



2004년은 소비자의 건강과 환경을 강조하는 웰빙(Well-being) 상품과 매스티지(Masstige)의 실속형 명품 소비열풍이 불 것으로 전망된다.

이에 맞춰 (주)세아이엔씨(대표: 유세훈)는 2004년 소비트렌드를 반영시켜 주는 새로운 형태의 신형 소프트아이스크림기인 'ICIS SSI-300T'를 올해 선보이고 고급화되는 아이스크림 틈새시장을 공략할 방침이다.

이 제품은 기존에 생산했던 소프트 아이스크림기에 비해 냉장 기능을 추가하여 위생적으로 원료를 보관할 수 있게 했으며, 고효율 저소음 압축기를 채용하여 소비전력도 최소화시켰다. 또 아이스크림의 주요 성능인 초기관매도달시간을 10분 이내로 대폭 단축하여 아이스크림 생성의 최고 성능을 확보했다.

이와 함께 풍부한 OVERRUN 기능 등 과학적인 설계로 만들어지는 소프트아이스크림의 소프트함을 한층 높였으며, 간편한 내부구조를 채용하여 소비자의 관리포인트를 대폭 줄인 게 특징이다.

TAYLOR의 아성은 더 이상 없다

- 세아이엔씨, ICIS소프트아이스크림기 -

소프트아이스크림기 내수시장은 그간 해외제품이 80% 이상을 점유했다. 타품목보다 국산제품을 통한 수입 대체효과가 지극히 느렸던 이유는 바로 제품 품질문제에 있었다. 소프트아이스크림기가 워낙 고성능, 고품질이어야 하다 보니 국내 제품이 해외제품의 기술력을 따라가기 힘들었던 게 그간의 현실이었다. 특히 미국 TAYLOR사의 제품은 이 시장에 절대강자의 위치를 점하고 있어 난공불락의 아성을 공고히 했다.

그런데 최근 TAYLOR 제품에 견줄만한 고품질의 국산 제품이 등장했다. 냉동기기 전문업체 세아이엔씨는 TAYLOR 제품을 타킷으로 해 심혈을 기울여 개발한 ICES 소프트아이스크림기를 선보였다. 뛰어난 성능과 경쟁력 있는 가격으로 TAYLOR의 아성에 일대 도전장을 던진 ICES 소프트아이스크림기를 집중취재했다.

이에 따라 세아 신형아이스크림기 출시는 과거 TAYLOR 등 수입품 위주의 국내 아이스크림기 시장 점유율을 대폭 향상시킬 수 있게 됐으며, 고가 수입 아이스크림기의 수입대체 뿐만 아니라 뛰어난 성능과 품질로 수출경쟁력까지 갖추게 됐다.

세아이엔씨는 지난 1981년 설립된 냉동냉장기기 전문 제조업체로서 '장인정신'을 모토로 꾸준히 성장세를 지속해 왔으며, 2002년에 품질인증(ISO9001)을 획득하는 등 20여년 이상 축적된 냉장, 냉동기 기술을 인정받기도 했다.

현재 세아이엔씨의 주력생산품목인 제빙기는 2003년 기준 국내시장점유율 40% 이상을 차지하고 있으며, 슬러시 및 소프트아이스크림기는 유럽, 아시아, 오세아니아, 미주, 아프리카 등 세계 각 지역 30여개국에 수출하고 있어 전세계적인 냉동, 냉장식품기기 전문제조업체로서 위상을 강화하고 있다.

또한 세아이엔씨는 전국적인 유통망과 함께 A/S 대행망을 갖추으로써 품질 이외의 '고객맞춤서비스'를 실현하고 있어 소비자 신뢰도를 향상시켰으며, 지난해 불황에도 꾸준한 성장세를 보였다.

세아이엔씨 박상범 영업팀장은 "냉동, 냉장사이클은 제품의 다양한 설치환경에 따라 그 능력이 크게 좌우된다"면서 "세아연구소는 내수제품에 대해 한국실정에 맞는 제품을 자체 설계하여 사후관리(A/S) 발생률을 대폭 줄인 게 특징이다"고 말했다.

박팀장은 또 "특히 이번 출시된 신형 소프트아이스크림기는 기존 제품 및 수입품에 비해 품질, 가격경쟁력을 최우선적으로 확보한 제품"이라고 말하며, "이 제품은 누구나 쉽게 유지 관리할 수 있는 '사용하기 편리한 제품'으로 올해 다양한 소비트렌드에 적합할 것"이라는 예상을 했다.

이처럼 세아이엔씨의 신형아이스크림은 기존 생산제품에 비해 다양한 기능 및 훨씬 부드러워진 아이스크림의 맛, 연속판매능력, 소음 등 모든 부분에서 한단

계 발전된 모습을 보여주고 있어 올해 고급화, 다양화되고 있는 전문 아이스크림 체인점, 패스트푸드, 극장 등지에서 크게 히트할 것으로 예상되고 있다.

제품가격대에 있어서도 7,920,000원(부가세 별도)으로 8,400,000원(부가세 별도)인 TAYLOR 제품보다 저렴하다. 맛에 있어서도 생우유와 요구르트가 혼합된 프로즌 요거트를 생성할 수 있게 해 큰 인기가 예상되고 있다. 소프트아이스크림기가 고급 로케이션을 타겟으로하고 있는 만큼 내용상품도 이제 맞게 차별화를 진행했다.

한편 세아이엔씨는 수출경쟁력을 강화를 올해의 모토로 삼아 더욱 적극적인 해외시장 진출을 진행할 예정이다. 소프트아이스크림기의 성능이 크게 강화된만큼 해외시장에 있어서 얼마든지 승부수를 던질 수 있을 것으로 자신하고 있다.

주력 수출 품목인 슬러시는 동남아, 유럽, 아프리카 등지로 수출 물량이 크게 확대되고 있어 올해 최고의 실적을 기록하는 한해가 되리라고 전망을 하고 있다. 더욱 적극적인 사업진행을 위해 올해 하반기에는 3구형 슬러시 신제품도 출시를 진행할 예정이다.

세아이엔씨는 중소기업으로서 일등을 할 수 있는 아이템에 집중투자 하겠다는 기업방침을 가지고 있다. 그래서 한해 투자비만 해도 3~4억에 달한다. 이러한 기업모토를 토대로 슬러시, 제빙기, 소프트아이스크림기 분야에서 독보적인 경쟁력을 갖추고 있다.

이렇다보니 시장은 국내만이 아닌 해외로도 널리 있다. 세계를 향한 세아이엔씨의 당찬 도전이 거침없는 데는 다 그만한 이유가 있다.

