

'6월의 새학기' 학용품·교복 때아닌 특수

옥션 교복까지 판매량 286% ↑
책가방 49%, 신발주머니 36%

스마트학생복 자외선 차단 등
'기능성 소재' 편안한 교복 선택



스마트 학생복.

8일 초등학교 5~6학년과 중학교 1학년 약 135만 명이 4차 등교를 하면서 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 미뤄졌던 초·중·고·유치원생의 등교 개학이 완료됐다. 원래 개학일인 3월 2일로 계산하면 99일 만에 등교 개학을 완료한 셈이다.

답답했던 온라인수업이 끝나고 대면 수업이 시작되면서 늦은 새학기 준비가 한창이다.

실제로 국내 대표 온라인마켓플레이스 옥션이 순차적 등교가 시작된 5월 한달을 기준으로 전월 동기 대비 관련 용품 수요를 조사한 결과 등교 준비를 위한 의류와 잡화, 학용품 등의 수요가 크게 증가한 것으로 나타났다.

◆2·3월 특수 누리는 학용품 수요, 최근 한달새 증가

먼저 새롭게 교복을 준비하는 학생들이 크게 늘었다. 교복까지는 4배 가까이(286%) 판매량이 급증했고, 자주 갈아입어야 하는 교복셔츠는 190% 늘었다. 중·고등학교에 새로 입학하는 학생들을 위한 교복상하세트도 35% 증가했다.

등교 시에 필요한 학생용 잡화도 많이 찾고 있다. 새학기를 준비하는 대표 제품인 책가방은 49% 늘었으며 신발주머니·보조가방은 36%, 학생실내화는 45% 증가했다.

뒤늦은 개학에 필통, 필기구 등 학용품 수요도 증가했다. 같은 기간 철제필통 판매량이 3배 이상(250%) 신장했으며 플라스틱필통과 목제필통은 각각 51%, 74% 더 팔렸다. 사인펜·색연필(41%), 크레용(67%), 연필(13%), 지우개·수정용품(27%) 등도 전반적으로 전월 대비 찾는 고객들이 늘었다.

옥션 관계자는 "코로나 사태로 석달 가까이 늦춰졌던 등교가 이뤄지며 신학기 준비와 관련된 상품 수요가 증가하고 있다"며 "교복부터 학생용 잡화, 학용품까지 주로 2~3월에 특수를 누리던 품목들의 판매가 최근 한달간 크게

늘었다"고 말했다. ◆하복 시즌 '편한 교복'이 대세 교복 업계는 학생들의 편의를 생각한 '편한 교복'을 잇따라 선보였다. 스마트학생복은 하복 시즌을 맞아 자외선 차단, 스트레치, 메쉬안감 등 강력한 기능성 소재를 사용한 편한 교복을 내놨다. 뛰어난 신축성의 친환경 소재 '젠트라'를 사용하여 한층 편안한 활동이 가능하며 탁월한 통풍 효과의 '에어로쿨' 기능으로 무더운 여름에도 시원한 착장이 가능하다. 착용감을 강화하면서도 '3D입체맞춤패턴'과 '목카라 밴드' 적용으로 디자인은 더욱 업그레이드했다. 실리콘밴드 처리로 셔츠 밑단이 빠져나오는 것을 방지하고 봉제선 위 컬러 원단을 덮어 풀림을 방지하는 등 아이들의 편한 학교생활을 위해 디테일을 살린 것이 특징이다.

스쿨룩스는 학생들의 눈높이에 부합하는 편한 교복 스타일링을 제안했다. 특히 캐주얼하고 실용적인 슬랙스 형태의 여학생 하복 바지를 선보여 눈길을 끌었다.

스쿨룩스는 학생들의 눈높이에 부합하는 편한 교복 스타일링을 제안했다. 특히 캐주얼하고 실용적인 슬랙스 형태의 여학생 하복 바지를 선보여 눈길을 끌었다.

스쿨룩스는 학생들의 눈높이에 부합하는 편한 교복 스타일링을 제안했다. 특히 캐주얼하고 실용적인 슬랙스 형태의 여학생 하복 바지를 선보여 눈길을 끌었다.

유통단신



대상 청정원 아보카도유 재래김

대상 청정원이 최근 건강한 식재료로 각광받는 '아보카도'의 영양을 담아낸 '건강한 아보카도유 재래김(사진)'을 8일 출시했다. 아보카도는 '가장 영양가가 높은 과일'로 기네스북에 등재될 만큼 풍부한 영양소를 자랑한다. 청정원은 아보카도 과육을 오일로 압착하는 과정에서 각종 영양성분의 함량과 체내 흡수율이 높아진다는 점에 주목, 엄선된 고급 원초에 '아보카도유'를 더한 재래김 신제품을 선보였다. /조효정 기자



오비라거, 팝업스토어 '오비-라거 부드러움 연구소' 오픈.

오비맥주 '브랜드 팝업' 부드러움 연구소 오픈

오비맥주가 서울과 수원 의 인기 식당과 협업해 오비라거 브랜드의 팝업스토어 '오비-라거 부드러움 연구소'를 열었다고 8일 밝혔다.

팝업스토어는 건대입구와 송파역자골목의 인기 식당인 '청춘갈비'와 '88선수촌' 그리고 수원의 '블로군포차로' 등 세 곳이다. 오비라거는 해당 지역이 2030세대 유통인구가 많은 상권이라는 특성에 맞춰 젊은 소비자층이 브랜드를 체험하며 즐거운 경험을 할 수 있도록 공간을 구성했다. '오비-라거 부드러움 연구소'는 7월 31일까지 운영된다. /조효정 기자



롯데마트 평택점 /롯데쇼핑

비닐·플라스틱 50% 감축 등 롯데마트 '친환경 매장' 시동

'자원순환 프로젝트' 일환

리무버블 스티커사용, 소재대체 등 7대 친환경패키징 가이드라인 수립

롯데마트가 자원순환 프로젝트를 가동, 국내 유통사의 모범이 되는 친환경 매장의 선도 모델 구축에 나섰다. 이는 롯데그룹이 지난 2월 발표한 '자원순환 프로젝트'의 일환이다.

롯데마트는 '자원순환 프로젝트'를 통해 3대 중점 과제를 실천해 나가겠다고 8일 밝혔다.

첫번째로 2025년까지 롯데마트가 사용하는 비닐 및 플라스틱을 50% 감축할 계획이다. 매년 순차적 감축 목표를 수립해 자체 PB 제작 시 7대 친환경 패키징 가이드라인을 수립하게 된다.

7대 친환경 패키징 가이드에는 '리무버블 스티커 사용', '에코 절취선 적용', '재사용 포장재 사용', '친환경 소재로 대체' 등이 있다.

이를 실천해 나가는 상품기획자의 의식 제고 및 실천력 확보를 위해 매출, 이익과 함께 환경을 핵심 업무로 편입, 성과평가에 반영하기로 했다. 또

한, 매장에서 사용하고 있는 비닐봉투제로(Zero)화를 위해 단계별 감축을 진행하게 된다. 실제로 2019년 한해 동안 롯데마트의 롤 봉투 사용은 2018년 대비 60% 이상 줄었다.

친환경 소비도 가속화하고 있다. 롯데마트는 롯데칠성과 함께 비닐 라벨을 없앤 '아이시스 8.0 예코' 상품을 출시, 그린 존을 구성해 친환경 소비를 권장하고 있다.

두번째는 매장 내의 식품 폐기물을 2025년까지 30% 줄일 계획이다. 식품 폐기물 감축을 위해 전사적인 캠페인을 진행, 식품 폐기물 발생량을 일별 측정하게 되며, 매장 폐점 시간에 임박해 진행되는 세일 시간을 대폭 앞당겨 운영해 고객들에게도 할인된 가격에 상품을 구매할 수 있는 기회를 늘릴 계획이다. 세번째는 신재생 에너지 및 전기차 저변확대를 통한 친환경 녹색 매장의 구축이다.

롯데마트는 현재 39개점의 옥상에 태양광 발전설비를 구축해 연간 460만 kw, 1600가구가 1년간 사용 가능한 전력을 생산하고 있으며, 이를 확대해 2021년에는 60개점으로 늘릴 계획이다. /신원선 기자

롯데면세점, 업무환경 '스마트워크' 전환

화상회의시스템 도입, 재택 등 실시

롯데면세점이 포스트 코로나 시대를 대비해 비대면 업무 환경 구축에 나섰다고 8일 밝혔다. 화상회의 시스템 도입, 순환 재택근무 실시 등을 통해 '스마트 워크' 체제로 전환한다는 계획이다.

롯데면세점은 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)의 확산이 본격화된 지난 3월부터 스마트 화상회의 시스템을 도입해 빠른 의사결정 및 선진 회의 문화 조성에 활용하고 있다. 서울 롯데면세점 본사, 서울·김포·부산·김해·제주에 위치한 국내 영업점뿐만 아니라 해외 법인 및 사무소 간 원활한 소통을 통해 업무 효율을 극대화하고 있다. 롯데면세점 관계자는 "포스트 코로나에 대응하기 위한 비대면 대책회의를 수



롯데면세점이 비대면 업무 시스템을 확대 도입한다. /롯데면세점

시로 진행하고 있다"며 "본사와 국내외 영업 현장 간의 소통 강화에 있어 원격 화상회의의 덕을 톡톡히 보고 있다"고 전했다.

또한, 롯데면세점은 본사 임직원을 대상으로 순환 재택근무 실시한다. 각 부서 인원을 4개 조로 나눈 후 일주일씩 번갈아 가며 재택근무에 들어가는 제도로 8일부터 시행된다. /신원선 기자

1~2인 가구도 부담없는 '미니수박' 인기

이마트, 5kg 미만 수박 판매 16%

1~2인가구 증가로 5kg 미만의 작은 수박이 대세로 떠올랐다.

이마트 수박 매출을 분석해보면 전체 수박 매출에서 5kg 미만 수박이 차지하는 비중은 15년 4%에서 19년 16%까지 상승했다. 반면 10kg 이상 수박

매출 비중은 15년 20.7%에서 19년 9%로 절반 이상 줄어들었다.

5kg 미만 수박 매출은 까망애플/블랙망고 수박 등 미니 수박과, '나혼자 수박', '반쪽 수박', '1/4 수박' 등 잘라파는 수박이 상승세를 주도하고 있다. 사과처럼 깎아먹는 '까망애플수박', 망고처럼 속이 노란 '블랙망고수박'은 모두 중량이 5kg 미만의 미니 수박이다.

3~4년 전부터 품종 개량을 통해 생산된 미니 수박을 선보인 이마트는 올해는 그 물량을 작년의 3배인 약 1000톤을 준비해 본격 판매한다. 가격도 일반 수박에 비해 저렴해 부담이 없다. 까망애플수박(1.5~3kg)은 5980원, 블랙망고수박(3~5kg)은 9900원이다. /신원선 기자



롯데칠성 '칸타타 콘트라베이스' 보리·그린티 2종 출시

롯데칠성음료가 차 원료를 로스팅해 진하고 깔끔한 맛을 살리고 카페인 부담은 줄인 신제품인 타타콘트라베이스티 로스팅 '보리'와 '그린티(사진)'를 8일 출시했다. 칸타타 콘트라베이스티는 차 원료를 커피 원두처럼 뜨거운 열로 볶아 우려낸 제품이다. 로스팅 보리는 검정보리, 통보리, 껍보리 등을 각각 로스팅하고 섞어 보리 특유의 구수하고 진한 맛을 강조했다. /조효정 기자

