

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202309-08
품목 | 흑더덕가공품(Black Deodeok Processed Products)
HS CODE | 2106.90-9099
국가 | 일본(Japan)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 일본 비타민 및 미네랄 시장규모	06
2. 일본 차(Tea) 시장규모	07
3. 일본 흑더덕가공품 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. '홍삼', 일본에서 가장 인기 있는 흑더덕가공품 경쟁제품	11
2. '스틱' 패키징과 '10g' 중량 대다수	12
3. '건강 개선' 및 '한국산' 강조	13
4. 더덕 재료에 대한 인지도, 일본에서는 낮은 편	14

IV. 유통채널

1. 일본 흑더덕가공품 유통채널 점유율	16
2. 일본 흑더덕가공품 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 일본 흑더덕가공품 통관 및 검역 절차	30
2. 일본 흑더덕가공품 품질 인증	31
3. 일본 흑더덕가공품 라벨링	44
4. 일본 흑더덕가공품 성분 및 유해물질	49

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 서니마트(Sunny Mart)	53
2. 코다와리이치바(Kodawari Ichiba)	56
3. 포어모스트컴퍼니(Foremost Company)	59

VII. 시사점

1. 시사점	63
--------	----

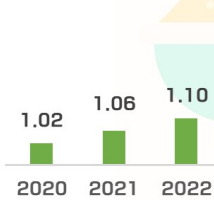
※ 참고문헌	65
--------	----

일본 흑더덕가공품 시장

시장 현황

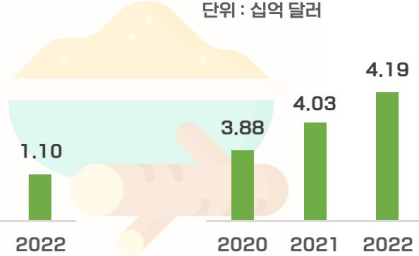
비타민 및 미네랄 시장규모

단위: 십억 달러



차(Tea) 시장규모

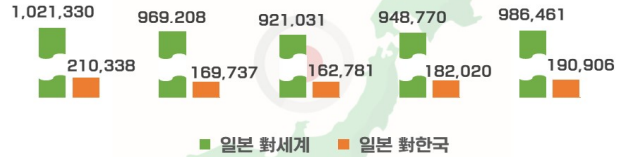
단위: 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)

단위: 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

품목 트렌드

더덕 재료 인지도

일본 내 더덕 인지도 낮은 편
대부분 한국에서 섭취하는
식재료로 인식
온라인을 통한 더덕 소개
한류 사이트 중심으로
더덕 활용 한식 요리 소개

빅데이터 분석



스틱



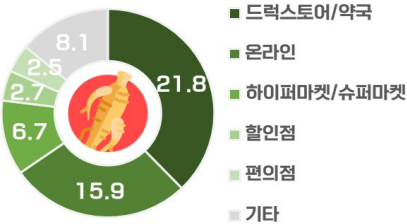
건강



* 야후쇼핑 및 라쿠텐 흑더덕가공품 경쟁제품 2,157건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
WTO 협정 관세율 15%
사전 준비
일본 후생노동성
사전등록 절차

권장 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
일본어 표기 必
제품명, 원재료명, 용량, 유통기한,
식품첨가물, 보존방법, 알레르겐,
영양성분 및 열량, 원산지 등
라벨 표기 필요

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

한국산 제품 수요 이전에는 다이어트 및 체중 감량 기능의 건강기능식품이 인기였다면, 현재는 피부 및 미용 개선 기능의 건강기능식품이 인기임
고객사 제품 타겟층 기저 질환으로 인해 새로운 재료의 제품 구매를 망설이는 노년층보다는, 건강 관리가 필요한 중년층 직장인 및 여성층을 추천함
고객사 제품 적정 유통채널 제품에 대해 상세하게 설명할 수 있는 직원이 있는 드럭스토어, 슈퍼마켓 건강기능식품 코너로의 유통을 추천함

Point 02.

고객사 제품 가격 피드백 고객사 제품의 가격은 일본에서 인지도가 낮은 재료로 만든 제품임을 고려했을 때 비싼 편임
고객사 제품 포장 피드백 스틱형 포장은 소비자 편의성 측면에서 좋으며, 체험용 제품으로 소용량 패키징 제품을 만드는 것을 추천함
고객사 제품 홍보문구 피드백 여성 건강, 기관지 등에 구체적으로 어떻게 좋은지 상세한 설명이 추가되어야 소비자들의 신뢰도를 높일 것으로 보임

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 일본 비타민 및 미네랄 시장규모
2. 일본 차(Tea) 시장규모
3. 일본 흑더덕가공품 수입규모

1. 일본 비타민 및 미네랄 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

면적	37만 8,000km ²
인구	1억 2,568만 명
GDP	4조 9,409억 달러
GDP (1인당)	3만 9,312달러

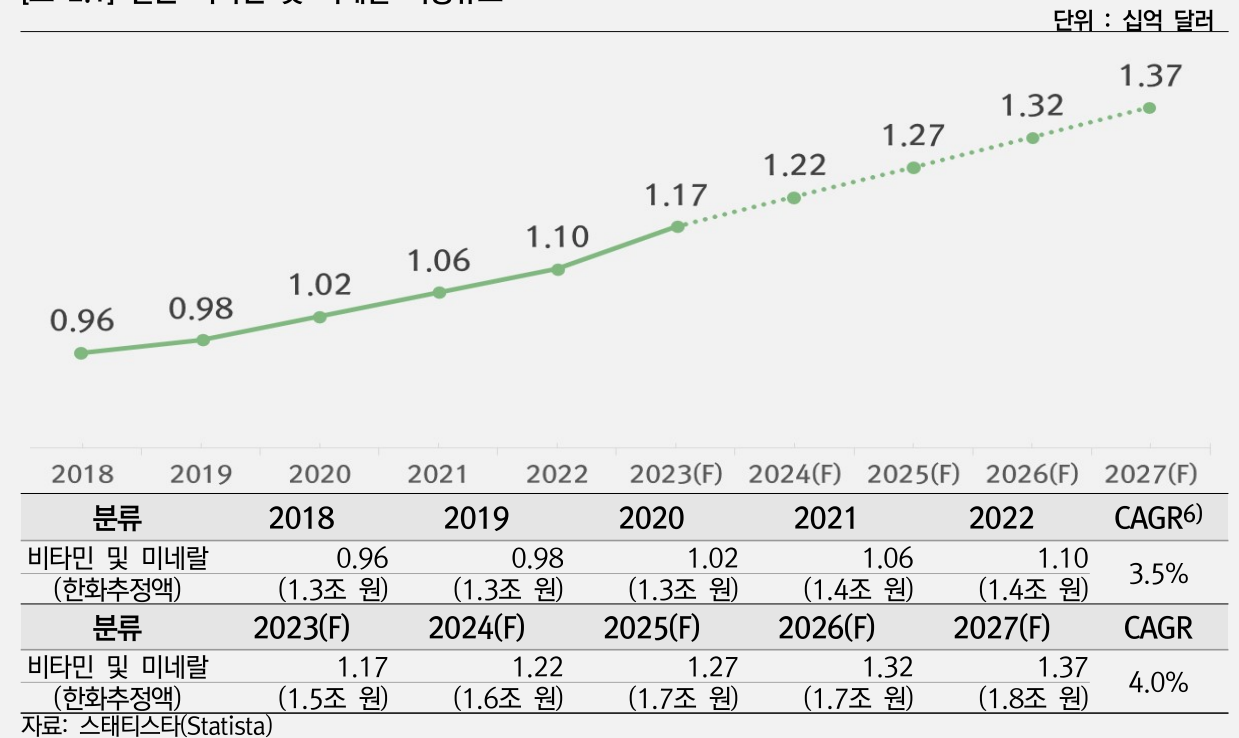
▶ 일본 비타민 및 미네랄 시장규모 1.4조 원, 연평균 3.5% 성장

2022년 기준 일본 비타민 및 미네랄 시장규모는 1.4조 원에 달했으며, 전년 대비 3.8% 성장하였음. 최근 5년(2018-22년)간 일본 비타민 및 미네랄 시장의 연평균 성장률은 3.5%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 1.3조 원을 기록함

▶ 일본 비타민 및 미네랄 시장규모, 향후 5년간 4.0%씩 성장 예상

일본 비타민 및 미네랄 시장은 최근 5년(2018-22년)간 시장규모 감소세 없이 성장을 지속했으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.1배 증가한 것으로 나타남. 일본 비타민 및 미네랄 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 4.0%씩 성장하여 2027년 1.8조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨²⁾

[표 2.1] 일본 비타민 및 미네랄 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾



1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 조사제품 '흑더덕가공품'은 강장제로 섭취하는 흑더덕을 액상화한 제품임. 이에 고객사 제품의 재료를 기준으로 강장제를 포함한 품목인 '비타민 및 미네랄'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 스탯스타(Statista), 「Vitamins & Minerals Japan」, 2022.07

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 일본 차(Tea) 시장규모

▶ 일본 차(Tea) 시장규모 5.5조 원, 연평균 4.3% 성장

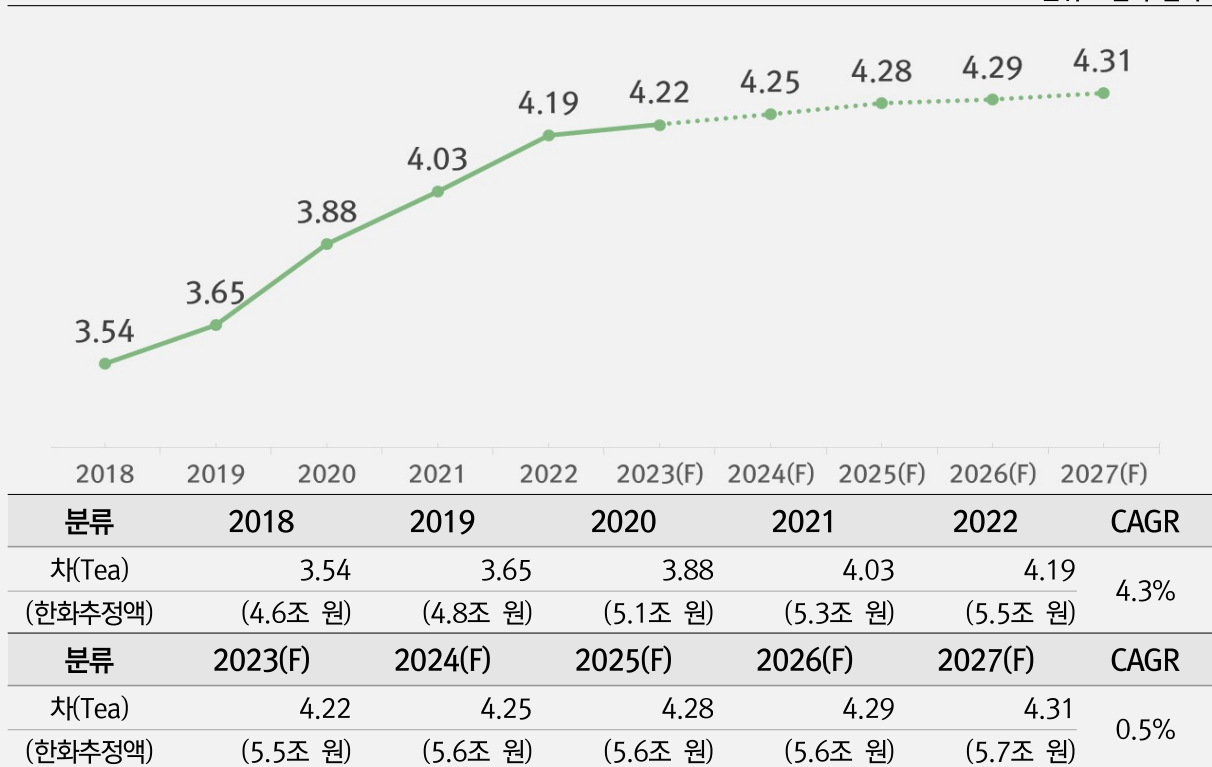
2022년 기준 일본 차(Tea) 시장규모는 5.5조 원에 달했으며, 전년 대비 4.0% 성장하였음. 최근 5년(2018-22년)간 일본 차(Tea) 시장의 연평균 성장률은 4.3%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 5.1조 원을 기록함

▶ 일본 차(Tea) 시장규모, 향후 5년간 0.5%씩 성장 예상

일본 차(Tea) 시장은 최근 5년(2018-22년)간 시장규모 감소세 없이 성장을 지속했으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.2배 증가한 것으로 나타남. 일본 차(Tea) 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 0.5%씩 성장하여 2027년 5.7조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨⁷⁾

[표 2.2] 일본 차(Tea) 시장규모⁸⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯티스타(Statista)

7) 조사제품 '흑더덕가공품'은 액상차로 섭취할 수 있는 제품임. 이에 고객사 제품의 용도를 기준으로 '차(Tea)'의 시장규모를 조사함

8) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Tea Japan」, 2023.07

3. 일본 흑더덕가공품 수입규모

흑더덕가공품 HS CODE

해당 장에서 흑더덕가공품은 HS CODE 2106.90으로 분류. HS CODE 제2106호의 품명은 따로 분류되지 않은 조제 식료품. HS CODE 2106.90-9099의 품명은 기타로 확인

▶ 2018-22년 일본 對글로벌 품목 수입액 연평균 성장률 -0.9%

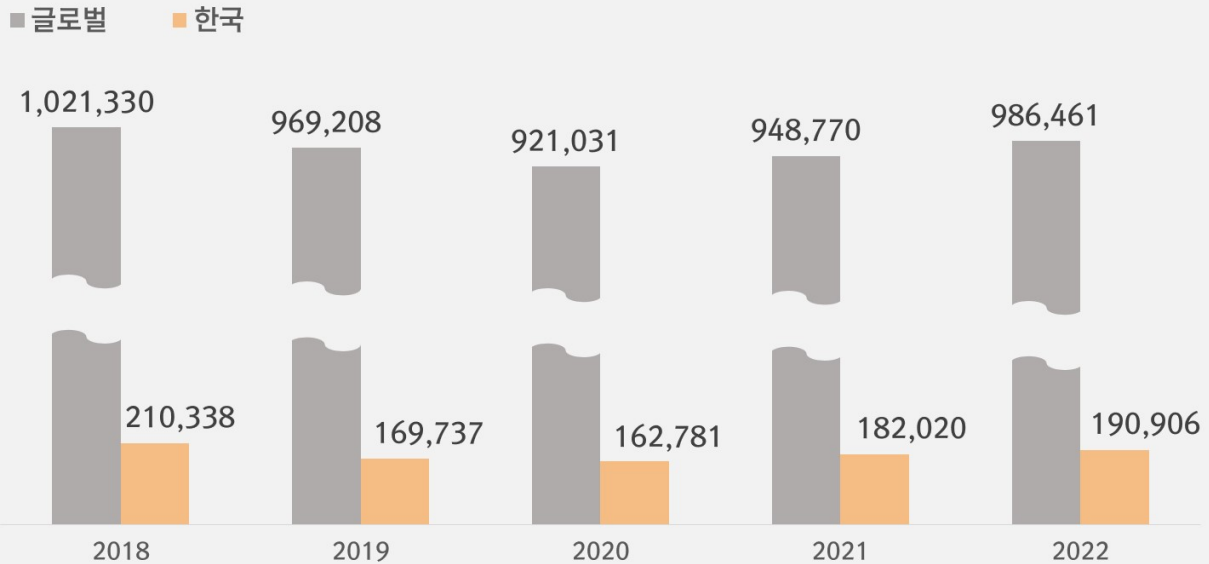
일본 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 -0.9%를 보였으며, 2022년에는 1.3조 원의 수입액을 기록함. 일본 對글로벌 수입액은 2018년부터 줄곧 감소세였으나 2020년을 기점으로 수입액이 성장세로 돌아섰으며, 2022년에는 전년 대비 4.0% 성장한 것으로 나타남

▶ 일본 내 품목 수입액 중 한국산 점유율 19.4%로 2위 기록

최근 5년간 일본 對한국 품목 평균 수입액은 2,404.5억 원이며, 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 -2.4%를 기록하였음. 2022년에는 수입액 2,506.2억 원, 수입액 점유율 19.4%로 일본 對글로벌 수입액 점유율 2위를 기록함. 한편, 2022년 기준 일본 對글로벌 수입액 점유율 1위는 미국(2,514.7억 원, 19.4%), 3위는 중국(1,681.0억 원, 13.0%), 4위는 싱가포르(1,260.6억 원, 9.7%)로 나타남

[표 2.3] 일본 HS CODE 2106.90 수입규모⁹⁾

단위 : 천 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
일본 對글로벌 수입액	1,021,330	969,208	921,031	948,770	986,461	-0.9%
(한화추정액)	(1.3조 원)	(1.3조 원)	(1.2조 원)	(1.2조 원)	(1.3조 원)	
일본 對한국 수입액	210,338	169,737	162,781	182,020	190,906	-2.4%
(한화추정액)	(2,761.3억 원)	(2,228.3억 원)	(2,137.0억 원)	(2,389.6억 원)	(2,506.2억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre)

9) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. '홍삼', 일본에서 가장 인기 있는
흑더덕가공품 경쟁제품
2. '스틱' 패키징과 '10g' 중량 대다수
3. '건강 개선' 및 '한국산' 강조
4. 더덕 재료에 대한 인지도,
일본에서는 낮은 편

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인매장 입점 흑더덕가공품

- 데이터 수집 키워드 : 한국건강식품(韓国健康食品)¹⁰⁾
- 데이터 수집량 : 2,157건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인쇼핑몰
야후쇼핑(Yahoo Shopping), 라쿠텐(Rakuten)

▶ 일본 온라인매장 입점 흑더덕가공품 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 경쟁제품 ② 패키징 ③ 홍보문구

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
경쟁제품	홍삼	紅參	371	도라지	キキョウ	21
	인삼	人參	226	두유	豆乳	15
	건강차	茶	81	흑삼	黒參	9
	유산균	乳酸菌	65	산삼	山參	5
	콜라겐	コラーゲン	50	더덕무침	つるにんじん	3
패키징	10g	10g	180	300g	300g	34
	100g	100g	125	병	ボトル	31
	스틱	スティック	100	500mg	500mg	27
	15g	15g	78	60g	60g	23
	포	包	59	500ml	500ml	17
	50ml	50ml	40	200g	200g	17
홍보문구	건강	健康	875	부모님	親	46
	한국산	韓国, 韓国産	620	식이섬유	食物纖維	43
	영양	栄養	527	면역력	免疫	40
	사포닌	サポニン	311	고급	高級	39
	비타민	ビタミン	298	쓴맛	苦味	10
	아연	亜鉛	97	체중	体重	9
	농축	濃縮	92	당뇨병	糖尿病	7
	유산균	乳酸菌	65	항산화	抗酸化	6

10) 일본 온라인쇼핑몰 내 흑더덕가공품 제품이 많지 않아, 상위 품목인 '한국건강식품'을 흑더덕가공품 경쟁제품으로 설정하고 조사함

1. '홍삼', 일본에서 가장 인기 있는 흑더덕가공품 경쟁제품

▶ '홍삼', 일본에서 가장 인기 있는 흑더덕가공품 경쟁제품

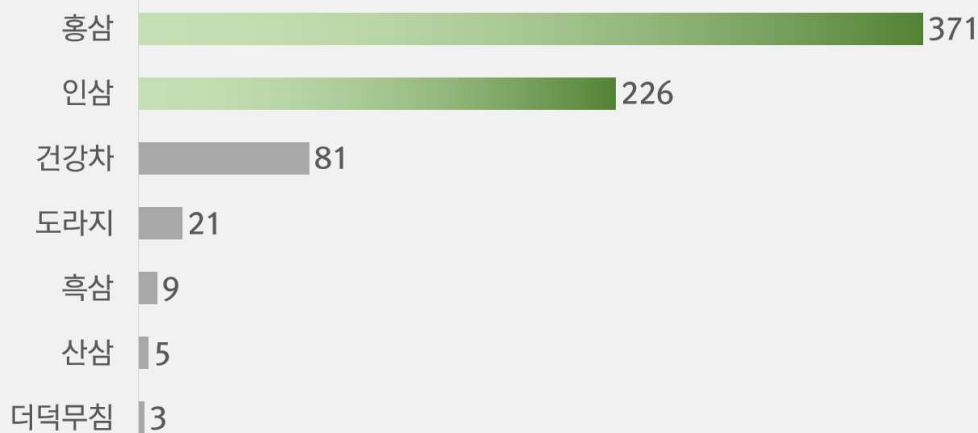
- 경쟁제품 키워드 중 '홍삼' 371건, '인삼' 226건 확인
- 그 밖에 '건강차' 81건, '도라지' 21건이 도출되었으며, '흑삼', '산삼', '더덕무침' 키워드도 일부 확인
- '도라지', '더덕'의 경우 단일 원료 제품이 아닌 효소 보충제 등의 복합 원료 중 일부로 첨가

▶ 한국 '홍삼', 일본 기능성표시식품으로 등록

- 기능성 표시 식품 심사가 엄격한 일본에서 한국산 홍삼의 인지도 개선 효과 최초 인정
- 최근 일본에서는 인삼음료, 홍삼조제품 등 먹기 편리하고 가격 부담이 적은 간편 제품도 각광¹¹⁾

경쟁제품 ①		경쟁제품 ②		경쟁제품 ③	
					
제품명	홍삼정 에브리타임 밸런스	제품명	한국산 생인삼	제품명	한국 인삼차
브랜드	정관장	브랜드	고려인삼	브랜드	고려인삼 뿌리방
중량	300ml(10ml*30포)	중량	100g	중량	150g(3g*50포)
가격	9,550엔(86,616원 ¹²⁾)	가격	3,480엔(31,552원)	가격	1,211엔(10,983원)

[표 3.1] 일본 판매 흑더덕가공품 경쟁제품 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '흑더덕가공품' 경쟁제품 관련 게시글 2,157건 분석

11) 자료: 팜인사이트, '한국 홍삼, 일본 기능성표시식품 등록 '꽤거'', 2023.05

12) 100엔=906.97원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. '스틱' 패키징과 '10g' 중량 대다수

▶ 흑더덕가공품 경쟁제품, '스틱' 패키징이 다수

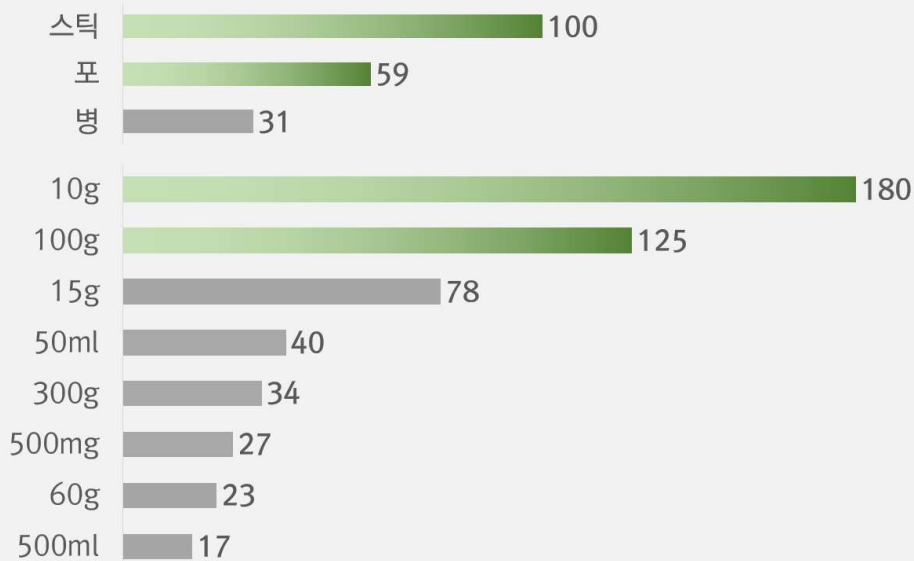
- 일본에서 판매 중인 흑더덕가공품 경쟁제품의 패키징 중 '스틱'이 100건으로 대다수 차지
- '포'와 '병' 패키징 제품도 각각 59건, 31건 도출

▶ '10g', '100g' 중량 제품 가장 많아

- 중량으로는 '10g' 키워드 180건, '100g' 125건 도출
- '10g'은 제품 전체 중량이 아닌 개별 '포' 단위 중량으로 확인
- 그 밖에도 '15g', '50ml', '300g', '500mg' 등 중량 범위 다양

스틱		포		중량(10g)	
					
제품명	순 발효홍삼	제품명	홍삼차	제품명	6년근 홍삼정 스틱
브랜드	지식과나눔	브랜드	정관장	브랜드	동의삼
중량	300g(10g*30포)	중량	300g(3g*100포)	중량	10g * 100포
가격	7,000엔(63,467원)	가격	3,809엔(34,546원)	가격	9,900엔(89,790원)

[표 3.2] 일본 판매 흑더덕가공품 패키징 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '흑더덕가공품' 경쟁제품 관련 게시물 2,157건 분석

3. '건강 개선' 및 '한국산' 강조

▶ **흑더덕가공품 경쟁제품, '건강'과 '한국산' 강조**

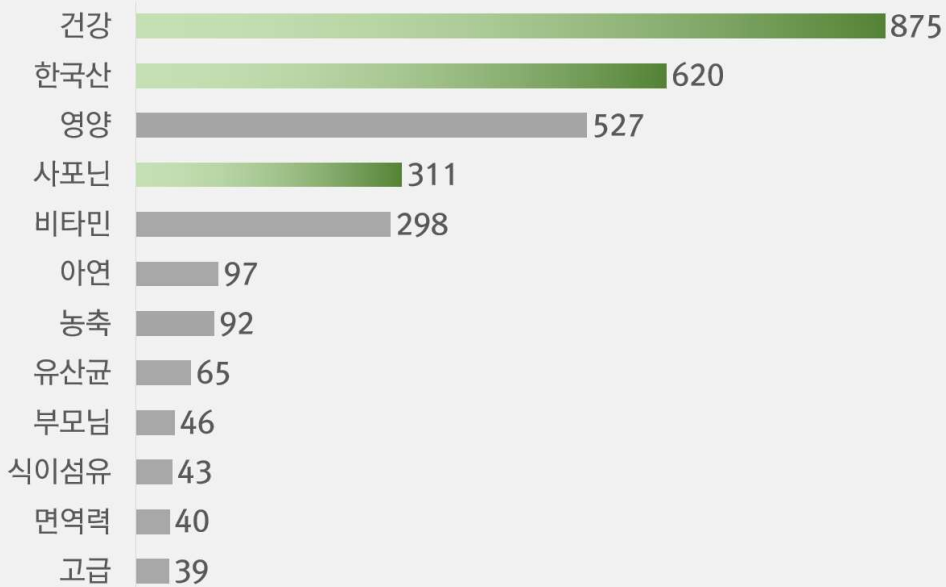
- 홍보문구 관련 키워드 조사 결과, '건강' 키워드 875건 도출
- '한국산' 키워드도 620건 도출되었으며, 일본에서는 특히 '한국산' 홍삼, 인삼류, 건강차 제품을 선호하는 것으로 조사

▶ **'사포닌', '비타민', '아연' 등 영양성분 문구로 홍보**

- '사포닌', '비타민', '아연' 등 영양성분을 강조하여 홍보하는 제품도 다수
- 특히 인삼, 홍삼, 찐, 더덕, 도라지 등에 함유된 '사포닌'은 노화 방지, 면역력 강화, 항산화 작용을 한다고 알려진 바 있음. 따라서, 홍삼, 인삼류 제품의 홍보문구로 311건 도출

건강		한국산		사포닌	
 <p>エクスはこんな方におすすめ</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 手軽に健康管理をつけたい ✓ なかなか気がでない ✓ 飲みすぎた次の日がつらい ✓ 高麗人參の苦味ががて ✓ 100%ピュア紅參を飲みたい 		 <p>薬膳スープや薬膳茶に使いやすい/ 高品質 韓国産 各種 高麗人參スライス・パウダー商品</p>			
제품명	홍삼정	제품명	건삼 절편	제품명	고려홍삼정 태블릿 골드
브랜드	정관장	브랜드	고려인삼	브랜드	백제금삼인삼농협
중량	100g	중량	150g	중량	200g
가격	10,650엔(96,592원)	가격	11,000엔(99,767원)	가격	28,950엔(262,568원)

[표 3.3] 일본 판매 흑더덕가공품 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '흑더덕가공품' 경쟁제품 관련 게시글 2,157건 분석

4. 더덕 재료에 대한 인지도, 일본에서는 낮은 편

▶ 더덕, 일본에서 인지도 낮은 편

일본 현지 매체에서 더덕 관련 기사를 조사한 결과, 일본 내 더덕에 대한 인지도가 낮은 편인 것으로 확인됨. 대부분 한국에서 섭취하는 식재료 중 하나로 제시하고 있음

한국을 알리는 일본 현지 사이트인 뭇토코리아(もっと코리아)는 지난 2021년 봄 식재료로 더덕을 소개하면서, 인삼이나 도라지 뿌리와 모양이 흡사하며 사포닌과 칼슘, 철분, 칼륨이 다량 포함되어 있는 점에서 인삼과 공통점이 있고, 10년 이상 자란 자연산 더덕은 인삼보다 효능이 좋다는 점을 언급함

고려 시대 때부터 더덕을 나물로 먹었다는 조선 시대 저서 ‘해동역사’의 한 구절을 인용하기도 했으며 울릉도, 지리산, 강원도 등지를 더덕을 구할 수 있는 지역으로 소개함. 한국의 더덕구이를 ‘고기와 질감이 유사한 요리’로 안내하고 절임, 정과 등 더덕 섭취 방법도 언급함¹³⁾

▶ 일본 한류 소식 전달 사이트, 더덕을 활용한 요리 소개

일본 현지 한류 소식을 전하는 사이트인 와우코리아(Wow Korea)는 지난 2020년 한류 연예인이 더덕을 활용해 만든 한식 요리를 소개하는 기사를 게재함. 이를 통해 일본 팬들에게 더덕이 식재료 중 하나로 알려지는 효과를 얻었음¹⁴⁾

[표 3.4] 일본 현지 매체에 소개된 더덕과 더덕요리



자료: 뭇토코리아(もっと！ 코리아), 와우코리아(Wow Korea)

13) 자료: 뭇토코리아(もっと！ 코리아), ‘春の食材であるツルニンジンについて教えてください’, 2021.04

14) 자료: 와우코리아(Wow Korea), ‘イム・シファン、イケメンな顔性格も良く料理も上手な...“ツルニンジン とキムチのドゥルチキを作って食べた”’, 2020.09

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



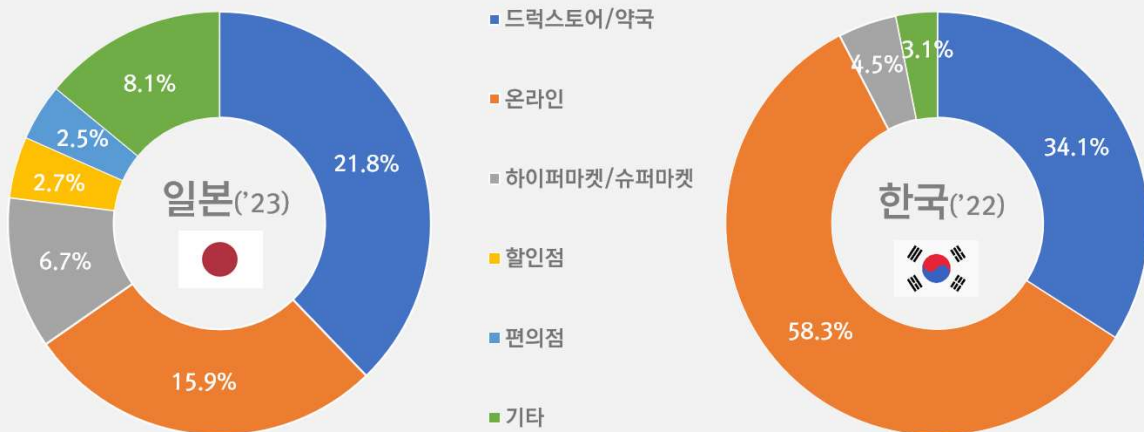
1. 일본 흑더덕가공품 유통채널 점유율
2. 일본 흑더덕가공품 주요 유통채널

1. 일본 흑더덕가공품 유통채널 점유율

▶ 일본 내 건강기능식품 점유율, ‘드럭스토어/약국’ 1위

2023년 기준 흑더덕가공품을 포함한 일본의 건강기능식품은 다양한 채널을 통해 유통되고 있음을 확인함. 일본에서 ‘드럭스토어/약국’은 21.8%의 점유율로 가장 높은 비중을 차지함. 2022년 기준 건강기능식품의 한국 ‘드럭스토어 및 약국’의 점유율은 34.1%로 두 번째로 높은 비중을 차지함. 한국의 점유율 1위 유통채널은 ‘온라인’ 채널로 58.3%의 비중을 보임. 해당 채널은 일본에서 두 번째로 높은 채널로 점유율은 15.9%임. 일본에서 ‘할인점’과 ‘편의점’을 통해 각각 2.7%, 2.5%의 유통이 되었으며, 해당 채널들의 한국 점유율은 확인되지 않았음

[표 4.1] 일본 건강기능식품 소매유통채널 점유율¹⁵⁾¹⁶⁾¹⁷⁾



일본 및 한국 건강기능식품 소매유통채널 점유율 비교

일본	유형	한국
21.8%	드럭스토어/약국	34.1%
15.9%	온라인	58.3%
6.7%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4.5%
2.7%	할인점	(-)
2.5%	편의점	(-)
8.1%	기타	3.1%

자료: 스탯티스타(Statista)

15) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Purchase Channels for Dietary And Health Supplements Japan」, 2023.04

16) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Purchase Channels for Dietary And Health Supplements South Korea」, 2022.07

17) 해당 장에서 ‘흑더덕가공품’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 소매유통채널 ‘건강기능식품’ 품목의 정보를 확인함

2. 일본 흑더덕가공품 주요 유통채널 ① 라이프

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.lifecorp.jp	
	위치	도쿄(Tokyo)	
기업 기본 정보	규모	매출액('22)	• 약 7,654억 엔(6조 9,419억 원 ¹⁸⁾)
		기타 규모	• 매장 수('22): 300개 • 직원 수('22): 4만 9,190명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 라이프 코퍼레이션이 운영하는 슈퍼마켓 브랜드로 일본에서 두 번째로 큰 슈퍼마켓 체인 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지 아마존을 통해 라이프 매장의 상품을 최소 2시간 이내에 배송 서비스 시행(아마존 프라임 회원, 서비스 대상 지역일 경우만 해당) 2023년부터 점포 판매 상품을 온라인으로 주문하여 집으로 배송받는 라이프넷슈퍼(ライフネットスーパー) 서비스 시행 		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사 소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-358-075-493 - 이메일: s620@lifecorp.co.jp - 입점 희망 지역마다 연락처 상이 및 해당 점포에 직접 문의 필요 	

자료: 라이프(Life), 니케이아시아(Nikkei Asia), 스탯티스타(Statista)

사진 자료: 라이프(Life)

18) 100엔=906.97원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)


2. 일본 흑더덕가공품 주요 유통채널 ② 세이유

기업 기본 정보	기업명	세이유(SEIYU)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.seiyu.co.jp			
	위치	도쿄(Tokyo)			
	규모	영업이익('22) • 208억 3,800만 엔(1,890억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 326개 • 직원 수('22): 2만 9,000명			
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 일본의 신선 식품과 잡화, 의류 등의 상품을 판매하는 전국적인 슈퍼마켓 체인 2020년 KKR(Kohlberg Kravis Roberts)에 16억 달러 규모로 피인수 일본 IT 대기업인 라쿠텐의 카드 우대 서비스 및 결제 솔루션인 Edy를 도입하는 등 온라인 트렌드에 대응 중 2023년 모기업인 니시토모는 창업 60주년을 맞이하여 600엔 행사, 60포인트 추가 지급 캠페인 등의 60주년 기획 상품 등을 전개함 				
매장정보	입점 가능 품목	• 식료품, 가정용품, 의류 등			
	선호 제품	• 소비자 추천에 기반한 상품			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 문의 (www.seiyu.co.jp/contact) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 메뉴 ‘お問合せ - お店・商品へのお問合せフォーム’ 클릭 - 문의 사항 입력 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 질문 내용 ② 담당자 정보 (담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소, 우편번호 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-120-360-373 			

자료: 세이유(SEIYU)

사진 자료: 세이유(SEIYU)

2. 일본 흑더덕가공품 주요 유통채널 ③ 맥스밸류

기업 기본 정보	기업명	맥스밸류(MaxValu)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.maxvalu.co.jp		
	위치	히로시마(Hiroshima)		
	규모	영업이익('21) <ul style="list-style-type: none"> • 5,400억 엔(4조 8,976억 원) 기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('22): 490개 • 직원 수('22): 6,600 명 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1994년에 첫 매장 개점 • 일본의 유통 대기업 이온 그룹이 전개하는 슈퍼마켓 브랜드 • 일본 최대 규모의 슈퍼마켓 브랜드에 해당 • 영업시간이 길고 연중무휴 24시간 영업하는 점포 수도 많아 편의점과 경쟁구도에 놓여있기도 함 • 맥스밸류의 대규모 점포 중에서는 근린형 쇼핑센터(NSC) 형태로 출점한 점포도 있음 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 생활용품, 의류 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자 추천에 기반한 상품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 및 유선전화를 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 ‘お問い合わせ’ 클릭 (www.maxvalu.co.jp/contact) - 문의 사항 입력 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 담당자 정보 (담당자 이름, 성별 및 소속, 이메일 주소, 전화번호) ② 문의 내용 ③ 문의할 점포명 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-120-125-481 - 팩스: +81-333-457-776 		

자료: 맥스밸류(MaxValu)

사진 자료: 맥스밸류(MaxValu), 홋카이도가이드(Hokkaido Guide)

2. 일본 흑더덕가공품 주요 유통채널 ④ 장터한국광장

기업 기본 정보	기업명	장터한국광장(韓国広場)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	shopping.geocities.jp/hiroba	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치 • 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료 • 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매 • 식료품 매장 외에도 도매 전문 인터넷 쇼핑몰과 화장품 전문점을 운영함 • 오프라인 매장의 경우 영업일과 관련된 정보를 홈페이지에 제공 • 온라인 홈페이지에서 랭킹별로 제품 정보 제공 • 도매 전문 사업도 진행 중 • 장터한국광장에 대한 카탈로그 우편 주문 가능 	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등	
	선호 제품	• 한국제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-332-329-330 	

자료: 장터한국광장(韓国広場)

사진 자료: 장터한국광장(韓国広場)

2. 일본 흑더덕가공품 주요 유통채널 ⑤ 예스마트

기업 기본 정보	기업명	예스마트(Yesmart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	yesmart.co.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 25개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 5,000여 종 이상의 제품을 취급하는 한국 식재료 전문 마켓 • 한국, 일본, 중국 식품 등을 취급 • 전국 25개 매장을 플러스, 프리미엄, 중형, 소형 매장으로 구분해 운영 • 상품 배송 가능하며, 상온과 냉장/냉동을 구분하여 배송 • 치킨 프랜차이즈인 YES CHICKEN 운영 • 온라인과 오프라인 모두 운영 중 	



매장정보	입점 가능 품목	• 김치, 야채, 냉동식품, 주류, 반찬류, 가공식품, 화장품, 생활용품 등	
	선호 제품	• 한국제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 및 이메일 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-362-789-010 - 이메일: info@yesmart.co.jp
-------------	---------------------	--

자료: 예스마트(Yesmart)

사진 자료: 구글맵(Google Maps)


2. 일본 흑더덕가공품 주요 유통채널 ⑥ 마쓰모토키요시

기업 기본 정보	기업명	마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)	
	기업구분	H&B(드럭스토어)	
	홈페이지	www.matsukiyo.co.jp/store/online	
	위치	일본 전역	
	규모	매출액('22) • 7,299억 엔(6조 6,200억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 1,567개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1932년에 설립된 드럭스토어 프랜차이즈로, 모기업인 마츠키요코카라컴퍼니(MatsukiyoCocokara & Co.)의 핵심 기업 • 헬스&뷰티 제품을 중심으로 운영되고 있으며, 온라인 판매에도 집중 • 스탠다드, 교외형 데일리, 도시형 플래그십, LAB, 글로벌 등 다양한 타입의 매장 운영 • 태국, 대만, 베트남 등의 국가에서도 약국 사업 개발 및 운영 중 • 일본 내 동종업계 최대 기업 		
매장정보	입점 가능 품목	• 의약품, 건강기능식품, 생활용품, 식품, 화장품 등	
	선호 제품	• 헬스&뷰티 기능이 있는 제품, 여성 소비자 타겟 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 및 이메일 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-120-845-533 	

자료: 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)

사진 자료: 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ)

2. 일본 흑더덕가공품 주요 유통채널 ⑦ 츠루하

기업 기본 정보	기업명	츠루하(Tsuruha)		
	기업구분	H&B(드럭스토어)		
	홈페이지	www.tsuruha.co.jp		
	위치	삿포로(Sapporo)		
	규모	매출액('21)		• 8조 5000억 엔(77조 924억 원)
		기타 규모		• 매장 수('20): 2,399개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 진단서 처방 서비스 제공 • 메일을 통한 주문 서비스 제공 • 엠즈원(M's one), 라빌라비타(La VILLA VITA) 등 자사 제품 브랜드 보유 			

매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 의약품, 생활용품, 스낵류, 과자류, 잡화류 등
	선호 제품	• 생활과 밀접한 상품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> • 각 지점별로 우편을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 ‘お店とチラシを検索’에서 입점 희망 매장 검색 - 도쿄 신주쿠점: 〒161-0034 東京都新宿区上落合3-8-25 (FLAMPビル1F) - 주소를 확인하여 공급자 정보와 문의사항을 우편 주소로 송부 • 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) - 이메일로는 입점 문의를 받지 않음 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-357-297-681
-------------	---

자료: 츠루하(Tsuruha)

사진 자료: 츠루하(Tsuruha) 현지 매장 방문 조사

2. 일본 흑더덕가공품 주요 유통채널 ⑧ 다이코쿠드러그

기업 기본 정보	기업명	다이코쿠드러그(ダイコクドラッグ)	
	기업구분	H&B(드럭스토어)	
	홈페이지	www.daikokudrug.com	
	위치	오사카(Osaka)	
	규모	매출액('22) • 523억 엔(4,743억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 163개 • 직원 수('22): 2,500명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1988년 설립된 약국 형태의 일본의 드럭스토어 • 약국의 형태이지만 식품 및 생활용품 등의 잡화도 판매함 • 면세 서비스 제공 • 일부 점포에서는 조제 약국, 100엔 숍, 미용실 등을 함께 운영 중 • 2016년 포인트 서비스 도입 • 홈페이지 및 인스타그램과 같은 SNS를 통해 최신 소식 공지 • 할인 및 프로모션 진행은 지점마다 상이 		
매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 의약품, 생활용품, 스낵류, 과자류, 잡화류 등	
	선호 제품	• 생활과 밀접한 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-333-457-775 - 팩스: +81-333-457-776 	

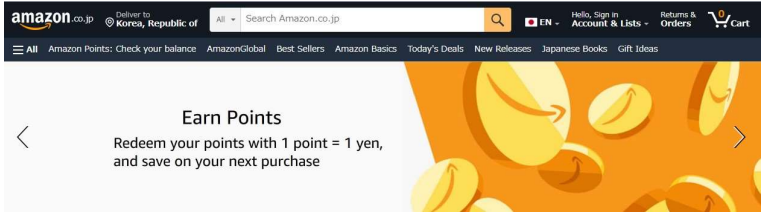
자료: 다이코쿠드러그(ダイコクドラッグ)

사진 자료: 다이코쿠드러그(ダイコクドラッグ), 트립닷컴(Trip.com)

2. 일본 흑더덕가공품 주요 유통채널 ⑨ 아마존재팬

기업 기본 정보	기업명	아마존재팬(Amazon Japan)			
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰			
	홈페이지	www.amazon.co.jp			
	규모	매출액('22)	• 2조 5,000억 엔(22조 6,743억 원)		
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 5억 5,600만 회		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1994년 설립되어 일본에는 2000년 진출 • 2021년 일본 온라인 유통채널 브랜드 및 기업 점유율 1위 • 틱톡 등 소셜미디어를 통해 홍보를 진행하고 아마존 및 라쿠텐 등에서 판매를 진행하는 다양한 소규모·수입 브랜드 다 				

매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매 가능 여부	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	
	물건 구매시 포인트 적립 가능, 1포인트를 1엔으로 계산하여 다음 구매 시 포인트 사용

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭
		<p>아마존 셀러 계정 생성 상품 리스팅</p> <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매입고량) • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동 강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +81-120-89-9543

자료: 아마존재팬(Amazon Japan), 시밀러웹(Similarweb), 스태티스타(Statista)

사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)


온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 다언어 및 화폐 지원
영어, 중국어, 일본어를 지원하며 엔화, 유로화, 위안화 등 15개 종류의 화폐 설정 가능

2. 포인트 제도
다양한 카드별로 서로 다른 혜택 제공

3. 구매 내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능 하며, 검색 시 추천 키워드 제공



4. 오늘의 딜
플래시 딜 형태의 다양한 카테고리별 할인 제공

5. 국제배송
국제 배송이 가능하나, 배송 대행을 통한 구매도 많이 이루어짐

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이


온라인몰 UI ②

아마존재팬 - 더덕 (蔓人參) 검색 페이지

더덕 (蔓人參) 검색 페이지

더덕 (蔓人參) 검색 노출


추천 순으로 기본 검색결과 노출
가격 및 평점, 출시일 순으로 정렬 가능



더덕 (蔓人參) 구매 페이지

상품 정보, 안전성 등 다양한 정보 제공

구매 페이지 우측 및 하단에 다른 상품 추천



평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능
구매 페이지 우측 및 하단에 다른 상품 추천

자료: 아마존재팬(Amazon Japan)
사진 자료: 아마존재팬(Amazon Japan)

2. 일본 흑더덕가공품 주요 유통채널 ⑩ 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.rakuten.co.jp		
	규모	매출액('21)	• 1조 9,000억 엔(17조 2,324억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 5억 1,390만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년 설립 • 2021년 전년 대비 매출액 증가율이 22.0%를 달성 • 전 세계 약 30여 개 국가에서 서비스 운영 • 쇼핑 플랫폼 외에도 핀테크 및 인터넷 서비스 등의 사업 분야 보유 			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매 가능 여부	해외 판매 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매 금액 페이백 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 등록 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry) - 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화번호, 대표 Fax 번호, 대표자명) ② 운영 담당자 정보 (담당자 이름, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형) • 문의사항 연락처 - 이메일: sales-list@rakuten.com 		

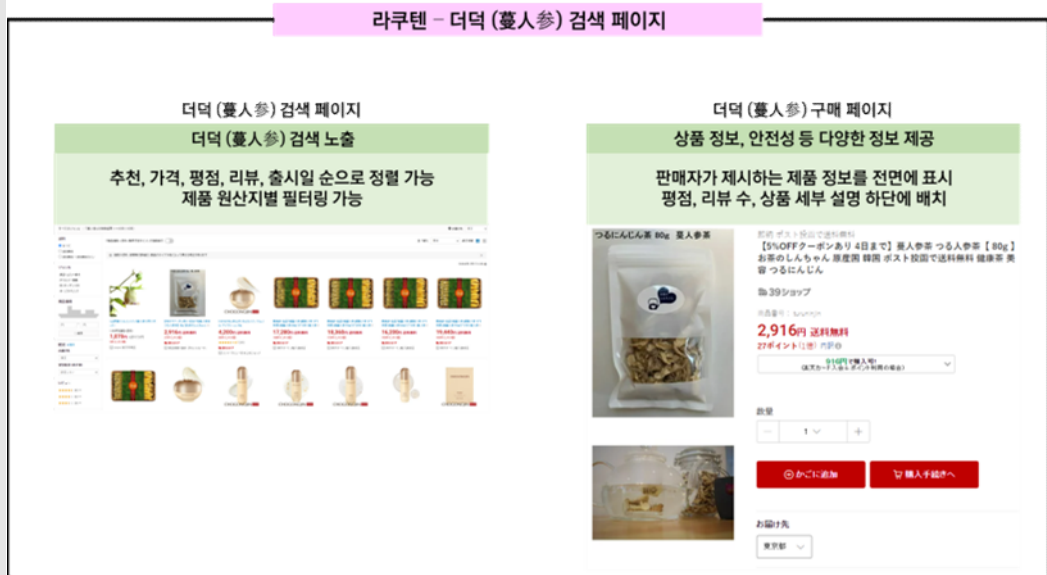
자료: 라쿠텐(Rakuten), 시밀러웹(Similarweb)
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능

온라인몰 UI ②



추천, 가격, 평점, 리뷰, 출시일 순으로 정렬 가능
판매자가 제시하는 제품 정보를 전면에 표시

자료: 라쿠텐(Rakuten)
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



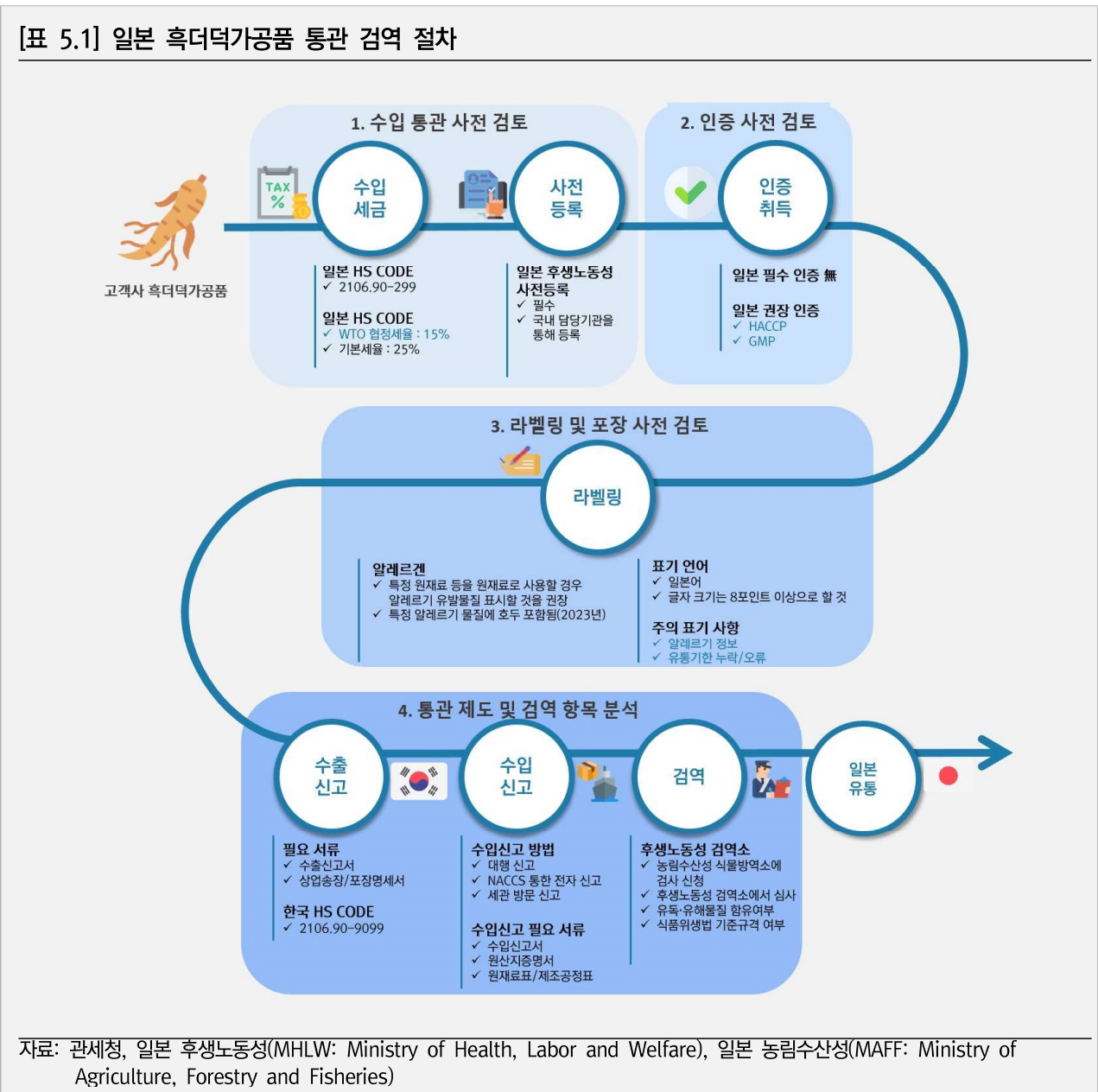
1. 일본 흑더덕가공품 통관 및 검역 절차
2. 일본 흑더덕가공품 품질 인증
3. 일본 흑더덕가공품 라벨링
4. 일본 흑더덕가공품 성분 및 유해물질

1. 일본 흑더덕가공품 통관 및 검역 절차¹⁹⁾

▶ 일본 흑더덕가공품 수출 통관 단계별 주요사항

일본에 가공식품 수출 시에는 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare) 사전등록 절차를 반드시 밟아야 함. 이는 국내 담당 기관을 통하여 일본으로 수입되는 식품에 대하여 사전 등록을 하는 절차임. 또한, 수출입안전관리우수업체(AEO: Authorized Economic Operator) 제도를 통해 신속한 통관 및 비용 절감 등의 효과를 누릴 수 있음

[표 5.1] 일본 흑더덕가공품 통관 검역 절차





19) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

2. 일본 흑더덕가공품 품질 인증

▶ 일본 흑더덕가공품, 적용받는 필수 인증 無

일본으로 흑더덕가공품을 일반 가공식품으로 수출 시 취득해야 하는 필수 인증은 없음. 다만, 일본 후생노동성에 식품 사전등록은 필수임. 또한, 선택적으로 식품 품질에 관한 인증인 JAS 품질 인증 등의 글로벌 공통 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음

[표 5.2] 일본 후생노동성 사전등록 절차


순번	인증명	취득 정보	
1	일본 후생노동성 사전등록 	취지	<ul style="list-style-type: none"> 일본 식품위생법에 반하는 식품 등 수입 사전 방지 식품 안전성 확보 수입절차 간소화 및 소요 시간 단축
		근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> 일본 식품위생법(しょくひんえいせいほう, 昭和22年法律第233号) 일본 후생노동성 생활위생국장 통지 (수입식품 등 사전 확인제도 시행에 관한 통지)
		기관	<ul style="list-style-type: none"> 일본 후생노동성
		적용품목	<ul style="list-style-type: none"> 농·축·수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품첨가물
		취득절차	<ul style="list-style-type: none"> 서류 제출(제조 및 수출업체) > 서류 접수 및 검토(국내 담당 기관) > 서류 심사 및 현장실사 (일본 후생노동성) > 등록 완료 및 등록번호 부여 (일본 후생노동성)
	필요서류	<ul style="list-style-type: none"> 필요서류는 신청서, 제품 목록, 위생 검사표, 성분 분석표, 제조 공정도 등이며 수입업체가 발급받은 시험성적 증명서도 제출 가능함 식품 또는 식품첨가물 여부에 따라 필요서류가 상이하나 공통 서류로는 국내 검사기관 등이 발행한 분석 증명서와 식품위생 책임자가 작성한 시설·식품 등 위생관리 기준 관련 서류임 식품에만 해당하는 것은 원재료의 종류, 성분조성, 제조 또는 가공 방법 관련 서류, 첨가물 종류/제조 방법/사용량 관련 서류임 식품첨가물에만 해당하는 것은 물질명, 제조 방법 관련 서류임 	
2	JAS 품질 인증 	취지	<ul style="list-style-type: none"> 식품의 품질 개선 및 거래의 단순화, 생산과 소비의 합리화를 촉진하고자 제정됨
		기관	<ul style="list-style-type: none"> 후생노동성 지정 인증기관
		취득절차	<ul style="list-style-type: none"> 서류 제출 > 서류 평가 > 현장 평가 > 개선요구 > 인증 > 사후관리
		필요서류	<ul style="list-style-type: none"> 신청서, 회사 정보, 제조과정 정보 등

자료: 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare), 일본 농림수산업성(MAFF: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries)

▶ **JAS(Japanese Agricultural Standard) 유기농 인증 권장**

일본 내에서 유기농산물 및 유기가공식품에 ‘유기, 오가닉’으로 표시하여 판매하기 위해 생산자 및 제조사가 등록인증기관에 검사를 받아 취득하는 인증 제도임. JAS 유기농 규격 인증을 받지 못한 경우 유기, 오가닉 또는 이와 같은 의미로 오인될 수 있는 표시를 사용할 수 없음

[표 5.3] 일본 JAS 유기농 인증 취득 정보


		취득 정보
	목적	<ul style="list-style-type: none"> 유기농산물 및 그 가공식품의 명칭 표시 혼란으로 인한 소비자의 제품 선택 피해 방지
	기관	<ul style="list-style-type: none"> 농림수산성(MAFF: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) 및 농림수산성 장관이 JAS법 규정에 따라 심사하여 유기식품 등록인증기관으로 등록한 기관
	절차	<ul style="list-style-type: none"> 인증신청서 제출 인증신청서 수리 인증신청서 서류 심사 현지실사(인증기관 또는 검사원으로부터 현지 실사를 통지, 일정 조정 후 실사 진행) 판정(인증기관의 판정원이 실사 결과에 따라 판정, 판정 후, 인증 여부를 통지) 감사(연차조사): 인증 후에도 연 1회 이상의 조사 실시
	필요서류	<ul style="list-style-type: none"> 인증신청서 시설도면 생산행정 관리에 관한 내부규정 및 등급규정 사용하는 유기 원자재의 수급이 가능하다는 것을 증명하는 서류 비유기 원자재가 유전자변환, 방사선 조사를 거치지 않았음을 증명하는 서류 제조예정 제품의 배합표 사용예정 첨가물이 JAS 규격에 적합함을 증명하는 서류 제조공정도 공정 내에서 사용되는 약제의 내용 및 사용방법에 관한 서류 제조과정에서 사용되는 기계류 목록
한국 인증 기관	<ul style="list-style-type: none"> 한국 제품의 경우 유기 JAS 마크를 부착하기 위해서는 유기식품 등록인증기관으로부터 제조업자가 직접 유기 JAS 인증을 취득해야 함 	

자료: 한국농수산물유통공사

▶ 일본 흑더덕가공품, ‘HACCP 인증’ 권장

2020년 6월 1일, 일본의 식품위생법 개정으로 자국 내 식품 관련 사업자는 HACCP의 도입이 의무화되었음. 이에 따라 일본 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 고객사 또한 HACCP를 적극적으로 도입하여 일본 식품시장 내에서 위생 안전상 경쟁력을 확보할 것을 권장함

[표 5.4] HACCP 인증 취득 정보

		취득 정보
	목적	<ul style="list-style-type: none"> 식품원료 및 제조가공조라소분유통의 모든 과정에서 발생할 수 있는 위해요소를 사전에 확인 평가하여 중점적으로 관리
	기관	<ul style="list-style-type: none"> 한국식품안전관리인증원
	절차	<ul style="list-style-type: none"> HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성 생산공정 각 단계와 도출된 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해서 위험 평가 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP:Critical Control Points)을 선정하여 식품안전을 위한 일반관리사항(POA) 파악 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및 모니터링
	필요서류	<ul style="list-style-type: none"> HACCP 인증 신청서 식품안전관리인증 계획서 영업등록증 사본 사업자등록증 사본 영업신고필증 HACCP 교육수료증 영업을 위해 필요한 서류 품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류

자료: 식품의약품안전처, 한국식품안전관리인증원

▶ 일본 흑더덕가공품, ‘GMP 인증’ 권장

제조 및 품질관리기준(GMP: Good Manufacturing Practice)은 건강기능식품을 생산하는 시설에 대한 인증으로, 건강기능식품의 원자재 구입부터 제조, 포장, 보관 출하까지 전체 공정에 걸친 품질관리에 대한 인증임. 흑더덕가공품이 일본 내에서 기능성표시식품으로 분류되기 위해 HACCP 및 GMP 인증을 취득할 것을 권장함

[표 5.5] GMP 인증 취득 정보





		취득 정보
<p>GMP</p> 	목적	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 및 의약품의 품질보장을 통한 소비자 보호
	기관	<ul style="list-style-type: none"> • 식품의약품안전처(한국) - 국가별로 관할기관 상이함
	절차	<ul style="list-style-type: none"> • GMP 지정신청서 접수(지방 식약처에 제출) • 서류 검토(일반위생관리기준 및 GMP관리 기준서) • 현지 확인 및 평가(GMP 실시상황 평가) • 판정 • GMP 적용업소 지정서 발급
	필요서류 (신규 제조업체)	<ul style="list-style-type: none"> • 제조하려는 제품의 종류와 제조방법설명서 • 제조시설의 배치도와 주요 기계기구류 목록 • 「건강기능식품에 관한 법률」 제13조 제2항에 따른 교육증명서(미리 교육을 받은 경우에만 해당) • 「먹는물 관리법」 제43조에 따라 먹는물 수질감사기관이 발행한 수질검사성적서(수돗물이 아닌 지하수 등을 먹는물 또는 건강기능식품의 제조과정이나 세척 등에 사용하는 경우에만 제출) • 품질관리실에 기계기구류 목록 • GMP 확인을 위한 4대 GMP 관리 기준서

자료: 농림축산식품부

▶ 기타 식품 권장 인증

HACCP, JAS 인증 외에 기타 식품 생산 안전 관련 인증으로 ISO 22000, IFS 등이 있으며, 해당 인증사항들은 필수가 아닌 선택 인증사항임. 흑더덕가공품 품목을 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

[표 5.6] 일본 흑더덕가공품 기타 권장 식품 생산 인증

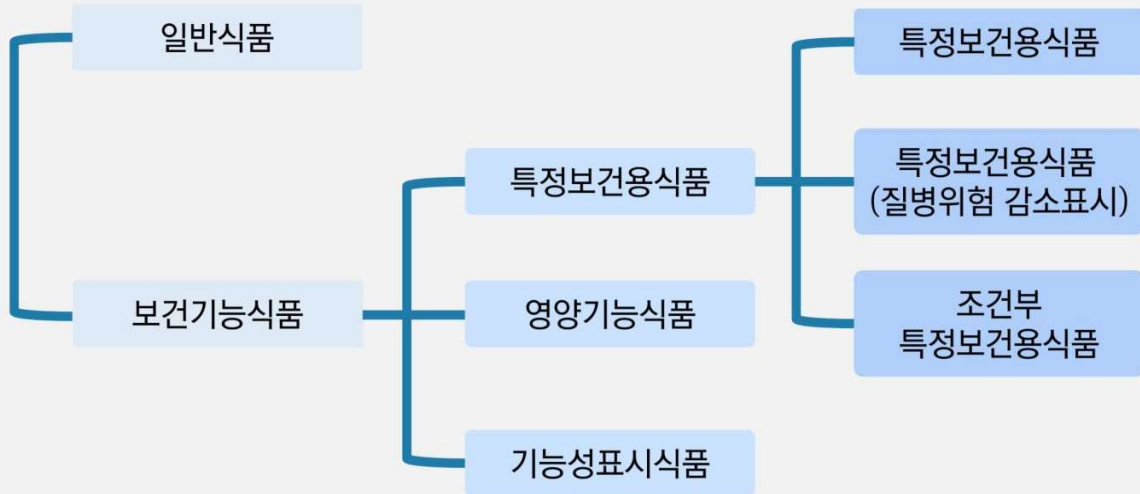
인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	

자료: 각 인증기관

▶ 일본의 일반식품 및 보건기능식품

일본에는 한국의 건강기능식품과 유사한 개념으로 ‘보건기능식품(Health Functional Food)’라는 식품 분류가 있음. 보건기능식품은 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품으로 분류되며, 특정보건용식품은 해당 식품 분류로 표기할 시 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)의 허가가 필수임. 영양기능식품은 하루에 필요한 영양성분을 보충하기 위한 식품이며 별도의 신고가 필요하지 않은 고시제로 운영되고 있으며, 기능성표시식품은 사업자의 책임하에 과학적 근거에 따른 기능성을 표시한 식품으로, 소비자청에 신고한 후에 해당 분류로 식품을 유통할 수 있음. 일본에서 영양보조식품, 보건보조식품, 영양조정식품 등으로 표시하여 유통되는 식품은 일반 식품 분류에 해당됨. 일본에서 식품 유통 시 보건기능식품은 기능성 표시가 가능한 반면에 일반식품에는 기능성 표시를 할 수 없음

[표 5.7] 일본 식품 분류 체계



자료: 한국건강기능식품협회

▶ 일본 기능성표시식품 신청 절차

2022년 3월 17일 기준 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)은 기능성표시식품 신청절차를 게재함. 1~2년의 시간과 수억 엔의 비용을 필요로 하는 특정 보건용 식품 인증제도에 비해 수개월, 평균 수백만 엔 정도의 비용으로 신청이 가능하여 일본 내 많은 식품사업자들이 신청하고 있음

[표 5.8] 일본 기능성표시식품 신청 절차

기능성표시식품 신청서류 준비	기능성표시식품 해당 여부 확인	<ul style="list-style-type: none"> • 하기 항목에 해당하는 식품의 경우, 신청 대상이 아님 - 질병을 앓고 있는 환자, 미성년자, 임산부(임신을 계획하고 있는 사람 포함) - 기능성 관여 성분이 명확하지 않은 식품 - 후생노동대신이 정하는 식사 섭취 기준에 기능성 관여 성분이 포함된 경우 - 특별용도식품(특정보건용식품 포함), 영양기능식품, 알코올을 함유한 음료 - 지질, 포화지방산, 콜레스테롤, 당류(단당류 또는 이당류로서 당알코올이 아닌 것에 한함), 나트륨의 과잉 섭취로 이어지는 식품
	안전성의 근거 명확성 필요	<ul style="list-style-type: none"> • 다음 중 하나에 따라 안전성을 평가 및 설명할 수 있어야 함 - 취식을 통한 평가 - 데이터베이스의 2차 정보 등을 이용한 정보 수집 - 최종 제품 또는 관여 성분에 있어서의 안전성 시험의 실시 • 기능성 관여성분의 상호작용에 관한 평가를 하고 상호작용이 있는 경우 판매 적절성을 설명할 수 있어야 함 - 기능성 관여성분과 의약품의 상호작용의 유무를 확인하고 상호작용이 인정되는 경우는 판매 적절성을 과학적으로 설명할 수 있는 것 - 기능성 관여 성분을 복수 포함하는 경우 당해 성분끼리의 상호작용의 유무를 확인하고, 상호작용이 인정되는 경우 판매하는 것의 적절성을 과학적으로 설명할 수 있는 것
	생산제조 및 품질관리 체제 확립	<ul style="list-style-type: none"> • 생산제조과정 상 위생관리, 품질관리에 대한 안전성을 확보할 수 있는 체제를 만들고 이를 설명해야 함 - (가공식품) 제조시설종업원의 위생관리 등 체제 - (신선식품) 생산, 채취, 어획 등의 위생 관리 체제 - 규격 외 제품의 유통을 방지하기 위한 대처 체제 - 기능성 관여성분 및 안전성 담보가 필요한 성분에 관한 정량시험 분석 방법 등(HACCP, GMP 인증 등을 적극적으로 도입할 것을 권장)
	건강 피해 보고를 받기 위한 체제 확립	<ul style="list-style-type: none"> • 건강 피해의 발생을 미연에 방지하고 피해가 확대되지 않기 위해 정보를 수집하고 보고하는 체제를 갖추어야 함

자료: 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)

[표 5.8] 일본 기능성표시식품 신청 절차

기능성표시식품 신청서류 준비	기능성 근거 명확화	<ul style="list-style-type: none"> • 하기 두 조건 중 하나를 충족하여 표시하려는 기능의 근거를 설명해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 최종제품을 이용한 임상시험 실시(특정 보건용 식품과 동일한 수준) - 최종제품 또는 기능성 관여 성분에 관한 연구 리뷰(시스템마틱 리뷰)
	포장 용기에 적절한 내용 표시	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 표시 기준, 등 기준에 관한 통지 및 Q&A, 「기능성 표시 식품의 신고 등에 관한 가이드라인」에 근거하여 포장 용기에 적절한 표시를 해야 함
서류 제출 이후	제출	<ul style="list-style-type: none"> • 하기의 자료를 소비자청장관에게 신고 <ul style="list-style-type: none"> - 해당 식품에 관한 표시 내용 - 식품 관련 사업참여 및 연락처 등의 식품 관련 사업자에 관한 기본 정보 - 안전성 및 기능성의 근거에 관한 정보 - 건강 피해 정보 수집 체제 - 기타 필요 사항
	제출자료 확인 (소비자청)	<ul style="list-style-type: none"> • 판매개시 예정일의 60일 전까지 신고서와 관련 자료를 누락없이 소비자청 장관에게 신고해야 함. 기재 누설 등 형식상의 불비가 있을 시 신고서 및 첨부 서류가 반송됨 • 제출번호 수령 후 소비자청 웹사이트 등에 정보 개시 • 제출번호가 표시된 상품이 판매되기 시작

자료: 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)

특정보건용식품 허가마크



▶ 일본 특정보건용식품 신청 절차

특정보건용식품은 신체의 생리학적 기능 등에 영향을 미치는 보건기능성분을 포함하고 있어, 특정한 보건 목적을 기대할 수 있다는 취지를 표시할 수 있는 식품임. 이러한 보건 용도를 표시하기 위해서는 개별적으로 최종 제품의 생리적 기능과 특정 보건기능의 유효성과 안전성 등에 관한 과학적 근거에 기반한 심사를 거치고, 소비자청 장관의 허가를 받아야 함. 허가 표는 특정보건용식품 분류 중 특정보건용식품에 관한 내용을 다룸

[표 5.9] 일본 특정보건용식품 신청 절차

특정보건용식품 분류	특정보건용식품	<ul style="list-style-type: none"> • 섭취 시 특정 보건 효과를 기대할 수 있는 식품
	특정보건용식품 (질병위험 감소표시)	<ul style="list-style-type: none"> • 관여 성분(칼슘, 엽산)의 질병 위험 감소 효과가 과학적으로 인정되어 해당 내용에 대한 표기를 허가하는 식품
	조건부 특정보건용식품	<ul style="list-style-type: none"> • 한정적인 과학적 근거가 뒷받침된다는 안내 문구를 표기한다는 조건하에 일정 수준의 유효성이 확인된 식품을 특정보건용식품으로 인정한 것
	규격기준형 특정보건용식품	<ul style="list-style-type: none"> • 관여성분에 충분한 과학적 근거가 축적되어 있거나, 기존의 허가 실적이 다수 존재하여 소비자위원회 개별 심사 없이 사무국에서 규격 기준을 심사 후 허가하는 식품
정의 및 기준규격	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 보건 목적으로 어떠한 제품을 소비하는 소비자에게, 해당 제품의 섭취로 특정 보건 목적을 기대할 수 있다는 취지의 표시를 하는 식품 • 특정보건용식품으로 식품의 표기를 허가받거나, 식품을 판매하기 위해서는 건강증진법(하기참조)에 의거, 소비자청의 허가 필요 - (제43조 제1항) 판매하고자 하는 식품에 유아용, 임신부용, 병자용, 그 외 내각부령으로 정하는 특별한 용도에 적합하다는 내용의 표시를 하려고 하는 자는 내각총리대신의 허가를 받아야 함 - (제63조 제1항) 일본에서 판매되는 제품을 외국에서 판매하고자 할 경우, 특별용도표시를 하려는 자는 내각총리대신의 승인을 받아야 함 	
신청방법	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 법인을 보유했을 경우, 법인 소재지의 보건소에 표시 허가 신청서 제출 • 일본 법인이 존재하지 않는 해외기업의 경우, 소비자청에 직접 서류 제출 - 일본 법인을 보유할 경우 '허가' 신청, 일본 법인을 보유하지 않는 해외기업의 경우 '승인' 신청 필요 	

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.9] 일본 특정보건용식품 신청 절차

<p>승인요건</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 특정보건용식품을 판매하기 위해서는(식품에 관련 표기를 삽입하기 위해서는) 임상시험(일본인을 대상으로 함)을 통해 소비자청장의 허가를 받아야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 판매 및 표시의 허가를 위해 식품의 유효성, 안전성을 입증받아야 함 • 제품의 생리기능, 보건기능에 대한 유효성 및 안전성과 관련해서 아래와 같은 검사 진행 <ul style="list-style-type: none"> - 동물 실험: 동물 대상 안정성 시험 - 시험관 실험: Vitro(시험관 세포배양) 시험 - 인체 임상시험: 용량 설정 시험, 유효성평가 임상시험, 과다섭취 안정성 시험, 장기 섭취 안정성 시험 <p>* 규격기준형 특정보건용식품의 경우, 과다섭취에 대한 안정성 시험만이 요구됨</p>
<p>필수 표기사항</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 상품명 <ul style="list-style-type: none"> • 상품명을 승인 신청서 및 첨부자료에 기재한 바와 같이 표시 2. ‘특정보건용식품’ 문구 <ul style="list-style-type: none"> • ‘특정보건용식품’ 또는 ‘조건부 특정보건용식품’이라는 문구 기재 3. 허가표시 <ul style="list-style-type: none"> • 소비자청으로부터 허가받은 내용을 표기 4. 1일 섭취기준량 <ul style="list-style-type: none"> • 신청서에 기재한 바와 같이 1일 섭취기준량 기재 5. 영양성분 및 열량 <ul style="list-style-type: none"> • 특정보건용식품의 관여성분을 포함하도록 작성 6. 내용량 <ul style="list-style-type: none"> • 제품의 총중량을 표기(소포장 제품의 경우 소포장된 제품의 개당 용량 및 제품에 포함된 소포장 제품의 개수를 기재) 7. 1일 섭취기준량에서 차지하는 비율 <ul style="list-style-type: none"> • 1일 섭취기준량에 따라 해당 식품을 섭취했을 때, 관여 성분이 기준치에서 차지하는 비율을 백분율 또는 비율로 표시 8. 섭취방법 <ul style="list-style-type: none"> • 제품의 섭취 방법을 기술 9. 섭취 시 주의사항 <ul style="list-style-type: none"> • 승인 신청서 및 첨부 자료에 기재한 바와 같이 기재 10. 조리 및 보관 시 주의사항 <ul style="list-style-type: none"> • 해당 식품의 조리 및 보관과 관련하여 특이사항이 있을 시, 관련한 내용을 설명하는 주의사항을 표기 11. 균형잡힌 식습관을 권장하는 문구 <ul style="list-style-type: none"> • 하기 문구의 표기 필요(일본어로 작성) : 食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。 : 주식, 주채, 부식을 기본으로 식사의 균형을 맞추는 것이 중요합니다.

자료: KATI농식품수출정보

▶ **일본 영양기능표시식품**

영양기능표시식품은 영양성분의 기능을 표시하여 판매되는 식품으로서, 포장용기에 들어있는 일반소비자 대상 가공식품 및 신선식품이 영양기능표시식품의 대상이 될 수 있음. 이를 판매하기 위한 기본조건으로 1일 섭취기준량에 포함되어 있는 해당 영양성분량이 국가가 정한 상한하한치 기준 이내여야 함. 영양성분표시와 섭취 시 주의사항, 소비자청 장관의 개별심사를 받지 않았다는 표시 등 필수 표기사항이 정해져 있으며, 별도로 국가에 허가신청이나 신고할 필요가 없음. 하기 표에서 규정하고 있는 20종류의 영양성분에 대해 이미 과학적 근거가 확인된 영양성분이 규정된 상한하한치 범위 내에 있는 경우, 별도의 신고 없이도 영양성분의 기능을 표시할 수 있음

[표 5.10] 일본 영양기능표시식품 표기사항

필수 표기사항	1. 기본사항	<ul style="list-style-type: none"> 표시는 8포인트 이상의 크기로 표시해야 하며, 표시 가능한 면적이 150cm² 이하인 경우, 5.5포인트 이상으로 표시 가능 신선식품이라도 영양기능식품으로 판매할 경우, 반드시 필요표기사항을 기재한 포장용기에 넣어 판매해야 함
	2. '영양기능식품' 표시 및 해당 기능성분 명칭	<ul style="list-style-type: none"> '영양기능식품'이라는 점을 표시해야 하며, 기능성분의 명칭을 함께 표시(예: 영양기능식품(아연)) 규격기준이 정해져 있는 복수의 영양성분을 영양기능으로 표시할 경우, 표시순서는 정해지지 않음
	3. 영양성분의 기능	<ul style="list-style-type: none"> 영양기능식품 규격기준에 따라정해진 영양기능표시 내용을 기재해야 하며, 영양성분의 기능 관련 내용을 변경하거나 생략하는 것은 불가
	4. 영양성분량 및 열량	<ul style="list-style-type: none"> 1일 섭취기준량 당 영양성분량 및 열량을 표시하고 기능을 표시할 영양성분량은 정해진 방법에 따라 얻을 수 있는 값을 표시(영양기능식품에는 합리적 추정치에 따른 값의 표시는 인정되지 않음)

자료: 식품의약품안전처

[표 5.10] 일본 영양기능표시식품 표기사항

필수 표기사항	5. 섭취 방법	<ul style="list-style-type: none"> 예: 물과 함께 섭취하십시오.
	6. 특정 문구 표시	<ul style="list-style-type: none"> 균형잡힌 식생활을 보급하고자 함에 대한 문구 소비자청장관의 개별 심사를 받은 것이 아니라는 문구 특정대상자에 대하여 주의를 필요로 하는 경우 해당 주의사항
	7. 1일 섭취기준량에서 차지하는 비율	<ul style="list-style-type: none"> 1일 섭취기준량에 따라 해당 식품을 섭취했을 때, 관여 성분이 기준치에서 차지하는 비율을 백분율 또는 비율로 표시
	8. 보관방법	<ul style="list-style-type: none"> 조리 또는 보관에 특히 주의를 필요로 하는 경우 해당 주의사항을 표시해야 함. 다만 신선식품의 경우 상온보관 또는 유의사항이 없는 경우 생략 가능
	9. 영양성분량 비율	<ul style="list-style-type: none"> 1일 섭취기준량에 포함된 기능을 표시하는 영양성분량이 「영양소 등 표시 기준치」에서 차지하는 비율 영양소 등 표시 기준치: 일본인이 일일 필요로 하는 영양소의 평균적인 값으로서 식사 섭취 기준을 바탕으로 성별, 연령계급별 인구에 따라 가중 평가한 값
	10. 기타 표기사항	<ul style="list-style-type: none"> 1일 섭취기준량, 섭취방법, 섭취시 주의사항을 표기
표시 금지사항	11. 특정 문구 및 용어	<ul style="list-style-type: none"> 특정 보건 목적을 기대할 수 있다는 문구 영양성분의 규격기준이 정해져 있는 경우, 이외 성분의 기능을 나타내는 용어(예: 다이어트 기능, 눈이 피로한 분에게) 소비자청 장관이 개별적으로 심사 등을 한 것처럼 오해할 수 있는 문구(예: 소비자청 장관 인정 규격기준 적합)
영양기능식품 표시가 적합하지 않은 식품		<ul style="list-style-type: none"> 맥주 등 알코올음료와 나트륨, 당분 등을 과다하게 섭취하게 만드는 식품 등은 영양기능식품 표시를 함에 따라 해당 식품이 건강증진에 도움이 된다는 오해를 불러일으킬 수 있으므로 영양표시 식품표시에 부적합함
영양기능식품의 로고		<ul style="list-style-type: none"> 영양기능식품은 별도의 로고가 존재하지 않으며 규정에 따라 제품에 문자로 표기해야 함

자료: 식품의약품안전처

[표 5.11] 일본 영양기능식품 규격기준²⁰⁾

영양성분	1일 섭취기준량에 포함되는 영양성분량		영양기능표시	주의항기 표시
	하한치	상한치		
오메가3 지방산	0.6g	2.0g	오메가3 지방산은 피부 건강유지를 돕는 영양소입니다.	본 제품은 다량으로 섭취해도 질병을 치료하거나 건강을 증진하는 식품이 아닙니다. 1일 섭취기준량을 지켜주세요.
아연	2.64mg	15mg	아연은 미각을 정상적으로 유지하는 데에 필요한 영양소입니다. 아연은 피부와 점막의 건강 유지를 돕는 영양소입니다. 아연은 단백질·핵산의 대사에 관여하여, 건강유지를 돕는 영양소입니다.	본 제품은 다량으로 섭취해도 질병을 치료하거나 건강을 증진하는 식품이 아닙니다. 1일 섭취기준량을 지켜주세요. 아연의 과다섭취는 구리의 흡수를 저해할 우려가 있으므로, 과다섭취하지 않도록 유아·소아는 본 제품의 섭취를 피해주세요.
칼륨	840mg	2,800mg	칼륨은 정상 혈압 유지에 필요한 영양소입니다	본 제품은 다량으로 섭취해도 질병을 치료하거나 건강을 증진하는 식품이 아닙니다. 1일 섭취기준량을 지켜주세요. 신장 기능이 저하된 분은 본 제품의 섭취를 피해주세요.
칼슘	204mg	600mg	칼슘은 뼈와 치아 형성에 필요한 영양소입니다	본 제품은 다량으로 섭취해도 질병을 치료하거나 건강을 증진하는 식품이 아닙니다. 철 1일 섭취기준량을 지켜주세요.
철	2.04mg	10mg	철은 적혈구를 만드는 데에 필요한 영양소입니다.	
구리	0.27mg	6.0mg	구리는 적혈구 형성을 돕는 영양소입니다. 구리는 다량의 체내 효소의 정상적인 활동과 뼈 형성을 돕는 영양소입니다.	본 제품은 다량으로 섭취해도 질병을 치료하거나 건강을 증진하는 식품이 아닙니다. 1일 섭취기준량을 지켜주세요. 유아·소아는 본 제품의 섭취를 피해주세요.
마그네슘	96mg	300mg	마그네슘은 뼈와 치아 형성에 필요한 영양소입니다. 마그네슘은 많은 체내 효소의 정상적인 활동과 에너지 생산을 도우며 혈액순환을 정상으로 유지하는 데에 필요한 영양소입니다.	본 제품은 다량으로 섭취해도 질병을 치료 하거나 건강을 증진하는 식품이 아닙니다. 다량으로 섭취하면 설사하는 경우가 있습니다. 1일 섭취기준량을 지켜주세요. 유아·소아는 본 제품의 섭취를 피해주세요.

자료: 식품의약품안전처

20) 해당 규격기준은 원문 내용 중 일부이며, 더욱 자세한 내용은 일본 후생노동성의 'Food with Nutrient Function Claims(FNFC)'을 참고하시기 바랍니다.

3. 일본 흑더덕가공품 라벨링

[표 5.12] 일본 흑더덕가공품 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 명칭	<ul style="list-style-type: none"> • 품명, 종류별, 명칭 등을 기재
	2. 원재료명	<ul style="list-style-type: none"> • 사용한 원재료를 식품첨가물과 식품첨가물 이외의 원재료로 구분하여 규정에 따라 기재할 것 • 식품첨가물은 중량 배합 많은 순으로 기재 • 식품첨가물 이외의 원재료는 중량 배합 많은 순서를 따르되 가장 일반적 명칭으로 기재할 것 • 식품첨가물 이외의 원재료가 2가지 이상(복합원재료)인 경우 괄호 안에 배합률 높은 순으로 기재 (단, 주원료에 5% 미만이면 생략 가능)
	3. 내용량(또는 고형량, 내용총량)	<ul style="list-style-type: none"> • 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재할 것 • 고형물에 충전액 더한 경우 내용량 대신 고형량과 내용 총량 병기할 것 (예: 통조림, 병조림)
	4. 유통기한 ²¹⁾	<ul style="list-style-type: none"> • 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한 설정하고 표기할 의무와 책임이 있음 • 제조부터 유통기한까지 3개월 이내인 경우: ‘평성 26년 5월 31일’, ‘26.5.31’, ‘2014.05.31.’, ‘14.5.31’ 표기 중 선택 • 제조부터 상미기한까지 3개월 넘는 경우: ‘평성 26년 5월’, ‘26.5’, ‘2014.05’, ‘14.5’ 표기 중 선택하거나 3개월 이내의 경우 표기 방법대로 기재해도 무방함
	5. 식품첨가물	<ul style="list-style-type: none"> • 지정첨가물 (후생노동대신이 지정한 436품목) • 기존첨가물 (일본에서 이미 사용 중 / 장기간 사용된 것, 예외로 지정받지 않은 치자 색소, 감 탄닌 등 365품목) • 천연향료 (동식물유래 물질로 식품에 향 첨가를 목적으로 사용되는 바닐라 향료, 게 향료 등 약 600품목) • 일반 음식첨가물로 사용되는 것 (딸기주스, 한천 등 약 100품목) • 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브리스트 식품첨가물로서, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 불인정

자료: 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare),
일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)

21) 일본은 상미기한(賞味期限)과 소비기한(消費期限) 두 가지 기한을 사용하고 있음. 상미기한은 맛있게 먹을 수 있는 기한을 뜻하며, 소비기한은 해당 기한까지 섭취할 것을 권장하는 기한임

[표 5.12] 일본 흑더덕가공품 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 보존방법	<ul style="list-style-type: none"> • ‘직사광선을 피하고 상온에서 보존’ 등 유의사항 기재 • ‘10℃ 이하에서 보존할 것’, ‘개봉 후 냉장’ 등 유의사항 기재 • 상온 보존 이외에 유의사항이 없는 경우 생략 가능
	7. 알레르겐	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 원재료 등²²⁾을 원재료로 사용한 가공식품은 알레르기 유발물질 표시할 것을 권장함 • 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 ‘알레르겐’을 표기할 것 • 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시 • ‘○○을 포함’이라는 문구의 ○○에는 특정 원재료 등 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 ‘○○ 유래’로 표시 • 2023년 일본 소비자청은 알레르기 유발물질에 호두를 추가했으며, 산업 및 이해관계자의 적용 기간을 고려하여 2025년까지 전환기간을 가짐 • 표시 의무 사항은 밀가루, 땅콩을 포함한 8품목임
	8. 영양성분 및 열량	<ul style="list-style-type: none"> • 영양성분표시는 실제 성분치와 비교하여 이상이 없어야 함 • 의무 표기정보: 에너지, 단백질, 지질, 탄수화물, 나트륨(식염상당량) • 권장 표기정보: 포화지방산, 식이섬유 • 기타 표기정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등
	9. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 수입품의 경우 원산지국을 표시할 것
	10. 수입업체 및 제조업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소를 기재할 것
	11. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> • 단위는 g(또는 kg), l(또는 ml)로 기재할 것
	12. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 일본어로 표기할 것 • 폰트의 최소 사이즈는 8포인트로 할 것

자료: 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare),
일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)

22) 2023년 일본 소비자청이 개정된 《식품표시기준》의 별첨 「알레르겐을 포함한 식품에 관한 표시」에 따르면 ‘특정 원재료’의 정의는 해당 원재료를 포함하고 있음을 의무적으로 표시해야 하는 “특정 원재료”로 변경됨

▶ 일본 흑더덕가공품 라벨 샘플

	<p>商品名：純・発酵紅参プレミアム</p> <p>名 称：清涼飲料水</p> <p>原材料名：イソマルトオリゴ糖、紅参濃縮液、発酵紅参濃縮液、マルトデキストリン、甘草濃縮液、ナツメ濃縮液、麦芽糖/クエン酸</p> <p>内容量：100g (10g x 10包)</p> <p>賞味期限：瓶外下部に記載</p> <p>保存方法：直射日光、高温多湿を避けて保存してください。</p> <p>原産国名：大韓民国</p> <p>輸入者：ヒシロウマシューカンパニー株式会社 東京都中央区日本橋蛸屋町1-16-11 EDGE日本橋蛸屋町19F</p> <p>お召上がり方 1日に1包 (10g) を目安にお召上がりください。</p> <p>栄養成分表示 (1包 10g 当たり)</p> <p>エネルギー：75 kcal 炭水化物：1.7g たんぱく質：0.1g 実重量：0g 糖 質：0g</p> <p>Compound K：4.0 mg</p> <p>ニュートラテクノス社の発酵紅参原料を使用した製品です。</p> <p>農水省は、生産、流通、販売を基本に、食卓のパートナー。</p> <p>カスタマーセンター 03-6231-0675</p>		<p>使用上の注意</p> <p>本品は、内容物が飛び出すことがありますので、ご注意ください。</p> <p>よく振ってから飲むください。</p> <p>食品アレルギーのある方は原材料をお読みの上お召上がりください。</p> <p>また、体質や体調により、まれに合わない場合があります。</p> <p>開封後は、おめにお召上がりください。また開封後の保管はお控えください。</p> <p>開封時やお召上がりの際にびりびり音が聞こえる場合があります。ご注意ください。</p> <p>・保存状態により食感や色調が変化する場合がありますが、品質に問題はありません。</p> <p>・原料由来の細かい粒が落ちますが、品質に問題はありません。</p> <p>・個包装のまま電子レンジで加熱しないでください。</p> <p>・薬を服用中あるいは通院中や妊娠・授乳中は、医師とご相談の上お召上がりください。</p> <p>賞味期限経過後は、本製品の飲用はお控えください。</p> <p>本品製造工場では、えび、かに、卵、乳製品、そば、落花生を含む製品と共通の設備で製造しています。</p>
[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]	[옆면 라벨링 1]	[옆면 라벨링 2]

[앞면 - 일본어]

(미기재)

[앞면 - 국문]

- ① 지식과 나눔
- ② 서울대학교 기술지주 자회사
- ③ 초월홍삼
- ④ 순·발효홍삼
- ⑤ 프리미엄
- ⑥ compound K 40mg
- ⑦ 안전관리인증 HACCP
- ⑧ 6년근
- ⑨ 홍삼음료 10g x 10포(100g / 75kcal)
- ⑩ 홍삼농축액 7%, 발효홍삼농축액 5%

[뒷면 - 일본어]

- ① 商品名：純・発酵紅参プレミアム
- ② 原材料名：イソマルトオリゴ糖、紅参濃縮液、発酵紅参濃縮液、マルトデキストリン、甘草濃縮液、ナツメ濃縮液、麦芽糖/クエン酸

[뒷면 - 국문]

- ① 상품명：순·발효 홍삼 프리미엄
- ② 재료명：이소말트 올리고당, 홍삼농축액, 발효홍삼농축액, 말토덱스트린, 감초농축액, 대추농축액, 맥아당/구연산

- ③ 内容量：100g (10g x 10包)
- ④ 賞味期間：枠外下部に記載
- ⑤ 保存方法：直射日光、高温多湿を避けて保存してください。
- ⑥ 原産国名：大韓民国
- ⑦ 運輸者：ヒストリーメーカージャパン株式会社/東京都中央区日本橋蛸殻町1丁目16-11 9F EDGE日本橋蛸殻町9F
- ⑧ お召し上がり方
- ⑨ 1日に1包(10g)を目安にお召し上がりください。

栄養成分表示 (1包10g当たり)	
エネルギー: 7.5kcal	炭水化物: 1.7g
タンパク質: 0.1g	食塩相当量: 0g
脂質: 0g	

Compound K: 4.0mg

- ⑩ ニュートラパナックス社の発酵紅参原料を使用した製品です。
- ⑪ 食生活は、主食、野菜を基本に、食事のバランスを。
- ⑫ カスタマーレポート 03-6231-0675

[옆면1 - 일본어]

- ① 製造番後：24241041290113
- ② 賞味期間：2025.01.12.
- ③ 製品品質保護

[옆면2 - 일본어]

- ① 使用上の注意
- ② 開封時に内容物が飛び出ることがありますので、ご注意ください。

- ③ 내용량: 100g (10g x 10포)
- ④ 유통기간: 테두리 밖 하단에 기재
- ⑤ 보관방법: 직사광선, 고온다습한 곳을 피해서 보관하십시오.
- ⑥ 원산지명: 대한민국
- ⑦ 수입자: 히스토리메이커 재팬 주식회사 / 도쿄도 추오구 니혼바시 가키가라초 3丁目3번지/F EDGE 니혼바시 가키가라초 9F
- ⑧ 드시는 방법
- ⑨ 하루에 1포(10g)를 기준으로 드세요.

영양성분표시(1포 10g당)	
에너지: 7.5kcal	탄수화물: 1.7g
탄パク質: 0.1g	食塩相当量: 0g
脂質: 0g	

Compound K: 4.0mg

- ⑩ 뉴트라파낙스의 발효 홍삼 원료를 사용한 제품입니다.
- ⑪ 식생활은 주식, 야채를 기본으로, 식사의 균형을 맞추십시오.
- ⑫ 고객 리포트 03-6231-0675

[옆면1 - 국문]

- ① 제조번호：24241041290113
- ② 유통기한：2025.01.12.
- ③ 제품 품질 보호

[옆면2 - 국문]

- ① 사용 시 주의
- ② 개봉 시 내용물이 튀어나올 수 있으니 주의해 주십시오.

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ③ よく振ってからお飲みください。 ④ 食物アレルギーのある方は原材料をお確かめの上お召し上がりください。また、体質や体調により、まれに合わない場合があります ⑤ 個袋を開封後は、お早めにお召し上がりください。また開封後の保管はお控えください。 ⑥ 開封時やお召し上がりの際に切り口で手や口を切らないようにご注意ください。 ⑦ 保存状態により食感や色調が変化にしますが、品質に問題はありません。 ⑧ 原料由来の細かい粒が見られますが、品質に問題はありません。 ⑨ 個袋のまま電子レンジで加熱しないでください。 ⑩ 薬を服用中あるいは通院中や妊娠・授乳中の方は、医師とご相談の上お召し上がりください。 ⑪ 賞味期限経過後は、本製品の飲用はお控えください。 ⑫ 本品製造工場では、えび、かに、卵、乳製品、そば、落花生を含む製品と共通の設備で製造しています。 | <ul style="list-style-type: none"> ③ 잘 흔든 후에 드세요. ④ 음식 알레르기가 있는 분은 원재료를 확인하신 후 드세요. 또한 체질이나 컨디션에 따라 드물게 맞지 않는 경우가 있습니다. ⑤ 개별 봉지를 개봉한 후에는, 되도록 빨리 드세요. 또한 개봉 후 보관은 삼가해 주십시오. ⑥ 개봉 시 또는 섭취 시 절단면에 손이나 입을 베지 않도록 주의해 주십시오. ⑦ 보존 상태에 따라 식감이나 색조가 변화할 수 있으나, 품질에는 문제가 없습니다. ⑧ 원료의 미세한 입자가 보이지만, 품질에는 문제가 없습니다. ⑨ 개봉한 상태로 전자레인지에 가열하지 마십시오. ⑩ 약을 복용 중이거나 통원 중이거나 임신·수유 중인 분은, 의사와 상의하신 후 드십시오. ⑪ 유통기한 경과 후에는, 본 제품의 음용을 삼가해 주십시오. ⑫ 본품 제조 공장에서는, 새우, 계, 달걀, 유제품, 메밀, 땅콩을 포함한 제품과 공통의 설비에서 제조하고 있습니다. |
|---|--|

4. 일본 흑더덕가공품 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

일본에서 사용 가능한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준은 일본 식품위생법 제 12조에 따라 일본 후생노동성에서 규정하고 있으며 그 종류에는 지정첨가물, 기존첨가물, 천연향료 등이 있음. 특히, 지정첨가물과 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로, 이 리스트에 기재되지 않은 첨가물의 사용은 인정하지 않음. 흑더덕가공품을 ‘기타가공품’으로 분류하여 검색 시 총 246건의 식품첨가물을 발견했으며, 하기 표는 기타가공품에 적용되는 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 자세한 규정 및 기준, 사용조건은 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.13] 일본 기타가공품 관련 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	사용기준
1	아세트알데하이드	Acetaldehyde	모든 식품	일반사용기준 (착향의 목적 외 사용불가)
2	아세토페논	Acetophenone		
3	지방족고급알콜류	Aliphatic higher alcohols		
4	키프론산 알릴	Allyl hexanoate		
5	알릴이소티오시아네이트	Allyl isothiocyanate		
6	방향 알코올	Aromatic alcohols		
7	아밀알코올	Amyl alcohol		
8	아세설팜 칼륨	Acesulfame potassium	영양기능식품	(정제에 한함) 6.0g/kg 이하 (특별 용도 표시 허가 또는 승인을 받은 경우는 이에 한하지 않음)
9	바이오틴	Biotine		일반사용기준
10	구리 글루코네이트	Copper gluconate		5mg/해당 식품 1일 섭취 기준량(구리)
11	All-rac- α -토코페롤 아세테이트	All-rac- α -tocopheryl acetate		α -토코페롤로서 150mg/해당 식품의 일일 충분섭취량 (특정보건용식품·영양기능식품 이외 사용금지)

자료: KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare)은 식품위생법 관련 고시 및 성령(省令)에서 식품 성분규격과 유해물질 기준치를 규정하고 있음. 또한, 적은 수의 유해물질에 대해서는 별도의 통지로 잠정적 규제치 및 식품위생법 제 6조를 위반하는 경우로 정함. 이는 부패 혹은 변질된 것 또는 미숙한 것은 판매 또는 판매용으로 제공하기 위하여 채취, 제조, 수입, 가공, 사용, 조리, 저장 혹은 진열해서는 안 된다는 내용을 포함함. 하기 표는 기타가공품에 적용되는 일본 유해물질 기준을 분석한 결과임

[표 5.14] 일본 기타가공품 관련 유해물질 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	잔류허용기준
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	모든 식품	10ppb 이하
2	컴프리	Symphytum(comfrey)		불검출
3	미생물	Microorganism	용기포장 가압가열살균식품 (청량음료수, 식육제품, 고래고기제품 및 어육연제품 제외)	불검출

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

일본 식품표시기준에서 정한 특정 원재료를 사용한 가공식품 및 특정 원재료를 이용한 첨가물을 함유한 식품은 알레르기 유발물질을 표시할 의무가 있음. 개별 표시의 원칙에 의한 표시 방법은 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것을 원재료로 포함하는 경우에는 원칙적으로 원재료명 바로 뒤 괄호 안에 특정 원재료 등을 포함하고 있음을 표시해야 함. 일본에서 흑더덕가공품 유통 시 제품 라벨에 표기해야 하는 알레르겐 필수표기 성분 목록은 하기 표와 같음

[표 5.15] 일본 알레르겐 표기 대상 성분

순번	표시 의무 여부	대상	순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	밀	15	권장	오렌지
2	의무	새우	16	권장	키위
3	의무	계	17	권장	바나나
4	의무	달걀	18	권장	복숭아
5	의무	땅콩	19	권장	사과
6	의무	우유	20	권장	소고기
7	의무	메밀	21	권장	돼지고기
8	의무	호두	22	권장	닭고기
9	권장	캐슈넛	23	권장	젤라틴
10	권장	전복	24	권장	송이버섯
11	권장	오징어	25	권장	참깨
12	권장	연어	26	권장	참마
13	권장	연어알	27	권장	대두
14	권장	고등어	28	권장	아몬드

자료: 자료: 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 서니마트(Sunny Mart)
2. 코다와리이치바(Kodawari Ichiba)
3. 포어모스트컴퍼니
(Foremost Company)

Interview ①

23)



서니마트
(Sunny Mart)

- 유형: 소매유통업체
- 업체 특징:
 - 1975년 설립
 - 도쿄에 위치한 유통업 및 소매업체
 - 취급 품목으로는 자연 제품, 건강기능제품, 화장품 등
 - 온/오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Store Manager

서니마트 (Sunny Mart)
Store Manager

Q. 최근 일본에서 한국 건강기능식품 소비와 관련된 변화된 트렌드나 이슈가 있을까요? 있다면 무엇이 있는지 설명해주세요.

일본에서는 현재 한국산 건강기능식품을 포함한 모든 건강기능식품 시장에서 기분 전환과 스트레스 해소에 도움이 되는 건강기능식품 수요가 많아졌습니다. 코로나19 팬데믹 기간동안 숙면에 불편함을 느끼는 소비자가 급증해 수면에 도움이 되는 제품들이 큰 인기를 끌었습니다. 또한 비타민이나 각종 미네랄이 함유된 건강기능식품은 이전부터 면역력을 높여주는 제품으로 꾸준히 소비되고 있습니다.

Q. 고객사에서는 더덕, 도라지, 흑삼을 활용한 액상차 제품을 판매하고 있습니다. 이 재료들에 대한 일본 소비자들의 인지도는 어느 정도 되는지 설명해주세요.

일본에서 더덕은 산나물로 알려져 있으며, 간혹 김치처럼 반찬으로 만들어 먹기도 하는 재료입니다. 도라지의 경우 일본에서는 멸종위기종 식물이기 때문에 상업적으로 활용하지 않습니다. 흑삼은 일본에서는 거의 알려지지 않은 원료이며, 온라인 쇼핑몰에서 일부 한국산 제품이 적은 수량으로 판매되고 있는 것으로 알고 있습니다. 그러나 제품 사용과 관련해 유의미한 일본 소비자들의 후기를 찾아보기는 어렵습니다.

Q. 일본에서 최근 건강기능식품 재료로 주목받고 있는 것이 있다면 말씀해주세요.

일본에서 건강기능식품 재료라고 하면, 한국산 제품의 경우 대부분의 소비자들 이 홍삼이나 인삼을 떠올립니다. 인삼은 한국산 제품이 아니더라도 일본 소비자들에게 가장 널리 받아들여지는 건강기능식품 재료입니다. 한편, 최근 일본에서 사슴 태반(녹태) 재료의 인기가 소비자들 사이에서 빠르게 증가하고 있습니다. 사슴 태반은 미용에 효능이 있으며 주로 화장품 재료로 사용하던 것입니다. 최근 몇몇 일본 업체들이 사슴 태반을 주재료로 차나 다이어트 보조제 제품을 만들어 판매하고 있습니다.

Q. 일본에서 건강기능식품 유통 시, 소비자들로부터 선호 받을 수 있는 제품 인증은 무엇이 있을까요? 이유와 함께 설명해주세요.

일본 소비자들은 건강기능식품 소비 시 일본 기능성보건식품 마크나 특정보건용식품 마크가 새겨진 제품을 선호합니다. 또한 영양기능표시식품 표시가 되어 있는 제품 역시 소비자들로부터 신뢰도를 얻을 수 있습니다. 따라서 일본으로 건강기능식품을 수출할 시, 해당 인증을 취득한 제품이라면 보다 일본 소비자들로부터 빠르게 인지도를 쌓을 수 있을 것입니다.

Q. 현재 일본에서 인기 있는 건강기능식품 브랜드가 있다면, 브랜드명과 이유를 함께 꼽아주세요.

G사 브랜드 제품과 J사 브랜드 제품이 있습니다. G사 제품은 많은 K-POP 아이돌들이 해당 제품을 다이어트 보조제로 사용하고 있다는 얘기를 통해 유명해졌습니다. J사 제품은 스틱 형태의 간편한 인삼 추출물 제품이란 점과 더불어, 한국 드라마, 미디어에 노출 빈도가 잦기에 일본인들에게는 매우 친숙한 브랜드입니다.

Q. 고객사 제품이 일본에서 판매되기 위해 가장 먼저 신경써야 하는 점은 무엇인가요?

고객사 제품이 가지고 있는 가장 큰 리스크는 대중적이지 않은 재료로 만들어졌다는 것입니다. 더덕은 삼림이 많은 지역에서 자라는 식물, 약용 식물로 알려져 일부 일본 소비자들에게 친숙하지만, 일본 요리와 궁합이 좋지 않기 때문에 일반적으로 사용되는 재료가 아닙니다. 또한 도라지와 흑삼의 경우 더덕보다도 현지 소비자들에게 인지도가 떨어집니다. 따라서 고객사 제품을 일본으로 유통시키기 위해서는 일본 소비자들에게 더덕, 도라지, 흑삼 재료를 널리 알려 인지도를 높이는 것이 우선입니다.

Q. 일본에서 판매되는 건강기능식품은 어떤 홍보 마케팅 전략을 활용하나요?

TV나 소셜미디어, 다양한 미디어 플랫폼에 노출 시키는 전략을 사용합니다. 실제로 고객사 제품과 유사한 인삼가공품 제품들은 많은 광고와 드라마에 등장하기 때문에 사람들이 제품에 익숙합니다.

Q. 처음 일본 시장에 진출하는 한국산 건강기능식품이 제품 인지도를 높이기 위해 사용하는 홍보방법은 어떤 것들이 있었나요?

먼저, 소비자들에게 재료에 대해 충분히 설명해야 합니다. 일본 보건부가 해당 재료들을 검토해서 이점 및 효과들을 과학적으로 검증하고, 보건부로부터 해당 제품이 추천될 수 있도록 하는 것이 중요합니다. 일본 소비자들은 단지 포장에 기능이 쓰여 있다고 해서 내용을 믿고 구매하지는 않을 것입니다.

Q. 고객사 제품 중 흑더덕가공품 제품에 대한 피드백을 부탁드립니다.

고객사 흑더덕가공품 제품의 소비자가격인 1박스에 5만 8,000원 가격은 타 건강식품 대비 비교적 저렴한 편입니다. 홍보문구의 경우, 9종 9포 흑더덕임을 강조하는 것 외에 제품에 들어가는 재료들을 구체적으로 강조해 표현하는 것이 좋을 것으로 보입니다. 여성 건강에 좋다는 것을 강조하기 위해서는 갱년기, 생리불순, 피부미용 등에 구체적으로 어떻게 작용되어 좋은 것인지 설명이 추가된다면 소비자들에게 더욱 주목받을 수 있을 것으로 보입니다. 마지막으로 취득 인증의 경우 현재 취득한 GAP, HACCP 인증 외에 유기농이나 친환경 관련 인증이 추가된다면 소비자들의 제품 신뢰성이 더욱 올라갈 것으로 보입니다.

Q. 고객사 흑더덕가공품과 같은 건강기능식품 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인지 이유와 함께 말씀해주세요.

건강기능식품의 가장 적절한 유통채널은 드렉스토어입니다. 소비자들은 드렉스토어 내 직원에게 자신이 찾고 있는 제품에 대해서 설명을 듣길 희망합니다. 만일 이러한 설명이 없을 시 소비자들은 가격대가 비싼 건강기능식품을 구매하기를 꺼려합니다. 일본에서는 대부분 자신에게 효과가 없거나, 알레르기를 유발하는 제품이더라도 환불이나 교환이 어렵기 때문에 소비자들이 더욱 조심스럽게 제품을 구매합니다. 따라서 고객사 제품 정보에 대해 직원이 상세하게 설명할 수 있는 드렉스토어에 입점하여 유통하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 흑더덕가공품을 일본 어떤 소비층을 타겟으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.

보통 일본에서 건강기능식품을 섭취하는 주요 소비층은 일이 바빠 건강 관리가 필요한 중년층 직장인이나 노화로 인한 건강 이상을 우려하는 노년층입니다. 고객사 제품 재료는 일본에서 많이 알려지지 않은 제품이기 때문에 노년층의 경우 기저 질환으로 인해 쉽사리 새로운 제품을 구매하기를 망설일 것으로 보입니다. 따라서 고객사 제품의 타겟층으로는 기저 질환에 덜 민감하나 건강 관리에 대한 관심은 높은 중년층에 집중하는 것을 권장합니다.

Q. 고객사 흑더덕가공품 제품을 일본에서 홍보 시, 어떤 경로와 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

가장 좋은 방법은 일본 소비자청에 제품을 등록하고 인증하여 소비자들로 하여금 제품의 품질 및 안전에 대한 믿음을 주는 것입니다. 소비자청에 제품을 등록 후 온라인쇼핑몰에서 해당 사실을 알리면서 제품을 홍보한다면 소비자들에게 빠르게 고객사 제품을 알릴 수 있을 것입니다.

Interview ②

24)


**코다와리이치바
(Kodawari Ichiba)**

- 유형: 소매유통업체
- 업체 특징:
 - 1999년 설립
 - 도쿄에 위치한 유통업 및 소매업체
 - 취급 품목으로는 자연 제품, 건강기능제품 등
 - 온/오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Store Manager

**코다와리이치바 (Kodawari Ichiba)
Store Manager**

Q. 최근 일본에서 한국 건강기능식품 소비와 관련된 변화된 트렌드나 이슈가 있을까요? 있다면 무엇이 있는지 설명해주세요.

일본에서 유통되는 대부분의 한국 건강기능식품들이 이전에는 다이어트와 체중 감량 기능을 주로 담당했지만, 요즘은 비타민 B12나 락토티 성분 함유로 피부와 미용 기능을 제공하고 있습니다. 이는 일본 소비자들의 건강기능식품 소비 트렌드가 단순한 다이어트와 체중 감량을 위한 소비에서, 노화 방지나 피부 미용을 위한 소비로 바뀌어가고 있기 때문인 것으로 보입니다.

Q. 고객사에서는 더덕, 도라지, 흑삼을 활용한 액상차 제품을 판매하고 있습니다. 이 재료들에 대한 일본 소비자들의 인지도는 어느 정도 되는지 설명해주세요.

일본에서 더덕은 야생 당근이라고 불리고 있으며, 숲과 언덕을 따라 야생에서 자라는 것을 쉽게 볼 수 있습니다. 그러나 더덕은 식용으로 사용되기 보다는 일본의 노년층들이 종종 뒷마당에서 화분에 심고 기르는 용도로 사용됩니다. 도라지는 일본 소비자들이 드물게 접해보는 재료이며, 향이 강하고 섭취하기 어려운 재료라는 인식이 있습니다. 흑삼은 온라인 쇼핑몰에서 일부 판매되는 것으로 알고 있습니다만, 일본 소비자들에게는 홍삼, 인삼 제품과 비교했을 시에는 거의 인지도가 없는 재료입니다.

Q. 일본에서 최근 건강기능식품 재료로 주목받고 있는 것이 있다면 말씀해주세요.

일본에서는 이전부터 현재까지 인삼 추출물이 가장 인기가 많은 건강기능식품 재료입니다. 인삼 추출물을 몇 모금만 마셔도 몸이 따뜻해지는 것을 느낄 수 있을 정도로 빠른 효과가 있는 것으로 소비자들 사이에서 유명하며, 많은 인기 드라마에 인삼 추출물이 노출되었기 때문에 소비자들에게 매우 익숙합니다. 그 외에 최근 일본에서 주목받고 있는 건강기능식품 재료는 노화 방지 기능을 보유한 콜라겐이나 소화 개선 기능에 도움이 되는 프로바이오틱스 등의 재료가 있습니다.

Q. 일본에서 건강기능식품 유통 시, 소비자들로부터 선호 받을 수 있는 제품 인종은 무엇이 있을까요? 이유와 함께 설명해주세요.

한국에 자주 방문하는 일본 소비자들의 경우 한국산 제품 인증에 대해 크게 신경 쓰지 않으며, 해당 제품이 한국에서 얼마나 인기가 있느냐에 따라 인증 없이도 해당 제품을 구매할 것입니다. 하지만 한국을 자주 접하지 않은 일본 소비자들은 대부분 인증이 없는 제품에 대한 신뢰도가 낮고, HACCP 인증과 같이 표준 제조 기준 인증을 취득하지 않은 제품은 소비하려 하지 않을 것으로 보입니다.

Q. 현재 일본에서 인기 있는 건강기능식품 브랜드가 있다면, 브랜드명과 이유를 함께 꼽아주세요.

K사 홍삼 스틱 제품이 일본 온라인쇼핑몰에서 가장 잘 팔립니다. 석류로 인해 맛이 좋고 뒷맛이 씹쓸하지 않고, 마시기 쉽기에 소비자들이 선호합니다. 특정 브랜드는 아니나 미숫가루 제품군 또한 최근 일본 소비자들 사이에서 인기입니다. 커피처럼 가루를 자신이 좋아하는 음료에 쉽게 섞을 수 있고, 음료 전체를 압도하는 무거운 맛이 아니기에 이를 좋아합니다.

Q. 고객사 제품이 일본에서 판매되기 위해 가장 먼저 신경써야 하는 점은 무엇인가요?

고객사의 제품은 의학적이고, 신뢰성이 높아 보이나 맛에 대해서는 고객사 제품의 재료를 접해본 일본 소비자들이 적기 때문에 정보가 매우 적을 것으로 보입니다. 소비자가 신경 쓰는 부분 중 하나가 맛으로, 불쾌한 뒷맛을 남기는 제품은 아무리 건강에 좋아도 소비자들에게 선택받을 수 없습니다. 따라서 고객사 제품이 건강에도 좋으면서 맛도 나쁘지 않다는 것을 소비자들에게 알리는 것이 중요합니다.

Q. 일본에서 판매되는 건강기능식품은 어떤 홍보 마케팅 전략을 활용하나요?

일본에서 유통되는 건강기능식품 브랜드들은 마케팅을 공격적으로 하지 않는 것처럼 보이지만, 실제로는 라쿠텐, 아마존재팬 등 일본 주요 온라인쇼핑몰에 게재되는 많은 양의 제품 피드백과 사용 후기가 효과적인 마케팅 역할을 합니다. 소비자들은 다른 광고보다도 실제 제품을 사용한 사람들의 후기를 더욱 신뢰하기 때문에, 많은 일본 건강기능식품 브랜드들은 온라인쇼핑몰에 게재되는 후기 글에 민감하게 대응합니다.

Q. 처음 일본 시장에 진출하는 한국산 건강기능식품들이 제품 인지도를 높이기 위해 사용하는 홍보방법은 어떤 것들이 있었나요?

일본 소비자들은 처음 보는 건강기능식품을 구매 시 보통 주변 사람들의 추천을 받고 구매합니다. 따라서 위에서 언급한 온라인쇼핑몰 제품 후기 글 관리와 더불어 소비자들 사이로 제품 특성이 전해질 수 있는 바이럴 마케팅 위주로 접근해보시는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 제품 중 흑더덕가공품과 도라지가공품 제품 피드백을 부탁드립니다.

우선 고객사 흑더덕가공품 제품의 경우, 일본에서는 더덕으로 만든 건강기능식품을 본 적이 없으며 소비자들은 더덕으로 만든 반찬류에만 익숙한 편입니다. 따라서, 생소함을 줄이기 위해 고객사 제품을 사식할 수 있게끔 하고, 일본인 입맛에 맞는 맛을 개발해야 합니다. 또한, 제조 표준 인증서 획득을 통해 신뢰도 제고를 권장합니다. 도라지가공품의 경우 일본에서 판매되는 말린 도라지 뿌리 제품이 5,300엔(4만 8,069원²⁵⁾) 수준에 판매되고 있어 고객사 제품의 가격대인 5만 8,000원은 다소 높아보입니다. 또한 도라지가공품 제품이 기관지 건강에 좋다고 하는데, 구체적으로 어떻게 좋은지 패키징에 보다 자세히 기재되어 있어야 소비자들의 신뢰를 얻을 것으로 보입니다. 한편 두 제품 모두 스틱 형태의 패키징은 간편함에 있어 일본 소비자들에게 매우 좋은 반응을 얻을 것으로 보입니다.

25) 100엔 = 906.97원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 흑더덕가공품과 같은 건강기능식품 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인지 이유와 함께 말씀해주세요.

가장 추천하는 유통채널은 드럭스토어입니다. 일본 소비자들은 처음 보는 건강기능식품을 구매할 시에 드럭스토어 직원으로부터 제품에 대한 상세 설명과 추천 여부를 꼼꼼히 따져 구매하기 때문에, 일반적인 하이퍼마켓/슈퍼마켓에 제품을 배치하면 제품에 대한 상세 정보를 얻을 수 없어 구매를 망설일 것입니다. 그 외에 제품 정보를 상세히 홍보할 수 있는 온라인쇼핑몰을 통한 유통 역시 추천합니다.

Q. 고객사 흑더덕가공품을 일본 어떤 소비층을 타겟으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.

30대 후반에서 40대 사이의 여성들을 타겟하는 것을 추천합니다. 이들은 주로 한국 드라마의 팬이기 때문에 한국산 제품에 대한 거부감이 없으며, 스트레스를 받기 시작하거나 건강에 적신호가 켜지는 시기이기 때문에 건강기능식품을 찾는 주 소비층입니다. 특히 흑더덕가공품 제품이 여성 건강에 좋다고 홍보하시기 때문에 더욱이 타겟층을 해당 연령대의 여성층으로 정해야 한다고 생각합니다.

Q. 고객사 흑더덕가공품 제품을 일본에서 홍보 시, 어떤 경로와 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

일본 현지 블로거나 소비자가 제품을 시험해 보고, 관련 후기와 피드백 생성을 통해 더 많은 소비자에게 제품을 알리는 방법을 권장합니다. 인플루언서의 시험과 후기를 통해 사람들이 생소함에서 벗어나 구매까지 이어지도록 하는 과정이 필요해 보입니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사 흑더덕가공품 수입 시, 고객사에서 주의해야 할 법적 규제나 강제 인증 사항이 있는지 말씀해주세요.

고객사 제품의 경우 일본 특정보건용식품이나 기능성보건식품 인증을 취득하지 않았습니다. 해당 인증이 없이 일본에서 일반 식품으로 유통된다면 고객사 제품의 효능을 일본 소비자들에게 증명해보일 길이 부족합니다. 따라서 고객사 제품을 일본에서 성공적으로 유통시키기 위해 해당 인증에 대한 취득을 꼭 고려해보시기 바랍니다.

Interview ③

26)



포어모스트컴퍼니 (Foremost Company) Store Manager

포어모스트컴퍼니 (Foremost Company)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 도쿄에 위치한 유통업 및 소매업체
 - 취급 품목으로는 자연 제품, 건강기능제품, 화장품 등
 - 온라인 유통채널 존재

담당자 정보

Store Manager

Q. 최근 일본에서 한국 건강기능식품 소비와 관련된 변화된 트렌드나 이슈가 있을까요? 있다면 무엇이 있는지 설명해주세요.

일본에서 최근 유통되고 있는 한국산 건강기능식품은 주로 다이어트, 피부, 미용을 목적으로 합니다. 이전에는 프로바이오틱스와 인삼이 주류였지만, 최근에는 다양한 과일, 채소, 콜라겐과 같은 피부 노화의 해결책이 되는 제품들이 많이 유통되고 있습니다.

Q. 고객사에서는 더덕, 도라지, 흑삼을 활용한 액상차 제품을 판매하고 있습니다. 이 재료들에 대한 일본 소비자들의 인지도는 어느 정도 되는지 설명해주세요.

더덕은 한약재로 주로 사용되는 꽤 친숙한 약초로 종종 반찬으로도 활용되지만, 일본 현지 더덕은 한국의 것과는 상당히 다릅니다. 반찬으로 만들었을 때 맛이 그다지 좋지 않으며, 한국의 더덕이 더 맛있다는 평이 많습니다. 도라지는 일본 내 중국식 한의원에서 접할 수 있는 약초로 중국산이 대부분입니다. 흑삼은 대부분의 일본 소비자들이 모르는 약초로, 보통 삼이라고 하면 인삼이나 홍삼을 떠올립니다.

Q. 일본에서 최근 건강기능식품 재료로 주목받고 있는 것이 있다면 말씀해주세요.

일본에서 최근 주목받고 있는 건강기능식품 재료는 피부 미용과 관련된 재료들입니다. 비타민이 함유된 프로바이오틱스나 콜라겐 재료가 피부 건강에 매우 좋은 것으로 소비자들 사이에 알려져 인기입니다. 또한 스킨케어 제품 재료로 유명한 사슴 태반 재료 역시 최근 건강기능식품 재료로 주목받고 있습니다. 한편, 일본에서는 한국산 피부 미용을 위한 건강기능식품에 대한 소비자 선호도가 매우 높기 때문에, 오히려 일본 현지산 제품보다 경쟁력에서 우위에 있습니다.

Q. 일본에서 건강기능식품 유통 시, 소비자들로부터 선호 받을 수 있는 제품 인 증은 무엇이 있을까요? 이유와 함께 설명해주세요.

아무리 효과적이고 혁신적인 성분이 들어간 제품이더라도 제조 과정에서 불순물이 들어가 있으면 일본 소비자들의 선택을 받지 못합니다. 따라서 일본 소비자들은 제조 과정에 이상이 없다는 것을 증명해주는 HACCP과 GMP 인증 취득 제품을 선호합니다.

Q. 현재 일본에서 인기 있는 건강기능식품 브랜드가 있다면, 브랜드명과 이유를 함께 꼽아주세요.

N사의 석류 콜라겐 제품이 한국에서처럼 일본에서도 인기를 얻고 있습니다. 해당 제품은 다른 건강기능식품 제품과 비교했을 때 섭취가 간편하고 무엇보다도 맛이 좋아 소비자들로부터 호평을 받고 있습니다.

Q. 고객사 제품이 일본에서 판매되기 위해 가장 먼저 신경써야 하는 점은 무엇인가요?

고객사 제품은 HACCP와 GMP 인증을 보유하고 있기에 일본 소비자들에게도 신뢰도가 높을 것으로 보입니다. 그러나 재료의 대중성이 높지 않습니다. 또한, 더덕과 도라지는 한의학에서 사용되는 약초라는 인식이 강해 젊은 소비층이 기피할 것으로 예상됩니다. 따라서 고객사 제품 소비 타겟층을 노년층으로 한정해 홍보에 집중하는 방법이나, 젊은 소비층에게 제품 신뢰를 주기 위해 더욱 과학적이고 구체적인 임상 결과를 받아 홍보하는 것이 필요합니다.

Q. 일본에서 판매되는 건강기능식품은 어떤 홍보 마케팅 전략을 활용하나요?

일례로 저희가 취급하고 있는 한국산 석류 가공품은 먼저 한국에서 성공을 거두었고, 이 점이 일본 소비자들에게도 큰 영향을 주고 있습니다. 아마존이나 라쿠텐 등 일본 온라인쇼핑몰에 자사 제품이 한국에서 큰 성공을 거두었다는 것을 중점으로 홍보하고 있으며, 쇼핑몰에 달리는 수많은 제품 사용 후기와 피드백을 통해 일본 내에서의 브랜드 신뢰도 구축을 진행하고 있습니다.

Q. 처음 일본 시장에 진출하는 한국산 건강기능식품들이 제품 인지도를 높이기 위해 사용하는 홍보방법은 어떤 것들이 있었나요?

온라인쇼핑몰에 남겨지는 제품 및 회사에 대한 피드백, 특히 부정적인 피드백에 귀 기울이며 제품이 가진 문제나 서비스상의 문제를 해결하고자 노력해야 합니다. 이렇게 기업이 소비자 문제에 신경쓰고 있다는 모습을 각인시키면 일본 소비자들에게 브랜드 신뢰도를 높이면서 자연스럽게 제품 인지도가 올라가고 홍보 효과도 생길 것입니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백을 부탁드립니다.

다른 건강기능식품들과 비교했을 때, 고객사 흑더덕가공품, 도라지가공품 및 흑삼가공품 제품 소비자가격은 다소 높은 편에 속한다고 생각합니다. 특히 세 제품 모두 주재료에 대해서 일본 소비자들에게 잘 알려지지 않은 만큼, 해당 가격을 주고 소비자들이 구매할 가능성이 크지 않습니다. 따라서 일본 현지 소비자들에게 제품을 소개하고 체험해보게끔 하는 취지에서 소용량 패키징 제품을 만들어 가격을 낮추는 것을 제안합니다. 홍보문구 중 쓴 맛을 줄인다는 점은 건강기능식품에 있어서 큰 장점으로 작용하며, 스틱형 포장은 소비자 편의성 측면에서 좋습니다. 일본에서 보통 여성들이 건강기능식품의 주요 소비자이기 때문에 이들을 대상으로 삼는 것은 매우 좋은 생각이지만, 동시에 여성 소비자들은 제품 구매에 매우 간간하므로 효능에 대한 정확한 근거 데이터를 제시해야 할 것입니다.

Q. 고객사 흑더덕가공품과 같은 건강기능식품 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인지 이유와 함께 말씀해주세요.

건강기능식품의 적정 유통채널로는 슈퍼마켓과 드럭스토어가 있습니다. 요즘 일본의 대형 슈퍼마켓에는 건강기능식품 코너가 별도로 존재하며, 일부 매장에서는 제품에 대한 고객 상담 서비스까지 진행하고 있어 드럭스토어가 가지고 있는 이점을 똑같이 지니고 있습니다. 한편 드럭스토어는 소비자들이 건강기능식품 구매 시 가장 신뢰하는 채널이나 입점 절차가 까다롭습니다. 따라서 고객사 제품을 우선 슈퍼마켓에 진출시켜 인지도를 확보한 후 드럭스토어로 추가 진출하는 것을 고려해보시기 바랍니다.

Q. 고객사 흑더덕가공품을 일본 어떤 소비층을 타겟으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.

중년 여성들을 대상으로 하는 것을 추천합니다. 건강기능식품은 주로 중년 여성들을 위한 제품이 많으며 일반적으로 소비되는 제품이 아니므로 성분에 대한 상세 안내와 정확한 데이터를 제공하는 절차가 필요합니다.

Q. 고객사 흑더덕가공품 제품을 일본에서 홍보 시, 어떤 경로와 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

드럭스토어, 슈퍼마켓에서 샘플링 제공 이벤트나 경품 이벤트를 진행해 소비자들의 이목을 끌 수 있습니다. 또는, 유튜브 크리에이터와의 협업을 통한 온라인 마케팅도 고려할 수 있습니다. 이 두 가지 방법이 고객사 제품의 홍보에 있어 가장 적합해 보입니다. 한편, 드럭스토어 입점을 희망할 경우 일본 내 고객사를 대표할만한 현지 파트너를 물색하고, 파트너십을 구축해야 합니다. 또한, 제품의 현지화를 위한 투자를 병행해야 합니다. 이렇게 하지 않을 경우, 제품은 온라인 유통채널 판매에 국한될 것이며, 일본에서 온라인 유통채널을 활용한 판매는 결국 고객 도달 범위가 매우 짧기에 한계점이 존재할 것입니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅶ 시사점





소비 특징 ①

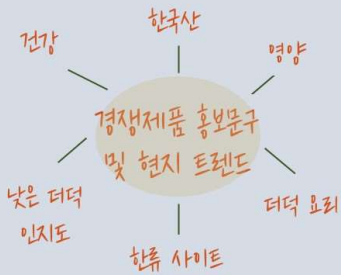


① 경쟁제품; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 흑더덕가공품 경쟁제품을 조사한 결과, '홍삼' 관련 키워드가 371건으로 가장 많이 도출되었음. 뒤이어 '인삼' 관련 키워드가 226건으로 빈출하였음. 이와 관련해 최근 일본에서는 인삼음료, 홍삼조제품 등 먹기 편리하고 가격 부담이 적은 간편 제품이 각광받고 있는 것으로 나타났으며, 가능성 표시 식품 심사가 엄격한 일본에서 한국산 홍삼의 인지도 개선 효과를 최초로 인정한 것으로 조사됨. 그 외 '건강차' 관련 키워드가 81건, '도라지' 관련 키워드가 21건 도출되었으며, 도라지 함유 제품의 경우 단일 원료 제품이 아닌 효소 보충제 등의 복합 원료 중 일부로 첨가된 것이 확인됨

② 경쟁제품 패키징; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 흑더덕가공품 경쟁제품 패키징을 조사한 결과, '스틱' 관련 키워드가 100건으로 가장 많이 도출되었음. 뒤이어 '포' 관련 키워드가 59건, '병' 관련 키워드가 31건 도출되었음. 중량 관련 키워드의 경우 '10g' 단위 관련 키워드가 180건으로 가장 많이 도출되었으며, 해당 제품들은 전체 중량이 아닌 개별 포에 담긴 중량 단위인 것으로 확인되었음. 뒤이어 '100g' 단위 관련 키워드가 125건으로 빈출하였음



소비 특징 ②



① 경쟁제품 홍보문구; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 흑더덕가공품 경쟁제품 홍보문구를 조사한 결과, '건강' 관련 키워드가 875건으로 가장 많이 도출되었음. 이와 관련해 '사포닌', '비타민', '아연' 등 제품의 영양성분을 강조하여 홍보하는 제품도 다수 발견되었음. 한편 '한국산' 관련 키워드는 620건으로 '건강' 키워드에 이어 두번째로 많은 키워드 도출량을 보였음. 이와 관련해 일본에서는 한국산 홍삼, 인삼류, 건강차 제품을 선호하는 것으로 조사되었음

② 현지 트렌드; 언론 매체를 통해 일본 현지 더덕 관련 트렌드를 조사한 결과, 일본 내 더덕에 대한 인지도는 낮은 편인 것으로 나타남. 대부분 한국에서 섭취하는 식재료 중 하나로 인식하고 있음. 한편, 일본 현지 한국을 알리는 사이트에서는 봄 식재료로 더덕을 소개하면서, 인삼 및 도라지 뿌리와 유사성, 효능의 훌륭함 등을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 또한 일본 현지에 한류 소식을 전하는 사이트에서는 한류 연예인이 더덕을 활용해 만든 한식 요리를 소개함으로써 일본 팬들에게 더덕이 식재료 중 하나로 알려지는 효과를 얻었음

일본 건강기능식품 소매유통채널 유통 비중



유통채널



일본 내 고객사 흑더덕가공품 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, '드럭스토어/약국' 점유율이 21.8%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 '온라인'이 15.9%, '하이퍼마켓/슈퍼마켓'이 6.7%의 점유율을 보였고, '할인점' 및 '편의점' 점유율은 각각 2.7%, 2.5%로 낮은 점유율을 보였음. 한국의 잠재 소매유통채널과 비교 시, 일본은 '온라인'보다 '드럭스토어/약국'과 같은 오프라인 유통채널의 유통 비중이 더 높은 것으로 나타남



- ▶ Point 1) 일본 후생노동성 사전등록
- ▶ Point 2) HACCP 인증 권장
- ▶ Point 3) 건강기능식품은 세분화된 별도 인증 취득 필요
- ▶ Point 4) 라벨 일본어 표기 必

진입장벽



일본으로 가공식품 수출 시, 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare) 사전등록 절차를 반드시 밟아야 함. 일반 가공식품 제품을 일본으로 수출할 시 취득해야 하는 필수 인증은 없는 것으로 조사되었음. 그러나 일본 내 식품 관련 사업자의 HACCP 인증 취득이 의무화되었기 때문에, 일본 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해 수입 제품이라도 HACCP 인증 취득을 권장함. 한편 일본에서는 건강기능식품이 '기능성표시식품', '특정보건용식품' 등으로 세분화되며, 각 식품 구분에 따라 상이한 인증 취득 절차 진행 후 제품을 유통할 수 있는 것으로 나타남. 제품 라벨링의 경우 제품명, 원재료명, 용량, 유통기한, 식품첨가물, 보존방법, 알레르겐, 영양성분 및 열량, 원산지, 수입업체 및 제조업체 정보, 순중량 등이 기재되어야 하며, 표기 시 일본어로 작성되어야 함

수출 확대 전략

제품 수요
&
제품 피드백



Point 01 제품 수요 일본 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 이전에 유통되던 한국산 건강기능식품들이 다이어트 및 체중 감량 기능을 담당했다면, 최근 수요가 증가하고 있는 한국산 건강기능식품은 피부와 미용 기능으로 역할이 바뀐 것으로 나타남. 이전부터 일본에서는 인삼 추출물이 함유된 건강기능식품이 빠른 효능으로 소비자들 사이에서 유명했으며, 많은 인기 드라마에 인삼 추출물 제품이 노출되었기 때문에 소비자들에게 익숙한 제품인 것으로 조사됨. 최근에는 사슴 태반 재료가 들어간 제품이나 석류 첨가 콜라겐 및 홍삼 제품이 인기를 얻고 있는 것으로 나타났으며, 특히 사슴 태반의 경우 미용에 효능이 있어 소비자들 사이에서 인기가 빠르게 증가하고 있는 것으로 확인됨. 한편, 고객사 제품의 주재료인 더덕, 도라지, 흑삼과 관련해서는 더덕 외에는 인지도가 거의 없는 것으로 나타났으며, 더덕 역시 일본산과 한국산 제품이 맛에서 큰 차이를 보이는 것으로 조사됨. 이에 따라 고객사 제품을 일본에서 판매하기 위해서는 일본 소비자들에게 더덕, 도라지, 흑삼 재료를 널리 알려 인지도를 높이는 것이 우선인 것으로 나타남. 경쟁제품인 인삼 가공품들은 대부분 드라마, 광고를 통해 TV, 소셜미디어 등 다양한 플랫폼에 제품을 노출시키고 있으며, 고객사 제품과 같이 일본 소비자들에게 잘 알려지지 않은 재료로 만든 제품의 경우 일본 보건부로부터 제품을 검증받고 소비자청 등록을 통해 제품에 대한 신뢰도를 높인 후 홍보를 진행하는 것이 추천되었음. 또한 고객사 제품의 주요 타겟층으로는 기저 질환으로 인해 새로운 제품 구매를 망설이는 노년층보다는 건강 관리가 필요한 중년층 직장인 및 여성층이 추천되었음

Point 02 제품 피드백 일본 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 고객사 제품 홍보문구 중 여성에 좋은 점, 기관지에 좋은 점에 대한 구체적인 설명이 보장되어야 한다는 의견이 지배적이었음. 취득 인증의 경우 유기농이나 친환경 관련 인증이 추가되면 소비자 제품 신뢰성이 더욱 올라갈 것이라고 예상했으며, 일본 현지 소비자들에게 생소한 고객사 제품을 소개하고 체험해보게끔 하는 취지에서 소용량 제품을 만들어 가격을 낮추는 것이 제안되었음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 스탓티스타(Statista), 「Vitamins & Minerals Japan」, 2022.07
3. 스탓티스타(Statista), 「Tea Japan」, 2023.07
4. 팜인사이트, 「한국 홍삼, 일본 기능성표시식품 등록 ‘꽤거」, 2023.05
5. 못토코리아(もっと! コリア), ‘春の食材であるツルニンジンについて教えてください’, 2021.04
6. 와우코리아(Wow Korea), ‘イム・シワン、イケメンな顔に性格も良くて料理まで上手なんて...“ツルニンジンとキムチのドゥルチギを作って食べた”’, 2020.09
7. 스탓티스타(Statista), 「Purchase Channels for Dietary And Health Supplements Japan」, 2023.04
8. 스탓티스타(Statista), 「Purchase Channels for Dietary And Health Supplements South Korea」, 2022.07
9. 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020.06
10. 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020.04
11. 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare), 「Food with Nutrient Function Claims (FNFC)」
12. 농림축산식품부, 「농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2022.09

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스탓티스타(Statista) (www.statista.com)
3. International Trade Centre (www.intracen.org)
4. 야후쇼핑(Yahoo Shopping) (shopping.yahoo.co.jp)
5. 라쿠텐(Rakuten) (item.rakuten.co.jp)
6. 라이프(Life) (www.lifecorp.jp)
7. 니케이아시아(Nikkei Asia) (asia.nikkei.com)
8. 세이유(SEIYU) (https://www.seiyu.co.jp)
9. 맥스밸류(MaxValu) (www.maxvalu.co.jp)
10. 홋카이도 가이드(Hokkaido Guide) (hokkaidoguide.com)
11. 장터 한국광장(韓国広場) (shopping.geocities.jp/hiroba)
12. 예스마트(Yesmart) (yesmart.co.jp)
13. 구글맵(Google Maps) (google.co.kr/maps)
14. 마쓰모토키요시(マツモトキヨシ) (www.matsukiyo.co.jp/store/online)
15. 츠루하(Tsuruha) (www.tsuruha.co.jp)
16. 다이코쿠드러그(ダイコクドラッグ) (www.daikokudrung.com)
17. 트립닷컴(Trip.com) (www.trip.com)
18. 아마존재팬(Amazon Japan) (www.amazon.co.jp)
19. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
20. 일본후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare), (www.mhlw.go.jp)
21. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
22. 관세법령정보포털 (www.unipass.customs.go.kr)
23. 일본 농림수산성(MAFF: The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) (www.maff.go.jp)
24. 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency) (www.caa.go.jp)
25. 한국건강기능식품협회 (www.khff.or.kr)
26. 서니마트(Sunny Mart) (www.sunnymart-honten.co.jp)
27. 코다와리이치바(Kodawari Ichiba) (www.kodawariichiba.com)
28. 포어모스트컴퍼니(Foremost Company) (sallacce.jp)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.09.01

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 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea