

자동 가열 즉석죽 자동판매기, 성공 발열 가능한가

먹기 편한 레토르트 즉석죽을 발열체가 내장된 파우치에 포장해 자동판매기를 통해 판매하는 사업이 선보였다. 지엘텍은 신 개념의 죽자판기 사업을 선보이고 식품자판기 분야의 새로운 사업 유형을 제시하고 있다. 기존 즉석죽 시장의 성장과 함께 무인 유통사업으로의 큰 성장을 노리는 웰빙 죽자동판매기의 흥미진진한 사업 행보를 따라가 봤다.

즉석죽 시장의 성장, 틈새시장을 개척한다

이색 죽자판기가 개발되게 된 동기는 기존 즉석죽 시장의 성장에 있다. 즉석죽 시장은 최근 '아침형 인간'이 뜨면서 아침식사 대용이나 다이어트식, 별미식 등으로 큰 인기를 끌고 있다. 이런 분위기를 타고 시장경쟁이 치열해지고 있는 상황이다. 현재 동원F&B가 가장 큰 시장 점유율을 보이고 있고, CJ(주), 농심 등이 그 뒤를 잇고 있다. 작년 시장 규모가 400억에 이르는 것으로 알려져 있고, 제품도 최근의 웰빙 추세와 맞물려 점점 고급 다양화 되고 있다. 이러한 죽시장의 시장 확대와 전도유망한 가능성이 웰빙 죽자판기의 개발을 이끌어 냈다. 지엘텍의 이영식 사장은 메이저업체들

이 주도 하는 즉석죽 시장에 있어 얼마든지 틈새시장이 있다는 확신 하에 기존 유통과는 차별화된 자판기를 통한 유통사업을 발굴해 냈다. 기존의 즉석죽 시장은 전자렌지에 데워서 실내에서만 먹을 수 있는 한계를 가지고 있음에 비해 지엘텍에서 개발한 즉석죽은 야외에서도 먹을 수 있는 발열체가열방식의 제품이다. 직장인들이 식사대용으로 먹을 수 있고, 병원, 등산, 낚시 등의 로케이션에 있어서도 효용가치가 높다. 메이저사들과 가능성 없는 정면 승부를 하는 제품이 아니라 차별화된 제품으로 독점적 시장개척을 할 수 있다는 점이 장점이다.



간편한 이용방식에 맛과 영양까지 갖추어

지엘텍은 내용상품의 차별화를 위해 삼조셀텍이라는

죽시장의 시장 확대와 전도유망한 가능성이 웰빙 죽자판기의 개발을 이끌어 냈다. 지엘텍의 이영식 사장은 메이저업체들이 주도 하는 즉석식 시장에 있어 얼마든지 틈새시장이 있다는 확신 하에 기존 유통과는 차별화된 자판기를 통한 유통사업을 발굴해 냈다. 지엘텍에서 개발한 즉석죽은 야외에서도 먹을 수 있는 발열체 가열방식의 제품이다.

OEM 업체와 손잡고 8종의 즉석죽을 개발해 냈다. 제품 종류를 살펴보면 흰쌀죽, 단팥죽, 검은깨죽, 북어죽, 호박죽, 새우죽, 누룽지닭죽, 전복죽 등으로 맛과 영양에서 손색이 없다. 이들 제품은 무방부제 멸균제품으로 개당 300g으로 포장되어 있어 식사대용으로 넉넉한 양이다. 제품형태는 이중 스탠딩 파우치로 방식으로 포장되어 안에 레토르트 죽이외에도 발열체, 수용액 봉지, 숟가락이 내장되어 있다.

즉석죽을 먹기 위해서는 봉지를 뜯어 각기의 내용물들을 꺼낸 후, 죽이 포장된 지퍼를 열고 수용액 봉지의 물을 부으면 이때부터 발열체 가열이 이루어진다.

발열체란 생식회를 기본원료로 물과 반응하여 고온의 열을 발생시키는 원리를 응용한 첨단 친환경 제품이다. 최하 130℃에서 압력 가열이 이루어지는데 5분정도면 죽에 데워지고, 8분 정도에 가장 좋은 맛을 낸다. 죽을 먹기 위해 전자렌지에 데울 필요성이 없기 때문에 언제 어디서라도 이용할 수 있다는 점이 최대 장점이다.

또한 제품 유통기간이 제조일 기준 1년으로 관리시 별다른 위생문제도 없고 재고관리도 용이하다. 지금까지 일반식품자판기가 가졌던 위생에 대한 불신을 이 제품은 단번에 극복할 수가 있다. 여기에 맛과 영양도 뛰어나 소비자 인식만 확대가 되면 인기몰이의 가능성이 크다. 처음 이 제품을 접한 소비자는 신기한 작동원리에 한번 놀라고 뛰어난 맛에 두 번 놀라는 게 일반적이다.

자판기만의 유통이 가능하다

내용상품의 차별성과 우수성의 장점은 이제 갖추어졌다. 문제는 과연 자판기를 통해 얼마나 효율적인 마케팅을 펼치는 가에 있다. 발열체 방식의 즉석죽은 일반 매장 판매도 가능 하지만 크게 염두에 두는 사업은 자판기를 통한 유통이다. 자판기만이 내용상품의 차별성을 가장 적절히 부각시킬 수 있는 유통수단이다.

지엘텍에서는 그래서 자동가열 웰빙죽을 효과적으로 적용판매 할 수 있는 자판기를 개발해 냈다. 웰빙죽을 단순 적용 판매하면 되기 때문에 기계의 메카니즘 자체는 그다지 복잡하지 않다. 단순한 투출원리를 적용해 내용상품의 사이즈만 맞추면 되기 때문에 개발에 있어서의 큰 애로점은 없었다.

제품은 6칼럼에 칼럼당 10개씩 60개가 적재가 된다. 제품규격은 920mm(W)x550mm(D)x1800mm(H)이고, 3급중지폐식별기를 장착해 10000원권까지 사용할 수 있게 할 예정이다. 제품은 국내 자판기 OEM 업체를 통해 생산을 할 예정인데 소비자가는 일단 490만원(부가세포함)에 책정해 냈다. 현재의 소비자가는 제품의 빠른 보급과 높은 운영효율을 기하기 위해 400만원 선으로 낮출 계획도 가지고 있다.

제품의 주된 타겟 로케이션은 대형빌딩, 방송국, 도서관, 학교, 학교매점, 연수원, 병원, 각종 경기장, 수영장, 스키장, 콘도, 공장, 지하철 및 기차역사, 공항, 터미널, 등산로 입구, 유원지 및 위락시설 등이다.

지엘텍은 우선적으로 5대의 제품을 각 로케이션에 필드테스트를 하며 운영상황을 파악할 예정이다. 2~3개월에 걸쳐 로케이션 별로 어떠한 제품이 수익이 얼마나 나는 지를 통계화하고, 필드 상황에 도출되는 제품 문제점들도 보완을 할 예정이다. 이러한 작업을 거쳐 사업성공에 대한 확신을 가지고 본격적인 운영자 모집에 나설 계획이다.

서둘지 않고 치밀한 준비로 사업성을 극대화하는 전략 펼친다



앞으로의 시급한 과제는 당연히 즉석즉 자판기 사업의 성공이다.

오랜 기간 개발을 진행해 왔고 이제 바야흐로 사업을 펼치려는 시점이다.

시장 확대에 대한 강한 의지를 가지고 있지만

결코 서둘지는 않는다는 게 이영식 사장의 방침이다. 시장에 대한 조급한 욕심보다는 치밀한 사전 준비로 제반 문제점들을 보완한 후 리스크 요인을 최소화하겠다는 생각이다. 과거 식품자판기들의 실패요인도 철저히 벤치마킹하고, 본사가 기대 수익성 창출에 확신이 있을 때 본격 사업주들을 모집할 예정이다.

지엘텍은 우선적으로 5대의 제품을 각 로케이션에 필드테스트를 하며 운영상황을 파악할 예정이다. 2~3개월에 걸쳐 로케이션 별로 어떠한 제품이 수익이 얼마나 나는 지를 통계화하고, 필드 상황에 도출되는 제품 문제점들도 보완을 할 예정이다. 이러한 작업을 거쳐 사업성공에 대한 확신을 가지고 본격적인 운영자 모집에 나설 계획이다.

운영자 모집에 있어서는 5대 제품을 구입하는 사람들에게 지역판권을 줄 계획이다. 현재로서는 직영사업에

주력하며 사업성을 강화하고, 제품을 홍보해 나가는 게 급선무 과제이다. 발열체방식의 즉석즉 제품에 대한 인식은 국내 전무하다시피 한 실정이라 어떻게 홍보를 확대하느냐가 근본적인 과제이다. 열악한 중소기업의 현실에서 대기업처럼 대대적인 홍보전략을 펼칠 수 없기 때문에 시간이 걸리더라도 단계적인 인식확대를 기할 수밖에 없다.

그 길이 멀고도 힘들 수가 있지만 분명한 틈새시장으로서의 가능성이 있기에 두렵지가 않다. 이영식 사장은 "보다 장기적으로 시장을 보고 치밀한 준비를 거친 후 시장도전을 한다면 그만큼 성공 가능성도 높아질 것"이라며, 사업에 대한 강한 자신감을 내비친다.

과연 자동 가열 웰빙 죽자판기의 뜨거운 성공 발열이 가능할 수 있을지 귀추가 주목이 된다.

(<http://www.GL4U.co.kr> Tel:02-2679-8589)