



2020

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202010-13

품목 | 노니 젤리(Noni Jelly)

국가 | 일본(Japan)

구분 | 시장분석형

# Contents

I. 요약(Summary)	4
II. 시장규모(Market Size)	
1. 일본 노니 젤리 시장규모	13
2. 일본 노니 젤리 수출입 시장규모	14
3. 일본 노니 젤리 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 일본 건강기능식품, 형태는 ‘알약’, 효능은 ‘다이어트’가 가장 많아	23
2. 일본 노니 가공식품, 대부분 주스 형태로 판매	24
3. 일본 노니 가공식품, ‘유기농’ 강조	25
4. 일본 노니 가공식품, 맛에 있어 호불호 갈려	26
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 일본 노니 젤리 유통구조	28
2. 일본 노니 젤리 진출 가능 유통업체	29
3. 일본 노니 젤리 진출 가능 B2C 소매채널	31

# Contents

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 일본 노니 젤리 인증 취득	52
2. 일본 노니 젤리 사전 절차	54
3. 일본 노니 젤리 라벨 심의	57
4. 일본 노니 젤리 서류 준비	61
5. 일본 노니 젤리 세금 납부	62
6. 일본 노니 젤리 검역 심사 절차	63
7. 일본 관련 규제 정보	64

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 핸드트레이딩(ハンズトレーディング)	67
Interview ② 하이퍼링크(ハイパーリンク)	69
Interview ③ 선드러그(サンドラッグ)	71
Interview ④ 이차바쿠(一麦)	73
Interview ⑤ 일본 소비자청(Consumer Affairs Agency)	75

## VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고 문헌	80
---------	----

# I . 요약(Summary)

# Summary

## ▶ 수요 분석

		수치	전문가 인터뷰	
<p>기능성 제과류/ 기능성 당과류 (기능성 제과류 시장의 약 71%)</p>	시장규모	기능성 제과류 27억 8,449만 원	40-60대 여성이 예상 주 소비층 - 노니 가공식품의 수요는 많지 않으나 재구매율이 높음 - 노니 주스의 경우 1L 당 42,000-63,000원	
	수입규모	기능성 당과류 글로벌 335억 3,592만 원		
<p>대한민국 수입규모 (글로벌 수입 규모의 약 1.0%)</p>	소비 시장규모	한국		4억 550만 원
		일본 1인당 월평균 소득		505만 원
		일본 가구당 월간 기능성 식품 지출		1만 1,540원
		일본 건강식품 시장규모		9조 1,846억 원

## ▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
<p>형태 및 포장: 캡슐, 주스, 차, 병, 음료</p> <p>특징: 추출물, 인종, JAS, 원액, 유기농</p> <p>구매 후기: 맛, 꾸준히, 건강, 쓰다, 가격</p>	형태 및 포장	주스 1st / 238건	주스 형태의 제품이 대표적 - 노니 젤리는 소비자에게 생소함 - 맛으로 인해 호불호가 갈림
	특징	유기농 1st / 73건 원액 2nd / 42건	
구매 후기	맛	1st / 120건	
	꾸준히	2nd / 57건	

## ▶ 유통채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	34.8%	드러그스토어, 온라인이 적합 유통채널
	혼합 소매업체	25.1%	
	편의점	14.8%	
	비(非) 식품점	14.4%	
	온라인	5.9%	
	기타	5.0%	

## ▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰	
	인증취득	필수	필수 인증 없음	HACCP, 유기농, GMP 인증 취득 시 통관 및 판매에 유리하게 작용 - 노니 가공식품의 경우 인증 문제로 인해 대부분 일반가공식품으로 판매
		선택	HACCP, JAS 인증 등	
	사전 절차	필수	필수 사전 절차 없음	
		선택	후생노동성 사전 등록, AEO 등록 후생노동성 Food Label Acting	
	라벨 표기사항		원산지 증명서 외 9건	
	서류 준비사항		원산지 증명서 외 9건	
	세금납부	기본 관세율	20%	
		WTO 협정 관세율	12%	
		부가가치세/수입세	8-10%	

- ▶Point 01. 일본 내 노니 젤리는 소비자에게 생소한 제품이며, 주요 예상 소비자는 40-60대 여성임
- ▶Point 02. 현재 대부분의 노니 가공식품은 건강기능식품 인증을 받지 않았으며, 건강기능식품 인증 취득을 원활히 '기능성표시식품' 인증을 추천함
- ▶Point 03. 노니 젤리의 적합 유통채널은 드러그스토어와 온라인임. 드러그스토어에서는 오프라인 판촉행사를 통해 제품의 편의성을, 온라인에서는 소비자 후기를 바탕으로 제품의 효능을 중심으로 마케팅 할 것을 제안함

# Market Size

(시장규모)

## 일본(Japan)

### 노니 젤리 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(기능성), 제품의 형태(젤리)

- 일본 기능성 제과류(FF Confectionery)<sup>1)</sup> 시장규모  
..... 2억 6,300만 엔('19)
- 일본 기능성 당과류(FF Sugar Confectionery)<sup>2)</sup> 시장규모  
..... **1억 8,800만 엔('19)**

(\*) Euromonitor International



### 노니 젤리 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(과실 젤리)

- HS 2007.99<sup>3)</sup> '잼·과실젤리·마말레이드·과실이나 견과류의 퓨레·과실이나 견과류의 페이스트'  
일본 對 글로벌 수입규모  
..... 3,035만 2,000달러('19)
- HS 2007.99 '잼·과실젤리·마말레이드·과실이나 견과류의 퓨레·과실이나 견과류의 페이스트'  
일본 對 한국 수입규모  
..... **36만 7,000달러('19)**

(\*) International Trade Centre



### 노니 젤리 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '노니 젤리'는 노니를 가공하여 만든 제품으로 건강증진을 목적으로 섭취하는 제품임. 이에 건강 관리에 추가적인 지출이 가능한 고소득층의 연령대를 확인하기 위해 '일본 근로자 연령대별 급여'를 조사함. 또한 일본 건강식품 시장현황과 잠재 시장규모 파악을 위해 '일본 가구당 월간 건강식품 지출', '일본 건강식품 및 기능성 표시식품 시장규모'를 조사함

#### ① 일본 근로자 연령대별 급여('18)

25-29세	27만 4,000엔
30-34세	31만 1,000엔
35-39세	33만 9,000엔
40-44세	36만 2,000엔
45-49세	38만 4,000엔
50-54세	40만 3,000엔
55-59세	39만 6,000엔
60-64세	29만 5,000엔

#### ② 일본 가구당 월간 건강식품 지출

2015년	1,160엔
2016년	1,200엔
2017년	1,180엔
2018년	1,220엔
2019년	1,090엔

#### ③ 일본 건강식품 및 기능성 표시식품 시장규모

2015년	8,067억 3,000만 엔
2016년	8,196억 엔
2017년	8,450억 엔
2018년	8,614억 3,000만 엔
2019년	8,675억 엔

(\*) 일본 후생노동성(MHLW), 일본 내무부(MIAC), 야노경제연구소(Yano Research Institute)

1) 기능성 제과류(FF Confectionery): 건강 및 기능성 식품이거나 건강상의 이점을 제공하는 제과 제품을 포함함  
 2) 기능성 당과류(FF Sugar Confectionery): 건강 및 기능성 식품이거나 건강상의 이점을 제공하는 사탕, 껌, 젤리류 등 당과류 제품을 포함함  
 3) HS CODE 2007.99 : 조사제품 '노니 젤리'는 노니를 원료로 한 젤리 제품임. 이에 제품의 종류(과실 젤리)를 기준으로 '잼·과실젤리·마말레이드·과실이나 견과류의 퓨레·과실이나 견과류의 페이스트'를 포함하는 HS CODE 2007.99를 지표로 설정함

# Market Trend

(시장트렌드)

## 일본 (Japan)

노니 가공식품 소비 실태 분석 결과

### 일본 '노니 가공식품' 주요 연관어 분석



#### 일본 '노니 가공식품' 온라인 쇼핑물 리스트

연관어	발생량
주스	238
유기농	73
차	53
병	43
원액	42
JAS(일본 유기농 인증)	30
인증	26
음료	23
캡슐	21

일본 온라인쇼핑물 '노니 가공식품' 167건 분석



#### 일본 '노니 가공식품' 구매후기

연관어	발생량
맛	120
꾸준히	57
건강	32
가격	30
쓰다	20
효능	16
느낌	10
냄새	9
시다	4

일본 온라인쇼핑물 '노니 가공식품' 구매후기 168건 분석

건강식품 트렌드  
알약 154건  
비타민 91건  
다이어트 86건

알약, 비타민 제품 다  
다이어트 및 피부미용  
효능 중요 시



노니 제품 형태  
주스 238건  
병 53건

대부분 주스 제품  
포장은 병·팩 다



노니 제품 성분 특징  
유기농 73건  
원액 42건

유기농 성분 강조  
원액 제품 다



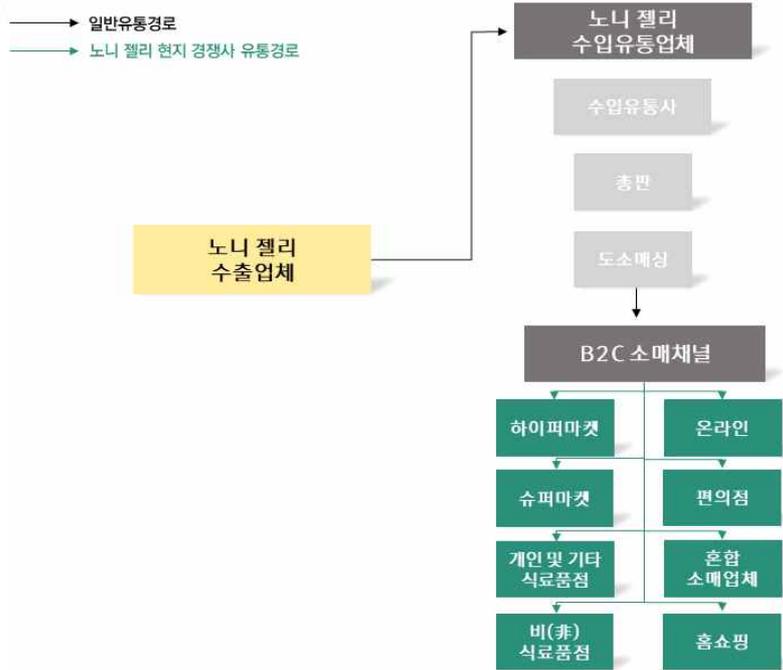
노니 제품 구매 후기  
맛 120건  
꾸준히 57건

맛에 대한 호불호  
노니에 익숙한 소비자는  
꾸준히 섭취



# Distribution Channel

(유통채널)



## 일본(Japan)

### 노니 젤리 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>4)5)</sup>	주요 채널 <sup>6)</sup>
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	34.8%	라이프(Life), 이토요카도(イトーヨーカドー), 맥스벨류(MaxValu), 마루에츠(マルエツ)
	혼합 소매업체 <sup>7)</sup>	25.1%	다카시마야(高島屋), 다이마루(大丸), 이세탄(伊勢丹)
	편의점 <sup>8)</sup>	14.8%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	비(非) 식료품점 <sup>9)</sup>	14.4%	마쓰모토키요시(マツモトキヨシ), 선드러그(サンドラッグ), 웰시아(Welcia), 스키야쿄구(スギ薬局)
	온라인	5.9%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten),
	홈쇼핑	4.1%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 큐브이씨(QVC)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>10)</sup>	0.6%	장터, 서울시장, 총각네
	기타	0.3%	(-)
	방문판매 <sup>11)</sup>	(-)	코요샤(高陽社), 폴라(Pola), 허벌라이프(Herbal Life)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

4) 2020년 기준, 일본 내 '기능성 가공식품(Fortified/Functional Packaged Food)'의 유통채널 점유율임

5) '노니 젤리'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '기능성 가공식품(Fortified/Functional Packaged Food)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 일본 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨

7) 본 보고서에서 혼합소매점은 백화점을 포괄함

8) 본 보고서에서 편의점은 주유소 매점을 포함함

9) 본 보고서에서 비(非) 식료품 전문점은 H&B, 약국 등을 포괄함

10) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 한인마트를 포함함

11) 유로모니터 상 점유율이 없으나, 업체 요청에 따라 추가로 조사함

# Customs·Quarantine

(통관·검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반가공식품 강제 인증 無</li> <li>- 식품 수출을 위한 인증 획득 불필요</li> </ul>	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : <a href="http://www.mhlw.go.jp">www.mhlw.go.jp</a> (*) 일본 농림수산성 - 문의처 : <a href="http://www.maff.go.jp">www.maff.go.jp</a>
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출 전 사전 필수 절차 불필요</li> <li>- 가공식품 사전등록 가능</li> <li>- 사전 AEO 등록 인정</li> </ul>	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : <a href="http://www.mhlw.go.jp">www.mhlw.go.jp</a> (*) 일본 소비자청 - 문의처 : <a href="http://www.caa.go.jp">www.caa.go.jp</a>
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 라벨 표기사항</li> <li>- 별도 심의 사항 없음</li> <li>- 일본 식품표기법 규정 준수</li> </ul>	(*) 일본 후생노동성 - 食品表示法(식품표기법) - 문의처 : <a href="http://www.mhlw.go.jp">www.mhlw.go.jp</a>
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반 서류</li> <li>• 원산지 증명서</li> </ul>	(*) 일본 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.customs.go.jp">www.customs.go.jp</a>
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포워딩 업체 섭외</li> </ul>	(-)
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입신고</li> <li>- 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청</li> <li>- 수입신고서(C-5020), 상업송장 등</li> </ul>	(*) 일본 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.customs.go.jp">www.customs.go.jp</a>
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HS CODE 2007.99-129</li> <li>• WTO 협정 관세율 12%</li> <li>• 소비세 : 8-10%</li> </ul>	(*) 일본 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.customs.go.jp">www.customs.go.jp</a>
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 심사</li> <li>• 제품 검사</li> <li>- 제품, 통관 이력 등에 대한 심사</li> <li>- 후생노동성이 정한 규정에 따라 검사 진행</li> </ul>	(*) 일본 후생노동성 - 문의처 : <a href="http://www.mhlw.go.jp">www.mhlw.go.jp</a> (*) 일본 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.customs.go.jp">www.customs.go.jp</a>

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Demand and Strategy



- 인터뷰 기업 : 핸드트레이딩  
(ハンズトレーディング)  
도·소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Ayame  
(Manager)

### 노니 젤리의 수요는 적을 것으로 예상

지금까지 주스 형태 이외에 노니를 활용한 차(茶), 꿀 등 다양한 제품이 출시 되고 있지만, 수요는 많지 않은 편입니다. 소비자에게 생소한 노니 젤리의 경우 잠재적 수요가 있을 수 있으나, 주스 형태의 제품보다는 수요가 적을 것으로 예상합니다.

### 40-60대 여성이 주요 소비자층

일반적으로 건강관리에 관심이 많은 40-60대 여성이 많이 구매하고 있습니다. 특히 일부 여성 소비자들은 가족과 함께 섭취하기 위해 온라인을 통해 대량으로 노니 주스를 구매하거나, 드러그스토어에서 정기적으로 구매합니다.

## Price and Barrier



- 인터뷰 기업 : 주식회사 하이퍼링크  
(ハイパーリンク)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Yamori  
(Manager)

### 평균가 1L 당 4,000-6,000엔

가장 보편적인 제품인 주스의 경우 1L에 4,000-6,000엔(약 42,000-63,000원) 사이입니다. 그러나 원산지, 함유량 등의 요소에 따라 가격이 달라지며, 특히 100% 원액일수록 가격이 높습니다.

### 노니 가공식품에 대한 허위 및 과장 광고로 판매에 부정적 영향

일본에서 판매 중인 대부분의 노니 가공식품은 일반가공식품으로 분류됩니다. 그럼에도 과거에 많은 업체가 건강기능식품처럼 허위 및 과장 광고를 했습니다. 이 과정에서 노니의 효능에 관한 부정적인 이슈가 발생했고, 노니의 가공식품의 효능 및 부작용 등에 대해 소비자들이 민감하게 반응하고 있습니다.

## Market Demand and Strategy



- 인터뷰 기업 : 선드러그  
(サンドラッグ)  
드러그스토어
- 인터뷰 담당자 : Mr. Tannpo  
(Manager)

### 노니 젤리 소비자에게 생소

소비자에게 생소한 노니 젤리의 경우 타제품과 비교하여 수요가 많지 않을 것이라고 예상합니다. 단 a제품의 경우 기존에 없었던 스틱형 젤리 형태이기 때문에 섭취 및 보관의 편의성을 중요시하는 몇몇 소비자들이 선호할 수 있는 제품이라고 생각합니다.

### 섭취 및 후대의 간편성이 셀링포인트

제품 마케팅 시 노니의 효능을 알고 있는 소비자를 대상으로 하되, 노니의 쓴맛을 제거한 젤리 형태의 제품임을 강조하는 것을 추천합니다. 또한 스틱 형태로 1회 섭취량을 조절할 수 있고, 후대가 간편하다는 점을 셀링포인트로 잡으면 좋을 것 같습니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Strategy and Distribution



- 인터뷰 기업 : 이치바쿠 (一麦) 도매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Aoki(가명) (Manager)

### 소비자 후기를 바탕으로 한 마케팅 전략 필요

노니 가공식품은 꾸준히 먹어야 효과를 볼 수 있습니다. 따라서 마케팅 시 섭취 기간, 섭취량, 섭취방법 등을 제품의 효능과 함께 마케팅하는 것이 좋습니다. 이때 단순히 제품에 기입된 내용을 마케팅하는 것이 아닌 기존 소비자의 후기를 예시로 들며 홍보하는 것이 좋습니다

### 온라인, 드럭스토어 유통채널로 추천

일본 노니 가공식품 소비자 대부분은 오프라인 매장보다 온라인 매장을 통해 구매합니다. 특히 코로나 19로 인하여 온라인 판매량이 늘고 있기에 일본 시장으로 처음 진출한다면 가장 추천할 수 있는 유통채널입니다. 이외에도 소비자에게 생소한 제품인 만큼 드럭스토어를 추천하는데, 노니 가공식품 구매자들이 많이 찾는 유통채널이기에 해당 채널 진출 시 제품 인지도를 높이면서 소비자들의 즉각적인 피드백을 들을 수 있기 때문입니다.

## Market Barrier and Regulation



- 인터뷰 기업 : 일본 소비자청 (Consumer Affairs Agency) 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Matsuo (Officer)

### 노니 가공식품은 일반가공식품으로 분류

식품 분류에 대한 기준은 소비자청이 판단하는 것이 아니라 우선 판매 기업이 결정하고 그에 맞는 절차를 절차 밟아야 합니다. 이와 관련해서 현지 일본 유통사 또는 통관 관련 전문 업체와 논의해보는 것이 좋습니다. 단 현재 일본에서 유통되는 대부분의 노니 가공식품은 일반가공식품으로 판매되고 있는 것으로 알고 있습니다.

### 유기농 인증, HACCP 인증, JAS 인증 있을 시 통관 시 유리

필수 인증은 아니지만, 유기농 인증, HACCP 인증, JAS 인증 등이 있으면 통관 시 유리합니다. 해당 인증 들은 일본 소비자에게 잘 알려진 식품 인증이므로 취득 후 제품 마케팅 시에도 활용할 수 있다고 생각합니다.

## II. 시장규모(Market Size)

1. 일본 노니 젤리 시장규모
2. 일본 노니 젤리 수출입 시장규모
3. 일본 노니 젤리 소비 시장규모

## 1. 일본 노니 젤리 시장규모

조사 시장: 조사제품 '노니 젤리'는 노니로 만들어 다이어트 및 기타 건강상의 이점을 제공하는 젤리 형태의 제품임. 이에 제품의 유형(기능성), 형태(젤리)를 바탕으로 건강 및 기능성 식품이거나 건강상의 이점을 제공하는 사탕, 껌, 젤리 등 당과류 제품을 포괄하는 '기능성 제과류'와 상위품목인 '기능성 당과류' 시장규모를 조사함

### 일본 국가 일반 정보<sup>14)</sup>

면적	약 37.8만 km <sup>2</sup>
인구	1억 2,626만 명
GDP	5조 818억 달러
GDP (1인당)	4만 247달러

### ▶ 2015-2019년, 일본 '기능성 제과류' 시장규모, 연평균성장률 3%

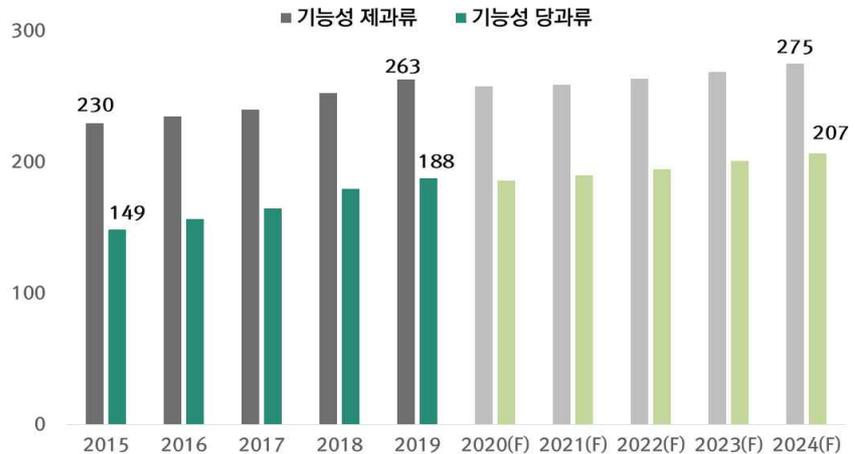
지난 5년(2015-2019년)간 일본 '기능성 제과류' 시장규모는 연평균 3%의 성장세로 증가하여 2019년 2억 6,300만 엔을 기록함. 동기간 '기능성 당과류' 시장규모는 연평균 2%의 성장률을 보이며 2019년 1억 8,800만 엔을 기록함

### ▶ 2020-2024년, 일본 '기능성 당과류' 시장, 연평균성장률 3% 이상

향후 5년(2020-2024년)간 일본 '기능성 제과류' 시장규모는 연평균 2%의 성장률을 보이며 2024년 2억 7,500만 엔을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 '기능성 당과류' 시장규모는 연평균 3%의 성장률을 보이며 2억 700만 엔을 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] 일본 '기능성 제과류', '기능성 당과류' 시장규모<sup>12)13)</sup>

단위: 백만 엔



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR (15-'19)
상위 기능성 품목 제과류 (24억 3,510만 원) (24억 8,804만 원) (25억 4,098만 원) (26억 7,861만 원) (27억 8,449만 원)	230	235	240	253	263	3%
해당 기능성 품목 당과류 (15억 7,752만 원) (16억 6,222만 원) (17억 4,692만 원) (19억 573만 원) (19억 9,043만 원)	149	157	165	180	188	6%
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR (20-'24)
상위 기능성 품목 제과류 (27억 3,155만 원) (27억 4,214만 원) (27억 9,507만 원) (28억 4,801만 원) (29억 1,154만 원)	258	259	264	269	275	2%
해당 기능성 품목 당과류 (19억 6,926만 원) (20억 1,161만 원) (20억 6,454만 원) (21억 2,807만 원) (21억 9,159만 원)	186	190	195	201	207	3%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

12) 100엔=1,058.74원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 엔, 원)는 모두 반올림됨

14) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

## 2. 일본 노니 젤리 수출입 시장규모

조사제품 '노니 젤리'는 노니를 원료로 한 젤리 제품임. 이에 제품의 종류(과실 젤리)를 기준으로 '잼·과실젤리·마말레이드·과실이나 견과류의 푸레·과실이나 견과류의 페이스트'를 포괄하는 HS CODE 2007.99를 지표로 설정함

### 2019년 일본 HS CODE 2007.99 품목 수입상대국 순위

단위: 천 달러

순위	국가	시장규모
1	프랑스	10,698
2	덴마크	3,118
3	중국	2,285
4	멕시코	1,931
5	칠레	1,876

자료: ITC

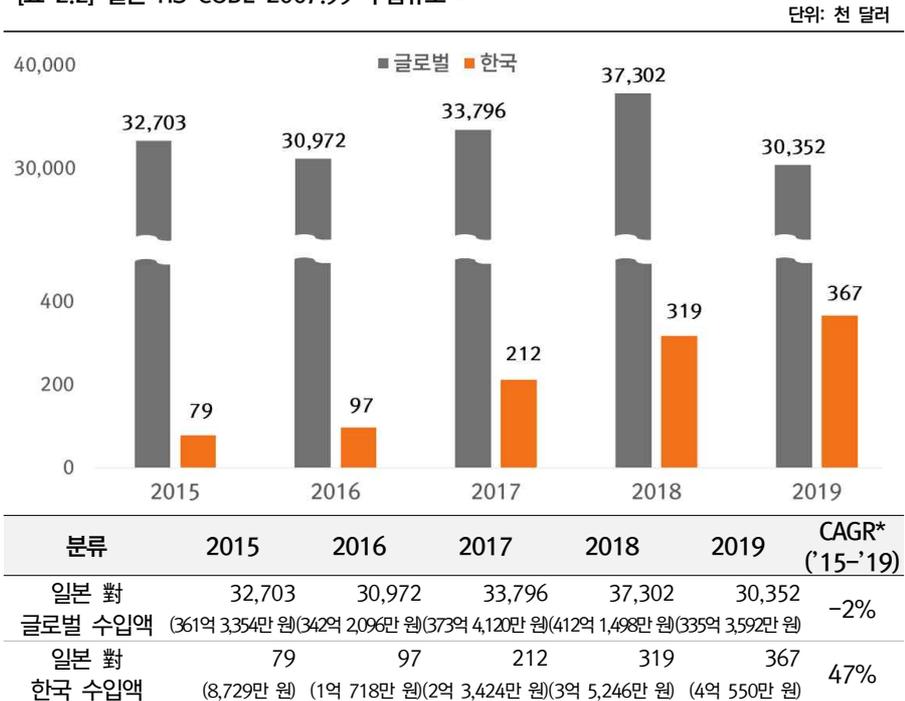
#### ▶ 2015-2019년, 일본 對글로벌 수입액 연평균성장률 2% 하락

일본 HS CODE 2007.99 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2015-2019년) 간 연평균 2%의 하락세를 보이며 2015년 3,270만 3,000달러에서 2019년 3,035만 2,000달러로 감소함. 2019년 글로벌 수입액 기준 1위 국가는 프랑스로, 전체 수입액의 약 35%를 차지하며 1,069만 8,000달러(약 118억 2,022만 원)를 기록함

#### ▶ 2015-2019년, 일본 對한국 수입액 연평균성장률 47%

일본 HS CODE 2007.99 품목의 對한국 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 47%의 성장세를 보이며 2015년 7만 9,000달러에서 2019년 36만 7,000달러 까지 증가함. 일본 HS CODE 2007.99 품목의 對한국 수입액은 2019년 기준 일본 전체 수입액의 약 1%를 차지하며 일본 對글로벌 수입국 중 15위를 기록함

[표 2.2] 일본 HS CODE 2007.99 수입규모<sup>15)16)17)</sup>



자료: ITC(International Trade Centre), HS CODE 2007.99 기준

15) 환산된 데이터(단위: 달러, 원)는 모두 반올림됨

16) 자료: ITC(International Trade Centre)

17) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

### 3. 일본 노니 젤리 소비 시장규모

#### 1) 일본 근로자 연령대별 급여

조사제품 ‘노니 젤리’는 노니를 가공하여 만든 제품으로 건강증진을 목적으로 섭취하는 제품임. 이에 건강 관리에 추가적인 지출이 가능한 고소득층의 연령대를 확인하기 위해 ‘일본 근로자 연령대별 급여’를 조사함

#### 일본 근로자 월평균 가계소득<sup>21)</sup>

단위: 엔

연도	월평균 소득
2014	424,000엔
2015	427,000엔
2016	429,000엔
2017	434,000엔
2018	455,000엔
2019	477,000엔

자료: 일본 통계청

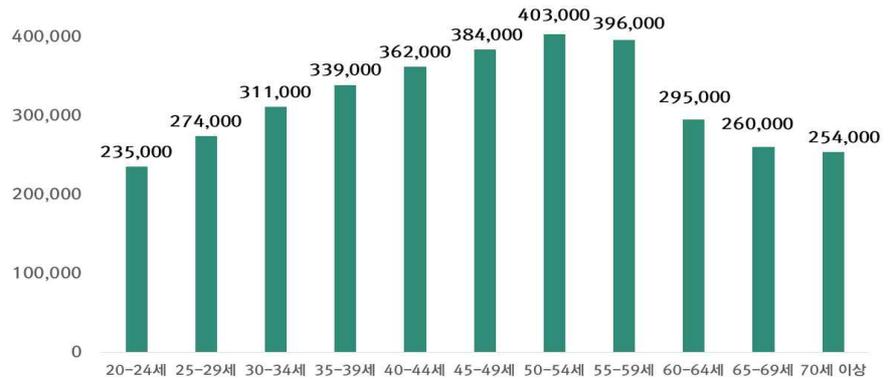
#### ▶ 50-54세 급여, 40만 3,000엔으로 가장 많아

일본통계청(Statistics Bureau Japan)의 조사에 따르면, 일본 근로자 월평균 가계소득은 2014년 42만 4,000엔(약 448만 9,000원)에서 2019년 47만 7,000엔(약 505만 원)으로 증가하며 연평균 3%의 증가세를 보임. 일본후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare)이 연령대별 월평균 소득을 조사한 결과, 50-54세 구간이 40만 3,000엔으로 가장 높은 것으로 확인됨. 연령대별 급여를 종합해 봤을 때, 40-50대의 소득이 가장 높은 것으로 나타났으며, 건강관리에 추가적인 지출이 가능성이 타 연령대에 비해 높을 것으로 예측됨

야노경제연구소(Yano Research Institute)에 따르면, 건강보조식품에 대한 연령대별 관심도에서 30-50대가 건강보조식품 섭취에 매우 적극적인 것으로 나타남. 특히, 50대의 경우 연령대별 건강보조식품 섭취 선호도에서 30대 이어 2번째로 높은 선호도를 기록함<sup>18)</sup>

[표 2.3] 2018년 일본 근로자 연령대별 급여<sup>19)20)</sup>

단위: 엔



연령대	월평균 소득	연령대	월평균 소득	연령대	월평균 소득
19세 이하	199,000 (210만 4,775원)	35-39세	339,000 (358만 7,011원)	55-59세	396,000 (419만 493원)
20-24세	235,000 (248만 9,098원)	40-44세	362,000 (382만 9,463원)	60-64세	295,000 (311만 7,989원)
25-29세	274,000 (290만 5,183원)	45-49세	384,000 (406만 8,738원)	65-69세	260,000 (275만 607원)
30-34세	311,000 (328만 7,388원)	50-54세	403,000 (426만 4,605원)	70세 이상	254,000 (268만 9,200원)

자료: 일본 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare)

18) 자료: 야노경제연구소(Yano Research Institute)

19) 자료: 일본 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare), 「Basic Survey on Wage Structure 2018」, 2018

20) 자료: 환산된 데이터(단위: 엔, 원)는 모두 반올림됨

21) 자료: 일본통계청(Statistics Bureau Japan), 「Statistical Handbook of Japan 2020」, 2020

## 2) 일본 가구당 월간 건강식품 지출

조사제품 ‘노니 젤리’는 노니를 가공하여 만든 제품으로 건강 유지에 도움이 됨. 이에 기존의 일본 건강기능식품 시장현황 및 잠재규모를 파악을 위해 ‘일본 가구당 월간 건강식품 지출’과 ‘일본 건강기능식품 및 기능성표시식품 시장규모’ 조사함

### ▶ 2019년, 일본 가구당 월간 건강식품 지출 1,090엔

일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications)에 따르면, 지난 5년간(2015-2019년) 일본 가구당 월간 건강유지식품 지출은 연평균 2%의 감소세를 보이며 2019년 1,090엔을 기록함

뉴트라인그레디언츠(NutraIngredients)에 따르면, 2015년 이후 FFC(Foods with Functional Claims) 시스템의 도입으로 인해 규제가 완화되어 기업의 건강유지식품 개발 및 판매가 활발해짐.<sup>22)</sup> 또한 건강 및 영양에 대한 일본 소비자들의 인식이 고취됨에 따라, 눈 건강 및 수면 개선을 위한 초콜릿, 스트레스 및 피로 해소를 위한 슈퍼푸드 가공식품, 기억력 향상을 위한 껌, 혈압을 낮추는 간장, 체중 감소를 위한 요거트 등이 출시되는 등 기능성 식품의 종류 및 형태가 매우 다양화되고 있음.<sup>23)</sup> 뿐만아니라 코로나19가 장기화되면서 면역력 향상에 탁월한 효과가 있는 슈퍼푸드 ‘노니’에 대한 관심도 높아지고 있음<sup>24)</sup>

[표 2.4] 2015-2019년 일본 가구당 월간 건강식품 지출<sup>25)26)</sup>



자료: 일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications)

22) 자료: 뉴트라인그레디언츠(NutraIngredients), 「Suntory reveals top five functional beverage trends shaping Japan's market」, 2019

23) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Fortified/Functional Packaged Food in Japan」, 2020

24) 자료: 엣프레스(AtPress), 「withコロナ時代の健康と美を支える強い味方 免疫力アップをサポートするスーパーフルーツ「ノニ」 ノニジュース摂取の臨床試験で免疫活性細胞30%アップを確認」, 2020

25) 자료: 일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications), 「Family income and expenditure survey」, 2020

26) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3) 일본 건강기능식품 및  
기능성표시식품 시장규모

일본 기능성표시식품  
시장규모

단위: 백만 엔

분류	시장규모
2015	44,600
2016	136,460
2017	178,860
2018	224,050
2019	238,200

자료: 야노경제연구소

2018년 일본 기능성표시식품  
종류별 점유율



자료: 야노경제연구소

▶ 2015-2019년 일본 건강기능식품 시장규모 연평균성장률 2%

야노경제연구소(Yano Research Institute)의 조사에 따르면, 일본 건강기능식품 시장규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 2%의 성장세를 보이며 2015년 8,067억 3,000만 엔에서 2019년 8,675억 엔으로 증가함

일본 건강기능식품 시장의 꾸준한 성장세와 함께 하위 품목인 기능성표시식품 시장이 급격하게 성장하고 있음. 일본 기능성표시식품 시장규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 52%의 높은 성장세를 보이며 2015년 446억 엔(약 4,721억 9,800만 원)에서 2019년 2,382억 엔(약 2조 5,219억 1,900만 원)으로 증가하였음. 일본 기능성표시식품의 종류별 구성비를 살펴보면, 식이보충제가 51.1%로 가장 높은 비율을 차지했으며, 일반식품은 44.7%, 신선식품은 4.2%를 차지함. 특히 식이보충제와 일반식품의 경우 건강 관리 및 질병 예방에 관심이 많은 장년층과 노년층의 수요를 충족시키기 위한 다양한 상품들이 출시되고 있으며, 향후에도 지속적인 성장세가 이어질 것으로 전망됨<sup>27)</sup>

[표 2.5] 일본 건강기능식품 시장규모<sup>28)</sup>



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
건강기능식품 시장규모	806,730 (8조 5,412억 원)	819,600 (8조 6,774억 원)	845,000 (8조 9,464억 원)	861,430 (9조 1,203억 원)	867,500 (9조 1,846억 원)	2%

자료: 야노경제연구소(Yano Research Institute)

27) 자료: 야노경제연구소(Yano Research Institute), 「健康食品市場に関する調査を実施」, 2020

28) 자료: 야노경제연구소(Yano Research Institute)

### Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 일본 건강기능식품, 형태는 ‘알약’, 효능은 ‘다이어트’가 가장 많아
2. 일본 노니 가공식품, 대부분 주스 형태로 판매
3. 일본 노니 가공식품, ‘유기농’ 강조
4. 일본 노니 가공식품, 맛에 있어 호불호 갈려

## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

●

**데이터 수집  
소스원**



(일본 온라인쇼핑몰)

농식품  
(기사, 포스팅, 댓글)



**데이터 수집  
13,185건**

- ① 일본 노니 가공식품 관련 데이터 수집(\*)
  - 수집원 : 일본 온라인쇼핑몰
- ② 일본 노니 가공식품 소비자 데이터 수집(\*)
  - 수집원 : Rakuten(www.rakuten.co.jp)
  - Amazon(www.amazon.co.jp)

●

**데이터 분류  
키워드집**



(노니 가공식품 연관 키워드집)

노니 가공식품  
(검색어)



**데이터 정제  
2,989건**

- ① 수집 데이터 정의
  - 수집 키워드 : 노니(Noni)  
건강기능식품(Health Functional Food)
- ② 수집 데이터 정제
  - 정제 데이터 추출 : 노니 제품 관련 데이터 2,989건 추출

●

**데이터 분석  
(연관어 분석)**

연관어 분석  
(시장 트렌드 분석)



**데이터 분석  
일본 노니 가공식품  
소비 실태 분석**

- ① 데이터 분석 배경 및 목적
  - 일본 노니 가공식품 소비 실태 분석
- ② 데이터 분석 기법 선정
  - 노니 제품 관련 키워드집 구축\*\*)
  - 키워드별 발생 빈도 분석\*\*\*)
- ③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
  - 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	21.01 - 21.02
수집 데이터	13,185건

데이터 정제

정제 키워드	노니(Noni), 건강기능식품 (Health Functional Food)
정제 데이터	2,989건

○ 데이터 수집

- 일본 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 일본 온라인쇼핑몰 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	라쿠텐(Rakuten)	www.rakuten.co.jp	온라인쇼핑몰
02	아마존(Amazon)	www.amazon.co.jp	온라인쇼핑몰

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 노니 가공식품 관련 온라인쇼핑몰 사전조사

[표 3.2] 일본 노니 가공식품 관련 매체 리스트

Rakuten Rakuten



건강기능식품 트렌드 분석

노니 가공식품 특징

노니 가공식품 구매 후기

키워드 ①	알약	키워드 ①	주스	키워드 ①	맛
키워드 ②	DHC	키워드 ②	유기농	키워드 ②	꾸준히
키워드 ③	비타민	키워드 ③	원액	키워드 ③	건강
키워드 ④	다이어트	키워드 ④	JAS	키워드 ④	가격

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 일본 노니 가공식품 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 일본 노니 가공식품 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	영어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	건강기능식품 관련 트렌드	건강기능식품	Health Functional Food		0
		노니 가공식품 형태 및 섭취 방법	가루	Powder		0
			구운	Grilled		0
			튀긴	Fried		0
			칩스	Chips		0
			크래커	Cracker		0
			비스킷	Biscuit		0
			쿠키	Cookie		0
			바	Bar		0
			쉐이크	Shake		0
			젤리	Jelly	0	0
			수프	Soup		0
			구운	Roasted		0
			티백	Tea Bags		0
			스틱	Stick	0	0
			볼	Ball		0
			큐브	Cube		0
			슬라이스	Slice		0
			찐	Steamed		0
			주스	Juice		0
			캡슐	Capsule		0
		정제	Tablet		0	
		액체	Liquid		0	
		차	Tea		0	

## 빅데이터 분석 프로세스

### ○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

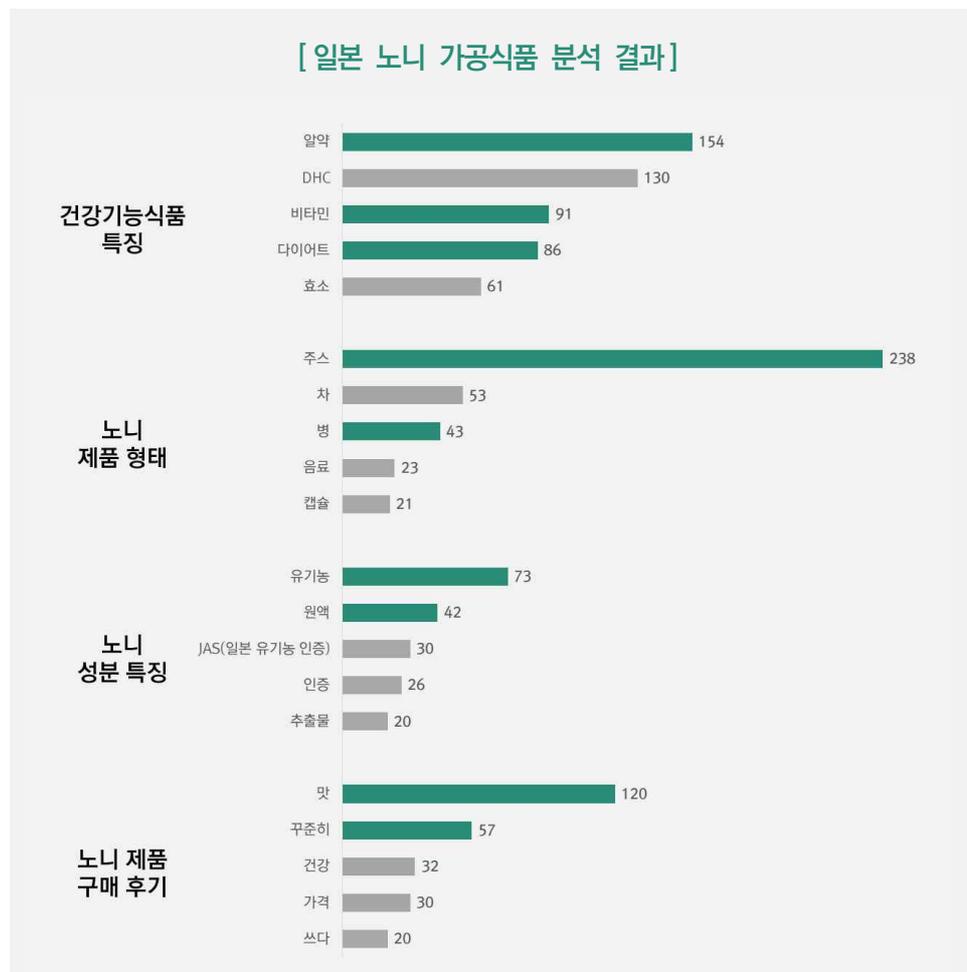
- 일본 소비자의 노니 가공식품 소비 실태 분석

- ① 일본 건강기능식품 관련 트렌드
- ② 일본 노니 가공식품 형태 및 섭취법
- ③ 일본 노니 가공식품 효능 및 성분
- ④ 일본 노니 가공식품에 대한 소비자 반응

### ○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인쇼핑몰 ‘건강기능식품’ 연관 기능 키워드 분석
- ② 온라인쇼핑몰 ‘노니’ 연관 제품 키워드 분석
- ③ 온라인쇼핑몰 ‘노니’ 연관 기능 키워드 분석
- ④ 온라인쇼핑몰 ‘노니’ Top5 제품 리뷰 분석



## 1. 일본 건강기능식품, 형태는 ‘알약’, 효능은 ‘다이어트’가 가장 많아

### 일본 주요 건강기능식품 제품 정보<sup>29)</sup>



제명	디에이치씨 다이어트파워 (DHC ダイエットパワー)
판매가	979엔(30) (약 1만 365원)
용량	60정
형태	알약
성분	효소
주요기능	다이어트 보조제

자료: 라쿠텐

#### ▶ 일본 건강기능식품, 알약 형태가 가장 많아

일본 온라인쇼핑몰 내 ‘건강기능식품’ 연관어를 조사한 결과, 제품 형태의 경우 ‘알약’이 328건으로 가장 많이 빈출 되었음. 이외에도 ‘오일’, ‘파우더’, ‘주스’, ‘젤리’ 등의 키워드가 도출됨

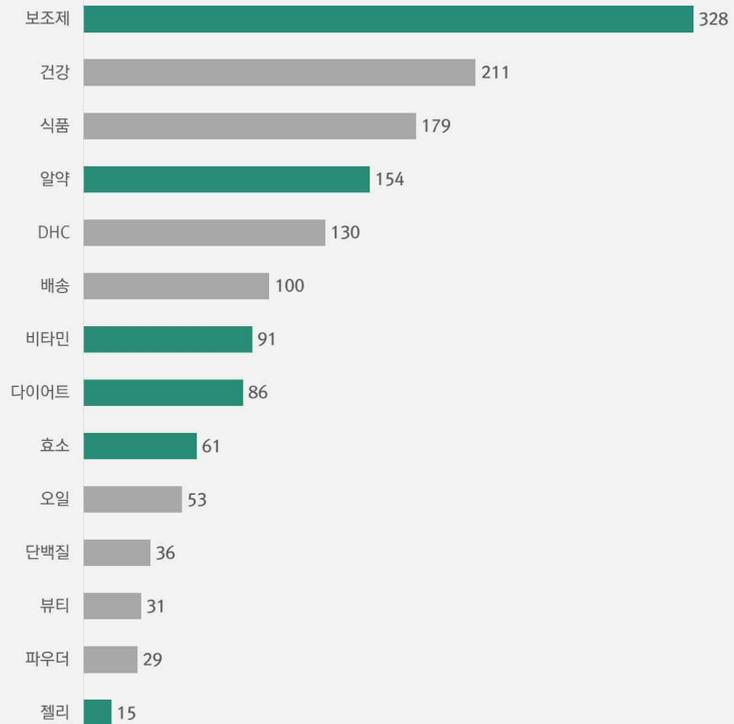
#### ▶ 성분은 비타민, 효능은 다이어트 키워드가 많아

성분 관련 키워드로는 ‘비타민’이 91건으로 가장 많이 빈출 되었으며, ‘효소’, ‘단백질’이 뒤를 이었음. 효능 관련 키워드로는 ‘다이어트’가 86건으로 가장 많았으며, ‘뷰티’, ‘영양보충’ 등의 키워드가 도출됨

#### ▶ 일본 건강기능식품 관련 트렌드

① 알약 제형 ② 비타민 ③ 다이어트

[표 3.4] 일본 온라인쇼핑몰 ‘건강기능식품’ 연관어



자료: 일본 온라인쇼핑몰 ‘건강기능식품’ 421건 분석

29) 자료: 라쿠텐(Rakuten)

30) 100엔=1,058.74원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 일본 노니 가공식품, 대부분 주스 형태로 판매

### 일본 주요 노니 가공식품 정보<sup>31)</sup>



제품명 타이티안노니주스  
(Tahitian Noni Juice)

판매가 5,400엔  
(약 5만 7,171원)

용량 1L

특징 100% 천연 노니 과즙

자료: 아마존

#### ▶ 일본 노니 가공식품, ‘주스’ 키워드 최다 빈출

일본 내 온라인쇼핑몰에서 ‘노니’ 연관 가공식품을 조사한 결과, ‘주스’ 형태의 제품이 238건으로 가장 많이 확인됨. 이외에도 제품 형태 키워드는 ‘차’, ‘음료’ 등 마셔서 섭취할 수 있는 제품이 많은 것으로 확인됨. ‘캡슐’, ‘파우더’ 등의 키워드도 확인되었으나, 젤리와 관련된 키워드는 도출되지 않음

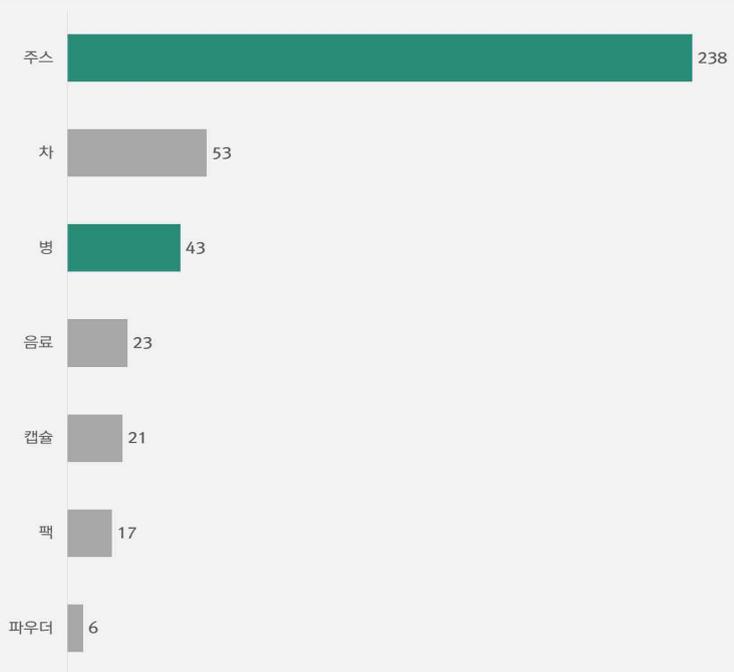
#### ▶ ‘병’에 담긴 제품이 가장 많아

노니 가공식품 포장 형태의 경우 ‘병’에 담긴 제품이 43건으로 가장 많으며, 두번째로 팩에 담긴 제품이 17건으로 확인됨. ‘주스’ 형태의 제품이 주를 이루는 것과 같은 맥락으로 보이며, 스틱과 관련된 키워드는 도출되지 않음

#### ▶ 일본 내 노니 가공식품 형태 및 포장 특징

##### ① 주스 ② 병

[표 3.5] 일본 온라인쇼핑몰, ‘노니’ 제품 형태 연관어



자료: 일본 온라인쇼핑몰 ‘노니 가공식품’ 167건 분석

31) 자료: 아마존(Amazon)

### 3. 일본 노니 가공식품, '유기농' 강조

● 일본 주요  
노니 가공식품 정보<sup>32)</sup>



제품명	한즈노니 퓨어엔와일드 (Hands Noni Pure&Wild)
판매가	1,614엔 (약 1만 7,221원)
용량	900ml
특징	· 건강·미용·다이어트 · 활성 산소 제거 효과

자료: 아마존

▶ 일본 내 노니 가공식품, 제품 판매 시 '유기농' 강조

일본 내 노니 가공식품의 셀링포인트를 확인하기 위해 온라인쇼핑몰에서 '노니' 관련 마케팅 키워드를 분석한 결과 '유기농'이 73건으로 가장 많이 빈출됨. 뒤이어 'JAS'가 30건으로 빈출되어 유기농 관련 키워드가 100건이상 도출됨. 반면 건강기능식품에 비해 다이어트, 피부미용 등 제품의 효능과 관련된 내용이 언급되는 경우는 매우 적은 것으로 확인됨

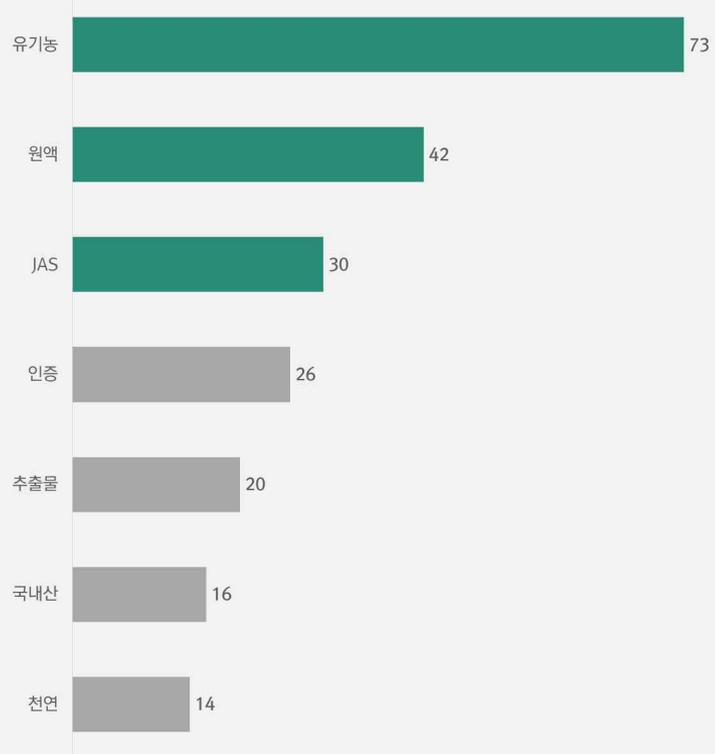
▶ 제품 판매 시 '원액' 사용 강조

일본 내 노니 가공식품의 특징 중 '원액'이 42건으로 두 번째로 많이 빈출 되었음. 이는 100% 노니 원액을 사용 사용했다는 점을 강조하는 제품이 많은 것을 의미하며 혼합물보다 원액 형태의 주스 제품이 인기가 많다는 것을 확인할 수 있음

▶ 일본 내 노니 가공식품 특징

- ① 유기농 ② 원액

[표 3.6] 일본 온라인쇼핑몰, '노니' 성분 연관어



자료: 일본 온라인쇼핑몰 '노니 가공식품' 167건 분석

32) 자료: 아마존(Amazon)

## 4. 일본 노니 가공식품, 맛에 있어 호불호 갈려

### ● 일본 노니 가공식품 구매후기<sup>33)</sup>

- 처음에는 맛이 이상했지만 계속 먹으니 맛도 좋게 느껴진다.
- 희석해서 먹으면 좋다.
- 블루치즈 같은 냄새가 난다.
- 맛은 없지만 변비에 좋은 것 같다.
- 관절 통증에 효과가 있다.

자료 : 아마존

#### ▶ 4-5점대 구매 후기, 노니 가공식품 맛에 만족하며 꾸준히 섭취

일본 온라인쇼핑몰에서 노니 가공식품에 대한 소비자 구매 후기를 조사한 결과, 4-5점대의 긍정적인 평가를 한 후기에서 ‘맛’이 75건으로 가장 많이 빈출 되었으며, 노니 가공식품에 긍정적인 소비자들은 노니 특유의 쓴 맛을 즐기는 것으로 확인됨. 그 밖에 ‘꾸준히’, ‘건강’ 등도 다수 언급되며 건강을 고려하여 지속해서 노니를 섭취하는 소비자가 많은 것으로 확인됨

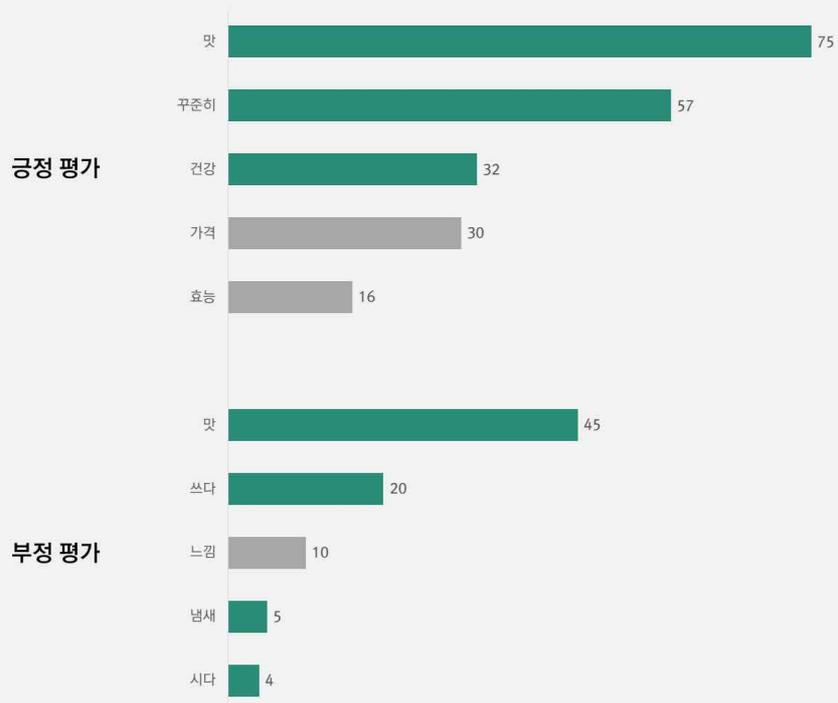
#### ▶ 1-3점대 구매 후기, 노니 가공식품 맛에 혹평

반면 1-3점대의 저조한 평가를 한 구매 후기 역시 ‘맛’이 가장 많이 빈출된 키워드로 나타나 노니 가공식품의 맛에 있어 소비자의 호불호가 갈리는 것으로 확인됨. 이어 ‘쓰다’, ‘냄새’, ‘시다’ 등의 키워드가 빈출되는 것으로 봤을 때, 노니 특유의 맛에 거부감을 느끼는 소비자들이 있는 것으로 판단됨

#### ▶ 일본 노니 가공식품 구매 후기 평가

##### ① 맛에 호불호 갈려 ② 꾸준히 섭취하는 소비자 多

[표 3.기] 일본 온라인쇼핑몰 구매후기 ‘노니’ 연관어



자료: 일본 온라인쇼핑몰 ‘노니 가공식품’ 구매후기 168건 분석

33) 자료: 아마존(Amazon)

## IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 일본 노니 젤리 유통구조
2. 일본 노니 젤리 진출 가능 유통업체
3. 일본 노니 젤리 진출 가능 B2C 소매채널

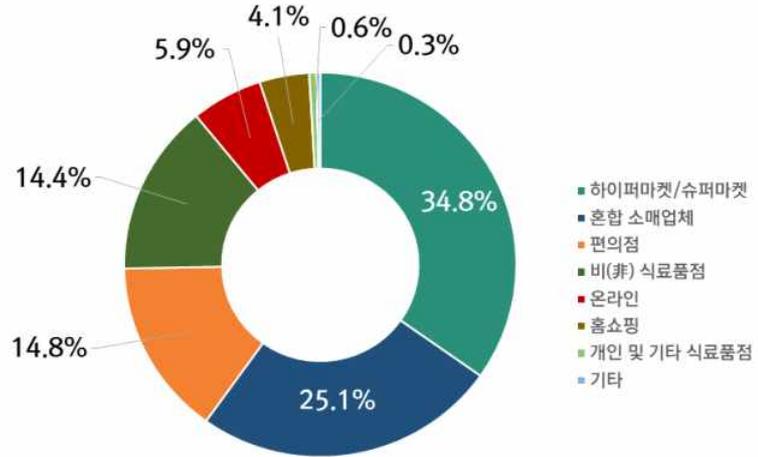
## 1. 일본 노니 젤리 유통구조

### ▶ 일본 노니 젤리 주요 유통채널

‘하이퍼마켓/슈퍼마켓(34.8%)’

[표 4.1] 일본 노니 젤리 유통채널별 점유율

품목 구분 및 분류	
품목	노니 젤리
구분	기능성 당과류
범주	기능성 가공식품 (Fortified/Functional Packaged Food)



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 일본 노니 젤리 유통채널 현황

채널 유형	노니 젤리 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	34.8%	라이프(Life), 이토요카도(イトーヨーカドー), 맥스벨류(MaxValu), 마루에츠(マルエツ)
	혼합 소매업체	25.1%	다카시마야(高島屋), 다이마루(大丸), 이세탄(伊勢丹)
	편의점	14.8%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 로손(Lawson)
	비(非) 식료품점	14.4%	마쓰모토키요시(マツモトキヨシ), 스키야료구(スキ薬局), 선드러그(サンドラッグ), 웰시아(Welcia)
	온라인	5.9%	아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten)
	홈쇼핑	4.1%	쥬피터샵채널(Jupiter Shop Channel), 큐브이씨(QVC)
	개인 및 기타 식료품점	0.6%	장터, 서울시장, 충각네
	기타	0.3%	(-)
	방문판매	(-)	코요사(高陽社), 플라(Pola), 허벌라이프(Herbal Life)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

## 2. 일본 노니 젤리 진출 가능 유통업체

### ▶ 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 대표적

[표 4.3] 일본 노니 젤리 진출 가능 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>34)35)</sup>	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	라이프 (Life)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 7,146억 8,300만 엔 (약 7조 5,666억 원)	노니카(Nonika), 요코(ヨコオ), 후지푸드(フジフード)	0
2	마루엣츠 (マルエツ)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 2억 9,275만 달러 (약 3,235억 원)	모린다(Morinda), 노니카(Nonika)	0
3	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 11조 9,996억 엔 (약 127조 447억 원)	이어업(Ear up), 자네흐(ジャネフ), 하우스(House)	0
4	로손 (Lawson)	편의점	약 2조 4,000억 엔 (약 25조 4,098억 원)	핸즈노니 (Hands Noni), 내추럴로손 (Natural Lawson)	0
5	선드러그 (サンドラッグ)	비(非) 식료품점 (H&B)	약 55억 9,000달러 (약 6조 1,764억 원)	팔라우노니 (Palau Noni), 노니골드 (Noni Gold)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

34) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

35) 100엔=1,058.74원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수, 직원 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	웰시아 (Welcia)	비(非) 식료품점 (H&B)	약 7,791억 엔 (약 8조 2,492억 원)	서블릭스(Supplix), 해비버스 (ハッピーバース)	0
7	스기야료구 (スギ薬局)	비(非) 식료품점 (약국)	약 5,419억 엔 (약 5조 7,373억 원)	셀렉트(Select)	0
8	라쿠텐 (Rakuten)	온라인	약 1조 402억 엔 (약 11조 130억 원)	디엠케이(DMK), 혼모노노니 (本物のノニ), 모린다(Morinda), 내추럴하우스 (Natural House)	0
9	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,805억 달러 (약 309조 9,245억 원)	모린다(Morinda), 에무디에무 (エムディエム), 노니카(Nonika)	0
10	코요샤 (高陽社)	방문판매	직원 수('20: 약 200명)	코요샤 (高陽社), 야스키(Yaskey)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 일본 노니 젤리 진출 가능 B2C 소매채널



#### ① 라이프(Life)

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)	
	홈페이지	www.lifecorp.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('20)	약 7,146억 8,300만 엔 (약 7조 5,666억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('19): 약 270개</li> <li>• 직원 수('19): 약 2만 7,297명</li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1956년 설립</li> <li>• 수도권의 4개 현(縣) 및 간사이(関西) 지역 5개 현에서 270개 매장 운영</li> <li>• 매출액 중 식품 판매 비중이 약 82.6% 차지</li> <li>• 온라인 몰을 운영하며 배송서비스 제공</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년까지 50개 매장 개장 목표, 매장 개장 및 보수에 1억 8,000만 달러(약 2,228억 원) 투자 계획</li> <li>• 2020년 유기농 야채와 반찬 등을 판매하는 바이오랄(Bio Ral) 브랜드 매장 신규 오픈</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	닥터노니 (Dr.Noni)
		종류	노니 주스
		용량	900ml
		원산지	일본

자료: 라이프(Life), 유로모니터(Euromonitor), 라이프넷슈퍼(Lifenet Super), 니케이아시아(Nikkei Asia), 피알타임즈(PR Times), 핀티데(Fintide), 이마타마(Imatama)  
사진 자료: 라이프(Life), 라이프넷슈퍼(Lifenet Supper)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 육류, 어류, 음료류, 차(茶)류, 즉석식품, 스낵류, 소스류, 유제품, 신선식품, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 주방용품, 욕실용품, 가정용품, 유아용품, 세제류, 문구류, 잡화류, 애완용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고급 포장 차(茶) 제품</li> <li>- 말차가 가미된 제품 및 함께 포장된 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 선물용 제품 다수 취급</li> <li>- 유통기한 철저히 준수</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부</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 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +81-3-5807-5493</li> <li>- 이메일 : s620@lifecorp.co.jp</li> <li>- 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 라이프(Life), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 마루엣츠(マルエツ)

기업 기본 정보	기업명	마루엣츠(マルエツ)		
	홈페이지	www.maruetsu.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('19)	약 2억 9,275만 달러 (약 3,235억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 약 298개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1952년 설립</li> <li>• 1977년 식품 슈퍼마켓 분야 일본 최초 상장 기업</li> <li>• 2002년 200점포 달성</li> <li>• 쉐닝전기주식유한공사(蘇寧電器股份有限公司)와 합병회사 설립</li> <li>• 2013년 중국 시장 진출</li> </ul>			
		 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 12월 매출 전년 대비 3.2% 증가</li> <li>• 2020년 10월 가와사키(川崎)시에 2층 규모 신규 점포 오픈</li> <li>• 2020년 4월 가나가와현에 럭셔리 슈퍼마켓 브랜드 린코스(Rincos) 개점</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	슈퍼프리미엄노니주스 (Super Premium Noni Juice)	
		종류	노니 주스	
		용량	900ml	
		원산지	뉴질랜드	

자료: 마루엣츠(マルエツ), 유로모니터(Euromonitor), 다이아몬드체인스토어(Diamond Chain Store), 류츠뉴스(流通ニュース)  
사진 자료: 마루엣츠(マルエツ)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 지역특산품, 스낵류, 차(茶)류, 즉석식품, 스낵류, 소스류, 유제품, 신선식품 등</li> <li>- 일반: 주방용품, 욕실용품, 가정용품, 유아용품, 세제류, 문구류 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 직영 판매 홈페이지는 없으며, 야후재팬(Yahoo Japan) 및 라쿠텐(Rakuten) 페이지를 통한 전용 판매처 보유</li> <li>- 인터넷으로 구입한 슈퍼마켓 식료품 배달 서비스 제공</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 통해 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다음 웹주소에서 입점 문의 가능 (www.maruettsu.co.jp/syoudan)</li> <li>- 홈페이지 메뉴 お問合せ - 商談窓口 클릭</li> <li>- 취급 상품 카테고리 확인 후 해당부서 클릭하여 제안서를 제출</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 상품명 및 상품 소개</li> <li>② 회사 소개 (회사명, 자본금, 홈페이지 주소, 주요 거래처 등)</li> <li>③ 담당자명 및 연락처</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락이나 팩스를 통한 입점 문의는 받지 않음</li> <li>• 지역별 매장 리스트 및 연락처 상이</li> </ul>

자료: 마루엣츠(マルエツ)

2) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)								
	홈페이지	www.sej.co.jp								
	위치	도쿄(東京)								
	규모	매출액('20)	약 11조 9,996억 엔 <sup>36)</sup> (약 127조 447억 원)							
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1973년 설립</li> <li>• 1974년 도쿄에 1호점 개점</li> <li>• 2005년 세븐앤아이홀딩스 설립, 주식 상장 및 기존세븐일레븐을 자회사화</li> <li>• 2007년, 소매업으로서는 세계 최대 체인 점포수 달성</li> <li>• 2018년 점포 수 2만 개 돌파</li> </ul>								
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 11월 21일 인기 디저트 브랜드 도쿄바나나 한정판 포켓몬 에디션 세븐일레븐 매장에서 구매 가능</li> <li>• 2020년 11월 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수</li> <li>• 2020년 9월 딜리버리 서비스 시작</li> </ul>									
	유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>찌아시도곤약젤리 (チアシード蒟蒻ゼリー)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>곤약 젤리</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>205g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>일본</td> </tr> </table>	제품명	찌아시도곤약젤리 (チアシード蒟蒻ゼリー)	종류	곤약 젤리	용량	205g	원산지
제품명	찌아시도곤약젤리 (チアシード蒟蒻ゼリー)									
종류	곤약 젤리									
용량	205g									
원산지	일본									

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 세븐&아이홀딩스(7&I holdings), 유로모니터(Euromonitor), 옐프(Yelp), 타임아웃(Time Out), 로이터스(Reuters), 인사이드리테일아시아(Insideretail Asia)  
사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

36) 세븐앤아이홀딩스(Seven&I Holdings) 통합 매출액

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 즉석식품, 간편식품, 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류, 차(茶)류, 제과류 등</li> <li>- 일반: 약세서리류, 서적류, 화장품, 문구, 주방용품, 위생용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전자 서적 및 음원 판매</li> </ul> </li> </ul>		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부</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 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>		
<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 기준                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 세븐엔아이홀딩스 기업 행동지침 준수</li> </ul> </li> </ul>		
<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +81-3-5793-4370</li> <li>- 이메일 : 7andi-helpline@integrex.jp</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 유통채널 담당자와의 인터뷰

# LAWSON

## ② 로손(Lawson)

기업 기본 정보	기업명	로손(Lawson)		
	홈페이지	www.lawson.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('20)	약 2조 4,000억 엔 (약 25조 4,098억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('19): 약 1만 4,659개</li> <li>• 직원 수('19): 약 1만 7,395명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1975년 설립</li> <li>• 2001년 미쓰시비 상사가 인수하여 자회사로 편입</li> <li>• 일본 47개 현에 매장 보유</li> <li>• 중국, 인도네시아, 태국, 하와이, 필리핀 시장 진출</li> <li>• 세븐일레븐, 패밀리마트 다음으로 일본 내 규모가 큰 편의점 체인점</li> </ul>			
				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 11월 신상품 라면맛 치킨 출시</li> <li>• 2020년 10월 인기 애니메이션 '귀멸의 칼날' 콜라보레이션 상품을 판매하며 매출 상승</li> <li>• 2020년 9월부터 전국에 친환경 종이 용기 사용</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	핸즈노니퓨어앤와일드 (Hands Noni Pure&Wild)	
		종류	노니 주스	
		용량	900ml	
		원산지	일본	

자료: 로손(Lawson), 니케이아시아(Nikkei Asia), 재팬투데이(Japan Today)  
사진 자료: 로손(Lawson)

## 입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 디저트류, 냉동식품 등</li> <li>- 일반: 서적류, 화장품, 문구류, 주방용품, 위생용품, 애완식품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 디저트류</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 디저트류에 대한 자체 개발을 진행하고 있으며 디저트 브랜드를 입점시켜 수익성 증대를 도모</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선전화를 통한 입점 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 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 내 공급자가 지켜야할 'Trading policy' 존재</li> <li>• 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +81-120-07-3963</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 로손(Lawson), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 비(非) 식료품점  
(H&B)



① 선드러그(サンドラッグ)

기업 기본 정보	기업명	선드러그(サンドラッグ)		
	홈페이지	www.sundrug.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('20)	약 55억 9,000달러 (약 6조 1,764억 원)	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('19): 약 700개</li> <li>• 직원 수('19): 약 6,882명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1965년 설립</li> <li>• 일반 식품에 대해서 저가전략 전개</li> <li>• 교외 지역 및 역 앞에 주로 위치</li> <li>• 380여 개의 자사브랜드 의약품 보유</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 전국 매장에 전자화폐 시스템 패미페이(FamiPay) 도입</li> <li>• 2020년 11월 니탄클리닉(にしたんクリニック)에서 제공하는 PCR 진단 키트 입점</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	팔라우노니 (Palau Noni)	
		종류	노니주스	
		용량	720ml	
		원산지	팔라우	

자료: 선드러그(サンドラッグ), 유로모니터(Euromonitor), 던앤브래드쇼(Dun and Bradshaw),  
파일타임즈(PR Times), 류츠뉴스(流通ニュース)  
사진 자료: 도쿄교라쿠(東京攻略)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 주류, 음료류, 차(茶)류, 스낵류, 캔디류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 의약품, 화장품, 헤어용품, 구강청결용품, 약세서리류, 의류, 위생용품, 레저용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 의약품, 뷰티제품, 헬스케어제품</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 오른쪽 상단 お問い合わせ 클릭 (<a href="http://sundrug.co.jp/contact/index.html">sundrug.co.jp/contact/index.html</a>)</li> <li>- お問い合わせ의 첫 번째 카테고리 클릭 후 양식서 작성</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 문의사항 자유 기재 (공급 제품 정보 및 회사소개서 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품부 직통 전화번호: +81-42-369-6215</li> </ul> </li> </ul>

자료: 선드러그(サンドラッグ), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 웰시아(Welcia)

	기업명	웰시아(Welcia)	
	홈페이지	www.welcia.co.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('19)	약 7,791억 4,800만 엔 (약 8조 2,492억 원)
기타 규모		매장 수('19): 약 1,745개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2008년 설립</li> <li>• 매장의 70%가 약국과 병설</li> <li>• 매장의 24%를 24시간 오픈하는 것이 목표</li> <li>• 현지 의료기관 및 간호시설과 협력하여 운영</li> <li>• 홈케어 서비스인 '웰시아네일싱서비스(Welcia Nursing Service)' 제공</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 WPP와 칸타르(Kantar)가 선정한 '2021년 가장 가치있는 일본 기업 Top 50'</li> <li>• 2020년 코로나바이러스 자가검진 키트 판매</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	노니100개네키 (Noni 100 原液)
		종류	노니 주스
		용량	500ml
		원산지	일본

자료: 웰시아(Welcia), 프레스엠(Pressm), 피알뉴스와이어(PR Newswire), 로이터(Reuters), 쿠라시키(Kurashiki)  
사진 자료: 웰시아(Welcia)

## 입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강보조식품, 차(茶)류, 음료류, 스낵류, 소스류, 유제품 등</li> <li>- 일반: 화장품, 구강청결용품, 유아용품, 애완용품, 생활용품, 여성용품, 헬스케어제품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 의약품, 뷰티제품, 헬스케어제품</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
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>- 공급자 정보와 문의사항을 하기 우편 주소로 송부 (2-2-15, Sotokanda, Chiyoda Ku, Tokyo To, 101-0021, Japan)</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)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> <li>- 담당 바이어 전달 및 회신</li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처:           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +81-120-119-358</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 웰시아(Welcia), 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 비(非) 식료품점  
(약국)



① 스키야료구(スギ薬局)

기업 기본 정보	기업명	스기야료구(スギ薬局)	
	홈페이지	www.sugi-net.jp	
	위치	아이치현(愛知県)	
	규모	매출액('20)	약 5,419억 엔 (약 5조 7,373억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('20): 약 1,287개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1976년 설립</li> <li>• 조제약, 처방약 전문 약국</li> <li>• 연중무휴로 매장 운영</li> <li>• 고령자를 위한 재택 의료 서비스 진행</li> <li>• 매장 내 뷰티 어드바이저가 있어 화장품 컨설팅 서비스 진행</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 신문사와 연계하여 의약품과 생활용품 택배로 배송하는 서비스 시험 운용 개시</li> <li>• 2020년 대만 약국 체인 그레이트트리파머시(Great Tree Pharmacy)와 제휴하여 대만 진출</li> <li>• 2020년 전년 대비 97개 매장 수 증가</li> </ul>		
	주요 제품		제품명
종류			플라센타 젤리
용량			33포
원산지			일본

자료: 스키야료구(スギ薬局), 호코큐(Hokkoku), 류츠뉴스(流通ニュース)  
사진자료: 스키야료구(スギ薬局)

**입점 및 협력 정보**

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>주요 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강기능식품, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 의약품, 화장품, 생활용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국 화장품 판매</li> <li>- 자사 PB상품 판매</li> </ul> </li> </ul>		
	<p><b>등록 유형</b></p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선연락을 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +81-0562-45-2701</li> <li>- 팩스번호 : +81-0562-45-2702</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 스기야료구(スギ薬局)

5) 온라인



① 라쿠텐(Rakuten)

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)		
	홈페이지	www.rakuten.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('20)	약 1조 402억 엔 (약 11조 130억 원)	
기업 요약	기타 규모	직원 수('19): 약 1만 8,364명		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1997년 설립</li> <li>• 일본 내 가장 큰 규모의 B2B, B2C 온라인쇼핑몰</li> <li>• 미국, 프랑스, 브라질, 독일, 영국, 스페인 등으로 온라인 플랫폼을 확장하며 글로벌 기업으로 성장</li> <li>• 무역, 엔터테인먼트, 스포츠, 에너지 등 다양한 분야에 서비스 제공</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 11월 블록체인 플랫폼 쉬어링(Share Ring)과 파트너십 계약을 체결</li> <li>• 2020년 11월 글로벌 미디어플랫폼 오란(O Ran)과 파트너십 계약 체결</li> <li>• 2020년 라쿠텐 자율 배송 로봇을 일본 거리에서 시행</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	올가니쿠오라키노주스 (オーガニック オラキノノニジュース)	
		종류	노니 주스	
		용량	900ml	
		원산지	일본	

자료: 라쿠텐(Rakuten), 유로모니터(Euromonitor), 코인데스크(Coindesk), 피어스 와이어레스(Fierce Wireless), 엔에이치케이(NHK)  
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

## 입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 입점 가능 품목           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 스낵류, 캔디류, 차(茶)류, 음료류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 문구류, 완구류, 유아용품, 의류, 잡화류, 가전제품, 화장품, 향수류, 스포츠용품 등</li> </ul> </li> <li>• 특이사항           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미디어, 마케팅, 투자서비스 등 9개의 다양한 서비스 제공</li> <li>- 제품뿐만 아니라 제품을 취급하는 브랜드 및 매장 소개</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 등록           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다음 웹사이트 접속 (<a href="http://www.ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry">www.ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry</a>)</li> <li>- 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출</li> <li>- 홈페이지 가입 정보               <ol style="list-style-type: none"> <li>① 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화 번호, 대표 Fax 번호, 대표자명)</li> <li>② 운영담당자정보 (담당자명, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일 : <a href="mailto:sales-list@rakuten.com">sales-list@rakuten.com</a></li> </ul> </li> </ul>

자료: 라쿠텐(Rakuten), 유통채널 담당자와의 인터뷰



## ② 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	홈페이지	www.amazon.co.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('19) 기타 규모	약 2,805억 달러 <sup>37)</sup> (약 309조 9,245억 원) 직원 수('18): 약 64만 7,500명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2000년 설립</li> <li>• 일본 내 온라인쇼핑몰 부문 1위 전자상거래 업체</li> <li>• 전 세계 3억 명의 고객 보유</li> <li>• 일본 내 월평균 20억 명 방문</li> <li>• 월 500엔에 아마존 프라임(Amazon Prime)멤버십 제공</li> <li>• 아마존 일본의 FBA<sup>38)</sup> 서비스 전체 물량의 98%를 일본 전역에 당일 배송</li> </ul>		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 12월 연말 결산 세일 진행</li> <li>• 2020년 공정거래규제기관에 반독점 규정으로 위반되는 관행을 개선할 방법에 대한 계획 제출</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	타히티안노니 (Thitian Noni)
		종류	노니주스
		용량	1000ml
		원산지	일본

자료: 아마존(Amazon), 비즈니스인사이드(Business Insider), 피알타임즈(PR Times), 사진 자료: 아마존(Amazon)

37) 2019년 통합 매출액

38) 아마존 주문처리서비스

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 곡류, 음료류, 차(茶)류, 주류 등</li> <li>- 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 생활용품, 운동기구, 악기류, 화장품, 완구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 신제품</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 Amazonで売る 클릭                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 아마존 셀러 계정 생성</li> <li>② 상품 리스팅</li> </ul> </li> <li>- 홈페이지 등록 정보                                     <ul 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, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 기준                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아마존 행동강령 준수</li> <li>- 아마존 자체브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증<sup>39)</sup></li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 프로페셔널(Professional) 셀링 플랜의 비용은 월 이용료 4,900엔 및 아이템당 상품 판매 수수료(카테고리별로 상이)로 구성</li> <li>• 일부 상품은 법률/규제상의 제한(예: 처방 의약품) 또는 아마존 정책(예: 부적절한 사진)에 의거하여 리스팅할 수 없음</li> <li>• 입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능</li> </ul>	

자료: 아마존(Amazon)

39) Amfori BSCI, Better Work(BW), Responsible Business Alliance(RBA), SMETA, SA8000 Standard 인정

6) 방문판매



① 코요샤(高陽社)

기업 기본 정보	기업명	코요샤(高陽社)	
	홈페이지	www.koyo-sha.jp	
	위치	나가사키(長崎)	
	규모	기타 규모	직원 수(*20) : 약 200명
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1975년 설립</li> <li>• 입욕제 판매로 사업 시작</li> <li>• 자사제품 생산 공장, 물류센터 보유</li> <li>• 온라인 매장 보유</li> <li>• 매월 자사 제품에 대한 세미나 진행</li> </ul>	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 5월 코로나19에 맞춰 면역력 강화 관련 상품 마케팅 강화</li> <li>• 2020년 2월 미용 세미나 개최</li> <li>• 2019년 천연 실리콘을 함유한 불가리안 로즈워터 제품 출시</li> </ul>	
주요 제품		제품명	교요이요오케이55 (Koyo E-yo Ok 55)
		종류	기능성 분말
		용량	71.5g
		원산지	일본

자료: 코요샤(高陽社)  
사진자료: 코요샤(高陽社)

## 입점 및 협력 정보

기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 제품           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강기능식품, 건강보조식품</li> <li>- 기타: 화장품, 마사지 제품, 의료용품, 육실용품 등</li> </ul> </li> <li>• 특이사항           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 입욕제 판매</li> <li>- 다양한 화장품 판매</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선연락을 통한 입점 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, 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +81-042-313-3021</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 코요사(高陽社)

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 일본 노니 젤리 인증 취득
2. 일본 노니 젤리 사전 절차
3. 일본 노니 젤리 라벨 심의
4. 일본 노니 젤리 서류 준비
5. 일본 노니 젤리 세금 납부
6. 일본 노니 젤리 검역 심사 절차
7. 일본 관련 규제 정보

## 1. 일본 노니 젤리 인증 취득

### 인증 취득

일본으로 제품 수출 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 노니 젤리

노니 젤리 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 일본 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

일본으로 수출하고자 하는 노니 젤리 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 다만, 일본 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare)에 따르면, 2018년 국내 식품업체의 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point) 도입이 의무화되었으며, 일본으로 육류 및 가공육 수출 시 해당하는 국가의 수출업체는 인증을 의무적으로 취득해야 함

그 외 기타 인증으로 식품 생산에 관한 인증이 있으며, 식품 품질에 관한 인증인 JAS 인증이 있음. JAS 인증의 경우 식품의 품질 기준을 제시하고 있으며, 해당 기준에 적합한지를 판별함. 업체의 선택에 따라 지정 인증기관을 통해 취득 가능함

[표 5.1] 일본 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
JAS	식품 품질 인증	선택	후생노동성 지정 인증기관	

자료: 각 인증기관

[표 5.2] 일본 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만 원
ISO 22000	절차	기간
	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120-130만 원
IFS	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900-1,000만 원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만 원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만 원
JAS	절차	기간
	서류제출>서류 평가>현장 평가>개선요구>인증>사후관리	약 4-8주
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 제조과정 정보 등	-

자료: 각 인증기관

## 2. 일본 노니 젤리 사전 절차

### 사전 절차

일본으로 제품 수출 시,  
품목에 대한 사전 규제 및  
심사제도 정보 제공

### 노니 젤리

노니 젤리 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 식품 수입 시 필수 등록 요건 ‘없음’
- ▶ 통관 절차 간소화를 위한 후생노동성의 ‘가공식품 사전등록 가능’

일본 후생노동성은 일본으로 수입되는 식품에 대하여 필수적인 사전등록 절차를 요구하지 않으며, 해외 업체의 등록 절차도 요구하지 않음. 다만, 통관 절차 시 수입 식품에 대한 검사 요건을 완화하고 원활한 통관을 위하여 수입 식품에 대한 사전 검사 및 등록 제도를 시행하고 있음. 이는 ① 통관 시 검사주기 완화에 따른 비용 절감 ② 통관시간 단축(통상소요시간의 50%) ③ 비등록업체에 적용되는 통상검사(5% 무작위추출 모니터링 실시) 완화 등의 효과가 있음

해당 절차를 통하여 사전 확인을 받게 되면, 등록번호가 기재된 수입신고서를 제출하여 신속하게 통관 업무를 진행할 수 있음, 대상 식품은 농축산물 및 수산물의 1차 생산품 또는 간이 가공품을 제외한 가공식품으로, 일본 식품위생법이 정하고 있는 기준에 적합한지 확인받게 됨

[표 5.3] 일본 수입 전 등록제도

적용 규제	일본 후생노동성(MHLW), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020 개정
담당 기관	일본 후생노동성(MHLW)
국내 신청 기관	한국농수산물유통공사(aT)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신청서</li> <li>• 상품 리스트,</li> <li>• 위생검사표</li> <li>• 성분분석표 및 제조공정도</li> <li>• 시험성적증명서               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입업체 발급 시험성적증명서 제출 가능</li> </ul> </li> <li>• HACCP 인증서</li> </ul>
절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 제출</li> <li>• 서류 검토</li> <li>• 서류 심사</li> <li>• 현장 실사</li> <li>• 등록 통보</li> </ul>

자료: 정부24, 한국농수산물유통공사(aT)

### ▶ 일본, 식품 통관 간소화를 위한 사전 ‘AEO 등록 인정’

수출입안전인증업체(AEO, Authorized Economic Operator)는 관세 당국이 법규준수, 내부통제시스템, 재무건전성, 안전관리의 공인기준의 적정성 등을 판단하여 공인한 우수업체를 대상으로 통관 절차를 간소화하기 위한 사전등록 절차임. 해당 제도를 시행하는 국가는 상호인정협정(MRA, Mutual Recognition Arrangement)을 통하여 협정체결 국가 간의 검사비용 축소와 같은 신속 통관 혜택을 부여받을 수 있음

2007년부터 AEO 제도를 실행하고 있는 일본은 2011년 한국과 상호인정협정(MRA)을 체결하여 한국에서의 수출입 안전관리 우수업체를 인정하고 있음. 따라서 한국의 AEO 업체들이 일본으로 수출 시 화물 도착 전 수입신고할 수 있도록 하고, 수입신고와 납세신고를 분리하여 세금 납부 전에 화물을 입항하고 세금은 후에 일괄적으로 납부할 수 있도록 혜택을 부여함

[표 5.4] 한국 수출입안전인증업체(AEO) 정보

적용 규제	한국 관세청 고시 제2020-2호 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
관리 기관	한국 관세청
상호인정협정(MRA) 국가	캐나다, 싱가포르, 미국, 일본, 뉴질랜드, 중국, 홍콩, 멕시코, 터키, 이스라엘, 도미니카공화국, 인도, 대만, 태국, 호주, 아랍에미리트, 말레이시아, 페루, 우루과이, 카자흐스탄, 몽골, 인도네시아

자료: 한국 관세청

[표 5.5] 일본 수출입안전인증업체(AEO) 등록 및 혜택 정보

적용 규제	일본 관세청(Japan Customs), 「관세법(關稅法)」, 2006		
세부 규정	일본 관세청, 「특정수출 신고제도(特定輸出者制度)」, 2006		
발행 기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 관세청</li> <li>• 한국 관세청</li> </ul>		
혜택	제도	대상 사업자	내용
	특수수입 신고제도	일본 수입자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 화물 도착 전에 신고 및 허가 가능</li> <li>• 납세신고 전에 화물 거래 가능</li> </ul>
	특수수출 신고제도	일본 수입자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 화물이 보세지역 밖에 있어도 수입신고를 실시하고 수출허가를 받을 수 있음</li> </ul>
	특정보세 승인제도	창고업자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보세 장치장의 신규 설치 가능</li> <li>• 허가수수료 면제</li> </ul>
	인정통관 사업자제도	통관업자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대리로 실시하는 수출입 통관에 있어 통관 수속 간소화</li> </ul>
	특정보세 운송제도	운송자 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 간단한 수속을 통해 외국 화물 운송 가능</li> </ul>
	인정제조자 제도	제조자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보세지역 밖에 있는 화물에 대해서도 수출신고 가능</li> </ul>

자료: 일본 관세청(Japan Customs)

### 3. 일본 노니 젤리 라벨 심의

#### ▶ 일본 라벨 규정

[표 5.6] 일본 라벨 관리 규정

●	<b>라벨 심의</b>	<b>적용 규제</b>	일본 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020												
	일본으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	<b>세부 규정</b>	식품 라벨링법(食品表示法) No. 70 of June 28. 2013												
●	<b>노니 젤리</b>	<b>라벨 표기사항 (항목)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품명</li> <li>• 원산지</li> <li>• 수입자 정보</li> <li>• 원료 정보</li> <li>• 식품첨가물</li> <li>• 순중량</li> <li>• 유통기한</li> <li>• 보관방법</li> <li>• GMO 성분에 대한 표시</li> <li>• 알레르기 정보</li> <li>• 영양성분</li> </ul>												
	노니 젤리 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함	<b>세부 내용</b>	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>표기 언어</b></td> <td>일본어로 표기할 것 폰트의 최소사이즈는 8포인트로 할 것</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>식품첨가물</b></td> <td>식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입할 것 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용할 것 (e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate) 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성할 것</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>라벨 표기사항 (가이드)</b></td> <td><b>영양성분</b> 열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성할 것 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>유통기한</b></td> <td>함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것 제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기할 것</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>원료정보</b></td> <td>가장 일반적인 명칭으로 기재할 것 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기할 것</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>보관방법</b></td> <td>보관에 적절한 보관방법에 대한 내용을 표기할 것 상은 보존 의외 유의 사항이 없을 시, 미표기 가능</td> </tr> </table>	<b>표기 언어</b>	일본어로 표기할 것 폰트의 최소사이즈는 8포인트로 할 것	<b>식품첨가물</b>	식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입할 것 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용할 것 (e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate) 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성할 것	<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>	<b>영양성분</b> 열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성할 것 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능	<b>유통기한</b>	함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것 제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기할 것	<b>원료정보</b>	가장 일반적인 명칭으로 기재할 것 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기할 것	<b>보관방법</b>	보관에 적절한 보관방법에 대한 내용을 표기할 것 상은 보존 의외 유의 사항이 없을 시, 미표기 가능
<b>표기 언어</b>	일본어로 표기할 것 폰트의 최소사이즈는 8포인트로 할 것														
<b>식품첨가물</b>	식품첨가물의 명칭만 표기하도록 되어 있으나 몇몇 성분의 경우 용도와 같이 기입할 것 일반명이 더 많이 일반적으로 사용되는 경우 해당 명칭으로 사용할 것 (e.g. 비타민 C - Sodium L-ascorbate) 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성할 것														
<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>	<b>영양성분</b> 열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨에 대하여 작성할 것 산화 지방, 콜레스테롤, 당, 미네랄, 비타민과 같은 성분의 경우 작성자 임의로 추가 가능														
<b>유통기한</b>	함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표기할 것 제품의 종류에 따라 적절한 유통기한 또는 소비기한으로 표기할 것														
<b>원료정보</b>	가장 일반적인 명칭으로 기재할 것 복합재료의 경우 괄호 표기 후, 원재료를 표기할 것														
<b>보관방법</b>	보관에 적절한 보관방법에 대한 내용을 표기할 것 상은 보존 의외 유의 사항이 없을 시, 미표기 가능														

<b>세부 내용</b>	<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>	<b>수입자 및 제조사 정보</b>	수입업체의 이름 및 주소, 제조자의 이름 및 주소 정보를 기재할 것
		<b>GMO 성분 표기</b>	등록된 GMO 식품들인 대두, 옥수수, 감자, 유채, 목화, 알팔파, 사탕무, 파파야를 대상으로 하여, 해당 원료를 함유하고 있음을 표기할 것
		<b>알레르기 정보</b>	새우, 게, 밀, 메밀, 달걀, 유제품, 땅콩  일본 소비자청은 다음 20개 항목에 대해서도 라벨에 표기하도록 권고 중 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 캐슈넛, 키위, 소고기, 호두, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이, 복숭아, Yam(yam), 사과, 젤라틴  해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 '알레르겐'을 표기할 것
		<b>순중량</b>	단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것
		<b>기타</b>	유기농 인증을 획득한 경우에 한하여, JAS 유기농 마크 및 유기농 표기 가능  건강증진법이 정하고 있는 바에 따라 담당 부처로부터 허가를 취득하거나 신고한 후, 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품 마크의 표기와 적절한 기능성에 대한 홍보 문구 사용 가능함
		<b>L-페닐알라닌 화합물</b>	인공 감미료 중 하나인 아스파르테임을 포함한 식품에는 'L-페닐알라닌화합물을 포함' 등으로 포함 사실을 표시할 것

자료: 일본 소비자청(Customs Affairs Agency), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS),  
농식품수출정보(Kati)

▶ 일본 노니 젤리 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[앞면 - 일본어]

- ① 沖縄県産 ノニ 果汁100%
- ② 本製品の特徴  
沖縄県内で栽培した良質のノニ果実だけを  
6ヶ月間熟成させ、無添加で上げました。
- ③ お召し上がり方  
添え付けの計量カップで20~30mlを1日  
1~3回を目安にお召し上がりください。
- ④ 名称：ノニ果汁ストレート
- ⑤ 原材料名：ノニ果実(沖縄県)
- ⑥ 内容量：500ml
- ⑦ 賞味期限：枠外裏面に記載
- ⑧ 保存方法：直射日光、高温多湿をさけて  
常温で保存。
- ⑨ 製造者：(株)沖縄海星物産  
沖縄県糸満市西崎町4-17-13
- ⑩ 販売者：(株)おきなわ晴家  
沖縄県豊見城市高安803-89
- ⑪ 開封後は要冷蔵

[앞면 - 국문]

- ① 오키나와산 노니 과즙 100%
- ② 본 제품의 특징  
오키나와현 내에서 재배한 양질의 노니  
과실만을 6개월간 숙성시켜 무첨가로  
만들었습니다.
- ③ 드시는 방법  
동봉된 계량컵으로 20~30ml를 1일 1~3회를  
기준으로 드세요.
- ④ 명칭: 노니과즙ストレ이트
- ⑤ 원재료명: 노니과실(오키나와현산)
- ⑥ 내용량: 500ml
- ⑦ 유통기한: 겉 봉투 뒷면 아래에 기재
- ⑧ 보관방법: 직사 광선, 고온 다습한 환경을  
피하고 상온에 보관
- ⑨ 제조사: (주)오키나와 해상 물산  
오키나와현 이토만시 니사자키초  
4-17-13
- ⑩ 판매자: (주)오키나와 청가  
오키나와현 토마구스쿠시 타카야스  
803-89
- ⑪ 개봉후에는 냉장고에 보관하세요.

## ⑫ [栄養成分表示(100mlあたり)]

エネルギー：20kcal / たんぱく質：0.8g / 脂質：  
 0.1g / 炭水化物：4.1g / ナトリウム：25mg /  
 カリウム：450mg / カルシウム：12mg / マグ  
 ネシウム：28mg / 鉄：0.7mg / 亜鉛：0.2mg /  
 ビタミンB1：0.03mg / ビタミンB2：0.02mg /  
 ビタミンB6：0.05mg / ビタミンC：16mg

## ⑫ [영양성분표시(100ml당)]

열량：20kcal / 단백질：0.8g / 지방：  
 0.1g / 탄수화물：4.1g / 나트륨：25mg /  
 칼륨：450mg / 칼슘：12mg / 마그네슘：  
 28mg / 철：0.7mg / 아연：0.2mg /  
 비타민 B1：0.03mg / 비타민 B2：  
 0.02mg / 비타민B6：0.05mg / 비타민 C  
 : 16mg

## 4. 일본 노니 젤리 서류 준비

### 서류 준비

일본으로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
서류 정보 제공

### 노니 젤리

노니 젤리 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 수입 업무 수입업체 또는 통관 브로커 통해 진행
- ▶ 일본 수입서류 원산지증명서 필요

일본으로 제품을 수입하고자 할 때, 수입신고는 일반적으로 보세 구역에 물품이 반입된 후 진행함. 다만, 세관에서 정하고 있는 특정 물품의 경우 보세 구역으로 물품이 반입되기 전 또는 선박에 적재되어있는 상태에서 신고해야 함. 수입신고는 수출업체가 수행할 수 없으므로 제품의 수입업체 또는 통관 브로커를 통해서 진행해야 함

일본에 입항하려는 선박 컨테이너 화물은 출항 24시간 전 신고해야 하며 적하목록 사전제출이 필요함. 수입신고는 수출입 항만관련 정보처리 시스템 (Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System)을 통해 전자문서로 처리 가능함. 통관정보 종합관정시스템(Customs Intelligence Data Base System)에서는 수출입 항만관련 정보처리 시스템에 입력된 정보를 바탕으로 불법 수출입 가능성이 있는 화물들을 선별하여 조사하여 신속 통관을 가능케 함

일반특혜관세(Generalized System of Preferences)를 받을 수 있는 경우, 해당 관세율 적용을 위한 일반특혜관세 원산지 증명서(GSP Certificate of Origin) Form A의 원산지 증명서를 제출해야 함

[표 5.7] 일본 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서(C-5020)	일본 관세청(Japan Customs)
	상업송장	(-)
	포장명세서	(-)
	선적	
	보험증서	(-)
	운임명세서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	관세청 / 상공회의소
	관세 납부 영수증	(-)
등록 서류, 원산지 성분표, 제조공정표 등 기타 수입에 요구되는 서류	(-)	

자료: 일본 관세청(Japan Customs)

## 5. 일본 노니 젤리 세금 납부

### 세금 납부

일본으로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
세금 정보 제공

### 노니 젤리

노니 젤리 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 일본 노니 젤리 HS CODE 2007.99-129, 관세율 12% 적용
- ▶ 일본 수출 시 'WTO 협정 관세율' 적용

노니 젤리의 경우 일본에서는 HS CODE 2007의 2007.99-129 세번을 사용하여 수입됨.<sup>40)</sup> 일본 수입 시 기본 세율은 20%이나 WTO 가입국을 원산지로 하는 수입 물품에 대해 일정 관세 이상을 부과하지 않는 WTO 협정 세율이 적용되어 12%의 관세가 부과됨. 관세 외에도 제품에 따라 8%, 10%의 소비세가 부과됨

- 수입 서류 심사비용에 107달러(한화 약 12만 원)<sup>41)</sup> 소요
- 수입 서류 심사 기간은 3시간 소요
- 통관 비용은 275달러(한화 약 30만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 48시간 소요

[표 5.8] 한국·일본 HS CODE 비교 및 일본 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2007	잼, 후르츠 젤리, 마야말레이드, 과일 또는 너트의 퓨레 및 과일 또는 너트의 페이스트(가열 조리를 해 얻어진 것 에 한하며, 설탕(당류) 기타 감미료를 첨가한 것인지의 여부를 불문한다.)	
	2007.99	기타	
	2007.99-9000	기타	
일본	2007.99-129	후르츠 젤리	
관세	기본 관세율	20%	
	협정 관세율	12%	
소비세		8% 혹은 10% (제품에 따라 적용)	

자료: 관세법령정보포털(UNIPASS), 일본 관세청(Japan Customs)

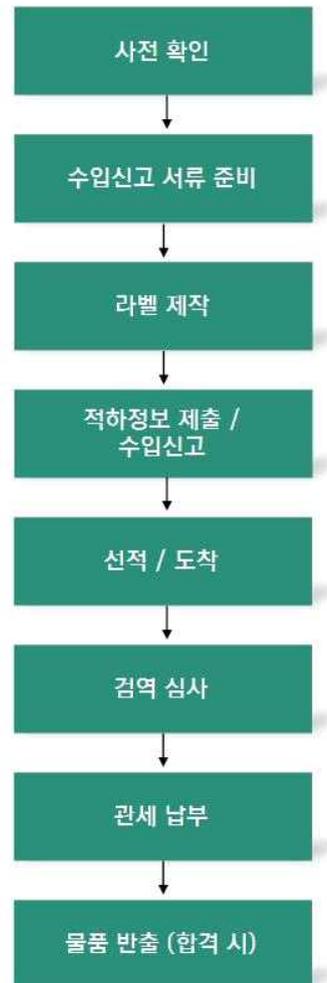
40) 일본 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2007.99 중 노니 젤리에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 일본 세관 당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 일본 관세청의 확인이 필요함

41) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 6. 일본 노니 젤리 검역 심사 절차

- ▶ 일본 식품, 심사 결과 및 정해진 규정에 따라 서류 및 물품 검사 실시
- ▶ 사전 수입 가공식품등록 가능

[표 5.9] 일본 통관 프로세스



- ▶ 일본 노니 젤리 식품첨가물 규정 확인 필요

[표 5.10] 일본 식품첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	일본
식품유형	과자류, 빵류 또는 떡류 > 캔디류

## 7. 일본 관련 규제 정보

### ▶ 일본 기능성식품 사전 절차 ‘필요’

일본은 기능성식품에 대하여 특정보건용식품, 기능성표시식품, 영양기능식품 등 3가지로 분류하고 있음. 일본에서 건강 기능성을 홍보하고자 하는 경우, 사전에 해당 내용에 대한 기능성표시식품 신고절차를 거쳐야 함. 해당 절차는 일본 소비자청(Customs Affairs Agency)을 통해서 진행할 수 있으며, 별도의 심사 절차는 수행되지 않고 적법한 서류 요건만 갖추면 신고 번호를 수취할 수 있음

건강 기능성에 관한 표현의 경우, 질병이 없는 사람의 건강 유지 및 증진에 도움이 된다는 정도의 취지로 작성되어야 함. 질병 발생 위험을 줄인다는 내용의 표현이나 의약품으로의 오해 소지가 있는 내용의 표현은 불가능함

[표 5.11] 일본 수입 전 사전심사

적용 규제	일본 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020 개정
담당 기관	일본 소비자청(Customs Affairs Agency)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 관련 정보               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품의 기능과 안전성에 대한 과학적 근거 자료</li> </ul> </li> <li>• 생산 및 품질 관리 정보               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 안전 관리 인증 또는 그 기준 정보 등</li> </ul> </li> <li>• 생산 업체 기본 정보               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사업자명, 연락처 등</li> </ul> </li> </ul>
검토사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능성표시식품의 대상 식품이 되는지의 판단</li> <li>• 안전성에 대한 근거 명확화</li> <li>• 생산, 제조 및 품질 관리체계 확인</li> <li>• 건강 피해 발생 시 정보 수집 체계의 수립 여부 확인</li> <li>• 기능성(효능)에 대한 명확한 근거 확인</li> <li>• 기능성에 관한 적절한 표현 확인</li> </ul>
절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신청서 작성 및 신청 → 서류 심사 → 추가자료 보완 → 신고 번호 고지</li> </ul>

자료: 일본 소비자청(Customs Affairs Agency)

### ▶ 일본 건강기능식품 분류 기준

일본 후생노동성은 보건기능식품제도를 통하여 건강기능식품을 3가지로 분류하고 각각 자기인증, 개별허가, 신고를 통해 식품에 대한 품질과 건강 기능성에 대한 홍보에 대해 규제하고 있음

[표 5.12] 일본 보건기능식품 분류<sup>42)</sup>

구분	내용
영양기능 식품	<p><b>정의</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>정해진 영양성분(지방산 1종, 미네랄 6종, 비타민 13종)에 대하여 일정 기준을 충족할 때에 해당하는 영양 성분의 기능을 표시할 수 있도록 하는 제도</li> </ul> <p><b>특징</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>별도의 허가나 신고절차 없이 영양성분 항목으로 정해진 표시 사항만 준수하여 판매 가능</li> <li>정해진 영양성분 이외의 기능이나 보건 용도의 기재는 불가함</li> <li>수입제품도 식품표시 규정을 엄수하면 현지 법인 없이도 표기 가능</li> </ul>
기능성 표시식품	<p><b>정의</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>식품의 기능성에 관하여 식품 제조업체가 과학적인 근거를 바탕으로 그 기능성을 표시할 수 있도록 하는 제도로 업체가 신고하여 자격을 획득할 수 있음</li> </ul> <p><b>특징</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>등록 시 식품 표시 내용, 식품관련 사업자에 대한 기본 정보, 안전성 근거에 관한 정보, 기능성 근거에 관한 정보, 생산·제조 및 품질 관리에 관한 정보 필수</li> <li>일본에 법인을 보유한 사업자만 신고 가능</li> <li>임상시험이나 관련 연구 보고 필수(관련 논문으로 대체 가능)</li> </ul> <p><b>제외 품목</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>질병에 의한 환자, 미성년자, 임산부를 대상으로 한 제품</li> <li>기능성 관여 성분이 명확하지 않은 식품</li> <li>기능성 관여성분이 섭취 기준에 정해진 영양소인 경우 (비타민, 미네랄, 올리고당 등)</li> <li>특별용도식품(특정보건용식품 포함), 영양기능식품, 알코올 함유 음료</li> </ul>
특정 보건용 식품	<p><b>정의</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>신체의 생리학적 기능 등에 영향을 미치는 보건용식품으로서 특정한 보건 목적을 위해 사용될 수 있는 식품</li> </ul> <p><b>특징</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>기능성표시 식품과 달리 소비자에게 제품 허가 신청을 진행하며 기능의 유효성과 안전성에 대한 별도의 심사를 받게 됨</li> <li>제품과 관련된 임상시험 필수</li> <li>허가 유형에 따라 특정보건용식품, 규격기준형 특정보건용식품, 질병위험저감표시 특정보건용식품, 조건부 특정보건용식품으로 분류</li> </ul>

자료: 농식품수출정보(Kati), 일본 후생노동성(Ministry of Health, Labor and Welfare)

42) 제품 및 함유량에 따라 구분이 달라질 수 있으므로 현지 유통업체에 문의하여 제품에 알맞은 식품 분류 확인이 필요함

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 핸드트레이딩(ハンズトレーディング)

Interview ② 하이퍼링크(ハイパーリンク)

Interview ③ 선드러그(サンドラッグ)

Interview ④ 이차바쿠(一麦)

Interview ⑤ 일본 소비자청(Consumer Affairs Agency)

## Interview ① 핸드트레이딩(ハンズトレーディング)

43)

### ● 핸드트레이딩

(ハンズトレーディング)

전문가 소속

 핸드트레이딩  
 (ハンズトレーディング)  
 도·소매업체

연락처

+81-6-6562-9500

전문가 정보

 Ms. Ayame  
 (Manager)


### 핸드트레이딩(ハンズトレーディング) Manager, Ms. Ayame

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

주식회사 핸드트레이딩은 오사카에 본사를 두고 있는 건강식품 도·소매업체입니다. 주로 코코넛 오일, 참기름, 노니 주스, 꿀 등 건강 관련 식품을 취급하고 있으며, 온라인쇼핑몰 라쿠텐(Rakuten)을 통해 판매하고 있습니다.

#### Q. 노니 젤리에 대한 수요는 어떠한가요?

당사는 노니 주스만 취급하며 노니로 만들어진 젤리는 처음 들어보았기에 정확한 수요는 말씀드리기 어려울 것 같습니다. 지금까지 주스 형태 이외에 노니를 활용한 차(茶), 꿀 등 다양한 제품이 출시 되고 있지만, 수요는 많지 않은 편입니다. 소비자에게 생소한 노니 젤리의 경우 잠재적 수요가 있을 수 있으나, 주스 형태의 제품보다는 수요가 적을 것으로 예상합니다.

#### Q. 수요가 많은 노니 가공식품은 무엇인가요?

당사가 취급하는 제품 중 소비자들의 구매가 가장 많은 제품은 6개월 숙성된 노니를 활용한 주스 제품입니다. 주스 제품 중에서는 오키나와산과 쿡 아일랜드산 노니를 활용한 주스가 인기가 많습니다. 오키나와산의 경우 1L에 5,500엔(약 5만 8,000원<sup>44</sup>)이며, 쿡 아일랜드산의 경우 1L에 4,000엔(약 4만 2,000원) 정도에 판매하고 있습니다. 포장 형태로 봤을 때, 유리병에 담긴 주스가 파우치에 담긴 주스보다 판매량이 높습니다.

43) 사진자료: 핸드트레이딩(ハンズトレーディング)

44) 100엔=1,058.74원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### Q. 노니 가공식품의 주요 소비층은 누구입니까?

일반적으로 건강관리에 관심이 많은 40-60대 여성이 많이 구매하고 있습니다. 특히 일부 여성 소비자들은 가족과 함께 섭취하기 위해 온라인을 통해 대량으로 노니 주스를 구매하거나, 드러그스토어에서 할인 행사를 할 때마다 구매합니다.

### Q. a제품을 효과적으로 홍보하는 방법은 무엇인가요?

a제품의 경우 노니로 만들어진 젤리이기에 우선 원료인 노니의 효능에 대한 홍보가 중요합니다. 일본의 경우 노니와 노니의 효능에 대해 알지 못하는 소비자가 많으며, 몇몇 소비자들은 노니에 대해 부정적으로 생각하기도 합니다. 따라서 제품 자체에 노니에 대한 홍보를 우선시해야 할 것이며 이때 소비자들의 긍정적인 후기를 활용하면 좋을 것 같습니다. 이 후 스틱형이라는 제품의 장점을 활용하여 보관 및 섭취의 편의성을 홍보하는 것을 추천합니다.

### Q. 노니 젤리 판매 시 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

드러그스토어 또는 온라인에서 판매하는 것을 추천합니다. 노니 주스가 처음 일본에서 판매될 때 주로 여성을 대상으로 드러그스토어에서 판매되었으며, 지금도 노니 주스를 구매하기 위해 많은 소비자가 드러그스토어를 방문하고 있습니다. a제품 또한 노니로 만들어졌으며, 생소한 형태의 제품이기에 드러그스토어에서의 오프라인 행사를 통해 판매를 시작하는 것이 적합하다고 생각합니다. 드러그스토어 이외에도 현재 대부분의 노니 가공식품이 라쿠텐(Rakuten), 아마존(Amazon) 등 온라인에서 판매되고 있기에 온라인 유통채널도 적합한 유통채널이라고 생각합니다.

## Interview ② 하이퍼링크(ハイパーリンク)

45)

### ● 하이퍼링크 (ハイパーリンク)

전문가 소속

하이퍼링크  
(하이퍼링크)  
유통업체

연락처  
+81-75-222-5520

전문가 정보

Ms. Yamori  
(Customer Service  
Manager)

オーガニックセレクトストア  
Hyper Link ハイパーリンク



### 하이퍼링크(ハイパーリンク)

## Customer Service Manager, Ms. Yamori

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

주식회사 하이퍼링크는 교토에 본사를 두고 있는 수입유통업체입니다. 온라인을 통해서만 판매하고 있으며, 주로 슈퍼푸드 및 유기농 제품을 취급하고 있습니다.

#### Q. 노니 젤리에 대한 수요는 어떠한가요?

당사를 포함한 대부분의 노니 가공식품 판매업체의 경우 스틱형 노니 젤리나 노니 젤리를 유통한 적이 없습니다. 일본에서 노니 가공식품은 대부분 주스 형태로 유통되고 있습니다. 스틱형 젤리 제품의 경우 매우 생소한 제품이어서 진출 시 일시적으로 화제가 될 수 있지만, 소비에 있어서 일본 소비자 익숙한 주스 형태의 노니 가공식품을 선호할 가능성이 크다고 생각합니다.

#### Q. 수요가 많은 노니 가공식품은 무엇인가요?

일반 노니 가공식품보다는 발효된 노니 가공식품이 인기가 많으며, 노니 특유의 신맛이 덜한 제품일수록 판매량이 많습니다. 수요가 많은 노니 가공식품은 노니골드겐에키(ノニ GOLD原液), 핸드노니(Hands ノニ), 쿠라다시노니(蔵出しノニ) 등이 있습니다.

#### Q. 노니 가공식품의 주요 소비층은 누구입니까?

노니 가공식품의 경우 젊은 층보다 40-60대 정도의 중·장년층 소비자들이 선호합니다. 이들은 면역력 향상, 불면증 개선, 피로 회복 등에 대해 관심이 많습니다. 실제로 40-60대 소비자들이 타 연령대 소비자들보다 노니 가공식품에 대해 긍정적인 반응을 보이며, 재구매율이 높습니다.

### Q. 노니 젤리 판매 시 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

처음 노니 주스가 판매되었을 때 유기농 매장, 드러그스토어 등에서 주로 판매가 되었으며, 직접판매를 통해서도 판매되었습니다. 하지만 직접판매의 경우 노니 주스 효능과 관련된 부정적 이슈가 발생하였고, 이 때문에 일부 소비자들은 직접판매에서 판매하는 노니 가공식품에 대한 부정적입니다.

따라서, 일본에서 노니 가공식품을 판매할 직접판매는 지양하고, 유기농 매장 또는 드러그스토어를 통해서 판매할 것을 추천합니다. 또한 입점 절차가 상대적으로 간편하며 최근 판매량이 상승한 온라인 유통채널도 a제품의 판매에 적합한 유통채널이라고 생각합니다.

### Q. 일본 내 노니 가공식품의 평균 가격은 어느 정도입니까?

가장 보편적인 제품인 주스의 경우 1L에 4,000-6,000엔(약 42,000-63,000원) 사이입니다. 노니 가공식품의 경우 원산지에 따라 가격 차이가 발생합니다. 저렴한 쿡 아일랜드산 노니 주스의 경우 1L 당 3,500엔(약 37,000원) 정도이며, 타히티산은 1L 당 4,000엔(약 42,000원)으로 판매되고 있습니다. 또 함유량에 따라 가격이 차이가 나는데 일반적으로 원액 함유량이 많을수록 가격이 높은 편입니다. 최근 출시된 100% 농축액 노니 주스의 경우 1L에 7,000엔(74,000원)가량 합니다.

### Q. 노니 가공식품 판매 시 주의할 점은 무엇인가요?

일본에서 대부분의 노니 가공식품은 일반가공식품으로 분류됩니다. 그럼에도 많은 업체들이 건강기능식품처럼 허위 및 과장 광고를 했습니다. 이 과정에서 노니의 효능에 관한 부정적인 이슈가 발생했고, 노니의 가공식품의 효능 및 부작용 등에 대해 소비자들이 민감하게 반응하고 있습니다. 그렇기 일부 업체들은 노니 가공식품 판매 시 효능은 제외하고, 원산지 소개, 제조 과정 및 인증 등만 기재하고 있습니다. 당사 또한 현재 노니 가공식품을 일반가공식품으로 분류하여 판매하고 있고, 효능에 대해서 직접적 기재하고 있지 않습니다. 노니의 효능을 강조하고 싶다면 제품 판매 전 일본 현지 전문 유통 및 통관 업체에게 제품에 대한 분류부터 제품 표기, 광고 부분까지 문의하는 것을 추천 드립니다.

## Interview ③ 선드러그(サンドラッグ)

46)

### 선드러그 (サンドラッグ)

전문가 소속

선드러그  
(サンドラッグ)  
드러그스토어

연락처  
+81-42-369-6211

전문가 정보

Mr. Tannpo  
(Manager)




## 주식회사 선드러그(サンドラッグ) Manager, Mr. Tannpo

### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

주식회사 선드러그는 1965년에 설립된 드러그스토어로, 도쿄에 본사를 두고 있습니다. 오프라인과 온라인 유통채널 모두를 확보하고 있으며 주로 건강식품, 의약품, 위생용품 등을 취급하고 있습니다.

### Q. 수요가 많은 노니 가공식품은 무엇인가요?

당사가 취급하고 있는 노니 가공식품은 총 4가지이며, 이 중 가장 인기 있는 제품은 노니골드겐에키(ノニGOLD原液)로 1L에 6,000엔(약 63,000원)입니다. 타제품 대비 높은 가격임에도 불구하고 노니골드겐에키는 100% 원액 제품인 반면, 노니 특유의 쓴맛을 잡은 제품이기 때문에 많은 소비자가 구매하고 있습니다.

### Q. 노니 젤리에 대한 수요는 어떠한가요?

현재 취급 중인 상품 중 노니로 만든 젤리형 제품은 없습니다. 노니 가공식품의 경우 주스가 유일하며 다른 의약품, 건강식품, 음료, 술 등 다양한 제품과 비교하였을 때 노니 주스의 판매량은 높은 편이 아닙니다. 따라서, 소비자에게 생소한 노니 젤리의 경우 타제품과 비교하여 수요가 많지 않을 것이라고 예상합니다. 단 a제품의 경우 기존에 없었던 스틱형 젤리 형태이기 때문에 섭취 및 보관의 편의성을 중요시하는 몇몇 소비자들이 선호할 수 있는 제품이라고 생각합니다.

### Q. 노니 가공식품의 주요 소비층은 누구입니까?

남성 소비자보다 여성 소비자가 주로 노니 가공식품을 구매합니다. 그 이유는 노니가 처음 판매되었을 때 주로 여성을 대상으로 피로 회복, 피부 노화 개선, 다이어트 등에 대해 집중적으로 마케팅했기 때문입니다.

또한 쓴맛이 강한 제품의 특성상 제품은 신규 고객보다 구매 경험이 있는 고객이 재구매하는 경우가 많습니다. 물론 일부 소비자들은 노니 특유의 쓴맛을 음미하기에 노니를 구매하기도 하며, 여러 브랜드 제품을 섭취해보고 자신에게 가장 잘 맞는 제품을 골라 재구매하는 경우도 있습니다.

### Q. a제품의 효과적인 마케팅 방법은 무엇입니까?

우선 노니 가공식품에 익숙한 기존 소비층을 공략하는 것이 좋을 것 같습니다. 소비자 대다수가 노니 가공식품에 익숙하지 않지만, 노니 가공식품의 효능에 대해 알고 있는 기존 소비자들은 관련 제품에 대한 구매율이 높기 때문입니다. 노니의 효능을 알고 있는 소비자를 대상으로 하되, 노니의 쓴맛을 제거한 젤리 형태의 제품임을 강조하는 것을 추천합니다. 또한 스틱 형태로 1회 섭취량을 조절할 수 있고, 휴대가 간편하다는 점을 셀링포인트로 잡으면 좋을 것 같습니다. 또한 제품의 인증 관련 마케팅도 효과적이며 최근 많은 업체들 HACCP, JAS 등의 인증을 마케팅에 활용하고 있습니다. 특히 HACCP의 경우 2018년 식품위생법이 개정됨에 따라 일본 식품업자의 HACCP 도입이 의무화되면서 향후 수출업자로서의 확대 시행될 가능성이 있으므로 미리 취득하는 것을 추천합니다.

### Q. 노니 젤리 판매 시 추천하는 유통채널은 무엇입니까?

온라인 유통채널이 가장 적합하다고 생각합니다. 일본 소비자들은 노니 가공식품을 인터넷으로 구매하고 있습니다. 오프라인의 경우 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점 보다 드러그스토어 같은 관련 제품 구매가 많은 유통채널이 적합할 것 같습니다.

## Interview ④ 이치바쿠(一麦)

47)

### 이치바쿠 (一麦)

전문가 소속

이치바쿠  
(一麦)  
도매업체

연락처  
+81-98-963-9821

전문가 정보

Ms. Aoki Kazuyo(가명)  
(Manager)



### 이치바쿠(一麦) Manager, Ms. Aoki

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

이치바쿠는 오키나와에 본사를 두고 있는 도매업체입니다. 오프라인과 온라인 채널을 통해 판매하고 있으며 오프라인 매장을 보유하는 업체에게 판매하고 있습니다. 당사는 노니 주스만 취급하고 있습니다.

#### Q. 수요가 많은 노니 가공식품은 무엇인가요?

노니 가공식품 중 오키나와와 쿡 아일랜드산 노니를 활용한 주스 제품이 수요가 많습니다. 일반적으로 오키나와산 제품은 1L에 6,000엔(약 64,000원) 쿡 아일랜드산은 1L에 4,000-5,000엔(약 42,000-58,000원)입니다. 특히 소비자들은 100% 원액 주스를 선호하고 있습니다.

#### Q. 노니 젤리에 대한 수요는 어떠한가요?

노니 젤리의 경우 처음 듣는 생소한 제품이어서 명확하게 수요를 예측할 수는 없을 것 같습니다. 단 노니 가공식품 중 소비자에게 가장 익숙한 노니 주스 제품의 판매량이 타 식품에 비해 높지 않기에 잠재적인 수요는 많지 않으리라고 생각합니다. 물론 젤리 형태의 노니 가공식품이 일시적으로 소비자의 관심을 끌 수 있지만, 소비로 이어지는 경우는 많지 않을 것 같습니다.

#### Q. 노니 가공식품의 주요 소비층은 누구입니까?

주로 건강관리에 신경 쓰는 중년 이상의 여성 소비자가 노니 가공식품을 구매합니다. 여성 소비자들은 피부 미용, 피로 회복 등에 관심이 많으며, 본인뿐만 아니라 가족의 건강관리 용도로 노니 가공식품을 구매합니다.

### Q. 노니 가공식품의 효과적인 마케팅 방법은 무엇입니까?

노니 가공식품은 꾸준히 먹어야 효과를 볼 수 있습니다. 따라서 마케팅 시 섭취 기간, 섭취량, 섭취방법을 제품의 효능과 함께 마케팅하는 것이 좋습니다. 이때 단순히 제품 설명에 기입된 섭취방법, 섭취량 등을 마케팅하는 것이 아닌 기존 소비자의 후기를 예시로 들며 소비자에게 홍보하는 것이 좋습니다. 실제로 노니 주스 제조업체들은 고객의 후기를 바탕으로 해당 제품의 효능 및 섭취 관련된 내용을 자사 블로그, SNS 등에 업로드하고 있습니다.

### Q. 노니 젤리 판매 시 추천하는 유통채널은 무엇입니까?

일본 노니 가공식품 소비자 대부분은 오프라인 매장보다 온라인 매장을 통해 제품을 구매합니다. 초기에는 오프라인 매장에서 시식을 통해 구매 유도를 할 수 있었지만 좋아하는 제품이 생긴 후에는 온라인으로 노니 가공식품을 구매하는 소비자가 많습니다. 특히 코로나19로 인하여 온라인 판매량이 늘면서 온라인에서의 노니 주스 판매량이 상승하고 있습니다. 따라서, 최근 수요가 많이 늘고 있는 온라인 진출을 추천합니다. 오프라인 채널 중에서는 소비자에게 생소한 제품인 만큼 드러그스토어, 건강식품 판매점 등을 추천하는데, 오프라인 진출을 통해 제품 인지도를 높이고, 즉각적으로 소비자들의 피드백을 받을 수 있기 때문입니다.

## Interview ⑤ 일본 소비자청(Consumer Affairs Agency)

48)

●  
일본 소비자청  
(Consumer Affairs  
Agency)

전문가 소속

일본소비자청  
(Consumer Affairs  
Agency)  
국가기관

연락처

+81-3-3507-8800

전문가 정보

Mr. Matsuo  
(Officer)



### 일본 소비자청(Consumer Affairs Agency) Officer, Mr. Matsuo

#### Q. 일본 소비자청에 대해 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

일본 소비자청은 식품표시법을 소관하는 부처로, 사업자에 적합한 식품표시 의무를 부과하며 소비자가 필요한 정보를 제공 받을 수 있도록 홈페이지에 관련 정보를 공유하고 있습니다. 식품표시법은 식품위생법, JAS법, 건강증진법의 식품표시 관련규정을 통합한 법입니다.

#### Q. 일본 내 보건 기능식품은 어떻게 분리 되나요?

보건기능식품은 영양기능식품, 기능성표시식품, 특정보건용식품이 있는데 무엇으로 분류할지는 일본 소비자청 홈페이지에서 확인 후 결정하는 것을 권장드립니다.

영양기능식품의 경우 국가기관에 신청 및 신고 없이 판매 가능합니다. 영양표시 성분 함유량 및 식품표시기준에 대해서는 일본 소비자청 홈페이지를 통해 확인 가능합니다. 영양표시 성분 함유량은 국가 기준에 의해 제한되며, 해당 성분의 기능에 대한 주의 표시가 요구됩니다.

기능성표시식품의 경우 사업자가 판매하기 전에 일본 정부가 정한 규칙에 따라 식품의 안전성과 효능에 관한 과학적 근거 등 필요 사항을 소비자청에 신고하여야 합니다. 그래야 해당 기능을 제품에 표시할 수 있습니다. 특정보건용식품과 달리 국가가 과학적 근거를 심사하지 않으므로, 사업자 책임하에 표시하게 됩니다.

특정보건용식품의 경우 안전성과 효능에 대한 국가 심사를 통해 허가를 받아야 보건용 표시가 가능합니다. 특정보건용식품은 '신체 생리 기능 등에 영향을 미치는 건강효능 성분을 포함하며, 섭취 시 특정 보건 효과를 기대할 수 있다'는 표기가 가능한 식품입니다.

---

### Q. a제품 수출판매 시 적합한 식품 분류는 무엇인가요?

식품 분류에 대한 기준은 식품마다 다르므로, 판매 기업이 결정하고 그에 맞는 절차를 절차 밟아야 합니다. 이와 관련해서 현지 일본 유통사 또는 통관 관련 전문 업체와 논의해보는 것이 좋습니다. 단 현재 일본에서 유통되는 대부분의 노니 가공식품은 일반가공식품으로 판매되고 있는 것으로 알고 있습니다

### Q. 통관 시 유리하게 작용하는 인증이 있나요?

필수 인증은 아니지만, 유기농 인증, HACCP 인증, JAS 인증 등이 있으면 통관 시 유리합니다. 해당 인증 들은 일본 소비자에게 잘 알려진 식품 인증이므로 취득 후 제품 마케팅 시에도 활용할 수 있다고 생각합니다.

## Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

## 01 시장규모

2019년 일본  
기능성 당과류 시장규모  
'19억 9,043만 원'  
시장규모 증가세



## 02 소비 시장규모

지난 5년(2015-2019년)간 일본 건강식품 시장규모  
연평균 2% 성장  
코로나19로 면역력 증진, 피로 회복에 대한 관심 상승



## 06 전문가피드백

노니 주스 1L : 42,000원-63,000원  
40-60대 여성 소비자가 타깃층  
섭취 및 보관의 편의성을 셀링포인트로  
오프라인을 통한 추가적인 마케팅 필요



A사 노니젤리

## 03 시장트렌드

노니 가공식품은 주로 주스 형태로 판매  
판매 시 '유기농', '원액' 강조  
맛에 대한 선호 호불호 갈려  
노니 맛에 긍정적인 소비자들은 꾸준히 섭취



## 05 통관/검역

WTO 협정 관세율 12%  
노니 제품 대부분은 일반가공식품으로 분류  
제품 기능 홍보 시 보건기능식품 규제 적용



## 04 유통채널

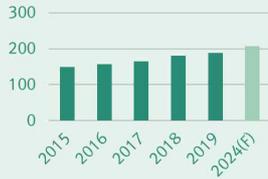
하이퍼마켓/슈퍼마켓 34.8% 점유  
비(非) 식료품점 14.4% 점유  
온라인 5.9% 점유



일본 기능성 당과류 시장규모('19)

'19억 9,043만 원'

단위: 백만 엔



지속적인 시장규모 성장으로  
잠재성 유

노니 젤리가 포함 된 '기능성 당과류' 시장규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 6% 성장하며 2019년 1억 8,800만 엔(약 19억 9,043만 원)을 기록했음. 2019년 이후에도 5년(2020-2024)간 3%의 연평균 성장률을 보이며 2024년에 2억 700만 엔(약 21억 9,159만 원)의 시장규모를 기록할 것으로 예측됨. 최근 코로나19로 건강관리에 대한 일본 소비자들의 관심이 증가함에 따라 면역력 향상 및 피로 회복에 도움이 되는 기능성 당과류에 대한 수요 증가와 시장규모 확대가 예상됨

노니 젤리 예상 소비자

'40-60대 여성'  
'기존 노니제품 소비자'



타 연령대에 비해 노니 가공식품의  
효능에 대해 긍정적 생각  
면역력 향상, 피로회복 등의 이유로 구매

전문가 인터뷰 결과 노니 젤리 예상 소비자는 40-60대 여성으로 확인됨. 40-60대 여성 소비자의 경우 타 연령층에 비해 노니 가공식품에 대해 긍정적으로 생각하고 있음. 실제로 노니 가공식품의 주 소비층이 40-60대 여성이며 면역력 향상과 피로회복 등의 이유로 노니 가공식품을 구매하는 것으로 확인됨

노니 젤리의 원재료인 노니의 경우 특유의 쓴 맛으로 소비자들의 호불호가 갈리는 제품임. 노니 맛에 익숙하지 않은 소비자의 경우 노니 가공식품 구매를 꺼려하지만, 노니 맛에 익숙한 기존 소비자들은 대량으로 노니 제품을 구매하며 선호하는 노니 가공식품 브랜드 제품에 대한 재구매율이 높음

노니 가공식품 소비 트렌드  
'주스', '유기농 인증', '맛'



노니 젤리 無  
효능에 대한 홍보는 적음  
노니 가공식품에 긍정적인 소비자들은  
건강을 위해 꾸준히 섭취



트렌드 분석 및 전문가 인터뷰를 종합한 결과 일본 내에서 스틱형 노니 젤리의 판매는 확인되지 않았으며, 병에 담긴 '원액 주스'제품이 가장 많이 판매되고 있음. 판매 중인 노니 가공식품의 특징을 분석한 결과 효능을 직접적으로 언급하기 보다는 '유기농', 'JAS' 등 제품의 인증을 강조하고 있음. 이는 노니 가공식품이 일본 내에서 건강기능식품으로 인정받지 못해 효능 홍보가 제한되었기 때문임

관련 구매 후기를 분석한 결과 긍정 평과와 부정 평가에서 모두 '맛'이 최다 민출 키워드로 선정되어 노니 맛에 대한 호불호가 갈리는 것으로 확인됨. 또한 긍정 평가에서 '꾸준히', '건강' 등의 키워드가 도출되며 노니 가공식품에 대해 긍정적으로 생각하는 소비자들은 건강을 위해 지속적으로 노니 가공식품을 섭취하는 것으로 확인됨



# Export Insights

노니젤리 유통채널  
'드러그스토어'  
'온라인'

**Rakuten**

드러그스토어 및 온라인 유통채널 활용  
비(非) 식료품점 14.4% 점유  
온라인 5.9% 점유



노니 젤리가 포함된 '기능성 가공식품' 주요 유통채널은 하이퍼마켓/슈퍼마켓(34.8%), 혼합 소매업체(25.1%), 편의점(14.8%), 비(非) 식료품점(14.4%), 온라인(5.9%) 등임. 전문가 인터뷰 결과 이 중에서 노니 젤리에 적합한 유통채널은 비(非) 식료품점에 속하는 드러그스토어와 온라인으로 확인됨

노니 젤리의 주요 유통채널이 될 수 있는 일본 드러그스토어는 선드러그(サンドラッグ), 웰시아(Welcia), 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ) 등이 있으며, 온라인의 경우 아마존(Amazon), 라쿠텐(Rakuten) 등이 있음

통관 및 검역

'HACCP 인증 의무 아니나  
확대 시행 가능성 有'



WTO 협정 관세율 12%  
건강기능식품취득 시 '기능성표시식품'  
인증 취득으로 제품의 효능 표기 가능

일본으로 노니 젤리 수출 시 일반가공식품으로 분류되며 필수 인증은 없음. 그러나 2018년 식품위생법이 개정됨에 따라 일본 식품업자의 HACCP 도입이 의무화 되었으며 이에따라 수출업자로서의 확대 시행 가능성이 있음. 관세율의 경우 WTO 협정에 따라 12% 관세율이 적용됨

일본의 경우 건강기능식품을 '영양기능식품', '기능성표시식품', '특정보건용식품'으로 분류함. 제품의 효능을 강조하기 위해 건강기능식품 인증 취득을 원할 시 홍보 가능 효능, 비용, 절차 등을 고려할 때 가장 적합한 것은 '기능성표시식품' 인증임. 기능성표시식품의 경우 별도의 심사 없이 일본 소비자청에 제조업체가 자체적으로 신고하면 취득 가능함. 단 과학적으로 해당 효능이 입증된 임상시험 또는 관련 논문을 제출해야 하며, 현지 법인이 설립되어 있어야 함

전문가피드백

'노니 젤리 소비자에게 생소'  
'편의성이 셀링포인트'



노니 젤리 수요는 소 예측  
노니 주스 1L 당 42,000~63,000원  
섭취 및 후대의 간편성이 제품의 셀링포인트

일본 소비자들의 전반적인 노니 가공식품 수요는 타 슈퍼푸드 제품에 비해 높지 않지만, 기존 소비자들의 재구매율이 높음. 노니 가공식품 중 대부분은 주스 형태로 판매되며, 일반적으로 1L 당 42,000~63,000원임. 인기제품으로는 타히티안노니(Thitian Noni), 노니골드겐에키(ノニGOLD原液), 핸드노니(Hands ノニ) 등이 있음

노니 젤리의 경우 일본 소비자들에게 매우 생소한 형태이기에, 현재 제품에 대한 수요는 많지 않을 것으로 예상됨. 그러나 섭취 및 후대의 편의성 같은 제품만의 셀링포인트를 통해 40~60대 여성과 기존 노니 가공식품 소비자를 공략할 경우 안정적인 구매확보가 가능함. 따라서, 진출 초기 드러그스토어를 중심으로 제품의 장점을 마케팅 할 수 있는 오프라인 판촉 행사가 필요할 것으로 예측됨. 건강기능식품이 아닐 경우 제품 효능에 대한 직접적인 기입은 부정적인 이슈가 발생할 수 있기 때문에 소비자 후기를 바탕으로 제품 효능에 대해 간접적으로 마케팅 할 것을 추천함

## 진출제언



- Point 01. 일본에서 노니 가공식품은 원액 주스 형태로 가장 많이 소비되며, 스틱형 노니 젤리는 일본 소비자들에게 매우 생소한 제품임
- Point 02. 노니 젤리의 주 소비층은 40~60대 여성으로 예측됨. 40~60대 여성들은 타 연령층 대비 노니 및 노니의 효능에 대해 긍정적으로 생각하며, 면역력 향상과 피로회복을 중요시 함
- Point 03. 일반적인 노니 가공식품은 건강기능식품으로 인정되지 않으며, 제조업체는 유기농 인증 및 고객 후기를 중심으로 제품을 마케팅했음. 제품의 효능을 강조하기 위해 건강기능식품 인증 취득을 원할 시 홍보 가능한 효능, 비용, 절차 등을 고려할 때 가장 적합한 것은 '기능성표시식품' 인증임
- Point 04. 노니 젤리의 적합 유통채널은 드러그스토어, 온라인으로 확인됨. 드러그스토어에서 제품 판매 시 섭취 및 보관의 편의성을 셀링포인트로 하여 오프라인 판촉 행사를 통해 일본 소비자에게 생소한 노니 젤리 제품을 홍보할 것을 추천함. 또 제품 효능에 대한 직접적인 기입은 건강기능식품이 아닐 경우 부정적인 이슈가 발생할 수 있기에 온라인에서 소비자 후기를 바탕으로 간접적으로 마케팅 할 것을 제언함



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2020
2. 일본후생성(MHLW), 「Basic Survey on Wage Structure 2018」, 2018
3. 일본통계청(Statistics Bureau Japan), 「Statistical Handbook of Japan 2020」, 2020
4. 뉴트라인그레디언츠(NutraIngredients), 「Suntory reveals top five functional beverage trends shaping Japan's market」, 2019
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Fortified/Functional Packaged Food in Japan」, 2020
6. 앳프레스(AtPress), 「withコロナ時代の健康と美を支える強い味方 免疫力アップをサポートするスーパーフルーツ「ノニ」 ノニジュース摂取の臨床試験で免疫活性細胞30%アップを確認」, 2020
7. 일본내무부(Ministry of Internal Affairs and Communications), 「Family income and expenditure survey」, 2020
8. 야노경제연구소(Yano Research Institute), 「健康食品市場に関する調査を実施」, 2020
9. 일본 후생노동성(MHLW, Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020
10. 한국 관세청 고시 제2020-2호, 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
11. 일본 관세청(JC, Japan Customs), 「관세법(関税法)」, 2006
12. 일본 관세청(JC, Japan Customs), 「특정수출 신고제도(特定輸出者制度)」, 2006
13. 일본 후생노동성(MHLW), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020
14. 농식품수출정보(Kati), 「2017 일본 보건기능식품제도 핸드북」, 2017

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. 외교부 ([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
3. 국제무역센터(International Trade Center) ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
4. 야노경제연구소(Yano Research Institute) ([www.yano.co.jp](http://www.yano.co.jp))
5. 아마존(Amazon) ([www.amazon.co.jp](http://www.amazon.co.jp))
6. 라쿠텐(Rakuten) ([www.rakuten.co.jp](http://www.rakuten.co.jp))
7. 디에이치씨(DHC) ([www.top.dhc.co.jp](http://www.top.dhc.co.jp))
8. 라이프(Life) ([www.lifecorp.jp](http://www.lifecorp.jp))
9. 라이프넷슈퍼(Life Net Super) ([www.life-netsuper.jp](http://www.life-netsuper.jp))
10. 니케이아시아(Nikkei Asia) ([www.asia.nikkei.com](http://www.asia.nikkei.com))
11. 피알타임즈(PR Times) ([www.prtimes.jp](http://www.prtimes.jp))
12. 핀티데(Fintide) ([www.fintide.jp](http://www.fintide.jp))
13. 이마타마(Imatama) ([www.imatama.jp](http://www.imatama.jp))
14. 마루엣츠(マルエツ) ([www.maruetsu.co.jp](http://www.maruetsu.co.jp))
15. 다이아몬드체인스토어(Diamond Chain Store) ([diamond-rm.net](http://diamond-rm.net))
16. 류츠뉴스(流通ニュース) ([www.ryutsuu.biz](http://www.ryutsuu.biz))
17. 세븐일레븐(7-Eleven) ([www.sej.co.jp](http://www.sej.co.jp))
18. 세븐앤아이홀딩스(7&I holdings) ([www.7andi.com](http://www.7andi.com))
19. 엘프(Yelp) ([www.yelp.com](http://www.yelp.com))
20. 타임아웃(Time Out) ([www.timeout.com](http://www.timeout.com))

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

21. 인사이드리테일아시아(Insideretail Asia) ([www.insideretail.asia](http://www.insideretail.asia))
22. 로이터(Reuters) ([www.reuters.com](http://www.reuters.com))
23. 로손(Lawson) ([www.lawson.co.jp](http://www.lawson.co.jp))
24. 니케이아시아(Nikkei Asia) ([www.asia.nikkei.com](http://www.asia.nikkei.com))
25. 재팬투데이(Japan Today) ([www.japantoday.com](http://www.japantoday.com))
26. 선드러그(サンドラッグ) ([www.sundrug.co.jp](http://www.sundrug.co.jp))
27. 던앤브래드쇼(Dun and Bradshaw) ([www.dnb.com](http://www.dnb.com))
28. 웰시아(Welcia) ([www.welcia.co.jp](http://www.welcia.co.jp))
29. 프레스엠(Pressm) ([www.pressm.kr](http://www.pressm.kr))
30. 피알뉴스와이어(PR Newswire) ([www.pnewswire.com](http://www.pnewswire.com))
31. 쿠라시키(Kurashiki) ([www.kurashiki.goguy.net.jp](http://www.kurashiki.goguy.net.jp))
32. 스기야료국(スギ薬局) ([www.suginet.jp](http://www.suginet.jp))
33. 호코큐(Hokkoku) ([www.hokkoku.co.jp](http://www.hokkoku.co.jp))
34. 코인데스크(Coindesk) ([www.coindesk.com](http://www.coindesk.com))
35. 피어스와이어레스(Fierce Wireless) ([www.firecewireless.com](http://www.firecewireless.com))
36. 엔에이치케이(NHK) ([www3.nhk.or.jp](http://www3.nhk.or.jp))
37. 비즈니스인사이드(Business Insider) ([www.businessinsider.com](http://www.businessinsider.com))
38. 일본 후생노동성(MHLW) ([www.mhlw.go.jp](http://www.mhlw.go.jp))
39. 정부24([www.gov.kr](http://www.gov.kr))
40. 한국농수산식품유통공사([www.at.or.kr](http://www.at.or.kr))
41. 한국 관세청([www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr))
42. 일본 소비자청(CAA) ([www.caa.go.jp](http://www.caa.go.jp))
43. 농식품수출정보(Kati) ([www.kati.net](http://www.kati.net))
44. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA Foreign Agricultural Service) ([www.fas.usda.gov](http://www.fas.usda.gov))
45. 일본 관세청(Japan Customs) ([www.customs.go.jp](http://www.customs.go.jp))
46. 관세법령정보포털 ([www.unipass.customs.go.kr](http://www.unipass.customs.go.kr))
47. 핸드트레이딩(株式会社ハンズトレーディング) ([www.rakuten.ne.jp/gold/hands-web](http://www.rakuten.ne.jp/gold/hands-web))
48. 하이퍼링크(株式会社ハイパーリンク) ([www.noniweb.jp](http://www.noniweb.jp))
49. 일맥(有限会社 一麦) ([www.ichibaku.com](http://www.ichibaku.com))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.02.12

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