



인천공항 면세점
입찰공고에
업계별 온도차
나



Life

온코닉테라퓨틱스
항암신약 중심
경쟁력 입증
L2



간식부터 식사·디저트까지 11년간 진~해진 ‘그릭 카테고리’

메가히트 브랜드 탄생스토리

풀무원다는 ‘풀무원요거트 그릭’

국내 그릭 요거트 시장에서 ‘풀무원요거트 그릭’의 존재감은 독보적이다. 풀무원다는에 따르면 ‘풀무원요거트 그릭’은 2014년 11월 출시 이후 이달 기준 누적 판매량 4억 5700만 개를 넘어섰다. 지난해 말 3억6000만 개를 돌파한 이후 성장 속도는 오히려 가팔라졌다.

이 제품은 낚스 RI 기준 2015년부터 올해까지 10년 연속 국내 그릭 요거트 시장 점유율 1위를 기록하고 있다. 국내에서 그릭 요거트가 대중화되기 전부터 시장을 개척해온 대표 제품이자, 카테고리 자체의 성장을 이끈 ‘메가 히트’ 상품으로 평가된다.

2014년 출시 후 누적판매량 4억 개 돌파
10년간 국내 그릭요거트 시장 점유율 1위

단백질 함량 높고 정통 그릭 유산균 활용
국내 소비자에 ‘정통 그릭’ 새 선택지 제시

◆단백질·유산균·식감…‘정통 그릭’으로 차별화

풀무원요거트 그릭의 경쟁력은 명확하다. 우유 대비 최대 2배 이상 높은 단백질 함량과 그리스 크레타섬 유래 유산균(YoFlex · SoGreek F1)을 활용한 발효 방식, 그리고 진하면서도 부드러운 식감이다. 기존 떠먹는 요거트와는 다른 ‘정통 그릭’ 콘셉트를 앞세워 국내 소비자들에게 새로운 선택지를 제시했다.

이같은 제품력은 소비자 평가에서도 확인된다. 풀무원요거트 그릭은 최근 소비자 조사에서 요거트 부문 ‘소비자 만족도 1위 브랜드’로 선정되며 시장 리더십을 재확인했다.

◆‘헬시 플레저’ 타고 리뉴얼…당 줄이고, 식사로 확장

최근 성장을 견인한 핵심 동력은 전략적 리뉴얼이다. 풀무원다는은 지난 5월 걸쳐 ‘풀무원요거트 그릭’ 주요 제품을 대대적으로 개편했다. 대표 제품인 ‘달지 않은 플레인’은 ‘설탕무첨가 플레인’으로 전환해 설탕을 전혀 넣지 않고 우유 유래 당만 남겼다.

그리고 최근 추가 당 저감을 통해 당 함량을 100g 기준 4g에서 1.8g으로 55% 저감하고, 전 제품을 락토플리로 전환했다. 플레인과 블루베리는 식약처농후발효유 평균 대



풀무원요거트 그릭.

비 당 함량을 각각 25%, 15% 낮췄다. 유당에 민감한 소비자도 부담 없이 즐길 수 있도록 설계한 것이다.

이는 요거트를 간식이 아닌 ‘나를 위한 건강한 한 끼’로 소비하는 트렌드 변화에 맞춘 전략이다. 대용량 제품을 구매해 필요한 만큼 덜어 먹고, 견과류·과일 등을 곁들이는 식사·대용 소비가 늘면서 영양 밸런스가 핵심 경쟁 요소로 떠올랐다. 실제 리뉴얼 이후 4~6월 매출은 전년 동기 대비 56% 증가했다.

설탕무첨가 플레인, 전 제품 락토플리로 전환
여름철엔 얼려먹는 ‘그릭 프로즌’ 출시 등
소비 트렌드 변화에 맞춰 제품 영역 확장해
그릭요거트 중심 건강한 식문화 확산 앞장

◆여름엔 얼려 먹는 ‘그릭 프로즌’ 선보여

제품 진화는 여기서 멈추지 않았다. 풀무원다는은 여름 시즌에 ‘풀무원요거트 그릭 프로즌’을 선보이며 디저트 영역으로 확장했다. 리얼 그릭 요거트를 그대로 얼려 아이스크림처럼 즐길 수 있는 제품으로, 냉동 후에도 특유의 쫄쫄하고 진한 텍스처를 유지하는 것이 특징이다.

‘플레인’과 ‘딸기’ 두 가지 맛으로 선보인 그릭 프로즌은 당시 “아이스크림 대신 먹기 좋다”, “젤라토처럼 쫄쫄하다”는 반응을 얻으며 건강한 여름 간식으로 자리 잡았다. 단백질과 유산균을 동시에 챙길 수 있다는 점에서 기존 아이스크림과 차별화했다.

◆10년 1위의 비결은 ‘카테고리 확장’

풀무원요거트 그릭의 성공 요인은 단일 제품의 히트에 그치지 않는다. 설탕무첨가 플레인, 플레인, 블루베리 등 기본 라인업



풀무원요거트 그릭 프로즌.



풀무원요거트 그릭 무가당 플레인·플레인 대용량. /풀무원다는

을 중심으로 ‘그릭 시그니처’, ‘그릭 프로즌’까지 확장하며 간식·식사·대용·디저트로 이어지는 다양한 소비 니즈를 흡수했다.

업계에서는 풀무원요거트 그릭이 단순히 점유율 1위 브랜드를 넘어 국내 그릭 요거트 시장의 기준을 만든 사례로 평가한다.

풀무원요거트 관계자는 “제품 혁신과 소비자 라이프스타일 변화에 대한 빠른 대응이 누적 판매 4억 개라는 성과로 이어졌다”며 “앞으로도 그릭 요거트를 중심으로 건강한 식문화 확산을 이끌 것”이라고 말했다. 10년간 쌓아온 ‘그릭’이라는 자산 위에서 풀무원요거트 그릭의 진화는 현재진행형이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



▲토트넘의 계속되는 손흥민 사랑…특별 다큐멘터리 제작
▲‘발롱도르’ 뎀벨레, FIFA 올해의 선수까지 ‘2관왕’ 달성
/사진 뉴시스

▲프로야구 NC 송승환 은퇴…일본에서 제2의 야구 인생 계획
▲‘아바타: 불과 재’ 오늘 개봉…사전 예매량 60만 장

▲파리 법원, “팀 PSG은 선수 음바페에 1000억 원 지불해야”
▲궁궐 관람료 ‘9730원 낼 수 있다’…현행 세 배 수준