

“함께 마셔요 → 혼자 즐겨요” 홈카페족 전성시대

유통업계 ‘홈카페족’ 마케팅

CU 봄시즌 ‘GET 루비초콜릿라떼’ 벗꽃 디자인 전용컵에 친환경 뚜껑

GS25 스타벅스캡슐커피 판매 돌체구스터 등 인기메뉴 4종 판매

이마트24 떡 디저트 3종 ‘인기’ 디저트 카테고리 매출 90% 증가



17일 롯데백화점에서 모델들이 에스프레소 머신을 선보이고 있다. /롯데쇼핑



고객이 GS25에서 스타벅스 캡슐 커피를 구매하고 있다. /GS리테일

신종 코로나바이러스 감염증(코로나 19)에 대한 우려로 타인과 접촉하기보다는 집에서 홀로 음료와 디저트를 즐기는 일명 ‘홈카페족’이 증가하면서 유통 업계가 관련 카테고리 강화에 나서고 있다.

◆편의점, 커피 시장 공략

최근에는 집 앞 편의점에서도 유명 카페 못지 않은 커피와 디저트를 구매할 수 있다.

CU는 봄을 맞아 시즌 한정 상품 ‘GET 루비 초콜릿 라떼’를 출시했다.

GET 루비 초콜릿 라떼는 신선한 원두를 즉석에서 갈아 내리는 GET커피에 핑크빛 루비 초콜릿 라떼 파우더를 넣으면 간단하게 완성된다. GET 루비 초콜릿 라떼 파우더는 스틱 형태의 패키지에 루비 초콜릿 분말과 국산 농축유 분말 등을 황금 비율로 섞은 커피

믹스로, 루비 초콜릿 특유의 상큼한 맛은 물론 초콜릿의 달콤함, 라떼의 부드러움을 조화롭게 느낄 수 있다.

특히 CU는 GET커피 전용 테이크아웃 컵의 디자인을 벗꽃으로 변경하고, 이달부터 출고되는 전용 컵의 뚜껑을 친환경 소재로 바꾸는 등 봄맞이 리뉴얼도 진행했다.

앞서 GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 지난 3일부터 편의점 업계 최초로 스타벅스 캡슐 커피를 판매 중이다.

스타벅스 커피 캡슐은 기존 판매되는 16종 중 가장 고객에게 인기가 높은 하우스블렌드와 에스프레소, 돌체구스터 2종(12입), 네스프레소 2종이다.

편의점 업계가 커피 상품에 공을 들이는 이유는 계속 커지고 있는 커피 시장과 커피 소비를 하는 소비자들이 늘고 있기 때문으로 분석된다. 커피 시장

은 지난 2002년 이후 매년 10~20% 지속적으로 성장해왔다.

◆트렌드 반영한 디저트로 관심모아

커피와 함께 즐길 수 있는 디저트 상품도 꾸준히 강화중이다.

이마트24는 뉴트로 열풍에 맞춰 새롭게 해석한 전통디저트로 소비자들의 입맛을 사로잡았다.

이마트24가 지난 해 선보인 떡 디저트 3종(풍가루인절미, 숙인절미, 달콤고구마찰떡)은 출시 직후 냉장디저트 상품군에서 1, 2위를 차지하며 큰 인기를 끌었다. 현재까지도 냉장디저트 상품 중 크림바바크림빵, 순삭크림빵 다음으로 꾸준한 인기를 얻고 있다. 최근에는 젊은 층의 입맛과 감성을 고려해 만든 ‘달콤초코찰떡’을 선보이며 디저트 떡 라인업을 선보였다.

실제로 이마트24의 지난 해 디저트

카테고리 매출은 전년 대비 90% 증가해, 편의점의 대표 주력 상품군으로 자리매김하고 있다.

이마트24 측은 “전문점 못지 않은 맛과 품질의 디저트를 합리적인 가격으로 즐길 수 있어 편의점 디저트가 주목을 받고 있다”며 “앞으로도 가성비 중요시 하는 소비 트렌드에 맞춰 차별화되는 다양한 디저트를 선보일 계획”이라고 전했다.

GS25의 ‘탕후루’ 역시 소비자 사이에서 큰 관심을 끌었다.

지난달 28일 출시한 ▲딸기탕후루키트, ▲청포도탕후루키트, ▲적포도탕후루키트, ▲방울토마토탕후루키트 4종이 연일 매진 수준의 판매량을 보이며 열풍을 일으키고 있는 것.

GS25가 분석한 결과에 의하면 2월 28일부터 3월 15일까지 탕후루키트 4종

은 누적 판매량 10만개를 돌파했으며, 과일 가공 분류 35종 중 각 매출 Top 1~6위에 나란히 오른 것으로 확인됐다.

GS25는 탕후루 4종의 인기 요인을 가까운 편의점에 출시된 SNS 화제 상품을 맞보려는 고객 수요와 사회적 거리두기로 최근 집콕 문화가 확대되면서 만들어 먹는 소소한 재미를 갖춘 상품을 찾는 고객 수요가 집중된 결과로 분석하고 있다.

◆백화점, 홈카페족 겨냥

롯데백화점에 따르면 지난 한달간(2월 14일~3월 12일) 네스프레소, 유라/브레빌, 드롱기 등 커피 머신 브랜드 매출이 6.8% 증가한 것으로 드러났다.

롯데백화점은 최근 ‘홈카페족’의 수가 증가하고 커피 머신 매출이 증가하는 트렌드를 반영해 해외 유명 가전 브랜드의 커피 머신 일부를 할인 판매한다고 17일 밝혔다. 후주의 가전 브랜드 ‘브레빌’의 ‘BES870 에스프레소 머신’과 스위스 프리미엄 브랜드 ‘유라’의 ‘J6 에스프레소 머신’이 대표적이다.

신세계백화점 강남점은 SNS 상에서 인기를 끌고 있는 디저트 맛집을 모아 팝업으로 선보이고 있다.

‘수요미식회’와 ‘강식당’ 등을 통해 디저트 자문위원으로 이름을 알린 이은정 셰프의 ‘이제이베이킹스튜디오’와 성수동 핫플레이스 ‘빅토리아 베이커리’를 팝업으로 만날 수 있다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

롯데백, 집콕족 확산 ‘음향 가전’ 매출 쑥

‘프리미엄 음향’ 매출 6.7% 증가 프랑스 브랜드 ‘드비알레’ 팝업 오픈

‘집콕 문화’가 확산되며, 백화점 내 가전 매출에도 변화가 나타나고 있다. ‘집콕’이란 집에서 모든 것을 해결한다는 뜻으로 최근 정보기술(IT) 발달 등으로 인해 업무, 여가활동, 취미 등 모든 일상생활을 집 안에서 해결할 수 있게 되면서 나타난 신조어다.

롯데백화점의 지난 2019년 한 해 동안의 매출을 살펴본 결과, 가전 카테고리 내에서 프리미엄 음향 시장의 매출이 크게 성장한 것으로 나타났다.

실제로 수십 수백만원 대의 음향 상품들이 포함된 ‘프리미엄 음향’ 카테고리 매출은 전년 대비 6.7% 성장했다.

롯데백화점은 이처럼 늘어나는 프리미엄 음향 시장 성장에 오는 4월 2일까지 본점에서 프랑스의 세계적인 음향



롯데백화점 드비알레 팝업스토어 매장에서 고객이 제품을 살펴보고 있다. /롯데쇼핑

기기 브랜드인 ‘드비알레’ 팝업스토어를 운영한다. 드비알레는 단 하나의 기기만으로도 공간이 가득 차는 4500W의 사운드를 뿜어내는 것이 특징으로, 드리알레만의 독특한 디자인은 인테리어 장식 효과도 있다는 장점이 있다.

이번 팝업스토어의 대표 상품으로는 ‘팬텀 리액터 600’을 189만원에, ‘팬텀 리액터 900’을 239만원에, ‘팬텀 오피라’를 529만원에 판매하며, 구매 고객에게는 최대 30만원 상당의 ‘롯데상품권’을 증정한다. /신원선 기자

홈플러스 ‘즉석조리’ 델리 신상품 8종

초밥·왕봉 등 매장서 조리·판매

홈플러스는 매일 매장에서 직접 조리해 판매하는 프리미엄 델리(delicatessen) 신상품 8종을 출시했다고 17일 밝혔다.

새롭게 선보이는 즉석 조리 델리 신상품은 프리미엄 초밥과 국내산 왕봉, 레드시리즈 치킨 등으로 전국 홈플러스 매장에서 직접 조리해 판매하는 즉석 간편식이다.

우선 전국 140개 모든 점포에서 판매하는 프리미엄 초밥은 ▲프리미엄 생생

초밥(생연어 10개, 1만1990원) ▲프리미엄 생생초밥(생연어·제주광어 10개, 1만1990원) ▲프리미엄 생생초밥(생연어·광어·새우 16개, 1만5990원) ▲프리미엄 한판새우초밥(16개, 1만2990원) 등 4종을 론칭했다.

그동안 즉석 조리식품으로는 날개초밥을 중심으로 선보였던 홈플러스가 처음 시도하는 프리미엄초밥은 네타(원재료, 연어·광어·새우) 중량이 10g으로 경쟁사 상품 대비 약 20~30%가량 더 도톰한 것이 특징이다.

/신원선 기자

유통단신

롯데제과

‘마·카·몽 히어로팩’

롯데제과는 온라인 전용 기획팩 ‘마가렛·카스타드·몽셀 히어로팩(이하 마·카·몽 히어로팩·사진)’ 세트를 선보였다고 17일 밝혔다. 마·카·몽 히어로팩은 롯데제과의 대표 제품 마가렛, 카스타드, 몽셀의 대용량 제품이 각 1개씩 들어 있으며 가격은 1만3800원이다. 마·카·몽 히어로팩은 각 제품의 이름을 따서 만든 신규캐릭터(마가렛·카스타드·몽셀)를 패키지에 적용했다.



/김민지 기자

오리온

치즈뿌린 치킨팝 출시

오리온은 풍성한 치즈가루에 치킨 식감을 그대로 살린 ‘치즈뿌린 치킨팝(사진)’을 출시했다고 17일 밝혔다. 치즈뿌린 치킨팝은 1020세대가 선호하는 ‘치즈맛 치킨’에서 착안, 치킨팝에 어울리는 맛으로 재해석한 특제 치즈가루와 야채 시즈닝으로 달콤하고 짭짤한 맛을 살렸다. 치즈맛 시즈닝과 함께 과자 표면에 빵가루를 입혀 실제 치킨과 같이 더 바삭한 식감을 느낄 수 있다. /김민지 기자



한국야쿠르트, 프리미엄 샐러드 4종 출시

전문셰프 참여 ‘잇츠온 그린키트’

한국야쿠르트는 프리미엄 샐러드 ‘잇츠온 그린키트’ 4종을 출시했다고 17일 밝혔다. 실속형 샐러드 4종으로 구성했던 제품 라인업은 총 8종으로 늘어난다. 신제품 잇츠온 그린키트 4종은 ▲로스트비프 오리엔탈 ▲쉬림프 레몬파

인 ▲허브치킨 흑임자어니언 ▲닭가슴살 샐러드 런치시저다.

이번 제품 개발에는 전문 셰프가 참여해 완성도를 높였다. 제품별 드레싱 레시피 개발과 원물 재료 배합에 심혈을 기울였다.

각 제품에는 로스트비프, 쉬림프 등 주원료를 포함해 양상추와 치커리, 방



야쿠르트 ‘잇츠온 그린키트’ 4종 /한국야쿠르트

울토마토 등 신선한 야채, 과일이 풍부하게 들어있다. /김민지 기자 kmj@