



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202111-21
품목 | 인삼꿀(Ginseng Honey)
HS CODE | 2106.90-3019
국가 | 일본(Japan)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 일본 인삼 시장규모	06
2. 일본 건강보조식품 시장점유율	07
3. 일본 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율	08
4. 일본 인삼꿀 수입규모	09
5. 한국 인삼꿀 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 일본 인삼꿀 성분, 꿀 제외 ‘올리고당’ 1위, ‘로얄젤리’ 2위	13
2. 일본 인삼 가공 제품, 공통적으로 ‘면역력’ 강화 강조	14
3. 일본 판매 인삼꿀 패키징, 모두 ‘유리병’	15
4. 일본 인삼꿀 홍보문구, 품질 및 건강 관련 키워드 주로 쓰여	16
5. 일본 인삼꿀 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 일본 인삼꿀 유통채널 비교	19
2. 일본 인삼꿀 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|-------------------------|----|
| 1. 일본 인삼꿀 온라인 유통채널 종합분석 | 25 |
| 2. 일본 인삼꿀 주요 온라인 유통채널 | 31 |

VI. 진입장벽

- | | |
|----------------------|----|
| 1. 일본 인삼꿀 통관 및 검역 절차 | 38 |
| 2. 일본 인삼꿀 품질 인증 | 39 |
| 3. 일본 인삼꿀 라벨링 | 40 |
| 4. 일본 인삼꿀 성분 및 유해물질 | 44 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

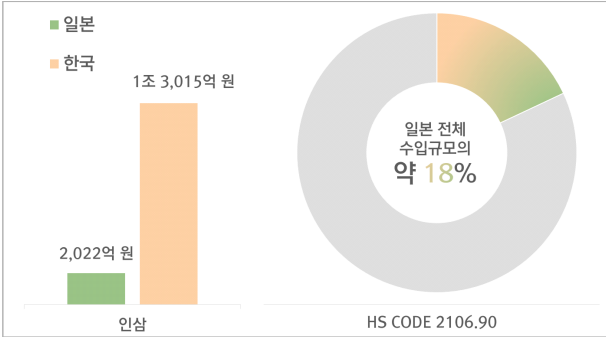
- | | |
|---|----|
| Interview ① 주식회사G.E.N(株式会社G.E.N.) | 48 |
| Interview ② 긴자스테파니화장품 주식회사(銀座ステファニー化粧品株式会社) | 49 |
| Interview ③ 유한회사 김치랜드(有限会社キムチランド) | 50 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 54 |
|--------|----|

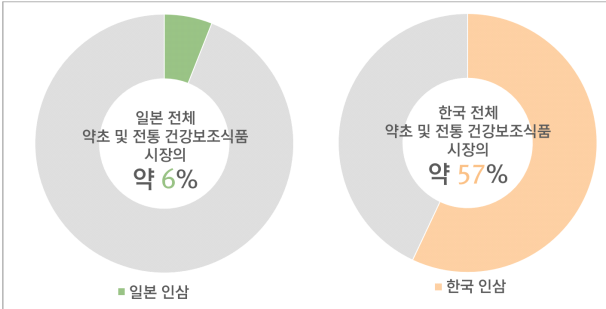
Summary

■ 수요 분석



	일본	한국
인삼 시장규모	2,022억 원	1.3조 원
	수입(출)액	점유율
일본 對한국 HS CODE 2106.90 수입 현황	1,929억 원	18%
한국 對일본 HS CODE 2106.90-3019 수출 현황	2.3억 원	10%

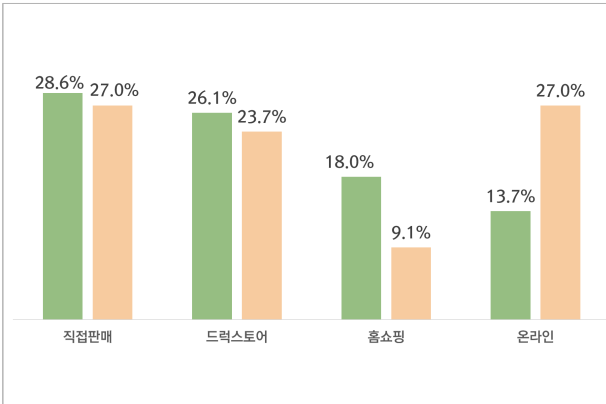
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> 주요 매장 이온 및 라이프 대형 하이퍼/슈퍼마켓에서 고객사 제품과 같은 인삼곶 제품 판매 확인되지 않음 최근 '도시형 미니 슈퍼마켓' 증가 중
아시안/한인마트	<ul style="list-style-type: none"> 주요 아시안/한인마트 장터 한국광장, 서울시장, 칸비니 등
온라인	<ul style="list-style-type: none"> 주요 온라인 쇼핑몰 아마존재팬, 라쿠텐 아마존 재팬과 라쿠텐 내 고객사 제품과 같은 인삼곶 제품 다수 판매 중

■ 진입장벽

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

■ 수입·유통업체 평가

가격 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 유사제품인 마누카 인삼곶과 비교해도 가격 비싼 편
포장 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 스틱 형태 인삼곶 제품 흔치 않으나, 고객들이 편의성을 이유로 선호하는 형태
유통채널	<ul style="list-style-type: none"> 제품 성분과 효능, 제조법을 강조

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 최근 5년(2016-2020년)간 일본 인삼 시장 연평균 6% 성장 코로나19의 영향으로 일본에서 면역력 증진 등의 효능을 가진 인삼에 대한 수요 증가
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 인삼조제품 및 인삼곶의 고품질 키워드(엄선한, 프리미엄, 일등급 등)에 관심이 많은 일본 소비자들의 성향을 고려하여 '면역력을 높여주는 A++급 천연곶과 혼합한 인삼곶'을 강조 고객사 제품의 유리병, 스틱 포장은 일본 시장에서 판매하기에 적합함. 하지만 가격은 프리미엄 성분과 중량을 고려하더라도 경쟁제품 대비 다소 높은 편이므로 가격에 대한 조정이 필요해 보임

II. 시장규모

1. 일본 인삼 시장규모
2. 일본 건강보조식품 시장점유율
3. 일본 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율
4. 일본 인삼꿀 수입규모
5. 한국 인삼꿀 수출규모

1. 일본 인삼 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

면적	37.8만km ²
인구	1억 2,626만 명
GDP	5조 818억 달러
1인당 GDP	4만 247달러

▶ 일본 인삼 시장규모 약 2,022억 원

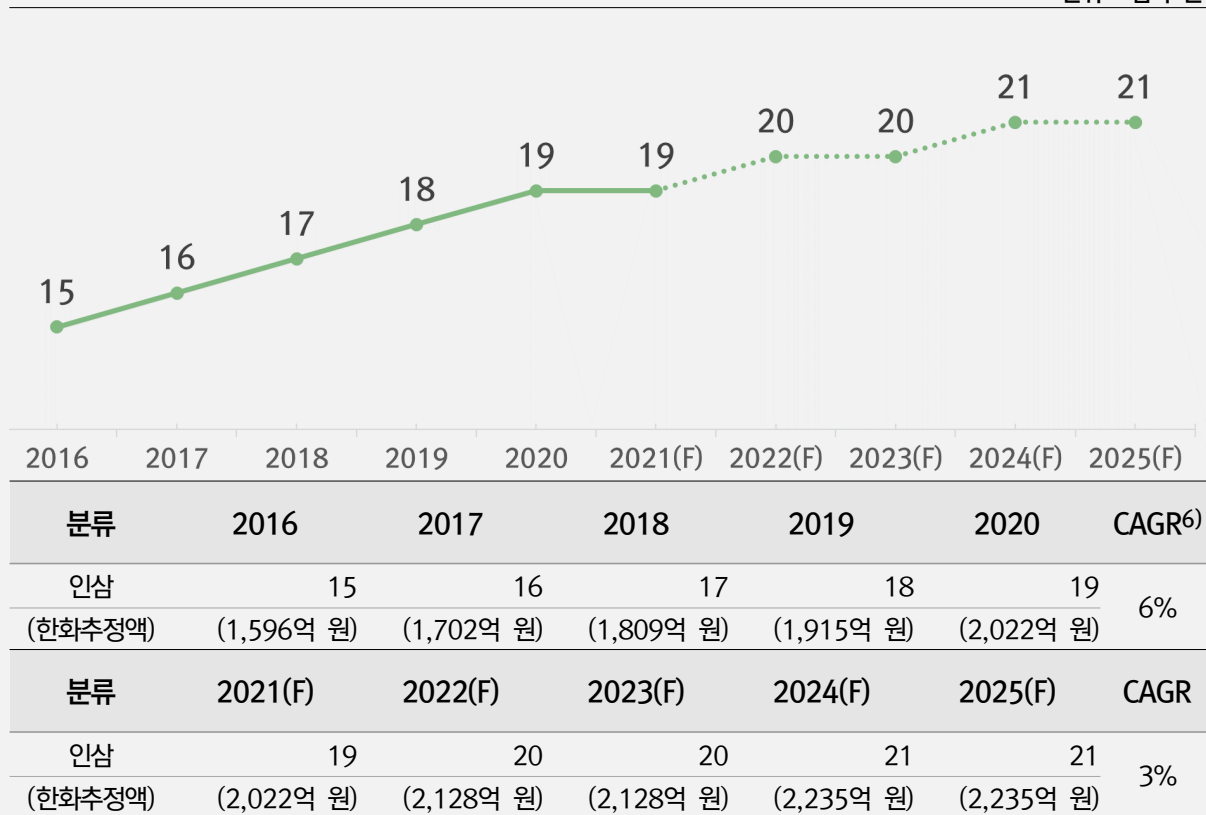
2020년 기준 일본 인삼 시장규모는 전년 대비 6% 증가한 약 2,022억 원을 기록하였으며, 이는 약 1.3조 원을 기록한 한국 인삼 시장규모의 약 16% 규모에 해당함. 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률 6%를 기록하는 등 꾸준한 상승세를 보인 것으로 나타남

▶ 일본 인삼 시장, 향후 연평균성장률 3% 전망

일본 인삼 시장은 최근 코로나19의 영향으로 면역력 증진을 위한 제품 수요 증가에 힘입어 꾸준히 성장할 것으로 전망됨. 이러한 상승세로 일본 인삼 시장은 2025년 기준 약 2,235억 원의 시장규모를 달성할 것으로 전망됨²⁾³⁾

[표 2.1] 일본 인삼 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 엔



자료: 유로모니터(Euromonitor)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
- 2) 조사제품 '인삼꿀은 볶은 인삼과 자연숙성 아카시아 꿀을 혼합시킨 제품으로, 선물로 용이하고 실온보관이 가능함. 이에 제품의 종류(약초 및 전통 건강보조식품)와 주성분(인삼)을 기준으로 '인삼'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Japan」, 2021.09
- 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 5) 100엔=1,064.06원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 일본 건강보조식품 시장점유율

▶ 일본 약초 및 전통 건강보조식품, 건강보조식품 시장 36% 차지

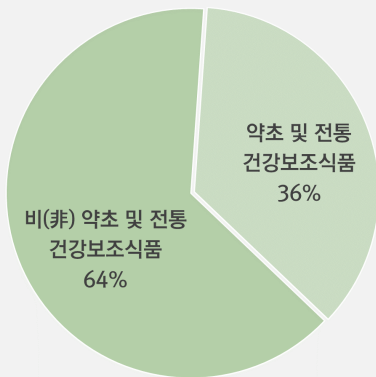
일본 '건강보조식품'(약 9.2조 원) 세부 시장과 한국 '건강보조식품'(약 3.7조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 일본 '약초 및 전통 건강보조식품'은 36%의 점유율로 '비(非) 약초 및 전통 건강보조식품'에 비해 상대적으로 비중이 낮은 것으로 나타남. 반면 한국은 '약초 및 전통 건강보조식품'의 점유율이 61%를 차지하며, 일본 '건강보조식품' 세부 시장 구성과 상이한 것으로 나타남

한편, 일본 '건강보조식품' 세부 시장 구성 비율은 향후에도 일정한 수준을 유지할 것으로 전망되며, '약초 및 전통 건강보조식품'의 경우 2025년에도 이전과 동일한 36%의 점유율을 유지할 것으로 예상됨 7)8)

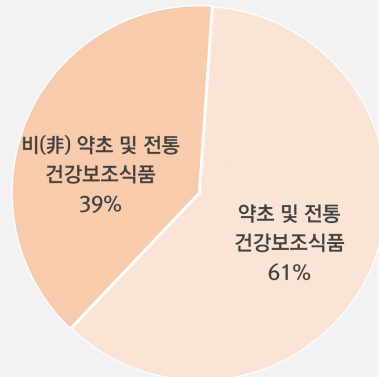
[표 2.2] 2020년 일본, 한국 '건강보조식품' 시장점유율 9)

단위 : 백분율(%)

일본 건강보조식품 세부 시장



한국 건강보조식품 세부 시장



분류	건강보조식품	
	약초 및 전통 건강보조식품	비(非) 약초 및 전통 건강보조식품
일본	36	64
한국	61	39

자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Japan」, 2021.09

8) 유로모니터상 일본 건강보조식품 시장(약 9.2조 원)과 한국 건강보조식품 시장(약 3.7조 원)의 시장점유율을 나타냄

9) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

3. 일본 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율

▶ 일본 인삼, 약초 및 전통 건강보조식품 내 점유율 6% 불과

일본 '약초 및 전통 건강보조식품'(약 3.3조 원) 세부 시장과 한국 '약초 및 전통 건강보조식품'(약 2.3조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 일본은 '인삼'의 점유율이 6%로 전체에서 3위에 그친 반면 한국은 '인삼'이 57%의 점유율로 압도적인 1위를 기록한 것으로 나타남. 특히 일본은 '기타¹⁰⁾'로 분류된 품목의 점유율이 79%에 달할 정도로 큰 비중을 차지하는 것으로 나타나, 18%에 불과한 한국 '기타' 품목과 상반된 모습을 보임¹¹⁾¹²⁾

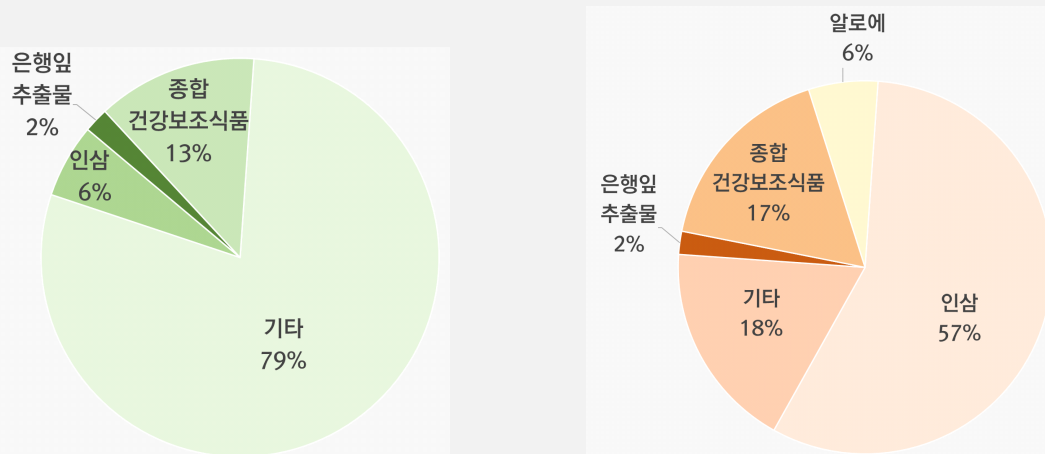
한편, 일본 '약초 및 전통 건강보조식품' 내 '인삼'이 차지하는 비율은 점차 증가할 것으로 전망됨. 이는 최근 코로나19의 확산으로 면역체계에 대한 관심이 높아짐에 따라, 면역증진 및 안티에이징 효능을 강조한 인삼에 대한 수요증가로 이어질 것으로 전망되기 때문임¹³⁾

[표 2.3] 2020년 일본, 한국 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장점유율 ¹⁴⁾

단위 : 백분율(%)

일본 약초 및 전통 건강보조식품 세부 시장

한국 약초 및 전통 건강보조식품 세부 시장



분류	약초 및 전통 건강보조식품				
	인삼	종합 건강보조식품	알로에	은행잎 추출물	기타
일본	6	13	0	2	79
한국	57	17	6	2	18

자료: 유로모니터(Euromonitor)

10) 기타에는 크랜베리, 마늘류, 에키네이샤, 서양고추나물 및 유로모니터상 규정되지 않은 약초 및 전통 건강보조식품 등이 해당함

11) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Japan」, 2021.09

12) 유로모니터상 일본 약초 및 전통 건강보조식품 시장(약 3.3조 원)과 한국 약초 및 전통 건강보조식품 시장(약 2.3조 원)의 시장점유율을 나타냄

13) 코트라(KOTRA), 「일본 내 인삼 식품 시장동향」, 2021.07

14) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

4. 일본 인삼꿀 수입규모

HS CODE 2106.90

조사제품 '인삼꿀은 따로 분류되지 않은 조제 식품'으로 규정된 제 2106호에 속하며, 그 중 '기타'에 해당하는 HS CODE 2106.90 을 지표로 선정함

▶ 일본 HS CODE 2106.90 수입액, 연평균 1% 감소세

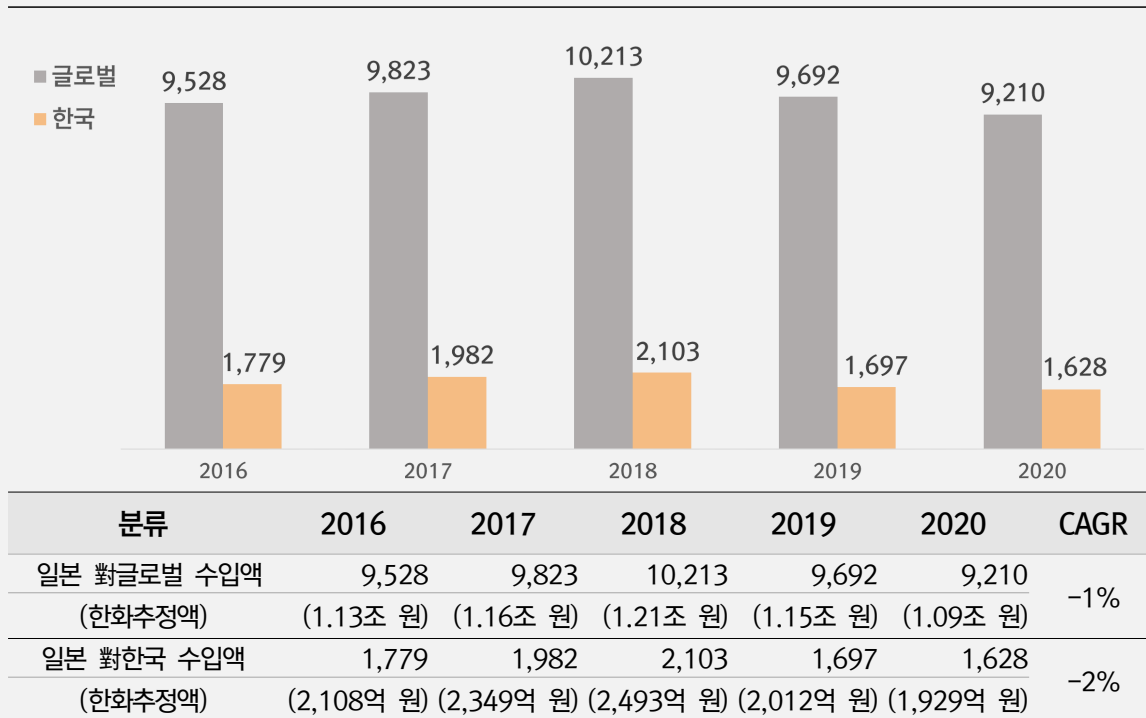
2020년 일본 HS CODE 2106.90 품목의 수입액은 전년 대비 5% 감소한 약 1.09조 원을 기록함. 2018년 약 1.21조 원의 수입액을 기록하는 등 꾸준한 상승세를 보였으나 2019년 이후 상승세가 한풀 꺾인 모습을 보임

▶ 일본 HS CODE 2106.90 對한국 수입액, 점유율 18%로 전체 2위

일본 HS CODE 2106.90 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 4% 감소한 약 1,929억 원을 기록함. 이는 글로벌 전체 수입액 가운데 2위에 해당하는 수입규모인 것으로 나타남. 수입액 기준 1위 국가는 미국으로, 2020년 수입액 약 2,401억 원을 수입하여 점유율 22%를 차지함. 이어서 한국, 중국(약 1,368억 원, 11%), 싱가포르(약 1,031억 원, 9%) 순으로 수입액이 높은 것으로 나타남

[표 2.4] 일본 HS CODE 2106.90 수입규모¹⁵⁾¹⁶⁾¹⁷⁾

단위 : 십만 달러



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

15) 자료: ITC(International Trade Centre)

16) 1달러=1,85.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

17) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 인삼꿀 수출규모

HS CODE 2106.90-3019

조사제품 '인삼꿀'에 해당하는 HS CODE 2106.90-3019(기타)의 한국 對글로벌, 對일본 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2106.90-3019 수출액 연평균 13% 감소세

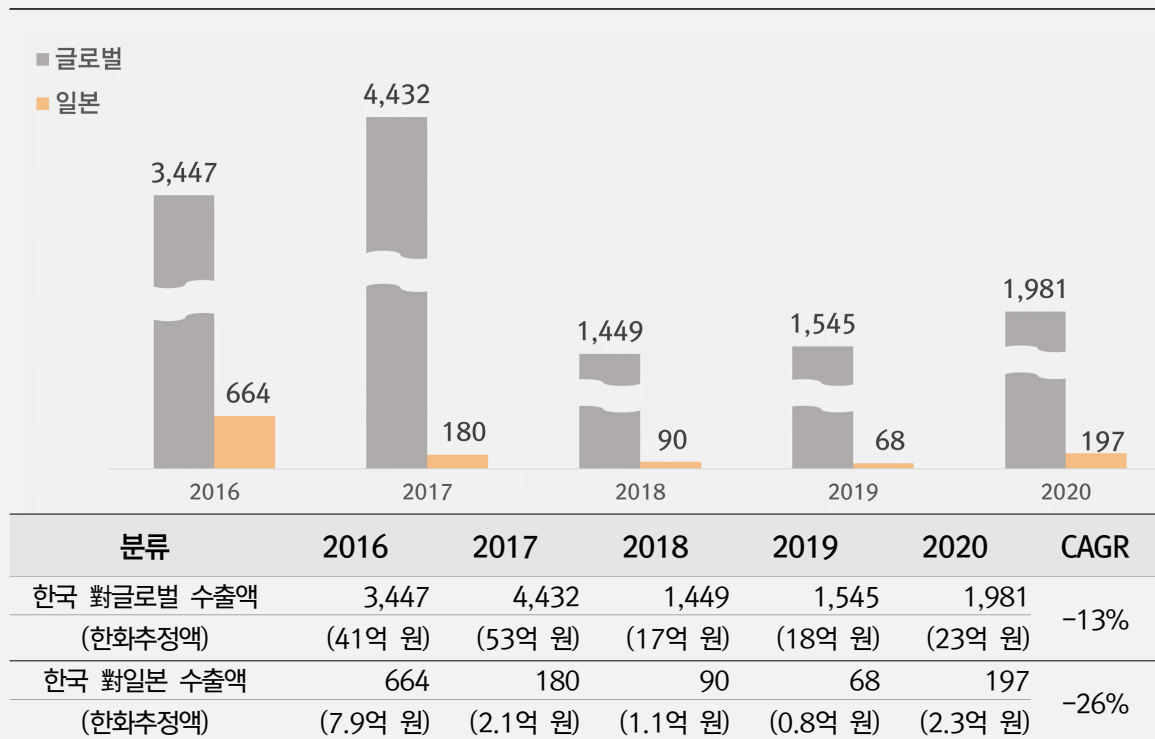
2020년 한국 HS CODE 2106.90-3019 품목의 對글로벌 수출액은 전년 대비 28% 상승한 약 23억 원을 기록함. 2018년 수출액 기준 전년 대비 67% 줄어든 모습을 보였으며, 최근 5년(2016-20년)간 연평균 13%의 감소 추세를 보인 것으로 나타남

▶ 한국 HS CODE 2106.90-3019 對일본 수출액, 점유율 10%로 5위

2020년 한국 HS CODE 2106.90-3019 품목의 對일본 수출액은 전년 대비 2배 수준인 약 2.3억 원을 기록함. 그러나 최근 5년(2016-20년)간 연평균 26%의 감소세를 기록하는 등 對일본 수출이 부진한 것으로 나타남. 수출액 기준 1위 국가는 베트남으로, 약 6.3억 원의 수출액으로 27%의 점유율을 차지함. 이어서 이란(약 5.7억 원, 24%), 홍콩(약 4.5억 원, 19%) 순으로 집계됨

[표 2.5] 한국 HS CODE 2106.90-3019 수출규모¹⁸⁾¹⁹⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2106.90-3019 기준

18) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

19) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 일본 인삼꿀 성분, 꿀 제외 '올리고당' 1위, '로얄젤리' 2위
2. 일본 인삼 가공 제품, 공통적으로 '면역력' 강화 강조
3. 일본 판매 인삼꿀 패키징, 모두 '유리병'
4. 일본 인삼꿀 홍보문구, 품질 및 건강 관련 키워드 주로 쓰여
5. 일본 인삼꿀 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인매장 입점 인삼꿀

- 데이터 수집 키워드 : 인삼꿀(高麗人參蜂蜜) / 인삼(高麗人參)
- 데이터 수집량 : 1,823건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인매장

▶ 일본 온라인매장 입점 인삼꿀 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 성분 ② 효능 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
성분	꿀	蜂蜜	119	홍삼농축추출물	紅參濃縮エキス	14
	올리고당	オリゴ糖	70	인삼 뿌리	高麗人參の根	6
	로열젤리	ローヤルゼリ	60	배 농축액	梨濃縮液	3
	포도당	ブドウ糖	35	대추 농축액	ナツメ濃縮液	3
홍보문구	엄선한	厳選	117	맛있는	美味	27
	체력	スタミナ	105	건강한 식품	ヘルシーフーズ	24
	프리미엄	プレミアム	78	영양가있는	栄養価の高い	19
	일등급	最高級	48	품질이 좋은	良質	16
	선물	贈り物	46	유기농	オーガニック	11
	건강한	ヘルシアス	37	더 많은 사포닌	サポニンが豊富	4
패키징	(입구가 넓은) 유리병	ジャム瓶	8	스틱	スティックパウチタイプ	(-)
	(입구가 좁은) 유리병	ガラスびん	3	(-)	(-)	(-)
	플라스틱병	ペットボトル	(-)	(-)	(-)	(-)
효능	면역력	免疫力	99	피로 회복	疲労回復	3
	불면증	不眠症	15	숙취	二日酔い	(-)
	두통	頭痛	13	(-)	(-)	(-)
	기침	せき	11	(-)	(-)	(-)

1. 일본 인삼꿀 성분, 꿀 제외 ‘올리고당’ 1위, ‘로열젤리’ 2위

▶ ‘꿀’ 키워드 119건, ‘올리고당’, ‘로열젤리’는 각 70, 60건

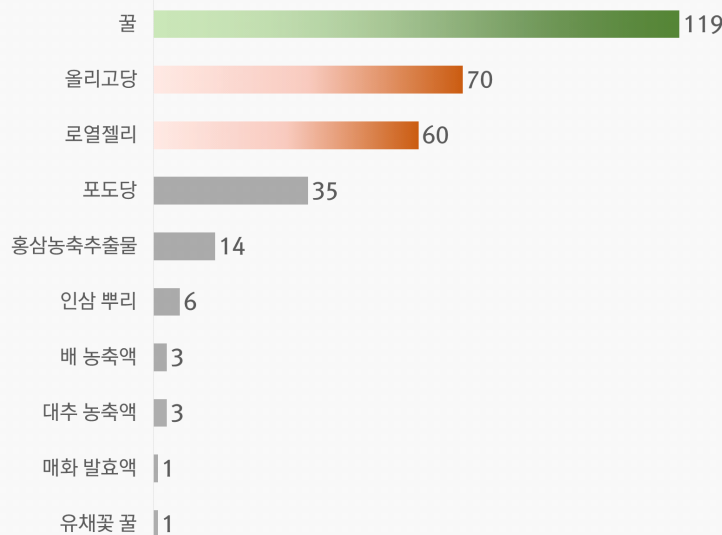
- 다당류인 ‘올리고당’, 일본 인삼꿀 성분 중 ‘꿀’ 제외 1위
- ‘꿀’ 성분 키워드 포함된 실제 제품 분석 결과 ‘인삼꿀’ 제품은 소수이며 ‘인삼절편’ 상품이 대다수로 확인됨
- ‘로열젤리’ 관련 상품이 라쿠텐(Rakuten)에 55개, 아마존(Amazon)에 25개로 일본에서 인기 있는 성분으로 보임

▶ 그 외 다양한 성분 발견

- ‘홍삼농축추출물’ 키워드 14건으로 5위
- 그 외 ‘배 농축액’, ‘대추 농축액’, ‘매화 발효액’ 등 다양한 성분 발견

2위 올리고당		3위 로열젤리		4위 포도당	
					
브랜드	기무치데야세루 (キムチでやせる)	브랜드	야마다(山田)	브랜드	정관장
용량	300g	용량	1kg	용량	3gX20포
가격	2,700엔(28,730원) ²⁰⁾	가격	5,400엔(57,459원)	가격	2,138엔(22,749원)

[표 3.1] 일본 판매 인삼꿀 성분 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘인삼꿀’ 관련 게시물 1,823건 분석

20) 100엔=1,064.06원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 인삼 가공 제품, 공통적으로 ‘면역력’ 강화 강조

▶ ‘면역력’, 압도적 1위

- ‘면역력’ 키워드 99건으로 2위인 ‘불면증’과 6배 이상 차이
- ‘면역력’이 포함된 문구 중 ‘면역력 저하’와 ‘질병 면역력’이 가장 많으며 각각 키워드 18건

▶ ‘불면증’, ‘두통’, ‘기침’ 중위권

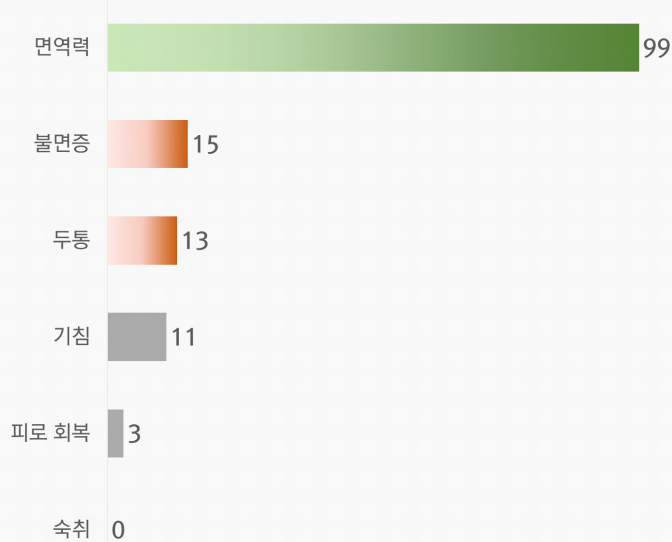
- 각 15, 13, 11건으로 빈출 키워드 2, 3, 4위
- 인삼차, 알약 등 인삼이 주요 성분인 다양한 제품의 효능으로 홍보되고 있으나 인삼꿀 중 해당 효능을 홍보하는 제품은 발견되지 않음

▶ ‘피로 회복’ 키워드 3건, ‘숙취’ 0건

- ‘피로 회복’ 키워드 수 매우 적으며 ‘숙취’ 키워드는 발견되지 않음

1위 면역력		2위 불면증		3위 두통	
브랜드	지식과 나눔	브랜드	정관장	브랜드	고려홍삼
용량	10gX30포	용량	670정	용량	3gX30포
가격	7,000엔(74,484원)	가격	35,750엔(380,401원)	가격	10,314엔(109,747원)

[표 3.2] 일본 판매 인삼꿀 효능 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘인삼꿀’ 관련 게시물 1,823건 분석

3. 일본 판매 인삼꿀 패키징, 모두 ‘유리병’

▶ 인삼꿀 패키징, 모두 ‘유리병’ 포장, ‘플라스틱병’은 없음

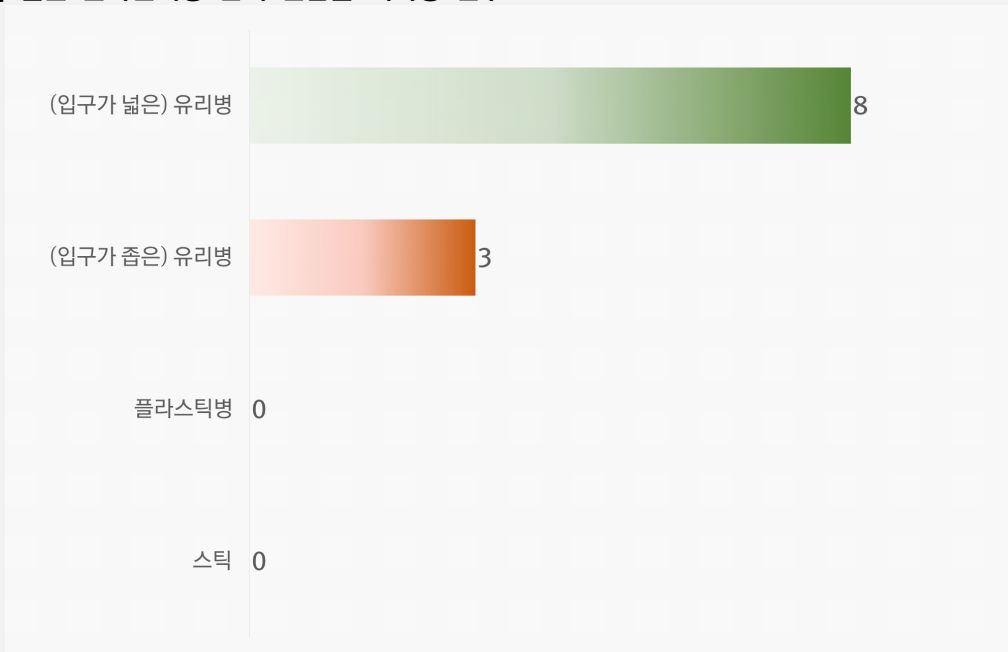
- 아마존 내 인삼꿀 발견되지 않음
- 라쿠텐에 판매 중인 인삼꿀 11개 중 ‘플라스틱병’에 포장된 제품은 없음
- 모두 ‘유리병’ 포장이며 입구가 넓은 유리병에 포장된 제품은 8개, 입구가 좁은 유리병에 포장된 제품은 3개

▶ 스틱에 포장된 인삼꿀 제품은 없어

- 인삼 가공 제품 중 스틱에 포장된 제품은 정관장의 화애락 이너제틱과 같은 홍삼 젤리, 홍삼정 에브리타임로얄 같은 엑기스 제품이 있음
- 인삼 가공 제품 중 전반적으로 한국산 제품이 많으며 특히 스틱에 포장된 인삼 가공 제품은 대부분 한국산

(입구가 넓은) 유리병		(입구가 넓은) 유리병		(입구가 좁은) 유리병	
					
브랜드	야마다(山田)	브랜드	정보 없음	브랜드	가나자와 야마기시 꿀벌 농장 (金澤やまぎし養蜂場株式会社)
용량	1kg	용량	250gX2병	용량	260g+200ml
가격	5,400엔(57,459원)	가격	10,000엔(106,406원)	가격	5,508엔(58,608원)

[표 3.3] 일본 온라인매장 판매 인삼꿀 패키징 건수



자료: 일본 온라인매장 판매 ‘인삼꿀’ 11건 패키징 분석

4. 일본 인삼꿀 홍보문구, 품질 및 건강 관련 키워드 주로 쓰여

▶ 다양한 문구로 좋은 품질 강조

- ‘엄선한’ 키워드 117건으로 1위, ‘프리미엄’ 키워드 78건으로 3위
- 이외에 ‘일등급’, ‘품질이 좋은’도 키워드 각 48, 16건 발견
- 각기 다른 효능보다는 뛰어난 품질인 점 강조하는 경향 보여

▶ 건강 관련 키워드도 다수 발견

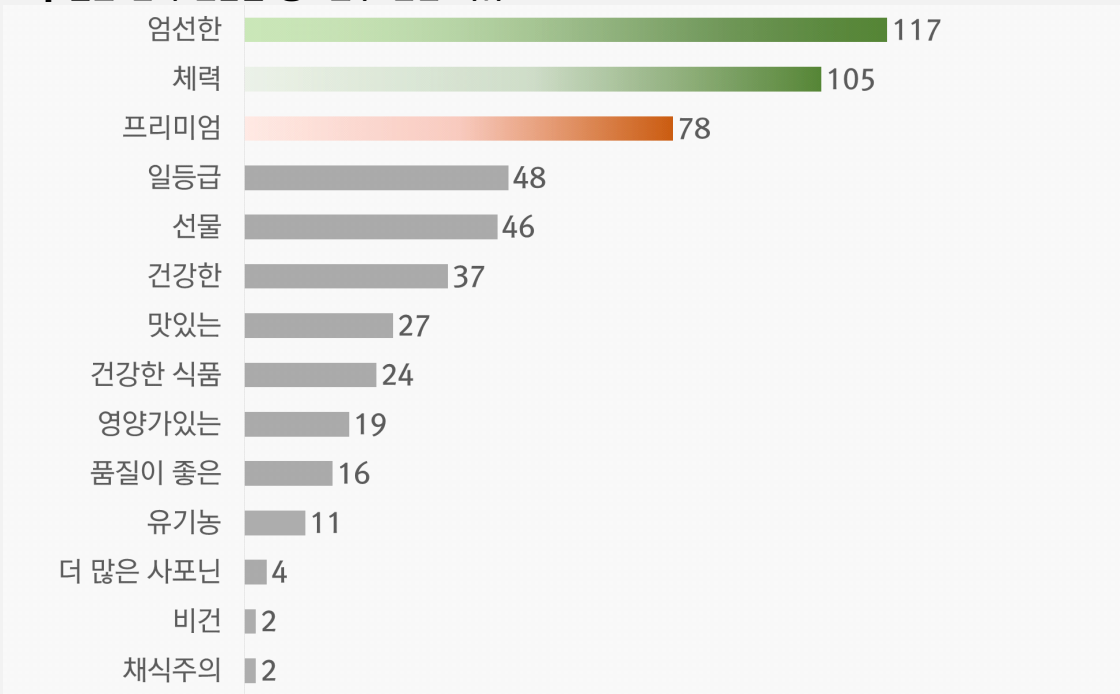
- ‘스태미나’와 ‘체력’ 키워드 총합은 105건으로 홍보문구 중 2위
- ‘건강한’, ‘건강한 식품’ 키워드 각 37건, 24건

▶ ‘선물’ 키워드도 빈출, ‘사포닌’은 키워드 건수 낮아

- ‘선물’ 5위로 제목에 ‘연말선물’이 포함된 제품 다수
- 사포닌 성분이 더 높은 점을 강조한 제품은 많지 않음

1위 엄선한		2위 체력		6위 연말선물	
					
브랜드	DHC	브랜드	가든오브라이프 (Garden of life)	브랜드	가나자와 야마기시 꿀벌 농장 (金澤やまぎし養蜂場株式会社)
용량	60정	용량	250mgx360정	용량	260g
가격	1,371엔(14,588원)	가격	1,989엔(21,164원)	가격	3,888엔(41,370원)

[표 3.4] 일본 판매 인삼꿀 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인매장 판매 제품 내 ‘인삼꿀’ 관련 게시물 1,823건 분석

5. 일본 인삼꿀 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 면역력을 높여 주는 인삼을 1++급 천연 꿀과 믹스한 인삼꿀

- 면역력 증진 효능에 관심 높은 소비자에 어필
- 한국양봉협회 1++급 천연 꿀을 사용해 품질이 좋은 점 강조

▶ 컨셉 ③ _ 면역력 강화가 필요한 부모님께 선물로 좋은 인삼꿀

- 인삼 효능 중 면역력이 압도적 1위인 점으로 보아 인삼의 면역력 증진 효능이 잘 알려졌다는 점 유추
- 면역력 강화가 필요한 노년층에 선물하기 좋은 제품임 홍보

▶ 컨셉 ② _ 인삼을 로스팅해 쓴 맛은 줄이고 사포닌 함량은 높인 인삼꿀

- 우리나라 최초의 로스팅 인삼임을 강조하여 홍보
- 사포닌 함량이 백삼의 4배인 점 강조

성분	효능	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
(-)	면역력	일등급	21건	→ [면역력] 증진 효과가 탁월한 인삼을 볶아 쓴 맛과 신 맛을 제거하고 한국양봉협회 [1++급] 천연 꿀에 담은 인삼꿀
꿀	(-)	선물	8건	→ 고급스러운 유리병에 담아 부모님 [선물]로도 제격인 [인삼꿀]
올리고당	(-)	엄선한	6건	→ 면역력 증진, 피로 회복 효과가 뛰어나고 [엄선한] 아카시아 꿀로 만들어 [올리고당]의 단맛보다 훨씬 풍미가 좋은 로스팅 인삼꿀
인삼 뿌리	(-)	더 많은 사포닌	3건	→ [인삼 뿌리]를 로스팅해 쓴 맛을 제거하고 인삼의 [사포닌 성분을 4배 향상시킨] 로스팅 인삼꿀
(-)	피로 회복	체력	1건	→ 면역력 개선은 물론 [피로 회복]과 [체력 강화] 효능이 뛰어나 꾸준히 차로 마시면 몸의 변화를 느낄 수 있는 로스팅 인삼꿀

★ 결합 키워드 발생량 : 성분/효능/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 일본 인삼꿀 유통채널 비교
2. 일본 인삼꿀 유통채널 특징

1. 일본 인삼꿀 유통채널 비교

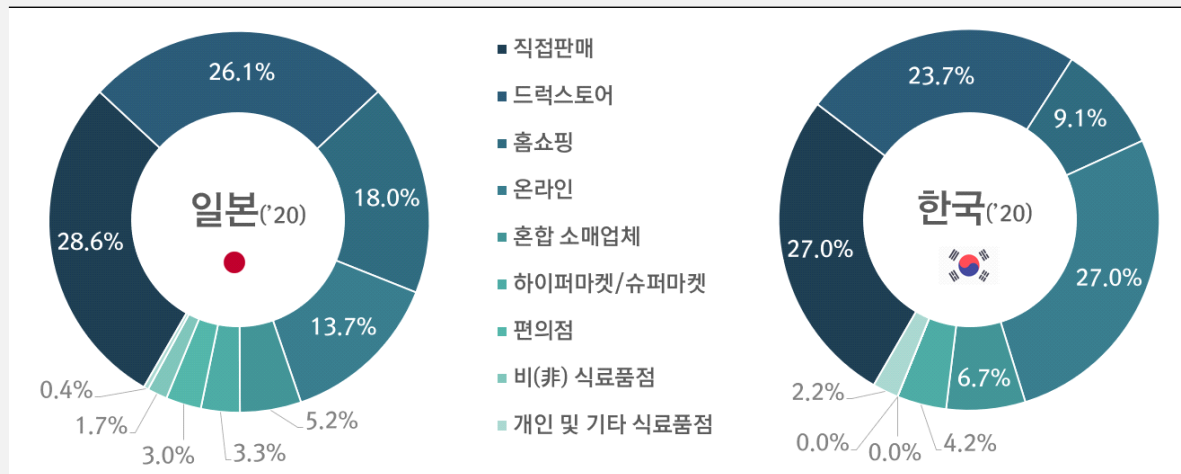
▶ 일본 ‘직접판매’ 및 ‘드럭스토어’ 점유율 한국보다 높아

2020년 일본과 한국의 ‘비타민 및 식이보조제’ 유통채널 중 ‘직접판매’와 ‘드럭스토어’가 각 국가에서 모두 점유율 기준 상위 2개 채널인 것으로 확인됨. ‘직접판매’의 점유율은 일본이 28.6%, 한국이 27.0%였고, ‘드럭스토어’의 점유율은 일본이 26.1%, 한국이 23.7%로 집계되며 국가별 점유율 차이도 근소한 것으로 나타남. ‘홈쇼핑’은 일본에서 18.0%, 한국에서는 9.1%의 점유율을 차지함

▶ 일본 인삼꿀 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 일본 ‘비타민 및 식이보조제’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 13.7%로 한국의 27.0% 대비 낮아 아직 인삼꿀의 온라인 소비시장이 발전 단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 일본 인삼꿀 소매유통채널 점유율



일본 및 한국 소매유통채널 점유율²¹⁾²²⁾ 비교²³⁾

일본	유형	한국
28.6%	직접판매	27.0%
26.1%	드럭스토어	23.7%
18.0%	홈쇼핑	9.1%
13.7%	온라인	27.0%
5.2%	혼합 소매업체 ²⁴⁾	6.7%
3.3%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4.2%
3.0%	편의점	0.0%
1.7%	비(非) 식료품점	0.0%
0.4%	개인 및 기타 식료품점	2.2%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

21) 2020년 기준, 일본 및 한국 ‘비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)’의 소매유통채널 점유율임

22) ‘인삼꿀’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)’의 정보를 확인함

23) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

24) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 일본 인삼꿀 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

이온의 '도시형 미니 슈퍼마켓' 브랜드 '마이바스켓'



사진자료: 마이바스켓

▶ 일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 이온 및 라이프

일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 이온(AEON)은 2020년 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 17조 5,300억 엔(약 186조 5,297억 원²⁵⁾의 12.1%를 점유했으며, 산하에 맥스발루(MaxValu), 마루에츠(Maruetsu), 카스미(Kasumi) 등의 브랜드를 보유하고 있음. 라이프(Life)는 2020년 전체 매출액의 4.3%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 소비자 구매 패턴에 발맞춘 매장 운영 형태 선보여²⁶⁾

2020년 초 코로나19 긴급 사태 이후 소비자들이 '소량의 식료품을, 퇴근 시 집 근처 소형 매장에서, 자주' 구매하지 않고 '대량의 식료품을, 대형 매장에서, 가끔' 구매하는 것으로 패턴을 변경하였으며, 이로 인해 일본 슈퍼마켓 업계는 큰 매출 증대를 경험함. 하지만 코로나19 종료 이후 기존의 구매 패턴으로 복구할 시 편의점이나 드럭스토어와 같은 소규모 유통채널과의 경쟁이 예상됨. 이로 인해 기존보다 주거 지역과 밀접한 위치에서, 좀 더 작은 규모의 '도시형 미니 슈퍼마켓'을 운영하는 기업이 증가하고 있음. '도시형 미니 슈퍼마켓'과 편의점은 신선식품 제공 면에서 큰 차이를 보임

[표 4.2] 일본 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁷⁾	산하 주요 브랜드
1	이온(AEON)	12.1%	맥스발루(Maxvalu), 마루에츠(Maruetsu), 카스미(Kasumi)
2	라이프(Life)	4.3%	라이프(Life)
3	세븐앤아이홀딩스 (Seven&I Holdings)	3.3%	요크(York), 이토요카도(Ito-Yokado)
4	아크스(Arcs)	3.1%	라루즈(Ralse)
5	바로(Valor)	2.2%	바로(Valor)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

25) 100엔=1,064.06원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

26) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Japan Country Report」, 2021.02

27) 일본 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 아시안마트/한인마트

▶ 일본 주요 아시안마트/한인마트 업체, 장터 및 서울시장

일본 주요 한인마트 업체로는 장터 한국광장(韓国光場) 및 서울시장(ソウル市場) 등이 있음. 장터 한국광장은 도쿄, 오사카 각 도시에 매장과 물류센터를 1개씩 보유하고 있는 것으로 나타났으며, 서울시장은 도쿄에 1개의 매장을, 사이타마에 물류센터를 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 4.3] 일본 주요 아시안마트/한인마트

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

자료: 기업 홈페이지

3) 유기농 매장

▶ 일본 주요 유기농 매장, 내추럴하우스 및 코다와리이치바

일본 주요 유기농 매장 업체로는 내추럴하우스(Natural House), 코다와리이치바(こだわり市場) 등이 있음. 내추럴하우스는 도쿄, 치바, 고베, 시즈오카, 오사카에서 13개의 매장을 운영하고 있으며, 코다와리이치바는 도쿄, 사이타마, 치바, 가나가와에서 45개의 매장을 운영하고 있음. 이외에도 대다수의 유기농 매장 업체들이 전화, 메일 및 온라인을 통해 제품을 구매할 경우 배송 서비스를 제공하고 있는 것으로 나타남

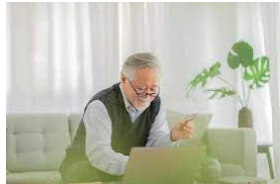
[표 4.4] 일본 주요 유기농 매장

순번	기업명	설립연도	매장 수('20)	홈페이지
1	크레온하우스 (crayonhouse)	1976년	2개	crayonhouse.co.jp
2	내추럴하우스 (Natural House)	1982년	13개	naturalhouse.co.jp
3	코다와리이치바 (こだわり市場)	1987년	45개	kodawariichiba.com
4	시젠쇼쿠힌F&F (自然食品F&F)	1992년	28개	shinzensyoku-ff.com
5	비오세본 (Bio c'Bon)	2008년	26개	bio-c-bon.jp

자료: 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 9,007억 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 참여²⁸⁾

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) ²⁹⁾	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)

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

29) 일본 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 일본 인삼꿀 주요 온라인 유통채널
2. 일본 인삼꿀 주요 오프라인 유통채널

1. 일본 인삼꿀 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 3,733억 원 ³⁰⁾)		
운영방식	온라인마켓			



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	스기요호엔(Sugi yohoen), 야마다요호조(Yamada Yohojo)
		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 직접 등록 <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, 제품 종류, 예상 매출액, 판매입고량) • 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)

30) 100엔=1,064.06원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

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

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

3. 구매내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리내추천상품 제공

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

'인삼꿀' 제품 검색 결과

'인삼꿀'로 검색결과 노출

브랜드, 종류, 가격별로 세분화 분류 기능 제공

'인삼꿀' 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) ³¹⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	인삼꿀	스기요호엔 (Sugi yohoen)	고라이닌진하치미쓰스케6넨네 (Koreininjin hachimitsu dzuke 6nen ne)	일본	3,240엔 (약 3만 4,475원)	280g	
2	인삼꿀	스기요호엔 (Sugi yohoen)	고라이닌진하치미쓰스케 (Koreininjin hachimitsu dzuke)	일본	8,640엔 (약 9만 1,934원)	1.48kg	
3	인삼꿀	야마다요호조 (Yamada Yohojo)	고라이닌진하치미쓰스케 (Koreininjin hachimitsu dzuke)	일본	5,400엔 (약 5만 7,459원)	1kg	
4	인삼절편	고라이닌진류쓰 (Gorainin Jinryuztu)	고라이레드진생플러스 (Korei Red Ginseng Gold Plus)	한국	4,320엔 (약 4만 5,967원)	20g * 10개입	
5	인삼절편	켄보 (Kunbo)	고라이베니산셋펜고루도 (Koraikojin seppen gorudo)	한국	3,897엔 (약 4만 1,466원)	20g * 10개입	
6	인삼절편	가즈히토시 (Kazuhitosi)	진생슬라이스골드허니 피클 (Ginseng sliced Gold Honey Picked)	한국	7,300엔 (약 7만 7,676원)	20g * 10개입	
7	인삼스틱	클린인삼 (Clean Insam)	베니산세이헤루스파와스틱쿠 (Benisansei gerusupawasutikku)	한국	5,800엔 (약 6만 1,715원)	10g * 30개입	

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

31) 조사일(2021.11.07.) 기준 아마존재팬(Amazon Japan) 인삼꿀 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 3,154억 원)		
운영방식		온라인마켓		



매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	야마다요호조(Yamada Yohojo), 가나자와야마기시요호조 (Kanazawa yamagishi yohojo)
		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"> ① 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호, 대표 Fax 번호, 대표자명) ② 운영 담당자 정보 (담당자 이름, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형) • 문의사항 연락처 - 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. 사이트언어는 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

'인삼꿀' 제품 검색 결과

'인삼꿀'로 검색결과 노출
가격, 종류별로 세분화 분류 기능 제공

'정과' 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) ³²⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	인삼꿀	야마다요호조 (Yamada Yohojo)	고라이닌진하치미쓰스케 (Koreininjin hachimitsu dzuke)	일본	5,400엔 (약 5만 7,459원)	1kg	
2	인삼꿀	가나자와야마기시 요호조 (Kanazawa yamagishi yohojo)	고라이닌진하치미쓰스케 (Koreininjin hachimitsu dzuke)	일본	13,284엔 (약 14만 1,349원)	800g	
3	인삼꿀	가나자와야마기시 요호조 (Kanazawa yamagishi yohojo)	고라이닌진하치미쓰스케에키 (Koreininjin hachimitsu dzuke eki)	일본	3,888엔 (약 4만 1,370원)	260g	
4	인삼꿀	스기요호엔 (Sugi yohoen)	고라이닌진하치미쓰스케6넨네 (Koreininjin hachimitsu dzuke 6nen ne)	일본	8,640엔 (약 9만 1,934원)	1.48kg	
5	인삼꿀	후지이요호조 (Fujii yohojo)	고라이닌진하치미쓰스케 (Koreininjin hachimitsu dzuke)	일본	5,800엔 (약 6만 1,715원)	750g * 2개입	
6	인삼꿀	고라이닌진슈조 (Koreininjin Shujo)	고라이닌진하치미쓰 (Koreininjin hachimitsu)	일본	10,000엔 (약 10만 6,406원)	250g * 2개입	
7	인삼꿀	오기와라요호엔 (Ogiwara yohoen)	고라이닌진하치미쓰스케 (Koreininjin hachimitsu dzuke)	일본	8,530엔 (약 9만 764원)	950g	

자료: 라쿠텐(Rakuten)
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

32) 조사일(2021.11.07.) 기준 라쿠텐(Rakuten) 인삼꿀 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트



2. 일본 인삼꿀 주요 오프라인 유통채널 ① 라이프

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.lifecorp.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('20)	약 7,538억 엔(약 8조 208억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('19): 약 275개 직원 수('19): 약 2만 7,297명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 라이프 코퍼레이션이 운영하는 슈퍼마켓 브랜드 일본에서 두 번째로 큰 슈퍼마켓 체인 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 육류, 차(茶)류, 즉석식품, 스낵류, 주방용품, 잡화류, 애완용품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 고급 포장 차(茶) 제품, 말차가 가미된 제품 및 함께 포장된 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 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) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-3-5807-5493 - 이메일: s620@lifecorp.co.jp - 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이하며 아래 주소에서 확인 가능함 (www.lifecorp.jp/toiawase/) 	

자료: 라이프(Life)

사진 자료: 라이프(Life)

② 이토요카도

기업 기본 정보	기업명	이토요카도(Ito-Yokado)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.itoyokado.co.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	매출액('20)	약 5,785억 엔(약 6조 1,555억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('19): 약 158개 직원 수('19): 약 3만 4,000명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 세븐앤아이홀딩스(Seven & I Holdings)의 슈퍼마켓 브랜드 일본 슈퍼마켓 시장 점유율 3.3% 차지 기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 주력 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 곡물류, 캔디류, 음료류, 신선식품, 주류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 냉동식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 생활용품 	
	매장 전경	 	
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 하단 'その他' 카테고리 'お問い合わせ' 클릭 'お問い合わせフォーム' 문의양식 작성 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 담당 부서와 연결 후 입점 진행 <ul style="list-style-type: none"> 유선 연락을 통한 문의 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호 : +81-3-6238-3132 	

자료: 이토요카도(Ito-Yokado), 유로모니터(Euromonitor), 류츠뉴스(Ryutsuu), 피알타임즈(PR Times)
사진 자료: 이토요카도(Ito-Yokado)

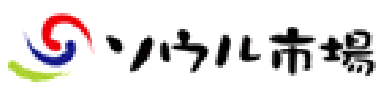


③ 장터 한국광장

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	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등 	
	선호 제품	<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: 08:00-23:00 	

자료: 장터 한국광장(韓国広場)

사진 자료: 장터 한국광장(韓国広場)

④ 서울시장

기업 기본 정보	기업명	서울시장(ソウル市場)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.seoul-ichiba.com	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 해피그룹(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	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등 	
	선호 제품	<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 <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) - 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)

⑤ 코다와리이치바

기업 기본 정보	기업명	코다와리이치바(こだわり市場)	
	기업구분	유기농 매장	
	홈페이지	kodawariichiba.com	
	위치	도쿄(Tokyo)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 45개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 및 자연식 식품 판매 전문점 • 온라인 주문 가능하며 일본 전역으로 배송 서비스 제공 중 • 홈페이지에 식재료 고르는 방법, 웰빙 메뉴 레시피 등 공유 • 2020년 이후로도 신규 지점 개장 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 건조식품, 곡물류, 소스류, 주류, 조리완제품, 건강보조식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 및 자연식 식재료 	
	매장 전경		
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 기입 정보 (담당자명, 우편번호, 주소, 이메일, 전화번호, 문의 내용) • 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, 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: +81-03-5953-5331 - 팩스: +81-03-3987-2758 	

자료: 코다와리이치바(こだわり市場)

사진 자료: 코다와리이치바(こだわり市場), 농식품수출정보(KATI)

⑥ 내추럴하우스

기업 기본 정보	기업명	내추럴하우스(Natural House)		
	기업구분	유기농 매장		
	홈페이지	naturalhouse.co.jp		
	위치	도쿄(Tokyo)		
	규모	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 직원 수('18): 약 250명 매장 수('21): 13개 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 자체 브랜드 제품을 보유하고 있음 현지 유기농 제품을 주로 취급하며, 홈페이지에 현지 농가에 대한 정보 제공 멤버십 제도인 애플빌리지(Apple Village)를 운영하며 소비자들에게 현지 농가 방문 체험 기회 제공 온라인 주문 가능하며 일본 전역으로 배송 서비스 제공 중 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 과일류, 채소류, 즉석식품, 건강보조식품, 화장품, 유아용품, 욕실용품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 현지 유기농 제품, 해외 유기농제품, 현지 제품 순으로 선호 JAS³³⁾ 인증 마크 제품 선호 		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 하단 '企業情報-お問い合わせ' 메뉴에서 입점 문의 작성 (naturalhouse.co.jp/inquiry) 홈페이지 가입 정보 (담당자명, 이메일, 전화번호, 문의 항목, 문의 내용) 제품 입점 시 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> 신선 과일 및 채소에 살충제 사용 금지 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호: +81-03-5469-1411 		

자료: 내추럴하우스(Natural House)

사진 자료: 내추럴하우스(Natural House)

33) Japanese Agricultural Standard의 약자로, 일본농림규격 제품을 의미함

VI. 진입장벽

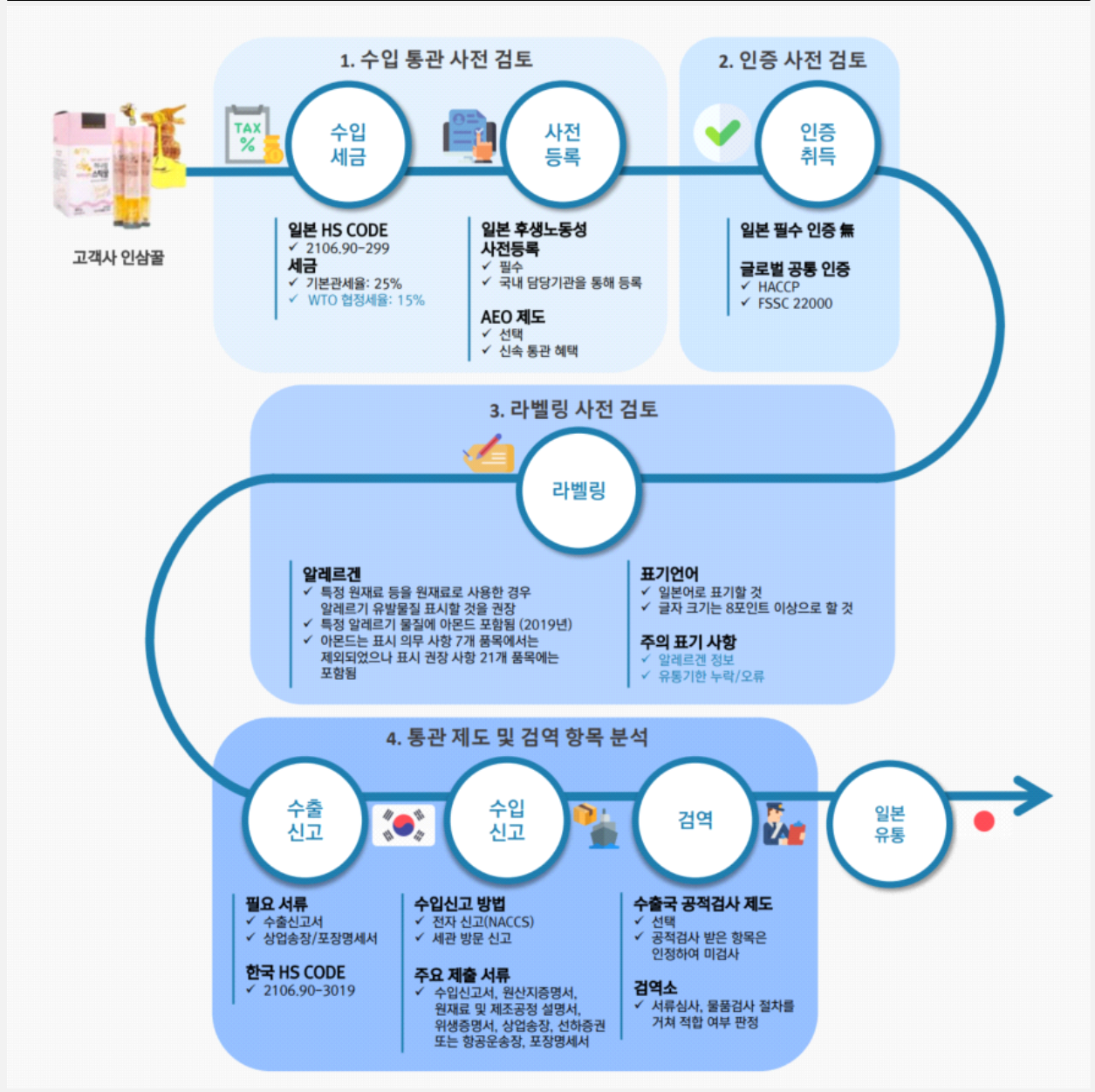
1. 일본 인삼꿀 통관 및 검역 절차
2. 일본 인삼꿀 품질 인증
3. 일본 인삼꿀 라벨링
4. 일본 인삼꿀 성분 및 유해물질

1. 일본 인삼꿀 통관 및 검역 절차³⁴⁾

▶ 일본 인삼꿀 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 인삼꿀 통관 검역 절차



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

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

2. 일본 인삼꿀 품질 인증

▶ 일본 인삼꿀, 적용받는 필수 인증 無

일본으로 인삼꿀을 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 인삼꿀 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 인삼꿀 라벨링

[표 6.3] 일본 인삼꿀 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 ³⁵⁾	<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)

35) 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 인삼꿀 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	7. 알레르겐	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 원재료 등³⁶⁾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)

36) 식품표시기준에서 정한 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것

▶ 일본 인삼골 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일본 및 국문]

- ① 大韓民國特産品
- ② KOREAN GINSENG TEA GOLD
- ③ 건강기능식품
- ④ 우수건강기능식품제조기준
GMP
식품의약품안전처
- ⑤ 高麗人參茶 골드
- ⑥ 人參
- ⑦ 내용량(NET WT) 3g X 50包 (150g)
- ⑧ KGNF
- ⑨ 제조원
(주)케이지앤에프
경남 김해시 주촌면 서부로 1741-1
高麗人參産業 (株)

[앞면 - 국문]

- ① 대한민국특산물
- ② 인삼차골드
- ③ 건강기능식품
- ④ 우수건강기능식품제조기준
GMP
식품의약품안전처
- ⑤ 고려인삼차 골드
- ⑥ 인삼
- ⑦ 내용량(NET WT) 3g X 50包 (150g)
- ⑧ KGNF
- ⑨ 제조원
(주)케이지앤에프
경남 김해시 주촌면 서부로 1741-1
고려인삼산업 (주)

[뒷면 - 일문 및 국문]

① 名称：オタネニンジン根加工食品

② 原材料名：
- ブドウ糖
- オタネニンジン濃縮液
- マルトデキストリン

③ 内容量：3g×50包

④ 賞味期限：別途記載

⑤ 保存方法：直射日光を避け、
涼しい所に保管して下さい。

⑥ 原産国名：大韓民国

⑦ 運入者：(株) K&J
東京都足立区花畑4-10-13

⑧ 栄養成分表示 (1包 (3g) 当たり)

熱量	10kcal
たんぱく質	0g
脂質	0g
炭水化物	3g
食塩相当量	0g

(この表示は推定値です。)

⑨ 유통기한：2023.11.22 까지

[뒷면 - 국문]

① 명칭：인삼뿌리가공식품

② 원재료명：
- 포도당
- 인삼뿌리농축액
- 마르트덱트린

③ 내용량：3g X 50포

④ 상미기한(유효기간)：별도기재

⑤ 보존방법：직사광선을 피하고 서늘한
곳에 보관해주세요.

⑥ 원산지명：대한민국

⑦ 수입자：(주식회사)K&J
도쿄도 아다치구 하나바타 4-10-13

⑧ 영양성분표시 (1포 (3g) 당)

열량	10kcal
단백질	0g
지방	0g
탄수화물	3g
식염상당량	0g

(이 표시는 추정치입니다.)

⑨ 유통기한：2023.11.22 까지

4. 일본 인삼꿀 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. 벌꿀류 식품에 적용되는 일본 식품첨가물 기준 중 일부는 하기 표와 같음. 더욱 자세한 규정 및 기준, 사용조건은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 일본 후생노동성(MHLW)에서 확인 가능함

[표 6.4] 벌꿀류에 적용되는 일본 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	황산칼슘	Calcium sulfate	칼슘으로서 식품의 1.0% 이하	벌꿀류
2	수불용성 미네랄	Water-insoluble minerals	식품의 0.5% 이하 ³⁷⁾	
3	메틸 셀룰로오스	Methyl cellulose	식품의 2.0% 이하 ³⁸⁾	
4	펄라이트	Perlite	식품의 0.5% 이하	
5	탈크	Talc		
6	부탄올	Butanol	일반사용기준 (착향의 목적 이외 사용 금지)	
7	에틸바닐린	Ethylvanillin		
8	에테르류	Ethers		
9	시트럴	Citral		
10	이오논	Ionone		

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

37) 식품의 제조 또는 가공상 필요불가결한 경우 이외 사용금지, 산성백토, 백도토, 벤토나이트, 탈크, 모래, 규조토 및 펄라이트 그리고 이들과 유사한 불용성 광물성물질을 2물질 이상 사용하는 경우에는 그 합계량이 0.50% 이하여야 함

38) 카르복시메틸셀룰로오스칼슘, 카르복시메틸셀룰로오스나트륨, 카복시메틸스타치나트륨, 전분인산나트륨 및 메틸셀룰로스 중 1종 이상과 병용하는 경우는 그 사용량 합이 2.0% 이하여야 함

▶ **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 벌꿀류 식품에 적용되는 일본 유해물질 기준을 분석한 결과임

[표 6.5] 벌꿀류에 적용되는 일본 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	함량정보	식품유형
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	10ppb 이하	벌꿀류
2	심피툼 (컴프리)	Symphytum (Comfrey)	불검출 ³⁹⁾	
3	티몰	Thymol	30ppm	꿀(로얄젤리 포함)
4	아목시실린	Amoxicillin (Amoxicillin)	불검출	
5	타일로신	Tylosin	0.7ppm	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

39) 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. 고객사 인삼꿀에는 일본에서 식품 유통시 라벨에 표기해야 하는 알레르겐 성분이 포함되지 않은 것으로 확인됨

[표 6.6] 일본 알레르겐 표기 대상 성분

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	-	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	-
14	권장	고등어	-	28	권장	호두	-

자료: 일본 소비자청(消費者庁)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 주식회사G.E.N(株式会社G.E.N.)

Interview ② 긴자스테파니화장품 주식회사

(銀座ステファニー化粧品株式会社)

Interview ③ 유한회사 김치랜드(Natural-Edific)

Interview ① 주식회사G.E.N.(株式会社G.E.N.)

40)

주식회사 G.E.N.
(株式会社G.E.N.)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 도쿄에 설립된 건강식품, 한국산 잡화 취급업체
 - 다양한 한국산 인삼 제품(유리병, 스틱형, 개별포장형 등) 판매
 - 오프라인 매장 따로 없으며 라쿠텐(Rakuten) 온라인 몰로 판매 중

담당자 정보

Operation Manager



주식회사G.E.N.(株式会社G.E.N.)

Operation Manager

Q. 취급 제품 중 인기 제품은 무엇인가요?

정관장 제품을 주로 판매하는데, 인삼꿀은 아니지만 정관장 홍삼정환이 가장 인기있습니다. 소비자들의 후기에 따르면, 피로회복에 탁월하며 감기를 예방하거나 감기에 걸렸을 때 빨리 낫게 하는 효능이 있습니다. 해당 제품의 소비자들은 대부분 재구매 고객이며 3년 이상 꾸준히 섭취하고 있습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있나요?

50개짜리 스틱 형태의 제품을 5,900엔(한화 약 62,780원⁴¹⁾)에 판매하고 있으며, 10ml짜리 스틱형 제품 30포에 9,400엔(한화 약 10만 원)에 판매하고 있습니다. 그렇기에 고객사 제품은 경쟁제품에 비해 다소 비싼 가격입니다. 고객사 제품이 특별한 제조법으로 만들어지거나, 함유된 성분 농도가 타 제품에 비해 높다거나 등 그 제품만의 특징을 갖고 있다면 가격이 비싸더라도 경쟁력이 있다고 생각합니다.

Q. 고객사 제품의 포장형태는 일본 소비자들이 선호하는 포장형태인가요?

유리병, 플라스틱 파우치와 같은 포장 형태인 제품은 이미 취급하고 있는 중이며, 소비자들도 이러한 포장 형태를 선호하는 것 같습니다. 인삼꿀은 판매하고 있지 않지만 판매 제품 중 홍삼 스틱이 있으며 스틱형 제품은 소비자들에게 낯선 형태는 아닙니다. 스틱이나 캡슐형 제품은 휴대성이 높고 개별 포장이기 때문에 주로 구매하는 것 같습니다.

Q. 고객사 제품의 홍보문구는 어떤 것을 추천하시나요?

원재료나 성분 함유량을 자세히 기재하거나, 간단한 제조법 설명 또는 휴대성이 좋고 밖에서도 먹기 쉬운 점을 강조하시는 것을 추천드립니다. 또한 고객사 브랜드 제품만이 가지고 있는 제품 특징도 함께 기재하신다면 좋은 홍보 효과를 가져올 수 있다고 생각합니다.

40) 사진자료: 라쿠텐(Rakuten)

41) 100엔=1,064.06원 (2021.10.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 긴자스테파니화장품 주식회사 (銀座ステファニー化粧品株式会社)

42)



긴자스테파니화장품 주식회사
(銀座ステファニー化粧品株式会社)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 도쿄에 설립된 한국산 화장품, 인삼 및 건강식품 취급
 - 수입유통업체
 - 라쿠텐(Rakuten) 온라인을 통해 판매 진행

담당자 정보

Customer Support
Center

긴자스테파니화장품 주식회사(銀座ステファニー化粧品株式会社) Customer Support Center

Q. 판매하고 계시는 제품의 특징은 무엇인가요?

자사는 한국화장품이나 건강식품을 판매 중이며, 40~50대 여성분들의 구매율이 높은 편입니다. 인삼꿀 제품으로는 마누카 꿀, 인삼, 홍삼추출액이 포함된 인삼꿀을 판매 중입니다.

Q. 판매하고 계시는 인삼 제품의 가격은 어떻게 되나요?

저희 업체에서 판매하는 마누카꿀이 포함된 인삼꿀은 7g * 15개입 스틱형 제품이며 5,634엔(한화 약 6만 원)에 판매하고 있습니다. 다른 형태의 제품은 취급하고 있지 않습니다. 마누카꿀, 인삼, 홍삼농축액이 포함되어있으나 고객사 제품보다 저렴한 편입니다.

Q. 홍보문구는 어떤 것을 추천드리나요?

저희 업체에서는 스틱형 인삼꿀 제품을 홍보할 때 평소 식사와 더불어 이 제품을 섭취하신다면 간단하게 건강한 식습관을 챙길 수 있다는 문구를 사용하고 있습니다.

Q. 홍보 및 이벤트는 어떻게 진행하고 계신가요?

주로 화장품이나 건강식품을 판매하고 있기 때문에, 미용과 건강에 좋다는 특정 문구를 통해 소비자들에게 홍보하고 있습니다. 또한 첫 구매자 할인 서비스를 함께 진행하며 판매 촉진을 도모하고 있습니다.

Q. 고객사 제품을 일반 가공식품으로 분류하여 판매할 수 있나요?

인삼을 다른 식품 및 식품 첨가물을 가공하여 제조한 제품이기 때문에 일반식품으로 판매가 가능한 것으로 알고 있습니다. 저희 업체에서도 인삼 가공품을 일반식품으로 분류하여 판매하고 있습니다.

Interview ③ 유한회사 김치랜드(有限会社キムチランド)

43)

유한회사 김치랜드
(有限会社キムチランド)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 오사카에 설립된 수입유통업체
 - 한국산 라면, 김치, 김, 과자, 건강식품 등 다양한 제품 수입 및 판매
 - 온라인 물 라쿠텐(Rakuten) 통해 판매 진행 중

담당자 정보

Operation Manager

유한회사 김치랜드(有限会社キムチランド)
Operation Manager

Q. 판매하고 계시는 인삼 제품은 어떤 것이 있나요?

인삼꿀은 판매하지 않으며 대신 유사제품인 홍삼절편, 이 외에 꿀대추차와 꿀생강차 등을 판매중입니다. 저희 업체가 취급하고 있는 제품 중 고객사 제품과 가장 유사한 제품은 농축액 캡슐형 제품으로, 20g짜리 개별 포장 스틱형 10개 제품을 4,752엔(한화 약 50,564원, 배송비별도)에 판매하고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 홍보문구는 어떤 것을 추천하시나요?

제품 판매 페이지에 제품 성분에 대해 기재하거나, 검색 시 결과물이 눈에 잘 띄도록 관련 문구(미용, 건강식품, 사포닌, 비타민 함유 등)를 태그로 작성하시는 것을 추천드립니다.

Q. 고객사 제품의 포장형태는 일본 소비자들이 선호하는 포장형태인가요?

개별포장된 차 종류 제품이 다른 제품보다 판매량이 많은 편입니다. 개별포장 되어있기 때문에 가족들과 함께 나누어서 먹고 있다는 리뷰가 종종 확인됩니다. 스틱형태가 휴대성도 좋고 먹기도 편해서 소비자들이 선호하는 편입니다.

Q. 고객사 제품의 타겟 소비층을 어떻게 설정하면 좋을까요?

저희 업체가 있는 오사카 근처 코리안타운과 같은 한국인이 많이 모이는 곳에는 인삼 제품을 취급하는 매장 몇 곳이 있습니다. 특히 최근 코로나로 인해 해외여행이 제한되어 이러한 인삼 전문 매장이나 온라인 물을 통한 구매가 증가하고 있는 추세입니다. 특히 인삼 제품은 건강 미용을 위한 선물용으로 구매하는 소비자층이 종종 있기 때문에, 이러한 소비자들을 타겟으로 판매하는 것 역시 좋은 방법으로 생각됩니다.

일본(Japan) 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 수입·유통업체 ○	주식회사 G.E.N. (株式会社G.E.N.)	긴자스테파니화장품주식회사 (銀座ステファニー化粧品株式会社)	유한회사 김치랜드 (有限会社キムチランド)
	업체 ▶ 수입유통업체	수입유통업체	수입유통업체
취급 ▶			
	홍삼 절편	인삼꿀	홍삼절편
사진 자료: 제품 판매 페이지			

일본(Japan) 수입·유통업체 인터뷰 요약			
고객사	가격 피드백	포장형태 및 타겟층 설정	홍보문구
주식회사 G.E.N. (株式会社G.E.N.) ----- 수입유통업체	<ul style="list-style-type: none"> • 가격 비싼 편이나, 제조법 및 농도 등 차별화한다면 괜찮음 	<ul style="list-style-type: none"> • 유리병 및 플라스틱 파우치 형태 일본 소비자들 선호 	<ul style="list-style-type: none"> • 원재료 성분 함유량 및 간단한 제조법 설명 • 밖에서도 먹기 쉬운 점을 강조
긴자스테파니화장품 주식회사 (銀座ステファニー化粧品株式会社) ----- 수입유통업체	<ul style="list-style-type: none"> • 경쟁제품에 비해 비싼 편 	(-)	<ul style="list-style-type: none"> • 간단하게 건강을 챙길 수 있음을 강조
유한회사 김치랜드 (有限会社キムチランド) ----- 수입유통업체	<ul style="list-style-type: none"> • 경쟁제품에 비해 비싼 편 	<ul style="list-style-type: none"> • 코리안타운 및 온라인 물 • 선물용 고객 타겟층 설정 추천 	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 성분, 결과물을 눈에 띄게 작성
(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사			

VIII. 시사점

Export Insights

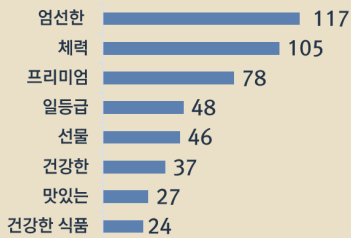
시장수요

일본 인삼,
향후 5년
연평균 3% 성장 전망



일본 인삼 시장은 2,022억 원으로 한국 인삼 시장규모(약 1.3조 원)의 16%에 불과하며, 향후 5년(2021-25년) 간 연평균 3%의 성장률을 보일 것으로 예상됨. 온라인 판매 제품 확인 결과 병에 든 현지산 인삼꿀이 다수 판매되고 있었으며, 이 외에도 인삼 절편, 올리고당이나 로열젤리에 절인 인삼 제품 등이 다수 확인됨. 최근 코로나19로 인해 일본 소비자들 사이에 면역력에 대한 관심이 높아지고 있으며, 인삼 및 인삼꿀 관련 키워드로 면역력 키워드가 빈출함

소비 특징



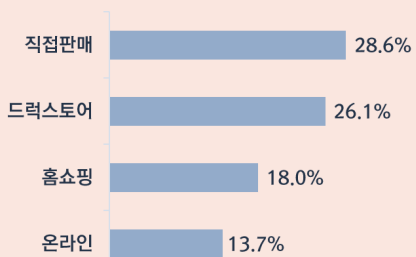
일본 인삼꿀
홍보문구 키워드

일본 주요 온라인 쇼핑몰에 판매되는 인삼꿀과 인삼조제품 분석 결과, 주요 성분으로 올리고당, 로열젤리, 포도당 등 꿀과 유사하게 단 맛을 내는 성분들이 빈출함. 이를 통해 일본 내 단 맛이 나는 인삼조제품이 매우 보편적이며, 고객사 경주 아카시아꿀의 높은 품질을 셀링포인트로 삼을 수 있음

포장 용기의 경우, 확인된 온라인 쇼핑몰 내 인삼꿀은 대부분이 유리병 형태였음. 하지만 수입유통업체 인터뷰 결과 스틱형 제품에 대한 소비자 수요는 큰 반면 아직까지 인삼꿀 스틱형 제품이 드물어, 차별화가 가능할 것으로 예상됨

홍보문구 관련, 중국, 베트남, 미국 대비 '고품질'을 강조하는 키워드가 빈출함. '엄선한', '프리미엄', '일등급' 등의 키워드가 빈출하여, 프리미엄 인삼 조제품에 대한 수요가 상대적으로 높은 것을 유추할 수 있음. 이 외에 건강 관련 '체력', '건강한' 등의 키워드가 빈출했으며 '한국산' 키워드는 적어 한국산 인삼꿀에 대한 특별한 선호도가 형성되어 있지 않음을 알 수 있음. 결합 키워드 분석 결과 '면역력+일등급' 키워드 발생량이 가장 많아, '면역력 증진 효능이 탁월한 경주 아카시아 1++ 천연 인삼꿀'을 주요 홍보문구로 활용할 수 있음

유통채널



일본 인삼꿀
유통채널 점유율

일본 비타민 및 식이보충제 유통채널 확인 결과 직접판매, 드럭스토어의 경우 한국과 유사한 점유율을 보였으며 홈쇼핑 점유율은 한국보다 높고 온라인 점유율은 한국 대비 낮은 양상을 보임. 일본 내 인삼 및 인삼제품류의 경우 주로 통신판매와 방문판매 같은 무점포 유통채널을 통해 소비가 이루어지는 것으로 확인됨

한편 온라인 채널에 판매되는 인삼꿀을 살펴본 결과, 대부분 4만 원 중반-9만 원 초반까지의 가격대를 보였음. 하지만 소비자 가격이 유사한 제품의 경우, 고객사 제품 대비 용량이 훨씬 더 커, 고객사 제품의 판매 가격 조정이 필수적일 것으로 예상됨

이 외에 온라인 채널과 아시안/한인마트, 인삼 전문점에서의 유통을 추천함. 주요 아시안마트/한인마트로 장터 한국광장, 서울시장, 칸비니 등이 있으며, 최근 코로나19로 해외여행이 제한되어 인삼 전문 매장이거나 온라인 몰을 통한 선물용 구매가 증가하고 있는 것으로 확인됨



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Japan」, 2021.09
2. 코트라(KOTRA), 「일본 내 인삼 식품 시장동향」, 2021.07
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Japan Country Report」, 2021.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Japan Country Report」, 2021.02
5. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020
6. 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. 코트라(KOTRA), (www.kotra.or.kr)
5. 아마존(Amazon) (amazon.co.jp)
6. 라쿠텐(Rakuten) (rakuten.co.jp)
7. 대한무역투자진흥공사(KOTRA) (www.kotra.or.kr)
8. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
9. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
10. 마이바스켓(My Basket) (www.mybasket.co.jp)
11. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
12. 라이프(Life) (www.lifecorp.jp)
13. 이토요카도(Ito-Yokado) (www.itoyokado.co.jp)
14. 류츠뉴스(Ryutsuu) (www.ryutsuu.biz)
15. 피알타임즈(PR Times) (prtimes.jp)
16. 크레온하우스(crayonhouse) (www.crayonhouse.co.jp)
17. 내추럴하우스(Natural House) (www.naturalhouse.co.jp)
18. 코다와리이치바(こだわ市場) (www.kodawariichiba.com)
19. 시젠쇼쿠인F&F(自然食品F&F) (www.shinzensyoku-ff.com)
20. 바이오세본(Bio c' Bon) (www.bio-c-bon.jp)
21. 장터 한국광장(韓国広場) (shopping.geocities.jp/hiroba)
22. 서울시장(ソウル市場) (www.seoul-ichiba.com)
23. 관세법령정보 포털 (www.unipass.customs.go.kr)
24. 통합 무역정보 서비스 (www.tradenavi.or.kr)
25. 일본 후생노동성(MHLW) (www.mhlw.go.jp)
26. 일본 농림수산업성(農林水産省) (www.maff.go.jp)
27. 일본 소비자청(消費者庁) (www.caa.go.jp)
28. 일본 식품 화학연구재단 (www.ffcr.or.jp)

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

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

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea