지난해 일본 최고의 히트상품은 숙면 돕는 '유산균 음료' 2023년 트렌드는?

도쿄지사

작성자_ 김행남

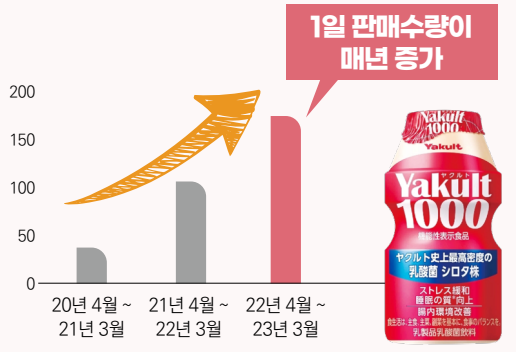
2022년 히트상품 1위는 '유산균 음료'

닛케이 트렌디가 발표한 2022년도 히트상품 1위로 유산균 음료인 「Yakult1000/Y1000」가 뽑혔다. 닛케이 트렌디에서는 매년 신규로 발매되는 상품이나 서비스를 대상으로 매출, 혁신성, 영향력 등을 평가하여 '히트상품 베스트 30'을 발표한다. 히트상품에서 식품이 1위에 뽑히는 일은 이례적인 경우로 주목받고 있다.

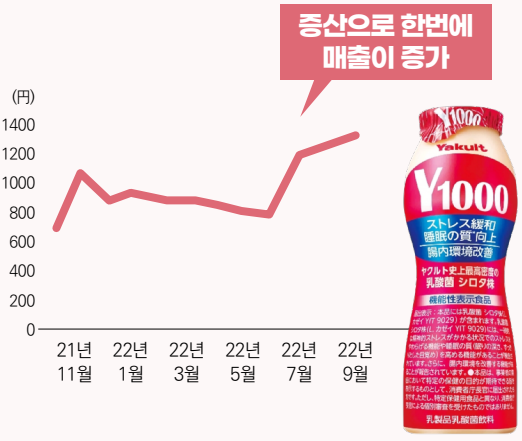
해당 상품은 일반 유산균 음료와는 달리 '숙면'을 돕는 효과를 부각해 인기를 끌었다. 「Yakult1000/Y1000」의 특징은 제품 이름처럼 1,000억 개의 유산균 시로타(Shirota) 균주가 들어가 있다는 점이다. 고밀도 유산균을 섭취하면 스트레스가 완화되는 것과 동시에 깊은 잠의 단계인 '논렘수면(스테이지3)' 시간이 연장되는 등 수면의 질이 개선되는 효과를 기대할 수 있다는 설명이다.

이런 질 좋은 수면 욕구의 한 요인으로 코로나19가 길어지면서 피로가 누적되자, "제대로 자고 심신을 회복하고 싶다"는 수요가 증가하는 점을 꼽는다. 일본에서 수면 그 자체가 '엔터테이먼트화'한 것도 한몫했다. 취침 전 먹는 드링크제인 '아리나민 나이트 리커버(アリナミンナイトリカバー)'(15위)나 귀를 따뜻하게 하여 수면을 돕는 '나이트민 귀풀기 타임(ナイトミン 耳ほぐタイム)'(23위) 등의 제품도 높은 순위권에 올랐다.

Yakult1000 1일당 판매 수량



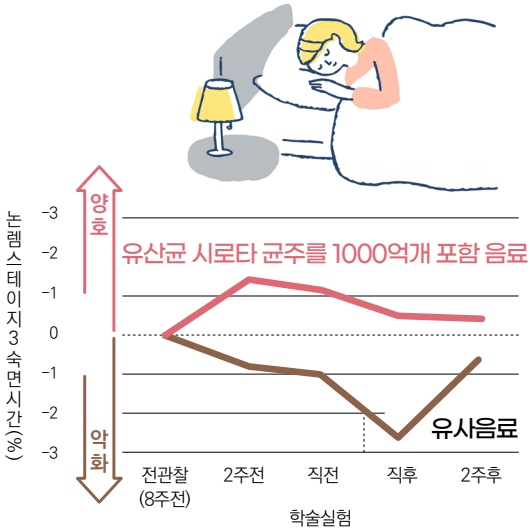
Y1000 1일당 판매액



출처: https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/18/00732/00002/

이 제품은 2021년 9월까지는 택배용인 「Yakult1000」만 판매하다가, 2021년 10월부터 일반 매장용인 「Y1000」을 전국적으로 발매하면서 한층 더 화제를 모았다. 특히 이 제품이 인기를 끌게 된 이유는 유명 연예인인 마츠코 디럭스가 방송에 나와 이 음료를 마시고 수면이 개선되었다고 하면서부터이다. SNS에서는 "악몽을 꾼다"는 사용자들 사이에서 이 제품을 키워드로 다는 사람들이 많아지면서 입소문이 커졌다.

일본에서 '수면'에 대한 관심이 높아지게 된 원인으로 수면 부족을 꼽는다. 일본 사람들의 평균 수면시간(7시간 22분)이 OECD 평균 수면시간(8시간 24분)과 비교해 매우 부족하며, 만성적인 수면 부족 상태에 있는 사람들이 많다는 추측이다. 일본의 수면 시장은 1조 6,200억 엔 규모로 커지고 있어 이와 같은 제품의 인기는 한동안 계속될 것으로 보인다.



출처: https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/18/00732/00002/

빵 타입 완전식

파우더 타입 완전영양식

출처: https://shop.basefood.co.jp/,
https://ufit.co.jp/collections/product

균형 잡힌 영양 '완전영양식'과 쌀로 만든 면·과자 '쌀분식'

트렌더스가 운영하는 집밥 플랫폼 '오우치고항(おうちごはん,집밥)'에서는 올해 식품 트렌드 대상으로 완전식(완전영양식)과 쌀분식을 꼽았다.

최근 일본에서는 건강 유지를 위해 필요한 모든 영양소를 균형 잡히게 포함한 '완전식품(완전영양식)'이 인기를 끌고 있다. 지난해 다양한 업체들이 완전식 제품을 선보이면서 쉽게 접할 수 있게 되었고, 효율적으로 음식을 찾는 바쁜 현대인에게 새로운 선택지로 받아들여지고 있다는 점이 특징이다.

또 하나의 식품 트렌드 대상으로는 2차 붐을 맞이하고 있는 '미분식(米粉食, 쌀가루 식품)'이 선정되었다. 미분식은 2009년경 밀가루 대체재로써 주목을 받았는데, 다시 최근 들어 쌀가루 고유의 맛과 논글루텐의 선택지로써 인기를 끌고 있다. 밀 가격 상승과 달리, 쌀은 가격하락 경향을 보여 면류나 과자 등에서도 쌀가루를 찾는 경향이 높아지고 있다.

그 밖에 SNS 히트제품으로는 '천재 치즈케이크', '도리로코스(Dorilocos)', '라이스페이퍼', '신감각 도너츠'가 선정되었다.

천재 치즈케이크

도리로코스

라이스 페이퍼

신감각 도너츠

출처: https://www.trenders.co.jp/news/3155/

2023년도 일본의 식품 트렌드는?

오우치고항(おうちごはん,집밥)에서는 2023년도 식품 키워드로 럼주, 베트남 커피, 무드 푸드, 가정에서의 식품로스(Loss) 대책을 꼽았다.

럼주는 진의 뒤를 잇는 알코올 트렌드 붐으로 예측되었다. 일본인들에게 익숙한 맛인 럼은 지난해 인기를 끈 카눌레에도 사용된다. 마시기 쉽고 다양하게 변주할 수 있어 술을 마시지 않는 사람들에게도 장벽이 높지 않다는 특징이 있다.

또한 세계적으로 차세대 커피 트렌드로 주목받고 있는 베트남 커피는 기존에는 베트남 요리점으로 한정되어있었으나 앞으로 다양한 커피숍에서 즐길 수 있을 것으로 예상된다. 그 외에 감정이나 기분전환에 도움이 되는 '무드 푸드'와 SDGs(지속가능목표) 의식이 높아지면서 식재료를 낭비하지 않아야 한다는 '식품로스(Loss) 절감'도 2023년도 식품 관련 트렌드에 이름을 올렸다.

닛케이 트렌디에서도 올해 히트상품을 예측했는데, 랭킹 상위권에 오른 식품 관련 키워드로는 3위 커스텀맥주, 4위 일렉솔트(전자소금)가 눈에 띈다. 커스텀맥주의 한 예로 산토리에서 나온 '비어볼(ビアボール)'은 16도의 농축된 맥주를 탄산수에 섞어 원하는 농도로 마실 수 있도록 한 제품이다. 일렉솔트(전자소금)는 기린홀딩스에서 발매한 숟가락과 그릇으로, 전류로 나트륨 이온의 움직임을 제어하여 짠맛이 늘어나도록 함으로써 염분의 섭취를 줄일 수 있도록 도와주는 제품이다.

출처: https://www.suntory.co.jp/beer/beerball/?fromid=001&_ga=2.252690121.1332755571.1670458299-208901420.1670458299

Insight

코로나의 영향으로 시작된 건강에 대한 관심은 여전히 소비자의 구매 행동에 영향을 미치고 있는 것으로 보인다. 특히 수면, 숙면에 대한 관심이 높아진 것이 흥미롭다. 기존 장 건강식품으로 인식되던 유산균 제품에 '숙면'이라는 키워드를 더했을 때의 파급효과가 매우 커졌다. 한국식품도 다양한 건강식, 기능성 제품이 있는 만큼 자신만의 강점을 적극 어필한다면 성장하고 있는 시장에 올라탈 수 있을 것이다.