

# 모바일 앱으로 전자영수증 자동발급 현대백, 종이영수증 없앤다

### 3년내 종이영수증 제로화 목표 3월까지 21개 백화점·아울렛 전 점포서 전자영수증 서비스

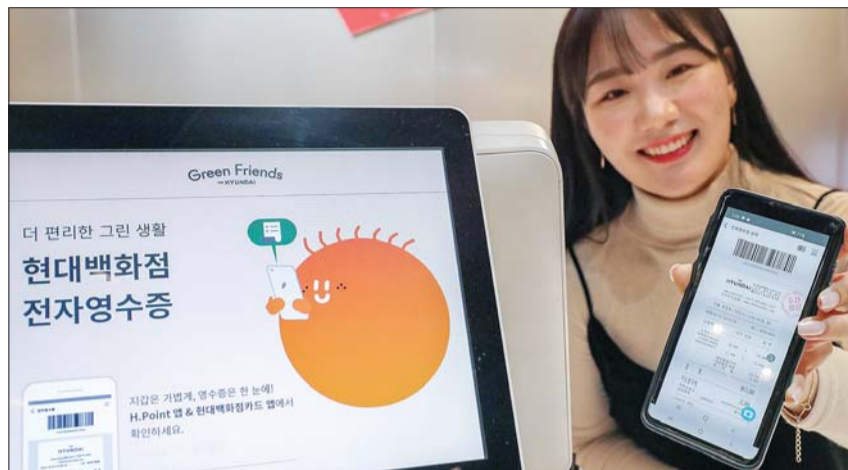
현대백화점이 '전자 영수증 발급' 서비스를 전면 도입한다. 각 매장에서 상품 구매시 기존 종이 영수증 대신 모바일 앱을 통해 영수증을 자동 발급하는 형태다. 이를 통해 현대백화점은 향후 3년내 종이 영수증 발급을 제로화 하겠다는 목표다.

현대백화점은 15일부터 백화점 3곳(판교점·디큐브시티·킨텍스점), 아울렛 2곳(현대프리미엄아울렛 송도점·현대시티아울렛 동대문점)을 시작으로, 오는 3월까지 21개 백화점·아울렛 전 점포에 전자영수증 발급 서비스를 도입한다고 밝혔다.

전자 영수증 발급 서비스 도입은 지난해 8월 환경부·기획재정부·과학기술정보통신부와 '종이 영수증 없애기' 협약을 체결한 데 이어 후속 조치다.

전자 영수증은 현대백화점카드 회원 또는 그룹 통합 멤버십 'H포인트' 회원이면 누구나 별도의 설정 없이 자동 발급되며, 'H포인트' 앱과 '현대백화점 모바일카드' 앱에서 각각 확인할 수 있다.

전자 영수증에는 결제 정보·사업장 정보 등 기존 종이 영수증에 담았던



현대시티아울렛 동대문점에서 직원이 전자 영수증 발급 서비스를 소개하고 있다. /현대백화점그룹

내용이 모두 기록돼 있어, 사은행사 참여·주차 정산 등의 서비스도 이용할 수 있다.

현대백화점은 또한, 현대백화점 회원이 아닌 고객이 상품을 구매할 경우에도 종이영수증을 없앨 예정이다. 이를 위해 상품 결제 과정에서 고객의 휴대폰 번호만 입력하면 영수증을 문자로 보내주는 '모바일 영수증 서비스'도 선보일 계획이다.

회사 측은 이번 전자 영수증 발급 서비스 도입으로 불필요한 종이 낭비와 폐기물 처리 부담이 없어지게 돼 환경 보호는 물론, 환경호르몬 및 개인정보 유출 우려도 최소화할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

지난해 기준 현대백화점과 현대아울렛에서 발급된 종이 영수증은 약 1억 6000만장으로, 종이 영수증 평균

길이(25cm)를 감안하면 지구 한 바퀴(약 4만km)와 맞먹는다. 이를 전자 영수증으로 대체하면, 30년산 원목 1700여 그루를 심는 것과 같은 효과를 기대할 수 있다.

이와 함께 현대백화점카드 가입 방식도 디지털로 전환하며, 매장내 할인 안내 등에 사용되는 종이 가격표도 전자 가격표시거나 디지털 디스플레이 광고판으로 대체해 사용할 계획이다.

장근혁 현대백화점 회원운영관리 담당(상무)은 "환경보호는 물론 안전한 영수증을 선호하는 고객 요구를 고려해 전자 영수증 발급 서비스를 도입하게 됐다"며 "앞으로 3년내 종이 영수증 발급을 없앨 수 있도록 고객을 대상으로 한 다양한 캠페인을 진행할 계획"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

# “백설 맛술·고기양념장으로 다가오는 설 음식 준비해요”

### CJ제일제당, 명절 판매 150% 증가 맛술 1.8L 2종 등 매출확대 마케팅



백설 맛술, 백설 고기양념장. /CJ제일제당

CJ제일제당이 다가오는 설을 맞아 '백설 맛술'과 '백설 고기양념장'의 판매 극대화에 나섰다 15일 밝혔다.

명절 음식에 활용도가 높은 제품인 만큼 다양한 온/오프라인 마케팅 활동을 통해 명절 특수를 톡톡히 누리겠다는 복안이다.

잡내 제거에 탁월한 요리용 소스인 '백설 맛술'은 명절 특수를 노리는 대표 제품이다. 육류나 생선 등 다양한 요리에 활용할 수 있어 명절에 사용 빈도가 높기 때문이다. 실제로 지난해 '백설 맛술'의 설과 추석 기간(명절 한달 전 기준) 매출은 평월 대비 150% 수준을 기록, 매출 증대 효과를 봤다. 이에 CJ제일제당은 이번 설 '백설 맛술'의 수요 증가 및 매출 확대에 힘쓴다는 계획이다. 명절 소비 확대에 맞춰 1.8L 대량용 제품 2종을 선보

이는 한편 제품의 활용 방법을 알릴 수 있는 온라인 이벤트를 진행한다. 오프라인 매장에서도 집중 매대를 운영하며 제품 특징점을 알리는 데 주력한다.

온라인 이벤트는 '백설 맛술'을 활용해 명절 대표 음식인 돼지갈비찜과 동태전 레시피를 알리는 행사다. 오는 19일까지 CJ더키친 인스타그램 공식계정에 업로드 된 '백설 맛술 생강'을 활용한 돼지갈비찜, '백설 맛술 로즈마리'를 활용한 동태전 레시피 게시물을 필수 해시태그와 함께 리그램하면 참여할 수 있다.

/박인용 기자 parkiu7854@

# 한겨울 '아아' 마시는 '얼죽아' 늘었다

(아이스 아메리카노) (얼어죽어도 아이스 음료)

이디야커피, 지난달 판매량 18% ↑  
아이스음료 판매비중 3%p 증가

지난해 국내 커피전문점 최초로 가맹점 3000호를 돌파한 이디야커피가 최근 5년간의 판매 데이터를 통해 변화하는 카페 소비 트렌드를 분석했다.

15일 이디야커피에 따르면 최근 '얼죽아' (얼어죽어도 아이스 음료)라는 신조어가 유행하듯 실제로 최근 5년간 아이스 음료 판매 신장이 두드러진 것으로 나타났다.

특히 이번 겨울은 이상기후로 인해 예년보다 따뜻한 날씨가 이어져 12월 아이스 아메리카노 판매량이 전년 대비 18% 증가하는 등 겨울철 아이스 음료 판매가 크게 늘어났다. 또한 최근 5년간 대한민국 평균기온이 0.3도 증가하며 여름이

길어지고 겨울이 따뜻해진 것이 아이스 음료 소비 증가를 불러일으킨 주된 원인으로 분석된다.

이디야커피의 전체 아이스 음료 판매량은 2015년 약 6000만잔에서 지난해 약 1억4000만잔으로 72% 증가했으며, 전체 음료에서 아이스 음료의 판매 비중 또한 2015년 57%에서 2019년 60%로 약 3% 증가했다. 반면 같은 기간 따뜻한 음료의 판매 비중은 34%에서 27%로 약 7% 감소했다.

젊은 소비자층을 중심으로 카페에서 디저트뿐 아니라 식사까지 해결하는 카페식(食) 문화가 확산함에 따라 이디야커피의 베이커리 판매량도 매년 상승 곡선을 그리고 있다. 2019년 이디야커피의 베이커리 제품 판매량은 2015년에 비해 2배 이상 증가하였다.

/박인용 기자

# “신선한 ‘빵’ 매일 한개씩” 신세계百의 구독경제

### 영등포점 메나주리 매장서 시작

동영상, 음악, 자동차, 옷 등 다양한 분야를 막론하고 구독하는 '구독 경제'의 시대다. 구독 경제란 매달 구독료를 내고 필요한 물건이나 서비스를 받아쓰는 경제 활동을 뜻한다.

최근에는 식·음료 등 다양한 분야까지 월 정액 모델이 확대되고 있다. 이번에는 빵도 '구독' 서비스로 만날 수 있다.

신세계백화점은 업계 최초로 베이커리 월 정액 모델을 선보였다. 한 달에 5만원을 내면 매일 빵 하나씩을 제공받는 서비스다.

새로 리뉴얼한 신세계 영등포점 식품관에 위치한 메나주리 매장에서 시



신세계백화점 빵 구독 서비스. /신세계백화점

작해 향후 전 점으로 확대하는 것도 검토 중이다.

신세계 측은 트렌드를 선도하는 유통업계의 특성상 혁신적이고 스마트한 마케팅 전략을 도입해 집객 확대에

힘쓰겠다는 계획이다.

베이커리 정액권을 결제한 고객은 메나주리의 인기 제품 5종 중에 1개를 매일 가져갈 수 있다.

5종 빵은 피자 바게트, 크리스피 갈릭 바게트, 토스트가 맛있는 우유식빵, 모카 브레드, 굿모닝 브레드 등 대중적인 제품 위주로 준비했다. 메나주리의 베스트 상품인 피자 바게트와 크리스피 갈릭 바게트는 고소한 맛이 강하고 재료의 식감이 살아있는 것이 특징이다. 토스트가 맛있는 우유식빵과 모카 브레드, 굿모닝 브레드는 시그니처 메뉴로 잘 알려져 있다. 5종 빵의 가격은 4200원~5500원. 30일 동안 매일 빵을 구독할 경우 정가의 3분의 1 가격에 사는 셈이다.

/신원선 기자

# 롯데칠성 백화수복 등 주류선물세트 다채

롯데칠성이 2020년 설을 맞아 대한민국 대표 차례주 '백화수복', 고급 수제 청주 '설화' 등 전통주 선물세트를 비롯해 위스키, 증류식 소주 등 다양한 선물세트를 선보인다고 15일 밝혔다.

합리적인 가격에 드리는 분의 정성과 풍성한 마음을 담을 수 있도록 주종별, 가격별로 다양한 선물세트를 마련해 선택의 폭을 넓혔다.

'오래 살면서 길이 복을 누리라'는 뜻을 지닌 '백화수복'은 받는 이의 건강과 행복을 비는 마음이 담긴 정통 청주다. 100% 국산쌀을 사용하고 롯데가 자체 개발해 특허출원까지 마친 효모를 이용했으며, 저온 발효 공법과 숙성 방법으로 청주 고유의 부드럽고 깔끔한 맛을 살렸다.

'설화'는 최고 품질의 국산 쌀을 52%나 깎아내 잡내를 없애고 특수 효



롯데칠성 2020 설 선물세트. /롯데칠성

모로 저온 발효하여 청주 특유의 청아하고 깔끔한 맛과 향을 그대로 살린 초특급 수제 청주다.

/박인용 기자

# 포카칩·스윙칩 매출 2천억 '글로벌 히트'

### 오리온, 韓·中·베트남 누적 3.8억봉

오리온은 대표 생감자 스낵인 '포카칩', '스윙칩'이 지난해 한국, 중국, 베트남 합산 매출 2000억원을 넘어서며 글로벌 히트를 달성했다고 15일 밝혔다. 누적판매량은 약 3억8000만봉에 달한다.

베트남에서는 포카칩이 전년 대비 약 34% 성장한 매출 219억을 달성하며 3년 연속 현지 생감자 스낵 매출 1위에 올랐다.

스윙칩도 전년 대비 매출이 약 19% 늘며 158억원을 기록했다. 오리온의 베트남 내 생감자 스낵 시장점유율은 약 37%로, 유수의 글로벌 제품을 제치고 시장 지배력을 높여가고 있다.

중국에서는 스윙칩이 전년 대비 15% 성장한 매출 830억원을 달성했다. 국내에서는 포카칩과 스윙칩이 각각 매출 724억원, 190억원을 넘어서며 어려운 시장 환경 속에서도 전년 대비 5%대의 유



오리온 한국·중국·베트남 생감자 스낵. /오리온

의미한 성장세를 보였다.

오리온은 생감자 스낵의 성장 요인으로 현지 스낵시장 변화트렌드 및 소비자 니즈를 면밀히 분석해 소비자들의 기호에 맞춘 신제품을 선보이는 '현지화 전략'을 꼽고 있다. 베트남에서는 현지 소비자들의 선호도가 높은 김맛을 비롯해 김치맛, 스테이크맛 등 다양한 제품을 개발하며 소비자들의 입맛을 사로잡았다.

/박인용 기자