NHN ACE_9월 마케팅 보고서

온라인 마케팅 동향
패스트푸드

이미지 출처 – Getty Images Bank

ACE Trader

ACE Trader

CONTENTS

패스트푸드 시장 현황

01. 패스트푸드 시장 규모
02. 패스트푸드 트렌드

유입 분석

01. 월별 유입 분석
02. 요일별 유입 분석
03. 시간대별 유입 분석

패스트푸드 업종 이용자 분석

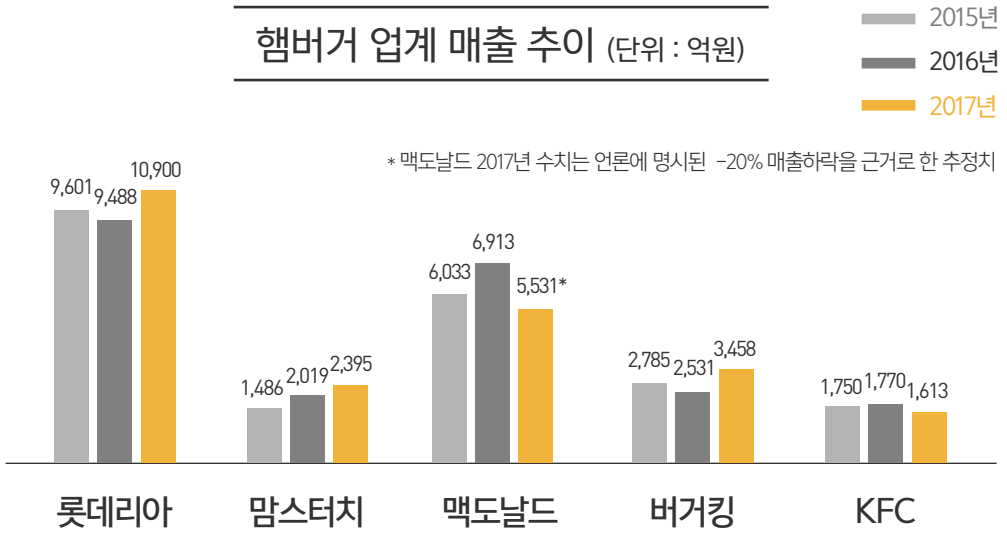
01. 데모 분석
02. 관심사 분석
03. 페르소나 분석

패스트푸드 시장 동향_햄버거

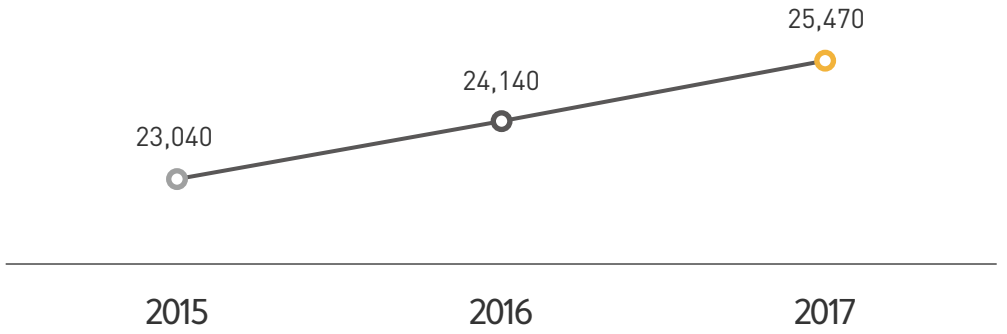
· 패스트푸드는 이름 그대로 빠르게 조리하고 섭취할 수 있는 음식을 의미함. 반조리 재료를 사용하여 조리 시간과 노동력을 절감한 음식류. 대표적인 종류로 햄버거, 피자, 치킨 등이 해당됨. 패스트푸드 시장 규모를 햄버거, 피자, 치킨의 주요 업체들로 구분하여 살펴보았음.

· 햄버거 업계는 최근 프리미엄을 모토로 시장이 확장되고 있음. 지난 2014년에 2조원 시장에 진입하였으며 2018년은 2조 6천억원으로 성장하게 될 것으로 예상됨. 해외 수제 버거 업체들의 국내 상륙에 소비자들의 버거 선택이 다양해졌으며, 기존 버거 브랜드들 역시 신규 프리미엄 버거를 선보이며 경쟁력을 갖추었음. 정크푸드라는 인식이 강한 햄버거가 치열한 외식시장에서 위축되지 않고 성장하고 있다는 점은 주목할만하며, 이는 햄버거 브랜드들이 시장의 흐름을 빠르게 파악하고 대응하고 있기 때문에 가능했을 것.

햄버거 업계 매출 추이 (단위 : 억원)



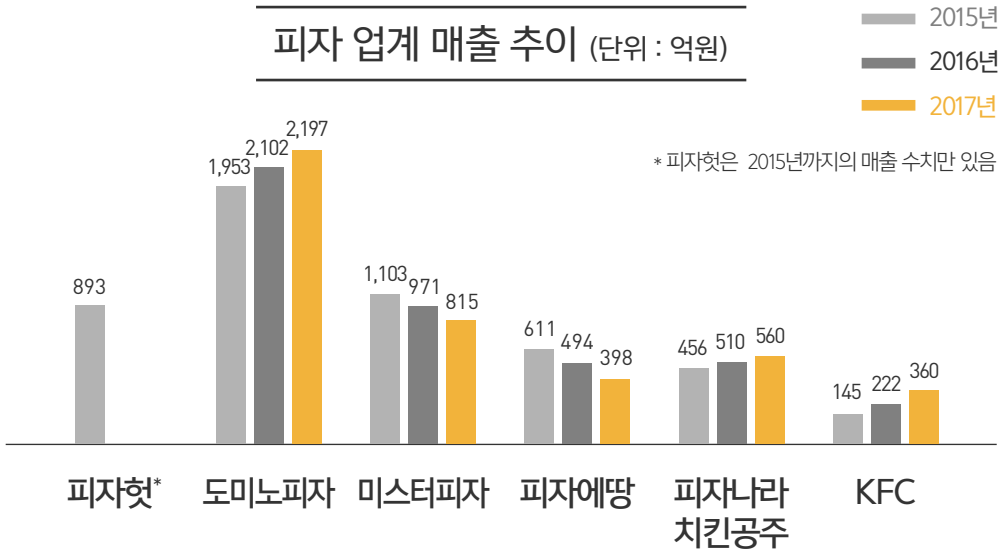
햄버거 시장 규모 (단위 : 억원)

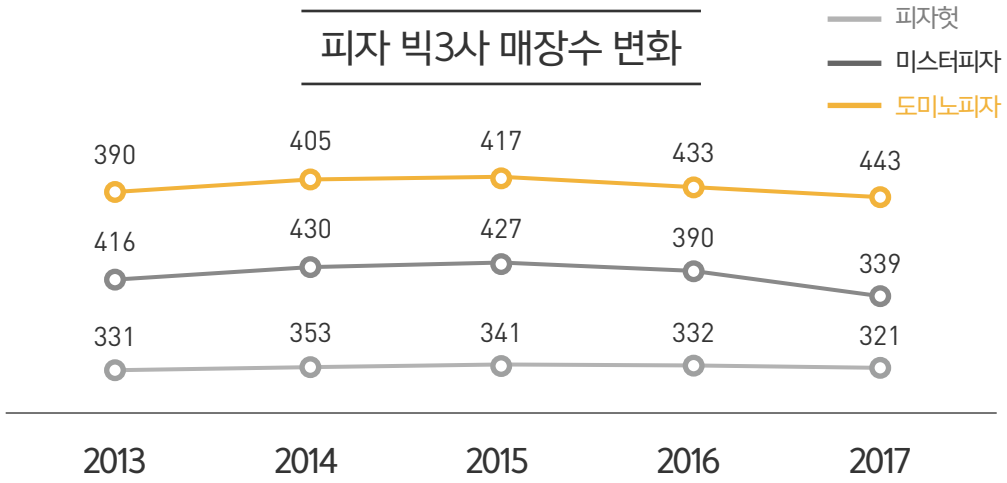


출처 : 매일경제, 너도나도프리미엄…커지는 햄버거시장, 2018.06.10.
비즈한국, '동병상련 햄버거맞수'롯데리아 남익우 vs 맥도날드 조주연. 2018.08.08.

패스트푸드 시장 동향_피자

· 피자 시장은 수년째 2조원대 시장 규모로 변하지 않고 있음. 피자 업계 역시 프리미엄 식재료를 이용한 메뉴들로 시장을 공략하고 있는 것이 특징. 1인 가구의 증가, 배달 시장 확장 등 변화하는 소비시장에서 피자 업계는 매장 중심 보다는 배달 중심으로 그 전략이 변화하고 있음. 배달형 콘셉으로 등장한 도미노 피자는 매년 꾸준한 상승세를 이어가며 업계 1위를 유지하고 있음.





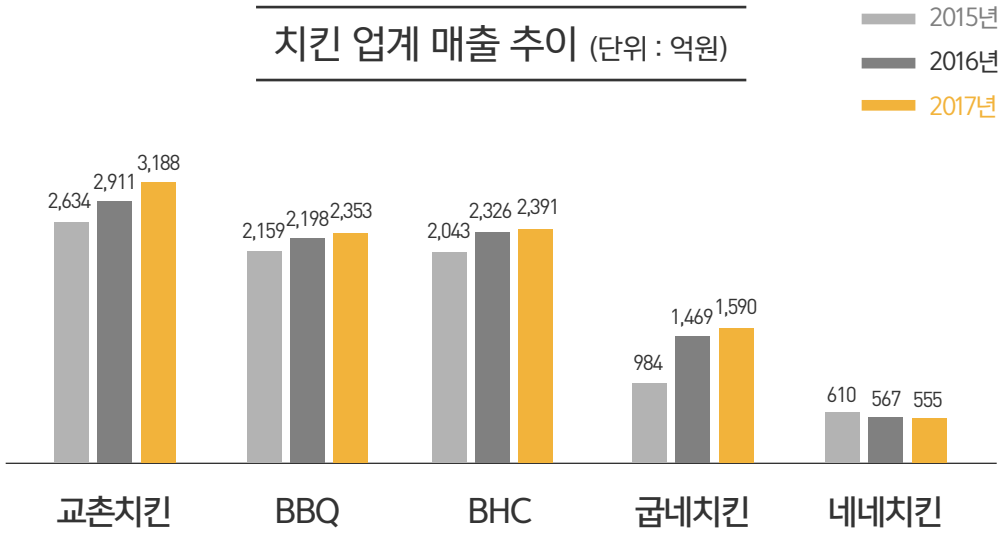
출처 : 헤럴드경제, 고급스럽고, 편리하게…피자 빅3생존전략, 2018.01.09.

패스트푸드 시장 동향_치킨

· 치킨 시장 규모는 약 5조원에 달하며 전국 치킨 프랜차이즈 가맹점 수는 15개 업종 가운데 가장 많음. 가맹점 수가 많은 만큼 경쟁도 치열하고 가맹점 수의 성장세는 더딘 편. 국내 치킨 매장수는 약 4만여개로 이는 맥도널드의 전 세계 매장수 3만6,000여개보다 많은 수치임.

치킨은 국내 대표 배달음식으로 배달 앱이 성행하면서 시장이 더욱 커지고, 자영업자 창업 1순위인 업종인 만큼 치킨 브랜드들의 매출은 지속적으로 상승할 것으로 예상됨.

치킨 업계 매출 추이 (단위 : 억원)



국내 치킨 매장 수 (일반 가게 포함)

국내 치킨 매장수
4만여개

전세계 맥도날드 점포수
3만6300여개

출처 : 한국경제, 치킨값은 올려도 내려도 논란…시장논리 안통하는 국민간식, 2018.04.06.
경향비즈, 치킨이 뭐길래…숫자로 보는 치킨의 경제학, 2017.03.29.

간편식이지만 맛있고 건강하게!

· 1인 가구, 맞벌이 가구가 증가함에 따라 외식, 배달 음식 시장은 점차 성장하고 있음. 배달음식 시장의 전통적인 절대 강자는 중국 음식과 더불어 치킨, 피자, 햄버거가 포함된 패스트푸드. 특히 패스트푸드는 정크푸드라는 인식이 강하지만 소비자들의 니즈가 점점 건강으로 옮겨가는 만큼 패스트푸드 메뉴도 변화하고 있음. 패스트푸드와 프리미엄이 합쳐진 패스트 프리미엄이라는 용어는 이미 지난해부터 시장에서 통용되고 있으며 패스트푸드점에서 이와 관련된 메뉴는 지속적으로 증가할 것으로 예상 됨. 식품소비행태 조사 결과를 보면 소비자들이 외식을 선택할 때 음식의 맛(44.8%)을 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타났으며, 가구 단위 배달 및 테이크아웃의 주요 메뉴는 치킨 등 닭 요리(35.6%)로 나타났음. 배달음식을 이용하지 않는 이유로는 비싼 가격(26.9%), 맛없음(19.6%), 화학조미료 사용(13.2%)순으로 조사됨.

모바일 서비스 강화

· 패스트푸드 업계는 빠른 주문과 서비스가 무기인 만큼 주문방식에서도 모바일 서비스가 빠르게 확산됨. 앱을 통해 미리 주문 후 매장에서 픽업을 하거나 모바일로 주문과 결제를 완료한 다음 배달서비스까지 가능하게 하여 고객 편의를 위한 핵심서비스로 자리잡는 추세. 배달 전문 업체와의 수수료 등 이슈로 자체 앱을 개발하거나 배달업체와 상생하는 방법 등 치열한 배달 음식 시장에서 지속적인 우위를 점하기 위해 경쟁력을 키워야 할 것.

프리미엄 패스트푸드

외식을 선택할 때 가장 중요한 것은?

음식의 맛 44.8%

주요 메뉴는?

치킨 등 닭 요리 35.6%

참고 : 한국농촌경제연구원, 2017식품소비행태조사 기초분석보고서. 2017.12
식품외식경제, [결산]패스트푸드업계. 2018. 02. 05.
현대경제신문, 프랜차이즈업계도 o2o 서비스가 살 길. 2018.08.21
식품외식경제, 2018 식품외식트렌드. 2018.01.03
트랜드모니터, 2016 패스트루드점 이용 및 인식조사. 2016

CONTENTS

패스트푸드 시장 현황

01. 패스트푸드 시장 규모
02. 패스트푸드 트렌드

유입 분석

01. 월별 유입 분석
02. 요일별 유입 분석
03. 시간대별 유입 분석

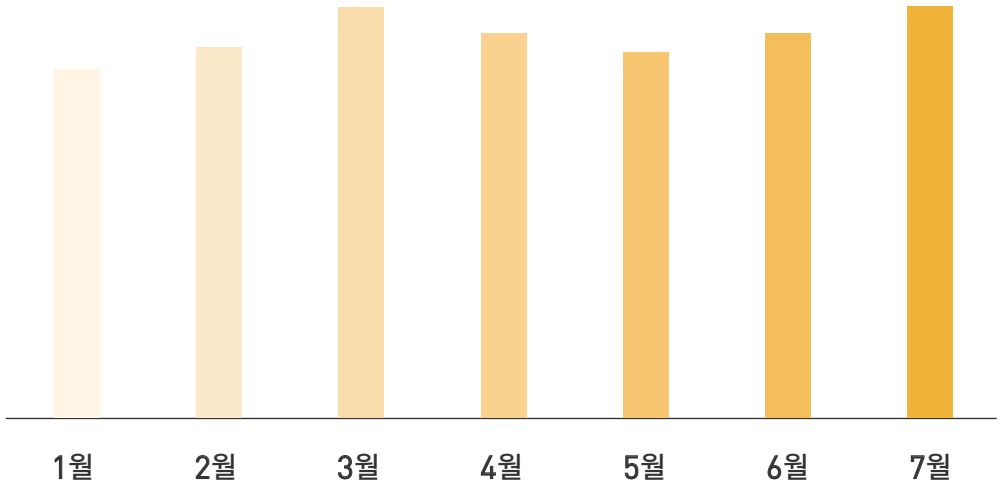
패스트푸드 업종 이용자 분석

01. 데모 분석
02. 관심사 분석
03. 페르소나 분석

· 2018년 1월부터 7월까지 최근 7개월간 패스트푸드 업종의 월별 유입 추이를 분석하였음.

· 2018년 상반기 패스트푸드 업종의 월별 추이를 보면 5월에 주춤하였으나 전반적으로 상승 곡선을 보이는 추세.

2018년 상반기 패스트푸드 업종 월별 유입* 추이

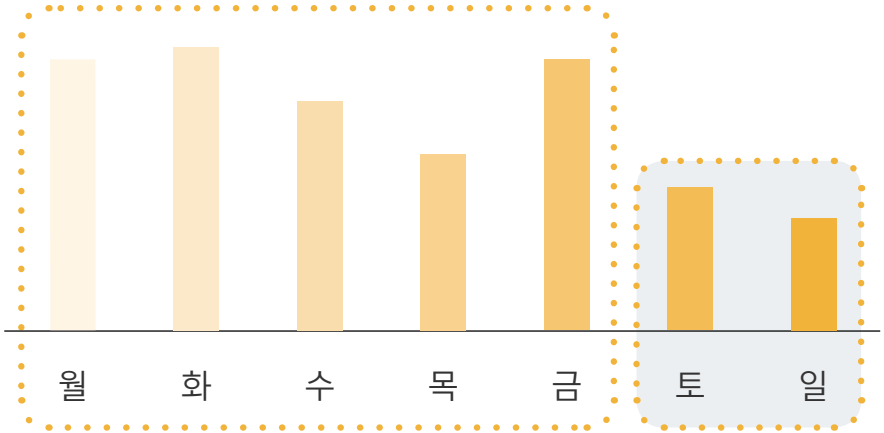


*유입 : 직접유입 및 검색엔진, 광고 등 링크를 통해 방문한 수치

출처 : 에이스카운터 내부 로그분석 자료

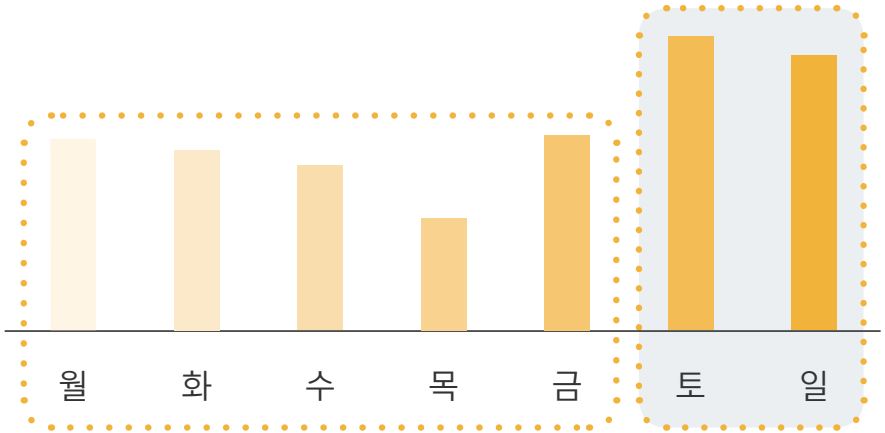
· 2018년 1월부터 7월까지 최근 7개월간 패스트푸드 업종의 요일별 수치를 PC와 모바일로 구분하여 추이를 분석하였음.
· PC 유입은 주말 보다 주중이 높으며, 모바일은 금요일부터 일요일까지의 유입이 다른 요일 보다 높은 것이 특징.

패스트푸드 업종 PC, 요일별 유입(2018년 1월~7월)



주중 vs 주말 평균
주중 평균 유입이 주말보다 13.8% 높음

패스트푸드 업종 모바일, 요일별 유입(2018년 1월~7월)



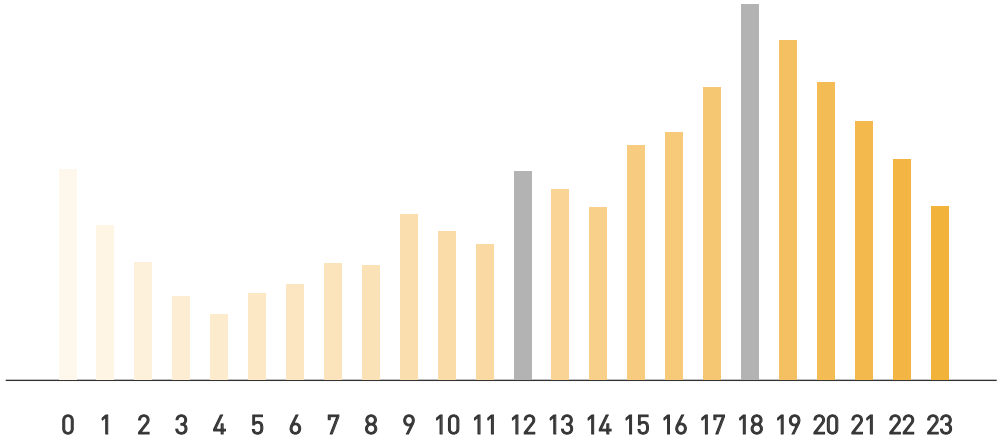
주중 vs 주말 평균
주중 평균 유입이 주말보다 -5% 낮음

출처 : 에이스카운터 내부 로그분석 자료

· 2018년 1월부터 7월까지 최근 7개월간 패스트푸드 업종의 시간대별 유입 추이를 분석하였음.

· 유입이 이전 시간대비 급증하는 시간은 점심시간과 저녁시간이라 할 수 있는 12시와 18시에 유입이 가장 높았으며, 하루 중 유입이 가장 높은 시간은 18시로 나타남.

시간대별 유입(2018년 1월~7월)



출처 : 에이스카운터 내부 로그분석 자료

ACE Trader

CONTENTS

패스트푸드 시장 현황

01. 패스트푸드 시장 규모

02. 패스트푸드 트렌드

유입 분석

01. 월별 유입 분석

02. 요일별 유입 분석

03. 시간대별 유입 분석

패스트푸드 업종 이용자 분석

01. 데모 분석

02. 관심사 분석

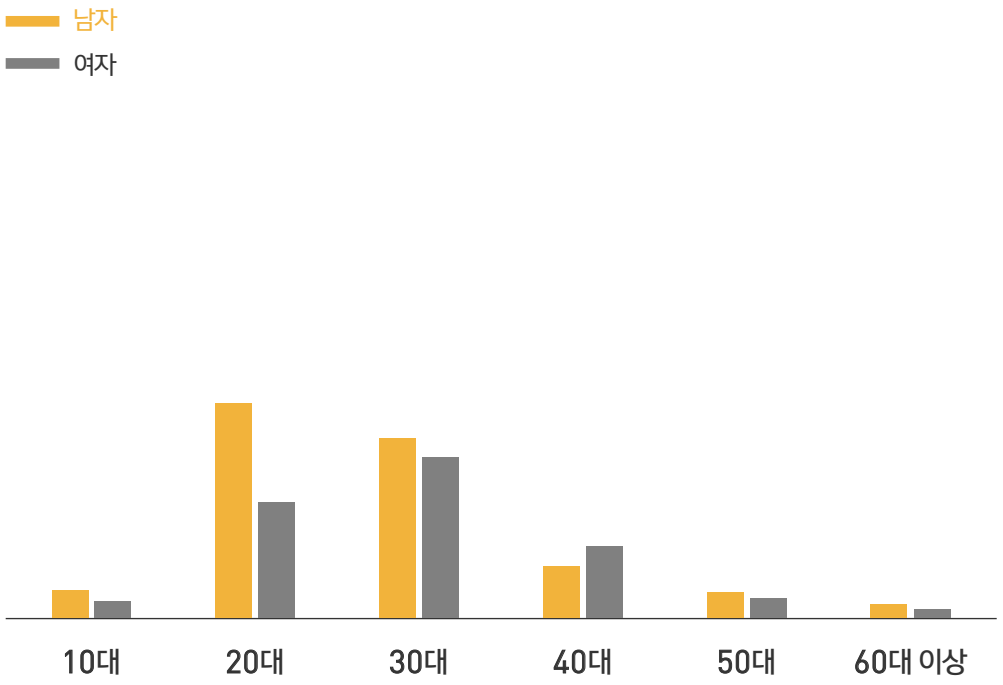
03. 페르소나 분석

데모 분석

· 패스트푸드 업종 이용자 분석을 위해 관련 앱을 설치한 이용자의 데모별 선호도를 분석하였음.

· 남성 이용자가 여성 대비 약 32% 더 많으며, 연령대는 30대 분포가 가장 높음. 성별/연령 통틀어 20대 남성 비중이 가장 높게 나타남.

패스트푸드 업종 데모 분석

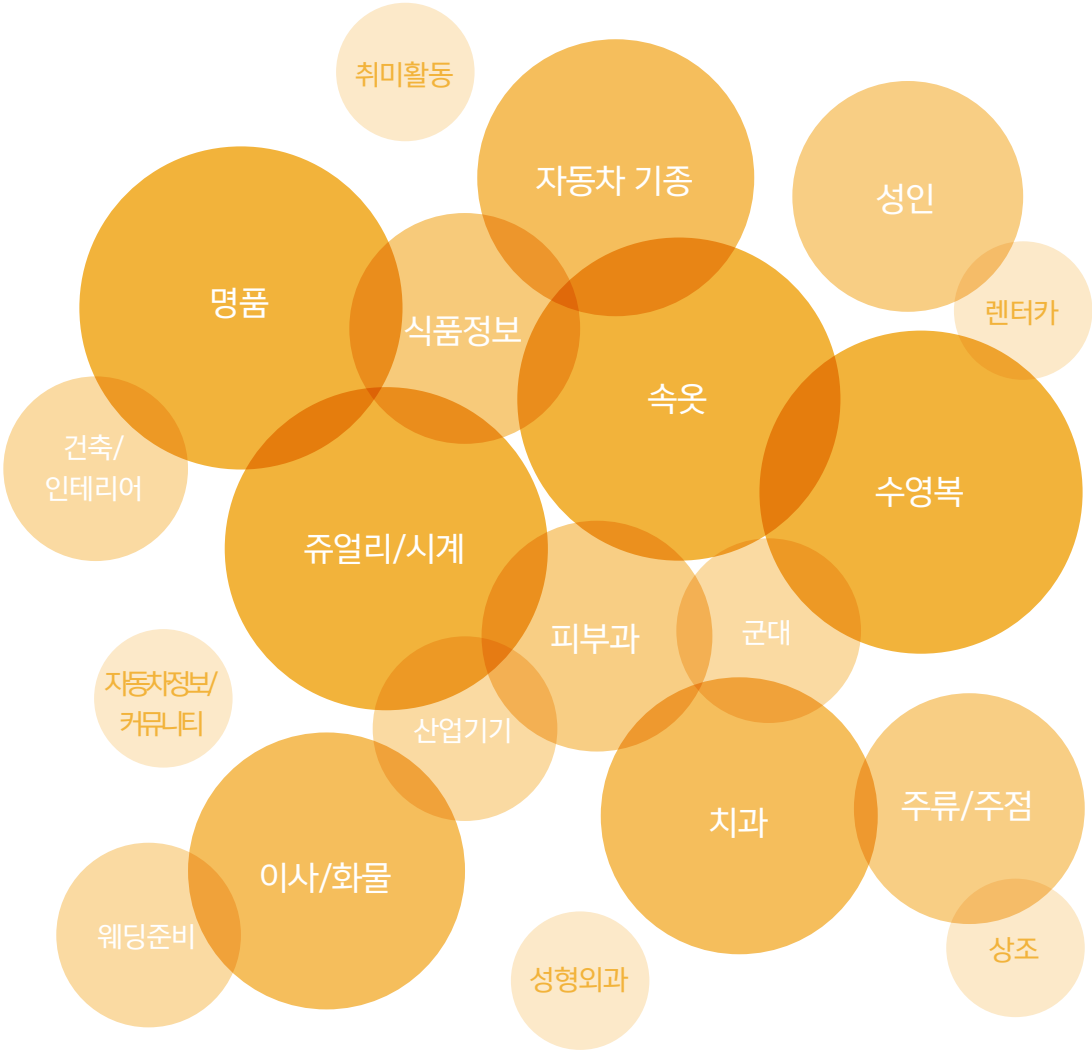


출처: ACE DMP 데모 데이터, 패스트푸드 관련 앱을 설치한 이용자 분석
2018년 09월 기준. 데이터 추출 시점에 따라 결과가 상이할 수 있음.

관심사 분석

· 패스트푸드 업종 이용자 분석을 위해 관련 앱을 설치한 이용자의 상위 관심사를 분석하였음.

· 관심사 분석결과를 보면 쥬얼리/시계, 속옷, 수영복, 명품 등 의류/패션잡화 관련 관심사가 상위에 다수 분포되어 있음.



출처 : ACE DMP 관심사 데이터, 패스트푸드 관련 앱을 설치한 이용자 분석
2018년 09월 기준. 데이터 추출 시점에 따라 결과가 상이할 수 있음.

페르소나 분석

· 패스트푸드 관련 앱을 설치한 이용자의 페르소나 분석 결과, 집에서 게임과 채팅을 즐겨하는 '집돌이집순이'의 비중이 가장 높으며,
차순위로는 각각 아이와 자기계발에 아낌없이 투자하는 젊은 주부 '젊줌마'와 집에서 아늑한 일상의 행복을 추구하는 '휘게족' 그룹으로 나타남.

집돌이집순이 71.1%

젊줌마 25.4%

휘게족 3.6%

출처 : ACE DMP 페르소나 데이터, 패스트푸드 관련 앱을 설치한 이용자 분석
2018년 09월 기준. 데이터 추출 시점에 따라 결과가 상이할 수 있음.

Summary

ACE Trader

· 패스트푸드의 대표음식 3개 군으로 시장규모를 살펴보면 햄버거 2조 6천억, 피자 2조원, 치킨 5조원 규모로 약 10조원 규모의 시장.
국민 정서상 음식에 대한 관심이 많고, 배달음식, 외식을 이용하는 이용자는 꾸준히 증가하여 시장 규모도 양적, 질적으로 성장하게 될 것.

· 최근 패스트푸드 트렌드는 정크푸드의 이미지에서 탈피해 간편하지만 건강에 좋은 프리미엄 메뉴가 인기.
빠른 주문과 서비스가 무기인 만큼 이용자들의 주문 역시 전화 보다 모바일로 주문과 결제를 하는 방식을 선호하는 추세.
배달서비스 시장이 기존의 치킨, 피자 뿐 아니라 디저트, 다국적 음식 등 경쟁 상대가 다양해진 만큼 패스트푸드만의 경쟁력을 갖춰야 할 것

· 최근 7개월간 패스트푸드 업종의 요일별 유입 추이를 분석한 결과, PC는 주중 유입이 좋은 반면 모바일은 주말 유입이 더 높게 나타남.

· 패스트푸드에 관심있는 이용자 성향을 분석한 결과 20대 남성 이용자의 분포가 가장 높게 나타남.
주요 관심사는 쥬얼리/시계, 속옷, 수영복, 명품 등 의류/패션잡화 관련 관심사가 상위에 가장 많이 많이 나타남.
페르소나의 경우 '집돌이집순이', '젊줌마', '휘게족' 등 3개 그룹으로 분석되었음.

· 보다 정교한 이용자 성향 분석은 at@nhnent.com으로 문의해 주시기 바랍니다.

패스트푸드 관련 광고주 대상 타겟팅 광고 상품 예시

ACE Trader

Mediamix

ACE Trader 상품을 활용하여 패스트푸드 관련 광고주 대상 타겟팅에 활용도가 높은 Mediamix를 제안드립니다.
대략적인 상품 내용(타겟팅, 효율, CPC 등) 확인 부탁드리며, 상세한 타겟팅에 대해 문의 사항 있으시면 at@nhnent.com으로 문의 부탁드립니다.

광고주	노출영역	상품명	집행 광고비	예상 노출	예상 클릭	예상 CTR	예상 CPM	CPC
패스트푸드 업종 (1,000만원 안)	PC	관심사 타겟팅	2,000,000	16,666,667	10,000	0.06%	120	200
		커스텀 타겟팅*	1,000,000	6,493,506	4,545	0.07%	154	220
	M.web	관심사 타겟팅	2,000,000	13,333,333	20,000	0.15%	150	100
		커스텀 타겟팅	2,000,000	9,090,909	18,182	0.20%	220	110
	M.app	커스텀 타겟팅	1,500,000	9,615,385	11,538	0.12%	156	130
		유사유저 타겟팅*	1,500,000	9,740,260	10,714	0.11%	154	140
Total			10,000,000	64,940,060	74,980	0.12%	1,031	133

※ 해당 제안은 2018년 10월까지 유효하며, 정확한 효율 및 CPC를 위해 사전에 문의 부탁드립니다.

* 커스텀 타겟팅 : 광고주가 원하는 타겟 오디언스를 캠페인 목적에 맞게 ACE DMP에서 추출/조합하여 운영할 수 있는 타겟팅
* 유사유저타겟팅 : 캠페인 목적에 맞는 유사 앱을 등록하여 해당앱을 설치하고 있거나, 설치할 가능성이 높은 유저를 모수로 추출하여 광고 노출 (캠페인 성격 혹은 메인/서브 타겟유저 성격에 맞게 데모(성별/연령)정보를 조합하여 운영 가능)

THANK YOU

ACE Trader 광고문의	at@nhnent.com	031-8038-1369
보고서 관련 문의	yjchung@nhnent.com	031-8038-1320