



INJUNG GROUP LLC

- FOOD BUSINESS DIVISION AND
PROGRESS PLAN

BRAND:
O.NEUL



사업영역.



제조라인 - 도시락, 반찬&김치



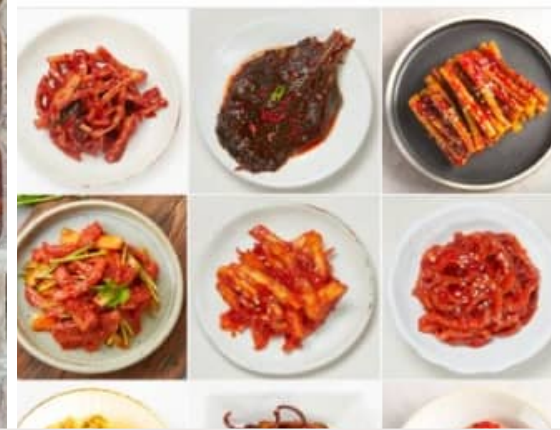
유통라인 - 커피, 음료, 베이커리 외
(몽골 외 한국 수출품목 포함)



프랜차이즈 - 식당, 마트, 훈제기계외

PART. 1
제조라인





김치&반찬, 도시락



‘제조’관련.



ITEM: 도시락

채널 1 : 점심식대 - 기업체, 관공서 및 기관 / 케이터링 및 개별포장 납품
/ 메뉴: 메인푸드 + 국거리 +. 사이드반찬 5~7가지, 후식

채널 2 : 편의점 및 마트 개별포장 납품 / 메뉴: 메인푸드, 사이드반찬 5~7가지

Directionality :

- 기업체, 관공서 및 기타 기관 점심식대 / 기업체의 경우 구내식당 케이터링 사업도 가능
- 학교 케이터링 사업(급식)
- 기존 도시락을 납품하고자 하는 회사에 OEM생산
- : 도시락 본연의 맛 즉, 본연의 한국음식(반찬, 도시락 등)의 맛을 내지 못하고 한국음식을 만들어 납품하는 업체들에게 납품

*참고 이미지.

*** 오늘식품 유통에 있어 제품별 가장 빠른 피드백 및 간접매출에 효과**

‘제조’관련.



ITEM: 반찬&김치

Directionality:

마트 납품시 초반에는 반품 조건으로 납품하는 것도 고려/반품받은 반찬은 도시락반찬으로 재편

- 로컬식당 반찬&김치 납품
- 도시락과 마찬가지로 기존 반찬 납품하는 곳에 OEM생산
- 식재료의 경우, 대체적으로 중국산의 시장점유율이 높으나 한국엄마 특유의 손맛과 레시피가 결합이 되고 단가가 맞으면 기존 반찬&김치 시장에서 자사의 제품 가능성은 충분히 기대해도 좋을 듯 함

(참고로, 그룹사 농업법인 진행시 배추,무 및 그 밖의 식재료를 직접 생산하여 식품사업에 공급하는 것도 원가를 낮출 수 있는 항목이 되기도 함)

*참고 이미지.

*** 오늘식품 유통에 있어 제품별 가장 빠른 피드백 및 간접매출에 효과**

PART. 2

프랜차이즈



‘프랜차이즈-오늘 식당’관련.



*참고 이미지/ 추후 변동.

ITEM: 한식 메뉴

메인메뉴 1: 육고기가 주종인 메뉴

사이드메뉴 2: 아이들을 위한 메뉴 개발

Directionality :

- 1) 한식을 알리고 한국 엄마 레시피로 직접 만드는 음식
- 2) 본점 외 매장은 밀키트화해서 전문 주방장이 없어도 누구나 가능한 시스템으로 운영예정
- 3) 매장에서 먹는 음식은 모두 TO-GO 및 구매가 가능
 - 메인 메뉴 포장 / 김치는 kg 단위로 판매
 - 별도 반찬 및 유통푸드(훈제식품) 코너를 만들어 반찬 판매도 진행
 - 사전 주문시스템을 도입하여 귀갓길, 주말 여행나들이시 구매 가능

‘프랜차이즈-오늘 마트’관련.



*참고 이미지/ 추후 변동.

ITEM: 한국 제품 할인 판매 매장

판매품목 1: 식료품 및 공산품

판매품목 2: 가구 및 전자제품

판매품목 3: 자사 개발 제품_차차르간 시리즈

판매품목 4: 코스메틱_한국제품, 성인과 아이들제품

Directionality :

1) 오늘 식당 옆에 오픈

2) 한국의 우수한 제품을 할인해서 판매

3) 자사 개발한 제품도 판매

4) 소매 및 도매판매 같이 진행

- 도매상에게는 별도 리스트를 만든 후 사전 주문(선입금 후 출고)

‘프랜차이즈-훈제기계’관련.



ITEM: 참나무훈제기계

품목 : 연어, 염소(수컷) 외 육류,어류 모두 가능

Directionality :

1) 1시간에 50마리 훈제 / 매장 및 밀키트 제품화 가능

2) 프랜차이즈 외 제조공장에서 아이템화

2-1) 몽골의 청정한 지역이라는 컨셉의 저렴한 육고기를 본 기계를 통해 한국 및 해외로 수출

- **MADE IN MONGOLIA**/ 수출을 통한 국가 브랜드로의 발돋움 가능

2-2) 근접 국가(베트남 등)에서의 어류의 수급을 통해 현지에서

한국 및 해외로 수출

- **MADE IN MONGOLIA**/ 수출을 통한 국가 브랜드의 발돋움 가능

*참고 이미지/ 추후 변동.

***이는 큰 매출로도 이어지므로 명성과 수출 2마리 토끼를 잡을 수 있음**

‘프랜차이즈-오늘 라면&어묵’관련.

ITEM: 2분자동라면자판기& 어묵

품목 : 일반라면, 짜장라면, 로제라면

Directionality :

- 1) 학교 및 군부대, 대형마트, 편의점 등 입점이 가능
- 2) 한국 정통 라면으로 판매를 하며, 컵라면과 다르게 2분이라는 빠른 시간안에 ‘Korean made 라면’을 이용할 수 있음
- 3) 2분자동라면자판기만 별도 청년창업 및 투잡이 가능.



*참고 이미지/ 추후 변동.

‘프랜차이즈-오늘 라면&어묵’관련.



*참고 이미지/ 추후 변동.

ITEM: 2분자동라면자판기& 어묵

품목 : 상천 판어묵/ 모듬어묵

Directionality :

Type 1] 일반 프랜차이즈 - B2C

- 1) 학교 , 편의점, PC방 등 바트(사진)와 함께 입점이 가능
- 2) 기존의 제품보다 연육 함유량이 높아 고소하고 맛이 좋음
- 3) 2분자동라면자판기와 set로 유통

Type 2] 식자재(식재료) 유통용-B2B

- 1) 반찬용으로 자사 소진, 로컬식당 반찬 식자재 납품 유통, 마트 납품
- 2) 어묵김밥용으로도 제안 가능
- 3) 도매업체 컨택

** 일반 프랜차이즈 및 마트 납품시 유통이 부진해도 자체 반찬용으로 소진으로 가능*

PART. 3
한국수출품



‘한국수출_무역유통’관련.



*참고 이미지/ 추후 변동.

ITEM: MADE IN MONGOLIA 수출품

품목 : 흑염소가공식품, 호쇼르, 기타

Directionality :

- 1) 몽골 염소고기 한국 내 마케팅 및 유통라인 구축 완료
- 염소고기의 수급 대기 중
- 2) 훈제기계로 만든 육가공 제품/ 양, 오리, 닭, 소고기, 돼지고기 등
- 몽골 청정지역에서 생산한 육가공 제품의 한국내 샘플 테스트 후 유통확장 가능한 바이어 라인업 구축완료
- 3) 호쇼르 생산 후 한국 편의점 및 고속도로 휴게소 등 유통라인 구축 완료(맛은 여러가지)

**물류비의 경우, 물류사와 컨택 후 한국으로 돌아가는 컨테이너 활용하여 물류비 세이브 가능하다.*

‘한국수출_무역유통’관련.



*참고 이미지/ 추후 변동.

ITEM: MADE IN MONGOLIA 수출품

품목 : 흑염소가공식품, 호쇼르, 기타

Directionality :

- 4) 몽골 염소고기의 경우, 한국내 보신제품의 개도기간 만료로 2025년의 판매량은 기대해도 좋을 듯 하다.
- 5)몽골인들에게는 위 품목들의 경우 추억이고 그리움이다. 우선, 말순대 및 호쇼르의 경우 한국내 거주하고 있는 몽골인들에게 그리운 음식이므로 몽골인들이 많이 거주하고 있는 지역을 분석 후 관련 지역부터 저변확대를 하는 것으로부터 시작을 한다.
- 6)한국인들에게도 호쇼르는 추억이다. 한해 6만 몽골여행객들에게 한 번쯤 접해본 음식이고 한끼 식으로 아주 좋다.

(*오리지널 맛 외 몽골감자, 김치, 당면 등 믹스해서 만드는 것도 고려)

PART. 4
마케팅



1) 그룹사 홍보팀의 영상 및 지면광고 등 소비자에게 가장
근접된 영상매체를 통한 노출 광고를 진행
페이스북, 유튜브,인스타그램 및 기타 등등



3)현시점에 사용자가 많은 사이트상의 모바일 연동 ‘APP’ 및 자사몰을 활용한 온라인 홍보 및 판매





4)그룹사 및 기관 등 도시락 납품
시 간접 홍보가 가능

- 잠재고객 확보와 그로 인한
다이렉트로의 홍보까지 가능할
것으로 여겨짐

- 도시락에서 먹어 본
제품(닭도리탕, 육개장 등)들의
선주문을 통한 추가 매출 기대

- 도시락에 QR CODE를
부착/‘오늘’브랜드의 자사몰
사이트로의 자연스러운 연동이
가능하고 자사몰 안에 제품 구매
및 별도 단체 주문 예약도 가능



5)몽골 내 파트너(유통사)들과의 협업을 통한 기존 유통망 활용

6)마트 내 영업사원의 소비자 홍보 및 판매