



No. 2022-76
품목 인삼차(Ginseng Tea)
HS CODE 2106.90
국가 일본(Japan)



C.O.N.T.E.N.T.S

I	경쟁제품	3
	1. 일본 인삼차 경쟁제품 선정 2. 일본 인삼차 조사지표 선정 3. 일본 인삼차 현지조사 결과	
II	경쟁사	32
	1. 일본 인삼차 경쟁사 선정	
III	경쟁력 파악	38
	1. 제품 경쟁력 검증 2. 벤치마킹 제품 분석	
IV	시사점	45
	1. 수출 확대 방안 2. 참고문헌	

I

경쟁제품



01

일본 인삼차 경쟁제품 선정

지원기업 품목 분석

지원기업의 제품은 홍삼을 분말화한 인삼차로, 가족 단위로 섭취하기 좋고 휴대성 및 보관성이 우수함

(원료) 인삼농축액 10%, 포도당, 말토덱스트린 분말

(맛) 인삼의 씹쓸한 풍미와 달콤한 맛

(용량 및 가격) 용량은 3g*50포, 희망 소비자가격은 10,000원으로, 100g당 약 6,667원

(패키징) 인삼 이미지와 황금빛 색상을 패키징 콘셉트 색상으로 선정하여 전반적으로 고급스러운 프리미엄 제품의 이미지를 연출함. 외부 박스 포장에 스틱형 파우치 개별 포장으로 구성됨

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

제품명	인삼차		
이미지			
제품 유형	인삼차	희망 소비자가격	10,000원
용량	3g*50포	포장 형태 및 재질	외부: 박스 / 내부: 스틱형 파우치
주요 성분	인삼농축액, 포도당, 말토덱스트린분말	특징	홍삼을 분말화하여 섭취가 용이하며 휴대성 및 보관이 편리함

경쟁력 분석 프로세스



단계 1 제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원기업 인터뷰
- ③ 경쟁제품군 파악



단계 2 경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



단계 3 현지조사 기획

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



단계 4 조사 수행

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

주요 경쟁제품 브랜드별 점유율

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

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

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

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

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

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



표 1

일본 인삼 시장 업체별 시장 점유율 추이(2017-2021년)

(단위: %)

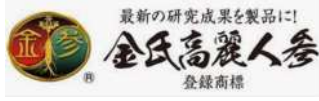
업체명	2017	2018	2019	2020	2021
1 Kinshikouraininjin Corp	32.2	30.7	37.8	35.5	44.8
2 KT&G Corp	37.6	44.1	37.6	24.9	15.6
3 Kracie Holdings Ltd	6.7	6.4	6.3	6.3	6.3
상위 3개사 총합	76.5	81.2	81.7	66.7	66.7
기타 업체 총합	23.5	18.8	18.3	33.3	33.3
총계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International



그림 2

주요 경쟁사 브랜드 로고



자료: 각 사 홈페이지

조사 지역 개요 및 주요 유통채널 선정

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

지원기업의 요청 사항을 반영하여 백화점 유통채널인 미츠코시 이세탄과 다카미야 백화점, 슈퍼마켓 유통채널인 이온과 이토요카도를 방문했으나 인삼차는 백화점 내 일부 건강기능식품 매대에서만 판매되고 있는 것으로 확인됨

- 입점 희망 매장인 롯데마트는 일본에 매장이 없는 것으로 확인됨
- 그 외, 주요 온라인몰인 Qoo10, Rakuten, 야후 재팬(Yahoo Japan), 아마존 재팬(Amazon Japan)에서 인삼차가 판매되고 있음

1. 백화점

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

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

백화점 총매출액에서 식료품이 차지하는 비중은 2021년 30.9%를 기록함

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

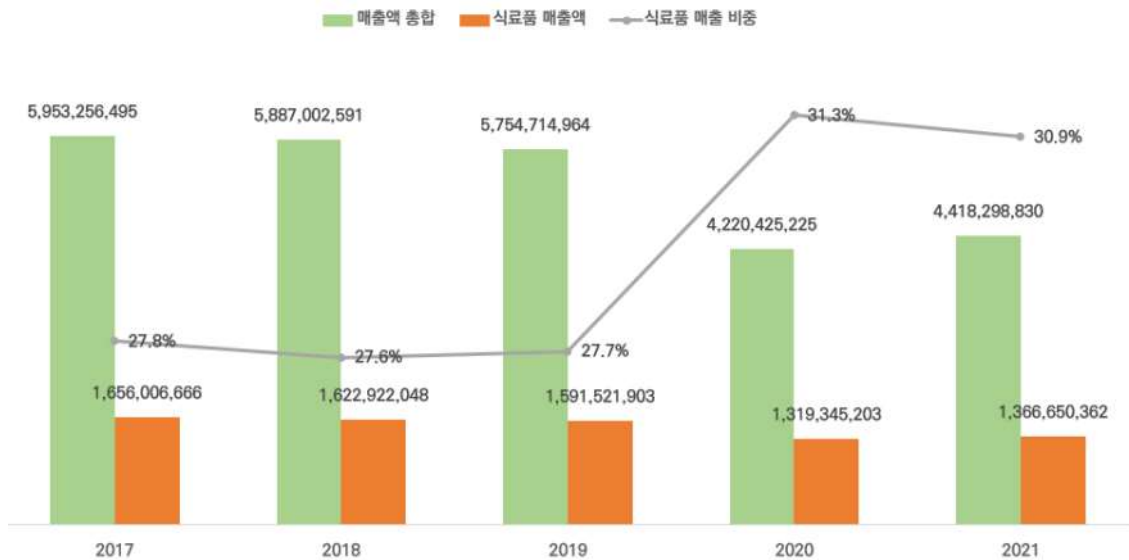
1) 통화환산기준:100엔(JPY)=947.51원(KRW)(KEB 하나은행 매매기준율, 2022.12.13.)



그림 3

일본 백화점 매출액 및 식료품 매출액 추이(2017-2021년)

(단위: 천 엔, %)



자료: 일본백화점협회(日本百貨店協会)

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

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

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

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



표 4

2021년 일본 백화점 상위 10개 업체 매출 현황

(단위: 억 엔)

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

자료: 업계동향(業界動向) SEARCH

2. 한인마트

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

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



표 5

일본 신오쿠보 주요 한인마트 현황

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

*주1. 예스마트의 점포 수는 2022년 12월 기준임

자료: 현지조사원

3. 온라인몰

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

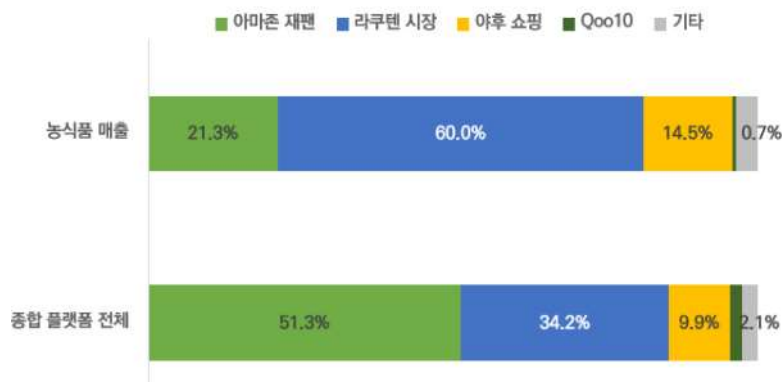
- 종합플랫폼은 아마존재팬, 라쿠텐 등 IT 기업이 농식품을 포함한 거의 모든 카테고리의 상품을 판매하는 플랫폼임
- 식품 전문 플랫폼은 식품 제조업체의 자사 통신판매 및 소매업의 인터넷 슈퍼마켓²⁾으로 라쿠텐 세이유 넷 슈퍼, 오이식스 라 다이치, 이온 넷 슈퍼, 이토요카도 넷 슈퍼 등이 있음
- 생협 택배는 인터넷, 상품 카탈로그, 주문서를 통해 결제된 상품을 생협 조합원이 배달하는 택배 서비스를 의미함. 대표적으로 e프렌즈 Coop Deli 택배(생활협동조합 Coop 미라이), 도dot쿠(생활협동조합 Coop 샷포로), Coop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

1) 종합 플랫폼

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

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

그림 6 일본 종합 플랫폼별 시장 점유율(2020년)



자료: 후지경제조사

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

2) 식품 전문 플랫폼

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


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

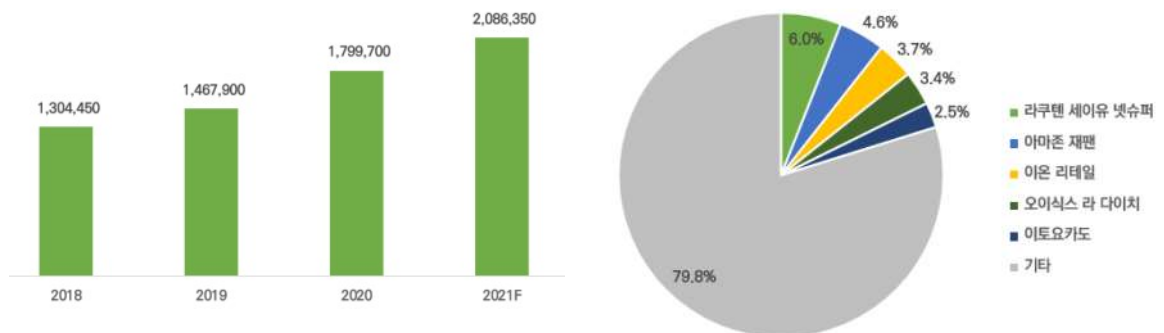
온라인 농식품 시장은 음료 등 무게가 있는 상품, 주류, 알콜 음료, 고급 선주문 상품 등을 중심으로 수요가 증가하는 추세임

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

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

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

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



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

자료: 후지경제조사

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

경쟁제품 선정 결과

오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 1) 지원기업의 타깃 유통채널에서 판매되고 있는 인삼차 제품
- 2) 한인마트에서 인기리에 판매되고 있는 스틱형 홍삼 인삼차 제품
- 3) 과립형을 중심으로 조사하되 인기리에 판매되고 있는 모든 형태의 인삼차 제품 포함

온라인 경쟁제품 선정 기준

- 1) '고려인삼차'로 검색 시 상위에 노출되는 인삼차 제품
- 2) 인기리에 판매되고 있는 과립형 인삼차 제품



표 8

일본 인삼차 경쟁제품 선정

	경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 원산지	
		오프라인 (이세탄, 다카시마야, 에스마트)	온라인 (Amazon Japan, Rakuten, Qoo10, 야후 재팬)	현지산	수입산 (한국산)
1	Yamanaka 고려인삼액 수삼	○ (2개 매장)	○ (3개 온라인몰)	○	
2	Yamanaka 수삼차(홍삼고려인삼차)	○ (1개 매장)	○ (2개 온라인몰)	○	
3	Yamanaka 수삼차 (홍삼고려인삼 6년근)	○ (1개 매장)		○	
4	KGNF 고려인삼차 골드	○ (1개 매장)	○ (3개 온라인몰)		○
5	고려원인삼 고려인삼차	○ (1개 매장)	○ (3개 온라인몰)		○
6	고려인삼 뿌리방 고려인삼차		○ (2개 온라인몰)		○
7	정관장 고려인삼차 TEA PLUS		○ (3개 온라인몰)		○
8	Promote act 팽화 골드 고려인삼차		○ (3개 온라인몰)	○	
9	오가와 생약 고려인삼차		○ (3개 온라인몰)	○	
10	Nagatanien 생활의 일환 고려인삼차		○ (4개 온라인몰)	○	
11	일화 고려인삼농축액		○ (3개 온라인몰)		○
12	후쿠오카농사연구소 고려인삼차		○ (2개 온라인몰)	○	
13	자연건강사 고려인삼 건조		○ (3개 온라인몰)	○	

자료: 현지조사원

02 일본 인삼차 조사지표 선정

일본 인삼차 조사지표 선정

지원기업 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함



표 9

일본 인삼차 경쟁제품 조사지표 선정

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

일본 주요 백화점, 한인마트 및 온라인몰

오프라인 유통채널의 경우, 지원기업의 요청 사항을 반영하여 일본 주요 백화점인 이세탄과 다카시마야 백화점 및 신쿠오보(新大久保)에 소재한 한인마트인 예스마트에서 판매 중인 인삼차 제품 전반을 조사함

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



표 10

일본 방문 매장 특징

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

매장 위치



자료: Google Maps

인삼차 제품 온/오프라인 판매 현황

지원기업이 선정한 유통채널인 백화점과 슈퍼마켓을 중점적으로 인삼차 제품 판매 현황을 조사했으나, 슈퍼마켓에서는 판매되고 있지 않고 백화점의 건강기능식품 매대에서 소량 판매 중인 것으로 확인됨

- 일본에서는 인삼이나 홍삼 섭취 문화가 보편적이지 않아 취급제품이 다양하지 않음
- 이세탄과 다카시마야 백화점의 건강기능식품 매대에서 Yamanaka 브랜드의 홍삼농축액과 인삼차가 판매되고 있음
- 또한 백화점에서 판매 중인 동일한 제품이 온라인상에서 상이한 가격대에 판매 중임을 확인함

그 외, 홍삼 조제품이 가장 많이 유통되고 있는 한인마트를 방문하였고 일본 전역에 매장 23개를 보유한 예스마트를 방문함

- 해당 유통채널에서는 한국 브랜드의 인삼차 제품인 KGNF 고려인삼차 골드와 고려원인삼 고려인삼차를 판매 중임

주요 온라인몰인 라쿠텐, 야후 쇼핑, Qoo10 및 아마존 재팬에서는 오프라인 대비 다양한 인삼차 제품이 판매되고 있음을 확인함



표 11

오프라인 경쟁제품 판매 현황

	경쟁제품 현황	이세탄	다카시마야	예스마트
1	Yamanaka 고려인삼액 수삼	○	○	
2	Yamanaka 홍삼고려인삼차	○	○	
3	Yamanaka 홍삼고려인삼 6년근		○	
4	KGNF 고려인삼차 골드			○
5	고려원인삼 고려인삼차			○



표 12

온라인 경쟁제품 판매 현황

	경쟁제품 현황	라쿠텐	야후 쇼핑	Qoo10	아마존 재팬
1	Yamanaka 고려인삼액 수삼	○	○	○	
2	Yamanaka 홍삼고려인삼차		○		
3	고려원인삼 고려인삼차	○		○	○
4	고려인삼 뿌리방 고려인삼차	○	○		
5	정관장 고려인삼차 TEA PLUS		○	○	○
6	Promote act 팽화 골드 고려인삼차	○	○		○
7	오가와 생약 고려인삼차	○	○		○
8	Nagatanien 생활의 일환 고려인삼차	○	○	○	○
9	일화 고려인삼농축액	○	○		○
10	후쿠오카농사연구소 고려인삼차	○	○		
11	자연건강사 고려인삼 건조	○	○		○

오프라인 경쟁제품 판매 현황


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

경쟁제품 정보	제품1	
제품 사진		
제품명	고려인삼액 수삼(高麗人蔘液寿蔘)	
제조사	Yamanaka(株式会社山中)	
생산지	한국	
선정 사유	인기 제품	
유형	농축액	
가격	오프라인	온라인
	- 이세탄: 12,970엔(약 12만 2,900원) - 다카시마야: 12,960엔(약 12만 2,800원)	- 라쿠텐: 8,600엔(약 8만 1,500원) - 야후쇼핑: 13,643엔(약 12만 9,300원) - Qoo10: 12,960엔(약 12만 2,800원)
용량	50g	
포장 형태	유리병 포장	
주요 성분	고려인삼근 홍삼 진액(한국 제조)	
맛	다소 쓴맛이 강한 홍삼 맛	
마케팅 포인트	- 출시한 지 47년 된 전통 있는 스테디셀러 상품 - 100% 고려 인삼 진액	
참고 사항	- 동일한 품목의 대용량(300g) 제품이 다카시마야, 라쿠텐, 야후 쇼핑 및 Qoo10에서도 판매되고 있음	
방문 매장	이세탄, 다카시마야	

경쟁제품 정보	제품2	
제품 사진		
제품명	수삼차(홍삼고려인삼차) / 寿参茶(紅参高麗人參茶)	
제조사	Yamanaka(株式会社山中)	
생산지	한국	
선정 사유	인기 제품	
유형	과립차(분말)	
가격	오프라인	온라인
	- 이세탄: 2,700엔(약 2만 5,600원) - 다카시마야: 2,700엔(약 2만 5,600원)	- 야후쇼핑: 2,700엔(약 2만 5,600원)
용량	54g(3g×18포)	
포장 형태	플라스틱 티백	
주요 성분	유당(외국 제조), 고려인삼근(홍삼) 진액	
마케팅 포인트	- 한국산 고려인삼차 음료로 건강식품임	
방문 매장	다카시마야	

경쟁제품 정보	제품3	
제품 사진		
제품명	수삼차(홍삼고려인삼 6년근) / 寿参茶(紅参高麗人參 6年今根)	
제조사	Yamanaka(株式会社山中)	
생산지	한국	
선정 사유	인기 제품	
유형	과립차(분말)	
가격	- 다카시마야: 11,450엔(약 10만 8,500원)	
용량	300g	
포장 형태	비닐 포장	
주요 성분	유당(외국 제조), 고려인삼근(홍삼) 진액	
마케팅 포인트	- 엄선된 한국산 6년근 고려인삼을 추출하여 만든 인삼차로, 건강보조식품으로 섭취하기에 적합함	
방문 매장	다카시마야	

경쟁제품 정보	제품4	
제품 사진		
제품명	고려인삼차 골드(高麗人參茶 ゴールド)	
제조사	KGNF	
생산지	한국	
선정 사유 유형	인기 제품 과립차(분말)	
	오프라인	온라인
가격	- 예스마트: 977엔(약 9,300원)	- 라쿠텐: 1,080엔(약 1만 240원) - 아마존 재팬: 1,350엔(약 1만 2,800원) - Qoo10: 1,080엔(약 1만 240원)
용량	150g(3g×50포)	
포장 형태	플라스틱 파우치 개별 포장	
특허 / 인증	건강기능식품(식품의약품안전처), GMP(식품의약품안전처)	
주요 성분	인삼 농축액 파우더 10%(한국산), 포도당, 텍스트린	
마케팅 포인트	- 면역력 증진, 피로회복에 도움을 줌 - 은은한 향과 맑은 색으로 손님 대접용으로 적합하며, 고급스러운 외관 디자인으로 설, 추석 등 각종 명절이나 연초, 연말의 선물용으로 제격이라고 홍보함	
방문 매장	예스마트	

경쟁제품 정보	제품5	
제품 사진		
제품명	고려인삼차(高麗人蔘茶)	
제조사	(주)고려원인삼	
생산지	한국	
선정 사유	인기제품	
형태	과립차(분말)	
가격	오프라인	온라인
	- 예스마트: 1,199엔(약 1만 1,400원)	- 라쿠텐: 1,150엔(약 1만 900원) - 아마존 재팬: 2,180엔(약 2만 700원) - Qoo10: 1,150엔(약 1만 900원)
용량	300g(3g*100포)	
포장 형태	플라스틱 파우치 개별 포장	
특허 / 인증	ISO22000(인증), 홍삼라떼 특허	
주요 성분	인삼농축액(인삼사포닌 80mg/g 이상 고형분 60% 이상) 8%(국산), 무수결정 포도당 92%	
마케팅 포인트	- 현대인의 기호에 알맞도록 과립 형태로 제조 - 고려원인삼이 믿을 수 있는 안전한 제조사라고 홍보 (505년 전통, 6년근 홍삼 고집, 위생적이고 자동화된 생산설비, 품질보증)	
방문 매장	예스마트	

온라인 경쟁제품 판매 현황

라쿠텐, 야후쇼핑, 아마존 재팬, Qoo10에서 '고려인삼차' 키워드 검색 시 상위에 노출되는 제품을 주요 경쟁제품으로 선정함

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	고려인삼차(高麗人參蔘)	고려인삼차 TEA PLUS (麗人參蔘 TEA PLUS)
제조사	고려인삼 부리방	정관장
원산지	한국	한국
선정 사유	인기 제품	인기 제품
유형	과립차(분말)	과립차(분말)
가격	- 라쿠텐: 1,360엔(약 1만 2,900원) - 야후 쇼핑: 1,360엔(약 1만 2,900원)	- 아마존 재팬: 2,031엔(약 1만 9,300원) - 야후 쇼핑: 2,521엔(약 2만 3,900원) - Qoo10: 2,138엔
용량	150 g (3g × 50포)	60 g (3g × 20포)
포장 형태	개별 파우치 포장	개별 파우치 포장
주요 성분	인삼 진액 10% (고형분 60%, 무수포도당 90%)	결정포도당, 유당분말, 인삼추출물, 대추추출물, 생강추출물 분말, 갈라나추출물 분말/향료, 비타민C
특허 / 인증	건강기능식품(식품의약품안전처)	건강기능식품(식품의약품안전처)
마케팅 포인트	- 엄격한 품질관리와 검사를 마친 제품, 위생적으로 가공한 제품임을 홍보	- 계절에 관계없이 마실 수 있고, 외출 시 간편하게 마실 수 있는 제품
조사매장	라쿠텐, 야후쇼핑	아마존 재팬, 야후쇼핑, Qoo10

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	팽화 골드 고려인삼차 (膨化ゴールド 高麗人參)	오가와 생약의 고려인삼차 (小川生薬の 高麗人參茶)
제조사	Promote act(口コミートアクト)	오가와 생약(小川生薬)
생산지	일본	중국
선정 사유	인기 제품	인기 제품
유형	태블릿(알약)	티백
가격	- 라쿠텐: 3,980엔(약 3만 7,700원) - 아마존 재팬: 3,980엔(약 3만 7,700원) - 야후 쇼핑: 4,543(약 4만 3,100원)	- 라쿠텐: 1,700엔(약 1만 6,000원) - 아마존 재팬: 1,700엔(약 1만 6,000원) - 야후 쇼핑: 1,700(약 1만 6,000원)
용량	6.86g (343mg × 20정)	40g
포장 형태	10개정 단위로 플라스틱 포장	플라스틱 파우치 개별포장
주요 성분	인삼추출물 분말(국내 제조), 효모(아연 함유) 시트룰린 등	인삼 100%
마케팅 포인트	- 40대 이상의 남성을 타겟으로 하여, 남성의 활력 회복에 효과적이라고 홍보함	- 100% 고려 인삼차로 감미료나 향료 등이 포함되어 있지 않아 몸에 좋다고 홍보함
방문 매장	라쿠텐, 아마존 재팬, 야후쇼핑	라쿠텐, 아마존 재팬, 야후쇼핑

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	생활의 일환 고려인삼차 (くらしの和漢 高麗人參茶)	일화 고려인삼농축액 (一和高麗人參濃縮液)
제조사	Nagatanien(永谷園)	일화(一和)
생산지	일본	한국
선정 사유	인기 제품	인기 제품
유형	과립차(분말)	농축액
가격	<ul style="list-style-type: none"> - 라쿠텐: 3,540엔(약 3만 3,500원) - 아마존 재팬: 2,410엔(약 2만 2,800원) - 야후 쇼핑: 3,732엔(약 3만 5,400원) - Qoo10: 2,975엔(약 2만 8,200원) 	<ul style="list-style-type: none"> - 라쿠텐: 1,700엔(약 1만 6,000원) - 아마존 재팬: 1,700엔(약 1만 6,000원) - 야후 쇼핑: 1,700(약 1만 6,000원)
용량	138g	30g
포장 형태	종이 박스 포장	유리병 포장
주요 성분	첨자당(국내 제조), 덱스트린, 인삼추출물, 레몬파우더, 전분, 꿀파우더/카라멜 색소, 산미료, 향료 등	고려인삼농축액(한국산, 고형분 함량 60%, 진세노사이드 Rg1, Rb1의 합계 15.0mg/g) 100% GMP(식품의약품안전처),
특허 / 인증	해당 사항 없음	ISO 19001 인증
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> - 속성 인삼 추출물 분말을 180mg 배합 - 꿀과 레몬을 블렌딩하여 마시기 편함 	<ul style="list-style-type: none"> - 활기 및 스테미나보충 가능 - 일과 취미를 충실히 병행할 수 있도록 도와주며, 건강한 마음을 가질 수 있다고 홍보
방문 매장	라쿠텐, 아마존 재팬, 야후쇼핑, Qoo10	라쿠텐, 아마존 재팬, 야후쇼핑

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	고려인삼차(高麗人參茶)	고려인삼 건조(朝鮮人參 乾燥)
제조사	후쿠오카농사연구소(福岡農事研究所)	자연건강사(自然建鋼社)
생산지	한국	중국
선정 사유	인기 제품	인기 제품
유형	과립차(분말)	건조 인삼 뿌리
가격	- 라쿠텐: 5,000엔(약 4만 7,400원) - 야후 쇼핑: 5,000엔(약 4만 7,400원)	- 라쿠텐: 2,808엔(약 2만 6,600원) - 아마존 재팬: 2,676엔(약 2만 5,400원) - 야후 쇼핑: 2,376엔(약 2만 2,500원)
용량	100g	50g
포장 형태	종이 박스 포장	플라스틱 비닐 포장
주요 성분	한국인삼, 유당 등	인삼(중국산)
마케팅 포인트	- 6년근 인삼을 사용하고 있으며, 농축액에 당류를 첨가하여 과립상태로 만들어 간편히 마실 수 있게 제조됨 - 포도당이나 덱스트린이 아닌 유당 100%를 사용하여 당분을 선호하지 않는 사람에게도 추천한다고 홍보	- 약재요리, 약주, 인삼차 등 여러 용도에 쉽게 활용할 수 있다고 홍보 - 고품질의 조선 인삼(4년근)을 건조시킨 제품으로 기타 향료 및 보존료 무첨가 제품
방문 매장	라쿠텐, 야후쇼핑	라쿠텐, 아마존 재팬, 야후쇼핑

주요 유통채널 정보: (1) 백화점

1) 미츠코시 이세탄HD(Isetan Mitsukoshi)

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

인삼차 제품 매대 사진 및 판매 현황(총 1개)

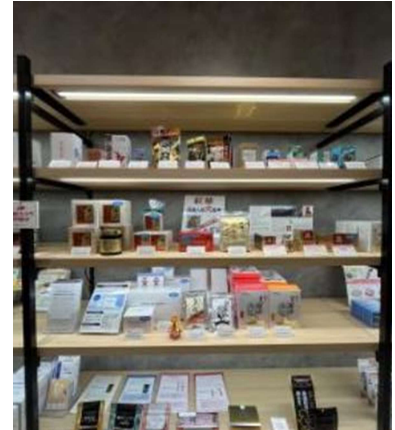


- Yamanaka 고려인삼액수삼: 12,960엔(50g)

2) 다카시마야(Takashimaya)

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

인삼차 제품 매대 사진 및 판매 현황(총 3개)



- Yamanaka 고려인삼액수삼: 12,960엔(50g) / 68,040엔(300g)
- Yamanaka 수삼차(홍삼고려인삼차): 2,700엔(54g)
- Yamanaka 수삼차(홍삼고려인삼 6년근): 11,340엔(300g)

주요 유통채널 정보: (2) 한인마트

1) 예스마트(Yesmart)

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


인삼차 제품 매대 사진 및 판매 현황(총 2개)




- KGNF 고려차인삼차 골드: 977엔(150g)
- 고려원인삼 고려인삼차: 1,199엔(300g)

주요 유통채널 정보: (3) 온라인


1) 아마존 재팬

		입점 조건 및 비용 관련	1. 입점 조건
유통총액	4조 5,100억 엔 (2020년 12월 기준)		- 출품용 계정을 등록. 등록 시에는 정부 발행 신분증명서, 은행계좌 번호·코드, 결제 가능한 신용카드, 납세 정보, 전화번호 등이 필요함. 등록 후에 심사가 진행
취급 상품 수	2억 개 이상		- 소규모 출품 서비스: 출품 가능한 상품이 한정되어 식품·음료, 화장품, 의류, 보석 등은 출품이 불가능
연락처	아마존 재팬 합동회사: (대표) 03-6367-4000		- 위의 상품을 대규모 출품 서비스로 출품할 때, 허가 신청이 필요한 상품이 존재하며 식품·음료도 필요할 수 있음
홈페이지	www.Amazon.co.jp		2. 최소 신청 예산: 월 이용료+수수료
인삼차 관련 제품 판매 현황(총 6개)			1) 월이용료
<ul style="list-style-type: none"> - 정관장 고려인삼차 TEA PLUS: 2,031엔(60g) - Promote act 팽화 골드 고려인삼차: 3,980엔(6.86g) - 오기와 생약의 고려인삼차: 1,700엔(40g) - 나가타니엔 생활의 일환 고려인삼차: 2,410엔(138g) - 일화 고려인삼농축액: 3,962엔(30g) - 자연건강사 고려인삼 건조: 2,676엔(50g) 			- 대규모 출품 서비스: 4,900엔(VAT 별도)
			- 소규모 출품 서비스(월 49개 이하): 100엔(VAT 별도)
			2) 판매수수료
			- 계약 체결 시 8~15%, 45%, 품목에 따라 상이하하며 최저 판매수수료 30엔
			- 소규모 출품 서비스의 경우 기본 체결 수수료 건당 100엔


2) 라쿠텐 시장

		입점 조건 및 비용 관련	1. 입점 조건
유통총액	3조 64억 엔 (2020년 12월 기준)		- 소정의 입점 심사가 있으며, 지정서류(입점 신청서, 심사서류, 취급 예정인 상품의 판매에 필요한 영업허가·자격 등의 서류, 판매상품 사진)의 제출이 필요. 위에 더해 등기부등본이 필요할 수 있음
취급 상품 수	약 284만 6,000개 (2021년 2월 1일 기준)		- 심사의 기준 및 조건은 공개하고 있지 않으나, 종합 플랫폼 중에서는 심사가 엄격한 편에 속함. 인터넷 쇼핑몰 실적이 없거나, 사업 및 상품의 내용이 미흡하거나, 모호한 부분이 있으면 심사에 통과하지 못할 수 있음
연락처	라쿠텐 주식회사: (대표) 050-5581-6910		- 개인, 부업 입점에는 대응하지 않으며, 판매금지 상품이 정해져 있음
홈페이지	www.rakuten.co.jp		2. 초기 신청 예산(초기 지불 금액(VAT 별도)) - 파이팅! 플랜: 29만 4,000엔 - 스탠다드 플랜: 36만 엔 - 메가숍 플랜: 66만 엔
인삼차 관련 제품 판매 현황(총 11개)			3. 초기 비용(VAT 별도): 6만 엔
			4. 월 이용료/수수료(VAT 별도)
			1) 매달 입점료
			- 파이팅! 플랜: 1만 9,500엔
			- 스탠다드 플랜: 5만 엔
			- 메가숍 플랜: 10만 엔
			2) 시스템 이용료
			- 파이팅! 플랜: 3.5~7.0%
			- 스탠다드 플랜: 2.0~4.5%
			- 메가숍 플랜: 2.0~4.5%
			* 그 외, 기타 시스템 이용료, 라쿠텐 포인트 지급비용, 라쿠텐페이 이용료 등이 발생함
- Yamanaka 고려인삼액 수삼: 8,600엔(50g) / 46,720엔(300g)			
- Yamanaka 수삼차(홍삼고려인삼차): 2,700엔(54g)			
- KGNF 고려차인삼차 골드: 1,080엔(150g)			
- 고려원인삼 고려인삼차: 1,150엔(300g)			
- 고려인삼 뿌리방 고려인삼차: 1,360엔(150g)			
- Promote act 평화 골드 고려인삼차: 3,980엔(6.86g)			
- 오기와 생약의 고려인삼차: 1,700엔(40g)			
- 나가타니엔 생활의 일환 고려인삼차: 3,540엔(138g)			
- 일화 고려인삼농축액: 4,500엔(30g)			
- 후쿠오카농사연구소 고려인삼차: 5,000엔(100g)			
- 자연건강사 고려인삼 건조: 2,808엔(50g)			

3) Qoo10

		입점 조건 및 비용 관련	1. 입점 조건
유통총액	1,830억 엔 (2020년 12월 기준)		- 전용 사이트에서 입점 신청서(메일 주소, SMS 인증을 위한 휴대전화 필요), 본인 확인 서류와 통장 사본을 제출
취급 상품 수	약 12억 개		- 본인 확인 서류는 개인의 경우 면허증·보험증·여권(택 1), 개인사업자의 경우 개업신고서, 법인의 경우 이력 사항 전부 증명서의 사본을 제출해야 함
연락처	eBay Japan 합동회사: (대표) 050-5840-9100		- 판매에 면허가 필요한 상품의 경우는 판매 면허 정보가 필요
홈페이지	www.qoo10.jp		2. 초기 신청 예산: 무료 3. 초기 비용: 무료 4. 월 이용료/수수료
인삼차 관련 제품 판매 현황(총 7개)			1) 판매수수료: 6~10%
- Yamanaka 고려인삼액 수삼: 8,600엔(50g) / 46,720엔(300g)			2) 결제 수수료: 무료
- Yamanaka 수삼차(홍삼고려인삼차): 2,700엔(54g)			3) 포인트 지급비용: 매장별로 설정
- KGNF 고려차인삼차 골드: 1,080엔(150g)			4) 판매자 레벨(매장 거래액에 따라 매월 변동) 상승 기준
- 고려원인삼 고려인삼차: 1,150엔(300g)			- 일반 판매자: 신규 입점 시의 초기 레벨
- 고려인삼 뿌리방 고려인삼차: 1,360엔(150g)			- 우수 판매자: 최근 12개월 거래 금액이 100만 엔 이상 (레벨 유지기준: 전월 거래금액 10만 엔 이상)
- 정관장 고려인삼차 TEA PLUS: 2,138엔(60g)			- 파워 판매자: 최근 12개월 거래금액이 500만 엔 이상 (레벨 유지 기준: 전월 거래 금액 50만 엔 이상)
- 나가타니엔 생활의 일환 고려인삼차: 2,975엔(138g)			

4) 야후 쇼핑

		입점 조건 및 비용 관련	1. 입점 조건 - 신청할 때는 신용카드 정보, 회사정보, 대표자 정보, 은행계좌 정보, 입점 예정인 상품의 정보가 필요 - 또한 법인의 경우, 등기부등본, 대표자 또는 서비스 관리자 서류(운전면허증, 운전경력증명서, 재류카드, 마이넘버카드) 중 하나, 개인사업자는 위의 서류 중 하나가 필요 - 회사가 정하는 심사기준, 경영상황 판단기준(지정 수납회사 및 제3자 조사기관에 의한 여신심사 등을 참고)을 충족하는 것이 필수적 2. 초기 신청 예산: 무료 3. 초기 비용: 무료 4. 이용료/수수료 1) 스토어 포인트 자원 부담: 1~15% 2) 이벤트 자원 부담: 1.5% 3) 제휴 파트너 보상 자원: 1~50%(최소 1%) 4) 제휴 수수료: 제휴 파트너 보상 자원의 30% 5) 결제 수수료 - 신용카드 결제: 결제금액의 3.24%, 그룹 기호 와이제이카드(주) 발행 카드는 결제금액의 3.0% - PayPay 잔액 결제: 결제금액의 3.0%
유통총액	8,700억 엔 (2020년 12월 기준)		
취급 상품 수	약 3억 6,000만 개 (2021년 1월 말 기준)		
연락처	야후 주식회사: (대표) 03-6898-8200		
홈페이지	www.yahoo.co.jp		
인삼차 관련 제품 판매 현황(총 10개)			
- Yamanaka 고려인삼액 수삼: 13,643엔(50g) / 68,040엔(300g) - Yamanaka 수삼차(홍삼고려인삼차): 2,700엔(54g) - 고려인삼 뿌리방 고려인삼차: 1,360엔(150g) - 정관장 고려인삼차 TEA PLUS: 2,521엔(60g) - Promote act 평화 골드 고려인삼차: 4,543엔(6.86g) - 오기와 생약의 고려인삼차: 1,700엔(40g) - 나가타니엔 생활의 일환 고려인삼차: 3,732엔(138g) - 일화 고려인삼농축액: 4,500엔(30g) - 후쿠오카농사연구소 고려인삼차: 5,000엔(100g) - 자연건강사 고려인삼 건조: 2,376엔(50g)			

II

경쟁사



01

일본 인삼차 경쟁사 선정

경쟁사 선정 기준

지원기업의 제품과 유사한 과립차(분말) 타입이며, 가장 많은 유통채널에서 판매되는 한국산 제품을 기준으로 경쟁사를 선정함. 이에 따라 선정한 경쟁제품 및 경쟁사는 아래와 같음

- 1) Yamanaka 수삼차: Yamanaka 브랜드는 이세탄과 다쿠시마야 백화점에 공통적으로 유통되고 있으며 분말 타입의 과립차 제품을 경쟁제품으로 선정함
- 2) KGNF 고려인삼차 골드: 한국산 과립차 제품 중 가장 많은 유통채널에서 판매되는 제품
- 3) 고려원인삼 고려인삼차: 한국산 과립차 제품 중 가장 많은 유통채널에서 판매되는 제품
- 4) 정관장 고려인삼차 TEA PLUS: 브랜드 인지도가 가장 높은 제품
- 5) Nagatanien 생활의 일환 고려인삼차: 일본산 과립차 제품 중 가장 많은 온라인 유통채널에서 판매되는 제품



표 1

경쟁제품 선정 기준

경쟁제품 현황	유통채널		원산지	형태
	판매 중인 유통채널	유통 채널 수		
1 Yamanaka 고려인삼액 수삼	이세탄, 다쿠시마야, 라쿠텐, 야후쇼핑, Qoo10	5	한국	농축액
2 Yamanaka 수삼차(홍삼고려인삼차)	이세탄, 다쿠시마야, 야후쇼핑	3	한국	과립차(분말)
3 Yamanaka 수삼차 (홍삼고려인삼 6년근)	다쿠시마야	1	한국	과립차(분말)
4 KGNF 고려인삼차 골드	에스마트, 라쿠텐, 아마존 재팬, Qoo10	4	한국	과립차(분말)
5 고려원인삼 고려인삼차	에스마트, 라쿠텐, 아마존 재팬, Qoo10	4	한국	과립차(분말)
6 고려인삼 뿌리방 고려인삼차	라쿠텐, 야후 쇼핑	2	한국	과립차(분말)
7 정관장 고려인삼차 TEA PLUS	아마존 재팬, 야후쇼핑, Qoo10	3	한국	과립차(분말)
8 Promote act 평화 골드 고려인삼차	라쿠텐, 아마존 재팬, 야후 쇼핑	3	일본	태블릿(알약)
9 오가와 생약 고려인삼차	라쿠텐, 아마존 재팬, 야후 쇼핑	3	중국	티백
10 Nagatanien 생활의 일환 고려인삼차	라쿠텐, 아마존 재팬, 야후 쇼핑, Qoo10	4	일본	과립차(분말)
11 일화 고려인삼농축액	라쿠텐, 아마존 재팬, 야후 쇼핑	3	한국	농축액
12 후쿠오카농사연구소 고려인삼차	라쿠텐, 야후 쇼핑	2	한국	과립차(분말)
13 자연건강사 고려인삼 건조	라쿠텐, 아마존 재팬, 야후 쇼핑	3	중국	건조 인삼 뿌리

1) Yamanaka(株式会社山中)

경쟁사 기본 정보	-	- 2015년 10월 5일에 설립 - 한국산 인삼을 원료로 홍삼 농축액과 인삼차를 제조 - 인삼차 제품으로는 유일하게 오프라인 백화점 유통채널인 이세탄과 타카시야마에서 판매 중
	업체명	주식회사 야마나카(株式会社山中)
	주소	東京都小金井市梶野町1丁目7番23号
제품 현황		
	- 이세탄과 타카시야마 백화점에서 판매 중인 홍삼 농축액과 인삼차 제품	
유통 현황	오프라인	이세탄, 타카시야마
	온라인	라쿠텐, 야후 쇼핑, Qoo10 등

2) 고려인삼산업(KGNF)

경쟁사 기본 정보		- 1985년 창립 이래 인삼제품 제조업을 영위 - 전 세계 22개국에 고려인삼 제품 수출 중
	업체명	고려인삼산업 / (주)케이지엔에프
	홈페이지	kgnf.co.kr
	연락처	055-329-1919
	주소	경상남도 김해시 주촌면 서부로 1741-1번지
제품 현황		
	- 인삼차, 홍삼정 제품 등 판매 중	
유통 현황	오프라인	에스마트
	온라인	라쿠텐, 아마존 재팬, Qoo10

3) 고려원인삼

경쟁사 기본 정보			<ul style="list-style-type: none"> - 1917년에 설립되었으며 과립형 제품을 포함한 홍삼진액, 인삼차, 홍삼차 등 인삼·홍삼 건강기능식품 전문 제조업체 - GMP, HACCP 인증 보유, 홍삼라떼 특허 출원 - 2019년 기준 중국, 미국, 캐나다, 일본, 필리핀, 베트남, 말레이시아, 인도네시아 등에 수출하고 있으며, 수출액이 전체 매출의 15%를 차지 - 2002년 후지통신판매 연구소로 수출 개시
	업체명	(주)고려원인삼	
	매출액	약 20억 원(2021년 기준)	
	직원 수	약 20명(2022년 10월 기준)	
	홈페이지	oneinsam.co.kr	
	연락처	031-497-6440	
	주소	경기도 시흥시 마유로 82번길 119 (정왕동)	
제품 현황			
	<ul style="list-style-type: none"> - 홍삼정, 홍삼절편, 홍삼스틱 등 다양한 홍삼 및 인삼류 제품 취급 중 - 차류로는 홍삼차와 인삼차가 있으며 모두 과립 제품임. 고급스러운 패키징인 목함 포장과 일반 종이박스형 포장 두 가지가 있음 		
유통 현황	오프라인	에스마트	
	온라인	라쿠텐, 아마존 재팬, Qoo10	

4) KGC인삼공사

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

5) Nagatanien(永谷園)

경쟁사 기본 정보		<ul style="list-style-type: none"> - 1952년 오차즈케 제품(お茶づけ海苔) 판매를 시작으로 설립되었으며, 2015년도 사명을 Nagatanien으로 변경함 - 오차즈케 김, 후리카게, 된장국 등을 제조·판매하는 기업으로, 2020년 동결건조식품 시장 점유율 약 17.6%를 차지하고 있음 - 메인 브랜드로 '아사게', '히루게', '유우게' 3개 종류가 있으며, 아사게는 쌀된장, 히루게는 붉은된장, 유우게는 흰된장을 사용함 - 차류 브랜드로는 '생활의 일환 고려인삼차(くらしの和漢 高麗人参茶)'가 있으며, 꿀 레몬 블렌드맛과 루이보스 블렌드맛 판매 중
	업체명	NAGATANIEN CO., LTD.
	매출액	4억 3,795만 달러 (그룹사 총매출액: 8억 3,000만 달러)
	직원 수	670명
	홈페이지	www.nagatanien.co.jp
	연락처	+81-334323105
	주소	2-36-1, Nishishimbashi Minato-Ku, Tokyo, 105-0003 Japan
제품 현황		
	<ul style="list-style-type: none"> - 주로 밥에 부러먹는 동결건조식품이 주력 제품임 - 판매 중인 차류 제품으로는 생활의 일환 고려인삼차 시리즈가 있으며, 과립차와 태블릿 형태의 보충제 제품이 있음 - 과립형 제품의 경우, 먹기가 간편하고 홍삼 고유의 쓴맛이 희석되어 맛이 좋다는 평가가 대부분임 	
유통 현황	오프라인	확인되지 않음
	온라인	자사 홈페이지, 라쿠텐, 아마존 재팬, 야후 쇼핑, Qoo10

III

경쟁력 파악



01 제품 경쟁력 검증

g당 평균 가격은 94엔

- 인삼차의 경쟁제품 13개 품목의 평균 g당 평균 가격은 94엔(약 890원)으로 조사됨
- 경쟁제품 중 g당 가격이 가장 높은 제품은 Promote act 팽화 골드 고려인삼차(약 607.5엔)로 조사됨
 - 그 외에, Yamanaka 고려인삼액 수삼(244.5엔), 일화 고려인삼농축액(56.7엔), 자연건강사 고려인삼 건조(52.4엔) 등 순으로 높게 나타남
 - g당 가격이 가장 낮은 제품은 한국의 고려원인삼 고려인삼차(4.7엔)으로 조사됨

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

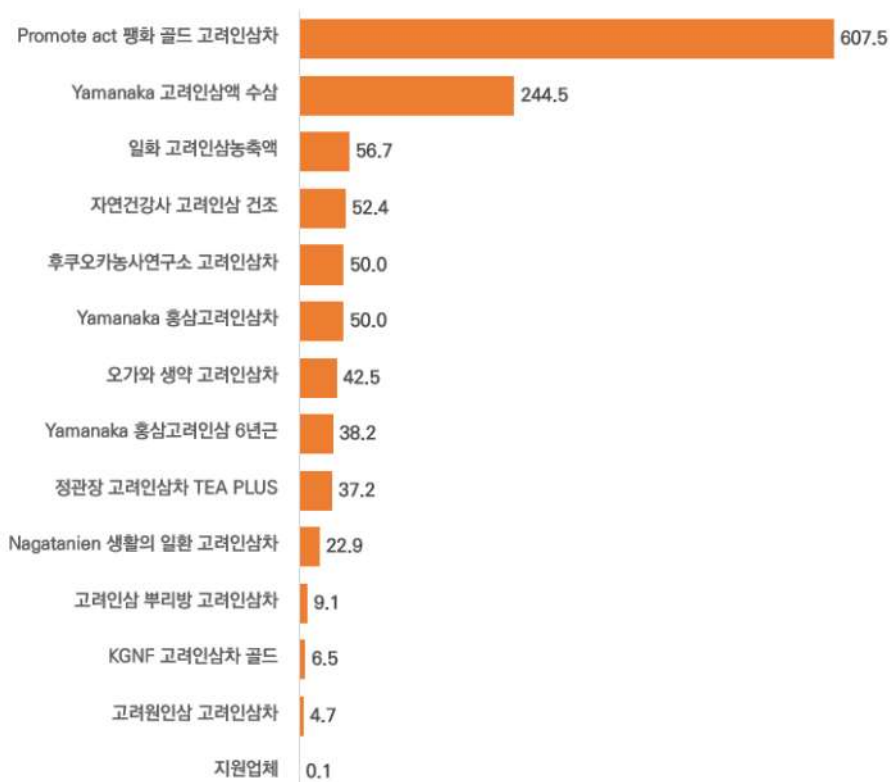
- 경쟁 브랜드 국가 기준으로는 5개가 한국산, 8개가 일본산인 것으로 확인됨



그림 1

인삼차 경쟁제품 g당 가격 비교

(단위: 엔)



*주1: 지원기업 제품의 희망가는 150g 기준 10,000원이므로 엔화로 치환 시 약 10.6엔, 따라서 g당 가격은 0.1엔임

*주2: 동일 제품이 오프라인/온라인상에서 상이한 가격으로 판매되는 경우 평균값을 기준으로 산정함

오프라인 경쟁제품 g당 평균 가격은 24.9엔으로 조사됨

이세탄, 다카시마야 그리고 예스마트에서 판매 중인 오프라인 경쟁제품 5개 품목 중 홍삼농축액 1개 품목을 제외한 과립형 인삼차 4개 품목의 평균 g당 가격은 24.9엔(약 236원)으로 조사됨

다카시마야 백화점에서 판매 중인 Yamanaka 홍삼고려인삼차 제품이 g당 가격 50엔으로 가장 높게 나타남

- 그 외, 동일 브랜드의 홍삼고려인삼 6년근 제품이 38.2엔을 기록하여 높게 나타남

한인마트인 예스마트에서 판매 중인 KGNF 고려 인삼차골드와 고려원인삼 고려인삼차 제품의 g당 평균 가격은 각각 6.5엔, 4.7엔으로 조사됨

- 일본 백화점에서 판매 중인 Yamanaka 2개 품목의 g당 평균 가격(44.1엔) 대비 가격이 약 8~10배 낮게 나타남

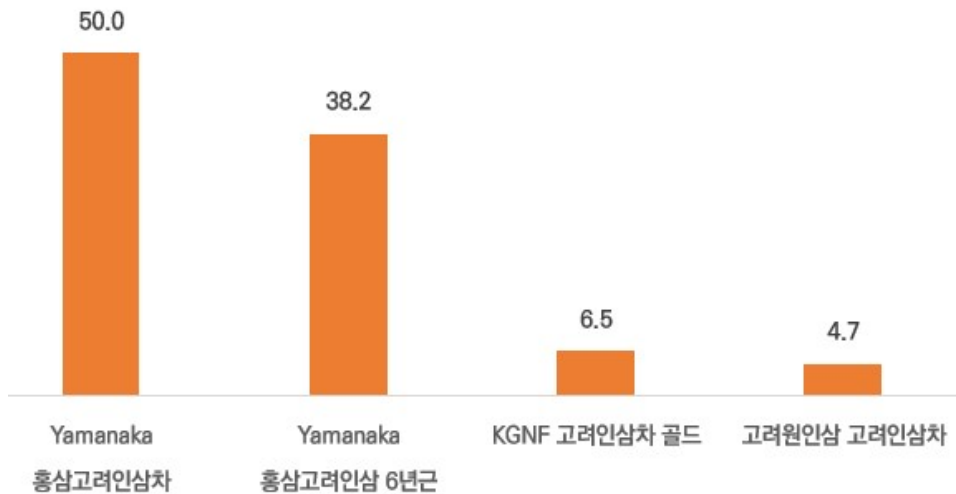
지원기업의 인삼차 제품은 g당 평균 가격이 0.1엔이므로, 오프라인에서 판매될 경우 한국산 제품의 평균 가격 대비 낮은 저가 시장에서 경쟁하게 될 것으로 분석됨



그림 2

과립형 인삼차 오프라인상 경쟁제품 g당 가격 비교

(단위: 엔)



온라인 경쟁제품 g당 평균 가격은 29.0엔으로 조사됨

라쿠텐, 야후 쇼핑, Qoo10, 아마존 재팬에서 판매 중인 온라인 경쟁제품 11개 품목 중 홍삼농축액, 태블릿, 티백 및 건조 인삼부리 제품 5개를 제외한 과립형 인삼차 6개 품목의 평균 g당 가격은 29.0엔(약 275원)으로 조사됨

Yamanaka 홍삼고려인삼차와 후쿠오카농사연구소 고려인삼차 제품이 g당 50엔을 기록하여 가장 높게 나타남

- 그 외, 정관장 고려인삼차 TEA PLUS(37.2엔), Nagatanien 생활의 일환 고려인삼차(22.9엔), 고려인삼 부리방 고려인삼차(9.1엔), 고려원인삼 고려인삼차(5.0엔) 순

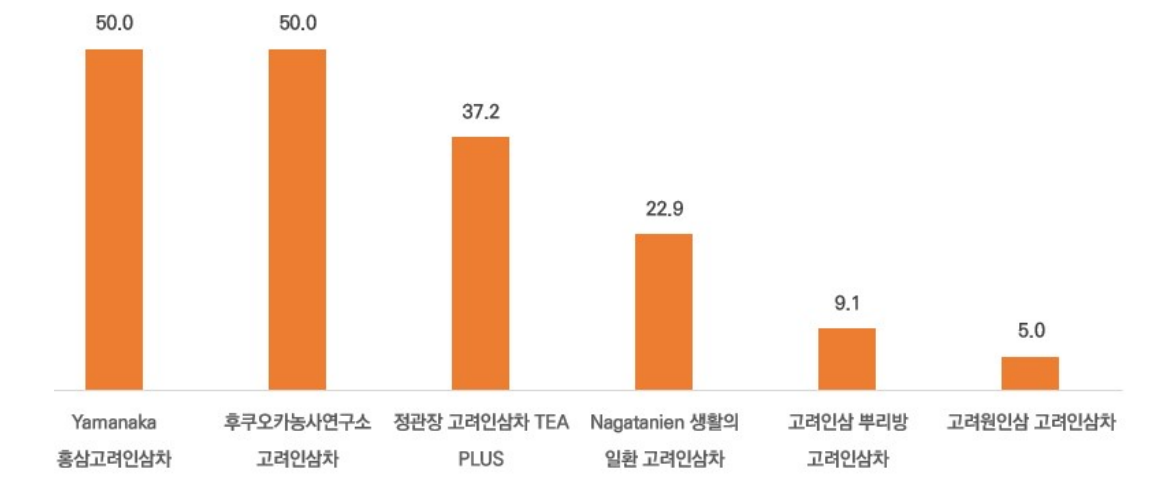
지원기업의 인삼차 제품은 g당 평균 가격이 0.1엔이므로, 온라인상에서 판매될 경우 한국산 제품의 평균 가격 대비 낮은 저가 시장에서 경쟁하게 될 것으로 분석됨



그림 3

과립형 인삼차 온라인상 경쟁제품 g당 가격 비교

(단위: 엔)



02 벤치마킹 제품 분석

인삼차의 원산지별 가격 포지셔닝 분석

과립형 인삼차 8개 경쟁제품의 원산지별 분포는 경쟁 브랜드 국적 기준 한국과 일본이 각각 절반을 차지함

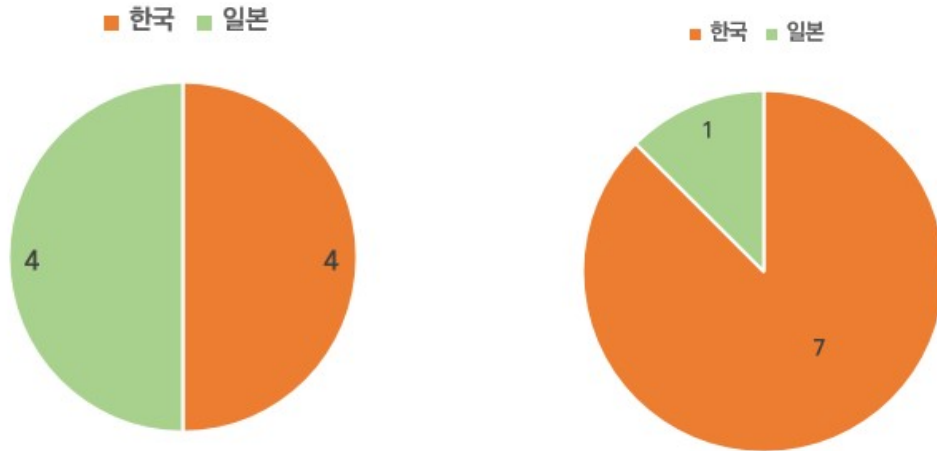
반면, 주요 원료인 인삼의 원산지 기준으로는 한국산이 7개, 일본이 1개로 나타남

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



그림 4

과립형 인삼차 경쟁사 국적별(좌) 인삼 원산지별(우) 분포



경쟁 브랜드의 국적 기준 원산지별 과립형 인삼차의 g당 가격을 비교한 결과, 지원기업 제품을 제외한 한국산과 일본산 제품의 평균 가격은 각각 14.4엔, 40.3엔으로 일본산 제품이 약 3배 가까이 높게 나타남

- 한국산 경쟁제품의 g당 가격은 1개 제품(37.2엔)을 제외하고는 대체로 10엔 미만 가격대에 분포하고 있어 중저가 시장에 포지셔닝 되어 있는 것으로 분석됨
- 일본산 경쟁제품의 g당 가격은 20~40엔 가격대에 2품목, 50엔 가격대에 2품목이 위치하여 중고가 및 프리미엄 시장에 포지셔닝 되어 있는 것으로 분석됨

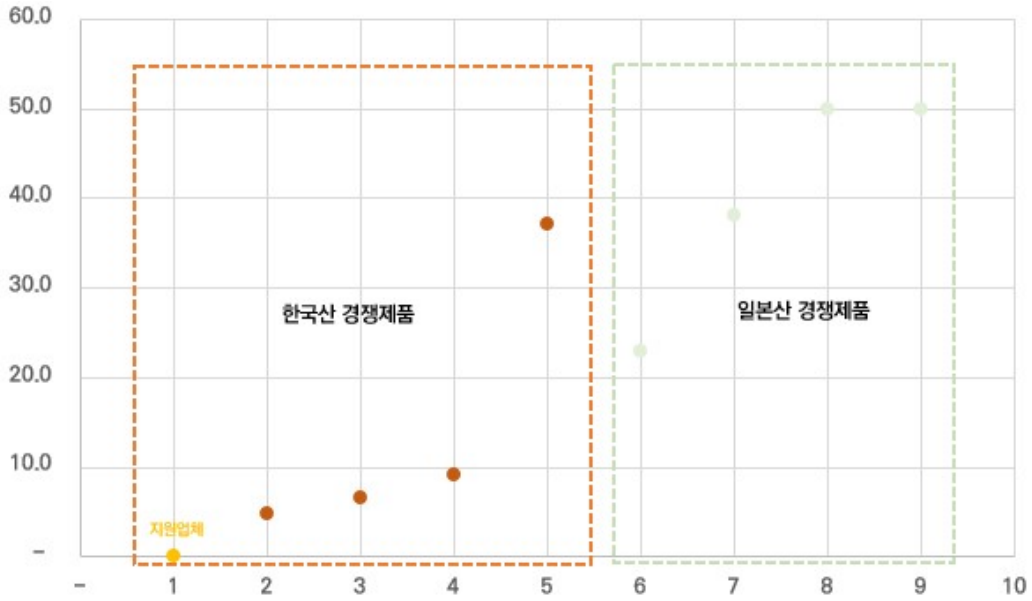
따라서 중간 가격대의 시장이 비어있는 시장으로 분석됨



그림 5

과립형 인삼차 경쟁제품 g당 가격 비교

(단위: 엔)



*주1: 지원기업의 제품은 과립형 인삼차로, 홍삼농축액과 태블릿 형태 및 건조 인삼뿌리 그리고 티백 제품 총 5개의 품목을 제외한 9개 제품(지원기업 포함)의 원산지별 가격 포지셔닝을 분석함

고급스러운 선물용 패키징

Yamanaka의 '고려인삼액 수삼'과 KGNF의 '고려인삼차 골드' 제품의 경우 외부 패키징을 나무 껍을 사용하여 고급스러움을 강조함

- 대부분의 인삼차 제품 패키징은 종이곽의 외부 패키징에 플라스틱 파우치 개별 포장으로 구성되어 있으나, 두 개 제품은 외부 패키징을 나무를 사용하여 고급스러운 프리미엄 제품이라는 이미지를 강조함
- 따라서, 고급스러운 소재와 디자인을 사용하면 선물용으로 적합한 프리미엄 제품이라는 이미지를 줄 수 있을 것으로 전망됨



그림 6

Yamanaka의 '고려인삼액 수삼'(좌) 및 KGNF의 '고려인삼차 골드'(우)의 패키징



자료: 당사 홈페이지

인삼의 쓴맛을 희석하는 블렌딩 맛

Nagatanien(永谷園)의 '생활의 일환 고려인삼차'는 꿀과 레몬이 블렌딩된 맛과 루이보스가 블렌딩된 맛이 있으며, 먹기 간편하고 홍삼 고유의 쓴맛이 희석되어 맛이 좋다는 소비자 리뷰가 많음

- 인삼을 포함한 한방차의 경우, 소비자들은 건강에 좋고 몸의 온기와 기력을 보충해주는 효능이 있다고 알고 있음
- 그러나, 인삼 고유의 쓴맛 때문에 장기적으로 먹기 힘들어하는 소비자들이 있음. 인삼의 쓴맛을 희석시켜 줄 수 있는 배합을 첨가한다면 더 많은 소비자들에게 효과적으로 소구할 수 있을 것으로 전망됨
- 따라서, 오리지널 인삼차와 별개로 블렌딩 맛의 제품을 개발하는 방법도 고려해볼 만함



그림 7

Nagatanien(永谷園)의 '생활의 일환 고려인삼차' 홍보 자료



자료: 당사 홈페이지

IV

시사점



01 수출 확대 방안

가격 경쟁력

13개 품목 기준 인삼차 경쟁제품의 g당 평균 가격은 94엔(약 891원)으로 확인됨. 과립형 인삼차 제품 기준으로는 g당 평균 가격은 오프라인과 온라인 각각 24.9엔(약 236원), 29.0엔(약 275원)으로 나타남

- 원산지별로는 과립형 인삼차의 일본산 제품이 한국산 대비 약 3배 이상 높은 수준으로 한국산은 중저가 시장을, 일본산은 중고가 및 프리미엄 시장을 차지하고 있음. 전반적으로 중간 가격대의 시장이 비어있는 것으로 분석됨
- 따라서 우선 타깃 시장을 설정하고 해당 시장의 경쟁제품과 대동소이한 가격대를 설정해야 가격 경쟁력을 갖출 수 있을 것으로 분석됨

벤치마킹 및 마케팅 방안

한국산 인삼의 품질이 좋다는 인식이 있어 일본 브랜드도 한국산 인삼을 주원료로 사용하는 경우가 많음

- 따라서 한국산 제품임을 강조하고, 성분 관련하여 취득한 인증이나 특허가 있다면 이를 적극 어필할 필요가 있음. 또한, 어떤 지역에서 어떤 방식으로 재배되었는지 등을 자세히 설명한다면 소비자들의 신뢰도를 높일 수 있을 것으로 전망됨
- 인삼 재배 과정, 재배 지역의 특징 등 관련된 내용을 영상이나 콘텐츠로 제작하여 한국산 프리미엄 인삼을 사용했다는 점을 홍보할 것을 추천함

고급스러운 패키징과 부자재를 사용하여 선물용 프리미엄 제품으로 포지셔닝하는 것도 고려해볼 만함

- 일본은 여행을 가거나 연말, 특별한 행사에 선물하는 문화가 있는데, 이때 중요시 생각하는 요소가 가격보다는 제품의 품질과 패키징임
- 따라서 인삼차가 선물용으로 적합한 제품임을 인식시키기 위해 고급스러운 패키징과 정교한 디자인을 개발하고 그에 맞는 마케팅을 진행한다면 소비자들에게 효과적으로 소구할 수 있을 것으로 전망됨

02 참고 문헌

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. 후지경제조사
3. Yamanaka
4. 고려인삼산업(KGNF)
5. 고려원인삼
6. KGC인삼공사
7. Nagatanien(永谷園)
8. Amazon Japan
9. Rakuten
10. Qoo10
11. Yahoo Shopping
12. 업계동향(業界動向) SEARCH
13. 일본백화점협회(日本百貨店協會)

□ 참고 자료

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

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022. 12

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