

# 내 집을 카페처럼... 커피업계 “‘홈카페족’ 잡아라”

**네슬레코리아** ‘스타벅스 앳홈’ 출시  
**자텔** ‘클래스 신선한 하루 원두’ 선보여  
**루프트커피** 고품질 원두 정기배송  
**유라** 최적화된 ‘카페 드 유라’ 판매

최근 나만의 공간에서 소비활동을 즐기는 ‘홈족(族)’ 트렌드가 자리잡으며 ‘홈카페’ 문화 열풍이 거세지고 있다.

14일 이베이코리아에 따르면 최근 한 달간 G마켓 내 홈카페 상품 판매량이 전년 같은 기간보다 최대 3배 증가했다. 신세계 센텀시티 백화점도 올해 3개월간 커피머신 매출이 전년과 비교해 44.5% 늘어났다. 환경의 영향과 라이프 트렌드의 변화로 더 많은 이들이 홈카페를 즐기고 있는 것이다.

커피업계는 홈카페족이 커피를 즐길 수 있도록 원두 및 커피 관련 제품을 선보이고 있다. 홈카페 열풍 초반, 원두에 대한 다양성으로 소비자 겨냥에 나섰다던 최근에는 다양성은 물론 편리함과 완성도 높은 커피를 위한 용품들을 출시했다.

네슬레코리아는 스타벅스의 커피를 집에서 즐길 수 있는 신제품 스타벅스 캡슐 커피를 국내 첫 출시했다. 국내에 첫 번째로 소개되는 제품은 네스카페 돌체구스토, 네스프레소 등 캡슐(싱글서브) 커피 머신을 이용해 즐길 수 있는 캡슐 커피로, 네스카페 돌체구스토



스타벅스 앳홈.

/네슬레코리아

와 네스프레소 전용 총 캡슐 제품 라인업으로 구성된다. 이는 네스프레소와 네스카페 돌체구스토 고유의 커피 시스템 기술로 개발된 첫 번째 스타벅스 캡슐 커피다.

이번에 출시되는 스타벅스 앳홈은 총 16종으로, 네스카페 돌체구스토와 네스프레소 머신 전용 각 8종으로 구성된다. 네스카페 돌체구스토 캡슐에는 스타벅스 아메리카노, 에스프레소를 비롯해 라테 마키아토, 캐러멜 마키아토와 카푸치노 등 다양한 커피 메뉴가 포함된다. 8종의 네스프레소 스타벅스 캡슐 커피는 7가지 다른 블렌드를 제공하며, 다양한 로스팅 스펙트럼을 통해 소비자는 취향에 따라 리스트레토, 에스프레소, 룬고 등으로 즐길 수 있다. 네슬레

는 스타벅스 캡슐 출시로 네스프레소와 네스카페 돌체구스토, 스타벅스 등 3개 브랜드를 통해 소비자가 집에서 쉽게 최고의 커피를 맛볼 수 있도록 강화된 포트폴리오를 제공하게 됐다.

자텔은 매일 신선한 커피를 즐길 수 있는 ‘클래스 신선한 하루 원두’를 선보였다. 이 제품은 커피 1잔 추출에 적당한 12g을 계량해 담은 1회용 원두다. 마실 때마다 한 봉지씩 꺼내어 원하는 추출기구를 활용하면 간편하게 맛있는 커피를 즐길 수 있다. 소분 포장으로 개봉 후 산소 접촉이 없어 깔끔하고 위생적으로 보관이 가능하다. 이 제품은 콜롬비아 원두를 메인으로 블렌딩해 견과류의 고소함과 흑설탕 같은 달콤함이 부드럽게 어우러지는 것



카페 드 유라.

/유라

이 특징이다. 여기에 자텔만의 커피 노하우로 블렌딩해 완벽한 커피 밸런스를 완성했다.

스페셜티커피 브랜드 루프트커피는 홈카페족을 위해 시그니처 블렌드 원두를 정기배송하고 있다. 루프트커피는 하와이 자사 농장에서 엄격하게 재배한 고품질의 생두를 직접 로스팅하고 추출까지 직접 관리하며 신뢰도를 높이고 있다. 스페셜티 커피에 대한 수요가 늘고 있는 만큼 고품질의 원두를 고객의 집 앞까지 배송해 고객층을 확보한다는 계획이다. 4주부터 24주까지 원하는 간격에 맞춰 정기배송이 가능하며, 핸드드립, 커피메이커, 에스프레소 머신 등 원하는 용도에 따라 분쇄도도 선택할 수 있다. 매번 결제해야 하는

번거로움과 매장 방문 없이도 고품질의 커피로 홈카페를 즐기고 싶은 이들에게 추천한다.

스위스프리미엄 전자동커피머신 브랜드 유라는 유라 커피머신에서 추출했을 때 가장 최적화된 ‘카페 드 유라’ 원두를 직접 로스팅해 판매하고 있다. 용인시 죽전에 위치한 유라 로스팅 공장에서 생산되는 카페 드 유라 원두는 스페셜티 생두만을 엄선해 생두 각각의 맛과 향을 최대한 끌어올리는 스위스 로스팅 공법에 따라 로스팅 된다. 스위스 본사 로스팅 공장에서 연수를 받은 유라 수석 로스터가 직접 로스팅한다. 부드러운 크레마를 사랑하는 카페 드 유라 원두는 재구매율이 매우 높다.

/박인용 기자 parku7854@metroseoul.co.kr

## 가정의 달 맞아 ‘러브 투게더’ 프로모션

**현대백화점면세점**

해외여행 앞둔 고객 위한 행사 마련

현대백화점면세점은 오는 5월 28일까지 해외여행을 앞둔 고객을 위한 ‘러브 투게더’ 프로모션을 진행한다고 14일 밝혔다.

먼저 현대백화점면세점은 행사 기간 동안 무역센터점에서 1달러 이상 구매한 내국인 고객 중 추첨을 통해 500만원 상당의 ‘괌 여행권’ (1명)을 증정한다.

또한 같은 기간 150달러 이상 구매한 내국인 고객에게는 올해 8월 18일까지 진행되는 ‘디즈니 애니메이션 특별전 관람권’ (2매)을 100명 한정으로 제공한다. 현대백화점면세점은 또한 가정의 달



‘러브 투게더’ 프로모션. /현대백화점면세점

결혼을 앞둔 예비 부부들을 위한 멤버십 프로모션도 진행한다.

행사 기간 동안 무역센터점 10층 멤버십 데스크에서 청첩장을 제시하는 고객에게 면세점 상품을 최대 20% 할인 받을 수 있는 ‘블랙’ 등급 혜택을 제공하고, 구매금액에 따라 최대 10만원 선

불카드도 증정한다.

아울러 인터넷면세점에 오는 24일까지 청첩장을 등록하는 예비 부부에게는 기존 모바일 적립금(인당 2만원)에 적립금(1만원)을 추가로 증정하고, 구매금액에 따라 H포인트를 최대 15만원 증정한다. H포인트는 현대백화점, 현대아울렛, 현대백화점면세점 등 현대백화점그룹 계열사에서 사용 가능하다.

현대백화점면세점 관계자는 “다가오는 5월 가정의 달은 해외여행을 준비하는 가족 단위 고객 및 예비 신혼 부부들이 많아 이들을 위한 다양한 혜택을 마련했다”며 “향후에도 관련 행사 및 프로모션을 준비해 고객들의 합리적인 쇼핑을 도울 계획”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@



14일 서울 롯데백화점 잠실점 월드컵파크에서 열린 ‘요가말라 프로젝트’에 참가한 요가인들이 분위기를 맞으며 요가를 하고 있다.

## 4월 테마 ‘애슬레저’... 할인 마케팅 박차

**롯데백화점** ‘희망 가득, 일상을 달리다’

롯데백화점이 건강과 운동에 대한 관심을 반영해 4월 테마를 ‘애슬레저’로 선정했다. 애슬레저는 애슬레틱(운동 경기)과 레저(여가)를 합친 스포츠웨어를 말한다.

롯데백화점은 16일부터 25일까지 최고의 인기를 달리고 있는 애슬레저 상품군을 테마로 기획한 ‘희망 가득, 일상을 달리다’ 마케팅을 진행한다고 14일 밝혔다.

지난 2015년 10개 이하였던 애슬레저 브랜드는 2019년 현재 2배 이상 증가했다. 지난해 연간 애슬레저 상품군의 매출은 전년 대비 48% 신장했다. 특히, ‘안다르’, ‘프런투라인’ 등 레깅스 전문 애슬레저 브랜드는 2018년 100% 이상 매출이 신장했다.

이번 ‘희망 가득, 일상을 달리다’ 마케팅을 통해 롯데백화점은 전 점에서 요가복, 레깅스, 브라탑, 홈 트레이닝 용품, 런닝화를 메인 상품으로 선정해

파격적인 할인을 제공한다. 특히 ‘안다르’의 티셔츠와 레깅스 세트를 4만 6000원에, ‘나이키’의 런닝화 ‘던올데이’, ‘다운시프트’, ‘퀘스트’를 4만 9000원에, ‘아식스’의 ‘젤 인피니2 와이드’ 런닝화를 5만 9000원에 판매한다.

또한, 롯데백화점에서 운영하는 자사 피트니스 편집샵 ‘피트니스 스퀘어’에 입점된 ‘제인코트’, ‘메디테디’, ‘잇존’ 등 10개 브랜드의 레깅스 및 요가 용품을 최대 60% 할인하고, 미국 애슬레저 브랜드 ‘캘빈클라인 퍼포먼스’의 2019년 봄/여름 상품(일부 품목 제외)을 최대 30% 할인 판매한다.

다양한 이벤트도 준비했다. 롯데백화점 페이스북 공식 계정에서 애슬레저 영상을 보고, 영상에 등장한 애슬레저 상품을 착용하고 사진을 찍어 페이스북 댓글로 인증샷을 올린 고객 10명에게는 ‘제3회 롯데 스타일링’ 무료 접수 기회를 제공한다.

/신원선 기자

## CU, 독립유공자 후손이 운영하는 ‘한강여의도 편의점’ 오픈

**독립유공자유가족복지사업조합**  
가맹계약... 수익금 전액 복지비로

편의점 CU는 ‘독립유공자유가족 복지사업조합’과 함께 한강여의도 편의점 1, 2호점을 오픈했다고 14일 밝혔다.

12일 진행된 오픈식에는 독립유공자 후손들과 박원순 서울시장, 차장규 독립유공자유가족복지사업조합 이사장, BGF리테일 김관우 상무 등 내외빈 100여 명이 참석했다.

한강여의도 1, 2호점은 서울시가 독

립유공자들의 생활 여건 개선을 위해 한강공원 매점 11곳 중 2곳의 운영권을 수익계약 방식으로 독립유공자 후손에게 허가했으며, ‘독립유공자유가족 복지사업조합’은 대한민국 독자 브랜드이자 업계 1위인 CU의 상징성과 우수한 운영 노하우 등을 고려해 CU와 가맹계약을 체결했다.

‘독립유공자유가족복지사업조합’이 한강여의도 1, 2호점 운영을 통해 얻어지는 수익금 전액은 독립유공자 가족의 복지비로 활용되며, 편의점 CU 역시,



CU 한강 여의도 1호점.

/CU

독립유공자가족들이 매장 운영에 어려움을 겪지 않도록 투자와 지원을 아끼지 않을 예정이다. /김민서 기자 min0812@