

# 2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202308-08  
품목 | 다이어트 보조제(Weight Loss Supplements)  
HS CODE | 2106.90-9099  
국가 | 일본(Japan)



# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### I. 요약

---

1. 요약	04
-------	----

#### II. 시장규모

---

1. 일본 일반의약품 시장규모	06
2. 일본 비타민 및 미네랄 시장규모	07
3. 일본 다이어트 보조제 수입규모	08

#### III. 시장트렌드

---

1. '디에이치씨', 일본 다이어트 보조제 대표 브랜드	11
2. 다이어트 보조제 제형, '정제' 형태 인기	12
3. '사과' 및 '파인애플' 맛 다이어트 보조제 제품 빈출	13
4. 다이어트 보조제 홍보문구, '건강 보조', '탄수화물' 빈출	14

#### IV. 유통채널

---

1. 일본 다이어트 보조제 유통채널 점유율	16
2. 일본 다이어트 보조제 주요 유통채널	17

# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### V. 진입장벽

---

1. 일본 다이어트 보조제 통관 및 검역 절차	26
2. 일본 다이어트 보조제 품질 인증	27
3. 일본 다이어트 보조제 라벨링	36
4. 일본 다이어트 보조제 성분 및 유해물질	41

#### VI. 수입·유통업체 인터뷰

---

1. 세키야쿠힌(Seki Yakuhin)	45
2. 마츠모토키요시(Matsumoto Kiyoshi)	48
3. 맥드럭스토어(MAC Drugstore)	51

#### VII. 시사점

---

1. 시사점	55
--------	----

※ 참고문헌	57
--------	----



HS CODE : 2106.90-9099

2023 수출기업 맞춤형 조사

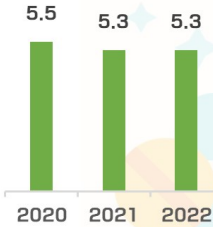
시장 분석형

# 일본 다이어트 보조제 시장

## 시장 현황

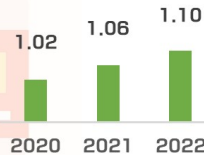
### 일반의약품 시장규모

단위: 십억 달러



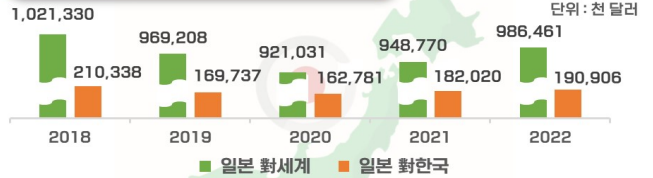
### 비타민 및 미네랄 시장규모

단위: 십억 달러



## 수출입 현황

### 수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)



### 국가별 수입규모



## 시장 트렌드

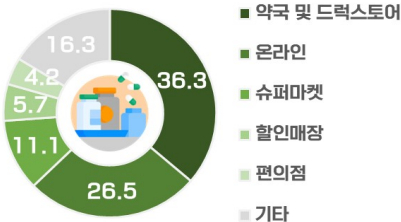
### 빅데이터 분석



\* 라쿠텐 다이어트 보조제 제품 3,937건 분석 결과

## 주요 유통채널

### 유통채널 점유율



## 통관 및 제도

### 수출 통관 유의사항

**세금**  
WTO 협정 관세율 15%

**사전 준비**  
일본 후생노동성  
사전등록 절차

### 권장 인증



### 라벨링 유의사항

**필수 표기사항**  
일본어 표기 必  
제품명, 원재료명, 용량, 유통기한, 식품첨가물, 보존방법, 알레르겐, 영양성분 및 열량, 원산지 등  
라벨 표기 필요

## 수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

일본 제품 트렌드 '장 건강 개선 효과'가 있는オート밀 다이어트 보조제 인기가 상승했으며, '천연 성분'으로 구성된 제품이 주목받고 있음  
소비자 선호 제형 일본 소비자들은 다이어트 보조제 제품 소비 시 '정제' 제형을 선호하며, 최근 복용량이 더 많은 '분말' 제품도 인기임  
소비자 선호 포장 재밀봉이 가능한 '파우치' 포장 및 휴대가 간편한 '스틱 파우더' 포장이 일본 소비자들 사이에서 선호되고 있음

Point 02.

고객사 제품 제형 피드백 고객사 개발 중인 다이어트 보조제의 적정 제형으로 일본에서 많이 소비되는 '정제' 및 부드러운 '젤 캡슐' 제형이 추천됨  
고객사 제품 포장 피드백 고객사 개발 중인 다이어트 보조제의 적정 포장으로 하루 2회 1정 복용 기준 60정 포장 및 180정 포장이 추천됨  
고객사 제품 진출 유통채널 고객사 제품 일본 진출 시, 한국 뷰티 브랜드가 독점하고 있는 온라인 유통채널 'Qoo10'이 적정 유통채널로 추천됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

## II 시장규모



1. 일본 일반의약품 시장규모
2. 일본 비타민 및 미네랄 시장규모
3. 일본 다이어트 보조제 수입규모

## 1. 일본 일반의약품 시장규모

### 일본 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	37만 8,000km <sup>2</sup>
인구	1억 2,568만 명
GDP	4조 9,409억 달러
GDP (1인당)	3만 9,312달러

### ▶ 일본 일반의약품 시장규모 7.0조 원, 연평균 2.5% 성장

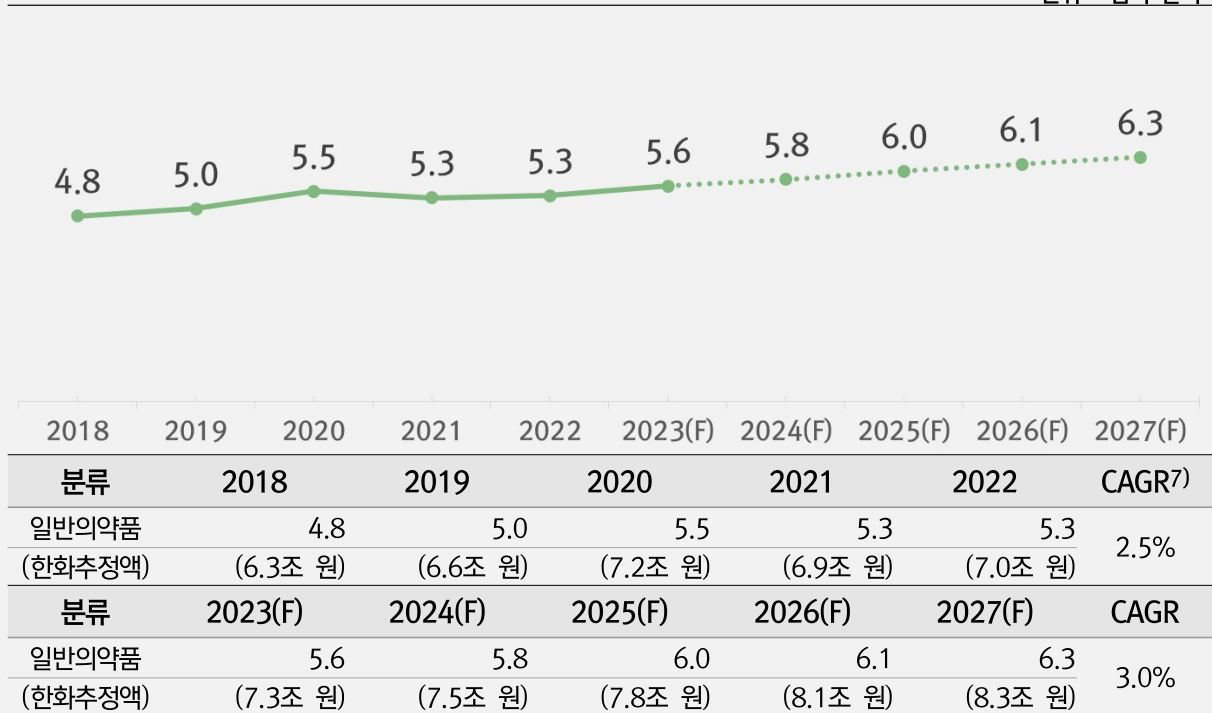
2022년 기준 일본 일반의약품 시장규모는 7.0조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 평균 6.8조 원 규모의 소비량을 보이고 있음. 5개년 연평균 성장률은 2.5%이며, 2020년 전년 대비 9% 성장했으나 2022년에는 전년 대비 1%로 저조한 성장률을 보임

### ▶ 일본 일반의약품 시장규모, 향후 5년간 3.0%씩 성장 기대

일본 일반의약품 시장은 2027년까지 연평균 3.0%씩 성장하여 2027년 8.3조 원을 기록할 것으로 예상됨. 일반의약품 시장은 코로나19의 영향으로 급성장하였으나, 2025년에 고령화 피크를 맞이하는 일본의 경우 정부의 약제비 억제 정책 영향으로 시장 성장이 일부 억제될 수 있다고 전망됨<sup>2)3)</sup>

[표 2.1] 일본 일반의약품 시장규모<sup>4)5)6)</sup>

단위 : 십억 달러



자료: 스탯티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2021  
 2) 자료: 약업신문, 「일본 제약시장, 2025년까지 '연평균 -2~1% 성장」, 2021.05  
 3) 조사 제품 '다이어트 보조제'의 용도를 기준으로 '일반의약품'과 하위 품목인 '비타민 및 미네랄' 시장규모를 조사함  
 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨  
 5) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)  
 6) 자료: 스탯티스타(Statista), 「OTC Pharmaceuticals Japan」, 2022.07  
 7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

## 2. 일본 비타민 및 미네랄 시장규모

### ▶ 일본 비타민 및 미네랄 시장규모 1.4조 원, 연평균 3.5% 성장

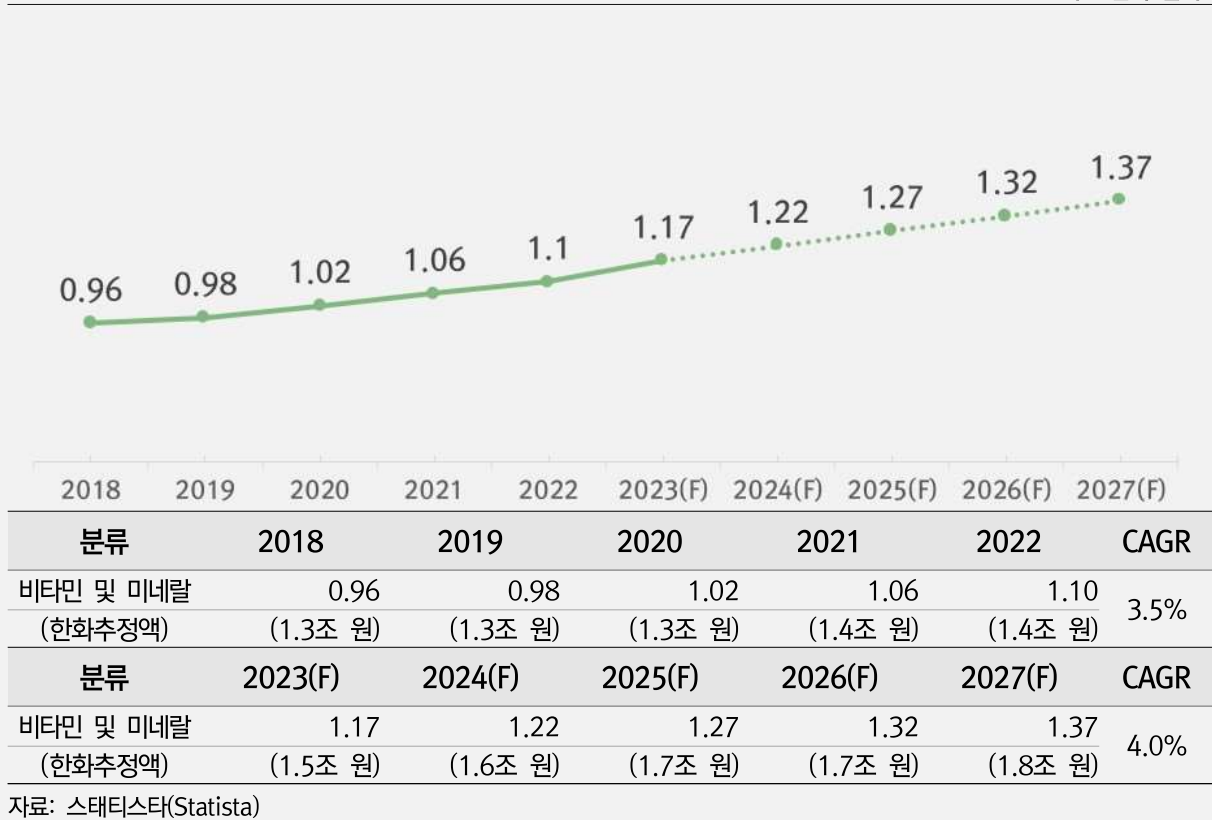
2022년 기준 일본 비타민 및 미네랄 시장규모는 1.4조 원이며 최근 5년(2018-22년)간 평균 1.3조 원 규모로 연평균 3.5% 성장함. 일본은 인구 고령화에 따라 안구 및 기초 건강 등 보조 식품 수요가 증가했으며, 면역력 향상에 대한 관심 증대로 프로바이오틱스 보조제 시장 인지도도 동반 상승함<sup>8)</sup>

### ▶ 일본 비타민 및 미네랄 시장규모, 향후 5년간 4.0% 성장 예상

일본 비타민 및 미네랄 시장은 2027년까지 연평균 4.0%씩 성장하여 1.8조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨. 2017년에는 온라인 매장 점유율이 10.3%에 그쳤으나, 온라인 시장 점유율이 꾸준히 증가하면서 2025년에는 35.1%에 달할 것으로 전망됨

[표 2.2] 일본 비타민 및 미네랄 시장규모

단위 : 십억 달러



8) 자료: 식품저널, '일본 '안구 건강' 보조제, 유럽은 '개인 맞춤형 건기식' 수요 증가', 2022.12

### 3. 일본 다이어트 보조제 수입규모

#### 다이어트 보조제 HS CODE

해당 장에서 다이어트 보조제는 HS CODE 2106.90으로 분류. HS CODE 제 2106호의 품명은 따로 분류되지 않은 조제 식료품, HS CODE 2106.90-9099의 품명은 기타로 확인

#### ▶ 최근 5년간 對글로벌 HS CODE 2106.90 수입액 성장률 감소세

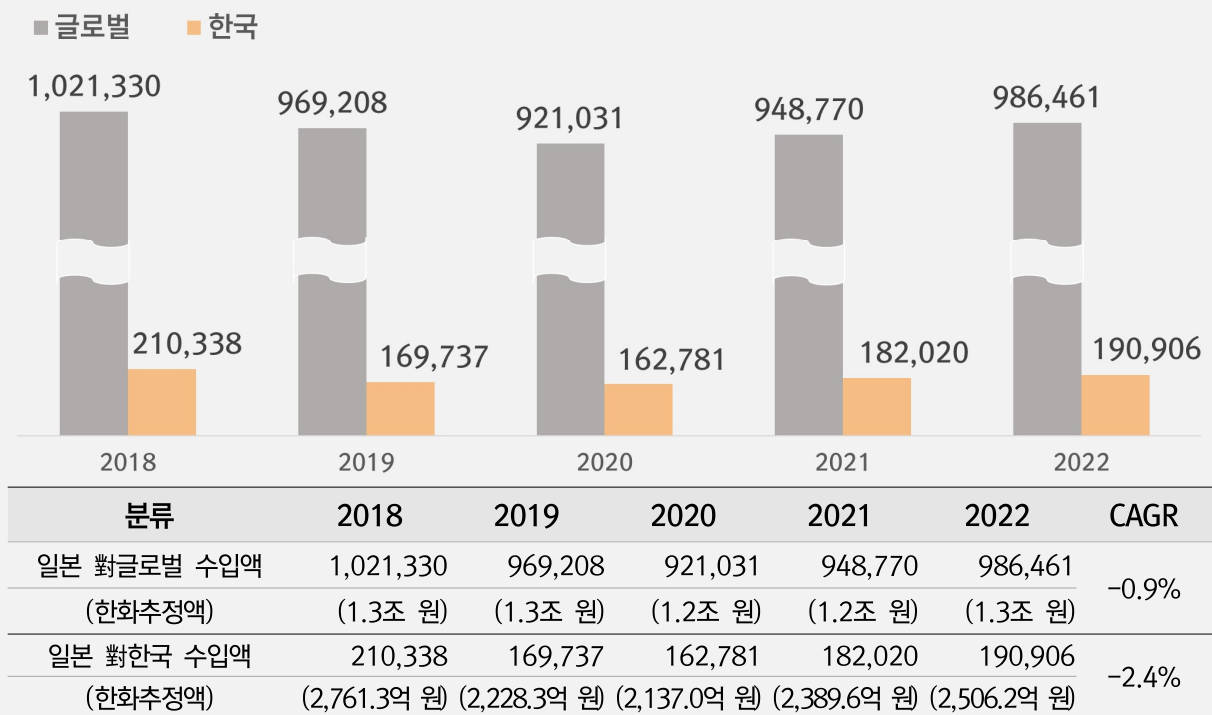
일본 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 0.9% 감소세를 보이면서 2022년도에는 1.3조 원을 기록함. 2018년부터 2020년까지 전년 대비 연평균 5% 감소하다가 2021년부터 전년 대비 3%의 성장률을 보이면서 차츰 증가함

#### ▶ 일본 HS CODE 2106.90 품목, 한국산 점유율 2위

최근 5년(2018-22년)간 일본 HS CODE 2106.90 품목인 다이어트 보조제의 對한국 수입액 평균은 2,404.5억 원으로 수입국 상위 2위를 차지함. 2022년 기준 일본 내 품목 수입규모 1위국인 미국(2,514.7억 원, 19.4%)과 2위국인 한국(2,506.2억 원, 19.3%)의 최근 5년간 연평균 성장률은 -2.4%로 두 국가 모두 감소하였음. 한편, 2022년 기준 일본 내 품목 수입규모 3위국은 중국(1,681.0억 원, 13.0%), 4위국은 싱가포르(1,260.6억 원, 9.7%)로 확인됨

[표 2.3] 일본 HS CODE 2106.90 수입규모<sup>9)</sup>

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

9) 자료: ITC(International Trade Centre)



2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# III 시장트렌드



1. '디에이치씨', 일본 다이어트 보조제 대표 브랜드
2. 다이어트 보조제 제형, '정제' 형태 인기
3. '사과' 및 '파인애플' 맛 다이어트 보조제 제품 빈출
4. 다이어트 보조제 홍보문구, '건강', '탄수화물' 빈출

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 일본 온라인매장 입점 다이어트 보조제

- 데이터 수집 키워드 : 다이어트 보조제(ダイエットサプリメント)
- 데이터 수집량 : 3,937건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인쇼핑몰 라쿠텐(Rakuten)

### ▶ 일본 온라인매장 입점 다이어트 보조제 특징 분석

- 데이터 분석 항목
  - ① 경쟁브랜드 ② 제형 ③ 맛 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
경쟁 브랜드	디에이치씨	DHC	295	스베르티	スペルティ	40
	오가란도	オーガランド	201	에이에프씨	AFC	35
	메타보릿쿠	メタボリック	104	니타니코우소	新谷酵素	31
	오리히로	オリヒロ	61	이토칸포세이아쿠	井藤漢方製薬	31
	에스테프로라보	エステプロ・ラボ	56	(-)	(-)	(-)
제형	정제	粒	458	씹을 수 있는	チュアブル	23
	분말	粉末, パウダー	289	젤리	ゼリー	6
	음료	飲料	43	(-)	(-)	(-)
맛	사과	りんご	263	초콜릿	チョコレート	12
	파인애플	パイナップル	100	바닐라	バニラ	12
	포도	ぶどう	63	밀크티	ミルクティー	10
	자몽	グレープフルーツ	50	말차	抹茶ラテ	2
홍보문구	건강	健康	1,755	장	腸	177
	탄수화물	炭水化物	1,009	내장지방	内臓脂肪	173
	미용	美容	543	약사	薬剤師	153
	당분	糖質	378	근육	筋肉	95
	효소	酵素	354	간편하게	手軽	80

## 1. ‘디에이치씨’, 일본 다이어트 보조제 대표 브랜드

### ▶ 일본 다이어트 보조제, ‘디에이치씨(DHC)’ 제품 인기

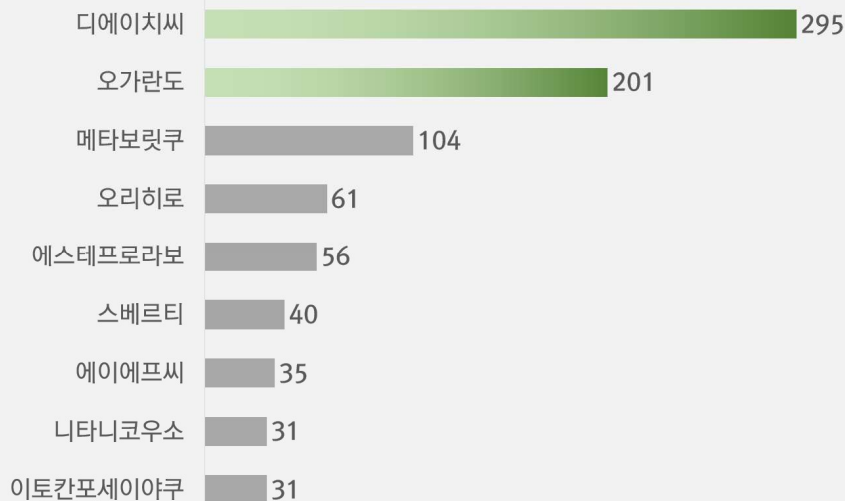
- 경쟁브랜드 키워드 중, ‘디에이치씨(DHC)’ 관련 키워드가 295건으로 가장 많은 키워드가 도출됨
- 뒤이어 ‘오가란도(オーガランド)’ 키워드가 빈출했으며, 해당 브랜드 제품 중 ‘코레우스포루스코리(コレウスフォルスコリ)’ 제품이 가장 빈출함

### ▶ 한국산 다이어트 보조제, 일본 브랜드에 비해 키워드 도출 미미

- 한편, 한국산 브랜드 관련 키워드는 일본산 브랜드 키워드보다 도출량이 미미해, 일본에서는 주로 현지산 제품이 인기 있는 것으로 파악됨

디에이치씨		오가란도		오리히로	
					
제품명	뉴슬리무다이어트니쥬니치훈 (ニュースリム ダイエット 20日分)	제품명	코레우스포루스코리 (コレウスフォルスコリ)	제품명	아미노바디다이어트 (Amino Body Diet)
브랜드	디에이치씨(DHC)	브랜드	오가란도(オーガランド)	브랜드	오리히로(オリヒロ)
용량	80정	용량	30개입	용량	300정
가격	1,463엔(13,269원 <sup>10)</sup> )	가격	1,500엔(13,605원)	가격	1,598엔(14,493원)

[표 3.1] 일본 판매 다이어트 보조제 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘다이어트 보조제’ 관련 게시물 3,937건 분석

10)100엔=906.97원(2023.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 다이어트 보조제 제형, ‘정제’ 형태 인기

### ▶ 일본 다이어트 보조제 제형, ‘정제’ 형태 다수

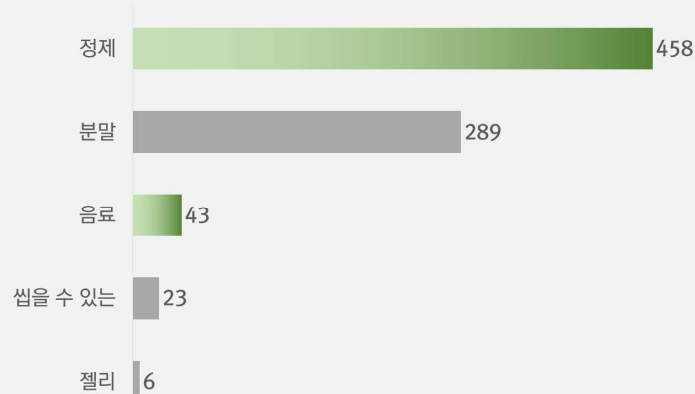
- 일본 다이어트 보조제 제형 관련 키워드 도출 결과, ‘정제’ 관련 키워드가 458건으로 가장 많이 도출되었음
- 야후재팬쇼핑에서 발표한 2023년 7월 다이어트 보조제 랭킹 결과 10개 제품 중 9개가 정제 형태의 제품이었으며, 1개는 캡슐 형태의 제품이었음<sup>1)</sup>

### ▶ 일본 유통 한국산 다이어트 보조제 역시 ‘정제’ 제형 많아

- 한편, 일본에서 판매되고 있는 한국산 다이어트 보조제 제품 역시 정제 형태의 제품이 많은 것으로 확인됨
- 일본 미용 전문 미디어 보체(VoCE)가 선정한 일본 내 인기 한국산 다이어트 보조제 4개 제품 모두 정제 형태의 제품이었음<sup>2)</sup>
- 한편, 한국산 다이어트 보조제 브랜드 ‘바이탈뷰티’는 일본에서 음료 형태의 다이어트 보조제를 함께 판매하는 것으로 확인됨

정제		분말		음료	
					
제품명	메타그린슬림업	제품명	피토릭스 레드	제품명	슬리머디엑스
브랜드	바이탈뷰티	브랜드	피토릭스	브랜드	바이탈뷰티
용량	90정	용량	30포	용량	750ml
가격	4,320엔(39,181원)	가격	1,980엔(17,958원)	가격	12,000엔(108,836원)

[표 3.2] 일본 판매 다이어트 보조제 제형 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘다이어트 보조제’ 관련 게시물 3,937건 분석

11) 야후재팬쇼핑(Yahoo Japan Shopping), ‘ダイエットサプルのランキング’, 2023.07

12) 보체(VoCE), ‘韓国現地でバズり中の【ダイエットサプリ4選】本当に痩せるか検証!’, 2023.06

### 3. '사과' 및 '파인애플' 맛 다이어트 보조제 제품 진출

▶ 일본 다이어트 보조제, '사과' 및 '파인애플' 등 과일 맛 키워드 진출

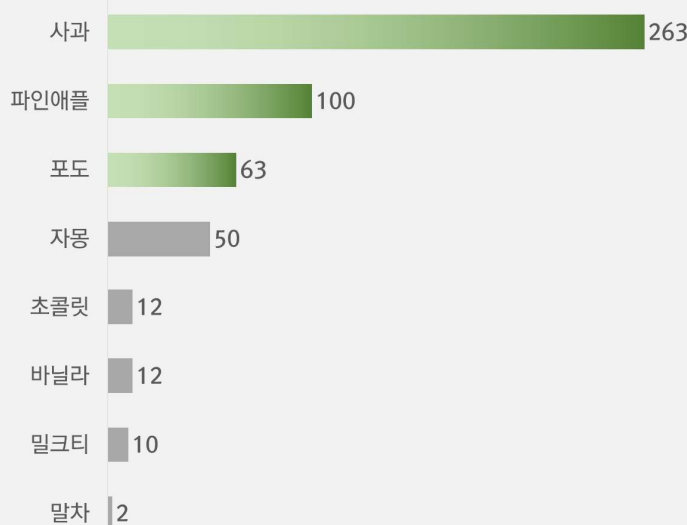
- 일본 다이어트 보조제 맛 관련 키워드 도출 결과, '사과' 키워드가 263건으로 가장 많이 도출되었음
- 뒤이어 '파인애플' 키워드가 100건, '포도' 키워드가 63건 도출되는 등 일본에서 유통되는 다이어트 보조제 경쟁제품들이 대체로 과일 맛 제품인 것으로 조사됨

▶ '초콜릿', '바닐라' 등 비(非)과일 맛 제품 키워드 도출 미미

- 한편, 과일 맛 관련 키워드를 제외하면 '초콜릿' 및 '바닐라' 키워드가 각각 12개로 가장 많이 도출되었음
- 비(非)과일 맛 제품은 과일 맛 제품에 비해 전반적으로 관련 키워드 도출이 미미한 것이 확인되었음

사과		파인애플		포도	
					
제품명	압푸루하이바 (アップルファイバー)	제품명	레쿠레아 (レクレア)	제품명	제로리미트 (Zero Limit)
브랜드	키메이카비켄 (きめやか美研)	브랜드	뷰티복쿠스 (ビューティーボックス)	브랜드	와루도아쿠토 (ワールドアクト)
용량	400g	용량	30포	용량	30포
가격	1,230엔(11,156원)	가격	13,770엔(124,890원)	가격	5,940엔(53,874원)

[표 3.3] 일본 판매 다이어트 보조제 맛 관련 키워드



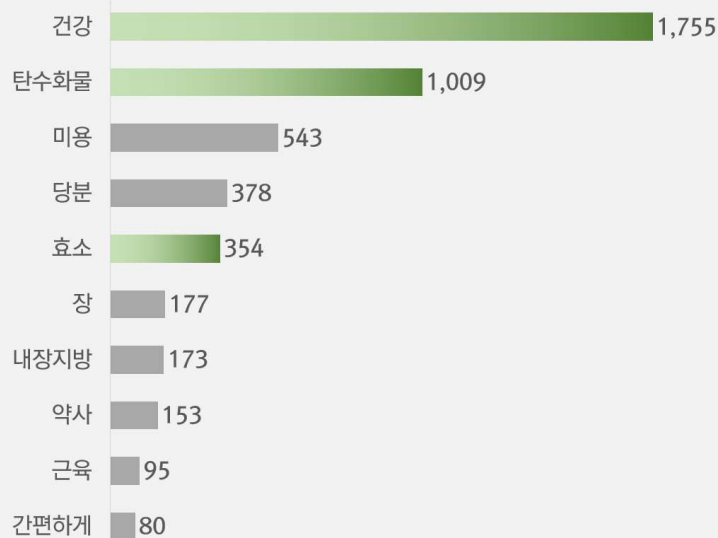
자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '다이어트 보조제' 관련 게시물 3,937건 분석

#### 4. 다이어트 보조제 홍보문구, ‘건강’, ‘탄수화물’ 빈출

- ▶ ‘건강’, 다이어트 보조제 홍보문구 키워드 도출 수 1위
  - ‘건강’ 키워드 도출 실제 제품 확인 결과, ‘장 활동 활발’, ‘내장지방 감소’ 등의 건강 효능을 강조하는 제품 다수
  - 단순 체중 감량 목적뿐만 아니라 전반적인 신체 건강도 중요시하는 홍보문구를 사용하는 제품이 많은 것으로 조사됨
- ▶ ‘탄수화물’ 및 ‘효소’ 등 제품 성분 관련 키워드도 다수 도출
  - 한편, 다이어트 보조제 홍보문구 키워드 중, ‘탄수화물’ 및 ‘효소’와 관련된 키워드가 다수 도출되는 것이 확인되었음
  - ‘탄수화물’ 관련 키워드로는 ‘곡물’, ‘당분’ 등이 포함되었으며, ‘효소’ 관련 키워드로는 ‘효모’ 키워드가 함께 도출되는 제품이 많았음

건강		탄수화물		효소(효모)	
					
제품명	다이어토파와니쥬니치훈 (ダイエットパワー 20日分)	제품명	이키타코우스 (Ikita Kouso)	제품명	마이소쿠코우보다이어트나미코우보 (毎食酵母ダイエット生酵母)
브랜드	디에이치씨 (DHC)	브랜드	후쿠야 (ふくや)	브랜드	로츠 (ロツ)
용량	60정	용량	22.14g	용량	30정
가격	1,338엔(12,135원)	가격	4,471엔(40,550원)	가격	980엔(8,888원)

[표 3.4] 일본 판매 다이어트 보조제 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘다이어트 보조제’ 관련 게시글 3,937건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# IV 유통채널



1. 일본 다이어트 보조제 유통채널 점유율
2. 일본 다이어트 보조제 주요 유통채널

## 1. 일본 다이어트 보조제 유통채널 점유율

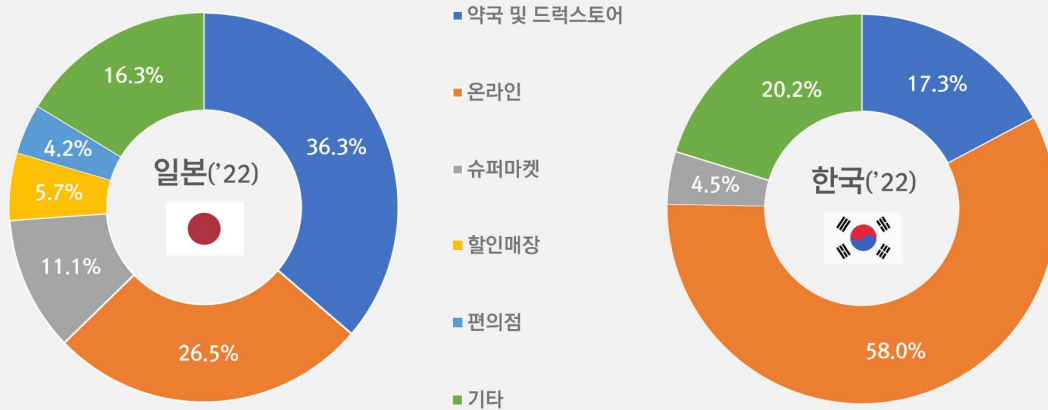
### ▶ 일본 다이어트 보조제, 오프라인과 온라인 점유율 유사

2022년 일본 다이어트 보조제 유통채널 중 ‘약국 및 드럭스토어’는 36.3%로 가장 높은 점유율을 보였으며, 한국 ‘약국 및 드럭스토어’ 점유율인 17.3%에 비해 높은 것으로 나타남. 한국의 1위 유통채널은 ‘온라인’으로 58.0%의 점유율을 차지하였으며, 일본은 점유율 26.5%로 전체 유통채널 중 2위를 차지함. 이를 통해 일본의 다이어트 보조제는 오프라인과 온라인에서 균형 있게 유통되고 있음을 알 수 있음

### ▶ 할인매장과 편의점을 통한 일본 다이어트 보조제 주목할 필요

2002년 일본 다이어트 보조제의 ‘할인매장’ 유통채널은 5.7%의 점유율을 보였음. ‘할인매장’은 돈키호테, 100엔숍 등 일본 특유의 오프라인 소매유통채널을 포괄함. ‘편의점’은 4.2%의 점유율을 차지하였음

[표 4.1] 일본 다이어트 보조제 유통채널 점유율



일본 및 한국 소매유통채널 점유율 비교<sup>13)14)15)16)</sup>

일본	유형	한국
36.3%	약국 및 드럭스토어	17.3%
26.5%	온라인	58.0%
11.1%	슈퍼마켓	4.5%
5.7%	할인매장	-
4.2%	편의점	-
16.3%	기타	20.2%

자료: 스탯티스타(Statista)

13) ‘다이어트 보조제’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 일본은 ‘건강보조식품’, 한국은 ‘건강기능식품’의 정보를 확인함

14) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Preferred purchase channels for dietary supplements or nutraceuticals in Japan」, 2023.02

15) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Preferred purchase channels for dietary supplements or nutraceuticals in South Korea」, 2022.10

16) 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음



## 2. 일본 다이어트 보조제 주요 유통채널 ① 장터 한국광장

기업 기본 정보	기업명	장터 한국광장(韓国広場)	
	기업구분	아시아/한인마트	
	홈페이지	shopping.geocities.jp/hiroba	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치</li> <li>• 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료</li> <li>• 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매</li> <li>• 식료품 매장 외에도 도매 전문 인터넷 쇼핑몰과 화장품 전문점을 운영함</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등	
	선호 제품	한국제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-3-3232-9330</li> <li>- 상담 가능 시간: 08:00-23:00</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 장터 한국광장(韓国広場)

사진 자료: 장터 한국광장(韓国広場)

## 2. 일본 다이어트 보조제 주요 유통채널 ② 서울시장

기업 기본 정보	기업명	서울시장(ソウル市場)	
	기업구분	아시안/한인마트	
	홈페이지	www.seoul-ichiba.com	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해피그룹(Happy Group)이 운영하는 식료품 매장으로, 한인마트 외에도 한식당, 치킨 프랜차이즈 운영</li> <li>• 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치</li> <li>• 신오쿠보(新大久保) 역에서 도보 5분 거리</li> <li>• 한식 반찬으로 구성된 도시락 판매</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등	
	선호 제품	한국제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>- 이메일을 통한 문의 시 2일 이내 답변</li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 전화번호: +81-48-423-3941</li> <li>- 이메일: info@seoul-ichiba.com/haptele@gmail.com</li> </ul>	

자료: 서울시장(ソウル市場)

사진 자료: 서울시장(ソウル市場)

## 2. 일본 다이어트 보조제 주요 유통채널 ③ 아마존재팬

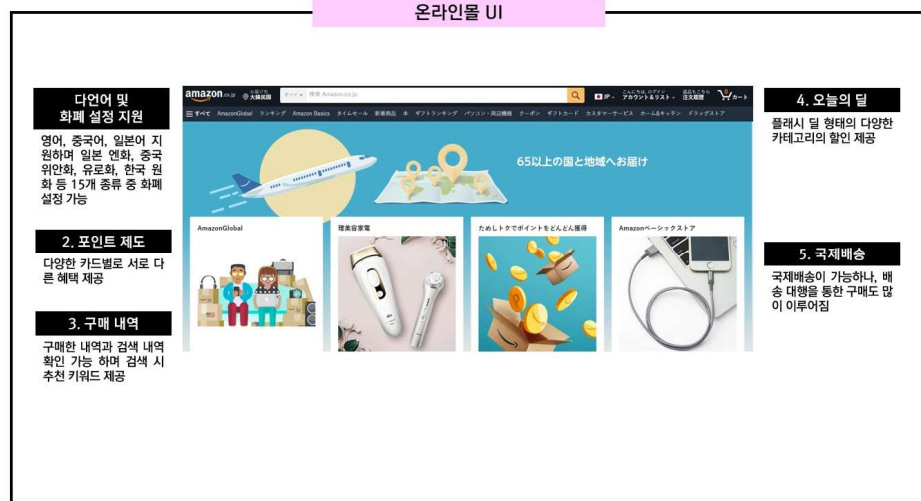
기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.co.jp	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	• 5억 5,600만 회
매출액('22)		• 2조 5,000억 엔 <sup>17)</sup> (22조 6,742억 원)	
운영방식		• 온라인마켓	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	이토한방제약(井藤漢方製薬)
		해외 판매	해외판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	10,000엔 이상 구매 시 500엔 쿠폰 증정, 첫 구매 시 쿠폰 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭</li> </ul> </li> </ul> 아마존 셀러 계정 생성 상품 리스팅 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 등록 정보                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매입고량)</li> </ol> </li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 기준                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아마존 행동 강령 준수</li> <li>- 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +81-120-89-9543</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb), 스탯스타(Statista)

사진 자료: 아마존(Amazon)

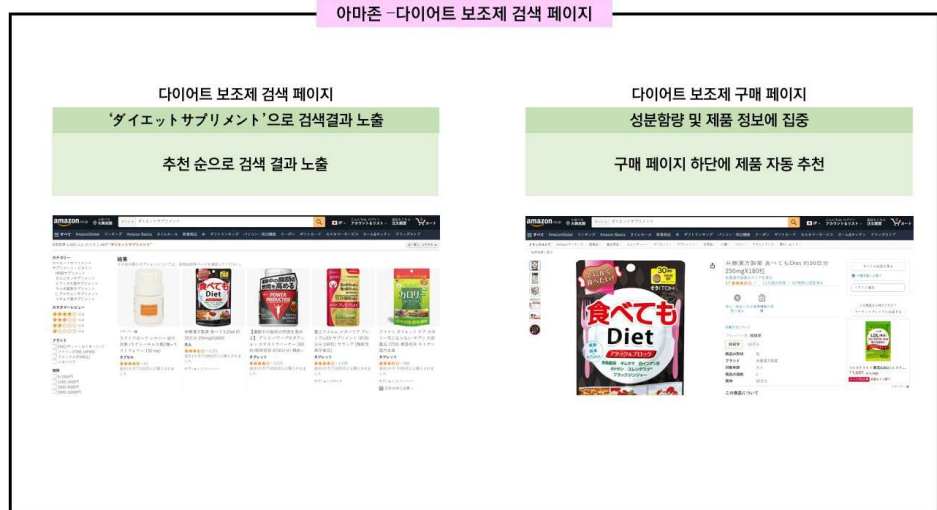
17) 100엔=906.97원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능  
번역 검색 가능하여 접근성 용이


온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능  
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존(Amazon)  
사진 자료: 아마존(Amazon)

## 2. 일본 다이어트 보조제 주요 유통채널 ④ 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.rakuten.com.jp	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	• 5억 4,400만 회
매출액('21)		• 1조 9,000억 엔(17조 2,273억 원)	
운영방식		• 온라인마켓	
매장정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	오가랜드(Ogaland)
		해외 판매	해외판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매 금액 페이백 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 등록 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry)</li> <li>- 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화번호, 대표 Fax 번호, 대표지명)</li> <li>② 운영 담당자 정보 (담당자 이름, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 이메일: sales-list@rakuten.com</li> </ul>	

자료: 라쿠텐(Rakuten), 시밀러웹(Similarweb)

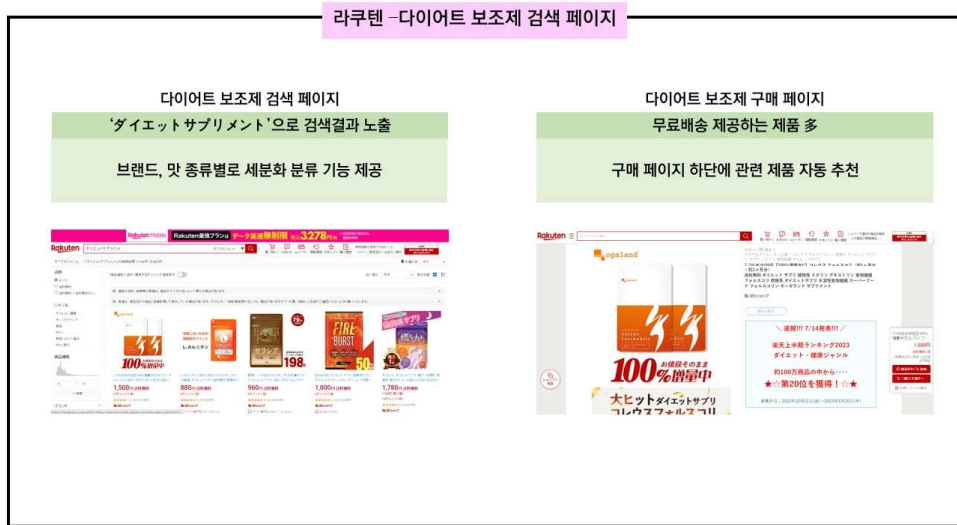
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능


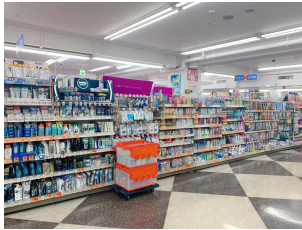
온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송비, 브랜드, 원산지 등 별로 검색 가능  
배송비 포함 가격, 배송비 미포함 가격, 신제품, 평점, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 라쿠텐(Rakuten)  
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

## 2. 일본 다이어트 보조제 주요 유통채널 ⑤ 츠루하

기업 기본 정보	기업명	츠루하(Tsuruha)
	기업구분	H&B(드럭스토어)
	홈페이지	www.tsuruha.co.jp
	위치	삿포로(Sapporo)
	규모	매출액('21)   • 약 8조 5000억 엔(7조 7,092억 원) 기타 규모     • 매장 수('20): 약 2,399개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>진단서 처방 서비스 제공</li> <li>메일을 통한 주문 서비스 제공</li> <li>엠즈원(M's one), 라빌라비타(La VILLA VITA) 등 자사 제품 브랜드 보유</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 의약품, 생활용품, 스낵류, 과자류, 잡화류 등
	선호 제품	생활과 밀접한 상품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>우편을 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지 상단 ‘お店とチラシを検索’에서 입점 희망 매장 검색</li> <li>도쿄 신주쿠점: 〒161-0034 東京都新宿区上落合3-8-25 (FLAMPビル1F)</li> <li>주소를 확인하여 공급자 정보와 문의사항을 우편 주소로 송부</li> <li>등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> <li>이메일로는 입점 문의를 받지 않음</li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처 전화: +81-3-5729-7681</li> </ul>

자료: 츠루하(Tsuruha)

사진 자료: 츠루하(Tsuruha) 현지 매장 방문 조사

## 2. 일본 다이어트 보조제 주요 유통채널 ⑥ 다이코쿠

기업 기본 정보	기업명	다이코쿠(Daikoku)		
	기업구분	H&B(드럭스토어)		
	홈페이지	www.daikokudrug.com		
	위치	삿포르(Sapporo)		
	규모	매출액('22)	• 약 523억 엔(4,743억 원)	
	기타 규모	• 매장 수('23): 약 163개 • 직원 수('22): 약 2,500명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 약국의 형태이지만 식품 및 생활용품 등의 잡화등 판매함</li> <li>• 면세 서비스 제공</li> <li>• 일부 점포에서는 조제약국, 100엔 숍, 미용실 등을 함께 운영 중</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 의약품, 생활용품, 스낵류, 과자류, 잡화류 등		
	선호 제품	생활과 밀접한 상품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 전화: ☎ 556-0005</li> <li>- 팩스: 03-3345-7776</li> </ul>		

자료: 다이코쿠(Daikoku)

사진 자료: 다이코쿠(Daikoku), 트립닷컴(Trip.com)



2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



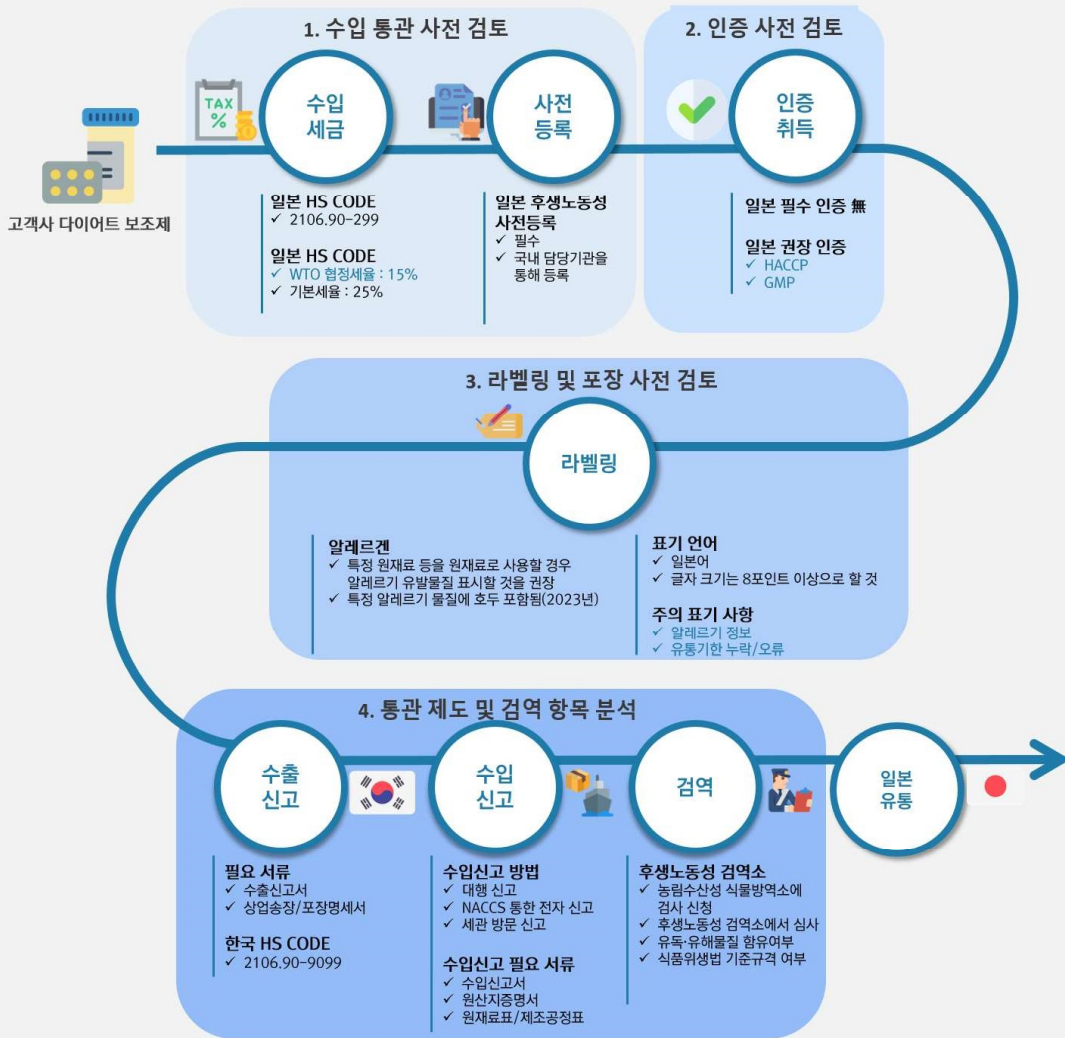
1. 일본 다이어트 보조제 통관 및 검역 절차
2. 일본 다이어트 보조제 품질 인증
3. 일본 다이어트 보조제 라벨링
4. 일본 다이어트 보조제 성분 및 유해물질

## 1. 일본 다이어트 보조제 통관 및 검역 절차<sup>18)</sup>

### ▶ 일본 다이어트 보조제 수출 통관 단계별 주요사항

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

[표 5.1] 일본 다이어트 보조제 통관 검역 절차



자료: 관세청, 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare), 일본 농림수산업(MAFF: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries)



18) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

## 2. 일본 다이어트 보조제 품질 인증

### ▶ 일본 다이어트 보조제, 적용받는 필수 인증 無

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

[표 5.2] 일본 다이어트 보조제 제품 인증 취득 정보


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

자료: 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare)  
일본 농림수산업성(MAFF: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries)

▶ 일본 다이어트 보조제, ‘HACCP 인증’ 권장

2020년 6월 1일, 일본의 식품위생법 개정으로 자국 내 식품 관련 사업자는 HACCP의 도입이 의무화되었음. 이에 따라 일본 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 고객사 또한 HACCP를 적극적으로 도입하여 일본 식품시장 내에서 위생 안전상 경쟁력을 확보할 것을 권장함

[표 5.3] 일본 다이어트 보조제 인증 취득 정보

		취득 정보
	목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품원료 및 제조가공조라소분유통의 모든 과정에서 발생할 수 있는 위해요소를 사전에 확인 평가하여 중점적으로 관리</li> </ul>
	기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국식품안전관리인증원</li> </ul>
	절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성</li> <li>제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성</li> <li>생산공정 각 단계와 도출된 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해서 위험 평가</li> <li>식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP:Critical Control Points)을 선정하여 식품안전을 위한 일반관리사항(POA) 파악</li> <li>모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및 모니터링</li> </ul>
	필요서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>HACCP 인증 신청서</li> <li>식품안전관리인증 계획서</li> <li>영업등록증 사본</li> <li>사업자등록증 사본</li> <li>영업신고필증</li> <li>HACCP 교육수료증</li> <li>영업을 위해 필요한 서류</li> <li>품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류</li> </ul>

자료: 식품의약품안전처, 한국식품안전관리인증원

▶ 일본 다이어트 보조제, ‘GMP 인증’ 권장

제조 및 품질관리기준(GMP: Good Manufacturing Practice)은 건강기능식품을 생산하는 시설에 대한 인증으로, 건강기능식품의 원자재 구입부터 제조, 포장, 보관, 출하까지 전체 공정에 걸친 품질관리에 대한 인증임. 다이어트 보조제가 일본 내에서 기능성표시식품으로 분류되기 위해 HACCP 및 GMP 인증을 취득할 것을 권장함

[표 5.4] 일본 다이어트 보조제 인증 취득 정보





		취득 정보
<p>GMP</p> 	목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 및 의약품의 품질보장을 통한 소비자 보호</li> </ul>
	기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품의약품안전처(한국)</li> <li>- 국가별로 관할기관 상이함</li> </ul>
	절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GMP 지정신청서 접수(지방 식약처에 제출)</li> <li>• 서류 검토(일반위생관리기준 및 GMP관리 기준서)</li> <li>• 현지 확인 및 평가(GMP 실시상황 평가)</li> <li>• 판정</li> <li>• GMP 적용업소 지정서 발급</li> </ul>
	필요서류 (신규 제조업체)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제조하려는 제품의 종류와 제조방법설명서</li> <li>• 제조시설의 배치도와 주요 기계기구류 목록</li> <li>• 「건강기능식품에 관한 법률」 제13조 제2항에 따른 교육증명서(미리 교육을 받은 경우에만 해당)</li> <li>• 「먹는물 관리법」 제43조에 따라 먹는물 수질감사기관이 발행한 수질검사성적서(수돗물이 아닌 지하수 등을 먹는물 또는 건강기능식품의 제조과정이나 세척 등에 사용하는 경우에만 제출)</li> <li>• 품질관리실에 기계기구류 목록</li> <li>• GMP 확인을 위한 4대 GMP 관리 기준서</li> </ul>

자료: 농림축산식품부

▶ 기타 식품 권장 인증

HACCP, JAS 인증 외에 기타 식품 생산 안전 관련 인증으로 ISO 22000, IFS 등이 있으며, 해당 인증사항들은 필수가 아닌 선택 인증사항임. 다이어트 보조제 품목을 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

[표 5.5] 일본 다이어트 보조제 기타 권장 식품 생산 인증

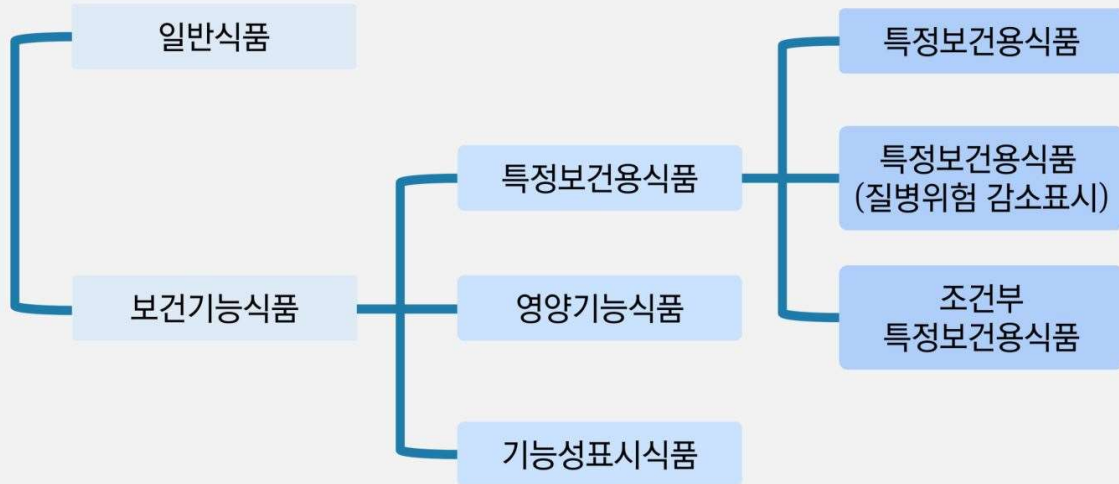
인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	

자료: 각 인증기관

▶ **일본 건강기능식품 분류 체계**

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 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)의 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 일반 식품 분류에 해당됨. 일본에서 식품 유통 시 보건기능식품은 기능성 표시가 가능한 반면에 일반식품에는 기능성 표시를 할 수 없음

[표 5.6] 일본 식품 분류 체계



자료: 한국건강기능식품협회

▶ 일본 기능성표시식품 신청 절차

2022년 3월 17일 기준 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)은 기능성표시식품 신청절차를 게재함. 1-2년의 시간과 수억 엔의 비용을 필요로 하는 특정 보건용 식품 인증제도에 비해 수개월, 평균 수백만 엔 정도의 비용으로 신청이 가능하여 일본 내 많은 식품사업자들이 신청하고 있음

[표 5.7] 일본 기능성표시식품 신청 절차

기능성표시식품 신청서류 준비	기능성표시식품 해당 여부 확인	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 하기 항목에 해당하는 식품의 경우, 신청 대상이 아님</li> <li>- 질병을 앓고 있는 환자, 미성년자, 임산부(임신을 계획하고 있는 사람 포함)</li> <li>- 기능성 관여 성분이 명확하지 않은 식품</li> <li>- 후생노동대신이 정하는 식사 섭취 기준에 기능성 관여 성분이 포함된 경우</li> <li>- 특별용도식품(특정보건용식품 포함), 영양기능식품, 알코올을 함유한 음료</li> <li>- 지질, 포화지방산, 콜레스테롤, 당류(단당류 또는 이당류로서 당알코올이 아닌 것에 한함), 나트륨의 과잉 섭취로 이어지는 식품</li> </ul>
	안전성의 근거 명확성 필요	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다음 중 하나에 따라 안전성을 평가 및 설명할 수 있어야 함</li> <li>- 취식을 통한 평가</li> <li>- 데이터베이스의 2차 정보 등을 이용한 정보 수집</li> <li>- 최종 제품 또는 관여 성분에 있어서의 안전성 시험의 실시</li> <li>• 기능성 관여성분의 상호작용에 관한 평가를 하고 상호작용이 있는 경우 판매 적절성을 설명할 수 있어야 함</li> <li>- 기능성 관여성분과 의약품의 상호작용의 유무를 확인하고 상호작용이 인정되는 경우는 판매 적절성을 과학적으로 설명할 수 있는 것</li> <li>- 기능성 관여 성분을 복수 포함하는 경우 당해 성분끼리의 상호작용의 유무를 확인하고, 상호작용이 인정되는 경우 판매하는 것의 적절성을 과학적으로 설명할 수 있는 것</li> </ul>
	생산제조 및 품질관리 체제 확립	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생산제조과정 상 위생관리, 품질관리에 대한 안전성을 확보할 수 있는 체제를 만들고 이를 설명해야 함</li> <li>- (가공식품) 제조시설종업원의 위생관리 등 체제</li> <li>- (신선식품) 생산, 채취, 어획 등의 위생 관리 체제</li> <li>- 규격 외 제품의 유통을 방지하기 위한 대처 체제</li> <li>- 기능성 관여성분 및 안전성 담보가 필요한 성분에 관한 정량시험 분석 방법 등(HACCP, GMP 인증 등을 적극적으로 도입할 것을 권장)</li> </ul>
	건강 피해 보고를 받기 위한 체제 확립	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 건강 피해의 발생을 미연에 방지하고 피해가 확대되지 않기 위해 정보를 수집하고 보고하는 체제를 갖추어야 함</li> </ul>

자료: 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)



[표 5.7] 일본 기능성표시식품 신청절차

기능성표시식품 신청서류 준비	기능성 근거 명확화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 하기 두 조건 중 하나를 충족하여 표시하려는 기능의 근거를 설명해야 함                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 최종제품을 이용한 임상시험 실시(특정 보건용 식품과 동일한 수준)</li> <li>- 최종제품 또는 기능성 관여 성분에 관한 연구 리뷰(시스템마틱 리뷰)</li> </ul> </li> </ul>
	포장 용기에 적절한 내용 표시	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 표시 기준, 등 기준에 관한 통지 및 Q&amp;A, 「기능성 표시 식품의 신고 등에 관한 가이드라인」에 근거하여 포장 용기에 적절한 표시를 해야 함</li> </ul>
서류 제출 이후	제출	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 하기의 자료를 소비자청장관에게 신고                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당 식품에 관한 표시 내용</li> <li>- 식품 관련 사업참여 및 연락처 등의 식품 관련 사업자에 관한 기본 정보</li> <li>- 안전성 및 기능성의 근거에 관한 정보</li> <li>- 건강 피해 정보 수집 체제</li> <li>- 기타 필요 사항</li> </ul> </li> </ul>
	제출자료 확인 (소비자청)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 판매개시 예정일의 60일 전까지 신고서와 관련 자료를 누락없이 소비자청 장관에게 신고해야 함. 기재 누설 등 형식상의 불비가 있을 시 신고서 및 첨부 서류가 반송됨</li> <li>• 제출번호 수령 후 소비자청 웹사이트 등에 정보 개시</li> <li>• 제출번호가 표시된 상품이 판매되기 시작</li> </ul>

자료: 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)

▶ 일본 특정보건용식품 신청 절차

특정보건용식품 허가마크



특정보건용식품은 신체의 생리학적 기능 등에 영향을 미치는 보건기능성분을 포함하고 있어, 특정한 보건 목적을 기대할 수 있다는 취지를 표시할 수 있는 식품임. 이러한 보건 용도를 표시하기 위해서는 개별적으로 최종 제품의 생리적 기능과 특정 보건기능의 유효성과 안전성 등에 관한 과학적 근거에 기반한 심사를 거치고, 소비자청 장관의 허가를 받아야 함. 허가 표는 특정보건용식품 분류 중 특정보건용식품에 관한 내용을 다룸

[표 5.8] 일본 특정보건용식품 신청 절차

특정보건용식품 분류	특정보건용식품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 섭취 시 특정 보건 효과를 기대할 수 있는 식품</li> </ul>
	특정보건용식품 (질병위험 감소표시)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관여 성분(칼슘, 엽산)의 질병 위험 감소 효과가 과학적으로 인정되어 해당 내용에 대한 표기를 허가하는 식품</li> </ul>
	조건부 특정보건용식품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한정적인 과학적 근거가 뒷받침된다는 안내 문구를 표기한다는 조건하에 일정 수준의 유효성이 확인된 식품을 특정보건용식품으로 인정한 것</li> </ul>
	규격기준형 특정보건용식품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관여성분에 충분한 과학적 근거가 축적되어 있거나, 기존의 허가 실적이 다수 존재하여 소비자위원회 개별 심사 없이 사무국에서 규격 기준을 심사 후 허가하는 식품</li> </ul>
정의 및 기준규격	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정 보건 목적으로 어떠한 제품을 소비하는 소비자에게, 해당 제품의 섭취로 특정 보건 목적을 기대할 수 있다는 취지의 표시를 하는 식품</li> <li>• 특정보건용식품으로 식품의 표기를 허가받거나, 식품을 판매하기 위해서는 건강증진법(하기참조)에 의거, 소비자청의 허가 필요</li> <li>- (제43조 제1항) 판매하고자 하는 식품에 유아용, 임신부용, 병자용, 그 외 내각부령으로 정하는 특별한 용도에 적합하다는 내용의 표시를 하려고 하는 자는 내각총리대신의 허가를 받아야 함</li> <li>- (제63조 제1항) 일본에서 판매되는 제품을 외국에서 판매하고자 할 경우, 특별용도표시를 하려는 자는 내각총리대신의 승인을 받아야 함</li> </ul>	
신청방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 법인을 보유했을 경우, 법인 소재지의 보건소에 표시 허가 신청서 제출</li> <li>• 일본 법인이 존재하지 않는 해외기업의 경우, 소비자청에 직접 서류 제출</li> <li>- 일본 법인을 보유할 경우 '허가' 신청, 일본 법인을 보유하지 않는 해외기업의 경우 '승인' 신청 필요</li> </ul>	

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.8] 일본 특정보건용식품 신청 절차

승인요건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정보건용식품을 판매하기 위해서는(식품에 관련 표기를 삽입하기 위해서는) 임상시험(일본인을 대상으로 함)을 통해 소비자청장의 허가를 받아야 함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 판매 및 표시의 허가를 위해 식품의 유효성, 안전성을 입증받아야 함</li> </ul> </li> <li>• 제품의 생리기능, 보건기능에 대한 유효성 및 안전성과 관련해서 아래와 같은 검사 진행             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 동물 실험: 동물 대상 안정성 시험</li> <li>- 시험관 실험: Vitro(시험관 세포배양) 시험</li> <li>- 인체 임상시험: 용량 설정 시험, 유효성평가 임상시험, 과다섭취 안정성 시험, 장기 섭취 안정성 시험</li> </ul> </li> </ul> <p>* 규격기준형 특정보건용식품의 경우, 과다섭취에 대한 안정성 시험만이 요구됨</p>
필수 표기사항	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 상품명             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 상품명을 승인 신청서 및 첨부자료에 기재한 바와 같이 표시</li> </ul> </li> <li>2. ‘특정보건용식품’ 문구             <ul style="list-style-type: none"> <li>• ‘특정보건용식품’ 또는 ‘조건부 특정보건용식품’이라는 문구 기재</li> </ul> </li> <li>3. 허가표시             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자청으로부터 허가받은 내용을 표기</li> </ul> </li> <li>4. 1일 섭취기준량             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 신청서에 기재한 바와 같이 1일 섭취기준량 기재</li> </ul> </li> <li>5. 영양성분 및 열량             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정보건용식품의 관여성분을 포함하도록 작성</li> </ul> </li> <li>6. 내용량             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품의 총중량을 표기(소포장 제품의 경우 소포장된 제품의 개당 용량 및 제품에 포함된 소포장 제품의 개수를 기재)</li> </ul> </li> <li>7. 1일 섭취기준량에서 차지하는 비율             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1일 섭취기준량에 따라 해당 식품을 섭취했을 때, 관여 성분이 기준치에서 차지하는 비율을 백분율 또는 비율로 표시</li> </ul> </li> <li>8. 섭취방법             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품의 섭취 방법을 기술</li> </ul> </li> <li>9. 섭취 시 주의사항             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 승인 신청서 및 첨부 자료에 기재한 바와 같이 기재</li> </ul> </li> <li>10. 조리 및 보관 시 주의사항             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 해당 식품의 조리 및 보관과 관련하여 특이사항이 있을 시, 관련한 내용을 설명하는 주의사항을 표기</li> <li>• 하기 문구의 표기 필요(일본어로 작성)</li> </ul> </li> <li>11. 균형잡힌 식습관을 권장하는 문구             <ul style="list-style-type: none"> <li>：食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。</li> <li>： 주식, 주채, 부식을 기본으로 식사의 균형을 맞추는 것이 중요합니다.</li> </ul> </li> </ol>

자료: KATI농식품수출정보

### 3. 일본 다이어트 보조제 라벨링

[표 5.9] 일본 다이어트 보조제 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 명칭	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품명, 종류별, 명칭 등을 기재</li> </ul>
	2. 원재료명	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사용한 원재료를 식품첨가물과 식품첨가물 이외의 원재료로 구분하여 규정에 따라 기재할 것</li> <li>• 식품첨가물은 중량 배합 많은 순으로 기재</li> <li>• 식품첨가물 이외의 원재료는 중량 배합 많은 순서를 따르되 가장 일반적 명칭으로 기재할 것</li> <li>• 식품첨가물 이외의 원재료가 2가지 이상(복합원재료)인 경우 괄호 안에 배합률 높은 순으로 기재 (단, 주원료에 5% 미만이면 생략 가능)</li> </ul>
	3. 내용량(또는 고형량, 내용총량)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재할 것</li> <li>• 고형물에 충전액 더한 경우 내용량 대신 고형량과 내용 총량 병기할 것 (예: 통조림, 병조림)</li> </ul>
	4. 유통기한 <sup>19)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한 설정하고 표기할 의무와 책임이 있음</li> <li>• 제조부터 유통기한까지 3개월 이내인 경우: ‘평성 26년 5월 31일’, ‘26.5.31’, ‘2014.05.31.’, ‘14.5.31’ 표기 중 선택</li> <li>• 제조부터 상미기한까지 3개월 넘는 경우: ‘평성 26년 5월’, ‘26.5’, ‘2014.05’, ‘14.5’ 표기 중 선택하거나 3개월 이내의 경우 표기 방법대로 기재해도 무방함</li> </ul>
	5. 식품첨가물	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지정첨가물 (후생노동대신이 지정한 436품목)</li> <li>• 기존첨가물 (일본에서 이미 사용 중 / 장기간 사용된 것, 예외로 지정받지 않은 치자 색소, 감 탄닌 등 365품목)</li> <li>• 천연향료 (동식물유래 물질로 식품에 향 첨가를 목적으로 사용되는 바닐라 향료, 게 향료 등 약 600품목)</li> <li>• 일반 음식첨가물로 사용되는 것 (딸기주스, 한천 등 약 100품목)</li> <li>• 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브리스트 식품첨가물로서, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 불인정</li> </ul>

자료: 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare),  
일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)

19) 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 5.9] 일본 다이어트 보조제 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 보존방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ‘직사광선을 피하고 상온에서 보존’ 등 유의사항 기재</li> <li>• ‘10℃ 이하에서 보존할 것’, ‘개봉 후 냉장’ 등 유의사항 기재</li> <li>• 상온 보존 이외에 유의사항이 없는 경우 생략 가능</li> </ul>
	7. 알레르겐	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정 원재료 등<sup>20)</sup>을 원재료로 사용한 가공식품은 알레르기 유발물질 표시할 것을 권장함</li> <li>• 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 ‘알레르겐’을 표기할 것</li> <li>• 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시</li> <li>• ‘○○을 포함’이라는 문구의 ○○에는 특정 원재료 등 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 ‘○○ 유래’로 표시</li> <li>• 2023년 일본 소비자청은 알레르기 유발물질에 호두를 추가했으며, 산업 및 이해관계자의 적용 기간을 고려하여 2025년까지 전환기간을 가짐</li> <li>• 표시 의무 사항은 밀가루, 땅콩을 포함한 8품목임</li> </ul>
	8. 영양성분 및 열량	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영양성분표시는 실제 성분치와 비교하여 이상이 없어야 함</li> <li>• 의무 표기정보: 에너지, 단백질, 지질, 탄수화물, 나트륨(식염상당량)</li> <li>• 권장 표기정보: 포화지방산, 식이섬유</li> <li>• 기타 표기정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등</li> </ul>
	9. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입품의 경우 원산지국을 표시할 것</li> </ul>
	10. 수입업체 및 제조업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소를 기재할 것</li> </ul>
	11. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것</li> </ul>
	12. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본어로 표기할 것</li> <li>• 폰트의 최소 사이즈는 8포인트로 할 것</li> </ul>

자료: 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare),  
일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)

20) 2023년 일본 소비자청이 개정한 《식품표시기준》의 별첨 「알레르겐을 포함한 식품에 관한 표시」에 따르면 ‘특정 원재료’의 정의는 해당 원재료를 포함하고 있음을 의무적으로 표시해야 하는 “특정 원재료”로 변경됨

▶ 일본 다이어트 보조제 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 일본어]

- ① マツキヨココカラ
- ② 管理栄養士推奨
- ③ 食べたい人に味方
- ④ The カロブロック
- ⑤ 120粒/1日4~12粒目安
- ⑥ 実物大
- ⑦ 糖質・脂質・炭水化物

イヌリン	180mg
ギムネマシルベスタエキス末	180mg
サラシアエキス末	80mg
白インゲン豆エキス末	50mg
シトラスアラランチウムエキス末	30mg
ガレシエアエキス末	30mg
黒ショウガエキス末	20mg
キトサン	50mg
緑茶抽出物	50mg

- ⑧ 4粒当たり

[앞면 - 국문]

- ① 마츠키요코카라
- ② 영양관리사추천
- ③ 먹고 싶은 사람의 편
- ④ The 칼로리블록
- ⑤ 120정/1일 4~12알 기준
- ⑥ 실물 확대
- ⑦ 당질·지방·탄수화물

이눌린	180mg
김네마실베스타추출물	180mg
살라시아추출물	80mg
흰강낭콩추출물	50mg
시트러스알란툼추출물	30mg
가르시아추출물	30mg
검정생강추출물	20mg
키토산	50mg
녹차추출물	50mg

- ⑧ 4알 당

[뒷면 - 일본어]

- ⑮ [お召し上がり方]
  - 一回4粒を目安に水などと共にお召し上がりください。一回の目安量を守ってお召し上がりください。
  - 1日4回12粒を目安にお召し上がりください。
  - 【お召し上がり・保存上のお願い】
  - 原材料をご参照の上、食品アレルギーのある方はお召し上がりにならないでください。
  - アレルギー体質等まれに体質に合わない方もいますので、お召し上がり後体調のすぐれない時は中止してください。
  - 薬を服用中あるいは通院中の方、妊娠及び授乳中の方は、医師にご相談の上お召し上がりください。
  - 吸湿しやすい成分が含まれています。お召し上がり後はチャックをしっかりと閉めて保存してください。
  - 本品は、30回分を目安にお召し上がりください。
  - お子様の手の届かない所に保存してください。
  - 食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。
- ⑯ 問合せ先：048-687-5505
- ⑰ 栄養成分表示：本品4粒（1.0g）当たり  
熱量 / 3.7kcal、たんぱく質 / 0.06g、脂質 / 0.02g、炭水化物 / 0.83g、食塩相当量 / 0.006g
- ⑱ 本商品に含まれているアレルギー物質：  
かに
- ⑲ 製造時、本品（1.0g）当たりの含有量  
イヌリン / 180mg、ギムネマシルベスタエキス末 / 180mg、サラシアエキス末 / 80mg、白インゲン豆エキス末 / 50mg、シトラスアランチウムエキス末 / 30mg、ガルシニアエキス末 / 30mg、黒ショウガエキス末 / 20mg、キトサン / 50mg、緑茶抽出物 / 20mg
- ⑳ ※この商品は（株）マツキヨココカラ&カンパニーのオリジナル商品です。
- ㉑ 2026.04.10.
- ㉒ プラ

[뒷면 - 국문]

- ⑮ [드시는 방법]
  - 1회 4정을 기준으로 물 등과 함께 드세요. 1회 기준량을 지켜 드세요.
  - 1일 4회 총 12정을 기준으로 드세요.
  - 【섭취보존상의 요구】
  - 원재료를 참조하신 후, 식품 알레르기가 있는 분은 드시지 마십시오.
  - 알레르기 체질 등 드물게 체질에 맞지 않는 분도 있으므로, 드신 후 컨디션이 좋지 않을 때는 중지하십시오.
  - 약을 복용 중이거나 통원 중인 분, 임신 및 수유 중인 분은 의사와 상의하신 후 드십시오.
  - 흡습하기 쉬운 성분이 포함되어 있습니다. 드신 후에는 지퍼를 단단히 잠그고 보관해 주세요.
  - 본 제품은, 30 회분을 기준으로 드세요.
  - 자녀의 손이 닿지 않는 곳에 보관하세요.
  - 식생활은 주식, 주채, 반찬을 기본으로 식사의 균형을 이루고 있습니다.
- ⑯ 문의처 : 048-687-5505
- ⑰ 영양성분표시: 본품4분말(1.0g)당 열량 /3.7kcal, 단백질/0.06g, 지질/0.02g, 탄수화물/0.83g, 식염 상당량/0.006g
- ⑱ 이 제품에 포함된 알레르기 물질 : 게
- ⑲ 제조시 본품(1.0g)당 함유량:  
이눌린/180mg, 김네마실베스타추출물/180mg, 사라시아추출물말/80mg, 흰강낭콩추출물/50mg, 시트러스알란툼추출물/30mg, 가르시니아추출물/30mg, 검은생강청약물/20mg, 키토산/50mg, 녹차추출물/20mg
- ⑳ ※이 상품은 (주)마츠키요 코코라&컴퍼니의 오리지널 상품입니다.
- ㉑ 2026.04.10.
- ㉒ 플라스틱

[뒷면 - 일본어]

- ① matsukiyo LAB(マツキヨラボ)は、健康で快適な毎日をサポートする、管理栄養士が推奨するブランドで
- ② マツキヨココカラ&カンパニーの管理栄養士
- ③ ここからお切りください
- ④ チェック 開封後はチェックをしっかりと閉めて保存してください。
- ⑤ The Caloblock
- ⑥ Contain 10 slimming ingredietits including gymnema sylestre extract, chitosan, white kidney bean extract, black ginger, salacia, catechin, and garchinia extract that help limit excessive absorption of sugars, fats, and carbohydrates. The product is a good product for persons who want to eat whatever they like without hesitation.
- ⑦ 名称：ギムネマシルベスタエキス末加工食品
- ⑧ 原材料名：イヌリン（タイ製造）、ギムネマシルベスタエキス末、ナラシアエキス末、白インゲン豆エキス末、シトラスアランチウムエキス末、ガルシニアエキス末、黒ショウガエキス末 / セルロース、キトサン（かに由来）、緑茶抽出物、ステアリン酸カルシウム、糊料（メシルセルロース）
- ⑨ 内容量：30g（1粒250mg x 120粉）
- ⑩ 賞味期限：枠外下部に記載
- ⑪ 保存方法：直射日光・湿気を避けて、涼しい所で保存してください。
- ⑫ 売者：株式会社リアルネット  
さいたま市大宮区堀の内町2丁目623-1
- ⑬ 付時間：9：00～18：00  
（土日祝日・年末年始・夏季など特別休業日を除く）
- ⑭ 造所：TK製菓株式会社 大宮工場  
さいたま市見沼区片柳412-1

[뒷면 - 국문]

- ① matsukiyo LAB(마츠키요랩)은 영양관리사가 추천하는 건강하고 쾌적한 일상을 돕는 브랜드입니다.
- ② 마츠키요 코코카라 & 컴퍼니의 영양관리사
- ③ 여기부터 잘라 주십시오
- ④ 지퍼 개봉 후에는 지퍼를 단단히 닫아 보관하십시오.
- ⑤ 칼로블록
- ⑥ 당, 지방, 탄수화물의 과도한 흡수를 억제하는 데 도움을 주는 김네마실레나무 추출물, 키토산, 흰강낭콩 추출물, 흑생강, 살라시아, 카테킨, 가르키니아 추출물 등 10가지 슬리밍 성분이 함유되어 있습니다. 이 제품은 자신이 좋아하는 것을 주저 없이 먹고 싶은 사람들에게 좋은 제품입니다.
- ⑦ 명칭：김네마실베스타 추출물 말기공식품
- ⑧ 원재료명：이눌린(태국제조), 김네마실베스타추출물말, 나라시아추출물말, 흰강낭콩추출물말, 시트러스알란툼추출물말, 가르키니아추출물말/셀룰로오스, 키토산(게유래), 녹차추출물, 스테알린산칼슘, 호료(메실셀룰로오스)
- ⑨ 내용량：30g(1알 250mg x 120분)
- ⑩ 유통기한：테두리 밖 하단에 기재
- ⑪ 보관방법：직사광선, 습기를 피하고 서늘한 곳에 보관하십시오.
- ⑫ 판매자：주식회사 리얼넷 사이타마시 오미야구 호리노우치초 2가 623-1
- ⑬ 접수시간：9:00-18:00(주말 공휴일, 연말연시, 하계 등 특별휴무일 제외)
- ⑭ 제조소：TK제약 주식회사 오미야 공장 사이타마시 미누마구 가타야나기 412-1



## 4. 일본 다이어트 보조제 성분 및 유해물질

### ▶ 식품첨가물

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

[표 5.10] 일본 다이어트 보조제 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준
1	아세트알데하이드	Acetaldehyde	일반사용기준 (착향의 목적 외 사용불가)
2	아세토페논	Acetophenone	
3	지방족고급알콜류	Aliphatic higher alcohols	
4	키프론산 알릴	Allyl hexanoate	
5	알릴이소티오시아네이트	Allyl isothiocyanate	
6	방향 알코올	Aromatic alcohols	
7	아밀알코올	Amyl alcohol	
8	초산 벤질	Benzyl acetate	
9	프로피온산 벤질	Benzyl propionate	
10	부탄올	Butanol	
11	황산칼슘	Calcium sulfate	칼슘으로서 1.0% 이하(식품의 제조 또는 가공상 필요불가결한 경우 및 영양목적에 한함, 사용량에 대해서는 특별용도표시의 허가 또는 승인을 받은 경우에는 이에 한하지 않음.)
12	디칼슘포스페이트	Calcium monohydrogen phosphate	
13	수산화 칼슘	Calcium hydroxide	

자료: KATI농식품수출정보

## 4. 일본 다이어트 보조제 성분 및 유해물질

### ▶ 유해물질

일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare)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 조제식품에 적용되는 일본 유해물질 기준을 분석한 결과임

[표 5.11] 일본 다이어트 보조제 유해물질 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	잔류허용기준	분류 <sup>21)</sup>
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	모든 식품	10ppb 이하	0
2	컴프리	Symphytum(comfrey)		불검출	0

자료: KATI농식품수출정보

21) 기타(O) : Others

▶ 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 뒤 괄호 안에 특정 원재료 등을 포함하고 있음을 표시해야 함. 일본에서 다이어트 보조제 유통 시 제품 라벨에 표기해야 하는 알레르겐 필수표기 성분 목록은 하기 표와 같음

[표 5.12] 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	의무	호두	-	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	아몬드	-

자료: 자료: 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 세키야쿠힌(Seki Yakuhin)
2. 마츠모토키요시(Matsumoto Kiyoshi)
3. 맥드럭스토어(MAC Drugstore)

## Interview ①

22)



세키야쿠힌  
(Seki Yakuhin)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 약국 체인점
  - 1984년 설립
  - 약, 화장품, 건강기능식품, 보조제 취급
  - Physical drugstore 통해 오프라인 유통

담당자 정보

Sales Pharmacist

### 세키야쿠힌(Seki Yakuhin) Sales Pharmacist

**Q. 최근 일본에서 한국산 다이어트 보조제(캡슐 제품 브랜드)가 온라인 쇼핑몰에서 인기를 끈 것으로 알고 있습니다. 2022년 혹은 코로나19 때와 비교했을 때 현재 일본에서 다이어트 보조제의 주요 트렌드 3가지를 알려주세요.**

2022년에는 다이어트 보조제 시장에서 오트밀로 만든 보조제의 인기가 크게 상승했습니다. 오트밀은 칼로리가 매우 낮고 무엇보다 장 건강 개선 효과가 있어 대세가 된 것으로 보입니다. 그리고 다이어트 보조제와 큰 연관성은 없지만, 일본에서는 술을 적게 마시는 습관도 유행이었습니다. 마지막으로, 차분하고 숙면을 유도할 수 있는 제품, 즉 수면 기능성 제품에 대한 수요도 일부 증가했습니다.

**Q. 일본 소비자들은 한국산 등 수입산 다이어트 보조제 제품에 대한 수요가 있는 편인가요?**

실제로 K팝을 좋아하는 일본 젊은 세대를 중심으로 한국 다이어트 제품에 대한 수요가 있습니다. 많은 젊은 소녀들이 외모를 가꾸기 위해 피부관리와 메이크업뿐만 아니라 다이어트 보조제도 구매합니다. 보통 한국 다이어트 제품은 날씬한 아이돌처럼 보이기 위해 이런 이미지를 홍보하는 것 같습니다.

**Q. 일본 소비자들이 다이어트 보조제 제품 구매 시 선호하는 타입의 제형이 있나요? 캡슐, 정제, 파우더, 액상, 젤리 중 선호하는 제형을 순서대로 이유와 함께 설명해주세요.**

정제의 경우 꺼내서 복용하는 데 별도의 노력이 거의 들지 않아 가장 편리하고 선호됩니다. 운동하기 전에 어디서나 편리하게 태블릿 복용도 가능합니다. 차나 분말 형태의 다른 다이어트 보조제도 있지만 불편한 점이 많아, 해당 제형들은 체중을 조금만 줄이거나 몸매를 유지하려는 사람들을 대상으로 하는 경우가 많습니다.

**Q. 일본 소비자들이 다이어트 보조제와 같은 건강기능식품 구매 시 선호하는 패키지 형태가 있을까요?**

체육관에 가거나 운동하기 전에 복용한다는 특성상, 사람들이 퇴근 직후에 섭취하므로, 어디서나 가지고 다닐 수 있고, 재밀봉 가능한 파우치에 담긴 정제가 가장 선호됩니다. 또한, 큰 병에 들어있으면 일반적인 여성용 파우치에 맞지 않아 선호되지 않습니다.

**Q. 높은 판매량을 기록하고 있는 브랜드들의 특징은 무엇인지 알려주세요.**

건강 보조 식품 시장에서 제품의 평판과 성능은 사용자의 입소문에 크게 의존합니다. 특히 많은 사용자가 최소한의 운동만 하고도 두 브랜드 중 하나를 복용한 후에 체중이 감소했다는 후기가 있다면, 이 두 제품은 사이트에서 좋은 평판을 얻게 됩니다.

**Q. 해당 브랜드들은 어떤 포장 방법을 사용하는지 알려주세요.**

재사용 가능한 파우치나 플라스틱병을 사용합니다.

**Q. 인기 제품들은 어떤 홍보와 마케팅 전략을 사용하고 있나요?**

Qoo10과 Sytlekorean 등 에서 구입할 수 있으며, 사람들은 실제로 한국 제품을 쇼핑하기 위해 위 채널을 방문합니다. 가격도 상당히 저렴하고, Qoo10에서 연례 할인 이벤트를 시작하면 훨씬 더 저렴해지므로 소비자들은 원하는 제품을 구매하기 위해 경쟁을 벌이고 있습니다.

**Q. 고객사에서는 현재 일본 시장을 대상으로 다이어트 보조제 제품을 새로 개발 중입니다. 어떤 포장 형태의 제품으로 개발하면 일본 소비자들에게 수요가 높을지 설명해주세요.**

사실 정제보다 더 편리한 것은 없지만, 휴대용 시트나 실제 의약품에 사용되는 포장과 유사한 형태로 휴대하고 어디든 가져갈 수 있다면 좋을 것 같습니다. 100정이나 되는 큰 병을 작은 여성용 가방에 넣는 것은 불가능하기 때문입니다.

**Q. 어느 정도 용량의 제품으로 고객사 제품을 개발하면 일본 소비자들에게 수요가 높을지 설명해주세요.**

보통 정제는 60정(하루 두 번), 더 많은 양은 180정까지 가능하며, 이 범위 내에서는 무엇이든 괜찮습니다.

**Q. 일본 시장을 대상으로 제품 개발 시, 필요한 인증과 소비자들에게 수요가 높은 인증에 어떤 것들이 있는지 알려주세요.**

소비자청에서 발급하는 특정보건용식품 인증서와 일본 후생노동성에서 발급하는 GMP(Good Manufacturing Practice)가 있어야 합니다. 이 두 가지가 없으면 현지에서 유통하고 판매하는 것이 합법적인지조차 확신할 수 없습니다.

**Q. 일본으로 한국산 다이어트 보조제 제품을 수출할 경우 추천하는 유통채널은 무엇인지 이유와 함께 말씀해주세요.**

Qoo10은 시작하기 좋은 플랫폼입니다. 후에 제품을 현지화하여 라쿠텐과 아마존으로 확장을 시도합니다. 약국은 건강과 미용에 관련된 모든 제품의 주요 채널이므로 최종적으로 약국으로 확장하도록 합니다.

**Q. 한국산 다이어트 보조제 제품을 일본의 어떤 소비층을 대상으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.**

주로 10-30대 여성을 대상으로 홍보하는 것이 좋습니다. 40대 이상도 대상이 가능하지만, 다른 질환이 있는 경우 다이어트보다는 다른 기능의 제품을 찾는 경우가 많습니다. 다이어트나 스트레스로 인해 살이 찌는 20대 여성들은 좋은 소비층이 될 것입니다.

**Q. 한국산 다이어트 보조제 제품을 일본에서 홍보할 시, 어떤 경로와 방법으로 진행해야 효과적일지 말씀해주세요.**

Qoo10을 통해서만 해도 좋은 홍보 전략이지만, 젊은 여성들은 유행과 트렌드를 확인하기 위해 인스타그램을 참고하는 경우가 많습니다. 사람들이 팔로우하고 브랜드를 홍보하는 유명인을 볼 수 있는 인스타그램 페이지가 있다면 분명 효과적일 것입니다.

## Interview ②

23)



마츠모토키요시  
(Matsumoto Kiyoshi)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 지바시(Chiba)에 위치한 약국 체인점
  - 2021년 설립
  - 약, 화장품, 건강기능식품, 보조제 취급
  - 자사의 웹페이지를 통한 온라인 유통, Physical drugstore 통해 오프라인 유통

### 담당자 정보

Sales Point Consultant

### 마츠모토키요시(Matsumoto Kiyoshi) Sales Point Consultant

**Q. 최근 일본에서 한국산 다이어트 보조제(캡슐 제품 브랜드)가 온라인 쇼핑몰에서 인기를 끈 것으로 알고 있습니다. 2022년 혹은 코로나19 때와 비교했을 때 현재 일본에서 다이어트 보조제의 주요 트렌드 3가지를 알려주세요.**

코로나 이후 다이어트에 대한 유행은 줄어들었습니다. 오히려 건강, 면역력 강화 보조제에 대한 수요가 압도하고 있는데, 이는 낯선해지는 것보다 질병 감염으로부터 면역력을 키우는 것이 최우선 과제라는 것을 알게 되었기 때문이라고 봅니다. 건강한 노화에 대한 열풍이 불면서 다이어트 효과를 함께 누리기 위해 과일, 채소 추출물을 사용하고 천연 성분으로 된 제품에 중점을 두고 있습니다.

**Q. 일본 소비자들은 한국산 등 수입산 다이어트 보조제 제품에 대한 수요가 있는 편인가요?**

한국과 중국의 다이어트 보조제는 주로 온라인에서 판매되고 있지만, 안전성이 보장되지 않거나 일본 소비자 청의 승인을 받지 않은 제품도 많습니다. 드물지만 약국에 입점하는 것은 다이어트뿐만 아니라 건강을 위한 보조제로 다가와 더욱 수요가 있을 것입니다.

**Q. 일본 소비자들이 다이어트 보조제 제품 구매 시 선호하는 타입의 제형이 있나요? 캡슐, 정제, 파우더, 액상, 젤리 중 선호하는 제형을 순서대로 이유와 함께 설명해주세요.**

정제는 많은 소비자가 받아들이는 형태입니다. 젤리, 액상, 스틱, 분말과 같은 다른 형태도 수년 동안 인기를 얻고 있습니다. 다이어트의 경우 정제나 분말이 중요하다고 생각하지 않고 맛이나 향이 더 중요하다고 생각합니다. 음료나 분말은 때때로 맛이 감점 요인이 되곤 합니다. 따라서 뒷맛이 강한 채소나 식물로 만든 제품이라면 정제 형태를 고수하는 것이 더 낫다고 생각합니다.

**Q. 일본 소비자들이 다이어트 보조제와 같은 건강기능식품 구매 시 선호하는 패키지 형태가 있을까요?**

정제가 주류이고 가장 널리 받아들여지고 있지만, 복용량이 너무 적을 수 있다는 인식에 분말도 인기를 얻고 있습니다. 따라서 스틱 파우더 패키지는 매우 편리하고 휴대가 간편하며 음료, 수프 또는 일반 물과 섞을 수 있어 소비자들이 선호합니다.

23) 사진자료: 마츠모토키요시(Matsumoto Kiyoshi)



**Q. 높은 판매량을 기록하고 있는 브랜드들의 특징은 무엇인지 알려주세요.**

한 유명 현지 브랜드는 스마트폰 업계의 애플이나 삼성과 같은 일본 및 해외의 피부 관리 및 건강&웰니스 업계에서 가장 큰 브랜드 중 하나입니다. 사람들은 해당 브랜드에 대한 의심이나 신뢰에 문제가 없으며 항상 좋은 제품이라는 것을 알고 있습니다. 또다른 유명 브랜드의 생선 기름 제품은 정말 독특한 다이어트 기능으로 유명해졌는데, 보통 다이어트는 날씬하거나 근육질 몸매를 만들고 싶은 어린 소년, 소녀를 위한 것이 대부분이지만 이 브랜드는 건강을 유지하고 뱃살을 줄이고 싶은 시니어와 노인을 위한 전용 제품이기 때문입니다. 특히 일본은 급속한 고령화 사회이기 때문에 매우 매력적인 기능이 되었습니다.

**Q. 해당 브랜드들은 어떤 포장 방법을 사용하는지 알려주세요.**

단백질 셰이크와 비슷한 캔에 담겨 있거나 재활용이 가능한 종이와 같은 재질로 만들어진 재밀봉 가능한 파우치에 제품이 들어있습니다.

**Q. 인기 제품들은 어떤 홍보와 마케팅 전략을 사용하고 있나요?**

일일 필수 채소 섭취량을 보충해준다는 홍보 전략으로 인기 있는 브랜드가 있으며, 다른 인기 브랜드는 실제로 제품을 사용해 본 사람들의 입소문으로 인해 인기를 얻었습니다.

**Q. 고객사에서는 현재 일본 시장을 대상으로 다이어트 보조제 제품을 새로 개발 중입니다. 어떤 포장 형태의 제품으로 개발하면 일본 소비자들에게 수요가 높을지 설명해주세요.**

정제 또는 부드러운 젤 캡슐 형태가 가장 선호되는 형태가 될 것입니다. 분말일 경우, 바쁜 젊은 친구들이 어디서나 편리하게 휴대할 수 있도록 휴대가 편리한 분말 스틱 유형이 좋은 전략이 될 것입니다.

**Q. 어느 정도 용량의 제품으로 고객사 제품을 개발하면 일본 소비자들에게 수요가 높을지 설명해주세요.**

캡슐이나 정제는 최소 1개월 분량, 분말 스틱이라면 최소 30스틱 이상이면 한 달을 버틸 수 있습니다.

**Q. 일본 시장을 대상으로 제품 개발 시, 필요한 인증과 소비자들에게 수요가 높은 인증에 어떤 것들이 있는지 알려주세요.**

GMP(Good Manufacturing Practice)를 준수하고, 원료가 식물성 또는 천연 성분의 경우 유기농 인증서가 있어야 하며, 일본 소비자 청의 인증도 있어야 합니다.

**Q. 일본으로 한국산 다이어트 보조제 제품을 수출할 경우 추천하는 유통채널은 무엇인지 이유와 함께 말씀해주세요.**

약국은 이러한 품목을 구매할 수 있는 가장 신뢰할 수 있는 채널이지만, 외국 제품은 일반적으로 약국에 입점하기 매우 어렵습니다. 신규 브랜드의 경우 온라인 채널이 가장 좋은 출발점이 될 것입니다. Qoo10, 아마존, 라쿠텐에서 시작하여 많은 리뷰를 수집하고, 소비자 기반을 유지한 다음 약국에 접근하는 제안을 제시할 수 있습니다.

**Q. 한국산 다이어트 보조제 제품을 일본의 어떤 소비자층을 대상으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.**

다이어트 보조제는 건강과 체중에 관심이 많은 여성과 남성이 가장 확실한 타겟입니다. 시니어를 위한 다이어트 제품은 개발하기 까다로운 제품일 수 있는데, 시니어층은 질병에 대한 약을 함께 복용하는 경우가 많기에 보충제는 우선순위에서 매우 낮을 것입니다. 다만, 복용중인 약과 함께 먹을 수 있는 제품이 있다면 좋은 전망이 될 수 있습니다.

**Q. 한국산 다이어트 보조제 제품을 일본에서 홍보할 시, 어떤 경로와 방법으로 진행해야 효과적일지 말씀해주세요.**

가장 인기 있고 수요가 많은 브랜드는 실제로 프로모션이 거의 없으며 아마존 또는 라쿠텐에 후기를 남기는 사용자의 입소문에 크게 의존합니다.

## Interview ③

24)



### 맥드릭스토어(MAC Drugstore) Junior Pharmacist

#### 맥드릭스토어 (MAC Drugstore)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 에히메현(Ehime)에 위치한 약국 체인점
  - 1951년 설립
  - 약, 화장품, 건강기능식품, 보조제 취급
  - 자사의 웹사이트를 통한 온라인 유통, Physical drugstore 통해 오프라인 유통

#### 담당자 정보

Junior Pharmacist

**Q. 최근 일본에서 한국산 다이어트 보조제(캡슐 제품 브랜드)가 온라인 쇼핑몰에서 인기를 끈 것으로 알고 있습니다. 2022년 혹은 코로나19 때와 비교했을 때 현재 일본에서 다이어트 보조제의 주요 트렌드 3가지를 알려주세요.**

일반적으로 코로나 이후 다이어트 보충제 시장이 위축되었으며 사람들이 날씬한 몸매보다 전반적인 건강에 더 신경을 쓰기 시작했습니다. 따라서 다이어트 보조제를 다이어트 제품이 아닌 다른 형태의 건강상의 이점을 제공하는 다른 제품으로 대체하고 있습니다. 일본 보충제 시장에서 유행하는 것은 매일 과일과 채소를 섭취하는 데 도움이 되는 보충제의 인기가 높아지고 있다는 점이라고 말합니다. 그런 다음 단백질 질량이나 함량을 더 많이 제공하는 보충제에 대한 수요도 증가하고 있습니다.

**Q. 일본 소비자들은 한국산 등 수입산 다이어트 보조제 제품에 대한 수요가 있는 편인가요?**

한국과 미국의 다이어트 보조제, 콜라겐, 생선 간유, 밀크씨슬에 대한 수요가 많았지만 코로나 이후 수요가 크게 줄었습니다. 대신 스트레스에 대한 면역력을 높여주는 제품, 숙면을 유도하는 제품, 무엇보다도 건강한 노화와 피부를 위한 제품 등 보다 총체적이고 복합적인 보충제로 대체되었습니다.

**Q. 일본 소비자들이 다이어트 보조제 제품 구매 시 선호하는 타입의 제형이 있나요? 캡슐, 정제, 파우더, 액상, 젤리 중 선호하는 제형을 순서대로 이유와 함께 설명해주세요.**

소량의 물로도 목넘김이 쉬운 젤 캡슐이 가장 선호될 것으로 보입니다. 캡슐은 냄새나 쓴맛이 전혀 없어서 복용하기 쉽습니다. 정제 또한 매우 편리하고 휴대가 간편하지만, 물이 충분하지 않고 입에 걸린다면 쓴맛을 느끼게 됩니다.

**Q. 일본 소비자들이 다이어트 보조제와 같은 건강기능식품 구매 시 선호하는 패키지 형태가 있을까요?**

재밀봉이 가능한 종이 기반 패키지가 선호됩니다. 병에 담긴 경우는 알약과 정제의 기존 포장재였지만 공간을 많이 차지하고 재활용하기 어려워 선호도가 떨어졌습니다.

**Q. 높은 판매량을 기록하고 있는 브랜드들의 특징은 무엇인지 알려주세요.**

한 일본 미용 및 건강 보조 식품의 선두 브랜드는 다이어트 효과 외에도 다양한 섬유질과 마이크로바이옴 성분을 함유하고 있습니다. 또다른 인기 브랜드 제품은 체중을 섭취하는 모든 음식의 칼로리를 줄이는 활성 효모가 있어 고칼로리 음식을 섭취하더라도 칼로리 흡수가 적고 장을 깨끗하게 유지하도록 도와줍니다. 많은 일본인이 맥주와 밀가루 음식을 좋아하기에 고지방 및 알코올 다이어트에 대한 해독 기능을 제공합니다.

**Q. 해당 브랜드들은 어떤 포장 방법을 사용하는지 알려주세요.**

재밀봉이 가능한 지퍼락 포장이나 투명한 캡슐로 내부의 갈색 분말 키토산과 효모를 쉽게 볼 수 있게 되어있는 포장을 사용합니다.

**Q. 인기 제품들은 어떤 홍보와 마케팅 전략을 사용하고 있나요?**

TV를 이용한 광고와 프로모션으로 인해 인기를 얻고 있습니다. 또한, 약국에서 컨설턴트를 지정하여 도움을 받는 경우도 많습니다.

**Q. 고객사에서는 현재 일본 시장을 대상으로 다이어트 보조제 제품을 새로 개발 중입니다. 어떤 포장 형태의 제품으로 개발하면 일본 소비자들에게 수요가 높을지 설명해주세요.**

쉽게 재활용할 수 있거나 생분해성 재질로 만들어진 재밀봉 가능한 파우치 포장이 좋습니다. 큰 병의 경우 공간을 많이 차지하기에 좁은 방에 병이 많은 공간을 차지하는 것은 매우 불편할 것입니다. 플라스틱병은 쉽게 재활용할 수 없는 경우가 많아 쓰레기를 처리하기 위해 추가 비용을 지불해야 될 수도 있습니다. 이는 매우 비효율적입니다. 해당 경우, 제품이 좋아도 재구매하지 않을 것입니다.

**Q. 어느 정도 용량의 제품으로 고객사 제품을 개발하면 일본 소비자들에게 수요가 높을지 설명해주세요.**

최소 1개월 이상 지속될 수 있는 캡슐로, 가능하면 하루에 1정만 섭취하면 가능하게 개발하여 비싼 업무 중에 보충제를 복용하는 것을 잊더라도 1정이면 충분히 만들면 좋습니다.

**Q. 일본 시장을 대상으로 제품 개발 시, 필요한 인증과 소비자들에게 수요가 높은 인증에 어떤 것들이 있는지 알려주세요.**

특정보건용식품 마크와 GMP(Good Manufacturing Practice) 및 HACCP(Hazard Analysis Critical Control point) 인증이 필요합니다. 식물성 원료인 경우 유기농 인증을, 동물성 원료인 경우 동물 실험을 거치지 않은 제품이어야 합니다.

**Q. 일본으로 한국산 다이어트 보조제 제품을 수출할 경우 추천하는 유통채널은 무엇인지 이유와 함께 말씀해주세요.**

외국 브랜드, 그중에서도 특히 한국 브랜드의 경우 K-뷰티 브랜드에 거의 독점적인 채널인 Qoo10을 추천합니다.

**Q. 한국산 다이어트 보조제 제품을 일본의 어떤 소비자층을 대상으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.**

다이어트 보조제는 주로 20-30대 남성보다는 40대 여성들이 많이 찾습니다. 40대 여성들이 다이어트 보조제의 가장 이상적인 소비자층입니다.

**Q. 한국산 다이어트 보조제 제품을 일본에서 홍보할 시, 어떤 경로와 방법으로 진행해야 효과적일지 말씀해주세요.**

TV 광고는 브랜드를 알리는 가장 좋은 방법입니다. 보충제의 경우 효과가 즉시 눈에 띄지 않기에 인플루언서가 보충제를 사용해 보도록 유도하기가 어렵습니다. 반면, 헬스장, 체육관 또는 스포츠 센터에 무료 샘플을 배치하는 것은 도움이 될 수 있습니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# Ⅶ 시사점



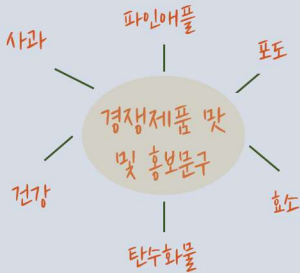
## ① 소비 특징 ①



① 경쟁브랜드; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 다이어트 보조제 경쟁브랜드를 조사한 결과, 일본 브랜드인 '디에이치씨' 관련 키워드가 295건으로 가장 많이 도출되었음. '디에이치씨'의 대표 다이어트 보조제 제품인 '뉴슬리루다이엣토니쥬니치훈'은 정제 형태로 20일분용이 플라스틱 파우치에 포장되어 있는 것이 확인되었음. 뒤이어 '오가란도' 관련 키워드가 201건, '메타보릿쿠' 관련 키워드가 104건, '오리히로' 관련 브랜드가 61건 도출되며 경쟁브랜드 키워드 도출량 상위권 브랜드가 모두 일본 브랜드로 나타남. 이에 반해 한국산 브랜드 관련 키워드는 도출량이 미미한 것으로 나타나 일본에서 주로 현지산 다이어트 보조제 제품이 인기 있는 것으로 파악되었음

② 경쟁제품 제형; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 다이어트 보조제 경쟁제품 제형을 조사한 결과, '정제' 관련 키워드가 458건으로 가장 많이 도출되었음. 이와 관련해 야후재팬쇼핑에서 발표한 2023년 7월 다이어트 보조제 랭킹 결과 10개 제품 중 9개 제품의 제형이 정제 형태인 것으로 나타남. 한편, 일본에서 판매되고 있는 한국산 다이어트 보조제 제품 역시 정제 형태의 제품이 많은 것으로 확인되었으며, '바이탈뷰티' 등 일부 한국 브랜드에서 '음료' 형태의 다이어트 보조제 제품을 함께 판매하는 것으로 조사되었음

## ② 소비 특징 ②



① 경쟁제품 맛; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 다이어트 보조제 경쟁제품 맛을 조사한 결과, '사과' 키워드가 263건으로 가장 많이 도출된 것이 확인되었음. 뒤이어 '파인애플' 키워드가 100건, '포도' 키워드가 63건, '자몽' 키워드가 50건 도출되는 등 경쟁제품 맛 키워드 도출량 상위권에 모두 과일 맛 관련 키워드가 자리하고 있는 것으로 나타남. 한편 과일 맛 관련 키워드가 아닌 키워드 중에서는 '초콜릿' 및 '바닐라' 관련 키워드가 각각 12건씩 도출되어 가장 많은 도출량을 보였으나 과일 맛 관련 키워드와 비교 시 도출량이 미미했음

② 경쟁제품 홍보문구; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 다이어트 보조제 경쟁제품 홍보문구를 조사한 결과, '건강' 관련 키워드가 1,755건으로 가장 많이 도출된 것이 확인되었음. '건강' 홍보문구 키워드를 가지고 있는 제품들은 '장 활동 활발', '내장지방 감소' 등 구체적인 건강 효능을 강조하는 키워드를 함께 사용하고 있는 것으로 나타남. 이 외로 '탄수화물' 관련 키워드가 1,009건, '효소' 관련 키워드가 354건 도출되는 등 제품의 성분을 강조하는 홍보문구를 사용하는 제품도 다수 발견되었음

일본 건강보조식품 소매유통채널 유통 비중



### 유통채널



일본 내 고객사 다이어트 보조제 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, 약국 및 드럭스토어의 점유율이 36.3%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 '온라인' 유통채널이 26.5%, '슈퍼마켓'이 11.1%의 점유율을 차지하였음. '편의점' 점유율은 4.2%로 다른 유통채널보다 낮은 비중을 보였음. 한국의 잠재 소매유통채널과 비교 시, 일본에서는 전반적으로 '약국 및 드럭스토어'를 통한 거래가 이루어지는 것이 확인되었으며, '온라인' 유통채널을 통한 거래는 한국(58.0%)보다 비중이 다소 낮은 것으로 조사되었음



- ▶ Point 1) 일본 후생노동성 사전등록
- ▶ Point 2) HACCP 인증 권장
- ▶ Point 3) 건강기능식품은 세분화된 별도 인증 취득 필요
- ▶ Point 4) 라벨 일본어 표기 必

## 진입장벽



일본으로 가공식품 수출 시, 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare) 사전등록 절차를 반드시 밟아야 함. 일반 가공식품 제품을 일본으로 수출할 시 취득해야 하는 필수 인증은 없는 것으로 조사되었음. 그러나 일본 내 식품 관련 사업자의 HACCP 인증 취득이 의무화되었기 때문에, 일본 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해 수입 제품 이더라도 HACCP 인증 취득을 권장함. 한편 일본에서는 건강기능식품이 '기능성표시식품', '특정보건용식품' 등으로 세분화되며, 각 식품 구분에 따라 상이한 인증 취득 절차 진행 후 제품을 유통할 수 있는 것으로 나타남. 제품 라벨링의 경우 제품명, 원재료명, 용량, 유통기한, 식품첨가물, 보존방법, 알레르겐, 영양성분 및 열량, 원산지, 수입업체 및 제조업체 정보, 순중량 등이 기재되어야 하며, 표기 시 일본어로 작성되어야 함

## 수출 확대 전략

제품 트렌드  
&  
제품 피드백



Point 01 제품 트렌드 일본 현지 다이어트 보조제 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 2022년 일본에서는 오트밀로 만든 다이어트 보조제에 대한 인기가 크게 상승했으며 주요 인기 요인으로 '장 건강 개선 효과'가 꼽혔음. 또한 코로나19 시기를 거치면서 질병 감염으로부터 신체를 지키기 위해 '면역력 강화' 기능이 있는 보조제 제품 수요가 증가함에 따라, 다이어트 보조제 제품 역시 과일, 채소 추출물 등 '천연 성분'으로 구성된 제품이 주목받고 있는 것으로 나타남. 일본 소비자들이 선호하는 제품 제형으로는 정제 제형이 꼽혔으며, 재밀봉이 가능한 파우치 포장에 담긴 정제 제품이 가장 선호되는 것으로 나타남. 그러나 최근 정제 복용 시 복용량이 너무 적을 수 있다는 인식으로 인해 분말 제형 제품도 인기를 얻고 있으며, 특히 스틱 파우더 형태 패키지 제품이 후대가 간편해 소비자들에게 선호되고 있는 것으로 조사되었음. 이외 정제의 쓴맛을 줄일 수 있는 젤 캡슐 형태 제형이 인기를 얻을 것이라 인터뷰 응답자의 의견이 있었음

Point 02 제품 피드백 일본 현지 다이어트 보조제 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 고객사에서 개발하는 다이어트 보조제 제품의 추천 제형으로 정제나 부드러운 젤 캡슐 형태가 꼽혔으며, 포장 시 병 포장과 같이 후대가 불편한 포장보다는 재밀봉이 가능한 파우치 형태 포장으로 제품을 개발하는 것이 추천되었음. 포장 단위로는 1개 패키지가당 최소 1개월 분량으로 포장하는 것이 추천되었으며, 하루 2회 1정 복용 기준 60정 포장과 180정 포장이 수요가 높을 것이라는 의견이 있었음. 일본 수출 시 취득이 필요한 인증으로 GMP 인증 및 일본 소비자청에서 발급하는 특정보건용식품 인증 취득이 권장되었으며, 진출 유통채널 경로로는 한국 뷰티 브랜드가 독점하고 있는 온라인 유통채널 'Qoo10'이 추천되었음





## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「OTC Pharmaceuticals Japan」, 2022.07
2. 약업신문, 「일본 제약시장, 2025년까지 ‘연평균 -2-1% 성장’」, 2021.05
3. 식품저널, 「일본 ‘안구 건강’ 보조제, 유럽은 ‘개인 맞춤형 건기식’ 수요 증가」, 2022.12
4. 야후재팬쇼핑(Yahoo Japan Shopping), 「ダイエットサプリのランキング」, 2023.07
5. 보체(VoCE), 「韓国現地でバズり中の【ダイエットサプリ4選】本当に痩せるか検証!」, 2023.06
6. 스태티스타(Statista), 「Preferred purchase channels for dietary supplements or nutraceuticals in Japan」, 2023.02
7. 스태티스타(Statista), 「Preferred purchase channels for dietary supplements or nutraceuticals in South Korea」, 2022.10
8. 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020.06
9. 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020.04
10. 농림축산식품부, 「농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2022.09
11. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(일본편)」, 2020.12

### ■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. International Trade Centre (www.intracen.org)
4. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.co.jp)
5. 라이프아이디어(Life Idea) (www.gaora.co.jp/life)
6. 이지포커스재팬(IZ Focus Japan) (www.thefactjp.com/economy/section.php)
7. 야후재팬쇼핑(Yahoo Japan Shopping) (shopping.yahoo.co.jp)
8. 보체(VoCE) (i-voce.jp)
9. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
10. 아마존(Amazon) (www.amazon.co.jp)
11. 장터 한국광장(韓国広場) (shopping.geocities.jp/hiroba)
12. 서울시장(ソウル市場) (www.seoul-ichiba.com)
13. 츠루하(Tsuruha) (www.tsuruha.co.jp)
14. 다이코쿠(Daikoku) (www.daikokudrung.com)
15. 트립닷컴(Trip.com) (www.trip.com)
16. 일본후생노동성 (www.mhlw.go.jp)
17. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
18. 관세법령정보포털 (www.unipass.customs.go.kr)
19. 일본 농림수산성 (www.maff.go.jp)
20. 일본 소비자청 (www.caa.go.jp)
21. 한국건강기능식품협회 (www.khff.or.kr)
22. 세키야쿠힌(Seki Yakuhin) (www.sekiyakuhin.co.jp)
23. 마츠모토키요시(Matsumoto Kiyoshi) (www.matsukiyo.co.jp)
24. 맥드럭스토어(Mac Drugstore) (www.dgs-mac.jp)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.08.11

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 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea