

일본 식품시장의 상반기 히트상품 분석

1. 조사목적

- 최근 일본 식품시장의 상반기 히트상품을 살펴보고 히트상품의 선정요인과 키워드를 도출하여 우리 기업의 일본 시장 진출을 위한 시사점 도출

2. 최근 일본 식품산업의 사회적 배경

- 원유가격 급등에 따라 가솔린 및 등유 가격도 큰 폭으로 상승. 또한 원자재값 급등으로 다양한 상품 및 서비스 가격이 줄줄이 인상되고 있음
 - 최근 곡물·대두의 국제가격은 중국 등 개발도상국의 식량수요의 증대와 바이오 에탄올 연료용 수요 급증, 그리고 기후에 따른 생산량 감소 등의 원인으로 인해 과거 최고 수준까지 급등하고 있음
 - 이 때문에 식료품 가격이 줄줄이 인상되고 있으며, 사료 가격 및 생산 자재 가격이 상승하면서 축산경영 및 시설원예 경영에 큰 타격을 입힘
 - 이러한 상황에서 러시아, 중국 등 일부 곡물 수출국가에서 자국내 식료 공급을 우선시 하는 한편 농산물의 수출규제를 실시하고 있는 실정임
- 자연재해 관련
 - 2007년도에는 니이가타현(新潟縣)지진발생 및 태풍 상륙, 홍수 등의 자연재해로 입은 농수산물 관련 피해액은 1,925억 엔임
 - 관동지방 등의 장마기간이 평년보다 훨씬 길었던 반면에, 장마가 걷힌 후 전국적인 혹서로 사이타마현(埼玉縣) 및 기후현(岐阜縣)에서는 40.9도로 74년 만에 일본 내 최고기온을 갱신하였음
- 일본 내 전통과 인지도가 높은 유명 제과회사 및 대기업 식품가공회사 등의 의한 유효기관 조작과 같은 식품위장사건으로 사회적으로 크게 이슈화
 - 양과자 가게 후지야의 원재료 유통기한 위장 (07. 1월)

- 홋카이도 미트호프사 가공육 원재료 위장 사건 (07. 6월)
- 초콜렛 제조사 홋카이도 이시야 제과의 유통기한 종료제품 위장표시 (07. 8월)
- 선물용 떡가게 「아카후쿠」 원재료 유통기한 위장 (07. 10월)
- 고급요리점 센바키토의 절임제품 및 원재료 유통기한 위장, 원산지 위장 (07. 10월)
- 중국산 냉동만두 농약검출(메타미드포스)사건 (08. 1월)

○ 4천억엔을 크게 웃돈 농림수산물 식품 수출

- 세계적인 일본식 붐을 배경으로 농림수산물·식품 수출 대폭 증가
- 일본의 2007년 농림수산물 수출액은 4,337억엔으로 전년보다 16% 신장 (알콜 음료, 담배, 진주 등 제외)

3. 2008 일본 상반기 히트상품(산업전반)

□ 일본경제유통신문이 발표한 “2008 상반기 히트상품 순위

순위1)		東	西
1	橫綱	P B식품	당절·당류 제로
2	大關	5만엔 노트북	명품 휴대폰
3	關脇	카본 오프셋(Carbon offset)	중국 비즈니스용 신용카드銀聯
4	小結	전구형 형광등	샤워 클린 수트
5	前頭 1	미쓰이 아웃렛 파크(MITSUI OUTLET PARK) 입문	지하철 신규노선(地下鐵新線)
6	同2	기능성 속옷(CROSS WALKER)	기능성 속옷(UNIQLO)
7	同3	밀크 씨푸드 누들 (MILK SEAFOOD NOODEL)	롯데리아의 절품(絶品) 치즈버거
8	同4	닌텐도 와이파이(W i i F i t)	MHP2G(MONSTER HUNER Portable 2nd G)
9	同5	심이 돌아가는 볼펜(KURU TOGA)	펜돌리기 전용볼펜 (PEN'Z GEAR)
10	同6	전동 자전거	마라톤 관련 상품 (동경 마라톤으로 붐)

자료 : 日經流通新聞 『2008 上半期ヒット商品番付』

1) 일본의 히트상품 순위는 스모경기처럼 동과 서로 구분하고 스모 품계 순서에 따라 순위를 매김

□ 히트상품 중 식품분야 분석

○ 일본 식음료계 ‘제로 컨셉트’ 붐



- 건강에 신경 쓰기 시작하는 30,40대 남성을 주 타겟으로 칼로리, 당질(糖質), 당류(糖類), 지방(脂肪) 등의 “제로(ZERO)”표시 음료가 인기를 끌고 있음
- 칼로리 제로는 지금까지 탄산음료나 스포츠 음료 등에 유행했으나, 최근 들어 캔커피와 맥주·발포주 등의 당질(糖質)제로(ZERO)²⁾ 표시가 판매의 키워드가 되고 있음
- 이 외 식용유나 마요네즈 타입의 상품에는 ‘콜레스테롤 제로’가 급증
- 일본 식품업계가 최근 ‘제로 컨셉트 음료 및 식품’이 급증하게 된 배경은 일본정부가 2008년 4월부터 메타볼릭신드롬(Metabolic-Syndrome)³⁾을 예방·개선하기 위한 건강진단 및 보건지도가 의무화⁴⁾되었기 때문임

2) 糖質0(zero)표시는 일본 영양표시기준에 따라 1000ml당 당질 0.5g미만일 경우 표시가 가능

3) 메타볼릭신드롬(Metabolic-Syndrome, 대사증후군)은 내장에 지방이 과다하게 끼면서 고혈압, 고지혈증, 당뇨병 등의 성인병에 걸리기 쉬운 상태로 겉으로 보이는 지방과는 상관없이 눈에 보이지 않는 내장에 지방이 축적되어 있는 상태로 내장지방형 비만이라 함

4) 일본은 올 4월부터 국민건강보험이나 건강보험조합 등이 그 피보험자에 대해서 ‘특정 건강진단·특정 보건지도’를 실시하도록 의무화하였고, 40~74세까지의 모든 피보험자와 부양가족 5,000만 명이 대상임. 건강 진단에서 복위측정과 BMI값을 중심으로 혈당치나 혈압·중성 지방치·흡연력 등의 요소를 가미해 진찰자를 리스크도별 3단계로 분류해 맞춤형 보건지도를 실시

○ 저가 상품 히트(PB 상품)

- 세계 원자재 값 급등에 따라 일본의 슈퍼마켓이나 편의점 등 대형 소매상이 독자적으로 기획한 PB상품이 세력을 확장하고 있으며 일본 소비자들은 대형 마트나 유통업체가 자체 개발한 저가 상품 구매가 급증
- PB 상품의 대표적인 예로 이온그룹의 “톱벨류”, 세븐&아이 홀딩스의 “세븐 프리미엄”을 들 수 있으며, 이들 대형 소매상들은 PB상품 제조를 대형제조업체에 위탁하고 포장 및 물류비용 및 광고선전비를 절감함으로써 저가 제품 확보를 가능케 함
- 최근 새로 개발되는 PB 상품으로는 잼, 꿀, 홍차, 과자, 통조림 등이며, 와인이나 치즈를 유통업체가 직접 수입 PB상품으로 내놓고 있음

소매업체명	상품 예시		
이온의 “톱 벨류”			
세븐&아이 홀딩스의 “세븐 프리미엄”			

○ 롯데리아의 ‘절품(絶品) 치즈버거“



- 일본 롯데리아는 2007년 11월 “절품(絶品) 치즈버거”를 발매, 발매 3일만에 당초 1개월 판매 목표를 초과달성하고 점포 매상은 120% 증가함
- 전체 매상 중 30% 이상을 차지하고 있는 절품치즈버거의 인기 비결은 기존의 햄버거 맛과는 차별하여 천연 치즈 등을 이용한 고급식재를 이용하는 등, 패스트 푸드의 이미지와는 완전히 다른 맛을 제공하여 소비자의 식감을 자극하였기 때문

○ 우유를 넣은 컵라면, 닛신 식품의 밀크 씨푸드 누들



- 일본 닛신(日清)식품의 ‘컵 누들 밀크 씨푸드 누들’은 2007년 11월 발매 이후, 약 5개월간 연간 판매 목표였던 30억 엔의 매출을 달성

- 약 5,000억엔 규모의 일본 인스턴트 식품시장에서 히트상품이라 해도 연간 10억엔 매출을 달성하기 어려운 실정임을 감안하면 그 인기를 가늠할 수 있음
- 컵라면 스프에 분유와 치즈를 적절히 배합해 진짜 뜨거운 우유를 넣었을 때보다 더 풍부한 맛을 내는 것이 특징

4. 일본 상반기 히트상품에서 찾아보는 일본시장 키워드

- 일본 사회의 고령화 저출산으로 인한 소비인구 감소, 고유가, 원자재가격 급등 등 대내외적으로 일본경제의 앞날을 불투명하게 만들고 있는 요소가 산적해 있는 현실임
- 이러한 분위기를 반영하듯, 식품업계도 경기침체의 영향을 받아 소비자들의 안전하면서도 저렴한 제품을 지향하는 움직임이 강화되고 있어, 그 결과 2008년 상반기 히트상품으로 PB제품이 1위로 선정되었음
- PB제품들은 저가이면서도 상품의 질이 보장된다는 점에서 소비자의 요구에 부응하고 있으며 매출을 신장시켜 나가고 있는데, 이러한 일본시장의 흐름은 한국의 식품 수출업체에 부담으로 작용할 것으로 보임.
 - 그 이유는 PB제품 선호가 확고해지면 소비자들이 저렴한 PB제품을 기준으로 가격을 판단할 가능성이 높기 때문에 수입품에 대한 가격인하 압박이 강해질 우려가 있음
- 칼로리, 당질(糖質), 당류(糖類), 지방(脂肪) 등의 “제로(ZERO)”표시 식품과 같은 건강 중시 상품은 최근 몇 년간 꾸준히 히트 상품 상위에 랭킹
 - 저출산과 고령화에 따라 일본의 소비시장 규모가 축소되고 있는 상황에서 기업들이 노인층, 여성층으로 고객을 다양화하려는 전략이 성공을 거두고 있는 것으로 분석할 수 있음

자료원 : 일본 가계조사연보, 日經TRENDY, KORTA, 해당상품 홈페이지