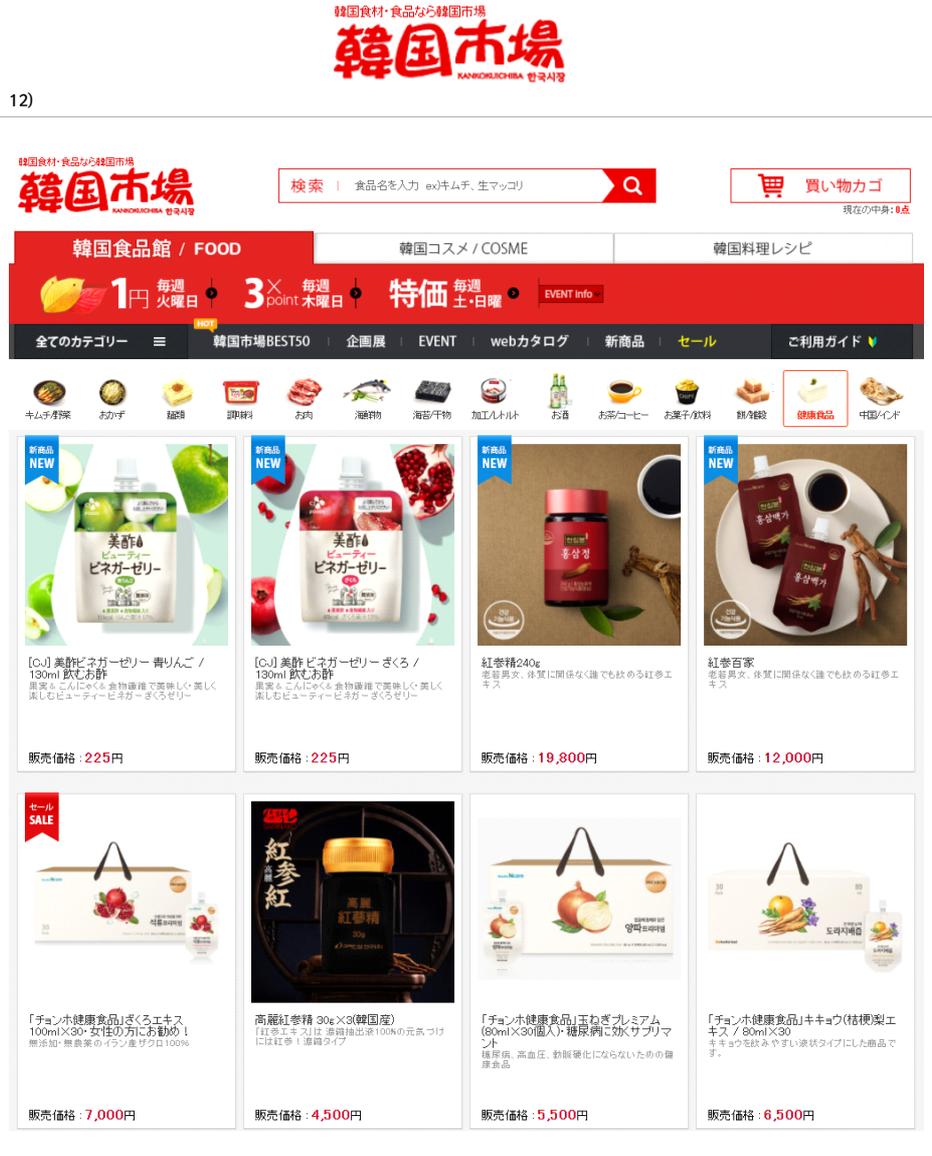
#### Q6. 홍삼 선식을 홍보하기 위해 어떤 홍보 채널을 권장하시나요?

저희 스무디 제품의 경우에는 아마존 광고, 라쿠텐 광고를 통해 추천제품으로 홍보되고 있으며 유명인을 섭외하여 카탈로그 촬영을 진행하였습니다. 자신감 있는 이미지를 가진 유명인을 광고 모델로 발탁하여 일본 내 젊은 세대로부터 좋은 반응을 얻었습니다. 해당 제품은 TV 방송에서도 소개되어 인기를 얻고 있습니다.

# Interview ② 세안키카쿠 (Seian kikaku)

- 세안키카쿠 (Seian kikaku)
- 수입업체
- 담당자 정보

E-commerce 사업부



## 세안키카쿠(Seian kikaku) E-commerce 사업부

세안키카쿠는 한국산 식료품을 취급하는 일본의 수입업체임. 주로 홍삼정, 홍삼 파우더, 과일 및 야채즙 등의 건강 기능성 식품을 취급하고 있음. 현재 이후 쇼핑몰, 칸코쿠 야차바 온라인 유통채널을 통해 제품을 판매하고 있는 것으로 확인됨

12) 사진자료: 세안키카쿠(Seian kikaku) 판매 페이지



소비자가격 38,000원

중량 700g

포장 형태 플라스틱 통

### Q1. 한국산 홍삼이 함유되었다는 것을 감안할 때, 고객사 제품의 가격이 적당한가요?

네, 적당합니다. 일본에서 홍삼 함유 제품은 8,000~10,000엔(약 83,878~104,848원) 정도로 시장가격이 형성되어 있습니다. 해당 제품군은 가격이 높을수록 효과가 좋은 제품이라고 생각하는 경향이 있고, 50~60대 이상의 고객층의 경우 구매력이 높아서 가격경쟁이 치열하지는 않습니다.

### Q2. 취급하는 선식 제품의 중량은 어느 정도인가요?

자사의 가장 인기 있는 홍삼제품(천삼본 홍삼백가 홍삼엑기스)의 경우, 70mlx30개 제품이고 한 달 분량으로 기획된 제품입니다. 해당 제품은 현재 12,000엔(약 125,818원)에 판매되고 있습니다. 홍삼 가루 제품은 그 자체로 마시기가 어려워서 인기가 없는 편이고, 액상 제품은 파우치 포장이라 먹기가 쉬워 인기가 많습니다.

### Q3. 홍삼 성분 함유라는 점이 일반 선식 제품과 비교했을 때 현지 시장에서 셀링포인트가 될 수 있을까요?

네, 저희가 판매하는 건강식품의 50% 정도가 홍삼 제품으로 이루어져 있을 정도로 일본에서 한국 홍삼의 인지도가 높습니다. 홍삼 함유 제품이라는 셀링포인트는 괜찮다고 봅니다.

### Q4. 홍삼이 함유된 선식 제품을 판매하시나요?

홍삼이 함유된 선식 제품은 취급하고 있지 않습니다.

### Q5. 고객사 제품을 홍보하기에 가장 적합한 홍보 채널은 무엇일까요?

건강식품의 경우, 일본에서는 디지털 광고보다는 주로 카탈로그(광고지) 광고를 활용합니다. 자사 제품들의 주요 고객은 대부분은 60대로 연령대가 높은 편이며, 매장에 비치된 카탈로그를 보고 주문하는 경우가 많습니다.

## Interview ③ 뷰티 딜라이트 (Beauty Delight)

# Beautydelight

뷰티 딜라이트  
(Beauty Delight)

유통업체

담당자 정보

E-commerce 사업부

13)

Beautydelight

3,980円以上で送料無料

トップ | スムージー | ソランデカプラス | ハワイウォーター | 水素スティック | シリカスティック

SUPER FOOD X SMOOTHIE

並び替え 標準  在庫あり  送料無料 1件 ~ 24件 (全 24件)

**選べる5つの福袋**

ホワイトチアシード美味しいすぎるスムージー！レビュー高評価★4.55★【たっぷり250食分】1袋プレゼントでこのお値段！置き換え ダイエット スムージー 【選べる5つの福袋 フルベジ (FRUVEGE) 300g×5袋】置き換え ダイエット 満腹/ダイエット 食品/スムージー チアシード/低カロリー スムージー/ダイエット スムージー/乳酸菌/粉末/満腹感/腹持ち 9,920円 送料無料 ★★★★★ (203件)

**選べる3つの福袋**

あず黒/TVで話題のホワイトチアシード 美味しいすぎるスムージー！レビュー高評価★4.4★送料無料で【たっぷり150食分☆】シェイカー&サンプルプレゼント！サンプルプレゼント☆ダイエット スムージー 【フルベジ FRUVEGE 福袋 3袋セット】 ホワイトチアシード/アサイー/マキベリー/バイン/ベリー/ダイエット 食品/置き換え ダイエット/ドリンク/乳酸菌/ポリフェノール/オメガ3/マキベリー/置き換えダイエット/粉末/満腹感 7,440円 送料無料 ★★★★★ (84件)

**FRUVEGE**

大容量300g・1杯あたり★16.8Kcal★ミキサー不要10秒シェイク FRUVEGE(フルベジ)/Natural Beauty Smoothieホワイトチアシード配合【大容量300g(50食分)】 【フルベジ/FRUVEGEトリプルベリー味】 全国送料無料 ダイエット食品 酵素 チアシード 苺いちご アサイー マキベリー 野菜 フルーツ グリーンスムージー 酵素 置き換えダイエット スーパーフード 2,480円 送料無料 ★★★★★ (284件)

## 뷰티 딜라이트(Beauty Delight) E-commerce 사업부

뷰티 딜라이트는 건강식품을 유통하는 오사카의 유통업체임. 주로 과일이 함유된 슈퍼푸드 스무디 파우더를 취급하고 있음. 현재 일본의 주요 온라인 유통채널인 라쿠텐에 입점되어 있는 것으로 확인됨

13) 사진자료: 뷰티 딜라이트(Beauty Delight) 홈페이지



소비자가격 38,000원

중량 700g

포장 형태 플라스틱 통

### Q1. 경쟁제품에 비해 고객사 제품의 가격이 적당한가요?

저렴한 편입니다. 자사 스무디 파우더는 300g 한 팩에 2,180엔(약 22,857원), 5개 포장에 7,980엔(약 83,669원)에 판매되고 있습니다. 38,000원이면 700g 중량 제품의 가격으로는 저렴한 편이라고 생각합니다.

### Q2. 건강을 고려한 성분이 함유된 선식 경쟁제품으로 어떤 제품이 있나요?

저희 제품은 치아시드, 마퀴베리와 같은 슈퍼푸드 분말 및 대두 분말을 함유하고 있습니다. 또한 각종 일본 국내산 채소, 과일 분말, 견과류 파우더를 조금씩 함유하고 있어 일반 과일스무디용 파우더에 비해 건강관리에 관심이 많은 소비자들에게 인기가 있습니다.

### Q3. 고객사 제품의 중량이 일본 선식 시장에서 적당한가요?

대용량 스무디 제품이 반응이 좋긴 하나, 700g은 다소 부담스러운 중량입니다. 라쿠텐 카테고리 판매기록 1위를 보유하고 있는 자사의 프루베지 스무디(Fruvege Smoothie) 제품의 경우, 대부분 200g 이하의 사이즈로 포장된 다른 경쟁사 제품에 비해 300g 대용량을 출시하여 좋은 반응을 얻었습니다. 자사 제품을 이미 섭취해본 고객들은 300g x5개 묶음 상품도 많이 주문하고 있습니다. 다만 한 통이 700g이라면 처음 구매하는 소비자들에게는 부담스러울 것이라 생각합니다. 저희도 다양한 맛을 판매하고 있기 때문에 처음 접하는 분들께는 42g짜리 1주일분 중량을 권장해드리고 있습니다.



소비자가격 38,000원

중량 700g

포장 형태 플라스틱 통

#### Q4. 고객사 제품은 스킨케어 및 면역력 증진에 도움이 되는 한국산 홍삼을 함유하고 있습니다. 이러한 점이 일본 소비자들에게 셀링포인트가 될 수 있을까요?

면역력 향상과 피부미용은 많은 소비자들에게 인기 있는 셀링포인트이지만, 제품 특성상 맛이 더 중요합니다. 면역력 향상 및 피부미용 효능이 좋기로 알려져 있는 슈퍼푸드나 원료는 많지만, 스무디 제품은 맛있어야 매일 찾게 되기 때문에 젊은 소비자들은 익숙한 과일 맛을 선호합니다. 또한, 고객들은 각자의 취향에 따라 기본 스무디 파우더에 치아시드 제품을 추가해서 먹는 등 자신만의 레시피를 시도해보는 경우가 많습니다. 따라서 해당 제품을 활용해서 다양한 조합을 만들 수 있는지도 중요한 포인트입니다.

#### Q5. 취급 제품 중 홍삼 함유 선식 제품 경쟁제품은 어떤 것들이 있습니까?

경쟁제품으로는 유산균이 들어간 바나나 및 망고 스무디 파우더가 있습니다. 더욱 건강한 스무디를 섭취하고자 하는 소비자들은 일반 스무디가루에 유산균을 추가한 제품을 선호합니다. 곡물 파우더가 주성분인 제품은 없으며, 이런 제품의 경우 젊은 사람들보다 50대 이상의 소비층에게 더욱 어울리는 제품이라고 생각합니다. 또한 대부분의 곡물 파우더 제품들도 고연령층을 타겟으로 하고 있습니다.

## 일본 선식 수입·유통업체 인터뷰 결과

- 인터뷰 대상 기업체 선정 기준
- ① 현지 식품 수입유통업체
  - ② 선식 또는 유사 선식 제품 취급 경험 있음

업체명	뷰티 코디네이트 (Beauty Coordinate)	세안키카쿠 (Seian kikaku)	뷰티 딜라이트 (Beauty Delight)
업태	▶ 유통업체	▶ 수입업체	▶ 유통업체
취급 품목	▶  곡물스무디 파우더	▶  홍삼 파우더	▶  스무디 파우더

## 일본 선식 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	뷰티 코디네이트 (Beauty Coordinate)	세안키카쿠 (Seian kikaku)	뷰티 딜라이트 (Beauty Delight)
	유통업체	수입업체	유통업체
고객사 제품의 가격에 대한 의견	적당한 가격임	적당한 가격임	저렴한 가격임
고객사 제품의 중량에 대한 의견	한 달분으로 적당한 중량임	(-)	특히 첫 구매 소비자들에게는 큰 중량임
홍삼 함유 셀링포인트에 대한 의견	홍삼 함유 제품은 시중에 거의 없음	일본에서 한국 홍삼의 인지도가 높기 때문에 좋은 셀링포인트임	면역력 향상과 피부미용에 도움이 된다는 점은 좋은 셀링포인트이지만, 사실상 맛이 더 중요함
홍삼 함유 선식 제품을 판매하고 있나요?	홍삼의 맛이 약과 유사하여 수요가 없을 것으로 판단함 현재 판매하고 있지 않음	현재 판매하고 있지 않음	(-)
권장하는 홍보 채널	아마존 및 라쿠텐 광고, 유명인 광고를 추천함	주고객 연령대가 높으므로 디지털 광고보다는 카탈로그(광고지) 광고를 추천함	(-)

(\*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

# V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

## 1. 제품 경쟁력 검증

### 1) 제품 가격

#### ● 경쟁제품(제조사)

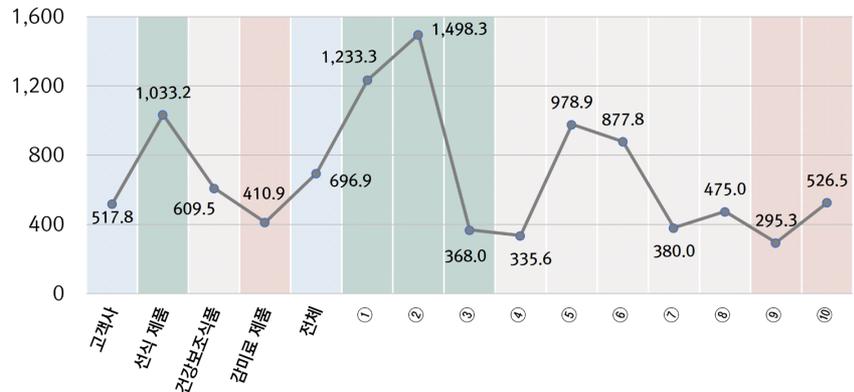
- ① 스리무프로테인 믹쿠스베리 (키요라)
- ② 그린스무지 (마츠모토키요시)
- ③ 아사노미 (스카이구린자팡)
- ④ 화이바화인푸라스뉴우산킨 (마츠모토키요시)
- ⑤ 켄자노쇼쿠타쿠 다부루사포토 (오츠키)
- ⑥ 비쇼쿠카노치에 푸레엔 (크라씨에)
- ⑦ 다이아타리화이바 (오리히로)
- ⑧ 쿠리아화이바 (리브라보라토리즈)
- ⑨ 라칸토에스 (사라야)
- ⑩ 페루사이트 카로리제로 (아지노모토)

### ▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 저렴한 편

고객사 제품의 100g당 가격은 517.8엔(약 5,429원)<sup>14)</sup>으로 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격 696.9엔(약 7,307원) 대비 약 1.3배 저렴한 편임. 제품 종류별 평균 100g당 가격은 선식 제품이 1,033.2엔(약 10,833원)으로 고객사 제품 대비 515.4엔(약 5,404원) 비싸고, 건강보조식품이 609.5엔(약 6,390원)으로 고객사 제품 대비 약 91.7엔(약 961원) 비싸며 감미료 제품은 410.9엔(약 4,308원)으로 고객사 제품 대비 약 106.9엔(약 1,121원) 저렴한 것으로 조사됨

[표 5.1] 일본 선식 가격 경쟁력 분석

(단위: 엔)



14) 100엔=1,048.48원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 제품 중량

● 경쟁제품(제조사)

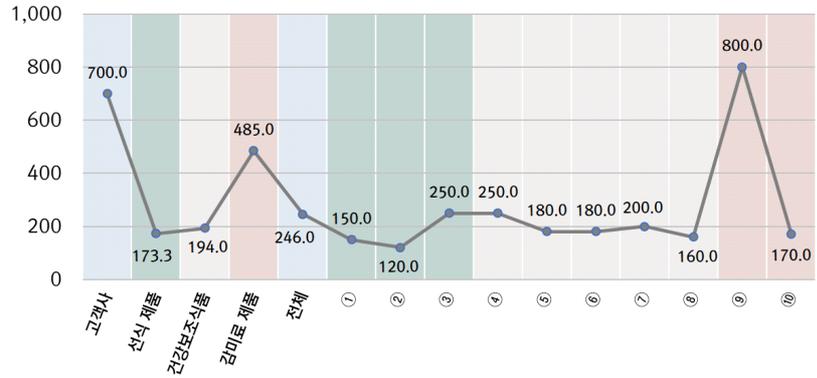
- ① 스리무프로테인 믹쿠스베리 (키요라)
- ② 그린스무지 (마츠모토키요시)
- ③ 아사노미 (스카이구린자팡)
- ④ 화이바화인푸라스뉴우산킨 (마츠모토키요시)
- ⑤ 켄자노쇼쿠타쿠 다부루사포토 (오츠카)
- ⑥ 비쇼쿠카노치에 푸레엔 (크라씨에)
- ⑦ 다이아타리화이바 (오리히로)
- ⑧ 쿠리아화이바 (리브라보라토리즈)
- ⑨ 라칸토에스 (사라야)
- ⑩ 페루사이트 카로리제로 (아지노모토)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 700.0g으로 경쟁제품 10개의 평균 중량 약 246.0g에 비해 약 2.8배 큰 편임. 제품 종류별 평균 중량은 선식 제품이 173.3g으로 가장 작으며 고객사 제품의 약 25% 수준인 것으로 확인됨. 이 외 건강보조식품의 평균 중량은 194.0g으로 고객사 제품 대비 약 3.6배 작은 것으로 조사되며, 감미료 제품의 평균 중량은 485.0g으로 고객사 제품 대비 약 1.4배 작은 것으로 확인됨

[표 5.2] 일본 선식 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

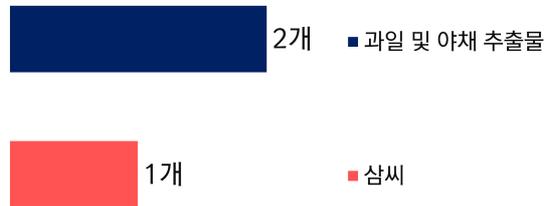


3) 원료

▶ **선식 제품 3개 중 2개, 과일 및 야채 추출물 함유**

일본에서 판매되고 있는 경쟁제품 10개 중 선식 제품 3개의 원료를 조사한 결과, 총 2개의 제품이 주로 다양한 과일 및 야채 추출물을 함유하고 있음. 야채 믹스 파우더(보리 어린잎, 케일, 브로콜리, 호박, 청경채, 파슬리, 인삼, 셀러리, 오이, 시금치, 병잎, 물로헤이야, 썩, 토마토), 칩꽃, 딸기, 바나나, 사과, 마 과즙, 케일, 셀러리, 시금치, 갯기름나물, 식물발효 추출물 등을 포함하고 있는 것으로 확인됨. 나머지 1개 제품의 경우 주로 삼씨 성분을 함유하고 있음

[표 5.3] 일본 선식 제품 원료 경쟁력 분석

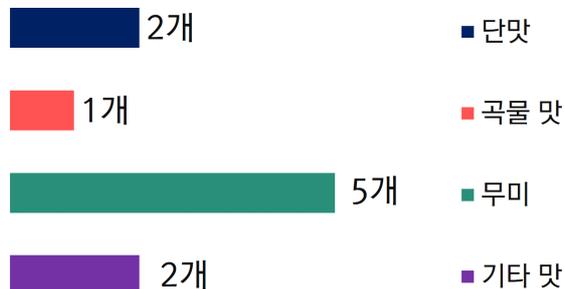


4) 맛

▶ **경쟁제품 10개 중 5개, 단 맛, 곡물 맛 및 기타 맛으로 제품 다각화**

일본에서 판매되고 있는 선식 경쟁제품 10개의 제품 맛을 조사한 결과, 선식 5개 제품이 맛을 첨가하지 않은 것으로 조사됨. 그 외 2개 제품은 단 맛, 1개 제품은 곡물 맛, 나머지 2개 제품은 베리믹스 맛 및 과채믹스 맛으로 맛을 다각화하여 판매되는 것으로 확인됨

[표 5.4] 일본 선식 제품 맛 경쟁력 분석

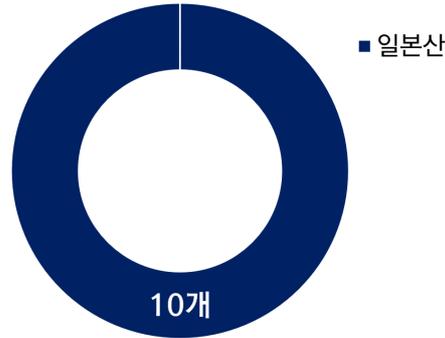


4) 원산지

▶ **경쟁제품 10개 모두 일본산 제품**

일본에서 판매되고 있는 선식 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개 제품 모두 일본 현지산 제품인 것으로 확인됨

[표 5.5] 일본 선식 제품 원산지 경쟁력 분석

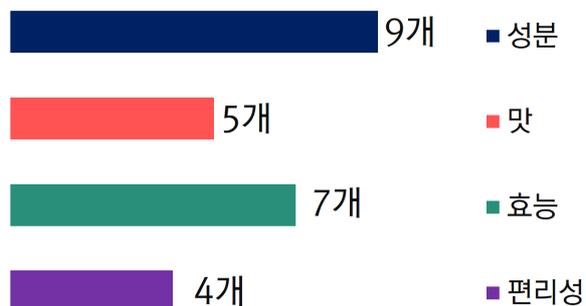


5) 홍보문구

▶ **경쟁제품 10개 중 9개, 성분을 강조한 홍보문구 사용**

일본에서 판매되고 있는 선식 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 총 9개의 제품이 ‘식물성 단백질’, ‘유산균 100억 개’, ‘오메가3’, ‘취꽃 유래 이소플라본’, ‘농약 미사용’, ‘양상추 약 2개의 섬유 과립’, ‘100% 식물 유래의 감미료’ 등 성분을 강조한 홍보문구를 사용하여 판매하는 것으로 조사됨. 맛을 강조한 제품은 총 5개로, ‘사용량 3분의 1로 설탕과 같은 단맛’, ‘우유에 타면 더욱 맛있어짐’ 등의 홍보문구를 사용함. 효능을 강조한 제품은 총 7개로, ‘당질 제한 및 다이어트’, ‘내장지방 감소를 도움’, ‘식후 혈당치 상승을 평온하게’ 등의 홍보문구를 사용함. 편리성을 강조한 제품은 총 4개로, ‘스틱 타입으로 휴대에도 편리’, ‘음료나 유리에 가볍게 첨가해 드실 수 있습니다’, ‘평상시의 식사에 플러스’, ‘음료에 섞기만 하면 됩니다’ 등의 홍보문구로 경쟁력을 높임

[표 5.6] 일본 선식 제품 홍보문구 경쟁력 분석



## 2. 벤치마킹 제품 분석

### 1) 벤치마킹 제품 선정

#### ▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 제품은 오프라인 매장에서 확인되는 인기 제품으로 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

#### 1) 벤치마킹 대상 선정

##### · 오프라인 매장에서의 인기 제품

(\* 오프라인 매장 : 마츠모토키요시, 토모스

##### · 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(\* 온라인 쇼핑몰 : 2개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품

(\* 오프라인 매장 : 조사매장 2개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

#### ▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①  
선식 제품

공통 특징 ②  
성분 관련  
홍보문구

현지 벤치마킹 인기 제품  
(키요라 \_ 스리무프로테인  
믹쿠스베리)

‘작은 증량과 간편한  
플라스틱 파우치 용기’

◀ 벤치마킹  
적은 용량과  
간편한 패키지



현지 벤치마킹 인기 제품  
(고객사 \_ 한바다홍삼선식)

‘홍삼 및 다양한  
영양 원료 함유’

공통 특징 ①  
다이어트 기능  
표시

벤치마킹 ▶  
응용 가능한  
식용법 표시



현지 벤치마킹 인기 제품  
(사라야 \_ 라칸토에스)

‘응용 가능한 다양한  
식용법 강조’

2) 벤치마킹 제품 분석  
- 중량 및 포장 형태

▶ 벤치마킹 제품, 150g, 간편한 플라스틱 파우치에 포장

현지에서 판매되는 경쟁제품 10개 중 6개는 플라스틱 파우치에 내용물을 포장해 유통되는 것으로 조사됨. 나머지 4개 제품은 종이 박스 안에 플라스틱 파우치로 포장된 형태로 판매 중임. 경쟁제품은 120g에서 800g까지 다양하지만, 주로 150g과 250g 사이의 중량(총 8개 제품)으로 판매되고 있음

[표 5.7] 일본 선식 인기제품, 중량 및 포장 형태 인터뷰 분석

(인터뷰) 자사의 가장 인기 있는 스무디 제품의 경우, 150gx15개, 150gx5개, 150gx1개 포장 판매 중 5개짜리 세트가 가장 많이 팔리고 있습니다.

- E-commerce 사업부, 뷰티 코디네이트 -

3) 벤치마킹 제품 분석  
- 포장 형태(디자인)

▶ 벤치마킹 제품, 응용 가능한 다양한 식용법을 이미지로 삽입

현지에서 판매되는 경쟁제품 10개 중 8개 제품이 바나나, 사과, 양배추 등의 원료 이미지를 패키지에 삽입한 것으로 조사됨. 벤치마킹 제품을 포함한 6개 제품은 응용 가능한 여러가지 식용법을 이미지로 삽입하여 포장 디자인을 차별화함. 벤치마킹 제품의 경우, 해당 파우더를 첨가할 수 있는 음료, 디저트, 음식 이미지를 포함하여 경쟁력을 강화함

[표 5.8] 일본 선식 인기제품, 포장 형태(디자인) 인터뷰 분석

(인터뷰) 고객들은 각자의 취향에 따라 기본 스무디 파우더에 치아사이드 제품을 추가해서 먹는 등 자신만의 레시피를 시도해보는 경우가 많습니다. 따라서 해당 제품을 활용해서 다양한 조합을 만들 수 있는지도 중요한 포인트입니다.

- E-commerce 사업부, 뷰티 딜라이트 -



# VI. 시사점

## Grain Powder Price&Volume



### Point. 1



고객사 제품의 100g당 가격은 517.8엔으로, 선식 경쟁제품 10개 평균인 696.9엔 대비 약 1.3배 저렴한 가격대를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 선식 제품 3개의 100g당 가격 평균은 1,033.2엔으로 고객사 제품보다 515.4엔 가량 저렴했으며, 건강보조식품 제품 5개의 평균은 609.5엔으로 고객사 제품보다 91.7엔 가량 비쌌음. 한편 감미료 제품 2개의 평균은 410.9엔으로 고객사 제품보다 저렴했음

### Point. 2



고객사 제품의 중량은 700.0g으로, 선식 경쟁제품 10개 평균인 246.0g에 비해 약 2.8배 큰 중량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 선식 제품 3개 평균이 173.3g으로 가장 작고, 건강보조식품 제품 5개의 평균이 194.0g, 감미료 제품 2개의 평균이 485.0g으로 모두 고객사 제품 중량보다 작은 중량대를 보이는 것으로 나타남

## Grain Powder Ingredient&Text



### Point. 1



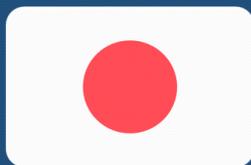
일본 선식 경쟁제품 10개 중 선식으로 분류되는 3개 제품의 원료를 조사한 결과, 2개의 제품이 다양한 과일 및 야채 추출물을 함유하고 있는 것으로 나타남. 이 중 키요라의 스리무프로테인믹스베리 제품이 고객사 제품과 유사하게 인삼을 원료로 사용하고 있는 것으로 나타남. 한편 선식 경쟁제품 10개의 맛을 살펴본 결과, 무미 제품이 5개로 가장 많았으며, 단맛, 곡물 맛, 베리믹스 맛, 과체믹스 맛 등의 제품이 발견됨

### Point. 2



일본 선식 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 9개 제품이 '식물성 단백질', '양상추 약 2개의 섬유 과립' 등 성분을 강조하는 홍보문구를 사용하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 '당질 제한 및 다이어트', '내장지방 감소를 도움'과 같이 제품의 효능을 강조하는 홍보문구를 사용하는 경쟁제품이 7개 발견되었음

## Japan Market Competitor



### Point. 1



일본 시장 선식 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 3개사 모두 일본 현지 드럭스토어 매장에 진출한 것으로 나타났으며, 2개사가 마츠모토키요시, 1개사가 토모스에 진출하였음. 한편 온라인 유통채널의 경우 3개사 모두 라쿠텐 및 야후쇼핑에 진출한 것으로 나타났으며, 아마존에 진출한 경쟁기업은 없는 것으로 나타남

### Point. 2



일본 시장 선식 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 3개사 중 2개사는 글로벌 페이지를 별도로 갖춘 것이 추가로 확인됨. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 기능성, 성분, 간편성 등을 강조해 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 3개사 중 2개사가 인스타그램을 활용하고 있는 것으로 나타남

## Importer · Distributor Interview



### Point. 1



일본 현지 선식 제품 및 선식 유사 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명 중 2명은 고객사 제품의 소비자가격이 적당한 가격이란 피드백을 주었으며, 1명은 다른 경쟁제품에 비해 저렴한 가격이라고 피드백했음. 중량의 경우 적당한 중량이라는 의견과 첫 구매 소비자들에게는 다소 큰 중량이라는 의견이 동시에 수취되었음

### Point. 2



일본 현지 선식 제품 및 선식 유사 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 일본 시장에서 홍삼 함유 선식 제품은 시중에 거의 없는 것으로 확인됨. 홍삼 함유가 셀링포인트가 될 수 있다는 질문에 담당자 1명은 일본에서 한국 홍삼의 인지도가 높기 때문에 좋은 셀링포인트가 될 수 있을 거라 답했으나, 다른 1명은 홍삼 함유 여부보다 제품의 맛이 더 중요하다고 답함

## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스타티스타(Statista), 「Largest urban agglomerations worldwide in 2021, by population」, 2021.05

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
2. 스타티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
3. 아마존(Amazon) 일본 홈페이지 (www.amazon.co.jp)
4. 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지 (www.rakuten.co.jp)
5. 야후쇼핑(Yahoo shopping) 홈페이지 (shopping.yahoo.co.jp)
6. 마츠모토키요시(マツモトキヨシ) 홈페이지 (www.matsukiyo.co.jp)
7. 토모스(Tomod's) 홈페이지 (www.tomods.jp)
8. 오리히로(Orihiro) 홈페이지 (orihiro.com)
9. 키요라(Kiyora) 판매 페이지 (vegie.jp)
10. 키요라(Kiyora) 홈페이지 (www.kiyora-inc.jp)
11. 뷰티 코디네이트(Beauty Coordinate) 판매 페이지 (www.rakuten.co.jp/the-world)
12. 세안키카쿠(Seian kikaku) 판매 페이지 (www.eprice.co.jp)
13. 뷰티 딜라이트(Beauty Delight) 홈페이지 (www.rakuten.ne.jp/gold/rico)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.09.10

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea