

# “김장이 이렇게 편했나?”... ‘편리미엄’으로 김포족 잡는다

〈김장 포기족〉

채소값 상승에 김포족 늘자 김치속, 포장김치 할인 판매 대형마트는 절임배추 예판 편의점선 1인용 김장키트도



롯데마트가 돌아온 김장철 절임배추 예약 판매를 진행한다. /롯데쇼핑

편리함을 추구하는 소비 트렌드가 늘면서 김장도 ‘편리미엄’ 시대다. 직접 김장하기 보다는 포장김치를 찾거나 김장을 하더라도 절임배추를 이용하는 가구가 늘어난 것이다.

대상(주) 증가집이 지난달 19일부터 23일까지 증가집 블로그를 통해 총 2845명의 주부들을 대상으로 ‘올해 김장 계획’에 관한 설문조사를 진행한 결과 응답자의 56.2%가 김장 포기를 선언했다. 지난해(54.9%)보다 1.3%포인트 높은 수치다.

장마와 태풍 영향으로 높게 치솟은 김장 재료 가격 탓에 포장김치를 구매하는 것이 합리적이라고 판단한 것이다.

매년 ‘김포족(김장포기족)’은 늘어나는 추세다. 이유로는 ‘고된 노동과 스트레스가 걱정돼서(31.2%)’가 가장 많았고, ‘긴 장마로 배추 등 채소 값이 비싸서(28.1%)’ ‘적은 식구 수로 김장이 불필요해서(16.4%)’ 등이 뒤를 이었다.

◆입맛대로 주문하면 집안에 딱! 마켓컬리는 김장을 싸고, 편하고 민

을 수 있게 하려는 사람들을 위해 11월 25일까지 3주간 김장대전을 진행한다. 마켓컬리의 김장 패키지는 농림축산식품부가 4인 가구 기준으로 발표한 김치 20포기로 환산하면, 약 23만원대로 김장을 할 수 있다. 실제 정부는 4인가구 김장비용으로 30만원가량 소요될 것으로 발표했으나, 마켓컬리 김장 패키지를 구매하면 이 보다 23% 정도 저렴하게 김장을 할 수 있다.

컬리는 입맛에 맞춰 직접 김치 속을 만드는 사람들을 위해 고춧가루, 김장용 다발무, 새우젓 등 다양한 김장 재료도 할인 판매한다. 특히 김장 날 함께 곁들여 먹을 수 있는 수육용 고기, 생굴 등도 최대 15% 할인 판매한다. 이벤트 기간 내 매주 수요일마다 김장대전 20%

할인 쿠폰(최대 1만원 할인)을 제공해 더욱 경제적인 김장을 할 수 있다.

김장을 직접 하지 않는 사람들을 위한 포장 김치도 최대 15% 할인 판매를 진행한다. 5kg 대용량부터 350g의 소용량까지 원하는 용량과 포기김치 외에도 갓김치, 파김치, 총각김치, 깍두기 등 다양한 김치 50여종을 취향에 맞게 고를 수 있다.

◆편의점에 등장한 김장키트 편의점 GS25는 간편하게 김장을 담그려는 트렌드에 착안해 1인가구 김장키트를 5일부터 판매한다. 김장키트는 1인 가구가 직접 간편하게 소용량의 김장을 담글 수 있게 한 3.2kg 용량의 상품이다. 충북 괴산 산지의 절임배추 2kg과 국내산 재료로 만든



모델이 GS25에서 김장키트를 들고 포즈를 취하고 있다. /GS25

중부식 김치속 1.2kg으로 구성된 가장 대중적인 김장 김치의 맛이 나도록 했다. 초보자들도 30분 내로 쉽게 김장을 완성할 수 있다.

김장용 김치속 상품 매출도 매년 150% 이상 증가함에 따라, 김치속8kg 상품을 준비했다. 김치속8kg은 중부식 김장 양념으로 만들어졌고 절임배추 20kg로 김장을 담그기에 알맞은 용량이다. 소비자는 가까운 GS25에서 김장 관련 상품을 주문, 결제하고 4일 이후 원하는 곳에서 받을 수 있다.

◆마트, 절임배추 사전예약판매 대형마트들은 절임배추 사전예약판매를 진행 중이다. 이마트는 본격적인 김장철보다 한달 가량 앞당긴 2일부터 18일까지 ‘피코크

베타후레쉬 절임배추’를 사전예약판매한다. 본격 김장철인 11월 중순부터는 배추를 비롯한 무, 고추, 마늘, 알타리 등 대대적인 김장 채소 할인 행사를 통해 소비자들의 김장 비용 부담 절감에 나설 예정이다.

롯데마트도 11일까지 ‘2020년 절임배추 예약판매’를 전개한다. 예약 판매를 진행하는 배추는 ‘해남 황도 절임배추’로 롯데마트 자체 품질/위생 현장 점검을 통과한 100% HACCP(해썹) 인증 제품이다. 롯데마트는 김장을 준비하는 고객을 위해 국산 천일염으로 절인 해남 황도 배추 200톤 물량을 준비했다. 구입을 원하는 고객은 매장에 비치된 전단지 QR 코드를 사진 찍거나, 롯데마트몰을 통해 사전 예약 가능하다.

5일에는 ‘산지특성 영월 절임배추’도 출시한다. 영월 절임배추는 청정 산지 영월의 고랭지 배추를, 절임배추 제조 경력 30년의 김우성 생산자가 직접 선별해 충북 음성 소재 HACCP 인증을 받은 최신 설비에서 안전하고 깨끗하게 제조한 상품이다.

업계 관계자는 “올해는 집에서 음식을 조리해 먹는 트렌드가 늘면서 김치 수요가 늘어날 것으로 보인다”며 “합리적인 가격에 절임배추나 김장 재료들을 구매하길 바란다”고 전했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

# ‘초코츄러스맛 열풍’... 꼬북칩, 매출 최고치

오리온, 매출 67억... 2배 경증 판매 절반 이상 ‘초코츄러스맛’



는 오리온 과자 가운데 초코파이와 포카칩에 이어 세 번째로 높은 월 매출 실적을 달성했다.

지난 9월 출시한 꼬북칩 초코츄러스맛은 두 달도 채 안 돼서 누적판매량 350만 봉을 돌파하며 뜨거운 호응을 얻고 있다. 최근 수요가 급증하며 일부 매장에서는 진열과 동시에 완판되는 등

품귀현상을 빚고 있다. 이에 오리온은 생산라인을 풀가동하며 주말까지도 제품 생산에 나서고 있는 상황. 꼬북칩 초코츄러스맛이 화제를 모으자, 소비자들이 기존 콘스프맛과 달콤인절미맛도 동시에 구매하면서 브랜드 전체 매출도 동반 상승하고 있다.

오리온 관계자는 “꼬북칩 초코츄러스맛의 인기에 힘입어 꼬북칩이 다시 한 번 전성기를 맞이하고 있다”며 “늘어나는 수요에 맞춰 제품이 원활히 공급될 수 있도록 최선의 노력을 다하겠다”고 말했다.

/조효정 기자 princess@



홈플러스, 캠핑용품 할인 행사

홈플러스가 오는 25일까지 전국 점포 및 온라인몰에서 ‘캠핑·아웃도어 대전’을 열고, 인기 캠핑용품은 물론 낚시용품, 차량용품, 수납용품과 관련 먹거리 등을 저렴하게 선보인다. 사진은 경기 고양시 한국스카우트연맹 서삼릉청소년야영장에서 모델들이 홈플러스 캠핑용품을 선보이는 모습.

홈플러스가 오는 25일까지 전국 점포 및 온라인몰에서 ‘캠핑·아웃도어 대전’을 열고, 인기 캠핑용품은 물론 낚시용품, 차량용품, 수납용품과 관련 먹거리 등을 저렴하게 선보인다. 사진은 경기 고양시 한국스카우트연맹 서삼릉청소년야영장에서 모델들이 홈플러스 캠핑용품을 선보이는 모습.

/연합뉴스

## 유통 단신

### 롯데푸드 파스퇴르 단백질 강화 ‘닥터액티브’

롯데푸드 파스퇴르는 성인용 단백질 강화 영양식 ‘닥터액티브(Dr. Active·사진)’를 선보인다고 4일 밝혔다. 이 제품은 ▲단백질, ▲마그네슘, ▲망간, ▲아연 등 식약처에서 인정된 9가지 기능 성분을 영양 설계해 신경과 근육 기능 유지, 정상적인 면역기능, 항산화, 시각 등을 돕는다. 5가지 기능성 동·식물성 단백질의 균형도 갖춘 제품이다. /조효정 기자



### AK플라자 문화아카데미 라방 인플루언서 과정 개설

AK플라자문화아카데미가 최근 트렌드로 자리잡은 라이브 커머스 시장을 타깃으로한 ‘위고셀럽(WeGoCeleb) 아카데미’를 운영한다고 11월 4일 밝혔다. ‘위고셀럽 아카데미’는 라이브 커머스 시장에 최적화된 인재를 육성하기 위한 ‘미디어 콘텐츠 제작’과 ‘라이브 셀러’ 과정을 심도있게 다룰 예정이다. 기존 업계의 라이브 방송과 관련된 교육들이 ‘판매 전략’에 주력한 것에 비해 AK플라자는 콘텐츠 제작 및 편집 등 제반 지식들을 결합해 교육 과정에 포함시킨 것이 특징이다. 미디어 콘텐츠 제작과 편집 과정은 ‘아프리카TV’가 맡았다. /신원선 기자



### 매일유업 ‘아몬드브리즈’ 신상품 선배

매일유업과 블루다이아몬드사가 합작해 선보인 아몬드브리즈가 식이섬유 성분을 강화한 ‘아몬드브리즈 뉴트리플러스 식이섬유’를 4일 출시하고, 제품 라인업 확대에 나섰다. 이번 신제품 아몬드브리즈 뉴트리플러스 식이섬유는 기존 아몬드브리즈와 동일한 100% 캘리포니아산 프리미엄 아몬드로 만든 식물성 아몬드 음료다. /조효정 기자

## ‘집콕’ 증가에 반려동물 용품 매출 ‘쑥쑥’

### CJ ENM 오쇼핑 전년비 45% 증가

집에서 반려동물과 보내는 시간이 길어지며 관련용품 산업이 빠르게 성장하고 있다. 농림축산식품부 통계에 따르면 반려동물과 함께 생활하는 사람을 뜻하는 ‘펫팸족’(pet+family族)은 2018년 1000만명, 2019년 1500만명을 넘었다. 네 집 중 한 집에서는 반려동물을 키우고 있다는 얘기도 있다. CJ ENM 오쇼핑부문이 반려동물 상품 매출을 분석한 결과 올해 1월부터 10월까지의 관련 상품 취급고는 전년 동기 대비 45% 증가한 것으로 나타났다. 업계에서는 반려동물 관련 시장규모가 2018년 2조 8900억원에서 올해 5조 8000억원대로 성장하고, 내년에는 6조를 넘어설 것으로 전망하고 있다. /신원선 기자

시장 성장에 따라 새로운 상품들도 속속 나타나고 있다. 사료, 간식, 액세서리 등 기본적인 것에서 벗어나 최근에는 1인 가구를 위한 CCTV 서비스, 반려동물 전용 의료기기 및 보험, 반려동물이 시청하는 동영상 콘텐츠와 같은 새로운 상품 카테고리도 속속 등장하고 있다. CJ ENM 오쇼핑부문은 이러한 시장 성장에 맞춰 다양한 반려동물 관련 프리미엄 상품들을 새롭게 선보이며 펫팸족들의 수요에 대응하고 있다. 온라인몰인 CJmall에서 2018년부터 운영해 온 반려동물 전문몰 ‘올펫(All PET)’을 올해 9월부터 TV홈쇼핑으로 확대 운영하는 등 다 유통채널에서는 볼 수 없는 독점 상품들을 선보이며 고객들의 반려생활을 지원하고 있다.