



식품 이어
뷰티·패션도
무슬림 공략
니



Life

K-BIZ 중소기업중앙회

COUPA

중기중앙회
쿠팡·홈쇼핑과
중소지원

L2



졸음 번쩍 집중 반짝 차에서도 책상에서도 “껌이라면 역시~”

메가히트 브랜드 탄생스토리 롯데웰푸드 ‘졸음번쩍껌’

코로나 팬데믹 이후 껌 시장 회복세
졸음번쩍껌 판매비중 16%까지 상승
천연카페인 과라나추출물, 멘톨 함유

수험생, 운전자, 야간근무자 등 졸음을 쫓아야 하는 소비자를 위해 2014년 출시된 롯데웰푸드의 ‘졸음 번쩍껌’은 시장 상황이나 유행 등에 구애받지 않고 인기가 지속되고 있는 히트상품이다.

실제로 코로나19 팬데믹으로 전체적으로 유통 시장이 침체됐던 2019년을 포함해 껌 시장이 회복세를 보이는 현재까지 매년 매출이 성장하고 있다.

지난해 매출액은 5년 전에 비해 2.5배 늘어났고, 특히 올해 상반기에는 전년 동기 대비 41%의 매출 신장률을 달성하기도 했다.

롯데껌 안에서 판매 비중도 크게 늘었다. 2019년 전체의 5% 수준이었던 졸음번쩍껌 판매 비중은 올해 상반기 16%까지 상승하며 자일리톨과 함께 대표 효능껌으로 자리매김했다. 온라인 채널과 고속도로 휴게소에서의 판매 비중이 높은 것으로 미뤄볼 때, 졸음을 쫓으려는 목적성 구매 비율이 높은 것으로 파악된다.

졸음번쩍껌에는 과라나추출분말이 들어가는데, 과라나에는 천연카페인 성분이 함유되어 있다. 껌을 씹으면 천연카페인과 구강 점막을 통해 빠르게 흡수되며 휘산 작용(액체를 기체화시켜 날아가게 해주는 현상)을 통해 시원한 느낌을 주는 멘톨이 함유돼, 강렬한 맛과 향이 뇌를 자극해 정신을 맑게 해준다. 멘톨은 많은 껌에 사용되는 성분으로 입안을 상쾌하게 만들어주는 효과가 있다.

맛과 향외에도 씹는 행위 자체도 잠을 깨게 하는 요인이다. 껌을 씹는 것만으로도 얼굴과 머리 쪽의 혈류가 증가해 뇌로 가는 산소 공급이 늘어나며, 삼차신경을 자극해 뇌를 각성 상태로 유지시키면서 집중력·주의력이 높아지게 된다는 연구결과도 있다.

롯데웰푸드는 관련 시장을 더욱 적극적으로 공략하고 있다.

롯데웰푸드는 지난 8월 신제품 ‘졸음번쩍 에너지껌’을 출시했다. 자극적인 맛은 줄이고, 효능은 높여 공부와 자기 계발로 바쁜 1030세대가 부담없이 즐길 수 있도록 했다.

과라나추출물, 타우린 등 신체 에너지 증진에 도움 되는 성분을 기존 제품(졸음번쩍껌 울트라파워) 대비 3배 높이고 비타민B6를 추가로 더했으며 멘톨향, 민트향 등을 사용한 휘산작용은 유지해 효과적으로 졸음을 쫓을 수 있다. 바둑알 모양의 코팅껌으로 개인이 섭취량을 조절할 수 있어 위에 부담이 적고, 설탕을 함유하지 않아 당 걱정에서 자유로운 것이 특징이다.

이번 출시로 ▲졸음번쩍껌 오리지널 ▲졸음번쩍



롯데웰푸드 임직원들이 죽암휴게소에서 졸음운전방지를 위해 이용객들에게 졸음번쩍껌 등을 나누어주고 있다.



롯데웰푸드가 부산항만공사(BPA)와 함께 ‘잠 깨! 캠페인’을 전개하고 있다. /롯데웰푸드

활력증진성분 3배 높인 ‘에너지껌’
공부 등 일상생활에서도 부담없이
섭취량 조절, 슈가프리로 당 걱정 ‘0’

귀성·귀경길 껌 나눔, 안전캠페인 등
졸음운전 예방 관련 사회공헌활동

껌 울트라파워 ▲졸음번쩍 에너지껌까지 전체 3종을 운영하게 됐다.

껌의 맛과 제품 패키지에서도 젊은 소비자의 취향을 반영했다. 공부, 업무 등 일상생활 중에도 편하게 즐길 수 있도록 맛의 자극은 줄이되 킬링감은 오래 지속되도록 했다. 껌 한 알 당 크기도 1.5g에서 2.3g으로 커졌다. 제품 로고에 번개 모양을 적용해 ‘에너지’ 콘셉트를 귀엽고 직관적으로 표현했다.

졸음번쩍 에너지껌 출시로 더욱 폭넓은 연령대의 소비자 입맛을 만족시키고 동시에 다양한 마케팅 활동도 펼칠 예정이다.

한편, 롯데웰푸드는 졸음운전 예방과 관련된 사회공헌 활동도 꾸준히 펼치고 있다. 특히 명절기간에는 한국도로공사 대전충남본부와 손잡고 졸음운전방지 껌 씹기 캠페인을 전개하기도 했다.

롯데웰푸드의 졸음운전방지 껌 씹기 캠페인은 명절 연휴 및 나들이철 등 차량 운행이 많아지는 시기에 맞춰 운전자들이 운전 중 졸지 않고 안전 운전을 할 수 있도록 졸음번쩍껌 등을 무료로 나눠주는 행사다. 2013년부터 12년째 이어진 행사로 한국도로공사 대전충남본부와 휴게소를 방문한 귀성객을 대상으로 교통안전에 대한 정보 전달과 함께 졸음번쩍껌과 자일리톨 그리고 손난로 등을 나눠준다.

지난 7월에는 부산항만공사(BPA)와 졸음운전방지 안전캠페인 업무협약을 체결하고 정기적인 안전캠페인을 이어가기로 했다.

또, ‘BPA 희망공간’을 매개로 지역사회 나눔문화 확산 등에도 지속 협력하기로 했다. 해당 MOU는 지난 4월 향만이용자를 대상으로 ‘부산항의 잠자는 안전의식을 깨우자’는 의미를 담은 졸음운전방지 캠페인을 진행한 후 이를 확대지속하기로 의견을 모으면서 이뤄진 것이다.

협약에 따라 롯데웰푸드는 매년 졸음운전방지를 위한 졸음번쩍껌과 지역사회 나눔활동을 위한 제과류를 1억여원씩 3년간 부산항만공사에 후원한다. 부산항만공사는 ‘BPA 희망공간’이라는 부산항 인근지역에 설치한 나눔냉장고를 통해 롯데웰푸드의 후원물품을 활용한 따뜻한 나눔을 진행할 예정이다.

롯데웰푸드 관계자는 “수면 부족 현상이 직장인에서 학생까지 확대됨에 따라 졸음번쩍껌의 인기가 지속 높아지고 있다”며, “관련 제품 라인업 확대 및 마케팅을 지속할 것”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲황선우, 혼계영 400m 금메달...전국 체전 5관왕 등극 /사진 뉴스스
▲“韓 공격수 4년 구형”...英 외신들 향의 조 불법촬영 사건 ‘조명’

▲전국체전, 성남시청·한국체대, 하키 남녀 일반부 우승
▲‘김민재 스승’ 투헬 감독, 잉글랜드 축구 대표팀 부임



▲여자농구 2024~2025시즌 MVP는 김단비...팬 등 설문조사 /사진 뉴스스
▲女배구 흥국생명, 김세영 멘털·기술 코치 영입...“선수들 정신적 멘토”