

# “새학기 강자는 나” 유통업계, 패션용품 프로모션 확대

**보리보리 신학기용품 기획전 진행**  
**ABC마트 신발 구매시 10%할인**  
**쿠팡 가방·실내화 등 57% 할인**



'NEW START 새 출발' 행사 /ABC마트



쿠팡 '신학기 프로모션' /쿠팡

유통업계가 새학기를 맞아 패션용품 프로모션에 집중하고 있다. 새학기 선물로 디지털 기기의 선호도가 크게 높아지면서 신발과 가방 등의 인기가 예전같지 않기 때문이다. 유통업계는 기획전과 할인 쿠폰 발행 등 각종 이벤트를 통해 새내기 사로잡기에 나섰다.

25일 옥션에 따르면 방문고객 1626명을 대상으로 새학기 선물 관련 설문을 진행한 결과, 이번에 새학기 선물을 하는 사람 3명 중 1명은 디지털기기를 고르는 것으로 밝혀졌다. 신발 및 가방은 응답자의 26%로 2위에 올랐다. 지난해에는 신발·가방(32%)이 인기 선물 1위를 기록했지만, 올해는 노트북·PC·태블릿 등 지난해 2위를 차지한 IT 기기에 1위 자리를 내준 셈이다.

이에 따라 유통가는 3월 중 학생 패션용품 관련 기획전 및 할인 쿠폰 증정, 배송 서비스 등을 활발하게 유치하

고 있다. 트라이씨클의 유아동 전문몰 보리보리는 월간 디지털 2월호를 발간하고 신학기용품 기획전을 진행한다. 25일 밝혔다. 월간 디지털은 디자이너와 인서트의 줄임말로, 디자이너들이 선별한 '잇 아이템'을 재밌고 특별한 방식으로 소개하는 콘텐츠다. 이번 2월호에서 보리보리는 아이의 성향으로 알아보는 가방 테스트와 스타일링 예시를 통해 브랜드·디자인·기능별 책가방을 제안한다. 또한 선호 색상과 따른 추천 상품, 가방과 어울리는 신발 등 동고준비에 설렘을 더할 다양한 아이템을 선

정했다. 디지털 2월호에서 엄선한 신학기용품은 오는 28일까지 열리는 '백투스쿨: 신학기 가방의 모든 것' 기획전을 통해 만나볼 수 있다. 헤지스키즈, 닥스리틀, 내셔널지오그래픽, 바비 키즈, 빅토리아앤프렌즈 등 11개 인기 브랜드에서 책가방을 5~20% 할인해 판매한다.

ABC마트는 3월 신학기 등교와 새봄을 앞두고 '뉴 스타트 새 출발' 행사를 마련했다. 이번 행사는 전국 ABC마트 매장과 온라인몰 아트닷컴에서 신상품 신발 구매 시 10% 할인 혜택을 제공한다. 신발을 구매할 경우 의류, 가방, 슬라이드 등을 10% 저렴한 가격으

로 구입할 수 있다. ABC마트는 이번 이벤트를 통해 인기 스니커즈, 신학기 가방 및 학생들의 기본 아이템인 맨투맨, 후드 티셔츠, 자켓 등 다양한 아이템들을 선보이며 신학과 새출발을 앞둔 소비자들이 편리하게 쇼핑할 수 있도록 했다.

등교 준비 아이템을 미처 준비하지 못한 고객이 ABC마트 '아트배송'을 이용하면, 수도권 지역에 한해 오후 1시 이전 주문 시 당일예 제품을 받을 수 있다. 비대면 서비스인 편의점 픽업 서비스와 '매장 픽업 서비스'로도 제품 주문이 가능하다. 온라인 또는 모바일로 원하는 제품을 주문한 후 매장에서 직접 픽업할 수 있다.

쿠팡은 '신학기 프로모션'을 내달 7일까지 진행한다. 상황별·연령별 맞춤 새학기 상품들을 최대 57%할인하며 '졸업·입학 축하 선물' 카테고리도 별도로 운영한다. 책가방, 신발주머니, 유치원 실내화, 등원 패션 등을 특가상품으로 마련했으며 1만원 가량의 추가 할인 쿠폰도 제공한다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr



식물 기반 푸드 4종 /스타벅스

## 스타벅스 식물 기반 푸드 4종 첫선

스타벅스커피코리아가 계란과 우유, 버터 없이 식물성 원재료로 맛을 낸 4종을 25일 출시했다. 해당 제품으로 '진한 초콜릿 퍼지 케이크' '리얼 감자 베이글' '멕시코 리스 브리또' '스윗 칠리 올리브 치아바타' 등이 있다.

최근 스타벅스는 전 세계적으로 식물 기반 식품에 대한 고객들의 소비 성향 변화에 주목하고 이를 주요 트렌드로 꼽고 있다. 특히 스타벅스의 지속가능한 기업 활동 중 하나인 탄소배출 저감 계획에 발맞춰 아시아태평양 여러 국가에서 식물 기반 푸드를 선보이고 있다.

이번에 출시된 '진한 초콜릿 퍼지 케이크'에는 다크 초콜릿과 두유를 활용한 진한 맛의 가나슈가 들었으며, '리얼 감자 베이글'은 유기농 밀가루와 유기농 설탕, 국내산 감자로 만들어 고소함을 살렸다. '멕시코 리스 브리또'는 식물 기반 단백질을 넣어 풍부한 감칠맛을 갖춘 든든한 식사 대용 푸드로 개발됐으며, '스윗 칠리 올리브 치아바타'는 두부 크럼블을 넣어 쫄깃한 식감이 특징이다.

/조효정 기자

# 냉동피자 기준 바꾸는 '고메'... 두달만에 100만판 판매

**CJ제일제당 냉동피자 시장 변화 주도**  
**도우·소스·토피ング·치즈 차별화**



고메 프리미엄 피자 3종 /CJ제일제당

CJ제일제당의 '고메 프리미엄 피자'가 외식 전문점과 배달 피자 수준의 차별화된 메뉴와 맛 품질로 냉동피자 시장에 변화의 바람을 일으키고 있다.

CJ제일제당은 '고메 프리미엄 피자'가 출시 두 달 만에 100만개가 팔렸다고 25일 밝혔다. '고메 프리미엄 피자'는 CJ제일제당이 '맛있는 피자의 기준을 새롭게 제시하겠다'는 모토 하에 지난해 12월 내놓은 제품이다.

디지털 빅데이터 분석을 비롯, 철저한 소비자 조사를 통해 딱딱한 도우, 부실한 토피ಂಗ, 식상한 메뉴 등 냉동 피자 관련 소비자 불만과 요구를 반영해 개발했다. 선진 제조기술을 보유

한 미국 슈완스사와의 교류를 통해 도우 배합과 공정 최적화 관련 자문도 받았다.

'고메 프리미엄 피자'는 피자에서 중요한 네 가지 요소인 도우, 소스, 토피ಂಗ, 치즈를 혁신적으로 차별화했다는 점이 가장 큰 특징이다. CJ제일제당 발효기술 기반의 '3단 발효 숙성' 기술

을 적용해 일명 부드럽고 쫄깃한 '숨쉬는 도우'를 완성했다. 또 가공된 치즈가 아닌 통치즈를 바로 갈아 토피ಂಗ으로 얹어 치즈의 풍미와 탄력성, 색감을 향상시켰다.

셰프가 자신만의 비법 소스에 신선한 원료를 넣어 만드는 방식을 공정에 접목해 소스 풍미도 더욱 끌어올렸다. 원형 모짜렐라, 토마토, 호박씨, 크랜베리 등 원물감 있는 토피ಂಗ으로 풍성함 역시 한층 살렸다. 피자 종류는 두툼한 팬피자가 아닌, 소비자 선호도가 높은 얇은 '씬(thin) 피자'로 내놓았다. 최신 외식 트렌드를 반영한 것이다. '고메 바르셀로나 칠리감바스 피자' 등 기존 냉동피자 시장에서 볼 수 없었던 메뉴도 차별화했다.

이는 피자시장에 새로운 활력을 불

어넣는 효과까지 가져오고 있다. 국내 냉동피자 시장은 낄스 코리아 기준으로 2017년 835억원, 2018년 943억원으로 성장하다가 2019년 676억원 규모로 급격히 줄어들었다. 업체들의 제조 경험과 기술력 부족으로 외식 대비 떨어지는 맛 품질 때문이었다.

그러나 지난해는 '집콕족' 증가로 간편식 수요가 늘어나 920억원 규모로 반등했다. 이 같은 추세는 지속돼 올해 냉동피자 시장은 1100억원 규모로 성장할 것으로 예상된다.

CJ제일제당은 '고메 피자=맛있는 피자'라는 인식 확대에 주력해, 올해 매출을 지난해 2배 이상으로 끌어올리며 시장 활성화의 주역으로 자리매김하겠다는 계획이다.

/조효정 기자 princess@

## 조영제 롯데쇼핑 e커머스 사업부장 사임

**롯데 외부 전문가 영입 예정**



롯데의 온라인사업을 총괄해온 조영제(사진) 롯데쇼핑 e커머스사업부장(전무)이 건강 악화와 사업부진에 대한 책임을 이유로 사의를 표명했다.

25일 롯데지주는 "조영제 사업부장은 통합 온라인몰 '롯데ON' 등의 사업을 이끌어왔으나, 안정적인 서비스 제공에 차질을 빚으며 소비자들의 호응을 얻지 못했다는 평가를 받았다. 또한 롯데ON의 시너지 효과도 기대에 부응하지 못했다"고 설명했다.

최근 조영제 사업부장은 건강이 악화되는 등 일신상의 이유로 사임 의사를 회사에 밝힌 바 있다.

1966년생인 조 부장은 서강대 경제학과를 졸업해 1990년 롯데백화점에 입사했다. 마케팅1팀장, 지방기획팀장, 분당점장, EC담당임원 및 기획부부장, 롯데지주경영전략2팀장을 지냈다. 지난 2020년 1월 롯데쇼핑 e커머스사업부장으로 자리를 옮겨 롯데ON 사업을 총괄해 왔다.

롯데 관계자는 "롯데는 조직 분위기를 쇄신하고 롯데ON을 정상화 궤도로 올릴 수 있는 외부 전문가를 곧 영입할 예정"이라고 밝혔다.

/조효정 기자

## 오뚜기, HMR 편의점 할인 폭 축소

**"할인 조정일뿐 가격 상승 아니야"**

오뚜기가 컵밥, 상온죽, 마요네즈 등 제품 가격을 인상한다. 소비자 가격을 올린 것은 아니지만, 그동안 적용하던 편의점 할인 폭을 줄임에 따라 사실상 소비자 구매 가격이 오르는 구조다.

25일 관련 업계에 따르면 오뚜기는 오는 3월부터 '오뚜기 마요네즈(300g)' 가격을 2900원에서 3800원으로 31% 올린다.

가정간편식(HMR)종류인 '오뚜기 컵밥' 7종 가격도 28.5% 올린다. 김치 참치덮밥·제육덮밥 등 가격은 3500원에서 4500원으로 1000원 더 지불해야 한다.

오뚜기 영양닭죽·단호박죽(285g) 등 상품 4종 가격은 3200원에서 3900원으로 21.8% 오른다. 오뚜기는 '오뚜기 쇠고기미역국밥' 값도 3500원에서 3900원으로 11.4% 조정된다.

통조림 가격도 오른다. '오뚜기 백도·황도(400g)' 가격은 2800원에서 3500원으로 25% 인상된다. '오뚜기 마일드참치(200g)'는 3500원에서 4000원으로 500원 비싸진다.

오뚜기 관계자는 "편의점에서 이뤄지던 할인 폭을 조정해 줄이는 것이 소비자 가격을 올리는 것이 아니다. 다만 소비자 입장에서 할인 가격이 줄어 돈을 더 지불하다 보니 인상으로 느껴질 수 있다"고 설명했다.

/조효정 기자



초코파이情·다이제 '딸기블라썸' 2종 /오리온

## 오리온 봄 한정판 제과 2종 출시

오리온은 2021 봄 한정판 '초코파이情(정) 딸기블라썸' '다이제 딸기블라썸' 2종을 출시했다고 25일 밝혔다.

초코파이情 딸기블라썸은 지난해 완판을 기록한 봄 한정판 '핑크색 초코파이'를 업그레이드한 제품. 마시멜로 속에 들어가는 딸기와 라즈베리, 크랜베리로 만든 트리플 베리 필링을 기존 대비 두 배 넣어 상큼달콤한 맛을 극대화했다. 은은한 딸기 빛깔의 화이트 초콜릿으로 겉을 감싸고 그 위에 딸기과우더를 뿌려 맛과 향도 배가했다.

다이제 딸기블라썸은 1983년 다이제 출시 이후 38년 만에 처음으로 선보이는 '핑크빛 다이제'로, 고소한 통밀 비스킷 위에 바른 부드러운 딸기 스프레드의 조화가 색다른 경험을 제공한다. 아울러 봄을 연상케 하는 화사한 핑크빛에 꽃, 과일 등 여심을 사로잡는 디자인 요소로 주목도를 높였다.

/조효정 기자