

집밥에 도전하다... 식품업계 프리미엄 HMR로 식탁 점령

1인 가구·밀레니얼 세대, 편리함 추구
품질·편의성 극대화 냉동간편식 인기

서울 강남구 삼성동에 사는 직장인 김모 씨는 혼자 산 지 3년째다. 음식을 해먹으려 했지만 조리에 손이 너무 많이 가고, 남아서 버리는게 더 많아 금세 포기했다. 그렇다고 매일 배달로 음식을 시켜먹을 수도 없는 노릇이다. 그래서 김씨는 냉동식품만을 위한 냉동고를 따로 구매했다.

냉동고는 지금까지 일반 가전용 냉장고의 냉동실로 충분했다. 최근들어 가정 간편식(HMR)의 종류가 다양해지며 냉동으로 보관하려는 수요가 급증, 가정용 냉동고 시장이 급성장하고 있다. 15일 업계에 따르면 국내 냉동고 시장은 2017년 12만대 판매 기록, 2018년 14만대를 넘어선 것으로 추산하고 있다.

'1인 가구', '밀레니얼 세대'는 가사노동의 편리함을 추구한다. 복잡한 조리 과정 없이 간편하게 데워 먹을 수 있는 냉동 간편식을 선호한다. 한국농수산식품유통공사에 따르면 국내 HMR시장은 연평균 21%의 성장률을 기록하고 있고 추세로 지난해는 3조 원을 넘었다. 간편식 시장이 커지면서 냉동고 시장의 가능성도 한층 오르고 있는 현재, 식품업계는 다양한



왼쪽부터 시계방향으로 우주인피자, CJ제일제당 비비고 냉동면 2종, 사조대림 냉동볶음밥 3종. /우주인피자·CJ제일제당·사조대림

종류의 차세대 프리미엄 가정 간편식 제품을 출시하며 2019년 밀레니얼 가족 잡기에 나서고 있다.

CJ제일제당은 HMR 시장에서 차별화된 맛 품질과 편의성을 극대화한 냉동면으로 면 시장 공략에 나서고 있다. '비비고 왕고자', '고메 함박스테이크' 등 냉동 카테고리 대형 히트상품을 탄생시키며 축적된 R&D/제조기술 경쟁력과 마케팅 역량을 동원해 'HMR 냉동면' 시장을 키우겠다는 계획이다. 이를 위해 CJ제일제

당은 총 4종의 냉동면 신제품을 선보이며 '비비고'와 '고메' 브랜드로 이원화 시켰다. '비비고'는 한식면 카테고리, '고메'는 다양한 국가의 면 요리로 다양한 소비자 입맛을 겨냥했다. 새롭게 선보인 HMR 냉동면은 비비고 진한교자 칼국수, 비비고 얼큰버섯 칼국수, 고메 중화 짬뽕, 고메 나가사키 짬뽕이다.

CJ제일제당은 기존에 유통되고 있는 냉동면과 달리 HMR 냉동면을 집에서 더 맛있고, 더 편하게 즐길 수 있도록 R&D

투자를 아끼지 않았다. 면은 '비비고 왕고자'의 만두피 비법을 적용했다. 급속냉동이나 해동시 면의 조직감이 파괴되지 않도록 진공 반죽으로 만 번 이상 치대고 속성 과정을 적용하여 쫄깃한 면을 만들어냈다. 고명과 육수도 까다롭게 만들었다. 채소 원물이 포함된 고명은 냉동에서 싱싱한 상태로 유통될 수 있도록 원물 제어 기술을 도입했다.

신세계푸드는 지난해 에어프라이어 조리 특화된 제품인 '올반 슈퍼 크런치 치킨텐더'를 출시했다. 이 제품은 겉은 바삭하고 속은 촉촉한 치킨 텐더의 맛을 극대화 하기 위해 국산 닭고기 안심을 버터를 넣어 개발한 엄지제에 12시간 이상 숙성한 후 오븐 전용 파우더를 얇게 코팅한 제품이다. 특히 에어프라이어 조리 특화된 제품인 만큼 치킨 텐더의 표면에 볶은 흑미와 현미가루를 입자감 있게 갈아 뿌려 에어프라이어의 열풍으로 표면의 수분을 효과적으로 증발시킬 수 있도록 했다.

사조그룹의 사조대림은 냉동볶음밥 6종을 선보인다. 이 제품은 '대림선 가마솥 직화방식 볶음밥'으로 '통새우 야채 볶음밥', '닭가슴살 계란 볶음밥', '와규스테이크 볶음밥', '까두기베이컨 볶음밥', '시래기 나물보리밥', '곤드레영양 나물밥'의 6종으로 구성됐다. 별도의 재료 손

질이나 밥짓기 등의 번거로운 과정 없이 약 4분간만 조리하면 간편하고 푸짐하게 식사를 즐길 수 있는 HMR 제품이다. 국내산 쌀과 신선하고 엄선된 재료들을 가마솥에서 직화 방식으로 볶은 후 개별급속동결(IQF) 기술을 이용해 밥알을 순간적으로 동결시켜 갓 지은 밥처럼 부드럽고 고슬고슬한 맛과 식감을 즐길 수 있는 것이 특징이다.

우주인피자는 테드 셰프와 함께 냉동 간편식 화덕피자를 선보였다. 100% 이탈리아 밀가루로 반죽, 24시간 저온에서 숙성한 도우를 400도 이상의 화덕에서 직접 구워 일반 냉동 피자에서는 느낄 수 없는 고급 화덕피자의 맛을 그대로 살린 것이 특징이다. 냉동상태에서도 맛을 유지하는 비결은 우주인피자만의 생산방식과 포장기술에 있다. 일반 공장에서 생산하는 냉동피자와 달리 우주인피자는 화덕에서 수제방식으로 직접 구운 도우에 풍부한 토포를 올린 후 바로 열려 화덕피자 고유의 식감과 풍미를 보존 할 수 있다. 또한 일반 수축포장 대신에 진공포장방식으로 개별포장하여 냉동고에서 장기간 보관하여도 냉장고 잡내가 스며들지 않는다. 우주인피자는 클래식 라인 3종류, 프리미엄 라인 3종류 총 6종류의 피자를 선보인다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

홈플러스 '미트센터' 건립... 일자리 창출 기여

천안시 기해년 경영 행보 첫 걸음
내년 완공 목표... 비용 절감 장점

홈플러스가 기해년을 맞아 공격적인 경영 행보에 나선다.

그 첫 걸음으로 전국 모든 하이퍼 점포(대형마트)와 홈플러스 익스프레스 점포에 축산상품을 직접 가공해 공급하는 대규모 육류 포장·가공시설을 건립한다.

홈플러스는 임일순 홈플러스 사장 취임 직후 기존 대형마트와 창고형 할인점의 장점을 결합한 신개념 하이브리드 점포 모델인 '홈플러스 스페셜' 도입에 이어, 이번에는 직접 신규 부지를 매입하고 상품 가공 시설을 건립하는 신 사업을 펼치며 공격적인 경영 행보의 드라이브를 걸고 있는 모양새다.

홈플러스는 지난 14일 오후 충청남도 천안시 불당동 천안시청에서 대규모 '미트센터' 건립을 위한 투자협약(MOU)을 체결했다고 15일 밝혔다.

구분영 천안시장이 참석한 가운데 체결된 이번 MOU는 홈플러스가 올 상반기 중 착공해 내년 상반기 완공을 목표로 중



전하수 홈플러스 운영지원부부장(전우·왼쪽)과 구분영 천안시장(오른쪽)이 지난 14일 오후 충청남도 천안시 불당동 천안시청에서 대규모 '미트센터(Meat Center)' 건립을 위한 투자협약(MOU)을 체결한 후 협약서를 들어보고 있다. /홈플러스

남 천안시 성남면 제5산업단지 일대에 1만7242㎡(약 5215평) 규모의 부지에 육류 포장·가공시설 '미트센터'를 건립하는 내용을 골자로 한다.

홈플러스가 육류 포장·가공시설인 '미트센터'를 건립하는 이유는 최근 축산 소비가 확대되면서 대형마트 및 슈퍼마켓을 찾는 고객들의 육류상품 구매가 점차 증가하고 있기 때문이다.

아울러 미트센터 건립을 통해 원료육 검품을 강화할 수 있고, 생산 상품 종류를

통합함으로써 작업 환경을 획기적으로 변화시켜 최상의 상품 품질을 확보할 수 있다. 또 기존 하이퍼 점포(대형마트)와 익스프레스(슈퍼마켓) 공급 상품을 통합해 생산하기 때문에 운영 비용을 절감할 수 있다는 장점도 있다.

홈플러스가 건립을 추진 중인 천안 미트센터는 총 15개 라인에서 한우와 수입육, 돈육, 양념육 등을 연간 1만2100톤 규모로 가공·포장할 수 있는 시설로 조성돼, 전국 홈플러스 하이퍼 점포와 홈플러스 익스프레스 점포에 축산 상품들을 공급할 예정이다.

홈플러스 미트센터가 들어서는 천안 제5산업단지는 입지 면에서 홈플러스의 주요 거점 물류센터인 안성신선물류센터와 함안신선물류센터 간 최적의 위치에 조성돼 높은 물류 효율성을 보일 것으로 기대하고 있다.

한편 홈플러스는 이날 MOU를 통해 천안 지역사회의 지속가능한 발전을 위해 지역 생산 농·수·축산물(로컬푸드) 소비 촉진, 지역주민 우선 채용, 지역 협력업체 활용 등 경제 활성화에도 앞장서기로 합의했다.

/신원선 기자 tree6834@



현대백화점 '와인웍스' 오픈... 최대 50% 할인
15일 서울 강남구 현대백화점 압구정본점에 문을 연 와인 복합 매장 '와인웍스'에서 모델들이 와인과 요리를 즐기고 있다. 현대백화점은 레스토랑과 와인바 등 다양한 공간으로 구성된 '와인웍스' 오픈을 기념해 31일까지 600여 품목의 와인을 최초 판매가 최대 50% 할인 판매한다. /연철뉴스

'칸타타 콘트라베이스' 누적 1600만개 돌파

롯데칠성음료
출시 9개월만에 매출액 190억 넘어

롯데칠성음료는 500ml 대용량 RTD커피인 '칸타타 콘트라베이스' (사진)가 출시 9개월 만에 누적판매 1600만개를 돌파했다고 15일 밝혔다.

지난해 4월에 선보인 칸타타 콘트라베이스 블랙은 출시 3개월 만에 300만개가 판매되며 가용비가 뛰어난 커피로 입소문이 났고 6월에는 라떼 제품도 출시되며 소비자들에게 큰 호응을 얻었다. 출시 9개월 만에 누적 판매량 1,600만개를 돌파하고 누적 매출로도 약 190억원을 넘어서며 지난해 롯데칠성음료에서 출시된 10여개의 신제품 중 가장 뛰어난 성과를 보였다.

롯데칠성음료는 자체 시장 분석 결과 국내 RTD 커피 시장이 지난 2013년부터 2017년까지 연평균 약 8% 성장한데 반해 대용량 커피는(캔 390ml 이상, 페트병 350ml 이상, 컵 300ml 이상, 파우치 230ml

이상 제품 기준) 2013년 약 40억 원 규모에서 2017년 약 2150억 원 규모로 연평균 약 170% 가량 크게 성장한 점에 주목했다.

하루 커피 음용량이 꾸준히 증가하고, 커피 애호가 뿐만 아니라 책상에 오래 앉아있는 직장인, 학생들의 대용량 커피 수요가 많이 늘어나고 있는 점에 착안해 제품을 출시했다.

칸타타 콘트라베이스의 인기 요인으로 ▲1인이 여유있게 즐길 수 있는 500ml 대용량 ▲용량 대비 착한 가격 ▲기존 자사의 골드브루 제품 대비 커피 고형분 함량을 높여 더 깊고 진한 커피 풍미 ▲에코절취선 라벨 도입 ▲제품에 대한 신뢰감을 높이고 남은 양을 쉽게 확인 할 수 있도록 투명 패키지 적용 등을 꼽았다. /박인용 기자



유통 단신

오비맥주
명절 맞이 '카스 설 패키지' 출시

오비맥주는 민족 최대 명절인 설을 앞두고 카스 특별 패키지를 선보인다고 15일 밝혔다.

이번 패키지는 2019년 기해년을 상징하는 황금 돼지를 기본 콘셉트로 삼았다. 카스 후레쉬 패키지에 황금색 돼지 이미지를 형상화해 풍요와 행운을 기원하고 있다.



/박인용 기자

롯데제과 '나투루'
'카라멜 크런치' 포인트 출시

롯데제과의 프리미엄 아이스크림 브랜드 나투루는 유통점 전용 포인트 아이스크림의 신제품 '카라멜 크런치'를 출시했다. '카라멜 크런치'는 캐러멜 시럽을 사용하여 진하고 묵직한 캐러멜 풍미를 경험할 수 있다. 중간 중간 씹히는 바삭한 비스킷 초코칩이 씹는 재미를 더해준다.



/박인용 기자

세븐일레븐
'듬뿍듬뿍 감귤샌드' 선보

편의점 세븐일레븐은 겨울 대표 제철 과일인 감귤을 활용한 디저트 샌드위치 '듬뿍듬뿍 감귤샌드'를 출시했다. '듬뿍듬뿍 감귤샌드'는 과즙이 풍부하고 당도가 높은 감귤과 커스터드 생크림을 식빵 안에 듬뿍 토핑해 입 안 가득 감귤의 새콤달콤함을 느낄 수 있다.



/김민서 기자 min0812@