

우리 협회에서는 식육가공품(냉동식품 포함)에 대한 소비자 인식계몽과 호응도를 높이기 위해 02년 4월부터 업계 및 회원사의 PR사항을 기사화하여 다양한 형태의 언론 보도활동을 추진하고 있습니다

(02년 4월-9월 기사화 자료 : 2002년 가을호 참조)

(02년 10월-03년 5월 기사화 자료 : 2003년 여름호 참조)

이번 겨울호에는 03년 6월부터 03년 10월까지 주요 언론매체에 기사화된 내용을 수록합니다.

더욱 효과적인 홍보효과를 얻을 수 있도록 회원사 여러분의 적극적인 참여를 기대합니다.

- 편집자 주 -

◆ 03.6월

간편한 육가공제품, 술안주로 인기 '만점'

- 건강지향적이고 간편지향적인 실속파 소비자 증가
- 육포, 소시지, 캔 햄 제품, 야외 술안주로 인기 급부상
- 육가공업계, 틈새시장 공략을 통해 경쟁력 다져야 할 때

무더위와 함께 본격적인 맥주의 계절이 돌아왔다. 퇴근길 시원한 맥주 한잔 생각날 때가 많다. 복적 거리는 번잡한 술집을 피해 한강 둔치에서 돛자리를 펴고 깔끔하게 한잔하는 것은 어떨까.

최근 육가공 제품들이 맥주의 안주로 인기를 끌고 있다. 간편하게 들고 다닐 수 있고 또 고른 영양 성분을 함유하고 있어 야외에서 술을 마실 때 일등 안주감이 되고 있다.

가장 대표적인 술안주로 육포를 들 수 있다. 육포는 쇠고기의 흉두께 부위나 돼지고기의 흉두께 우

둔 부위로 순살코기에 천연양념을 가미하여 Slice, 염지, 숙성, 건조의 과정을 거쳐 제조하는 육가공 제품이다. 고추장이나 마요네즈에 찍어 먹으면 그 맛은 일품.

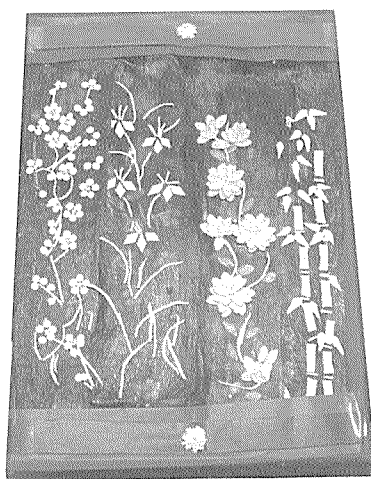
한냉(www.hannaeng.co.kr 대표 신건호)의 한냉육포는 100% 순쇠고기를 정선했어 쇠고기 맛과 영양, 풍미를 간직한 고단백 식품이다. 20g(1,400원/봉), 30g(2,100원/봉), 50g(3,500원/봉), 100g(7,000원/봉), 170g(11,900원/봉)으로 출시되며 편의점, 인터

넷 쇼핑물, 각지방 영업소를 통해 유통되고 있다. 이 제품은 술안주뿐만 아니라 성장기 어린이, 청소년의 영양간식, 운동선수들의 스테미너식으로 인기 높다.

홍선(www.6po.co.kr 대표 홍국표)에서는 민속 육포, 씨니볼스, 참맛 나는 육포, 고추장육포 등을 출시. 민속육포는 호주산 소고기의 홍두께를 이용한 우육제품(100g 5900원/봉, 170g 9,220원/봉)과 국내산 돈육의 후지부위를 이용한 돈육제품(100g 3,800원/봉, 200g 7,400원/봉)이 있다. 그리고 우리나라 고유의 고추장 맛을 육포에 접목시킨 고추장육포(돈육 90g 3,800원/봉)는 한국의 식문화 화를 알리기에 적합, 수출을 추진 중에 있다. 이 회사의 제품들은 삼성홈플러스, 김스클럽, 까르푸, 농협, 편의점 등을 통해 유통되고 있다.

한편, 맛있는 맥주와 소시지는 찰떡궁합. 최근 수요가 급증한 스틱형 소시지 역시 안주시장에서 만만치 않은 비중을 차지하고 있다.

진주햄(www.jinjuham.co.kr 대표 박재복)은 1986년 '천하장사'를 출시, 100원(13g), 200원(18g), 500원(43g)의 3종류를 시장에 내놓고 월 20억원의 매출을 올리고 있다. 천하장사는 돼지고기, 명태 연육, 치즈 등을 주원료로 단백질, 칼슘, DHA, EPA 등의 영양성분이 함유돼 있어

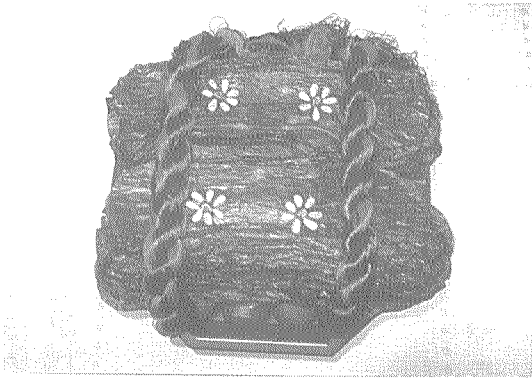


술안주 뿐만 아니라 영양간식으로도 우수하다. 롯데햄,우유(www.lottehammilk.co.kr 대표 남정식)에서는 '키스틱'이라는 스틱형 소시지로 안주시장 틈새를 노리고 있다. 40g짜리 한 개에 500원인 키스틱은 연육과 치즈 함량을 높여 고급화하고 유통기한 및 성분함량을 표시, 날개포장을 하는 등 차별화를 시도했다. 간편하면서 보관이 용이한 캔 타입 햄 제품도 술안주로 안성맞춤.

CJ(www.cj.co.kr 대표 손경식)는 최근 건강을 고려해 기존 돼지고기 캔 햄에 비해 지방과 칼로리를 줄인 '쿠스타'를 출시했다. 굵지 않고 그대로 먹을 수 있으며 맛은 짜지 않고 담백하다. 230g 2,900원.

하림(www.halim.com 대표 김홍국)에서도 역시 저지방 치킨 햄 '챔'을 내놨다. 챔(200g 2,300원, 340g 3,500원)은 닭가슴살을 주재료로 만든 저지방 프리미엄 햄. 기존 돼지고기는 지방함유율이 20%인데 반해 이 제품은 지방함유율이 2.9%에 불과하다. 조리가 필요 없어 그대로 먹을 수 있으며 술안주 외에도 도시락 반찬, 찌개용 및 간식용으로 적합하다.

한국육가공협회 한 관계자는 "최근 육가공업계에서는 소비자들의 가족 나들이를 겨냥한 간편한 제품들을 출시하고 있다. 편리함과 건강에 신경 쓴 제품들을 대거 출시해 소비자들의 선택품목을 다



양화 시키고 있다”면서 “게다가 실속파 소비자들이 늘어남에 따라 야외 술안주나 간식용으로 저렴한 육가공 제품을 선호하는 경향이 있다. 육가공

업체는 이러한 건강지향적이고 간편지향적인 현대인들의 식습관을 잘 캐치해 틈새시장을 확보해야만 경쟁력을 가질 수 있을 것이다”고 말했다.

관련내용 기사화

- 1) 오마이뉴스(03.6.20) : HACCP를 아십니까
- 2) 제일경제(03.6.25) : 육가공업계 술안주시장 맹공
- 3) 머니투데이(03.6.30) : 여름 성수기를 잡아라 - 더위사냥 건강도 챙겨
- 4) 오마이뉴스(03.6.30) : 간편한 육가공제품, 술안주로 인기 '만점'
- 5) 헤럴드경제(03.7.12) : 술안주 육포시장 뜬다

◆ 03.7월

돼지고기도 브랜드 시대 '활짝' 열려

- 브랜드육, 고기 맛이 좋은 암돼지와 거세돈만을 사용해 인기 급상승
- 브랜드 돈육시장, 전체시장의 약 30% 점유하고 있어
- 콜드체인 시스템과 HACCP 인증 받아 안심하고 믿을 수 있어

돼지고기의 브랜드 바람이 거세다. 독특한 방식으로 키워 품질이 고르게 맛있고 몸에 좋은 특수성분까지 함유돼 있으며 무엇보다 국내 최고의 식품안전 기준인 HACCP제도를 국립수의과학검역원으로부터 인증받아 주부들의 발길을 붙들고 있다. 최근 냉동육에서 냉장육으로 점차 소비자 선호도

가 변해감에 따라 브랜드 돈육 수요가 눈에 띄게 늘어나고 있다. 현재 브랜드 돈육시장은 1조 5,000억원 규모로 전체시장의 약 30%를 차지하고 있다. 하이포크, 후레쉬포크, 프로포크, 생생포크, 크린포크 같은 대표적인 브랜드육 외에도 전국에는 대략 50여 가지의 중소 브랜드가 있다.

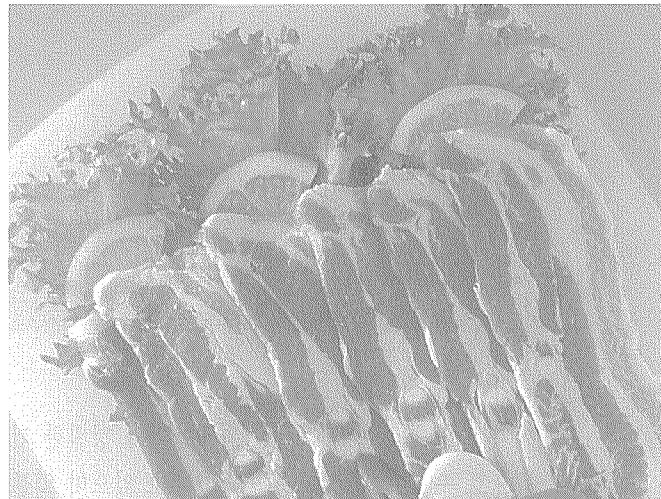
브랜드육들은 대부분 고기 맛이 좋은 암돼지 또는 거세돈만을 사용한다. 또 냉장 돼지고기의 단점인 변질되기 쉬운 유통과정 문제를 해결해 위생면에서도 안심하고 믿을 수 있다.

대부분 브랜드에서는 도축 이후 소비자가 사갈 때까지 냉장상태가 보존되는 '콜드체인' 시스템을 도입했으며 국립수의과학검역원으로부터 까다로운 식품안전 제도인 HACCP 제도도 인증받았다. 대상농장(www.daesangfarm.co.kr 대표 정호철)의 하이포크는 냉장돈육 브랜드로 1993년 3월 처음으로 국내에 출시된 이래 지금까지 꾸준한 매출을 올리고 있으며 HACCP 제도의 경우 도축장은 00년 1월, 포장육은 03년 1월에 각각 인증을 받아 도축부터 가공, 판매까지 철저한 HACCP을 운영하고 있다. 풍부한 육즙, 부드러운 육질로 감칠 맛과 고소함이 그대로 묻어나는 것이 특징. 회사 관계자는 "하이포크는 국내 대형 유통매장의 가장 높은 입점률을 보이고 있으며 전국 할인점의 입점률이 60% 이상"이라고 언급했다. 지난해 매출액은 800억원에 달했으며 올해는 900억원이 목표다.

롯데햄우유(www.lottehammilk.co.kr 대표 남정식)에서는 철저한 농장관리 시스템과 도축장관리로 최상의 품질을 가진 명품 후레쉬포크가 있다. 암돼지 및 거세돈만을 선별 가공, 판매하므로 돈취가 나지 않으며, 철저한 미생물, 온도관리와 얼리지않은 냉장제품으로 자연그대로의 선도와 맛을 간직하고 있다. 롯데햄우유는 2000년 9월 도축장 HACCP 인증에 이어 2001년 9월 식육업계 최초 포장육 HACCP 인증을 획득했다. 또

한, 건강지향성의 기능성 제품인 천연DHA포크, 황토포크 등을 개발, 판매함으로써 소비자의 건강증진의 일익을 담당하는 선진 축산기업으로 거듭나고 있다. 이러한 성과를 가능케해준 것은 초현대식 도축장과 가공장에서 생산되는 롯데후레쉬포크의 품질 우수성, 안전성이 그 성과의 바탕이 되었다고 할 것이다. 후레쉬포크는 작년 매출 510억원을 달성했으며 올해 목표는 640억원이다.

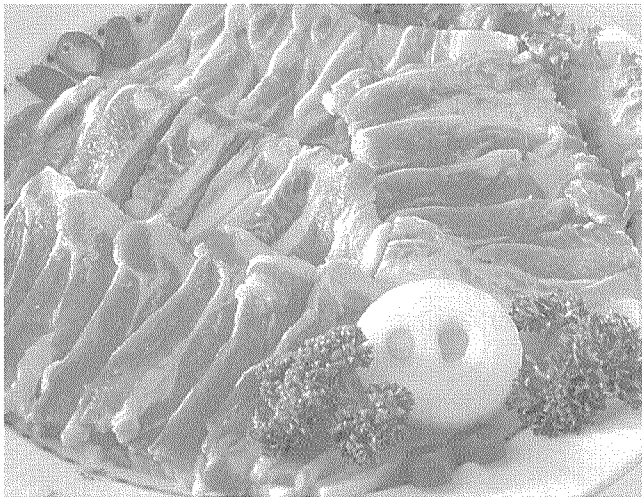
목우촌(www.moguchon.co.kr 대표 이현재)의 프로포크는 최신 자동설비에 의한 생산과 두차례



에 걸친 철저한 항생물질 검사로 최고의 안전성을 보장한다. 또한 국내 최초 돼지부문 KS인증 및 00년 1월 도축장 HACCP 인증, 01년 9월 포장육에 HACCP을 각각 인증받았다. 1일간 냉장상태로 숙성해 육즙이 풍부하고 근육 수축이 적어

부드럽고 맛이 좋다. 또 토크페롤이라 불리는 비타민E 함량이 풍부하며 지방이 적어 느끼하지 않다. 작년 매출 494억원을 달성했으며 올해 목표는 540억원이다.

한냉(www.hannaeng.co.kr 대표 신건호)에서는 계열화 농가 및 산지에서 직접 엄선, 수매로 제품의 적정가격 및 규격화, 도량화 유지로 균등한 등급의 육질 브랜드인 생생포크로 신뢰성 확대



에 힘쓰고 있다. 또 철저한 위생관리와 정밀한 가공으로 수요자 욕구를 충족시켜 주고 있으며 일본 후생성 검역 면제업체로도 지정됐다. 도축장의 경우 00년 1월에 국내 최초 HACCP 인증에 이어 01년 9월에 포장육 HACCP 인증을 획득했다. 생생포크는 지난해 매출 454억원에서 올해 500억원 매출을 목표로 한다.

선진(www.sj.co.kr 대표 이범권)은 돼지 사료공

급에서 양돈농장, 식육가공, 유통까지 수직적인 양돈 계열화를 구축하고 있으며 특히 선진의 크린포크는 까다로운 일본정부의 검역절차 면제업체로 지정받았고, 01년 12월에 포장육에 대해 HACCP을 인증받아 도축에서부터 최종가공까지 위생적인 시설에서 깨끗하고 안전하게 생산하여 전국 유명백화점 및 외식업체와 도소매점 등 전국적인 유통망을 통해 확고한 판매기반을 갖추고 있다. 크린포크는 지난해 매출 387억원에서 올해 510억원 매출을 목표로 하고 있다.

한국육가공협회 한 관계자는 "요즘 소비자들은 점차 건강에 대한 관심이 높아지면서 믿을 수 있고 안전한 식품을 선호하는 경향이 뚜렷해짐을 볼 수 있다"며 이에 업계는 국립수의과학검역원으로부터 국내 최고의 안정성 인증제도인 HACCP 작업장 지정을 위해 분주히 움직이고 있다. 이런 흐름에 맞춰 대부분 브랜드 돈육업체에서는 HACCP 인증을 받았으며 이것은 이들이 소비자들의 건강을 최우선으로 여기고 있음을 보여주는 단적인 예이다"고 밝혔다.

관련내용 기사화

- 1) 제일경제(03.7.25) : 돼지고기 브랜드 열풍
- 2) 국민일보(03.7.29) : 쌀·육류 '이름달기' 열풍
- 3) 헤럴드경제(03.7.30) : 삼겹살도 이름 있어야 뜬다
- 4) 오마이뉴스(03.8.1) : 돼지고기도 브랜드 시대 '할짝' 열려
- 5) 서울경제(03.8.4) : 브랜드 돼지고기 매출 급등

◆ 03.8월

풍요로운 한가위, 저렴하고 푸짐한 육가공 선물세트 '인기'

- 가장 받고 싶은 추석선물 '육가공 종합세트'
- 1만원대 저렴한 선물세트부터 10만원대 고급선물까지 다양

우리 민족의 최대 명절인 한가위가 코 앞으로 다가왔다. 추석과 같은 명절에는 고마운 마음을 담아 선물해야 할 곳이 많다. 한정된 예산 범위에서 가장 좋은 선물세트를 고르려다 보니 누구나 한번쯤 고민하게 마련.

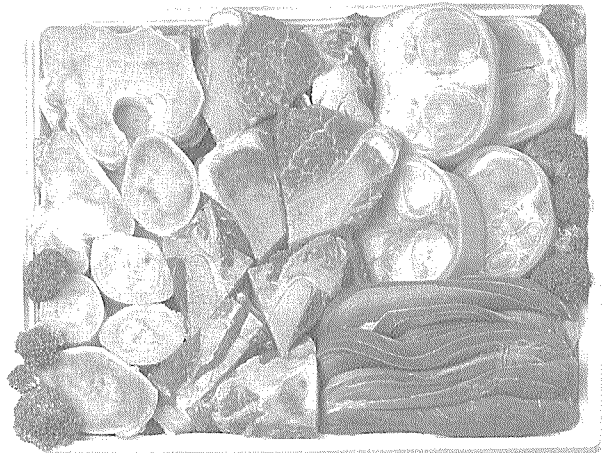
값비싼 선물도 좋지만 경제적 부담이 크고 받는 사람에게도 부담이 될 수 있기 때문에 올 추석에는 가격도 저렴하면서 감사의 마음은 충분히 전할 수 있는 선물세트가 인기를 끌 것으로 보인다.

특히 가장 실속있는 선물로 꼽히는 '육가공 선물세트'가 최근 쏟아지고 있어 눈길을 끌고 있다. 대상농장을 비롯해 롯데햄 우유, 목우촌, 진주햄, 한냉 등에서 추석을 겨냥한 다양한 추석 선물세트를 내놨다. 햄, 소시지를 비롯한 캔 선물세트에서부터 수제 햄, 냉동포장육 선

물세트 등 푸짐하면서도 알찬 선물세트를 1만원대에서부터 10만원대의 다양한 가격대로 만날 수 있다. 때문에 올 추석선물 중에서 가장 받고 싶은 추석 선물세트로 떠오를 전망이다.

대상(www.daesang.co.kr 대표 이덕림)은 자연에 정성만을 더한 선물이라는 컨셉으로 하이포크 캔 세트인 하이포크팜과 본인햄을 비롯한 로인햄 종합 세트 등의 델리카 선물세트를 선보였다. 하이포크 캔 세트(10종)에는 신제품인 청청원 하이포크팜을 선보였으며 입체포장으로 디자인의 고

급스러움을 더했다. 또한 델리카 선물세트(9종)는 부직포로 포장하는 등 최고급 육가공 선물세트로 구성했다. 가격대는 2만원대에서 10만원대까지 다양하다. 이 회사는 이번 추석 선물세트를 통해 50억원의 매출을



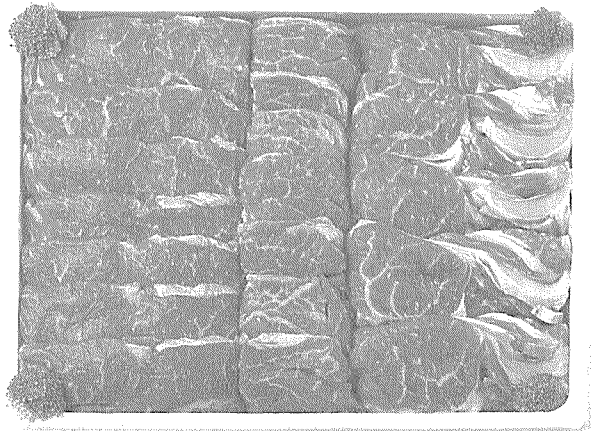
올릴 것으로 기대하고 있다.

롯데햄우유(www.lottehammilk.co.kr 대표 남정식)에서는 경기침체의 분위기에 맞춰 중저가 선물세트 위주로 캔 세트 22종과 델리카세트 10종 등 총 32종의 풍성한 선물세트를 내놨다. 캔 세트에는 로스팜, 탐라로스팜, 런천미트 뿐만 아니라 장조림 등 다양하게 구성돼 선택의 폭이 넓다. 이와 함께 델리카 세트는 고기 맛을 최대한 살리기 위해 엄선된 원료육을 장인의 손으로 하나하나 정성들여 만든 수제햄 제품으로 바비큐햄, 카슬러, 등심햄 등으로 품목을 구성해 고급스러움을 강화했다.

목우촌(www.moguchon.co.kr 대표 이현재)은 방부제 無첨가, 전분 無첨가, 국내산 순돈육의 3원칙하에서 정성스럽게 꾸민 햄, 소세지류부터 정통 수제햄 및 딱심캔 등 총 17종으로 구성된 품격과 실속을 갖춘 선물세트를 선보였다. 특히 안등심햄과 아이스바인 세트로 저렴한 가격과 뛰어난 맛으로 소비자들에게 인기 제품으로 꼽히고 있다. 가격대는 1만원대부터 7만원대로 다양하며 지난 추석때와 같은 가격으로 선물세트를 판매하고 있다.

이번 추석에 목우촌에서는 전년동기에 비해 판매수량은 8.9% 증가한 23만 세트를, 매출액은 전년도보다 9.5% 증가한 47억원을 판매목표로 잡고 있다.

진주햄(http://www.jinjuham.co.kr 대표 박재복)에서는 캔 종합세트부터 런천세트, 바비큐세트 등 23가지 종류의 선물세트를 내놨다. 가격



대는 1만원대에서 부터 7만원대로 구성했으며 특히 가격대에 맞춘 선물세트 구성 서비스도 해주고 있다. 올해 매출목표는 25억원.

한냉(www.hannaeng.co.kr 대표 신건호)에서는 k-meat.com 및 당사 유통점을 통해 2만원대의 육포골드 세트에서부터 10만원대 한우알뜰세트, 20만원대 갈비세트, 30만원대 한우명품꼬리세트 등 가격대별 차별화된 선물세트를 마련했다. 이 회사는 지난해 추석 선물 세트를 통한 매출 15억원에서 올해 30억원 매출을 목표로 한다. 한국육가공협회 한 관계자는 "경기 침체에 따라 추석 선물의 부담이 커지고 있는 상황에서 육가공업체들이 추석 선물세트로서 중저가의 다양한 선물세트를 잇따라 출시하고 있다"며 "가격대비 만족뿐만 아니라 제품군의 고급화를 추구함에 따라 가장 만족스러운 추석선물이 될 것"이라고 말했다.

관련내용 기사화

1) 동아일보(03.8.29) : 풍요로운 한가위 육가공 선물세트

- 2) 세계일보(03.8.30) : 실속있는 추석선물 푸짐한 육가공품 입맛 돋우네
- 3) 한국경제(03.9.1) : 부담없는 가격에 푸짐~ 합니다
- 4) 매일경제(03.9.2) : 햄·닭고기·갈비 육가공 선물세트 비싼만큼 푸짐

- 5) 헤럴드경제(03.9.2) : 육가공업체 추석대목 판촉전
- 6) 오마이뉴스(03.9.2) : 풍요로운 한가위,저렴하고 푸짐한 육가공 선물세트 인기
- 7) 파이낸셜(03.9.3) : 풍성한 한가위 선물 수제햄 육포 - 종류도 다양

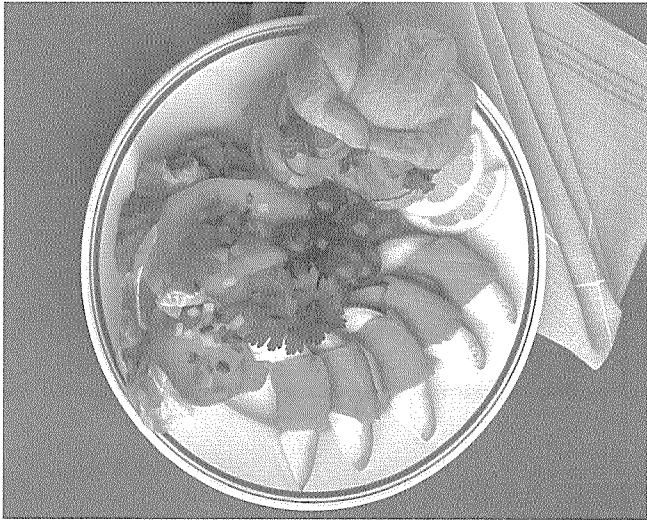
◆ 03.9월

이색 저지방 육가공 신제품 '인기 예감'

- '그냥 생으로 먹는' 고급 햄부터... 콩, 닭가슴살 원료로 한 저지방햄까지 '다양'
- 가을 단풍 나들이에 제격...보관이나 조리도 간편

맑고 투명한 가을 하늘아래 붉게 물든 산으로 가족들과 나들이 가기 좋은 계절이 다가왔다. 다 먹지도 못할 음식들 보다는 간편하면서도 맛있는 음식을 싸가는 것은 어떨까. 최근 육가공 업체들이 '가을 나들이에 걸맞은' 신상품을 잇따라 출시해 눈길을 끌고 있다. 매운 양념 맛이나 야채의 신선함이 느껴지는 소시지에서부터 익혀먹지 않는 햄, 콩으로 만든 소시지 등 이색 햄, 소시지가 간식용부터 안주용까지 다양해 올 가을 소비자들에게 가장 인기 있는 제품이 될 것으로 전망된다. 최근 육가공 업체가 이색 신제품 출시, 소비자들의 마음 사로잡기에 나섰다. 특히 주5일 근무제 확산과 맞물려, 가을 소풍이나 단풍구경 등의 나들이 특수를 겨냥한 제품들이

다. 이들 제품은 가을 소풍을 위해 간단하게 야외에서 먹을 수 있는 간편함과 편리성을 강화했다. 이와 함께 콩을 비롯한 야채 등의 저칼로리 재료를 이용해 다이어트나 건강 컨셉도 가미 시켜 비만에 대한 부담감도 덜해줄 전망이다. 롯데햄우유(<http://www.lottehammilk.co.kr> 대표 남정식)에서는 신선 원료육 '롯데 후레쉬포크'를 사용한 고급 羊腸소시지를 내놨다. 프랑스로 '처음 그대로'의 라는 뜻인 앙띠에라는 말 그대로 부드러운 식감이 일품으로 정통 유럽식 제법 그대로 만든 고급 羊腸소시지이다. 매콤한 맛 앙띠에 핫비프(175g, 2,400원)는 쇠고기가 함유된 제품으로 후라이팬에 구워먹는 소시지이다. 또 양념과 야채의 신선함이 살아 있는



화이트 소시지 양띠에 그릴 화이트(175g, 2,400원)는 석쇠 구이용 소시지이다. 이 제품은 주요 백화점을 비롯한 할인점 등에서 판매될 예정이다. 남부햄(<http://www.nambuham.co.kr> 대표 권태경)은 최근 식음료업계에서 화제가 되는 “콩”을 강조, 콩에서 추출 가공한 조식 콩단백을 주원료로 다양한 형태의 ‘콩마을 제품 시리즈’를 내놨다. 간식, 술안주, 반찬용으로 콩마을, 야채 콩마을, 콩비엔나, 콩까스, 콩마을군만두, 콩마을 핫도그 등 콩을 이용한 이색 육가공 제품을 선보였다. 예로부터 밭에서 나는 쇠고기라 불려왔던 콩의 영양을 그대로 담아 만든 신개념 영양식품으로 꼽힐 전망이다.

특히 성장기 자녀의 건강, 다이어트, 각종 성인병을 걱정하는 사람이나 육류를 싫어하는 채식주의의 소비자들도 안심하고 즐길 수 있다.

세화(<http://www.sehwafood.co.kr>, 대표 하영환)도 ‘순수하다(pure)’와 ‘맛있다(delicious)’는 의미의 합성어로 ‘퓨델

(pure+delicious)’ 소시지를 내놨다. 세화 림포크로 만든 냉장 순돈육 소시지는 무방부제, 무전분 제품의 전통 유럽식 고급 소시지로 돈스밸리 소시지(240g, 3000원), 포크밸리 소시지(240g, 3000원), 화이트그린 소시지(240g, 3000원) 등이다.

특히 포크밸리소시지는 홍삼 엑기스를 첨가한 기능성 제품이고, 화이트그린소시지는 피망 등 야채를 첨가한 제품이다.

하림(<http://www.halim.com> 대표 김홍국)은 ‘그냥 생으로 먹는 고급햄’을 강조해 냉장제품과 차별화해서 언제 어디서나 먹을 수 있는 제품들을 내놨다. 닭고기 가슴살로 만들어진 저지방 햄 챔비엔나(300g, 2340원), 챔후랑크(440g, 3800원)는 별도의 조리 없이 개봉 후 먹어도 고소하고 맛이 있는 게 특징이다. 이와 함께 건강과 다이어트에 관심이 많은 소비자들의 구미에 맞게 저지방 원료인 닭고기 가슴살을 원료로 사용했다.

상온에서 보관이 가능해 낚시나 캠핑 등의 야외에 나갈 때 편하게 가지고 다닐 수 있으며 수험생들에게는 영양간식으로도 좋다. 또한 냉장 제품인 챔 저지방시리즈로 통가슴살햄, 로스트슬라이스, 라운드햄이 할인점을 비롯하여 다양하게 시식 및 판매되고 있다.

이와 함께 얼리지 않은 신선한 국산 닭고기와 야채가 어우러진 어린이만두 제품을 내놨다. 신선한 원료뿐만 아니라 어린이에게 꼭 필요한 영양소인

DHA, 칼슘, 그리고 요즈음 인기가 있는 비타민이 함유되어 있다.

한국육가공협회 한 관계자는 “최근 신제품 출시 시기가 예년보다 빨라지고, 업체간 제품 경쟁도 치열해지고 있다”며 “소비자들은 다양한 맛뿐만 아니라 비만의 부담이 덜한 저지방 햄, 소시지를 만날 수 있게 됐다”고 말했다.

한편 육가공 업계는 끊임없이 새로운 입맛을 요구하는 소비자들의 구미를 맞추기 위해 원료의 다양화를 비롯해 제품의 고급화에 총력을 기울이고 있다. 때문에 업체간 신제품 경쟁 및 판촉전략도 치

열해질 전망이다.

관련내용 기사화

- 1) 외식경제(03.9.25) : 육가공시장, 저칼로리 건강식품 노린다
- 2) 파이낸셜(03.10.7) : 저지방 저칼로리 건강식품 인기
- 3) 제일경제(03.10.8) : 소풍등 나들이철 맞아 육가공업계 입맛사냥
- 4) 오마이뉴스(03.10.10): 이색 저지방 육가공 신제품 인기예감

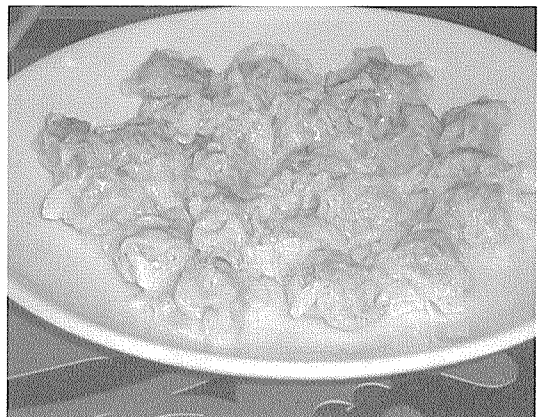
◆ 03.10월

겨울 인기 냉동식품 '만두 전쟁' 치열

- 경기침체에 따른 반조리 식품 인기 예상
- 겨울철 2000억원대 만두시장, 업체들 판촉행사 치열
- 군만두, 물만두, 손만두 등 조리별 특색 강화

만두시장 성수기인 겨울철이 다가옴에 따라 각 업체들이 독특한 재료와 모양으로 빚어진 만두 신제품을 대거 출시했다.

최근에는 사각만두의 만두에서부터 구워먹을 수 있는 군만두, 개운하게 먹을 수 있는 물만두, 네모난 사각만두까지 그 종류가 다양하다. 또한 국내산 돼지고기를 얼리지않고 생으로 사용해 더욱 부드러운 미감을 느낄 수 있으며 인공감미료를 첨가하지 않는 것이 신제품들의 추세이다. 이와 함



깨 군만두, 물만두, 손만두 등 조리별 특색을 강화했다.

올해 약 2000억원대 시장으로 예상되는 이 만두 시장을 선점하기 위해서 각 업체간의 판촉행사를 비롯한 경쟁이 치열해질 전망이다.

또한 경기 침체로 인해 저가의 상품들이 인기를 끌고 있음에 따라 조리가 간편한 반조리 식품인 만두 또한 큰 인기를 끌 것으로 기대된다.

대상(www.daesang.co.kr 대표 이덕림)은 최근 야채사각군만두(900g, 7,000원)를 내놨다.

야채사각군만두는 돼지고기에 당면, 표고버섯, 참나물, 부추 등 각종 고급 산채를 넣어 풍부한 식감과 산채 특유의 맛과 향이 그대로 살아있는 소재 차별화한 군만두류 제품이다.

또한 고급 만두피를 사용하여 굵거나, 튀겼을 때 바삭한 맛이 살아있고, 사각형태로 한입씩 베어 먹기에 편리하다.

대상은 지난해 만두상품군의 매출이 70억원으로 올해에는 80억원대를 기대하고 있다.

동원 F&B(www.dw.co.kr 대표 박인구)는 국내

산 생 돼지고기와 야채로 만든 새 참잡채군만두를 내놨다. 새 참잡채만두는 푸짐한 잡채 속에

사용되는 당면까지 국산만을 사용하고 합성 조미료인 MSG를 첨가하지 않는 등 원재료의 품격을 높여 제품 신뢰성을 높인 것이 특징이다. 또한 굵고 먹기에 편리한 짧은 사각형태와 얇고 바삭한 만두피가 장점이다.

새참 브랜드 만두는 지난해 10월 “집에서 빚어낸 듯한”이란 슬로건으로 소비자들에게 선보인 이후 1년만에 70억원의 매출을 달성, 현재 월 7억원 정도 판매되는 등 인기 고급 만두이다. 동원 F&B는 지난해 만두상품군의 매출이 100억원으로 올해에는 150억원을 기대하고 있다.

해태제과(www.ht.co.kr 대표 차석용)에서 출시된 고향 물만두(800g, 7000원)도 신선한 생고기와 백김치를 사용하여 맛이 부드럽고 짭짤하다. 고향 물만두는 해태제과만의 독특한 진공 배합 기술력으로 만든 만두피는 집에서 만든 것 같이 쫄깃한 맛이 일품이다. 또한 지퍼팩을 사용한 포장용기가 보관하기에도 편리하다. 해태에서는 지난해 만두상품군의 매출이 471억으로 올해에는 520억을 기대하고 있다.

육가공협회 관계자는 “최근 반조리 제품들의 인기가 계속됨에 따라 냉동만두의 시장규모도 급성장할 것으로 예상된다”며 “만두 신제품들도 소비자의 까다로운 입맛을 맞추기위해 차별화된 재료나 모양 등을 계속 선보일 전망”이라고 말했다.

한편, 최근 ‘잘먹고 건강하게 살자’는 건강을 중시하는 라이프 스타일이 등장하면서 식음료업계에서는 재료의 차별화를 통해 맛뿐만 아니라 인공감미료를 줄여 건강을 생각하는 제품들이 계속 출시될 전망이다.

