

제 42회 DCA 과제 브리프

브랜드	롯데GRS 롯데리아
과 제	2034남녀 타겟 롯데리아 브랜드 선호도 증대 캠페인
문 의	형성수 sungsoo.hyung@daehong.co.kr

1. 브랜드 소개

- 1979년 한국의 첫 QSR(Quick Service Restaurant) 브랜드로 출범하여, 불고기버거, 라이스버거 등 한국식 버거를 탄생시키며 한국을 대표하는 버거 프랜차이즈로 성장
- 전국에 1,300개가 넘는 매장을 보유하고 있으며 베트남, 미얀마, 라오스, 몽골 등 해외에도 진출하여 성공적으로 자리를 잡고, 올 하반기에는 미국 LA에 1호점을 출점할 예정

2. 시장 상황

- 최근 몇 년간 국내 버거 시장은 지속적으로 성장해왔으며 2025년 약 4~5조 원 규모로 추정
- 버거킹, 맥도날드 등 전통적인 글로벌 브랜드와 시장 내 가장 많은 점유율을 경쟁하고 있으며, 파이가이즈, 고든램지버거 등 프리미엄 수제버거 브랜드의 국내 진출로 경쟁이 심화된 상황

3. 브랜드 상황

- 치열한 경쟁 속에서 롯데리아는 일반적인 버거의 틀에서 벗어나 한국적인 재료를 가지고 다양한 제품을 선보이면서 차별적인 경쟁력을 강화해 나가고 있음
- 이러한 도전적 시도를 젊은 층에게 공감 받아 브랜드 선호도는 증가하는 추세이며, 온라인 상 버거 프랜차이즈 브랜드 중 가장 높은 긍정률을 보이는 것으로 조사됨

4. 커뮤니케이션 타겟

- 월 1회 이상 버거를 취식하며 유행과 트렌드에 민감한 2034남녀

5. 해결 과제

- 롯데리아의 대표 메뉴인 리아불고기(불고기버거)는 브랜드가 최초로 선보이고 오랜 기간 사랑받은 제품이지만, 현재는 많은 경쟁사에서도 유사 제품을 판매하면서 제품의 가치가 희석된 상황
- 리아불고기의 오리지널리티를 강조하면서 2034 타겟의 관심과 호감도를 올릴 수 있는 캠페인 또는 아이디어

6. 유의 및 참고사항

- 리아불고기는 고열량저영양 식품으로 「어린이 식생활안전관리 특별법」에 따른 가이드라인 준수필
예) 식품이 아닌 장난감이나 그 밖에 어린이의 구매를 부추길 수 있는 물건을 무료로 제공한다는
내용이 담긴 광고 금지 등