

온라인 식품거래액 47조… 유통·제조방식 ‘고객맞춤’ 진화

도드람 ‘프리미엄 돼지고기 구독’ 원하는 날짜에 매주 정기적 배송

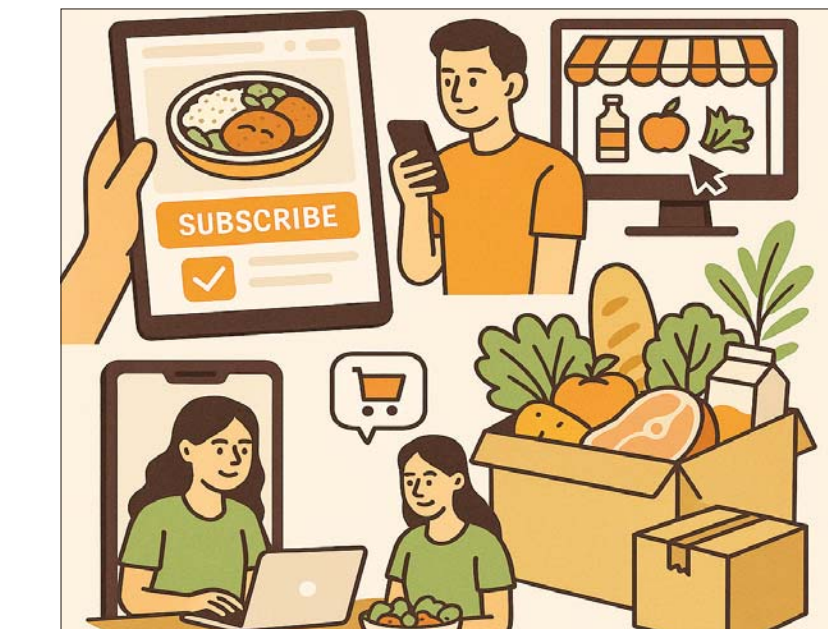
hy 프레딧 ‘식자재 정기구독’ 운영 유제품·두부·계란 등 식재료 취급

풀무원 자체개발 AI 추천서비스 **롯데** 쇼핑앱 ‘롯데마트 제타’ 출시

터치 한 번으로 밀키트, 샐러드, 간편식은 물론 고급 식재료까지 문 앞에 도착하는 시대다. 코로나19를 거치며 급격히 성장한 온라인 식품 시장이 이제는 하나의 ‘일상’으로 자리 잡은 가운데, 2030세대를 중심으로 한 비대면 소비 트렌드가 식품 유통과 제조 방식까지 송두리째 바꾸고 있다.

15일 통계청에 따르면 지난해 온라인 쇼핑 식품 거래액은 47조360억원으로 전년 대비 15.6% 증가했다. 2022년도(36조1408억원)와 비교하면 30.1% 늘어난 수준이다.

특히 2030세대의 비중이 눈에 띈다. 통계청 온라인쇼핑 동향 조사에 따르면, 2024년 온라인 식품 구매자 중 20~39세 소비자 비중은 약 58%로 모든 연



챗GPT로 생성한 식재료 모바일·온라인 구매 이미지.

령대 중 가장 높은 비율을 차지했다. 이들은 식품을 단순 구매 대상이 아닌 ‘경험’으로 받아들이며, 정기구독형 식단, SNS 기반 간식 리뷰, 라이브커머스를 통한 실시간 구매 등 새로운 소비 방식에 익숙한 것으로 나타났다.

품목별로는 가정간편식(HMR), 밀키트, 고단백 간식, 건강기능식품의 판매 증가율이 두드러졌다. 특히 밀키트는

2020년 이후 연평균 20% 이상 성장하며 단순한 ‘요리 편의 상품’에서 ‘맛집 웰리티 체험 상품’으로 진화 중이다.

이에 식품 기업들은 앞다퉈 온라인 전용 브랜드를 출시하거나 자사몰을 중심으로 한 정기 구독 서비스를 강화하고 있다.

도드람은 네이버 브랜드스토어를 통해 ‘프리미엄 돼지고기 구독 서비스’를

문칭하며 소비자 맞춤형 정기 배송 시장에 뛰어들었다.

소비자가 원하는 날짜에 맞춰 매주 신선한 도드람한돈 제품과 인기 간편식을 정기적으로 배송받을 수 있도록 했다. 주마다 달라지는 상품 구성을 통해 다양한 요리 경험을 제공한다.

hy가 운영하는 온라인몰 프레딧도 식자재 정기 구독 서비스를 운영 중이다. hy의 유제품 외에 두부, 계란 등 다양한 식재료를 취급한다. 특히 지난해 12월 기준 계란의 정기 계약 건수와 주문수량은 전년 동원 대비 14.5%, 17.8% 증가했다. 매출 1위 제품인 잇츠온 무항생제 신선란 10구는 정기계약 수가 월 1만건을 넘어섰다.

한 가지 품목만 구매해도 무료로 배송받을 수 있는 프레딧 정기 구독 서비스에 대한 관심은 꾸준히 증가세다. 자체적으로 제공하는 할인, 적립 혜택도 고객에게 긍정적인 반응을 이끌어 내고 있다.

풀무원의 자사몰 ‘샵풀무원’은 자체 개발한 인공지능(AI) 추천 서비스를 오픈해 쇼핑 편의 향상을 돕고 있다. 메인 화면에서 취향이 비슷한 다른 고객이 구매한 상품을 알고리즘으로 띄워

추천 신뢰도를 높였다.

유통 기업 중에서는 롯데가 온라인 식료품 시장에서 진가를 발휘하기 위한 체비에 나섰다. 30여년간 대형마트와 슈퍼마켓을 운영하며 쌓은 식료품 유통 노하우를 온라인에 접목하고, 1조원대 물류 플랫폼 투자를 병행하며 승부수를 띄운 것.

롯데는 이달 1일부터 온라인 그로서리 쇼핑 전용 앱 ‘롯데마트 제타’를 출시했다. 고도화된 AI 기술을 활용해 고객의 구매 이력을 중심으로 소비 성향과 구매 주기 등을 종합적으로 분석한 뒤 개인 취향에 맞는 상품을 골라주고, 고객이 상품 배송 시간을 선택하면 재고 수량을 파악해 배송 시간대에 구매할 수 있는 상품을 보여주는데 핵심이다.

업계 관계자는 “온라인 식료품 구매가 활발해진만큼 업계는 차별화하기 위한 다양한 서비스를 제공하고 있다. 특히 정기 배송 서비스의 편리함을 경험한 소비자들이 해당 서비스를 지속적으로 이용할 가능성이 높다”며 “기업 입장에서는 고객 락인 효과로 이어질 수 있고, 구매 이력을 토대로 상품 제안을 할 수 있어 추가 상품 구매로 유도할 수 있다”고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

동원그룹 ‘글로벌 식품 디비전’ 출범

동원산업이 동원F&B 자회사 편입 국내외 식품 4개사 사업군으로 묶어

동원그룹이 글로벌 식품 사업을 대폭 강화하기 위해 사업구조 재편에 나섰다. 지주사인 동원산업이 계열사인 동원F&B를 100% 자회사로 편입하고, 국내외 식품 4개사를 사업군(Division)으로 묶기로 했다. 이를 통해 흩어져 있는 식품 사업 역량을 한데 모아 시너지를 창출하며, 글로벌 식품 시장에서 제2의 도약을 이뤄낼 계획이다.

동원산업과 동원F&B는 전날 이사회를 열고 포괄적 주식교환 계약 체결안을 의결했다고 15일 밝혔다. 이에 따라 동원산업은 보통주 신주를 발행해 동원F&B 주주에게 1(동원산업):0.9150232(동원F&B)의 교환 비율로 지급할 예정이다. 양사의 주식교환 비율은 자본시장법 시행령에 따라 산정됐다. 주식교환이 마무리되면, 동원F&B

는 동원산업의 100% 자회사로 편입되고 상장 폐지된다.

양사는 주식교환 안건을 의결하기 위한 주주총회를 6월 11일(잠정) 개최할 계획이다. 반대하는 주주는 주식매수청구권을 행사할 수 있으며, 청구 가격은 관련 법령에 따라 동원산업 3만5024원, 동원F&B 3만2131원으로 결정됐다. 동원산업의 신규 발행주식 수는 주식매수청구가 종료되는 7월 1일 이후 최종 확정될 예정이다.

동원산업은 동원F&B 100% 자회사 편입 이후 동원푸드, 스타키스트(Starkist), 스카사(S.C.A SA) 등 식품 관련 계열사를 ‘글로벌 식품 디비전(Division)’으로 묶어 글로벌 사업의 전략적 추진과 시너지 창출을 달성할 계획이다. 이를 통해 그룹 식품사업의 해외 매출 비중을 2024년 기준 22%에서 2030년까지 40%로 늘릴 계획이다.

구체적으로는 계열사에 흩어져 있는 R&D 조직을 ‘글로벌 R&D 센터’로 통

합해 글로벌 시장에서 경쟁할 수 있는 신제품 개발에 주력한다. 2024년 기준 0.3%(매출액 대비 연구개발비 비중)인 R&D 예산을 2030년까지 1%대로 3배 이상 확대할 계획이다. 또한, 미국 자회사인 ‘스타키스트’의 광범위한 유통망을 활용해 북미 및 중남미 시장의 판로 개척을 가속화하기로 했다. 그 일환으로 기존 동원F&B와 스타키스트의 스테디셀러로 구성된 결합 상품을 출시하는 동시에 통합 R&D를 통한 신제품도 함께 선보일 계획이다.

동원F&B는 동원산업 산하의 참치 어획·캔가공 자회사인 세네갈의 스카사_S.C.A SA(Societe de Conserverie en Afrique Sa), 캡센_CAPSEN, S A(Compagnie Africaine de Peche au Senegal, Societe Anonyme) 등과 협업도 추진할 계획이다. 이는 중장기적으로 중동과 유럽시장 진출의 교두보가 될 것으로 전망된다. /신원선 기자

롯데마트, 엘포인트 회원에 양고기 40% ↓

내일부터 30일까지 행사

롯데마트가 이달 17일부터 30일까지 전 지점에서 양고기 전 품목을 대상으로 엘포인트 회원에게 최대 40% 할인 혜택을 제공한다고 15일 밝혔다.

롯데마트에 따르면, 대표 상품으로 ‘양 숄더랙’, ‘양 삼겹살’, 이색 양고기 바베큐로 사용되는 ‘양 사태’ 등을 마련했다. 양 숄더랙은 엘포인트 회원 대상 40% 할인된 가격에, 양 삼겹살은 정가 대비 2000원 할인된 가격에, 양 사태는 기존 가격보다 30% 저렴한 가격에 각각 선보인다.

롯데마트는 같은 기간 양고기 브랜드 ‘동원청정람’ 신규 출시를 기념해, 주한 호주대사관 무역투자대표부와 함께 600



롯데마트 브랜드 관계자들이 호주산 양고기 상품을 소개하고 있는 모습. /롯데마트

만원 상당의 경품 이벤트도 선보인다. 주요 경품으로는 ‘호주 왕복 항공권’, ‘호주 청정람 숄더랙 선물세트’, ‘이슈 핸드크림’ 등이 있다. 롯데마트에서 일정 금액 이상 양고기를 구매하면, ‘롯데마트GO’ 애플리케이션에 접속하면 경품 추첨에 응모할 수 있다. /안재선 기자 wotjs4187@

하림, 피지컬500에 ‘오! 늘단백’ 지원

대회 공식 후원사로 참여

종합식품기업 하림이 오는 19일 강원도 강릉 강문해변 마슬비치에서 열리는 피트니스 서바이벌 대회 ‘피지컬500’에 공식 후원사로 참여한다고 15일 밝혔다.

‘피지컬500’은 국내 피트니스 브랜드 ‘삼대오백’이 주최하고, ‘세인트존스호텔 강릉’과 국내 밀리티리 컨설팅 업체 ‘티어원브로스’가 공동 주관하는 대회이다. TV 프로그램 ‘강철부대’ 마스터 교관으로 잘 알려진 최영재 티어원브로스 대표가 설계한 실전형 코스에서 체력과 순발력, 지구력이 요구되는 다양한 미션을 통해 최종 우승자를 가리게 된다. 총 우승상금 1000만원에, ‘피지컬 100’ ‘강철부대’ ‘강철부대W’ 출연진이

교관으로 참여할 예정이라 벌써부터 관심이 뜨겁다.

하림은 탁 트인 자연에서 자신의 한계를 시험하는 이번 대회 공식 후원사로서 참가자 전원에게 ‘오! 늘단백’ 단백질 음료 3종과 단백질바 2종을 지원한다. 우유 단백질(동물성), 대두 단백질(식물성), ICBP(분리닭가슴살단백질) 등 3종 복합단백질을 최적의 비율로 설계해 고강도 운동 전후에 단백질을 보충하기 좋은 제품이다.

먼저 단백질 음료는 하림 ‘오늘단백 라떼’ 3종(돌체라떼, 카라멜라떼, 초코라떼)이다. 단백질 음료 특유의 텁텁함과 비릿한 맛을 개선한 부드럽고 달콤한 라떼 맛을 저장·저지방으로 즐길 수 있다. /신원선 기자

롯데아울렛, 400개 브랜드 ‘블랙 슈퍼 쇼’

18~20일 3일간 봄시즌 초대형 행사

롯데아울렛이 이달 18일부터 20일까지 전 지점에서 봄 시즌 초대형 할인 행사 ‘블랙 슈퍼 쇼’를 진행한다고 15일 밝혔다.

블랙 슈퍼쇼는 전 상품군에 걸쳐 대규모 할인과 고객 혜택을 제공하는 행사로, 총 400여 개 브랜드가 참여한다. 특히, 지포어, 마이클코어스, 뉴발란스 등 브랜드는 기존 아울렛 상시 할인가에 최대 30%의 추가 할인 혜택을 제공한다.

롯데아울렛은 먼저, 브랜드 인기 상품을 한자리에 모은 ‘초특가 기획전’을 마련했다. 나이키, 비아커, 토리버치 등 브랜드의 의류, 가방, 유모차 등 상품을 선보이며, 대표 상품으로는 나이키 ‘V2 K런’, 프리미엄 유모차 브랜드 에그의 ‘Z 삼패인 패더지이오’ 등이 있다.

체험형 콘텐츠 함께 운영한다. 롯데프리미엄아울렛 전 점포에서는 토, 일 이틀 동안 구매영수증을 지참한 고객을 대상으로 ‘디지털 퀵 드로잉 캐리커처’ 이벤트를 진행한다. /안재선 기자

신라면세점 ‘신라로 오라잇’ 행사

신라면세점이 본격적인 여행 성수기를 맞아 이달 16일부터 신라인터넷면세점에서 ‘신라로 오라잇’ 행사를 진행한다고 15일 밝혔다.

신라로 오라잇은 ‘신라에서 쇼핑하라’는 의미를 담아 신라면세점이 올해 새롭게 선보이는 내국인 대상 행사다.

▲모여라잇 ▲즐거라잇 ▲떠나라잇 총 세 가지 테마로 운영되며, 전 카테고리 상품을 최대 85% 할인가에 공한다. /안재선 기자