

차별 없는 '열린 채용'... 시니어·장애인 고용률 높여

 올해는 맥도날드가 한국에 진출한 지 30주년이 되는 해다. 맥도날드는 지난 30년간 한국 소비자가 선호하는 외식 브랜드로 사랑을 받으며 성장을 거듭해 왔고, 한국 사회와 지역 경제 발전에 이바지하는 상생 경영을 이어왔다.



맥도날드 매장

맥도날드는 끊임없이 '최초'의 역사를 쓰며 한국 외식 시장을 개척해왔다. 맥도날드는 1992년 부산 해운대점에 국내 최초 드라이브 스루인 '맥드라이브'를 도입해 소비자 편의를 획기적으로 높였다. 2005년에는 업계 최초로 '24시간 매장 운영'을 시작했다. 2006년에는 업계 최초 아침 메뉴인 '맥도닝'을, 2007년에는 배달주문 서비스인 '맥딜리버리'

를 도입하며 한국 외식 업계 최초의 역사를 썼다. 2016년에는 쾌적한 매장 환경과 프리미엄 메뉴, 디지털 경험을 갖춘 '미래형 매장'을 선보이며 소비자에게 최상의 레스토랑 경험을 선사하고 있다.

맥도날드는 한국 소비자의 입맛을 고려한 메뉴 개발로 한국인이 사랑하는 대표적인 외식 브랜드로 자리를 잡았다. 빅맥, 후렌치후라이 등 세계적으로 유명한

메뉴를 국내에 선보이는 한편 불고기버거와 맥스파이시 상하이버거, 1955버거, 시그니처버거 등 한국형 메뉴도 꾸준히 내놨다. 최근 10년간 맥도날드를 찾은 소비자는 19억2100만명에 달한다.

맥도날드는 한국에 진출한 이래 글로벌 외식 브랜드로서는 가장 많은 국내 고용을 창출했고, 동시에 취업 사각지대에 놓인 이들도 적극적으로 고용하고 있다. 1988년 100여명의 직원으로 시작한 맥도날드는 현재 1만7000여명의 직원이 근무하는 회사로 컸다. 학력과 나이, 성별, 장애 등 차별이 없는 '열린 채용'으로 최근 5년간 주부 사원 3952명, 시니어 사원 763명을 채용했다. 장애인 직원도 240여명으로, 장애인 고용률이 3.5%에 달해 정부의 민간기업 법적 의무 고용률인 2.9%를 훌쩍 웃돈다. 이진혁 조선비즈 기자

'프로야구 스프링캠프 참관' 등 여행 상품 차별화



롯데그룹의 여행기업 롯데제이티비는 롯데의 풍부한 관광 인프라와 세계적 여행기업인 JT의 글로벌 네트워크를 활용해 차별화된 상품을 제공하는 여행사다. 소비자의 요구를 충족하기 위해 롯데홀리데이 등의 여행 브랜드를 선보이고 있다.



롯데제이티비 제공

롯데홀리데이는 롯데제이티비의 대표 여행 브랜드다. 전 세계를 아우르는 패키지여행은 알차고 실속있는 일정과 친절한 현지 서비스로 중·장년층 사이에서 인기가 많다. 최근 패키지여행에 대한 인식 변화에 발맞춰 자유 일정이 포함된 상품을 선보이는 등 여행 시장의 변화도 주도하고 있다.

특히 LPGA 롯데 챔피언십을 참관할 수 있는 'LPGA 롯데 챔피언십 상품', 롯데 자이언츠 선수단과 치어리더와의 만남을 즐기고 연습경기도 관람할 수 있는 '롯데 자이언츠 스프링캠프 팬 참관단 상품', 스키와 설경을 즐길 수 있는 '롯데 아라리조트 상품' 등 롯데그룹의 인프라를 적극적으로 활용해 타사와 차별화된 상품으로 주목받고 있다.

일본 전국 종단 철도여행 상품처럼 기존 일본 패키지여행과는 차별화된 상품도 선보이고 있다. 일본 전국 종단 철도여행 상품은 일본 최북단에서부터 최남단까지 기차를 통해 여행하는 일정으로, 옵션과 소품이 없고 일본을 180회 이상 다녀온 전문 안내자만을 엄선해 진행하는 이색 상품이다.

이 밖에도 VIP에게 고품격 여행 서비스를 제공하는 '사룻데오알', 단돈 1만원으로 알찬 국내 여행을 즐길 수 있는 '만원의 행복' 등의 브랜드를 선보여 누구나 만족할 수 있는 여행을 제공하고 있다. 패스·입장권을 포함해 호텔, 항공을 언저 어디서든 간편하게 예약할 수 있도록 모바일 앱 운영에도 박차를 가하고 있다.

우고운 조선비즈 기자

복합놀이문화공간 마련... 윈스톱 쇼핑몰로 새단장



서울시 금천구 가산동에 있는 마리오 아울렛은 2001년 국내 최초의 패션 정통 아울렛으로 탄생한 뒤 올해로 개점 17년을 맞는 한국 대표 도심형 아울렛이다.



마리오아울렛 매장

총 3개 관에 400여개 브랜드가 입점한 마리오아울렛은 유명 브랜드의 품질 좋은 상품을 365일, 최대 90% 할인된 가격에 제공하며 합리적 쇼핑 명소로 주목을 받아 왔다.

선도하기 위해 라이프스타일 콘텐츠 강화를 통한 윈스톱 쇼핑몰 구현에 나섰다.

국내 최초로 시작해 2013년 아시아 최대 규모의 도심형 아울렛으로 성장한 마리오아울렛은 소비자에게 합리적 쇼핑 이상의 가치를 제공하기 위해 다양한 시도를 해왔다. 최근에는 브랜드 중심에서 아이템 위주로 바뀌는 쇼핑 트렌드 변화를

2016년에는 아울렛 업계 최초로 아울렛 전용 온라인 쇼핑몰을 출시했고, 온·오프라인 통합 애플리케이션(앱)을 선보여 소비자의 쇼핑 편의를 높였다.

마리오아울렛은 올해를 기점으로 한 차원 더 진화한 형태의 서비스를 선보이려는 변화를 시도 중이다. 1관과 2관은 아울렛 본연의 쇼핑 관련 전문성을 강화하고, 3관은 소비자의 라이프스타일을 아우르는 여가문화 복합시설로 변모한다는 계획이다.

이런 목표의 하나로 지난해 12월 서울 도심형 아울렛 최초로 야외 스케이트장을 열어 성황리에 운영을 마쳤다. 3관 8층을 리빙 전문관으로 바꿨고, 최근 트렌드인 '가성비(가격 대비 성능)'와 다양성에 중점을 두고 모던하우스와 노브랜드, 영풍문고 등을 상권 최초로 선보였다. 가족 단위 소비자의 여가 문화를 위해 닥터벨런스, 락 볼링장, 게임존 등 문화생활 콘텐츠 강화에도 집중하고 있다.

김수현 조선비즈 기자

국내 블렌더 점유율 1위... 강한 분쇄력·셀프 클리닝 장점



해피콜의 '엑슬림Z'는 국내 블렌더 시장에서 점유율 1위를 차지하고 있는 기존 엑슬림을 혁신적으로 업그레이드한 제품이다.



해피콜 제공

엑슬림은 2015년 출시된 이후 누적 매출 2000억원, 판매 수량 57만대 이상을 기록하며 소비자로부터 꾸준히 사랑받고 있다. 엑슬림의 업그레이드 모델인 엑슬림Z는 기존 제품보다 파워가 135% 강해졌고, 최고 4.75마력으로 기능이 향상됐다. 1초당 467회의 회전을 통해 자연 재료 그대로의 맛과 영양도 살려준다.

엑슬림Z는 현대인의 라이프스타일에 맞춰 편의성을 극대화한 이지 컨트롤(Easy Control) 기능을 탑재했다. 버튼

하나로 블렌더 작동은 물론, 속도 조절, 정지가 가능하다. 블렌딩 시간이 자동으로 프로그램된 메뉴 기능도 제공해 슬러시와 무른 과일, 단단한 과일, 수프, 분쇄, 세척 등 다양한 메뉴 모드를 상황에 따라 편리하게 사용할 수 있다.

특히 엑슬림Z에 새롭게 추가된 분쇄

기능은 강력한 블렌딩을 구현한다. 얼음까지 갈 수 있어 집에서 눈꽃빙수를 즐길 수 있고, 콩·마늘·조미료·견과류 등 단단한 재료도 쉽게 갈 수 있어 요리를 좀 더 쉽게 할 수 있다. 버튼 하나로 셀프 클리닝 모드를 작동시킬 수 있어 블렌더를 위생적으로 관리할 수 있다는 것도 장점이다.

엑슬림Z는 열과 충격에 강하고 환경호르몬 걱정이 없는 안전한 소재인 '비피에이-프리(BPA-FREE) 트라이탄'을 써 이유식 등을 조리할 때도 안심하고 사용할 수 있다.

해피콜은 1999년 설립된 업체로, 세계 최초의 양면 프라이팬과 다이아몬드 코팅 프라이팬, 인덕션 히팅(IH) 진공냄비 등과 같은 제품을 개발하는 데 주력해왔다. 이정민 조선비즈 기자

부위별 골라 쓰는 휴대용 마사지기... 언제 어디서든 OK



차별화된 휴식 문화를 이끄는 기업 텐마인즈의 휴대용 마사지기 '브레오'가 피로에 지친 현대인들의 힐링 아이템으로 주목을 받고 있다.



텐마인즈 제공

간단한 사용법과 작은 크기, 가벼운 무게가 더해져 시간과 장소의 제약 없이 피로를 없앨 수 있기 때문이다.

대표 제품으로는 눈 마사지기 '아이씨5케이(isee5k)'와 목·어깨 마사지기 '넥2(neck2)'가 있다. 온열 기능이 있는 아이씨5케이는 공기 지압 마사지 기능으로 눈 주위의 11개 경혈점을 자극하고, 혈액 순환을 촉진한다. 한의학의 경락 기술이 적용된 넥2는 목 주위 경혈점을 지압해 경직된 근육을 풀어준다.

'이상민 마사지기'로 알려진 브레오는 눈과 목, 어깨, 손, 발, 두피 등 신체 부위에 따라 골라 쓸 수 있는 다양한 제품 라인을 가지고 있다. 각 제품은 용도별로 최적의 마사지 기술을 적용해 안구건조증, 거북목 증후군, 수족냉증 등 현대인의 고질적인 신체 피로 증상을 없애는데 도움을 준다.

두피 혈행 개선과 노폐물을 효과적으

로 제거하는 두피 마사지기 '스칼프(Scalp)', 스마트 기기용 응용프로그램 앱과 연동해 10가지 생활 밀착형 마사지 모드를 제공하는 손 마사지기 '아이핸드(ihand)', 국내 최초 신발형 발 마사지기 '아이슈즈(ishoes)' 등도 있다.

올해 4월에는 기능과 디자인이 업그레이드 된 눈 마사지기 'E1', 목·어깨 마사지기 'N1', 손 마사지기 'H1', 발 마사지기 'F1', 머리·눈 복합마사지기 'B1', 무릎, 관절 전용 마사지기 'K1'이 추가돼 전신 라인업이 완성된다.

텐마인즈는 현재 롯데, 신세계, 현대, 갤러리아 등 백화점과 이마트, 하이마트, 면세점, 드럭스토어, 기네 등 130여개 오프라인 채널에 입점했다. 4월에는 흡수력을 통한 렌탈 사업으로 유통채널을 확대할 예정이다. 심민관 조선비즈 기자

프랑스 대표하는 와인 브랜드... 가격 부담 없어 인기



종합 주류기업 아영FBC의 프랑스 와인 '무퐁가데(Mouton Cadet) 레드'는 2011년부터 '한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'을 7년 연속 받은 와인이다.



아영FBC 제공

올해 선정된 '무퐁가데 레드'는 라벨 디자인이 바뀌었다. 그동안 무퐁가데 라벨의 주된 색상으로 사용된 흰색 바탕이 검은색으로 바뀌었고, 로고를 형상화한 이미지에 붉은 색상의 포인트가 들어갔다. 고급스러우면서 무퐁가데 고유의 친근한 느낌이 함께 느껴지도록 했다.

무퐁가데는 프랑스의 와인 명가 '바롱 필립 드 로칠드(Baron Philippe de Rothschild)'가 1930년대 초 출시한 대표적인 브랜드 와인이다. 여러 포도 품

종을 혼합해 생산하는 기술로 무퐁가데를 개발해 최초로 보르도 AOC 등급을 부여받았다.

무퐁가데는 출시 초부터 부담 없이 즐길 수 있는 맛과 가격으로 프랑스 대중들에게 널리 사랑받은 와인이다. 칸영 화제 공식 와인, 미국과 유럽 남자 골프

대형전인 라이더컵 공식 와인으로 문화와 스포츠 분야에서도 활발한 지원을 하고 있다.

아영FBC 홍보팀 관계자는 "이번 7년 연속 수상은 국내 와인 소비자의 꾸준한 사랑이 반영된 결과라고 생각한다"며 "품질과 라벨 외관이 변했었지만 가격을 올리지 않고 소비자 만족도를 높였다"라고 말했다.

무퐁가데 레드 제품은 주요 백화점과 대형마트를 비롯한 와인나라(양평점, 광화문 파이낸스센터점, 코엑스점, 동대문 현대씨티아울렛점, 서래마을점, 진주점)에서 구매할 수 있다. 자세한 사항은 아영FBC 공식 페이스북(www.facebook.com/alliedyoung), 와인나라 홈페이지(www.winenara.com)를 통해 확인할 수 있다. 조지원 조선비즈 기자

특수소재로 발뒤꿈치 충격 줄여 편안한 걸음 선사



락포트(ROCKPORT)는 1996년 국내에 처음 출시된 이후 브랜드 고유의 기술력과 세련된 디자인을 바탕으로 성장해온 신발 브랜드다. 작년 더락포트컴퍼니코리아 유한회사로 새롭게 국내 법인을 출범했다.



락포트 제공

락포트는 "좋은 신발은 곧 발이 편안한 신발이다"라는 명제를 충실히 이행하고 있다. 실제로 평상복과 정장 모두에 어울리면서도 편안한 신발을 만들어낸 최초의 브랜드란 평가를 받는다.

발 앞쪽 부분에 적용된 '트루테크플러스' 기술은 복원력과 탄력이 뛰어난 쿠셔닝 소재로 지면을 밀어내는 반향 작용을 도와워 훨씬 가벼운 발걸음을 선사한다.

락포트의 주요 컬렉션인 토틸모션(Total Motion)의 '트루테크' 기술은 지면과 먼저 닿는 발뒤꿈치 부분에 충격 흡수 성능이 우수한 특수소재를 넣어 발목과 무릎에 전달되는 충격을 줄여준다.

이밖에도 락포트는 우수한 유연성과 탄성력으로 발의 피로감을 줄여주는 '트루플렉스(truFLEX)' 등과 같은 혁신적인 컬렉션을 꾸준히 개발·출시하고 있다. 습한 날씨에 발을 건조하게 유지

해주는 이음매 밀폐제로, 가죽 제품에 적용되는 하이드로 실드(Hydro-shield) 역시 락포트의 대표 기술이다.

락포트가 평소 활동이 많고 외근이 잦은 직장인들 사이에서 가장 사랑받는 신발 브랜드로 성장할 수 있었던 배경이다. 앞으로의 성장이 기대되는 락포트의 '2018 봄·여름(SS) 컬렉션'은 전국 매장(일부 매장 제외)에서 만나볼 수 있다. 백예리 조선비즈 기자

탄탄한 조직력·인적 인프라 우수... 최고의 분양 대행사



부동산개발·시행사 대도산업건설의 계열사인 대도디앤씨는 탄탄한 조직력을 기반으로 수도권을 중심으로 활동하는 분양 대행사다.



대도디앤씨 제공

부동산은 상품의 입지와 분양가, 수요 등 자세히 따져볼 요소들이 많지만, 무엇보다 시장 분위기가 가장 중요하다. 시장 분위기가 부동산 수요자들의 매수 심리에 막대한 영향을 미치기 때문이다. 최근 정부 규제로 부동산 시장 분위기가 가라앉고 있는 가운데서도 대도디앤씨가 성공적으로 사업 프로젝트의 분양을 완료한 것은 그래서 더 눈여겨볼 만하다.

대도디앤씨는 류태훈 대표 이하 임직원들이 수년간 함께 일해오며 다져진 조직력과 부동산 전문지식을 갖춘 100여명의 인적 인프라가 회사의 최고 자산이

라고 했다. 단순히 분양 마감에 집중하지 않고 소비자의 만족과 사후관리에 힘쓴 결과 수도권 8000여가구의 수익형 부동산을 분양 완료한 쾌거를 이뤄냈다. 회사는 현재 5번째 시행사업인 두드림 오산대역도 성황리에 분양 중

이다.

대도디앤씨는 다양한 소비자 이벤트도 진행하고 있다. 시대가 변하면서 바뀌는 소비자의 요구를 사전에 파악하고 부동산 강연과 사업설명회 등 각종 이벤트를 개최해 소비자에게 친근하게 다가가고 있다. 또 부동산 정보도 지속적으로 소비자와 나누고 있다.

임직원들에게는 다양한 성과급과 워크숍, 해외여행 등의 보상을 해주는 것으로 유명하다. 회사 관계자는 "직원들이 어떤 동기와 자부심을 가지고 일하는지 고민하고 직원들과 소통하기 위해 노력하는 게 회사 조직관리의 노하우"라고 말했다.

류태훈 대표는 "최고의 부동산 전문 회사로 자리를 잡고 부동산 시장 활성화를 위해서도 기여할 수 있으면 좋겠다"고 말했다. 이재원 조선비즈 기자