

“외식비 줄이자”… 대형마트, ‘간편 보양식’ 불티

생닭·전복·장어 등 식재료 판매 쑥
이마트, 생닭 매출 전년비 61.7% ↑
홈플러스, 삼계탕 간편식 등 인기
롯데마트, 해신탕 등 보양식 선택

외식 물가 상승으로 복날 보양식을 직접 만들어 먹는 소비자들이 늘면서 대형마트에서 판매하는 생닭, 전복, 장어 등 보양식 식재료와 삼계탕 간편식이 인기를 모으고 있다.

12일 유통업계 등에 따르면 지난달 12일부터 31일까지 광주지역 이마트 매출을 분석한 결과 백숙용 토종닭 매출이 전년 대비 61.7% 신장했다. 손질 민물장어와 같이 요리하기 편한 여름 보양식도 인기를 얻었다. 같은 기간 장어는 49.8%, 전복은 93.8%로 각각 매출이 상승했다. 삼계탕용 부속 재료(황기, 능이버섯, 인삼, 대추 등) 역시 지난해와 비교해 18.5% 신장했다.

이마트는 여름철 보양식 매출은 초복 기간에 가장 높고 중복과 말복으로 갈수록 줄어드는데, 최근 들어 최고기온이 35도에 달하며 매년 역대 최장 폭염을 기록하고 있어 보양식 수요가 계속 늘고 있다

고 설명했다. 실제 지난 1일부터 5일까지의 매출 분석결과 백숙용 토종닭 13.7%, 장어 9.2%로, 지난해와 비교해 꾸준히 신장하고 있다.

이마트는 지난달 초복과 중복을 맞이해 하림 토종닭(1050g)을 1만3900원대, 두마리 영계(500g×2)를 1만1900원대, 삼계탕용 재료(황기, 능이버섯, 인삼, 대추 등)를 3900원~7900원대에 판매한 바 있다. 또 손질 민물장어(1박스)는 1만원 할인된 4만9000원대, 국산 전복(대, 100g)은 최대 50% 할인된 2900원대에 저렴하게 판매했다.

이처럼 삼계탕에 필요한 필수 재료를 2만원이 안 되는 가격에 구매해 4인 가족이 삼계탕을 맛볼 수 있어 지난달 삼계탕 재료 매출이 크게 증가한 것으로 분석된다.

한국소비자원 참가격 외식비 가격 동향에 따르면 지난 6월 기준 광주지역 연도별 삼계탕 가격은 △2021년 1만4433원 △2022년 1만5067원 △2023년 1만6117원 △2024년 1만6400원으로 매년 상승하고 있다. 삼계탕에 들어가는 재료에 따라 기본 2만원에서 3만원까지 가격이 오르기도 한다.

홈플러스도 지난 6월과 비교해 지난달



외식물가 상승으로 복날 보양식을 직접 만들어 먹는 소비자들이 늘고 있는 가운데 대형마트에서 판매하는 보양식 재료와 삼계탕 간편식 매출도 상승하고 있는 것으로 나타났다. 사진은 광주 한 대형마트 식품관에서 판매하고 있는 삼계탕 간편식.

삼계탕 간편식, 삼계탕용 재료 매출이 크게 상승했다고 밝혔다.

전국 매장 기준 1인 가구도 편리하게 즐길 수 있는 삼계탕 간편식의 지난달 매출은 전월 대비 112% 신장했다. 또 삼계탕용 재료로 꼽히는 생닭은 159%, 보양식

재료로 별다른 손질 없이 넣어 먹을 수 있는 전복은 103% 매출이 상승한 것으로 나타났다.

다양한 재료와 긴 조리 시간이 필요한 삼계탕 등 타 보양식에 비해 손쉽게 조리해 먹을 수 있어 기력 보충에 좋은 간편한

보양식으로 떠오르고 있는 장어의 경우 지난달 매출이 전년 동월 대비 102%, 전월 대비 35% 신장했다. 이외에도 저렴한 가격으로 한 끼를 때울 수 있는 밀키트와 간편식 역시 고물가 영향에 따라 전월과 비교해 각각 8%, 42% 성장했다.

홈플러스도 지난달 바다장어/민물장어(국내산, 500g), 완도 전복(특대/대)을 최대 50% 할인 판매하고, 농협안심한우 등심·국거리·불고기를 최대 40% 할인가에 판매한 바 있다. 1등급 생닭(700g)과 백숙재료 닭은 통오리(1.6kg)는 행사카드 결제 시 각각 40%, 30% 할인 혜택을 제공했다.

롯데마트 역시 보양식 식재료 및 간편식 매출이 전년과 비교해 증가했다.

지난달 기준 삼계탕 간편식 매출은 전년과 비교해 약 10% 상승했으며, 보양식 식재료(삼계탕용 생닭, 장어, 전복) 매출은 전년과 비교해 5%, 지난 6월과 비교해 약 2배 상승했다.

롯데마트는 지난달 ‘두마리 복닭(1.1kg)’, ‘복날엔 토종닭(1050g)’, ‘프리미엄 해신탕(1.2kg/냉장)’ 및 삼계탕 간편식 등 다양한 보양식 상품을 선보였다.

글·사진=나다운 기자 dawoon.na@jnilbo.com



롯데마트, 상생 농산물 판매

롯데마트가 최근 무더위로 급등한 채소 가격 안정을 위해 14일까지 합리적인 가격으로 상생 농산물을 판매한다. 대표 상품으로 맛과 신선도는 일반 상품과 차이가 없지만 모양새에 편차가 있거나 외관에 일부 흠집이 있는 ‘상생 다다기오이(5개입)’를 일반 오이 대비 50% 저렴한 3900원대에 판매한다. 알의 크기가 작은 ‘상생 간마늘(1kg)’은 일반 마늘보다 약 30% 저렴한 7900원대에 만나볼 수 있다.

롯데마트 제공

홈플러스 온라인, 여름철 신선식품 매출 ‘쑥’

흑미수박, 전년비 9배 증가
마트직송·즉시배송 등 주효

홈플러스는 더운 날씨에도 온라인 신선식품 매출이 증가했다고 12일 밝혔다.

홈플러스에 따르면 지난 7월 대형마트를 거점으로 하는 ‘마트직송’과 홈플러스 익스프레스 기반 퀵커머스 ‘즉시배송’의 매출 성장을 이끈 품목은 과일, 축산 등 신선식품인 것으로 나타났다.

과일 매출 성장을 견인한 일등공신은 여름 대표 과일 수박이다. 마트직송은 ‘흑미수박’ 매출이 전년 동기 대비 9배 이상 폭등했다. 즉시배송도 일반 수박 매출이 전년 동기 대비 61% 증가했다.

홈플러스는 날씨로 인해 수박 맛이 떨어

어질 우려가 있으면 판매 적정 기간을 조정하고 있다. 산지에서 조기 수확해 사전 계획한 시점보다 앞당겨 판매할 수 있게 하고, 날씨 피해가 덜한 대체 산지를 확보한다. 보통 비가 잦으면 당도가 일정하지 않아 ‘물수박’이 많고 물가가 폭등하지만, 여름철에도 고품질의 수박을 판매하기 위한 다방면의 노력으로 상품 경쟁력과 가격 경쟁력까지 확보할 수 있게 됐다.

바나나, 포도, 복숭아 등 무르기 쉬운 과일의 즉시배송 매출도 각각 66%, 22%, 21% 약진했다.

외식 물가 상승으로 집에서 고기를 구워 먹는 ‘홈집살’ 트렌드 확산에 힘입어 냉동 축산 품목도 활약했다. 마트직송의 경우 7월 한 달간 냉동 축산 매출이 전년

동기 대비 58% 신장했고, 이 중 돈육이 65%의 매출 비중을 차지하며 전년 대비 131% 뛰었다. 냉장·냉동 수입 돈육 매출 역시 38% 증가했고, 홈플러스의 대표 메가 히트 상품인 ‘보리먹고 자란 돼지(보맥돼) 삼겹살’이 매출 비중 19%를 차지하며 1위에 등극했다.

빠르게 배송하는 즉시배송 역시 냉동 축산 매출이 전년 동기 대비 55% 신장했다. 이 중 냉동 돈육 매출은 152%, 냉장·냉동 수입산 돈육 매출은 199% 급등했다. 특히 간편팩 상품이 인기를 끌었다. 국내산 삼겹살 간편팩 ‘돼지삼겹살구이(600g)’가 매출 비중의 23%를 차지했고, ‘조간편 만능대패삼겹살’, ‘돼지목심구이’ 등도 상위권에 이름을 올렸다.

나다운 기자

DK®
디케이 주식회사

www.e-dk.co.kr

쾌적하고 깨끗한 생활을 위한 스마트 가전이 한 곳에!



벽걸이 공기청정살균기

스탠드 공기청정살균기



제습기



레인지후드

전기쿡탑



공기청정살균기 | 공기청정기 | 공기순환기 | 제습기 | 레인지후드 | 전기쿡탑 제조 및 A/S 문의 1544-1154