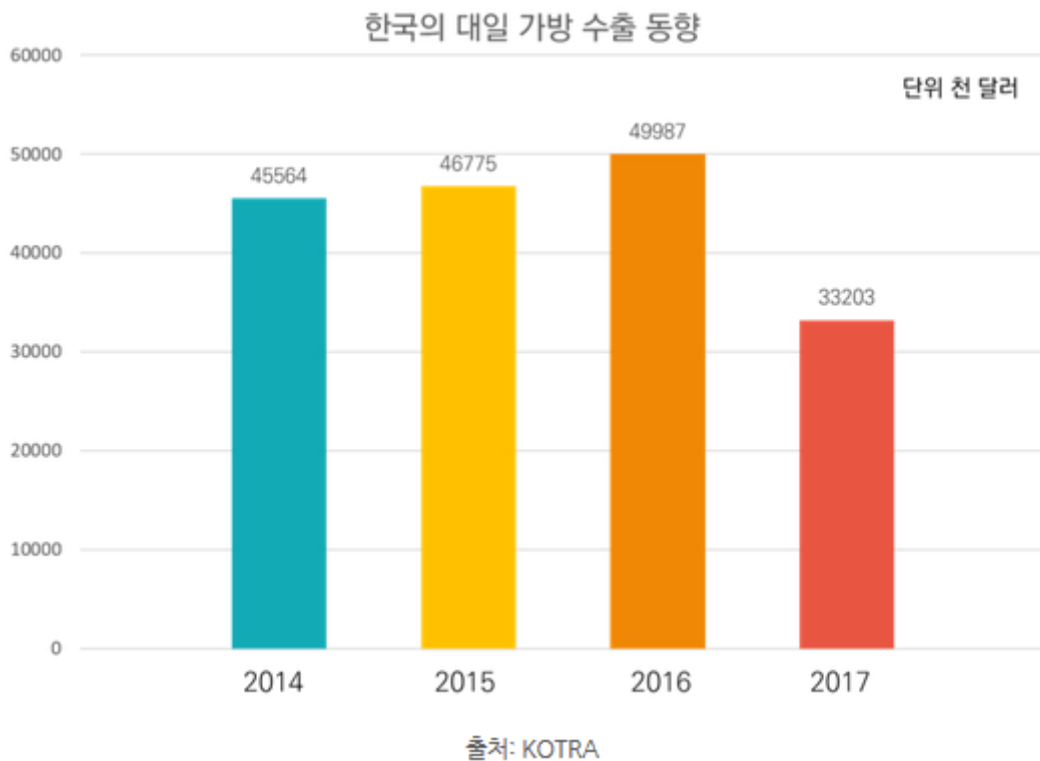


## [일본] 일본에 부는 한국 가방 열풍

일본에서 부는 한류의 패러다임은 1차·2차·3차로 나누어 볼 수 있는데요, 우선 1차는 당연히 2003년 40~50대 일본 중년 여성을 사로잡은 '윤사마' 열풍이겠죠. 2차는 소녀시대, 동방신기, 빅뱅을 중심으로 일본 20~30대를 겨냥한 K-Pop 한류입니다. 이 시기는 아직 한국 아이돌의 인기가 한국 제품이나 한국의 트렌드로는 번지지 않은 시기입니다. 그런데 최근, 일본의 10대 여성이 중심이 된 '3차 한류 붐'이 본격화되고 있습니다. 이 3차 한류 붐을 타고 일본에서 한국 패션이 유행 중인데요, 오늘은 그 중에서도 '한국 가방 붐'에 대해서 말씀드리겠습니다!

### 일본 가방 시장 분석



일본 가방 및 핸드백 시장은 연간 1조 엔을 상회하는 규모로, 2008년 금융위기를 기점으로 급격히 침체됐으나 2010년 저점을 찍고 회복세를 보이고 있습니다. 일본 가방 및 핸드백 시장은 해외 브랜드가 전체 시장의 50%를, 일본 국내 브랜드가 38.2%를 차지하고 있습니다. 상대적으로 해외 브랜드의 비중이 큰 시장인 것이죠.

## 한류 때문에... 한국 제품에 열광하는 일본 10 대 소녀

KOTRA 와의 인터뷰에 응한 한 일본 가방 바이어는 이제까지 여성용 가방은 취급하지 않았지만 2017 년말부터 한국제 백팩에 대해 문의가 계속적으로 들어오고 있어 수입을 긍정적으로 검토중이라고 덧붙였습니다. 이런 한국 가방 열풍의 배경에는 '한류'가 있습니다. 최근 일본의 10 대 여학생들이 방탄소년단이나 트와이스 등 한국 아이돌 그룹에 대한 글이나 사진들을 인스타그램에 업로드해 공유하는 것을 즐기고 있다고 합니다. 이렇게 한국 아이돌에 빠진 10 대 여학생들은 '한국 브랜드', '한국에서 유행하는 가방'이라는 가치에 만족하며 구매하는 경향이 강합니다. 또한 가방 앞면에 좋아하는 '한국 아이돌'의 한글 이름(마크 등)을 붙이거나 캐릭터 상품을 장식해서 자기만의 커스텀 가방을 만드는 것이 유행입니다. 이런 점에서 한국 제품의 경우 디자인이 심플해 쉽게 꾸밀 수 있는 것도 인기 비결입니다.

## 한류를 등에 업은 한국 가방 셀러들, 어떤 전략이 필요할까요?

KOTRA 는 가방 및 핸드백과 같은 소비재는 한류 붐의 영향을 강하게 받는 품목 중에 하나이며, 일본 내 시장규모가 1 조 엔에 가까운 점을 고려해 적극적인 일본 진출을 독려했습니다. 특히 최근 SNS 에 친숙한 일본 10 대 여성들을 중심으로 한류 붐이 나타나고 있기 때문에, SNS 를 통한 적극적인 바이럴 마케팅(Viral Marketing)이 매우 중요합니다. 금방 유사제품이 나오는 일본 시장에서 독특한 브랜드 가치를 소비자에게 효율적으로 홍보하는 것이 성공의 중요한 포인트라고 밝혔습니다. 한국 내에서 인기를 얻은 아이템이라면 적극적인 일본 진출을 노려보는 것도 좋습니다!



이렇게 가능성이 큰 일본시장 에서 아마존은 전체 브랜드 순위에서는 3 위, 이커머스 업계 중에서는 1 위를 차지하고 있습니다. 일본 아마존의 월간 방문자수는 4920 만명이며 월 트래픽은 최고 21.2 억회를 기록했습니다. 아마존은 가장 많은 고객들이 방문하는 이커머스 사이트이며, 그들로부터

가장 신뢰받는 브랜드로 인식되고 있습니다. 아마존과 함께 가방을 비롯한 패션 아이템으로 일본 시장에 진출해보세요!

“이 글은 [KOTRA 해외시장뉴스 자료를](#) 참고해 작성했습니다.”