

# “일상을 특별하게 만드세요”... 유통업계, ‘캠핑 감성’ 무장

**에이피알 ‘널디’ 윈터 쇼케이스 공개**  
**에이블리 아웃도어관 신규 론칭**  
**신세계백 스포츠·아웃도어관 오픈**

캠핑시장의 가파른 성장세에 ‘캠핑 감성’이 가세했다.

캠핑시장은 팬데믹 기간 중 인과가 적은 곳을 찾는 이들이 늘며 부쩍 성장했다. 24일 롯데멤버스에 따르면 캠핑 경험자 600명에게 설문한 결과 응답자의 43.5%가 코로나19 이후 캠핑을 시작한 것으로 나타났다. 캠핑이 대중적인 취미로 자리잡으며 시장이 급성장했고, 다양한 캠핑 상품이 일상에서까지 유행하면서 ‘캠핑 감성’이 하나의 트렌드로 떠올랐다.

지난 8월 한국관광공사에 따르면 지난해 국내 캠핑 산업규모는 약 7조원 수준으로 전년 대비 20%(약 5조 8336억원) 성장했다. 한국관광협회중앙회에 따르면 현재 전국 야영장(캠핑장) 또한 3205개로 지난해 대비 14.3% 늘었다.



29일 에이피알이 공개한 윈터 캠핑 쇼케이스 화보. 캠핑이 주는 특별한 감성을 패션 화보에 담았다. /에이피알

캠핑 시장의 성장세는 기저효과로 둔 화해도 성장은 계속 될 전망이다. 국내서 주로 소비되는 캠핑 상품의 대다수는 아직 ‘초보’ 수준 상품이고, 수입되는 캠핑 상품 중 특히 전문장비가 폭발적인 성장세를 이어가는 만큼 더 커질 거란 업계의 설명이다.

시장이 성장하면서 트렌드도 변하고 있다. 최근 캠핑 시장의 특징은 캠핑족

이 아닌 이들의 ‘캠핑 감성’ 상품 소비다. 캠핑 패션과 용품이 주는 특별한 감성을 즐기려는 이들로 캠핑 용품은 일반인들에게까지 큰 인기를 끌고 있다. 특히 고프코어(Gorp Core)가 유행하면서 패션업계가 주목하고 있다. 고프코어란 야외활동 시 체력 보충을 위해 챙겨 먹는 견과류를 뜻하는 고프(Gorp)와 자연스럽게 멋을 추구하는 놈코어

(Normcore)의 합성어로 일상복으로도 활용할 수 있는 아웃도어 패션 스타일을 의미한다.

30일 에이피알은 겨울 시즌 아우터를 이용한 ‘널디’의 윈터 캠핑 쇼케이스를 공개했다. 널디는 ‘겨울 캠핑’을 테마로, 눈이 내려앉은 자연과 함께 여가를 즐기는 커플의 모습을 쇼케이스에 담았다. 아우터 상품들을 세련되게 코디해 캠핑장을 배경으로 보여줘 기능성과 스트릿감성을 모두 살렸다.

정혜정 에이피알 팀장은 “예년보다 따뜻한 겨울 날씨로 야외 활동이 각광받는 트렌드를 감안한 캠핑 콘셉트의 쇼케이스를 기획했다”며 “스트릿 감성을 담은 널디의 겨울 아우터로 여기는 물론 힌한 데일리 코디를 즐길 수 있을 것”이라고 밝혔다.

에이블리도 지난 15일 브랜드 관내 아웃도어관을 신규 론칭했다. 트렌드에 민감한 유저 특성을 반영해 야외활동 중에도 개성을 드러낼 수 있도록 스타일과 기능성을 모두 갖춘 브랜드 및 상

품으로 업선했다.

대표적인 캠핑·아웃도어 아이템인 의류, 신발뿐 아니라 비니, 볼캡, 가방 등 디테일을 살릴 수 있는 액세서리 라인까지 다채롭게 준비했다. 에이블리아웃도어관은 테스트 기간인 지난달 거래액이 전년 동기 대비 약 85% 증가했으며, 초겨울 추위가 다가오는 10월 후반부로 갈수록 인기가 높아졌다. 유명 아웃도어 브랜드들이 연이어 입점하며 관련 상품 수도 335%가량 대폭 늘었다.

백화점 업계도 캠핑 시장의 성장세를 눈여겨 보고 전문관을 열었다. 신세계 백화점은 지난달 27일 센텀시티점에 업계 최초로 1600평 규모 스포츠·아웃도어 전문관을 열었다. ‘피엘라벤’, 경량 텐트, 백패킹 전문 브랜드 제로그램 상품 등으로 마치 캠핑장에 온 듯한 느낌을 주는 연출로 캠핑족들의 시선을 한 몸에 받고 있다. 여기에 더해 아크테릭스, 파타고니아, 살로몬 등 주요 고프코어 트렌드 대표 패션 브랜드들도 대거 입점했다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

## CJ제일제당, 친환경 생분해 소재 산업 키운다

**생분해 소재 관련 산학연 협의회 참여**  
**R&D·제도 개선·정책 제언 등 주력**

CJ제일제당이 과학기술정보통신부 및 연구개발특구진흥재단과 손잡고 PHA를 비롯한 친환경 생분해 소재 산업 활성화에 적극 나선다고 30일 밝혔다.

CJ제일제당은 국내외 기업들이 참여하는 생분해 소재 관련 산학연 협의회인 ‘강소연구개발특구 바이오 플라스틱 미래테크 포럼(과기부·특구재단 주관)’에 참여한다.

29일 서울 강남구 한국과학기술회관에서 열린 포럼 출범식에는 CJ제일제당 외에도 SKC, HDC현대EP, BGF에코바이오 등 국내기업뿐 아니라 네이처웍스, 토탈코비온 등 해외 바이오 소재 기업도 참여했다.

참여기업들은 ▲과기부 산하 기술핵심기반 및 실증특례제도를 활용한 생분해 소재 기술 검증 ▲국내외 기업간 협업 기반 생분해 소재의 전주기(생산·사



29일 서울 강남구 한국과학기술회관에서 열린 강소연구개발특구 바이오플라스틱 미래테크 포럼 출범식에 CJ제일제당 외에도 SKC, HDC현대EP, BGF에코바이오 등 국내기업뿐 아니라 네이처웍스(NatureWorks), 토탈코비온(TotalEnergies-Corbion) 등 해외 바이오 소재 기업도 참여했다. /CJ제일제당

용·처리) 공동지원체계 구축 ▲중소기업에 대한 R&D 및 실증 사업 지원 등에 주력할 계획이다.

이번 협의회 출범을 계기로 기업들이 규제 특례 구역 안에서 음식물쓰레기 처리 시설에 생분해 소재를 투입, 실제 퇴비화 여부를 확인하고 별도의 인증을 받을 수 있게 됐다. 기존에는 플라스틱 분리배출 및 재활용 체계상 생분해 소

재의 퇴비화 검증이 어려운 측면이 있었다. 더불어 생분해 소재 분해 과정에서 발생하는 메탄가스를 에너지화하는 실험도 가능해졌다.

협의회는 다양한 연구개발과 검증 등을 통해 확보한 데이터를 토대로 생분해 소재 활성화를 위한 관련 제도 개선 및 정책 제언에도 나서기로 했다.

/김서현 기자

## 올리브영 “올해 히트상품 최대 70% 할인”

**7일까지 올영세일... 어워즈 상품 특가**

올리브영이 12월 1일부터 7일까지 ‘2022 올리브영 어워즈’ 수상 상품을 중심으로 올해의 히트 상품을 최대 70% 할인하는 ‘올영세일’을 연다.

‘올리브영 어워즈’는 약 1억 건의 고객 구매 데이터에 기반해 매년 부문별로 가장 많은 인기를 끌었던 상품을 선정해 발표하는 행사다.

이번 올영세일은 ‘오늘의 특가’, ‘선착순 특가’ 등 ‘올영세일’만의 시그니처 이벤트를 통해 어워즈 수상 상품을 합리적인 가격에 구매할 수 있도록 준비했다.

오늘의 특가에서는 프리미엄 브랜드 상품을 중심으로 구성해 혜택을 극대화했다. 올해 어워즈 프리미엄 부문 수상 상품인 어반디케이 픽서, MAC 새도, 에스티로더 갈색병 등 주요 인기 상품 3~4종을 저렴하게 판매한다.

선착순 특가는 세일 첫날인 1일을 포함해 세일 기간 중 총 세 차례 연다. 1만 원 이상 구매 시 행사 상품을 100원, 990원 또는 1900원에 구매할 수 있다.

전국 매장에서는 개점 이후 소진 시까지, 온라인몰 및 모바일 앱에서는 오전 10시와 오후 6시에 각각 만날 수 있다. /김서현 기자



## 오리온 ‘2022 어드벤처 캘린더’ 출시

오리온은 ‘2022 오리온 어드벤처 캘린더(사진)’를 출시했다고 30일 밝혔다.

‘어드벤처 캘린더’는 12월 1일부터 25일까지 날짜에 맞는 칸에 작은 선물을 담아놓고, 하루에 하나씩 선물을 확인해보며 크리스마스를 기다리는 이색 달력이다. /이세경 기자 seilee@

## 위메프 4일까지 위메프데이... 연말 상품 판매

**시즌의류·홈파티용품 등 특가**

위메프는 12월 4일까지 ‘위메프데이’를 열고 연말 시즌 다양한 쇼핑 상품을 모아 판매한다.

위메프데이는 매달 1일 진행되는 월간 특가 프로모션이다. 판매 데이터를 바탕으로 테마 코너를 운영해 인기 상품을 할인 판매한다.

12월 기획전에서는 본격적인 한파철을 대비할 시즌 의류와 연말연시 홈파티에 유용한 베이커리 브랜드 금액권 등을 특가에 준비했다. 메인 행사인 ‘슈퍼위

메프데이’에서는 MD가 큐레이션한 12월 추천 상품을 판매한다. ▲스파오 리버시블웬업 자켓 ▲폴햄 리버시블 폴리스 패딩 점퍼 ▲비비고 사골곰탕 500g ▲뚜레쥬르 1만원권 등 행사 기간 24개 상품을 합리적인 가격으로 선보인다.

행사 동안 사용할 수 있는 장바구니 쿠폰과 제휴 카드 할인 혜택도 제공한다. /김서현 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

## GS리테일 로봇치킨 운영점포 위생·매출 ‘好好’

30일 ‘음식점 위생등급제’를 시행 중인 GS리테일은 로봇치킨 운영 점포가 음식점 위생등급제 ‘매우우수’로 지정 받았다고 밝혔다.

로봇 치킨을 운영하고 있는 편의점 GS25 동래래미안아이파크점은 지난 8월, 슈퍼마켓 GS더프레시검단신도시점은 11월에 ‘음식점 위생등급제’에서 ‘매우우수’를 지정 받았다.

음식점 위생등급제는 식품위생안전처 주관으로 음식점의 위생상태를 평가하고 우수한 업소에 대해 등급을 지정

공개함으로써 점포의 위생 수준을 향상시키고, 위생 사고 예방 및 소비자의 선택권을 보장하기 위한 인증제도다.

GS리테일은 지난해 6월부터 위생등급제를 도입했다. 현재 11월 말 기준으로 343개 점포에서 지정을 받았다.

로봇치킨을 도입한 점포는 위생과 함께 매출 또한 높다. 현재 로봇치킨을 운영 중인 GS25 동래래미안아이파크점은 약 1200%, GS더프레시는 약 300% 이상 일반 점포 대비 치킨 매출이 높게 나타나고 있다. /김서현 기자

## 현대홈쇼핑, 하노이서 75억 상담 실적 거뒀

**중소협력사 14곳과 한류박람회 참가**

현대홈쇼핑은 지난달 베트남 하노이에서 진행된 ‘2022 하노이 한류박람회’에 중소기업 14곳과 참가해 총 550만 달러(약 75억원)의 상담 실적을 거뒀다.

고 30일 밝혔다.

현대홈쇼핑은 이번 박람회에 참여한 중소기업에 박람회 참가에 필요한 부대비용을 지원했다. 또 80㎡ 규모의 수출 상담 부스 및 체험관을 설치해 중소기업의 대표 상품을 소개했다. /김서현 기자