

외식업계에 부는 '신토불이 바람' 기업·농가 윈윈... 소비자는 만족



최근 외식업계가 지역을 기반으로 한 국산 농·수산물 신메뉴의 주연으로 내세우며 '농가-기업 상생 모델'을 형성하는 등 새로운 가치를 창출하고 있다.

12일 업계에 따르면 최근 기업과 지역 농가의 협업으로 맛과 신선도를 보장하는 국산 농·수산물이 패스트푸드와 음료 등 색다른 제품으로 변신하는 사례가 늘어나는 추세다.

기업은 재료의 안정적인 수급처를 확보할 수 있고, 농가 역시 판로를 확대할 수 있어 바람직한 상생 모델로 주목받는다. 여기에 '나를 위한 가치소비'를 중시하는 밀레니얼 세대의 소비 트렌드가 가세하며 시너지 효과를 내는 것으로 풀이된다.

도미노피자는 지난 2015년 '우리 농산물 피클' 출시 이후 최근 우리 고구마를 활용한 신메뉴 '우리 고구마 피자'를 출시하는 등 지속적으로 농가 상생을 위한 로컬 푸드를 개발하고 있다. 최근 선보인 '우리 고구마 피자'는 까다롭게 엄선한 국내산 고구마를 무스와 큐브 형태로 듬뿍 올리고, 모차렐라, 카망베르, 체더 치즈와 리코타 치즈 소스 등 4가지 치즈와 와

'농가-기업 상생모델' 잇따라

도미노피자 국내산 고구마 활용 본도시락 꼬막 등 제철 음식선배 커피베이 산지 딸기 신메뉴 5종

규 크럼블을 더한 프리미엄 고구마 피자다. 국내산 고구마를 활용한 특유의 고소하고 담백한 맛을 살려 도미노피자만의 새로운 고구마 피자의 기준을 제시한 이번 '우리 고구마 피자'는 출시 이후 소비자들의 호평이 이어지고 있다.

도미노피자는 지난달 국내산 문어와 와규 크럼블, 가쓰오부시 등이 어우러진 신제품 '참맛 문어피자'를 출시하고 영남 및 광주 지역 총 20개 매장에서 한정 판매하여 도미노피자 경북신도청 매장을 중심으로 소비자들에게 좋은 반응을 얻은 바 있다. 또한 도미노피자 영주점의 경우 50대 이상 연령대에서 '참맛 문어피자' 판매율이 높았으며 매장을 방문한 50·60대 고객층이 지역 산물을 이용한 피자가 출시돼 기쁘다는 소감을 전하기도 했다.

아울러 지난 2015년 출시한 '우리 농산



우리 고구마 피자. /도미노피자

물 피클'은 영농조합법인 도담과 업무협약을 통해 국내 농가에서 직접 키운 백오이로 만든 제품으로, 출시 이후 꾸준한 오이 수급 확대를 통해 현재까지도 소비자들에게 신선하고 건강한 제품을 제공하고 있다.

본아이에프가 운영하는 본도시락은 겨

우 신메뉴 '여수 꼬막 불고기 도시락'과 '양구 시래기 된장국 도시락' 2종을 출시했다. 현지 제철 식재료를 담아 맛은 물론 영양까지 풍부한 메뉴로, 겨울을 맞아 살이 오른 전라남도 여수 꼬막과 강원도 양구 고산 분지에서 나는 최고 품질의 시래기를 활용했다. 여수 꼬막 불고기 도시락은 삼채 양념으로 무쳐낸 꼬막을 담아 입안 가득 퍼지는 향긋함과 쫄깃한 식감을 함께 느낄 수 있다. 특히 여수 꼬막은 남도 바다의 겨울 진미라고 불리며 깊고 담백한 맛을 자랑하는 식재료다. 양구 시래기 된장국 도시락은 해발 1100m 이상의 고산 분지인 양구 편지봉에서 생산된 무청을 전통 방식으로 70여일간 자연 건조한 시래기와 우리나라 전통 된장으로 구수한 맛을 낸 국 도시락이다.

한편 본도시락은 오징어와 우삼겹구이, 울릉도 지역에서 자란 나물이 조화를 이루는 '울릉도 한상 도시락', 제주 바다의 향이 가득한 모자반을 담은 '제주 모자반 쇠고기 미역국' 등 신선한 현지 식재료를 활용한 메뉴들을 꾸준히 선보이고 있다.

커피베이는 한국농수산식품유통공사(aT) 사이버거래소와 함께 '비 가격품 팔

기 유통 활성화를 위한 업무 협약'을 체결했다. 이번 업무 협약에서는 상품에는 이상이 없지만 엄격한 수출 상품 규격에 맞지 않을 수 있는 일부 제철 딸기의 유통과 납품을 위한 제휴 사업을 추진하고 산지와 소비자 간의 생산과 유통, 소비 활성화를 도모해 유기적 협력 체계를 구축하는 것에 합의했다.

커피베이는 올해 초 내놓은 제철 국내산 딸기를 활용한 신메뉴 5종에 대한 관심이 높아지는 만큼 이번 협약을 통해 비 가격품 딸기를 안정적이고 신선하게 납품받으며, 앞으로도 국내산 우수 농산물을 사용한 메뉴들을 적극 도입할 예정이다.

커피베이가 출시한 딸기 신메뉴 5종은 딸기와 그릭 요거트의 꿀 조합으로 매년 큰 사랑을 받았던 시그니처 음료 '딸기 뽕뽕 프라노베'를 비롯해 쿠키&바닐라 웨이크와 생딸기 당고로 작년보다 업그레이드된 '스윗 뽕뽕 프라노베', 신선한 딸기와 부드러운 우유 조합의 '딸기 뽕 라떼', 제철 딸기를 듬뿍 넣은 '리얼 딸기 주스', 생딸기와 싱그러운 민트가 어우러져 청량감이 가득한 '딸기 모히또'로 구성됐다. /박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

GS25, 디저트 15배 쾡충... 신제품 확대

전년 대비 164.4% ↑, 큰 폭 증가
올해 밸런타인 상품 등 40종 출시



GS25가 판매하는 유어초코베리미니케이크(왼쪽)과 유어초코풍당딸기케이크. /GS리테일

편의점 GS25가 '편저트(편의점+디저트)'의 인기 상승에 발맞춰 관련 신제품을 더욱 확대한다.

GS25는 2018년 모찌롤, 티라미수, 조각케이크, 쿠키 등 디저트빵 매출을 분석한 결과, 전년 대비 161.4% 증가했다고 12일 밝혔다. 이는 5년 전인 2014년과 비교해 약 15배(1416%) 증가한 것으로, 올해(1월 1일~2월 10일) 역시 89.3%로 큰 폭의 증가율을 보인 것으로 나타났다.

GS25는 편의점 디저트의 높은 품질, 합리적인 가격이 고객들의 호응을 이끌었다고 분석했다. 또한, '카페25'의 1000~2000원대 원두커피 구매율이 높아지면

서 함께 즐기 좋은 디저트빵이 지속 출시된 점도 '편저트' 시장 확대를 이끈 요인으로 보고 있다.

이에 따라 GS25는 지난해에 이어 올해도 40종 이상의 새로운 디저트 상품을 출시할 계획이다. 앞서 지난 7일에는 밸런타인·화이트데이 시즌 한정 상품으로 '유어초코베리미니케이크'와 '초코풍당딸기케이크'를 선보인 바 있다. /김민서 기자 min0812@

韓-스웨덴, 젊은 디자이너 발굴 나서

이케이코리아 디자인 공모전 개최 올해의 주제 '모두를 위한 디자인'

한국과 스웨덴의 디자인 교류를 확장하고 디자인 분야에 대한 관심을 높이기 위한 디자인 공모전 '코리아+스웨덴 영디자인 어워드(Korea+Sweden Young Design Award)' 개최를 앞두고 12일 오전 주한스웨덴대사관에서 기자간담회가 열렸다.

야콥 할그렌(Jakob Hallgren) 주한스웨덴대사, 윤주현 한국디자인진흥원장, 프레드리크 요한손(Fredrik Johansson) 이케이 코리아 부대표 등 주요 인사들이 참석해 이번 공모전의 의미와 취지, 세부적인 공모 절차와 수상 혜택 등을 소개했다. 주한스웨덴대사관, 한국디자인진흥원, 이케이 코리아가 공동으로 주최하는 이번 공모전은 최근 디자인의 영향력과 중요성이 점차 확대됨에 따라, 열정 있는 젊은 한국 디자이너들에게 영감을 주고 창의성을 육성하고자 마련됐다.

'코리아+스웨덴 영 디자인 어워드'는 디자인을 통한 '혁신'과 '지속가능성', 더 나



야콥 할그렌 주한스웨덴대사, 윤주현 한국디자인진흥원장, 프레드리크 요한손 이케이 코리아 부대표. /이케이

은 미래'라는 3가지 핵심 가치 하에 매년 새로운 주제로 진행되며, 올해의 주제는 '모두를 위한 디자인(Inclusiveness)'이다.

나이아 성별, 배경 등에 상관없이 모든 사람들이 좋은 디자인을 경험하고 그 혜택을 누릴 수 있어야 한다는 포용 디자인을 의미하며, 이번 공모전을 통해 더 많은 사람들이 향유할 수 있는 창의적인 디자인을 발굴할 예정이다.

그래픽, 건축, 가구, 텍스타일, 패션 등 디자인 영역에 경계 없이 다양한 분야에서 역량을 보여줄 수 있는 디자이너라면 누구나 참여가 가능하다.

'코리아+스웨덴 영 디자인 어워드'는 만 34세 이하의 한국 국적 디자이너라면 누구나 참여할 수 있으며, 오는 4월 11일까지 독창적인 디자인 또는 디자인 콘셉트가 담긴 이미지와 디자인 소개서를 공식 웹사이트를 통해 제출하면 된다.

최종 수상작은 심사위원회의 다각적인 평가를 거쳐 오는 5월 말 발표되며, 총 3명의 수상자에게는 스웨덴 디자인 견학 및 다양한 전시 기회 제공 등 글로벌 디자이너로서 성장할 수 있도록 지원할 예정이다.

/신원선 기자 tree6834@

'CU새싹가게' 취약계층 점원, 가맹점주로

BGF리테일 자활사업 결실

BGF리테일은 'CU새싹가게'에서 근무하던 자활사업 참여주민들이 CU 가맹점 사장님으로 창업에 성공했다고 12일 밝혔다.

지난 2015년부터 시행중인 'CU새싹가게'는 편의점 CU의 안정적인 가맹 시스템을 자활근로사업에 활용함으로써 사회경제적 취약계층의 고용 및 창업 인큐베이션 역할을 하는 CSV(공유가치창출) 모델이다. 지난달 말 기준으로 전국 47개점이 운영되고 있다.

이달부터 CU부천나눔점의 가맹점주가 된 자활기업 '드림팀'은 자활 참여주민들이 자활기업을 창업해 가맹점주가 된



자활기업 '드림팀'의 김은희 대표(왼쪽에서 두번째)와 공동대표들. /BGF리테일

첫 번째 사례다. 이들은 청소사업, 택배 및 생수 배송 사업 등을 거쳐 지난 2016년 10월부터 'CU 새싹가게' 자활사업에 참여했다. /김민서 기자

중·고교 신입생 13%, 입학 때 교복 못 입는다

무상교복 현물 지급... 납품 늦어져

올해부터 일부 지자체의 무상교복 현물 지급이 시행되면서, 2019학년도 중·고교 신입생들의 교복 착용이 최대 한 달 이상 늦어질 수 있다는 예측이 나오고 있다.

한국학생복산업협회에 따르면 2019학년도 동복 생산 진척도는 전년 대비 80%

정도로 11만 5000세트의 납품이 늦어지고 있다. 이에 따라 전체 신입생 수의 13%에 달하는 학생들이 교복을 늦게 받는 등 10명 중 1명 이상이 입학 시에 교복을 못 입을 것으로 예상된다.

특히 교복업체는 서울, 광주, 대구, 울산 등의 지역은 타 지역에 비해 업체 배정이 늦게 발표된 영향으로 인해 올해 3월

말 정도가 돼야 모든 지역에 대한 동복 납품이 완료될 것으로 보고 있다.

현재 전국 17개 시도 가운데 무상교복 현물 지급이 최종 결정된 지자체는 경기도, 부산, 인천 등 총 9개다. 교육청 자료에 따르면 8월 안까지 학교주관구매 업체 선정은 완료하도록 하고 있다. 하지만 지난해 10월 기준, 전체 학교 기준 60%만 입찰이 진행됐으며, 아직 업체가 선정되지 않았거나 지연 입찰을 한 학교의 학생들을 위한 교복 생산에 차질이 생겼다. /김민서 기자