

'5월 가정의달'에도 슈퍼마켓은 먹구름

2분기 소매유통 경기전망 슈퍼마켓 75로 매우 부진 백화점·대형마트 등 호전 기대...정부 규제완화 절실

5월 가정의 달, 가정에서는 연중 지출이 가장 많은 달에도 불구하고 유통업체의 전망을 밝지 않다.

백화점들은 2분기 소매유통 전망이 호전될 것으로 기대한데 반해 동네 슈퍼마켓은 어둡다고 내다봤다. 어린이날·어버이날·스승의날 등 지갑이 가장 많이 열리는 분기이지만, 소비심리가 살아나지 않을 것이라는 전망이다. 그만큼 경기가 좋지 않다는 의미다.

17일 광주상공회의소에 따르면 광주 67개 소매 유통업체를 대상으로 '2019년 2분기 소매유통업 경기전망지수(RBSI)'를 업체별로 조사한 결과, 슈퍼마켓 지수는

75로 매우 부진할 것으로 전망했다.

반면, 백화점은 RBSI 125로 좋아질 것으로 기대했다. 대형마트(100)와 편의점(100)은 전분기와 별반 차이가 없을 것으로 예상했다.

소매유통업 경기전망지수(RBSI)는 유통업체들의 현장체감경기를 수치화한 것으로, 지수가 100을 넘으면 경기가 호전될 것으로 예상하는 업체가 더 많고, 100 미만이면 경기가 좋지 않을 것으로 보는 업체가 많다는 의미다.

백화점은 경기전망을 설이 포함됐던 전분기와 동일하게 125로 내다봤다. 가정의 달 특수를 긍정적으로 전망한 것으로 보인다.

다.

대형마트(91→100)는 나들이 활동 등으로 식품 등의 매출이 늘어날 것으로 예상하면서도 저가 위주 소량구매 패턴과 온라인 채널과의 경쟁 심화 등으로 마진이 개선되기는 어려울 것으로 내다보고 있다.

하지만, 편의점(72→100)은 음료 등 주력상품의 판매 증가에도 불구하고 경기 침체와 최저시급 상승 등으로 체감 경기가 크게 호전되지 않고 있고, 슈퍼마켓(80→75)은 소비 위축과 동네상권과의 경쟁 심화, 인건비 상승 등으로 전분기보다 오히려 어려워질 것으로 예상했다.

광주지역 전체 소매 유통업체들이 2분기 전망한 RBSI는 전분기(92)보다 7포인트 상승한 99로 2분기 연속 기준치를 밑돌았다.

소매 유통업체들의 2분기 고용전망과 관련해 "전분기와 비슷할 것이다" (86.6%), "악화할 것이다" (11.9%), "호전될 것이다" (1.5%) 등으로 답해 호전에 대한 기대감이 매우 낮았다.

2분기 경영실적에 영향을 미치는 예로 요인으로 '소비심리 위축' (43.3%), '비용 상승' (32.8%), '업체 간 경쟁심화' (11.9%), '상품가격 상승' (4.5%), '정부 규제' (4.5%) 등을 꼽았다.

유통산업 경쟁력 향상을 위해 정부가 가장 노력해야 할 과제로 '규제완화' (56.7%)를 가장 많이 들었고, '제조업 수준의 정책지원' (14.9%), '전문인력 양성' (4.5%), '신기술 개발 및 사업화 지원' (3.0%) 순으로 답했다.

/박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

지금까지 이런 가격은 없었다 롯데마트, 최저가 행사 커피믹스 등 16개 상품



"여름 미리 맛보세요" 롯데백화점 광주점 지하1층 식품매장에서는 고당도 하우스 수박을 선보이고 있다. 하우스 수박은 경남 함안에서 재배된 수박으로 당도는 12~13브릭스 정도로 여름 수박보다도 당도가 더 높다. 가격은 1통(7Kg) 2만3000원에 판매한다.

창립 21주년을 맞은 롯데마트 18일부터 5월1일까지 16개 품목을 온-오프라인 최저가로 선보인다고 17일 밝혔다.

최저가 상품은 제품군 별로 일주일당 8개씩 나온다.

18일부터 일주일간 선보이는 8개 제품은 커피믹스, 김, 탄산수, 베이컨, 시리얼, 비빔면, 액체 세제, 물티슈다.

롯데마트는 이들 제품 가격을 경쟁관계인 대형마트나 온라인쇼핑몰의 가격보다 더 저렴하게 책정할 방침이다.

행사 둘째 날인 19일부터는 매일 오전 9시를 기준으로 이들 업체와 가격을 비교해 하루 한 번 최저가로 가격을 변경할 예정이다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

가스 못잡고 경보음 안 들리고... '강릉펜션 사고' 재발 막겠나

소비자원, 경보기 36% 성능 미흡

지난해 강릉 펜션 일산화탄소 중독 사고 이후 숙박시설에 일산화탄소 경보기 설치가 의무화됐지만, 시중에 판매되는 제품 중 일부는 여전히 성능이 떨어지는 것으로 나타났다.

17일 한국소비자원에 따르면 시중에 유통 중인 일산화탄소경보기 14개(건전지 전원형 13개, 교류 전원형 1개) 제품을 대상으로 성능을 시험 한 결과, 이중 35.7%

인 5개 제품에서 일산화탄소 감지나 경보 음량 성능이 미흡했다.

일산화탄소 경보기는 공기 중 일산화탄소 농도가 250ppm(1차 경보농도)일 때 5분 이내, 550ppm(2차 경보농도)일 때는 1분 이내에 경보를 울려야 한다.

오경보를 막기 위해 50ppm(부작동 농도)에서 5분 이내에는 작동하지 않아야 하고 경보 음량은 70dB 이상을 유지해야 한다.

다만 시중에 판매되는 제품의 대부분이

건전지 전원형인 만큼 소비자원은 이 기준을 바탕으로 시험을 진행했다.

그 결과, 14개 제품 중 5개(건전지형 4개, 교류전원형 1개)가 성능 기준을 충족하지 못했고, 이 가운데 4개 제품은 1차·2차 경보농도에서 작동하지 않거나 오작동했다. 3개 제품은 경보 음량이 52~67dB 수준으로 기준을 충족하지 못했고, 2개 제품은 경보농도와 음량 모두 미흡했다.

특히 교류전원형 1개 제품은 1·2차 경보 농도와 부작동 농도에서 모두 오작동한 것

은 물론 음량 기준도 충족하지 못했다.

소비자원은 저농도의 일산화탄소도 장시간 흡입할 경우 저산소증을 유발할 수 있는 만큼 국내 경보농도 기준을 강화할 필요가 있다고 설명했다.

유럽연합과 미국의 경우 최저 경보농도 기준을 각각 50ppm과 70ppm으로 규정하고 있지만, 우리나라는 250ppm으로 정하고 있어 저농도에 장시간 노출되는 사고를 예방할 수 없기 때문이다.

유럽연합(EU) 기준에 따르면 시험대상 제품 14개 중 13개 제품이 제대로 작동하지 않았다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

"우리집은 피부과" 홈 뷰티족 뜬다

이마트, 스킨케어기기 전년비 203% 매출 시장



미세먼지가 극심하다. 집 밖으로 나가지 않으려 한다. 그러다보니 홈 스킨 케어가 뜨고 있다.

광주지역 이마트에 따르면 올해 들어 지난 16일까지 스킨케어기기 203.4%, 웨이셜 마스크 117.5%, 보습용품 47.3% 신장했다. 특히, 스킨케어기기는 지난해보다 203.4%, 2017년보다 114.7% 신장됐다.

피부관리를 미모를 관리하는 여성들만의 전유물에서 그루밍족(패션과 미용에 아낌없이 투자하는 남성들) 증가와 증가와 일상화된 미세먼지로 각종 피부 트러블로부터 자신을 지키는 건강관리로 인식이 변화하면서 남녀노소를 불문하고 깨끗하고 하얗고 탄력있는 피부를 유지하는 것에 초점이 맞춰지고 있다.

특히, 요즘과 같은 날에는 미세먼지와 건조한 날씨의 영향으로 계절변화에 적응하지 못한 피부 면역력이 저하되어 피부 트러블 발생에 주의해야 하며 피부 진정과 더불어 피지와 각질 제거 등 기초 스킨 케어가 중요하다.

이에 피부관리도 선포다. 피부과나 피부관리실에서 전문가의 도움대신 개인용 가정에서 쉽고 간편하게 피부를 관리하는 것으로 분석됐다.

LG전자 프라엘(Pra.L)은 LED 마스크 '더마 LED 마스크'와 탄력 관리 기기 '토탈 리프트업 케어', 화장품 흡수 돕는 '갈바닉 이온 부스터', 클렌징 기기 '듀얼 모션 클렌저' 등 4종으로

구원된 홈 뷰티기기다.

전문적인 피부관리를 집에서도 혼자 할 수 있다는 장점으로 4종 구매시 180여만원의 가격임에도 지난17년 12월 이마트 출시 이후 소비자들의 구매가 가파르게 증가하고 있다.

이마트에서는 LG전자 프라엘(Pra.L)을 맘크즈회원 행사 및 추가상품권 증정으로 150여만원에 구매 가능하다. 웨이셜 마스크도 피부 셸프관리 대중에 앞장서고 있다. 수분·보습의 일 반마스크와 미백·주름개선의 기능성 마스크 등 100여종에 이르는 다양한 상품으로 개인의 취향과 효과별로 선택할 수 있다.

또 저렴한 가격대(1000-2000원 내외)와 마스크 20장 1만원 행사로 1일1팩으로 일상적인 피부관리에 앞장서고 있다.

장원홈 이마트 상무직장은 "소비자들은 건강과 뷰티에 관심을 두고 있다"며 "집안에서 스스로 관리를 할 수 있는 상품에 관심을 갖고 셸프관리를 하는 추세다"고 말했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

아모레, '뷰티풀 라이프' 참여기관 공모

취약계층 여성 취업 사업 20곳에 7억5천만원 지원

아모레퍼시픽은 취약 계층 여성 취업을 지원하기 위한 '뷰티풀 라이프' 공모 사업에 참여할 기관을 모집한다.

뷰티풀 라이프는 아모레퍼시픽이 지난 2008년부터 사회복지공동모금회에 지정 기부한 기금을 바탕으로 운영하는 사회공헌활동이다. 지난해까지 총 310개 기관, 3500여 명을 지원했다. 2017년부터는 재원 부족으로 좋은 아이디어를 실행하는 데 어려움을 겪는 비영리단체나 기관을 지원하는 공모 사업을 하고 있다.

아모레퍼시픽은 이번 공모 사업 예산을 취약계층 여성의 취업과 경제적 역량 강화를 돕는데 쓴다. 구체적 사업 내용

으로는 직업 훈련 및 교육 프로그램, 취업 연계 및 고용 창출 프로그램, 심리적·정서적 안정을 위한 프로그램 지원 등이 있다. 올해는 대상자 자녀들의 적극적인 교육 참여를 유도하기 위해 '아이 돌봄비'도 예산에 반영한다.

이번 공모 사업은 총 7억5000만원 규모로, 최대 20개 기관과 함께 진행할 예정이다. 선정된 기관은 최소 3000만원부터 최대 5000만원까지 지원받아 7월부터 1년 동안 사업을 수행한다. 참여를 희망하는 기관은 사회복지공동모금회 온라인 배분신청 시스템에서 29일 오후 6시까지 접수하면 된다.

아모레퍼시픽 관계자는 "뷰티풀 라이프 사업을 바탕으로 2020년까지 20만 여성의 삶을 아름답게 하겠다는 '20 by 20' 약속을 지켜나갈 것"이라고 말했다.

/박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

Aroma Life
아로마라이프

FACE 메이크업은 하시면서,
BODY 는 왜 메이크업을 하지 않으십니까 ?

4주
흐트러져 있는 살들을 제자리로 정돈 시켜 완벽한 몸매로!

가능성속속장수기업
기능성 속옷의 명가

한국, 미국, 일본, 중국특허
부위별로 특별하게!
생리적인 불편을 해소!

편안한착용감
탄성GOOD! 흡발습 GOOD!
일본 도레이社 LYCRA
별단면육각형시용

실크프로테인아미노산기공
(원적외선파동)

www.aroma-life.co.kr
1588-2219