

김장도 간편함이 대세… 실속·프리미엄으로 ‘손님맞이’

유통가, 절임배추·포장김치 다양화
직접 김장 줄고 완제품 구매 늘어

이마트·롯데마트, 예약 물량 늘려
배민B마트, 해남 절임배추 판매
컬리, 포장김치 거래액 35% 증가
현대百貨, 명인명촌 김치로 고급화

본격적인 김장철을 앞두고 유통업체가 절임배추와 포장김치 판매에 속도를 내고 있다. 대형마트는 절임배추 사전예약 물량을 확대하고 온라인 유통업체와 백화점은 소용량부터 프리미엄 제품까지 포장김치 상품군을 강화하며 김장 수요 잡기에 나섰다.

15일 유통업체에 따르면 김치를 직접 담그는 가구의 비중은 감소하는 반면 상품김치를 구매하는 비중은 확대되는 추세다.

한국농촌경제연구원원이 지난해 10월 전국 20대 이상 소비자 1000명을 대상으로 실시한 조사에서 김치를 직접 담그는 비율은 62.3%로 전년(64.5%) 대비 2.2%p 인트 감소했다. 반면 상품김치 구매 비율은 29.5%에서 32.5%로 3.0%p 상승했다.



지난해 11월 임실 치즈테마파크에서 열린 ‘2025 임실 아삭아삭 김장 페스티벌’ 김장체험행사 2일차, 절임배추에 김치 양념이 맛있게 버무려지고 있는 모습. /임실군

직접 담그는 비율과 구매 비율의 격차도 35.0%p에서 29.8%p로 좁혀졌다.

직접 김장을 하는 소비자 사이에서는 번거로운 절임 과정을 생략하려는 수요가 높다. 조사에서 김장용 배추를 절임배추 형태로 구매하는 비율은 58.9%로 신선배추(38.7%)보다 높았다. 절임배추를 사용하는 이유로는 절임 과정의 번거로움(55.8%)과 시간 절약(32.5%)이 주로 꼽혔다.

이에 대형마트들은 절임배추 사전예약물

량을 확대하며 김장 수요 확보에 나섰다.

이마트는 28일까지 이마트 앱의 사전예약 서비스 ‘오더픽’을 통해 절임배추 예약 판매를 진행한다. 일반 절임배추 20kg 상품의 준비 물량은 지난해 6만 박스에서 올해 7만5000박스로 25% 확대했다. 지난해 처음 선보인 황금절임배추도 물량을 50% 늘려 1만5000박스를 준비했다. 절임배추뿐 아니라 김치양념과 절임알타리, 절임채소와 양념을 함께 구성한 김장 키트도 선보인다.

롯데마트와 롯데슈퍼도 이달 초부터 절임배추 사전예약에 돌입했다. 올해 절임배추 준비 물량은 전년보다 20% 늘렸다.

소규모 가구를 위한 간편 상품도 확대했다. 롯데마트는 절임배추 5kg과 김치양념 1.5kg을 묶은 ‘해남 절임배추 간편 KIT’를 선보였다. 별도로 배추를 절이거나 양념을 준비하지 않아도 김장을 할 수 있도록 구성한 상품이다.

배달의민족도 절임배추 예약판매에 뛰어들었다. 배달의민족은 지난 14일부터 배민B마트를 통해 해남 절임배추 5kg 사전예약을 진행하고 있다. 다음 달 14일과 21일 중 원하는 날짜와 시간대를 선택해 배송받을 수 있다.

직접 김장을 하는 대신 완제품 김치를 구매하는 소비자도 늘고 있다. 컬리에 따르면 지난 7~9월 포장김치 거래액은 전년 동기 대비 35% 증가했다. 용량별로는 100g~1kg대 소용량 제품의 거래액 증가율이 39%로 가장 높았다. 컬리는 1~2인 가구를 중심으로 소량의 김치를 간편하게 구매하려는 수요가 확대된 것으로 분석했다.

자체 브랜드 김치 판매도 늘었다. 컬리

가 CJ제일제당과 공동 개발한 ‘제일맛게 컬리’ 포기김치와 총각김치의 올해 9월 거래액은 출시 당시인 지난해 9월보다 56% 증가했다. 컬리스의 ‘시원한 배추김치’ 거래액도 최근 3개월간 전년 동기 대비 58% 늘었다.

백화점업계는 프리미엄 김치 시장을 공략하고 있다. 현대백화점은 지난 13일 압구정본점 식품관에서 자체 전통식품 브랜드 ‘명인명촌’의 김치 제품을 출시했다. 배추김치와 열무김치 등 일상김치 10종과 지역 특색을 살린 별미김치 2종으로 구성했다.

명인명촌 김치는 전국 각지 장인들이 생산한 천일염과 새우젓, 멸치액젓, 고춧가루 등 식재료를 사용한 것이 특징이다.

한편, 올해 배추와 무 가격은 지난해보다 낮은 수준을 보이고 있다. 한국농촌경제연구원은 올해 가을배추 생산량이 전년보다 19.3% 증가한 122만2000t에 이를 것으로 전망했다. 다만 마늘과 새우젓 등 일부 부재료 가격이 높은 데다 향후 기상 여건에 따라 배추와 무 가격도 달라질 수 있다.

/김서현 기자

seoh@metroseoul.co.kr



CJ제일제당, 고궁 투어로 K-푸드 체험 확대

외국인 6000명에 비비고 제품 제공
김부각·약과 선뵤 브랜드 접점 확대

CJ제일제당이 한국을 찾은 외국인 관광객을 대상으로 비비고 제품 체험 기회를 제공한다. 전통문화 관광 프로그램과 연계해 K-푸드 경험을 넓히고, 제품 구매로 이어질 수 있도록 접점을 확대한다는 취지다.

CJ제일제당은 한국역사해설진흥원의 고궁 투어 프로그램에 참여하는 외국인 관광객 6000명을 대상으로 ‘비비고 웰컴키트’를 제공한다고 15일 밝혔다. 이번 활동은 비영리 재단법인 식품안전상생재단을 통한 기부 후원으로 진행되며, 이달부터 12월까지 약 3개월간 운영된다.

웰컴키트에는 비비고 찹쌀 김부각과 오



비비고 웰컴키트 패키지. /CJ제일제당

마이갓 미니 약과, 컵떡볶이 등 제품이 담겼다. 별도 냉장 보관이 필요 없는 상온 제품 가운데 영문 표기가 적용된 제품을 선정했다. 제품 구매처를 안내하는 메시지 카드로 함께 제공한다. 외국인 관광객들이 많이 찾는 올리브영 센트럴 명동 타운과 올리브영N 성수 매장을 안내해 현

지에서 경험한 제품을 직접 구매할 수 있도록 했다.

고궁 투어는 청소년 문화해설사들이 외국인 관광객과 서울 광화문·경복궁 일대를 둘러보며 한국의 역사와 문화를 소개하는 프로그램이다. CJ제일제당은 한국 문화를 경험하기 위해 방문한 관광객들이 비비고 제품도 접할 수 있도록 이번 지원을 마련했다.

CJ제일제당 관계자는 “한국의 역사와 문화를 경험하기 위해 방문한 외국인 관광객들이 비비고 제품을 통해 K-푸드의 다양한 맛과 매력도 함께 느낄 수 있기를 기대한다”며 “앞으로도 글로벌 소비자들이 일상 속에서 비비고 브랜드를 친숙하게 접할 수 있도록 다양한 활동을 이어가겠다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

CJ온스타일, 글로벌몰 열고 해외시장 공략

미국·홍콩·싱가포르서 서비스 개시

CJ온스타일이 셀럽과 크리에이터의 콘텐츠를 앞세워 해외 소비자 공략에 나선다.

CJ온스타일은 K-라이프스타일을 소개하는 글로벌몰(global.cjonstyle.com)을 공식 오픈하고 글로벌 콘텐츠 커머스 사업을 본격 전개한다고 15일 밝혔다. 미국·홍콩·싱가포르에서 서비스를 시작했으며, 연내 프랑스·일본·대만까지 서비스 지역을 확대할 계획이다.

글로벌몰은 ▲뷰티 ▲헬스 ▲패션 ▲K팝 ▲셀럽샵 등 다양한 카테고리를 통해 한국의 상품과 라이프스타일을 선보인다. 글로벌몰을 통해 해외 소비자들은 셀럽과 크리에이터들이 실제 사용하는 제

품과 관리법, 취향을 담은 콘텐츠를 통해 상품을 발견하고 바로 구매할 수 있다.

CJ온스타일은 국내에서 영상 콘텐츠와 상품 구매를 연결하는 콘텐츠 커머스 모델을 운영하며 관련 역량을 축적해왔다. 지난해 글로벌 사업 전담 조직을 신설하고 주요 국가의 플랫폼·유통 파트너와 협업하며 해외 진출을 준비해왔다. 올해 하반기 글로벌몰 오픈을 시작으로 축적한 콘텐츠 커머스 노하우를 글로벌 시장에 적용해 사업을 본격 확대한다는 계획이다.

온라인을 넘어 현지 오프라인 유통망과의 협업도 추진한다. 프랑스에서는 1200개 이상의 매장을 보유한 대형 유통사 ‘르끌레르’와 협업해 K-라이프스타일 숍인 숍 매장을 운영한다.

/김서현 기자

해태제과, 수능 응원 ‘만루홈런볼’ 선봬

초코크림 함량 10% 늘려 품미 강화
전국 고교 대상 합격 응원전 진행

해태제과가 대학수학능력시험을 앞두고 수험생 응원을 위한 한정판 과자를 선보인다. 초코크림을 기존 제품보다 10% 늘린 제품과 합격 기원 선물세트를 출시하고, 전국 고등학교를 대상으로 응원 이벤트도 진행한다.

해태제과는 수능 시즌 한정판 ‘만루홈런볼’을 출시한다고 15일 밝혔다. 홈런볼의 수능 응원 에디션은 올해로 세 번째다. 2024년 처음 선보인 데 이어 지난해에는 응원 메시지를 담은 대용량 제품을 출시했다.

올해 제품은 기존 홈런볼보다 초코크림 함량을 10% 늘린 것이 특징이다. 겉을 감싸는 슈는 유지하면서 내부를 더 풍성하

게 채워 초코의 품미를 강화했다.

합격 기원 선물세트도 마련했다. 만루홈런볼 128g 제품 6봉으로 구성했으며, 즉석 당첨 쿠폰을 통해 홈런볼 초코 1박스(100명)와 커피 음료 교환권(200명)을 증정한다. 해당 선물세트는 오는 28일 이마트 트레이더스에서 2만개 한정으로 판매된다.

전국 고등학교를 대상으로 한 ‘2026 홈런볼배 전국 고교수능응원전’도 오는 25일까지 진행한다. 학부모와 동문, 재학생 등이 해태제과 공식 인스타그램 이벤트 게시물에 학교 이름과 응원 글, 필수 해시태그를 남기고 친구를 태그하면 참여할 수 있다. 중간 순위는 15일과 22일 공개하며, 최종 상위 3개 학교에는 수능 전 전교생이 하나씩 나눠 먹을 수 있도록 만루홈런볼을 전달할 예정이다.

/신원선 기자

GS25, 화가 점주 작품 담아 저작권료 전액 기부로 나눔

GS25 가맹 경영주가 그린 그림이 컵홀더로 거듭났다. GS25가 15일부터 가맹 경영주이자 화가로 활동하고 있는 최종원 작가 작품을 디자인에 적용한 한정판 카페25 컵홀더를 선보인다. 최종원 작가는 경기도 양평에서 4년째 편의점을 운영하며, 작품 활동을 이어가고 있다. SNS를 통해 ‘낮에는 편의점 점장, 밤에는 화가’로 살아가는 일상이 화제를 모았으며, 작품 제작 과정을 담은 영상은 수백만 회 조회수를 기록했다. 이번 협업을 계기로 GS25는 ‘오늘을 살아가는 모두의 일상과 꿈을 응원한다’는 자체 커피브랜드 ‘카페25’의 철학을 전하는 ‘For Dreamers’ 프로젝트를 새롭게 전개한다. 앞으로 고객과 가맹 경영주 등 다양한 이들의 이야기가 담긴 작품과 협업할 예정이다.

/김서현 기자

국력컴퍼니 협업해 당일 배송 지원
캐리어·쇼핑백 접수 실시간 조회 가능

더현대 서울이 외국인 방문객을 위한 컨시어지 서비스를 선보인다. 백화점에서 구매한 물품이나 여행 가방(러그지)을 공항이나 호텔로 직접 배송해 주는 서비스다.

현대백화점이 더현대 서울을 찾는 외국인 고객을 대상으로 ‘러그지 딜리버리’ 서비스를 도입한다고 15일 밝혔다. 글로벌 여행 물류 스타트업 국력컴퍼니와 협업했다.

서비스 신청은 더현대 서울 1층 투어리스트 데스크에서 가능하다. 데스크에 비치된 QR코드를 스캔하면 국력컴퍼니 앱으로 연결된다. 여기서 캐리어나 쇼핑백 배송을 접수하면 된다. 앱은 한국어, 영어, 중국어, 일본어 등 4개 국어를 지원한다.

배송지는 인천·김포국제공항의 국력컴퍼니 보관 센터와 현장 수령이 가능한 전국 모든 호텔의 1층 로비다. 배송 지역이 서울인 경우 오후 3시 이전에 맡기면 당일



더현대 서울 1층 투어리스트 데스크에서 직원이 ‘러그지 딜리버리’ 서비스를 소개하고 있는 모습. /현대백화점그룹

오후 7시까지 배송된다. 오후 3시부터 오후 6시 사이에 접수한 건은 당일 오후 10시까지 전달된다. 서울 외 지역은 낮 12시 이전 접수 시 당일 오후 10시까지 배송된다.

이용 요금은 캐리어 크기에 따라 2만4500원부터 시작한다. 서울 외 지역은 거리에 따라 추가 요금이 발생한다. 쇼핑백 배송은 서울 지역에 한해 크기와 상관없이 건당 1만 6900원이다.

/김서현 기자