고급 식재료, 요리과정 줄인 '편리미엄' HMR 뜬다

〈편리함+프리미엄〉

GS리테일 'GS더프레시'
8분만에 즐기는 홍합·가리비찜

동원산업 '동원 캐나다 랍스타'
고급 바닷가재 요리 5분만에 조리

앵거스박 'LA 양념갈비'
美 점유율 37% 브랜드제품 사용

가리비찜, 홍합찜 /GS더프레시

동원 캐나다 랍스타 /동원산업

2020년 편리함과 프리미엄을 동시에 추구하는 '편리미엄' 트렌드가 떠오르면서 식품업계에서는 가정간편식(HMR) 수요 증가가 더욱 가속화 될 것으로 보인다.

5일 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사(aT)의 보고서에 따르면 가정간편식 시장 규모는 2017년 2조7421억원으로 2015년(1조6823억원) 대비 63% 성장했다. 2018년 처음으로 3조원을 넘어 약 3조2000억원을 기록할 것으로 예상된다. 2022년에는 약 5조원에 이를 것으로 전망했다.

특히 편리미엄에 맞춰 소비자 선호도가 높은 고급 식재료를 사용해, 복잡한 손질과 요리 과정을 줄인 가정간편식 제품 수요가 증가할 것으로 보인다. 가리비, 랍스타 해산물부터 소고기 등 고급화 된 프리미엄 가정간편식 제품들이 주목 받고 있다.

GS리테일이 운영하는 GS더프레시가 시간을 절약하고, 편리하게 즐길 수 있는 수산물이 인기를 얻고 있다. GS더프레시에 따르면 수산물 매출 신장율은 매년 두 자릿수씩 신장하고 있으며, 지난해 1월부터 10월까지 전년 대비 17.8%의 성장했다. 이에 GS프레시에서는 지난해 말 국산 재료로 만든 '8분만에 즐기는 홍합찜', '8분만에 즐기는 가리비찜'을 선보였다. 레인지업이 가능한 용기를 활용해 그냥 뚜껑을 닫고 8분만 전자레인지에 데우면 간단히 홍합찜이나 가리비찜을 즐길 수 있는 초간편 상품이다. 스틱형 초고추장이 추가로 함께 제공되며, 가격은 각 4980원, 9900원이다. GS더프레시는 '비린내&연기없는 국산 간고등어살'도 최근 선보였다.

동원산업은 캐나다 자연산 랍스타를 가정에서 간편하게 즐길 수 있는 '동원 캐나다 랍스타'를 출시했다. '동원 캐나다 랍스타'는 캐나다 청정바다에서 잡은 살이 꽉 찬 자연산 바닷가재를 자숙해 담았다. 신선도를 최대한 살리기 위해, 자숙으로 익힌 바닷가재를 급속냉동한 후 국내로 들여온다. 이 제품은 한 번 익혔기 때문에, 가정에서 해동한 후 약 5분 정도만 찌면 고급 바닷가재 요리를 간편하고 맛있게 즐길 수 있다. '동원 캐나다 랍스타'는 이마트에서 판매하며, 가격은 500g 한 팩에 1만5800원이다. 글로벌 수산회사인 동원산업은 최근 연어를 포함해, 다양한 수입수산식품을 시장에 내놓고 있다. 수산분야의 대표기업으로서, 소비자들이 그간 집에서 즐기기 어려웠던 수입수산물을 신선하고 간편하게 즐길 수 있는 제품으로 선보이고 있다.

앵거스박은 굽기만 하면 고급스러운 'LA 양념갈비' 먹을 수 있는 제품을 출시했다. 풍부한 마블링과 진한 육향이 일품인 블랙앵거스를 주재료로 사용했으며, 달달하고 짭조름한 특제 소스로 품질을 한층 업그레이드 시켜 풍부한 맛과 풍미가 특징이다. 앵거스박 '블랙앵거스 양념 LA갈비'는 체계적인 관리 시스템을 통해 안전하게 생산된 우수한 품질의 북미산 프리미엄 소고기 브랜드 '엑셀비프' 제품을 사용한다. 이 회사는 국내 미국산 소고기 시장 점유율의 37%(2018년 5월 미국 PIERS 리포트 기준)를 차지하고 있다.

업계 관계자는 "2020년 소비 트렌드 주요 키워드 중 하나인 '편리미엄'은 가성비의 시대를 넘어 시간과 노력을 아껴주는 편리성이 프리미엄이 된다는 뜻"이라며 "올해 식품 및 외식 경향을 이끌어갈 키워드로 선정되면서 편리미엄이 전체 소비 트렌드로 각광 받을 뿐만 아니라 식품업계에도 영향을 미칠 것으로 예측된다. 집에서 직접 요리를 하는 일명 '홈쿡족'을 위한 가정간편식 제품이 더욱 인기를 얻을 것으로 전망하고 있다"고 전했다.

/박인웅 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

언제 어디서든 보이는 AI 스피커 '샬롯홈'

롯데쇼핑 "인터넷쇼핑 원스톱 주문 하세요"

충전 배터리 탑재 집안 곳곳서 이용
터치스크린·보이스스피커 동시작동

샬롯홈 이미지 /롯데쇼핑

보이스 커머스(Voice-Commerce) 시대를 맞아 롯데쇼핑이 콘텐츠 다각화에 나선다.

6일 롯데쇼핑은 자사 임직원 가족과 VIP 고객을 대상으로 AI 스피커 '샬롯홈'을 선보인다. 이는 테스트 베드 시장에서 실제 소비자와 맞닥뜨리며 최적화 과정을 거치려는 목적이다.

샬롯홈은 롯데쇼핑이 보유한 오프라인 경쟁력을 데이터 통합을 통해 온라인 상에서도 적극 활용하고자 하는 니즈에서 출발했다. e커머스 차원에서 경쟁력을 배가 시킬 수 있는 하나의 방안이 될 것으로 기대 중이다.

'터치에서 보이스로 이동하고 있는' 커머스 패러다임을 대비해 준비한 샬롯홈은 일반 AI 스피커와는 조금 다른 형태로 '디스플레이 기능'이 접목된 것이 특징이다. 아마존의 '에코쇼'나 SKT의 '누구 네모'처럼 AI 스피커에 보이는 화면이 달려있는 형식은 비슷하나, 국내 유통 업계에선 최초로 선보이게 됐다.

터치스크린이 적용된 샬롯홈은 6000mAh배터리가 탑재되어 있어 이동성 측면도 고려했다. 충전 후에는 침실, 주방뿐 아니라 전원이 없는 곳에서도 와이파이만 있다면 얼마든지 사용이 가능하다. 질 좋은 음악 감상을 위해 우퍼스피커를 탑재한 것도 강점이다.

현재 샬롯홈에서는 롯데백화점을 비롯, 롯데슈퍼와 롯데홈쇼핑 그리고 롯데리아가 판매하고 있는 상품과 서비스는 모두 주문 및 이용이 가능하다. 터치스크린과 보이스스피커가 동시에 작동하기 때문에 정확도 면에서도 타 기기와 비교 우위에 있다. 빠르면 상반기 내에 롯데시네마 예매기능도 추가 접목될 예정이다.

여기에 순수 국내 기술로 탄생한 스타트업들의 콘텐츠도 가미됐다.

이를테면 '이지에이치엘디'가 제공하는 요리 레시피, '포워드퓨쳐'가 제공하는 교육 뉴스, '리니어허브'가 개발한 영상통화 서비스(예정) 등이 그렇다.

롯데쇼핑은 손바닥 2개를 맞붙여 놓은 크기의 이 스피커가 롯데그룹 전반에 걸쳐 일어나고 있는 DT혁신(Digital Transformation)의 디딤돌 역할을 할 것으로 기대하고 있다.

/신원선 기자 tree6834@

부산광역시 홈플러스 서면점에서 모델들이 '더 스토리지' 서비스를 이용하고 있다. /홈플러스

홈플러스, 도심형 개인창고 2곳 오픈

부산 등에 '더 스토리지 위드 홈플러스'

홈플러스는 지난해 7월 첫 선을 선보인 도심형 개인 창고서비스 '더 스토리지 위드 홈플러스(THE STORAGE with Homeplus)'를 부산 서면점과 수원 원천점에 연달아 오픈했다고 5일 밝혔다.

먼저 지난 26일 문을 연 서면점은 약 211㎡(64평) 규모로 구성됐다. 현재까지 선보인 매장 중 가장 큰 규모로 기존 선보였던 스몰, 미디엄, 라지 세 가지 사이즈 보관함 외에 처음으로 엑스-라지(약 1.6평) 사이즈까지 마련했다. 이 공간은 침대 매트리스 등 대형 가구 및 가전을 넉넉히 보관할 수 있다.

스몰 16개, 미디엄 24개, 라지 16개, 엑스-라지 3개 등 총 59개의 보관함을 갖추고 있으며 지하 2층 무빙워크 바로 옆에 위치해 물품을 옮기기에도 용이하다는 장점이 있다.

또 지난 2일 오픈한 수원 원천점은 약 135㎡(41평) 규모로 이뤄졌으며 1호점인 일산점과 똑같이 스몰, 미디엄, 라지 등 세 가지 타입으로 구성됐다. 스몰 9개, 미디엄 20개, 라지 10개 등 총 38개의 보관함이 자리잡고 있다.

/신원선 기자

가성비 명절선물 '와인 세트' 인기

이마트, 100억 규모 160여종 판매

가성비 와인 인기에 명절 와인 선물세트 시장이 성장하고 있다.

이마트가 2020년 설을 맞아 역대 최대인 100억원 규모의 와인 선물세트 판매에 나선다. 선물세트 상품수도 전년 대비 10% 늘어난 160여종으로 역대 최다 수준이다.

과거 와인은 고가의 주류라는 인식이 강했으나, 최근 가성비 와인들이 와인 시장 대중화를 이끌어내면서 와인 선물세트 수요도 증가하고 있다.

이에 이마트는 와인 선물세트 물량을 10% 가량 늘리고 연간 판매 순위 상위에 랭크된 인기 와인들을 연중 최저가 수준에 선보이는 등 와인 선물세트 판매 확대에 나서고 있다.

이마트가 이번 설 선물세트로 선보이는 가성비 와인 세트는 총 8종이다.

대표 상품으로는 국민와인 '피터르만 바로산 세트(사진)'를 3만9600원에 판매한다. 2019년 이마트 와인 매출 순위 14위였던 인기 호주 와인 '피터르만 바로산 쉬라즈'와 그 후속작으로 지난 10월 새로 선보인 '피터르만 바로산 카버네' 2종을 세트로 구성했다. /신원선 기자

이마트24 "커피 마니아 모여라"… 184종 이벤트

이마트24가 1월 한달 간 커피 매출 활성화를 위해 공격적인 마케팅을 펼친다.

이마트24는 커피 수요층을 끌어들이기 위해, 1월 한 달간 즉석커피를 포함한 냉장커피, 캔커피, 파우치 커피 등 총 184종의 상품을 대상으로 대규모 이벤트를 진행한다.

이번 커피 마케팅을 통해, 올 한해 커피를 구입하려는 고객에게 가장 먼저 이마트24를 떠올릴 수 있도록 하겠다는 전략이다.

먼저, 커피 마니아들을 위한 초저가 할인 이벤트를 진행한다.

이마트24는 냉장커피, 캔커피 등 커피 상품 100여종에 대해 1월 한달 간 덤증정(1+1, 2+1)행사를 진행함과 동시에 결제 방식에 따라 할인혜택을 제공한다.

/신원선 기자