



No. 2022-77
품목 홍삼 농축액(Ginseng Extract)
HS CODE 2106.90
국가 일본(Japan)



I	경쟁제품	3
	1. 일본 홍삼 농축액 경쟁제품 선정 2. 일본 홍삼 농축액 조사지표 선정 3. 일본 홍삼 농축액 현지조사 결과	
II	경쟁사	37
	1. 일본 홍삼 농축액 경쟁사 선정	
III	경쟁력 파악	43
	1. 제품 경쟁력 검증 2. 벤치마킹 제품 분석	
IV	시사점	50
	1. 수출 확대 방안 2. 참고문헌	

I

경쟁제품



01

일본 홍삼 농축액 경쟁제품 선정

지원 기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 국내 6년근 홍삼 농축액 100%를 사용하여 제조한 홍삼 농축액으로, 금산 군수가 인증한 금산군의 대표 홍삼 브랜드임

(원료) 국내산 6년근 홍삼 농축액 100%

(맛) 홍삼의 쓴맛

(용량 및 가격) 용량은 30g, 희망 소비자가격은 40,000원으로, g당 약 1,333원

(패키징) 인삼 이미지와 황금빛 색상을 패키징 콘셉트 색상으로 선정하여 전반적으로 고급스러운 프리미엄 제품의 이미지를 연출함. 외부 박스 포장에 유리병 패키징으로 구성

(기능성) 면역력 증진, 기억력 개선, 피로 개선, 항산화, 혈액 순환 개선

제품명	홍삼 농축액		
이미지			
제품 유형	6년근 홍삼 농축액	희망 소비자가격	40,000원
용량	30g	포장 형태 및 재질	외부: 박스 / 내부: 유리병
주요 성분	홍삼 농축액 100%(6년근, 국산: 진세노사이드 Rg1, Rb1 및 Rg3의 합 10mg/g)	특징	<ul style="list-style-type: none"> · 식약처 인증 건강기능 식품(5대 건강 기능성) · 금홍 브랜드(금산군의 브랜드로 금산군수 인증 제품) · 일체의 화학 첨가물 무첨가

경쟁력 분석 프로세스



단계 1 제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원 기업 인터뷰
- ③ 경쟁제품군 파악



단계 2 경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



단계 3 현지조사 기획

- ① 조사 지역 선정
- ② 주요 유통채널 선정
 - 지원 기업 사전신청서 분석
 - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사지표 선정



단계 4 조사 수행

- ① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
- ② 현지조사 수행
- ③ 제품 분석

주요 경쟁제품 브랜드별 점유율

일본 인삼 시장은 전통적으로 정제, 추출물, 캡슐 제품이 주를 이루었으나, 최근에는 소비자 수요에 맞춰 다양한 형태로 제품이 출시되는 추세임. 일본 기업들은 인삼이 가진 효과에 초점을 맞춰 혈류 개선, 수면의 질 향상에 도움을 줄 수 있는 건강보조식품을 개발, 판매해 코로나19 시대 면역 증진 제품으로 홍보하고 있음

- 최근에는 항산화 성분과 몸을 따뜻하게 하는 성질을 활용해 안티에이징에 관심 있는 여성을 위한 상품부터 직장인을 위한 에너지 드링크, 수험생을 위한 보조식품 등을 출시하며 타깃 소비자층을 10-30대로 낮추어 새로운 시장을 창출하고 있음

업체별 시장 점유율은 Kinshikouraininjin Corp(金氏高麗人參, 이하 김씨인삼주식회사)이 2021년 시장 점유율 44.8%로 1위를 차지함

- 그 외, 한국 기업인 KT&G Group이 15.6%를 기록하여 2위를 차지함
- 3위는 6.3%를 기록한 Kracie Holdings Ltd가 차지함. 상위 3개 업체의 2021년 시장 점유율 합계는 66.7%로 조사됨

김씨인삼주식회사는 고려인삼을 브랜드 콘셉트로 설정함. '고려인삼'이란 본래 한국산 인삼을 뜻하나, 일본 내에서는 하나의 고유 품목으로 인식되고 있음

- 최근 홈쇼핑이나 신문 등 각종 매체에 적극적으로 광고하며 신규 고객을 확보하고, 정기 구입 서비스로 고정 고객층을 확대하는 전략을 추진하고 있음
- 동사의 대표 제품인 '신비의 건강력 레귤러'는 홍삼 엑기스 성분의 알약 제품으로, 누적 판매량 4,000만 개를 돌파하여 최근 14년간(2008-2022년) 일본 인삼 시장 판매량 1위를 기록
- 한국 기업인 KT&G Group은 한국인삼공사재팬을 통해 정관장 브랜드 제품을 온·오프라인에서 판매 중이며, 한국 드라마 PPL 등을 통해 인지도를 꾸준히 쌓고 있음



표 1

일본 인삼 시장 업체별 시장 점유율 추이(2017-2021년)

(단위: %)

업체명	2017	2018	2019	2020	2021
1 Kinshikouraininjin Corp	32.2	30.7	37.8	35.5	44.8
2 KT&G Corp	37.6	44.1	37.6	24.9	15.6
3 Kracie Holdings Ltd	6.7	6.4	6.3	6.3	6.3
상위 3개사 총합	76.5	81.2	81.7	66.7	66.7
기타 업체 총합	23.5	18.8	18.3	33.3	33.3
총계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International



그림 2

주요 경쟁사 브랜드 로고



자료: 각사 홈페이지

조사 지역 개요 및 주요 유통채널 선정

지원 기업의 요청 사항과 일본 현지조사원의 의견을 종합하여 일본 내 주요 백화점, 한인타운이 위치한 신오쿠보(新大久保)의 규모가 있는 한인마트 및 온라인몰을 주요 유통채널로 선정함

- 지원 기업의 요청 사항을 반영하여 백화점 유통채널인 미츠코시 이세탄과 다카미야 백화점, 슈퍼마켓 유통채널인 이온과 이토요카도를 방문했으나 인삼차는 백화점 내 일부 건강기능식품 매대에서만 판매되고 있는 것으로 확인됨
- 입점 희망 매장인 롯데마트는 일본에 매장이 없는 것으로 확인됨
- 그 외, 주요 온라인몰인 Qoo10, Rakuten, 야후 쇼핑(Yahoo Shopping), 아마존 재팬(Amazon Japan)에서 인삼차가 판매되고 있음

1. 백화점

일본백화점협회(日本百貨店協會)에 따르면, 2021년 일본 백화점 매출액은 전년 대비 4.7% 증가한 4조 4,183억 엔(약 31조 9,018억 원)¹⁾을 기록함

- 백화점 매출액은 2021년 전년 대비 증가세를 기록했으나, 1991년을 기점으로 전반적인 감소세를 나타내고 있음. 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 -7.2%를 기록함
- 최근 몇 년간 백화점 업계는 부유층이나 인바운드 수요에 의해 성장이 지탱됐으나, 저출산 고령화 현상과 코로나19의 영향으로 지방이나 교외 백화점의 폐점이 이어지고 있음

백화점 총매출액에서 식료품이 차지하는 비중은 2021년 30.9%를 기록함

- 2021년 백화점 식료품 매출액은 약 1조 3,666억 엔(약 12조 9,603억 원)으로 최근 5년간 연평균 4.7% 감소함
- 그러나 백화점 총매출액의 감소세(-7.2%) 대비 감소폭이 작게 나타나면서 전체 매출에서 식료품이 차지하는 비중은 2017년 27.9%에서 2021년 30.9%로 증가함

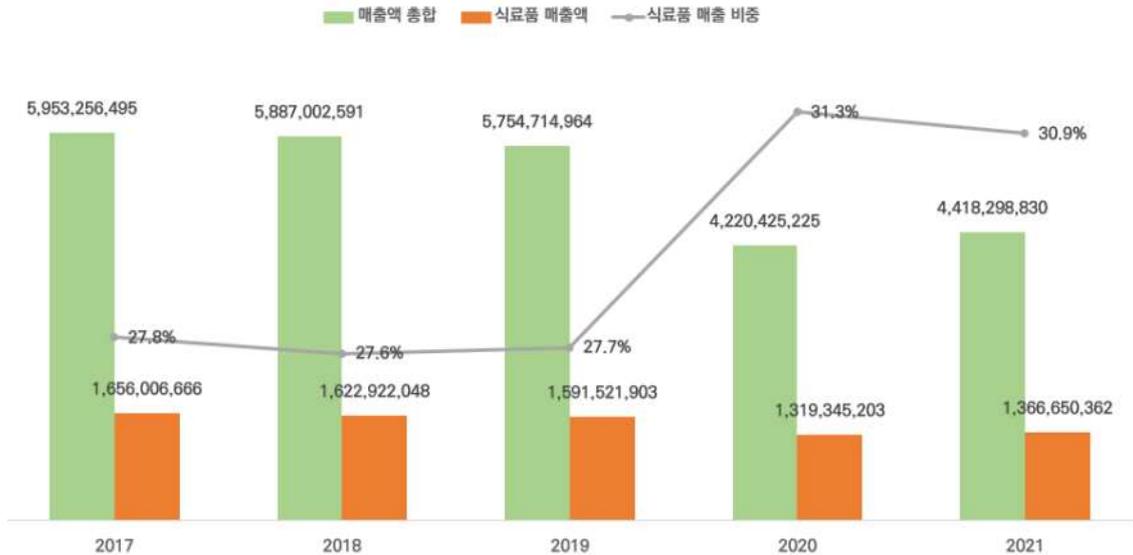
1) 통화환산기준:100엔(JPY)=959.79원(KRW)(KEB 하나은행 매매기준율, 2022.12.19.)



그림 3

일본 백화점 매출액 및 식료품 매출액 추이(2017-2021년)

(단위: 천 엔, %)



자료: 일본백화점협회(日本百貨店協会)

업계동향(業界動向) SEARCH가 주요 백화점업 영위 업체의 유가증권 보고서를 근거로 매출액 기준 상위 10개 업체를 선정함

2021년 3월 결산 기준, 2021년 매출액 1위는 8,160억 엔(약 7조 7,387억 원)을 기록한 미츠코시 이세탄HD이 차지함

- 당사는 1886년에 첫 점포를 개점한 이래 일본 전역에 20개의 매장을, 전 세계에 50여 개의 매장을 보유하고 있음
- 코로나19 사태로 인한 임시휴업, 소비 침체 등의 영향으로 2021년 3월 기준(2020년 4월~2021년 3월) 연결 실적을 보면, 매출액은 전기 대비 27.1% 감소한 8,160억 엔, 영업 이익 209억 엔의 적자를 기록함
- 이세탄을 포함한 백화점 업계 전반이 오프라인 점포 방문객 수가 감소하는 추세에다 코로나 19까지 겹쳐 비즈니스 모델의 근본적인 개혁만이 유일한 생존 방법으로 제시되고 있음
- 이에 따라, 이세탄은 핵심 타깃을 부유층 고객으로 큰 폭으로 전환하는 동시에, 디지털 사업 부문을 강화하는 차세대 백화점으로 변모해갈 계획임을 밝힌 바 있음

그 외, 매출 순위는 다카시마야 6,808억 엔(약 6조 4,565억 원), 세븐&아이 홀딩스 4,191억 엔(약 3조 9,746억 원), 에이치투오리테일링 3,477억 엔(약 3조 2,975억 원) 순으로 높게 나타남



표 4

2021년 일본 백화점 상위 10개 업체 매출 현황

(단위: 억 엔)

순위	회사명	2021년 매출액
1	미츠코시 이세탄HD	8,160
2	다카시마야	6,808
3	세븐&아이 홀딩스	4,191
4	에이치투오리테일링	3,477
5	J프론트 리테일링	3,190
6	마루이 그룹	2,208
7	긴테쓰 백화점	2,183
8	도큐 백화점	1,527
9	도부 철도	1,192
10	파르코	1,122
	합계	34,058

자료: 업계동향(業界動向) SEARCH

2. 한인마트

일본의 주요 한인마트 업체로는 예스마트(Yesmart), 장터 한국광장(韓国広場) 및 서울시장(ソウル市場) 등이 있음

- 예스마트는 일본 전역에 23개 매장을 보유하여 한인마트로는 많은 매장을 보유함
- 장터 한국광장은 도쿄, 오사카에 각각 1개 점포, 도쿄, 오사카에 각각 1개 도매센터를 보유하고 있으며, 서울시장은 도쿄에 1개 점포, 사이타마에 물류센터를 보유하고 있는 것으로 조사됨



표 5

일본 신오쿠보 주요 한인마트 현황

순위	회사명	설립 연도	보유 점포 수 (2020년 기준)	매장 위치
1	예스마트(Yesmart)	2020년	23개	전국
2	장터 한국광장(韓国広場)	1993년	2개	도쿄, 오사카
3	서울시장(ソウル市場)	2009년	1개	도쿄
4	칸비니(Kanbin)	2020년	1개	사이타마

*주1. 예스마트의 점포 수는 2022년 12월 기준임

자료: 현지조사원

3. 온라인몰

일본의 온라인 식품 시장은 운영 방식, 판매 주체 등에 따라 종합 플랫폼, 식품 전문 플랫폼, 생협 택배 및 드럭스토어 4가지로 구분할 수 있음

- 종합플랫폼은 아마존재팬, 라쿠텐 등 IT 기업이 농식품을 포함한 거의 모든 카테고리의 상품을 판매하는 플랫폼임
- 식품 전문 플랫폼은 식품 제조업체의 자사 통신판매 및 소매업의 인터넷 슈퍼마켓²⁾으로 라쿠텐 세이유 넷 슈퍼, 오이식스 라 다이치, 이온 넷 슈퍼, 이토요카도 넷 슈퍼 등이 있음
- 생협 택배는 인터넷, 상품 카탈로그, 주문서를 통해 결제된 상품을 생협 조합원이 배달하는 택배 서비스를 의미함. 대표적으로 e프렌즈 Coop Deli 택배(생활협동조합 Coop 미라이), 도dot쿠(생활협동조합 Coop 샷포로), Coop 고베 넷(생활협동조합 Coop 고베), 집에서 Coop(생활협동조합 유코푸) 등이 있음
- 드럭스토어는 웰시아 닷컴(웰시아 홀딩스), 츠루하 그룹 e-shop 본점(츠루하 드럭), 드럭스토어 마츠모토키요시(마츠모토키요시) 등이 있음

1) 종합 플랫폼

종합 플랫폼의 농식품 시장 규모는 2020년 약 1조 1,665엔(약 11조 735억 원)을 기록하였으며, 2022년에도 고성장이 계속될 것으로 전망됨. 코로나19의 영향으로 전자상거래 이용이 증가하면서 원스톱으로 구입 가능한 종합 플랫폼의 수요가 높아지는 추세임. 농식품은 가성비 높은 대용량 상품, 패키지 상품 및 무게가 있는 음료 등을 중심으로 수요가 확대되고 있음

2020년 종합 플랫폼별 온라인 농식품 시장 점유율은 라쿠텐 시장 60.0%, 아마존 재팬 21.3%, Yahoo 쇼핑 14.5% 등 순으로 높게 나타남. 종합 플랫폼 전체 시장 점유율의 경우 아마존 재팬이 51.3%로 가장 높게 나타났으나, 농식품의 경우 라쿠텐 시장이 농식품과 의류 카테고리 매출이 높게 나타나 압도적인 시장 점유율을 기록함

그림 6 일본 종합 플랫폼별 시장 점유율(2020년)



자료: 후지경제조사

2) 소매업의 넷슈퍼란 GMS, SM, 백화점 등 기존의 오프라인 매장을 보유한 소매점이 인터넷 주문을 받아 기존의 매장 및 센터에서 집까지 주문 상품을 배달하는 택배 서비스임

2) 식품 전문 플랫폼

온라인 농식품 시장은 코로나19로 인해 2020년 전년 대비 22.6% 증가한 1조 7,997억 엔(약 17조 843억 원)을 기록함

- 2021년에는 전년 대비 15.9% 증가하여 2조 엔을 초과하면서 최근 4년간(2018~2021년) 연평균 성장률은 약 16.9%를 기록한 것으로 추정됨

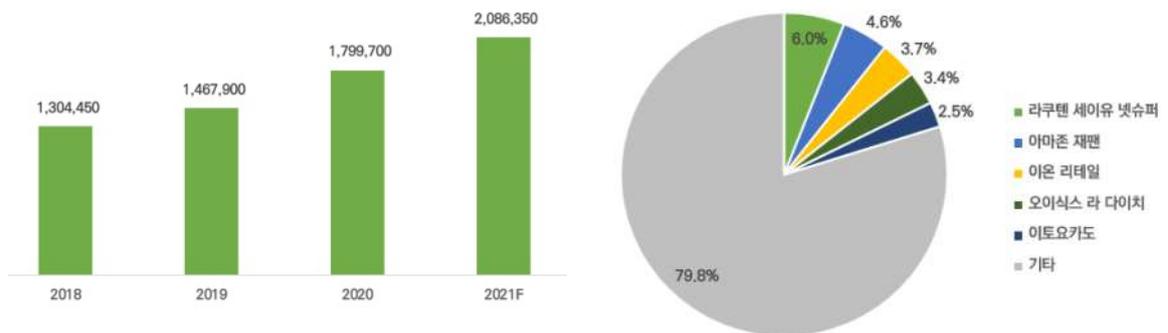
온라인 농식품 시장은 음료 등 무게가 있는 상품, 주류, 알코올 음료, 고급 선주문 상품 등을 중심으로 수요가 증가하는 추세임

- 또한, 오프라인 매장을 보유한 소매 기업과 IT 기업의 협업으로 넷 슈퍼 사업의 재구축이 진행 중임

2020년 온라인 농식품 시장 점유율은 라쿠텐 세이유 넷 슈퍼가 6.0%를 차지하여 가장 높게 나타남

- 그 외, 아마존 재팬(4.6%), 이온 리테일(3.7%), 오이식스 라 다이치(Oisix ra daichi)(3.4%), 이토요카도(2.5%) 등 순으로 높게 나타남. 상위 5개사 중 3개가 넷 슈퍼이며, 이는 신선 식품의 신선도, 품질과 관련하여 오프라인 매장의 풍부한 이용 경험이 반영된 것으로 분석됨

 **그림 7** 온라인 농식품 시장 규모(좌), 일본 종합 플랫폼별 시장 점유율(우)(2020년)
(단위: 백만 엔)



주: Amazon.co.jp는 매입만 대상이며, '기타'는 온라인 플랫폼, 넷슈퍼 이외에 식품 제조업체, 백화점, 도매점, TV 통신판매 기업 등이 포함됨

자료: 후지경제조사

인삼 제품 판매에 적합한 온라인몰은 종합 플랫폼으로 판단되어, 해당 유통채널의 상위 업체인 아마존 재팬, 라쿠텐, Qoo10 및 야후 쇼핑을 주요 유통채널로 선정함

경쟁제품 선정 결과

오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 1) 지원 기업의 타깃 제품인 아침마당, 참다한 및 정관장의 홍삼 농축액 제품
- 2) 인기리에 판매되고 있는 유리병 타입의 홍삼 농축액 제품
- 3) 선순위의 제품이 없을 시 인기리에 판매되고 있는 홍삼 건강기능식품

온라인 경쟁제품 선정 기준

- 1) 지원 기업의 타깃 제품인 아침마당, 참다한 및 정관장의 홍삼 농축액 제품
- 2) 인기리에 판매되고 있는 유리병 타입의 홍삼 농축액 제품
- 3) 선순위의 제품이 없을 시 인기리에 판매되고 있는 홍삼 건강기능식품



표 8

일본 홍삼 농축액 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 원산지	
	오프라인 (이세탄, 다카시마야, 에스마트, 장터)	온라인 (Amazon Japan, Rakuten, Qoo10, 야후 재팬)	현지산	수입산 (한국산)
1 Nippon 고려홍삼 엑기스	○ (2개 매장)	○ (4개 온라인몰)	○	
2 철이네홍삼 지강인고려 홍삼정 골드	○ (1개 매장)			○
3 홍삼정 프라임	○ (1개 매장)			○
4 고려홍삼정 6년근 홍삼농축액로얄100	○ (1개 매장)	○ (3개 온라인몰)		○
5 정관장 홍삼 농축액		○ (4개 온라인몰)		○
6 고려홍삼 농축액로얄		○ (3개 온라인몰)		○
7 일화 홍삼농축액		○ (4개 온라인몰)		○
8 일화 홍삼농축액 6년근 홍삼정		○ (3개 온라인몰)		○
9 후쿠오카 농사 연구소 고려홍삼 농축액		○ (2개 온라인몰)	○	

자료: 현지조사원

02

일본 홍삼 농축액 조사지표 선정

일본 홍삼 농축액 조사지표 선정

지원 기업 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

 표 9 일본 홍삼 농축액 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	g당 가격	제품의 g당 가격
	할인 여부	할인 시 할인가 표기
중량	g	제품의 중량
선정 사유	인기 제품, 신제품 등	해당 제품을 경쟁제품으로 선정한 사유
제품 종류	현지산 제품	일본 현지 브랜드 제품
	수입산 제품	글로벌 브랜드 제품
포장 형태	플라스틱 파우치 등	제품의 포장 형태
성분	원료 및 첨가물	원료 함유량 등 영양과 맛 관련한 핵심 성분
인증 / 특허	제품 품질 및 성분 관련하여 취득한 인증이나 특허	
마케팅 포인트	제품의 홍보 문구 및 주요 효과	

일본 주요 백화점, 한인마트 및 온라인몰

오프라인 유통채널의 경우, 지원 기업의 요청 사항을 반영하여 일본 주요 백화점인 이세탄과 다카시마야 백화점을 방문하였고 홍삼 조제품이 주로 유통되고 있는 신쿠오보(新大久保)에 소재한 한인마트인 예스마트와 장터를 방문하여 판매 중인 홍삼 농축액 제품 전반을 조사함

온라인 유통채널의 경우, 일본 주요 온라인몰인 아마존 재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping) 및 큐텐(Qoo10)에서 판매되고 있는 홍삼 농축액 제품을 중점적으로 조사함

표 10 일본 방문 매장 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사매장 특징
이세탄	백화점	1	- 일본 내 22개 매장 보유
다카시마야		3	- 일본 내 23개 매장 보유
예스마트	한인마트	2	- 일본 내 23개 매장 보유
장터		2	- 일본 내 2개 매장 보유

매장 위치



자료: Google Maps

홍삼 농축액 제품 온/오프라인 판매 현황

지원 기업이 선정한 유통채널인 백화점과 슈퍼마켓을 중점적으로 병 타입 홍삼 농축액 제품 판매 현황을 조사했으나, 슈퍼마켓에서는 판매되고 있지 않고 백화점의 건강기능식품 매대에서 소량 판매 중인 것으로 확인됨

일본에서는 인삼이나 홍삼 섭취 문화가 보편적이지 않아 취급제품이 다양하지 않음

- 병 타입 홍삼 농축액의 경우, Nippon 고려홍삼 엑기스 제품이 이세탄과 다카시마야 백화점에서 판매되고 있음
- 그 외 스틱 타입의 경우, RICH 고려 홍인삼과 Nippon 고려 홍삼 소프트캡슐이 이세탄에서 판매되고 있음

홍삼 조제품이 가장 많이 유통되고 있는 한인마트를 조사하기 위해 일본 전역에 매장 23개를 보유한 예스마트를 방문함

- 해당 유통채널에서는 병 타입의 홍삼 농축액인 철이네홍삼 지강인고려 홍삼정 골드 제품이 판매되고 있음을 확인함
- 그 외, 초월 홍삼과 철이네홍삼 브랜드의 스틱형 홍삼 농축액 제품도 판매되고 있음

장터에서는 N사의 홍삼정 프라임 제품과 D사의 고려6년근홍삼 농축액로얄100의 병 타입 홍삼 농축액 제품이 판매되고 있음을 확인함

주요 온라인몰인 라쿠텐, 야후 쇼핑, Qoo10 및 아마존 재팬에서는 오프라인 대비 다양한 홍삼 농축액 제품을 판매하고 있음



표 11

오프라인 경쟁제품 판매 현황

	경쟁제품 현황	이세탄	다카시마야	예스마트	장터
1	Nippon 고려홍삼 엑기스	○	○		
2	철이네홍삼 지강인고려 홍삼정 골드			○	
3	홍삼정 프라임				○
4	고려홍삼정 6년근 홍삼 농축액로얄100				○



표 12

온라인 경쟁제품 판매 현황

	경쟁제품 현황	라쿠텐	야후 쇼핑	Qoo10	아마존 재팬
1	Nippon 고려홍삼 엑기스	○	○	○	○
2	고려홍삼정 6년근 홍삼 농축액로얄100		○	○	○
3	정관장 홍삼 농축액	○	○	○	○
4	고려홍삼 농축액로얄		○	○	○
5	일화 홍삼 농축액	○	○	○	○
6	일화 홍삼 농축액 6년근 홍삼정		○	○	○
7	후쿠오카 농사 연구소 고려홍삼 농축액	○	○		

오프라인 경쟁제품 판매 현황

도쿄에 소재한 이세탄 백화점과 다카시마야 백화점, 신오쿠보의 한인타운에 소재한 규모 있는 한인마트인 예스마트와 장터를 방문함

지원 기업 제품과 유사한 병 타입의 홍삼 농축액을 우선적으로 조사하였으나 스틱 타입이 주를 이룸

- 따라서 병 타입의 홍삼 농축액을 주요 경쟁제품으로 선정하되, 홍삼 제조품 스틱형 농축액 제품 관련 정보를 포함함

(1) 홍삼 농축액

경쟁제품 정보	제품1	
제품 사진		
제품명	고려홍삼 엑기스(高麗紅蔘 エキス)	
제조사	Nippon(株式会社ニッポン)	
생산지	한국	
선정 사유	인기 제품	
유형	농축액	
가격	오프라인	온라인
	<ul style="list-style-type: none"> - 이세탄: 11,340엔(약 10만 8,800원) - 다카시마야: 10,206엔(약 9만 8,000원) 	<ul style="list-style-type: none"> - 라쿠텐: 9,078엔(약 8만 7,100원) - 야후쇼핑: 7,566엔(약 7만 2,600원) - Qoo10: 10,903엔(약 10만 4,600원) - 아마존 재팬: 8,633엔(약 8만 2,800원)
용량	30g	
포장 형태	유리병 포장	
주요 성분	고려인삼(홍삼) 진액	
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> - 활력을 지속하고 싶고 추위를 느끼기 쉬운 사람들에게 추천한다고 홍보 - 시리즈별로 다양한 타입(액상, 고형분, 캡슐)으로 출시해 소비자들이 기호에 맞게 선택할 수 있도록 함 	
참고 사항	<ul style="list-style-type: none"> - 정관장 브랜드의 인삼을 주원료로 사용 	
방문 매장	이세탄, 다카시마야	

경쟁제품 정보	제품2
제품 사진	
제품명	철이네홍삼 지강인고려 홍삼정 골드(6年根紅參ゴールド)
제조사	G사
생산지	한국
선정 사유	인기 제품
유형	농축액
가격	11,664엔(약 11만 1,900원)
용량	100g
포장 형태	유리병 포장
주요 성분	<ul style="list-style-type: none"> - 홍삼 농축액(6년근, 고형분 65%, 국산) 100% - 원료삼 배합비율: 홍삼근 70%, 홍미삼 30%, 진세노사이드 Rg1+Rb1+Rg3 16mg/g
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> - 면역력 증진, 피로 개선, 기억력 개선, 혈소판 응집억제를 통한 혈액 흐름, 항산화에 효과적이라고 홍보 - 고객만족도 100%(옥션)
방문 매장	에스마트

경쟁제품 정보	제품3
제품 사진	
제품명	홍삼정 프라임(紅參精 PRIME)
제조사	N사
생산지	한국
선정 사유 유형	인기 제품 농축액
가격	14,580엔(약 13만 9,900원)
용량	120g
포장 형태	유리병 포장
주요 성분	6년근 홍삼 농축액 (국산, 진세노이드 Rg1, Rb1 및 Rg3의 합 6mg/g, 고형분 65% 이상)
마케팅 포인트	- N 브랜드의 신뢰성 강조 - 합리적인 가격, 100% 국내산 6년근 홍삼, 약 300개의 안전성 검사 완료 인기 한류 배우를 브랜드 모델로 기용해 인지도 제고
방문 매장	장터

경쟁제품 정보	제품4	
제품 사진		
제품명	고려홍삼정 6년근 홍삼 농축액로얄100(6年根紅參濃縮液)	
제조사	D사	
생산지	한국	
선정 사유 유형	인기 제품 농축액	
가격	오프라인	온라인(240g 기준)
	- 장터: 6,480엔(약 6만 2,200원)	- 아마존 재팬: 5,960엔(약 5만 7,200원) - 야후 쇼핑: 7,929엔(약 7만 6,100원) - Qoo10: 7,868엔(약 7만 5,500원)
용량	100g	
포장 형태	유리병 포장	
주요 성분	6년근 홍삼 농축액 (진세노이드 Rg1, Rb1 및 Rg3의 합 4mg/g, 고형분 60% 이상, 국내) 100%	
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> - 당사는 2008년 FDA에 등록된 후 미국, 캐나다에 추출물 제품을 수출하는 업체임을 홍보 - 오프라인상에서(한인마트) 100g 제품을, 온라인상에서 240g 제품을 판매 중 - 건강기능식품마크와 GMP 인증 보유 - 무합성 향료, 무착색료, 보존료 무첨가로 믿고 안심할 수 있는 제품임을 강조 - 제품 구매 시 선물용 가방 증정 	
방문 매장	장터	

(2) 스틱형 홍삼 농축액

경쟁제품 정보	제품1	
제품 사진		
제품명	RICH 고려 홍인삼(RICH高麗紅人參)	
제조사	주식회사 AFC-HD	
생산지	일본	
선정 사유	인기 제품	
유형	스티크형 농축액	
가격	오프라인	온라인
	- 라쿠텐: 27,000엔(약 25만 9,000원) - 이세탄: 27,000엔(약 25만 9,000원) - 야후쇼핑: 27,000엔(약 25만 9,000원)	
용량	450g(15g * 30포)	
포장 형태	종이팩(외부) / 플라스틱 파우치 개별 포장	
주요 성분	꿀(멕시코산), 고려홍삼 추출물, 환원난소화성덱스트린, 물엿, 프룬 추출물, 케이히 추출물, 동충하초 추출물, 영지 추출물, 매카브 추출물/구연산, 비타민B1, 감미료(칸조우)	
마케팅 포인트	- 원재료 선택부터 배합까지 장인 정신을 가지고 만든 영양제로, 건강과 미용에 관심 있는 분들에게 만족을 줄 수 있는 원탑 영양식품이라고 홍보	
방문 매장	이세탄	

경쟁제품 정보	제품2	
제품 사진		
제품명	초월홍삼 발효홍삼 데일리стик(発酵紅参デリースティック)	
제조사	H사	
생산지	한국	
선정 사유	인기 제품	
유형	스틱형 농축액	
가격	오프라인	온라인
	- 예스마트: 12,000엔(약 11만 5,110 원)	- 라쿠텐: 12,000엔(약 11만 5,110원) - 아마존 재팬: 11,751엔(약 11만 2,700원)
용량	360ml(12ml * 30포)	
포장 형태	종이팩(외부) / 플라스틱 파우치 개별 포장	
주요 성분	정제수, 홍삼 농축액(6년근, 고형분 60%, 홍삼 성분 70mg/g 이상, 국산) 17.5%, 발효 홍삼 농축액(6년근, 고형분 60%, 홍삼 성분 70mg/g 이상, 국산) 8.5%, 발효 산양삼 추출액 4%	
마케팅 포인트	- 서울대학교 연구진이 개발한 발효 산양삼을 함유한 발효 홍삼	
방문 매장	예스마트, 장터	

경쟁제품 정보	제품3	
제품 사진		
제품명	순 발효홍삼 프리미엄(純·発酵紅参プレミアム)	
제조사	H사	
생산지	한국	
선정 사유	인기 제품	
유형	스틱형 농축액	
가격	오프라인	온라인
	- 예스마트: 6,999엔(약 6만 7,100원)	- 라쿠텐: 7,000엔(약 6만 7,100원) - 아마존 재팬: 6,732엔(약 6만 4,600원) - 야후 쇼핑: 6,998엔(약 6만 7,100원) - Qoo10: 6,998엔(약 6만 7,100원)
용량	360ml(12ml * 30포)	
포장 형태	종이팩(외부) / 플라스틱 파우치 개별 포장	
주요 성분	발효 홍삼 농축액(6년근, 국산) 64%, 정제수, 홍삼 추출액(국산), 헛개열매 농축액(중국산), 식물혼합농축액(당귀(국산), 황기(국산), 감초(우즈베키스탄산), 계피(베트남산), 작약), 액상과당, 대추 농축액, 구아검, 발효 산양삼 추출액(국산) 0.5%	
특허 / 인증	HACCP, CMP, 제조물배상책임보험(PL)	
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> - 소비자 감동지수 2년 연속 홍삼 부문 1위 차지 - 엄선된 부원료 플러스, 화학첨가물 배제, 발효 홍삼으로 흡수율 증가 - 유명 한국 연예인을 모델로 기용해 홍보 	
방문 매장	예스마트, 장터	

경쟁제품 정보	제품4
제품 사진	
제품명	철이네홍삼 홍삼정 데일리굿타임(紅參精 デイリーグツ+ ドタイム)
제조사	G사
생산지	한국
선정 사유	인기 제품
유형	스틱형 농축액
가격	4,838엔(약 4만 6,400원)
용량	100ml(10ml * 10포)
포장 형태	종이팩(외부) / 플라스틱 파우치 개별 포장
주요 성분	<p>홍삼 농축액</p> <p>(6년근, 고형분 65%, 진세노사이드 Rg1+Rg3 7.2mg/g, 국산) 46%, 정제수</p>
특허 / 인증	건강기능식품, ISO9001, ISO14001 인증 보유
마케팅 포인트	<p>- 6중 기능성 인정: 면역력 증진, 피로 개선, 기억력 개선, 혈소판 응집억제를 통한 혈액 흐름 개선, 항산화 및 갱년기 여성에 도움을 줄 수 있다고 홍보</p> <p>- 홍보 키워드는 '적당한 함량', '간편함', '합리적인 가격'</p>
방문 매장	에스마트, 장터

온라인 경쟁제품 판매 현황

라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, Qoo10에서 인기리에 판매되고 있는 병 타입 홍삼 농축액을 조사함

- 또한, 지원 기업이 선정한 경쟁 브랜드의 경우 유통되고 있는 모든 형태의 홍삼 농축액 제품을 조사함

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	정관장 홍삼 농축액 (正官庄 高麗人參 紅蔘エキス)	고려홍삼 농축액로얄 (高麗紅參濃縮液 エキスローヤル)
제조사	K사	P사
원산지	한국	한국
선정 사유	지원 기업 선정 경쟁사 제품	인기 제품
유형	농축액	농축액
가격	<ul style="list-style-type: none"> - 아마존 재팬: 5,681엔(약 5만 4,500원) - 라쿠텐: 10,371엔(약 9만 9,500원) - Qoo10: 7,618엔(약 7만 3,100원) - 야후 쇼핑: 15,980엔(약 15만 3,300원) 	<ul style="list-style-type: none"> - 아마존 재팬: 9,510엔(약 9만 1,200원) - 야후 쇼핑: 12,598엔(약 12만 850원) - Qoo10: 15,000엔(약 14만 3,900원)
용량	30g	240g
포장 형태	종이 포장(외부) / 유리병 용기	종이 포장(외부) / 유리병 용기
주요 성분	고려인삼(홍삼) 진액	홍삼 농축액(6년근, 국산, 고품분 70%, 진세노사이드 함량 Rg1+Rb1+Rg3=6.0mg/g) 100%
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> - 제조과정부터 확실하게 안전성 검사를 마친 건강식품으로 홍보하며, 특정 대상을 지정하여 해당 사람들에게 효과가 좋아 권유한다고 홍보 *특정 대상 예시: 기력이 없으신 분, 간편하게 건강관리를 계속하고 싶은 분, 과음한 날 다음날이 피곤한 분 등 - 일본에서 인기가 있는 한류스타를 브랜드 모델로 기용해 인지도 상승 	<ul style="list-style-type: none"> - 확실한 원재료와 신뢰할 수 있는 제조과정 홍보(선별한 6년근 홍삼을 사용해 제조하며 GMP, HACCP, ISO9001에 근거해 품질 관리 실시) - 모든 제품이 2009년 FDA에 등록되어 있으며, 2011년 미국에서 두 번째로 많이 수출한 회사임을 강조 - 인삼 농장을 직접 보유하여 좋은 품질의 인삼 선별이 가능함을 강조
조사매장	아마존 재팬, 라쿠텐, 야후쇼핑, Qoo10	아마존 재팬, 야후쇼핑, Qoo10

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	일화 홍삼 농축액(一和高麗紅參濃縮液)	일화 홍삼 농축액 6년근 홍삼정 (一和高麗紅參濃縮液 6年根 紅參精)
제조사	Y사	Y사
원산지	한국	한국
선정 사유	인기 제품	인기 제품
유형	농축액	농축액
가격	<ul style="list-style-type: none"> - 아마존 재팬: 11,478엔(약 11만 100원) - 라쿠텐: 19,444엔(약 18만 6,500원) - Qoo10: 11,210엔(약 10만 7,500원) - 야후 쇼핑: 12,181엔(약 11만 6,850원) 	<ul style="list-style-type: none"> - 아마존 재팬: 12,490엔(약 11만 9,800원) - Qoo10: 7,800엔(약 7만 4,800원) - 야후 쇼핑: 9,500엔(약 9만 1,100원)
용량	240g	100g
포장 형태	종이 포장(외부) / 유리병 용기	종이 포장(외부) / 유리병 용기
주요 성분	고려홍삼 농축액 100% (한국산, 진세노사이드 Rg1+Rb1+Rg3=6mg/g)	인삼 농축액 100%
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> - 대통령상 수상을 여러 번 수상한 제품으로 고품질의 고기능 홍삼 추출물 함유 - 엄선한 6년근을 홍삼을 사용하며, ISO9001 인증 시설에서 제조 및 품질관리를 실시 	<ul style="list-style-type: none"> - 홍삼 탑 브랜드(高麗人參のトップブランド)로 소개 - 독일의 엄격한 잔류농약 검사를 통과한 유일한 제품 - 양질의 고려인삼을 단일원료로 인삼의 성분 및 향취가 손실되지 않도록 유효성분을 추출하여 농축한 100% 인삼 농축액
조사매장	아마존 재팬, 라쿠텐, 야후쇼핑, Qoo10	아마존 재팬, 야후쇼핑, Qoo10

경쟁제품 정보	제품5
제품 사진	
제품명	후쿠오카 농사 연구소 고려홍삼 농축액 (福岡農事研究所 高麗紅參濃縮液)
제조사	후쿠오카 농사 연구소
원산지	한국
선정 사유	인기 제품
유형	농축액
가격	- 라쿠텐: 8,000엔(약 7만 6,700원) - 야후 쇼핑: 8,000엔(약 7만 6,700원)
용량	30g
포장 형태	나무 포장(외부) / 유리병 용기
주요 성분	한국산 고려홍삼
마케팅 포인트	- 인삼의 우수성(30종류 이상의 사포닌 함량) 홍보 - 한국산 고려홍삼 사용
조사매장	라쿠텐, 야후쇼핑

지원 기업이 선정한 경쟁사 브랜드인 아침마당과 참다한의 경우, 스틱형 농축액 제품이 온라인상에서 판매되고 있음을 확인함

- 병 타입 홍삼 농축액은 확인되지 않음

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	참다한 홍삼정 골드스틱 (Chamdahan 紅參 ごるどスティック)	아침마당 에너지업 (ACHIMMADANG エネルギーアップ)
제조사	미동고려삼(주)	아침마당 홍삼
생산지	한국	한국
선정 사유	지원 기업 선정 경쟁사 제품	지원 기업 선정 경쟁사 제품
유형	스틱형 농축액	스틱형 농축액
가격	11,500엔(약 11만 300원)	10,000엔(약 9만 6,000원)
용량	300ml(10ml * 30포)	600g(12g * 50포)
포장 형태	종이 포장(외부) / 플라스틱 파우치 개별 포장	종이 포장(외부) / 플라스틱 파우치 개별 포장
주요 성분	식물 혼합 추출 농축액K, 참다한 홍삼 분말액 등	홍삼 추출액 100%(홍삼 12.5%, 정제수/고형분 7% 이상)
마케팅 포인트	- 일본에서 인지도가 높은 한류 배우를 모델로 선정하여 홍보 - 홍삼을 통째로 갈아 만든 초미세 분 말이 함유된 프리미엄 제품	- 자체 생산, 직접 판매하여 저렴한 가격 으로 제공 - 스틱형 타입으로 위생적이고 휴대가 간 편함
온라인몰	Qoo10	라쿠텐

주요 유통채널 정보: (1) 백화점

1) 미츠코시 이세탄HD(Isetan Mitsukoshi)

		<p>간략 소개</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1886년에 첫 점포를 개점한 이래, 전 세계 50여 개의 매장을 보유하고 있으며 방문객은 매년 2억 명 이상에 달함 - 삿포로, 센다이, 니가타, 시즈오카, 나고야, 히로시마, 타카마츠, 마츠야마, 후쿠오카, 교토점 등의 모든 점포는 본사가 아닌, 계열사 내 별도 자회사로 운영 중 - 백화점 업계의 불황이 지속됨에 따라, 수익성이 떨어지는 지방 지점을 폐점하고 도쿄 핵심 지역의 점포 운영에 회사 역량을 집중하는 추세 - 최근에는 메타버스 도입을 활용한 새로운 소비체험인 '가상 이세탄 신주쿠점'을 제공하고 있음. 실제 이세탄백화점 신주쿠점 1층과 지하 1층 매장 모습을 그대로 가상세계에 옮긴 형태로, 구매 가능한 상품이 1,200점 이상에 달함
유통채널명	ISETAN MITSUKOSHI HOLDINGS LTD..	
본사 소재지	3-2-5, NishishinjukuMitsukoshi Isetan Nishishinjuku Bldg. Shinjuku-Ku, Tokyo, 160-0023 Japan 약 73억 2,000만	
매출액 및 종업원 수	달러(2022.03.31 기준), 약 9,691명	
연락처	+81-367305016	
홈페이지	www.imhds.co.jp	매장 수 22개

홍삼 농축액 제품 매대 사진 및 판매 현황(총 2개)



1) 병 타입: Nippin 고려 홍삼 엑기스(高麗紅蔘 エキス): 11,340엔(30g)

2) 스틱형: 주식회사 AFC-HD RICH 고려 홍인삼(RICH高麗紅人蔘): 27,000엔(450g)

2) 다카시마야(Takashimaya)

		<p>간략 소개</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1932년에 오사카 지점을 시작으로 1933년 도쿄 니혼바 지점 개점을 하며 사업을 확대해 나갔고, 1958년에는 일본 백화점 최초로 뉴욕에 '뉴욕 다카시마야'를 오픈함 - 1989년에는 백화점 업계 최초로 매출 1조 엔을 넘은 바 있음 - 백화점과 부동산 사업을 영위하고 있으며, 백화점 사업이 그룹사 매출액의 80% 이상을 차지 - 현재 도쿄, 교토, 오사카와 같은 일본의 주요 도시를 중심으로 전역에 23개 지점을 보유하고 있으며, 싱가포르, 중국, 태국 등에 해외 지점을 4개 보유 	
유통채널명	TAKASHIMAYA COMPANY, LIMITED		
본사 소재지	5-1-5, Nanba, Chuo-Ku Osaka, Osaka, 542-0076 Japan		
매출액 및 종업원 수	약 68억 3,000만 달러(2022.02.28 기준), 약 7,223명		
연락처	+81-66631110		
홈페이지	www.takashimaya.co.jp	매장 수	23개

홍삼 농축액 제품 매대 사진 및 판매 현황(총 1개)



- Nippin 고려 홍삼 엑기스(高麗紅蔘エキス): 10,206엔(30g)

주요 유통채널 정보: (2) 한인마트

1) 예스마트(Yesmart)

		간략 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 면세점 사업을 시작으로 관광, 유통, SPA제조업, 무역업 등을 영위하고 있는 주식회사 에이산(EISAN Co.,Ltd.)이 설립한 한국 식품 전문 슈퍼마켓 프랜차이즈 유통채널 - 예스마트는 코로나19로 인해 면세점 실적이 부진하면서 이에 대한 새로운 수익모델로 2020년 9월에 설립됨 - 식재료, 조미료, 화장품, 잡화 등 한국제품들을 다양하게 취급 중 - 최근 전국으로 점포를 빠르게 늘리며 확장 및 성장하고 있는 한인마트
유통채널명	예스마트 (韓国スーパー Yesmart イエスマート)		
홈페이지	yesmart.co.jp	매장 수	23개

홍삼 농축액 제품 매대 사진 및 판매 현황(총 4개)



1) 병 타입

- 철이네홍삼 지강인고려 홍삼정 골드(6年 根紅參ゴールド): 11,644엔(100g)

2) 스틱형

- 초월홍삼 발효홍삼 데일리스틱(発酵紅參デリースティック): 12,000엔(360ml)
- 초월홍삼 순 발효홍삼 프리미엄(純・発酵紅參プレミアム): 6,999엔(360ml)
- 철이네홍삼 홍삼정 데일리굿타임(紅參精 デイリーグッ+ ドタイム): 4,838엔(100ml)

주요 유통채널 정보: (2) 한인마트

2) 장터 한국광장

		간략 소개 - 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치함 - 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료 - 점포 구매 물건의 택배 서비스는 현재 오사카 지점에서만 적용 중(구매 금액에 따른 무료 택배 서비스 제공 중) - 한국산 주류, 라면, 과일 등 2,000개 종류의 다양한 상품을 판매하고 있으며, 식료품 매장 외에도 도매 전문 인터넷 쇼핑몰과 화장품 전문점을 운영함 - 온라인상에서는 야후 쇼핑 내 입점 (shopping.geocities.jp/hiroba/) - 도매 전문 센터: 2개소(도쿄, 오사카) - 도매 및 대량구매 사이트: 064.ehiroba.jp	
유통채널명	장터 한국광장(韓国広場)		
홈페이지	www.ehiroba.jp	매장 수	2개

홍삼 농축액 매대 사진 및 판매 현황(총 5개)



1) 병 타입

- 농협홍삼 홍삼정 프라이م(紅參精 PRIME): 14,580엔(120g)
- 대한홍삼진흥공사 금산지점 고려 6년근 홍삼 농축액로얄100(6年根紅參濃縮液): 6,480엔(100g)

2) 스틱형

- 초월홍삼 발효홍삼 데일리스티크(發酵紅參데일리스티ック): 12,000엔(360ml)
- 초월홍삼 순 발효홍삼 프리미엄(純・發酵紅參プレミアム): 6,998엔(360ml)
- 철이네홍삼 홍삼정 데일리굿타임(紅參精 デイリーグッ+ ドタイム): 5,292엔(100ml)

주요 유통채널 정보: (3) 온라인

1) 아마존 재팬

		입점 조건 및 비용 관련	1. 입점 조건
유통총액	4조 5,100억 엔 (2020년 12월 기준)		- 출품용 계정을 등록. 등록 시에는 정부 발행 신분증명서, 은행계좌 번호·코드, 결제 가능한 신용카드, 납세 정보, 전화번호 등이 필요함. 등록 후에 심사가 진행
취급 상품 수	2억 개 이상		- 소규모 출품 서비스: 출품 가능한 상품이 한정되어 식품·음료, 화장품, 의류, 보석 등은 출품이 불가능
연락처	아마존 재팬 합동회사: (대표) 03-6367-4000		- 위의 상품을 대규모 출품 서비스로 출품할 때, 허가 신청이 필요한 상품이 존재하며 식품·음료도 필요할 수 있음
홈페이지	www.Amazon.co.jp		2. 최소 신청 예산: 월 이용료+수수료
병 타입 홍삼 농축액 관련 제품 판매 현황(총 4개)			1) 월이용료
			- 대규모 출품 서비스: 4,900엔(VAT 별도)
			- 소규모 출품 서비스(월 49개 이하): 100엔(VAT 별도)
			2) 판매수수료
			- 계약 체결 시 8~15%, 45%, 품목에 따라 상이하며 최저 판매수수료 30엔
			- 소규모 출품 서비스의 경우 기본 체결 수수료 건당 100엔
- 정관장 홍삼 농축액(正官庄 高麗人參 紅蔘エキス): 5,681엔(30g)			
- 포천인삼영농조합 고려 홍삼 농축액로얄(高麗紅參濃縮液 エキスロイヤル): 9,510엔(240g)			
- 일화 홍삼 농축액(一和高麗紅參濃縮液): 11,478엔(240g)			
- 일화 홍삼 농축액 6년근 홍삼정(一和高麗紅參濃縮液 6年根 紅蔘精): 12,490(100g)			

2) 라쿠텐 시장

Rakuten		입점 조건 및 비용 관련
유통총액	3조 64억 엔 (2020년 12월 기준)	
취급 상품 수	약 284만 6,000개 (2021년 2월 1일 기준)	
연락처	라쿠텐 주식회사: (대표) 050-5581-6910	
홈페이지	www.rakuten.co.jp	
1. 입점 조건 - 소정의 입점 심사가 있으며, 지정서류(입점 신청서, 심사서류, 취급 예정인 상품의 판매에 필요한 영업허가·자격 등의 서류, 판매상품 사진)의 제출이 필요. 위에 더해 등기부등본이 필요할 수 있음 - 심사의 기준 및 조건은 공개하고 있지 않으나, 종합 플랫폼 중에서는 심사가 엄격한 편에 속함. 인터넷 쇼핑몰 실적이 없거나, 사업 및 상품의 내용이 미흡하거나, 모호한 부분이 있으면 심사에 통과하지 못할 수 있음 - 개인, 부업 입점에는 대응하지 않으며, 판매금지 상품이 정해져 있음 2. 초기 신청 예산(초기 지불 금액(VAT 별도)) - 파이팅! 플랜: 29만 4,000엔 - 스탠다드 플랜: 36만 엔 - 메가숍 플랜: 66만 엔 3. 초기 비용(VAT 별도): 6만 엔 4. 월 이용료/수수료(VAT 별도) 1) 매달 입점료 - 파이팅! 플랜: 1만 9,500엔 - 스탠다드 플랜: 5만 엔 - 메가숍 플랜: 10만 엔 2) 시스템 이용료 - 파이팅! 플랜: 3.5~7.0% - 스탠다드 플랜: 2.0~4.5% - 메가숍 플랜: 2.0~4.5% * 그 외, 기타 시스템 이용료, 라쿠텐 포인트 지급비용, 라쿠텐 페이 이용료 등이 발생함		
병 타입 홍삼 농축액 관련 제품 판매 현황(총 3개) - 정관장 홍삼 농축액(正官庄 高麗人參 紅蔘エキス): 10,371엔(30g) - 일화 홍삼 농축액(一和高麗紅參濃縮液): 19,444엔(240g) - 후쿠오카 농사 연구소 고려홍삼 농축액(福岡農事研究所 高麗紅參濃縮液): 8,000엔(30g)		

3) Qoo10

		입점 조건 및 비용 관련	1. 입점 조건
유통총액	1,830억 엔 (2020년 12월 기준)		- 전용 사이트에서 입점 신청서(메일 주소, SMS 인증을 위한 휴대전화 필요), 본인 확인 서류와 통장 사본을 제출
취급 상품 수	약 12억 개		- 본인 확인 서류는 개인의 경우 면허증·보험증·여권(택 1), 개인사업자의 경우 개업신고서, 법인의 경우 이력 사항 전부 증명서의 사본을 제출해야 함
연락처	eBay Japan 합동회사: (대표) 050-5840-9100		- 판매에 면허가 필요한 상품의 경우는 판매 면허 정보가 필요
홈페이지	www.qoo10.jp		2. 초기 신청 예산: 무료 3. 초기 비용: 무료 4. 월 이용료/수수료
병 타입 홍삼 농축액 관련 제품 판매 현황(총 4개)			1) 판매수수료: 6~10%
- 정관장 홍삼 농축액(正官庄 高麗人參 紅蔘エキス): 7,618엔(30g)			2) 결제 수수료: 무료
- 포천인삼영농조합 고려 홍삼 농축액로얄(高麗紅參濃縮液 エキスロイヤル): 15,000엔(240g)			3) 포인트 지급비용: 매장별로 설정
- 일화 홍삼 농축액(一和高麗紅參濃縮液): 11,210엔(240g)			4) 판매자 레벨(매장 거래액에 따라 매월 변동) 상승 기준
- 일화 홍삼 농축액 6년근 홍삼정(一和高麗紅參濃縮液 6年根 紅蔘精): 7,800(100g)			- 일반 판매자: 신규 입점 시의 초기 레벨
			- 우수 판매자: 최근 12개월 거래 금액이 100만 엔 이상 (레벨 유지기준: 전월 거래금액 10만 엔 이상)
			- 파워 판매자: 최근 12개월 거래금액이 500만 엔 이상 (레벨 유지 기준: 전월 거래 금액 50만 엔 이상)

II

경쟁사



01

일본 홍삼 농축액 경쟁사 선정

경쟁사 선정 기준

지원 기업의 제품과 유사한 병 타입 농축액이며, 가장 많은 유통채널에서 판매되는 한국산 제품을 기준으로 경쟁사를 우선 선정하였고, 오프라인에 유통되고 있는 제품의 경쟁 브랜드를 모두 포함함. 이에 따라 선정한 경쟁제품 및 경쟁사는 아래와 같음

- 1) Nippin 고려홍삼액기스: 백화점과 주요 온라인몰을 포함하여 가장 많은 유통채널에서 판매
- 2) 철이네홍삼 지강인 고려 홍삼정 골드: 오프라인 매장(에스마트)에서 스틱형과 병 타입 판매 중
- 3) 홍삼정 프라임: 오프라인 매장(장터)에서 판매 중
- 4) 고려홍삼정 6년근 홍삼 농축액로얄100: 오프라인과 온라인에서 모두 판매 중
- 5) 초월홍삼 발효홍삼 & 발효홍삼 프리미엄: 스틱형 제품이나 주요 온라인몰에서 모두 판매 중
- 6) 정관장 홍삼 농축액: 지원 기업 선정 경쟁사
- 7) 일화 홍삼 농축액 & 6년근 홍삼정: 병 타입 홍삼 농축액 중 인기리에 판매 중인 브랜드 제품

경쟁제품 현황	유통채널		원산지	형태
	판매 중인 유통채널	유통 채널 수		
1 Nippin 고려홍삼액기스	이세탄, 다카시마야, 라쿠텐, 야후쇼핑, Qoo10, 아마존 재팬	6	한국	병 타입
2 철이네홍삼 지강인고려 홍삼정 골드	에스마트	1	한국	병 타입
3 홍삼정 프라임	장터	1	한국	병 타입
4 고려홍삼정 6년근 홍삼 농축액로얄100	에스마트, 라쿠텐, 아마존 재팬, Qoo10	4	한국	병 타입
5 AFC-HD RICH 고려 홍인삼	이세탄	1	일본	스틱형
6 초월홍삼 발효홍삼 데일리스틱	에스마트, 라쿠텐, 아마존 재팬	3	한국	스틱형
7 초월홍삼 순 발효홍삼 프리미엄	에스마트, 라쿠텐, 아마존 재팬, 야후 쇼핑, Qoo10	5	한국	스틱형
8 철이네홍삼 홍삼정 데일리굿타임	에스마트	1	한국	스틱형
9 정관장 홍삼 농축액	아마존 재팬, 라쿠텐, 야후쇼핑, Qoo10	4	한국	병 타입
10 고려홍삼 농축액 로얄	아마존 재팬, 야후 쇼핑, Qoo10	3	한국	병 타입
11 일화 홍삼 농축액	아마존 재팬, 라쿠텐, 야후쇼핑, Qoo10	4	한국	병 타입
12 일화 홍삼 농축액 6년근 홍삼정	아마존 재팬, 야후쇼핑, Qoo10	3	한국	병 타입

1) Nippon

경쟁사 기본 정보			<ul style="list-style-type: none"> - 1894년에 설립되었으며, 건강식품, 이미용품, 의약외품 등을 제조·판매함 - 건강식품의 경우, 오일류, 보충제류, 녹즙/스무디류 및 향신료를 취급하고 있음 - 고려홍삼 시리즈의 경우 정관장의 인삼을 주원료로 하여 제조함
	업체명	NIPPON CORPORATION(ニッポンライフイノベーション株式会社)	
	매출액	28억 6,000만 달러	
	직원 수	1,137명(그룹사 총합: 3,775명)	
	홈페이지	www.nippon.co.jp	
	연락처	+81-335115301	
주소	4-8, KojimachiNippon Flour Mills Bldg. Chiyoda-Ku, Tokyo, 102-0083 Japan		
제품 현황			
	- 고려홍삼 농축액, 캡슐 및 차 제품 판매 중		
유통 현황	오프라인	이세탄, 타카시마야	
	온라인	라쿠텐, 아마존 재팬, 야후 쇼핑, Qoo10	

2) N사

경쟁사 기본 정보			<ul style="list-style-type: none"> - N사 홍삼 브랜드인 한삼인은 인삼 농가를 통한 계약재배부터 생산, 품질관리, 유통, 판매까지 전 공정에 걸쳐 N사가 직접 관리 - 첨가물과 부원료가 무첨가된 100% 홍삼 농축액 제품 - 300여 가지 안정성 검사를 통해 엄격한 품질관리 실시
	업체명	N사	
	매출액	약 560억 원	
	직원 수	약 130명	
	홈페이지	www.hansamin.com	
	연락처	+82-1800-7040	
주소	서울특별시 송파구 오금로 58 (신천동 잠실아이스페이스 4층)		
제품 현황			
	- 다양한 홍삼 조제품 판매 중		
유통 현황	오프라인	장터	

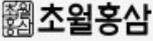
3) D사

경쟁사 기본 정보			<ul style="list-style-type: none"> - 2004년에 설립되었으며, 미국, 일본, 캐나다, 베트남 등에 수출 중 - 식품의약품안전처 건강기능식품 전문제조허가, GMP, HACCP, FDA, ISO 등 인증 보유 - 산하 브랜드로는 명기삼과 흥천하가 있으며, 다양한 홍삼 제조품 취급 중
	업체명	N사	
	매출액	약 560억 원	
	직원 수	약 130명	
	홈페이지	www.hansamin.com	
	연락처	+82-1800-7040	
제품 현황	주소		서울특별시 송파구 오금로 58 (신천동 잠실아이스페이스 4층)
	 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 홍삼 조제품 판매 중 		
유통 현황	오프라인	장터	

4) G사

경쟁사 기본 정보			<ul style="list-style-type: none"> - 충남 금산에서 3대째 인삼 가업을 이어오고 있으며, 2002년에 금산홍삼랜드로 법인 설립 - 대표적인 브랜드로 지강인(철이네 홍삼)이 있으며, 홍삼정, 홍삼분말, 홍삼절편, 마른 홍삼 등 다양한 홍삼 제품 취급 - 업계 최초로 유통마진이 없는 직거래 시스템
	업체명	G사	
	매출액	약 22억 3,536만 원	
	직원 수	10~20명	
	홈페이지	redginsengland.co.kr	
	연락처	+82-41-752-9800	
제품 현황	주소		32727 충청남도 금산군 금산읍 구름고개길 28(상리) 금산홍삼랜드
	 <ul style="list-style-type: none"> - 지강인 베스트셀러 제품 		
유통 현황	오프라인	에스마트	
	온라인	확인되지 않음	

5) H사

경쟁사 기본 정보			<ul style="list-style-type: none"> - 1990년에 설립 - 충북 오송 바이오밸리 생명과학단지에 위치한 HACCP 및 GMP 인증 설비 보유 자체 공장에서 제조 - 유튜브 계정 '초월홍삼'을 통해 SNS 마케팅, 프로모션 등 실시 - 발효 홍삼 라인이 주력 상품군
	업체명	H사	
	매출액	약 32억 1,700만 원(2020년 기준)	
	직원 수	22명(2021년 기준)	
	홈페이지	nhcc.co.kr	
	연락처	+82-080-801-8888	
주소	서울특별시 구로구 새말로 97 (구로동) 신도림테크노마트 15층		
제품 현황			
	<ul style="list-style-type: none"> - 초월홍삼 베스트셀러 제품 		
유통 현황	오프라인	예스마트	
	온라인	아마존 재팬, Rakuten, Qoo10, 야후 쇼핑 등	

6) Y사

경쟁사 기본 정보			<ul style="list-style-type: none"> - 1971년 제약회사로 설립되었으며, 1979년에 고려인삼제약을 인수함과 동시에 인삼 탄산드링크 출시 - 1972년 국내 최초로 일본에 인삼차를 수출함 - 현재 미국, 일본, 홍콩 등 해외 현지 법인을 거점으로 세계 40여 개국에 인삼 제품을 수출 중 - 춘천과 초청에 제조 공장 보유
	업체명	Y사	
	매출액	약 1,625억 원	
	직원 수	약 390명	
	홈페이지	ilhwa.co.kr	
	연락처	+82-080-311-2222	
주소	경기도 구리시 별말로 96		
제품 현황			
	<ul style="list-style-type: none"> - 홍삼 농축액, 양갱, 태블릿, 차 등 다양한 홍삼 조제품 판매 중 		
유통 현황	오프라인	확인되지 않음	
	온라인	아마존 재팬, Rakuten, Qoo10, 야후 쇼핑 등	

7) K사

경쟁사 기본 정보			<ul style="list-style-type: none"> - 1899년 대한제국 궁내부 삼정과에서 시작하여 1999년 KGC인삼 공사로 사명을 변경함 - 사업 분야는 Health와 Beauty 크게 2개로 구성되며 홍삼 제품과 화장품, 스파, 여성케어 제품 등을 제조·판매 - 40여 개 국가에 253개의 제품을 판매 중이며 홍삼 부문 전 세계 시장 점유율 48%를 차지함 - 2014년 할랄인증, 2016년 코셔인증 획득
	업체명	K사	
	매출액	1조 2,928억 원(2021년 12월 31일 기준)	
	직원 수	약 1,694명(2022년 8월 31일 기준)	
	홈페이지	www.kgc.co.kr	
	연락처	+82-1588-2304	
	주소	대전광역시 대덕구 벚꽃길 71(평촌동)	
제품 현황			
	 <ul style="list-style-type: none"> - 대표 제품으로는 정관장, 부리삼, 홍삼정 에브리타임, 홍삼정이 있음 - 판매 중인 차류 제품으로는 홍삼차와 고려인삼차(TEA PLUS)가 확인됨 		
유통 현황	오프라인	확인되지 않음	
	온라인	아마존 재팬, 야후 쇼핑, 라쿠텐	

III

경쟁력 파악



01 제품 경쟁력 검증

g당 평균 가격은 156.8엔

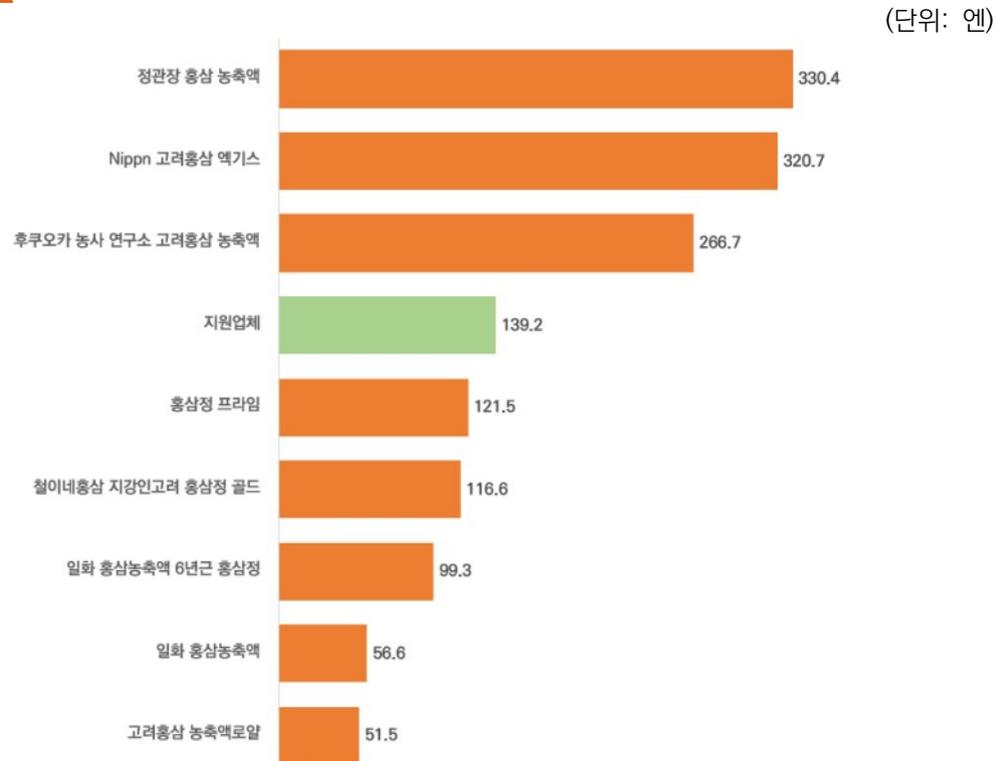
병 타입 홍삼 농축액의 경쟁제품 8개 품목의 평균 g당 평균 가격은 156.8엔(약 1,505원)으로 조사됨

- 경쟁제품 중 g당 가격이 가장 높은 제품은 정관장 홍삼 농축액(약 330.4엔)으로 조사됨
- 그 외에, Nippon 고려홍삼 엑기스(320.7엔), 후쿠오카 농사 연구소 고려홍삼 농축액(266.7엔) 등 순으로 높게 나타남
- 지원 기업의 g당 평균 가격은 139.2엔(약 1,270원)으로 9개 제품 중 상위 4위를 차지함
- g당 가격이 가장 낮은 제품은 고려홍삼 농축액로얄(51.5엔)으로 조사됨

제품 용량의 경우, 대체로 100~300g에 해당되며 인삼/홍삼의 원산지 기준으로 일본산 2개, 중국산 2개, 한국산 9개로 확인됨

- 경쟁 브랜드 국가 기준으로는 5개가 한국산, 8개가 일본산인 것으로 확인됨

 **그림 13** 병 타입 홍삼 농축액 경쟁제품 g당 가격 비교



*주1: 지원 기업 제품의 희망가는 30g 기준 40,000원이므로 엔화로 치환 시 약 4,176엔, 따라서 g당 가격은 139.2엔임
 *주2: 동일 제품이 오프라인/온라인상에서 상이한 가격으로 판매되는 경우 평균값을 기준으로 산정함

오프라인 경쟁제품 g당 평균 가격은 165.5엔으로 조사됨

백화점인 이세탄, 다카시마야 그리고 한인마트인 예스마트와 장터에서 판매 중인 오프라인 경쟁 제품 4개 품목의 평균 g당 가격은 165.5엔(약 1,590원)으로 조사됨

이세탄과 다카시마야 백화점에서 판매 중인 Nippon 고려홍삼 엑기스 제품이 g당 가격 359.1엔(약 3,440원)을 기록하여 가장 높게 나타남

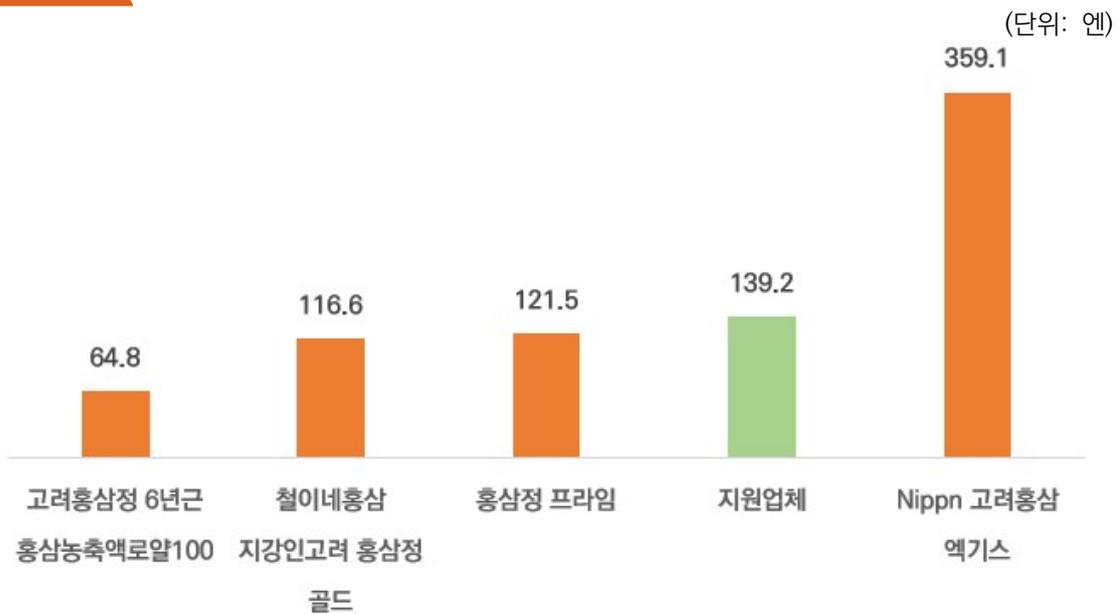
- 그 외, 지원 기업 제품이 139.2엔을 차지하였으며 홍삼정 프라임(121.5엔), 철이네홍삼 지강 인고려 홍삼정 골드(116.6엔), 고려홍삼정 6년근 홍삼 농축액로알100(64.8엔) 순

지원 기업의 홍삼 농축액 제품은 g당 평균 가격이 139.2엔이므로, 오프라인에서 판매될 경우 중고가 시장에서 경쟁하게 될 것으로 분석됨



그림 14

병 타입 홍삼 농축액 오프라인상 경쟁제품 g당 가격 비교



온라인 경쟁제품 g당 평균 가격은 162.3엔으로 조사됨

라쿠텐, 야후 쇼핑, Qoo10, 아마존 재팬에서 판매 중인 온라인 경쟁제품 7개 품목의 평균 g당 가격은 162.3엔(약 1,560원)으로 조사됨

정관장 홍삼 농축액 제품이 g당 330.4엔(약 3,170원)을 기록하여 가장 높게 나타남

- 그 외, Nippon 고려홍삼 엑기스(301.5엔), 호쿠오카 농사 연구소 고려홍삼 농축액(266.7엔) 등 순

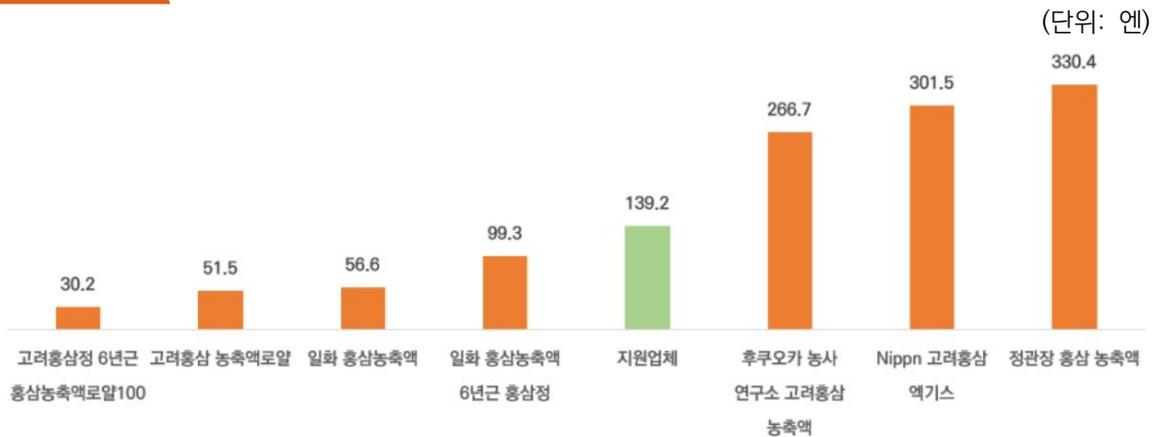
- 지원 기업 제품의 g당 평균 가격은 139.2엔(약 1,340원)으로 전체 8개 제품 중 4위를 차지함

지원 기업의 홍삼 농축액 제품은 g당 평균 가격이 139.2엔이므로, 온라인상에서 판매될 경우 중간 가격대에서 경쟁하게 될 것으로 분석됨



그림 15

병 타입 홍삼 농축액 온라인상 경쟁제품 g당 가격 비교



02 벤치마킹 제품 분석

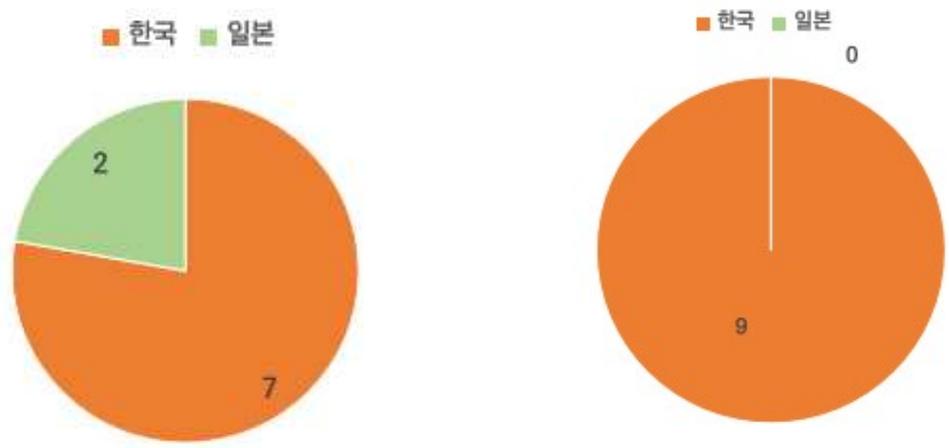
홍삼 농축액의 원산지별 가격 포지셔닝 분석

병 타입 홍삼 농축액 9개 경쟁제품의 원산지별 분포는 한국과 일본이 각각 7:2 비율을 차지함

반면, 주요 원료인 인삼의 원산지는 모두 한국산으로 나타남

- 일본 브랜드인 경우에도 한국 인삼의 우수성 때문에 원재료로 한국산 인삼을 사용하는 것으로 나타남
- 또한 홍보 자료에도 한국에서 재배한 인삼을 사용하였다는 점을 강조함

 **그림 16** 병 타입 홍삼 농축액 경쟁사 국적별(좌) 인삼 원산지별(우) 분포



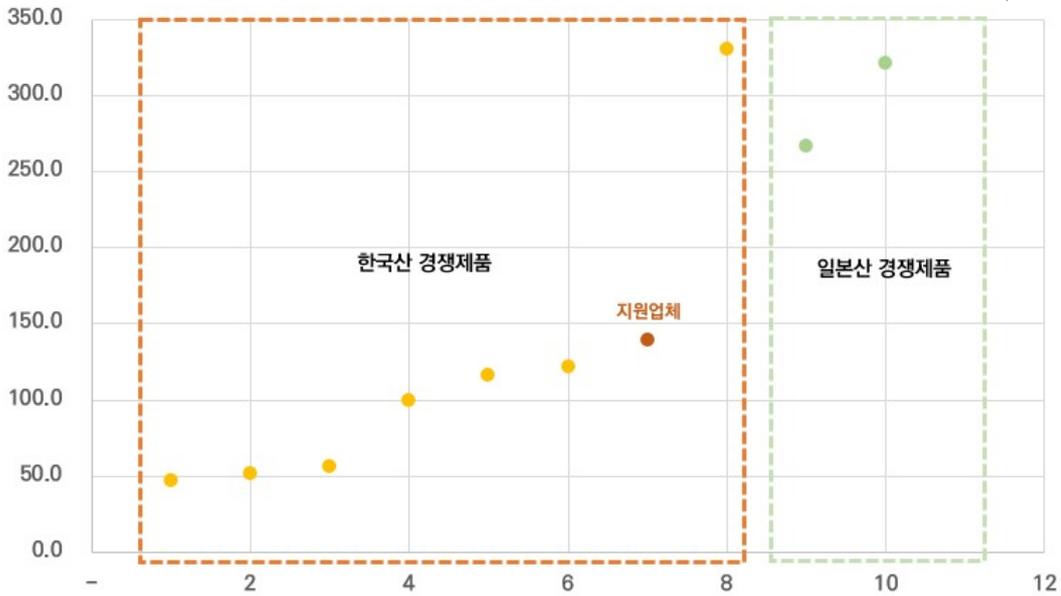
경쟁 브랜드의 국적 기준 원산지별 병 타입 홍삼 농축액의 g당 가격을 비교한 결과, 지원 기업 제품을 제외한 한국산과 일본산 제품의 평균 가격은 각각 117.6엔(약 1,130원), 293.7엔(약 2,800원)으로 일본산 제품이 약 2.5배 가까이 높게 나타남

- 한국산 경쟁제품의 g당 가격은 정관장 제품 1개(330.4엔)를 제외하고는 50~120엔 이하 가격대인 중저가 시장에 위치하고 있음
- 일본산 경쟁제품의 g당 가격은 250~350엔 가격대에 위치하고 있어 프리미엄 시장에 포지셔닝 되어 있는 것으로 분석됨
- 따라서, 지원 기업 제품의 g당 가격인 139.2엔은 한국제품 평균(117.6엔) 대비 높은 가격이므로, 중간 혹은 중상위 가격대에 위치하는 것으로 분석됨



그림 17 병 타입 홍삼 농축액 경쟁제품 g당 가격 비교

(단위: 엔)



*주1: 병 타입 홍삼 농축액 10개 제품(지원 기업 포함)의 원산지별 가격 포지셔닝을 분석함

고급스러운 선물용 패키징

일화의 '홍삼 농축액 6년근 홍삼정'과 후쿠오카 농사 연구소의 '고려홍삼 농축액' 제품의 경우 차별화된 용기 패키징 소재를 통해 고급스러움을 강조함

- 대부분의 인삼차 제품 패키징은 종이곽의 외부 패키징에 병 용기로 구성되어 있으나, 두 제품은 검정색과 황금색을 콘셉트 컬러로 하고 도자기를 연상시키는 패키징을 사용하여 고급스러운 프리미엄 제품이라는 이미지를 강조함
- 또한 후쿠오카 농사 연구소 제품의 경우 외곽 패키징도 종이가 아닌 나무를 사용하여 차별화함
- 따라서, 고급스러운 소재와 디자인을 사용하면 선물용으로 적합한 프리미엄 제품이라는 이미지를 줄 수 있을 것으로 전망됨



그림 18

일화의 '홍삼 농축액 6년근 홍삼정'(좌) 및 후쿠오카 농사 연구소의 '고려홍삼 농축액'(우)의 패키징



자료: 당사 홈페이지

안전한 성분과 엄격한 품질관리를 통해 프리미엄 이미지 구축

(성분) 무합성 향료, 무착색료, 보존료 무첨가 혹은 100% 국내산 6년근 홍삼만 사용 등 안전하고 엄선된 재료로 제조되었음을 강조하여 프리미엄 이미지를 강조함

(품질관리) 'GMP 인증 보유', 'HACCP, ISO9001 등 인증 시설에서 제조', '미국 FDA 등록', '독일의 엄격한 잔류농약검사 통과' 등의 키워드를 통해 엄격한 품질관리를 받은 제품임을 강조

한류 스타 마케팅을 통한 브랜드 홍보

일본에서도 인기가 높은 한류 모델을 기용하여 브랜드를 효과적으로 홍보

- 일본 시장에서 인지도가 없는 브랜드의 경우, 인기가 높은 한류스타를 활용하여 자사 제품을 홍보한다면 효과적으로 브랜드 인지도를 제고할 수 있음



그림 19

초월 홍삼(좌) 한삼인(우) 인기 한류 모델 마케팅 사례



자료: 당사 홈페이지

IV

시사점



01 수출 확대 방안

가격 경쟁력

8개 병 타입 홍삼 농축액 경쟁제품의 g당 평균 가격은 156.8엔(약 1,505원)으로 확인됨. 오프라인과 온라인의 g당 평균 가격은 각각 165.5엔(약 1,590원), 162.3엔(약 1,560원)으로 나타남

- 일본산 제품 가격이 한국산 대비 약 2.5배 이상 높은 수준으로 대체로 한국산은 중저가 시장을, 일본산은 프리미엄 시장을 차지하고 있음
- 따라서 우선 타깃 시장을 설정하고 해당 시장의 경쟁제품과 대동소이한 가격대를 설정해야 가격 경쟁력을 갖출 수 있을 것으로 분석됨

벤치마킹 및 마케팅 방안

안전하고 엄선된 성분 사용과 제조 관련한 인증 및 특허 보유 등 엄격한 품질관리를 강조하여 프리미엄 제품임을 홍보

- 경쟁사의 경우 'GMP 인증 보유', 'HACCP, ISO9001 등 인증 시설에서 제조', '미국 FDA 등록', '독일의 엄격한 잔류농약검사 통과' 등의 키워드를 통해 엄격한 품질관리를 받은 제품임을 강조하고 있음
- 또한 무합성 향료, 무착색료, 보존료 무첨가 혹은 100% 국내산 6년근 홍삼만 사용 등 안전하고 엄선된 재료로 제조되었음을 강조하여 프리미엄 이미지를 강조함
- 따라서 한국산 제품임을 강조하고, 성분 관련하여 취득한 인증이나 특허가 있다면 이를 적극 어필할 필요가 있음. 또한 어떤 지역에서 어떤 방식으로 재배되었는지 등을 자세히 설명한다면 소비자들의 신뢰도를 높일 수 있을 것으로 전망됨
- 그 밖에도 인삼 재배 과정, 재배 지역의 특징 등 관련 내용을 영상이나 콘텐츠로 제작하여 한국산 프리미엄 인삼을 사용했다는 점을 홍보할 경우 일본 소비자들에게 효과적으로 소구할 수 있을 것으로 전망됨

고급스러운 패키징과 부자재를 사용하여 선물용 프리미엄 제품으로 포지셔닝하는 것도 고려해볼 만함

- 일본은 여행을 가거나 연말, 특별한 행사에 선물하는 문화가 있는데, 이때 중요시 생각하는 요소가 가격보다는 제품의 품질과 패키징임

- 따라서 홍삼 농축액이 선물용으로 적합한 제품임을 인식시키기 위해 고급스러운 패키징과 정교한 디자인을 개발하고 그에 맞는 마케팅을 진행한다면 소비자들에게 효과적으로 소구할 수 있을 것으로 전망됨

한류 스타 마케팅을 통한 브랜드 인지도 제고

- 일본 시장에서 인지도가 없는 브랜드의 경우, 인기가 높은 한류스타를 활용하여 자사 제품을 홍보한다면 효과적으로 브랜드 인지도를 제고할 수 있음
- 따라서 한류 모델을 통한 브랜드 홍보 전략을 고려해볼 필요가 있음

02 참고 문헌

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. 후지경제조사
3. Amazon Japan
4. Rakuten
5. Qoo10
6. Yahoo Shopping
7. 업계동향(業界動向) SEARCH
8. 일본백화점협회(日本百貨店協會)

□ 참고 자료

1. Euromonitor International, "Dietary Supplements in Japan", 2022.10
2. aT한국농수산물유통공사, "일본의 온라인 플랫폼 현황 및 진출전략 조사", 2021.07

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022. 12

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