

일본의 '5월병' 마케팅 사례를 통해 살펴본 방한관광 마케팅 전략

'26. 5. 28(목) / 도쿄지사

□ 조사 배경 및 목적

- 일본은 4월에 신학기·기업 회계연도가 시작되며, 이로 인한 긴장감과 스트레스가 5월 골든위크(4월 말~5월 첫째 주) 연휴 직후 무기력증과 우울감으로 나타나는 '5월병'이 매년 사회적 현상으로 대두
- '5월병'이라는 사회적 현상을 비즈니스 및 마케팅에 접목한 사례 분석을 통하여, 쇼핑·미식을 넘어선 일본인의 라이프스타일 및 시즌별 심리 변화에 맞춘 방한 관광 타겟 마케팅 전략으로서의 시사점을 찾고자 함

□ 일본 국내 '5월병' 활용 주요 마케팅 사례 분석

○ 「나를 위한 보상」 마케팅

골든위크 연휴가 끝나고 다시 일상(출근·등교)으로 복귀한 자신에게 물질적 보상을 통해 우울감을 상쇄하려는 **셀프 위로 소비 심리**를 공략

- (리테일 업계) '5월병을 날려버릴 나를 위한 보상'과 같은 테마로 뷰티 제품군, 디저트 판매 기획전을 개시
- (e커머스 플랫폼) '기분 전환을 위한 쇼핑'을 키워드로 스트레스를 쇼핑으로 해소하려는 심리를 겨냥하여 5월 기간 동안 특별 쿠폰을 발행하는 등 마케팅 실시

	
(로이즈) '5월병을 날려버리자! 나를 위한 보상 디저트' 광고 *로이즈 facebook 발취	(패션 온라인 플랫폼 60%) 5월병 해소를 위한 쇼핑할인 쿠폰 *60% 사이트 내 발취

○ 「컨디션 회복」 마케팅

'5월병'을 단순한 기분의 문제가 아닌 신체 밸런스가 무너지는 시기로 정의하고, 과학적·의학적 접근을 통해 **소비자가 자신의 건강에 투자하는 명분을 제공하게 하는 마케팅 전략**

- (웰니스·헬스케어 업계) ▲ 수면 전문 브랜드 '큐아레'에서는 5월병 대책 캠페인을 통해 자사 숙면 베개 구매 시 자율신경 안정을 돕는 건강즙을 증정하는 등 외적·내적 컨디션의 회복을 돕는 이벤트를 실시하였고, ▲ 에스테틱·마사지 업계에서도 5월병을 타파하는 꿀잠 캠페인 등을 내세워 신체적 회복을 중점적으로 마케팅을 펼침
- (피트니스 업계) 5월병의 무기력을 몸을 움직여 스트레스를 날려 버리자는 메시지로 마케팅을 실시

 (큐아레) 5월병 대책 캠페인 광고	 (요가 클래스) 5월병 대책으로 요가를! 광고
--	---

○ 리텐션 마케팅

골든위크 연휴 동안 게임에 집중했던 유저들이 일상으로 복귀하며 앱을 지우거나 접속률이 떨어지는 등 이탈률이 가장 높아지는 시기에 '5월병'을 이벤트 소재로 활용하여 **유저들의 이탈을 막는** 리텐션 마케팅 전략을 펼침

- (콘텐츠 연계)

- 인기 모바일 게임 「냥코 대전쟁」: 5월 시즌 이벤트로 의욕을 잃고 멍 때리는 콘셉트의 적 캐릭터가 등장하여, 이를 퇴치하면 한정 캐릭터를 지급하는 이벤트를 실시
- 수집형 롤플레잉 게임 「밀리언 몬스터」: 5월병의 화신인 '메이블루(May Blue)'라는 몬스터가 등장하는 <5월병을 날려버려라! 메이블루 토벌대> 이벤트를 개최하여, 그 보상으로 하품하는 얼굴, 기운 없는 얼굴로 바꿀 수 있는 한정 아바타를 지급해 큰 인기를 모음

 (냥코 대전쟁) 5월병 활용 캐릭터 이벤트	 (밀리언 몬스터) 메이블루 토벌대 이벤트
--	--

□ 시사점

- 5월병 마케팅은 긴 연휴 이후 일상으로의 복귀에 대한 심리적 부담감을 한 해의 본격적인 시작을 위한 “충전” “리프레시” “생활력 환기” 등과 연계, **한국여행에의 스토리 마케팅으로 활용**할 만함

[예시]

- (마케팅 메시지) 셀프 보상 심리를 자극하는 메시지 노출
 - 골든위크 연휴가 끝나고 일상으로 복귀해 지친 5월 중순의 일본인들에게 ‘나에게 주는 최고의 보상, 한국 여행’이라는 메시지 전달
- (상품기획) 디톡스 및 신체 밸런스 회복 콘셉트의 웰니스 투어 개발
 - (방안) 일본인들이 5월병의 원인으로 꼽는 ‘스트레스’와 ‘자율신경 불균형’을 해소할 수 있는 힐링 패키지 상품 구성
 - (타겟) 스트레스 노출이 높은 30~40대 여성층
 - (예시)
 - 한국 전통 한방 스파(설화수 스파 등)를 통한 신체 회복
 - 숲캉스(템플스테이, 제주 치유의 숲 등)
 - 심신 안정에 도움을 주는 명상, 한방 다도 체험 등
- (기간 한정 프로모션) 골든위크 이후 비수기 시즌 한정 프로모션 실시
 - ‘5월병 리프레시 프로모션’과 같이 일본인 심리 변화에 맞춘 명칭을 사용하여 비수기 (5월 중하순~6월) 시즌 항공·숙박 할인 마케팅 실시
 - 국내 올리브영·면세점 등과 연계하여 ‘5월병을 날려버리는 기분전환 쇼핑’ 기간을 운영하며 할인, K-뷰티 힐링 키트 증정 등 프로모션 실시

□ 참고 출처

1. 아사히 신문
<https://www.asahi.com/articles/ASV4Z3DRVV4ZUTIL032M.html>
2. (5월 한정·5월병 대책 캠페인) THE MAKURA가 지금뿐!
<https://www.atpress.ne.jp/news/5256685>
3. Alpen Quick Fitness 칼럼
<https://www.alpen-group.jp/fitness/aqf/column/1403/>
4. 골든위크 이후 주의해야할 5월병을 철저히 해설
<https://psft.co.jp/navi/health-prevention/1332/>