

버거부터 요거트·맥주까지... 'K-푸드' 日 시장에 출사표

한국 파이브가이즈-에프지코리아
내년 하반기부터 日점포 오픈 계획
스위트바이오 내달 중 日 도쿄에
'그릭데이' 플래그십 스토어 오픈
제주맥주 日 주류 유통사와 계약
할리스 오사카에 '난바 마루이점'



국내 론칭 1주년을 맞아 1호점인 파이브가이즈 강남에서 김동선 부사장(가운데)을 비롯한 주요 관계자들이 케이크 커팅식을 하고 있다. /에프지코리아

국내 식품 기업들이 시장 확대와 성장 기회를 모색하기 위해 일본 시장에 출사표를 던지고 있다. 최근 한류의 영향으로 'K-푸드'가 큰 관심을 끌고 있고, 맛과 품질이 좋은 평가를 받고 있어 지금이 일본 시장 공략에 적기라는 분석이다.

◆한국 파이브가이즈, 향후 7년간 20개 매장 연다

한화갤러리아의 자회사인 에프지코리아가 운영하는 한국 파이브가이즈가 일본 시장 진출을 위한 준비를 강화하고 있다. 14일 업계에 따르면 최근 파이브가이즈 인터내셔널과 양해각서(MOU)를 체결한 에프지코리아는 향후 파이브가이즈의 일본 론칭을 주도적으로 추진할 수 있게 됐다.

에프지코리아는 지난해 6월 미국의 햄버거 프랜차이즈 '파이브가이즈'를 국내에 처음으로 론칭한 후 브랜드 성장을 지속적으로 이어가고 있다. 서울 강남, 여의도, 고속버스터미널, 서울역 등 전 매장이 파이브가이즈의 '글로벌 톱10'에 포함되었으며, 이러한 성과가 일본 진출에 긍정적인 영향을 미친 것으로 분석된다.

에프지코리아는 다음해 하반기 첫 점포 오픈을 시작으로 향후 7년 간 도쿄를 포함한 일본 곳곳에 20개 이상의 매장을 연다는 계획을 밝혔다. 국내에서는 오는 9월 경기 판교에 5호점을 개장할 예정이며, 추후에는 지방에도 매장을 확대할 계획이다.

◆그릭데이, 꾸덕한 그릭요거트로 일본 여성 공략

식품 기반 바이오테크 기업 스위트바이오의 내달 중 도쿄의 오모테산도 거리에 '그릭데이' 플래그십 스토어를 오픈할 예정이다. 지난해부터 일본 시장 진출을 준비한 스위트바이오는 올해 3월 일본 도쿄 빅사이트 전시장에서 열린 '푸드엑스 2024'에 참가해 현지 반응을 예의주시하며 가능성을 점쳤다. 최근에는 롯데벤처스재팬으로부터 2억 엔 규모의 투자를 유치함으로써 일본 진출을 가속화하게 됐다.

그릭데이가 일본 시장을 택한 이유는

소비자 반응이 주된 원인이다. 한국을 방문한 일본 관광객들 사이에서 꼭 가야 할 그릭요거트 카페로 SNS에서 회자되며 해외 방문객수가 꾸준히 늘고 있기 때문이다.

실제로 일본의 황금연휴라 불리던 골든 위크 기간인 지난 4, 5월 국내를 방문한 일본 관광객이 부쩍 늘면서 그릭데이가 직영으로 운영하는 이대본점(시그니처)과 압구정에 있는 '그릭데이(GO)'의 지난 4, 5월 매출도 전년 동기 대비 각각 13%, 44% 증가했다. 스위트바이오의 이번 플래그십 스토어 오픈을 시작으로 현지화 마케팅을 통해 건강한 먹거리에 관심이 많은 2030세대 여성들을 집중 공략하고 일본 시장에 성공적으로 안착하겠다는 포부다.

제주맥주의 제주위트에일.

◆제주맥주, 일본 시장 공략 박차

국내 수제맥주 업체 제주맥주는 새로운 성장 동력 마련과 경영 정상화를 위해 일본 주류 시장 공략에 박차를 가하고 있다.

제주맥주는 지난달 일본 주류 유통사 유와무역과 제주위트에일의 판매 및 유통 계약을 체결했다. 유와무역은 하와이 수제맥주 코나비어, 알로하비어, 라나카이 브루잉 등을 판매하며 구축한 판매 네트워크를 바탕으로, 제주위트에일이 제주의 청정 자연에서 얻은 원료를 사용한다는 점을 강조하며 현지에서의 마케팅 활동을 적극적으로 전개한다는 방침이다.

또 지난 2일에는 오사카에서 열린 '2024 일본 오사카 야키니쿠 비즈니스 전시회'에 참가해 대표 브랜드인 제주위트에일을 선보였다. 이 행사는 외식 업계를 타깃으로 1년에 한번



열리는 일본 유일의 대표적인 외식업계 전문 전시회로 경영자, 오피스, 요리장 등 구매결정권자들의 참석률이 높은 행사로 알려져 있다.

◆할리스, 오사카 접수

라이프스타일 브랜드 할리스는 지난 5월 일본 오사카의 중심지 난바에 직영점인 '난바 마루이점'을 오픈했다. 오픈 전부터 비가 내리는 곳은 날씨에도 불구하고 100여명 이상의 대기열이 생겨나며 할리스에 대한 일본 소비자들의 높은 관심을 입증하기도 했다. 오픈 당일 약 900명이 방문한 데 이어, 오픈 2주일 만에 1만명 이상의 고객이 매장을 찾은 것으로 파악됐다.

각종 SNS를 통해 할리스 난바 마루이점 방문 후기가 지속적으로 게재되고 있으며, 여러 일본 매체에서 할리스 난바 마루이점 소식을 다룰 정도로 일본 시장의 관심이 뜨겁다. 그 중에서도 판매량 1위를 기록한 오사카 한정 메뉴 '약과 크림라떼'는 먹음직스러운 비주얼과 한국 전통 디저트를 맞출 수 있어 많은 일본 한류팬들에게 '반드시 먹어야 하는 메뉴'로 손꼽히고 있다.

업계 관계자는 "일본은 전세계에서 네 번째로 큰 경제 규모를 가진 나라이지만, 변화가 크지 않은 폐쇄적인 환경이라 접점에서 진입하기 쉽지 않은 시장으로 인식되어 왔다. 하지만 최근 여러 기업이 일본에 진출해 눈에 띄는 성과를 거두고 있다"며 "아직 경쟁이 치열하지 않은 분야에 초기 진입해 일본 시장에서의 입지를 확보한다는 전략으로 보인다"고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



잠실 롯데월드몰 4층에 오픈한 '위글위글' 매장 전경. /롯데쇼핑

잠실 롯데월드몰 4층에 독보적 디자인 '위글위글'

롯데백화점, 핑키타운 콘셉트 입점 시시호시와 협업 제작상품 선보여

롯데백화점이 잠실 롯데월드몰 4층에 라이프스타일 브랜드 '위글위글'을 오픈했다고 14일 밝혔다.

'위글위글'은 화려한 색감과 독보적인 디자인으로 사랑 받는 브랜드다. 월드몰에서는 핑키타운 콘셉트를 입혀 약 30평(100㎡) 규모로 입점해 다양한 상품과 시시호시 협업 상품을 선보인다.

롯데백화점은 '위글위글' 입점을 기

념해 '파티 초', '타포린 백', '폴더블 매트 세트' 등 위글위글 상품 증정 프로모션을 진행하며, 롯데월드몰 내 비치된 '위글위글' 안내 리플릿 지참 시 5% 추가 할인 혜택도 제공한다.

특히 롯데백화점이 운영하는 라이프스타일 큐레이션숍 '시시호시'와 '위글위글'이 협업해 '굿데이 3종 코지백(1만 5000원)', '듀오 와인글래스(3만 원)', '포터블 램프(5만 9000원)'를 특별히 제작했으며, 해당 상품들은 롯데백화점몰 시시호시관에서 만날 수 있다.

/최빛나 기자 vitna@

롯데백화점 '생성형 AI'로 사내업무 혁신

업무 매뉴얼에 대화형 AI 챗봇 도입

롯데백화점이 '생성형 AI'를 통해 전방위 업무 혁신에 나선다고 14일 밝혔다.

롯데백화점은 생성형 AI가 사내 업무를 개선하는데 효용성이 높을 것으로 판단, 업무 생산성을 향상하는 데 선제적으로 활용한다는 방침이다. 올해 초부터 약 6개월간 사내 업무를 다각도로 분석해, 업무 개선도가 높은 분야에 생성형 AI를 우선 적용한 후 범위를 확대해간다는 구상이다.

우선 '업무 매뉴얼'에 대화형 AI 챗봇을 도입한다. 100개가 넘는 방대한 사내 업무 매뉴얼을 5개로 유형화한 후, 롯데그룹 AI 플랫폼인 '아이멤버'를 기반으로 챗봇을 운영한다. 사용자가 질

문하면 AI가 질문에 맞춰 복지도, 경리/회계, 상품 진열, 식품위생 등의 카테고리에서 스스로 답을 찾아 정보를 제공한다.

기존 게시판 형태로 운영되던 업무 매뉴얼의 단점인 느린 검색 시간을 대폭 개선하고, 검색증강생성(RAG) 기술도 적용해 오류 정보를 답하는 '할루시네이션' 현상도 최소화했다. 실제로 지난달 28일 업무 매뉴얼 AI 챗봇을 공개한 뒤 원하는 정보를 찾고자 하는데 소요되는 시간은 1건 당 수분에서 수초대로 90% 이상 단축됐다.

또한 이달부터 사내 업무용 '협업툴'에도 '챗GPT'를 탑재한다. 이 역시 롯데그룹 AI 플랫폼인 '아이멤버'의 챗GPT 기능을 활용했다. 약 5000명의 임직



AI 업무 매뉴얼을 활용해 식품 위생 관리 점검을 하는 백화점직원의 모습. /롯데쇼핑

원이 활용 중인 사내 협업툴인 '잔디'에 챗GPT 기능을 적용해 필요에 따라 즉시 업무에 활용할 수 있다.

광고 문구 생성, 파트너사 맞춤형 이메일 작성, 문서 요약 및 번역 등이 가능해, 업무 능력이 대폭 향상될 것으로 기대를 모은다. 실제 기능 공개 이후 임직원들의 하루 평균 이용량은 300여건에 달하는 것으로 나타났다. /최빛나 기자

현대이지웰, 고객사 임직원 GS25 할인

GS리테일과 제휴 맺어

현대백화점그룹 계열 토털복지서비스 전문기업 현대이지웰은 GS리테일과 제휴를 맺고 오는 15일부터 고객사 임직원이 편의점 'GS25'에서 복지카드 결제 시 청구할인 혜택을 제공한다. 14일 밝혔다.

이번 제휴를 통해 현대이지웰의 멤버십 서비스인 'ez멤버스'를 이용하는 고객사 임직원은 전국에 위치한 GS25 1만 8000여 점포에서 복지카드 결제 시 구매금액의 2%를 청구할인 받을 수 있다.

ez멤버스는 현대이지웰이 제공하는 복지카드 할인 서비스로, 정관장·롯데리아·교보문고·백다방·에어서울·본죽

등 국내외 140여 브랜드에서 다양한 청구할인 혜택을 제공하고 있다. 현대이지웰은 최근 GS리테일의 슈퍼마켓 브랜드인 GS더프레시를 비롯해 홈플러스 등 고객 사용빈도가 높은 리테일 제휴처를 지속 확대하고 있다.

현대이지웰은 공공기관 및 민간기업 등 2500여 고객사의 300여만 임직원을 대상으로 선택적 복지 제도 서비스를 제공하는 국내 1위 복지 플랫폼 전문기업이다. /최빛나 기자