

배추김치 품귀... 갓김치·양배추김치 등 대체수요 급증

aT, 배추 9132원 전년비 40% ↑
아워홈·CJ제일제당 별미김치
판매율 각각 100%·16% 증가

G마켓, 양배추·양상추 거래 늘고
깍두기·열무김치 상품판매도 증가

여름철 이상고온으로 크게 오른 배추 가격이 가을까지 이어지면서 배추김치 품귀 현상이 벌어지고 있는 가운데, 이를 대체할 갓김치와 양배추김치 등 별미김치의 수요가 증가했다.

13일 한국농수산물유통공사(aT)에 따르면 배추 1포기 가격이 9132원으로 전년 대비 39.95% 급등했다. 전월 대비로는 9.97% 가량 오른 수치다.

정부는 이달 중순 이후 배추 가격이 내려갈 것으로 전망했지만, 업계는 포기당 1만원대로 오를 가능성도 있다고 보고 있다. 가을배추 조기 출하량이 예측을 밑줄 수 있는 데다 대형마트가 최근 들어 배추 가격 할인을 중단했기 때문이다.

김장포기족증가로 포장김치 판매량은 상승세를 거듭할 것으로 예상된다. 지난달 기준 아워홈의 배추김치 매출은 전년 대비 110%, 대상과 CJ제일제



서울의 한 대형마트에 포기김치가 진열되어 있다. /뉴시스

당은 각각 17%, 14% 올랐다. 아워홈은 대상과 CJ제일제당의 재고 부족 현상의 반사이익을 얻은 것으로 분석된다.

배추 가격이 크게 오른데다 포장 배추김치조차 수급이 원활하지 않으니 배추김치 대체재 수요가 크게 늘고 있다. 실제로 포장김치 업계에 따르면 별미김치 판매율은 전년 동월 대비 최대 2배까지 증가한 것으로 알려졌다.

아워홈과 CJ제일제당의 별미김치 품목 판매율은 전년 동기 대비 각각 100%, 16% 가량 증가했다.

이커머스에서도 상황은 비슷하다.

G마켓에 따르면 지난달 24일부터 이달 7일 사이 양배추와 양상추 거래액이 각각 44%, 41% 증가했다.

소비자들이 가격이 된 배추 대신 양배추나 양상추 등의 대체재로 김치를 만드는 추세가 반영된 것으로 보인다. 덩달아 양파는 91%, 오이와 파프리카는 각각 31%와 20% 거래액이 증가했다. 김치를 대신할 수 있는 양파절임이나 피클 등의 재료 수요가 늘어난 것.

이와 함께 배추김치 대신 깍두기나 열무김치 등 대체 상품 판매도 늘었다. 같은 기간 G마켓의 포장김치 품목별

거래액 증가율을 보면, 깍두기는 820%를 기록했으며 묵은지는 120%, 열무김치 100%, 백김치 41%가 뒤를 이었다. 공급이 여의치 않은 배추김치 거래액은 9% 증가에 그쳤다.

식품기업 선택은 금배추 대신 다른 채소로 김치를 담그는 소비자들이 늘어남에 따라 별미김치 양념 판매를 적극 홍보하기에 나섰다.

네이버스토어 '새미네마켓'을 통해 채소를 절일 필요 없이 쉽고 맛있게 김치를 만들 수 있는 '새미네부엌 김치양념 1+1' 행사를 진행하는 것이다. 배추보다 잎이 두껍고 단단한 양배추도 절일 필요 없이 한입 크기로 자르기만 하면 손쉽게 양배추김치를 완성할 수 있다. 새미네부엌 김치양념은 겉절이, 물김치, 깍두기, 오이소박이, 부추파김치 등이 있다.

한편, 농림축산식품부는 배춧값 상승이 '심각' 단계에 이르렀지만, 10월 중순부터 출하량이 늘어날 예정이라며 곧 가격 안정화가 될 것으로 예상한다고 밝혔다. 또한 농식품부는 김장철을 맞아 배추 수급 대책을 적극 추진할 계획이라고 설명했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

CJ제일제당 '맥스봉 스팸코복' 첫 선

CJ제일제당이 스팸의 풍미와 맥스봉의 맛을 동시에 즐길 수 있는 '맥스봉 스팸코복'을 선보인다고 14일 밝혔다.

'맥스봉 스팸코복'은 '스팸 클래식' 알갱이가 소시지에 박혀있으며, 원육에도 구운 스팸을 갈아넣어 별도의 조리 없이도 스팸과 맥스봉의 풍미를 모두 느낄 수 있는 제품이다. CJ제일제당의 기술력으로 원육의 탱글한 식감은 그대로 살렸으며, 한 입 크기로 개별 포장돼 술안주나 일상 간식으로 먹기에 좋다.

CJ제일제당은 이번 신제품이 합리적 가격과 익숙한 두 제품을 조합한 새로운 맛으로 인기를 끌 것으로 기대하고 있다.

/신원선 기자



SPC 대표이사에 임병선... '그레이트 푸드컴퍼니' 포부

이번주 중 각자대표이사로 선임
인사·법무·컴플라이언스 등 출몰



등의 분야를 총괄하도록 할 예정이다.

또한, SPC그룹 계열사 사장단 협의체인 'SPC WAY 커미티'의 의장 역할을 수행하게 된다. 기존 도세호 각자대표이사는 안전경영, 상생협력 등의 업무를 관장한다.

SPC는 이번 주 중 이사회를 열어 임병선 총괄사장을 각자대표이사로 선임하고, 인사, 법무, 대외협력, 컴플라이언스, 홍보

SPC는 임병선 선임 대표이사과 도세호 대표이사의 2인 각자대표체제로 운영해 내부 의사결정을 빠르고 효율적으로 진행하겠다는 의지다.

특히 임 대표이사는 신세계 재직 당시 인사, 영업, 전략 등 다양한 직무를 두루 경험해왔지만 인사가 가장 정통한 것으로 알려졌다. 실제로 까사미아가 신세계그룹에 인수된 후 취임하면서 신규 조직을 빠르게 안정화시키고 그룹과 조직문화 통합을 일궈냈다.

SPC그룹 관계자는 "임병선신임 대

표이사는 조직문화의 변화와 혁신을 이끌고 계열사의 소통을 강화해 '글로벌 그레이트 푸드 컴퍼니'를 향한 그룹 비전 실현에 앞장설 것"이라고 말했다.

한편, 허영인 SPC그룹 회장은 지난 2015년 회사 창립 70주년을 맞아 '그레이트 푸드 컴퍼니'를 내세우며 해외 진출에 드라이브를 걸었다. 오는 2030년까지 매출 20조원, 일자리 10만개를 비롯 전 세계에 1만2000개 매장을 만들겠다는 청사진을 제시한 바 있다.

/신원선 기자

대상웰라이프 '뉴케어' 맞춤형 영양솔루션 제안

대상웰라이프 뉴케어가 토털 영양케어를 아우르는 마스터 브랜드로 확장하며 브랜드 경쟁력 강화에 나선다.

대상웰라이프에 따르면 뉴케어는 소비자들의 연령별, 개인별 영양에 대한 고민과 관심사 등을 반영해 차별화된 영양 경험을 제공하는 것을 비전으로 삼고, 기존 균형영양식에만 국한된 것이 아닌 소비자 맞춤형 영양 솔루션을 제안하는 브랜드로 도약한다.

1995년 출시된 뉴케어는 올해 기준 10년 연속 환자용 식품 1위를 기록하며 균형영양식 시장에서 확고한 입지를 다졌다. 특히 2022년 대한민국브랜드 대상 장관상 수상, 2023년 균형영양식 브랜드 인지도 조사에서 1위를 차지하는 등 소비자들에게 높은 신뢰를 쌓아왔다.

/신원선 기자

롯데리아 서울대입구역점에 '보글봇' 도입 롯데백, 17~27일 '아우터 페어' 행사

SI 적용 리뉴얼 오픈

롯데GRS는 푸드테크 자동화 로봇 '보글봇'과 신규 BI(브랜드 아이덴티티) 공개 이후 새롭게 개발한 SI(스토어 아이덴티티)를 적용한 롯데리아 서울대입구역점을 14일 리뉴얼 오픈했다고 이날 밝혔다.

롯데GRS는 올해 2월 롯데리아 구로 디지털역점에 패티 조리 자동화 로봇 '알파그릴' 도입 이후 후라이 영역의 자동화를 위해 지난 3월 반도체 장비 제조 기업 네온테크사와 자동화장비 '보글봇'의 도입을 위한 MOU 체결 이후 약 7개월간 테스트 및 개발 연구에 동참했다.

롯데리아 서울대입구역점에 새롭게 적용된 보글봇은 작업자의 동선 방해를 최소화해 수평이동 형태가 아닌 직교로봇 방식으로 설계해 매장 내 조리 과정 동선의 효율성 고려와 함께

작업자의 원재료 투입 이후 바스켓의 이동, 셰이킹 작업 및 조리 완료 후 완전한 쿨링 작업을 위한 기름 떨어 작업 과정을 로봇 스스로가 수행한다.

또한 지속적인 원재료 투입으로 발생한 유조 내 탄화물을 자동으로 정제 기능 탑재와 조리시 발생하는 유증기와 열 차단을 위한 밀폐 구조로 작업자의 안전한 작업이 가능하도록 시스템을 구축했다.

롯데GRS는 네온테크사와 함께 기능적 부분과 더불어 롯데리아 매장의 운영 환경에 적합한 장비 개발 및 맞춤형 설계를 위해 기존 개발된 모델을 롯데리아 맞춤형으로 커스터마이징 한 모델을 개발했다.

롯데GRS는 현재 첫 적용된 자동 튀김기 '보글봇'을 연내 롯데리아 신김포 공항점과 잠실롯데월드몰B1점에 추가 적용할 계획이라고 말했다.

백화점·아울렛 전 점포서 진행

롯데백화점과 롯데아울렛에서 다가오는 가을·겨울 날씨에 대비하기 위한 대규모 '아우터 페어' 행사를 선보인다.

롯데백화점은 전 점포에서 오는 17일부터 27일까지 '아우터 페어' 행사를 진행한다

프리미엄 아우터부터 스포츠&애슬레저 대표 아우터까지 다양한 취향을 반영한 아우터를 만나볼 수 있다. 먼저, 17일부터 20일까지 4일간은 행사 기간 중에 스포츠&애슬레저 행사 참여 브랜드에서 당일 20만/40만원 이상, 골프 상품군에서 당일 60만/100만/200만/300만원 이상 구매한 고객을 대상으로 10% 상당의 롯데모바일상품권을 증정하는 프로모션을 준비했다. 17일부터 27일까지는 롯데백화점



한 고객이 롯데백화점에서 패딩을 구경하는 모습. /롯데백화점

에서 패션·스포츠·잡화 상품군에서 당일 30만원 이상 구매 시 사용할 수 있는 3만원 상당의 금액할인권을 오전 10시 30분부터 선착순 10만명에게 증정한다.

겨울 대표 브랜드의 팝업스토어도 선보인다. 타임빌라스 수원 3층에서는 오는 18일부터 31일까지 겨울 패딩 대표 브랜드 '노스페이스 화이트라벨' 팝업스토어를 진행한다.

/최빛나 기자 vitna@

신세계사이먼 시흥에 '위시켓' 떴다

신세계사이먼 시흥 프리미엄 아울렛이 오는 27일까지 SAMG엔터의 신작 애니메이션 '위시켓'과 함께하는 오프라인 캠페인을 펼친다고 14일 밝혔다. 캐릭터 특화 공간을 확장하기 위해서다.

신세계 사이먼이 가을 나들이 시즌을 맞아 가족 단위 쇼핑 고객을 위해 인기 캐릭터 IP(지식재산권)를 활용한 다채로운 콘텐츠를 선보인다.

시흥 프리미엄 아울렛 센트럴 가든에는 초대형 아이닝 입체 조형물과 20종 위시켓 전 라인업 포토존이 들어서 인기 캐릭터와 함께 특별한 추억을 남길 수 있다. 야간에는 주변 나무들에 전구를 밝혀 동화 같은 분위기를 조성한다.

/최빛나 기자