

“혼밥족 잡아라”... 편의점 ‘도시락 삼국지’

세븐일레븐, 뷔페처럼 골라먹는 도시락 출시 GS25, 스파게티·비빔면 등 면요리 잇따라 CU ‘풍천민물장어 도시락’ 등 보양식 승부수

유통업계 ‘최전방’ 편의점들이 치열한 ‘도시락 전쟁’을 벌이고 있다. 소비자들과 가장 밀접한 편의점이 1인 가구와 혼밥족 등 식사장소로 떠오르면서 도시락이라는 고지를 선점하기 위한 경쟁이 치열하다. 여름철 보양식부터 뷔페식까지 다양한 제품 개발에 나서는 등 연일 ‘신무기’를 들고 전쟁터로 나오고 있다.

9일 편의점 세븐일레븐에 따르면 세븐일레븐은 지난 8월 ‘뷔페식 도시락’이라는 강력한 무기를 선보였다. 뷔페처럼 메뉴를 골라 먹을 수 있는 도시락 시리즈로, 지난 달 전국 팔도의 유명 먹거리를 활용한 ‘맛 8도시락’에 이은 두번째 전략 상품이다.

밥류와 반찬류가 각각 5종씩 총 10가지 메뉴로 구성돼 있으며 소비자 취향에 맞춰 밥과 반찬을 따로 골라 구입할 수 있다.

미래 편의점의 핵심 전략을 ‘FFS’(Fresh Food Store)로 정한 세븐일레븐은 차별화된 도시락 상품개발에 주력하고 있다. 자신의 입맛대로 나만의 메뉴를 구성해서 즐기는 ‘푸드죽’(Fooddiy) 트렌드에 따라 소비자 취향에 맞는 뷔페식 도시락을 준비했다는 것이다.

여기에 맞서 편의점 GS25는 국수와 스파게티 등 완성된 면 요리 제품으로 잇달아 출시하면서 도시락 시장 변화를 꾀하고 있다. 지난 5월 면 전용 공장까지 설립한

GS25는 ‘자신있다면 스파게티 2종’을 출시한 뒤 곧이어 김치말이국수와 비빔면을 출시해 호응을 얻은 바 있다.

면 제품으로 도시락 경쟁에 나선 GS는 최근 여름철 조리면 ‘유어사자루소바’를 새롭게 선보이고 나섰다. 자루소바는 메밀가루 함량 89%의 메밀면과 풍չ진 면을 부드럽게 풀어주는 면풀이 소스, 면을 찍어 먹는 소스인 쫄우루 구성돼 있다. 여기에 사이드 메뉴로 튀김만두도 포함돼 있다.

편의점 CU는 지난달 ‘보양식’으로 승부수를 띄웠다. 올해 유독 무더운 날씨에 보양식을 찾는 사람들이 늘어나면서 지역 특산품을 접목한 보양식 도시락 제품을 ‘원기회복 시리즈’(여름한정)를 들고 전장에 뛰어든 것이다.

고창의 대표적 특산물인 ‘풍천민물장어 도시락’은 편의점 도시락치고 9900원이라는 비교적 비싼 가격에도 큰 인기를 끌었

고. ‘완도산 전복 녹차 렌틸 컵밥’과 ‘복날 혼제오리 도시락’도 많은 관심을 받았다.

이처럼 편의점 도시락이 인기를 끌고 있는 이유는 집이나 회사 근처 등 언제든지 끼니를 때울 수 있는 곳이 편의점이기 때문이다. 가격도 저렴하고 24시간 찾아갈 수 있는데다, 혼자서도 부담없이 식사를 즐길 수 있어서다.

한끼를 먹어도 제대로 먹자는 사회분위기가 더해지면서 편의점 업계도 우위를 선점하기 위한 고퀄리티의 신제품을 출시와 마케팅에 열을 올리는 것으로 분석된다.

편의점 업계 관계자는 “불경기나 이어지면서 저렴한 가격에 즐길 수 있는 도시락의 인기가 이어지고 있다”이라며 “편의점을 넘어 대형마트와 배달업체 등 도시락 경쟁이 치열해지면서 가격대비성능이 뛰어난 상품이 계속 출시될 것으로 보인다”고 말했다.

/박기용기자 pboxer@kwangju.co.kr



롯데백화점 광주점 지하1층 식품코너에서 고객들이 소포장 한끼밥상 코너를 둘러보고 있다. <롯데백화점 광주점 제공>

롯데백화점 광주점 ‘한끼 밥상’ 코너 오픈

채소·고기 등 소포장 판매

롯데백화점 광주점이 혼밥족을 위해 한끼 분량으로 소포장한 상품코너 ‘한끼 밥상’을 선보인다.

롯데백화점 광주점은 지난 6일 지하 1층 식품코너에 극소포장 상품 코너 ‘한끼 밥상’을 정식 오픈했다.

앞서 롯데백화점 소공점 본점에서 시범적으로 운영했던 한끼밥상 코너가 첫날 평균 이용자가 160여명에서 한 달새 240명으로 50%가 늘어난 등 소비자들의 호응에 따른 것이다.

‘한끼밥상’ 코너에서는 농·수·축산 등 다양한 식품 상품군에서 엄선한 총 100여개 품목이 마련돼 있다.

중량은 일반 상품 대비 60~90% 이

상. 소포장 상품의 절반 이상 출인 게 특징이다. 평균가격은 채소류 1000원, 소고기 6000원, 돼지고기·생선·과일은 3000원 선에서 판매되고 있다.

다양한 제철 과일을 도시락 형태로 구성된 상품도 중량을 150~260g으로 낮췄다.

롯데백화점 광주점 양도원 식품팀장은 “소포장 제품의 경우 신선도 유지를 위해 특수포장이 필요하고 가공 절차도 몇 단계 더 거쳐야해 일반 상품과 가격차가 발생할 수는 있다”며 “하지만 매년 1인 가구가 증가하면서 신선한 식품을 버릴 것 없이 소비할 수 있는 극소포장 상품에 대한 수요는 증가하고 있다”고 설명했다.

/박기용기자 pboxer@kwangju.co.kr

“추석 선물세트 미리 예약 하세요”

롯데백화점 광주점 예약판매

롯데백화점 광주점은 추석명절을 앞두고 다음달 10일까지 ‘추석 선물세트 사전예약판매’를 진행한다고 9일 밝혔다.

이번 사전 예약판매는 올해 유난히 긴 추석연휴로 미리 선물을 보낸 뒤 장기간 휴가를 계획하고 있는 고객을 고려해 지난 해보다 10여일 앞당겨 진행하게 됐다.

추석 선물세트 상품으로는 한우갈비·정육, 굴비, 전복, 와인, 건강기능 세트 등이 준비돼 있으며, 품목에 따라 최고 50%까지 특별 할인을 받을 수 있다.

특히 전채 품목 중 5만원 이하의 실속형 상품 비중이 지난해 대비 14% 늘었다.

대표상품으로는 ‘롯데백화점 37주년 창립 와인세트’(4만5000원)와 ‘고추장 굴비

3종 세트’(5만원), ‘생명물간장 명진 7호’(2만7000원) 등이다.

상품별로는 와인을 비롯해 비타민과 홍삼 등 건강 상품을 최대 50% 할인 판매된다. 한우, 한아름 갈비 등 정육세트와 사과, 배 등 과일세트, 건과 및 껏감 세트는 최대 10~25%, 영광 범성포 굴비세트 1~7호 품목은 20% 저렴하게 구입할 수 있다.

또 추석 대목 특수를 선점하기 위해 범인기업체 및 단체주문 고객에 대한 선물상담 T/F팀도 구성했다.

롯데백화점 광주점 양도원 식품Floor장은 “사전 예약판매 기간을 활용하면 명절 선물세트를 합리적인 가격으로 편리하게 구매할 수 있다”고 말했다.

/박기용기자 pboxer@kwangju.co.kr



락피쉬 인기 (주)광주신세계(대표이사 임훈) 6층 행사장에 입점한 브랜드 ‘락피쉬’ 매장에서 고객이 제품을 살펴보고 있다. 팝업스토어로 입점해 오는 31일까지 판매하는 락피쉬 제품 가격대는 우븐슈즈 4만9000원~5만9000원, 크루셜 슬립은 8만6000~19만8000원 선이다. <광주신세계 제공>

“유통·소비재 기업 3곳 중 1곳 4차 산업혁명기술 투자”

회계법인 삼정KPMG 설문

글로벌 유통·소비재 기업 3곳 중 1곳은 챗봇과 사물인터넷 등 4차 산업혁명 기술에 투자하는 것으로 조사됐다.

회계법인 삼정KPMG는 글로벌 파트너사 KPMG가 지난 3~4월 글로벌 유통·소비재 기업 임원 526명을 대상으로 기술투자 현황을 설문 조사한 결과 37%가 챗봇에 투자하는 것으로 나타났다고 9일 밝혔다.

이어 사물인터넷과 3D 프린팅(각각 33%, 로보틱스(32%), 지형공간정보 기술

(31%) 등이 뒤따랐다.

2년 후 투자계획에 대해서는 사물인터넷과 360도 비디오(각각 44%), 3D 프린팅과 증강·가상현실(각각 42%), 지형공간정보 기술(41%) 등을 고려 중이라고 답했다.

이들 기업은 또 향후 2년간 성공적인 비즈니스를 위한 핵심 이슈로 고객 로열티와 신뢰회복(40%)을 가장 중요하게 고려하고 있었다.

소비자의 행동패턴으로는 브랜드에 대한 고객 로열티 감소(48%)와 온라인을 통한 상품 탐색 및 구매 확대(33%) 등을 예상했다.

/연합뉴스



아니 벌써!... 가을 마케팅 나선 광주신세계

패션·뷰티 브랜드 선보여

(주)광주신세계(대표이사 임훈)가 발매한 가을 마케팅에 나섰다. 일부 패션·뷰티 브랜드에서 가을 신제품을 잇달아 선보이며 유행에 민감한 고객들을 선점하겠다는 계획이다.

광주신세계 7층 브랜드 ‘맨 온 더 분’에서는 세련된 가을 패션 아이템을 다양하게 준비했다. 특히, ‘가을’ 하면 떠오르는 체크패턴 라인을 강화했다.

지난해 9월 광주신세계에 오픈한 ‘맨 온 더 분’은 신세계인터넷서널 브랜드로 남성 비즈니스 편집숍이다.

하성준 광주신세계 남성패션 팀장은 “이번 F/W 상품은 럭셔리 클래식을 지

향하며 고급 수입 원단의 비율을 더욱 높였다”고 설명했다.

30대부터 50대 이상까지 폭 넓은 고객 연령층을 보유한 4층 ‘더 캐시미어’에서도 브라운과 카키색 가을니트를 선보이며 여성 공략에 나섰다.

이탈리아 및 스코트랜드 캐시미어를 사용해 고급스러움이 느껴지는 제품들로 가격은 35만~50만원 선으로 다양하다.

아직 한여름이지만 뷰티 업체도 가을과 어울리는 색조 제품을 전면에 내세웠다. 많은 사랑을 받고 있는 대표적 색조 브랜드 MAC에서는 지난해 가을에 이어 올해도 버건디 컬러를 대표 제품으로 내세웠다.

/박기용기자 pboxer@kwangju.co.kr

북구, 삼각동 대지

- 광주 북구 삼각동 147-4, 11, 15, 209, 209-1
- 31사단, 삼일아파트 지나서 옆마을
- 대지 516평, 필지별 매매가능
- 도시지역, 제1종 일반주거지역
- 아파트 예정 후보지 1순위 지역
- 단기간 투자 최고지역
- 매매 - 평당 200만원 (조정가)
- 주인직매

H. 010-3605-5000

리조트 콘도/무인텔

- 전남 화순군 도곡면 천암리 748
- 도곡 온천지구 내 숙박시설
- 대지 2980평, 건물 1055평
- 3개동, 객실 52개, 각 개별등기
- 감정가/시세 60억
- 매매 36억
- 온천지구 내 “직업 테마 파크” 등
- 600억 투자 예정
- 상담문의

H. 010-3605-5000

나주, 다도면 임야

- 나주시 다도면 판촌리 산191-17
- 한전(KPS) 연수원 인근
- 임야 1423평, 보전관리지역
- 혁신도시 15분, 남평에서 10분
- 모든업종 개발가능
- 호수를 품은 최고의 전망
- 매매 - 평당 70만원
- 주인직매

H. 010-3605-5000