

매년 김포족 늘고 수출도 증가세… ‘김치’ 효자상품 우뚝

〈김장포기족〉

국내 포장김치 시장 규모 매년 확대
2023년 6560억, 2년 간 22% ↑
대상·CJ제일제당 등 할인판매

작년 수출액 2387억 ‘역대 최대’
세계 김치시장 규모 6.7조 추산

김치 시장의 축이 안팎으로 재편되고 있다. 국내에서는 직접 담그기보다 필요한 만큼 사먹는 ‘김포족(김장포기족)’이 급증하며 포장김치 수요가 꾸준히 커지고, 해외에서는 K-푸드 열풍 속 김치가 대표 수출 품목으로 자리 잡으며 성장세가 더욱 가팔라지고 있다. 식품업체가 포장김치 사업을 국내외로 동시에 키우며 시장 주도권 경쟁에 나선 이유다.

한국농촌경제연구원의 ‘2025년 소비자 김장 의향 및 채소류 공급 전망’에 따르면 올해 포장김치를 구매하겠다는 비율은 32.5%로 전년(29.5%) 대비 3%포인트 증가했다. 필요한 양만 살 수 있다는 점(39.5%), 번거로움 회피(33.1%) 등이 주요 이유다. 집에서 김장을 하는 비율은 62.3%지만 지난해(64.5%)보다 줄었다.



서울 시내 한 대형마트 김치 매대에서 고객이 배추김치를 살펴보고 있다.

/뉴시스

이에 따라 국내 포장김치 시장 규모는 커지고 있다. 닐슨에 따르면 시장 규모는 2021년 5370억 원에서 2023년 6560억 원으로 22% 성장했다. 상위업체 점유율도 견고해 대상 38.9%, CJ제일제당 36.7%로 양강 체제가 이어지고 있다.

늘어난 ‘김포족’ 공략을 위해 식품업체는 연중 최고 성수기인 김장철 마케팅을 본격화했다.

대상 정원e샵은 ‘2025 종가 김장대

전’을 열고 포장김치와 김장재료를 최대 15% 할인 판매한다. CJ제일제당은 서울·경상도·전라도의 맛을 살린 ‘지역 특화 김치’ 3종을 네이버에서 단독 판매한다. 풀무원 올가홀푸드는 원재료의 95% 이상을 유기농으로 구성한 프리미엄 김치 4종을 출시했다.

김장을 하려는 소비자를 위한 행사도 풍부하다. 동원F&B는 김장체험 행사인 ‘양반김치 김장투어’를 다음달 12일까지 운영한다. 1999년 시작된 국내 최

초 김장투어로 소비자가 직접 담가보고 공장을 견학하는 3시간 코스다. 매일유업 상하농원은 12월 7일까지 김장페스티벌을 진행하고, 김장체험과 숙박을 결합한 패키지도 선보였다.

한국물가정보에 따르면, 올해 김장 비용은 전통시장 33만8000원, 대형마트 40만4000원으로 전년 대비 약 2% 오르는 소폭 상승했다. 배추 가격이 가을 장마 장기화·병해 발생으로 20% 뛰었지만 무(33% ↓), 대파(16% ↓), 소금 등 주요 재료의 가격 하락이 부담을 일부 상쇄했다.

국경 밖에서 김치 산업은 더 큰 성장 기회를 맞는 분위기다. 농식품부에 따르면 김치 수출액은 2021년 1억600만 달러(약 1553억 원)에서 지난해 1억6360만 달러(2387억 원)를 기록해 역대 최대치를 경신했다. 글로벌 시장조사업체 GM I는 지난해 세계 김치 시장 규모를 6조 6690억 원으로 추산하며 2030년 9조 6000억 원 규모로 성장할 것으로 봤다.

수출 1위 기업 대상 증가는 지난해 9390만 달러(약 1377억 원)를 수출하며 국내 전체 수출액의 57%를 차지했다. 유럽 수요 증가에 대응하기 위해 2022

년 폴란드 업체 chPN과 합작법인을 설립하고 크라쿠프 공장 신설을 추진 중이다. 유럽 전략 기지로 삼아 설립되는 크라쿠프 김치 공장은 대지 면적 6613㎡(2000평) 규모로, 총 150억여 원을 투입해 2030년까지 연간 3000t 이상의 김치를 생산한다는 방침이다.

CJ제일제당은 약 50개국에 김치를 수출하며 베트남 현지 시장 점유율 50% 이상을 기록 중이다. 북미 공장 인수, 배추 품종 ‘그린로즈’ 도입 등 공급망 안정 전략도 병행한다. 풀무원 역시 익산 글로벌 김치 공장을 기반으로 월마트 등 미국 4000여개 매장에서 판매 중이며 수출 전문 기업 인수를 통해 글로벌 공략을 강화하고 있다.

업계 관계자는 “국내 김치 소비 트렌드 변화와 글로벌 김치 수요 확대에 따라 식품업체가 포장 김치 사업 전략을 새롭게 짜는 분위기”라며 “내수·수출 모두 성장 가능성이 열려 있어 기업 간 경쟁이 한층 치열해질 것”이라고 말했다. 이어 “수요 증가 폭에 비해 글로벌 공급망은 아직 초기 단계라 선점 효과가 큰 시장”이라고 덧붙였다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

‘삼양 3세’ 94년생 전병우 전무로 등판

삼양라운드스퀘어, 정기 임원인사
불닭브랜드 글로벌 프로젝트 등 총괄

삼양라운드스퀘어가 2026년 정기 임원인사를 단행하며 전병우 삼양식품 최고운영책임자(COO, 상무·사진)를 전무로 승진시켰다. 전 신임 전무는 1994년생으로 김정수 삼양라운드스퀘어 부회장의 장남이자 고 전준용 명예회장의 장손으로, 그룹의 3세 경영 전면 등판이라는 점에서 업계의 관심이 쏠린다.

전 신임 전무는 불닭브랜드 글로벌 프로젝트와 해외사업 확장을 총괄하며 삼양식품의 해외 성장세를 견인해 왔다. 특히 중국 자싱공장 설립을 주도해 글로벌 생산거점을 구축하고, 미국 코첼라(Coachella) 등 현지 대형 페스티벌을 활용한 공격적 마케팅, 제품 포트폴리오 확장 전



락 등을 통해 불닭 브랜드의 글로벌 메가 브랜드화에 핵심 역할을 해왔다는 평가다.

이번 인사에서는 조직 내 주요 사업 부문의 실무 책임자들도 대거 승진했다. 하현욱 전략부문장(삼양라운드스퀘어)과 강석환 Digital Growth부문장, 김용호 한국영업본부장, 신경호 유럽법인장 등 4명이 상무로 신규 선임됐다.

삼양라운드스퀘어 관계자는 “이번 인사는 회사의 중장기 방향성과 리더십 역할을 종합적으로 고려해 결정한 것”이라며 “앞으로도 글로벌 메가 브랜드인 불닭의 성장을 공고히 하고 미래 지향적 경영 체계를 강화해 나가겠다”고 밝혔다.

/신원선 기자

쿠팡, 한우·전복·캐비아 등 고급 식재료 새벽배송 선택

23일까지 ‘프리미엄 프레시 위크’

쿠팡이 연말을 맞아 프리미엄 프레시 위크를 열고 고급질 식재료를 새벽 배송으로 선보인다고 17일 밝혔다. 이번 행사는 이달 17일부터 23일까지 진행되며, 프리미엄 프레시는 지난 2월 쿠팡 로켓프레시가 선보인 고급 신선식품 전문 서비스다.

프리미엄 프레시 위크는 연말 홈파티와 가족 중심의 상차림 트렌드에 맞춰 기획됐다. 프리미엄 한우 1+, 활탐스터, 활전복, 캐비아 등 고급 수산물, 장인의 치즈, 고급 버터, 수제 디저트 등 약 300종의 고급 식재료를 중심으로 구성했다.

한우는 우미우·청담새벽집·설로인, 수산물에는 바이킹마켓·완도맘·아라보감, 디저트는 비스퀴테리 엠오·연리희재·위고에빅토르, 간편식은 해운대 암소 갈비집·췌이닷·수퍼(SOUPER) 등 15개 이상의 고급 브랜드가 참여한다.

행사 기간 프리미엄 프레시 전 품목에 대해 최대 20% 즉시 할인이 적용되며, 제휴 카드 결제 시 최대 20% 추가 할인도 제공된다.

쿠팡 관계자는 “프리미엄 프레시 위크는 고객이 특별한 날을 더욱 품격 있게 준비할 수 있도록 돕는 행사”라며 “프리미엄 프레시만의 엄선력과 빠른 배송 서비스를 통해 고객 만족을 높여 가겠다”고 말했다. /손종욱 기자 handbell@



CU가 하와이 현지 음식을 기반으로 한 메뉴 10종을 선보인다.

/CU

CU 하와이 1호점 오픈기념 현지 먹거리 10종 선택

CU가 미국 하와이 1호점 오픈을 기념해 하와이 현지 대표 음식을 편의점 먹거리로 재해석한 메뉴 10종을 선보인다고 17일 밝혔다.

CU는 지난 12일(현지 시간) 미국 하와이 호놀룰루 다운타운에 1호점을 열었으며, 오픈 첫날 1000명, 이튿날 2000명의 객수를 돌파하는 등 현지에서 좋은 반응을 얻고 있다.

CU는 하와이 오픈을 기념해 국내에서도 하와이의 감성을 느낄 수 있도록 간편식, 디저트, 주류 등 다양한 상품들을 선보인다.

간편식은 로코모코, 무스비 등 하와이 현지 메뉴 6종을 재현했다. 대표 상품인 하와이안 로코모코 도시락과 스왑 무스비 주먹밥을 비롯해, 갈릭 쉬림프에서 착안한 쉬림프 김밥, 코코넛 쉬림프 버거, 갈릭 쉬림프 파스타와 하와이 안 떠먹는 피자도 출시한다.

디저트는 하와이 특유의 단짠한 맛을 살린 솔트 브라우니와 더블 마카롱 2종을 선보인다. CU는 이달 말까지 하와이 간편식과 디저트 8종을 토스페이로 결제 시 할인 혜택을 제공한다.

/손종욱 기자

SPC삼립, 무신사와 손잡고 팝업 오픈

‘삼립호빵X무신사 무진장’ 운영

SPC삼립이 패션 플랫폼 ‘무신사’와 손잡고 20일부터 23일까지 무신사 스토어 성수 대림창고에서 ‘삼립호빵X무신사 무진장’ 팝업 스토어를 운영한다고 17일 밝혔다.

이번 팝업은 MZ세대에게 인기 있는 패션 플랫폼 무신사와 함께 겨울 대표 간식인 삼립호빵을 새롭게 감각적인 방식으로 즐길 수 있도록 기획됐다. 무신사의 연중 최대규모 할인 행사인 ‘무신사 무진장 블랙 프라이데이’ 기간 동안 운영된다.

무신사 스토어 성수 대림창고에서는 호빵 찜기 ‘호썸이’를 모티브로 한 ‘대형 호썸이’ 부스가 운영된다. 마치 대

형 호빵 찜기 안에 들어간 듯한 공간 연출과 함께 내부에는 단팥·야채·피자 등 삼립호빵의 스테디셀러를 형상화한 모형이 전시된다.

앞서 진행된 ‘무신사X호빵 스페셜 패키지 판매 기획전’에서 무신사 온라인 단독으로 선보인 ‘호빵 키캡 키링’은 준비된 수량이 모두 완판되며 뜨거운 반응을 얻었다. 이번 팝업에서는 단팥호빵 형태를 그대로 살려 호빵의 쫄깃한 식감을 질감으로 구현한 ‘스트레스볼’ 등 이색 굿즈를 만나볼 수 있다. 방문 인증샷을 남기는 고객에게는 ‘1입 포장 호빵’, ‘호썸이 굿즈’ 등의 다양한 경품을 담은 ‘갯차(뽑기)’ 참여 기회도 제공한다.

/신원선 기자

SSG닷컴-이마트 맞손… 신선식품 50% ↓

신선도 불만족시 즉시 환불

SSG닷컴이 이마트의 신선식품 경쟁력을 기반으로 온라인 장보기 시장에서 가격 경쟁력을 확보하고 품질 신뢰도를 높인다.

SSG닷컴은 이달 19일까지 3일간 제철 과일과 축·수산물 등 신선식품을 최대 50% 할인하는 신선 특가전을 진행한다.

SSG닷컴은 이마트와 협업해 행사 대표 상품으로 제철 신선식품을 전면에서 내세웠다. 조생햇굴, 남해안 이력제굴, 한우 국거리 불고기, 달랑다운 와규 불고기, 동물복지란, 딸기, 엔비사

과 등을 최대 50% 할인된 가격에 선보인다.

고객이 행사 상품 신선도에 만족하지 않을 경우 즉시 환불받을 수도 있다. 쓱닷컴은 전국 100여곳의 이마트 후방 물류시설에서 출고되는 상품에 신선보장제도를 적용해 운영하고 있다.

SSG닷컴 김현성 영업1담당은 “이마트와 시너지를 통해 상품·가격·배송 등 핵심 경쟁력 강화에 박차를 가하고 있다”며 “쓱닷컴 이마트몰은 신선한 식품을 빠르게 배송해주는 온라인 장보기에 최적화된 플랫폼”이라고 강조했다.

/손종욱 기자