



2020

해외시장 맞춤형조사

No. | 202010-12

품목 | 노니젤리(Noni Jelly Stick)

국가 | 일본(Japan)

구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 일본 노니젤리 경쟁제품 선정	10
2. 일본 노니젤리 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 일본 노니젤리 경쟁제품 포지셔닝	17
4. 일본 노니젤리 경쟁제품 현지 조사 결과	18
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 일본 노니젤리 경쟁기업 선정	32
2. 일본 노니젤리 경쟁기업 현황	33
3. 일본 노니젤리 경쟁기업 세부정보	35
IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 주식회사 핸드즈무역(株式会社ハンズトレーディング)	41
Interview ② 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)	44
Interview ③ 주식회사 채널JP(株式会社・チャンネルJP)	46
Interview ④ 주식회사 사브(株式会社サーブ)	48
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	51
2. 벤치마킹 제품 분석	55
3. 기업 마케팅 벤치마킹	57
VI. 시장진출제언(Export Insights)	59
*참고문헌	62

I. 요약(Summary)

Summary

(요약)

온라인 조사(수치는 유통 점유율)			
온라인	아마존 재팬(Amazon Japan)	25.7%	· 일본 내 온라인 쇼핑물 점유율 1위 · 책, 생활용품, 패션, 식품 등 다양한 제품 판매
	라쿠텐(Rakuten)	12.6%	· 일본 내 온라인 쇼핑물 점유율 2위 · 여전히 이용자가 많고 다수의 업체가 판매 페이지 운영
	야후 재팬 쇼핑 (Yahoo Japan Shopping)	12.1%	· 세계 유일 독자 운영 중인 야후 재팬 포털 내 쇼핑 플랫폼 · 야후 포털을 통해 쉽게 접근할 수 있는 것이 장점

조사 지역(일본)

일본의 대표 온라인 쇼핑몰 아마존 재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 재팬 쇼핑(Yahoo Japan Shopping)을 조사함. 아마존 재팬은 다양한 품목을 판매하는 일본 최대의 온라인 쇼핑몰로, 2020년 기준 온라인 쇼핑물 시장 점유율 1위의 기업임. 라쿠텐은 2016년 이후 아마존 재팬에 추월당해 현재 일본 내 온라인 쇼핑물 부문 2위의 업체임. 여전히 많은 소비자가 이용하고 있으며 다수의 업체가 입점하여 판매 페이지를 운영 중임. 야후 재팬은 세계에서 유일하게 독자 운영하는 플랫폼으로, 다른 나라와 달리 일본에서는 여전히 활발하게 이용되고 있으며 야후 포털을 통해서 쉽게 접속할 수 있다는 장점을 바탕으로 많은 사용자를 유치하고 있음



경쟁제품	경쟁기업																		
<p>· 일본 노니젤리 경쟁제품 15개 조사</p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 10px;"> <p>평균 100g당 가격분석, 액상 제품보다 정제 제품 가격차이가 큰 편 액상 최저가 192엔 vs. 최고가 529엔 → 2.75배 정제 최저가 2,586엔 vs. 최고가 7,373엔 → 2.85배</p> <p>수입산은 액상 제품이 비싸고 정제 제품이 저렴 일본산 액상 305엔, 정제 5,009엔 수입산 액상 363엔, 정제 3,842엔</p> </div> </div>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>경쟁기업</th> <th>국적</th> <th>대표제품</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>모린다</td> <td>미국</td> <td>타히치안노니주스</td> </tr> <tr> <td>나우 푸드</td> <td>미국</td> <td>노니 베지 카푸세루</td> </tr> <tr> <td>다이나믹 헬스</td> <td>미국</td> <td>오가닉 노니주스</td> </tr> <tr> <td>디에이치씨</td> <td>일본</td> <td>노니에키스</td> </tr> <tr> <td>DMJ</td> <td>일본</td> <td>노니 노오슈쿠 소후토</td> </tr> </tbody> </table>	경쟁기업	국적	대표제품	모린다	미국	타히치안노니주스	나우 푸드	미국	노니 베지 카푸세루	다이나믹 헬스	미국	오가닉 노니주스	디에이치씨	일본	노니에키스	DMJ	일본	노니 노오슈쿠 소후토
경쟁기업	국적	대표제품																	
모린다	미국	타히치안노니주스																	
나우 푸드	미국	노니 베지 카푸세루																	
다이나믹 헬스	미국	오가닉 노니주스																	
디에이치씨	일본	노니에키스																	
DMJ	일본	노니 노오슈쿠 소후토																	

경쟁력파악			진출 제언														
기준(ASA)	경쟁력	경쟁제품	기준(ASA)	경쟁력	경쟁제품												
가격(100g/ml당) (938.0엔)	○	<table border="1"> <thead> <tr> <th>액상</th> <th>정제</th> <th>전체</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>343.6엔</td> <td>4,425.4엔</td> <td>9197.3엔</td> </tr> </tbody> </table>	액상	정제	전체	343.6엔	4,425.4엔	9197.3엔	첨가물 (사과·대추액)	●	<table border="1"> <thead> <tr> <th>정제수</th> <th>과즙</th> <th>오일</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>8개</td> <td>3개</td> <td>2개</td> </tr> </tbody> </table>	정제수	과즙	오일	8개	3개	2개
액상	정제	전체															
343.6엔	4,425.4엔	9197.3엔															
정제수	과즙	오일															
8개	3개	2개															
용량 (200g, 20g*10개)	○	<table border="1"> <thead> <tr> <th>액상</th> <th>정제</th> <th>전체</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>890.1ml</td> <td>59.1g</td> <td>557.7g</td> </tr> </tbody> </table>	액상	정제	전체	890.1ml	59.1g	557.7g	제형 (스틱젤리형)	●	<table border="1"> <thead> <tr> <th>액상</th> <th>정제</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>9개</td> <td>15개</td> </tr> </tbody> </table>	액상	정제	9개	15개		
액상	정제	전체															
890.1ml	59.1g	557.7g															
액상	정제																
9개	15개																
인증 (無)	○	<table border="1"> <thead> <tr> <th>인증 有</th> <th>인증 無</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>8개 (USDA Organic, JAS 등)</td> <td>7개</td> </tr> </tbody> </table>	인증 有	인증 無	8개 (USDA Organic, JAS 등)	7개	홍보채널 (無)	○	<table border="1"> <thead> <tr> <th>자사 홈페이지</th> <th>SNS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>有(5개)</td> <td>페이스북, 인스타그램 등</td> </tr> </tbody> </table>	자사 홈페이지	SNS	有(5개)	페이스북, 인스타그램 등				
인증 有	인증 無																
8개 (USDA Organic, JAS 등)	7개																
자사 홈페이지	SNS																
有(5개)	페이스북, 인스타그램 등																

● 차별화된 경쟁력 ○ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

Point. 01

- 1) A사 제품 가격, 현지 유사 경쟁제품에 비해 비싼 편
- 2) 현지 바이어 및 소비자, 식품 관련 인증 취득 제품 신뢰

Point. 02

- 1) 스틱젤리형과 동일한 제형을 가진 경쟁제품이 부재하여 제형 측면에서 경쟁력 높음
- 2) 경쟁사의 경우 자사 홈페이지와 SNS로 제품 홍보, 일본어 사용 업체는 아직 1개사가 유일

Competitive Product

(경쟁제품)

일본(Japan)

노니 경쟁제품

선정 및 포지셔닝

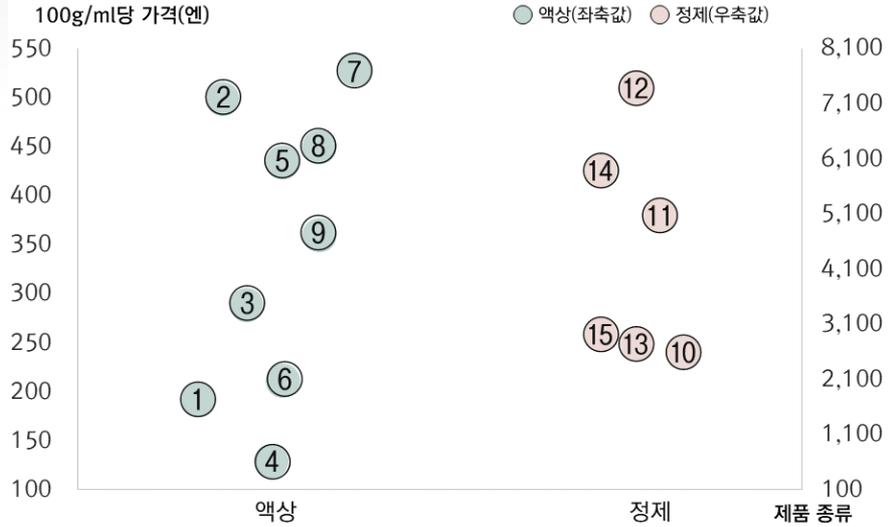
경쟁제품 선정 기준

· 온라인/오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준

· X축: 제품 종류

· Y축: 100g/ml당 가격(엔)



일본(Japan)

노니젤리 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(제조사)	소비자가격 ¹⁾	100g/ml당 가격	용량 ²⁾	포장 형태	원산지	인증
액상	① 초오주쿠노니주스 (서브)	1,728엔 (18,423원)	192엔 (2,047원)	900ml	유리병	일본	N/A
	② 타히치안노니주스 (모린다)	4,990엔 (53,200원)	499엔 (5,320원)	1,000ml	유리병	프랑스	N/A
	③ 오키나와켄산카주우 하쿠 파야센토 노니주스 (크리마 케이엠티)	2,600엔 (27,719원)	289엔 (3,080원)	900ml	유리병	일본	N/A
	④ 제에스 다테에 노니주스 (유세라)	1,296엔 (13,817원)	130엔 (1,382원)	1,000ml	카툰팩	뉴질랜드	JAS Certification
	⑤ 닥터 노니 나마시보리 노니카주스 (켄코오코무)	3,908엔 (41,664원)	434엔 (4,629원)	900ml	유리병	일본	JAS Certification
	⑥ 노니 스우파아프루트 주스 (나우 푸드)	2,000엔 (21,323원)	211엔 (2,254원)	946ml	플라스틱 병	미국	USDA Organics
	⑦ 오가닉 타히티안 노니 라즈베리 플레이버 (다이내믹 헬스)	2,500엔 (26,653원)	529엔 (5,635원)	473ml	플라스틱 병	미국	USDA Organics
	⑧ 오가닉 노니주스 (다이내믹 헬스)	4,250엔 (45,311원)	449엔 (4,790원)	946ml	플라스틱 병	미국	USDA Organics, Kosher, HALAL
	⑨ 엘쓰바운티 타히티안 퓨어 노니 주스 (네이처웨이)	3,400엔 (36,248원)	359엔 (3,832원)	946ml	플라스틱 병	미국	Kosher
정제	⑩ 노니에키스 (디에이치씨)	1,350엔 (14,393원)	2,586엔 (27,572원)	52.2g (580mg*90정)	플라스틱 파우치	일본	N/A
	⑪ 노니 초부 쿠티산 (울가랜드)	2,280엔 (24,308원)	5,067엔 (54,017원)	45.0g (250mg*180정)	플라스틱 파우치	일본	N/A
	⑫ 노니 노오슈쿠 소후토 (디엠제이)	2,880엔 (30,705원)	7,373엔 (78,609원)	39.1g (630mg*62정)	플라스틱 파우치	일본	N/A
	⑬ 노니 비지 카무세루 (나우 푸드)	1,108엔 (11,813원)	2,736엔 (29,167원)	40.5g (450mg*90정)	플라스틱 병	미국	N/A
	⑭ 노니 프루트 (누사 퓨어)	5,880엔 (62,688원)	5,880엔 (62,688원)	100.0g (500mg*200정)	플라스틱 병	미국	Non-GMO
	⑮ 노오슈쿠노니 (닥터스 베스트)	2,270엔 (24,201원)	2,910엔 (31,027원)	78.0g (650mg*120정)	플라스틱 병	미국	Non-GMO

(*) 현지 판매 노니 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑물 인기제품

1) 100엔 = 1,066원 (2021.02.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 액상은 용량, 고체는 중량으로 표기하는 것이 일반적이지만, A사 제품이 액상 형태이므로 용량으로 일괄 표기함

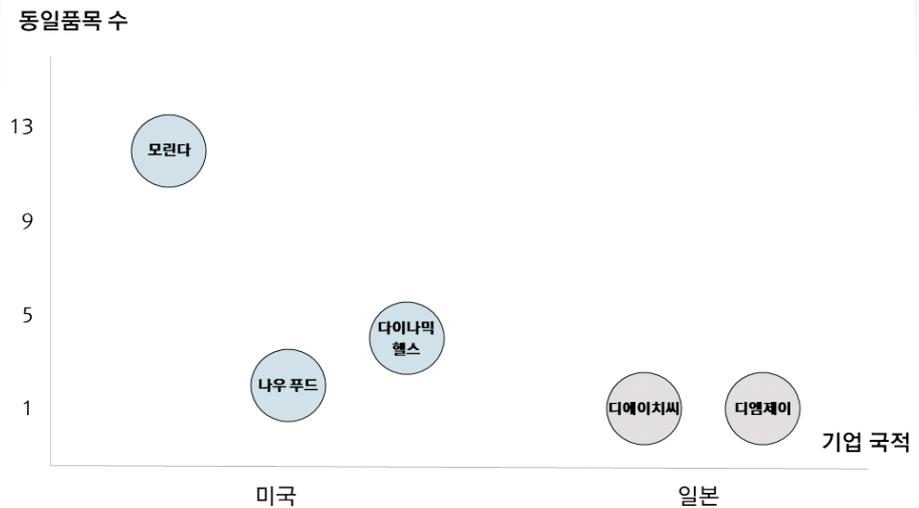
Competitor

(경쟁기업)

일본(Japan) 노니젤리 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정
· 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝
· X축: 기업(제조사) 국적
· Y축: 동일품목 수



일본(Japan) 노니젤리 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일품목 수
모린다 (モリンダ)	미국	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 아마존 재팬 라쿠텐 야후 재팬 쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (영어/일본어) SNS 플랫폼 (일본어) 페이스북 인스타그램 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> 음료에 섞어 맛있게 즐길 수 있는 철저한 품질 관리 합성 보존료/감미료/착색료 무첨가 진하고 새콤달콤한 맛이 특징 엄선 소재를 사용 	12개
나우 푸드 (Now Foods)	미국	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 라쿠텐 야후 재팬 쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (영어) SNS 플랫폼 (영어) 페이스북 인스타그램 유튜브 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> 천연 식품에서 발견되는 천연 영양 성분 인공 색소, 향료 또는 방부제 없음 다당류, 식물 영양소, 바이오 플라보노이드, 지방산 에스테르 풍부 건강한 면역 체계 기능과 정상적인 세포 반응을 지원 	2개
다이نام릭 헬스 (Dynamic Health)	미국	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 아마존 재팬 라쿠텐 야후 재팬 쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (영어) SNS 플랫폼 (영어) 페이스북 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> 미네랄, 효소, 항산화 비타민, 바이오 플라보노이드 풍부 항산화 활동, 정상적인 염증 반응, 면역 체계 기능, 강화된 지구력 순수하게 마시든, 물에 첨가하든, 좋아하는 음료와 혼합하든 	4개
디에이치씨 (DHC)	일본	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 아마존 재팬 라쿠텐 야후 재팬 쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (일본어) SNS 플랫폼 (일본어) 페이스북 인스타그램 유튜브 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> 기적의 과일 노니 + 미용 비타민 10종 건강 유지에 도움 노니 추출물을 40배로 농축하여 보충 소프트 캡슐로 노니 특유의 맛과 냄새도 신경 쓰이지 않는 	1개
디엠제이 (DMJ)	일본	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 라쿠텐 야후 재팬 쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (일본어) SNS 플랫폼 (일본어) 페이스북 	<ul style="list-style-type: none"> 천연 노니만을 엄선 사용 노니의 영양을 먹기 좋은 소프트 캡슐에 응축 GMP 인증 공장에서 제조 철저한 품질 관리를 인정받은 	1개

(*) 현지 노니젤리 경쟁기업 5개사 분석

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

일본(Japan)

노니젤리 인터뷰

대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 건강기능식품 유통업체 ○
- 노니 제품 취급 경험 ○

	주식회사 핸즈무역 (株式会社ハンズトレーディング)	마쓰모토키요시 (マツモトキヨシ)	주식회사 채널P (株式会社チャンネルP)	주식회사 사브 (株式会社サブ)
업태 ▶	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체
노니 제품 ▶ 취급				
	숙성 노니주스	노니 원액	노니주스	노니 캡슐
사진자료:	주식회사 핸즈무역, 마쓰모토키요시, 주식회사 채널P, 주식회사 사브 제품 판매 페이지			

일본(Japan)

노니젤리 바이어 인터뷰

A사	주식회사 핸즈무역 (株式会社ハンズトレーディング)	마쓰모토키요시 (マツモトキヨシ)	주식회사 채널P (株式会社チャンネルP)	주식회사 사브 (株式会社サブ)
	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체
<p>약 1,876엔 (20,000원)</p> <p>제품 가격</p>	노니 경쟁제품 대비 매우 비싼 편	시판 제품 대비 2배 이상으로 다소 비싼 제품	유명 노니 수입 제품과 비교했을 때에도 비싼 편	당사 판매 제품 대비 3배 정도 비싼 편
<p>노니액, 사과, 대추</p> <p>원료 및 첨가물</p>	노니 맛을 꺼리는 소비자를 위해 바나나, 사과 등 맛을 중화시켜줄 수 있는 원료 추가를 추천하고 있는데, A사 제품이 이에 해당함	콜라겐 과 같은 인기 성분 추가 시 소비자에게 더욱 매력적일 것	노니 원액 외 다른 원료를 사용하여 노니 함량이 적지 않을까 우려됨	노니 맛 중화를 위해 별도의 성분을 추가하기보다는 과일 등 함께 섭취하기 좋은 맛 조합을 안내하는 방법도 있음
<p>젤리스팅형, 200g(20g*10개)</p> <p>제품 제형, 용량</p>	1회 섭취량 20g은 적절한 용량 , 현재 일본 내 노니 제품은 주스가 대부분이므로 젤리스팅형에 호응 예상	노니가 아닌 다른 건강식품 중에서는 스틱젤리형이 존재, 젤리스팅형은 익숙한 포장 형태	플라스틱 파우치에 든 젤리형태라면 간편하게 휴대해 섭취하기 좋을 것	한 포당 20g 용량은 적당함 . 젤리스팅형 은 신선해서 호응 예상
<p>노니 제품 구매 시 우선 고려사항</p>	미용 효과 에 관심 있는 여성층이 주로 구매 , 세포 재생 등 미용 효과를 강조하는 홍보가 필요	노니는 노년층이 건강개선 목적으로 많이 섭취, 선물용 구매도 많으므로 선물세트를 구성해 홍보 시 효과가 좋을 것	주요 구매층인 40-50대 기혼 여성 타깃 설정, 맛 또는 건강 효과 중 하나에 초점 맞춰 제품 개선할 것	일본 내 노니 제품 유통 채널은 온라인만으로도 충분

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 4개사

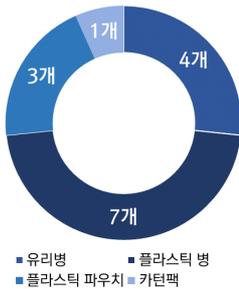
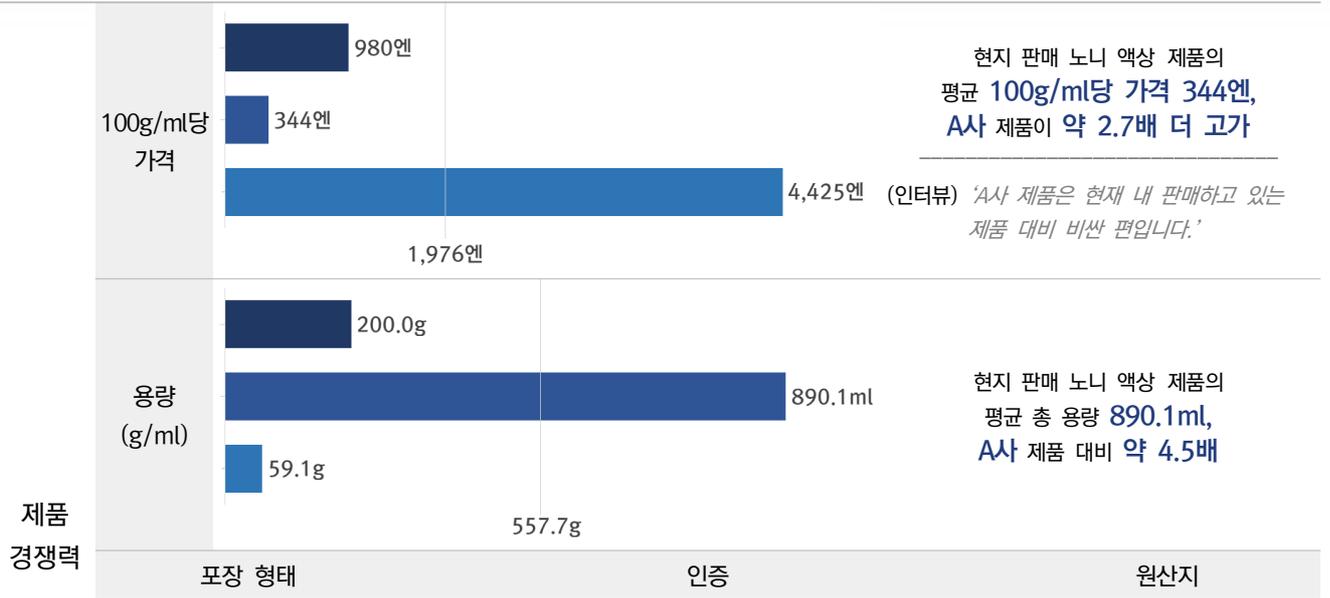
Competitiveness

(경쟁력파악)

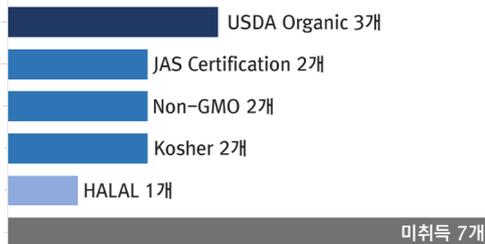
일본(Japan) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 액상 ■ 정제 | 15개 경쟁제품 평균

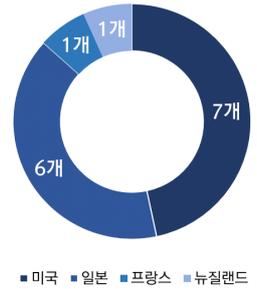
경쟁력 평가 의견



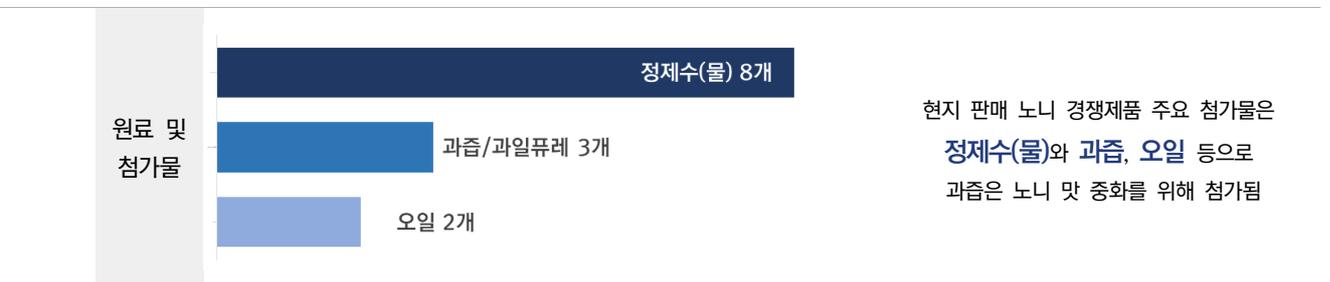
경쟁제품 15개 중 7개 제품, 유리병으로 포장



경쟁제품 15개 중 8개 제품, 1개 이상의 식품 인증 취득



경쟁제품 15개 중 7개 제품, 미국에서 제조, 일본산은 6개 제품



마케팅 벤치마킹	경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
		경쟁기업 5개사 모두 일본 주요 온라인 쇼핑몰 3개 모두 입점	경쟁기업 5개사의 자사 홈페이지 는 제품 홍보 채널로서 활용되고 있으며, SNS 플랫폼 으로는 페이스북을 모두 활용	경쟁기업 5개사는 주로 제품의 ' 성분 ', ' 기능 ', ' 편의성 ' 등을 강조한 홍보문구 활용

II. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 일본 노니젤리 경쟁제품 선정
2. 일본 노니젤리 경쟁제품 조사지표 선정
3. 일본 노니젤리 경쟁제품 포지셔닝
4. 일본 노니젤리 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 일본 노니젤리 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

A사 제품 특징



제품명	노니골드플러스 젤리스틱
제품 품목	노니젤리
용량	200g(20g*10개)
포장 형태	종이상자, 플라스틱 파우치
특징	노니 특유의 맛을 중화해 먹기 쉬움, 노니 함량 80%, 젤리형으로 섭취가 간편하고 위생적임

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
 - 제품명 : 노니골드플러스 젤리스틱
 - 제품 품목 : 노니젤리
 - 용량 : 200g(20g*10개)
 - 포장 형태 : 플라스틱 파우치, 종이상자
 - 주요 특징 : 스틱젤리형으로 섭취 간편, 노니 맛 중화

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑물 인기제품 확인



- ① 현지 주요 온라인 쇼핑물(Top 3) 확인
 1. 아마존 재팬(Amazon Japan) : 25.7%
 2. 라쿠텐(Rakuten) : 12.6%
 3. 야후 재팬 쇼핑(Yahoo Japan Shopping) : 12.1%
- ② 주요 온라인 쇼핑물 내 동일 품목 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑물별 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑물 모두에서 확인 : 2개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 온라인 쇼핑물 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 : 아마존재팬, 라쿠텐 등 온라인 판매처
- ② 온라인 매장 조사 제품 선정
 - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (온라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

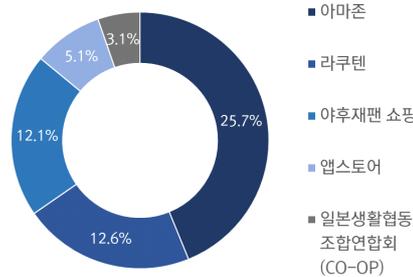
●
일본 주요 온라인 쇼핑몰
(Top 3)

사이트명	판매 식품 종류
 amazon amazon 재팬	건강기능식품, 신선식품, 가공식품 등
 Rakuten 라쿠텐	건강기능식품, 신선식품, 가공식품 등
 YAHOO! 야후 재팬 쇼핑	건강기능식품, 가공식품, 수입식품 등

▶ 일본 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 아마존 재팬, 라쿠텐, 야후 재팬 쇼핑

유로모니터에 따르면, 2020년 기준 일본 현지인들이 가장 많이 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개사는 아마존 재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 재팬 쇼핑(Yahoo Japan Shopping)³⁾으로, 이들 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 시장 점유율은 약 59.4%에 달함

[표 2.1] 일본 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

●
일본 주요 온라인 쇼핑몰의
판매량 상위 인기제품

제품명	제조사
노니 베지 카푸세쿠	나우 푸드
노니 노오슈쿠 소후토	디엠제이

▶ 인기 온라인 쇼핑몰에 모두 진출한 경쟁제품, 2개

일본 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 2개 제품이 3개 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중이며, 2개 쇼핑몰에서만 판매 중인 제품은 5개로 확인됨

[표 2.2] 일본 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	아마존 재팬	라쿠텐	야후 재팬 쇼핑
1	노니 프루트 (누사 퓨어)	초오주쿠 노니 소프트캡슐 (가라다아이칸)	노니 베지 카푸세쿠 (나우 푸드)
2	노니 베지 카푸세쿠 (나우 푸드)	헨즈 노니 퓨어 앤 오가닉 주스 (헨즈)	닥터 노니 나미시보리 노니카주스 (켄코오코무)
3	오가닉 타히타안 노니 라즈베리 플레이버 (다이나믹 헬스)	헨즈 노니 퓨어 앤 와일드 사모아 (헨즈)	노니 노오슈쿠 소후토 (디엠제이)
4	노니 프루트 스우파아프루트 (네이처웨이)	노니 츠부 쿿쿠산 (올가랜드)	노오슈쿠노니 (닥터스 베스트)
5	노니 노오슈쿠 소후토 (디엠제이)	제에스 다테에 노니주스 (유세라)	타히타안 퓨어 노니 주스 (얼쓰버운티)
6	노오슈쿠노니 (닥터스 베스트)	노니 노오슈쿠 소후토 (디엠제이)	노니 스우파아프루트 주스 (나우 푸드)
7	초오주쿠 하쿠 파이센토 노니 주스 (가라다아이칸)	노니 베지 카푸세쿠 (나우 푸드)	헨즈 노니 퓨어 앤 오가닉 주스 (헨즈)
8	오키나와켄산카주우 하쿠 파이센토 노니주스 (크리마 케이엠티)	닥터 노니 나미시보리 노니카주스 (켄코오코무)	닥터 노니 카푸세쿠 (켄코오코무)
9	노니에키스 (디에이치씨)	미라쿠루 노니 (류큐 프론트)	타히타안노니주스 (모린다)
10	오가닉 노니주스 (다이나믹 헬스)	노니 스우파아프루트 주스 (나우 푸드)	노니 츠부 쿿쿠산 (올가랜드)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 □ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 아마존 재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 재팬 쇼핑(Yahoo Japan Shopping) 홈페이지

3) 야후 재팬은 일본 통신 대기업 소프트뱅크(Softbank) 산하의 포털 검색 및 이커머스 회사로, 세계에서 유일하게 독자 운영하고 있음

3) 조사 국가 및 현지 조사
매장 선정

● 일본 정보⁴⁾

인구	약 1억 2,596만명
인구 밀도	약 334명/km ²
면적	377,975km ²
1인당 GDP	약 46,827달러

● 유통채널 별 전년대비
점유율 증가율('20)

슈퍼마켓	1%
혼합형 소매점	3%
편의점	-4%
비식료품 전문점	-7%
온라인 쇼핑물	5%

● A사 진출 선호 유통채널

드럭스토어
온라인 쇼핑물
방문판매
드럭스토어
하이퍼마켓

▶ 일본, 조사 대상 지역으로 선정

일본은 인구수 약 1억 2,596만 명 이상을 보유한 대형 소비시장으로 경제 규모는 세계 4위에 달하며 한국과 지리적으로도 가까움. 야노경제연구소(Yano Research Institute)에 따르면, 일본의 건강보조식품 시장 규모는 2018년 기준 7,814억 엔에 달해 전년대비 1.4% 성장함. 또한 세계 교역량 통계에서도 일본은 한국 기업들이 건강보조식품⁵⁾을 가장 많이 수출하는 국가로, 2016년부터 2018년까지 매년 수출액이 증가해온 유망한 시장임

▶ 현지 조사 매장 선정, 온라인 쇼핑물

2020년 기준 일본의 건강 강화/기능성 가공식품(Fortified/Functional Packaged Food)의 유통채널 별 점유율을 확인한 결과, 슈퍼마켓이 34.8%로 가장 높았고, 혼합형 소매점 25.1%, 편의점 14.8%, 비식료품 전문점 14.4% 순으로 나타남. 전통적으로 건강 강화/기능성 가공식품의 주요 유통채널 중에서는 슈퍼마켓이 강세이나 온라인 쇼핑물의 점유율은 2019년 5.9%에서 2020년에는 5.9%로 약 5% 성장하여 주요 유통채널 중 가장 빠른 성장세를 보임. 또한 최근 코로나19 위기로 온라인 쇼핑물 판매가 급증하고 있는 데다 고객사의 진출 선호 유통채널 중 하나로도 온라인 쇼핑물이 선정되어 일본의 주요 온라인 쇼핑물을 중심으로 조사를 실시함

[표 2.3] 일본 건강 강화/기능성 가공식품 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
슈퍼마켓	34.8%	이온(AEON), 라이프(Life), 요크마트(York Mart)
혼합형 소매점	25.1%	돈키호테(Don Quijote), 이토-요카도(Ito-Yokado), 세이유(Seiyu)
편의점	14.8%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
비식료품 전문점	14.4%	야마다전기(Yamada Denki), 웰시아(Welcia), 츠루하(Tsuruha)
온라인 쇼핑물	5.9%	아마존 재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 이후 재팬 쇼핑(Yahoo Japan Shopping) 등

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

4) 일본 통계국(Statistics Bureau of Japan), 2020.07

5) HS Code 2106.90 기준 Global Trade Atlas 교역량 통계 참고

4) 경쟁제품 선정

▶ 온라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기제품

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정

(*) 아마존 재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 재팬 쇼핑(Yahoo Japan Shopping)

▶ 온라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 액상: 노니 나무 열매에서 추출한 원액 또는 해당 원액을 농축, 발효, 또는 배합하여 가공한 액상 형태의 제품
- 정제: 노니 나무 열매 또는 추출물을 일정한 형상으로 압축하여 고체 형태로 제조한 제품

2. 일본 노니젤리 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 가격

- 온라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 온라인 채널에서 판매되는 제품의 100g/ml당 가격

▶ 조사 지표 ② 용량

- 제품의 형태에 따른 용량
- ※ 제형에 따라 제품별 용량 표기가 g 혹은 ml로 다를 수 있음

▶ 조사 지표 ③ 섭취 방법

- 제품의 권장 섭취 방법

▶ 조사 지표 ④ 제품 종류

- 액상: 노니 나무 열매에서 추출한 원액 또는 해당 원액을 농축, 발효, 또는 배합하여 가공한 액상 형태의 제품
- 정제: 노니 나무 열매 또는 추출물을 일정한 형상으로 압축하여 고체 형태로 제조한 제품

▶ 조사 지표 ⑤ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
- ※ 경쟁제품의 포장 형태는 내부포장(용기)을 조사함
- 포장 형태
 - 유리병: 유리로 만든 병에 내용물을 담고 포장한 형태
 - 플라스틱병: 플라스틱 소재의 병 용기에 내용물을 포장한 것
 - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 형태
 - 카턴팩: 펄프로 만든 판지 양면에 무균 폴리에틸렌(PE)으로 코팅한 종이팩에 내용물을 포장한 것

▶ 조사 지표 ⑥ 유통기한

- 제품의 유통기한

▶ 조사 지표 ⑦ 원산지

- 제품의 원산지

▶ 조사 지표 ⑧ 홍보문구

- 제품의 홍보문구

▶ 조사 지표 ⑨ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

●
보유 인증 마크



JAS Certification⁶⁾



USDA Organic⁷⁾



Kosher



HALAL



Non-GMO

▶ 조사 지표 ⑩ 주요 원료 및 첨가물

- 제품의 주요 원료 및 첨가물

▶ 조사 지표 ⑪ 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

[표 2.4] 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
JAS Certification	일본 ‘농림 수산물의 표준화 등에 관한 법률’에 의거하여 그 규칙에 부합하는 유기농 식품에 부여하는 인증
USDA Organic	미국 농무부의 유기농 제품 규정에 부합하는 식품에 부여하는 인증
Kosher	유대교 율법에 따라 조리된 식품 인증
HALAL	무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증
Non-GMO	유전자변형작물(GMO)을 사용하지 않고 제조된 식품에 부여되는 인증

6) 일본 농림수산업성(農林水産省) 홈페이지 (www.maff.go.jp)

7) 미국 농무부(United States Department of Agriculture) 홈페이지 (www.usda.gov)

[표 2.5] 일본 노니젤리 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g/ml당 가격	제품 100g/ml당 가격
용량	g/ml	제품별로 용량 표기가 g 혹은 ml로 다를 수 있음
섭취 방법		제품의 권장 섭취 방법
제품 종류	액상	노니 나무 열매에서 추출한 원액 또는 해당 원액을 농축, 발효, 또는 배합하여 가공한 액상 형태의 제품
	정제	노니 나무 열매 또는 추출물을 일정한 형상으로 압축하여 고체 형태로 제조한 제품
포장 형태	유리병	유리로 만든 병에 내용물을 담고 포장한 형태
	플라스틱 병	플라스틱 소재의 병 용기에 내용물을 포장한 것
	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 형태
	카턴팩	펄프로 만든 판지의 양면에 무균 폴리에틸렌(PE)으로 코팅한 종이팩에 내용물을 포장한 것
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
주요 원료 및 첨가물		제품의 주요 원료 및 첨가물
보유 인증	USDA Organic	미국 농무부의 유기농 제품 규정에 부합하는 식품에 부여하는 인증
	JAS Certification	일본 '농림 수산물의 표준화 등에 관한 법률'에 의거하여 그 규칙에 부합하는 유기농 식품에 부여하는 인증
	Kosher	유대교 율법에 따라 조리된 식품 인증
	HALAL	무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증
	Non-GMO	유전자변형작물(GMO)을 사용하지 않고 제조된 식품에 부여되는 인증

3. 일본 노니젤리 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(제조사)

- ① 초오주쿠노니주스 (서브)
- ② 타히치안노니주스 (모린다)
- ③ 오키나와켄산카주우 하쿠 파아센토 노니주스 (크리마KMT)
- ④ 제에스 닌테에 노니주스 (유세라)
- ⑤ 닥터 노니 나마시보리 노니카주스 (켄코요코무)
- ⑥ 노니 스우파아프루트 주스 (나우 푸드)
- ⑦ 오가닉 타히티안 노니 라즈베리 플레이버 (다이나믹 헬스)
- ⑧ 오가닉 노니주스 (다이나믹 헬스)
- ⑨ 얼썌바운티 타히티안 퓨어 노니 주스 (네이처웨이)
- ⑩ 노니에키스 (디에이치씨)
- ⑪ 노니 츠부 쿣쿠산 (올가랜드)
- ⑫ 노니 노오슈쿠 소후토 (디엠제이)
- ⑬ 노니 베지 카푸세루 (나우 푸드)
- ⑭ 노니 프루트 (누사 퓨어)
- ⑮ 노오슈쿠노니 (닥터스 베스트)

▶ 포지셔닝 ① : 100g/ml당 가격, 액상 제품보다 정제 제품 가격 격차가 큼

일본 온라인 쇼핑몰에서 조사된 노니젤리 경쟁제품 15개는 액상 제품 9개와 정제 제품 6개로 분류됨. 제품 종류에 따라 용량 100g/ml당 가격은 액상 제품의 경우 최소가격 제품이 192엔(약 2,047원)⁸⁾, 최고가격 제품이 529엔(약 5,639원)으로, 최고가격 제품이 최소가 제품보다 2.75배 더 비쌌. 정제 제품의 경우 용량 100g/ml당 가격은 최소가격 제품이 2,586엔(약 27,567원), 최고가격 제품이 7,373엔(약 78,596원)에 달하여, 최고가격 제품이 2.85배 더 비싼 것으로 확인됨

▶ 포지셔닝 ② : 원산지별 특징, 수입산은 비교적 액상 제품이 비싸고 정제 제품이 저렴한 편

일본 온라인 쇼핑몰에서 조사된 노니젤리 경쟁제품 15개는 원산지에 따라 일본산 제품 6개, 미국, 프랑스, 뉴질랜드 등 일본 외 국가 제품이 9개로 확인됨. 구체적으로 일본 외 국가 제품은 미국산 7개, 프랑스와 뉴질랜드산이 각 1개씩 조사됨. 경쟁제품의 원산지별 평균 100g/ml당 가격을 살펴본 결과 일본 액상 제품은 305엔(약 3,251원), 일본 외 국가 액상 제품은 363엔(약 3,870원)으로 일본 외 국가 액상 제품이 약간 더 비쌌던 반면, 정제 제품의 경우 평균 100g/ml당 가격은 일본 정제 제품 5,009엔(약 53,396원), 일본 외 국가 정제 제품 3,842엔(약 40,956원)으로 일본 정제 제품이 무려 약 30% 더 비싼 것으로 조사됨

[표 2.6] 일본 노니젤리 경쟁제품 포지셔닝



자료: 일본 노니젤리 경쟁제품 15개 분석

8) 100엔 = 1,066원 (2021.02.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

4. 일본 노니젤리 경쟁제품 현지 조사 결과

▶ 일본의 온라인 쇼핑몰 아마존 재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 재팬 쇼핑(Yahoo Japan Shopping) 조사

일본의 대표 온라인 쇼핑몰 아마존 재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 재팬 쇼핑(Yahoo Japan Shopping)에서 판매되는 노니젤리 경쟁제품 상위 15개를 각각 조사함. 아마존 재팬은 책, 생활용품, 패션, 식품, 유아용품, 자동차용품 등 매우 다양한 품목을 판매하는 일본 최대의 온라인 쇼핑몰임. 라쿠텐은 일본 내 부동의 1위 온라인 쇼핑몰이었으나 2016년 이후 아마존 재팬에 추월당해 현재는 일본 내 온라인 쇼핑몰 부문 2위의 업체임. 그런데도 여전히 많은 소비자가 이용하고 있으며 다수의 업체가 입점하여 판매 페이지를 운영하고 있음. 야후 재팬은 세계에서 유일하게 독자 운영하는 플랫폼으로, 다른 나라와 달리 일본에서는 여전히 활발하게 이용되고 있음. 야후 재팬 쇼핑은 대형 포털 사이트 야후에서 쉽게 접속할 수 있다는 장점을 바탕으로 많은 사용자를 유치하고 있음

[표 2.7] 일본 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
아마존 재팬 (Amazon Japan)	온라인 쇼핑몰	6	<ul style="list-style-type: none"> · 미국 이커머스 기업 아마존의 일본법인 · 일본 온라인 쇼핑몰 점유율 1위 · 책, 생활용품, 패션, 식품, 유아용품, 자동차용품 등 다양한 제품 판매 · 일본 국내뿐만 아니라 해외배송 서비스도 제공
라쿠텐(Rakuten)	온라인 쇼핑몰	7	<ul style="list-style-type: none"> · 인터넷 쇼핑몰인 '라쿠텐 시장'에서 출발 · 일본의 대표 온라인 쇼핑몰 중 하나로 다수 업체가 입점 · 아마존 재팬에 비해서는 물류 인프라가 다소 미비한 것으로 알려져 있음
야후 재팬 쇼핑 (Yahoo Japan Shopping)	온라인 쇼핑몰	2	<ul style="list-style-type: none"> · 일본 통신 대기업 소프트뱅크(Softbank) 산하의 포털 검색 및 이커머스 회사로, 세계에서 유일하게 독자 운영 중 · 대형 포털 사이트 야후에서 쉽게 접속할 수 있다는 장점으로 다수 업체가 입점

▶ **경쟁제품 판매 현황, 15개 중 2개 제품은 3개 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매**

아마존 재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 재팬 쇼핑(Yahoo Japan Shopping)에서 인기제품을 조사한 결과, 노니 베지 카푸세루, 노니 노오슈쿠 소후토 총 2개 제품이 3개 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매되는 것으로 확인됨. 이들 제품은 제품 종류가 액상이 아닌 정제 제품이라는 공통점이 있음. 그밖에 초오조쿠노니주스, 닥터 노니 나마시보리 노니카주스, 노니 스우파아프루트 주스, 노니 츠부 콧쿠산, 노오슈쿠노니 총 5개 제품이 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 것으로 확인됨

[표 2.8] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			제품 종류	
	아마존 재팬	라쿠텐	야후 재팬 쇼핑	액상	정제
① 초오주쿠노니주스 (서브)		○	○	○	
② 타히치안노니주스 (모린다)			○	○	
③ 오키나와켄산카주우 하쿠 파아센토 노니주스 (크리마KMT)	○			○	
④ 제에스 다테에 노니주스 (유세라)		○		○	
⑤ 닥터 노니 나마시보리 노니카주스 (켄코오코무)		○	○	○	
⑥ 노니 스우파아프루트 주스 (나우 푸드)		○	○	○	
⑦ 오가닉 타히티안 노니 라즈베리 플레이버 (다이나믹 헬스)	○			○	
⑧ 오가닉 노니주스 (다이나믹 헬스)	○			○	
⑨ 얼쓰바운티 타히티안 퓨어 노니 주스 (네이처웨어)			○	○	
⑩ 노니에키스 (디에이치씨)	○				○
⑪ 노니 츠부 콧쿠산 (올가랜드)		○	○		○
⑫ 노니 노오슈쿠 소후토 (디엠제이)	○	○	○		○
⑬ 노니 베지 카푸세루 (나우 푸드)	○	○	○		○
⑭ 노니 프루트 (누사 퓨어)	○				○
⑮ 노오슈쿠노니 (닥터스 베스트)	○		○		○

자료: 현지 조사원 자료 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

Shop ① 아마존 재팬(Amazon Japan)

매장 정보

- 유형: 온라인몰
- 판매 제품 특징:
신선식품 외에도 의류, 가정용품, 전자제품 등 다양한 종류의 제품을 온라인으로 판매함
- 주요 고객층:
현지인, 해외 서비스 이용자

브랜드
기본 정보⁹⁾



아마존은 1994년 설립된 미국 전자상거래 플랫폼으로, 미국뿐만 아니라 일본, 일본, 캐나다, 영국, 프랑스 등 여러 나라에서 아마존 웹사이트를 운영하고 있음. 2020년 기준, 아마존 재팬은 일본 온라인 쇼핑몰 시장 점유율 25.7%로 1위를 기록함

조사 제품 수: 6개

매장 정보

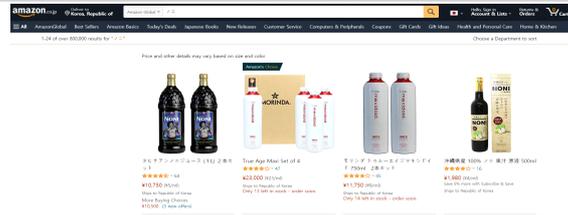


위치¹⁰⁾

도쿄

〒153-0064 東京都目黒区下目黒,
1丁目8-1 アルコタワーアネックス, Japan

매장 내부 전경



판매 노니젤리 제품 정보



노니에키스
(디에이치씨)



오키나와켄산카주우 하쿠 파야센토 노니주스
(크리마 케이엠티)



노니 프루트
(누사 퓨어)



오가닉 타히티안 노니 라즈베리 플레이버
(다이나믹 헬스)



노오슈쿠노니
(닥터스 베스트)



오가닉 노니주스
(다이나믹 헬스)

사진 자료: 현지 조사원 자료

9) 아마존(Amazon) 일본 지사 홈페이지 (www.amazon.co.jp)

10) 아마존(Amazon) 일본 지사 위치를 기재함



제품명 (현지어)	노니에키스 (ノニエキス)	제조사 (현지어)	디에이치씨 (DHC)
제품 종류	정제	용량	52.2g (580mg*90정)
소비자가격 ¹¹⁾	1,350엔 (14,393원)	100g/ml당 가격	2,586엔 (27,572원)
원산지	일본	포장 형태	플라스틱 파우치
섭취방법	1일 3정	홍보문구	10가지 이상 비타민 함유
원료 및 첨가물	올리브 오일, 노니 농축 분말		



오키나와켄산카주우 하쿠			
제품명 (현지어)	파아센토 노니주스 (沖縄県産果汁 100% ノニジュース)	제조사 (현지어)	크리마 케이엠티 (株式会社くりま KMT)
제품 종류	농축액	용량	900ml
소비자가격	2,600엔 (27,719원)	100g/ml당 가격	289엔 (3,080원)
원산지	일본	포장 형태	유리병
섭취방법	1일 1-3회, 1회 20ml	홍보문구	오키나와산 노니, 허브의 여왕
원료 및 첨가물	정제수, 유기농 노니 추출물		

11) 100엔 =1,066원 (2021.02.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)



제품명 (현지어)	노니 프루트 (Noni Fruit)	제조사 (현지어)	누사 퓨어 (Nusa Pure)
제품 종류	정제	용량	100.0g (500mg*200정)
소비자가격	5,880엔 (62,688원)	100g/ml당 가격	5,880엔 (62,688원)
원산지	미국	포장 형태	플라스틱 병
섭취방법	1일 112정	인증	Non-GMO
기타 표기사항	Gluten Free	홍보문구	면역력 강화, 세포 기능 활성화
원료 및 첨가물	유기농 노니 추출물		



제품명 (현지어)	오가닉 타히티안 노니 라즈베리 플레이버 (Organic Tahitian Noni, Raspberry Flavor)	제조사 (현지어)	다이나믹 헬스 (Dynamic Health)
제품 종류	농축액	용량	473ml
소비자가격	2,500엔 (26,653원)	100g/ml당 가격	529엔 (5,635원)
원산지	미국	포장 형태	플라스틱 병
섭취방법	1일 1-2회, 1회 30ml	맛	라즈베리 맛
인증	USDA Organics	홍보문구	노니와 라즈베리를 혼합
원료 및 첨가물	유기농 노니, 딸기 퓨레, 물, 사과 과즙 농축액, 구연산		



제품명 (현지어)	노오슈쿠노니 (濃縮ノニ)	제조사 (현지어)	닥터스 베스트 (Doctor's BEST)
제품 종류	정제	용량	78.0g (650mg*120정)
소비자가격	2,270엔 (24,201원)	100g/ml당 가격	2,910엔 (31,027원)
원산지	미국	포장 형태	플라스틱 병
섭취방법	1일 2정	인증	Non-GMO
기타 표기사항	Gluten Free, Soy Free, Vegan	홍보문구	건강한 세포 수명 주기 증진, 항산화, 면역계 활성화
원료 및 첨가물	유기농 노니 추출물		



제품명 (현지어)	오가닉 노니주스 (オーガニック ノニジュース)	제조사 (현지어)	다이나믹 헬스 (Dynamic Health)
제품 종류	농축액	용량	946ml
소비자가격	4,250엔 (45,311원)	100g/ml당 가격	449엔 (4,790원)
원산지	미국	포장 형태	플라스틱 병
섭취방법	1일 1-4회, 1회 30ml	인증	USDA Organics, Kosher, HALAL
기타 표기사항	Gluten Free, Vegan	홍보문구	항산화에 도움을 주는, 100% 노니 주스
원료 및 첨가물	정제수, 유기농 노니 추출물		

Shop ② 라쿠텐(Rakuten)

매장 정보

- 유형: 온라인 쇼핑몰
- 판매 제품 특징:
식품, 의류, 가전제품, 생활용품, 도서, 음반, 게임 등 다양한 품목의 제품을 종합적으로 취급함
- 주요 고객층:
현지인, 해외 서비스 이용자

브랜드 기본 정보¹²⁾



라쿠텐은 1997년에 설립된 일본의 온라인 쇼핑몰 브랜드로, 2020년 일본 온라인 쇼핑몰 시장 점유율 12.6%로 2위를 차지한 브랜드임. 아시아 국가 및 유럽, 미국 등 30여개 국가에서 서비스를 제공하며, 14억 명의 글로벌 회원을 보유함

조사 제품 수: 7개

매장 정보



위치¹³⁾

도쿄

〒158-0094 東京都世田谷区玉川1-14-1, Japan

매장 내부 전경



판매 노니젤리 제품 정보



초오주쿠노니주스 (서브)



노니 츠부 쿿쿠산 (올가랜드)



제에스 닌테에 노니주스 (유세라)



노니 노오슈쿠 소후토 (디엠제이)



노니 베지 카푸세루 (나우 푸드)



닥터 노 나마시보리 노니카주스 (켄코코무)



노니 스우파이프루트 주스 (나우 푸드)

사진 자료: 현지 조사원 자료

12) 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지 (corp.rakuten.co.jp)

13) 라쿠텐(Rakuten) 본사 위치를 기재함



제품명 (현지어)	초오주쿠노니주스 (超熟ノニジュース)	제조사 (현지어)	서브 (サーブ)
제품 종류	농축액	용량	900ml
소비자가격	1,728엔 (18,423원)	100g/ml당 가격	192엔 (2,047원)
원산지	일본	포장 형태	유리병
섭취방법	1일 30-90ml	홍보문구	슈퍼푸드, 100% 노니주스
원료 및 첨가물	정제수, 유기농 노니 추출물		



제품명 (현지어)	노니 츠부 쿣쿠산 (ノニ粒)	제조사 (현지어)	올가랜드 (株式会社オーガランド)
제품 종류	정제	용량	45.0g (250mg*180정)
소비자가격	2,280엔 (24,308원)	100g/ml당 가격	5,067엔 (54,017원)
원산지	일본	포장 형태	플라스틱 파우치
섭취방법	1일 2-3정	홍보문구	140 여종 이상의 영양소 함유
원료 및 첨가물	노니 분말, 한천 분말		



クリックして拡大イメージ

제품명 (현지어)	제에스 닌테에 노니주스 (クック産 認定ノニジュース)	제조사 (현지어)	유세라 (ユーセラ株式会社)
제품 종류	농축액	용량	1,000ml
소비자가격	1,296엔 (13,817원)	100g/ml당 가격	130엔 (1,382원)
원산지	뉴질랜드	포장 형태	카턴팩
인증	JAS Certification	홍보문구	쿡 제도에서 자란 100% 노니

원료 및 첨가물

정제수, 유기농 노니 추출물



제품명 (현지어)	노니 노오슈쿠 소후토 (ノニ濃縮ソフト)	제조사 (현지어)	디엠제이 (DMJ)
제품 종류	정제	용량	39.1g (630mg*62정)
소비자가격	2,880엔 (30,705원)	100g/ml당 가격	7,373엔 (78,609원)
원산지	일본	포장 형태	플라스틱 파우치
섭취방법	1일 2-4정	홍보문구	완벽한 영양 균형

원료 및 첨가물

노니 주스 추출물, 홍화 오일, 지방산 에스테르, 젤라틴, 글리세린



제품명 (현지어)	노니 베지 카푸세루 (ノニベジカプセル)	제조사 (현지어)	나우 푸드 (Now Foods)
제품 종류	정제	용량	40.5g (450mg*90정)
소비자가격	1,108엔 (11,813원)	100g/ml당 가격	2,736엔 (29,167원)
원산지	미국	포장 형태	플라스틱 병
섭취방법	1일 1정	홍보문구	하와이산 노니
원료 및 첨가물	유기농 노니 추출물		



제품명 (현지어)	닥터 노 나마시보리 노니카주스 (ドクターノニ生しほり ノニ果汁)	제조사 (현지어)	켄코오코무 (ケンコーコム)
제품 종류	농축액	용량	900ml
소비자가격	3,908엔 (41,664원)	100g/ml당 가격	434엔 (4,629원)
원산지	일본	포장 형태	유리병
섭취방법	1일 30-50ml	인증	JAS Certification
홍보문구	순도 100% 노니, 140 여종 이상의 영양분 함유	원료 및 첨가물	정제수, 유기농 노니 추출물



제품명 (현지어)	노니스우파아프루트 주스 (ノニスーパーフルーツ ジュース)	제조사 (현지어)	나우 푸드 (Now Foods)
제품 종류	농축액	용량	946ml
소비자가격	2,000엔 (21,323원)	100g/ml당 가격	211엔 (2,254원)
원산지	미국	포장 형태	플라스틱 병
섭취방법	1일 1회 30ml	인증	USDA Organics
기타 표기사항	USDA Organics	홍보문구	슈퍼푸드
원료 및 첨가물	노니 주스, 물, 사과 과즙 농축액, 딸기 퓨레, 시트르산		

Shop ③ 야후 재팬 쇼핑(Yahoo Japan Shopping)

<p>● 매장 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유형: 온라인 쇼핑몰 · 판매 제품 특징: 식품, 의류, 가정용품 및 미용제품 등 다양한 품목의 제품을 판매 · 주요 고객층: 현지인, 해외 서비스 이용자 	<p>브랜드 기본 정보¹⁴⁾</p> 	<p>야후 재팬 쇼핑은 소프트뱅크(Softbank) 그룹의 계열사 야후 재팬에서 운영하는 온라인 쇼핑몰 브랜드임. 쇼핑몰 등록비와 판매 로열티가 없기 때문에 많은 판매자들을 보유하고 있으며, 대형 포털 사이트 야후에서 쉽게 접속할 수 있다는 장점이 있음</p>
	<p>매장 정보</p>	<p>조사 제품 수: 2개</p> 
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p> 	<p>판매 노니젤리 제품 정보</p>
<p>노니젤리 판매 정보</p>		<p>타히치안노니주스 (모린다) 얼쓰바운티 타히티안 퓨어 노니 주스 (네이쳐웨어)</p>

사진 자료: 현지 조사원 자료

14) 야후 재팬 쇼핑(Yahoo Japan Shopping) 홈페이지 (shopping.yahoo.co.jp)

15) 야후 재팬(Yahoo Japan)의 본사 위치를 기재함



제품명 (현지어)	타히치안노니주스 (タヒチアンノニジュース)	제조사 (현지어)	모린다 (モリンダ)
제품 종류	농축액	용량	1,000ml
소비자가격	4,990엔 (53,200원)	100g/ml당 가격	499엔 (5,320원)
원산지	프랑스	포장 형태	유리병
섭취방법	1일 30-91ml	홍보문구	70개국 이상에서 사랑받는 노니주스
원료 및 첨가물	모린다 트로피안 퓨레, 그레이프 과즙, 블루베리 과즙		



제품명 (현지어)	얼쓰바운티 타히티안 퓨어 노니 주스 (アースバウンティタヒチ アンピュアノニジュース)	제조사 (현지어)	네이처웨어 (Natureware)
제품 종류	농축액	용량	946ml
소비자가격	3,400엔 (36,248원)	100g/ml당 가격	359엔 (3,832원)
원산지	미국	포장 형태	플라스틱 병
섭취방법	1회 30-90ml	인증	Kosher
홍보문구	100% 유기농 노니	원료 및 첨가물	정제수, 유기농 노니 추출물

Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 일본 노니젤리 경쟁기업 선정
2. 일본 노니젤리 경쟁기업 현황
3. 일본 노니젤리 경쟁기업 세부정보

1. 일본 노니젤리 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 5개 기업 선정

일본 온라인 채널에 진출한 노니젤리 제조 경쟁기업 중, 미국 기업 모린다(モリンダ), 나우 푸드(Now Foods), 다이내믹 헬스(Dynamic Health)와, 일본 기업 디에이치씨(DHC), 디엠제이(DMJ)를 선정하여 조사함. 선정된 경쟁기업 5개사 중 1개사는 노니 제품을 전문으로 판매, 유통하는 업체이며 그외 4개사는 건강기능식품 전문업체임

▶ 경쟁기업 5개사, 평균 37년 사업경력 보유

선정된 경쟁기업 5개사는 약 37년의 사업경력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 모린다는 1996년에 설립되어 25년의 사업경력을 보유하고 있으며, 나우 푸드 53년, 다이내믹 헬스 27년, 디에이치씨 46년, 디엠제이는 32년의 사업경력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 5개사, 노니젤리 동일품목 종류 조사

일본에 진출한 경쟁기업 5개사가 판매하고 있는 노니젤리의 동일품목 수를 조사한 결과 모린다가 12개로 경쟁기업 5개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 그 외 경쟁기업의 동일품목 수는 다이내믹 헬스 4개, 나우 푸드 2개, 디에이치씨와 디엠제이 1개 순으로 조사됨

[표 3.1] 노니젤리 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	사업경력	동일품목 수
모린다(モリンダ)	미국	25년	12개
나우 푸드(Now Foods)	미국	53년	2개
다이내믹 헬스(Dynamic Health)	미국	27년	4개
디에이치씨(DHC)	일본	46년	1개
디엠제이(DMJ)	일본	32년	1개

자료: 일본 진출 노니젤리 경쟁기업 5개사 분석

2. 일본 노니젤리 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 5개사 모두 일본 온라인 채널 진출

일본에 진출한 경쟁기업 5개사 모두 조사된 온라인 채널에 진출하였음. 5개사 모두 라쿠텐(Rakuten)과 야후 재팬 쇼핑(Yahoo Japan Shopping)에 진출하였으며, 모린다, 다이내믹 헬스, 디에이치씨는 아마존 재팬(Amazon Japan)에도 진출함. 경쟁기업 5개사는 자사 홈페이지를 제품 구매 채널로 활용하고 있음. 미국 기업 모린다와 일본 기업 디에이치씨, 디엠제이는 일본어로 구매 사이트를 운영하고 있으며, 이 외 미국 기업 2개사는 영문 구매 사이트를 운영하는 것으로 조사됨

▶ 제품 홍보 활동으로 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용

일본 시장에 진출한 경쟁기업 5개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 경쟁기업 5개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 통해 자사 및 제품 홍보를 진행하고 있는 것으로 조사됨. 미국 기업 모린다는 영문 홈페이지뿐만 아니라 일본어 홈페이지를 제공하고 있으며, 일본어 계정의 SNS 플랫폼을 운영하고 있음

▶ 경쟁기업 홍보문구로 ‘성분’, ‘기능’, ‘편리성’을 강조하여 홍보

일본에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 성분과 기능, 편리성을 강조한 문구를 활용함. 제품의 성분을 강조하는 문구로써 ‘천연 노니만을 엄선’, ‘미용 비타민 10종’, ‘천연 영양 성분’, ‘바이오 플라보노이드 풍부’, ‘보존료/감미료/착색료 무첨가’ 등을 사용하였으며, 제품의 기능을 강조하는 문구로 ‘건강한 면역 체계 기능’, ‘정상적인 세포 반응 지원’, ‘항산화 활동’, ‘건강 유지에 도움’ 등의 문구를 사용함. 제품의 편리성을 강조하는 문구로 ‘음료에 섞어 맛있게 즐길 수 있는’, ‘먹기 좋은 소프트 캡슐에 응축’, ‘보다 간편하게 마시고 싶은 분을 위한’ 등을 사용함. 또한, 품질을 강조하는 ‘철저한 품질 관리’, ‘GMP 인증 공장에서 제조’ 등의 문구나 제품의 맛을 강조하는 ‘진하고 새콤달콤한 맛’, ‘신맛과 단맛의 밸런스’ 등도 사용하는 것으로 조사됨

[표 3.2] 일본 노니젤리 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구
모린다 (モリンダ)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 아마존 재팬 - 라쿠텐 - 야후 재팬 쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (영어/일본어) SNS 플랫폼 (일본어) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> - 노니 열매의 풍부한 은혜 - 좋아하는 음료에 섞어 맛있게 즐길 수 있는 - 수확부터 제조, 유통까지, 철저한 품질 관리 - 합성 보존료/감미료/착색료 무첨가 - 진하고 새콤달콤한 맛이 특징 - 신맛과 단맛의 밸런스가 좋은 - 엄선 소재를 사용 - 3년 이상의 세월을 들여 정성스럽게 숙성
나우 푸드 (Now Foods)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 라쿠텐 - 야후 재팬 쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (영어) SNS 플랫폼 (영어) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - 열대 지방에서 자란 - 천연 식품에서 발견되는 천연 영양 성분 - 수천 년 동안 소중하게 여겨 온 노니 - 인공 색소, 향료 또는 방부제 없음 - 다당류, 식물 영양소, 바이오 플라보노이드, 지방산 에스테르 풍부 - 건강한 면역 체계 기능과 정상적인 세포 반응을 지원
다이나믹 헬스 (Dynamic Health)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 아마존 재팬 - 라쿠텐 - 야후 재팬 쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (영어) SNS 플랫폼 (영어) - 페이스북 - 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> - 활력이 넘치는 삶에 연료를 공급하세요. - 수백 년 동안 신뢰를 받아 온 노니 - 자연적으로 발생하는 미네랄, 효소, 항산화 비타민. 바이오 플라보노이드 풍부 - 항산화 활동, 정상적인 염증 반응, 면역 체계 기능, 강화된 지구력 - 순수하게 마시든, 물에 첨가하든, 좋아하는 음료와 혼합하든
디에이치씨 (DHC)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 아마존 재팬 - 라쿠텐 - 야후 재팬 쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (일본어) SNS 플랫폼 (일본어) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - 기적의 과일 + 미용 비타민 10종 - 기적의 과일 노니 - 건강 유지에 도움 - 노니 추출물을 40배로 농축하여 보충 - 미용과 건강을 지원하는 비타민 10종 함유 - 소프트 캡슐로 노니 특유의 맛과 냄새도 신경 쓰이지 않는
디엠제이 (DMJ)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 라쿠텐 - 야후 재팬 쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (일본어) SNS 플랫폼 (일본어) - 페이스북 	<ul style="list-style-type: none"> - 노니 주스를 싫어하는 사람을 위한 - 노니 주스를 간편하게 마시고 싶은 분을 위한 - 천연 노니만을 엄선 사용 - 노니의 영양을 먹기 좋은 소프트 캡슐에 응축 - 적도 가까운 곳에서 자라는 엄선된 노니 - GMP 인증 공장에서 제조 - 철저한 품질 관리를 인정받은

자료: 일본 진출 노니젤리 경쟁기업 5개사 분석

3. 일본 노니젤리 경쟁기업 세부정보

① 모린다(モリンダ)

동일품목 종류

① 타히치안노니주스
(タヒチアンノニジュース)



② 마키시도이드 2종
(マキシドイド / マキシドイド (3倍希釈タイプ))



③ 에쿠스트라오리부/
퓨레타이푸
(エクストラオリブ / ビューレタイプ)



④ 우에루네스쏿트 4종
(ウェルネスショット
オリジナル / エビ酵素/
クラリティー / カムナイト)



⑤ 테마나 노니코라아겐
(テマナ ノニコラーゲン)



⑥ 타히치안노니 CBD쏿트
(タヒチアンノニ CBDショット)



자료: 모린다 홈페이지

기업명	모린다		
기업 기본 정보 ¹⁶⁾	위치	737, EAST 1180, South American Fork, Utah, United States	
	규모	동일품목 수	12개
		설립연도	1996년
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 아마존 재팬 라쿠텐 야후 재팬 쇼핑	제품명	타히치안노니주스 (タヒチアンノニジュース)
		용량	1,000ml
		가격	4,990엔 (53,200원) ¹⁷⁾
제품 종류	농축액		

기업 홍보 채널



- 자사 홈페이지 (영어/일본어)
- 기업 소개, 브랜드/제품 소개
- SNS 플랫폼(일본어)
(페이스북, 인스타그램, 유튜브)
- 기업 및 제품 홍보

홍보문구



- 노니 열매의 풍부한 은혜
- 음료에 섞어 맛있게 즐길 수 있는
- 철저한 품질 관리
- 합성 보존료/감미료/착색료 무첨가
- 진하고 새콤달콤한 맛이 특징
- 신맛과 단맛의 밸런스가 좋은
- 엄선 소재를 사용

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

16) 모린다(モリンダ) 홈페이지 (noninewage.com)

17) 100엔 =1,066원 (2021.02.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

동일품목 종류

① 노니 베지 카푸세루
(ノニベジカプセル)



② 노니 슈퍼후르츠 주스 리퀴드
Noni SuperFruit Juice Liquid



자료: 나우 푸드 홈페이지

② 나우 푸드(Now Foods)

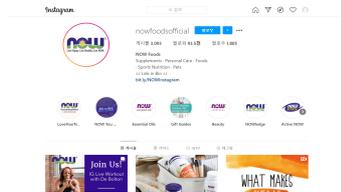
기업명		나우 푸드	
기업 기본 정보 ¹⁸⁾	위치	244 Knollwood Drive, Bloomingdale, Illinois, United States	
	규모	동일품목 수	2개
		설립연도	1968년
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 라쿠텐 야후 재팬 쇼핑	제품명	노니 베지 카푸세루 (ノニベジカプセル)
		용량	40.5g (450mg*90정)
		가격	1,108엔 (11,813원)
		제품 종류	정제

기업
홍보 채널



- 자사 홈페이지 (영어)
- 기업 소개, 제품 소개
- 레시피 제공, 품질 정보
- SNS 플랫폼(영어)
(페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터)
- 기업 및 제품 홍보

홍보문구



- 열대 지방에서 자란
- 천연 식품에서 발견되는 천연 영양 성분
- 수천 년 동안 소중하게 여겨 온 노니
- 인공 색소, 향료 또는 방부제 없음
- 건강한 면역 체계 기능과 정상적인 세포 반응을 지원

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

18) 나우 푸드(Now Foods) 홈페이지 (www.nowfoods.com)

③ 다이나믹 헬스(Dynamic Health)

동일품목 종류

① 오가닉 노니주스
(オーガニックノニジュース)



② 오가닉 타히티안 노니
라즈베리 플레이버
(Organic Tahitian Noni,
Raspberry Flavor)



③ 노니주스 우먼스 초이스
(Noni Juice Women's Choice)



④ 노니주스 멘 바이탈리티 포뮬라
(Noni Juice Men
Vitality Formula)



자료: 다이나믹 헬스 홈페이지

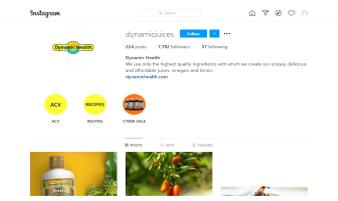
기업명	다이나믹 헬스		
기업 기본 정보 ¹⁹⁾	위치	110 Bridge Street Brooklyn, New York, United States	
	규모	동일품목 수	4개
		설립연도	1994년
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 아마존 재팬 라쿠텐 야후 재팬 쇼핑	제품명	오가닉 노니주스 (オーガニック ノニジュース)
		용량	946ml
	가격	4,250엔 (45,311원)	
	제품 종류	농축액	
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (영어) <ul style="list-style-type: none"> - 기업 소개, 제품 소개, 인증 정보 SNS 플랫폼(영어) (페이스북, 인스타그램) <ul style="list-style-type: none"> - 기업 및 제품 홍보 	
		홍보문구	

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

19) 다이나믹 헬스(Dynamic Health) 홈페이지 (dynamichealth.com)

동일품목 종류

① 노니에키스 (ノニエキス)



자료: 디에이치씨 홈페이지

④ 디에이치씨(DHC)

		기업명	디에이치씨
기업 기본 정보 ²⁰⁾	위치	2-chōme-7-1 Minamiazabu, Minato City, Tokyo, Japan	
	규모	동일품목 수	1개
		설립연도	1975년
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 아마존 재팬 라쿠텐 야후 재팬 쇼핑	제품명	노니에키스 (ノニエキス)
		용량	52.2g (580mg*90정)
		가격	1,350엔 (14,393원)
		제품 종류	정제
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (일본어) 기업 소개, 제품 소개 CSR, 캠페인, 이벤트 SNS 플랫폼(일본어) (페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터) 기업 및 제품 홍보 	
		홍보문구	

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

20) 디에이치씨(DHC) 홈페이지 (www.dhc.co.jp)

⑤ 디엠제이(DMJ)

동일품목 종류	기업명	디엠제이	
① 노니 노오슈쿠 소후토 (ノニ濃縮ソフト)	기업 기본 정보 ²¹⁾	위치	4-chōme-38-17, Naritahigashi, Suginami City, Tokyo, Japan
	기업 진출 채널	규모	동일품목 수 1개
자료: 디엠제이 홈페이지	<온라인 매장> 라쿠텐 야후 재팬 쇼핑	설립연도	1989년
		제품명	노니 노오슈쿠 소후토 (ノニ濃縮ソフト)
		용량	39.1g (630mg*62정)
		가격	2,880엔 (30,705원)
		제품 종류	정제
	기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 홈페이지 (일본어) - 기업 소개, 제품 소개 • SNS 플랫폼(일본어) (페이스북) - 기업 및 제품 홍보
	홍보문구		<ul style="list-style-type: none"> • 노니 주스를 싫어하는 사람을 위한 • 노니 주스를 보다 간편하게 마시고 싶은 분을 위한 • 천연 노니만을 엄선 사용 • 노니의 영양을 먹기 좋은 소프트 캡슐에 응축 • GMP 인증 공장에서 제조 • 철저한 품질 관리를 인정받은

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

21) 디엠제이(DMJ) 홈페이지 (www.dmjegao.com)

IV. 바이어 인터뷰(Buyer Interview)

Interview ① 주식회사 핸드무역(株式会社ハンズトレーディング)

Interview ② 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)

Interview ③ 주식회사 채널JP(株式会社・チャンネルJ P)

Interview ④ 주식회사 사브(株式会社サーブ)

Interview ① 주식회사 핸드즈무역 (株式会社ハンズトレーディング)

주식회사 핸드즈무역
(株式会社ハンズトレーディング)

전문가 소속

주식회사 핸드즈무역
(株式会社ハンズトレーディング)
수입·유통업체

전문가 정보

Ms. Nasu
(Customer Service)



22)



送料
無料

900ml×1本
毎月定期コース

☑初回1,000円OFF! さらに継続特典もあり! [毎月1本のお届け★定期コース] ノニジュース 100% 900ml 有機JAS プレミアム6ヶ月熟成 定期購入
3,589円 送料無料



送料
無料

900ml×2本
毎月定期コース

☑初回1本あたり1,000円OFF! さらに継続特典もあり! [毎月2本のお届け★定期コース] ノニジュース 100% 900ml 有機JAS プレミアム6ヶ月熟成 2本セット 定期購入
5,832円 送料無料



送料
無料

900ml×3本
毎月定期コース

☑初回1本あたり1,000円OFF! さらに継続特典もあり! [毎月3本のお届け★定期コース] ノニジュース 100% 900ml 有機JAS プレミアム6ヶ月熟成 3本セット 定期購入
7,868円 送料無料

주식회사 핸드즈무역(株式会社ハンズトレーディング) Customer Service, Ms. Nasu

주식회사 핸드즈무역은 2004년에 설립된 오사카 기반의 건강식품 전문 수입유통업체로, 다양한 유기농 건강식품의 수입, 제조, 판매를 담당하고 있음. 주요 취급 품목은 노니주스, 산자나무(沙棘)주스, 마누카꿀, 아마씨유, 코코넛오일, 생 로열젤리 등이며, 대부분 일본의 유기농 인증인 일본농림규격(JAS, Japan Agricultural Standard)을 취득한 제품을 판매함. 자사의 온라인 홈페이지와 이커머스 플랫폼 등을 통해 제품을 판매하고 있으며, 건강식품을 주제로 한 직영 카페도 운영 중임

22) 사진자료: 주식회사 핸드즈무역(株式会社ハンズトレーディング) 라쿠텐 판매 페이지
(item.rakuten.co.jp/hands-web/c/0000000258/)



가격 약 1,876엔
(20,000원)

용량 200g
(20g*10개)

포장 플라스틱 파우치

Q1. 판매 중인 노니 관련 제품의 가격과 용량은 어떻게 되나요?

A사 제품에 대한 견해는 어떠한가요?

현재 당사가 취급 중인 노니 제품은 쿡아일랜드산과 사모아산 노니주스입니다. 모두 노니 발효 과즙 100%로 구성되어 있으며 900ml에 1,600엔(약 17,072원)²³⁾ 정도입니다. A사 제품은 저희가 취급하는 제품 대비 5배나 비싸 가격은 적절하지 않다고 생각합니다. 당사가 권장하는 100% 노니주스의 하루 섭취량은 20~30ml로, A사 제품의 개별 포장단위로 20g은 적절하다고 생각합니다. 현재 당사는 액상 형태의 노니 제품만 취급하고 있으며, 젤리 스틱 제품은 취급해본 적이 없습니다. 일본 내에는 주스 제품이 대부분이어서 A사와 같은 새로운 제형의 제품은 소비자의 이목을 끌 수 있을 것 같습니다.

Q2. 일본 내 노니에 대한 현재 수요와 향후 시장 전망은 어떠한가요?

당사에서 취급 중인 제품 중 노니주스의 재구매율은 높은 편입니다. 현재 일본은 초고령사회가 가속화되며 건강에 관한 관심이 높고 건강식품 시장도 호황입니다. 노니의 효능을 지속해서 홍보한다면 전망이 밝을 것 같습니다.

Q3. 일본 내 노니 제품의 주 소비층은 어떻게 되나요?

다양한 연령대의 소비자들이 노니 제품을 구매하는데, 특히 미용에 관심 큰 여성층의 구매가 많습니다. 이에 당사도 노니 섭취 시 피부 탄력 증가, 안티에이징 등 매일 노니주스를 마시면 체감할 수 있는 미용 효과를 강조하면서 여성 고객을 표적으로 제품을 홍보하고 있습니다. 미용 효과와 관련하여 '세포 재생' 등에 대한 캐치프레이즈를 내세우는 것이 적절하다고 생각합니다.

Q4. 일본 소비자들이 선호하는 건강식품 원료는 무엇인가요?

노니젤리의 현지화를 위해 추가할 수 있는 원료는 무엇일까요?

당사에서 판매하는 제품 중에서 가장 인기 있는 제품은 꿀과 로열젤리입니다. 꿀과 로열젤리는 시장에 소개된 지 오래되었음에도 꾸준히 사랑받는 원료이며, 그만큼 다양한 형태의 제품이 출시되어 있습니다. 또한, 저희는 노니의 맛에 익숙하지 않은 고객들에게 바나나, 사과처럼 맛이 달콤한 과일과 함께 섭취할 것을 권장하고 있는데, 이처럼 노니의 신맛과 쓴맛을 중화시켜줄 수 있는 원료를 추가하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q5. 일본 내 노니젤리 유통에 적합한 유통채널은 무엇인가요?

온라인 유통만으로도 충분하다고 생각합니다. 당사는 온라인 채널로만 판매하고 있으며 앞으로도 오프라인 매장을 운영할 계획은 없습니다. 실제로 일본에는 온라인 채널만으로 제품을 판매하는 건강식품 업체들이 다수 있고, 따로 오프라인 매장을 운영할지라도 인기제품이나 신제품에 한정해 제품을 갖춘 곳이 많습니다. 당사는 취급 제품 대부분을 도매 중간상을 거치지 않고 현지 공장으로부터 직접 구매하여 비용 절감에 힘쓰고 있습니다.

23) 100엔 =1,066원 (2021.02.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 마쓰모토키요시 (マツモトキヨシ)

●
마쓰모토키요시
(マツモトキヨシ)

전문가 소속

마쓰모토키요시
(マツモトキヨシ)
약국 가맹점
수입·유통업체

전문가 정보

Ms. Tateyama
(Sales Manager)



24)

 ノニ原液 100% 500 mL ★★★★★ (0) 本体 1,980円 税率8% (税込2,138円)	 ナチュラルパウダードクター ノニ 熟成ノニ果汁100%無添加ジュース 900 mL ★★★★★ (0) 本体 3,620円 税率8% (税込3,909円)	 山本漢方製薬とうもろこしのひげ茶 20H ★★★★★ (1) 本体 445円 税率8% (税込480円)
 アリヒグループ食品株式会社 Dear-Natura Style マカ×亜鉛 40粒 ★★★★★ (10) 本体 1,000円 税率8% (税込1,080円)	 山本漢方製薬 黒豆茶 100% 10g x 30包 ★★★★★ (3) 本体 798円 税率8% (税込861円)	 大正製薬 パルスイート カロリーゼロ・液体タイプ 600g ★★★★★ (0) 本体 934円 税率8% (税込1,008円)

마쓰모토키요시(マツモトキヨシ) Sales Manager, Ms. Tateyama

마쓰모토키요시는 1954년에 정식으로 설립된 일본 최대의 약국 가맹점 기업임. 일본 전역에 오프라인 점포 1,717개(2020.03.31. 기준)의 판매 네트워크를 보유하고 있으며, 자사의 온라인 스토어와 야후쇼핑 등 플랫폼을 통해서도 제품을 판매함. 주요 취급 품목은 의약품, 화장품, 잡화, 식료품, DIY용품 등임

24) 사진자료: 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ) 홈페이지 (www.matsukiyo.co.jp)



가격	약 1,876엔 (20,000원)
용량	200g (20g*10개)
포장	플라스틱 파우치

Q1. 판매 중인 노니 관련 제품의 가격과 용량은 어떻게 되나요?

A사 제품에 대한 견해는 어떠한가요?

당사는 2가지 종류의 노니주스를 취급하고 있으며 500ml 제품을 2,138엔(약 22,812원), 900ml 제품을 3,909엔(약 41,709원)에 판매하고 있습니다. 따라서 A사 제품은 당사의 판매 제품 가격의 2배 이상으로 다소 비싸다고 생각합니다. 포장 용량과 관련해서는, 당사 판매 제품의 1일 섭취량이 20-30ml이므로 A사 제품의 개별 포장 용량 20g은 적절하다고 생각합니다. 그동안 노니 제품 중에서는 스틱젤리 형태를 보지 못했지만 다른 건강식품으로는 스틱젤리형 제품이 이미 시장에 여러 제품 출시되었으므로 소비자에게 익숙한 포장 형태일 것입니다.

Q2. 일본 내 노니에 대한 현재 수요와 향후 시장 전망은 어떠한가요?

당사의 연간 판매량에 비추어봤을 때, 노니 제품은 다른 건강식품에 비해 판매량이 높은 편은 아닙니다. 소비자에게 건강 기능성 원료로서 ‘노니’가 강하게 인식되지 않는 한, 앞으로도 노니 제품의 수요는 많이 늘어나지 않을 것입니다.

Q3. 일본 내 노니 제품의 주 소비층은 어떻게 되나요?

주로 노년층에서 소비합니다. 노니에 함유된 폴리페놀 성분은 우리 몸에 있는 활성산소(유해산소)를 무해한 물질로 바꿔주는 항산화 물질로 유명합니다. 항산화 물질은 노화를 방지하는 것으로 널리 알려져 노년층에서 관심이 큽니다. 다만 노년층의 경우 온라인 구매에 익숙하지 않기 때문에, 자녀, 친척 등의 추천으로 선물을 받아 소비하는 경우가 많은 것 같습니다. 따라서 선물세트 등을 구성해서 제품을 홍보한다면 효과가 좋을 것 같습니다.

Q4. 일본 소비자들이 선호하는 건강식품의 원료는 무엇인가요?

노니젤리의 현지화를 위해 추가할 수 있는 원료는 무엇일까요?

최근 판매량인 높은 제품으로는 콜라겐, 새싹보리, 그리고 자라엑기스가 함유된 남성용 자양강장제 등이 있습니다. 노니젤리에 콜라겐과 같은 인기 성분을 추가한다면 소비자에게 더욱 쉽게 다가갈 수 있을 것으로 예상합니다.

Interview ③ 주식회사 채널JP (株式会社・チャンネルJP)

株式会社チャンネルJP

주식회사 채널JP
(株式会社・チャンネルJP)

전문가 소속

주식회사 채널JP
(株式会社・チャンネルJP)
수입·유통업체

전문가 정보

Mr. Mayuko
(Store Manager)

25)

The screenshot shows the homepage of Noni Channel JP. At the top, there are navigation links for 'TOP', 'ショップ情報', '支払い・送料', '商品・文房', and '楽天TOP'. Below this is a banner for 'タヒチアンノニジュース' (Tahitian Noni Juice) with a '全品送料無料' (Free shipping on all items) badge. Two promotional banners highlight the product's benefits: '飲んだ人の8割が良さを体感' (80% of people who drank it felt the goodness) and '満ちあふれるパワー・最上級の明日を実感する' (Full of power, feel the next day's top quality). Below the banners, there's a '楽天市場店オープン!' (Rakuten Market store open!) announcement for '楽R天 ICHIBA' with a '最安値に挑戦!!' (Challenge the lowest price!!) slogan. A '当店売れ筋 No.1' (Our store's best-selling No. 1) badge is also present. The main product listing for 'タヒチアンノニジュース' (Tahitian Noni Juice) is shown with a '1000ml 4本' (4 bottles of 1000ml) offer for 15,000 yen (including tax). Other smaller listings show '1000ml 1本' for 3,750 yen and '1000ml 2本' for 7,500 yen, all with '送料無料' (Free shipping) and '訳あり' (Special offer) labels.

주식회사 채널JP(株式会社・チャンネルJP) Store Manager, Mr. Mayuko

주식회사 채널JP는 온라인 노니 제품 판매 서비스 노니채널(ノニチャンネル)을 운영하는 운영사로, 일본 도쿄 기반의 웹서비스 회사임. 현재 오프라인 매장은 별도로 운영하고 있지 않으며, 아마존 재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 재팬 쇼핑(Yahoo Japan Shopping) 판매 페이지를 통해 노니 제품을 판매함. 특히 미국 모린다 캘리포니아(Morinda) 사의 노니주스를 일본 내에 판매하고 있음

25) 사진자료: 주식회사 채널JP(株式会社・チャンネルJP) 홈페이지 (channel-jp.co.jp/company.html) & 라쿠텐 판매 페이지 (www.rakuten.co.jp/noni-ch/?s-id=review_PC_il_shop_01)



가격 약 1,876엔
(20,000원)

용량 200g
(20g*10개)

포장 플라스틱 파우치

Q1. 판매 중인 노니 관련 제품의 가격과 용량은 어떻게 되나요?

A사 제품에 대한 견해는 어떠한가요?

당사에서 판매하고 있는 프리미엄 노니 제품인 모린다(Morinda)사의 노니 '이리도이드' 추출액이 1L에 7,000엔(약 74,690원)인 점을 고려할 때, A사의 제품은 비싼 편이라고 생각합니다. 모린다사의 제품은 주요 성분인 이리도이드에 집중하여 함량이 100%인데, A사 제품은 다른 첨가물을 포함하고 있어 노니 함량이 상대적으로 더 적을 것으로 예상합니다. 100% 노니 주스의 경우, 권장 섭취량이 하루 20-30ml인데, A사의 스틱젤리 제형으로 20g이면 1회 섭취용으로 적당한 양인 것 같습니다. 기존에 파우치 포장 형태나 젤리 형태의 노니 제품을 본 적이 없으나, A사 제품은 간편하게 휴대해 섭취하기 좋을 것 같습니다.

Q2. 일본 내 노니에 대한 현재 수요와 향후 시장 전망은 어떠한가요?

노니는 이미 일본인들에게 친숙한 슈퍼푸드이며, 중장년층을 중심으로 새로운 고객들도 계속 유입되는 상황입니다. 노니는 일본에서 매스컴의 주목을 받은 원료로, 여러 슈퍼푸드 중에서도 꾸준히 사랑받고 있어 향후에도 이러한 수요가 이어질 전망입니다. 일본에서는 2013-2014년에 매스컴에서 노니 관련 보도가 많았는데, 주로 여자 연예인들의 미용 비결의 하나로 노니가 소개되었고, 지금까지도 미용 효과를 강조하면서 노니 제품이 홍보되고 있습니다.

Q3. 일본 내 노니 제품의 주 소비층은 어떻게 되나요?

남성보다는 여성이, 여성 중에서도 특히 40-50대의 수요가 높습니다. 가족이 다 함께 노니주스를 마시기도 해서 남녀노소 모두 소비하는 것으로 보입니다. 그러나 주요 구매자는 대개 한 가정의 어머니이기 때문에 40-50대 기혼 여성을 대상으로 마케팅을 하는 것이 효과적일 것입니다.

Q4. 노니 젤리의 현지화를 위해 추가할 수 있는 원료는 무엇일까요?

당사는 두 가지의 노니주스를 판매하고 있는데 하나는 포도와 블루베리를 첨가해 누구든 마시기 좋은 맛의 노니주스이고, 다른 하나는 노니의 핵심 건강 성분인 이리도이드를 추출하여 액상 형태로 판매하는 제품입니다. 효능에 중점을 둔 소비자들은 원액 100%를 원하므로 원료를 추가하지 않아도 좋다고 생각합니다. 다만 대중적으로 다가가기 위해 달콤한 과일주스류를 첨가하여 노니의 신맛과 쓴맛을 줄이는 것도 좋겠습니다.

Interview ④ 주식회사 사브 (株式会社サーブ)

주식회사 사브
(株式会社サーブ)

전문가 소속

주식회사 사브
(株式会社サーブ)
수입·유통업체

전문가 정보

Mr.Takada
(Store Manager)

株式会社サーブ

26)

株式会社サーブ

ホーム HOME 会社案内 Service ノニ商品卸販売 Wholesale 店舗・エステ紹介 Shop/Ests お問い合わせ Contact



Classic item 定番商品



超熟ノニジュース

有機JAS認定を取得している、果汁100%の濃厚ノニジュースです。

個数 1 :



NONIKA 90g

ノニの成分をたっぷり使った、肌にやさしいオールインワンゲルです。

個数 1 :



超熟ノニカプセル 93粒

ノニの臭いが苦手な方でも飲めるソフトカプセルです。

個数 1 :



マヌカハニー 250g

採取元や温度など、全てにおいてこだわり尽くした“究極の蜂蜜”です。

個数 1 :

주식회사 사브(株式会社サーブ) Store Manager, Mr.Takada

주식회사 사브는 1995년 설립된 건강식품 및 화장품 수입 및 도소매업체임. 일본 후쿠이현에 있으며 주로 라쿠텐(Rakuten)에 판매 페이지 및 기업 간 도매거래를 통해 제품을 판매함. 또한 자사 제품을 사용해 피부미용 서비스를 제공하는 오프라인 피부관리실 매장에서 제품을 판매하기도 함

26) 사진자료: 주식회사 사브(株式会社サーブ) 홈페이지 (www.32com.com) & 라쿠텐 판매 페이지 (www.rakuten.ne.jp/gold/aikanhonpo)



가격 약 1,876엔
(20,000원)

용량 200g
(20g*10개)

포장 플라스틱 파우치

Q1. 판매 중인 노니 관련 제품의 가격과 용량은 어떻게 되나요?

A사 제품에 대한 견해는 어떠한가요?

당사에서 판매 중인 노니 제품은 주스와 캡슐 형태가 있습니다. 저희가 판매하는 제품은 캡슐 형태를 빼고는 전부 노니 100% 제품입니다. 900ml에 3,200엔(약 34,144원)이며 JAS 인증을 받아 신뢰할 수 있습니다. 캡슐 제품의 경우 제조 과정에서 오일 성분이 들어가야 해서 노니 함량이 100%가 될 수 없습니다. A사 제품의 가격은 당사 판매 제품 대비 거의 3배에 육박하여 비싼 것 같습니다. 제품 용량은 노니주스의 경우 하루 섭취량이 20-30ml이므로 1포에 20g은 적당합니다. 젤리стик 형태의 노니 제품은 기존 노니 제품들과 완전히 다른 형태라서 저희도 취급하게 되면 좋을 것 같습니다.

Q2. 일본 내 노니에 대한 현재 수요와 향후 시장 전망은 어떠한가요?

당사 라쿠텐(Rakuten) 플랫폼에서 판매 인기제품은 2위, 4위, 5위가 모두 노니 제품으로, 노니는 저희의 주력 상품에 해당합니다. 당사의 경우 온라인 판매 사이트와 오프라인 매장을 각각 운영하고 있는데, 노니 제품의 판매량은 라쿠텐 내에서만 누계 300만 개 이상 판매된 것으로 확인되며 수요는 꾸준히 이어지고 있습니다. 저희는 노니의 시장 전망을 긍정적으로 평가하고 있으며, 앞으로도 노니 제품 판매를 이어갈 계획입니다.

Q3. 노니젤리의 현지화를 위해 추가할 수 있는 원료는 무엇일까요?

당사는 노니 제품뿐만 아니라 기타 슈퍼푸드, 오일류, 곡물류 등 여러 건강식품을 다양하게 취급하고 있으며, 노니주스 판매를 촉진하기 위해서는 자사 웹페이지를 통해서 노니와 감귤 주스를 함께 마셔 맛을 중화하는 방법을 안내하고 있습니다. 이처럼 제품의 원료를 추가할 필요 없이 노니와 다른 원료를 함께 소비하도록 안내하는 방안도 고려해보면 좋을 것입니다.

Q4. 일본 내 노니젤리 유통에 적합한 유통채널은 무엇인가요?

노니젤리는 온라인 채널을 통한 유통만으로 충분하다고 생각합니다. 당사 역시 오프라인 매장은 후쿠이현 한곳밖에 운영하고 있지 않습니다. 요즘은 온라인으로 언제 어디서나 쉽게 제품을 구매할 수 있는데, 최근 많은 사람이 이러한 온라인 거래를 선호하는 것 같습니다.

V. 경쟁력파악(Competitiveness)

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

● 경쟁제품(제조사)

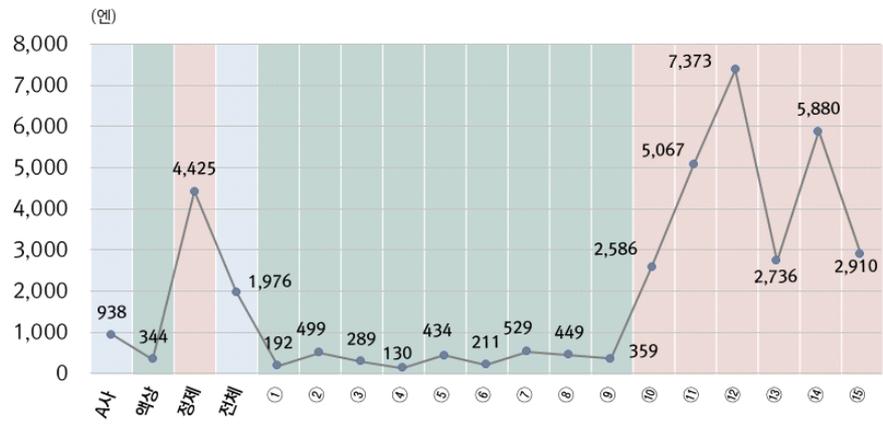
- ① 초오주쿠노니주스 (서브)
- ② 타히치안노니주스 (모린다)
- ③ 오키나와켄산카주우 하쿠 파아센토 노니주스 (크리마KMT)
- ④ 제에스 다테에 노니주스 (유세라)
- ⑤ 닥터 노니 나마시보리 노니카주스 (켄코요코무)
- ⑥ 노니 스우파아프루트 주스 (나우 푸드)
- ⑦ 오가닉 타히티안 노니 라즈베리 플레이버 (다이내믹 헬스)
- ⑧ 오가닉 노니주스 (다이내믹 헬스)
- ⑨ 얼쓰바운티 타히티안 퓨어 노니 주스 (네이처웨어)
- ⑩ 노니에키스 (디에이치씨)
- ⑪ 노니 츠부 쿿쿠산 (올가랜드)
- ⑫ 노니 노오슈쿠 소후토 (디엠제이)
- ⑬ 노니 베지 카푸세루 (나우 푸드)
- ⑭ 노니 프루트 (누사 퓨어)
- ⑮ 노오슈쿠노니 (닥터스 베스트)

▶ A사 제품 100g/ml당 가격, 액상 경쟁제품 대비 비싼 편

A사 제품의 100g/ml당 가격은 938엔(약 10,000원)²⁷⁾으로, 경쟁제품 15개 전체 평균 100g/ml당 가격인 1,976엔(약 21,064원)보다 저렴한 편이나, 경쟁제품 중 A사 제품과 유사한 제형인 액상 제품의 평균 100g/ml당 가격인 344엔(약 3,667원) 대비 약 2.7배 비쌌다. 정제 제품 평균 100g/ml당 가격은 4,425엔(약 47,171원)으로 고가이며, A사 제품 대비 무려 4.7배가 비쌌다. 따라서 A사 제품은 일본 온라인 쇼핑몰에서 확인된 노니 경쟁제품 대비 액상 제품보다는 비싸고, 정제형 제품보다는 저렴한 것으로 확인됨

[표 5.1] 일본 노니젤리 가격 경쟁력분석

(단위: 엔)



27) 100엔 = 1,066원 (2021.02.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 용량(g/ml)

● 경쟁제품(제조사)

- ① 초오주쿠노니주스 (서브)
- ② 타히치안노니주스 (모린다)
- ③ 오키나와켄산카주우 하쿠 파야센토 노니주스 (크리마KMT)
- ④ 제에스 다테에 노니주스 (유세라)
- ⑤ 닥터 노니 나마시보리 노니카주스 (켄코요코무)
- ⑥ 노니 스우파아프루트 주스 (나우 푸드)
- ⑦ 오가닉 타히티안 노니 라즈베리 플레이버 (다이나믹 헬스)
- ⑧ 오가닉 노니주스 (다이나믹 헬스)
- ⑨ 얼쓰바운티 타히티안 퓨어 노니 주스 (네이처웨이)
- ⑩ 노니에키스 (디에이치씨)
- ⑪ 노니 츠부 쿣쿠산 (올가랜드)
- ⑫ 노니 노오슈쿠 소후토 (디엠제이)
- ⑬ 노니 베지 카푸세루 (나우 푸드)
- ⑭ 노니 프루트 (누사 퓨어)
- ⑮ 노오슈쿠노니 (닥터스 베스트)

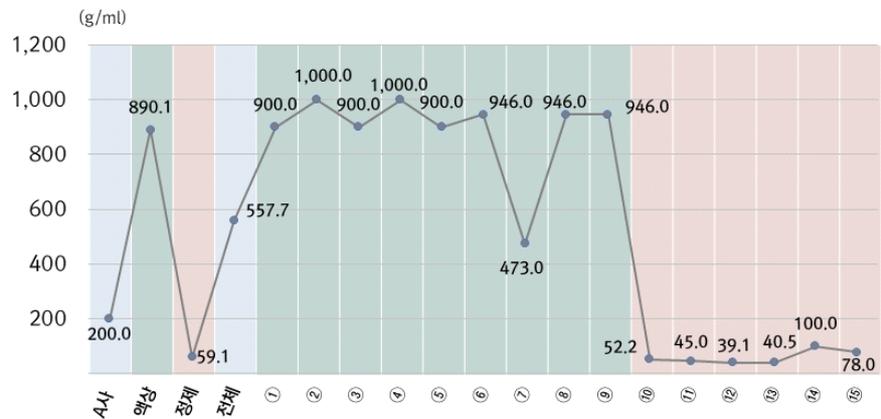
▶ A사 제품 용량, 액상 경쟁제품 대비 적은 편

A사 제품의 용량은 200g으로 15개 경쟁제품 평균 용량 557.7g/ml 대비 약 36%에 불과함. 제품 종류별 평균 용량은 A사 제품과 유사한 액상 제품의 평균 용량이 890.1ml로 A사 제품 대비 약 4.5배 더 많음. 정제 제품의 평균 용량은 59.1g으로 A사 제품이 약 3.4배 더 큼. 다만 정제 제품의 경우 알약 형태로 압축되어 소량으로 복용하는 제품이 다수 포함되어 있음

A사 제품의 개별 용량은 20g으로, 1회 섭취용량에 맞춰 개별포장되어 있음. 일본 노니젤리 경쟁제품으로 조사된 15개 제품 가운데 1회 섭취용량에 맞춰 개별포장을 한 제품은 확인되지 않아 경쟁제품과 개별 용량은 비교하지 않음

[표 5.2] 일본 노니젤리 용량 경쟁력분석

(단위: g/ml)

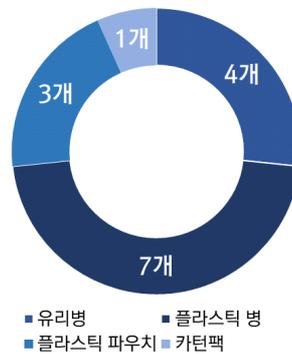


3) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 7개, 유리병 포장 사용

일본에서 판매되고 있는 노니젤리 경쟁제품 15개의 포장 형태²⁸⁾를 조사한 결과, 유리병 7개, 플라스틱 병 4개, 플라스틱 파우치 3개, 카턴팩 1개로 조사됨. 액상 제품의 경우 모두 유리병, 플라스틱 병, 카턴팩으로 포장되었고, 플라스틱 파우치로 포장한 제품은 전부 정제 제품이었음

[표 5.3] 일본 노니젤리 제품 포장 형태 경쟁력분석

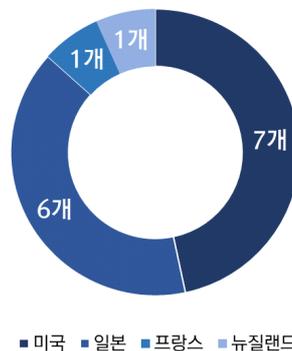


4) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 7개, 미국산 제품

일본에서 판매되고 있는 노니젤리 경쟁제품 15개의 원산지를 조사한 결과, 7개 제품이 미국에서 제조된 제품으로 조사됨. 일본산 제품은 6개였고, 그 외 프랑스산과 뉴질랜드산 제품이 각각 1개씩 확인됨

[표 5.4] 일본 노니젤리 제품 원산지 경쟁력분석



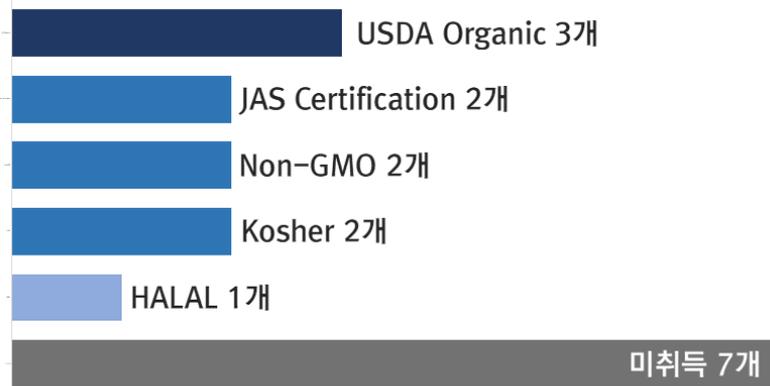
28) 온라인 쇼핑몰 판매 제품의 경우 제품 포장 외에 배송을 위한 외부 포장을 한 후 구매자에게 전달되는데 업체에 따라 외부포장이 달라질 수 있어 외부포장을 배제하고, 내용물을 담은 내부포장을 기준으로 경쟁력을 분석함

5) 인증

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 1개 이상의 식품 인증 취득

일본에서 판매되고 있는 노니젤리 경쟁제품 15개의 인증을 조사한 결과, 8개 제품이 1개 이상의 식품 인증을 취득한 것으로 확인됨. 인증 유형으로는 유기농 식품 관련 인증(USDA Organic, JAS Certification, Non-GMO)이 다수를 차지함. 그 외 7개 제품은 별도의 인증을 취득하지 않은 것으로 확인됨

[표 5.5] 일본 노니젤리 제품 인증 경쟁력분석



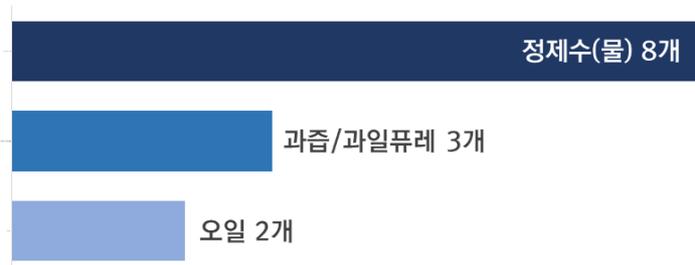
*경쟁제품 15개 중 8개 제품은 1개 이상의 식품 관련 인증을 취득함

6) 원료 및 첨가물

▶ 경쟁제품 15개 중 6개 제품은 정제수만 첨가, 3개 제품은 과일 첨가물 사용

일본에서 판매되고 있는 노니젤리 경쟁제품 15개의 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 모든 제품이 노니 추출물을 주원료로 사용함. 노니 추출물 외 주요 첨가물로는 정제수(물)를 혼합한 제품 8개, 과일(과즙 또는 퓨레 형태) 첨가 제품 3개, 오일(올리브 호일, 홍화 호일) 첨가 제품 2개가 확인되었음. 특히 액상 경쟁제품 9개 가운데 2/3에 해당하는 6개 제품은 노니 추출물과 정제수만으로 제조되었고, 1/3에 해당하는 3개 제품이 과일 첨가물을 사용했는데 이는 노니의 맛을 중화시키기 위한 것으로 분석됨

[표 5.6] 일본 노니젤리 원료 외 첨가물 경쟁력분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 제품 선정 기준은 온라인 쇼핑몰 2개 이상에서 확인된 동시에 해당 쇼핑몰 판매 인기순위 10위권 이내의 인기제품이면서, A사 제품과 유사한 제형의 제품을 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온라인 쇼핑몰에서의 인기제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존 재팬, 라쿠텐, 야후 재팬 쇼핑

· 다수의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 인기제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 2개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품으로 인기순위 10위 이내의 제품

· A사 제품과 유사 제형(액상) 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹



경쟁력분석 제품
(A사 - 노니골드플러스 젤리스틱)

‘젤리스틱형으로
언제 어디서나 섭취가
간편하고 맛도 좋은 노니 제품’

노니 추출물	공통 특징 ① 원료	노니 추출물
사과 농축액, 대추 농축액	공통 특징 ② 과즙 첨가로 맛 중화	사과 농축액, 딸기 퓨레 등
938엔 (약 10,000원)	벤치마킹 ▶ 100g/ml당 가격	211엔 (2,254원)



현지 벤치마킹 인기제품
(나우 푸드 -
노니스우퍼아프루트 주스)

벤치마킹 ▶
인증
미국 유기농 인증
(USDA Organic)
획득

‘140종의 유효성분을
함유한
슈퍼푸드’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 가격

▶ 벤치마킹 제품, 100g/ml당 가격 211엔

A사 제품의 100g/ml당 가격은 938엔(약 10,000원)으로 벤치마킹 제품의 100g/ml당 가격보다 약 4.4배 비쌌다. 벤치마킹 제품은 다른 액상 형태의 경쟁제품에 비해서도 가격이 저렴한 편으로 가격경쟁력이 뛰어남. 물론, A사 제품이 소포장으로 되어 있어 섭취에 용이하지만, 단순히 용량 대비 가격으로는 경쟁력이 떨어짐. 또한, 노니는 건강 증진에 도움이 된다고 알려져 있음에도 불구하고 특유의 맛으로 인해 꺼리는 소비자들이 많은데 벤치마킹 제품은 노니 원액 주스를 마시기 힘들어하는 소비자들을 위해 사과 농축액, 딸기 퓨레 등 과즙을 첨가하여 상큼한 맛을 더함으로써 노니 맛을 중화했음. 이점은 A사 제품 역시 마찬가지나 가격이 훨씬 비싸서 전체적인 경쟁력이 떨어짐

[표 5.7] 일본 노니 인기제품, 가격 인터뷰 분석

(인터뷰) *당사가 취급 중인 노니 제품은 쿡아일랜드산과 사모아산 노니주스로 900ml 제품 기준 1,600엔(약 17,072원) 정도입니다. A사 제품은 저희가 취급하는 제품 대비 5배나 비싸 가격이 적절하지 않다고 생각합니다.*

- Ms. Nasu (주식회사 핸즈무역, CS 담당자) -

당사는 2가지 종류의 노니주스를 취급하고 있으며 500ml 제품을 2,138엔(약 22,812원), 900ml 제품이 3,909엔(약 41,709원)에 판매합니다. 따라서 A사 제품은 당사 판매 제품가의 2배 이상으로 다소 비싼 것 같습니다.

- Ms. Tateyama (마쓰모토키요시, 세일즈 매니저) -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 인증 및 제형

▶ 벤치마킹 제품, 미국 유기농 인증 취득

벤치마킹 제품은 미국 농무부의 유기농 인증(USDA Organic)을 취득함. 공신력 있는 식품 인증은 식품 안전 및 위생에 까다로운 일본 소비자들에게 신뢰감을 줄 수 있음. 벤치마킹 제품은 액상형 제품으로 섭취 시마다 제품을 여닫아야 하며 보관에도 주의가 필요하나, A사 제품은 소지하고 다닐 수 있고, 언제든 간편하고 위생적으로 섭취할 수 있는 젤리스타크 제형이 큰 강점이므로 식품 관련 인증 취득 시 시장 진출과 홍보 및 고객 유치에 유리할 것으로 분석됨

[표 5.8] 일본 노니 인기제품, 인증 및 제형 인터뷰 분석

(인터뷰) *저희가 판매하는 제품은 캡슐 형태를 빼고는 모두 노니 100% 제품이고, JAS 인증을 받아 품질을 신뢰할 수 있습니다.*

- Mr. Takada (주식회사 사브, 스토어 매니저) -

기존에 액상 제품으로 플라스틱 파우치 포장 형태나 젤리 형태의 노니 제품을 본 적이 없었지만, 만약 A사 제품을 구매한다면 간편하게 휴대해 섭취하기 좋을 것 같습니다.

- Ms. Nagano (주식회사 채널JP, 스토어 매니저) -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 5개사, 주요 온라인 판매 채널 진출

일본에 진출한 경쟁기업 5개사 모두 라쿠텐과 야후 재팬 쇼핑에 진출하였으며, 아마존 재팬에는 모린다, 다이نام믹 헬스, 디에이치씨 3개사가 진출한 것으로 확인됨. 경쟁기업 5개사 모두 자사 홈페이지를 판매 채널로 활용하고 있으며, 나우 푸드와 다이نام믹 헬스를 제외한 3개사가 일본어 자사 홈페이지에서 제품 구매 서비스를 제공하고 있는 것으로 조사됨

[표 5.9] 일본 노니젤리 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	온라인			
	자사 홈페이지	아마존 재팬	라쿠텐	야후 재팬 쇼핑
모린다	○	○	○	○
나우 푸드	○		○	○
다이남믹 헬스	○	○	○	○
디에이치씨	○	○	○	○
디엠제이	○		○	○

2) 홍보 채널

▶ 5개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용해 홍보 활동 진행

경쟁기업 5개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 통해 회사와 제품 홍보를 진행하고 있는 것으로 조사됨. 나우 푸드와 다이남믹 헬스를 제외한 3개사가 일본어를 사용한 홈페이지와 SNS 플랫폼을 운영하고 있음. SNS 플랫폼 활용에서는 페이스북과 인스타그램이 가장 많이 사용되고 있는 것으로 확인됨

[표 5.10] 일본 노니젤리 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지		SNS 플랫폼			
	영어	일본어	페이스북	인스타그램	유튜브	트위터
모린다	○	○	○	○	○	
나우 푸드	○		○	○	○	○
다이남믹 헬스	○		○	○		
디에이치씨		○	○	○	○	○
디엠제이		○	○			

3) 홍보문구

▶ 경쟁기업, 제품의 '성분', '기능', '편리성'을 강조하여 경쟁제품 홍보

일본 시장에 진출한 경쟁기업은 제품의 성분과 기능, 편리성을 강조한 문구를 활용하여 제품을 홍보하는 것으로 조사됨. 제품의 성분을 강조하는 문구로 '천연 노니만을 엄선', '미용 비타민 10종', '천연 영양 성분', '바이오플라보노이드 풍부', '보존료/감미료/착색료 무첨가' 등을 사용함. 제품의 기능을 강조하는 문구로 '건강한 면역 체계 기능', '정상적인 세포 반응 지원', '항산화 활동', '건강 유지에 도움' 등의 문구를 사용하였으며, 제품의 편리성을 강조하는 문구로 '음료에 섞어 맛있게 즐길 수 있는', '먹기 좋은 소프트 캡슐에 응축', '보다 간편하게 마시고 싶은 분을 위한' 등을 사용함. 또한, '철저한 품질 관리', 'GMP 인증 공장에서 제조' 등의 문구로 제품의 품질을 강조하며, '진하고 새콤달콤한 맛', '신맛과 단맛의 밸런스' 등의 문구로 제품의 맛을 강조하기도 함

[표 5.11] 일본 노니젤리 경쟁기업 홍보문구 분석



VI. 시장진출제언(Export Insights)

VI. Export Insights

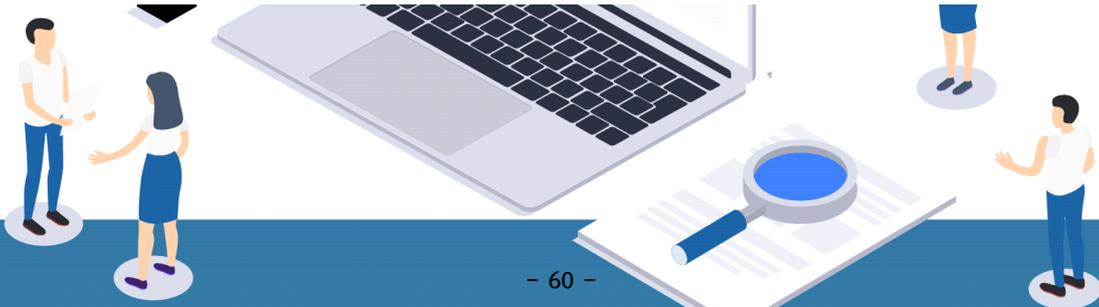


원료 및 첨가물

기타 첨가물 고려

맛, 피부미용 효과 강화 위해 꿀, 로열젤리 등 기타 첨가물 추가 고려할 것

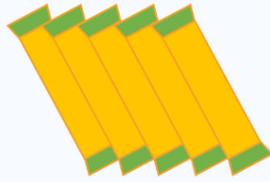
바이어 인터뷰에 따르면, 노니 제품의 첨가물로 꿀, 로열젤리 등 맛을 개선하는 데에 도움을 주거나 콜라겐, 자라엑시스 등 건강 및 미용 효과를 강화하는 데에 도움을 주는 첨가물을 추가할 경우 제품 판매에 유리할 수 있음. 특히 현재 일본 내 노니 제품 구매자는 대체로 20~40대 여성층이며 노니를 통한 피부 재생 및 미용 효과에 관심을 가지고 있으므로 제품 개발과 홍보 시 이를 염두에 둘 필요가 있음



제형 및 포장

스틱젤리형

현지 판매 노니 제품 대다수
정제 또는 액상형...
A사 제품같은 스틱젤리형은 없음
제품의 보관·섭취가
용이하고 위생적임



15개 경쟁제품의 제형을 조사한 결과 액상 제품 9개, 정제 제품 6개가
확인되었고, A사 제품과 같은 스틱젤리형 제품은 확인되지 않음.
플라스틱 파우치 포장의 스틱젤리형 제품은 주요 경쟁제품과 차별화된
제형이며, 휴대가 간편해 언제 어디서나 먹을 수 있고, 개별포장으로
위생적으로 섭취할 수 있어 소비자 반응이 긍정적일 것으로 기대됨

인증

식품 인증 취득 권고

경쟁제품 15개 중 8개 제품만이
1개 이상의 식품 인증 취득
공신력 있는 식품 인증
취득 시 시장 진출이나 홍보 유리



15개 경쟁제품의 인증 취득 여부를 조사한 결과 8개 제품이 식품 인증을
취득한 것으로 확인됨. 인증 유형으로는 유기농 식품 관련 인증(USDA
Organic, JAS Certification 등)이 다수를 차지함. 공신력이 있는 식품
인증은 식품 안전 및 위생에 까다로운 일본 소비자들에게 신뢰감을 줄 수
있으며 제품 홍보 시에도 활용할 수 있으므로 식품 관련 인증 취득을
권고함

유통 및 홍보

홍보채널: 홈페이지 + SNS

자사 홈페이지(영어/일본어) 및
SNS 채널 활용해 제품 홍보



바이어 인터뷰에 따르면 노니 제품의 경우 온라인 판매가 활성화되어
있으므로 온라인 시장 진출 방안을 중점적으로 탐색해야 할 필요가 있음.
경쟁기업 5개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼(인스타그램, 페이스북,
유튜브, 트위터 등)을 홍보채널로 활용하고 있는 것으로 조사되었는데,
일본 내 영어 사용자가 많지 않으므로 일본어로 홍보 시 더 큰 효과를 얻을
수 있을 것으로 판단됨

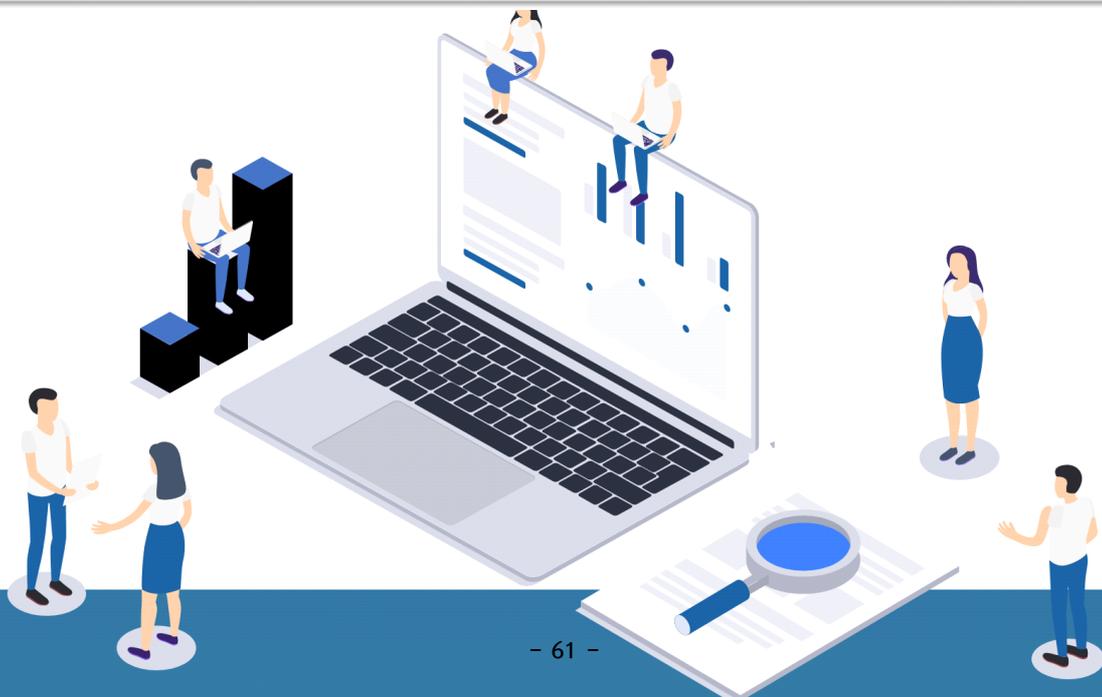
소비자 인식 및 시장 동향

노니 제품 시장, 성장보다는 현상 유지...

현지 노니 제품 시장 성장세는 아님
기존 소비자들이 꾸준히 구매하는 편



바이어 인터뷰에 따르면 노니 제품 시장은 성장세를 지나 현상 유지에
접어들었음. 경쟁기업 대부분 새로운 제품을 출시하기 보단 기존
인기제품을 지속적으로 판매하는 것에 초점을 두고 있음. 시장을
개척하기 보다는 A사 제품의 제형에 관심을 갖는 기존 소비자들을
공략할 것을 추천함



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 일본 통계국(Statistics Bureau of Japan), 2020.07
2. 일본 농림수산업성(農林水産省) 홈페이지 (www.maff.go.jp)
3. 미국 농무부(United States Department of Agriculture) 홈페이지 (www.usda.gov)
4. 아마존(Amazon) 일본 지사 홈페이지 (www.amazon.co.jp)
5. 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지 (corp.rakuten.co.jp)
6. 야후 재팬 쇼핑(Yahoo Japan Shopping) 홈페이지 (shopping.yahoo.co.jp)
7. 모린다(モリダ) 홈페이지 (noninewage.com)
8. 나우 푸드(Now Foods) 홈페이지 (www.nowfoods.com)
9. 다이나믹 헬스(Dynamic Health) 홈페이지 (dynamichealth.com)
10. 디에이치씨(DHC) 홈페이지 (www.dhc.co.jp)
11. 디엠제이(DMJ) 홈페이지 (www.dmjegao.com)
12. 주식회사 핸즈무역(株式会社ハンズトレーディング) 라쿠텐 판매 페이지
(item.rakuten.co.jp/hands-web/c/0000000258/)
13. 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ) 홈페이지 (www.matsukiyo.co.jp)
14. 주식회사 채널JP(株式会社チャンネルJP) 홈페이지 (channel-jp.co.jp/company.html)
15. 주식회사 채널JP(株式会社チャンネルJP) 라쿠텐 판매 페이지
(www.rakuten.co.jp/noni-ch/?s-id=review_PC_il_shop_01)
16. 주식회사 사브(株式会社サーブ) 홈페이지 (www.32com.com)
17. 주식회사 사브(株式会社サーブ) 라쿠텐 판매 페이지 (www.rakuten.ne.jp/gold/aikanhonpo)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.02.19

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea