

AMORE:CYCLE



유통업계  
必환경·자원순환  
가치소비 앞장  
니



Life

삼성전자  
상업용 디스플레이  
15년 연속 1위  
L2



# “배달 대신 홈치킨”... 냉동 한계 넘은 단짠·바삭 매력에 ‘폭’

## 메가히트 브랜드 탄생스토리

### CJ제일제당 ‘고메 소바바치킨’

냉동치킨 시장 판도 뒤흔든 히트상품  
론칭 8개월 만에 매출 500억 달성 ‘인기’  
소비트렌드 변화로 냉동식품 지속성장

CJ제일제당의 ‘고메 소바바치킨’이 냉동치킨 시장 판도를 뒤흔들고 있다. ‘고메 소바바치킨(소스 바른 바삭한 치킨)’은 출시 6개월만에 누적 매출 300억원(소비자가 기준)을 돌파했으며, 8개월만에 매출 500억원을 돌파하는 등 큰 인기를 끌고 있다.

CJ제일제당의 자사몰인 CJ더마켓을 기준으로 제품 1봉지의 정가가 1만900원인 점을 고려하면 대략 460만 여개가 팔린 것으로, 하루 평균 1만6850봉지, 1분마다 11개 이상이 팔린 셈이다.

이러한 매출 성장세는 K-푸드 세계화의 주역인 ‘비비고 왕교자’ 출시 후 첫 6개월 매출(110억원)보다 2.7배나 높은 성과로, 식품 업계에서도 오랜만에 탄생한 메가 히트 상품으로서 기대를 한몸에 받고 있다.

일반적으로 식품업계에서는 출시 첫해 연매출이 100억원을 넘으면 ‘메가 히트 상품’으로 평가하는데, ‘고메 소바바치킨’은 론칭 8개월 만에 매출 500억원을 돌파한 것이다.

‘고메 소바바치킨’의 인기 요인으로는 단연 냉동치킨의 한계를 극복한 차별화된 맛 품질이 꼽힌다. ‘고메 소바바치킨’은 전문점과 동일하게 두 번 튀긴 닭고기에 CJ제일제당이 독자 개발한 ‘소스코팅’ 기술을 적용해 갓 튀긴 듯한 바삭함이 특징이다. 여기에 꿀을 더한 특제 간장소스로 구현한 ‘단짠’의 조화로운 맛 덕분에 지난해 4월 출시되자마자 소비자들에게 큰 호응을 얻었다.

또한, 최근 고물가 속 외식 부담이 커지면서 냉동치킨을 포함한 가공식품의 소비 트렌드가 밥반찬용에서 외식대체재로 진화했다는 점도 주요했다는 분석이다.

실제로 냉동치킨을 포함한 가공식품의 소비 트렌드가 외식대체재로 진화하는 가운데, 냉동치킨 시장도 지난해 연간 1558억원 규모로 지속 성장하는 추세다. 특히, ‘고메 소바바치킨’ 출시를 기점으로 23년 4~12월 시장 규모가 전년비 14% 증가하며 시장 성장을 이끌었다는 평가다. ‘고메 소바바치킨 소이허니’ 3종(순살·윙·봉)은 작년 4월 출시 후 누계 매출 540억원(24년 1월 소비자환산 기준)을 돌파했다.

고물가로 외식비 부담이 커지는 가운데 대표 메뉴인 치킨을 보다 합리적인 가격으로 간편하게 즐길 수 있어 가성비를 추구하는 소비자에게 좋은 반응을 얻은 것은



▲고메 소바바치킨  
▶고메 소바바치킨 양념

로 보인다. 조리 방법도 간단하다. 에어프라이어에 140도로 약 11분만 조리하면 돼 가정에서 간편하게 즐길 수 있다.

CJ제일제당은 ‘고메 소바바치킨’의 인기에 힘입어 양념치킨 신제품 ‘고메 소바바치킨 양념’ 2종(순살·봉)을 지난해 출시했다. ‘단짠’의 조화로운 맛이 인상적이었던 소이허니 맛에 이어 ‘한국인의 소울푸드’이자 글로벌 K-푸드의 대세로 사랑받는 양념치킨 맛 신제품을 선보이며 ‘국민 치킨’으로 확실히 자리매김하겠다는 계획이다.

### ‘소스코팅’ 기술로 갓 튀긴 듯한 바삭함 조화로운 단짠 맛에 조리 방법도 간단해 K-푸드 대세 ‘양념치킨 맛’ 신제품 선택 해외진출 위한 글로벌 생산기지 확보도

‘고메 소바바치킨 양념’ 역시 CJ제일제당의 차별화 기술인 ‘소스코팅 공법’을 적용해 소스를 얇고 균일하게 코팅하듯 입혔다. 냉동치킨 특유의 눅눅함을 없애 갓 튀긴 듯한 바삭함이 유지돼, 전문점 수준의 식감과 풍미를 집에서도 즐길 수 있다.

특히 매콤한 양념장에 꿀과 토마토 페이스트를 넣은



특제 양념소스로 남녀노소 모두 좋아하는 매콤달콤한 양념치킨 맛을 구현했다. 또한, 인기 부위인 순살과 봉 등 2종으로 구성해 취향에 따라 즐길 수 있다.

CJ제일제당은 해외 진출을 위한 글로벌 생산기지 확보도 추진중이다. ‘고메 소바바치킨’의 국내 성과에 힘입어 글로벌 전략제품(GSP) 중 하나인 치킨 카테고리를 만두의 뒤를 이을 차세대 K-푸드로 낙점하고, 집중 육성하겠다는 계획이다.

CJ제일제당 관계자는 “고메 소바바치킨이 소비자들에게 큰 사랑을 받을 수 있는 것은 무엇보다 CJ제일제당의 핵심 기술로 구현한 차별화된 맛 덕분”이라며, “앞으로도 트렌드에 맞는 다양한 제품을 통해 국내를 넘어 글로벌 소비자들의 입맛까지 사로잡을 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

한편, CJ제일제당은 올해 시장을 주도하기 위한 전략으로 ‘초격차 역량 확보’를 발표한 바 있다. 이를 위해 국내 식품 부문은 ‘고메 소바바치킨’, ‘비비고 통새우만두’ 등을 이을 차별화된 제품을 계속 출시하는 한편, 주요 품목에 자원을 투입하는 선택과 집중 전략을 이어나갈 계획이다. 해외 식품 부문은 GSP, K-스트리트푸드를 앞세워 북미 시장 지배력을 높이고, 프랑스·북유럽·동남아 할랄시장 등의 진출로 신영토 확장에 속도를 낸다.



▲고메 소바바치킨 3종, 고메 소바바치킨 양념 2종.

/CJ제일제당

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲‘포스트 장미란’ 역도 박혜정, 한국신 기록 뒤편 파리행 확정 /사진 뉴시스  
▲‘황선홍호 합류 여부 관심’ 스톡 스트로크 배준호, 45분 출전...스완지에 패배

▲어깨 무거워진 류현진...팀 5연패 탈출·첫 승 재도전  
▲프로축구 서울 이랜드, 17일 홈에서 FC서울과 ‘서울 дер비’



▲이정후, MLB 데뷔 후 첫 휴식...샌프란시스코는 연패 탈출  
▲손흥민, 3번째 10골-10도움 달성 초읽기...13일 뉴캐슬 상대 /사진 뉴시스