

# 2030세대 혼술 트렌드... '위스키' 수입액 7년만에 최고치

구입과정·정보습득 등 쉬워져  
작년 수입액 3303억원, 52% ↑  
팬데믹 보복소비 등에 열풍

이마트, 구매고객 46% 2030세대  
1만명 할인행사 20분만에 완판



지난 6일 오전 서울 시내 이마트 위스키 코너가 2030세대 고객들로 붐비고 있다. 이마트는 이날 인기 위스키 7종 행사를 진행해 전국적으로 오픈된 현상을 일으킨 것은 물론 20분 만에 준비 물량 전체를 완판하는 데 성공했다. /뉴시스

코로나19 전까지 빠르게 추락하던 위스키 수입액이 지난해 7년 만에 최고치를 기록했다.

팬데믹 기간 중 혼술(혼자서 마시는 술)에서 시작한 고급 주류 소비가 엔데믹(풍토화) 이후에도 계속 취미생활의 일종으로 자리잡은 모양새다.

특히 와인을 필두로 유통채널이 수입과 판매에 열을 올리며 양주 구입과 정보 습득이 쉬워져 집에 두고 한 잔씩 마실 수 있는 위스키가 2030세대의 새로운 스펙터클로 떠올랐다는 분석이다.

18일 <메트로경제>의 취재에 따르면 고급 주류 소비 트렌드가 와인에서 위스키로 번지는 가운데, 소비를 주도하고 있는 세대가 2030세대인 것으로 확인됐다.

관계청 수출입무역통계에 따르면 지난해 스카치·버번·라이 등 위스키류 수

입액은 2억6681만달러(약 3303억원)로 전년 같은 기간 1억7534만달러보다 52.1% 늘었다. 위스키는 코로나19 사태 후 수입액이 크게 늘었다. 위스키 수입액은 2007년(2억7029만달러) 이후 줄어지기 시작해 2020년 1억3246만 달러까지 떨어지며 역대 최저치를 기록했으나 2021년 32.4%를 기록하며 크게 늘었다. 2020년과 대비하면 지난해 위스키 수입액은 단 2년 만에 101% 올랐다.

업계 관계자들은 최근 위스키 시장이 빠르게 성장한 이유로 팬데믹 기간 중 2030세대를 중심으로 가정 내에서 크게

늘어난 고급 주류 소비 트렌드를 먼저 꼽고, 엔데믹에 따른 영향을 두 번째로 꼽는다.

위스키 시장은 2015년부터 눈에 띄게 줄어드는 모습을 보였다. 2014년 주5일제가 단계적으로 도입된 후 2016년 부정청탁금지법(김영란법)까지 시행되자 최대 판매처로 통하던 유흥업소 수요가 크게 줄었다. 2018년 주52시간제까지 실시되자 저녁 회식에서 비교적 도수가 낮은 술을 찾는 분위기가 형성돼 시장이 계속 쪼그라들었다. 코로나19 첫해였던 2020년에는 사회적 거리두기

강화로 유흥 및 단란주점 등의 집합금지 조치가 이어져 역대 최저치를 기록했다.

위스키는 팬데믹 기간 중 이어진 고강도 사회적 거리두기가 가져온 '혼술' 트렌드에 힘입어 다시 소비가 크게 늘기 시작했다. 윈스퍼리츠의 윈소주로 대표되는 증류식 소주와 와인들이 먼저 인기를 끈 후 위스키가 뒤를 이었다.

혼술을 하려는 고객이 타인의 취향을 고려하지 않고 구입하는 과정에서 다양한 주류가 고르게 인기를 얻었고, 보복 소비 열풍으로 고가여도 과감히 구입하는 움직임이 나타나자 상대적으로 가격대가 높은 위스키도 고객의 눈에 띄었다. 여기에 지난해부터는 방역규제가 풀려 유흥업소를 중심으로 위스키 판매도 늘기 시작한 것이다.

유통업계는 최근 위스키 소비 트렌드 변화를 2030세대가 이끌어가는 점에서 특히 반색하고 있다. 온라인을 토대로 빠른 정보력을 갖고 자기 과시에 능숙해 트렌드 형성이 쉬운 2030세대가 주 고객층이 되면 매출이 빠른 속도로 성장하기 때문이다. 실제로, 이마트에 따르면 지난해 위스키 매출은 전년 동기 대비 30% 이상 성장했는데, 구매고객 중 46.1%는 2030세대로 나타났다.

2030세대의 선택을 받으면서 위스키도 오픈된 현상에 합류했다. 이마트는 지난 6일부터 7일까지 전국 주요 점포에서 발베나·맥켈란·히비키·야마자키 등 인기 위스키를 할인가에 판매했는데 평일임에도 오픈된 행렬이 늘어났다. 준비한 총 1만명의 위스키는 행사 이를 연속 판매 시작과 동시에 20분 만에 완판됐다.

유통가에서는 수요 충당을 위해 물량과 신제품 확보에 사활을 걸고 있다. 홈플러스는 17일 스코틀랜드 하이랜드에서 생산되는 고급 싱글몰트 위스키 '그랜지스톤 싱글몰트 스카치 위스키 3종'을 업계 단독으로 출시했다. 홈플러스의 지난해 위스키 매출은 전년 동기 대비 66% 늘었고, 특히 싱글몰트 위스키 매출은 335% 상승했다. 롯데온도 지난 15일까지 프리미엄 위스키 '글렌파클라스 25년 코리야 에디션'을 200명 한정 사전 예약 판매를 진행했다.

업계 관계자는 "위스키는 잔술로 마시기에도 좋지만 하이볼 등으로 마시는 등 음용법도 다양해 널리 사랑받고 있다"며 "최근 위스키 유통에 나서는 기업이 늘면서 구입이 쉬워진 것 또한 위스키 열풍에 한몫하는 중"이라고 밝혔다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

## 관절 통증·뻣뻣함 줄여주는 '관절오만보'

CJ웰케어, 액상형 건강기능 식품  
칼슘·마그네슘 등 기능성 원료 담아

CJ웰케어가 관절·연골·뼈 건강을 돕는 '관절오만보(사진)'를 출시했다고 18일 밝혔다.

'관절오만보'는 관절과 연골 건강에 도움을 주는 액상형 건강기능 식품이다. 관절 통증과 뻣뻣함을 감소시켜주는 MSM(메탄설폰닐메탄, 식이유황)과 뼈 건강에 도움을 주는 칼슘, 마그네슘 등 기능성 원료들을 담았다. 하루 한 포로 MSM 일일 권장량인 2000mg 섭취가



가능하다. 칼슘과 마그네슘을 최적 비율인 2:1로 배합해 흡수율도 높였다. 칼슘만 빠르게 섭취해 상대적으로 마그네슘 흡수

가 떨어지면 근육 떨림, 통증 등이 생길 수 있다.

또 정제수 대신 황기, 당귀, 백출 등 전통소재 10종이 함유된 '우슬대보추출물'과 'CJ구경구포흡삼농축액'을 넣고, 콘드로이친(상어연골분말), 보스웰리아 추출분말까지 부원료로 더했다.

CJ웰케어 관계자는 "중장년층의 관절 건강 걱정을 덜어드리고자 합리적인 가격으로 신제품을 선보이게 됐다"며 "소비자들의 눈높이에 맞는 기능성 제품을 계속해서 출시해 나갈 것"이라고 밝혔다. /김서현 기자

## 파리 패션위크에 시스템·시스템옴므 참여

한섬, 토종브랜드 최초 9회 연속 참가

한섬이 글로벌 패션 시장 공략에 본격 나선다.

현대백화점그룹 계열 패션전문기업 한섬은 '2023년 F/W 파리 패션위크'에 캐주얼 브랜드 시스템·시스템옴므가 동반 참여한다고 18일 밝혔다.

한섬은 지난 2019년부터 국내 토종 패션브랜드로는 최초로 한섬의 남녀 패션 브랜드가 9회 연속 파리 패션위크에 참가하고 있다. 파리 패션위크는 글로벌 4대 패션쇼 중 하나다.

한섬은 오는 19일(현지시간) 파리 패션 중심지 마레 지구 프랑 부르주아에 위치한 복합예술문화 공간인 '353'에서 시스템·시스템옴므 단독 프레젠테이션을 연다. 21일부터 25일까지 프랑스

마레 지구에 위치한 자사 편집매장 '톱 그레이하운드파리'에서 쇼룸도 운영할 계획이다. 이번 행사에는 20여 개국 200여 명의 패션업계 관계자와 바이어가 참가할 예정이다.

한섬은 지난 2019년부터 글로벌 문화 콘텐츠를 접목한 독특한 콘셉트로 프레젠테이션을 진행해왔는데, 올해는 영국 포토그래퍼 에드워드 메이브리지의 생애를 담은 에세이 '그림자의 강(River of Shadows)'에서 영감을 받아 빛과 조명, 그림자의 활용한 런웨이 등을 선보일 예정이다.

한섬은 매년 파리 패션위크 등을 통해 선보인 시스템 스튜디오 컬렉션 제품을 매년 20여 개국에 도매 형태로 판매하고 있다.

/김서현 기자

## 티몬·큐익스프레스 입점자에 'Qx프라임' 선배

티몬은 큐텐(Qoo10) 글로벌 이커머스 전문 물류 기업 큐익스프레스와 함께 이 달부터 입점 파트너들을 대상으로 통합 풀필먼트 서비스인 'Qx프라임'을 선보인다고 18일 밝혔다.

Qx프라임은 이커머스에 최적화된 큐익스프레스의 종합 풀필먼트 서비스다. 상품 등록과 주문, 포장 및 배송에 이르는 물류의 모든 과정을 윈스톱으로 제공한다.

티몬 입점 파트너는 Qx프라임 가입으로 고정된 가격에 더 효율적인 물류 운용과 더 빠른 배송이 가능해졌다.

서울권역에서는 당일 퀵배송까지 지원해 고객의 다양한 수요에 맞춘 배송 전략 운용에도 도움을 줄 것으로 예상된다.

/김서현 기자

## '쿠팡 시니어 개발자도 배우고 성장'

'선배님, 쿠팡 왜 오셨어요?' 영상 공개  
개발자들이 느끼는 사내문화 소개

쿠팡은 17일 '선배님, 쿠팡 왜 오셨어요?'란 영상을 쿠팡 뉴스룸에 공개하고 쿠팡 내 개발자들이 느끼는 쿠팡의 사내 문화를 소개했다. 쿠팡이 첫 회사인 주니어 개발자부터 경력 17년차 시니어 개발자까지 총 3명이 출연했다.

출연한 세 개발자는 공통적으로 쿠팡을 '성장할 수 있는 회사'라고 평가했다.

조항래 개발자는 쿠팡이 첫 직장인 경력 2년의 주니어 개발자로서 자신이 성장할 수 있는 곳이라고 평가했다.

이는 지난해 2월 입사한 17년차 시니어인 최윤정 개발자도 공감했다. 최씨는 "쿠팡에서는 시니어 개발자도 배우고 같이 성장하게 된다"며 "쿠팡은 높은 채용기준을 통과한 사람들만 모인 곳이다 보니 배우는 게 생길 수밖에 없다"고 설명했다.



쿠팡은 자체 유튜브 채널에 개발자들이 말하는 쿠팡의 기업문화 영상을 공개했다. /쿠팡

그는 "여기는 새로운 시도를 두려워하지 않는 회사"라며 "시니어라면 성장을 위해 고려할 회사"라고 추천했다.

6년 전 대기업에서 쿠팡으로 이직한 총 경력 14년의 이태훈 개발자는 "쿠팡에는 못하는 개발자가 없다"며 "이미 잘하는 개발자들인데 신기하게도 성장을 멈추지 않는다"고 평가했다.

그는 또 기획단계부터 프로덕트를 만들어 가는 과정까지 주도적으로 진행해 볼 수 있는 쿠팡의 '사내 개발 문화'도 쿠팡의 장점으로 꼽았다. /김서현 기자

## 도미노피자 '아보카도 새우피자' 출시

새 도우 도입... 식이섬유 강화

도미노피자가 식이섬유 함량을 강화한 '슈퍼시드 화이버 함유 도우'에 아보카도, 새우 등 풍성한 토핑을 활용한 '아보카도 새우 피자'를 오는 19일 출시한다.

이번에 새롭게 선보인 '아보카도 새우 피자'는 다양한 종류의 토핑과 새로운 도우로 완성도를 높인 제품이다. 부

드러운 식감의 리얼 속성 아보카도와 케이션 소스로 맛을 낸 꼬리 알새우를 조화롭게 즐길 수 있으며 닭가슴살, 토마토 등 다양한 재료로 풍부한 맛을 더했다.

'슈퍼시드 화이버 함유 도우'는 100% 국내산 흑미와 ▲햄프씨드 ▲병아리콩 ▲귀리 ▲퀴노아 ▲아마씨 ▲렌틸콩 등 총 6가지 슈퍼시드에 고식이섬유가 함유된 도우다. /이세경 기자 seilee@