

노가리·떡태 스낵에 단백질 바까지... '어른이 간식' 붐물

식품·제과업계, 타깃 확대

농심 '떡태강' 작년 2700만봉 판매 '맥주 안주 스낵' 품귀현상 일으켜

롯데웰푸드 '오잉 노가리칩' 출시 오리온 에너지바 등 연매출 683억



떡태강



/농심

키스틱 노가리칩, 오잉 노가리칩 /롯데웰푸드

제과업계가 주 소비계층이던 유아동 인구가 줄어들며 따라 MZ세대와 중장년층을 타깃으로 한 제품을 선보이며 내수 시장 공략을 이어간다.

기존 스테디셀러 스낵을 맥주 안주로 어울리는 스낵으로 변화시켜 시중에 내놓거나 헬스플레저 트렌드에 맞게 상품을 선보이고 있다.

1일 업계에 따르면 농심이 지난해 6월 26일 선보인 '떡태강'은 한 해 동안 2700만봉 판매고를 올렸다. 국민 2명 중 1명이 섭취한 셈이다.

떡태강은 출시 직후부터 '맥주 안주와 어울리는 스낵'으로 입지를 굳히며 품귀 현상을 일으켰다. 이 제품은 떡태의 맛을 스낵에 접목한 것으로 떡태 특유의 풍부한 감칠맛이 특징이다. 또 떡태와 함께 곁들이는 청양마요소 맛을 첨가해 짭짤하면서 알싸한 맛을 냈다.

농심은 기존 부산공장에서만 생산하던 떡태강 물량을 아산공장으로 확대해 주당 생산량을 30만봉에서 60만봉

으로 늘리고 수요에 대응해 왔다. 이후로도 판매량이 꾸준하게 매달 200만봉을 웃돌면서 생산량도 같은 수준을 유지하고 있다.

농심이 지난해 기록한 국내 스낵 부문 매출은 4778억원으로 전년(4268억원) 대비 500억원 이상 늘었다. 떡태강을 포함한 라면·스낵 신제품이 국내 사업 매출 증가분의 절반가량을 차지했다고 회사 측은 설명했다.

롯데웰푸드가 선보인 '오잉 노가리칩 청양마요맛'도 출시 5개월만에 1000만봉 이상 판매되며 롯데웰푸드 전체 스낵 매출을 10% 이상 끌어올렸다. 뒤이어 '오잉 노가리칩' '키스틱 노가리칩' 등 노가리를 활용한 제품도 줄이어 출시됐다.

롯데웰푸드는 '오잉 노가리칩 청양마요맛'과 '신당동 할머니 비빔 가득 담은 장독대 셰프의 불떡볶이'를 출시하고 본격적인 안주

용 과자 시장 공략에 나섰다.

업계 관계자는 "스낵 주요 소비층을 어린이에서 어른으로 옮기고 안주용 스낵 개발에 나서고 있다"며 "코로나 이후 홈술 문화가 자리잡으면서 성인 스낵시장의 성장 가능성을 높게 보고 있다"고 말했다. 어린이들의 간단한 아침 식사 대응으로 성장했던 시리얼의 경우, 바 형태로 출시하며 간편한 섭취를 강조하고 있다.

닐슨 데이터에 따르면 시리얼 시장 규모는 2021년 2248억원에서 2022년 2206억원, 지난해 2043억원으로 감소세를 보이고 있다. 반면 시리얼바 시장 규모는 2017년 504억원으로 500억원대를 돌파한 이후 2019년 619억원, 2021년 765억원, 2022년 841억원, 지난해 892억원으로 꾸준한 성장세를 보이고 있다.

2009년 '닥터유 에너지바'를 출시하며 국내 시장에서 뉴트리션바 카테고리 를 개척한 오리온의 경우 농산물 및 곡물 등을 원료 그대로 가공해 만든 '마켓오 네이처 오!그레놀라바', 간편히 단백질을 섭취할 수 있는 '닥터유 단백질바' 등을 선보이며 2022년 매출 580억원에서 지난해 683억원으로 18% 상승했다.

동서식품 역시 시리얼 콘푸라이트를 활용한 '콘푸라이트바', '골든그레놀라바', '포스트 통보리 그레놀라', '포스트크리치오' 등 라인업을 확대하며 시장 대응에 나서고 있다.

뒤늦게 시리얼바 시장에 뛰어들던 롯데웰푸드는 지난 1월 '이지프로틴' 단백질바를 출시, 올해 상반기에만 약 400만개를 판매하며 50억원의 매출을 기록했다.

업계 관계자는 "시리얼바는 건강한 식습관을 중요시하는 헬스플레저와 레저 인구 증가에 따른 '스낵킹'(Snacking, 간단한 식사) 문화와 맞물려 실적 견인의 주요 카테고리로 성장하고 있다"고 전했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



에너지 단백질바 /오리온



CJ제일제당 글로벌 인턴십 참가자들이 기념 촬영을 하고 있다. /CJ제일제당

CJ제일제당 해외 대학 외국인 대상 CJ글로벌 인턴십 운영

CJ제일제당이 글로벌 역량을 갖춘 최고인재 확보에 나섰다.

CJ제일제당은 채용 연계형 인턴십 프로그램인 '2024 CJ 글로벌 인턴십'을 운영한다고 1일 밝혔다. 전 세계로 K-푸드가 확산됨에 따라 현지의 문화와 시장의 이해도가 높은 우수 인재를 확보해 글로벌 사업 경쟁력을 더욱 강화하겠다는 취지다. 식품·유통업계에서 해외 대학에 재학중인 외국인을 대상으로 신입 채용을 진행하는 것은 CJ제일제당이 처음이다.

이번 인턴십 프로그램은 국적에 상관없이 글로벌 최고수준 MBA(경영학 석사) 또는 해외 우수 대학 출신 재학·졸업생을 대상으로 모집이 진행됐으며, 전 세계에서 5000명 이상이 지원하는 등 높은 관심을 받았다. 인턴 선발은 학업 능력·직무 역량뿐만 아니라 한국 문화와 K-푸드에 대한 관심, 한국에서의 장기적인 커리어 개발 의지 등을 기준으로 했다.

/신원선 기자



농심 명동 너구리의 라면가게 내부 전경. /농심

농심, 명동에 라면 체험매장

농심 '너구리의 라면가게' 오픈 호텔 체인 스카이파크그룹 협업

농심은 호텔 체인 스카이파크그룹(이하 스카이파크)과 협업해 오는 3일부터 '호텔스카이파크 명동 3호점'에서 농심 라면을 골라 먹을 수 있는 '너구리의 라면가게'를 오픈한다고 1일 밝혔다. 명동을 방문하는 외국인 관광객들은 누구나 K-라면을 편하게 즐길 수 있다.

'너구리의 라면가게'는 방문객이 원하는 라면과 토핑을 고르면 직원들이 즉석조리기로 조리해 제공하는 방식이다. 매일 오전 6시부터 익일 오전 1시까지 연중 무휴로 운영된다.

내부는 K-라면을 테마로 한 다양한 연출물과 컵라면 형태의 취식대, 너구리 캐릭터를 활용한 포토존 등 보는 재미를 함께 느낄 수 있도록 했다.

농심은 이후에도 스카이파크와 협업 마케팅을 이어간다는 계획이다. 농심

은 신라면볶음밥, 짜파구리 등 모디슈머 레시피를 활용한 메뉴를 호텔 조식 및 룸서비스에 반영하고, 관광객들이 기념품으로 구매할 수 있는 라면 선물 세트 및 굿즈 판매도 추진할 예정이다.

농심 관계자는 "명동은 서울 시내에서 외국인 관광객 방문 비율이 가장 높은 지역으로 다양한 음식과 쇼핑을 즐길 수 있는 한국문화 중심지로 부상하고 있다"며 "명동 관광객들의 접근성이 높은 호텔에서 농심 대표제품을 소개하고 K-라면 본고장의 맛을 간편하게 즐길 수 있도록 할 것"이라고 말했다.

한편, 농심과 이번 협업을 진행하는 '호텔스카이파크'는 전국 8개 호텔을 운영 중인 호텔 체인으로, 명동에만 4개 호텔을 운영해 외국인 관광객에게 인지도가 높다. 농심은 그 중 지하철역과 공항버스 및 시티투어버스 정류장이 가까운 접근성이 가장 높은 명동 3호점에 이번 체험공간을 오픈하기로 했다. /신원선 기자

"카누 패들포인트 모아 굿즈로 교환해요"

동서식품, 카누 패들포인트 프로모션

동서식품은 소비자 리워드 이벤트 '2024 카누 패들 포인트 프로모션'을 10월 3일까지 진행한다고 1일 밝혔다.

카누 패들 포인트 프로모션은 카누 제품을 구매할 때마다 앱(APP)에 포인트를 적립해 특별한 굿즈로 교환할 수 있는 이벤트다. 지난 2021년 시작한 이후 소비자들의 뜨거운 반응에 힘입어 매년 진행하고 있다.

올해 카누 패들 포인트 프로모션에는 카누 스틱, 카누 바리스타 커피 머신과 캡슐, 카누 워터 등 다양한 제품이

포함됐다. 프로모션 로고가 인쇄된 카누 제품을 구매하고 '카누 패들' 앱을 통해 패키지에 인쇄된 난수를 스캔하거나 구매 인증하면 패들 포인트를 쌓을 수 있다.

적립된 패들 포인트는 여름철 여행, 캠핑 등 다양한 공간에서 편안하고 즐거운 휴식을 돕는 다양한 굿즈로 교환할 수 있다. ▲워터 베드 ▲비치 타월 ▲드라이 백 ▲밤켈 캐리어 ▲크레모아 서클레이터 ▲빈백 소파 ▲보스 블루투스 스피커 ▲LP플레이어 등으로 실용성과 트렌디한 감성을 모두 잡았다. /신원선 기자

SSG닷컴, 멤버십 연회비 65% 인하

7일까지 '신세계 유니버스 클럽위크'

SSG닷컴은 1일부터 오는 7일까지 멤버십 회원 혜택을 강화한 '신세계 유니버스 클럽위크'를 진행한다고 밝혔다.

해당 기간 기존 3만원이었던 연회비를 1만원으로 낮춘다. 신규 고객은 65% 인하된 가격에 가입할 수 있으며, 가입 즉시 바로 SSG머니 1만원을 적립 받는다. 추가로, 2만원 이상 구매시 사용 가능한 1만원 할인 쿠폰과 즉석배송 '이날 아무때나' 장보기 무료배송 쿠폰 4장도 지급한다.

이 외에도 최대 10% 할인 쿠폰 최대 8장, 백화점 상품 반품비용 캐시백, 전용 할인딜 등 '신세계 유니버스 클럽'

의 다양한 혜택을 경험할 수 있다. G마켓, 이마트, 신세계백화점, 스타벅스, 신세계면세점 등 관계사 멤버십 혜택도 동일하게 이용 가능하다.

신규 고객 및 기존 회원 모두에게는 100% 당첨 최대 1만원 소핑 지원금을 지급한다. 또한 '프레시향수 1+1', '필립스 스탬다리미', '실크테라피 에센스' 등 멤버십 전용 특가딜을 진행한다.

별도로, 7월 한 달 간 진행되는 신한카드 단독 포인트 적립 이벤트도 있다. 주문당 3만원 이상 신한카드로 결제 시 신한 SOL Pay 앱 내 스탬프 적립 및 마이신한포인트 최대 1만1000포인트를 제공한다. /최빛나 기자 vitna@



롯데웰푸드, 죠크바 라인업 /롯데웰푸드

롯데웰푸드 '0칼로리' 아이스 바 죠크바 라인업 완성

롯데웰푸드가 여름 성수기를 앞두고 '씨없는 수박바 0kcal'를 출시한다고 1일 밝혔다. 롯데웰푸드의 대표 빙과 브랜드 '죤스바', '스크류바' 2종에 이어 '수박바'까지 '0칼로리' 아이스 바로 출시하며 죠크바 브랜드 라인업을 완성한 것이다.

롯데웰푸드 홈페이지와 SNS, 고객센터 등으로 소비자 출시 요청이 꾸준히 이어져 '씨없는 수박바 0kcal' 제품화를 결정하게 됐다. 초코코팅 땅콩을 빼고, 설탕 대신 천연 감미료를 사용해 기존 제품과 비교해도 손색없는 상큼하고 달콤한 맛을 0칼로리로 구현했다. 초코코팅 땅콩이 빠진 만큼 제품명을 '씨없는 수박바 0kcal'로 해 재미요소를 더했다. /신원선 기자