

2023. 3. 27.(월) 석간용

이 보도자료는 2023년 3월 27일 오전 06시부터 보도하여 주시기 바랍니다.



보도자료

담당부서 : 노동공정상생정책관

상권활성화담당관

사진없음 사진있음 매수 : 4매

| | | |
|----------|-------|--------------|
| 상권활성화담당관 | 강 인 철 | 02-2133-5480 |
| 시장지원팀장 | 김 승 현 | 02-2133-5543 |
| 담 당 자 | 백 종 아 | 02-2133-5557 |

서울시, 전통시장 맛과 감성담은 밀키트 출시...온라인판매도 시작

- 전통시장 맛집 5곳(5메뉴) 선정, 「전통시장 가정간편식(밀키트) 사업」 추진
- 서울시 (주)현대그린푸드 상생업무협약, 전통시장 상인 살리고 MZ세대 신규세대 유입
- 메뉴·요리법 컨설팅부터 밀키트 상품화, 온·오프라인 판로까지 전과정 체계적 지원
- 4.19.(수)까지 참여 점포 모집, 상품경쟁력과 차별성 및 맛과 현장 위생 상태 등 심사

- 전통시장을 직접 가야만 맛볼 수 있었던 대표 먹거리가 가정간편식 ‘밀키트’로 출시된다. 소비자는 맛있는 음식을 전통시장 방문 없이 집에서 쉽게 요리해 먹을 수 있어 좋고, 활력을 잃은 전통시장 상인들은 새로운 판로를 찾을 수 있어 이득이다.
- 서울시는 현대백화점그룹 계열 종합식품기업인 ‘현대그린푸드’와 손 잡고 전통시장 맛집 대표 메뉴를 밀키트로 출시하는 사업을 추진한다고 밝혔다. 메뉴 코칭과 컨설팅을 통한 상품화는 물론 온·오프라인 판로까지 연계해준다.

- 1인 가구 증가와 소비자 식문화 변화 등으로 국내 밀키트 시장 규모 (한국농수산물유통공사)는 2017년 20억 원에서 2020년 1,880억원으로 급증했으며 2025년에는 7,250억 원에 이를 것으로 전망하고 있다.
- 이렇듯 밀키트의 수요급증 추세와 실질적인 매출 상승에 도움이 됨에도 불구하고 전통시장은 상품화 기술 부족, 비용부담, 판로확보 등의 높은 진입장벽으로 시도조차 하지 못하는 것이 현실.

<전통시장 맛집 5곳(5메뉴) 선정, 「전통시장 가정간편식(밀키트) 사업」 추진>

- 이에 서울시와 (주)현대그린푸드는 지난 17일(금) ‘전통시장 활성화 상생 업무협약’을 체결하고 서울시내 전통시장 맛집 5곳(메뉴)을 선정해 올해 8월까지 밀키트를 개발해 9월부터 판매하기로 했다.
- 메뉴(5개)가 선정되면 재료와 레시피 분석 및 개선부터 소비자가 선호하는 요소 반영 등 상품성을 높일 수 있는 전문가 컨설팅이 진행된다.
- 다음 단계는 상품화다. 밀키트 생산은 현대그린푸드 자체 공장(스마트푸드센터)내 전문인력이 전통시장 특유의 맛과 감성을 살리고, 특히 MZ세대가 전통시장 맛집에 호감을 갖도록 각별히 챙겨나갈 계획이다.
- 상품화된 전통시장의 밀키트는 전국 현대백화점 식품관 16개소와 온라인몰(그리팅몰, 투홈, 쿠팡 등) 19곳에서 판매 예정이다. 해당 점포에서도 직접 판매 가능해 추가 매출도 올릴 수 있다.

<4.19.(수)까지 참여 점포 모집, 상품경쟁력과 차별성 및 맛과 현장 위생 상태 등 심사>

- 전통시장 밀키트 사업 참여를 원하는 외식점포는 4월 19일(수)까지 대표메뉴 소개가 포함된 신청서와 사업장 등록증, 상인회 추천서 등을 사업장 소재 구청의 전통시장 담당부서에 제출하면 된다.

- 대상은 상인조직이 있는 전통시장(등록·인정) 및 상점가 내 외식점포의 냉동 및 실온보관이 가능한 메뉴이면 된다.

- 신청한 외식점포에 대해 브랜드 평판, 메뉴 경쟁력 등의 서류평가(30점)와 맛, 위생, 고객반응 등을 살펴보는 현장평가(50점) 등을 종합 심사해 최종 5곳(1개소당 1개 메뉴)를 선정한다. 전통시장만의 차별성과 사업 협조도 등에 대한 의견도 점수(20점)에 반영한다.

- 박재용 서울시 노동·공정·상생정책관은 “전통시장만의 매력과 감성을 살린 밀키트 출시로 비대면·간편식을 선호하는 MZ 세대 등 새로운 고객층을 확보할 수 있을 것으로 본다”며 “전통시장에 대한 관심과 호감으로 직접 시장을 찾는 시민들도 늘 것으로 예상돼 전체적인 매출 향상에 도움이 될 것”이라고 말했다.

※붙임: 「전통시장 가정간편식(밀키트) 사업」 공모 개요

□ 공모계획

- 신청기간 : '23.3.20.~ 4.19.
- 신청방법 : 자치구 전통시장 담당부서에서 서울시로 공문 발송
- 신청대상 : 상인조직이 있는 전통시장(등록인정) 및 상점가 내 외식 점포
- 모집메뉴 : 냉동 및 실온보관 제품으로 개발이 가능한 메뉴
 - 점포별 최대 2개 메뉴까지 신청 가능(※ 시장별 동일 품목 추천 가능)

- 밥류 : 볶음밥, 리조또, 비빔밥 등
- 면류 : 국수, 파스타, 비빔면, 쫄면 등 면을 가지고 만든 요리
- 국·탕류 : 찌개, 전골, 국, 국밥, 삼계탕 등 끓여 먹을 수 있는 국물이 있는 요리
- 간식류 : 핫도그, 붕어빵, 호떡 등 식사 외 간식으로 먹을 수 있는 음식
- ※ 접수 불가 품목 : 샌드위치, 샐러드, 회, 육회 등 신선도를 요하는 식품

- 제출서류 : ①신청 양식, 사업자등록증 ②상인회 추천서
 - ※ 선정제외 대상 여부 자체 확인 후 제출

□ 평가계획

- 서류평가(30점), 현장평가(50점), 서울시-그린푸드 심사단 최종의견(20점)

| | |
|-------|--------------------------------|
| 서류 평가 | 브랜드 평판, 메뉴경쟁력 (* 결격사유 제외) |
| 현장평가 | 맛, 위생, 범용성, 고객 반응 |
| 최종심사 | 행정처분 이력, 사업 협조도, 기존 출시메뉴와 중복여부 |

- ‘모두의 맛집’ 밀키트 성공사례

< 모두의 맛집 밀키트 성공사례 >

