이마트24가 3개 가격에 4개를 더 드린다는 의미의 3+4 사과를 출시했다. /이마트24

이마트24, 3+4 못난이 사과 당도는 '굿'

7개 한세트에 3800원, 개당 543원

이마트24가 지난해 이어 올해도 초특가 상품 출시를 이어간다. 이달 27일 3개 가격에 4개를 더 제공한다는 의미의 3+4 사과를 출시하는 것.

이마트24는 현재 세척사과(1입)가 1300원에 판매되는 가운데, 이번에 이마트24가 7개 한 세트3800원인 사과를 내놓는다고 27일 밝혔다. '3+4사과' 1개당 가격은 543원으로 1입 세척사과 대비 58% 싼 가격이다. 이마트24는 기존에 없었던 혁신적인 초저가 상품을 고민하다가 사과의 색깔이나 모양이 아닌 당도에 주목했다.

대부분 유통업체들이 맛있어 보이는 빨갛고 동그란 사과를 선호함에 따라, 빨간 사과는 높은 가격에 거래되는 반면, 착색이 덜되거나 모양이 울퉁불퉁한 사과는 상품성이 떨어진다는 이유로 낮은 가격에 거래되고 있었다. 이마저도 찾는 곳이 적어 산지에서는 처치 곤란인 상황이었다.

사과의 색깔이나 모양과는 무관하게 당도는 동일한 수준임을 확인한 이마트24는 이번 초저가 사과를 기획하게 됐다. 사과 산지로 유명한 문경에서 낮은 가격으로 제공받아 고스란히 고객의 혜택으로 돌려주자는 것이 이마트24의 생각이다. /신원선 기자

현대百, 책가방 등 신학기 상품 40% 인하

내달 2일까지 '졸업·입학 선물 상품전'

현대백화점은 오는 2월 2일까지 압구정본점 등 15개 점포에서 '졸업·입학 선물 상품전'을 진행한다고 27일 밝혔다. 본격적인 졸업·입학 시즌을 앞두고 의류·가방·신발 등 선물 상품을 최초 판매가 대비 최대 40% 가격 인하해 판매하는 것이다.

현대백화점은 먼저, 27일부터 30일까지 무역센터점 지하 1층 대행사장에서 '남성캐주얼·영패션 특별전'을 진행한다. 라코스테·폴로·타미힐피거·빈폴 등 10여개 브랜드가 참여하며, 남성 셔츠, 니트 등을 최초 판매가 대비 최대 40% 가격 인하해 판매한다.

목동점 5층 아디다스 키즈 매장에서는 27일부터 31일까지 가방·보조가방·신발주머니 등 신학기 상품을 최초 판매가 대비 20% 가격 인하해 판매한다. 또한 다음달 2일까지 유플렉스 지하 2층 행사장에서 캐릭터를 활용한 라이프스타일 브랜드 '피터젠슨 팝업스토어'를 열어 실내화(1만2000원), 하드케이스 필통(1만6000원), 책가방(12만6000원) 등을 판매한다. /신원선 기자

포터리반 키즈 책가방 /현대백화점그룹

이마트 80개 문화센터 봄학기 회원모집

이마트가 2020 봄학기 문화센터 강좌 회원 모집에 나선다.

이마트는 오는 1월 30일부터 3월 7일까지 전국 80개 문화센터에서 점포 별 평균 400여개 강좌에 대한 회원 모집을 진행한다. 정규 강좌 운영 기간은 3월 2일부터 5월 31일까지 3개월간이며, 문화센터를 직접 방문하거나 온라인 혹은 모바일 사이트를 통해서 접수할 수 있다. 강좌는 점포별로 상이하며 이마트 문화센터 홈페이지 및 점포 문화센터에 방문하면 확인이 가능하다.

올해는 방송을 통해 널리 알려진 전문가 및 유튜버와 인스타그래머 등 유명인들이 진행하는 강좌를 대거 추가한 것이 특징이다.

이마트 2020 봄 문화센터 /이마트

먼저 '분야별 전문인이 제안하는 2020년 교육의 길'이라는 테마로 은평, 성수 등 11개 점포에서 유명 전문인들이 진행하는 교육 강좌를 개설했다. /신원선 기자

CJ제일제당 '햇반' 23년 누적 30억개 판매

400만 가마니 밥 지어 3조 매출

국민 1인당 연간 9개 꼴 소비
시장 점유율 71%, 성장률 15%

국내업계 유일 도정설비 도입
출시 24년기념 '네모햇반' 기획

햇반 /CJ제일제당

즉석밥의 대표주자 '햇반'이 지난 23년간 누적 판매량 30억개(매출 3조원)을 돌파했다. 지난 23년간 판매된 햇반을 줄 세우면 지구를 10바퀴 가량 돌릴 수 있다. 그동안 사용한 쌀의 총량은 400만 가마니에 육박한다. 국민 1인 당 한 해에 9개씩 먹은 셈이다.

CJ제일제당은 햇반이 지난해 말 기준으로 총 누적 매출 3조원을 돌파했다고 27일 밝혔다. 올해에는 5000억원의 매출을 기록해, 초(超)메가 브랜드 등극이 예상된다.

지난 1996년 12월 출시된 햇반은 매해 두 자릿수 이상 성장률을 보였다. 2019년 한 해에만 전년보다 15% 증가한 4억5500만개를 판매, 4860억원의 매출을 기록했다.

햇반은 즉석밥 시장 성장도 계속 이끌고 있다. 지난해 닐슨코리아 기준 햇반 시장점유율은 71%를 기록했다. 지난해 즉석밥 시장 규모는전년 대비 7% 가량 성장했다. 햇반 성장률은 15%로 전체 시장 증가율을 앞선다. 쌓아두고 언제든 간편하고 맛있게 즐길 수 있는 '일상식'으로 햇반이 확실히 자리 잡았기 때문으로 풀이된다.

햇반은 '무균화 포장밥 제조 기술', '최첨단 패키징 기술', '당일 자가도정 시스템' 등 연구개발(R&D) 혁신기술로 탄생했다.

무균화 포장밥 제조기술은 반도체 공정 수준의 클린룸에서 살균한 포장재로 밥을 포장하는 기술이다.

최첨단 패키징 기술은 산소와 미생물을 완벽히 차단하고 온도와 습도에 영향을 받지 않으면서 인체에 무해한 것이 핵심이다. 용기와 리드필름 재질은 아기 젖병에도 사용되는 폴리프로필렌 소재다. 햇반은 국내에서 유일하게 밥 자체 도정설비를 도입해 당일 도정한 쌀로 밥을 짓고 있다. 이를 통해 맛을 끌어올릴 뿐 아니라 쌀 종류와 특성에 맞게 맞춤 도정도 한다.

CJ제일제당은 올해 햇반 출시 24년째를 맞아 사각용기 24개들이 한정판 기획 제품 '네모햇반'을 홈플러스에서 선보인다. 현재에는 햇반 하면 둥근 모양이 연상되지만 첫 출시 당시에는 사각용기로 출발했던 것에 착안한 것이다.

CJ제일제당 신수진 햇반혁신팀 부장은 "햇반은 안전성, 편리성, 갓 지은 밥맛, 최고의 품질 등 식품과 관련된 연구개발 기술이 총집약돼 있는 상온 가정가편식(HMR) 대표 제품"이라며 "23년간 꾸준한 국민 라이프 스타일 트렌드에 변화를 일으키며 꾸준한 사랑을 받아 온 국민 대표 브랜드로서, 앞으로도 다양한 소비자 니즈를 충족시키는 새로운 제품들을 선보이고 지속적인 연구개발에 매진할 것"이라고 밝혔다. /박인웅 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

국산 수제맥주도 4캔에 만원… 매출 3배 ↑

세븐일레븐, 주세법 52년만에 개선
국산-외산 맥주 매출규모 재역전

52년 만에 바뀐 주세법의 영향으로 수제맥주의 가격 경쟁력이 높아지면서 국내 맥주 시장의 판도변화가 예상되는 가운데 편의점 업계에는 벌써부터 눈에 띄는 변화가 일고 있다.

편의점 세븐일레븐에 따르면 1월(1월1일~1월26일) 현재 국내 수제맥주 매출은 전년 동기간 대비 무려 3배 이상(221.8%) 증가했다. 수제맥주 매출 상승세에 힘입어 국산 맥주 매출도 같은 기간 28.2% 증가했다. 지난해 국산 맥주 매출 신장률은 5.3% 수준이었다.

일본 불매운동 영향으로 전체 외산 맥주 수요가 다소 주춤하고 있는 상황에서 이달 국내 수제맥주 6종에 대한 3캔 9900원 할인 행사가 처음으로 진행됨에 따라 고객 수요가 크게 증가한 것이 주요 요인으로 분석된다.

수제맥주의 영향력도 조금씩 높아지고 있다. 세븐일레븐 국산맥주 카테고리에서 수제맥주가 차지하는 비중은 지난 2018년 2.5%에 불과했지만 지난해엔 7.5%까지 치솟았고, 올해 현재는 9.0%까지 올랐다.

고객이 세븐일레븐에서 수제맥주를 구매하고 있다. /세븐일레븐

국산 맥주와 외산 맥주의 매출 규모도 재역전됐다. 외산 맥주는 젊은 고객층의 다양성 추구 트렌드와 4캔1만원으로 대변되는 가격 경쟁력을 앞세워 편의점에서의 영향력을 서서히 높여가며 지난 2017년 처음으로 국산 맥주 매출을 추월했다. 하지만 일본 불매운동이 일어나기 시작한 지난해 하반기를 기점으로 국산 맥주 매출이 회복세를 보이기 시작했고, 올해 1월 현재 국산 맥주와 외산 맥주의 매출 비중은 52.5대 47.5로 다시 뒤바뀐 상태다.

편의점에서의 수제맥주 영향력은 앞으로 더욱 커질 것으로 보인다. 우선 편의점에서의 수제맥주 할인 행사가 한층 강화된다. 세븐일레븐은 내달 수제맥주 5종에 대해 4캔1만원 행사를 수제맥주 도입(2017년) 이래 처음으로 시행하며, 또 다른 3종에 대해서도 3캔 9000원 행사를 진행한다.

상품 구색도 확대한다. 세븐일레븐은 이달 말 수제맥주 3종(문베어백두산IPA, 문베어금강산IPA, 제주슬라이스)을 신규 출시하는 등 현재 총 9종을 운영하고 있다. 세븐일레븐은 편의점에서 수요가 높은 500ml캔 상품 위주로 상반기 내 15여종까지 구색을 확대할 계획이다. 또한 상품 구색과 매출 추이에 따라 진열 위치도 메인 존으로의 변경을 검토하고 있다.

/신원선 기자 tree6834@

신세계百 부동산 전문강좌 20% 확대

신세계백화점은 3월 시작되는 아카데미(문화센터) 봄 학기에 부동산 전문강좌를 점포당 20% 넘게 늘렸다고 27일 밝혔다.

신세계백화점은 "전반적인 부동산 시장 전망이 많았던 기존 수업에서 벗어나 분양가 상한제, 건물 매입 사례 분석, 절세법 등 전문가를 초빙한 세분된 강좌를 개설했다"고 소개했다.

영등포점은 다음 달 16일 '분양가 상한제 시대 청약 전략'을 주제로 특강을 진행한다. 다음 달 23일에는 실거주자와 다주택자 모두가 꼭 알아야 하는 양도세 절세법을 강의한다.

강남점은 '스마트폰과 인터넷으로 부동산 유망 물건 찾기'와 '내 집 마련 기초 지식' 강의를 다음 달 27일 한다. /신원선 기자