

# 코로나 여파로 '집밥이 대세'...반찬시장 얼마나 커질까

### 반찬시장 규모 2019년 기준 2조원 수준...2022년 5조원 예상

### 식품업계, 전통적인 반찬부터 수산 HMR까지 시장 공략 박차

집밥 트렌드가 확산되면서 식품업계도 전통적인 반찬류부터 수산 가정간편식(HMR)까지 다양한 종류의 제품을 출시하며 반찬 간편식 카테고리 상층에 힘을 주고 있다.

21일 한국농수산식품유통공사(사)의 '2019 가공식품 세분시장 현황보고서'에 따르면 국내 반찬 시장 규모는 2019년 기준으로 2조원을 상회한다.

지난해의 경우 코로나 여파로 시장 규모는 더욱 커졌을 가능성이 높다.

보고서는 2022년에 반찬을 포함한 HMR 시장 규모가 5조원에 육박할 가능성이 높다고 예상했다.

식품업계도 지난해부터 집밥 수요가 크게 증가하고 있다는 점을 고려해 기존 제품과 차별화된 다양한 종류의 반찬류 제품을 출시하고 있다.

CJ제일제당은 ▲소고기 장조림 ▲무말랭이 무침 ▲오징어채 볶음 ▲소고기 찐고추장조림 ▲비비고 견과류 멸치볶음 등 비비고 반찬 제품 5종을 대표 상품으로 선보이고 있다.

지난해는 고등어, 가지미, 삼치, 임연수, 콩치 등으로 구성된 비비고 생선구이를 선보였다. CJ제일제당은 '비비고 생선구이' 생선 인프라를 확대한다는 계획이다.

급증하는 반찬류 수요에 선제적으로 대비하고, 보다 다양한 어종에 대한 생산 능력을 갖추기 위해서다.

올해는 생선 HMR 제품군 확대를 추진하고 중장기적으로 해외 시장도 공략한다는 계획이다.

동원F&B는 자사 한식 브랜드 '양반'을 통해 반찬류를 선보이는 한편 온라인 장보기 마켓 '더반찬&에' 다양한 상품군을 입점시키며 시장을 공략하고 있다.

지난해 12월 '문어통살 장조림', '쇠고기 장조림', '돼지고기 장조림', '메추리알 장조림' 등 4종으로 구성된 양

반 장조림을 신제품으로 선보였다. 2~3인분으로 구성된 '양반 장조림' 4종은 코로나19 여파 반찬 수요가 크게 증가하고 있다는 것을 고려해 출시했다.

동원F&B는 양반 반찬 HMR 라인업을 지속적으로 강화해 늘어나는 내식 수요를 공략한다는 계획이다.

온라인 장보기 마켓 '더반찬&에' 강화에도 적극적이다. 지난해는 월회비 4500원을 내고 가입한 고객에게 무료 배송 혜택을 횡수 제한없이 제공하는 유료 멤버십 서비스 '더반찬&패스'를 론칭했다.

올해는 지난해 8월 수산물 HMR 브랜드 '수산명가'를 '더반찬&에' 입점시켜 ▲두툽한 생연어회 ▲가시없는 생선구이 2종(고등어, 참치) ▲바로 먹는 수산물 2종(데진문어, 자숙소라) 등 HMR 5종을 판매한다.



샘표는 3~4인이 한 끼 식사로 먹기 적당한 양으로 구성된 쇠고기 장조림, 돼지고기 장조림, 메추리알 장조림, 멸치볶음, 고추장 멸치볶음, 오징어채 볶음 등 '씩씩씩 밥도둑' 6종을 출시했다.

아이를 키우는 가정을 위한 반찬 간편식도 출시되고 있다. 영유아 식품 전문기업 아이베넷은 '순살 코다리 조림', '순살 가지미 조림', '순살 찜닭' 등 순살 상온반찬 3종을 출시했다.

업계 관계자는 "코로나19 여파로 반찬류 제품을 찾는 소비자들이 늘고 있다"며 "집에서도 다양한 반찬을 먹고 싶은 소비자의 니즈가 반영된 것으로 분석된다. 식품업계도 다양한 반찬 간편식을 출시해 경쟁력을 높이고 있다"고 말했다.



**삼성전자, 고해상도 모니터(S80A) 출시** 삼성전자 모델이 서울의 한 스튜디오에서 신제품 고해상도 모니터(S80A)를 소개하고 있다. (사진=삼성전자 제공)

## 20~30대 직장인 76% "이직 꿈꾼다"

### 응답자 절반 가까이(47%) 이직경험 있어

직장인 10명 중 7명은 이직 의향이 있는 것으로 나타났다. 이직을 하고 싶은 이유로는 급여 및 복리후생에 대한 불만을 가장 많이 꼽았다.

20일 취업정보사이트 캐치가 재직 경험이 있는 재직중·퇴사 직장인 1467명을 대상으로 '이직'을 주제로 설문조사한 결과에 따르면, 직장인 76.5%가 이직 의향이 있다고 답했다.

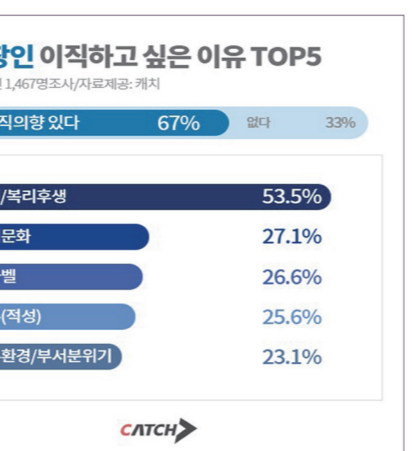
직장인들이 이직을 생각하는 이유 중 가장 높은 비중을 차지한 것은 '급여·복리후생'(53.5%)이었다.

2위는 '조직문화'(27.1%)가 차지한 가운데 '워라밸'(26.6%)은 3위에 올랐다.

이밖에 '직무(적성)'(25.6%), '근무환경·부서분위기'(23.1%), '인사제도'(18.5%), '상사·인간관계'(16.8%), '회사 경영진'(13.7%)가 차례로 뒤를 이었다.

캐치가 직장인들에게 '이직 경험이 있는지' 묻는 질문에 대해서는 응답자 절반에 가까운 47%가 '이직 경험이 있다'고 응답했다. 아직 이직 경험이 없는 사람들도 매일 이직을 생각하는 응답자(65.4%)가 절반을 훌쩍 넘겼다.

직장인들은 이직 시 가장 필요한 정보로 '기업리뷰(분위기·복리후생



등')(79.5%)나 '연봉'(76.4%)을 꼽았다. '기업 채용정보'(36.6%)나 '현직자와의 네트워킹'(34.2%)이 필요하다는 응답들도 이어졌다.

오유니기자

## '반려동물과 산다' 604만 가구...4명 중 1명 꼴

한국 반려가구 전체 29.7%...1448만명  
3대 견종은 몰티즈·푸들·포메라니안  
월평균 반려견 11만·반려묘 7만 지출



한국인 4명 중 1명 이상이 반려동물과 함께 살아가는 것으로 나타났다.

21일 KB금융지주 경영연구소가 발간한 '2021 한국반려동물보고서'에 따르면 한국의 반려가구는 604만 가구로 전체 가구의 29.7% 수준이다. 반려인은 1448만명으로 집계됐다.

이 가운데 반려견 양육가구가 80.7%로 가장 많았고, 반려묘 양육가구는 25.7%였다. 한국 반려견 수는 586만 마리, 반려묘 수는 211만 마리로 추정된다.

반려가구가 선호하는 견종은 몰티즈(23.7%), 푸들(19.0%), 포메라니안(11.0%) 등이었고, 묘종은 코리안숄테어(45.2%), 러시안블루(19.0%), 페르시안(18.7%) 순이었다.

이번 보고서는 지난해 12월 18일부터 3주간 반려동물 양육가구 1000가구와 일반가구 1000가구를 대상으로 온라인 설문조사를 실시했다. 노령견 양육가구를 대상으로 실시한 표적집단 심층면접(FGD)을 분석한 결과를 담았다.

10가구 중 6가구 이상 반려동물

양육에 대체로 만족했고, 특히 반려묘 양육 가구와 자녀가 없는 부부 가구의 만족도가 높았다.

반려동물과 관련해 매일 고정적으로 지출하는 양육비는 1마리 기준 월평균 반려견 11만원, 반려묘 7만원으로 조사됐다.

입양 비용은 1마리 기준 평균 반려견 23만4000원·반려묘 20만3000원, 1회 치료비는 1마리 기준 평균 반려견 6만7000원, 반려묘 8만7000원을 지출했다.

반려동물이 집에 혼자 있는 시간은 하루 평균 5시간40분이다. 반려가구 중 64.1%가 펫테크 기기를 이용하는 것으로 파악됐다. 외출 시 집에 혼자 남은 반려동물에 대한 걱정을 덜기 위해서다.

주로 이용하는 펫테크 기기는 자동 급식기와 자동 급수기, 홈 폐쇄회로(CC)TV와 카메라, 자동 장난감 등이다.

반려견 양육가구 중 노령견을 기르는 가구는 19.0% 정도다. 반려인이 생각하는 반려견의 노령기 진입 연령은 10세였고, 노령견을 양육하면서 느끼는 가장 큰 애로사항은 노령견 양육에 대한 정보가 부족한 점을 손꼽았다.

서선욱기자

## 삼성디스플레이, 자동분류 되는 '스마트 재활용 수거함' 도입

### 이용자가 캔·페트병 넣으면 지능형 카메라가 자동 분류



삼성디스플레이가 자원 재활용을 위해 최근 '스마트 재활용 수거함'을 도입했다고 21일 밝혔다.

삼성디스플레이는 충남 아산 1,2번 퍼스 내 직원들의 이동이 잦은 건물 로비 입구 등 11개 장소에 스마트 수거함을 설치하고 이용 확대를 위해 사내 홍보를 전개하고 있다.

'스마트 재활용 수거함'은 이용자가 투입구에 캔이나 페트병을 넣으면 내장된 지능형 카메라가 이를 인식해 종

류별로 자동 분류한다. 이용자가 사용 실적에 따라 마일리지 쌓을 수도 있으며 2000 포인트 이상이면 현금으로 환급도 가능하다.

김학근 구매팀 프로는 "처음에는 호기심이 몇 번 사용했는데, 마일리지와 누적될 때마다 환경을 위해 좋은 일을 하고 있다는 자부심도 함께 쌓이는 것 같다"고 소감을 전했다.

올해 지속가능경영을 본격적으로 추진하고 있는 삼성디스플레이는 물

자원 재활용에도 많은 노력을 기울이고 있다.

디스플레이 제조 과정에서 사용한 물을 자체 정수시설을 거쳐 공정 용수로 재이용하고, 폐수처리장에서 처리한 물을 초 미세막 여과 기술을 활용해 재 정화한 뒤 산업단지 원수로 활용하고 있다.

특히, 지난 12월에는 충남도와 협약을 체결해 수원이 부족한 하천에 수질을 개선하고 부족한 농업 용수로 재활용하기 위해 하루 2만톤의 방류수 이송을 계획하고 있다.

또한 사업장 내 발생하는 폐기물·폐제품을 재활용하고 임직원들이 플라스틱 일회용품 사용 줄이기에 참여한 결과, 지난 2019년 글로벌 인증 업체인 UL로부터 폐기물 매립 제로 부문 '골드' 등급을 받았으며, 지난해에는 최우수 등급인 '플래티넘'을 획득하기도 했다.

이제일 지속가능경영사무국 상무는 "지속가능경영에 대한 필요성이 대두되면서 일반 소비자뿐만 아니라 기업들도 적극적으로 자원 재활용 문제에 관심과 노력을 기울이고 있다"며 "우리 회사도 폐기물 재활용을 위해 더욱 더 적극적인 노력들을 펼쳐 나갈 계획"이라고 말했다.

## '게임하는 연인 어때'...男 88% '좋아'...女는?

### 여성은 53.3%만 긍정적이라고 답해

대다수의 남성(88.7%)이 게임이 취미인 연인을 좋게 생각한 반면, 여성은 절반 정도만 긍정적으로 생각했다.

20일 결혼정보회사 듀오에 따르면 2월24일부터 이달 2일까지 2030 미혼남녀 총 300명을 대상으로 '게임이 취미인 연인'에 관한 설문조사를 실시한 결과 남성의 88.7%는 게임이 취미인 연인을 좋게 생각했지만 여성은 53.3%만 긍정적이라고 답했다.

남성이 게임이 취미인 연인을 긍정적으로 생각하는 이유는 '나도 취

미가 게임이라서'가 46.6%로 1위를 차지했다. 여성은 '상대방이 좋아하는 것을 존중해줘야 한다고 생각해서'(41.3%)를 가장 많이 꼽았다.

반대로 게임이 취미인 연인이 부정적인 이유로는 남녀 모두 '연락이 잘 안 되는 경우가 생기니까'(남 41.2%, 여 42.9%)를 1위로 꼽았다. '급전적 시간적 낭비라 생각해서'(남 17.6%, 여 24.3%), '정신적 육체적으로 건강을 해치니까'(남 17.6%, 여 14.3%)란 의견도 있었다.

미혼남녀가 용납할 수 있는 연

인의 하루 평균 게임 시간은 평균 2.38시간이었다. 남성(2.63시간)이 여성(2.12시간)보다 이해 가능한 게임 시간이 좀 더 긴 경향을 보였다.

만약 연인이 용납 가능한 하루 평균 게임 시간을 자주 넘기는 사람이라면, 남성은 '다 이해하고 계속 사귀다'고(38.7%) 답했다. 하지만 여성은 '개선 의지가 있으면 사귀고 아니면 헤어진다'(48.7%)고 했다.

미혼남녀가 생각하는 가장 이상적인 연인의 취미는 '운동'(43.0%), '영화 드라마 감상'(26.7%), '독서'(11.7%) 순이었다. 게임을 선택한 남녀는 8.7%였다.

최이슬기자