

식탁의 주연으로 부상한 ‘햄’

‘The더건강한햄’ 3000억 메가브랜드로 키운다



진천 육가공공장서 ‘CJ Voyage’ 행사 소비자 트렌드 발맞춰 라인업 다양화

CJ제일제당은 2022년까지 자사의 프리미엄 냉장햄 브랜드 ‘The더건강한 햄’을 3000억원 브랜드로 키운다고 15일 밝혔다. 또 현재 9400억원의 국내 냉장햄 시장을 2020년 1조1000억원대, 2022년에는 1조3000억원대까지 키우겠다는 청사진을 세웠다.

CJ제일제당은 충북 진천군에 위치한 육가공공장에서 ‘CJ Voyage’ 행사를 개최하고, 신제품 ‘The더건강한 바이스부어스트’와 ‘The더건강한 이탈리아통베이컨’의 생산 공정을 공개했다.

김숙진 CJ제일제당 신선마케팅담당 부장은 “햄이 더 이상 아이들을 위한 반찬이 아니라, 우리나라도 서구처럼 부부나 가족의 주말 휴브런치, 흡술, 흡파티, 캠핑 등 메인 요리로 다양하게 즐기는 새로운 식문화가 확산될 것”이라고 강조하고 “최근 출시한 메인 메뉴형 신제품 ‘The더건강한 바이스부어스트’와 ‘The더건강한 이탈리아통베이컨’을 중심으로 냉장햄 시장 성장을 견인할 것”이라고 말했다.

2010년 5월 CJ제일제당은 ‘The더건강



CJ제일제당 ‘The더건강한 바이스부어스트’ 생산 현장(왼쪽)과 CJ제일제당 ‘The더건강한 바이스부어스트’와 ‘The더건강한 이탈리아통베이컨’ /CJ제일제당



한 햄’을 선보였다. 당시 국민 경제수준이 향상되고 건강 및 웰빙 트렌드가 급부상하면서 돼지고기, 소고기 등 신선육 소비는 증가하고 냉장햄 소비는 위축되던 시기였다. 특히 제조과정에 들어가는 식품 첨가물 이슈가 불거져 ‘햄이 맛은 있지만 아이에게 주기는 꺼려지는 식품’이라는 인식도 강해지고 있던 상황이었다.

CJ제일제당은 시장 정체를 타개하기 위해 ‘돈육 함량 90% 이상’과 ‘무(無)첨가’라는 카드로 승부수를 던졌다. 5년간의 R&D 연구개발 끝에 2010년 당시 전분과 합성야질산나트륨, 합성보존료(소브산칼륨), 합성착향료, 합성산화방지제 등 소비자들이 우려하는 5가지 첨가물을 빼고, 돈육 함량을 90% 이상으로 높은 프리미엄 냉장햄 ‘The더건강한 햄’을 내놓았다.

런칭 1년 만에 매출 400억원을 돌파했으며, 분절햄, 후랑크소시지, 라운드햄 3개 제품으로 시작했던 제품 라인업도 비엔나소시지, 슬라이스햄, 김밥햄, 베이컨, 베이컨스테이크 등으로 대폭 늘렸다. 이후 경쟁업계에서는 ‘The더건강한 햄’과 같은 콘셉트 제품을 잇따라 출시했다.

CJ제일제당은 더욱 빠르게 변화하는 소비자 트렌드에 맞춰 브랜드 제2의 도약을 준비하고 있다. 햄이 단순히 밥 반찬이나 고기 대체 제품의 개념이 아니라 소비자의 새로운 가치관과 라이프스타일에 필요한 제품으로 포지셔닝해, 이제는 ‘햄을 메인 메뉴로 즐기는 식문화’를 창출하는데 주력하겠다는 계획이다.

이날 생산과정을 공개한 ‘The더건강한 바이스부어스트’와 ‘The더건강한 이

탈리안통베이컨’은 최근 또다시 변화하는 새로운 라이프스타일에 맞춘 후랑크와 베이컨 카테고리 제품이다. 냉장햄 소비가 사각형, 비엔나 등 아이 반찬용 위주 제품에서 후랑크, 베이컨 등 조리가 간편한 메뉴형 제품으로 변화하고 있는 시장 상황에 발맞춰 출시됐다. 1~2인 가구, 저출산 등 인구구조 변화와 자신을 위한 가치 소비를 중시하는 ‘미코노미(Meconomy)’ 트렌드 확산에 따라, 언제 어디서든 근사한 ‘메인 메뉴’로 즐길 수 있는 제품에 대한 소비자 니즈가 증가하고 있는 점을 제품에 적극 반영한 것이다.

‘The더건강한 바이스부어스트’는 ‘하얀 소시지’라는 의미의 독일 바이에른 지방 전통 후랑크를 구현한 제품이다. 허브와 후추의 풍부한 맛과 향이 일품으로, 스

탐 공정 방식으로 만들어 담백하며 부드럽고 촉촉한 식감이 특징이다. ‘The더건강한 이탈리아통베이컨’은 이탈리아식 베이컨 판체타(Pancetta)의 레시피를 적용한 제품이다. 미국, 유럽 등 서구에서 볼 수 있었던 두툼하고 먹음직스러운 큰 덩어리 베이컨에 10시간 숙성 과정과 참나무 훈연을 거쳐 토핑으로 향긋한 후추, 바질과 갈릭 등 천연 향신료를 올렸다.

서양에서는 햄과 소시지는 다양한 시즈닝과 고기가 어우러진 ‘하나의 제대로 된 메뉴(One Dish)’로 이미 인식되고 있다. 해외 육가공 제조업체들도 시장 역진장과 다변화된 소비자 트렌드에 따라 B2B 사업 강화, HMR 밀킷(Meal kit) 사업 강화는 물론 육가공 제품에 대한 보다 다양한 맛과 형태의 포트폴리오를 구축해 나가고 있다. 국내에서도 육가공 시장을 둘러싼 새로운 소비자 트렌드가 포착되고 있다.

김숙진 부장은 “식탁의 조연이 아닌 주연으로서 ‘The더건강한 바이스부어스트’와 ‘The더건강한 이탈리아통베이컨’을 통해 시장 성장에 가속도를 붙여 2020년 1조1000억원대, 2022년에는 1조3000억원 규모까지 냉장햄 시장을 성장시킬 계획”이라며 “특히 ‘The더건강한 햄’을 2020년 2000억원대, 2022년까지 매출 3000억원대 메가 브랜드로 육성하는 데 더욱 주력할 것”이라고 말했다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

“연남동 ‘이마트 하우스’에 놀러오세요~”

이마트, 에어비앤비와 ‘맞손’ 판매 제품으로 꾸민 컨셉하우스



이마트 하우스

이마트가 글로벌 여행 커뮤니티 플랫폼 ‘에어비앤비’와 손잡고 내달 4일까지 약 2주간 서울 연남동에 ‘이마트 하우스’를 운영한다.

거실과 주방, 방과 서재로 이루어진 약 66㎡ 규모의 ‘이마트 하우스’는 이마트에서 판매하는 가구, 생활용품, 가전 등으로 채워진 컨셉하우스다.

주방에 가면 ‘노브랜드 전자레인지’와 ‘러빙홈’의 화이트 식기 시리즈를 사용할 수 있고, 침실로 가면 ‘사이럴라’의 쿠션과 거실화가 놓여져 있으며, 화장대에서는 쉐넨스의 헤어오일을 찾아볼 수 있다. 또, 서재에는 일렉트마트에서 판매하는 북마스터 노래를 들을 수 있는 식이다.

이렇게 꾸며진 ‘이마트 하우스’는 오픈 기간 동안 매일 오후 2시~6시(월요일 제외)신청자에 한해 자유롭게 구경해볼 수 있도록 했다.

특히 이마트×에어비앤비의 이벤트 홈

페이지에서 에어비앤비의 호스트를 신청하는 사람을 대상으로 추첨 이벤트를 열어, 1명에게는 ‘이마트 하우스’의 디자인이 직접 빈방을 꾸며주는 혜택을, 200명을 대상으로 이마트와 에어비앤비 각 5만원 상당의 상품권을 증정하며, 호스팅을 위한 1대1코칭 서비스 등을 제공할 계획이다.

이마트는 이마트에서 판매하는 다양한

상품을 보다 효과적으로 소비자들에게 소개하기 위해 ‘이마트 하우스’를 선보이게 됐다고 15일 밝혔다.

실제 생활공간에 이마트 상품을 적용하여 상품의 실용성을 강조하고 고객들에게는 인테리어에 관한 아이디어를 줄 수 있는, ‘이마트 하우스’가 하나의 쇼룸인 셈이다.

이마트와 함께 ‘이마트 하우스’를 선보이는 에어비앤비는 이마트의 잠재고객인 2030의 젊은 층을 중심으로 선호도가 높고, 단순한 쇼핑공간이 아닌 고객의 시간과 삶을 공유한다는 이마트의 브랜드 가치와 숙박을 넘어 여행에서의 삶을 제공하는 에어비앤비의 브랜드 가치가 잘 맞아 협업을 진행하게 됐다.

이마트 최훈학 마케팅담당은 “실제 주거공간에 이마트 상품을 배치해 디자인함으로써 상품 홍보효과를 높이고자 이번 이마트 하우스를 기획했다”며, “이마트 하우스를 통해 이마트는 다양한 상품 및 브랜드를 알리고, 고객들은 인테리어 팁을 얻어갈 수 있는 좋은 기회가 될 것으로 기대한다”고 말했다. /신원선 기자 tree6834@



현대백화점이 무역센터점 등 경인지역 11개 점포에서 일반 오이와 마늘의 3~6배 크기의 토종 품종인 약속농장의 ‘토종 오이·코끼리 마늘’을 판매한다고 15일 전했다. ‘토종 오이’는 일반 오이보다 굵은 생김새에 비해 더 아삭한 식감과 진한 향이 특징이며, ‘코끼리 마늘’은 일반 마늘보다 더 크고 향이 강하지 않아 굵거나 삶으면 감자와 같은 순한 맛이 난다. 가격은 토종 오이(1개) 1200~1500원, 코끼리 마늘 (500g~1kg) 12000~20000원이다. /현대백화점

현대홈쇼핑 ‘북미정상회담’ 기념 메달 첫 선

현대홈쇼핑이 지난 6월 싱가포르에서 열린 ‘6·12 북미정상회담’ 기념 메달(사진)을 국내 유통채널 중 유일하게 선보인다.



현대홈쇼핑과 현대머물은 지난 6월 싱가포르에서 열린 싱가포르 조폐국에서 ‘북미정상회담’을 기념해 싱가포르 조폐국에서 제작한 기념 메달을 오는 17일부터 판매한다고 15일 밝혔다. 현대홈쇼핑은 17일 오전 11시40분부터 30분간 예약 판매 특별 방송을 진행한다.

500점과 은메달 1000점을 현대홈쇼핑이 확보해 TV와 온라인(H몰)을 통해 국내 고객들에게 선보이게 됐다”고 말했다. 싱가포르 ‘북미정상회담’ 기념 메달 앞면은 미국과 북한 양국의 국기(성조기·인공기)가 좌우에 들어 있으며, 테두리에는 미국과 북한의 공식 영문 국호가 새겨져 있다. 뒷면에는 김정일 북한 국무위원장과 도널드 트럼프 미국 대통령이 서명한 합의서를 배경으로 두 정상이 손을 맞잡은 모습이 디자인되어 있다. 테두리 위아래에 정상회담 일자(12 JUNE 2018)와 정상회담 명칭(SINGAPORE SUMMIT, 싱가포르 회담)이 표기되어 있다. /신원선 기자

G마켓, 신세계와 명품가전 브랜드 할인전

온라인쇼핑사이트 G마켓이 16일부터 오는 22일까지 신세계백화점, 신세계몰과 함께 ‘신세계 가전 슈퍼 에디션’을 연다고 15일 밝혔다. 다이슨, 발뮤다, 밀레 등 가전 명품 브랜드 제품을 최대 33% 할인가에 판매하며 써큘레이터, 건조기, 제습기 등 여름 가전을 포함한 필수 아이템

들을 단독 특가에 선보인다. 푸집한 추가 할인 혜택도 주어진다. 전 고객에게 5% 중복할인쿠폰과 가전 카테고리 전용 10% 중복할인쿠폰을 매일 2장씩 지급하고, 구매 고객을 대상으로 스마일캐시 3% 적립 혜택을 제공한다. 스마일클럽 회원에게는 7% 중복할인쿠폰 및

스마일캐시 5% 추가 적립 혜택이 주어진다. 대표 상품으로 16일에는 ‘다이슨 무선 청소기 V8 카본파이버’를 쿠폰 적용가로 30% 할인된 69만9000원에, ‘다이슨 IoT 공기청정기 선풍기 TP03’을 쿠폰 적용가로 33% 할인된 59만9000원에 판매한다. ‘LG전자 트롬 건조기 듀얼인버터 콘덴서(14kg) RH14WH’ 제품도 169만9000원에 구매할 수 있다. /신원선 기자