

레인부츠·제습기 등 할인... 농산물 물량 확보도 '이상무'

유통업계, 장마 마케팅

이마트 제습기 등 관련상품 할인
양파·단호박 등 작물 물량 확보

롯데·현대백 식중독 예방 총력
즉석섭취식품 판매기한 단축

본격적인 장마가 시작 된 가운데 유통업체가 이를 대비하기 위해 속도를 내고 있다.

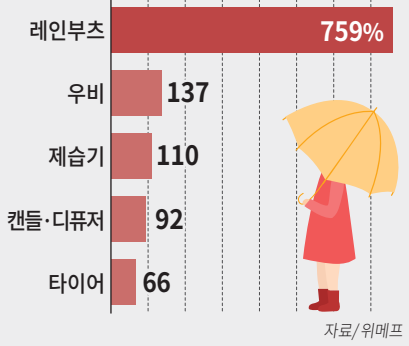
3일 기상청에 따르면 전국적으로 약 열흘 간의 장마가 예보된 가운데, 유통사들이 이에 대비하기 위한 다양한 활동을 이어가고 있다.

장마 기간 판매가 많을 것으로 예상되는 품목들의 매출 개선을 위해 할인 행사를 진행하는 등 장마마케팅을 본격화하고 나서는가 하면, 농수산물 피해에 대비해 상품출하 시기를 앞당겼다.

이 가운데 특히 레인부츠, 제습기, 우산 등 장마 관련 제품들의 매출이 늘고 있다. 실제로, 지난해 현대백화점의 레인부츠 등 여름 신발의 장마기간 매출은 평상시보다 약 82%증가했다. 롯데온의 경우 5~6월 장화 매출이 '헌터' 등의 인기 브랜드를 중심으로 전년 대비 2배 이상 늘었다. 같은 기간 양우산과 제습기 및 건조기는 각각 127%, 61% 증가했다.

장마 관련 제품 판매 증가율

작마 직전 대비 최근 열흘간(6월 21~30일)



자료/위메프

위메프도 최근 열흘간(6월 21~6월 30일) ▲레인부츠(759%) ▲우비(137%) ▲크룩스(75%) ▲슬리퍼(73%) 등 패션 잡화부터 ▲제습기(110%) ▲제습제(137%) 등 생활용품 거래액이 장마 직전(6월 11일~20일) 대비 크게 상승했다.

위메프는 '위메프데이'서 장마 특수 상품을 선보이는 등 장마 준비에 박차를 가하고 있다. BGF리테일이 운영하는 편의점 CU는 지난달부터 55cm 비닐 우산 2종(파플·그린)을 편의점 업계 최저가인 5000원에 판매하고 있다.

장마시즌 외식 수요 감소에 따른 대형마트도 수혜를 입는 것으로 나타났다. 대형마트의 지난해 장마철 매출은 전년 동기 대비 2% 증가, 2022년 장마철에는 5% 증가했으며, 식료품 매출역시 소폭 증가했다.



이상민 행정안전부 장관과 송미령 농림축산식품부 장관이 1일 오후 여름철 대비 충남 논산시 성동면 산동배수장 재해복구사업 현장을 방문해 배수펌프 가동 점검 및 안전관리 등을 점검하고 있다. /뉴시스

장마철 높은 습도로 인해 습기제거제 매출 역시 급증하는 것으로 나타났다. 지난해 장마철 습기제거제 매출은 직전 월 동기 대비 38% 증가했고, 2022년에는 61%나 증가했다.

이에 힘입어 유통업체들은 장마기간에 맞춰 상품 할인 행사도 진행하고 있다.

현대백화점의 경우 레인부츠 브랜드 헌터와 락피쉬 웨더웨어 팝업 스토어를 진행한다. 이마트는 이달 초까지 제습기와 섬유유연제 등 장마 관련 상품 할인 행사를 진행한다.

뿐만 아니라 유통업체는 장마기간 피해에 대비해 상품 출하 시기를 앞당기는 등 비축에 초점을 맞추고 있다. 장마

로 인해 발생될 수 있는 농산물 수급 불안을 방지하기 위해서다. 또 장마기간 식중독 사고 방지에 더 각별히 신경쓰는 모습이다.

이마트는 장마 피해를 막기 위해 장기 저장이 가능한 양파, 단호박, 감자 등의 작물을 사전 기획해 이달 초까지 자체 농산물 가공·유통센터에 저장 작업을 진행한다. 감자의 경우 저장 시기를 전년 대비 10일 앞당겼으며, 파프리카 역시 7일분의 물량을 사전 확보했다. 또 수해를 입기 쉬운 수박의 경우 100톤(t) 이상의 물량을 비축했다.

백화점 업계는 식중독 예방에 주목하고 있다.

롯데백화점은 기존 '당일 판매'를 원

칙으로 하던 즉석섭취식품 판매 기한을 냉장 진열 상품은 7시간으로, 실온 진열 상품은 4시간 이내로 각각 단축했다. 회와 초밥·김밥·콩국물 등에 대해 본사 주관으로 불시 수거검사를 하고, 영업시간뿐 아니라 영업시간 전·후로도 위생 모니터링을 추가했다.

신세계백화점은 육회와 육회비빔밥, 간장게장, 양념게장, 새우장, 전복장, 생갯잎김치, 콩국물 등 비가열 혹은 비살균 품목의 판매를 한시적으로 중단했다.

현대백화점은 하절기 고위험 메뉴로 선정한 김밥·초밥·샌드위치·샐러드 등의 진열 판매 시간을 기존 4시간에서 3시간으로 줄였다.

한편, 농작물 관리 주무처인 농림축산식품부도 이에 동참한다. 장마철에는 많은 비와 강한 바람으로 인해 사과·복숭아 등이 낙과 피해를 입거나, 싹채소나 수박 등의 시설 작물이 수해를 입는 경우가 많은데 이에 대한 점검을 진행할 예정이다.

농식품부는 호우에 대비해 시설이나 산사태 우려 지역 등 취약 시설에 대한 사전 점검을 지난달 완료했다.

농식품부 관계자는 "아직까지는 장맛비가 국지적으로 쏟아지기보다 전국을 훑고 있는 상황이라 현재까지 접수된 피해 사례는 없다"면서 "피해가 없도록 만전을 기할 것"이라고 했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

“스텔라 아르투아, 최상의 생맥주 맛 선사”

전국 취급업장 '퍼펙트 서브' 실시
각도·거품 등 엄격한 품질관리 교육

벨기에 프리미엄 맥주 브랜드 '스텔라 아르투아(Stella Artois)'가 소비자들에게 최상의 생맥주 맛을 선사하기 위해 생맥주 품질관리 교육 프로그램 '퍼펙트 서브'를 실시했다고 3일 밝혔다.

퍼펙트 서브는 스텔라 아르투아가 전 세계 어디서나 타협하지 않은 최고 품질과 스텔라 고유의 맛을 고객에게 제공하고자 기획한 글로벌 품질관리 프로그램이다. 글로벌 브랜드 앰버서더 데이비드 베컴과 함께 장인정신을 통해 우수한 맛과 차별화된 매력을 조명하는 '맛이 가치가 되는 순간'이란 캠페인의 일환으로 마련했다.

스텔라 아르투아는 올해 3월부터 전



스텔라 아르투아가 퍼펙트 서브 프로그램을 실시했다. /오비맥주

국 500여 곳의 스텔라 생맥주 취급업장을 대상으로 엄격한 품질관리 교육을 실시했다. 해당 업장들은 방문객들에게 최상의 스텔라 생맥주 맛을 제공하고자 브랜드 전용 잔 챌리시에 맥주를 따르는 각도부터 거품을 건어내는 '스키밍' 작

업을 거쳐 고객에게 서빙 되는 순간까지의 과정에 대한 교육을 이수했다. 교육 이수를 완료한 500여 곳의 업장은 캐치데이블 앱 내 '스텔라 인증 BEST 생맥주' 배지를 부여받게 되며, 7월 3일부터 캐치데이블 앱에서 확인 가능하다.

퍼펙트 서브 프로그램의 연장선상으로 톱5 업장도 선정한다. 스텔라 아르투아는 최근 500여 개의 스텔라 생맥주 판매 업장을 대상으로 미스터리 쇼퍼의 방문 평가 점수, 판매량, 매출 성장률 등을 종합적으로 평가했다. 톱5 업장에는 브랜드와 공식 파트너십을 맺은 영국 런던에서 열리는 세계적인 테니스대회 '윌블던 2024'에 참석할 기회를 제공할 예정이다. 최상위 점수를 얻은 톱5 업장은 이달 중 공개된다.

/신원선 기자 tree6834@

CJ제일제당, 1500개 상품 최대 75% ↓

비비고 왕교자 등 40% 할인

CJ제일제당은 공식몰 CJ더마켓 론칭 5주년을 기념해 '올 세일 페스타(이하 올세페)' 프로모션을 진행한다고 3일 밝혔다.

이번 올세페는 기존에 매달 진행하던 대규모 특가 프로모션 '더세페(더마켓 세일 페스타)'의 소비자 혜택을 더욱 넓힌 것으로 1500개 이상의 제품을 최대 75%까지 할인된 가격에 만날 수 있다.

대표 인기 제품인 '비비고 왕교자 1.05kg'과 여름 시즌 제품인 '비비고 열무김치 1.5kg', '동치미물냉면 2인분+함

흥비빔냉면 2인분' 등은 40% 할인된 가격에 판매한다. 고메 중화요리 세트(중화짬뽕·중화짜장·탕수육)는 43%, '비비고 순살 고등어구이 60g'은 35% 할인 혜택을 제공하며, '햇반 210g×36개(1박스)'와 '비비고 한우사골곰탕 500g×18개입(1박스)'도 각각 46%, 60%까지 할인한다.

뿐만 아니라 '해찬들 나트륨을 줄인 100% 태양초 우리쌀 고추장 1kg', '해찬들 나트륨을 줄인 우리참쌀 고추장 1kg+나트륨을 줄인 가정식 집념장 1kg' 등은 75%까지 할인된 가격으로 구매할 수 있다.

/신원선 기자

홈플러스, 물가 잡기 '썸머 싸늘이' 확대

돼지고기·계란 등 특가

홈플러스가 오는 4일부터 10일까지 지난주에 이어 '썸머 싸늘이'를 대폭 확대 운영하고, 'AI 가격혁명' 할인전을 이어간다고 3일 밝혔다.

여름 필수 먹거리를 최적으로 선보이는 '썸머 싸늘이' 행사는 할인 품목을 다양화하고 혜택을 지난주 대비 크게 늘렸다. 5일부터 7일까지 '캐나다산 보맥돼 삼겹살·목심(100g)'을 1180원에, 4일부터 7일까지는 '특란(30구/1인 2판 한정)'을 5990원에 선보인다. '고기 싸늘이' 행사에서는 본격적인 비캅스 시즌을 맞아 다양한 육류를 특가에 준비했다. 마이홈플



모델이 3일, 서울 등촌동 '홈플러스 메가푸드마켓' 강서점에서 '썸머 싸늘이'와 'AI 가격혁명' 할인전 행사 상품을 소개하고 있다. /홈플러스

러스 멤버십 회원 대상으로 '한돈 1등급 이상 일품 삼겹살·목심(100g)'을 2392원에, 6일부터 7일까지 '농협인심한우 전품목'을 최대 50% 할인한다.

/최빛나 기자

자주, 장마·폭염 번덕에 '우양산' 판매 ↑

지난달 매출 전월대비 60% 증가

장마와 폭염이 반복되는 번덕스러운 날씨에 '우양산'을 찾는 수요가 급증하고 있다. 우양산은 자외선이 강한 날엔 양산으로, 비가 오는 날엔 우산으로 상황에 따라 유용하게 사용할 수 있는 제품이다.

신세계인터내셔널의 라이프스타일 브랜드 자주는 6월 우양산 매출이 전월

동기 대비 60% 증가했다고 3일 밝혔다. 7월부터 장마와 무더위가 계속될 것으로 예상되는 만큼 수요는 더욱 늘어날 것으로 보인다.

특히 '자주 우양산'은 99g의 초경량·초소형 사이즈로 간편하게 가방에 넣고 다니며 날씨에 따라 사용하기 좋다. 강한 바람에도 쉽게 뒤집히지 않도록 특수 구조 살대를 적용했으며, 자외선 차단율도 85% 이상으로 야외 활동 시 피

부를 보호할 수 있다.

본격적인 장마가 시작되자 장우산 매출도 크게 늘었다.

'경량 장우산'의 6월 매출은 전월 동기 대비 52.4% 신장했다. 장우산이지만 무게가 250g의 경량이어서 여름철 가볍게 들고 다니기 좋으며 내구성도 뛰어나다. 블루, 베이지 등 세련된 색상으로 구성돼 있다.

우의도 같은 기간 매출이 47.7% 늘었다. 자주 우의는 비를 때 뿐만 아니라 평상시에는 바람막이로도 활용할 수 있다.

/최빛나 기자