

한국 전통국/탕의 상품화 현황

김 태 리

CJ 주식회사 식품 CMG 편의식 BM

한국 전통국/탕의 상품화 현황

김태리, CJ 주식회사 식품 CMG 편의식 BM

2003. 09. 27

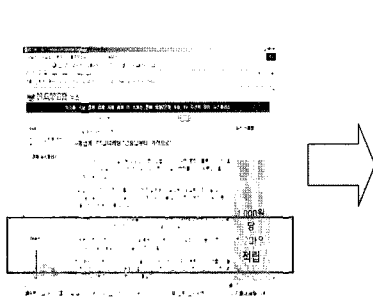
[한국 전통국/탕의 산업화 현황]

Executive Summary

- '90년대 초반에 즉석국 등장; 1991년 제일제당 즉석국 발매
- 현재 CJ, 오뚜기, 풀무원의 3강 경쟁 체제
- 제품군은 상온 동결건조, 상온 액상, 냉장 액상 제품이 유통되고 있음
- 2000년 액상제품 출시전까지 시장 성장 미약
- 액상(상온/냉장) 제품군의 성장이 두드러짐
- "Well-being"의 소비자 Need로 품질지향 과 편의지향의 양극화 현상 예고

[한국 전통국/탕의 산업화 현황]

즉석식품의 미래



유통업계, 주5일마케팅 "금요일부터..가정으로"
 [Naver Edaily News 속보, 경제, 증권] 2003년 09월 01일 (월) 13:00

[edaily 하수정기자] 주5일근무제 관련 근로기준법개정안이 국회 본회의를통과, 내년 7월부터 단계적으로 실시가 예고된 가운데 이로 인한 소비패턴변화를 예상, 유통업체들의 판매전략이 달라지고 있다.

1월 업계에 따르면 백화점, 홈쇼핑, 식품로 업계는 주5일근무제도입확대로 주말 고객이 크게 늘어날 것으로 보고 주말 고객과 가족단위고객을 잡기 위한 마케팅 전략 및 상품구성을 강화하는 움직임을 보이고있다.

(중략)

◇식료 업계

식품가공, 유통업체들은 대부분 주5일근무제에 대해 매출증가급 예상, 반기는 모습이다. 반면 주류업체들은 요식업 매출이 줄어듦 것으로 예상, 가정용 매출을 늘이기 위한 전략을 세우고 있다.

(중략)

특히 입맛이 고급화되면서 가정에서 즐길 수 있는 고급 레스토랑 제품의 수요가 증가하고 있는 상태다.

CJ(01040)는 핫반과 즉석국, 즉석 반찬류의 판매가 증가할 것으로 예상돼이 분야 마케팅을 강화할 방침이며 농심(04370)도 컵라면, 즉석반·국등과마시는 생물등 종류의 판매를 위해 유원지, 휴양지에서 판촉활동을 벌이는것을 검토하고 있다.

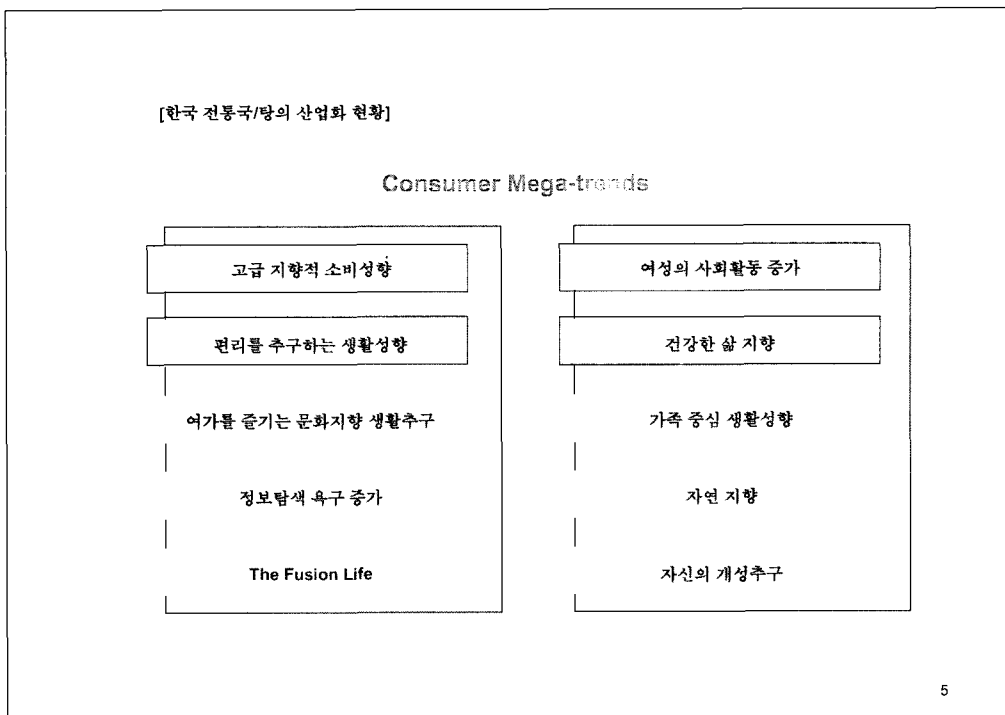
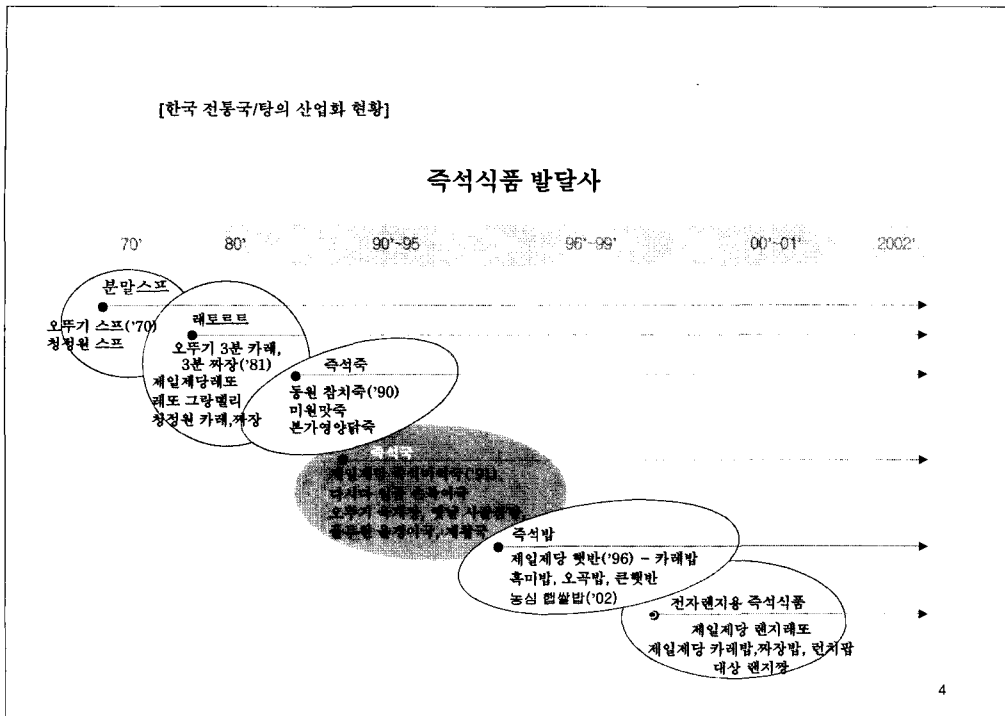
(중략)

[한국 전통국/탕의 산업화 현황]

국/탕

한국인 정찬에 필수적인 식단






[한국 전통국/탕의 산업화 현황]

Consumer Mega-trends; 편리 추구 & 여성의 사회활동

맛법이 부부의 증가와 편해지고 싶은 사람들의 욕구를 반영하여 시간과 노력을 줄여주는 다양한 서비스와 제품이 출시되고 있다.

1. 국/탕/찌개 등 한식의 간편한 요리를 제안하는 제품 증가
 - 다양한 즉석국 제품: 제일제당, 오투기, 풀무원 등
 - 요리별 맞춤 양념 인기
 - : 다담, 다채, 찌개양념류, 얼큰한 두부찌개 양념
 - 맑은 두부장국 양념, 해물 순두부 찌개 양념 등
2. 식생활에서의 편리 추구
 - 인스턴트 시장 확대 ([햇반], 매년 히트 상품으로 선정 전자레인지 식품 시장 확대: [렌지레도], [렌지짬])
 - 패키지 포장된 반찬
 - 양념 된 갈비,돈가스 등 인기
 - 패키지 리뉴얼: [백설 식용유]의 갈끔마개, 튜브형 고추장
 - 조리된 식품 배달 서비스: [국이 있는 아침], [e-CJ FOOD]
3. 조금 더 편하게!!
 - 윈스탑 쇼핑이 가능한 백화점, 할인점이 중심적인 유통망으로 자리잡음
 - 홈쇼핑, 전자상거래 업체의 급성장 [LG홈쇼핑], [CJ39], [LG e-shop], [인터파크]




CJmall.com
湯
Home plus
햇반

[한국 전통국/탕의 산업화 현황]

Consumer Mega-trends; 고급지향적

부익부 빈익빈의 소비양극화 현상이 고착되면서 고소득층을 대상으로 한 귀족마케팅이 활성화 되고 있으며, 이와 더불어 고급 이미지를 지향하는 중고가의 프리미엄 시장이 확대되고 있다.

1. 1차 식품군에서도 프리미엄 제품 등장 및 인기
 - : 기능이 첨가된 다양한 제품 출시와 맞물려 고급화 가속
 - 풀무원의 [단단한 두부], [부드러운 두부], [국산콩으로 기른 콩나물]
 - 브랜드 계란의 인기: [건강OK란], [온천DHA란] 등
 - 브랜드 쌀의 등장: [미다음], [한눈에 반한 쌀] 등
2. 프리미엄 브랜드의 증가
 - 식품: [햇살담은 조림 간장], [하겐다즈], [디아망], [아인슈타인], [임페리얼 드림], [프레시안], [월], [이오] 등
 - 전자제품: [지펠], [디오스], [다맛], [엑스퀀버스], [파브] 등
 - 주맥: [아크로빌], [타워펠리스], [아크로비스타]



미다음
Häagen-Dazs

[한국 전통국/탕의 산업화 현황]

Consumer Mega-trends; 건강 지향적

인간 수명이 연장되면서 사람들은 살아있는 동안 더 건강하게 지내는 것을 중요하게 여기게 되고, 이를 위해 많은 시간과 비용을 무자한다.

1. 식품 시장 전반에 걸쳐 기능성 제품 증가
: 고령화 사회 및 건강 지향 육구의 증대로 기능성 식품 시장의 지속적 확대
 - 건강 보조 식품, 생식 등 질병 예방 차원에서의 식생활 개념 확산
 - 매실, 알로에, 녹차음료, DHA우유, 발효유, 코칼슘 우유 등의 기능성 음료 시장 성장
 - (ex) [월] [위력] [빼로가는 칼슘우유]
 - [백세주], [군주], [산사춘], [천국] 등 전통주/약주의 성장
2. 주거 생활에 건강 개념 도입
 - [조은세상], [KCC 옥장판], [참숯나라], [고려 황토방] 등 건강관련 기능성 소재 첨가
3. 참여 스포츠 시설의 증가
 - 스포츠센터 심야개장 증가, 조깅 등 생활 스포츠 활성화
 - 스쿼시, 수영 등 스포츠 시설 증가



[한국 전통국/탕의 산업화 현황]

시장/경쟁

1991년 제일제당의 즉석국의 최초 출시 이후 주요 식품(오뚜기, 풀무원, 대상)가 시장 진입, 현재는 CJ, 오뚜기, 풀무원의 3강 구도임

[CJ] 즉석국/손맛깃든 국 총 9종 즉석국 : 800~1500원 손맛깃든국 : 1500~2200원	[오뚜기] 즉석국/액상국 총 11종 즉석국 : 800~1500원 액상국: 2000~2200원	[풀무원] 액상국 총 3종 액상국: 2500~2900원

[한국 전통국/탕의 산업화 현황]

시장/경쟁

- CJ, 오투기, 풀무원의 3강 경쟁체제
- 저 성장 상황이나, 풀무원 진입후 성장세 가속
- 냉장/액상 조리국의 지속적 고성장
- 풀무원의 냉장 Channel 독점
- 대상의 시장 재진입 예상

유종구분	Marketer	'02 매출	MS	성장률	price-index
상온유통	CJ F/D	65	36		
	오투기 F/D	65			
	오투기 pouch	51	64		
소계		181		3%	100
냉장 유통	풀무원 Pouch	30	100	36%	190

[한국 전통국/탕의 산업화 현황]

소비자

즉석국 음용률

Non-user	Light User	Medium User	Heavy User
30.2%	38.4%	15.2%	16.2%
1995년			
24.8%	35.6%	19.2%	20.0%
2002년			
음용 경험 무	1회미만/ 3개월	1회이상/ 3개월	1회이상/ 1개월

- Penetration/Usage Rate 낮음
- Occasional취식(야외)이 대부분
- 30대 중반~후반 주부, 고졸이하, 저소득층에서 주로 음용
- 품질에 대한 Need 큼

[한국 전통국/탕의 산업화 현황]

즉석국의 미래

- "Well-Being" need를 따른 품질 및 편의성 동시 추구
- Life-Style(Time Pressure)에 따른 즉석국 수요/시장 성장 예상
- 원물 복원/생산 기술 및 저장 기술 발달을 통한 제품 품질 지속 향상
- 야외식에서 벗어난 정찬 대용식으로의 Use증대
- Delivery 시장 확대 및 중소기업 경쟁사 진입으로 경쟁 가열 예상

12

[한국 전통국/탕의 산업화 현황]

Executive Summary

- 1990년 초반에 즉석국 등장
- 현재 CJ, 오뚜기, 풀무원의 3강 경쟁 체제
- 제품군은 상온 동결건조, 상온 액상, 냉장 액상 제품이 유통되고 있음
- 2000년 액상제품 출시전까지 시장 성장 미약
- 액상(상온/냉장) 제품군의 성장이 두드러짐
- "Well-being"의 소비자 Need로 품질지향 과 편의지향의 양극화 현상 예상

13