



[산업] 삼성전자 파운드리 생태계 본격화 06



Life

[라이프] 임직원도 사회공헌 온정 나누는 유통가 10



# 손쉬운 조리엔 맛·가성비까지... “외식을 왜 해?”

## 메가히트 브랜드 탄생스토리

### 사세 ‘버팔로 윙’

식품 전문업체 사세의 ‘버팔로 윙’은 2005년 출시 이래 약 1800만 봉이 넘는 판매를 기록하였다. ‘버팔로 스틱(봉)’ 또한 소비자들에게 열렬한 사랑을 받으며 1400만 봉 이상이 판매 되었다. 윙과 스틱을 모두 합치면 약 3000만 봉 이상이 팔린 셈이다. 이 판매량은 히말라야산맥 높이의 약 7600배이며 지구 약 한 바퀴 반이다. 출시 이후 지난 17년간 우리나라 국민 한 사람당 평균 18개 이상 먹었고 연간 1인당 평균 1개 이상 먹는다는 얘기가.



### ◆닭고기 수입 유통, 버팔로윙 절대강자의 시작

1991년 식용오리 및 생활용품 수출입 전문 회사로 시작한 사세는 1998년 국내 닭고기 수입 자유화가 되면서 본격적으로 닭고기 수입 유통을 시작했다. 수입 닭은 국내에서 사육된 닭보다 크기가 크고 저렴해 IMF 외환위기 이후 생계형 치킨전문점이 폭발적으로 증가하던 당시 국내 시장에서 좋은 반응을 얻었다.

사세는 이미 오리 수입으로 구축된 생산·유통 라인으로 크기뿐만 아니라 맛도 좋은 품질 좋은 닭고기로 수입육 시장의 70%를 점유하는 등 닭고기 시장의 강자로 등극할 수 있었다.

수입 원육 수입은 2002년 한일월드컵 이후 최고의 호황을 누리던 중 2003년 조류독감으로 위기상황을 마주하게 됐다. 그러나 닭고기는 냉동으로 수입하는 특성 때문에 미리 넉넉한 양을 확보해 두었던 사세는 위기를 기회 삼아 더욱 성장할 수 있었다.

조류독감은 예상보다 긴 시간 동안 지속되었다. 국내 닭고기 원육수급이 어려워지자 정부는 국내 치킨 시장 안정을 위해 열처리 가공 닭고기 수입허가를 시작했다. 이에 사세는 그동안 원육 수입으로 구축한 해외 네트워크를 활용해 본격적인 열처리 가공 치킨 수입을 시작하게 됐다.

하지만 단순한 열처리 가공 치킨은 익힌 고기 유통 시 필연적으로 발생하는 이취(異臭, off flavor) 현상 때문에 국내 유통을 할 수 없었다. 닭고기 유통 사업을 시작한 후 맞이한 가장 큰 위기였다.

김광선 사세 대표는 중국과 태국을 오가며 방법을 고민하던 중 태국에서 버팔로 윙봉과 치킨 가라아게를 생산해보기로 결정한다. 그의 과감한 결단은 성공했다. 국내 소비자 반응은 가히 폭발적이었다. 국내 소비자들의 입맛에 맞는 태국식 양념에다, 여타의 제품과는 확연히 차이가 나는 크기까지 갖춰 이 제품은 출시와 동시에 소비자들의 뜨거운 반응을 얻었다. 버팔로윙의 절대강자, 사세 버팔로윙의 시작이었다.

### ◆‘크기·맛·식감’ 삼박자로 홈메이트가 되다

사세의 가성비엔 단연 최고다. 1kg 1만원대의 가격은 타제품이 따라올 수 없을 정도다. 합리적인 가격대로 고품질 치킨을 제공하기 위해 사세는 태국에서 원육을 수급 생산한 뒤 국내로 들여와 판매하고 있다. 태국에서는 컴파트먼트



사세 태국 생산라인의 전경.

/사세

### 1991년 식용오리 수출입 회사로 출발 닭고기 유통 시작, 수입육 70% 점유 해외 네트워크 활용해 가공 치킨 생산

### 1.5배 큰 윙 봉에 태국식 양념 더해 어디서든 맛있는 치킨 즐길 수 있어 냉동시장 대응 간편조리 라인업 강화

시스템으로 외부로부터 완전 방역 독립된 농장을 운영하여 안정적인 원료를 공급받고 있다.

또한 식품 안전을 위해 ‘BRC 글로벌 표준인증’ 등을 통해 안전성을 입증받았다. 2012년부터는 태국에 R&D 센터를 설립, 뛰어난 제품을 만들기 위해 매진하고 있다.

사세의 버팔로윙, 윙봉은 여타 제품에 비해 크기가 1.5배 이상 크다. 육안으로 식별해도 월등하게 차이가 난다. 가라아게, 치킨 스테이크 등의 제품도 마찬가지다. 한 입 먹을 때마다 입안에 꽉차는 육즙 가득한 사세 치킨은 소비자들에게 먹는 즐거움을 일깨워준다.

조리 후 급속 냉동하는 ‘에어칠링’ 공법은 고기 안에 육즙을 가둬 겉은 바삭하고 속은 아들아들, 쫄깃한 식감을 완성한다. 여기에 사세만의 기술로 팬프라이, 에어프라이어 등 조리 방법과 상관없이 변함없는 맛과 식감을 유지한다. 전자레인지 조리 제품의 경우는 간단한 조리 방법으로 언제든지 손쉽게 치킨을 즐길 수 있다.

사세는 아예 장소에 구애받지 않고 사세 치킨을 조리해 서비스할 수 있도록 전용 튀김기를 개발하기도 했다. 또한 2021년 칵스, 화라케인 치킨봉, 홈메이트 등 가정간편식을 출시하며 외식뿐만 아니라 가정에서도 치킨 전문점 못지않은 치킨을 즐길 수 있게 됐다.

사세의 윙 또는 스틱 제품은 온라인, 모바일에서 입소문이 나며 집 간식이 나 일명 ‘홈족’들의 아이টে็ม으로도 자

리 잡았다. 18일 기준 소셜 네트워크 서비스(SNS) 중 하나인 인스타그램에 #사세버팔로윙을 검색하면 1000개 이상의 게시물이, #사세를 검색해도 마찬가지로 분량의 게시물이 올라와 있다. 뿐만 아니라 유튜브 콘텐츠 중에서도 ‘사세’를 다룬 음식 영상이 약 63만회, 88만회 등의 누적 조회수를 기록하기도 했다.

### ◆외식, 가정식을 넘어 글로벌 종합 식품으로

사세 버팔로 윙과 윙봉은 현재 B2B(기업 간 거래)시장에서 가장 사랑받는 닭가공품이다. 주점, 치킨 프랜차이즈, 편의점, 피자 체인점 등 다양한 채널을 통해 외식 또는 가정식 등으로 사세 버팔로 윙과 윙봉을 경험하고 있다.

사세는 대표 제품인 버팔로 윙, 윙봉을 기반으로 가라아게, 스테이크 외에도 다양한 조리 제품 개발 출시할 예정이다. 소비자 선택의 폭을 넓혀 사세를 좀 더 가까이, 다양하게 즐길길 바라는 마음이다.

또, 지속 성장하고 있는 B2C의 조리 냉동 시장 대응하기 위해 간편 조리 제품 라인업을 강화하고 있다. 코로나 19로 ‘외식의 내식화’ 트렌드가 가속화되며, 외식에서 즐겼던 메뉴를 가정간편식으로 즐기는 소비자들을 위한 것이다.

현재 사세는 닭고기 외에도 오리, 새우 등의 다양한 재료를 활용한 제품들을 선보이고 있다. 이에 그치지 않고 다양한 제품을 연구 개발해 글로벌 No.1 종합 식품회사로 우뚝 서기 위해 노력하고 있다.

사세의 김광선 대표는 “안전하고 믿을 수 있는 먹거리를 합리적인 가격에 선보이고, 소비자의 건강과 행복을 추구하는 기업이 되겠다”며 “치킨 가공 제품 시장을 새로 창조해왔듯, 앞으로도 안전하고 맛있는 새로운 먹거리를 개발해 선보이도록 하겠다”고 말했다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

## 바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲ 캐속질주 KT, 역대 9번째 4연승 우승 팀 되나 /사진 뉴시스  
▲ ‘전설’ 이치로, MLB 시애틀 구단 명예의전당 헌액

▲ 박해민, 수술 성공적...집도의 “8주 뒤 정상적으로 훈련 가능”  
▲ 내년 LPGA투어 최종전 우승상금 24억원...역대 최고액



▲ 박지수, 결승골 넣고·상대 슛 막고...KB국민은행 개막 8연승  
▲ ‘개막 9연승’ 현대건설의 폭풍 질주...‘한 세트를 뺏기도 어렵다’ /사진 뉴시스