

고기육즙 손실 방지하고 야채 등 단단한 식감은 살려

CJ제일제당, 전문점 수준 ‘상온 간편식’ 전성시대

햇반컵반 등 3종 연매출 3450억 원물제어·고온살균 신선도 유지 컵반·국물요리·죽 총 55종 운영 소비자 선택권 강화 긍정적 평가



CJ제일제당 상온 간편식 대표 제품 3종

/CJ제일제당

CJ제일제당의 ‘상온 간편식’이 매섭게 성장하고 있다. 차별화된 R&D 및 혁신 제조기술을 바탕으로 ‘상온은 맛없다’는 고정관념을 타파, 시장 성장을 리딩하며 상온 간편식 전성시대를 열고 있다.

CJ제일제당은 ‘햇반컵반’, ‘비비고 국물요리’, ‘비비고 죽’ 등 상온 간편식 대표 3대 카테고리 지난해 매출이 3450억원을 기록, 최근 3개년 연평균 43%의 성장률을 보이며 고성장을 이어가고 있다고 6일 밝혔다.

매출과 함께 침투율(1년에 한 번 이상 구입하는 가구수의 비중)과 TOM(T

op of Mind, 각 카테고리 별 가장 먼저 떠오르는 브랜드)에서도 긍정적인 결과를 보였다. 3대 카테고리의 침투율과 TOM은 모두 지속적으로 성장했다. 대표적으로 ‘비비고 국물요리’ 침투율은 지난 2017년 22.0%에서 34.0%로 올랐고, TOM은 같은 기간 26.8%에서 52.7%로 상승하는 성과를 거뒀다.

CJ제일제당은 상온에 대한 편견을 깨는 해답을 압도적 연구개발력과 제조

기술에서 찾았다. 보관·조리 편의성이 뛰어난 상온 제품이 전문점 수준의 맛 품질을 갖춘다면 성장 가능성이 충분하다고 판단했다. 이에 R&D와 제조에 대한 투자를 지속했고, 맛 품질을 향상시킬 수 있는 혁신 기술을 확보해 제품에 적용했다.

대표적인 기술로 원물제어 기술과 레토르트(고온 살균) 기술을 꼽을 수 있다. 원물제어 기술은 고온 살균 이후에

도 원재료 본연의 맛과 특성, 신선도를 유지할 수 있도록 원재료 각각의 특성에 맞게 전처리 하는 기술이다. 자체 성분을 개발해 적용하는 등 CJ제일제당만의 전처리 기술을 통해 고기의 육즙 손실을 방지하고 야채 등은 단단한 식감을 가질 수 있도록 했다.

살균 역시 기존과 다른 방식을 적용했다. 모든 재료를 함께 포장한 후 동일한 온도에서 살균처리를 했던 과거와 달리, 원재료 특성에 맞춰 각각의 맛을 살리는 온도를 적용하는 분리 살균 방식을 택했다. 이를 통해 동등한 살균 효과를 구현하면서도 원재료가 열을 받는 시간을 줄여 원재료의 조직감을 향상시켰다.

R&D 및 제조기술과 더불어 소비자 니즈에 맞춰 라인업을 확장한 것도 주효했다. CJ제일제당은 점차 세분화되는 소비자 입맛을 겨냥해 매년 다양한

메뉴를 선보이고 있다. 현재 햇반컵반은 24종, 비비고 국물요리는 22종, 비비고 죽은 9종을 운영하면서 소비자 취향에 따른 선택권을 강화했고, 이에 따라 소비자들로부터 긍정적인 평가를 받은 것으로 분석된다.

CJ제일제당은 향후에도 압도적 R&D와 핵심 제조기술 확보에 힘쓰는 방침이다. 원재료 균을 감소시켜 열처리 공정을 최소화하는 기술, 원물 본연의 식감과 맛을 보존하고 소비자 편의성에 최적화된 미래형 패키징 기술 등 전방위적인 연구개발에 힘쓴다.

CJ제일제당 관계자는 “한식 세계화를 위한 글로벌 시장 공략에도 조리가 간편하고 장시간 보관이 가능한 상온 제품이 필요하기 때문에 ‘한식 HMR 상온 기술’ 역량 확보에 더욱 집중하겠다”고 말했다.

/김민지 기자 kmj@metroseoul.co.kr

세븐일레븐 “노량진 싱싱한 회, 편의점에서 주문하세요”

오후 2시 주문건 7시에 전달받아 강남·송파 등 수도권 1천곳 서비스

푸드드림 점포·라스트오더 등 이색서비스, 경쟁력 차별화 나서

편의점 세븐일레븐이 올초부터 이색 서비스를 도입, 차별화 경쟁력을 기반으로 공격적인 매장 운영에 돌입했다. 가맹점의 부가수의 창출과 내방고객 증가 효과를 누리기 위해서다.

◆싱싱한 회를 편의점에서!

세븐일레븐은 수산물 전문 o2o 서비스 스타트업 ‘바다드림’과의 제휴를 통해 ‘회 주문접수 서비스’를 시작했다. 바다드림은 노량진 수산시장에 기반을 두고 회 배달 서비스 플랫폼 ‘회이팅’을 운영하는 업체로 경매를 통해 수산물을 받은 후 직접 회를 쳐서 소비자에게 배달한다.

이번 제휴를 통해 고객은 수산시장을 굳이 방문하지 않아도 가까운 세븐일레븐 점포에서 노량진 수산시장의 싱싱한 회를 주문할 수 있게 됐다. 가까운 세븐일레븐 점포를 방문해 배달 상품을 선택한 후 결제하면 30분 내 배달지역 및 배달희망시간을 확인하는 해피콜이



회 주문 접수 서비스.

가고, 오후 2시 이전 주문 건에 한해 같은 날 오후 7시 전에 받을 수 있다.

세븐일레븐은 서울 강남구, 송파구 등 수도권 1000여 점포에서 우선적으로 회 주문 서비스를 시행한 후 추후 점진적으로 서비스 대상을 확대해 나갈 방침이다.

◆‘푸드드림’ 확대·매출 비중, 일반점포의 2배

아울러 세븐일레븐이 지난해 7월, 다양하고 차별화된 먹거리와 넓고 쾌적한 매장을 표방하며 첫 선을 보인 ‘푸드드림(Food Dream)’ 또한 편의점의 근본적인 체질변화 가능성을 보여주며



세븐일레븐 라스트오더 서비스.

미래 편의점 시장을 주도해 나갈 ‘계엄체인저’의 면모를 드러내고 있다.

푸드드림은 ▲즉석식품 ▲차별화음료 ▲신선·HMR ▲와인스페셜 ▲생필품 등 5대 핵심 카테고리를 중심으로 다양하고 차별화된 상품을 구현한 프리미엄 편의점 모델이다. 이 곳에서는 국수와 우동에 육수를 바로 부어 즉석에서 즐길 수 있다.

푸드드림은 푸드·즉석·신선식품 매출 비중이 일반점포의 2배인 것으로 나타났다.

세븐일레븐푸드드림의 상품군별 매출 현황을 보면, 평균 40%가 넘는 담배

비중이 21.7%로 현저하게 줄어든 대신, 푸드(도시락, 김밥 등), 즉석(고구마, 치킨 등), 신선식품의 매출 비중은 20.5%로 일반점포(10.1%)보다 2배 이상 늘어났다.

세븐일레븐은 ‘푸드드림’ 플랫폼을 올해 500개 점포까지 확대해 브랜드 경쟁 우위를 확보하고 고객 가치를 더욱 높여나갈 방침이다.

◆업계 최초 마감할인판매 돌입

스타트업 기업 ‘미로’와 제휴를 맺고 업계 최초로 마감할인 판매 ‘라스트오더’ 서비스를 지난 1일 오픈했다. ‘미로’는 롯데 엑셀러레이터의 스타트업 펀드투자 우수기업으로 유통기한 임박 상품 거래 플랫폼 ‘라스트오더’를 개발·운영하고 있다.

라스트오더 서비스를 통해 앞으로 세븐일레븐 전국 1만여 점포에서 유통기한이 임박한 상품을 합리적인 가격에 만나볼 수 있다. 대상 상품은 도시락, 삼각김밥, 김밥, 유음료 등이며 할인율은 30%, 유통기한 경과 최소 3시간 이전 상품을 기준으로 한다. 단, 2월 한 달간은 서비스 오픈을 기념해 만값(50%) 할인 행사를 진행한다.

/신원선 기자 tree6834@

유통단신



아워훴 냉동디저트 신제품 3종

아워훴은 냉동 베이커리 디저트 신제품 3종을 출시한다고 6일 밝혔다. 이번 신제품은 ‘러블리데이 마카롱 기프트’, ‘미니 크로칸슈 플레인’, ‘미니 크로칸슈 초코’ 3종(사진)이다. 아워훴은 1인 가구 확산과 가심비, 소확행 등 트렌드로 인해 성장하는 냉동 베이커리 시장 수요를 공략한다는 방침이다.

/김민지 기자



딸기, 디저트 시장 주름잡는다

이마트, 밸런타인데이 앞두고 7일간 ‘딸기+초콜릿’ 페스티벌

과일 뿐만 아니라 디저트도 이제 딸기가 ‘사통팔달’이다. 딸기로 다 통한다.

밸런타인데이가 한 주 앞으로 다가온 가운데 이마트가 딸기와 초콜릿의 만남을 주제로 6일부터 12일까지 7일간 딸기 페스티벌을 연다. 이마트는 연중 최대 물량, 최대 구색, 최저 가격으

로 행사를 준비했다.

딸기는 최근 케익·샌드위치·퐁듀·캔디 등 디저트류의 식재료로써 활용도가 다양해지며 이번 겨울 유통가에서 가장 핫한 아이템으로 떠올랐다. 2019년 12월~2020년 1월 이마트에서는 딸기가 처음으로 과일 매출 순위 1위에 올랐을 정도다.

이에 이마트는 총 30만팩 물량 규모로 ‘한단 딸기(950g팩)’, ‘구슬딸기(1kg팩)’, ‘왕주먹딸기(1kg)’, ‘잼나게 먹

는 딸기(1.4kg)’, ‘기프트베리(700g)’ 등 기획상품을 비롯해 ‘국산의 힘 딸기(산청장희·금실·죽향·킹스베리·담양·스마트팜 딸기 등 6종 행사카드 결제 시 1만1900원)’ 등 용도·품질별로 총 11종의 딸기를 판매한다.

연중 최대 행사인 만큼 추가 프로모션으로 딸기를 2만원어치 이상 구매 시 복음자리 딸기잼(380g)을 증정한다.

연관상품 구매시 동시할인 혜택도 제공한다. 식빵과 샌드위치용 딸기인 ‘왕주먹딸기’를 동시 구매시 왕주먹딸기를 2

천원 할인해준다. 마찬가지로 잼용 딸기인 ‘잼나게 먹는 딸기’를 설탕 및 다용도 저장병과 함께 구매시 합산 금액에서 2000원을 할인해준다.

/신원선 기자



스타벅스커피 생딸기 음료 3종 출시

스타벅스커피 코리아는 오는 7월부터 산지 직송 생딸기로 제조하는 음료 3종을 출시한다고 6일 밝혔다. 스타벅스 딸기 음료는 국내 농산과 산청 등의 지역에서 고설 재배한 고품질의 특등급 선향 딸기를 이용한다. 농가에서 갓 수확한 딸기를 매일 새벽에 배송 받아 신선하다. 스타벅스 생딸기 음료는 스타벅스코리아가 지역 농가의 특산물을 활용해 자체 개발한 음료다.

/김민지 기자