

외식업 론칭 돕는다... CJ프레시웨이 '브랜드 솔루션' 추진

외식솔루션영업팀 신설·본격 사업
컨셉트 기획부터 마케팅까지 지원
두가지컴퍼니 '밥앤동' 론칭 도와
오픈·오픈예정 매장 20호점 넘어

CJ프레시웨이가 식자재 유통업계 최초로 외식 고객사의 신규 브랜드 론칭을 지원하는 '브랜드 솔루션' 사업을 본격 추진한다. CJ프레시웨이는 '브랜드 솔루션' 사업을 통해 신규 외식 브랜드 컨셉트 기획부터 메뉴 구성, 마케팅 등을 지원함으로써 고객사의 사업 확장을 돕겠다고 20일 밝혔다.

고객사는 새로운 사업 기회를 창출하고, CJ프레시웨이는 추가 식자재 매출을 확보해 '윈윈'할 수 있는 구조다. CJ프레시웨이는 사업 담당 팀인 '외식솔루션영업팀'을 지난 1월 신설하고 본격

적인 사업 추진에 돌입했다. 대표 사례는 떡볶이 전문점 '두가지떡볶이'를 운영하는 두가지컴퍼니의 두 번째 브랜드 '밥앤동'이다. '밥앤동'은 코로나19 여파로 급성장하고 있는 배달 음식 시장을 겨냥한 배달 전문 볶음밥 및 우동 전문점이다. 대중적이면서 조리과 배달 모두 용이한 '볶음밥'을 메인 메뉴로 내세우고, 기존 '두가지떡볶이' 매장을 활용해 추가 시설 투자가 필요 없는 '숍인숍' 매장이라는 점이 차별화된 경쟁력이다.

'밥앤동' 매장은 5월 말 1호점 오픈 이후 현재 15호점을 돌파했으며, 오픈 예정 점포까지 합치면 20호점이 넘는다. 1호점인 주안 본점은 배달 앱상 매장이 위치한 인천 미추홀구의 맛집 랭킹 10위권에 진입하며 성공적으로 시장에 안착했다.

CJ프레시웨이와 두가지컴퍼니는 '밥앤동' 론칭을 위해 지난 3월부터 긴밀한 협업을 진행해왔다. CJ프레시웨이는 경쟁이 치열한 외식 시장에서 가맹점 매출 확대와 신규 모집을 위한 전략으로 두가지컴퍼니에 새로운 브랜드 론칭을 제안했고, 약 3개월 만에 '밥앤동'을 함께 선보이게 됐다.

협업 과정에 있어 CJ프레시웨이는 외식 시장 조사와 트렌드 분석을 바탕으로 볶음밥 전문점이라는 브랜드 콘셉트를 도출하고, 브랜드 네이밍, BI 개발 등에 참여했다. 상품 개발 역량을 발휘해 스텝 김치볶음밥, 어묵 우동 등 메뉴 라인업과 레시피도 완성시켰다.

CJ프레시웨이 측은 "이번 외식 브랜드 솔루션의 성과는 단순 상품 공급을 넘어 맞춤형 비즈니스 서비스를 제공함으로써 식자재 유통업의 새로운 패러다

임을 제시했다는 데 큰 의미가 있다"며 "앞으로도 고객 사업 성공을 위한 CJ프레시웨이만의 솔루션 사업을 추진해나갈 것"이라고 말했다.

CJ프레시웨이는 '밥앤동'의 지속적인 신메뉴 출시를 지원하고, 전국 물류 인프라를 통한 식자재 유통도 전담할 예정이다. 또 이번 성과를 발판 삼아 브랜드 솔루션 사업을 더욱 고도화해 '푸드 비즈니스 파트너'로서 고객사와 동반성장을 이루는 다양한 성공 사례를 만들어 나갈 방침이다.

두가지컴퍼니 김현식 대표이사는 "CJ프레시웨이와 협업해 단기간 내 세컨드 브랜드를 론칭할 수 있었다"며 "별도의 마케팅 없이도 출점 문의가 지속적으로 이어져 내년 100호점 오픈을 목표로 브랜드를 육성할 계획"이라고 전했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



'브랜드 솔루션' 사례 - '밥앤동' 대표 메뉴 /CJ프레시웨이



닥터스피부과 강동고덕점 이지민 원장이 'ASCE+ SRLV'의 피부 흡수를 높이는 시술법 시연을 진행하고 있다.

LG화학, 병·의원용 화장품 학술세미나

'ASCE+ SRLV' 시술법 시연

LG화학이 고객경험 기반 마케팅을 한층 강화한다.

LG화학은 닥터스피부과 강동고덕점에서 피부과 전문의 20여 명을 대상으로 병의원용 화장품 'ASCE+ SRLV' 학술세미나를 진행했다고 20일 밝혔다.

'ASCE+ SRLV'는 2020년 LG화학이 엑소좀 전문 연구기업 '엑소코바이오'로부터 도입한 스킨-부스터 화장품으로 인체지방 줄기세포 배양액 추출물과 로즈 줄기세포 엑소좀이 함유되어 있어 피부 환경 개선에 효과를 나타낸다.

이번 세미나에서는 닥터스피부과 강동고덕점 이지민 원장이 고주파 기기를

활용한 스킨-부스터 시술 노하우를 공유했고, 닥터스피부과 광주상무점 유혜린 원장이 'ASCE+ SRLV'만의 차별성과 경쟁력을 강조했다.

이어 이지민 원장이 고주파 및 레이저 장비를 활용, 'ASCE+ SRLV'의 피부 흡수를 높이는 시술법 시연을 진행하며 의료진들의 이목을 집중시켰다.

LG화학 에스테틱사업 마케팅 담당자는 "시술 노하우 공유 등 고객에게 실질적인 효용성을 제시할 수 있는 세미나를 지속 개최할 계획"이라며 "필러, 스킨-부스터, 창상피복제 등 폭 넓은 스킨-케어 포트폴리오 구축을 통해 차별화된 고객 경험을 제공할 것"이라고 말했다. /이세경 기자 seilee@

bhc그룹, 치킨·창고43 등 '세계화' 나섰다

11월 쿠알라룸푸르에 bhc치킨 1호점
내년 4월엔 싱가포르 매장 오픈목표
美 브랜드 '슈퍼두퍼' 내달 국내 첫 선



종합외식기업 bhc그룹이 박현종 회장 지휘 하에 그룹 내 외식 브랜드의 해외 진출과 해외 유명 버거 브랜드 '슈퍼두퍼'의 국내 오픈 등 사업 확장에 박차를 가하고 있다.

bhc그룹은 bhc치킨, 창고43 등 외식 브랜드의 해외 진출을 위해 해외 사업 경험이 풍부한 박현종 회장이 진두지휘하고 있으며, 올 하반기 해외 시장 진출이 가시화될 것이라고 20일 전망했다. 성공적인 해외 진출을 위해 마스터 프랜차이즈 형태와 직접 매장을 운영하는 두 트랙 전략을 세웠다고도 덧붙였다.

bhc치킨은 지난 2018년 홍콩에 직영점인 '몽콕점'을 오픈한 이후 현재 홍콩에서만 매장 2곳을 운영하고 있다. 홍콩 직영점 운영을 통해 축적된 해외시장 노하우를 바탕으로 엔데믹 시대가 본격화됨에 따라 말레이시아, 싱가포르를 거점으로 동남아시아와 중동으로 매장을 확대해 나간다는 전략이다.

먼저, 오는 11월 말레이시아에 1호점을 오픈한다. 입점은 쿠알라룸푸르에서 신도시로 개발돼 고급 주택단지와 대형 쇼핑몰이 몰려있는 '몽키아라' 지역 내 종합 쇼핑몰이다.

bhc치킨은 풍부한 소비시장을 갖춘 몽키아라 지역을 bhc치킨 최초 동남아시아 진출이라는 상징성에 부합되는 최적의 입지 장소로 낙점했다. 운영은 마스터 프랜차이즈 형태로 현지 대형 물류 회사가 맡게 된다.

말레이시아에 이어 싱가포르 시장 개척에도 나선다. bhc치킨은 동남아시아 시장 진출을 가속화하기 위해 최근 싱가포르의 현지 대형 유통회사와 마스터 프랜차이즈 계약을 맺고 2023년 4월에 1호점 오픈을 목표로 세부사업을 진행하고 있다.

프리미엄 한우 전문점 '창고43'도 해외 진출을 준비 중이다. 창고43은 그동안 국내 고객은 물론 우리나라를 찾는 외

국인들에게 한우의 참맛을 알리기 위해 국내 주요 비즈니스 지역을 중심으로 매장을 확대해 왔으며, 추후에는 해외 진출을 통해 현지인에게 창고43만의 프리미엄 서비스를 경험하게 할 계획이다.

한편 글로벌 사업의 일환으로 추진 중인 미국 수제버거 브랜드인 '슈퍼두퍼'는 오는 10월 중 국내 소비자에게 첫 선을 보일 예정이다.

bhc그룹은 미국 서부지역 유명 버거 브랜드인 '슈퍼두퍼'의 국내 마스터 프랜차이즈 계약을 맺고 최근 서울 서초구 서초동 신논현역 부근에 1호점 오픈을 위한 마무리 작업에 박차를 가하고 있다.

지난해 아웃백스테이크하우스 인수를 계기로 다양한 외식 브랜드를 보유하게 된 bhc그룹은 국내 사업에서 보여준 성공 DNA를 토대로 해외 사업을 통해 bhc그룹을 글로벌 외식기업으로 성장이라는 비전을 세우고 그동안 지속적으로 해외 진출을 검토해 왔다. /신원선 기자



오늘의 신상

동아제약 솔리아 수분감 풍부 '핸드미스트'

동아제약이 프리미엄 핸드케어 브랜드 솔리아의 신제품 '솔리아 핸드미스트(샤진)'를 20일 출시했다고 밝혔다. 손은 외부로부터 노출이 가장 많은 부위로 꾸준한 영양 보충과 보습 관리가 필요하다. 솔리아 핸드미스트는 히알루론산, 알로에 등 피부의 보습을 높여주는 성분을 첨가해 건조한 손에 즉각적인 수분감과 풍부한 영양을 선사한다. 특히 출원한 터페노이드 콤플렉스도 함유돼 외부 유해물질 케어와 끈적임 없는 산뜻한 사용감을 제공한다. /이세경 기자



CJ델리미트 육공육, 100만개 판매 기염

출시 4개월 성과... 월평균 매출 20억

CJ제일제당의 프리미엄 델리미트(Deli meat) 전문 브랜드 '육공육'이 풍부한 육즙은 물론, 차별화한 맛과 향으로 소비자들의 입맛을 사로잡았다.

CJ제일제당은 육공육 더블에이징 후 랭크가 지난 5월 말 출시 후 4개월간 누적 판매량이 100만개를 돌파했다고 20일 밝혔다. 월 평균 매출은 20억원(소비자가 기준)을 기록하고 있어 이런 추세라면 CJ 대표 히트 상품 대열에 합류할

것으로 예상된다.

육공육은 후랑크, 킬바사, 통후랑크, 비엔나 등 4종으로 선보였다. 해외나 외식에서 경험하던 수제햄의 정통성은 살리면서 한국인이 선호하는 맛과 풍미를 담았다. 특히 혼자 사는 독립 가구는 물론 10대 자녀와 성인 자녀가 있는 가구에서 인기가 높다. SNS 상에서는 '톡 터지는 육즙과 고기 씹는 식감', '바비큐, 캠핑요리로 제격', '백주안주로 최고' 등 긍정적인 후기와 함께 가정, 야외에서 즐기는 사진 업로드가 이어지고 있다. /신원선 기자

트룩시마 판매허가 확대

셀트리온은 대만에서 로슈(제넨테크)를 상대로 한 특허 무효소송항소심에서 승소했다고 20일 밝혔다.

이 특허는 트룩시마의 오리지널의약품인 리톡산의 적응증 중 하나인 류마티스 관절염(RA)에 대한 특허로 셀트리온이 이미 2017년 국내에서 무효화시킨 특허의 대만 특허이다.

이번 특허소송 승소에 따라 셀트리온은 오리지널의약품에 승인된 전체 적응증으로 트룩시마의 판매 허가를 확대하게 됐을 뿐 아니라, 한국과 마찬가지로 허가특허연계제도가 도입되어 있는 대

만에서의 특허 도전 성공으로, 판매 개시일부터 1년간 RA 적응증에 대해 독점권을 부여받게 됐다.

셀트리온은 2020년 4월 대만 지식재산법원(이하 특허법원)에 리톡산의 RA 적응증 특허에 대한 무효소송을 제기했고, 2021년 10월 1심 판결에서 승소했다.

셀트리온이 개발한 트룩시마는 류마티스 관절염과 혈액암 및 비호지킨 림프종 등의 치료에 쓰이는 리톡산의 바이오시밀러로 2016년 11월 한국 식약처로부터 판매 허가를 획득한 데 이어, 2017년 2월 유럽 의약품청(EMA), 2018년 11월 미국 식품의약국(FDA)에서도 판매 허가를 받았다. /이세경 기자