



일본 마케팅 협업제안서

맛집(구루메)

미용·병의원

숙박·라이프스타일

픽스업 일본 마케팅

: AGENDA

- 1 회사소개
 - 2 일본 시장 특성
 - 3 일본 마케팅의 중요성
 - 4 일본 내 한국 병원, 맛집(구루메) 현황
 - 5 체험단(모니터) 마케팅 성공 사례
 - 6 체험단 운영방식
 - 7 FIX UP만의 핵심 영역
 - 8 광고비용 안내
-

회사소개

브랜드의 내일을 함께 만드는 픽스업

설립 후 1년 미만, **누적 클라이언트 2,000여곳 돌파**
기술혁신형 벤처기업 인증 및 기업부설연구소 설립 인가

국내

네이버·카카오 광고 대대행 협약을 체결
디지털 플랫폼의 광고 데이터를 통합 분석·운영
자체 개발 AI 기술로 광고 효율 극대화

해외

Google Ads 공식 파트너 인증
중국 대형 플랫폼 다종디엔핑 파트너사 체결
각 해외별 마케팅팀이 사장별 특성에 맞게 운영



일본 마케팅의 핵심은 '노출'이 아닌 '검색' 결과의 선점.



소비 성향 :

일본 소비자는 신규 브랜드에 대해
검증 기간이 길지만
**신뢰 형성 이후에는 재구매·추천으로
이어지는 충성도가 높게 형성.**
구매 실패에 대한 두려움으로
상세페이지·리뷰에 장시간 투자.



인플루언서 :

화려한 인플루언서보다
소통이 활발하고 **전문적인 나노·마이크로
인플루언서의 높은 전환률.**
팔로워 수보다 리뷰의 진정성과
정보 밀도가 구매 결정에 영향.



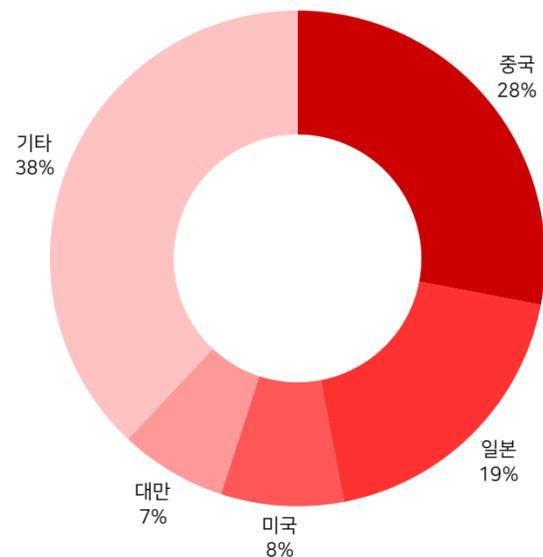
매체 전략 :

SNS 노출 후 반드시
구글·야후·아메바 블로그·타베로그
등으로 재검증.
**블로그·SEO 기반 콘텐츠는 캠페인
종료 후에도 지속 유입이 가능한
마케팅 자산으로 누적.**

2026년 외국인 시장의 핵심 변수는 **일본인 관광객**

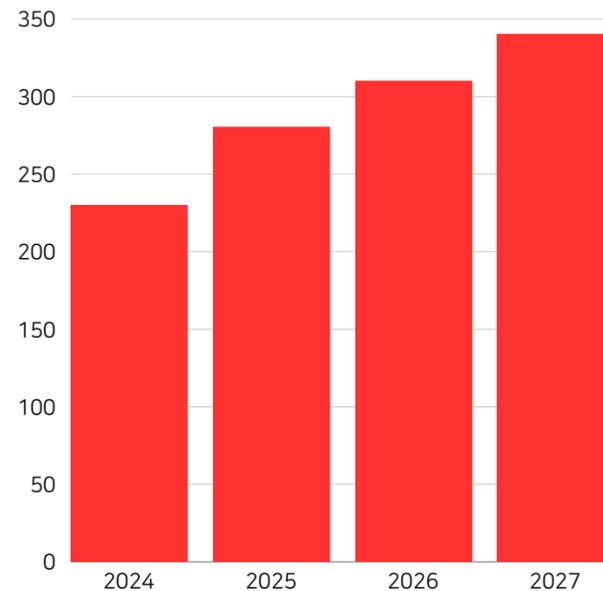
2025년 일본인 관광객 소비 규모는 약 4.5조 원

쇼핑 고객이 40%(약 1.8조원), 병원 고객 30%(약 1.3조원), 맛집 구루메 고객 25%(약 1.1조원) 차지.



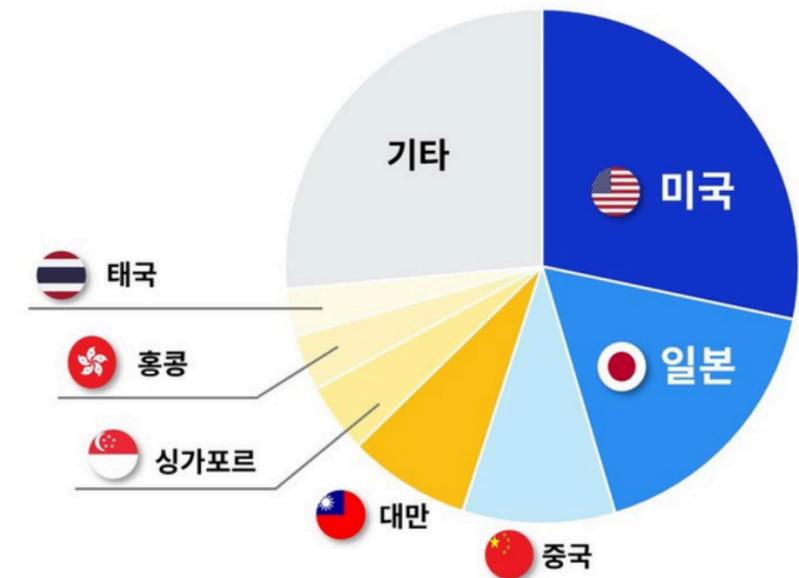
2025년 방한 외국인 비율:

외국인 시장의 압도적 2위, 일본 인구수 대비 압도적인 재방문율 (Repeater) 보유 국가.



2027년 일본 관광객 전망:

성장 가속으로
2027년 방한 일본인
340만 명 이상 돌파 전망.



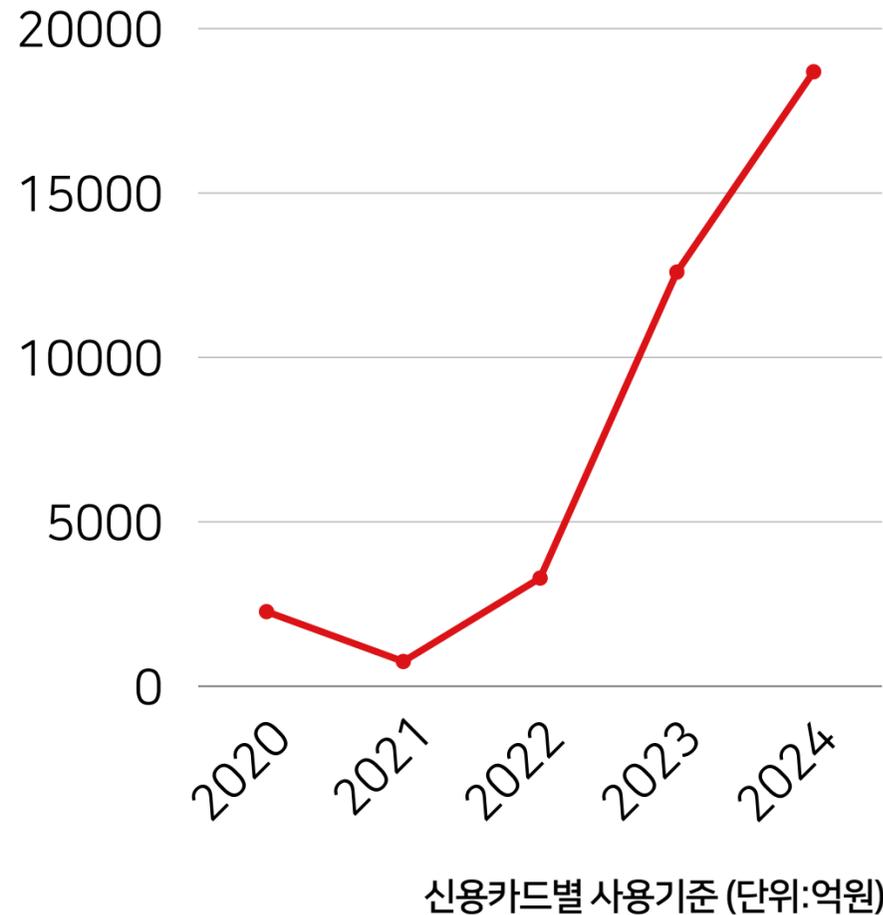
전체 카드 결제 금액 국가별 비중:

연간 소비 약 4.5조 원 고부가가치 시장.
면세점 쇼핑 지출은 감소 추세이나,
로컬 맛집 및 미용/의료 업종의
카드 결제액은 급증세.

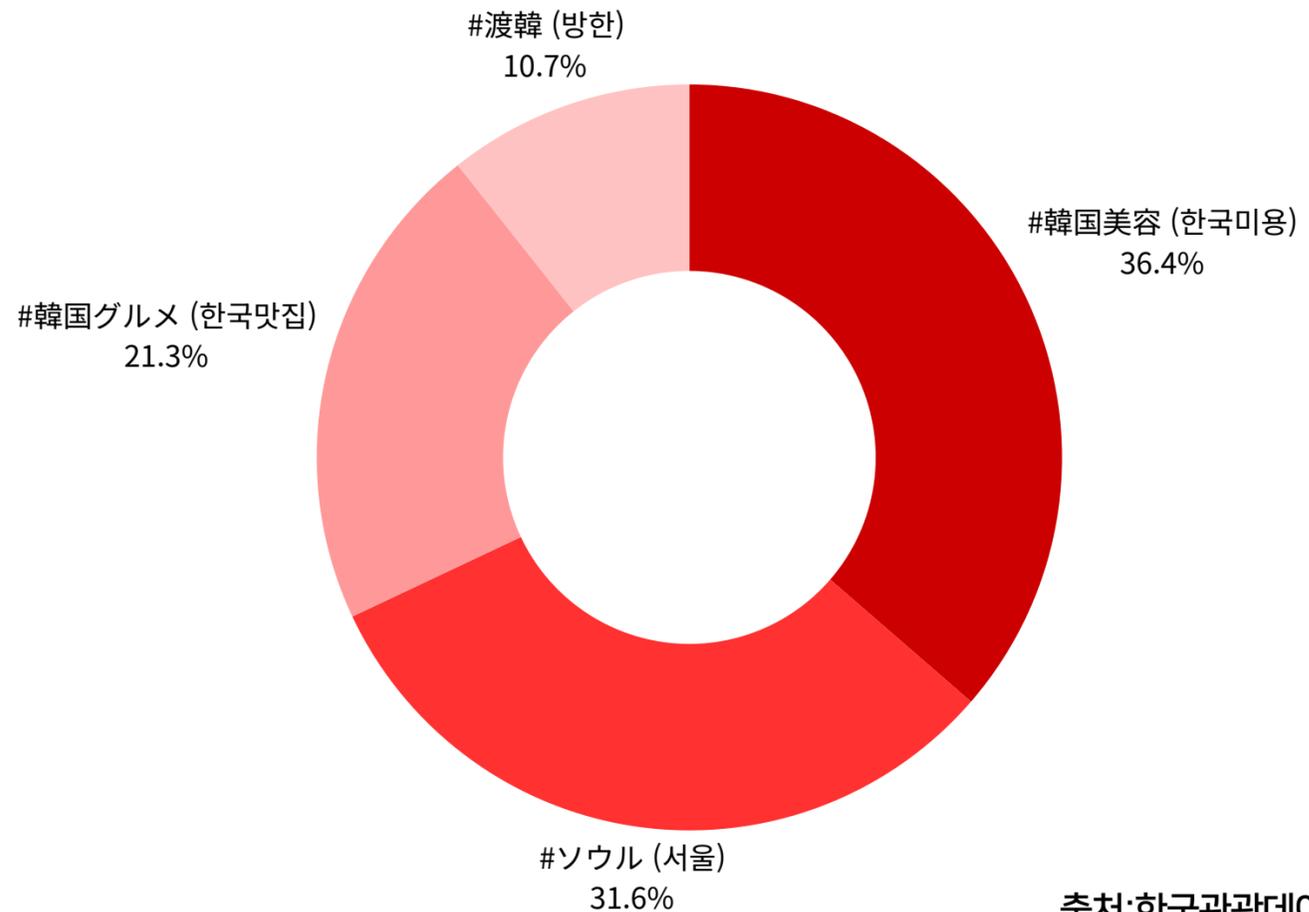
일본인 관광 소비는 '급성장 국면'

코로나 이후 소비액이 폭증, 중장기적으로 계속 키울 수 있는 시장
뷰티·미식이 전체 관심의 과반, 결과가 보이는 체험형 소비에 집중

일본인 관광객 관광소비액



일본인 관광객 주요 키워드



출처: 한국관광데이터랩

제4차 한류 붐과 '일상화 된 **도한**': 왜 지금 일본 마케팅인가?

1



유행을 넘어 라이프스타일이 되다

‘도한(渡韓: 한국으로 넘어가다) 놀이’에서 **‘로컬 현지인 모드’**로의 진화
일본 내에서 한국 여행 기분을 내던 도한곳코(渡韓ごっこ) 세대가
자라 **실제 한국을 방문할 수 있는 ‘도한조시(渡韓女子)’**로 전환.

2

K-문화를 혐모하는 일본인 :

K-팝, K-드라마의 인기로 **한국의 식문화, 패션, 뷰티** 등
아티스트와 브랜드를 동일시하며, 좋아하는 대상이 향유하는 문화를
그대로 복제하고 인증하려는 욕구가 강함.



일본 타겟의 구조적 전환 유리성

신뢰가 먼저인 일본 시장, 인플루언서 마케팅은 선택이 아닌 필수!

1

이탈률이 낮은 일본 소비자

목적성을 가진 검색 > 리뷰 확인 > 방문의 단계적 구조로 **타국가 대비 구매 전환율이 높음.**
SNS 노출 후에도 구글·야후·블로그 등에서 재확인할 확률이 높음.
검색형 시장 특성상 **소수의 고품질 콘텐츠로도 반응 유도 가능.**

2

타국가 시장과 차이점

타국가의 경우 대부분은 노출 수명 짧은 휘발성 구조인 반면, **일본은 장기 노출로 지속 유입 발생.**
캠페인 종료 후에도 콘텐츠가 신뢰의 증거로 누적.
가이드 준수율이 높아 콘텐츠 업로드 누락 리스크가 낮음

3

높은 객단가

의료 관광 수요 높아 고객단가 기대 가능. 또한 맛집·로컬 등 고가·지역 고정형 콘텐츠와 궁합 우수
일본은 단체 관광보다 2~4인 개인 여행 비중이 높아 방문·소비 결정권이 개인에게 집중
'가성비'보다 가심비·실패 없는 경험 중시 → 객단가 상승



일본인 대상 한국 병의원 시장: 거대한 기회와 블루오션

강남언니JP 1년간 **3배** 성장 확대
한국 · 일본 **130만건** 병원예약 중
30만건 일본 예약

신뢰마케팅

기술력 중심의 K-의료 선호 → 형성된 신뢰는 고단가 예약으로 직결

블루오션 선점

대형 에이전시 진입 전 단계 → 무분별한 광고 없는 청정 시장

검증된 결과

제대로 설계된 마케팅 팀이 먼저 시장을 장악하고 통련하는 구조

일본인 대상 맛집(구루메) 시장: 방한 목적 1위 70.5%

2030 일본 여성의 경우,
인스타그램을 보고 여행지를 결정하는 비율이
타 국가 대비 1.5배 높음

소비중심이동

면세점 중심의 정형화된 지출 감소, 로컬 음식점·카페 업종
결제 비중의 가파른 상승세

로컬 상권 집중

성수동, 연남동 등 한국 MZ세대 중심의 핫플레이스 상권 내
카드 결제액 급증

체험형 소비 확대

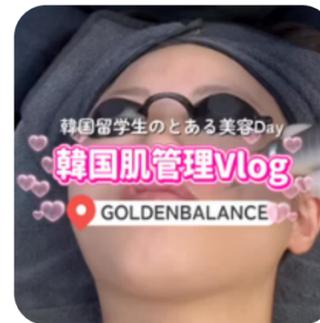
단순 물건 구매보다 한국의 라이프스타일을 직접 경험하는
'구루메(맛집)'와 '카페 투어'에 지갑을 여는 추세



일본 내 한국 병의원, 맛집(구루메) 현황

인플루언서 체험단 (モニタ—*モニター)

실제 방문 기반 일본 소비자 신뢰형 체험단 마케팅 (단발성 노출이 아닌 콘텐츠 자산으로 남는 구조)
일본 소비자의 구매 여정에 최적화된 검색·후기 중심 체험단 운영.



인스타그램

소개

가장 대표적인 SNS 마케팅 채널
20~40대 주로 사용
일본인 이용률 50% 약 6,600만명 사용

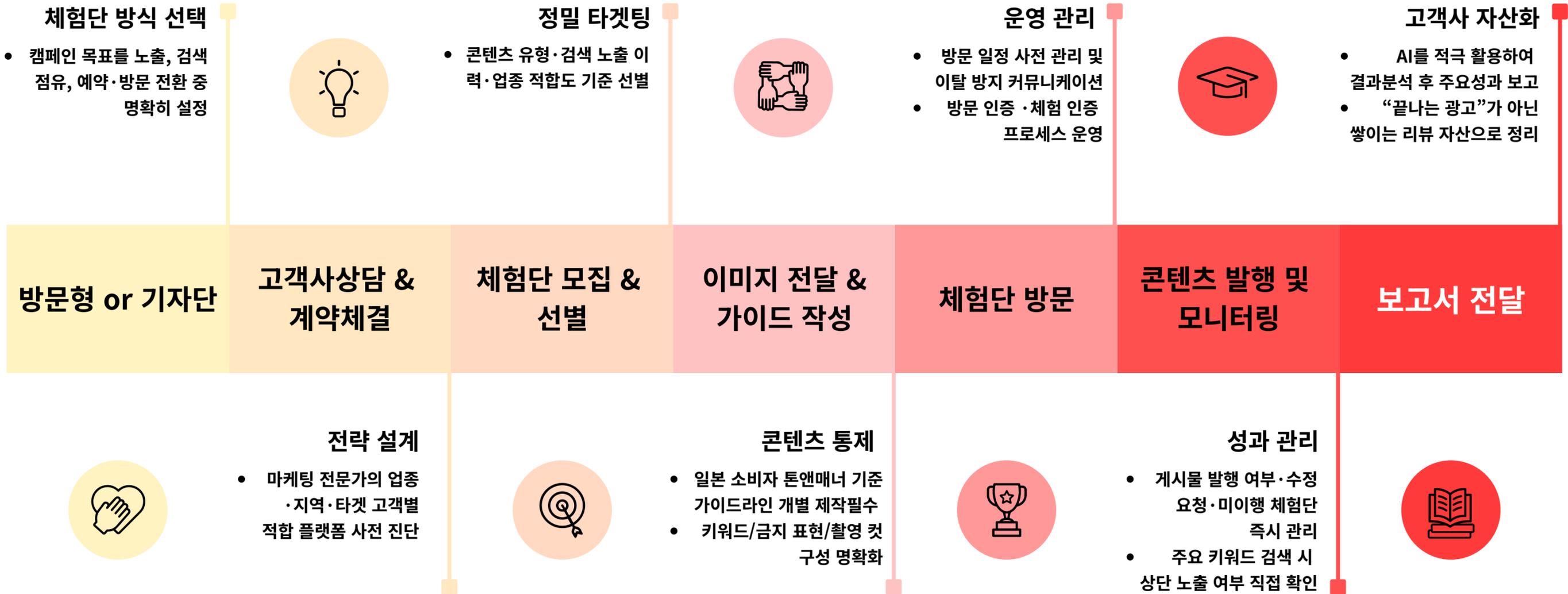
설명

방문 인증 중심의 비주얼 콘텐츠
스토리·릴스 활용으로 즉각적인 관심 유도
브랜드 첫 인지 및 감성 어필에 강점

추천 업종

맛집 · 카페 · 병원 · 피부과 · 성형외과 · 뷰티 · 화장품 · 패션 · 카페 · 라이프스타일 · 여행 · 호텔 · 숙박

픽스업 운영 방식



고객의 피드백을 반영한 지속적인 서비스 개선

일본 타겟에 특화된 구조 설계

일본 소비자의 검색·리뷰·전환 구조를
반영한 마케팅 퍼널 설계

효과적인 광고 전달

일본 소비자 인플루언서 대상
톤앤매너 갖춘 커뮤니케이션 운영

인플루언서·크리에이터 운영 관리

단순 사진 3장 영상 1개식의 공장식 운영이 아닌
가이드 전달하여 고도화 된 키워드와 비주얼로
방문 유도

AI 기반 시장 분석 및 리포트

경쟁사 벤치마킹, 구체적인 레퍼런스 활용하여
키워드 설계
광고운용 집행 결과 데이터 분석 리포트 전달

다양한 로컬 멀티채널 최적화 운용

아메블로, 라쿠텐, 라인 등 로컬 매체에도 운용
글로벌 매체가 관심을 만든다면
로컬매체는 확신을 부여하여 폭넓은
고객 확보가 가능

K-컨텐츠 덕력 기반 마케팅 가능

K-POP 등 팬 수준의 덤스를 보유하고 있어
일본 팬들의 동선을 설계
일본 팬들을 자연스럽게 영업

일반 업종 일본 시장 안내

SNS 플랫폼	팔로워 구간	금액
 인스타그램	1K	60,000
	5K-10K 미만	160,000
	10K-30K 미만	400,000
	30K-50K 미만	550,000
	50K 이상	800,000~
	100K 이상	1,500,000~

* VAT 별도

병의원 일본 시장 안내

SNS 플랫폼	팔로워 구간	금액
 인스타그램	1K	60,000
	5K-10K 미만	320,000
	10K-30K 미만	950,000
	30K-50K 미만	1,100,000
	50K 이상	1,550,000~
	100K 이상	3,000,000~

* VAT 별도

픽스업과 함께 성장하세요!

KAKAO ID

Address

Phone Number

kiki245

경기도 김포시 고승로 8, 4층

1666-8467
