

2013년, 일본의 소비 트렌드 예측

- 2013년 일본시장은 불안정한 사회에 어떻게 대응하느냐에 따라 관련 상품이 히트 칠 것으로 예상
- 한국도 일본과 유사한 사회 구조를 가지고 있어 일본시장 트렌드를 관찰해 보면 비즈니스 찬스가 있을 것임

□ ‘13년에 히트할 상품에 대한 예감은 어떤 것이고, 일본 소비자들이 원하는 것은 무엇일까?

- ‘12년은 도쿄 스카이트리 오픈, 런던 올림픽에서 38개의 메달을 획득하는 등 희망 찬 이벤트가 많았던 한 해였음
- 그러나 ‘13년은 소비를 견인할 만한 커다란 행사가 없으며, 중국과의 관계 악화 등으로 불안 요소가 잔존해 있음
- 이러한 환경에서 소비자들이 원하는 것을 신속하게 파악하여 새로운 상품을 출시하는 것이 히트 상품의 열쇠가 될 것으로 예측

① 대가족 소비

- 핵가족 생활 방식에서 부모, 형제, 자녀들이 인적·경제적 자원을 모아 리스크를 분산시키려는 라이프스타일로 변화
 - 대량 정리해고로 인한 고용의 불안정, 세금 등 사회 보험료 인상으로 가계의 부담이 증가하여 생활이 어려워 짐

- 가족이 모여 살면서 서로의 역할을 분담하고 소비 활동을 함께 하면서 부담을 줄이려는 움직임
- 이러한 변화로 인해 대가족을 대상으로 하는 상품에 대한 소비 수요가 증가할 것으로 예상
- 주말에는 가족들이 모여 고기를 구워 먹는 ‘일가(一家)BBQ’가 유행, 관련 상품이나 캠핑 상품들이 인가가 잇을 것으로 예측
 - * '12년에는 바비큐 관련 상품 판매액이 전년 대비 34% 증가
- 대가족을 위한 대형 객실을 갖춘 호텔이나 3세대가 함께 즐길 수 있는 패키지여행 상품 등장으로 관광 산업의 형태도 변화
- 냉장고, 밥솥 등도 대가족을 전제로 한, 가전제품의 수요가 높아질 것임

② 소비세 인상 전, 구매 증가

- ‘13년은 주택, 자동차, 가전, 가구 등 고가의 내구소비재를 중심으로 소득세 인상 전에 구매하려는 수요가 늘어날 것으로 예상
- ‘12년 소득세 증세 법안이 통과되어 ‘14년 4월부터 8%, ‘15년 10월부터 10%로 소비세가 인상될 계획
- 따라서 소비자들의 소비를 촉진시키기 위해 어떻게 판매할 것인지에 대한 아이디어가 필요함
- 불량품이나 중고 제품을 신상품으로 개량하여 시장에 다시 출시하는 ‘리퍼비시(refurbish)제품’은 가격이 저렴하기 때문에 소비자의 구매 욕구를 자극할 것으로 기대

- ‘13년부터 일본에서는 경자동차보다 작은 초소형자동차를 인정하는 제도가 시행되면서, 고령자나 주부를 타겟으로 인기를 얻을 가능성이 높음

③ 일본의 재발견

- 중국과의 관계 악화로 인해 일본 국내의 소비가 영향을 받으면서 소비 스타일도 중국 의존에서 탈피하려는 움직임이 나타나고 있음
- 대부분 중국에 의존하던 냉동식품을 식품회사와 농협이 협력하여 일본산 냉동식품을 개발, 안전성을 강조하여 중국으로부터 수입 의존을 해소
- ‘13년 ‘후지산’, ‘카마쿠라’, ‘일본음식’ 등이 세계유산으로 등록될 예정이고, ‘20년 도쿄 올림픽 유치에 성공하게 되면 관광이나 외식사업이 활성화될 것으로 예상
- 도쿄대학의 벤처기업 ‘유글레나’는 연두벌레를 원료로 한 ‘바이오 연료7’의 연구개발에 성공함으로써, 자원 고갈문제와 에너지 수입문제를 해결

④ 미니 태블릿의 활용

- 아이패드 미니, 넥서스 7, 킨들파이어HD 등 7인치 태블릿 시장이 급속하게 확대되어 여성과 고령자의 구매도 증가하고 있음
- 메일이나 인터넷을 미니 태블릿으로 이용하기 때문에 스마트폰을 통화 기능만 있는 일반 폰으로 바꾸는 사람이 늘어날 수도 있음
- 태블릿을 사용하여 인터넷으로 물건을 구매하는 사람이 많아지면서 택배 관련 서비스가 진화될 것으로 예측

- 인터넷 쇼핑이 늘면서 입소문에 의한 히트 상품이 나올 가능성이 커져 소비자의 평가가 중요해 짐

□ 시사점

- ‘12년에는 스마트폰의 폭발적인 보급과 LCC(저가 항공사)의 출현 등 큰 변화가 많았던 일본이지만, ‘13년은 불확실한 미래를 대비하려는 해가 될 것으로 예상
 - ‘13년 일본시장에서의 기회는 ‘12년에 히트 친 상품의 관련 사업이나 부속 상품에 있을 것으로 예측
 - 예전에는 젊은 세대가 히트 상품을 만들었지만 앞으로는 시니어 시장의 개척이 중요해질 것임
 - 우리나라도 ‘대가족’ 형태의 라이프스타일과 ‘미니 태블릿 등장’ 등 비슷한 사회현상 속에서 비즈니스 찬스를 찾을 수 있으므로 일본의 소비 트렌드를 주목할 필요가 있음
 - 삼성경제연구소에서 선정한 한국의 ‘12년 히트 상품 10위에 캠핑 상품이 포함되었고, 가족을 대상으로 한 레저상품의 수요가 증가
- 자료: SERI(삼성경제연구소) “2012년 10대 히트상품” (2012.12.12.)
http://www.seri.org/db/dbReptV.html?g_menu=02&s_menu=0202&pubkey=db20121212001
- ‘12년에 히트를 친 애니팡과 같은 스마트폰 관련 상품·서비스 시장도 확대될 것으로 전망되며, 나이나 성별에 관계없이 다양한 소비자의 욕구를 어떻게 끌어올 수 있는가가 히트 상품을 결정짓는 요소가 될 것임

<참고자료>

넷케이 비즈니스(2012.12.24/31)