

새해 관심키워드 ‘건강’·‘워라밸’... 소비 트렌드 주도

주 52시간 근무제 등 사회적 변화로 소비 트렌드 바뀌어 관련 상품 ‘볼티’ 헬스·다이어트 식품 매출 500% ↑

주 52시간 근무제, 워라밸 등 사회적 변화가 새해 결심과 소비 트렌드에 영향을 미치고 있다. 새해만 되면 떠오르는 ‘건강’ 키워드에 힘입어 관련 상품 매출이 크게 증가하고 있다.

롯데마트가 지난 2017년 12월 2주간(2017년 12월 18일~12월 31일) 실적을 분석한 결과 근육과 몸매 라인을 만들고 단기간에 체중을 감량할 수 있는 등 극한의 다이어트를 위한 상품이 새해 결심 상품으로 인기를 끌었다.

대표적으로 ‘웨이트’와 ‘피트니스’ 용품의 매출이 전년 대비 각 24.3%, 6.3% 늘었다. 운동 효과를 극대화하고 근육량을 늘리는 데에 효과적인 ‘프로테인’과 ‘단백질 셰이크’ 등 ‘헬스·다이어트’ 식품의 매출이 500% 이상 증가했다.



스윗허그 곤약젤리. /롯데쇼핑

‘건강’에 ‘워라밸’ 트렌드가 더해진 2019년에는 극한의 한파에도 불구하고 재미와 건강을 동시에 챙길 수 있는 스포츠 용품을 찾는 고객이 함께 늘어나고 있다.

2018년 12월 2주간(2018년 12월 17일~12월 30일)의 스포츠 용품 실적을 살펴보니, 전년 대비 매출이 8.7% 증가했다. 지



스포츠용품. /롯데쇼핑

난해 크게 인기를 끌었던 ‘웨이트’와 ‘피트니스’ 용품은 여전히 증가하고 있으며, 단체 경기를 즐길 수 있는 스포츠 관련 용품의 수요가 큰 폭으로 증가하며 스포츠 용품 전체 매출을 견인하고 있다.

대표적인 실외 스포츠 용품으로는 ‘축구용품’의 매출이 전년 대비 84.5%, 야구와 농구 용품이 각 13.3%와 8.5% 증가하

고, 가족, 친구들과 함께 시간을 보내고 건강도 챙길 수 있는 ‘등산·캠핑’ 용품이 14.5%, 자전거, 계절 스포츠 용품 등 ‘레저/아웃도어’가 44.6% 늘었다. 실내스포츠 용품으로는 ‘배드민턴’ 용품이 34.5%, ‘롤러보드’가 84.3% 늘었다.

주 52시간 근무제가 정착하면서 가족 혹은 지인들과 함께 보내는 시간이 늘면서 단체 스포츠 용품 판매량이 증가한 것으로 분석했다.

운동과 함께 식품에서도 건강을 챙기려는 트렌드가 함께 나타났다. 건강기능식품의 매출은 91.5% 증가했으며, 다이어트를 위한 ‘헬스·다이어트’ 식품의 매출도 14.6%로 꾸준히 증가하고 있다.

특히 음료, 젤리 등 달콤한 디저트 형식으로 가볍게 섭취가 가능한 다이어트 식품인 ‘뷰티·다이어트’ 식품은 359.2% 증가하며 주목할 만한 변화를 보이고 있다.

이러한 소비 트렌드는 2018년부터 주 52시간 근무제도가 시행되고, 건강을 중시하는 트렌드가 지속됨에 따라 건강과

여가를 함께 챙길 수 있는 상품을 구매하려는 수요가 늘어났기 때문인 것으로 분석된다. 또한 1인 가구가 증가하면서 건강을 챙기는 2030대도 크게 늘었다.

한편 최근 통계청의 발표에 따르면 지난해 국내 건강기능식품 시장 규모는 2조 2374억원으로, 이전 5년간 연 평균 11%대의 성장을 기록했다. 자신을 위해 건강기능식품을 구입하는 소비자를 뜻하는 ‘건강기능식품 본인 구매 비율’은 2012년 58.3%에 불과했지만 2016년 72.5%로 증가했다.

건강기능식품이 더이상 중·장년층의 전유물이 아니라 건강과 외모를 함께 가꾸는 2030대 여성에게도 관심을 끌고 있음을 알 수 있다.

남품 롯데마트 마케팅전략팀장은 “최근 사회적 변화와 건강을 중시하는 트렌드가 지속되며, 새해를 맞아 건강과 여가 생활을 함께 충족시킬 수 있는 상품에 대한 관심이 큰 폭으로 증가하고 있다”고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoil.co.kr



“황금돼지저금통에 저축해 보세요” 황금돼지해인 2019년 첫 날인 1일 서울 이마트성수점에서 모델들이 다양한 모양의 황금돼지저금통을 보여주고 있다. /연합뉴스

“새해 입맛 잡아라” 편의점 업계, ‘황금돼지’ 도시락 열전

CU 가심비 공략 시즌 한정 도시락 GS25 돼지고기 활용 신상품 3종 세븐일레븐 간편하게 즐기는 떡만두

편의점 업계가 2019년 기해년의 시작과 함께 도시락 열전에 돌입했다. 황금돼지해를 맞아 돼지고기로 구성된 다채로운 도시락을 선보인다.

돼지고기는 우리나라 국민들이 가장 좋아하는 식재료 중 하나다. 국민 1인당 연간 돼지고기 소비량은 24.6kg으로, 쇠고기(11.3kg), 닭고기(13.3kg)보다 2배 가량 더 높은 수준이다.

편의점들은 황금돼지해를 콘셉트로 돼지고기로 꽉 채운 도시락을 선보이며 세대불문 고객들의 마음을 사로잡겠다 각오다.

먼저 편의점 CU는 ‘새해엔 모두 다 돼지 도시락’을 시즌 한정으로 선보이며 ‘가심비’를 공략한다. 이번 도시락은 간장 불고기, 제육볶음을 중심으로 큐브탕수육, 미니 돈가스, 고기산적, 햄 샐러드 등 돼지고기를 활용한 반찬 9가지로 구성됐다.

CU 측은 ‘모두 다 돼지’라는 도시락 명에는 돼지고기로 구성된 상품의 특징과 함께 새해에는 모든 일이 다 잘 되길 바란다는 두 가지 중의적인 의미가 담겨



왼쪽부터 CU의 ‘새해엔 모두 다 돼지 도시락’, GS25의 황금 돼지해 돼지고기 식재료 신상품 도시락, 세븐일레븐의 ‘사골 떡만두 한그릇 도시락’ /BGF리테일·GS리테일·세븐일레븐

있다고 설명했다. GS25는 돼지고기를 주요 식재료로 활용한 기해년 첫 도시락 3종과 함께 이색 선물세트를 준비했다.

GS25는 오는 4일부터 ‘황금제육 도시락’, ‘황금왕돈까스 도시락’, 매콤불고기 & 계란 볶음밥 등 돼지고기를 활용한 도시락 등 신상품 3종을 선보인다. 황금제육 도시락은 한국인이 가장 좋아하는 매뉴인 제육볶음을 다양한 7종 반찬과 함께 구성한 상품이다. 또 황금왕돈까스 도시락은 유명 식당에서 맛볼 수 있는 큼직한 돈까스를 메인 콘셉트로 했다.

GS25는 황금돼지해 맛이 경품 증정 프로모션도 실시한다. 도시락을 구매하고 GS&POINT를 적립하는 고객들의 모바일 애플리케이션 ‘나만의냉장고’를

통해 상품 1개당 스탬프 1개가 생성되도록 했다.

세븐일레븐은 1인 가구를 겨냥해 간편하게 먹을 수 있는 ‘사골 떡만두 한그릇 도시락’을 출시했다.

세븐일레븐은 1인 가구의 증가, ‘워라밸’ 등 다양한 사회 트렌드에 따라 고향에 내려가지 않고 새해를 혼자 보내는 사람들이 늘어나고 있다는 점에 주목해 이번 도시락을 출시하게 됐다고 설명했다.

김하영 세븐일레븐 도시락 담당 MD는 “최근 혼자서 새해를 보내는 소비자들이 늘어남에 따라 혼자서도 간편하게 새해 음식을 즐길 수 있도록 이번 도시락을 선보였다”고 말했다.

/김민서 기자 min0812@

11번가, ‘2019 인싸템’으로 쇼핑콘텐츠 강화

(인사이드 아이템)

11일까지 매일 다른 ‘인싸템’ 판매

11번가는 쇼핑 콘텐츠의 다양성 확대를 1월 한달간 ‘11번가와 함께, 새해엔 다 돼지!’ 행사를 실시한다.

11번가는 올 한해 선풍적으로 유행할 것으로 기대되는 ‘인싸템(인사이드 아이템)’을 선도적으로 소개하며 고객들에게 쇼핑 트렌드를 발빠르게 전달하겠다고 1일 밝혔다.

먼저 올 한해 선풍적으로 유행할 것으로 기대되는 ‘2019 인싸템’을 모아 소개한다. 또 쇼핑 콘텐츠의 다양성도 넓혀나간다.

먼저 행사 첫날인 1일 ‘인싸템’으로는 가성비 좋은 LED 마스크로 인기가 높은 뉴트로지나의 ‘LED 마스크+액티브이터’를 선보인다. 이어 라면업계 히트상품으로 떠오른 오투기 ‘쇠고기 미역국 라면’(3일)을 비롯해 히말라야 핑크 소금 등 매일 다른 ‘인싸템’들을 판매한다.

또한 색채 컨설팅기업 팬톤이 선정한 올해의 색인 ‘리빙 코랄’의 생동감 넘치는 색감을 담은 메이크업 제품들을 비롯해,



위너원 보조배터리, 청년떡집의 신상떡 등 SNS 핫템들을 할인 판매한다.

‘뉴트로’ 아이템도 선보인다. 펌시의 ‘레트로 에디션’, 브리츠의 ‘엔틱 블루투스 스피커’, 수제 달고나 만들기 세트 등이다.

매일 카테고리별로 할인혜택을 주는 ‘골든 세일’도 실시한다. 1일엔 패션, 2일엔 뷰티, 3일엔 푸드, 4일엔 해외직구 데이 행사가 바로 그것이다.

11번가 김주희 사업운영담당은 “복과 건강 등을 뜻하는 황금돼지해를 맞아 새해에도 풍성한 할인 혜택으로 고객들에게 다가가겠다”고 말했다. /신원선 기자

이마트, 올 상반기 ‘한우 등심’ 최저가 동결

33% 할인 가격... 소비 촉진 앞장

이마트가 올해 상반기 동안 한우 등심 가격을 인하 및 동결한다.

이마트는 오는 1월 3일부터 7월 3일까지 약 6개월 동안 ‘Wet에이징’ 한우 등심 1등급·1+등급(100g 기준)을 5990원·6990원에 상시 판매한다고 1일 밝혔다.

이번 19년 상반기 상시 할인가는 기존 정상가(1등급 9000원, 1+등급 1만500원) 대비 약 33% 가량 할인된 가격이다

‘Wet에이징 한우 등심’은 숙성 한우로 이마트 미트센터의 전용 숙성고에서 15일 이상 습식 숙성을 거친 상품이다. ‘Wet에이징 한우 등심’은 숙성 과정을 통해 일반 한우보다 부드럽고 풍미가 좋은 것이 특징이다.

이마트가 한우 등심 가격을 인하하고 동결한 이유는 한우를 구매하는 고객들의 장바구니 물가 부담을 줄여주기 위해서다. 최근 몇 년 동안 한우 가격은 지속적으로 상승하고 있으며, 올해도 한우 도매가격이



이마트 ‘Wet에이징’ 한우 등심. /이마트

상승할 것으로 예상된다. 이마트는 고객들이 가장 선호하는 부위인 한우 등심을 연중 최저가 수준으로 판매하여 고객들의 부담을 줄인다는 계획이다. /신원선 기자