



# 2021 해외시장 맞춤형조사

No. | 202111-23  
품목 | 단백질 바(Protein Bar)  
HS CODE | 2008.19-9000  
국가 | 일본(Japan)  
구분 | 경쟁력분석형

# Contents

<b>I. 요약</b>	03
<b>II. 경쟁제품</b>	
1. 일본 단백질 바 경쟁제품 선정	05
2. 일본 단백질 바 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 일본 단백질 바 경쟁제품 현지조사 결과	10
<b>III. 경쟁기업</b>	
1. 일본 단백질 바 경쟁기업 선정	22
2. 일본 단백질 바 경쟁기업 현지화 분석 기준	23
3. 일본 단백질 바 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	25
<b>IV. 수입·유통업체 인터뷰</b>	
Interview ① 베스티스 내추럴(Besties Natural)	34
Interview ② 우이코(Uiyo)	36
Interview ③ 게이힌쇼지(京浜商事)	38
<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

## ■ 온라인 인기제품

제품명		제조사명
2개 채널에서 Top 10인 제품	식스팩 프로틴 바 쿠란베리	유에이치에이 미카쿠토오
	퓨어 프로틴 바 초콜릿 피넛 캐러멜	퓨어 프로틴
	입뿔만조쿠시리아루바 프로틴	아사히구룹푸쇼쿠인
	입뿔만조쿠시리아루바 스트로베리	아사히구룹푸쇼쿠인

## ■ 오프라인 주요 경쟁제품

입뿔만조쿠시리아루부락쿠 (아사히구룹푸쇼쿠인)		비 카인드 프로테인 (마스)	
	가격 110.0엔		가격 248.0엔
	중량 37.0g		중량 40.0g
당류 80% 감소 초콜릿		투명한 포장 재질로 내용물 육안 확인 가능	

## ■ 경쟁기업 3개사 분석

아사히구룹푸쇼쿠인		모리나가세이카		마스	일본 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	일본	일본	미국	미국	
제품 현지화	●	●	○	○	미국기업 1개사, 현지 판매용 제품 개발 및 포장 디자인 문구를 일본어로 적어 현지화  + 경쟁기업 3개사 중 2개사, 주요 SNS 플랫폼인 페이스북, 유튜브, 트위터를 활용해 기업 및 제품 홍보
포장 현지화	●	●	○	○	
생산 방식	●	●	○	○	
입점 채널	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(일본), SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(일본)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	

### 제품 현지화

- 상 (현지인 선호 신제품 개발)
- 중 (기존 유통 제품 성분 일부 변경해 출시)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

### 포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

### 생산 방식 현지화

- 상 (현지에 제조시설 구비해 직접 제조)
- 중 (제조국에서 직접 제조해 현지 수출)
- 하 (제조국 OEM 업체에 제조 위탁)

## ■ 경쟁력 파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)		기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			
가격(10g당) (42.3엔)	○	단백질 비(6개)	기타 비(4개)	맛 (고소하고 담백함)	○	초콜릿 맛	기타 맛(5개)		
		37.6엔	35.6엔			5개	믹스베리, 캐러멜, 바닐라 등		
중량(g) (40.0g)	○	단백질 비(6개)	기타 비(4개)	원산지 (한국)	●	일본	미국		
		40.7g	53.8g			9개	1개		
포장 형태 (플라스틱 파우치)	●	플라스틱 파우치	종이 박스/ 플라스틱 파우치	홍보문구(중복감) 有 (성분, 단백질 강조)	●	성분 및 원료	단백질	맛	총 칼로리
		8개	2개			7개	6개	4개	3개

● 차별화된 경쟁력 ○ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

## ■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 10g당 가격은 경쟁제품 평균보다 비싼 편이며, 중량은 경쟁제품 평균보다 작은 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 7개가 제품의 성분 및 원료를 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 미국기업 1개사는 현지 판매용 제품 개발 및 포장 디자인 문구 일본어 작성으로 현지화함 2) 경쟁기업 3개사 중 2개사가 주요 SNS 플랫폼인 페이스북, 유튜브, 트위터를 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있음

## II. 경쟁제품

1. 일본 단백질 바 경쟁제품 선정
2. 일본 단백질 바 경쟁제품 조사지표 선정
3. 일본 단백질 바 경쟁제품 현지조사 결과

# 1. 일본 단백질 바 경쟁제품 선정

## 1) 주요 프로세스

### 고객사 제품 특징



제품명	프로틴 우노바
제품 종류	단백질 바
소비자가격	소포장: 약 169엔 <sup>1)</sup> (1,800원) 대포장: 약 1,692엔 (18,000원)
중량	소포장: 40g 대포장: 400g
포장	플라스틱 파우치/ 종이 박스
특징	100% 식물성 원료, 식물성 단백질 11g, 통견과류, 당류 2g

### Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
  - 제품명: 프로틴 우노바
  - 제품 종류: 단백질 바
  - 소비자가격: 소포장 1,800원, 대포장 18,000원
  - 중량: 소포장 40g, 대포장 400g
  - 포장 형태: 플라스틱 파우치/종이 박스

### 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 2개에서 확인: 4개 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: 편의점, 드럭스토어, 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 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=1,064.06원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인  
쇼핑몰 인기제품 확인

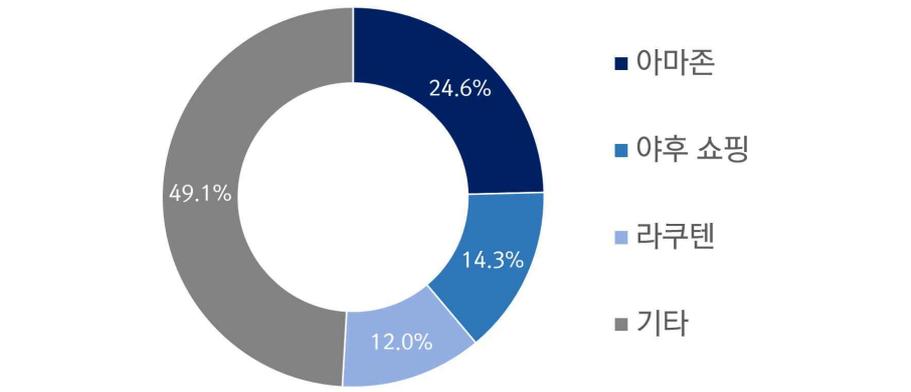
●  
일본 주요 온라인 쇼핑몰  
(Top 3)

사이트명	취급 종류
amazon	가공 식품, 간식, 음료, 아마존
아마존	조미료 등
Yahoo!	가공 식품, 과자, 음료, 아후 쇼핑
아후 쇼핑	산선식품 등
Rakuten	가공 식품, 반찬, 음료, 라쿠텐
라쿠텐	산선 식품 등

▶ 일본 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐

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

[표 2.1] 일본 온라인 쇼핑몰 점유율<sup>2)</sup>



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 2개에 모두 진출한 경쟁제품, 4개

일본 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 4개의 제품이 2개의 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중인 것으로 조사됨

[표 2.2] 일본 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	아마존	야후 쇼핑	라쿠텐
1	퓨어 프로틴 바 초콜릿 디럭스 (퓨어 프로틴)	인 바 프로틴 베이쿠도초코 (모리나가씨이카)	바디온 프로틴 바 초콜릿 (바디온)
2	오에 원 프로틴 바 블루베리 코블러 (원브랜드)	입뿔만조쿠시리아루바 프로틴 (아사히구룹푸소쿠한)	식스팩 프로틴 바 쿠란베리 (유에이치에이 미카쿠토오)
3	퓨어 프로틴 바 초콜릿 피넛 캐러멜 (퓨어 프로틴)	인 바 프로틴 베이쿠도비타 (모리나가씨이카)	보타니컬 프로틴 바 소이 콘셉트 (나카리엔)
4	프로틴 크리스프 피넛 버터 크런치 (비에스엔)	인 바 프로틴 바닐라 (모리나가씨이카)	하이 클리어 프로틴 미니 바 초코 (에후아시스토)
5	입뿔만조쿠시리아루바 프로틴 (아사히구룹푸소쿠한)	식스팩 프로틴 바 초코레토 (유에이치에이 미카쿠토오)	인 바 프로틴 그라놀라 (모리나가씨이카)
6	클리프 빌더스 프로틴 바닐라 아몬드 (클리프 바 앤 컴퍼니)	입뿔만조쿠시리아루바 프로틴 요구르트 (아사히구룹푸소쿠한)	퓨어 프로틴 바 초콜릿 피넛 캐러멜 (퓨어 프로틴)
7	입뿔만조쿠시리아루바 스톱베리 (아사히구룹푸소쿠한)	식스팩 프로틴 바 쿠란베리 (유에이치에이 미카쿠토오)	인 바 프로틴 그라놀라 초코 아몬드 (모리나가씨이카)
8	일엑스바 홀푸드 프로틴 바 블루베리 (일엑스바)	식스팩 프로틴 바 카라메루피넛츠 (유에이치에이 미카쿠토오)	퓨어 프로틴 바 초콜릿 솔트 캐러멜 (퓨어 프로틴)
9	퀘스트 뉴트리션 프로틴 바 피넛 버터 브라우니 스매쉬 (퀘스트 뉴트리션)	입뿔만조쿠시리아루바 스톱베리 (아사히구룹푸소쿠한)	퀘스트 프로틴 바 버스데이 케이크 (퀘스트 뉴트리션)
10	퓨어 프로틴 바 초콜릿 피넛버터 (퓨어 프로틴)	인 바 프로틴 슈퍼 쿠란츠초코 (모리나가씨이카)	입뿔만조쿠바 푸로테인 란 베이쿠도치즈 (아사히구룹푸소쿠한)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 아마존(Amazon) 홈페이지, 야후 쇼핑(Yahoo Shopping) 홈페이지, 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지

### 3) 조사 지역 및 매장 선정

#### ● 일본 도쿄 정보<sup>3)</sup>

인구	3,910만 명
면적	2,194.03km <sup>2</sup>

#### ▶ 일본 도쿄, 방문지역으로 선정

일본 도쿄(Tokyo)를 방문지역으로 선정함. 도쿄도는 일본의 수도이자 일본의 경제, 문화, 교통이 집약된 중심부로, 그 중 23구는 도쿄 특별구로 분류되어 실질적인 수도의 역할을 함. 세계적인 문화, 예술, 경제, 금융, 첨단산업, 엔터테인먼트가 집중되어 있어, 뉴욕(New York), 런던(London)과 함께 세계 3대 도시로 불림. 1인당 GDP는 2019년 기준 69,268달러로 일본 전체 평균 41,637달러에 비해 크게 높음

#### ▶ 현지조사 매장 선정, 편의점, 드럭스토어, 하이퍼마켓/슈퍼마켓

일본 단백질 바의 주요 유통채널 점유율을 확인한 결과, 편의점이 37.1%로 가장 높았으며 드럭스토어가 24.0%, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 19.7%의 점유율을 보이는 것으로 나타남. 이에 각 주요 유통채널과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 일본 단백질 바 주요 유통채널 현황<sup>4)</sup>

채널 분류	점유율	주요 매장
편의점	37.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리 마트(Family Mart), 로손(Lawson), 야마자키 샵(ヤマザキ ショップ), 미니스톱(Ministop)
드럭스토어	24.0%	웰시아(ウエルシア), 츠루하(ツルハ), 코스모스(コスモス), 마츠모토키요시(マツモトキヨシ), 코코카라화인(ココカラファイン)
하이퍼마켓/슈퍼마켓	19.7%	맥스밸류(マックスバリュ), 라이프(Life), 요크(York), 마루에츠(マルエツ)
개인 및 기타 식료품점	12.8%	칸고쿠히로바(韓国広場), 소우루이치바(ソウル市場)
온라인	2.9%	아마존 재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

2) 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce company shares in Japan」, 2020

3) 스탯ISTA(Statista), 「Largest urban agglomerations worldwide in 2021, by population」, 2021

4) 유로모니터(Euromonitor), 「Distriburion of Snack Bars in Japan」, 2020

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정  
(\*) 아마존(Amazon), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping), 라쿠텐(Rakuten)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정  
(\*) 마루에츠(マルエツ), 코코카라화인(ココカラファイン), 세븐일레븐(7-Eleven)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 단백질 바 제품: 단백질 함량이 높은 기능성 에너지 바
- 기타 바 제품: 칼로리 바, 시리얼 바 등의 제품

[표 2.4] 일본 단백질 바 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	단백질 바	기타 바
① 입뿔만조쿠시리아루바 프로틴 (아사히구룹푸쇼쿠인)	○ (마루에츠)	○ (아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐)	○	
② 푸로테인바 카라메루쿠키 (브루봉)	○ (마루에츠, 세븐일레븐)	○ (아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐)	○	
③ 인 바 프로틴 베이쿠도비타 (모리나가세이카)	○ (마루에츠)	○ (야후 쇼핑, 라쿠텐)	○	
④ 비 카인드 푸로테인 (마스)	○ (세븐일레븐)	○ (아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐)	○	
⑤ 인 바 프로틴 슈퍼 쿠란치초코 (모리나가세이카)	○ (세븐일레븐)	○ (아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐)	○	
⑥ 입뿔만조쿠시리아루부락쿠 (아사히구룹푸쇼쿠인)	○ (세븐일레븐)	○ (아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐)	○	
⑦ 소이조이 쿠리스피믹쿠스베리 (오오츠카세이카)	○ (마루에츠, 세븐일레븐)	○ (아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐)		○
⑧ 라이트미루부록쿠 메푸루아지 (하마다콤훼쿠도)	○ (마루에츠)	(-)		○
⑨ 다이어트사포토바 초코레토 (리잡)	○ (마루에츠)	○ (아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐)		○
⑩ 카로리메이토부록쿠 치즈아지 (오오츠카세이카)	○ (마루에츠, 코코카라화인)	○ (아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐)		○

(\*) 현지 판매 단백질 바 경쟁제품 10개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑물 인기제품

## 2. 일본 단백질 바 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 일본 단백질 바 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 일본 단백질 바 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격	제품의 10g당 가격
중량	총 중량	제품의 포장 단위
	개별포장당 중량	개별 제품의 포장 단위
제품 종류	단백질 바	단백질 함량이 높은 기능성 에너지 바
	기타 바	칼로리 바, 시리얼 바 등의 제품
제품 맛	맛	초콜릿 맛, 캐러멜 맛, 바닐라 맛, 믹스베리 맛 등
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 형태
	종이 박스	종이 소재의 박스에 내용물을 포장한 형태
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

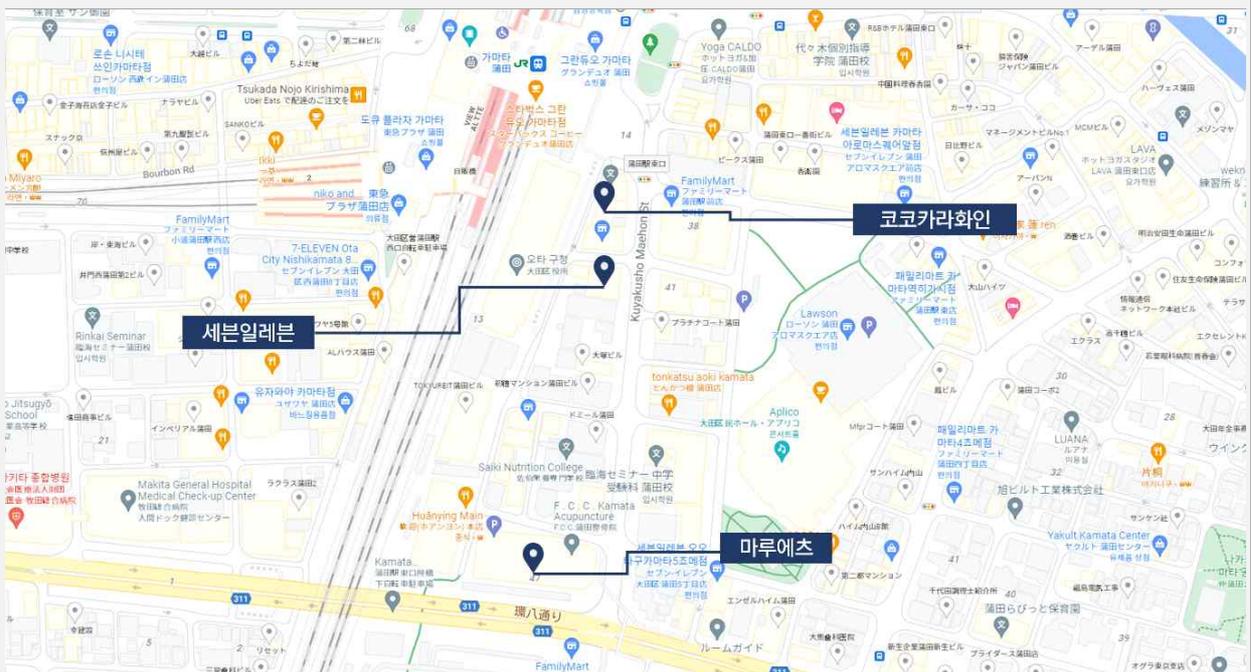
### 3. 일본 단백질 바 경쟁제품 현지조사 결과

#### ▶ 일본 도쿄에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 드럭스토어, 편의점

일본 도쿄에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 마루에츠, 드럭스토어 코코카라화인, 편의점 세븐일레븐을 방문함. 이 중 마루에츠는 슈퍼마켓 분야로는 일본 내에서 최초로 상장한 기업임. 드럭스토어 코코카라화인은 일본 7위 드럭스토어였으나 올해 5위 기업인 마츠모토 키요시와 합병하며 1위로 올라섰음. 세븐일레븐은 2만 개가 넘는 매장을 운영하는 세계 최다 점포 수의 편의점 기업임

[표 2.6] 일본 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
마루에츠 (マルエツ)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>1952년 설립되었으며 슈퍼마켓으로는 최초 상장 기업</li> <li>자체 페이지는 없으나 야후 쇼핑, 라쿠텐 플랫폼 입점</li> </ul>
코코카라화인 (ココカラファイン)	드럭스토어	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 7위 드럭스토어였으나 5위 기업과 경영통합 후 3,000여 개 점포를 가진 최대 규모 드럭스토어로 등극</li> <li>대도시 중심으로 성장했으며 화장품 구성이 특히 많음</li> </ul>
세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>1973년 설립된 소매업체로 2만 점포 이상 운영 중임</li> <li>식품의 경우 소포장, 날개 포장 많음</li> </ul>



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 10개 중 3개 제품이 2개 매장에서 판매

마루에츠(マルエツ), 코코카라화인(ココカラファイン), 세븐일레븐(7-Eleven) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 경쟁제품 10개 중 3개 제품이 2개 매장에서 판매되고 있는 것이 확인되었음. 한편, 마루에츠는 경쟁제품 7개를 취급하고 있으며 코코카라화인은 1개, 세븐일레븐은 5개 제품을 취급하는 것으로 나타나 마루에츠가 조사매장 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	마루에츠 (マルエツ)	코코카라화인 (ココカラファイン)	세븐일레븐 (7-Eleven)
① 입뿔만조쿠시리아루바 프로틴 (아사히구름푸쇼쿠힌)	○		
② 푸로테인바 카라메루쿠키 (브루봉)	○		○
③ 인 바 프로틴 베이쿠도비타 (모리나가세이카)	○		
④ 비 카인드 푸로테인 (마스)			○
⑤ 인 바 프로틴 슈퍼 쿠란치초코 (모리나가세이카)			○
⑥ 입뿔만조쿠시리아루부락쿠 (아사히구름푸쇼쿠힌)			○
⑦ 소이조이 쿠리스피믹쿠스베리 (오오츠키세이카)	○		○
⑧ 라이트미루부록쿠 메푸루아지 (하마다콤웨쿠도)	○		
⑨ 다이어트사포토바 초코레토 (리잡)	○		
⑩ 카로리메이트부록쿠 치즈아지 (오오츠키세이카)	○	○	

자료: 현지조사원 자료

## Shop ① 마루에츠(マルエツ)

### ● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
가공식품, 스낵류, 음료, 주류, 지역 특산물, 생활용품, 잡화류 등
- 매장 주변 특징:  
근처에 지하철역, 관공서, 종합병원, 콘서트홀 등이 위치해 유동인구가 많음
- 주요 고객층:  
현지 주민

브랜드 기본 정보 <sup>5)</sup>		마루에츠는 1952년에 설립된 일본의 슈퍼마켓 체인 매장으로 1977년 슈퍼마켓 분야로는 최초로 일본 상장 기업이 되었음. 298개 매장을 운영하고 있으며, 중국 등으로 해외 진출을 시도 중임
	조사 제품 수: 6개	

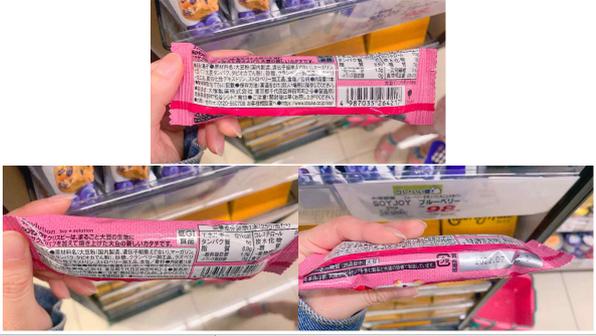
매장 정보		
	위치	도시(지역) 도쿄 상세주소 〒144-0052 東京都大田区蒲田5丁目47-7

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 단백질 바 경쟁제품 정보		
			
	소이조이 쿠리스피막쿠스베리 (오오츠카셰이카)	라이토미루부록쿠 메푸루이지 (하마다콤웨쿠토)	입뽕만조쿠시리아루바 프로틴 (아사히구릅푸쇼쿠힌)
			
다이어트사포토바 초코레토 (리잡)	푸로테인바 카라메루쿠키 (브루봉)	인 바 프로틴 베이쿠도비타 (모리나가셰이카)	

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/야후 쇼핑/리쿠텐 웹사이트

5) 자료: 마루에츠(マルエツ) 홈페이지

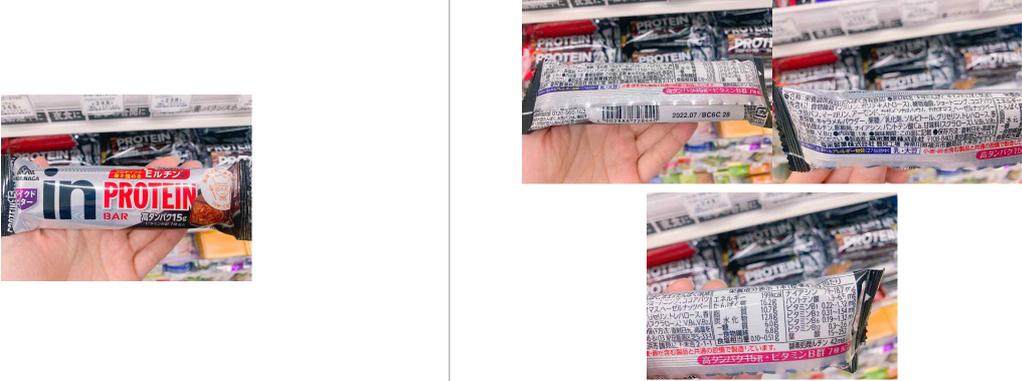
			
제품명 (현지어)	소이조이 크리스피믹쿠스베리 (Soyjoy クリスピーミックベリー)	제조사 (현지어)	오오츠키세이카 (大塚製菓)
제품 종류	기타 바	중량	25.0g
소비자가격	98.0엔 (1,043원)	10g당 가격	39.2엔 (417원)
원산지	일본	맛	믹스베리 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	저GI식품, 소이 솔루션
원료 및 첨가물	콩가루, 마가린, 콩퍼프, 설탕, 크램베리 가공품, 라즈베리 가공품, 난소화성덱스트린, 딸기 가공품, 식염, 향료		

			
제품명 (현지어)	라이트미루부록쿠 메푸루아지 (ライトミールブロック メープル味)	제조사 (현지어)	하마다콤훼쿠토 (ハマダコンフェクト)
제품 종류	기타 바	중량	80.0g
소비자가격	118.0엔 (1,256원)	10g당 가격	14.8엔 (157원)
원산지	일본	맛	메이플 시럽 맛
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치	홍보문구	메이플 향과 순한 맛, 1개 100kcal, 4개입, 10종 비타민, 6종 미네랄
원료 및 첨가물	밀가루, 쇼트닝, 설탕, 마가린, 밀가루, 환원물엿, 액란, 설탕결합물엿, 식염, 밀 식물성유, 메이플 시럽, 카제인나트륨, 난각칼슘, 착색료, 탄산마그네슘, 향료, 유화제, 비타민 A, 비타민 E, 비타민 B12		

			
<b>제품명 (현지어)</b>	입뿔만조쿠시리아루바 프로틴 (一本満足シリアルバーProtein)	<b>제조사 (현지어)</b>	아사히그룹푸쇼쿠인 (アサヒグループ食品)
<b>제품 종류</b>	단백질 바	<b>중량</b>	39.0g
<b>소비자가격</b>	128.0엔 (1,362원)	<b>10g당 가격</b>	32.8엔 (349원)
<b>원산지</b>	일본	<b>맛</b>	초콜릿 맛
<b>포장 형태 (외부/내부)</b>	플라스틱 파우치	<b>홍보문구</b>	단백질 15g, 비타민 5종, 필수 아미노산 9종
<b>원료 및 첨가물</b>	초콜릿, 콩퍼프, 유청단백, 식물유지, 콩가공품, 건포도, 탄산칼슘, 유화제, 향료, 비타민 E, 비타민 B6, 비타민 B2, 트립토판		

			
<b>제품명 (현지어)</b>	다이어트사포토바 초콜레토 (ダイエットサポートバーチョコレート)	<b>제조사 (현지어)</b>	리잡 (Rizap)
<b>제품 종류</b>	기타 바	<b>중량</b>	30.0g
<b>소비자가격</b>	198.0엔 (2,107원)	<b>10g당 가격</b>	66.0엔 (702원)
<b>원산지</b>	일본	<b>맛</b>	초콜릿 맛
<b>포장 형태 (외부/내부)</b>	플라스틱 파우치	<b>홍보문구</b>	고단백질, 저당질, 다이어트, 14종 비타민 및 미네랄, 공복을 가만들 수 없는 Rizap식 다이어트
<b>원료 및 첨가물</b>	대두 퍼프, 설탕, 카카오매스, 식물성 유지, 전분유, 에리톨, 코코아 버터, 쇼트닝, 유화제, 비타민 C, 탄산칼슘, 비타민 E, 나이아신, 판토텐산칼슘, 비타민 B1, 비타민 B6, 비타민 B2, 비타민 A, 엽산, 비타민 D, 비타민 B12		

			
<b>제품명 (현지어)</b>	푸로테인바 카라메루쿠키 (プロテインバー キャラメルクッキー)	<b>제조사 (현지어)</b>	브루봉 (ブルボン)
<b>제품 종류</b>	단백질 바	<b>중량</b>	40.0g
<b>소비자가격</b>	118.0엔 (1,256원)	<b>10g당 가격</b>	29.5엔 (314원)
<b>원산지</b>	일본	<b>맛</b>	캐러멜 맛
<b>포장 형태 (외부/내부)</b>	플라스틱 파우치	<b>홍보문구</b>	맛있게 단백질 10g, MCT오일, 팔라티노스, 10종 비타민, 하루치 칼슘, 철분의 1/3
<b>원료 및 첨가물</b>	콩단백, 밀가루, 쇼트닝, 설탕, 파라티노스, 밀단백, 대두 퍼프, 중쇄지방산유(MCT), 달걀, 캐러멜분말, 식이섬유(이눌린), 물엿, 식물유지, 전분유, 유당, 카카오매스, 캐러멜페이스트, 코코아가루, 소금, 소르비톨, 글리세린, 유화제, 트레할로오스, 탄산칼슘, 향료, 비타민 E, 나이아신, 판토텐산칼슘, 비타민 B1, 비타민 B2, 비타민 B6, 비타민 A, 엽산, 비타민 D, 비타민 B12		

			
<b>제품명 (현지어)</b>	인 바 프로틴 베이쿠도비타 (In Bar Protein ベイクドビター)	<b>제조사 (현지어)</b>	모리나가세이카 (森永製菓)
<b>제품 종류</b>	단백질 바	<b>중량</b>	43.0g
<b>소비자가격</b>	151.0엔 (1,607원)	<b>10g당 가격</b>	35.1엔 (374원)
<b>원산지</b>	일본	<b>맛</b>	바닐라 맛
<b>포장 형태 (외부/내부)</b>	플라스틱 파우치	<b>홍보문구</b>	단백질 운동 강화, E루틴 배합, 고단백질 15g, 비타민 B 7종 배합
<b>원료 및 첨가물</b>	콩단백, 유청단백, 식이섬유(이눌린, 폴리덱스트로스), 식물유지, 쇼트닝, 코코아파우더, 콩퍼프, 마가린, 아몬드, 카세인칼슘, 카카오매스, 헤이즐넛페이스트, 맥아당, 캐러멜파우더, 유화제, 소르비톨, 글리세린, 트레할로오스, 향료, 효소처리루틴, 팽창제, 나이아신, 판토텐산칼슘, 감미료(수크랄로스), 비타민 B6, 비타민 B2, 비타민 B1, 엽산, 비타민 B12		

## Shop ② 코코카라화인(ココカラファイン)

- **매장 정보**
- 유형: 드럭스토어
- 판매 제품 특징: 건강식품, 스낵류, 화장품, 의약품
- 매장 주변 특징: 근처에 지하철역, 관공서, 종합병원, 콘서트홀 등이 위치해 유동인구가 많음
- 주요 고객층: 현지 주민

브랜드 기본 정보 <sup>6)</sup>		코코카라화인은 일본 7위 드럭스토어로 약 1,100여 개 매장을 운영 중임. 최근 5위 드럭스토어 기업인 마츠모토키요시와 경영통합 후 3,000여 개 점포를 가진 최대 규모 드럭스토어로 등극하며 1조엔 규모의 매출을 기대 중임
		조사 제품 수: 1개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 도쿄
	상세주소	〒144-0052 東京都大田区蒲田5丁目39-3

매장 내부 전경	<b>매장 내부 전경</b>	
		

제품 판매 정보	<b>판매 단백질 바 경쟁제품 정보</b>	
		
	카로리메이토부록쿠 치즈아지 (오오츠카세이카)	

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/야후 쇼핑/라쿠텐 웹사이트

6) 자료: 코코카라화인(ココカラファイン) 홈페이지

			
<b>제품명 (현지어)</b>	카로리메이토부록쿠 치즈아지 (カロリーメイトブロック チーズ味)	<b>제조사 (현지어)</b>	오오츠카세이카 (大塚製菓)
<b>제품 종류</b>	기타 바	<b>중량</b>	80.0g
<b>소비자가격</b>	178.0엔 (1,607원)	<b>10g당 가격</b>	22.3엔 (237원)
<b>원산지</b>	일본	<b>맛</b>	치즈 맛
<b>포장 형태 (외부/내부)</b>	종이 박스/ 플라스틱 파우치	<b>홍보문구</b>	밸런스드 푸드, 영양적으로 균형있는 원료 사용, 에너지 및 영양소를 얻으려는 사람, 업무, 스포츠, 공부 등 바쁜 시간에 이용
<b>원료 및 첨가물</b>	밀가루, 마가린, 설탕, 치즈, 계란, 아몬드, 전분, 탈지분유, 콩단백, 밀단백, 식염, 가공전분, 향료, 카로티노이드색소		

### Shop ③ 세븐일레븐(7-Eleven)

● 매장 정보

- 유형: 편의점
- 판매 제품 특징:  
즉석식품, 스낵류, 음료류, 주류, 제과제빵류, 서적류, 화장품, 사무용품, 주방용품, 위생용품 등
- 매장 주변 특징:  
근처에 지하철역, 관공서, 종합병원, 콘서트홀 등이 위치해 유동인구가 많음
- 주요 고객층:  
현지 주민

브랜드 기본 정보)		세븐일레븐은 1973년에 설립된 미국의 편의점 체인으로 일본 외에도 한국, 중국, 호주 등 주요 국가에 진출함. 2005년 일본 세븐일레븐이 지분을 전량 매수하여 일본계 기업이 되었음. 2007년, 소매업체 기준 세계 최대 점포수를 달성했으며 2018년 2만 점포를 돌파함.
		조사 제품 수: 3개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 도쿄 상세주소 〒144-0052 東京都大田区蒲田 5丁目40-3

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 단백질 바 경쟁제품 정보		
			
	비 카인드 푸로테인 (마스)	인 바 프로틴 슈퍼 쿠란치초코 (모리나가세이카)	입뿡만조쿠시리아루부 락쿠 (아사히구름푸쇼쿠힌)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/야후 쇼핑/라쿠텐 웹사이트

7) 자료: 세븐 앤 아이 홀딩스(Seven & I Holdings) 홈페이지

			
제품명 (한지어)	비 카인드 푸로테인 (Be Kind プロテイン)	제조사 (한지어)	마스 (Mars)
제품 종류	단백질 바	중량	40.0g
소비자가격	248.0엔 (2,639원)	10g당 가격	62.0엔 (660원)
원산지	미국	맛	초콜릿 맛, 아몬드 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	수입자	マースジャパン リミテッド
홍보문구	총단백질 9g, 원료 통째로, 식물 유래 단백질, 203kcal	원료 및 첨가물	땅콩, 아몬드, 초콜릿 코팅, 분리대두단백, 프락토올리고당, 꿀, 물엿, 땅콩 버터, 바다소금

			
제품명 (한지어)	인 바 프루틴 슈퍼 쿠란치초코 (In Bar Protein Super クランチチョコ)	제조사 (한지어)	모리나가세이카 (森永製菓)
제품 종류	단백질 바	중량	54.0g
소비자가격	198.0엔 (2,107원)	10g당 가격	36.7엔 (390원)
원산지	일본	맛	초콜릿 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	크런치 초콜릿, 단백질 운동 강화, E루틴 배열
원료 및 첨가물	대두 퍼프, 대두 단백질, 식물유지, 설탕, 코코아 버터, 전분유, 카제인칼슘, 유화제, 향료, 탄산칼슘, 캐러멜 색소, 효소처리루틴, 나이아신, 감미료(수크랄로스), 판토텐산칼슘, 비타민 B6, 비타민 B1, 엽산, 비타민 B12		

			
<b>제품명 (현지어)</b>	입뽕만조쿠시리아루부락쿠 (一本満足シリアルブラック)	<b>제조사 (현지어)</b>	아사히그룹푸쇼쿠힌 (アサヒグループ食品)
<b>제품 종류</b>	단백질 바	<b>중량</b>	37.0g
<b>소비자가격</b>	110.0엔 (1,170원)	<b>10g당 가격</b>	29.7엔 (316원)
<b>원산지</b>	일본	<b>맛</b>	초콜릿 맛
<b>포장 형태 (외부/내부)</b>	플라스틱 파우치	<b>홍보문구</b>	건강한데도 진짜 초콜릿, 당류 80% 줄임, 하루 철분의 1/3, 5종의 비타민
<b>원료 및 첨가물</b>	카카오매스, 콘플레이크, 식물유지, 마카데미아, 덱스트린, 밀퍼프, 건포도, 코코아 파우더, 코코아 버터, 유화제, 향료, 비타민 E, 감미료(수크랄로스), 비타민 B6, 비타민 B2, 비타민 B1, 비타민 B12		

## III. 경쟁기업

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

## 1. 일본 단백질 바 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 단백질 바 판매 일본기업 2개사, 미국기업 1개사 총 3개사 선정

일본 오프라인 유통채널에서 고객사 제품과 가장 유사한 경쟁제품 종류인 단백질 바 제품을 판매하고 있는 일본기업 2개사 및 미국기업 1개사 총 3개사를 선정함

### ▶ 경쟁기업 3개사, 평균 79년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 79년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 아사히구룹푸쇼쿠힌은 2015년 설립되어 6년째 사업을 이어오고 있으며, 모리나가세이카는 1899년 설립되어 122년의 업력을 보유하며 경쟁기업 중 가장 오래 사업을 운영하고 있음. 마스는 1911년 설립되어 110년의 업력을 보유하고 있음

### ▶ 경쟁기업 3개사, 단백질 바 동일품목 종류 조사

일본에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 단백질 바의 동일 품목 수를 조사한 결과 아사히구룹푸쇼쿠힌이 12개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있음. 모리나가세이카는 9개, 마스는 7개의 동일품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 단백질 바 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
아사히구룹푸쇼쿠힌	일본	6년	12개
모리나가세이카	일본	122년	9개
마스	미국	110년	7개

자료: 일본 진출 단백질 바 경쟁기업 3개사 분석

## 2. 일본 단백질 바 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	단백질 바, 칼로리 바, 시리얼 바

### ▶ 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	마루에츠, 코코카라화인, 세븐일레븐
온라인	아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐

## ▶ 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 단백질 바 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

#### ▶ 경쟁기업 3개사 일본 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

일본에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 대형 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인인 마루에츠 입점 경쟁기업으로는 아사히구룹푸쇼쿠인과 모리나가세이카가 확인되었으며, 대표 편의점인 세븐일레븐에서는 마스가 확인됨. 온라인의 경우, 아사히구룹푸쇼쿠인과 마스는 아마존에 입점하였으며, 마스는 야후 쇼핑에도 진출한 것으로 확인됨. 모리나가세이카는 온라인 쇼핑몰에 진출하지 않은 것으로 조사됨

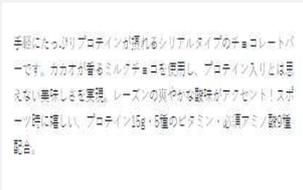
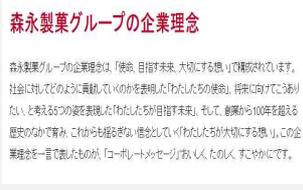
#### ▶ 경쟁기업 3개사 중 2개사, SNS 플랫폼 활용해 홍보 활동 진행

일본 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 일본 현지 공식 홈페이지를 운영하고 있는 것으로 조사되었으며, 아사히구룹푸쇼쿠인은 일본 현지 SNS 플랫폼을, 마스는 글로벌 SNS 플랫폼을 운영하며 홍보 활동을 진행하고 있는 것이 확인됨. 한편 모리나가세이카는 운영하는 SNS 플랫폼 계정이 확인되지 않았음

▶ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 성분 함량, 제품 성분 구성 등을 강조

일본 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 성분 함량과 성분 구성을 강조한 문구를 활용하여 홍보를 진행하는 것으로 조사됨. 제품 성분 함량을 강조한 문구로는 ‘단백질 15g’, ‘고단백질 15g’, ‘총 단백질 9g’ 등의 문구를 사용함. 성분 구성을 강조하는 문구로는 ‘비타민 5종’, ‘필수 아미노산 9종’, ‘E루틴 배합’, ‘비타민 B 7종 배합’, ‘식물 유래 단백질’ 등이 있음. 그 외에도 ‘단백질 운동 강화’, ‘원료 통째로’ 등의 제품의 효과와 원료를 강조하는 문구도 사용하는 것으로 조사됨

[표 3.8] 일본 단백질 바 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
아사히구름푸쇼쿠인	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장 - 마루에츠</li> <li>온라인 매장 - 아마존</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (일본)</li> <li>SNS 플랫폼 (글로벌)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 유튜브</li> <li>- 트위터</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 단백질 15g</li> <li>- 비타민 5종</li> <li>- 필수 아미노산 9종</li> </ul>	
모리나가세이카	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장 - 마루에츠</li> <li>온라인 매장 - 아마존</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (일본)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 단백질 운동 강화</li> <li>- E루틴 배합</li> <li>- 고단백질 15g</li> <li>- 비타민 B 7종 배합</li> <li>- 맛있고, 즐겁고, 쾌적하게</li> </ul>	
마스	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장 - 세븐일레븐</li> <li>온라인 매장 - 아마존, 야후 쇼핑</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> <li>SNS 플랫폼 (글로벌)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> <li>- 트위터</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 총 단백질 9g</li> <li>- 원료 통째로</li> <li>- 식물 유래 단백질</li> <li>- 203kcal</li> <li>- 오늘의 식생활이 내일의 이상적인 세계로 이어진다</li> <li>- 영양을 통해 생활을 개선</li> </ul>	

자료: 일본 진출 단백질 바 경쟁기업 3개사 분석

① 아사히구룹푸쇼쿠힌

기업 기본 정보	기업명	아사히구룹푸쇼쿠힌		
	기업 설명	아사히구룹푸쇼쿠힌은 모기업인 아사히그룹에서 식품사업을 담당하는 기업으로, 2015년에 설립됨. 아사히그룹 산하에 있던 아사히 푸드 앤 헬스케어 주식회사·와코도 주식회사·아마노 실업 주식회사가 합쳐지며 설립되었으며, 2021년 아사히 칼피스 웰니스사를 통합하여 헬스케어 사업 분야를 강화함		
	위치	東京都渋谷区恵比寿南二丁目4番1号		
	규모	직원 수	약 1,200명	
		동일품목 수 <sup>8)</sup>	12개	
설립연도		2015년		
매출		1,235억 엔		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 마루에츠		제품명	입뿡만조쿠시리아루바 프로틴 (一本満足シリアルバーProtein)
			중량	15g
			가격	128.0엔 (1,362원 <sup>9)</sup> )
			제품 종류	단백질 바
	〈온라인 매장〉 아마존		제품명	입뿡만조쿠시리아루바 프로틴 (一本満足シリアルバーProtein)
			중량	15g*36개
			가격	4,550.0엔
			제품 종류	단백질 바

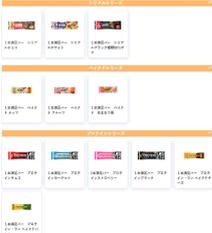
현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	일본 제품으로 일본 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	일본 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (상)	일본에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/라쿠텐/야후 쇼핑 웹사이트

8) 단백질 바, 칼로리 바, 시리얼 바 제품을 동일품목으로 분류함

9) 100엔=1,064.06원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

<b>홍보 방식</b>		
	<b>홍보 채널</b>	자사 홈페이지(일본), 페이스북/유튜브/트위터(일본)
	<b>게시 주기</b>	1주일에 1~2건
	<b>게시물 유형</b>	기업 소개, 판매 제품 소개, 프로모션 및 이벤트 정보

<b>게시물 유형</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 및 다양한 제품군 소개</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 홈페이지를 통한 제품 상세 소개</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고객 참여 이벤트 및 각종 프로모션</li> </ul>

사진자료: 아사히그룹푸스쿠한(アサヒグループ食品) 홈페이지 (www.asahi-gf.co.jp)

② 모리나가세이카

기업 기본 정보	기업명	모리나가세이카		
	기업 설명	모리나가세이카는 1899년 과자 제조업으로 창업하여 일본에 서양 과자를 제공하고자 밀크 카라멜, 초콜릿 등을 일본 최초로 제조함. 이외에도 비스킷, 아이스크림 등의 제품을 판매하고 있으며 2030년에 웰니스 컴퍼니로의 전환을 목표로 함		
	위치	東京都港区芝5-33-1		
	규모	직원 수	2,825명	
		동일품목 수 <sup>10)</sup>	9개	
설립연도		1899년		
매출		1,969억 5,000만 엔		

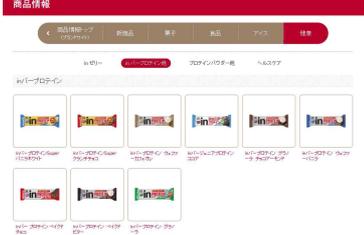
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 마루에스		제품명	인 바 프로틴 베이쿠도비타 (In Bar Protein ベイクドビター)
			중량	54g
			가격	151.0엔 (1,607원)
			제품 종류	단백질 바
	〈온라인 매장〉 아마존		제품명	인 바 프로틴 베이쿠도비타 (In Bar Protein 베イクドビター)
			중량	54g*15개
			가격	2,121엔 (22,567원)
			제품 종류	단백질 바

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	일본 제품으로 일본 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	일본 소비자를 위한 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (상)	일본 국내에서 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/야후 쇼핑/라쿤텐 웹사이트

10) 단백질 바 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(일본)
	게시 주기	게시 주기 확인 불가
	게시물 유형	기업 관련 정보 안내, 브랜드 및 제품 소개, 레시피 공유

게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업 연혁, 개요, 기업 활동 안내</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 및 제품 소개</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업 제품 활용 다양한 레시피 공유</li> </ul>

사진자료: 모리가나세이카(森永製菓株式会社) 홈페이지 (www.morinaga.co.jp)

③ 마스

기업 기본 정보	기업명	마스		
	기업 설명	마스는 미국의 다국적 식품 제조업체로, 과자, 껌, 사탕, 음료, 식료품 및 애완동물 식품 등을 제조하고 유통함. 마스 바, 밀키웨이 바, M&M's, 스키틀즈, 스니커즈, 트릭스와 같은 제과 제품이 유명하며 미국 외에도 캐나다와 영국에도 지사를 보유하고 있음		
	위치	6885 Elm Street McLean, Virginia, United States		
	규모	직원 수	130,000명	
		동일품목 수 <sup>11)</sup>	7개 (일본 출시 품목 기준)	
설립연도		1911년		
매출		370억 달러		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 세븐일레븐		제품명	비 카인드 푸로테인 (Be Kind プロテイン)
			중량	40.0g
			가격	248.0엔 (2,639원)
			제품 종류	단백질 바
	〈온라인 매장〉 아마존 야후 쇼핑		제품명	비 카인드 푸로테인 (Be Kind プロテイン)
			중량	40.0g*6개
			가격	1,607엔 (17,098원)
			제품 종류	단백질 바

현지 진출 방법	제품 현지화	● (중)	기존 유통되는 제품의 맛, 성분 등을 변경하여 현지 한정판 등을 출시
	포장 현지화	● (중)	제품의 포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	○ (하)	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁 (중국에서 제조)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/라쿠텐/야후 쇼핑 웹사이트

11) 단백질 바, 칼로리 바, 시리얼 바 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(일본), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(글로벌)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>1주일에 2~3건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개 및 홍보, 판매 브랜드 및 제품 소개, 기업 뉴스 전달</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>기업 연혁, 이념 소개</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>브랜드 홈페이지와 연결</li> <li>브랜드 제품 소개</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>신제품 출시 등 기업 뉴스 안내</li> </ul>

사진자료: 마스(Mars) 일본 홈페이지 (jpn.mars.com)

# IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 베스티스 내츄럴(Besties Natural)

Interview ② 우이코(Uiqa)

Interview ③ 게이힌쇼지(京浜商事)

## Interview ① 베스티스 내츨렐(Besties Natural)

12)

베스티스 내츨렐  
(Besties Natural)

- 유형: 제조·유통업체
- 업체 특징:
  - 도쿄 미나토구에 위치한 건강 제과류 제조업체
  - 100% 현지산 유기농 재료를 사용하며 방부제, 보존제 등 기타 첨가물을 넣지 않고 단백질 바, 유산균 바 등을 제조함
  - 자체 홈페이지를 통해 판매 중임

## 담당자 정보

Store Manager

베스티스 내츨렐(Besties Natural)  
Store Manager

## Q1. 현지 시장에서 단백질 제품의 현황과 인식은 어떤가요?

요즘 헬스장에 다니거나 운동을 하는 사람들이 많아지면서 단백질 제품에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 유청 단백질이 함유된 단백질 셰이크 또는 당사의 제품같은 단백질 바 제품이 먹기 간편하기 때문에 인기가 높습니다. 단백질 바와 단백질 셰이크를 모두 먹는 소비자도 많은 편입니다. 가격을 중요시하는 소비자는 미국산 제품을 선호하며, 다양한 맛을 시도하려는 소비자는 국산 제품을 선택하는 편입니다.

## Q2. 고객사 제품의 가격과 중량은 적당한가요?

현지 시장의 단백질 바 낱개 가격은 100-300엔(약 1,064-3,192원<sup>13)</sup>) 정도로 형성되어 있으며 고객사 제품의 가격은 적당한 편입니다. 1개당 200엔(약 2,128원) 이하의 제품은 중저가에 속한다고 볼 수 있으며, 주요 고객은 단백질 바를 식사 대용으로 섭취하기 위해 대량 구매하는 사람들입니다.

## Q3. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

고객사의 포장 형태는 적당합니다. 현지의 단백질 바 제품의 포장 형태도 대부분 플라스틱 파우치와 종이 박스입니다. 1박스당 개수는 브랜드별로 차이가 있는 편입니다.

12) 사진자료: 베스티스 내츨렐(Besties Natural) 홈페이지

13) 100엔=1,064.06원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

#### Q4. 현지 시장에서 가장 많이 판매되는 경쟁제품은 무엇인가요?



당사의 소이 컨셉 보타니컬 단백질 바가 가장 많이 판매됩니다. 가격은 28g\*12개입 1상자 3,240엔(약 34,476원)입니다. 해당 제품은 비건, 유기농 제품으로 피부 미용과 모발 건강 등의 건강상 이점이 있습니다. 또한 다른 단백질 바에 비해 맛이 강하지 않아 폭넓은 고객층에게 인기를 끌고 있습니다.

소비자가격	소포장: 약 169엔 (1,800원)
	대포장: 약 1,692엔 (18,000원)
중량	소포장: 40g 대포장: 400g
포장 형태	플라스틱 파우치

#### Q5. 현지 시장에서 효과적인 단백질 바 제품 홍보 방법은 무엇입니까?

아마존 광고와 해당 제품 및 입점 브랜드에 대한 좋은 리뷰와 높은 평점이 효과적입니다. 리뷰에 대한 피드백을 하기 위해 모니터 프로그램을 사용할 수도 있습니다. 추천 키워드는 트랜스지방 무첨가, 콜레스테롤 무첨가, 설탕 무첨가, 식물성 단백질, 8-FREE, 유기농, 비건 등입니다.

#### Q6. 고객사 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?

온라인이 가장 좋습니다. 많은 소비자들은 집까지 배송되는 점과 저렴한 가격을 이유로 온라인 구매를 선호하는 편입니다. 오프라인 유통 경로로는 드럭스토어 또는 편의점을 추천합니다. 주로 단백질 바를 처음 시도하는 사람들, 또는 평소에 단백질 바를 먹지만 당장 먹을 단백질 바가 없는 사람들이 소량 구매하는 패턴을 보입니다.

## Interview ② 우이코(Uiyo)

14)

우이코  
(Uiyo)

- 유형: 제조·유통업체
- 업체 특징:
  - 후쿠오카현 무나카타시에 위치한 과자 유통 업체
  - 그래놀라, 아이싱 쿠키, 케이크 등을 전문적으로 제조·유통하고 있음
  - 자체 홈페이지를 운영 중이며 인스타그램 등의 SNS 계정을 활용하여 신제품 및 프로모션 홍보를 하고 있음

담당자 정보

Store Manager



### 우이코(Uiyo) Sales Manager

#### Q1. 현지 시장에서 단백질 제품의 현황과 인식은 어떤가요?

최근 건강에 대한 관심이 높아지면서 영양은 풍부하고 당분은 적게 함유된 식품의 수요가 증가하고 있습니다. 그래놀라 바는 아침 식사는 물론 점심 식사 대응으로도 이용하기 때문에 판매량이 증가하고 있습니다. 일부 소비자들은 그래놀라 바를 간식으로 사용하기도 합니다. 수입 단백질 바를 경험해 본 고객들이라면 고객사의 제품을 비교적 쉽게 시도할 것입니다.

#### Q2. 고객사 제품의 가격과 중량은 적당한가요?

당사 제품에 비해 중량 대비 가격은 약간 비싼 편입니다. 당사 제품은 1개당 중량이 110g으로 고객사 제품의 중량 또한 작은 편입니다. 하지만 식사 대응이 아니라 단백질 보충용 또는 간식용으로는 적당한 사이즈로 보입니다. 현지의 많은 단백질 바 제품도 50g 내외입니다.

#### Q3. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

바 형태로 만들어진 제품이 파우더, 셰이크 등의 제품보다 쉽게 먹을 수 있고 휴대하기도 간편해서 인기 있습니다. 대부분의 단백질 바 제품은 플라스틱 파우치에 포장되어 있으며, 고객사 제품의 포장 형태 또한 유통에 적합한 형태입니다. 당사의 제품은 투명 플라스틱 파우치로 포장되어 판매됩니다.



#### Q4. 현지 시장에서 가장 많이 판매되는 경쟁제품은 무엇인가요?

라쿠텐 우이코 마켓 내에서 가장 많이 판매되는 제품은 당사의 플레인 그레놀라 바입니다. 가격은 4개입 1박스당 1,370엔(약 14,578원)이며 개당 중량은 110g입니다. 해당 제품의 인기 요인은 유기농 원료를 사용한 점, 설탕 대신 말린 과일과 꿀을 사용하여 단맛을 내는 점, 영양기를 높이기 위해 견과류와 오트밀을 사용한 점을 꼽을 수 있습니다.

소비자가격	소포장: 약 169엔 (1,800원)
	대포장: 약 1,692엔 (18,000원)
중량	소포장: 40g
	대포장: 400g
포장 형태	플라스틱 파우치

#### Q5. 현지 시장에서 효과적인 단백질 바 제품 홍보 방법은 무엇입니까?

SNS를 활용한 홍보를 추천합니다. 당사의 경우 인스타그램 공식 계정을 생성하여 홍보하고 있습니다. 주로 신제품 홍보, 프로모션 이벤트 진행 등의 게시물을 작성합니다.

#### Q6. 고객사 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?

이커머스 플랫폼 입점을 통한 온라인 판매가 가장 효과적인 유통채널입니다. 당사의 경우 라쿠텐에 입점하여 제품을 판매하고 있습니다.

## Interview ③ 게이힌쇼지(京浜商事)

15)

### 게이힌쇼지 (京浜商事)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
  - 1958년 담배 가게로 시작하여 현재는 도매업, 이커머스 사업, AI 시스템, 호텔 등에도 진출한 회사임
  - 도매사업 분야에선 국내·외 주요 브랜드의 1차 도매상으로서 과자, 음료, 주류 등의 식료품과 일회용품, 가전제품, 완구 등 생활용품 등을 전문적으로 유통 중임
  - 이커머스 사업은 라쿠텐에 '퀵마트'라는 이름으로 진출해 B2C 사업을 진행 중임

### 담당자 정보

Online Store Manager



## 게이힌쇼지(京浜商事) Online Store Manager

### Q1. 현지 시장에서 단백질 제품의 현황과 인식은 어떤가요?

단백질 제품 출시 초기에는 헬스장에 다니거나 식단 관리를 하는 소비자에 국한되어 판매되었습니다. 그러나 현재는 많은 제조사가 맛과 성분, 유형을 다양화하여 출시하고 있으며 직장인, 학생들이 시간이 없을 때 식사 대응, 간식, 야식 등으로 활용하는 경우도 많습니다. 바 형태가 가장 많이 팔리는 형태이며 젤리 형태, 파우더 형태도 판매되고 있습니다.

### Q2. 고객사 제품의 가격과 중량은 적당한가요?

고객사 제품의 가격과 중량은 적당한 편입니다. 현지에서 판매되는 일반적인 단백질 바의 가격은 재료, 중량, 포장 등에 따라 100~300엔(약 1,064~3,192원)입니다. 일반적으로는 저렴할수록, 제품 1개당 중량이 클수록, 1개 포장당 제품 개수가 많을수록 많이 판매되는 것으로 보여집니다.

### Q3. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

포장 형태는 적당합니다. 고객사의 포장과 같이 당사의 모든 제품은 플라스틱 파우치에 날개 포장되며 종이 상자로 외부포장을 합니다. 현지의 많은 제품들이 동일한 포장 형태를 채택하고 있습니다. 다만 고객사 제품의 디자인은 소비자가 보았을 때 어떤 제품인지 한눈에 알기 어려울 수 있습니다.



**Q4. 현지 시장에서 가장 많이 판매되는 경쟁제품은 무엇인가요?**

아사히 브랜드의 단백질 바가 가장 많이 판매됩니다. 72개입 1상자에 6,890엔(약 73,314원)이며 1개당 중량은 46g입니다. 해당 제품이 인기 있는 요인으로는 대용량 포장으로 합리적인 가격을 책정한 점, 아사히의 브랜드 파워, 12가지 맛 출시로 소비자들의 다양한 입맛을 잡을 수 있었던 점이 있습니다.

소비자가격	소포장: 약 169엔 (1,800원)
	대포장: 약 1,692엔 (18,000원)
중량	소포장: 40g 대포장: 400g
포장 형태	플라스틱 파우치

**Q5. 현지 시장에서 효과적인 단백질 바 제품 홍보 방법은 무엇입니까?**

아사히 브랜드 단백질 바의 홍보문구는 ‘1개로 충분함’입니다. 대부분의 단백질 바 홍보문구로는 단백질 함량 강조, 원료나 성분 강조, 비타민 등 기타 영양소 강조, 총 칼로리, 유기농 여부 등이 있습니다. 홍보 채널로는 온라인 플랫폼 입점 후 상단 노출 광고가 가장 효과적입니다.

**Q6. 고객사 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?**

온라인 판매의 경우 아마존 또는 라쿠텐 등의 플랫폼에서 판매하는 것을 추천합니다. 오프라인 판매의 경우엔 편의점, 슈퍼마켓 등의 소비자가 직접 구매할 수 있는 유통채널에 들어가는 것이 좋으며 수입 업체 또는 도매상에게 고객사 제품을 테스트할 수 있는 다양한 맛의 샘플을 보내는 것을 권장해 드립니다.

## 단백질 바 수입·유통업체 인터뷰 결과

- 인터뷰 대상 기업체 선정 기준
- ① 현지 식품 유통업체 및 제조·수입·유통업체
  - ② 단백질 바 제품 취급 경험 있음

업체명	베스티스 내추럴 (Besties Natural)	우이코 (Uiqo)	게이힌쇼지 (京浜商事)
업태	▶ 제조·유통업체	▶ 제조·유통업체	▶ 수입·유통업체
취급 품목	▶  단백질 바	▶  그레놀라 바	▶  단백질 바

## 일본 단백질 바 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	베스티스 내추럴 (Besties Natural)	우이코 (Uiqo)	게이힌쇼지 (京浜商事)
	▶ 제조·유통업체	▶ 제조·유통업체	▶ 수입·유통업체
현지 시장 단백질 제품 현황	운동하는 사람들 사이에서 인기 가성비는 미국산 다양한 맛은 현지산	간식이나 식사 대용으로 인기 건강 관심 높아지며 영양은 풍부하고 당분 적은 식품 인기	초기엔 운동하는 소비자에 국한 최근엔 직장인, 학생이 바쁠 때 식사 대용 또는 간식으로도 소비
고객사 제품의 가격 및 중량에 대한 의견	1개 가격 100~300엔으로 적당 200엔 이하는 중저가로 인식	가격은 약간 비싼 편 중량은 적당해 보임	재료, 중량에 따라 100~300엔 고객사 제품도 적당할 것
고객사 제품의 포장 형태에 대한 의견	고객사 포장 형태 적당함 현지 제품 대부분 플라스틱 파우치와 종이 박스 사용	유통에 적합한 형태	현지의 대부분 제품과 동일함
권장하는 홍보 및 마케팅 방법	아마존 광고 좋은 리뷰 및 높은 평점 관리	SNS 활용 추천 인스타그램을 통한 신제품 홍보, 프로모션 진행 등	온라인 플랫폼 입점 후 상단 노출 광고
추천 홍보문구	식물성 단백질, 트랜스지방 무첨가, 설탕 무첨가, 8-Free, 유기농, 비건	(-)	단백질 함량 강조, 원료나 성분, 비타민 등 기타 영양소, 총 칼로리, 유기농 여부
현지 시장 진출 시 적합한 유통 경로	온라인 추천 오프라인은 드럭스토어 또는 편의점	이커머스 플랫폼 입점 추천	온라인은 아마존, 라쿠텐 오프라인은 슈퍼마켓, 편의점 바이어에게 다양한 샘플 추천

(\*) 현지 경쟁제품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

# V. 경쟁력파악

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

## 1. 제품 경쟁력 검증

### 1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

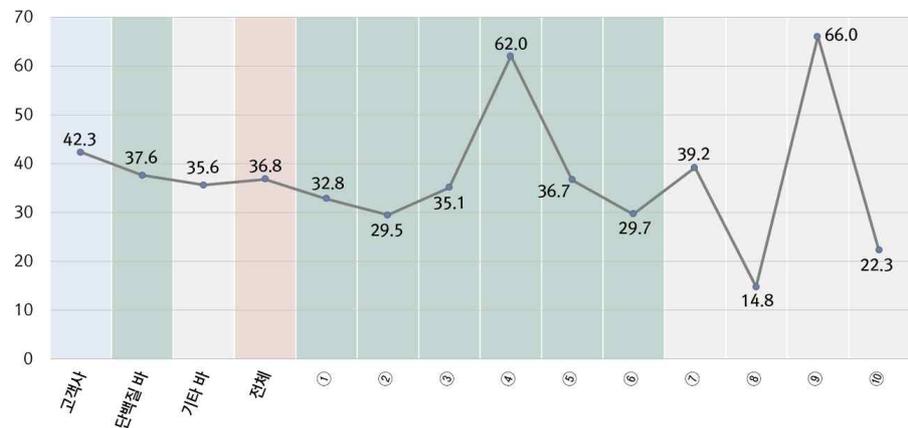
- ① 입뿔만조쿠시리아루바 프로틴 (아사히구루푸쇼쿠힌)
- ② 푸로테인바 카라메루쿠키 (브루봉)
- ③ 인 바 프로틴 베이쿠도비타 (모리나가세이카)
- ④ 비 카인드 푸로테인 (마스)
- ⑤ 인 바 프로틴 슈퍼 쿠란치초코 (모리나가세이카)
- ⑥ 입뿔만조쿠시리아루부락쿠 (아사히구루푸쇼쿠힌)
- ⑦ 소이조이 쿠리스피믹쿠스베리 (오오츠카세이카)
- ⑧ 라이트미루부룩쿠 메푸루아지 (하마다콤웨쿠토)
- ⑨ 다이어트사포토바 초코레토 (리잡)
- ⑩ 카로리메이트부룩쿠 치즈아지 (오오츠카세이카)

### ▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균보다 비싼 편

고객사 제품의 10g당 가격은 42.3엔(약 450원)<sup>16)</sup>으로 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격 36.8엔(약 392원)의 약 1.2배 수준인 것으로 나타남. 제품 종류별 평균 10g당 가격은 단백질 바 제품의 평균이 37.6엔(약 400원)으로 고객사 제품보다 4.7엔(약 50원) 저렴한 것으로 나타났으며, 기타 바 제품의 평균 10g당 가격은 35.6엔(약 379원)으로 고객사 제품보다 6.7엔(약 71원) 저렴하였음

[표 5.1] 일본 단백질 바 10g당 가격 경쟁력 분석

(단위: 엔)



16) 100엔=1,064.06원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 제품 중량

● 경쟁제품(제조사)

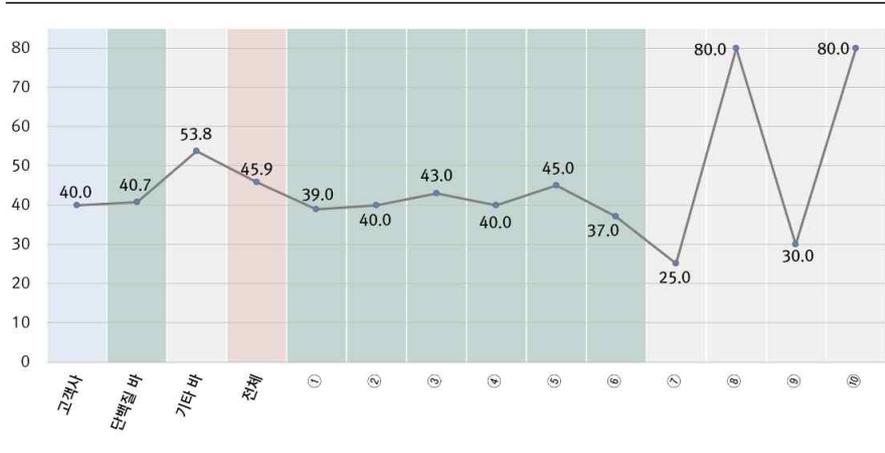
- ① 입뿔만조쿠시리아루바 프로틴 (아사히구름푸쇼쿠힌)
- ② 푸로테인바 카라메루쿠키 (브루봉)
- ③ 인 바 프로틴 베이쿠도비타 (모리나가세이카)
- ④ 비 카인드 푸로테인 (마스)
- ⑤ 인 바 프로틴 슈퍼 쿠란치초코 (모리나가세이카)
- ⑥ 입뿔만조쿠시리아루부락쿠 (아사히구름푸쇼쿠힌)
- ⑦ 소이조이 쿠리스피믹쿠스베리 (오오츠카세이카)
- ⑧ 라이토미루부록쿠 메푸루아지 (하마다콤웨쿠도)
- ⑨ 다이어트사포토바 초코레토 (리잡)
- ⑩ 카로리메이토부록쿠 치즈아지 (오오츠카세이카)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 중량은 40.0g<sup>17)</sup>으로 경쟁제품 10개의 평균 중량 45.9g의 약 85% 수준임. 제품 종류별 평균 중량은 단백질 바 제품이 40.7g, 기타 바 제품이 53.8g으로 나타남. 고객사 제품의 중량은 단백질 바 제품과는 거의 유사하며, 기타 바 제품 평균 53.8g보다 13.8g 작은 것으로 나타남

[표 5.2] 일본 단백질 바 중량 경쟁력 분석

(단위: g)



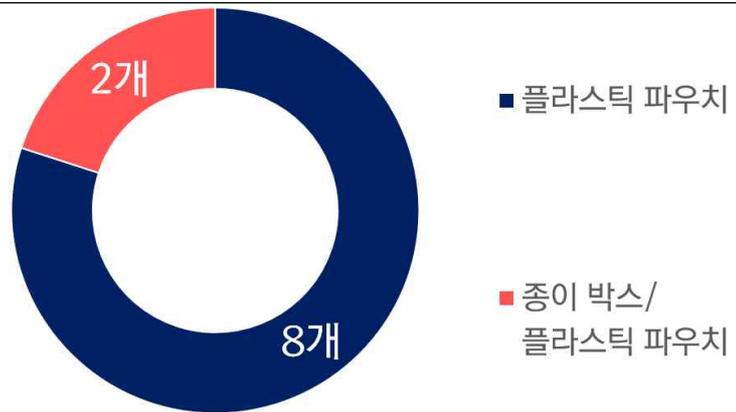
17) 고객사 중량은 제품 소포장 기준으로 기입함

## 3) 포장 형태

## ▶ 경쟁제품 10개 중 모두 포장 형태로 플라스틱 파우치 사용

일본에서 판매되고 있는 단백질 바 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개 모두 플라스틱 파우치를 사용함. 그 중 2개 제품은 포장을 내부 포장과 외부 포장으로 나누어 외부 포장에 종이 박스를 사용한 것으로 조사됨

[표 5.3] 일본 단백질 바 포장 형태 경쟁력 분석

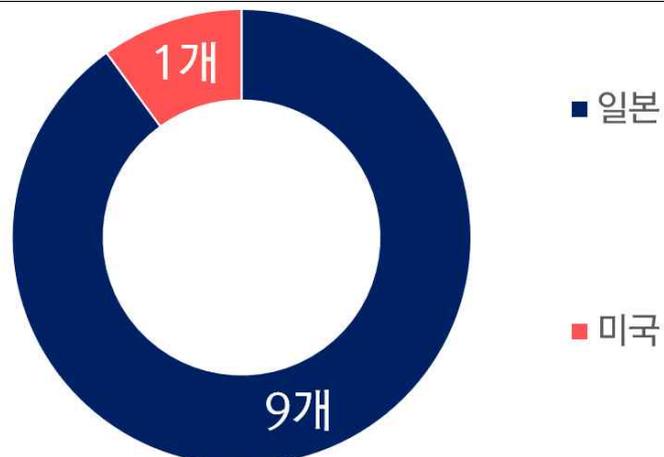


## 4) 원산지

## ▶ 경쟁제품 10개 중 9개, 현지산 제품

일본에서 판매되고 있는 단백질 바 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 9개 제품이 현지산 제품인 것으로 확인되었으며 1개 제품만이 미국산인 것으로 조사됨

[표 5.4] 일본 단백질 바 원산지 경쟁력 분석

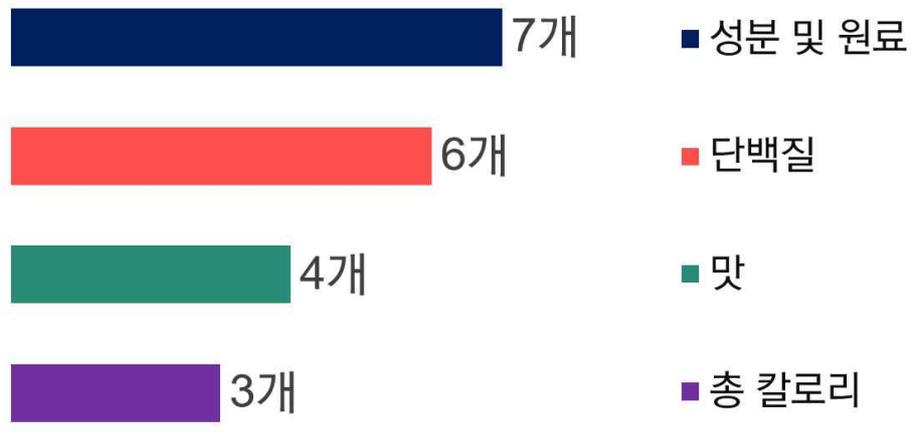


5) 홍보문구

▶ 경쟁제품 10개 중 7개 제품, ‘성분 및 원료’ 강조 홍보문구 사용

일본에서 판매되고 있는 단백질 바 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 7개 제품이 ‘식물 유래 단백질’, ‘영양적으로 균형있는 원료’ 등 성분 및 원료를 강조한 홍보문구를 사용함. 다음으로 ‘고단백 20g’, ‘총 단백질 9g’ 등 단백질 함량 강조 문구 6건, ‘메이플 향과 순한 맛’, ‘크런치 초콜릿’ 등 맛 강조 홍보문구 4건이 있었으며 총 칼로리를 강조한 홍보문구가 3개 확인되었음

[표 5.5] 일본 단백질 바 홍보문구 경쟁력 분석

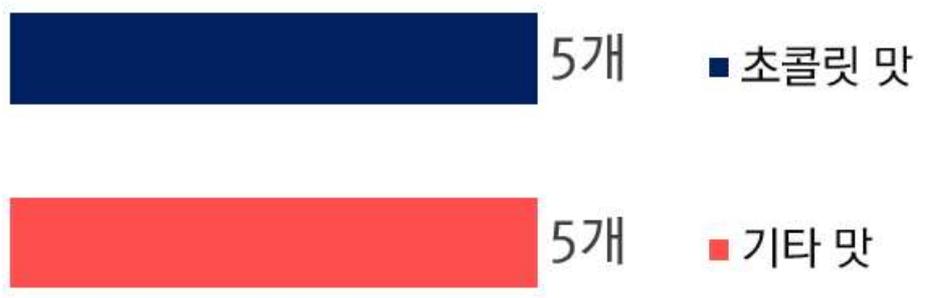


6) 맛

▶ 경쟁제품 10개 중 5개 제품, 초콜릿 맛 제품

일본에서 판매되고 있는 단백질 바 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 5개 제품이 초콜릿 맛으로 조사됨. 기타 5개 제품은 믹스베리 맛, 캐러멜 맛, 바닐라 맛, 치즈 맛, 메이플 시럽 맛으로 조사되어 치즈 맛을 제외한 9개 제품이 단 맛 위주의 제품으로 확인됨

[표 5.6] 일본 단백질 바 맛 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. 온라인 및 오프라인 매장 모두에서 판매되고 있는 인기제품을 벤치마킹 제품으로 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

#### 1) 벤치마킹 대상 선정

##### · 온/오프라인 매장에서의 인기제품

(\*) 온라인 쇼핑몰: 아마존(Amazon), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping), 라쿠텐(Rakuten)

(\*) 오프라인 매장: 마루에츠(マルエツ), 코코카라화인(ココカラファイン), 세븐일레븐(7-Eleven)

##### · 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(\*) 온라인 쇼핑몰: 조사 매장 3개 중 2개 이상의 매장에서 판매되고 있는 제품

(\*) 오프라인 매장: 조사 매장 3개 중 1개 이상의 매장에서 판매되고 있는 제품

#### ▶ 유사 인기제품 벤치마킹



공통 특징 ①  
플라스틱 파우치

공통 특징 ②  
견과류 사용

현지 벤치마킹 인기제품  
(아사히구름푸슈쿠인 \_  
입뿔만조쿠시리아루부락쿠)

‘당류 80% 감소  
초콜릿’

▶ 벤치마킹  
현지인이  
좋아하는 맛



공통 특징 ①  
플라스틱 파우치

공통 특징 ②  
식물 유래 단백질

현지 벤치마킹 인기제품  
(고객사 \_ 프로틴 우노바)

‘100% 식물성 원료,  
식물성 단백질 11g,  
통견과류, 당류 2g’

▶ 벤치마킹  
포장 디자인



현지 벤치마킹 인기제품  
(마스 \_ 비 카인드 푸로테인)

‘투명한 포장 재질로  
내용물 육안 확인 가능’

2) 벤치마킹 제품 분석  
- 현지인이 선호하는 맛

▶ 벤치마킹 제품, 초콜릿 맛 사용

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개의 제품을 조사한 결과, 경쟁사 제품 중 5개가 초콜릿 맛으로 확인됨. 또한 단백질 바 6개 경쟁제품 중 4개 제품이 초콜릿 맛이었으며 그 외로 캐러멜 맛과 바닐라 맛이 각각 1개씩 확인됨. 현지 시장 인기 단백질 바 제품 대부분은 단 맛 위주의 제품으로 조사되었음

[표 5.7] 일본 단백질 바 벤치마킹 제품 포장 형태 분석

(인터뷰 1) 해당 제품이 인기있는 요인으로는 12가지 맛 출시로 소비자들의 다양한 입맛을 잡을 수 있었던 점이 있습니다.

- 게이한쇼지, Online Store Manager -

3) 벤치마킹 제품 분석  
- 포장 디자인

▶ 벤치마킹 제품, 투명한 패키지로 원재료 확인 가능

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개의 포장형태를 조사한 결과, 모든 제품이 플라스틱 파우치를 사용하는 것으로 조사됨. 그 중 벤치마킹 제품은 투명한 소재의 플라스틱 파우치를 사용하여 어떤 원료를 사용하였는지 소비자가 직관적으로 알 수 있도록 디자인함. 또한 그 외 경쟁제품들도 외부 포장에 제품 이미지를 삽입하여 제품명, 홍보문구, 라벨 등을 읽지 않아도 어떤 제품인지 소비자가 알기 쉽도록 디자인된 것을 확인할 수 있었음

[표 5.8] 일본 단백질 바 벤치마킹 제품 포장 디자인 분석

(인터뷰 1) 당사의 제품은 투명 플라스틱 파우치로 포장되어 판매됩니다.

- 우이코, Sales Manager -

(인터뷰 2) 고객사 제품의 디자인은 소비자가 보았을 때 어떤 제품인지 한눈에 알기 어려울 수 있습니다.

- 게이한쇼지, Online Store Manager -

### 3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 단백질 바 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		아사히구루푸쇼쿠힌	모리나가세이카	마스
판매채널	오프라인 매장 (총 3개 매장 조사)	마루에츠	마루에츠	세븐일레븐
	온라인 쇼핑몰 (총 3개 매장 조사)	아마존	아마존	아마존 야후 쇼핑
홍보채널	자사 홈페이지(홍보)	일본	일본	일본
	SNS 플랫폼	페이스북(일본) 유튜브(일본) 트위터(일본)	(-)	페이스북(글로벌) 인스타그램(글로벌) 유튜브(글로벌) 트위터(글로벌)
홍보문구	제품 성분 함량 제품 성분 구성	경쟁기업 주요 홍보문구		
요약	판매채널	대형 슈퍼마켓 체인과 편의점, 주요 온라인 쇼핑 웹사이트에 입점		
	홍보채널	공식 홈페이지와 다양한 SNS 플랫폼을 활용하고 있음		
	홍보문구	제품 성분 함량, 제품 성분 구성 등을 강조		

# VI. 시사점

## Protein Bar Price&Volume



### Point. 1



고객사 제품의 10g당 가격은 42.3엔으로, 단백질 바 경쟁제품 10개 평균인 36.8엔의 약 1.2배 수준인 것으로 나타남. 제품 종류별로 살펴보면, 단백질 바 제품 6개의 10g당 가격 평균은 37.6엔으로 고객사 제품보다 4.7엔 가량 저렴했으며, 기타 바 제품 4개의 평균은 35.6엔으로 고객사 제품보다 6.7엔 저렴한 것으로 나타남

### Point. 2



고객사 제품의 중량은 40.0g으로, 단백질 바 경쟁제품 10개 평균인 45.9g 대비 약 85% 수준의 작은 중량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 단백질 바 제품 6개의 중량 평균이 40.7g으로 고객사 제품과 비슷한 수준을 보였으며, 기타 바 제품 4개의 평균은 53.8g으로 고객사 제품보다 13.8g 가량 큰 것으로 나타남

## Protein Bar Package&Text



### Point. 1



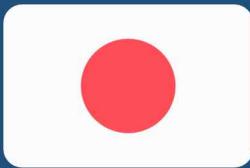
일본 단백질 바 경쟁제품 10개의 원산지 조사한 결과, 9개 제품이 일본 현지산 제품인 것으로 나타났으며, 나머지 1개 제품은 미국산 제품인 것으로 나타남. 한편, 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개 제품 모두 플라스틱 파우치 포장 형태를 보였으며, 이 중에서 2개 제품은 외부 포장을 종이 박스로 추가 사용한 것이 확인되었음

### Point. 2



일본 단백질 바 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 초콜릿 맛 제품이 5개로 가장 많이 나타남. 나머지 5개 제품은 각각 믹스베리 맛, 캐러멜 맛, 바닐라 맛, 치즈 맛, 메이플 시럽 맛으로 조사되어 치즈 맛을 제외한 9개 제품이 단 맛 위주의 제품인 것으로 확인되었음. 한편 일본 단백질 바 경쟁제품이 강조하는 홍보문구를 살펴본 결과, 10개 제품 중 7개가 성분 및 원료를 강조하였으며, 6개 제품이 단백질 함량을 강조하는 홍보문구를 사용하였음

## Japan Market Competitor



### Point. 1



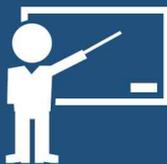
일본 시장 단백질 바 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 경쟁기업 3개사 중 2개사가 일본 대표 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 마루에츠에 진출하였으며, 나머지 1개사는 일본 대표 편의점인 세븐일레븐에 진출한 것이 확인되었음. 온라인 유통채널의 경우 경쟁기업 3개사 모두 일본 대표 온라인 유통채널인 아마존에 진출하였음

### Point. 2



일본 시장 단백질 바 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품 성분 함량 및 성분 구성을 강조해 제품을 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 3개사 중 2개사가 SNS 플랫폼을 활용하고 있었으며 공통적으로 페이스북, 유튜브, 트위터를 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있었음

## Importer · Distributor Interview



### Point. 1



일본 현지 단백질 바 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명 중 2명이 취급하는 단백질 바 경쟁제품의 가격대는 100~300엔 사이라고 답변함. 이에 따라 담당자 2명은 고객사 제품 가격이 일본 현지 시장에서 적절한 가격이라는 피드백이 있었음. 다른 1명의 담당자는 가격은 약간 비싸나 중량이 적당해보인다고 언급함

### Point. 2



일본 현지 단백질 바 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 일본 현지 단백질 바 주 소비자로 운동하는 사람들이 언급되었으며 최근에는 직장인, 학생들의 식사 대응 제품으로 인기를 끌고 있는 것이 확인되었음. 권장 홍보 방법과 관련해 담당자들은 아마존 광고, 온라인 유통채널에서의 좋은 리뷰 및 평점 관리, 인스타그램 등 SNS 플랫폼을 활용한 신제품 홍보 및 프로모션 진행을 언급하였음. 한편 고객사 제품 적합 유통 경로와 관련해서는 온라인 및 편의점이 담당자들로부터 많이 언급되었음

## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce company shares in Japan」, 2020
2. 스태티스타(Statista), 「Largest urban agglomerations worldwide in 2021, by population」, 2021
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Distribution of Snack Bars in Japan」, 2020

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
2. 아마존(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.co.jp)
3. 야후 쇼핑(Yahoo shopping) 홈페이지 (shopping.yahoo.co.jp)
4. 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지 (www.rakuten.co.jp)
5. 스태티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
6. 마루에츠(マルエツ) 홈페이지 (www.maruetsu.co.jp)
7. 코코카라화인(ココカラファイン) 홈페이지 (corp.cocokarafine.co.jp)
8. 세븐 앤 아이 홀딩스(Seven & I Holdings) 홈페이지 (www.7andi.com)
9. 아사히그룹푸쇼쿠헌(アサヒグループ食品) 홈페이지 (www.asahi-gf.co.jp)
10. 모리나가세이카(森永製菓) 홈페이지 (www.morinaga.co.jp)
11. 마스(Mars) 일본 홈페이지 (jpn.mars.com)
12. 베스티스 내추럴(Besties Natural) 홈페이지 (www.bestiesnatural.com)
13. 우이코(Uiyo) 홈페이지 (uiyo.shop)
14. 쿼마트(クイックマート) 판매 페이지 (www.rakuten.co.jp/919mart)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.11.19

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