

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202407-32
품목 | 단백질 보충제(Protein supplement)
HS CODE | 2106.90-9099
국가 | 일본(Japan)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 일본 영양 보충제 시장규모	06
2. 일본 식이 보충제 시장규모	07
3. 일본 단백질 보충제 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 일본 단백질 보충제 제품 1위, '단백질 셰이크' 차지	11
2. '단백질', '비타민' 함께 보충할 수 있는 제품이 대다수	12
3. 일본 단백질 보충제 패키징, '병', '대용량' 제품 가장 많아	13

IV. 유통채널

1. 일본 단백질 보충제 유통채널 점유율	
2. 일본 단백질 보충제 주요 유통채널	



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 일본 단백질 보충제 통관 및 검역 절차	26
2. 일본 단백질 보충제 품질 인증	28
3. 일본 단백질 보충제 라벨링	30
4. 일본 단백질 보충제 성분 및 유해물질	37

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 요도바시(Yodobashi)	41
2. 마츠모토 키요시(Matsumoto Kiyoshi)	43
3. 제비오(Xebio)	46

※ 참고문헌	48
--------	----

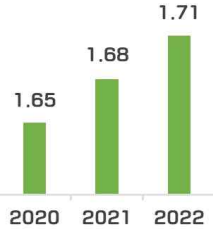


일본 단백질 보충제 시장

시장 현황

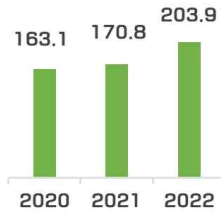
영양 보충제 시장규모

단위 : 조 엔



식이 보충제 시장규모

단위 : 십억 엔



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

빅데이터 분석

단백질 셰이크

단백질 파우더
제품
보충제
단백질 스무디
프로틴바
단백질 수프

단백질

비타민
에너지
다이어트
효능
소화
건강

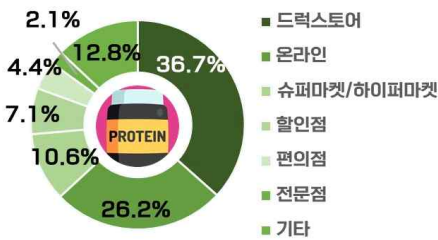
1kg

병
패키징
3kg
400g
600ml
봉지

* 일본 아마존 단백질 보충제 제품 441건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
관세율 12%

사전 준비
후생노동성 제품 사전 등록
공인경제운영인(AEO) 인증 권장

관장 인증

FSSC 22000
ISO 22000
HACCP

유의사항

라벨 필수 표기사항

제품명, 원재료, 첨가물, 원산지,
내용량, 알레르겐, 영양성분,
유통기한, 보관방법, 수입업체
정보 등 일본어 표기

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :

www.yodobashi.com

マツキヨ
matsukiyo

SUPER SPORTS

Point 01.

가격 경쟁력 고객사 제품의 희망 소비자가격 6,000원은 일본 시장에서 경쟁력이 낮으며, 유청 단백질 제품과 비교해 비싸게 느껴질 수 있음
제품 포장/홍보문구 피드백 편리한 포장인 일본 소비자에게는 긍정적이지만, 플라스틱 사용을 최소화하고 생분해성 포장재를 사용하는 것이 환경 친화적으로 더 나은 평가를 받을 수 있음. 복잡한 홍보문구 대신 간결한 키워드를 사용하는 것이 더 효과적임

Point 02.

제품 입점조건 피드백 브랜드 인지도와 수요가 중요하며, 온라인 유통은 접근이 용이하지만 경쟁이 치열하므로 철저한 시장 조사와 소비자층 타겟팅이 필요함
제품 성분 피드백 포장 해조류 단백질은 아직 과학적으로 검증된 효능이 부족하므로, 하나의 성분으로 포함해 마케팅하는 것이 더 효과적이며, 유당 불내증 소비자들을 위한 대안으로 홍보할 필요가 있음

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 일본 영양 보충제 시장규모
2. 일본 식이 보충제 시장규모
3. 일본 단백질 보충제 수입규모

1. 일본 영양 보충제 시장규모

일본 국가 일반 정보¹⁾

면적	37만 8,000km ²
인구	1억 2,512만 명
GDP	4조 2,311억 달러
GDP (1인당)	3만 3,815달러

▶ 일본 영양 보충제 시장규모 14.7조 원

2022년 기준 일본 영양 보충제(Nutritional Food)²⁾ 시장규모는 전년 대비 1.8% 증가한 14.7조 원 규모에 달함. 일본은 2015년 건강식품 시장 규제 완화 이후 지속적인 성장을 이뤄왔으며, 조사 기간인 2020년부터 2022년까지의 연평균 성장률은 1.8%씩 증가했음

▶ 일본, 고령화 및 불균형 식사 습관으로 영양 보충제 수요 증가

일본 영양 보충제 시장규모는 지속적으로 성장하여 2030년에는 약 17.1조 원 규모에 달할 것으로 전망되고 있음. 2020년부터 2030년까지의 연평균 성장률은 2.1%로 예상됨. 특히 일본은 세계에서 고령화가 가장 많이 진행된 국가로, 영양 보충제 시장의 주요 소비자인 노인 인구 비율이 높음. 또한, 젊은 소비자들도 과거에 비해 불균형적인 식사 습치가 잦아지면서 건강식품에 대한 수요가 증가하고 있어, 해당 시장은 꾸준히 성장할 것으로 전망됨

[표 2.1] 일본 '영양 보충제' 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾⁶⁾

단위 : 조 엔



자료: 스탯ISTA(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 스탯ISTA에 따르면, '영양 보충제(Nutritional Food)'는 건강 증진에 도움이 되는 다양한 식품을 포함함

3) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Health and functional foods market in Japan', 2023.04

4) 조사제품 '단백질 보충제'는 해조류를 기반으로 한 단백질 보충제로 건강 가능성 선식으로 포장되어 있음. 이에 일본의 '식이 보충제' 시장 규모와 그 상위 시장인 '영양 보충제' 시장 규모를 조사함

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 100엔=859.57원(2024.07.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 일본 식이 보충제 시장규모

▶ 일본 식이 보충제 시장규모 1.8조 원

2022년 기준 일본 식이 보충제(Dietary Supplements) 시장규모는 전년 대비 19.4% 증가한 1.8조 원 규모에 달함. 일본의 식이 보충제 시장은 최근 꾸준히 성장해 왔으며, 조사 기간인 2020년부터 2022년까지 연평균 11.8%씩 증가해 왔음

▶ 일본 식이 보충제 시장규모, 지속적인 성장 전망

일본 식이 보충제 시장규모는 지속적으로 성장하여 2030년에는 약 1.9조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 2020년부터 2030년까지의 연평균 성장률은 3.4%로 예상되고 있음. 특히 최근에는 운동 인구가 증가의 증가로 인해 단백질 보충제에 대한 이해도가 높아지면서 일상에서 단백질 보충제를 섭취하는 소비자가 늘어나는 추세임. 이러한 트렌드는 제품의 다양화로 이어지고 있으며 이는 해당 시장의 성장을 더욱 촉진할 것으로 보임⁸⁾

[표 2.2] 일본 '식이 보충제' 시장규모⁹⁾

단위 : 십억 엔



자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: KATI농식품수출정보, '일본 단백질 시장 전망', 2021.08

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Health and functional foods market in Japan', 2023.04

3. 일본 단백질 보충제 수입규모

HS CODE 2106.90

해당 장에서 조사 제품 단백질 보충제는 HS CODE 2106.90으로 분류됨. HS CODE 제2106호의 품명은 '따로 분류되지 않은 조제 식료품'이며, HS CODE 2106.90의 품명은 '기타'로 확인됨

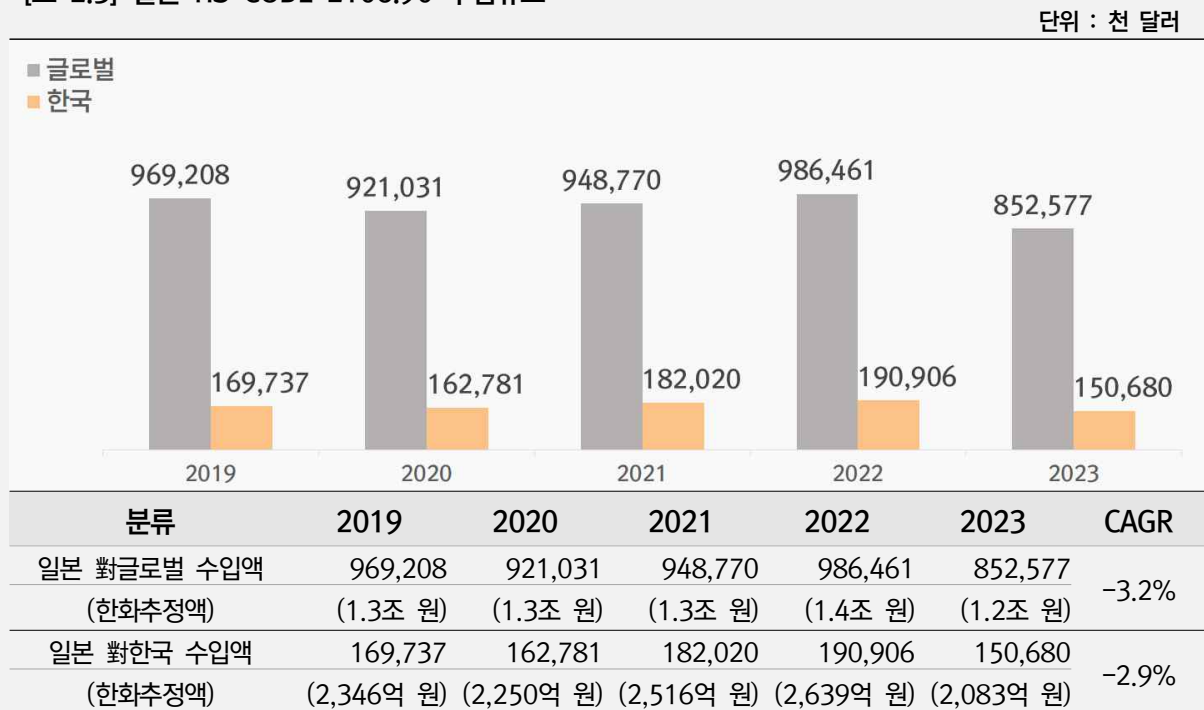
▶ HS CODE 2106.90 일본의 對글로벌 수입액, 1.2조 원

2023년 기준 HS CODE 2106.90 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입액은 전년 대비 13.6% 감소한 1.2조 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 -3.2%의 감소세를 보였으며, 특히 2023년에는 가장 큰 감소폭을 기록함

▶ HS CODE 2106.90 일본의 對한국 수입액, 글로벌 1위

2023년 기준 HS CODE 2106.90 품목에 대한 일본의 對한국 수입액은 전년 대비 21.1% 감소한 2,083억 원으로 집계됨. 지난 5년(2019-23년) 동안 해당 품목에 대한 일본의 對한국 수입액은 연평균 -2.9%의 감소세를 보였으며, 2023년에는 글로벌 수입액 중 한국이 차지하는 비중이 감소함. 해당 품목에 대한 일본의 對글로벌 수입액 기준 1위는 한국(2,083억 원), 2위는 미국(1,824억 원), 3위는 중국(1,517억 원), 4위는 태국(1,090억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 일본 HS CODE 2106.90 수입규모¹⁰⁾



자료: ITC(International Trade Centre)

10) 1달러=1,382.40원(2024.07.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 일본 단백질 보충제 제품 1위, '단백질 셰이크' 차지
2. '단백질', '비타민' 함께 보충할 수 있는 제품이 대다수
3. 일본 단백질 보충제 패키징, '병', '대용량' 제품 가장 많아

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 일본 온라인 쇼핑몰 입점 단백질 보충제

- 데이터 수집 키워드 : 단백질 셰이크(Protein Shake)
- 데이터 수집량 : 441건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 일본 온라인 쇼핑몰 입점 단백질 보충제 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 제품 ② 효능 ③ 패키징

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
제품	단백질 셰이크	プロテインシェイク	51	단백질 스무디	スムージー	17
	단백질 파우더	プロテインパウダー	48	프로틴바	プロテインバー	4
	보충제	サプリメント	44	단백질 수프	プロテインスープ	1
효능	단백질	プロテイン	284	건강	健康	73
	비타민	ビタミン	120	소화	消化	13
	에너지	エネルギー	97	근육	筋肉	12
	다이어트	ダイエット	89	체중	体重	3
패키징	1kg	1kg	95	900g	900g	8
	병	ボトル	20	2kg	2kg	7
	3kg	3kg	20	500ml	500ml	5
	400g	400g	18	상자	箱	2
	600ml	600ml	11	팩	パック	1
	봉지	袋	8	(-)	(-)	(-)

1. 일본 단백질 보충제 제품 1위, ‘단백질 셰이크’ 차지

▶ 일본 단백질 보충제 제품 중 ‘단백질 셰이크’ 키워드 빈도수 1위

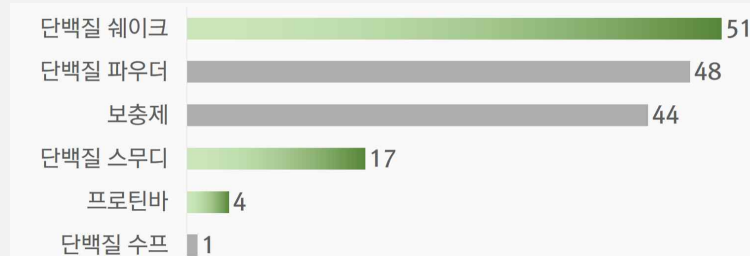
- 일본 단백질 보충제 제품 관련 키워드 중 가장 빈출된 키워드는 ‘단백질 셰이크’로 51건 등장함. 다음으로, ‘단백질 파우더’가 48건으로 비슷한 빈도수를 기록함
- 빈도수 상위권 제품 확인 결과, 아미노산이 풍부하게 들어있다고 알려진 ‘유청 단백질’ 키워드를 포함하여 판매하는 제품이 많은 것을 확인함

▶ 간편하고 다양한 형태로 섭취하는 단백질 보충제 인기

- 음료 형태의 ‘단백질 스무디’가 17건으로 4위, 이외에 ‘프로틴바’와 ‘단백질 수프’도 등장하며 다양한 형태의 제품 키워드가 확인됨
- 일본은 아침이나 점심을 식당이 아닌 편의점 및 슈퍼마켓 내 제품으로 해결하는 직장인이 많음. 따라서 ‘피쉬 프로틴바’ 등 간편하게 바로 먹을 수 있는 고단백질 제품 시장은 더욱 커질 것으로 전망됨¹¹⁾

단백질 셰이크		단백질 스무디		프로틴바	
					
제품명	프로틴 셰이크(Protein Shake)	제품명	소이 프로틴 스무디 (Soy Protein Smoothie)	제품명	인바프로틴(inv바ー プロテイン)
브랜드	자이텐바허(Seitenbacher)	브랜드	파인자팬(Fine Japan)	브랜드	모리가나제과(森永製菓)
중량	750g	중량	300g * 2개	중량	15g * 15개
가격	5,980엔(51,402원 ¹²⁾)	가격	3,693엔(34,065원)	가격	2,121엔(18,231원)

[표 3.1] 일본 판매 단백질 보충제 제품 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘단백질 보충제’ 관련 게시물 441건 분석

11) 리얼푸드(Realfood), ‘편의점에서 간편한 단백질바 확대되는 일본 단백질 시장’, 2024.06

12) 100엔=859.57원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

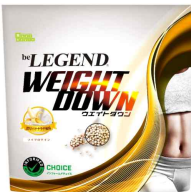
2. ‘단백질’, ‘비타민’ 함께 보충할 수 있는 제품이 대다수

▶ 일본 단백질 보충제 효능, ‘단백질’, ‘비타민’ 키워드 상위권

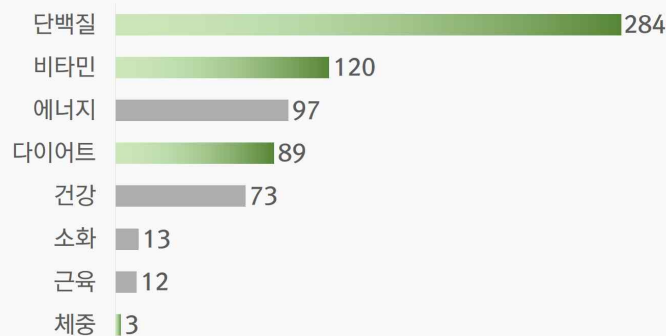
- 현지 온라인 물에서 판매 중인 일본 단백질 보충제 관련 제품의 효능 키워드 중 ‘단백질’이 284건으로 1위를 차지함
- 뒤를 이어 ‘비타민’이 120건을 기록해 2위로, 제품의 주된 목적인 단백질과 함께 비타민 보충을 함께할 수 있는 제품이 다수인 것을 확인함

▶ 단백질로 하는 건강한 다이어트, 일본 내 ‘프로틴 붐’ 화제

- 탄수화물을 무리하게 절제하는 이전의 다이어트에서 적정량의 단백질 섭취를 통해 근육량을 유지하는 건강한 방식으로 사람들의 인식이 변화함. 이에 따라, 일본 내 ‘프로틴 붐’이 일어남¹³⁾
- 데이터 확인 결과, ‘다이어트’ 키워드가 89건, ‘체중’ 키워드가 3건으로 체중 감량을 목적으로 한 제품이 다수 확인됨

비타민		다이어트		체중	
					
제품명	웨이프로틴(Whey Protein)	제품명	웨이트다운(Weight Down)	제품명	프로틴파우더(Protein Powder)
브랜드	윈존(ウィンゾーン)	브랜드	비레전드(ビーレジェンド)	브랜드	니치에(Nichie)
중량	1kg	중량	1kg	중량	1kg * 3개
가격	3,460엔(29,741원)	가격	4,580엔(39,368원)	가격	4,880엔(41,947원)

[표 3.2] 일본 판매 단백질 보충제 효능 관련 키워드



자료: 일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘단백질 보충제’ 관련 게시물 441건 분석

13) 식품음료신문, ‘일본 고단백 식품, 10년 새 4배 성장’, 2024.05

3. 일본 단백질 보충제 패키징, ‘병’, ‘대용량’ 제품 가장 많아

▶ 음료 형태의 ‘병’ 패키징, 1kg 이상의 대용량 제품이 다수

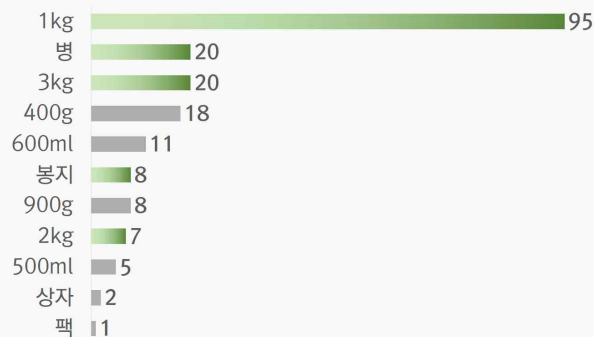
- 단백질 스무디와 같은 음료의 패키징으로 사용되는 ‘병’ 키워드가 20건, 단백질 파우더와 같은 가루의 패키징으로 사용되는 ‘봉지’ 키워드가 8건으로 확인됨
- 또한, 중량 관련 키워드 분석 결과, 1kg이 95건, 3kg이 20건, 2kg이 7건으로 kg 단위별 대용량 제품이 다수 존재하는 것을 확인함

▶ 유통기한 긴 단백질 보충제, 대용량 패키징 선호

- 가루 형태의 단백질 보충제는 유통기한은 보통 6개월~24개월로 상대적으로 기므로 경제적이고 장기간 사용하기 적합한 대용량 패키징이 제품이 많음¹⁴⁾
- 실제 데이터 확인 결과, 가루 형태의 제품을 대용량으로 포장하기 위한 봉지 형태의 패키징이 대다수인 것을 확인함

1kg		병		봉지	
					
제품명	구마몬 바존 (くまモン パーゼン)	제품명	카르네 볼릭(Carne Bolic)	제품명	다이어트 셰이크 (ダイエットシェイク)
브랜드	비레전드(ビーレジェンド)	브랜드	얼티메이트 뉴트리션 (Ultimate Nutrition)	브랜드	이후지칸포세이아쿠 (井藤漢方製薬)
중량	1kg	중량	200g	중량	39g * 14봉
가격	4,580엔(39,368원)	가격	10,268엔(88,261원)	가격	3,802엔(32,681원)

[표 3.3] 일본 판매 단백질 보충제 패키징 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘단백질 보충제’ 관련 게시물 441건 분석

14) 베리윌핏(Verywellfit), ‘Does Protein Powder Expire? A Dietitian Weighs In’, 2023.07

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널

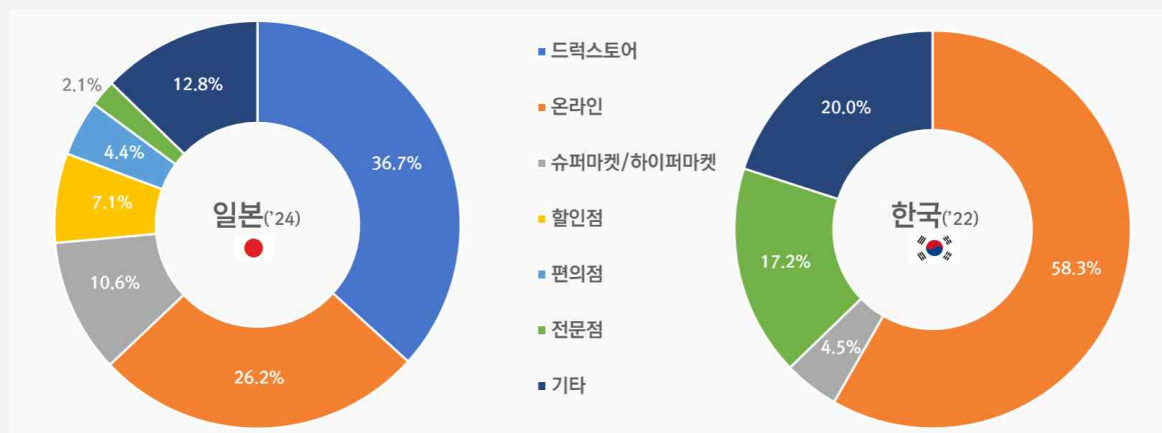


1. 일본 단백질 보충제 유통채널 점유율
2. 일본 단백질 보충제 주요 유통채널

1. 일본 단백질 보충제 유통채널 점유율

- ▶ **일본 단백질 보충제 비롯한 식이 보충제 유통채널, ‘드럭스토어’ 1위**
2024년 기준 일본 내 단백질 보충제를 비롯한 식이 보충제(Dietary Supplements) 유통채널 중 ‘드럭스토어’가 36.7%로 1위를 차지함. 이는 일본 소비자들이 편의성과 접근성이 좋은 ‘드럭스토어’에서 식이 보충제를 많이 구매하고 있음을 보여줌. 그 다음으로는 2위 ‘온라인’(26.2%), 3위 ‘기타’(12.8%), 4위 ‘슈퍼마켓/하이퍼마켓’(10.6%) 순으로 나타남. 반면, 한국의 경우 식이 보충제 구매 시 편의성과 함께 다양성을 중시하는 소비자로 인해 ‘온라인’ 채널이 58.3%로 압도적인 비중을 차지하고 있음. 일본 내 단백질 보충제 유통 시 ‘드럭스토어’, ‘온라인’, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 채널에 중점을 두는 것이 중요할 것으로 보임

[표 4.1] 일본 및 한국 단백질 보충제 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹⁵⁾¹⁶⁾¹⁷⁾¹⁸⁾



B2C 소매유통채널 점유율 비교		
일본 점유율	유형	한국 점유율
36.7%	드럭스토어	(-)
26.2%	온라인	58.3%
10.6%	슈퍼마켓/하이퍼마켓	4.5%
7.1%	할인점	(-)
4.4%	편의점	(-)
2.1%	전문점	17.2%
12.8%	기타 ¹⁹⁾	20.0%

자료: 스탯시타(Statista)

15) 해당 장에서 ‘단백질 보충제’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 이를 포함하는 카테고리인 ‘식이 보충제’ 유통채널 정보를 확인함

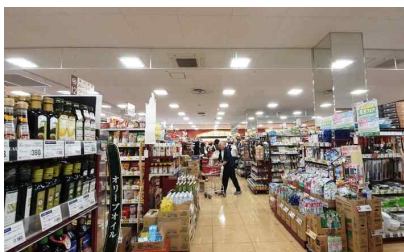
16) 자료: 스탯시타(Statista), ‘Preferred purchase channels for dietary and health supplements in Japan as of February 2024’, 2024.04

17) 자료: 스탯시타(Statista), ‘Preferred purchase channels for dietary supplements or nutraceuticals in South Korea as of March 2022’, 2022.06

18) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

19) ‘기타’는 백화점, 약국 등을 포함함

2. 일본 단백질 보충제 주요 유통채널 ① 라이프

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.lifecorp.jp		
	위치	일본 전역		
	규모	매출액('23)	• 7,654억 3,000만 엔(6조 5,794억 원 ²⁰⁾)	
기업 요약		기타 규모	• 매장 수('24): 308개 • 직원 수('24): 3만 1,576명	
		• 일본 기업 라이프(Life Corporation)가 운영하는 슈퍼마켓 브랜드로 일본 내 체인점 점포 수 기준 상위 10위 안에 속함 • 매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6%를 차지함 • 2023년부터 점포 판매 상품을 온라인 주문을 통해 집으로 배송받는 '라이프넷슈퍼(ライフネットスーパー)' 서비스를 시행함 • 아마존을 통해 라이프 매장의 상품을 최소 2시간 이내에 배송해주는 서비스를 제공하고 있음(아마존 프라임 회원과 일부 지역에 해당함)		
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	• 전화 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 회사소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-3-5807-5493, +81-0120-480-968 - 이메일: s620@lifecorp.co.jp - 입점 희망 지역 또는 형태에 따라 연락처 상이		

자료: 라이프(lifecorp)

사진 자료: 라이프(lifecorp), 구글맵(Google Maps)

20) 100엔=859.57원(2024.07.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본 단백질 보충제 주요 유통채널 ② 맥스밸류

기업 기본 정보	기업명	맥스밸류(MaxValu)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.mv-tokai.co.jp	
	위치	일본 전역	
	규모	매출액('23) • 3,667억 4,200만 엔(3조 1,524억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 721개	
	기업 요약	- 일본의 유통 대기업 이온(Aeon) 그룹이 전개하는 일본 최대 규모의 슈퍼마켓 브랜드로 1994년에 첫 매장을 개점함 - 연중무휴 24시간 영업하는 점포가 많아 영업 시간이 긴 편의점과의 경쟁 구도에도 포함됨 - 맥스밸류의 대규모 점포 중에서는 근린형 쇼핑센터(NSC) 형태의 점포도 있음	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 생활용품, 의류 등	
	선호 제품	• 소비자 추천에 기반한 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지 및 전화를 통한 직접 문의 - 홈페이지 상단 우측 'お問い合わせ' 클릭(www.maxvalu.co.jp/contact) - 문의 사항 입력 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 ① 담당자명, 성별 및 소속, 이메일 주소, 전화번호 ② 문의 내용 ③ 문의할 점포명 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-120-125-481, +81-53-581-9100 - 팩스: +81-333-457-776	

자료: 맥스밸류(MaxValu)

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

2. 일본 단백질 보충제 주요 유통채널 ③ 예스마트

기업 기본 정보	기업명	예스마트(Yesmart)
	기업구분	아시안마트/한인마트
	홈페이지	www.yesmart.co.jp
	위치	도쿄(Tokyo), 오키나와(Okinawa) 등
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 25개
	기업 요약	5,000여 종 이상의 한국, 일본, 중국 식품 등을 취급하며 일본 내 대표적인 한국 식품 마트 브랜드로 자리 잡고 있음 - 전국 25개 매장을 플러스, 프리미엄, 중형, 소형 매장으로 구분해 운영하고 있고, 온라인 매장도 운영 중임 - 상품 배송 서비스를 제공하며, 상온과 냉장/냉동을 구분하여 배송함
매장정보	입점가능품목	김치, 야채, 냉동식품, 주류, 반찬류, 가공식품, 화장품, 생활용품 등
	선호제품	한국 제품
	매장 전경	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일 및 전화를 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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: +81-362-789-010, +81-3-6278-9010 - 이메일: info@yesmart.co.jp

자료: 예스마트(Yesmart)

사진 자료: 예스마트(Yesmart), 구글맵(Google Maps)

2. 일본 단백질 보충제 주요 유통채널 ④ 장터한국광장

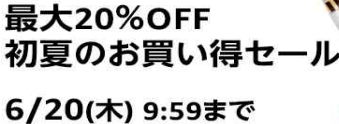
기업 기본 정보	기업명	장터한국광장(韓国広場)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	www.ehiroba.jp/hiroba		
	위치	도쿄(Tokyo), 오사카(Osaka)		
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 2개		
	기업 요약	• 1993년 설립된 일본 내 한인마트 • 한인 교류가 많은 지역인 도쿄 신오쿠보(新大久保)에는 본점이 위치하고, 오사카에는 2호점인 '히로바 슈퍼마켓'을 열었음 • 2,000종류 이상의 다양한 한국산 주류, 라면, 과일 등 상품 판매함 • 온라인 사이트²¹⁾로도 주문이 가능하며, 다양한 프로모션 진행 중임 • 오사카, 도쿄 2개의 도매 전문 센터도 운영 중이며, 식당 식재료 납품 및 배송 서비스도 제공함		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등		
	선호 제품	• 한국 제품		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 전화를 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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 참고자료(회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-3-3232-9330 - 이메일: yahooshop@ehiroba.jp - 상담 가능 시간: 08:00-22:45		

자료: 장터한국광장(韓国広場)

사진 자료: 장터한국광장(韓国広場), 나비타임트래블(Navitime Travel), 구글맵(Google Maps)

21) 장터 한국광장 온라인 쇼핑몰(shopping.yahoo.co.jp)

2. 일본 단백질 보충제 주요 유통채널 ⑤ 아마존 일본

기업 기본 정보	기업명	아마존 일본(Amazon Japan)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.co.jp	
	규모	순 매출액('23) • 129억 9,390만 엔(1,117억 원) 기타 규모 • 방문횟수(최근 1개월 ²²⁾ : 5억 2,700만 회	
	기업 요약	• 1994년 설립된 미국 기업으로 일본에는 2000년도에 진출함 • 2021년 일본 온라인 유통채널 브랜드 및 기업 점유율 1위를 차지함 • 입점 브랜드 중에는 틱톡 등 SNS를 통해 홍보를 진행하고 아마존 및 라쿠텐 등에서 판매를 진행하는 다양한 소규모·수입 브랜드가 많음	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	자바스(ザバス), 레이스(Reys) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		운영 방식	온라인마켓
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보	 最大20%OFF 初夏のお買い得セール 6/20(木) 9:59まで		
	10,000엔 이상 구매 시 500엔 쿠폰 증정, 첫 구매 시 쿠폰 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭 - 아마존 셀러 계정 생성 - 상품 리스팅 - 홈페이지 등록 정보 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 - 아마존 행동강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +81-120-899-068	

자료: 아마존 일본(Amazon Japan), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 아마존 일본(Amazon Japan)

22) 2024년 6월 한 달간 집계된 홈페이지 방문 수

입점 등록 절차
UI ①

기본 담당자 정보

이름 중간 이름 성

여권이나 신분증에 표시된 것과 같이 현재 이름을 입력하십시오.

회원명 보유 국가

출생 국가

생년월일(DD/MM/YYYY) 월 일 년

거주지 주소

주요한 주소 보기

주요한 주소

시/도

연락처 전화번호

+82

+ 새 휴대전화 번호 추가

주 연락 담당자가 있는지 확인

☐ 회사의 실제 소유자

☐ 회사의 법적 대표자

기본 연락처의 담당자가 사업체의 유일한 실장 소유자입니다.

☐ Yes ☐ No

☐ 본인은 본인을 대신하여 또는 등록된 비즈니스를 대리하여 활동하며, 변경 사항이 발생할 때마다 실장 소유자 정보를 업데이트해야 함을 확인합니다.

이전

다음

① 공급 담당자 정보(담당자 이름, 연락처, 이메일, 출생일, 출생 국가, 국적, 신분증) 입력

입점 등록 절차
UI ②

amazon seller central

회사
정보셀러
정보요구
사항스토
어

인정

판매대금 인출 정보

신용 카드 또는 직불 카드 상세 정보

Monthly Subscription Fee

You will be charged a Professional selling subscription fee of 39.99 USD for the first month. You will continue to be charged this fee each month if you have active listings. If you do not have active listings, you will not be charged a subscription fee in that month. If you expand to sell in other stores, you will pay the equivalent of 39.99 USD per month, split proportionately across each country or region in which you have an active listing and charged separately in each local currency. You can downgrade at any time. For more information, see [this page](#).

Limited Period Offer - Register and get six-month subscription at 1 USD. Refer [here](#) for details.

Card number

Expires on

1

2024

Card holder's name

② 지불 방식 입력(신용카드 번호 확인 절차)
- 첫 달 가입비 39.99달러(55,282원²³⁾) 부과

자료: 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central)

사진 자료: 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central)

23) 1달러=1,382.40원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

▶ 아마존 일본 단백질 보충제 베스트셀러

- 검색 키워드 : 단백질 셰이크(Protein Shake)

- 등록 제품 수 : 688건

아마존 일본 단백질 보충제 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	중량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	자바스 (ザバス)	유청 단백질 100 (ホエイプロテイン100)	일본	1,000g	4,469엔 (38,414원)	7만 건 이상	28,378건	
2	자바스 (ザバス)	소이 단백질 100 (ソイプロテイン100)	일본	900g	4,968엔 (42,703원)	3만 건 이상	17,558건	
3	자바스 (ザバス)	밀크 단백질 지방0 초콜릿 맛 (Milk Protein 脂肪0 チョコレート風味)	일본	200g	226엔 (1,943원)	1만 건 이상	8,096건	
4	자바스 (ザバス)	쉐이프 & 뷰티 초콜릿 맛 (シェイプ&ビューティ チョコレート風味)	일본	900g	4,580엔 (39,368원)	1만 건 이상	8,291건	
5	레이스 (Reys)	Wpi 유청 단백질 아이솔레이트 (Wpi ホエイ プロテイン アイソレート)	일본	1,000g	4,460엔 (38,337원)	5,000건 이상	843건	
6	우먼재팬닷컴 (Womenjapan.Com)	완전 치환 단백질 스무디 10봉 (完全置換プロテイン インスムージー10袋)	일본	310g	1,600엔 (13,753원)	4,000건 이상	393건	
7	원존 (Winzone)	유청 단백질 100 (Whey Protein 100)	일본	1,000g	3,480엔 (29,913원)	3,000건 이상	13,336건	
8	자바스 (ザバス)	유청 단백질 100 밀크 초콜릿 맛 (ホエイプロテイン100 ミルクショコラ風味)	일본	900g	4,968엔 (42,703원)	2,000건 이상	1,766건	
9	헐크팩터 (Hulx-Factor)	유청 단백질, 베리 맛 (ホエイ プロテイン, ベリー風味)	일본	1,000g	4,480엔 (38,509원)	3,000건 이상	2,098건	
10	아사히 (Asahi)	슬림 업 슬림 셰이크 카페라떼 (スリムアップスリム シェイク カフェラテ)	일본	360g	2,376엔 (20,423원)	1,000건 이상	2,056건	

자료: 아마존 일본(Amazon Japan)

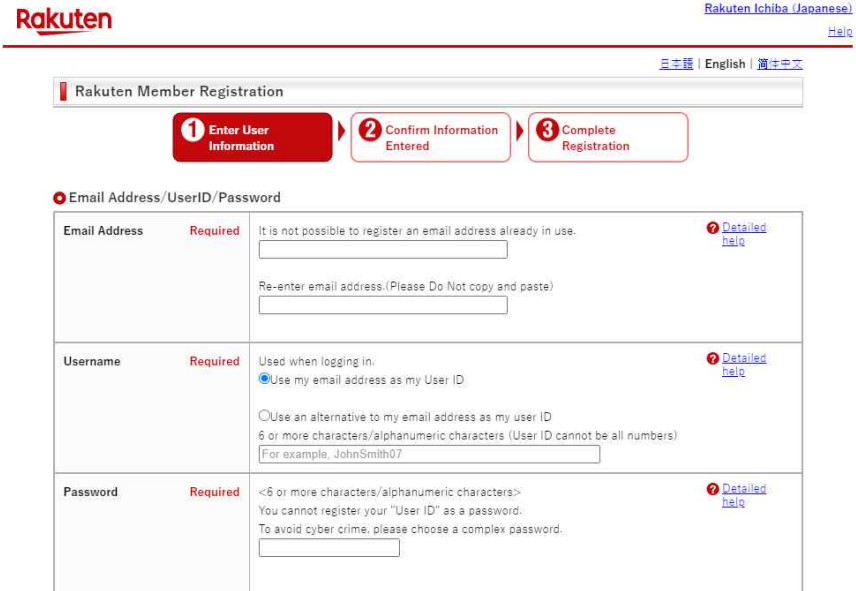
사진 자료: 아마존 일본(Amazon Japan)

2. 일본 단백질 보충제 주요 유통채널 ⑥ 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.rakuten.co.jp	
	규모	매출액('23)	• 2조 713억 엔(17조 8,043억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 4억 9,200만 회
	기업 요약	• 1997년 설립된 일본 온라인 종합 쇼핑몰 • 2023년 6월 기준 1억 명 이상의 회원 수와 5만 7,000여 개 이상의 입점 온라인 매장 수를 보유함 • 전 세계 약 170여 개 국가 및 지역으로 배송 서비스를 제공함 • 쇼핑 플랫폼 외에도 핀테크, 인터넷 서비스 등 다양한 사업 분야 운영함	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	밤비워터(Bambi Water), 매드프로틴(Mad Protein) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		운영 방식	온라인마켓
		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	• 홈페이지를 통한 입점 등록(www.rakuten.co.jp/ec/sellinjapan/kr) - 홈페이지 우측 '지금 바로 문의하기' - 라쿠텐 입점 신청서 작성 후 제출 - 입점 심사(2~3주 소요) - '라쿠텐 관리자 서버(RMS: Rakuten Merchant Server)' 이용 시작하여 스토어 페이지 제작 및 상품 등록 • 문의사항 연락처 - 이메일: sales-list@rakuten.com, sales@mail.rakuten.com - 전화번호: +81-505-581-4910 • 기타 참고 사항 - 입점 초기 등록 비용(계약 기간 1년): 60,000엔(515,742원) - 월 고정비: 65,000엔(558,721원)	

자료: 라쿠텐(Rakuten), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

입점 등록 절차
UI ①


Rakuten Ichiba (Japanese) [Help](#)

日本語 | English | 简体中文

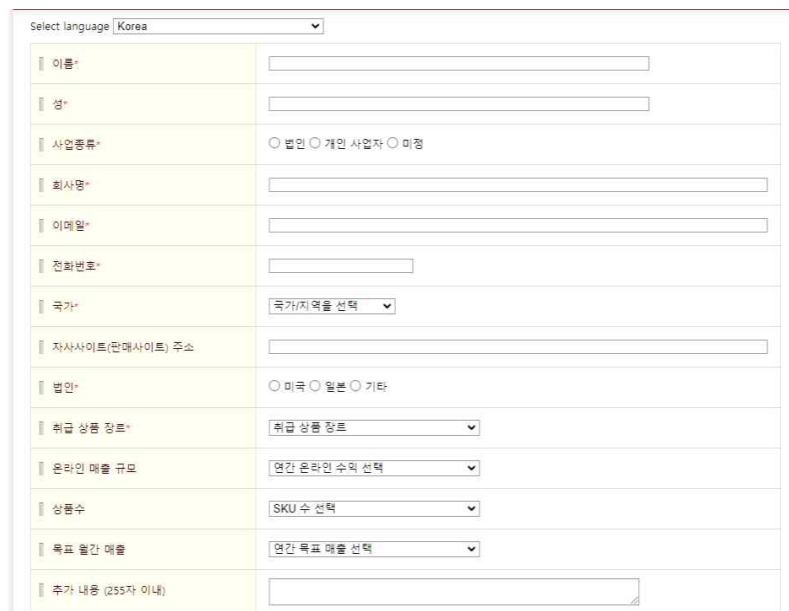
Rakuten Member Registration

- 1 Enter User Information
- 2 Confirm Information Entered
- 3 Complete Registration

● Email Address/UserID/Password

Email Address	Required	It is not possible to register an email address already in use. Re-enter email address.(Please Do Not copy and paste) 	? Detailed help
Username	Required	Used when logging in: ☒ Use my email address as my User ID ☐ Use an alternative to my email address as my user ID 6 or more characters/alphanumeric characters (User ID cannot be all numbers) [For example, JohnSmith07]	? Detailed help
Password	Required	<6 or more characters/alphanumeric characters> You cannot register your "User ID" as a password. To avoid cyber crime, please choose a complex password. 	? Detailed help

- ① 라쿠텐 회원 등록
- 사업 목적(점포 운영용) 계정 생성

입점 등록 절차
UI ②


Select language | Korea

이름*	
성*	
사업종류*	☐ 법인 ☐ 개인 사업자 ☐ 미정
회사명*	
이메일*	
전화번호*	
국가*	국가/지역을 선택 ▼
자사사이트(판매사이트) 주소	
법인*	☐ 미국 ☐ 일본 ☐ 기타
취급 상품 장르*	취급 상품 장르 ▼
온라인 매출 규모	연간 온라인 수익 선택 ▼
상품수	SKU 수 선택 ▼
목표 월간 매출	연간 목표 매출 선택 ▼
추가 내용 (255자 이내)	

- ② 입점 문의 등록
- 담당자 이름, 사업종류, 회사명, 이메일, 전화번호, 국가, 사이트 주소, 취급 상품 카테고리, 매출 규모, 상품 수 등

자료: 라쿠텐(Rakuten), 라쿠텐관리자서버(RMS)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



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

1. 일본 단백질 보충제 통관 및 검역 절차²⁴⁾

▶ 일본 단백질 보충제 수출 통관 단계별 주요사항

일본으로 단백질 보충제 수출 시, 통관과 관련된 기관은 대표적으로 일본 후생노동성(MHLW: The Ministry of Health, Labour and Welfare), 농림수산업(MAFF: The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries), 관세청 등이 있음. 일본은 소비자 안전을 위해 다양한 제도를 운영하고 있으며, 관세법, 수입무역 관리령, 식품위생법 등의 법률을 준수할 것을 요구하고 있어 수출장벽이 높은 편임. 따라서 라벨링 표기 사항, 수입검사 기준 등을 사전에 파악하여 철저한 대비가 필요할 것으로 보임

[표 5.1] 일본 단백질 파우더 통관 검역 절차



자료: 관세청, 일본 관세청

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

▶ **일본 단백질 보충제, 국내 수출업체 AEO 등록 시 통관 혜택** 多

수출입안전관리 우수공인업체(AEO: Authorized Economic Operator)란 수출입기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사하여 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속통관, 세관검사 면제 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 동시에, 사회 안전과 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사 비율이 축소되고 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해짐. 또한, 각종 관세조사의 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금 부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 일본은 2006년부터 AEO 제도 시행 국가로 AEO 등록 시, 상대국 수입 검사 생략, 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.2] 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입 기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업		
적용 대상	수출업체, 수입업체, 관세사, 보세구역운영인, 보세운송업자, 화물운송주선업자, 하역업자, 선박회사, 항공사		
AEO 혜택	세관 혜택	- 수입검사율 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택 - AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음	
	경쟁력 강화	- 타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌 - 통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음 - AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음	
	비용 절감	- 수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음 - 내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함	
신청방법	1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출		
	2단계(공인심사): 서류 심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내)		
	3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급조정, 공인취소 및 유보 결정		
	4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함)		

자료: 관세청

2. 일본 단백질 보충제 품질 인증

▶ 일본 단백질 보충제, 권장 인증 사항

일본으로 식품 수출 시, 일본 내 품질 인증에 대한 요구가 증대하고 있어 HACCP 인증을 취득할 것을 권장함. 현재 HACCP 인증 취득은 필수 사항이 아니지만, 2021년 6월 1일부터 모든 식품 관련 사업체는 반드시 HACCP 방식에 의한 위생 관리를 시행해야 함. 또한 모든 수입 식품은 일본 후생노동성(MHLW)에 사전에 등록되어야 하며, 유기농 식품에 대한 인증인 JAS 인증 등을 추가로 받아 활용할 수 있음

[표 5.3] 일본 단백질 보충제 인증 정보

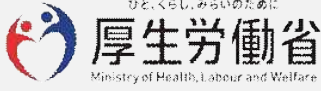
인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품안전관리인증원	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
JAS	유기농 식품 인증	일본 국가 인증	일본 농림수산성 (MAFF)	

자료: 각 인증기관

▶ 일본 단백질 보충제, 후생노동성(MHLW) 사전 등록

일본으로 단백질 보충제 수출 시, 일본 후생노동성(MHLW)에 사전에 제품을 필수적으로 등록해야 함. 후생노동성(MHLW) 사전 등록 제도는 일본 식품위생법에 반하는 식품 등의 수입을 사전에 방지하고, 일본 시장 내 식품 안전성을 확보하고자 도입되었음. 또한, 이를 통해 수입절차를 간소화하고 소요되는 시간을 줄일 수 있음. 농축수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품을 대상으로 함

[표 5.4] 일본 후생노동성 사전 등록

일본 후생노동성 사전 등록	등록 기관	일본 후생노동성(MHLW)	
	적용 품목	- 농축수산물 등의 1차 생산품과 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품과 식품 - 식품첨가물	
	유효기간	3년	
	등록 대상	일본에 식품 등 수출(예정) 업체	
	취득 방법	일본으로 식품을 수출하고자 하는 업체는 국내 담당 기관을 통해 제품 사전 등록 가능	
	통용 국가	일본 한정	
	등록 소요 시기	일본 후생노동성 업무 처리에 따라 업체별로 상이	
	도입 취지	일본의 식품위생법에 반하는 식품 등의 수입을 사전에 방지하고, 식품 안전성을 확보하고자 도입했으며, 수입 절차를 간소화하고 소요되는 시간 축소	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), KATI농식품수출정보

3. 일본 단백질 보충제 라벨링

[표 5.5] 일본 단백질 보충제 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	1. 제품명	- 내용을 나타내는 일반적인 명칭을 표시해야 함 - 명칭에 주요 원재료명이 들어가는 경우, 주요 원재료와 일치해야 함
	2. 원재료	- 원재료에 차지하는 중량의 비율이 높은 순서대로 일반적인 명칭으로 표시해야 함 - 원재료가 2가지 이상(복합 원재료)인 경우, 괄호 안에 배합률이 높은 순으로 기재해야 함(ex. 마요네즈(식용 식물 유지, 달걀 노른자, 양조 식초, 향신료, 설탕)) - 복합 원재료가 제품 원재료에서 차지하는 중량의 비율이 5% 미만인 경우는 생략 가능함
	3. 첨가물	- 지정첨가물: 후생노동성이 지정한 436 품목 - 기존첨가물: 일본에서 이미 사용 중이거나 장기간 사용된 것 또는 예외로 지정받지 않은 치자 색소, 감 탄닌 등 365 품목 - 천연향료: 동식물 유래 물질로 식품에 향 첨가를 목적으로 사용되는 바닐라 향료, 게 향료 등 약 600 품목 - 일반 음식 첨가물로 사용되는 것: 딸기 주스, 한천 등 약 100 품목 - 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로서, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 인정되지 않음 - 원재료 표시란에 원재료와 식품첨가물을 구분하여 표기해야 하며, 중량이 많은 첨가물부터 내림차순으로 작성해야 함
	4. 원산지	수입품의 경우에는 원산지국을 표시해야 함
	5. 알레르겐	- 표시 의무사항: 새우, 밀, 게, 메밀, 달걀, 유제품, 땅콩, 호두 - 표시 권장사항: 전복, 오징어, 연어알, 오렌지, 캐슈넛, 키위, 소고기, 참깨, 연어, 고등어, 대두, 닭고기, 바나나, 돼지고기, 송이버섯, 복숭아, Yam, 사과, 젤라틴 - 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 '알레르겐'을 표시해야 함 - 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시해야 함 'OO을 포함'이라는 문구의 OO에는 특정 원재료 등의 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 'OO 유래'로 표시해야 함

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(CAA), 일본 식품화학연구진흥재단(FFCR)

[표 5.5] 일본 단백질 보충제 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	6. 내용량	- 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재해야 함 - 고형물에 충전액을 더한 경우 내용량 대신 고형량과 내용 총량을 함께 적어야 함(ex. 통조림 등)
	7. 소비기한 또는 유통기한	- 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한을 설정하고 표시할 의무와 책임이 있음 - 제조 또는 가공한 날로부터 유통기한까지 3개월 이내인 경우: ‘평성 26년 5월 31일’, ‘14.5.31’, ‘2014.05.31’ 중 선택 가능함 - 제조 또는 가공한 날로부터 유통기한까지 3개월이 넘는 경우: ‘평성 26년 5월’, ‘14.5’, ‘2014.05’ 표기 중 선택 가능함
	8. 영양성분	- 영양성분 표시는 실제 성분량과 비교하여 이상이 없어야 함 - 의무 표시 정보: 에너지, 단백질, 지방, 탄수화물, 나트륨(식염 상당량) - 권장 표시 정보: 포화지방산, 식이섬유 - 기타 표시 정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등 - 함유량은 100g 또는 100ml 또는 1회분 또는 1포장 단위로 표시해야 함
	9. 보관 방법	‘직사광선을 피하고 상온에서 보존’, ‘10도 이하에서 보존’ 또는 ‘개봉 후 냉장 보관’ 등의 보관에 적절한 유의사항을 표시해야 함 - 상온 보존 이외에 특별한 유의사항이 없는 경우에는 생략 가능함
	10. 수입업체 및 제조업체 정보	수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소 정보를 표시해야 함
	11. 기타 표시 사항	- 언어는 일본어로 표시해야 함 - 폰트의 최소 사이즈는 8포인트로 해야 함 - 유기농 인증을 획득한 경우에 한하여 유기농 표기 가능 - 일본 건강증진법이 정하고 있는 바에 따라 담당 부처로부터 허가를 취득하거나 신고한 후, 특정보건용식품, 영양기능식품, 기능성표시식품 마크의 표기와 적절한 기능성에 대한 홍보 문구를 사용 가능함

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(CAA), 일본 식품화학연구진흥재단(FFCR)

▶ 일본 단백질 파우더 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[옆면 1 라벨링]

[옆면 2 라벨링]

[앞면 - 일본어]

- ① MEIJI
- ② ザバス
アドバンスド ホエイプロテイン100
- ③ SAVAS
ADVANCED
WHEY PROTEIN 100
理想の筋肉のために

- ④

20g	6
PROTEIN	VITAMINS
■ Vitamin B1	■ Niacin
■ Vitamin B2	■ Vitamin C
■ Vitamin B6	■ Vitamin D

- ⑤ ココア味
COCOA

- ⑥

理想を追求したアミノ酸組成
ACID WHEY PROTEINを主原料として使用

- ⑦ *1食分(28g)当たり

[앞면 - 국문]

- ① 메이지(브랜드명)
- ② 자바스
어드밴스드 유청 단백질 100
- ③ 사바스
어드밴스드
웨이 프로틴 100
이상적인 근육을 위하여

- ④

20g	6
단백질	비타민
■ 비타민 B1	■ 나이아신
■ 비타민 B2	■ 비타민 C
■ 비타민 B6	■ 비타민 D

- ⑤ 코코아맛
코코아

- ⑥

이상적인 아미노산 조성
애시드 유청 단백질을 주원료로 사용

- ⑦ *1회분(28g)당

- ⑧ たんぱく原料として
ホエイプロテイン100%

- ⑧ 단백질 원료로서
유청 단백질100%

[뒷면 - 일본어]

[뒷면 - 국문]

- ①
付属のスプーンは容器の中に入ってます。

- ①
부속된 숟가락은 용기 안에 들어있습니다.

栄養成分表示1食分(28g)当たり			
エネルギー	108kcal	ビタミンB1	0.67mg
たんぱく質	20.0g	ビタミンB2	0.76mg
脂質	1.7g	ビタミンB6	0.56mg
炭水化物	3.1g	ビタミンC	43mg
食塩相当量		ビタミンD	12.1μg
0.31~0.80g			
ナイアシン			
4.5~13.9mg			

한 끼당 영양성분표시 (28g)			
열량	108kcal	비타민B1	0.67mg
단백질	20.0g	비타민B2	0.76mg
지방	1.7g	비타민B6	0.56mg
탄수화물	3.1g	비타민C	43mg
식염상당량		비타민D	12.1μg
0.31~0.80g			
나이아신			
4.5~13.9mg			

- タンパク含量75%(製品無水物当たり)
●アミノ酸スコア100

- 단백질함량75%(제품 무수물당)
●아미노산점수100

- ②
●名称: プロテインパウダー(粉末たんぱく食品)
●原材料名: 乳清たんぱく(外国製造)、ココアパウダー、植物油、食塩/乳化剤、香料、V.C、増粘剤(プルラン)、甘味料(アスパルテーム・L-フェニルアラニン化合物、スクラロース、アセスルファムK)、V.B2、V.B6、V.B1、ナイアシン、V.D、(一部に乳成分・大豆を含む)
●内容量: 280g ●賞味期限(開封後): 底面に記載
●保存方法: 直射日光および高温多湿の場所を避けて保存してください。
●製造者: 株式会社 明治
東京都中央区京橋2-2-1
●製造所: 岡山県倉敷市玉島乙島字新奏 8263-26

- ②
●명칭: 프로틴 파우더(분말 단백질 식품)
●원재료명: 유청단백질(외국제조), 코코아파우더, 식물유지, 식염/유화제, 향료, V.C, 증점제(플루란), 감미료(아스파르트메·L-페닐 알라닌 화합물, 수크랄로스, 아세설팜K), V.B2, V.B6, V.B1, 나이아신, V.D, (일부에 유성분·콩 포함)
●내용량: 280g ●상미기한(개봉후): 바닥면에 기재
●보관 방법: 직사광선 및 고온 다습한 장소를 피해서 보관하십시오.
●제조사: 주식회사 메이지
도쿄도 주오구 교바시 2-2-1
●제조소: 오카야마현 구라시키시 타마시마 오토지신주 8263-26

- ③
アレルギー物質(特定原材料等)
乳成分・大豆

- ③
알레르기 물질(특정원재료 등)
유성분·대두

- ④
明治 お客様相談センター
0120-858-660
<https://www.meiji.co.jp/>

- ④
메이지 고객 상담 센터
0120-858-660
<https://www.meiji.co.jp/>

- ⑤ バイオマスNo.200077
このカップは、一部に植物由来の原料を使用しています。

- ⑤ 바이오매스No.200077
이 컵은 일부에 식물 유래 원료를 사용하고 있습니다.

⑥ プラ
本体、フタ、内ブタ

⑦ CZ7514
国内製造

⑥ 플라스틱
본체, 뚜껑, 내부 뚜껑

⑦ CZ7514
국내제조

[옆면 1 - 일본어]

①

meiji SAVAS ADVANCED WHEY PROTEIN 100 ザバス アドバンスド ホエイプロテイン100 理想の筋肉のために ココア味 280g ※スプーン4杯(28g)の場合 約10食分	
--	--

②

特長1	アシッドホエイプロテインを主原料として使用
カラダづくりに役立つ必須アミノ酸ロイシンに着目。たんぱく原料として、理想のアミノ酸組成を追求した「アシッドホエイプロテイン」を主原料として厳選使用しています。	

③

特長2	すっきりとした風味でおいしく、溶けやすい
すっきりとした風味が特徴の「アシッドホエイプロテイン」と、当社独自の配合・造粒技術により、おいしく溶けやすい、飲みやすい品質を実現しました。	

④

特長3	「4種のビタミンB群+ビタミンC+ビタミンD」配合
カラダづくりに欠かせない「ビタミンB群・ビタミンD」、体調維持に欠かせない「ビタミンC」を配合しています。 ●「ザバス アドバンスドホエイプロテイン100」は、明治が実施したアスリートの食事調査結果に基づき、アスリートのカラダづくりに必要とされるビタミンを独自に設計して配合しています。	

[옆면 1 - 국문]

①

메이지 자바스 어드밴스드 WHEY 단백질 100 자바스 어드밴스드 유청 단백질100 이상적인 근육을 위하여 코코아맛 280g ※4스푼(28g)일 경우 약 10회분	
--	--

②

특징1	애시드 유청 단백질을 주원료로 사용
몸 만들기에 도움이 되는 필수 아미노산 류신에 주목. 단백질 원료로서, 이상적인 아미노산 조성을 추구한 「애시드 유청 단백질」을 주원료로 엄선 사용하고 있습니다.	

③

특징2	깔끔한 풍미로 맛있고, 잘 녹는
깔끔한 풍미가 특징인 「애시드 유청 프로틴」과 당사의 독자적인 배합 및 제조 기술을 통해, 맛있고 잘 녹는, 마시기 쉬운 품질을 실현했습니다.	

④

특징3	「4가지 비타민 B군+비타민 C+비타민 D」 함유
신체 형성에 필수적인 「비타민 B군・비타민 D」, 체력 유지에 필수적인 「비타민 C」를 배합하고 있습니다. ●「자바스 어드밴스드 유청 단백질 100」은, 메이지가 실시한 운동선수의 식사 조사 결과에 근거해 운동선수의 몸 만들기에 필요한 비타민을 독자적으로 설계해 배합하고 있습니다.	

⑤

おすすめの飲用シーン (目安: 1日2回)			
朝食時 プ ラスして バランス アップ!	運動後 プ ロテイン 補給に!	間食時 米 養分補給に!	おやすみ前 おやすみ1 時間以前に

⑥ フタのしめ方

1. 軽く押す (カチッ)
2. さらに力を入れ4つの角を奥までしっかりと押し込んでください (カチッ)

⑦ INFORMED

WE TEST, YOU TRUST CHOICE
インフォームドチョイス

⑤

추천 음용법(기준: 1일 2회)			
조식시: 플러스 해서 밸런스업!	운동후: 프로틴 보충에!	간식시: 영양 공급에!	잠들기전: 잠들기 한시간 이전

⑥ 뚜껑 닫는 법

1. 가볍게 누른다(딸깍)
2. 힘을 세게 주어 4개의 모서리를 안쪽까지 단단히 밀어주세요(딸깍)

⑦ INFORMED

WE TEST, YOU TRUST CHOICE
인포메드 초이스

[연면 2 - 일본어]

① この表記が見えなくなるまでフタを押して閉めてください

召しあがり方 (1食分)
水または牛乳250mlに付属のスプーン4杯(約28g)を溶かす。
スプーン4杯(28g)でたんぱく質: 20g 250ml スプーン4杯(約28g) 水or牛乳⇒SAVAS スプーン1杯の目安はすりきりです。
※水または牛乳に溶かした後は速やかにお飲みください。 ※溶かす飲み物の量は、お好みに応じて調整してください。 ●プロテインシェイカーは別売りです。 ●プロテインの摂取は個人差があります。 初めての方や量が多いと思われる方は、少量ずつお試しください。

②

注意
●食物アレルギー物をお持ちの方は原材料等をご確認のうえ、ご使用ください。●体質や健康状態によっては身体に合わないことがあります。その場合は摂取を中止し、医者や専門家に相談ください。●お湯またはあたたかい牛乳をシェイカーに入れてシェイクしないでください。水蒸気や内容液が吹き出し、やけどの原因になります。●この容器はシェイカーではありませんので、液体を入れてシェイクしないでください。●開封後はホコリや髪の毛が入らないようフタをしっかりと閉め、直射日光や高温多湿の場所を避けて保管し、なるべく早めにお召し上がりください。●濡れたスプーンを容器の中に入れてください。プロテインが固まる場合があります。●製品中に色の濃い粉が見えることがあります。これは原材料の一部で品質には問題ありません。

[연면 2 - 국문]

① 이 표기가 보이지 않을 때까지 뚜껑을 눌러 닫아 주십시오

섭취방법(1회당)
물 또는 우유 250ml에 부속된 스푼으로 4스푼(약28g)을 녹인다.
술가락 4개(28g)의 단백질 20g 250ml 스푼 4잔(약28g) 물or우유⇒자바스
스푼 한 술가락의 기준은 깎아서 담은 것입니다. ※물 또는 우유에 녹인 후에는 신속하게 드십시오. ※녹이는 음료의 양은 취향에 따라 조절해 주세요. ●프로틴 셰이커는 별도 판매입니다. ●단백질 섭취에는 개인차가 있습니다. 처음인 분이나 양이 많다고 생각하시는 분들은 소량씩 시음해주세요.

②

주의
●식물 알레르기가 있으신 분은 원재료 등을 확인한 후 사용하십시오. ●체질이나 건강 상태에 따라서는 몸에 맞지 않을 수 있습니다. 이 경우는 섭취를 중지하고, 의사나 전문가와 상담해 주십시오. ●뜨거운 물 또는 따뜻한 우유를 셰이커에 넣고 섞지 마십시오. 수증기나 내용액이 뿜어져 나와 화상의 원인이 됩니다. ●이 용기는 셰이커가 아니므로 액체를 넣고 섞지 마십시오. ●개봉 후에는 먼지가 들어가지 않도록 뚜껑을 단단히 닫고, 직사광선이나 고온다습한 장소를 피해서 보관해, 가능한 한 빨리 드시기 바랍니다. ●젖은 술가락을 용기 안에 넣지 마세요. 단백질이 굳을 수 있습니다. ●제품 중에 색이 진한 가루가 보일 수 있습니다. 이것은 원재료의 일부로, 품질에는 문제가 없습니다.

③

ザバス ホームページ savas.jp

商品詳細や栄養に関する情報、サポートするあア
スリート、キャンペーンなどを掲載しています。

③

자바스 홈페이지 savas.jp

상품 상세나 영양에 관한 정보, 서포터하는
선수, 캠페인 등을 기재하고 있습니다.



[윗면 라벨링]

[밑면 라벨링]

[윗면 - 일본어]

[윗면 - 국문]

① SAVAS

① 자바스

② ※開封時、粉が飛び出すことがあります
ので、ご注意ください。
※内ブタは最後までではがしてください。
※内ブタは最後までではがしてください。

② ※개봉시, 가루가 날릴 수 있으므로,
주의해 주세요.
※부속된 손가락은 안에 들어
있습니다.
※내부 뚜껑은 끝까지 떼어주세요.

③

フタのしめ方

開封後は、フタの4つの角を奥までしっかりと押し
込んでください。

③

뚜껑 닫는 법

개봉 후에는 뚜껑의 네 개의 모서리를 안쪽까지
단단히 밀어 넣어 주십시오.

④ あけくち

④ 아츠크치

[밑면 - 일본어]

[밑면 - 국문]

① 2025.10/BA1018

① 2025.10/BA1018

4. 일본 단백질 보충제 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

일본은 후생노동성(MHLW) 고시 제 370호 「식품, 첨가물 등의 규격 기준」에서는 사용 가능한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준을 규정하고 있으며, 그 종류에는 지정첨가물, 기존첨가물, 천연향료, 일반음식 첨가물 등이 있음. 특히, 지정첨가물과 기존첨가물은 포지티브 리스트에 해당하는 식품첨가물로, 이 리스트에 해당하지 않은 첨가물의 사용은 인정하지 않음. 일본 내 '체중조절용 조제식품'에 적용되는 식품첨가물 검색 시 총 234건을 발견했으며, 하기 표는 그 중 일부를 다름. 더욱 자세한 일본 식품첨가물 규정 및 사용기준은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 일본 후생노동성(MHLW) 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.6] 일본 단백질 보충제 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	글로세로 인산칼슘	Calcium Glycerophosphate	칼슘으로서 식품의 1.0% 이하 (특별용도표시의 허가 또는 승인을 받은 경우에는 이에 한하지 않음, 영양목적 이외 사용 불가)	모든 식품
2	D-도코페롤	D-Tocopherol	일반사용기준 (산화방지 목적 외 사용불가, 단, β -카로틴, 비타민A, 비타민E, 지방산 에스테르 및 유동 파라핀의 제제 안에 포함되어 있는 경우는 해당되지 않음)	
3	비타민 D2	Ergocalciferol	일반사용기준 (보존기준: 차광된 밀봉용기에 넣어 공기를 불활성 기체로 바꿔 차가운 곳에 보존)	
4	비타민 D3	Cholecalciferol	일반사용기준 (캡슐정제 등 통상적인 식품 형태가 아닌 식품 및 정과 이외의 식품에 사용해서는 안 됨)	
5	니코틴산아미드	Nicotinamide	일반사용기준 (식육 및 신선 수산물(고래고기 포함)에 사용금지)	
6	니코틴산	Nicotinic Acid		
7	분말비타민 A	Dry formed vitamin A	일반사용기준 (보존기준: 차광된 밀봉용기에 넣어 보존)	
8	바닐린	Vanillin	일반사용기준 (착향의 목적 이외 사용금지)	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

일본에서 식품을 유통하기 위해서는 일본 후생노동성(MHLW)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 일본 이유식에 적용될 수 있는 일본 유해물질 목록과 그 잔류허용기준임. 더욱 자세한 일본 유해물질 규정 및 해당 규정이 적용되는 식품 기준은 일본 후생노동성(MHLW) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 일본 단백질 보충제 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	10ppb 이하	모든 식품
2	컴프리(지칭풀)	Comfrey(Symphytum)	불검출	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)은 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질 표기를 규정하고 있음. 일본 소비자청(CAA)에서 발표한 「식품 표시 기준에 관한 통지」에 의하면 특정 원재료를 포함하고 있는 식품이 8종 성분 중 한 가지 또는 그 이상의 성분을 포함할 경우 해당 성분의 존재를 의무적으로 상품 라벨에 표시하도록 함. 이외에 특정 원재료에 준하는 원재료는 표기 권장 사항에 해당됨

[표 5.8] 일본 알레르겐 성분 규정

순번	표시 의무 여부	대상	순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	밀	15	권장	오렌지
2	의무	새우	16	권장	키위
3	의무	게	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	아몬드	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	캐슈넛

자료: 일본 소비자청(CAA)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 요도바시(Yodobashi)
2. 마츠모토 키요시(Matsumoto Kiyoshi)
3. 제비오(Xebio)

Interview ①

25)

www.yodobashi.com

요도바시
(Yodobashi)

- 유형: 슈퍼마켓 및 식료품 체인
- 업체 특징:
 - 1960년에 설립된 슈퍼마켓 및 식료품 체인으로 FMCG(일용소비재)를 취급하고 있음
 - 자체 온라인 스토어와 오프라인 체인을 통해 글로벌 유통망을 운영하고 있음

담당자 정보

Product Manager

요도바시(Yodobashi)
Product Manager

Q. 고객사 제품의 희망 소비자가격은 파우치 1개당 6,000원입니다. 고객사 제품의 희망 소비자가격에 대해 어떻게 생각하십니까? 일본 시장에서 경쟁력 있는 가격으로 보이나요?

고객사 제품의 희망 소비자가격인 6,000원은 일본 시장에서 경쟁력을 갖추기 어려울 수 있습니다. 현재 시장에서 가장 잘 팔리는 RTD(Ready-to-Drink) 단백질 음료 중 하나인 메이지 사바스(Meiji Savas)를 참고해보면, 메이지 사바스는 100ml당 99엔(약 850원²⁶⁾)으로, 100ml와 200ml 크기로 제공됩니다. 이 제품은 거의 모든 세븐일레븐(7-Eleven) 편의점에서 쉽게 찾을 수 있으며, 단백질 음료 시장에서 가장 인기 있는 브랜드 중 하나입니다.

고객사 제품의 가격은 이 표준 제품의 가격을 크게 초과하기 때문에 시장성이 높지 않을 수 있습니다. 또한, 해조류 단백질은 현재 보디빌더나 헬스장 이용자들 사이에서 과학적으로 입증된 효능이 부족하여 선호되지 않습니다. 다만, 해조류와 대두 단백질은 유당 불내증이 있는 사람들에게 우유 단백질의 좋은 대안이 될 수 있습니다. 따라서 이 제품이 널리 호소력을 가지지는 않겠지만, 틈새시장에서는 성공할 가능성이 있습니다.

Q. 고객사 제품의 포장 형태(파우치, 폴리에틸렌)에 대해 어떻게 평가하십니까? 일본 소비자에게 매력적으로 보일까요?

편리하고 바로 마실 수 있는 제품은 일본 소비자들에게 환영받을 것입니다. 그러나 일본의 엄격한 플라스틱 처리 규정 때문에 포장이 생분해성이라면 훨씬 더 좋을 것입니다. 운동 후 플라스틱 파우치를 적절히 처리할 장소를 찾는 것은 번거로울 수 있기 때문입니다. 따라서 환경 친화적인 포장재를 사용하는 것이 소비자에게 더 큰 매력을 줄 수 있습니다.

Q. ‘고단백 성분 함유 건강 기능성 선택’이라는 홍보문구가 일본 소비자에게 충분히 어필될 것으로 보십니까? 더 효과적인 홍보문구를 제안해주실 수 있나요?

길고 복잡한 홍보문구는 소비자들의 관심을 끌기 어렵습니다. ‘유청 단백질’, ‘저칼로리’, ‘체중 감량’과 같은 몇 가지 간결한 키워드만으로도 충분합니다. 또한, 제품의 맛, 가격, 효능이 뒷받침되어야 합니다. 포장에 길고 화려한 광고 문구를 넣더라도 제품이 그 주장에 부합하지 않으면, 오히려 거짓 광고로 인해 평판이 손상될 수 있습니다.

25) 사진 자료: 요도바시(Yodobashi)

26) 100엔=859.57원(2024.07.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q. 일본 주요 온라인 채널과 현지 주요 대형마트에 입점하기 위해 고객사 제품이 갖추어야 할 필수 조건이나 항목이 무엇이 있을까요?

성공적인 입점을 위해서는 수요가 있어야 하며, 브랜드 인지도가 중요합니다. 현지 파트너의 지원 없이 시장에 진입하려는 경우, 대형 마트에서 물리적 유통을 위해 제품을 받아들일 가능성은 낮습니다. 그러나 온라인 유통은 접근이 상대적으로 용이합니다. 누구나 온라인에 광고를 게재할 수 있지만, 경쟁 브랜드가 많아 시간과 인내가 필요합니다. 온라인에 제품을 올리는 데 드는 비용은 적지만, 그만큼 수익도 적을 수 있습니다. 따라서 철저한 시장 조사와 목표 소비자층에 대한 명확한 이해가 필요합니다.

Q. 일본 시장에서 고객사 제품의 경쟁력을 강화하기 위해 개선하거나 추가해야 할 사항이 있다면 무엇이 있을까요?

고객사 제품은 유청이나 우유 알레르기가 있는 사람들을 위한 다이어트나 체중 감량 제품으로 틈새시장을 공략할 수 있습니다. 해조류 단백질의 검증된 건강 효능은 제한적이지만, 유당 불내증이 있는 소비자들에게는 좋은 대안이 될 수 있습니다. 대부분의 단백질 제품은 RTD(Ready-to-Drink) 또는 분말 형태로 제공되며, 유당 기반 제품이 주를 이룹니다. 따라서 고객사 제품이 이들과 차별화된 요소를 가지고 있다는 점을 강조하는 것이 중요합니다. 예를 들어, 유당 불내증 소비자들을 위한 대안 단백질이라는 점을 강력히 홍보할 필요가 있습니다.

Q. 고객사 제품의 맛(우유, 두유 맛)에 대해 어떻게 평가하십니까? 일본 소비자들에게 호응을 얻을 수 있을까요?

단백질 셰이크나 분말 제품은 초콜릿이나 바닐라 맛에서도 강하고 텁텁한 맛이 나는 경우가 많습니다. 그러나 메이지(Meiji) 브랜드는 이러한 문제를 극복하여 그들의 우유 단백질 제품이 일반 초콜릿 우유처럼 맛이 납니다. 고객사 제품이 단백질 특유의 불쾌한 맛과 뒷맛을 성공적으로 가릴 수 있다면, 잠재 소비자들에게 매우 매력적일 것입니다.

Q. 고객사 제품의 주요 성분과 그 효능에 대해 어떻게 생각하십니까? 일본 소비자들에게 충분한 매력을 제공할 수 있을까요?

해조류 단백질은 단백질 음료를 소비하는 사람들에게 큰 가치를 제공하지 못할 수 있습니다. 이는 그 효능을 뒷받침하는 과학적 증거가 부족하기 때문입니다. 대부분의 해조류 단백질에 대한 주장은 개인적인 경험에 의존하는 경향이 있습니다. 반면, 일반 단백질 셰이크와 음료는 연구에 의해 뒷받침되는 긍정적인 효과가 많고, 시간이 지나면 시각적으로도 효과가 나타납니다. 따라서 해조류 단백질의 효능에 대한 과학적 연구 결과를 확보하고, 이를 기반으로 제품의 가치를 강조하는 것이 중요합니다.

Interview ②

27)



마츠모토 키요시
(Matsumoto Kiyoshi)

- 유형: FMCG 취급
유통업체
- 업체 특징:
 - 1932년에 설립된
FMCG 및 뷰티와 웰니스
제품을 취급하는 업체
 - 자체 온라인 스토어와
체인점을 통해 글로벌
유통망을 운영하고 있음

담당자 정보

Product Manager for
Wellness

마츠모토 키요시(Matsumoto Kiyoshi) Product Manager for Wellness

Q. 고객사 제품의 희망 소비자가격은 파우치 1개당 6,000원입니다. 고객사 제품의 희망 소비자가격에 대해 어떻게 생각하십니까? 일본 시장에서 경쟁력 있는 가격으로 보이나요?

고객사 제품의 희망 소비자가격은 RTD(Ready-to-Drink) 음료로서 적절한 수준으로 보입니다. 두유는 유제품 알레르기가 있는 사람들에게 좋은 대안이지만, 때로는 맛이 다소 특이할 수 있습니다. 피트니스 애호가들은 일반적으로 유청 단백질 파우더를 선호하며, 이는 병당 최소 3,000엔(약 25,787원)의 비용이 들지만, 하루 섭취량에 따라 한 병이 최소 한 달 동안 지속될 수 있습니다. RTD 옵션의 가격은 다양하지만, 메이지 사바스(Meiji Savas)가 표준으로 여겨집니다. 메이지 브랜드와 비교했을 때, 고객사 제품은 다소 비싸고 경쟁력이 떨어질 수 있습니다.

해조류 단백질에 대해서는 큰 가치를 지니지 않는다고 생각합니다. 해조류 단백질은 아직 과학적으로 완전히 검증되지 않은 새로운 소재입니다. 해조류 단백질이 해롭지 않다는 것은 확신하지만, 단백질 섭취나 근육량에 혁신적인 영향을 미칠 것이라고 생각하지는 않습니다.

Q. 고객사 제품의 포장 형태(파우치, 폴리에틸렌)에 대해 어떻게 평가하십니까? 일본 소비자에게 매력적으로 보일까요?

휴대가 간편하고 편리하게 섭취할 수 있는 점은 긍정적입니다. 그러나 플라스틱 사용을 최소화하는 것이 더 좋습니다. 플라스틱을 많이 사용할수록 플라스틱 쓰레기를 처리하는 것이 더 불편해집니다. 종이나 골판지는 쉽게 접어서 일반 쓰레기와 함께 분리할 수 있는 반면, 플라스틱 쓰레기는 공간을 더 많이 차지합니다. 따라서, 환경 친화적인 포장재를 사용하는 것이 일본 소비자에게 더 큰 매력을 줄 수 있습니다.

Q. ‘고단백 성분 함유 건강 기능성 선택’이라는 홍보문구가 일본 소비자에게 충분히 어필될 것으로 보십니까? 더 효과적인 홍보문구를 제안해주실 수 있나요?

현재 홍보 문구는 눈에 띄거나 설득력 있게 다가오지 않습니다. 해조류 성분을 단백질 원료로 명시하는 것이 더 의미가 있을 것입니다. 해조류 단백질은 단백질 음료 산업에서 흔하지 않기 때문에 사람들이 호기심을 느껴 제품을 시도해 보고 싶어할 수 있습니다. 따라서, ‘해조류 단백질 함유’, ‘유제품 대안’, ‘유당 불내증에 적합’ 등의 간결하고 핵심적인 키워드를 사용하여 소비자에게 어필하는 것이 좋습니다.

Q. 일본 주요 온라인 채널과 현지 주요 대형마트에 입점하기 위해 고객사 제품이 갖추어야 할 필수 조건이나 항목이 무엇이 있을까요?

온라인과 오프라인 채널 모두 동일한 소비자를 대상으로 하지만 다른 요구를 충족시키기 위해 설계되었습니다. 각각의 채널에서 성공하기 위해 고객사 제품이 갖추어야 할 필수 조건은 다음과 같습니다. 온라인 채널에서는 대량 구매 옵션을 제공하고, 경쟁력 있는 가격을 책정하며, 효율적인 물류 시스템을 구축해야 합니다. 손상된 상품의 반품 및 환불 절차도 명확히 해야 합니다. 디지털 광고와 소셜 미디어를 통한 온라인 마케팅 전략도 필요합니다. 오프라인 채널에서는 체육관이나 스포츠 센터 근처의 편의점이나 약국에 제품을 배치하여 단백질 셰이크를 준비할 시간이 없는 사람들을 타겟팅해야 합니다. 휴대가 간편하고 환경 친화적인 포장을 사용하여 소비자들에게 어필하고, 경쟁 제품과 차별화된 특성을 명확히 하여 소비자들에게 제품의 가치를 전달해야 합니다.

Q. 일본 시장에서 고객사 제품의 경쟁력을 강화하기 위해 개선하거나 추가해야 할 사항이 있다면 무엇이 있을까요?

거의 모든 단백질 셰이크, 파우더, 음료는 시장에서 동일한 혜택을 제공합니다. 따라서 소비자들은 주로 맛이나 트레이너나 친구의 추천에 따라 제품을 선택합니다. 대부분의 브랜드는 피트니스 목표를 달성하는 데 도움이 될 수 있지만, 각 브랜드마다 맛이 다릅니다. 많은 단백질 음료는 이상한 뒷맛을 남기지만, 일부 제품은 일반 초콜릿 음료처럼 맛이 좋습니다. 해조류 단백질은 음료로서 좋은 맛을 가지고 있지 않으며, 짭짤하거나 비린 맛이 나는 바닷물을 연상시키는 이미지를 가지고 있다고 생각합니다. 따라서 맛을 개선하는 것이 브랜드의 경쟁력을 높이는 데 큰 도움이 될 것입니다.

Q. 고객사 제품의 맛(우유, 두유 맛)에 대해 어떻게 평가하십니까? 일본 소비자에게 호응을 얻을 수 있을까요?

우유나 두유 맛은 단백질 셰이크의 최선의 선택은 아닙니다. 일반적으로 초콜릿 맛이 가장 선호됩니다. 초콜릿 맛 단백질 음료는 많은 브랜드에서 흔히 발견되는 이상한 뒷맛을 완전히 가릴 수 있기 때문입니다. 그러나 초콜릿 맛이 일부 사람들에게는 너무 달 수 있습니다. 두유는 독특한 맛을 가지고 있으며, 견과류와 우유 맛이 동시에 나는 경향이 있습니다. 우유 맛이 나쁜 선택은 아니지만, 대부분의 소비자들이 선호하지는 않습니다. 또한, 일부 사람들은 강한 우유 알레르기를 가지고 있어, 음료가 우유 맛이 나면 우유가 포함된 것으로 오해할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 주요 성분과 그 효능에 대해 어떻게 생각하십니까? 일본 소비자들에게 충분한 매력을 제공할 수 있을까요?

해조류는 일반적인 단백질 원료가 아니며, 식물이 상당한 단백질을 제공한다는 생각이 소비자들에게는 믿기 어려울 수 있습니다. 해조류가 스킨케어 제품에 사용된다는 이야기는 들어봤지만, 단백질과 연관 지어 생각하는 경우는 드뭅니다. 과학적 연구나 관련 기관의 증거가 없으면 해조류가 새로운 단백질 원료로서 유효하다는 것을 설득하기 어렵습니다. 따라서 운동 관련 유명인이나 인플루언서의 지지가 필요할 것입니다.

Interview ③

28)

제비오(Xebio)

THE SUPER SPORTS

Store Manager

제비오
(Xebio)

- 유형: 스포츠 및 웰니스
제품 유통업체
- 업체 특징:
 - 스포츠 및 웰니스 제품을
취급하는 수입유통업체
 - 자체 온라인 스토어와
오프라인 매장을
운영하고 있음

담당자 정보

Store Manager

Q. 고객사 제품의 희망 소비자가격은 파우치 1개당 6,000원입니다. 고객사 제품의 희망 소비자가격에 대해 어떻게 생각하십니까? 일본 시장에서 경쟁력 있는 가격으로 보이나요?

미리 혼합된 단백질 음료에 대해서는 개인적으로 신뢰하지 않습니다. 몇 모금에 불과한 양에 비해 가격이 너무 비싸다고 생각합니다. 닭가슴살을 섭취하는 것이 더 저렴하고 더 많은 단백질을 제공한다고 봅니다. 실제로 운동하는 대부분의 사람들은 단백질 파우더에 의존하거나 닭가슴살로 식단을 보충합니다. 단백질 음료가 유용한 경우는 운동 후 단백질 셰이크를 준비하지 못했을 때뿐입니다. 또한, 많은 사람이 우유나 유당에 알레르기가 있다는 점도 중요한 고려 사항입니다.

Q. 고객사 제품의 포장 형태(파우치, 폴리에틸렌)에 대해 어떻게 평가하십니까? 일본 소비자에게 매력적으로 보일까요?

음료를 시원하게 유지할 수 있는 용기면 충분하다고 생각합니다. 작은 단백질 음료는 종이나 박스형 용기에 포장되는 경우가 많아 편리합니다. 그러나 일회용 음료에 플라스틱병을 사용하는 것은 너무 많은 쓰레기를 발생시키며 지속 가능하지 않다고 생각합니다.

Q. 일본 주요 온라인 채널과 현지 주요 대형마트에 입점하기 위해 고객사 제품이 갖추어야 할 필수 조건이나 항목이 무엇이 있을까요?

슈퍼마켓 브랜드는 일반적으로 소비자들이 호기심에 제품을 시도하는 경향이 있습니다. 반면, 단백질 섭취와 근육 증가가 목적인 소비자들은 주로 스포츠 매장, 웰니스 센터, 또는 전문 체육관에서 쇼핑합니다. 슈퍼마켓은 단백질 음료 브랜드에 대해 식품 및 음료 허가, 안전 및 영양과 관련하여 초콜릿 음료 판매자와 동일한 조건을 제공합니다. 따라서 음료가 일반 음료로 인식되기를 원한다면 슈퍼마켓이 이상적입니다.

Q. 일본 시장에서 고객사 제품의 경쟁력을 강화하기 위해 개선하거나 추가해야 할 사항이 있다면 무엇이 있을까요?

플라스틱병이 전체 비용에 기여한다고 생각합니다. 제품을 더 지속 가능하게 보이도록 재설계할 수 있다면 이미지 개선에 도움이 될 것입니다. 또한, 해조류는 현재 단백질 원료로서 강한 이미지를 가지고 있지 않습니다. 시간이 지나면서 인식이 바뀔 수 있지만, 현재로서는 해조류를 주성분으로 마케팅하는 것보다는 해조류를 하나의 성분으로 마케팅하는 것이 더 좋습니다.

Q. 고객사 제품의 맛(우유, 두유 맛)에 대해 어떻게 평가하십니까? 일본 소비자에게 호응을 얻을 수 있을까요?

음료 맛을 선택하는 데 있어 선호도는 다양합니다. 두유는 좋은 선택이지만, 일부 사람들은 두유의 고소하고 요거트 같은 맛을 싫어합니다. 반면, 일반 우유 맛은 일반적으로 잘 받아들여지지만, 유당 불내증이 있는 사람들은 우유 맛이 나는 제품을 시도하는 것을 꺼릴 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 주요 성분과 그 효능에 대해 어떻게 생각하십니까? 일본 소비자들에게 충분한 매력을 제공할 수 있을까요?

해조류는 현재 단백질 원료로서 강한 이미지를 가지고 있지 않으며, 맛있는 옵션으로도 널리 인식되지 않습니다. 따라서 주요 성분으로서 얼마나 효과적일지는 불확실합니다. 시간이 지나고 강력하고 일관된 마케팅이 이루어진다면 이 인식이 바뀔 수 있지만, 현재로서는 해조류를 주성분으로 마케팅하는 것보다는 하나의 성분으로 마케팅하는 것이 잠재 고객을 유인하는 데 더 좋을 것입니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Health and functional foods market in Japan', 2023.04
2. KATI농식품수출정보, '일본 단백질 시장 전망', 2021.08
3. 리얼푸드(Realfood), '편의점에서 간편한 단백질바 확대되는 일본 단백질 시장', 2024.06
4. 식품음료신문, '일본 고단백 식품, 10년 새 4배 성장', 2024.05
5. 베리웰핏(Verywellfit), 'Does Protein Powder Expire? A Dietitian Weighs In', 2023.07
6. 스태티스타(Statista), 'Preferred purchase channels for dietary and health supplements in Japan as of February 2024', 2024.04
7. 스태티스타(Statista), 'Preferred purchase channels for dietary supplements or nutraceuticals in South Korea as of March 2022', 2022.06
8. 농림축산식품부, '2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드', 2023
9. aT한국농수산식품유통공사, '주요국 식품원료 및 첨가물 승인·관리제도', 2023
10. aT한국농수산식품유통공사, '2023 농식품 수출국가 정보조사 (일본)', 2023
11. aT한국농수산식품유통공사, '2023년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건 현황', 2023
12. 일본 소비자청(CAA), '식품 표시 기준에 따른 통지', 2015

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
4. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
5. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
6. 라이프(Lifecorp) (www.lifecorp.jp)
7. 구글맵(Google Maps) (www.google.com/maps)
8. 맥스밸류(MaxValu) (www.mv-tokai.co.jp)
9. 홋카이도가이드(Hokkaido Guide) (hokkaidoguide.com)
10. 예스마트(Yesmart) (www.yesmart.co.jp)
11. 장터한국광장(韓国広場) (www.ehiroba.jp/hiroba)
12. 나비타임트래블(Navitime Travel) (japantravel.navitime.com)
13. 아마존 일본(Amazon Japan) (www.amazon.co.jp)
14. 시밀러웹(Similarweb) (www.Similarweb.com)
15. 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central)
16. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.co.jp)
17. 라쿠텐관리자서버(RMS) (glogin.rms.rakuten.co.jp)
18. 일본 관세청 (www.customs.go.jp)
19. 일본 후생노동성(MHLW) (www.mhlw.go.jp)
20. 일본 소비자청(CAA) (www.caa.go.jp)
21. 일본 식품화학연구진흥재단(FFCR) (www.ffcr.or.jp)
22. 관세청 (www.customs.go.kr)
23. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
24. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
25. aT한국농수산식품유통공사 (www.at.or.kr)
26. FTA포털(Yes FTA) (www.customs.go.kr/ftaportalkor/main.do)
27. 요도바시(Yodobashi) (www.yodobashi.com)
28. 마츠모토 키요시(Matsumoto Kiyoshi) (www.matsukiyo.hk)
29. 제비오(Xebio) (www.supersports.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.08.09

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 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea