

엄빠도 쇼핑할 땐 앱 켜고, 온라인으로... “쉽고 간편하네”

(엄마+아빠)

오프라인 선호하던 중장년층 언택트 등에 온라인쇼핑 늘어 50대 이상 회원 폭발적 증가

유통채널, 간편결제 확대하고 직관적 UI 등 중장년 공략 박차

온라인 쇼핑에 ‘시니어’들이 강력한 고객으로 떠올랐다. 5060세대는 일반적으로 온라인 쇼핑에 대한 신뢰성이 낮아 오프라인 쇼핑을 더 선호하는 것으로 알려졌다. 그러나 코로나19 사태를 맞아 언택트 소비가 전연령에서 가속화되면서 중장년층까지 온라인 장보기에 나섰다. 가장 구매력이 큰 세대를 잡기 위한 유통가의 움직임도 빨라졌다.

25일 업계에 따르면 주요 온라인 유통채널의 중장년층 회원 비중이 작년에 이어 올해도 대대적으로 증가한 것으로 나타났다. 특히 ‘장보기 채널’을 중심으로 크게 늘고 있다.

마켓컬리의 경우 10월 현재 50대 이상 고객 비중이 22%에 달하는데 전년



온라인 유통채널의 중장년층 회원 비중이 작년에 이어 올해도 대대적으로 증가한 것으로 나타났다. 사진은 쿠팡 배송차량.

도 대비 179%포인트 상승한 수치라고 밝혔다. 전체 고객수 증가율이 119%인 것과 비교해 더 높은 수치다. 이 같은 결과는 다른 유통채널들에서도 나타난다. 오아시스마켓의 55세 이상 고객 비중은 28.2%로 지난해 10월 16.3%의 두 배 가까운 수준이다.

50대 이상 장년층 ‘온라인 쇼퍼’의 대두는 특정 플랫폼만의 현상이 아니다. 하나금융경영연구소가 2019~2020년

하나카드 온라인 결제 데이터를 분석한 결과 40대 이상 중장년층의 온라인 결제 규모는 전년 대비 49% 상승해, 30대 이하 연령층이 24% 증가한 것보다 압도적이었다. 여기에 더해 이들의 결제금액 증가율은 다른 연령대가 30%대를 유지하는 데 반해 145% 이상에 이르렀다.

과학기술정보통신부의 조사 결과도 유사하다. 9월 발표한 바에 따르면 2020년 40대에서 60대에 해당하는 중장

년층의 인터넷 쇼핑 이용률은 전년 동기 대비 13.7% 상승했다. 특히 50대는 16.1% 올라 평균치를 상회했다. 이들의 온라인 쇼핑 이용률은 2020년 기준 60.2%로 전년 대비 16%포인트(p) 상승했다.

중장년층 소비자의 유입은 곧 온라인 유통채널의 매출 상승에 영향을 주고 있다. SSG닷컴의 올해 1월부터 10월까지 새벽배송 매출 신장률은 전년 대비 50대 56%, 60대 61%에 달한다. 전체 연령대 평균인 25%의 두 배 수준이다.

업계 관계자는 “장년층은 청년층에 비해 훨씬 구매력이 큰 편이기 때문에 여기에 특화된 마케팅을 준비 중”이라며 “이들 세대는 결제에서의 보안성과 쇼핑 전후 타인과의 소통에 대해 중요시 여기는 것으로 나타나고 있다”고 설명했다.

품목에서도 다른 연령대와 차이를 보인다. 세대별 인기 상품군을 살펴보면 20대와 30대가 탄산음료, 생수, 기능성 음료 등을 주로 구입하는 반면 50~60대는 과일 구매 순위가 두드러진다.

마켓컬리에 따르면 5060 고객은 주로 과일, 우유, HMR 제품을 구매하는데 특히 과일 중에서도 고가에 속하는 아보카도, 바나나, 오렌지, 레몬 등의 순위가 타 연령대 보다 매우 높았다. 이들 세대의 생필품 구매도 계속 높아지는 추세다. 마켓컬리는 우유, 계란, 생수 등 생필품을 마트나 슈퍼가 아닌 온라인에서 구입하는 5060 고객이 온라인 장보기에서의 만족스러운 구매 경험이 축적되면서 일어나는 현상으로 분석했다.

또 다른 유통업체 관계자는 온라인 유통채널들의 경쟁 가속과 핀테크 산업의 발전에서 중장년의 온라인 쇼핑 참여도가 높아졌다고 해석했다.

그는 “최근 많은 온라인 유통채널들은 직관적인 사용자인터페이스(UI)와 간편결제를 제공하는데 방점을 두고 있다”며 “첨단 신기술을 플랫폼에 적용하는 것은 단기간 고객을 끄는 데 도움이 되지만 편리한 쇼핑 기능은 온라인에 익숙하지 않은 세대도 모두 포섭할 수 있기 때문”이라고 설명했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

COO에 이창업 부사장... 신규임원 8명 선임

LG생활건강, 정기 임원인사

이창업, 화장품·생활용품 총괄 류재민 CRO, 부사장으로 승진

LG생활건강은 사업본부장(COO)으로 이창업 부사장(사진)을 선임하고 신규임원 8명을 선임했다고 25일 정기 임원인사를 통해 밝혔다.

이 부사장은 다음달 1일부터 화장품(뷰티)과 생활용품(HDB) 사업을 총괄한다. 1967년생인 이 부사장은 텍사스 대학교 오스틴캠퍼스에서 회계학을 전공하고, 컬럼비아대학교 경영대학원에서 MBA를 취득했다. 콜게이트와 피앤지(P&G)의 아시아와 북미 사업장을 거쳐 허쉬 한국 법인장, 해태제과 마케팅 총괄, 농심켄로그 대표 등을 거쳤다. 이



후 2019년까지 한국도 카콜라에서 13년간 대표 근무하며 소비재 분야에서 경험을 쌓은 베테랑이다.

LG 생활 건강이 2019년 북미 더 에이본 컴퍼니를 인수하면서 에이본 최고경영자(CEO)로 영입된 후 올해 초부터 에이본을 포함한 LG생활건강의 미국·캐나다 사업을 담당해왔다.

류재민 LG생활건강 소비자안심센터장(CRO)은 부사장으로 승진했다. 1962년생으로 충북대 기계공학과를 졸업했으며, 2016년 LG생활건강 구매·SCM부문을 거쳐 2017년부터 소비자안심센터장을 맡아왔다.

장병준 LG생활건강 생산총괄은 전

무로 승진했다.

장 전무는 1963년생으로 계명대학교 화학과를 졸업했다. 2015년 LG생활건강 생산기술부문을 맡았으며, 2020년 화장품공장장, 올해부터 생산총괄을 담당해왔다.

신규 임원으로는 이견화 디지털사업 부부장, 전현욱 헤어&바디케어연구부부장, 이병일 해외사업지원부부장, 서주완 데일리뷰티사업총괄, 민경환 지적재산부부장, 이계춘 TR마케팅부부장, 김형호 울산공장장, 이희곤 음료사업총괄 등 8명이 선임됐다. 특히 여성임원으로 발탁된 전현욱 헤어&바디케어연구 부부장은 1977년생으로 2018년 스킨뷰티연구팀장을 거쳐, 2019년부터 바디케어 연구부부장을 맡았다.

/신원선 기자 tree6834@

GS25, 전역장병 창업시 가맹비 지원

770만원 중 220만원 면제 혜택

편의점 GS25가 12월부터 군 복무를 마친 후 1년 내에 GS25를 오픈하는 가맹 경영주에게 가맹비 770만원 중 220만원을 면제하는 혜택을 제공한다.

혜택을 제공 받는 범위는 장교, 부사관, 사병을 불문한 육·해·공 전군의 남녀 예비역을 대상으로 하며, 수혜 대상자는 GS25 가맹 희망 시 군복무 확인서(전역증)를 제시하면 된다.

GS리테일은 2010년부터 해군 PX와 공군부대 내 매점 300여점을 GS25로 운영하며 백령도, 여천도 등 외딴 도서 지역에까지 상품을 공급하는 물류망을 갖춰 군 장병들의 복지를 증진하는 데 힘썼다.

GS리테일은 육·해·공군 내 시설에서



GS25 직원들이 ‘전역 장병 창업 지원’ 홍보물을 들고 GS25 국군수도병원점 앞에서 포즈를 취하고 있다.

GS25를 오랜 기간 운영해 온 경험을 토대로 군 복무에 매진하는 장병들에게 혜택을 확대하고, 전역 이후의 삶까지 지원하는 다양한 프로그램을 더 확대해 대한민국 군과의 스킨십을 점차 확대할 계획이다.

/김서현 기자

티몬, 주방가전 특가 판매

티몬은 30일까지 주방가전 카테고리 대해 20% 즉시 할인 쿠폰을 제공하는 판매전을 벌인다.

티몬은 이번 특가 판매전에서 ▲키친 인덕션+와이드 그릴팬 ▲리립 식품건조기 ▲일렉트로룩스 컴팩트 블렌더 ▲쿠쿠 에어프라이어 ▲키친아트 전기오븐 등을 저렴한 가격에 선보인다.

흡수에 필수인 ▲LG 디오스 와인셀러 미니냉장고 ▲네스프레소 라티시마 원 F111 커피머신 ▲클라 클래식 티 메이커 ▲레콜프와플메이커 ▲자일렉 아이스크림 메이커 등 음료와 디저트 준비를 위한 아이템들도 선보인다. 더불어 편리한 뒷정리를 도와줄 싱크루션 음식물처리기 에어1 상품도 특가로 구매할 수 있다.

/김서현 기자

홈플러스 “올 겨울 따뜻한 광으로 떠나요”

오늘 라방서 여행상품 특가 판매

홈플러스가 26일 오전 10시 마이홈플러스 앱의 ‘홈 라이브’를 통해 광자 유여행 상품을 단독 특가에 판매한다. 홈플러스가 ‘라방’에서 소개하는 첫 해외여행 상품이다.

‘겨울에 떠나는 따뜻한 여행’을 테마로 진행되는 이번 방송은 겨울철 인기 여행지인 ‘광’ 여행 상품 특집으로 마련했다. 모두투어에서 기획한 ‘홈 라이브’ 전용 에어텔 상품으로 제주항공/진에어 항공권과 츠바키호텔/롯데호텔 숙소를 포함한 3박 4일, 3박 5일 자유여행 패키지(행사가 89만9000원~)로 구성했다.

광은 코로나19 백신 접종 완료 시 자

가격리 없이 바로 여행이 가능하다.

방송 중 예약 고객 전원에게는 렌터카(24시간), 전체 일정 호텔 조식, 픽업(공항↔호텔) 서비스를 제공한다. 선착순 예약 20팀에게는 20만원 추가 할인 혜택을, 추첨을 통해서도 츠바키 호텔 플로팅 조식 옵션(3명), 롯데호텔 룸 업그레이드 혜택(5명)을 준다.

한편, 홈플러스는 지난해 11월 ‘홈 라이브’를 론칭하고, 전단 핵심 상품을 특가로 구성하는 라이브 방송을 51회 선보였다. 상품을 터치하면 홈플러스 온라인에서 손쉽게 특가 상품을 구매하고 당일 배송받을 수 있으며, 정상가 대비 가격이 인하된 상품을 ‘라이브 특가’로 한번 더 할인해주는 것이 차별점이다.

/김서현 기자

쿠팡, 겨울철 직원 건강·안전에 ‘총력’

방한설비 확대하고 보온용품 지급

쿠팡이 전국 물류센터에 최신 방한설비와 난방 및 보온용품 지급을 대폭 확대하며 겨울철 직원들의 안전과 건강을 지키는데 총력을 기울인다고 25일 밝혔다.

물류센터는 규모가 크고 차량과 상품이 빈번하게 드나들기 때문에 냉난방효율이 떨어진다. 쿠팡은 연내 전국 물류센터에 외부에서 들어오는 찬 공기를 막는 ‘스피드도어’ 300여 개와 건물 구조상 ‘스피드도어’를 설치할 수 없는 곳에는 강한 바람을 순식간에 내뿜어 외부 찬 공기 유입을 막는 ‘에어커튼’ 100여개를 설치할 예정이다. 작업자들이 찬 공기와 바람에 직접 노출되는 것을 최소화하고, 난방기구의 효과를 극대화해 체감온도를 높여 주는 역할을 할 것

으로 기대된다.

또 이동없이 고정된 위치에서 업무가 이뤄지는 주요 작업장에는 천정에서 안전하게 열이 골고루 방사되는 ‘천정형 난방기’를 설치하고, 추운 날씨 속에 직원들이 안락하게 온기를 느낄 수 있도록 ‘현장 휴게실’도 곳곳에 추가했다.

더불어 야외에서 근무하는 직원들을 위한 난방시설을 비롯해 직원뿐만 아니라 외부 화물 차량 기사들도 따뜻하게 쉴 수 있도록 난방이 가능한 대기실도 별도로 마련했다.

여기에 작업장에 온기가 오랫동안 유지될 수 있도록 전국 물류센터의 작업 공간에 따라 라디에이터, 온풍기, 미니 온풍기, 전기방석 등 6800여개의 맞춤형 난방기구를 곳곳에 배치 중이다.

/김서현 기자