

# 캠핑장 전기·가스 사용 제한...유통업계 초비상

### 관광법 개정안 내달 4일부터 시행...캠핑용품·아웃도어 업체 직격탄

### 간편식 출시한 식품업체도 먹구름...비상대책위 꾸려 대책 마련키로

캠핑장에서 전기와 가스 사용이 제한되는 관광진흥법 개정안이 다음 달 4일 시행됨에 따라 유통업계에도 비상이 걸렸다. 지난해 캠핑인구가 300만명에 육박하고, 6000억원대 시장으로 급성장함에 따라 캠핑을 새로운 먹거리로 정했던 패션·식품·아웃도어업계의 계획에 먹구름이 드리웠기 때문이다.

관광진흥법 개정안 시행은 캠핑인구 급감으로 이어질 가능성이 크다. 캠핑장에서 전기장판을 사용하지 못할 경우 6~8월, 한여름을 제외하고는 캠핑을 하기 쉽지 않기 때문이다. 텐트 안에서

가스를 사용하지 못하는 것도 가을·겨울 캠핑에는 걸림돌이다. 텐트와 캠핑장비 등을 판매하는 아웃도어 관련 업체들은 캠핑인구 감소에 따른 직격탄을 맞을 상황이며, 캠핑족을 노린 식품업체도 출시가 잇따랐던 식품업체도 난색을 보이고 있다.

코베아와 코오롱스포츠 등 아웃도어 업체들은 매출과 이익에 직접적인 손해를 볼 상황이다. 캠핑 시장이 위축되면 텐트와 캠핑장비가 팔릴 리가 없기 때문이다.

특히 올 초 메르스(중동호흡기증후군) 여파로 캠핑 용품 판매

가 줄어든 상황에서 휴가철을 맞아 회복을 노리고 있다가 날벼락이 맞았다. 실제로 롯데마트와 이마트 등에 따르면 올해 상반기 텐트 등 캠핑용품 매출은 전년대비 18~20% 감소했다.

이에 따라 업체들은 캠핑 동호회와 사단법인 등과 함께 공동대응비상대책위원회를 꾸려 정부에 관광진흥법 개정안에 대한 대안을 제시하는 등 대책 마련에 나서고 있다.

코베아 관계자는 "올해 국무총리 표창을 받는 등 국가가 인정한 안전 제품임에도 국내 판매가 사실상 금지되는 것"이라며 "효율적으로 개정안이 수정되길 바란다"고 말했다.

캠핑 관련 제품을 출시하고 준비해온 식품업체도 울상이다. 식품 시장 정체를 뛰어넘을 카드로 캠핑을 택했는데, 시장이 제대로 크기도 전에 사라질 지경이기 때문이다.

그동안 식품업계는 앞다퉈 캠핑족들을 공략해왔다. CJ제일제

당과 대상, 동원F&B 등 주요 식품업체는 올 들어 캠핑장에서 간편하게 즐길 수 있는 간편식을 강화하고 있다. 주류업계도 파우치 형태의 와인 등 캠핑족을 노린 제품을 적극 개발하고 있다.

민약 개정안이 그대로 시행돼 캠핑 인구가 감소할 경우 식품업체들은 애써 마련한 캠핑 관련 마케팅, 제품 콘셉트를 바꿔야 할 상황이다.

CJ제일제당 경우 최근 선보인 '직화전골' 제품을 내년 100억원대 브랜드로 키울 계획이었으나 캠핑인구가 감소하면 이 같은 계획에도 차질이 생길 수밖에 없다.

업계 한 관계자는 "식품 업계는 직격탄을 맞지는 않았지만 전락을 수정해야 할 상황"이라며 "캠핑인구가 500만명까지 늘어날 것으로 보고 개발하고 있는 제품을 두고 고민 중"이라고 말했다.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr



## 열대야 물렸거라~ 야식·수면용품 인기폭발

모바일 앱 배달서비스 한달새 17%·e쿠폰 이용 107% 증가  
G마켓 메모리폼 베개·그물 매트리스 등 매출 전년비 4배 늘어

열대야 현상이 시작되면서 잠 못 이루는 밤 야식 판매가 늘어나고 있다. 숙면을 도와주는 상품 판매도 함께 증가한 것으로 나타났다.

28일 온라인 쇼핑사이트 G마켓(www.g-market.co.kr)에 따르면 최근 한달 동안(6월 20일~7월 19일) 오후 6시~오전 0시 사이 저녁 시간 모바일 앱 배달서비스 이용이 이전 1개월(6월 20일~6월 19일)보다 17% 증가했다.

모바일로 쿠폰을 구입해 음식을 사 먹을 수 있는 치킨·피자·햄버거 e쿠폰은 최근 한달간 지난해 같은 기간과 비교해 107% 증가했다.

야식 상품과 더불어 열대야에 편안하게 잘 수 있도록 도와주는 상품도 인기를 끌고 있다.

G마켓에서 최근 한달(6월 20일~7월 19일) 동안 침구류, 수면 건강용품 등의 제품 판매

가 품목별로 많게는 지난해 같은 기간과 비교해 4배 이상 늘어나는 등 일제히 상승했다.

기능성 베개 수요가 크게 늘어 메모리폼 베개 판매는 지난해 같은 기간보다 4배 이상(328%) 크게 증가했으며 라텍스 베개와 64%, 편백나무 베개 판매량도 91% 각각 늘었다.

열대야에 시원하게 잘 수 있는 메시(그물) 매트리스 판매는 지난해 같은 기간보다 4배 이상(322%) 상승했다. 라텍스 매트리스와 메모리폼 매트리스 매출은 각각 82%, 40% 늘었다.

같은 기간 귀마개와 소음방지 제품 판매는 지난해 같은 기간보다 141%나 증가했다. 코

골이 방지 제품은 153%, 수면안대·아이마스크는 68% 각각 상승했다. 같은 기간 향으로 숙면을 도와주는 디퓨저와 아로마 랩프·오일 판매는 지난해 같은 기간보다 각각 194%, 117% 증가했다.

김철희 G마켓 가구침구팀 팀장은 "헬빙과 힐링 열풍이 이어 숙면이 각광되면서 시장 규모가 점차 확대되고 있다"며 "G마켓에서도 열대야를 극복할 수 있는 상품부터 수면 건강을 지켜주는 다소 고가의 상품까지 전체적으로 수요가 증가하고 있다"고 말했다.

/연합뉴스

## 달콤한 추억의 맛

### 온라인 쇼핑몰, 전통과자 매출 전년보다 33%·음료 380% 증가

최근 추억의 먹거리인 전통과자와 음료 판매가 크게 늘어나는 등 인기를 끌고 있다. 맛보다는 과거의 추억을 소비하려는 사람이 많아진 탓으로 분석된다.

28일 온라인 쇼핑사이트 옥션(www.auction.co.kr)에 따르면 최근 한달(6월 24일~7월 23일)동안 전통과자 판매는 지난해 같은 기간과 비교해 33% 증가한 것으로 나타났다.

세부 항목으로는 같은 기간 전병, 소라과자, 강정 등 추억의 옛날과자 판매가 100%나 상승했으며 빵튀기와 건빵 매출도 10% 늘었다. 옛날 과자는 중·장년층에게는 추억을, 젊은 층에게는 호기심을 불러일으켜 모든 세대를 아우르는 인기를 얻고 있다고 옥션은 설명했다.

전통 음료 판매도 크게 늘었다. 같은 기간 전통음료 판매는 지난해 같은 기간보다 380% 증가했다.

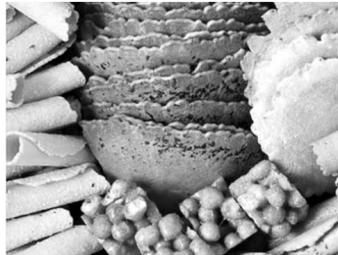
특히 쌍화차, 말린열매·씨앗차와 같은 혼합차(1445%)와 인삼·홍삼음료(3247%) 판매가 크게 증가했으며 식혜와 수정과 판매도 36% 상승했다.

원기회복이나 다이어트에 도움이 되는 전통 음료를 최근 건강한 삶을 추구하는 현대인들이 많이 찾게 되면서 인

기를 끌고 있다고 옥션은 설명했다. 메르스(중동호흡기증후군) 여파로 몸에 좋은 것을 찾는 사람들이 늘어난 것도 영향을 미친 것으로 분석된다. 아울러 옥션의 전통식품 판매자도 꾸준히 늘고 있으며 민들레진액, 산야초 등 이색 제품들로 판매품목도 확대됐다. 기존 전통식품 판매처는 좁은 상권을 가진 동네 소매상인 경우가 대부분이어서 새로운 판로 개척을 위해 온라인에 입점하는 사례가 많은 것이 옥션의 설명이다.

옥션 관계자는 "전통식품은 건강식이라는 인식이 보편화되어 있기 때문에 지속적으로 높은 인기를 끌 것으로 보인다"고 전했다.

/연합뉴스



## 집에서도 추어탕

### 이마트, 남원시와 '남원 추어탕' 공동개발 가정식 상품 출시

이마트가 '국산의 힘 프로젝트'의 일환으로 남원시와 공동 개발한 피코크 '남원 추어탕'을 선보였다고 28일 밝혔다. 지자체 협력 프로젝트의 일환으로 가공된 간편 가정식 상품(HMR)으로 출시한 것은 이번이 처음이다. 이를 시작으로 이마트는 국내 우수 농산물을 원료로 한 간편가정식 상품을 지속적으로 출시할 계획이다.

이마트는 지난 해 3월부터 남원시와 '남원 미꾸라지와 시래기'를 원료로 남원 추어탕 연구·개발에 돌입했고 1년4개월의 노력 끝에 '국산의 힘 피코크 1탄'인 '피코크 남원 추어탕'(6480원/500g)을 출시했다.

이번 상품 개발은 김일환 피코크 총괄 담당이 지난해 '국내 지역 맛집 상품화'의 일환으로 전국 맛집 탐방 중 남원 미꾸라지를 원료로 한 남원 추어탕의 상품 가치를 발견하며 시작됐다고 회사 측은 설명했다.

이후 이마트는 전북 남원시와 공동으로 '시에어 인증'하는 재료와 레시피로 '남원추어탕' 상품화 개발을 위한 업무협약을 지난 12월에 체결, 본격적인 상품 개발에 돌입했다.

'피코크 남원 추어탕' 판매에서 발생하는 수익금의 일부는 남원시 '추어 산업 발전 기금'으로 적립될 예정이다. 또한 이마트는 '피코크 남원 추어탕' 상품 후면(後面)의 50% 가량을 할애해 '남원 추어탕 거리'와 '관한루원' 등 지역 명소를 알리는 문구와 남원시 관광 안내 QR코드 및 지도 등을 실게된다.

앞으로 이마트는 '피코크 남원 추어탕'을 신세계 그룹 내 전 유통 채널에서 판매한다는 계획이다. 또 중국을 비롯해 베트남, 몽골 등 이마트 해외 점포에도 '피코크 남원 추어탕'을 공급할 예정이다.

/김대성기자 bigkim@



우리가 꿈꾸는 세상  
서남권의 중심호텔

## 목포 상그리아비치관광호텔

모든 분들의 관심과 협조에 힘입어 국내 외·귀빈과 V.V.VIP 행사들을 성공적으로 치뤄내어 서남해안 관광산업과 목포의 브랜드 가치를 높이는데 기여하고 있습니다.

상그리아호텔 홍보대사 김연자·김성환

평화광장과 영산강이 한눈에 바라보이는 탁트인 전망과 내집처럼 편안한 분위기를 느껴보세요.

최신시설과 고급인테리어로 새롭게 탄생한 웨딩홀! 여유로운 시간, 하루 한달만 예약!!

웨딩 및 피로연 가족모임 각종 연회 세미나 들뜬치 등

### 상그리아비치관광호텔

SHANGRIA BIACH TOURIST HOTEL

530-390 전라남도 목포시 평화로 79(상동)

예약문의 (061)285-0100