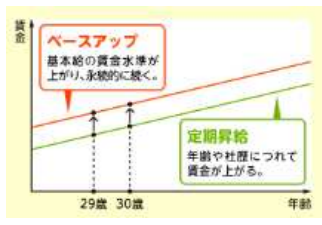


일본, 2015년 상반기 히트 상품

니케이 MJ신문 발표, 2015년 상반기 히트상품 1위~10위 및 11위~30위 중 식품 관련 정보를 아래와 같이 소개합니다.

순위	상품명	내 용	이미지
1	인바운드 선풍	1~3월 방일 외국인의 소비액은 7066억엔으로 전년대비 64% 증가. 식품, 일용품의 대량구입이나 지방 관광지 방문 등 경제 효과가 컸음	
2	호쿠리쿠 신칸센	3월 14일 개업, 도쿄-가나자와 구간은 1시간 20분으로 갈 수 있게 되었으며, 5월 18일까지의 하루 평균 승객 수는 재래선 특급의 전년대비 3.1배	
3	피케티 현상	프랑스의 경제학자 토마 피케티씨의 저서 "21세기의 자본"이 14만부 판매됨. 주요 관련 책도 추정 15만부 팔렸음	
4	베어 (베이스업을 준말)	임금을 올리는 베어를 실시한 기업이 잇따랐음. 대기업의 임금 인상률은 평균 2.59%로 고수준	
5	세븐 도넛	세븐일레븐이 '14년 11월부터 도넛의 판매를 시작하여 올해는 4억개의 판매를 전망. 타 편의점도 벤치마킹	

6	이트 인	점포에서 구입한 상품을 점내에서 무료로 먹을수 있게 공간을 만드는 이트 인 코너를 설치하는 슈퍼나 편의점이 잇따랐음	
7	애플 워치	애플이 4월에 판매한 시계형 단말. 4월의 웨어러블단말의 판매수량은 전년대비 2.1배	
8	도론	소형 무인비행기며, 일본 국내에서 5만대를 판매. 여로 분야에서의 활용이 전망되나 사고, 사건 등에의 우려도 있음	
9	슈조 캘린더	前프로테니스 선수 마츠오카 슈조씨의 열정적인 메시가 담긴 일일 캘린더. 90만부 판매됨	
10	리듬 개그	8.6초 바주카, 구마무시 등 리듬 개그가 인기	
15	크래프트 맥주	엄선 된 원료나 제법으로 만든 맥주이며, 맥주 대기업도 계속해서 참여. 맛을 비교하면서 마실 수 있는 전문점도 인기	
16	블루보틀 커피	2월에 도쿄에 신규 오픈. 엄선된 원두나 넣는 방법에 고집함. 오픈 첫 날은 줄서서 기다리는 사람이 많았음	
19	야채계 패스트푸드	햄버거숍 모스버거에서 고기 대신 대두를 활용한 햄버거의 인기가 급증해서 3주간 30만식을 판매, 요시노야, 맥도널드 등 기타 패스트 푸드점에서도 야채계 신메뉴를 판매	

20	분말 드레싱	손이 안 가고 보기에도 화려함. 아지노모토가 처음을 판매한 후, 큐피, 나가타니엔 등 각사 신상품을 출시	
23	하나 모치(떡)	떡의 식감을 넣은 하겐다즈의 기간한정 일본풍 아이스크림. 인기가 있어 판매 이틀로 품절에 따라 판매 잠정 중지	
24	소금 빵	버터를 싸서 소금을 뿌리고 구운 빵. 에히메현의 빵 집이 계기다 되었으며, 시키시마제빵의 소금빵은 누계 500만개 판매.	

■ 시사점

- '14년 4월의 소비세 증세 (5%→8%)에서 1년이 지나 드디어 개인소비가 회복 추세를 보이기 시작했다.
- 식품의 트렌드를 보면 “신규 스타일”(편의점의 도넛, 분말드레싱), “부가가치 상품”(블루보틀 커피, 야채계 패스트 푸드), “일본스러운 상품”(크라프트 맥주, 하나 모치(떡)의 3키워드를 볼 수 있다.
- 특히 부가가치가 있는 상품은 프리미엄 상품으로써 몇 년간 계속해서 주목을 받고 있어 한국산 식품도 프리미엄성이 있는 상품의 개발, 판매 검토 필요함
- 또한, 동일본 대지진 이후 일본산 상품이나 농산물에 대한 수요나 관심이 계속 올라가고 있으며 수입식품을 기피하는 흐름도 있어 한국산 농수산물식품의 시장 확대를 위한 마케팅이나 홍보 노력이 앞으로 더욱 필요함