"의견 듣고 반영하고" 유통가, 소비자 참여 공모전 '활발'

소통 강화·실질적 니즈파악 용이
본그룹·다이소·수퍼리브즈 등 진행

최근 유통업계가 소비자가 직접 참여할 수 있는 공모전을 활발히 개최하고 있다. 제품이나 서비스와 관련한 아이디어를 소비자로부터 제공받으면서 소통을 강화하고, 실질적인 니즈도 파악할 수 있기 때문이다.

특히 대학생들이 경험을 쌓거나, 기업에 입사하기 위한 수단으로 공모전을 선택하면서 젊은 층의 참여도까지 높일 수 있어 기업과 소비자 모두에게 좋은 호응을 이끌고 있다.

4일 유통업계에 따르면 업체마다 영상, 디자인, 아이디어 등 다양한 공모전을 통해 참신한 아이디어를 모집하며 소비자와의 교류를 강화하고 있다.

종합 외식 및 식품 기업 '본그룹'은 소비자를 대상으로 한 '제1회 본그룹 신아이디어 공모전'를 진행한다. 이번 신아이디어 공모전은 3월 4일까지 본그룹에서 새롭게 운영할 수 있는 외식 프랜차이즈 사업 아이템 또는 다양한 신제품 및 신서비스 부문에 대한 아이디어를 소비자로부터 제안 받는 프로젝트다. 채택된 아이디어는 본죽, 본도시락, 본설렁탕 등을 운영하는 본그룹의 외식 프랜차이즈 기업인 '본아이에프'와 특수 한식 전문점 및 급식 사업 기업인 '본푸드서비스'에서 사업 및 서비스 적합성에 따라 활용하게 될 예정이다.

다이소는 2월 11일까지 SNS를 통해 '밸런타인데이 선물 포장' 공모전을 진행한다. 다이소 포장용품을 활용한 초콜릿 포장 인증샷을 DIY 페이스북 '아기자기'에 업로드하면 이벤트에 참여할 수 있다. 참가자 중 추첨을 통해 상품권(5만 원권), 다이소 포인트 2만점, 음료 쿠폰 등 경품이 증정된다.

헤어, 바디케어 라인 수퍼리브즈가 대학(원)생을 대상으로 '수퍼리브즈 수퍼 콘텐츠 챌린지'를 실시한다. '수퍼 콘텐츠 챌린지'는 SNS에 익숙한 2030 고객들을 대상으로 수퍼리브즈를 알리고 컨텐츠 기획 및 제작에 소질 있는 대학생들을 발굴, 지원하고자 실시하는 공모전이다.

참여 방법은 오는 2월 11일까지 수퍼리브즈 제품에서 강조할 수 있는 '안전한 성분', '저자극', '잎의 효능' 키워드 중 1가지를 골라 자유 형식으로 표현한 창작물을 개인 SNS에 업로드 후 수퍼리브즈 공식 홈페이지를 통해 신청하면 된다. 심사를 거쳐 1등에게는 300만원, 2등에게는 100만원 규모의 상금이 수여된다.

신세계인터내셔날의 캐주얼 브랜드 '디자인 유나이티드'가 그래픽 티셔츠 디자인 공모전 '함께 만드는 디자인 유나이티드'를 진행한다. 그래픽 티셔츠는 봄·여름 시즌 디자인 유나이티드의 인기 제품으로 이번 시즌에는 공모전을 통해 일반인의 아이디어가 담긴 디자인을 판매할 예정이다. 다음 달 8일까지 신세계인터내셔날 온라인몰 'S.I.빌리지닷컴' 내 이벤트 페이지 게시글 '그래픽 유나이티드'(GRAPHIC UNITED)를 통해 누구나 응모할 수 있다. 총 두 가지 주제 중 하나 이상 선택해 디자인을 제출할 수 있다.

업계 관계자는 "소비자들의 직접 참여를 통해 기업에 대한 관심도나 브랜드에 대한 충성도 등을 높일 수 있다는 장점이 있어 업체들 마다 공모전을 기획하고 있다"고 말했다.

/박인웅 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

이마트, 지역별 '제수용 상차림 선물세트' 첫 선

명절 시즌 최초 지역 특색 반영
경상도·전라도 인기 어종 모아

이마트는 명절 시즌 최초로 지역 특색을 반영한 '제수용 상차림 선물세트'를 출시한다고 4일 밝혔다.

이마트가 선보이는 제수용 상차림 세트는 경상도·전라도 두 지역에서 자주 쓰이는 어종을 모은 2가지 선물세트다.

경상도 차례상을 위한 제수용 상차림 세트는 문어(600g) 1미·긴가이석태(150g) 3미·민어(300g) 3미·참가자미(450g) 2미로 구성했다. 가격은 11만5000원이다.

전라도 제수용 상차림 세트는 병어(250g) 2미·양태(350g) 2미·반건조 부세조기(300g) 3미·서대(300g) 3미로 구성, 12만5000원에 판매한다.

반건조 '수산바구니 세트'도 처음 선보인다.

수산바구니 세트는 차례상에 올라가는 반건조 생선으로 구성해 곧바로 제수용품으로 쓸 수 있어 실용적이다. 구성은 참돔(300g)·부세조기(300g)·민어(280g)·참가자미(450g) 각 2미씩이며 가격은 9만9000원이다.

차례상에 올라가는 반건조 생선으로 구성한 수산바구니 세트. /이마트

이마트가 지역별로 서로 다른 선물세트를 처음으로 선보인 이유는 지역별로 선호하는 수산물 상품의 차이가 크게 나타나고 있기 때문이다.

이마트가 2017년 설(1월 28일) 일주일 전부터 하루 전까지 매출을 2주 전과 비교한 결과 경상도 지역 이마트에서의 문어 매출은 1263.3% 증가했다. 해당 기간 경상도 지방 문어 매출이 전국 매출의 33.6%를 차지했다. 문어는 경상도 지역 차례상에 자주 오르는 어종이다.

또 다른 경상도 차례상 단골 어종인 침조기(긴가이석태)도 매출이 1340% 늘었다. 전국 매출 대비 구성비는 99.5%에 달했다.

전라도에서는 병어가 차례상 생선으로 인기가 많다. 2017년 설 기간 전라도 지역 병어 매출은 1412.6% 증가했다.

이상훈 이마트 수산 바이어는 "명절만 되면 차례상에 올릴 생선들을 고르는데 어려움을 겪는 소비자들을 보고 고객들의 편의성 증대를 위해 이번 세트를 준비했다"며 "비교적 특색이 뚜렷한 두 지역의 세트를 시범적으로 출시했으며 소비자들의 반응에 따라 추후 지역과 물량을 확대할 계획"이라고 말했다.

/김유진 기자 ujin6326@

킷캣, 발렌타인에디션 출시 2일 경기 고양시 덕양구 스타필드 고양 PK마켓에서 모델들이 '발렌타인에디션'을 선보이고 있다. /네슬레코리아

현대리바트, B2C 홈퍼니싱 공략 강화

광고 모델에 송중기 발탁

현대리바트가 B2C(기업과 소비자간 거래) 홈퍼니싱 시장 공략에 본격 나선다. 톱스타 송중기를 모델로 앞세워 일반 소비자를 대상으로 브랜드 알리기에 적극 나선다. 영업망 확대도 지속적으로 전개할 계획이다.

현대백화점그룹 토탈 인테리어기업 현대리바트는 톱 배우 송중기씨와 기업광고 전속모델을 체결했다고 4일 밝혔다.

현대리바트는 이번 광고를 통해 주요 방송 및 온라인 커뮤니티 채널에서 고객들에게 현대리바트의 주요 제품과 강점 등을 알릴 예정이다.

현대리바트가 유명 연예인을 광고 모델로 기용하는 것은 지난 2004년 이후 14년 만이며 현대백화점그룹으로 편입된 이후로는 이번이 처음이다.

회사 측은 "모범적이며 밝은 이미지를 갖춘 송중기씨와 친환경 가구기업이자 상품 진정성을 중시하는 현대리바트의 기업 이미지가 잘 부합한다고 판단해 모델로 선정하게 됐다"고 설명했다.

현대리바트는 지난 2012년 현대백화점그룹 편입 이후 B2C 중심의 사업구조 전환과 생산 시스템 정비 등 내실 다지기에 주력해왔다.

홈퍼니싱이란?

침구나 카페트, 벽지, 조명, 가구 등 다양한 소품으로 집안을 꾸미는 것을 말한다. 최근 나만의 공간을 개성있게 꾸미려는 소비 경향이 뚜렷해지면서 홈퍼니싱 시장이 확대되고 있다.

인수 전 3개에 불과했던 직영 매장을 10개로 늘렸고 현대백화점과 현대아울렛에 리바트스타일샵 26개 매장을 신규 오픈하는 등 전국에 총 170개의 영업망을 구축했다.

상품 라인업도 '리바트'를 중심으로 '리바트 키친', '리바트 키즈' 등 11개의 B2C 브랜드와 '리바트 빌트인', '리바트 하움' 등 4개의 B2B 브랜드로 세분화해 전문성을 높였다. 지난해에는 미국 유명 홈퍼니싱 기업 윌리엄스 소노마와 국내 독점 계약을 체결하기도 했다.

이 외에도 E0보드(유해물질 방출량이 0.5 ppm 이하인 친환경 목재) 사용 및 100여종의 친환경 소재를 직접 개발했다. 업계 최초로 환경기술센터를 운영하는 등 국내 최고수준의 프리미엄 홈퍼니싱 상품 라인업을 갖췄다.

현대리바트는 다양한 브랜드 라인업 구축을 발판으로 올해 추가적인 영업망 확대에 적극 나설 계획이다.

지난 1월 포터리반 키즈 분당점 오픈을 시작으로 서울 천호, 경기 판교 등 수도권뿐만 아니라 울산, 광주 등 광역상권에 윌리엄스 소노마의 4개 브랜드 매장 14개를 신규 오픈한다.

B2C 생산 및 배송 수요에 대응하기 위한 대규모 투자에도 나선다. 오는 2020년 상반기까지 1084억을 투자해 용인 제3 공장과 물류센터를 추가로 설립하는 등 대규모 투자도 이어갈 계획이다.

엄익수 현대리바트 B2C사업부장(상무)는 "뛰어난 상품성과 고객 트렌드를 선도할 수 있는 다양한 브랜드를 기반으로 올해도 최대 20% 이상의 B2C 부문 매출 신장을 기대하고 있다"고 말했다.

/김유진 기자

풀무원건강생활 건강·정성 담은 프리미엄 설선물세트

풀무원건강생활이 설 명절을 앞두고 건강과 정성을 담은 프리미엄 설 선물세트를 마련했다고 4일 밝혔다.

품격 있는 진귀한 원료로 정성껏 만든 프리미엄 건강기능식품, 풀무원의 발효기술을 통해 원료의 영양 성분을 가득 담은 건강즙, 탄력 있고 건강한 피부를 위한 스킨케어 세트 등 다양한 품목의 설 선물세트를 준비했다.

소중한 분들의 건강을 위한다면 품격 있는 원료에 풀무원 로하스건강생활연구소의 기술력을 더해 만든 건강기능식품 선물세트가 제격이다. 풀무원건강생활의 방문판매 브랜드 풀무원로하스는 설을 겨냥해 좋은 원료로 안전하게 만든 선물세트를 선보였다.

프리미엄 홍삼 건강기능식품 '금사환'은 GAP(우수농산물관리) 인증 인삼 중 풀무원식품안전센터에서 유해물질 검사를 완료한 안전한 인삼만을 사용해 만든 제품이다. '홍삼 진효원 골드'는 농축 홍삼성분과 홍경천추출물을 주원료로 피로개선에 도움을 줄 수 있는 건강기능식품이다.

풀무원녹즙의 발효숙성 건강즙 선물세트도 인기다. 홍삼을 120시간 동안 발효숙성한 후 껍질부터 뿌리까지 통째로 갈아 넣어 홍삼의 영양을 전체적으로 섭취할 수 있게 한 '발효숙성홍삼120', 폴리페놀과 미네랄, 비타민이 풍부한 남해산 생마늘을 600시간 발효 숙성시켜 마늘의 유용성분을 향상시키고 아린 맛을 개선한 '발효숙성흑마늘600'이 대표적인 제품이다. /박인웅 기자

설빙, 제품 평가·제안할 소비자 패널 1기 모집

설빙이 소비자 패널 1기를 모집한다고 4일 밝혔다.

소비자 패널은 설빙의 신메뉴를 미리 시식해보고 설문지 작성과 솔직한 의견을 통해 다양한 연령층의 고객 소리를 듣고자 기획됐다.

이번 소비자 패널은 기존의 설남설녀와 달리 10대 그룹과 40~50대 주부 그룹으로 나눠 모집할 예정이며, 지원 방법은 설빙 카톡 플러스친구를 맺은 후 플친에 있는 모집 공고 주소를 클릭해 지원하면 된다.

모집 기간은 오는 14일까지이며 합격자 발표는 2월 말 중 카톡 플친을 통해 발표될 예정이다. 최종 선발된 소비자 패널은 2018년 한 해 동안 온라인 설문조사 참여, 오프라인 제품 평가, 아이디어 발굴 및 제안 등 소비자 입장에서 다양한 의견을 제시할 수 있다.

/박인웅 기자