

라면수요 폭발... “24시간도 부족” 농심-오뚜기 매출 2배 ↑

**농심 라면공장 24시간체제 전환
오뚜기 평택공장 가동률 최대로
CJ제일제당 식품공장 주말 가동**

신종 코로나바이러스 감염증(코로나 19) 확산으로 라면과 즉석식품의 수요가 늘어나면서 생산 업체가 공장 ‘풀가동’에 들어갔다.

5일 관련 업계에 따르면 농심은 지난 달 24일부터 라면 공장 생산 체제를 기존 2교대 16시간에서 24시간 체제로 전환했다. 이번 조치는 안양·안성·구미·부산·녹산 등 5개 라면 공장에 적용됐다. 출고량은 30%가량 증가했다.

농심 관계자는 “신라면·안성탕면·너구리·짜파게티 등 시장에서 수요가 많고 회전율이 빠른 제품을 중심으로 생산하고 있다”고 말했다.



CJ제일제당 ‘햇반’ 제조 공정

/CJ제일제당

오뚜기도 늘어난 물량에 대응하기 위해 총력을 기울이고 있다. 라면·컵밥 등을 판매하는 오뚜기 물의 매출도 200% 늘었다. 오뚜기는 라면을 생산하는 평택 공장의 가동률을 최대로 올려 대응 중이다. 오뚜기 관계자는 “코로나19가

확산하면서 자사 온라인 몰인 오뚜기몰 매출뿐만 아니라 온라인 주문량이 전체적으로 증가했다”고 설명했다.

즉석밥·가정간편식(HMR) 등의 주문량도 늘어나고 있다. 코로나19로 인해 사람이 많은 곳을 꺼리는 분위기가 형성되

면서 외식 수요가 감소했기 때문이다. 여기에 만일을 대비해 오래 보관할 수 있는 식품을 쟁여놓는 소비자들이 늘면서 즉석밥 등의 주문량이 증가한 것이다.

CJ제일제당에 따르면 지난주(2월 24일~3월 1일) CJ더마켓에서 햇반, 만두, 국물 요리 카테고리 매출은 지난해 같은 기간 대비 84% 신장했다. 밀키트 브랜드 ‘쿡킷’ 매출도 평소보다 20%가량 늘었다. 햇반의 경우 코로나 19 이슈 확산 후 주말부터 주문량이 급증해 평상시 대비 출고량이 2.5배 증가했다.

이에 따라 햇반을 생산하는 부산, 충북 진천 공장과 비비고 국물 요리를 생산하는 논산공장은 주말까지 가동을 시작했다. 기존에는 필요시에만 주말 가동을 했으나 현재는 상황에 맞춰 주말, 주야간 24시간 풀 동 중이다. 오뚜기가 즉

석밥·HMR을 생산하는 충북 음성 공장의 가동률은 이미 최대치로 돌아가고 있다.

CJ제일제당 관계자는 “현재 생산해 놓은 물량으로 적극적인 시장 수요에 대응 중”이라며 “생산 풀가동 체제를 통해 물량을 안정적으로 공급하기 위해 최선을 다하고 있다”고 말했다.

수도권 일부와 대구·경북 지역에서 일시적으로 제품이 동나고 있는 상황이 일어나고 있지만, 업체들은 공급량이 부족한 수준은 아니라고 입을 모았다. 업계 관계자는 “각 업체가 보유한 재고도 있을 것이고, 생산 능력도 충분하기 때문에 공급량이 부족하진 않다”면서 “라면 같은 경우 일시품절 상황이 있긴 하지만 금방 채워지고 있다”고 설명했다.

/김민지 기자 kmj@metroseoul.co.kr

물량·배송확대, 언택트 구매 강화

오프라인 유통기업들 ‘온라인화’ 속도

소비자, 사람들이 몰리는 곳 기피
개학연기 등 맞물리면서 주문 폭증

신종 코로나바이러스 감염증(코로나 19) 이슈 지속으로 인해 사람을 만나지 않는 비대면, 언택트 구매 문화가 확산되면서 오프라인 유통기업들이 온라인 조직 강화에 속도를 내고 있다.

소비자들이 사람들이 많이 몰리는 곳을 기피하는 와중에 재택근무 확대, 초·중·고 개학 연기 등이 맞물리면서 식재료와 생활필수품 주문량은 늘어나고 있다. 업계는 이러한 온라인 장보기 수요에 대응하기 위해 가능한 자원을 모두 가동하고 있다.

◆배송 차량·물량·작업인력 ↑

신세계그룹이 운영하는 온라인쇼핑몰 SSG닷컴은 고객 불편을 최소화하기 위해 전국 P.P(Picking & Packing) 센터의 ‘쓱배송’ 처리물량을 기존 대비 지역별로 최대 20%까지 늘렸다.

온라인스토어네오(NE.O)에서 출발하는 서울·경기지역 대상 새벽배송도 기존 대비 50% 확대했다.

고객이 SSG닷컴에서 쓱배송 가능한 상품을 주문하면, 입력된 주소지를 기반으로 온라인스토어 네오(NE.O) 또는 각 지역의 이마트 중 가장 가까운 곳에서 원하는 시간대에 맞춰 배송된다.

코로나19 바이러스 확산이 본격화된 2월 초부터 쓱배송 주문 마감률은 전국적으로 평균 93% 상승했다.

SSG닷컴은 전국적으로 배송차량을 60대 이상 늘리는 한편, P.P센터 인력도 단기적으로 증원해 처리 가능한 물량을 기존보다 최대 20% 더 늘려 하루 약 6만건까지 확대한다는 방침을 수립했다.

롯데마트도 코로나19가 확산하기 시작한 1월 말부터 배송차량을 20% 가량 늘렸다. 현재 점포에서 배송을 나서는 차량 50대와 김포물류센터에서 배송을 나서는 차량 15대가 운행 중이며, 물류



SSG닷컴 자사배송시스템 ‘쓱배송’ 안내 페이지

/SSG닷컴

센터의 작업인력도 평소대비 13% 가량 늘렸다. 향후 배송 차량을 100대까지 늘려 운행할 계획이다.

◆‘부모님 대신 장보기’ 배송지 변경 주문 ↑

홈플러스 온라인몰도 매출이 크게 늘었다. 2월 홈플러스 온라인몰 신선식품 매출은 전년 대비 143% 신장했다. 전체 신장률(78%)의 배에 가깝다. 과일 91%, 채소 279%, 수산 180%, 축산 109%, 건식은 100% 매출이 늘었다. 설 직후 소비를 줄이는 시기인 데다 간편식 수요 증가 트렌드까지 감안하면 더욱 이례적인 결과다.

특히 온라인쇼핑에 익숙하지 않은 노부모를 대신해 온라인 대리 쇼핑에 나서는 자녀가 늘고 있다.

홈플러스에 따르면 2월 한 달간 온라인몰 배송지를 일시적으로 변경해 주문한 건수는 전년 동기 대비 13% 늘었다.

특히 코로나19 위기경보가 심각단계로 격상된 후 2월 24일부터 3월 1일까지의 배송지 변경 주문 건수는 전주 대비 58% 이상 큰 폭 증가했다.

이에 홈플러스는 ‘부모님 대신 장보기’ 기획전을 개설했다. 배송지를 부모님 주소로 변경하고 상품을 장바구니에 담은 후 원하는 날짜와 시간을 지정해 주문하면 되며, 부모님 댁 가장 가까운 점포에서 가장 신선한 상품을 엄선해 가장 빠르게 배송해주는 것이 강점이다.

앞서 홈플러스는 온라인몰 배송 처리물량을 기존 대비 20% 이상 늘렸다.

◆화장품도 온라인 구매 ↑

비대면 구매가 확대되며 식품 뿐 아니라 화장품까지 온라인 구매 영역이 확장됐다.

실제로 SSG닷컴에 따르면, 1월 27일부터 3월 4일까지 화장품 관련 매출은 전년 동기 대비 50% 이상 늘어난 것으로 나타났다. 구체적으로 바디케어 상품이 98.5%로 가장 매출이 크게 올랐고, 스킨케어 80%, 명품화장품이 63.6% 늘며 두 뒤를 이었다.

눈에 띄는 것은 명품화장품 매출 증가세가 뚜렷하다는 점이다. 명품 립스틱도 33% 매출이 늘었는데, 경기가 불황일수록 비싼 립스틱이 잘 팔린다는 ‘립스틱 효과’가 온라인에서 나타난 것으로 분석된다.

SSG닷컴은 특히 립스틱 상품에 맞춤형 상품 추천 기능을 강화했다. 매장에서 직원과 대화하며 상품을 추천 받는 것과 같은 쇼핑 경험을 유지하기 위함이다.

최택원 SSG닷컴 영업본부장은 “온라인 구매에서도 매장 뺏치는 상품에 대한 충분한 설명과 정보를 주고자 ‘먼데이 문’을 통해 여러 서비스를 제공하고 있다”며 “언택트 트렌드를 고려해 개인별 맞춤 추천을 강화하고 리뷰 보장에 힘쓸 것”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

엔씨, 가맹 PC방업주에 G코인 무료 제공

PC방 혜택은 그대로 유지

엔씨소프트는 코로나19 장기화로 어려움을 겪고 있는 PC방 소상공인 사업주들을 위한 추가 지원 방안을 마련했다고 5일 밝혔다.

엔씨소프트는 이날부터 31일까지 전국 엔씨패밀리존 가맹 PC방 사업주의 G코인 사용량을 100% 무료 제공하기로 결정했다. G코인 사용량의 50%를 보상 환급 했던 기존 지원 방안을 강화했다.

PC방 사업주의 G코인은 소진되지 않지만, 이용자의 PC방 혜택은 그대로 유지된다. G코인은 엔씨패밀리존에서 가맹 PC방 사업주가 이용하는 통합 화



엔씨소프트 판교 R&D센터 전경.

폐다. 이용자의 PC방 접속 시간만큼 해당 PC방 사업주가 사전에 충전한 G코인이 소진되는 시스템으로 운영된다.

엔씨소프트는 지난달 28일 코로나19 방역과 피해 극복을 위해 성금 20억원을 희망브리지 전국재해구호협회에 기부한 바 있다.

/김나인 기자 silkni@

KB국민카드, 대구·경북에 생필품 키트 지원

다문화가정 2400명에 전달

KB국민카드가 대구·경북지역 다문화가정에 마스크, 식료품 등 생필품을 담은 키트를 긴급 지원한다고 5일 밝혔다.

이번 지원은 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)의 여파로 가계 수입이 불안정해 식료품 구입에 어려움을 겪

고, 지역아동센터 휴관 등으로 다문화 가정 아동들에 대한 급식도 원활치 않은 점을 해소하고자 마련됐다.

다문화가정에서 긴급하게 필요한 마스크와 쌀, 라면, 김 등 생필품으로 구성된 키트는 다음주부터 다문화가족지원센터를 통해 대구·경북 소재 다문화 가정 600가구, 총 2400명에게 전달될 예정이다.

/김희주 기자 hj89@

DGB대구은행 “착한임대료 운동 동참”

입점 소상공인·기업 임대료 감면

DGB대구은행이 코로나19 사태에 따른 어려움을 함께 극복하자는 의미를 담아 ‘착한 임대료 운동’에 동참한다고 5일 밝혔다.

은행의 자가건물에 입점한 소상공인 및 중소기업 등에 3개월간 30%의 임대료를 감면하며, 3월 6일부터 3개월간 실시하고 월 감면 한도는 없다.

대구·경북의 은행 자가 건물 입점 점포가 대상이며, 주로 식음료업과 학원, 병원 등 코로나19 사태로 하락한 소비 심리에 영향을 받는 업종들이다.

대구은행 관계자는 “착한 임대료 운동을 통해 지역 소상공인의 어려움을 나눠 부담하고 앞으로도 동반 성장을 위한 꾸준한 노력을 추진하겠다”고 말했다.

/나유리 기자 yu115@