

건면 스파게티가 컵 속에... 농심 '면 간편식' 시장 도전장

농심 '스파게티 토마토' 첫 선

기존 제품대비 보관·조리 간편 극대화
중공면 제조·네스팅 공법 등 기술 집약

농심이 '면 가정간편식(HMR)' 시장에 도전장을 던졌다. 라면처럼 간편하면서도 면 요리 수준의 맛을 내는 '면 간편식'으로 국내 건면시장을 또 한번 뒤흔들 것으로 기대된다.

농심은 9일 서울 광화문에 위치한 한 레스토랑에서 이탈리아 정통 스파게티의 맛을 고스란히 담아낸 컵 스파게티 스파게티 토마토를 선보였다. 튀기지 않고 바람에 말린 건면 간편식 제품이다. 농심은 독자적인 제면 기술을 집약해 라면업계 최초로 실제 스파게티의 주 재료인 듀럼 밀로 면을 만들어 고유의 식감을 살림은 물론, 여기에 대중적인 토마토 소스를 더해 정통 스파게티의 맛을 완성시켰다.

최근 혼밥족과 1인 가구의 증가로 빠르고 간편하게 식사를 즐길 수 있는 각종 간편식품이 업계에서 각광받고 있다. 간편식 시장은 일반 요리를 간단하게 조리해 먹을 수 있는 '가정간편식'과 별도 조리과정이 없이 식사시간까지 줄인 '간편대용식'이 대표적이다.

김중준 농심 마케팅실장 상무는 "제품을 구매하고 보관, 사용 후 폐기까지 고객의 구매 사이클 전반에 걸쳐서 간편성과



농심 스파게티 토마토.

편리성이 확보되는지에 주목했다"며 "그리고 지난 50년간 라면시장을 이끌어온 기술력과 노하우를 바탕으로 보다 간편하고 가성비 좋은 면류 제품을 선보이게 됐다"고 전했다.

농심 스파게티 토마토는 기존 면 간편식 제품들에 비해 가성비가 뛰어나고 용기면 형태로 보관과 조리 간편성을 극대화했다.

닐슨코리아에 따르면(주요 4개사 기준), 국내 건면 시장 규모는 지난 2017년 전년 대비 25.2% 성장한 1166억원을 기록하는 등 꾸준히 성장해왔다. 일반만 하더라도 전체 면시장의 18%가 건면이 차

지할 정도. 국내 건면 시장 역시 지속적인 성장에 예상되는 바다.

이는 칼로리가 낮고 담백한 건면 특유의 매력에 소비자들이 지갑을 열고 있는 것으로 분석된다. 또한 냉면, 쌀국수, 육개장 등 실제 요리에 가까운 고품질의 건면제품이 소비자의 기호를 충족시키며 합격점을 받은 것도 이유다. 그 가운데 농심은 지난해 552억원의 매출을 기록하며 건면시장을 선도하고 있다.

김상무는 "저렴한 가격과 조리 편의성은 타 간편식 제품과 비교했을 때 경쟁력 있는 요소"라며 "기존 간편식은 1인 가구나 주부들이 주 타깃이지만, 농심

스파게티 토마토는 1020세대 소비자까지 품을 수 있는 제품이기 때문에 성장 가능성이 더 크다"고 설명했다.

농심이 새롭게 내놓은 스파게티 토마토의 핵심은 면이다. 일반 라면과 달리 실제 스파게티 면을 그대로 담은 게 가장 큰 특징이다. 농심은 라면업계 최초로 정통 스파게티를 만들 때 사용하는 듀럼 밀을 재료로 선택했다. 듀럼 밀은 밀가루 중 가장 단단하면서 입자가 굵은 종류이다. 그렇기 때문에 면이 익는 데 시간이 오래 걸린다. 그간 라면업계가 듀럼 밀로 스파게티를 만들지 못했던 가장 큰 이유다.

농심은 면 가운데 얇은 구멍을 뚫는 '중공면' 제조 기술로 스파게티 면을 만들어 냈다. 면 중앙에 난 구멍은 면의 표면적은 1.5배 이상 넓히고 구멍 사이로 뜨거운 물이 스며들어 면이 빨리 익을 수 있는 것. 또한 국물이나 소스도 스며들게 돼 맛 또한 업그레이드 된다. 해당 제조기술은 지난 2010년 농심이 국내에서 처음으로 개발해 보유하고 있는 특허 기술이다.

길쭉한 스파게티 면을 용기에 담은 기술은 2008년 동지냉면을 출시하며 개발한 '네스팅' 공법이 적용됐다. 네스팅 공법이란 뽑아져 나온 면을 뜨거운 바람이 새 동지 모양으로 돌려

서 말리는 기술이다.

소스는 가장 대중적인 토마토 소스를 선택했다. 원재료의 맛과 향을 그대로 담은 스프 제조기술을 활용해 토마토 분말 스프를 만들고 올리브 풍미유를 넣어 프라이팬에서 갖 조리한 스파게티의 맛과 향까지 살렸다.

농심은 스파게티 토마토와 같이 차별화된 건면제품이 건면시장의 확대와 함께 전체 라면시장에도 활력을 불어넣을 것으로 기대하고 있다.

김상무는 "히트제품을 만드는 게 식품회사로서의 꿈이다. 다른 형태의 제품들도 필요하다고 여기고 있으며, 지금도 열심히 개발 중이다. 면 간편식 영역을 가열차게 개척해나가기로 하겠다"며 "맛과 간편성을 갖춘 제품으로 소비자 입맛을 사로잡으며 2020년까지 건면매출을 지금의 2배 수준인 1000억원대로 끌어올릴 계획"이라고 포부를 밝혔다.

한편, 농심은 2007년 건면 전용 생산공장인 녹산공장 가동을 시작한 이래로 동지냉면, 후루룩국수, 건면새우탕, 스파게티 토마토 등 다양한 건면제품을 출시하면서 국내 건면시장을 이끌고 있다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



흑맥주계의 걸작 '레페 브론' 출시

9일 오전 서울 용산구 한남동 해아 서울에서 모델들이 정통 로얄 프리미엄 맥주 레페(Leffe)의 '레페 브론'과 '레페 블론드'를 선보이고 있다. /연합뉴스

'리워드 페스티벌' 개최... 최대 17% 혜택

CJ ENM 오쇼핑 개국일 기념 행사

CJ ENM 오쇼핑 부문이 채널 개국일을 기념해 오는 8월 1일까지 다양한 고객 사은 행사를 진행한다.

CJ ENM 오쇼핑 부문은 채널 개국 23번째 해를 맞아 9일부터 8월 1일까지 고객 사은 행사를 진행한다고 9일 밝혔다. 리빙, 패션, 뷰티, 유아동, 식품, 생활 등 다양한 카테고리 상품들을 최대 17% 혜택으로 구매할 수 있는 '리워드 페스티벌' 기획전이 22일까지 진행된다.

약 2주에 걸쳐 리빙(9~10, 20~22), 백화점상품(11~12), 유아동·식품·생활 용품(13~15), 패션(16~17), 뷰티(17/18~19) 등 카테고리 상품을 일자별로 선보이고 누적 구



매 금액대별 최대 10% 적립금 및 일자별 최대 7% 카드사 청구할인 혜택을 제공한다. 가구를 장만할 고객이라면 최근 '배송일 지정 서비스'를 오픈한 CJ몰 한샘 브랜드관을 주목하자. 매트리스, 책상, 책장, 아동 수납장 등 일부 설치 상품에 한해 고객이 원하는 배송일을 결제 단계에서 지정할 수 있다. 16일부터 8월 16일까지 CJ몰 앱에서 CJ오쇼핑 및 CJ오쇼핑플러스 방송 상품을 구매한 고객에게도 사은품을 제공한다. /신원선 기자

셰프·장소 달라도 맛은 한결같이...

롯데호텔, 국내외 조리·식음서비스 표준화

'글로벌 컬리너리 R&D센터' 출범 해외 음식 문화·신메뉴 개발 박차

롯데호텔이 고객의 만족도를 높이고자 국내외 30여개 지점의 조리과 F&B(식음) 서비스를 표준화한다.

롯데호텔은 지난달 김정환 대표이사 주도로 잠실 서비스 아카데미에서 '글로벌 컬리너리 R&D센터'를 출범했다고 9일 밝혔다.

한식, 양식, 중식, 일식, 제과 전문가로 구성된 이번 센터에서는 메뉴개발, 체인 호텔 간 표준화, 식자재 발굴, 최신 조리 트렌드 분석과 체인 호텔 교육 및 적용 등에 힘을 예정이다.

센터에서는 먼저 셰프들의 국내외 체인 호텔 레스토랑 교차 근무를 지원

해 셰프의 역량을 강화하고 경험을 집약해 다양한 글로벌 음식 문화를 개발, 국내 고객들에게 선보인다.

최근 인기인 애플수박을 무스, 파이, 타르트, 젤리, 케이크 등 디저트류에 접목해 여름 시즌에 맞춰 선보인 '이상한 월드의 애플수박' 프로모션도 이러한 노력의 일환이다.

우수 조리 인력 양성도 센터의 주요 미션 중 하나로, 현재 국내 조리 기능장 670명 중 38명, 조리 명장 11명 중 1명이 롯데호텔에 근무하고 있다.

디저트는 프랑스 셰프, 디저트는 중국인 셰프, 케리와 난은 인도인 셰프가 만드는 등 외국인 셰프들의 활약으로 로컬푸드 현지의 맛도 살리고자 노력하고 있다.

센터에서는 최신 트렌드를 반영한 새로운 메뉴개발에도 박차를 가하고

있다. 1인 가구의 증가로 '혼빙족'들이 늘어남에 따라 애플수박 빙수, 코코넛 망고빙수 등 1인용 빙수를 선보였다. 또 한국적인 풍미를 살린 콩나물 조개수프, 칼칼한 게살 수프와 프랑스 등 각국의 대표 디저트를 재해석 후 우리만의 색을 입힌 애프터는 티 세트 출시하는 등 이색적인 신메뉴 개발에도 박차를 가하고 있다.

이밖에 롯데호텔은 미셸린 스타 셰프들과의 협업을 통한 메뉴 업그레이드 및 조리 노하우 공유도 꾸준히 하고 있다. 올해는 도쿄 미셸린 1스타 오카모토 마코토 셰프와 라뮴반스 미식회를 진행했고, 전 세계에서 최연소로 중식 미셸린 3스타를 획득한 아우 앨버트 셰프와 여경옥 셰프의 한중 스타 셰프 미식회도 개최했다. /신원선 기자

GS25 원두커피 카페25, 점포 1만점 돌파

내일부터 G마켓·옥션서 핫딜 이벤트

GS25의 원두커피 브랜드 카페25가 1만점을 돌파했다.

9일 GS25에 따르면 카페25의 최근 한 달 판매량은 700만 잔을 넘어섰다. 지난 2015년 론칭 초기, 월 평균 100만 잔 수준의 판매고를 기록했던 카페25의 판매량은 30개월 만에 7배를 넘어섰다.

GS25는 1년에 1억잔 판매도 가능할 것으로 전망하고 있다. 지난 3월에는 27개월 만에 누적 1억잔 판매를 돌파했고, 올해 상반기에만 4000만 잔을 판매했다. 론칭 후 17개월이 걸렸던 4000만 잔 판매를

6개월 만에 돌파한 것이다.

꾸준한 판매율 상승에 힘입어 GS25는 과감한 투자를 통해 카페25 점포 확대에 힘을 쏟았다. 실제, GS25는 한 대에 1300만 원에 달하는 유라(JURA)사의 최고급 원두커피 머신을 구매해 점포에 대여하는 방식으로 가맹점이 카페25를 판매할 수 있도록 하고 있으며, 이를 통해 고객들이 전국 대부분의 점포에서 카페25를 구매할 수 있게 됐다.

GS25는 카페25 1만점 돌파를 기념해 이달 11일부터 G마켓과 옥션을 통해 하절기 베스트 메뉴인 아이스아메리카노와 아이스캐라떼를 반값으로 구매할 수



GS25 원두커피 카페25에서 커피를 추출하는 모습. /GS리테일

있는 50% 할인 쿠폰 5만개 핫딜 이벤트를 진행한다. /김민서 기자 min0812@