SNS 커뮤니티 데이터를 활용한

다이어트 관련 제품 분석

2024 eMFORCE DATA LAP REPORT

Data Lab

엠포스 데이터전략실

01

01. CHAPTER

다이어트와 관련된 제품 분석

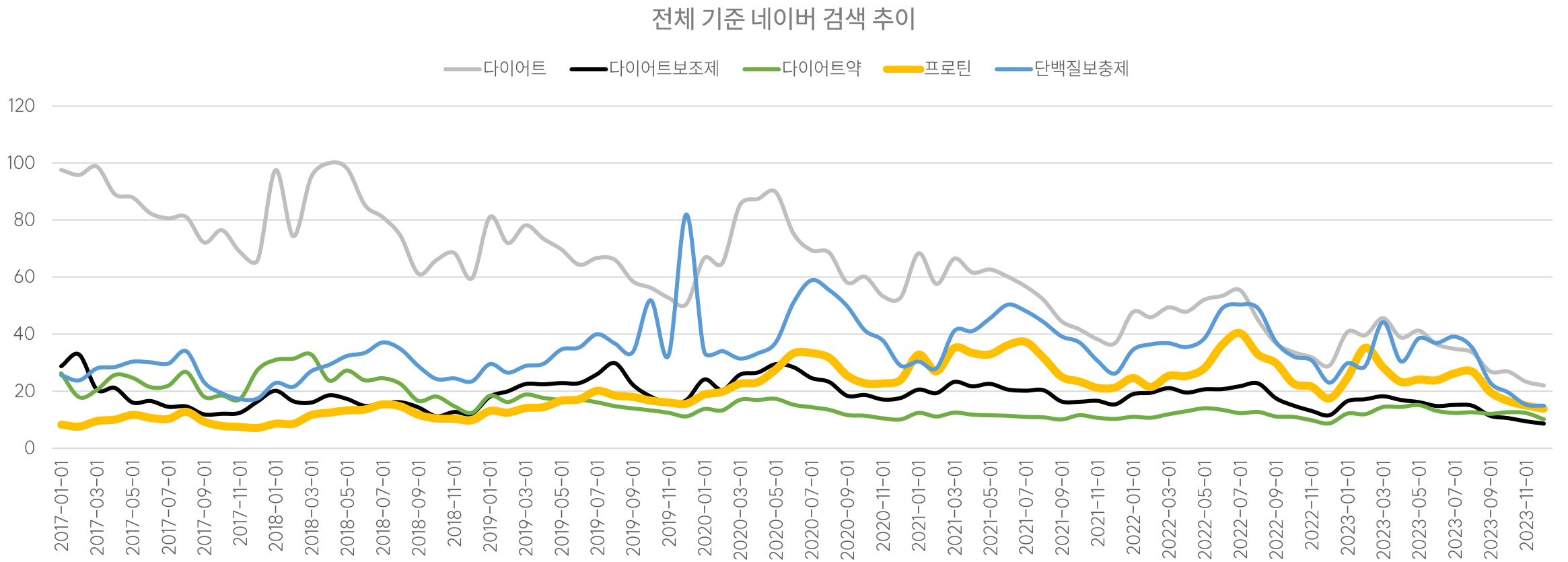
다이어트, 다이어트보조제, 다이어트약, 프로틴, 단백질 보충제 추이 비교

Data Lab
엠포스 전략

전체 연령기준 네이버 검색 추이 비교

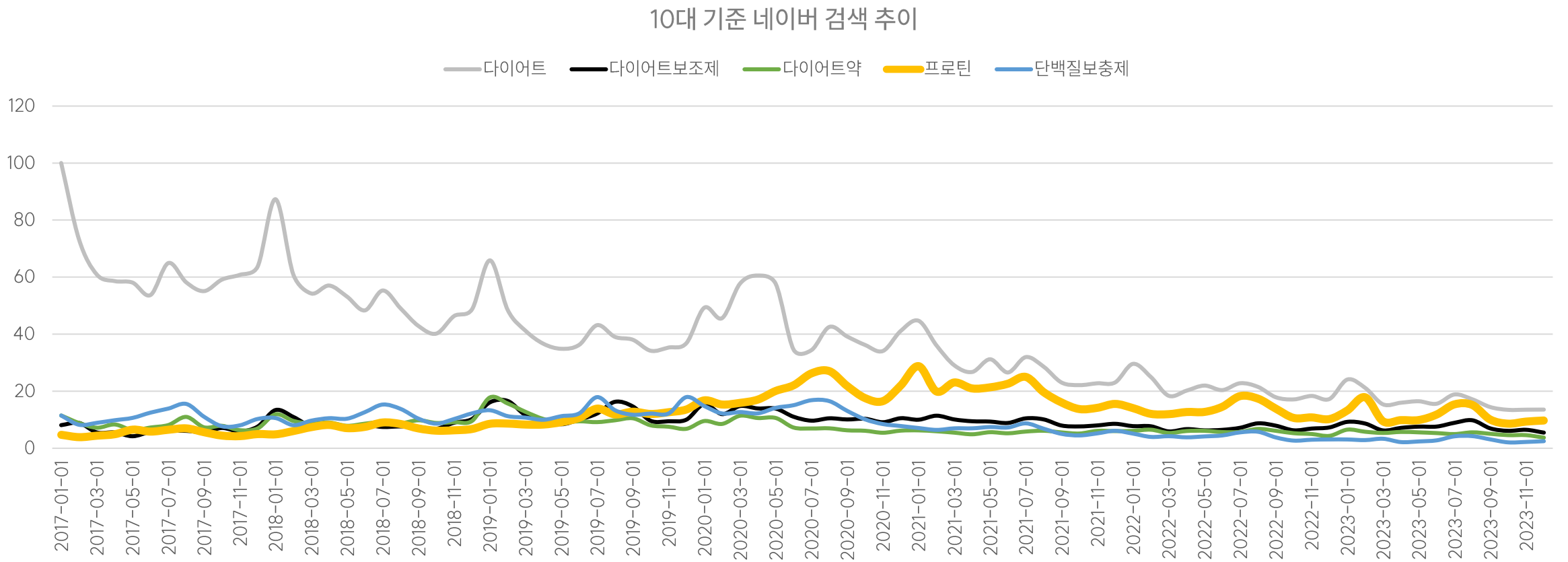
다이어트를 직접 검색하는 대신 **보조제, 약, 프로틴, 보충제** 등을 검색하는 것으로 예상

다이어트 검색 추이는 감소 중이나 그 외 키워드들이 상대적으로 증가 양상



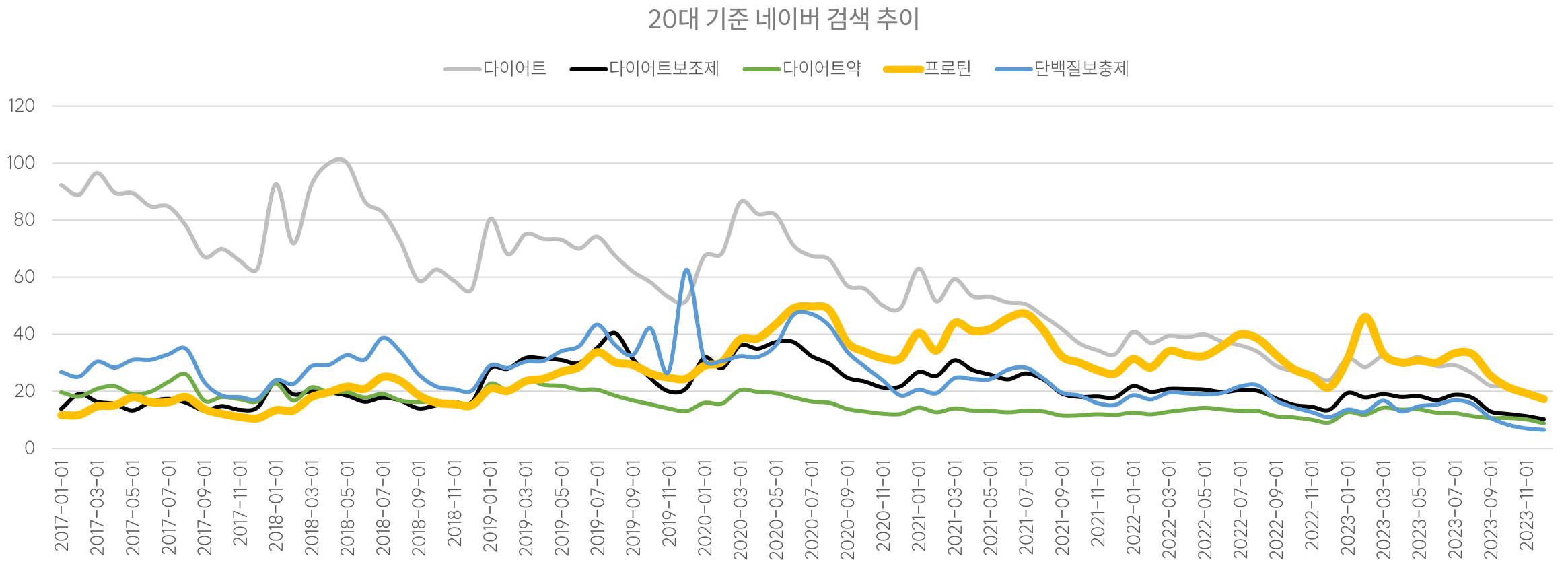
Data Lab
엠포스 전략

10대 기준 네이버 검색 추이 비교
프로틴에 대한 수요가 상대적으로 증가 양상



Data Lab
엠포스 전략

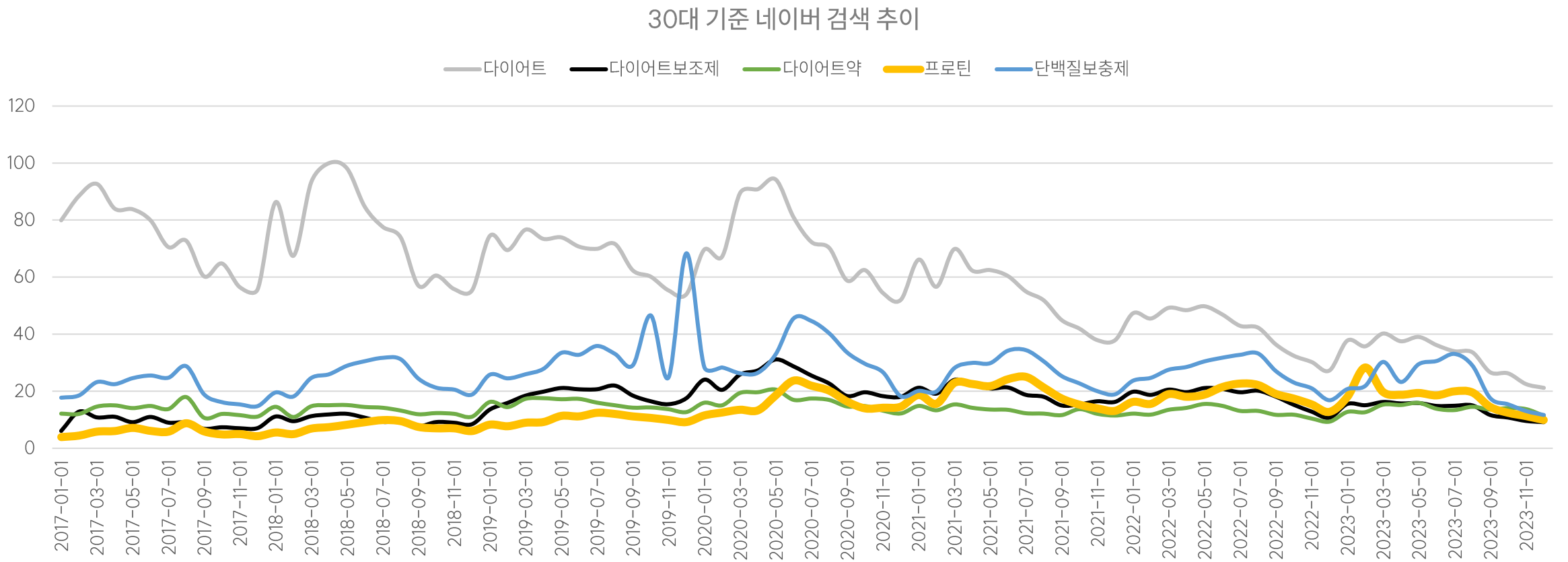
20대 기준 네이버 검색 추이 비교
역시 프로틴에 대한 수요가 다이어트 검색량 등을 선명하게 상회



Data Lab
엠포스 전략

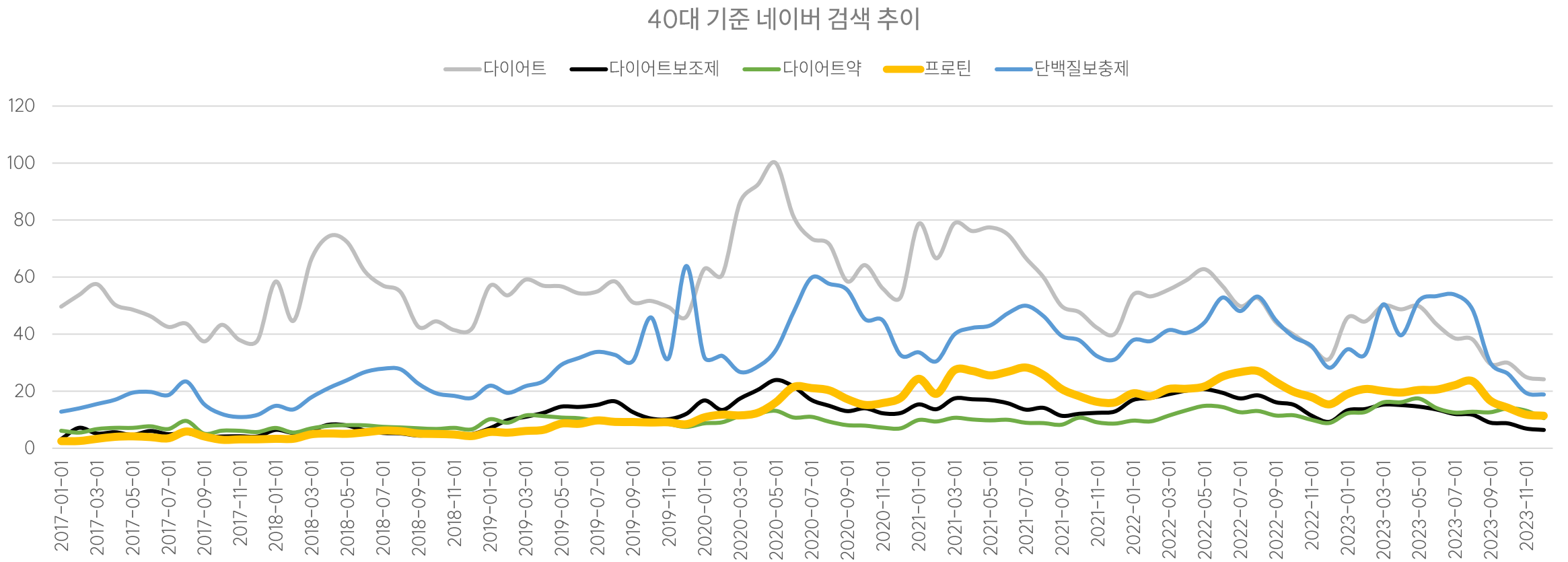
30대 기준 네이버 검색 추이 비교

프로틴도 관심 영역이나 아직은 **단백질보충제**로 검색하는 비중이 많은 편



Data Lab
엠포스 전략

40대 기준 네이버 검색 추이 비교
다른 제품 대비 단백질보충제에 대한 검색량 압도적으로 높은 수준

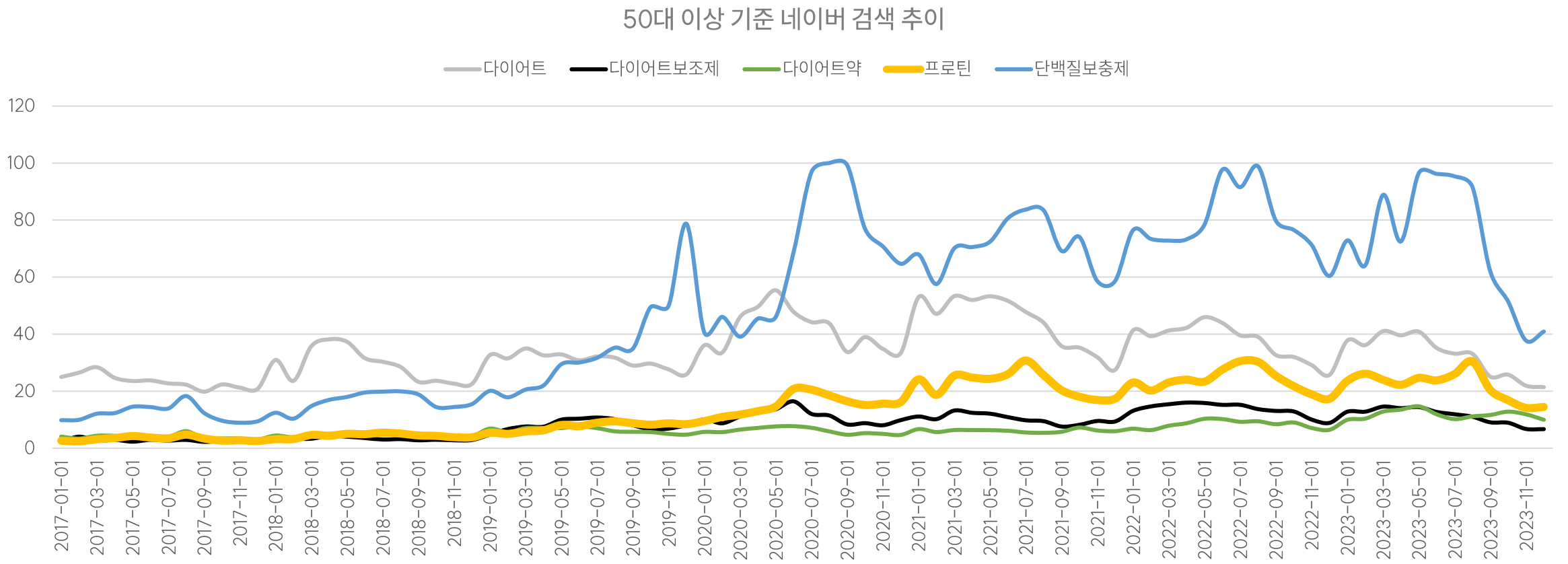


Data Lab
엠포스 전략

50대 이상 기준 네이버 검색 추이 비교

다이어트에 대한 검색 대비로도 단백질보충제 검색량 압도적

이는 단백질보충제의 용도가 다이어트나 운동 보다 **건강에 초점**이 맞춰져 있기 때문



저연령대(1,20대)에서는 프로틴이, 이후 연령대에서는
단백질 보충제에 대한 검색량이 더 높아지는 경향을 확인
이 결과를 통해 다이어트와 관련된 식품들은
이제 단순히 젊은 세대와 여성들에게만 특화된 상품이 아닌
성별과 연령대를 막론하고 모두에게 관심의 대상이 되고 있는 중

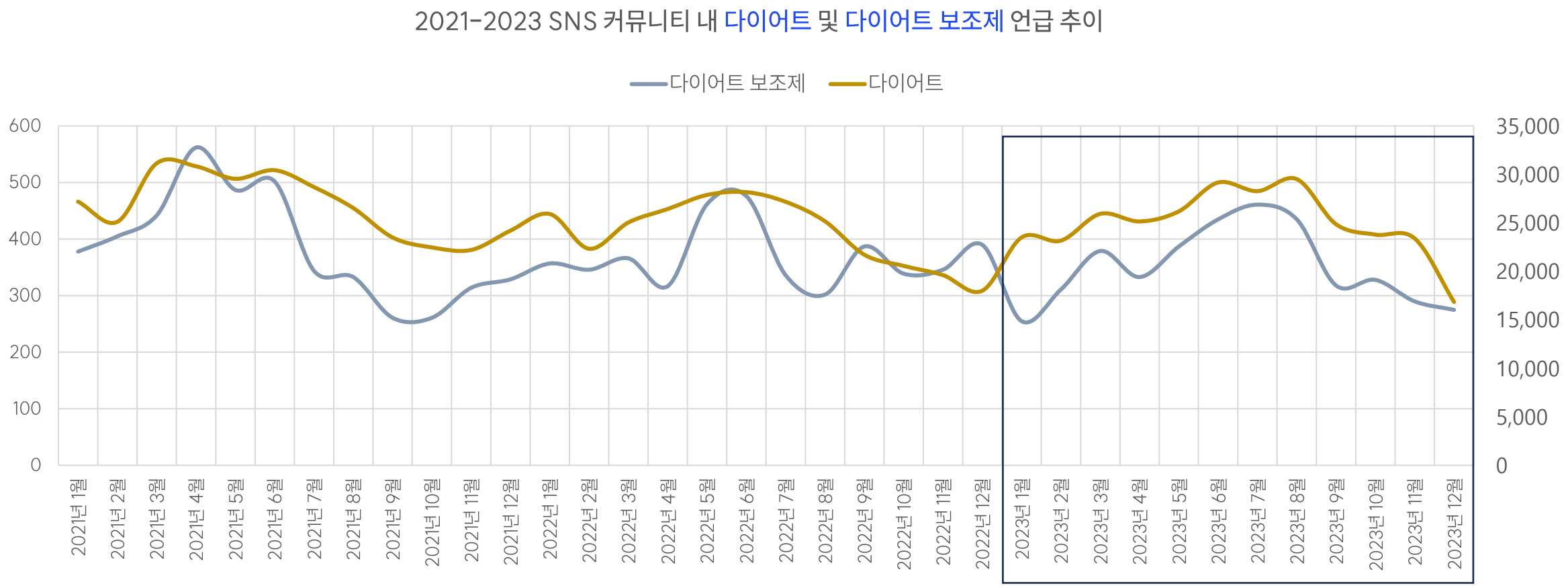
02

02. CHAPTER

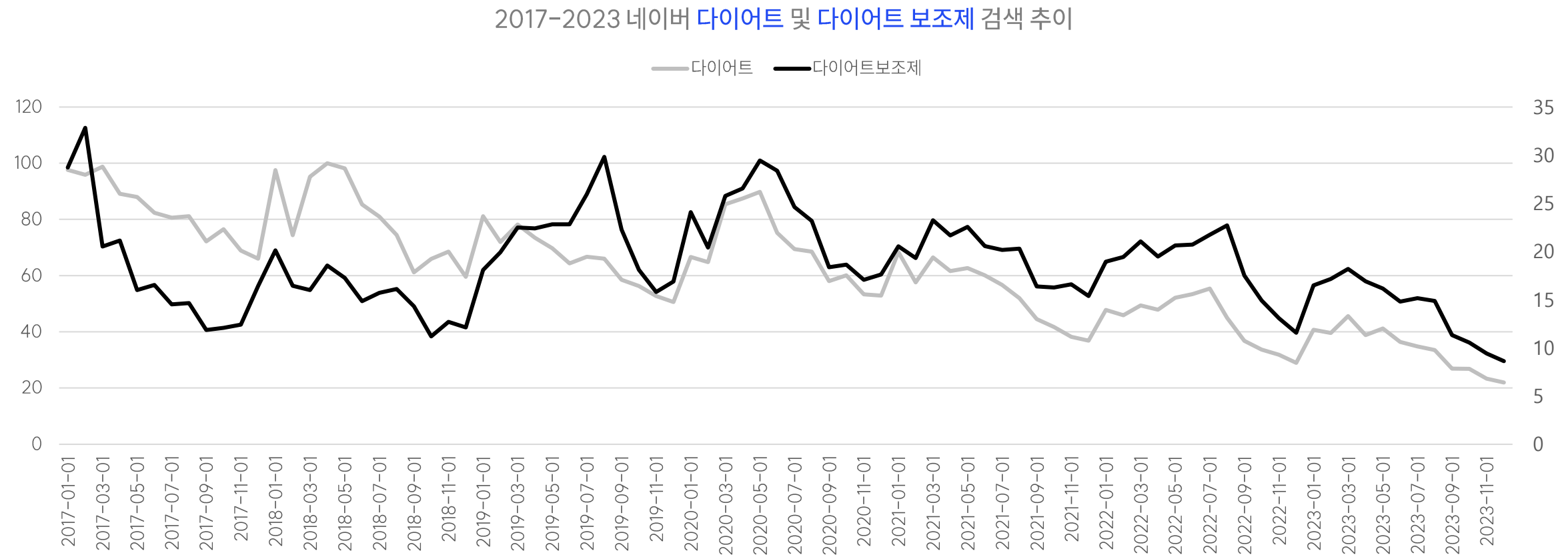
다이어트 보조제에 대한 분석

Data Lab
엠포스 전략

2023년 들어 다이어트와 다이어트 보조제에 대한 SNS 언급 추이가 대체로 비슷

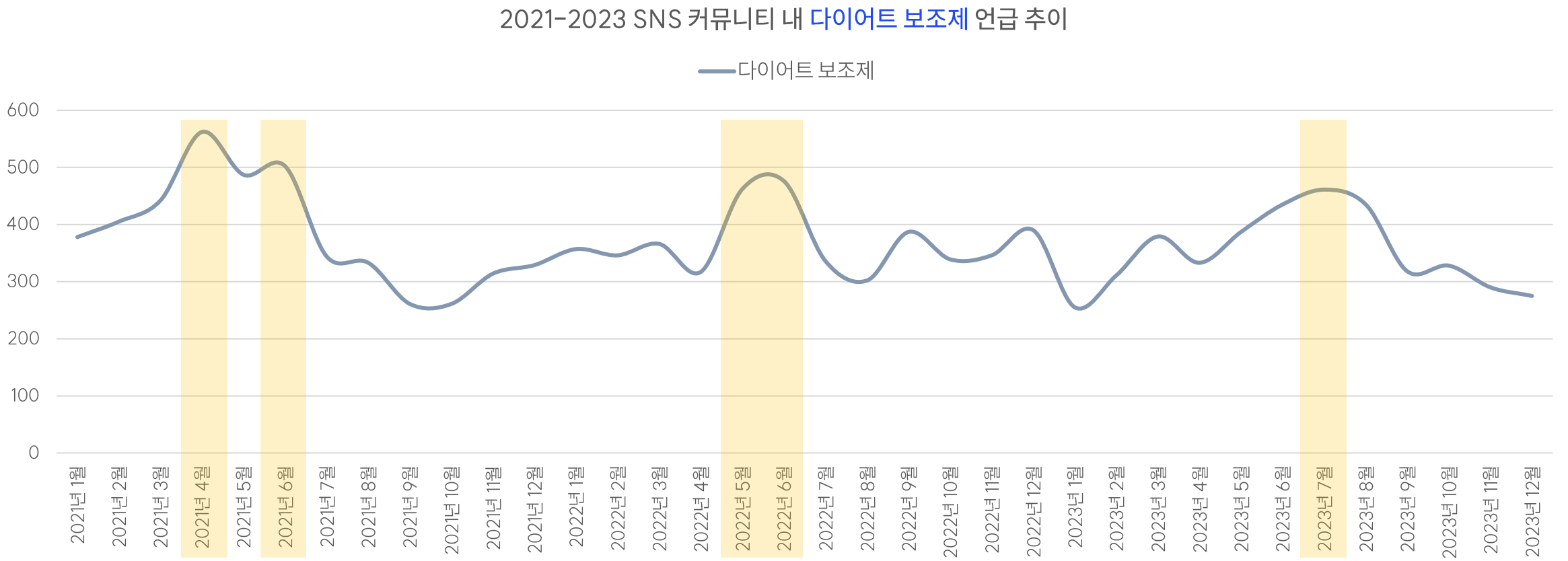


축을 달리해서 보면
다이어트에 대한 검색량과 다이어트 보조제에 대한 검색 추이는 대체로 일치
다만, 다이어트 보조제 검색 추이가 다이어트 검색 추이 대비 비교적 천천히 하강



Data Lab
엠포스 전략

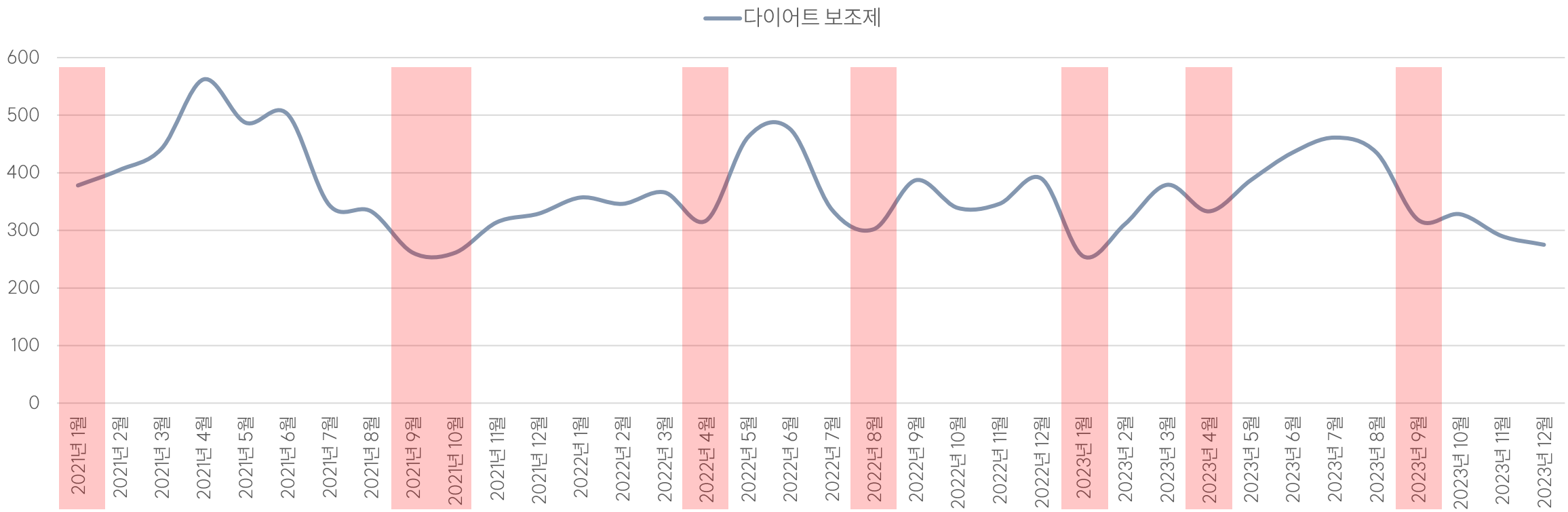
다이어트 보조제, 주로 여름이 되기 직전(6,7월) 언급 증가



Data Lab
엠포스 전략

언급이 하락하는 시기를 명확하게 확정할 수 없지만,
등락이 반복되는 것으로 보아 다이어트를 위한 특정 시기나 상황이 지나면
다시 다이어트 보조제를 통해 다이어트를 하는 루틴이 형성되는 것으로 판단

2021-2023 SNS 커뮤니티 내 다이어트 보조제 언급 추이

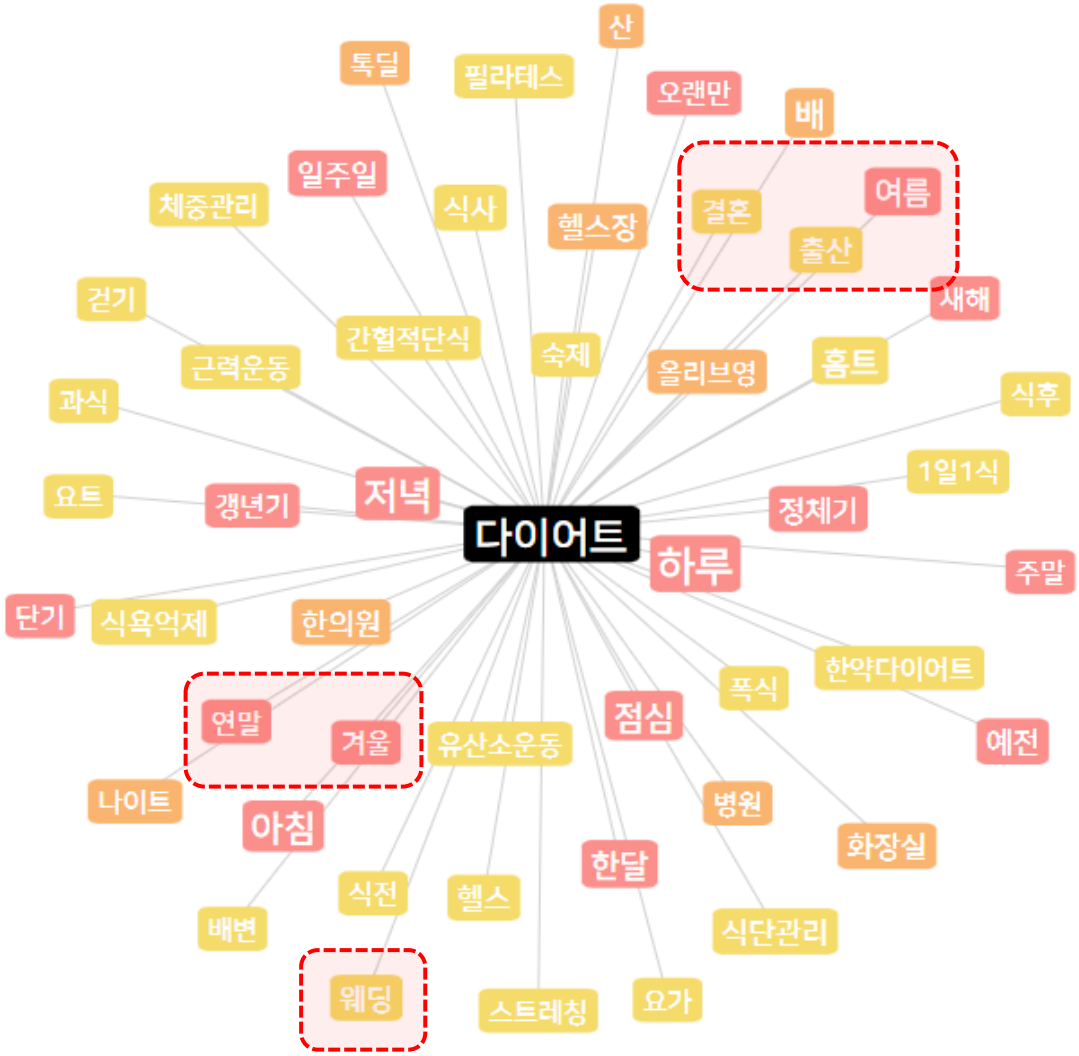


Data Lab
엠포스 전략

여름,겨울과 같은 특정 시간을 포함하여
관리가 필요한 특정 상황(결혼,출산,연말)에도
다이어트 보조제를 찾는 사람들이 다수 존재

겨울보다 여름에 소비자들의
관심도가 가장 크게 상승

연관어	건수
여름	419
겨울	43



2021-2023 다이어트 보조제 연관어 결과(*시간,장소,상황)

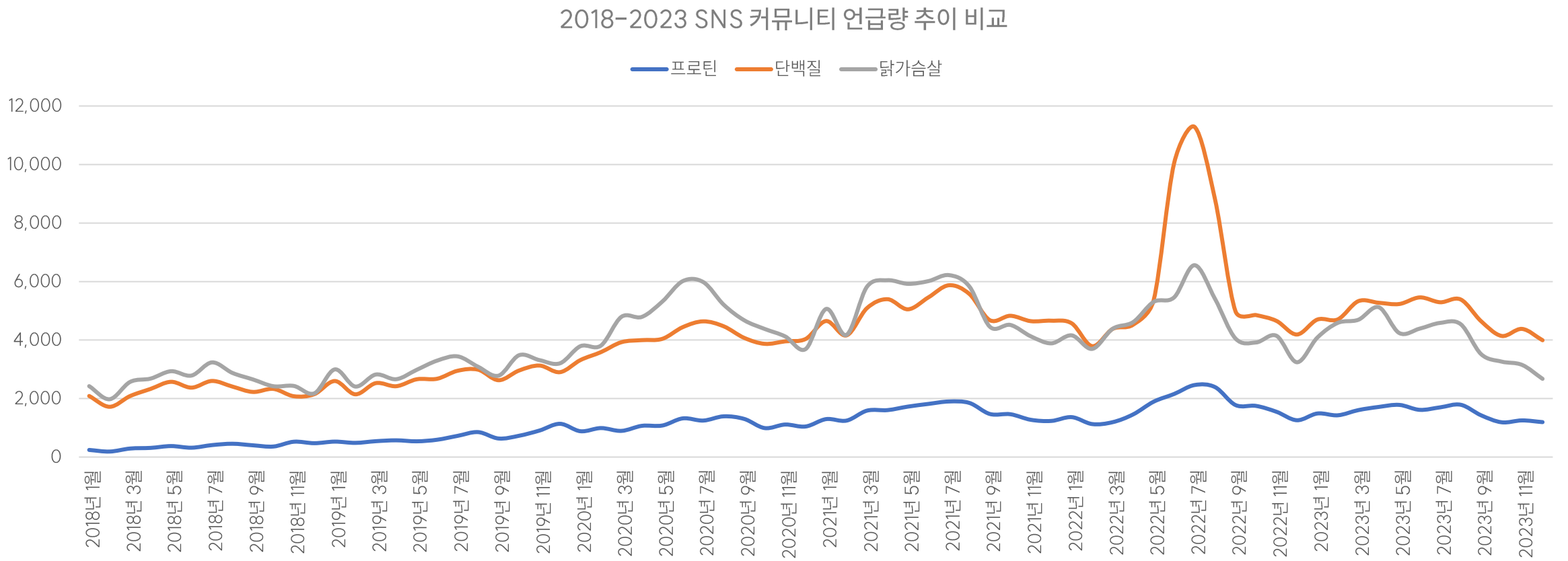
03

03. CHAPTER

프로틴에 대한 분석

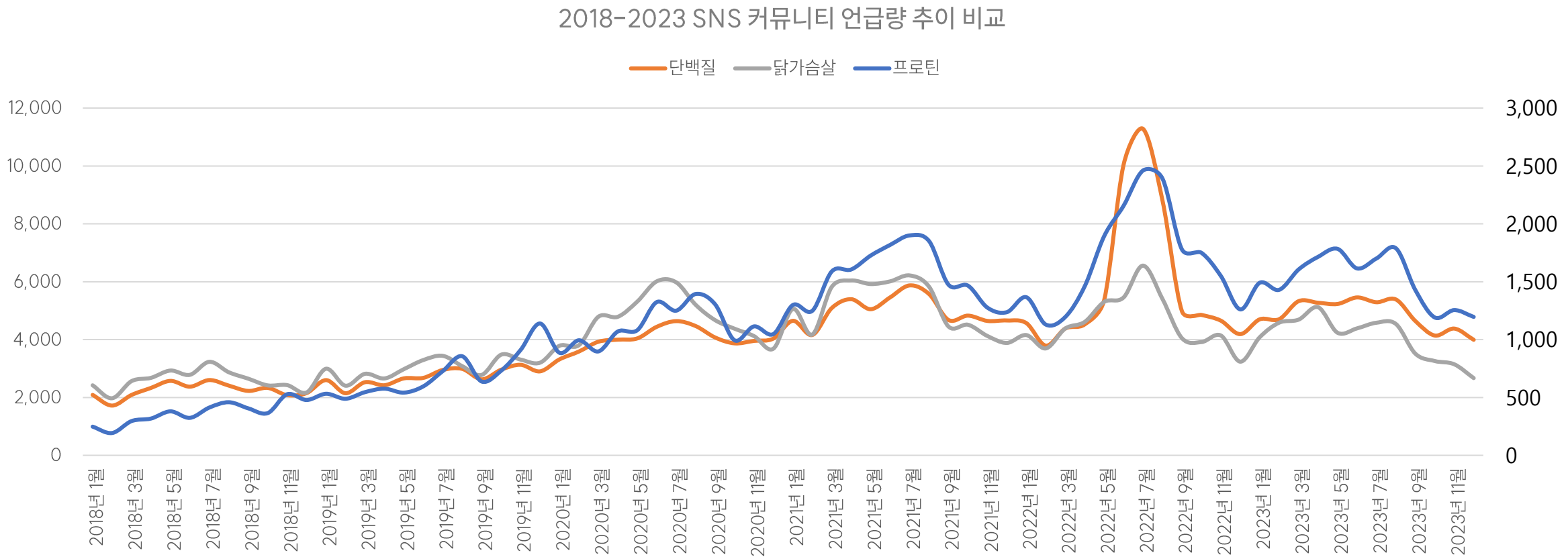
Data Lab
엠포스 전략

프로틴 / 단백질 / 닭가슴살 수요 비교
대체로 흐름은 비슷한 가운데, 단백질과 닭가슴살은 거의 한 몸..



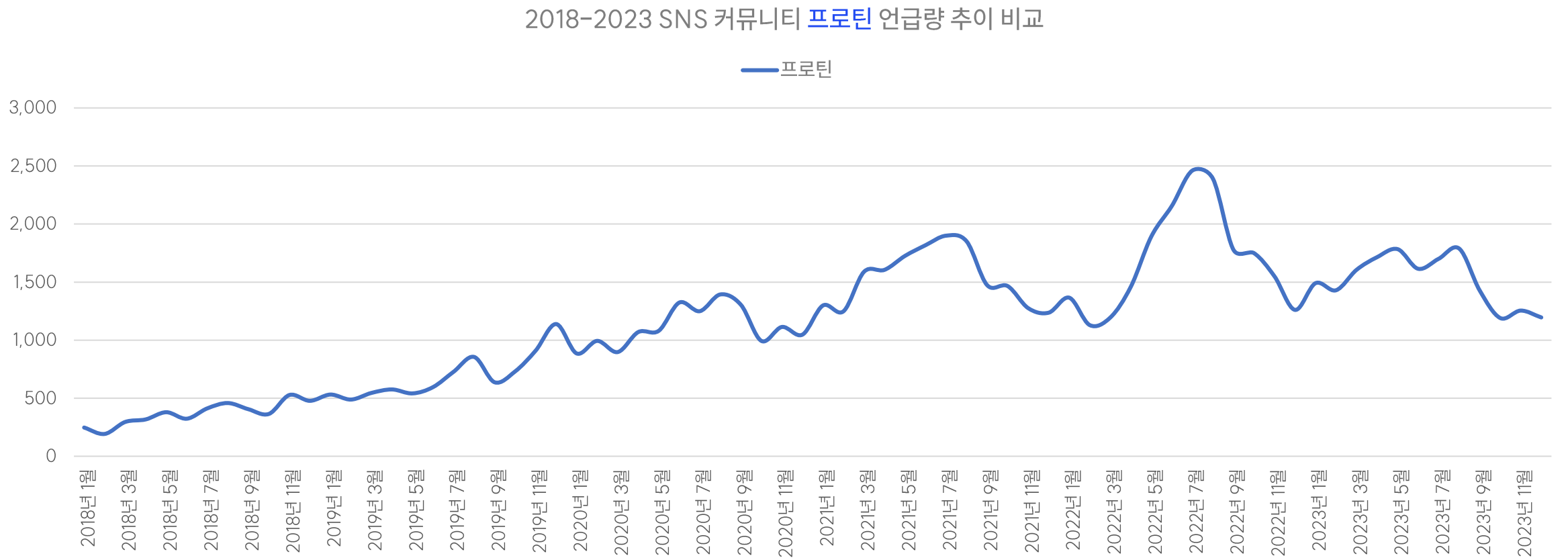
Data Lab
엠포스 전략

축을 달리해서 보면, 세개의 데이터가 거의 일치
즉, 단백질을 찾는 사람들의 대체제가 별로 없다는 것



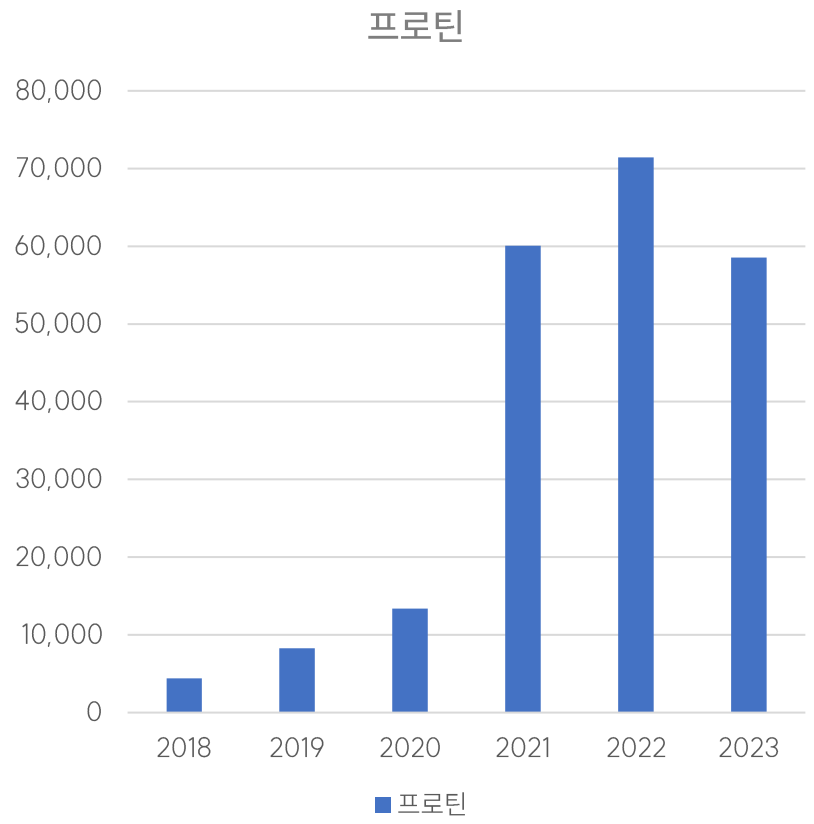
Data Lab
엠포스 전략

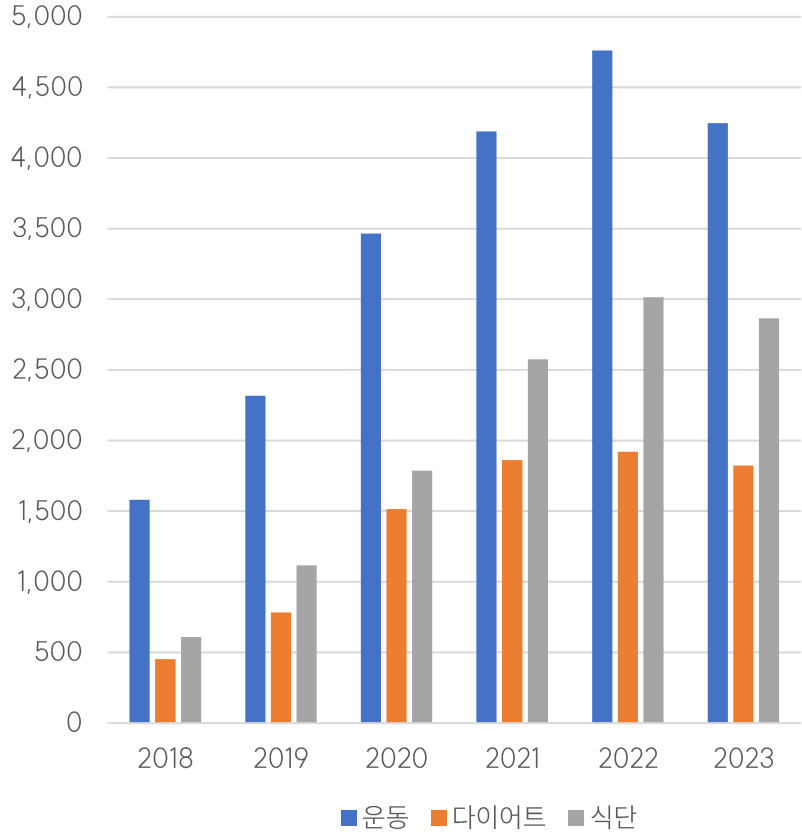
프로틴 언급량 추이만 따로 본 결과



Data Lab
엠포스 전략

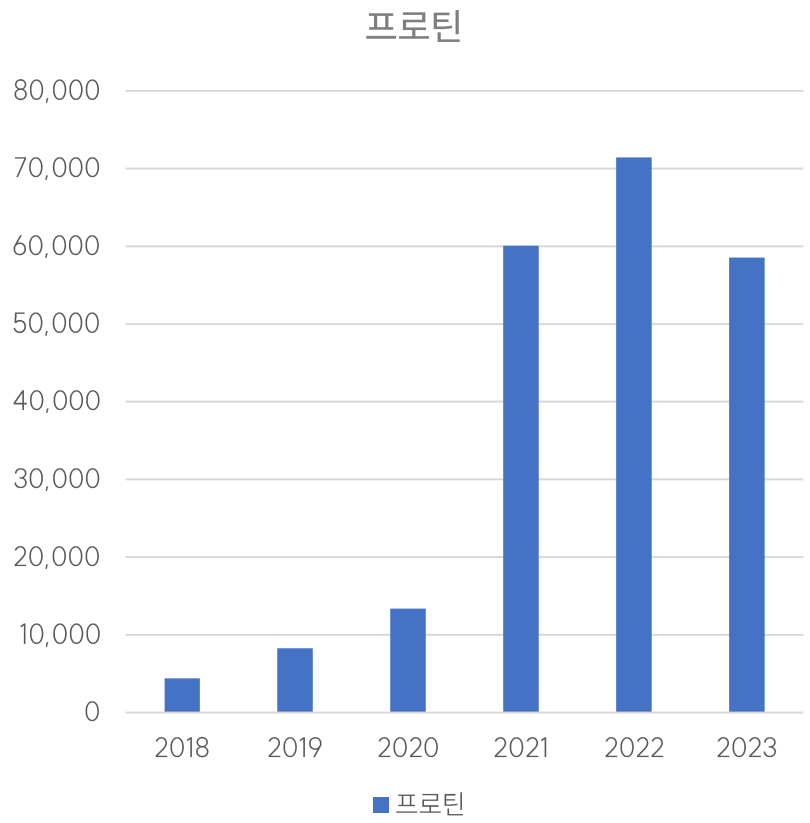
연간 프로틴 언급량 추이와 프로틴의 주요 연관어들의 추이를 비교한 결과
- 프로틴 2021년 급증 이후 비교적 완만하게 유지 중
- 프로틴 연관어 중 '운동' 키워드 언급량은 2022년까지 꾸준히 증가했으나
  다이어트 언급량은 프로틴과 마찬가지로 2021년까지 증가하다가 완만하게 유지 중

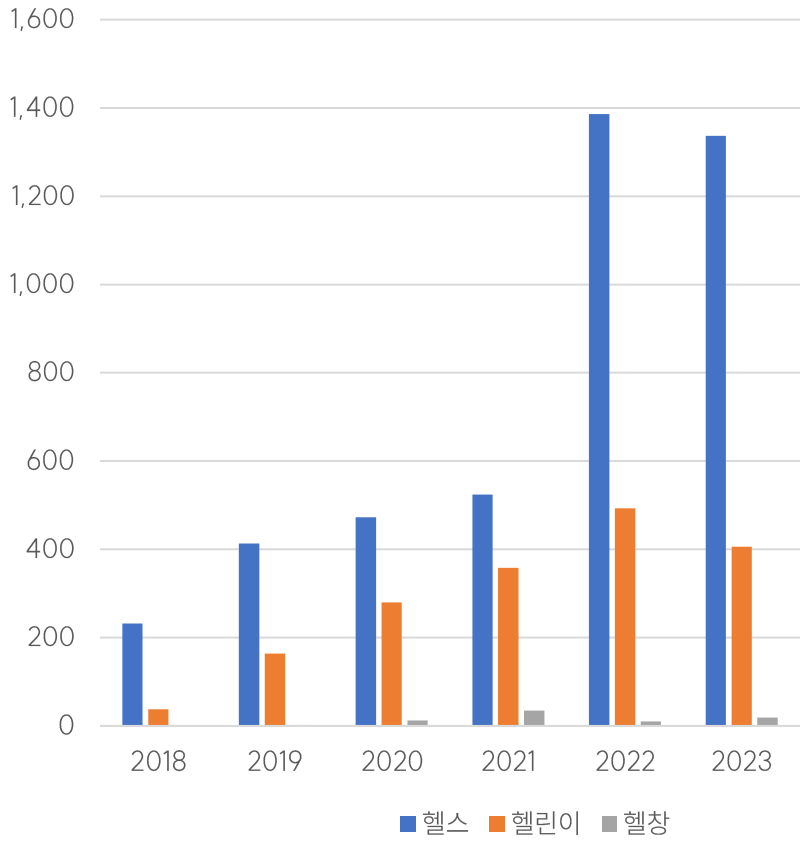




Data Lab
엠포스 전략

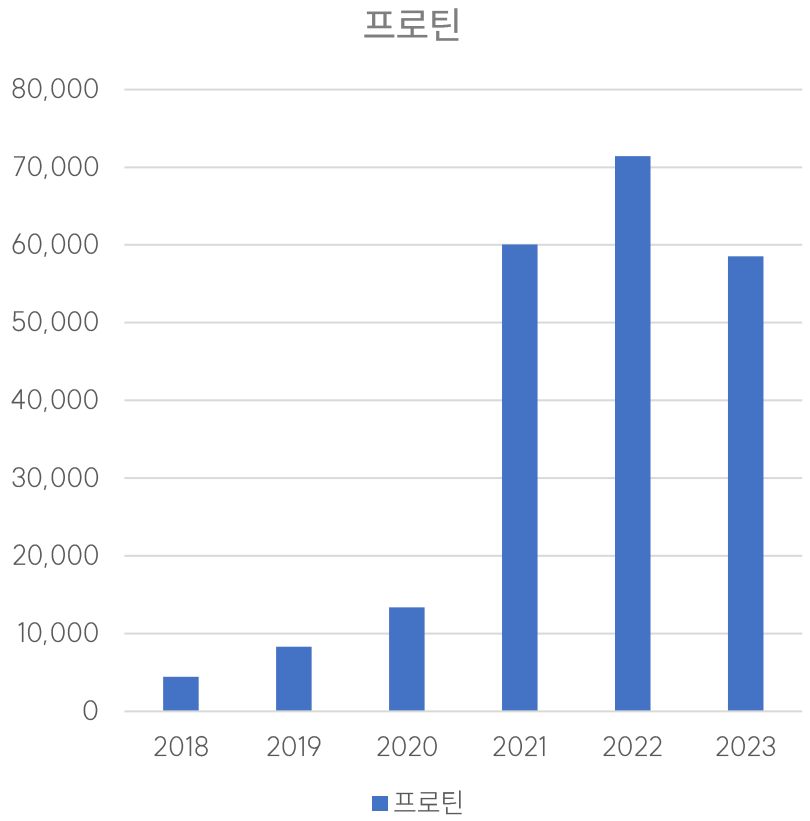
운동 및 다이어트와 연관이 높을 것으로 짐작되는 헬스 관련 언급을 보면
2022년 들어 크게 증가했으며, 특히 '헬린이'로 표현되는 초보 입문자들의 증가가 눈에 띔
→ 시장 확대를 기대하게 되는..

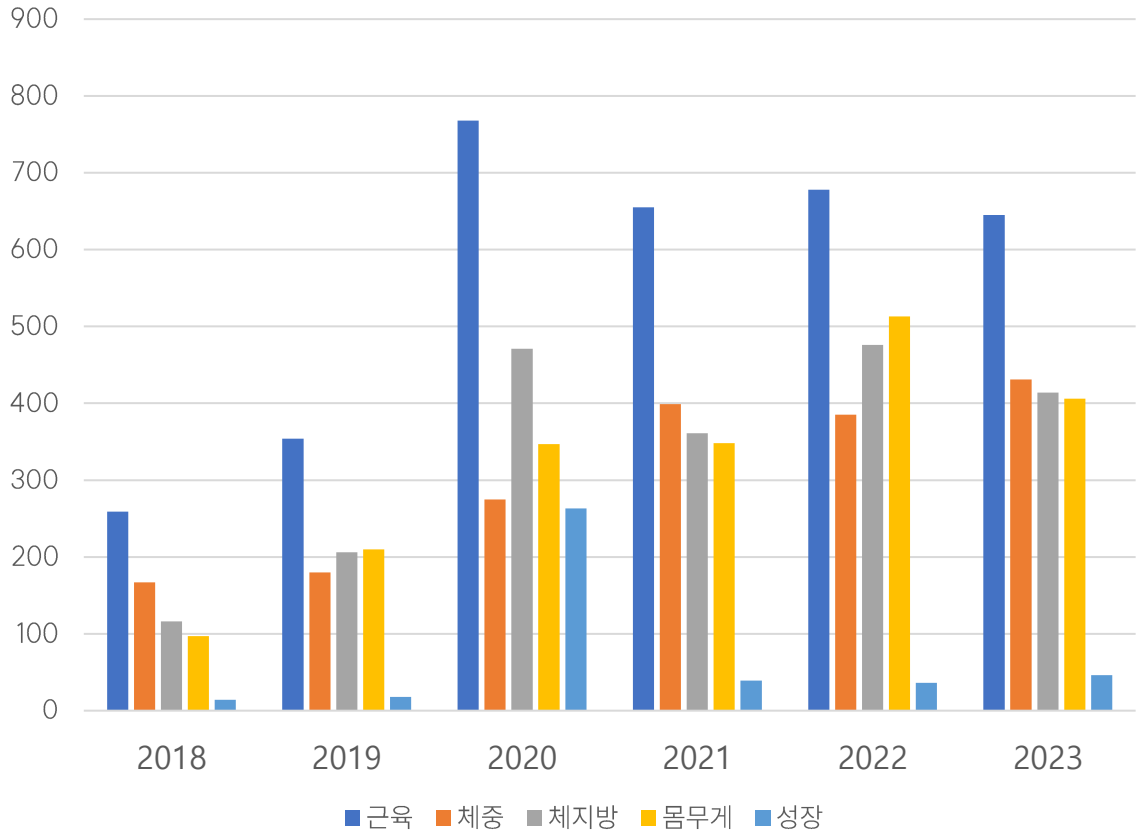




Data Lab
엠포스 전략

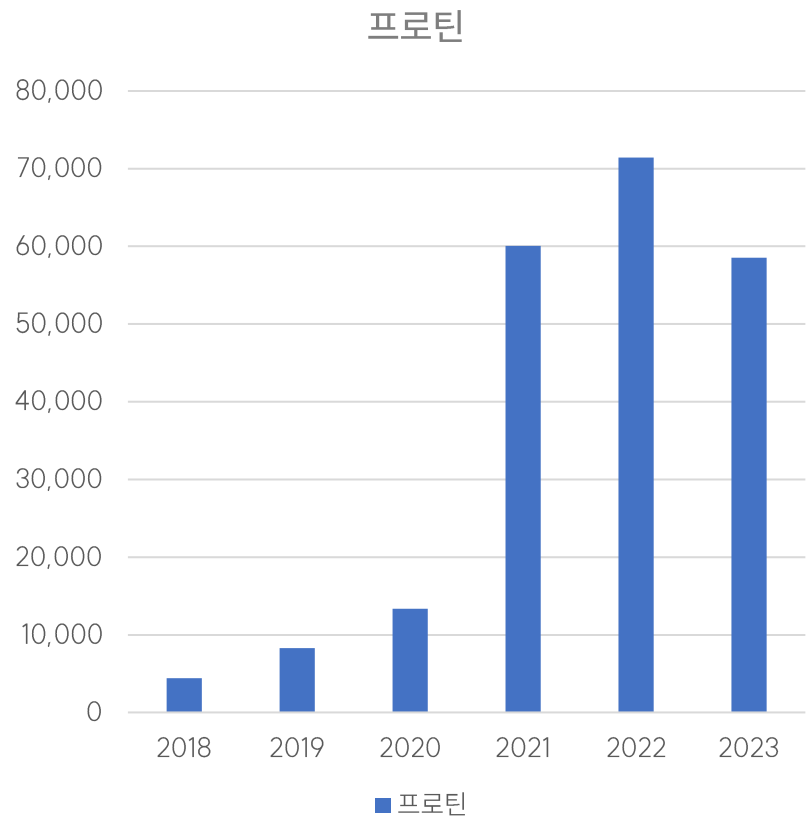
세부 기대혜택에 대한 수요 변화를 보면
근육은 2020년 급증 후 비교적 완만하게 유지되는데 비해
몸무게 언급은 꾸준히 증가 중, 특히 미미한 수준이나 최근 '성장' 언급이 늘어난 것이 특징
→ 근육 등 몸의 Shape 보다는 건강 자체에 대한 관심이 높아진 탓이며, '성장'은 키즈 시장으로의 확장이 예상

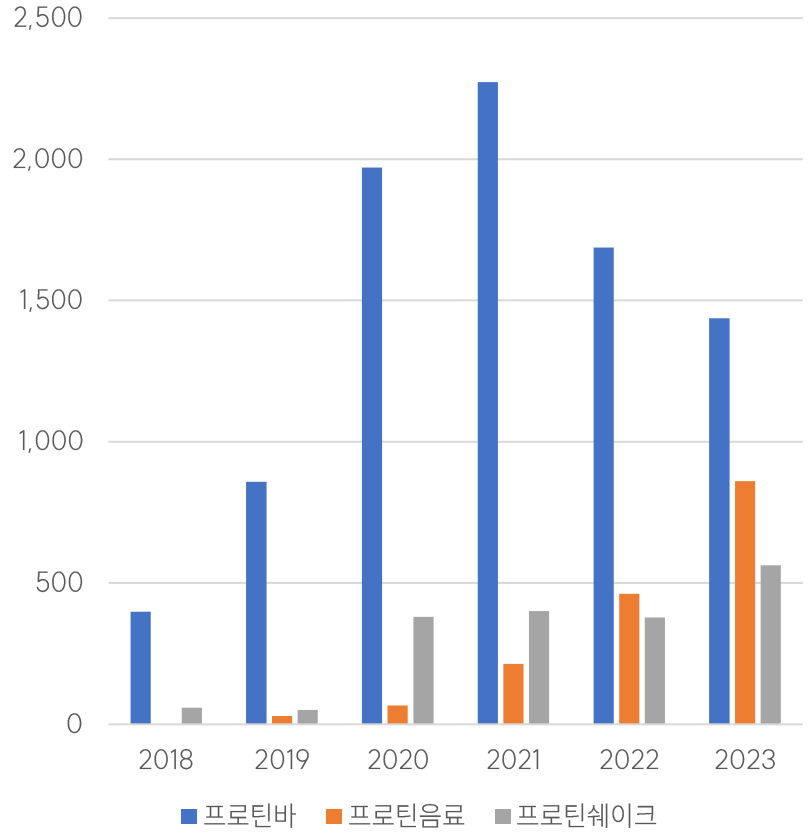




Data Lab
엠포스 전략

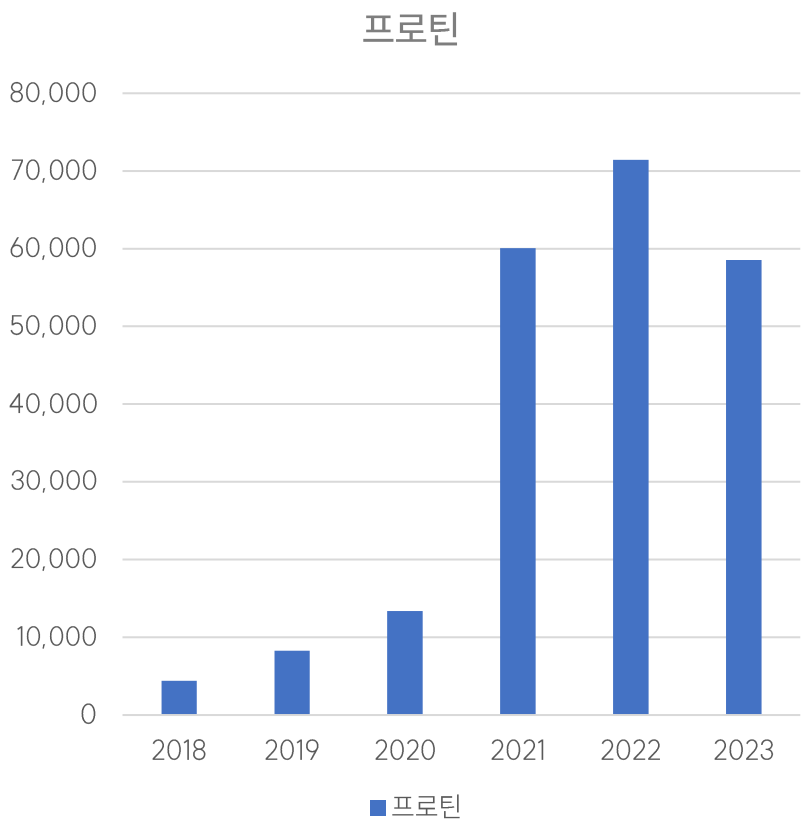
다음으로 제형을 살펴보면
2021년까지 프로틴바에 대한 언급량이 크게 증가했으나
최근에는 프로틴음료 타입에 대한 관심이 증가 중
프로틴쉐이크는 최근 2023년 반짝 상승

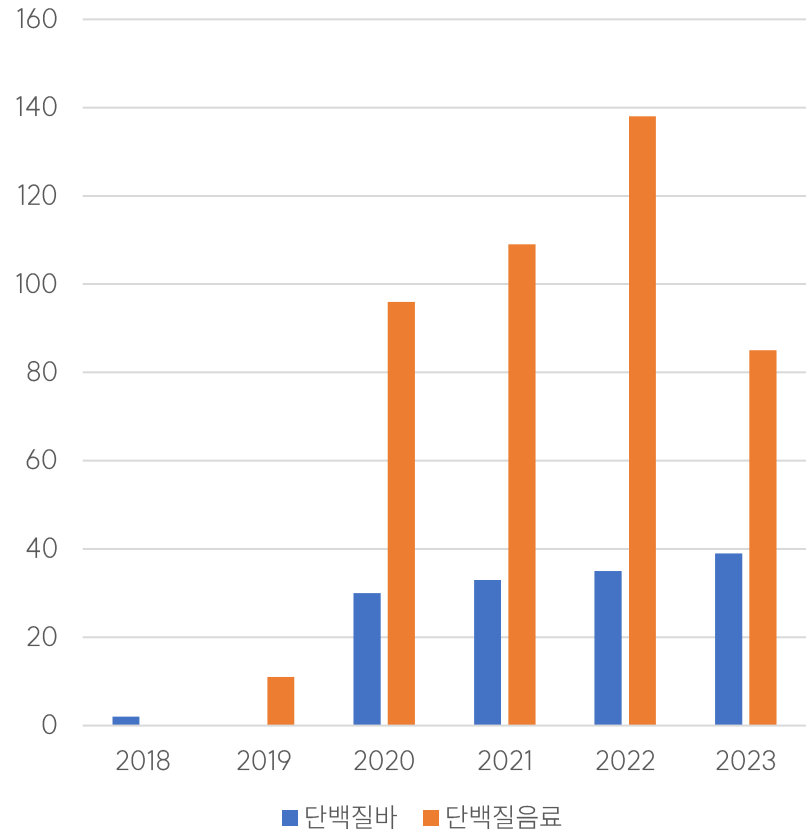




Data Lab
엠포스 전략

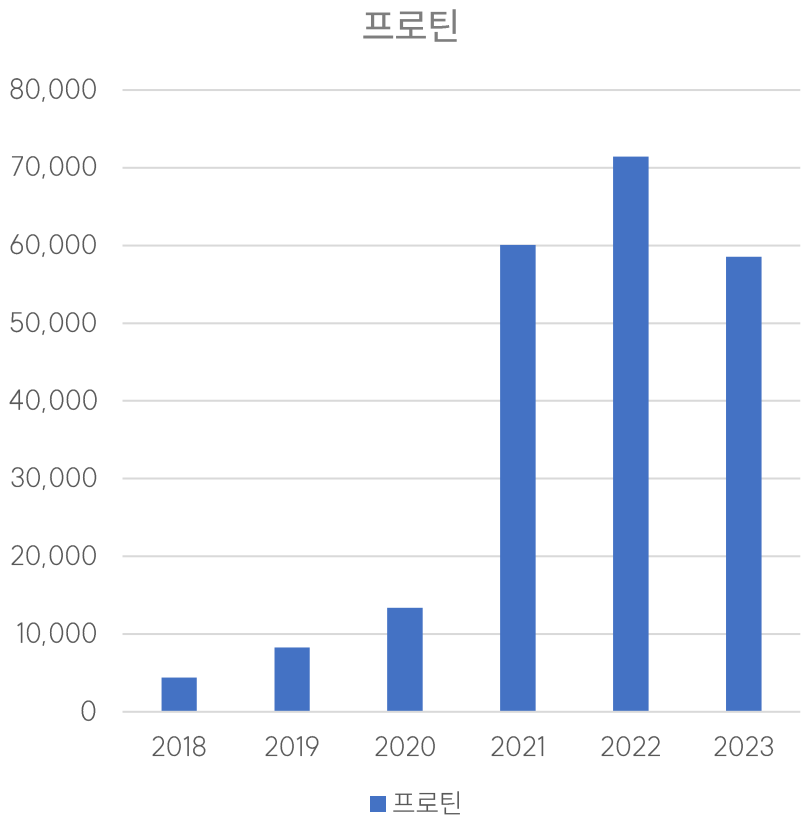
또 다른 제형 언급 역시 단백질바 보다 단백질음료로서의 프로틴 소비 수요 압도적

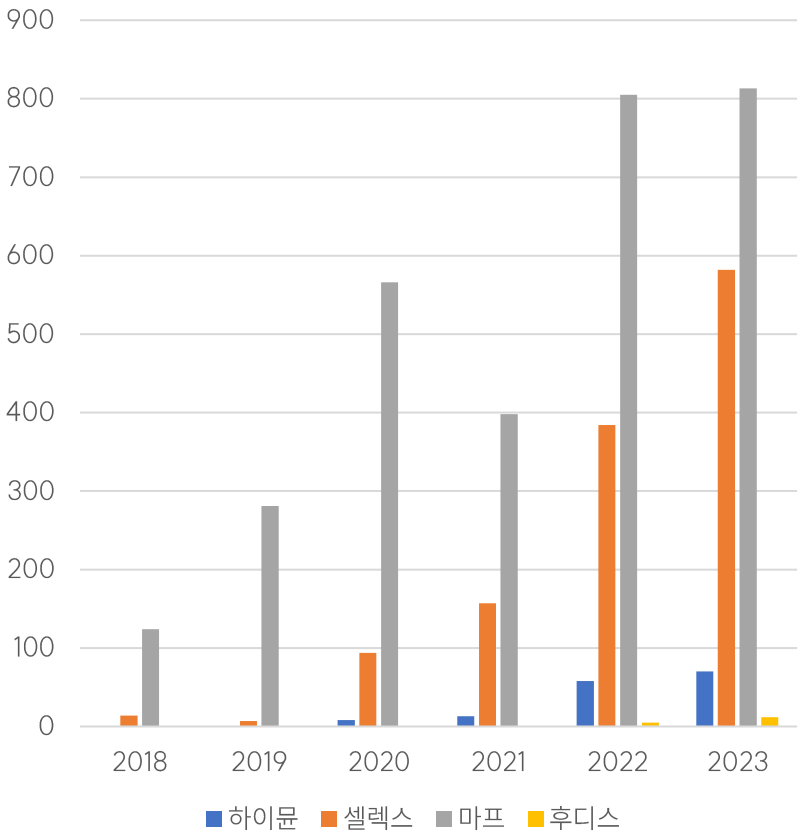




Data Lab
엠포스 전략

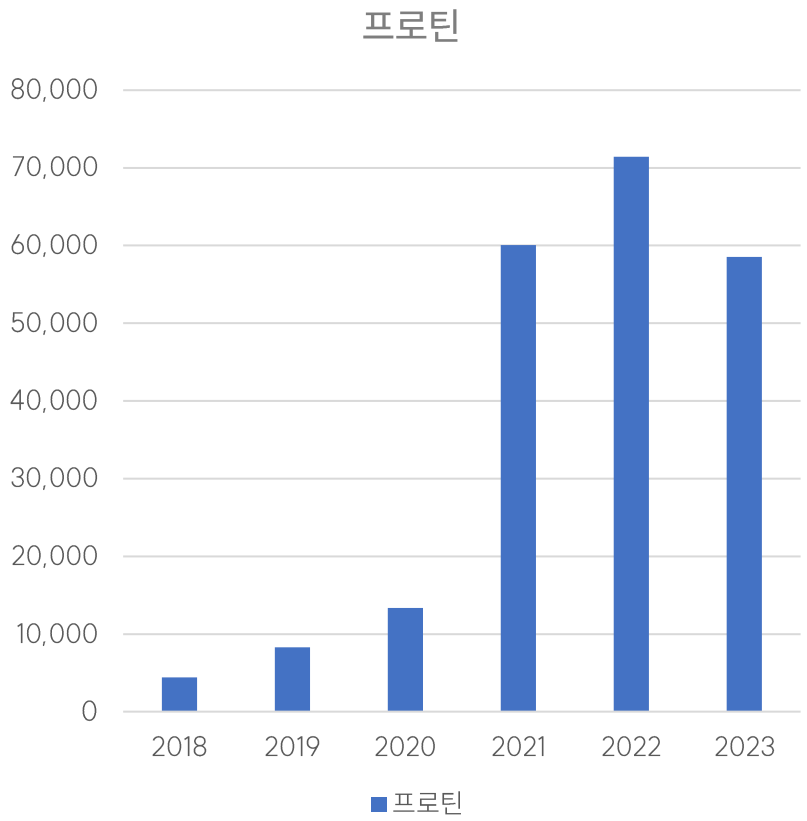
프로틴과 동시 언급되는 브랜드를 보면 하이뮨은 이제 조금씩 관심이 생기는 중이고
'마프' 브랜드 언급량이 가히 압도적이며, 최근 셀렉스에 대한 관심이 크게 증가하는 중

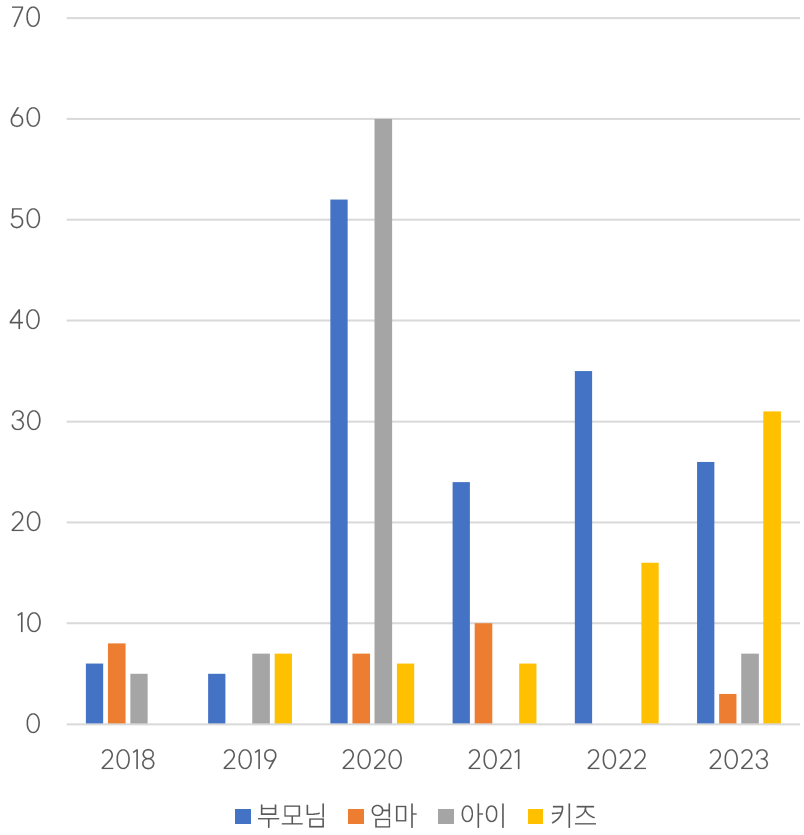




Data Lab
엠포스 전략

점차 프로틴을 원하는 연령대의 수요가 다양해지는 중

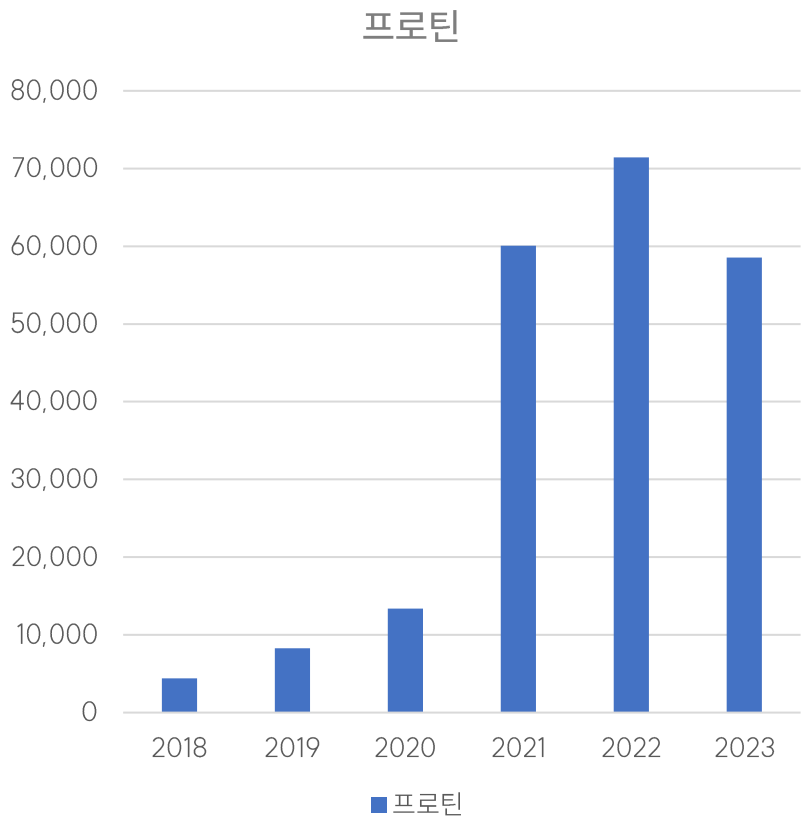


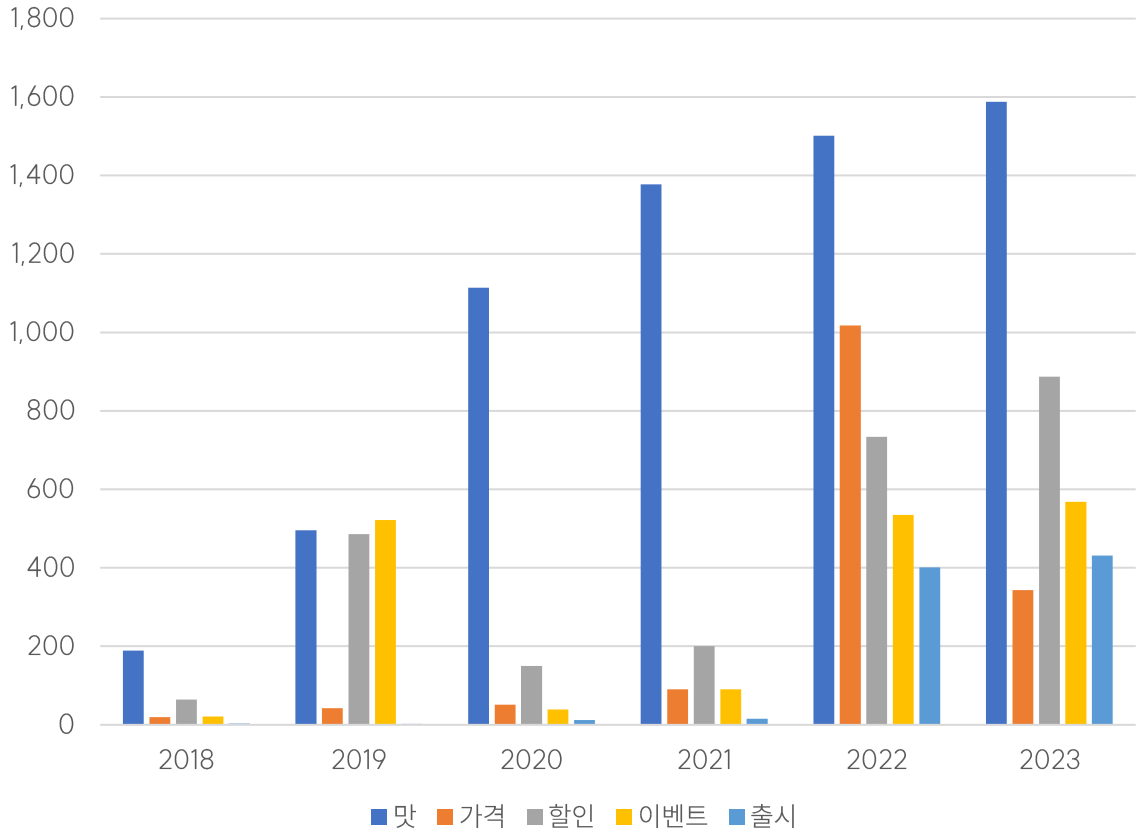


Data Lab
엠포스 전략

프로틴 Key Buying Factor 01

- 꾸준히 맛에 대한 관심이 늘고 있음 → 프로틴이 기존 운동 시장에서 대중화되고 있기 때문
- 최근 가격에 대한 관심, 언급이 급등 → 구매를 고려하는 소비자들이 많아졌기 때문

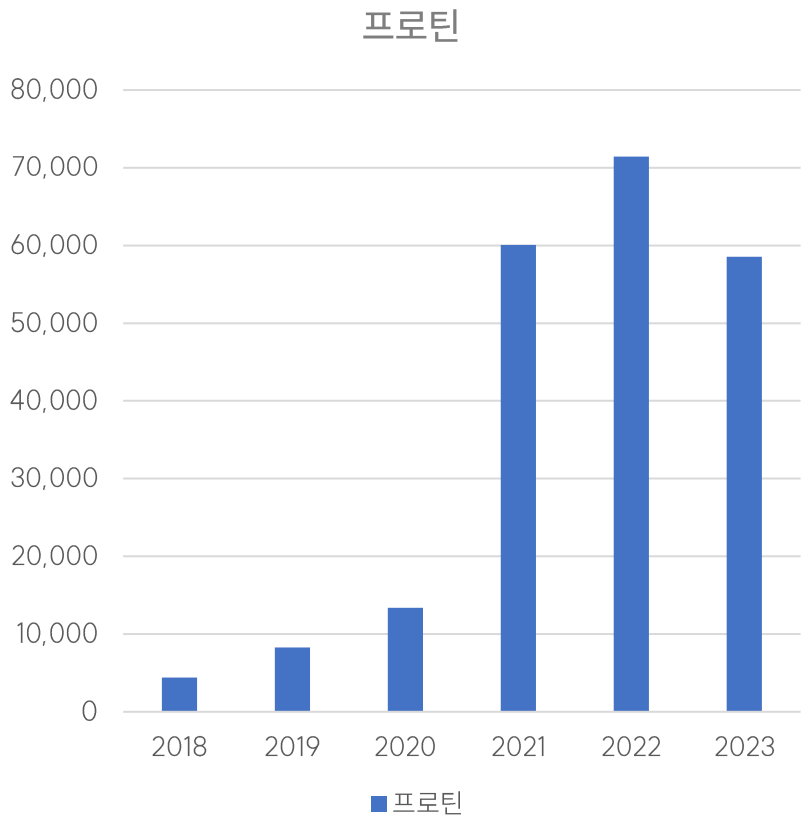


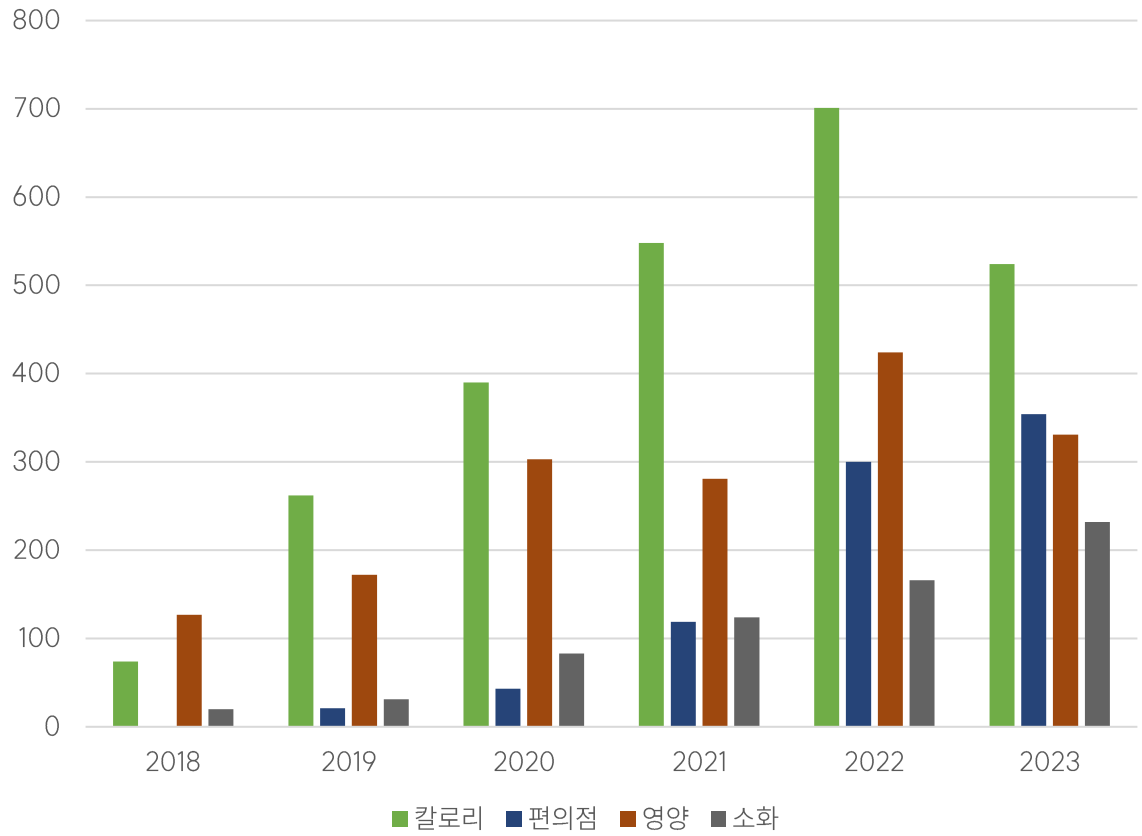


Data Lab
엠포스 전략

프로틴 Key Buying Factor 02

기능 중에서는 칼로리에 대한 언급이 여전히 우위, 구매처 중에서는 편의점 언급도 증가 중
그 외 영양 수요는 어느 정도 높게 유지중이며, 최근 소화 관련 언급이 증가 중





04

04. CHAPTER

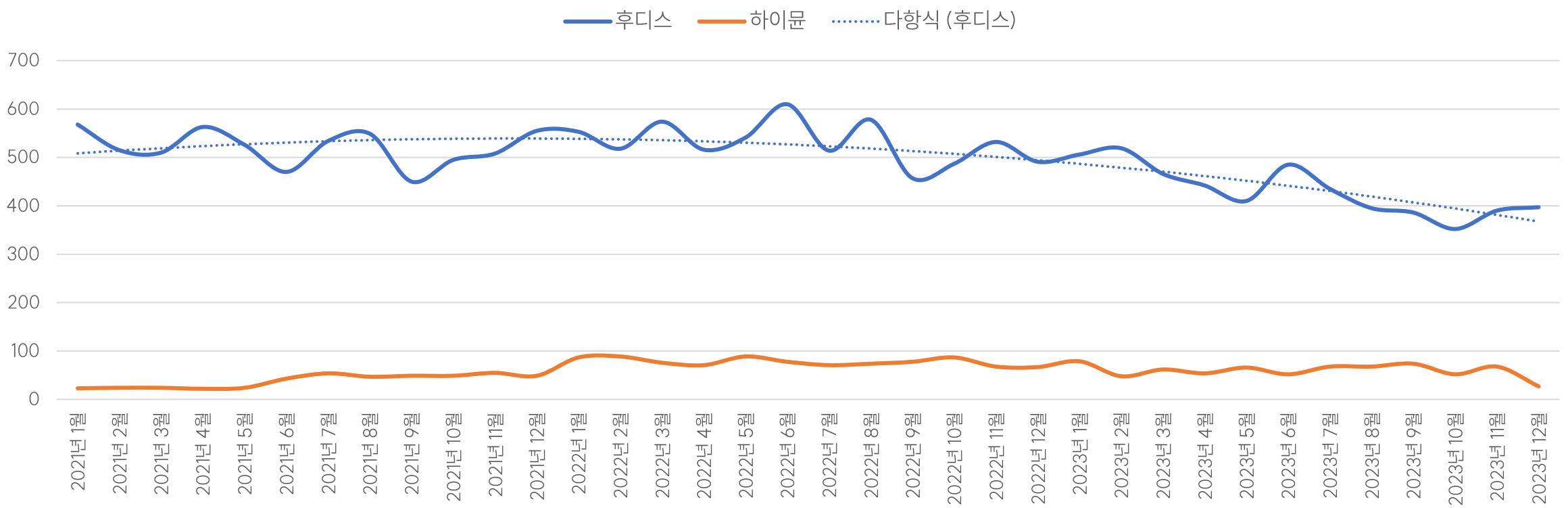
프로틴 관련 일부 브랜드 분석

프로틴 브랜드 후디스, 셀렉스 중심

Data Lab
엠포스 전략

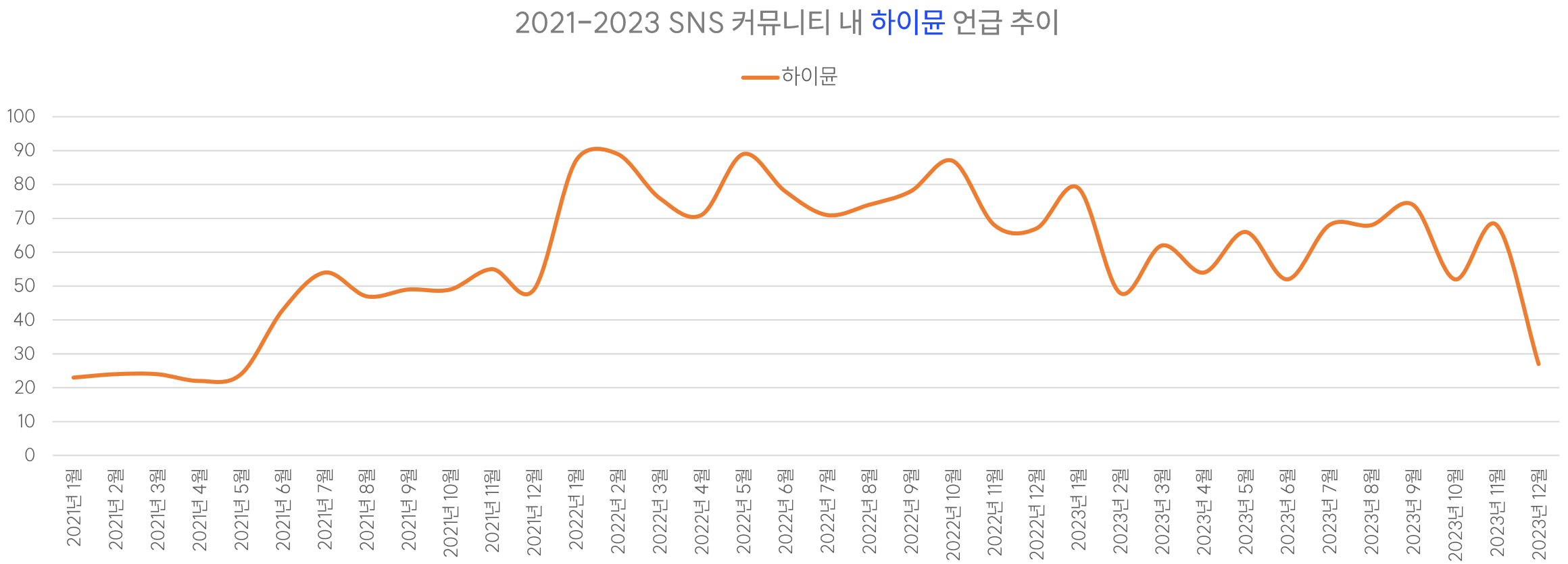
후디스 브랜드 언급량은 최근 감소 추세이며
기업 브랜드인 후디스 언급량 대비, 하이뮨 등 제품 브랜드 언급량 매우 적은 편

2021-2023 SNS 커뮤니티 내 후디스&상품별 언급 추이



Data Lab
엠포스 전략

상품 브랜드 중에서도
가장 대표적인 하이뮨을 제외하면 기타 브랜드 언급량 매우 미미한 수준

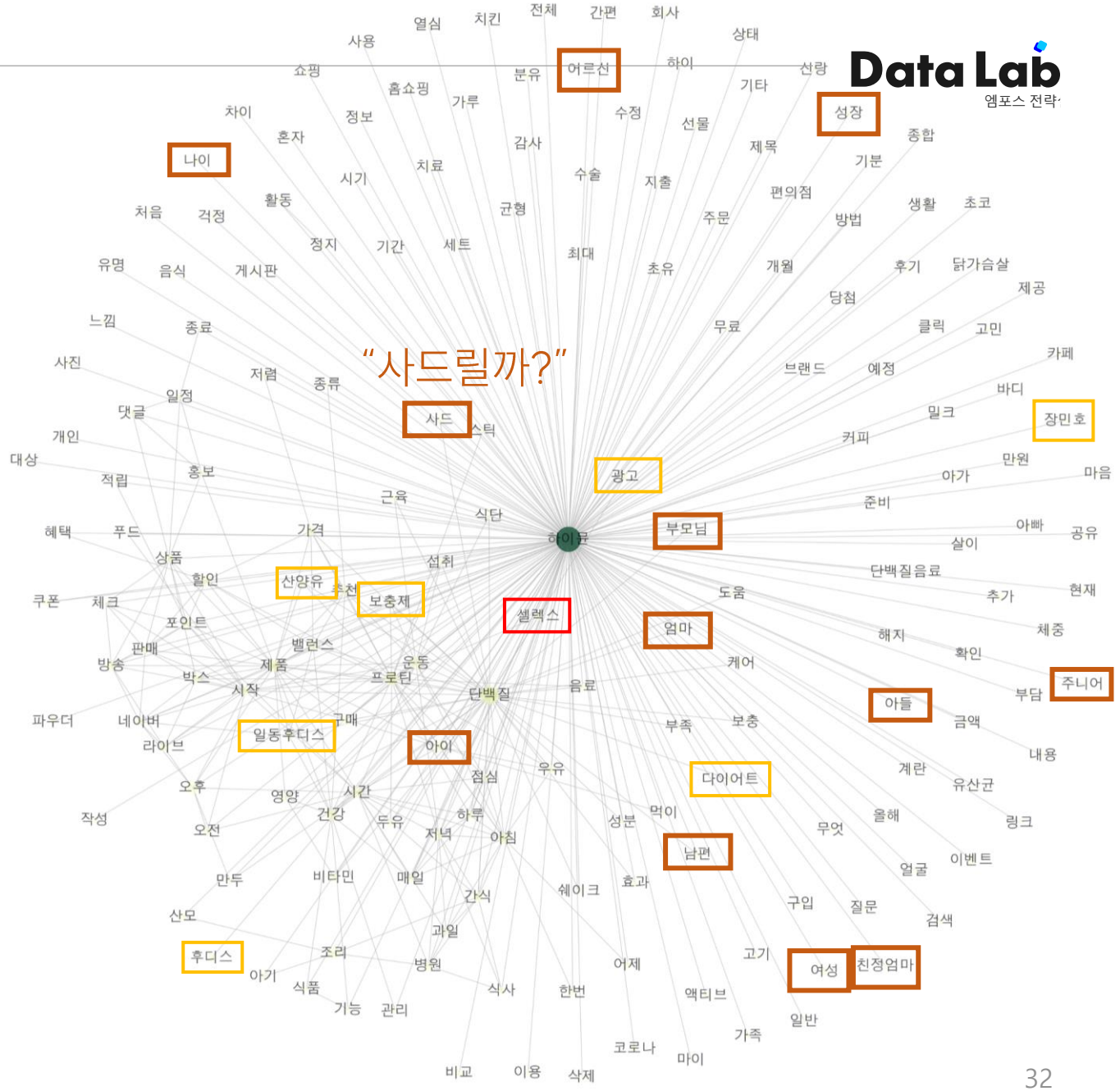


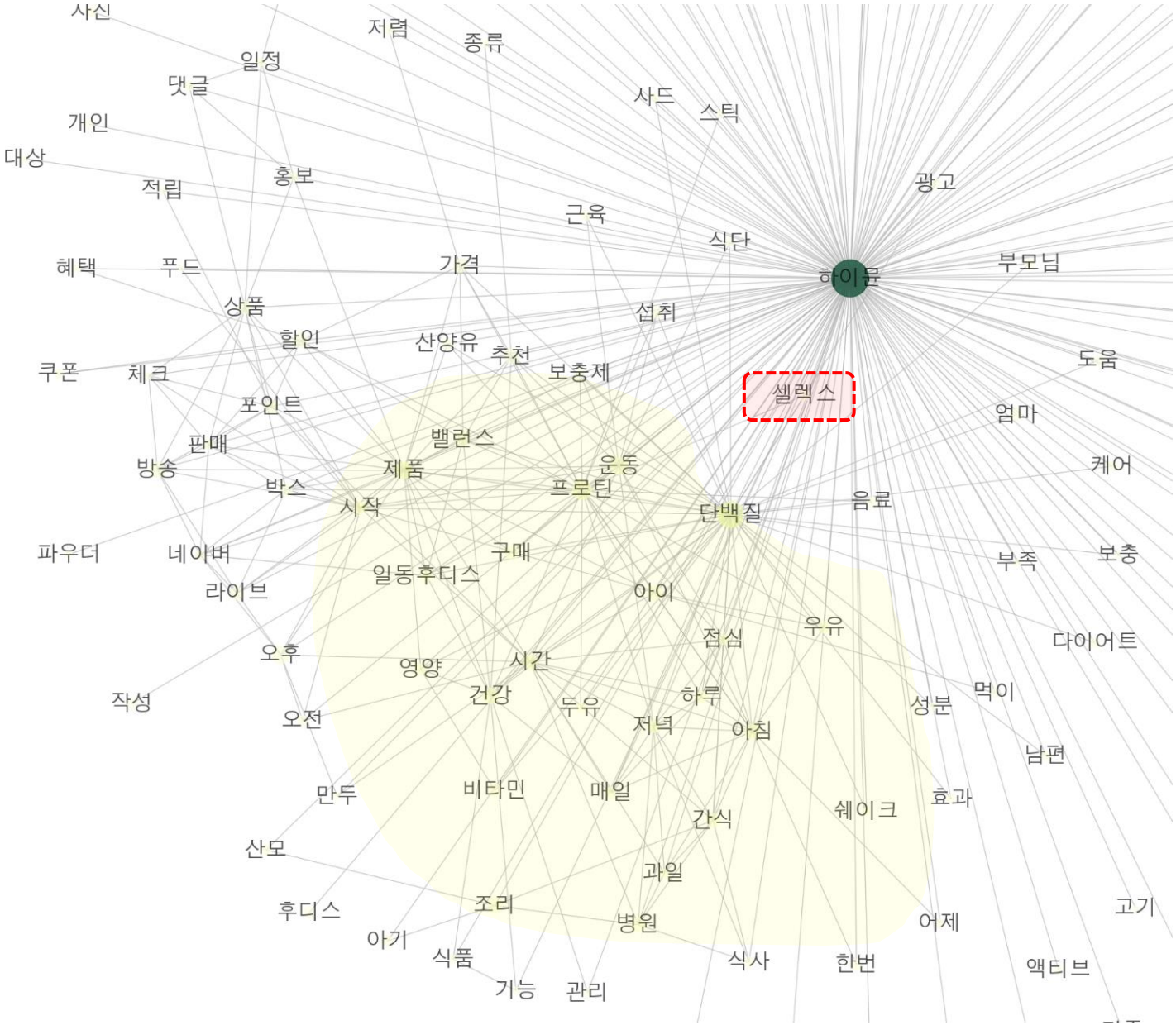
Data Lab
엠포스 전략

하이뮨 브랜드에 대한 SNA 분석 결과 (2021-2023)

(다른 상품들의 경우 언급량이 100건 이하로 매우 적어 제외)

- ✓ 엄마, 어르신, 남편, 여성, 아들, 아이 등
  다양한 타겟 거론 → 운동용 + 건강용
- ✓ 인식 상의 주요 경쟁 브랜드는 마프 & 셀렉스
- ✓ 후디스, 혹은 일동후디스 등 기업 브랜드 언급도 존재,
  인지자 및 구매 고려자 사이에서는 연관성 높은 듯
- ✓ 기존 운동 및 다이어트 시장 외
  자녀 건강 등으로의 확장에는 후디스의 영향이 있을 듯
  (기업 브랜드의 가치 전이 효과)



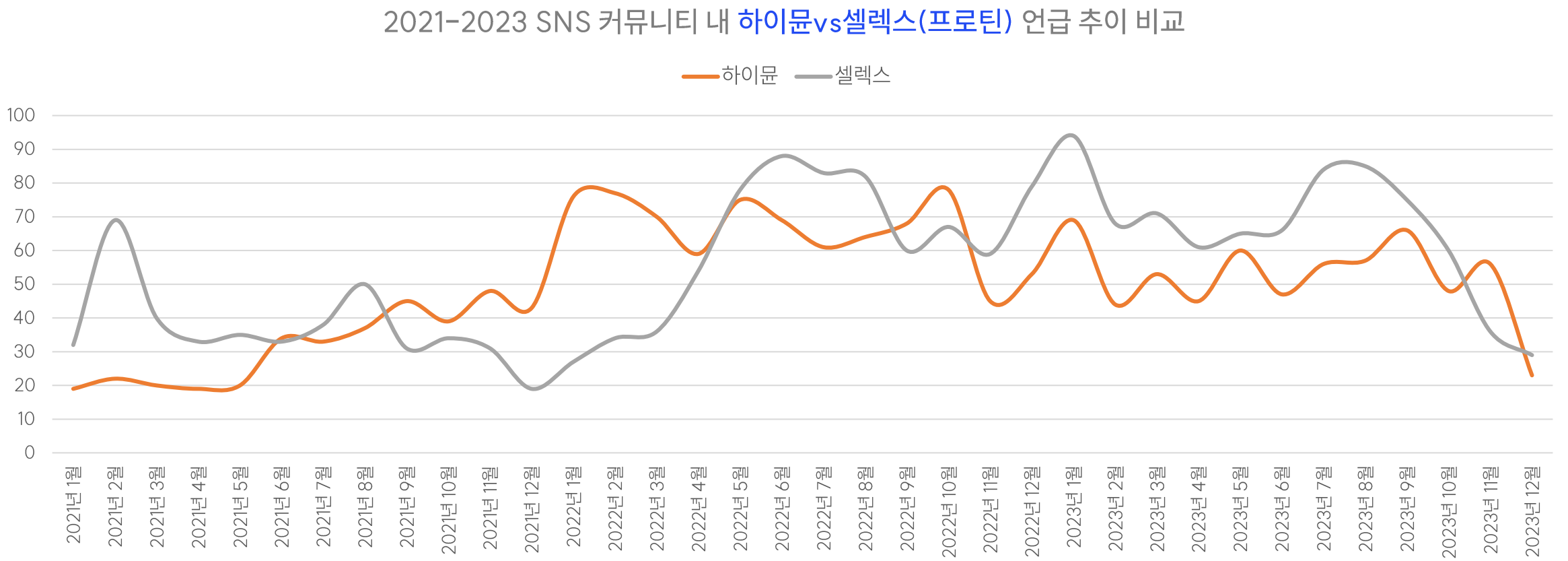


경쟁 상품 셀렉스와 자주 비교하며
어떤 제품이 더 나은지에 대한 비교 글이 다수

프로틴(단백질)음료 구매와 관련된 이야기를 하는 중

Data Lab
엠포스 전략

엎치락뒤치락 하는 모습을 보이지만
셀렉스가 최근 2023년, 하이뮨 언급량을 상회

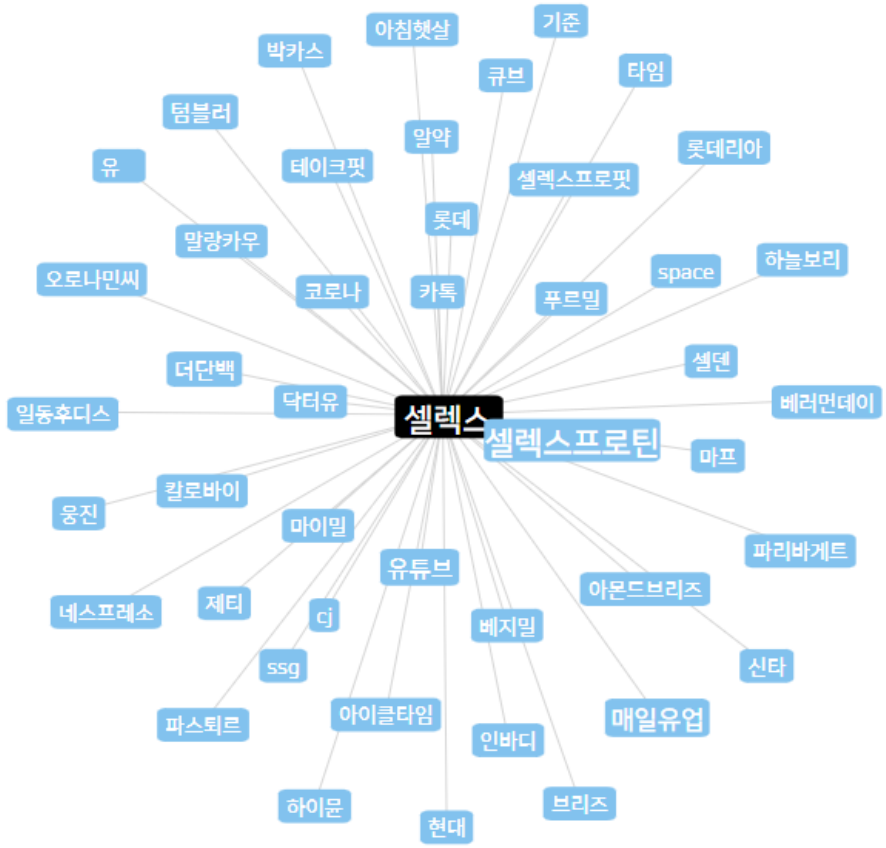


Data Lab
엠포스 전략

하이뮨은 셀렉스와 달리, 동시 언급되는(비교되는) 브랜드가 미미한데,
낮은 브랜드 인지도 / 제품 제형 (음료 Vs. 분말)에 따른 호불호 등의 영향일 듯
→ 아직은 두 브랜드 모두 경쟁사와의 경쟁이기 보다는, 제품 자체의 인지도 및 신뢰도가 관건인 듯

[하이뮨] 연관어 순위

순위	연관어	건수
1	후디스	15
2	셀렉스	13
3	하이뮨프...	7
4	일동후디스	6
5	프로액티브	3
6	더단백	2
7	캐시워크	2
8	알약	2
9	뉴케어	1

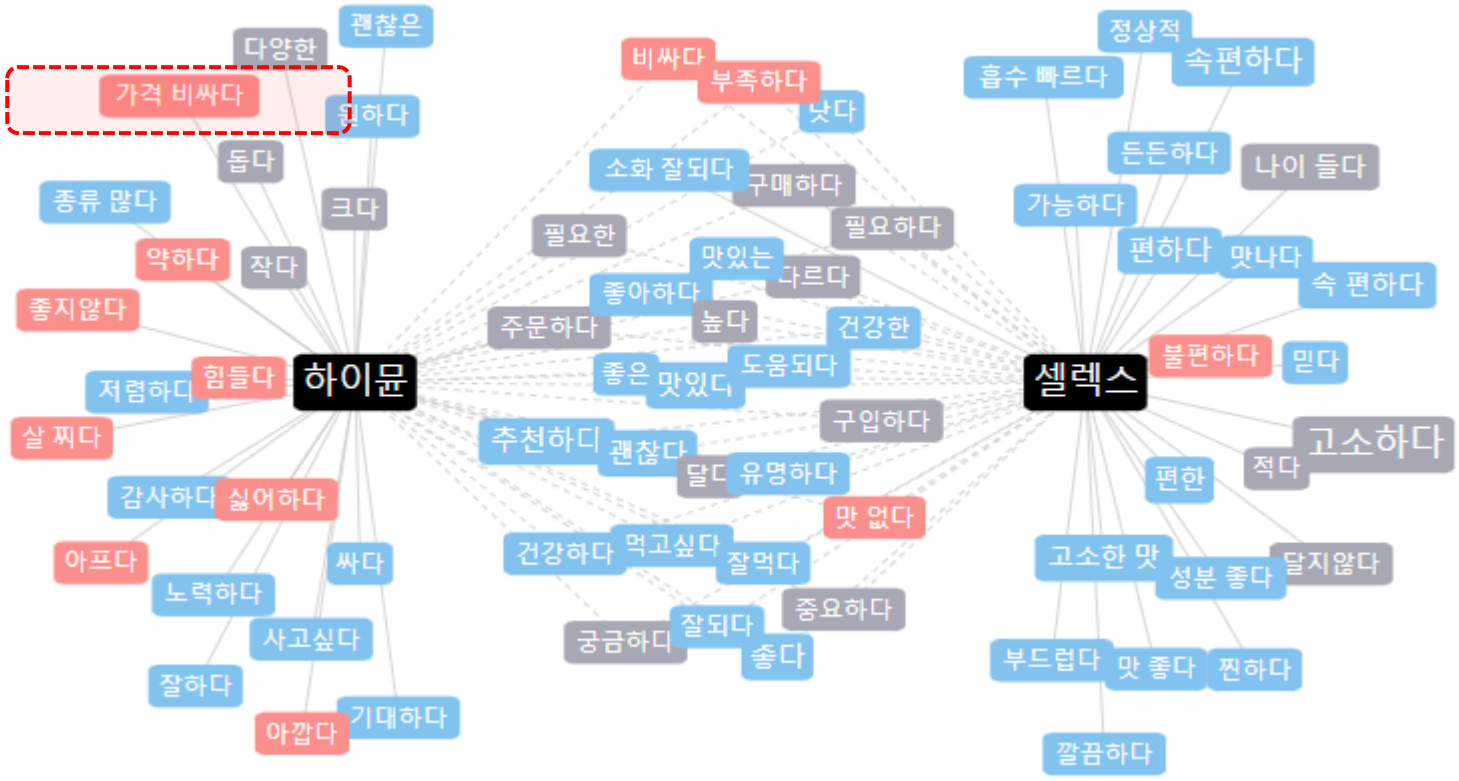


[셀렉스] 연관어 순위

순위	연관어	건수
1	셀렉스프...	122
2	매일유업	60
3	유튜브	38
4	텀블러	26
5	더단백	19
6	셀렉스프...	16
7	하이뮨	11
8	말랑카우	10
9	칼로바이	5
10	마프	4
11	타임	4
12	제티	4
13	푸르밀	4
14	파스퇴르	4

Data Lab
엠포스 전략

하이뮨, 셀렉스 대비 상대적으로 비싼 가격에 대한 평가 존재



Data Lab
엠포스 전략

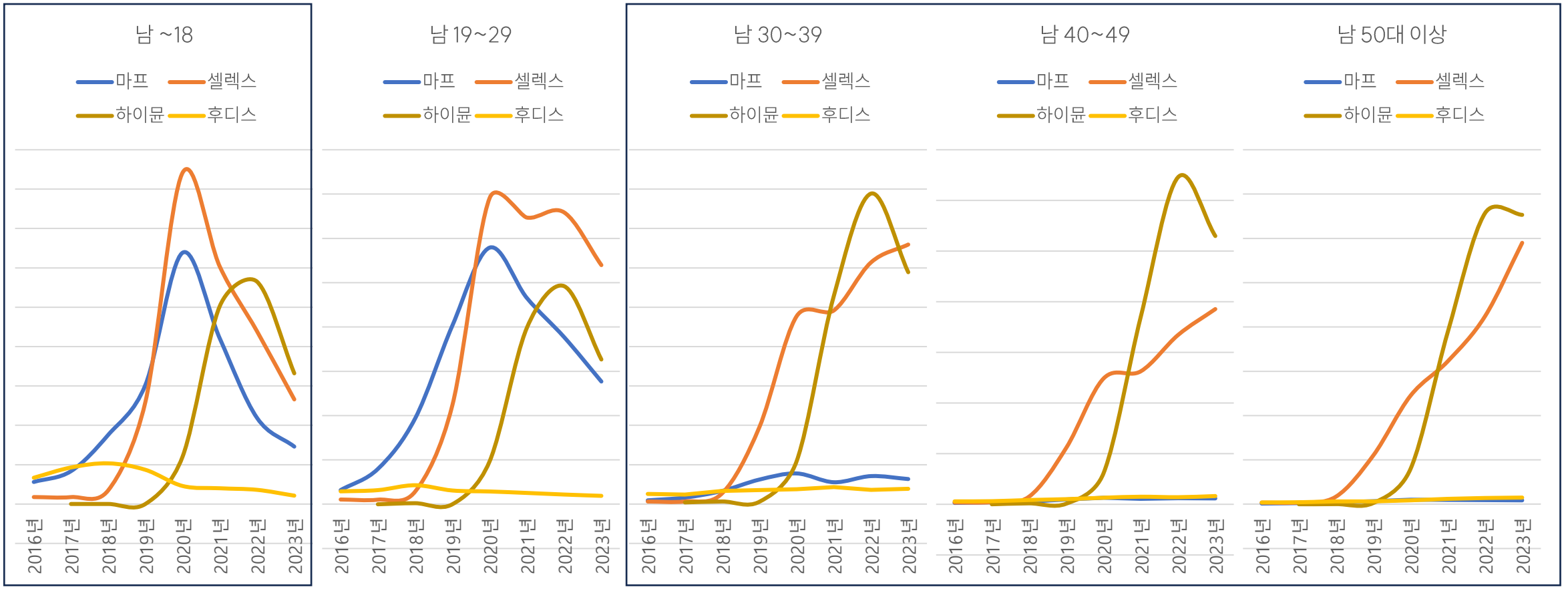
실제 주요 단백질 음료 브랜드의 가격 정보를 확인한 결과,
하이뮨 브랜드의 용량 대비 가격이 타 브랜드 대비 가장 높은 것은 분명
→ 다만, 가격에 대한 인식 상의 평가는
절대적 가격 수준에 기인하기 보다, 브랜드 자체에 대한 인지 형성 과정에서 나오는 것일수도..

브랜드	상품명	용량	판매가격(1박스)	1팩 (단위:원)	1ml당 가격 (단위:원)
빙그레	더단백	250ml	26,900 (18)	1,494.4	6
일동후디스	하이뮨 프로틴 밸런스 액티브	250ml	69,000 (36)	1,916.7	7.7
일동후디스	하이뮨 프로틴 밸런스 음료	190ml	45,000 (32)	1,406.3	7.4
셀렉스	프로핏	330ml	43,900 (24)	1,829.2	5.5
대상웰라이프	마이밀 뉴프로틴	190ml	18,900 (16)	1,181.3	6.2
매일유업	아몬드브리즈 프로틴	190ml	19,500 (24)	812.5	4.3
CJ제일제당	얼티브 비건 프로틴	250ml	27,900 (18)	1,550	6.2

* 공식 홈페이지 기준 프로틴 음료 기준으로 수집

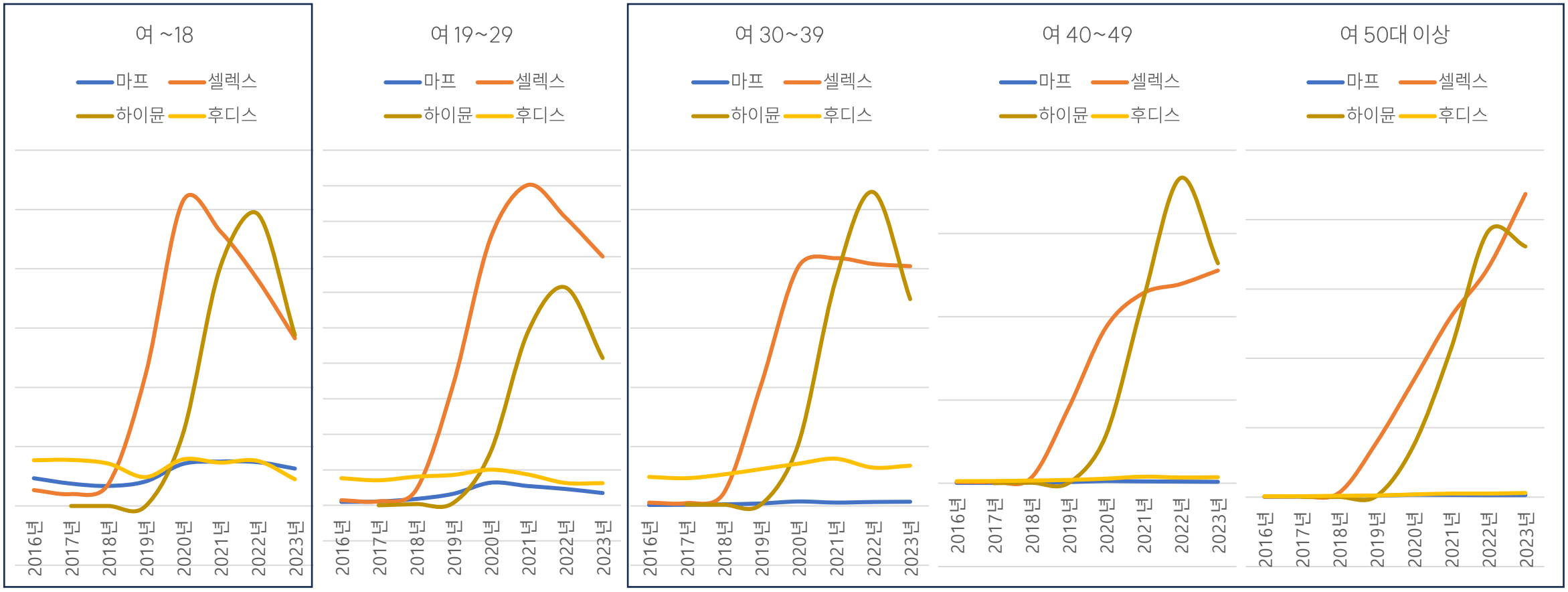
Data Lab
엠포스 전략

하이뮨에 대한 검색, 남성 중 10대 및 30대 이상 층에서 검색 우위



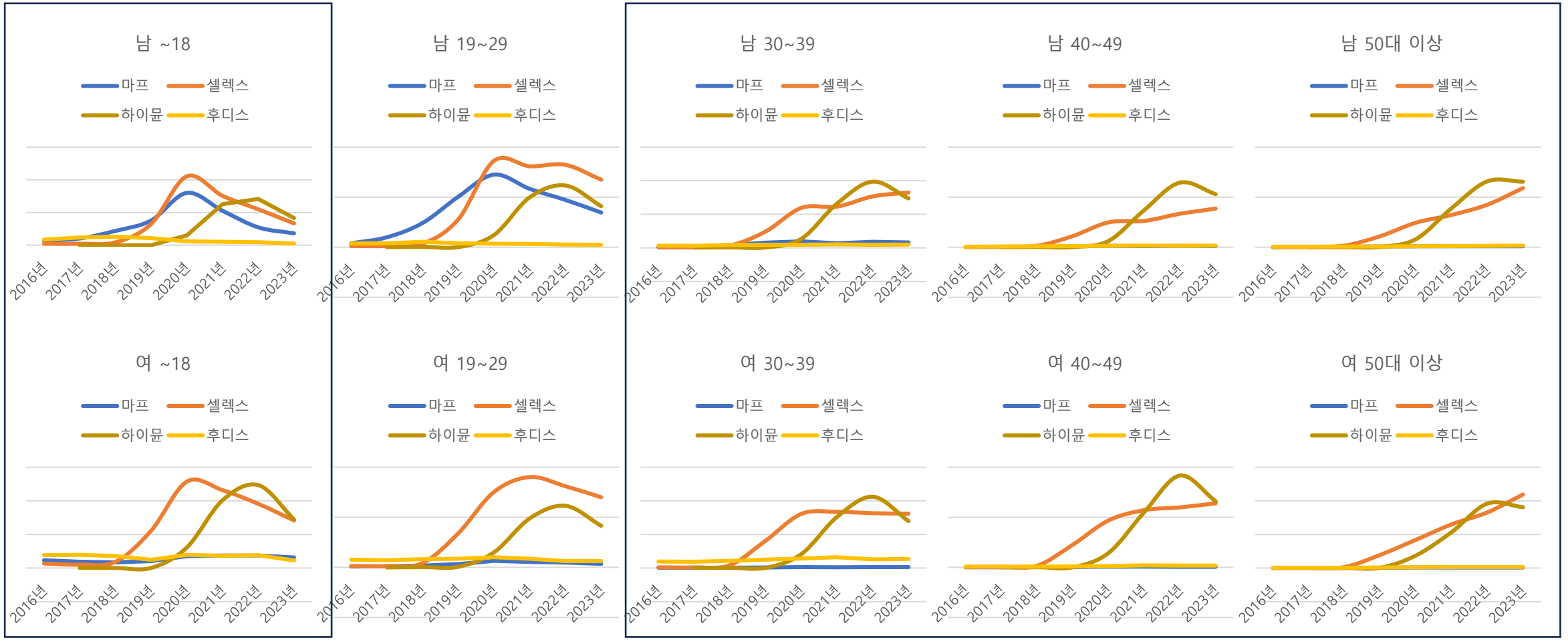
Data Lab
엠포스 전략

하이뮨에 대한 검색, 여성에서도 역시 10대 및 30대 이상 층에서 검색 우위



Data Lab
엠포스 전략

결과적으로 남성과 여성 모두 10대 및 30대 이상에서 셀렉스 대비 검색 우위
검색량이 상대적으로 많다는 것이 반드시 상대적 인기를 반영하지는 않지만, 대체로 관심이 높아지고 있는 것은 사실
또한, 최근 들어 전연령대에 걸쳐 검색이 하락하는 하이뮨에 비해 셀렉스의 성장세가 눈에 띔



Data Lab
엠포스 데이터전략실
http://bigdata.emforce.co.kr
T : 02. 6177. 1871
Email : bigdata@emforce.co.kr