없는게 없는 편의점… 1인가구 장보기 '미니마트' 역할 톡톡

편의점 점포 수 4만5975개
신선식품, 즉석식품 등 매출 ⬆
자사계열 PB상품 등 구색 넓혀
먹거리 패러다임 전환의 결과

편의점 점포 수가 5만 개를 넘으면서 '미니 마트' 역할도 톡톡히 해내고 있다. 대형마트가 유통산업발전법의 규제로 출점 제한을 받으며 핵심 상권 내 진출에 밀리는 동안, 소자본·은퇴 후 창업 아이템 등으로 각광 받아 빠른 속도로 점포 수를 확장한 덕이다. 여기에 편의점 기업들이 차별화 상품으로 자사 계열사 내 PB 상품 등을 적극적으로 끌어오며 구색도 넓어져 소형 가구의 대형마트 마트 대안책으로 자리잡고 있다.

12일 〈메트로 경제〉의 취재에 따르면 편의점 내 간편 식자재 구입 빈도가 계속 늘고 있다.

실제로, 산업통상자원부가 지난달 발표한 자료에 따르면 지난해 12월 기준 전국 편의점 점포 수는 총 4만5975개다. 현재 주요 대도시를 중심으로 밀집했으나 수도권 지역뿐 아니라 군소 도시에도 계속 출점이 이루어지면서 인접 점포 간 평균 직선거리는 대한상공회의소가 발표한 2020년 자료 기준 224.9m로 줄었으며 가장 가까운 서울시 중구의 경우 75.8m에 불과하다.

서울 성동구 이마트24 점포에서 고객이 할인상품을 고르고 있는 모습. /뉴시스

반면 대형마트는 2012년 383개에 이르렀던 점포 수가 2017년 423개까지 늘었으나 지난해 12월 기준 384개으로 줄어들었다. 유통산업발전법이 신규출점을 어렵게 하고, 온라인 장보기가 일상화하자 대형마트 업계는 신규 출점보다는 구조조정 및 기존 점포 재개발을 통한 내실 다지기에 들어갔다.

대형마트가 주택가에서 멀어지자 주민의 장보기는 온라인 장보기 e커머스와 편의점이 대신하고 있다. 앞서 인용한 산업부 자료에서 지난해 12월 유통업 내 편의점이 차지하는 매출 구성비는 14.9%에 달하는데, 평균 구매단가는 7172원으로 전 업태 중 가장 낮다.

특히 편의점 내 신선식품 일부를 포함한 즉석식품 매출이 계속 증가세를 보여 전년 동기 대비 +12.1%를 기록 중이다. 같은 기간 생활용품과 잡화도 각각 17.2%, 10.3% 늘었다. 식품과 생활용품, 잡화의 매출이 매년 크게 성장하면서 40%대 비중을 공고히 하던 담배 매출 비중은 2022년 9월 39.1%까지 떨어졌다가 간신히 연 평균 40.4%로 마감했다.

1·2인 가구의 증가도 편의점 장보기의 일상화에 유의미하게 적용된다는 게 업계 관계자들의 설명이다. 업계 관계자는 "1인 가구는 대형마트 등에서 판매하는 식자재와 물품의 대용량을 부담스러워 하는데, 편의점은 1인 고객을 겨냥해 상품을 구성해 비교적 부담이 덜 하다"고 설명했다.

편의점 산업의 변화에 미니 마트로 꾸린 점포와 같은 계열사 내 장보기 상품을 함께 다루는 점포도 속속 등장하고 있다.

세븐일레븐은 이달 서울 사당역 인근에 '푸드드림 2.0' 1호점인 푸드드림ECO 사당점 매장을 열었다. 푸드드림 매장은 차별화한 먹거리와 넓고 쾌적한 쇼핑 공간을 특징으로 하는 매장 형태로, 일반점포 대비 규모가 큰 약 30~40평의 공간에 시식공간까지 갖춰 도시락과 HMR을 비롯해 국수, 치킨, 슬러피, 걸프음료 등 이색 즉석식품을 다양하게 즐길 수 있는 것이 특징이다. 이는 담배 중심의 기존 편의점 매출구조를 탈피하고 먹거리로 패러다임 전환을 목표로 꾸려진 결과다.

이윤호 세븐일레븐 DT혁신팀장은 "기존 편의점의 역할은 다양한 상품과 서비스, 먹거리의 제공에 한정되어 있었지만 지금은 고객의 미래가치까지 담아내야 한다"고 말했다.

이마트24는 최근 같은 계열사 내 이마트의 PB 상품을 적극적으로 편의점 상품으로 추가하고 할인상품으로 적극 판매 중이다. 이마트24에 따르면 이마트 최근 3개월(22년 11월~23년 1월)간 대용량 생필품(위생용품, 가사용품 등의 생활필수품) 데이터를 확인한 결과, 전년 동기간 대비 44% 증가한 것으로 나타나 편의점 내에서의 장보기가 크게 늘어난 것으로 확인됐다. 이에 편의점 상품군에 이마트에서 판매 하던 PB상품 피코크와 노브랜드 상품 수를 계속 확대 중이다.

/김서현기자 seoh@metroseoul.co.kr

"코로나19 치료제 증상개선 4일 단축"

HYUNDAI BIOSCIENCE

'CP-COV03' 임상2상 결과 발표
질병청 등 긴급사용승인 신청 절차

현대바이오사이언스의 코로나19 치료제 'CP-COV03'가 증상 개선 시간을 4일 단축했다. 미국 식품의약국(FDA) 기준에 따른 1차 유효성 평가 지표를 모두 충족한 치료제다. 회사측은 긴급사용 승인 신청을 준비하고 있다.

현대바이오는 이 같은 CP-COV03의 임상2상 탑라인 결과를 12일 발표했다. 코로나19 12개 증상을 대상으로 한 CP-COV03의 1차 유효성 평가 결과는 특히 신뢰도 99% 이상에서 나온 것으로, 통계적 유의성을 인정받았다.

지난해 11월 일본 정부로부터 긴급사용승인을 받은 시오노기제약의 조코바는 5개 증상 개선 소요 기간 단축을 1일(24.3시간)이라고 밝힌 바 있다.

FDA는 코로나19 임상에서 1차 유효성 평가시 발열, 기침, 인후통, 두통 등 총 14가지 증상을 평가하도록 가이드라인으로 제시, 세계 각국이 이를 신축적으로 적용하고 있다. 조코바는 임상2상에서 12가지 증상을 대상으로 한 1차 유효성 평가 지표 충족에 실패, 임상3상에서 평가 증상을 5개로 줄여 긴급사용승인을 받았다. 화이자의 팍스로비드는 11개 증상을 대상으로 한 임상3상 에서 1차 유효성 평가 지표를 충족하지 못했다.

CP-COV03는 이번 임상에서 혈액 중 약물농도가 높아질 때 바이럴로드가 줄어드는 경향을 신뢰도 99% 이상에서 나타냈다. 이는 CP-COV03의 약물농도와 바이럴로드 간 상관관계가 인체 내에서 최초로 확인된 것이다. 안전성 평가에서도 중대한 이상반응이 관찰되지 않았다.

현대바이오는 이번 탑라인 결과를 식품의약품안전처와 질병관리청 등 관계 당국에 제출하고 임상2상을 통해 발견한 최적투여량(300㎎)으로 긴급사용승인 신청을 위한 준비절차를 진행하기로 했다.

/이세경 기자 seilee@

이화의료원 녹내장 시력 회복 어려워 검진 필수

40세 이상 정기적으로 안과 검사

녹내장은 백내장과 이름은 유사하지만 전혀 다른 질환이다. 백내장은 수술 치료가 가능해 완치될 수 있지만, 녹내장은 한번 진행되면 손상된 시력을 회복하기 어렵다는 치명적인 단점이 있다. 조기 발견하는 것이 필수인 만큼 40세 이상이라면 정기적인 안과 검진이 꼭 필요하다는 조언이다.

이대목동병원 안과 서울 교수는 '세계 녹내장 주간'을 맞아 녹내장의 특성과 치료법에 대해 설명했다. 매년 3월의 한주는 세계녹내장협회가 정한 세계 녹내장 주간이다.

서 교수는 "백내장은 수정체에 혼탁이 생기는 질환으로 수술을 통해 어느 정도 치료를 할 수 있어서 완치의 개념이 존재하지만, 녹내장은 시신경에 병이 생기는 질환으로 완치나 회복의 개념이 적용되지 않는 질환"이라고 설명했다.

녹내장 치료는 약물치료, 레이저치료, 수술치료 등이 시행되고 있는데, 각 개인별로 녹내장의 진단과 단계에 따라 치료방법 및 치료계획을 세우게 된다.

/이세경 기자 seilee@

한촌설렁탕

봄맞이 보양 10% 할인

설렁탕 프랜차이즈 브랜드 '한촌설렁탕'이 봄 시즌을 맞아 보양 메뉴 할인 프로모션을 진행한다.

한촌설렁탕은 매년 봄 시즌마다 고객들의 건강을 위해 인기 보양 메뉴를 선정, 할인 이벤트를 진행하고 있다.

올해는 '봄날은 벚꽃엔딩, 한촌 보양은 네버엔딩'이라는 콘셉트 아래 한촌설렁탕의 대표 보양 메뉴를 최대 10% 할인된 가격에 판매한다.

해당 할인 프로모션은 오는 4월 9일까지 진행되며, 할인 혜택을 받을 수 있는 메뉴는 콜라겐이 가득한 소 도가니를 푹 고아 만든 '도가니탕'과 소 한 마리를 뚝배기 한 그릇에 담은 '한촌탕', 소위와 소곱창 등을 넣어 우려낸 '양곰탕' 등 3종이다.

/신원선 기자

스타벅스, 라떼 주문 시 '샷 추가' 이벤트

'러브 유어 라떼' 20일까지 진행

스타벅스코리아가 오는 14일부터 20일까지 카페 라떼 주문 시 에스프레소 샷 추가를 무료로 제공하는 '러브 유어 라떼(LOVE YOUR LATTE)' 이벤트를 진행한다.

스타벅스는 대중적이면서도 기본적인 카페 라떼를 대상으로 진행하는 '러브 유어 라떼' 이벤트를 통해 스타벅스의 커피 헤리티지 경험을 전달하고 개인의 취향에 맞게 맞춤 음료로 주문할 수 있는 퍼스널 옵션 서비스를 소개할 예정이다. 스타벅스는 현재 스타벅스 카드로 결제 시, 음료 1잔 당 엑스트라(샷, 시럽, 휘핑 등) 1개를 무료로 추가할 수 있는 혜택을 제공하고 있다.

이벤트 음료는 카페 라떼, 블론드 카페 라떼, 디카페인 카페 라떼, 1/2 디카페인 카페 라떼 등 총 4종이 해당된다. 이벤트 기간중 스타벅스 매장을 방문해 스타벅스 파트너에게 카페 라떼를 직접 주문 시 요청하면 에스프레소 샷 1개를 추가하는 무료 혜택을 제공한다. (사이렌 오더 주문 등은 적용 불가)

한편, 스타벅스는 화이트 데이 시즌을 맞아 지난 7일 'LOVE', 'LOVE ME'로 유명한 아티스트인 커티스 쿨릭과 협업한 푸드와 MD 등을 선보였다. 커티스 쿨릭 협업 푸드와 MD를 포함해 3만원 이상 구매 시 커티스 쿨릭의 아트웍으로 디자인한 다회용 백을 선착순으로 증정하는 이벤트를 진행 중이다.

/신원선 기자 tree6834@

버나젠, 美 질병청과 백신개발 협약

'하트랜드바이러스' mRNA 백신

에스티팜은 미국 자회사 버나젠이 미국 질병통제예방센터(CDC)와 하트랜드바이러스(HRTV)의 예방 및 통제를 위한 mRNA 백신 공동 연구개발 협약을 체결했다고 밝혔다.

애틀랜타에 본사를 둔 버나젠은 에스티팜의 메신저 리보핵산(mRNA) 기반 감염병 예방 백신 및 치료제를 연구 개발하는 생명공학 바이오텍이다.

HRTV는 일리노이, 플로리다, 노스캐롤라이나, 캔자스까지 미국 중부 및 남동부 지역에서 유행하는 신종 감염병으로 주로 론스타 진드기에 물려 감염되는 것으로 알려져 있다. 한국, 중국, 일본 및 동남아시아에서 발견되는 중증열성혈소판감소증후군바이러스(SFTSV)와 동일한 플레보바이러스에 속한다.

감염 증상은 주로 발열, 피로감, 근육 및 관절 통증이다. 노인 환자의 경우 백혈구 및 혈소판 손실을 가져와 장기 부전이 발생할 수 있고 심한 경우 사망으로 이어질 수 있다. 치사율은 11~13%에 달한다. 현재 대다수 미국인들은 하트랜드바이러스에 대한 항체가 없으며 감염 가능성이 높음에도 백신이나 치료제가 없는 상태다.

/이세경기자