하라주쿠서 라네즈 산다… '脫중국' 아모레, 日 공략 강화

일본 최대 뷰티 플랫폼 입점
온라인·오프라인 연계 공략
인기 제품 '네오쿠션' 등 선봬
亞 부진 탈출 신호탄 기대감

라네즈 일본 진출 대표 제품 이미지.

올해로 창립 77주년을 맞은 아모레퍼시픽이 글로벌 브랜드 '라네즈'를 통해 일본 시장에 본격 진출한다. 북미 지역 성장세를 일본으로 이어가며 중국 봉쇄로 인한 아시아 부진을 털어낼 수 있을지 관심을 모은다.

15일 아모레퍼시픽에 따르면 라네즈는 14일 일본 아토코스메(@cosme) 온라인과 아토코스메 도쿄 하라주쿠점에 공식 입점했다.

아토코스메는 리뷰 기반의 일본 최대 뷰티 정보 플랫폼이다. 최근 도쿄 하라주쿠에 체험형 플래그십 스토어 '아토코스메 도쿄'를 오픈하는 등 오프라인 유통채널을 확충하며, 온라인과 오프라인을 잇는 O2O 전략을 전개하고 있다.

팬데믹으로 국가 간 이동이 어려운 시기지만, 최근 일본에서는 한국 화장품 수입이 늘어나는 등 K-뷰티에 대한 관심이 커지고 있다.

라네즈는 공식 진출 전부터 일본의 리뷰 플랫폼 LIPS에서 '네오쿠션'과 '립 슬리핑 마스크'가 카테고리 1위에 오르는 등 현지 고객들의 관심을 확인한 바 있다. 이번 일본 시장 진출과 발맞춰 라네즈는 현지에 글로벌 대표 인기 제품인 '네오쿠션'과 '립 슬리핑 마스크' '시카 슬리핑 마스크' 제품을 선보인다.

아모레퍼시픽이 일본 진출을 통해 아시아 지역의 부진을 털어낼 수 있을지 기대가 모이는 이유다. 특히 라네즈를 필두로 한 북미와 유럽 지역의 성장세가 일본까지 이어질 수 있을지도 주목된다.

지난 2분기 아모레퍼시픽은 2분기 전년 동기 대비 19.6% 하락한 9457억 원의 매출과 195억원의 영업이익 적자를 기록했다. 코로나19 확산에 따른 중국 주요 도시 봉쇄 여파로 2분기 아시아 지역 매출이 급감한 영향이 컸다.

반면, 같은 기간 아모레퍼시픽의 북미 시장 매출은 66% 급증하며 성장세를 이어갔다. 북미 시장은 지난 1분기에도 매출 비중이 높은 설화수와 라네즈가 고성장하며 60%의 매출 성장률을 기록한 바 있다.

올해 라네즈는 북미 시장에서 아마존 공식 론칭 등 온라인 채널을 다각화해왔다. 특히 라네즈의 주력상품을 담은 '버스데이 키트'가 세포라에서 큰 인기를 끌며 '립 슬리핑 마스크' 매출이 70% 이상, 워터뱅크 크림이 300% 이상 성장한 바 있다.

라네즈 립 카테고리는 라네즈 전체 매출의 50% 이상의 비중을 차지하며 최근 3년간 연평균 25% 이상의 성장률을 기록했다. 유럽에서도 라네즈가 세포라 및 e커머스 채널에서 판매 호조를 보이며 전체 매출 15% 성장을 견인했다.

라네즈의 노은석 GTM 디비전장은 "일본에서 라네즈 대표 제품이 입소문을 타며 현지 유통사로부터 러브콜을 받아 왔으며, 앞으로도 브랜드 대표 제품을 현지에 더 많이 선보일 수 있을 것"이라며 "K-뷰티 선도 브랜드로서 라네즈는 앞으로도 더 많은 일본 현지 고객에게 최고의 제품을 선보이기 위한 노력을 이어가겠다"고 말했다. /이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

유튜브(메트로신문) 동영상 제공

신세계푸드-상하목장
'우유 레이어 케이크' 출시

신세계푸드의 프리미엄 베이커리 브랜드 '더 메나쥬리(The MENAGERIE)'가 프리미엄 우유 브랜드 '상하목장'과 손잡고 '우유 레이어 케이크(사진)'를 출시했다.

상하목장의 프리미엄 우유로 만든 100% 동물성 크림을 부드러운 시트 사이에 겹겹이 쌓아 올려 촉촉하면서도 고소한 맛이 특징이다. 특히 상하목장의 유기농 우유와 매일유업의 휘핑 크림을 활용해 크림이 주는 우유 본연의 달콤함과 진한 풍미가 살아있다. 또한 플라스틱 용기를 사용하지 않은 신세계푸드만의 친환경 종이 패키지에 케이크를 담아 환경까지 고려했다.

홈디저트족의 구입 편의와 가격 부담을 없애기 위해 카카오 선물하기, G마켓, 네이버 스마트스토어 등 온라인 전용 제품으로 출시하고 2만원대의 합리적인 가격으로 책정했다. /신원선 기자

CJ더마켓
가정간편식·건기식 기획전

CJ제일제당이 공식몰 CJ더마켓에서 추석 명절 이후 수요를 잡기 위해 가정가편식(HMR)과 건강기능식품을 할인하는 다양한 온라인 기획전을 진행한다.

우선, 오는 19일까지 진행되는 '명절 후 간편식 기획전'에서는 CJ제일제당의 인기 HMR제품을 최대 46% 할인된 가격으로 만나볼 수 있다. 연휴 직후 지친 몸을 편안하게 쉴 수 있도록 쉽고 빠르게 한 끼 준비할 수 있는 '햇반컵반 BIG스팸마요덮밥'과 '비비고 한우사골곰탕' 등을 할인가에 판매한다.

이번 행사에서 식단관리용 메뉴로는 '더 건강한 닭가슴살 직화 통살구이'와 '비비고 왕교자 라이트' 등을 합리적인 가격에 선보인다. 또, 체지방 관리를 위해 'BYO식물유래 유산균 다이어트' 등의 건강기능식품도 최대 60% 할인한다. 기획전 내 상품을 구매하는 고객 100명에게는 '리턴업 팻다운 톡 자몽맛' 2개를 사은품으로 제공한다.

최대 60% 할인된 가격으로 팻다운 제품을 구매할 수 있는 '팻다운 다이어트 할인전'도 14일부터 2주간 진행된다. /신원선 기자

농심 포리스트키친
벨기에 미슐랭 셰프 스페셜 신메뉴 선봬

국내 최초 비건 파인다이닝 레스토랑인 '농심 Forest Kitchen(포리스트 키친)'이 미슐랭 그린스타 오너셰프인 니콜라스 디클로르트와 손잡고 오는 17일부터 10월 7일까지 3주간 스페셜 메뉴를 선보인다.

이번 협업을 위해 농심은 니콜라스 디클로르트와 약 한달 간 온라인으로 콘셉트와 메뉴에 대한 아이디어를 나눴으며, 지난달 말부터는 한국에서 세부적인 레시피를 조율해 메뉴를 완성했다.

스페셜 메뉴는 총 12개로 구성된 코스요리다. 이 중 9개(메밀, 두백감자, 토마토, 밤, 허브, 가지, 오이, 무화과, 복숭아)를 새롭게 개발했다. 기존 요리 중 포리스트 키친의 시그니처로 꼽히는 '작은 숲'과 소비자들로부터 높은 점수를 받았던 '야생버섯', '세모가사리'는 그대로 제공된다.

니콜라스 디클로르트 셰프는 "한국에서 나는 제철 채소 특유의 맛과 매력을 살리는 데 초점을 맞추고 메뉴를 개발했다"며 "이번 콜라보가 한국 소비자들이 비건 푸드의 매력을 알고 더 자주 찾게 되는 계기가 되길 바란다"고 말했다.

스페셜 메뉴의 가격은 기존과 동일하며, 행사 기간 동안은 런치와 디너 구분 없이 단일 코스가 제공된다. /신원선 기자

아웃백, 외식산업 인재육성 팔 걷어

부천대 외식조리산업과와 맞손
필수 교육·실습 후 채용 혜택

아웃백 스테이크하우스와 부천대학교 외식조리산업과는 업무협약을 체결, 2023년부터 외식산업 인재육성에 나선다. /아웃백 스테이크하우스

아웃백 스테이크하우스(이하 아웃백)가 외식산업 인력 양성을 통해 외식업계 발전을 도모한다.

아웃백은 지난 8월 부천대학교 외식조리산업과와 채용조건형 계약학과 업무협약을 체결하고 오는 2023년부터 본격적인 외식산업 인재 육성에 나선다고 15일 밝혔다.

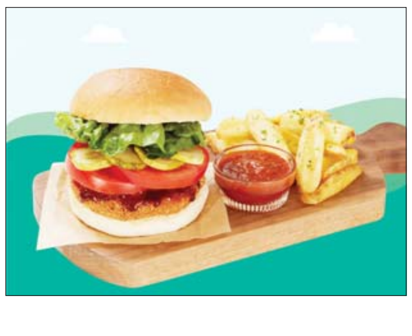
부천대학교 채용조건형 계약학과에서는 협약을 맺은 산업체에서 필요로 하는 이론을 교육하고 실습의 장을 마련한다. 산업체는 학생들에게 등록금을 지원하고, 필수 교육 및 실습 과정을 마치면 채용을 보장한다.

협약에 따라 아웃백은 학생들에게 재학 기간(2년) 내 학기당 등록금 50%를 지원하고 아웃백 매장 내 실무교육(재학 기간 내 2회, 의무복무기간 1년)을 실시한다. 교육(출석 및 온라인 수업, 현장 실습 등 총 80학점)을 이수한 학생에게는 아웃백 채용 혜택을 제공한다.

아웃백은 오는 10월부터 부천대 학생들을 대상으로 면접을 진행, 매장에서 근무할 30명의 인원을 선발한다. 세부 인원은 추후 변동될 수 있다. 등록금은 내년 2월 첫 지급되며 3월부터 4주간의 실습이 시행된다. 1학년은 주 4일, 2학년은 주 5일 근무를 원칙으로 한다. /신원선 기자 tree6834@

CJ프레시웨이 학교급식에 '식물성 버거' 공급

콩단백으로 만든 치즈커틀렛 패티



최근 다수 지방자치단체 교육청이 채식 급식 확대를 추진하는 것에 착안, CJ프레시웨이가 식물성 재료로 만든 노 미트(No-meat) 버거를 학교 급식에 선보인다.

'노 미트 치즈 커틀렛 버거(사진)'는 제조 과정에서 탄소배출을 최소화한 식물성 재료들로 구성됐다. 급식을 이용하는 학생들에게 기후 위기의 심각성을 전하고, 이를 완화하기 위한 실천 방안으로 친환경 식습관을 제안하고자 기획됐다.

주재료는 비유전자변형(Non GMO) 콩단백으로 만든 치즈 커틀렛, 매콤달콤한 맛으로 풍미를 더하는 비건 치폴레 소스, 비건 햄버거 번 등이다. 버거용 채소는 스마트팜에서 생산한 미니코스를 적용했다. 환경친화적 재배 방식으로 토양과 수질오염을 방지하는 스마트팜 기술을 통해 지속가능성의 가치를 더했다. 제품은 약 30인분의 대용량 밀키트로 출시됐다. /신원선 기자

유튜브(메트로신문) 동영상 제공

하이트진로
'2022 춘천 팸팸 페스타' 협찬

하이트진로가 '2022춘천 팸팸페스타'의 공식 협찬사로 참여한다고 15일 밝혔다. 2022 춘천 팸팸페스타는 올해 처음 개최되는 지역 축제다.

2022춘천 팸팸페스타는 15일부터 18일까지 4일간 호반의 도시 춘천(춘천시 중도동)에서 진행된다. 하이트진로는 2022춘천 팸팸페스타를 찾은 소비자들이 청정라거-테라와 함께 가을을 즐길 수 있도록 축제에 참여하게 됐다고 전했다.

축제기간 동안 테라 판매 부스 운영과 함께 LED 두꺼비와 함께 사진을 찍을 수 있는 포토존과 타투 이벤트 등 다양한 소비자 참여 행사를 진행한다. /신원선 기자