

# “집에서 간편하게... 홈술족 잡아라” HMR 안주대전

안주 HMR시장 7000억원 규모  
요리형 1200억 ‘냉동제품 위주’  
청정원 ‘안주야’ 시장 50% 점유  
동원F&B·이마트 등 2위 쟁탈전



CJ제일제당 제일안주 4종

신종코로나바이러스감염증(코로나19) 여파로 ‘홈술’ 문화가 확산하자 이 수요를 잡기 위한 가정간편식(HMR) 상온 안주시장 경쟁에 불이 붙었다. 코로나19에도 불구하고 식품사들이 1분기에 좋은 실적을 내는 데 HMR이 1등 공신이었던 만큼, 지난해 4조원 규모인 HMR 시장에서 업체들의 경쟁은 더 치열해질 것으로 보인다.

특히 코로나19에 따른 ‘홈밥·홈술’ 트렌드가 계속 새로운 맛을 추구하는 니즈로 이어지면서 간편하게 섭취할 수 있어 최근 각광받는 HMR 시장이 더 세분될 것으로 보인다. 그중에서도 ‘홈술·홈술족’ 증가로 냉동안주에 더해 보관까지 용이한 상온안주 시장이 새롭게 부각되고 있다.

3일 업계에 따르면 국내 안주 HMR 시장은 지난해 기준 약 7000억 원으로 요리형 안주와 마른안주로 나뉜다. 이중 요리형 안주시장 규모는 1200억 원이지만 아직까지는 냉동 제품 위주로 형성돼 있다.

냉동안주 HMR 시장은 청정원의 안주전문 HMR 브랜드 ‘안주야(야)’가 시장 점유율을 50% 차지하고 있으며, 동원F&B의 ‘심야식당’, 이마트의 ‘안주당’, 오투기 ‘낭만포차’ 등이 10%대를 기록하며 2위 쟁탈전을 하고 있다.

업계 1위 대상 청정원은 ‘안주야’로 2016년 냉동 안주 시장 개척에 성공하더니, 최근에는 ‘통마늘 모듬곱창’ ‘매콤 제육오돌뼈’ ‘매콤 껌데기’ 등 상온

제품 6종을 내놓으며 상온 안주시장에 출시표를 던졌다. 청정원이 상온안주 제품을 선보인 것 냉동 제품에 집중돼 있던 안주 HMR 시장의 적극 확장을 기대하는 것으로 분석된다.

여기에 HMR시장의 강자 CJ제일제당도 발을 들여놓으면서 상온안주 HMR 시장 경쟁이 뜨거워질 전망이다. CJ제일제당은 최근 신규 브랜드 ‘제일안주’를 론칭하고 소양불마장·순살불닭·불데지껍데기·매콤알찜 등 4종을 출시, 상온 HMR 안주 시장에 진출했다.

CJ제일제당은 ‘햇반껍반’과 ‘비비고 국물요리’ ‘비비고 죽’ 등 상온 간편식 제조로 쌓아온 연구개발 노하우를 통해 원물을 살리고 신선도를 유지했다고 설

명했다. 기존 ‘비비고’ 브랜드가 아닌 새로운 브랜드를 출시한 것과 관련해 CJ제일제당이 제일안주 브랜드를 비비고만큼 거대한 브랜드로 키워내겠다는 의지를 표출한 것으로 보인다.

주요 식품업체들이 상온안주 HMR 시장에 진출하는 데는 최근 코로나19를 비롯한 생활 트렌드 변화와 밀접한 관련이 있다. 1인가구, 맞벌이가구 증가, 코로나19로 인한 재택근무 등의 이유로 냉동제품의 인기가 높아지면서 냉동HMR 제품은 레드오션이 됐다. 하지만 출시된 제품이 적어 경쟁이 상대적으로 수월하다.

또 코로나19로 인구가 밀집한 곳을 피해 캠핑 등 외곽으로 야외활동 가는 인구가 증가하면서 HMR 수요가 늘었다. 그러나 냉동안주는 냉동 상태로 보관해야 하기 때문에 야외활동 시 휴대가 어렵다는 단점이 있다. 반면, 상온HMR 제품은 멸균처리를 거치기 때문에 실온

상태로 보관할 수 있어 보관과 휴대가 용이하다. 전자레인지 외 끓는 물 등으로 조리할 수 있어 HMR 제품의 최대 장점인 편리성을 살릴 수 있다.

CJ제일제당 관계자는 “독보적인 상온 간편식 기술 기반으로 HMR 시장 패러다임을 바꿔왔듯, 상온 안주 간편식에 대한 소비자 인식을 끌어올리고 시장도 키워 나갈 것”이라고 밝혔다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr



청정원 ‘안주야’ 상온안주



모델들이 3일 서울 등촌동 홈플러스 강서점에서 활어 회 배달 서비스 ‘홈 어시장’의 모바일 론칭을 알리고 있다. /홈플러스

## 홈플러스, 활어회 당일 무료배송

바다자리와 맞손 ‘홈 어시장’ 론칭  
서울·인천·경기 일대 대상 서비스

그야말로 ‘배달’의 시대다. 퇴근 후 싱싱한 활어회 한 접시가 먹고 싶다면 이젠 퇴근길 노랑진 수산시장까지 다녀오지 않고도 스마트폰으로 간편하게 배달시킬 수 있는 시대에 살고 있다.

현대 시장 상인들에게 수수료 부담을 안겨주는 배달 전문 앱이 아닌, 대형마트 모바일 쇼핑물 앱에서도 그것이 가능해졌다. 그것도 배달팁 없이 ‘무료’로 배송을 받으면서 말이다.

홈플러스는 수산물 전문기업 ‘바다자리’와 손잡고 활어회 당일 배송 서비스를 진행하는 ‘홈 어시장’을 론칭했다고 3일 밝혔다.

‘홈 어시장’은 대형마트의 모바일 쇼핑물 앱이라는 플랫폼을 활용해 전통시장 상인들의 판로 확대를 지원하는 상생형 서비스다.

고객이 오후 2시 전까지 홈플러스쇼

핑몰 어플리케이션을 통해 회 상품을 주문할 경우 ‘바다자리’가 지정한 노랑진수산시장 내 상점에서 직접 회를 뜬 후 포장해 전문 배송업체를 통해 고객의 집 앞까지 배달한다.

서비스 지역은 서울과 인천(강화·옹진군 제외), 경기도 일부 지역(광명, 안양, 부천, 과천, 성남, 김포시, 일산, 수지)에 한해 운영되며, 평일 오후 2시까지 주문하면 당일 오후 6~8시에 별도의 쿠키서비스 운송 비용이나 배달팁을 지불하지 않고 무료로 당일 배송 받을 수 있다. 주말 배송을 원한다면 금요일 오후 3시 전까지 배송일을 지정해 주문하면 된다.

‘홈 어시장’을 통해 판매되는 메뉴는 ▲노랑진 초신선 모듬회 소(2~3인분, 7만4000원) ▲노랑진 초신선 모듬회 중(3~4인분, 8만4000원) ▲노랑진 초신선 모듬회 대(5~6인분, 10만3000원) ▲노랑진 초신선 모듬회 특대(7~8인분, 13만원) ▲노랑진 랍스터 모듬회(9만4000원) 등 총 5종이다.

/신원선 기자

## 이마트 “몸값 오른 한우 40% 저렴하게 맛보세요”

10일까지 행사카드 결제 할인행사  
물량 총 70톤... 상반기 ‘최대규모’

최근 수요 증가에 몸값이 높아진 한우를 저렴하게 먹을 수 있는 기회가 왔다.

이마트는 4일부터 10일까지 일주일간 행사카드(이마트·삼성·KB국민·신한·현대·NH농협·우리·씨티카드)로 구매시 한우 전품목을 최대 40% 할인하는 행사를 선보인다. (행사카드 30%, KB국민카드 추가 10%)

이번에 준비한 행사 물량은 약 70톤이며 이는 평상시 2~3주간 판매하는 수준의 물량이다. 소비자 가격 환산시 60~70억원에 달하는 상반기 최대 규모의 한우 행사다.

/신원선 기자 tree6834@

## 2030 피부 기본관리 ‘코어 소비’ 뜬다

CJ올리브영 ‘올영세일’ 분석

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파가 지속되면서 최근 2030 세대를 중심으로 피부나 건강을 기본부터 충실히 관리하려는 ‘코어(Core)소비’ 트렌드가 두드러지고 있다.

CJ올리브영이 지난달 29일부터 오는 4일까지 올해 첫 대규모 정기 세일 ‘올영세일’을 진행중인 가운데, 매출을 중간 집계(5월 29일~6월 2일, 전년 동일기간 비교)한 트렌드 분석 결과를 3일 공개했다.

이번 세일에서 가장 두드러지는 상품군은 스킨케어에서 가장 첫 번째 단계에 쓰이는 토너다. 토너는 세안 후 피부결을 정돈하고, 즉각적으로 수분을 공급해

대표상품으로는 최고 인기 부위인 ‘한우 등심 1등급·1+등급(100g)’을 행사카드 결제시 기존 1만800~1만2700원에서 각 30% 할인한 7560~8890원에 판매한다. 특히 KB국민카드 구매시 추가 할인해 총 40% 할인된 각 6480·7620원에 판매한다.

‘한우 국거리, 불고기 1등급·1+등급(100g)’은 행사카드 결제시 기존 5700~6700원에서 30% 할인한 3990~4690원에 구매가 가능하다. KB국민카드 구매시 총 40% 할인 가격은 3420~4020원이다. 이마트가 이처럼 대규모 한우 행사를 선보이는 이유는 최근 한우 시세가 고공행진해 소비자들이 한우 구매 부담을 느끼기 때문이다.

오투기 ‘진짬뽕+진짜장’  
짜장라면 ‘진진짜라’

오투기가 진짬뽕과 진짜장을 조합한 매콤한 짜장라면인 ‘진진짜라’를 용기면으로 출시했다고 3일 밝혔다. ‘진진짜라(사진)’는 오투기의 히트제품인 ‘진짬뽕’과 ‘진짜장’을 최상의 비율로 조합해 탄생시킨 매콤한 불맛짜장이다. ‘진짬뽕’의 화끈한 불맛에 진하고 깊은 ‘진짜장’의 풍미가 어우러진 제품으로, 두껍고 넓은 면을 사용하여 쫄깃하고 탱탱한 중화면 특유의 맛을 살렸다. /조효정 기자



롯데마트  
인기상품 특별행사

롯데마트가 코로나19로 지친 고객들을 위해 4일부터 7일까지 ‘인기상품 특별행사’를 준비해 선보인다.

먼저, ‘한우 1등급 등심(100g·냉장·국내산 한우고기)’과 ‘한우 1+등급 등심(100g·냉장·국내산 한우고기)’을 기존 판매가에서 최대 50% 할인된 금액에 선보인다. 기존 각 1만 1000원과 1만 3200원에 판매하던 한우를 옐포인트(L.POINT) 회원을 대상으로 각 7700원과 9240원에 판매하며, 해당 카드(롯데·신한·KB국민·NH농협)로 결제하면 각 5470원과 6560원에 구입할 수 있다. /신원선 기자



/원은미 수습기자 silverbeauty@