

나홀로 가구 증가... ‘자취템’이 뜬다

이마트, 3인용 이하 밥솥 2년새 매출 평균
‘혼족 가전’ 런칭...7월 10개 상품 추가 출시

1인 가구가 증가하면서 밥솥 크기도 작아지고 1인용 라면 포트도 등장하는 등 ‘혼족 가전’이 인기를 끌고 있다.

30일 이마트에 따르면 2017~2019년 전기 밥솥 매출을 분석한 결과 3인용 이하 밥솥 매출이 지난해 9%, 올해 21% 급증했다.

이처럼 3인용 이하 밥솥 매출이 증가하면서 전체 밥솥 매출에서 차지하는 비중도 2년새 2배 가량 증가했다. 2017년 2.9%에 머물렀던 3인용 밥솥 매출 점유율은 2019년 2년새 6%로 늘었다.

이 같은 3인용 이하 밥솥 매출 증가는 집에서 밥을 해먹는 인구가 줄어들면서 밥솥 전체 매출이 감소하고 있는 점과 대비된다.

밥솥뿐만 아니라 기존가전 제품 시장의 ‘작은손’이었던 1인 가구를 위한 다양한 가전제품들도 인기를 끌고 있다.

이마트는 지난해 6월 라면포트, 샌드위치메이커, 모닝메이커(토스터와 커피머신을 결합) 등 ‘간편함’을 내세운 ‘일렉트로맨 혼족 가전’ 시리즈를 런칭했다.

처음 7종으로 시작한 ‘일렉트로맨 혼족 가전’ 시리즈는 지난해 말 혼자서도 밥 해먹기 편리한 1인용 밥솥과 전기그릴을 추가로 선보이면서 현재 총 9개 상품을 판매 중이다.

오는 7월에는 미니블렌더, 1인용 전기포트 등을 새로 출시하는 등 연내 혼족 가전 상품을 10개 추가로 출시할 계획이다. 대표상품인 ‘일렉트로맨 혼족 라면포트(1만9천800원)’는 가스불을 켜지 않고 전기로 간편하게 라면을 끓여 먹을 수 있는 상품이다.

라면 포트에 물과 라면을 한꺼번에 넣고 끓인 후 전기 포트에서 그대로 취식이 가능한 것이 특징이

다. 조리 과정도 단순화 하면서 설치까지 줄여주는 아이디어 상품이다.

또한 에어프라이어 역시 자취생 필수품으로 인기를 끌고 있다. 간편하게 고급 요리를 할 수 있어 집에서 에어프라이어를 사용하는 사람들이 많은 가운데 대부분은 동그랗고 크기가 적당한 에어프라이어를 사용한다.

에어프라이어는 고온의 열풍을 이용해 음식을 튀기는 제품으로, 기름을 사용하지 않으며 사용법이 쉬워 간단한 아침 식사나 간단한 저녁 메뉴를 요리하기에 좋다. 최근에는 신혼집의 집들이 선물로 급부상했다.

이에 따라 에어프라이어로 만드는 다양한 요리 레시피들도 인기를 끌고 있다.

에어프라이어를 이용해 고구마를 구워 먹을 수 있다. 고구마를 200도에서 20분 가량 구워주고, 덜 익었을 경우에는 고구마를 뒤집어 약 10분 더 구워주면 맛있는 군고구마가 된다.

또 삼겹살을 에어프라이어에 넣고 180도 온도에서 약 20분 구운 다음 삼겹살을 뒤집어 밑간을 한 뒤 다시 20분을 구우면 맛있는 통삼겹살 바비큐가 된다.

이 같은 간편함에 소비자들이 움직였다. 출시 초기 월 2천개 가량 판매되었던 ‘혼족 가전’은 꾸준히 판매가 늘어 현재 월 3천개 수준의 판매량을 보이고 있다.

또한 1인 가구 소비자들이 증가하면서 가전뿐만 아니라 주류시장에서도 소용량 주류를 많이 찾고 있는 것으로 나타났다.

이마트는 지난해 말 처음으로 매장에 미니주류 전용 매대를 구성했으며, 현재 전국 점포로 확대해 총 80여개 점포에서 미니주류 전용 매대를 운영하



일렉트로맨 1인 밥솥

고 있다.

미니주류 전용 매대에서는 다양한 주종의 미니주류 상품을 판매 중이다. 125ml 미니 캔맥주는 물론 ‘혼족’들이 쉽게 사서 마시기 힘들었던 위스키, 청주, 사케 등도 200~300ml 용량의 미니주류 상품들을 출시해 선보이고 있다.

현재 이마트 미니주류 매대에서 판매하는 상품은 100여종에 달할 정도로 다양한 미니주류의 출시가 이어지고 있다.

실제 이마트 올해 1~5월 주류 매출을 살펴보면 125ml 미니 맥주 매출은 324%, 200ml 이하 미니 민속주는 67% 증가하는 등 큰 성장세를 보이고 있다.

이마트 양태경 소형가전 팀장은 “소비 시장에서 1인 가구의 영향력이 점차 커지면서 1인 가구를 위한 다양한 가전제품들이 출시되고 있다”며 “특히 주요 타겟인 2030 젊은 소비자들은 물론 혼자 사는 노년층 소비자들도 1인용 가전제품을 많이 찾는 추세”라고 말했다.

/임후성 기자

롯데아울렛, 최대 할인행사

전국 동시 ‘아울렛츠고’...오늘부터 내달 2일까지

롯데아울렛이 상반기 최대 할인행사인 ‘아울렛츠고(Outlet's Go)’를 진행한다.

30일 롯데아울렛에 따르면 31일부터 다음달 2일까지 진행되는 ‘아울렛츠고’는 전국 롯데아울렛이 동시에 진행되는 할인 행사로, 최대 30% 할인된 가격으로 상품을 만나 볼 수 있다.

광주지역은 롯데아울렛 광주월드컵점, 수완점에 입점한 약 350개 브랜드가 참여한다.

롯데아울렛은 이번 ‘아울렛츠고’ 행사를 시작으로 본격적인 나들이 시즌이 시작되는 6월 첫 주말부터 가족 단위 고객 및 쇼핑을 즐기러 오는 고객 잡기에 나선다.

최근 아울렛의 경우 유명 브랜드 상품들을 상대적으로 저렴한 가격에 구입할 수 있을 뿐만 아니라, 각종 SNS에 맞점과 다양한 편의시설이 소개되는 등 가족 고객의 주말 나들이 장소로 각광받고 있다.

실제 롯데아울렛의 지난해 매장 방문 고객수를 살펴보면 주말 평균 방문 고객수가 평일 평균의 4배를 상회하는 것으로 나타났다.

이에 맞춰 지역 아울렛은 다양한 행사

도 준비하고 있다.

롯데아울렛 광주월드컵점에서는 게스의 청바지를 최대 60% 할인해 판매하는 ‘게스 종합전’, 아이더의 여름 인기 아이템을 1~3만원에 판매하는 ‘아이더 균일가전’, 여름 바캉스 필수 아이템을 합리적인 가격에 구입할 수 있는 ‘미리 만나는 바캉스 대전’을 진행한다. 또한 가족단위 고객을 위해 오는 6월1일 어린이 인형극을 1층 정문 광장에서 총 2회 선보인다.

롯데아울렛 수완점에서는 고세 남성화와 여성화를 4만8천원에 판매하는 ‘고세 초특가전’, 지프 인기아이템을 1~3만원에 판매하는 ‘지프 균일가전’, 여름 슈즈를 40~50% 할인 판매하는 ‘라운드디션 특집전’을 진행한다. 물맷을 돌려 100% 경품을 증정하는 행사가 1일부터 2일까지 선착순으로 열린다.

한편 ‘아울렛츠고’ 행사 기간 구매고객들의 쇼핑 편의를 위해 롯데/KB/신한/삼성/농협카드로 30만원 이상 구매하는 고객들에게 5% 상당의 롯데상품권을 선착순 증정하며, 롯데카드도 단일 브랜드 50만원 이상 구매고객에게는 6개월 무이자 할부 혜택을 제공한다.

/임후성 기자



‘광주천을 친수공간으로’ 환경정화 캠페인

롯데백화점 광주점

롯데백화점 광주점은 지난 29일 광주천을 쾌적한 친수공간으로 바꾸기 위한 환경정화 캠페인을 펼쳤다.

이날 롯데백화점 광주점 사뭇데 봉사단과 임직원원은 담당구역인 광주천 양림교에서 서석교까지 각종 쓰레기와 오물 등을 대거 수거하고 시민들에게 광주천 가꾸기 홍보 활동을 진행했다.

롯데백화점 광주점의 환경정화 캠페인은 시민 참여형 광주천 가꾸기 사업에 따른 것으로 지난달 30일 광주시와 관련 협약을 체결했으며, 자력 친화적 생태계 구축을 위해 광주천의 정화활동, 유해식물 제거, 환경캠페인 등을 지속적으로 추진할 예정이다.

박병익 롯데백화점 광주점 부점장은 “깨끗한 광주천 조성을 위해 앞으로도 적극적으로 환경보호 활동에 동참할 것”이라고 말했다.

/임후성 기자

홀리데이 인 광주호텔 ‘프리미엄 빙수’ 출시

홀리데이 인 광주호텔은 1층 로비에 위치한 디오니소스 카페&바에서 8월 말까지 ‘프리미엄 빙수’ 2종을 선보인다고 30일 밝혔다.

‘프리미엄 빙수’는 더위에 지친 몸과 마음을 시원하게 사로잡을 ‘지리산 별꿀 집 팥빙수’와 ‘히로야마 말차 빙수’ 2종류로 취향에 맞게 선택해 맛볼 수 있다.

지리산 별꿀 집 팥빙수는 곱게 간 우유 얼음에 지리산에서 채취한 별꿀 집과 국내산 팥을 정성스럽게 삶아 만든 팥소를 얹어 건강할 달콤함을 느낄 수 있다.

함께 선보이는 ‘히로야마 말차 빙수’는 히로야마 말차를 아낌없이 사용해 진하고 깊은 말차의 맛을 만끽할 수 있다.



말차 특유의 씩씩한 맛과 달콤한 바닐라 맛 하겐다즈 아이스크림이 조화롭게 어우러진 것이 특징이다.

가격은 각각 2만2천원(세금 포함)이며 자세한 내용은 디오니소스 카페&바(062-610-7063) 또는 홈페이지를 통해 확인할 수 있다.

/임후성 기자

대유위니아, IoT 기반 ‘딤채’ 출시

대유위니아는 국내 최초로 LCD디스플레이가 부착된 사물인터넷(IoT) 기반의 김치냉장고 딤채를 출시했다고 30일 밝혔다.

대유위니아가 이번 김치냉장고 시장에 선보이는 IoT 김치냉장고 ‘딤채’(스탠드형, 모델명WDQ57CTRESS)는 최근 주방에서 보내는 시간이 늘어난 가정의 생활 패턴을 반영해 주방의 중심 공간에 위치한 김치냉장고로 다양한 활동을 할 수 있도록 지원한다.

상부 도어 전면부에 부착된 LCD 터치 디스플레이로 김치냉장고 기능 조작은 물론, 식료품 주문 및 온라인 엔터테인먼트 서비스도 활용할 수 있다.

IoT 기능을 제어하는 디스플레이는



상부 좌측 도어에 10.1인치의 태블릿 PC 크기 LCD 터치 디스플레이로 부착했다. 딤채 IoT모델은 LCD 디스플레이를 통해 18종 26모드(4룸 기준)의 다양한 전문 숙성·보관 기능을 직관적으로 표현해 여러 기능을 편리하게 조작할 수 있다.

/임후성 기자

덕남동, 임야

- 장/단기 최고 투자 물건임
 - 덕남동, 992㎡(300p), 지분매매
 - 도시지역, 자연녹지, 그린벨트, 도로접
 - 인접토지 맹지도 15~20만원에 매매 됨
 - 대학교수, 세무사, 간호사도 공유자임
 - 각종 개발 호재 많음, 투자적합
 - 기획부동산 물건 아님
 - 매-4500만원(3.3㎡당 15만원)
- 문의. 010-6834-7400

