



**[라이프]**  
 '다름'에 대한  
 포용 절실...  
 '속의 민주주의' 돼야  
 L6



Life

**[라이프]**  
 서울시민  
 월 143만원 소비  
 1위는 서초구  
 L7



1년간 닭 1200마리 투입해 만든 소스 '강렬한 매운 맛'

# “Do you know 삼양불닭면?” 국내보다 해외서 더 인기

## 메가히트 브랜드 탄생스토리

### 삼양식품 '불닭볶음면'

삼양식품 불닭볶음면은 불닭을 콘셉트로 한 매운맛이 특징인 볶음면이다. 매운맛으로 스트레스를 해소하는 소비자가 늘어나면서 불닭볶음면을 찾는 이들이 늘었다.

불닭볶음면은 국내보다 해외에서 더 인기가 있다. 2013년부터 수출을 시작한 불닭볶음면 시리즈 제품은 현재 중국, 동남아, 미주, 유럽 등 약 60개국에 수출되고 있다. 삼양식품의 지난해 수출액은 2050억원으로 전체 매출액 4584억원에서 절반 가까이 차지한다. 수출액 가운데 85%인 1750억원을 불닭면이 책임졌다. 이는 국내 매출액(750억원)보다도 약 2.3배 많은 수준이다.

덕분에 불닭면 시리즈 수출액은 매년 크게 늘어나고 있다. 지난 2016년 수출액이 660억원이었던 것을 감안하면 지난해 2.5배 이상 증가했다. 삼양식품은 2016년 하반기부터 불닭면 시리즈의 수출이 증가하면서 전체 매출액에서 차지하는 비중도 크게 늘어났다. 외국인들이 극한의 매운맛을 도전하는 '떡방' 동영상 콘텐츠가 소셜네트워크서비스(SNS)에서 유행하며 인지도가 급속히 높아졌다.

#### ◆국내시장에서의 불닭브랜드

삼양식품의 불닭볶음면은 2012년 4월 출시됐다. 강렬한 매운맛을 유지하기 위해서는 국물보다 볶음면에 초점을 맞췄다.

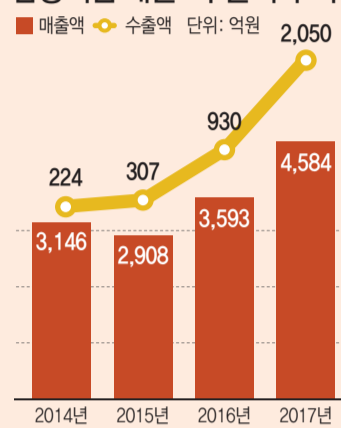
김정수 삼양식품 사장은 2011년 초 우연히 서울 명동의 매운 불닭 음식점 앞을 걷다가 사람들이 뿔뿔히 땀을 흘리는 것을 보고 강렬한 매운 맛도 라면에 적용할 수 있을 것 같다는 생각이 들었다고 한다. 이후 '매운맛, 닭, 볶음면'을 모티브로 마케팅 부서, 연구소 직원들과 함께 전국의 유명한 불닭, 불닭집, 닭발 맛집들을 탐방하여 직접 시식하고 세계 다양한 나라의 다양한 매운 고추를 연구해 한국식의 '맛있게 매운 소스'를 개발해냈다. 이렇게 불닭볶음면은 약 1년간의 연구개발 기간 동안 매운 소스 2톤, 닭 1200마리가 투입될 정도로 심혈을 기울여 2012년 4월 출시됐다.

당시 매운 볶음면이라는 제품군 자체가 익숙하지 않았던 터라 소수의 젊은이들에게 우선적으로 어필해야겠다는 생각으로 개발됐다. 하지만 출시 이후 소비자들로부터 엄청난 반향을 일으키며 인기를 끌었고, 현재는 삼양식품의 대표적인 라면 브랜드로 자리 잡으며 국내 매운 라면의 대명사로 불리고 있다.

이처럼 국내에서는 매운 맛이 대중적인 맛으로 인식되면서 매운 음식을 즐기는 사람들이 많아졌고, 점점 더 강한 매운맛을 찾는 소비자들의 니즈를 파악한 삼양식품에서는 2017년 1월 기존 불닭볶음면 맵기의 두 배 가량인 '핵불닭볶음면'을 한정판으로 출시하기도 했다.

또한 모디슈머 열풍으로 자신만의 레시피로 매운맛을 즐기는 사람들이 많아졌고, 불닭볶음면+치즈, 불닭볶음면+짜장라면 등 다양한 조리법들이 인기를 끌었다. 삼양식품에서는 여러 가지 매운맛

### 삼양식품 매출·수출액 추이



### 불닭볶음면 제품별 스코빌지수(SHU)

\*스코빌지수: 고추류의 매운 정도를 나타낸다. 고추류에 포함된 캡사이신 농도를 스코빌 매운 단위(SHU)로 계량하여 표시한다.



자료/삼양식품



삼양식품과 사이공 콥 MOU.



삼양식품 인도네시아 불닭볶음면 프로모션 모습.

삼양식품

### 불닭 모티브로 볶음면 연구해 다양한 매운 고추로 소스 개발

### 출시 이후 엄청난 반향 일으켜 까르보·짜장 등 에디션 출시도

### 수출 시작 후 전세계 SNS서 인기 할랄 인증 받아 할랄푸드시장 진출 적극적인 프로모션으로 인지도↑



(위부터) 불닭볶음면, 까르보불닭볶음면 어피치 에디션, 커리불닭볶음면. /삼양식품

이 인기를 끄는 것을 보고 불닭볶음면의 확장제품을 꾸준히 선보여 오고 있다.

2012년 4월 출시 이후 2017년까지 불닭 브랜드 총 판매 개수는 대략 10억1000만 개 수준으로 지난해만 4억4000만개가 판매됐다.

삼양식품은 불닭브랜드 10억개 판매를 기념해 지난해 12월 18일 까르보불닭볶음면을 한정판으로 출시했다. 출시 후 일평균 45만개의 판매량을 기록하며 뜨거운 반응을 보였고, 1월 기준 불닭시리즈 중 판매량 1위를 기록하기도 했다. 까르보불닭볶음면은 한정판기간인 3월까지 월 평균 1200만개(총 3600만개 생산)가 판매되는 기록을 세우며 큰 인기를 끌었다. 생산 종료 이후에도 정식 출시 문의가 끊이지 않는 등 소비자들의 지속적인 요청에 힘입어 5월 18일 정식 출시됐으며, 이를 기념해 카카오프렌즈와 컬래버레이션한 '까르보불닭 어피치 에디션'을 선보였다. 까르보불닭볶음면은 정식 출시 이후에도 소비자의 뜨거운 반응이 계속 이어져 월 1000만개 수준의 판매가 지속되고 있다.

또한 지난 3월 8일에는 오리지널 불닭볶음면 출시 초기부터 대표적인 모디슈머 조리법으로 인기를 끌었던 '불닭볶음면 + 짜장라면' 레시피를 제품화해 '짜장 불닭볶음면'을 출시했다. 짜장불닭볶음면은 까르보불닭볶음면에 이은 두 번째 레시피 활용 제품으로, 월평균 300만개 수준의 판매량을 보이고 있다. 이에 힘입어 삼양식품은 분기 최대 영업이익률을 달성했다. 2018년 1분기 매출액 1249억원, 영업이익 172억원으로 사상 최대 영업이익실적을 기록했다. 특히 월 단위 기준으로 3월에는 사상 최고치인 466억원의 매출을 올렸다.

#### ◆해외시장에서의 불닭브랜드

불닭볶음면은 2013년부터 수출을 시작했다. 전세계적으로 인기를 끌기 시작한 것은 2016년 하반기, 소비자들이 스스로 만들고 공유했던 콘텐츠가 인기를 끌면서였다. 유튜브, 인스타그램 등의 SNS에서 불닭볶음면을 접한 소비자들은 기존 제품에서는 볼 수 없었던 중독성 강한 극한의 매운맛에 호기심을 느끼게 됐고, 불닭볶음면을 먹는 영상을 따라서 업로드하게 되었다. 이를 통해 다양한 콘텐츠가 생성되고 퍼지게 되면서 불닭볶음면의 인지도가 전세계적으로 높아지게 되었고, 누구나 한 번쯤은 맛을 봐야 하는 트렌드로 자리 잡았다.

호기심에서 시작된 단기간의 유행으로 남을 수도 있었던 불닭브랜드의 인기가 현재까지 지속될 수 있었던 것은 세 가지 이유가 있다.

첫째, 수출 초기부터 KMF 할랄 인증을 획득하여 세계 무슬림 인구의 60% 이상이 살고 있는 동남아 지역에 쉽게 수용될 수 있는 여건을 마련했다. 볶음면, 매운맛이 익숙한 동남아 지역은 불닭볶음면 수출의 30% 가량을 차지하는 곳으로 기획 출시된 제품을 구하기 위해 해외 온라인몰에서 직구하는 국내 소비자들도 있었고, 국내 출시를 원하는 소비자들의 요청이 많아 내수 시장에 선보이게 되기도 했다.

둘째, 제품 개발을 통한 불닭브랜드의 확장이다. 불닭볶음면의 인기에 힘입어 치즈불닭볶음면, 콜불닭볶음면, 불닭볶음면 등 차레로 제품화했고, 커리불닭볶음면(동남아), 마라불닭볶음면(중국)과 같은 현지 소비자를 타겟으로 한 수

출전용 제품을 출시하기도 했다. 오리지널 불닭볶음면의 아이덴티티를 잃지 않으면서도 색다른 매운맛을 즐길 수 있는 다양한 제품들로 폭 넓은 소비자층을 확보할 수 있었고, 이를 통해 기존 불닭볶음면의 매출 확대에도 기여할 수 있었다.

셋째, 적극적인 해외마케팅 활동을 진행하고 있다. 2017년 초 해외마케팅팀을 신설, 중화권·아시아권·미주권 등 지역별로 세분화해 현지 소비자와의 점점 확대를 위한 프로모션을 진행하고, SNS 채널을 활용해 소비자와의 소통을 강화하고 있다. 또한 해외전략기획팀과 해외영업지원팀을 통해 각 시장을 분석하고 이에 맞는 마케팅 전략을 기획, 운영하고 있다. 나라별로 진행되는 식품박람회 참여해서 삼양식품, 불닭볶음면의 인지도를 높이는 홍보활동도 진행 중이다.

이러한 활동을 통해 불닭브랜드가 세계적인 인지도를 가진 제품으로 성장할 수 있게 됐고, 이와 같은 사실이 국내에 알려지면서 다시 한 번 국내 시장에서도 조명을 받는 계기가 됐다. 커리불닭볶음면, 마라불닭볶음면과 같이 해외 수출용으로 기획 출시된 제품을 구하기 위해 해외 온라인몰에서 직구하는 국내 소비자들도 있었고, 국내 출시를 원하는 소비자들의 요청이 많아 내수 시장에 선보이게 되기도 했다.

현재 불닭볶음면은 중국, 동남아(인도네시아·말레이시아·싱가포르·베트남·태국 등 지역), 미주, 유럽 등 60여 개국에 수출되고 있다. 최근에는 '까르보불닭볶음면'의 수출이 본격적으로 이뤄지고 있어, 향후 지속적으로 수출국과 수출량이 늘어날 것으로 기대된다.

박인용 기자 parku7854@metroseoul.co.kr