

39세 젊은 농부 사과, 아산 염작 배, 천안 농심회 배

“누가, 어디서, 어떻게”... 스토리 있는 명절선물 뜬다

〈생산자〉

〈산지〉

〈재배 방법〉



생산자·산지 정보 담은 과일세트 등 필요 정보 알기 쉽게 파악해 매출 ↑

이마트가 고객 친화 상품으로 명절 선물 차별화를 꾀한다.

이마트는 올해 설부터 산지, 생산자 등 과일의 고유 스토리가 녹아있는 ‘스토리텔링’ 과일 선물세트를 대폭 확대한다고 14일 밝혔다. 기존 ‘사과 VIP’, ‘배 GOLD’ 등 단 순하게 표시하던 물량은 30% 가량 줄인 반면, 생산자와 산지 등이 강조된 선물세트 비중은 지난해 대비 2배 가량 늘렸다.

‘판매자’ 대신 ‘소비자’에 초점을 맞춘 것이다. 세트상품은 일상적인 구매에 비해 과일의 산지, 생산자, 품질 등이 중요한 결정요소다. 이러한 정보를 포함한 스토리텔링 상품을 개발해 소비자가 필요로 하는 정보를 파악할 수 있도록 한 것이다.



/이마트

예로, ‘배 VIP’, ‘사과 GOLD’는 상품의 특성을 이해하기 어렵다. 배 15kg 기준 18~21과는 ‘VIP’, 22~26과는 ‘GOLD’로

분류하지만, 이는 판매자 중심의 분류체계다.

반면 ‘프리미엄 아산 염작배’, ‘프리미엄 천안농심회 배’ 등 산지, 생산자 정보를 담은 스토리텔링 선물세트는 상품특징을

유추할 수 있다. 어느 지역, 어떤 환경에서, 누구의 손에 자랐는지 알 수 있어 상품에 대한 신뢰도가 높고 이는 곧 매출로도 이어진다.

이마트에 따르면 스토리텔링 선물세트의 매출은 꾸준히 늘고 있다. 지난해 설 ‘피코크 고당도 장수 사과’의 매출은 전년 대비 120% 증가했고, 준비물량이 설 D-7 일에 품절되기도 했다. ‘피코크 천안 100년의 향기 배’는 동기간 매출이 10% 이상 증가했다.

올해 설 사전예약(12월13일~1월10일 기준)은 ‘피코크 고당도 장수 사과’가 지난해 동기간 대비 300% 증가, ‘피코크 천안 100년의향기 배’가 320% 증가했다.

이런 추세를 반영해 이마트는 올해 스토리텔링 상품을 더욱 확대했다. 아산 염작에서 해풍을 맞으며 천천히 자란 ‘프리미엄 아산 염작 배’와 ‘프리미엄 천안농심회 배’가 대표 상품이다.

또한 ‘프리미엄 신장수 배’는 화성의 30년 경력 배농사장인 신장수씨 부부가 생산한다. 가지치기부터 수확 전 단계까지 1만 2천평 땅을 품질관리를 위해 부부 두 명이 직접 관리한다. 프리미엄 배만 생산하며 가락 시장에서 1등 시세로 꼽히는 배다.

‘39세 젊은농부’의 상품도 선보인다. ‘국산의힘 예산 젊은농부 명품사과’는 영양분, 수분저장에 용이한 황토에서 자라 당도가 높다. 농협에서 근무해 신기술에 밝은 이승호씨가 재배했다.

이마트 진영호 신선식품 담당은 “산지, 생산자 등 스토리를 담은 상품에 대한 신뢰도가 높기 때문에, 감사의 뜻을 전하는 설에 이러한 상품이 그 의미를 배가시키는 것으로 보인다”며, “이러한 특징을 반영해 올 설에는 상품 고유의 스토리들을 담은 소비자 중심의 ‘스토리텔링’ 선물세트를 대량 개발했다”고 밝혔다.

/신원선 기자 tree6834@metrosecoul.co.kr

재미·안전 두마리 토끼 잡는 설 선물세트

애경산업

‘콘셉팅’ 트렌드 맞춰 이색 선물세트 화투 담은 기쁨세트·재난구호 키트 등

애경산업은 독특한 콘셉트를 찾는 소비트렌드인 ‘콘셉팅’ 트렌드에 맞춰 재미와 안전을 담은 이색 선물세트를 선보인다고 14일 밝혔다.

이색 선물세트인 ‘함께하는 기쁨세트’와 ‘안전담은 감사세트’는 기존 선물세트와 달리 각각 재미와 안전이라는 차별화된 콘셉트로 출시된 것이 특징이다.

함께하는 기쁨세트는 비누, 샴푸 등 유용한 생활용품과 온 가족이 함께 즐길 수 있는 대표 놀이문화 ‘화투’를 담은 이색 선물세트다. 선물세트 패키지에는 화투 중 가장 높은 족보인 ‘삼팔광맹’ 글씨와 화투의 상징적 그림인 매화, 벚꽃, 단풍 등 48장의 화투 디자인을 담아 재미를 부여하고 차별화한 것이 특징이다.

또한, 선물세트 케이스에 삽입된 QR 코드를 통해 영어, 중국어로 화투에 대한 기본적인 정보를 알 수 있어 한국의 명절을 경험하는 외국인 친구에게 선물하기에도 좋다.



‘함께하는 기쁨세트’(왼쪽)와 ‘안전담은 감사세트’.

/애경산업

안전담은 감사세트는 치약, 비누 등 생활용품과 재난 상황 시 피부 수분 밸런스 유지와 피부를 보호 할 수 있는 바세린 로션 등 화장품 및 재난구호키트로 구성됐다.

재난구호키트에는 각종 재해 발생 시 사용할 수 있는 조명봉, 방수 호루라기, SOS 깃발, 삼각건, 보온포 등이 포함돼

있으며, 작은 크기의 책 형태로 평소에는 거실의 책장 등 잘 보이는 곳에 두고 위급 상황 시 빠르게 찾아 사용할 수 있는 편리성을 갖췄다.

애경산업 관계자는 “재미와 독특한 콘셉트를 찾는 소비자 니즈를 반영해 지난 추석에 이어 이색 선물세트를 다시 출시하게 됐다”고 말했다. /김민서 기자 min0812@

‘프로세스 혁신’으로 경영 체질개선 박차



‘시스템 기반 신속 의사결정’ 초점 시장 변화에 능동적 대응력 구축

하이트진로가 경영체질 개선을 위한 ‘프로세스 혁신(Process Innovation, 이하 PI)’을 추진한다고 14일 밝혔다.

하이트진로는 PI 추진을 위해 부문별 프로젝트를 통합 조정할 전담 조직인 ‘PMO(Program Management Office) 추진팀’을 1월부터 출범시켰다. PI 추진기간은 9개월이다.

이번 프로젝트의 방향성은 ‘시스템 기반의 신속한 의사결정’에 초점을 두고 있다. 각 부문 간 실시간 연동을 통한 프로세스 상 자원 손실을 최소화해 단기적으로 수익성을 개선하는 한편 중장기적으로는 경영체질을 개선해 시장경쟁력을 강화할 것으로 기대된다.

블투명향 경기전망과 지속되는 주류시장의 경쟁심화에 따른 위기극복을 위해

하이트진로는 지난해 7월 경영컨설팅 전문업체 ‘딜로이트’에 컨설팅을 의뢰했다. 컨설팅을 통해 영업, 물류, 생산, 구매, 관리, IT부문에서 총 15개 과제 21개 프로젝트를 도출해냈다.

하이트진로는 기존 구축된 ERP와 SCM을 보강하고 고도화해 21개 프로젝트를 완성해 나갈 계획이다. 빅데이터 기반의 수요예측 및 판매계획, 생산 유연화, 구매시스템 공유와 함께 회계, 예산, IT 등 각 부문을 실시간 연동하는 RPA(Robotic Process Automation) 프로세스를 구축할 계획이다.

하이트진로 관계자는 “이번 프로젝트의 목적은 시장변화에 실시간 능동적으로 대응하는 시스템을 구축해 수익성을 개선하고 효율성을 증대하는 데 있다”며 “중장기 과제로 전체 프로세스에 ICT(Information and Communications Technologies)기술을 접목한 인터스트리 4.0(Industry 4.0)을 완성, 경영체질을 개선해 시장경쟁력을 강화할 것”이라고 말했다. /박인용 기자 parku7854@

유통 단신



파리바게뜨

제철 맛이 ‘2019 딸기 페어’

파리바게뜨가 제철 딸기를 활용한 다양한 제품을 선보이는 ‘2019 딸기 페어’를 개최한다고 14일 밝혔다.

‘딸기 페어’는 파리바게뜨가 겨울과 봄철을 맞아 딸기를 활용한 다양한 제품을 매년 한정적으로 선보이는 행사로 3월 말까지 진행한다. 주요 제품은 ▲딸기에 물든 치즈달 ▲딸기 생크림 식빵 ▲딸기에 물든 크라상 등이다. /박인용 기자

농심

랍스터맛 스낵 ‘에스키모밥’

농심이 랍스터 칠리버터구이맛 스낵 ‘에스키모밥’을 14일 출시했다.

에스키모밥은 캐나다 다산 랍스터살과 매콤한 칠리버터소스로 맛을 낸 제품이다. 모양을 랍스터 형태로 만들어 보는 재미까지 더했다.

에스키모밥은 1976년 출시돼 40여년간 꾸준한 인기를 얻고 있는 ‘인디안밥’의 후속작으로 인디안밥과 같이 옥수수로 만든 ‘콘스낵’이다. /박인용 기자



세븐일레븐

‘황금돼지 간편식’ 2종 선보

편의점 세븐일레븐은 14일 기해년(己亥年) 황금돼지해를 맞이해 베이컨을 활용한 ‘황금돼지 간편식’을 내놨다.

이번에 선보이는 상품은 ‘황금돼지 베이컨김치볶음밥 도시락’과 ‘베이컨 오모가리 주먹밥’ 등 총 2종이다. ‘황금돼지 베이컨김치볶음밥 도시락’ 구매 고객에게 오는 22일까지 미니컵면(2종 중 택1)을 무료 증정하는 행사를 진행한다. /김민서 기자

19일부터 이탈리아 코스 요리 소개

대상 청정원이 사단법인 제주올레와 맛있는 컬래버를 진행한다고 14일 밝혔다.

대상 청정원은 오는 19일 제주올레 여행센터 1층에서 팝업 레스토랑 ‘당신을 위한 식탁, 베니페 아 제주(Venite a jeju, 제주로 오세요)’를 연다. 이탈리아 출신 지오바니 마우로 세우(Giovanni Mauro Seu) 셰프(사진)가 청정 제주도의 식재료를 활용한 이탈리아 코스 요리를 소개한다.

이번 팝업 레스토랑은 그간 세계의 다양한 맛을 알리는데 노력해온 국내 대표 식품기업인 대상 청정원이 청정 제주 농수산물을 활용한 이탈리아 정통 요리를 선보임으로써 제주 농산물의 가치를 널리 알리고 지속적인 관심을 촉구하고자 하는 의미도 담겨 있다. 또한, 행사를 통한 수익 전액은 제주올레에 기부하여 지



역 발전을 도울 예정이다.

팝업 레스토랑에서 요리를 선보일 마우로 셰프는 이탈리아 출신으로 한국 웨라톤 그랜드 워커힌총괄셰프 등 20여 년 동안 세계 곳곳의 특급호텔 총괄셰프로 활동해왔다. 메뉴는 에피타이저, 파스타, 메인으로 구성된다. 에피타이저로 선보이는 ‘농어 카르파치오’는 제주산 노지 시금치를 곁들였으며, ‘펜네 파스타’는 신선한 제주 해산물로 깊은 풍미를 낼 예정이다. 메인인 ‘붉은 도미 요리’는 제주 바다에서 가장 많이 잡히는 생선 중 하나인 도미를 이태리풍으로 재해석한 메뉴다. /박인용 기자