aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2019 년

해외시장 맞춤조사

- No. 1912-33
- 품목 : 프로바이오틱스(Probiotics Product)
- 국가 : 일본(JAPAN)
- 구분 : 시장분석형

· 사업명 : 2019년 해외시장 맞춤조사
· 주관기관 : 한국농수산식품유통공사

Kati
농식품수출정보

Content

Ⅰ. Market Size (시장규모)

SUMMARY 4

1. 일본 프로바이오틱스 시장규모 5
2. 일본 프로바이오틱스 수출입 시장규모 6
3. 일본 프로바이오틱스 소비 시장규모 8

Ⅱ. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY 11

1. 일본 온라인 쇼핑몰, 비타민, 고려인삼, 칼슘 건강기능식품 빈출 16
2. 유산균 시장, 일본산 제품과 태블릿 형태 제품 인기 17
3. 프로바이오틱스 제품 구매 시, 캡슐 형태 및 수입 제품 선호 18
4. 유산균 함유 스낵 개발 및 스포츠 마케팅 활발 19

Ⅲ. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY 21

1. 일본 프로바이오틱스 유통구조 22
2. 일본 프로바이오틱스 주요 유통업체 23
3. 일본 프로바이오틱스 B2C 소매채널 25

Ⅳ. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY 46

1. 일본 프로바이오틱스 인증 취득 47
2. 일본 프로바이오틱스 사전 심사 50
3. 일본 프로바이오틱스 업체·제품 등록 51
4. 일본 프로바이오틱스 라벨 심의 52
5. 일본 프로바이오틱스 서류 준비 56
6. 일본 프로바이오틱스 세금 납부 57
7. 일본 프로바이오틱스 검역 심사 58

Ⅴ. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY 61

Interview ① 에무비화쿠토리(エムビーファクトリー) 63
Interview ② 니치니치세야쿠(ニチニチ製薬) 65
Interview ③ 시도코무스(シードコムス) 66
Interview ④ 고루덴타이무(ゴールデンタイム) 67
Interview ⑤ 사푸리멘토환(サプリメントファン) 68

* 참고문헌 69

Ⅰ. Market Size

SUMMARY

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

Market Size
(시장규모)

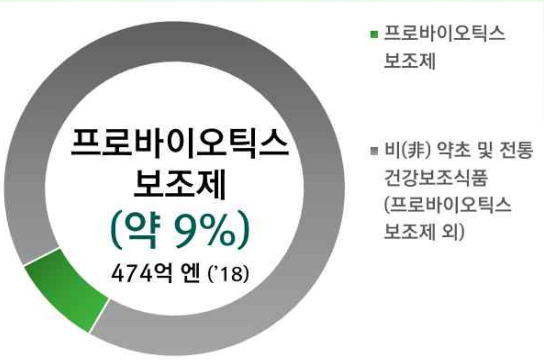
일본(JAPAN)

프로바이오틱스 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(프로바이오틱스)

- 일본 비(非)약초 및 전통 건강보조식품[1] 시장규모 ····· 5,259억 엔('18)
- 일본 프로바이오틱스 보조제[2] 시장규모 ····· 474억 엔 ('18)

(*) Euromonitor International



프로바이오틱스 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(건강보조식품)

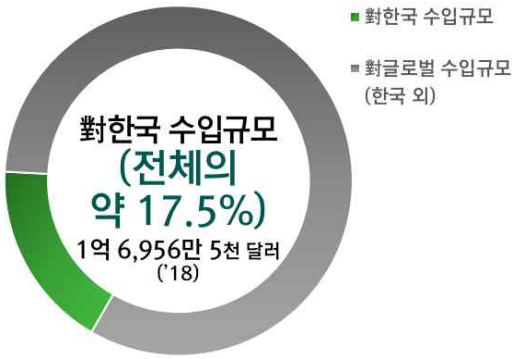
- HS 2106.90[3]

  일본 對글로벌 '따로 분류되지 않은 조제 식료품-기타' 수입규모 ····· 9억 6,860만 5천 달러('18)

- HS 2106.90

  일본 對한국 '따로 분류되지 않은 조제 식료품-기타' 수입규모 ····· 1억 6,956만 5천 달러 ('18)

(*) International Trade Centre



프로바이오틱스 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '프로바이오틱스'는 프락토올리고당 및 프로바이오틱스를 원료로 하며, 원활한 배변활동을 촉진하는 건강보조식품임. 이에, 주요 소비층으로 예상되는 '30-60대 인구 지역별 분포'를 확인하였으며, 지역별 구매력 확인을 위해 '일본 지역별 소득분포'를 조사함. 또한, 전반적인 건강보조식품 시장의 현황 파악을 위해 '일본 건강보조식품 품목별 소비규모'를 조사함

① 일본 지역별 30-60대 인구 분포('18)
- 일본 전체 ····· 6,635만 9천 명(100.0%)
- 간토 지방 ····· 2,330만 3천 명(35.1%)
- 간사이 지방 ····· 1,064만 1천 명(16.0%)
- 도카이 지방 ····· 781만 3천 명(11.8%)

※상위 세 지역의 인구분포를 제시함

② 일본 지역별 평균 소득('18)
- 간토 지방 ····· 427만 엔
- 도카이 지방 ····· 410만 엔
- 간사이 지방 ····· 390만 엔

③ 일본 건강보조식품 품목별 소비규모('19)
- 건강보조식품 ····· 8,359억 엔(100.0%)
- 약초 및 전통 건강보조식품 ····· 3,003억 엔(35.9%)
- 비(非)약초 및 전통 건강보조식품 ····· 5,357억 엔(64.1%)

(*)Doda, Statistics Bureau of Japan, Euromonitor

1) 비(非)약초 및 전통 건강보조식품(Non-Herbal/Traditional Dietary Supplements): 허브가 아닌 기타 영양 보충 물질을 원료로 제조된 건강보조식품
2) 프로바이오틱스 보조제(Probiotic Supplements): 락토바실러스 아시도필루스, 비피더스 및 기타 검증된 프로바이오틱 종류와 같은 유익한 박테리아로 만들어진 건강보조식품 또는 건강의약품. 떠먹거나 마시는 형태의 프로바이오틱스 요거트는 제외함
3) HS CODE 2106.90: 조사 제품 프로바이오틱스 제품의 유형(건강보조식품)을 반영하여 '따로 분류되지 않은 조제 식료품' 및 '식이보조제(food supplements)로 불리는 조제품'을 포함하는 HS CODE 2106.90을 선정함

1. 일본 프로바이오틱스 시장규모

조사 시장: 조사 제품 '프로바이오틱스'는 프락토올리고당 및 프로바이오틱스를 원료로 하며, 원활한 배변활동을 촉진하는 건강보조식품임. 이에 제품의 품목(프로바이오틱스)을 기준으로 '비(非)약초 및 전통 건강보조식품' 시장과 '프로바이오틱스 보조제' 시장을 조사함

일본 국가 일반 정보[6]

면적	37.8만 ㎢
인구	1억 2,653만 명
GDP	4조 9,709억 달러
GDP (1인당)	4만 106달러

▶ 2014-2018년, 일본 '비(非)약초 및 전통 건강보조식품' 시장 연평균성장률 2%

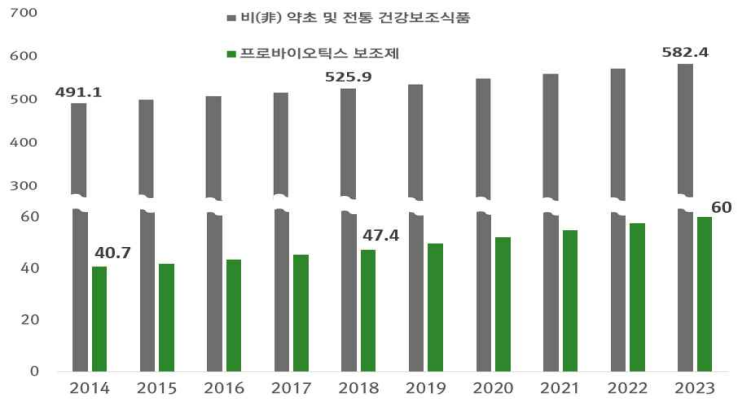
지난 5년(2014-2018년)간 일본의 '비(非)약초 및 전통 건강보조식품' 시장은 2%의 연평균성장률을 보이며, 2018년 5,259억 엔의 시장규모를 기록함. 일본 '프로바이오틱스 보조제' 시장은 동기간 연평균 4%씩 성장하여 474억 엔의 시장규모를 기록함

▶ 2019-2023년, 일본 '프로바이오틱스 보조제' 시장, 연평균성장률 5% 예측

향후 5년(2019-2023년)간 일본 '비(非)약초 및 전통 건강보조식품' 시장과 '프로바이오틱스 보조제' 시장은 각각 연평균 2%, 5%로 꾸준히 성장하여 2023년 각각 5,824억 엔, 600억 엔의 시장규모를 기록할 것으로 전망됨

[표 1.1] '비(非)약초 및 전통 건강보조식품', '프로바이오틱스 보조제' 시장규모[4][5]

단위: 십억 엔



분류		2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 품목	비(非)약초 및 전통 건강보조식품	491.1 (5.32조 원)	500 (5.42조 원)	507.7 (5.50조 원)	516.7 (5.60조 원)	525.9 (5.70조 원)	2%
해당 품목	프로바이오틱스 보조제	40.7 (4,412억 원)	41.8 (4,531억 원)	43.6 (4,726억 원)	45.4 (4,922억 원)	47.4 (5,138억 원)	4%
	전망	**2019(F)**	**2020(F)**	**2021(F)**	**2022(F)**	**2023(F)**	**CAGR ('19-'23)**
상위 품목	비(非)약초 및 전통 건강보조식품	535.7 (5.81조 원)	548.4 (5.94조 원)	560.1 (6.07조 원)	571.1 (6.19조 원)	582.4 (6.31조 원)	2%
해당 품목	프로바이오틱스 보조제	49.6 (5,377억 원)	52.3 (5,670억 원)	55 (5,962억 원)	57.5 (6,233억 원)	60 (6,504억 원)	5%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 100엔=1,084.05원(2020.02.11., KEB 하나은행 매매기준율 기준)
5) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
6) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 일본 프로바이오틱스 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90: 해당 HS CODE는 '따로 분류되지 않은 조제 식료품' 품목이며, '식이보조제(food supplements)로 불리는 조제품'을 포함함. 이에 일본 수출입 규모 조사를 위해 프로바이오틱스 제품의 유형(건강기능식품)을 반영하여 해당 HS CODE를 선정함

▸ 2014-2018년, 일본 對글로벌 수입액 연평균성장률 1%

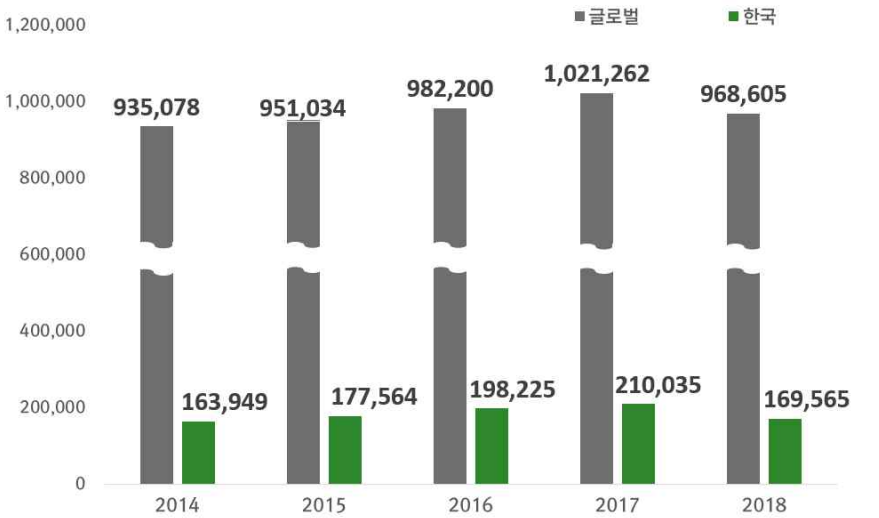
일본 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 1%의 성장률을 기록함. 2014년부터 2017년까지 매년 전년대비 1-4%의 성장률을 보였으나, 2018년 전년대비 5.2% 감소하며 9억 6,860만 5천 달러의 수입액을 기록함

▸ 2014-2018년, 일본 對한국 수입액 1억 6,956만 5천 달러

일본 HS CODE 2106.90 품목의 수입 국가 중 한국은 수입액이 두 번째로 많은 국가임. 19.3%의 감소세를 보인 2018년을 제외하고 對한국 수입액은 매년 6% 이상의 높은 성장률을 보임. 2018년 기준 對한국 수입액은 1억 6,956만 5천 달러로 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 1%의 성장률을 기록함

[표 1.2] HS CODE 2106.90 수입규모[7][8]

단위: 천 달러



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* ('14-'18)
일본 對글로벌 수입액	935,078 (1.1조)	951,034 (1.1조)	982,200 (1.2조)	1,021,262 (1.2조)	968,605 (1.2조)	1%
일본 對한국 수입액	163,949 (1,951억 원)	177,564 (2,113억 원)	198,225 (2,358억 원)	210,035 (2,499억 원)	169,565 (2,017억 원)	1%

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

7) 1달러=1,189.80원 (2020.02.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 일본 프로바이오틱스 소비 시장규모

1) 일본 지역별 30-60대 인구 분포

조사 제품 '프로바이오틱스'는 프락토올리고당 및 프로바이오틱스를 원료로 하며, 원활한 배변활동을 촉진하는 건강보조식품임. 이에, 주요 소비층으로 예상되는 '30-60대 인구 지역별 분포'를 확인함. 또한, 지역별 구매력 확인을 위해 '일본 지역별 소득분포'를 조사함

▶ 2018년, 일본 30-60대 인구 규모 1위 지역 간토 지방

2018년 기준 일본 총 인구 수는 1억 2,644만 3천 명임. 이 중, 30-60대 인구수는 6,635만 9천 명으로 전체 인구의 52%를 차지함. 30-60대 인구수가 가장 많은 지방은 간토 지방으로, 2,330만 3천 명(전체 30-60대 인구의 35.1%)이 거주함. 다음으로 간사이 지방이 1,064만 1천 명(16.0%), 도카이 지방이 781만 3천 명(11.8%)으로 나란히 2위, 3위를 차지함. 현(県) 기준 1위는 간토 지방의 도쿄현으로 754만 9천 명(11.4%)이 거주하며, 간토 지방 가나가와현이 493만 명(7.4%), 간사이 지방 오사카현이 458만 4천 명(6.9%)으로 각각 2위, 3위를 차지함[9)]

[표 1.3] 2018년 일본 지역별 30-60대 인구수

단위: 천 명

분류	간토	간사이	도카이	규슈	도호쿠
30-60대 인구 수	23,303 (35.1%)	10,641 (16.0%)	7,813 (11.8%)	6,615 (10.0%)	4,623 (7.0%)
분류	호쿠신에쓰	주코쿠	홋카이도	시코쿠	오키나와
30-60대 인구 수	4,169 (6.3%)	3,706 (5.6%)	2,809 (4.2%)	1,929 (2.9%)	756 (1.1%)

자료: 일본 통계청(Statistics Bureau of Japan)

9) 일본 통계청(Statistics Bureau of Japan), 「Population by Age (Five-Year Groups) and Sex for Prefectures – Total population, Japanese population, October 1, 2018」, 2019

2) 일본 지역별 소득분포

▶ **2018년, 간토 지방 평균 연봉 427만 엔으로 7개 지방 중 1위**

일본 현지 구직 사이트 듀다(Doda by Persol)의 설문조사에 따르면, 일본 지역 중 간토 지방의 평균 연봉이 427만 엔으로 가장 높으며 홋카이도, 도호쿠의 평균 연봉이 368만 엔으로 가장 낮음. 도도부현[10] 기준으로 평균 연봉 상위 5개 지역은 사이타마현, 이바라키현, 도쿄현, 가나가와현, 치바현으로 모두 간토 지역에 속함

[표 1.5] 2018년 일본 지역별 평균 연봉[11]

단위: 만 엔

분류(지방)	평균 연봉	최고 지역	평균 연봉	최저지역	평균 연봉
간토	427 (4,629만 원)	사이타마현 이바라키현	480 (5,203만 원)	군마현	389 (4,217만 원)
도카이	410 (4,445만 원)	시즈오카현	406 (4,401만 원)	기후현	390 (4,228만 원)
간사이	390 (4,228만 원)	효고현	400 (4,336만 원)	와카야마현	373 (4,044만 원)
주코쿠, 시코쿠	381 (4,130만 원)	가가와현	383 (4,152만 원)	히로시마현	348 (3,772만 원)
호쿠신에쓰	381 (4,130만 원)	이시카와현	390 (4,228만 원)	도야마현	348 (3,772만 원)
규슈, 오키나와	369 (4,000만 원)	이와테현	378 (4,098만 원)	아키타현	337 (3,653만 원)
홋카이도, 도호쿠	368 (3,989만 원)	이와테현	377 (4,087만 원)	아키타현	357 (3,870만 원)

자료: 듀다 구인 정보(Doda)(doda.jp)

10) 광역 자치 단체인 도(都, 도쿄도), 도(道, 홋카이도), 부(府, 오사카부, 교토부), 현(県, 나머지 43개)을 묶어 이르는 말
11) 100엔=1084.05원(2020.02.11., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

3) 일본 건강보조식품 품목별 소비규모

조사 제품 '프로바이오틱스'는 프락토올리고당 및 프로바이오틱스를 함유하며, 원활한 배변활동을 촉진하는 건강보조식품임. 이에 전반적인 건강보조식품 시장의 현황 파악을 위해 '일본 건강보조식품 품목별 소비규모'를 조사함

▶ 2019년 일본 건강보조식품 소비규모 8,359억 엔

2019년 일본의 '건강보조식품' 시장 소비규모는 8,359억 엔으로 집계됨. 이 중, '약초 및 전통 건강보조식품' 시장이 3,003억 엔으로 전체 '건강보조식품' 시장의 35.9%를 차지하며, '비(非)약초 및 전통 건강보조식품' 시장이 5,357억 엔으로 64.1%를 차지함. '비(非)약초 및 전통 건강보조식품' 중 '기타 비(非)약초 및 전통 건강보조식품' 제품의 소비규모는 1,967억 엔(건강보조식품 시장의 23.5%)으로 가장 큼. 조사 제품인 '프로바이오틱스 보조제' 제품의 시장규모는 496억 엔(5.9%)임

[표 1.5] 2019년 일본 건강보조식품 품목별 소비규모[12)13)]

단위: 억 엔

품목	소비규모		비율
건강보조식품	8,359	(90,616억 원)	(100.0%)
약초 및 전통 건강보조식품	3,003	(32,554억 원)	(35.9%)
기타 약초 및 전통 건강보조식품	2,041	(22,125억 원)	(24.4%)
복합 약초 및 전통 건강보조식품[14)]	375	(4,065억 원)	(4.5%)
마늘	273	(2,959억 원)	(3.3%)
인삼	176	(1,908억 원)	(2.1%)
은행	68	(737억 원)	(0.8%)
비(非)약초 및 전통 건강보조식품	5,357	(58,073억 원)	(64.1%)
기타 비(非)약초 및 전통 건강보조식품	1,967	(21,323억 원)	(23.5%)
눈건강기능식품	631	(6,840억 원)	(7.5%)
미네랄	625	(6,775억 원)	(7.5%)
글루코사민	580	(6,287억 원)	(6.9%)
프로바이오틱스 보조제	496	(5,377억 원)	(5.9%)
피시오일/오메가 지방산	340	(3,686억 원)	(4.1%)
복합 비(非)약초 및 전통 건강보조식품[15)]	324	(3,512억 원)	(3.9%)
단백질 보조제	137	(1,485억 원)	(1.6%)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

12) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 억원)는 모두 반올림됨
13) 100엔=1084.05원(2020.02.11., KEB 하나은행 매매기준율 기준)
14) 조제 과정에서 약초 및 전통 원료가 혼합된 형태의 약초 및 전통 건강보조식품
15) 약초 및 전통 원료 이외에 기타 성분이 첨가된 건강보조식품. 예를 들어 프로바이오틱스가 첨가된 멀티비타민, 피시오일이 첨가된 멀티비타민, 홍삼이 첨가된 멀티비타민 등이 있음

II. Market Trend

SUMMARY

1. 일본 온라인 쇼핑몰, 비타민, 고려인삼, 칼슘 건강기능식품 빈출
2. 유산균 시장, 일본산 제품과 태블릿 형태 제품 인기
3. 프로바이오틱스 제품 구매 시, 캡슐 형태 및 수입 제품 선호
4. 유산균 함유 스낵 개발 및 스포츠 마케팅 활발

Market Trend
(시장트렌드)

일본(JAPAN)
프로바이오틱스 시장트렌드

비타민, 고려인삼, 칼슘 성분이 인기
'한국산 인삼 및 홍삼 제품의 수요 높아'

유산균 제품은 태블릿, 파우더 형태를 선호
'태블릿은 물 없이 쉽게 삼키거나 씹어서 섭취가 가능해'

■ Japan Issue ①

일본 온라인 쇼핑몰,
비타민, 고려인삼, 칼슘 영양제 인기

'인기 건강기능식품은 비타민, 고려인삼'

■ Japan Issue ②

일본 유산균 시장,
일본 브랜드 제품이 다수

'인기 제품은 알레르케어와 프로테산 시리즈'

프로바이오틱스 제품은 캡슐, 파우더 형태를 선호
'캡슐의 강점은 장까지 안전하게 도달할 수 있다는 것'

인기 브랜드의 유산균 효능 강조 마케팅
'롯데, 칼피스, 야쿠르트, 기린 등 주요 브랜드 다수 포진'

■ Japan Issue ③

프로바이오틱스 제품,
캡슐 형태 및 수입 제품 선호

'미국산 제품이 다수 포진'

■ Japan Issue ④

유산균을 활용한
스낵 제품 개발

'유산균 음료로는 스포츠 마케팅 진행'

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집
소스원

(일본 매체 총 12개)
: 언론매체 7개
: 일본 온라인 쇼핑몰 3개
: 일본 커뮤니티 2개

데이터 분류
키워드집

(프로바이오틱스 연관 키워드집)

데이터 분석
- 연관어 분석

1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 – 20.01
수집 데이터	3,355

데이터 정제

정제 키워드	유산균, 프로바이오틱스 (乳酸菌, プロバイオティクス)
정제 데이터	2,154

○ 데이터 수집

- 일본 프로바이오틱스 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 일본 데이터 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Nikkei	www.nikkei.com	언론매체
02	Asahi	www.asahi.com	언론매체
03	Mainichi	mainichi.jp	언론매체
04	Iza	www.iza.ne.jp	언론매체
05	J-cast	www.j-cast.com	언론매체
06	Chunichi	www.chunichi.co.jp	언론매체
07	47news	www.47news.jp	언론매체
08	Amazon	www.amazon.co.jp	온라인 쇼핑몰
09	Rakuten	www.rakuten.co.jp	온라인 쇼핑몰
10	Qoo10	www.qoo10.jp	온라인 쇼핑몰
11	Japan quora	jp.quora.com	SNS 및 커뮤니티
12	Yahoo Japan	chiebukuro.yahoo.co.jp	SNS 및 커뮤니티

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 프로바이오틱스 관련 데이터 소스원 사전조사

[표 2.2] 일본 프로바이오틱스 관련 데이터 소스원 리스트

Rakuten	amazon.co.jp	日本經濟新聞
현지 온라인 쇼핑몰, 건강기능식품 인기 성분	현지 온라인 쇼핑몰, 프로바이오틱스 인기제품	현지 언론 매체, 프로바이오틱스 관련 이슈

키워드 ①	고려인삼	키워드 ①	캡슐	키워드 ①	초콜릿
키워드 ②	비타민	키워드 ②	아메리카(미국)	키워드 ②	브랜드별 마케팅
키워드 ③	칼슘	키워드 ③	다이어트	키워드 ③	효능
키워드 ④	유산균	키워드 ④	파우더	키워드 ④	섭취 필요성

2) 데이터 분류

키워드 수립 근거	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 프로바이오틱스 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 일본 프로바이오틱스 관련 분석 키워드

분류	키워드		수립 근거(*)		
	의미	해당국가 언어(일본어)	참여기업	경쟁기업	기타
건강기능	비타민	ビタミン		O	
	고려인삼	高麗人		O	
	추출물	エキス		O	
	한국	韓国	O		
	칼슘	カルシウム		O	
유산균	유산균	乳酸菌			
	태블릿	タブレット	O		O
	프로테산	プロテサン		O	
	칼피스	カルピス		O	
	파우더	パウダー	O		O
	알레르케어	アレルケア		O	
	니찌니찌	ニチニチ		O	
프로바이오틱스	프로바이오틱스	プロバイオティクス			
	캡슐	カプセル	O		
	아메리카	アメリカ	O	O	
	파우더	粉末	O		O
	다이어트	ダイエット			O
	태블릿	タブレット	O		O
유산균 관련 이슈	쇼콜라	ショコラ		O	
	롯데	ロッテ		O	
	기린	キリン		O	
	스포츠	スポーツ	O	O	
	스트레스	ストレス			O
	밸런스	バランス			O

3) 데이터 분석

○ **데이터 분석 과정**

1. 온라인 쇼핑몰에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. '건강기능', '유산균', '프로바이오틱스'를 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열하고 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함(쇼핑몰마다 다르나 한 페이지당 평균 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

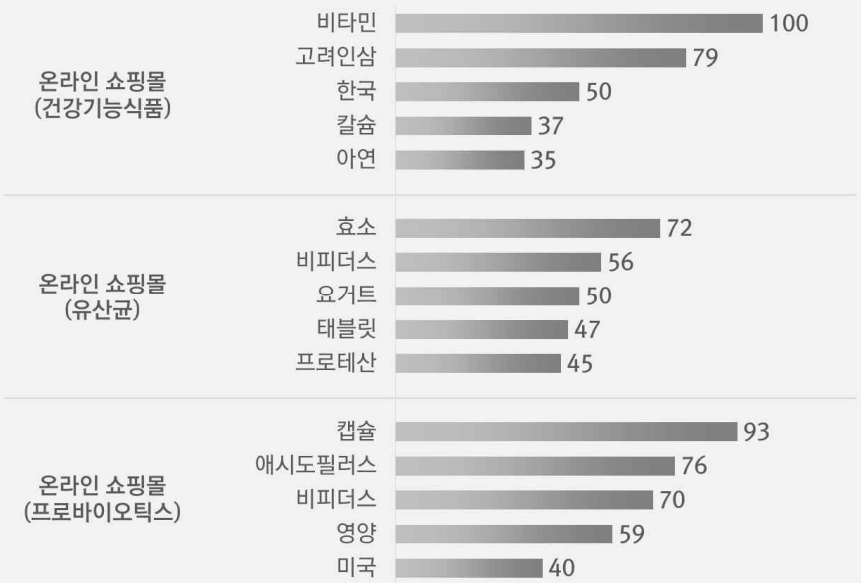
※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 **빅데이터**를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, **빅데이터** 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다……	미 국세청의 사례는 **빅데이터**의 활용 사례 중 일부다. 이제 **빅데이터**를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 **빅데이터**가 뭐길래? ……	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의…

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

● **연관어 분석**
(Keyword Analytics)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]



1. 일본 온라인 쇼핑몰, 비타민, 고려인삼, 칼슘 건강기능식품 빈출

▸ **일본 온라인 쇼핑몰 내 인기 건강기능 식품은 '비타민'과 '고려인삼'**

▸ **일본 소비자, 한국산 고려인삼 제품 선호**

일본 내에서 선호되는 건강기능식품을 확인하기 위해 현지 온라인 쇼핑몰에서 '건강기능' 카테고리의 상품 키워드를 분석함. 데이터 분석 결과 '비타민'과 '고려인삼'의 인기가 높은 것으로 확인됨. 특히 '한국'과 한국 인삼 브랜드 '정*장' 키워드를 통해 한국산 인삼 및 홍삼 건강기능식품에 대한 수요가 많은 것을 확인할 수 있음

▸ **'칼슘' 영양제도 인기 높은 편**

건강기능식품의 성분 및 재료 중 비타민과 고려인삼 다음으로 많이 빈출한 키워드는 '칼슘'임. 주목할 만한 점은 '칼슘'과 '성장' 키워드의 향상도[16] 값이 높게 나타나, 건강기능식품 중 성장기 어린이를 위한 칼슘제품의 수요가 많은 것으로 확인됨. 한편 '유산균'의 경우, 7번째로 높은 빈도수를 보여 유산균 건강기능식품에 대한 수요가 적지 않음을 알 수 있음

▸ **일본 온라인 쇼핑몰 내 건강기능 식품 관련 이슈**

① 고려인삼 ② 비타민 ③ 칼슘

[표 2.4] 일본 온라인 쇼핑몰 내 '건강기능' 식품 주요 키워드

X 키워드		Y 키워드	향상도
제약	→	고바야시	17.808
인, 아연	→	아르기닌	16.005
칼슘	→	성장	10.289
어린이	→	칼슘	9.646
칼슘	→	어린이	9.646
아르기닌	→	아연	8.070
농축	→	진액	6.890
진액	→	농축	6.890
고려인삼	→	정*장	5.791
고려인삼	→	진액	3.734
건강	→	면역력	3.466
건강	→	선물	3.444
건강	→	개월(ヶ月)	3.294
칼슘	→	비타민	2.450
비타민	→	배합	2.017

자료 : 일본 온라인 쇼핑몰 내 인기 '건강기능' 식품 463개 분석(18.01 – 20.01)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

16) 향상도란 X키워드가 출현했을 때 Y키워드가 출현할 확률을 지수로 나타낸 값이며, 그 값이 클수록 관련성이 높음을 의미

2. 유산균 시장, 일본산 제품과 태블릿 형태 제품 인기

유산균 카테고리 내 인기 제품

제품명	알레르케어 (アレルケア)
제조사	칼피스(Calpis)
가격	2,100엔 (약 22,600원)17)
용량	250mg * 60알
주요 원료	L-92 유산균 (락토바실러스)

출처: 라쿠텐(www.rakuten.co.jp)

제품명	프로테산S (プロテサンS)
제조사	니찌니찌제약 (ニチニチ製薬)
가격	10,800엔 (약 116,400원)
용량	분말 1g * 100포
주요 원료	FK-23 유산균 (페카리스)

출처: 라쿠텐(www.rakuten.co.jp)

▸ 인기 유산균 제품으로 '칼피스'와 '니찌니찌제약' 등 일본산 제품 빈출

일본의 인기 유산균 제품을 확인하기 위해 현지 온라인 쇼핑몰을 대상으로 제품 정보를 수집함. 데이터 분석 결과, 칼피스(Calpis)의 '알레르케어'와 니찌니찌제약의 '프로테산' 시리즈가 인기 제품으로 확인됨. 두 제품 모두 일본 기업의 제품으로 일본 소비자들이 국내산(일본) 제품을 선호하는 것으로 보임

▸ 유산균 제품, '태블릿' '파우더' 형태 선호

유산균 제품군에서는 '태블릿' 형태 제품이 가장 많은 것으로 확인되었으며, '파우더(분말)', '과립' 형태가 그 뒤를 이음. 다른 보충제와 마찬가지로 태블릿 형태가 많이 발견되는데, 이는 물 없이 쉽게 삼키거나 씹어서 섭취할 수 있기 때문이며, 파우더와 과립 형태의 경우 일상생활에서 휴대가 간편하다는 것이 강점임

▸ 일본 온라인 쇼핑몰 내 유산균 관련 주요 이슈

① 프로테산 ② 칼피스 ③ 태블릿

[표 2.6] 일본 온라인 쇼핑몰 내 '유산균' 주요 키워드

자료 : 일본 온라인 쇼핑몰 내 인기 '유산균' 제품 672개 분석(18.01 - 20.01)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

17) 100엔=1084.05원(2020.02.11, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 프로바이오틱스 제품 구매 시, 캡슐 형태 및 수입 제품 선호

▸ 프로바이오틱스 제품, 캡슐, 파우더, 태블릿 순으로 선호

일본 내 인기 프로바이오틱스 제품 특성을 분석한 결과, 유산균 제품의 경우 태블릿 제형이 가장 많은 반면 프로바이오틱스 제품은 캡슐 형태가 빈출된 특징을 보임. 캡슐형 프로바이오틱스 제품 중 인기 있는 '돗사리 클렌즈' 제품의 경우 위산에 강한 캡슐로 장까지 안전하게 전달할 수 있다는 컨셉의 마케팅을 진행하고 있음. 또한 다수의 프로바이오틱스 제품이 면역력 향상 및 장 건강 개선을 통해 다이어트 효과가 있다는 점을 홍보함

▸ 미국산 프로바이오틱스 제품이 다수 포진

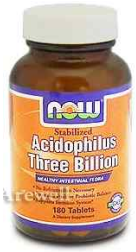
앞서 일본산 유산균 제품이 인기 있었던 것에 비해 프로바이오틱스 제품 중 상당수는 수입산인 특징을 보임. '미국'이나 '스위스' 같은 국가 키워드와 함께 나우푸드(Now Foods), 솔라레이(Solaray), 스완슨(Swanson) 등 미국산 제품이 다수 출현함. 이를 통해 일본 소비자들이 미국산 건강기능식품을 선호한다는 점을 알 수 있음

캡슐형 프로바이오틱스 제품

제품명	돗사리 클렌즈 (どっさりクレンズ)
제조사	협화식연주식회사 (協和食研株式会社)
가격	1,180엔 (약 12,700원)
용량	330mg * 30정
주요 원료	24종 유산균 배합

출처: 라쿠텐(www.rakuten.co.jp)

수입산 프로바이오틱스 제품



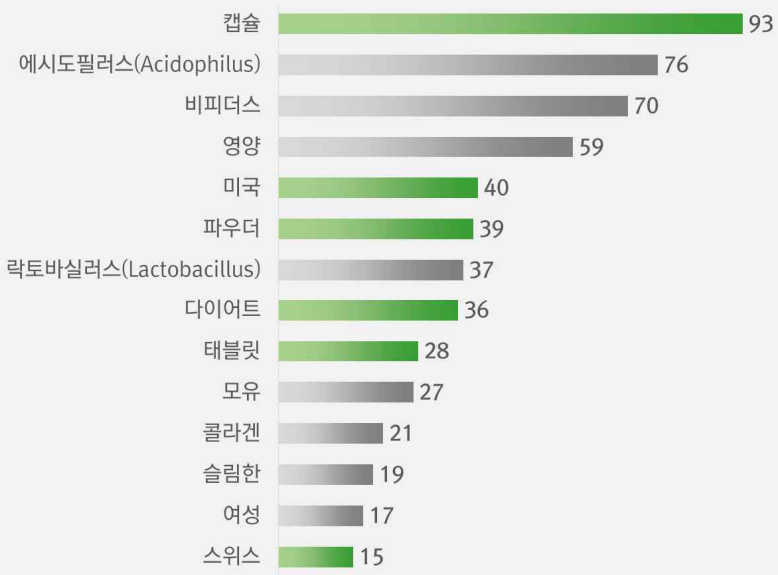
제품명	30억 유산균 (Stabilized Acidophilus Three Billion)
제조사	나우푸드 (Now Foods)
가격	2,200엔 (약 23,700원)
용량	180 태블릿
주요 원료	애시도필러스균

출처: 라쿠텐(www.rakuten.co.jp)

▸ 일본 온라인 쇼핑몰 내 프로바이오틱스 관련 주요 이슈

① 캡슐 ② 아메리카 ③ 다이어트

[표 2.7] 일본 온라인 쇼핑몰 내 '프로바이오틱스' 주요 키워드



자료 : 일본 온라인 쇼핑몰 내 '프로바이오틱스' 제품 692개 분석(18.01 - 20.01)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

4. 유산균 함유 스낵 개발 및 스포츠 마케팅 활발

분석 대상 제품 정보

제품명	유산균 쇼콜라
제조사	일본 롯데
가격	2,000엔 (약 21,600원)
함유 유산균	브레비스(brevis) T001

▸ '유산균 X 가공식품', 인기제품으로 롯데 유산균 쇼콜라 빈출

일본 유산균 시장 파악을 위해 언론매체를 대상으로 LDA[18] 기법으로 주요 이슈를 도출함. 그 결과, 일본 롯데에서 출시한 유산균 초콜릿 관련 기사가 다수 확인됨. 제과시장 확대 필요성과 건강지향 트렌드에 맞춰 2015년 출시한 '유산균 쇼콜라'는 해당 기업의 주력제품으로 성장하였으며, 일본에는 이와 같은 가공식품(과자, 젤리, 음료)과 유산균의 콜라보 제품이 계속해서 등장하는 추세임

▸ '유산균 X 스포츠마케팅', 유산균의 효능 강조

두 번째로 칼피스, 야쿠르트, 기린 등 유산균 음료 브랜드를 홍보하는 기사가 다수 확인됨. 주목할 만한 점은 해당 브랜드들 모두 스포츠마케팅을 통해 유산균 제품을 홍보한다는 점임. 기린은 '이뮤즈(iMUSE) 레몬&유산균' 제품을 일본 프로야구단 요미우리 자이언츠에 공급하는 계약을 체결[19]했고, 야쿠르트는 광고 모델로 댄서, 카레이서, 수영선수들을 캐스팅해 유산균의 효능을 강조함.[20] 또한 각종 언론매체는 유산균이 다량 함유된 일반 식품(예, 김치 등)을 소개하면서 식사를 통한 유산균 섭취를 권고하기도 함

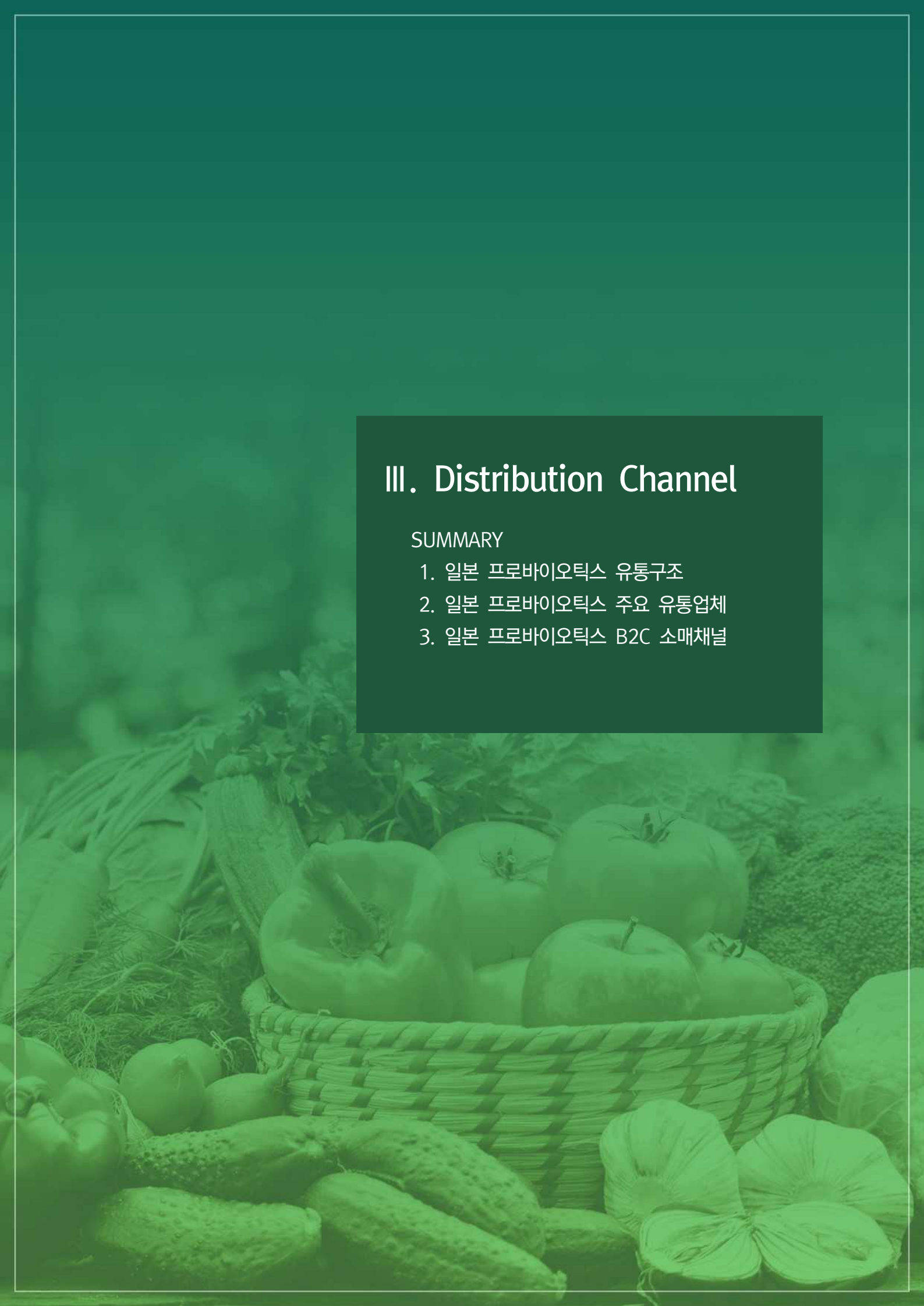
▸ 일본 언론매체 내 유산균 관련 주요 키워드

① 초콜릿 ② 브랜드별 마케팅 ③ 효능 및 섭취 필요성

[표 2.7] 일본 언론매체 내 '유산균' 제품 주요 키워드

자료 : 일본 언론매체 내 '유산균' 관련 뉴스 327건 분석(18.01 - 20.01)

18) LDA란 문서 내에 어떤 주제가 존재하는지 파악하기 위한 분석 기법 중 하나임
19) 「巨人に「キリン ｉＭＵＳＥ レモンと乳酸菌」などを贈呈 原監督が祈念ボード受け取る」, 데일리(デイリー), 2020.2.7.
20) 「ヤクルト史上最高菌数・最高密度の「Yakult1000」発売, CMにレーサー・佐藤琢磨さんとダンサー・菅原小春さん」, 식품산업신문사, 2019.9.30

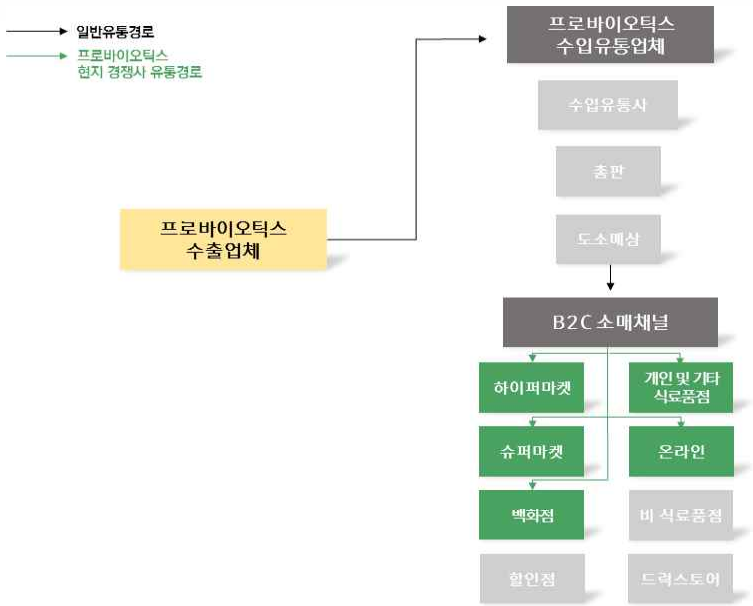


Ⅲ. Distribution Channel

SUMMARY

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

Distribution Channel
(유통채널)



일본(Japan)

프로바이오틱스[21] 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율[22]	주요 채널[23]
B2C 소매 채널	방문판매	30.5%	(-)
	H&B	27.6%	마쓰모토키요시(Matsumoto Kiyoshi), 선드러그(Sundrug), 웰시아(Welcia), 추루하(Tsuruha)
	홈쇼핑	17.7%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 자파넷타카타(Japanet Takata), 큐브이씨(QVC)
	온라인	11.6%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 벨라메종(Belle Maison)
	백화점	5.7%	다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠코시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	3.7%	맥스벨류(MaxValu), 라이프(Life), 마루에츠(Maruetsu),
	편의점	3.2%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)

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

21) '프로바이오틱스'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)'의 정보를 확인함
22) 2019년 기준, 일본 내 '비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)'의 유통채널 점유율임
23) 채널 분류에 따른 일본 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계 기업도 포함됨

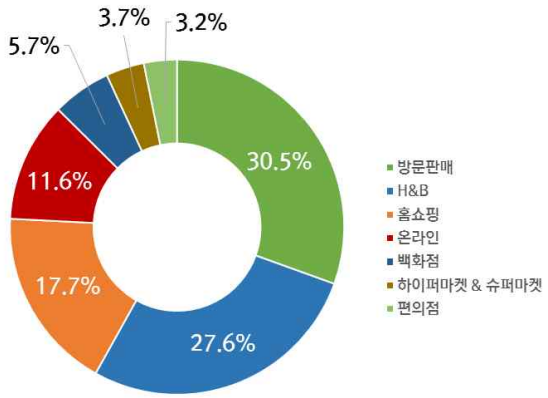
1. 일본 프로바이오틱스 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	프로바이오틱스
구분	건강보조식품
범주	비타민 및 식이보조제 (Vitamins and Dietary Supplements)

▶ 일본 프로바이오틱스 주요 채널

'방문판매(30.5%), H&B(27.6%), 홈쇼핑(17.7%), 온라인(11.6%), 백화점(5.7%)'

[표 3.1] 일본 프로바이오틱스 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 일본 프로바이오틱스 유통채널 현황

채널 유형	프로바이오틱스 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	방문판매	30.5%	(-)
	H&B	27.6%	마쓰모토키요시(Matsumoto Kiyoshi), 선드러그(Sundrug), 웰시아(Welcia), 추루하(Tsuruha)
	홈쇼핑	17.7%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 자파넷타카타(Japanet Takata), 큐브이씨(QVC)
	온라인	11.6%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten), 벨라메종(Belle Maison)
	백화점	5.7%	다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠코시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	3.7%	맥스벨류(MaxValu), 라이프(Life), 마루에츠(Maruetsu),
	편의점	3.2%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)

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

2. 일본 프로바이오틱스 주요 유통업체

▶ **방문판매, H&B가 대표적이며. 추가로 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓, 온라인, 백화점에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함**

[표 3.3] 일본 프로바이오틱스 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액[24])	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	돈키호테 (Donquijote)	H&B	약 1조 3,289억 엔 (약 14조 859억 원)	유와(Yuwa), 디에이치씨(DHC), 니혼야켄 (Nihon Yakken)	O
2	마쓰모토키요시 (Matsumoto Kiyoshi)	H&B	약 57억 9,450만 엔 (약 614억 원)	사토 (Sato)	O
3	선드러그 (Sundrug)	H&B	약 5,880억 엔 (약 6조 2,326억 원)	유니마트리컨 (Unimat Riken), 파인재팬 (Fine Japan), 다이치산쿄 (Daiichi Sankyo)	O
4	웰시아 (Welcia)	H&B	약 7,791억 4,800만 엔 (약 8조 2,587억 원)	미야리산 (Miyarisan)	O
5	추루하 (Tsuruha)	H&B	약 7,824억 4,700만 엔 (약 8조 2,937억 원)	오리히로(Orihiro), 사토(Sato), 메디스원 (Medi's one)	O

자료: 각 기업 홈페이지, 엘리맨테이션쿠체타드 연간보고서 2019(Alimentation Couche-Tard Annual report 2019), 잇터(Eater), 유로모니터(Euromonitor)

24) 100엔=1,059.97원(2020.01.22., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	이온 (Aeon)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 8조 5,182억 엔 (약 90조 2,903억 원)	모리나가밀크 (Morinagamilk)	O
7	헤이와도 (Heiwado)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 4,376억 3,600만 엔 (약 4조 6,388억 원)	이와(E-WA!)	O
8	라쿠텐 (Rakuten)	온라인	약 1조 1,015억 엔 (약 11조 6,757억 원)	나우(Now), 헬씨오리진 (Healthy Origin), 버정(Verjung)	O
9	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,559억 1,158만 엔 (약 2조 7,125억 원)	헬스에이드 (Health Aid), 야쿠르트(Yakult), 디어잇(Deareat)	O
10	이세탄 (Isetan)	백화점	약 92억 2,714만 엔 (약 978억 원)	리치(Rich), 야마가타야 (Yamagataya)	O

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 일본 프로바이오틱스 B2C 소매채널

1) H&B

株式会社 ドン.キホーテ

① 돈키호테(Donquijote)

기업 기본 정보	기업명		돈키호테(Donquijote)
	홈페이지		www.donki-global.com
	위치		도쿄(Tokyo)
	규모	매출액('19)	약 1조 3,289억 엔[25] (약 14조 859억 원)
		기타 규모	- 매장 수('19): 약 653개 - 직원 수('19): 약 1만 3,500명
	기업 요약		- 1980년 설립 - 저가전략을 전개하는 일본 최대 디스카운트 스토어 - 돈키호테, 메가돈키호테(MEGA Donquijote), 돈키호테 UNY(Donquijote UNY) 형태로 매장 운영
기업 최근 이슈			- 2019년 인스티튜셔널인베스터(Institutional Investor)[26]가 '최고 명예 기업(Most Honored Company)'으로 선정 - 2019년 블룸버그(Bloomberg)가 발표한 '성평등 지수(Gender-Equality Index, GEI) 우수기업'으로 선정
유사제품 정보		제품명	락틱애시드박테리아 아오지루 w (Lactic Acid Bacteria Aojiru w)
		종류	유산균
		용량	20포
		원산지	일본

자료: 돈키호테(Donquijote) 홈페이지, 돈키호테홀딩스(PPI-HD) 홈페이지
사진 자료: 돈키호테(Donquijote) 홈페이지, 옐프(Yelp), 라이프넷슈퍼(Life-netsuper) 홈페이지

25) 통합매출액
26) 미국의 기업재정매거진

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 스낵류, 소스류, 면류, 다이어트식품, 건강보조식품, 차(茶)류 등 - 일반: 가전제품, 잡화류, 패션용품, 스포츠레저용품, 화장품, 의류 등 • 특이사항 - 다양한 종류의 상품 취급	
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	이메일 또는 유선 연락으로 입점 문의 - 식품 & 주류 MD에게 입점 문의 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	- 수량, 거리에 관계없이 물품 매입 - 문의사항 연락처 담당자: 식품 & 주류 MD 이메일: tabemono@donki.co.jp 전화번호: +81-(0)42-540-6731
벤더 리스트	· FUJI SOKEN CO., LTD. (식품 및 가정용품 브로커) - 홈페이지 : www.eworldtrade.com/c/fujisoken - 전화번호 : +1 (469) 551-5690 / 이메일 : care@eworldtrade.com - 기업소개 : 중국, 타이완을 중심으로 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동 지원	

자료: 돈키호테(Donquijote) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 마쓰모토키요시((Matsumoto Kiyoshi)

기업 기본 정보	기업명	마쓰모토키요시(Matsumoto Kiyoshi)	
	홈페이지	www.matsukiyo.co.jp	
	위치	치바(Chiba)	
	규모	매출액('18)	약 57억 9,450만 엔 (약 614억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 898개
	기업 요약	- 1954년 설립 - 매장이 주로 시부야, 신주쿠, 이케부루코, 긴자, 신사이바시 등 접근성이 좋은 도심 중심가에 위치 - 주고객층은 10대~20대 여성이며, 최근 남성 고객층 증가 - 자체 브랜드 '엠케이커스터머(MK CUSTOMER)'의 제품 종류를 계속해서 늘려갈 계획 - 온라인 몰에서 약 1만 3,000개의 제품을 판매하며, 배송 서비스 제공	
기업 최근 이슈	- 2020년 일본 드럭스토어 코코카라파인(Cocokara Fine)과 합병 - 2019년 조인트벤처 '마츠모토 키요시 베트남 JSC(Matsumoto Kiyoshi Vietnam JSC)'를 설립하여 베트남 시장 진출		
유사제품 정보		제품명	바이온3 (BION3)
		종류	프로바이오틱스
		용량	60정
		원산지	일본

자료: 마쓰모토키요시(Matsumoto Kiyoshi) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 마쓰모토키요시 2018 연간보고서(Consolidated Financial Results)
사진 자료: 교토아반티(KyotoAvanti) 홈페이지, 도톤보리(Dotonbori) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 의약품, 차(茶)류, 건강보조식품, 스낵류 등 - 일반: 화장품, 위생용품, 세제류, 주방용품 등 • **선호 제품** - 엄격한 품질 검사를 거친 제품 • **특이사항** - 음료의 경우 온라인 몰에서 대용량으로 판매
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 입점 문의 (matsukiyo.co.jp/store/contact/entry) - 홈페이지 하단 메뉴 'よくある質問 · お問い合わせ' 클릭 - 카테코리 'その他の事項に関するお問合せ' 클릭 후 양식 작성 - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 문의사항 자유 기재 (공급 제품 정보 및 회사소개서 등)
	특이사항	- 문의사항 연락처 전화번호: +81-(0)47-344-5111

자료: 마쓰모토키요시(Matsumoto Kiyoshi) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

③ 선드러그(Sundrug)

기업 기본 정보	기업명		선드러그(Sundrug)
	홈페이지		www.sundrug.co.jp
	위치		도쿄(Tokyo)
	규모	매출액('18)	약 5,880억 엔 (약 6조 2,326억 원)
		기타 규모	- 매장 수('19): 약 700개 - 직원 수(19): 약 6,882명
	기업 요약		- 1965년 설립 - 일반 식품에 대해서 저가전략 전개 - 교외 지역 및 역 앞에 주로 위치 - 380여 개의 자사브랜드 의약품 보유
기업 최근 이슈			- 2016년 1월 아크스와(ARCS)[27] 협업하여 의약품, 생필품, 화장품 및 식품 소매업 관리 업무를 담당하는 조인트벤처 설립 - 2018년 1월 후쿠시마에 물류센터인 비아센터(Via Center) 오픈
유사제품 정보			
		제품명	유산균+칼슘+D (乳酸菌+カルシウム+D)
		종류	유산균
		용량	150g
		원산지	일본

자료: 선드러그(Sundrug) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 도쿄공략(東京攻略) 홈페이지

27) 일본 식료품 유통기업

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 주류, 건강보조식품 등 - 일반: 화장품, 의류, 자동차용품, 스포츠레저용품, 위생용품 등	
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 오른쪽 상단 'お問い合わせ' 클릭 - 'お問い合わせ'의 첫 번째 카테고리 클릭 후 양식서 작성 - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 문의사항 자유 기재 (공급 제품 정보 및 회사소개서 등)
	특이사항	- 문의사항 연락처 상품부 직통 번호: +81-(0)42-369-6215

자료: 선드러그(Sundrug) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

④ 웰시아(Welcia)

기업 기본 정보	기업명		웰시아(Welcia)
	홈페이지		www.welcia.co.jp
	위치		도쿄(Tokyo)
	규모	매출액('19)	약 7,791억 4,800만 엔 (약 8조 2,587억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 1,745개
	기업 요약		- 2008년 설립 - 매장의 70%가 약국과 병설 - 매장의 24%를 24시간 오픈하는 것을 목표 - 현지 의료기관 및 간호시설과 협력하여 운영 - 홈케어지원 서비스인 '웰시아널싱서비스(Welcia Nursing Service)' 제공
기업 최근 이슈			- 2019년 일본 내 모든 매장에서 간편결제서비스 '페이페이(Paypay)' 적용 - 2017년 전년대비 17.9% 매출액 증가
유사제품 정보			
		제품명	힘미야리산 (强 Miyarisan)
		종류	낙산균 프로바이오틱스
		용량	330정
		원산지	일본

자료: 웰시아(Welcia) 홈페이지, 프레스엠(Pressm) 홈페이지
사진 자료: 웰시아(Welcia) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• **입점 가능 품목** - 식품: 건강보조식품, 음료류, 스낵류, 양념류, 유제품 등 - 일반: 화장품, 애완용품, 생활용품, 헬스케어제품 등 • **선호 제품** - 의약품, 뷰티제품, 헬스케어제품	
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	우편을 통한 입점 문의 - 공급자 정보와 문의사항을 우편 주소로 송부 〒101-0021 東京都千代田区外神田2-2-15 (2-2-15, Sotokanda, Chiyoda Ku, Tokyo To, 101-0021, Japan) - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 담당 바이어 전달 및 회신
	특이사항	- 문의사항 연락처: +81-(0)120-119-358

자료: 웰시아(Welcia) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

⑤ 추루하(Tsuruha)

기업 기본 정보	기업명		추루하(Tsuruha)
	홈페이지		www.tsuruha.co.jp
	위치		삿포로(Sapporo)
	규모	매출액('19)	약 7,824억 4,700만 엔 (약 8조 2,937억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 2,000개[28]
	기업 요약		- 1963년 설립 - 2018년 일본 드럭스토어 업계 매출 규모 1위 - 진단서 처방 서비스 제공 - 메일을 통한 주문 서비스 제공 - 엠즈원('M's one), 라빌라비타(La ViLLA ViTA) 등 자사 제품 브랜드 보유
기업 최근 이슈			- 2019년 무선자동식별(RFID) 기능을 가진 IC태그를 제품에 적용 - 2019년 계절에 따라 가격을 유연하게 바꾸는 '다이나믹 가격 정책' 추진 - 2019년 간편결제서비스 '페이페이(Paypay)' 적용
유사제품 정보			

제품명	플로라올리고유산균 (フローラオリゴ乳酸菌)
종류	유산균
용량	16포
원산지	일본

자료: 추루하(Tsuruha) 홈페이지, 라이브재팬(Live-Japan) 홈페이지
사진 자료: 추루하(Tsuruha) 홈페이지

28) 전국매장 기준

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 건강보조식품, 음료류, 주류, 즉석식품, 양념류 등 - 일반: 생활용품, 유아용품, 화장품, 헤어용품, 애완용품, 위생용품 등	
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	우편을 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 'お店とチラシを検索'에서 입점 희망 매장 검색 - 도쿄 신주쿠점: 〒161-0034 東京都新宿区上落合3-8-25 (FLAMPビル1F) - 주소를 확인하여 공급자 정보와 문의사항을 우편 주소로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	- 이메일로는 입점 문의를 받지 않음 - 문의사항 연락처 상품부 직통 전화: +81(0)3-5729-7681

자료: 추루하(Tsuruha) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓

① 이온(AEON)

기업 기본 정보	기업명		이온(AEON)
	홈페이지		www.aeon.com
	위치		치바(Chiba)
	규모	매출액('18)	약 8조 5,182억 엔 (약 90조 2,903억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 2만 1,996개 직원 수('19): 약 58만 명
	기업 요약		- 1969년 설립 - 일본유통업계 매출액 1위 - 일반소매점, 슈퍼마켓, 편의점, 약국 등 총 9가지 형태의 매장 운영 - 자사 브랜드 '탑밸류(Topvalu)' 보유
기업 최근 이슈	- 2018년 3월 2050년 까지 탄소배출과 온실가스 감소 목표의 '이온 탈탄소 비전 2050(Aeon Decarbonization Vision 2050)'을 제시 - 2019년 영국 온라인 소매업체인 오카도(Ocado)와 제휴를 맺어 이커머스 사업 부분 강화		
유사제품 정보		제품명	비피더스균BB536 (ビフィズス菌BB536)
		종류	유산균
		용량	30정
		원산지	일본

자료: 이온(Aeon) 홈페이지
사진자료: 이온(Aeon) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	**• 입점 가능 품목** - 식품: 신선식품, 육류, 소스류, 음료류, 스낵류, 주류, 장류, 즉석식품, 면류 등 - 일반: 완구류, 위생용품, 세제류, 주방용품, 욕실용품, 유아용품, 애견용품 등	
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지를 통한 입점 문의 (bitly.kr/LsU9eEMC) - 약관에 동의하고 양식 작성 진행 - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 문의사항 자유 기재 (공급 제품 정보 및 회사소개서 등) 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	· 평가 기준 ① AEON 공급업체 행동지침 준수 · 평가 기준 ② 제조시설 자체 또는 외부 감사 실시
벤더 리스트	· **Cordonvert (식품 및 주류 브로커)** - 홈페이지 : cordonvert.jp - 홈페이지 통해 직접 문의 - 기업소개 : AEON 기업에서 운영	

자료: 이온(Aeon) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 헤이와도(Heiwado)

기업 기본 정보	기업명	헤이와도(Heiwado)
	홈페이지	www.heiwado.jp
	위치	히코네(Hikone)
	규모 – 매출액('19)	약 4,376억 3,600만 엔 (약 4조 6,388억 원)
	규모 – 기타 규모	매장 수('19): 약 398개[29]
	기업 요약	– 1957년 설립 – 식료품이 전체 매출의 75%를 차지 – 2016년 자사브랜드 '이와(E-WA)' 출시
기업 최근 이슈		– 2016년 일본 여성 활동 추진법(Women's Active Promotion Lawe)에서 인증하는 여성활동고용 인증마크인 '에루보시(Eruboshi)' 수여 – 2019년 간편결제서비스 '페이페이(Paypay)' 및 '라인페이(Linepay)' 적용
유사제품 정보		
	제품명	규슈어린잎녹차 100억유산균 (九州産大麦若葉青汁 乳酸菌100億個配合)
	종류	유산균
	용량	45g
	원산지	일본

자료: 헤이와도(Heiwado) 홈페이지
사진 자료: 헤이와도(Heiwado) 홈페이지, 플리커(Flickr)

29) 통합 매장 수

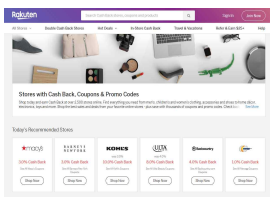
입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 냉동식품, 조리식품, 유제품, 생선류, 육류, 음료류, 스낵류 등 - 일반: 뷰티제품, 주방용품, 유아용품, 애견용품 등
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 오른쪽 상단의 '平和堂へのお問い合わせ' 클릭 - 'お問い合わせフォーム' 클릭 후 양식 작성 - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 우편번호, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 문의사항 자유 기재 (입점 희망 점포, 공급 제품 정보 및 회사소개서 등) 2. 유선전화를 통한 문의
	특이사항	- 문의사항 연락처: +81-(0)120-668-852

자료: 헤이와도(Heiwado) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 온라인

① 라쿠텐(Rakuten)

기업 기본 정보	기업명		라쿠텐(Rakuten)
	홈페이지		www.rakuten.com
	위치		도쿄(Tokyo)
	규모	매출액('18)	약 1조 1,015억 엔 (약 11조 6,757억 원)
		기타 규모	직원 수('17): 약 1만 4,826명
	기업 요약		- 1997년 설립 - 일본 내 최대 규모의 B2B, B2C 이커머스(e-commerce) 플랫폼 - 미국, 프랑스, 브라질, 독일, 영국, 스페인 등 진출에 성공하며 글로벌 기업으로 성장
			
기업 최근 이슈			- 2019년 11월 라이브네이션엔터테이먼트(Live Nation Entertainment)[30]와 파트너십 체결 - 2019년 8월 암호화폐 거래서비스 '라쿠텐월렛(Rakuten Wallet)' 출시 - 2019년 12월 고객 포인트를 비트코인(BTC), 이더리움(ETH), 비트코인 캐시(BCH)로 전환할 수 있도록 허용
유사제품 정보			제품명: 유산균9000 (乳酸菌9000) 종류: 유산균 용량: 60포 원산지: 일본

자료: 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 더비체인(Thebchain), 코인프레스(Coinpress)
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지

30) 미국의 콘서트, 공연 회사

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 신선식품, 스낵류, 향신료, 차(茶)류, 음료류 등 - 일반: 장난감, 유아용품, 의류, 액세서리류, 가전제품, 문구류 등 • **특이사항** - 미디어, 마케팅, 투자서비스 등을 포함한 다양한 분야의 서비스 제공 - 제품에 따라 캐시백(Cash Back) 및 쇼핑혜택 제공
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 입점 문의 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry) - 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 ① 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호 대표 Fax 번호, 대표자명) ② 운영담당자정보 (담당자명, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형)
	특이사항	- 문의사항 연락처: sales-list@rakuten.com

자료: 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명		아마존(Amazon)
	홈페이지		www.amazon.co.jp
	위치		도쿄(Tokyo)
	규모	매출액('18)	약 2,559억 1,158만 엔[31] (약 2조 7,125억 원)
		기타 규모	직원 수('18): 약 64만 7,500명[32]
	기업 요약		- 2000년 설립 - 일본 내 이커머스 부분 업계 1위 - 전 세계 3억 명 이상의 고객 보유
기업 최근 이슈			- 2019년 상품 위조 및 모조품 근절을 목표로 하는 '프로젝트제로(Project Zero)' 착수 - 2019년 K-패션 브랜드 전용관을 아마존 재팬에 오픈 - 2019년 최초로 아마존 프라임 멤버십 가입비용 인상
유사제품 정보			제품명: 비피나R (ビフィーナR) 종류: 유산균 용량: 20포 원산지: 영국

자료: 아마존재팬(Amazon Japan) 홈페이지, 시밀러웹(Similarweb) 홈페이지, 이투데이(Etoday), 스타트업투데이(Startuptoday)
사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)홈페이지

31) 통합 매출액
32) 통합 직원수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 곡류 등 - 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 생활용품 등
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 직접등록 - 홈페이지 내 제공된 상품 판매 관련 일본 법규 확인 (services.amazon.co.kr/jp-marketplace.html?ref=as_jp_services_jp_footer_kr) - 아마존 셀러 계정 생성 - 상품 리스팅
	등록 조건	· 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수 · 평가 기준 ② 아마존 자체 브랜드 공급업체일 경우 - 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증[33] - 특정 카테고리의 일부 상품을 리스팅 및 판매하기 위해서는 사전 승인 필요
	특이사항	- 프로페셔널(Professional) 셀링 플랜의 비용은 월 이용료 4,900엔 및 아이템당 상품 판매 수수료(카테고리별로 상이)로 구성 - 'Fulfillment By Amazon(아마존 주문처리 서비스, FBA)'을 이용하는 경우, 상품을 아마존 주문처리 센터에 미리 배송하여 보관하게 되며, 주문 발생 시 아마존에서 해당 상품을 선별/포장/배송하고 배송/반품 관련 고객 서비스를 현지 언어로 대신 제공 - 일부 상품은 법률/규제상의 제한(예: 처방 의약품) 또는 아마존 정책(예: 부적절한 사진)에 의거하여 리스팅할 수 없음

자료: 아마존재팬(Amazon Japan) 홈페이지

33) Amfori BSCI, Better Work(BW), Responsible Business Alliance(RBA), SMETA, SA8000 Standard 인정

4) 백화점

① 이세탄(Isetan)

기업 기본 정보	기업명		이세탄(Isetan)
	홈페이지		www.isetan.mistore.jp
	위치		도쿄(Tokyo)
	규모	총매출('18)	약 92억 2,714만 엔 (약 978억 원)
	기업 요약		- 1886년 섬유회사로 시작 - 1924년 간토 대지진 후 백화점 형태로 설립 - 1930년 ㈜이세탄 설립 - 1933년 도쿄 내 신주쿠 본점 개점 - 1972년 싱가포르에 첫 해외 점포 개점 - 2008년 이세탄 미츠코시 홀딩스 주식회사 설립 - 태국, 말레이시아, 중국 등에 해외진출 성공
기업 최근 이슈			- 2020년 1월 신주쿠점 전면 리뉴얼 실시 - 2019년 12월 싱가포르 웨스트게이트(Westgate)점 폐점 결정 - 2019년 4월-12월 영업 이익 전년 동기 대비 20% 감소
유사제품 정보		제품명	리치1000억 라틱애시드박테리아 그린쥬스 (ＲＩＣＨ １０００億個の乳酸菌青汁
		종류	유산균
		용량	40포
		원산지	일본

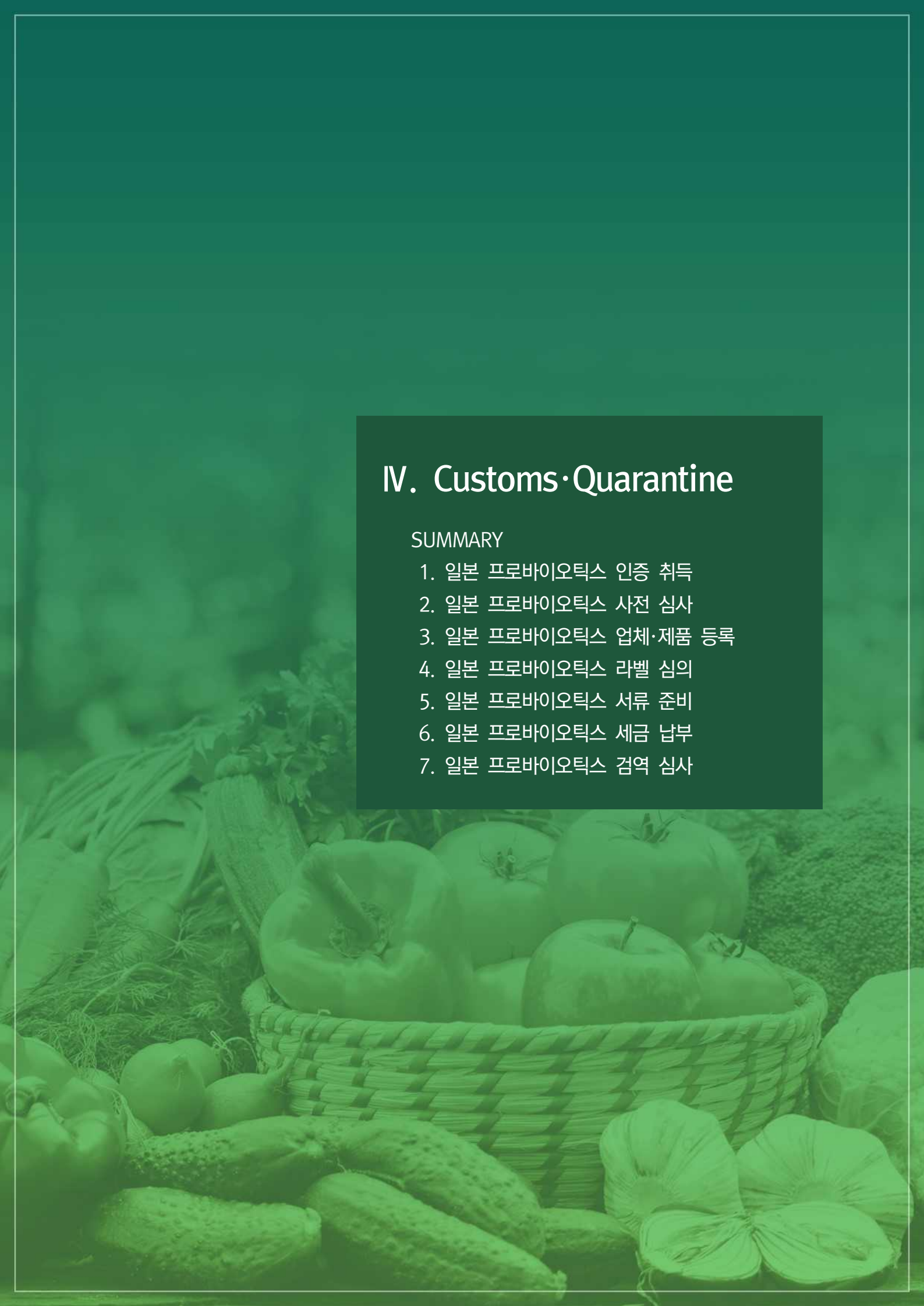
자료: 이세탄(Isetan) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 이세탄(Isetan) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 즉석식품, 제과류, 식료품, 주류, 음료류, 차(茶)류, 신선식품 등 - 일반: 잡화류, 화장품, 완구류, 가구류 등 • **선호제품** - 프리미엄 제품 - 고급 제품 • **특이사항** - 엠아이카드(MI CARD)[34]를 통한 쇼핑 특별 혜택을 제공
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단의 'お問合わせ' 클릭 - '三越伊勢丹ホールディングスに関するお問い合わせ' 카테고리 클릭 - '法人様からのお問い合わせ 카테고리의 三越伊勢丹法人事業部へのお問い合わせはこち' 클릭 후 양식서 작성 - 기입 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 추후 담당 부서와 연결 및 입점 진행
	특이사항	- 문의사항 연락처: +81-(0)3-3352-1111

자료: 이세탄(Isetan) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

34) 이세탄그룹이 운영하는 엠아이카드(MI Card Co., Ltd)의 신용카드



Ⅳ. Customs·Quarantine

SUMMARY

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

인증 취득

일본으로 제품 수출 시, 필요하거나 선택 가능한 인증 정보 제공

프로바이오틱스

프로바이오틱스 품목은 건강기능식품으로 분류하여 건강기능식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 일본 수입식품 '적용 받는 강제 인증 無'

일본으로 프로바이오틱스 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.[35] 2018년 6월 MHLW에서 발표한 식품위생법 개정사항[36]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	필수	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

35) 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

36) 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	20만 원
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 900~1,000만 원
BRC Food Safety	**절차**	**기간**
	인증의뢰〉사전심사〉현장심사〉 부적합 사항 시정 조치〉인증발급	-
	서류	**비용**
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만 원
FSSC 22000	**절차**	**기간**
	서류제출〉1차 현장 평가〉2차 현장 평가〉인증〉사후관리 심사	-
	서류	**비용**
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만 원
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

▶ 일본 식품 JAS 인증

일본으로 수출하는 가공식품의 제조업체 중 JAS 인증을 받고자 하는 경우, 일본 농림수산성에 등록되어 있는 일본 국/내외의 지정인증 기관을 통해 인증을 받을 수 있음. 각 등록 기관별로 전문 인증 품목이 다르기 때문에 해당 품목을 확인하여 인증 획득을 진행해야함. 농림수산성 등록 인증기관은 동 기관 홈페이지의 JAS 인증기관 등록 리스트를 통해 확인 가능함

[표 4.3] 일본 JAS 인증 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 Mark
JAS	일본 농림수산성 (MAFF)	일반 인증 (일반적인 식품, 임업 제품에 대한 인증)	
Specific JAS		특정 가공방법 식품에 대한 인증	
Organic JAS		유기농 식품 대상 인증	
Production Information JAS		생산정보를 소비자에게 제공하는 JAS 규격 적합 식품	
인증 절차			
a. 등록 인증기관에 JAS 인증 신청 b. 심사 – 공장, 농장, 제품에 대한 평가 c. 인증 d. 사후관리			
유효기간			
– 12개월(지정 기간 내 사후 검사를 통하여 갱신)			

자료 : 일본 농림수산성(MAFF)

2. 일본 프로바이오틱스 사전 심사

사전 심사

일본으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

프로바이오틱스

프로바이오틱스 품목은 건강기능식품으로 분류하여 건강기능식품에 해당하는 정보를 제공함

▸ 일본 식품 기능성 홍보 위해 사전 심사 '필요'

▸ 일본 기능성표시식품 '신고'로 절차 진행

일본 후생노동성은 건강기능식품을 특정보건용식품, 기능성표시식품, 영양기능식품의 3가지로 구분함. 프로바이오틱스 제품은 특정보건용식품 또는 기능성표시식품으로 분류되며, 영양기능식품에는 해당하지 않음. 다만, 별도의 건강 기능성 증진에 관한 내용을 표기하거나 홍보하지 않는 경우 일반 식품으로 판매 가능함

일본에서 건강 기능성을 홍보하고자 하는 경우, 사전에 해당 내용에 대한 기능성표시식품 신고 절차를 거쳐야함. 해당 절차는 일본 소비자청을 통해 진행할 수 있으며, 별도의 심사 절차 없이 적법한 서류 요건만 갖추면 신고 번호를 수취할 수 있음. 특정보건용식품의 경우 소비자청으로부터 별도의 위험 평가를 거쳐야 하며 이 경우 등록까지 오랜 시간이 소요됨

건강 기능성에 관한 표현의 경우, 질병이 없는 사람의 건강 유지 및 증진에 도움이 된다는 정도의 취지로 작성되어야 함. 질병 발생 위험을 저감한다는 내용의 표현이나 의약품으로 오해할 소지가 있는 내용은 사용할 수 없음

[표 4.4] 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 식품인지의 판단 b. 안전성에 대한 명확한 근거 확인 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 프로바이오틱스 업체·제품 등록

업체·제품 등록

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

프로바이오틱스

프로바이오틱스 품목은 건강기능식품으로 분류하여 건강기능식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 일본 식품 수출 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, 원활한 통관을 위하여 수입 식품에 대한 사전 검사 및 등록 제도를 실시하고 있음. 해당 절차를 통하여 사전 확인을 받은 후 등록번호가 기재된 수입 신고서를 제출하면 통관 절차를 순조롭게 진행할 수 있음

대상 식품은 농축산물 및 수산물의 1차 생산품 또는 간이 가공품을 제외한 가공식품[37]으로, 식품 위생법이 정하고 있는 규정에 적합한지 확인하게 됨

[표 4.5] 일본 수입 전 등록 제도

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. 성분분석표 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)

37) 가공(건조, 가열, 발효 또는 기타 가공)된 차(茶)는 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 프로바이오틱스 라벨 심의

▸ 일본 라벨 규정

라벨 심의

일본으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공

프로바이오틱스

프로바이오틱스 품목은 건강기능식품으로 분류하여 건강기능식품에 해당하는 정보를 제공함

[표 4.6] 일본 라벨 관리 규정

적용 규제	식품위생법(Food Sanitation Act), 건강증진법(Health Promotion Act)		
세부 규정	식품표시법(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 최소 사이즈는 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 작성할 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 기재할 것
			복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기할것
		보관방법	보관에 적절한 보관 방법에 대한 내용 표기
			상온 보존 이외 유의사항 없을 시, 미표기

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

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 - 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 캐슈넛, 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 기재할 것
		원산지	일본 제품에 대하여 적용되는 원재료별 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 받거나 신고한 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]

[뒷면 라벨링]

앞면(일어)

① 설명 : おいしさそのまま、乳酸菌プラス!
1本に乳酸菌100億個!
② 제품명 : まもり高める乳酸菌 L137
パウダースティック
③ 용량 : 30本入り
乳酸菌L-137 10mg配合(1本)

앞면(국문)

① 설명 : 맛을 그대로 유산균 플러스! 스틱 1개에 유산균 100억 마리!
② 제품명 : 지키고 높이는 유산균 L137 파우더 스틱
③ 용량 : 30스틱
유산균 L-137 10mg 함유(1개)

뒷면(일어)

① 섭취방법 : 1日当たり1人1本を目安に、料理や飲み物に加えてお召し上がりください。
② 사용방법 : スティック開封後はすぐにご使用ください
③ 주의사항 : 本品を透明な飲み物などに添加したとき、白く濁りますが、乳酸菌によるものですので、問題なくお召し上がりいただけます。
炭酸飲料に添加すると、吹きこぼれることがありますので、お控えください。

揚げ物や圧力鍋を使用した調理、または直火調理の場合、乳酸菌が壊れてしまう場合がございますので、ご使用はお控えください。

④ 제품명(名称) : 乳酸菌含有食品
⑤ 원료(原材料名) :
乳糖(アメリカ製造)、加熱乳酸菌(乳成分を含む)、デキストリン/糊料(グァーガム)

뒷면(국문)

① 섭취방법 : 1일 1인 1개 기준으로, 요리와 음료에 추가해서 드세요.
② 사용방법 : 스틱 개봉 후 즉시 사용하십시오.
③ 주의사항 : 본 제품을 투명한 음료 등에 첨가했을 때 하얗게 탁해질 수 있지만 유산균에 의한 것이므로 문제없이 드실 수 있습니다.
탄산음료에 첨가하면 끓어 넘칠 수 있으므로 삼가주시기 바랍니다.

튀김이나 압력 밥솥을 사용하여 조리하거나 직화로 요리의 경우 유산균이 손상될 수 있으므로 사용을 삼가주시기 바랍니다.
④ 제품명 : 유산균 함유 식품
⑤ 원료 : 유당(미국 제조) 가열 유산균 (우유 성분 포함), 덱스트린 / 호료(과감)

⑥ 용량(内容量) : 39g(1.3gx30本)
⑦ 유통기한(賞味期限) : 枠外下部に記載
⑧ 보관방법(保存方法) : 高温、多湿、直射日光を避けて保存してください。
⑨ 판매기업(販売者) :
ハウスウェルネスフーズパック
株式会社兵庫県伊丹市鋳物師3-20

⑩ 제조기업(加工所) :
株式会社カナエシーエス
パック大阪府大阪市都島区高倉町3-14-13
⑪ 영양정보(栄養成分表示) :
1本(1.3g)当たり
エネルギー 5.2 kcal

たんぱく質 0.014g

脂質 0.005g

炭水化物 1.27g

食塩相当量 0~0.001

乳酸菌L-137 10 mg

⑥ 용량 : 39g(1.3gx30개)
⑦ 유통기한 : 하단에 기재
⑧ 보관방법 : 고온 다습, 직사광선을 피해 보관하십시오.
⑨ 판매기업 : 하우스 웰빙 식품
주식회사 효고현 이타미시 이모지 3-20
⑩ 제조기업 : 주식회사 카나에시에스파크
오사카 부 오사카시 미야코지마구
타카쿠라쵸 3-14-13
⑪ 영양정보 :
1개(1.3g)당
에너지 5.2kcal

단백질 0.014g

지방 0.005g

탄수화물 1.27g

식염 상당량 0 ~ 0.001

유산균 L-137 10mg

5. 일본 프로바이오틱스 서류 준비

서류 준비

일본으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

프로바이오틱스

프로바이오틱스 품목은 건강기능식품으로 분류하여 건강기능식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 일본 수입 업무, 수입 업체 또는 통관브로커를 통해 진행

▶ 일본 수입서류, 원산지증명서 필요

일본으로 제품을 수출하고자 할 때, 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. 수입신고는 수출업체가 수행할 수 없기 때문에 제품을 수입하는 당사자 또는 통관브로커를 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 A를 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		(-)
	기타 수입에 요구되는 서류		(-)

자료 : 일본 관세청

6. 일본 프로바이오틱스 세금 납부

세금 납부

일본으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

프로바이오틱스

프로바이오틱스 품목은 건강기능식품으로 분류하여 건강기능식품에 해당하는 정보를 제공함

▸ 일본 프로바이오틱스 HS CODE 2106.90.299, 관세율 15% 적용

▸ 한국-일본 FTA 협정 부재로 'WTO협정세율' 적용

프로바이오틱스를 일본으로 수출할 경우 HS CODE 2106.90(기타)의 2106.90.299((ll) 그 외의 것) 세번이 적용되며[38], 기본 세율은 25%임. 일본은 한국과 FTA 또는 기타 무역협정을 체결하고 있지 않으므로 WTO 협정세율인 15%가 적용됨

- 수입 서류 심사비용: 107달러(약 12만 원)[39]
- 수입 서류 심사 기간: 3시간
- 통관 비용: 275달러(약 32만 원)
- 통관 소요 시간: 48시간

[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	
	2106.90.9099	기타	
일본	2016.90.299	(ll) 그 외의 것	
관세	기본관세율	25%	
	협정 세율	15%[40]	
소비세		8%	

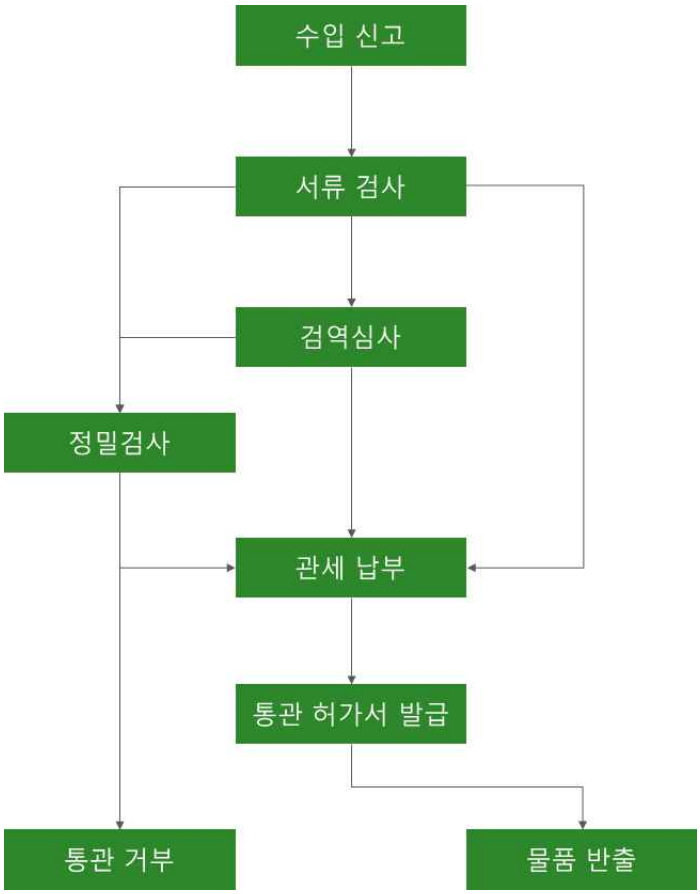
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 일본 관세청, 일본무역진흥기구(JETRO)

38) 일본 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2106.90 중 프로바이오틱스에 적합하다고 판단되는 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목에 대한 판단은 일본 세관당국과 차이가 있을 수 있어 일본 관세청을 통해 확인이 필요함
39) 1달러=1,189.80원(2020.02.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
40) 일본은 한국과 FTA 협정을 맺고 있지 않으나, WTO 협정을 맺고 있는 국가에 대하여 WTO협정관세율을 적용하고 있음

7. 일본 프로바이오틱스 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 (aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	10μg/kg
		Symphytum(comfrey)	불검출
	식품첨가물	1,8-cineole (1,8-cineol)	일반사용기준

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

▸ 일본 식품화학연구재단(JFCRF)의 첨가물 기준을 통해 확인 가능
▸ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

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

프로바이오틱스

프로바이오틱스 품목의 첨가물 규정은 KATI농식품수출정보 카테고리 분류 중 기타식품류의 기타가공품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

[표 4.10] 일본 프로바이오틱스 품목 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
착향료	아세트알데하이드	acetaldehyde	일반사용기준[41]
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

41) 일반사용기준 : 최대 허용치가 별도로 명시되지 않아 규제가 없으나 첨가물 사용 시 적절한 제조공정 관리를 시행하며, 목표 효과를 달성하는 데 필요한 양을 초과하지 않아야 함

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 에무비화쿠토리(エムビーファクトリー)
Interview ② 니치니치세야쿠(ニチニチ製薬)
Interview ③ 시도코무스(シードコムス)
Interview ④ 고루덴타이무(ゴールデンタイム)
Interview ⑤ 사푸리멘토환(サプリメントファン)

Expert Interview
(전문가 인터뷰)

Market Demand and Distribution

· 인터뷰 기업 : 에무비화쿠토리
(エムビーファクトリー)
유통업체
· 인터뷰 담당자 : Ms. Sato
(Marketing Department)

일본 내 프로바이오틱스 수요는 적은 편

일본에서는 줄곧 유산균만 취급돼왔고, 최근에야 비로소 프로바이오틱스 제품이 출시되었습니다. 아직까지는 유산균 제품의 수요가 더 높으며, 프로바이오틱스의 수요는 적은 편입니다.

현지 소비자들은 온라인 쇼핑몰을 통해 프로바이오틱스를 구매함

온라인 쇼핑몰과 오프라인 매장에서 프로바이오틱스를 취급하고 있으나, 현지 소비자들은 주로 온라인 쇼핑몰을 통해 프로바이오틱스를 구매합니다.

Market Recognition and Demand

· 인터뷰 기업 : 니치니치세야쿠
(ニチニチ製薬)
제조업체
· 인터뷰 담당자 : Mr. Fujisawa
(Marketing Department)

프로바이오틱스 인지도는 낮은 편

일본에 프로바이오틱스라는 단어가 등장한 지 오래되지 않아 현지인들 사이에서 프로바이오틱스 인지도는 매우 낮은 편입니다.

온라인 소매업체에서의 유산균 제품 판매량이 많음

온라인 소매업체가 오프라인 매장보다 다양한 브랜드의 프로바이오틱스를 취급하고 있어, 온라인 쇼핑몰에서의 제품 판매량이 더 많습니다.

Market Trend and Promotions

· 인터뷰 기업 : 시도코무스
(シードコムス)
온라인 소매업체
· 인터뷰 담당자 : Mr. Yonaha
(Manager)

연령대에 따라 유산균 섭취 목적이 상이함

일본 내 프로바이오틱스 수요는 적으나, 유산균 제품 수요는 매우 많습니다. 젊은 연령대의 사람들은 다이어트용으로 유산균을 먹으며, 중장년층들은 장 건강을 위해 유산균을 먹습니다.

제품 성분과 품질의 강조한 홍보 방안이 필요

일본 소비자들은 프로바이오틱스 제품 중, 다양한 균을 배합하거나 품질 인증을 취득한 제품을 선호합니다. 따라서 제품 성분과 품질을 강조하는 홍보 방안이 필요합니다.

Expert Interview
(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference

· 인터뷰 기업 : 고루덴타이무
(ゴールデンタイム)
온라인 소매업체
· 인터뷰 담당자 : Ms. Endo
(Manager)

일본 내 유산균 제품 수요는 적은 편

최근에야 비로소 일본 내 프로바이오틱스 제품이 출시됐으며, 유사 제품인 유산균 제품 또한 수요가 많지 않습니다. 일본 소비자들은 장 건강을 위해 유제품을 구매하여 유산균을 섭취합니다.

현지인들은 달콤하고 건강기능식품 관련 인증을 받은 유산균 제품을 선호

현지인들은 달콤한 맛이 있는 액체 제형의 유산균과 건강기능식품 관련 인증을 취득한 유산균 제품을 선호합니다.

Market Demand and Preference

· 인터뷰 기업 : 사푸리멘토환
(サプリメントファン)
유통업체
· 인터뷰 담당자 : Mr. Nakamura
(Manager)

알약, 파우더 형태의 프로바이오틱스 수요가 많은 편

일본에는 파우더, 알약, 액체 등 다양한 제형의 프로바이오틱스가 있으며, 그 중 알약과 파우더 형태의 프로바이오틱스 수요가 많은 편입니다.

제품 제형에 따라 선호하는 제품이 상이함

일본 소비자들은 알약 제형으로는 프로바이오틱스를 선호하는 반면, 액체 형태로는 요구르트와 같은 유산균 제품을 선호합니다.

Interview ① 에무비화쿠토리(エムビーファクトリー)

42)

グルコサミン コンドロイチン プロテオグリカン 乳酸菌配合 サプリメント グルコサミン コンドロイチン プロテオグリカン 乳酸菌配合 毎日コツコツ (120粒入) 骨 関節 サプリメント 送料無料
2,484円 送料無料

乳酸菌 サプリ & 糖化ケア 美エイジ(120粒入) 1ヶ月分腸内フローラ 美容 菌活乳酸菌 乳酸菌タブレット乳酸菌 サプリ & 糖化ケア 美エイジ(120粒入) 1ヶ月分腸内フローラ 美容 菌活 乳酸菌 乳酸菌 タブレット
2,484円 送料別
★★★★☆ (3件)

에무비화쿠토리
(エムビーファクトリー)

전문가 소속

에무비화쿠토리
(エムビーファクトリー)
유통업체

전문가 정보

Ms. Sato
(Marketing Department)

에무비화쿠토리(エムビーファクトリー)
Marketing Department, Ms. Sato

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1999년에 설립된 건강보조식품 전문 유통업체로 일반 유산균, 애완용 유산균 등을 취급하고 있습니다. 주로 라쿠텐(Rakuten) 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있으며, 일본 후쿠오카에서 본사를 운영하고 있습니다.

Q. 일본 내 프로바이오틱스 수요는 어떻게 되나요?

프로바이오틱스 제품은 최근 들어서야 일본 시장에서 판매되기 시작했으며, 이전까지는 유산균 제품이 주로 판매됐습니다. 아직까지는 유산균 제품의 수요가 더 높으며, 프로바이오틱스의 수요는 적은 편입니다. 유산균 제품의 형태는 알약, 파우더, 액체로 다양하지만, 소비자들은 그 중에서도 달콤한 맛이 가미된 액체 형태의 요구르트를 선호합니다. 해당 제품은 남녀노소 즐길 수 있으며, 편의점과 슈퍼에서도 쉽게 구할 수 있기 때문입니다. 하지만 일본인들은 보통 유산균 구매 시, 제품의 형태보다도 맛이나 효능을 더 중시합니다.

Q. 일본 내 프로바이오틱스는 주로 어디에서 판매되고 있나요?

일본에서는 주로 온라인 쇼핑몰에서 프로바이오틱스를 판매합니다. 최근에는 약국, 드럭스토어, 홈쇼핑에서도 프로바이오틱스를 취급하고 있습니다. 하지만 현지인들은 오프라인 매장보다 온라인 쇼핑몰을 통해 프로바이오틱스 제품을 구매하는 것을 선호합니다. 온라인 쇼핑몰이 오프라인 매장보다 브랜드가 다양하고 더 저렴하기 때문입니다.

42) 사진자료: 에무비화쿠토리(エムビーファクトリー) 라쿠텐 홈페이지(www.rakuten.co.jp/brmslife)

야쿠르트(Yakult)
- 아쿠르트

칼피스 워터(Calpis Water)
- 아사히 그룹 홀딩스

Q. 일본 내 유명 프로바이오틱스 브랜드는 무엇인가요?

앞서 말씀드렸듯이 프로바이오틱스가 일본 시장에 진출된 지 얼마 되지 않았기 때문에 특별히 유명한 브랜드는 아직 없습니다. 하지만 유산균 중에서는 야쿠르트(Yakult)와 칼피스(Calpis) 제품이 유명합니다. 특히 야쿠르트는 일본 내 편의점, 슈퍼 등 다양한 소매업체에서 취급하고 있어 많은 소비자들이 구매합니다.

Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

현지 소비자들은 다양한 종류의 균을 배합한 제품을 선호합니다. 하지만 A사의 제품이 17종의 유익균으로 구성되어있다는 점은 일본 소비자들의 관심을 끌지 못할 것입니다. 일본에는 이미 30종 이상의 균을 배합한 제품이 여러 개 판매되고 있기 때문입니다. 따라서 제품 홍보 시, '17종 유산균'이라는 문구보다는 유산균의 먹이인 프리바이오틱스의 효능을 강조하는 것이 더 좋을 것 같습니다.

Interview ② 니치니치세야쿠(ニチニチ製薬)

43)

니치니치세야쿠
(ニチニチ製薬)

전문가 소속

니치니치세야쿠
(ニチニチ製薬)
제조업체

전문가 정보

Mr. Fujisawa
(Marketing Department)

腸と健康を考える
ニチニチ製薬株式会社
Nichinichi Pharmaceutical Co., Ltd. (NichiNichi)

니치니치세야쿠(ニチニチ製薬)
Marketing Department, Mr. Fujisawa

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1987년에 설립된 건강보조식품 전문 제조업체로, 유산균 제품을 전문적으로 취급하고 있습니다. 일본의 유명 온라인 쇼핑몰인 라쿠텐과 도쿄, 오사카 내 2곳의 오프라인 매장을 통해 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 일본 내 프로바이오틱스 인지도는 어떻게 되나요?

'프로바이오틱스'라는 단어가 일본에 등장한 지 얼마 되지 않아, 현지인들 사이에서 프로바이오틱스의 인지도는 매우 낮습니다. 하지만 유산균의 인지도는 높은 편이며, 특히 다이어트용 유산균 제품이 여성 소비자들 사이에서 인기가 높습니다. 일본인들은 파우더와 알약 등 다양한 제형의 건강보조식품을 섭취하고 있으나, 유산균 제품으로는 요구르트 형태의 액체를 선호합니다.

Q. 일본 내 프로바이오틱스 제품의 판매처는 어디인가요?

프로바이오틱스는 주로 아마존, 라쿠텐과 같은 온라인 쇼핑몰에서 판매되며, 드럭스토어와 약국 등의 오프라인 매장에서도 판매합니다. 하지만 오프라인 매장은 온라인 매장보다 취급하는 브랜드가 제한적이라 판매량이 많지 않습니다.

Q. 일본 내 유명한 프로바이오틱스 제품은 무엇인가요?

일본 내 프로바이오틱스 제품으로는 아사히(Asahi)의 칼피스(Calpis) 제품이 가장 유명합니다. 일본 내 아사히 브랜드의 인지도가 높다보니 소비자들은 아사히 제품의 품질이 우수하다고 생각합니다. 또한 칼피스는 편의점과 슈퍼 등 다양한 곳에서 취급하기 때문에, 소비자들의 구매 편의성이 높아 제품의 선호도가 더욱 높습니다.

43) 사진자료: 니치니치세에야쿠카부시키가이샤(ニチニチ製薬株式会社) 홈페이지(www.nichinichi-phar.co.jp)

Interview ③ 시도코무스(シードコムス)

44)

시도코무스
(シードコムス)

전문가 소속

시도코무스
(シードコムス)
온라인 소매업체

전문가 정보

Mr. Yonaha
(Manager)

시도코무스(シードコムス)

Manager, Mr. Yonaha

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 건강보조식품 전문 온라인 소매업체로, 다이어트, 노화 방지, 기력 회복 등의 효능을 갖춘 건강보조식품을 취급하고 있습니다. 자사 홈페이지 외에도 야후, 라쿠텐 등의 유명 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 일본 내 프로바이오틱스 제품 판매 현황은 어떠한가요?

아직 일본 내 프로바이오틱스 인지도는 낮으며, 그나마 디에이치씨(DHC)의 프로바이오틱스 제품의 수요가 조금 있습니다. 이에 반해 유산균 제품의 수요는 굉장히 많으며, 현지 소비자들은 유제품이나 요구르트와 같은 액체 제형의 유산균을 선호합니다. 일본 내 젊은 연령대의 사람들은 체중 감량을 위해 유산균 제품을 구매하며, 중장년층들은 장 건강을 위해 유산균을 먹습니다.

Q. 일본 내 유산균 제품의 판매처는 어디인가요?

유산균은 건강보조식품을 전문으로 취급하는 온라인 쇼핑몰이나 아마존, 라쿠텐에서 판매합니다. 이외에도 드럭스토어나 약국 등 오프라인 매장에서도 유산균을 판매하고 있으나, 취급하는 브랜드가 다양하지 않습니다.

Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

일본 기관에서 발급하는 인증을 취득하는 것이 좋다고 생각합니다. 예를 들어 A사 제품이 유기농 제품이면, JAS(일본유기제품인증)를 취득하는 것이 판매량을 높이는 데 도움이 될 것입니다. 또한 최근에는 품질이 우수하거나 유산균, 비피더스균, 낫토균 등 다양한 균을 배합한 제품이 일본에서 인기를 끌고 있습니다. 따라서 A사 제품을 일본에서 효과적으로 판매하기 위해서는 성분과 품질을 강조하는 홍보 방안이 필요합니다.

44) 사진자료: 시도코무스(シードコムス) 홈페이지(www.seedcoms.net)

Interview ④ 고루덴타이무(ゴールデンタイム)

45)

고루덴타이무
(ゴールデンタイム)

전문가 소속

고루덴타이무
(ゴールデンタイム)
온라인 소매업체

전문가 정보

Ms. Endo
(Manager)

고루덴타이무(ゴールデンタイム)
Manager, Ms. Endo

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 건강보조식품 전문 온라인 소매업체로, 취급 품목으로는 유산균, 비타민, 다이어트식품, 바디케어 용품, 화장품 등이 있습니다. 제품 판매는 자사 홈페이지를 통해서만 진행하고 있습니다.

Q. 일본 내 프로바이오틱스에 대한 인지도는 어떠한가요?

프로바이오틱스 제품은 일본에 최근에 출시되어 인지도가 낮지만, 유사 제품인 유산균의 인지도는 높습니다. 하지만 유산균 제품의 수요는 다른 건강보조식품에 비해 적은 편입니다. 현지 소비자들은 장 건강을 위해 유산균이 함유된 건강보조식품을 섭취하기보다, 일반 마트에서 판매하는 유제품을 통해 유산균을 섭취합니다.

Q. 현지인이 선호하는 프로바이오틱스 제품은 무엇인가요?

앞서 말씀드렸듯이, 일본 내 프로바이오틱스 제품의 인지도가 매우 낮은 편이라 제품 선호도는 아직 파악하기가 어렵습니다. 하지만 유산균의 경우, 현지인들은 아무 맛이 나지 않는 알약, 파우더 형태의 제품보다 요구르트와 같이 달콤한 맛이 나는 액상 형태의 유산균을 선호합니다. 이외에도 현지인들은 건강기능식품 관련 인증을 취득한 제품을 선호하는 경향이 있습니다. 실제 저희 매장에서도 JHFA46)와 같이 품질 보증 인증을 보유한 제품의 수요가 많은 편입니다.

Q. 일본 내 프로바이오틱스를 취급하는 판매처는 어디인가요?

일본에서는 드럭스토어, 약국, 온라인 쇼핑몰 등 다양한 곳에서 프로바이오틱스를 판매합니다. 그 중 판매량이 가장 많은 곳은 온라인 쇼핑몰입니다. 건강보조식품을 전문으로 취급하는 온라인 소매업체에서도 프로바이오틱스를 판매하며, 일부 매장에서는 정기 배송 서비스를 신청하는 소비자들에게 가격할인 이벤트를 진행하고 있습니다.

45) 사진자료: 고루덴타이무(ゴールデンタイム) 홈페이지(celebrite.jp)
46) 일본 내 건강 유지와 증진을 목적으로 설립된 건강영양식품협회에서 발행하는 건강 보조식품 인증마크

Interview ⑤ 사푸리멘토환(サプリメントファン)

47)

사푸리멘토환
(サプリメントファン)

전문가 소속

사푸리멘토환
(サプリメントファン)
유통업체

전문가 정보

Mr. Nakamura
(Manager)

★ 送料無料(メール便) ※代引きは送料負担
★ オリヒロ 乳酸菌濃縮顆粒(ラクトフェリン配合) 健康食品 乳酸菌 ラクトフェリンオリヒロ 乳酸菌濃縮顆粒(ラクトフェリン配合) 16包
754円 送料無料

★ 送料無料(メール便) ※代引きは送料負担
★ FINE ファイン スーパーフード スピルリナ 乳酸菌 酵素ファイン スーパーフード スピルリナ&乳酸菌×酵素 150g
1,274円 送料無料

사푸리멘토환(サプリメントファン)
Manager, Mr. Nakamura

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 유통업체로, 유산균, 비타민, 단백질 파우더 등의 건강보조식품과 화장품 등을 취급하고 있습니다. 별도의 자사 홈페이지는 없으며, 라쿠텐, 아마존, 야후 재팬 등의 유명 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 현지인들이 선호하는 프로바이오틱스 제형은 무엇인가요?

일본에는 파우더, 알약, 액체 등 다양한 제형의 프로바이오틱스 제품이 있습니다. 저희 업체가 취급하는 프로바이오틱스 중에서는 알약형 제품의 판매량이 가장 높으며, 그 다음으로는 파우더형 제품의 판매량이 높습니다. 일부 소비자들은 액상형 제품을 선호하지만, 판매량은 낮은 편입니다.

Q. 일본 내 인지도가 높은 프로바이오틱스 및 유산균 브랜드는 무엇인가요?

제품 제형에 따라 인기가 높은 제품이 상이합니다. 알약 제형으로는 디에이치씨(DHC), 칼피스(Calpis), 와카사생활(わかさ生活) 브랜드의 제품이 유명하며, 액체 형태로는 메이지(明治)와 메구미(Megumi), 야쿠르트 제품이 유명합니다.

Q. '유산균 먹이와 17종 유산균'으로 만든 유산균 제품 수출 시, 수요가 있을까요?

'유산균 먹이와 17종 유산균'으로 만든 유산균 제품이 일본에 판매된다면, 수요가 많지 않을 것으로 생각합니다. 유산균 먹이와 17종 유산균으로 만든 제품이 일반 유산균보다 특별한 것은 사실입니다. 하지만 라쿠텐이나 아마존에서 취급 중인 프로바이오틱스 제품 중에는 30종 이상의 유산균을 배합한 제품이 많습니다. 따라서 일본 소비자들은 유산균 먹이와 17종 유산균으로 만든 제품이 30종 이상의 유산균을 보유한 제품보다 품질이 떨어진다고 생각할 것입니다.

47) 사진자료: 사푸리멘토환(サプリメントファン) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.co.jp/supplement-fan)

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 일본 통계청(Statistics Bureau of Japan), 「Population by Age (Five-Year Groups) and Sex for Prefectures - Total population, Japanese population, October 1, 2018」, 2019
2. 「Consolidated Financial Results」, Matsumotokiyoshi, 2018.
3. 「Consolidated Financial Results」, Welsia, 2019.
4. MIPRO, 「食品輸入の手引き」, 2019.07.
5. 미국 농무부(USDA), 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards」, 2019.03.05.

■ 참고 사이트

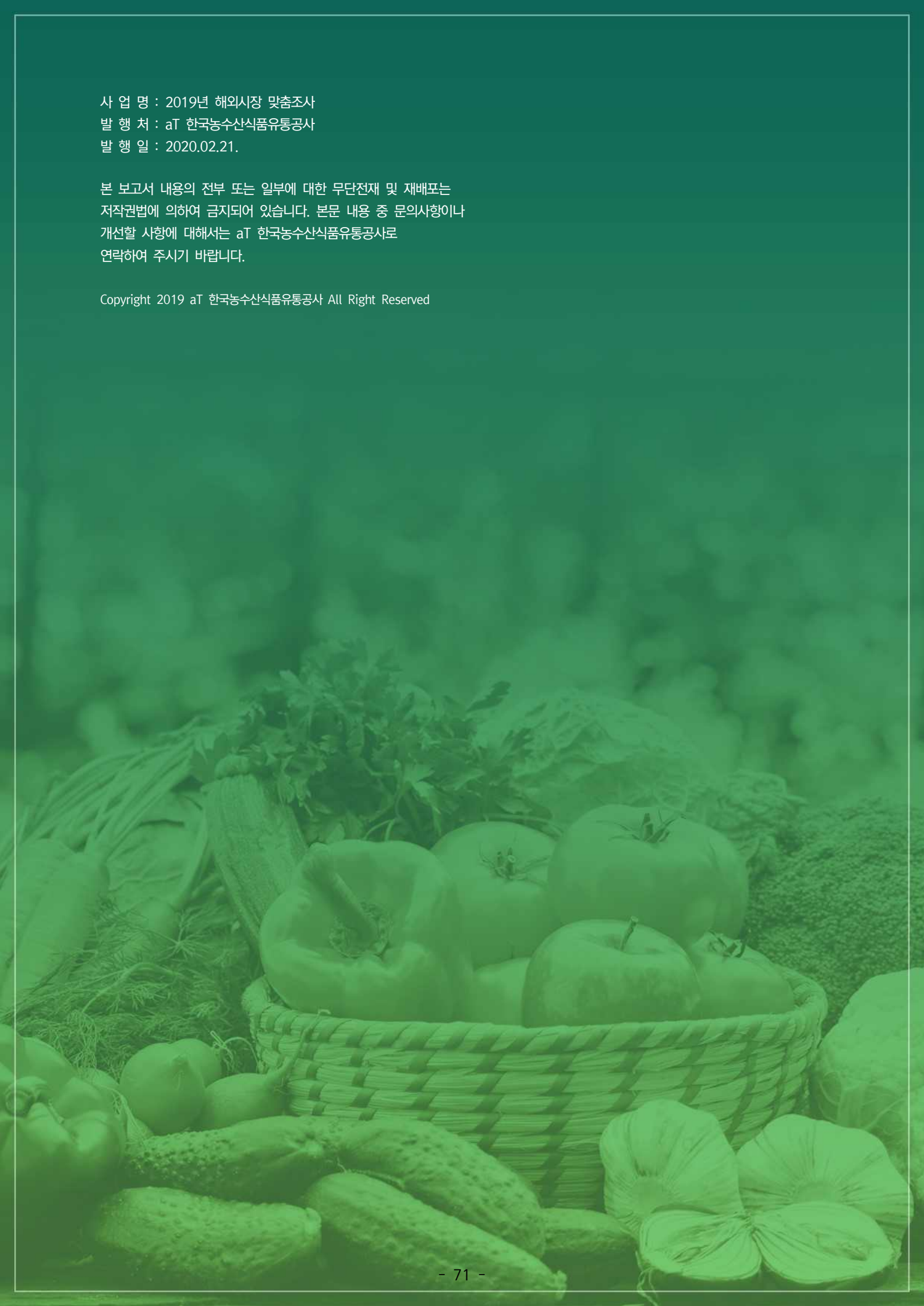
1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. 외교부 (www.mofa.go.kr)
4. 일본 통계청 (www.stat.go.jp)
5. 듀다 구인 정보 (doda.jp)
6. 데일리(デイリー) (www.daily.co.jp)
7. 식품산업신문사(食品産業新聞社) (www.ssnp.co.jp)
8. 이온(Aeon) 홈페이지 (aeon.com)
9. 돈키호테(Donquijote) 홈페이지 (donki-global.c0m)
10. 돈키호테홀딩스(Pan Pacific International) 홈페이지 (ppi-hd.co.jp)
11. 마쓰모토키요시(Matsumotokiyoshi) 홈페이지 (matsukiyo.co.jp)
12. 선드러그(Sundrug) 홈페이지 (sundrug.co.jp)
13. 웰시아(Welcia) 홈페이지 (e-welcia.com)
14. 이세탄(Isetan) 홈페이지 (isetan.com)
15. 프레스엠(Pressm) 홈페이지 (pressm.kr)
16. 추루하(Tsuruha) 홈페이지 (tsuruha.co.jp)
17. 라이브재팬(Live-Japan) 홈페이지 (livejapan.com)
18. 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지 (rakuten.co.jp)
19. 더비체인(Thebchain) 홈페이지 (thebchain.co.kr)
20. 코인프레스(Coinpress) 홈페이지 (coinpress.co.kr)
21. 아마존재팬(Amazon Japan) 홈페이지 (anazon.co.kp)
22. 시밀러웹(Similarweb) 홈페이지 (similarweb.com)
23. 이투데이(Etoday) 홈페이지 (etoday.co.kr)
24. 스타트업투데이(Startuptoday) 홈페이지 (startuptoday.kr)
25. 헤이와도(Heiwado) 홈페이지 (heiwado.jp)
26. 일본 소비자청(CAA) (www.caa.go.jp)
27. 한국 관세청 (www.customs.go.kr)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

28. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS) (www.fas.usda.gov)
29. 정부24 (www.gov.kr)
30. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
31. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
32. 일본 관세청 (www.customs.go.jp)
33. 일본 무역진흥기구(JETRO) (www.jetro.go.jp)
34. 일본 식품화학연구재단(JFCRF) (www.ffcr.or.jp)
35. 일본 투자 및 수입품 진흥기구(MIPRO) (www.mipro.or.jp)
36. 에무비화쿠토리(エムビーファクトリー) 라쿠텐 홈페이지(www.rakuten.co.jp/brmslife)
37. 니치니치세에야쿠카부시키가이샤(ニチニチ製薬株式会社) 홈페이지(www.nichinichi-phar.co.jp)
38. 시도코무스(シードコムス) 홈페이지(www.seedcoms.net)
39. 고루덴타이무(ゴールデンタイム) 홈페이지(celebrite.jp)
40. 사푸리멘토환(サプリメントファン) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.co.jp/supplement-fan)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤조사
발 행 처 : aT 한국농수산식품유통공사
발 행 일 : 2020.02.21.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right Reserved