■ 홍콩의 신선 편의식품(Fresh-cut)!! ■

■ 신선 편의식품(Fresh-cut)이란?

농산물 또는 임산물을 1차적으로 가공한 식품으로, 산지에서 수확하여 공장으로 가져온 농산물 혹은 임산물을 씻거나(세척), 껍질을 벗기거나(박피), 작게 자르는(절단 또는 세절) 등의 작업을 하고, 필요한 경우 일부 식품이나 식품 첨가물을 더한 형태로 그대로 먹을 수 있는 단순 가공식품이다.

라이프 스타일의 변화와 함께 식품 소비 트렌드가 변화함에 따라 시장에서 사온 농산물을 집에서 직접 조리하여 먹는 비중이 점점 줄어들고 있다. 특히, 맞벌이 가구와 1인 가구의 증가는 집에서 오랜 시간을 투자하여 음식을 요리하는 대신 외식을 하거나 가공식품을 선택하는 경향을 강화했다. 그러나 외식이나 가공식품은 건강에 이롭지 않다는 인식이 강하여 소비자들은 이에 대한 대안을 찾기 시작하였고, 건강을 생각하면서도 준비 시간을 줄일 수 있어 신선편의식품의 인기가 높아지고 있다. 신선편의식품은 농산물이나 임산물을 바로 먹을 수 있도록 단순 가공을 거친 상품이며, 포장 샐러드나 조각 과일 등이 대표적이다.

홍콩에서도 건강한 먹거리의 관심 증가와 함께 소포장 과일과 같은 신선 편의식품이 인기다. 식사대용이나 간단한 간식 등 다양한 용도로 신선 편의식품을 찾는 소비자가 증가하고 있다.

■ 홍콩 슈퍼마켓 -별도 신선편의식품코너 운영 및 신선식품 재료 손질서비스제공

<신선 편의식품 전용코너>

<신선 채소 및 수산물 손질 서비스 제공>

한국의 슈퍼마켓에서 생선을 샀을 때 원하는 조리방법을 물어보고 그에 맞게 손질해주는 서비스는 보편적이다. 홍콩에서는 수산물뿐만 아니라, 신선 채소를 손질해주는 서비스도 있다. 홍콩의 고급 슈퍼마켓 “3hree Sixty”에서는 별도의 신선 편의식품 코너를 운영한다. 비교적 부피가 크며 손질이 번거로운 수박, 파인애플, 멜론 등의 과일을 손질하여 1~2인용 분량으로 포장하여 판매한다. 과일 뿐만 아니라 다양한 종류의 손질된 샐러드재료를 판매하고 있어 소비자는 기호에 맞게 골라 담아 바로 먹을 수 있다. 뿐만 아니라 신선 야채 및 수산물 손질 서비스를 제공한다. 소비자가

고른 생선, 채소 등 신선재료를 세척 및 요리용도에 맞게 즉석에서 손질해 주는 서비스로 소비자의 건강과 조리시간 단축을 책임지고 있다.

■ 먹기 좋게 손질된 과일을 배달해주는 과일 전문점 - Ming Fruit Shop(名果店)

홍콩 과일전문매장 “Ming Fruit Shop(名果店)”은 수입과일 전문 매장으로 과일의 모든 것을 판매하고 있다. 망고, 두리안, 체리, 포도 등 다양한 과일을 판매하는 동시에 먹기 좋게 손질된 과일 팩·과일 컵을 판매하고 있다. 구매 후 간편하게 먹을 수 있으며 다양한 과일로 구성되어 1-2인 가구의 수요를 충족 시켜주고 있다. 또한 100% 즉석 생과일주스 코너도 함께 운영하고 있으며 앉아서 간단하게 먹을 수 있는 공간도 제공한다. 현재 홍콩 10곳에 체인점이 있으며 식품 배달업체인 “food panda”를 통해 먹기 좋게 자른 과일 및 과일샐러드 배달 서비스를 제공하기도 한다.

<Ming Fruit Shop 매장 전경>

<과일 및 과일주스를 먹을 수 있는 공간>

<종합 과일 포장 팩>

<과일 전문 매장 Ming Fruit Shop>

■ 편의점 7-Eleven에서도 판매 과일 품목 확대

홍콩의 편의점 7-Eleven에서도 이러한 소비흐름에 발맞추어 편의점에서 판매하는 과일을 종류를 다양화 하고 있다. 기존에 판매하던 바나나에서 귤, 오렌지, 사과, 배로 품목을 확대하여 다양화 하는 추세이다.

■ **스낵 대용 미니 채소**

과일 뿐만 아니라 신선 채소도 간식으로 각광받고 있다. 요리의 재료로 인식되던 채소가 신선한 맛과 아삭한 식감에 낮은 열량으로 훌륭한 간식으로 인식되면서 소포장 채소가 증가하고 있다. 미니 파프리카, 미니당근, 방울 토마토 등의 미니 채소는 크기가 작아 섭취가 용이하고 달달 맛과 아삭한 식감으로 영양과 맛 모두 만족시킨다. 이러한 수요변화와 함께 슈퍼마켓에서는 간편 용기에 담긴 소포장 미니 채소를 다양화 하고 있다.

1~2인 가구 수의 증가와 함께 소포장 과일·채소도 증가하고 있다. 커다란 과일이나 채소와는 달리 상하기 전에 다 먹어야 한다는 부담감이 없기 때문이다.

네덜란드산 미니 파프리카 300g/ HKD 35.9	미국산 유기농 미니 당근 450g / HKD 35.9	벨기에산 방울 토마토 500g/ HKD 68

<스낵 대용 미니 채소>

■ **시사점**

□ **상품성이 떨어지는 농산물도 다시 보자**

미니당근은 미국에서 모양이 이상하거나 상처가 있어 상품성이 떨어졌던 당근을 손상되지 않은 부분만 작게 아기 당근 모양으로 잘라 판매한 것이 귀여운 외관과 간편함으로 사랑받으며 미니 당근으로 상품화되었다. 상품성이 떨어지는 농산물에 참신한 아이디어가 더해져 새로운 상품으로 재탄생한 좋은 사례이다.

□ **한국 농수산물에 편리함을 더해보자**

한국의 농식품 홍보 활동 시, 세척 및 손질 서비스를 함께 제공하는 방법도 고려해 볼 만하다. 단순 시식행사에서 끝나는 것이 아니라, 예를 들어 한국산 멜론 구매 시 즉석에서 손질하여 한 입 크기로 잘라 제공한다면 경쟁 국가의 멜론과 차별화된 서비스로 간편함과 건강을 원하는 소비자의 구매 욕구를 자극하여 성공적인 첫 구매를 유도하는 마케팅이 될 수 있을 것이다.

□ **한국 과일 종합세트**

홍콩에서 주로 판매되는 손질된 과일은 수박, 멜론, 파인애플, 용과 등 잘라두어도

갈변현상 없이 신선도가 유지되는 열대 과일 위주이다. 한국의 감, 참외 등껍질을 제거한 상태에서도 신선도가 유지되는 과일로 신선 편의 식품으로 구성하여 새로운 판로를 개척해보는 것도 고려해 볼 만하다고 생각된다.

■ **자료출처**

1. 3hree Sixty 홈페이지, www.3hreesixtyhk.com
2. Ming Fruit Shop 홈페이지, www.mfsnatural.com
3. 네이버 지식백과사전, https://terms.naver.com
4. The Packer, 「Growers aim at fresh-cut as shopper interest grows」, 2019.06.11. https://www.thepacker.com/article/growers-aim-fresh-cut-shopper-interest-grows