

**식품업체의 동향**

## 포켓몬스터 캐릭터를 이용한 빵의 마케팅 전략

(주) 사니 마케팅실 권 용 근 대리

### 포켓몬스터빵 출시

브랜드빵업계 부동의 1위인 (주)사니에서는 지난해 7월 포켓몬스터빵을 출시하여 현재까지 1년여동안 제빵업계에서 전무후무한 기록을 세우며 크게 히트한 상품으로 자리매김하고 있다.

### 시장환경

현재, 국내 제빵시장규모는 약 1조 5천억원정도가 되는 데 그중에서 브랜드빵(양산빵)업계가 차지하고 있는 규모가 약 5천억원 정도이다

브랜드빵업계는 사니, 삼립, 서울, 기린 등 4개사 중심으로 형성되고 있으며, 그 나머지 시장을 프랜차이즈베이커리(파리크라상, 크라운베이커리, 고려당, 신라명과 등)업계가 차지하고 있다.

최근 베이커리 업계의 눈부신 시장확대로 브랜드빵업계가 다소 위축되는 상황이었으나 경쟁관계는 계속 치열하게 전개되고 있었다. 특히, 가격 경쟁과 양 늘리기 경쟁은 품질의 악순환을 계속 만들어내는 악순환의 근원이었다.

이런 치열한 경쟁구도에서 양산빵업계의 시장규모의 확대를 위한 하나의 돌파구로 등장한 것이 캐릭터를 이용한 캐릭터빵의 열풍인데 삼립에서는 국편이빵(99.3), 사니에서는 찬호빵(99.4)이 등장하면서 소위 단팻빵, 소보루빵으로 불려지던 브랜드빵이 찬호빵, 국편이빵으로 불려지면서 서서히 표면화되기 시작하였다.

### 포켓몬스터빵의 등장배경

포켓몬스터는 일본에서 개발된 캐릭터로 게임기 시장에서부터 시작되어 만화영화, 카드게임, 장난감 등 아이들 대상의 여러가지 다양한 상품군으로 확산되었다. 포켓몬스터 캐릭터산업은 다양한 상품에 적용되어 하나의 상품군으로 형성하여 상호간의 시너지효과를 발휘하며 상품가치를 극대화시켰다.

일본을 기점으로하여 전세계적으로 포켓몬 바람이 불고 있으나 99년 상반기에는 국내에서 포켓몬 라이선스사

업이 아직 시도되지도 않은 상태였다. 제빵업계에서도 캐릭터 사용은 조심스럽게 접근되고 있는 상황(경쟁사의 국편이빵)에서 포켓몬스터 캐릭터의 선점과 상품화 계획은 상당히 치밀하고 조심스럽게 추진되었다.

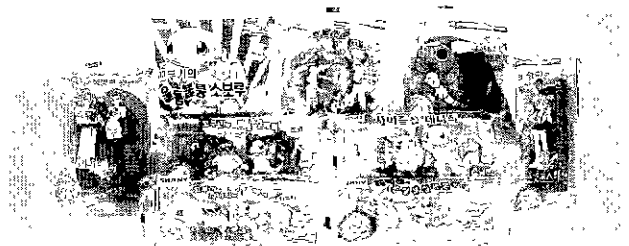
### 포켓몬스터빵의 제품전략 - 소비자의 눈높이에 맞춘 전략

포켓몬스터빵은 주된 소비자층을 초등학교 저학년 이하로 설정하고 "귀엽고 깜찍하게"라는 캐치프레이즈로 캐릭터와 조화된 상품요소를 결합시키는 것이 관건이었다. 그것은 바로 품질과 제품의 독특함 즉, 재미요소의 부여 등 소비자에게 관심을 끌 수 있는 것이 무엇인지를 알아내는 것이었다.

그러기 위해서는 먼저 포켓몬스터 만화의 스토리와 캐릭터의 독특한 특성을 잘 이해하여야 했다.

제품전략은 주 소비자층의 눈높이를 겨냥해서 설계되었는데 자세히 살펴보면 1)만화에서 나오는 캐릭터의 특징, 장점을 살리면서 아이들에게 재미요소까지 줄 수 있는 이름으로 제품명을 선택했다. 예를들면 벗겨먹는 고포스, 빙글빙글 빵오레쟁, 피카츄의 피카피카콘빵, 꼬부기의 울릉불통 소보루, 로켓단의 못말려 초코롤 등이 그것이다. 2)다양한 맛, 다양한 색상, 다양한 크기로 제품을 한층 고급스럽게 만들었으며, 3)친근한 캐릭터를 이용한 포장지 디자인, 4)포장지내에 떠부떠부썰을 넣어 재미요소와 수집요소 부여했고, 5)경품응모행사를 통해 제품에 대한 지속적인 관심을 유도했다.

특히 여러 차례에 걸친 소비자조사에 의한 제품 개발방



향 결정으로 경쟁력 높은 제품을 설계하였고, 대량생산적 용에 많은 어려움을 극복하여 국내에서는 포켓몬스터 캐릭터를 이용한 상품으로서 가장 먼저 샤니에서 “포켓몬스터빵”을 99년 7월에 출시하게 되었다.

출시초기에는 10여종을 선보였는데 유소년층이 소비자 인 이 제품시리즈의 구성은 기존의 빵위주의 제품과는 달리 케익류물·주종으로 각기 다양한 맛을 가진 제품으로 대부분 새로 개발된 내용물이 사용되었다. 제품 출시후 초기 1개월간의 반응은 다소 침체를 보였으나 TV만화 및 샤니CF방영 그리고 식품외 다른 신상품의 출시로 포켓몬스터 붐이 조성, 착실하게 인기상품으로 자리잡게되었다.

### 포켓몬스터빵의 현재상황

포켓몬스터빵은 빵류부문에서 주요소비자 선호도 1위를 차지하며 현재, 일평균 130만봉 판매와 월평균 매출 100억원을 유지하고 있고, 주요 소비자680만명(추산)이 주 1회 이상 포켓몬스터빵을 구입하고 있다.

이에 샤니는 소비자에게 더욱 질 좋은 빵으로 보답하고자 금년들어 포켓몬스터빵의 고급화를 선언하고, 지난 3월 더욱 영양이 강화된 빵으로 새로이 제품을 출시했다.

새로 출시된 포켓몬스터빵은 어린이들의 성장발육에 필요한 영양성분인 칼슘, DHA, 철분 등이 함유되어 있으며, 기존 포켓몬스터빵 전 제품에 적용되며, 가격은 기존

가격대를 그대로 유지한다.

또한, ㈜샤니에서는 금년 2월부터 **사랑나눔 캠페인을 전개**한다.

이 행사는 두 가지로 진행되는데 첫째, 소비자용모임서 1통당 100원을 적립하는 방법과, 자사 인터넷 홈페이지(www.shany.co.kr)에 있는 포켓몬스터 클럽에 가입한 회원이 사랑나눔 캠페인에 클릭하면 1회당 10원씩 적립하는 방법이 있다. 인터넷 클릭행사는 4월부터 시행할 예정이다.

행사를 통해 적립된 기금은 인터넷을 통해 포켓몬스터 클럽회원들의 의견을 모아 결식아동 돕기 등 어린이들을 위해 전액 쓰여질 예정이다

### 향후에도 샤니에서는

다양한 캐릭터를 통한 재미있는 빵, 짭짤하고 독특한 빵으로 소비자의 기호에 맞춘 눈높이 전략으로 하루가 다르게 변화하는 고객의 기호에 맞춰 나가기 위해 공격적이고 신속하게 시장상황에 대처하는 마케팅 커뮤니케이션 전략을 활용해 나갈 것이다.

또한, 기업이미지 극대화를 위해 캐릭터, 프로모션, 브랜드전략 등의 issue개발을 통해 기업이미지를 제고하며, 더 큰 시장을 위한 커뮤니케이션 전략으로 미래의 비전을 제시해 나갈 것이다.

포켓몬스터빵 LIST

제 품 명	특 징	중량
포동포동 팬케익	계란이 듬뿍 들어간 얇은 케익사이에 초코크림이 샌드된 부드럽고 촉촉한 제품	55g
볼랑볼랑 판도리노	천연효모로 장시간 발효시켜 만든 매우 부드러운 팽제품으로 딸기시럽이 들어있다	55g
지우의 폰스터볼	달콤한 슈크림이 들어있고 빵가운데에 앙두가 올려져 있다.	50g
캐터피의 초로롱빵	포도앙금이 들어있는 색다른 앙금빵	55g
사이좋은 데니쉬	초코렛맛이 풍부한 초코 슈크림이 들어있는 먹기좋은 크기의 페스트리	45g
로켓단의 초코롤	초코렛맛이 풍부한 초코크림이 들어있는 먹기좋은 롤형태의 케익	45g
꼬부기의 울퉁불퉁소보루	고급 땅콩소보루와 땅콩크림이 샌드되어 고소한 땅콩맛이 조화로운 소보루 빵	60g
피카츄의 피카피카콘빵	콘샐러드가 토핑된 먹기좋은 조리빵	40g
이슬이의 깜찍한 초코	초코렛 맛이 풍부한 파운드 타입의 먹기좋은 크기의 바형태의 케익	60g
등실등실케익 카스타드	먹기좋은 크기의 부드럽고 촉촉한 케익속에 카스타드가 들어있는 색다른 케익	40g
몽실몽실 레몬케익	상큼한 레몬향과 뽀송뽀송한 식감이 잘 어울린 고급 스펀지 케익	40g
등실등실케익 초코	먹기좋은 크기의 부드럽고 촉촉한 케익으로 색다른 초코맛의 케익	40g
피카츄가 제일좋아	복숭아 맛이 듬뿍담긴 내용물이 맛있게 어우러진 제품	65g
빙글빙글 빵오레쟁	천연효모로 장시간 발효시킨 빵으로 동그렇게 말은 빵 사이에 건포도가 들어있는 빵	40g
나옹의 밀크슈크림이나옹	고소한 우유맛의 달콤한 슈크림이 듬뿍들어있는 슈크림빵	60g
벗겨먹는 고오스	어린이들이 좋아하는 초코케익 사이에 초코크림이 들어있는 초코샌드케익	55g
쥬쥬의 피스타치오붓세	피스타치오크림이 샌드되고 한입에 쏙들어가는 영양케익	45g
피카츄의 고소고소땅콩	길쭉한 모양의 슬라이스타입의 빵으로 풍부한 맛과 향의 땅콩크림이 듬뿍.	55g
새콤달콤사과	사과슈크림이 들어있는 사과향의 상큼한 맛으로 느끼하지 않은 깔끔한 맛의 도우넛	70g
고라파덕의 말랑촉촉케익 (딸기)	딸기맛과 향이 상큼한 부드럽고 촉촉한 스틱케익	45g
가라도스의 별난페스트리	길쭉하고 쪼뽀있는 모양의 고급 페스트리 위에 초코칩과슈크림이 토핑됨	50g
우리두리 남남	천연효모로 장시간 발효시켜 만든 매우 부드러운 팽제품으로 딸기시럽이 들어있음	55g