

주식 된 '샐러드'... 식품업계, 전문매장·제품 확대 나서

(主食)

신선편이 과일채소 시장규모 1조

SPC '피그인더가든' 4호점 개점 3년간 연평균 매출 20~30% 성장

동원푸드 '크리스피 프레시' 오픈 배달업체와 맞손 '사업 확대' 예고



동원푸드는 샐러드 전문 매장 '크리스피 프레시'를 지난 1일 오픈했다. /동원푸드



SPC그룹은 서울 삼성동 코엑스에 샐러드 전문점 '피그인더가든' 4호점을 지난 20일 오픈했다. /SPC

샐러드가 더이상 입맛을 돋우기 위한 에피타이저가 아니다. 건강식에 대한 관심이 높아지면서 끼니를 샐러드로 채우려는 소비자들이 늘어남에 따라 식품업계에서 샐러드식 매장과 제품 확대에 나서고 있다.

식품업계의 샐러드 시장 확대 움직임은 앞으로 더욱 가속화될 전망이다. 한국농촌경제연구원 이 지난 4월 발간한 '신선편이 과일·채소 시장 변화와 대응 과제'에 따르면 건강에 대한 관심 등이 확산되면서 샐러드, 컵과일 등 즉석섭취용 과일과 채소 섭취가 늘고 있다고 분석했다. 최근 트렌드로 자리 잡으며 꾸준하게 성장한 신선편이 과일채소시

장 규모는 2020년 내로 1조1369억원에 달할 것으로 예측했다.

31일 식품업계는 "아직까지는 샐러드를 김치처럼 전국민이 즐겨먹는 제품은 아니지만, 점차 건강이나 다이어트를 고민하는 소비자들이 고객들이 늘어나고 있는 상황"이라며 "지금보다도 샐러드 식 시장이 성장할 가능성을 높게 보고 있다"고 말했다.

식품업계에는 앞다투어 샐러드 매장을 늘려가고 있다.

SPC그룹은 샐러드 전문 브랜드 '피

그인더가든'은 지난 20일 4호점을 서울 삼성동 코엑스에 열었다. 피그인더가든은 직장인들이 밀집한 지역을 위주로 공략에 나서고 있다. 2017년 서울 여의도에 1호점을 시작해서 2호점(강남), 3호점(판교)에 이어 4호점을 코엑스에 오픈했다.

직장인의 호평을 얻으며 피그인더가든의 매출은 2017년 이후 연평균 20~30%의 높은 성장률을 기록했다. 또한 마켓컬리나 SGG닷컴 등의 온라인 유통 채널과 편의점 납품을 통해 온라인

매출의 성장을 꾀하고 있다.

동원푸드는 샐러드 전문점 '크리스피 프레시' 매장을 서울 합정역 인근에 지난 1일 열었다. 동원그룹의 농업협작법인에서 기른 채소와 함께 동원그룹의 장수 제품인 참치, 연어 등을 결합해 제공하고 있다.

동원푸드에 따르면 "오픈한지 20여 일 밖에 지나지 않았지만 고객들의 반응이 기대 이상"이라고 반응을 전했다. 이러한 반응에 힘입어 지난 5월 중순부터 동원푸드의 가정간편식(HM

R) 온라인몰을 통해 판매를 이어가고 있다.

동원푸드는 배달 전문 업체들과 손을 잡고 사업을 확대해 나간다는 방침이다. 동원푸드 관계자는 "구체적인 방안은 나오지 않았지만 배달 전문 업체와의 협업을 통해 집에서 간편히 샐러드를 먹을 수 있게 사업을 확대해 나갈 예정"이라고 밝혔다.

이외에도 샐러드를 집에서 정기적으로 배송받는 서비스도 증가하고 있다.

한국야쿠르트도 지난 3월 샐러드 '잇츠온 그린키트' 4종을 선보였다. 전국에 설치된 유통망인 프레시 매니저들을 활용하는 것이 특징이다. 현대그린푸드 역시 비슷한 시기에 건강식 배송 서비스를 시작했다. 건강상 맞춤형 식단이 필요한 이들을 위한 식단 제공 서비스다. 현대그린푸드는 콕샐러드 등 12종의 샐러드를 출시했다. 그리팅 샐러드 제품은 출시 40일만에 8만5천여개가 팔리면서 매출 목표의 130%를 달성하는 등 성공적으로 안착했다.

/이영석 수습기자 ysl@metroseoul.co.kr

롯데백, 건강한 재료로 '친환경 집밥' 짓는다

강남점에 '올가 홀푸드 메가샵' 현장실연형 가정간편식 등 제안 동물복지·극신선 상품 선보여

롯데백화점이 포스트 코로나 시대 '친환경 집밥 열풍'을 반영해 '현장 실연형 가정 간편식'과 '맞춤형 건강식품'을 제안하는 매장인 '올가 홀푸드 메가샵' 매장을 지난 30일 강남점에 선보였다.

최근 '환경 파괴로 인해 야생 동물 서식지가 감소하면서 바이러스 보유 동물이 인간과 접촉하는 빈도가 높아져 코로나19 사태를 촉발시켰다'는 자성의 목소리가 나오면서 '지속 가능성'을 고려한 친환경 소비가 새로운 트렌드로 주목받고 있다. 더불어 사회적 거리두기 캠페인 시행 이후 건강에 대한 우려 증가로, 외식보다는 건강한 식재료로 만든 집밥을 선호하는 소비자가 많아지면서 '친환경 집밥'이 하나의 메가트렌

드로 자리잡고 있다.

백화점의 친환경 식품 매출은 소득 수준 향상과 건강에 대한 관심 증가로 매년 신장하고 있다. 최근 3개년 롯데백화점의 친환경 식품 매출 성장률은 5.9%다. 일반 식품 상품군 대비 6.5%p나 높다. 코로나19로 인해 유통가 전체가 큰 타격을 받은 4월에도 롯데백화점의 친환경 식품 매출은 전년 대비 3.0% 상승했다.

친환경 식품과 지속가능한 소비에 대한 관심을 반영해 롯데백화점은 강남점 친환경 식품 매장 '올가'를 백화점 업계 최초로 '올가 홀푸드 메가샵'으로 전환했다. 영업면적 약 100평으로 전국 올가 메가샵 중 가장 큰 규모다. 강남점은 인근에 아파트 단지가 많은 포켓 상권에 위치하고 있어 식품 수요가 타점 대비 상대적으로 높다. 강남구는 평균 소득 수준이 높고 최신 소비 트렌드에 빠르

게 반응하는 시장이기도 하다. 이 매장은 기존 친환경 신선 식품에 더해, '현장 실연형 가정 간편식'과 '맞춤형 건강 식품' 등을 추가로 선보인다.

'올가 홀푸드 메가샵'에서 판매하는 신선식품 키워드는 '동물복지'와 '극(極)신선'이다. '지속가능한 축수산물 전문존(Zone)'에서는 정부가 인증한 동물복지 상품을 만나볼 수 있으며, 도축한 지 4일 이내의 돈육과 항공직송생연어 등 '극신선 식품'과 '제철 산지 직송 농산물'도 준비돼 있다.

'현장 실연 가정 간편식'을 만나볼 수 있는 공간도 마련돼 있다. 유기농 식재료로 만든 샐러드, 샌드위치 등 즉석섭취식품(RTE)과 밀키트, 이우식 등 즉석조리식품(RTC)을 판매하며 '라이브 키친'에서는 현장에서 조리한 가정 간편식을 바로 맛볼 수도 있다.

/신원선 기자 tree6834@



롯데마트, 할 랍스터 최저가 판매

인기 수산물 랍스터가 부담 없는 가격으로 돌아왔다. 롯데마트는 6월 4일부터 10일까지 단 7일 동안 전국 모든 점포에서 캐나다산 랍스터를 시세 대비 30% 가량 할인한 9920원에 판매한다. 이 같은 가격은 롯데마트에서 최근 6년 동안 판매한 할 랍스터 가격 중 최저 수준이다. /롯데마트

GS25, 배달전용 세트상품 6종 선보여

반찬·안주 등 2주간 3000원 할인

편의점 GS25가 편의점 배달 전용 세트 상품 6종을 선보인다.

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 언택트 쇼핑 트렌드로 인해 지속 성장하는 배달 서비스 시장 환경에서 고객들에게 합리적인 가격에 간편한 쇼핑 기회 제공을 위해 배달 전용 세트 상품 6종을 출시했다고 31일 밝혔다.

GS25가 배달 전용으로 출시한 세트 상품은 '국산진심닭다리세트', '돼지X

돼지안주세트', '나혼자훈밥세트' 등 6종이다.

'국산진심닭다리세트' 구성물은 진심닭다리 2개, 진심넙적다리 2개, 코카콜라PET500ml로 구성되어 집에서 간단한 반찬 또는 안주꺼리로 이용이 가능하다.

고객은 한번 클릭으로 여러가지 상품 구입이 가능하다는 장점과 6월 14일까지 세트상품에 3000원 할인 적용으로 알뜰한 구입이 가능해 인기가 높을 것으로 기대된다. /신원선 기자

이마트, 가전·리빙 등 여름상품 30% 할인

올 여름 폭염 예보가 쏟아지는 가운데 안전한 초여름이 오자, 이마트가 '여름나기' 행사에 본격 돌입한다.

이마트는 오는 6월 16일까지 가전·리빙·패션·다이어트 식품 등 여름 상품을 최대 30% 할인하는 행사를 진행한다고 31일 밝혔다. 5월 황금연휴 이후 줄곧 선선했던 날이 끝나고 한낮 기온이 28~29도에 달하는 등 급격한 초여름 날씨로 변하자, 이마트는 본격적인 여름 상품 매출이 늘어날 것으로 예측하고 이번 행사를 준비했다.

실제 기상청에 따르면 올해 6~8월 예상 폭염일수는 20~25일로 작년(13.1일)과 평년(9.8일) 비해 많고, 예상 열대야일수 또한 12~17일로 지난해

(10.5일)와 평년(5.1일) 비해 많을 것으로 분석했다.

이에 이마트는 우선필수 여름 가전 써큘레이터와 에어컨 등을 준비했다. 특히, 올해는 대표 계절가전인 선풍기 대신 써큘레이터를 내세운다.

2018년 역대급 무더위가 찾아 온 이후 에어컨을 찾는 사람이 늘면서 에어컨과 공기가 좋은 써큘레이터 매출이 동반 상승하고 있고, 바람을 직접 쐬기보다 공기가 대류하며 발생하는 자연스러운 바람을 선호하는 사람들이 많아지고 있기 때문이다.

이와 함께 평년 대비 열대야가 2~3배 자주 찾아올 것으로 예상, 시원한 숙면을 위한 필수품인 시어서커와 폴리 윈



여름 상품

/이마트

단의 침구류도 준비했다. 이마트는 올해 예상되는 불볕더위에 대응해 시어서커 매트리스 패드를 새롭게 소싱했고 시어서커 침구류 총 물량을 30% 가량 확대했다. 또한 휴가 시즌을 두 달여 앞두고 식단 관리에 돌입한 소비자들을 위해 피코크 다이어트 식품을 준비했다. /신원선 기자

SPC그룹 파스쿠찌 여름시즌 음료 7종 출시

SPC그룹이 운영하는 이탈리아 정통 커피전문점 파스쿠찌가 여름 시즌을 맞아 아이스 라떼, 아이스티 등 신제품 음료 7종을 출시한다고 31일 밝혔다.

라떼 3종은 ▲달콤한 달고나와 콜드브루 특유의 초



콜릿 풍미를 조화롭게 즐길 수 있는 '달고나 콜드브루 라떼' ▲달콤한 달고나와 고소한 치즈크림 폼에 에스프레소를 더해 단짠단짠하게 즐길 수 있는 '달고나 치즈폼 라떼' 등이다. /조효정 기자