

## 일본, 식품가격 지속 상승 전망

수퍼마켓 매장에서 가격이 인상된 상품이 증가하고 있다. 일본경제신문사가 주요 80품목의 4월 평균가격(세금 포함하지 않음)을 조사한 결과, 약 60%가 전년 동월보다 상승한 것으로 밝혀졌다. 원자재의 가격 상승 등으로 인해 가격인상이 서서히 진행되고 있으며, 소매업체도 이익 확보를 위해 과도한 할인행사를 자제하는 분위기다. 올봄의 임금 인상 등의 인해 향후에도 가격상승 추세는 지속될 것으로 보인다.

### ■ 소비세 증세로 인해 늦어진 가격인상이 늦게 반영

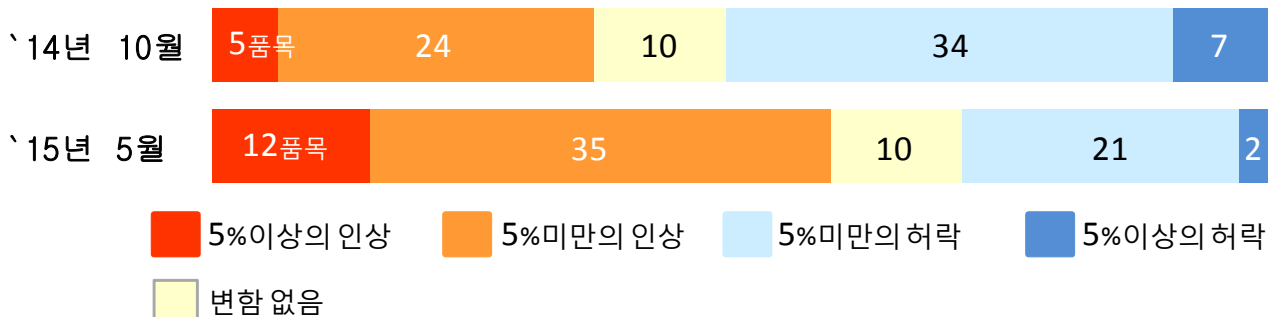
- 전국 약 410개 소매점의 판매 데이터를 집계하는 일경 POS (판매시점 정보 관리)에서 식품 50품목, 일용품 30품목의 평균 가격을 조사하여 분야별로 집계한 결과, 80품목 중 소비세를 증세한 '14년 4월보다 가격이 인상된 상품은 47개로 나타남
- 그 중, 상승폭이 5%를 초과한 품목은 '레귤러 커피(분말)' 등 12품목이었으며, 가격이 하락한 품목도 23개 있었음
- 그동안 제조업체에서는 국제 원재료 가격 상승을 이유로 가격인상을 주장했음에도 최근 1년간을 보면 소비세 증세로 인한 소비위축 분위기 타파를 위한 소매점의 할인행사와 가격억제 정책으로 판매가격 상승이 늦어졌음

### ■ 반년으로 나타난 변화

- 일경 POS의 '14년 4월~10월의 평균가격을 보면 80개 품목 중 29개 품목이 가격인상, 절반인 41개 품목이 하락함. 이후 '14년 4월~'15년 4월에는 그 이전 6개월과는 반대로 가격이 인상된 품목이 절반을 차지함

- 이는 인건비와 광열비 등 점포의 운영비가 상승하여 이익을 확보 할 수 있는 가격으로 인상하고자 하는 소매점이 증가하였기 때문인 것으로 분석됨
- 슈퍼마켓 등에 제품을 납품하는 대형 식품도매회사는 “금년 봄 소매업체와의 가격 인상 협상은 매우 원활하게 진행되고 있다”고 입을 모으고 있으며, 또한 “저렴한 가격의 상품이 집객 효과가 약해져, 소매업체도 이익을 확보 할 수 있는 상품을 판매하고 싶어한다” (이토추식품)라고 함
- 실제로 올 봄에 가격 인상을 내세운 업체의 제품은 매장내 판매가격에 대부분 반영되고 있으며 일경 POS에 따르면, ‘메이지’의 “불가리아 요구르트 LB81 플레인 특정보건용식품 (450g)”은 올해 4월의 평균 가격이 143.9 엔으로 작년 4월보다 5.6엔 상승했고 ‘하우스식품’의 “버몬트 카레 (230g)”도 197.3엔으로 작년대비 28.8엔 상승함
- 임금상승 등으로 인해 소매관계자 이에서는 앞으로도 매장 가격이 계속 상승할 것으로 보고 있으며, 4월에 요구르트 가격 인상한 유업 메이커의 담당자도 “매장 가격은 예상대로 올랐으나, 지난번 가격인상과는 달리 판매량은 떨어지고 있지 않다”고 함
- 고령자를 중심으로 소비자 의식도 변화하고 있으며, 가격 중심에서 질이나 상품의 가치를 중시하는 방향으로 변화하고 있음

#### 〈'14년 4월 평균소매가격 대비 증감률 (일경POS조사)〉



〈'14년 4월 평균소매가격 대비 상승/하락률이 높은 주요상품 (일경POS조사)〉

|                       |         |       |
|-----------------------|---------|-------|
| 레귤러 커피(분말, 300g~400g) | *488.0엔 | 13.3% |
| 스파게티 (400g~600g)      | *274.5엔 | 9.2%  |
| 카레 루                  | *197.3엔 | 8.2%  |
| 즉석면                   | *124.9엔 | 7.7%  |
| 식물유 (1kg)             | *206.6엔 | -5.3% |

※ 일경POS 데이터를 기준으로 '14년 4월과 '15년 4월의 평균가격을 조사

※ 빨간색 가격은 '15년 4월의 평균 판매가격

(출처 : 일본경제신문)

## ■ 시사점

- 아베정권이 목표로 하는 디플레이션으로부터의 탈피가 일반 소비자 생활에 정착하기 시작했으며 원재료의 가격상승에 인한 판매가 인상은 조사로는 나타나지 않으나 관련회사가 물량을 줄여 가격인상의 부작용을 최소화 하는 경우도 많음
- 향후 당분간은 지속될 것으로 전망하는 엔저 추세를 고려하여 한국식품도 용량을 줄인 소포장 상품의 개발이나 품질개선으로 일본산 상품과 경쟁 할 수 있는 고품질 부가가치 상품의 출시가 필요함