

# 결 정

2018 - 1038 신문윤리강령 위반

1. 서울경제 발행인 이 중 환
2. 문화일보 발행인 이 병 규

# 주 문

서울경제 2018년 1월 9일자 21면 「양식서 반조리·건강식까지 똑딱...메뉴 다양해지는 HMR<가정 간편식>」 제목의 기사, 문화일보 1월 17일자 29면 「남자도 프라다를 입는다/나일론이 돌아왔다」 제목의 기사에 대하여 각각 '주의' 조치한다.

# 이 유

(서울경제)=

## 양식서 반조리·건강식까지 똑딱...메뉴 다양해지는 HMR

이성민기자

오뚜기가 지난 1981년 출시한 즉석식품 '라면' '라면 카레'는 국내 최초의 '가정 간편식(Home Meal Replacement)' 제품으로 꼽힌다. HMR이 첫 걸음으로 이어져 '가정 간편식'이 크게 자리 잡았다. 가급적이면 국내 시장에서 꾸준히 자기 영역을 구축해 나가겠다는 100년 비전을 품어 운영하고 있다. 한국농수산물종합유통공사 발행된 '2017 가점식품 생산·유통 현황'을 보면 국내 HMR 시장 규모는 전년 대비 10.2% 증가한 2조 2000억 원에 달하는 것으로 집계됐다. 2017년 기준 HMR 시장 규모는 전년 대비 10.2% 증가한 2조 2000억 원에 달하는 것으로 집계됐다. 2017년 기준 HMR 시장 규모는 전년 대비 10.2% 증가한 2조 2000억 원에 달하는 것으로 집계됐다.

HMR도 HMR 인기는 계속 될 것으로 보인다. 눈길을 끄는 것은 연령에 맞게 제품군 확대도 다양해지고 있다는 점이다. 특히 남성과 여성을 겨냥한 제품이 많아졌다. 또, 유아용 제품도 HMR 형태로 출시되고 있다. 여기에 반조리 형태의 제품이나 태우는 '메이크(Meal kit)' 시장도 급성장 할 것으로 보고 있다.

즉석밥 시장 30% 점유율 유지하는 오뚜기 계속값인 등 20여종 세트밥으로 성장 중인 국내 소비자들 시구하던 식구편에 발맞춰 할박스레이크·피자와 등 다양식으로 영역 넓혀 '양식 카레' 등 기존 간편식도 제품 차별화 작년 30% 이상 성장-시장규모 3.3조 넘음

○ HMR 시장 확대는 '메이크' '즉석밥' - HMR의 핵심이 성 공을 위한 필수인 만큼 즉석밥과 즉석카레, 즉석라면, 즉석도시락 등 다양한 제품군을 개발해 소비자에게 다양한 선택권을 제공하는 것이 HMR의 성공 비결이다. 즉석밥과 즉석카레, 즉석라면, 즉석도시락 등 다양한 제품군을 개발해 소비자에게 다양한 선택권을 제공하는 것이 HMR의 성공 비결이다.

○ 2017년 주요 제조사 10곳이 즉석밥 시장 점유율 50% 이상을 차지하고 있다. 2017년 기준 HMR 시장 점유율 50% 이상을 차지하고 있다. 2017년 기준 HMR 시장 점유율 50% 이상을 차지하고 있다.

○ HMR 시장 확대는 '메이크' '즉석밥' - HMR의 핵심이 성공을 위한 필수인 만큼 즉석밥과 즉석카레, 즉석라면, 즉석도시락 등 다양한 제품군을 개발해 소비자에게 다양한 선택권을 제공하는 것이 HMR의 성공 비결이다.

○ HMR 시장 확대는 '메이크' '즉석밥' - HMR의 핵심이 성공을 위한 필수인 만큼 즉석밥과 즉석카레, 즉석라면, 즉석도시락 등 다양한 제품군을 개발해 소비자에게 다양한 선택권을 제공하는 것이 HMR의 성공 비결이다.

○ HMR 시장 확대는 '메이크' '즉석밥' - HMR의 핵심이 성공을 위한 필수인 만큼 즉석밥과 즉석카레, 즉석라면, 즉석도시락 등 다양한 제품군을 개발해 소비자에게 다양한 선택권을 제공하는 것이 HMR의 성공 비결이다.

○ HMR 시장 확대는 '메이크' '즉석밥' - HMR의 핵심이 성공을 위한 필수인 만큼 즉석밥과 즉석카레, 즉석라면, 즉석도시락 등 다양한 제품군을 개발해 소비자에게 다양한 선택권을 제공하는 것이 HMR의 성공 비결이다.



이 중 환은 삼성과, 문화일보는 대한항공을 위한 맞춤형 제품인 '가정 간편식'을 선보였다. 이 중 환은 삼성과, 문화일보는 대한항공을 위한 맞춤형 제품인 '가정 간편식'을 선보였다. 이 중 환은 삼성과, 문화일보는 대한항공을 위한 맞춤형 제품인 '가정 간편식'을 선보였다.



윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제세력으로부터의 독립), 제3조 「보도준칙」 ⑦(보도자료의 검증)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

2018년 2월 7일

한 국 신 문 윤 리 위 원 회

위원장	김 용 담	김용담
위원	정 승 호	정승호
	장 명 국	장명국
	이 동 현	이동현
	장 인 철	장인철
	김 규 식	김규식
	강 희	강희
	하 윤 수	하윤수
	김 영 모	김영모
	박 현 갑	박현갑
	박 미 경	박미경

○ 적용 조항

신문윤리실천요강 제1조 「언론의 자유·책임·독립」 ②(사회·경제 세력으로부터의 독립) 언론인은 어떠한 단체, 종교, 종파 등 사회세력과 그리고 기업 등 어떠한 경제세력의 부당한 압력, 또는 금전적 유혹이나 청탁을 거부해야 한다.

제3조 「보도준칙」 ⑦(보도자료의 검증) 취재원이 제공하는 구두발표와 홍보성 보도자료는 사실의 검증을 통해 확인보도하는 것을 원칙으로 한다.