

“땡땡이도 유산균 즐겨요”... 펫쿠르트 첫 선

한국야쿠르트 펫푸드 출사표
프로바이오틱스 기술 담아
스낵볼·덴탈스틱 등 총 6종
종합 펫브랜드로 육성 목표



/한국야쿠르트

한국야쿠르트가 유산균이 특화된 펫푸드 시장에 본격 진출한다.

한국야쿠르트는 반려동물 영양간식 ‘잇츠온펫츠 펫쿠르트’를 출시했다고 17일 밝혔다. 지난 5월 펫 브랜드 ‘잇츠온펫츠’ 론칭과 함께 출시한 ‘잇츠온펫츠 수제간식 6종’에 이어 펫푸드 라인업을 확장했다.

새롭게 선보이는 제품은 ‘펫쿠르트 리브’와 ‘펫쿠르트 스낵볼 3종(메지, 미트, 씨푸드)’, ‘펫쿠르트 덴탈스틱 2종(조인트, 스킨)’ 총 6종이다.

핵심 제품 ‘펫쿠르트 리브’는 1포당 유산균이 100억 CFU 투입된 반려동물 전용 프로바이오틱스다. 1포당 10

억 CFU를 보장한다. 한국야쿠르트 ‘특허 HyPet 유산균’이 투입돼 있다. 하루 한 포로 장 건강에 도움을 줄 수 있다. 분말 타입으로 간편하게 사료나 간식에 뿌려 급여한다.

‘펫쿠르트 스낵볼 3종’은 채소, 육류, 해산물 원재료를 한국야쿠르트 유산균(사균제)을 더한 반려견 영양

간식이다. 반려견의 기호에 따라 제품을 선택적으로 구매할 수 있다.

‘펫쿠르트 덴탈스틱 2종(조인트, 스킨)’은 구강건강에 도움을 줄 수 있는 반려견용 스틱 껌이다. 유산균(사균제)과 구강건강에 도움을 줄 수 있는 보조성분이 첨가돼 있다. ‘덴탈 스틱 조인트’는 글루코사민, 상어 연

골 등 관절건강에 도움을 줄 수 있는 성분을 추가했다. ‘덴탈스틱 스킨’은 콜라겐, 연어유 등이 들어 있다.

한국야쿠르트는 ‘잇츠온펫츠’ 제품 라인업 확대와 더불어 고객에게 반려동물 통합 고객솔루션을 제공한다.

반려견 입양 시 기본교육, 생활교육, 문제행동교육 등 단계적으로 필요한 주제를 전문가와 협업해 동영상으로 제공한다. 반려견에 대한 F&Q도 별도 운영한다. 반려동물에 대한 문의사항을 전문가를 통해 답변 받을 수 있다.

신승호 디지털마케팅부장은 “‘잇츠온펫츠 펫쿠르트’는 한국야쿠르트 유산균 기술력을 반려동물에 맞춰 개발한 제품이다”며 “앞으로도 반려동물 인구 1000만 시대에 맞는 고객 맞춤형 특화상품을 지속적으로 선보이며 ‘잇츠온펫츠’를 종합 펫 브랜드로 육성할 계획”이라고 밝혔다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr

스타필드 코엑스몰 상생 행보 22일까지 ‘패션 특별전’ 진행

쇼핑테마파크 스타필드가 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)로 인해 힘든 시기를 보내고 있는 패션업계를 위한 상생 행보를 이어가고 있다.

신세계프라퍼티는 스타필드 코엑스몰이 오는 22일까지 이랜드 윌드와 함께 ‘코로나19 극복 상생 특별전 2탄’을 연다고 17일 밝혔다.

먼저 이랜드의 SPA 브랜드 스파오와 후아유는 티셔츠, 맨투맨, 데님 등 캐주얼 의류를 최대 80%까지 할인된 가격에 선보인다.

프리미엄 여성복 브랜드 W9(더블유나인)은 블라우스, 가디건 등을 1만9000원에, 원피스, 팬츠 등을 2만9000원에 판매하고, 여성 캐주얼 브랜드 로엠은 티셔츠와 블라우스, 원피스 등을 8000원대부터, 여성 SPA 브랜드 미소는 티셔츠, 블라우스, 원피스 등을 1만 원대부터 판매한다.

이밖에도, 스타필드는 ‘소상공인 상생 플라마켓’, 스타필드 시티부천의 ‘코로나19 극복 썸머 남성특별전’ 등 소상공인 및 패션기업을 위한 행사를 지속적으로 기획하고 있다.

/신원선 기자

오리온, 단백질 드링크로 음료시장 출사표

‘닥터유 드링크’ 2종 출시
종합식품기업 도약 본격화



오리온 닥터유 드링크 2종.

오리온이 ‘오리온 제주용암수’에 이어 처음으로 음료 사업에 진출한다고 17일 밝혔다.

간편하게 마시는 것만으로도 단백질을 손쉽게 보충할 수 있는 ‘닥터유 드링크’를 출시하는 것. 지난해 12월 론칭한 프리미엄 미네랄워터 ‘오리온 제주용암수’가 올해 중국, 베트남 글로벌 시장에 진출한 데 이어, ‘닥터유 드링크’를 처음 선보이며 음료 사업에 본격 진출하게 됐다. 제과에서 음

료로 카테고리를 확장하며 종합식품 기업으로의 제 2도약을 위한 발판을 확고히 다진다는 계획이다.

닥터유 드링크는 오리온의 첫 ‘RTD(Ready To Drink)’ 제품으로 일반적인 단백질 강화 식품과 달리 맛에도 심혈을 기울여 초코맛과 바나나맛 2종으로 선보인다. 영양성분이 우수한 ‘밀크 프로틴’을 사용해 달걀 2개 분량의 단백질 12g과 18종의 아미노산을 간편하게 섭취할 수 있는 것이 특징이다. 국내 최초 무균 충전 시스템 라인에서 생산해 안심하고 섭취할 수 있다.

단백질은 신체 대사 작용 필수요소이자 근육을 만드는 주성분으로, 단백질을 충분히 섭취하면 근육과 에너지 생성, 체내 필수 영양성분의 운반

과 저장에 도움을 줄 수 있다. 최근 주 52시간, 워라벨 및 집콕으로 인한 홈트레이닝 등 운동 및 자기관리 트렌드 확산으로 단백질 식품 시장도 함께 성장하고 있다고. 오리온은 지난해 단백질 성분을 강화한 ‘닥터유 단백질바’를 출시해 1년 2개월 만에 누적판매량 1500만 개를 돌파하는 등 단백질 함유 식품 시장을 선도해나가고 있다.

오리온 관계자는 “향후 건강에 좋은 닥터유의 브랜드 이미지를 본격 활용해 비타민 등 영양성분을 강화한 닥터유 드링크 라인업을 더욱 강화해 나갈 계획”이라며 “오리온이 제과를 넘어 글로벌 종합식품기업으로 제2도약할 수 있도록 음료사업 영역을 적극적으로 개척해갈 것”이라고 말했다.

/조효정 기자

‘불황 속 실속소비 대세로’ 위메프, 리퍼 매출 5배 ↑

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 소비심리가 위축되면서 리퍼 상품이 새 제품과 중고제품 사이 틈새시장을 공략하며 급성장 중이다.

위메프는 최근 두 달간(4~5월) 리퍼 상품 거래액이 제작년 동기 대비 5배 가량 증가했다고 17일 밝혔다.

리퍼 상품을 찾는 고객이 늘면서 취급 상품 수도 14배 신장했다. 2018년부터 매년 두 자릿수 이상 성장세를 지속, 현재 판매 중인 리퍼 상품은 약 1만개에 달한다.

리퍼 상품이 인기를 끄는 이유는 거의 새 것과 다름없는 제품을 최대 70%까지 저렴한 가격에 구매할 수 있기 때문이다. 가격 대비 품질이 높은 가성비 상품을 찾는 소비자 니즈를 충족시켜 주는 것.

올해 1~5월 위메프에서 가장 많이 판매된 리퍼 상품은 복합기, 미니 PC, 모니터 등 디지털·가전과 테이블, 가구, 선풍기 등 가구·데코 상품으로 나타났다. 매출액 기준으로는 안마 의자가 압도적인 1위를 기록했다.

/신원선 기자

롯데제과 “이제 과자도 구독하세요”

‘월간 과자’... 업계 첫 구독서비스



이제는 과자도 정기구독한다. 향후에는 아이스크림도 받아볼 수 있을 것으로 보인다.

롯데제과가 제과업체 최초로 ‘과자 구독 서비스’인 ‘월간 과자(사진)’를 선보인다고 17일 밝혔다.

‘월간 과자’는 매번 제품을 직접 구매할 필요 없이, 매월 다르게 구성된 롯데제과의 제품을 과자박스로 받을 수 있는 서비스다. ‘월간 과자’ 서비스는 매월 롯데제과의 인기 과자 제품을 중심으로 다양하게 구성된다. 또 그 달 출시된 신제품을 추가로 증정하고, 시중가보다 저렴한 가격으로 제품을 받을 수 있다.

이 서비스는 이달 23일까지 롯데제과 공식 인스타그램과 페이스북을 통해 서비스 신청을 받는다. 모집 정원은 선착순으로 200명이다. ‘월간 과자’ 서비스는 매월 과자박스 안의 제품 구성을 변경하여 월말에 배송된

다. 이후 소비자 반응에 따라 모집 정원을 추가적으로 확대할 계획이다.

롯데제과는 과자 구독 서비스를 지속적으로 추진, 향후 아이스크림까지 확대한다는 전략이다. 롯데제과는 과자 구독 서비스 론칭을 통해 온라인 마케팅을 한층 강화하며, 온라인 사업이 롯데제과의 새로운 미래 성장동력이 될 것으로 기대하고 있다.

한편 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)에 따른 ‘집콕’ ‘언택트’ 트렌드가 확산되며, 온라인 소비를 통한 ‘구독경제’ 수요도 증가되고 있다. ‘구독경제’란 소비자가 일정 금액을 지불하면 상품이나 서비스를 정기적으로 제공받는 것을 말한다. /조효정 기자

이마트, 할부금 돌려주는 ‘4차 이워드’

선착순 고객 1500명 대상
에어컨·의류관리기 등 마련

이마트가 ‘이워드(eward)’ 4차 행사를 시작한다. 대상 상품으로 무선청소기·피부관리기·의류관리기·에어컨을 준비했다.

이마트는 19일부터 가전 매장(일렉트로마트 포함)이 있는 전국 이마트 129개점과 이마트 외부 소재의 일렉트로마트 7개점에서 선착순 1500명을 대상으로 상품 소진시까지 ‘LG 코드제로 A9S’, ‘LG 프라엘 4종 올인원 패키지’, ‘LG 스타일러’, ‘LG 2in1 에어컨’ 등 LG 인기가전 4종을 저렴한 가격에 구매할 수 있는 기회를 마련했다.

이번 ‘이워드’ 행사는 트레이더스에서도 참여할 수 있다. 트레이더스 전점(킨텍스점 제외)에서 동기간 480명을 대상으로 이마트와 동일한 LG가전에 대한 ‘이워드’ 행사를 진행한다.

이마트는 ‘이워드’ 4차 행사를 위해 기존과는 달리 LG가전, 삼성카드와

손잡았다. 지난 1~3차 행사 인기품목이었던 무선청소기와 의류관리기에 더해, ‘셀프케어’ 트렌드 및 계절감을 반영한 피부관리기와 에어컨도 새롭게 준비했다.

또한 현대카드로 진행했던 1~3차 행사에 참여한 고객도 다시 한번 참여해 혜택을 받을 수 있도록 4차 행사는 삼성카드와 진행한다. 매달 약정 금액 쇼핑 후 삼성카드로 매장에서 결제하면 된다.

‘이워드’ 참여는 이마트 또는 트레이더스 매장에 방문해 참여신청서를 작성하고 대상 가전상품을 삼성카드를 통해 25개월·35개월 무이자 할부로 구매하면 된다.

이후 해당 카드로 이마트 또는 트레이더스 매장에서 정해진 쇼핑금액(상품별 35~45만원)을 달성하면, 다음달 카드결제 대금에서 해당 가전상품의 월 할부금이 자동 차감되는 방식으로 진행된다.

/신원선 기자 tree6834@



동원F&B ‘퀵진 브런치스프’ 3종 출시

동원F&B가 서양식 프리미엄 가정간편식(HMR) ‘퀵진 브런치스프’ 3종(머쉬룸 차우더, 베이컨포테이더 차우더, 클램 차우더·사진)을 17일 출시했다.

‘퀵진 브런치스프’ 3종은 밀가루, 우유, 생크림 등을 함께 넣고 저어서 끓여낸 정통 제조 방식의 스프 제품이다. 또한 자연재료를 큼지막하게 넣고 끓여내는 차우더 종류의 스프로, 버섯, 베이컨, 조개 등 재료 본연의 맛과 향을 느낄 수 있다.

/조효정 기자