



[산업]
‘LG G7 씽큐’ 써보니...
진화한 카메라에
웅장한 스피커 인상적
05



Life

[엔터테인먼트]
샤이니, 정규 6집
두번째 앨범 발표
“음악적 색 짙어져”
L6



왼손으로 비비고~ 오른손으로 비비고~

‘여름=팔도비빔면’ 공식 만들어 낸 라면계의 이단아

메가히트 브랜드 탄생스토리

17 팔도 ‘팔도비빔면’

“오른손으로 비비고~ 왼손으로 비비고~” 여름이면 익숙한 팔도 비빔면 CM 송이다.

비빔국수를 집에서 쉽게 만들어 먹을 수 있는 팔도비빔면은 면을 익히고 차가운 물에 헹군 뒤 양념장을 넣으면 완성된다. ‘여름=팔도비빔면’이라는 공식처럼 1984년 출시 이후 국내 비빔면 시장에서 1위를 차지하고 있는 국내 원조 비빔라면이다. 경쟁사들은 타도 팔도를 외치며 신제품을 선보이고 있지만 팔도비빔면을 넘어서기에는 살짝 부족한 느낌이다. 팔도비빔면은 소면과 유사한 얇은 면발과 사과 향이 첨가된 스프의 매콤·새콤·달콤한 3박자가 어우러진게 특징이다.

◆라면의 고정관념 깨·출시 후 11억개 판매
‘팔도 비빔면’은 출시 이후 33년 동안 11억 개가 판매되며 5100억원 이상의 매출을 올렸다.

뜨거운 국물과 함께 먹던 라면의 고정관념을 깬 제품이다. 여름철 집에서 살아먹던 비빔국수를 라면으로 계량했다. 차갑게 먹는 라면시장을 처음으로 개척했다. 출시 당시에는 계절면 제품으로 여름철에만 한정적으로 판매됐으나 1990년대 후반부터 사계절로 판매되기 시작했다.

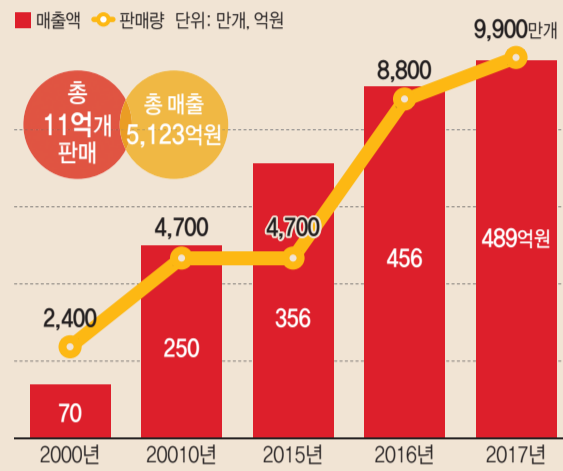
출시에 앞서 전국에 유명한 맛 집의 비빔냉면과 비빔국수 등을 연구하여 매콤, 새콤, 달콤한 황금비율 소스를 구현했다. 원재료를 그대로 갈아 만든 액상 스프 기술력과 최고의 원료를 사용한 것이 ‘팔도비빔면’의 성공 원인이다. 액상 스프의 경우 당시, 한국야쿠르트가 보유한 발효공학과 미생물공학에 관한 축적된 기술이 많은 도움이 됐다.

팔도비빔면 개발을 담당했던 연구원은 “새콤달콤한 맛을 개발하기 위해 비빔라면 맛집을 수없이 돌아다녔다”며 “당연히 모든 라면 스프가 만들어지는 과정이지만 수없이 배합을 변경하고 테스트를 거치며 지금의 맛으로 대표되는 액상스프를 개발할 수 있었다”고 말했다. 이어 “지금 현재도 소비자들은 못 느끼지만 매년 배합비를 조정해 조금씩 변하는 고객들의 입맛을 맞춰간다”고 덧붙였다.

한편 팔도가 액상스프를 적용한 것이 비빔면이 처음이 아니다. 분말스프 중심의 라면시장에 차별화된 제품을 출시해야 승산이 있다고 판단하고 1983년 ‘팔도 참깨라면’에 국내 최초 액상스프를 첨부했다. 액상스프의 역사만 30년이 넘는다.

비빔면은 가정에서 즐겨먹는 비빔소면을 좀 더 편리하고 맛있게 먹기 위해 만든 제품이다. 이러한 기획의도에 기반하여 소면과 유사한 얇은 면발을 제품에 적용하였다. 얇은 면발은 빠른 시간 내에 익어 더운 여름 불앞에 있는 시간을 줄일 수 있고 액상소스가 골고루 붙어 맛을 더욱 풍부하게 해준다.

팔도비빔면 판매량과 매출액



자료/팔도



▲ 꽃비빔면, ▲ 팔도비빔면 생산공정. /팔도

출시 이후 33년간 11억개 판매
끓여먹는 라면 고정관념 깨고
새콤 달콤한 비빔라면 개발해

비빔면 생소한 소비자 위해
CM송 제작해 조리법 알려

액상스프에 마늘·고추 등 추가해
‘만능 비빔장’ 출시, 100만개 판매



연도미상



팔도비빔면 초기(연도미상)



2010년



팔도비빔면 1.2(2017년)

‘팔도비빔면’이 처음 출시되었을 때 라면을 찬물에 헹군 뒤 소스에 비벼먹는다는 개념이 알려지지 않았던 때라 뜨거운 상태에서 비벼먹거나, 일반 라면처럼 끓여먹는 소비자들이 많았다. 팔도는 조리법을 확실하게 각인시키기 위해 “오른손으로 비비고, 왼손으로 비비고, 양손으로 비벼도 되잖아”라는 CM송을 제작했다.

◆팔도비빔면 브랜드의 확장
최근에는 소비자 의견을 반영한 다양한 제품을 출시하며 브랜드 강화에 나섰다.

대표적으로 지난해 9월 선보인 ‘팔도 만능 비빔장’이 있다. ‘만능 비빔장’은 ‘팔도비빔면’ 제품에 들어 있는 액상스프에 매콤한 마늘과 홍고추, 새콤한 사과즙, 달콤한 양파를 넣은 제품이다. 삼겹살, 골뱅이 등 어떤 요리에도 잘 어울린다.

시작은 만우절 농담에서부터였다. 지난해 4월 1일 팔도는 팔도기업블로그를 통해 ‘팔도 만능 비빔장 출시’라며 네티즌들의 이목을 끌었다. 이후 5월에 실제 ‘만능 비빔장’을 증정품으로 제공. 농담을 현실화했다.

‘만능 비빔장’이 들어간 ‘팔도 비빔면’ 1000만개는 40일 만에 완판되었다. 고객사은품으로 고객에게 제공한 수량 200만 개는 약 10억 원에 해당하는 금액이다. 소비자들의 폭발적 반응에 팔도는 ‘팔도 만능비빔장’ 정식 출시를 결정하고, 유통채널에서 판매를 시작했다.

정식 출시된 비빔장 15만개는 판매 시작 22일 만에 완판됐고, 시장에 선보인 이후 현재까지 100만개 이상 판매되었다. 비빔장으로 신규 수입원을 발굴한

것이다.

기존 비빔면 중량을 20% 늘린 ‘팔도 비빔면 1.2’도 선보였다. 한 개는 양이 부족하고 두 개는 많다는 고객 의견을 받아들인 것이다. 면과 액상스프의 양을 늘렸음에도 가격은 기존과 동일하게 유지했다. 한정 출시된 1000만개는 50일 만에 완판됐다. 팔도는 추가 판매 요청으로 1000만 개를 추가 생산했고 이 또한 얼마가지 않아 판매 완료됐다.

최근에는 봄맞이 한정판 ‘봄맞이 비빔면’을 새롭게 선보였다. 꽃 모양 어묵이 담긴 건더기 스프를 추가 제작해 별첨한 것이 특징이다. 새콤달콤한 비빔면소스와 쫄면의 식감의 어묵이 잘 어울린다는 평가를 받았다. 먹는 재미에 보는 재미를 더해 SNS상 인기를 끌며 일지감치 판매를 마감했다.

◆연간 판매량 1억개 눈앞

지난해 ‘팔도비빔면’ 매출액은 2016년 대비 8% 이상 증가한 490억원에 이른다. 판매량 또한 지속적으로 상승해 연간 9,900만 개 가량 판매됐다. 출시 이후 지금까지 전체 비빔면 시장 내 부동의 점유율 1위다.

특히 2013년에는 한 TV예능 프로그램에서 골뱅이와 비빔면을 섞어먹는 ‘골뱅이 비빔면’이 야식으로 소개되며, 470억원의 매출을 올리기도 했다.

윤인균 팔도 마케팅 담당자는 “30년 이상 팔도 비빔면이 사랑받을 수 있었던 것은 타사가 따라올 수 없는 액상스프 노하우와 지속적인 품질 개선을 통해 소비자의 입맛을 사로잡기 위해 노력한 결과”라며, “앞으로도 더 좋은 맛과 품질로 성원에 보답하겠다”고 밝혔다.