

만져보고 맛 보고... '오감체험'으로 채소와 아이 잇는다

인터뷰 | '채소 소믈리에' 김혜정 과장·유은채 사원

CJ프레시웨이

'아이누리 채소학교' 수업 진행
영양교육·오감 체험 콘텐츠 등
편식 예방·올바른 식습관 형성
해조류 등 바다채소학교도 준비

“음식을 가리는 아이들에게 하지 말아야 할 말이 ‘먹어봐’입니다. 밥상머리 교육보다는 손을 통해 느낄 수 있는 촉감으로 채소에 대한 거부감을 줄여나가는 게 먼저예요. 속는 셈치고 아이들에게 채소를 쥐어줘 보세요. (아이들이) 먼저 호기심을 갖고 채소를 찾게 됩니다.”

지난 5일 만난 CJ프레시웨이 키즈 전담 셰프 김혜정 과장의 말이다. 김 과장은 현재 채소 소믈리에로 활동하고 있다. 채소 소믈리에에는 각각 사람에게 알맞은 채소를 추천하고 전달하는 역할을 한다.

김 과장은 “아이를 키우면서 채소를 안 먹고, 심지어 만지는 것도 못하는 아이들을 본적이 있다. 부모님들은 아이가 집에서 채소를 안 먹으니, 어린이집에서는 채소를 먹었으면 한다”며 “저도 6살 아이를 키우고 있다. 어느 날 어린이집 선생님께서 전화가 왔고 ‘아이가 당근을 먹다 뱉었다’고 말씀하셨다. 어떻게 하면 아이에게 채소를 먹을 수 있을까 생각했고, 채소 소믈리에가 있다

는 이야기를 듣고 준비하게 됐다”고 말했다.

국가공인은 아니지만 현재 전국에 약 800여명의 채소 소믈리에가 활동하고 있다.

김 과장과 유은채 사원과 2인 1조로 어린이집을 다니며 쿠킹 클래스를 진행하고 있다. 유 사원은 원래 영양사다. 어린이집에서 근무하는 교사를 대상으로 하는 영양교육을 진행해왔다. 이후 김 과장과 함께 쿠킹클래스와 커리큘럼 등에 대한 이야기를 듣고 채소 소믈리에 자격증을 따게 됐다.

이날도 김 과장과 유 사원은 전주 지역 한 어린이집에서 4~6세 아이를 대상으로 ‘아이누리 채소학교’ 수업을 진행하고 있다. 채소학교는 ‘채소 소믈리에’ 자격증을 취득한 셰프와 키즈 전담 영양사가 직접 어린이집을 찾아 영유아의 편식을 예방하고 식습관 형성을 돕기 위해 운영 중인 CJ프레시웨이의 키즈 교육 프로그램이다.

CJ프레시웨이는 채소학교를 신설한 지난해 10월부터 3월까지 총 6개월간 24곳의 어린이집과 유치원 등의 시설을 이용하는 1000여명의 영유아를 대상으로 해당 프로그램을 진행해왔다. 영양교육과 오감(五感) 체험 콘텐츠를 강화했다.

‘아이누리 채소학교’ 수업은 약 한 시



CJ프레시웨이 김혜정 과장(사진 위 맨 오른쪽)과 유은채 사원(아래)이 ‘아이누리 채소학교’ 수업을 하고 있다. /CJ프레시웨이

간정도 진행된다. 채소에 대한 기본적인 정보는 물론이고, 직접 촉감을 느껴보거나 채소 절단면을 그려보기도 한다. 체험을 통해 아이들은 채소에 대한 두려움을 조금씩 내려놓게 된다.

김 과장은 “수업에 ‘오감’을 넣는 이유가 있다. 채소를 먹기 싫어하는 아이들은 만지기도 싫어한다. 수업할 때 한

명의 아이가 그러면, 주변 아이들도 덩달아 채소를 안 만진다. 이러한 겁을 없애주기 위해서 놀이를 변형해서 하고 있다. 아이들이 채소를 무조건 먹어야 한다고 생각하지 않도록 하고, 만지기 시작하면서 맛도 보게된다”고 말했다.

채소학교 수업은 어린이집 선생님들에게 만족도가 높다. 유 사원은 “고객인

어린이집 선생님들이 좋아한다. 오늘도 어린이집 선생님께서 ‘저 아이는 채소를 만지지도 않았는데 놀랐다’고 했다. 아이 부모님의 반응을 알 수는 없지만 선생님과 부모님이 소통하는 알림장 등을 내용이 전달 된다면 아이 부모님이 만족할 것 같다”고 전했다.

김 과장과 유 사원이 쿠킹클래스를 진행하는 데 채소 소믈리에 자격증이 꼭 필요한 것은 아니다. 하지만 이들은 아이들에게 올바른 정보를 전달해주고 심리적인 벽을 허물기 위해 채소 소믈리에 자격증이 필요하다고 판단했다. 채소 소믈리에 자격증은 취득 자체가 목적이 아니라 이후 활동에 중점을 두고 있다. 김 과장과 유 사원은 채소 소믈리에 자격증 뿐 아니라 아이들과의 커뮤니케이션을 위한 노력도 하고 있다. 김 과장은 아동요리지도사라는 자격증을 취득했다. 유 사원은 영양이론을 활용해 이론적인 부분의 퀄리티를 높이려고 공부하고 있다.

이들은 앞으로 목표도 밝혔다. 김 과장은 “채소학교 이외에 바다채소학교를 통해 해조류를 바탕으로 하는 수업을 진행하는 것을 준비하고 있다. 아이들은 채소와 함께 생선, 해조류도 잘 안 먹는다. 그러한 부분을 하반기부터 중점적으로 하려고 기획하고 있다”고 밝혔다. 유 사원은 “서비스교육 강사분과 함께 해서 스트레스를 해결하게 해주는 향 테라피를 준비하고 있다”고 말했다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

“ARS도 보는 시대”... ‘보이는 ARS’ 도입

(자동응답시스템)

롯데홈쇼핑

인공지능 활용해 고객 상담
주문 서비스 지속 개선 예정



/롯데홈쇼핑

롯데홈쇼핑은 고객의 쇼핑 편의성 증대를 위해 ‘보이는 ARS(자동응답시스템)’ 서비스를 도입했다고 9일 밝혔다.

‘보이는 ARS’ 서비스는 스마트폰으로 자동주문 또는 상담원 전화 연결 시 ▲모바일 주문 ▲배송조회 ▲취소반품 ▲상담원 연결 등 주요 메뉴가 화면에 표시되어 이용이 가능하다. 모바일 앱을 별도로 실행하지 않아도 음성 안내 중에 원하는 메뉴를 선택해 해당 내용을 즉시 확인할 수 있다. 특히, 일시불

할인 등 각종 혜택을 반영한 예상 구매 가격까지 확인이 가능해 편의성을 높였다.

롯데홈쇼핑은 해당 서비스 도입으로 음성 안내로 인한 주문 오류가 감소하고, 주문 평균 소요시간이 2분 30초(상담원 안내 기준)에서 최대 10초 단축될 것으로 예상하고 있다. 또한 고객센터

(080-000-1000)로 연결하면 자동으로 화면이 구현돼 스마트폰 사용이 익숙하지 않은 고연령대 고객들의 편의가 증대될 것으로 보고 있다.

현재 ‘보이는 ARS’ 서비스는 롯데홈쇼핑 모바일 앱을 설치한 안드로이드 폰 사용 고객에 한해 이용이 가능하며, 향후 서비스 적용 범위를 확대할 예정이다.

한편, 롯데홈쇼핑은 지난해 방송과 카탈로그 상품을 ARS나 상담원과 연결하지 않고 간편하게 주문할 수 있는 ‘카카오톡 주문’ 서비스, 고객 음성을 인식해 상품 선택부터 결제까지 완료하는 ‘음성인식 ARS’ 서비스를 도입하는 등 고객 상담, 주문 서비스를 지속적으로 개선해 오고 있다. /신원선 기자 tree6834@



K2, 낚시웨어 ‘피싱라인’ 출시

아웃도어 브랜드 K2가 9일 오전 서울의 한 호텔에서 전문 낚시웨어 K2 ‘피싱라인(Fishing Line)’을 선보이고 있다. /손진영 기자 son@

GS25, ‘제로웨이스트’ 참여... 100% 재활용 커피컵으로 교체

편의점 GS25가 ‘제로웨이스트’(Zero-Waste·쓰지않는 생활 쓰레기 없애기) 운동에 적극 참여한다.

9일 GS25는 자체 원두커피 브랜드인 카페25의 뜨거운 음료 컵을 수용성 코팅재를 사용한 친환경 인증 전용 컵으로 바꿨다고 밝혔다. 이 컵은 일반 종이컵과 달리 수용성 코팅으로 제작돼 100% 재활용이 가능하다.

GS25는 지난해 9월에 종이 빨대와

투명 아이스 컵을 도입했다. 또한, 친환경 PP소재로 만든 컵 뚜껑, 재생지를 활용한 100% 종이 슬리브 등 모든 부자재를 친환경 소재로 변경해 운영 중이다.

GS25는 카페25의 친환경 컵 부자재 도입을 기념해 그래픽 디자인 전문 회사인 제로퍼제로와 협업 프로모션을 진행한다. 먼저, 카페25를 구매한 고객이 GS25의 멤버십인 지에스앤포인트(GS & POINT)를 적립하면, GS25 전용 에

플리케이션(앱)인 ‘나만의 냉장고’에 스탬프가 생성된다. 이 스탬프를 7개 모아 응모 버튼을 누르면 제로퍼제로 마켓백이 경품으로 증정된다. 경품은 핑크와 블루, 각각 4500개씩 총 9500개가 준비됐으며, 선착순으로 지급된다.

/김민서 기자



롯데월드타워서 펼쳐지는 요가 진풍경

창립 40주년 기념 ‘요가말라’ 진행

롯데백화점이 창립 40주년을 기념해 오는 14일 잠실 롯데월드타워 월드파크에서 글로벌 요가 프로젝트 ‘요가말라’를 진행한다. ‘요가말라’란 세계의 평화를 위한 나눔과 실천을 바라는 마음으로 요가인들이 일 년에 한번 모이는 글로벌 축제로, 몸과 마음을 단련하며 자신이 이루고자 하는 것들을 기원하는 마음으로 함께 수련한다는 의미를 가졌다.

롯데백화점은 고객들에게 창립 40주년을 알리고, 최근 지속 성장하고 있는 애슬레저 시장에 대한 고객 관심을 반영해 롯데백화점만이 선보일 수 있는 색다



른 창립 이벤트를 선보이기 위해 이번 ‘요가말라’ 행사를 준비하게 됐다.

약 1200명의 요가인들이 모이는 이번 행사는 야외 요가 클래스 및 축하공연 등 다양한 행사가 진행될 예정이다. 롯데백화점은 이번 행사를 국내 최고 권위를 가진 정통 요가원인 ‘요가쿨라’와의 협업을 통해 페스티벌의 공신력과 전문성 등 다 강화했다. /신원선 기자