

美的 전도사들, 모범 소상공인 위해 아름다운 재능기부

〈K.tag 브랜드 사용〉

소상공인연합 작년 공동브랜드 선배 맛·서비스 등 모범 소상공인 선정 '2018 미스코리아'와 1년간 협업 5명 미스코리아 5사5색 홍보활동



소상공인연합회는 지난 8일 서울 동작구 소상공인연합회 사무실에서 지난 1년간 소상공인 공동 브랜드 K.tag 홍보대사 활동을 한 2018 미스코리아 5명에게 감사패를 전달했다. (왼쪽부터) 2018 미스코리아 선 송수현, 미 박채원, 미 김계령, 소상공인연합회 최승재 회장, 2018 미스코리아 미 임경민, 진 김수민이 기념촬영을 하고 있다. /김승호 기자

지난 8일 서울지하철 2호선 봉천역 3번 출구 인근 남부순환로 대로변에 위치한 한정식집. 가게안으로 들어가기 전 입구 왼쪽에 모델인 듯한 인물이 담긴 X배너가 눈에 가장 먼저 들어온다. 자세히 보니 '대한민국 소상공인 화이팅!!!' 이라고 쓴 2018 미스코리아 선 송수현의 글씨와 그가 직접 소상공인공동브랜드 'K.tag'를 알리는 모습이 담겨있다.

이날 최승재 소상공인연합회장 등과 가게를 함께 방문한 송수현은 자신의 모습이 나온 X배너를 보자 반갑다는 듯 활짝 웃으며 셀카를 찍었다. 일행을 맞이하기 위해 나온 한정식집 정규철 사장은 미스코리아가 사진속에서 방금 튀어나왔다는 듯 신기하게 바라보며 미소지었다. 소상공인연합회는 지난해 처음으로 소상공인공동브랜드 '케이.태그(K.tag)'를 선보였다. 계속되는 내수 침체와 가파른 인건비 인상 등으로 소상공인들의 어깨가 축 처져있는 상황에서 연합회가 맛있는 음식, 우수한 제품, 질 좋은 서비스 등을 제공하는 모범 소상공

인을 선정, 일반에게 적극 알리기 위해 도입한 것이 공동브랜드 K.tag다.

특히 여기에는 2018년 미스코리아 진 김수민, 선 송수현, 미 김계령·박채원·임경민이 재능기부를 하며 홍보대사로 나서 눈길을 끌었다.

소상공인연합회는 지난 1년간 홍보대사를 하며 다양한 활동을 한 이들 미스코리아 5명에게 이날 감사패를 전달하고 그동안 소회를 듣는 자리를 마련했다.

최승재 회장은 "아름다움을 상징하는 미스코리아들이 따뜻한 마음을 실천하기 위해 지난 1년간 주변의 소상공인들을 많이 홍보해주고, 또 이로 인해 작지만 강한 가게들이 홍보 등에서 도움을 받은 것에 연합회장으로서 무척 감

사하게 생각한다"면서 "앞으로도 (선·후배 미스코리아들이) 소상공인들을 적극 홍보해주고 가교 역할을 해 줄 수 있기를 기대한다"고 전했다.

미스코리아와 소상공인간 협력은 지난해 뽑힌 2018년 미스코리아들이 처음이다. 이들 5명이 '미스코리아 소상공인 홍보대사 1호'인 셈이다.

홍보대사로 함께 활동한 미스코리아 진 김수민은 "카페 등을 하는 친구들로부터 어렵다는 낯두리를 자주 들곤 했는데 그 친구들도 알고보니 소상공인이었다"면서 "이번에 활동하면서 소상공인에 대해 많은 생각을 할 수 있는 기회가 돼 매우 뜻깊게 생각한다"고 소감을 전했다.

소상공인연합회는 지난해 K.tag를 처음 선보이면서 총 5가지 테마로 브랜

드를 나눴다.

▲신선하고 믿을 수 있는 제품과 서비스로 고객의 건강을 추구하는 소상공인 ▲고객 최우선 마인드를 가지고 서비스에 진심을 담아 고객에게 감동을 전하는 소상공인 ▲다양한 문화와 전통을 바탕으로 고객에게 특별한 경험을 제공하는 소상공인 ▲색다른 가치 혁신과 아이디어로 연구하고 노력하는 소상공인 ▲특화된 기술과 비법으로 업종 내최고의 솜씨를 자랑하는 소상공인이 그것이다.

그러면서 이들 5명의 미스코리아는 명인의 솜씨(진 김수민), 신선함과 건강함(선 송수현), 진심담은 서비스와 감동(미 김계령), 특별함과 문화(미 박채원), 스마트한 혁신(미 임경민) 테마를 각각 맡아 해당 테마에 뽑힌 소상공인 가게의 홍보대사 역할을 했다.

색깔도 테마에 따라 초록색, 파란색, 빨간색, 보라색, 노란색으로 다르게 했다. 5인 5색이다.

파란색(진심담은 서비스와 감동) 테마의 모델을 맡은 김계령은 "어느 지역에 가야 파란색 인증을 받은 가게가 많이 있느냐"며 무척 궁금해하기도 했다. '진심담은 서비스와 감동' 테마는 고객 감동과 서비스를 최우선으로 하는 외식업종이나 카센타, 사진관, 미용실, 세탁소, 어린이집, 약국, 공인중개사 등의 업종에 부여하고 있다.

송수현은 "죄송스럽게도 그전엔 소상공인이라는 단어에 대해 깊게 생각하지 못했다"면서 "홍보대사 활동 기회를 통해 자영업자나 소상공인에 관심을 갖게 됐는데 집안에서도 이모할머니께서 순대국집을 운영하고 계시더라"고 말했다.

지난 1년간 소상공인들을 위해 1기 홍보대사를 맡았던 이들 2018 미스코리아 5명의 바통은 지난 7월 뽑힌 2019 미스코리아들이 이어받게 된다.

소상공인연합회는 지난해 100곳에 이어 올해도 전국에서 100곳을 선정해 K.tag 인증서를 주고 홍보 등을 통해 모범적인 업소들의 성장과 발전을 적극 도울 계획이다.

특히 매년 100곳을 새로 뽑지만, 간단한 심사를 거쳐 기존에 선정된 곳 가운데 40% 정도를 탈락시키는 등 제도를 엄격하게 운영해나갈 방침이다.

인증만 무차별적으로 늘리는 것이 아니라 사후 모니터링을 통해 제품 및 서비스의 질·차별화, 위생상태, 매장 운영 상황, 홍보의 적극성 등을 기준으로 100점 만점에 70점을 통과한 점포들이 K.tag 인증서를 유지할 수 있도록 했다.

최승재 회장은 "2년째가 된 소상공인 공동브랜드를 통해 소상공인도 중소기업으로 성장하는 혁신모델이 곳곳에서 만들어질 수 있기를 바란다"고 덧붙였다. /김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

이른둥이 위한 '기저귀' 160만 패드 돌과 "대체현실게임으로 사회문제 해결경험 제공"

유한킴벌리 초소형 '나눔 귀저귀' 국내 유일 생산... 무상공급 3년차

유한킴벌리가 사회 공헌 차원에서 무료로 나눠주기 시작한 하기사 이른둥이 초소형 기저귀가 160만 패드를 넘어섰다.

11일 유한킴벌리에 따르면 회사는 2017년부터 인큐베이터 보살핌이 필요한 이른둥이를 위해 '하기사 네이처메이드 이른둥이(소형)' 제품을 무상공급해 오고 있다. 이른둥이란 37주 이전이나 2.5kg 이하로 태어난 신생아를 의미하며 한 해에 약 3만명이 태어난다. 그 중에서도 인큐베이터 보살핌이 필요한 2.2kg 미만 신생아는 연간 약 6000명 정도로 추정된다.

이처럼 이른둥이 증가 추세에도 불구하고 이들을 위한 기저귀는 수입품에 의존하거나 체형에 맞지 않는 큰 제품을 사용해야 했다. 이 때문에 유한킴벌리는

2014년에 전용제품을 선보였고, 현재까지도 국내에서 초소형 기저귀를 자체 생산하는 곳은 유한킴벌리가 유일하다.

특히 이른둥이는 태어나자마자 엄마 품을 떠나 짧게는 며칠, 길게는 몇주간 인큐베이터에 지내야 하고 이에 따른 경제적 부담도 작지 않다. 유한킴벌리는 이처럼 부모의 부담을 조금이라도 덜어주기 위해 인큐베이터 보살핌이 필요한 신생아를 위한 제품을 무상공급해 왔다.

한편, 유한킴벌리는 2017년 당시 '함께 키우는 하기사 이른둥이 캠페인'을 통해 인큐베이터 보살핌이 필요한 이른둥이용 기저귀(소형) 무상 공급을 3년간 약속한 바 있다. 회사측은 이른둥이에 대한 사회적 안전망과 제품생산 여건 등을 고려해 캠페인 지속 여부를 판단할 예정이다.

/김승호 기자

도전! 스타트업

'리얼월드' 유니크굿컴퍼니

"안녕하십니까. 저는 국내 연통부 소속, 한동제입니다. 제가 당신을 급히 찾은 이유는, 일제의 감시와 자금난으로 인해 독립신문이 폐간될 위기에 처해 있음을 알려드리기 위해서입니다. 독립신문이 폐간 위기에서 벗어나 계속 발행될 수 있도록 당신이 힘을 보태주세요겠습니까?"

수락하기를 누르면 게임이 시작되고, 당신은 독립운동 자금 유통자가 돼 독립신문의 폐간을 막게 된다. 74주년 광복절을 맞아 유니크굿컴퍼니가 오는 14일부터 서비스를 시작하는 '리얼월드'의 월드시리즈 '독립신문 제200호'다.

"상해 옛 임시정부 터를 보면 속상해요. 장소 자체가 역사를 느끼기에는 부족하거든요. 그래서 이런 것을 우리가 좀 더 의미 있게 만들어 보고 싶었습니다"

독립신문 제200호를 소개하며 이은영 유니크굿컴퍼니 대표는 말했다. 이렇게 사람들에게 특별하고(유니크) 좋은(굿) '경험'을 제공함으로써 사회 문제를 해결하고 싶어 이 대표는 사업을 시작했다.

이은영 대표는 사람들에게 경험을 제공함으로써 사회 문제를 해결하고자 한다. 가장 대표적인 서비스가 역사 현장, 건물 등 현장을 활용한 대체현실게임 '리얼월드'다. 리얼월드는 체험형 게임 플랫폼으로 정동, 박물관, 광화문 등 공간에서 리얼월드 앱과 키트, 지형지물



사회문제 해결에 기여 위해 시작 관광·교육·도시재생 문제 등 단순 게임 넘어 '솔루션' 제안 "경험산업 이끄는 회사 되고파"

이은영 유니크굿컴퍼니 대표 ▶

을 활용해 미션을 수행하는 게임이다.

이 대표는 '리얼월드'가 단순한 게임이 아닌 관광, 교육, 도시 재생, 소상공인 지역경제 활성화 등 문제를 해결하는 '솔루션'이라 설명했다.

"리얼월드는 증강현실(AR)이나 사물인터넷(IoT) 기술을 활용해 디지털 과야날로그를 결합한 융복합 콘텐츠로 현실과 스토리를 결합한 '팩션' 속 주인공이 되게 합니다. 사용자들이 이 스토리를 해결하며 이곳저곳을 돌아다니고, 주변 상권도 이용하면서 도시재생 효과를 얻고, 지역경제도 살릴 수 있게 되죠. 또 경험을 통해 사회 문제를 해결할 수 있어요."

유니크굿컴퍼니의 메시지는 최근 대한민국 임시정부 수립 100주년을 맞아 문화체육관광부와 진행한 리얼월드 프로젝트 '작전명:소원'에 잘 녹아 있다. 사용자들은 비밀결사 단체의 독립운동가가 돼 서울 곳곳을 돌아다니며 숨겨진 독립자금을 찾아 전달하는 임무를

풀며 서울 곳곳의 문화유적도 탐방하고, 근처 식당도 이용했다. 약 2개월의 기간 동안 작전명:소원은 5만3000여명의 사용자를 모았다.

유니크굿컴퍼니는 게임뿐 아니라 다양한 방식으로 '경험'을 제공해 사회 문제를 해결한다. 오픈더빙플랫폼(OPD) 헬렌도 경험으로 시각장애인의 영상 콘텐츠 소비에서 일어나는 문제를 해결한다. 동영상의 시대에 많은 영상이 쏟아지고 있지만, 시각 장애인들은 이를 이용하는 데 불편함이 크다. 사람들은 헬렌을 통해 유튜브 등 시청각 자료의 자막을 읽어주며 목소리를 기부하는 '경험'을 할 수 있다.

유니크굿컴퍼니는 앞으로도 '유니크 굿'한 경험으로 사회 문제를 해결할 솔루션을 만들고자 한다.

이 대표는 "이 모든 문제의 솔루션을 '경험'을 제공하는 방식으로 만들 계획"이라고 설명했다.

/배한님 기자 ericbae1683@

한샘몰 "타임딜·1+1 등 혜택 놓치지 마세요"

한샘 이달 말까지 이벤트 다채

한샘은 이달 말까지 온라인 쇼핑몰 한샘몰 앱에서 '출석체크', '타임딜' 등 다양한 이벤트를 연다고 11일 밝혔다.

'출석체크' 이벤트는 한샘몰 앱에 로그인한 뒤 해당 이벤트 페이지에 접속해 참여할 수 있다. 처음 출석 체크한 고객에게는 5% 할인 쿠폰을 증정한다. 월요일부터 금요일까지 연속 출석 체크한 고객에게는 3000원 할인 쿠폰을 증정하

고, 이벤트 기간 전일 출석 체크하면 5000원 할인 쿠폰을 준다.

매주 토요일 11시에는 가구와 생활용품을 대폭 할인된 가격에 구매할 수 있는 타임딜 이벤트도 연다.

한샘몰 베스트상품 할인 이벤트도 진행한다. 생활용품을 최대 86% 할인된 가격에 제안하고 리빙박스, 메모리폼베개 등을 대상으로 1+1 이벤트도 선보인다.

/김승호 기자