

Monthly Newsletter '23.02

Trend

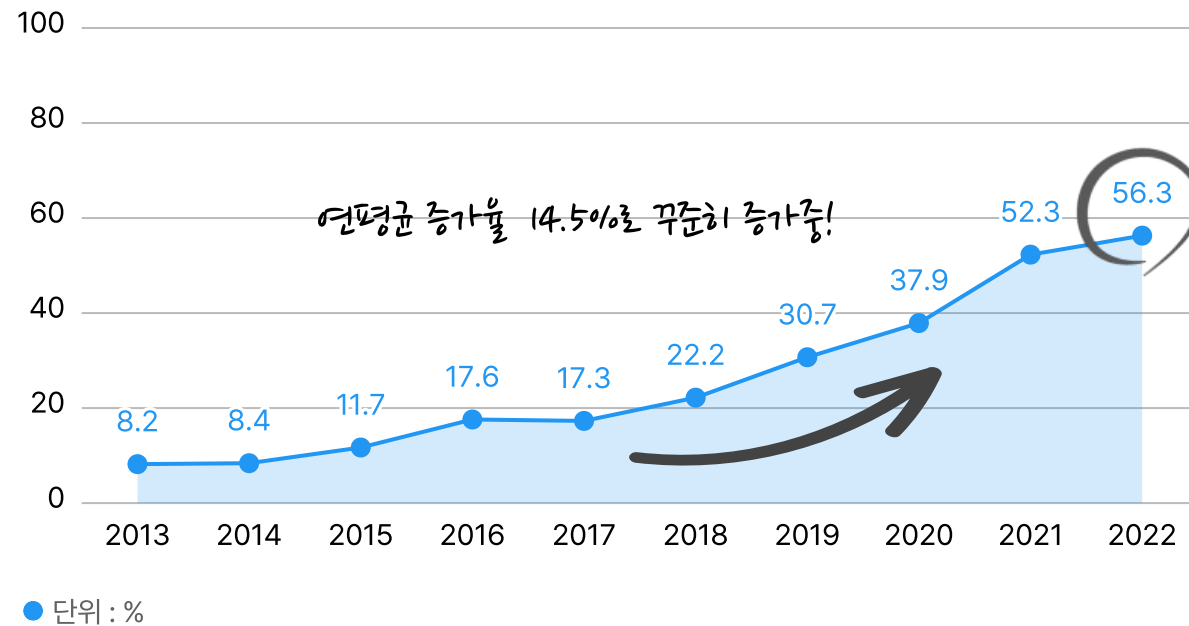
가정 간편식(HMR) 시장

- 01 두 가구 중 한 가구가 '온라인'으로 식품 구입한다
- 02 '사 먹는 집밥' 5조원 시장...HMR(Home Meal Replacement) 트렌드
- 03 안주부터 명절음식까지...삼시 세끼 간편식 시대
- 04 "편한 게 최고" HMR 구입 4명 중 1명... 조리 번거롭고 귀찮아서

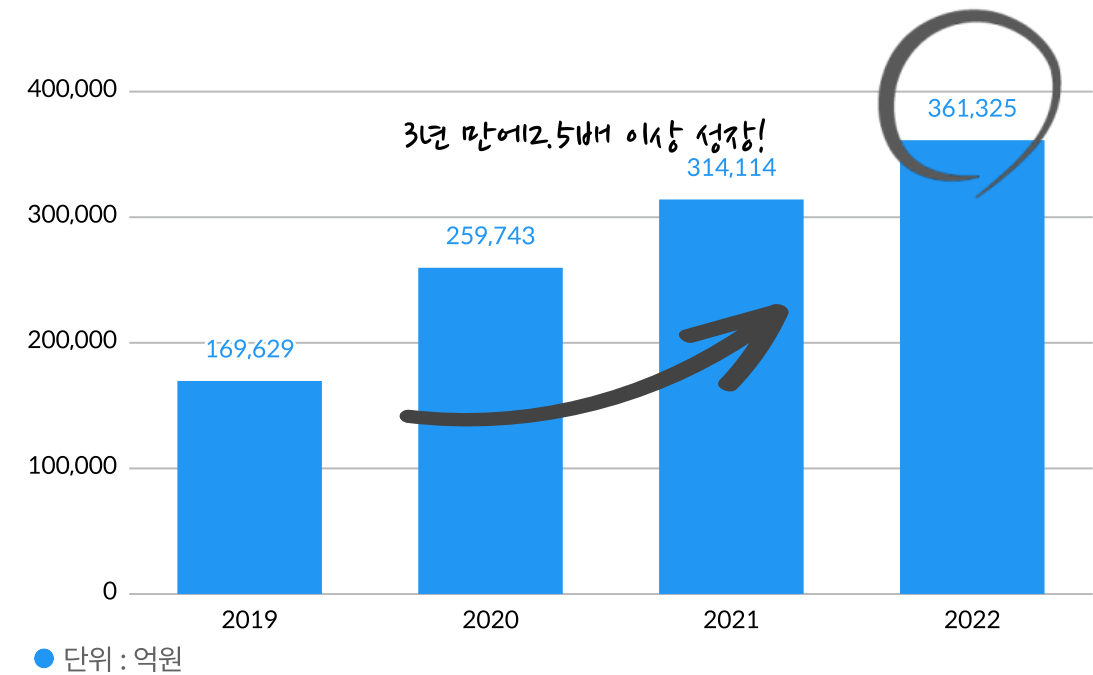
두 가구 중 한 가구가 '온라인'으로 식품 구입한다

- 온라인에서 한 달에 1회 이상 식품을 구입한다는 가구는 2013년 8.2%에서 2022년 56.3%로 무려 7배 가량 증가
- 2021년 '식품'군의 온라인 쇼핑 거래액이 온라인 전환율이 빠른 '가전제품'군 앞질러... 연간 거래액 36조1325 억원 기록

[온라인 식품구매 소비자 비중]



[식품군 온라인 쇼핑 거래액 추이]

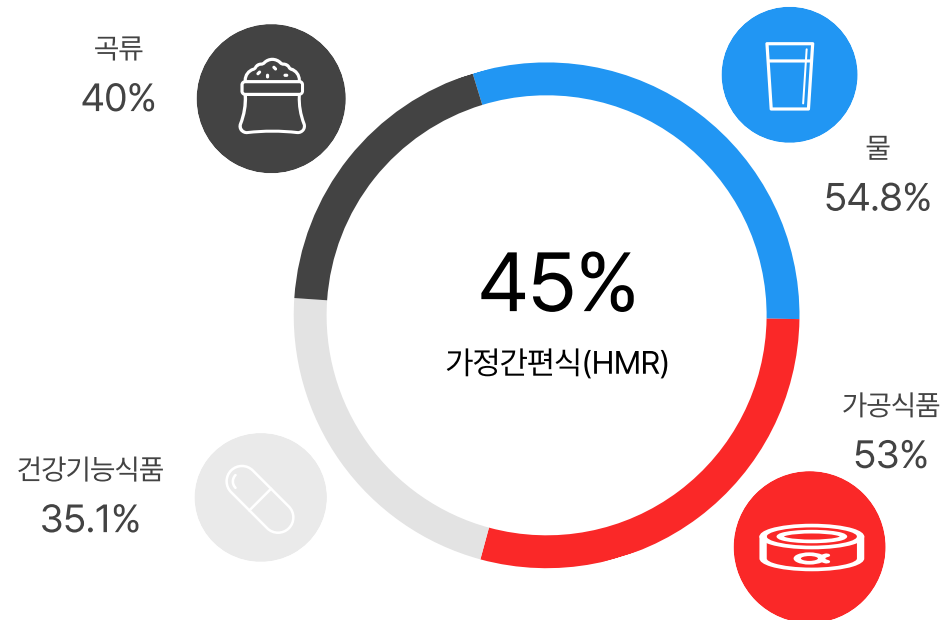


'사 먹는 집밥' 5조원 시장...HMR(Home Meal Replacement) 트렌드

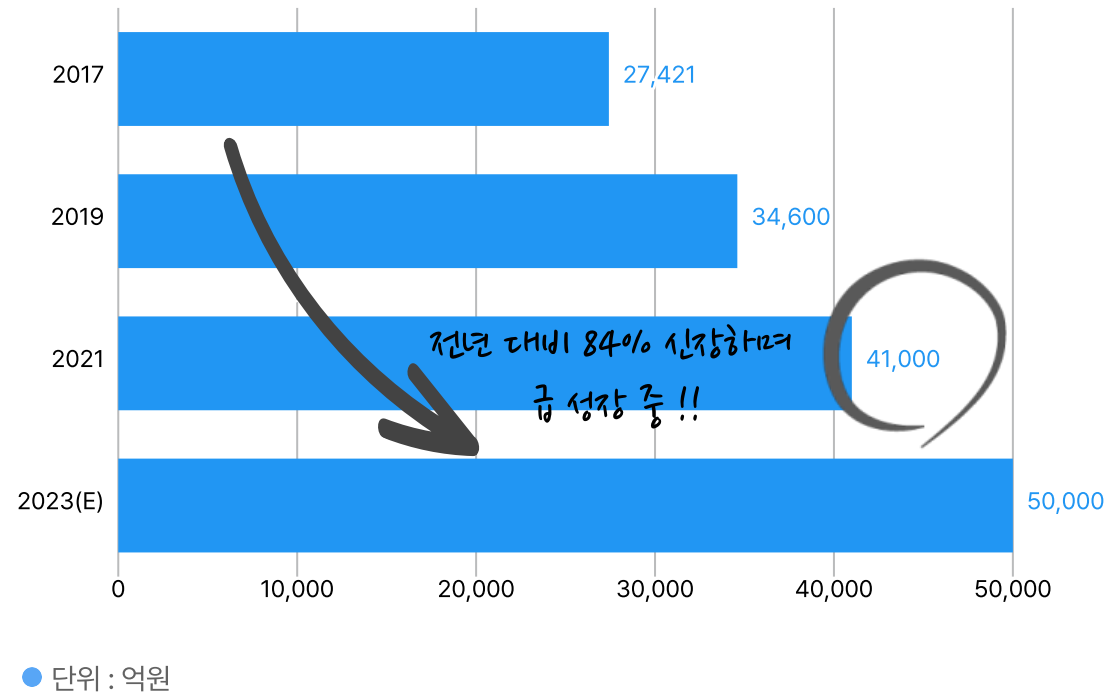
- 온라인 유통채널에서 지출액 기준 구매가 가장 많은 가공식품 '간편식(16.6%)'
- 국내 HMR(Home Meal Replacement) 시장 규모는 2018년 3조 원에 육박했으며 지난해에는 5조 원을 돌파한 것으로 추산

[온라인으로 주문하는 식품군 비율]

2022년, 복수응답 가능



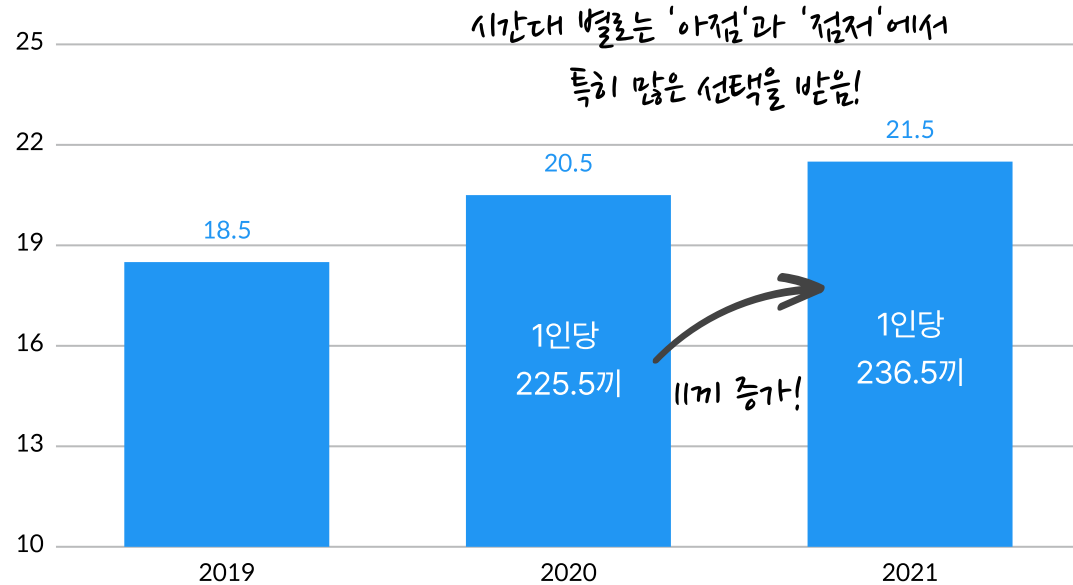
[국내 HMR 시장 규모]



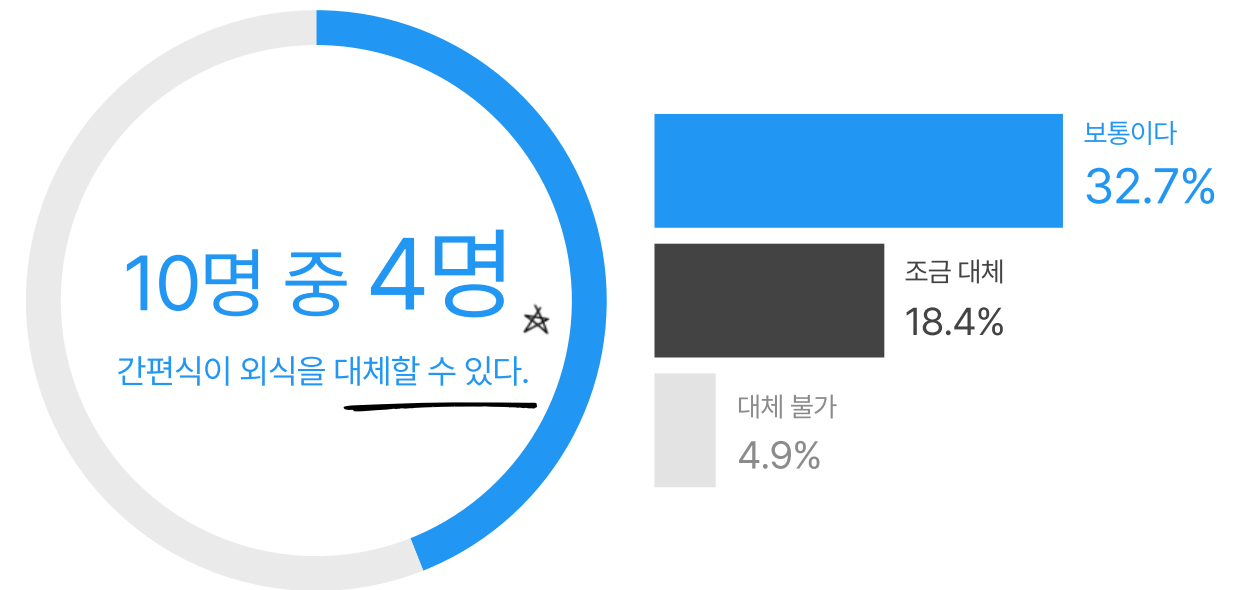
안주부터 명절음식까지...삼시 세끼 간편식 시대

- HMR을 활용한 식사, 1인당 연 평균 225.5끼 → 236.5끼로 '11끼' 증가
- 초창기 HMR는 '전자레인지에 데워먹는 레토르트 식품' 정도로 인식 → 코로나19 이후 쏟아져 나온 HMR 제품들은 '상당히 먹을 만한' 정도로 발전
→ 최근엔 '근사한 한 끼' 수준으로 진화...단순 외식의 대체재 이상의 '문화'로 HMR을 인식

[가정 내 식사 방식 중 HMR 비중]



[2022 외식 트렌드 소비자 인식조사]

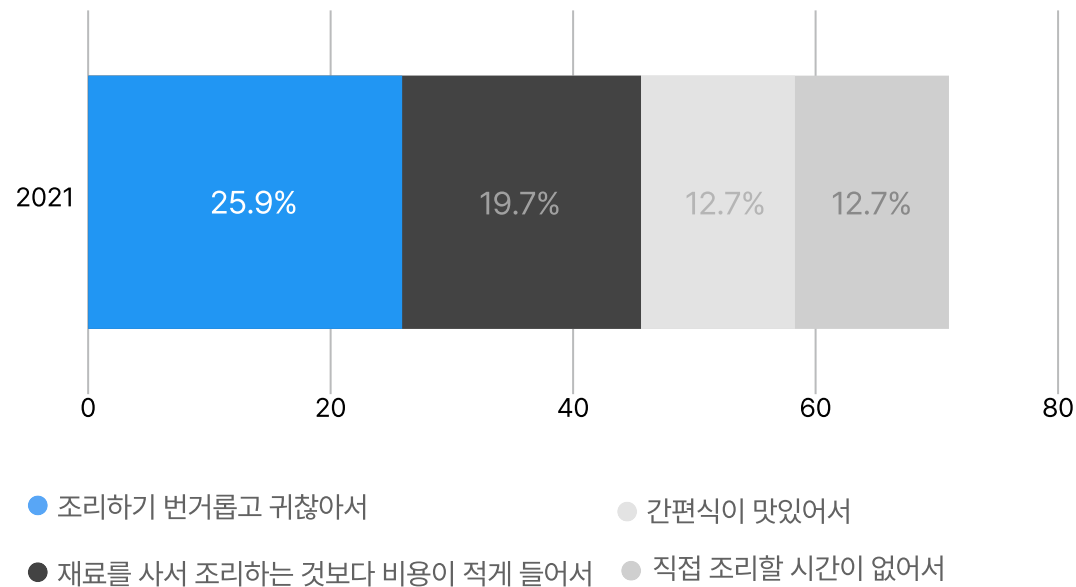


"편한 게 최고" HMR 구입 4명 중 1명... 조리 번거롭고 귀찮아서

- 소비자 4명 중 1명, 직접 요리해 먹기 번거롭고 귀찮아서 간편식을 구입...편리함을 추구하는 최근 소비 트렌드가 식품 구매에도 그대로 반영되고 있는 것으로 풀이
- 간편식 평가에 있어 가장 만족도가 높은 영역 '편리성 - 다양성 - 맛' 항목 순으로 나타남

[가공식품 소비자 태도 조사]

가정간편식을 구매하는 이유



[가정간편식(HMR) 관련 온라인 언급 분석]

기간 : 2022.01 ~ 12



이달의 가맹점

왕잇

이달의 가맹점, 윙잇

#HMR #가정간편식 #전문몰 #버티컬커머스 #회원140만명



출처: 출처 있는 경우 표기 생략 가능

이달의 가맹점, 윈잇

#BEST #TOP3 #인기상품 #간편함 #건강 #두마리토끼

주문하기? 클릭!

[고른 LA 갈비]

[렐리 닭가슴살 골라담기]

[데일리 반찬 골라담기]



Inside

언론속의 NHN KCP

01 2022년 거래액 37조원, 연결 매출 8,228억원 ...견고한 성장 지속

02 모바일 POS '체리포스' 출시 2개월 만에 판매량 600% 성장

언론속의 NHN KCP #01

2022년 거래액 37조원, 연결 매출 8,228억원 ... 견고한 성장 지속

리오프닝 업종 고성장으로 4분기 거래액은 10조 원 기록

온/오프라인 통합서비스 역량 강화하며 미래 위한 도전 계속

NHN한국사이버결제(060250, 이하 'NHN KCP')가 10일 공시를 통해 지난해 연간 연결 매출액 8228억 원, 영업이익 442억 원을 기록했다고 밝혔다. 이는 전년 동기 대비 각각 매출액 10%, 영업이익 2% 증가한 수치다. 매출에 기여하는 거래액은 37조 원으로 전년 대비 17% 증가했으며, 국내 대형 가맹점들의 성장과 함께 해외 거래대금의 고성장이 기여했다.

4분기 기준으로는 거래액 10조 원, 매출액 2223억원으로, 영업이익은 120억원으로 각각 전년 동기 대비 13.3%, 10.4%, 3.2% 증가했다. 전통적인 커머스 성수기 효과와 함께 엔데믹에 따른 여행/항공 등 리오프닝 업종의 거래대금 성장이 4분기 외형 성장을 이끌었으나 상품평가손실 등 일시적인 비용 반영으로 이익성장은 다소 둔화됐다.

회사측은 "고객 중심의 차별적인 영업 전략 개진과 발빠른 개발 대응으로 국내외 우량한 가맹점들에 대한 독점적 지위를 가지게 된 것이 지난해 좋은 성과로 이어졌다"고 설명했다.

NHN KCP는 성장 모멘텀을 해외 가맹점으로 삼고, 10년 이상 해외 가맹점 확보에 힘썼다. 이 결과 국내에 진출한 글로벌 브랜드사 다수와 계약을 맺고 독점적으로 결제 서비스를 제공 중이다. 올해는 이들 가맹점 대상으로 추가 서비스를 제공하며 해외 거래액의 고성장을 이어갈 계획이다.

한편 NHN KCP는 온/오프라인 결제 인프라 통합을 위해 가맹점들과 동반성장 로드맵을 그려나가고 있다. 비즈니스 창업자들이 사업 초창기부터 NHN KCP와 함께 할 수 있도록 자체 상품 라인업을 구축하고 새로운 서비스를 선보이겠다는 게 회사측의 설명이다.

지난해 셀프 주문 키오스크, 클라우드 기반 체리포스 앱 출시를 완료했으며, 올해 초에는 자체 단말기에 글로벌 브랜드 인증을 완료해 신용카드, 간편결제 등 가맹점이 필요로 하는 결제수단을 모두 제공할 수 있게 됐다.

NHN KCP 박준석 대표이사는 "성장을 위한 회사의 계속된 투자와 도전이 경기둔화에도 불구하고 시장을 아웃퍼폼하는 성과를 지속 창출하고 있다"며 "올해는 매출 1조를 바라보는 중요한 시기인 만큼 외부 환경 변화에 더욱 빠르게 대응해 계속된 외형 성장을 이어나가고, 수익성도 개선할 것"이라고 말했다.

언론속의 NHN KCP #02

모바일 POS '체리포스' 출시 2개월 만에 판매량 급성장

지난 11월 말 출시한 클라우드 기반 무료 모바일 포스(POS) 체리포스, 업종 국한 없이 가입자 ↑
차별화된 사용자 중심 UI, UX와 NFC 기능 갖춘 '올인원 단말기'로 만족도 높여

NHN KCP(대표 박준석)는 자회사 솔비포스와 협력해 론칭한 무료 모바일 포스(POS) 체리포스(Cherryforce)의 판매량이 론칭 2개월만에 급성장했다고 21일 밝혔다.

업계 1등으로 꼽히는 NHN KCP의 경험과 노하우를 바탕으로 탄생한 체리포스는 기존 포스기의 시공간 제약 없애고, 태블릿과 스마트폰에 애플리케이션을 다운 받아 간편하게 사용하는 클라우드 기반 모바일 포스(POS) 서비스이다.

체리포스의 경우 차별화된 사용자 중심의 UI, UX 제공으로 카페, 식당, 꽃집, 술집, 스포츠센터 등 다양한 업종의 가입이 이뤄져 지난 11월 말 출시 이후 판매량이 빠르게 성장했다.

특히 애플페이 결제가 가능한 NFC 기능과 사인패드, 무선 와이파이 등 자영업자에게 필요한 모든 기능을 갖춘 '올인원' 단말기 연동으로 고객 만족도를 한층 높였다.



최정훈 스마트솔루션사업팀 팀장은 "NHN KCP의 차별화된 기술력과 풍부한 인프라를 기반으로 통신사 제휴 및 패키지 상품 라인업 확대, 서비스 고도화 등 자영업자의 부담은 낮추고, 고객 만족도는 높일 수 있는 특별한 서비스를 업데이트해 나갈 예정이다."라고 말했다.

체리포스 애플리케이션은 모바일을 통해 누구나 무료로 다운로드 받을 수 있으며, 결제 단말기 구입 시 별도의 월관리비, 가맹점 정보 변경 비용 등 추가 비용 없이 매장 운영에 필요한 다양한 기능들을 제공하고 있다.



[뉴스레터 신청 바로가기 >](#)

서울특별시 구로구 디지털로26길 72 (구로동, NHN KCP) Tel. 1544-8667 Fax.0504-984-9901 www.kcp.co.kr

카드사용내역 및 기타 문의 1544-8667 help@kcp.co.kr | PG서비스 신규가입 및 계약 상담 1544-8662 help@kcp.co.kr | PG서비스 결제 시스템 연동 및 기술 문의 1544-8661 support@kcp.co.kr
PG서비스 사전 몰 등록 / 계약서 및 상점 운영 문의 1544-8660 help@kcp.co.kr | 유튜브 www.youtube.com/@nhnkcp | 인스타그램 www.instagram.com/nhn_kcp_official