

# 상품개발, 소비자 경향을 읽어야 한다

끊임없이 요구되는 소비자 요구에 부응하기 위해서는 새로운 제품개발이 무엇보다 중요하다. 그러나 소비자가 무엇을 원하는지 정확하게 파악하지 않으면 상품개발에 실패하기 쉽다. 소비자 경향은 무엇이며 그 경향을 파악하기 위한 방법에 대해 알아본다. (일본 '양과자점 경영' 번역)

상품개발이 단순히 물건을 개발하면 된다는 개념은 이미 오래 전의 일이다. 그렇다고 물건을 개발하기 위해서는 무엇을 생각해야 하고 어떤 것을 창조, 개발해야 되는지에 대해서 명확하게 나타나 있지는 않다. 그러므로 여기서는 새로운 상품을 개발하기 위해서 주변사물이나 물건의 속성 등을 중심으로 폭넓게 살펴보도록 한다.

## 상품개발은 시대성을 반영해야 한다

제과점의 주력제품이나 인기제품은 시대적인 경향과 다소 차이가 있다해도 팔린다. 한번 얻은 인기나 인식은 그렇게 간단히 없어지는 것이 아니기 때문이다.

그런데 새로운 상품을 개발하고자 할 때는 시대성을 반영하지 않으면 고객의 지지를 얻기 어렵다. 왜냐하면 대부분의 사람들이 관심을 기울이고 있는 것과는 전혀 다른 방향의 상품이라면 고객의 흥미나 관심을 끌지 못하기 때문이다.

쉬운 예로, 2차대전 직후 설탕이 부족했던 시대에는 맛이 달수록 잘 팔렸다. 그러다가 먹을 것이 남아도는 포식의 시대가 되면 단맛이 적거나 단맛이 입에 남지 않는 것을 선호하게 되었다. 설탕 사용량이 점차 감소하고 있는 것에서도 알 수 있을 것이다.

무턱대고 설탕을 줄이는 것도 고려해야 할 일이지만, 아무리 옛날에 인기 있었던 제품이라 해도 옛날 단맛 그대로 레시피를 사용하면 그 상품은 팔리지 않는다. 그 시대의 경향을 파악하고

## <표1> 경향을 파악하는 방법

	전문	간접	직접
오픈데이터	지인·친구 등	신문, 잡지	전시회
필드(대상=전문가)	TV	세미나	취재
필드(대상=대중 기업)	거리인터뷰	타운,스토어워칭	리서치

시대의 분위기를 담은 상품개발이 필요한 것이다.

시대의 변화를 읽는데는 몇가지 방법이 있다.

표1은 소비자 경향을 파악하기 위한 방법을 나타낸 것으로 마케팅에서 이용되고 있는 표를 일부 수정한 것이다. 이중 한가지만을 갖고 신경향이라고 판단하는 것은 위험한 일이지만 여러가지 정보를 대조해 봄으로써 몇가지 경향을 읽을 수 있을 것이다.

## 소비자 경향의 3T를 파악한다

그런데 몇가지 보이는 경향중 무엇이 경향인지 말할 수 있는 것이 중요하다. 넓은 의미의 경향은 표2와 같이 3개의 발전단계로 나뉘어 생각할 수 있다.

경향(트렌드)은 우선 토픽(Topic, 화제)에서 시작된다. 인기 있는 뺑은 3개월에서 1년정도, 화제가 지속되면 소비자 경향으로 발전할 가능성이 있다.

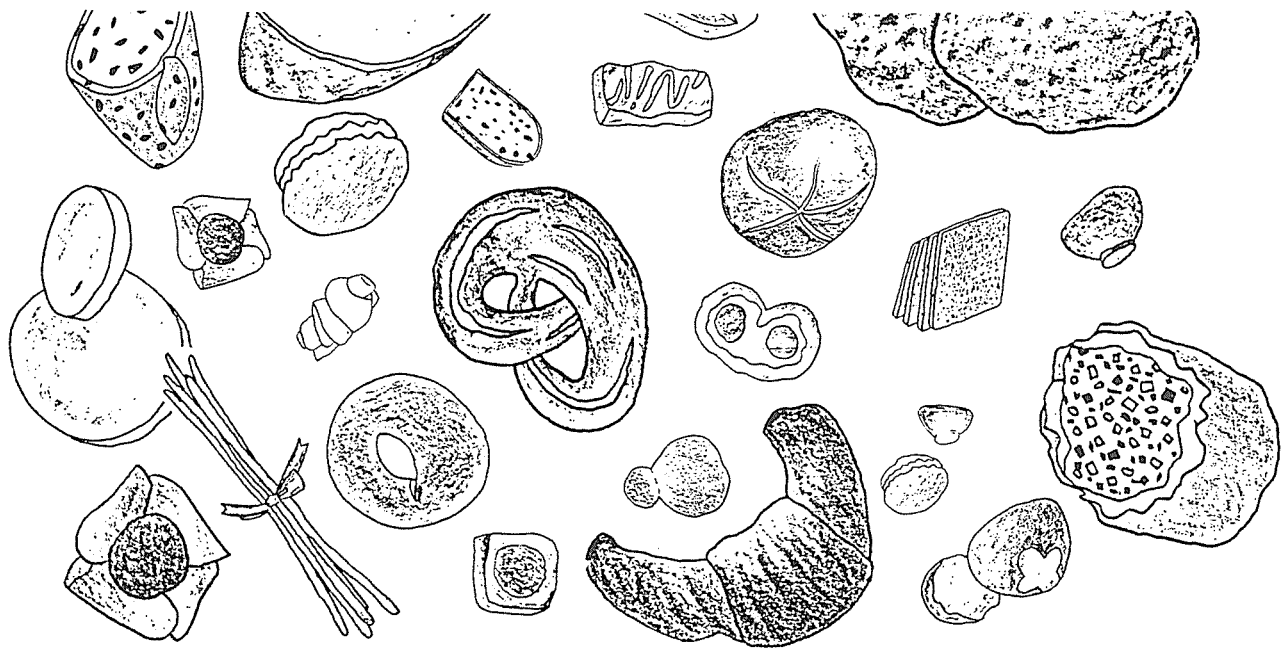
## <표2> 소비자 경향의 3T

트레드(trad)	관습 전통	10년이상	
트렌드(trend)	경향	3~5년	
토픽(topic)	파제	1년정도	

토픽을 유지하면 곧 트렌드(경향)로 넘어간다. 많은 토픽중에서 수는 적지만 다음 단계로 발전하는 것이 나오게 된다.

경향은 3~5년 지속된다. 또한 이것이 지속되어 정착되면 트레드(관습, 전통)으로 발전한다. 여기서도 몇개의 경향중 드물게 정착하는 것이 나타난다. 트레드는 10년 정도의 기간에서 서서히 변화한다.

이 3단계로 나누는 방법은 각각의 앞글자를 따서 경향의 3T라 부르고 있다.



봄 혹은 유행이라는 현상은 이중 히트에서 트렌드 단계에 있는 것으로 특히 영향력이 큰 경우를 가리킨다.

일본의 티라미스 등은 93년도 토픽상품이라 할 수 있고 크리 스마스 생크림케이크, 발렌타인데이 초콜릿 등은 트레드라 해야 할 것이다.

여기서 상품개발에 있어서 주의해야 할 것이 있다. 화제와 경향은 유행성이 있는 것으로서 폐선에 역점을 두고 있고 트레드는 질에 중점을 둔 경우가 많다는 것이다. 이 판단이 틀리면 실패하기 쉽다.

따라서 지금 어느 단계인가를 판단하고 적절한 상품개발이 이루어지고 있는 지에 대해 대책을 강구해야 한다.

이때 표3의 과자류 토픽 일람표를 이용해 정리하는 것이 좋다.

구체적으로는 TV, 잡지, 신문 등에서 알아내는 상품, 소재 등 외 타점포에서 얻을 수 있는 정보를 기입해 가는 방법이 있다.

이 표에 기입하는 내용에 대해서는 왼쪽에서 4번째까지는 방과 자류의 화제를, '식일람'은 빵과자 이외의 음식물의 화제를, '가치 감각.느낌' 란에는 그 해의 가치를 결정짓는 기준이 되는 시대의 분위기를 기입해 둔다.

표3은 95년도 토픽의 일부를 나타낸 것이다. 이것과 같이 매년 새롭게 작성해 간다. 그렇게 하면 일년동안 사라져 가는 것이 무엇이고 2년이상 살아남아 있는 것이 무엇인지 정리가 된다.

경향의 3T에서 설명한 대로 화제가 2년 이상 지속하면 트렌드로 발전해갈 가능성이 있고 3~5년 계속되는 가능성이 나오게 된다.

이 토픽 일람은 2가지 종류로 작성하는 것이 좋다. 하나는 전국판이고 또 다른 하나는 지역판이다. 자기 점포가 속해 있는 지역의 화제를 따로 수집하면 전국적인 경향과 지역과의 차이, 지역적인 개성이 분명하게 드러나고, 수도권에서 유행한 것이 어느 정도 시간차로 화제가 되는지를 예측할 수가 있게 된다.

또한 이 일람표를 계속 기입해 나가면 일파성에 끝나기 쉬운 것과 그렇지 않은 것이 어느정도 예측가능해 진다. 어느정도 익숙해지면 그다지 어려운 일이 아니므로 기입하는 습관을 들이는 것이 좋다.

이 토픽일람과 3T를 적용함으로써 화제가 단기간인지 중장기 인지를 판단할 수도 있다. 이렇게 해서 잡다한 정보를 정리하고, 사용할 수 있는 정보로 전환함으로써 트렌드에 대해 적절하게 대응할 수 있을 것이다. [2]

〈표3〉 빵과자류 토픽 일람표

상품명·제품	소재·원재료	식감
롤케이크	커스타드	복합식감
쉬폰케이크	치즈	탄력감
슈크림	알로에	담백한 맛
파이류	차종류	시원한 맛
생초콜릿	깨	탄력감
	카푸치노	
	섬유질	
	DHA	
맛·풍미	식일람	가치·식감·느낌
구운맛	파스타	가려지함
소재감	피자	소재감각
커스타드	미니크로와상	건강식품
치즈	아채	자연식
	카푸치노	안정성
		신선도

**화제를 알아내는 방법**

트렌드나 트레드로 발전해 가는 토픽은 어떻게 알아낼 수 있을까. 표1에 나타난대로 오픈데이트나 필드에서 알아내야 하는데,