종교 이상의 축제, 크리스마스 시장

도쿄지사

가장 큰 계절 이벤트, 크리스마스

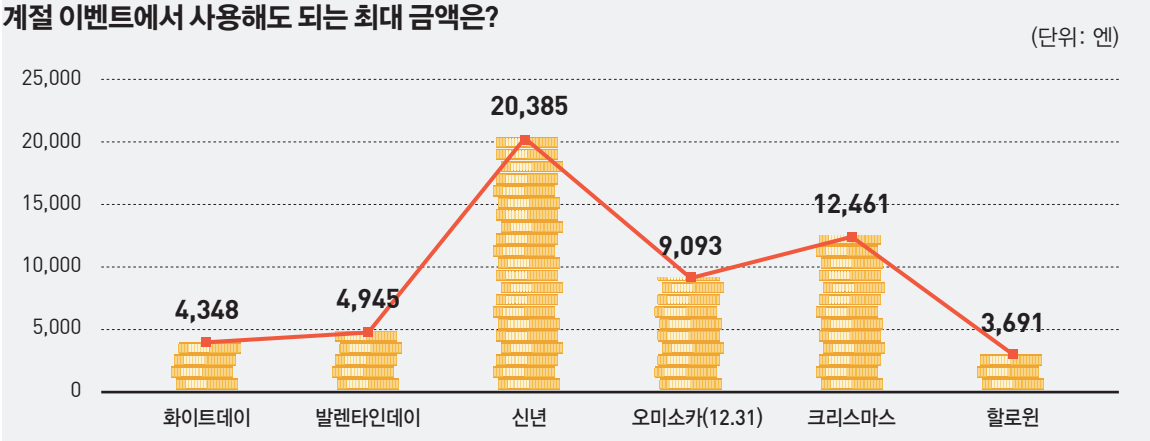
- 일본 문화청의 2017년 조사에 의하면 일본의 기독교 인구는 약 190만 명으로 일본 전체 인구의 1.1%가량을 차지하고 있는 데 반해, 일본의 크리스마스 시장은 약 7,000억 원 규모에 육박하는 것으로 알려져 있다. 일본 시장에서 크리스마스는 종교를 초월해 계절 이벤트로는 가장 큰 규모로 자리 잡고 있는 것이다.
- 일본에서 크리스마스 경제효과를 만들어내는 요소로는 크리스마스 선물, 거리의 조명 장식, 자택용 크리스마스 장식 및 홈파티, 크리스마스 디너, 크리스마스 한정 숙박 및 여행 플랜 등을 들 수 있다.

화려한 장식과 선물로 활기를 더하다

- 리서치 회사인 마크로밀의 2017년 조사에 의하면 크리스마스 선물의 평균지출액은 남성이 17,637엔(약 17만9천 원), 여성이 11,662엔(약 11만9천 원)으로 크리스마스 선물을 교환하는 비율은 성인 전체의 50.5%로 나타났다.
- 최근에는 크리스마스트리 등 집을 꾸미는 사람들도 늘고 있으며, 밤중에도 전구 등으로 불을 밝히는 집들도 심심찮게 눈에 띄고 있다. 또한 일본에는 크리스마스 한정 디너, 여행 플랜 등이 소개되어 매년 큰 인기를 모으고 있다.
- 전국의 15~69세의 남녀 2,000명을 대상으로 한 마크로밀의 2017년 조사에서는 가을~겨울의 이벤트 중 최대 얼마까지 돈을 사용할 생각이 있는지에 대한 질문에서 다음 그래프와 같은 결과가 나왔다. 크리스마스는 평균 12,461엔(약 12만 원)으로 신년의 뒤를 이어 두 번째로 돈을 많이 쓰는 행사로 나타났다.

출처 : tokyocheapo.com, www.tofugu.com, 문화청 www.bunka.go.jp

계절 이벤트에서 사용해도 되는 최대 금액은?



크리스마스 홈파티의 주역은 케이크와 치킨

- 일본에서 크리스마스에 케이크를 먹는 습관을 정착시킨 것은 페코짱으로 유명한 주식회사 후지야(株式会社不二家)로, 1910년 후지야에서 처음으로 크리스마스 케이크가 발매됐다. 케이크의 경우, 총무성 통계국의 가계조사에 따르면 2인 이상 세대의 '케이크 월별 구입'에서 12월이 52.9%로 다른 달의 20~30%를 크게 상회했다. 또한 크리스마스 케이크의 시장 규모는 2007년~2015년까지 평균 298억 엔(약 3,032억)으로, 1인당 지출금액의 평균은 약 1,396엔(약 1만4천 원)인 것으로 나타났다.
- 해외에서는 주로 가족끼리 칠면조를 먹지만, 칠면조를 대신해 일본에서 손쉽게 대체되는 음식이 바로 치킨이다. 일본 켄터키 프라이드치킨에 의하면 2015년 12월 23일~25일의 3일간의 매출액은 54억 9천만 엔(약 547억 원)으로 전년도 기준 104.4%를 기록했다고 한다.

독자적인 계절 이벤트 음식 개발 필요

- 1인가구의 증가, 핵가족화 등의 가구구성 변화로 소형 식품의 수요가 점점 높아지는 추세이다. 또한 SNS 상에서 화제를 불러일으킨 식품들이 새롭게 주목을 받고 있다. 이런 다양한 트렌드를 반영한 일본의 계절 이벤트 음식으로서, 겨울이나 연말에 자연스럽게 떠올릴 수 있는 한국식품의 개발이 필요해 보인다.
- 일본에서는 12월 25일 크리스마스가 휴일로 지정되어 있지 않지만, 천황의 생일인 12월 23일이 휴일로 지정되어 있어 크리스마스 분위기를 즐길 수 있다. 그런데 내년이면 천황이 교체되는 만큼 크리스마스 직전 휴일이 사라지면서 크리스마스 분위기도 다소 바뀔 것으로 예상된다.

치킨과 케이크가 크리스마스 세트로 구성된 제품

출처 : 마크로밀 조사 honote.macromill.com, www.minnkane.com, www.lohaco.jp