

## 2015년 일본의 히트 상품

- 2015년 일본의 히트 상품 키워드는 ‘일본 재발견’으로 1위인 호쿠리쿠신간선, 3위인 인 바운드 소비 등과 같이 일본의 매력을 재평가하려는 경향
- 새로운 부가가치나 차별화로 틈새시장을 공략한 상품들이 많이 등장한 것이 특징

순위	상품명	상품 설명	홈페이지
1	호쿠리쿠신간선 (北陸新幹線)	2015.3.14. 개업, 9.13(6개월)까지 약 482만 명 탑승. 도쿄-호쿠리쿠가 가까워져 관광객이 급증	<a href="http://hokuriku-w7.com/">http://hokuriku-w7.com/</a>
2	불꽃; 히바나 (火花)	개그맨 마타요시 나오키가 쓴 소설. 제153회 아쿠타가와상 수상. 단행본 발행부수 239만부 돌파	<a href="http://hon.bunshun.jp/sp/hibana">http://hon.bunshun.jp/sp/hibana</a>
3	인 바운드 소비 (インバウンド消費)	‘14년 방일 외국인 관광객은 1341만 명에 도달. 중국인 관광객을 중심으로 한 바쿠가이(爆買; 폭발적 구매)로 2조 엔 이상이 일본으로 유입	-
4	편의점 도넛 (コンビニドーナツ)	‘14년에 히트 친 편의점 커피와 함께 구입하는 소비자가 많았음	<a href="http://www.sej.co.jp/products/donut.html">http://www.sej.co.jp/products/donut.html</a>
5	코코넛 오일 (ココナツオイル)	인기 모델이나 연예인이 애용하고 있는 모습이 주목되면서 인기 증가	<a href="http://www.earth-sea.jp/html/page66.html">http://www.earth-sea.jp/html/page66.html</a>
6	가우초 팬츠 (ガウチョパンツ)	GU(유니클로 자회사)가 4월부터 2개월 만에 100만 매를 판매	<a href="http://www.uniqlo.com/jp/store/feature/gu/women/yurupan/?_ga=1.97073119.17336542.1448868822&amp;gu_zc=3.565bfb9f2826a8ee45460e5c.15.0.0.0&amp;gu_zc_us=565bfb9f2826a8ee45460e5d.0.1.1448868766930&amp;gu_zc_exp=1448874237319">http://www.uniqlo.com/jp/store/feature/gu/women/yurupan/?_ga=1.97073119.17336542.1448868822&amp;gu_zc=3.565bfb9f2826a8ee45460e5c.15.0.0.0&amp;gu_zc_us=565bfb9f2826a8ee45460e5d.0.1.1448868766930&amp;gu_zc_exp=1448874237319</a>
7	가볍게 한 잔; 초이노미 (チョイ呑み)	아직 경기 회복을 느낄 수 없는 직장인들이 부담없이 한 잔만 마실 수 있는 분위기로 특화한 이자카야가 증가	<a href="http://www.yoshinoya.com/yoshinomi.html">http://www.yoshinoya.com/yoshinomi.html</a>
8	메이지 프로비오 요구르트 PA-3 (明治プロビオヨーグルトPA-3)	다른 요구르트에 없는 PA-3 유산균을 포함. PA-3이 푸린체를 흡수하여 요산을 감소	<a href="http://www.meiji.co.jp/dairies/yogurt/meiji-pa3/">http://www.meiji.co.jp/dairies/yogurt/meiji-pa3/</a>
9	남알프스 천연수&요구리나 (南アルプス天然水 & ヨーグリーナ)	요구르트의 깊은 맛과 상쾌한 맛이 특징인 음료. 재고부족으로 일시 판매 중지 사태도 발생	<a href="http://www.suntory.co.jp/water/tennensui/product/yogurina.html">http://www.suntory.co.jp/water/tennensui/product/yogurina.html</a>
10	애플워치 (Apple Watch)	통화, 메일은 물론 심박수나 혈압, 체온도 관측할 수 있는 손목시계형 단말	<a href="http://www.apple.com/jp/watch/">http://www.apple.com/jp/watch/</a>

순위	상품명	상품 설명	홈페이지
11	페파 (ペッパー)	통신사 소프트뱅크가 개발한 사람의 감정을 이해하는 인형 로봇	<a href="http://www.softbank.jp/robot/special/pepper/">http://www.softbank.jp/robot/special/pepper/</a>
12	오니기라즈 (おにぎらず)	샌드위치 형식의 김밥. 각자 다양한 내용물로 만들어 사진을 SNS로 공유함으로써 인기 확산	<a href="http://macaro-ni.jp/6224">http://macaro-ni.jp/6224</a>
13	마인 크래프트 (Minecraft)	스웨덴의 프로그래머가 만든 게임. 발상력을 키울 수 있어 초등학교의 수업에도 도입될 예정	<a href="http://www.jp.playstation.com/software/minecraft/">http://www.jp.playstation.com/software/minecraft/</a>
14	딥세럼 (ディープセラム)	세계 20개국에서 사용되는 손톱을 보수하고 건강하게 만드는 네일케어 상품	<a href="http://hc.kowa.co.jp/drnail/">http://hc.kowa.co.jp/drnail/</a>
15	종이팩식 청소기 MC-JP500G (紙パック式掃除機 MC-JP500G)	세계 최경량(무게 2kg)의 종이팩식 청소기. 본체 소재로 가벼워도 강도가 있는 PP섬유 강화 플라스틱을 채용, 고령자가 선호	<a href="http://panasonic.jp/soji/pack/mc_jp500g/">http://panasonic.jp/soji/pack/mc_jp500g/</a>
16	부러지지 않는 샤프 (折れないシャープペンシル)	각 문구회사가 다양한 방식으로 심이 부러지지 않는 샤프를 개발, 경쟁이 격화	<a href="http://www.zebra.co.jp/pro/del_guard/">http://www.zebra.co.jp/pro/del_guard/</a>
17	질레트 프로그라이드 플렉스 볼 (ジレット プログライド フレックスボール)	사상 최초 플렉스 볼을 탑재시킨 면도기. 열 굴 라인에 밀착하여 털이 매끄럽게 깎임	<a href="http://gillette.jp/ja-jp/products/razor-blades/proglide-flexball-all-razors/fusion-proglide-manual-razor-with-flexball">http://gillette.jp/ja-jp/products/razor-blades/proglide-flexball-all-razors/fusion-proglide-manual-razor-with-flexball</a>
18	프로테카360 (プロテカ360)	위, 아래, 좌, 우 어디서든지 열 수 있는 여행가방	<a href="http://www.proteca.jp/series/360.php">http://www.proteca.jp/series/360.php</a>
19	블루 보틀 커피 (ブルーボトルコーヒー)	미국 캘리포니아에서 인기가 있는 커피숍이 2월에 일본 제1호점을 오픈. '16년 가을에는 롯본기에 3호점 오픈 예정	<a href="https://bluebottlecoffee.jp/">https://bluebottlecoffee.jp/</a>
20	매일 슈조! (まいにち、修造!)	테니스 선수 마쓰오카 슈조의 열정적인 메시지를 담은 일력(하루 한 장씩 떼는 달력). 누계 발행부수 100만부 돌파	<a href="http://shop.php.co.jp/php/goods/index.html?ggcd=820782">http://shop.php.co.jp/php/goods/index.html?ggcd=820782</a>
21	0.01mm 콘돔 (0.01ミリコンドーム)	세계에서 가장 얇은 콘돔	<a href="http://okamoto001mm.jp/">http://okamoto001mm.jp/</a>
22	멜론빵 껍질 구워버렸어요 (メロンパンの皮焼いちゃいました。)	껍질이 특징적인 멜로빵에서 껍질 부분만을 상품화. 하루에 1000개 판매한 점포도 나와 '15.9월말까지 약 4000만 개 출하	<a href="http://www.yamazakipan.co.jp/feature/melonnokawa/">http://www.yamazakipan.co.jp/feature/melonnokawa/</a>
23	COTON	세계 최초 휴대용 세탁기. 작고 가볍지만(약 200g) 때를 신속하게 벗김	<a href="http://aqua-has.com/coton/">http://aqua-has.com/coton/</a>
24	고향 납세 & 프리미엄 상품권 (ふるさと納税 & プレミアム付き商品券)	국가의 소비촉진정책으로 액면 가격보다 싸게 구입할 수 있는 프리미엄 상품권(지자체 발행) 중에는 판매 4분 만에 매진되는 것도 있음	<a href="http://www.furusato-tax.jp/about.html">http://www.furusato-tax.jp/about.html</a>

순위	상품명	상품 설명	홈페이지
25	스프라톤 (スプラトゥーン)	닌텐도 WiiU 전용 액션 슈팅 게임. 6월 하순에는 세계 누계 판매 100만 개 돌파	<a href="http://www.nintendo.co.jp/wiiu/agmj/">http://www.nintendo.co.jp/wiiu/agmj/</a>
26	스키레드 (スキレット)	주철제 후라이팬. 전체의 온도를 균일하게 데울 수 있어 맛있는 요리를 만들 수 있음	<a href="http://lodge-cooking.com/use_care/index.html">http://lodge-cooking.com/use_care/index.html</a>
27	정액제 음원 이용 (定額制 音楽配信)	일정한 가격으로 좋아하는 음악을 마음대로 스트리밍 재생으로 들 수 있는 서비스	<a href="https://awa.fm/">https://awa.fm/</a>
28	미라이 (MIRAI)	차세대 자동차로 주목되는 수소연료전지자동차	<a href="http://toyota.jp/mirai/">http://toyota.jp/mirai/</a>
29	럭비 월드컵 (ラグビー-W杯)	일본대표가 세계 랭킹 3위의 남아프리카에 극적 대역전으로 승리	<a href="http://www.ntv.co.jp/rugby/2015/">http://www.ntv.co.jp/rugby/2015/</a>
30	기능성 표시 식품 (機能性表示食品)	사업자의 책임으로 과학적 근거에 의거한 기능성을 표시할 수 있는 식품	<a href="http://www.caa.go.jp/foods/index23.html">http://www.caa.go.jp/foods/index23.html</a>

자료 : 넷케이 TRENDY NET(2015.11.3.)에서 정리

## □ 트렌드

### ○ 새로운 경향

- SNS를 통해 사진을 공유함으로써 상품의 인지도를 알리는 현상
- 작년보다 나이가 많은 이용자들 상품이 인기, 어린이와 함께 즐기는 상품 감소

### ○ 지속되는 경향

- 새로운 부가가치를 소개한 문구가 인기
- 가전제품의 경량화가 촉진
- 다이어트·건강 관련 음료, 여성을 대상으로 한 생활용품의 인기 지속

### ○ 2016년 예상

- '16.4월 전력자유화로 유흥종기업들이 전력사업에 진출, 전기+가스+통신 등을 세트로 조합하여 할인 효과를 누리는 시스템에 주목
- IoT 관련 상품들이 출시될 전망

## [참고] 2014년 일본의 히트 상품 Top 10

순위	상품명	상품 설명	홈페이지
1	겨울왕국 (アナと雪の女王)	일본에서 영화흥행수익 역대 3위(254억 엔) 기록. 주제곡 Let it go도 히트.	<a href="http://www.disney.co.jp/movie/anayuki.html">http://www.disney.co.jp/movie/anayuki.html</a>
2	요괴워치 (妖怪ウォッチ)	초등학생들에게 인기가 많은 애니메이션. 제품을 구매하기 위해 가게 앞에 줄을 서는 부모들이 증가. 10월말부터 한국에서도 방송.	<a href="http://youkai-watch.tooniland.com/event/youkai-watch/event1.asp">http://youkai-watch.tooniland.com/event/youkai-watch/event1.asp</a>
3	위자딩 월드 오브 해리포터 (ウィザーディング・ワールド・オブ・ハリー・ポッター)	오사카 유니버설스튜디오재팬이 450억 엔을 투자한 전 세계 2번째인 테마파크. 오픈한 7월의 입장객은 과거 최고를 기록.	<a href="http://www.usj.co.jp/attraction/att_detail/the-wizarding-world-of-harry-potter.html">http://www.usj.co.jp/attraction/att_detail/the-wizarding-world-of-harry-potter.html</a>
4	젤볼 세제 (ジェルボール洗剤)	분말도 액체도 아닌 제3의 세제. 젤볼형으로 세제를 쏟을 걱정이 없고 계량도 간편.	<a href="http://vip.myrepi.com/gelball/">http://vip.myrepi.com/gelball/</a>
5	Ban 땀 블록 롤온 (Ban汗ブロックロールオン)	겨드랑이 땀·얼룩 전용 제땀제. 향, 산뜻함을 강조했던 기존 제품과 달리 땀을 억제하는 효과로 인기를 얻음.	<a href="http://www.banbanban.jp/products/nanoion-block.html">http://www.banbanban.jp/products/nanoion-block.html</a>
6	이에몬 특차 (伊右衛門 特茶)	일본에서 경쟁이 치열해지고 있는 체지방을 감소시키는 '특정보건식품'으로 음료 가운데 맛이 있고 효과가 있다고 인정된 것이 인기 비결.	<a href="http://www.suntory.co.jp/softdrink/iyemon/tokucha/">http://www.suntory.co.jp/softdrink/iyemon/tokucha/</a>
7	썸썸; 츠무츠무 (TSUM TSUM)	6개월 만에 100만개 판매된 디즈니 캐릭터 인형. 여러 가지 사이즈로 쌓을 수 있는 것이 포인트. LINE에서 퍼즐게임이 등장해 더욱 인기.	<a href="http://www.disneystore.co.jp/tsum/">http://www.disneystore.co.jp/tsum/</a>
8	크로와상 도넛 (クロワッサンドーナツ)	뉴욕에서 히트 친 크로넛(Cronut)이 일본에 상륙. 크로와상 자체의 인기가 높아 천을 활용한 크로와상 봉어빵 등도 등장.	<a href="http://www.misterdonut.jp/m_menu/new/140920_001/">http://www.misterdonut.jp/m_menu/new/140920_001/</a>
9	저가형 스마트폰 (格安スマホ)	쇼핑몰, 가전양판점 등이 스마트폰 벤처기업과 연계해 저가형 스마트폰을 판매. 스마트폰 초급자, 고령자들에 인기.	<a href="http://www.aeonretail.jp/campaign/newcom/">http://www.aeonretail.jp/campaign/newcom/</a>
10	아베노하루카스 (あべのハルカス)	'14.3월에 오사카에 오픈한 일본에서 가장 높은 빌딩(300m, 지상 60층, 지하 5층). 백화점, 미술관, 호텔, 전망대 등 다양한 시설이 입주한 복합 빌딩.	<a href="http://www.abenoharukas-300.jp/index.php">http://www.abenoharukas-300.jp/index.php</a>