‘무더위 초복 성큼’… 집에서 즐기는 간편 보양식 인기몰이

식품업계, 장마철 집밥족 공략
신세계푸드 ‘올반 삼계탕 2종’
지난달 판매량 전년比 45%↑
하림 맛집 비법 초계국수 출시
대상 호밍스 녹두 삼계탕 선봬

외식 물가 상승으로 집밥족이 늘어난가운데, 다가오는 복날을 앞두고 ‘홈 보양족’이 증가하고 있다. 무더위와 습한 장마철까지 겹치면서 복잡한 조리 과정 없이 간편하게 즐길 수 있는 간편 보양식이 큰 인기를 끌고 있다.

신세계푸드에 따르면 올반 삼계탕 간편식 2종의 6월(6월 1~25일) 판매량은 전년 동기 대비 45% 증가한 것으로 나타났다. 또한 올해 올반 삼계탕의 판매량이 지난해 대비 40% 이상 증가할 것으로 예상해 55만개를 생산했다고 밝혔다.

올반 삼계탕의 판매량 증가는 이른 무더위로 보양식의 대명사인 삼계탕을 일찍부터 찾는 소비자가 늘고, 동시에 외식물가 부담으로 인해 합리적인 가격으로 즐길 수 있는 삼계탕 간편식에 대한 선호도가 매년 높아지고 있기 때문으로 신세계푸드 측은 분석했다. 실제 2021년 18만개였던 신세계푸드의 올반 삼계탕의 판매량은 2022년 22만개, 2023년 38만개로 꾸준한 성장세를 나타내고 있다.

이에 신세계푸드는 올 여름에도 삼계탕 간편식을 찾는 소비자가 늘 것으로 예상하고 적극적인 마케팅 활동과 신제품 출시에 나섰다. 오는 7월 1일부터 2주간 이마트, G마켓, SSG닷컴, 네이버 스마트스토어, 카카오 쇼핑하기, 쿠팡 등 온, 오프라인 유통채널에서 올반 삼계탕을 특별가격에 판매하는 프로모션을 진행한다.

호밍스 녹두삼계탕. /대상

호텔컬렉션 한우사골삼계탕. /신세계푸드

이커머스 기업 위메프에서도 보양 간편식 판매량은 증가세다. 위메프에 따르면 6월 17일부터 30일까지 직전 2주 대비 밀키트가 43% 증가한 가운데, 닭고기부터 소고기, 돼지고기 등 다양한 품목의 거래액이 크게 늘었다. 상품별로는 ‘삼계탕’ 판매가 2배 가까이 증가했다. 이밖에 보양식으로 잘알려진 갈비탕이 27%, 추어탕은 21% 판매가 상승했다.

업계 관계자는 “이른 폭염과 고물가가 지속되면서 식재로 손질과 조리 과정을 줄여 간편하면서도 합리적인 가격으로 즐길 수 있는 보양식 시장이 매년 커지고 있다”며 “삼계탕 뿐 아니라 고품질의 보양 간편식을 찾는 소비자들이 늘고 있는 만큼 다양한 간편식이 출시되고 있다”고 말했다.

종합식품기업 하림은 삼계탕을 라면 형태로 즐길 수 있는 ‘삼계탕면’과 ‘더미식(The미식) 초계국수’를 선보였다.

특히 더미식 초계국수는 더미식에서 처음으로 선보이는 냉면류 제품이다. 외식 냉면의 가격도 크게 오르면서 냉면 밀키트를 선호하는 소비자들이 증가하는 추세에 따라 이번 신제품을 선보이게 됐다. 더미식만의 비법이 담긴 초계국물과 닭고기 고명이 동봉돼 별도의 다른 고명 없이도 전문점에 뒤지지 않는 푸짐한 한 그릇을 즐길 수 있다.

하림은 전문점 수준의 초계국수를 만들어내기 위해 많은 공을 들였다. 줄을 서서 먹는 전국의 초계국수 맛집을 직접 돌며 레시피를 연구하고, 블라인드 테스트를 수차례 거쳐 더미식만의 비법을 담은 초계국수를 완성했다.

대상 청정원의 간편식 브랜드 ‘호밍스(Home:ings)’는 ‘녹두삼계탕’을 선보였다. 일반 식당에서 사용하는 크기인 5호닭(정육 기준 500g 이상) 한 마리를 통째로 사용했고, 국내산 수삼과 대추, 찹쌀과 함께 껍질을 벗겨 더욱 고소한 녹두를 가득 넣어 영양분까지 제대로 챙겼다.

간편한 1팩 구성도 강점이다. 포장을 뜯지 않고 포장된 상태 그대로 냄비에 데우면 외식 못지 않은 든든한 보양식 한끼를 손쉽게 완성할 수 있다. 청정원 호밍스 ‘녹두삼계탕’은 마켓컬리, 쿠팡 등 이커머스 채널에서 만나볼 수 있으며, 대형마트로도 점차 확대될 예정이다.

한편 외식 삼계탕 1인분의 최근 가격은 1만4000원대 후반에서 1만7000원에 이른다. 한국소비자원 참가격 통계에 따르면 지난 5월 외식 삼계탕 1인분의 평균 가격은 서울 기준 전년보다 2.8% 오른 1만6885원으로 집계됐다. 5년 전과 비교하면 16.7% 올랐다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

코카콜라 워터밤 서울 2024
차은우·권은비 퍼포먼스

코카-콜라는 세계 1등 사이다 브랜드 ‘스프라이트’가 후원사로 참여하는 ‘워터밤 서울 2024’에서 써머 모델로 활약 중인 차은우와 권은비가 퍼포먼스를 선보였다고 7일 밝혔다. 지난 5일부터 7일까지 총 3일에 걸쳐 진행되는 ‘워터밤 서울 2024’에서 차은우는 스페셜 게스트로 깜짝 등장, 권은비는 페스티벌 이틀 차 라인업에 출격하며 관객들의 몸과 마음을 시원하게 만드는 쿨 모먼트를 선사했다.

페스티벌 첫날 차은우는 스페셜 게스트로 깜짝 등장해 관객들 사이에서 뜨거운 환호성을 이끌어냈다. 이튿날인 6일에는 차은우에 이어 스프라이트 써머 캠페인 모델로 발탁된 워터밤 여신 권은비가 무대에 올랐다. /신원선 기자

스프라이트가 후원사로 참여하는 ‘워터밤 서울 2024’. /코카 콜라

현대百 “셋 이상 출산 축하금 1000만원”

임신·출산·육아 복지 혜택 확대
첫째 300만원·둘째 500만원 제공
임신 직원, 엽산·종합비타민 선물

현대백화점이 임신·출산·육아 관련 복지 혜택을 대폭 확대한다. 유통업계 최고 수준의 복리후생제도를 시행해 일과 가정이 양립할 수 있는 기업문화 조성에 앞장선다는 계획이다.

현대백화점은 육아 친화적인 기업문화를 만들기 위해 자체 운영 중인 사내 복리후생 프로그램 ‘일가정 제도’를 확대한다고 7일 밝혔다.

가장 눈에 띄는 변화는 출산축하금 상향이다. 첫째 자녀와 둘째 자녀 출산 시 지원액을 각각 300만원, 500만원으로 늘렸고, 셋째 이상 출산 시에는 1000만원으로 대폭 상향했다. 임신한 직원들을 대상으로 엽산, 종합비타민, 마더 마사지 오일 등도 축하 선물도 올초부터 제공하고 있다.

임신을 준비 중인 직원을 위한 지원 내용도 강화했다. 우선, 임신에 어려움을 겪는 직원들을 위해 난임 시술비 지원 대상을 확대했다. 기존에는 근속년수 7년 이상 직원에게 난임 시술 한 회당 100만원씩 최대 3회까지 지급했지만, 현재는 근속년수와 횟수에 제한을 두지 않고 지원한다. 또한 임신한 배우자의 검진에 동행할 수 있도록 유급휴가 제도를 신설했다.

이와 함께 기존 만 8세 이하 자녀를 둔 여성 직원을 대상으로 했던 가사도우미 지원 제도를 남성 직원까지 확대했고, 지원 횟수도 월 1회에서 2회로 늘렸다. /최빛나 기자 vitna@

르꼬끄골프
새 브랜드 콘셉트 발표

르꼬끄골프가 브랜드 재정립에 나서며 새 브랜드의 방향성을 공개했다.

데상트코리아의 골프웨어 브랜드 르꼬끄골프는 브랜드 재정비에 나서며 신규 브랜드 콘셉트를 발표했다고 7일 밝혔다. 르꼬끄골프는 이번 브랜드 재정립을 통해 스타일과 기능을 아우르는 투 트랙으로 브랜드 콘셉트를 확장하겠다는 전략을 내비쳤다. 브랜드 정체성은 스포츠 감성에 기반한 색상과 골프웨어의 본질인 기능적 요소에 맞췄다. /안재선 수습기자 wotjs4187@

아디다스 “대규모 체험형 이벤트 성료”

손흥민·박재범 등 F50 출시 기념 행사

글로벌 리딩 스포츠 브랜드 아디다스 코리아(이하 아디다스)가 초경량 축구화 F50 어드밴스먼트팩의 국내 출시를 기념해 영등포 타임스퀘어에서 글로벌 파트너 손흥민, 정호연, 박재범과 함께한 ‘오직 스피드를 위해’ 이벤트를 성황리에 마쳤다고 7일 밝혔다.

지난 5일부터 7일까지 열린 ‘오직 스피드를 위해: SON IS COMING’은 스포츠를 사랑하는 고객들에게 제품 경험을 선사하기 위해 열린 대규모 이벤트다. F50을 신고 스크린 풋볼을 체험해볼 수 있는 공간부터 F50 시리즈의 기능성과 히스토리를 한 눈에 살펴볼 수 있는 ‘전시 존’, 손흥민 선수가 등장하는 ‘스페셜 포토부스’ 등 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 다채로운 체험형 프로그램으로 준비됐다.

특히 6일에는 글로벌 파트너 손흥민과 정호연, 박재범이 아디다스의 새로운 브랜드 메시지 ‘YOU GOT THIS-널 믿어’를 주제로 한 토크쇼에 출격한다는 소식이 전해져 영등포 일대에 수많은 인파가 몰렸다. 이번 행사는 깜짝 서프라이즈로 진행된 손흥민 선수의 생일파티까지 더해져 수많은 국내 팬들의 사랑을 다시한번 확인할 수 있는 시간이었다.

‘YOU GOT THIS-널 믿어’ 토크쇼에서는 손흥민과 박재범, 정호연이 가장 애정하는 아이다스 아이템을 소개하는가 하면, 힘들었던 순간과 극복 비결, 팬들에게 전하는 용기의 메시지 등 진솔하고 유쾌한 이야기로 팬들과 소통하는 시간을 가졌다. /신원선 기자

이랜드이츠 더 카페, ‘제로 바닐라 라떼’

당 시럽 대신 대체 당 파우더 사용

이랜드이츠의 카페 프랜차이즈 ‘더 카페(THE CAFFE)’가 ‘제로 바닐라 라떼’를 출시했다.

더카페의 제로 바닐라 라떼는 100ml당 당류가 0.5g 미만일 때 받을 수 있는 당류 불검출 인증을 받은 ‘제로슈거(제로당)’ 음료다.

또한 바닐라 라떼의 진한 맛을 살리기 위해 대체 당 시럽 대신 대체 당 파우더를 사용한 것이 특징이다. 이를 통해 일반 바닐라 라떼와 거의 같은 맛을 느낄 수 있다.

더카페는 제로슈거 바닐라 라떼를 구현하기 위해 독자적 레시피로 제작한 전용 바닐라 파우더를 사용했다. 본 파우더는 더카페 상품개발실에서 약 2년에 걸친 개발 끝에 완성했다.

제로 바닐라 라떼. /이랜드이츠

더카페는 바닐라 라떼의 진한 단맛을 유지하면서도 대체 당 특유의 맛을 줄이는 것을 최우선 과제로 파우더 개발을 진행했다. 또한 더카페의 자체 로스팅팩토리에서 생산하는 스페셜티 블렌드 원두와 가장 잘 어울리는 맛을 찾아 파우더를 완성했다. /신원선 기자

롯데슈퍼
하절기 무료 배달 시행

롯데슈퍼가 고객들의 두 손을 가볍게 해준다.

여름 시즌인 7월에 접어들면서 무더운 날씨가 지속됨에 따라 수박이나 생수 묶음을 찾는 고객들이 많아지고 있다. 하지만 해당 상품들은 중량이 있는 만큼 고객들이 자택까지 들고 가기 어렵고, 특히 슈퍼 주 고객층인 5060세대들이 큰 어려움을 겪는 편이다.

롯데슈퍼는 고객들의 쇼핑 편의성을 높이고자 지난 1일부터 내달 31일까지 잠원점을 포함한 전국 137개점에서 ‘하절기 무료 배달’을 실시한다고 7일 밝혔다. /최빛나 기자