

폭염에 식자재 수급 불안… 대형마트, ‘스마트팜·ERP’ 대응

상추, 달걀 등 물량확보 총력전
롯데마트 스마트팜 농가 물량 확보
이마트 ERP 시스템 통해 대량 매입

폭염이 기승을 부리는 가운데, 식자재 수급 불안으로 대형마트 간 여름 식자재 물량 확보 총력전이 전개되고 있다. 폭염으로 인한 가축 집단 폐사 등으로 식자재값이 상승하자, 마트업계는 자체 시스템 및 기술 등을 활용한 물량 확보 및 물가 안정에 힘을 쏟고 있다.

13일 한국물가협회에 따르면, 7월 둘째 주 기준 국내산 상추 가격이 1270원(100g 당)에서 1650원으로 전주 대비 22.8% 증가했다. 국내산 돼지고기 역시 7월 첫째 주 3150원(100g)에서 3340원으로 일주일만에 4.8% 올랐다. 이 외에도 달걀, 수박 등 여러 여름철 먹거리 품목 지속해서 상승세를 보이고 있다.

밥상 물가 상승은 여름철 폭염으로 인한 식자재 수급 불안에서 비롯됐다. 실제 폭염으로 인한 가축 폐사량은 급증하고 있다. 행정안전부의 국민 안전



롯데마트는 스마트 팜·기체제어(CA) 저장고 등을 활용해 수급 불안에 대응하고 있다. 모델이 '스마트팜 내일농장 상추'를 들어보이고 있다. /롯데마트

관리 일일상황 자료에 따르면, 지난 5월 20일부터 7월 10일까지 총 60만 4636마리의 가축이 폐사했다. 같은 기간 5만 3238마리가 폐사한 작년과 비교했을 때 무려 약 11배나 증가한 수치다.

상추와 같은 채소류 역시 고온으로 품귀 현상이 일고 있다. 업계 관계자는 “매년 평균 기온이 최고치를 경신하면서, 시금치 및 상추와 같은 채소류의 수급 불안이 심해지고 있다”고 전했다.

이에 따라 대형마트들은 식자재 물량 확보와 가격 안정에 나서고 있다. 대표

적으로 롯데마트는 스마트 팜·기체제어(CA) 저장고 등을 활용해 수급 불안에 대응하고 있다. 특히 롯데마트는 공급난을 예상하고, 지난 1월 자사 스마트팜 농가를 방문해 상추 물량을 미리 확보했다.

이마트는 전사적 자원 관리(ERP) 시스템을 활용해 먹거리 수급 대응책을 마련했다. 이마트, 트레이더스, 노브랜드 등 자사 유통 채널별 매입·물류망을 통합해 대량으로 물량을 매입할 수 있는 구조를 만든 것이다.



이마트는 전사적 자원 관리(ERP) 시스템을 활용해 먹거리 수급 대응책을 마련하고 있다. 이마트 매장 전경 /이마트

이마트 관계자는 “올해 이마트와 에브리데이가 ERP 시스템을 기반으로 물량을 공동으로 매입할 수 있게 되면서, 하루 평균 9톤 수준이던 수입 삼겹살 물량을 지난 6월 30톤 이상으로 늘렸다”고 전했다.

일각에서는 앞으로 먹거리 물가가 계속해서 치솟을 것으로 예상, 마트업계의 먹거리 확보 전쟁이 더욱 극심해질 것이라는 전망이 나온다.

업계 또 다른 관계자는 “폭염 현상이 매년 극심해지고 있기 때문에 여

름철 먹거리 수급 불안 문제는 앞으로도 계속 지속될 것”이라며 “온라인까지 식품 카테고리를 강화하고 있는 만큼, 물량 확보를 위한 업계 간 총력전이 더욱 심해질 것으로 보인다”고 전했다.

한편, 농림축산식품부, 해양수산부 등 정부 역시 폭염에 대비 농축산물 공급량을 늘려 출하량을 관리하고 주요 소비 품목을 대상으로 할인 혜택을 지원한다는 방침이다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

쿠팡 로켓배송, 인구감소지역 경제 활성화

지역기업 매출 급증… 농가 반사효과
“마케팅 지원 등 동반성장 정책 강화”

쿠팡이 행정안전부가 지정한 ‘인구감소 지역’ 내 로켓배송으로 판로를 넓힌 중소제조업체들의 매출이 성장했다고 13일 밝혔다.

대표적으로 경북 영덕 강구면에 있는 식품업체 ‘더 동쪽 바다가는 길’의 매출은 로켓배송 입점 첫해인 2022년 1억 8000만원에서 지난해 12억 5800만원으로 늘었다. 해당 업체는 붉은 대게 추출액을 넣은 지역 특산물 ‘홍영의 붉은 대게 백간장’을 제조하는 식품 제조업체다.

전북 임실 오수면에 있는 냉동 채소 업체 ‘그린피아’ 역시 지난해 60억원의 매출을 기록했다. 그린피아는 쿠팡의 자체브랜드(PB) 상품인 ‘곰곰 다진마늘’과 ‘곰곰 대파’ 등 20여 가지 상품을 생산한다. 올해는 거래 첫해인 2018년 대비 4배 높은 80억원의 매출 달성을 예상한다는 게 회사 측 설명이다.

로켓배송으로 중소제조업체 성장이



쿠팡 입점 기업인 경북 영덕 소재 ‘더 동쪽 바다가는 길’ 직원들이 상품을 소개하는 모습 /쿠팡

일자, 지역 농가도 반사효과를 보고 있다는 게 쿠팡 측 설명이다.

일례로, 늪은 호박을 활용한 차를 생산하는 ‘허브앤티’는 쿠팡 매출이 2022년 8억원에서 지난해 30억원으로 약 3배 이상 증가하면서, 기업이 지역 농가에서 매입하는 늪은 호박의 규모도 크게 늘었다. 쿠팡의 허브앤티의 함양군 늪은 호박 수매 규모는 지난 2023년 44톤, 2024년 76톤, 올해엔 100톤에 이를 전망이라고 설명했다.

쿠팡은 오는 2026년까지 3조원을 물

류 인프라 확장에 투자해, 인구 감소 지역까지 배송 권역을 확대한다는 계획이다.

쿠팡 관계자는 “인구감소지역 중소기업들의 로켓배송과 마케팅 지원 등을 늘리고 업체들은 제품 생산에만 집중하도록 동반성장 정책을 강화해 나갈 방침”이라며 “이들이 판로를 전국으로 넓히고 지역 경제도 활성화될 수 있도록 최선을 다할 것”이라고 말했다.

/안재선 기자 wotjs4187@

이마트, 스마트폰 등 가전 구매혜택 강화

선봉기 등 다양한 상품 할인

이마트가 스마트폰을 비롯해 대형, 소형 가전 등을 중심으로 가전 행사를 진행한다고 13일 밝혔다.

먼저, 이마트 매장에서 새로운 갤럭시 Z를 만날 수 있다. ‘갤럭시 Z 폴드 7’, ‘갤럭시 Z 플립7’ 사전 예약은 이달 21일까지다.

이마트만의 단독 혜택도 준비했다. 행사 카드 전액 결제 고객을 대상으로 ‘갤럭시 Z 폴드7’과 ‘갤럭시 Z 플립7’ 할인 혜택을 제공한다.

이달 15일부터는 사전 예약 고객을 대상으로 포인트 지급 행사를 진행한다. 신세계포인트를 적립하고, 이마트 애플리케이션에 응모한 고객 1만 명을 대상으로 이마트 e머니 4만 점을 지급한다.

대형 가전 할인 행사도 마련했다. 이달 16일까지 ▲일렉트로맨 표준형 선풍기 ▲신일 탁상용 써큘레이터 ▲폴리나 눈꽃 빙수기 등을 할인가에 제공한다.



이마트 일렉트로닉 마트 내부 전경 사진 /이마트

이 외에도 ▲소니 노이즈캔슬링 헤드폰 ▲셀카봉·미니휴대용 멀티삼각대 ▲액티몬·드리온·스마트 보조배터리 등이 행사 상품에 포함됐다.

이마트 박혜리 가전 바이어는 “에너지 효율 1등급 상품을 연중 가장 저렴하게 구매할 수 있는 많은 행사를 준비했다”며 “고객들이 고효율 가전을 구매하고, 전기 사용료도 절감하는 기회로 활용하실 것으로 기대한다”고 밝혔다.

/안재선 기자

SSG닷컴 “신선·가공식품 반값에 챙기세요”

17일까지 ‘푸드 쓱세일’ 진행

SSG닷컴이 이달 14일부터 17일까지 보양식 재료와 제철 신선식품을 대상으로 ‘푸드 쓱세일’을 진행한다고 13일 밝혔다.

SSG닷컴에 따르면, 이번 행사를 통해 신선식품과 가공식품을 최대 반값에

제공한다. 닭고기, 소고기, 복숭아 등 신선식품과 함께 냉모밀을 포함한 가정 간편식과 김치, 소스류 등의 가공식품이 대표 상품으로 마련됐다.

가장 먼저, 매일 오전 9시 ‘오늘의 딜’ 코너를 통해 하루 4가지 상품을 한정 수량으로 제공한다. 이달 14일에는 자포니카 민물 장어, 즉석밥, 수박, 한

우, 음료 등을 선보인다.

또, 이달 20일까지 CJ제일제당과 손잡고 ‘푸드 Pick’ 행사도 진행한다. CJ제일제당 행사 상품을 이상 금액 이상 구매한 고객을 대상으로 할인 혜택을 제공한다.

SSG닷컴 윤미주 그로서리마케팅 파트장은 “초복을 앞두고 수요가 늘어나는 보양식 재료와 제철 신선식품을 중심으로 행사를 준비했다”고 말했다.

/안재선 기자

세븐일레븐 ‘뉴웨이브종각점’ 오픈

롯데그룹 계열 편의점 세븐일레븐이 서울 종로구에 미래형 매장 ‘뉴웨이브 종각점’을 새롭게 연다고 13일 밝혔다.

뉴웨이브는 세븐일레븐이 미래 핵심 성장 전략 콘텐츠로 내세운 차별화 플랫폼이다. 세븐일레븐에 따르면, 먹거리부터 패션·뷰티 등 고객 맞춤형 상품 기획(MD) 구성으로 쇼핑 편의성을 높인 것이 특징이다.

종각역 인근 오피스·유흥 복합 상권에 자리한 ‘뉴웨이브종각점’은 40평 규모로 조성됐다. 푸드 코트 형태로 제작

된 카운터에서는 즉석 피자, 군고구마, 커피, 치킨 등 대표 즉석식품을 한꺼번에 만날 수 있다.

이외에도 신선식품, 와인&리큐어, 패션·뷰티 등 카테고리별 콘셉트 존을 별도로 구성했다. 외국인 관광객 수요를 반영해 즉석 라면 조리 공간과 관광용품 진열 구역도 마련했다.

세븐일레븐은 앞으로 뉴웨이브의 확장과 함께 ▲자체 상품(PB) 세븐셀렉트 경쟁력 증진 ▲스포츠 마케팅 ▲글로벌 직소싱 ▲차별화 주류 ▲온·오프라인 연계(O4O) 서비스등을 중심으로 브랜드 경쟁력과 사업 안정성을 확보해 나간다는 계획이다.

/안재선 기자