

달아오른 1000억 냉동밥... CJ제일제당 **오뚜기** 풀무원 **대상** ‘춘추전국시대’

1000억 냉동밥 시장이 뜨겁다. 1인 가구 증가 및 가정간편식(HMR) 트렌드로 업계에서는 냉동밥을 새로운 먹거리 사업으로 설정하고 관련 제품을 선보이고 있다.

1일 리서치회사 닐슨에 따르면 지난해 국내 냉동밥 시장은 915억원으로 2012년 88억원과 비교해 6년 만에 10배 이상 늘어났다. 아울러 신선 물류 시스템이 보편화하면서 온라인 채널을 통한 냉동밥 판매량은 전년보다 45%나 성장한 것으로 조사됐다.

냉동밥의 성장세는 당분간 지속할 것으로 보인다. 급속



▶비비고 밥 /CJ제일제당

6년 만에 시장 10배이상 성장
혼밥족에 수요 늘고 메뉴 다양

CJ제일제당 비비고

9가지 종류... 지난해에만 500억
오뚜기 파우치·종이용기 등 다채
풀무원 프리미엄볶음밥 시장 호응

냉동 기술 등의 발달로 만들어낼 수 있는 냉동밥 메뉴가 다양해졌고, 실온 도시락과 비교해 유통 기간이 훨씬 길고, 신선도에서도 경쟁력을 갖췄기 때문이다. 현재 냉동밥 시장은 CJ제일제당을 필두로 오뚜기, 롯데푸드, 대상, 아워홈, 풀무원 등이 경쟁하고 있다.

지난 2013년 '비비고 냉동밥'을 처음 출시한 CJ제일제당은 2015년 100억원, 3년 3개월 만에 누적매출 1000억원을 돌파했



온더고

/아워홈

다. 지난해에만 500억원의 매출을 올렸다. 올해도 10월까지 매출은 234억원을 기록하고 있다. 현재 판매되고 있는 제품은 새우볶음밥, 차돌까두기볶음밥, 불고기비빔밥, 닭갈비 볶음밥 등 모두 9가지다.

풀무원은 기존 인스턴트 냉동밥에 대한 편견을 깨고, '건강한 집밥', '갓 지은 듯 찰지고 고슬한 밥맛'이라는 차별화된 콘셉트와 제품으로 국내 냉동밥 시장을 만들어왔다. 곤드레보리밥, 현미취나물술밥, 소고기버섯비빔밥, 산채나물비빔밥 등 시장에 없었던 냉동밥을 연이어 출시하며 시장 트렌드를 선도하며 국내 냉동밥 시장의 양적, 질적

성장을 주도하고 있다.

풀무원의 프리미엄 냉동밥 '황금밥 알 200℃ 볶음밥'은 지난 10월 기준으로 국내 냉동밥 시장점유율 1위에 올랐다. 지난 8월 말 출시된 풀무원 '황금밥알 200℃ 볶음밥'은 '갈릭&새우'와 '포크&스크램블' 2종으로 10월 시장점유율 1위에 오른 제품은 '갈릭&새우'다. '포크&스크램블'은 5위를 기록했다.

풀무원 관계자는 "국내 냉동밥 시장은 단순한 형태의 '저가형 볶음밥' 중심으로 형성돼 소비자들은 '맛'에 대한 아쉬움이 클 수밖에 없었다"며 "이 점을 설비투자를 통한 '혁신 기술'로 보완, 중식 레스토랑에서 맛볼 수 있는 프리미엄 볶음밥을 선보인 결과 소비자 반응이 빠르게 나타난 것으로 보인다"고 전했다.

대상은 지난 2014년 '밥풀이 다르다'를 시작으로 다양한 냉동밥 제품을 선보이고 있다. 또한 대상은 청정원의 온라인 전용 브랜드 '집으로온(ON)'으로 팔선생과 칼래베이션을 통해 팔선생 볶음밥, 곤약 볶음밥을 선보였고, 최근에는 마무리볶음밥도 출시했다. 냉동밥 제품은 약 40종이며, 연간 매출은 약

150억원을 기록하고 있다.

아워홈은 냉동도시락 브랜드 '온더고(ONTHEGO)'를 론칭했다. 온더고는 간편식 한끼도 균형 잡힌 식사를 원하는 소비자를 위해 맛과 영양은 물론, 다양한 메뉴를 갖춘 냉동도시락 브랜드다. '우삼겹불고기덮밥', '함박스테이크 정식', '제육김치덮밥', '통모짜치즈&불닭', '소고기 덮밥 정식', '로제파스타&미니함박' 등으로 구성됐다.

오뚜기는 2015년 냉동밥을 처음 출시한 후 파우치, 종이케이스용기, 덮밥 등 다양한 종류로 제품을 선보이고 있다. 지난달 '철판볶음밥'을 출시하며 냉동밥 제품군을 강화했다. 오뚜기 냉동밥 연간 매출은 약 110억원이다.

롯데푸드는 올해 2월 냉동덮밥·냉동면 등으로 이뤄진 '쉐푸드 냉동 간편식'을 출시했다.

업계 관계자는 "과거 냉동밥은 빠르게 '한 끼 때우는 것'이었으나 최근 소비자 눈높이가 높아지면서 맛과 영양까지 고려한 프리미엄 냉동밥에 대한 수요가 늘고 있다"고 전했다.

/박인용 기자 parku7854@metroseoul.co.kr

롯데마트, 설 준비 돌입... 사전예약엔 할인 “스테이크 두께 어떻게 썰어드릴까요?”

5일부터 40일간 온·오프서 진행

롯데마트가 오는 5일부터 1월 13일(설 D-51~D-12)까지 40일간 전 점 및 롯데마트몰에서 2020년 설 선물세트 사전예약 판매를 진행한다.

이번에 진행하는 사전예약 품목은 한우, 과일 등 신선식품 104종과 통조림, 식용유 등 가공식품 132종, 삼푸, 양말 등 생활용품 101종 등 총 337개 품목으로 구성됐다.

롯데마트는 동일한 선물세트를 적게는 10%에서 최대 30%까지 할인된 가격에 구입할 수 있는 사전예약 기간을 이용하는 고객의 증가에 따라 사전예약 판매 상품을 지속 강화해 왔다.

엘포인트(L.POINT) 회원 및 롯데, 비씨, 신한, KB국민, 신한, 농협NH, 현대, 씨티카드 등으로 구매하고 고객에게는 정상이 대비 최대 30% 할인해 준다.

또한 일정 수량 이상 구매 시 하나를



롯데마트 설 선물세트 사전예약 /롯데마트

더 주는 덤 혜택 및 특정 카드로 구매 시 금액대별 최대 150만원 상품권 증정 또는 즉시할인 혜택을 제공하며, 3만원 이상 구매 시 전국 무료 배송도 가능하다.

롯데마트는 이번 사전예약 판매 기간 동안 롯데마트에서만 만날 수 있는 차별화 선물세트와 함께 가성비 선물세트

를 판매한다.

우선, 이색 특화 상품들을 준비해 축산 명인이 기른 친환경 한우를 활용한 '친환경 명인 축산 선물세트'를 50세트 한정으로 49만원에, GAP 인증을 받은 사과와 배만 엄선해 구성한 'GAP 사과/배(사과5입, 배 4입)'를 4만원대에, 일반 사이즈 대비 두 배 정도 큰 상품만을 선별한 '대한민국 으뜸 대왕 굴비세트'를 39만8000원에 선보인다.

또한, 청탁금지법을 고려한 선물세트도 선보여 '한우 정육세트(2호)'를 9만9000원에, '천일염 참굴비 세트 2호'를 9만5000원에, '충주 사과/천안 배 세트'를 4만원대에 판매한다.

한편, 선물세트 사전예약 구매는 롯데마트 전 점의 도와드리겠습니다(고객 만족센터) 코너나 롯데마트가 운영하는 온라인 쇼핑몰인 롯데마트몰에서 가능하며, 사전예약 종료일부터 고객이 원하는 날에 배송된다. /신원선 기자 tree6834@

이마트 두께 맞춤형 서비스 선택

홈스테이크족 증가 추세에 힘입어 이마트는 스테이크 두께도 고객 맞춤형으로 다양화해 판매한다.

이마트가 스테이크용 우(牛)육 구매 고객을 대상으로, '원하는 고기를 원하는 두께로 썰어주는 서비스'를 1일부터 본격적으로 시작한다.

한우와 수입육의 정육을 대상으로 등심, 안심, 채끝 등 스테이크용 특화 부위를 1.5cm/2cm/2.5cm/3cm/4cm 총 5가지 두께로 선택할 수 있다. 두께에 대한 이해를 돕기 위해 이마트는 정육 코너 스테이크 매장 내에 고기의 두께별 모형을 비치했다.

이마트는 기존 스테이크용 고기의 두께를 2cm와 2.5cm 두 종류로 중점 운영해왔다. 대부분의 가정집에서 스테이크를 구울 때 고온의 후라이팬에 빠르게 익히는 '팬시어링' 방법을 사용하는 데, 이 두 종류의 두께가 후라이팬 조리에 최적화됐기 때문이다.

하지만 최근이보다 두툼한 스테이크를 원하는 소비자의 요구가 증가해 이



스테이크 두께 모형 /이마트

마트는 3cm와 4cm 스테이크를 새롭게 준비했다.

팬 조리시 '레이'와 '미디움' 사이의 굵기 정도를 선호하거나, 에어프라이어를 활용해 육즙과 수분 유지가 용이한 '리버스 시어링(오븐에서 간접열을 이용해 천천히 속까지 익힌 후 뜨거운 팬에 겉면을 익혀 먹는 스테이크 조리법)' 방법으로 조리하는 소비자들을 위한 두께다.

이외에도 이마트는 1.5cm 두께의 스테이크도 새롭게 도입했다. 로스구이에 익숙해 두꺼운 스테이크가 부담스럽지만 기존 1cm 구이용 우육은 얇다고 느끼거나, 굵기 정도 '웰던'을 선호하는 소비자를 위해 준비했다.

/신원선 기자

12월 2900원으로 전국 롯데 매장 VIP 된다

유통사 7곳 유료멤버십 '롯데오너스'

십 서비스다.

롯데 유통 7개사가 이달부터 유료 멤버십 '롯데오너스(Lotte ONers)'를 통해 본격적인 충성 고객 확보에 나선다. '롯데오너스' 회원이 롯데 유통 계열사 오프라인 매장에서 받을 수 있는 할인 혜택을 강화하겠다는 복안이다.

'롯데오너스'는 월 회비 2900원만 내면, 롯데쇼핑 계열사 상품 구매시 무료 배송, 최우수 고객 등급 수준의 포인트 적립(최대 2%), 다양한 오너스 회원 전용 기획전을 이용할 수 있는 유료 멤버

십 서비스다. 기존 온라인 유료 멤버십인 아마존의 '프라임'과 이베이코리아의 '스마일클럽'이 무료배송, 상품 할인 및 추가 포인트 혜택으로 충성 고객을 확보하는데 성공했다면, '롯데오너스'는 기본 온라인 혜택에 오프라인 제휴 혜택까지 더한 것이 특징이다. 실제로, '롯데오너스' 회원은 롯데월드 어드벤처 자유이용권은 44%, 롯데콘서트홀 낮 공연은 20%, 롯데렌터카는 최대 80%까지 할인을 받을 수 있다.

오는 2일부터 31일까지 '롯데오너스'

의 오프라인 할인 혜택이 보다 강화될 예정이다. '롯데오너스' 회원은 롯데 유통 계열사 어플리케이션 내 롯데 ON 페이지 또는 각 계열사 이벤트 페이지에서 5개사(백화점·마트·슈퍼·롭스·하이마트) 오프라인 매장 할인 쿠폰 바코드를 다운로드해 혜택을 누릴 수 있다.

할인 조건과 혜택은 계열사마다 다르다. ▲롯데백화점과 롯데마트는 각각 10만원·3만원 구매시 1만원·3000원 할인, ▲롯데슈퍼는 5만원 구매시 3000원 할인 쿠폰이 제공된다. ▲롭스는 3만원 구매시 3000원 할인, ▲롯데하이마트는 행사 모델 구매시 최고 10%, 최대 5만원 할인을 받을 수 있다.

/신원선 기자

복음자리 감미로운 맛의 '45도 과일잼 망고·복숭아'

복음자리는 당도를 낮추고 탄실한 과육을 사용해 망고와 복숭아 본연의 맛과 식감을 살린 '45도 과일잼 2종(사진)'을 출시한다고 1일 밝혔다. 열대과일의 왕이라고 불리는 '망고'를 사용한 '45도 과일잼 망고'와 향긋하고 달콤한 '복숭아'를 담은 '45도 과일잼 복숭아'로 구성됐다.

45도 과일잼 망고는 350g 한 병 기준 복음자리가 엄선한 당도 13(Brix) 이상의 망고 4/5개(1개 233g 기준)를, 45도 과일잼 복숭아는 350g 병에 복숭아 9/



10개(1개 229g 기준)를 함유해 입안 가득 퍼지는 망고와 복숭아의 감미로운 풍미를 담았다. 2종 모두 상큼하게 퍼지는 향과 달콤한 맛, 특색 있는 식감으로 남녀노소 누구나 부담 없이 즐길 수 있다. /박인용 기자