

‘비비고 김스낵’ 영국 본격 상륙 K-푸드 글로벌 영토확장 돌입

CJ제일제당, 건강스낵 시장 공략
아스다 등 오프라인서 판매 시작
9개월간 유럽 시장서 61% 성장

CJ제일제당이 ‘비비고 김스낵(Sea weed Snack)’을 앞세워 영국 건강스낵 시장 공략에 본격 나섰다.

CJ제일제당은 영국의 대형 유통체인인 아스다(Asda)와 오카도(Ocado)에서 ‘비비고 김스낵’을 판매하기 시작했다고 14일 밝혔다. 이를 통해 영국 전역에서 온 오프라인을 통해 비비고 김스낵을 만날 수 있다. 기존에는 현지 스낵 채널 위주로 판매됐는데 더 많은 소비자가 비비고 김스낵을 구매해 즐길 수 있게 된 셈이다.

CJ제일제당은 지난해 10월 영국에 스틱 형태의 ‘비비고 김스낵’을 출시한 바 있다. 올해 7월까지 유럽시장에서 비비고 김 매출은 전년 동기 대비 61%나 성장하며 큰 인기를 끌고 있다.

한 입씩 베어먹을 수 있는 간편한 형



유럽 비비고 김스낵. /CJ제일제당

태로, 씨솔트, 코리안 바비큐, 핫칠리 등 현지인이 선호하는 맛으로 선보였다. 또한 환경을 중시하는 유럽 소비 트렌드를 반영해 내부 포장재로 사용되는 플라스틱 트레이는 종이로 대체했다.

‘비비고 김스낵’은 세계적 권위를 자랑하는 영국의 식음료 시상식에서도 맛·품질을 인정받았다. 지난달 열린 ‘그레이트 테이스트 어워즈’에 참가한 ‘비비고 김스낵’은 ‘우수’에 해당하는 별 1개를 수상했다. ‘그레이트 테이스

트 어워즈’는 전 세계 식품업계 종사자들에게 권위를 인정받는 상으로, 매년 1만5000여개의 제품들이 출품된다.

김은 CJ제일제당이 글로벌 영토확장에 힘쓰는 전략제품(GSP/만두·치킨·P-라이스·K소스·김치·김·롤) 중 하나다. CJ제일제당은 글로벌 소비자의 입맛에 맞는 ‘K-Gim’을 앞세워 보다 다양한 제품으로 글로벌 건강스낵 시장을 집중 공략한다는 전략이다.

CJ제일제당 관계자는 “영국 메인스트림 입점과 ‘그레이트 테이스트 어워즈’ 수상은 유럽 전역으로 김 사업을 확대할 수 있는 시작점이 될 것”이라며 “김이 K-푸드 대표 주자로 자리매김할 수 있도록 국가별 식문화와 소비자 니즈를 반영한 제품을 글로벌 시장에 지속 선보일 것”이라고 밝혔다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



유튜브(메트로신문) 동영상 제공



KT&G가 지난 13일 서울 성수동에 위치한 ‘KT&G 상상플래닛’에서 열린 소통을 통한 구성원 공감대 강화를 위해 ‘CEO 타운홀 미팅’을 개최했다. 백복인 KT&G 사장과 타운홀 미팅에 참석한 임직원들이 이야기를 나누고 있다. /KT&G

“일터의 가치, 구성원·회사 함께 성장”

KT&G, CEO 타운홀 미팅

KT&G가 중장기 비전과 성장전략에 대한 내부 공감대를 강화하는 시간을 가졌다.

KT&G는 지난 13일 서울 성수동에 위치한 ‘KT&G 상상플래닛’에서 임직원 소통 강화를 위한 ‘CEO 타운홀 미팅’을 개최했다고 14일 밝혔다.

타운홀미팅에는 2030세대 직원으로 구성된 차세대 리더 협의체 ‘상상주니어보드’와 임직원들이 참석해 ‘미래비전’, ‘조직문화’, ‘경영전략’ 등 구성원들이 선정한 다양한 주제에 대해 백복인 사장과 자유롭게 의견을 나누며 격의 없는 소통의 시간을 가졌다.

특히, 백복인 사장은 ‘글로벌 톱 티어’로의 도약을 위해 사업의 여러 영역

에 대한 이해를 바탕으로 다양한 지식과 기능을 조합하여 성과를 내는 ‘통섭형 인재’의 필요성과, 이를 육성하기 위한 다양성과 포용 문화 확산의 중요성을 강조했다.

이날 구성원들이 직접 선정한 각 분야의 우수 관리자인 ‘리얼 리더’ 시상식도 개최됐다. 백복인 사장은 수상을 한 3명의 관리자를 직접 격려하며 리더십 롤모델이 되어주길 당부했다.

백복인 KT&G 사장은 “일터에서 가장 중요한 가치는 구성원이 행복하게 일하면서 회사와 함께 성장하는 데 있다고 생각한다”며 “타운홀 미팅과 같은 건강한 소통이 계속될 때 진정한 변화가 이루어지고 회사와 구성원 모두가 성장할 수 있을 것”이라고 말했다.

/신원선 기자

“올 추석 명절 ‘고품격 와인’ 선물 하세요”

나라셀라, 와인 선물세트 46종 준비
칠레 몬테스, 美·佛 등 대표와인 구성

와인 수입사 나라셀라가 다채로운 와인 선물 세트를 출시했다.

나라셀라는 추석 명절을 앞두고 가성비, 프리미엄 와인뿐 아니라 소장의 가치를 더한 아트 레이블 와인까지 총 46종의 선물 세트를 선보였다고 14일 밝혔다.

이번 나라셀라의 추석선물세트에는 국내 누적 판매량 1300만병 판매를 기록한 칠레 최초의 프리미엄 와인 몬테스를 비롯해 미국, 프랑스, 이탈리아 등 다양한 국가의 대표 와인으로 구성해 소비자의 선택지를 높였다.

먼저, 1987년 몬테스의 역사와 함께 출시한 ‘몬테스 알파’ 카버네 소비뇽과 멀롯 세트와 싱글 빈야드의 특색을 고스란히 느낄 수 있는 몬테스 알파 상위 레인지 ‘몬테스 알파 블랙 라벨’ 카버네



2023 추석 와인 선물세트 46종을 선보였다. /나라셀라

소비뇽과 샤도네이 세트는 소중한 분에게 감사의 마음을 전하는 선물로 손색이 없다.

또 세계 최고급 와인 생산지 중 하나인 미국 리시안 리버 밸리에서 생산되는 ‘라크레마’ 리시안 리버 밸리 피노 누아와 샤도네이 세트, 나파 밸리 멀롯의 대가 ‘덕훈’ 나파 밸리 멀롯과 카버네 소비뇽 애호가들 멀롯이라 불리는 ‘그르키치 힐스 이스테이트’ 나파 밸리 멀롯 세트 등도 와인 애호가들에게는 정성을 담은 고

품격 선물로 평가받을 수 있다.

받는 분에게 소장의 가치를 더해 줄 아트 와인 세트도 준비했다. 다 빈치의 명화 와인으로 유명한 ‘빌라 다 빈치’ 산토 이폴리토와 산 지오 세트, 이탈리아의 전설과 예술을 담아낸 아름다운 레이블로 많은 사랑을 받고 있는 ‘돈나 푸가타’ 세라자데와 안델리아 세트도 추석 선물 세트에 만나볼 수 있다.

이밖에 이탈리아 베네토 와인의 명가 ‘체사리’ 발폴리첼라 클라시코와 소아베 클라시코 세트, 캘리포니아 고가성비 와인 ‘포스타’ 피노 누아와 샤도네이 세트, 레오나르도 다 빈치가 여행 중 그린 명화를 만날 수 있는 ‘다 빈치’ 로마나 산지오베제 리제르바와 아파시네토 세트도 있다.

/신원선 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

이마트 리빙브랜드 ‘더 라이프’ 스토어 론칭

SSG닷컴, 260여종 상품 총 망라

SSG닷컴이 이마트의 리빙 자체브랜드(PL) ‘더 라이프(The Life)’의 공식스토어를 정식 론칭했다고 14일 밝혔다. 엔데믹에도 지속적인 성장이 기대되는 온라인 리빙 시장에서의 우위를 점하기 위해 카테고리 MD 경쟁력을 강화하기 위한 포석이다.

‘더 라이프’는 이마트가 지난해 말 가습비에 중점을 두고 출시한 리빙 PL이다. 가구부터 휴먼테리어, 침구류, 욕실용품, 주방용품 등 생활에 관련된 모든 아이템에 감각적인 디

자인을 더해 상품 가치를 높였고, 가격대도 합리적란 평가를 받는다.

SSG닷컴이 정식 오픈한 ‘더 라이프’ 공식스토어는 260여종의 리빙 관련 상품을 총 망라해 판매하며 올해 말까지 500여종으로 상품수를 대폭 확대할 계획이다. 지난달 17일 공식스토어 오픈 이후 ‘더 라이프’의 한달간 브랜드 매출은 전년 동기대비 150% 신장했다. 판매 상품 대부분을 시간대 지정 당일 ‘쓱배송’과 익일배송 서비스인 ‘쓱1DAY배송’을 통해 빠르게 받아볼 수 있다.

/최빛나 기자 vitna@



LG생건, 바디워시·로션 ‘저탄소’ 인증

‘행동하는 클린뷰티’ 실천

LG 생활건강이 지난 2022년부터 플라스틱을 줄이기 위한 ‘행동하는 클린뷰티’를 실천하고 있는 가운데 탄소배출량 감축에서 역량을 높이고 있다.

LG 생활건강은 자사의 클린뷰티 브랜드 ‘비온드’에서 판매하고 있는 바디워시와 바디로션 제품 2종이 환경부로부터 ‘저탄소 제품’ 인증을 받았다고 14일 밝혔다.

국내에서 바디로션 품목이 저탄소

제품 인증을 받은 사례는 이번이 처음이다.

이번에 인증 받은 저탄소 제품은 ‘비온드 딥 모이스처 크리미 바디워시’와 ‘비온드 딥 모이스처 스무딩 바디 에멀전’이다.

LG생활건강은 두 제품의 용기 제작에 재활용 플라스틱이 98.5% 들어간 페트(PET)를 활용했다. 또한 생산 단계부터 전력과 물 사용량을 줄여 탄소배출량을 평균 9.4% 이상 감축했다.

/이청하 기자 mlee236@

GC녹십자웰빙-캐치티니핑 ‘어린이 유산균’ 출시

GC녹십자웰빙이 캐릭터 콜라보 마케팅을 활발히 진행하고 있다. GC녹십자웰빙은 최근 인기 캐릭터 ‘캐치티니핑’과 콜라보한 어린이용 제품 ‘Ur.pnt 숨쉬는 어린이 유산균’을 출시했다. GC녹십자웰빙의 숨쉬는 어린이 유산균은 GC녹십자웰빙 유산균 전문 연구소에서 오랜 연구 성과를 바탕으로 독자적으로 개발한 호흡기 특허 유산균주를 함유했다. 여기에 도라지, 프로폴리스, 유자에서 추출한 부원료가 들어있어 편안한 호흡에 도움을 준다.

/이세경 기자 seilee@

신세계免, 뷰티·패션 등 최대 80% 할인

‘체크인! 골든 페스티벌’ 프로모션

신세계면세점이 9월과 10월 추석 명절 및 황금연휴를 맞아 ‘신세계로 체크인! 골든 페스티벌’ 프로모션을 진행하고 있다고 14일 밝혔다.

신세계면세점은 ‘신세계가 준비한 여행&쇼핑 축제’란 콘셉트 아래 고객들이 연휴 기간 풍요로운 쇼핑을 할 수 있도록 각종 브랜드 할인과 이벤트를 진행한다.

온라인몰에서는 뷰티, 패션, 주얼리, 건강식품 등 약 300개 브랜드에서

최대 80%의 할인 혜택과 8개 브랜드 사은행사를 한다.

국내 고객 중 선착순 150명 한정으로 BC카드 결제 시 최대 10% 할인 혜택을 제공하며, 중국인 관광객(유커)을 대상으로 게임 이벤트와 유니온페이/알리페이 온라인 결제 할인 프로모션을 운영한다.

오프라인매장에서는 최대 70%까지의 할인을 받을 수 있으며, 해밀턴 외 12개 브랜드에서는 상품 구매 시 사은품을 증정한다.

/최빛나 기자