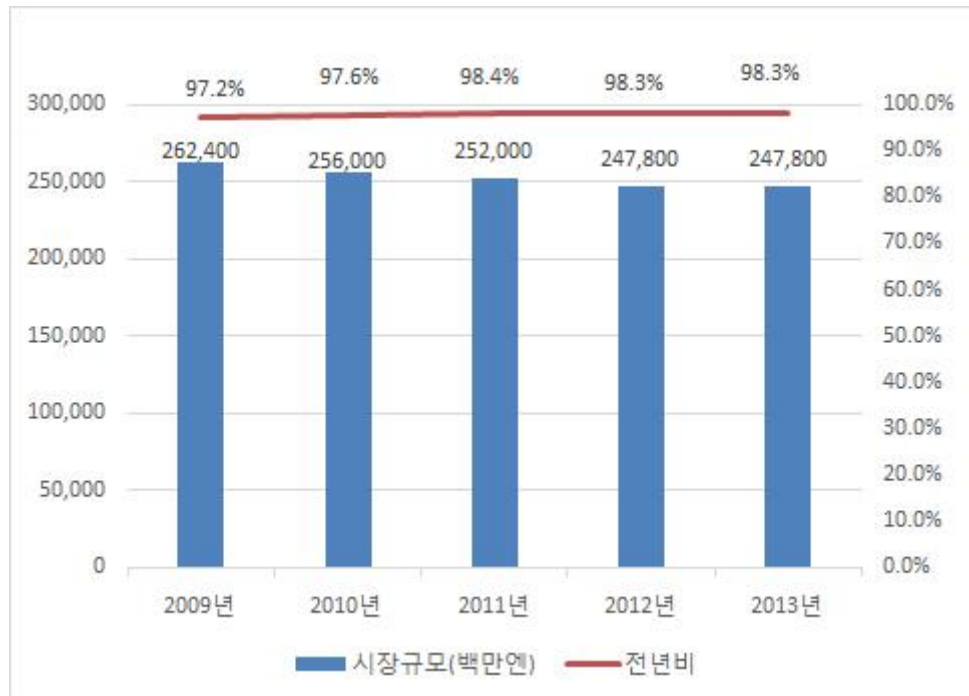


일본 건강식품 유통루트별 동향 (1)

1. 무점포 판매

1-1. 방문 판매

● 시장전체의 동향



<방문루트판매 시장규모추이와 전년비>

- 2012년 방문판매 루트 시장규모는 2,478억엔, 전년대비 1.7% 감소. 업계에 대한 규제나 세일즈맨의 고령화, 획득하기 어려운 신규 세일즈맨 등, 방문판매를 둘러싼 환경은 여전히 안 좋지만, 에이징 케어 관련 상품을 전개하는 업체 실적이 회복하는 등 밝은 조짐이 보이고 있음.

- 방문판매는 만나서 설명하는 대면판매가 가능한 점이 큰 강점이며, 스킨 케어 등 시도하기 쉬운 상품을 건강, 미용식품의 섭취에 연결시키는 전략이 성공한 업체 실적이 상승세임.
- 회원 이외도 이용할 수 있는 쇼룸, 점포 개설, 텔레비전, 잡지 등의 광고를 하는 업체가 많아지고 있음.

● 주요 업체 현황

	건강식품매출액(백만엔)					
	2010년		2011년		2012년	
		전년비		전년비		전년비
산키상가(三基商事)	76,500	100.0%	73,100	95.6%	67,200	91.9%
일본암웨이(日本アムウェイ)	37,201	98.1%	37,750	101.5%	40,658	107.7%
포데이스(フォーデイズ)	30,280	99.8%	30,220	99.8%	30,345	100.4%
뉴스킨재팬(ニュースキンジャパン)	20,600	95.5%	19,600	95.1%	21,600	110.2%
포에버리빙제품재팬 (フォーエバーリビングプロダクツジャパン)	21,600	98.0%	20,340	94.2%	21,420	105.3%
나츄라리플러스(ナチュラリープラス)	23,253	91.2%	18,373	79.0%	17,687	96.3%
일본샤크리(日本シャクリー)	11,471	96.2%	10,930	95.3%	10,830	99.1%
뉴웨이즈재팬(ニューウェイズジャパン)	12,300	75.9%	9,200	74.8%	8,160	88.7%
폴라(ポーラ)	6,150	104.9%	7,140	116.1%	7,190	100.7%
닛켄총본사(日健総本社)	4,635	93.7%	4,470	96.4%	4,187	93.7%
재팬로얄젤리(ジャパンロイヤルゼリー)	3,069	81.4%	2,903	94.6%	2,815	97.0%

<주요 방문판매 업체의 건강식품 매출액 추이>

- 방문판매의 주요 고객층은 중장년여성
- 수입감소하는 업체가 많은 가운데 일본암웨이가 2011년도부터 2기연속으로 증가.
- 뉴스킨재팬도 에이징케어시리즈 「genLOC」 인기가 많아 2012년도는 증가했을 것으로 예상됨.
- 폴라는 화장품과 카운셀링, 에스테틱을 융합시킨 「POLA THE BEAUTY」의 전개로 20~30대인 젊은 고객획득에 성공.

● 주요 업체 상품, 유통전략

			
업체명	일본암웨이 (日本アムウェイ)	뉴스킨재팬 (ニュースキンジャパン)	산키상사 (三基商事)
상품	TRUVIVITY뷰티 서플리먼트	젠 로크 아르 스케어	미키 아스 프리 플러스
특징	캡슐로 먹기 편함. 피부를 보호하는 효과가 있음. 또 같은 기능을 가지고 있지만 액체로 되어 있는 상품도 있어 골라 섭취할 수 있음.	캡슐로 먹기 편함. 석류나무, 고려인삼 추출물이 주성분. 에이징 케어에 효과 있음.	가루를 물에 타서 먹음. 주성분은 과일. 피부를 보호하는 효과가 있음.

- 방문판매 루트에 있어서 회원 대부분은 여성이며 여성에게 수요가 높은 미용, 안티 에이징 분야에서 신제품 투입을 할 예정
- WEB대응 강화, 편리성, 정보발신 강화
 - Facebook내에 공식 홈페이지를 개설. 투명성과 인지도향상을 도모
 - Twitter 공식 어카운트(account)를 개설. 회사의 기본적인 정보나 부가가치가 높은 뉴스, 속보 등을 전함.

시시점

- 건강식품의 수요는 계속 늘고 있고 상품수도 많아지고 있지만 접할 기회가 많지 않아 효과, 섭취방법등 정보가 고객에 전달 안 됨.
 - 고객 확대로 소비자에게 상품을 알려줄 기회를 만들 필요가 있음.
 - SNS 등 온라인을 통해 관심고객을 모으고 해당고객대상 정보제공 필요.
- 고객에 맞는 상품을 추천하는 판촉요원 교육 시스템이 필요함.
 - 드럭스토어 체인점에서는 약사가 상품을 현장에서 추천하기도 함.

※ 야노경제연구소 자료 참고

[문의 : 오사카aT센터 / h-hirayama@atcenter.or.jp]