

홈술·홈카페·홈트... 집콕 필수템 한곳에 '위라벨 페어'

신세계백화점, 내달 12일까지 행사
요가매트·헬스기구 등 체험공간
스포츠캐주얼 '물라웨어' 등 할인



신세계 강남점 애슬레저 매장.

/신세계백화점

홈술, 홈카페, 홈족... 이른바 '홈족'의 시대다. 외출을 자제하고 실내 생활이 대세로 떠오르면서 건강한 집콕에 대한 관심이 커졌다.

헬스장 등 공용 운동시설 방문 어려워지면서 자연스럽게 집에서 즐기는 홈트레이닝을 시작한 사람도 늘었다. 소셜 네트워크 서비스인 인스타그램에서 #홈트 게시물은 100만건이 넘는다. #홈트레이닝 혹은 #hometraining 등 관련 해시태그까지 더하면 200만~300만건을 훌쩍 뛰어넘는 수준이다.

레깅스, 기능성 의류 등 운동복에 대한 수요도 급증했다. 실제로 신세계백

화점 매출을 분석해보면 6월(6월1~25일) 애슬레저류는 지난해 같은 기간보다 23.4% 신장했다. 같은 기간 일반 패션 장르는 -7.8% 신장률을 기록했다. 신세계백화점은 운동과 힐링 등 셀프

케어에 관심 많은 홈족들을 위해 오는 29일부터 7월 12일까지 '위라벨 페어'를 준비했다.

홈트레이닝을 위한 요가매트부터 여러 헬스기구 등을 백화점에서 직접 체

험 후 구매할 수 있고, 신세계 단독 상품은 물론 SNS 인플루언서의 라이브 방송도 만날 수 있다. 본점, 강남점, 센텀시티 등 주요 점포 이벤트홀과 각종 본매장에서 다양한 브랜드 행사와 팝업을 진행한다.

위라벨 페어를 위한 인플루언서들의 라이브 방송도 있다. 애슬레저 브랜드 '아보카도'는 홈트레이닝으로 유명한 요가 강사 이이슬과 협업해 상품을 소개하는 SNS 방송을 준비했다. 의류 브랜드 '젝시믹스'도 요가 강사 황아영과 손잡고 강남점 매장을 직접 방문해 방송을 진행한다.

신세계에서 단독으로 판매하는 제품도 만날 수 있다. 스포츠 캐주얼 브랜드 '물라웨어'는 신세계만을 위한 상품으로 플레어 팬츠 1+1 4만8000원, 워터레깅스 4만6000원을 판매한다. 아보카도 역시 빈티지 프리레 탱크 7만8000

원, 워터레깅스 9만8000원을 준비했다. 젝시믹스는 단독 특가로 아사나링, 루프밴드, 요가매트타올 등을 포함한 '홈트레이닝 세트'를 4만7000원에 제공한다.

신세계인터내셔널의 라이프 스타일 브랜드 '자주(JAJU)'에서도 최근 트렌드를 반영해 애슬레저 라인을 출시했다. 자주의 애슬레저 라인은 프리미엄 운동복에 버금가는 기능성 및 활동성, 착용감은 물론 일상복으로도 손색이 없는 디자인이 특징이다.

신세계백화점 최문열 패션담당은 "건강에 대한 관심이 그 어느 때보다 커진 요즘, 홈트레이닝과 홈케어에 아우르는 위라벨 페어 행사를 마련했다"며 "다양한 상품과 팝업으로 고객들의 수요를 선점하고 안전한 쇼핑 환경을 조성할 수 있도록 최선을 다하겠다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

집밥 트렌드에 '참기름' 매출 급성장

CJ제일제당, 참기름 매출 25% ↑
'백설 고소함 가득 참기름' 리뉴얼

CJ제일제당은 집에서 끼니를 해결하는 '내식(肉食)' 트렌드가 장기화되면서, 대표적인 기초 요리 소재 중 하나인 참기름이 때 아닌 특수를 누리고 있다고 28일 분석했다.

참기름 시장은 정체상태에 머물며 성숙기에 접어든 카테고리였다. 가정 내 요리 빈도 감소와 가정간편식 제품 출시 확대 영향이 컸다. 하지만 코로나19 이슈로 인해 참기름 시장에도 변화가 찾아왔다. 집에서 식사하거나 직접 요리하는 소비자가 증가하면서 요리 소재인 참기름 수요가 늘어난 것.

실제로 CJ제일제당 백설 참기름 매출은 최근 계속 확대되고 있다. 3월부터 6월 25일까지 매출은 지난해 같은 기간 대비 25% 성장했다. 특히 언택트(Untact) 트렌드로 인한 온라인 소비 확대로



CJ제일제당 백설 고소함 가득 참기름

온라인 경로 매출은 전년 대비 50% 가량 신장하는 등 성장세가 두드러졌다.

CJ제일제당은 집에서 끼니를 챙기는 '집콕족'을 집중 공략할 때 아닌 호황을 맞은 참기름 시장에서 성장세를 이어간다는 전략이다.

이를 위해 '백설 참진한 참기름'의 맛 품질을 업그레이드하며 '백설 고소함 가득 참기름'으로 리뉴얼했다. 참깨를

짜는 온도가 맛을 결정하는 중요한 요소 중 하나인 만큼 고소함을 한층 더 극대화할 수 있는 최적의 온도를 찾아내 적용했다. 기존 제품 대비 낮은 온도에서 참기름을 짜내 쓴맛과 탄맛을 줄여 무침, 볶음, 조림 등 여러 요리법은 물론 다양한 음식에 잘 어울릴 수 있도록 했다.

최근 높아진 안전한 먹거리에 대한 소비자 니즈를 충족시키고자 품질 안전도 더욱 강화했다. 참기름의 '맛'에 집중해 이번 리뉴얼을 진행한 만큼, 기존 진행하던 검사에 더욱 엄격한 관능 품질 관리 체계를 적용했다.

CJ제일제당 관계자는 "소비자들이 안심 먹거리를 선호하는 사회적 분위기와 맞물려 엄격한 품질 관리를 통해 생산된 백설 참기름이 인기를 끈 것으로 보인다"며 "차별화된 연구개발 역량을 바탕으로 소비자 니즈에 맞춘 제품을 선보일 수 있도록 노력하겠다"고 밝혔다.

/조효정 기자 princess@



롯데마트 "고흥 복숭아 드세요"

롯데마트와 롯데슈퍼는 고흥군과 손을 잡고 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 판로와 가격확보에 어려움을 겪는 복숭아 농가를 돕기 위한 '고흥 복숭아 행사'를 오는 7월 중순까지 진행한다. 롯데마트에서 고객이 고흥 복숭아를 고르고 있다.

/롯데쇼핑

현대백 신촌점에 '사나고 3D펜 팝업스토어'

현대백화점 신촌점은 오는 7월 9일까지 유플렉스 지하 2층에서 '사나고 3D펜 팝업스토어'를 선보인다고 28일 밝혔다.

이번에 선보이는 '사나고 3D펜 팝업스토어'는 국내 최초의 3D펜 아티스트인 '사나고'와 협업한 매장이다. 사나고는 유튜브 구독자 250만명을 보유한 인기 인플루언서로 '3D'펜을 활용한 작품 제작 영상 등으로 유명세를 타고 있다.

3D펜은 열에 녹은 플라스틱 심자가 펜에서 나온 순간 굳는 성질을 이용한 공예 도구다.

매장에서 사나고가 직접 디자인한 다양한 상품을 판매한다. 대표적인 상품은 '3D펜', '티셔츠', '에코백' 등이다. 또한, 유튜브를 통해 5000만건 이상의 조회를 올린 '담벼락 수리'를 비롯해 '피규어', '용감', '갓' 등 8종의 작품을 전시한다.

/신원선 기자

이탈리아 특급와인 '시에피' 한정판매

하이트진로, 물량 총 300병 준비



시에피

/하이트진로

이탈리아 특급와인 슈퍼 토스카나 '시에피'가 한국에 300병 한정판매된다. 하이트진로는 이탈리아 유서 깊은 생산자 '마찌에'의 와이너리가 생산하는 시그니처 와인 '시에피 2017년 빈티지'를 판매한다고 28일 밝혔다.

시에피를 생산하는 가스텔로 폰테루톨리는 프랑스 보르도와 더불어 세계적으로 유명한 이탈리아 토스카나 지역 최고급 와이너리다. 이 와이너리는 이탈리아를 대표하는 '끼안티 와인'이라는 명칭을 처음 사용한 상징적인 와이너리 마찌에가문에 현재 25대손까지 이어 운영되고 있다.

가스텔로 폰테루톨리는 이탈리아에서 발행되는 와인 가이드인 감베로 로소

에서 34차례 만점을 받은 바 있으며, 미국의 유력 와인매거진 와인스펙테이터에서는 총 88회에 걸쳐 90점 이상을 평가 받았다. 와인평론가로 유명한 로버트 파커 역시 84차례에 걸쳐 90점 이상을 줬다. 25주년 기념 시에피 한정판은 신세계백화점 본점, 현대백화점(목동점, 관교점, 천호점) 및 현대 프리미엄 아울렛 송도점 내 와인샵을 통해 예약 주문할 수 있다.

/조효정 기자

이마트, 펫 사료 할인 1~10일 '몰리스워크'

이마트가 매월 1일부터 10일간 반려동물 사료를 저렴하게 판매한다.

이마트는 오는 7월부터 매월 1일에서 10일까지를 '몰리스워크'로 지정해, 해당 기간 내 이마트와 몰리스펫샵 전점에서 반려견·묘 사료 440개 전품목을 행사카드로 결제시 최대 30% 할인하는 정기 행사에 나선다.

이마트는 올해 연말까지 '몰리스워크'를 운영하며 고객 반응을 살핀 후 이를 반영해 내년 운영 여부를 결정할 계획이다. 대표 품목으로, '건강백서' 견사료를 30% 할인한 1만3930원~3만9410원에, 'ANF' 견사료를 30% 할인한 9450원~3만7800원에, '몰리스고양이 사료 15kg'을 30% 할인한 2만6180원에 판매한다.

/신원선 기자

칠성사이다 BTS 스페셜 에디션 선보여

롯데칠성음료가 '방탄소년단' 멤버의 이미지를 담은 '칠성사이다 복숭아·청귤 BTS 스페셜 에디션'을 선보인다고 28일 밝혔다.

BTS 스페셜 에디션은 칠성사이다만의 짜릿한 청량감과 맑고 깨끗한 브랜드 정체성은 유지하면서 국내산 과일 풍미를 더해 색다른 맛으로 선보인 신제품 청귤 및 복숭아의 붉은 조성을 위해 기획되었다. 방탄소년단 멤버 7명의 모습이 담긴 패키지 디자인과 함께 칠성사이다만의 청량감을 한층 더했다.

롯데칠성음료는 BTS 스페셜 에디션 출시에 맞춰 QR코드로 접속할 수 있는 '칠성사이다 MAP' 사이트를 오픈한



칠성사이다 BTS 스페셜 패키지. /롯데칠성음료

다. 해당 사이트는 사용자의 위치 기반 서비스를 활용해 방탄소년단 멤버 별 제품의 위치를 소비자들이 제품 라벨의 QR코드를 찍어 직접 공유 및 확인할 수 있는 공간으로 활용된다.

/조효정 기자