싸고 알차게…지역 대형마트들 즉석식품 '가성비 경쟁'

고물가 속 초저가 상품 잇단 출시…경기침체 불구 매출 성장세

1인 가구 겨냥 내놓은 치킨·김밥·초밥 등 소형 델리 상품 인기

지역 대형마트들이 초저가 즉석조리식품(델리) 제품을 차례로 선보이는 등 초저가 먹거리 상품을 중심으로 고객 유치에 열을 올리고 있다. 고물가로 인한 지역민들의 소비위축에 따라 높은 가성비 제품 또는 초저가 상품을 선호하는 경향을 겨냥한 것으로 분석된다.

특히 최근 몇 년 새 가격이 급등한 '국민 야식' 치킨의 경우 6000원대 마트 치킨이 등장하는 등 경쟁이 심화되고 있는 것으로 나타났다. 우선 이마트 광주점은 지난 9일 '어메이징 완벽치킨'을 6480원에 출시했다. 이는 기존 이마트 브랜드의 대표 마트 치킨이었던 '생생치킨'보다도 3000원 이상 저렴한 가격이다.

완벽치킨은 시중 치킨 가격이 배달비 포함 3만원에 달하는 것을 감안하면 20~30%의 가격으로 구매 가능해 지역민들로부터 큰 사랑을 받고 있다. 실제 광주점은 어메이징 완벽치킨 출시에 힘입어 이달 9일부터 20일까지 치킨류 판매액이 전년 동기 대비 84.8% 신장한 것으로 집계됐다.

홈플러스는 대형마트 업계에서 처음으로 선보인 6000원대 마트 치킨 '당당치킨'의 다양한 버전을 지속 출시하며 인기를 이어가고 있다. 지난 2022년 6월 6990원에 출시된 당당치킨은 양념 등 맛에 변화를 주고 있다. 그 결과 불과 2년만에 올 상반기까지 당당치킨 시리즈 10종의 누적 판매량이 1000만 팩을 넘어섰다. 이에 따라 홈플러스 치킨류 매출 역시 30% 가량 신장한 것으로 확인됐다.

롯데마트는 가격은 1만원 대를 넘겼지만 가족, 친구 등과 함께 즐길 수 있도록 비교적 양이 많은 마트 치킨으로 차별점을 뒀다. 앞서 지난 2010년 '통큰치킨'을 5000원대에 출시했던 것과는 대조적이다.

타 브랜드의 마트 치킨들이 보통 8호 냉장계육을 사용하는 반면, 롯데마트 '큰 치킨'(1만 4990원)은 10호 냉장계육을 사용했다. 이 밖에도 '뉴 한통가아아득 치킨'(1만 2990원)은 9~12호 냉장계육을 한 마리 반 분량만큼 담아내 호평을 받고 있다.

21일 오후 1시께 이마트 광주점 1층 델리 식품 코너에서 손님들이 초밥 등 델리 상품을 구매하고 있다.

롯데마트 치킨류 매출 역시 가족 단위 소비자들로부터 큰 호응을 받아 올해 1~7월 누적 매출이 전년 동기 대비 25% 증가했다. 초저가 치킨 외에도 지역 대형마트들은 1인가구 증가세에 발맞춰 다양한 가성비·초저가 상품들을 통해 가격 경쟁에 열을 올리는 모습이다.

이마트 광주점은 김밥, 초밥, 튀김 등 다양한 종류의 소형 델리 상품을 지속적으로 개발·판매하고 있다. 이에 따라 델리 상품 매출 역시 매분기 성장세를 보이고 있다. 광주점 델리코너 전체 매출을 분기별로 보면 올 1분기 전년 동기 대비 0.8%, 2분기에도 0.8% 성장세를 이어갔다. 3분기는 지난 20일 기준 족발·순대류(7.7%↑) 등을 중심으로 2.7% 신장률을 기록하고 있다.

롯데마트 역시 델리 상품 성장세가 가파르다. 롯데마트는 올 1분기 델리 상품 매출액이 전년 동기보다 10%, 2분기 5%, 3분기 역시 5%대 신장률로 순항하고 있다. 홈플러스는 고물가 장기화로 인한 지역 직장인들의 점심 외식비 부담을 완화하기 위해 가성비 델리 식품을 대폭 늘렸다. 특히 구입 후 섭취가 간편한 김밥·유부초밥류의 점심시간 매출은 1년 전보다 62% 폭등했다. 유통업계 관계자는 "외식비 상승률이 소비자물가 상승률을 웃도는 만큼 현재 업계에서는 치킨 뿐만 아니라 모든 델리 상품들이 가성비와 초저가에 초점을 두고 있는 것으로 보인다"고 말했다.

/글·사진=장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

아직 더운데…백화점 벌써 가을옷 21일 롯데백화점 광주점 직원들이 4층 여성패션 브랜드 'SJSJ' 매장에서 2024 F/W 시즌을 앞두고 가을의류 신제품을 살펴보고 있다. 광주점은 '처서(處暑)'를 앞두고, 의류매장 별로 50% 이상의 제품들을 가을 옷으로 교체했다. 〈롯데백화점 광주점 제공〉

'프리미엄 올리브 오일'로 추석 선물 하세요

이마트 광주점 3종 세트 선 보여

이마트 광주점이 일상 속에서 건강을 챙기는 트렌드가 확산함에 따라 다가오는 추석(9월 17일) 선물로 '프리미엄 올리브 오일' 선물세트를 선보인다. 프리미엄 오일 선물세트는 '오로바일렌 250㎖ 3종 선물세트', '우토피아 올리브오일 선물세트', '링콘 엑스트라버진 올리브오일 선물세트' 등 3종으로 구성됐고, 이마트에서만 단독 판매하고 있다.

해당 선물세트들은 추석 사전예약 기간인 오는 9월 6일까지 행사카드(이마트e, 삼성, KB국민, 신한, NH농협, 롯데, IBK기업, 전북)로 결제 시 최대 40% 할인가에 만나볼 수 있다. 선물세트를 구성하는 올리브 오일들은 모두 세계적으로 품질을 인정받은 브랜드다.

우선 오로바일렌은 세계에서 가장 권위 있는 올리브오일 대회 'NYIOOC'에서 10년 연속 골드 어워드를 수상했다.

오로바일렌 선물세트는 '오로바일렌 피쿠알 250㎖', '오로바일렌 아르베키나 250㎖', '오로바일렌 카사델아쿠아 250㎖' 각 1병으로 구성됐으며, 행사카드 결제 시 30% 할인된 4만9980원에 구매할 수 있다.

이어 우토피아 올리브오일은 국제 올리브오일의 표준을 규정하는 'IOOC' 등 20개 올리브오일 대회에서 수상한 상품이다. 우토피아 선물세트는 '우토피아 올리브오일 250㎖' 2병으로 구성됐으며, 기존보다 40% 할인된 6만9600원에 판매한다. 또 링콘 올리브오일은 올리브오일 애호가들의 관심이 높은 '월드베스트 올리브오일' 대회에서 6년 연속 1위를 차지한 상품이다. 링콘 선물세트는 '링콘 엑스트라버진 올리브오일 250㎖' 2병으로 구성됐고, 추석 사전예약 기간 중 30% 할인을 적용해 6만9300원에 선보인다.

문지명 이마트 오일 바이어는 "올리브 오일 추석 선물세트는 특별함과 실속을 모두 갖춘 핫 아이템"이라며 "이번 기회에 저렴한 가격에 고품질의 올리브 오일을 구매해보시길 바란다"고 말했다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

일본 위스키·사케 수입 역대 최대…맥주도 인기

최근 국내 주류업계에서 맥주와 위스키 시장이 부진에 빠졌으나 일본산의 인기는 높아지는 것으로 나타났다.

21일 관세청 수출입 통계에 따르면 올해 1~7월 일본 맥주 수입액은 3777만달러(약 500억원)로 지난해 같은 기간(2272만달러) 대비 66% 증가했다. 올해 7월까지 일본 위스키 수입액은 620만달러(약 80만달러)로 작년 동기(564만달러)보다 9.9% 증가해 사상 최대다.

아사히맥주 등 일본 맥주는 수입 맥주 시장에서 부동의 1위를 지키다 2019년 하반기부터 한국에 대한 일본의 수출 규제로 불매 운동이 일어 판매가 급감했다가 2022년부터 뚜렷한 증가세로 돌아섰다.

2018년 사상 최대인 7830만달러(약 1000억원)를 기록했던 일본 맥주 수입액은 2020년에는 93% 감소한 567만달러로 바닥을 찍었다가 지난해 5552만달러(약 740억원)까지 회복됐다. /연합뉴스

오비맥주 카스 "점유율 성장세…상반기 맥주 시장 1위"

오비맥주의 대표 브랜드 카스가 2024년 상반기 국내 맥주 가정시장에서 압도적 점유율로 1위 자리를 확고히 했다.

시장조사기관 닐슨코리아에 따르면 오비맥주의 카스 프레시는 올해 1월부터 6월까지 가정용 맥주 시장 판매량 집계에서 44%의 점유율로 맥주 브랜드 중 1위를 차지했다. 국내 맥주 시장에서 13년째 1위 자리를 굳건히 지키고 있는 카스 프레시는 가정시장 브랜드별 점유율을 전년 동기 대비 1.7% 포인트(p) 높였다. 2위 브랜드와의 점유율 격차도 3.5배 이상으로 넓힌 것으로 나타났다.

카스 프레시의 자매 브랜드 '카스 라이트' 역시 '라이트 맥주' 카테고리의 성장을 이끌고 있는 것이 눈에 띈다. 카스 라이트는 2024년 상반기 국내 가정시장에서 3.4%의 점유율을 기록하며 전체 맥주 브랜드 중 6위를 차지했다. /윤현석 기자 chadol@