

“아이디어가 자산”... 혁신 아이템 발굴 ‘대박 상품’ 개발

현대백화점 ‘크리에이티브 존’ 운영
롯데홈쇼핑 사내벤처프로그램 확대
아이비엘 ‘뜻밖의 발견’ 아이디어 발굴

좋은 아이디어나 기획이 곧 자산인 시대다. 최근 유통업계는 창의적인 아이디어 발굴을 위해 사내 공모전이나 내부 플랫폼을 활용해 숨은 역량을 끌어올리고 있다. 사내 직원들이 새로운 시각에서 제안하는 아이디어를 사업화해 제품이나 서비스에 적용하고 있는 것.

◆**주니어 사원에게 창의적인 기회 부여**
현대백화점은 밀레니얼 세대 직원들의 창의성을 이끌어내기 위해서 특별한 공간을 운영하고 있다. 2030 젊은 직원들이 다양한 관점에서 매장을 운영할 수 있도록 ‘크리에이티브 존’을 마련한 것이다. 이 곳은 각 점포의 대리급 이하 직원들이 자율적으로 운영하는 일종의 연구개발(R&D)형 매장으로 본인들이 발굴한 콘텐츠들을 자율적으로 선보일 수 있다. 무역센터점, 판교점 등 전국 14개 점포(압구정본점 제외)에서 만날 수 있다.
크리에이티브 존은 자존감이 높고성



지난해 8월, 롯데엑셀러레이터, 롯데홈쇼핑, 영림비엔에이, 롯데 사내벤처 1호 ‘대디포베베’의 ‘사내벤처와 중소기업의 동반성장 지원을 위한 업무협약’ 기념 사진 (왼쪽부터) 이진성 롯데엑셀러레이터 대표·전영석 대디포베베 대표·박영임 영림비엔에이 대표·황범석 롯데홈쇼핑 상품본부장. /롯데홈쇼핑

취육이 강한 밀레니얼 세대 성향을 반영해 능동적으로 업무에 몰입하는 근무 여건과 기업문화를 구축하고자 기획했으며, 최신 트렌드에 익숙한 젊은 직원들이 이색 콘텐츠를 운영함으로써 고객들에게 더 가까이 다가갈 수 있을 것으로 기대하고 있다.

현대백화점은 크리에이티브 존을 활성화하기 위해 점포별 운영 결과를 공유하고 벤치마킹할 수 있도록 시스템도 개발중이다. 아울러 직원들의 성취감을 높이기 위해 분기별로 우수 사례 포상

도 진행한다.
◆**롯데홈쇼핑, 아이디어 전폭 지지**
직원의 아이디어가 하나의 기업으로 재탄생한 사례도 있다.
롯데홈쇼핑은 신사업 발굴과 서비스 경쟁력 향상을 위해 다양한 아이디어 발굴 프로그램을 운영하고, 스타트업 투자도 확대하고 있다.
지난해 8월에는 ‘대디포베베’와 직접 업무협약을 맺고, ‘롯데사내벤처펀드’를 통해 창업 및 운영을 지원하는 20억원 규모의 기금을 조성하기도 했다.



세상 편한 자동 손톱깎이. /아이비엘

‘대디포베베’는 2016년 롯데그룹 사내벤처 공모전에서 당시 롯데홈쇼핑 직원이었던 전영석 대표가 ‘홀딩밴드형 기저귀’라는 아이디어로 대상을 수상하며 창업한 기업이다.
롯데그룹 창업지원 기관인 롯데엑셀러레이터와 롯데홈쇼핑으로부터 사무공간, 스타트업 멘토링 프로그램, 인건비 등을 지원받아 상품을 출시하게 됐다.
혁신적인 아이디어를 가진 상품의 사업화 과정을 꾸준히 지원한 결과라고 할 수 있다.
롯데홈쇼핑은 ‘대디포베베’를 성공 사례로 삼아 앞으로 임직원들의 톡톡 튀는 아이디어를 지속적으로 발굴하고

지원하는 등 다양한 사내 벤처 프로그램을 확대해 나갈 예정이다.
◆**작은 아이디어가 베스트 상품으로**
끝으로 이커머스 업계에서 새롭게 떠오르고 있는 스타트업 ‘아이비엘’은 직원 아이디어로 베스트셀러 제품을 탄생시켰다.
아이비엘은 전 직원 모두가 소통할 수 있는 채널 ‘뜻밖의 발견’을 운영하고 있다. 직원들의 자유로운 아이디어가 한 달에도 수십건씩 게재되고 있으며 직원들이 추천한 제품이 큰 인기를 끌기도 했다.
실제로 아이비엘의 뷰티 브랜드 ‘아이뷰티랩’의 ‘세상편한 자동 손톱깎이’는 한 팀원의 경험에서 시작한 제품이다.
일반 손톱깎이를 쓰면 잘 안 깎이거나 바짝 깎여 피가 나기 쉬웠던 단점을 보완한 안전하고 편한 방법은 없을까 고민하다 개발하게 된 것이다.
해당 제품은 완전 자동으로 손톱 가루들까지 깔끔하게 처리할 수 있다. 기존에 없던 신선함과 편리함을 강조한 콘텐츠적 요소를 더해 출시 하루만에 베스트 상품으로 이름을 올렸다.
/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

“홈쇼핑으로 편하게 야구 경기 예매하세요”

현대홈쇼핑 ‘무적 티켓’ 방송 진행
LG트윈스 홈경기 선택 입장 가능



잠실야구장 전경. /현대홈쇼핑

현대홈쇼핑이 ‘800만 야구팬’을 위한 프로야구 입장권 판매 방송을 선보인다.
현대홈쇼핑은 오는 22일 오후 5시 25분부터 LG트윈스 홈경기 티켓 교환권 ‘무적 티켓’ 방송을 진행한다고 17일 밝혔다. 현대홈쇼핑은 젊은층을 겨냥해 뮤지컬·워터파크 등 다양한 문화·레저 상품에 이어, 국내 대표 스포츠 중 하나로 꼽히는 프로야구 입장권 방송을 진행하기로 한 것이다.
‘무적 티켓’은 다음달 9일부터 시즌 종료시까지 서울 잠실야구장에서 열리는 LG트윈스 홈경기 중 원하는 경기를 선택해 입장할 수 있는 상품이다. 좌석은 원정팀 응원색인 3루쪽 블루(114~

116·216~218블록)·레드(117~122·219~226 블록)·네이비(318~334 블록)로, 현대홈쇼핑은 각 좌석을 4장·6장·8장 단위로 판매한다.
회사 측은 좌석별로 15~20% 할인 가격으로, 고객이 선호하는 경기 일정에 맞춰 자유롭게 사용할 수 있다고 설명했다.
특히 현대홈쇼핑은 이날 방송을 통해 티켓 교환권을 구매한 고객 대상으로 일반 예매보다 하루 빨리 예매할 수

있는 혜택을 제공한다. 예를 들어 다음달 9일 경기의 예매일은 6월 29일(D-10)인데, 현대홈쇼핑에서 구매한 고객은 6월 28일(D-11)에 예매 및 좌석을 선택할 수 있다. 예매 방법은 LG트윈스 구단 홈페이지에 접속한 뒤 티켓링크 페이지로 접속해, 고객 휴대폰으로 발송되는 쿠폰 번호를 입력 후 좌석을 선택하면 된다. 이후 경기 당일 잠실경기장 제 1매표소에서 지류티켓으로 교환하면 된다.
/신원선 기자

건조기+드럼세탁기 효과... 매출 쌍끌이

드럼세탁기 매출 전년비 15% 상승 물 사용 적고 효율성 좋아 수요 확대
가정 내 필수가전으로 자리잡은 의류 건조기의 인기로 드럼세탁기 인기도 덩달아 증가하고 있다.
전자랜드는 올해 1월부터 5월까지 드럼세탁기 판매량을 분석한 결과, 전년 동기 대비 16% 증가했다고 17일 밝혔다.
또한 같은 기간 연도별로 판매량을 살펴보면 2018년에는 전년비 25%, 2017년 27% 신장하는 등 3년 연속 증가 추세를 보였다. 월별로 살펴보면 전년 대비 올해 1월은 15%, 2월 15%, 3월 12%, 4월 18%, 5월 19% 상승하는 등 매월 꾸준한 상승세를 나타냈다.
이는 TV·냉장고·세탁기·에어컨으로 구성되는 대표적인 인기 대형 가전 리스트에 최근 의류건조기가 포함될 만큼 건조기에 대한 수요가 높은 것이 일 정 부분 작용했다고 전자랜드는 분석했다. 드럼세탁기는 통돌이형 세탁기와는 달리 제품 상단에 건조기를 설치할 수 있는 장점이 있기 때문이다.
/김민서 기자 min0812@



전자랜드에서 드럼세탁기를 보고 있는 고객들. /전자랜드

실제 지난해 전자랜드의 건조기 판매는 전년 대비 135% 늘었다. 또한 필(必) 환경 시대에 맞춰 물 사용량이 적고 에너지 효율이 높은 점도 드럼세탁기 수요 확대에 원인으로 설명했다.
전자랜드는 대형 가전 구매 계획이 있는 소비자들의 부담을 줄여주고자 전 품목 장기무이자 혜택을 준비했다. 국민·신한카드 100만원 이상 결제하는 고객에게는 최대 12개월 무이자 혜택을 제공한다. 또 롯데제휴카드 40만 원 이상 제품 결제 시 행사조건에 한해 최대 36개월 무이자 혜택을 제공한다. 카드별로 캐시백도 일부 제공한다.
/김민서 기자 min0812@

롯데마트, 반찬 특화 브랜드 ‘요리하다 요리찬’ 론칭

밀반찬 8종 출시... 카테고리 본격화
롯데마트가 반찬 브랜드 ‘요리하다 요리찬’을 새롭게 선보이며, 밀 솔루션(Meal Solution) PB 브랜드 ‘요리하다’의 반찬 카테고리를 본격 확대한다.
이번에 론칭한 ‘요리하다 요리찬’의 경우 ‘요리하다’의 서브 브랜드 개념으로 국내 반찬 시장의 성장과 고객들의 수요를 고려한 반찬류 특화 브랜드다.
지난해 9~10월 반찬 전문점을 이용한 경험이 있는 성인 여성 500명을 대



요리하다요리찬 8종 모습. /롯데쇼핑

상으로 소비자 인식조사를 한 결과 ‘주 1회 반찬 전문점을 이용한다’는 응답자

가 30.0%로 가장 많았으며, 많이 사는 품목은 ‘마른 반찬류’로 20.3%를 차지했다.
롯데마트는 이런 고객 수요를 고려해 이번에 ‘요리하다 요리찬’ 8종을 출시했다. ‘매추리알 장조림(170g)’, ‘진미채 볶음(70g)’, ‘검은콩 조림(90g)’, ‘무말랭이 무침(130g)’, ‘멸치아몬드 볶음(70g)’, ‘연근조림(110g)’, ‘마늘종 무침(100g)’, ‘쇠고기 장조림(140g)’ 등 가정에서 많이 찾는 밀반찬을 중심으로 구성했으며 가격은 각 2980원이다.
/신원선 기자

유통 단신

대상 청정원
‘알룰로스 홍초 포도’ 출시
대상 청정원이 건강한 당알룰로스를 함유한 ‘알룰로스 홍초 포도’를 출시했다. 알룰로스란 무화과, 포도 등 자연에 존재하는 천연유래 당으로, 체내 흡수율이 낮은 당으로 알려져 있다. 또한 설탕에 가까운 단맛을 내면서도 칼로리는 제로(0kcal/g)인 데다 과량 섭취해도 부작용이 없다.
/박인용 기자

삼양식품
‘뽕파이 멸균우유’ 2종 선보이
삼양식품은 뽕파이 멸균우유 2종을 출시한다고 17일 밝혔다. 뽕파이 멸균우유는 초코맛, 딸기맛으로 구성되어 있으며 칼슘 함량이 일반 우유 대비 2배 정도 높고, 미네랄 3종과 비타민 7종이 들어있어 맛과 건강을 모두 챙길 수 있다.
/박인용 기자