

### 우리아이 성장단계 맞춰 '식단추천'

# 초보맘 사로잡는 큐레이션 서비스

**본죽 '베이비본죽' 5단계 맞춤형 헬로네이처 베이비·키즈존 오픈 베베죽 당일 생산, 배송서비스**



베이비본죽

/본아이에프

개인의 취향과 생활 패턴에 맞춰 식품을 추천하는 큐레이션 서비스가 이유식 시장에서도 꾸준한 인기를 얻어가고 있다.

6일 업계에 따르면 이유식 큐레이션은 아이의 월령과 단계에 맞는 제품 추천은 물론 알레르기 유발 식품 포함 유무도 체크해주는 세심한 서비스가 특징이다. 또한, 우리 아이의 성장 정보와 각종 발달 과정을 등록하면 마치 전문가와 상담한 것처럼 충분한 영양의 맞춤 식단을 설계해줘 초보맘들의 눈길을 사로잡고 있다.

본죽이 만든 프리미엄 영유아식 브랜드 '베이비본죽'은 공식 온라인 쇼핑몰을 통해 아이의 성장단계별 꼭 필요한 영양을 담은 제품을 추천한다. 이유식 제품은 준비기(4~5개월), 초기(5~6개월), 중기(7~8개월), 후기(9~11개월), 완료기(12개월) 등 아이

의 개월 수에 따라 입자의 크기와 농도를 달리해 미음, 묽은죽, 무른밥, 진밥 등으로 맞춤형으로 준비된다. 성장 발달 및 영양학적 측면에 따라 '고구마미음', '잡쌀비타민닭죽', '한우배추단호박죽', '흰살생선노타리버섯죽' 등 다양한 메뉴를 구성하고, 섭취 시 유의해야 할 점도 명시되었다.

성장 시기를 선택하면 요일별로 다른 메뉴로 구성된 월별 식단표를 만나볼 수 있으며, 제품은 배송 서비스를 통해 제공된다. 계획된 식단 표에 알리지 유발 식품이 표시되어 해당되는 사항이 있다면 대체 식단으로 받아볼 수도 있으며, 유아기에 먹기 좋은 저염도 일반식도 만나볼 수 있다.

헬로네이처는 영아와 유아로 타깃을 세분화해 베이비본죽과 키즈존을

프했다. 헬로네이처는 부모들의 부담을 덜어주기 위해 타깃별 건강한 먹거리를 추천한다. 베이비본죽은 생후 5~24개월 영아를 위한 먹거리로 간편 이유식, 다짐/편의재료, 신선, 음료/간식 등 5개 카테고리 구성했다. 월령별, 재료별, 형태별로 큐레이션 쇼피 방식을 도입해 아이의 성장 단계에 맞춰 소비자가 적절한 상품을 쉽고 편리하게 선택할 수 있도록 했다. 키즈존은 이유식을 떼어내기를 위한 제품들로 꾸러졌다.

베베죽도 자사 홈페이지와 앱을 통해 식단 기반 일일 배송 서비스를 시행한다. 당일 생산 및 당일 배송 시스템을 운영하고 있는 베베죽은 식단 매니저를 통해 고객이 식단에 따라 배송일 또는 배송지, 이유

식 단계를 조정할 수 있도록 고객 주문 서비스 기능을 향상시켰다.

초기(5개월)부터 완료기(14개월)까지 총 8단계 성장 단계 분류를 통해 각 시기에 맞는 이유식과 영양식을 구성하고, 최근엔 '중기 이유식' 단계 리뉴얼을 거쳐 식단 사이클을 6주로 늘렸다. 중기 단계는 생후 7~8개월 아이들이 초기 미음을 다 마친 뒤 넘어가는 단계로, 본격적으로 입자감이 생기고 육수가 들어가 맛과 풍미가 진해지는 이유식의 핵심 단계다. 기존에는 중기 1단계와 중기 2단계로 나누어 아기의 자연스러운 적응을 도와주는데 초점을 맞췄다면, 이번 리뉴얼에서는 메뉴 가짓 수를 늘려주고, 단백질과 철분 메뉴를 강화시켜 달라진 고객들의 지속적인 요청을 적극 반영한 것이 특징이다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr



### 장건강에 좋은 초콜릿 '젠스 프락토올리고당'

초콜릿에 가능성을 접목한 건강향 초콜릿이 나왔다.

해태제과는 장건강에 좋은 초콜릿 '젠스 프락토올리고당'을 출시했다고 6일 밝혔다. 맛과 품질이라는 전통적 가치에 더해 시장에서 요구하는 건강이라는 새로운 가치를 접목한 제품이다.

프락토올리고당은 단맛은 설탕의 70% 수준이면서 장내 유익균의 증식을 돕는 것으로 알려져 업계에서 주목 받고 있는 차세대 감미료다. 일반 유산균과 달리 대부분의 성분이 장까지 도달해 '방탄유산균'으로 불린다.

하지만 설탕보다 가격이 7배 이상 고가여서 실제 프락토올리고당을 사용한 것은 이번이 처음이다.

/박인용 기자

## '붕어싸만코·빵또아' 가격 정찰제 추진

**빙그레, 제과형 아이스크림류 대상 소비자 불신해소 일환 내년 시행 일반 소매점 판매가 1000원 예상**

빙그레가 내년부터 자사 제과형 아이스크림류에 대해 가격 정찰제를 확대 추진한다고 6일 밝혔다.

빙그레는 가격 정찰제 시행 배경에 대해 아이스크림이 소매점에 따라 판매되는 가격의 편차가 커 소비자들의 아이스크림 가격에 대한 불신이 가중됨에 따라 가격 정찰제를 통해 아이스크림 시장 가격의 신뢰를 회복하기 위한 조치라고 설명했다.

실제 빙그레 자체 조사한 결과 기존 제과형 아이스크림의 일반 소매점 판

매가격이 800원에서 1500원까지 2배 가까이 차이가 난다고 파악됐다.

그동안 빙과업계는 일반 슈퍼마켓·식품점에서 반값할인 등 행사를 경쟁적으로 실시하면서 제조업체는 제품을 할인 공급할 수밖에 없는 상황이었다. 소비자 역시 판매점 마다 빙과가격이 제각각이라 혼란을 겪어왔다.

특히 아이스크림은 품목 특성 상 근거리 소비고객이 많아 일반 식품점이나 편의점 등 소매 채널의 판매 비중이 월등히 높다.

가격 정찰제 시행에 따라 붕어싸만코와 빵또아의 일반 소매점 판매가는 1000원 수준이 될 것으로 예상하고 있다. 실제 가격 정찰제 제품은 기존 재고가 소진된 이후이기 때문에 내년 2월

전후가 될 것으로 예상된다.

빙그레는 2018년 대표 카톤 아이스크림인 투게더와 엑셀런트의 가격 정찰제를 시행한 바 있다.

카톤 아이스크림의 가격 정찰제 시행 이후 소비자의 편차가 줄어들면서 소비자들의 가격 불신이 많이 해소됐다고 보고 있다. 이에 내년부터는 제과형 아이스크림인 붕어싸만코와 빵또아에 대한 가격 정찰제를 추진하기로 결정했다.

빙그레 관계자는 "아이스크림 가격 정찰제 확대를 통해 소비자의 가격 신뢰를 높이고 무분별한 출혈경쟁이 아닌 더 좋은 제품으로 소비자들의 선택을 받기 위해 노력할 것"이라고 전했다.

/박인용 기자

### 롯데百, 12일부터 '꿀잠 프로젝트'

숙면용품 판매·체험존 구성

최근 워라벨(Work and Life Balance, 일과 삶의 균형)이 강조되면서 '잘 쉬고 잘 자는 것'에 대한 관심이 날이 갈수록 높아지고 있다. 특히 숙면을 위해서 돈을 지불하면서 수면 산업이 성장한다는 의미의 '슬리포노믹스(Sleep+economics)'라는 신조어도 만들어졌다.

이러한 트렌드를 고려해 롯데백화점은 11월 12일부터 24일까지 일산점에서 '꿀잠 프로젝트' 행사를 진행, 사회적 이슈로 대두되는 '불면증' 개선을 위해 롯데백화점이 발 벗고 나섰다. '꿀잠 프로젝트'는 숙면과 휴식에 대한 고객들의 니즈를 반영해 기획하게 된 행사로, 다양한 숙면용품 판매 및 체험



롯데백화점 꿀잠프로젝트 매장. /롯데백화점

존을 구성해 선보일 예정이다.

'꿀잠 프로젝트'는 일산점 3층의 약 99㎡(30평)규모의 공간을 '플레이(play) 존', '코지(cozy) 존', '바디(body) 존' 등 세 가지 섹션으로 구분해 행사를 진행한다. 우선 '플레이 존'에서는 고객들이 수면 이색 체험 공간인 '수면 산소 캡슐'을 체험 및 구입할 수 있다. /신원선 기자

### "용기에 광고하세요" PB라면의 무한변신

GS25 광고 넣은 '돈벌라면' 출시 내용물 업그레이드, 메시지 담아

편의점에서 잘 팔리는 PB(자체 상표) 용기면의 포장 디자인이 광고 플랫폼으로 변신한다.

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 '삼성증권 네이버페이 투자 통장' 제휴 상품(이하 제휴 상품)을 GS25 PB 용기면을 통해 광고한다고 6일 밝혔다.

이에 따라 지난 4월 출시 이후 200만 개 이상 판매된 유어스인생라면의 상품명을 '돈벌라면'으로 변경하고 제휴 상품의 혜택 내용을 용기면에 디자인해 22만개 한정 상품으로 7일부터 선보일 예정이다. GS25는 단순히 용기면의 이름과 포장만 변경한 것이 아니라 용

기면의 내용물을 업그레이드하고 재미 있는 스토리까지 더했다.

기존 인생라면에는 건더기 스프와 분말 스프 총 2종의 스프가 들어 있었으나 돈벌라면에는 깊은 맛을 내는 스프 1종이 추가돼 총 3종의 스프가 별첨됐다. 스프의 이름도 국내주식건더기 스프, 해외주식분말스프, 펀드별점스프로 정해 '돈벌라면 분산투자 하라'는 메시지도 간접적으로 담았다.

GS25도 온라인 광고를 제공 받는다. 네이버페이는 GS25의 돈벌라면 출시 내용을 네이버의 배너 광고 등을 통해 알리기로 했다. GS25는 이번 광고로 금전적 대가를 따로 제공 받지 않고 구매 고객의 혜택을 확대하는 것으로 했다.

/신원선 기자

### 유통단신



### 홈플러스 수능 응원용품 대전

홈플러스는 2020학년도 대학수학능력시험(11월14일)을 대비해 오는 13일까지 '수능 응원용품 대전'을 진행한다. 6일 밝혔다.

이번 행사는 수능 합격 기원 선물과 간식, 수험생들에게 꼭 필요한 보온도사탁과 텀블러, 보냉백 등의 상품으로 구성됐으며, 전국 140개 점포에서 동시에 진행된다.

먼저, 수능 합격 기원 선물이자 당보충 간식으로 가장 인기가 많은 초콜릿을 할인된 금액에 선보인다. 행운을 부르는 골든벨 디자인의 페레로로쉐 16입 Bell(200g)을 1만4300원에 판매하며, 밀카 밀크+오레오 수능기획(100g, 4개입, 8900원), 고려대학교 찰떡초콜릿(432g, 12개입, 4990원), 서울대학교 쇼코비건솔트초콜릿(80g, 7990원)과 마이오텍런치초콜릿(120g, 5990원)을 할인 판매한다.

/신원선 기자

### 아워홈

### 김장상품 할인 예약판매

아워홈은 본격적인 김장철을 맞아 오는 12월 13일까지 각종 김장 상품을 할인 예약 판매하는 기획전을 진행한다. 6일 밝혔다.

아워홈은 최근 배춧값 폭등으로 인해 김장 비용에 대한 소비자 부담이 큰 만큼 지역색을 살린 김장김치 완제품, 김장김치 KIT, 절임배추 등 각종 김장용품을 최대 20% 할인한 가격에 선보인다. 배추와 무, 고춧가루 등 주요 원재료 모두 국내산 농산물을 사용했으며, 해협(식품안전관리기준)인증을 받은 시설에서 생산했다. 아워홈을 통해 구매 및 예약 주문이 가능하며 배송비는 무료다.

/박인용 기자



### 맥도날드

### 1955버거에 베이컨 추가

맥도날드가 다음달 25일까지 '1955 스모키 더블 베이컨'을 한정 출시한다고 6일 밝혔다. '1955 스모키 더블 베이컨'은 두툼한 순 쇠고기 패티에 깊은 풍미의 그릴드 어니언, 고소한 베이컨으로 사랑받고 있는 '1955 버거'에 바삭하게 구운 베이컨이 추가되고 특제 바비큐 소스까지 더해져 강렬한 스모키 향을 지닌 풍성한 맛의 버거다. 1955 스모키 더블 베이컨의 가격은 단품 5900원, 세트 6900원이다. /박인용 기자