

# 디자인보다 기능… 새학기 가방 콘셉은 안전

롯데백화점 ‘신학기 프로모션’  
비중 높아 전년보다 물량 2배 늘려  
할인 판매·특설 매장 운영 등 진행

‘안전’이 사회 이슈로 부각되면서 신학기 쇼핑 아이템도 디자인보다 기능성이 우선시되고 있다.

롯데백화점은 신학기를 맞아 오는 9일부터 아동·스포츠 상품군에서 ‘신학기 프로모션’을 진행하고 신상품 출시 및 경품행사 등 다양한 프로모션을 선보인다고 6일 밝혔다. 이번 행사에서는 기능성 백팩 물량을 전년보다 2배 이상 늘렸다.

백화점 신학기 프로모션에서 가장 중요한 상품은 바로 ‘백팩’이다.

지난해 스포츠·아동 상품군의 브랜드별 백팩의 연 평균 매출 비중은 7~10%로 의류, 슈즈 등 다른 품목에 비해 낮았지만 신학기인 2월에는 스포츠는 최대 30%, 아동 브랜드는 최대 50%까지 크게 늘면서 판매하는 모든 품목 중에서 매출 비중이 가장 높은 것으로 나타났다.

최근 사회 전반적으로 화재, 교통, 지



롯데백화점 아동매장에서 엄마와 딸이 신학기 상품을 고르고 있다. /롯데백화점

진 등 많은 사고로 인해 각종 위험에 대한 경각심이 커지면서 아동 상품군 같은 경우 캐릭터 인형으로 꾸며진 스타일보다는 아이들이 편하게 착용하고 안정성이 강화된 기능성 백팩이 큰 인기를 끌고 있다. 이에 롯데백화점에서도 이와 관련된 다양한 상품을 준비했다.

우선 초등학생들을 위해 뉴발란스키즈와 헬리키즈에서는 아이들 교통사고

에 대비해 전면에 빛을 비추면 반짝이는 반사 원단을 사용한 백팩을 출시했다.

닥스키즈, MLB 키즈 등에서는 아이들의 어깨에 무리가 가지 않도록 경량을 낮춘 백팩들을 선보인다. 또 블랙야크 키즈에서는 무게 하중을 최소화 하는 어깨끈을 적용하고 앞부분 벨트에는 야광 호루기를 부착한 상품도 출시했다.

롯데백화점은 오는 9일부터 11일까지

프렌치겟, 게스키즈 등의 아동 브랜드에서 신상품을 10% 할인 판매한다. 타미힐피거키즈에서는 28일까지 책가방 전 상품을 30~50% 할인 판매한다.

또 롯데백화점은 중·고등학생을 위해 2월 말부터 3월까지 기능성 가방을 선보이는 특설 매장을 운영한다. 우선 본점, 김포공항점에서는 폐차 가죽시트 리사이클링 소재를 활용해 만든 가방 브랜드 ‘컨티뉴’의 특설 매장을 운영한다. 스포츠 브랜드에서 신학기 상품 구매시에는 롯데상품권 및 다양한 사은품도 증정한다.

신학기를 맞아 경품행사 등 다양한 프로모션도 선보인다.

9일부터 3월 1일까지 신학기 상품을 판매하는 아동, 스포츠, 영캐주얼 등의 브랜드에서 상품을 구매하는 고객을 대상으로 신학기 쇼핑 지원금 최대 100만 원을 제공하는 경품행사를 진행한다.

이진우 롯데백화점 마케팅기획 팀장은 “올해 신학기 가방은 아이들의 안전을 지켜줄 수 있는 기능성이 강조된 상품을 많이 출시했다”며 “이번 신학기 프로모션에 다양한 행사를 기획한 만큼 여유롭게 출시했다”라고 말했다. /김유진 기자 ujin6326@metroseoul.co.kr

# lalavla

드럭스토어 ‘왓슨스’  
‘랄라블라’로 BI 변경

드럭스토어 브랜드 ‘왓슨스’가 ‘lalavla(랄라블라)’로 BI(Brand Identity)를 변경했다.

GS리테일은 드럭스토어 시장의 메인 고객이라고 할 수 있는 20~30대 고객에게 어필할 수 있는 브랜드 이미지와 차별화된 컨셉으로 다시 태어나고자 lalavla를 론칭했다고 6일 밝혔다.

GS리테일은 지난 2004년 ‘왓슨스’로 드럭스토어 사업을 시작했다. 13년만에 BI를 교체하며 기존 왓슨스의 이미지를 탈피하고 기존 사업과 완전히 다른 차별화 전략을 내놓는다.

우선 GS리테일은 건강기능식품과 뷰티상품의 종류만을 늘려가는 기존의 ‘Beauty + Health’ 구조가 아닌 뷰티와 헬스의 조화와 균형을 최우선으로 하는 ‘Beauty by Health 스토어’로써 건강한 아름다움을 추구하는 MD구성과 서비스를 제공한다는 전략이다.

실제 lalavla는 먹어도 되는 천연 색조 브랜드를 도입하고 리사이클 제품과 유기농 PB, GMO Free, 친환경 상품을 늘리는 등 차별화된 상품 소싱을 지속적으로 진행할 계획이다. /김유진 기자

## 동원시스템즈 ‘무균충전음료’ 사업 진출… 700억 투자

강원도와 공장 설립 위한 MOU  
연간 1억3000만개 생산 가능  
2025년 연 1000억 매출 계획



이날 춘천시 강원도청에서 열린 이날 체결식에는 동원그룹 박인구 부회장과 동원시스템즈 조점근 사장(사진), 최문순 강원도지사, 한규호 횡성군수 등이 참석했다.

동원시스템즈는 약 700억원을 투자해, 강원도 횡성군 내에 약 10만5785㎡(약 3만2000평) 규모의 무균충전음료 공장을 설립할 계획이다. 동원시스템즈는 강원도 청정지역의 청정수를 통해 음료 품질의 차별화를 가져가는 한편, 강원도는 대기업 유치를 통한 양질의 일자리를 마련할 수 있게 됐다. 공장은 약 1년 반의 공사기간을 거쳐 내년 6월부터 본격 생산이 가능할

예정으로, 연간 1억3000만개의 무균충전음료를 생산할 수 있다. 동원시스템즈는 국내 무균충전음료 시장 성장과 발맞춰 설비투자를 지속적으로 확대해 나갈 계획이다.

동원시스템즈는 이번 사업을 통해 기존 포장재 제조에서 한층 나아가 음료 완제품을 직접 생산하는 영역까지 사업이 확대된다. OEM(주문자 상표 부착 생산)업체로서, 브랜드 제조사의 제품을 만드는 것에서 한 층 나아가 ODM(제조업자 개발생산)도 적극 진행할 계획이다. 특히 동원F&B 등 그룹 내 식품계열사와의 시너지를 통해 시장에 새로운 가치를 제공할 수 있는 음료 개발이 기대된다.

조점근 동원시스템즈 사장은 “2019년 6월부터 본격 생산 돌입 후 지

속적인 설비 증설 투자를 통해 오는 2025년 무균충전음료 부문에서만 연 1000억 이상의 매출을 올릴 계획이다. 국내 1위 패키징 회사로서의 노하우와 기술력에 그룹 내 식품, 물류 등 계열사와의 시너지를 통해 차별화된 제품과 서비스를 제공할 것”이라고 전했다.

한편 동원그룹의 종합포장재회사인 동원시스템즈는 지난 1993년 포장재사업에 진출했으며, 현재 연포장재, 유리병, CAN, PET, 알루미늄, 수지필름, 칼라박스 등 거의 모든 종류의 포장재를 만드는 국내 유일한 회사다. 지난 2015년 베트남 최대 포장재 회사인 TTP와 MVP를 인수하며 글로벌 경영에 본격 나섰다.

/박인웅 기자 parkiu7854@

## 산들애 ‘10주년’… 400억대 브랜드 목표

### CJ제일제당

편의성 높인 육수·요리수 출시

CJ제일제당의 조미 전문 브랜드 ‘산들애’가 론칭 10주년을 맞아 새롭게 바뀐다.

CJ제일제당은 오는 2020년까지 산들애를 400억원대 내추럴 조미 대표 브랜드로 키우겠다고 6일 밝혔다. 최근 내추럴 지향 및 간편 트렌드의 영향이다.

자연 조미료 시장은 지난 2017년 기준 약 276억원 규모로(링크 아즈텍), 분말, 액상, 육수내기 세 가지로 형성돼 있다. 이 중 편의형 육수내기 카테고리는 약 76억원 규모로 최근 4개년 연평균 42% 성장률을 보이며 커가고 있다. 요리에 내추럴 지향, 맛, 간편함을 동시에 추구하는 트렌드에 따라 가정에서 원물로 직접 육수를 우려내는 수요가 가공제품을 사용하는 방향으로 이동하고 있는 것이다. 육수 시장이 발달한 일본의 경우 혼다시와 같은 기초 조미 제품은 역신장하고 있는 반면, 액상 육수 시장은 2016년 기준 연간 1300억원 규모를



기록하며 최근 3개년 7% 성장세를 보이고 있다.

CJ제일제당은 자연에서 온 다양한 재료로 제대로 맛을 내면서 사용 편의성을 극대화한 액상 제품인 ‘산들애 육수’ 4종과 ‘산들애 요리수’ 1종을 내놓았다. 산들애 육수는 자연에서 온 다양한 재료들을 집에서 우리듯 직접 우려내, 가정에서 손쉽게 맛있는 기본 육수를 완성할 수 있도록 한 제품이다.

타깃은 마른 멸치, 다시마 등 원물로 직접 육수를 만들거나 시판용 육수 티백을 사용하고 있지만 번거로움, 높은 가격대, 긴 육수 추출 시간 등으로 불만족을 느끼는 30~40대 주부다.

산들애 육수는 ‘산들애 처음부터 육수’와 ‘산들애 그대로 육수’ 두 가지 종류로 출시됐다.

집에서 홈카페 즐길 수 있는 제품 등 A·B·C세트로 다양한 가격대 구성

엔제리너스가 설 명절을 앞두고 오는 7일부터 실속 있는 MD 제품으로 구성한 선물세트를 선보인다고 6일 밝혔다.

엔제리너스가 준비한 실속형 설 선물세트는 무술년을 상징하는 강아지 머그와 드립백, 커피용품 등 집에서도 여유롭게 흡 카페를 즐길 수 있는 제품으로 구성했다.

먼저 A세트는 2018년 강아지머그 2개와 싱글오리진 드립백 6개입 3개로 이루어졌으며, B세트는 핸드드립 커피 추출에 필요한 오리자널 드리퍼와 키토퍼, 싱글오리진 원두, 커피 필터로 구성했다. C세트는 골드티팟과 찻잔, 향긋한 레몬 머틀 견잎 2개를 담았으며, 가격은 2만원대부터 5만원대까지 다양하게 구성했다.

엔제리너스커피 관계자는 “이번 설



선물세트는 가정에서도 손쉽게 커피와 차를 즐길 수 있도록 합리적이고 실속 있는 MD제품으로 구성하게 됐다”며 “소중한 사람들과 여유 있는 설 연휴 보내시길 바란다”고 전했다. /박인웅 기자

| 유통 단신 |

### 빙그레

꽃게랑 오리엔탈 커리



빙그레가 스낵 신제품 ‘꽃게랑 오리엔탈 커리’를 출시했다고 6일 밝혔다. 동남아의 유명 음식인 꽃게 커리에서 착안하여 개발된 꽃게랑 오리엔탈 커리는 기존 꽃게랑의 바삭한 식감과 꽃게맛에 진한 커리향이 어우러져 색다른 맛을 낸다. /박인웅 기자

### 샘표

청국장 등 간편 찌개양념



샘표가 청국장과 매운탕을 간편하게 즐길 수 있는 찌개양념을 출시했다고 6일 밝혔다. ‘샘표 청국장 찌개양념’은 국산 무와 다시마, 멸치 등으로 감칠맛을 더해 두부와 호박만 넣어도 청국장 찌개를 쉽게 완성할 수 있다. ‘샘표 매운탕 찌개양념’은 북어와 다시마를 우려낸 육수에 고춧가루를 사용했다. /정연우 기자

### 연세생활건강

아이 위한 ‘배도라지365’



연세대학교 연세생활건강이 어린이들의 호흡기 건강에 도움을 주는 ‘배도라지 365’를 출시했다고 6일 밝혔다. 이 제품은 미세먼지에 면역력이 취약한 어린이들의 호흡기 건강에 도움을 주는 유익한 성분으로만 제조된 것이 특징이다. /정연우 기자