



[라이프]
올 여름은 '블랙'
식음료업계
컬러 마케팅 활발
니



Life

매일 아침 내 손안의 친구
메트로 창간 20년

노인일자리 만들기
정보나눔의 길을 계속 가겠습니다.



40년 전통 정직한 맛에 속 '든든' “간편하게 한 뚝배기 하실래요”

설령탕은 예로부터 간편하고 부담없이 먹을 수 있어 가장 대중적인 음식으로 꼽혔다. 현재에도 직장인들이 가볍게 즐길 수 있는 점심 식사 메뉴로도 사랑을 받고 있다. 한촌설령탕의 시그니처 메뉴인 설령탕 메뉴도 연간 약 300만 그릇 이상이 판매되며, 매장 매출의 큰 비중을 차지하고 있다. 한촌설령탕은 1982년 부천에서 '감미옥'이라는 이름으로 처음 시작됐다. 맛은 정직하다는 믿음이 빚어낸 깊은 맛과 남다른 정성은 한촌설령탕을 40년동안 이어지게 만들었으며, 설령탕하면 떠오르는 브랜드로 자리매김하게 했다.



한촌설령탕 간편식 '설령탕집 설령탕'

메가히트 브랜드 탄생스토리

'한촌설령탕'

◆연간 3만6000톤 육수 생산

한촌설령탕은 전신인 감미옥의 전통을 그대로 이어 지금도 순수 왕사골만을 고집하며, 48시간 고아낸 사골과 양지고기 육수의 적절한 비율로 설령탕을 만들고 있다.

이러한 정성과 한결 같은 조리법으로 감칠맛은 물론 고소한 맛, 진한 맛, 깔끔한 맛을 느낄 수 있게하여 남녀노소 모두가 즐길 수 있는 대중적인 설령탕을 선보이고 있다.

한촌설령탕은 프랜차이즈 법인 이연에프앤씨를 설립한 후 프랜차이즈 사업을 시작하면서 설령탕 고유의 맛과 현대적인 조리방식에 대한 연구를 거듭한 끝에 자체적인 첨단 시설의 공장을 보유, 이곳에서 육수를 만들어 전국 매장에 납품할 수 있게 되었다.

그 결과 전국의 한촌설령탕에서는 한결 같은 맛의 육수와 설령탕을 고객들에게 제공할 수 있게 됐으며, 매장을 운영하는 점주들도 육수를 소포장 형태로 공급받아 노동강도가 줄어들어 보다 편리하게 메뉴를 조리할 수 있게 됐다.

현재 육수를 공급하고 있는 오송 스마트팩토리에서는 연간 약 3만6000톤의 육수를 생산하며 가맹점 공급 외에도 간편식 및 OEM사업을 통해 다양한 곳에 한촌만의 육수를 공급하고 있다.

◆메뉴의 다양화로 소비자 입맛 공략

한촌설령탕은 기본적인 설령탕 메뉴 외에 고객들의 다양한 입맛을 사로잡기 위한 설령탕 메뉴를 확대하고 있다.

소 양지 부위만 들어있어 더욱 담백하고 깔끔한 맛의 '특설령탕'을 비롯 쫄깃한 떡과 속이 꽉 찬 수만두가 들어간 '수만두설령탕', 진한 육수와 칼칼하고 얼큰한 맛이 특징인 '얼큰설령탕', 여름 시즌 메뉴인 설령탕과 삼계탕 콜라보 메뉴 '삼계설령탕'까지 설령탕 육수를 활용한 다양한 메뉴를 개발, 고객들에게 선보이고 있다.

이들 메뉴도 기본 설령탕 못지않은 긍정적인 반응에 힘입어 얼큰설령탕은 매년 100만 그릇에 육박하는 판매량을 보이고 있으며, 삼계설령탕은 여름 시즌 베스트셀러 메뉴 중 하나다.

◆배달 수요 증가로 간편식 사업 강화

코로나19 이후 다양한 메뉴의 배달 수요 증가로 설령탕 메뉴 역시 배달 및 테이크아웃으로 주문하는 고객이 늘고 있다.

설령탕 메뉴의 특성상 매장 방문 고객 비율이 높았던 한촌설령탕은 최근 2년간 매장 방문 대신 배달 등으로 주문이 이동, 코로나 이전과 비교해 배달 비중이 3~4배 가까이 늘었다. 특히 설령탕도 이제 배달로 즐길 수 있다는 고객들의 인식 변화로 꾸준한 배달 매출을 현재에도 이어가고 있다.

한촌설령탕은 특화된 육수를 바탕으로 간편식 사업도 진행하고 있다. 자사 온라인 쇼핑몰인 '한촌몰'에서는 매장에서 즐길 수 있는 메뉴인 설령탕과 소머리곰탕, 도가니탕 등을 간편식으로 구성하여 판매 중이다.

설령탕 간편식은 사골뼈를 진하게 우려낸 사골육수에 호주청정우 인증을 받은 양지를 넣어 40년 전통의 설령탕 맛을 생생히 구현해 냈으며, 약 5분 정도 끓이거나 데우기만 하면 바로 먹을 수 있어 조리도 간편하다는 장점이 있다.

한촌설령탕은 간편식 판매를 늘리기 위해 자사몰 외에 간편식 플랫폼 '윙잇'에도 입점한 상태이다.

◆유통업체와 활발한 협업

여기에 한촌의 육수를 활용한 유통업체와의 협업도 활발히 이뤄지고 있다. 홈플러스와 김스클럽, 편의점 브랜드 CU와 손잡고

한촌설령탕의 육수를 활용한 다양한 국탕류 간편식 제품을 함께 개발해 나가고 있다.

한촌설령탕의 육수 노하우를 담은 홈플러스 PB 국탕류 간편식은 지금까지 21종이 출시되었으며, 김스클럽에서 판매되는 PB브랜드 '오프라이스(O' price)X한촌설령탕' 간편식 제품들도 꾸준히 출시되고 있다. 편의점 브랜드 CU와 콜라보한 팔도국밥 시리즈도 현재 CU 편의점을 통해 판매 중이다.

이처럼 다양한 협업으로 인해 지난 해에만 한촌 육수를 활용해 출시된 간편식이 40여종에 이르며, 오송 스마트팩토리 내 육수 생산량 역시 2배 넘게 증가하며 공장 가동율도 크게 올랐다.

한촌설령탕은 40년간 이어 온 정직한 맛을 바탕으로 고객에게 가장 맛있는 설령탕을 준비한다는 기본적인 마음가짐으로 '100년 이상 가는 브랜드(식당)'가 될 수 있도록 최선을 다한다는 방침이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



오송 스마트팩토리에서는 연간 약 3만6000톤의 육수를 생산하며 가맹점 공급 외에도 간편식 및 OEM사업을 통해 다양한 곳에 한촌만의 육수를 공급하고 있다

바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲ 김어준 “국민의힘 싸늘이 할 뻔...김동연 이겨 반반 느낌”
▲ 청와대 하루 관람 1만명 더 늘린다...추첨제→선착순 /사진 뉴시스

▲ 정몽규 회장 “2002 월드컵 4강 신화, 한국 축구의 큰 유산”
▲ 한국남자하키, 9년 만에 아시아 정상 탈환



▲ 지방선거 개표 방송, 486만명 TV 동시 시청...50대 최고
▲ 강정호, KBO리그 복귀 포기...키움에 의사 전달 /사진 뉴시스