aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2021
해외시장 맞춤조사

No.	|	202110-09
품목	|	홍삼 조제품(Red Ginseng Products)
HS CODE	|	2106.90-9099
국가	|	일본(Japan)
구분	|	경쟁력분석형

KaTi
농식품수출정보

Contents

Ⅰ. 요약 03

Ⅱ. 경쟁제품

1. 일본 홍삼 조제품 경쟁제품 선정 05
2. 일본 홍삼 조제품 경쟁제품 조사지표 선정 09
3. 일본 홍삼 조제품 경쟁제품 현지조사 결과 10

Ⅲ. 경쟁기업

1. 일본 홍삼 조제품 경쟁기업 선정 19
2. 일본 홍삼 조제품 경쟁기업 현지화 분석 기준 20
3. 일본 홍삼 조제품 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 22

Ⅳ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 써니(Sunny) 31
Interview ② 코라이진셍류츠 재팬(高麗人蔘流通 Japan) 34
Interview ③ 소라 쇼카이(Sora Shokai) 36

Ⅴ. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증 41
2. 벤치마킹 제품 분석 45
3. 기업 마케팅 벤치마킹 47

Ⅵ. 시사점 48

*참고문헌 50

Summary

A사~N사: 한국 경쟁기업명 이니셜 처리

■ 온라인 인기제품

	제품명	제조사명
2개 채널에서 Top 10인 제품	정관장 굿베이스 홍삼담은 석류스틱	A사
	정관장 홍삼정 에브리타임	A사
	정관장 굿베이스 홍삼담은 패션프루트스틱	A사
	고려홍삼절편골드	G사
	석류 플러스 홍삼스틱	H사
	6년정성 더진한 홍삼정	J사

■ 오프라인 주요 경쟁제품

정관장 홍삼정 에브리타임V(A사)		정관장 활삼28D 플러스(A사)	
	가격 1,590.0엔 용량 300ml		가격 1,650.0엔 용량 2,400ml
홍삼농축액에 정제수만을 더해 간편하게 섭취 가능		6년근 홍삼추출액 및 비타민 성분 함유	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	A사	B사	C사
국적	한국	한국	한국
제품 현지화	○	○	○
포장 현지화	◐	○	○
생산 방식	◐	◐	◐
입점 채널	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	오프라인 채널만 활용
홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(한국)	자사 홈페이지(한국), SNS 플랫폼(한국)

일본 현지 진출 경쟁기업 현황

한국기업 1개사,
경쟁기업 국적에서 판매되는 제품의 포장 디자인 **문구를 일본어로 수정**해 **포장 현지화 진행**

+

경쟁기업 2개사,
주요 SNS 플랫폼 **페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터**를 활용해 기업 및 제품 홍보

제품 현지화
- ● 상 (현지인 선호 신제품 개발)
- ◐ 중 (기존 유통 제품 성분 일부 변경해 출시)
- ○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

포장 현지화
- ● 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- ◐ 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- ○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

생산 방식 현지화
- ● 상 (현지에 제조시설 구비해 직접 제조)
- ◐ 중 (제조국에서 직접 제조해 현지 수출)
- ○ 하 (제조국 OEM 업체에 제조 위탁)

■ 경쟁력 파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(8개)		
가격(1회 섭취량당) (230.0엔)	○	농축액 (4개)	음료 (2개)	기타 (2개)
		316.0엔	211.5엔	43.3엔 79.0엔
섭취 횟수(회) (30.0회)	●	농축액 (4개)	음료 (2개)	기타 (2개)
		10.0회	10.0회	300.0회 200.0회
포장 형태(외부) (종이 박스)	◐	종이 박스		
		8개		

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(8개)			
유통기한	◐	36개월	24개월		
		1개	7개		
원산지 (한국)	◐	한국			
		8개			
홍보문구(중복값 有) (재료, 인증 강조)	◐	재료	브랜드	원산지	기타
		6개	4개	3개	2개

● 차별화된 경쟁력 ◐ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 1회 섭취량당 가격은 경쟁제품 평균보다 비싼 편이며, 섭취 횟수는 경쟁제품 평균보다 많음 2) 경쟁제품 8개 중 6개가 재료를 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 한국기업 1개사는 제품 포장디자인 문구를 일본어로 수정해 현지화를 진행함 2) 경쟁기업 3개사 중 2개사는 주요 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터를 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남

Ⅱ. 경쟁제품

1. 일본 홍삼 조제품 경쟁제품 선정
2. 일본 홍삼 조제품 경쟁제품 조사지표 선정
3. 일본 홍삼 조제품 경쟁제품 현지조사 결과

1. 일본 홍삼 조제품 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	퍼멘진 발효홍삼 스틱
제품 종류	홍삼 조제품
소비자가격 1)2)3)	약 7,590.7엔 (약 80,233원)
용량	10g*30포
포장	종이 박스/ 플라스틱 파우치
특징	기존 홍삼 제품을 업그레이드한 발효홍삼 제품

Step 01. 제품 분석

① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석
- 제품명 : 퍼멘진 발효홍삼 스틱
- 제품 종류 : 홍삼 조제품
- 소비자가격 : 약 7,590.7엔(약 80,233원)
- 용량 : 10g*30포
- 포장 형태 : 종이 박스/플라스틱 파우치

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인

① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
1. 아마존재팬(Amazon Japan) : 14.8%
2. 라쿠텐(Rakuten) : 11.7%
3. 야후 쇼핑(Yahoo Shopping) : 10.7%

② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
- 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인 : 6개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획

① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
- 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 : 한인마트

② 오프라인 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
- (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
- 벤치마킹 제품 분석

1) 미국 달러 기준 소비자가격 69.00달러를 원화로 환산 후, 엔으로 다시 환산하여 표기하였음
2) 100엔=1,057.04원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
3) 1달러=1,162.80원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인

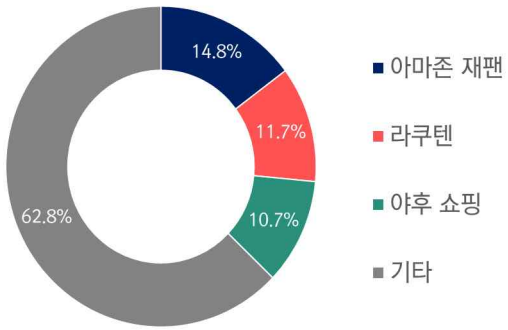
● 일본 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

▸ 일본 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 아마존재팬, 라쿠텐, 야후 쇼핑

유로모니터에 따르면, 2020년 기준 일본 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 아마존재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping)으로, 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 37.2%임

사이트명	취급 종류
amazon.co.jp 아마존 재팬	신선식품, 가공식품, 건강식품 등
Rakuten 라쿠텐	신선식품, 건강식품, 유제품 등
yahoo!shopping 야후 쇼핑	신선식품, 건강식품, 음료 등

[표 2.1] 일본 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▸ 인기 온라인 쇼핑몰에 2곳에 진출한 경쟁제품, 총 6개

일본 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 6개의 제품이 주요 온라인 쇼핑몰 2곳에서 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.2] 일본 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	아마존재팬	라쿠텐	야후 쇼핑
1	정관장 굿베이스 홍삼담은 석류스틱 (A사)	정관장 화애락 이너제틱 (A사)	정관장 굿베이스 홍삼담은 석류스틱 (A사)
2	정관장 홍삼정 에브리타임 (A사)	배즙 가득담은 6년근 홍삼스틱 (G사)	정관장 홍삼정 에브리타임 (A사)
3	굿데일리 홍삼스틱 (D사)	석류 가득담은 6년근 홍삼스틱 (G사)	정관장 굿베이스 홍삼담은 복숭아스틱 (A사)
4	고려 홍삼 농축액 프리미엄 (E사)	석류 플러스 홍삼스틱 (H사)	고려 홍삼정 스틱 (K사)
5	정관장 홍삼정환 (A사)	개성상인 석류 홍삼스틱 (I사)	발효홍삼 데일리 스틱 (B사)
6	뉴트리코스트 한국 홍삼 (뉴트리코스트)	정관장 굿베이스 홍삼담은 패션프루트스틱 (A사)	정관장 굿베이스 홍삼담은 매실스틱 (A사)
7	정관장 홍삼정 캡슐로얄 (A사)	6년정성 더진한 홍삼정 (J사)	6년정성 더진한 홍삼스틱 (J사)
8	홍삼정환골드 (F사)	정관장 홍삼정 에브리타임 로얄 (A사)	정관장 굿베이스 홍삼담은 패션프루트스틱 (A사)
9	고려홍삼절편골드 (G사)	정관장 홍삼정 에브리타임 밸런스 (A사)	고려인삼 산포미삼 (산포도)
10	정관장 홍삼정 (A사)	고려홍삼절편골드 (G사)	석류 플러스 홍삼스틱 (H사)

3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

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

3) 조사 지역 및 매장 선정

일본 도쿄 정보[4)5)]

인구	3,910만 5,000명
면적	2194.03㎢
인구밀도	6410.4명/㎢

▸ 일본 도쿄, 방문지역으로 선정

도쿄도는 일본의 수도이자 일본의 경제, 문화, 교통이 집약된 지역임. 도쿄도 중심부에는 국내 및 국제 금융 기관과 기업 본사가 자리하고 있으며, 미국의 주요 제조 지역이자 일본 최대 공업지대인 게이힌 공업지대(京浜工業地帯)가 있음. 도쿄역은 일본 초고속 열차인 신칸센과 주요 철도가 지나가는 중앙 터미널이며, 전철, 지하철, 버스 노선과 고속도로가 연결된 일본의 주요 교통 허브임

▸ 현지 조사 매장 선정, 한인마트

홍삼 조제품이 포함된 일본 비타민 및 건강기능식품(Vitamins and Dietary Supplements)[6)]의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 직접 판매가 28.1%로 가장 높았으며, 드럭스토어/약국은 23.8%, 홈쇼핑은 14.0%, 온라인은 12.2%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 2.3] 일본 홍삼 조제품 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
직접 판매	28.1%	(-)
드럭스토어/약국	23.8%	마츠모토 키요시(マツモトキヨシ), 웰시아(Welcia), 코쿠민(KoKumin)
홈쇼핑	14.0%	큐브이씨(QVC), 숍채널(Shop Channel)
온라인	12.2%	아마존재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping)
한인마트	(-)	캉코쿠히로바(韓国広場), 소우루이치바(ソウル市場)

고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

4) 자료: 스태티스틱스 오브 재팬(Statistics of Japan), 「2020 Population Census」, 2020
5) 자료: 스태티스타(Statista), 「Largest urban agglomerations worldwide in 2021, by population」, 2021
6) 유로모니터(Euromonitor) 일본 비타민 및 건강기능식품 유통채널(Distribution) 정보

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
  (*) 아마존재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
  (*) 캉코쿠히로바(韓国広場), 소우루이치바(ソウル市場)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 스틱형 농축액: 홍삼의 유효성분을 용매로 추출하여 농축한 점성을 가진 시럽상의 제품
- 음료: 홍삼 성분을 주원료로 하고 감미료 등을 배합하여 제조한 음료 제품
- 기타: 스틱형 농축액 및 음료 외 제형을 가진 홍삼 조제품

[표 2.4] 일본 홍삼 조제품 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류		
	오프라인	온라인	스틱형 농축액	음료	기타
① 발효홍삼 데일리 스틱 (B사)	○ (캉코쿠히로바)	○ (야후 쇼핑)	○		
② 정관장 홍삼정 에브리타임V (A사)	○ (캉코쿠히로바)	(-)	○		
③ 순발효홍삼프리미엄 (B사)	○ (캉코쿠히로바)	(-)	○		
④ 홍삼정데일리굿타임 (C사)	○ (캉코쿠히로바, 소우루이치바)	(-)	○		
⑤ 원기삼뿌리와홍삼 (L사)	○ (캉코쿠히로바)	(-)		○	
⑥ 홍삼원 (A사)	○ (소우루이치바)	(-)		○	
⑦ 고려6년근홍삼농축액로얄100 (M사)	○ (캉코쿠히로바)	(-)			○
⑧ 고려홍삼분말골드 (N사)	○ (소우루이치바)	(-)			○

(*) 현지 판매 홍삼 조제품 경쟁제품 8개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기 브랜드 제품

2. 일본 홍삼 조제품 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 일본 홍삼 조제품 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 일본 홍삼 조제품 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	1회 섭취량당 가격	제품의 1회 섭취량당 가격
용량	용량	제품의 전체 용량
	1회 섭취량	제품의 1회 섭취량
섭취 가능 횟수	회	전체 제품 용량을 1회 섭취량으로 나눈 수치
제품 종류	스틱형 농축액	홍삼의 유효성분을 용매로 추출하여 농축한 점성을 가진 시럽상의 제품
	음료	홍삼 성분을 주원료로 하고 감미료 등을 배합하여 제조한 음료 제품
	기타	스틱형 농축액 및 음료 외 제형을 가진 홍삼 조제품
포장 형태	종이 상자	종이 소재의 상자
	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치
	유리 병	유리 소재의 병
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기간
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 일본 홍삼 조제품 경쟁제품 현지 조사 결과

▸ 일본 도쿄에 위치한 한인마트

일본 도쿄에 위치한 한인마트 캉코쿠히로바(韓国広場)와 소우루이치바(ソウル市場)를 방문함. 캉코쿠히로바는 한국 광장 그룹에 속한 한국 식품 전문 판매 매장으로, 가격이 저렴하고 판매 식품의 종류가 다양하여 한국인들이 많이 찾고 있음. 소우루이치바는 해피그룹에 속한 한국 식품 전문 매장으로, 신오쿠보(한인타운)에서 가장 대표적인 한국 슈퍼마켓으로써 한국인들은 물론 현지인들도 한국 식품을 사기 위해 많이 방문함

[표 2.6] 일본 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
캉코쿠히로바 (韓国広場)	한인마트	6	신주쿠 내 한인타운에 위치하였으며 주변에 한국 음식점과 카페가 다수 밀집되어 있고 K-Pop 제품 판매점 등 한국 물품을 판매하는 상점이 많음
소우루이치바 (ソウル市場)	한인마트	2	

지도자료: 구글맵(Google Maps)

▸ 경쟁제품 8개 중 1개 제품은 2개 매장에서 판매

캉코쿠히로바(韓国広場)와 소우루이치바(ソウル市場) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 총 1개 제품이 2개 방문 매장에서 모두 판매 중인 것으로 조사됨. 캉코쿠히로바는 경쟁제품 6개를 취급하고 있는 것으로 확인되어, 조사매장 2개 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황	
	캉코쿠히로바	소우루이치바
① 발효홍삼 데일리스틱 (B사)	○	
② 정관장홍삼정에브리타임V (A사)	○	
③ 순발효홍삼프리미엄 (B사)	○	
④ 홍삼정데일리굿타임 (C사)	○	○
⑤ 원기삼뿌리와홍삼 (L사)	○	
⑥ 홍삼원 (A사)		○
⑦ 고려6년근홍삼농축액로얄100 (M사)	○	
⑧ 고려홍삼분말골드 (N사)		○

자료: 현지 조사원 자료

Shop ① 캉코쿠히로바(韓国広場)

매장 정보

- **유형: 한인마트**
- **판매 제품 특징:** 한국 식재료, 주방용품, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- **매장 주변 특징:** 신주쿠 내 한인타운에 위치하였으며 주변에 한국 음식점과 카페가 다수 밀집되어 있고 K-Pop 제품 판매점 등 한국 물품을 판매하는 상점이 많음
- **주요 고객층:** 현지 주민, 현지 거주 교민

브랜드 기본 정보[7]	Hiroba	캉코쿠히로바는 1993년에 설립되어 한국 식품의 소매, 도매, 무역, 수입, 제조 및 판매를 전문으로 하는 기업임. 한일 양국의 상호 이해와 공존, 한국의 생활과 문화를 소개하고 전파하는 것이 목표임
조사 제품 수: 6개		

매장 정보		
위치	**도시(지역)**	신주쿠
	상세주소	2 Chome-31-11 Kabukicho, Shinjuku City, Tokyo, Japan

매장 내부 전경	**매장 내부 전경**	

제품 판매 정보	**판매 홍삼 조제품 경쟁제품 정보**		
	발효홍삼 데일리스틱 (B사)	정관장 홍삼정 에브리타임V (A사)	순 발효홍삼 프리미엄 (B사)
	홍삼정 데일리굿타임 (C사)	고려 6년근 홍삼 농축액 로얄 100 (M사)	원기삼 뿌리와 홍삼 (L사)

사진자료: 현지조사원 자료, 캉코쿠히로바 웹사이트

7) 자료: 캉코쿠히로바(韓国広場) 홈페이지

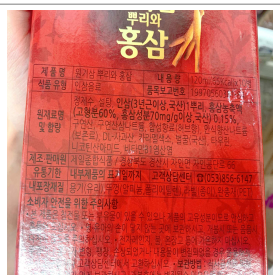
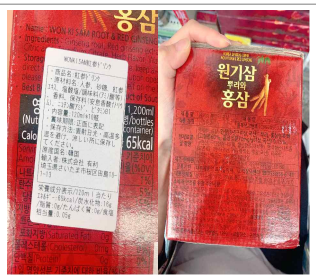
제품명 (현지어)	발효홍삼 데일리스틱	**제조사 (현지어)**	B사
제품 종류	스틱형 농축액	**용량**	120ml
소비자가격	3,980.0엔 (42,070원)	**1회 섭취량당 가격**	398.0엔 (4,207원)
1회 섭취량	12ml	**섭취 가능 횟수**	10회
섭취방법	1일 1회 섭취	**원산지**	한국
포장 형태 (외부/내부)	종이 상자/ 플라스틱 파우치	**유통기한**	24개월
홍보문구	서울대학교 연구진이 개발, 발효산양삼 함유	**원료 및 첨가물**	정제수, 6년근 홍삼농축액, 6년근 발효홍삼농축액, 발효산양삼추출액

제품명 (현지어)	정관장 홍삼정 에브리타임V	**제조사 (현지어)**	A사
제품 종류	스틱형 농축액	**용량**	110ml
소비자가격	2,000.0엔 (21,141원)	**1회 섭취량당 가격**	200.0엔 (2,114원)
1회 섭취량	11ml	**섭취 가능 횟수**	10회
섭취방법	1일 1회 섭취	**원산지**	한국
포장 형태 (외부/내부)	종이 상자/ 플라스틱 파우치	**유통기한**	24개월
수입자	ヒストリーメーカージャパン株式会社	**홍보문구**	6년근, 고려홍삼, 1899년부터
원료 및 첨가물	고려홍삼 농축액, 프락토올리고당		

제품명 (현지어)	순 발효홍삼 프리미엄	**제조사 (현지어)**	B사
제품 종류	스틱형 농축액	**용량**	100ml
소비자가격	2,200.0엔 (23,255원)	**1회 섭취량당 가격**	220.0엔 (2,325원)
1회 섭취량	10ml	**섭취 가능 횟수**	10회
섭취방법	1일 1회 섭취	**원산지**	한국
포장 형태 (외부/내부)	종이 상자/ 플라스틱 파우치	**유통기한**	24개월
인증	HACCP	**수입자**	ヒストリーメーカージャパン株式会社
수입자	ヒストリーメーカージャパン株式会社	**원료 및 첨가물**	이소말토올리고당, 홍삼농축액, 말토덱스트린, 감초농축액, 대추농축액, 맥아당, 구연산

제품명 (현지어)	홍삼정 데일리굿타임	**제조사 (현지어)**	C사
제품 종류	스틱형 농축액	**용량**	100ml
소비자가격	4,480.0엔 (47,355원)	**1회 섭취량당 가격**	448.0엔 (4,736원)
1회 섭취량	10ml	**섭취 가능 횟수**	10회
섭취방법	1일 1회 섭취	**원산지**	한국
포장 형태 (외부/내부)	종이 상자/ 플라스틱 파우치	**유통기한**	24개월
인증	식약처 건강기능식품 인증, HACCP	**수입자**	株式会社プラスシステム
수입자	株式会社プラスシステム	**원료 및 첨가물**	정제수, 6년근 홍삼농축액

제품명 (현지어)	고려 6년근 홍삼 농축액 로얄 100	**제조사 (현지어)**	M사
제품 종류	기타(일반 농축액)	**용량**	300g
소비자가격	13,000.0엔 (137,415원)	**1회 섭취량당 가격**	43.3엔 (458원)
1회 섭취량	1g	**섭취 가능 횟수**	300회
섭취방법	1일 3회 섭취	**원산지**	한국
포장 형태 (외부/내부)	종이 상자/ 유리 병	**유통기한**	36개월
인증	식약처 건강기능식품 인증, GMP	**수입자**	株式会社プラスシステム
수입자	株式会社プラスシステム	**원료 및 첨가물**	정제수, 6년근 홍삼농축액

			
제품명 (현지어)	원기삼 뿌리와 홍삼	**제조사 (현지어)**	L사
제품 종류	음료	**용량**	1,200ml
소비자가격	1,780.0엔 (18,815원)	**1회 섭취량당 가격**	178.0엔 (1,882원)
1회 섭취량	120ml	**섭취 가능 횟수**	10회
섭취방법	1회 1병 섭취	**원산지**	한국
포장 형태 (외부/내부)	종이 상자/ 유리 병	**유통기한**	24개월
수입자	株式会社有利	**홍보문구**	대한민국 특산품
원료 및 첨가물	인삼, 설탕, 홍삼 추출물, 염산염, 향료, 보존료(안식향산나트륨), 니코틴산아미드, 비타민 B1		

Shop ② 소우루이치바(ソウル市場)

매장 정보

- **유형: 한인마트**
- **판매 제품 특징:** 한국 식재료, 주방용품, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- **매장 주변 특징:** 신주쿠 내 한인타운에 위치하였으며 주변에 한국 음식점과 카페가 다수 밀집되어 있고 K-Pop 제품 판매점 등 한국 물품을 판매하는 상점이 많음
- **주요 고객층:** 현지 주민, 현지 거주 교민

브랜드 기본 정보8)	ソウル市場	소우루이치바는 해피 그룹에 속하는 한인 마트로 1997년에 설립되어 한국 식품의 가공, 제조, 판매, 도매 및 물류를 전문으로 하는 기업임. 한일의 우정과 문화교류라는 비전을 가지고 있음
	조사 제품 수: 2개	

매장 정보			
	위치	**도시(지역)**	신주쿠
		상세주소	1 Chome－16－15 豊生堂ビル 1階, Okubo, Shinjuku City, Tokyo, Japan

매장 내부 전경	**매장 내부 전경**

제품 판매 정보	**판매 홍삼 조제품 경쟁제품 정보**	
	홍삼원 (A사)	고려홍삼분말 골드 (N사)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존재팬/라쿠텐/야후 쇼핑 웹사이트

8) 자료: 소우루이치바(ソウル市場) 홈페이지

제품명 (현지어)	홍삼원	**제조사 (현지어)**	A사
제품 종류	음료	**용량**	500ml
소비자가격	2,450.0엔 (25,897원)	**1회 섭취량당 가격**	245.0엔 (2,590원)
1회 섭취량	50ml	**섭취 가능 횟수**	10회
섭취방법	1일 1회 섭취	**원산지**	한국
포장 형태 (외부/내부)	종이 상자/ 플라스틱 파우치	**유통기한**	24개월
홍보문구	6년근 홍삼, 1899년부터	**수입자**	株式会社プラスシステム
원료 및 첨가물	정제수, 이소말토올리고당, 식물혼합농축액(대추, 생강, 계피, 구기자), 말토텍스테린, 6년근 홍삼 농축액, 타우린, 맥아당, 덱스트린, 영지 농축액, 구연산, 구연산 나트륨		

제품명 (현지어)	고려홍삼분말 골드	**제조사 (현지어)**	N사
제품 종류	기타(분말)	**용량**	200g
소비자가격	15,800.0엔 (167,012원)	**1회 섭취량당 가격**	79.0엔 (835원)
1회 섭취량	1g	**섭취 가능 횟수**	200회
섭취방법	1일 1-3회 섭취	**원산지**	한국
포장 형태 (외부/내부)	종이 상자/ 유리 병	**유통기한**	24개월
인증	ISO 9001, ISO 14001	**홍보문구**	대한민국 특산품
원료 및 첨가물	6년근 홍삼분말		

Ⅲ. 경쟁기업

1. 일본 홍삼 조제품 경쟁기업 선정
2. 일본 홍삼 조제품 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 일본 홍삼 조제품 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 일본 홍삼 조제품 경쟁기업 선정

▸ 대표 경쟁기업으로 홍삼 조제품 판매 한국기업 3개사 선정

일본 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 인기 브랜드 보유 경쟁기업을 기준으로 오프라인 유통채널에서 고객사 제품 종류인 스틱형 농축액 제품을 판매하는 것이 확인된 한국 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업은 홍삼 조제품 및 건강기능제품을 판매하고 있음. 각 제조사는 제품 구성품 일부를 위탁 생산하는 경우도 있으나, 완제품 유통 및 판매를 전담하는 기업을 경쟁기업이라 정의함

▸ 경쟁기업 3개사, 평균 21년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 21년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. A사는 1999년 설립되어 약 22년째 사업을 이어오고 있으며, B사 및 C사는 각각 11년, 31년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

▸ 경쟁기업 3개사, 홍삼 조제품 동일품목 종류 조사

일본에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 홍삼 조제품의 동일 품목 수를 조사한 결과 A사가 72개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 B사가 5개, C사가 39개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 홍삼 조제품 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
A사	한국	22년	72개
B사	한국	11년	5개
C사	한국	31년	39개

자료: 일본 진출 홍삼 조제품 경쟁기업 3개사 분석

2. 일본 홍삼 조제품 경쟁기업 현지화 분석 기준

▸ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준		설명
①	기업명	기업의 이름
②	위치	기업 본사 위치
③ 규모	매출액	기업 20년도 매출액
	직원 수	기업 20년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	홍삼 조제품

▸ 경쟁기업의 자사 제품 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 제품 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 기존 제품 출시	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시	○ (하)
② 기존 제품 현지화	기존 유통되는 제품의 맛, 성분 등을 변경하여 출시	◐ (중)
③ 신제품 개발	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발	● (상)

▸ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	◐ (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함	● (상)

▸ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▸ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	킹코쿠히로바, 소우루이치바
온라인	아마존재팬, 라쿠텐, 야후 쇼핑

▸ 경쟁기업의 홍보 채널에 따른 분석 기준

[표 3.7] 경쟁기업 홍보 채널

기준	채널 종류
자사 홈페이지	국내 홈페이지
	글로벌 홈페이지
	현지 홈페이지
SNS 플랫폼	페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터

3. 일본 홍삼 조제품 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▸ 경쟁기업 3개사 일본 오프라인 매장과 온라인 채널 진출 현황 상이

일본에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. A사는 한인마트인 캉코쿠히로바와 소우루이치바에서 모두 확인되었으며, B사 및 C사는 캉코쿠히로바에서만 확인되었음. 온라인의 경우, A사는 현지 주요 온라인 판매채널인 아마존재팬(Amazon Japan), 라쿠텐(Rakuten), 야후 쇼핑(Yahoo Shopping)에 모두 입점하였음. B사는 야후 쇼핑에 입점해있으며, C사는 온라인 판매채널에 입점하지 않은 것으로 확인됨

▸ 경쟁기업 SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

일본 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. A사는 글로벌 공식 홈페이지를 운영하고 있으며, B사 및 C사의 경우 별도의 한국 홈페이지에서 현지 판매 제품 정보를 확인할 수 있었음. 또한 A사와 C사는 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터를 홍보채널로 모두 활용하고 있음

▸ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 성분과 효과, 품질 등을 강조하여 홍보

일본 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 성분과 성분이 주는 효과를 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품 성분을 강조한 문구로는 '6년근 홍삼', '발효홍삼', '높은 함량' 등을 사용함. 성분이 주는 효과를 강조하는 문구로는 '국민 건강 증진', '건강한 삶', '건강한 미래' 등을 활용하는 것으로 확인됨. 또한 제품의 품질과 관련된 홍보문구를 강조하였으며, '프리미엄 지식', '글로벌 명품' 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨

[표 3.8] 일본 홍삼 조제품 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
A사	• 오프라인 매장 - 캉코쿠히로바 - 소우루이치바 • 온라인 매장 - 아마존재팬 - 라쿠텐 - 야후 쇼핑	• 자사 홈페이지 (글로벌) • SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 인류를 위한 건강한 미래 - 전 세계적으로 인정받는 글로벌 명품 - 6년근 홍삼	
B사	• 오프라인 매장 - 캉코쿠히로바 • 온라인 매장 - 야후 쇼핑	• 자사 홈페이지 (한국)	- 서울대학교 프리미엄 지식 - 발효홍삼 - 국민 건강 증진	
C사	• 오프라인 매장 - 캉코쿠히로바	• 자사 홈페이지 (한국) • SNS 플랫폼 (한국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 6년근 홍삼 전문 - 건강한 삶 - 높은 함량	

자료: 일본 진출 홍삼 조제품 경쟁기업 3개사 분석

① A사

기업 기본 정보	기업명	A사	
	기업 설명	A사는 1999년에 설립되어 홍삼, 홍삼제품을 제조, 판매하는 기업임. 대표적인 제품인 '홍삼정' 시리즈는 연매출 3000억 이상을 기록하는 국내 1위의 건강기능식품이며 2016년 A사는 건강기능식품 업계 최초로 매출 1조 원을 달성함	
	위치	대전광역시 대덕구 벚꽃길 71(평촌동)	
	규모	직원 수	1,690명
		동일품목 수	72개
		설립연도	1999년
		매출	1조 3,336억 원

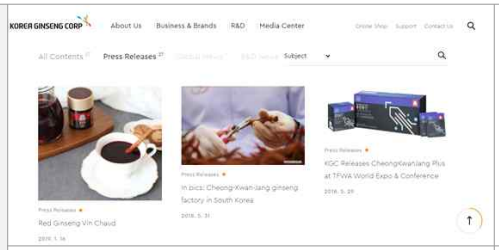
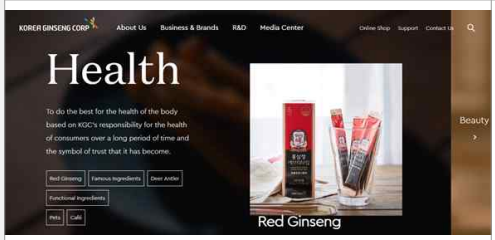
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 캉코쿠히로바 소우루이치바		제품명	정관정 홍삼정 에브리타임V
			용량	110ml
			가격	2000엔[9] (21,141원)
			제품 종류	스틱형 농축액
	〈온라인 매장〉 아마존재팬 라쿠텐 야후 쇼핑		제품명	정관정 홍삼정 에브리타임 로얄
			용량	300ml
			가격	8,260엔 (97,308원)
			제품 종류	스틱형 농축액

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	◐ (중)	제품의 포장 디자인 일부 현지화
	제조 방식 현지화	◐ (중)	한국에서 직접 제조하여 현지에 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존재팬/라쿠텐/야후 쇼핑 웹사이트

9) 100엔=1,057.04원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

<table>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(글로벌)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td>하루에 1건 이상</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td>제품 관련 뉴스, 판매 제품 소개, 프로모션 및 이벤트 정보</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="3">게시물 유형</td><td> 
</td><td>• 제품 관련 정보성 뉴스 게재</td></tr>
<tr><td> 
</td><td>• 브랜드 및 제품군 소개
• 자사 온라인 몰 연결</td></tr>
<tr><td>
</td><td>• 자사 온라인 몰에서 다양한 프로모션 및 이벤트 진행
• 주변의 구매 가능한 매장 안내</td></tr>
</table>

사진자료: A사 홈페이지

② B사

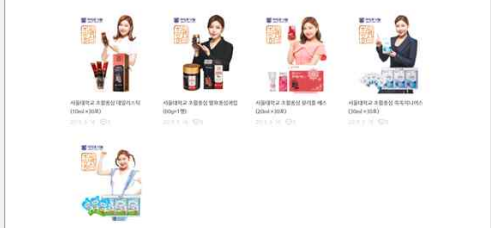
기업 기본 정보	기업명	B사	
	기업 설명	B사는 2010년에 설립되어 서울대학교의 특허기술로 초월홍삼, 컴파운드K의 함유로 흡수율을 높인 발효홍삼을 전문으로 판매하고 있음	
	위치	서울 구로구 새말로97, 15층 001호	
	규모	직원 수	1명
		동일품목 수	5개
		설립연도	2010년
		매출	3억 5,727만 원

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 캉코쿠히로바		제품명	발효홍삼 데일리스틱
			용량	120ml
			가격	3,980엔 (42,070원)
			제품 종류	스틱형 농축액
	〈온라인 매장〉 야후 쇼핑		제품명	발효홍삼 데일리스틱
			용량	120ml
			가격	3,980엔 (42,070원)
			제품 종류	스틱형 농축액

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품의 포장 디자인을 그대로 현지에 출시
	제조 방식 현지화	◐ (중)	한국에서 직접 제조하여 현지에 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존재팬/라쿠텐/야후 쇼핑 웹사이트

<table>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(한국)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td>업데이트 거의 없음</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td>기업 소개 및 홍보, 제품과 기술소개</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="3">게시물 유형</td><td>
</td><td>• 기본적인 회사 소개
(회사명, 역사, 미션, 수상내역, 인지도)</td></tr>
<tr><td>  </td><td>• 브랜드 및 제품군 소개</td></tr>
<tr><td>
</td><td>• 기술에 대한 설명과 소개</td></tr>
</table>

사진자료: B사 홈페이지

③ C사

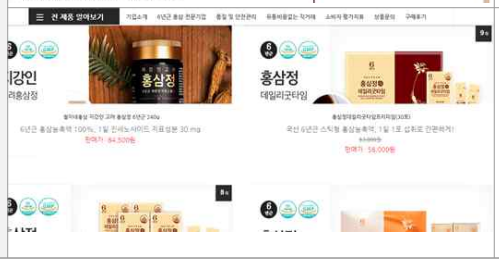
기업 기본 정보	기업명	C사	
	기업 설명	C사는 3대째 가업을 이어받아 1990년 인삼 농사를 시작으로 설립된 건강기능식품 제조업임. 6년근 홍삼 조제품을 주로 하며 양배추즙이나 마키베리분말 등 다양한 건강기능식품을 판매하고 있음	
	위치	충청남도 금산군 금산읍 구름고개길 28	
	규모	동일품목 수	36개
		설립연도	1990년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 캉코쿠히로바		제품명	홍삼정 데일리굿타임
			용량	100ml
			가격	4,480엔 (47,355원)
			제품 종류	스틱형 농축액

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품의 포장 디자인을 그대로 현지에 출시
	제조 방식 현지화	◐ (중)	한국에서 직접 제조하여 현지에 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존재팬/라쿠텐/야후 쇼핑 웹사이트

<table>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(한국), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(한국)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td>일주일에 한 번</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td>기업 소개 및 홍보, 판매 브랜드 및 제품 소개</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="3">게시물 유형</td><td>
</td><td>• 기본적인 회사 소개
(회사명, 역사, 미션, 수상내역, 인지도)</td></tr>
<tr><td>
</td><td>• 브랜드 및 판매 제품 소개
• 6년근 홍삼 설명</td></tr>
<tr><td> 
</td><td>• 제품 판매 및 매장 안내</td></tr>
</table>

사진자료: C사 홈페이지

Ⅳ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 써니(Sunny)

Interview ② 코라이진셍류츠 재팬(高麗人蔘流通 Japan)

Interview ③ 소라 쇼카이(Sora Shokai)

Interview ① 써니 (Sunny)

써니
(Sunny)
유통업체
담당자 정보
Manager

10)

써니(Sunny) Manager

써니는 일본 후쿠오카에 위치한 유통업체임. 주요 수입국가로는 한국이 있음. 홍삼을 비롯한 한국산 건강기능식품과 지팡이, 데오도란트, 애완동물 용품 등 다양한 생활용품을 주로 취급함. 라쿠텐을 통한 자체 판매 페이지를 주요 온라인 유통채널로 두고 있음

10) 사진자료: 써니(Sunny) 홈페이지

소비자가격	약 80,233원
FOB가격	59,500원
용량	10g*30포
포장 형태	플라스틱 파우치

소비자가격	약 73,256원
FOB가격	54,000원
용량	15g*56포
포장 형태	플라스틱 파우치

Q1. 가장 인기 있는 홍삼 농축액 또는 스틱 제품은 무엇이며, 해당 제품의 인기 요인은 무엇인가요?

인기 제품으로 정관장 홍삼정 로얄과 화애락 이너제틱이 있습니다. 홍삼정 로얄은 항상 인기 제품이었으며, 많은 소비자들이 해당 제품을 신뢰하고 선호합니다. 화애락 이너제틱은 신규 제품으로, 점점 인기가 높아지고 있습니다. 특히 여성 소비자들에게 인기가 많은데, 홍삼의 쓴 맛이 없고 젤리 형태로 되어 있어 간편하게 들고 다니면서 섭취할 수 있기 때문입니다.

Q2. 고객사 제품의 가격은 현지 경쟁제품 대비 어느 정도 수준인가요?

화애락 이너제틱의 경우, 60일치 분량의 가격이 8,820엔입니다. 정관장 홍삼정 로얄은 대략 60일치 분량인 240g에 34,200엔입니다. 이러한 제품들은 홍삼농축액 함유량에 따라 가격이 달라집니다. 만약 홍삼농축액 함유량이 높다면 가격이 조금 비싸도 합리적일 것입니다. 하지만 대체로 스틱 포장 형태의 제품은 일반적으로 농축액 제품에 비해 저렴하기 때문에, 고객사 제품의 가격은 꽤 비싸다고 볼 수 있습니다.

Q3. 포장 디자인 면에서, 현지 경쟁제품 중 아동을 타겟으로 한 제품 및 프리미엄 제품의 특징은 어떤 것이 있나요?

가장 인기 있는 브랜드인 정관장은 6년근 홍삼 제품을 빨간색, 황금색, 검정색을 사용한 외부 포장으로 판매합니다. 일부 다른 브랜드들은 이를 벤치마킹하고 있습니다. 현지 소비자들은 홍삼을 떠올릴 때, 이러한 색상의 포장을 자연스럽게 떠올리는 것 같습니다. 정관장은 또한 고급스럽고 튼튼한 박스에 제품을 담아 판매합니다. 아동을 타겟으로 한 제품은 본 적이 없지만, 화이락 이너제틱의 보라색 디자인이 어린 소비자들에게 어필할 수 있을 것으로 보입니다.

소비자가격	약 80,233원
FOB가격	59,500원
용량	10g*30포
포장 형태	플라스틱 파우치

소비자가격	약 73,256원
FOB가격	54,000원
용량	15g*56포
포장 형태	플라스틱 파우치

Q4. 고객사 제품은 GMP 인증과 건강기능식품 인증을 보유하고 있습니다. 현지 진출시 필수적으로 취득해야 하는 인증이나, 현지 소비자가 선호하는 인증은 무엇이 있나요?

저희가 취급 중인 제품들은 GMP, HACCP, Non-GMO, FDA에서 발급하는 GRAS, 할랄/Kosher 인증을 보유하고 있어, 모든 소비자가 안심하고 섭취할 수 있습니다. 저희는 또한 한국인삼공사의 품질보증서까지 보유하고 있습니다. 필수적으로 취득해야 하는 인증은 잘 모르겠습니다.

Q5. 고객사 제품의 포장 형태는 현지 소비자에게 적합한가요? 현지 인기제품의 포장 형태는 주로 어떤 것인가요?

개별 스틱 포장 형태는 바쁜 일상을 보내는 고객들에게 매우 인기가 많습니다. 간편하게 들고 다니면서 시간이 날 때 섭취할 수 있기 때문이며, 대체로 1~2달치 제품을 구매합니다.

Q6. 홍삼 조제품 홍보 시 주로 사용되는 키워드는 무엇이 있나요?

홍삼농축액, 농축액, 한국 인삼, 어종인삼, 오타네인삼, 사포닌 등의 키워드로 제품을 홍보합니다.

Q7. 현지 진출 시 가장 적합한 유통채널은 무엇인가요?

라쿠텐은 소비자들이 가장 많이 찾는 온라인 쇼핑몰입니다. 라쿠텐에서 랭킹 1위를 차지한다면 사업적으로 큰 도움이 될 것입니다. 홍삼 전문점이 따로 있는 것으로 알고 있으나, 저희는 따로 오프라인 스토어를 운영하고 있진 않습니다.

Interview ② 코라이진셍류츠 재팬 (高麗人蔘流通 Japan)

코라이진셍류츠 재팬 (高麗人蔘流通 Japan)

제조·유통업체

담당자 정보

Owner

11)

코라이진셍류츠 재팬(高麗人蔘流通 Japan) Owner

코라이진셍류츠 재팬은 후쿠오카에 위치하고 있으며, 홍삼 스틱, 홍삼 절편 등 홍삼을 사용한 다양한 조제품을 제조 및 유통하는 업체임. 한국에서 자체 생산한 자사 제품만을 취급하며, 유명 온라인 쇼핑몰 라쿠텐에 자체 페이지를 운영하는 방식으로 제품을 판매하고 있음

11) 사진자료: 코라이진셍류츠 재팬(高麗人蔘流通 Japan) 홈페이지

소비자가격	약 80,233원
FOB가격	59,500원
용량	10g*30포

포장 형태 플라스틱 파우치

소비자가격	약 73,256원
FOB가격	54,000원
용량	15g*56포

포장 형태 플라스틱 파우치

Q1. 가장 인기 있는 홍삼 농축액 또는 스틱 제품은 무엇이며, 해당 제품의 인기 요인은 무엇인가요?

스틱 포장 형태의 제품의 경우, 정관장이 가장 인기 있는 브랜드입니다.

Q2. 고객사 제품의 가격은 현지 경쟁제품 대비 어느 정도 수준인가요?

고객사 제품의 가격은 꽤 높습니다. 현지 소비자가 이만큼의 돈을 지불하고 제품을 살 것 같지 않습니다. 고객사 제품의 가격은 정관장 제품의 가격과 유사하나, 신규 브랜드인 고객사는 우선 현지에서 브랜드 인지도를 높이는 것이 가장 중요합니다.

Q3. 고객사 제품의 FOB 가격은 현지 경쟁제품 대비 어느 정도 수준인가요?

매출총이익이 40%가 되지 않는다면, 일본 진출은 어려울 것으로 보입니다. 물류비, 관세, 소비세, 수수료 등 부가세를 제외하면 크게 이윤이 나지 않을 것 입니다. 단순 계산을 통해 매출총이익을 산출해보면 약 22%가 나오지만, 10%의 수수료와 12%의 세금을 감안하면 적자가 예상됩니다. 일본 진출 시 이익 한도가 제조원가의 20%가 되지 않으면, 수출이 어려울 수 있습니다.

Q4. 고객사 제품은 GMP 인증과 건강기능식품 인증을 보유하고 있습니다. 현지 진출시 필수적으로 취득해야 하는 인증이나, 현지 소비자가 선호하는 인증은 무엇이 있나요?

GMP는 품질 보증에 있어 가장 기본이 되는 인증입니다. 인증보다는 가격이나 배송 속도 측면에서 제품을 개선하는 것이 중요합니다.

Q5. 현지 진출 시 가장 적합한 유통채널은 무엇인가요?

온라인 쇼핑몰이 가장 효과적인 유통채널입니다. 각 플랫폼은 각자 다른 특징을 가지고 있습니다. 저희는 라쿠텐에서 가장 높은 판매율을 보이고 있습니다.

Interview ③ 소라 쇼카이 (Sora Shokai)

소라 쇼카이
(Sora Shokai)
유통업체
담당자 정보
Owner

12)

소라 쇼카이(Sora Shokai) Owner

소라 쇼카이는 주로 한국에서 홍삼 조제품을 수입하여 유통하는 기업임. 본사는 히로시마에 위치하고 있으며, 라쿠텐을 통한 온라인 유통채널을 구축하고 있음. 다양한 브랜드의 제품을 가격대를 나누어 판매함으로써 여러 고객층을 타겟으로 사업을 운영해나가고 있음

12) 사진자료: 소라 쇼카이(Sora Shokai) 홈페이지

소비자가격	약 80,233원
FOB가격	59,500원
용량	10g*30포
포장 형태	플라스틱 파우치

소비자가격	약 73,256원
FOB가격	54,000원
용량	15g*56포
포장 형태	플라스틱 파우치

Q1. 가장 인기 있는 홍삼 농축액 또는 스틱 제품은 무엇이며, 해당 제품의 인기 요인은 무엇인가요?

가장 인기가 많은 브랜드는 E 사의 일화이며, 저희는 해당 브랜드의 제품을 판매한지 10 년이 넘었습니다. 인기 제품으로는 일화 인삼 농축액이 있으며 용량 및 가격은 1 달치인 100g 에 9,500 엔입니다. 일화 인삼 농축액은 일본 현지에서 꽤 높은 인기를 보유하고 있습니다.

Q2. 고객사 제품의 가격은 현지 경쟁제품 대비 어느 정도 수준인가요?

저희가 현재 취급 중인 제품은 기타 첨가물 없이 6년근 홍삼을 100% 사용합니다. 고객사 제품과 같은 스틱 종류에 대해서는 잘 알지 못합니다.

Q3. 포장 디자인 면에서, 현지 경쟁제품 중 아동을 타겟으로 한 제품 및 프리미엄 제품의 특징은 어떤 것이 있나요?

프리미엄 홍삼 제품은 주로 황금색으로 포장되어 있으며 나무 상자나 고급스러운 종이 상자에 담겨 제공됩니다. 프리미엄 제품은 주로 선물용이며, 가장 인기 있는 제품은 나무 상자에 포장되어 판매되고 있습니다.

Q4. 고객사 제품은 GMP 인증과 건강기능식품 인증을 보유하고 있습니다. 현지 진출시 필수적으로 취득해야 하는 인증이나, 현지 소비자가 선호하는 인증은 무엇이 있나요?

취급 중인 제품들은 GMP 및 HACCP을 보유하고 있습니다. 한국에서 수입된 모든 홍삼 제품은 모두 동일한 인증을 보유하고 있는 것으로 보입니다.

소비자가격	약 80,233원
FOB가격	59,500원
용량	10g*30포
포장 형태	플라스틱 파우치

소비자가격	약 73,256원
FOB가격	54,000원
용량	15g*56포
포장 형태	플라스틱 파우치

Q5. 고객사 제품의 포장 형태는 현지 소비자에게 적합한가요? 현지 인기제품의 포장 형태는 주로 어떤 것인가요?

고객들은 농축액 형태의 제품을 섭취하는 데 큰 불편함을 느끼지 않습니다. 미리 섭취할 수 있도록 준비해놓거나 직접 들고 다니기도 합니다. 그럼에도 스틱 포장 형태의 제품은 활동적인 일상을 보내는 고객들에게 좋은 선택지일 것으로 보입니다.

Q6. 홍삼 조제품 홍보 시 주로 사용되는 키워드는 무엇이 있나요?

일화 고려인삼, 고려인삼차, 6년근 등의 키워드로 제품을 홍보합니다.

일본 홍삼 조제품 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준
① 현지 건강기능식품 수입·유통업체
② 홍삼 조제품 또는 유사제품 취급 경험 있음

업체명	써니 (Sunny)	코라이진셍류츠 재팬 (高麗人蔘流通 Japan)	소라 쇼카이 (Sora Shokai)
업태 ▶	유통업체	제조·유통업체	유통업체
취급 품목 ▶			
	홍삼 조제품, 생활용품	홍삼 조제품	홍삼 조제품

일본 홍삼 조제품 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	써니 (Sunny)	코라이진셍류츠 재팬 (高麗人蔘流通 Japan)	소라 쇼카이 (Sora Shokai)
	유통업체	제조·유통업체	유통업체
고객사 제품의 **가격 경쟁력**은 어떤가?	대체로 스틱형 제품의 가격은 저렴하며, 고객사 제품은 꽤 **비싼 편**임	신규 브랜드는 현지에서 브랜드 인지도를 높이는 것이 중요한데, 고객사 제품의 가격대는 꽤 **높음**	스틱 종류의 가격 경쟁력은 잘 알지 못함
아동을 타겟으로 한 제품이나 프리미엄 제품의 **포장 디자인** 특징은 무엇인가?	대부분 인기 브랜드의 외부 포장 색상인 **빨간색, 황금색, 검정색**을 벤치마킹하고 있음	(-)	주로 **황금색**으로 포장되어 있으며, **나무 상자**나 **고급스러운 종이 상자**에 담겨 제공됨
고객사 제품의 **포장 형태**는 현지 소비자에게 적합한가?	개별 스틱 포장 형태는 바쁜 일상을 보내는 고객들에게 매우 **인기가 많음**	(-)	활동적인 일상을 보내는 고객들에게 **좋은 선택지**일 것으로 보임
홍보 시 주로 사용되는 **키워드**는 무엇인가?	홍삼농축액, 농축액, 한국 인삼, 어종인삼, 오타네인삼, 사포닌 등	(-)	일화고려인삼, 고려인삼차, 6년근 등
추천하는 **유통채널**은 무엇인가?	가장 인기 있는 **온라인 쇼핑몰**인 라쿠텐을 추천함	**온라인 쇼핑몰**이 가장 효과적인 유통채널이며, 각 플랫폼은 각자 다른 특징을 가지고 있음	(-)

(*) 현지 경쟁제품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

V. 경쟁력파악

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 1회 섭취량당 가격

경쟁제품(제조사)

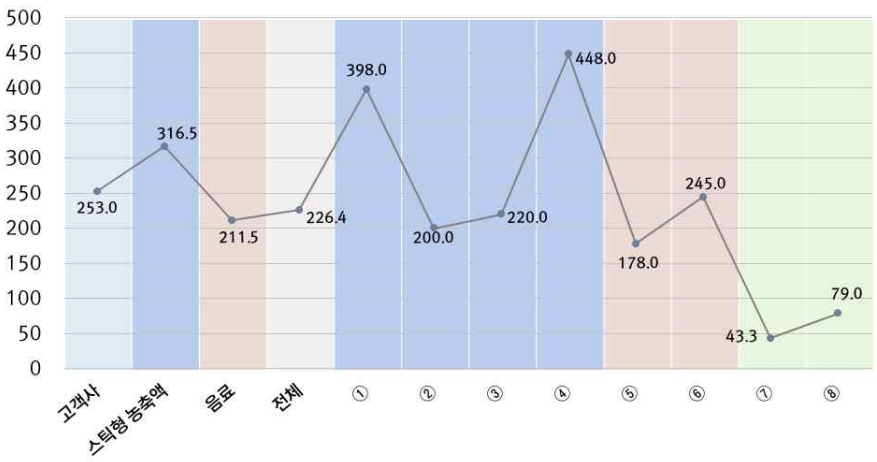
① 발효홍삼 데일리스틱 (B사)
② 정관장홍삼정에브리타임V (A사)
③ 순발효홍삼프리미엄 (B사)
④ 홍삼정데일리굿타임 (C사)
⑤ 원기삼뿌리와홍삼 (L사)
⑥ 홍삼원 (A사)
⑦ 고려6년근홍삼농축액로얄100 (M사)
⑧ 고려홍삼분말골드 (N사)

▸ 고객사 제품 1회 섭취량당 가격, 경쟁제품 평균 대비 저렴한 편

고객사 제품의 1회 섭취량당 가격은 약 253.0엔(약 2,674원)[13][14]이며, 이는 경쟁제품 8개의 평균 1회 섭취량당 가격인 약 226.4엔(약 2,393원)의 약 1.1배 수준임. 제품 종류별 평균 1회 섭취량당 가격의 경우, 고객사 제품과 유사한 스틱형 농축액 제품은 약 316.5엔(약 3,346원)으로 확인됨. 이는 고객사 제품 대비 약 63.5엔(약 671원) 비싼 가격이며, 고객사 제품의 가격은 경쟁력이 있다고 판단됨. 음료 제품은 약 211.5엔(약 2,236원)으로 고객사 제품 대비 약 41.5엔(약 439원) 저렴한 것으로 조사됨. 기타 제품은 일반 농축액과 분말 제품이 있으며, 해당 제품들은 고객사 제품보다 훨씬 저렴한 가격대를 형성 중임

[표 5.1] 일본 홍삼 조제품 가격 경쟁력 분석

(단위: 엔)



13) 100엔=1,057.04원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
14) 1달러=1,162.80원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 섭취 가능 횟수

경쟁제품(제조사)

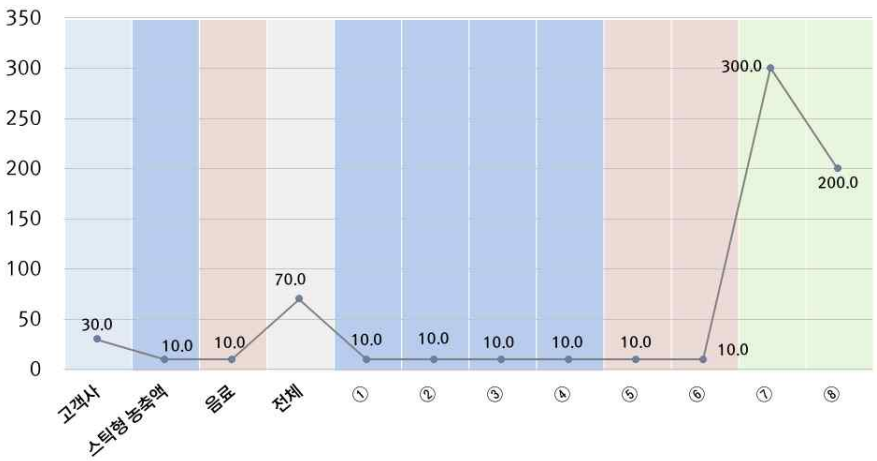
① 발효홍삼 데일리스틱 (B사)
② 정관장홍삼정에브리타임V (A사)
③ 순발효홍삼프리미엄 (B사)
④ 홍삼정데일리굿타임 (C사)
⑤ 원기삼뿌리와홍삼 (L사)
⑥ 홍삼원 (A사)
⑦ 고려6년근홍삼농축액로얄100 (M사)
⑧ 고려홍삼분말골드 (N사)

▸ 고객사 섭취 가능 횟수, 경쟁제품 평균 대비 적은 편

고객사 제품의 섭취 가능 횟수는 30.0회로 경쟁제품 8개의 평균 섭취 가능 횟수 70.0회의 약 43%임. 다만 해당 비교는 고객사 제품과 다른 유형의 제품인 일반 농축액 및 분말 제품의 섭취 가능 횟수가 월등히 많아 평균값이 유의하지 않다는 한계가 있음. 따라서 제품 종류별 평균 섭취 가능 횟수로 비교하는 것이 적합하다고 판단됨. 스틱형 농축액의 경우, 평균 10.0회로 고객사 제품의 약 1/3 수준임. 음료 제품 역시 평균 10.0회로, 고객사 제품 대비 훨씬 적은 용량의 제품들임이 확인됨. 따라서 고객사 제품은 유사 제품 대비 섭취 가능 횟수가 많은 편이라고 볼 수 있음

[표 5.2] 일본 홍삼 조제품 섭취 가능 횟수 경쟁력 분석

(단위: 회)

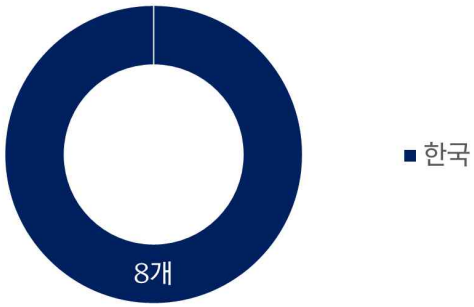


3) 원산지

▸ 현지 경쟁제품, 모두 한국산 제품

일본에서 판매되고 있는 홍삼 조제품 경쟁제품 8개의 원산지를 조사한 결과, 모든 제품의 원산지가 한국인 것으로 확인됨.

[표 5.3] 일본 홍삼 조제품 제품 원산지 경쟁력 분석

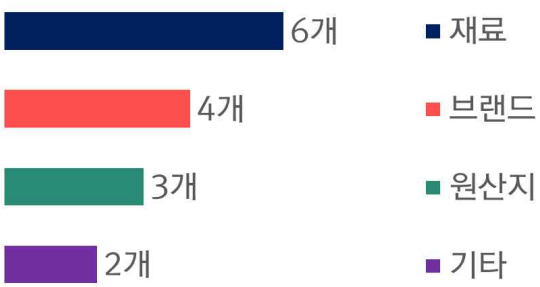


4) 홍보문구

▸ 현지 경쟁제품, 주로 재료를 강조한 홍보문구 사용

일본에서 판매되고 있는 홍삼 조제품 경쟁제품 8개의 제품 홍보문구를 조사한 결과, 그 중 6개 제품이 '6년근', '발효산양삼', '고려홍삼' 등 제품의 주요 재료를 강조한 홍보문구를 사용하여 판매 중인 것으로 확인됨. '서울대학교 연구진이 개발', '1899년부터' 등 브랜드의 특징을 활용한 홍보문구 및 '대한민국 특산품'과 같이 제품의 원산지가 한국임을 명시하는 홍보문구가 각각 4개, 3개 조사됨. 그 외 '면역력 증진, 피로 개선, 혈소판 응집 억제' 등과 같이 효능을 강조한 홍보문구를 사용하거나, 건강기능식품임을 명시한 홍보문구를 사용하는 제품도 확인되었음

[표 5.4] 일본 홍삼 조제품 홍보문구 관련 경쟁력 분석

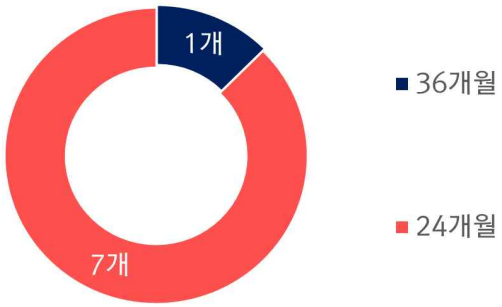


5) 유통기한

▸ 현지 경쟁제품, 24개월 이상의 긴 유통기한 보유

일본에서 판매되고 있는 홍삼 조제품 경쟁제품의 유통기한을 조사한 결과, 모든 제품이 24개월 이상의 긴 유통기한을 보유한 것으로 확인됨. 그 중 1개 제품은 유통기한이 36개월이며, 이는 경쟁제품 중 가장 긴 기간임

[표 5.5] 일본 홍삼 조제품 유통기한 경쟁력 분석

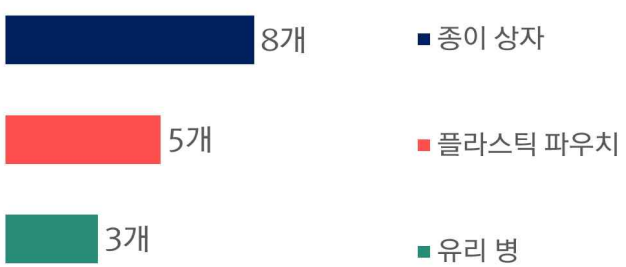


6) 포장 형태

▸ 경쟁제품 8개, 모두 종이 박스 형태로 포장

일본에서 판매되고 있는 홍삼 조제품 8개의 포장 형태를 조사한 결과, 모든 제품이 종이 박스를 활용해 제품을 제공하는 것으로 확인됨. 해당 제품들은 대체로 종이 박스를 외부 포장으로 사용하고, 실제 내용물은 플라스틱 파우치 또는 유리 병에 담겨 종이 박스에 담아 판매하고 있음

[표 5.6] 일본 홍삼 조제품 포장 형태 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▸ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되는 브랜드의 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존재팬, 라쿠텐, 야후 쇼핑

(*) 오프라인 매장 : 캉코쿠히로바, 소우루이치바

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 2개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▸ 유사 인기 제품 벤치마킹

현지 벤치마킹 인기 제품
(B사 _
발효홍삼 데일리스틱)

'서울대학교 연구진이 개발한 발효산양삼 함유 제품'

공통 특징①
원산지

공통 특징②
스틱형 농축액

◂ 벤치마킹
홍보문구

현지 벤치마킹 인기 제품
(고객사 _ 퍼멘진 발효홍삼 스틱)

'기존 홍삼 제품을 업그레이드한 발효홍삼 제품'

공통 특징①
원산지

공통 특징②
스틱형 농축액

벤치마킹 ▸
1회 섭취량당 가격

현지 벤치마킹 인기 제품
(A사 _
정관장 홍삼정 에브리타임V)

'홍삼농축액에 정제수만을 더해 간편하게 섭취 가능'

2) 벤치마킹 제품 분석
- 홍보문구

▸ 벤치마킹 제품, 재료 강조 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 홍삼 조제품 경쟁제품 8개 중 6개는 제품의 주재료를 강조한 홍보문구를 사용한 것으로 조사됨. 수입·유통업체 인터뷰에 따르면, 현지 경쟁제품들은 '어종인삼', '오타네인삼' 등 제품에 함유된 재료를 키워드로 하여 제품을 홍보하는 것으로 확인됨. 벤치마킹 제품은 '발효산양삼'이라는 독특한 재료를 강조하였음. 고객사 제품 역시 기존 홍삼을 업그레이드한 발효홍삼 제품이기 때문에 이를 외부 포장에 명시하는 것이 적합할 것으로 보임

[표 5.7] 일본 홍삼 조제품, 홍보문구 인터뷰 분석

(인터뷰) *홍삼농축액, 농축액, 한국 인삼, 어종인삼, 오타네인삼, 사포닌 등의 키워드로 제품을 홍보합니다.*

- 써니, Manager -

3) 벤치마킹 제품 분석
- 1회 섭취량당 가격

▸ 벤치마킹 제품, 고객사 제품 대비 저렴한 가격대

벤치마킹 제품의 1회 섭취량당 가격은 200.0엔(약 2,114원)으로 고객사 제품 대비 약 53.0엔(약 560원) 저렴한 것으로 확인됨. 수입·유통업체 관계자는 인터뷰를 통해, 신규 브랜드인 고객사는 취급 제품을 기 진출한 정관장 제품보다 저렴한 가격으로 판매하는 것이 합리적이라고 언급함. 따라서 제품 포장 규격을 조절하는 등의 방법으로 제품 단가를 낮추어 판매하는 것을 추천함

[표 5.8] 일본 홍삼 조제품, 가격 인터뷰 분석

(인터뷰) *고객사 제품의 가격은 정관장 제품의 가격과 유사하나, 신규 브랜드인 고객사는 우선 현지에서 브랜드 인지도를 높이는 것이 가장 중요합니다.*

- 코라이진셍류츠 재팬, Owner -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 홍삼 조제품 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		A사	B사	C사
판매채널	오프라인 매장 (총 3개 매장 조사)	캉코쿠히로바 소우루이치바	캉코쿠히로바	소우루이치바
	온라인 쇼핑몰 (총 3개 매장 조사)	아마존재팬 라쿠텐 야후 쇼핑	야후 쇼핑	(-)
홍보채널	자사 홈페이지 (홍보)	한국	한국	한국
	SNS 플랫폼	페이스북(글로벌) 인스타그램(글로벌) 유튜브(글로벌) 트위터(글로벌)	(-)	페이스북(한국) 인스타그램(한국) 유튜브(한국) 트위터(한국)
홍보문구	제품의 성분 제품의 효과 제품의 품질	경쟁기업 주요 홍보문구		
요약	판매채널	한인마트와 주요 온라인 쇼핑 웹사이트에 입점		
	홍보채널	2개사는 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터를 홍보 채널로 활용하고 있음		
	홍보문구	제품의 성분, 성분이 주는 효과, 품질 강조		

Ⅵ. 시사점

Export Insights

Red Ginseng Products
Price&Volume

Point. 1

고객사 제품의 1회 섭취량당 가격은 253.0엔으로, 홍삼 조제품 경쟁제품 8개 평균인 226.4엔 대비 비싼 가격대를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 스틱형 농축액 경쟁제품 3개의 1회 섭취량당 가격 평균은 316.5엔으로 고객사 제품보다 비쌌으며, 음료 제품 2개의 가격 평균은 211.5엔, 기타 제품 2개는 각각 43.3엔, 79.0엔을 보이며 고객사 제품보다 저렴한 가격대인 것이 확인됨

Point. 2

고객사 제품 섭취 가능 횟수는 30.0회로, 홍삼 조제품 경쟁제품 8개 평균인 70.0회의 43% 섭취 가능 횟수를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 스틱형 농축액 경쟁제품 3개 평균은 10.0회, 음료 제품 2개 평균은 10.0회로 고객사 제품보다 적게 나타났으며, 기타 제품 2개가 각각 300.0회 및 200.0회로 고객사 제품보다 많은 섭취 가능 횟수를 보였음

Red Ginseng Products
Package&Text

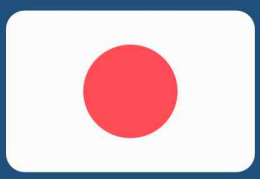
Point. 1

일본 홍삼 조제품 경쟁제품 8개의 원산지를 조사한 결과. 8개 제품 모두 한국산 제품인 것이 확인되었음. 한편 경쟁제품 8개의 포장 형태로는 8개 제품 모두 종이 상자 외부 포장 형태를 보였으며, 이 중 플라스틱 파우치 내부 포장 형태 제품이 5개, 유리 병 내부 포장 형태 제품이 3개인 것으로 조사됨

Point. 2

일본 홍삼 조제품 경쟁제품 8개의 유통기한을 조사한 결과, 모든 제품이 24개월 이상의 유통기한을 보유하고 있었으며, 그 중 1개는 36개월 유통기한을 보유하고 있는 것으로 나타남. 한편, 일본 홍삼 조제품 경쟁제품이 강조하는 홍보문구를 살펴본 결과, 재료를 강조하는 홍보문구를 사용하는 제품이 8개 중 6개로 가장 많이 발견되었음

Japan Market
Competitor



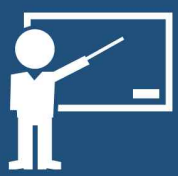
Point. 1

일본 시장 홍삼 조제품 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 3개사 모두 캉코쿠히로바, 소우루이치바 등 한인마트에 진출한 것으로 나타남. 한편, 온라인 유통채널의 경우 3개사 중 2개사가 야후 쇼핑에 진출했으며, 이 중 1개사는 아마존재팬 및 라쿠텐에 추가로 진출한 것이 확인됨

Point. 2

일본 시장 홍삼 조제품 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 성분, 효과, 품질 등을 강조해 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 3개사 중 2개사가 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터를 활용하고 있는 것으로 나타났음

Importer · Distributor
Interview



Point. 1

일본 현지 홍삼 조제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 고객사 홍삼 조제품 가격과 관련해 담당자 3명 중 2명이 현지 경쟁제품 대비 비싼 편이라고 답변함. 한편 진출 후 우선 과제로 1명의 담당자는 신규 브랜드의 경우 현지에서 브랜드 인지도를 높이는 것이 가장 중요하다고 언급하였음

Point. 2

일본 현지 홍삼 조제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 고객사 홍삼 제품 패키지 디자인의 보완 사항으로 외부포장 색상을 언급했으며, 2명의 담당자가 황금색을, 1명의 담당자가 빨간색 및 검정색을 벤치마킹하는 것이 좋다고 답변함. 한편, 고객사 제품의 개별 스틱 포장 형태와 관련해서는 담당자들에게서 긍정적인 피드백을 수취했으며, 추천 유통채널로는 2명의 담당자가 온라인 쇼핑몰을 언급하였음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스틱스 오브 재팬(Statistics of Japan),「2020 Population Census」, 2020
2. 스태티스타(Statista),「Largest urban agglomerations worldwide in 2021, by population」, 2021

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.euromonitor.com)
2. 아마존재팬(Amazon Japan) 홈페이지 (www.amazon.co.jp)
3. 라쿠텐(Rakuten) 홈페이지 (www.rakuten.co.jp)
4. 야후 쇼핑(Yahoo Shopping) 홈페이지 (shopping.yahoo.co.jp)
5. 스태티스틱스 오브 재팬(Statistics of Japan) 홈페이지 (e-stat.gp.jp)
6. 스태티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
7. 캉코쿠히로바(韓国広場) 홈페이지 (www.ehiroba.jp)
8. 소우루이치바(ソウル市場) 홈페이지 (seoul-ichiba.com)
9. 써니(Sunny) 홈페이지 (www.rakuten.co.jp/sunny-sunny)
10. 코라이진셍류츠 재팬(高麗人蔘流通 Japan) 홈페이지 (www.rakuten.ne.jp/gold/kgdjapan)
11. 소라 쇼카이(Sora Shokai) 홈페이지 (www.rakuten.co.jp/kouraininjinshop)

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사
· 발 행 일 자 | 2021.10.01

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

Copyright 2021 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

KaTi
농 식 품 수 출 정 보