

맛보다, 영양보다, 가격보다 #신선도 #안전성

# 롯데마트, GAP로 “안심하세요” 이마트는 ‘저스트 프레시’ 런칭

(농산물 우수관리)

소비자 최우선순위 안전성·신선도  
마트·이커머스 신선식품 판매 사활

대형마트와 이커머스 등 유통업체가 ‘신선식품’에 주목하고 있다.

최근 한국식품커뮤니케이션포럼이 발표한 식품 구매 행동을 분석한 결과 식품을 구매할 때 소비자가 가장 우선순위에 두는 것은 안전성과 신선도다. 그 다음 맛, 영양, 가격순이다. 이에 따라 마트와 이커머스는 신선하고 안전한 식품 판매에 사활을 걸고 있다.

### ◆마트, 신선함과 안전성 직접 확인하세요!

롯데마트는 농산물우수관리(GAP)인증 제도를 지난달 말 도입해 안전성을 강화했다. GAP 인증 제도는 각종 농산물의 생산단계부터 수확 후 관리 및 유통에 이르는 과정에서 혼입될 수 있는 농약, 중금속, 미생물 등 다양한 위해 요소를 관리해 안전성을 확보하는 사전 예방적 안전관리제도다.

최근 들어 소비자들의 농산물 안전에 대한 관심이 커지고, 세계 각국의 식품안전관리 환경변화 등으로 GAP인증의 필요성은 지속 증가하고 있는 것으로 나타났다.

롯데백화점·마트는 오는 9월 30일까지 여름철 식품안전 집중 관리 체제에 돌입한다. 이 기간동안 활어·초밥의 판매 기한을 제조 후 7시간에서 5시간으로 축소하며, 양념계장과 훈제연어 식품, 꼬막 등 7개 품목은 8월 31일까지 판매를 금지한다. 아울러 폐점 후 점포별 야간점검을



GAP 인증 농산물 판촉전을 진행하는 모습(왼쪽)과 롯데마트 ‘하이젠 마스터’가 식품 위생 상태를 관리하고 있는 모습. /롯데마트·롯데쇼핑



GAP 인증 농산물 판촉전을 진행하는 모습(왼쪽)과 롯데마트 ‘하이젠 마스터’가 식품 위생 상태를 관리하고 있는 모습. /롯데마트·롯데쇼핑

실시, 작업장 및 조리도구 청결상태, 냉장·냉동고 온도 등 셀프 체크리스트를 각 점포에 배포해 위생관리가 철저히 이뤄지도록 한다.

이마트는 프리미엄 신선식품 브랜드 ‘Just Fresh(저스트 프레시)’를 런칭했다. 이마트 바이어가 직접 산지와 생산자, 생산시기, 생육법 등을 꼼꼼히 따져 엄선한 상품들로 과일, 채소, 축산, 수산, 건식품 등으로 구성돼 있다. 패키지에는 고객들이 구매기준으로 활용할 수 있도록 다른 상품들과 차별화한 포인트를 명시했다. 마트 측은 산지발굴이나 바인파워 확보에 있어 오랜 영업노하우를 내세워 이커머스를 뛰어넘을 것을 예고했다.

### ◆온라인몰, 빠르고 체계적인 시스템으로 승부

온라인몰은 빠른 배송과 체계적인 물류시스템 도입으로 소비자의 식탁에 신선식품을 전달하고 있다.

롯데슈퍼의 온라인 배송 전용센터 롯

데프레시센터는 온라인 쇼핑 고객들의 편의성을 강화하기 위해 운영 품목을 최초 약 4200여 품목에서 6000여 품목으로 확대해 ‘오프라인 슈퍼마켓’에 준하는 상품라인을 구축했다. 전날 밤 22시까지 주문하면 다음날 오전 3시부터 7시까지 4시간 사이 집 앞 식탁까지 배송하는 ‘오전 배송’ 서비스를 시행하고 있다.

쿠팡은 지난 2015년 농협중앙회와 M O U를 맺고 농협의 상품을 직매입해 판매 중이다. 농협 안전농식품물류센터에 쿠팡 전용 신선·냉동 물류시스템을 만들고 로켓배송을 통해 고객에게 제품을 전달하고 있다.

티몬 슈퍼마트는 지난해 2월부터 신선식품으로까지 판매영역을 넓혔다. 현재 판매중인 상품 1만 4000여종 중 신선·냉장·냉동식품이 1600여종에 달하며 올해 1월부터 6월까지 신선식품의 매출성장률은 지난해 동기와 비교했을 때 397%를 기록했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 전통시장 먹거리, 롯데백화점에서 만난다

### ‘전통시장 상생 상품전’ 진행

롯데백화점이 전통시장 활성화와 소상공인과의 상생을 위해 오는 6월 20일부터 7월 22일까지 전국 8개 점포에서 순차적으로 인근 전통시장과 연계해 우수 먹거리를 선보이는 ‘전통시장 상생 상품전’을 진행한다.

롯데백화점은 전국 전통시장 상인들의 우수한 상품을 발굴하고 판로 지원 등 전통시장 활성화를 위해 이번 행사를 마련했으며, 소상공인과의 상생을 위해 행



사마진도 최소화했다.

‘전통시장 상생 상품전’은 본점을 시작으로 전국 8개 점포가 순차적으로 진행한

다. 첫 번째 행사는 오는 20일부터 27일까지 롯데백화점 본점 지하 1층 식품관 특설매장에서 총 6개 소상공인업체가 참여한 가운데 열린다.

롯데백화점 식품팀 소속 바이어들은 이번 ‘전통시장 상생 상품전’을 준비하기 위해 지난 2개월 간 전국의 대표적인 전통시장을 찾아 경쟁력 있는 먹거리 상품을 발굴했다.

이번 본점에서 진행되는 행사의 대표적인 참여업체로는 TV프로그램 ‘생활의 달인’에 출연했던 남대문 시장의 ‘김진호 달인호떡’, 남대문시장에서 30년간 장사를 해온 ‘중앙 왕족발’, 1988년부터 이어온 중부시장 맛집 ‘큰집 떡집’ 등이다. /신원선 기자

## AK몰, 결제·반품·직구 서비스 확대

### 고객 편의성 위한 3대 키워드 강화

AK플라자가 운영하는 종합온라인쇼핑몰 AK몰이 고객 쇼핑 편의성 증대를 위해 결제, 반품, 해외직구 서비스 강화에 나선다.

AK몰은 19일부터 AK페이 서비스, 편의점 반품 서비스, AK 해외 직구관 서비스 등 3가지 신규서비스를 오픈한다고 18일 밝혔다.

‘AK페이 서비스’는 AK몰에서 사용할 수 있는 계좌 연결 간편결제 시스템으로 자주 사용하는 계좌 정보 저장 후 비밀번호를 설정하면 상품구매시 비밀번호 입력만으로 결제가 완료되는 서비스이다. 상품을 결제할 때마다 카드번호나 연락처 등의 개인정보를 입력하는 절차를 생략해 더 빠르고 편하게 쇼핑을 즐길 수 있도록 했다.

‘편의점 반품 서비스’는 가까운 CU 편의점을 통해 상품을 반품할 수 있도록 한 신규 서비스다. AK몰 사이트에서 반품 접수 후 CU편의점을 방문해 반품할 물건을 보내는 방법과 CU편의점의 택배 단말기를 이용해 접수와 배송을 동시에 하는 방법이 있다. 두 가지 방법 모두 고객이 직접 집 근처의 편의점에서 반품 처리를 할 수 있어 택배사를 통해 반품 처리하던 기존 절차보다 빠르고 간편하다는 장점이 있다.

‘AK 해외 직구관 서비스’는 AK몰의



해외 직구관 카테고리를 신설, 해외 유명 의류, 생활, 가전, 뷰티, 식품 등을 선보이고 간편한 관부가세 결제와 빠른 배송 서비스를 제공한다.

해외 사이트를 이용해 직구할 경우 외국 배송 대행지 선택, 영문 주소 입력, 관부가세 납부 등 복잡한 절차를 구매자가 모두 직접 진행해야 하지만, AK 해외 직구관을 이용하면 해외 상품 결제 후 개인통관고유 번호만 입력하면 관부가세가 포함된 가격으로 결제를 진행하고 한국의 고객 배송지로 배송까지 완료해 준다.

AK몰은 신규 서비스 오픈을 맞아 오는 6월 30일까지 할인행사와 페이백·적립 이벤트를 실시한다.

기간 동안 AK페이를 이용해 상품을 결제하면 결제금액의 2% 적립 및 첫결제 1000원 추가적립 이벤트를 진행하고, 편의점 반품서비스를 이용하면 CU편의점 2000원 상품권을 증정한다. AK해외 직구관에서 15만원 이상 구매시 최대 2만원 페이백 혜택을 제공하고, AK특가 상품 전도 진행한다. /신원선 기자



“무더운 여름 ‘할리스 카페케이션’에서 쉬세요~” 할리스커피가 여름을 맞아 18일 오전 서울 중구 할리스커피 무교점에서 ‘카페케이션’을 제안하며 ‘굿 트래블 위드 할리스’ 프로모션을 진행하고 있다. /손진영 기자 son@

## 쿠론, 가심비 공략 핸드백 ‘블랭크블랑’ 첫 선

코오롱인더스트리FnC(이하 코오롱FnC)에서 전개하는 핸드백 디자이너 브랜드 ‘쿠론’이 가심비를 내세운 ‘블랭크블랑(BLNKBLANC)’을 새롭게 선보인다고 18일 밝혔다.

블랭크블랑은 쿠론의 기존 고객층보다 젊은 20대 초·중반을 타겟으로 한 신규 라인이다. 세계로의 여정과 관심을 기본으로 매 시즌 새 여행지를 선택, 그곳이 주는 다채로운 에너지와 감성을 자유롭게 담은 것이 특징이다.

특히 쿠론의 정체성은 유지하면서 동시대적이면서도 기본에 충실한 미니멀한 디자인과 스타일링을 선보일 것으로 기대를 모은다. 이와 함께 대중성과 실용성에 초점을 맞춘 디자인, 색감, 소재 변화



쿠론 블랭크블랑 48 토트 모델킷. /코오롱 FnC

로 합리적인 가격을 제시하면서 소비자들에게 한발 더 다가갈 예정이다.

2018 봄·여름 시즌 테마인 LA 컬렉션은 총 22종의 핸드백과 6종의 액세서리로 구성되며, 가격은 5만원선부터 20만원선이다. /김민서 기자 min0812@

## 동원F&B 프리미엄 HMR ‘퀴진’ 론칭

동원F&B가 서양식 요리를 가정에서 간편하게 즐길 수 있는 프리미엄 가정간편식(HMR) 브랜드 ‘퀴진’을 론칭했다고 18일 밝혔다.

프랑스어로 ‘셰프의 요리’를 뜻하는 브랜드명 ‘퀴진’은 전문 셰프가 만든 수준의 요리를 추구한다는 의미가 담겨있다.

‘퀴진’은 최근 1인 가구를 중심으로 집에서 맛있고 품격 있는 요리를 즐기는 식문화가 확산됨에 따라 탄생한 소비자 맞춤형 가정간편식 브랜드다.

‘퀴진’은 ‘더블 스테이크 오리지널’(냉장·냉동), ‘더블 스테이크 치즈’(냉장·냉동), ‘치즈 크리스피 핫도그’ 등 총 5종으로 구성됐다. /박인용 기자

## 롯데칠성음료 ‘오픈 이노베이션’ 홈페이지 개설

롯데칠성음료가 열린 소통의 창구인 ‘오픈 이노베이션’ 홈페이지를 개설했다고 18일 밝혔다.

오픈 이노베이션은 국내 1등 음료기업 롯데칠성음료와 협업할 수 있는 열린 공간으로, 아이디어를 가진 누구나 롯데칠성음료 공식 홈페이지의 ‘오픈 이노베이션’ 페이지를 통해 참여할 수 있다.

아이디어 주제는 원료, 디자인, 포장재, 브랜드 네이밍 등 제품과 관련된 내용 뿐만 아니라 생산공정, 유통 및 물류, 홍보 및 마케팅, 사회공헌활동 등 기업 활동에 필요한 모든 분야가 가능하다. 롯데칠성음료와 협업을 위한 비즈니스 모델도 공동연구 및 개발, 지식재산권(특히, 디자인, 상표) 매매, 라이선싱, 투자 등 제안자와 협의해 진행할 계획이다.

제안자는 해당 홈페이지를 통해 언제



든지 자유형식의 제안서를 제출할 수 있으며, 제안한 아이디어의 검토 진행 상황을 실시간으로 확인할 수 있다. 롯데칠성음료는 독창성, 사업화 가능성 등을 검토 후 채택한 아이디어에 대해 제안자와 공식적인 파트너십을 맺고 관련 사업 추진을 위해 협력할 계획이다.

향후 롯데칠성음료는 내부에서 진행 중인 프로젝트 일부를 공개, 필요한 아이디어를 제시하고 외부의 제안을 받는 ‘질성이 원하는 아이디어’ 페이지도 오픈할 예정이다. /박인용 기자 parku7854@