

4050세대도 달린다... 골프웨어 '주춤', 러닝웨어 '질주'

카카오스타일

최근 한달 '포스티' 러닝 키워드 상품 거래액 전월대비 91% 증가 '러닝화' 거래액은 7배 이상 올라 푸마 거래 68%, K2 193% 늘어 신세계백화점·현대백화점 골프웨어 실적 12.7%·20% ↓



카카오스타일 4050 패션 플랫폼 '포스티' 러닝 열풍 관련 매출 증가 제공 이미지. /카카오스타일

러닝 열풍이 40·50세대까지 이어지며 러닝웨어 제품이 매출 상승세를 타고 있다. 반면, 중장년층들이 주 고객층으로 여겨졌던 골프웨어 브랜드들은 불황을 맞고 있다. 간편한 아웃도어 활동이 인기를 끄는 것과 동시에 골프 시장의 위축세가 맞물려 영향을 미친 것으로 풀이된다.

28일 카카오스타일에 따르면 중장년층 러닝족이 증가함에 따라 러닝 관련 제품군 매출액이 상승했다. 2030 젊은 세대의 전유물이라 여겨졌던 러닝이 4050에도 인기를 끌었다는 게 업계 분석이다.

실제 카카오스타일의 매출 자료에 따르면 최근 한 달간(9월 23일~10월 21일) 패션 브랜드 '포스티'의 러닝 키

워드 검색량은 전월 대비 2배 가까이 증가한 것으로 나타났다. 해당 키워드가 포함된 상품 거래액 역시 전월 대비 91% 가량 증가했다. 이 가운데 특히 '러닝화' 키워드가 포함된 상품 거래액이 7배 이상 올랐다는 게 카카오스타일 측 설명이다.

카카오스타일 관계자는 "나이에 구애받지 않고 젊은 세대와 마찬가지로 활동적인 스포츠를 즐기는 중장년층이 증가하고 있는 추세로 분석된다"며 "포스티에서 개인의 취향에 맞는 다양한 스포츠 의류를 합리적인 가격에 구매

할 수 있도록 브랜드와 상품을 계속해서 확대하는 방안을 추진하고 있다"고 말했다.

포스티는 중장년층을 주요 고객층으로 삼는 패션 플랫폼으로, 4050세대의 라이프스타일과 패션 취향을 반영한 다양한 상품군을 제공한다. 캐주얼 의류는 물론, 운동 및 아웃도어 아이템까지 폭넓은 제품을 갖추고 있다.

이 외에도 무릎 위까지 오는 짧은 반바지인 쇼츠, 레깅스 등 러닝 관련 제품군을 선보이는 푸마와 아웃도어 전문 브랜드 K2의 거래액 역시 각각 68%,

193% 늘었다.

반면, 골프웨어 제품군 매출은 둔화세를 보이고 있다. 실제 올해 상반기 기준 주요 백화점 골프웨어 실적 분석 결과 자료에 따르면 골프웨어 점포 기준 신세계백화점 강남점은 -12.7%, 현대백화점 무역센터점은 -20%의 역성장을 기록했다.

골프웨어의 역성장 배경에는 골프 시장의 축소 상황이 자리했다.

아놀자리서치 리포트 분석 자료에 따르면 2023년 전국 골프장 이용객 수는 4772만명으로 2022년 대비 5.7% 감소했다. 또 한국골프장경영협회 자료에 따르면 강원·경기·경북 등 지역별 이용자 수 역시 2023년 기준 전년 대비 각각 -6.5%, -4.5%, -5.8% 감소한 것으로 나타났다.

최근 골프를 그만뒀다고 밝힌 50대 시민 황 모 씨는 "아무래도 비용 지출에 부담이 있는 골프보다는 러닝과 등산 같이 가벼운 운동을 즐기고자 한다"며 "중장년층뿐만 아니라 전 연령대에겐 골프보다는 러닝이 진입장벽이 낮은 게 반영된 상황 아니겠나"라고 말했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

롯데GRS '엔제리너스'

강원 농산물 '다래' 신메뉴 2종 선보여

롯데GRS가 운영하는 커피 프랜차이즈 엔제리너스가 강원특별자치도의 제철 농산물 '다래'를 활용한 신메뉴 2종을 출시했다고 28일 밝혔다.

강원도 특산물 다래는 달콤한 맛과 함께 비타민, 식이섬유 등을 갖춘 과일로 알려졌다. 이번 신메뉴는 겨울용 한정판으로, 뜨거운 음료와 차가운 음료 두 가지로 즐길 수 있는 '다래 레드 스위트'와 국내산 다래와 얼음을 활용한 '그린 윈터 다래 스노우'로 구성됐다.

특히 다래 레드 스위트는 크림스펀치의 상큼한 과일맛까지 더해졌다는 것이 엔제리너스 측의 설명이다. 또 그린 윈터 다래 스노우는 다래의 본연의 초록색을 강조해 자연적 요소를 강조한 것이 특징이다.

엔제리너스는 신메뉴 판매 수익금의 일부를 강원도 청년 농가에 지원할 예정이다. 또 엔제리너스는 신메뉴 출시와 함께 강원 지역 활성화를 위한 SNS 이벤트도 진행한다. 엔제리너스 공식 인스타그램 게시물을 통해 댓글 이벤트 참여한 고객에게 추첨으로 다양한 경품을 증정한다.

/이청하 기자

롯데마트, 미술작품 1000여점 전시 '올아트페어'

내달 1일~20일 송파점서 열여 참여작가 만남, 경매행사 진행 방문객 추첨해 미술품 등 경품

롯데마트가 내달 1일부터 20일까지 송파점 2층 상설 미술품 매장에서 '올아트페어'를 연다고 28일 밝혔다.

롯데마트에 따르면 '올아트페어'는 100명의 미술 작가가 참여해 총 1000여 점의 작품을 선보이는 전시회다. 대형마트 전시회 중 최대 규모로, 고객들이 격식 없이 수준 높은 미술품을 감상할 수 있도록 기획됐다.

행사는 총 2부로 나뉘어 1부는 1일부



올아트페어 포스터. /롯데쇼핑

터 9일까지, 2부는 12일부터 20일까지 진행된다. 이번 전시는 롯데마트와 미술품 보관·거래 플랫폼 '미술로'와의 협업으로 마련됐다는 게 롯데마트 측의 설명이다.

롯데마트는 '올아트페어' 개최를 기념해 다양한 부대 행사도 마련했다. 참여 작가와의 만남 행사와 미술품 경매 행사가 각각 내달 1일과 16일에 진행된다. 또한, 19일에는 현장 방문객을 대상으로 추첨을 통해 100만원 상당의 미술품과 인공지능(AI) 스피커, 굿즈 등 다양한 상품을 제공하는 행운권 이벤트 경품 행사도 준비됐다.

/안재선 기자

한편, 롯데마트는 앞서 지난 8월 송파점 2층에 700평 규모의 상설 미술품 매장을 열고 전시 판매관, 이벤트관, 팝업스토어 등 총 13개의 고객 체험형 콘텐츠 공간을 선보였다.

상설 미술품 매장에서는 미술 강사의 도움을 받아 미술 체험을 즐길 수 있는 '아트드림' 프로그램과, 창작마켓에 입점한 8명의 작가 작품을 직접 구매할 수 있는 플라마켓 등 다양한 콘텐츠를 만나볼 수 있다. 창작마켓은 캐리커처, 풍경화, 비즈공예 등 작가가 직접 만든 작품을 구경할 수 있는 장터다.



오뚜기 '푸짐한 고명' 올린 냉장면 칼제비 2종

오뚜기가 생면에 푸짐한 고명과 시원한 국물까지 갖춘 신제품으로 '냉장면 칼제비' 2종(사진)을 선보인다고 28일 밝혔다.

'칼제비'는 칼국수와 수제비를 한데 담은 메뉴를 의미하는데, 이번 신제품은 '진한 장칼제비'와 '시원한 멸치칼제비' 2종으로 구성됐다. 두 제품 모두 부드러운 생면 수제비와 칼국수를 넣어 식감이 쫄깃하다는 것이 오뚜기 측의 설명이다.

오뚜기에 따르면 '진한 장칼제비'는 태양초 고추장과 된장을 사용해 얼큰하고 구수한 국물맛이 일품이다. '시원한 멸치칼제비'는 남해안 멸치를 우린 깔끔한 국물에 흥고추, 당근, 표고버섯을 넣어 원재료의 깊은 맛으로 음식 품미를 높였다.

아울러 오뚜기는 지난 2023년 말, 오뚜기 열라면에 수제비를 더한 '열칼제비'를 출시한 후로 칼제비 제품군을 확장하고 있다.

/이청하 기자

CJ온스타일 "겨울 아우터 준비하세요"

내달 10일까지 '온스타일 패션위크' 나이키·어그 등 브랜드 제품 특가

CJ온스타일이 내달 10일까지 2주간 하반기 역대 최대 혜택 행사 '온스타일 패션위크'를 개최한다고 28일 밝혔다.

'온스타일 패션위크'는 다가오는 겨울을 맞이해 CJ온스타일에서 준비한 아우터를 선보이는 행사다.

드뮤어룩 상품군과 함께 나이키, 어그, 내셔널지오그래픽 등 브랜드들의 제품을 특가로 제공하는 혜택이 준비됐다. 드뮤어룩은 과하지 않은 스타일로 깔끔하면서도 세련되고 고급스러운 분위기의 옷 디자인을 뜻한다.

CJ온스타일은 특가 행사에 맞춰 모바일 라이브 방송도 진행한다. 오는 29일 오후 8시 50분에 방송되는 '한예슬

의 오늘 뭐 입지?' 채널에서는 ▲르니나 ▲막스마라 ▲벤시몽 등 다양한 브랜드를 선보일 예정이다.

모바일 라이브에서는 ▲럭키브랜드 ▲던스트 ▲에르헨 등 현대적이고 세련된 스타일링을 돕는 브랜드 상품도 소개된다.

또 '오늘 뭐 입지 앵콜 특가' 이벤트를 통해 ▲라코스테 ▲제너럴아이디어 ▲피브레노 브랜드 제품도 선보인다. 해당 제품들은 적립금과 특가 쿠폰을 활용해 구매할 수 있다.

이 외에도 CJ온스타일은 '패션위크 추천브랜드' 이벤트로 상황별 패션 디자인(TPO) 추천 코너를 선보인다. 연말 모임룩을 완성시킬 여성 패션 제품을 최대 40% 할인한다는 게 CJ온스타일 측의 설명이다.

/안재선 기자

삼양식품, 신규 브랜드 '잭앤필스' 공개

식물성 원료 기반 건기식 등 출시

삼양식품이 식물성 헬스케어 브랜드 '잭앤필스'를 공개하고 식물성 원료를 기반으로 한 건강기능식품, 간편식, 단백질 음료 등 신제품을 출시한다고 28일 밝혔다.

우선 삼양식품이 잭앤필스에서 새롭게 내놓은 건강기능식품은 수면 건강에 도움을 주는 '딤슬립 포션 아쉬아간다'와 에너지 대사를 증진시키는 '에너지 블라스트 포션 윈터치트' 2종이다. 두 제품 모두 액상 형태로 빠른 흡수와 즉각적인 효과를 갖췄다.

이와 함께 삼양식품은 식물성 냉동 간편식 제품으로 쫄깃한 외피에 병아리콩을 갈아 만든 후무스 필링을 담은 '소프트 후무스 바이츠'와 '크리스피

플랜트 바이츠'를 선보인다.

각각 플레인과 핫스파이시, 스위트 갈릭과 크러쉬드페퍼 등 2종씩 구성됐다.

자연에서 유래된 건강한 식물성 단백질 제품으로 단백질과 식이섬유 함량이 높아 한끼 식사로도 적합하다는 것이 삼양식품 측의 설명이다.

특히 크리스피 플랜트 바이츠는 삼양식품의 식물성 조직단백 기술인 변성고단백을 원료로 해 최적의 식감과 영양, 맛을 구현하고 있다.

또 '프로틴드롭'은 식물성 단백질 음료로 가수분해 완두단백을 사용해 단백질의 체내 흡수율이 높고 필수 아미노산, 1일 영양섭취 권장량의 비타민B6, B12 등을 함유한다.

/이청하 기자 mlee236@