

# 사람이 곧 경쟁력... 외식업계, 복지 강화 '인재' 유치

취준생, 기업 선택시 '복리후생' 중요 해외 워크샵·각양각색 휴가제 등 장점

취업 시즌을 맞아 기업들의 복지에 대한 예비취업자들의 관심이 높다. 이에 외식업계에서도 사내 복지를 강화하며 일하기 좋은 기업으로 발돋움, 젊은 인재 모시기에 적극 나서고 있다.

3일 업계에 따르면 복지가 기업 선택의 중요한 요소다. 실제 중소기업지원기관 서울산업진흥원(SBA)의 조사에 따르면 미취업 청년층이 기업 선택 시 중요하게 생각하는 항목이 바로 '복리후생'이었다.

한촌셀링탕, 육수당 등의 브랜드를 운영하고 있는 외식기업 '이연에프앤씨'는 매년 전직원 해외여행 등 중소기업으로서 높은 직원 복지수준을 자랑하고 있다.

전직원 해외 워크샵은 직원들의 단합과 화합, 새로운 경험을 위해 마련된 것으로 직원들의 반응이 가장 좋은 복지 혜택



이연에프앤씨 2019 해외 워크샵에 참여한 임직원들이 기념 촬영을 하고 있다. /이연에프앤씨

중 하나다. 여기에 근무연수에 따른 리프레시휴가, 안식월 휴가 등 다양한 휴가제도를 갖춰 직원들의 휴식을 보장하고 있다. 이외에 여가생활을 할 수 있도록 연 200만원의 복지카드 제공, 자녀학자금 지원, 건강검진 지원 등 직원들을 위한 금전

적인 지원도 아끼지 않고 있다. 수제 피자 전문 브랜드 피자알볼로를 운영하는 '알볼로F&C'는 지난해 일하기 좋은 중소기업에 선정될 정도로 직원복지에 많은 공을 들이고 있다. 피자알볼로는 매일 아침 직원들에게 김밥, 빵, 씨리

얼, 우유 등의 식사를 제공하고 있으며, 우수사원 포상 휴가, 문화회식 등 직원들을 위한 다양한 혜택을 제공하고 있다. 특히 결혼부터 출산에 이르는 직원 복지를 구축해 결혼 시 축하금 지급, 출산 시 첫째 100만원, 둘째 200만원 등의 출산장려금 지급은 물론 회사가 앞장서 출산 휴가 및 육아 휴직을 적극 권장하고 있다.

커피프랜차이즈 '이디야커피'도 높은 수준의 직원 복지를 자랑하고 있다. 이디야커피는 신사육을 지으면서 구내식당을 마련, 직원들이 밥값 부담을 덜어주고 있으며, 사내 카페테리아를 통해 무료로 커피도 마실 수 있도록 하고 있다. 여기에 자기계발 비용 지급, 전 직원 해외워크샵은 물론 아르바이트생에게도 이디야 메이트희망기금을 통해 일정의 장학금을 전달하는 등 정직원과 알바생 모두에게 복지 혜택이 돌아가도록 신경을 쓰고 있다.

조개갈비점 프랜차이즈 인기명을 운영하는 '인에프앤씨'는 직원들의 만족도를

높이기 위한 인간적인 복지정책을 펼치며 건강한 기업 문화를 선도하기 위한 각종 노력을 더하고 있다. 인에프앤씨는 월 1회 전 직원 리프레시 타임으로 불링, 영화, 등산 등 다양한 취미 활동을 즐기며 지속적인 소통을 이어가고 있다. 또한 생일의 반을 회사에서 보내는 직원들을 배려해 매달 생일을 맞은 직원에게 생일파티와 함께 선물을 제공하고 있다. 아울러 사무실에서 노래를 들으며 일할 수 있는 편안한 업무환경을 제공함과 동시에 1년 근속 시 제공되는 외식상품권, 명절마다 상여금을 지급하는 등 직원 맞춤형 복지를 제공하고 있다.

업계 관계자는 "젊은 층들이 직장 선택 시 복지 수준을 가장 중요하게 여기고 있어 외식기업들이 사내 복지를 강화하고 있다"며 "이를 통해 젊은 인재를 끌어들이는 것은 물론 외식 및 중소기업에 대한 고정관념을 없애 일하기 좋은 기업으로 인식될 수 있다는 장점도 있다"고 말했다.

/박인용 기자 parku7854@metrososeul.co.kr



한섬, '시스템' 봄 시즌 체크 자켓 출시 현대백화점그룹 계열 패션전문기업 한섬의 여성 캐주얼 브랜드 '시스템' 직원들이 3일 오전 현대백화점 압구정 본점에서 봄 시즌 체크 자켓을 소개하고 있다. /현대백화점

캐릭터 입히고 굿즈 더하고...

## 홈플러스, 인스턴트 커피·차 매출 '경풍'

대형마트-인스턴트 커피 업계 '맞춤'

최근 캡슐커피 등 원두커피에 밀려 판매량이 감소세를 띄고 있는 인스턴트 커피 업계가 대형마트와 손잡고 새로운 전략을 들고 나오면서 부진했던 판매 실적을 반전시키고 있다. 패키지에 캐릭터를 입히고, 텀블러 등을 함께 증정하는 기획팩 상품을 잇따라 선보이면서 소비자들의 선택을 받고 있다.

실제 지난해 11월 동서식품이 카카오프렌즈와 손잡고 머그&코스터 세트, 보온병, 디저트볼 등의 굿즈를 함께 제공하는 '맥심X카카오프렌즈 스페셜 패키지' 기획팩 상품을 한정 판매해 높은 매출신장률을 기록하면서 전체 인스턴트 커피 시장을 견인했다.

3일 홈플러스에 따르면 '맥심X카카오프렌즈 스페셜 패키지' 판매를 시작한 지난해 11월12일부터 25일까지 2주 동안 인스턴트 커피 매출이 약 15% 신장했다. 특히 오피스 상권 대표 점포들의 인스턴트 커피 매출신장률은 전 점 평균(약 15%)을 크게 상회했다.

우선 판교테크노밸리 상권인 '야탑점'의 매출신장률은 무려 약 77%에 달하는



등 수도권 오피스 상권 대표 점포들이 일제히 전 점 평균보다 높은 매출신장률을 보였다. 이밖에도 ▲마포구 일대 상권을 책임지는 '합정점'은 전년 동기 대비 약 30% 신장했고 ▲구로·가산디지털단지 상권인 '금천점'은 23% ▲강남구와 송파구 일대를 맡는 '잠실점'도 21% 신장했다.

부산 지역의 대표 오피스 상권 점포인 '서면점'의 경우 이 기간 동안 전년 동기 대비 무려 약 120%나 상승했고, '부산 연산점' 역시 약 23% 신장했다.

이 같은 추세에 따라 홈플러스는 동서식품과 손잡고 영화 '캡틴마블' 개봉 시기에 맞춰 마블 히어로의 로고가 새겨진 텀블러를 함께 제공하는 '맥심X마블 기획팩' 2종을 한정판으로 마련해 오는 13일까지 단독 판매한다. /신원선 기자

## 'PB 컨퍼런스' 개최... 파트너사와 소통 나눠

롯데마트 '소비자 중심 PB' 만들기 쌍방향 소통으로 상품파트너십 구축

롯데마트가 '소비자 중심 PB' 제품 만들기 나서고자 PB제품을 제조하는 파트너사 관계자들과의 대화에 나섰다.

롯데마트가 'PB 컨퍼런스'를 개최해 PB 제품을 제조하고 생산하는 국내 파트너사의 관계자들을 한 곳에 초청해 지속적으로 변화하고 있는 고객환경 변화와 PB 상품의 개발과정, 품질관리 방법과 파트너사 지원 사항, 롯데마트PB가 나아가고자 하는 방향에 대해 쌍방향 소통을 통한 '고객 생활 개선을 위한 상품파트너십'을 구축하는 자리를 마련한 것이다.

일반적으로 대형마트에서 판매하는 PB 제품을 생산하는 파트너사의 경우 대부분 중소기업이다.

고객들이 원하는 PB제품을 만들어야 하는 중소파트너사들이 가장 어려움을 겪고 있는 부분은 '고객의 소리'와 '구매 현장에서 상품이 선택되는 이유'에 대한 정확한 '데이터 분석'과 '솔루션 제시'이다.

하지만, 이와 같은 데이터는 대형마트와 같은 유통업체에서의 상품 판매 데이터를 통해서만 정확하게 알 수 있기에 고객이 원하는 상품을 만들어 내는데 한계가 있었다.



PB 컨퍼런스. /롯데소방

이에 롯데마트는 지난 2월 27일 '롯데영등포 리테일 아카데미'에서 'PB 컨퍼런스'를 열고, '품질'과 '안정성', '가격'이 보장되고 고객이 경험해 보지 못한 새로운 PB상품 개발을 제안하고자 파트너사와의 쌍방향 소통을 이어갔다.

롯데마트는 '고객 니즈'와 '개발 아이템' 발굴을 위한 빅데이터 분석(상품 카테고리별 시장규모 등)과 3600만 롯데 멤버스 회원들의 구매 데이터 분석 과정 설명, 총 25주 이상 소요되는 PB상품 개발과정, 국가 품질 관리 기준 이상의 자체 품질 관리 정책, 해외 및 유통 계열사 등

판매처 확대 등에 대한 설명의 시간을 갖고 파트너사 관계자들이 원하는 현장의 소리를 듣는 등 쌍방향 소통을 통한 개선 방향에 대해 고민했다.

남창희 롯데마트MD본부장은 "지금까지 롯데마트는 '황금당도', '온리프라이스'와 같이 고객이 원하는 품질과 가격에 부합하는 PB 상품 개발에 적극적으로 나서왔다"며 "이를 넘어서 PB상품을 제조하는 파트너사와 현장의 고객을 연결시키는 교두보 역할을 통해 고객에게 선택받는 PB브랜드와 상품을 만들기 위해 노력하겠다"고 말했다. /신원선 기자 tree6834@

## 현대아울렛 '스프링 빅 찬스' 대규모 행사

150여개 브랜드 참여... 17일까지

현대백화점은 오는 17일까지 6개 아울렛 전 점포(현대프리미엄아울렛 김포점·송도점, 현대시티아울렛 동대문점·가산점·대구점, 현대시티몰 가든파이브점)에서 대규모 할인 행사인 '스프링 빅 찬스'를 진행한다고 3일 밝혔다.

'스프링 빅 찬스'는 150여 개 국내의 브랜드가 참여하며, 기본 할인율(최초판매 대비 30~70%)에 10~30% 추가 할인 혜택을 제공한다. 특히, 현대아울렛은 행사 기간 '해외패션 대전', '리빙 페어', '정통 캐

주얼 패션 워크', '데님 페스티벌' 등 4개 대형 행사를 6개 전 점포서 진행할 예정이다. 먼저 6개 전 점포서 '해외패션 대전'을 진행한다. 행사에는 토즈·테스토니·파비아나필리피 등 30여 개 브랜드가 참여해 이월 상품을 기존 할인율(40~60%)에 10~20% 추가 할인된 가격에 판매한다.

같은 기간 동안 다이슨·텐퍼·덴비 등 30여 개 리빙 브랜드가 참여하는 '리빙 페어'도 열려, 브랜드별 이월 상품을 최초 판매 대비 20~60% 할인된 가격에 판매한다. 대표적으로 로얄코펜하겐은 전품목을 40% 할인, 텐퍼는 진열상품을 최대



50% 할인 판매한다. 또한, 10일까지 타임리피거·폴로·빈폴 등이 참여하는 '정통캐주얼패션워크'도 진행해 봄·가을 이월상품을 최초 판매 대비 최대 70% 할인된 가격에 판매한다. CK진·게스·리바이스 등 인기 데님 브랜드 5개가 참여하는 '데님 페스티벌'도 점별로 진행한다. /신원선 기자