

# 일본, 올해의 히트 키워드는 패키징

도쿄지사



## 닛케이 POS셀렉션이 선정한 2018 히트상품

- 올해로 2회를 맞이하는 '닛케이 POS셀렉션 2018'이 발표됐다.
- 닛케이 POS셀렉션이란 슈퍼마켓, 편의점, 드럭스토어 등 일본 소매점 1,500여개 점포의 POS(판매시점 정보관리) 데이터를 바탕으로 1년간 매출이 큰 폭으로 늘어난 인기상품을 선정한 것이다.
- 올해의 상품은 2017년 4월부터 2018년 3월까지 판매된 가공식품, 과자, 음료 등 총 212만개의 상품 중에서 선정되었으며 상위 10위가 프리미엄상을, 그 뒤를 이은 50개의 상품이 골드상을 수상했다.
- 독특한 상품개발과 마케팅을 무기로 급성장하는 제품에 초점을 맞추고 있는 이 셀렉션은 선매출 및 점유율보다는 매출 증가와 시장점유율의 상승을 선정기준으로 두고 있어, 결과를 확인해 보면 현재 어떤 상품이 소비자의 마음을 사로잡고 있는지 알 수 있다.

## 패키징과 아이디어에 소비자관심 집중

- 이번 해에 특히 주목할 만한 특징은 패키지 디자인이 훌륭한 제품과 기존의 인기상품에 아이디어를 추가한 상품들이 상위권에 포진해 있는 점이다.

## 패키지 디자인

### ① 메이지의 '오이시이우유'



스테디셀러 상품의 패키지 개선으로 1위를 차지했다. 기존 우유팩의 디자인과 달리 용기의 폭을 줄여 힘이 약한 노인이나 어린이도 쉽게 여닫고, 들 수 있게 해주며 받은 제품이다. 또한 밀폐력이 높은 캡을 위쪽에 달고 차광(遮光)

이 잘되는 소재로 용기를 만들어 내용물의 공기 접촉을 차단함으로써 신선한 맛을 유지하도록 했다.

### ② 유키지루시의 '메구미 요구르트'



작년에 이어 올해도 역시 건강 관련 제품들이 상위를 차지했다. 2015년에 요구르트로는 최초로 기능성표시 식품\*으로 선정된 바 있는 메구미 요구르트는 패키지에 '내장 지방 줄임'이라고 표기함으로써 다이어트에 관심이 많은 소비자들의 지지를 얻으면서 3위를 차지했다.

\* 기능성표시식품 : 건강 유지와 증진 등에 도움이 되는 건강 효과를 '기능성'이라고 하며, 이를 패키지나 광고에 표시할 수 있는 식품

### ③ 모리나가제과의 '마이니치 소카이'



'마이니치 소카이(매일아침 상쾌)'는 탈바꿈한 패키지 디자인 덕분에 큰 성공을 거두어 8위에 올랐다. 배달용으로 1995년 발매된 이 제품은 2013년 매장판매를 시작하면서 극심한 경쟁 속에 어려움을 겪었다. 2016년, 패키지 컬러를 파란색에서 분홍색으로 변경했는데 유명 변비약 패키지와 유사한 이 컬러로 매장에서 눈에 잘 띌 뿐 아니라 쾌변의 특징을 연상시키는 이중 효과를 노린 마케팅 전략으로 매출상승을 기록하게 되었다.

### ④ 오기하라식품의 '멘타이코다카나'



갯의 일종인 '다카나'라는 야채와 명란젓을 섞은 반찬이다. 2013년 발매 시 기념품을 연상시키는 디자인으로 고전을 면치 못하다가 명란젓 입자가 보이는 투명 패키

지로 변경하며 소비자의 구매욕을 이끌어내는데 성공해 전국에 유통망을 가지게 된 제품이다.

### 기존 인기상품의 활용

#### ① 부르봉의 '루만도 아이스'

2위를 차지한 부르봉(BOURBON)의 '루만도 아이스'는 모나카 타입의 아이스크림에 1974년에 발매



된 코코아맛 크레이프쿠키 '루만도'를 통째로 넣었다. 아이스크림을 먹으며 바삭한 과자의 식

감을 즐길 수 있는 의외의 조합으로 소비자의 이목을 끌었다. 올 2월에는 일본 아이스모나카 계의 최강자 '초코모나카점보'를 제치고 판매순위 1위를 쟁취하기도 했다.

#### ② 오츠카제약의 '포카리스웨트 젤리'



골드상을 받은 '포카리스웨트 젤리'는 기존 스포츠음료를 젤리상태로 출시해 음료와는 또다른 식감으로 각광을 받았다. 기존의 포카리스웨트는 여름 시즌에 어울리는 제품으로 자리매김했으나 이 콘셉트로 계절에 무관하게 안정적 판매가 이루어지고 있다.

### 좋은 패키지 디자인은 수익으로 이어진다

• 닷케이 POS셀렉션 2018 조사결과를 통해 알 수 있듯이 패키지 디자인이 점차 제품 성공의 주요 포인트가 되고 있다. aT는 수출업체에게 현지화 지원사업을 통해 포장 디자인 개선을 지원하고 있다. 많은 해외 바이어들이 이 지원사업을 충분히 활용하게 되기를 바라며, 기존의 인기 상품을 활용한 다양한 아이디어 상품을 개발해 대일 수출확장의 길을 열어가기 기대해본다.