

# ‘차별화’가 건강기능식품 성패 가르다

한국야쿠르트, 이색 소재로 ‘브이 푸드’ 돌풍



한국야쿠르트의 ‘브이 푸드’는 천연원료 비타민을 표방하며 국내 건강기능식품시장에서 강자로 떠오르고 있다. 사진제공\_ 한국야쿠르트

**약** 2년 전인 2010년 4월, 일반인들에게는 생소한 ‘천연 원료 비타민’이 톱스타 고현정의 입을 빌어 각종 매체에 소개됐다. 천연원료 비타민을 표방한 한국야쿠르트의 ‘브이 푸드’는 2010년에 250억 원가량의 매출을 올렸고 지난해에는 350억 원을 기록하며 건강기능식품시장의 강자로 떠올랐다.

## 대박 비결은 차별화된 원료와 유통망

브이 푸드의 성공비결로 ‘야쿠르트 아줌마’를 꼽는 이가 적지 않다. 어느 식품업체 관계자는 “한국야쿠르트가 내놓는 제품은 쉽게 실패하지 않는다”며 “전국적으로 1만3천여 명에 달하는 아줌마들이 하루 20~30개씩만 팔아도 대박이 난다”고 부러워했다. 건강기능식품은 소비자들의 입소문이 중요한 만큼 탄탄한 유통망이 뒷받침된다면 남들보다 유리한 것은 당연한 일이다.

하지만 무엇보다도 차별화된 원료를 통해 고객의 관심을 끌어낸 것이 주효했다. 한국야쿠르트는 ‘천연’을 표방하는

기존 제품들이 원료 함량과 제조업체의 공신력 등에 모호한 측면이 많다고 판단하고 ‘믿을 만한 천연원료 비타민’을 내세워 적극적인 마케팅에 나섰다.

천연원료 비타민의 시장 전망은 앞으로도 무척 밝아 보인다. 채승범 한국야쿠르트 건강기능식품부장은 “브이 푸드로 건강기능식품시장에 진입한 후 고객들의 세분화된 욕구와 높은 성장 가능성을 발견했다”고 말하고 “앞으로 브이 푸드를 종합건강기능식품 브랜드로 키워 나갈 방침”이라고 포부를 밝혔다.

## 어린이·다이어트용으로 영토 확장

최근 식품업계와 제약업계 간에 건강기능식품을 놓고 치열한 시장 쟁탈전이 벌어지자 회사마다 차별화된 제품 개발에 사활을 걸고 있다. 한국야쿠르트도 브이 푸드 제품 9종을 비롯해 홍삼제품군, 다이어트제품군 등 총 30여 종에 이르는 다양한 제품으로 소비자들의 호응을 받고 있다.

구체적으로는 식약청이 국내 최초로 기억력 개선에 도움을 줄 수 있다고 인정한 ‘피브로인 추출물 BF-7’을 주원료로 한 ‘브이 푸드 브레인’을 비롯해 홍삼과 천연원료 멀티비타민 미네랄을 융합한 어린이 건강기능식품 ‘브이 푸드 키즈젤리’ 등이 시장 공략의 선봉에 나섰다. 다이어트 기능성 원료 가르시니아캄보지아 추출물을 1천mg까지 높인 ‘슬림핏 다이어트젤리’도 출시했다. 이와 함께 간 건강시장에서 연간 1천억 원 이상의 매출을 올리는 ‘쿠퍼스’도 캡슐 타입으로 발매하는 등 제품 다양화를 통해 건강기능식품시장에서 최강자로 우뚝 서려는 한국야쿠르트의 기세는 그야말로 거침없어 보인다. **m**

서지훈 기자 ibuddy@hanmail.net