CJ제일제당, 美 PGA투어서 '비비고' 통해 K푸드 알린다

제네시스 인비테이셔널 등 참여
갤러리·미디어에 한식 경험 제공

CJ제일제당이 올해도 글로벌 한식 브랜드 '비비고'를 앞세워 미국 PGA 투어 주요 대회에서 CJ 브랜드와 'K-푸드' 알리기에 나선다.

CJ제일제당은 2월 13~16일(현지시간) 미국 리비에라 컨트리클럽에서 개최된 '제네시스 인비테이셔널'에 참여해 '비비고 부스'를 운영했다고 17일 밝혔다.

작년 총 8개의 PGA투어 정규대회에 참가했던 비비고는 올해도 지난달 피닉스 오픈을 시작으로 '제네시스 인비테이셔널', '더플레이어스챔피언십', 3M오픈 등 굵직한 대회에 참가할 계획이다.

대회장에서는 갤러리와 미디어를 대상으로 한식에 대한 경험을 제공하고 대회에 따라 CJ 소속 PGA투어 선수들이 현장에서 직접 '비비고 엠버서더'로 한식 알리기에 나서는 등 다양한 이벤트를 이어간다. 특히 슈완스컴퍼니 본사인 미네소타에서 열리는 3M 오픈에서는 미국 현지 패밀리사인 슈완스컴퍼니 거래선을 초청하는 등 미국 현지 사업의 B2B 네트워킹 기회로도 적극 활용할 계획이다.

이번 제네시스 인비테이셔널의 비비고 부스에서는 비비고를 활용한 다양한 메뉴를 선보였다. 특히 '비비고 김스낵'에 대한 관심이 뜨거웠다. 뉴욕 록펠러센터 비비고 QSR 팝업스토어에서 성황리에 판매 중인 '김치볶음밥'도 재료, 레시피 등 갤러리들의 질문이 쇄도했다는 게 회사 측 설명이다.

박은선 CJ제일제당 식품브랜드마케팅담당은 "비비고는 PGA투어 정규대회 후원 외에도 록펠러센터 팝업스토어, 뉴욕 푸드트럭 운영 등 미국 내에서 활발한 마케팅활동을 펼치며 미국 주류시장에서 입지를 다져가고 있다" 말했다. /김민지 기자 kmj@

제네시스 인비테이셔널 대회장 내 마련된 비비고 부스에서 갤러리들이 '비비고 왕교자'를 맛본 후 포즈를 취하고 있다. /CJ제일제당

1.6조 키덜트 시장 잡아라

롯데마트, 캐릭터시장 본격 공략

구로점에 '포켓몬스터' 캐릭터 매장
문구·스낵·패션잡화 등 한자리에
시장규모 최대 11조 성장 가능성

롯데마트 캐릭터 전문샵 /롯데쇼핑

롯데마트가 캐릭터 전문샵을 오픈하며 캐릭터 시장 공략에 본격적으로 나섰다.

롯데마트가 캐릭터 전문 매장을 오픈한 것은 국내 캐릭터 산업의 규모가 매년 커지고 있기 때문이다. 실제로 한국콘텐츠진흥원의 '2018 콘텐츠산업 통계조사 보고서'에 따르면, 캐릭터 산업 시장 규모는 2015년부터 2017년까지 매출이 8.8% 증가하며 지속적인 성장세를 보이는 것으로 나타났다.

특히 한국콘텐츠진흥원에 따르면 키덜트 캐릭터 산업은 1인 가구 증가에 따라 함께 지속 증가하고 있는 것으로 나타나, 이에 따른 시장 규모를 산출했을 때 약 1조 6000억원으로 추정하고 있다. 하지만 키덜트 캐릭터 상품을 구입할 수 있는 소비자의 범위가 시간이 지남에 따라 확대될 전망으로, 키덜트 시장 규모가 최대 약 11조원까지 성장할 가능성이 있다고 분석하고 있다.

실제로 2017년부터 2019년까지 롯데마트 완구 매출 중 키덜트 완구 매출의 비중을 살펴보니 2017년 10.2%, 2018년 14.1%, 2019년 16.3%로, 매년 지속적으로 신장했다.

이에 롯데마트는 인기 캐릭터를 중심으로 한 '캐릭터 전문샵'을 기획해 오픈했다. 해당 매장은 롯데마트 구로점에 영업면적 83㎡(약 25평) 규모로 구성했으며, 키덜트족에게 특히 인기가 높은 '포켓몬스터' 캐릭터로 매장을 꾸몄다.

특히 해당 매장은 남아완구·여아완구·교육완구 등 기존 상품군별 구성에서 벗어나, 인기 캐릭터를 중심으로 완구, 문구, 스낵, 전자게임, 패션잡화 등 다양한 관련 캐릭터 상품을 한 자리에서 만나볼 수 있도록 구성했다는 특징이 있다.

대표 상품으로 롯데마트에서 단독으로 선보이는 '포켓몬 스낵 7종'을 각 2천원에, 다양한 포켓몬 캐릭터가 새겨진 '포켓몬 팬시세트'를 2만 9800원에, 선이 없어 공간의 제약 없이 사용 가능한 '포켓몬 무선키보드'를 2만 9500원에 판매한다.

김경근 롯데마트 완구MD(상품기획자)는 "캐릭터 산업이 성장함에 따라 캐릭터 제품에 대한 고객들의 수요를 고려해 전문샵을 기획해 선보이게 됐다"며, "기존에 팝업스토어(임시매장)에서 단기적으로만 만날 수 있었던 인기 캐릭터 제품들을 롯데마트에서 일 년 내내 만나 보시길 바란다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

GS더프레시 '토마토 페스티벌' 진행

GS THE FRESH(GS더프레시, (구)GS수퍼마켓)가 '토마토 페스티벌'를 진행한다.

GS리테일이 운영하는 슈퍼마켓 GS더프레시는 이달 19일부터 일주일동안 전국매장에서 '토마토 페스티벌'을 진행한다고 17일 밝혔다. 이번 행사는 통상 3월부터 진행하는 토마토행사와는 달리, GS리테일 MD부문에서 슈퍼푸드로 알려진 토마토를 고객들에게 최대한 일찍 제공하고자 사전 계약재배를 통해 전년부터 기획됐다.

또한, 생산자와의 직거래 및 계약 재배를 통해 최근 시세보다 저렴하게 공급할 수 있어 고객들에게 인기가 높을 것으로 기대된다. 최근 완숙토마토의 공급량 부족으로 지난해 2월 평균 가격보다 30%, 평년대비 20% 높은 수준으로 시세가 이어지고 있어, 이번 GS리테일에서 진행하는 '토마토 페스티벌'은 소비자들에게 즐거운 쇼핑 기회가 될 것으로 예상된다.

일반적으로 토마토에 들어 있는 라이코펜이 항산화 작용을 하고, 칼륨이 나트륨 배출을 도와주며, 식이섬유가 풍부해 변비 예방에 좋은 것으로 알려져 있다. 이러한 다양한 효과로 인해 수퍼푸드로 유명세를 얻고 있으며, 특히, 요즘과 같이 환절기 면역력 강화에 도움이 된다고 전문가들이 이야기하고 있다.

페스티벌 기간동안 점포를 방문하면 완숙토마토(1kg/봉)를 1+1 구입할 수 있다. /신원선 기자

동원F&B

보성라떼 2종 출시

동원F&B는 보성녹차에 국내산 1등급 원유를 더한 신제품 '보성말차 라떼', '보성홍차 밀크티' 2종(사진)을 출시했다고 17일 밝혔다. 보성라떼 2종은 보성산 유기농 찻잎의 풍미와 국내산 1등급 우유의 부드러움을 동시에 즐길 수 있는 음료다. 녹차 특산단지 보성군과 협업해 우수한 유기농 찻잎을 선별해 만들었으며 동원F&B의 프리미엄 유제품 브랜드 '덴마크'의 국내산 1등급 원유를 담았다. /김민지 기자 kmj@

롯데홈쇼핑 "봄 패션 미리 준비 하세요"

'스프링 패션 이즈 롯데' 기획전
조르쥬 레쉬 등 23개 브랜드 선봬

롯데홈쇼핑은 18일부터 내달 1일까지 13일간 조르쥬 레쉬, 다니엘에스떼 등 23개 인기 패션 브랜드의 신상품 63종을 대대적으로 선보이며 봄 패션 시장 선도에 나선다.

이번 '스프링 패션 이즈 롯데(Spring Fashion is Lotte)' 기획전은 고급 소재와 합리적 가격을 내세운 패션 차별화 전략을 기반으로 활용성 높은 상품을 선보이는 데 초점을 맞췄다. 홈쇼핑 패션에 대한 선호도가 급증함에 따라 고급화, 실용성, 가격 경쟁력을 앞세워 단기간 내에 신상품을 집중 판매함으로써 올 봄 트렌드를 제시하고 업계를 선도한다는 계획이다.

특히, 뉴욕 디자이너 브랜드 '데렉램'을 단독으로 론칭하며 패션 차별화를 가속화한다.

행사 기간 중 총 41시간 동안 시청률이 가장 높은 프라임 시간대(오전·오후 8시~11시)에 매일 신상품을 선보이며, 이수정, 이은영 등 10년차 이상의 패션 전문 베테랑 쇼호스트들이 전면에 나선다.

롯데홈쇼핑이 선보일 올해 봄 패션 신상품은 재킷, 팬츠, 스커트 등 한번 구입으로 다양하게 활용할 수 있는 세트 상품과 동일한 디자인에 색상만 다른 상품 구성에서 벗어나 전혀 다른 디자인과 스타일의 아이템을 묶은 실용적인 상품을 확대한 것이 특징이다.

뉴욕 디자이너 브랜드 데렉램

뉴욕 디자이너 브랜드 데렉램 /롯데홈쇼핑

18일 오후 9시 45분에는 패션 고급화를 위한 전략 브랜드 '다니엘에스떼'의 봄 신상품을 론칭한다. 간결하고 단정한 디자인의 프랑스 프리미엄 브랜드로 2015년 론칭 이후 누적주문액 1500억 원 이상을 기록하며 꾸준한 인기를 얻고 있다.

23일 오전 11시 15분에는 30, 40대 커리어우먼들로부터 각광 받고 있는 단독 패션 브랜드 '조르쥬 레쉬'의 신상품을 판매한다.

신원선 기자

현대百 15개 점포서 '봄 리빙대전' 진행

현대백화점은 오는 29일까지 압구정본점 등 전국 15개 점포에서 '봄 리빙대전'를 진행한다.

이번 행사에는 실리트·WMF·르쿠르제·바세티·본톤·블루에어 등 30여 개 브랜드가 참여해, 가전·식기·가구·침구 등을 최초 판매가 대비 최대 40% 할인 판매한다.

대표 상품은 실리트 스마트마블 냄비 2종, 르크루제 고메밥솥, 본톤 월넛 4인 식탁세트, 블루에어 공기청정기 등이다. 이와 함께 점포별로 봄 시즌에 맞춘 다양한 행사도 진행한다.

목동점에서는 오는 17일부터 20일까지 유플렉스 지하 2층 대행사장에서 '봄 재킷·원피스 상품전'을 진행한다. 행사에는 리스트·톰보이·케네스레이디 등 3개 브랜드가 참여하며, 대표상품은 리스트 벨티드 심플 원피스, 톰보이 체크 셔츠 원피스, 케네스레이디 트위드 자켓 등이다.

판교점은 오는 17일부터 20일까지 지하 1층 대행사장에서 '봄을 기다리며, 판교 상점'을 열어 봄 시즌에 어울리는 다양한 의류·잡화·리빙 상품을 선보인다. /신원선 기자

현대백화점_봄맞이 리빙대전 /현대백화점그룹