



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202110-21
품목 | 디톡스 다이어트 제품(Detox Diet Products)
HS CODE | 2106.90-3029
국가 | 일본(Japan)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 일본 체중조절 및 웰빙식품 시장규모	06
2. 일본 다이어트 보조식품 시장규모	07
3. 일본 체중조절 및 웰빙식품 시장점유율	08
4. 일본 디톡스 다이어트 제품 수입규모	09
5. 한국 디톡스 다이어트 제품 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 일본 디톡스 다이어트 제품 경쟁제품, ‘다이어트 보조제’ 1위	13
2. ‘판클’, 일본 다이어트 보조제 시장점유율 1위	14
3. ‘피로’, ‘혈압’, 디톡스 다이어트 제품 효능 관련 빈출 키워드	15
4. ‘상쾌한’, 일본 디톡스 다이어트 제품 홍보문구 관련 빈출 키워드	16
5. 일본 디톡스 다이어트 제품 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 일본 디톡스 다이어트 제품 유통채널 비교	19
2. 일본 디톡스 다이어트 제품 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|---------------------------------|----|
| 1. 일본 디톡스 다이어트 제품 온라인 유통채널 종합분석 | 25 |
| 2. 일본 디톡스 다이어트 제품 주요 온라인 유통채널 | 31 |

VI. 진입장벽

- | | |
|------------------------------|----|
| 1. 일본 디톡스 다이어트 제품 통관 및 검역 절차 | 40 |
| 2. 일본 디톡스 다이어트 제품 품질 인증 | 41 |
| 3. 일본 디톡스 다이어트 제품 라벨링 | 42 |
| 4. 일본 디톡스 다이어트 제품 성분 및 유해물질 | 47 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

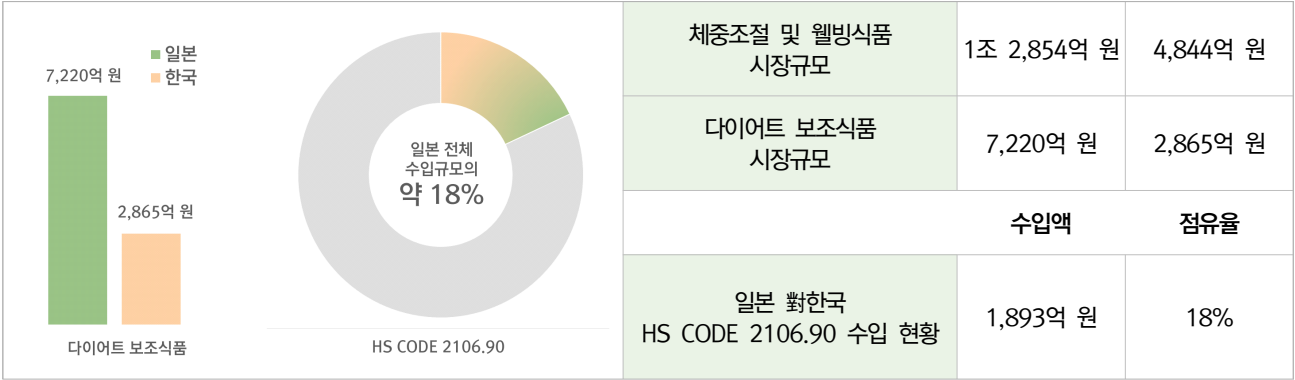
- | | |
|--------------------------------|----|
| Interview ① 겐코차가라리(健康茶ギャラリー) | 52 |
| Interview ② 서울메이트(Seoul Mate) | 54 |
| Interview ③ 세라스토어(Sarah Store) | 55 |

VIII. 시사점

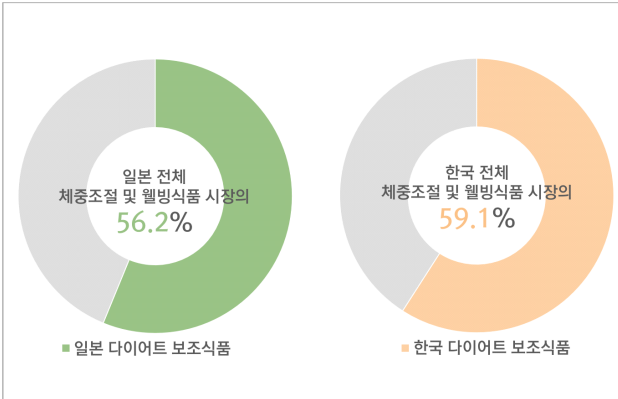
- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 60 |
|--------|----|

Summary

■ 수요 분석



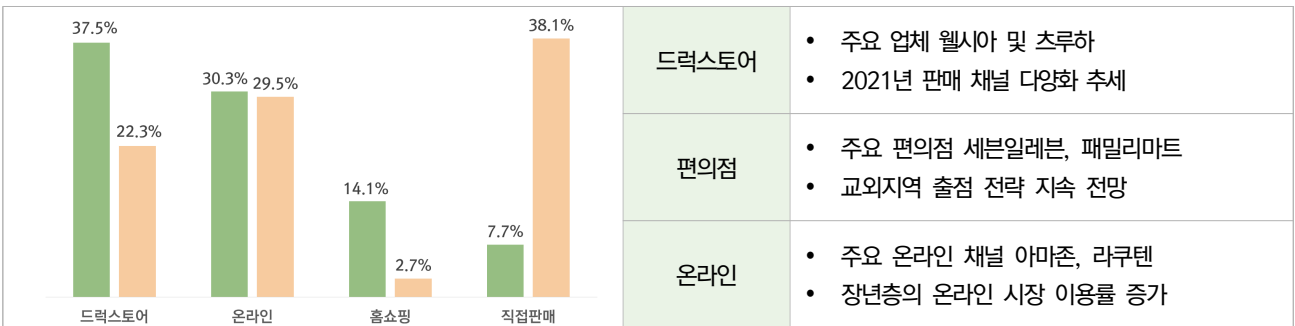
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



■ 진입장벽

인증 및 사전등록	후생노동성 사전등록 필수
라벨링	일본어 표기 필수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

차전자피 수요	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 차전자피 제품 판매 중
제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 가격 다소 높은 편 소환 형태 흔하지 않음
수출 유의사항	<ul style="list-style-type: none"> 필수 취득 인증 없음 일반식품은 효과 및 효능 표시 불가

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 일본 다이어트 보조식품 시장규모, 한국 시장의 2.5배이며 향후 5년 연평균 2%씩 성장 전망 체중조절 및 웰빙식품의 온라인 채널 점유율은 30%
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 차전자피 주요 소비자, 기존 여성 한정되었으나 최근 20-40대 젊은 남녀 모두 소비 중 고객사 제품, 경쟁제품 대비 가격 다소 높거나 적절한 편임

II. 시장규모

1. 일본 체중조절 및 웰빙식품 시장규모
2. 일본 다이어트 보조식품 시장규모
3. 일본 체중조절 및 웰빙식품 시장점유율
4. 일본 디톡스 다이어트 제품 수입규모
5. 한국 디톡스 다이어트 제품 수출규모

1. 일본 체중조절 및 웰빙식품 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

면적	37.8만km ²
인구	1억 2,626만 명
GDP	5조 818억 달러
GDP (1인당)	40,247달러

▶ 일본 체중조절 및 웰빙식품 시장규모, 한국의 ‘2.7배 규모’

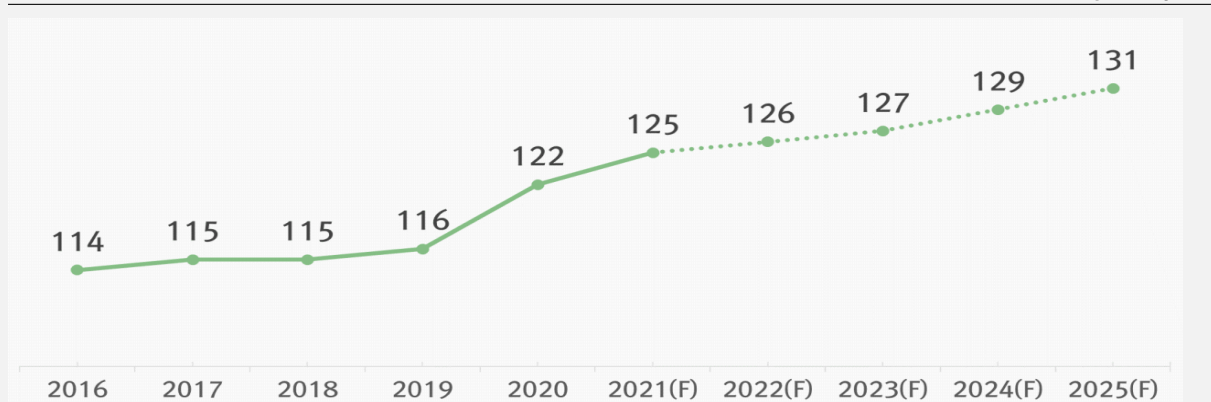
2020년 기준 일본 체중조절 및 웰빙식품 시장규모는 약 1조 2,854억 원으로, 약 4,844억 원을 기록한 한국 시장의 약 2.7배 규모에 해당함. 2016-19년간 연평균 1%씩 성장한 후, 2020년 들어 전년 대비 5% 증가하였는데, 이는 코로나19의 여파로 체력 증진 등을 위한 관련 제품 소비 증가가 주된 원인으로 꼽힘

▶ 일본 체중조절 및 웰빙식품 시장규모, 향후 5년간 1%씩 성장 예상

일본 체중조절 및 웰빙식품 시장은 향후 5년(2021-25년)간 연평균 1%의 완만한 성장률을 보이며 2025년 기준 약 1조 3,858억 원의 시장규모를 기록할 것으로 전망됨. 코로나19 종식 이후에도 주 수요원인 일본 고령층의 고정적 수요가 지속될 것으로 예상됨 ²⁾³⁾

[표 2.1] 일본 ‘체중조절 및 웰빙식품’ 시장규모 ⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 엔



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR ⁶⁾
체중조절 및 웰빙식품	114	115	115	116	122	2%
(한화추정액)	(1조 2,093억 원)	(1조 2,124억 원)	(1조 2,188억 원)	(1조 2,262억 원)	(1조 2,854억 원)	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
체중조절 및 웰빙식품	125	126	127	129	131	1%
(한화추정액)	(1조 3,213억 원)	(1조 3,266억 원)	(1조 3,446억 원)	(1조 3,657억 원)	(1조 3,858억 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사 시장: 조사제품 ‘디톡스 다이어트 제품’은 차전자피 식이섬유, 녹차추출물, 알로에분말 등이 함유되어 원활한 배변활동과 체지방감소에 도움이 되는 다이어트 제품임. 이에 제품의 성질 및 효능을 기준으로 ‘다이어트 보조식품’ 시장규모와 상위시장인 ‘체중조절 및 웰빙식품’ 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Weight Management and Wellbeing in Japan」, 2020.11

4) 환산된 데이터(단위: 엔, 원)는 모두 반올림됨

5) 100엔=1,057.04원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 일본 다이어트 보조식품 시장규모

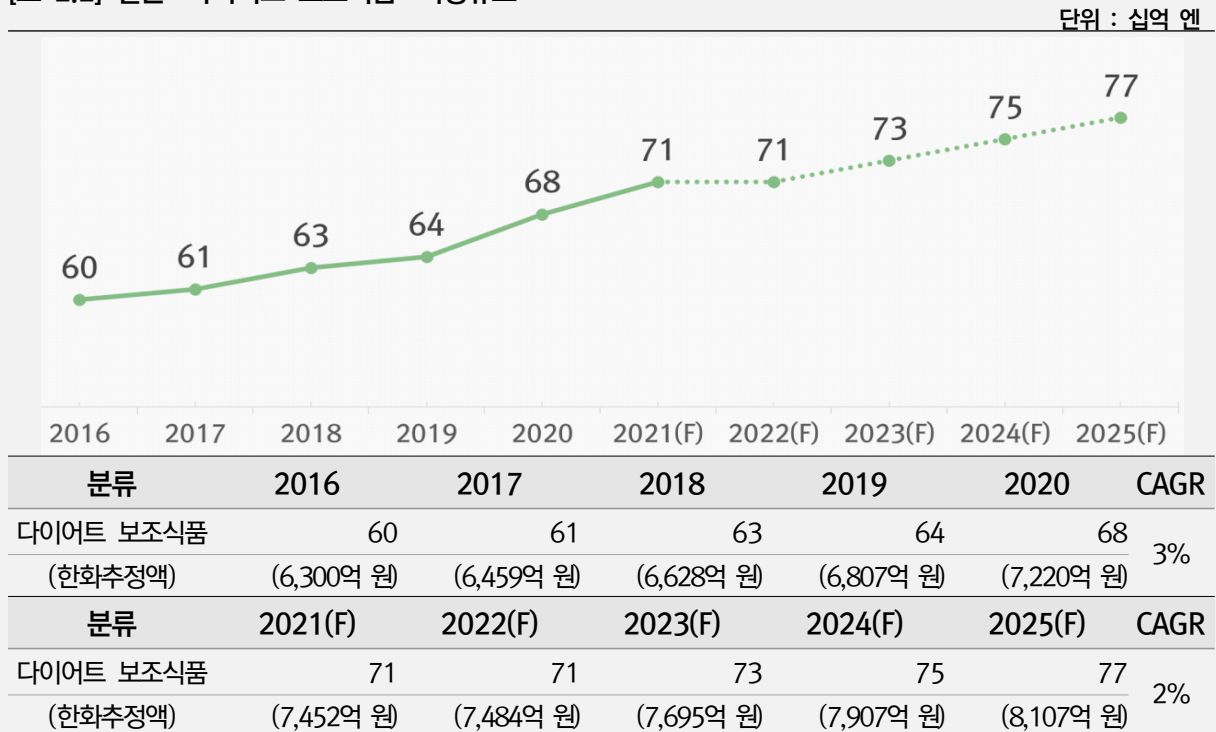
▶ 일본 다이어트 보조식품 시장규모, 2020년 전년 대비 6% 상승

2020년 일본 다이어트 보조식품 시장규모 약 7,220억 원으로, 약 2,865억 원을 기록한 한국 다이어트 보조식품 시장의 약 2.5배 규모에 해당함. 일본 다이어트 보조식품 시장규모는 2016-19년간 연평균 2% 내외의 성장률을 기록하다, 2020년 들어 6%의 성장률을 기록함. 이러한 상승세는 코로나19로 인한 외출제한 등으로 신체 활동에 제약이 발생함에 따라, 체중 조절 대안으로 다이어트 보조식품을 선택하는 소비자가 증가한 것이 주된 요인으로 지목됨

▶ 일본 다이어트 보조식품 시장규모, 향후 5년간 지속적 성장 예상

일본 다이어트 보조식품 시장은 향후 5년(2021-25년)간 연평균 2%의 성장률을 기록할 것으로 전망되며, 2025년 기준 약 8,107억 원의 시장규모를 달성할 것으로 예상됨. 향후 체중감량 효과 및 노화방지 등 부가적 효능을 가진 제품이 출시될 것으로 예상되어 신규 수요층 확보가 가능할 것으로 예측됨 7)

[표 2.2] 일본 '다이어트 보조식품' 시장규모⁸⁾



자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Weight Management and Wellbeing in Japan」, 2020.11

8) 환산된 데이터(단위: 엔, 원)는 모두 반올림됨

3. 일본 체중조절 및 웰빙식품 시장점유율

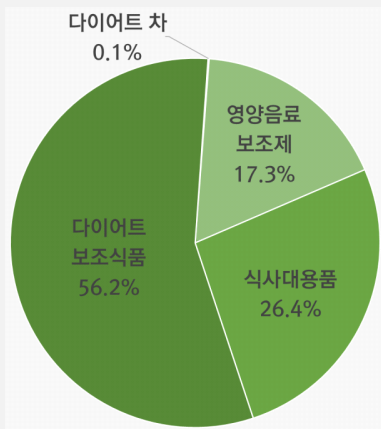
▶ 일본 ‘다이어트 보조식품’, 시장점유율 56.2% 기록

일본 체중조절 및 웰빙식품(약 1조 2,854억 원) 세부 시장과 한국(약 4,844억 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 두 국가 모두 다이어트 보조식품의 점유율이 과반 이상을 차지하는 등 세부 시장 구성 형태가 비슷한 것으로 나타남. 일본의 경우 ‘다이어트 보조식품’이 56.2%로 점유율 1위를 기록하였으며, 이어서 ‘식사대용품’(26.4%), ‘영양음료 보조제’(17.3%), ‘다이어트 차’(0.1%) 순인 것으로 나타남⁹⁾¹⁰⁾

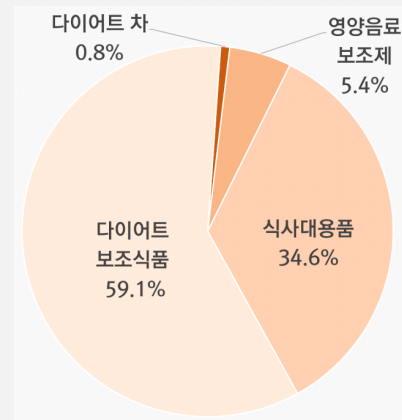
[표 2.3] 2020년 일본, 한국 체중조절 및 웰빙식품 시장점유율¹¹⁾

단위 : 백분율(%)

일본 체중조절 및 웰빙식품 세부 시장



한국 체중조절 및 웰빙식품 세부 시장



분류	체중조절 및 웰빙식품			
	다이어트 보조식품	식사대용품	영양음료 보조제	다이어트 차
일본	56.2	26.4	17.3	0.1
한국	59.1	34.6	5.4	0.8

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 유로모니터상 일본 체중조절 및 웰빙식품 시장(약 1조 2,854억 원)과 한국 체중조절 및 웰빙식품 시장(약 4,844억 원)의 시장점유율을 나타냄

10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Weight Management and Wellbeing in Japan」, 2020.11

11) 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

4. 일본 디톡스 다이어트 제품 수입규모

HS CODE 2106.90

조사제품 '디톡스 다이어트 제품'은 '따로 분류되지 않은 조제 식료품으로 규정된 제 2106호에 속하며, 그 중 '기타'에 해당하는 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

▶ 일본 HS CODE 2106.90 對글로벌 수입액, 최근 5년간 하락세

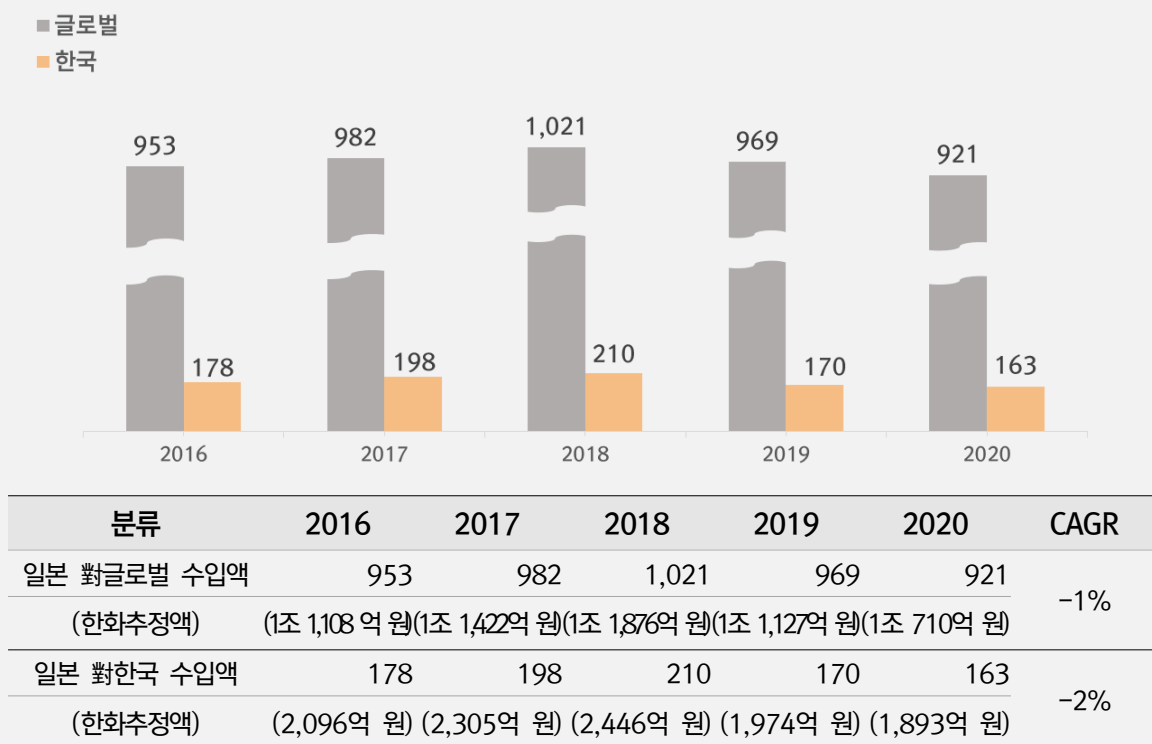
2020년 기준 일본 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입규모는 전년 대비 5% 하락한 1조 710억 원을 기록함. 2018년까지 꾸준히 증가하던 HS CODE 2106.90 품목의 수입액이 2019년 이후 5%가 넘는 감소세를 겪고 있으며, 최근 5년(2016-20년)간 연평균 1%의 감소세를 기록하는 등 하락 국면에 접어든 것으로 보임

▶ 일본 HS CODE 2106.90 수입액, 한국산 점유율 18%로 2위

2020년 기준 일본 HS CODE 2106.90 품목의 對한국 수입액은 약 1,893억 원을 기록하였으며, 이는 전체 수입액 중 2위에 해당하는 수치임. 對글로벌 수입액 1위국은 미국(약 2,355억 원, 22%)이며 이어서 한국(18%), 중국(약 1,149억 원, 11%), 싱가포르(약 1,011억 원, 9%) 순으로 이어짐

[표 2.4] 일본 HS CODE 2106.90 수입규모¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾

단위 : 백만 달러



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

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 1달러=1,162.80원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 디톡스 다이어트 제품 수출규모

● HS CODE 2106.90-3029
조식제품 '디톡스 다이어트' 제품에
해당하는 HS CODE 2106.90-
3029의 한국 對글로벌 對일본
수출규모를 통해 수출 수위를
확함

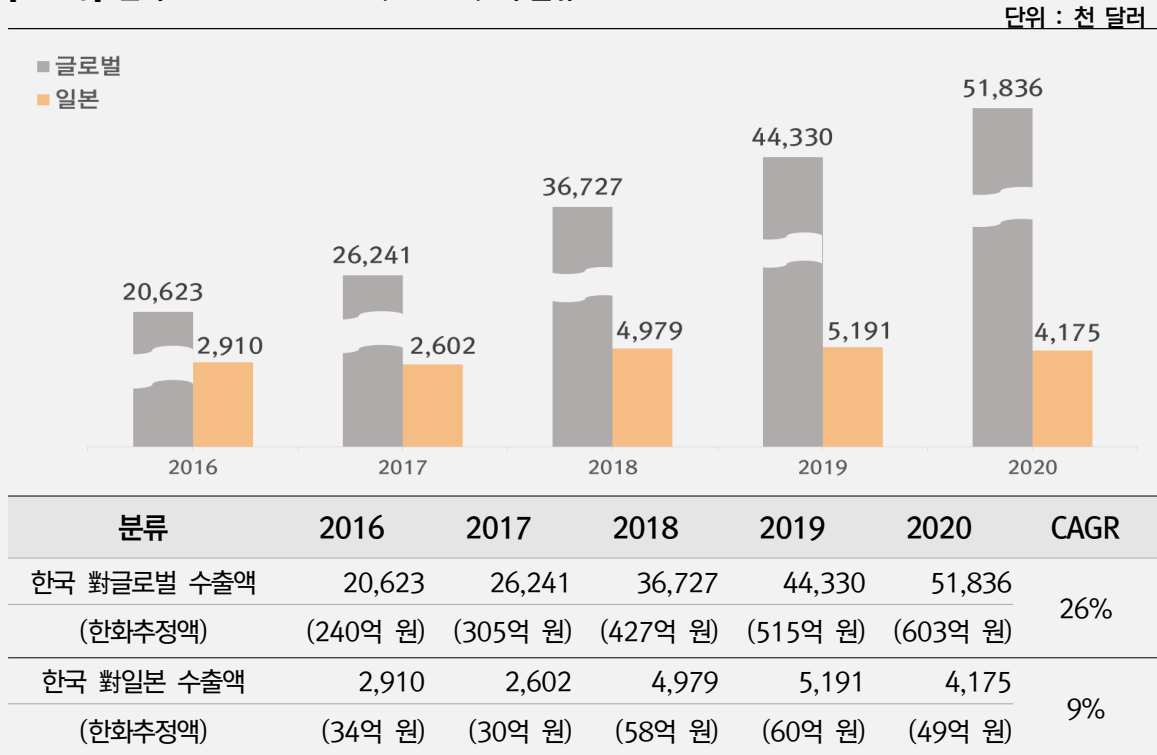
▶ 한국 HS CODE 2106.90-3029 對글로벌 수출액 약 603억 원

한국 HS CODE 2106.90-3029 품목의 對글로벌 수출규모는 전년 대비 17% 성장한 약 603억 원을 기록함. 특히 2018년 수출액 기준 전년 대비 40% 상승하는 등 가파른 상승세를 보였으며, 최근 5년(2016-20년) 간 연평균 26% 성장률을 달성하며 빠른 성장세를 보임

▶ 한국 HS CODE 2106.90-3029 對일본 수출액, 글로벌 5위 기록

2020년 기준 한국 HS CODE 2106.90-3029 품목의 對일본 수출액은 약 49억 원을 기록하였으며, 이는 글로벌 수출액의 8%에 해당하는 수치로 전체 5위를 기록함. 수출액 기준 1위국은 중국(약 200억 원, 33%)이며 이어서 베트남(약 120억 원, 20%), 미국(약 100억 원, 17%), 홍콩(약 61억 원, 10%) 순인 것으로 나타남

[표 2.5] 한국 HS CODE 2106.90-3029 수출규모¹⁵⁾¹⁶⁾



자료 : 자료: KATI농식품수출정보, HS CODE 2106.90-3029 기준

15) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 일본 디톡스 다이어트 제품 경쟁제품, ‘다이어트 보조제’ 1위
2. ‘판클’, 일본 다이어트 보조제 시장점유율 1위
3. ‘피로’, ‘혈압’, 디톡스 다이어트 제품 효능 관련 빈출 키워드
4. ‘상쾌한’, 일본 디톡스 다이어트 제품 홍보문구 관련 빈출 키워드
5. 일본 디톡스 다이어트 제품 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인매장 입점 디톡스 다이어트 제품 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 디톡스(デトックス)
- 데이터 수집량 : 796건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인쇼핑몰

▶ 일본 온라인매장 입점 디톡스 다이어트 제품 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 효능 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도/점유율	키워드 (국문/일본어)		빈도/점유율
경쟁제품	다이어트 보조제	ダイエットサプリ	61	키토산 보조식품	キトサンサプリ	10
	발효 추출물	発酵エキス	25	다이어트 음료	ダイエットドリンク	8
	콤부차	コンブチャ	24	분말 차	粉末ティー	4
	주스	ジュース	13	분말 음료	粉末ドリンク	4
경쟁브랜드	판클	Fancl	(-)	포데이즈	Fordays	(-)
	포스콜리	Forskohlii	(-)	모데어	Modere	(-)
	니쉬톨	Nishitoll	(-)	뉴트리라이트	Nutrilite	(-)
	허벌라이프 뉴트리션	Herbalife Nutrition	(-)	슬림업슬림	SlimUpSlim	(-)
	디아나츄라	Dear-Natura	(-)	(-)	(-)	(-)
	파마넥스	Pharmanex	(-)	(-)	(-)	(-)
효능	피로	疲労	31	비만	肥満	15
	혈압	血圧	31	체중 감소	減量	14
	노화 방지	アンチエイジング	21	신진대사	新陳代謝	7
홍보문구	상쾌한	スッキリ	62	맛있는	おいしい	21
	엄선한	厳選	45	프리미엄	プレミアム	16
	면역력	免疫力	45	일등급	最高級	8
	유기농	有機	23	건강한	健やか	5

1. 일본 디톡스 다이어트 제품 경쟁제품, ‘다이어트 보조제’ 1위

▶ ‘다이어트 보조제’, 빈출 키워드 1위

- ‘다이어트 보조제’ 키워드 61건으로 2위 키워드와 2배 이상 차이
- 체중감량을 주력으로 한 제품 중 ‘다이어트 음료’도 있으며 키워드 8건

▶ ‘발효 추출물’, ‘콤부차’ 빈출 키워드 각각 2, 3위

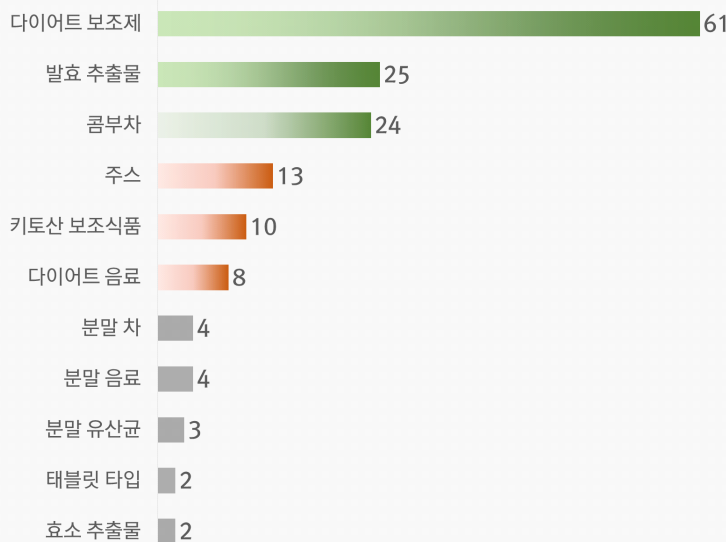
- ‘발효 추출물’, ‘콤부차’ 키워드 25, 24건으로 각각 2, 3위
- 다이어트 보조제에 비해 디톡스를 주력으로 한 제품

▶ 그 외 다양한 디톡스 다이어트 제품 발견

- ‘주스’, ‘분말 차’, ‘분말 유산균’ 등 관련 제품이 다양함

1위 다이어트 보조식품		2위 발효 추출물		3위 콤부차	
					
브랜드	브랜드 없음	브랜드	아스웰(ASUWELL)	브랜드	스코야카노마리(健やかの杜)
용량	15g	용량	200g	용량	80g
가격	3,218엔(34,015원) ¹⁷⁾	가격	1,990엔(21,035원)	가격	1,480엔(15,644원)

[표 3.1] 일본 디톡스 다이어트 제품 경쟁제품 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 매장 제품 내 ‘디톡스 다이어트 제품’ 관련 게시글 796건 분석

17) 100엔=1,057.04원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. ‘판클’, 일본 다이어트 보조제 시장점유율 1위

▶ 일본 다이어트 보조제 시장 선두 ‘판클’

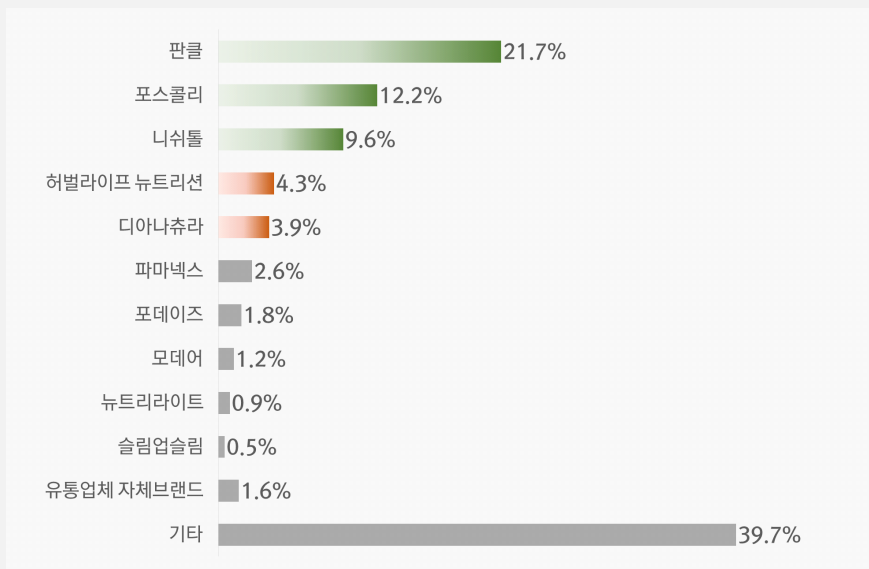
- 아마존(Amazon) 상 ‘다이어트 보조제’ 검색 시 첫 번째 페이지 24개의 상품 중 7개가 ‘판클’ 브랜드의 제품
- 여성용/남성용 및 20대, 30대, 50대 용 등 다양한 소비자층을 타겟

▶ 시장점유율 10% 이상인 기업은 판클 외 ‘포스콜리’가 유일

- ‘포스콜리’ 시장점유율 12.2%로 다이어트 보조제 시장 2위
- 기타 브랜드의 총 시장점유율은 40%에 육박함
- 일본 소비자의 건강 의식 수준 향상과 건강기능식품에 대한 관심 증대로 소규모 기업이 관련 산업에 뛰어드는 추세¹⁸⁾

1위 판클		2위 포스콜리		4위 허벌라이프 뉴트리션	
					
제품명	퍼펙트 슬림 우먼	제품명	다이어트 파워	제품명	밸런스 프로틴 믹스 말차
용량	90정(30일 분)	용량	90정(30일 분)	용량	450g
가격	2,590엔(27,377원)	가격	1,445엔(15,274원)	가격	5,970엔(63,105원)

[표 3.2] 일본 다이어트 보조제 브랜드 시장점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

18) 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Japan – Analysis」, 2020.11

3. ‘피로’, ‘혈압’, 디톡스 다이어트 제품 효능 관련 빈출 키워드

▶ ‘피로’ 키워드 31건으로 ‘혈압’과 함께 빈출 키워드 공동 1위

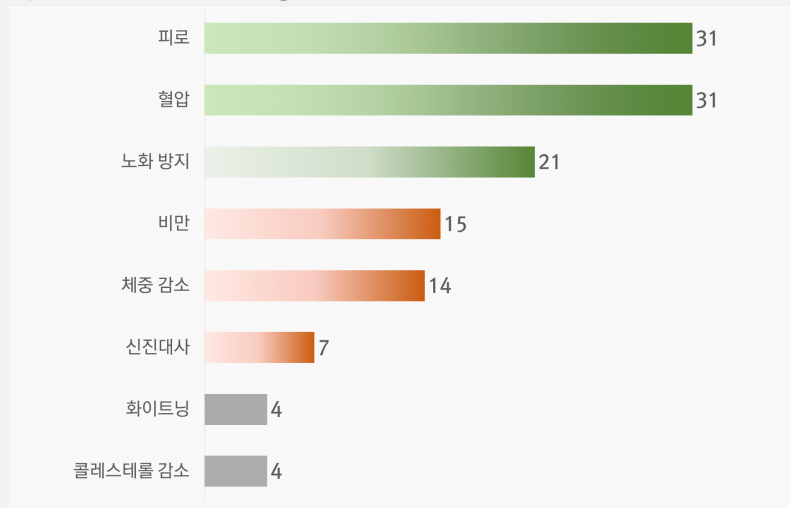
- 디톡스 다이어트 제품 중 ‘파파야 발효식품’, 첫 번째 효능으로 ‘피로 회복’ 강조
- 쿠오레나고야의 파파야 발효식품 성분은 단 3가지이며 효능 위주로 홍보
- 기능성표시식품 제도 도입 후 단순한 성분보다 효능에 더 관심 쏟는 트렌드¹⁹⁾와 관련 있어 보임

▶ ‘혈압’, ‘비만’ 등 생활 습관과 관련있는 키워드 상위권

- 생활 습관으로 인해 생기는 고혈압, 당뇨병, 비만, 동맥경화 등의 예방 관련제품이 일본 건강기능식품 중 시장 규모(16.7%) 가장 큼²⁰⁾

공동 1위 피로		공동 1위 혈압		5위 체중 감소	
					
제품명	파파야 발효식품	제품명	보충제	제품명	뷰티 레그 셀룰라이트 슬림
브랜드	쿠오레나고야(クオレナゴヤ)	브랜드	나우(NOW)	브랜드	정보 없음
가격	3gX10/2,500엔(26,426원)	가격	750mg/3,545엔(37,472원)	가격	27g/4,980엔(52,641원)

[표 3.3] 일본 디톡스 다이어트 제품 효능 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 매장 제품 내 ‘디톡스 다이어트 제품’ 관련 게시글 796건 분석

19) 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Japan - Analysis」, 2020.11

20) 카티(Kati), 「일본의 인기 건강식품 성분은?」, 2019.12

4. '상쾌한', 일본 디톡스 다이어트 제품 홍보문구 관련 빈출 키워드

▶ 장 청소와 관련 있는 '상쾌한', 빈출 키워드 1위

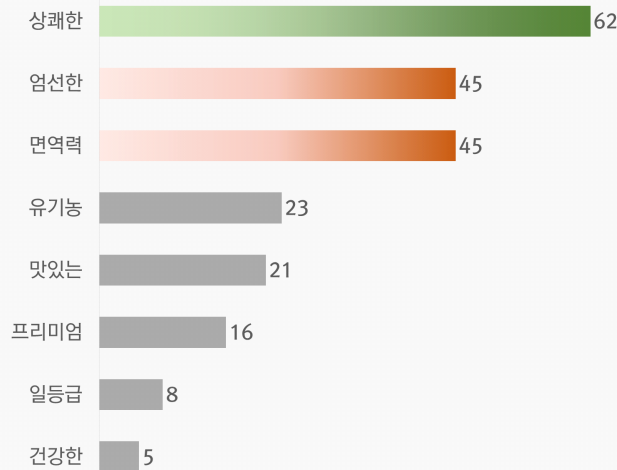
- '상쾌한' 키워드 62건으로 홍보문구 관련 빈출 키워드 1위
- '상쾌한' 원문 추적 결과, '다음날 아침 상쾌한' 등 장 청소나 해독 기능과 관련한 문구 발견

▶ '엄선한', '면역력' 45건으로 빈출 키워드 공동 2위

- 건강기능식품인만큼 좋은 성분이나 면역력 강화 제품인 점 강조하여 홍보하는 제품 다수
- 그 외 품질 관련한 키워드로는 '유기농', '프리미엄', '일등급' 등이 있음

1위 상쾌한		공동 2위 엄선한		공동 2위 면역력	
					
제품명	콤부차 응축 캡슐	제품명	표고 버섯 균사체 추출물 캡슐	제품명	천연 프로폴리스
브랜드	타운모루카가야키 (タウンモールかがやき)	브랜드	카구라(カグラ)	브랜드	에이에프씨(AFC)
가격	20g/2,380엔(25,158원)	가격	180알/15,000엔(158,556원)	가격	30ml/3,564엔(37,673원)

[표 3.4] 일본 디톡스 다이어트 제품 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 매장 제품 내 '디톡스 다이어트 제품' 관련 게시글 796건 분석

5. 일본 디톡스 다이어트 제품 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 장 건강과 피로 회복에 필요한 디톡스 다이어트 제품

- 디톡스 다이어트 제품 효능 중 ‘피로’가 빈출 키워드 1위인 점 활용
- 핵심 기능인 배변 활동과 체중 감량에 피로 회복 효능까지 강조

▶ 컨셉 ② _ 장 청소로 아침은 상쾌하게, 녹차 추출물로 다이어트까지

- 변비와 체중 증가로 어려움을 겪고 있는 소비자층에 어필
- 아마존, 라쿠텐(Rakuten) 내 디톡스 기능과 장 청소 기능을 두루 갖춘 제품 찾아보기 어려웠음, 장다비움의 차별성 강조

▶ 컨셉 ③ _ 기능성 원료와 7가지 부원료까지 엄선한 건강기능식품

- 일본 건강기능식품의 영양성분 중 비타민과 유산균 성분이 가장 인기²¹⁾
- 유산균, 홍삼, 알로에 등 엄선한 부원료도 강조하여 홍보

경쟁제품	효능	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
(-)	피로	상쾌한	10건	원활한 장 운동을 촉진해 [원활한] 배변활동을 돕고 체내에 쌓인 노폐물을 배출하여 [피로 회복]에도 도움을 주는 디톡스 다이어트 제품
발효 추출물	(-)	상쾌한	8건	장 청소로 [상쾌한] 아침은 물론 녹차 [추출물] 함유로 체중 감량에도 도움을 주는 디톡스 다이어트 제품
다이어트 보조식품	(-)	엄선한	4건	[엄선한] 이중 기능성 원료와 7가지 부원료까지 꼼꼼하게 담은 [건강기능식품]
다이어트 보조식품	체중 감소	(-)	3건	장 청소와 [체중 감량]까지 한꺼번에 챙길 수 있는 [건강기능식품]
발효 추출물	(-)	프리미엄	2건	[프리미엄] 원료에 녹차 [추출물]을 넣어 항산화 작용과 체지방 감소에 도움을 주는 디톡스 다이어트 제품

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁제품/효능/홍보문구가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

21) 카티(Kati), 「일본의 인기 건강식품 성분은?」, 2019.12

IV. 유통채널 특징

1. 일본 디톡스 다이어트 제품 유통채널 비교
2. 일본 디톡스 다이어트 제품 유통채널 특징

1. 일본 디톡스 다이어트 제품 유통채널 비교

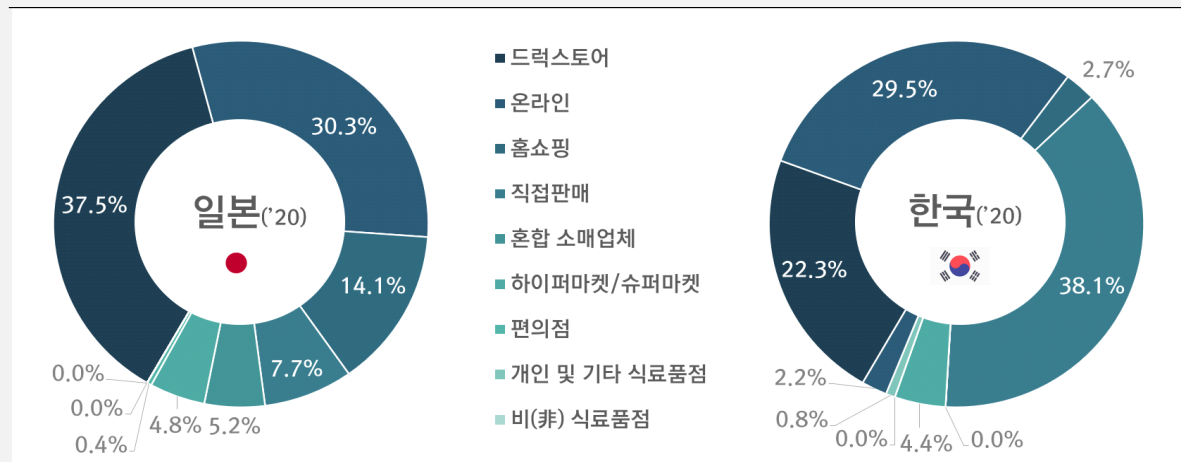
▶ 일본 ‘드럭스토어’와 ‘홈쇼핑’ 점유율 한국보다 높아

2020년 일본 ‘체중조절 및 웰빙식품’ 유통채널 중 ‘드럭스토어’의 점유율은 37.5%로 한국의 22.3% 대비 높았고, ‘홈쇼핑’ 또한 일본이 14.1%로 한국의 2.7% 대비 높은 것으로 나타남. ‘혼합 소매업체’를 통한 유통은 일본에만 존재하는 것으로 나타났으며, ‘직접판매’는 일본의 7.7% 대비 한국이 38.1%라는 월등히 높은 점유율을 나타냄

▶ 일본 디톡스 다이어트 제품 온라인 시장, 한국과 흡사한 수준

2020년 일본 ‘체중조절 및 웰빙식품’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 30.3%로 한국의 29.5% 대비 근소하게 높아 두 국가의 온라인 소비시장이 비슷한 수준인 것으로 나타남

[표 4.1] 일본 디톡스 다이어트 제품 소매유통채널 점유율



일본 및 한국 소매유통채널 점유율²²⁾²³⁾ 비교²⁴⁾

일본	유형	한국
37.5%	드럭스토어	22.3%
30.3%	온라인	29.5%
14.1%	홈쇼핑	2.7%
7.7%	직접판매	38.1%
5.2%	혼합 소매업체 ²⁵⁾	0.0%
4.8%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4.4%
0.4%	편의점	0.0%
0.0%	개인 및 기타 식료품점 ²⁶⁾	0.8%
0.0%	비(非) 식료품점	2.2%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 2020년 기준, 일본 및 한국 ‘체중조절 및 웰빙식품(Weight Management and Wellbeing)’의 소매유통채널 점유율임

23) ‘디톡스 다이어트 제품’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘체중조절 및 웰빙식품(Weight Management and Wellbeing)’의 정보를 확인함

24) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

25) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 대형 유통업체(Mass merchandisers)를 포괄함

26) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

2. 일본 디톡스 다이어트 제품 유통채널 특징

1) 드럭스토어

일본 주요 드럭스토어 업체
스기약국



사진자료: 스기약국

▶ 일본 주요 드럭스토어 업체, 웰시아 및 츠루하

일본 주요 드럭스토어 업체 웰시아홀딩스(Welcia Holdings)는 2020년 일본 드럭스토어 전체 매출액 15조 8,010억 엔(약 167조 229억 원²⁷⁾)의 6.2%를 점유했으며 산하에 웰시아(Welcia) 1개 브랜드를 보유함. 츠루하(Tsuruha)는 2020년 전체 매출액의 5.6%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 일본 드럭스토어 업체, 소매유통채널 중 유일하게 매장 확대²⁸⁾

코로나19 이전부터 헬스케어 이외의 생필품, 식품, 화장품 등 판매 상품군을 확장하며 성장세를 보이던 일본의 드럭스토어 업체는 2021년에도 재택 근무 기조가 이어질 것으로 예상되자 디지털 기술을 적극적으로 활용하여 판매 채널을 다양화함. 특히 노령 인구가 증가한 상황을 반영하여 어플리케이션을 통한 주기적 관리 및 배달 서비스를 제공함. 노령 인구의 증가는 드럭스토어 단독 매장 수 확대로도 이어졌는데, 이는 대형 상점보다는 활동 반경 내에 위치한 드럭스토어 매장에 더 많이 의존하는 노년층의 습성을 반영한 것임

[표 4.2] 일본 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) ²⁹⁾	산하 주요 브랜드
1	웰시아홀딩스 (Welcia Holdings)	6.2%	웰시아(Welcia)
2	츠루하 (Tsuruha)	5.6%	츠루하(Tsuruha)
3	코스모스약품 (Cosmos Pharmaceutical)	4.6%	코스모스(Cosmos)
4	스기약국 (Sugi Pharmacy)	3.7%	스기약국(Sugi Pharmacy)
5	마츠모토키요시홀딩스 (Matsumoto Kiyoshi Holdings)	2.9%	마츠모토키요시(Matsumoto Kiyoshi)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 100엔=1,057.04원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

28) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Japan Country Report」, 2021.02

29) 일본 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

● 일본 교외 지역에 위치한 편의점



사진자료: 재팬가이드

▶ 일본 주요 편의점 업체, 세븐앤아이홀딩스

일본 주요 편의점 업체 세븐앤아이홀딩스(Seven&I Holdings)는 2020년 일본 편의점 전체 매출액 7조 7,760억 엔(약 82조 1,954억 원)의 43.0%를 점유했으며, 산하에 세븐일레븐(7-Eleven) 1개 브랜드를 보유하고 있음. 패밀리마트우니홀딩스(Familymart Uny Holdings)는 2020년 전체 매출액의 25.0%를 점유했으며 패밀리마트(Familymart), 토모니(Tomony), 선쿠스(Sunkus) 등의 브랜드를 두고 있음

▶ 일본 교외화 현상, 편의점 업체 운영 전략에 영향³⁰⁾

코로나19 여파로 ‘탈도심화’ 현상이 일본 내 주목을 받으며 편의점 업체들의 운영 전략도 영향을 받을 것으로 나타남. 일본 편의점 산업의 선두기업인 세븐일레븐, 패밀리마트, 로손은 코로나19 시기에 매출 타격을 최소화해준 매장들이 대부분 교외지역에 위치한 매장이었으며, 교외지역 중심 출점 전략을 지속할 것이라고 밝힘

[표 4.3] 일본 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유(‘20) ³¹⁾	산하 주요 브랜드
1	세븐앤아이홀딩스 (Seven&I Holdings)	43.0%	세븐일레븐(7-Eleven)
2	패밀리마트우니홀딩스 (Familymart Uny Holdings)	25.0%	패밀리마트(Familymart), 토모니(Tomony), 선쿠스(Sunkus)
3	로손(Lawson)	21.7%	로손(Lawson), 로손스토어100(Lawson Store 100)
4	야마자키베이 (Yamazaki Baking)	5.0%	야마자키숍(Yamazaki Shop), 데일리야마자키(Daily Yamazaki)
5	이온(AEON)	2.8%	미니스톱(Ministop)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

30) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Japan Country Report」, 2021.02

31) 일본 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 아시안마트/한인마트

▶ 일본 주요 아시안마트/한인마트 업체, 장터 및 서울시장

일본 주요 한인마트 업체로는 장터 한국광장(韓国広場) 및 서울시장(ソウル市場) 등이 있음. 장터 한국광장은 도쿄, 오사카에 각각 1개 점포, 도쿄, 오사카에 각각 1개 도매센터를 보유하고 있으며, 서울시장은 도쿄에 1개의 점포를, 사이타마에 물류센터를 보유하고 있는 것으로 나타남

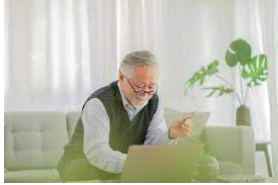
[표 4.4] 일본 주요 아시안마트/한인마트

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수('20)	주요 거점
1	장터 한국광장(韓国広場)	1993년	2개	도쿄, 오사카
2	서울시장(ソウル市場)	2009년	1개	도쿄
3	칸비니(Kanbini)	2020년	1개	사이타마

자료: 각 기업 홈페이지

4) 온라인

● 일본 장년층의 온라인 시장 이용



사진자료: 드림스타임

▶ 일본 주요 온라인 유통채널, 아마존 및 라쿠텐

일본 주요 온라인 유통채널 아마존(Amazon)은 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액 12조 3,020억 엔(약 130조 371억 원)의 14.8%를 점유했으며, 산하에 아마존재팬(Amazon Japan) 브랜드를 보유하고 있음. 라쿠텐(Rakuten)은 2020년 전체 매출액의 11.7%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 코로나19가 불러온 변화, 일본 장년층의 온라인 시장 참여³²⁾

코로나19 여파로 젊은 층 외 인구들의 일본 온라인 시장 이용률이 증가함. 기존 온라인 시장의 주 이용층은 젊은 세대였지만, 코로나19 이후 이용 연령대의 범위가 넓어지고 있는 것으로 나타남. 그러나 일본 소비자 보호원(NCAC, National Consumer Affairs Center)에 따르면 고령층의 온라인 구매 자체는 활발해졌지만, 그와 동시에 그들의 구매 관련 애로사항도 늘어난 것으로 나타나며 새로 등장한 소비층에 알맞은 온라인 매장들의 대응 전략이 필요할 것으로 예상됨

[표 4.5] 일본 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ³³⁾	산하 주요 브랜드
1	아마존(Amazon)	14.8%	아마존재팬 (Amazon Japan)
2	라쿠텐(Rakuten)	11.7%	라쿠텐 (Rakuten)
3	소프트뱅크(Softbank)	10.7%	야후쇼핑 (Yahoo Shopping)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

32) 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02

33) 일본 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 일본 디톡스 다이어트 제품 주요 온라인 유통채널
2. 일본 디톡스 다이어트 제품 주요 오프라인 유통채널

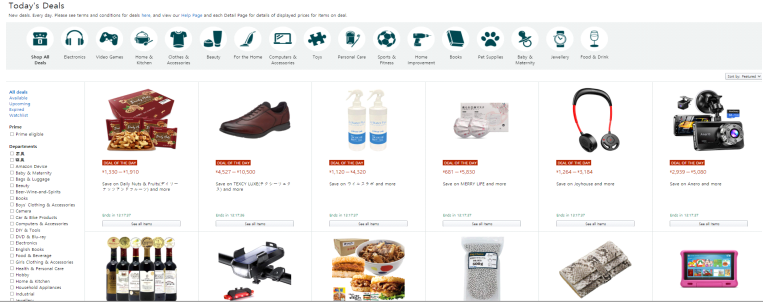
1. 일본 디톡스 다이어트 제품 주요 온라인 유통채널 ① 아마존재팬

기업 기본 정보	기업명	아마존재팬(Amazon Japan)		
	홈페이지	www.amazon.co.jp		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	6억 4,000만 회	
		앱다운로드수('20)	500만 회	
매출('20)		약 1조 8,207억 엔(약 19조 2,455억 원 ³⁴⁾)		
운영방식		온라인마켓		



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	듀엔(DUEN), 그레이스오브네이처 (Grace of Nature)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보



10,000엔 이상 구매 시 500엔 쿠폰 증정, 첫 구매 시 쿠폰 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭 <p>아마존 셀러 계정 생성 상품 리스팅</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량)
		<ul style="list-style-type: none"> • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +0120-999-373

자료: 아마존재팬(Amazon Japan), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

34) 100엔=1,057.04원(2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 결제수단 편의
신용카드 구입이 어려운 일본 온라인 쇼핑 시장을 고려, ATM기나 편의점을 통한송금가능

2. 무료 배송
포인트를 이용한 무료 구매가 법률상 제한되자 무료배송과 할인상품권 지급

3. 구매내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리내추천상품제공

4. 아마존 프라임
연회비 지불을 통한 빠른 배송과 무료 영화, 음악 제공

5. 국제배송
타 국가에서도 일본 아마존에서의구매가능

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
영어, 중국어 언어 지원, 한국에서 해외 아마존 이용 가능

온라인몰 UI ②

Amazon Japan - 제품 구매 페이지

'디톡스' 제품 검색 결과

'디톡스'로 검색결과 노출
원산지, 가격, 종류별로 세분화 분류 기능 제공

'디톡스' 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)
사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	소화효소	듀엔 (DUEN)	4슈노스미토콘부차노나마 코소슈칸나마코소 (4種の炭とコンブチャの生 酵素習慣 生酵素)	일본	1,380엔 (약 1만 4,587원)	20g * 30개입	
2	디톡스 제품	그레이스오브 네이처 (Grace of Nature)	데톡쿠스티사라비 (デトクスティー sarabi)	일본	1,102엔 (약 1만 1,648원)	3g * 30개입	
3	디톡스 제품	레이코 (Reiko)	야에야마쿠로레라300쓰부 (八重山クロレラ 300粒)	일본	3,240엔 (약 3만 4,248원)	300mg * 300개입	
4	디톡스 제품	모리모리스림 (モリモリスリム)	허브헬스혼포 모리모리슬림티플레이버 (Herb Health Honpo Morimori Slim Tea Flavor)	일본	3,890엔 (약 4만 1,118원)	5g * 30개입	
5	디톡스 제품	셀 밸런스 (Cell Balance)	단우라라스미아이엠티 사푸리 (炭麗 炭ダイエット サプリ)	일본	1,280엔 (약 1만 3,530원)	300mg * 150개입	
6	디톡스 제품	스코야카노모리 (健やかの杜)	곤부차토 82슈루이노슈쿠부쓰코소 (コンブチャと 82種類の植物酵素)	일본	1,480엔 (약 1만 5,644원)	600mg * 60개입	
7	디톡스 제품	모리모리스림 (モリモリスリム)	허브헬스혼포 모리모리슬림루지티 플레이버 (Herb Health Honpo Morimori Slim Louji Tea Flavor)	일본	1,980엔 (약 2만 929원)	5g * 10개입	

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

35) 조사일(2021.09.30.) 기준 아마존재팬(Amazon Japan) 디톡스 제품 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

② 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)		
	홈페이지	www.rakuten.com.jp		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	4,200만 회	
		앱다운로드수('20)	30만 회	
매출('20)		약 1조 4,393억 엔(약 15조 2,143억 원)		
운영방식		온라인마켓		



매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	사간노엔(さがん農園), 유리시(YULICI)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보

시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매금액 페이백 이벤트, 포인트적립 등 다양한 프로모션 진행

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 <ol style="list-style-type: none"> 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호, 대표 Fax 번호, 대표자명) 운영담당자정보 (담당자명, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형) 문의사항 연락처: <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: sales-list@rakuten.com
-------------	---------------------	---

자료: 라쿠텐(Rakuten), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 다언어 사이트
일본, 대만, 독일, 프랑스, 미국의 사이트가 별도로 존재

2. 라쿠텐 신용카드
포인트 수급속도가 4배 빠르고 카드 계약 시 2천 포인트를 무료 제공

3. 구매내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리내 추천상품 제공

4. 핸드폰 서비스
1년 무료의 무제한 인터넷 서비스를 포함한 두개의 핸드폰 서비스 제공 중

5. 해외 배송
타 국가 라쿠텐 아이디로 사용할 수 있는 글로벌 익스프레스 제공. 사이트 언어는 해당 컴퓨터의 언어와 맞춤형 서비스

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 및 단순한 영어 검색이 가능하나, 자동 번역 기능 오류가 있음

온라인몰 UI ②

Rakuten - 제품 구매 페이지

'디톡스' 제품 검색 결과

'디톡스'로 검색결과 노출
브랜드, 가격, 종류별로 세분화 분류 기능 제공

'디톡스' 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

품목별, 브랜드별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 라쿠텐(Rakuten)
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	디톡스 제품	사간노엔 (さがん農園)	규슈산고보차 (九州産ごぼう茶)	일본	1,400엔 (약 1만 4,798원)	2.5g * 50개입	
2	디톡스 제품	유리시 (YULICI)	비트제로 (BEAT ZERO)	일본	12,150엔 (약 12만 8,430원)	720ml * 3개입	
3	디톡스 제품	네이처스웨이 (Nature's way)	액티베이트드차콜리 (Activated Charcoali)	미국	1,867엔 (약 1만 9,734원)	280mg * 100개입	
4	디톡스 제품	티파마씨 (Tea Pharmacy)	젠7슈우타메시셋트 허브브루어 (全7種お試しセット Herb Brewer)	덴마크	3,848엔 (약 4만 674원)	5g * 7개입	
5	디톡스 제품	매다야 (Maedaya)	다케스미파우더 (竹炭パウダー)	일본	1,000엔 (약 1만 570원)	80g	
6	디톡스 제품	닛폰칸포켄큐조 (日本漢方研究所)	마이니치켄키스기루 데톡스아오지루 (毎日げんきすぎるデトックス青汁)	일본	10,260엔 (약 10만 8,452원)	120g	
7	디톡스 제품	가부시키가이샤 구레스 (株式会社グレース)	코어코소베이직 (CORE KOSO Basic)	일본	5,600엔 (약 5만 9194원)	180ml * 2개입	

자료: 라쿠텐(Rakuten)
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

36) 조사일(2021.09.30.) 기준 라쿠텐(Rakuten) 디톡스 제품 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 일본 디톡스 다이어트 제품 주요 오프라인 유통채널 ① 츠루하

기업 기본 정보	기업명	츠루하(Tsuruha)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	www.tsuruha.co.jp			
	위치	삿포로(Sapporo)			
	규모	매출액('20)	약 8,849억 엔 (약 9조 3,533억 원)		
	기타 규모	• 매장 수('19): 약 2,000개			
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 진단서 처방 서비스 제공 메일을 통한 주문 서비스 제공 엠즈원(M's one), 라빌라비타(La VILLA VITA) 등 자사 제품 브랜드 보유 				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	학생·직장인·주부
		연령대	전 연령층	소득수준	중산층



방문매장 정보	영업시간	09:00 ~ 22:00		
	주소	〒144-0051 東京都大田区西蒲田7丁目6 1 - 1		
	상권	역 앞의 상점가 내에 위치하여 다양한 연령층의 소비자가 방문함		
	VMD	취급 브랜드	구라피코(グラフィコ), 마루만(マルマン)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경	 			

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 우편을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 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 <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) - 이메일로는 입점 문의를 받지 않음 문의사항 연락처 전화: +81-3-5729-7681
-------------	---------------------	--

자료: 츠루하(Tsuruha)

사진 자료: 츠루하(Tsuruha) 현지 매장 방문 조사

매대 제품 배치 현황



주력 입점 제품




츠크하는 디톡스 다이어트 제품을 비롯하여 기타 체중조절 관련 제품들을 한 곳에 모아 진열 중이며, 브랜드별로 정리함. 할인 중인 상품의 경우 디자인이 상이한 가격표 등을 통해 할인 상품임을 표시함

판매 직원 인터뷰

Q1. 가장 잘 팔리는 제품은?	요루오소이 고한테모다부류킨카쓰보디메이쿠산제로카이분(夜遅いごはんでも W菌活ボ ディメイク 30回分) 제품이 가장 잘 팔린다
Q2. 주요 소비 고객은?	주로 여성 고객분들이 많이 소비한다
Q3. 할인 행사나 프로모션은 있나?	멤버십을 통해 추가적으로 포인트를 지급한다

자료: 츠크하(Tsuruha) 현지 매장 방문 조사
사진 자료: 츠크하(Tsuruha) 현지 매장 방문 조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	다이어트 제품	구라피코 (グラフィコ)	나카타코토니 (なかつたこに)	일본	1,480엔 (약 1만 5,600원)	126정	
2	다이어트 제품	마루만 (マルマン)	비오스리무 (ビオスリム)	일본	1,780엔 (약 1만 8,800원)	60정	
3	다이어트 제품	스베루티 (スベルティ)	스마트킨스파 (スマート菌 スーパー)	일본	1,480엔 (약 1만 5,600원)	14정	
4	다이어트 제품	디에이치씨 (DHC)	데토쿠렌즈 (デトクレンズ)	일본	1,320엔 (약 1만 4,000원)	60정	
5	변비약	제리아신야쿠 (ゼリア新薬)	신위즈완아루파 (新ウイズワンα)	일본	930엔 (약 9,800원)	12포	
6	변비약	다이쇼세이야쿠 (大正製薬)	고랏쿠니 (コーラック2)	일본	1,480엔 (약 1만 5,600원)	120포	
7	변비약	이후지칸포 (井藤漢方)	하베루시S (ハーベルシーS)	일본	1,600엔 (약 1만 7,000원)	30포	
8	변비약	구라시리즈 무메디카루 (くらしリズムメディカル)	파렛토칸초30 (パレット洗腸30)	일본	458엔 (약 5,000원)	30g * 6개입	
9	변비약	아라쿠스 (アラクス)	가이버루C (カイベールC)	일본	568엔 (약 6,000원)	48정	
10	변비약	고칸도 (コカンド)	뷰랏쿠 (ビューラック)	일본	750엔 (약 8,000원)	100정	

자료: 츠루하(Tsuruha) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 츠루하(Tsuruha) 현지 매장 방문 조사

② 웰시아

기업 기본 정보	기업명	웰시아(Welcia)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	www.welcia.co.jp			
	위치	도쿄(Tokyo)			
	규모	매출액('20)	약 9,797억 엔(약 10조 3,554억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('19): 약 1,745개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 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 				
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 건강보조식품, 음료류, 스낵류, 유제품, 화장품, 애완용품, 생활용품 등 			
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 의약품, 뷰티제품, 헬스케어제품 			
	매장 전경	 			
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 하기 우편 주소로 송부 (2-2-15, Sotokanda, Chiyoda Ku, Tokyo To, 101-0021, Japan) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 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 • 문의사항 연락처: <ul style="list-style-type: none"> - +81-120-119-358 			

자료: 웰시아(Welcia)

사진 자료: 누트라인그리디언츠아시아(Nutraingredients-Asia), 아시아니케이(Asia Nikkei)

③ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.sej.co.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	매출액('20)	약 3조 3,437억 엔(약 35조 3,440억 원)	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('19): 약 2만 개 직원 수('19): 약 2만 7,297명 		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 2018년 점포 수 2만 개 돌파 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 2020년 9월 배달 서비스 시작 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 제과류, 화장품, 문구, 위생용품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품 다수 		
	매장 전경	 		
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 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호: +81-3-5793-4370 이메일: 7andi-helpline@integrex.jp 		

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 현지매장 방문조사

④ 로손

기업 기본 정보	기업명	로손(Lawson)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	www.lawson.co.jp			
	위치	도쿄(Tokyo)			
	규모	매출액('20)	약 1조 6,874억 엔(약 17조 8,364억 원)		
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('19): 약 1만 4,659개 직원 수('19): 약 1만 7,395명 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1975년 설립, 2001년 미쓰시비 상사가 인수하여 자회사로 편입 세븐일레븐, 패밀리마트 다음으로 일본 내 규모가 큰 편의점 업체 				



매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 제과류, 서적류, 화장품, 위생용품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 디저트류 스낵 	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선전화를 통한 입점 문의 - 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) 공급자는 홈페이지 내 'Trading policy' 엄수 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-120-07-3963 	
-------------	---------------------	---	--

자료: 로손(Lawson)

사진 자료: 로손(Lawson)

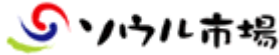


⑤ 장터 한국광장

기업 기본 정보	기업명	장터 한국광장(韓国広場)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	shopping.geocities.jp/hiroba	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 2개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 • 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료 • 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매 • 식료품 매장 외에도 도매 전문 인터넷 쇼핑몰과 화장품 전문점을 운영함 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 - 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) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-3-3232-9330 - 상담 가능 시간: 8:00-23:00 	

자료: 장터 한국광장(韓国広場)

사진 자료: 장터 한국광장(韓国広場)

⑥ 서울시장

기업 기본 정보	기업명	서울시장(ソウル市場)	
	기업구분	아시아마트	
	홈페이지	www.seoul-ichiba.com	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 해피 그룹(Happy Group)이 운영하는 식료품 매장으로, 한인마트 외에도 한식당, 치킨 프랜차이즈 운영 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 신오쿠보(新大久保) 역에서 도보 5분 거리 한식 반찬으로 구성된 도시락 판매 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 한국제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) - 이메일을 통한 문의 시 2일 이내 답변 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-48-423-3941 - 이메일: info@seoul-ichiba.com/haptele@gmail.com 	

자료: 서울시장(ソウル市場)

사진 자료: 서울시장(ソウル市場)

VI. 진입장벽

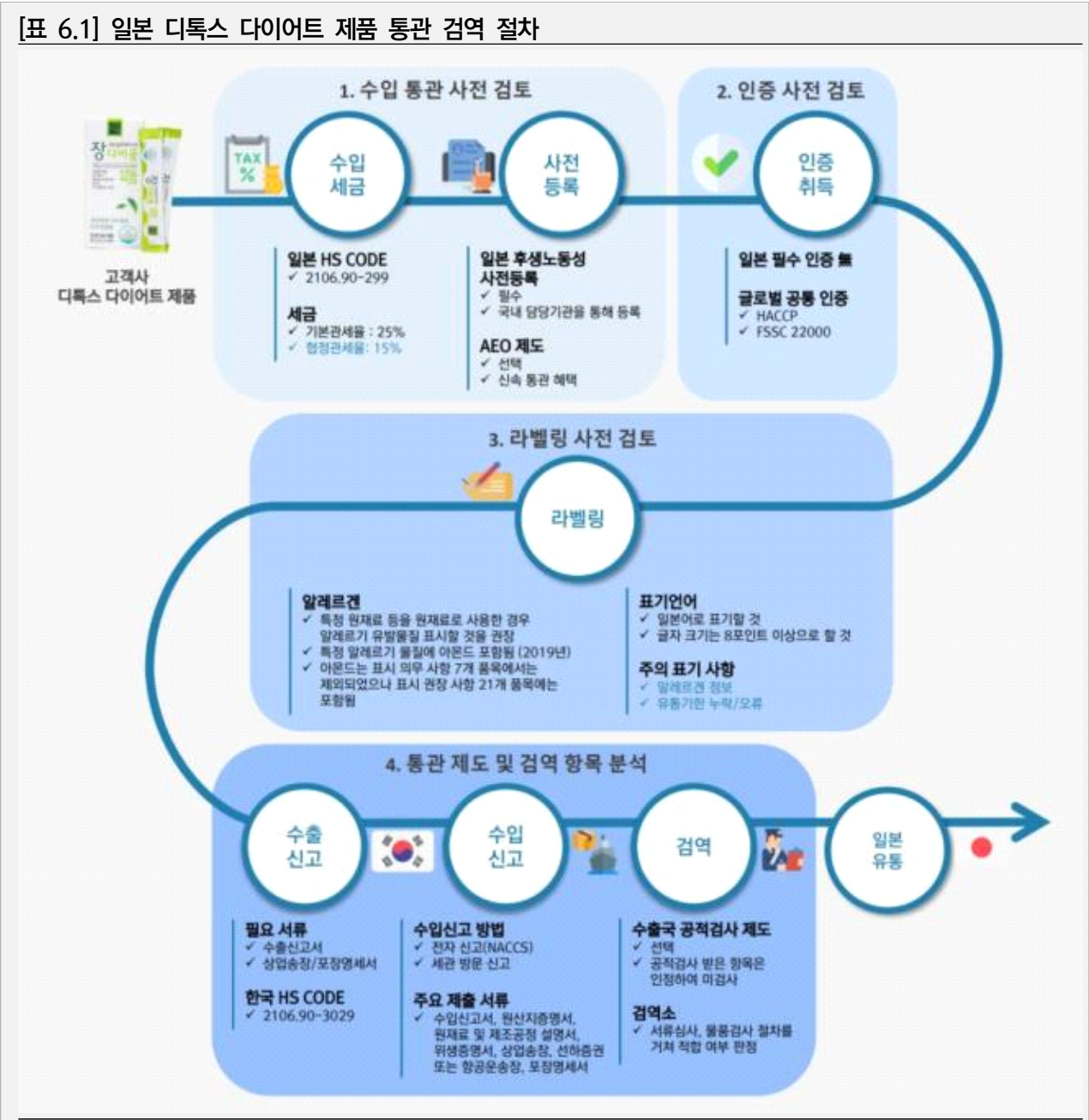
1. 일본 디톡스 다이어트 제품 통관 및 검역 절차
2. 일본 디톡스 다이어트 제품 품질 인증
3. 일본 디톡스 다이어트 제품 라벨링
4. 일본 디톡스 다이어트 제품 성분 및 유해물질

1. 일본 디톡스 다이어트 제품 통관 및 검역 절차³⁷⁾

▶ 일본 디톡스 다이어트 제품 수출 시 통관 절차별 참고사항

일본에 가공식품 수출 시에는 후생노동성 사전등록 절차를 반드시 밟아야 함. 이는 국내 담당 기관을 통하여 일본으로 수입되는 식품에 대하여 사전 등록을 하는 절차임. 또한, AEO(Authorized Economic Operator) 제도를 통해 신속한 통관 및 비용 절감 등의 효과를 누릴 수 있음

[표 6.1] 일본 디톡스 다이어트 제품 통관 검역 절차



자료: 관세청, 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산업성(農林水産省)

37) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

2. 일본 디톡스 다이어트 제품 품질 인증

▶ 일본 디톡스 다이어트 제품, 적용받는 필수 인증 無

일본으로 디톡스 다이어트 제품을 일반 가공식품으로 수출 시 취득해야 하는 필수 인증은 없음. 다만, 일본 후생노동성에 식품 사전등록은 필수임. 또한, 선택적으로 식품 품질에 관한 인증인 JAS 인증이나 HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음

[표 6.2] 일본 디톡스 다이어트 제품 인증 취득 정보

순번	인증명	취득 정보	
1	일본 후생노동성 사전등록 	취지	<ul style="list-style-type: none"> 일본 식품위생법에 반하는 식품 등 수입 사전 방지 식품 안전성 확보 수입절차 간소화 및 소요 시간 단축
		근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> 일본 식품위생법(しょくひんえいせいほう, 昭和22年法律第233号) 일본 후생노동성 생활위생국장 통지 (수입식품 등 사전 확인제도 시행에 관한 통지)
		기관	<ul style="list-style-type: none"> 일본 후생노동성
		적용품목	<ul style="list-style-type: none"> 농·축·수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품첨가물
		취득절차	<ul style="list-style-type: none"> 서류 제출(제조 및 수출업체) > 서류 접수 및 검토(국내 담당 기관) > 서류 심사 및 현장실사 (일본 후생노동성) > 등록 완료 및 등록번호 부여 (일본 후생노동성)
	필요서류	<ul style="list-style-type: none"> 필요서류는 신청서, 제품 목록, 위생 검사표, 성분 분석표, 제조 공정도 등이며 수입업체가 발급받은 시험성적 증명서도 제출 가능함 식품 또는 식품첨가물 여부에 따라 필요서류가 상이하나 공통 서류로는 국내 검사기관 등이 발행한 분석 증명서와 식품위생 책임자가 작성한 시설·식품 등 위생관리 기준 관련 서류임 식품에만 해당하는 것은 원재료의 종류, 성분조성, 제조 또는 가공 방법 관련 서류, 첨가물 종류/제조 방법/사용량 관련 서류임 식품첨가물에만 해당하는 것은 물질명, 제조 방법 관련 서류임 	
2	JAS 인증 	취지	<ul style="list-style-type: none"> 식품의 품질 개선 및 거래의 단순화, 생산과 소비의 합리화를 촉진하고자 제정됨
		기관	<ul style="list-style-type: none"> 후생노동성 지정 인증기관
		취득절차	<ul style="list-style-type: none"> 서류 제출 > 서류 평가 > 현장 평가 > 개선요구 > 인증 > 사후관리
		필요서류	<ul style="list-style-type: none"> 신청서, 회사 정보, 제조과정 정보 등

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산물성(農林水産省)

3. 일본 디톡스 다이어트 제품 라벨링

[표 6.3] 일본 디톡스 다이어트 제품 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 명칭	<ul style="list-style-type: none"> • 품명, 종류별, 명칭 등을 기재
	2. 원재료명	<ul style="list-style-type: none"> • 사용한 원재료를 식품첨가물과 식품첨가물 이외의 원재료로 구분하여 규정에 따라 기재할 것 • 식품첨가물은 중량 배합 많은 순으로 기재할 것 • 식품첨가물 이외의 원재료는 중량 배합 많은 순서를 따르되 가장 일반적 이름으로 기재할 것 • 식품첨가물 이외의 원재료가 2가지 이상(복합 원재료)인 경우 괄호 안에 배합률 높은 순으로 기재할 것 (단, 주원료에 5% 미만이면 생략 가능)
	3. 내용량 (또는 고형량, 내용 총량)	<ul style="list-style-type: none"> • 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재할 것 • 고형물에 충전액 더한 경우 내용량 대신 고형량과 내용 총량 함께 적을 것 (예: 통조림, 병조림)
	4. 유통기한 ³⁸⁾	<ul style="list-style-type: none"> • 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한 설정하고 표기할 의무와 책임이 있음 • 제조부터 유통기한까지 3개월 이내의 경우: ‘평성 26년 5월 31일’, ‘26.5.31’, ‘2014.05.31.’, ‘14.5.31’ 중 선택 가능함 • 제조부터 상미기한까지 3개월 넘는 경우: ‘평성 26년 5월’, ‘26.5’, ‘2014.05’, ‘14.5’ 표기 중 선택하거나 3개월 이내의 경우 표기 방법대로 기재해도 무방함
	5. 보존방법	<ul style="list-style-type: none"> • ‘직사광선을 피하고 상온에서 보존’, ‘10℃ 이하에서 보존’, 또는 ‘개봉 후 냉장’ 등의 유의사항 기재 • 상온 보존 이외에 특별한 유의사항이 없는 경우에는 생략 가능
	6. 영양성분 및 열량	<ul style="list-style-type: none"> • 영양성분 표시는 실제 성분량과 비교하여 이상이 없어야 함 • 의무 표시정보: 에너지, 단백질, 지질, 탄수화물, 나트륨(식염 상당량) • 권장 표시정보: 포화지방산, 식이섬유 • 기타 표시정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁)

38) 일본은 상미기한(賞味期限)과 소비기한(消費期限) 두 가지 기한을 사용하고 있음. 상미기한은 맛있게 먹을 수 있는 기한을 뜻하며, 소비기한은 해당 기한까지 섭취할 것을 권장하는 기한임

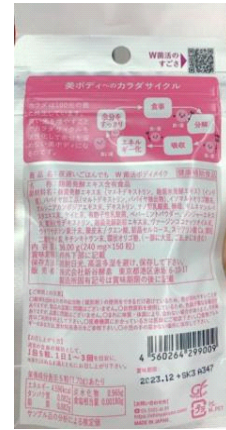
[표 6.3] 일본 디톡스 다이어트 제품 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	7. 알레르겐	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 원재료 등³⁹⁾을 원재료로 사용한 가공식품은 알레르기 유발물질 표시할 것을 권장함 • 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 ‘알레르겐’을 표기할 것 • 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시할 것 • ‘00을 포함’이라는 문구의 00에는 특정 원재료 등 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 ‘00 유래’로 표시할 것 • 2019년 9월 아몬드가 특정 알레르기 물질로 포함되어 제품 패키지에 알레르기 유발물질 표기하도록 추가됨 • 표시 의무 사항은 밀가루, 땅콩을 포함한 7품목임 • 표시 권장 사항은 캐슈넛, 호두, 아몬드를 포함한 21품목임
	8. 식품첨가물	<ul style="list-style-type: none"> • 지정첨가물: 후생노동 대신이 지정한 436품목 • 기존첨가물: 일본에서 이미 사용 중이거나 장기간 사용된 것, 또는 예외로 지정받지 않은 치자 색소, 감 탄닌 등 365품목 • 천연향료 (동식물 유래 물질로 식품에 향 첨가를 목적으로 사용되는 바닐라 향료, 게 향료 등 약 600품목) • 일반 음식 첨가물로 사용되는 것 (딸기 주스, 한천 등 약 100품목) • 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로서, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 인정하지 않음 • 원재료 표시란에 원재료와 식품첨가물을 구분하여 표기해야 하며, 식품첨가물이 많은 순으로 표시해야 함
	9. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 수입품의 경우에는 원산지국을 표시할 것
	10. 수입업체 및 제조업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소를 기재할 것
	11. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> • 단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것
	12. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 일본어로 표기할 것 • 글자의 최소 크기는 8포인트로 할 것

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁)

39) 식품표시기준에서 정한 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것

▶ 일본 디톡스 다이어트 제품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일문]

[앞면 - 국문]

- ① 日本の発酵科学から生まれた
- ② 翌日スッキリ 中からスッキリ
お肌スッキリ
- ③ W菌活でスマートボディに
- ④ 第一@cosme
- ⑤ 丸形タブレット
- ⑥ 約30個分, 5粒/回 目安 (1-3回/日)
- ⑦ 勝ち抜いた麹菌で
発酵させた活きている酵素
- ⑧ 6兆個のナノ型乳酸菌
*1袋あたりヨーグルトの6000個分
- ⑨ 刺激成分を含まない
0グルテン/保存料/着色料/香料
完全な自然成分
- ⑩ W菌活でボディメイク
- ⑪ 夜遅いごはんでもDIETときの
栄養補給に

- ① 일본의 발효 과학에서 탄생한
- ② 다음날 말끔히 속부터 말끔히
피부를 말끔히
- ③ W균 활동으로 스마트 바디로
- ④ 제 1의 @코스메
- ⑤ 원형 정제
- ⑥ 약 30개분, 5알/회 기준(1-3회/일)
- ⑦ 끝까지 살아남은 균으로 발효시킨
살아있는 효소
- ⑧ 6조 개의 나노형 유산균
*1봉지당 요구르트 6000개 분량
- ⑨ 자극 성분을 포함하지 않는
제로 글루텐/보존료/색소/향료
완전한 자연 성분
- ⑩ W균 활동으로 바디 메이크업
- ⑪ 밤늦은 밥이라도 다이어트 할 때
영양 공급으로

[뒷면 - 일문]

- ① 美ボディへのカラダサイクル
- ② カラダは100兆の菌と共生しています。
良い菌を増やすことでカラダ
サイクルを活性化して余分を溜めない
美ボディになるのです。
- ③ 成分をすっきり→食事→
(良い菌) 分解→ (良い菌) 吸収→
(良い菌) エネルギー化→
- ④ 商品名: 夜遅いごはんでも
W菌活ボディメイク「健康補助食品」
- ⑤ 名称: 麹菌発酵エキス含有食品
- ⑥ 原材料名
- 麹菌発酵エキス末
(マルトデキストリン、
麹菌米発酵エキス) (インド産)
- パパイア加工品
(マルトデキストリン、パパイア抽出物)
- イソマルトオリゴ糖末
- ガルシニアカンボジアエキス末
- デキストリン
- ナノ型乳酸菌
- 酵母
- ギムネマシルベスタエキス末
- ケイヒ末
- 有胞子性乳酸菌
- ペパーミントパウダー
- ジンジャーエキス末
- 難消化性デキストリン
- 麹菌発酵副穀エキス末
- ヴァージンココナッツオイル末
- ウチワサボデン果汁末
- 陳皮末/クエン酸、結晶セルロース
- ステアリン酸Ca
- 微粒二酸化ケイ素
- キチンキトサン末
- 環状オリゴ糖
- (一部に大豆、ごま、かにを含む)
- ⑦ 内容量: 36.00g (240mg x 150粒)

[뒷면 - 국문]

- ① 아름다운 몸의 사이클
- ② 몸은 100조개의 균과 공생하고
있습니다.
좋은 균을 늘려서 몸의 사이클을
활성화하고 노폐물이 쌓이지 않는
아름다운 몸이 됩니다.
- ③ 성분을 깔끔하게→식사→
(좋은 균) 분해→(좋은 균) 흡수→
(좋은 균)에너지화→
- ④ 상품명: 늦은 저녁에도 W균 활동
바디 메이크업 '건강보조식품'
- ⑤ 명칭: 세균 발효 추출물 함유 식품
- ⑥ 원재료명
- 누룩균 발효 추출물 분말
(말토 덱스트린, 누룩 곰팡이 쌀 발효
추출물) (인도산)
- 파파야 가공품
(말토 덱스트린, 파파야 추출물)
- 이소말토올리고당 분말
- 가르시니아 캄보디아 추출물 분말
- 덱스트린
- 나노형 유산균
- 효모
- 김네마실베스타 추출물 분말
- 시나몬 분말
- 유포자성유산균
- 박하가루
- 생강 추출물 분말
- 난소화성 덱스트린
- 누룩 곰팡이 발효 곡물 추출물 분말
- 버진 코코넛 오일 분말
- 우찌와사보덴 주스 분말
- 진피 분말 / 구연산, 결정 셀룰로오스
- 스테아린산 Ca
- 미립 이산화규소
- 키토산 분말
- 환상 올리고당
- (일부에 대두, 참깨, 게 포함)
- ⑦ 내용량: 36.00g (240mg x 150정)

⑧ 使用上の注意点

- 錠剤を固めるための添加物（賦形剤）の使用をできるだけ避けるため、形が崩れやすいことがあります、製品の品質に問題はございません。

- 自然原料を使用しているため、色調が異なる場合があります、品質に問題はございません。

- まれに体質・体調により、合わない場合があります。その場合はご利用を中止して下さい。

- 医療機関にかかっている方は医師にご相談下さい。

- 食物アレルギーのある方は、原材料名表記をご参照下さい。

- 小児の手の届かない場所に保存して下さい。

⑨ お召し上がり方

- 通常の食事の補助として1回5粒、1日1-3回を目安に、水またはぬるま湯とともに召し上がり下さい。

⑩ [栄養表示成分] 5粒(1.20g) あたり

エネルギー	4.596kcal
タンパク質	0.082g
脂質	0.082g
炭水化物	0.965g
食塩相当量	0.00180g

- サンプル品の分析による推定値

⑪ 賞味期限：2023.12

⑫ お問い合わせ先

- 03-3505-6139
- <https://shinyakoso.com/>

⑬ MADE IN JAPAN

⑭ GLUTEN FREE

⑮ プラ

⑧ 사용상 주의사항

정제를 다지기 위한 첨가제(적형제)의 사용을 최대한 피하기 위하여 모양이 무너지기 쉬울 수도 있지만, 제품의 품질에는 문제가 없습니다.

자연 원료를 사용하고 있기 때문에 색조가 다른 경우가 있으나, 품질에는 문제가 없습니다.

드물게 체질이나 컨디션에 따라 알맞지 않은 경우가 있습니다. 이런 경우에는 사용을 중지하세요.

의료기관에 다니시는 분은 의사와 상담하세요.

음식 알레르기가 있는 분은 원재료명 표기를 참고하세요.

어린이의 손에 닿지 않는 곳에 보관하세요.

⑨ 섭취 방법

일반 식사의 보조로 1일 1-3회를 기준으로 1회 5알, 물 또는 미지근한 물과 함께 드세요.

⑩ [영양성분표시] 5알(1.20g) 당

열량	4.596kcal
단백질	0.082g
지질	0.082g
탄수화물	0.965g
식염상당량	0.00180g

- 샘플 분석에 의한 추정치

⑪ 상미기한: 2023.12

⑫ 문의처

- 03-3505-6139
- <https://shinyakoso.com/>

⑬ 일본에서 생산됨

⑭ 글루텐프리

⑮ 플라스틱

4. 일본 디톡스 다이어트 제품 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

일본에서 사용 가능한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준은 일본 식품위생법 제 12조에 따라 일본 후생노동성(MHLW)에서 규정하고 있으며 그 종류에는 지정첨가물, 기존첨가물, 천연향료 등이 있음. 특히, 지정첨가물과 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로, 이 리스트에 기재되지 않은 첨가물의 사용은 인정하지 않음. 체중조절용 조제식품, 효소식품 등에 적용되는 식품첨가물 기준 중 일부는 하기 표와 같음. 더욱 자세한 규정 및 기준, 사용조건은 일본 후생노동성(MHLW) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.4] 고객사 디톡스 다이어트 제품에 적용되는 일본 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	산성백토 (불용성 미네랄)	Acid clay (Water-insoluble minerals)	식품의 0.5% 이하 ⁴⁰⁾	체중조절용 조제식품
				효소식품
2	벤토나이트	Bentonite	식품의 0.5% 이하 ⁴⁰⁾	생식류
				기타 농산가공품류
3	메틸셀룰로스	Methyl cellulose	2.0% 이하 ⁴¹⁾	체중조절용 조제식품
				효소식품
				생식류
4	구연산칼슘	Calcium citrate	칼슘으로서 식품의 1.0% 이하 ⁴²⁾	기타 농산가공품류
				체중조절용 조제식품
				효소식품
				생식류
				기타 농산가공품류

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(消費者庁), KATI농식품수출정보

40) 식품의 제조 또는 가공상 반드시 필요한 경우 이외에는 사용이 금지됨. 산성백토, 백도토, 벤토나이트, 탈크, 모래, 규조토 및 퍼라이트, 그리고 이들과 유사한 불용성 광물성 물질을 두 가지 이상 사용하는 경우에는 그 합이 0.5% 이하여야 함

41) 카르복시메틸셀룰로스칼슘, 카르복시메틸셀룰로스나트륨, 카르복시메틸스타치나트륨, 전분인산나트륨 및 메틸셀룰로스 중 1종 이상과 함께 사용하는 경우에는 그 사용량의 합이 2.0% 이하여야 함

42) 특별용도 표시 제품은 제외함. 식품의 제조 또는 가공 시 반드시 필요한 경우 및 영양 목적 이외에는 사용할 수 없음

▶ **유해물질**

일본 후생노동성(MHLW)은 식품위생법 관련 고시 및 성령(省令)에서 식품 성분규격과 유해물질 기준치를 규정하고 있음. 또한, 적은 수의 유해물질에 대해서는 별도의 통지로 잠정적 규제치 및 식품위생법 제 6조를 위반하는 경우로 정함. 이는 부패 혹은 변질된 것 또는 미숙한 것은 판매 또는 판매용으로 제공하기 위하여 채취, 제조, 수입, 가공, 사용, 조리, 저장 혹은 진열해서는 안 된다는 내용을 포함함. 하기 표는 체중조절용 조제식품, 효소식품 등에 적용되는 일본 유해물질 기준을 분석한 결과임

[표 6.5] 고객센터 디톡스 다이어트 제품에 적용되는 일본 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	함량정보	대상
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	10ppb	체중조절용 조제식품
				효소식품
				생식류
				기타 농산가공품류
2	심피툼 (컴프리)	Symphytum (Comfrey)	불검출 ⁴³⁾	체중조절용 조제식품
				효소식품
				생식류
				기타 농산가공품류

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

43) 해당 물질이 검출되면 안된다는 의미임

▶ 알레르겐

일본 식품표시기준에서 정한 특정 원재료를 사용한 가공식품 및 특정 원재료를 이용한 첨가물을 함유한 식품은 알레르기 유발물질을 표시할 의무가 있음. 개별 표시의 원칙에 의한 표시 방법은 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것을 원재료로 포함하는 경우에는 원칙적으로 원재료명 바로 뒤에, 괄호 안에 특정 원재료 등을 포함하고 있음을 표시해야 함. 일본에서 고객사 디톡스 다이어트 제품 유통 시 제품 라벨에 표기해야 하는 알레르겐 필수표기 성분 목록은 하기 표와 같음

[표 6.6] 일본 알레르겐 표기 대상 성분⁴⁴⁾

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 제품 포함 여부	순번	표시 의무 여부	대상	고객사 제품 포함 여부
1	의무	밀	-	15	권장	오렌지	-
2	의무	새우	-	16	권장	키위	-
3	의무	계	-	17	권장	바나나	-
4	의무	달걀	-	18	권장	복숭아	-
5	의무	땅콩	-	19	권장	사과	-
6	의무	우유	√ (우유)	20	권장	소고기	-
7	의무	메밀	-	21	권장	돼지고기	-
8	권장	아몬드	-	22	권장	닭고기	-
9	권장	캐슈넛	-	23	권장	젤라틴	-
10	권장	전복	-	24	권장	송이버섯	-
11	권장	오징어	-	25	권장	참깨	-
12	권장	연어	-	26	권장	참마	-
13	권장	연어알	-	27	권장	대두	√ (대두)
14	권장	고등어	-	28	권장	호두	-

자료: 일본 소비자청(消費者庁)

44) 고객사 디톡스 다이어트 제품에는 생선 콜라겐 펩타이드가 포함되어 있음. 해당 성분이 어느 생선에서 유래되었는지에 따라 알레르겐 권장 표기 성분 포함 여부가 달라질 것으로 판단됨

5. 일본 식품 분류 체계

▶ 일본의 일반식품 및 보건기능식품

일본에는 한국의 건강기능식품과 유사한 개념으로 ‘보건기능식품(Health Functional food)’라는 식품 분류가 있음. 보건기능식품은 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품으로 분류되며, 특정보건용식품은 해당 식품 분류로 표기할 시 일본 소비자청의 허가가 필수임. 영양기능식품은 하루에 필요한 영양성분을 보충하기 위한 식품이며 별도의 신고가 필요하지 않은 고시제로 운영되고 있으며, 기능성표시식품은 사업자의 책임하에 과학적 근거에 따른 기능성을 표시한 식품으로, 소비자청에 신고한 후에 해당 분류로 식품을 유통할 수 있음. 일본에서 영양보조식품, 보건보조식품, 영양조정식품 등으로 표시하여 유통되는 식품은 일반식품 분류에 해당됨. 일본에서 식품 유통 시 보건기능식품은 기능성 표시가 가능한 반면에 일반식품에는 기능성 표시를 할 수 없음

[표 6.7] 일본 식품 분류 체계



자료: 한국건강기능식품협회(KHSA)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 겐코차가라리(健康茶ギャラリー)

Interview ② 서울메이트(Seoul Mate)

Interview ③ 세라스토어(Sarah Store)

Interview ① 겐코차가라리(健康茶ギャラリー)

45)

겐코차가라리
(健康茶ギャラリー)

유통업체

담당자 정보

Shop Manager



겐코차가라리(健康茶ギャラリー) Shop Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

겐코차가라리는 1984년에 설립된 건강차 전문 유통업체로 과일차, 곡물차, 꽃잎차, 허브차 등 다양한 차를 취급하고 있습니다. 일본 아오모리현 히로사키시에서 매장을 운영하고 있으며 일본 대표 온라인 쇼핑몰인 라쿠텐(楽天)에서도 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 일본 내 차전자피의 수요는 어떤가요?

일본에서 차전자피는 예전부터 장 건강과 다이어트에 좋다고 알려져 있어 수요가 어느 정도 있는 편입니다. 때문에 일본에서는 국산 제품과 수입 제품을 포함하여 다양한 브랜드의 차전자피 제품이 판매되고 있습니다.

Q. 일본 내 차전자피의 주요 소비자는 누구인가요?

과거 일본에서 차전자피의 주요 소비자는 여성으로 한정되어 있었지만, 현재는 남녀 소비자 모두에게 인기가 있습니다. 주요 소비층의 연령대는 20-40대 정도의 젊은 층입니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 일본에서 판매되기에 적절한가요?

저희 업체에서는 인도산 차전자피를 판매하고 있으며, 해당 제품은 첨가물이 들어가지 않은 100% 차전자피 분말 제품입니다. 가격은 80g에 1,296엔(한화 약 13,700원⁴⁶⁾)입니다. 고객사 제품은 5g * 20개 입에 27,500원이므로, 저희가 판매하고 있는 제품과 비교하였을 때 약간 높은 가격입니다.

45) 사진자료: 라쿠텐(楽天) 홈페이지

46) 100엔=1,057.04원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Q. 일본으로 디톡스 다이어트 제품 수출 시, 필수 인증이 있나요?

차전자피 제품 수출 시, 필수적으로 취득해야 하는 인증은 없는 것으로 보입니다. 다만, 저희 업체에서 판매하고 있는 제품은 잔류 농약 검사가 완료된 제품(残留農薬検査済み)입니다.

Q. 차전자피 제품 기능 홍보 시, 문제되는 사항이 있나요?

저희 업체에서도 차전자피 제품을 판매할 때 식이섬유가 다량 함유되어 있다는 점을 강조하여 홍보하고 있으며, 특히 과식 우려가 있는 소비자에게는 식사 30분 전에 해당 제품을 섭취할 것을 추천하고 있습니다. 현재까지 이러한 홍보 방법에 별다른 문제는 없었습니다.

Q. 일반식품과 건강기능식품 중 어느 쪽으로 포지셔닝하는 것이 좋을까요?

저희 업체에서는 차전자피 제품을 일반식품으로 판매하고 있습니다. 일본에서 판매하고 있는 식이섬유 보충제의 경우, 일반식품으로 판매하고 있는 제품도 있고 건강기능식품으로 등록한 제품도 있습니다. 고객사 제품의 성분, 효능, 패키징으로 볼 때, 주요 경쟁 제품은 건강기능식품이 될 것으로 예상됩니다.

Interview ② 서울메이트(Seoul Mate)

47)

서울메이트
(Seoul Mate)

수입·유통업체

담당자 정보

Customer Support

SEOUL SHOP



서울메이트(Seoul Mate) Customer Support

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

서울메이트는 한국 제품을 전문적으로 취급하는 수입유통업체로, 한국에 본사를 두고 있습니다. 일본 대표 쇼핑몰인 라쿠텐(楽天)을 통해 배송대행을 진행하고 있으며 차, 스낵류, 화장품, 다이어트 식품, 유아용품, 스포츠 용품 등을 판매하고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 일본에서 판매되기에 적절한가요?

저희 업체에서 판매하고 있는 한국의 아로마라이프(Aromalife)사의 차전자피 식이섬유 보충제 제품은 5.5g * 60포에 27,220엔(한화 약 287,730원)에 판매하고 있습니다. 이 제품은 건강기능식품으로 판매되고 있으며 GMP 인증을 받았습니다. 고객사 제품은, 해당 제품에 비해 가격 경쟁력이 있어 보입니다.

Q. 일본에서 디톡스 다이어트 제품 홍보 시, 주로 사용되는 키워드는 무엇인가요?

디톡스 다이어트에서는 섬유질의 역할이 매우 중요합니다. 섬유질은 대변을 통한 독소 배출에 도움을 주는 중요한 영양소이며 장 기능을 강화하는 효과가 있습니다. 그렇기 때문에 일본 내 디톡스 다이어트 제품은 ‘식이섬유(食物纖維)’, ‘장기능 촉진(腸機能促進)’, ‘장내 환경(腸内環境)’ 등의 키워드를 중심으로 홍보하고 있습니다.

Q. 일반식품과 건강기능식품 중 어느 쪽으로 포지셔닝하는 것이 좋을까요?

고객사 제품은 차전자피 뿐만 아니라 녹차 추출물, 알로에 분말, 프럭토올리고당, 홍삼 등 다양한 건강 성분이 첨가된 제품이므로, 비슷한 건강적 효능을 가진 기능성 건강식품이 주요 경쟁 제품이 될 것으로 예상됩니다.

Interview ③ 세라스토어(Sarah Store)

48)

● 세라스토어
(Sarah Store)

유통업체

담당자 정보

Owner

Sarah Store



세라스토어(Sarah Store) Owner

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

세라스토어는 건강기능식품, 화장품 등을 취급하고 있는 유통업체로, 도쿄에 본사를 두고 있습니다. 주요 취급 품목은 다이어트 제품, 비타민, 식이섬유, 보충제, 바디케어 제품 등이며 현재 미국 나우(Now)사의 차전자피 분말 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 일본 내 건강식품의 수요는 어떤가요?

코로나19로 인해 일본 내 건강에 대한 관심이 높아졌으며, 면역력 강화에 도움을 주는 비타민C나 비타민D등과 같은 보충제의 수요가 증가했습니다. 또한, 프로폴리스도 향균, 항바이러스, 항산화 작용 등의 효과가 있기 때문에 인기 있습니다.

Q. 일본 내 차전자피의 주요 소비자는 누구인가요?

차전자피 제품의 경우, 남성보다는 여성 소비자가 주로 구매하고 있습니다. 또한, 웰빙이 트렌드로 떠오르기 시작하면서, 건강한 라이프스타일을 추구하는 젊은 층 소비자들도 차전자피를 많이 찾고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 일본에서 판매되기에 적절한가요?

나우(Now)사의 차전자피 분말 제품은 건강식품으로 판매 중이며 식이섬유를 중심으로 홍보하고 있고, 가격은 672g에 3,120엔(한화 약 32,979원)입니다. 해당 제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 가격은 다소 높은 편입니다.

Q. 일본으로 디톡스 다이어트 제품 수출 시, 필수 인증이 있나요?

일본으로 차전자피 제품 수출 시, 필수 인증은 별도로 없습니다. 일본에서 식품은 일반식품과 보건기능식품으로 나뉘며, 보건기능식품은 다시 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품 등 세 가지로 분류됩니다. 보건기능식품의 경우, 규격 기준을 두고 있기 때문에 해당 규정을 지키지 않았을 때는 일반식품으로 분류되어 효과 및 효능 표시를 할 수 없게 됩니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

저희 업체의 경우, 온라인 쇼핑몰인 라쿠텐(楽天)으로만 제품을 유통하고 있습니다. 일본 시중에 판매되고 있는 대부분의 차전자피 제품은 라쿠텐(楽天), 아마존(Amazon), 아이허브(iHerbs)와 같은 온라인 채널에서 판매되고 있습니다.

Q. 고객사 제품이 일본에서 시장성이 있을까요?

고객사의 차전자피 제품은 소환 형태인데, 이러한 제품은 매우 독특한 형태이며 일본에서 아직 본 적이 없습니다. 시중에 나와 있는 대부분의 제품들은 분말 형태로, 물에 타서 마시거나 요리에 사용하기도 합니다.

일본(Japan) 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 수입·유통업체 ○ · 유통업체 ○	겐코차가라리 (健康茶ギャラリー)	서울메이트 (Seoul Mate)	세라스토어 (Sarah Store)
	업체 ▶ 유통업체	수입·유통업체	유통업체
	차전자피 취급 ▶	 차전자피 분말	 차전자피 식이섬유 장건강 기능식품
사진 자료: 리쿠텐 제품 판매 페이지			

일본(Japan) 수입·유통업체 인터뷰 요약			
고객사	제품 수요	제품 피드백	수출 유의사항
겐코차가라리 (健康茶ギャラリー) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 장 건강 및 다이어트에 효과적 일본 내 다양한 차전자피 제품 판매 중 주요 소비자는 20-40대 	<ul style="list-style-type: none"> 가격은 약간 높은 편 건강기능식품이 주요 경쟁 제품이 될 것으로 예상 건강기능식품 등록은 선택사항 	<ul style="list-style-type: none"> 차전자피 제품의 필수 취득 인증 X 일본 내 식이섬유 보충제는 일반식품도 있고 건강기능식품도 있음
서울메이트 (Seoul Mate) 수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 일본에서 디톡스 다이어트 제품은 식이섬유와 장기능을 중점으로 홍보 	<ul style="list-style-type: none"> 한국산 유사 제품과 비교 시, 가격 경쟁력 있음 비슷한 효능을 가진 건강기능식품이 주요 경쟁 제품이 될 것으로 예상 	(-)
세라스토어 (Sarah Store) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 코로나19로 인해 건강식품에 대한 관심 증가 추세 주요 소비자는 여성 및 건강을 중시하는 젊은 층 	<ul style="list-style-type: none"> 가격은 약간 높은 편 소환 형태는 독특함 	<ul style="list-style-type: none"> 보건기능식품의 경우 규정에 맞게 효과 및 효능을 홍보해야 함
(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사			

VIII. 시사점

Export Insights

시장수요

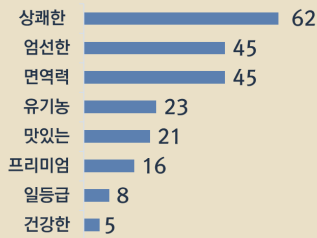
일본 다이어트 보조식품 시장규모, 한국 대비 2.5배



일본 다이어트 보조식품 시장은 한국 대비 2.5배 규모인 약 7,220억 원이며, 향후 5년간 연평균 2%의 완만한 성장률을 보일 것으로 전망됨. 수입유통업체 인터뷰 결과 코로나19 기간 일본 내 건강에 대한 관심이 높아지며 면역력 강화에 도움이 되는 비타민C나 비타민D 등의 보충제 수요가 증가한 것으로 나타남. 또한, 항균, 항바이러스, 항산화 작용이 있는 프로폴리스의 수요도 증가함

주 성분인 차전자피의 경우 일본 내 장 건강과 다이어트에 좋다고 알려져 있어 어느 정도 수요가 형성되어 있으며, 현지산 및 수입산 등 다양한 브랜드의 제품이 판매되고 있다는 답변이 확인됨

소비 특징

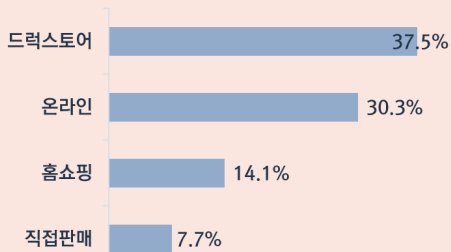


일본 디톡스 다이어트 제품 홍보문구 키워드

일본 주요 온라인 쇼핑몰에 판매되는 디톡스 제품 분석 결과, 발효 추출물을 주 성분으로 하거나 콤부차 형태의 디톡스 다이어트 제품이 보편적인 것으로 확인됨. 이 외에도 주스, 다이어트 음료, 분말 차, 분말 음료 등 '마시는' 형태가 보편적인 것으로 예상됨. 수입유통업체 인터뷰 결과 고객사 제품과 같은 '소환' 형태는 흔하지 않으며, 주로 분말 형태를 물에 타서 마시는 것으로 확인됨

디톡스 다이어트 제품의 경우, 주 효능인 체중 감소 외에도 '피로', '혈압', '노화 방지' 등 기타 효능 키워드가 빈출한 점은 주목할만함. 홍보문구 키워드로 장 청소와 관련 있는 '상쾌한' 키워드가 최다 빈출함. 수입유통업체 인터뷰 답변 또한 디톡스 다이어트 제품의 경우 '식이섬유', '장기능' 등의 키워드를 활용하여 판매되고 있어, 고객사 제품의 기획 요인으로 예상됨

유통채널



일본 체중조절 및 웰빙식품 유통채널 점유율

일본 체중조절 및 웰빙식품 유통채널 확인 결과 한국 대비 드럭스토어 점유율이 15퍼센트 포인트 가장 높았으며 온라인 채널 점유율은 유사한 30%의 점유율을 보임. 또한 한국 대비 홈쇼핑을 통한 유통이 발달했으며 직접판매 점유율은 낮은 것을 확인함

주요 온라인 채널인 아마존과 라쿠텐 확인 결과, 일본 현지산 제품이 주를 이뤘으며 약 1만원 대 중반에 가격이 형성되어 있었음. 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품은 유사 제품과 비교 시 가격이 약간 높거나 적절한 편인 것으로 확인됨

주요 소비자가 20-40대 젊은 층으로 예상되어, 주요 이용 채널인 드럭스토어와 온라인 채널을 통한 유통이 가장 효과적일 것으로 예상됨



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Weight Management and Wellbeing in Japan」, 2020.11
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Japan - Analysis」, 2020.11
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Japan Country Report」, 2021.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Japan Country Report」, 2021.02
5. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02
6. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020
7. 일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 아마존 일본(Amazon) (amazon.co.jp)
5. 라쿠텐(Rakuten) (rakuten.co.jp)
6. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
8. 스기약국(Sugi Pharmacy) (www.sugi-net.jp)
9. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
10. 아마존재팬(Amazon Japan) (www.amazon.co.jp)
11. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.com.jp)
12. 츠루하(Tsuruha) (www.tsuruha.co.jp)
13. 웰시아(Welcia) (www.welcia.co.jp)
14. 누트라인그리디언츠아시아(Nutraingredients-Asia) (www.nutraingredients-asia.com)
15. 아시아니케이(Asia Nikkei) (asia.nikkei.com)
16. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.sej.co.jp)
17. 로손(Lawson) (www.lawson.co.jp)
18. 장터 한국광장(韓国広場) (shopping.geocities.jp/hiroba)
19. 서울시장(ソウル市場) (www.seoul-ichiba.com)
20. 관세법령정보 포털 (www.unipass.customs.go.kr)
21. 통합 무역정보 서비스 (www.tradenavi.or.kr)
22. 일본 후생노동성(MHLW) (www.mhlw.go.jp)
23. 일본 농림수산성(農林水産省) (www.maff.go.jp)
24. 일본 소비자청(消費者庁) (www.caa.go.jp)
25. 일본 식품 화학연구재단 (www.ffcr.or.jp)
26. 한국건강기능식품협회(KHSA) (www.khsa.or.kr)
27. 라쿠텐(楽天) (www.rakuten.co.jp)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.10.15

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

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea