

외식물가 오르자 ‘HMR·냉동식품’으로 집에서 한끼 해결

(가정간편식)

오아시스마켓, 가공식품 매출 20%↑
동원F&B, 조미소스 매출 40%↑
신세계푸드, ‘마스터컬렉션’ 신설
CJ제일제당, 냉동치킨 시장 선두
하림, ‘멕시칸’ 레시피로 차별화



고메 소바바치킨 마소릭 순살.

/CJ제일제당

외식 물가 상승이 이어지면서 소비자들 사이에서는 집에서 간편하게 즐길 수 있는 대체 식품을 찾는 움직임이 뚜렷해지고 있다. 식품업계는 이러한 흐름을 기회로 삼아 HMR(가정간편식)과 소스 제품을 확대하고 있다.

29일 한국소비자원 가격정보포털 ‘참가격’에 따르면 지난달 서울 지역 자장면 평균 가격은 7692원으로 전월(7654원)보다 약 0.5% 상승했다. 갈국수는 9962원, 삼겹살(200g 환산)은 2만 1141원으로 각각 0.4% 올랐고, 비빔밥도 0.3% 상승했다.

라면과 제과 등 일부 가공식품 가격이 인하됐지만, 외식 물가는 여전히 오름세다. 외식 가격에는 식재료뿐 아니라 인건비, 임대료, 물류비, 전기·가스요금 등

이 복합적으로 반영된다. 최근 원·달러 환율 상승과 중동 지역 긴장에 따른 고유가 흐름까지 겹치며 비용 압력이 이어지고 있다.

외식 물가가 오르면서 소비자는 점차 ‘집에서 해결하는 한 끼’로 이동하고 있다. 단순히 저렴한 제품이 아니라, 외식을 대체할 수 있을 만큼 맛과 품질을 갖

춘 HMR과 냉동식품, 소스 제품이 선택 받는 것이다.

이에 기업들은 김, 통조림 제품, 조미료 등 기존 주력 품목에서 나아가 소스·HMR·냉동식품으로 포트폴리오를 넓히며 이 흐름에 올라타고 있다.

실제로 오아시스마켓에 따르면 HMR 등 가공식품 매출이 20% 늘며 연간 최대

매출을 기록했다. 충성고객 비중과 온라인 매출이 동시에 증가했고, 분기 수익성도 크게 개선됐다.

동원F&B는 참치액 등 조미소스 매출이 40% 이상 증가하며 새로운 성장 축으로 떠올랐다. 자회사 동원홈푸드는 소스 브랜드 ‘비비드치킨’은 저당·저칼로리 콘셉트로 김치살사, 양념치킨소스 등을 선보이며 미국 샘스클럽과 아마존 채널에 입점했다.

‘양반’ 브랜드를 앞세운 HMR도 강화하고 있다. 국탕·찌개·즉석밥·프리미엄 탕류까지 확대하며 한식 간편식 브랜드로 육성 중이다. 레토르트 열처리 시간을 단축하는 설비 투자로 식감 개선도 이뤘다.

신세계푸드는 프리미엄 HMR 라인 ‘마스터컬렉션’을 신설하며 제품을 세분화했다. 기존 라인을 통합하고 프리미엄 군을 별도로 구축해 수익성을 높여나가는 전략이다.

냉동 치킨 시장도 커지고 있다. 시장 조사업체 유로모니터에 따르면 국내 냉동 치킨 시장은 2022년 약 1400억원에서

지난해 1600억원 대로 성장한 것으로 추정된다. 치킨 한 마리 가격이 배달비 포함 3만원에 육박하면서 소비자들이 대안을 찾은 것이다. 게다가 에어프라이어 보급 확산으로 집에서 전문점 수준의 식감 구현이 가능해졌기 때문이다.

냉동 치킨 시장 선두에는 CJ제일제당이 있다. ‘고메 소바바 치킨’은 2023년 출시 이후 지난해 9월 말 기준 누적 판매량 2000만봉을 돌파하며 시장을 견인했다. 맛도 다양하게 늘리며 소비자의 선택지를 넓혔다.

하림은 프랜차이즈 ‘멕시칸’ 레시피를 접목한 냉동 치킨을 선보이며 차별화에 나섰다. 뼈 있는 봉치킨에 냉장육을 사용해 식감을 강조했고, 출시 9개월 만에 400만봉 판매를 기록했다.

업계 관계자는 “외식비 부담이 커질수록 역할적으로 식품기업의 ‘집밥 대체’ 사업 기회는 더 커지고 있다”며 “HMR과 소스 사업은 수익성과 성장성을 동시에 확보할 수 있는 영역”이라고 말했다. /신원선 기자



tree6834@metroseoul.co.kr

CFS, ‘물류시스템 핵심’ 대구서 인재 찾는다

CFS 4곳 ‘채용 박람회’ 공동참여
취업 상담부터 현장 면접까지
원스톱 채용… 구직자 335명 접수



쿠팡풀필먼트서비스가 지난 26일 대구 영남이공대학교에서 대구모 채용박람회를 개최했다. /쿠팡

쿠팡풀필먼트서비스(CFS)가 지난 24일 수원에 이어 대구에서도 대구모 채용박람회를 성황리에 개최했다. CFS는 지난 26일 대구 영남이공대학교 천마체육관에서 열린 단독 채용박람회에 335명의 구직자가 지원 접수를 했다고 29일 밝혔다.

이번 채용은 영남권 ‘로켓프레시’ 물류증가에 따른 인력 수요를 대비하기 위해 대구와 경산 지역에 위치한 4개 쿠팡풀필먼트센터가 공동으로 참여했다.

모집 분야는 입고, 출고, 재고·반품 검수, 지게차 운행, 물류 현장관리자 등으로 지역 청년과 여성 구직자들이 대거 몰려 눈길을 끌었다. CFS는 이번에도 취업 상담부터 현장 면접까지 한 번에 완료할 수 있는 원스톱 채용 시스템을 운

영했으며, 무료 증명사진 촬영과 경품추첨 등 다채로운 이벤트를 준비해 참가자들의 호응을 얻었다.

CFS와 영남이공대학교는 지난해 9월 산학협력 업무협약(MOU)을 체결한 이후 지속적으로 지역 인재 발굴에 힘쓰고 있다. 실제로 지난해 영남이공대학교에서 열린 두 차례의 대구모 채용박람회에

는 총 1000명이 넘는 지원자가 몰리는 등 지역 내 일자리 창출의 핵심 거점 역할을 하고 있다.

박수현 CFS 최고인사책임자(CHO)는 “대구·경북권을 아우르는 전국 단위 물류시스템의 핵심 지역”이라며 “이번 채용박람회가 물류 분야에서 성장하고자 하는 청년들에게 소중한 계기가 되길 바라며, 올해도 지속적으로 일자리를 확대해 지역 경제 활성화에 기여하겠다”고 전했다.

CFS는 현재 대구와 경산, 칠곡을 포함한 대구 권역 내 주요 지역에서 쿠팡풀필먼트센터를 운영 중이다. 특히 대구 달성군 국가산업단지에 위치한 대구 풀필먼트센터는 아시아권 최대 규모로 다양한 AI기반 자동화 로봇 기술을 도입하여 직원들의 업무 강도는 낮추고, 고객을 위한 로켓배송 서비스 품질은 끌어올린 ‘최첨단 미래형 물류센터’라는 평가를 받고 있다. /신원선 기자

가성비·장기간 보관 ‘냉동 과일’ 인기

GS샵, 내일 ‘냉동 블루베리’ 선배

GS샵이 고물가 속 신선 과일 대안으로 떠오른 ‘냉동 과일’ 수요 공략에 나선다.

최근 고물가가 지속되면서 과일 소비 트렌드가 ‘신선’에서 ‘보관 편의성 및 가성비’ 중심으로 변화하고 있다. 장기간 보관이 가능하다는 점도 냉동 과일 수요 증가의 주요 요인으로 꼽힌다.

이 같은 흐름은 실제 판매 성과로 이어지고 있다. GS샵이 지난해 TV 방송을 통해 선보인 냉동 블루베리는 단 2회 방송만에 총 주문액 4억원을 기록하며 전량 매진됐다. 이는 목표 대비 150%를 웃도는 실적으로, 냉동 과일에 대한 높은 수요를 입증했다.

착즙 주스 역시 가파른 성장세를 보이고 있다. GS샵의 올해 1~3월 착즙 주스

누적 주문액은 25억원으로, 전년도 착즙 주스 주문액인 56억원의 약 45%를 1분기 만에 달성했다. 장기간 보관이 가능한 착즙 주스 역시 가공 형태 과채 상품 전반의 매출 확대를 이끌고 있다.

이러한 트렌드에 맞춰 GS샵은 3월 31일(화) 15시 35분 TV 방송을 통해 ‘스페셜유 냉동 블루베리’를 선보인다. 해당 상품은 블루베리 최대 생산지로 꼽히는 미국 워싱턴주에서 재배된 듀크(Duke) 단일 품종으로, 100% 미국산 A등급 원물만을 엄선했다.

또한 수확한 블루베리를 개별 급속 냉동(IQF, Individually Quick Frozen) 공법으로 빠르게 냉동해 신선도와 보관성을 높였으며, 블루베리 대표 영양 성분인 안토시아닌 보존에도 유리하도록 설계했다. /신원선 기자

‘집관’ 트렌드… 현대그린푸드, 간편식 최대 10% 할인

내달 5일까지 그리팅몰서 기획전

현대백화점그룹 계열 종합식품기업 현대그린푸드는 30일부터 내달 5일까지 공식 온라인몰인 그리팅몰에서 ‘요리는 짧게 응원은 길게 기획전’을 진행한다.

이번 기획전은 집에서 TV로 스포츠 경기를 관람하는 문화인 ‘집관(집+관람)’을 하며 먹기 적합한 가정간편식(HMR) 제품 40종을 정가가 대비 최대 10% 할인해 판매한다.

대표 제품으로는 순살 닭다리살을 각기 다른 3가지 맛 소스로 조리한 닭강정 제품 3종 ‘흑초블랙 닭강정(정가가 6800

원 → 할인가 6120원)’, ‘허니멜로 닭강정(정가가 6800원 → 할인가 6460원)’, ‘땅콩레드 닭강정(정가가 6800원 → 할인가 6460원)’을 비롯해, 찹쌀을 넣어 쫄득한 맛의 도우에 페퍼로니와 치즈를 듬뿍 올린 ‘원데이블 페퍼로니 피자(정가가 8000원 → 할인가 7200원)’ 등이 있다.

특히, 집관하며 간단한 주류를 곁들이기 좋은 ‘감바스 알아히요(정가가 1만 5900원 → 할인가 1만 4310원)’, ‘마라샹귀(8500원 → 할인가 8070원)’, ‘햄푼단송탄식부대찌개(정가가 1만 5800원 → 할인가 1만 5010원)’도 할인 판매한다.

또한 늦은 저녁에 먹어도 부담이 적게

끔 100g 당 당류가 2g 미만으로 만든 ‘저당 로제 떡볶이(정가가 4800원 → 할인가 4560원)’, 부추·표고버섯 등 8가지 채소로 만든 식물성 만두소로 속을 채운 ‘그리팅 채식고자(정가가 9900원 → 할인가 9400원)’ 등도 함께 마련했다.

현대그린푸드 관계자는 “간편하면서도 고퀄리티인 요리와 함께 집관할 수 있도록 다양한 제품을 합리적 가격으로 구매 가능한 기획전을 마련했다”며 “앞으로도 맛과 편리함은 물론, 건강한 재료로 정성을 다해 만든 HMR 제품을 지속 선보여 건강한 먹거리 트렌드를 지속 이끌어 나갈 것”이라고 말했다. /신원선 기자

CU, 한강 중심 ‘러닝 스테이션’ 점포 확대

러너 대상 멤버십 ‘러닝 멤버스’ 도입

CU가 한강 벨트를 중심으로 ‘러닝 스테이션’ 점포를 확대하고, 러너 대상 멤버십 ‘러닝 멤버스’를 도입하며 러닝 플랫폼 전략을 본격화한다.

CU는 지난 2월 28일 서울 여의도 한강 인근에 러닝 특화 콘셉트의 시그니처 매장 ‘CU한강여의도3호점’을 열었다. 이 점포는 물품보관함, 탈의실, 파우더룸 등 러너 편의시설과 러닝 상품 큐레이션존, 웨어러블 체험, 휴식 공간을 갖춘 복합형 편의점이다.

오픈 이후 3월 한 달간 운영 데이터를 보면, 일반 점포 대비 단백질 음료(161.5%), 스포츠·이온음료(286.3%), 에너지바(101.1%), 타월 등 의류용품(125.9%) 매출이 크게 늘었다.



CU러닝 멤버스.

/BGF리테일

CU는 러닝 수요에 맞춰 러닝 플랫폼 ‘런데이’와 자체 앱 ‘포켓CU’를 연동한 ‘러닝 멤버스’를 선보인다. 러닝 완료 시 생수 교환권을 제공하고, 3km 이상 러닝 시 이온음료·단백질바·포인트·쿠폰 등이 걸린 톨렛 이벤트에 참여할 수 있다. 누적 100km 달성 시 거리당 포인트 전환 혜택도 마련됐다. /신원선 기자