

1. Meal Kit Service란?

식료품점에 방문하여 그 날 먹을 원재료를 구매하고, 집으로 돌아가서 재료들을 다듬고 요리하여 가족들과 함께 즐기는 것은 사람들에게 일상생활에서의 소소한 즐거움 중 하나일 것이다. 하지만, 시간에 쫓기는 바쁜 현대인의 삶 속에서 매일 신선한 재료를 구매하고 음식을 요리하는 것은 쉽지 않은 일이다. 이러한 소비자들의 삶에 맞춰 요리하는 시간을 단축시켜주는 Ready to Go 즉, 바로 먹을 수 있는 간편조리 시장이 성장하였으나, 건강한 식습관을 추구하는 소비자들은 신선한 재료를 이용하여 요리하는 삶을 갈망하고 있는 것도 간과할 수 없는 중요한 사실이다. 이러한 중간적 입장의 소비자들의 갈등을 해결해주는 서비스가 바로 Meal Kit Service이다. 이 산업은 신선한 재료를 다듬어서 구매자의 집 앞까지 배송하여, 소비자가 직접 식료품점에 가는 시간을 줄여주고 레시피를 동봉하여 요리방법을 검색하는 시간까지 덜어줌으로써 최근 많은 주목을 받고 있는 식품사업 분야이다.

2. 주요 업체 및 현황

● Blue Apron

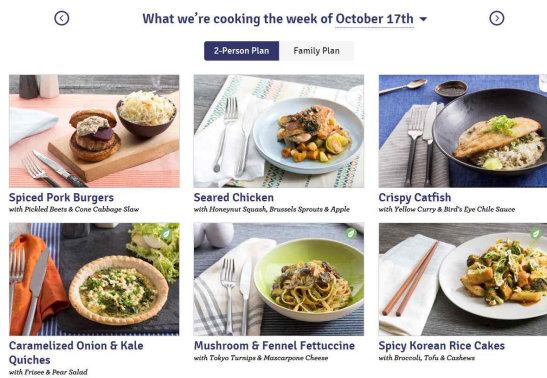
- 설립연도: 2012년
- 설립자: Ilia Papas, Matt Salzberg, Matthew Wadiak
- 본사: New York, NY, USA
- 매출: 3억2천4백만 US 달러 (2015)
- 시장가치: 20억 US 달러
- 특이사항: 2012년에 시작한 이 회사는 현재 매달 500만 가구에 식재료를 공급하고 있음

● HelloFresh

- 설립연도: 2011년
- 설립자: Thomas Griesel, Dominik Richter
- 본사: Berlin, Germany
- 매출: 2억9천만 US 달러 (2015)
- 시장가치: 29억 US 달러
- 특이사항: 독일, 네덜란드, 영국, 미국, 호주 등 다양한 국가에서 서비스를 제공하고 있음. 50만명의 고객들이 서비스를 이용하고 있으며, 5,500개 이상의 레시피를 가지고 있음

3. 운영 방식

Blue Apron, HelloFresh 같은 주요 업체들은 모두 온라인 주문 수령 방식을 채택하고 있으나 신혼시장으로써 아직까지는 한정적 지역에 한해서 배달서비스를 제공하고 있다. 아래 서비스제공 방식은 Blue Apron기준으로 각 업체마다 가격, 메뉴 등 서비스에 대한 차이가 있다.



① 메뉴 및 배달예정일 지정

1주일 단위로 새로운 메뉴가 제공되며, 가족구성원의 수를 고려하여 2인 식단 또는 가족식단(4인분)을 선택할 수 있다. 각 요리마다 음식에 대한 소개, 조리시간, 칼로리 등의 정보를 제공해주며 배달되는 식재료 및 조리과정을 사진 및 동영상으로 확인할 수 있다.



② 가격 및 주문

각 업체별로 가격은 조금씩 상이하나, 대체적으로 1인분에 10달러 내외로 책정되어있으며, 처음 이용하는 소비자들을 위해 가격할인쿠폰을 주는 업체들이 많다. HelloFresh같은 경우 배달 날짜와 시간을 지정하면 1주일치 식재료를 한꺼번에 집 앞으로 배송해준다.



③ 배달

1주일치 식재료를 소분 포장하여 플라스틱 박스에 담겨 지정된 날짜와 시간에 문 앞까지 배송해준다. 왼쪽 사진은 Blue Apron의 실제 배송사진이다. 배송비는 서비스이용 금액에 포함되어있어 별도로 배송비를 지출하지 않아도 된다. 배달된 식재료 박스 안에 레시피도 함께 동봉되어있어, 따로 조리방법을 검색할 필요 없이 적혀진 순서대로 요리를 하면 식사가 만들어진다.

사진출처: BlueApron Website, Business Insider

4. 한국 식재료가 포함된 메뉴



Blue Apron 의 10월 둘째 주 메뉴에는 Spicy Korean Rice Cakes란 이름으로 떡볶이 메뉴가 제공된다. 떡과 함께 브로콜리, 두부 등을 고추장과 볶아낸 음식으로 소개되어있다.

[사진 2] Blue Apron 10월 메뉴의 떡볶이

사진출처: BlueApron 홈페이지

5. Meal Kit service의 시장가치와 향후 전망

현재 식재료배달서비스인 Meal Kit 서비스 시장은 1인 가구, 제 3국의 요리에 대한 호기심, 건강식에 대한 욕구와 함께 계속해서 성장하고 있는 식품시장이다. 시장조사기관인 Technomic에 따르면 향후 10년간 Meal Kit시장가치는 30억에서 50억달러 정도로 매겨질 것으로 기대되고 있다. 2012년 시작된 Blue Apron 업체는 작년 1억 달러의 투자를 받으며 현재 1,800명의 직원과 수십만 명의 고객을 보유하고 있는 대기업으로 성장하였다. Blue Apron의 막강한 경쟁업체인 HelloFresh 역시 50만 명의 서비스이용 고객이 있으며, 2015년 2억9천만 달러의 매출을 기록할 것으로 예상되었다. 다만, 고객을 유치하기 위한 가격인하쿠폰은 지속가능한 성장에 악영향을 줄 수도 있으며, 음식 소분포장에 사용되는 일회용 포장용기의 과다한 사용은 식재료의 신선함 외 환경문제에도 신경을 쓰는 소비자들의 마음을 불편하게 한다. 이에, 서비스 질 향상과 최소한의 포장 쓰레기의 사용으로 꾸준히 성장시킬 노력이 필요하다.

※시사점

광활한 영토를 가진 미국의 배송환경을 고려하였을 때 이러한 분야의 사업은 쉽지 않은 것으로 여겨졌으나, 미국의 주 소비층으로 여겨지는 밀레니얼 세대는 제 3국의 요리에 도전하고 요리하는 것을 즐김. 식재료 구입과 조리방법에 어려움이 있었으나, 요리에 필요한 식재료와 레시피 제공에 따라 Meal Kit 서비스는 글자 그대로 대성공을 거두고 있음. 다만, 식재료 포장재의 과다한 배출로 환경문제가 야기되기도 함. 종종 제공되는 메뉴 안에 한식도 포함되어 있어 이 서비스를 이용한 한식소개는 한식을 접할 기회가 없던 소비자들에게 좋은 기회를 줄 것으로 보임

◇출처

Blue Apron Homepage, Hello Fresh Homepage, Sramanamitra.com : IPO information of Hellofresh, Forbes 2015.01.19