



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202009-27

품목 | 새싹보리(Barley Grass)

국가 | 일본(Japan)

구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약(Summary)	4
----------------	---

II. 시장규모(Market Size)

1. 일본 새싹보리 시장규모	13
2. 일본 새싹보리 수출입 시장규모	14
3. 일본 새싹보리 소비 시장규모	15

III. 시장트렌드(Market Trend)

1. 일본 새싹 제품, 새싹보리 기반 청즙 다수	23
2. 일본 청즙 이슈, '신제품 출시'·'청즙 왕자'	24
3. 일본 청즙, '케일 혼합'·'로컬 브랜드' 다수	25
4. 일본 청즙 효과·제형, '변비 개선'·'분말 포형'	26

IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 일본 새싹보리 유통구조	28
2. 일본 새싹보리 주요 유통업체	29
3. 일본 새싹보리 B2C 소매채널	31

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 일본 새싹보리 인증 취득	52
2. 일본 새싹보리 사전 절차	54
3. 일본 새싹보리 라벨 심의	58
4. 일본 새싹보리 서류 준비	63
5. 일본 새싹보리 세금 납부	64
6. 일본 새싹보리 검역 심사 절차	65
7. 일본 관련 규제 정보	66

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 매크로바이오틱아시아(Macrobiotic.Asia)	68
Interview ② 일본갈릭(日本ガーリック)	69
Interview ③ 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)	70
Interview ④ 츠루하그룹(ツルハグループ)	72
Interview ⑤ 일본무역진흥기구(Japan External Trade Organization)	74

VII. 시장진출제언(Export Insights) 76

※ 참고문헌	79
--------	----

I . 요약(Summary)

Summary

▶ 수요 분석

		수치	전문가 인터뷰
<p>기타 약초 및 전통 건강보조식품 (약초 및 전통 건강보조식품 시장의 68%)</p>	시장규모	약초 및 전통 건강보조식품: 3.3조 원 기타 약초 및 전통 건강보조식품: 2.2조 원	일본 새싹보리 시장규모 크며 최근 수요 상승세 - 주요 소비자는 노년층이나 최근 젊은 층의 소비 증가 - 일본 브랜드 위주로 시장 내 경쟁 치열함
	<p>대한국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 0.05%)</p>	수입규모	
소비 시장규모		30-50대 여성	
	1인당 월간 건강관리 지출	1만 2,100원	

▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
<p>새싹 제품 특징: 분말, 보리, 야채, 효소, 건강, 매일아침</p> <p>청즙 특징: 국산, 보리, 파우더, 채소, 유산균</p> <p>청즙 구매후기: 건강, 간편, 변비, 포</p>	새싹 제품 특징	보리: 1st / 1,512건 분말: 2nd / 602건	노년층은 100% 새싹보리 분말 제품, 젊은 층은 콜라겐, 유산균, 두유 등과 혼합된 제품 선호 - 스틱, 분말 형태의 제품 인기 높음
	청즙 특징	보리: 1st / 583건 국산: 2nd / 412건	
	청즙 구매후기	건강: 1st / 148건 매일아침: 2nd / 108건	

▶ 유통채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
	비(非) 식료품점	41.5%	오프라인 채널 중 슈퍼마켓, 약국에서 판매 - 온라인 스토어 통한 판매도 다수
	직접판매	22.5%	
	홈쇼핑	13.5%	
	온라인	11.1%	
	기타	11.4%	

▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰	
	인증취득	필수: 필수인증 없음 선택: HALAL, JAS 등	사전 수입식품 등록제도 통해 신속한 수입신고필증 발급 가능 - 일본 식품, 의약품, 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표기식품으로 분류 - A사 제품 특성 고려하여 식품 분류 선택해야	
	사전절차	필수: 필수 등록 요건 없음 선택: 가공식품 사전등록 가능		
	라벨 표기사항	MHLW 건강증진법		
	서류 준비사항	원산지증명서 외 9개 항목		
	세금납부	기본관세율		5%
		협정 세율		3%
		소비세		8% 또는 10%

- ▶Point 01. 일본 새싹보리 시장 큰 편이나 로컬 브랜드 위주로 내수 경쟁 치열한 상황임
- ▶Point 02. 주요 소비층은 노년층이나, 최근 건강에 대한 관심 증가함에 따라 젊은 층의 수요도 상승세
- ▶Point 03. 유산균, 효소, 콜라겐, 단백질 등 다양한 건강성분과 혼합된 제품 다수이며 분말, 스틱 형태에 대한 수요 높음

Market Size

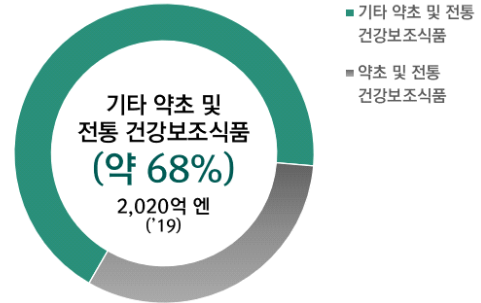
(시장규모)

일본(Japan)

새싹보리 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(새싹보리), 용도(건강보조식품)

- 일본 약초 및 전통 건강보조식품(Herbal/Traditional Dietary Supplements)¹⁾ 시장규모
..... 2,970억 엔('19)
- 일본 기타 약초 및 전통 건강보조식품(Other Herbal/Traditional Dietary Supplements)²⁾ 시장규모
..... **2,020억 엔('19)**

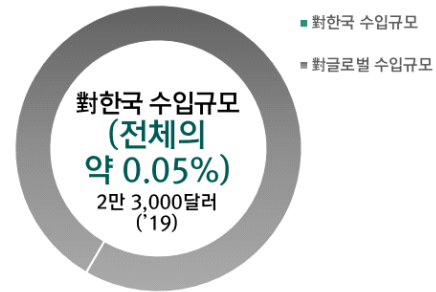


(*) Euromonitor International

새싹보리 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(새싹보리)

- HS 1212.99³⁾ '식용에 적합한 과실의 핵(核)과 그 밖의 식물성 생산품'
일본 對 글로벌 수입규모
..... 5,082만 9,000달러('19)
- HS 1212.99 '식용에 적합한 과실의 핵(核)과 그 밖의 식물성 생산품'
일본 對 한국 수입규모
..... **2만 3,000달러('19)**



(*) International Trade Centre

새싹보리 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '새싹보리'는 새싹을 가공하여 만든 식품임. 이에 다이어트 및 소화개선에 관심이 많은 여성층을 잠재 소비자로 설정하여 그 규모를 확인하기 위해 '일본 성별 및 연령대별 인구 수'를 조사함. 또한, 향후 수출 시 구매력 있는 소비자 규모 파악을 위해 '일본 소득별 인구 분포'를 조사함. 마지막으로, 기존의 일본 건강식품 시장 현황과 잠재 시장규모 파악을 위해 '일본 가구당 월간 건강유지식품 지출 비용'을 조사함

① 일본 연령대별 인구 수('19)	② 일본 소득별 인구 분포('18)	③ 일본 가구당 월간 건강유지식품 지출 비용('20)
10대 1,133만 8,000명(9%)	전체 평균 551만 6,000엔	2015년 1,160엔
20대 1,226만 8,000명(10%)	600만 엔 미만 65.8%	2016년 1,200엔
30대 1,476만 3,000명(12%)	600~700만 엔 7.6%	2017년 1,180엔
40대 1,875만 4,000명(15%)	700~800만 엔 5.9%	2018년 1,220엔
50대 1,622만 3,000명(13%)	800~900만 엔 4.5%	2019년 1,090엔
60대 1,631만 8,000명(13%)	900~1,000만 엔 4.2%	
70대 이상 2,683만 3,000명(21%)	1,000만 엔 초과 12.2%	

(*) 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 일본후생노동성(Ministry of Health, Labour and Welfare), 일본내무부

1) 약초 및 전통 건강보조식품(Herbal/Traditional Dietary Supplements): 식물 또는 전통 재료로 만들어진 식품 및 건강보조식품을 포함함
 2) 기타 약초 및 전통 건강보조식품(Other Herbal/Traditional Dietary Supplements): 단일 재료로 만든 약초 건강보조식품을 포함하며, 국가와 보조식품의 대중성에 따라 적용 범위가 달라짐
 3) HS CODE 1212.99: 조사제품 '새싹보리'는 새싹을 가공하여 만든 식품임. 이에 제품의 원료(새싹보리)를 기준으로 '식용에 적합한 과실의 핵과 그 밖의 식물성 생산품 중 사탕수수과와 치커리 뿌리를 제외한 제품'인 HS CODE 1212.99를 지표로 설정함

Market Trend

(시장트렌드)

일본 (Japan)

새싹보리 소비 실태 분석 결과

일본 '새싹보리' 주요 연관어 분석



일본 '새싹' 온라인 쇼핑물 리스트

연관어	발생량
분말	602
건강	402
효소	378
야채	350
유산균	321
다이어트	313
유기농	308
케일	224
비타민	151
...	
청즙	118

일본 온라인쇼핑물 새싹 1,605건 분석



일본 '청즙' 온라인 쇼핑물 리스트

연관어	발생량
보리	583
국산	412
파우더	384
채소	269
유산균	254
케일	192
다이어트	181
야마모토	140
섬유질	139
...	
고바야시	25

일본 온라인쇼핑물 청즙 1,316건 분석

새싹 특징

분말 **602**건
청즙 **118**건

일본 새싹 제품
분말, 청즙 판매



청즙 이슈

신제품 **35**건
미디어하츠 **23**건

청즙 신제품 출시
다수



청즙 특징

보리 **513**건
국산 **412**건

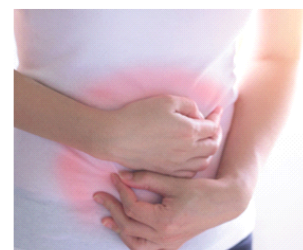
보리 청즙 및
일본 브랜드 다수



청즙 효능 및 제형

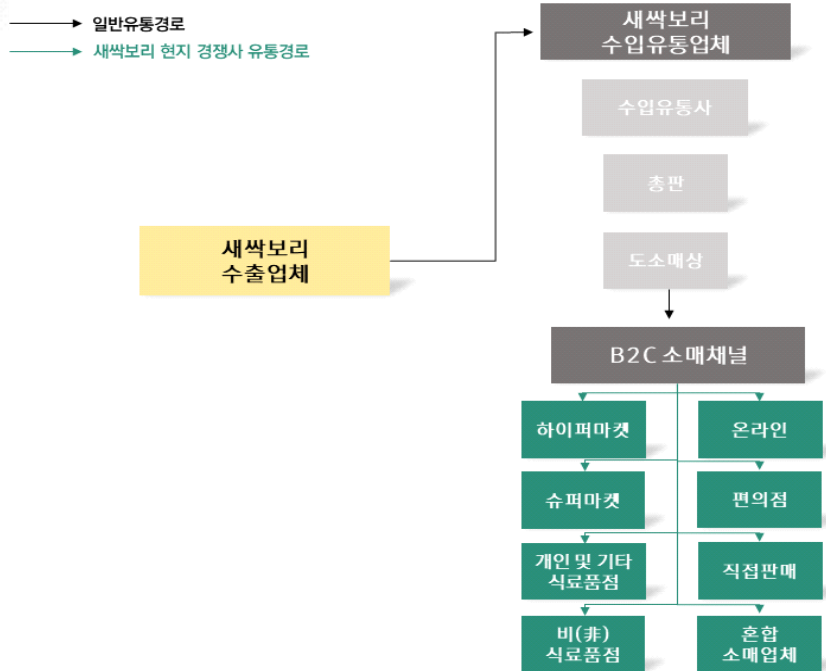
변비 **52**건
포 **22**건

변비 효능 및
포 형태 다수



Distribution Channel

(유통채널)



일본(Japan)

새싹보리 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾⁵⁾	주요 채널 ⁶⁾
B2C 소매 채널	비(非) 식료품점 ⁷⁾	41.5%	마쓰모토키요시(Matsumoto Kiyoshi), 선드러그(Sundrug), 웰시아(Welcia)
	직접판매	22.5%	포데이즈(For Days), 미키상사(三基商事), 암웨이(Amway)
	홈쇼핑	13.5%	주피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 큐브이씨(QVC)
	온라인	11.1%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten)
	혼합 소매업체 ⁸⁾	5.8%	다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠코시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	2.8%	라이프(Life), 이토요카도(Ito-Yokado), 맥스벨류(MaxValu), 마루에츠(Maruetsu)
	편의점 ⁹⁾	2.4%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	개인 및 기타 식료품점 ¹⁰⁾	0.4%	장터, 서울장터, 총각네

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

- 4) 2020년 기준, 일본 내 '약초 및 전통 식품(Herbal/Traditional Products)'의 유통채널 점유율임
- 5) '새싹보리'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '약초 및 전통 식품(Herbal/Traditional Products)'의 정보를 확인함
- 6) 채널 분류에 따른 일본 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨
- 7) 본 보고서에서 비(非) 식료품 전문점은 드러그스토어(H&B), 약국 등을 포괄함
- 8) 본 보고서에서 혼합소매점은 백화점, 할인점을 포괄함
- 9) 본 보고서에서 편의점은 주유소 매점을 포함함
- 10) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트를 포함함

Customs·Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> • 일반가공식품 강제 인증 無 - 식품 수출을 위한 인증 획득 불필요 	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : www.mhlw.go.jp (*) 일본 농림수산물성 - 문의처 : www.maff.go.jp
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 수출 전 사전 심사 불필요 - 가공식품 사전등록 가능 - 사전 AEO 등록 인정 	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : www.mhlw.go.jp
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> • 라벨 표기사항 - 별도 심의 사항 없음 - 일본 식품표기법 규정 준수 	(*) 일본 후생노동성 - 食品表示法(식품표기법) - 문의처 : www.mhlw.go.jp
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> • 일반 서류 • 원산지 증명서 	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> • 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> • 수입신고 - 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청 - 수입신고서(C-5020), 상업송장 등 	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> • HS CODE 1212.99-990 사용 • WTO 협정 세율 적용 : 3% • 소비세 8% or 10% 	(*) 일본 관세청 - 문의처 : www.customs.go.jp
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 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

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Preference and Distribution



- 인터뷰 기업 : 매크로바이오틱아시아
(Macrobiotic.Asia)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Nakajima
(Manager)

일본 내 새싹보리, 분말 형태의 선호도가 가장 높음

새싹보리는 분말, 스틱, 볶은 보리, 농축액 등 다양한 형태로 판매되고 있으며 그 중 분말 제품이 다른 형태에 비해 쉽고 간편하게 마실 수 있기 때문에 소비자 선호도가 높으며 판매량도 가장 높습니다.

오프라인은 슈퍼마켓, 약국 / 온라인은 H&B 스토어로 유통

일본 내 건강기능식품의 경우, 오프라인 채널로는 주로 슈퍼마켓이나 약국에서 판매되고 있으며 온라인으로는 드러그스토어, H&B 스토어, 건강기능식품 전문매장 등의 플랫폼에서 많이 판매되고 있습니다.

Market Size and Trend



- 인터뷰 기업 : 일본갈릭
(日本ガーリック)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Kamata
(Manager)

10년간 일본 내 새싹보리 판매량 약 1.6배 상승

일본에서 새싹보리 제품은 지난 10년간 판매량이 약 1.6배가량 상승했습니다. 기존의 새싹보리 제품과는 다르게 최근에는 형태, 성분, 맛, 기능 면에서 다양한 제품들이 출시되고 있기 때문에 구매 시 선택의 폭이 넓어졌습니다.

최근 건강 성분과 혼합된 새싹보리 제품이 다수 출시

최근 유산균, 효소, 콜라겐, 단백질 등 다양한 건강 성분과 혼합된 새싹보리 제품이 다수 판매되고 있습니다. 채소 섭취가 부족한 소비자들에게 빠르고 간편하게 영양소를 보충해줄 수 있는 제품이 인기가 많고, 마시기에 간편한 제품의 선호도가 높습니다.

Market Trend and Demand



- 인터뷰 기업 : 마쓰모토키요시
(マツモトキョウシ)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Oikawa
(Sales Department)

드링크 형태의 새싹보리 제품의 인기 상승

최근 일본에서는 드링크 형태의 제품이 인기가 높아지고 있습니다. 분말 형태의 제품도 바로 물에 타서 마시기에 간편하지만, 처음부터 종이팩이나 페트병에 드링크 형태로 출시되어 바로 마실 수 있는 제품이 다수 출시되었습니다.

일본 내 새싹보리 시장 경쟁 치열

현재 일본에서는 다양한 형태의 일본산 새싹보리 제품이 다수 판매되고 있습니다. 시장 내 경쟁이 치열하다 보니 바이어들은 굳이 새로운 제품을 취급하려 하지 않을 것이며 소비자들도 익숙한 제품을 구매할 가능성이 높습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Preference and Customer

ツルハグループ

- 인터뷰 기업 : 츠루하그룹
(ツルハグループ)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Kisaki
(Sales Department)

집에서는 분말/분포, 야외에서는 스틱 형태를 선호

주로 집에서 마시는 소비자들은 분말이나 분포형태를 선호하는 데 반해 학교나 직장 등 야외에서 섭취하는 소비자들은 바로 뜯어 물에 섞기에 편리한 스틱 형태가 인기 있습니다.

주요 소비자는 젊은 여성 소비자이며

노인층은 100% 제품, 젊은 층은 혼합 제품을 선호

새싹보리는 건강 및 미용에 관심이 있는 젊은 여성층들이 주로 구매하고 있습니다. 새싹보리 100% 제품을 선호하는 소비자들은 주로 노인층이며 젊은 층들은 유산균, 채소, 두유, 현미 등이 함유된 혼합 제품을 선호합니다.

Market Barrier and Regulation

JETRO

Japan External Trade Organization

- 인터뷰 기업 : 일본무역진흥기구
(Japan External
Trade Organization)
- 인터뷰 담당자 : Mr. Tanaka
(Consultant)

사전 수입식품 등록제도 참고 필요

일본은 식품안전기준을 준수하는 수입 식품을 사전에 등록하여 해당 품목의 통관 시 별도의 검사 없이 신속하게 수입신고필증을 발급하는 제도인 사전 수입식품 등록제도를 시행하고 있습니다. 이를 참고하여 사전등록을 진행한다면 이후 통관 업무에 도움이 될 것입니다.

라벨링 스티커 부착 허용

제품 위에 일본어 라벨링 스티커 부착도 허용합니다. 단, 기존 포장에 명시되어있는 제품명, 원재료명, 유통기한, 제조일자 등을 가리지 않아야 합니다.

II. 시장규모(Market Size)

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

1. 일본 새싹보리 시장규모

일본 국가 일반 정보¹³⁾

면적	37.8만 km ²
인구	1억 2,626만 명
GDP	5조 818억 달러
GDP (1인당)	4만 274달러

조사 시장: 조사제품 ‘새싹보리’는 새싹을 원료로 만들어졌으며, 건강을 고려하는 소비자가 섭취하는 제품임. 이에 제품의 원료(새싹보리), 용도(건강보조식품)를 바탕으로 ‘기타 약초 및 전통 건강보조식품’과 상위 시장인 ‘약초 및 전통 건강보조식품’의 시장규모를 조사함

▶ 2015-2019년, 일본 ‘약초 및 전통 건강보조식품’ 시장규모, 연평균성장률 1%

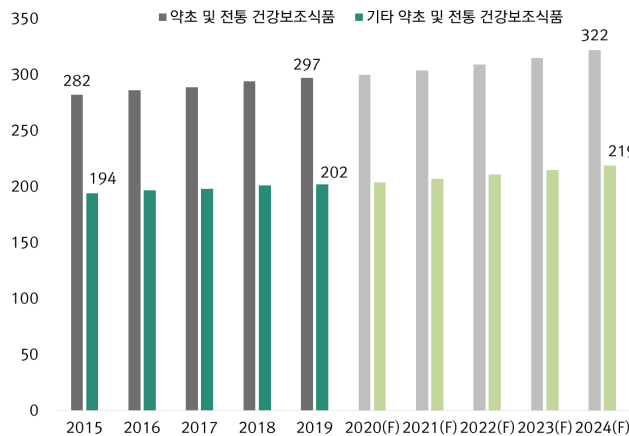
지난 5년(2015-2019년)간 일본의 ‘약초 및 전통 건강보조식품’ 시장규모는 연평균 1% 증가하여 2019년 2,970억 엔을 기록함. 동기간 ‘기타 약초 및 전통 건강보조식품’ 시장규모는 연평균 1% 증가하여 2019년 2,020억 엔을 기록함

▶ 2020-2024년, 일본 ‘기타 약초 및 전통 건강보조식품’ 시장규모, 연평균성장률 2%

향후 5년(2020-2024년)간 일본의 ‘약초 및 전통 건강보조식품’ 시장규모는 연평균 2% 증가하여 2024년에는 3,220억 엔을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 ‘기타 약초 및 전통 건강보조식품’ 시장규모는 연평균 2% 증가하여 2024년 2,190억 엔을 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] ‘약초 및 전통 건강보조식품’, ‘기타 약초 및 전통 건강보조식품’ 시장규모¹¹⁾¹²⁾

단위 : 십억 엔



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
상위 품목 약초 및 전통 건강보조식품	282 (3.1조 원)	286 (3.2조 원)	289 (3.2조 원)	294 (3.3조 원)	297 (3.3조 원)	1%
해당 품목 기타 약초 및 전통 건강보조식품	194 (2.2조 원)	197 (2.2조 원)	198 (2.2조 원)	201 (2.2조 원)	202 (2.2조 원)	1%
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR ('20-'24)
상위 품목 약초 및 전통 건강보조식품	300 (3.3조 원)	304 (3.4조 원)	309 (3.4조 원)	315 (3.5조 원)	322 (3.6조 원)	2%
해당 품목 기타 약초 및 전통 건강보조식품	204 (2.3조 원)	207 (2.3조 원)	211 (2.3조 원)	215 (2.4조 원)	219 (2.4조 원)	2%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

11) 100엔=1,112.06원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

13) 외교부(www.mofa.go.kr), 2020

2. 일본 새싹보리 수출입 시장규모

HS CODE 1212.99: 조사제품 ‘새싹보리’는 새싹을 가공하여 만든 식품임. 이에 제품의 원료(새싹보리)를 기준으로 ‘식용에 적합한 과실의 핵과 그 밖의 식물성 생식품 중 사탕수수와 치커리 뿌리를 제외한 제품’인 HS CODE 1212.99를 지표로 설정함

2019년 일본 수입액 상위 5개국
(단위 : 천 달러)

순위	국가명	수입액
1	중국	22,909
2	남아공	19,241
3	태국	1,468
4	미얀마	1,159
5	뉴질랜드	870

자료 : International Trade Center

▶ 2015-2019년, 일본 對글로벌 수입액 연평균 2% 감소세

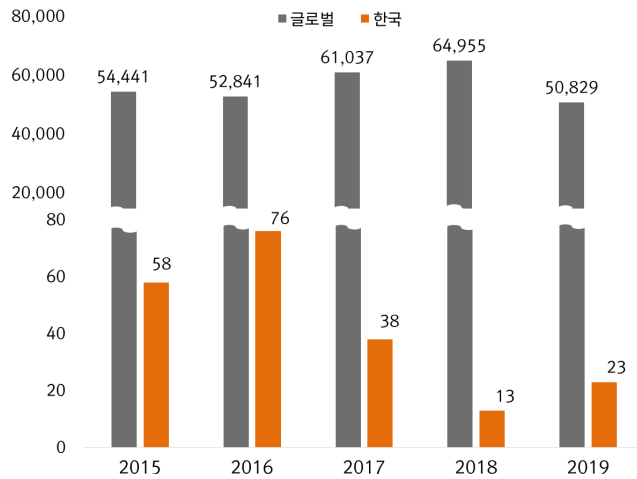
일본 HS CODE 1212.99 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 2%의 감소세를 보이며 2019년 5,082만 9,000달러를 기록함. 특히 2019년에 전년 대비 22%로 가장 가파른 감소세를 보였음. 일본 HS CODE 1212.99 품목의 수입상대국 1위는 중국이며 2019년 기준 2,290만 9,000달러(약 269억 원)를 기록하여 전체 수입액의 약 45%를 차지함

▶ 2015-2019년, 일본 對한국 수입액 연평균 21% 하락

일본 HS CODE 1212.99 품목 對한국 수입은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 21%의 하락세를 보이며 2019년 2만 3,000달러를 기록함. 이는 對글로벌 수입액의 0.05%에 해당하며, 수입국 중 34위를 기록함. 2017년에 전년 대비 50% 감소하여 가장 가파른 하락세를 보였음

[표 2.2] 일본 HS CODE 1212.99 수입 규모¹⁴⁾¹⁵⁾

단위 : 천 달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
일본 對글로벌 수입액	54,441 (639억 원)	52,841 (620억 원)	61,037 (716억 원)	64,955 (762억 원)	50,829 (596억 원)	-2%
일본 對한국 수입액	58 (6,806만 원)	76 (8,919만 원)	38 (4,459만 원)	13 (1,526만 원)	23 (2,699만 원)	-21%

자료 : ITC HS CODE 1212.99 기준

14) 1달러=1,173.50원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 일본 새싹보리 소비 시장규모

1) 일본 성별 및 연령대별 인구 수

조사제품 '새싹보리'는 새싹을 가공하여 만든 건강보조식품임. 이에 다이어트 및 소화개선에 관심이 많은 여성층을 잠재 소비자로 설정하여 그 규모를 확인하기 위해 '일본 성별 및 연령대별 인구 수'를 조사함

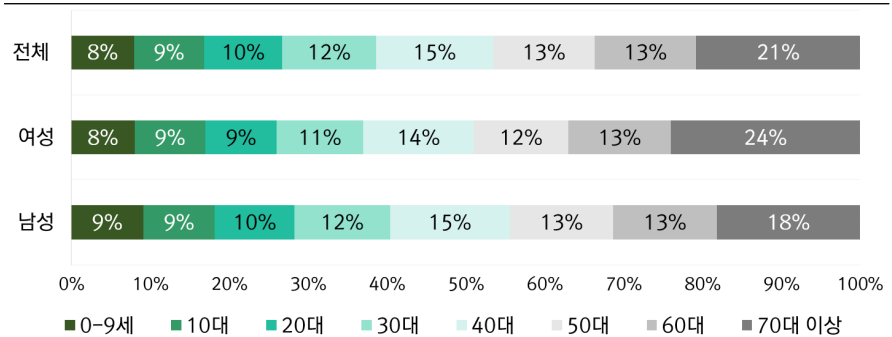
▶ 2019년, 일본 30-50대 여성인구 2,449만 2,000명

유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)에 따르면, 2019년 일본 총 인구수는 1억 2,686만 명이며, 그 중 여성 인구는 6,491만 명으로 확인됨. 일본은 초고령 사회로 청년 및 유소년보다 노인 인구가 많은 특징을 보임. 특히 새싹보리의 주 소비계층이 될 수 있는 30-50대 여성은 2,449만 2,000명으로, 전체 여성 인구의 약 37%를 차지함

유로모니터(Euromonitor)¹⁶⁾에 따르면, 최근 일본 내 캠프(Kampo)와 같은 새로운 건강음료식품 브랜드들이 전통적이면서도 자연주의적인 음료 제조 방식을 통해 젊은 여성 고객을 타깃으로 접근하고 있어 장차 그 성장세가 예상됨

[표 2.3] 2019년 일본 성별 및 연령대별 인구 수¹⁷⁾

단위 : 퍼센트



연령대	전체(천 명)	비율(%) ¹⁸⁾	남성(천 명)	비율(%)	여성(천 명)	비율(%)
0-9세	10,363	8	5,321	9	5,043	8
10대	11,338	9	5,819	9	5,519	9
20대	12,268	10	6,288	10	5,980	9
30대	14,763	12	7,547	12	7,216	11
40대	18,754	15	9,534	15	9,220	14
50대	16,223	13	8,166	13	8,057	12
60대	16,318	13	8,032	13	8,286	13
70대 이상	26,833	21	11,243	18	15,590	24

자료 : 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)

16) 유로모니터(Euromonitor), 「Herbal/Traditional Products in Japan」, 2020

17) 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019

18) 비율(%)은 1의 자리에서 반올림한 값임

2) 일본 소득별 인구 분포

조사 제품 ‘새싹보리’는 새싹을 가공하여 만든 프리미엄 건강보조식품임. 이에 향후 수출 시 구매력 있는 소비자 규모 파악을 위해 ‘일본 소득별 인구 분포’를 조사함

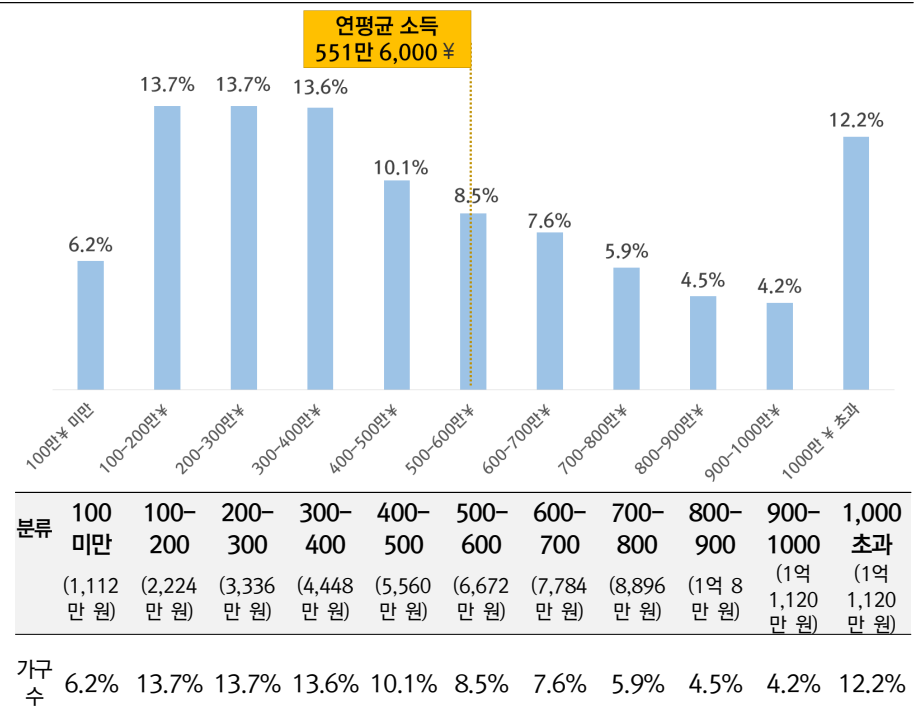
▶ 2018년, 일본 연평균 소득 551만 6,000엔

일본후생노동성(Ministry of Health, Labour and Welfare)에 따르면, 2018년 일본의 전체 가구 수는 약 5,099만 가구로 확인되며 평균 소득액은 551만 6,000엔(약 6,134만 원)으로 나타남. 가장 많은 가구가 ‘100-200만 엔’과 ‘300-400만 엔’ 소득 구간에 분포함. 연평균 소득이 위치한 ‘500-600만 엔’ 소득 구간에는 전체 가구의 8.5%, 해당 소득 이상 구간에는 전체 가구의 34.4%가 분포하는 것으로 확인됨

2018년 가구 인원 1인당 연평균 소득은 50-59세가 285만 3,000엔(약 3,173만 원)으로 가장 높고, 30-39세가 179만 6,000엔(약 1,997만 원)으로 가장 낮은 것으로 확인됨¹⁹⁾

[표 2.4] 2018년 일본 소득별 인구 분포²⁰⁾

단위 : 만 엔



자료 : 일본후생노동성(Ministry of Health, Labour and Welfare)

19) 일본후생노동성(Ministry of Health, Labour and Welfare), 「National Livelihood Survey 2018.」, 2018

20) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3) 일본 가구당 월간 건강유지식품 지출 비용

조사제품 ‘새싹보리’는 새싹을 가공하여 만든 건강보조식품임. 이에 기존의 일본 건강식품 시장 현황과 잠재 시장규모 파악을 위해 ‘일본 가구당 월간 건강유지식품 지출 비용’을 조사함

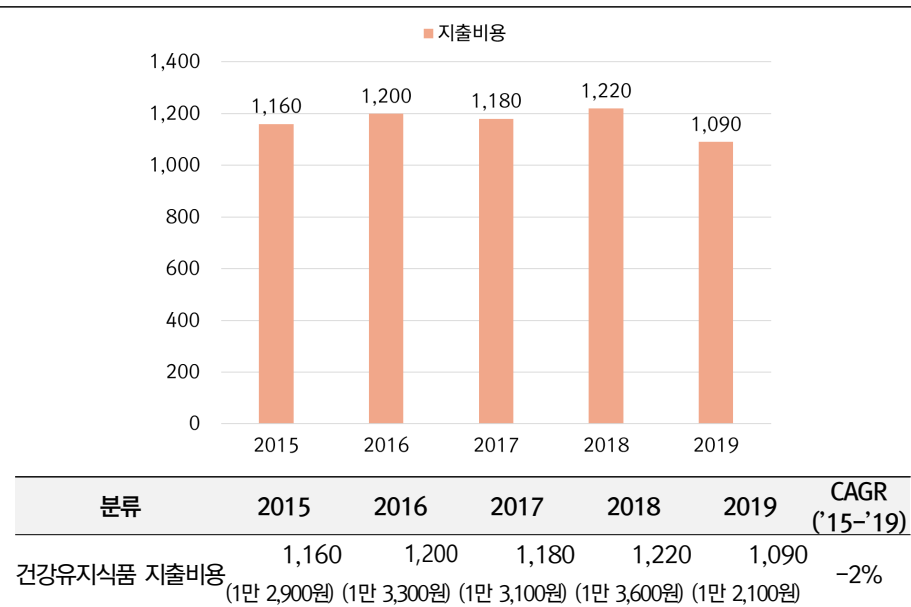
▶ 2019년, 일본 가구당 월간 건강유지식품 지출비용 1,090엔

일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications)²¹⁾에 따르면, 지난 5년간(2015-2019년) 일본 가구당 월간 건강유지식품 지출비용은 연평균 2%의 감소세를 보이며 2019년 1,090엔을 기록함

뉴트라인그레디언츠(NutraIngredients)²²⁾에 따르면, 2015년 이후 FFC(Foods with Functional Claims) 시스템의 도입으로 인해 규제가 완화되어 기업의 더 많은 건강유지식품 혁신이 가능해졌음. 폴리페놀이 함유된 블랙 우롱차, 내장 지방을 줄이는 식초 음료, 글루코사민이 함유된 로열젤리, 콜라겐 미용 음료 등 다양한 기능성 건강유지식품이 주목을 받고 있음. 유로모니터(Euromonitor)²³⁾에 따르면, 자가 치료와 자기 돌봄에 대한 인식이 확산되면서 질병예방용 건강보조식품 섭취 트렌드가 확산되어 2020년 인삼과 긴코 비로바(Ginko Biloba, 은행나무 추출물) 관련 식품이 큰 성장을 보임

[표 2.5] 2015-2019년 일본 가구당 월간 건강유지식품 지출비용²⁴⁾

단위 : 엔



자료 : 일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications)

21) 일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications), 「Family income and expenditure survey」, 2020
 22) 뉴트라인그레디언츠(NutraIngredients), 「Suntory reveals top five functional beverage trends shaping Japan's market」, 2019
 23) 유로모니터(Euromonitor), 「Herbal/Traditional Products in Japan」, 2020
 24) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 일본 새싹 제품, 새싹보리 기반 청즙 다수
2. 일본 청즙 이슈, '신제품 출시'·'청즙 왕자'
3. 일본 청즙, '케일 혼합'·'로컬 브랜드' 다수
4. 일본 청즙 효과·제형, '변비 개선'·'분말 포형'

데이터 분석 프로세스

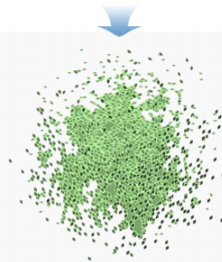
○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원



(일본 매체 12개)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집
19,910건

① 일본 새싹보리/청즙 관련 기사 데이터 수집(*)

◦ 수집원 : 일본 온라인 쇼핑몰, 언론매체, 커뮤니티

② 일본 새싹보리/청즙 관련 소비자 데이터 수집(**)

◦ 수집원 : Rakuten(www.rakuten.co.jp)

Amazon(www.amazon.co.jp)

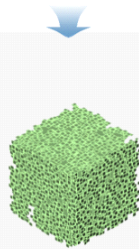
The Japan Times(www.japantimes.co.jp)

데이터 분류 키워드집



(새싹보리 연관 키워드집)

새싹보리/청즙
(검색어)



데이터 정제
3,321건

① 수집 데이터 정의

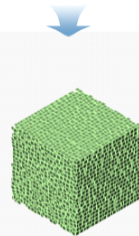
◦ 수집 키워드 : 새싹보리(麦芽), 청즙(青汁)

② 수집 데이터 정제

◦ 정제 데이터 추출 : 새싹보리, 청즙 관련 데이터 3,321건 추출

데이터 분석 (연관어 분석)

연관어 분석
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석
일본 새싹보리, 청즙
소비 실태 분석

① 데이터 분석 배경 및 목적

◦ 일본 새싹보리, 청즙 소비 실태 분석

② 데이터 분석 기법 선정

◦ 키워드 분석

◦ 새싹보리, 청즙 관련 키워드집 구축(**)

◦ 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(***)

③ 데이터 분석 값 도출 및 검증

◦ 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

●

데이터 수집 기준

데이터 수집	
수집 기간	18.01 - 20.09
수집 데이터	19,910건
데이터 정제	
정제 키워드	새싹보리(ウコ`ン) 청즙(青汁)
정제 데이터	3,321건

○ 데이터 수집

- 일본 새싹보리 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 일본 언론 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Rakuten	www.rakuten.co.jp	온라인쇼핑몰
02	Amazon	www.amazon.co.jp	온라인쇼핑몰
03	Qoo10	www.qoo10.co.jp	온라인쇼핑몰
04	The Japan Times	www.japantimes.co.jp	뉴스매체
05	Blippo	www.blippo.com	뉴스매체
06	Matsukiyo	www.matsukiyo.co.jp	뉴스매체
07	Peachy	news.livedoor.com	뉴스매체
08	Oggi	oggi.jp	뉴스매체
09	Gurutabi.ganvi	gurutabi.gnavi.co.jp	뉴스매체
10	The Sankei News	www.sankei.com	뉴스매체
11	HugKum	hugkum.sho.jp	뉴스매체
12	GQJapan	www.gqjapan.jp	뉴스매체

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 새싹보리 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 일본 새싹보리 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰
새싹보리 특징

현지 온라인 쇼핑몰
청즙 특징

현지 뉴스매체
청즙 이슈

키워드 ①	다이어트	키워드 ①	보리	키워드 ①	신제품 출시
키워드 ②	미용	키워드 ②	케일	키워드 ②	청즙왕자 신화
키워드 ③	유기농	키워드 ③	파우더	키워드 ③	통신판매
키워드 ④	청즙	키워드 ④	변비해소	키워드 ④	SNS 가짜 청즙

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 새싹보리 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 일본 새싹보리 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	일본어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	새싹보리	새싹	若葉	0	0
			건강	健康	0	0
다이어트	ダイエット		0	0		
발효	発酵			0		
태반	胎盤			0		
음료	ドリンク			0		
미용	美容			0		
심황	ブラセンタ			0		
바디	ウコン			0		
콩	大豆			0		
콜라겐	コラーゲン			0		
프리미엄	プレミアム			0		
청즙	시장 사전 조사 결과 기반 수립		청즙(아오지루)	青汁(あおじる)	0	0
			보리	大麦	0	0
		국산	国産		0	
		분말	粉末		0	
		야채	野菜		0	
		유산균	乳酸菌		0	
		케일	ケール		0	
		다이어트	ダイエット	0	0	
		야마모토	山本		0	
		섬유	繊維		0	
		과일	フルーツ		0	
		유기	有機		0	
		비타민	ビタミン		0	
파우더	パウダー	0	0			

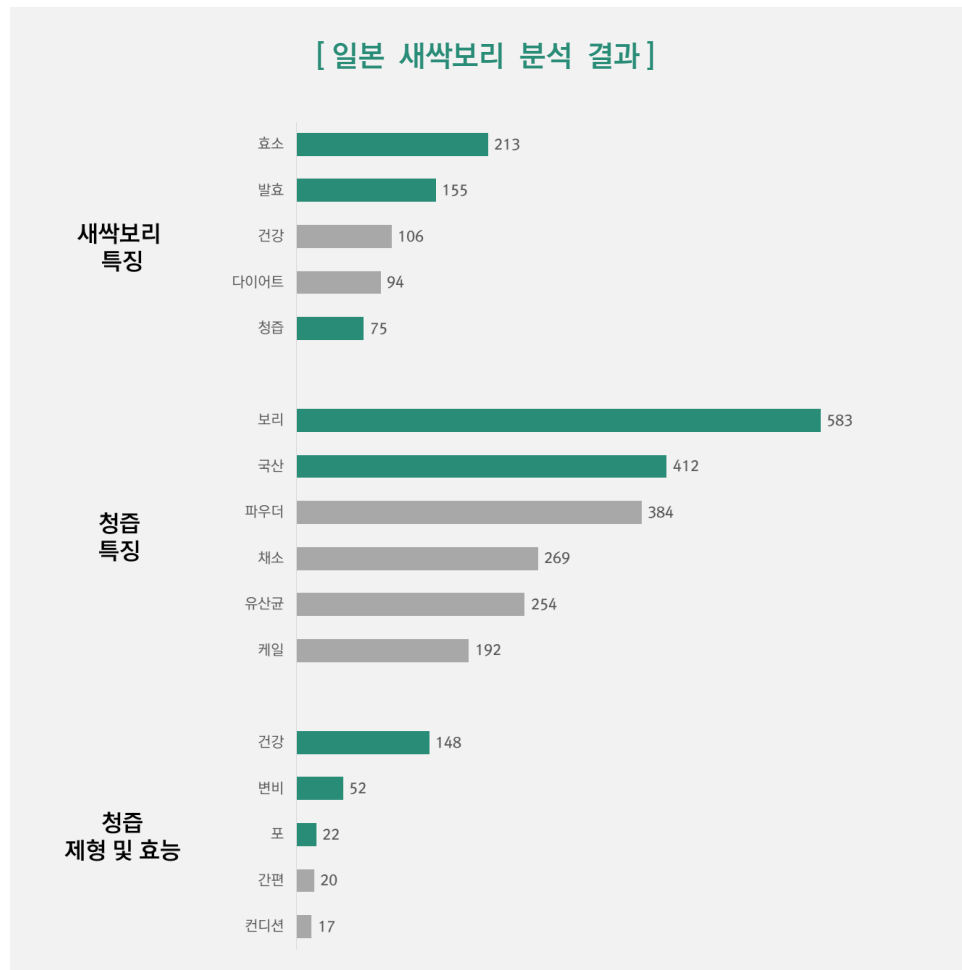
빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 일본 소비자의 새싹보리 소비 실태 분석
- ① 일본 인기 새싹 제품 유형 및 특징
- ② 일본 새싹보리(청즙) 관련 이슈 및 트렌드
- ③ 일본 새싹보리(청즙) 종류 및 경쟁 브랜드
- ④ 일본 새싹보리(청즙) 주요 효능 및 제형

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석
- ① 온라인 쇼핑몰 ‘새싹보리·밀짚’ 키워드 분석
- ② 뉴스매체 ‘청즙(새싹보리)’ 키워드 분석
- ③ 온라인 쇼핑몰 ‘청즙(새싹보리)’ 키워드 분석
- ④ 온라인 구매후기 ‘청즙(새싹보리)’ 키워드 분석



1. 일본 새싹 제품, 새싹보리 기반 청즙 다수

▶ 일본 분말 형태 다수 판매... 청즙 판매도 많은 편

일본 온라인쇼핑몰에서 많이 판매되고 있는 새싹 제품들을 분석한 결과, 새싹을 갈아 만든 분말 형태의 제품이 다수임. 또한, 새싹보리를 원료로 하는 청즙 제품이 대다수이며, 남성·여성·어린이·노년층 등 전 연령대를 대상으로 판매되고 있음. 케일·빵나무·모링가 등의 식물성 소재와 혼합된 청즙 제품도 확인됨. 새싹보리 원료 제품보다는 그 수가 적으나 밀싹을 재료로 하는 새싹 가공식품도 확인됨

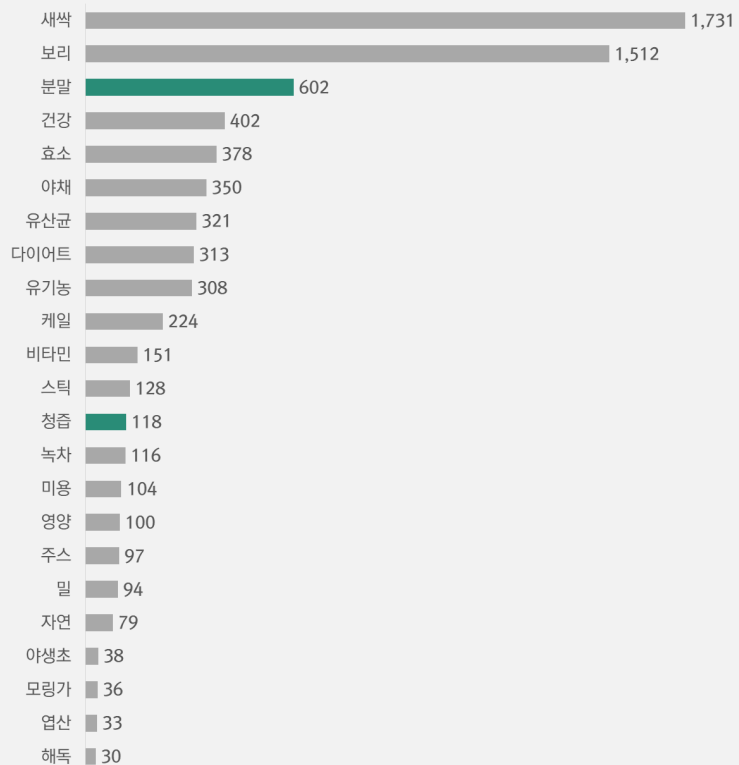
▶ 일본 새싹 제품, 다이어트·미용 용도로 다수 판매

새싹 제품들은 건강·미용 기능을 강조하며, 효모·효소 등의 발효 원료를 내세워 다이어트에 효능이 있음을 강조하거나 해독 효과가 있는 원료와 혼합하여 이너뷰티 키워드로 제품을 홍보하기도 함

▶ 일본 새싹보리 특징

① 분말 형태 다수 ② 다이어트·미용 기능 강조

[표 3.4] 일본 온라인쇼핑몰, '새싹' 특징



자료 : 일본 온라인쇼핑몰 '새싹' 1,605건 분석

2. 일본 청즙 이슈, ‘신제품 출시’·‘청즙 왕자’

▶ 일본 식음료 기업, 청즙 신제품 출시에 나서

일본에서 청즙 수요가 증가함에 따라 청즙을 신제품으로 내세우는 기업들이 늘어나고 있음. 아쿠르트는 2020년 3월 어린이들을 타겟으로 한 청즙 제품을 출시함. 어린이들의 권장 섭취량인 일일 300g의 야채 섭취를 도우며 칼슘·철분 등이 풍부하다는 장점을 갖추고 있음.²⁵⁾ 통신판매업체인 큐사이 주식회사 역시 새로운 판로개척을 위해 소매점을 타겟으로 한 ‘큐사이 청즙 식탁’ 시리즈를 발표함²⁶⁾

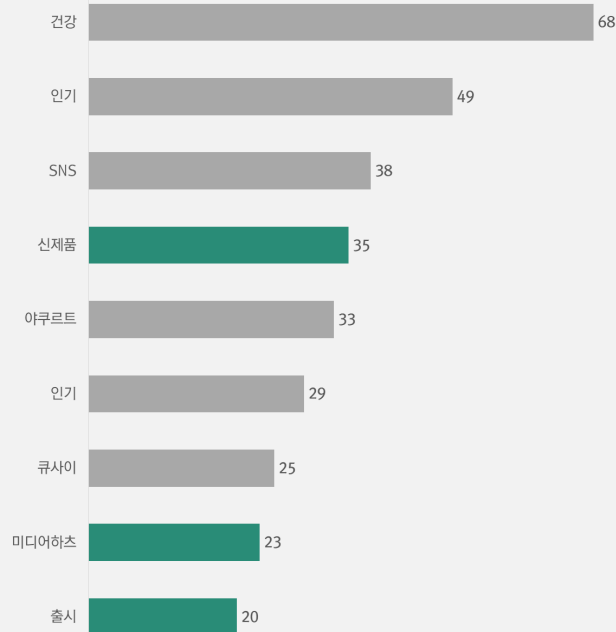
▶ ‘청즙 왕자’ 일본 미사키 유우타, 청즙 판매 신화로 주목

일본에는 청즙 판매 신화로 ‘청즙 왕자’라 불리었던 미사키 유우타가 널리 알려져 있음. 그는 18세에 주식회사 미디어 하츠를 설립했으며 2017년에 ‘깔끔한 과일 청즙’으로 1억 3,000만개의 누적 판매를 달성해 일본 청년 기업인으로 입지를 굳히고 있음²⁷⁾

▶ 일본 청즙 이슈

① 청즙 신제품 다수 진출 ② 청즙 왕자 신화

[표 3.5] 일본 뉴스매체 청즙 키워드



자료 : 일본 뉴스매체 청즙 119건 분석(18.01-20.10)

25) PR Times, 「青汁なのに!?子どもが大好き!いちご風味!素材にもこだわった青汁「ヤクルトのおいしく栄養!こども青汁」, 2020.03.10

26) PR Times, 「キューサイ青汁のある食卓」第2弾!キューサイ初!小売店向けの青汁登場-, 2020.02.03

27) 닛칸 스파(Nikkan Spa), 「青汁王子・三崎優太100人に100万円-」, 2020.09.07

3. 일본 청즙, ‘케일 혼합’·‘로컬 브랜드’ 다수

▶ 일본 청즙, 케일 등 야채·채소와 혼합된 제품 다수

일본 온라인 쇼핑몰에서 유통되는 청즙 제품 중에는 보리를 원료로 한 제품이 가장 많았으며, 그 다음으로 케일·야채·과일 등이 언급됨. 특히 케일과 새싹보리를 혼합하여 만들어진 제품도 많은 편임. 미용 콘셉트를 강조하는 경우 콜라겐과 혼합한 음료 형태의 제품을 출시하는 경우도 많은 것으로 확인됨. 이외에도 섬유질·비타민·미네랄·칼슘 등의 성분을 강조함

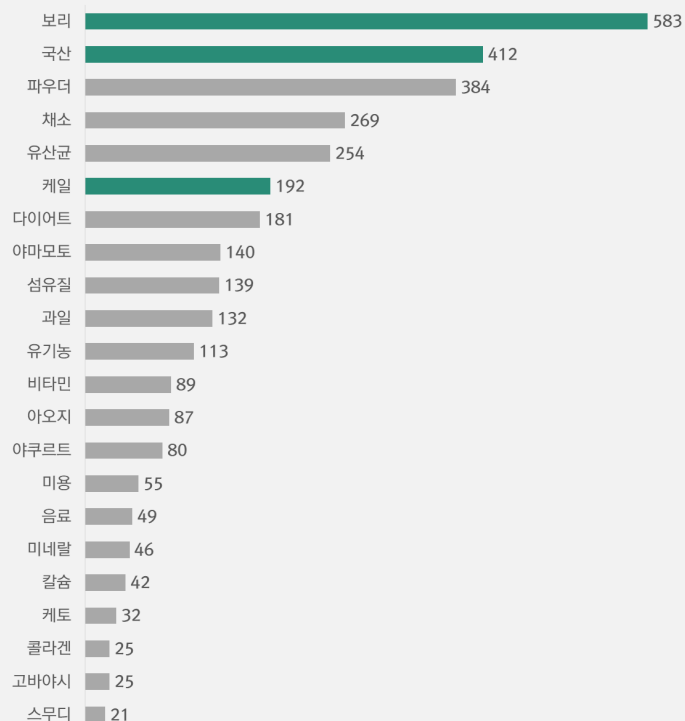
▶ 일본 청즙 브랜드, 로컬브랜드 다수로 한국 기업 사례 아직 없어

일본 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 청즙 브랜드의 경우 대다수가 로컬 일본 브랜드에 의존하고 있으며 한국 기업이 청즙으로 진출한 경우는 확인할 수가 없었음. 야마모토한방제약(Yamamoto), 야쿠르트(Yakult), 고바야시제약(Kobayashi) 등이 청즙 제품을 판매하는 대표적인 브랜드로 건강기능식품 제조기업이 다수 진출해 있음

▶ 일본 청즙 특징

① 청즙 - 케일, 보리 다수 ② 브랜드 - 일본 브랜드 다수

[표 3.6] 일본 온라인쇼핑몰, ‘청즙’ 분석



자료 : 일본 온라인쇼핑몰 ‘청즙’ 1,316건 분석

4. 일본 청즙 효과·제형, ‘변비 개선’·‘분말 포형’

▶ 일본 청즙 효과, ‘변비 개선’ 언급 다수

일본 청즙을 구매한 소비자들의 후기를 분석한 결과, 변비가 개선되었다라고 언급한 소비자들의 후기가 가장 많았음. 청즙을 마신 후 변비가 빠른 시간 내에 많이 개선되었다는 후기가 확인되었으며 이에 만족한 소비자들이 가족 및 친구들에게 효과를 전달함. ‘컨디션 유지’, ‘영양 섭취’, ‘식사 대용’ 등이 이 외의 후기로서 많이 언급됨

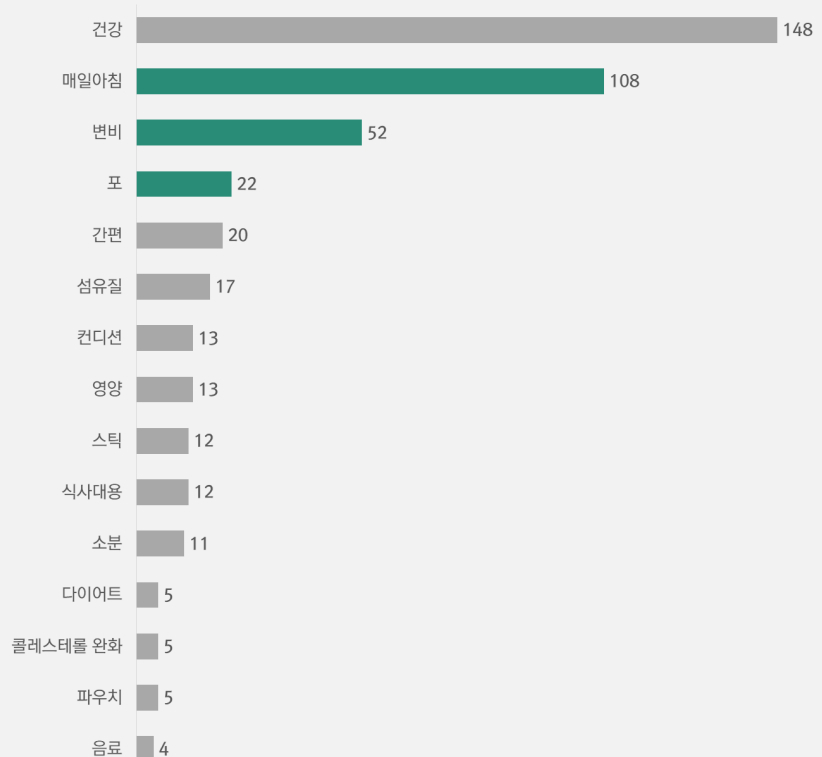
▶ 일본 청즙 효과, ‘소포장 분말 포형’ 선호

일본 청즙을 구매한 소비자들은 대부분 소포장 분말의 포 형태를 선호하는 것으로 드러남. 일본 소비자들은 대개 아침에 정기적으로 청즙을 섭취하고 있으며 섭취하거나 들고 다니는 데에 있어 편리한 소량 날개 포장 형태를 선호하는 것으로 확인됨

▶ 일본 청즙 효능·제형

① 효능 - 변비 제거 ② 제형 - 포

[표 3.7] 일본 온라인쇼핑몰 구매후기 분석



자료 : 일본 온라인쇼핑몰 구매후기 ‘청즙’ 1,076건 분석

IV. 유통채널(Distribution Channel)

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

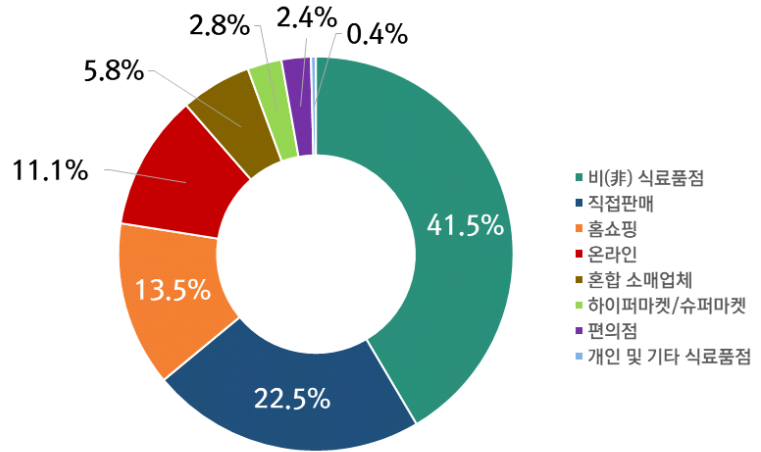
1. 일본 새싹보리 유통구조

품목 구분 및 분류

품목	새싹보리
구분	기타 약초 및 전통 건강보조식품
범주	약초 및 전통 식품 (Herbal/ Traditional Products)

▶ 일본 새싹보리 주요 채널
'비(非) 식료품점(41.5%), 직접판매(22.5%)'

[표 4.1] 일본 새싹보리 진출 가능 유통채널 별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 일본 새싹보리 유통채널 현황

채널 유형	새싹보리 진출 가능 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	비(非) 식료품점	41.5%	마쓰모토키요시(Matsumoto Kiyoshi), 선드러그(Sundrug), 웰시아(Welcia)
	직접판매	22.5%	포데이즈(For Days), 미키상사(三基商事), 암웨이(Amway)
	홈쇼핑	13.5%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 큐브이씨(QVC)
	온라인	11.1%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten)
	혼합 소매업체	5.8%	다카시마야(Takashimaya), 다이마루(Daimaru), 미츠크시(Mitsukoshi), 이세탄(Isetan)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	2.8%	라이프(Life), 이토요카도(Ito-Yokado), 맥스벨류(MaxValu), 마루에츠(Maruetsu)
	편의점	2.4%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	개인 및 기타 식료품점	0.4%	장터, 서울장터, 총각네

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

2. 일본 새싹보리 주요 유통업체

- ▶ 비(非) 식료품 전문점, 직접판매가 대표적
- ▶ 추가로 유기농매장에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함함

[표 4.3] 일본 새싹보리 취급 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁸⁾ 29), 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	돈키호테 (Donquijote)	드러그스토어	약 1조 3,289억 엔 (약 14조 778억 원)	킨노아오지루 (金の青汁), 호코토(Hokto), 오토쿠요(お徳用)	0
2	선드러그 (サンドラッグ)	드러그스토어	약 55억 9,000달러 (약 6조 5,598억 원)	수파고르도 (スーパーゴールド) 아사히(Asahi), 킨노아오지루 (金の青汁),	0
3	웰시아 (Welcia)	드러그스토어	약 7,791억 4,800만 엔 (약 8조 6,645억 원)	오토쿠요(お徳用), 아사히(Asahi), 킨노아오지루 (金の青汁)	0
4	포데이즈 (For Days)	직접판매	약 424억 엔 (약 4,715억 1,344만 원)	포데이즈 (For Days)	0
5	미키상사 (三基商事)	직접판매	약 4억 9,800만 달러 (약 5,844억 300만 원)	미키(ミキグ)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

28) 1달러=1,173.50원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

29) 100엔=1,112.06원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	라쿠텐 (Rakuten)	온라인	약 1조 402억 엔 (약 11조 5,676억 원)	비엔오(BNO), 야마모토(山本漢方), 오토쿠요(お徳用)	0
7	라이프 (ライフ)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 7,146억 8,300만 엔 (약 7조 9,477억 원)	고쿠상(国産), 킨노아오지루 (金の青汁)	0
8	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 11조 9,996억 엔 (약 133조 1,651억 원)	세븐프리미아무 (セブンプレミアム)	0
9	장터	한인마트	매장 수('20): 1개	C사	0
10	더가든 (The Garden)	유기농매장	매장 수('20): 48개	후지오쿠신 (富士食品)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 일본 새싹보리 B2C 소매채널

1) 드러그스토어



① 돈키호테(Donquijote)

기업 기본 정보	기업명	돈키호테(Donquijote)	
	홈페이지	www.donki-global.com	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('19)	약 1조 3,289억 엔 ³⁰⁾ (약 14조 778억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('19): 약 653개 직원 수('19): 약 1만 3,500명 	
	<ul style="list-style-type: none"> 1980년 설립 저가전략을 전개하는 일본 최대 디스카운트 스토어 돈키호테, 메가돈키호테(MEGA Donquijote), 돈키호테UNY(Donquijote UNY) 형태로 매장 운영 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> 2020년 WPP와 칸타르(Kantar)가 선정한 '2021년 가장 가치있는 일본 기업 Top 50'으로 선정 2020년 모기업 팬퍼시픽인터내셔널(Pan Pacific International)이 역대 최고 매출 달성 		
유사제품 정보		제품명	킨노아오지루 오므기와카바 (金の青汁金大麦若葉)
		종류	새싹보리파우더
		용량	138g
		원산지	일본

자료: 돈키호테(Donquijote), 돈키호테홀딩스(PPI-HD), 피알뉴스와이어(PR Newswire), 재팬타임즈(Japan Times)

사진 자료: 돈키호테(Donquijote), 옐프(Yelp), 라이프넷슈퍼(Life-netsuper)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 소스류, 면류, 다이어트식품, 건강보조식품, 차(茶)류 등 - 일반: 가전제품, 잡화류, 패션용품, 스포츠레저용품, 화장품, 의류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 종류의 상품 취급 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 다음 웹주소에 양식대로 정보 기입 후 문의 제출 (global.ppihgroup.com/?id=5) • 이메일 또는 유선 연락으로 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 & 주류 MD에게 입점 문의 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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) 	
<p>벤더 리스트</p>	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 수량, 거리에 관계없이 물품 매입 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 담당자: 식품 & 주류 MD - 이메일: tabemono@donki.co.jp - 전화번호: +81-(0)42-540-6731 	

자료: 돈키호테(Donquijote), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 선드러그(サンドラッグ)

기업 기본 정보	기업명	선드러그(サンドラッグ)		
	홈페이지	www.sundrug.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액(*20)	약 55억 9,000달러 (약 6조 5,598억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수(*19): 약 700개 • 직원 수(*19): 약 6,882명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1965년 설립 • 일반 식품에 대해서 저가전략 전개 • 교외 지역 및 역 앞에 주로 위치 • 380여 개의 자사브랜드 의약품 보유 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 11월 니탄클리닉(にしたんクリニック)에서 제공하는 PCR 진단 키트 선드러그 매장에서 구매 가능 • 2020년 4월에서 9월 일부 도시 매장 코로나19 사태로 인한 영업이익 감소 			
유사제품 정보		제품명	수파고르도 보르기와카바오지르 (슈퍼골드 大麦若葉青汁)	
		종류	새싹보리파우더	
		용량	75g	
		원산지	일본	

자료: 선드러그(サンドラッグ), 유로모니터(Euromonitor), 던앤브래드쇼(Dun and Bradshaw), 피알타임즈(PR Times), 류츠뉴스(流通ニュース)
사진 자료: 도쿄공략(東京攻略)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 주류, 음료류, 차(茶)류, 스낵류, 캔디류, 건강보조식품 등 - 일반: 의약품, 화장품, 헤어용품, 구강청결용품, 약세서리류, 의류, 자동차용품, 스포츠레저용품, 위생용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 의약품, 뷰티제품, 헬스케어제품 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 오른쪽 상단 ‘お問い合わせ’ 클릭 (sundrug.co.jp/contact/index.html) - ‘お問い合わせ’의 첫 번째 카테고리 클릭 후 양식서 작성 - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 문의사항 자유 기재 (공급 제품 정보 및 회사소개서 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 상품부 직통 번호: +81-(0)42-369-6215

자료: 선드러그(サンドラッグ), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 웰시아(Welcia)

기업 기본 정보	기업명	웰시아(Welcia)	
	홈페이지	www.welcia.co.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('19)	약 7,791억 4,800만 엔 (약 8조 6,645억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 1,745개
	<ul style="list-style-type: none"> • 2008년 설립 • 매장의 70%가 약국과 병설 • 매장의 24%를 24시간 오픈하는 것을 목표 • 현지 의료기관 및 간호시설과 협력하여 운영 • 홈케어지원 서비스인 '웰시아넬싱서비스(Welcia Nursing Service)' 제공 		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 WPP와 칸타르(Kantar)가 선정한 '2021년 가장 가치있는 일본 기업 Top 50' • 현재 일본 드럭스토어 부문 시장 점유율 2위 	
유사제품 정보		제품명	오토쿠요오즈기와카바 (お徳用大麦若葉)
		종류	새싹보리파우더
		용량	170g
		원산지	일본

자료: 웰시아(Welcia), 프레스엠(Pressm), 피알뉴스와이어(PR Newswire), 로이터스(Reuters)
사진 자료: 웰시아(Welcia)

입점 및 협력 정보

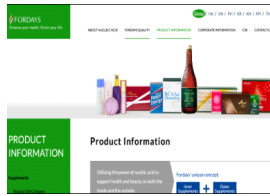
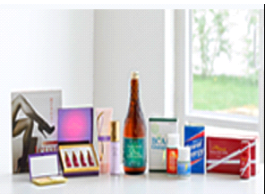
입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 차(茶)류, 음료류, 스낵류, 소스류, 유제품 등 - 일반: 화장품, 구강청결용품, 유아용품, 애완용품, 생활용품, 여성용품, 헬스케어제품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 의약품, 뷰티제품, 헬스케어제품 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 우편을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 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) 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	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처: +81-(0)120-119-358 	

자료: 웰시아(Welcia), 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 직접판매



① 포데이즈(For Days)

	기업명	포데이즈(For Days)	
	홈페이지	www.fordays.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('19)	약 424억 엔 (약 4,715억 1,344만 원)
기타 규모		직원 수('20): 273명	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년 설립 • 도쿄에 본사가 위치한 멀티레벨마케팅(Multi Level Marketing) 기업 • 2000년 본사 이전 • 일본, 중국 필리핀, 태국에서 영업 • 다양한 대학 연구소와 제품 공동 연구 진행 • 건강기능식품과 화장품, 헤어용품 등 뷰티 관련 용품을 주로 판매 		
기업 요약	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 2월 태국 진출 후 비이씨타로엔터테인먼트(BEC Taro Entertainment)와 파트너십 계약 • 2019년 회원 수 28만 명 달성 		
유사제품 정보		제품명	아오지루화이버믹스 (Aojiru Fiber Mix)
		종류	새싹보리파우더
		용량	90g
		원산지	일본

자료: 포데이즈(For Days), 방콕포스트(Bangkok Post), 사우스차이나모닝포스트(South China Morning Post)

사진 자료: 포데이즈(For Days)


입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강기능식품, 차(茶)류, 캔디류, 음료류 - 일반: 화장품, 헤어케어용품, 바디케어용품, 뷰티용품, 의류 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 뷰티와 웰빙에 관련된 건강기능식품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 1999년 론칭한 디엔내추럴콜라겐(DN Natural Collagen)을 2014년까지 리뉴얼, 현재까지 스테디셀러 상품 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 전화를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> 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) • 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 다음 웹주소에서 제공된 양식대로 정보 기입 후 입점 문의 (form.fordays.jp/webapp/form/13208_aot_21/index.do?gws_rd=ssl) - 홈페이지 양식 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 담당자 정보 (Mr/Mrs/Ms, 담당자명, 거주 국가, 나이) ② 이메일 주소 ③ 문의내용
특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-3-5643-0651 	

자료: 포데이즈(For Days)



② 미키상사(三基商事)

업 기본 정보	기업명	미키상사(三基商事)		
	홈페이지	www.mikiprun.co.jp		
	위치	오사카(大阪)		
	규모	매출액('19)	약 4억 9,800만 달러 (약 5,844억 300만 원)	
		기타 규모	직원 수('18): 250명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1966년 설립 • 1972년 대표 상품인 미키프룬엑기스토라토 (ミキプルーンエキストラクト) 출시 • 1983년 R&D 연구소 설립 • 2000년 뷰티 사업 론칭 • 일본, 대만, 말레이시아에서 영업 중 • 자본 약 6,000만 엔 보유 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 10월 19일 25주년 기념 TVCM 쇼쿠닌(職人) 방영 • 2020년 10월 25년째 전속모델 키이치나카이(中井責-)가 미키프룬엑기스토라토(ミキプルーンエキストラクト) TVCM에 출연 			
유사제품 정보		제품명	미키글루코에이도케 (ミキグルコエイドK)	
		종류	보리파우더	
		용량	60g	
		원산지	일본	

자료: 미키상사(三基商事), 산케이비즈(Sankei Biz), 다이렉트셀링뉴스(Direct Selling News)
 사진 자료: 미키상사(三基商事)

입점 및 협력 정보

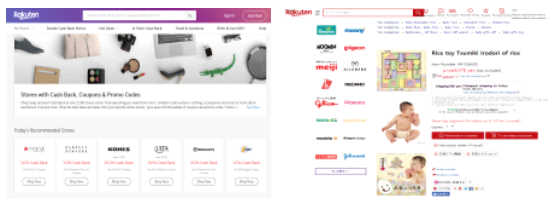

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강기능식품, 차(茶)류 - 일반: 화장품, 구강청결용품, 뷰티용품, 헤어케어용품, 세제류 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 건강기능식품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 미키프룬엑기스토틀라토(ミキプルーンエキストラクト)가 25년째 스테디셀링 대표제품 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 전화를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-0120-066-400 - 문의 상담은 일본어로만 가능 	

자료: 미키상사(三基商事)

3) 온라인



① 라쿠텐(Rakuten)

	기업명	라쿠텐(Rakuten)	
	홈페이지	www.rakuten.com	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('20) 약 1조 402억 엔 (약 11조 5,676억 원) 기타 규모 직원 수('19): 약 1만 8,364명	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년 설립 • 일본 내 가장 큰 규모의 B2B, B2C 이커머스(E-commerce) 플랫폼 회사 • 미국, 프랑스, 브라질, 독일, 영국, 스페인 등으로 온라인 플랫폼을 확장하며 글로벌 기업으로 성장 • 무역, 미디어, 스포츠, 에너지 등 다양한 분야에 서비스 제공 		
기업 요약			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 11월 블록체인 플랫폼 셰어링(Share Ring)과 파트너십 계약 • 2020년 11월 글로벌 오디오 미디어 플랫폼 오란(O Ran)과 파트너십 계약 		
유사제품 정보		제품명	비엔오발리그래스파우더 (BNO Barley Grass Powder)
		종류	새싹보리파우더
		용량	대만
		원산지	230g

자료: 라쿠텐(Rakuten), 유로모니터(Euromonitor), 코인데스크(Coindesk), 피어스 와이어레스(Fierce Wireless)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 스낵류, 캔디류, 차(茶)류, 음료류, 건강보조식품 등 - 일반: 문구류, 완구류, 유아용품, 의류, 잡화류, 가전제품, 화장품, 향수류, 스포츠용품 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 미디어, 마케팅, 투자서비스 등 9개의 다양한 서비스 제공 - 제품뿐만 아니라 제품을 취급하는 브랜드 및 매장 소개 - 제품에 따른 캐시백(Cash Back) 및 쇼핑혜택 제공 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 등록 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry) - 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: sales-list@rakuten.com 	

자료: 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



① 라이프(Life)

기업 기본 정보	기업명	라이프(ライフ)								
	홈페이지	www.lifecorp.jp								
	위치	도쿄(東京)								
	규모	매출액('20) 약 7,146억 8,300만 엔 (약 7조 9,477억 원) 기타 규모 • 매장 수('19): 약 270개 • 직원 수('19): 약 2만 7,297명								
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1956년 설립 • 수도권의 4개 현(縣) 및 간사이(關西) 지역 5개 현에서 270개 매장 운영 • 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지 • 온라인몰을 운영하며 배송서비스 제공 									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2021년까지 50개 매장 개장 목표, 매장 개장 및 보수에 1억 8,000만 달러(약 2,228억 원) 투자 계획 • 2020년 2월 코로나19 사태에 대한 대응으로 매장 단축 운영 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>고쿠상 오르기과카바아이지루 (国産大麦若葉青汁)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>새싹보리파우더</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>135g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>일본</td> </tr> </table>	제품명	고쿠상 오르기과카바아이지루 (国産大麦若葉青汁)	종류	새싹보리파우더	용량	135g	원산지	일본
제품명	고쿠상 오르기과카바아이지루 (国産大麦若葉青汁)									
종류	새싹보리파우더									
용량	135g									
원산지	일본									

자료: 라이프(Life), 핀티데(Fintide), 유로모니터(Euromonitor), 라이프넷슈퍼(Life-netsuper), 니케이아시아(Nikkei Asia), 피알타임즈(PR Times), 해피카우(Happy Cow)
사진 자료: 라이프(Life), 엘프(Yelp), 라이프넷슈퍼(Life-netsuper)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 육류, 어류, 음료류, 차(茶류), 즉석식품, 스낵류, 소스류, 유제품, 신선식품, 건강보조식품 등 - 일반: 주방용품, 욕실용품, 가정용품, 유아용품, 세제류, 문구류, 잡화류, 애완용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 고급 포장 차(茶) 제품 - 말차가 가미된 제품 및 함께 포장된 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 선물용 제품 다수 취급 - 유통기한 철저히 준수 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 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) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +81-03-5807-5493 (수도권 - 도쿄) - 이메일: s620@lifecorp.co.jp - 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이 	

자료: 라이프(Life) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

5) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)		
	홈페이지	www.sej.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('20)	약 11조 9,996억 엔 ³¹⁾ (약 133조 1,651억 원)	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1973년 설립 • 1974년 도쿄에 1호점 개점 • 1978년 사명을 '㈜세븐일레븐 재팬'으로 개칭 • 1993년 점포수 5,000점 달성 • 2004년 중국에 합병회사를 설립하고 중국 1호점 개점 • 2005년 ㈜세븐&아이 홀딩스 설립, 주식 상장 및 기존의 세븐일레븐을 자회사화 • 2007년, 소매업으로는 세계 최대 체인 점포수 달성 • 2018년 점포 수 2만 개 돌파 		
	기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 11월 21일 인기 디저트 브랜드 도쿄바나나 한정판 포켓몬 에디션 세븐일레븐 매장에서 구매 가능 • 2020년 11월 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 		
유사제품 정보	제품명	세븐프리미아무 규슈상오므기와카바 아오지루 (セブンプレミアム 九州産大麦若葉青汁)		
	종류	새싹보리파우더		
	용량	120g		
	원산지	일본		
				

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 세븐&아이 홀딩스(7&I holdings), 유로모니터(Euromonitor), 타임아웃(Time Out), 로이터스(Reuters)
사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 간편식품, 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류, 차(茶)류, 제과류 등 - 일반: 약세서리류, 서적류, 화장품, 문구, 주방용품, 위생용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 전자 서적 및 음원 판매 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • SEVEN&i 홈페이지를 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 첨부 파일 작성하여 이메일로 송부 (7andi.com/en/csr/suppliers/helpline.html) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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) 	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 평가 기준 ① SEVEN&i 그룹 기업 행동지침 준수 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +81-(0)3-5793-4370 - 이메일: 7andi-helpline@integrex.jp 	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 유통채널 담당자와의 인터뷰

6) 한인마트



① 장터

	기업명	장터	
	홈페이지	shopping.geocities.jp/hiroba/	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 1개
업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 도쿄의 가장 큰 한인타운인 신오쿠보(新大久保)에 위치 • 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매 • 연중무휴로 영업 • 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 2월 29일부로 전화주문 서비스 종료 • 2020년 2월부로 전 지역 무료택배서비스 종료 		
유사제품 정보		제품명	초야식품참이맛미숫가루
		종류	미숫가루
		용량	1,000g
		원산지	한국

자료: 장터, 도쿄히로바(Tokyo Hiroba)

사진 자료: 도쿄히로바(Tokyo Hiroba)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 김치류, 가공식품, 간편식품, 소스류, 스낵류, 캔디류, 음료류, 차(茶)류, 주류, 건강보조식품 등 - 일반: 화장품, 구강청결용품, 헤어용품, 식기류, 위생용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국산 식품 및 화장품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국산 김치, 라면, 화장품 등이 인기 상품 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 전화를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-3-3232-9330 - 상담가능시간 8:00-23:00

자료: 장터

7) 유기농매장



① 코다와리이치바(こだわり市場)

	기업명	코다와리이치바(こだわり市場)	
	홈페이지	www.kodawariichiba.com	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 48개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1987년 과일 및 채소 판매 전문점으로 시작 • 1991년 1호 지점 오픈 • 유기농 및 자연식 식품 판매 전문점 • 도쿄(東京), 카네가와(神奈), 사이타마(埼玉), 치바(千葉)에서 매장 운영 • 온라인 매장 운영, 일본 전역으로 온라인 주문 배송 • 홈페이지에 식재료 고르는 방법과 관리 방법에 대한 팁 제공 • 홈페이지에 웰빙 메뉴 레시피 공유 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 9월 하치오지(八王子) 지점 오픈 • 2020년 2월 카나마치(金町) 지점 오픈 	
유사제품 정보		제품명	코므기하이가 바이센분마쯔 (小麦はいが焙煎粉末)
		종류	미숫가루
		용량	300g
		원산지	일본

자료: 코다와리이치바(こだわり市場), 코다와리이치바온라인몰(こだわり市場)
사진 자료: 코다와리이치바온라인몰(こだわり市場)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 건조식품, 냉동식품, 곡물류, 소스류, 음료류, 주류, 차(茶)류, 스낵류, 캔디류, 조리완제품, 건강보조식품 등 - 일반: 유아용품, 위생용품, 여성용품, 구강청결용품, 주방용품, 세제류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 및 자연식 식재료 - 유기농 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 조리완제품 신년 도시락 판매 - 다양한 식물성 파우더 판매 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 다음 웹주소에서 양식대로 정보 기입 후 제출 (www.kodawariichiba.com/webshop/contact/) - 홈페이지 양식 기입 정보: 담당자명, 우편번호, 주소, 이메일, 전화번호, 문의내용 • 유선 연락, 또는 우편을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 본사 주소: 豊島区東池袋 3-15-7 池栄ビル4階 - 전화번호: +81-03-5953-5331 (상담시간 10:00-18:00) - 팩스: +81-03-3987-2758

자료: 코다와리이치바(こだわり市場), 코다와리이치바온라인몰(こだわり市場)

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 일본 새싹보리 인증 취득
2. 일본 새싹보리 사전 절차
3. 일본 새싹보리 라벨 심의
4. 일본 새싹보리 서류 준비
5. 일본 새싹보리 세금 납부
6. 일본 새싹보리 검역 심사 절차
7. 일본 관련 규제 정보

1. 일본 새싹보리 인증 취득

인증 취득

일본으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

새싹보리

새싹보리 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 일본 수입 식품 적용받는 강제 인증 ‘無’

일본으로 수출하고자 하는 새싹보리 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 다만, 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare)에 따르면, 2018년 일본 국내 식품업체의 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point) 도입이 의무화되었으며, 일본으로 육류 및 가공육 수출 시 해당하는 국가의 수출업체는 해당 인증을 의무적으로 취득해야 함

그 외 기타 인증으로 식품 생산에 관한 인증이 있으며, 식품 품질에 관한 인증인 JAS 인증이 있음. JAS 인증의 경우 식품의 품질 기준을 제시하고 있으며, 해당 기준에 적합한지를 판별함. 업체의 선택에 따라 지정 인증기관을 통해 취득이 가능함

[표 5.1] 일본 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

[표 5.2] 일본 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 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	120-130만 원
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

2. 일본 새싹보리 사전 절차

사전 절차

일본으로 제품 수출 시,
품목에 대한 사전 규제 및
심사제도 정보 제공

새싹보리

새싹보리 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 식품 수입 시 필수 등록 요건 ‘없음’
- ▶ 통관 절차 간소화를 위한 후생노동성의 ‘가공식품 사전등록 가능’

일본 후생노동성은 일본으로 수입되는 식품에 대하여 필수적인 사전등록 절차를 요구하지 않으며, 해외 업체의 등록 절차도 요구하지 않음. 다만, 통관 절차 시 수입 식품에 대한 검사 요건을 완화하고 원활한 통관을 위하여 수입 식품에 대한 사전 검사 및 등록 제도를 시행하고 있음. 이는 ① 통관 시 검사주기 완화에 따른 비용 절감 ② 통관시간 단축(통상소요시간의 50%) ③ 비등록업체에 적용되는 통상검사(5% 무작위추출 모니터링 실시) 완화 등의 효과가 있음

해당 절차를 통하여 사전 확인을 받게 되면, 등록번호가 기재된 수입신고서를 제출하여 신속하게 통관 업무를 진행할 수 있음, 대상 식품은 농축산물 및 수산물의 1차 생산품 또는 간이 가공품을 제외한 가공식품³²⁾으로, 일본 식품위생법이 정하고 있는 기준에 적합한지 확인받게 됨

[표 5.3] 일본 수입 전 등록제도

적용 규제	일본 후생노동성(MHLW), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020 개정
담당 기관	일본 후생노동성(MHLW)
국내 신청 기관	한국농수산물유통공사(aT)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 신청서 • 상품 리스트, • 위생검사표 • 성분분석표 및 제조공정도 • 시험성적증명서 - 수입업체 발급 시험성적증명서 제출 가능 • HACCP 인증서
절차	<ul style="list-style-type: none"> • 서류 제출 • 서류 검토 (aT) • 서류 심사 • 현장 실사 • 등록 통보

자료 : 정부24, 한국농수산물유통공사(aT)

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

▶ 일본, 식품 통관 간소화를 위한 사전 ‘AEO 등록 인정’

수출입안전인증업체(AEO, Authorized Economic Operator)는 관세 당국이 법규준수, 내부통제시스템, 재무건전성, 안전관리의 공인기준의 적정성 등을 판단하여 공인한 우수업체를 대상으로 통관 절차를 간소화하기 위한 사전등록 절차임. 해당 제도를 시행하는 국가는 상호인정협정(MRA, Mutual Recognition Arrangement)을 통하여 협정체결 국가 간의 검사비용 축소와 같은 신속 통관 혜택을 부여받을 수 있음

2007년부터 AEO 제도를 실행하고 있는 일본은 2011년 한국과 상호인정협정(MRA)을 체결하여 한국에서의 수출입 안전관리 우수업체를 인정하고 있음. 따라서 한국의 AEO 업체들이 일본으로 수출 시 화물 도착 전 수입신고할 수 있도록 하고, 수입신고와 납세신고를 분리하여 세금 납부 전에 화물을 입항하고 세금은 후에 일괄적으로 납부할 수 있도록 혜택을 부여함

[표 5.4] 한국 수출입안전인증업체(AEO) 정보

적용 규제	한국 관세청 고시 제2020-2호 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
관리 기관	한국 관세청
상호인정협정(MRA) 국가	캐나다, 싱가포르, 미국, 일본, 뉴질랜드, 중국, 홍콩, 멕시코, 터키, 이스라엘, 도미니카공화국, 인도, 대만, 태국, 호주, 아랍에미리트, 말레이시아, 페루, 우루과이, 카자흐스탄, 몽골, 인도네시아

자료 : 한국 관세청

[표 5.5] 일본 수출입안전인증업체(AEO) 등록 및 혜택 정보

적용 규제	일본 관세청(JC, Japan Customs), 「관세법(関税法)」, 2006		
세부 규정	일본 관세청(JC), 「특정수출 신고제도(特定輸出者制度)」, 2006		
발행 기관	<ul style="list-style-type: none"> 일본 관세청(JC) 한국 관세청 		
혜택	제도	대상 사업자	내용
	특수수입 신고제도	일본 수입자	<ul style="list-style-type: none"> 화물 도착 전에 신고 및 허가 가능 납세신고 전에 화물 거래 가능
	특수수출 신고제도	일본 수입자	<ul style="list-style-type: none"> 화물이 보세지역 밖에 있어도 수입신고를 실시하고 수출허가를 받을 수 있음
	특정보세 승인제도	창고업자	<ul style="list-style-type: none"> 보세 장치장의 신규 설치 가능 허가수수료 면제
	인정통관 사업자제도	통관업자	<ul style="list-style-type: none"> 대리로 실시하는 수출입 통관에 있어 통관 수속 간소화
	특정보세 운송제도	운송자 등	<ul style="list-style-type: none"> 간단한 수속을 통해 외국 화물 운송 가능
	인정제조자 제도	제조자	<ul style="list-style-type: none"> 보세지역 밖에 있는 화물에 대해서도 수출신고 가능

자료 : 일본 관세청(JC)

▶ **일본 식품 기능성 홍보 위해 사전심사 ‘필요’**

▶ **일본 기능성표시식품 ‘신고’로 절차 진행**

일본은 기능성식품에 대하여 특정보건용식품, 기능성표시식품, 영양기능식품의 3가지 분류를 하고 있음. 일본에서 건강 기능성을 홍보하고자 하는 경우, 사전에 해당 내용에 대한 기능성표시식품 신고 절차를 거쳐야 함. 해당 절차는 일본 소비자청(CAA, Customs Affairs Agency)을 통해서 진행할 수 있으며, 별도의 심사 절차는 수행되지 않고 적법한 서류 요건만 갖추면 신고 번호를 수취할 수 있음

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

[표 5.6] 일본 수입 전 사전 심사

적용 규제	일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020 개정
담당 기관	일본 소비자청(CAA)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 관련 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 기능과 안전성에 대한 과학적 근거 자료 • 생산 및 품질 관리 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 안전 관리 인증 또는 그 기준 정보 등 • 생산 업체 기본 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 사업자명, 연락처 등
검토사항	<ul style="list-style-type: none"> • 기능성표시식품의 대상 식품이 되는지의 판단 • 안전성에 대한 근거 명확화 • 생산, 제조 및 품질 관리체계 확인 • 건강 피해 발생 시 정보 수집 체계의 수립 여부 확인 • 기능성(효능)에 대한 명확한 근거 확인 • 기능성에 관한 적절한 표현 확인
절차	신청서 작성 및 신청 → 서류 심사 → 추가자료 보완 → 신고 번호 고지

자료 : 일본 소비자청(CAA)

3. 일본 새싹보리 라벨 심의

▶ 일본 라벨 규정

[표 5.7] 일본 라벨 관리 규정

● 라벨 심의	적용 규제	일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020												
일본으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	세부 규정	Food Labeling Act(食品表示法) No. 70 of June 28, 2013												
● 새싹보리	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> • 제품명 • 원산지 • 수입자 정보 • 원료 정보 • 식품첨가물 • 순중량 • 유통기한 • 보관방법 • GMO 성분에 대한 표시 • 알레르기 정보 • 영양성분 												
새싹보리 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함		세부 내용	<table border="1"> <tr> <td>표기 언어</td> <td>일본어로 표기할 것 폰트의 최소사이즈는 8포인트로 할 것</td> </tr> <tr> <td>식품첨가물</td> <td>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 작성할 것</td> </tr> <tr> <td>영양성분</td> <td>열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성할 것 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능</td> </tr> <tr> <td>유통기한</td> <td>함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것 제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기할 것</td> </tr> <tr> <td>원료정보</td> <td>가장 일반적인 명칭으로 기재할 것 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기할 것</td> </tr> <tr> <td>보관방법</td> <td>보관에 적절한 보관방법에 대한 내용을 표기할 것 상은 보전 의외 유의 사항이 없을 시, 미표기 가능</td> </tr> </table>	표기 언어	일본어로 표기할 것 폰트의 최소사이즈는 8포인트로 할 것	식품첨가물	식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입할 것 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용할 것 (e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate) 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성할 것	영양성분	열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성할 것 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능	유통기한	함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것 제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기할 것	원료정보	가장 일반적인 명칭으로 기재할 것 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기할 것	보관방법
표기 언어	일본어로 표기할 것 폰트의 최소사이즈는 8포인트로 할 것													
식품첨가물	식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입할 것 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용할 것 (e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate) 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성할 것													
영양성분	열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성할 것 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능													
유통기한	함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것 제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기할 것													
원료정보	가장 일반적인 명칭으로 기재할 것 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기할 것													
보관방법	보관에 적절한 보관방법에 대한 내용을 표기할 것 상은 보전 의외 유의 사항이 없을 시, 미표기 가능													

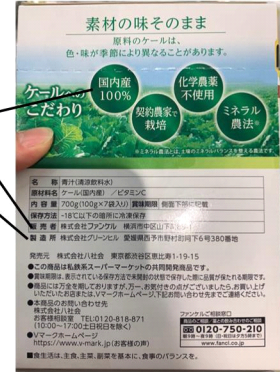
세부 내용 라벨 표기사항 (가이드)	수입자 및 제조자 정보	수입업체의 이름 및 주소, 제조자의 이름 및 주소 정보를 기재할 것
	GMO 성분 표기	등록된 GMO 식품들인 대두, 옥수수, 감자, 유채, 목화, 알팔파, 사탕무, 파파야를 대상으로 하여, 해당 원료를 함유하고 있음을 표기할 것
	알레르기정보	새우, 계, 밀, 메밀, 달걀, 유제품, 땅콩 일본 소비자청은 다음 20개 항목에 대해서도 라벨에 표기하도록 권고 중 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 케슈넛, 키위, 소고기, 호두, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이, 복숭아, Yam(약), 사과, 젤라틴
	순중량	단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것
	원산지	일본 제품에 대하여 적용되는 원재료 별 원산지 정보 기재 의무 미적용
	기타	유기농 인증을 획득한 경우에 한하여, JAS마크 표기 및 유기농 표기 가능 건강증진법이 정하고 있는 바에 따라 담당 부처로부터 허가를 취득하거나 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 새싹보리 라벨 샘플



- ① 브랜드명
- ② 원료정보
- ③ 제품명
- ④ 순중량
- ⑤ 보관방법



- ① 원료 정보
- ② 판매업체
- ③ 제조업체

[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일본어]

[앞면 - 국문]

- ① 브랜드명 : FANCL 헬스사이언스
- ② 재료명 : 国産ケール100%
- ③ 제품명 : 搾りたてケール青汁 / 瞬間冷凍
- ④ 내용량 : 100g x 7봉지入り
- ⑤ 保存方法 : 要冷蔵-18℃以下

- ① 브랜드명 : FANCL 헬시 사이언스
- ② 원료정보 : 국산 케일 100%
- ③ 제품명 : 갓 짜낸 케일 녹즙 / 급속 냉동
- ④ 순중량 : 100gx7봉지 입
- ⑤ 보관방법 : -18도 이하 냉동 필요

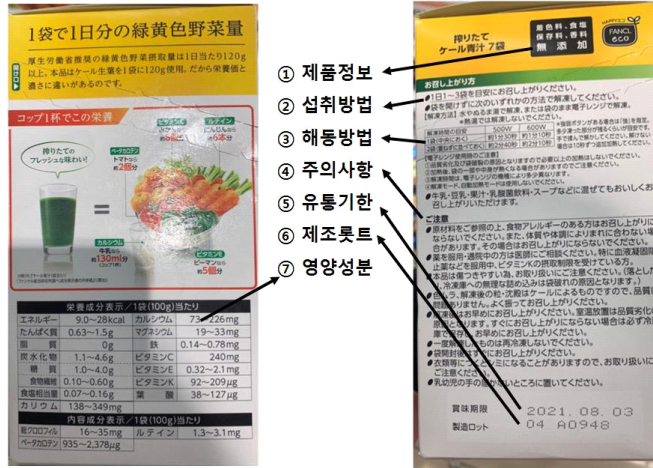
[뒷면 - 일본어]

[뒷면 - 국문]

- ① 原材料名 : ケール(国内産) / ビタミンC
- ② 販売者 : 株式会社ファンケル
横浜市中央区山下町89-1
- ③ 製造所 : 株式会社グリーンヒル
愛媛県西予市野村町阿下6号380番地

- ① 원료정보 : 케일(국내산) / 비타민C
- ② 판매업체 : 주식회사 한켈
요코하마시 나카구 아하시타마치 89-1
- ③ 제조업체 : 주식회사 그린힐
아키타현 니시요시 노무라초 아케6호380번지

▶ 일본 새싹보리 라벨 샘플



- ① 제품정보
- ② 섭취방법
- ③ 해동방법
- ④ 주의사항
- ⑤ 유통기한
- ⑥ 제조로트
- ⑦ 영양성분

[옆면 라벨링]

[옆면 - 일본어]

- ① 添加剤について
: 着色料, 食塩, 保存料, 香料, 無添加
- ② お召し上がり方
: 1日1-3袋を目安にお召し上がりください。
: 袋を開けずに次のいずれかの方法で解凍してください。
: [解凍方法] 水やぬるま湯で解凍, または袋のまま電子レンジで解凍。
*熱湯では解凍しないでください。
- ③ 解凍時間

目安	500w	600w
1袋	約1分30秒	約1分10秒
2袋	約2分40秒	約2分10秒

- ④ 注意
: 原材料をご参照の上, 食物アレルギーのある方はお召し上がりにならないでください。また, 体質や体調によりまれに合わない場合があります。
: 薬を服用・通院中の方は医師にご相談ください。特に血液凝固阻, 止薬などを服用中, ビタミンKの摂取制限を受けている方。

[옆면 - 국문]

- ① 제품정보
: 착색료, 식염, 보존료, 향료, 무첨가
- ② 섭취방법
: 1일 1-3봉지를 기준으로 드시면 됩니다.
: 뚜껑을 열지 말고 다음 중 하나의 방법으로 해동해주세요.
: [해동방법] 물이나 미지근한 물로 해동, 또는 봉지 채로 전자레인지에 해동.
*따뜻한 물로 해동하지 마세요.
- ③ 해동방법

기준	500w	600w
한 봉지	약1분30초	약1분10초
두 봉지	약2분40초	약2분10초

- ④ 주의사항
: 원재료를 참고하여 알레르기가 있는 분은 드시지 마십시오. 또한 체질이나 컨디션에 따라 드물게 맞지 않는 경우가 있습니다.
: 약을 복용, 통원 중인 분은 의사와 상담해 주십시오. 특히 혈액 응고 저지약 등을 복용하면서 비타민K의 섭취의 제한을 받는 분.

：一度解凍したものは再冷凍しないでください。袋開封後はすぐにお召し上がりください。

：乳幼児の手の届かないところに置いてください。

⑤ 賞味期限：2021.08.03

⑥ 製造ロット：04 A0948

⑦ 成分：

栄養成分表示/1袋 (100g) 当たり

エネルギー	9.0 ~ 28kcal
カルシウム	73 ~ 226mg
たんぱく質	0.63-1.5g
マグネシウム	19 ~ 33mg
脂質	0g
鉄	0.14g-0.78mg
炭水化物	1.1-4.6g
ビタミンC	240mg
糖質	1.0g ~ 4.0g
ビタミンE	0.32-2.1mg
食物繊維	0.10 ~ 0.60g
ビタミンK	92-209 μ g
食物繊維	0.07 ~ 0.16g
葉酸	38 ~ 127 μ g
内容成分表示/1袋 (100g) 当たり	
総クロロフィル	16-35mg
ルテイン	1.3-3.1mg
ベータカロテン	935-2.378 μ g

：한 번 해동한 것은 재냉동하지 마십시오. 봉지를 뜯은 후에는 바로 드세요.

：반드시 영유아의 손이 닿지 않는 곳에 보관하세요.

⑤ 유통기한：2021.08.03

⑥ 제조ล็อต：04 A0948

⑦ 영양성분：

영양성분표시/1봉지(100g)당

칼로리	9.0 ~ 28kcal
칼슘	73 ~ 226mg
단백질	0.63-1.5g
마그네슘	19 ~ 33mg
지질	0g
철	0.14g-0.78mg
탄수화물	1.1-4.6g
비타민C	240mg
당질	1.0g ~ 4.0g
비타민E	0.32-2.1mg
식이섬유	0.10 ~ 0.60g
비타민K	92-209 μ g
식이섬유	0.07 ~ 0.16g
엽산	38 ~ 127 μ g
내용성분표시/1봉지(100g)당	
총클로로필	16-35mg
루테인	1.3-3.1mg
베타카로틴	935-2.378 μ g

4. 일본 새싹보리 서류 준비

서류 준비

일본으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

새싹보리

새싹보리 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 수입 업무 수입업체 또는 통관 브로커 통해 진행
- ▶ 일본 수입서류 원산지증명서 필요

일본으로 제품을 수입하고자 할 때, 수입신고는 일반적으로 보세 구역에 물품이 반입된 후 진행함. 다만, 세관에서 정하고 있는 특정 물품의 경우 보세 구역으로 물품이 반입되기 전 또는 선박에 적재되어 있는 상태에서 신고해야 함. 수입신고는 수출업체가 수행할 수 없기 때문에 제품의 수입업체 또는 통관 브로커를 통해서 진행해야 함

일본에 입항하려는 선박 컨테이너 화물은 출항 24시간 전 신고해야 하며 적하목록 사전제출이 필요함. 수입신고는 수출입 항만관련 정보처리 시스템(NACCS, Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System)을 통해 전자문서로 처리 가능함. 통관정보 종합관정시스템(CIS, Customs Intelligence Data Base System)에서는 NACCS에 입력된 정보를 바탕으로 불법 수출입 가능성이 있는 화물들을 선별하여 조사하여 신속 통관을 가능케 함

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

[표 5.8] 일본 통관 서류

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

자료 : 일본 관세청(JC)

5. 일본 새싹보리 세금 납부

세금 납부

일본으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

새싹보리

새싹보리 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 새싹보리 HS CODE 1212.99-990, 관세율 3% 적용
- ▶ WTO 협정 세율 '적용'

새싹보리의 경우 일본에서는 HS CODE 1212의 1212.99-990 세번을 사용하여 수입됨.³³⁾ 일본 수입 시 기본 세율은 5%를 적용받으나 WTO 가입국을 원산지로서 하는 수입 물품에 대해 일정 관세 이상을 부과하지 않는 WTO 협정 세율이 적용되어 3%의 세율이 부과됨. 관세 외에도 제품에 따라 8%, 10%의 소비세가 부과됨

- 수입 서류 심사비용에 107달러(한화 약 13만 원)³⁴⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 3시간 소요
- 통관 비용은 275달러(한화 약 33만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 48시간 소요

[표 5.9] 한국·일본 HS CODE 비교 및 일본 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1212	로커스트콩(locust bean)·해초류와 그 밖의 조류(藻類)·사탕무와 사탕수수(신선한 것·냉장한 것·냉동한 것·건조한 것으로서 잘게 부수었는지에 상관없다), 주로 식용에 적합한 과실의 핵(核)과 그 밖의 식물성 생산품[볶지 않은 시코리엄 인티부스 새티범(Cichorium intybus sativum) 변종의 치커리(chicory) 뿌리를 포함한다]으로서 따로 분류되지 않은 것	
	1212.99	기타	
	1212.99-9000	기타	
일본	1212.99-990	기타	
관세	기본관세율	5%	
	협정 세율	3%	
소비세		8% 혹은 10% (제품에 따라 적용)	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 일본 관세청

33) 일본 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 1212.99 중 새싹보리에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 일본 세관 당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 일본 관세청의 확인이 필요함

34) 1달러=1,173.50원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 일본 새싹보리 검역 심사 절차

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

[표 5.10] 일본 통관 프로세스



- ▶ 일본 새싹보리 식품 가물 규정 확인 필요

[표 5.11] 일본 식품첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	일본
식품유형	농산가공식품류> 기타 농산가공품류

7. 일본 관련 규제 정보

- ▶ 일본 새싹보리 제품 수출을 위한 식품 포장 규정 준수
- ▶ 일본 합성수지 규격 기준 확인 필요

일본 후생노동성(MHLW)은 식품위생법 제18조에 기구 및 용기 포장에 대해 착색료 사용제한, 지방질 식품 용기의 디에틸헥실프탈레이트 사용 금지, 포장 용기 재질별 규격(합성수지 14종, 유리, 고무 등) 등의 기준을 두고 있음. 또한, 식품위생법 제3조에서 포장용기업체 및 포장용기 사용업체가 자체적인 포장재 안전 기준을 마련할 것을 권장하고 있음

식품이 담긴 포장용기의 수입 시 포장의 종류를 반드시 신고해야 하며 수입 시 최초 검사가 실시되며 이후 필요에 따른 모니터링 검사가 진행됨. 재질별 규격 중 합성수지제에 따른 규격 기준은 다음과 같음

[표 5.12] 일본 합성수지제 기구 및 용기포장의 규격기준

규격		재질시험	용출시험
일반규격		카드뮴, 납	중금속, 과망간산칼륨 소비량
개별규격	1	페놀수지 멜라민수지 요소수지	페놀, 포름알데히드, 증발잔류물 페놀, 포름알데히드, 증발잔류물 페놀, 포름알데히드, 증발잔류물
	2	폴리염화비닐	디부틸주석화합물 크레졸인산에스테르 염화비닐 증발잔류물
	3	폴리에틸렌	- 증발잔류물
	4	폴리프로필렌	- 증발잔류물
	5	폴리스티렌	휘발성물질 증발잔류물
	6	폴리염화비닐리덴	바륨 염화비닐리덴 증발잔류물
	7	폴리에틸렌테레프탈레이트	- 안티몬, 게르마늄, 증발잔류물
	8	폴리메타크릴산메틸	- 메타크릴산메틸, 증발잔류물
	9	나일론	- 카프로락탐, 증발잔류물
	10	폴리메틸펜텐	- 증발잔류물
	11	폴리카보네이트	비스페놀A 디페닐카보네이트 아민류 비스페놀A, 증발잔류물
	12	폴리비닐알코올	- 증발잔류물
	13	폴리락트산	- 총젓산, 증발잔류물
	14	폴리에틸렌나프탈레이트	- 게르마늄, 증발잔류물

자료 : 일본 후생노동성(MHLW)

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 매크로바이오틱아시아(Macrobiotic.Asia)

Interview ② 일본갈릭(日本ガーリック)

Interview ③ 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)

Interview ④ 츠루하그룹(ツルハグループ)

Interview ⑤ 일본무역진흥기구(Japan External Trade Organization)

Interview ① 매크로바이오틱아시아(Macrobiotic.Asia)

35)

●
 매크로바이오틱아시아
 (Macrobiotic.Asia)

전문가 소속

매크로바이오틱아시아
 (Macrobiotic.Asia)
 유통업체

연락처
 +81-75-600-2848

전문가 정보

Mr. Nakajima
 (Manager)



매크로바이오틱아시아(Macrobiotic.Asia)

Manager, Mr. Nakajima

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

매크로바이오틱아시아는 일본에서 가장 큰 유기농 식품 전문매장 중 하나로, 프레마주식회사(プレマ 株式会社)의 계열사입니다. 일본 교토에서 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지 및 타 온라인 플랫폼에서도 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 곡물, 향신료, 음료류, 스낵류, 건강기능식품, 주방용품 등입니다.

Q. 일본 내 새싹보리의 수요는 어떠하며 인기 있는 제품 유형은 무엇인가요?

일본에서 새싹보리 제품은 꾸준히 수요가 있는 편이며, 이 외에도 누룩이나 효모 등을 사용한 건강기능식품이 인기 있습니다. 새싹보리는 분말, 스틱, 볶은 보리, 농축액 등 다양한 형태로 판매되고 있으며 그 중 분말 제품이 다른 형태에 비해 쉽고 간편하게 마실 수 있기 때문에 소비자 선호도가 높으며 판매량도 가장 많습니다.

Q. 새싹보리 100% 형태와 혼합 형태 중 어떤 제품이 더 인기 있나요?

100% 형태의 제품보다는 빵잎, 명일엽(신선초), 녹차, 유산균 등 다른 성분과 혼합된 제품의 선호도가 높습니다. 소비자들은 새싹보리 분말이나 액상 제품을 물, 우유, 주스 등에 섞어 마시며 쓴맛을 가리기 위해 꿀이나 올리고당을 넣어 먹기도 합니다.

Q. 일본 내 새싹보리 제품의 주요 유통채널은 무엇인가요?

일본 내 건강기능식품의 경우, 오프라인 채널로는 주로 슈퍼마켓이나 약국에서 판매되고 있으며 온라인으로는 드러그스토어, H&B 스토어, 건강기능식품 전문매장 등의 플랫폼에서 많이 판매되고 있습니다.

35) 사진 자료 : 매크로바이오틱아시아(Macrobiotic.Asia)

Interview ② 일본갈릭(日本ガーリック)

36)

● 일본갈릭

(日本ガーリック)

전문가 소속

일본갈릭

(日本ガーリック)

유통업체

연락처

+81-27-347-3233

전문가 정보

Mr. Kamata

(Manager)



일본갈릭(日本ガーリック)

Manager, Mr. Kamata

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

일본갈릭은 1963년에 설립된 건강식품 전문 업체로, 자사 온라인 홈페이지를 통해 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 슈퍼푸드(Superfood), 건강차(Tea), 아미노산, 비타민, 미네랄, 단백질, 생강, 채소 주스 및 분말 등입니다.

Q. 일본 내 새싹보리 제품의 수요는 어떤가요?

일본에서 새싹보리 제품은 지난 10년간 판매량이 약 1.6배가량 상승했습니다. 기존의 새싹보리 제품과는 다르게 최근에는 형태, 성분, 맛, 기능 면에서 다양한 제품들이 출시되고 있기 때문에 구매 시 선택의 폭이 넓어졌으며, 일본에서 새싹보리와 비슷한 제품인 청즙이 대표적인 건강기능식품으로 자리 잡았습니다. 그러나 새싹보리는 한때 관광객 사이에서 매우 인기 있는 제품이었지만 최근 들어 특히 중국인 소비자의 구매량이 감소하였습니다.

Q. 인기 있는 새싹보리 제품의 특징과 주요 구매요인은 무엇인가요?

최근 유산균, 효소, 콜라겐, 단백질 등 다양한 건강 성분과 혼합된 새싹보리 제품이 다수 판매되고 있습니다. 채소 섭취가 부족한 소비자들에게 빠르고 간편하게 영양소를 보충해줄 수 있는 제품이 인기가 많고, 마시기에 간편한 제품의 선호도가 높습니다.

Q. 일본 내 새싹보리 제품의 주요 소비자는 누구인가요?

새싹보리의 주요 소비자는 50대 이상이며 노인층은 주로 건강기능을 유지하기 위해 섭취합니다. 그러나 최근에는 20-30대 젊은 층도 건강을 위해 마시는 소비자들이 증가했으며 주로 여성들이 다이어트 목적으로 구매하고 있습니다.

36) 사진 자료 : 일본갈릭(日本ガーリック)

Interview ③ 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)

37)

●
마쓰모토키요시
(マツモトキヨシ)

전문가 소속

마쓰모토키요시
(マツモトキヨシ)
유통업체

연락처
+81-47-344-5111

전문가 정보

Mr. Oikawa
(Sales Department)



마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)

Sales Department, Mr. Oikawa

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

마쓰모토키요시는 일본 내 가장 큰 드럭스토어 중 하나로 현재 일본 내 약 1,700개의 매장을 운영하고 있으며 베트남, 태국, 대만으로도 진출하였습니다. 헬스&뷰티 제품뿐만 아니라 식음료의 비중을 점점 늘리고 있으며 주요 취급 품목은 의약품, 화장품, 바디/헤어 제품, 건강식품 등입니다.

Q. 일본 내 새싹보리의 수요와 시장규모는 어떤가요?

2020년 8월에 발표된 기사에 따르면 2019년 일본 새싹보리 시장은 약 1,050억 엔(한화 약 1조 1,676억 원³⁸⁾) 규모를 달성했으며 꾸준히 확대되고 있습니다. 주목할만한 점은, 최근 드링크 형태의 제품이 인기가 높아지고 있다는 것입니다. 분말 형태의 제품도 바로 물에 타서 마시기에 간편하지만, 처음부터 종이팩이나 페트병에 드링크 형태로 출시되어 바로 마실 수 있는 제품이 다수 출시되었습니다.

Q. 일본 내 인기 있는 새싹보리 제품의 형태 및 성분은 무엇인가요?

저희 업체에서는 분말, 분포, 스틱, 볶은 보리 등 다양한 형태의 제품과 새싹보리 100% 제품, 새싹보리와 타 성분이 혼합된 제품 모두를 취급하고 있습니다. 그중 가장 소비자 선호도가 높은 형태는 스틱 형태이며, 다양한 성분이 혼합된 제품보다 새싹보리 100% 제품이 더 인기 있습니다. 그러나 판매량을 보면 다른 원료와 혼합된 새싹보리 제품의 수요도 낮지 않은 편입니다.

37) 사진 자료 : 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)

38) 100엔 = 1,112.06원(2020.10.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 일본 내 새싹보리의 주요 소비자는 누구인가요?

일본에서 새싹보리는 다이어트, 장 건강, 피부 건강에 좋다고 알려져 있습니다. 주요 소비자는 노인층으로, 노화 방지 및 건강기능 유지를 위해 섭취하고 있습니다. 그러나 최근 일본에서는 건강기능식품이 트렌드로 떠올랐기 때문에 노인층뿐만 아니라 10-20대 젊은 층들도 새싹보리 제품을 점점 구매하는 추세입니다.

Q. 일본으로 A사의 새싹보리 제품 수출 시, 시장성이 있을까요?

현재 일본에서는 다양한 형태의 일본산 새싹보리 제품이 다수 판매되고 있습니다. 시장 내 경쟁이 치열하다 보니 바이어들은 굳이 새로운 제품을 취급하려 하지 않을 것이며 소비자들도 익숙한 제품을 구매할 가능성이 높습니다. 일본 내 새로운 제품이 출시되었을 때 바이어와 소비자들은 성분, 기능, 맛 등을 고려하여 제품 구매를 결정할 것입니다.

Interview ④ 츠루하그룹(ツルハグループ)

39)

● 츠루하그룹
(ツルハグループ)

전문가 소속

츠루하그룹
(ツルハグループ)
유통업체연락처
+81-35-729-7681

전문가 정보

Ms. Kisaki
(Sales Department)

ツルハグループ



츠루하그룹(ツルハグループ)

Sales Department, Ms. Kisaki

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

츠루하그룹은 츠루하드러그(ツルハドラッグ), 쿠수리노후쿠타로(くすりの福太郎), 레이디드러그스토어(Lady Drug Store) 등 다양한 드러그스토어 계열사를 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지 E-Shop을 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 의약품, 식이보충제, 다이어트 보조제, 영유아식, 화장품, 바디/헤어 제품 등입니다.

Q. 일본 내 새싹보리의 수요는 어떤가요?

코로나19로 인하여 전 세계적으로 건강에 대한 중요성이 강력하게 대두됨에 따라 일본에서도 건강식품에 대한 소비량이 크게 증가했습니다. 최근 출시되는 새싹보리 제품의 경우, 기존 제품보다 훨씬 마시기도 쉽고 취향에 맞게 다양한 방법으로 섭취할 수 있습니다. 또한, 인터넷에도 다양한 새싹보리 제품 활용방법이 많이 소개되어 있어 소비자들의 선호도도 높은 편입니다.

Q. 일본 내 인기 있는 새싹보리 제품의 형태는 무엇인가요?

개개인의 소비습관에 따라 선호하는 제품 유형이 상이합니다. 주로 집에서 마시는 소비자들은 분말이나 분포형태를 선호하는 데 반해 학교나 직장 등 야외에서 섭취하는 소비자들은 페트병이나 텀블러에 간편하게 마시는 편을 선호하기 때문에 바로 뜯어 물에 섞기에 편리한 스틱 형태가 인기 있습니다. 일반적으로 일본 소비자들은 새싹보리 제품을 아침에 마시는 경우가 많습니다.

**Q. 일본 내 새싹보리 제품의 주요 소비자는 누구이며
원재료 100% 형태와 혼합 형태 중 어떤 제품이 더 인기 있나요?**

새싹보리 100% 제품을 선호하는 소비자들은 주로 노인층이며 젊은 층들은 유산균, 채소, 두유, 현미 등이 함유된 혼합 제품을 선호합니다.

일본에서 새싹보리 제품은 채소 섭취가 부족한 소비자들에게 영양소를 보충해주고, 다이어트에 효과적이며 장 건강 및 피부 건강에 좋다고 알려져 있습니다. 그러므로 특히 건강 및 미용에 관심이 있는 젊은 여성층들이 주로 구매하고 있으며 아이 어머니들이 아이에게 먹이기 위해 구매하는 경우도 많습니다. 그러나 새싹보리는 기본적으로 쓴맛이 있어 대부분의 아이들은 싫어합니다.

Q. 일본으로 A사의 새싹보리 제품 수출 시, 조언 사항이 있나요?

현재 일본에서 새싹보리 제품은 약국이나 슈퍼마켓에서 주로 판매되고 있으며 온라인 스토어에서도 많이 판매되고 있습니다. 이미 시장 내 경쟁제품이 다수 진출해 있기 때문에 기존에 판매되고 있는 제품과 차별화된 A사 제품만의 특별한 특징이 있으면 성공 가능성이 있을 것으로 예상됩니다.

Interview ⑤ 일본무역진흥기구 (Japan External Trade Organization)

40)

●
일본무역진흥기구
(Japan External
Trade Organization)

전문가 소속

일본무역진흥기구
(Japan External
Trade Organization)

연락처
+81-33-582-5651

전문가 정보

Mr. Tanaka
(Consultant)

JET
Japan External Trade Organization



일본무역진흥기구(Japan External Trade Organization)

Consultant, Mr. Tanaka

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

일본무역진흥기구(JETRO)는 일본 경제산업성(METI, Ministry of Economy, Trade and Industry) 소관의 특수법인입니다. 일본의 대외무역 진흥과 기업 투자, 산기 협력, 경제발전 등을 위해 다양한 무역활동을 하고 있으며 대한사업으로는 한일간의 무역, 투자 교류, 기술 교류, 기업 비즈니스 교류를 촉진하는 역할을 하고 있습니다.

Q. 일본으로 새싹보리 제품 수출 시 주의해야 할 통관 절차는 무엇인가요?

일본은 식품안전기준을 준수하는 수입 식품을 사전에 등록하여 해당 품목의 통관 시 별도의 검사 없이 신속하게 수입신고필증을 발급하는 제도인 사전 수입식품 등록제도를 시행하고 있습니다.

사전 식품 등록을 위해서는 원재료 및 성분표, 식품첨가물 명칭 및 사용량, 제조·가공 방법, 국내 외 공인 검사기관 발행 검사증명서, 제조공장 정보(소재지, 기계·기구류 배치도 등 안정성 입증 자료) 등의 서류가 필요합니다.

Q. 일본으로 새싹보리 제품 수출 시 라벨 필수 기재 사항은 무엇인가요?

일본으로 수입하고자 하는 제품이 이미 한국에서 출시된 제품이라면 수출국에서 표기된 표기사항만을 라벨에 기재하면 되고 제품 위에 일본어 라벨링 스티커 부착도 허용합니다. 단, 기존 포장에 명시되어있는 제품명, 원재료명, 유통기한, 제조일자 등을 가리지 않아야 합니다. 라벨링에는 제품명, 제품유형, 영업허가번호, 제조업체 정보, 제조일자, 유통기한, 원재료 및 성분, 영양성분 등의 내용이 반드시 기재되어야 합니다.

Q. 일본으로 새싹보리 제품 수출 시 식품 분류는 어떻게 이루어지나요?

일본에서는 식품을 의약품, 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품(일반건강식품), 일반가공식품으로 분류하고 있습니다. 의약품은 질병을 치료하기 위한 목적의 식품이기 때문에 당국의 엄격한 규제 하에 판매되고 있으며 특정보건용식품은 치료가 아닌 건강기능의 유지 및 향상 목적의 식품으로, 당국의 승인을 받아 제품의 효과 및 효능을 표기할 수 있습니다.

그러나 영양기능식품은 영양 기능에 대한 표시만이 가능하고 당국에서 지정한 영양성분 이외에 질병 개선에 도움을 준다는 건강기능에 대한 표기는 금지됩니다. 제품 판매 시 별도의 허가는 필요하지 않으며 해당 영양 표기 기준만 준수하면 됩니다. 그러므로 일본 진출 시 A사 제품의 특성을 고려하여 식품 분류를 선택해야 합니다.

40) 사진 자료 : 일본무역진흥기구(Japan External Trade Organization)

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Export Insights

01 시장규모

기타 약초 및 전통 건강보조식품
시장규모 2.2조 원
'15-'19년 연평균 1% 성장



02 시장 트렌드

새싹보리로 만든 청즙 다수
밀싹 시장 이미 형성 돼
케일 혼합 제품, 로컬 브랜드 다수

06 전문가인터뷰

새싹보리 시장 내수 경쟁 치열
주요 소비층 노년층, 최근 젊은 층 소비 상승세
건강성분 혼합 제품, 분말·스틱 형태 인기



A사 새싹보리



03 유통채널

주요 유통채널
슈퍼마켓, 온라인, 드러그스토어,
건강기능식품 전문매장 등

05 관세 및 추가 규제

WTO 협정 세율 3%
일본 합성수지 규격 기준 확인 필요



04 통관/검역

일본 국내 식품업체 HACCP 필수이나
국내 수출업체는 해당없음
기능성식품 분류 확인 필요

일본 새싹보리 시장규모

기타 약초 및 전통 건강보조식품 2.2조 원

전체 시장의 68%
향후 5년간 연평균 2% 성장세 예상



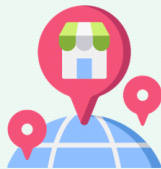
일본의 '기타 약초 및 전통 건강보조식품'의 시장규모는 전체 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장의 68%를 차지함.

해당 시장은 지난 5년간 1%의 연평균성장률을 보이며 서서히 성장해왔으며 향후 5년 연평균 2%의 완만한 성장률을 보일 것으로 예상됨. 또한 일본은 초고령 사회로 다른 국가 대비 노인 인구 비중이 매우 높은 편이며, 30-50대 여성은 전체 여성의 약 37%를 차지함

시장 트렌드

새싹보리 청즙 경쟁 치열 분말, 스틱형 인기

케일, 콜라겐, 과일 등과 혼합
밀싹 제품 시장도 이미 형성 돼



빅데이터 조사 결과, 일본 시장에서 인기있는 새싹 기반의 제품은 새싹보리로 만들어진 청즙 제품이며, 밀싹 제품도 다수 확인됨. 케일, 콜라겐, 과일등과 혼합된 제품이 다수이며 로컬 브랜드 위주의 경쟁이 치열함. 청즙 구매후기 분석 결과 포 형태로 소포장된 분말 형태를 선호하는 것으로 나타남

새싹보리 유통채널

비(非) 식료품점 41.5%

직접판매 22.5%
홈쇼핑 13.5%
온라인 11.1%



전문가 인터뷰 결과 일본 내 새싹보리 제품은 매우 흔한 편인 만큼 유통채널도 다양한 것으로 나타남. 슈퍼마켓, 약국, 드러그스토어, H&B 스토어, 건강기능식품 전문매장, 온라인 등 다양한 채널이 확인됨



Export Insights

통관 및 검역

HACCP 인증 필수 아니나 추후 모니터링 필요

가공식품 사전등록 가능
일본 수출 시 식품분류 확인 필요



일본 새싹보리 수출 시 HACCP 인증 필수는 아니나 국내 식품업체 대상 의무화된 만큼 추후 모니터링이 필요함. 필수 사전 절차는 없으나 기능성 식품 분류를 확인하여 신고 절차를 거쳐야 함. WTO 협정 세율이 적용되어 3%의 세율이 부과됨

전문가 인터뷰

01. 로컬 브랜드 위주 경쟁 치열
02. 주요 소비층은 노년층
03. 혼합, 분말, 스틱 형태 수요 높음



전문가 인터뷰에 따르면 일본 소비자의 경우 최근 유산균, 효소, 콜라겐 등 다양한 성분과 혼합된 새싹보리 제품을 선호하는 것으로 나타남. 주요 소비층은 노년층이나, 최근 젊은 층의 수요가 상승세임. 노년층은 젊은 층 대비 100% 새싹보리 분말을 선호하는 경향을 보임. 또 형태로 소포장된 분말 형태의 새싹보리 제품을 선호하며 최근 페트병, 종이팩 형태의 RTD 제품 선호도도 상승세임

진출제언



- Point 01. 일본 새싹보리 시장은 큰 편이나 로컬 브랜드 위주로 내수 경쟁이 치열한 점이 주요 진입장벽으로 예상되어 차별화 포인트가 필요함
- Point 02. 주요 소비층은 노년층이나 최근 건강에 대한 관심 증가함에 따라 젊은 층의 수요도 상승세이므로 주요 타겟층으로 설정할 것을 제언함
- Point 03. 유산균, 효소, 콜라겐, 단백질 등 다양한 건강성분과 혼합된 제품이 다수임
- Point 04. 분말, 스틱 형태에 대한 수요 높으나 최근 페트병, 종이팩 형태의 RTD 제품 수요도 상승세이므로 참고할 필요가 있음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Herbal/Traditional Products in Japan」, 2020
2. 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019
3. 일본후생노동성(Ministry of Health, Labour and Welfare), 「National Livelihood Survey 2018」, 2018
4. 일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications), 「Family income and expenditure survey」, 2020
5. 뉴트라인그레디언츠(NutraIngredients), 「Suntory reveals top five functional beverage trends shaping Japan's market」, 2019
6. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「Food Sanitation Act」, 2018
7. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020 개정
8. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「The Food Safety Basic Law」, 2006
9. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「Guidelines for Food Contact Materials(FCM) 'positive list' regulation」, 2017
10. 미국 농무부 해외식품서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural service), 「Labeling Guidance for Genome Edited Food Products」, 2019

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 외교부 (www.mofa.go.kr)
3. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
4. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
5. PR타임즈(PR Times), prtimes.jp
6. 닛칸 스파(Nikkan Spa), nikkan-spa.jp
7. 유로모니터(Euromonitor) (www.euromonitor.com)
8. 돈키호테(Donquijote) (www.donki-global.com)
9. 돈키호테홀딩스(PPI-HD) (www.ppih.co.jp)
10. 피알뉴스와이어(PR Newswire) (www.prnewswire.com)
11. 재팬타임즈(Japan Times) (www.japantimes.co.jp)
12. 옐프(Yelp) (www.yelp.com)
13. 도쿄공략(東京攻略) (<http://www.tokyo-koryaku.com>)
14. 선드러그(サンドラッグ) (www.sundrug.co.jp)
15. 던앤브래드쇼(Dun and Bradshaw) (www.dnb.com)
16. 피알타임즈(PR Times) (www.prtimes.jp)
17. 류츠뉴스(流通ニュース) (www.ryutsuu.biz)
18. 웰시아(Welcia) (www.welcia.co.jp)
19. 프레스엠(Pressm) (www.pressm.kr)
20. 피알뉴스와이어(PR Newswire) (www.prnewswire.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

21. 로이터스(Reuters) (www.reuters.com)
22. 포데이즈(For Days) (www.fordays.com)
23. 방콕포스트(Bangkok Post) (www.bangkokpost.com)
24. 사우스차이나모닝포스트(South China Morning Post) (www.scmp.com)
25. 미키상사(三基商事) (www.mikiprune.co.jp)
26. 산케이비즈(Sankei Biz) (www.sankeibiz.jp)
27. 다이렉트셀링뉴스(Direct Selling News) (www.directsellingnews.com)
28. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.com)
29. 코인데스크(Coindesk) (www.coindesk.com)
30. 피어스와이어레스(Fierce Wireless) (www.firecewireless.com)
31. 라이프(ライフ) (www.lifecorp.jp)
32. 핀티데(Fintide) (www.fintide.jp)
33. 라이프넷슈퍼(Life-netsuper) (www.life-netsuper.jp)
34. 니케이아시아(Nikkei Asia) (www.asia.nikkei.com)
35. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.sej.co.jp)
36. 세븐&아이 홀딩스(7&I holdings) (www.7andi.com)
37. 타임아웃(Time Out) (www.timeout.com)
38. 장터 (shopping.geocities.jp/hiroba/)
39. 도쿄히로바(Tokyo Hiroba) (www.tokyohiroba.com)
40. 코다와리이치바(こだわり市場) (www.www.kodawariichiba.com)
41. 코다와리이치바온라인몰(こだわり市場) (www.kodawariichiba.com/webshop/)
42. 매크로바이오틱아시아(Macrobiotic.Asia) (macrobiotic.asia)
43. 일본갈릭(日本ガーリック) (nichiga.net)
44. 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ) (matsukiyo.co.jp/store/online)
45. 츠루하그룹(ツルハグループ) (shop.tsuruha.co.jp)
46. 일본무역진흥기구(Japan External Trade Organization) (jetro.go.jp)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.11.27

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea